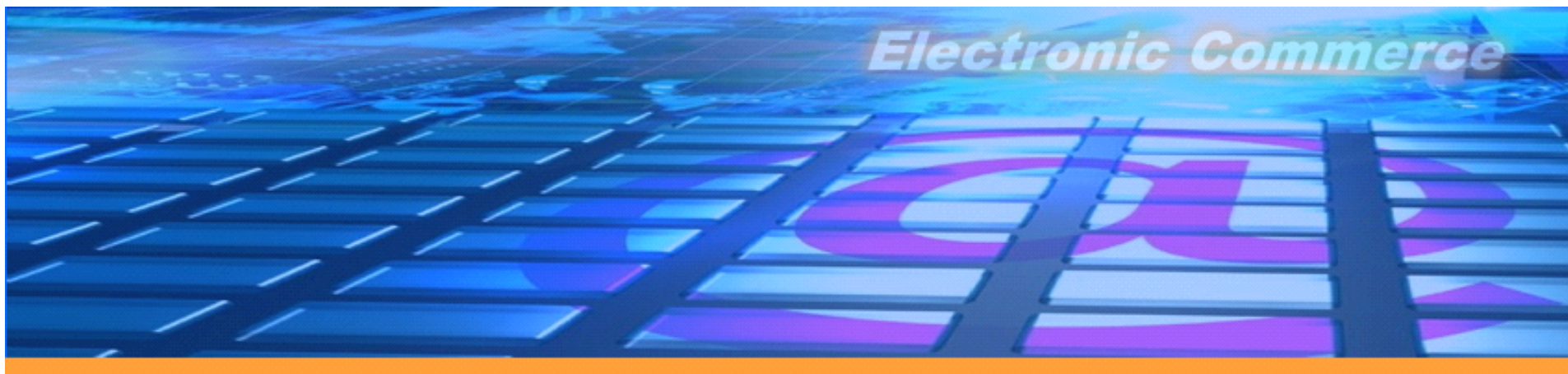




2012年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告

编制机构：中国电子商务研究中心

报告发布：中国电子商务之都·杭州

发布日期：2013年3月11日

报告下载：www.100EC.cn

目录一



一、核心数据/年度榜单.....	6
二、报告概述.....	10
2.1 报告背景.....	10
2.2 报告目的.....	11
2.3 研究方法.....	12
2.4 调查执行.....	12
2.5 报告时间.....	12
2.6 版权声明.....	13
2.7 报告鸣谢.....	14
2.8 相关报告.....	15



目录二

三、数据篇.....16

3.1	2012年电子商务主要被投诉领域核心数据.....	16
3.2	2012年度中国电子商务投诉数据.....	17
3.2.1	2012年电子商务投诉领域分布.....	17
3.2.2	2012年电子商务投诉金额.....	18
3.2.3	2011年电子商务投诉性别.....	19
3.3	2012年度网络零售投诉数据.....	20
3.3.1	2012年度十大网络购物热点投诉问题.....	20
3.3.2	2012年度十大网络购物投诉网站.....	21
3.3.3	2012年度热点行业购物网站投诉榜.....	22
3.3.4	2012年度TOP12热点投诉支付/快递榜.....	26
3.3.5	2012年度十大热点传统品牌电商投诉榜.....	27
3.4	2012年度网络团购投诉数据.....	26
3.4.1	2012年度十大网络团购热点投诉问题.....	28
3.4.2	2012年度十大热点网络团购投诉网站.....	29

目录三



四、盘点篇.....30

- 4.1 2012年度十大电子商务投诉事件..... 30
- 4.2 2012年度十大网络购物陷阱盘点..... 41
 - 4.2.1 2012年度TOP30热点网购投诉网站榜..... 41
 - 4.2.2 2012年度十大网络购物陷阱..... 42
- 4.3 2012年度网络团购陷阱盘点..... 47
 - 4.3.1 2012年度TOP20热点团购投诉网站榜..... 47
 - 4.3.2 2012年度八大网络团购陷阱..... 48

五、分析篇.....52

- 5.1 2012年度电子商务投诉特征分析..... 52
- 5.2 电子商务用户购物需求分析..... 53
- 5.3 部分电子商务监管、维权相关法律法规..... 56

目录三



六、报告附录.....	60
6.1 电子商务消费纠纷自助维权联系一览表.....	60
6.2 中国电子商务研究中心简介.....	61
6.3 研究报告.....	66
6.4 相关频道.....	70
6.5 联系分析师.....	71



一、核心数据

1、**投诉数量**：据中国电子商务投诉与维权公共服务平台 (<http://www.100ec.cn/zt/315/>) 监测数据显示，2012年度通过在线递交、电话、邮件、即时通讯等多种形式，共接到全国各地用户的电子商务投诉近**93600起**，与2011年基本持平；另据中国电子商务研究中心监测数据显示，2012年全国大规模性的电商价格战不下**10次**，而每次价格战过后的半个月左右时间，均为用户投诉高峰期。

2、**领域分布**：据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，2012年度网络购物投诉占**55.40%**，网络团购占**21.32%**，移动电子商务占**5.36%**，B2B网络贸易占**2.53%**，其他为**15.39%**（其中，网络钓鱼投诉占热点投诉问题比例约为**6.3%**，主要出现在购买机票、充值点卡等虚拟商品中。无疑，网购以过半的投诉比例，已连续三年盘踞全国各类电子商务投诉的榜首。

3、**投诉金额**：据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，2012年度电子商务用户投诉涉及金额分别为：100元以下占**25.80%**，100-500元占**44.10%**，500-1000元占**19.60%**，1000-5000元占**8.20%**，5000元以上为**2.30%**，投诉涉及商品服务较往年有所上升。

4、**投诉性别**：据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，2012年度男性用户占电子商务投诉比例为**68.50%**，女性用户占比为**31.50%**。



一、核心数据/年度榜单

5、年度十大热点网购投诉网站榜：据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，淘宝网/天猫、当当网、库巴网、亚马逊中国、国美在线、QQ网购、易迅网、唯品会、1号店等成为“2012年度十大热点网络购物投诉网站”。

6、年度十大热点团购投诉网站榜：据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，高朋网、拉手网、糯米网、爱丽团购网、窝窝团、团宝网、24券、聚齐网、嘀嗒团、58团购为“2012年度十大热点网络团购投诉网站”。

7、年度十大热点被投诉传统品牌电商榜：据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，美特斯邦威、杰克琼斯、TCL、海信电视、卡西欧、森马、罗莱家纺、阿迪达斯、茵奈儿、李维斯，“2012年度十大热点被投诉传统品牌电商榜”。

8、年度网购热点投诉问题：据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，退款问题、节能补贴、账户被盗、虚假促销、货到迟缓、网络诈骗、退换货难、物流快递、网络售假、支付问题为“2012年度网络购物热点投诉问题”。

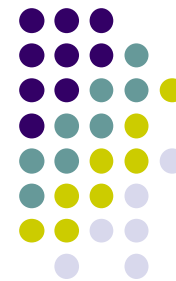
9、年度团购热点投诉问题：据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，虚假团购、账户被盗、退款问题、发货迟缓、服务缩水、团购售假、发票问题、产品质量、售后服务为“2012年度网络团购热点投诉问题”。



一、核心数据/年度榜单

10、年度TOP30热点网购投诉网站：淘宝网/天猫（主要为淘宝集市卖家以及天猫部分品牌卖家）、亚马逊中国、凡客诚品、1号店网上商城、放心鞋网、好乐买、QQ网购、华为商城、聚尚网、俏物悄语、新蛋中国、走秀网、上品折扣网、易迅网、国美在线、唯品会、邦购网、佳品网、当当网、聚美优品、买特网、苏宁易购、梦芭莎、为为网、优购网上鞋城、移淘商城、酒仙网为“2012年度TOP30热点投诉网购网站”。

11、年度TOP20热点团购投诉网站：高朋网、爱丽团购网、58团购、Like团、QQ团购、美团网、一起呀、秀团网、满座网、拉手网、窝窝团、嘀嗒团、大众点评网、24券、米奇网、千品网、聚齐网、糯米网、爽团网为“2012年度TOP20热点投诉团购网站”。



一、核心数据/年度榜单

12、另据中国电子商务研究中心面向1000位个人网购会员发起的专项调研统计：

——放弃网购的关键原因调查：65%的消费者认为是事先不清楚邮寄费用；50%的消费者在网站真实性以及对安全性的质疑；43%的消费者认为网站不易打开以及找不到自己需求的商品；40%的消费者认为网站注册、审核流程复杂；37%的消费者表示售前咨询不够积极、问题没有解决；32%的消费者表示支付困难。

——用户对购物网站相应时间要求调查：90%的用户希望能立刻得到网站的响应，45%的用户希望在5分钟内得到网站的响应，没有用户愿意无限制等待网站的响应。

——用户网络购物退货原因调查：5.30%的用户认为网购安全性得不到保障；46.00%的用户认为网购产品质量、售后服务、厂商信用得不到保障；8.70%的用户认为付款不方便；21.30%的用户认为送货耗时、渠道不畅；7.80%的用户认为价格不够诱人；4.20%的用户认为网上提供的信息不可靠；6.70%的用户认为是其他原因。



二、报告概述

2.1 报告背景

- 中国电子商务爆发式增长，但由于起步较晚、基础薄弱，网上交易的配套服务体系还不健全，从而导致市场秩序混乱、物流成本过高等。因此加快电子商务立法、规范电商环境成为今年两会关注的热点，推动电子商务立法进程尤为急迫。
- 2012年电子商务风起云涌，随着电商价格促销的此起彼伏，一次次的销售神话出现在电商领域，其中天猫与淘宝双十一创造了191亿的交易额。然而，虚假促销、系统瘫痪、发货迟缓、信息安全等问题困扰广大网购用户。2012年，由中国电子商务研究中心主办的“中国电子商务投诉与维权公共服务平台”（www.100ec.cn/zt/315）接到了来自全国各地用户近93600起电子商务领域投诉。
- 由于我国电子商务发展过程中存在货到迟缓、退款忽悠、售后滞后、钓鱼欺诈、网络传销等影响用户购物体验的诟病。
- 为此，中国电子商务研究中心在3.15前夕发起“**3.15：电子商务维权月**”（活动网站：<http://www.100ec.cn/zt/2013315/>），并将通过全国近千家新闻媒体发布《2011年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告》（更多免费报告下载：www.100ec.cn/zt/2010bgdz）。



二、报告概述

2.2 报告目的

- 我国电子商务发展存在众多问题，本报告通过广大电子商务消费者的反馈深度剖析电子商务发展中的深层问题，为电商企业从用户角度发现自身存在的问题，以此进一步改进。
- 关注消费者利益，关注全国网购用户，通过报告形式总结2012年电子商务投诉问题，给广大网购用户一个说话维权的机会。
- 通过对各投诉案例的分析，为各大电商企业把脉问症，鞭策电商企业重视用户反馈，更加关注用户体验，从而共同努力打造一个更加健康、良性的电子商务发展环境。



二、报告概述

2.3 研究方法

本次报告通过中国电子商务投诉与维权公共服务平台（www.100ec.cn/zt/315）2012年全年接到的全国电子商务用户的电子商务类投诉反馈，并面向全国数千家各类电子商务企业（包括：B2C购物网站、O2O团购网站、B2B行业网站、移动电商、快递支付等）通过问卷形式对电商企业、用户体验等情况进行调查摸底。

2.4 调查执行

本调查报告由国内第三方专业电商行业维权服务机构——中国电子商务投诉与维权公共服务平台，历经一年时间对全国电子商务企业的投诉问题监测、案例研究、数据统计分析所得。

2.5 报告时间

2012年1月——2012年12月（调查监测阶段）
2013年1月1日——2012年3月10日（研究成文阶段）
2013年3月11日起（公开发布阶段）



二、报告概述

2.6 版权声明

- 本报告相关知识产权归中国电子商务研究中心所有，任何部门、企业、机构、媒体等单位引用本报告数据、内容，均请注明：“根据中国电子商务研究中心发布的《2012年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告》”。
- 本报告仅为参考研究资料，不构成投资、决策等任何建议，由此带来的风险请慎重考虑，中国电子商务研究中心不承担因使用本报告信息而产生的任何责任。



二、报告概述

2.7 报告鸣谢

我们衷心感谢广大电子商务用户对我们的关注和信赖，向我们提供了宝贵的电子商务交易实践经验，也为其他电子商务用户拉响了交易警钟，更好地避免出现电子商务交易陷阱。

此外，我们也衷心感谢广大电商企业的支持和配合，积极处理用户投诉信息，帮助用户解决购物中出现的问题。



二、报告概述

2.8 相关报告

中国电子商务研究中心近期发布2012年度核心电商报告如下：

《2011-2012年度中国电子商务法律报告》
《2012年度中国网络零售市场数据监测报告》
《2012年度中国B2B电子商务市场数据监测报告》
《2012年中国网络团购市场数据监测报告》
《2012年度中国电子商务市场投融资数据监测报告》
《2012年度中国电子商务市场数据监测报告》
《2013中国电子商务人才状况调查报告》

.....

》》更多一手电商核心报告下载：<http://www.100ec.cn/zt/2010bgdz/>



三、数据篇

3.1 2012年电子商务主要被投诉领域核心数据

●3.1.1 网络零售领域核心数据

据中国电子商务研究中心1月31日发布的《2012年度中国网络零售市场数据监测报告》显示，截止2012年12月中国网络零售市场交易规模达**13205亿元**，同比增长**64.7%**。

数据显示，截止到2012年12月，中国网购的用户规模达**2.47亿人**，同比增长**21.7%**。

●3.1.2 网络团购领域核心数据

据中国电子商务研究中心2012年1月29日发布的《2012年度中国网络零售市场数据监测报告》显示，2012全年，团购市场(含聚划算)成交规模达到了**348.85亿元**，而这一数字在2011年仅为**216.32亿元**，同比增长**61%**。

数据显示，2012年中国网购用户规模达**2.47亿人**，而2011年数据**2.03亿**，同比增长**21.7%**。

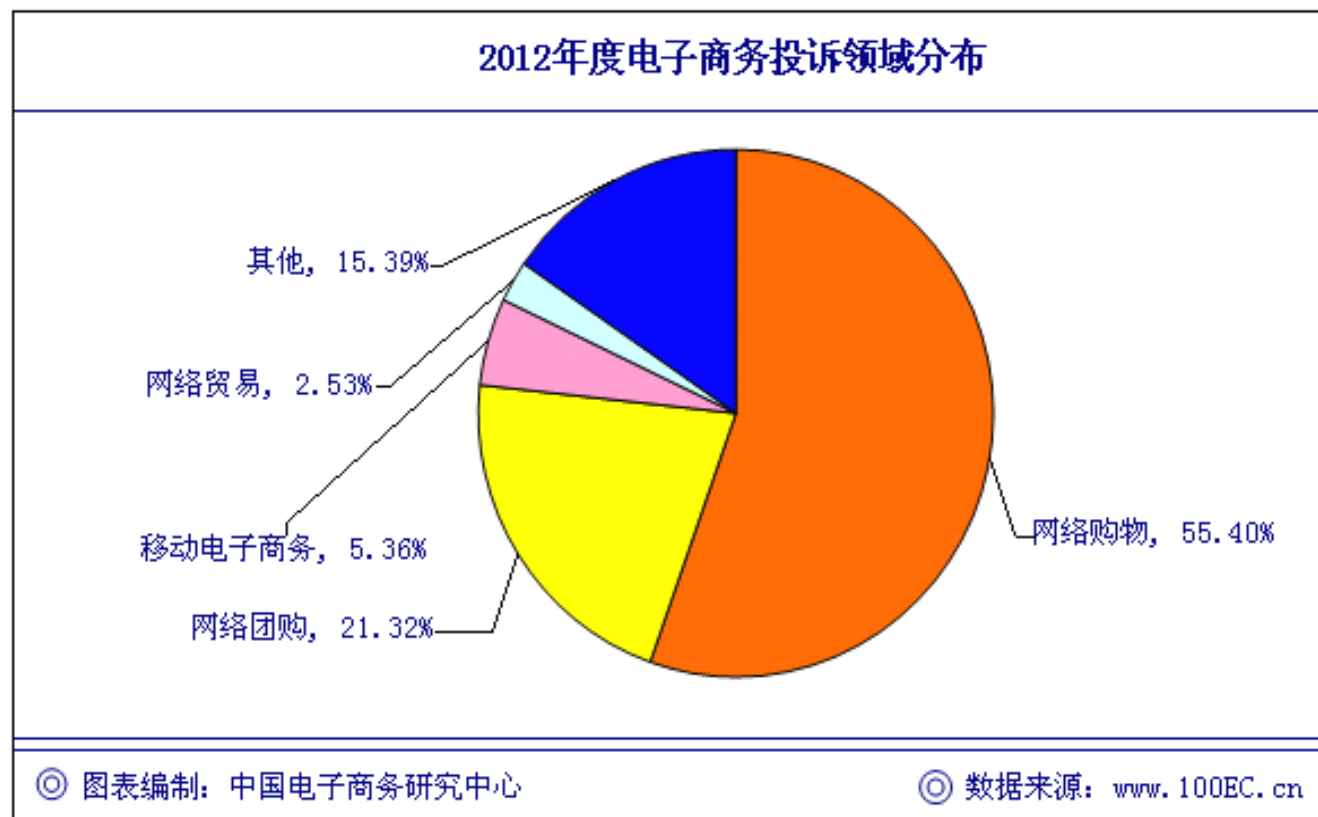


3.2 2012年度中国电子商务投诉数据

3.2.1 2012年电子商务投诉领域分布

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示,2012年网络购物投诉占电子商务类投诉**55.40%**,占据最大的比例,团购紧随其后,占据**21.32%**,第三位是移动电子商务领域投诉,**5.36%**,第四位是B2B网络贸易领域投诉,**2.53%**。

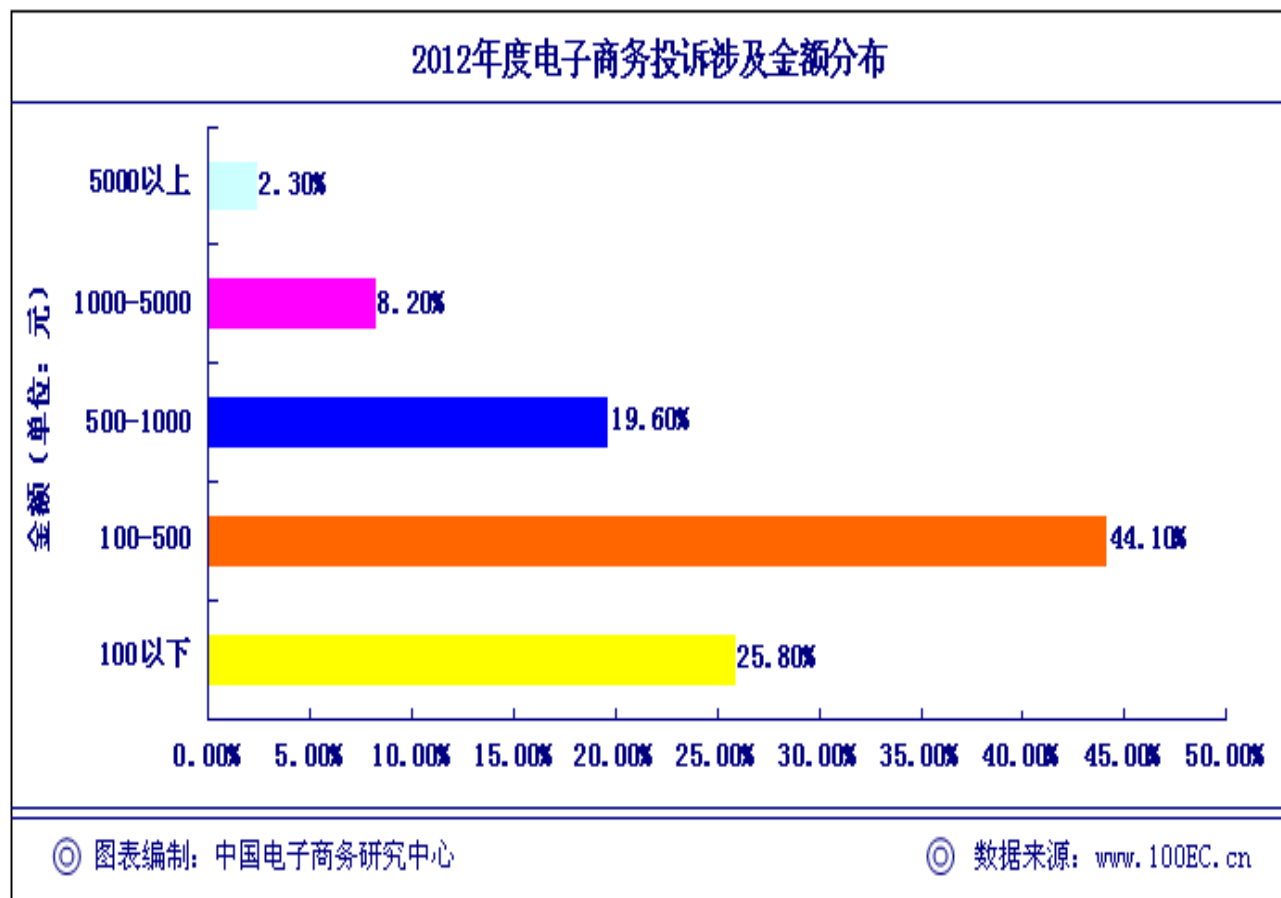
数据表明:网络购物是电子商务最热门的领域。无疑,网购以过半的投诉比例,已连续三年盘踞全国各类电子商务投诉的榜首。





3.2 2012年度中国电子商务投诉数据

3.2.2 2012年电子商务投诉金额



据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示, 100-500元区间的投诉金额占比最大, 其次是100元以下、500-1000、1000-5000, 而5000元以上的投诉金额占比最少, 仅2.30%。

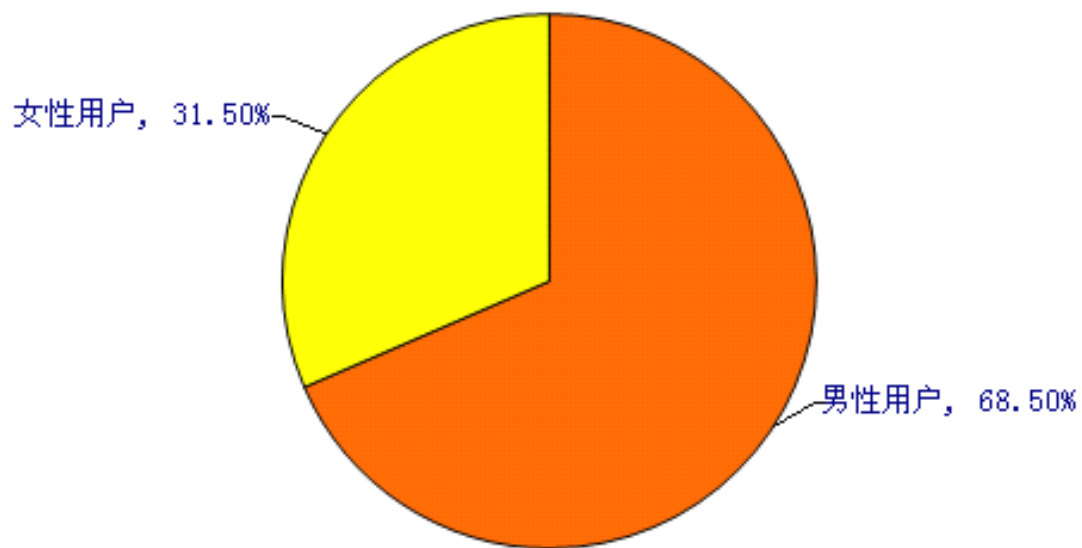
数据表明: 网购用户往往对订单金额在100元以上的消费纠纷才开始特别在乎, 并开始不信任网站商家, 寻求第三方力量的帮助来解决。此外, 随着网购的普及, 用户网购的单笔金额呈现上涨趋势。

3.2 2012年度中国电子商务投诉数据

3.2.3 2011年电子商务投诉性别



2012年度电子商务投诉性别比例



◎ 图表编制：中国电子商务研究中心

◎ 数据来源：www.100EC.cn

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，在2012全年电子商务投诉中，男性用户占比68.50%，而女性用户仅为31.50%。

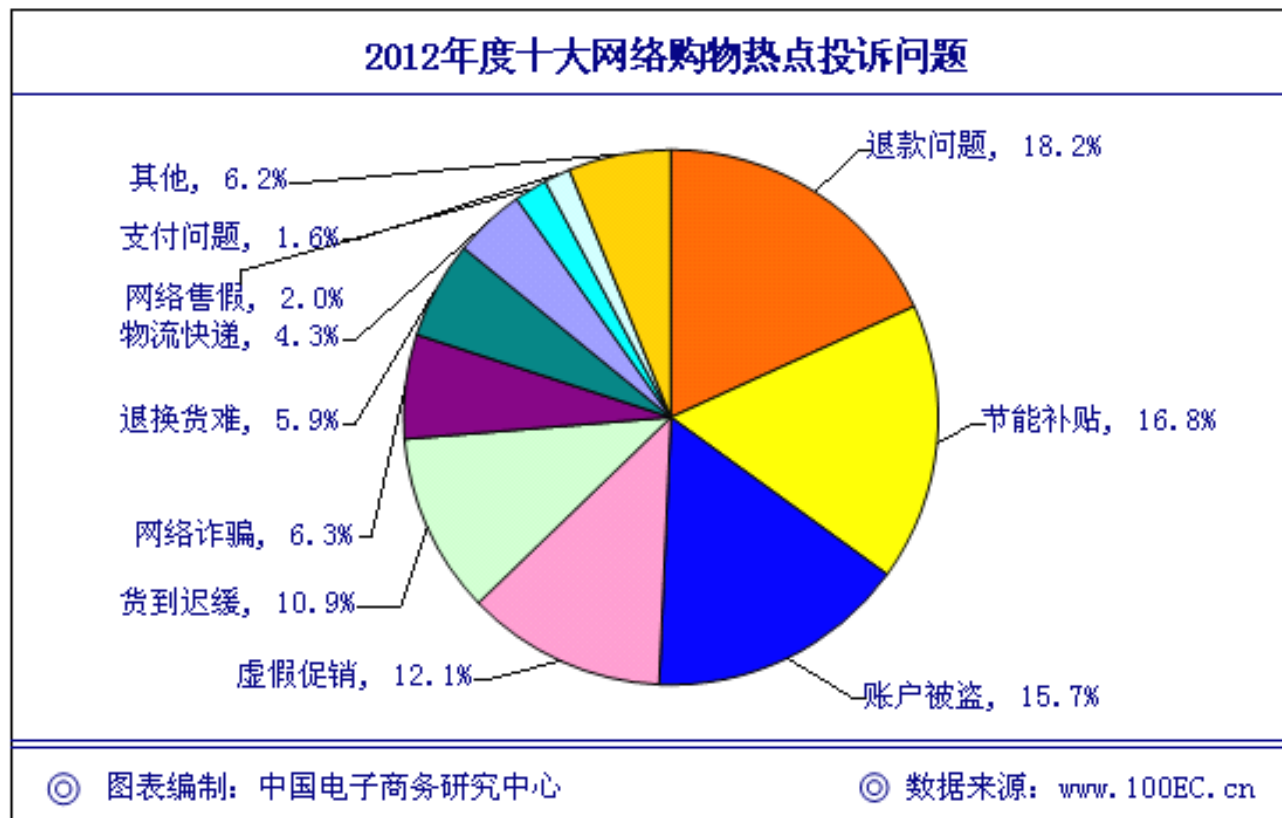
数据表明：女性用户在电子商务消费维权意识方面相对薄弱，遇到自身权益受侵犯时，更多选择了委曲求全与沉默，维权意识亟需加强。

3.3 2012年度网络零售投诉数据

3.3.1 2012年度十大网络购物热点投诉问题

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，退款问题、节能补贴、账户被盗、虚假促销、货到迟缓、网络诈骗、退换货难、物流快递、网络售假、支付问题，成为网络购物的诟病，是网友投诉最多的十大问题结症。

数据表明：无疑，在各类用户反馈的投诉问题中，退款问题、节能补贴、账户被盗问题较为严峻，切该三类均与钱密切相关，需引起各电商企业的高度重视与切实落实。

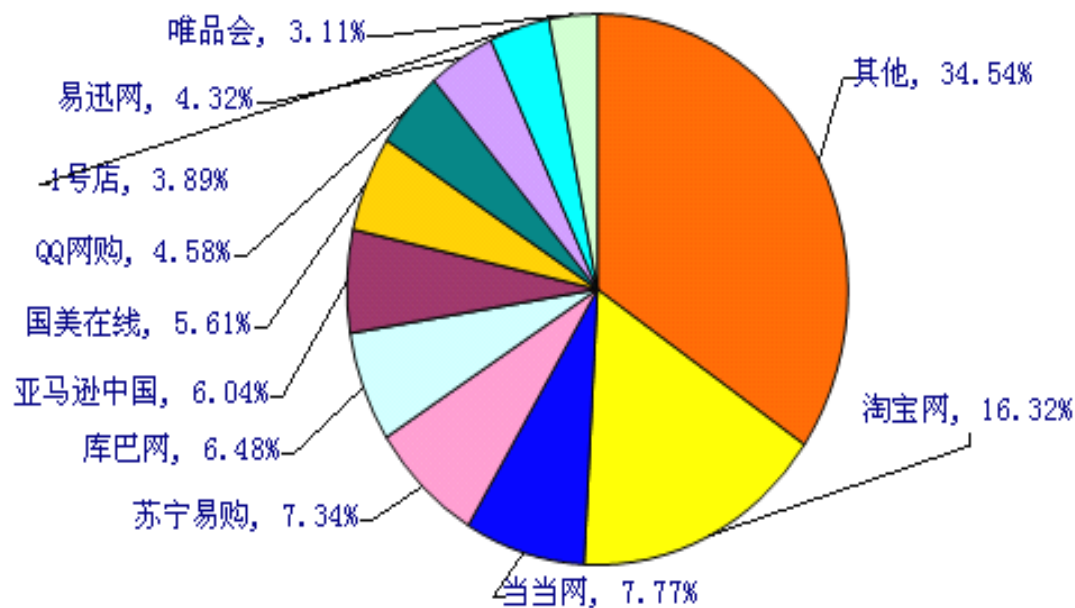


3.3 2012年度网络零售投诉数据

3.3.2 2012年度十大网络购物投诉网站



2012年度十大热点网络购物投诉网站



◎ 图表编制：中国电子商务研究中心

◎ 数据来源：www.100EC.cn

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，2012年度，在全国数万家网络购物网站中，淘宝网/天猫（主要是C2C集市卖家及商城部分品牌卖家）占据最大投诉比例为**16.32%**；

随后依次为当当网**7.77%**，苏宁易购**7.34%**，库巴网**6.48%**，亚马逊中国**6.04%**，国美在线（国美电器网上商城）**5.61%**，QQ网购**4.58%**，易迅网**4.32%**，1号店**3.89%**，唯品会**3.11%**。



3.3 2012年度网络零售投诉数据

3.3.3 2012年度热点行业购物网站投诉榜（一）

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，在2012年度全国服装类电商网站投诉中，凡客诚品占比为25.90%，梦芭莎占比为14.23%，麦考林占比为6.74%。

在2012年度全国鞋类电商网站投诉中，放心鞋网占比为23.80%，优购网上商城占比为17.14%，名鞋库占比为15.23%，好乐买占比为10.47%，拍鞋网占比为7.62%。

2012年度热点行业购物网站投诉榜			
网站类别	网站名称	网址	投诉比例
服装		www.vancl.com	25.90%
		www.moonbasa.com	14.23%
		www.m18.com	6.74%
鞋类		www.fangxinxie.com	23.80%
		www.yougou.com	17.14%
		www.s.cn	15.23%
		www.okbuy.com	10.47%
		www.paixie.net	7.62%
◎ 图表编制：中国电子商务研究中心 ◎ 数据来源：www.100EC.cn			

3.3 2012年度网络零售投诉数据

3.3.3 2012年度热点行业购物网站投诉榜（二）



据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，在化妆品类电商投诉中，聚美优品占比为19.23%，米奇网占比为11.54%，爱妆网占比为7.69%。

在手机数码类电商投诉中，新蛋网占比为33.34%，华为商城占比为26.67%，尼采智能手机工厂店占比为15.32%，小米手机官网占比为5.30%。

在图书类电商投诉中，当当网占比为28.57%，蔚蓝网占比为23.30%，博大图书批发网占比为16.67%。

2012年度热点行业购物网站投诉榜			
网站类别	网站名称	网址	投诉比例
化妆品	 聚美优品 JUMEI.COM	http://sh.jumei.com	19.23%
	 米奇网 MIGI.CN	www.miqi.cn	11.54%
	 爱妆网 LoveZhuang.Com	www.lovezhuang.com	7.69%
手机数码	 newegg.com.cn 新蛋	www.newegg.com.cn	33.34%
	 华为, 不仅仅是世界500强 华为商城	www.vmall.com	26.67%
	 尼采 NICEE 智能手机工厂店 Mobilephone Factoryshop	www.531sj.com	15.32%
	 小米 xiaomi.com	www.xiaomi.com	5.30%
图书	 当当网 dangdang.com	www.dangdang.com	28.57%
	 蔚蓝网 WWW.WL.CN 放心购物 正品保证	www.wl.cn	23.30%
	 博大图书批发网 www.tushupifa.org	www.tushupifa.org	16.67%
◎ 图表编制：中国电子商务研究中心 ◎ 数据来源：www.100EC.cn			



3.3 2012年度网络零售投诉数据

3.3.3 2012年度热点行业购物网站投诉榜（三）

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，在2012年度全国母婴类电商网站投诉中，新一佳网上超市占比为32.12%，快乐家园母婴批发网占比为25.71%，苏州福禧儿孕婴用品有限公司占比为21.43%，红孩子网上商城占比为8.57%。

在2012年度全国在线旅游类电商网站投诉中，同程网占比为16.83%，去哪儿占比为14.36%，携程占比为10.15%，艺龙占比为5.00%。

2012年度热点行业购物网站投诉榜			
网站类别	网站名称	网址	投诉比例
母婴	 新一佳 网上超市 A.Best xyj-shop.com	www.xyj-shop.com	32.12%
	 快乐家园母婴批发网 www.wzlqsy.com	www.wzlqsy.com	25.71%
	苏州福禧儿孕婴用品有限公司	szfxeyy.86mai.com	21.43%
	 红孩子 redbaby	www.redbaby.com.cn	8.57%
在线旅游	 同程网 17U.CN 一起游天下	www.17u.cn	16.83%
	 去哪儿? Qunar.Com 聪明你的旅行	hotel.qunar.com	14.36%
	 携程	www.ctrip.com	10.15%
	 eLong.艺龙	www.elong.com	5.00%
◎ 图表编制：中国电子商务研究中心 ◎ 数据来源：www.100EC.cn			

3.3 2012年度网络零售投诉数据

3.3.3 2012年度热点行业购物网站投诉榜（四）

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示,在2012年度全国限时抢购类电商网站投诉中,唯品会占比为**41.35%**,俏物悄语占比为**28.89%**,佳品网占比为**13.34%**,上品折扣网占比为**8.47%**。

在2012年度全国奢侈品类电商网站投诉中，走秀网占比为**43.56%**，美尚奢品占比为**32.15%**，聚尚网占比为**18.71%**。

网站类别	网站名称	网址	投诉比例
限时抢购	 唯品会 VIPSHOP.COM	shop.vipshop.com	41.35%
	 尚物网 www.ihush.com	www.ihush.com	28.89%
	 佳品网 JIA PIN	www.jiapin.com	13.34%
	 上品折扣网 SHOPI.NET	www.shopin.net	8.47%
奢侈品	 走秀网 xiu.com	www.xiu.com	43.56%
	VIPMSSP·美尚奢品	www.vipmssp.com	32.15%
	 聚尚网 fclub.cn	www.fclub.cn	18.71%

◎ 图表编制：中国电子商务研究中心

◎ 数据来源：www.100EC.cn



3.3 2012年度网络零售投诉数据

3.3.4 2012年度TOP12热点投诉支付/快递榜

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示,在2012年度全国第三方支付领域投诉中,财付通占比为23.50%,国付宝占比为19.83%,支付宝占比为16.70%,易宝支付占比为9.35%,百付宝占比为4.90%。

在2012年度全国物流快递行业投诉中,申通快递占比为27.10%,圆通速递占比为14.86%,韵达快递占比为10.81%,中通速递占比为9.46%,EMS占比为6.75%,顺丰速运占比为5.40%,汇通快递占比为4.10%。

2012年度TOP12热点投诉支付/快递榜			
类别	名称	网址	投诉比例
支付	 财付通 会支付 会生活	www.tenpay.com	23.50%
	 国付宝	/	19.83%
	 支付宝	www.alipay.com	16.70%
	 易宝支付 YEEPAY.COM	www.yeepay.com	9.35%
	 百付宝	www.baifubao.com	4.90%
物流快递	 STO	www.sto.cn	27.10%
	 YTO	www.yto.net.cn	14.86%
	 YUNDA 韵达快递	www.yundaex.com	10.81%
	 ZTO	www.zto.cn	9.46%
	 EMS	www.ems.com.cn	6.75%
	 (SF) EXPRESS 顺丰速运	www.sf-express.com	5.40%
	 HTKY	www.htky365.com	4.10%
◎ 图表编制: 中国电子商务研究中心 ◎ 数据来源: www.100EC.cn			



3.3 2012年度网络零售投诉数据

3.3.5 2012年度十大热点传统品牌电商投诉榜

2012年度十大热点传统品牌电商投诉榜		
品牌	网址	投诉问题
美特斯邦威	banggo.com	产品质量、售后服务
杰克琼斯	jackjones.tmall.com	发货慢、客户服务
TCL	tcldq.tmall.com	产品质量、售后服务
海信电视	hisensetv.tmall.com	节能补贴
卡西欧	casio.tmall.com	虚假促销
森马	semir.tmall.com	不发货、客户服务
罗莱家纺	luolai.tmall.com	虚假发货、售后服务
阿迪达斯	adidas.tmall.com	产品超卖、客户服务
茵奈儿	innet.tmall.com	产品质量、售后服务
李维斯	levischinashop.com	退换货
© 图表编制：中国电子商务研究中心 © 数据来源：www.100EC.cn		

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，美特斯邦威、杰克琼斯、TCL、海信电视、卡西欧、森马、罗莱家纺、阿迪达斯、茵奈儿、李维斯为“2012年度十大热点被投诉传统品牌电商”。

与纯电商网购平台不同，传统品牌电商消费投诉注意集中于产品质量、发货问题、客户服务、虚假促销、退换货为用户投诉的主要问题。

3.4 2012年度网络团购投诉数据

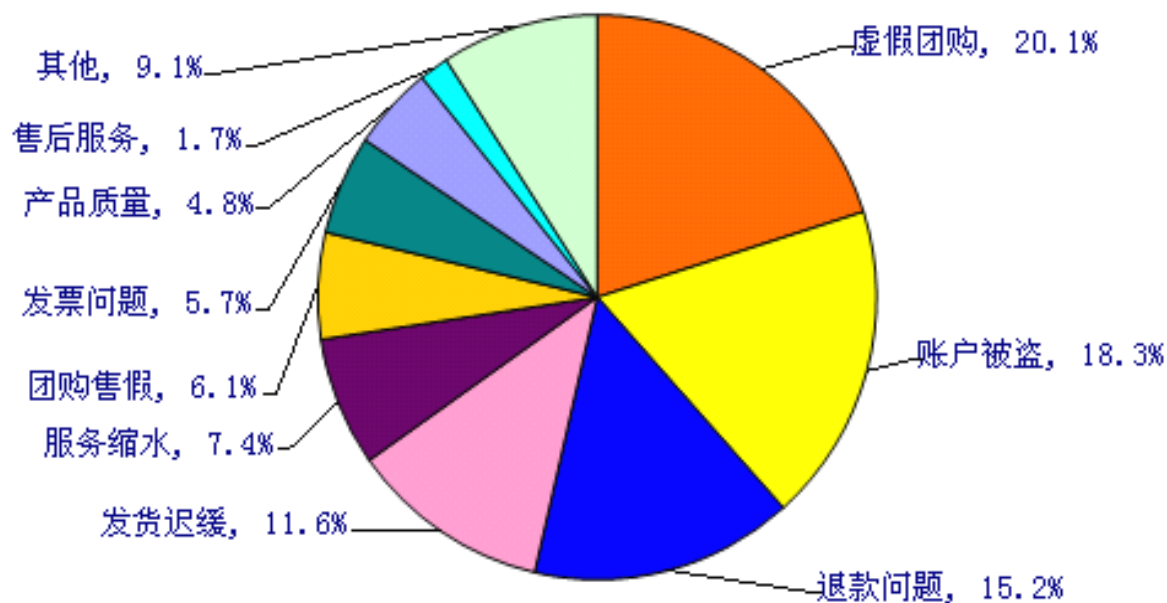
3.4.1 2012年度十大网络团购热点投诉问题



据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，虚假团购、账户被盗、退款问题、发货迟缓、服务缩水、团购售假、发票问题、产品质量、售后服务，成为网络团购的诟病，是网友投诉最多的问题结症。

数据表明：虚假团购、账户被盗以及退款问题较为严峻，广大团购企业与消费者需引起重视。

2012年度十大网络团购热点投诉问题

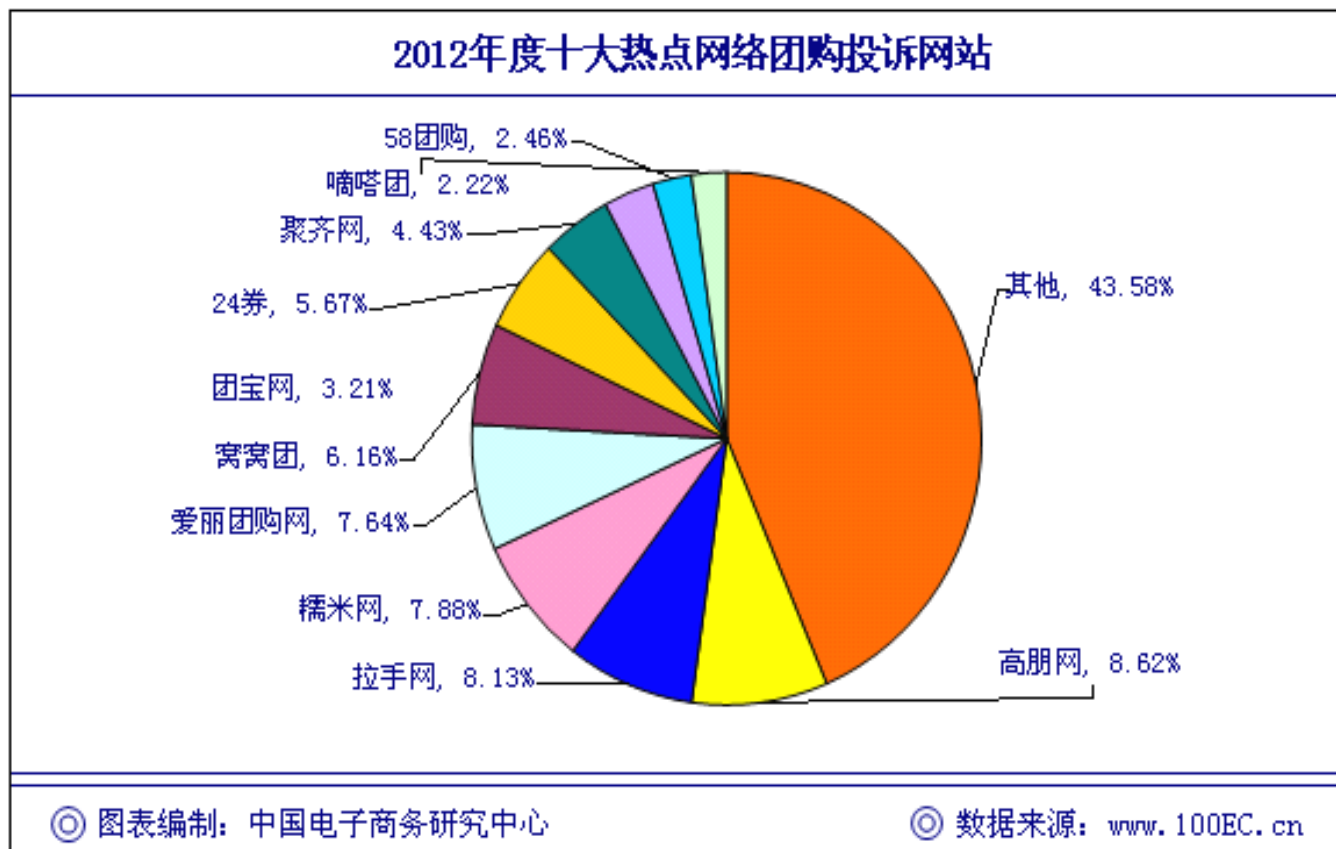


◎ 图表编制：中国电子商务研究中心

◎ 数据来源：www.100EC.cn

3.4 2012年度网络团购投诉数据

3.4.2 2012年度十大热点网络团购投诉网站



据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，2012年度，在全国团购网站投诉占比中，高朋网最高为8.62%，位列第一，随后依次为拉手网8.13%，糯米网7.88%，爱丽团购网7.64%，窝窝团6.16%，24券5.67%，聚齐网4.43%，团宝网3.21%，嘀嗒团2.22%，58团购4.46%。

团购网站经历了行业洗牌，用户体验与售后服务总体有所提高，投诉总量也随之有所下降。

四、盘点篇

4.1 2012年度十大电子商务投诉事件

事件一：互联网信息泄露波及电商行业

2012年，当当网、1号店、亚马逊中国、国美在线、易迅网、库巴网等多家电商网站，先后遭遇“盗号门”，被曝用户账户信息泄露、账户资金被盗用。其中当当网在半年内就遭遇了三次信息被盗事件，1号店网上商城员工与离职、外部人员内外勾结，叫卖用户信息，造成部分客户信息泄露。此外，窝窝团、拉手网、糯米网等多家团购网站也被爆出用户账户资金被盗用。

中国电子商务研究中心助理分析师姚建芳认为：电商企业对用户账户安全的不够重视，再次引起行业的关注，为电商企业安全敲响警钟。个人用户信息安全、财产安全问题再次成为大家关注的焦点，网络信息安全立法的必要性和紧迫性再次凸显。

2012年12月28日第十一届全国人民代表大会常务委员会第三十次会议通过审议通过了《全国人民代表大会常务委员会关于加强网络信息保护的决定》。



4.1 2012年度十大电子商务投诉事件

事件二：网络交易信用评价危机

在网络交易中，一个差评可能引发的严重后果。因为给卖家差评，武汉女大学生收到了一件寿衣，北京买家收到删差评师的短信恐吓，成都女大学生更遭遇连续一个月的电话骚扰，对方甚至致电学校举报她作风不正、从事不正当兼职……另一方面专业给网上卖家差评，以此来敲诈和勒索，迫使卖家屈服，并要求你提供相应的“赔偿”以此来获利的职业差评师也浮出水面，“网上碰瓷”让不少卖家心有余悸。

2012年6月以来，淘宝网频频接到卖家遭遇“恶意差评师”的投诉举报。2012年11月29日，杭州市公安局和淘宝网联合宣布，经过跨省区联手侦查追捕，淘宝网首例“恶意差评师”案的7名犯罪嫌疑人已被抓获，并以涉嫌敲诈勒索罪被逮捕。

职业差评师、职业删差评师，浮出水面，网络生态中最隐秘阴暗的一隅暴露在网民面前。有关调查显示，**64.6%**的人认为当前网购评价体系存在漏洞，让人有空可钻；**50.8%**的人认为网购评价体系单一，导致不法分子集中在此做文章。



4.1 2012年度十大电子商务投诉事件

事件三：奢侈品电商深陷售假风波

2012年一则“奢侈品电商走秀网被指售假，品牌女鞋实为假货”的消息引发了网购一族们的热烈转发和激烈讨论，在各大论坛、微博上，该负面消息已点燃网友对网购奢侈品的不信任感。

消费者高小姐称其在走秀网上购买的一双NewbarK 品牌的女鞋，仅穿一周便出现质量问题，购买的DOLCE & GABBANA(D&G)衬衣“也像地摊货”。随后的真相更令人惊讶，经高小姐辗转向NewbarK 公司求证得知，其在走秀网上所购女鞋根本就是假冒品。

中国电子商务研究中心助理分析师姚建芳认为：现在网络购物渐渐火了起来，奢侈品电商也来势汹汹，但是货源渠道鱼龙混杂、消费者无法辨认真伪等问题也一直成为其发展的硬伤，与此同时，一些山寨商品也在网络上泛滥成灾。对于那些想在网络上购买到奢侈品的网友而言，实在是非常担心，他们如果花了大价钱购买到赝品，内心会非常不舒服。只是，网络购物虽然方便，维权却是非常的困难，这就是一个问题所在。



4.1 2012年度十大电子商务投诉事件

事件四：快递单号信息被大面积泄露

2012年11月，“三通一达”等多家快递公司客户信息遭贩卖。快递单号的信息被大面积泄露，甚至衍生出多个专门交易快递单号信息的网站。这些交易网站显示，被交易的快递单号来自包括申通、圆通、中通及韵达在内的多个快递公司，“淘单114”还写着“单号来源于各地快递员”。此外，一些个人用户缺乏个人信息安全保护意识，随意将载有个人信息的快件包装盒和包装袋丢弃，也是造成快递信息泄露的重要原因。

调查发现，泄露个人信息已成为滋生违法犯罪活动的“温床”，轻则引发非法调查等不法行为，重则导致电信诈骗、金融诈骗、入户盗窃等刑事犯罪，有的甚至成为敲诈勒索、绑架、暴力追债等恶性犯罪的“帮凶”。

从2013年3月1日起，新的《快递市场管理办法》（简称《办法》）正式施行。《办法》对快递业务的收寄、分拣、运输等环节都有明确规定，发生类似的纠纷将按照合同法的相关规定赔偿。



4.1 2012年度十大电子商务投诉事件

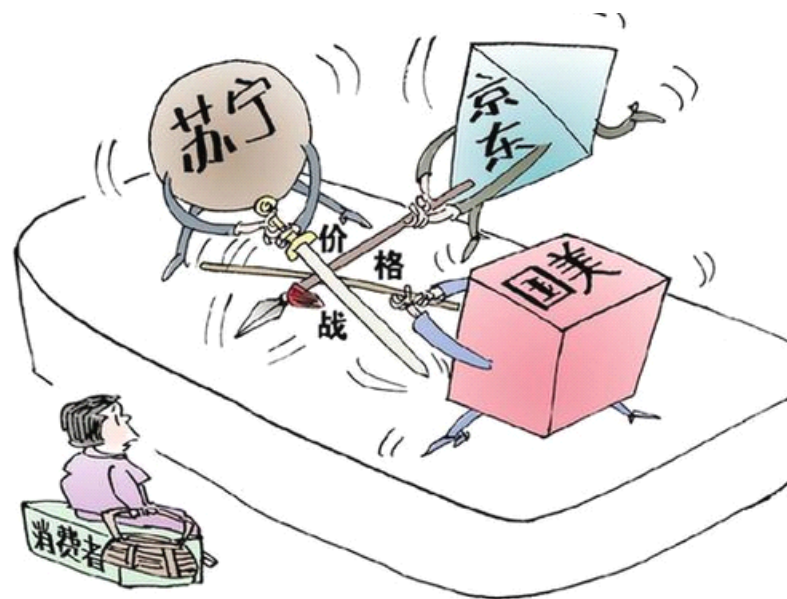
事件五：电商价格大战引发投诉热潮



2012年“电商大战”无疑是最引人注目的关键词之一，据中国电子商务研究中心监测数据显示，**2012年规模性的电商价格战不下10次**。6.18”、“8.15”、“双十一”全年无休的“价格战”在一次次挑逗着消费者的购买欲的同时也不断刷新着电商企业的销售纪录，淘宝和天猫在“双十一”当天的成交额定格在191亿。

然而，价格虚标、下单无货、快递爆仓、系统瘫痪、售后服务等促销乱象业随之出现。据中国电子商务投诉与维权公共服务平台统计监测：价格战当月或之后的一月内用户投诉相对较多，这表明用户投诉在时间上有一定的滞后性，中国电子商务研究中心助理分析师姚建芳指出。

北京市工商局、商务委、电子商务协会召集亚马逊、当当网等44家电商企业，签署了“网络零售业提升客户服务倡议书”。要求电商企业举行大型促销不仅要向工商提请备案，还需有应急处理方案。



4.1 2012年度十大电子商务投诉事件

事件六：网购家电节能补贴问题凸显



2012年6月开始，节能家电补贴政策陆续在全国各地落地，继实体店发放节能补贴后，京东、天猫、库巴等网上商城也先后启动这一政策。消费者在线下实体店购买节能补贴产品，只需提供身份证复印件并填写节能补贴申请单，商家便可立即将补贴返还，而在网上，申请节能补贴的流程则较为复杂。

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测了解，网购家电节能补贴问题主要体现在发票“抬头”不明晰、“节能补贴”流程复杂、证件需快递邮费自掏、款项到账时间长、退款强制消费等。

由中国电子商务研究中心于《杭州日报》共同主办的【网购曝光台】曾针对网购家电节能补贴问题做过报道，详见《[电商成节能补贴投诉重灾区](http://www.100ec.cn/detail--6080182.html)》

<http://www.100ec.cn/detail--6080182.html>





4.1 2012年度十大电子商务投诉事件

事件七：购物返利频现骗局

2012年度十大网络传销案件				
案件名称	告破时间	所在省市	模式	网址
“太平洋直购网”网络传销案	2012年4月	江西省	消费返利、BMC	www.tpy100.com
“我爱我买网”网络传销案	2012年4月	上海市	消费养老	www.525m.com
“斐梵国际”特大网络传销案	2012年5月	山东省	会员开店、发展线下	/
美国稀土投资公司网络传销案	2012年5月	湖南省	认购入股、发展线下	/
“万商网”网络传销案	2012年6月	福建省	消费返利	/
“万家购物”网络传销案	2012年6月	浙江省	消费返利	www.wjgw.com.cn
“返本壹佰”网络传销案	2012年8月	重庆市	消费返利	/
“讯联网”网络传销案	2012年8月	广东省	吸纳会员、收取会费、发展线下	/
“幸福缘”特大网络传销案	2012年9月	四川省	会员返利、发展线下	/
红通网络传销案	2012年10月	江苏省	资本投资、发展线下	/
◎ 图表编制：中国电子商务研究中心			◎ 数据来源：www.100EC.cn	

2012年6月12日，浙江省金华市政府通报，“万家购物”因涉嫌组织、领导传销罪被立案查处。12月18日，南昌市中级人民法院开庭审理“太平洋直购网”涉嫌传销案。与此同时，一些号称“购物返利”的电子商业网站陆续传出企业崩盘和被立案查处的消息。“你消费、我返钱、零成本购物”、“不花钱购物的时代终于来临了！”这是众多购物返利电子商务网站的宣传口号。这些一度被视为成功新型电子商务模式的“购物返利”营销，最终却变异为新型的网络传销行为。

中国电子商务研究中心发现，种种迹象表明：电子商务正成为传销新幌子，并成为重灾区。

4.1 2012年度十大电子商务投诉事件

事件八：快递丢件索取赔偿难

朱姓网友向中国电子商务投诉与维权公共服务平台发来求助称北京的同事于12月25日通过中通快递发了4台IPAD到江西公司，作为年会奖品，快递单号为701034921053。之后得到中通方面快递丢件的回复，由于没有保价，中通最多赔偿1000人民币，双方未达成一致，丢件方表示可能会通过法律途径维权。（详见案例：《中通速递丢件四台IPAD或监守自盗 仅以3000元赔偿了之》
<http://www.100ec.cn/detail--6083481.html>）

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测了解，快递投诉的主要问题集中于延误晚点、服务态度差、快递物品丢失及毁损、投递不到位等。

另据国家邮政局公布的统计数据显示，2012年共受理快递业务有效申诉137351件，占全部有效申诉量的98.3%，比2011年增加87886件，增长177.7%。去年消费者申诉最多的问题仍然是延误、丢失短少、损毁，分别占46%、16%、6%，而去年因丢失、短少的申诉同比增长151.3%。



4.1 2012年度十大电子商务投诉事件

事件九：淘宝网“一元宝贝”陷阱

“品牌运动鞋1元包邮。”“加厚T恤秒杀，一元包邮，只限今天。”“原价426元，参加促销限时打折后成了1.28元”……不少消费者在网购时都收到过这样的促销消息。当你以为抢到了便宜货时，却被卖家告知“价格标错了”、“没货了”，让申请退款。

网购“一元宝贝”暗藏陷阱：1、部分卖家利用超低价虚假销售来虚增销量，造成热销假象，诱使消费者购买；2、部分卖家套取买家真实姓名、地址、手机号码、固定电话、支付宝邮箱、家庭住址或者单位地址等信息。

中国电子商务研究中心助理分析师姚建芳建议：淘宝网需进一步规范商家的经营行为，完善销量排名监督和检索程序，杜绝低价虚假销售，加强消费者个人信息保护。对于广大消费者，应合理评估商品的价值，关注网店评价来判断是否属于虚假销售，莫贪小便宜，有效保护个人信息。



4.1 2012年度十大电子商务投诉事件

事件十：抢票软件滋生陷阱

春运期间，www.12306.cn成为全国最繁忙的网站，一天点击量数以亿计，购票难成为大众问题，“抢票软件”应运而生。

抢票软件分为两种，一种是第三方浏览器推出的免费“抢票版”，如金山猎豹、搜狗、360、火狐Firefox等，但只能帮助用户“找”到车票，能否抢到还要靠人工操作。另一种是付费的“抢票软件”，一些网店推出的付费抢票软件，潜在风险较大。

无论是哪种抢票软件，其中或掺杂着不少病毒软件、钓鱼软件，用户非但买不到票，还可能被骗走票款或泄露银行卡信息，因此一定要谨慎使用。

中国电子商务研究中心助理分析师姚建芳建议：不可轻信陌生下载站中的山寨版“抢票利器”，预防木马偷钱。用户在网购过程中应开启专业安全软件防护，可以全面拦截和查杀火车票木马。





4.1 2012年度十大电子商务投诉事件分析解读

据12315消费投诉中心统计，2012年网络购物投诉占投诉总量的**52.30%**，较上年同期增长**1.86**倍，虚假促销、快递乱象、货不对版、售后服务、信息泄露等问题日益凸显。

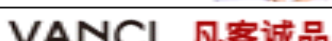
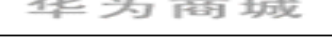
纵观以上十大电商典型投诉事件，中国电子商务研究中心总结以下投诉特点：

- 第一，电子商务诚信危机日益严重。**无论是电商用户信息泄露、快递单号被叫卖、职业差评师以及卖家恐吓，还是奢侈品电商售假，其根源均是电子商务的诚信缺失。
- 第二，电子商务纠纷所涉及的领域越来越广。**目前，电子商务纠纷不仅包括B2B、B2C、C2C等与交易密切相关的纠纷，还包括物流快递等电子商务衍生纠纷。随着电子商务类型的增多，电子商务纠纷所涉及的领域也会越来越广。
- 第三，电子商务纠纷类别越来越复杂。**由于电子商务的虚拟性，其运作涉及到诸多问题，如信息安全、资金安全、货物安全等。一系列复杂的电子商务纠纷，如虚假交易、钓鱼网站等，在技术上以及监管上都对电商企业做出更高的要求。

4.2 2012年度十大网络购物陷阱盘点

2012年度TOP30热点网购投诉网站



2012年度TOP30热点网购投诉网站					
网站名称	投诉热度	企业反馈率	网站名称	投诉热度	企业反馈率
 淘宝网	★★★★☆	0%	 易迅 51buy.com	★★★★☆	80%
 亚马逊 amazon.cn	★★★★	95%	 国美在线 www.gome.com.cn	★★★★	70%
 库巴 COO8	★★★★	60%	 唯品会 vipshop.com	★★★	65%
 VANCL 凡客诚品	★★★	95%	 banggo 邦购	★★	30%
 1号店	★★★★☆	90%	 JIAJIN 佳品网	★★	25%
 FANGXINXIE	★★★	30%	 当当网 dangdang.com	★★★★★	0%
 好乐买 okbuy.com	★★	25%	 聚美优品 JUMEL.COM	★★	90%
 QQ网购 BUY.QQ.COM	★★★★☆	85%	 买特网 360MART.COM	★★★	0%
华为商城	★★★	10%	 Suning.com 苏宁易购	★★★	95%
 聚尚网	★★	65%	 Moonbase 梦芭莎	★★★	65%
 俏物悄语 www.ihush.com	★★★	0%	 为为网	★★	0%
 newegg 新蛋	★★★	95%	 YOUYOU 优购	★★★	15%
 xiu.com 走秀	★★	50%	 移淘	★★★	0%
 上品折扣 SHOPIN	★★	45%	 酒仙网 jiuxian.com	★	95%
© 图表编制：中国电子商务研究中心			© 数据来源：www.100EC.cn		

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，淘宝网/天猫（主要为淘宝集市卖家以及天猫部分品牌卖家）、亚马逊中国、凡客诚品、1号店网上商城、放心鞋网、好乐买、QQ网购、华为商城、聚尚网、俏物悄语、新蛋中国、走秀网、上品折扣网、易迅网、国美在线、唯品会、邦购网、佳品网、当当网、聚美优品、买特网、苏宁易购、梦芭莎、为为网、优购网上鞋城、移淘商城、酒仙网为“2012年度TOP30热点网购投诉网站”（排名不分先后）。



4.2 2012年度十大网络购物陷阱盘点

陷阱一：网络交易隐藏霸王条款

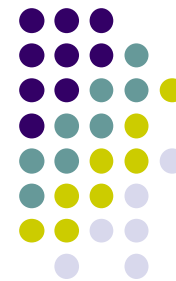
当前大多数商家都要求网购消费者必须经过网上注册，并同意其提前制定的交易协议后方可成为网站会员，否则不具备交易资格。一些商家便在这些网友大多不会仔细阅读的合同中，隐藏了一些对消费者不公平、不合理的规定，以此来减轻甚至免除商家义务。

中国电子商务研究中心助理分析师姚建芳建议：诸如“只换不退”、“单方任意解除合同”等霸王条款，对消费者而言有失公平，法院审理类似案件也不会认定这种合同有效。遭遇类似纠纷，消费者可以直接向消协投诉，也可通过诉讼确认合同条款无效。

陷阱二：货不对板夸大宣传

一些电商企业为增加宣传效果，会选择性地在商品标题或宣传页面中夸大甚至虚构部分产品功效或性能，电商对于商品的描述以及提供的图片展示往往就是绝大部分顾客在选购新产品时最为重要的参考依据，而这些不当描述往往会造成对消费者的误导。

中国电子商务研究中心助理分析师姚建芳建议：在网购非熟识的新产品时，应尽量选择口碑较好、信誉度较高的大型商城平台。下单前，一定要仔细询问细节问题，特别要把网站宣传、介绍产品的广告词复制到聊天内容，以此来固定证据。切记不能只注重商家标注的红字及粗体字简介。



4.2 2012年度十大网络购物陷阱盘点

陷阱三：双重标价存在误导

许多电商企业除在销售页面设置商品售价外，大多还会另行标注一个“昂贵”的“原价”或“市场价”，在无形中或多或少地激发网购者的消费欲望。但这些所谓的“参考价”常常是电商自己“拍脑袋”想出来的，往往虚高或缺乏实际的依据。

中国电子商务研究中心助理分析师姚建芳建议：网购不要简单听信电商企业单方面给出的“市场价”，而是应该结合商品评论、实体商城、品牌官网以及“淘宝”等其他电商平台的同款或同类商品进行综合考量。此外，消费者在进行网络消费时需注意保持理性的消费心态，按自身和家庭的实际需求适度购物，避免因“人造差价”或“贪便宜”而购入计划外的无用商品。

陷阱四：有特价无库存

部分电商在举行特惠活动或出售特惠商品吸引人气时往往存在“超卖”现象，事后常以“供应商缺货”或“销量上升太快，库存预警未能跟上”等理由单方面取消订单，使消费者购物最终无法如愿。

中国电子商务研究中心助理分析师姚建芳建议：促销期间，订单量骤增，电商企业需在管理和用户体验上完善服务，一旦库存紧张时需及时在商品页面有所提示，及时关闭销售已空的商品。切勿以促销为噱头吸引流量，而以没有库存为由随意取消用户已生成订单。此外，消费者需保留下单页面截图，一旦发生订单被单方面取消的情况，要及时发起维权。



4.2 2012年度十大网络购物陷阱盘点

陷阱五：小商品反而很昂贵

部分电商企业在定价时往往会将热门数码、大型家电等用户价格敏感度高、比价意识强的商品拿来打价格战，但在对待厨具、玩具以及汽车配饰等小商品时却少有折扣，部分小商品的“促销价”，有时甚至高于实体商铺的普通零售价。

中国电子商务研究中心助理分析师姚建芳建议：网购非热门商品，特别是一次性购入多件小商品时最好稍微多浏览几个同类型电商网站或使用比较购物软件，例如一淘网、比购宝等进行比价。虽说差价不一定很大，但几次积少成多，或许也能省下一笔不小的数目。

陷阱六：入驻商铺不保真

近两年，多家排名靠前的电商网站被爆出存在销售假货的问题。如今许多大型电商平台除自身推广销售的同时还会附带有部分品牌或商户自营的“入驻商户平台”，但电商审核入驻店铺时只按入库流程进行经营资质的审核，而自营商户所出售的商品是否为正品或商户是否具有品牌授权则多数不会进行验证。

中国电子商务研究中心助理分析师姚建芳建议：网购不能因为信赖网站而忽视了对入驻商家的警惕及理性判断，对于一些品牌产品白菜价促销的“诱惑”，消费者还需保持理性，对于商品的资质认证需提前向商家索要，此外，购物发票切忌不可忘记。同时对于商品的售后服务也须提前咨询是否有联保。



4.2 2012年度十大网络购物陷阱盘点

陷阱七：电子票券暗藏玄机

部分“看上去很美”的电子优惠券也经常暗藏“玄机”，不是在使用时被限制使用范围，就是可抵值的商品价格虚高，不仅不一定能为消费者带来实惠，反而会诱使消费者为“凑数”而买进不必要的商品。

中国电子商务研究中心助理分析师姚建芳建议：面对琳琅满目的电子票券，需谨记理性消费。此外，提前了解电子优惠券在消费金额、产品类别、消费时限、使用限制等方面的限制条件。计算价格水分，以免被虚高的价格所欺骗。还需考虑优惠券的实用性，千万不要觉得浪费而盲目购物。

陷阱八：虚假评价吸引消费

“排行榜”、“热卖推荐”等都是电商常用的首页或邮件营销方式，但部分排行榜及推荐商品可能并非是按照实际销售情况进行编排的，而为了挑起顾客的购买欲，许多推荐商品或“热卖商品”中的评价或销售数量也可能是虚构的。虚假评论和销量常常会误导消费者。

中国电子商务研究中心助理分析师姚建芳建议：网购应保持理性按需购买，对评论多留些心眼。当发现评价只是给予好评而不留言或留言属于对任何产品都适用的空话或套话时，就应多掂量掂量评论的可信度。



4.2 2012年度十大网络购物陷阱盘点

陷阱九：家电产品比价不易

随着不同电商企业以及线上、线下销售平台间的价格战升级，电商们纷纷开始在网上销售起了各自不同型号的“特供”家电，这些分化后的家电型号既不同于网络对手又不同于实体商铺，因此，“货比三家”也因此成了空话，消费者很难把握商品的实际价格。

中国电子商务研究中心助理分析师姚建芳建议：虽说各电商网站及线上、线下的家电型号不尽相同，但消费者在选购比较时 并不用太过在意具体型号。一般来说，只要家电的品牌、主要功能及外观基本相同，仅在型号方面出现数字或字母上的细微差异，那就基本可以把这两款放在一起比较。

陷阱十：数码产品可能被翻新

随着消费习惯的改变，在网上商城购买数码产品也逐渐成为一种常态化的消费趋势。虽说几乎所有的电商网站都打着“正品保障”的旗号承诺所售商品的质量，但消费者在享受网上购物带来的方便与实惠时，仍可能面对遭遇“翻新机”的尴尬。

中国电子商务研究中心助理分析师姚建芳建议：网购数码产品时除了尽量选择拥有良好售后保障的大型电商外，自己也要掌握一些分辨翻新机的技巧与方法。比如在签收时应特别注意观察所购数码产品是否存在缝隙较为明显或外壳漆面存在小颗粒的现象。此外，及时通过官方渠道查询产品的序列号和激活时间等也是十分有效的判断手法。

4.3 2012年度网络团购陷阱盘点

2012年度TOP20热点团购投诉网站



2012年度TOP20热点团购投诉网站					
网站名称	投诉热度	企业反馈率	网站名称	投诉热度	企业反馈率
 高朋 GaoPeng.com	★★★★☆	0%	 拉手网 Lashou.com	★★★★☆	90%
 爱丽团购 TUAN.27.CN	★★★★	0%	 窝窝团 精挑细选 55tuan.com	★★★★☆	85%
 58.com	★★★	0%	 嘀嗒团 专注精品团购 didatan.com	★★★	15%
 GROUPON.CN 团宝网	★★★	0%	 大众点评 dianping.com	★★	70%
 LiKE团	★★☆	0%	 24券	★★★★☆	0%
 QQ团购 gaopeng.qq.com	★★	50%	 米奇网 MIQI.CN	★	30%
 美团 meituan.com	★	95%	 千品网 qianpin.com	★	85%
 一起呀 YIQIYA.COM	★★☆	0%	 聚齐 juqi.com 每天聚齐 共享优惠	★★★	0%
 秀团 中国最大精品团购网	★★	20%	 糯米 nuomi.com 本地精品生活指南	★★★★	95%
 满座网 manzuo.com	★★	35%	 爽团 2013 每天团购最便宜 ShuangTuan.com	★★	0%
◎ 图表编制：中国电子商务研究中心			◎ 数据来源：www.100EC.cn		

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，高朋网、爱丽团购网、58团购、LiKE团、QQ团购、美团网、一起呀、秀团网、满座网、拉手网、窝窝团、嘀嗒团、大众点评网、24券、米奇网、千品网、聚齐网、糯米网、爽团网为“2012年度TOP20热点团购投诉网站”。



4.3 2012年度网络团购陷阱盘点

陷阱一：信息泄露，账户被盗

2012年，互联网信息泄露严重，其中团购网站也深陷泄密风波。据中国电子商务投诉与维权公共服务平台了解，窝窝团、拉手网、糯米网、F团等国内大型团购网站用户账户被盗情况较为严峻，用户反馈在网站中未消费的资金被盗用。

中国电子商务研究中心助理分析师姚建芳建议：保障用户信息安全是购物网站的责任与义务，加大技术投入、加强内部监管，做好安全工作刻不容缓。此外，广大团购用户应提高安全意识，不要使用简单的密码，并经常更换密码，切勿在电子账户中存入过多的资金。

陷阱二：团购发票，一票难求

团购发票索取难问题主要出现在餐饮团购中，餐饮团购优惠折扣较大，而团购网站并不提供发票，所以消费者只能到商家索取发票，但商家大多以团购价格太低，接近成本价为由，拒绝提供发票。团购不开发票俨然成了团购市场的“潜规则”。

中国电子商务研究中心助理分析师姚建芳建议：购物索取发票是消费者的权益，如消费后商家拒开发票，消费者可向团购网站反映，要求其与商家沟通。



4.3 2012年度网络团购陷阱盘点

陷阱三：过期退款，不能体现

2012年3月12日国家工商管理总局发布了《关于加强网络团购经营活动管理的意见》，明确团购网站经营者以预收款方式销售团购商品或服务，不得设定过期未消费预付款不退或者限定款项只能退回网站账户等规定。然而在实际操作中，不少团购产品的退款服务依旧有种种限制，不少类别的团购产品更是直言不支持退款。

中国电子商务研究中心助理分析师姚建芳建议：团购网站应严格按照国家政策经营，切莫打擦边球，损害了消费者利益，影响网站的信誉形象。此外，相关部门需尽快出台实施细则，并设置相应的处罚，严格监控市场行为。

陷阱四：低价团购，陷阱重重

由于团购人数多、金额大，获利丰厚，虚假团购网站成为了骗子们最青睐的钓鱼手段之一。不少消费者反映参加团购活动后迟迟未收到商品，或是团购网站再也无法打开。据中国电子商务投诉与维权平台统计，科迪团购、济南拉手网、爱丽团购网、团乐购、品质团、天天购团购网等团购网站均有欺诈嫌疑。

中国电子商务研究中心助理分析师姚建芳建议：消费者在选择团购网站时，一定要仔细查看网站版权信息与ICP备案，查实是否是正规网站。此外，为了以防万一，消费者提团购前可电商联系商家确认。



4.3 2012年度网络团购陷阱盘点

陷阱五：商品团购，发货迟缓

团购由于方面实惠，受到很多消费者的青睐，除了生活服务类团购，商品团购也是团购的重要部分。然而很多团购用户反映，团购的商品迟迟不到货。消费者陶先生称在58团购网购买冰丝汽车坐垫9件套，但是过了一个星期也不见发货。

中国电子商务研究中心助理分析师姚建芳建议：与网购类网站一样，团购网站也应当在用户下单、支付、物流配送、售后服务等购物流程上做足功课，确保用户购物体验。由于团购商品很多由商家发货，因此团购网站需帮助用户催促发货。

陷阱六：餐饮团购，消费限制多

不少商家以团购价格低为由，降低了服务水平。限制消费时间是最常用的手段，有些餐饮酒店限定团购券只有午餐和夜宵时间可用、节假日团购券失效、不兑现、不找零、不与店内其他优惠同时享用、不提供发票、必须提前预约、仅限大厅堂食、不打包等各类注意事项层出不穷。

中国电子商务研究中心助理分析师姚建芳建议：消费者团购时要注意细节，提前预约，务必看清团购条款，事先了解商家的资质、信誉，并仔细核对团购餐饮的分量、规格，特别是使用限制，以免引起不必要的纠纷。



4.3 2012年度网络团购陷阱盘点

陷阱七：加油卡团购 陷阱重重

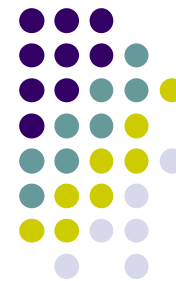
不到9折就能购得一张中石化的加油卡？一些团购用户反映在团购网站上以8.97折的价格购得中石化的充值加油卡，本以为捡了个便宜，谁料却发现这家网站不仅客服电话无人接听，连卡也不见任何踪影，甚至连支付款项后的团购凭证都没有。

中国电子商务研究中心助理分析师姚建芳建议：在中国石化的官方网站上的公告说明：中国石化未与任何网站合作团购，也未授权系统外单位销售加油卡，中国石化自有收卡充值网点是加油卡销售唯一正规渠道。因此，消费者切莫相信任何加油卡团购活动。

陷阱八：资金链断裂，拖欠商家货款

2012年团购行业洗牌加剧，一些团购网站由于经营不善，造成资金链断裂，拖欠商家货款，一些商家多次找团购网索要货款无果后，只好转嫁风险来减少损失，不再接受消费者使用的团购券，最后损失由消费者来买单。据了解，24券，团宝网由于拖欠货款问题，商家投诉较多。

中国电子商务研究中心助理分析师姚建芳建议：商家或可通过只将小部分货款支付给团购网的“小额团购”模式与团购网站合作。或者在团购网上采取定金模式，消费者花几元钱买到消费券之后，只是买到一个参与团购的权利，剩余的款项到进店消费时再跟商家结算。以此降低商家和消费者的风险。



五、分析篇

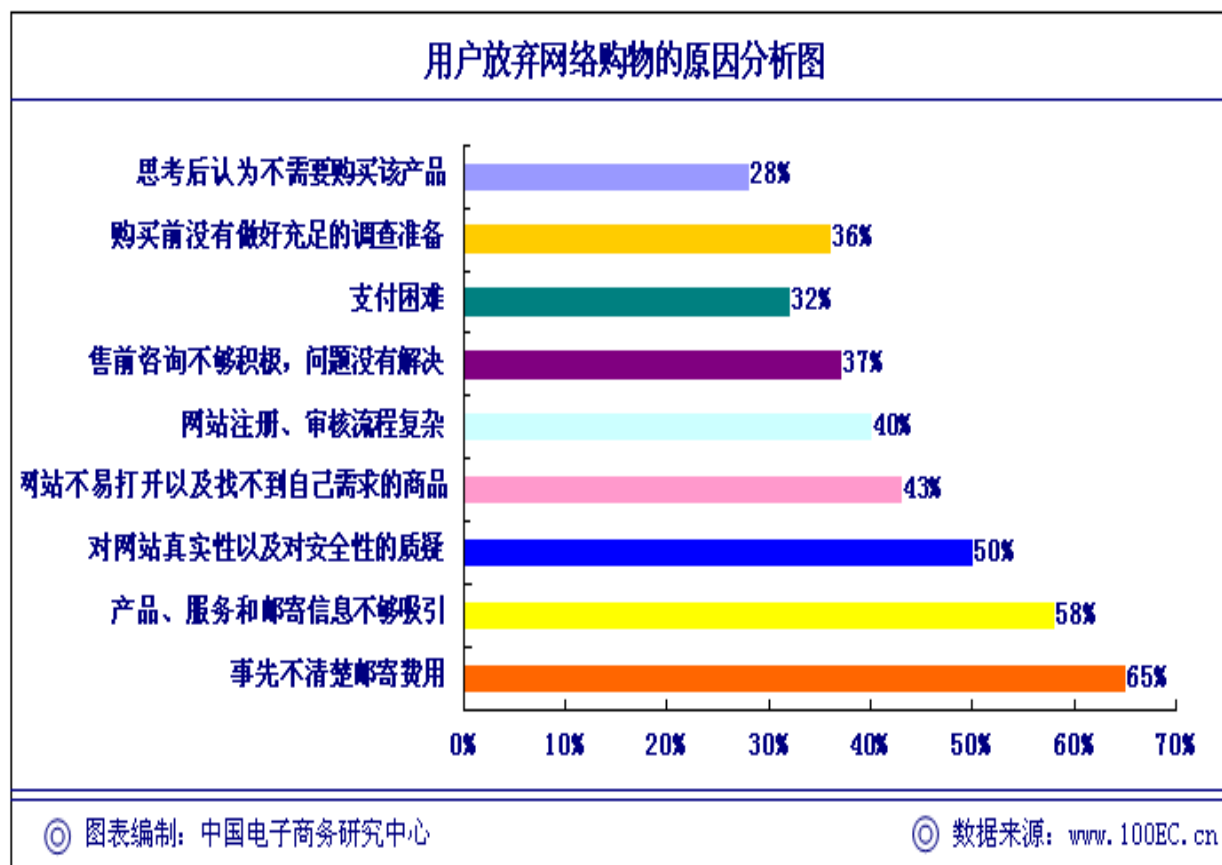
5.1 2012年度电子商务投诉特征

- **特征一：电商促销价格战催生投诉高潮。**据中国电子商务投诉与维权公共服务平台统计：电商遇节促销以及频繁发起的价格战，使用户购物体验大打折扣，促销期间及之后半个月内存往用户投诉较多。
- **特征二：服务依旧为用户投诉热点问题。**用户在购物过程中遇到的支付不畅、发货迟缓、退换货难、售后服务不到位等细节是用户投诉的热点问题。
- **特征三：网购家电节能补贴成为新的投诉热点。**新一轮的家电节能补贴政策陆续在全国各地落地，电商也先后启动这一政策。然而，在实际操作中，网购家电节能补贴限制多、时间长、兑现难。
- **特征四：账户安全成为新的网购隐患。**互联网信息泄露在已经波及到电商行业，无论是网络购物企业还是网络团购企业，都不同程度出现账户被盗或是用户信息泄露事件。
- **特征五：钓鱼网站、欺诈类网站是头号网购安全杀手。**据中国电子商务投诉与维权公共服务平台统计，网络钓鱼投诉占热点投诉问题比例约为6.3%，主要出现在购买机票、充值点卡等虚拟商品中。

5.2 电子商务企业用户购物需求

另据中国电子商务研究中心面向中心**1000**位个人网购会员发起的专项调研统计：**76%**的网购用户购物时都需要帮助。

如图所示：放弃网购的关键原因，**65%**的消费者认为是事先不清楚邮寄费用；**58%**的消费者认为产品、服务和邮寄信息不够吸引；**50%**的消费者在网站真实性以及对安全性的质疑；**43%**的消费者认为网站不易打开以及找不到自己需求的商品；**40%**的消费者认为网站注册、审核流程复杂；**37%**的消费者表示售前咨询不够积极、问题没有解决；**32%**的消费者表示支付困难；**36%**的消费者认为购买前没有做好充足的调查准备；**28%**的消费者思考后认为不需要购买该产品。

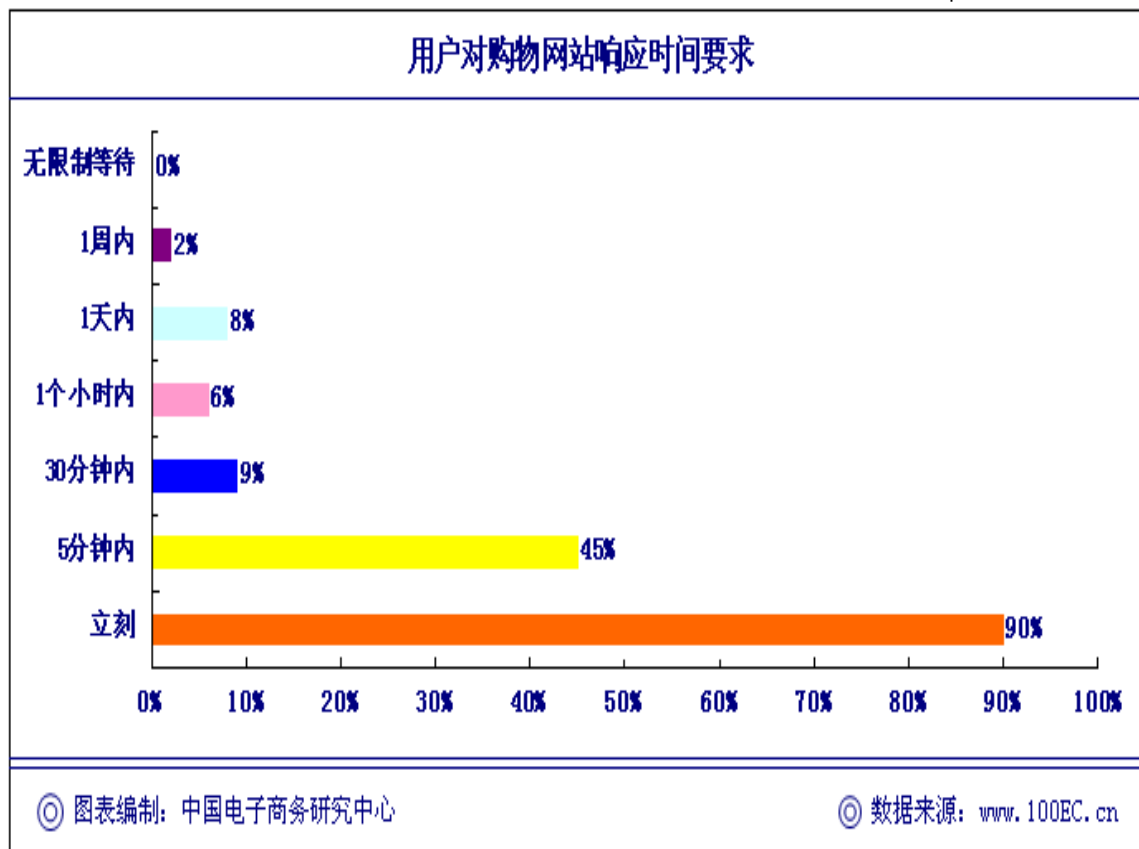


5.2 电子商务企业用户购物需求



如图所示：**90%**的用户希望能**立刻**得到网站的响应；**45%**的用户希望在**5分钟内**得到网站的响应；**9%**的用户希望在**30分钟内**得到网站的响应；**6%**的用户希望在**1个小时内**得到网站的响应；**8%**的用户希望在**1天内**得到网站的响应；**2%**的用户希望在**1周内**得到网站的响应，没有用户愿意**无限制**等待网站的响应。

我们可以清晰的看到在多数情况下，消费者对网站的等待响应时间是比较苛刻的。因此，要想留住用户，购物网站必须提高服务时效性，快速响应用户问题反馈。

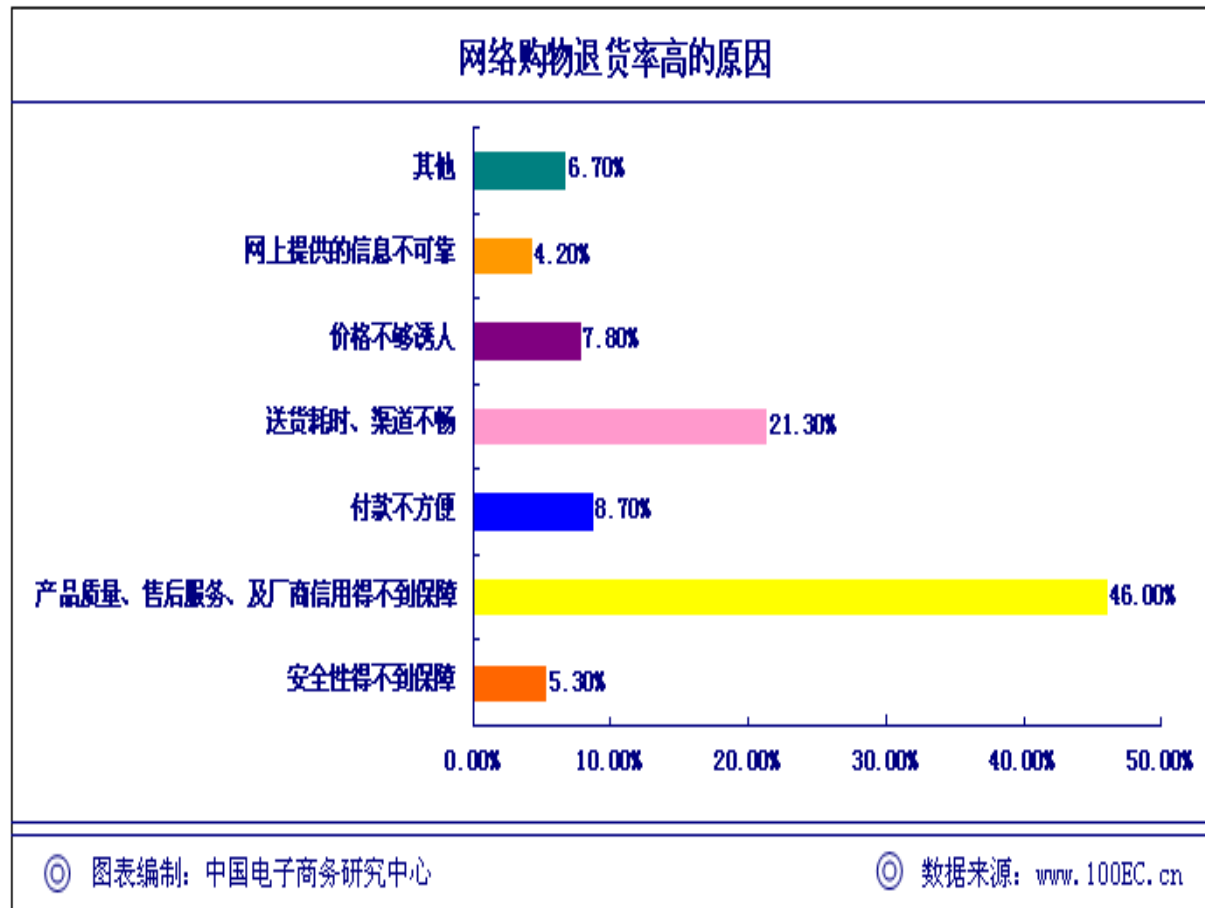


5.2 电子商务企业用户购物需求



如图所示：在用户网络购物退货原因调查中，**5.30%**的用户认为网购安全性得不到保障；**46.00%**的用户认为网购产品质量、售后服务、厂商信用得不到保障；**8.70%**的用户认为付款不方便；**21.30%**的用户认为送货耗时、渠道不畅；**7.80%**的用户认为价格不够诱人；**4.20%**的用户认为网上提供的信息不可靠；**6.70%**的用户认为是其他原因。

数据显示：产品质量、售后服务以及厂商信用是用户网购最担忧的问题。此外，物流配送的问题也较为严重。





5.3 部分电子商务监管、维权相关法律法规

一、《网络商品交易及服务监管条例》

该条例由国家工商总局牵头发起并组织制定，已明确列入2012年度国务院“二类立法”计划，系我国目前针对电子商务交易监管层面的首次立法，并邀请专业第三方电子商务研究机构中国电子商务研究中心全程参与立法调研、条例撰写。

其覆盖范围涵盖整个电子商务各项交易流程和参与主体因此意义重大，不仅关系到广大网络消费者，而且涉及到网络经营者、服务提供者、交易平台等市场主体的切身利益。

该《条例》是第一部针对国内电子商务实物与服务监管领域的全面立法，有别于过去只针对某一领域的局部立法条例。《条例》将侧重于有商品和服务交易的互联网业态，包括网购、团购、网上支付以及大宗商品交易等，主要对象包括企业和网络交易用户两大群体。

》》详见：《条例》立法调研网站：<http://www.100ec.cn/zt/wllf/>



5.3 电子商务监管、维权相关法律法规

二、《全国人大常委会关于加强网络信息保护的決定》

当前，随意收集、擅自使用、非法泄露甚至倒卖公民个人电子信息，网络诈骗、诽谤等违法犯罪活动大量发生，严重损害公民、法人和其他组织的合法权益。

12月28日，第十一届全国人大常委会第三十次会议审议通过了《全国人大常委会关于加强网络信息保护的決定》(以下简称《決定》)。《決定》为电子商务行业确立了有限度使用个人信息的原则，国家保护能够识别公民个人身份和涉及公民个人隐私的电子信息。同时，草案还对个人信息收集者的义务作了多项规定，这是有利于保护公民权益的。

三、《网络零售管理条例》

商务部在电商立法方面一直保持关注和积极尝试，其中较为系统和具有代表性的立法当属从2011年开始启动的《网络零售管理条例》，以此明确网络零售市场各参与主体的权利和义务，形成第三方网络零售交易平台的市场进入和退出机制，明确相关部门的管理职责。

此外，商务部还将研究制定《第三方网络交易平台管理办法》、《关于保护网上商业数据的指导办法》、《网上交易小额争端解决办法》等一系列规章。



5.3 部分电子商务监管、维权相关法律法规

四、《网络发票管理办法》

2012年7月国家税务总局拟定了《网络发票管理办法》征求意见稿。明确单位和个人取得网络发票，应及时查询验证网络发票信息的真实性，对不符合规定的网络发票，不得作为财务报销凭证，任何单位和个人有权拒收。开具发票的单位和个人开具网络发票应登录网络发票管理系统，如实完整填写发票的相关内容及相关数据，确认保存后打印发票，经系统自动保存数据后即完成发票信息的确认、查验。

网络发票管理系统应具备离线开具发票的应急功能，当出现网络异常情况无法在线开具发票时，纳税人可离线开具发票，开具发票后，不得改动开票数据，并于24小时内上传开票信息。

五、《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》

国家工商行政管理总局令第49号：《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》，简称《办法》，对网络团购经营者资质审核、团购活动的购货凭证或者服务单据提供、信息安全保护、售后服务制度、消费纠纷处理制度等作出明确规定。

随后出台的《关于加强网络团购经营活动管理的意见》，则明确指出团购网站经营者以预收款方式销售团购商品或服务，不得设定过期未消费预付款不退或者限定款项只能退回网站账户等限制。

5.3 部分电子商务监管、维权相关法律法规



六、《快递市场管理办法》

《快递市场管理办法》于2013年3月1日起正式施行，《办法》对违反各项服务规定的行为制定了具体的惩罚标准，经营快递业务的企业违反快递服务标准，严重损害用户利益，由邮政管理部门责令改正，将处**5000元以上30000元以下的**罚款。

《办法》规定，快递从业人员不得扣留、倒卖、盗窃快件和违法提供从事快递服务过程中知悉的用户信息；违反规定的依法没收违法所得，对直接责任人员处**5000元以上10000元以下的**罚款；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

《办法》规定企业在分拣时，应当按照快件的种类、时限分别处理、分区作业，并及时录入处理信息，上传网络，不得野蛮分拣，严禁抛扔、踩踏或者以其他方式造成快件损毁。违反规定的，由邮政管理部门处**10000元**罚款；情节严重的，处**10000元以上30000元以下的**罚款。

六、报告附录

6.1 电子商务消费纠纷自助维权联系一览表

中国电子商务 消费纠纷自助维权联系一览表

中国电子商务研究中心提醒：
当您遇到涉及电子商务消费纠纷、售后服务、法律
侵权等事宜时，建议您先通过以下方式联系沟通

网络购物类 综合类

 淘宝网 TEL: 0571-88158198 http://www.taobao.com	 京东商城 TEL: 400-606-5500 E-mail: service@360buy.com http://www.360buy.com	 苏宁易购 TEL: 4008198198 http://www.suning.com	 当当网 TEL: 400-711-6699 http://www.dangdang.com
 亚马逊中国 TEL: 400-810-5666 http://www.amazon.cn	 一号店 TEL: 400-007-1111 E-mail: CS@yihaodian.com http://www.yihaodian.com	 QQ网购 TEL: 400-700-0808 http://www.Buy.qq.com	 天猫 TEL: 4008-608-608 http://www.tmall.com

》》图表下载<http://www.100ec.cn/zt/315/>

六、报告附录

6.2 关于我们



- 中国电子商务研究中心（www.100EC.cn），是我国最早创办、也是目前唯一一家以研究、传播与服务电子商务的第三方行业专业研究机构。
- 中心发布的电子商务报告屡获包括国家统计局、商务部、工信部、发改委国新办在内的多部委引用和认可，并引起党中央、国务院数次高度重视与批示。
- 通过多年积累，目前中国电子商务研究中心不仅拥有“权威的机构品牌资源”和“专业的研究分析资源”，还整合了“广泛的社会传播资源”、“精准的百万用户资源”、“庞大的中高端人脉资源”（建立了涵盖近5000企业的“中国电子商务中高层人脉数据库”），以及近500家、1000名记者的关注电子商务的中国电子商务媒体记者公共服务平台等全国范围内的行业资源。
- 中心现有各类全职工作人员近30人，拥有100余位兼职国内知名专业分析师、特约国内最权威电商研究专家、院校专家教授、知名企业CEO、顶尖实战专家，并与包括中国社科院在内的数十家高等院校、科研机构、行业协会与咨询机构等达成各类合作伙伴关系。



八、报告附录

6.2 关于我们

- 平均每天有**80至100万人/次**（PV），访问我们的电商门户网站（100EC.CN）
- 平均每年有**5,000 余家**海内外媒体，超过**10万 篇**新闻报道中引用我们的数据、报告、分析、榜单等，是媒体曝光度最高的电商信息服务机构
- 从中央到地方，超过**20家** 各级政府机构与我们结为合作伙伴
- 超过**50家** 公司在海内外上市及投融资时使用了我们的数据和分析
- 平均每年，超过**1万人**参加我们主办或协办的各类电商论坛、沙龙活动，覆盖人群规模**超百万**
- 国内**上百家**券商/投行/机构在投资研究中参考我们的数据和信息
- 有超过**1000多家**电商、**10000多家**中小企业、网商依靠我们的信息、服务和解决方案不同程度提升了他们的经营业绩。

.....

六、报告附录

6.2 关于我们



六、报告附录

6.2 关于我们



中心面向“电子商务链”环节的**B2C、B2B**、团购网、移动电商、服务商和网商等企业，以及各有关政府部门等核心用户群体，推出基于电商产业链的专业化解决方案，推动了我国电子商务产业的长期、蓬勃发展。

六、报告附录

6.2 关于我们





六、报告附录

6.3 研究报告

中国电子商务研究中心 研究报告

◎报告特色：专业性、科学性、权威性、中立性、前瞻性.....

◎报告用途：投资/创业、并购/IPO、市场调查、汇报引用、数据分析、课题研究、项目申报、竞争者情报、品牌提升、战略咨询.....

部分电商报告

1.1 电子商务领域：

1.1.1 《2011-2012年度全球电子商务研究报告》

1.1.2 《2011-2012年度中国行业电子商务网站调研报告》

1.1.3 《2011-2012年度中国B2B行业网站运营实战报告》

.....

1.2 企业电商领域：

1.2.1 《2011-2012年度中国中小企业电子商务应用调研报告》

1.2.2 《2011-2012年度中国中小企业移动电子商务调研报告》

1.2.3 《2011-2012年度中国中小企业电子商务搜索调研报告》

.....

1.3 网络零售领域：

1.3.1 《2011-2012年度中国电子商务用户体验调研报告》

1.3.2 《2011-2012年度中国网络零售市场调研报告》

1.3.3 《2011-2012年度中国数字商品电子商务调研报告》



六、报告附录

6.3 研究报告

1.3 网络零售领域:

1.3.1 《2011-2012年度中国电子商务用户体验调研报告》

1.3.2 《2011-2012年度中国网络零售市场调研报告》

1.3.3 《2011-2012年度中国数字商品电子商务调研报告》

.....

1.4 行业电商领域:

1.4.1 《2011-2012年度中国服装行业电子商务调研报告》

1.4.2 《2011-2012年度中国茶叶行业电子商务调研报告》

1.4.3 《2011-2012年度中国化妆品行业电子商务调研报告》

.....

1.5 金融投资领域:

1.5.1 《2011-2012年度中国电子商务市场投融资调研报告》

1.5.2 《2011-2012年度中国第三方支付行业调研报告》

1.5.3 《2011-2012年度中国创业型电子商务项目投资评估报告》

.....

1.6 O2O领域:

1.6.1 《2011-2012年度中国O2O市场调研报告》

1.6.2 《2011-2012年度中国网络团购市场调查报告》

1.6.3 《2011-2012年度中国在线旅游市场调研报告》



六、报告附录

6.3 研究报告

1.7 新媒体营销领域:

1.7.1 《全球社会化媒体营销行业研究报告》

1.7.2 《2011-2012年度中国中小企业网络营销调研报告》

1.7.3 《2011-2012年度中国中小企业网络营销实战报告》

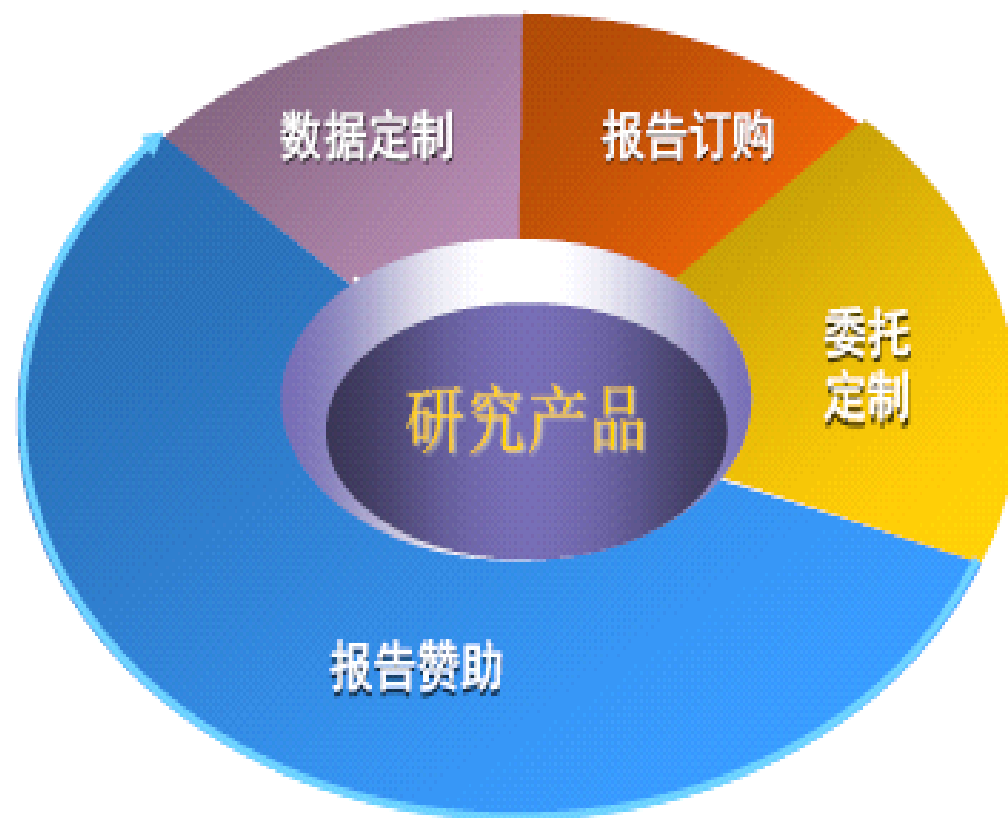
1.8 免费下载报告

- 《2011年度义乌市网络经济发展调研报告（简版）》
- 《2011年度中国B2C电子商务市场调查报告》
- 《2011年度中国网络团购市场调查报告》
- 《全球社会化媒体营销行业研究报告》
- 《2012年Q1中国网络零售市场数据监测报告》
- 《2012年Q1中国电子商务融资市场监测报告》
- 《2012年Q1中国B2B电子商务市场数据监测报告》
- 《2012年Q1中国网络团购市场数据监测报告》
- 《2012年Q1中国电子商务用户体验与投诉监测报告》
- 《2011年度中国电子商务市场投融资调研报告》
- 《2011年度中国电子商务市场数据监测报告》
- 《2011年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告》
- 《2011年（上）中国电子商务市场数据监测报告》

报告下载地址: www.100ec.cn/zt/2010bgdz/

六、报告附录

6.3 研究报告



六、报告附录

6.4 相关频道

中国电子商务投诉与维权公共服务平台（www.100ec.cn/zt/315/）致力于为广大电子商务用户解决购物纠纷，帮助广大电子商务企业提升用户购物体验与售后服务，是全国电子商务用户信赖的第三方购物维权服务平台。

平台每天接到全国各地电子商务用户通过在线递交、电话、邮件、即时通讯等多种形式的投诉反馈数百起，包括B2B网络贸易、移动电子商务、网络购物、网络团购等，全年累计受理近**100000**起各类投诉纠纷。

同时，该平台关注订单取消、退换货纠纷、售后服务、节能补贴、账户安全等电子商务领域的热点投诉问题，实时发出购物预警，为广大电商用户保驾护航。

The screenshot shows the homepage of the China E-commerce Complaint and Consumer Rights Protection Public Service Platform. The header features the platform's name in large characters and a navigation bar with links to Home, Exposure Platform, Complaint Mechanism, Maintenance Methods, and a Download Center. A prominent banner on the left lists various consumer rights issues and provides contact information for the China E-commerce Research Center. The main content area is titled 'Hot Spot Tracking: User Feedback on a Near 10,000 Yuan Theft Case, Website Responds with Full Compensation' and lists numerous consumer complaints and their resolutions, such as delayed deliveries, product quality issues, and refund problems.

立“诚信”为本，曝“陋习”为督

中国电子商务投诉与维权公共服务平台

15

首页 曝光台 投诉机制 维权方式 下载维权表

【电商信息图】消费纠纷自助维权联系一览表

中国电子商务消费纠纷自助维权联系一览表

中国电子商务研究中心提醒：
当您遇到涉及电子商务消费纠纷、售后服务、法律侵权等有关事项时，建议您先通过以下方式联系沟通。

投诉情况

被投诉企业名称：网络购物有限公司

投诉事实：在平台上买游戏里的元宝充值了200元，对方又要让充值1200元开启易，说冲1200元就无法交易，想拿会我的200元也要再充值1200元，这就是骗钱的手法，想把这样的网站曝光和取缔

投诉

热点追踪：用户反馈窝窝团近一万元被盗用 网站回复全额赔偿

- 网购1号店食品配送出问题 退款迟迟不
- 网购9件商品只剩2件 用户质疑凡客诚
- 中通邮寄羽绒服丢失 赔偿按邮费的五倍
- 网购UEEK中国官网商品 退款一直未
- 聚美优品三周年大促现账户安全问题 网
- 网购手机出现故障 国美在线退货遥遥无
- 团购沙龙美发套餐过期 高朋网不予处理
- 网友窝窝团账户被盗 窝窝团反面协助解
- 1号店退款引质疑 商品不倒库无法退款
- 网购库巴网冰箱 发票和订单不一致
- 亚马逊中国取消用户订单 因商品不在配
- 好乐买网站显示退款已成功 用户迟迟未
- 网友爆料肌网销售虚假产品 使用后出现
- UEEK中国被爆拒发货 申请退款多日
- 团购电影票因标识不清引消费问题 美团
- 团购婚纱写真套餐 拉手网退款逾年不退
- 网购家由发重抬斗不符 国华称无法办
- 家电节能补贴发票错误 苏宁易购称已解
- 网购兰芝化妆品 UEEK半个月未发货
- 网友曝淘宝受理其投诉拖延不处理
- 亚马逊中国私自取消订单引质疑 用户称
- 团宝网团购帐号充G币 久不用被封号
- 网购智凯运动品牌专营店鞋子遇严重质量
- 网购龙问通信资费卡 资费卡资费缩水
- 网购要求邮政汇款 百亚美服装批发被疑
- 天猫家电节能补贴款不退还 蔚蓝网取消
- 团购拉手网猫头鹰毛衣链 订单信息一直
- 麦圈网团购48元袜子 称缺货不发货
- 用户反馈拉手网账户余额被盗用 过期未
- 淘宝网店铺苹果配件Show被投诉存欺
- 用户反馈上品折扣网退货遭拒收 网站暂
- 年前下的订单不发货 百忧团购一拖再拖
- 唯品会未考虑收货人选择物流 用户自提
- 网友反应群聚云交易取消后拒不退款



六、报告附录

6.5 联系分析师

报告审定

曹磊

中国电子商务研究中心研究员、主任

中国诚信网络团购联盟秘书长、浙江大学EMBA 客座教授、中国电子商务专家库专家、中国互联网协会优秀教官、中国电子商务协会网络整合营销研究中心特聘专家、《浙江省电子商务“十二五”规划》编制组 专家、国家《网络商品与服务交易管理条例》起草小组副组长。并屡屡受邀到国内各省市、高校、大型企业，做电子商务主题报告与相关企业高层战略培训，深受欢迎，是我国21世纪青年电子商务专家。



【研究领域】：重点研究关注全球电子商务宏观发展趋势与主流电商企业，国内部分主要包括：行业发展特征与趋势、代表性商业模式、第三方电子商务平台服务、中小企业电子商务应用、网络零售与网络团购发展、新兴网络融资与移动电子商务领域等，以及电子商务配套产业链等延伸领域；其研究成果推动了相关政策法规的出台与完善，在国内电子商务业界享有较高声誉。

【专栏】：http://www.100ec.cn/detail_man--313.html

【电话】：0571-87756579 【E-mail】：CaoLei@NetSun.com

【微博】：<http://weibo.com/u/2738383473>

六、报告附录

6.5 联系分析师

报告主编

姚建芳

中国电子商务研究中心 网络零售部助理分析师

【研究领域】：主持开展中国电子商务法律求助服务平台相关法律求助、法律报告调研、法律法规研究、电商律专家认证等相关工作；以及主持开展中国电子商务投诉与维权公共服务平台涉及网络购物、网络团购、物流快递、网络支付、消费欺诈等电子商务消费过程的投诉受理、维权协调、消费提示、数据分析、案例研究。

【电话】：0571-87397953

【E-mail】：yjf8936@NetSun.com

【QQ】：374285490

【微博】：<http://t.qq.com/yjf8936>





六、报告附录

6.6 相关链接

中国电子商务研究中心研究报告（下载）：www.100ec.cn/zt/2010bgdz/

中国电子商务数据中心：www.100ec.cn/zt/data/

中国电子商务研究中心分析师：www.100ec.cn/zt/fxs/

中国电子商务研究中心专家库：www.100ec.cn/zt/expert/

中国电子商务网络零售频道：www.100ec.cn/zt/B2C/

中国电子商务投诉与维权公共服务平台：www.100ec.cn/zt/315/

中国电子商务法律求助服务平台：www.100ec.cn/zt/flpt/



投诉、采访、合作，欢迎您与我们联系：



- 全国电商投诉服务热点：0571-87397953
- 联系人：中国电子商务研究中心 姚老师
- E-mail: tousu@NetSun.com
- 联系地址：中国杭州市莫干山路187号
易盛大厦10F（310012）
- 中心网站：www.100EC.cn