

2019年度 中国在线教育消费投诉数据与典型案例报告

数据来源： 电数宝  电诉宝

发布时间：2020年3月24日

报告编制：网经社电子商务研究中心



更多报告下载

目录

一、行业数据	3
(一) 市场规模	3
(二) 用户规模	4
(三) 融资数据	4
二、行业调查	6
【乱象一】 师资杂 授课内容质量不佳	6
【乱象二】 缴费容易 退费难	7
【乱象三】 虚假宣传 承诺不兑现	7
【乱象四】 平台现霸王条款 退费受阻	8
【乱象五】 平台任性“停课” 贷款还学费	8
三、投诉数据	9
【典型案例一】 “阿卡索外教网”	10
【典型案例二】 “尚德机构”	15
【典型案例三】 “学慧网”	20
【典型案例四】 “嗨学网”	24
【典型案例五】 “帮考网”	28
【典型案例六】 “51talk”	31
【其他典型案例】 英语流利说、大塘小鱼、跟谁学、对啊网、同桌 100 学习网、华图教育、勤学网、51cto 学院、腾讯课堂、沪江网校、中华会计网校	36
四、关于我们	39
(一) 关于“电诉宝”	39
(二) 关于网经社	41
(三) 关于报告	43

2019 年，教育部等部门出台《关于促进在线教育健康发展的指导意见》政策，提出了一系列引导措施，促进了在线教育健康、规范、有序发展。在线教育在规范中有序前进，未来依然具有较大发展空间。“但在发展过程中，在线教育行业存在着退费难、授课内容不佳、虚假宣传、霸王条款、任性“停课”退款难等问题。”网经社电子商务研究中心法律权益部分析师蒙慧欣表示。

3 月 24 日，依据国内唯一电商专业消费调解平台“电诉宝”2019 年度受理的全国 980 家电商平台用户消费纠纷案例大数据，网经社电子商务研究中心发布了《2019 年度中国在线教育消费投诉数据与典型案例报告》。全年涉及投诉的在线教育平台有 VIPkid、尚德机构、英语流利说、帮考网、51Talk 无忧英语、大塘小鱼、家教平台、同桌 100 学习网、跟谁学、华图教育、勤学网、学慧网、51cto 学院、嗨学网、腾讯课堂、对啊网、沪江网、中华会计网校等。

其中，6 家在线教育平台入选《2019 年全国电子商务 TOP190 消费评级榜》，分别是：阿卡索外教网获“建议下单”评级，嗨学网获“谨慎下单”评级，学慧网、51Talk、尚德机构、帮考网均获“不建议下单”评级。

一、行业数据

（一）市场规模

据网经社“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）监测显示，2019 年在线教育行业市场规模为 **3189.6 亿元**，较 2018 年 **2336 亿元**，同比增长 **36.54%**，在线化教育的普及还有非常广阔的上升空间。

在线教育行业市场规模及其增长率数据图



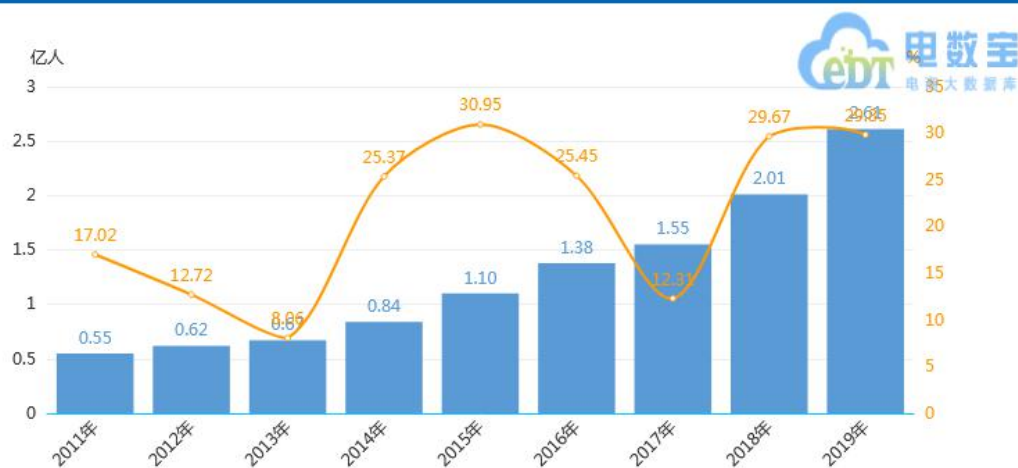
图表编制：网经社

数据来源：WWW.100EC.CN

（二）用户规模

据网经社“电数宝”电商大数据库监测显示，2019年在线教育行业用户规模为**2.61亿人**，较2018年**2.01亿人**，同比增长**29.85%**。

在线教育行业用户规模及其增长率数据图



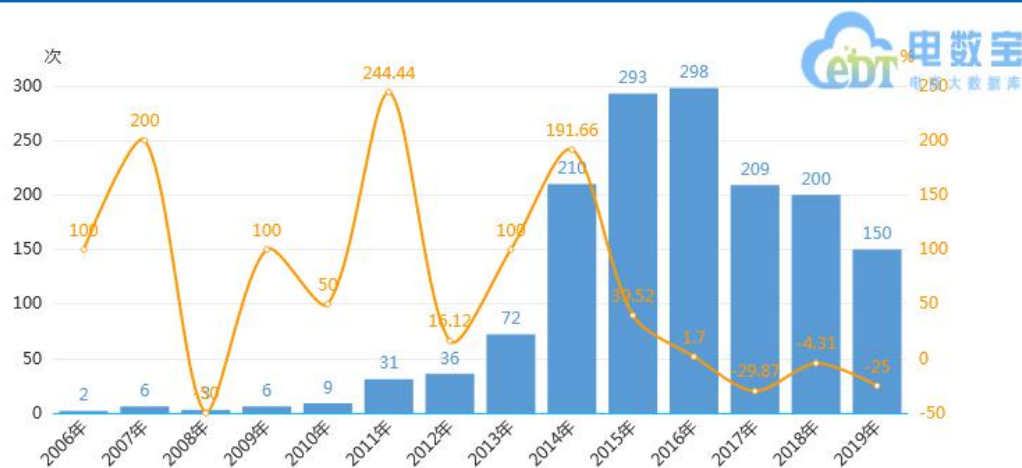
图表编制：网经社

数据来源：WWW.100EC.CN

（三）融资数据

据网经社“电数宝”电商大数据数据库监测显示，2019年在线教育共有150起融资事件，融资总金额达116.47亿元人民币；融资事件同比下降25%，金额同比下降74.46%。

在线教育行业融资事件数量及其增长率数据图



图表编制：网经社

数据来源：WWW.100EC.CN

在线教育行业融资金额及其增长率数据图



图表编制：网经社

数据来源：WWW.100EC.CN

二、行业调查

据国内唯一电商专业消费调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）用户维权案例库显示，在线教育平台也还存在着**退费难、授课内容不佳、虚假宣传、霸王条款、任性“停课”退款难**的五大乱象。其中涉及投诉的在线教育平台有**尚德机构、英语流利说、帮考网、51Talk 无忧英语、大塘小鱼、同桌 100 学习网、跟谁学、华图教育、勤学网、学慧网、51cto 学院、嗨学网、腾讯课堂、对啊网、沪江网、中华会计网校**等。

【乱象一】师资杂 授课内容质量不佳

2018 年，教育部等三部门联合发布《关于健全校外培训机构专项治理整改若干工作机制的通知》，其中规定：“线上培训机构必须将教师的姓名、照片、教师班次及教师资格证号在其网站显著位置予以公示。”不过，尽管部分主打外教一对一在线英语学习的机构并未公示老师的相关资格证或资格证号。

内容作为在线教育的重要载体，教学质量的好坏影响着家长们对平台对外的口碑传播。此前，掌门 1 对 1 在江苏卫视投放的广告，称“10 个学生 6 个选掌门 1 对 1”，被质疑有虚假宣传之嫌。更有网友在网上发帖称，掌门 1 对 1 涉嫌虚假宣传：教师质量参差不齐，大量三本、专科教师在其任教。

据“电诉宝”用户投诉案例库显示，吴女士 2019 年 3 月 19 日新东方旗下大塘小鱼网站购买了价格为 1199 元的 AI 1 对 1 语数外名师私塾课，吴女士表示对课程内容不满意体现在更新速度太慢，老师水平差，申请售后“大塘小鱼”网站拒绝退款，并且没有人进行任何解释。课程内容设置非常不合理，英语课程 3-4 岁的对于 0 零基础的太难，只能选择低一级的内容，相应的捆绑销售的语文数学又太简单，造成浪费。进入课程后，对老师的发音，讲解都不满意，并且学生对发音不准不能纠正，不能暂停，体验很差，目前我们只上了两节课，从课程进度里面完全可以看到。

对此，网经社电子商务研究中心生活服务电商分析师陈礼腾表示，线上教育的灵活性使学习者更加自由，但也正因为如此使得在线教育缺乏有效的监督。教育是非常注重效果和用户体验的行业。教学注重“因材施教”，服务强调个性化、高效。除了系统化、流程化教育服务体系，专业化也是不可或缺的。

【乱象二】缴费容易 退费难

调查发现,除了部分机构可以随时退费以外,大多数机构对退费基本都设定了限制条件。大多数机构都规定在一定的期限内(20 天、30 天、60 天不等),可以无条件退费,超过了一定期限后(一个月、两个月、半年不等),需要扣除已经上掉的课时费,但这时候扣除掉的课时费是按原价或更高的价格来扣除的,而非按照原优惠价格扣除。

2018 年国家发布的《关于规范校外培训机构发展的意见》要求,校外培训机构应该严格执行国家关于财务与资产管理的规定,收费时段与教学安排应协调一致,不得一次性收取时间跨度超过 3 个月的费用。但在现实中,在线教育机构往往并没有严格按照线下校外培训机构的监管要求来执行这一规定,因此也难免会涉及用户的退费问题。电子商务消费纠纷调解平台曾接到消费者投诉称在沪江网校、对啊网下单时候遇到了退费难的问题。

据“电诉宝”用户投诉案例库显示,王先生 6 月 30 日在“沪江网校”下单,沪江网校销售人员主动承诺可以免费试听一节课,不满意可以全额退款。王先生在 7 月 2 日在试听后对课程不满意,并且在家长推荐下另外报了满意的课程,在 7 月 3 日申请退款退课,但是沪江网校迟迟不予办理退款。只之后从 7 月 3 日开始多次联系沪江网校客服申请退款,但每次都被客服告知会向上反应,之后会有售后人员联系处理退款事宜,但是之后王先从未接到沪江网校方面人员主动联系处理此事,没有收到任何反馈。

对此,网经社电子商务研究中心生活服务电商分析师陈礼腾表示,在线教育、校外培训机构获客成本高,所以在消费者支付费用后,一般不希望消费者退费,会在退费条款及程序上设置障碍。在完善在线教育机构退费机制问题上,未来还需相关部门进一步加强监管力度,建立有效防范机制,同时平台方面也需做到事前明确退款制度。

【乱象三】虚假宣传 承诺不兑现

在国家发布的《关于规范校外培训机构发展的意见》后,电诉宝曾接到消费者投诉称帮考网、尚德机构、对啊教育等在线教育平台在推销考试学习课程过程中存在虚假宣传、诱导消费的情况。

据“电诉宝”用户投诉案例库显示,张先生在网上报读尚德教育【汉语言文学本科】移动一对一私教班并交费 4108 元。期间学习中与实际不符,申请退学长时间未得到解决。张

先生表示想去考公立学校教师，由于很多报考学校都限制本科学历，所以报考函授或自考。报名时被尚德机构的工作人员只有自考的学历学校才承认，才可以报考，购买保险后是可以退还，于是便报考。后来咨询当地教育被告知无法报考，只承认全日制学历，其余的均不认可。在学习了4节课，感觉就是教学差别很大，于是申请售后退款，但无法联系到报名负责人。之后联系尚德班主任处理，却被各种推脱。终于答应2019年1月17日前退款，直到2019年3月21日，一点消息都没有。张先生的课程时间到2019年3月13日结束。

对此，网经社电子商务研究中心法律权益部分析师蒙慧欣提醒，在线教育平台应实事求是地制订招生简章、制作招生广告，向审批机关备案并向社会公示，自觉接受监督。要认真履行服务承诺，杜绝培训内容名不符实。要不断改进教育教学，提高培训质量，努力提升培训对象满意度。

【乱象四】平台现霸王条款 退费受阻

国家发布的《关于规范校外培训机构发展的意见》显示培训机构收费项目及标准应当向社会公示，并接受有关部门的监督，不得在公示的项目和标准外收取其他费用，不得以任何名义向培训对象摊派费用或者强行集资。然而，电诉宝平台曾接到消费者投诉称在VIPKID、对啊教育、沪江网校等在线教育平台下单时就遇到了霸王条款，退款难的问题。

据“电诉宝”用户投诉案例库显示，皮先生于2019年6月30日在“vipkid”老师推荐和联系下，通过vipkid微信公众号提供的缴费链接购买了vipkid主修课程，费用共5980元。7月1日晚上8点30分预约开始了一节课，7月18日上了第八节课，由于上课效果不理想，经过考虑后联系老师提出退费申请，期间vip老师有咨询是否再考虑，后面多次通过给微信客服和电话客服致电要求尽快提交申请退费，由于vipkid没有提供用户申请退费的入口，联系vipkid老师28日确认退费并已提交。但是经查询显示未提交，后被告告知全额退费已到期不能全额退款。

对此，网经社电子商务研究中心法律权益部分析师蒙慧欣提醒，课程退款需要根据学员上课时长的实际情况制定退款细节，而不是开班天数。对于培训对象未完成的培训课程，有关退费事宜严格按双方合同约定以及相关法律规定办理。

【乱象五】平台任性“停课” 贷款还学费

近年来，教育培训机构倒闭、破产、跑路的消息频频出现，预付费无法退的问题令大量消费者维权无门。巨人时代教、聚智堂、疯狂钢琴、星空琴行、“妙笔菡塘”等教育培训机构疑似负责人跑路事件还历历在目，大量学员预交的费用打了水漂。

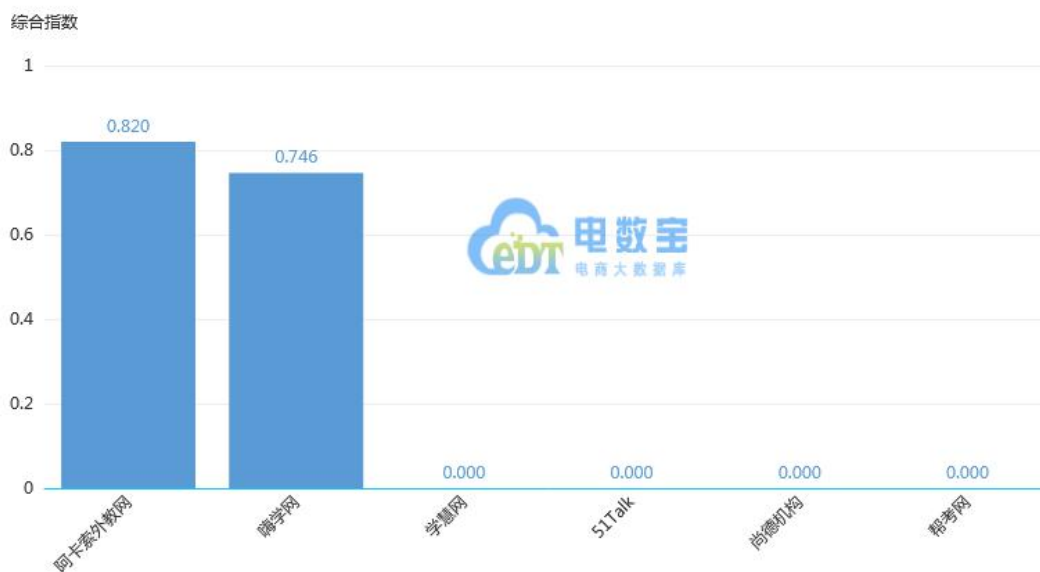
据电诉宝监测案例显示，理优教育停课跑路，致使员工工资被拖欠、学员无法上课、费用无法退还。一位消费者表示已在理优教育支付了5万多元的学费，其中近4万元是今年8月在其大肆推销下二次购入的。还有多位家长称，在机构老师推荐下，学费以贷款形式支付。“企业关门后，不仅上不了课，而且还要支付信用卡分期还款。”

对此，网经社电子商务研究中心法律权益部分分析师蒙慧欣提醒，消费者尽量选择规模大、服务好、口碑好的在线教育平台。一次性充值金额不要太多，对于一些大肆宣传充的越多优惠越多的广告需提高警惕，切莫一次性充值太多金额，减少平台倒闭、跑路等带来的资金损失风险。

三、投诉数据

3月12日，网经社电子商务研究中心发布了《2019年度中国电商平台消费评级数据报告》（详见：<http://www.100ec.cn/zt/2019xfpjbg/>），报告公布了《2019年全国电子商务TOP190消费评级榜》，并披露了从980家被投诉电商中选取164家“规上”平台的年度评级数据和部分典型案例，其中，在线教育平台共6家入选，包括：阿卡索外教网、嗨学网、学慧网、51Talk、尚德机构、帮考网。

2019年全国在线教育消费评级综合指数对比



图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

注：评级划分由综合指数高低决定，不建议下单 $\in [0, 0.4)$ ，谨慎下单 $\in [0.4, 0.75)$ ，建议下单 $\in [0.75, 1.0]$ 。

据“电诉宝”数据显示，阿卡索外教网获“建议下单”评级，嗨学网获“谨慎下单”评级，学慧网、51Talk、尚德机构、帮考网均获“不建议下单”评级，在受理平台移交的用户投诉，平台反馈率、回复时效性、用户满意度相对较低，需积极受理第三方移交督办的全国各地用户投诉线索并第一时间相应、及时反馈，奋起直追，努力提高售后服务水平和口碑。

2019年度投诉在线教育平台的用户主要集中地依次为广东省、山东省、北京市。而投诉用户男性则高于女性，金额集中依次在1000-5000元区间、10000元以上。

此外，据国内唯一电商专业消费调解平台“电诉宝”（315.100ec.cn）收到用户维权案例显示，在线教育平台存在问题类型依次为退款困难、售后服务、霸王条款、商品质量。

【典型案例一】“阿卡索外教网”

年度投诉数据



据“电数宝”显示，2019年度“阿卡索外教网”共获得19次消费评级，10次获“建议下单”评级，5次获“谨慎下单”评级，4次获“不建议下单”评级，综合评定，2019年“阿卡索外教网”获“建议下单”评级。

2019年阿卡索外教网消费评级数据

年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2019年	全年	100.00%	0.800	3.143	0.820	建议下单
2019年	第四季度	100.00%	0.500	2.000	0.710	谨慎下单
2019年	双11	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	12月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2019年	11月	100.00%	0.000	0.000	0.500	谨慎下单
2019年	第三季度	33.33%	0.333	0.000	0.267	不建议下单
2019年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	7月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2019年	上半年	96.55%	0.862	3.600	0.829	建议下单
2019年	第二季度	106.67%	0.827	2.000	0.841	建议下单
2019年	618	100.00%	0.000	0.000	0.500	谨慎下单
2019年	6月	100.00%	0.000	0.000	0.500	谨慎下单
2019年	5月	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2019年	4月	100.00%	0.855	2.000	0.816	建议下单
2019年	第一季度	93.33%	0.907	4.667	0.845	建议下单
2019年	3月	87.50%	0.825	6.000	0.815	建议下单
2019年	2月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2019年	1月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单

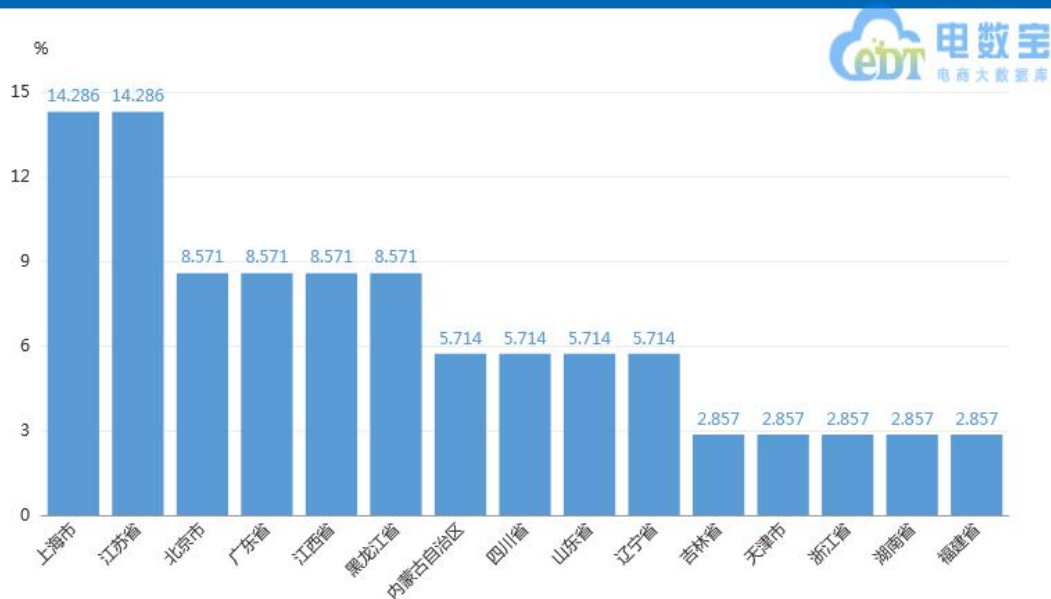
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据“电数宝”显示，2019年度投诉“阿卡索外教网”的用户主要集中地排名前十的依次为上海市、江苏省、北京市、广东省、江西省、黑龙江省、内蒙古自治区、四川省、山东省、辽宁省。

阿卡索外教网2019年全年投诉者地区占比图



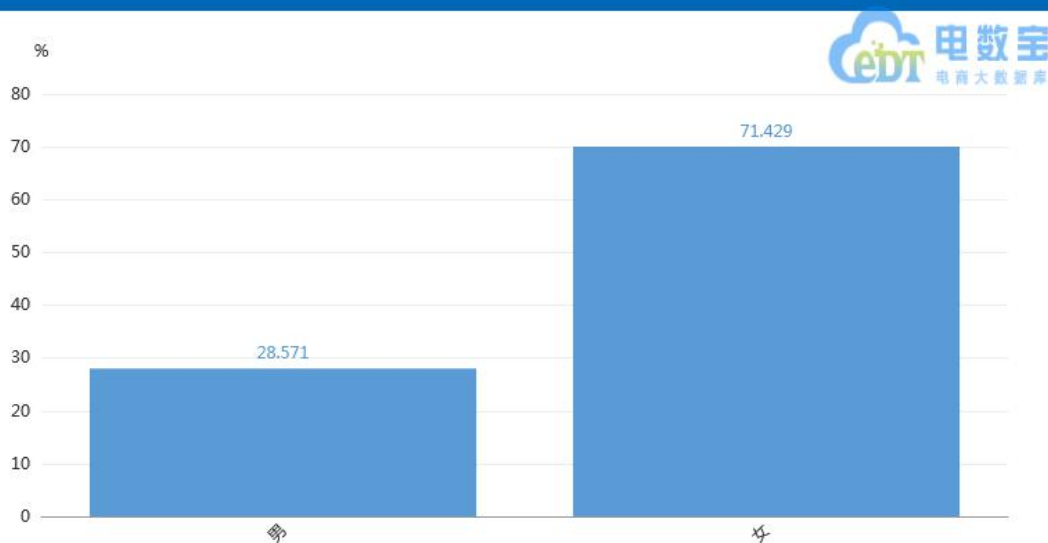
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别及金额分布

据“电数宝”显示，在投诉“阿卡索外教网”的用户中，男女比例差距较大，其中分别为男性占比 28.571%，女性占比 71.429%。另外，用户投诉“阿卡索外教网”的消费金额在 1000-5000 元区间和 5000-10000 元区间的占比较多，分别为 42.857%、25.714%。

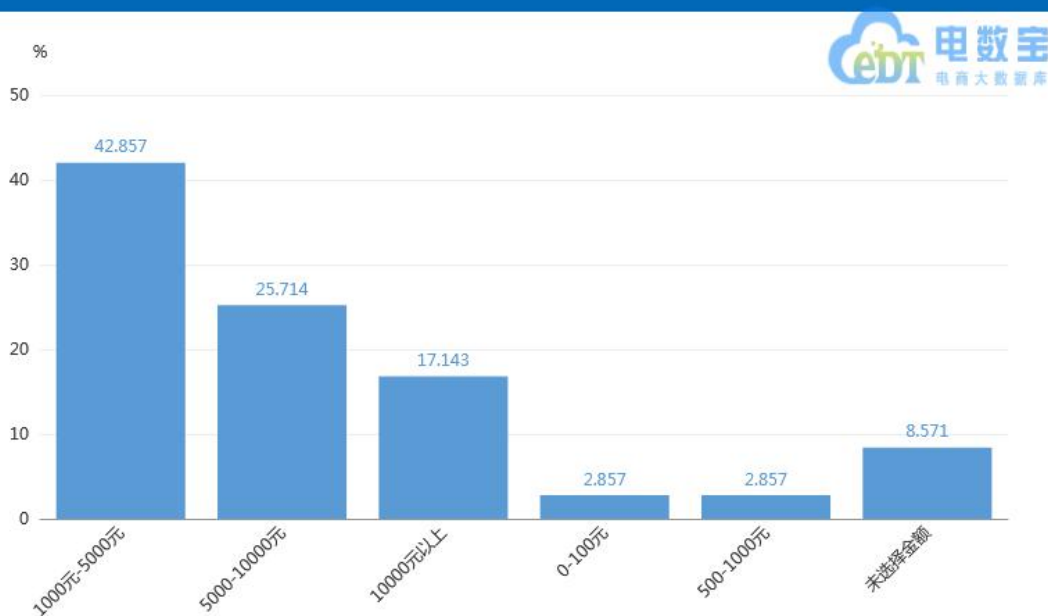
阿卡索外教网2019年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

阿卡索外教网2019年全年投诉金额占比图



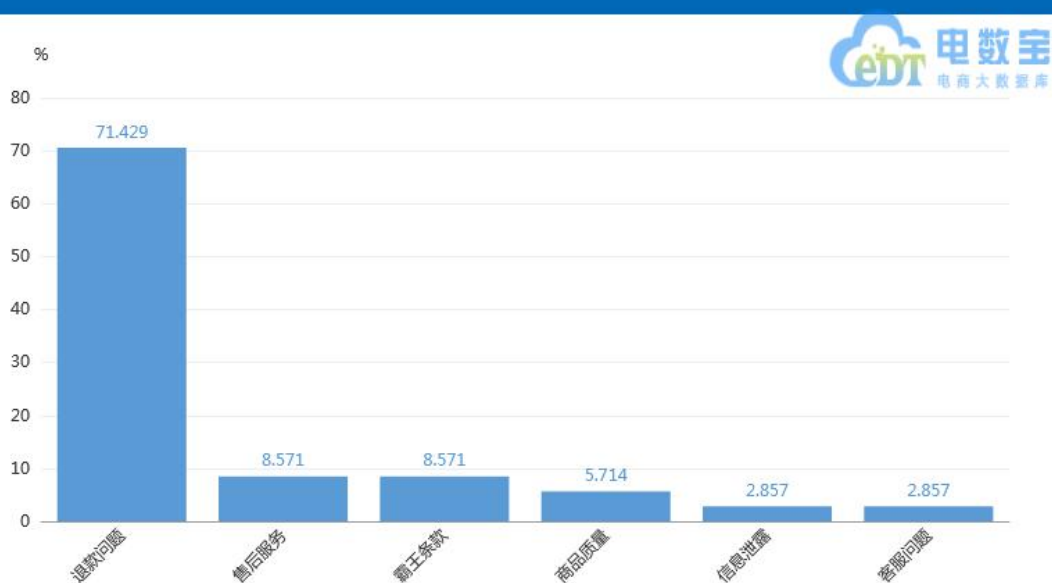
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉问题类型

此外，据国内唯一电商专业消费调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，“阿卡索外教网”存在退款问题、售后服务、霸王条款等问题。

阿卡索外教网2019年全年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

【典型案例二】“尚德机构”

年度投诉数据

据“电数宝”显示，2019年度“尚德机构”共获得14次消费评级，均获“不建议下单”评级，需积极受理第三方移交督办的全国各地用户投诉线索并第一时间相应、及时反馈，奋起直追，努力提高售后服务水平和口碑。综合评定，2019年“尚德机构”获“不建议下单”评级。

2019年尚德机构消费评级数据						
年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2019年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	双11	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	618	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

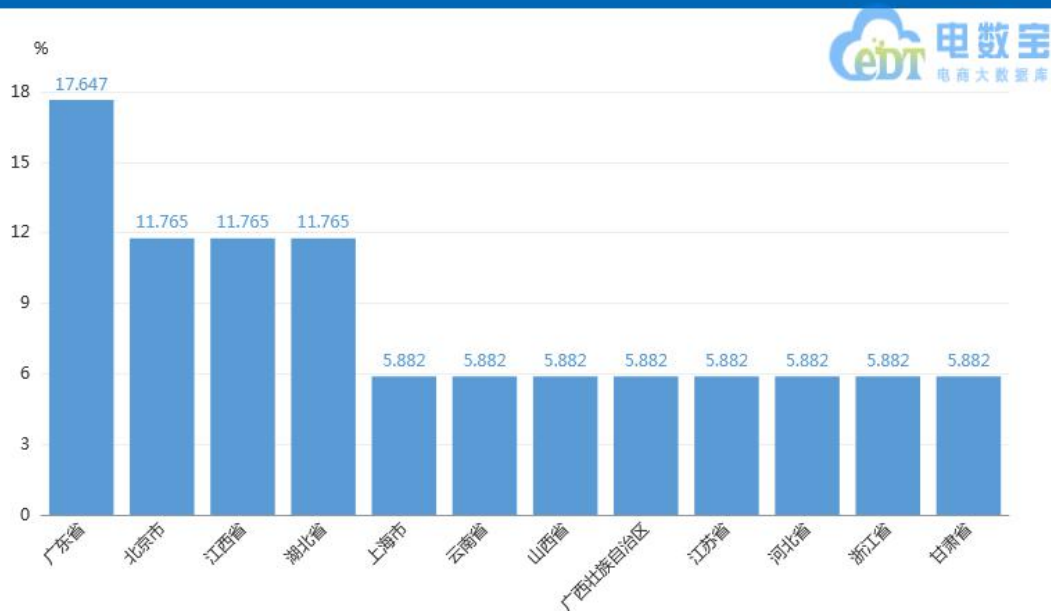
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据“电数宝”显示，2019年度投诉“尚德机构”的用户主要集中地排名前十的依次为广东省、北京市、江西省、湖北省、上海市、云南省、陕西省、广西壮族自治区、江苏省、河北省。

尚德机构2019年全年投诉者地区占比图



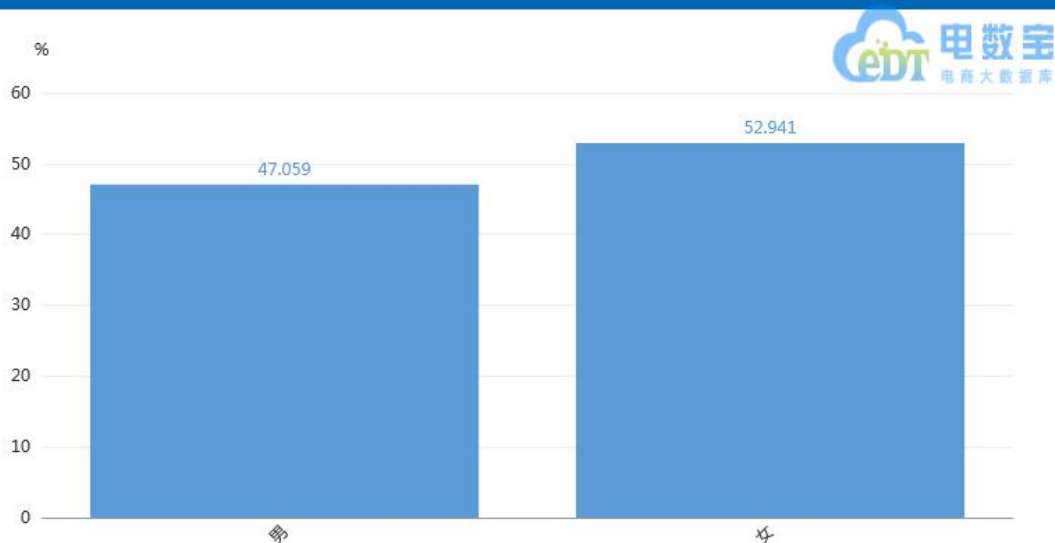
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别及金额分布

据“电数宝”显示，在投诉“尚德机构”的用户中男性的占比为 47.059%、女性的占比为 52.941%。另外，用户投诉“尚德机构”的消费金额集中在 10000 元以上、5000-10000 元区间，占比都为 47.059%、。

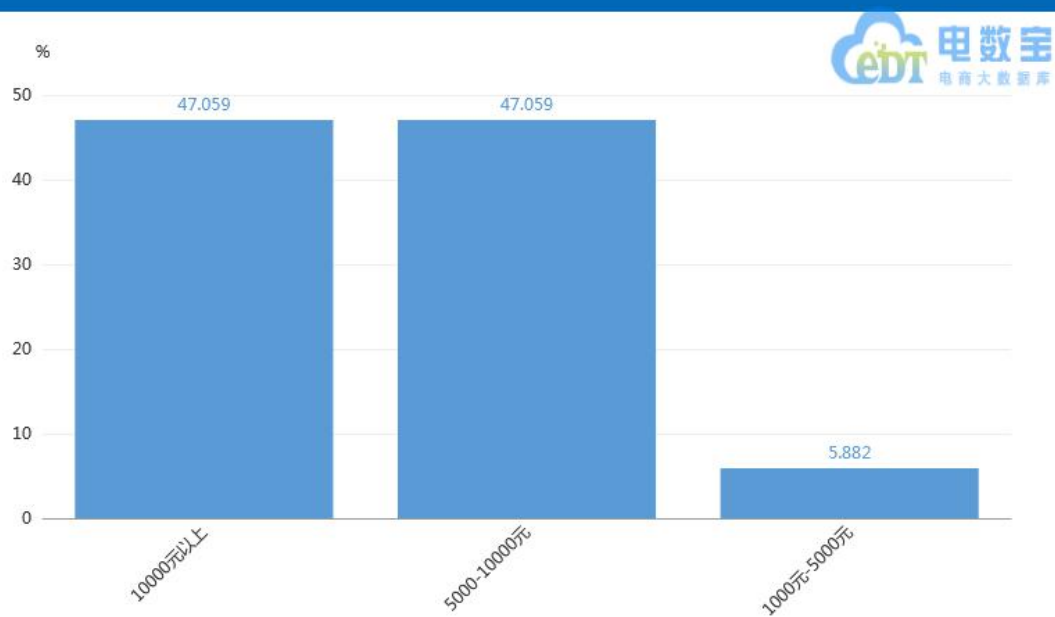
尚德机构2019年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

尚德机构2019年全年投诉金额占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

此外，据国内唯一电商专业消费调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，“尚德机构”存退款问题、霸王条款、售后服务、商品质量等问题。



【案例一】“尚德机构”疑诱导消费 退款遭霸王条款

游先生于2018年7月在“尚德机构”报名计算机信息管理本科（黄金条款班），订单号为MH18072331164_1。在报名前，被告知因政策要改，请尽快缴费，还包考过，不想学可以全额退款。游先生因资金不够被工作人员建议去APP平台办理贷款。于是游先生分期12期，每月还款748.75元。之后在上了几节课发现教学质量差，主要为授课范围广，课程旧，所以在尚德机构申请退学退款，但是被“尚德机构”告知不符合协议规定拒绝退款，遇霸王条款，游先生同时表示他没有签署过合同。

【案例二】私教课程货不对板 售后“尚德机构”拖延未处理

张先生表示因为是师范类、专科学校毕业，想去考公立学校教师，但很多报考学校都限制本科学历。需要提升自己的知识和学历，所以寻思着报考函授或自考。在报名之前，尚德

报名的人说，只有自考的学历学校才承认，才可以报考，买保险不过可以退，说得各种好。在报完之后来去当地教育局咨询被告知根本无法报考，只承认全日制学历，其余的均不认可。张先生学习了4节课，感觉教学差别很大，这种学习方法需要占用太多时间，于是申请退款，但是根本联系不上报名人，就这样耽搁着。2018年10月份，联系尚德班主任，然后就是各种推脱告知正在处理中并答应2019年1月17日前退款，可是到现在2019年3月21日了，一点消息都没有。

【典型案例三】“学慧网”

年度投诉数据

据“电数宝”显示，2019年度“学慧网”共获得13次消费评级，均获“不建议下单”评级，需积极受理第三方移交督办的全国各地用户投诉线索并第一时间相应、及时反馈，奋起直追，努力提高售后服务水平和口碑。综合评定，2019年“学慧网”获“不建议下单”评级。

2019年学慧网消费评级数据						
年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2020年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	双11	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	11月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	618	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2018年	双11	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

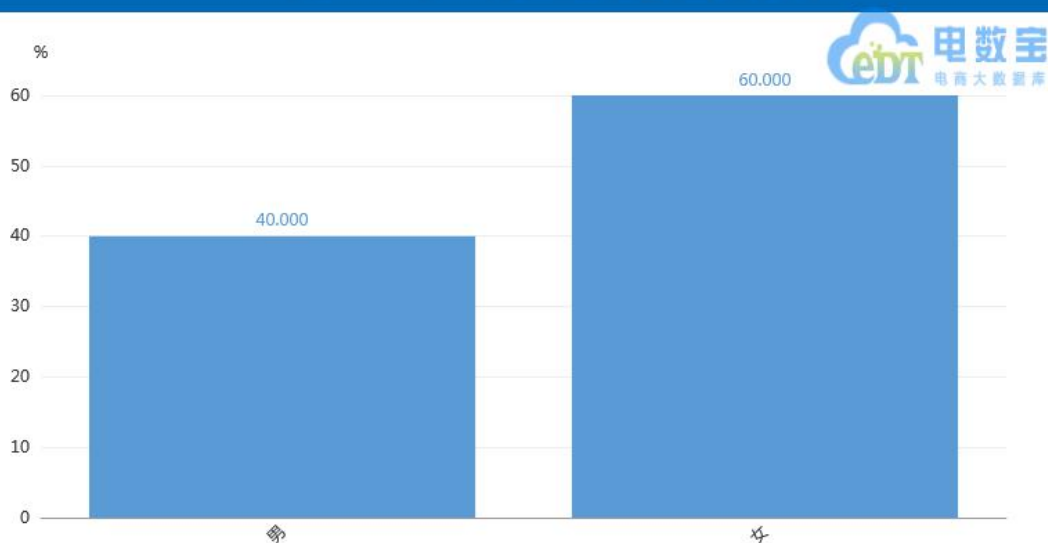
据“电数宝”显示，2019 年度投诉“学慧网”的用户主要集中地为北京市、安徽省、山东省、广西壮族自治区。



投诉性别及金额分布

据“电数宝”显示，在投诉“学慧网”的用户中男性的占比为 40.000%、女性的占比为 60.000%。另外，用户投诉“学慧网”的消费金额集中在 5000-10000 元区间，占比为 60.000%。

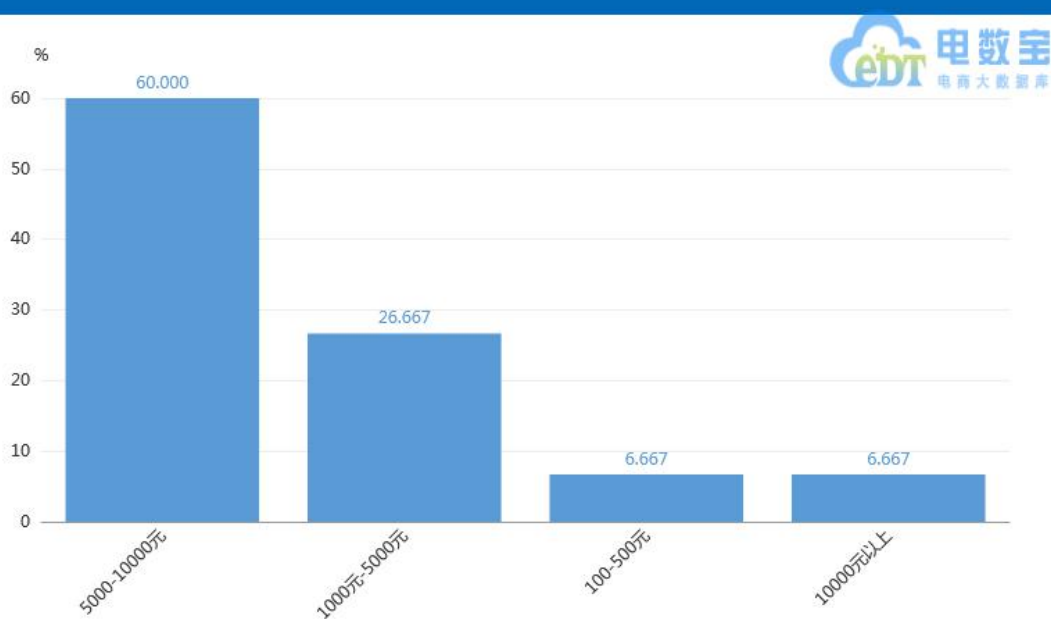
学慧网2019年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

学慧网2019年全年投诉金额占比图



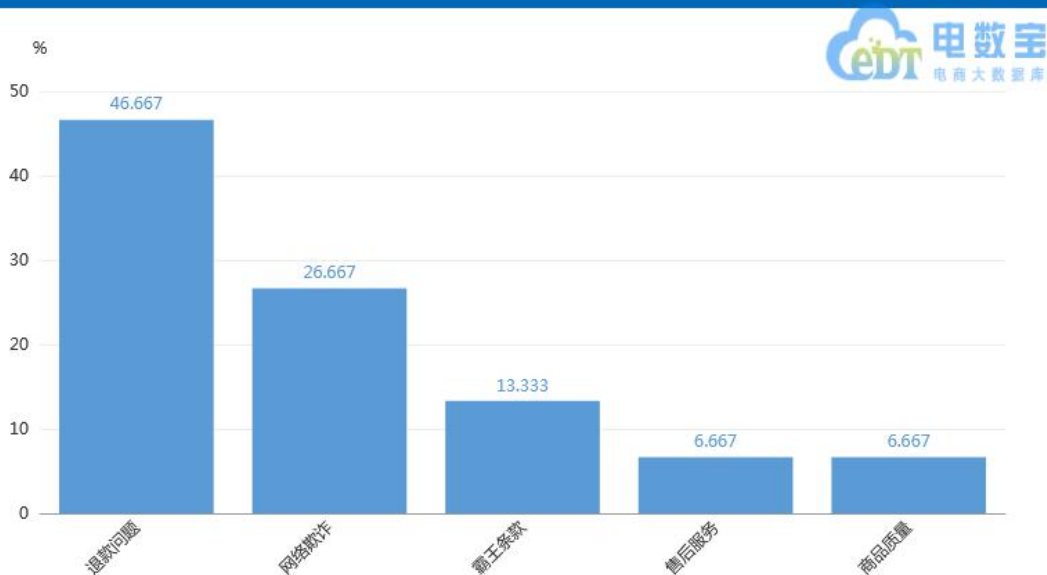
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

此外，据国内唯一电商专业消费调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，“学慧网”存退款问题、网络欺诈、霸王条款等问题。

学慧网2019年全年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

【案例一】“学慧网”商品货不对板 售后退款困难

张女士于10月31日在“学慧网”网页上了解了相关介绍后客服老师添加我的微信向我推荐南京工业大学的成人本科教育工程管理专业，了解相关学时和毕业问题后，我提交了报名的个人信息并缴纳了入学学费5584元。客服随后发来报名表和合同让我签章来完成报名，随后我浏览了合同内容并未进行签章，因为合同内容并未有任何关于南京工业大学入学相关约定，也没用任何关于毕业学位及学籍学历的说明，与客服介绍的内容毫无关联，仅在合同中提出进行网络课程学习。客服企图以报名表上南京工业大学的字样诱骗我签订合同，因此我未在合同签字，没有完成报名。在此情况下我未签订此不符合约定的不实合同也未成功报名并要求退款。

【案例二】“学慧网”疑虚假宣传 售后退款困难

杨先生03月10日在北京“学慧网”上，报了AcI心理咨询师课程，订单号为2019031022001492320547314733。他说的国际机构颁发的证书，可以用来就业，最后我发现他只是个合格证，没有任何社会意义，而且不被社会心理上承认，没有任何就业证明，欺骗了消费者，还不退款。

【案例三】“学慧网”申请售后退款 平台久未处理

马女士于2019年12月31日下午在百度上查询自考相关资料，因上班原因“学慧网”给我打电话我没接到，订单号为BM16935355670420。晚上8点半左右不停加我微信，通过微信后在三个小时内打了数个电话及语音通话和几十条微信，以“2019年报名的是老生2020年报名的则是新生，按照教改政策新生要多加考几门课程且拿证时间延长一倍取证更难”让我尽快扫码付费六千元，不给我考虑和自己了解的时间。24小时内发现被骗要求退费，按要求提交了退费申请，退费组起初要扣除15%才同意退费，提供证据后同意全额退费但要求签订的退费协议是90个工作日内才能完成，不同意继续协商，给我的答复是公司在筹备上市统一规定90个工作日无法更改，而且时间是合理合法的，要么签订那份协议选择退费要么不签协议不退费。

接到以上用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台相关工作人员督办妥善处理，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【典型案例四】“嗨学网”

年度投诉数据

据“电数宝”显示，2019年度“嗨学网”共获得8次消费评级，1次获“不建议下单”评级，2次获“谨慎下单”评级，5次获“建议下单”，需积极受理第三方移交督办的全国各地用户投诉线索并第一时间相应、及时反馈，奋起直追，努力提高售后服务水平和口碑。综合评定，2019年“嗨学网”获“谨慎下单”评级。

2019年嗨学网消费评级数据						
年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2019年	全年	85.71%	0.857	2.000	0.746	谨慎下单
2019年	第四季度	50.00%	0.500	0.000	0.400	谨慎下单
2019年	双11	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2019年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	10月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2019年	第三季度	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2019年	9月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2019年	7月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台） 数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

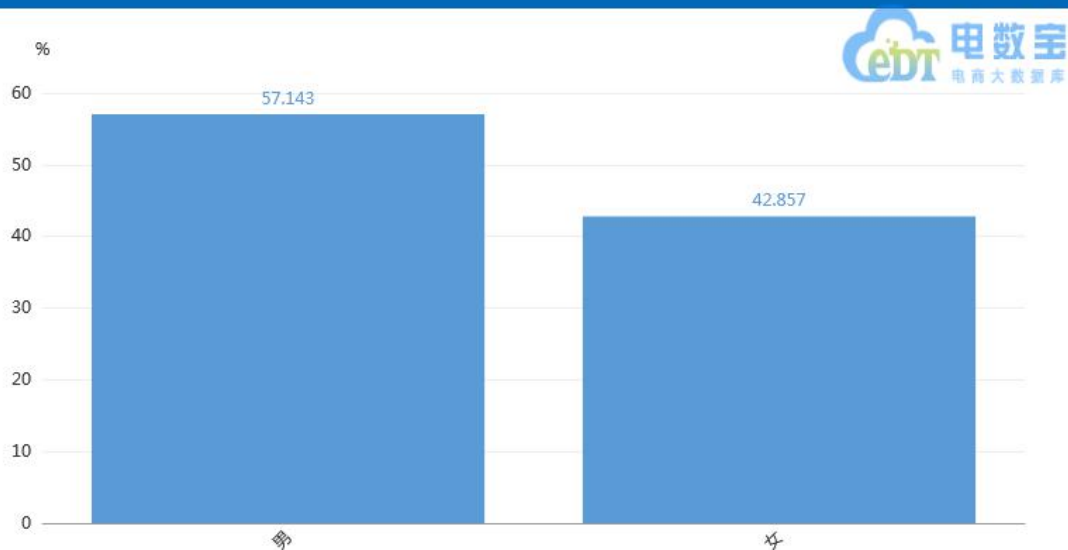
据“电数宝”显示，2019 年度投诉“嗨学网”的用户主要集中地为山西省、山东省、江苏省、江西省、湖北省、湖南省。



投诉性别及金额分布

据“电数宝”显示，在投诉“嗨学网”的用户中男性的占比为 57.143%、女性的占比为 42.857%。另外，用户投诉“嗨学网”的消费金额集中在 10000 元以上、1000-5000 元区间，占比都为 42.857%。

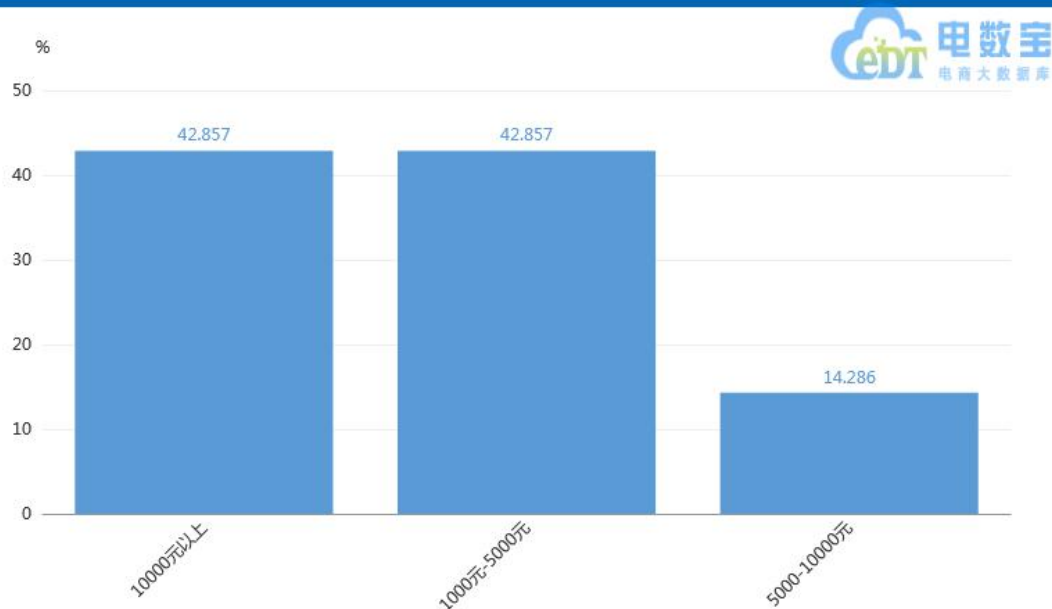
嗨学网2019年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

嗨学网2019年全年投诉金额占比图



图表编制：电数宝

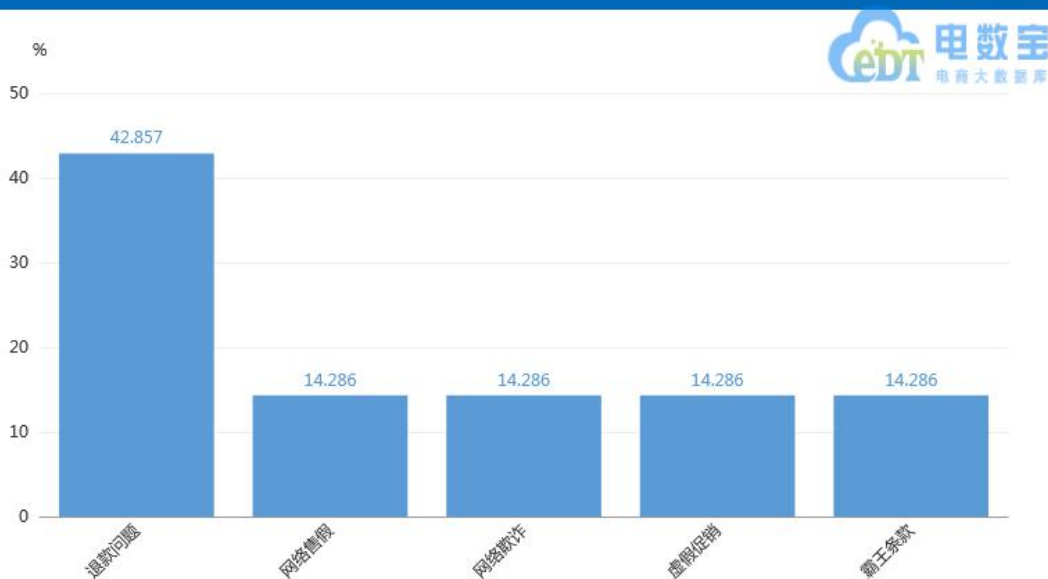
数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

此外，据国内唯一电商专业消费调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，“嗨学网”

存退款问题、霸王条款、货不对板等问题。

嗨学网2019年全年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

【案例一】“嗨学网”疑虚假宣传 售后退款难 回复：处理中

陈女士于 2019 年 9 月在“嗨学网”购买课程：一级消防工程师，订单号为 155969907895626029529。购买之后发现自己被欺骗消费购买，买课程之前说考试通过率高达百分之八十以上，学历不够也可以帮忙代报名。但是据我后期了解，每年考试通过率百分之三左右，而且报考也限年龄，需要 27 岁，而我现在才 25 岁居然说可以考试，可以注册，可以拿证。代报名也是属于违法行为，但是业务员口口声声说没问题，不管什么问题都可以解决。我当初是用分期购买的课程，首付了 800，在咖啡金融贷款 7200。对此，“嗨学网”发来反馈称：会尽快核实并进行处理。

【案例二】“嗨学网”下单后久未报名 售后退款退 80% 回复：处理中

焦先生于 2019 年 5 月 22 日在“嗨学网”购买一级消防工程师普通班课程，于 8 月 22 日购买密训班课程，现在再九月份导致我无法报名考试，当初承诺说是可以报名的 现在要求他们退款，在 2019 年 9 月 5 日之前终止分期还款，然后我询问他们说必须还清分期才给我退款而且只退百分之八十。对此，“嗨学网”发来反馈称：收到，我们会尽快处理。

【典型案例五】“帮考网”

年度投诉数据

据“电数宝”显示，2019 年度“帮考网”共获得 13 次消费评级，均获“不建议下单”评级，需积极受理第三方移交督办的全国各地用户投诉线索并第一时间相应、及时反馈，奋起直追，努力提高售后服务水平和口碑。综合评定，2019 年“帮考网”获“不建议下单”评级。

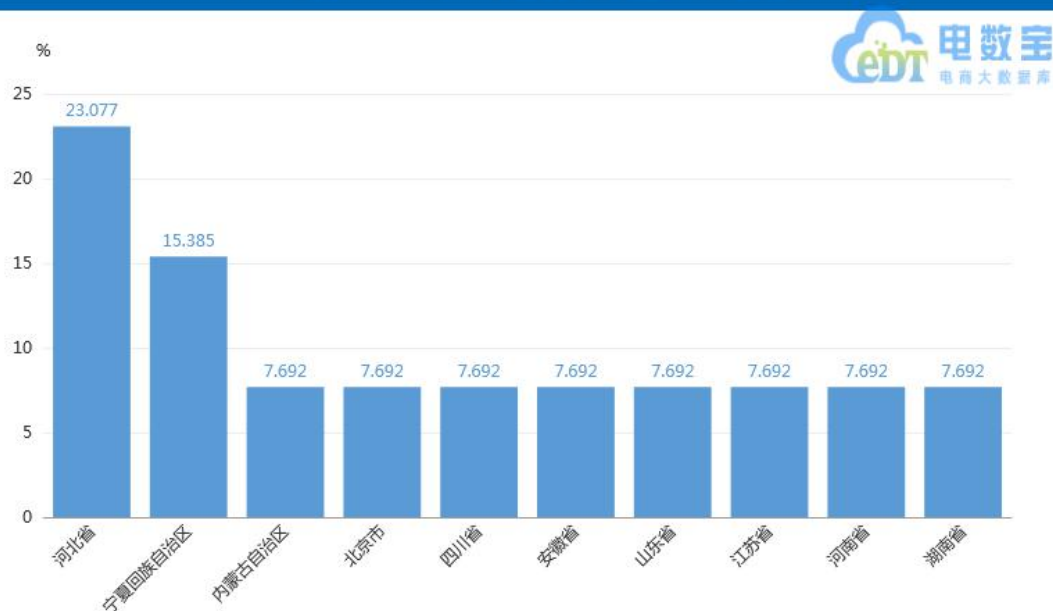
2019年帮考网消费评级数据						
年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2019年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	双11	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	11月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台） 数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据“电数宝”显示，2019 年度投诉“帮考网”的用户主要集中地为河北省、宁夏回族自治区、内蒙古自治区、北京市、四川省、安徽省、山东省、江苏省、河南省、湖南省。

帮考网2019年全年投诉者地区占比图



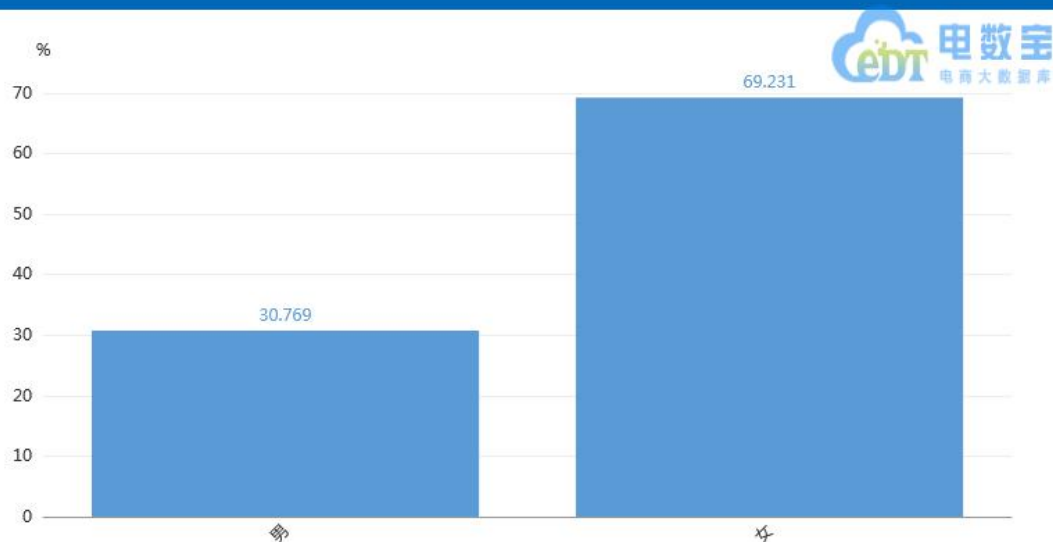
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别及金额分布

据“电数宝”显示，在投诉“帮考网”的用户中男性的占比为 30.769%、女性的占比为 69.231%。另外，用户投诉“帮考网”的消费金额集中在 1000-5000 元区间，占比为 46.154%。

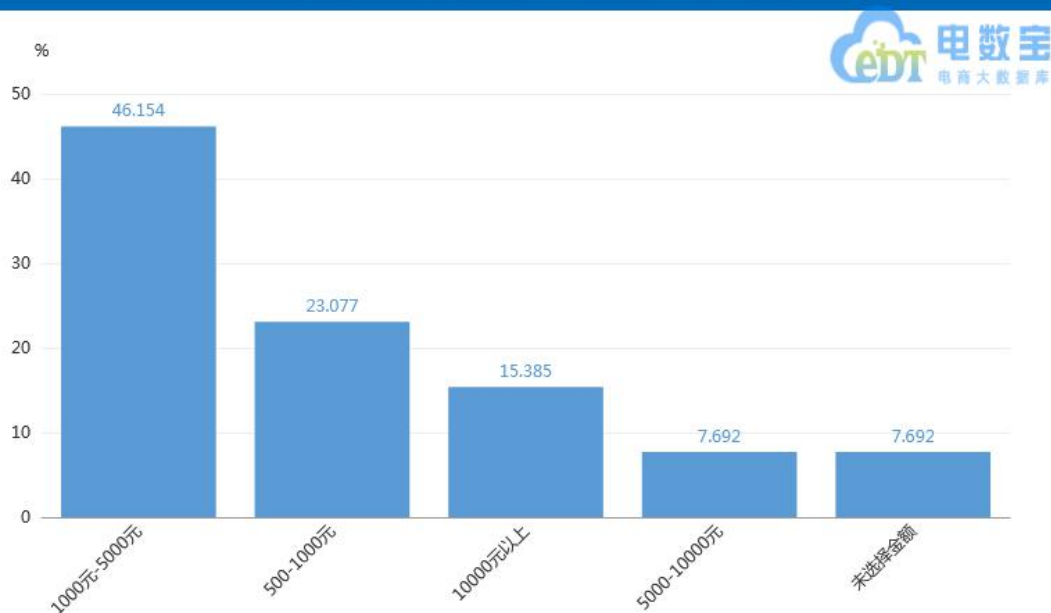
帮考网2019年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

帮考网2019年全年投诉金额占比图



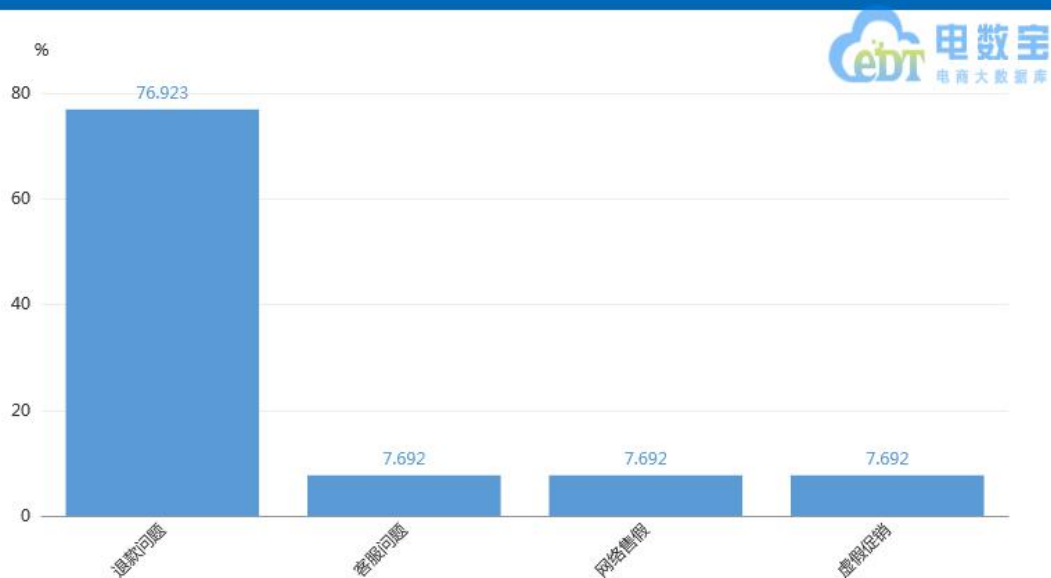
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

此外，据国内唯一电商专业消费调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，“帮考网”存退款问题、客服问题、网络售假、虚假促销等问题。

帮考网2019年全年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

【案例一】“帮考网”“诱导”消费 用户售后退款困难

杨女士通过“帮考网”电话推销后订购了一级注册消防工程师课程，在订购之前询问过他们曲靖地级市有没有考点，被告知有考点，还刻意夸大说消考通过率达 80%，（之后了解了实际只有百分之三左右）。现在报名在即才发现曲靖处并没有设资格审核和考试网点，杨女士表示自己去其他地方审核和考试确有不便，多次和他们协商退款之事，一直得不到合理答复。由于他们的误导和虚假宣传，导致现在不能正常的审核资格和考试，平台还公然让学员私刻公章，造假资历。

【案例二】用户诉 “帮考网” 疑似虚假促销 售后不予退款

杨女士于 2018 年 7 月 23 日在帮考网销售多次电话推销后订购了一级注册消防工程师课程，订单号为 2018072319045875494707。杨女士在帮考网销售多次电话推销后订购了一级注册消防工程师课程，在订购之前询问过他们像曲靖这样的地级市有没有考点，他们说有考点，他们还刻意夸大说消考通过率达百分之八九十，（之后了解了实际只有百分之三左右），现在报名在即才发现曲靖处并没有设资格审核和考试网点，我去其他地方审核和考试确有不便，多次和他们协商退款之事，一直得不到合理答复！由于他们的误导和虚假宣传，导致现在不能正常的审核资格和考试，他们还公然让学员私刻公章，造假资历。

接到以上用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台相关工作人员督办妥善处理，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【典型案例六】“51talk”

年度投诉数据



据“电数宝”显示，2019年度“51talk”共获得11次消费评级，均获“不建议下单”评级，需积极受理第三方移交督办的全国各地用户投诉线索并第一时间相应、及时反馈，奋起直追，努力提高售后服务水平和口碑。综合评定，2019年“51Talk”获“不建议下单”评级。

2019年51Talk消费评级数据						
年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2019年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	双11	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	11月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

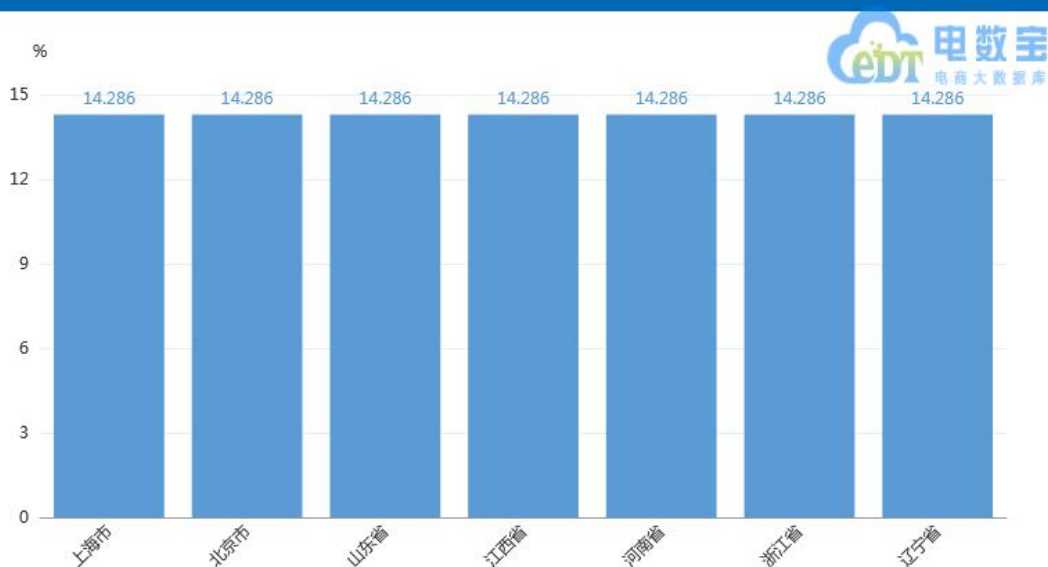
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据“电数宝”显示，2019 年度投诉“51talk”的用户主要集中地为上海市、北京市、山东省、江西省、河南省、浙江省、辽宁省。

51Talk2019年全年投诉者地区占比图



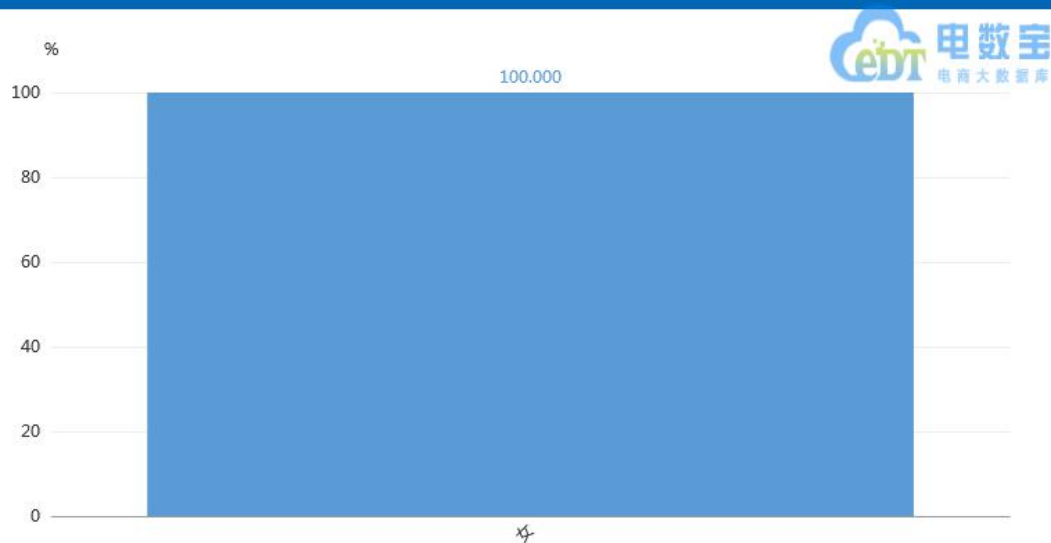
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别及金额分布

据“电数宝”显示，在投诉“51talk”的用户中女性的占比为 100%。另外，用户投诉“51talk”的消费金额集中在 10000 元以上、5000-10000 元区间，占比都为 42.857%。

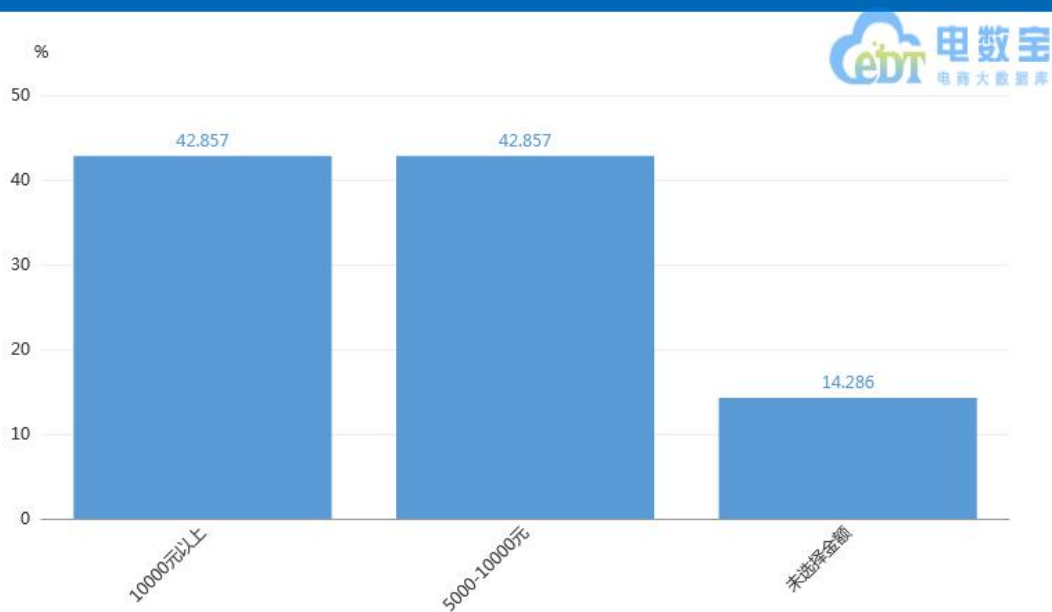
51Talk2019年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

51Talk2019年全年投诉金额占比图



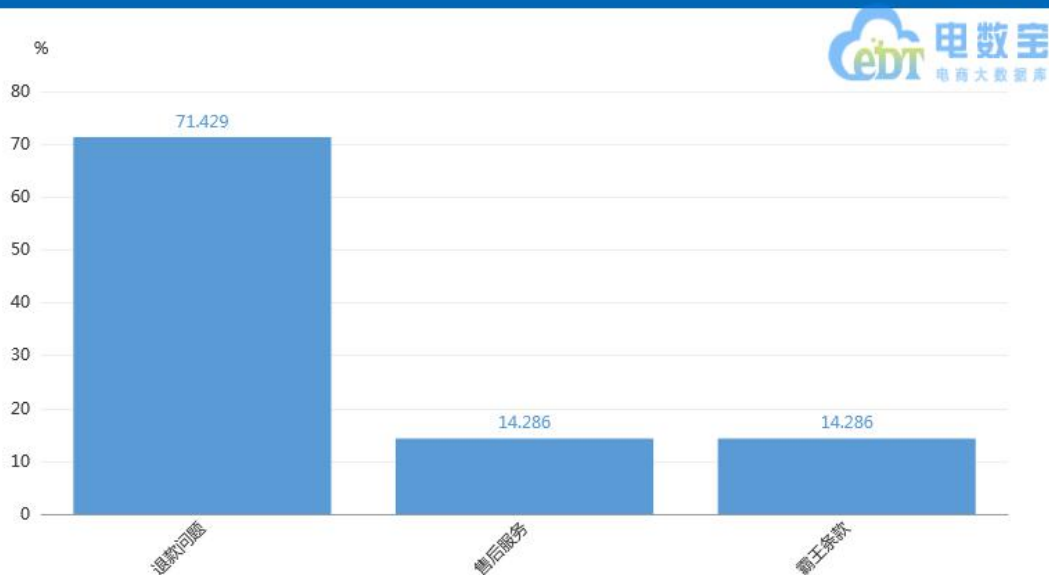
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

此外，据国内唯一电商专业消费调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，“51talk”存退款问题、售后服务、霸王条款等问题。

51Talk2019年全年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

【案例一】“51talk 无忧英语” 申请售后 商家拒绝退款

2019 年“电诉宝”接到吕女士投诉称她于 2016 年 5 月 6 日，通过“51talk 无忧英语”app 购买包月年卡，订单号为 3375202, 3374978, 576476。付款 7676 元，2016 年 6 月 24 日再次购买包月年，付款 6846 元，共付款 14522 元，他们销售从未提过不能退款。从 2017 年 7 月至今没上过一次课，剩余课次 246 次，费用 10000 左右。从 2018 年 3 月多次申请退费，他们客服坚决说不能退，从 2019 年 1 月 28 日到现在多次申请退费，一个半月了，电话都打几百个，也说明情况一，当时他们销售没说明不能退费情况。小孩目前处于青春期，就是不愿上这个课，他们让我提供医院出具的《精神病》证明。他们的处理结果是，一，扣课延期，二，续费延期，我从 2019 年 1 月开始再次强烈要求退，51talk 客服还是霸道的不给退，为了这事，前后一年了，当初 51talk 销售没有说什么情况不给退，更别说什么退款周期。

【案例二】“51Talk 无忧英语” 售后退款遭拒 再次激活遭拒

王先生于 2014 年 7 月 16 日在“51Talk 无忧英语”购买了 60 次英语口语外教在线培训课程。王先生在“51Talk 无忧英语”购买了 60 次英语口语外教在线培训课程，后因我个人原因停止上课，还剩 52 次课未上。当时我曾致电 51Talk 无忧英语客服希望退还剩余课次的

费用，但对方客服称：无法退款，但可以冻结账户，日后如想继续上课或购买新的课程，可以激活剩余的 52 次课。我于 2019 年 4 月 11 日再次致电 51Talk 无忧英语，想购买新的课程并申请激活之前剩余的 52 次课，但对方客服却称之前剩余课程已无法激活，且不同意退款。

【其他典型案例】

【案例一】在线英语问题多 “英语流利说”退费遥遥无期

2019 年 4 月 14 日，“电诉宝”接到李女士投诉称她于 2018 年 8 月在“英语流利说”下单购买课程，一共花费 499 元，2019 年 3 月 1 课程结束。“英语流利说”告知李女士的学习时长、学习效率和平均分数均达到 90，符合返学费的要求，于是李女士联系“英语流利说”的工作人员想要退费，但是被告知因不是在套餐结算日完成的课程，而 app 提示的课程截止日其实是还未结束的。李女士表示英语流利说 APP 提示的课程截止日从未说明课程截止日和套餐截止日是不一样的，她已经要求退学费一个多月，总是被客服告知已反馈但每次都是久久不联系，未有任何退费的解决方案。

【案例二】下单遇霸王条款 “大塘小鱼”重复下单退款困难

11 月 7 日，刘女士在“大塘小鱼”订购了一本《手指点读英语情景对话大书》，由于第一次在他们家购物，不熟悉流程，同一本书下了两次，由于平台没有退换货选项，便与大塘小鱼协商退费，但是却遭到了客服拒绝。对此，刘女士认为：1：客服形同虚设，一直联系不上，多数是机器人代答，答不对问，浪费时间；2：跟客服联系退费时，反复避开退费，一直表示“不支持退换、可以申请一份课程或优惠券”，从早上 9 点一直咨询到下午 2 点 40，无果；3：下了订单后，微信号就一直不停地在推送广告；4：霸王条款，下单后发现不对，前后不超过 20 分钟，退款后不影响他们二次出售，为何不予退款？对此，“大塘小鱼”表示已经联系用户帮用户操作退款处理。

对此，网经社电子商务研究中心法律权益部分分析师蒙慧欣表示由于网络购物缺乏线下实体消费体验，一般而言，电商平台在售后政策中针对适合七天无理由退换货的商品设有退换货权益，给予消费者最大限度的“网购后悔权”，同时也能避免如上述案例中重复下单带来的损失。

【案例三】下单商品承若不兑现 售后“跟谁学”久未处理

2019 年 2 月 21 日，“电诉宝”接到史女士投诉称她于 2018 年 9 月 20 日在“跟谁学”平台购买课程“词霸天下 38000 词汇速记全集”，花费 3820 元；该课程方以预防盗版为由拒绝提供之前承诺的完整版电子版讲义，然而该讲义的纸质版不仅制作粗糙，排版不合理，而且有诸多错误，我需要该电子版进行修改和完善以提高学习效果，经过课程相关助教与平台沟通，均未得到积极响应。

【案例四】“对啊网”遇诱导消费 售后退款困难

赵女士在“对啊网”购买了课件，订单号为 2019060522001492360576391343。从 2019 年 5 月 18 日开始报名，销售人员诱导我分期付款，让我贷款学习，于是教我如何使用分期，还利用我的银行卡，身份证号输入验证码。想退费了却联系不到客服人员，每次申请退费还找理由搪塞我，之前销售人员帮我点击购买课件，并隐瞒了与对啊网的相关协议，暗中让我先付首付给他，销售人员自称是学历提升中心老师，他先后垫首付 652 元，他让我每一次还给他，而且事后再无联系。

【案例五】用户申请售后 “同桌 100 学习网”久未退款

马女士于 2019 年 10 月 13 日在“同桌 100 学习网”购买了 9 年的学习卡共计 6899 元，让孩子跟着免费课堂学习后，孩子不接受同桌 100 学习网的学习方式，经给孩子商量说退了，但给他们的工作人员沟通后，一直找各种理由推脱，说公司有制度什么的不想退，该网站承诺免费试学 30 天无效全额退款，但工作人员说要申请，并要扣我学费的 6 个点税额，并扣我快递费和通道费。

【案例六】“华图教育”商品久未发货 售后退货遭拒

王女士 2019 年 3 月 15 日在“华图教育”官网购买了 2019 吉林省考系统提分班网课，课程介绍页面说当天或者次日发货，但是在各个平台都查不到订单，也不知道是否发货，咨询客服华图教育和华图在线以及华图腰果互相推诿，于是 3 月 17 日提出退货，客服说已发货，要求提供快递运单号无法提供，说下午会更新物流，但是一直没有更新，3 月 18 日提

出退货，课程介绍页面并没有提及退货时限，但是客服说超过时限不能退货，询问运单号仍不提供。

【案例七】下单未提示使用期限 售后被“勤学网”告知到期

2019年1月2日，“电诉宝”接到张女士投诉称她于2017年12月312网页购买一套关于勤学网视觉设计课程，下单时没显示没提示多久到期，过了2019年元旦再登录显示到期登录不上；客服回应我是到期。

【案例八】用户申请售后 “51cto 学院” 退款只退 50%

张先生于2019年6月20日在“51CTO”平台，被推荐购买系统架构设计师课程，考题老师押题百分百有，说可以保证拿证等一些话，以及购买时也没有明确告知退款，2019年7月17日要求退款，被告知只能退款50%，说发送一堆QQ消息里面附带了链接，但是消息我并没有看到及回复。

【案例九】腾讯课堂下单商品售后退款困难

崔女士于2019年在“腾讯课堂”购买的3480的课程，发现与宣传不符，7天内申请了退款，而且我只看了一节课，机构不同意退款最开始，于是申请了课堂介入，课堂介入期间我又多长与机构协商，机构说最多退70%，因为课程一共是100节，我只看了一节，我觉得扣的太多就没答应，结果收到短信通知，腾讯课堂直接拒绝了我的退款。

【案例十】“沪江网校”诱导下单 用户售后退款遭拒

2019年8月24日，“电诉宝”接到滕先生投诉称他于2017年12月以16990的价格，在沪江客服洗脑下用学信宝分期12期购买沪江网校一对一日语的高效课程，出现退费难的问题，在没有收到任何发票合同的情况下，单方面已公司合同规定超过7天的理由拒绝退款，同时我因上课感受不佳，对校方宣传的师资质量产生怀疑，在电话与客服沟通退费以及公开教师资质时，校方客服拒绝退费，但承诺提供老师资质需要我耐心等待，后第二天沪江网校又以学校规定保护老师隐私为由，拒绝提供教师资质。

【案例十一】用户申请售后 “中华会计网校” 拒绝退款

刘女士于 2019 年 2 月 16 日在电商平台“中华会计网校”购买注册会计师六科联报【超值精品班】2019(课程内容包含 3 考期续学)花费 2850 元, 2019 年为第一考期, 第一考期于 2019 年 10 月 20 日结束, 本考期开通了 3 门科目分别为会计、税法、经济法, 剩余 3 门科目未开通。现因个人原因不继续学习注册会计师课程, 要求平台退款未开通的 3 门科目费用, 平台以不支持为由拒绝退款。

四、关于我们

(一) 关于“电诉宝”

简介

网经社电子商务研究中心法律权益部成立于 2010 年, 专注于泛电商的消费权益维护, 兼顾法律(推动立法、电商法规、法律案例分析、法律援助)、媒体、电商信用、电商质检、安全、电商物流。实时跟踪把握电商法律动态, 研究并运营有“电诉宝”、“电子商务法律求助服务平台”等业内知名平台。

此前, 网经社法律权益部还参与由国家工商总局牵头发起的《网络商品及服务交易监督管理条例》的立法工作并担任立法组成员。

网经社电商法律权益服务体系



电诉宝

“电诉宝”（电子商务消费纠纷调解平台；315.100ec.cn）运行近十年来，与全国数百家电商建立对接，致力于为广大电商用户解决网络消费纠纷，帮助广大电商提升用户购物体验与售后服务，以自身独有的客观公正性、中立性、权威性，稳居全国影响力与公信力前列的“第三方电商投诉维权服务平台”，并有20余名电商行业资深律师常年开展坐镇咨询与维权服务，平台投诉纠纷解决率在80%以上，深受全国各地网购用户信赖。

根据平台受理的客诉“大数据”和真实案例，每月度、季度、半年度、年度公开发布客观用户体验报告和相关榜单，已连续第九年发布，被业内视为“电商315风向标”，被全国广大用户、企业、媒体、政府所认可和引用。

新平台于2018年315前夕正式上线运行。新系统实现“一键投诉”、24h在线、自助维权、同步直达、实时处理、进度查询、满意度评价、律师坐堂法律

求助，还有大数据分析功能，真正实现了“天天 315”，成为千千万万电商用户的“网购维权神器”。

此外，为了更好地帮助电商平台更好的处理投诉。平台“绿色通道”服务向广大电商平台开放，电商可自主申请入驻，实时受理、反馈和查询用户满意度评价。

（二）关于网经社

网经社公司是中国电商行业的“Bloomberg”。运营网经社 www100EC.cn (电商门户)、电子商务研究中心(智库)、电数宝(DT)、电融宝(FA)、电诉宝(315)等子平台，面向电商提供媒体/智库/平台三大系列、20 余项专业产品服务。



网经社网站（100EC.CN）旗下拥有 100 多个电商细分频道、平台、分站，365

天/12 小时滚动发布国内外电商资讯，为全国电商用户提供全面、及时、专业的资讯，是国内首屈一指的电商门户入口。

公司总部位于杭州，系国内唯一拥有 A 股上市公司背景的服务电商产业链的第三方媒体、智库和平台，母公司在全国拥有 30 个分支机构，员工 1000 余人，市值近百亿，实力雄厚，是我国电商行业的见证者与推动者。

网经社在工信部、公安机关网站合法备案运行，服务客户除覆盖各大电商上市公司、独角兽等“头部平台”和创业者外，还包括国家和各地政府部门，有口皆碑。



数据墙:

平均每天有 50-100 万人/次 (PV)，访问我们网经社电商门户网站

平均每年有 5000 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、榜单等从中央到地方，为超过 200 家各级政府部门提供了相关服务

超过 50 家公司在海内外及投融资时，参考使用我们数据分析

平均每年，超过 10 万人参加我们主办或协办、演讲的各类电商论坛、沙龙活动，覆盖人群规模超百万

国内上百家券商/基金/投行/机构在投资研究中参考我们的数据和推荐

超过 1000+家电商、10000+家中小企业依靠我们的信息、服务和解决方案不

同程度提升了他们的经营业绩

（三）关于报告

【电商行业类】

《中国电子商务市场数据监测报告》

《中国电子商务上市公司数据报告》

《中国电子商务人才状况调查报告》

《中国“泛电商”独角兽数据报告》

《中国电子商务投融资市场数据监测报告》

.....

【跨境电商类】

《中国跨境电商市场数据监测报告》

《中国进口跨境电商发展报告》

.....

【零售电商类】

《中国网络零售市场数据监测报告》

《中国农村电商发展报告》

《中国社交电商发展报告》

《中国二手电商发展报告》

.....

【服务电商类】

《中国生活服务电商发展报告》

《中国在线教育发展报告》

.....

【企业电商类】

《中国 B2B 电商市场数据监测报告》

.....

【电商权益类】

《中国电子商务用户体验与投诉监测报告》

《中国电商消费主题调查报告》

《中国电子商务平台消费评级数据报告》

《中国电子商务法律报告》

.....

• **报告准则：**坚持客观性、全面性、权威性、专业性基础上，兼顾商业性，力求传播广泛性、各项效果超预期。

• **调研方法：**平台调研、平台评测、“神秘买家”抽查、供应商与合作伙伴调研、用户调查、政策研究、专家访谈、桌面研究、律师审查等。

• **数据来源：**一手调研数据、中心历史数据库、行业公开数据，以及中心合作伙伴、政府部门、科研机构、咨询公司、第三方数据监测工具、相关指数、中心采购数据等等。

• **发布渠道：**（1）网经社 www.100ec.cn 电商门户网站及《电商周刊》EDM 订阅用户（覆盖数百万电商行业用户）；（2）网经社入驻自媒体平台（覆盖数千万电商相关群体）；（3）3000+实名认证的记者库媒体采用（覆盖数亿级电商用户受众）。

• **版权声明：**

1、本报告相关知识产权归网经社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：“根据网经社电子商务研究中心发布的《2019 年度中国在线教育消费投诉数据与典型案例报告》”。

2、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，网经社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。

3、报告涉及金额单位除特殊标注外，均默认为人民币（元）；本报告数据除特殊说明外，一般不含港澳台。

除参与上述报告合作外，我们欢迎也各电商平台及相关公司，基于各自平台大数据，开展个性化定制，包括但不限于：平台年度用户画像与大数据报告、公司案例研究专题研究报告、公司与竞对研究分析投资价值、平台合规性审查报告，以及公司所在细分行业关于平台模式、物流网络、金融科技、用户体验、财务分

析、投融资、行业影响力、舆情口碑、用户体验评测、平台界面与功能服务评测等细分角度切入的行业性报告。

报告发布：网经社电子商务研究中心

发布时间：2020 年 3 月 24 日

官方公众号 ID :i100EC

（30 万+电商人都在看！）



网购投诉平台 ID :DSWQ315

（在线网购投诉）

