

2023年5月 中国电子商务用户体验与投诉数据报告

数据来源： 电数宝
电商大数据库

案例来源： 电诉宝
网络消费纠纷调解平台

发布时间：2023年06月06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、报告摘要.....	3
二、整体数据.....	4
（一）投诉问题类型分布.....	4
（二）投诉地区分布.....	4
（三）投诉用户性别分布.....	5
（四）投诉金额区间分布.....	6
三、评级数据与典型案例.....	7
（一）数字零售数据与十大典型案例.....	7
（二）数字生活数据与十大典型案例.....	14
（三）数字教育数据与十大典型案例.....	22
四、关于我们.....	28
（一）关于电诉宝.....	28
（二）关于网经社.....	31

一、报告摘要

5 月份，全国网络消费氛围浓烈。月初，在线旅游、移动出行领域消费数据增长，订单量大幅提升。5 月 12 日，第五届“双品网购节”收官，全国网络零售额 7102 亿元，同比增长 14.5%。月末，京东、淘宝天猫等平台开启 618 预售，又引发一波消费热潮。

不过，随着消费数据的提升，相关的投诉数据也水涨船高。5 月 11 日，中消协发布“五一”消费维权舆情分析报告，假期消费“吐槽”信息主要集中在景区旅游、酒店住宿、交通出行、餐饮购物四个方面。此外，在网络购物、在线教育等方面的投诉也时有发生。

在此背景下，2023 年 6 月 6 日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2023 年 5 月受理的全国 100 家互联网消费平台纠纷大量案例数据，“一带一路”TOP10 影响力社会智库网经社电子商务研究中心发布了《2023 年 5 月中国电子商务用户体验与投诉数据报告》。

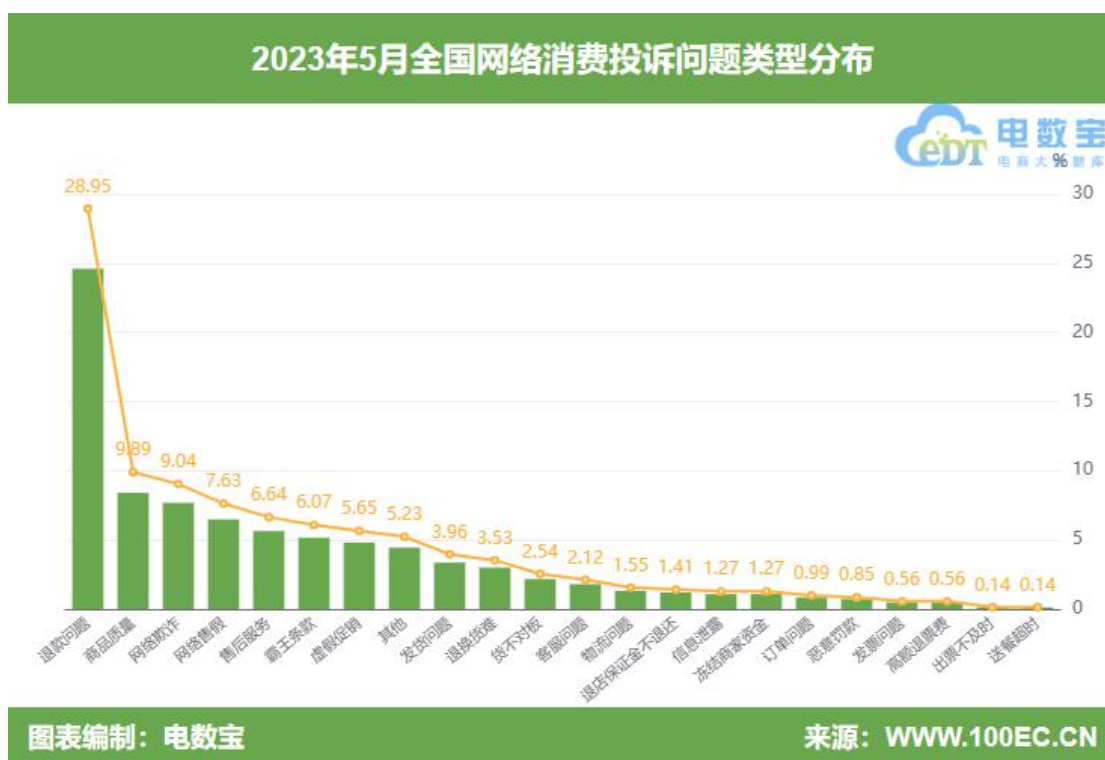
报告涉及了数字零售（主要集中在**电商服务商、二手电商**）、数字生活（主要集中在**生活服务、在线旅游**）及数字教育、跨境电商、产业电商、金融科技、物流科技等领域。报告公布了 2023 年 5 月网络消费投诉数据及《2023 年 5 月数字零售十大典型投诉案例》《2023 年 5 月数字生活十大典型投诉案例》和《2023 年 5 月数字教育十大典型投诉案例》。

在报告公布的《2023 年 5 月全国网络消费评级榜》中：获“**建议下单**”评级的有：唯品会、去哪儿、帮考网、BOSS 直聘；获“**谨慎下单**”评级的有：美团、飞猪、抖音；获“**不建议下单**”评级的有：小红书、分期乐、联联周边游、洋码头、一只船教育；获“**不予评级**”的有：大麦网、淘宝、店宝宝、闲鱼、快手、潭州教育、中职通、微店、二三良作。

二、整体数据

（一）投诉问题类型分布

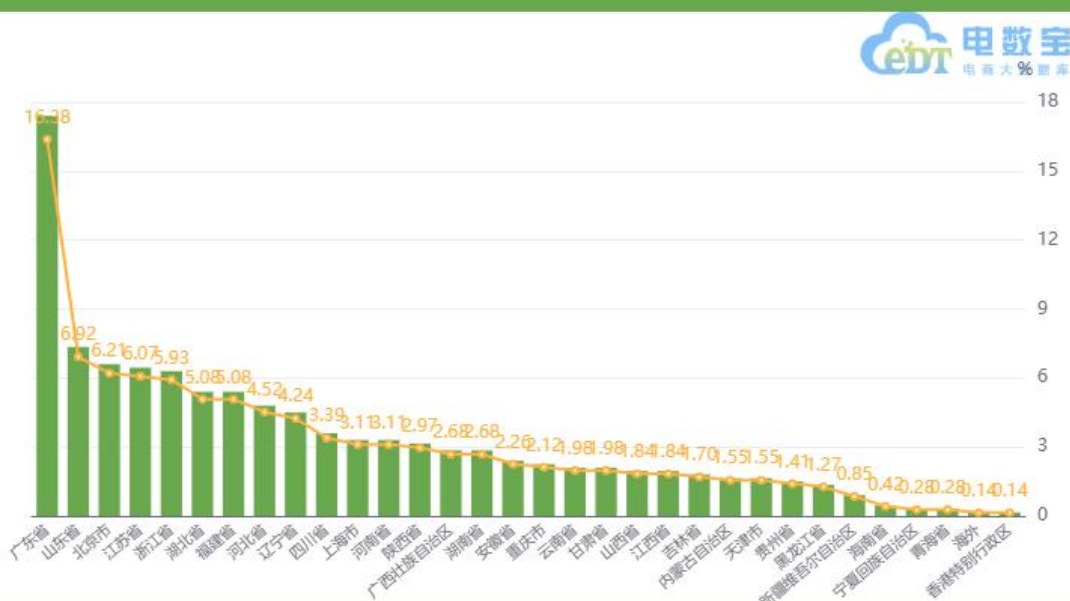
据“电诉宝”显示，2023年5月全国网络消费投诉问题类型 TOP10 中，退款问题排在首位，占比高达 28.95%，其余问题类型依次为：商品质量（9.89%）、网络欺诈（9.04%）、网络售假（7.63%）、售后服务（6.64%）、霸王条款（6.07%）、虚假促销（5.65%）、发货问题（3.96%）、退换货难（3.53%）、货不对板（2.54%）。



（二）投诉地区分布

5月“电诉宝”受理投诉用户聚集地区 TOP10 依次为广东省（16.28%）、山东省（6.92%）、北京市（6.21%）、江苏省（6.07%）、浙江省（5.93%）、湖北省（5.08%）、福建省（5.08%）、河北省（4.52%）、辽宁省（4.24%）、四川省（3.39%）。

2023年5月全国网络消费投诉地区分布



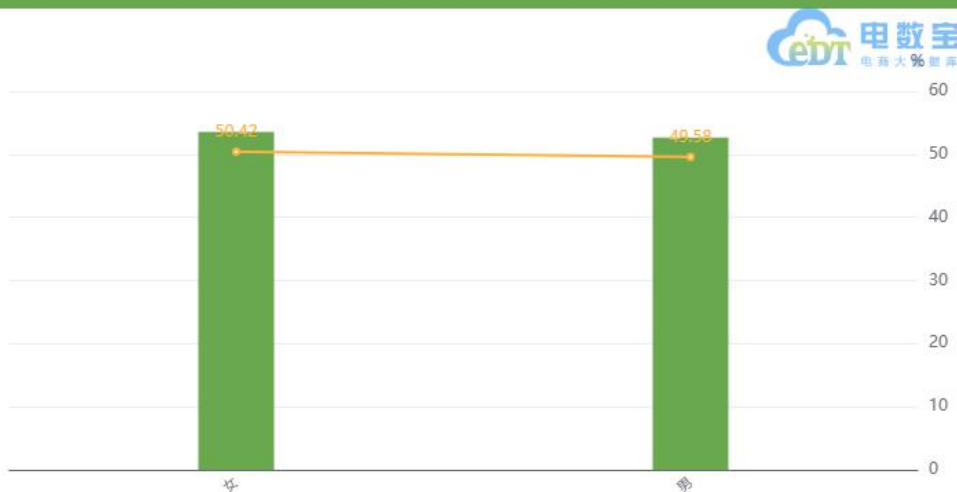
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

（三）投诉用户性别分布

据“电诉宝”显示，5月女性用户投诉比例为50.42%，男性用户投诉比例为49.58%。

2023年5月全国网络消费投诉性别分布



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

（四）投诉金额区间分布

据“电诉宝”显示，5月投诉金额分布主要集中在100-500元（23.45%）、1000-5000元（23.45%）、0-100元（18.93%）、500-1000元（10.45%）、5000-10000元（9.04%）、10000元以上（7.34%）、未选择金额（7.34%）。



三、评级数据与典型案例

此外，据“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，2023年5月全国网络消费评级榜中：获“**建议下单**”评级的有：唯品会、去哪儿、帮考网、BOSS直聘；获“**谨慎下单**”评级的有：美团、飞猪、抖音；获“**不建议下单**”评级的有：小红书、分期乐、联联周边游、洋码头、一只船教育；获“**不予评级**”的有：大麦网、淘宝、店宝宝、闲鱼、快手、潭州教育、中职通、微店、二三良作。

（一）数字零售数据与十大典型案例

数字零售消费评级榜：

在 2023 年 5 月全国数字零售评级榜中：获“建议下单”评级的有：唯品会；获“谨慎下单”评级的有：抖音等；获“不建议下单”评级的有：小红书；获“不予评级”的有：淘宝、店宝宝、闲鱼、快手、微店、二三良作。

2023年5月全国数字零售消费评级榜						
排名	平台名称	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
1	唯品会	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2	京东	88.00%	0.744	2.000	0.723	谨慎下单
3	抖音	66.67%	0.326	0.000	0.431	谨慎下单
4	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
4	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
4	店宝宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
4	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
4	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
4	快手	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
4	微店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
4	二三良作	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

备注：

- 综合指数=平台回复率*0.5+回复时效性*0.3+用户满意度/10*0.2。
 - 平台回复率：平台移交给被投诉电商用户投诉，被投诉电商的有效回复率。
 - 回复时效性：平台回复时间小于72小时为1.0，回复时间大于72小时且小于120小时为0.6，回复时间大于120小时为0。
 - 用户满意度：10分满分制，数据只截取已评分的用户投诉，未评分的用户投诉将不纳入满意度数据基数的统计。
- 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 $\in [0.75,1.0]$ 。对未入驻或未取得售后联系方式的电商平台“不予评级”。
- 由于投诉量的多少与平台的市场占有率有直接关联，故投诉量不列入评级统计范畴。
- 本榜单所有数据均由系统后台根据各网络消费平台上述行为，依据上述模型算法自动生成，不受任何人工因素影响。

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）
 数据来源：WWW.100EC.CN

数字零售上榜平台有 39 家：

投诉量 TOP10 依次为：淘宝、拼多多、二三良作、抖音、京东、闲鱼、快手、小红书、店宝宝、唯品会；

排在第 11-20 名的是：微店、苏宁易购、转转、有赞、萌推、交易猫、微拍堂、红布林、淘特、天猫；

排在第 21-30 名的是：蘑菇街、华为商城、阿里巴巴、美国妈妈、艺狐在线、国美、拍机堂、寺库、朴朴超市、蜂雷；

排在第 31-39 名的是：蝉妈妈、美团优选、网易、搜款网、小米商城、一品威客、微盟、魅力惠、美团电商。



电诉宝 全新升级

运行10年，对接近千家电商
1万+媒体采用，影响1亿+用户



首页

投诉榜

评级榜

律师团

报道

专题

当前位置 > 投诉榜

领域: 总榜 数字零售 数字生活 数字健康 数字教育 跨境电商
产业电商 物流科技 金融科技 其他

行业: 全部 综合电商 社交电商 社区团购 农村电商 生鲜电商
奢侈品电商 汽车电商 母婴电商 二手电商 导购电商 食品电商
服装电商 品牌电商 电商服务商 美妆电商 直播电商 文玩电商

筛选: 2023 5月

1 淘宝	2 拼多多	3 二三良作	4 抖音
5 京东	6 闲鱼	7 快手	8 小红书
9 店宝宝	10 唯品会	11 微店	12 苏宁易购
13 转转	14 有赞	15 萌推	16 交易猫
17 微拍堂	18 红布林	19 淘特	20 天猫
21 蘑菇街	22 华为商城	23 阿里巴巴	24 美国妈妈
25 艺狐在线	26 国美	27 拍机堂	28 寺库
29 朴朴超市	30 蜂雷	31 蝉妈妈	32 美团优选
33 网易	34 搜款网	35 小米商城	36 一品威客
37 微盟	38 魅力惠	39 美团电商	

(以上为投诉量排行榜)

在数字零售消费领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们从中选取十大典型投诉案例，涉及转转、红布林、微店、宝贝格子、美团电商、微盟、小红书、拍机堂、有赞、美团优选。

2023年5月中国数字零售典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
5月7日	转转	再次验机后轻微磨损变明显 用户称“转转”欺诈不懂行的消费者
5月7日	红布林	货不对板？“红布林” 被指同一商品价格差过大 沟通退货被拒
5月15日	微店	实物与宣传不符 用户要求退款却发现“微店”商家已失踪？
5月15日	宝贝格子	近一个月未发货？用户投诉“宝贝格子” 关闭客服通道 电话无法打通
5月17日	美团电商	“美团电商” 客服被指无视规则 商家申诉直接驳回
5月18日	微盟	破损快递退回后“微盟”商家 被指以未收货为由两次拒绝退款申请
5月19日	小红书	“小红书”商家被指违反国务院规定 不支持7天无理由退款
5月22日	拍机堂	“拍机堂”被指机器存暗病 用户申请售后被关闭通道
5月23日	有赞	用户因无法使用完整服务要求退款 “有赞”疑似霸王条款 拒绝退款
5月24日	美团优选	榴莲缺斤少两？“美团优选” 被指虚假宣传 实物与商品描述不符

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】再次验机后轻微磨损变明显 用户称“转转”欺诈不懂行的消费者

5月7日，河南省陈先生向“电诉宝”投诉称，其于2023年4月15日在转转官方验机市场购买手机一台，陈先生买的时候平台显示磨损是轻微，包括图片上能看到磨损，但是陈先生不懂这个定损标准，后回收测试，同样是转转的工程师，用转转的验机标准测试出来就是明显磨损了。

陈先生认为，转转欺诈不懂行业规矩的消费者，他也出示了当时购买手机时转转平台上发布的照片，让工程师对比，工程师的意见是让他找客服。陈先生称，这个磨损就是明显，但是不知道为什么当初购买时显示磨损是轻微。陈先生联系转转客服，一开始说赔偿他30元，后来又说赔偿50元。

陈先生表示，这是明显的欺诈消费者，欺骗不懂验机标准的、信赖平台的购机客户。陈先生称自己要的是放心、信任的购物，要求认真负责的验机，不是来占便宜的。因此，陈先生提出退款退货。

【案例二】货不对板？“红布林”被指同一商品价格差过大 沟通退货被拒

5月7日，山西省董先生向“电诉宝”投诉称自己于5月4日在红布林购得二手LV包包，收到货后发现质量与链接不符。同时收到包包发现与另一链接问题相似，但两者链接价格相差过大。现沟通退货，平台客服回复可以退回进行养护，或者补贴150元，但是不能给予退货。另外还可以选择在平台进行寄卖，要付20%的佣金，还有可以通过平台回收，目前估计5000-7000，具体还需要把货品寄回可以进行准确估价。董先生认为以上方案自己掉进了陷阱。董先生表示首先问题不是自己造成的，但是所有解决这个事情的后果、损失均需要自己来承担，自己不接受这个事情。

接到该用户投诉后，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。对此，红布林方反馈称：用户问题平台收到后第一时间联系用户处理，正在为用户核实处理中，后续过程有任何问题，可随时联系客服处理。

【案例三】实物与宣传不符 用户要求退款却发现“微店”商家已失踪？

5月15日，广东省张先生向“电诉宝”投诉称，其于2023年4月11日在微店电商平台购买被芯羽绒被及枕芯各一件，微店平台广告宣传为95%及100%鹅绒成分，但张先生收到实物发现完全成分不符。张先生称，微店平台已判定入驻厂家必须退款，但入驻厂家已经找不到了，也没有押金在微店。

张先生表示，现在微店与商家互相推诿，叫张先生自己去找厂家要退款，微店平台也拖了很长的时间，没有办法惩罚入驻商家，也没有充值。张先生认为，微店明显是在拖延，张先生是在微店平台购物，叫他去找商家是不合理的。张先生称微店侵害了他本人的权益，他的诉求是退款。

【案例四】近一个月未发货？用户投诉“宝贝格子”关闭客服通道 电话无法打通

5月15日，湖北省肖女士向“电诉宝”投诉称其于2023年2月27日在宝贝格子下单了韩国雪花秀润致焕活肌底精华露，金额249.41元，等待了近一个月未发货，多次试图联系在线客服，发现客服通道关闭，消息无法发送。

肖女士于2023年3月22日申请退款，截止到目前退款还在申请状态，未完成退款，平台电话无法打通。请国家有关部门加强对线上交易平台的监管，增加门槛，保护消费者合法权益。

【案例五】“美团电商”客服被指无视规则 商家申诉直接驳回

5月17日，湖北省的一位匿名人士向“电诉宝”投诉称，其投诉美团电商平台的官方客服，订单280588821960382713，付款时间为2023-05-08 16:02:15，当日16:22:28有打单点出库。该匿名人士5月9日发现物流异常，查看发现是单号弄错了，但当时已经超时了无法更改，于是留言给顾客告知了正确单号。后面平台系统判断违规（违规ID22749091），该匿名人士进行申诉，提供了正确单号的电子面单还有物流揽收信息截图等相关凭证。

该匿名人士称，其本就没有超时发货，但平台客服以“未满足申诉条件”直接驳回申诉，无法再进行申诉。顾客在2023-05-08 16:02:15下单，2023年5月9日下午1:28:03有揽收信息，怎们就未按约定时间发货了？该匿名人士认为平台客服无视规则违规处罚商家，反映问题也不回复，令人气愤。

【案例六】破损快递退回后 “微盟”商家被指以未收货为由两次拒绝退款申请

5月18日，上海市黄女士向“电诉宝”投诉称，其于4月22号左右在微盟直

播白米儿专柜购买两件T恤（176元）和骑行裤（199元），收货时发现原包装已损坏，且内部衣物已磨损，故拒收，并原路返回，商家已签收。黄女士称，快递公司在物流过程中报了异常，原因可能是快递过程中卷入运输带造成，物流详情可查。

黄女士表示，这些情况均已和商家解释，但是他以没收到货为由（实际已显示收货），两次拒绝退款申请。黄女士在微盟直播无法再次申请退款，且物流信息不像淘宝可以翻查记录。黄女士表示，如今事情已经过去18多天，和商家联系，他们不回信息，态度恶劣。

【案例七】“小红书”商家被指违反国务院规定 不支持7天无理由退款

5月19日，江苏省韩女士向“电诉宝”称，其于2023年5月16日在小红书福利社购买一瓶洗发水，5月18日发现多买一瓶，但商品此时仍未离港，韩女士还没有收到货，于是申请退款，但被商家客服告知不支持7天无理由退款。

韩女士称，根据国务院2020年11月发布的《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》规定：未经消费者在购买时确认，擅自以商品不适用七日无理由退货为由拒绝退货，或者以消费者已拆封、查验影响商品完好为由拒绝退货的属于违规行为。后来商家再次联系韩女士通知退货，但要求扣除税额，韩女士问其税额数目，对方说不知道。对此，韩女士要求全额退款。

【案例八】“拍机堂”被指机器存暗病 用户申请售后被关闭通道

5月22日，上海市林先生向“电诉宝”投诉称，其于2023年5月15日在拍机堂通过竞价购买了一台电脑，电脑描述是只有c面跟d面有磕碰。可林先生收到电脑时发现开机不正常，一直不开机，屏幕上方部位有划痕，涂层脱落。林先生全程有录拆包开机，申请发回售后，对方重新质检验机，说机器全部正常，关闭了售后通道。

林先生称，此机器存在暗病，平台想以次充好，诈骗消费者，希望自己的权

益能得到保障。林先生的诉求是退货退款。

【案例九】用户因无法使用完整服务要求退款 “有赞”疑似霸王条款 拒绝退款

5月23日，广东省的王先生向“电诉宝”投诉称，他在供应商和有赞营销的催促下购买了杭州有赞科技有限公司商城会员，由于自己跟供应商的原因，还有类目不支持等原因，无法完整使用有赞商城服务。

于是王先生于5月8日找平台退订并要求退款。但平台以“一经订购，不支持退款”为由，拒绝退款。王先生认为，有赞方这样做无疑是霸王条款，强制让消费者买单，要求有赞平台立即执行退款。

【案例十】榴莲缺斤少两？“美团优选”被指虚假宣传 实物与商品描述不符

5月24日，云南省的杨先生向“电诉宝”投诉称，他于2023年5月22日在美团优选平台上下单1.75公斤（ ± 0.25 公斤）的泰国金枕榴莲，但收到货后觉着分量有点轻，于是拿来称称了下发现明显低于商品描述的1.75公斤，只有1.35公斤。

杨先生表示，如果自己没有去称下，不就被美团优选给骗了嘛，美团优选虚假宣传，欺骗消费者。杨先生的诉求是美团优选平台同意他的退款申请并原路退回我钱款。

（二）数字生活数据与十大典型案例

数字生活消费评级榜：

在2023年5月全国数字生活评级榜中：获“建议下单”评级的有：去哪儿、BOSS直聘；获“谨慎下单”评级的有：美团、飞猪；获“不建议下单”评级的

有：联联周边游；获“不予评级”的有：大麦网。

2023年5月全国数字生活消费评级榜

排名	平台名称	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
1	去哪儿	100.00%	0.950	2.000	0.845	建议下单
2	BOSS直聘	100.00%	0.943	0.000	0.783	建议下单
3	美团	100.00%	0.450	0.000	0.635	谨慎下单
4	飞猪	63.64%	0.473	2.000	0.520	谨慎下单
5	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
5	联联周边游	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

备注：

1、综合指数=平台回复率*0.5+回复时效性*0.3+用户满意度/10*0.2。

1.1、平台回复率：平台移交给被投诉电商用户投诉，被投诉电商的有效回复率。

1.2、回复时效性：平台回复时间小于72小时为1.0，回复时间大于72小时且小于120小时为0.6，回复时间大于120小时为0。

1.3、用户满意度：10分满分制，数据只截取已评分的用户投诉，未评分的用户投诉将不纳入满意度数据基数的统计。

2、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 $\in [0.75, 1.0]$ 。对未入驻或未取得售后联系方式的电商平台“不予评级”。

3、由于投诉量的多少与平台的市场占有率有直接关联，故投诉量不列入评级统计范畴。

4、本榜单所有数据均由系统后台根据各网络消费平台上述行为，依据上述模型算法自动生成，不受任何人工因素影响。

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

数字生活上榜平台有 20 家：

投诉量 TOP10 依次为：大麦网、飞猪、去哪儿、美团、BOSS 直聘、联联周边游、万师傅、饿了么、猫眼电影、智行；

排在第 11-20 名的是：走着瞧旅行、鲁班到家、大众点评、携程、侠侣亲子游、小电科技、彩贝壳、智联招聘、如程、马蜂窝。



电诉宝 全新升级

运行10年，对接近千家电商
1万+媒体采用，影响1亿+用户



- 首页
- 投诉榜
- 评级榜
- 律师团
- 报道
- 专题

当前位置 > 投诉榜

领域:

- 总榜
- 数字零售
- 数字生活**
- 数字健康
- 数字教育
- 跨境电商

产业电商 **物流科技** **金融科技** **其他**

行业:

- 全部**
- 在线旅游
- 社区服务
- 在线票务
- 移动出行
- 餐饮外卖
- 家政服务
- 美业服务
- 共享经济
- 互联网家装
- 在线婚恋交友
- 互联网维修

筛选:

- 2023 ▼
- 5月 ▼

1	大麦网	2	飞猪	3	去哪儿	4	美团
5	BOSS直聘	6	联联周边游	7	万师傅	8	饿了么
9	猫眼电影	10	智行	11	走着瞧旅行	12	鲁班到家
13	大众点评	14	携程	15	侠侣亲子游	16	小电科技
17	彩贝壳	18	智联招聘	19	如程	20	马蜂窝

(以上为投诉量排行榜)

在数字生活消费领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们从中选取十大典型案例，涉及美团、彩贝壳、饿了么、飞猪、大麦网、万师傅、走着瞧旅行、智行、鲁班到家、联联周边游。

2023年5月中国数字生活典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
5月1日	美团	拒不退款迪士尼门票 用户质疑“美团”引导二次消费
5月1日	彩贝壳	“彩贝壳”直播酒店产品预约出问题 再三推脱不予处理
5月6日	饿了么	平台骑手投诉餐品丢失 “饿了么” 恶意索赔
5月13日	飞猪	“飞猪” 自动扣款强制出票？ 客服反复推辞惹不满
5月14日	大麦网	已演出主办方协商一致 “大麦网” 仍旧拒绝退款被投诉侵犯消费者权益
5月18日	万师傅	用户认为“万师傅” 价格不合理取消服务遭师傅 辱骂 回应：多次跟用户解释无法协商一致
5月18日	走着瞧旅行	没有产生任何消费 “走着瞧旅行” 退款扣除60%费用被指霸王条款
5月23日	智行	多收退票费？ “智行” 被指退票手续费多收30% 否认用户核实信息
5月25日	鲁班到家	拒绝二次上门？ “鲁班到家” 被指用户投诉不成反被罚
5月29日	联联周边游	包庇商家？ 用户投诉 “联联周边游” 出尔反尔拒绝开票

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】拒不退款迪士尼门票 用户质疑“美团”引导二次消费

5月1日，山东省郭女士向“电诉宝”投诉称，其在3.22日购买4.4去上海迪士尼度假区门票，4.4当日因特殊原因无法前往，经过与美团沟通，得出不退不换只能消费更高级套餐后退回的结果，郭女士于4.23日11点购买升级消费套餐，并再次联系美团后，美团拒绝为其处理退换，并被告知需要去往迪士尼后才可以尝试为其处理退回。

郭女士从4.4-4.23期间多次沟通，多次准确告知对方短期内无法前往上海，对方也告知只需要升级消费就可以为郭女士办理退回。郭女士认为，对方存在引诱二次消费，拒绝处理问题。且当郭女士询问为什么不能更换游玩时间或者游玩

人，对方无法提供回复。

【案例二】“彩贝壳”直播酒店产品预约出问题 再三推脱不予处理

5月1日，上海市的田先生向“电诉宝”投诉称其于5月7日晚上彩贝壳直播购买的酒店产品，23:58下单，00:04支付成功，未超过规定的时间且已生效的。但是今天预约发现问题，无法预约直播展示的房型。下单前都有截图，和朋友两个账号一个链接一起下的订单。

田先生表示，目前一单有问题，一单可预约，很明显的系统 bug，联系商家彩贝壳客服反馈，却被再三推脱，一会说不是直播产品一会说要以付款时间为准，但所有页面并未提示一提交就要付款，明显的欺诈行为。做不起活动可以不要做，没必要忽悠消费者。田先生的诉求是两个订单需要预约5/27豪华房，履行订单该有的服务义务。如不能给到满意答复，请协调按照消协规定赔付。

【案例三】平台骑手投诉餐品丢失 “饿了么”恶意索赔

5月6日，陕西省的岳先生向“电诉宝”投诉称其与2023年5月6号上午9点三十分接单饿了么，用户地址写雁塔区某某家属院3号楼，自己按规定时间和平台规则完整送达餐品至客户指定地点，并点确认送达，客户超时未取，餐品丢失，平台要求自己赔偿。

岳先生表示，自己按平台要求到客户指定区域3号楼，西安下大雨，在外面等17分钟客户一直未下楼取餐，看快超时了就点了送达，自己是在指定位置点的送达，并未虚假送达，岳先生表示疑惑自己何错之有。

【案例四】“飞猪”自动扣款强制出票？客服反复推辞惹不满

5月13日，山东省的林女士向“电诉宝”投诉称其在2023年5月12日8.00-19.30期间，多次查看机票。青岛深圳往返，订票时提示只能支付宝支付。

绑定银行卡时候，按照绑定提示输入绑定验证码，以后自动扣款成功，强行出票。

林女士表述称，支付宝与飞猪员工均已经核实，未输入支付密码，未开通免密支付。此情况下客服反复推辞消失，多次联系强迫主动退钱，由消费者本人自己承担损失。期间客服拒绝沟通半夜十二点让等回复等到三点无任何回复。

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，对此，飞猪工作人员向“电诉宝”发来反馈称：关于消费者反馈订单，经核实此单用户和商家已协商一致，消费者认可平台调解结果，达成一致。

【案例五】已演出主办方协商一致 “大麦网” 仍旧拒绝退款被投诉侵犯消费者权益

5月14日，黑龙江省的张女士向“电诉宝”投诉称其于2023年3月8日在大麦网经支付宝支付150人民币购买帆布小镇风和日丽哈尔滨站乐队演出票，由于考试原因无法到达现场，于4月23日与大麦网客服请求申请退票，但大麦网不开启退票渠道，不受理退票诉求。

张女士称，遂于4月24日与该演出主办方说明该情况，经协商一致后答应退票退款并承诺与七个工作日内以原票价退款到账户，但是直到5月13日演出当天退款未到账，且经相关人员当天现场确认本票已经作废但是一直拖延未退款。霸王条款犯了消费者权益，请求大麦网原价退款。

【案例六】用户认为“万师傅”价格不合理取消服务遭师傅辱骂 回应：多次跟用户解释无法协商一致

5月18日，江西省的王先生向“电诉宝”投诉称其于2023年5月17日，在万师傅平台下单，维修燃气灶。师傅来了报价260，后主动报价200，王先生认为价格不合理取消服务，收了30服务费。但王先生认为这是恶意报价，导致服务不成立，无法接受全额空跑补贴，仲裁申请退一半15被拒绝，后在其平台

投诉，客服回电愿给 30 元平台补贴弥补损失。

王先生表示，后发现师傅辱骂自己。因此申请平台收回补贴，亦接受不退回 30 元，但这笔钱不能给到师傅。师傅道不道歉无所谓，反正自己不接受。同时，王先生称需要正常评价的权利，付了钱，有了订单，都不能评价了，素质如此低的师傅订单是百分百好评。

接到该用户投诉后，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，对此，“万师傅”工作人员发来回复称：经家电维修|燃气灶维修，用户反馈师傅上门之后不合理收取费用，用户不接受，师傅要求收取空跑费，因此不满对师傅发起投诉，经平台介入，师傅上门之后因需要维修更换配件，双方未协商好费用导致师傅空跑，需要支付相关的空跑费，多次跟用户解释仍旧不接受，非常抱歉无法协商一致。

【案例七】没有产生任何消费 “走着瞧旅行” 退款扣除 60%费用被指霸王条款

5 月 18 日，广东省的萧女士向“电诉宝”投诉称其于 2021 年 4 月 13 日在走着瞧旅行购买两张出发三亚旅游卡，2 年有效期，费用 1598 元，现想退款，却被电话告知要扣除 60%费用。

萧女士表示作为预订酒店等定金费用，正常情况下，是消费者报名报团激活旅行卡，旅行社一方满人组团，才预订酒店、饭店等，但从没有申请报团，压根没有预订酒店等消费，在没有任何消费情况下，要扣除 60%费用是霸王条款，非常不合理，且强调没法退款可以选择延期，引导选择延期旅行卡，侵害了消费者的选择权和公平交易权，萧女士的诉求是全额退款。

【案例八】多收退票费？“智行”被指退票手续费多收 30% 否认用户核实信息

5 月 23 日，北京市的段女士向“电诉宝”投诉称其于 4 月 21 日早上下单机票，

下完单发现订错了，于是点击退票，此时退票手续费 320，段女士便联系智行，智行方面回复说收取 40%，是航空公司收取的，智行让自己联系航空公司核实，但是联系航空公司，航空公司回复收取为 10%。

段女士告知智行航空公司收取 10%退票费的情况，智行又回复说航空公司告知错误信息，不认可自己与航空公司核实的情况。航空公司规定：航班规定离站时间前 7 天(含)之前提出收取客票价 10%的退票费；航班规定离站时间前 7 天至 72 小时(含)之内提出收取客票价 20%的退票费；航班规定离站时间前 72 小时至 4 小时(含)之内提出收取客票价 70%的退票费；航班规定离站时间前 4 小时之后提出收取客票价 90%的退票费。段女士对此表示了疑惑。

【案例九】拒绝二次上门？“鲁班到家”被指用户投诉不成反被罚

5 月 25 日，辽宁省的周先生向“电诉宝”投诉称联系鲁班到家的师傅无法接通，且拒绝二次上门，按照平台规定是要罚款 30 扣一分的。但是却没有商家投诉，没有违规，且拒绝二次上门进行处罚，申诉还不予通过，强制性罚款。

周先生表示打鲁班到家电话没人接听，联系都是机器人，要不就是不予理睬，都好几天了，一找就是推拖，要不就是有专员和你联系，之后就没有动静了，也没人联系我，再找还是这些话，周先生的诉求是投诉鲁班到家，是希望得到赔礼道歉，撤销处罚，改变自己的服务态度。

【案例十】包庇商家？用户投诉“联联周边游”出尔反尔拒绝开票

5 月 29 日，广东省的陆先生向“电诉宝”投诉称，自己于 2022 年 12 月在联联周边游上购买 9 套润喉糖和枇杷膏套装，购买之前已经问过商家是否可以开具发票，客服明确表示可以开具发票，随后购买了 891 元的商品，等商品收到后，联系客服开发票，但就一直推脱，说他们不是商家只是平台，他们只能联系商家提供自己的诉求，开不开要看商家。

陆先生认为这是虎狼之词，没买的时候说能开发票，买了东西了说看商家心

情，平台一直不处理发票问题，在中间包庇商家，让平台处理商家不管，自己让他提供商家联系方式自己去联系开发票也不提供，就是不给开发票，每次说的都很好听，就是一直拖着我不给我开发票。

（三）数字教育数据与十大典型案例

数字教育消费评级榜：

在 2023 年 5 月全国数字教育评级榜中：获“建议下单”评级的有：帮考网；获“不建议下单”评级的有：一只船教育；获“不予评级”的有：潭州教育、中职通。

2023年5月全国数字教育消费评级榜						
排名	平台名称	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
1	帮考网	100.00%	0.578	8.000	0.833	建议下单
2	潭州教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2	深海教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2	一只船教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2	中职通	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

备注：

- 综合指数=平台回复率*0.5+回复时效性*0.3+用户满意度/10*0.2。
 - 平台回复率：平台移交给被投诉电商用户投诉，被投诉电商的有效回复率。
 - 回复时效性：平台回复时间小于72小时为1.0，回复时间大于72小时且小于120小时为0.6，回复时间大于120小时为0。
 - 用户满意度：10分满分制，数据只截取已评分的用户投诉，未评分的用户投诉将不纳入满意度数据基数的统计。
- 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 $\in [0.75,1.0]$ 。对未入驻或未取得售后联系方式的电商平台“不予评级”。
- 由于投诉量的多少与平台的市场占有率有直接关联，故投诉量不列入评级统计范畴。
- 本榜单所有数据均由系统后台根据各网络消费平台上述行为，依据上述模型算法自动生成，不受任何人工因素影响。

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）
 数据来源：WWW.100EC.CN

数字教育上榜平台有 26 家：

投诉量 TOP10 依次为：一只船教育、帮考网、中职通、深海教育、潭州教育、尚德机构、兴为教育、高教通、开课吧；

排在第 11-26 名的是：中安建培、对啊网、聚师网、恒企教育、大鹏教育、嗨学网、VIPKID、赛优教育、网易云课堂、有道精品课、小叶子陪练、高顿教育、芸学教育、学慧网、腾讯课堂、大塘小鱼。



电诉宝 全新升级 “律”动315 直击行业乱象 为全国网络消费用户“保驾护航”

[首页](#)
[投诉榜](#)
[评级榜](#)
[律师团](#)
[报道](#)
[专题](#)

当前位置 > 投诉榜

领域：
[总榜](#)
[数字零售](#)
[数字生活](#)
[数字健康](#)
[数字教育](#)
[跨境电商](#)

[产业电商](#)
[物流科技](#)
[金融科技](#)
[其他](#)

行业：
[全部](#)
[综合类](#)
[知识付费](#)
[职业教育](#)
[早教](#)
[语言类](#)

[老年教育](#)
[教育服务商](#)
[高等教育](#)
[steam教育](#)
[K12](#)
[AI教育](#)

筛选：
[2023](#)
[5月](#)

1 一只船教育	2 帮考网	3 中职通	4 深海教育
5 潭州教育	6 尚德机构	7 环球网校	8 兴为教育
9 高教通	10 开课吧	11 中安建培	12 对啊网
13 聚师网	14 恒企教育	15 大鹏教育	16 嗨学网
17 VIPKID	18 赛优教育	19 网易云课堂	20 有道精品课
21 小叶子陪练	22 高顿教育	23 芸学教育	24 学慧网
25 腾讯课堂	26 大塘小鱼		

(以上为投诉量排行榜)

在数字教育消费领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们从中选取十大典型投诉案例，涉及尚德机构、潭州教育、有道精品课、大鹏教育、帮考网、兴为教育、一只船教育、大塘小鱼、中职通、开课吧。

2023年5月中国数字教育典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
5月5日	尚德机构	老师诱导贷款购课？用户投诉“尚德机构”霸王条款 退费需收服务费
5月9日	潭州教育	超过半年不予退费？“潭州教育”被指霸王条款 客服态度差
5月9日	有道精品课	退费倒扣费？用户投诉“有道精品课”超过退费实效退费需收计划服务费
5月13日	大鹏教育	“大鹏教育”兼职成“诱饵” 课程无法观看管理跑路
5月13日	帮考网	私教课不过退90%学费 “帮考网”诱导消费退款受阻
5月16日	兴为教育	不过包退？用户投诉“兴为教育”退款无进展 老师敷衍了事
5月17日	一只船教育	虚假宣传？“一只船教育”被指售后拖延 退款金额少且模糊不清
5月20日	大塘小鱼	课程消失？“大塘小鱼”被指功能消失 上课无法登陆APP
5月23日	中职通	“中职通”被指疑似诱导学员报名 协商无果 不予退款
5月29日	开课吧	“开课吧”被指诱导学生贷款报名 课程问题不予退款

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】老师诱导贷款购课？用户投诉“尚德机构”霸王条款 退费需收服务费

5月5日，青海省的李女士向“电诉宝”投诉称其于2020年5月在尚德机构报了课程，机构诱导培训贷款，自己在度小满贷款分期9期，一期998元，当时该机构老师说不适应课程，不过包退，后因为工作原因没有上课，疫情原因欠了信用卡，服务期没有过，现在要求机构退费。

李女士表示自己也没要求全额退款，服务费可以适当收取，可是该机构售后人员刚开始说不能退，后又告知可以退2000，扣了每天5.9元的服务费，李女士认为自己没有上课也没有考试，但是客服不回应，班主任也都没有联系过，现以

霸王条款规定只能退 2000，向电诉宝投诉，希望可以得到帮助。

【案例二】超过半年不予退费？“潭州教育”被指霸王条款 客服态度差

5 月 9 日，湖南省的王先生向“电诉宝”投诉称其于 2019 年报名潭州教育课堂，花费了 8880 元报名 ui 课程，未学习一节潭州教育的付费课程，但是后续潭州教育拒绝退费，并声称根据平台规定超过半年时间不予退费，客服未等我回话，直接快速沟通挂断电话。

退费从 2023 年 4 月中旬左右就和潭州教育在沟通，已沟通 8 个客服，至今每次答复都是 3 到 5 天会有售后联系，且多次沟通，但是 20 天内一个售后老师还没有联系过我。王先生表示对潭州教育售后服务不满，诉求是退还 8880 元费用。

【案例三】退费倒扣费？用户投诉“有道精品课”超过退费实效退费需收计划服务费

5 月 9 日，福建省的曾女士向“电诉宝”投诉称其于 2022 年 8 月 10 日购买有道精品课，当时购买课程时承诺按实际观看课时计费，如果没观看哪怕高考后都可以按实际课时退费。因没有时间上网课，现提出退费，第一次联系客服退款，竟然告知退款、包括工本费还要倒扣几百块钱，购课的时候显示 9600 只包含网课的费用，退款的时候却要算材料费。

曾女士之后打电话自己说要找工商局，结果又告知可以商量，但是客服告知超过退费实效，如果一定要退，要扣除按时间收费的规划服务费。这在当时购买课程的时候都是没有说明的，从报课到现在规划服务配的老师只发了上课提醒和上课的课件，并没有享受到规划服务提及的内容，扣了三千多，并且报名的时候没有说明材料费用，让消费者误以为是免费赠送的，曾女士认为这相当于是欺诈行为，要求是：按实际观看课时收费，其余的课时费一周内全部退还给。

【案例四】“大鹏教育”兼职成“诱饵” 课程无法观看管理跑路

5月13日，广东省的李女士向“电诉宝”投诉称大鹏教育以兼职转钱为诱饵，诱导2022年5月购买课程，说直播课3年有效期，结果10月就不能看直播课，也找不到人去处理这些事，后来说是10月就遭遇大鹏机构经营管理不善倒闭，直播课取消转为录播课，最后录播课也看不成了。

李女士表述称后来甚至联系不到班主任，也联系不到相关学管人员，售卖课程的人员，才知道已经上当受骗了，同期的有很多学员也是遭遇了同样的情况，现在要求彻查北京知金大鹏教育科技有限公司，并同时要求退还全部费用。

【案例五】私教课不过退90%学费 “帮考网”诱导消费退款受阻

5月13日，四川省的徐先生向“电诉宝”投诉称其于2020年3月，接到帮考网客服电话销售一消课程（课程有效期为3年），后续月学习一个月后，又不断接收到对方客服电话，诱导再次于7月采用他们提供的一个分期付款的方式购买了其私教课，当时承诺包过，不过退90%学费。

徐先生称，后续第一年未过，要求自己继续学习，后期因疫情原因，未参加考试。2023年3月，向机构提出，退款问题，客服再次劝导说完成今年考试后，不过再退学费。在5月再次提出退款问题，对方客服这次才告知其中多条条款。期间对方客服存在多方诱导消费和口头承诺。现在再次联系对方，对方完全不予理会。

【案例六】不过包退？用户投诉“兴为教育”退款无进展 老师敷衍了事

5月16日，广东省卢女士向“电诉宝”投诉称自己于2022年2月份在兴为教育老师接手报名西药/执业药师6400元，后来又升到全程护航班，当时班主任推荐升的课程，承诺包过，不过成绩出来后会立马退全款，分两次付款总共付款14999.95元。卢女士表示，后来成绩出来没过，找老师退费，叫联系售后，但多次联系不上，退款无进展，联系班主任也敷衍了事，没有解决问题。

【案例七】虚假宣传？“一只船教育”被指售后拖延 退款金额少且模糊不清

5月17日，浙江省刘女士向“电诉宝”投诉称其于2021年3月在销售不过退费，高额的挂靠费用的诱导下花了7380元报了一只船教育的消防工程师课程。期间有老师过来建议再报她们的提高班通过率更高，也有报名的老师让介绍朋友来报名承诺不过退费还有奖学金拿，还送其他课程。

刘女士表示，一只船教育中途经常换老师，现在找报名的老师才发现人家早把自己删了。自己参加了一次考试没过，跟老师说通过不了不学了，要求退费，售后联系自己说要三次不过退费，能退多少也没有具体金额，要到11月份才能确认多少，要等统一申请。刘女士说要投诉，对方直接挂电话了，再打就不接了，这不是虚假宣传，拖延欺诈吗？

【案例八】课程消失？“大塘小鱼”被指功能消失 上课无法登陆 APP

5月20日，江苏省王女士向“电诉宝”投诉称自己于2018年在微信公众号买的新东方大塘小鱼绘本馆课程，到2020年就已经上不了课，网站打不开，微信公众号里也没有功能，课程全没了。联系客服和售后，没有得到一个明确的回答，一直推脱。整整三年过去，事情也没有得到一个妥善的处理。王女士认为大塘小鱼此举严重影响了自己作为消费者的权益，王女士的诉求是自己的事情可以马上得到解决。

【案例九】“中职通”被指疑似诱导学员报名 协商无果 不予退款

5月23日，福建省林先生向“电诉宝”投诉称自己是2021年11月份，在刷B站看到中职通广告，那时自己已经上班一年了。那时才19，听了他们免费公开课之后，感觉天天加班工作压力挺大的，没想太多就被他们蛊惑买了套餐课程，课程一起是6600元，在加上定金300元，课程是分12期贷款的，贷款是他们提供的软件。

林先生表示，之后自己只学了一个课程，其他课程没有去学。然后 2023 年 1 月份辞职了，在家想了一个月 5 月份就提出退款。自己向班主任老师提出退款，以课程是知识化产品和不适用 7 日无理由退款为由不给办理。然后打电话给客服，客服说三天内老师会跟自己协商退款的事。

但三天内没有协商退款消息发给林先生，发给自己的只有推销活动的消息。林先生再次打电话给客服，说老师没有发消息给自己，客服说让林先生自己找班主任老师协商。自己再次找老师，老师说，个人原因不算，要特殊原因。

【案例十】“开课吧”被指诱导学生贷款报名 课程问题不予退款

5 月 29 日，张先生向“电诉宝”投诉称自己于 2021 年 10 月 9 日在开课吧在老师的诱骗下购买了游戏动漫角色班课程，刚开始并没有想购买，但是培训老师许下了很多好处，因为没有钱，培训老师让自己再芝士未来进行分期付款购买这个课程，当时并没有意识到这个是不能退款的，共计 7980 元。

张先生称自己上了一段时间后，对课程不满意，加上自己是学生经济条件有限，对分期付款还是有点压力，于是找班主任协商退款，但不同意退，后面也没有上课了。张先生表示后面在芝士未来的电话催收下，还了几期，但已经逾期很久了，现在芝士未来要对我进行起诉。

四、关于我们

（一）关于电诉宝

国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）运行 10 余年来，与全国近千家网络消费平台建立对接，影响 1 亿+网络消费用户，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、评价体系、法律求助、大数据分析等诸多功能。目前，平台“绿色通道”服务向广大网络消

费平台开放，各平台可自主申请入驻，实时受理、反馈和查询用户满意度评价。为了更好地营造公开、透明、健康的网络消费投诉环境，“电诉宝”公开版已正式上线，新增用户投诉实时受理动态、月度平台投诉量 TOP10、热点投诉地区、投诉榜（依据投诉量排行）等模块，让投诉过程透明化，一手掌握信息动态。

“电诉宝”（网络消费纠纷调解平台；315.100EC.CN）运行十余年，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，已连续十余年发布，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。



在线投诉		进度查询		平台登录	
真实姓名*	姓名	年龄*		性别*	
所在地*		邮箱*	example@qq.com	投诉对象*	电商平台如淘宝、京东、...

为了更好地营造公开、透明、健康的电商消费投诉环境，“电诉宝”公开版于2020年7月1日正式上线，新增用户投诉实时受理动态、月度平台投诉量TOP10、热点投诉地区等模块，让投诉过程透明化，一手掌握信息动态。

当前位置 > 首页

最新投诉

已移交

已受理

已评价

福建省

2020-07-31 09:49:37

未审核

联联周边游电商平台福州君豪酒店499套餐虚假产品，根本无法使用，拒不退款

本人2020.7.29在联联周边游电商平台购买一款福州君豪酒店499套餐，后发现平台无法完成预约，联系酒店，酒店表示必须平台预约并且她们目前没有和这家平台合作过。这个是一个虚假产品，电话客服从来无人接听，在线客服一直打太极。而且虚假产品，还不让我们退款。可恶至极。

[投诉对象] 联联周边游 领域: 在线差旅 类型: 网络售假

详情>

河南省

2020-07-31 09:48:45

未审核

以设置价格错位为由取消订单

我与2020年七月21买的婴儿奶瓶，商家以设置价格错误为由私自取消订单。

[投诉对象] 当当网 领域: 商家纠纷 类型: 订单问题

详情>

广东省

2020-07-30 18:01:06

未审核

拼多多平台

虚假发货 明明没有发货硬说发货了，结果一个星期都没有物流显示，欺骗消费者，辛辛苦苦等了一个星期，快递和商家联合起来扫描出中转物流信息，引导消费者误以为发货了，其实根本没有发货，只是快递公司给商家做物流信息考核，如此行为，可恶至极，要求平台严格处罚次行为。 虚假发货 明明没有发货硬说发货了，结果一个星期都没有物流显示，欺骗消费者，辛辛苦苦等了一个星期，快递和商家联合起来扫描出中转物流信息，引导消费者误以为发货了，其实根本没有发货，只是快递公司给商家做物流信息考核，如此行为，可恶至极，要求平台严格处罚次行为

[投诉对象] 丽质睡衣店 领域: 国内网购 类型: 发货问题

详情>

浙江省

2020-07-30 17:22:34

未审核

我要投诉

电商入驻

投诉指南

电诉宝

网络消费纠纷调解平台

电商投诉，就上“电诉宝”

高效解决消费纠纷

投诉榜

更多

零售

服务

金融

物流

产业

1 淘宝

2 拼多多

3 京东

4 联联周边游

5 嗨学网

6 天猫

7 绿森商城

8 洋码头

9 飞猪

10 微信商家

11 大塘小鱼

12 有赞

13 小红书

14 旅划算

15 苏宁易购

16 闲鱼

17 当当

18 微拍堂

（二）关于网经社

浙江网经社信息科技有限公司拥有 16 年历史，旗下运营：网经社(数字经济服务商)、网经社电子商务研究中心(智库)、“电数宝”(大数据)、“电融宝”(FA)、“电诉宝”(C 端)、网盛消费品电商供应链金融服务中心(金融)等系列子品牌/平台/产品，提供媒体、研究、数据、融资、营销、顾问等服务，并致力于打造大数据驱动的“领先的数字经济服务商”。

网经社网站(WWW.100EC.CN)旗下拥有 100 多个细分台、频道、平台、分站，365 天/12 小时滚动发布国内外数字经济资讯，为全国乃至全球用户提供全面、及时、专业的靠谱资讯，是国内首屈一指的数字经济服务商。

公司总部位于杭州，系国内唯一拥有 A 股上市公司背景的数字经济媒体、智库和平台，母公司在全国拥有 30 个分支机构，员工 1000 余人，实力雄厚，是我

国电数字经济行业的见证者与推动者。

2022年11月23日，国内领先的数字经济服务商“浙江网经社信息科技有限公司”宣布成立“消费品电商供应链金融服务中心”，并发布消费品电商供应链金融解决方案，此举旨在破解消费品流通企业融资难题。



具体服务包括：向平台企业基于网经社数字经济门户、自媒体&社群矩阵、媒公宝（3000人记者库）提供媒体传播业务为核心的品牌服务；向政府机构基于互联网行业内唯一一家国家发改委认定的“一带一路”TOP10影响力社会智库“网经社电子商务研究中心”提供研究资讯为核心的智库服务；向消费品供应链企业基于“网盛消费品电商供应链金融服务中心”提供供应链金融解决方案；向创业公司基于“电融宝”20000+投资者库提供FA服务。

网经社在工信部、公安机关网站合法备案运行，服务客户覆盖各大互联网上市公司、独角兽，以及国家和各地政府部门，有口皆碑。



数据墙:

拥有 **100+专业频道**，为全国用户提供全面、及时、专业的资讯，是国内领先的数字经济门户。

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 **20000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、演讲的数字经济论坛、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**数字经济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。

• 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《2023年5月中国电子商务用户体验与投诉数据报告》”。

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：2023 年 6 月 6 日

官方公众号 ID: i100EC

网购投诉平台 ID: DSWQ315

(近 40 万电商人都在看!)

(在线网购投诉)



电数宝 (DATA.100EC.CN)

电诉宝 (315.100EC.CN)

(16 年沉淀 100 万+条数据覆盖 4000+平台)

(我要投诉)



网经社小程序码 (微信小程序搜网经社)

