

# 2023年9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10月08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 .....	6
(一) 数字零售数据与十大典型案例 .....	8
(二) 数字生活数据与十大典型案例 .....	15
(三) 数字教育数据与十大典型案例 .....	21
四、关于我们 .....	29
(一) 关于电诉宝 .....	29
(二) 关于网经社 .....	31

## 一、报告摘要

9月份，2023年中国农民丰收节金秋消费季启动，京东、拼多多、美团、盒马等电商企业参与活动，推动消费热潮。此外，商务部也表示，要培育新型消费，推动即时零售、直播电商、社交电商等消费新业态新模式健康发展。打造更多沉浸式、体验式、互动式消费场景，促进商旅文体健相互赋能、线上线下相互融合。

不过，在网络消费领域，仍有不少APP因侵害用户权益被通报，如浙江省通信管理局通报河狸家、淘全、植小保、东杭州等12款侵害用户权益行为APP，中公教育、虎扑等23款APP侵犯用户权益被工信部通报。可见网络消费环境仍存在隐患。

在此背景下，10月8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9月受理的全国90家互联网消费平台（环比上升9.8%）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9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**直播电商**）、数字生活（主要集中在**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9月网络消费投诉数据及《2023年9月数字零售十大典型投诉案例》《2023年9月数字生活十大典型投诉案例》和《2023年9月数字教育十大典型投诉案例》。

在报告公布的《2023年9月全国网络消费评级榜》中：获“**建议下单**”评级的有：BOSS直聘、智行、去哪儿；获“**谨慎下单**”评级的有：美团、飞猪、联联周边游、抖音、鲁班到家等；获“**不建议下单**”评级的有：寺库、分期乐、一只船教育等；获“**不予评级**”的有：大麦网、淘宝、闲鱼、尚德机构、快手、中免日上、二三良作。

## 二、整体数据

### （一）投诉问题类型分布

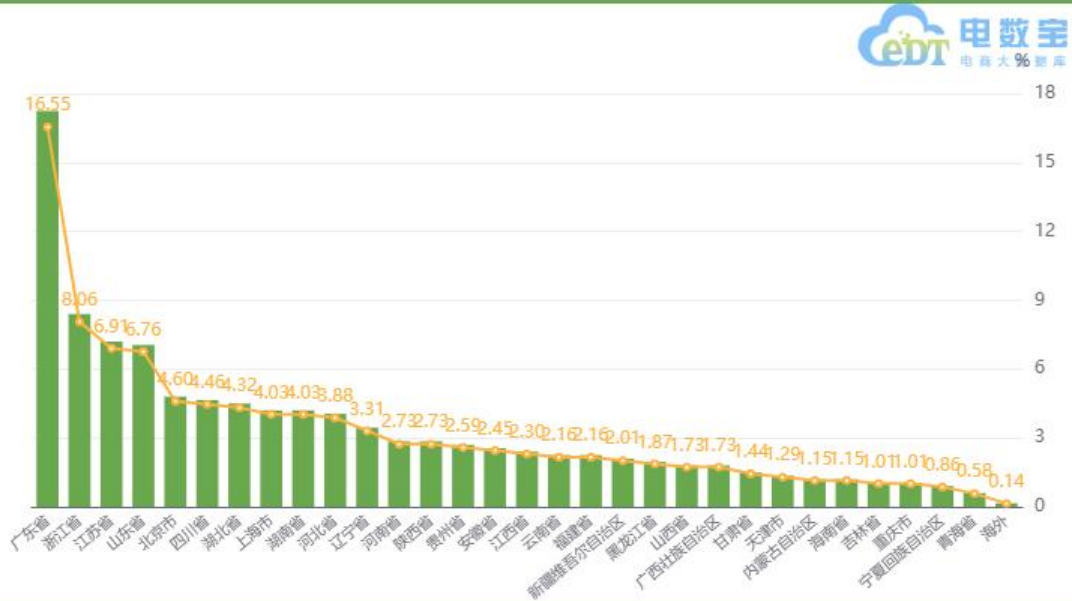
据“电诉宝”显示，2023年9月全国网络消费投诉问题类型TOP10中，退款问题占比高达31.66%，其余问题类型依次为：商品质量（12.81%）、售后服务（7.77%）、网络欺诈（7.19%）、网络售假（6.19%）、虚假促销（6.04%）、发货问题（5.18%）、霸王条款（4.75%）、退换货难（3.17%）、货不对板（3.02%）。



### （二）投诉地区分布

9月“电诉宝”受理投诉用户聚集地区TOP10依次为广东省（16.55%）、浙江省（8.06%）、江苏省（6.91%）、山东省（6.76%）、北京市（4.60%）、四川省（4.46%）、湖北省（4.32%）、上海市（4.03%）、湖南省（4.03%）、河北省（3.88%）。

### 2023年9月全国网络消费投诉地区分布



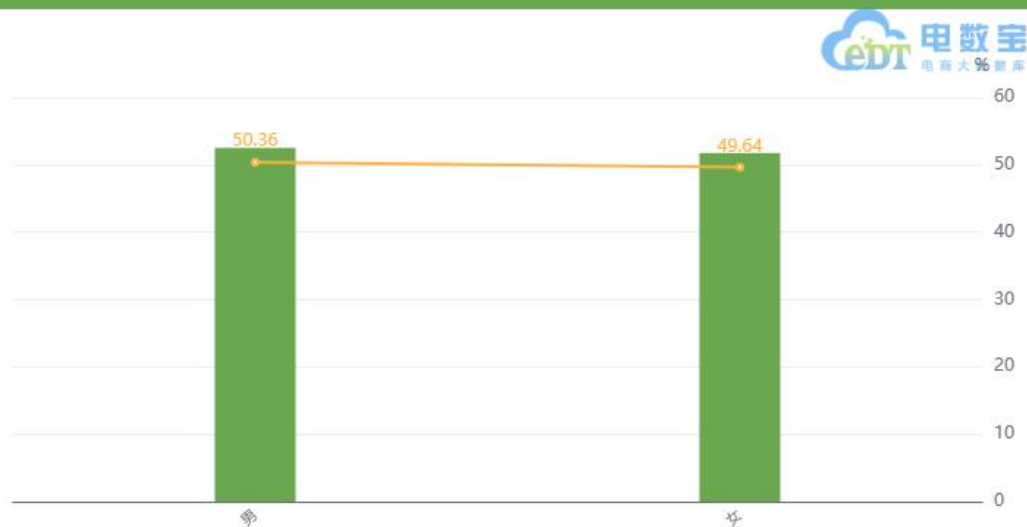
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

### (三) 投诉用户性别分布

据“电诉宝”显示，9月男性用户投诉比例为50.36%，女性用户投诉比例为49.64%。

### 2023年9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，9月投诉金额分布主要集中在100-500元（22.88%）、1000-5000元（21.87%）、0-100元（19.42%）、500-1000元（11.22%）、5000-10000元（10.36%）、10000元以上（5.04%）、未选择金额（9.21%）。



### 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9月全国网络消费评级榜中：获“建议下单”评级的有：BOSS直聘、智行、去哪儿；获“谨慎下单”评级的有：美团、飞猪、联联周边游、抖音、鲁班到家等；获“不建议下单”评级的有：寺库、分期乐、一只船教育等；获“不予评级”的有：大麦网、淘宝、闲鱼、尚德机构、快手、中免日上、二三良作。

## 2023年9月全国网络消费评级榜

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	BOSS直聘	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2	智行	100.00%	0.943	0.000	0.783	建议下单
3	去哪儿	100.00%	0.862	0.000	0.758	建议下单
4	美团	100.00%	0.625	0.000	0.688	谨慎下单
5	飞猪	88.89%	0.644	0.000	0.638	谨慎下单
6	联联周边游	80.00%	0.720	0.000	0.616	谨慎下单
7	京东	82.76%	0.662	0.000	0.612	谨慎下单
8	抖音	75.76%	0.338	2.000	0.552	谨慎下单
9	鲁班到家	54.55%	0.455	0.000	0.409	谨慎下单
10	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	寺库	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
10	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	分期乐	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
10	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
10	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	尚德机构	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	快手	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	一只船教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
10	中免日上	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	二三良作	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

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∈[0,0.4)，谨慎下单∈[0.4,0.75)，建议下单∈[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

## （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 9 月全国数字零售评级榜中：获“谨慎下单”评级的有：京东、抖音；获“不建议下单”评级的有：寺库等；获“不予评级”的有：淘宝、闲鱼、快手、二三良作。

2023年9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	京东	82.76%	0.662	0.000	0.612	谨慎下单
2	抖音	75.76%	0.338	2.000	0.552	谨慎下单
3	寺库	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
3	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
3	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
3	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
3	快手	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
3	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∈[0,0.4)，谨慎下单∈[0.4,0.75)，建议下单∈[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 28 家：

投诉量 TOP10 依次为：淘宝、拼多多、抖音、二三良作、京东、闲鱼、快手、寺库、红布林、微店；



排在第 11-20 名的是：天猫、美团优选、店宝宝、唯品会、小红书、微拍堂、有赞、苏宁易购、淘特、阿里巴巴；

排在第 21-28 名的是：美国妈妈、途虎养车、拍机堂、95 分球鞋交易平台、孔夫子旧书网、叮咚买菜、蘑菇街、交易猫。



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，涉及美团优选、分期乐、微拍堂、闲鱼、店宝宝、寺库、美国妈妈、小红书、蘑菇街、快手。

## 2023年9月数字零售典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
9月4日	<b>美团优选</b>	“美团优选”被指欺骗消费者私自取消订单 平台却仍售卖此商品
9月4日	<b>分期乐</b>	用户投诉“分期乐”利用多种手段暴力催收 损害其名誉
9月5日	<b>微拍堂</b>	未提供服务就收取技术费？“微拍堂”被指不尊重消费者知情权
9月7日	<b>闲鱼</b>	用户投诉“闲鱼”商家商品与描述不符 退款遭拒 平台客服不作为
9月10日	<b>店宝宝</b>	赚不回本就退款？“店宝宝”被指疑似虚拟宣传 多次推诿不退款
9月10日	<b>寺库</b>	不退款不发货？用户投诉“寺库”上传虚假产品欺骗消费者下单
9月10日	<b>美国妈妈</b>	无良商家？“美国妈妈”被指找借口拖延退款
9月12日	<b>小红书</b>	违反国家规定？“小红书”被指不支持七天无理由退货
9月17日	<b>蘑菇街</b>	等待两月仍未收到“走着瞧旅行”产品卡退款 “蘑菇街”商家不守信承诺？
9月17日	<b>快手</b>	只管上架不管理？“快手”被指售后服务不佳

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

### 【案例一】“美团优选”被指欺骗消费者 私自取消订单 平台却仍售卖此商品

9月4日，江西省的刘先生向“电诉宝”投诉称，他于2023年9月1日在美团优选平台下了10台电风扇的订单，到了2023年9月3日的发货时间。美团优选以商家送货不足的借口不给刘先生发货，还私自取消订单，但实际平台还一直在卖此款电风扇。刘先生认为这明显就是欺骗消费者，侵害了消费者的权利。

刘先生表示希望电诉宝平台，给消费者一个公道，公正，公开，的处理方式，让美团优选平台认识到自己的错误，给消费者合理的答复，让我们消费者满意的答复。

### 【案例二】用户投诉“分期乐”利用多种手段暴力催收 损害其名誉

9月4日，云南省矣先生向“电诉宝”投诉称其于2023年9月4日被分期乐公司以打电话，发短信，曝光通讯录等违法乱纪行为进行暴力催收，散播对其本人名誉造成严重影响的谣言方式来恐吓本人及家属。

矣先生表示分期乐公司以高利息的严重违法方式下放贷款，严重的违规了中华人民共和国刑法，必须予以关停分期乐公司，并且对他本人赔偿道歉，把高出的利息全部偿还，并关闭公司，向所有分期乐公司所诈骗人员予以赔偿，公开道歉，按照中华人民共和国相关规定严格处罚分期乐公司所有相关诈骗人员。

### 【案例三】未提供服务就收取技术费？“微拍堂”被指不尊重消费者知情权

9月5日，河南省的陈先生向“电诉宝”投诉称，其于2023年9月4日晚上在微拍堂开通店铺，平台提示实名认证，陈先生提交身份证信息认证时，微拍堂提示要预交费用1800元。陈先生事先知道开店铺要缴纳保证金的，就支付了，结果实名认证通过后又提示他1800元是技术服务费，保证金需要另交1000元。

陈先生表示很纳闷，联系平台客服称这没有充分保护他的知情权。平台客服称1800元就是技术服务费，是陈先生误以为是保证金，因此陈先生想申请微拍堂返还1800元。陈先生认为，他没有让微拍堂为他提供任何服务前，为何要预先扣除所谓的技术服务费？陈先生希望在他没有让微拍堂为他提供服务的同时能把钱退给他。

陈先生称，合同法和消费者权益保护法里有明确规定，即便是商家的格式条款，也必须以加粗字体向对方做出明显提示，才算尽到合同订立时的充分告知义务，否则不得做出不利于消费者一方的解释，是无效条款。陈先生还称，即便按照图片解释，假设如果审核开店没通过就不退审核费？审核费又是什么费，等于技术服务费吗？

#### 【案例四】用户投诉“闲鱼”商家商品与描述不符 退款遭拒 平台客服不作为

9月7日，江苏省的祝女士向“电诉宝”投诉称其于2023年8月30号在闲鱼平台上购入二件裤子，实付 $14.25+10=24.25$ 元，付款前已确认好商品尺寸问题，但卖家隐瞒实物信息，称弹性很大能穿，导致收货后无法使用，卖家拒退。

祝女士表示自己提供详细凭证及视频，平台客服却判别证据不足，强行结束买家申请结束，导致买家款项强制性打给卖家。只能上传4张图，另一张图无法上传：卖家拒绝退货。客服无视买家提供的凭证及视频，对商家欺骗行为视而不见，导致买家经济损失，处理结果极慢，来电态度极差。

#### 【案例五】赚不回本就退款？“店宝宝”被指疑似虚拟宣传 多次推诿不退款

9月10日，广东省梁女士向“电诉宝”投诉称自己于2023年8月16号在店宝宝开了一个三千的店。开通后店宝宝就一直打电话给自己叫梁女士升级6000元的旗舰版。开始梁女士并没有听他们的，他们就一直打电话，给梁女士打了五六个。

后来店宝宝方面表示他们是一个月赚不回成本就会退款，说合同上会有梁女士就答应了。梁女士第二天十点把钱交完了后，店宝宝他们就半天不给梁女士合同也不回信息，到了十二点才回她。

梁女士表示，合同是下午四点多签的，但是没有一个月赚不回成本就全额退款的条款，当时梁女士想退款了的，但对方不肯，然后梁女士也选择再相信他们。后来梁女士叫了三四次他们给自己开第二家店，店宝宝方面不开一直推脱，所以梁女士觉得我被骗了，让他们退钱，他们不退。

## 【案例六】不退款不发货？用户投诉“寺库”上传虚假产品欺骗消费者下单

9月10日，浙江省董女士向“电诉宝”投诉称寺库 app 通过上传无货虚假产品，欺骗消费者下单。在消费者下单后，平台不按规定时间发货。发货超时后董女士选择取消订单，但寺库平台一直显示退款审核中，既不退货也不发货，将近一个月一直拖着没人管，并且到现在还在欺骗诱导消费者下单。董女士表示寺库涉嫌非法占用消费者资金，非法集资以及诈骗。

## 【案例七】无良商家？“美国妈妈”被指找借口拖延退款

9月10日，江苏省钟女士向“电诉宝”投诉称，美国妈妈不给退款，不管钟女士怎么说对方都找借口拖延，要钟女士提交各项证明。钟女士打电话投诉处理也没处理，等了好几天，每次美国妈妈都说反馈商家，但实际上也没有，就是不退款。

钟女士表示很无语，之前她不论在哪个平台买东西都是可直接退的，美国妈妈却以各种理由不给退，声称七天无理由退款，却也没看到实行。钟女士很困惑，这样的无良商家为什么要存在？欺骗消费者、欺负老百姓吗？

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，对方回复称：为保障用户的消费体验，美国妈妈平台敦促商家安排先行退款，并承担运费。后商家电话联系用户多次未果，于是安排短信通知用户处理结果。目前，用户已于12日将产品寄回，退货在途中。后续，收到退货后，商家表示将尽快进行售后审核完与相关退款工作，美国妈妈平台方面也会密切跟进商解的处理进度。

## 【案例八】违反国家规定？“小红书”被指不支持七天无理由退货

9月12日，江西省范先生向电诉宝投诉称，其于2023年9月在小红书平台购买了两个手链，到货之后范先生发现其中一条手链质量不好，跟图片差异大，

就想把另一个还没收到货的退掉。范先生称，商家是个供货商，但是申请了个人商家，打着处理闲置的名义，说他们的商品不支持七天无理由退款。

范先生还称，小红书平台偏袒商家，不作为，说他们的规定是这样。范先生表示，国家规定是可以七天无理由退货，但客服说他们平台规定不行就是不行。另外客服说，他们的页面有显示不支持七天无理由退货，但实际上只有不支持三个字，需要点开才能看到具体的内容，客服却称他们有醒目的标识。

### **【案例九】等待两月仍未收到“走着瞧旅行”产品卡退款 “蘑菇街”商家不信守承诺？**

9月17日，河南省宋女士向“电诉宝”投诉称，其于2021年6月15日在蘑菇街 yoke 瑜儿直播间购买两张前往云南旅行卡，当时商家承诺这个产品是7天无理由退货的，两年内如果没有出行，可以给特殊申请免费改期/延期，两年后如果还是没办法预约出行，可以退款。

宋女士称其因工作原因一直未预约出行，2023年7月到期后，宋女士及时与商家联系想要申请退款，客服一直说已经登记售后，正在处理中。期间宋女士多次与商家联系，但直到9月还未将退款打至账户，也联系不上客服。宋女士希望商家信守承诺，尽快完成退款。

### **【案例十】只管上架不管理？“快手”被指售后服务不佳**

9月17日，陕西省张先生向“电诉宝”投诉称其在快手平台买的东西，真假不能确定，张先生虽未去检测，只是觉得使用以后还不如普通的效果好，可以说一点效果没有，而且卖的比普通的贵。张先生找平台，他们却不管，只说让他自己和商家沟通。

张先生称，难道快手平台只管把商品上架收钱，其他的不管吗？这样的平台存在的意义在哪？张先生表示自己只是发现了一个商品有问题，谁还知道其他商品怎么样，这样的平台能卖出好东西？商家只管卖东西不管售后，平台只管上架

不管理，让消费者买了东西以后就没有售后服务了，这平台就没人管吗？

## （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9月全国数字生活评级榜中：获“建议下单”评级的有：BOSS直聘、智行、去哪儿；获“谨慎下单”评级的有：美团、飞猪、联联周边游、鲁班到家；获“不予评级”的有：大麦网。

2023年9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	BOSS直聘	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2	智行	100.00%	0.943	0.000	0.783	建议下单
3	去哪儿	100.00%	0.862	0.000	0.758	建议下单
4	美团	100.00%	0.625	0.000	0.688	谨慎下单
5	飞猪	88.89%	0.644	0.000	0.638	谨慎下单
6	联联周边游	80.00%	0.720	0.000	0.616	谨慎下单
7	鲁班到家	54.55%	0.455	0.000	0.409	谨慎下单
8	大麦网	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∈[0,0.4)，谨慎下单∈[0.4,0.75)，建议下单∈[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

数字生活上榜平台有 22 家：

投诉量 TOP10 依次为：大麦网、去哪儿、鲁班到家、BOSS 直聘、联联周边游、飞猪、美团、智行、万师傅、走着瞧旅行；

排在第 11-22 名的是：同程旅行、携程、饿了么、猫眼电影、soul、彩贝壳、高德、黄河票务、旅划算、如程、百合网、58 同城。

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

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 9月

1	大麦网	2	去哪儿	3	鲁班到家	4	BOSS直聘
5	联联周边游	6	飞猪	7	美团	8	智行
9	万师傅	10	走着瞧旅行	11	同程旅行	12	携程
13	饿了么	14	猫眼电影	15	soul	16	彩贝壳
17	高德	18	黄河票务	19	旅划算	20	如程
21	百合网	22	58同城				

(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投诉案例，涉及联联周边游、大麦网、58 同城、万师傅、百合网、智行、黄河票务、美团、BOSS 直聘、彩贝壳。



## 2023年9月数字生活典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
9月3日	<b>联联周边游</b>	退款需收费？“联联周边游”被指商家问题未能消费 退费收取高额费用
9月4日	<b>大麦网</b>	演出票品不予退货？用户投诉“大麦网”演出协议违反法律法规
9月11日	<b>58同城</b>	店大欺客？“58同城”搬家服务没有按时履约还拖延退款
9月12日	<b>万师傅</b>	师傅反映“万师傅”太霸道 无凭无据直接判定投诉成立限制接单
9月15日	<b>百合网</b>	诱导消费？用户称“百合网”涉嫌网络诈骗 扩大产品服务和期限
9月16日	<b>智行</b>	“智行”在不知情的情况下捆绑销售会员？ 回应：已退订成功
9月17日	<b>黄河票务</b>	迟迟收不到退款 “黄河票务”客服失联？
9月19日	<b>美团</b>	“美团”商家被指私自退单 用户希望严肃处理
9月21日	<b>BOSS直聘</b>	霸王条款？“BOSS直聘”被指封禁后无法申诉
9月26日	<b>彩贝壳</b>	“彩贝壳”套票无法改期？用户要求全额退款

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

### 【案例一】退款需收费？“联联周边游”被指商家问题未能消费 退费收取高额费用

9月3日，广东省的欧阳女士向“电诉宝”投诉称其于2022年7月18日在联联周边游购买了同步齿科洁牙套餐两个，使用说明中要求提前预约商家，使用前，打了三次家附近的店铺电话，一直没人接，联联周边游 app 上的在线客服一直联系不上。于是没有预约，过期了，现在联系联联周边游客服，工号（891263），回复只能退违约金的70%，不能全额退款。欧阳女士询问客服自己联系不上店铺、联联在线客服的损失谁来承担，客服不予回复。

欧阳女士还称自己于2023年6月27日。又在联联周边游购买喜灸 spa 套餐，

临到期没时间使用，自己联系商家，商家说可以全额退款，让我找平台客服，平台客服却说只能退 70%，欧阳女士表示自己不接受以上霸王条款，故投诉。

### 【案例二】演出票品不予退货？用户投诉“大麦网”演出协议违反法律法规

9月4日，广东省周女士向“电诉宝”投诉称其于2023年8月31日下午17:55购买了五月天2023西安演唱会，之后不想买了，第一时间于服务提供方（即大麦网）联系沟通退款事宜，大麦网给出的答复是基于演出票品特殊性和时效性不予退货。服务提供方认为演出票品不同于可循环销售的普通商品，不适用于七天无理由退换，根据演出票购买协议该演出不支持退换。

对此周女士本人认为：1.服务提供方主张的特殊性不成立：该产品非消法或七天无理由暂行办法等法律法规规定的不适用七日无理由退货规定的商品；2.服务提供方主张的时效性不成立：演出时间是2023年9月10日，距现在还有10天的时间；

3.服务提供方主张演出票品不适用七天无理由退换的行为违反了《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》第十三条的规定；4.服务提供方关于演出协议的主张排除限制消费者权利，违反民法典、消法等法律法规规定。

### 【案例三】店大欺客？“58同城”搬家服务没有按时履约还拖延退款

9月11日，刘先生向“电诉宝”投诉称其于2023年9月5号在58同城平台（58到家）支付预约的2023年9月6号晚上8点搬家服务费用241元，到了9月6号并没有师傅上门，拨打很多个客服电话被告知无师傅可派，最终客服推荐在别的平台去找搬家的。

刘先生要求取消订单并要求退款，客服态度极其恶劣最终在沟通下答应退款，但向客服反映沟通至今9月11号了，过去了5天还是没有退款，刘先生的诉求是立刻退款241元原路返还。

#### 【案例四】师傅反映“万师傅”太霸道 无凭无据直接判定投诉成立限制接单

9月12日，四川省的康先生向“电诉宝”投诉称万师傅师傅版平台恶意限制接单，冻结了账户可提金额。需要缴纳300违约金才可接单，平台说收取客户拆旧费用，康先生表示需要平台提供自己收取费用的交易凭证，平台客户专员说客户说收了你就是收了钱，在毫无根据的情况下，直接判定商家投诉成立。

康先生称给平台客户打电话电话永远打不通，一个定单安装费75块钱，扣除抽佣到手60块钱，自己合情合理的安装。康先生表示难道我们付出的劳动报酬都该平台的了吗，平台一句话自己的劳务费都是你的，自己是未提供安装服务还是恶意诋毁商家诋毁平台。

#### 【案例五】诱导消费？用户称“百合网”涉嫌网络欺诈 扩大产品服务和期限

9月15日，福建省郑先生向“电诉宝”投诉，2023年9月13日，百合网销售人员为了诱导他加入会员，扩大产品服务和期限，多次微信视频，郑先生被其说动，于13日晚上11点缴纳2999元会费。

2023年9月14日早上9点多，百合网红娘打来电话，郑先生发现根本没有销售人员承诺的服务，当场拒绝并要求退费。9.14下午5点，客服要郑先生继续接受服务并说是他自愿付费，郑先生拒绝退款。郑先生的诉求是百合网涉嫌网络欺诈，诱导消费，承诺的东西没写上合同。郑先生要求退回会员费，并赔偿误工费400元。

#### 【案例六】“智行”在不知情的情况下捆绑销售会员？回应：已退订成功

9月16日，江苏省的夏先生向“电诉宝”投诉称其于2023年9月16日在

智行火车票 APP 候补买火车票，在下单全程平台都没有提醒要开通会员或者有任何附加产品。下单后发现扣款金额不对，一开始只扣了远少于火车票金额的钱，一分钟后才预扣了火车票的钱。

夏先生表示在自己查询订单后发现是开通了 vip，平台在不知情的情况下捆绑销售会员。之后想要退订会员，也是在这时发现会员开始时间竟然是三个月后，点击退订之后平台说已使用会员权益无法退订，可自己已经取消抢票订单且还没有抢到票，夏先生的诉求是退订会员并且全额退款。

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，智行的工作人员向“电诉宝”发来反馈称：企业已经联系消费者，消费者告知会员费用已联系企业退订成功，无其他问题了，双方已经达成一致。

### 【案例七】迟迟收不到退款 “黄河票务”客服失联？

9月17日，江西省张女士向“电诉宝”投诉称其于2023年7月19号在黄河票务下了四个订单，分别是9.7、9.8、9.9、9.10号的周杰伦天津演唱会门票2张，一张是900元，四个订单一共是8张，7200元。

临近演出时，张女士接到客服来电说实际门票需要加价至少两倍卖出，询问张女士是否继续购买，张女士当时选择了退票，客服也同意了，说一般是7-10天可以收到退款，但是到2023.9.17号，还迟迟收不到退款，张女士拨打官方客服电话一直无法接通，她的诉求是黄河票务尽快返还退款。

### 【案例八】“美团”商家被指私自退单 用户希望严肃处理

9月19日，云南省蒋先生向“电诉宝”投诉称其于美团购买的商品，商家未做商量，直接私自退单。蒋先生称，没见过电商平台有商家私自退货的。平台只会找借口敷衍了事，蒋先生让给个说法，没有见什么实质性的方案。蒋先生希望严肃处理这样的无良平台，不要卖假货，欺骗客户，投诉管理也没有人来处理，

这样的平台没有诚信。

### 【案例九】霸王条款？“BOSS 直聘”被指封禁后无法申诉

9月21日，广东省王先生向“电诉宝”投诉称其于2023年9月19日注册了BOSS直聘平台开始招聘工作。在与求职者沟通的过程中，不小心提到了上一家公司的名字，因此被平台因涉嫌代招封号。目前BOSS直聘平台要求王先生签署承诺书，保证后续不再出现该涉嫌代招的行为。

但是他们提出的承诺书里是需要上一家公司的签名和公章（既：佛山市微融信息科技有限公司），但是王先生本人已经不在该公司了，并且该公司已经不经营且注销了，无法找到该公司的公章。BOSS因这个理由直接封禁了王先生的账号，并且无法申诉，王先生认为这有霸王条款的嫌疑。

### 【案例十】“彩贝壳”套票无法改期？用户要求全额退款

9月26日，上海市方女士向“电诉宝”投诉称其于2023.9.21在彩贝壳app上购买两套宝燕乐园亲子套票一大一小(非旗舰店)套票，并预约了宝山店10.2进行打卡，现有事想改期10.14，同样是宝山店，但发现此前购买链接已发生改变，彩贝壳把宝山区踢出此套票范围内，导致方女士无法如愿改期，取消预约和退款均要手续费。

方女士称，客服一直不回答问题，不回答为什么不能在宝山店使用，一直在推脱说要等10月2号才能给答复，但到时候票都过期了。方女士现在的诉求是希望商家现在能全额退款。

## （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 9 月全国数字教育评级榜中：获“不建议下单”的有一只船教育；获“不予评级”的有：尚德机构。

2023年9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	尚德机构	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
1	一只船教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

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∈[0,0.4)，谨慎下单∈[0.4,0.75)，建议下单∈[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 25 家：

**投诉量 TOP10 依次为：**一只船教育、尚德机构、中职通、中安建培、对啊网、兴为教育、网易云课堂、赛优教育、中公教育、高教通；

**排在第 11-25 名的是：**小叶子陪练、聚力成师教育、恒企教育、深海教育、帮考网、芸学教育、潭州教育、大鹏教育、聚师网、开课吧、VIPKID、腾讯课堂、有道精品课、叮当学堂、大塘小鱼。



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 9月

1	一只船教育	2	尚德机构	3	中职通	4	中安建培
5	对啊网	6	兴为教育	7	网易云课堂	8	赛优教育
9	中公教育	10	高教通	11	小叶子陪练	12	聚力成师教育
13	恒企教育	14	深海教育	15	帮考网	16	芸学教育
17	潭州教育	18	大鹏教育	19	聚师网	20	开课吧
21	VIPKID	22	腾讯课堂	23	有道精品课	24	叮当学堂
25	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，涉及深海教育、一只船教育、赛优教育、中安建培、大塘小鱼、潭州教育、尚德机构、中职通、开课吧、小叶子陪练。

## 2023年9月数字教育典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
9月5日	深海教育	APP账户被禁用？“深海教育”被指疑似泄露学员信息 多次联系无回复
9月5日	一只船教育	网上退费是骗局？“一只船教育”被指多次进行课程推销 退费推脱不理
9月12日	赛优教育	“赛优教育”工作人员课程转让含糊不清 也不予退款引不满
9月14日	中安建培	拒绝退费？“中安建培”被指退费困难 平台找理由搪塞
9月16日	大塘小鱼	“大塘小鱼”无法正常使用也无法退款 用户投诉3万余元打水漂
9月18日	潭州教育	未学习不退费？“潭州教育”被指诱导学员分期购买课程
9月19日	尚德机构	诱导学员分期付款？用户投诉“尚德机构”冻结课程过期且拒绝退费
9月19日	中职通	哄骗学员贷款？“中职通”被指疑似欺诈消费者并拒绝退款
9月22日	开课吧	“开课吧”课程打不开售后无人管 分期付款被骚扰催款
9月27日	小叶子陪练	“小叶子陪练”被指与宣传不一致 侵害消费者权益

图表编制：电诉宝  
数据来源：315.100EC.CN

### 【案例一】APP 账户被禁用？“深海教育”被指疑似泄露学员信息 多次联系无回复

9月5日，广东省赵先生向“电诉宝”投诉称其于2020年4月6日在深海教育缴费6380元参加一级注册消防工程师培训，当时说3年考不过全额退费，期间经历疫情、报考问题等情况，未能通过考试。

赵先生表示，2022年6月份因为平台泄露本人信息，导致本人被诈骗，诈骗集团通过本人信息，利用深海教育名义让本人退费就加入平安证券来操作，导致本人被诈骗了将近9万元，但是深海教育却逃避责任。

赵先生今年联系售后人员要求退费，结果没人回复，电话不接，自己深海教



育 APP 的账户也已经被禁用，登录不上，电子合同都在 app 上，点击后发现用户账号已被停用，多次联系没有结果，不给回复，也不给退费。

### 【案例二】 网上退费是骗局？“一只船教育”被指多次进行课程推销 退费推脱不理

9 月 5 日，吉林省的牟先生向“电诉宝”投诉称其于 2020 年看到北京一只船教育科技有限公司在网络上的宣传，就了解了一级注册消防工程师培训报考的相关内容，经过北京一只船教育科技有限公司的推广人员，于 2020 年 11 月 29 日购买了北京一只船教育的一级注册消防工程师培训报考课程，购买了无忧班，费用是 6980 元。

牟先生表示在学习期间，教务人员开始向自己推荐更高级的培训课程，私塾班承诺考到证书后，可以为学员推荐年薪十万以上年薪的单位。在几个月的软磨硬泡下，最终购买了北京一只船教育的私塾班课程，又增加了培训课程费用 10000 元整，在此之后推荐我购买课程的教务人员就消失了。

牟先生称在 2021 年报考的时候，又有报考人员说报考费用 1500 元，没办法交钱。2022 年又继续学习，到了报考的时间，自己要求到吉林的考点，反复几天也没报上，今年又报考才发现一只船教育出了问题，教课老师只字未提，还隐瞒网络上退费是骗局。自己联系客服，但是却推脱不管。牟先生的诉求就是退费。

### 【案例三】 “赛优教育”工作人员课程转让含糊不清 也不予退款引不满

9 月 12 日，湖南省的聂先生向“电诉宝”投诉称其于 2020 年 5 月 7 日在赛优课程 app 上购买其 6880 的国家心理咨询师考试培训课程。从没参加过其考试，今年要报名考试时，平台以课程已到期为由，拒不让转让课程，也不准退款，并且告知课程期限是 2 年。

聂先生表示要求提供政府规定的 2 年期限的条文，提供不出，并且收款不开发票，并恶意欺骗课程到期，但可以赠送课程，诱骗答应其条件。说可以补考，

并赠送相关课程，要求转让课程其工作人员一会可以，一会儿不可以。

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，赛优教育工作人员对“电诉宝”发来反馈称：亲亲，您反馈的问题小优已经收到，非常抱歉给您带来不好的体验。小优正在为您加急核实处理，工作人员将尽快与您联系，请您保持手机畅通，感谢您的理解与支持~

#### **【案例四】拒绝退费？“中安建培”被指退费困难 平台找理由搪塞**

9月14日，吕先生向“电诉宝”投诉称自己于2021年7月5日购买了中安建培的一级建造师高端班课程，支付费用为一万余元。然而，第一年中安建培报名平台帮助报名失败未能参加考试，第二年疫情爆发考试取消，补考未能通过。

现因工作原因没有时间学习，吕先生要求中安建培退还相应的学费，但中安建培并未按照要求进行退费。退费无果的具体情况说明 1. 向中安建培提出了退费申请，并提供了相关的证明材料。 2. 多次联系中安建培的相关工作人员，他们可以可以继续参加学习考试为由，拒绝退费，造成了不必要的困扰和损失。

吕先生希望通过此次投诉，中安建培能尽快退还学费，希望相关监管机构能对中安建培的行为进行调查并给予相应的处罚，以保障消费者的合法权益。

#### **【案例五】“大塘小鱼”无法正常使用也无法退款 用户投诉3万余元打水漂**

9月16日，新疆维吾尔自治区的田女士向“电诉宝”投诉称与2017年至2018年期间，在新东方绘本馆购买的北大妈妈图书包和哈佛妈妈图书包课程，共计35958.88元，学习所用的app为大塘小渔app，从2021年开始app关停，客服人员联系不到，app无法正常使用，同时也无法联系到客服人员要求退费，造成损失。

田女士表示同时本人投诉新东方俞敏洪，购买课程时俞敏洪曾经多次亲临现

场宣传，本着对俞敏洪老师的信任才购买的课程，现在要求俞敏洪对该事件给出答复，田女士的诉求是退回购买课程的所有费用。

### 【案例六】未学习不退费？“潭州教育”被指诱导学员分期购买课程

9月18日，河南省冯女士向“电诉宝”投诉称自己刚开始看到潭州教育的彩铅课程很感兴趣，对方先让自己免费试听一下课程，然后就开始诱导自己分期购买课程，刚开始冯女士担心没有时间学习，他们说只要没有开始学习可以终身有效。

于是冯女士于2019年6月9日在淘宝上购买潭州教育的彩铅课程。因没有时间学习，冯女士备注了暂不开课，有老师加冯女士qq，到现在也没有学习，也没有人联系冯女士退款。冯女士qq上添加的老师，包括淘宝上潭州教育客服无一回复。时间过了这么久，网上一查他们竟然被投诉了这么多次。不知道还有没有可能退回钱了。

### 【案例七】诱导学员分期付款？用户投诉“尚德机构”冻结课程过期且拒绝退费

9月19日，辽宁省赵先生向“电诉宝”投诉称自己于2020年8月份跟尚德机构的销售人员买了一份成人提升学历的课程，价格为7980元。销售人员表示更换城市也可以用，课程一周一次，包过，报名后按他提示签署度小满金融分期付款。

报名成功后对方要求每天上课，说赵先生报名晚了，要不然跟不上进度。赵先生表示这样自己没时间跟，尚德机构方面就建议休学，或者冻结课程，想学再解冻课程，这样能保留课程。

赵先生现在想退款，售后跟赵先生说自己没有费用了，已经过期了。班主任告诉赵先生她们有她们的规则，她们也要经营的，后期找她们了解报名考试一切都得自己去官网，什么也不管，学习可以，但费用不可以退。

### 【案例八】哄骗学员贷款？“中职通”被指疑似欺诈消费者并拒绝退款

9月19日，江苏省康先生向“电诉宝”投诉称自己于2022年9月28日被中职通哄骗着交付了300元的定金，接着被诱导着签订了霸王条款，购买了中职通的课程，而后被哄骗着开启了贷款，贷款在第三方小恒贷款，总金额为7400元，分为12期，每期616.67元。

而后康先生要求退款，但中职通却用各种理由拒绝退款，之后课程一直处于冻结状态，期间并未享受其任何服务，现在依旧以霸王条款为由以各种理由拒绝退款，在经历过一次投诉之后依旧拒绝退款。康先生认为中职通侵犯消费者的权益，望可以解除合约，给自己退款。

### 【案例九】“开课吧”课程打不开售后无人管 分期贷款被骚扰催款

9月22日，黑龙江省的国女士向“电诉宝”反映称其在2021年开课吧报名的6980学费、当时商家诱导说可以给办理的分期贷款，学完以后返还一半学费为由，并虚假宣传师资力量多么强大、售后如何专业、课程两年内可以反复免费学习。

国女士表示，在还了5期后开课吧方、并没按照合同履行义务，课程打不开售后无人管、现在还让继续还款分期业务，曾多次被骚扰催款函并威胁不继续还款就要冻结个人微信账号等信息，自己私人信息多次泄露，国女士希望有关部门能制止这种欺诈行为、给消费者一个公道。

### 【案例十】“小叶子陪练”被指与宣传不一致 侵害消费者权益

9月27日，江西省的廖女士向“电诉宝”反映称其于2023年4月25日在小叶子陪练购买了课程2600元。出现的问题是与宣传不一致，小孩子并不喜欢

这个软件，廖女士认为这侵害了消费者的权益。

廖女士的诉求是退费，不能平白无故扣钱。廖女士对小叶子工作人员服务态度表示很不满，小叶子工作人员从头到尾没有说过要扣费用的事情，中途也没有工作人员跟她联系，就是每周通知发朋友圈。也没有跟小孩子引导这方面的课程，廖女士认为这个软件并没有宣传里面那么好。

## 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](http://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。



在线投诉	进度查询	平台登录	
真实姓名*	姓名 <input type="text"/>	年龄* <input type="text"/>	性别* <input type="text"/>
所在地*	<input type="text"/>	邮箱* <input type="text" value="example@qq.com"/>	投诉对象* <input type="text" value="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弊物流信息考核，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弊物流信息考核，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

总榜	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)、“投融资中心”(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“网经社投融资中心”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 9 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10月8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](http://DATA.100EC.CN))

电诉宝 ([315.100EC.CN](http://315.100EC.CN))

(16年沉淀 100万+条数据覆盖 4000+平台)

(我要投诉)



视频号 (视频号搜网经社曹叔)

抖音号 (抖音搜网经社)



网经社小程序码 (微信小程序搜网经社)

