

# 2023年Q3

## 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16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.....	5
（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.....	8
（二）跨境电商数据与十大典型案例.....	19
（三）数字生活数据与十大典型案例.....	25
（三）数字教育数据与十大典型案例.....	34
四、关于我们.....	42
（一）关于电诉宝.....	42
（二）关于网经社.....	45

## 一、报告摘要

三季度，迎来疫情开放后的第一个暑期，学生与家长群体释放出巨大的消费潜力，去哪儿等在线旅游平台消费数据提升。此外，成都大运会及杭州亚运会的召开，激发的运动热情也带动了消费热潮的迭起，唯品会等众多网络购物平台上体育用品销量攀升。

与此同时，7月份，上海市网信办、市市场监管局会同市商务委等相关部门重点聚焦餐饮行业普遍存在的过度收集、频繁诱导甚至强制索取消费者非必要个人信息的违法违规行为开展集中整治。8月底，国家版权局、工业和信息化部、公安部、国家互联网信息办公室四部门联合启动打击网络侵权盗版“剑网2023”专项行动，深入开展电商平台版权专项整治，推动重点网站平台企业开展版权问题自查自纠。

可见网络消费环境仍不乐观，整治行动从未停止。此外，临近双11，京东、淘宝天猫等各大电商平台纷纷发布相关活动规划。对于即将到来的电商大促，消费者更要提前做好准备，谨防网络欺诈等问题。

在此背景下，10月16日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2023年三季度受理的全国134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Q3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**（主要集中在二手电商、电商服务商）、**跨境电商**、**数字生活**（主要集中于在线旅游、移动出行）及**数字教育**、产业电商、金融科技、物流科技等领域。报告公布了2023年Q3网络消费投诉数据及《数字零售十大典型投诉案例》《跨境电商十大典型投诉案例》《数字生活十大典型投诉案例》和《数字教育十大典型投诉案例》。

在报告公布的《2023年Q3全国网络消费评级榜》中：获“**建议下单**”评级的有：红布林、途虎养车、找靓机、Keep、唯品会、苏宁易购、有赞、BOSS直聘、帮考网；获“**谨慎下单**”评级的有：携程、飞猪、美团、抖音、去哪儿；获

“不建议下单”评级的有：小红书、寺库、国美、分期乐、联联周边游、洋码头、学慧网、深海教育、一只船教育、开课吧；获“不予评级”的有：饿了么、大麦网、天猫国际、拍拍贷、淘宝、店宝宝、别样、交易猫、转转、天猫、闲鱼、智行、嗨学网、如程、尚德机构、孔夫子旧书网、腾讯课堂、快手、拍机堂、潭州教育、阿里巴巴、大鹏教育、常青藤爸爸、中职通、兴为教育、淘特、中免日上、微店、二三良作、高教通。

## 二、整体数据

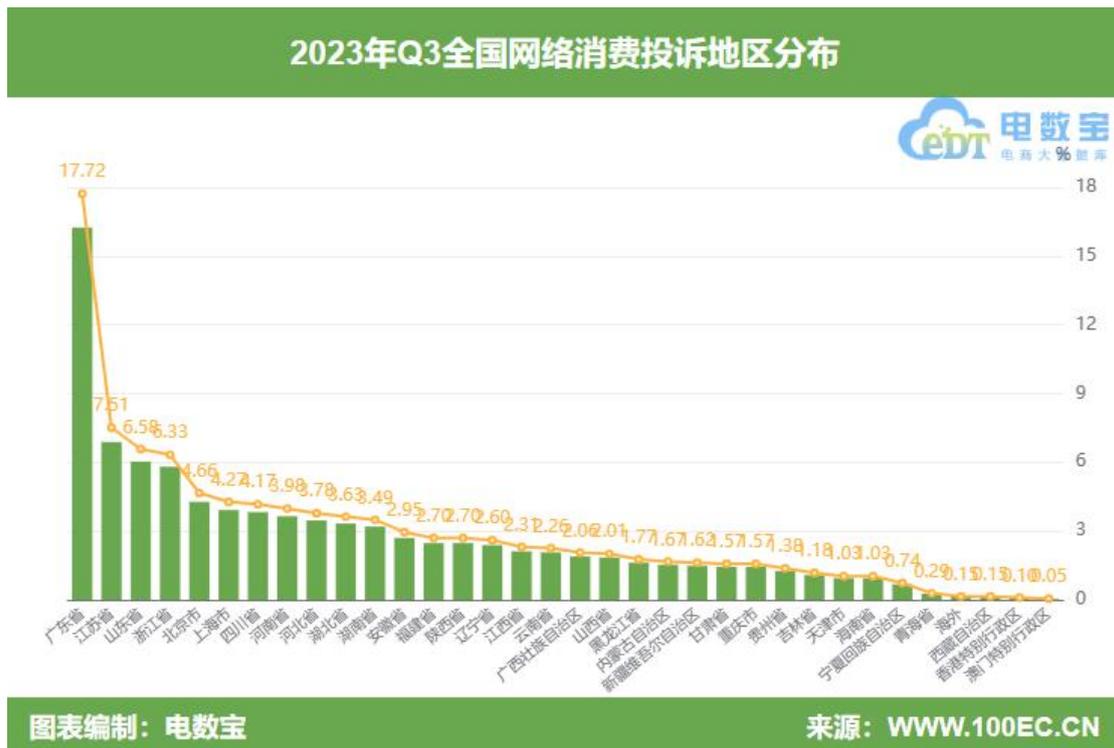
### （一）投诉问题类型分布

据“电诉宝”显示，2023年Q3全国网络消费投诉问题类型TOP10中，退款问题排在首位，占比达30.14%，其余问题类型依次为：商品质量（11.34%）、网络欺诈（9.47%）、售后服务（8.15%）、网络售假（6.09%）、霸王条款（5.25%）、虚假促销（4.57%）、发货问题（4.08%）、其他（3.73%）、货不对板（3.39%）、退换货难（3.39%）、订单问题（2.11%）、客服问题（2.06%）、信息泄露（1.67%）、到店保证金不退还（1.67%）、恶意罚款（0.93%）、物流问题（0.79%）、高额运费费（0.44%）、发货问题（0.34%）、冻结商家资金（0.29%）、出票不及时（0.10%）。



## （二）投诉地区分布

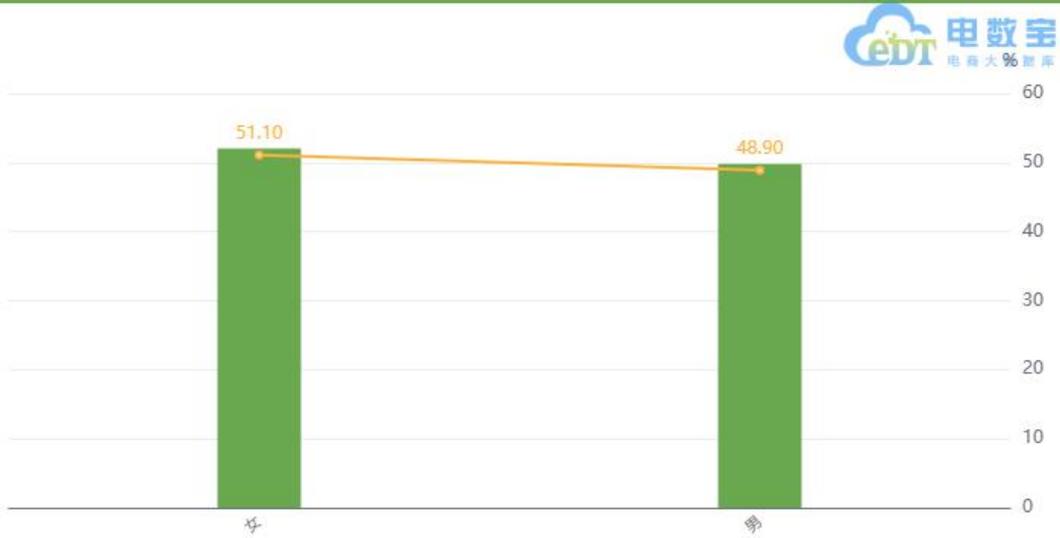
Q3“电诉宝”受理投诉用户聚集地区 TOP10 依次为：广东省（17.72%）、江苏省（7.51%）、山东省（6.58%）、浙江省（6.33%）、北京市（4.66%）、上海市（4.27%）、四川省（4.17%）、河南省（3.98%）、河北省（3.78%）、湖北省（3.63%）。



## （三）投诉用户性别分布

据“电诉宝”显示，Q3 女性用户投诉比例为 51.10%，男性用户投诉比例为 48.9%。

### 2023年Q3全国网络消费投诉性别分布



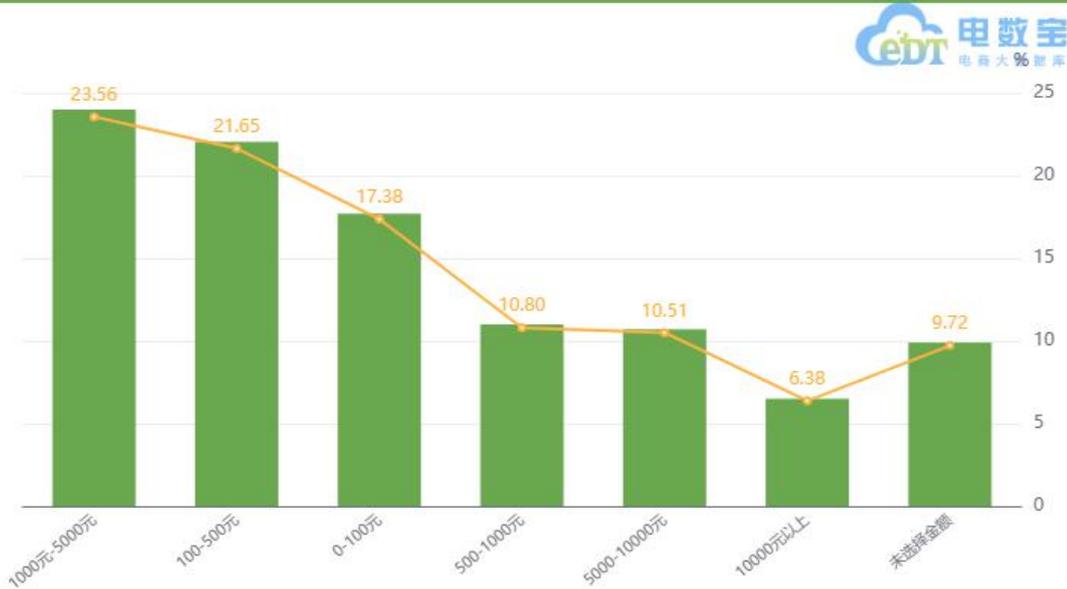
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

#### （四）投诉金额区间分布

据“电诉宝”显示，Q3 投诉金额分布主要集中在 1000-5000 元（23.56%）、100-500 元（21.65%）、0-100 元（17.38%）、500-1000 元（10.80%）、5000-10000 元（10.51%）、10000 元以上（6.38%）、未选择金额（9.72%）。

## 2023年Q3全国网络消费投诉金额分布



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

### 三、评级数据与典型案例

据“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，2023年Q3全国网络消费评级榜中：获“**建议下单**”评级的有：唯品会、有赞、苏宁易购、红布林、去哪儿、携程、同程旅行、BOSS直聘；获“**谨慎下单**”评级的有：抖音、万师傅、智行、飞猪、联联周边游、美团、鲁班到家等；获“**不建议下单**”评级的有：小红书、寺库、国美、洋码头、走着瞧旅行、对啊网、一只船教育、中安建培等；获“**不予评级**”的有：淘宝、店宝宝、交易猫、天猫、闲鱼、快手、拍机堂、阿里巴巴、美团优选、微店、二三良作、识季、shopee、中免日上、大麦网、尚德机构、潭州教育、中职通、兴为教育、高教通。

2023年Q3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	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	97.92%	0.808	10.000	0.932	建议下单	18	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2	唯品会	100.00%	0.815	2.000	0.805	建议下单	18	交易猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
3	有赞	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单	18	识季	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
3	苏宁易购	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单	18	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
3	携程	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单	18	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
3	红布林	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单	18	尚德机构	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	同程旅行	100.00%	0.950	0.000	0.785	建议下单	18	微模核健康	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
8	BOSS直聘	100.00%	0.896	0.000	0.769	建议下单	18	对啊网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	万韩网	94.12%	0.800	0.000	0.740	谨慎下单	18	快手	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	智行	100.00%	0.773	0.000	0.732	谨慎下单	18	拍机堂	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	京东	76.53%	0.651	5.000	0.688	谨慎下单	18	洋码头	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
12	飞猪	88.46%	0.562	2.000	0.671	谨慎下单	18	漳州教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
13	联联周边游	90.00%	0.410	2.000	0.633	谨慎下单	18	shopee	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
14	美团	100.00%	0.414	0.000	0.624	谨慎下单	18	阿里巴巴	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
15	鲁班到家	70.59%	0.600	3.000	0.608	谨慎下单	18	一只船教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
16	抖音	70.83%	0.366	2.000	0.529	谨慎下单	18	中歌通	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
17	得物APP	60.00%	0.125	0.000	0.287	不建议下单	18	兴为教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
18	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级	18	美团优选	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
18	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单	18	中安建设	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
18	寺库	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单	18	中免日上	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
18	来分期	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级	18	微店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
18	走着瞧旅行	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单	18	二三良作	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
18	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级	18	高教通	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
18	店宝宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级	18	速卖通	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
18	国美	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单	18	阿里健康	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
18	分期乐	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单							

备注:

1. 综合指数=平台反馈率\*0.5+回复时效性\*0.3+用户满意度\*10\*0.2.

1.1. 平台反馈率: 平台移交后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 Q3 全国数字零售评级榜中: 获“建议下单”评级的有: 唯品会、有赞、苏宁易购、红布林; 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、寺库、国美等; 获“不予评级”的有: 淘宝、店宝宝、交易猫、天猫、闲鱼、快手、拍机堂、阿里巴巴、美团优选、微店、二三良作。

## 2023年Q3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%	0.815	2.000	0.805	建议下单
2	有赞	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2	苏宁易购	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2	红布林	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
5	京东	76.53%	0.651	5.000	0.688	谨慎下单
6	抖音	70.83%	0.366	2.000	0.529	谨慎下单
7	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	寺库	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	店宝宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	国美	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	交易猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	快手	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	拍机堂	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	阿里巴巴	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	美团优选	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	微店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	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。

## 数字零售上榜平台有 41 家：

其中，综合电商共 15 家，按投诉量排名依次为：淘宝、拼多多、京东、二三良作、苏宁易购、唯品会、天猫、交易猫、国美、阿里巴巴、淘特、小年鱼、当当、万表网、网易。

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 **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 第三季度

1 淘宝	2 拼多多	3 京东	4 二三良作
5 苏宁易购	6 唯品会	7 天猫	8 交易猫
9 国美	10 阿里巴巴	11 淘特	12 小年鱼
13 当当	14 万表网	15 网易	

(以上为投诉量排行榜)

生鲜电商共 3 家，按投诉量排名依次为：美团优选、盒马鲜生、叮咚买菜。

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 第三季度

- 1 美团优选
- 2 盒马鲜生
- 3 叮咚买菜

(以上为投诉量排行榜)

二手电商共 7 家，按投诉量排名依次为：闲鱼、红布林、拍机堂、转转、找靓机、孔夫子旧书网、95 分球鞋交易平台。

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 第三季度

- 1 闲鱼
- 2 红布林
- 3 拍机堂
- 4 转转
- 5 找靓机
- 6 孔夫子旧书网
- 7 95分球鞋交易平台

(以上为投诉量排行榜)

电商服务商共 6 家，按投诉量排名依次为：微店、店宝宝、有赞、海豚知道、小鹅通、中国制造网。

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 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 第三季度

1	微店	2	店宝宝	3	有赞	4	海豚知道
5	小鹅通	6	中国制造网				

(以上为投诉量排行榜)

直播电商共 3 家，按投诉量排名依次为：抖音、快手、蘑菇街。



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	<b>数字零售</b>	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	<b>直播电商</b>	文玩电商
筛选:	2023	第三季度				

- 1 抖音
- 2 快手
- 3 蘑菇街

(以上为投诉量排行榜)

此外，小红书、寺库、美国妈妈、小米商城、微拍堂等也在投诉榜之中。

在数字零售领域，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，涉及小红书、闲鱼、有赞、拍机堂、美团优选、找靓机、红布林、微拍堂、店宝宝、蘑菇街。

## 2023年Q3数字零售典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
7月4日	小红书	欺骗消费者已发货？ 用户投诉在“小红书”下单却无物流信息
7月6日	闲鱼	“闲鱼”商家强收赔偿款？ 用户强烈要求退货退款却惨遭拒绝
7月24日	有赞	用户投诉“有赞” 退费存高额退费比例 侵犯消费者权益
7月29日	拍机堂	“拍机堂”的手机货源来历不明 售后态度敷衍
8月2日	美团优选	商品为果蔬生鲜类拒绝便退货退款？ “美团优选”被指食品未达食用标准
8月7日	找靓机	欺骗消费者？用户投诉商品反卖 “找靓机”时被拒绝收购
8月21日	红布林	“红布林”被指出售商品货不对版 沟通退货反遭拒
9月5日	微拍堂	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10日	店宝宝	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17日	蘑菇街	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？

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

### 【案例一】欺骗消费者已发货？用户投诉在“小红书”下单却无物流信息

7月4日，广东省的赖女士向电诉宝投诉称，她于2023年4月7日23:25:50在小红书平台购入商品，赖女士称其受到了欺骗，商家从四月份一直骗自己到六月份，至今还未收到该商品。商家期间用了很多借口，后面她去搜索单号也没有显示有该单号，也一直收不到物流信息，仅有小红书平台的一点不详细物流信息。

赖女士表示因为自己高考期间没有空，所以一直推拖她，也没有办法只能选择等待，一直到自己高考后也没有收到该商品。赖女士表示是后来才想起来有该事件因此拖的很晚，她的诉求是要求商家退还钱如果可以偿还更多最好。

### 【案例二】“闲鱼”商家强收赔偿款？用户强烈要求退货退款却惨遭拒绝

7月6日，江苏省的刘先生向“电诉宝”投诉称其于2023年7月1日在闲鱼平台购入了一款华为平板，后经鉴别，疑似是假冒伪劣产品。刘先生称一开始店家不承认且不同意退款，于是刘先生联系了售后，店家又同意了退货退款。

刘先生将退货商品通过顺丰快递进行退回，于7月6日显示对方已经收到了退货商品，当天下午刘先生于店家联系退款事宜时，商家却称商品有划痕需要进行80元的赔偿，否则拒绝退款。刘先生表示寄回的商品完好无损，店家的行为明显属于欺诈消费者，并提出全额退款的诉求。

### 【案例三】用户投诉“有赞”退费存高额退费比例 侵犯消费者权益

7月24日，广东省的肖女士向“电诉宝”投诉称，她于2019年8月31日在有赞电商平台云南时光店铺购买了2张六天五晚大理丽江轻奢之旅单人体验卡，共计1198元。之前因疫情一直延期，未能出行，且此产品用户反馈与产品信息不符，故想取消此次行程。但取消行程，退款需扣除60%的费用。

肖女士认为未能出行，仅产生制卡费及邮寄费，未产生其他费用，有赞平台扣除金额比例过高，侵害了消费者的权益。肖女士的诉求是取消此次行程，退回款项。可以接受扣除10%-20%的费用，但不能接受扣除60%的费用。

### 【案例四】“拍机堂”的手机货源来历不明 售后态度敷衍

7月29日，河北省的曾先生向“电诉宝”投诉称其于2023年7月25日在拍机堂购买一台苹果7，收到货发现不能恢复出厂设置，查询后显示 iCloud 已开启，该平台的验机报告上明确标注手机可还原，并标注手机 iCloud 已注销。曾先生曾两次申请售后均以拆袋视频不规范为由被拒绝，联系客服说已反馈48小时内会有电话联系，可却没接到任何有关拍机堂平台的联系。

曾先生表示拍机堂并没有出具质检视频，并出售带有开启 iCloud 的苹果手机

与验机报告不符，因此其怀疑手机来源。曾先生希望可以因欺骗消费者退一罚三，并称可以将该来源不明的手机退回。

### **【案例五】商品为果蔬生鲜类拒绝便退货退款？“美团优选”被指食品未达食用标准**

8月2日，广东省的查女士向“电诉宝”投诉称其于7月31日在美团优选电商平台（陈阿姨便利店提货）购买了两个菠萝蜜，到货后查女士发现果品还未成熟，达不到食用标准，于是拒绝提货，并在平台APP办理退款售后，平台却以商品为果蔬生鲜类拒绝退货退款。查女士再次申请退款，平台以同样理由拒绝。查女士称好不容易打通客服投诉却是机器人，最终未得到任何结果，并认为此种行为损害了查女士作为消费者的正当权益。查女士希望平台能负起责任，协助办理退货退款。

### **【案例六】欺骗消费者？用户投诉商品反卖“找靓机”时被拒绝收购**

8月7日，内蒙古自治区的姜先生向“电诉宝”反映称，其之前在找靓机购买了苹果耳机，之后又买了别的产品，后把耳机反卖给找靓机平台，平台拒绝收购，并称其验机报告假货。姜先生很疑惑，在他家买的苹果耳机，现在却说耳机是假货。姜先生表示要坚决维权到底，这是典型的欺骗消费者。

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，找靓机平台方回应称：您的反馈的问题已受理，我们将在48小时内联系您处理，复杂问题，不排除回复时间延长，但是，也会尽全力第一时间解决，请您保持手机畅通，注意接听010开头的电话，耐心等待回复。

### **【案例七】“红布林”被指出售商品货不对版 沟通退货反遭拒**

8月21日，福建省的张女士向“电诉宝”投诉称，自己于2023年7月15

号在红布林平台购买了一条 13258 元的二手梵克雅宝项链，18 号收到货发现商品与描述不符合，描述为 95 新，但是收到发现这套项链是以前七八年的老款了，看起来也比较旧还有瑕疵。

张女士表示因为订单上面显示质量问题七天可退，她当时就跟客服反映，但是客服不处理一直拖着说这不属于质量问题，打了 12315 也没有用，客服前面打了几个电话说赔偿自己 300 元。张女士表示直接不同意，他们就置之不理，直接就是强买强卖，无法无天。

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。

### 【案例八】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？

### 【案例九】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，但是却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。

### 【案例十】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。

## （二）跨境电商数据与十大典型案例

### 跨境电商消费评级榜：

在 2023 年 Q3 全国跨境电商评级榜中：获“不建议下单”评级的有：洋码头；获“不予评级”的有：识季、shopee、中免日上。

2023年Q3全国跨境电商消费评级榜						
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	识季	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
1	洋码头	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
1	shopee	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
1	中免日上	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

### 跨境电商上榜平台有 9 家：

投诉量排在第 1-9 名依次为：洋码头、shopee、中免日上、识季、天猫国际、考拉海购、别样、海带宝、敦煌网。



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 进口电商 出口电商

筛选: 2023 第三季度

1	洋码头	2	shopee	3	中免日上	4	识季
5	天猫国际	6	考拉海购	7	别样	8	海带宝
9	敦煌网						

(以上为投诉量排行榜)

在跨境电商消费领域, 我们从“电诉宝”受理用户维权案例中选取十大典型投诉案例, 涉及别样海外购、敦煌网、洋码头、考拉海购、海带宝、Shopee、全球速卖通、中免日上、天猫国际、识季。

## 2023年Q3跨境电商典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
7月8日	<b>别样海外购</b>	疑似售假？用户投诉“别样海外购”退货商家态度恶劣
7月20日	<b>敦煌网</b>	敦煌网深陷“骗钱”风波？用户仲裁胜诉后仍然无果
7月24日	<b>洋码头</b>	“洋码头”被指长时间没有物流消息 用户投诉无门
8月9日	<b>考拉海购</b>	玩文字游戏？“考拉海购”被指疑似售假 售后态度敷衍
8月17日	<b>海带宝</b>	APP已下架？“海带宝”被指疑似私自转卖商品 无法联系客服
9月1日	<b>Shopee</b>	用户投诉“Shopee”多次申请退还保证金无果 联系不上客服
9月17日	<b>全球速卖通</b>	“全球速卖通”被指一次违规多次处罚 开店不到一月永久关闭
9月18日	<b>中免日上</b>	销售临期产品？用户投诉“中免日上”不提供退换货服务
9月23日	<b>天猫国际</b>	申请退款无果？用户投诉“天猫国际”货物显示已签收实际未收到
9月25日	<b>识季</b>	霸王条款？用户投诉“识季”无视消费者权益 无法取消订单

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

### 【案例一】疑似售假？用户投诉“别样海外购”退货商家态度恶劣

7月8日，隰女士向“电诉宝”投诉称自己于2023年6月5日在别样平台购买赛琳23号女士黄色小牛皮肩包，花费8265.15元人民币。没有发票，没有价签，没有小票，且盒子字体模糊，于是隰女士怀疑是假货，严重侵害消费者权益。

隰女士，表示前期没有物流状态，后面直接由国内申通物流，历时33天到货，检查发现多处不合理，没有随单信息，没有发票，没有标签，包装过于简陋，虚假订单信息，没有价签的假包。隰女士的诉求是退货退款，商家态度恶劣，不予处理。且请平台关注并监督整改，保护消费者权益，敦促商家诚信经营交易。

### 【案例二】敦煌网深陷“骗钱”风波？用户仲裁胜诉后仍然无果

7月20日，国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）接到用户方先生投诉世纪富轩科技发展(北京)有限公司旗下“敦煌网”，称其疑似联合公司合作服务商杭州诺航信息技术有限公司，在合作收取服务费4万元后，未提供相关服务，遂向两家公司提起仲裁，但仲裁胜诉后仍然无果。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉向敦煌网求证，对此，敦煌网平台工作人员回应称，相关信息已经知悉，需要在确认事实情况之后回复，截止至发稿前尚未收到回复。

### 【案例三】“洋码头”被指长时间没有物流消息 用户投诉无门

7月24日，魏女士向“电诉宝”投诉称，其于2023年6月11日在洋码头花16199购买了一个LV的包包，商家在6月21日发货，单号为EK890579429GB。至今已经一个月无任何信息。

魏女士表示自己多次联系洋码头客服，但没有人处理没有人回复，而且东西到现在也没收到，订单显示已完成。魏女士于7月20日申请退款，平台显示72小时买家不回复自动默认同意，结果现在已超过时间，订单还是没退款，客服还是没人回复，魏女士的诉求是要求退款。

### 【案例四】玩文字游戏？“考拉海购”被指疑似售假 售后态度敷衍

8月9日，广东省莫女士向“电诉宝”投诉称自己于2020年3月在考拉海购国内自营店购买慕金脱毛仪，买回来一直闲置就挂咸鱼平台出售，买家查询了机器序列号便要求退货，说是假货，自己在官网查了也是显示不是慕金正品。

莫女士去平台找客服售后，要求平台证明是正品，平台安排了售后专员，售后专员态度冷漠不耐烦，并不断的用机器人重复话术：你的诉求我们无法达到。

平台客服也不敢说是正品，并且玩文字游戏，就是不正面回复我，现在平台已经不处理了。

### **【案例五】APP 已下架？“海带宝”被指疑似私自转卖商品 无法联系客服**

8月17日，浙江省杨先生向“电诉宝”投诉称2022年3月份在美国买的衣服，通过海带宝寄回，之前说是因为疫情原因一直积压，但到现在2023年8月还没到，期间经常寻找客服，但一直显示前面有一个人排队，就是轮不到自己。

杨先生表示，平台期间还向自己确认过衣服的颜色、款式，并询问了价格。因此杨先生怀疑海带宝知道了产品的价格与型号后，进行了转卖。一年了，衣服还没到，期间寻找客服也找不到，现在app下架，网页也登不上去。杨先生表示，当时用的手机号码现在登录要邮箱，根本登不上去账号。

### **【案例六】用户投诉“Shopee”多次申请退还保证金无果 联系不上客服**

9月1日，广东省刘先生向“电诉宝”投诉称自己在2023年申请开通shopee跨境电商平台的店铺，为了开通网站的台账站电商销售权限，2023年6月向shopee平台缴纳3000元店铺保证金，前期看了他退保证金的条款，就是没有保证金店铺就没有运营销售权，这个刘先生也是认可的。

之后，刘先生发现赚不到什么钱，入不敷出也不是办法，总要有进账收入才能应付家庭开支，于是准备关闭网店正常上班挣钱，所以申请退保证金，结果刘先生从7月开始申请退款，过了大半个月后保证金又重新回到了平台，以为哪里操作错了，又重新提交，反复弄个几次就是退不出来保证金，又联系不上客服，迟迟未退款。

### **【案例七】“全球速卖通”被指一次违规多次处罚 开店不到一月永久关闭**

9月17日，广东省史女士向“电诉宝”投诉称自己于2023年8月21日入

驻速卖通平台(店铺名 Guangzhou Lukali Leather goods Store)，2023年9月6日出现了店铺严重侵权一次，店铺所有商品已被全部下架。

隔日速卖通平台就将店铺永久关闭，冻结所有资金并将保证金没收，史女士表示自己店铺已经没有商品怎么还会违规？9月8日速卖通又提示自己被封的店铺严重违规第二次，处罚为冻结7天。史女士表示，已经被永久关闭的账号怎么会存在严重违规第二次，这样的处罚是否存在合理性。自己的诉求是退还一万元保证金。

### 【案例八】销售临期产品？用户投诉“中免日上”不提供退换货服务

9月18日，山东省的肖女士向“电诉宝”投诉称自己于2023年9月15日在中上日免电商平台(日上优选官方商城)购买雅诗兰黛 DW 持妆粉底液3瓶，共计460元，收到的产品生产日期均为2021年12月，保质期已过接近三分之二，属于临期产品。

肖女士表示，目前产品仅拆除快递包装，不影响二次销售，现要求退换货，商家却告知不提供换货服务，拒绝退换货要求，商家这一行为侵害了“消费者有权自收到商品之日起七日内退货”权益，肖女士的诉求是退货，或者更换两瓶生产日期为2022年的产品。

### 【案例九】申请退款无果？用户投诉“天猫国际”货物显示已签收实际未收到

9月23日，广东省陈女士向“电诉宝”投诉称自己在淘宝天猫国际自营全球超级店购买2份六瓶装的止咳丸，中通国际物流信息显示2023.9.20晚上已本人签收。但实际是未接收到短信派送或者电话派送签收通知，也没有找到快件。9月21日陈女士去正常门卫寄放点几次都找不到快件，9月22日早上8点多咨询中通物流，天猫店家情况，皆反馈尽快跟进，但都没有给出核实结果，快件在哪里，快递员也没有致电反馈情况。

9月23日陈女士早上联系中通物流投诉专线，反馈加急处理后依旧回复无法确认几时可以送货，或者其他有效处理方案。与此同时，天猫店家和天猫88vip客服，都给予无效反馈，无限期的等待他们核实，只有核实了结果才可以同意我的退款处理。

陈女士表示，针对上述中通物流的低效处理和店家客服、天猫88vip客服的推诿拖延处理，让消费者权益受到侵害。没有收到货物这么一个事情2天也解决不了，货物显示签收至今第三天，天猫88vip客户并没有感受到一点售后跟进高效率服务体验，物流的各种推迟核实，不肯尽快做出决断同意消费者退款的申请，实在让人难以接受。希望平台能协助处理，提醒物流和天猫国际自营尽快做出同意退款处理。

### 【案例十】霸王条款？用户投诉“识季”无视消费者权益 无法取消订单

9月25日，重庆市邓先生向“电诉宝”投诉称自己于9月23日在识季app上下单一款GUCCI marmont supermini的包包，目前一直在确认订单，且无法退货，客服态度强硬，指明无法取消订单，且只能等待发货，且发货后也无法取消订单。

邓先生表示，识季平台实属强买强卖，完全无视消费者权益，未实行先行负责制与“三包”，且违反消费者知情权，没有在明确的地方表现出无法退货等字样。强行拖延时间，强买强卖，没有任何渠道可以取消订单，霸王条款严重。邓先生表示，要求识季app取消订单且退款。

## （三）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Q3全国数字生活评级榜中：获“建议下单”评级的有：去哪儿、携程、同程旅行、BOSS直聘；获“谨慎下单”评级的有：万师傅、智行、飞猪、

联联周边游、美团、鲁班到家；获“不建议下单”评级的有：走着瞧旅行；获“不予评级”的有：大麦网。

### 2023年Q3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	97.92%	0.808	10.000	0.932	建议下单
2	携程	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
3	同程旅行	100.00%	0.950	0.000	0.785	建议下单
4	BOSS直聘	100.00%	0.896	0.000	0.769	建议下单
5	万师傅	94.12%	0.800	0.000	0.740	谨慎下单
6	智行	100.00%	0.773	0.000	0.732	谨慎下单
7	飞猪	88.46%	0.562	2.000	0.671	谨慎下单
8	联联周边游	90.00%	0.410	2.000	0.633	谨慎下单
9	美团	100.00%	0.414	0.000	0.624	谨慎下单
10	鲁班到家	70.59%	0.600	3.000	0.608	谨慎下单
11	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	走着瞧旅行	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：平台移交后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

### 数字生活上榜平台有 31 家：

其中，在线旅游共 12 家，按投诉量排名依次为：去哪儿、飞猪、联联周边游、携程、走着瞧旅行、同程旅行、如程、彩贝壳、旅划算、侠侣亲子游、途家、骑驴游。



- 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 第三季度

1 去哪儿	2 飞猪	3 联联周边游	4 携程
5 走着瞧旅行	6 同程旅行	7 如程	8 彩贝壳
9 旅划算	10 侠侣亲子游	11 途家	12 骑驴游

(以上为投诉量排行榜)

在线票务共4家，按投诉量排名依次为：大麦网、猫眼电影、黄河票务、有票网。



- 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 第三季度

1 大麦网	2 猫眼电影	3 黄河票务	4 有票网
-------	--------	--------	-------

(以上为投诉量排行榜)

餐饮外卖共4家，按投诉量排名依次为：美团、饿了么、京东到家、大众点

评。

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 第三季度

1 美团 2 饿了么 3 京东到家 4 大众点评

(以上为投诉量排行榜)

此外，58 同城、智行、曹操出行、高德、倍电科技、百合网、soul、鲁班到家、万师傅也在投诉榜中。

在数字生活领域，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，涉及智行、BOSS 直聘、飞猪、万师傅、彩贝壳、智联招聘、如程、联联周边游、58 同城、黄河票务。

## 2023年Q3数字生活典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
7月3日	<b>智行</b>	不许任何理由取消订单？ 用户投诉“智行”霸王条款
7月14日	<b>BOSS直聘</b>	账号永久冻结？“BOSS直聘” 被指“连坐制”永久封禁个人账号
7月16日	<b>飞猪</b>	“飞猪”被指欺骗消费者 机票信息错误造成巨大损失
7月25日	<b>万师傅</b>	用户投诉“万师傅” 平台无故封锁账号进行罚款 回应：已停止合作
8月5日	<b>彩贝壳</b>	“彩贝壳”被指霸王条款 扣除60%退款费用不合理
8月7日	<b>智联招聘</b>	“智联招聘”被指霸王条款 无故停用账号导致公司损失
8月13日	<b>如程</b>	一年多前的保证金仍未到账 “如程”被指小程序无法正常登录
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17日	<b>黄河票务</b>	迟迟收不到退款 “黄河票务” 客服失联？

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

### 【案例一】不许任何理由取消订单？用户投诉“智行”霸王条款

7月3日，广东省的王女士向“电诉宝”投诉称其于6月25日在智行火车票app上订购了7月2日香港皇悦卓越的酒店，金额为505元，当天因为身体原因加上证件丢失，在早上入住时间前向平台申请取消订单，被告知没有凭证并且理由不被接受。

王女士表示当时因为是突发的身体状况需要就医，挂号和就医都需要时间，无法立刻出示诊断书，所以就在上午11点让平台先协商是否能取消，平台协商的时间非常漫长，并承诺过在13:45前答复，结果一直拖到下午两点多，过了入住的时间，自己主动问起他们才回复我，告知不可以取消，又等了一个多小时再

次协商，等自己一系列检查，到确诊以后提交诊断书，依旧被拒绝，说不允许任何理由取消。

王女士打电话给酒店，酒店告知在入住前申请他们是可以处理的，过了入住时间就无法处理了。王女士认为在入住前因特殊原因突发状况无法取消是不合理的，入住前取消酒店方面是没有损失的，并且平台也承诺过在入住前给予答复却失约，导致自己没有时间在入住前去尝试其他办法，平台根本不维护消费者，一直说会协商，拖了很长时间，也不尝试协商其他解决方案，导致自己损失惨重。王女士表示平台应该承担起责任，全额补偿 505 元。

## 【案例二】账号永久冻结？“BOSS 直聘”被指“连坐制”永久封禁个人账号

7 月 14 日，河北的许女士向“电诉宝”反映称自己是一名普普通通的公司招聘人员，一直使用 boss 账号进行招聘。在 2022 年突然任职公司被投诉，公司账号冻结，导致自己账号也被连带永久冻结。

许女士称 BOSS 直聘审核人员只是告知公司被投诉，导致自己账号无法使用，经过多次协调不予解封，具体原因情况也不予告知，导致账号一直不能使用。后本人就把账号注销，于 2023 年 2 月离职，重新找到新工作，就重新使用另外手机号注册，但是登陆本人信息，账号就被锁定无法登陆。

许女士表示目前本人不能登陆重新注册 boss 直聘账号，无法使用 BOSS 直聘进行招聘，连自己找工作也不能用，且 BOSS 直聘客服态度强硬，不给出合理解释，无故的封禁账号，许女士认为 BOSS 直聘的使用属于个人行为，不应该出现连带，导致公司内部员工全部被封。

许女士的诉求是希望解封自己 BOSS 直聘的账号，BOSS 直聘霸王条款已经严重影响到了自己后续的工作，希望有关部门管理一下。

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，“BOSS 直聘”工作人员回复：您好，平台非常重视您的问题，

小编已经将您的信息反馈给相关工作人员跟进，稍后工作人员将为您致电沟通，请您保持手机畅通哦。

### 【案例三】“飞猪”被指欺骗消费者 机票信息错误造成巨大损失

7月16日，广东省华先生向“电诉宝”投诉称其于7月2日在飞猪平台购买7月8日早上6点15分广州到郑州的机票，7月8日早上到机场取票直奔登机口，工作人员告知飞机票是7月8日晚上6点广州到郑州的机票，华先生联系飞猪客服被告知要去值机柜台取票，而柜台此时已经停止值机，再次联系客服，客服要求他们乘坐错误的机票前往郑州并支付相应的机票款。

华先生认为飞猪态度极其恶劣，欺骗消费者，强买强卖，因行程较紧，华先生买了当日上午9点全价票前往郑州，因飞猪的错误耽误行程，造成工作上的损失，且又买了机票，对其身心造成巨大的恶性影响，华先生要求飞猪平台退还原机票钱2000元，再次购买的机票钱4000元，精神损失费十万元，并对飞猪平台处以顶格行政处罚三十万元以上。

### 【案例四】用户投诉“万师傅”平台无故封锁账号进行罚款 回应：已停止合作

7月25日，甘肃省的刘先生向“电诉宝”投诉称其是平台的安装师傅，于2023年7月21日接到万师傅客服电话称接到客户投诉其在四月左右安装的一台晾衣架只打了四个螺丝就离开，并要求刘先生退还平台70元的安装费用。刘先生并未同意，并称其安装时确定安装完成并能正常运行。其次，平台让刘先生退还全部的70元，可刘先生当时一共收款只有60元。该平台在刘先生拒绝要求后罚了刘先生300元并且在刘先生的平台账户中还有一千多元的情况下将其平台账号封锁。刘先生表示希望可以对万师傅进行处罚，赔偿经济损失200元，并重新开通刘先生的账号。

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：晾衣架|安装-电动晾衣架\*1台，用户反馈师傅未进行服务就提交完工，导致用户不满要求退回费用，经平台介入，师傅一直表示自己忘记该订单的情况，平台核实第二位师傅和客户，师傅未服务完成就提交完工涉及违规投诉判定处罚师傅，多次联系师傅解释仍旧不接受，最终平台修改投诉结果，由于师傅无法达到平台优质师傅的标准，故跟师傅取消合作关系。

### 【案例五】“彩贝壳”被指霸王条款 扣除 60%退款费用不合理

8月5日，上海市何女士向“电诉宝”投诉称，其于2023年8月5号在彩贝壳app上购买了极乐汤2张双人成人票、2张儿童票，由于app原因，无法一个人全部预约完，所以转让给同行一起预约，到了现场之后，才发现极乐汤2000个手牌全已发完，并且排队了100多号人，因此想要退款，结果被告知要扣除60%的费用。

整个过程中，何女士一没有使用团购票，二没有占用他们任何资源，门店对入场人次也没有任何规划，因此何女士认为扣除60%是不合理的，是霸王条款。何女士的诉求是全额退款。

### 【案例六】“智联招聘”被指霸王条款 无故停用账号导致公司损失

8月7日，河北省吴女士向“电诉宝”投诉称其于智联招聘平台无故多次让进行环境认证，智联平台审核人员工作不认真，导致吴女士公司账号停用4天，多次认证都说位置不一致，可是其公司注册位置只有一个。

吴女士给相关客服电话反馈，就是被简单告知这边会反馈，但是没有具体反馈时间。吴女士认为智联招聘霸王条款，不予理会其需求，多次沟通无果，谁能承担这几天的账号损失和公司的招聘成本损失。

吴女士称，智联招聘作为国内招聘网站，随意伤害会员企业的利益，不给以合理解释，造成的时间成本和人工成本的损失这种霸王条款行为，严重危害企业

的权益，也延误公司工作的进程，导致公司招聘板块工作停滞，人员配置出现问题，希望有关部门核实检查，尽快恢复公司的招聘情况。希望智联招聘能尊重每个企业的权益，不要故意伤害。

### 【案例七】一年多前的保证金仍未到账 “如程”被指小程序无法正常登录

8月13日，上海市陈女士向“电诉宝”投诉称其于2022年1月28日，在如程微信小程序上预订了两晚民宿，总共支付了2998元住房保证金，后因疫情原因，陈女士便按照如程规定，在允许全额退还保证金的时间内取消了入住，一般情况下很快就会收到保证金退还，但是这次如程一直拖欠。

陈女士线上几次联系过客服，给的答复是需要按顺序办理，一直到现在，陈女士也没有收到退还的保证金。现在如程的小程序也无法正常登录，陈女士提出投诉，希望如程能按实际支付的保证金如数退还。

### 【案例八】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。

### 【案例九】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。

### 【案例十】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。

## （四）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Q3全国数字教育评级榜中：获“不建议下单”评级的有：对啊网、一只船教育、中安建培；获“不予评级”的有：尚德机构、潭州教育、中职通、兴为教育、高教通。

## 2023年Q3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	对啊网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
1	潭州教育	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
1	中职通	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
1	兴为教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
1	中安建培	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
1	高教通	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

### 数字教育上榜平台有 37 家：

其中，职业教育共 25 家，按投诉量排名依次为：一只船教育、兴为教育、尚德机构、中职通、中安建培、潭州教育、高教通、赛优教育、帮考网、恒企教育、嗨学网、芸学教育、学慧网、深海教育、聚力成师教育、中公教育、聚师网、大鹏教育、思鸿网校、平安好学、嗨学网、师大教育。



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	<b>数字教育</b>	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	<b>职业教育</b>	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	第三季度				

1	一只船教育	2	兴为教育	3	尚德机构	4	中职通
5	中安建培	6	潭州教育	7	高教通	8	对啊网
9	赛优教育	10	帮考网	11	恒企教育	12	环球网校
13	嗨学网	14	芸学教育	15	学慧网	16	深海教育
17	聚力成师教育	18	中公教育	19	聚师网	20	大鹏教育
21	中华会计网校	22	思鸿网校	23	平安好学	24	嗨学网
25	师大教育						

(以上为投诉量排行榜)

此外，有道精品课、网易云课堂、腾讯课堂、开课吧、远程教育科技、大塘小鱼、叮当学堂、常青藤爸爸、VIPKID、英语流利说、小叶子陪练等也在投诉榜中。

数字教育领域，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，涉及小叶子陪练、兴为教育、赛优教育、一只船教育、有道精品课、尚德机构、聚师网、深海教育、大塘小鱼、开课吧。

## 2023年Q3数字教育型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
7月10日	<b>小叶子陪练</b>	用户投诉与“小叶子陪练” 客服沟通无果 退款无门
7月18日	<b>兴为教育</b>	考试在即 “兴为教育” 天猫旗舰店相关课程未上传不予解决
7月29日	<b>赛优教育</b>	申请退款需扣30%运营成本? “赛优教育”被指诱导消费
8月14日	<b>一只船教育</b>	违规报名考试? 用户投诉 “一只船教育”诱导消费 退款玩失踪
8月22日	<b>有道精品课</b>	不能退款? “有道精品课” 被指售后服务差且平台无退款流程
8月26日	<b>尚德机构</b>	签署霸王条款? “尚德机构” 被指诱导学员贷款缴纳学费
8月30日	<b>聚师网</b>	交完钱就消失? 用户称被 “聚师网”哄骗购买VIP
9月5日	<b>深海教育</b>	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16日	<b>大塘小鱼</b>	“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22日	<b>开课吧</b>	“开课吧”课程打不开售后无人管 分期付款被骚扰催款

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

### 【案例一】用户投诉与“小叶子陪练”客服沟通无果 退款无门

7月10日，姜女士向“电诉宝”投诉称其于2022年5月19日购买了小叶子陪练的课程包，花费9999元，当时承诺不满意可以退款，课程包未开启，可以全额退款。姜女士因个人计划有变，课程包从未开启，先申请退款，与客服沟通多次，无果。始终告知让姜女士等工作人员电话，每次都说两个工作日内与她联系，姜女士一直没有等到工作人员电话，始终无人与她联系。

姜女士多次给客服打电话问工作人员或负责退款部门联系电话，均不告知，统一答复让她等人联系。

### 【案例二】考试在即 “兴为教育” 天猫旗舰店相关课程未上传不予解决

7月18日，浙江省的袁先生向“电诉宝”投诉称其于2021年8月13日在兴为教育天猫旗舰店购买北京兴为科技教育有限公司中级注册安全工程师课程，约定为课程有效期为4年，然后23年的化工实务精讲课一直没有上传，联系老师联系不上，从百度上搜到的信息说公司出现问题了。

袁先生表示，23年的考试10月底要考了，希望兴为教育公司能拿出解决办法，要么课程转到别的学校，要么做部分退费处理，离考试时间越来越近了，希望能尽快解决，以便自己能够顺利通过考试。

### 【案例三】申请退款需扣30%运营成本？“赛优教育”被指诱导消费

7月29日，江苏省胡女士向“电诉宝”投诉称其于2023年7月25日在网上了解心理咨询师相关考试，随机点到了赛优教育，后接到电话推销课程，诱导消费，说心理咨询师考试即将有大的政策变化，以后需要面试评审等等话术，然后可以申请一千五的优惠让下单，填写预报名信息，还要问带下单时间的快递编号。

胡女士全程没有看过一节课，软件都没登录，纸质版书发货很快，胡女士当下退款都给她发过来，然后售后跟她说要扣除30%的各种运营成本，但合同之类胡女士也没签。

### 【案例四】违规报名考试？用户投诉“一只船教育”诱导消费 退款玩失踪

8月14日，江苏省的黄女士向“电诉宝”投诉称其于2021年7月2日由于北京一只船教育科技有限公司通过网络虚假宣传，诱导其缴纳一级注册消防工程师培训费6880+500=7380元，并于2021年8月1日诱导本人升级高端班，追加培训费用11600元，并且未开具11600元发票。黄女士称其本人非消防专业出身，也没有相关从业经历，并不具备报考资格，北京一只船教育科技有限公司通过内部违规操作帮其报名考试，违反了报考相关规定。

黄女士表示三年过程中均未参加考试，未对其造成资源侵占，因此于 2023 年 8 月 11 日与北京一只船教育科技有限公司工作人员联系退款事宜，其工作人员只说提交售后，然并未有售后人员联系处理，对接班主任老师也已不再回复消息。黄女士表示希望电诉宝平台介入调查处理，并退还全部教育培训费用 18980 元。

### **【案例五】不能退款？“有道精品课”被指售后服务差且平台无退款流程**

8 月 22 日，浙江省的陈女士向“电诉宝”投诉称其于 7 月 25 日左右在好的短视频平台购买了纸上的作文直播课一节，共 39 元，含资料。订单无法在好的短视频平台的订单上查阅，因为不知道开课情况，也没有收到资料，所以一直查询无果，后来在网易有道精品课平台上查到了订单，但已过 7 月 27 日直播课时间。

陈女士表示自己没有收到书本资料，却无法退款，平台也无退款流程，于是直接转到了客服对话，经沟通无法退款。陈女士认为自己没有消费，没有道理不能退款。且网站售后服务极差，既没有老师对接也没有后续提醒，虽然金额不大，但是线上教育重点都是学习服务和支持，没有服务是办不了线上教育的。

### **【案例六】签署霸王条款？“尚德机构”被指诱导学员贷款缴纳学费**

8 月 26 日，河南省孙女士向“电诉宝”投诉称自己于 2018 年在尚德机构老师的忽悠下报考汉语言文学专业专升本。报名之前老师说课程简单，考不过可以再考，终身免费学习直播课程，直到考过为止，没有说有服务期限的事情。

孙女士表示自己当时没钱，在老师的引导下在网贷平台，贷款分期缴纳学费。在办理途中，老师指导自己操作一系列的事情（输入个人信息，点确认，输入验证码，人脸识别，点确认等操作），操作完成，中间没有提醒自己阅读服务协议的事情，在不清楚的情况下点了确认，完成了他们所谓的协议（霸王条款），至今未收到纸质的协议。

孙女士表示,现在登陆尚德 APP 显示服务期已过,需要续费,或者只能看精品课,也就是录播课。自己当时就很生气,之前老师没有和我说有服务期的问题,上课时班主任老师也没有提醒,现在突然上不了了。录播课功能不齐全,资料都是 2019 年的老视频老资料,不能快进,返回之后再进来就要重新看,找不到看过的记录。

孙女士认为,尚德机构拿这个录好的视频应付学员,想要再次收费赚钱。自己就感觉被坑了,找尚德解决这个问题,售后态度很差,说只能看录播课隐瞒服务期问题导致我没有冻结课程,侵害了我的正常学习的权益,自己现在诉求,给我提供 4 年学习服务(看直播课),中途有事可以冻结课程。

#### **【案例七】交完钱就消失? 用户称被“聚师网”哄骗购买 VIP**

8 月 30 日,江西省柯女士向“电诉宝”投诉称,其于 8 月 7 日在抖音平台看到聚师网考证,于是填写了电话号码,后面就有人加她微信,以虚假信息引导她报考社工证书。第一次以 399 成交,后又有课程服务老师加微信,称 2799 元升级 vip,里面有密卷,包考过,没考过包退,包工作。

柯女士称对方连续发了几天信息,天天说有各种补贴,但其实考证是有条件的,参加工作也是有条件的,对方就重避轻,哄骗买他们的 vip,最后以 2500 的价格成交。柯女士当天下午反应过来后,要求退一半的钱,对方回应月底退,再联系就找不到人了。

#### **【案例八】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。

### 【案例九】“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。

### 【案例十】“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。

此外，在**产业电商**领域有 3 家平台上榜，按投诉量排名依次为：1688、货捕头、义乌购。

在**物流科技**领域有 3 家平台上榜，按投诉量排名依次为：申通快递。达达、货拉拉。

在**金融科技**领域有 6 家平台上榜，按投诉量排名依次为：分期乐、来分期、拍拍贷、你我贷、支付宝、微薄利。

## 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。

首页 投诉榜 评级榜 律师团 报道 专题 请输入平台名搜索 如：淘宝

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

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 Q3 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16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)

