

2023年Q4

中国数字生活服务电商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：2024年02月29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	5
(一) 投诉问题类型分布	5
(二) 投诉地区分布	6
(三) 投诉用户性别分布	7
(四) 投诉金额区间分布	8
三、评级数据与典型案例	8
(一) 2023年Q4“去哪儿”投诉数据与典型案例	8
(二) 2023年Q4“联联周边游”投诉数据与典型案例	11
(三) 2023年Q4“飞猪”投诉数据与典型案例	12
(四) 2023年Q4“走着瞧旅行”投诉数据与典型案例	15
(五) 2023年Q4“Boss直聘”投诉数据与典型案例	16
(六) 2023年Q4“万师傅”投诉数据与典型案例	18
(七) 2023年Q4“智行”投诉数据与典型案例	21
(八) 2023年Q4“美团”投诉数据与典型案例	23
(九) 2023年Q4“大麦网”投诉数据与典型案例	26
四、关于我们	28
(一) 关于电诉宝	28
(二) 关于网经社	30

一、报告摘要

2023年第四季度，随着中秋与国庆双节的到来，沉寂已久的旅游消费热情被重新点燃。据统计，这两个节日的8天假期内，国内旅游出游人数高达8.26亿人次，同比增长71.3%，与2019年同期相比也增长了4.1%。然而，在这股旅游热潮背后，消费纠纷的数量也相应激增，其中包括霸王条款、退款难等常见的旅游问题，这些乱象再次显现，亟待关注和解决。

在此背景下，2月28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Q4受理的全国122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Q4中国数字生活服务电商用户体验与投诉数据报告》。



根据“电诉宝”2023年Q4受理的中国数字生活服务电商领域用户有效投诉显示，投诉量TOP10依次为：去哪儿、BOSS直聘、美团、大麦网、飞猪、万师

傅、智行、走着瞧旅行、鲁班到家、联联周边游；

排在第 11-20 名的是：携程、猫眼电影、饿了么、同程旅行、如程、百合网、58 到家、黄河票务、航班管家、滴滴出行。

2023年Q4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%	0.923	4.667	0.883	建议下单
2	去哪儿	100.00%	0.704	5.000	0.821	建议下单
3	万师傅	100.00%	0.710	4.667	0.820	建议下单
4	智行	100.00%	0.835	2.000	0.811	建议下单
5	携程	100.00%	0.767	2.000	0.790	建议下单
6	鲁班到家	100.00%	0.929	0.000	0.779	建议下单
7	美团	100.00%	0.703	2.000	0.771	建议下单
8	联联周边游	25.00%	0.000	0.000	0.125	不建议下单
9	飞猪	9.52%	0.029	0.000	0.056	不建议下单
10	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	走着瞧旅行	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

备注：

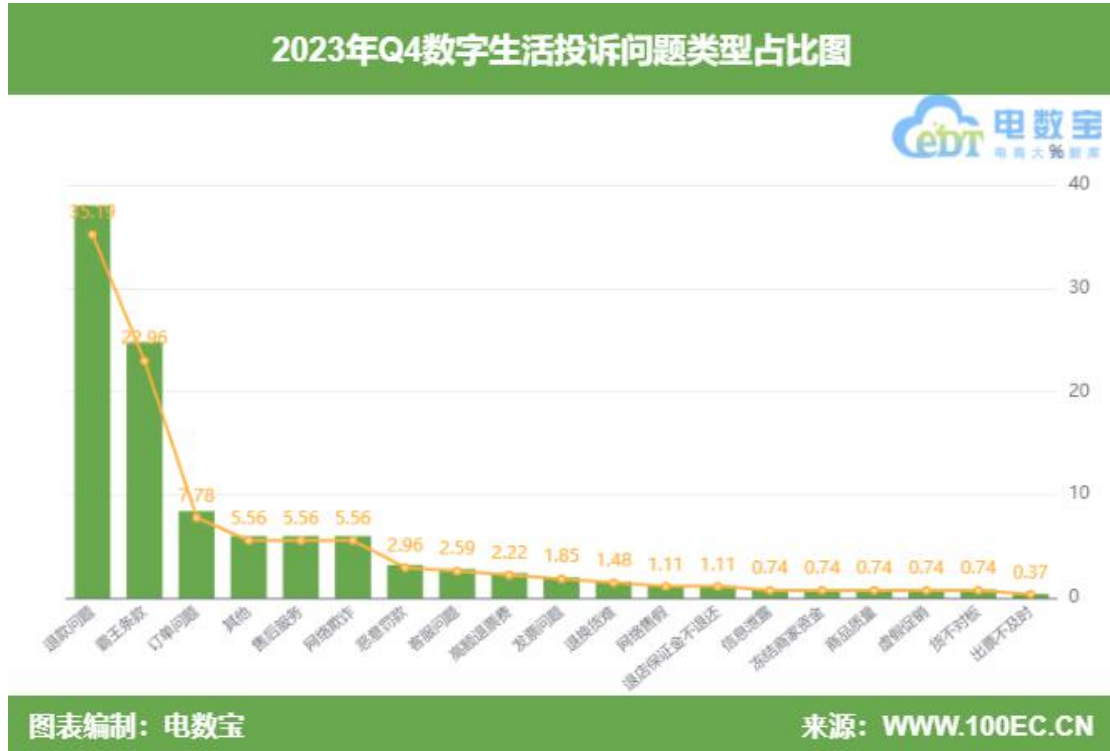
- 综合指数=平台回复率*0.5+回复时效性*0.3+用户满意度/10*0.2。
 - 平台回复率：平台移交给被投诉电商用户投诉，被投诉电商的有效回复率。
 - 回复时效性：平台回复时间小于72小时为1.0，回复时间大于72小时且小于120小时为0.6，回复时间大于120小时为0。
 - 用户满意度：10分满分制，数据只截取已评分的用户投诉，未评分的用户投诉将不纳入满意度数据基数的统计。
- 评级划分由综合指数高低决定，不建议下单∈[0,0.4)，谨慎下单∈[0.4,0.75)，建议下单∈[0.75,1.0]。对未入驻或未取得售后联系方式的电商平台“不予评级”。
- 由于投诉量的多少与平台的市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

在 2023 年 Q4 全国数字生活评级榜中：获“建议下单”评级的有：BOSS 直聘、去哪儿、万师傅、智行、携程、鲁班到家、美团；获“不建议下单”的有：联联周边游、飞猪、走着瞧旅行；获“不予评级”的有：大麦网。

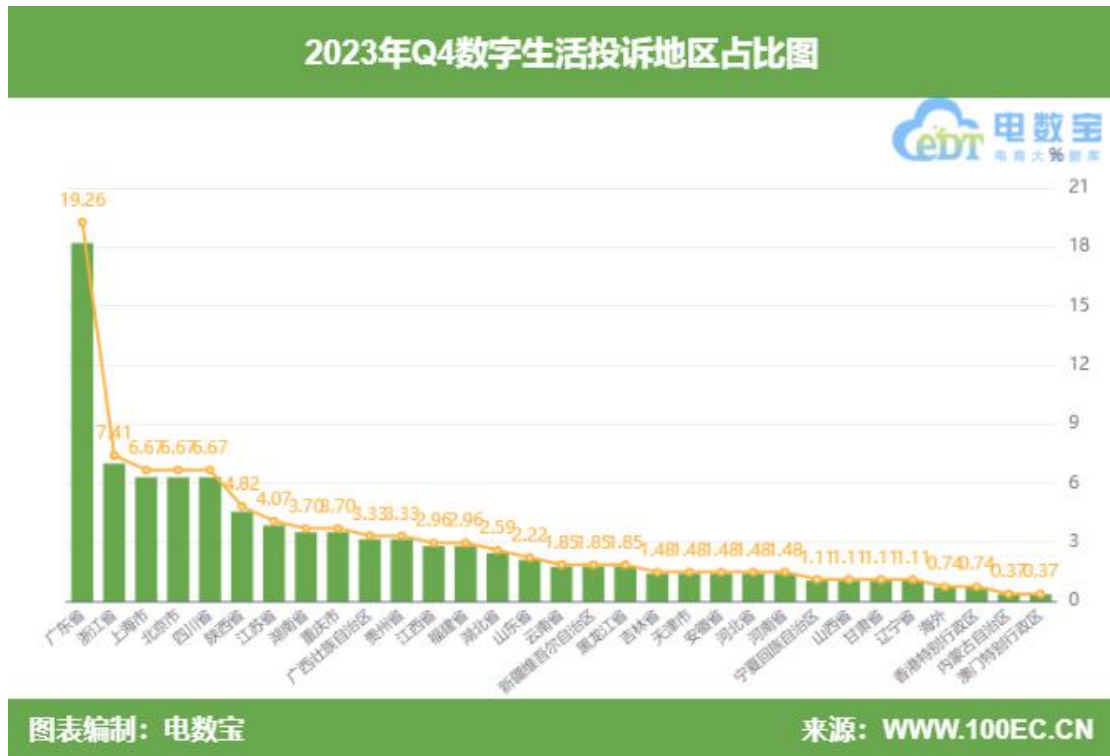
二、整体数据

(一) 投诉问题类型分布



据“电诉宝”显示，2023年Q4全国数字生活服务电商投诉问题类型TOP10为：退款问题（35.19%）、霸王条款（29.96%）、订单问题（7.78%）、其他（5.56%）、售后服务（5.56%）、网络欺诈（5.56%）、恶意罚款（2.96%）、客服问题（2.59%）、高额退票费（2.22%）、发票问题（1.85%）。

(二) 投诉地区分布



2023年Q4“电诉宝”受理全国数字生活投诉用户聚集地区TOP10依次为广东省（19.26%）、浙江省（7.41%）、上海市（6.67%）、北京市（6.67%）、四川省（6.67%）、陕西省（4.82%）、江苏省（4.07%）、湖南省（3.70%）、重庆市（3.70%）、广西壮族自治区（3.33%）。

(三) 投诉用户性别分布



据“电诉宝”显示，2023年Q4全国数字生活服务电商男性用户投诉比例为47.04%，女性用户投诉比例为52.59%。

(四) 投诉金额区间分布



据“电诉宝”显示，2023年Q4全国数字生活服务电商投诉金额分布主要集中在100-500元（23.70%）、1000-5000元（21.85%）、500-1000元（15.93%）、0-100元（9.26%）、5000-10000元（5.18%）、10000元以上（3.33%）、未选择金额（20.74%）。

三、评级数据与典型案例

(一) 2023年Q4“去哪儿”获“建议下单”

2023年Q4“去哪儿”涉嫌存在退款问题、霸王条款、订单问题、售后服务、其他、出票不及时、商品质量、客服问题、网络欺诈、退换货难、高额退票费等问题；用户投诉金额主要在100-500元、1000-5000元、500-1000元、5000-10000元、0-100元、未选择金额等区间；其中，男性用户占比42.86%，女性用户占比57.14%。



【案例一】取消订单扣费四百？“去哪儿”被指酒店平台推委扯皮 回应：协商成功

12月16日，曹女士向“电诉宝”投诉称其于2023年12月14日在去哪儿网预订了2024年2月23日晚上澳门假日酒店的住宿一晚，后因行程有变，需申请取消入住。随后发现该订单不可取消，电话联系去哪儿客服，客服说不支持取消，如果取消必须扣四百元。后又联系洲际酒店，双方推委扯皮。

曹女士表示现在离入住时间还很久，自己取消并没影响到酒店房间的再次销售，没有因为自己个人原因造成酒店的损失，所以想给全款退还。但是一直沟通无效。

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，去哪儿工作人员向“电诉宝”发来反馈称：经核实，消费者反馈机票改签申请取消订单，平台联系商家同意订单免费取消，费用837元已原路退回，消费者认可，协商成功。

【案例二】用户投诉“去哪儿”因个人身体原因取消订单被拒绝 回应：和解成功

10月22日，四川省文女士向“电诉宝”投诉称其于2023年10月20日在去哪儿网app上预定了光雾山心泊酒店，10月21日因个人身体原因想取消订单，被酒店拒绝，去哪儿网客服沟通无效，表示如果不去住仍然会扣除费用。

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，去哪儿工作人员向“电诉宝”发来反馈称：经核实，消费者反馈身体不好，刚好挂到26号的专家号，无法入住，申请取消订单。平台联系商家告知订单无法免费取消，可以申请退488元。已操作退款金额488.02元原路退回，消费者认可，和解成功。

【案例三】“去哪儿”被指工作失误没有发房源确认信息造损失 回应：和解失败

10月3日，广东省的刘女士向“电诉宝”投诉称其于2023年9月10晚21点18分左右在“去哪儿旅行”app订了9月11日晚布尔津驴友幸福客栈家庭套房一间共1380元。自己的行程是9月10日飞机抵达乌鲁木齐，9月11日从乌市出发五彩滩，当天在布尔津住一晚，9月12日出发喀纳斯。

刘女士表示，当时布尔津房源紧张。提交订房订单后一直在等平台发送房源确认的信息。但一直没有收到平台发送房源确认信息，以为订单没有成功，错过入住。9月23日在整理新疆费用时发现平台扣了款。刘女士请求100%房费1380元返还。

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，去哪儿工作人员向“电诉宝”发来反馈称：经核实，消费者反馈未入住要求全退，平台联系商家可退120元清洁费，消费者认为是平台未提示，平台已发送过确认短信，且消费者也可通过APP查询订单是否预订成功，平台补偿276元，消费者不认可，和解失败。

（二）2023 年 Q4 “联联周边游”获“不建议下单”

2023 年 Q4 “联联周边游”涉嫌存在退款问题、霸王条款等问题；用户投诉金额主要在 100-500 元、0-100 元、500-1000 元等区间；其中，男性用户占比 33.33%，女性用户占比 66.67%。



【案例一】“联联周边游”被指已购商品不能使用且不能退款 客服推脱责任

12月14日，陕西省康女士向“电诉宝”投诉称其于2020年10月24日在联联周边游购买了一款洗车养护a款金额是299。康女士表示联联周边有没有电话通知，然后去商家这边洗车，结果商家反映不为联联周边游的客户服务，说联联周边游，没有给他们结账，然后两边推脱，不给康女士退钱。

康女士表示当时她投诉了，接到联联周边游客服十几个电话，他们客服每次都说1~7个工作日给她回复，每次这样推脱将近推脱了十几次。康女士称她10月份一直到投诉到2021年的4月份，后来就一直没有回复，直到今年23年的12月14号，一直没有给她解决。

【案例二】随心退严重误导消费者 “联联周边游”被指退款需扣除30%手续费

12月12日，重庆市郭女士向“电诉宝”投诉称其在联联周边游重庆站微信小程序上购买了两款美食订单，下单时看到随心退，就放心下单了。结果后面没有时间去，就忘了，今天看到过期了，就去申请退款，结果客服说只能退70%。客服说随心退要在有效期内退款才退全款的意思，过期了只能退70%。

郭女士表示不能理解商家是基于什么理由设置了这个规定，根本就是霸王条款，随心退这几个字也误导了消费者。郭女士觉得这种行为严重侵犯了她的权益，要求退全款。

【案例三】“联联周边游”页面显示随心退 实际退款要扣30%手续费

10月30日，四川省的杨女士向“电诉宝”投诉称其于2023年10月17日在联联周边游成都站微信公众号上购买荒野之国万圣节废土游乐园门票三张，共计184元，实际支付179元。购买票后，因为觉得万圣节不适合中国孩子玩，不想让孩子参加，于是联系商家取消票务。一开始商家说要扣20%手续费，后面三十号去申请时，商家先是不退不换了，后面又说实在要退就只退70%，扣30%。

杨女士认为没有消费就应该全额退款，一开始购买也是因为他的页面显示随意退才购买的。不退款这种行为涉嫌侵犯消费者权益保护，应该全额退款，且他的网页也写了随心退，也涉嫌欺诈。所以杨女士的诉求是现在申请全额退款共计179元。

（三）2023年Q4“飞猪”获“不建议下单”

2023年Q4“飞猪”涉嫌存在退款问题、网络欺诈、其他、售后服务、发票问题、货不对板、高额退票费等问题；用户投诉金额主要在1000-5000元、100-500元、10000元以上、500-1000元、0-100元、未选择金额等区间；其中，男性用户占比35.00%，女性用户占比65.00%。



【案例一】商家态度恶劣？“飞猪”被指纵容商家 仗势欺人消费者

12月20日，海外的崔女士向“电诉宝”投诉称其于12月16日在淘宝中的飞猪天津小马达旅游专营店咨询了北海道札幌往返美瑛富良野的包车服务，在该店中该项服务标明的价格是2500，她和商家私信，商家提出由于1月是北海道旺季因此需要加价2800。崔女士表示因为这是团体出游，所以她需要将费用与朋友们进行确认，之后客服回复是2日报价有效。崔女士在周日和朋友确认好了之后，当天晚上下了单，考虑到和客服有8小时的时差，因此在国内时间上午11点左右再次询问了客服，客服在下午1点的时候告知她没有车了。

崔女士虽然觉得客服态度不好，但并没有第一时间进行投诉，而是直接提交了退款。然而商家再次用极其恶劣的口气要求其修改退款理由并威胁自己不修改就不退款。崔女士把这个事件上报给了飞猪平台客服，平台不作为反而还纵容商家在第二天递交了虚拟发货等于是间接拒绝了自己的退款申请。这件事情不仅影响了自己的租车计划，飞猪平台和商家这种仗势欺人的行为更令她无法接受。她要求商家向她退款道歉并且赔偿10%的费用。

【案例二】申请退款遭“遭踢皮球”“飞猪”被指推脱不处理

12月17日，浙江省的黄先生向“电诉宝”投诉称其于2023年11月25日16点38分，本人被诱导购买了飞猪平台自营店铺飞猪度假官方海外旗舰店（实际运营主体是杭州叮当国际旅行社）的新加坡夜间野生动物园门票10张，共2450元。无法申请退款，联系飞猪平台，飞猪平台表示景区不给退款，让自己联系景区，联系景区后，景区给自己的回复是飞猪订单与景区无关，景区未对退票做任何规定。

黄先生再次联系飞猪平台，并将自己和景区沟通的情况截图发给平台，平台又说商家不给退款，让联系商家，商家说他们只负责卖，售后找飞猪平台，他再次找到飞猪平台，飞猪平台说商家规定售出概不退换，坚持不给自己退款。飞猪平台作为商家监管部门，纵容帮助商家利用“售出概不退换”这一霸王条款非法限制消费者权利。一直到12月8日，让客服查询门票状态，状态正常，未被使用。

12月11日飞猪平台又主动打电话说可以给办理退款，让提交相关材料，提交后，12号告知门票被使用，无法退款，整个过程中飞猪的不作为，推脱不处理是造成我遭受重大损失的直接原因，请协助平台履行赔偿责任。

【案例三】抬高票价？“飞猪”被指售卖机票价格高于实际 欺诈消费者

11月23日，安徽省的倪女士向“电诉宝”投诉称其于9月6日在飞猪平台购买9月24日的两张机票，购买机票价格高于航空公司机票实际价格，要求飞猪平台按照要求《中国民用航空电子客票暂行管理办法》以及《消费者权益保护法》第五十五条【惩罚性赔偿责任】经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍；增加赔偿的金额不足五百元的，为五百元。法律另有规定的，依照其规定。

倪女士表示经营者明知商品或者服务存在缺陷，仍然向消费者提供，造成消费者或者其他受害人死亡或者健康严重损害的，受害人有权要求经营者依照本法第四十九条、第五十一条等法律规定赔偿损失，并有权要求所受损失二倍以下的惩罚性赔偿。

(四) 2023 年 Q4 “走着瞧旅行” 获 “不建议下单”

2023 年 Q4 “走着瞧旅行” 涉嫌存在退款问题、售后服务、虚假促销、霸王条款等问题；用户投诉金额主要在 1000-5000 元、500-1000 元、未选择金额等区间；其中，男性用户占比 12.50%，女性用户占比 87.50%。



【案例一】用户投诉“走着瞧旅行”出尔反尔 承诺退款却额外收取违约金

12月18日，江西省的高女士向“电诉宝”投诉称其于2021年11月22日在走着瞧旅行购买了两张三亚5天4晚旅游卡，当时客服承诺过期未使用退款。2022年4月咨询是否可以退款，客服说不能退，可以延期。拿出21年的截图，客服说过了两年有效期之后可以退。现在卡过期了，找这个客服退款，客服不回微信。

高女士称线上联系商家客服后，一个售后经理联系自己，给出的方案是不退款延期两年或退款扣除支付金额的60%。在这之前，客服没有说过退款要扣费。现在突然告知退费要扣违约金，高女士表示不接受，高女士的诉求是全额退款。

【案例二】未使用未预约 用户投诉“走着瞧旅行”多次申请退款被拒

11月28日，上海市的谢女士向“电诉宝”投诉称其于2020年11月3日在有赞的云南时光购买走着瞧的海岛旅游卡2张，未使用未预约。2020年和2022年均提出要求退款，客服退了20%的费用，同时以延长卡券使用周期为由拒绝全额退款。

谢女士称2023年10月12日，再一次联系客服表示要退款，售后电话答应一个月内退款。现在一个多月时间过去了，款项未退。在走着瞧旅行微信公众号联系客服，一直未有售后回音。谢女士表示作为消费者，未使用走着瞧的任何服务，要求走着瞧尽快退还剩下的费用。

【案例三】“走着瞧旅行”商家改价加钱 用户投诉要求退款被拒

11月15日，湖南省的叶先生向“电诉宝”投诉称其在2019年5月10日，2019年3月19日，2023年6月19日购买了旅行卡与膨胀金，因疫情耽误，家人年纪超龄限制，商家更改价格以年龄限制要求加钱，导致不能出行。

叶先生表示多次与商家协商，要求商家全额退款，商家不同意。自己并没有消费这次旅行，要求商家全额退款。商家这是霸王条款，希望商家全额退款。

（五）2023年Q4“Boss直聘”获“建议下单”

2023年Q4“Boss直聘”涉嫌存在霸王条款、其他等问题；用户投诉金额主要在0-100元、10000元以上、500-1000元、5000-10000元、100-500元、未选择金额等区间；其中，男性用户占比58.07%，女性用户占比41.93%。



【案例一】用户因他人操作有误被封号 “BOSS 直聘” 不予以解封

12月21日，四川省林先生向“电诉宝”投诉称他在九月份使用尾号0501的手机号在贵公司平台求职，然后去了一家公司的面试，但是他是做人事发布求职招聘信息的，然后去了过后手机拿给他人在操作，因为他没做过也不懂具体要怎么弄，所以全程是对方在操作，结果不知道因为对方违反了什么规定，导致他的手机号和设备被封。然后期间也有将情况向贵公司说明，并且按照贵公司要求申诉，但是都没有成功！为了求职，没办法只能和我朋友互换手机，用他手机和我的另一个手机号也就是尾号3168这个手机号找工作，最终在11月份应聘了一家公司超凡兄弟做直播切片，但是由于公司经营出现了问题，上了一个月后便散伙了。

也就是这个月15号，然后这个星期他便开始登录尾号1368这个手机号开始断断续续看了一下工作岗位。但是由于家里还有事没处理完，所以还没有投过简历，但是昨天他登陆的时候不小心先行登陆了其尾号0501这个手机号。后面在再登尾号3168这个手机号的时候发现他的朋友这个手机设备也被标记也被封了！所以林先生这边诉求是将账号解封。

【案例二】“BOSS 直聘” 一波连三封号处理被指不合理

10月31日，四川省的袁女士向“电诉宝”投诉称其于2023年10月12日入职四川星璨文化传媒有限公司，公司要求用自己的boss直聘进行招聘，根据公司流程，注册招聘信息，进行环境认证，谁料一个多小时后平台把自己名下所有的账号都封了，经过再三的申诉，平台给出的理由是公司的环境认证和以前同地址的环境认证的公司一样存在环境认证问题，出现了违规。

袁女士表示，经过再三的确认，四川星璨文化传媒有限公司以前有一家公司的确存在违规，但是这是两家不同的公司，boss直聘这样一波连三的处理实在不当，况且自己对这家公司处于违规的现象一开始并不知情，而Boss直聘明明知道，却还叫环境认证这是损害自己的利益，要求boss直聘可以解封账号。

【案例三】用户不熟悉规则 “Boss直聘”账号被永久封禁冤不冤？

10月9日，山东省的孙先生向“电诉宝”投诉称其公司于2022年5月份在BOSS直聘软件中进行招聘，招聘对象为音乐类的学徒和助教岗，学徒是给那些有想法但是没条件的底层人准备的，助教是给有一点基础但对自己没信心准备的，这两个岗位都是为了给求职者一个重新打开自己世界的机会。

孙先生表示因为会有一些应聘者因从小条件限制没有学过音乐，但又非常想到岗试一下，所以沟通中会出现“零基础学徒需要付费学习”的字眼，而沟通时的付费字眼也是加强筛选过程，但实际操作当中没收取过一毛钱的费用。再加上刚用软件对规则限制不熟悉，导致永久封禁。公司又没法注销重新注册，致电BOSS直聘回复敷衍。

（六）2023年Q4“万师傅”获“建议下单”

2023年Q4“万师傅”涉嫌存在**恶意罚款、霸王条款、客服问题、退款问题、其他、售后服务、商品质量、订单问题**等问题；用户投诉金额主要在500-1000元、100-500元、0-100元、5000-10000元、未选择金额等区间；其中，男性用户占比90.00%，女性用户占比10.00%。



【案例一】“万师傅”商家出尔反尔 师傅反映两次上门及装拆费用未给 回应：只能协助处理

12月11日，陕西省的闫女士向“电诉宝”反映称其于2023年11月2日接取万师傅平台该安装订单，上门后客户发现商品损坏严重，要求退货，卖家以补发为由，要求师傅二次上门，后来又打电话让师傅先完成安装，并同意给师傅完工码。

闫女士称二次上门后安装期间卖家客服不让客户给师傅完工码，师傅立即停止安装并拆除了已安装部分，随后卖家发起全额退款，未留两次上门费用，师傅多次和平台沟通未果，专员接受该纠纷处理，索要了师傅与卖家的通话记录，自己也提供了卖家与买家的聊天记录，至今没有结果，遂发起投诉。要求平台公正处理并协同卖家退还两次上门费以及装拆费用，共计200元。

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：家具|安装-高低床*1张，师傅反馈该订单自己已经上门做了相关的服务，但因产品问题导致客户退货，需要支付相关的费用，经平台介入，订单费用属于师傅跟用户自主沟通协商达成一致，

平台只能协助处理，没有相关的权利直接判定，已跟师傅解释说明无异议。

【案例二】 使用数月后维修无关配件损坏 “万师傅”被指包庇客户乱退款 回应：已达成一致

11月13日，广东省的全先生向“电诉宝”投诉称其是万师傅平台师傅，2023年9月8日在平台上看到了一个门禁维修的单子，当时就报价198元，然后客户就选中了自己，过去现场看了是显示器进水了，里面烧坏了，后来帮他代买了一个显示器换上去了，装完后全部检查过的一切正常，当时全部确认好的。

全先生表示然而2023年11月的时候，客户又说锁不上了，到现场看了，不是显示器的问题，是电机和电磁吸坏了，这个是要换配件的，客户不想出钱，就扯到自己身上，说没修好要投诉。全先生表示自己当时是换了显示器而已，客户用了几个月，其它地方坏了又不是自己弄的。全先生可以帮客户检修，但是要买配件，这客户就一直说不行。后来她投诉到平台，平台客服就判定退回198给她，全先生觉得这处理太不公平了，当时自己已经完成服务了，客户其它的配件坏了，肯定客户自己负责呀，又不是显示器坏了。

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：该案件已与师傅进行沟通接受平台的处理方案达成一致无异议。

【案例三】用户投诉“万师傅”清洗导致空调漏水 回应：已为用户解决

10月26日，广东省的丁先生向“电诉宝”投诉称其于2023年10月19日下午在微信小程序万师傅购买空调清洗服务，于2023年10月20日晚上7时开始清洗空调，于当晚8时20分左右完成清洗。清洗当时及当场，师傅并没有告知此清洗保质3天，也没有让本人确认空调是否正常使用。

丁先生表示由于这几天的天气都不需要开启空调，本人在2023年10月25日晚上11点使用空调时发现内机漏水，地板上全是水。于2023年10月26日早上9点投诉到万师傅小程序，却告知质保已过期。丁先生要求万师傅上门检修空

调，并能正常使用。

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：家电清洗|挂式空调 2 台，用户反馈师傅清洗完空调之后存在漏水的问题，导致用户不满投诉到平台，经平台介入，师傅已上门给到用户解决好无异议。

（七）2023 年 Q4 “智行” 获 “建议下单”

2023 年 Q4 “智行” 涉嫌存在网络欺诈、退款问题、订单问题、发票问题、信息泄露、其他、霸王条款、高额退票费等问题；用户投诉金额主要在 100-500 元、1000-5000 元、0-100 元、500-1000 元、5000-10000 元、未选择金额等区间；其中，男性用户占比 23.53%，女性用户占比 76.47%。



【案例一】用户投诉“智行”自行绑定 APP 未提示 回复：消费者误绑定

12 月 26 日，贵州省的王女士向“电诉宝”投诉称其于 2023 年 12 月 25 日在智行小程序购买贵阳往常州、常州返贵阳机场共 2 张 3187.6 元，出现小程序

自行绑定出行宝 163.6 元（46.9 元+34.9 元，2 份）未提示。王女士认为这侵害了自己的知晓权益，并且比正常购买机票贵 97.6 元，王女士的诉求是按 App 显示的机票价格 3090 元退还我费用 97.6 元。

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：企业已联系消费者沟通，消费者误绑定了其他微信号，企业已协助解除绑定后可自行重新绑定，消费者接受，同意办结。

【案例二】“智行”平台问题订票后立即退票要收手续费？回应：已协商

12 月 21 日，重庆市的宋先生向“电诉宝”投诉称其于 2023 年 12 月 20 日在智行火车票 12306 平台购买苏州站至奉节站的高铁票，显示分三站（都有票）：苏州至金寨 D3068（票价 202 元），金寨至汉口 D3068（票价 81 元），汉口至奉节 G3457（票价 310 元）。

宋先生一次性支付了共计 593 元，下单后显示金寨至汉口购票失败原因为无该车次，其余两站购票成功，这导致宋先生一看无法到达目的地立马点击退票，但显示扣除了手续费 72 元。

综上，宋先生认为该平台存在明显网络购票欺诈，侵犯了自己的合法权益。一是自己下单时目的地明确，但平台没有告之金寨至汉口站不能购票成功，二是下单购票至点击退票仅几分钟时间，而平台却扣除了 72 元手续费，宋先生认为过错不在自己。宋先生的诉求是该平台应立即全额退还购票钱共计 593 元，不应扣除手续费。

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：企业已联系消费者沟通，经协商核实，消费者分段购票，一程购票失败无法出行，特殊申请承担退票损失，消费者认可，同意办结投诉。

【案例三】用户投诉“智行”严重个人信息泄露 回复：消费者误绑定

10 月 26 日，上海市的陈女士向“电诉宝”投诉称其于 2023 年 10 月 25 日

在智行 app 上购买机票，出现了严重的个人信息泄露，侵害了自己的个人隐私权。陈女士的诉求是，请帮关闭微信通知并解除和他人的通知绑定，给合理的解释关于这信息泄露这个问题。

陈女士表示在智行里买了票，并开通了微信提醒服务，但是买完票后，自己并未收到任何关于行程和票的信息，可笑的是，别人却收到了自己的详细购票信息和行程。陈女士想问这是什么微信绑定通知，能给通知到别人那里去，把自己的个人信息和隐私当做什么，这也太过分了，自己收不到就算了，还给别人通知自己的行程信息。

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：企业已联系消费者沟通，消费者误绑定了其他微信号，企业已协助解除绑定后可自行重新绑定，消费者接受，同意办结。

（八）2023 年 Q4 “美团”获“建议下单”

2023 年 Q4 “美团”涉嫌存在退款问题、网络欺诈、订单问题、霸王条款、其他、冻结商家资金、发票问题、客服问题、恶意罚款、网络售假、虚假促销、货不对板、退店保证金不退还等问题；用户投诉金额主要在 100-500 元、0-100 元、1000-5000 元、500-1000 元、10000 元以上、5000-10000 元、未选择金额等区间；其中，男性用户占比 62.07%，女性用户占比 37.93%。



【案例一】用户投诉“美团”虚假促销 买手机迟迟未发货 回复：已协商

12月12日，河南省的楚先生向“电诉宝”投诉称其于2023年12月3日在美团购买华为手机两部，共花费13000多元商家先是上架商品售卖，下单合约达成后，却以缺货为由，迟迟不发货。

楚先生表示该订单使用了350和250元平台优惠券，商家线上没有销量，却说没货，这不是虚假促销欺骗消费者吗？平台订单并未发货，但是订单却显示服务完成，这是诈骗。楚先生认为平台联合商家玩弄消费者，楚先生的诉求是要么本周发货，要么赔偿损失。

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，美团工作人员向“电诉宝”发来反馈称：对于消费者反馈购买华为手机两部，共花费13000多元。商家先是上架商品售卖，下单合约达成后，却以缺货为由，迟迟不发货，已与消费者沟通协商处理，方案：致歉目前只能2单退款客服方案补偿40元用户表示自己还是会继续等下去如担心无法退款问题，可在1月2日前核实商家的进货情况或者再致电平台看商家进货情况，因平台无法保证商家什么时候进货，消费者认可此事。

【案例二】“美团”定酒店突发情况无法入住 无法全额退款

12月10日，浙江省的唐先生向“电诉宝”投诉称其于9月份，在美团上预订了10月2日至10月4日三天的河南省洛阳市美团民宿，共计1440元。唐先生称由于9月28日家人突发情况，去医院检查，病情不太好，需要于10月1日手术，10月4日下午出院，没能入住民宿，目前只给退了600余元，和200押金，剩余不退。

唐先生表示自己这属于突发情况，满足美团规定，美团民宿不退钱，10月到12月多次沟通没有结果，美团明确表示，这就是最终结果，除非收到第三方举报，可能会变化。唐先生认为这属于霸王条约，美团民宿客服多次告知，要提供什么样的证明，但自己提供后告知，证明不符合要求，要求美团赔偿损失道歉。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台，美团工作人员向“电诉宝”发来反馈称：我司于2023-12-11 13:43:10与用户取得联系，对于消费者反馈的未入住，民宿无法全额退款问题，已与消费者沟通协商处理，用户身体原因住院无法入住，要求全额退款，核实最新提供的凭证入院时间可以自行操作全额退款，不符合平台保障，补偿200元民宿无门槛优惠券不接受。消费者不认可此事。

【案例三】“美团”预定酒店到店无法入住 回复：赔偿：补偿400元

10月20日，安徽省的朱女士向“电诉宝”投诉称其于2023年10月13日上午在美团酒店平台成功预定东方盐湖城山隐巽宿酒店客房两间，美团于13日上午8点37分发送预定成功短信，次日下午两点多本人及家人驱车来到位于常州市金坛区的东方盐湖城山隐巽宿酒店前台办理入住，被告知没有订单，导致不能入住。

后联系美团客服，给到的答复是让退掉订单，自行找一家酒店入住，经本人与酒店协商后，酒店说原有客房已经没有了，告知我们要自费按照门市价入住其他客房，我们又与美团进行电话沟通，美团表示其他客房差价过高，无法同意。而后我们没办法，出门来旅游的，实在糟心，无奈之下只能自费重新订房入住。

朱女士表示至今美团也没有给一个妥善的处理方案，作为商家，其行为违反了消费者权益法与合同法，严重侵害了消费者的权益，现对其进行投诉，要求相关部门对于其违法行为进行严肃处理，并督促商家尽快给消费者一个妥善的补偿处理方案。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台，美团工作人员向“电诉宝”发来反馈称：10月22号联系消费者核实情况，安抚致歉，考虑体验补偿400元，用户不认可。

（九）2023年Q4“大麦网”获“不予评级”

2023年Q4“大麦网”涉嫌存在退款问题、霸王条款、售后服务、退换货难、高额退票费等问题；用户投诉金额主要在1000-5000元、500-1000元、100-500元、0-100元、未选择金额等区间；其中，男性用户占比19.23%，女性用户占比80.77%。



【案例一】预售票7天无理由内拒绝退款“大麦网”被诉存霸王条款

11月8日，广东省的林女士向“电诉宝”投诉称其11月1日预付比赛门票，还未正式售票，5日由于个人行程安排当天有出差无法成行，由于门票为实名不能转让，实在没有办法希望退票。还在7天无理由退款范围内，但平台霸王条款不给退款。

林女士称，根据我国最新完善的《网络购买商品七日无理由退换暂行办法》和《消费者权益保护法》，消费者在网络台购买的商品除第二章外，应予以退。消费者处于弱势地位，需要法律的支持和保护，而服务提供方的“霸王条款”行为，也是对法律的蔑视。从购票到决定退票，中途也仅仅经过了5天的时间差，依旧处在七天无理由退款的时限内。服务提供方拒绝退款的行为已经严重侵害了自己的合法权益。

林女士表示根据《民法典》，不能改签不能退票的规定，属于网络购票平台一方不合理地免除或者减轻其责任、加重对方责任、限制对方主要权利的条款，属于无效的格式条款《消费者权益保护法》也将此种格式条款认定为无效条款，也就是所谓的“霸王条款”。

【案例二】距离演出会还有50天 “大麦网”预售票拒绝退款被指霸王条款

10月28日，云南省的吴女士向“电诉宝”投诉称于2023年10月27日14:06分在大麦网购买张信哲曲靖演唱会门票三张，此门票为预售门票，还没有出票，付款后因行程有变，联系大麦客服申请退票，客服以“演出商品的特殊性与时效性等”不支持退换。

吴女士表示该场次为12月16日，距离演唱会开始还有将近五十天时间，并不影响票品的时效性。并且该门票为预售票，还没有出票。此外，在投诉大麦的处理结果中显示“本演出项目经主办方要求，所售商品不支持退换”，此条款属于霸王条款，要求全额退款。

【案例三】用户投诉身体原因无法参加音乐节 “大麦网”拒绝退款

10月19日，陕西省的石女士向“电诉宝”投诉称其在2023年10月16日

在大麦网 app 购买了两张 10 月 22 日（未开演）的音乐节演出票，10 月 19 日因为脚崴了无法走动，联系了大麦网客服退票，客服拒不退票。

石女士表示，客服说必须开具三甲医院证明，因自己走不了，没办法开，问校医院的证明可以吗，客服说不行。石女士感到非常不理解，根据民法典的规定，自己是可以要求退票的，但是平台客服说什么也不退。石女士诉求大麦网给退了这两张票。

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*	<input type="text" value="姓名"/>	年龄*	<input type="text" value=""/>	性别*	<input type="text" value=""/>
所在地*	<input type="text" value=""/>	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 17 年历史，旗下运营：网经社(数字经济新媒体)、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 Q4 中国数字生活服务电商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：2024年2月29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)



视频号 (视频号搜网经社)

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)

