

2023年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告



报告编制：网经社电子商务研究中心

发布日期：2024年3月15日

数据来源：“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）

报告声明

01

1、本报告相关知识产权归发布方所有，任何企业、机构、媒体等单位及个人引用本报告数据、内容，均请注明：“根据网经社电子商务研究中心发布的《2023年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告》”，不得篡改、曲解报告内容。

02

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，网经社及其所属主体不承担因使用本报告信息而产生的任何责任。

03

3、报告涉及金额单位除特殊标注外，均默认为元（人民币）。

04

4、数据来源：网经社“电数宝”。
(DATA. 100EC. CN)。

报告声明

05

5、发布渠道：（1）网经社WWW.100EC.CN数字经济门户网站及《电商周刊》《数字零售月刊》《跨境电商月刊》《移动出行月刊》数百万EDM订阅用户）；（2）网经社入驻自媒体平台（覆盖数千万数字经济相关群体）；（3）3000+实名认证的记者库媒体采用（覆盖数亿级数字经济用户受众）。

06

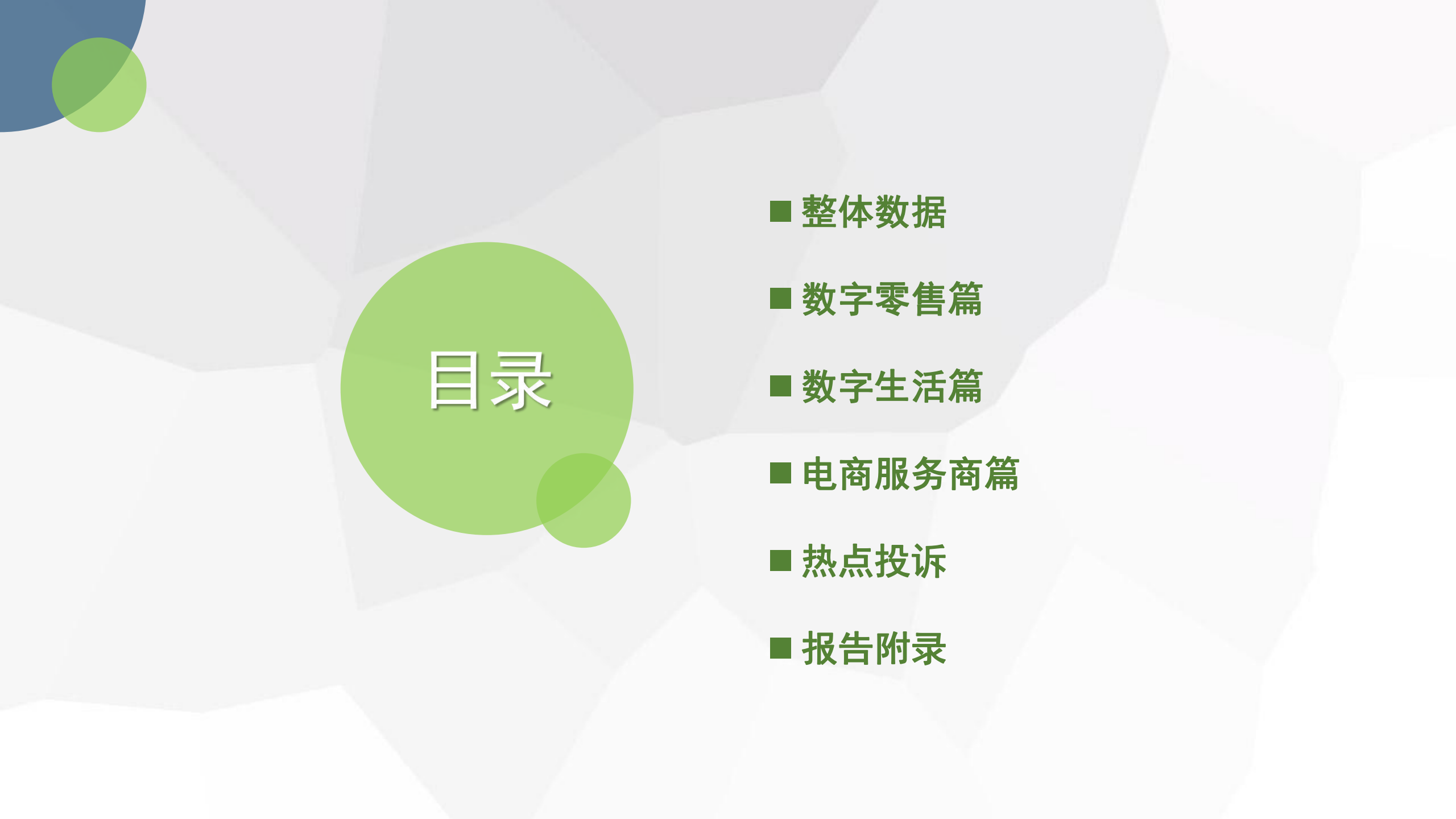
6、联系我们：B2C@netsun.com。我们专注报道、研究、服务于数字经济，重点关注：**数字零售、数字产业、数字生活、数字贸易、数字教育**等细分领域，十七年如一日专注推动制造业、零售业、服务业、农业、物流业、进出口，推动新制造、新零售、新贸易、新服务、新物流、新农业、新消费等新型经济生态圈的建立。

欢迎各数字经济及相关机构，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、用户体验、财务分析、投融资、行业影响力、用户满意度、用户体验评测、平台界面与功能服务评测等细分维度平台大数据报告或行业报告。

网经社电子商务研究中心报告发布计划

投融资报告	报告名称
	2023年度中国 电子商务 投融资数据报告
	2023年度中国 物流科技 投融资数据报告
消费权益报告	报告名称
	2023年度中国 电子商务 用户体验与投诉数据报告
	2023年度中国 二手电商 消费投诉数据与典型案例报告
	2023年度中国 生鲜电商 消费投诉数据与典型案例报告
	2023年度中国 品牌电商 消费投诉数据与典型案例报告
	2023年度中国 物流科技 消费投诉数据与典型案例报告
	2023年度中国 零售电商服务商 消费投诉数据与典型案例报告
	2023年度中国 跨境电商 投诉数据与典型案例报告
	2023年度中国 在线旅游 消费投诉数据与典型案例报告
	2023年度中国 在线教育 消费投诉数据与典型案例报告
	2023年度中国 女性 网络消费投诉数据与典型案例报告

行业数据报告	报告名称
	2023年度中国 电子商务 市场数据报告
	2023年度中国 产业电商 市场数据报告
	2023年度中国 跨境电商 市场数据报告
	2023年度中国 网络零售 市场数据报告
	2023年度中国 生鲜电商 市场数据报告
	2023年度中国 二手电商 市场数据报告
	2023年度中国 直播电商 市场数据报告
	2023年度中国 物流科技 市场数据报告
	2023年度中国 移动出行 市场数据报告
	2023年度中国 数字教育 市场数据报告
	2023年度中国 数字健康 市场数据报告



目录

- 整体数据
- 数字零售篇
- 数字生活篇
- 电商服务商篇
- 热点投诉
- 报告附录



— 整体数据

- 投诉数量增长趋势分布
- 投诉细分领域分布
- 投诉细分平台占比
- 投诉地区分布
- 投诉金额分布
- 投诉用户性别分布
- TOP20热点投诉问题

一、整体数据

1.1 投诉数量增长趋势分布：近两年投诉量持续增长

2013-2023年网络消费投诉数量增长趋势分布



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

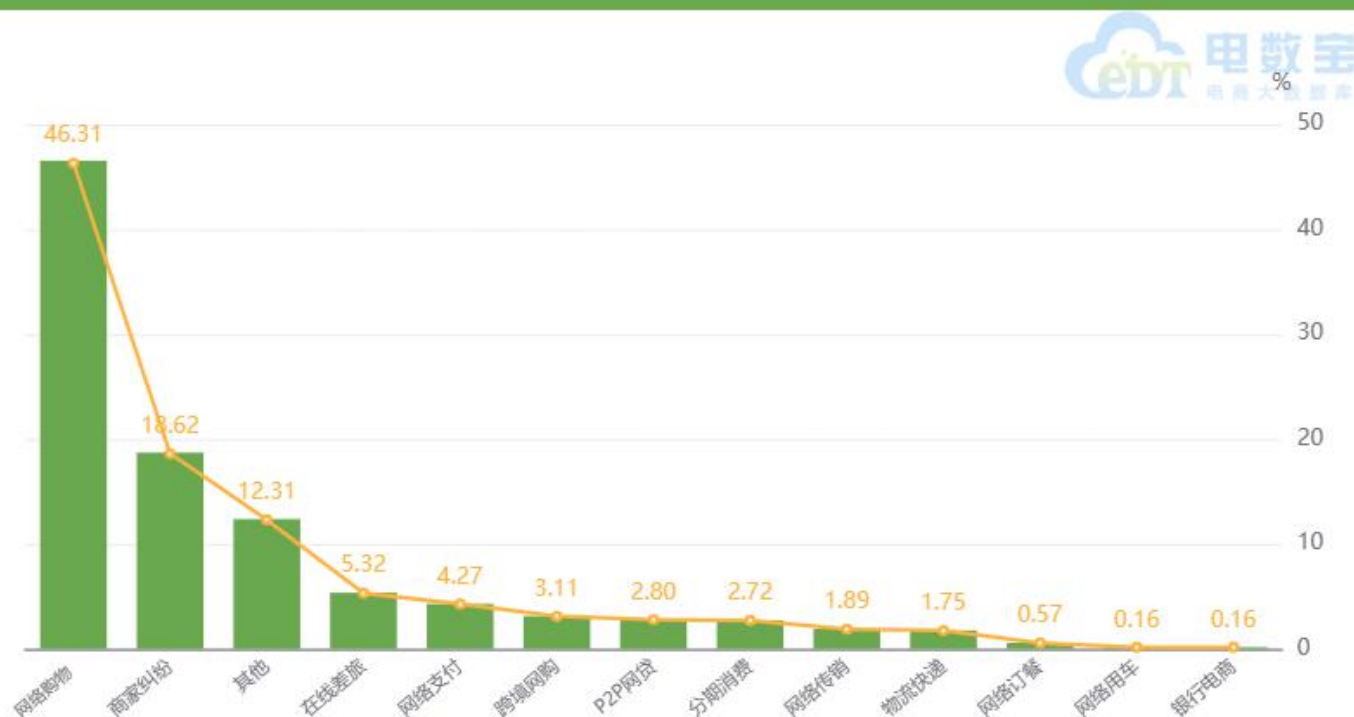
据“电数宝”数据显示，2023年投诉案例依然呈现正增长，同比增长1.19%，对比2022年增幅下降。此前，2019年-2021年受理的投诉案件数呈现负增长，其中2020年同比下降45.59%。2022年开始由负转正，2023年持续增长。可见近两年消费回暖，投诉数量也随之水涨船高。

此外，2013-2018年全国网络消费投诉数量增速分别为4%、3.32%、3.27%、14.7%、48.02%、38.36%。此外，2016、2017两年内受理的投诉案件持续上升，2017年增长率近似2016年增长率3倍，为六年来最大增长。

一、整体数据

1.2 投诉细分领域分布：网络购物占“半壁江山”

2023年网络消费投诉细分领域分布



图表编制：电数宝

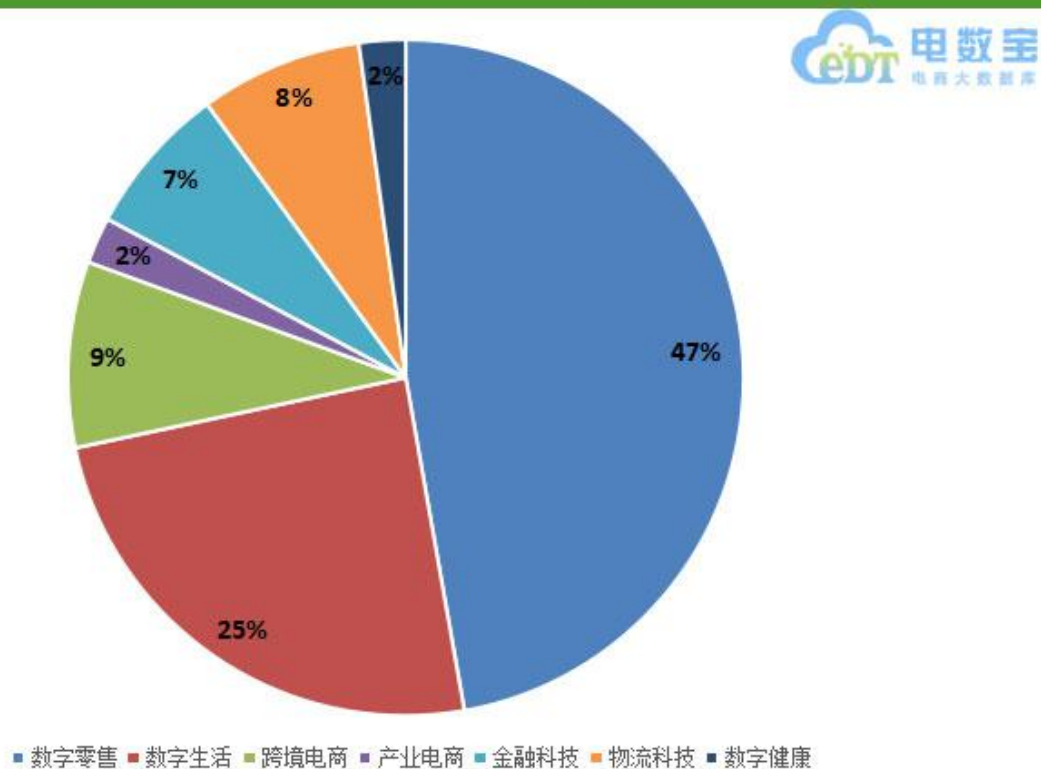
来源：WWW.100EC.CN

据“电数宝”数据显示，2023全年，网络购物投诉占全部投诉46.31%，比例最高；此外，商家纠纷占比18.62%，在线差旅为5.32%，网络支付为4.27%，跨境网购为3.11%，P2P网贷为2.80%，分期消费为2.72%，网络传销为1.89%，物流快递为1.75%，网络订餐为0.57%，网络用车为0.16%，银行电商为0.16%，其他类投诉占比为12.31%。

一、整体数据

1.3 投诉细分平台占比：数字零售占比最大

各领域网络消费平台用户投诉占比

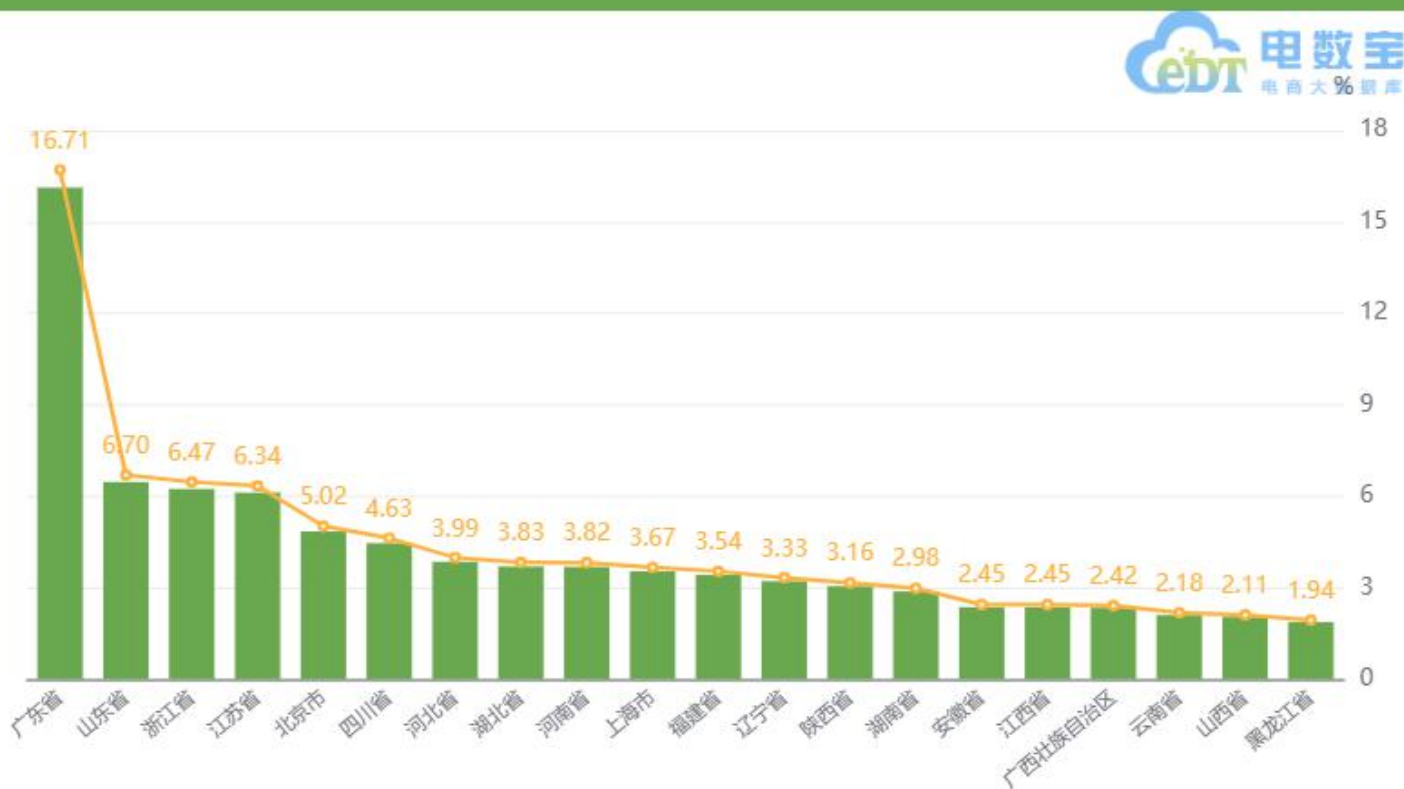


据“电数宝”数据显示，2023年全年共计受理180家网络消费平台用户投诉。其中，数字零售有85家，占比最高，为47%，数字生活为44家，跨境电商16家，产业电商平台为4家，金融科技平台为13家，物流科技企业为14家，数字健康平台为4家。

一、整体数据

1.4 投诉地区分布：广东省连续六年第一

2023年全国TOP20网络消费投诉热点地区



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电数宝”数据显示，2023年“全国十大热点网络消费投诉地区”分别为：广东省（16.71%）、山东省（6.70%）、浙江省（6.47%）、江苏省（6.34%）、北京市（5.02%）、四川省（4.63%）、河北省（3.99%）、湖北省（3.83%）、河南省（3.82%）、上海市（3.67%）。

网络消费投诉主要集中在广东省、山东省、浙江省、江苏省等沿海城市，沿海城市往往经济更为发达，居民收入水平较高，消费水平也相应提升。这使得网络消费在这些地区更加普遍，进而可能导致更多的消费纠纷和投诉。

一、整体数据

1.5 投诉金额分布：1000-5000元价格区间投诉最多

2023年全国网络消费投诉金额分布



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

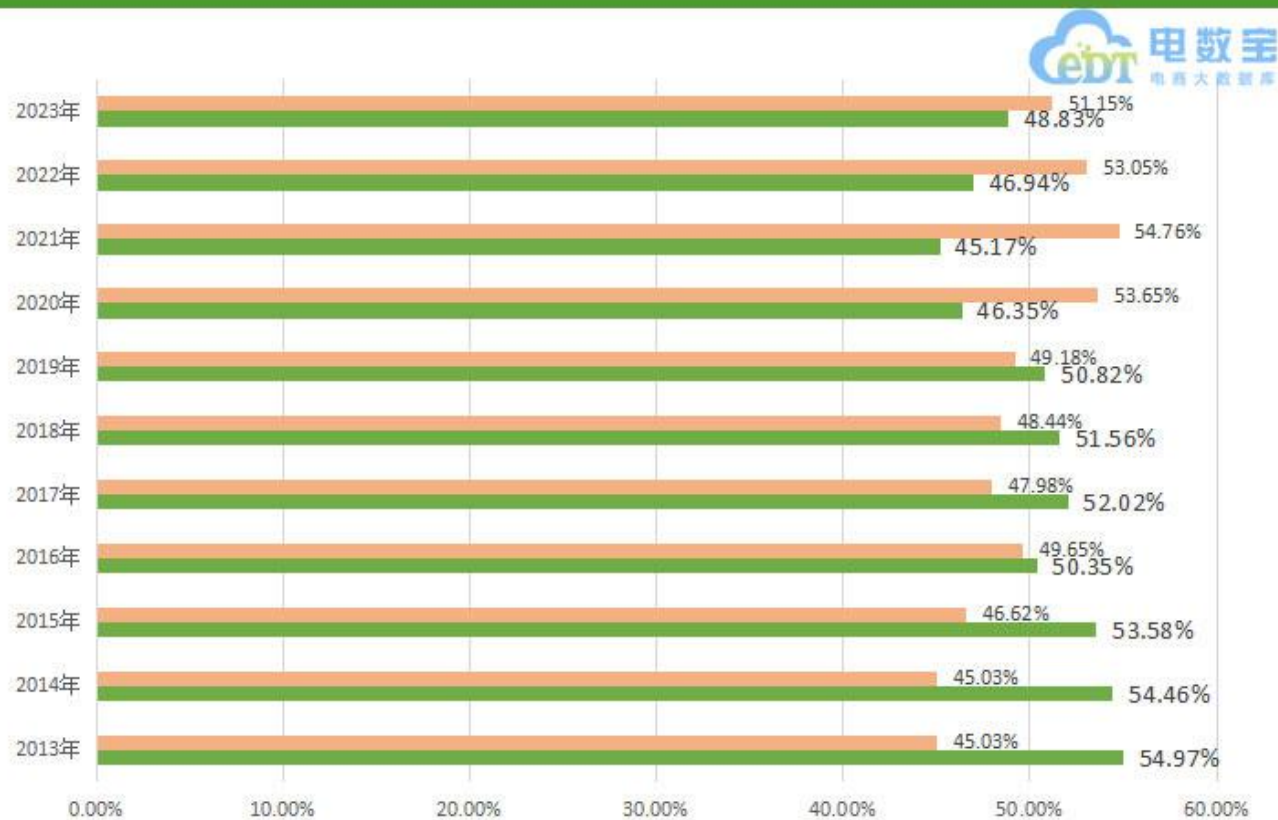
据“电数宝”数据显示，2023年全年，网络消费纠纷涉及金额在1000-5000元区间的占比最高，为22.61%，其余分别为100-500元（22.41%）、0-100元（17.95%）、5000-10000元（10.01%）、500-1000元（9.92%）、10000元以上（7.42%）、未选择金额（9.68%）。

1000-5000元的价格区间是许多日常消费品和服务的常见价格范围。用户在进行网络购物时，往往选择这一价格区间的商品，比如电子产品、家居用品、服装鞋帽等。由于网络购物的普及和便利性，用户更倾向于通过电商平台购买这些商品，因此在这个价格区间内的消费纠纷也相应增多。

一、整体数据

1.6 投诉用户性别分布：女性投诉占比高于男性

2013年-2023年网络消费投诉用户男女对比图



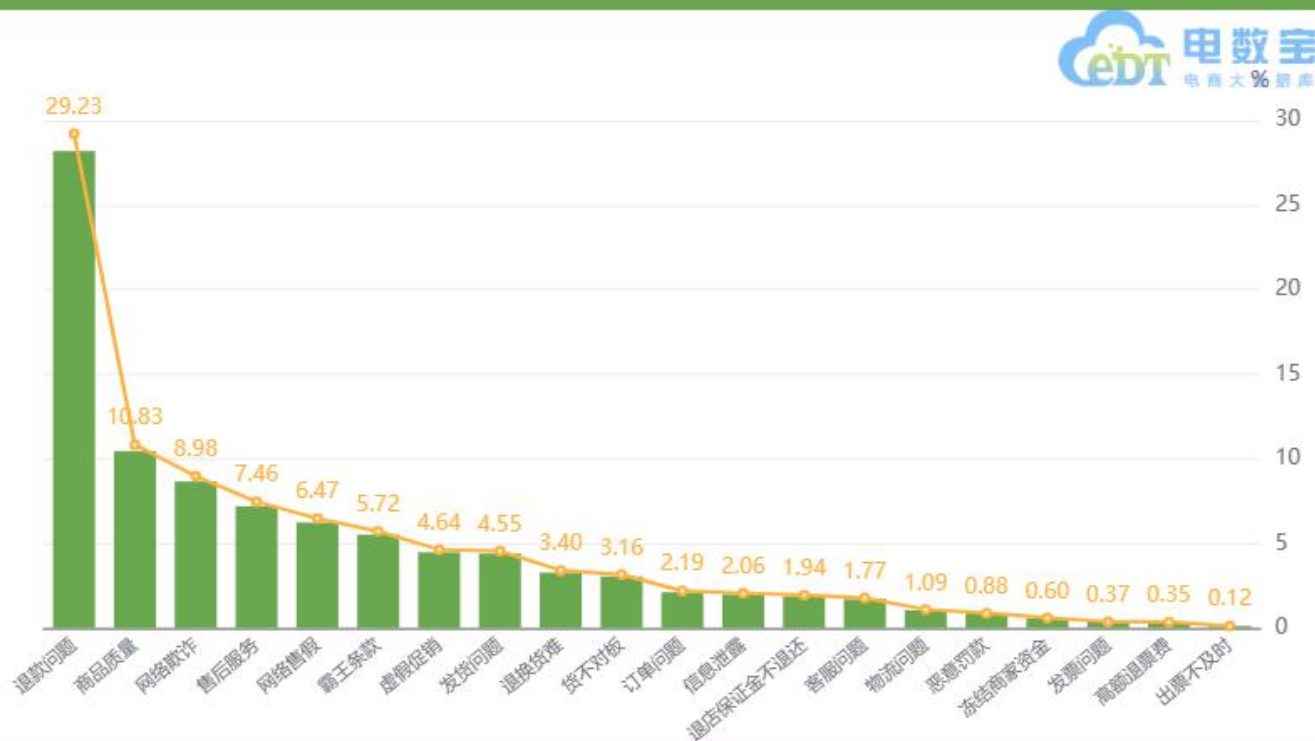
据“电数宝”数据显示，2023年女性用户投诉比例为51.15%，男性用户投诉比例为48.83%，与前一年相比差距缩小。

如今，女性在护肤、美妆、运动、数字产品等消费领域的市场地位越发重要。从年度消费维权数据中也可看出，在女性消费趋势上升的同时，维权意识也不断提升。

一、整体数据

1.7 TOP20热点投诉问题：退换货难 货不对板进入投诉榜前十

2023年全国网络消费TOP20热点投诉问题



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电数宝”数据显示，2023年，全国网络消费热点投诉问题主要为退款问题（29.23%）、商品质量（10.83%）、网络欺诈（8.98%）、售后服务（7.46%）、网络售假（6.47%）、霸王条款（5.72%）、虚假促销（4.64%）、发货问题（4.55%）、退换货难（3.40%）、货不对板（3.16%）。

其中，退款问题、商品质量、网络欺诈位列热点投诉问题前三，是网络消费的常见“雷区”。此外，退换货难、货不对板也进入投诉榜前十，可见部分电商平台或商家在售后服务和商品质量控制方面存在不足。

二 数字零售

- 数字零售TOP10投诉问题类型
- 数字零售消费评级榜
- 跨境电商消费评级榜
- 生鲜电商消费投诉榜
- 社交电商消费投诉榜
- 二手电商消费评级榜
- 品牌电商消费投诉榜
- 服装电商消费投诉榜
- 文玩电商消费投诉榜

二、数字零售

2.1 数字零售TOP10投诉问题类型

据“电数宝”数据显示，2023数字零售投诉问题类型排名前十的分别是：退款问题、商品质量、网络售假、网络欺诈、售后服务、发货问题、虚假促销、货不对板、退换货难、霸王条款。

其中，退款问题占比高达20.88%。由于线上购物的特殊性，消费者在购买商品时无法直接接触到实物，因此，当商品存在质量问题、与描述不符或与期望有差距时，退款问题就更容易发生。

2023年数字零售TOP10投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

2.2 数字零售消费评级榜

据“电数宝”数据显示，2023全年受理海量用户投诉涉及85家数字零售平台，报告披露了《2023年全国数字零售消费评级榜》，其中，途虎养车、当当、找靓机、红布林、苏宁易购、微拍堂、唯品会、有赞获“建议下单”评级；转转、京东、抖音获“谨慎下单”评级；蘑菇街、小红书、国美、贝贝（贝店）、艺狐在线获“不建议下单”评级；小米商城、淘宝、店宝宝、年年大当家、交易猫、天猫等获“不予评级”评级。

2023年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	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	途虎养车	100.00%	1.000	9.600	0.992	建议下单	13	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2	当当	100.00%	1.000	8.000	0.960	建议下单	13	年丰大当家	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
3	找靓机	100.00%	0.733	10.000	0.920	建议下单	13	交易猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
4	红布林	100.00%	1.000	4.000	0.893	建议下单	13	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
5	苏宁易购	100.00%	1.000	2.941	0.876	建议下单	13	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
5	微拍堂	100.00%	0.959	3.600	0.876	建议下单	13	盒马鲜生	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	唯品会	100.00%	0.959	2.800	0.862	建议下单	13	艺狐在线	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
8	有赞	100.00%	0.949	2.444	0.851	建议下单	13	孔夫子旧书网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	转转	97.14%	0.057	10.000	0.703	谨慎下单	13	萌推	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	京东	81.42%	0.623	3.838	0.685	谨慎下单	13	快手	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	抖音	78.02%	0.367	3.750	0.590	谨慎下单	13	拍机堂	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
12	蘑菇街	9.09%	0.000	0.000	0.045	不建议下单	13	网易	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
13	小米商城	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级	13	小年鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
13	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单	13	阿里巴巴	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
13	寺库	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单	13	美团优选	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
13	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级	13	淘特	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
13	店宝宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级	13	微店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
13	国美	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单	13	二三良作	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
13	贝贝（贝店）	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单							

备注:

- | | |
|--|---|
| <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> | <p>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”。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> |
|--|---|

二、数字零售

2.3 跨境电商消费评级榜

据“电数宝”数据显示，在《2023年全国跨境电商消费评级榜》中，亚马逊、考拉海购、洋码头获“不建议下单”评级；天猫国际、别样、识季、shopee、全球速卖通、中免日上获“不予评级”。

此外，洋码头、中免日上、天猫国际、shopee、识季、别样、考拉海购、全球速卖通、亚马逊、铭宣海淘、敦煌网、海淘免税店、任你购、聚美优品、宝贝格子、海带宝。等也入选投诉榜。

2023年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	天猫国际	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
1	亚马逊	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
1	考拉海购	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
1	别样	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
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	全球速卖通	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：

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

二、数字零售

2.4 生鲜电商消费投诉榜

据“电数宝”数据显示，2023年入选生鲜电商消费投诉榜的依次为：美团优选、年丰大当家、盒马鲜生、朴朴超市、Flowerplus花加、叮咚买菜、本来生活、花礼网、中粮我买网、美菜网。永辉超市、多点、我厨、大润发优鲜、利淘网等生鲜电商平台也遭遇过类似投诉。其中，年丰大当家、盒马、美团优选均获“不予评级”。

此外，退款问题、商品质量、网络欺诈是2023年全国生鲜电商用户投诉前三大问题类型。

**电诉宝**
网络消费纠纷调解平台

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 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 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 全年

1	美团优选	2	年丰大当家	3	盒马鲜生	4	朴朴超市
5	Flowerplus花加	6	叮咚买菜	7	本来生活	8	花礼网
9	中粮我买网	10	美菜网				

(以上为投诉量排行榜)

二、数字零售

2.5 社交电商消费投诉榜

据“电数宝”数据显示，2023年入选社交电商投诉榜的依次为：小红书、萌推、云集、爱库存APP、一直娱、全民严选。此前，达令家、淘粉吧、nice、蜂雷、斑马会员、甩甩卖、实惠喵等社交电商平台也遭遇过类似投诉。其中，小红书获“不建议下单”评级，萌推获“不予评级”。

此外，退款问题、虚假促销是2023年全国社交电商用户投诉两大问题类型。

**电 诉 宝**
网络消费纠纷调解平台

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

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

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 全年

1 小红书

2 萌推

3 云集

4 爱库存APP

5 一直娱

6 全民严选

(以上为投诉量排行榜)

二、数字零售

2.6 二手电商消费评级榜

据“电数宝”数据显示，入选二手电商投诉榜的依次为：闲鱼、红布林、转转、拍机堂、找靓机、孔夫子旧书网、爱回收、95分球鞋交易平台。

而在“2023年全国二手电商消费评级榜”中，红布林、找靓机获“建议下单”评级；转转获“谨慎下单”评级；闲鱼、孔夫子旧书网、拍机堂获“不予评级”。

此外，商品质量、退款问题、货不对板是2023年全国二手电商用户投诉前三大问题类型。

2023年全国二手电商消费评级榜

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	找靓机	100.00%	0.733	10.000	0.920	建议下单
2	红布林	100.00%	1.000	4.000	0.893	建议下单
3	转转	97.14%	0.057	10.000	0.703	谨慎下单
4	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
4	孔夫子旧书网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
4	拍机堂	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 $\in[0,0.4)$ ，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。

二、数字零售

2.7 品牌电商消费投诉榜

据“电数宝”数据显示，2023年入选品牌电商投诉榜的依次为：小米商城、华为商城、小米有品、网易严选、屈臣氏、苹果、宜家家居。

此外，前三大用户投诉问题类型为：商品质量、发货问题、霸王条款等。



二、数字零售

2.8 服装电商消费投诉榜

据“电数宝”数据显示，2023年入选服装电商投诉榜的依次为：搜款网、百丽优购、醒够商城。此前，优衣库、特步、乐淘、H&M官网、NIKE商城、邦购网、伊芙丽、哎呦有型、可得眼镜网、梦芭莎、波司登等也遭遇过类似投诉。

此外，三大用户投诉问题类型为：退款问题、售后服务、退店保证金不退还。

**电诉宝**
网络消费纠纷调解平台

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

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

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

全年

1 搜款网

2 百丽优购

3 醒购商城

(以上为投诉量排行榜)

二、数字零售

2.9 文玩电商消费投诉榜

据“电数宝”数据显示，2022年入选文玩电商投诉榜的依次为：微拍堂、艺狐在线、玩物得志。此前，天天鉴宝等文玩电商平台也遭遇过类似投诉。

此外，退款问题、霸王条款、恶意罚款是2023年全国文玩电商用户投诉前三大问题类型。

**电诉宝**
网络消费纠纷调解平台

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

食品电商

服装电商

品牌电商

电商服务商

美妆电商

酒水电商

直播电商

鲜花电商

文玩电商

数字藏品

筛选：

2022

全年

1 孩子王APP

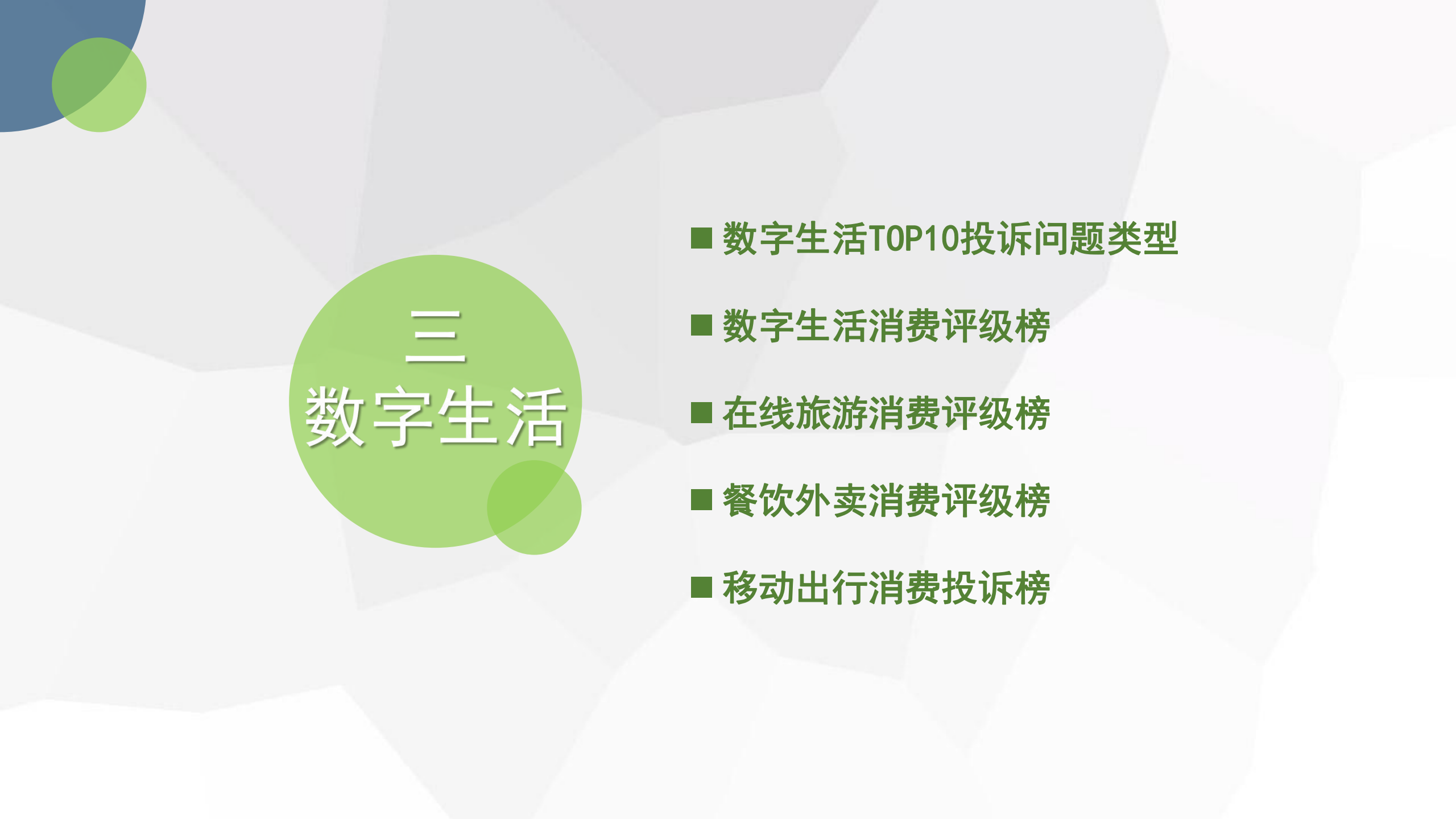
2 孩子王

3 贝贝（贝店）

4 妈妈购

5 美国妈妈

6 爱婴室



三 数字生活

- 数字生活TOP10投诉问题类型
- 数字生活消费评级榜
- 在线旅游消费评级榜
- 餐饮外卖消费评级榜
- 移动出行消费投诉榜

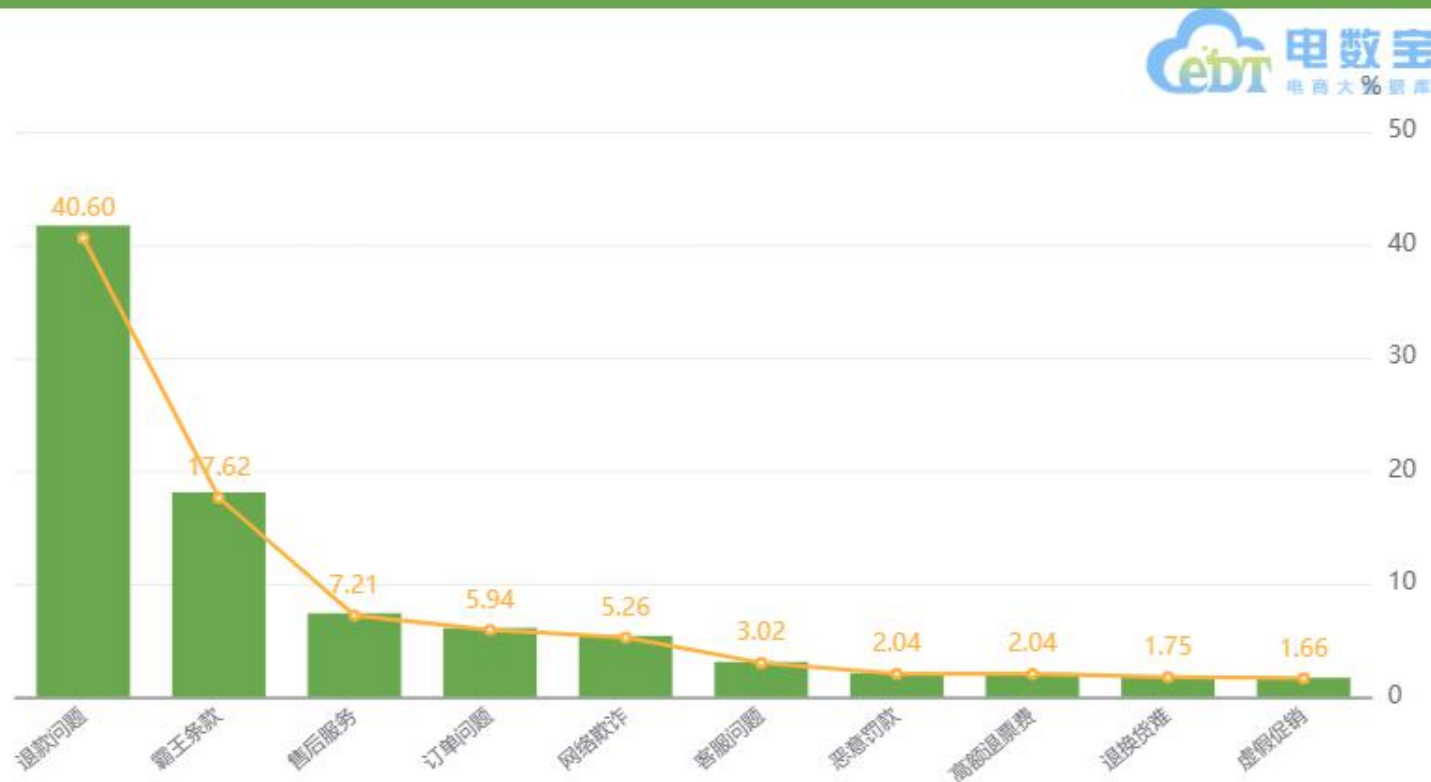
三、数字生活

3.1 数字生活TOP10投诉问题类型

据“电数宝”数据显示，2023数字生活投诉问题类型排名前十的分别是：退款问题、霸王条款、售后服务、订单问题、网络欺诈、客服问题、恶意罚款、高额退票费、退换货难、虚假促销。

其中，退款问题占比高达40.60%；其次为霸王条款，占比12.62%；排在第三的是售后服务，占比7.21%。

2023年数字生活TOP10投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

三、数字生活

3.2 数字生活消费评级榜

据“电数宝”数据显示，2023全年受理海量用户投诉涉及44家数字生活平台。在《2023年全国数字生活消费评级榜》中，BOSS直聘、去哪儿、万师傅、携程、鲁班到家、同程旅行等获“建议下单”评级；美团、智行、飞猪、联联周边游获“谨慎下单”评级；饿了么、大麦网、58同城、猫眼电影、如程、58到家等获“不予评级”；走着瞧旅行获“不建议下单”评级。

2023年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%	0.884	4.286	0.865	建议下单
2	去哪儿	99.28%	0.730	4.800	0.827	建议下单
3	万师傅	100.00%	0.772	3.333	0.815	建议下单
4	携程	100.00%	0.845	2.000	0.814	建议下单
5	鲁班到家	100.00%	0.670	3.500	0.786	建议下单
6	同程旅行	100.00%	0.893	0.000	0.768	建议下单
7	美团	99.01%	0.444	2.000	0.688	谨慎下单
8	智行	75.00%	0.515	2.000	0.590	谨慎下单
9	飞猪	68.48%	0.398	2.000	0.522	谨慎下单
10	联联周边游	73.97%	0.112	2.000	0.464	谨慎下单
11	饿了么	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
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
11	58同城	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	猫眼电影	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	如程	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	58到家	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 $\in$ [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。

三、数字生活

3.3 在线旅游消费评级榜

据“电数宝”数据显示，在《2023年全国在线旅游消费评级榜》中，去哪儿、携程、同程旅行等获“建议下单”评级；飞猪、联联周边游获“谨慎下单”评级；如程等获“不予评价”；走着瞧旅行获“不建议下单”评级。

此外，侠侣亲子游、旅划算、骑驴游、彩贝壳、途家、马蜂窝、穷游网、航班管家、驴妈妈等也入选在线旅游投诉榜。

此外，退款问题、霸王条款、订单问题是2023年全国在线旅游用户投诉前三大问题类型。

2023年全国在线旅游消费评级榜

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	99.28%	0.730	4.800	0.827	建议下单
2	携程	100.00%	0.845	2.000	0.814	建议下单
3	同程旅行	100.00%	0.893	0.000	0.768	建议下单
4	飞猪	68.48%	0.398	2.000	0.522	谨慎下单
5	联联周边游	73.97%	0.112	2.000	0.464	谨慎下单
6	走着瞧旅行	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
6	如程	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 $\in [0,0.4)$ ，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

三、数字生活

3.4 餐饮外卖消费投诉榜

据“电数宝”数据显示，入选2023年餐饮外卖投诉榜的依次为：美团、饿了么、大众点评、京东到家。此前，21cake、肯德基等餐饮外卖平台也遭遇过类似投诉。

在2023年全国餐饮外卖消费评级榜其中，美团获“谨慎下单”评级；饿了么获“不予评级”。

此外，退款问题、网络欺诈、订单问题是2023年全国餐饮外卖用户投诉前三大问题类型。



三、数字生活

3.5 移动出行消费投诉榜

据“电数宝”数据显示，入选2023年移动出行投诉榜的有：智行、高德、曹操出行、联动云租车等。此前，也曾收到过哈啰出行、哈啰租车、一喂直达、首约汽车、一嗨租车等类似平台投诉。

前三大投诉问题类型为退款问题、订单问题、网络欺诈。



四 电商服务商

- 电商服务商TOP10投诉问题类型
- 零售电商服务商消费评级榜
- 物流科技消费投诉榜
- 金融科技消费投诉榜

四、电商服务商

4.1 电商服务商TOP10投诉问题类型

据“电数宝”数据显示，2023电商服务商投诉问题类型排名前十的分别是：退款问题、网络欺诈、网络售假、售后服务、虚假促销、发货问题、霸王条款、退店保证金不还、退换货难、冻结商家资金。

其中，退款问题，占比最高，达48.52%；其次为网络欺诈，占比12.87%；排在第三的是网络售假，占比7.43%。

2023年电商服务商TOP10投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

四、电商服务商

4.2 零售电商服务商消费投诉榜

据“电数宝”数据显示，2023年入选零售电商服务商投诉榜的依次为：微店、店宝宝、有赞、小鹅通、微盟、一品威客、海豚知道、蜂雷、蝉妈妈、中国制造网、高汇通。

在“2023年全国零售电商服务商消费评级榜”中，有赞获“建议下单”评级；店宝宝、微店获“不予评级”。

此外，用户投诉问题类型主要包括退款问题、网络欺诈、网络售假。

**电诉宝**
网络消费纠纷调解平台

 **营造公平环境 激发消费活力**

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

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

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 全年

1	微店	2	店宝宝	3	有赞	4	小鹅通
5	微盟	6	一品威客	7	海豚知道	8	蜂雷
9	蝉妈妈	10	中国制造网	11	高汇通		

(以上为投诉量排行榜)

四、电商服务商

4.3 物流科技消费投诉榜

据“电数宝”数据显示，2023年入选物流科技投诉榜的依次为：韵达快递、京东物流、申通快递、货拉拉、顺丰速运、邮政、菜鸟裹裹、中通快递、圆通、达达、羊贝比、斑马物联网、快鸟转运、极兔速递等。

此外，前三大用户投诉问题类型主要包括：物流问题、网络欺诈、信息泄露。

**电诉宝**
网络消费纠纷调解平台

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

筛选：

2023 ▼

全年 ▼

1	韵达快递	2	京东物流	3	申通快递	4	货拉拉
5	顺丰速运	6	邮政	7	菜鸟裹裹	8	中通快递
9	圆通	10	达达	11	羊贝比	12	斑马物联网
13	快鸟转运	14	极兔速递				

(以上为投诉量排行榜)

4.4 金融科技消费投诉榜

此外，前三大用户投诉问题类型主要包括：
信息泄露、网络欺诈、霸王条款。

电 诉 宝

网络消费纠纷调解平台

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](#)

筛选：
[2023 ▾](#)
[全年 ▾](#)

1	分期乐	2	拍拍贷	3	来分期	4	京东金融
5	你我贷	6	360借条	7	微薄利	8	拍拍贷
9	58好借	10	招商银行	11	支付宝	12	佰仟金融
13	携程金融						

(以上为投诉量排行榜)

五 热点投诉

- “315” 网络消费维权十大舆情热点
- 电商平台商品质量问题现状
- 律师维权建议

五、热点投诉

5.1 “315”网络消费维权十大舆情热点



“315”来临前，电诉宝发布2024年“315”网络消费维权十大舆情热点，包括：直播间“虚假比价”、外卖打包费标准不一、充电宝“好借难还”、预制菜不够“透明”、直播高价“坑位费”、套娃式会员收费、“天价”机票引热议、直播抽奖兑现难、海淘退换货繁琐、个人信息易泄露。

五、热点投诉

5.2 电商平台商品质量问题现状

现状一：
线上商品质量次于线下

“电诉宝”在2023年收到的投诉案例中，涉及商品质量的案例占总数的10.83%，同比去年有所提升。一些电商平台上的商品存在质量不达标、性能不佳、耗电量大、标识不规范以及设计结构存在安全隐患等问题，不及线下同款质量。

现状二：
服务质量差

电商平台在服务过程中存在瑕疵或问题，如售后服务不到位、客服态度差等，都可能成为公众讨论的焦点。特别是在电商、餐饮、旅游等服务行业，消费者对于服务质量的期望和要求较高。

现状三：
虚假宣传 货不对板

部分电商产品出现夸大产品功效或误导消费者的行为，等实际到手后才发现货不对板，商品质量远不及宣传效果。

五、热点投诉

5.3 律师维权建议

网经社电子商务研究中心特约研究员、上海汉盛律师事务所高级合伙人李旻建议：



- 1. 了解自己的权益：**消费者应该了解自己的权益，特别是在购买商品或服务时享有的权利。熟悉相关的消费者保护法律法规，包括退货、维修、退款等方面的规定。
- 2. 保留相关证据：**在发生纠纷或问题时，消费者应尽可能保留相关的证据，如购物凭证、合同、收据、通信记录、照片等。该类证据可以支持消费者的维权主张，并有助于解决争议。
- 3. 咨询专业律师：**对于复杂或严重的维权问题，建议消费者咨询专业律师。律师可以帮助消费者评估案件的法律性质和证据，提供法律意见，并辅助消费者制定维权策略。
- 4. 寻求和平解决方式：**在维权过程中，消费者可以首先尝试通过和解、调解或谈判等方式解决争议。这有助于节省时间和费用，并可能达成双方都能接受的解决方案。
- 5. 维权组织的支持：**消费者可以寻求消费者权益保护组织的支持，如消费者协会等。这些组织通常拥有专业的维权团队，能够提供法律咨询和支持，协助消费者维护自己的权益。

五、热点投诉

5.3 律师维权建议

网经社电子商务研究中心特约研究员、上海正策律师事务所律师董毅智建议：

1. 充分利用网络媒体等维权渠道。关注网络消费领域内的维权账号，进行投诉曝光。
2. 保存相关证据。在跟商家与服务商的沟通过程中，要注意留存相关证据，培养维权意识。
3. 采取诉讼方式。随着互联网法院的普及、网上立案等司法改革的深入，消费者维权成本降低，可通过诉讼方式解决问题。

网经社电子商务研究中心特约研究员、浙江泽大律师事务所律师马恺浓建议：

1. 理性消费，提高认知。识别各种消费套路，增强消费决策能力和风险意识。
2. 咨询律师，必要时采取诉讼渠道，掌握证据。

六、报告附录

6.1 关于我们

浙江网经社信息科技有限公司拥有17年历史，提供媒体平台、专业智库以及金融/融资三大服务，致力于打造大数据驱动的“中国领先的数字经济新媒体”。

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，实力雄厚，是我国数字经济行业的见证者与推动者。

网经社在工信部、公安机关网站合法备案运行，服务客户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。



6.2 发展战略

网经社 “平台+智库+融资” 三大发展战略



扫码获取
完整产品资源书



扫码联系

6.3 数据服务



扫描二维码
查看百万+数据



6.4 投融资服务



扫描二维码
进入网经社投融资中心
瓜分6万亿资金



扫描二维码
寻求融资

网经社投融资中心-数字经济专业投融资平台

20余年
融资数据监测

15年
行业沉淀

日均百万+
全媒体曝光量

20000+
投资方数据库

60000亿+
持有资金

2000+
平台资源

产品介绍

项目主页

项目诊断

项目包装

投资方对接

报告宣传

投资方对接

定制路演

专访/案例

“电数宝”
数据库

...

服务范围

数字零售

跨境电商

产业电商

数字生活

物流科技

投资机构

IDG Capital

光速中国

BAI

云启资本

PLUGANDPLAY CHINA

君盛投资

投融资参谋

融资事件

融资月报

投资报告

融资报告

6.5 法律权益服务体系

网经社电商法律权益服务体系



电诉宝

315.100EC.CN

电商维权直通车



投诉案例



曝光台



案例解读



法律求助



电商预警



微信投诉



自媒体爆料

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



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、?

6.6 2024年第十三届网络消费315调查行动

2024年，中国消费者协会确定2024年全国消协组织消费维权年主题为“**激发消费活力**”。为帮助消费者辨别类似网络消费平台，国内知名网络消费纠纷调节平台“电诉宝”，携手“一带一路”TOP10影响力社会智库网经社电子商务研究中心发起“2024第十三届网络消费315调查行动”。

行动通过：1) 系列数据报告发布，辨别“刺客”平台；2) 发起主题调查行动，看清网络消费“雷区”；3) 发布315消费预警 避免雾里看花；4) 电诉宝“云315”平台联动千家网络公司，为用户“保驾护航”；5) 典型案例曝光，避免“重蹈覆辙”；6) 全国近3000媒体记者舆论监督倒逼行业健康发展等六大方式，推动网络经济持续、健康发展，为再塑清朗网络消费环境贡献绵薄之力。



第十三届网络消费315调查行动

国内知名网络消费纠纷调节平台“电诉宝”，携手“一带一路”TOP10影响力社会智库网经社电子商务研究中心，即将发起“2024第十三届网络消费315调查行动”。



- 系列数据报告发布，辨别“刺客”平台
- 发起主题调查行动，看清网络消费“雷区”
- 发布315消费预警 避免雾里看花
- 电诉宝“云315”平台联动千家网络公司，为用户“保驾护航”
- 典型案例曝光，避免“重蹈覆辙”
- 全国近3000媒体记者舆论监督倒逼行业健康发展等六大方式，推动网络经济持续、健康发展，为再塑清朗网络消费环境贡献绵薄之力。