

2024年Q1 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：2024年04月07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.....	6
（二）数字生活数据与十大典型案例.....	18
（三）数字教育数据与十大典型案例.....	26
四、关于我们.....	34
（一）关于电诉宝.....	34
（二）关于网经社.....	36

一、报告摘要

2024 年第一季度，消费市场在经历了一年前的强劲复苏后，继续保持了稳健的增长态势。尤其是在 2024 “全国网上年货节” 拉动下，1-2 月全国网上零售额 2.15 万亿元，同比增长 15.3%，其中，实物商品网上零售额 1.82 万亿元，同比增长 14.4%，网络零售实现“开门红”。

然而，与此同时，消费市场的健康发展仍然面临着诸多挑战。早在 1 月，中消协就发文确认 2024 年全国消协组织消费维权年主题为“激发消费活力”，紧接着便梳理出“2023 年十大消费维权舆情热点”和 2023 年受理投诉情况分析，提醒消费者注意网络购物领域出现的新老问题。在“315 晚会”中，假冒伪劣产品、预制菜、互联网直播间乱象、婚恋平台套路深等现象被曝光。

不过，网络消费乱象远不止这些，还有一系列未被曝光的潜在问题，如退款问题，仍是消费者难以消解的“忧愁”。在此背景下，2024 年 4 月 7 日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2024 年一季度受理的全国 100 家互联网消费平台纠纷大量案例数据，“一带一路”TOP10 影响力社会智库网经社电子商务研究中心发布了《2024 年 Q1 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**（主要集中在生鲜电商、二手电商）、**数字生活**（主要集中于生活服务电商、在线旅游）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 2024 年 Q1 网络消费投诉数据及《数字零售十大典型投诉案例》《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》。

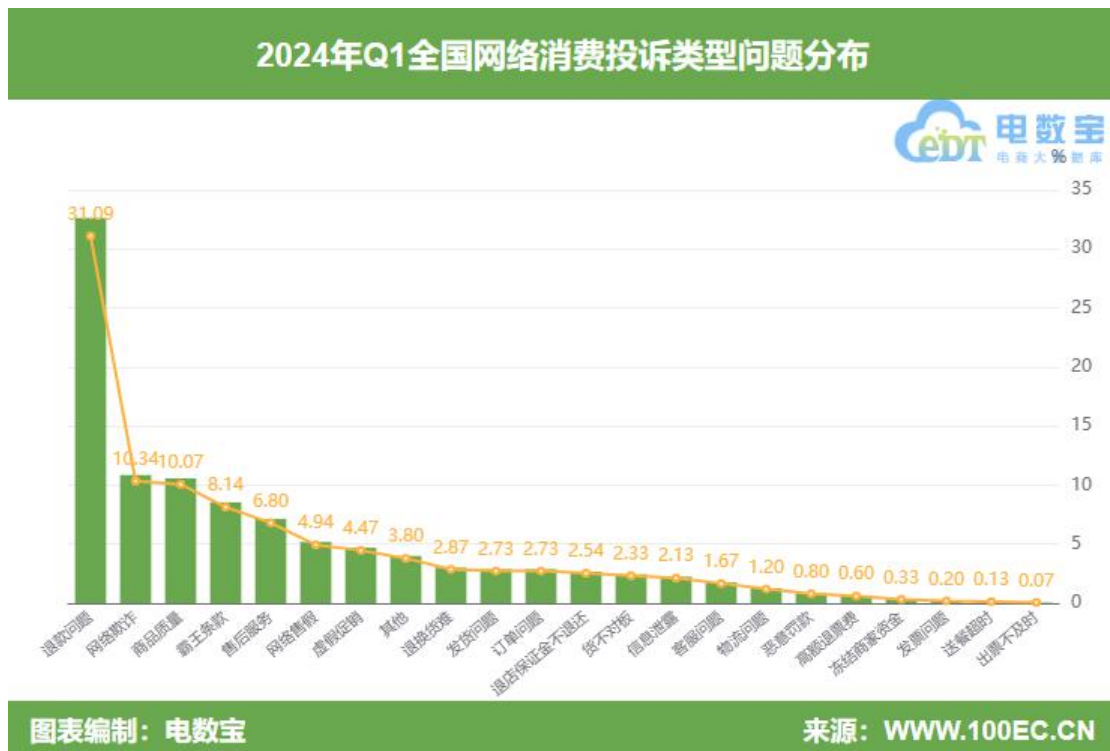
在报告公布的《2024 年 Q1 全国网络消费评级榜》中：获“**建议下单**”评级的有：BOSS 直聘、苏宁易购、中职通、京东、智行、红布林、去哪儿、唯品会、微拍堂、帮考网等 10 家；获“**谨慎下单**”评级的有：万师傅、有赞、抖音、得物 APP、美团、转转、赛优教育等 7 家；获“**不建议下单**”评级的有：飞猪、小红书、寺库、走着瞧旅行、分期乐、拼多多、联联周边游、洋码头、一只船教育、中安建培、速卖通等 11 家；获“**不予评级**”的有：大麦网、淘宝、1688、交易

猫、识季、天猫、闲鱼、嗨学网、尚德机构、快手、拍机堂、常青藤爸爸、小叶子陪练、美团优选、中免日上、微店等 16 家。

二、整体数据

（一）投诉问题类型分布

据“电诉宝”显示，2024 年 Q1 全国网络消费投诉问题类型 TOP10 中，**退款问题**排在首位，占比达到 **31.09%**，其余问题类型依次为：**网络欺诈**（10.34%）、**商品质量**（10.07%）、**霸王条款**（8.14%）、**售后服务**（6.80%）、**网络售假**（4.94%）、**虚假促销**（4.47%）、**退换货难**（2.87%）、**发货问题**（2.73%）、**订单问题**（2.73%）。

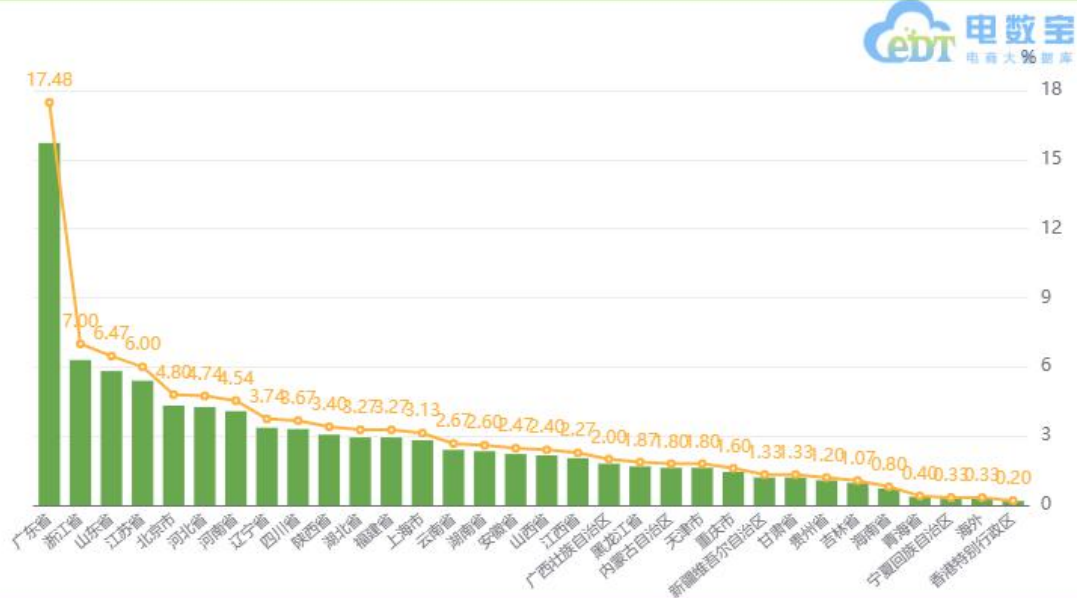


（二）投诉地区分布

Q1 “电诉宝”受理投诉用户聚集地区 TOP10 依次为广东省（17.48%）、浙江省（7.00%）、山东省（6.47%）、江苏省（6.00%）、北京市（4.80%）、河北省

(4.74%)、河南省(4.54%)、辽宁省(3.74%)、四川省(3.67%)、陕西省(3.40%)。

2024年Q1全国网络消费投诉类型地区分布



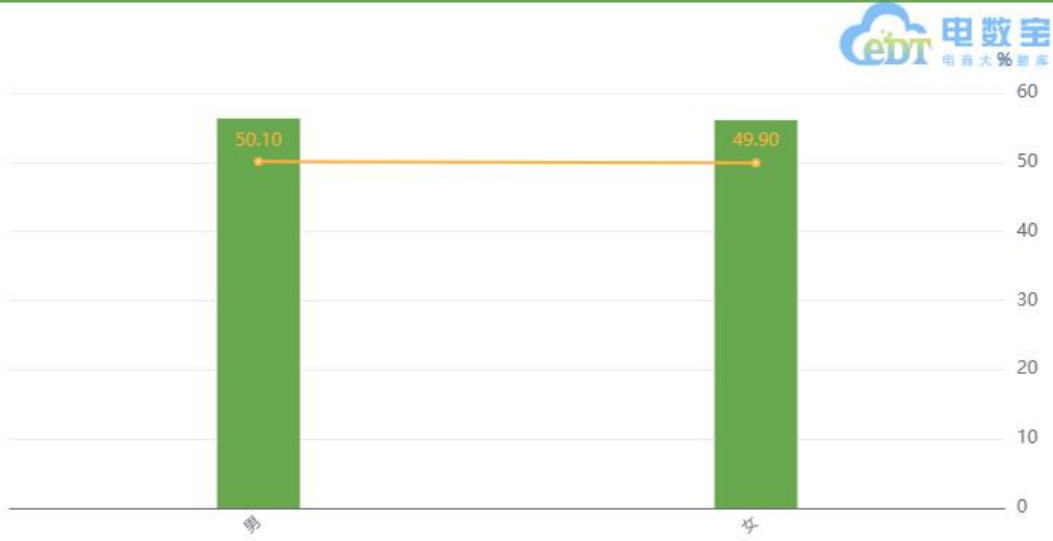
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

(三) 投诉用户性别分布

据“电诉宝”显示，Q1 女性用户投诉比例为 49.90%，男性用户投诉比例为 50.10%。

2024年Q1全国网络消费投诉类型性别分布



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，Q1 投诉金额分布主要集中在 1000-5000 元（21.55%）、100-500 元（18.68%）、0-100 元（16.08%）、500-1000 元（11.41%）、10000 元以上（10.27%）、5000-10000 元（9.81%）、未选择金额（12.21%）。

2024年Q1全国网络消费投诉类型金额分布



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

三、评级数据与典型案例

(一) 数字零售数据与十大典型案例

数字零售消费评级榜：

在2024年Q1全国数字零售评级榜中：获“**建议下单**”评级的有：苏宁易购、京东、红布林、唯品会、微拍堂；获“**谨慎下单**”评级的有：有赞、抖音、转转；获“**不建议下单**”评级的有：小红书、拼多多；获“**不予评级**”的有：淘宝、交易猫、天猫、闲鱼、快手、拍机堂、美团优选、微店。

2024年Q1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	苏宁易购	100.00%	1.000	6.000	0.920	建议下单
2	京东	93.33%	0.813	4.400	0.811	建议下单
3	红布林	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
4	唯品会	93.33%	0.800	2.000	0.767	建议下单
5	微拍堂	100.00%	0.875	0.000	0.762	建议下单
6	有赞	100.00%	0.717	0.000	0.715	谨慎下单
7	抖音	90.74%	0.500	4.667	0.710	谨慎下单
8	转转	62.50%	0.500	0.000	0.463	谨慎下单
9	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	交易猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	快手	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	拍机堂	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	美团优选	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	微店	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∈[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

数字零售上榜平台有 41 家：

其中，综合电商共 13 家，按投诉量排名依次为：拼多多、淘宝、京东、苏

宁易购、唯品会、交易猫、小红书、天猫、阿里巴巴、国美、二三良作、返利网、淘特；

电诉宝 网络消费纠纷调解平台

2024第十三届网络消费315调查行动

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: 2024 第一季度

1	拼多多	2	淘宝	3	京东	4	苏宁易购
5	唯品会	6	交易猫	7	小红书	8	天猫
9	阿里巴巴	10	国美	11	二三良作	12	返利网
13	淘特						

(以上为投诉量排行榜)

生鲜电商共 5 家，按投诉量排名依次为：美团优选、盒马鲜生、朴朴超市、叮咚买菜、花礼网；



- 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 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: 2024 第一季度

1	美团优选	2	盒马鲜生	3	朴朴超市	4	叮咚买菜
5	花礼网						

(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、孔夫子旧书网、爱回收、找靓机；



- 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: 2024 第一季度

1	闲鱼	2	红布林	3	拍机堂	4	转转
5	孔夫子旧书网	6	爱回收	7	找靓机		

(以上为投诉量排行榜)

电商服务商共 5 家，按投诉量排名依次为：微店、有赞、店宝宝、微盟、蝉妈妈；

电诉宝 网络消费纠纷调解平台

2024第十三届网络消费315调查行动

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: 2024 第一季度

1	微店	2	有赞	3	店宝宝	4	微盟
5	蝉妈妈						

(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 网络消费纠纷调解平台

营造公平环境 激发消费活力

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: 2024 第一季度

1	抖音	2	快手	3	蘑菇街
---	----	---	----	---	-----

(以上为投诉量排行榜)

此外，途虎养车、瓜子二手车、网易严选、小米有品、微拍堂、艺狐在线等也在投诉榜之中。

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，涉及找靓机、蘑菇街、盒马、国美、转转、返利网、分期乐、有赞、店宝宝、小红书。

2024年Q1数字零售十大典型投诉案例		
投诉时间	投诉平台	投诉案例
1月4日	找靓机	8成新手机频繁关机重启 用户要求退货退款“找靓机”表示只能维修
1月5日	蘑菇街	“蘑菇街”带货主播承诺十年质保 实际却是超过一年无法售后？
1月14日	盒马	“盒马”被指坑害消费者 补送商品迟迟不送达
2月7日	国美	等了一年多还未退款？ 用户称“国美”杳无音讯
2月22日	转转	用户投诉“转转” 以发货为由拒绝退款 多次联系客服均不解决
2月27日	返利网	“返利网”被指“以实际到账为准” 是霸王条款 返利金额与显示金额不一致
3月1日	分期乐	网贷逾期遭“分期乐”暴力催收 与个人信息泄露 呼吁相关部门重视
3月3日	有赞	用户投诉“有赞” 购买商品遇纠纷 退货退款遭拒
3月11日	店宝宝	欺骗消费者权益？用户投诉 “店宝宝”缴费后不教学也不退费
3月17日	小红书	用户投诉“小红书” 商家销售三无产品 影响消费者健康

图表编制：电诉宝 数据来源：315.100EC.CN

【案例一】8成新手机频繁关机重启 用户要求退货退款“找靓机”表示只能维修

1月4日，广东省李先生向“电诉宝”反映称，其于2023年11月16日，在找靓机平台上购买了一台华为 mate20pro 8G 内存 128G 容量的手机。李先生在购买新机后依然用旧手机，30多天后才开始频繁使用新购的手机，却发现这个手机频繁自动关机，重启、重装系统之后依然解决不了问题。

李先生联系找靓机的客服，对方表示只提供维修服务。李先生认为，该手机本身存在严重的质量问题，轻度使用一个月就出现这样的问题，要求商家退货退款。

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人员，对方回复称：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。

【案例二】“蘑菇街”带货主播承诺十年质保 实际却是超过一年无法售后？

1月5日，安徽省曹女士向“电诉宝”投诉称其于2022年9月26日在蘑菇街平台购买了杯具熊 BEDDYBEAR 保温杯，带货主播承诺十年质保，收到的商品包装也显示十年质保。2023年冬天，在杯子没有损坏的情况下，无法保温，曹女士联系蘑菇街平台发现杯具熊店铺已注销。

曹女士从微博联系到了官方售后，但是售后说超过一年无法售后。而淘宝京东拼多多各大平台此店铺均显示不保温终身换新，曹女士认为这涉及虚假宣传，侵犯了中华人民共和国广告法第56条以及消费者权益保护法第55条。曹女士的诉求是换货。

【案例三】“盒马”被指坑害消费者 补送商品迟迟不送达

1月14日，河北省晋先生向“电诉宝”投诉称其于1月14日13:40用盒马 app 购买商品，结果一个小时后商品送达，但是其中有一份热食（烤鸡，39元）漏送，配送员告知稍后会补送，让他耐心等待一下即可，所以晋先生同意后就开始等待补送商品，等了一个小时后没有等到。

晋先生用盒马 app 联系客服，客服告知会立即处理，结果下午17点仍没有

给他补送，也没有给他退款，也没有任何人联系告知商品究竟在哪，不管不问。晋先生认为这是坑害消费者，实在欺人太甚了了，希望能给一个说法。

【案例四】等了一年多还未退款？用户称“国美”杳无音讯

2月7日，上海市龚先生向“电诉宝”投诉称其于2023年1月1日在国美（真快乐APP）上购买一台海尔空调 KFR-35GW/02KBB83U1，后等了快一个月左右一直不发货，问在线客服也只是一味搪塞，就是不发货。

后龚先生取消了订单，国美（真快乐APP）于1月29日开始启动退款流程，并承诺1~3个工作日退款到账，但是等了一年多了直到现在都杳无音讯。龚先生询问相关事宜，但在线客服只一味搪塞，致电电话客服也只是糊弄，龚先生希望国美（真快乐APP）平台能够尽快退款。

【案例五】用户投诉“转转”以发货为由拒绝退款 多次联系客服均不解决

2月22日，云南省王女士向“电诉宝”投诉称其于2024年2月21日凌晨一点在转转平台下单买了三个包，但二十分钟左右申请两个包退款，4点多转转以发货为由拒绝退款。现在申请没有仅退款一项，王女士要求退货退款，联系多次客服不解决。

王女士打过电话给转转客服，对方说会处理但一直没处理。王女士之前买过一些东西，对方说退货要求给65元的服务费，还有承担顺丰的快递费，太可怕了，这种平台怎么让它存在？

【案例六】“返利网”被指“以实际到账为准”是霸王条款 返利金额与显示金额不一致

2月27日，上海市吴女士向“电诉宝”投诉称自己于1月29日通过返利网在抖音平台购买羽绒服一件，当时显示返利金额为278，预计3月底返利到账。（商品购入后因包装问题，且店铺没有商品供调换，商家退回商品价格50元，吴女士认为这是商家给她的补偿，与返利无关。）

吴女士今天去查看返利金额变成了245，返利金额减少30多，她又在返利网搜索了该店铺该商品，返利金额仍然是278。于是联系返利网客服，客服态度

恶劣，回复说商家反馈是此金额，并告知返利网以实际到账为准，吴女士只能接受。吴女士认为返利网实际返利金额与显示金额不一致，存在欺诈问题；“以实际到账为准”是霸王条款；客户存疑时，客服态度恶劣，不能有效解决问题。

【案例七】网贷逾期遭“分期乐”暴力催收与个人信息泄露 呼吁相关部门重视

3月1日，山东省苏先生向“电诉宝”投诉称，其2024年2月份因过年工资晚发，导致分期乐欠款逾期，一天内接到十几个催收电话（本人没接）逾期第二天收到宜分期的短信已在本人所在辖区法院起诉；第三天17时11分手机收到50条莫名的验证信息，本人认为这种形式的催收已经涉及到暴力催收，也涉及到个人信息的泄露。本人拨打深圳市金融管理部门075582538004的号码，工作人员表示催收方式合不合理不归本部门处理（全程录音），希望相关部门可以对此重视一下。

【案例八】用户投诉“有赞”购买商品遇纠纷 退货退款遭拒

3月3日，广东省的s女士向“电诉宝”投诉称，其于2024年2月14日在有赞平台商家吻玩kisstoy，购买商品，该商品包含配件底座后经与商家协商，为了更好的使用商品，加价30元升级换购了绑腿带配件，通过有赞平台邮政补差价的链接付款。收到后，经拆封发现升级购买的配件绑腿带的尺寸和主机严重不符，商家虚假宣传商品小巧轻量也与商品实际情况不符，于是在15日提交退货退款申请。商家以商品私密货品拆封不退换为由拒绝售后，经有赞平台售后服务介入，有赞售后维权不看证据，要s女士提供与商家自行协商的证据才肯售后，拒绝她的退货退款申请。

【案例九】欺骗消费者权益？用户投诉“店宝宝”缴费后不教学也不退费

3月11日，江苏省卢先生向“电诉宝”投诉称自己于2023年10月26号在电商平台店宝宝交学费，1000元人民币，培训学习，现在学费不给退款，也不给教学，导致卢先生现在学习也没有学，还让其看视频，就没有人主动说，或者联系学习的事情。

卢先生表示自己是一名退役人员，现在被他们骗了，就没有地方说理或者处理这个问题的地方，卢先生感觉这个事情，可大可小，谁挣钱都是不容易的，现在他们就是坏良心，他们店宝宝也不给处理现在的问题，现在哪里能够给处理这个，退款的问题的事情。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台相关工作人员督办妥善处理，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例十】用户投诉“小红书”商家销售三无产品 影响消费者健康

3月17日，浙江省陈女士向电诉宝投诉称自己于2024年3月8日在小红书购物平台店铺（新会格调陈皮的店）购买了2005年的新会陈皮，收到后，试了一小片，喝了胃疼，陈皮有股难闻的气味，就退货给商家，但是商家不同意，平台还让自己补缴商品的全部金额，告知陈女士影响了店铺的二次销售。

陈女士表示这个陈皮没有质量合格证，且为了卖高价虚报年份，不知道添加了什么不良成分，喝了胃疼，是手工作坊的三无产品，随意包装的。小红书平台完全不顾消费者权益，催自己补缴金额，否则降低信用等级，自己作为消费者，非常委屈。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

（二）数字生活数据与十大典型案例

数字生活消费评级榜：

在2024年Q1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：万师傅、美团；获“**不建议下单**”评级的有：飞猪、走着瞧旅行、联联周边游；获“**不予评级**”的有：大麦网。

2024年Q1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	96.30%	0.963	10.000	0.970	建议下单
2	智行	100.00%	0.833	2.000	0.810	建议下单
3	去哪儿	100.00%	0.650	4.000	0.788	建议下单
4	万师傅	100.00%	0.600	2.000	0.740	谨慎下单
5	美团	97.06%	0.442	0.000	0.633	谨慎下单
6	飞猪	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
6	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
6	走着瞧旅行	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
6	联联周边游	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

备注：

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

1.1、平台回复率：平台移交给被投诉电商用户投诉，被投诉电商的有效回复率。

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

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

2、评级划分由综合指数高低决定，不建议下单∈[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 24 家：

其中，在线旅游共 9 家，按投诉量排名依次为：飞猪、去哪儿、走着瞧旅行、联联周边游、携程、同程旅行、侠侣亲子游、高铁管家、骑驴游；



2024第十三届网络消费315调查行动

- 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
共享经济

筛选: 2024 第一季度

1	飞猪	2	去哪儿	3	走着瞧旅行	4	联联周边游
5	携程	6	同程旅行	7	侠侣亲子游	8	高铁管家
9	骑驴游						

(以上为投诉量排行榜)

社区服务共 4 家，按投诉量排名依次为：万师傅、鲁班到家、58 同城、58 到家；



2024第十三届网络消费315调查行动

- 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
共享经济

筛选: 2024 第一季度

1	万师傅	2	鲁班到家	3	58同城	4	58到家
---	-----	---	------	---	------	---	------

(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、大河票务网；



2024第十三届网络消费315调查行动

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
共享经济

筛选: 2024 第一季度

1	大麦网	2	猫眼电影	3	黄河票务	4	大河票务网
---	-----	---	------	---	------	---	-------

(以上为投诉量排行榜)

此外，美团、饿了么、智行、滴滴出行、高德也在投诉榜中。

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、骑驴游、飞猪、饿了么、大河票务、58到家、智联招聘、走着瞧旅行、Boss直聘、大麦网。

2024年Q1数字生活十大典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
1月3日	智行	机票无故被退？“智行”被指顾客信息泄露惨遭诈骗 回应：协调失败
1月26日	骑驴游	“骑驴游”被指不能取消订单 侵害消费者权益
1月30日	飞猪	在“飞猪”购买机票高于航空公司机票实际价格？用户要求依法赔偿
2月2日	饿了么	在“饿了么”退单后却收不到退款？用户要求合理解释
2月3日	大河票务	“大河票务”被指数行了事 用户付了全额款项却不见出票
2月16日	58到家	“58到家”被指价格不透明乱收费 用户要求退还多收的费用
3月2日	智联招聘	用户投诉“智联招聘”问题频发 企业要求全额退款遭拒
3月13日	走着瞧旅行	未消费订单“走着瞧旅行”退费仅退70%引不满
3月14日	Boss直聘	无故封禁？“Boss直聘”被指店大欺客 客服态度恶劣
3月15日	大麦网	“大麦网”被指退款难 消费者未观赛要求全额退款遭拒

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】 机票无故被退？“智行”被指顾客信息泄露惨遭诈骗 回应：协调失败

1月3日，山西省的张女士向“电诉宝”投诉称其于2023年12月13日在智行APP中预定一张机票，订单号为27600645674，12月23日从长沙飞黄花的南航CZ8684，张女士表示其在12月22日接到一通电话，说飞机发生故障，机票已自动取消，需要改签。

张女士接到电话后去APP中查看，发现确实已取消，自己就相信了，后续

被电信诈骗 10000 元，后续去看此订单，是于 2023 年 12 月 22 日 13: 51 进行的退票，诈骗电话于 13: 56 拨打。

张女士称在此之前，自己因为公司在团建并无碰过手机，APP 也没有异地登录通知，于是联系该软件客服，但告知是自己操作的，和他们无关，可是自己并无操作，无奈之下，又重新下单一张机票。张女士要投诉智行 APP，在自己没有操作的情况下，机票无缘无故被退掉，还未有异地登录信息，电信诈骗知道自己所有的信息，如姓名，身份证号，手机号，订单号及航班信息。

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：经营者联系消费者解释目前核实下单系统以及我司的工作人员均未操作过其订单，也反馈核实其订单操作日志，机票退票是在其预定账户内操作的，平台可以承诺其绝对不会透露旅客信息，消费者不认可否认操作，且表示自己不会对外透露自己的信息，也没收到账号异常登陆的通知，即使犯罪份子手段高明也是我司有空子可钻，再次致歉，考虑服务体验企业已给予合理方案，消费者不接受，表示如果仍然是这个解释，不用再沟通了，他会继续投诉，协调失败。

【案例二】“骑驴游”被指不能取消订单 侵害消费者权益

1 月 26 日，广东省何女士向“电诉宝”投诉称其于 2024 年 1 月 23 日在骑驴游电商平台购买了“骑驴游”明月山溪 7 房双池别墅 1 间 1 晚，入住日期 2 月 4 日，离店日期 2 月 5 日。后续因为个人的原因，何女士需要取消订单，双方沟通后，出现了不能取消订单，不能退款的问题。何女士认为这严重侵害了个人消费者权益，她的诉求是取消订单和退款。

【案例三】在“飞猪”购买机票高于航空公司机票实际价格？用户要求依法赔偿

1 月 30 日，湖北省李先生向“电诉宝”投诉称其于 1 月 30 日在飞猪平台购买 2 月 14 日的 3 张机票，购买机票价格高于航空公司机票实际价格 180 元，李先生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。

李先生称，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。

【案例四】在“饿了么”退单后却收不到退款？用户要求合理解释

2月2日，福建省甘女士向“电诉宝”投诉称自己于2024年1月25日在饿了么平台下单屈臣氏商品，由于该订单里的一件物品买错，后至门店跟店员协商，店员在他们商家后台整单退款（2024年1月25日）。时至今日，甘女士依然没有收到平台退的款项，咨询平台客服，一直回复的是智能文案。甘女士希望平台客服给我个合理的解释，并把款项退还。

【案例五】“大河票务”被指敷衍了事 用户付了全额款项却不见出票

2月3日，广东省许先生向“电诉宝”投诉称自己于2023年12月29日在大河票务购买了2024年1月13日在香港举行的张学友演唱会门票，并付该票全额18款项980元人民币。直至演唱结束，商家并无给票也不退款，经与平台协商，平台承诺2024年1月23日前退回全款，但现已超过承诺时间仍未见退款。

许先生再次和平台沟通时又说到2024年4月才退款。许先生认为，这已损害消费者权益，顾客给了全额票款不但不给票，也不加说明，还要求顾客购买黄牛票，就连退款都一拖再拖，并没有给予合理答复。售买的货品既然没能按时交付，就应该马上退款，不应该敷衍了事。

【案例六】“58到家”被指价格不透明乱收费 用户要求退还多收的费用

2月16日，广东省覃先生向“电诉宝”投诉称自己于2024年2月3日在58到家下单下水道疏通服务，上门师傅通过夸大故障，声称需要另外使用的服务，并且要收比平台标注高得多的价格，用了2瓶廉价疏通剂，最后的收费比平台声

称的最高收费标准还多了 500 多。覃先生认为这存在价格不透明、乱收费的情况，他的诉求是退还多收的费用。

【案例七】用户投诉“智联招聘”问题频发 企业要求全额退款遭拒

3 月 2 日，山东省张女士向“电诉宝”投诉称其公司与武汉智联招聘签订一年的招职合同，费用 5180 元，用于公司在全国范围招聘员工，合同中也明确说明，在使用产品功能出现问题，24 小时内全额退款，全国 100 个免费招聘职务，在帐号开通不到一天时间，分别出现帐号限制，主辅帐号不能同步在线问题，申请退款，智联为了不退款，并且人为操作在后台，让企业帐号不断升级为风险公司，无任何诚信公司。其公司的诉求是终止与其合作，全额退款。

【案例八】未消费订单“走着瞧旅行”退费仅退 70%引不满

3 月 13 日，河南省杜女士向“电诉宝”投诉称其于 2023 年 6 月 18 日在走着瞧微信公众号购买北京 5 天 4 晚的旅行服务，直播间客服说的是两年之内如果不预约可以全额退款，但是截止到现在还没过一年，杜女士未预约，也不想去了，想申请退款，他们说更换路线，如果退款只能退 70%，不能全额退，涉嫌欺骗消费者。杜女士的诉求是：全额退款。

【案例九】无故封禁？“Boss 直聘”被指店大欺客 客服态度恶劣

3 月 14 日，广东省练女士向“电诉宝”投诉称 BOSS 直聘把自己公司的招聘机会罢免，原因竟然是因为公司的员工曾经在一家有问题的公司上过班。练女士称该员工离职后这家公司才出的问题，而且自己这里提供离职证明以及考勤证明。BOSS 直聘又改口告知自己公司的岗位地址和这家有问题的公司高度重合，有风险。

练女士表示这家有问题的公司已经搬离自己公司所在的写字楼，而且公司所在的写字楼是市区的中心，在这里什么公司都有，BOSS 直聘这种做法实在让人生气，前前后后沟通好几次，客服服务态度参差不齐，有些态度很不好，有些态度好，但是根本就不解决问题。

练女士认为从封号到现在已经有半个月，太耽误公司的招聘进度，导致公司业务不能正常进行，他人过错为何要我们承担。

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直聘方反馈称：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。

【案例十】“大麦网”被指退款难 消费者未观赛要求全额退款遭拒

3月15日，新疆维吾尔自治区李先生向“电诉宝”投诉称自己于2024年3月11日，在大麦网小程序购买南京12号的篮球赛，因有急事要赶赴山东所以说没有看成，当天中午就联系客服要办理退款。可是小程序里面没有退款的入口，人工客服一直没有打通，直到事后15日，李先生再联系客服解决这件事儿，人工客服电话也是打不通，在线联系客服给李先生回复，无法退票。在李先生未享受到篮球赛的精彩比赛，客服无法全额退款。侵占他人财产未享受本场篮球赛，李先生的诉求就是给我全额退款。

（三）数字教育数据与十大典型案例

数字教育消费评级榜：

在2024年Q1全国数字教育评级榜中：获“建议下单”评级的有：中职通、帮考网；获“谨慎下单”评级的有：赛优教育；获“不建议下单”评级的有：一只船教育、中安建培；获“不予评级”的有：嗨学网、尚德机构、常青藤爸爸、小叶子陪练。

2024年Q1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	中职通	100.00%	0.782	6.000	0.865	建议下单
2	帮考网	100.00%	0.667	2.000	0.760	建议下单
3	赛优教育	83.33%	0.000	0.000	0.417	谨慎下单
4	嗨学网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
4	尚德机构	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
4	常青藤爸爸	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
4	小叶子陪练	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
4	一只船教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
4	中安建培	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

备注：

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

1.1、平台回复率：平台移交给被投诉电商用户投诉，被投诉电商的有效回复率。

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

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

2、评级划分由综合指数高低决定，不建议下单∈[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

数字教育上榜平台有 39 家：

投诉量 TOP10 依次为：一只船教育、中安建培、嗨学网、帮考网、中职通、尚德机构、小叶子陪练、赛优教育、常青藤爸爸、中公教育；

排在第 11-20 名的是：网易云课堂、深海教育、高顿教育、VIPKID、大鹏教育、高教通、中华会计网校、开课吧；

排在第 21-39 名的是：兴为教育、恒企教育、芸学教育、学慧网、潭州教育、对啊网、英语流利说、聚师网、阿卡索外教网。

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** 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: **2024** 第一季度

1	一只船教育	2	中安建培	3	嗨学网	4	帮考网
5	中职通	6	尚德机构	7	小叶子陪练	8	赛优教育
9	常青藤爸爸	10	中公教育	11	环球网校	12	网易云课堂
13	深海教育	14	高顿教育	15	VIPKID	16	大鹏教育
17	高教通	18	中华会计网校	19	开课吧	20	中国会计网
21	兴为教育	22	恒企教育	23	芸学教育	24	学慧网
25	潭州教育	26	对啊网	27	英语流利说	28	聚师网
29	阿卡索外教网						

(以上为投诉量排行榜)

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，涉及中安建培、聚师网、英语流利说、网易云课堂、芸学教育、小叶子陪练、尚德机构、一只船教育、潭州教育、恒企教育。

2024年Q1数字教育十大典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
1月1日	中安建培	长期退费无果？“中安建培”被指长期拖延退费 客服态度恶劣
1月15日	聚师网	“聚师网”宣传没过全额退款 后续却联系不上人
1月24日	英语流利说	用户“英语流利说”课程过期 要求一半退款
2月6日	网易云课堂	“网易云课堂”换课未成功 学员要求重新排课或退全款
2月16日	芸学教育	欺诈学费？“芸学教育”被指无任何线下培训 仅有线上课件回放
2月20日	小叶子陪练	客服变动大且态度恶劣 用户要求“小叶子陪练”按课时退款
3月13日	尚德机构	虚假宣传？“尚德机构”被指诱导消费 客服态度嚣张
3月15日	一只船教育	诱导消费？“一只船教育”被指夸大宣传 不按协议退费
3月29日	潭州教育	用户投诉“潭州教育”课程质量低劣且机构无教育资质
3月30日	恒企教育	“恒企教育”被指合同签下后冷落用户 课程质量与承诺大相径庭

图表编制：电诉宝 数据来源：315.100EC.CN

【案例一】长期退费无果？“中安建培”被指长期拖延退费 客服态度恶劣

1月1日，浙江省的胡先生向“电诉宝”投诉称自己于2022年8月13日通过朋友介绍，在微信上购买了中安建培的一级建造师的课程。胡先生表示课程期间，教学老师全程照着题目朗读，并没有做到很好的教学，且报课之前中安建培承诺没有拿到建造师证会给予退款，通过考试返3000元，不通过每门返800元，四门课就是3200元。

胡先生表示目前过去了一年半时间，中安建培找各种理由来搪塞不退款，自己给中安建培打电话还被告知自己不是做慈善的，对顾客恶语相向，态度非常差，直接挂断电话，侵害了自己购买课程未通过退款的权益。

胡先生认为教育界有这种公司就是侵害整个社会风气，胡先生的诉求是按照购买课程之前所讲未通过考试退款 3200 元。

【案例二】“聚师网”宣传没过全额退款 后续却联系不上人

1 月 15 日，福建省林女士向“电诉宝”投诉称其于 2020 年 12 月 23 日因要考教资，上网购买了聚师网的课程，宣传没过全额退款，不过退费。结果林女士报名以后发现里面全是录播视频，外加几本书，报名以后老师全程没有跟进她的学习情况，一直发宣传 2999 的课包、vip 班级之类的话题。

在课程期间，林女士下载了聚师网，课程基本没看过，后因考试未通过，课程不知道已过期，聚师网的相关人员也没有通知当事人，客服电话打不通，发了邮件也没人处理，投诉监管不给力。林女士要求聚师网退还 399 的费用。

【案例三】用户“英语流利说”课程过期 要求一半退款

1 月 24 日，河南省程女士向“电诉宝”投诉称其于 2021.3.25 下载流利说英语 app 体验，之后就有老师加微信，各种说辞、各种推销让她买小班课件，还说可以分期，表示没有达到多少级就退款，还有达标返现金，但没有合同没有发票。

之后程女士就分期买了课程，陆陆续续上了几节，然后因为怀孕、养孩子就淡忘了，之后想学的时候发现之前的课件过期了，再学的话需要重新购买，老师的微信好友也删了。程女士跟客服商量，对方一直说是自愿购买，且过了课程期限。程女士的诉求是退款一半。

【案例四】“网易云课堂”换课未成功 学员要求重新排课或退全款

2 月 6 日，海南省陈女士向“电诉宝”投诉称其于 23 年 9 月 5 号购买了价值 299 元的“网易有道翻译买一得三 6 级小白班 2 班”的课程。在意识到六级无法报名后，陈女士依照课程群中的链接提交了换课申请，希望将她的课程延至明年 6 月份。按照流程，陈女士在链接中填写了必要信息并提交了申请，但没有收到任何关于换课成功的短信。

1 月 10 日左右，陈女士多次向群里的老师询问情况，得到的回复是审批过程可能尚未完成，并建议她耐心等待。经过几天，陈女士又咨询了情况，老师暗

示如果她已经看不到 12 月份的课程，那么换课可能已经成功了。但是，由于缺乏明确的短信确认，不知道有没有成功，又向客服咨询了一遍，对方说成功了并且课程已自动消失。最近，当陈女士就课程未开始一事再次联系客服时，却被告知她的换课并未成功，且贵公司无法提供进一步的解决方案。

陈女士既没有参加原定的课程，也未能获得其他形式的教学服务。要求：1. 立即安排已支付费用的“6 级小白班 2 班”课程，确保陈女士能尽快开始学习。2. 如果无法立即安排课程，请为陈女士办理全额退款。

【案例五】 欺诈学费？“芸学教育”被指无任何线下培训 仅有线上课件回放

2 月 16 日，江苏省杨女士向“电诉宝”投诉称其于 2020 年 4 月 20 日在微信支付平台付款 2900 元给商户北京芸学教育科技有限公司河南分公司，现班主任联系不上，杨女士怀疑此机构存在欺诈学员学费行为，现要求培训机构全额退回学费。

杨女士表示，另交学费后，考试前还有 850 的考务费，考务费共交过两次合计 1700 元，希望全额退回。杨女士称，培训机构以能获得国家人才中心补助为由，诱导报名芸学教育考试国家的健康管理师，但报名机构后无任何线下培训，学习均是通过线上课件回放方式学习。

【案例六】 客服变动大且态度恶劣 用户要求“小叶子陪练”按课时退款

2 月 20 日，河南省张女士向“电诉宝”投诉称其于 2022 年 11 月通过广告宣传，被拉进了小叶子的微信群，2022 年 11 月 6 日通过支付宝付款购买了课程，有问题联系工作人员，但工作人员经常更换，说的问题全然不知，服务跟不上，不解决问题。

张女士表示，孩子没学几次课，她跟客户沟通了孩子年龄有点小，一直对着手机和平板，视力下降，眼睛受不了，学不了网课，学不完能不能延期，客服说可以申请延期。但没过几天客服离职了，换人了之前说的全然不知，每天微信给张女士发很多宣传的信息和卖课的资料，张女士说学不了延期的事情，他说还没到

期不用申请，后来他又说不能延期了。

张女士现在要求退款，没人理睬，一个多月了，现在不让登陆 APP，也不给退钱，客服态度恶劣，侵害了消费权益。张女士的诉求是没解锁的课程按课时退款。

【案例七】虚假宣传？“尚德机构”被指诱导消费 客服态度嚣张

3月13日，新疆维吾尔自治区的谭女士向“电诉宝”投诉称其于2019年2月份通过网络虚假宣传诱导，因提高学历心切，通过百度度小满贷款13440元分期教育贷，没有办理任何合同。办理了汉语言文学专本连读黄金班，保证3年之内麻烦专本连读的毕业证。

谭女士称因新疆疫情防控严格，一直要求退费，班主任各种诱导转班，强烈不同意才给冻结课程。今年想起来还有费用没有退，于是打电话，尚德机构通过手机号码联系告知自己无费用可以退，态度非常嚣张。

谭女士的诉求是退费，自己在尚德只学习了两个学期百分之十的课程。专科还有百分之九十的课程没有学习，本科都没有到学习的阶段，他们涉嫌欺诈勒索、合同罪、虚假宣传等。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，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例八】诱导消费？“一只船教育”被指夸大宣传 不按协议退费

3月15日，福建省李女士向“电诉宝”投诉称其于2021年4月通过电话营销方式一只船的工作人员向自己推销消防工程师资格考试。推销过程中工作人员夸大宣传，使用话术，宣称高收入、稳定就业、过后可安排挂靠公司为诱饵并承诺不过给李女士退费，诱导李女士缴纳了500元消防报考初审费。后补交7480元报了一级VIP无忧班同时签订了合同。

2021年6月又经工作人员劝说，李女士补交12000元升班到一级三师私塾班，合计19980元。并签署了相关培训协议。自报班给李女士开通账号，在一只船APP上李女士都认真听课，21年-23年都参加了考试。24年开始一直没收到开

课通知，相关微信群已被解散。经查得知一只船 APP 我的账号被禁用。查了网络上关于一只船的信息，发现已有多人反馈其存在欺诈行为。并且该公司相关的消防会员资质已被取消，后电话联系客服我要求按协议退费。

李女士表示，售后要求自己提供 3 次考试成绩单，和指定样式的每年直播出勤率 60%截图等一系列我无法提供的条件。（经查一只船 APP 上只能查当年的出勤率，就没有以前的记录）。找售后说他们没权限要找班主任要，班主任已经拉黑李女士微信，找学服说他们和班主任都查不到出勤率只能查到听课时长，明显故意推脱不予处理。

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。但截至发稿前，尚未收到一只船教育工作人员回复。

【案例九】用户投诉“潭州教育”课程质量低劣且机构无教育资质

3 月 29 日，广东省吴先生向“电诉宝”投诉称其于 2022 年 4 月 25 日，购买了一门板绘课程，期望通过此课程提升自己的绘画技能。然而，在学习过程中，吴先生发现课程内容质量低劣，实际教学效果与预期相差甚远。

经过进一步了解，吴先生发现该机构并无教育资质，所提供的画作竟是国外搬运而来，课程形式也仅为录播，与机构宣传的“专业、高质量”大相径庭。这种情况严重损害了吴先生的合法权益，让吴先生感到极度不满和失望。

面对这种情况，吴先生提出了明确的诉求：要求机构退还已支付的课程费用。吴先生认为，自己购买的是一项服务，而机构提供的服务却存在严重问题，因此有权要求退款。

【案例十】“恒企教育”被指合同签下后冷落用户 课程质量与承诺大相径庭

3 月 30 日，广东省黄先生向“电诉宝”投诉称恒企教育工作人员以各种承诺吸引黄先生报名某课程，并强调课程质量高，无需再交额外费用，甚至连报名考试都由他们负责。招生人员还自称是学校的老师，专门负责招生工作，并以国家号召为幌子，推销所谓的优惠助学贷款。

然而，合同签订后，招生人员的态度却急转直下，对黄先生的问题不再积极回应，甚至不再理会。黄先生发现，课程的实际质量与招生人员的承诺相去甚远，很多费用仍需自己承担，连报名考试也需要自己操心。此外，招生人员之前承诺的英语课程也并未兑现，而且课程中还包含了许多黄先生并不需要的科目。

更让黄先生感到不安的是，招生人员所推荐的助学贷款实际上是来自重庆小雨点的贷款合同。在贷款审核过程中，招生人员表现得十分紧张，而贷款通过后则态度大变，显得异常开心。

此外，在**跨境电商**领域有 10 家平台上榜，按投诉量排名依次为：中免日上、洋码头、识季、寺库、天猫国际、全球速卖通、考拉海购、Lazada、德国 BA 保镖商城等。

在**物流科技**领域有 3 家平台上榜，按投诉量排名依次为：韵达快递、货拉拉、菜鸟裹裹。

在**金融科技**领域有 5 家平台上榜，按投诉量排名依次为：分期乐、支付宝、拍拍贷、来分期、360 借条。

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。



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



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"/>	性别*	<input type="text"/>
所在地*	<input type="text"/>	邮箱*	<input type="text" value="example@qq.com"/>	投诉对象*	电商平台如淘宝、京东、...

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



电诉宝 全新升级 投诉过程透明化
信息动态一手掌握

法律 | 调查 | 曝光 | 电商

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 腾学网	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(数字经济服务商)、网经社电子商务研究中心(智库)、“电数宝”(大数据)、“电融宝”(FA)、“电诉宝”(C 端)、网盛消费品电商供应链金融服务中心(金融)等系列产品/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“电融宝”20000+投资者库提供FA服务。

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



数据墙：

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

平均每年有 5000 余家海内外媒体，超过 10 万篇新闻报道中引用我们的数据、报告、分析、榜单等从中央到地方，为超过 200 家各级政府部门提供了相关服务。

超过 20000 家公司在海内外及投融资时，参考使用我们数据分析。

平均每年，超过 10 万人参加我们主办或协办、演讲的数字经济论坛、沙龙活动，覆盖人群规模超百万。

国内上百家券商/基金/投行/机构在投资研究中参考我们的数据和推荐

超过 1000+家电商、10000+家数字经济企业依靠我们的信息、服务和解决方案不同程度提升了他们的经营业绩。

• 版权声明：

1、本报告相关知识产权归网经社电子商务研究中心所有，任何部门、企业、机构、媒体等单位引用本报告数据、内容，均请注明：“根据网经社电子商务研究中心发布的《2024 年 Q1 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：2024年4月7日



官方公众号 ID: i100EC

(近 40 万电商人都在看!)



电数宝 (DATA.100EC.CN)

(16 年沉淀 100 万+条数据覆盖 4000+平台)



网购投诉平台 ID: DSWQ315

(在线网购投诉)



电诉宝 (315.100EC.CN)

(我要投诉)



网经社小程序码 (微信小程序搜网经社)

