

2024年（上） 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07月10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	3
（一）投诉问题类型分布	3
（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	7
（一）数字零售数据与四十大典型案例	8
（二）跨境电商数据与五大典型案例	15
（三）数字生活数据与十大典型案例	20
（四）数字教育数据与十大典型案例	20
四、关于我们	27
（一）关于电诉宝	27
（二）关于网经社	29

一、报告摘要

今年上半年，经济复苏，大众消费热情逐渐显现。据国家统计局最新数据显示，1至5月，全国网上零售额57669亿元，同比增长12.4%。伴随着年货节、五一假期、618大促的到来，网络消费迎来一波又一波热潮。

不过，与此同时，网络消费纠纷依然难以避免。中消协发布一季度全国消协组织受理投诉情况分析：社交、直播等新型电商平台问题日益凸显。3月份，有关机构发布《直播带货消费维权舆情分析报告（2023）》，揭露了虚假宣传、产品质量、价格误导等八大问题。

在此背景下，2024年7月10日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2024上半年受理的全国150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（上）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**综合电商、生鲜电商、二手电商、电商服务商**）、数字生活（主要集中于**生活服务电商、在线旅游**）及数字教育、跨境电商、产业电商、金融科技、物流科技等领域。报告公布了2024上半年网络消费投诉数据及《2024年（上）综合电商十大典型投诉案例》《2024年（上）生鲜电商十大典型投诉案例》《2024年（上）二手电商十大典型投诉案例》《2024年（上）电商服务商十大典型投诉案例》《2024年（上）跨境电商五大典型投诉案例》《2024年（上）数字生活十大典型投诉案例》和《2024年（上）数字教育十大典型投诉案例》。

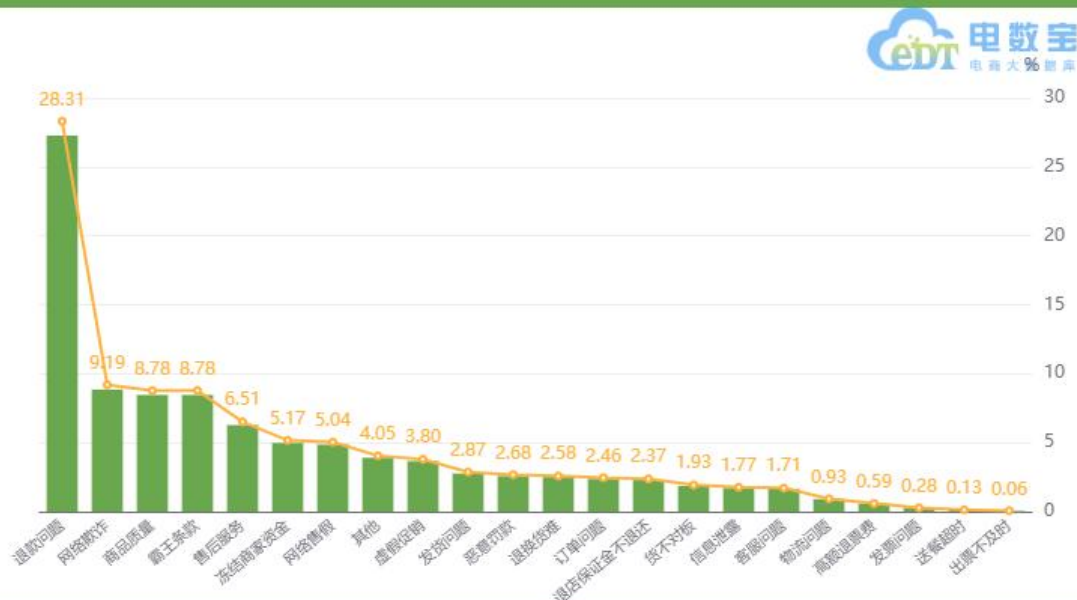
二、整体数据

（一）投诉问题类型分布

据“电诉宝”显示，2024上半年全国网络消费投诉问题类型TOP10中，**退款问题**占比高达**28.31%**，其余问题类型依次为：**网络欺诈**（9.19%）、**商品质量**（8.78%）、**霸王条款**（8.78%）、**售后服务**（6.51%）、**冻结商家资金**（5.17%）、

网络售假（5.04%）、虚假促销（3.80%）、发货问题（2.87%）、恶意罚款（2.68%）。

2024上半年全国网络消费投诉问题类型分布



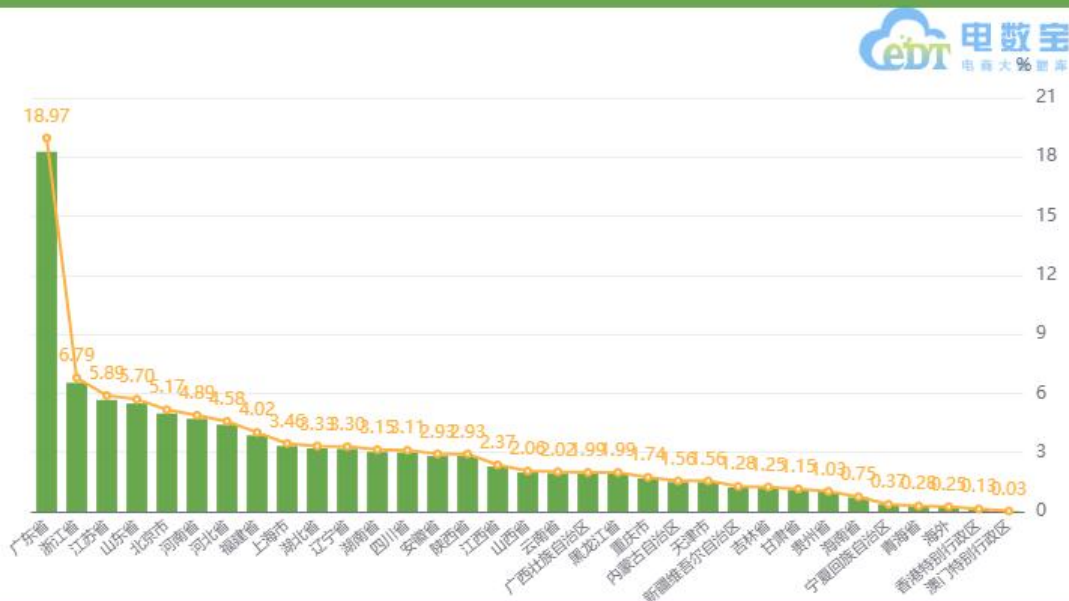
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

（二）投诉地区分布

2024 上半年“电诉宝”受理投诉用户聚集地区 TOP10 依次为广东省（18.97%）、浙江省（6.79%）、江苏省（5.89%）、山东省（5.70%）、北京市（5.17%）、河南省（4.89%）、河北省（4.58%）、福建省（4.02%）、上海市（3.46%）、湖北省（3.30%）。

2024上半年全国网络消费投诉地区分布



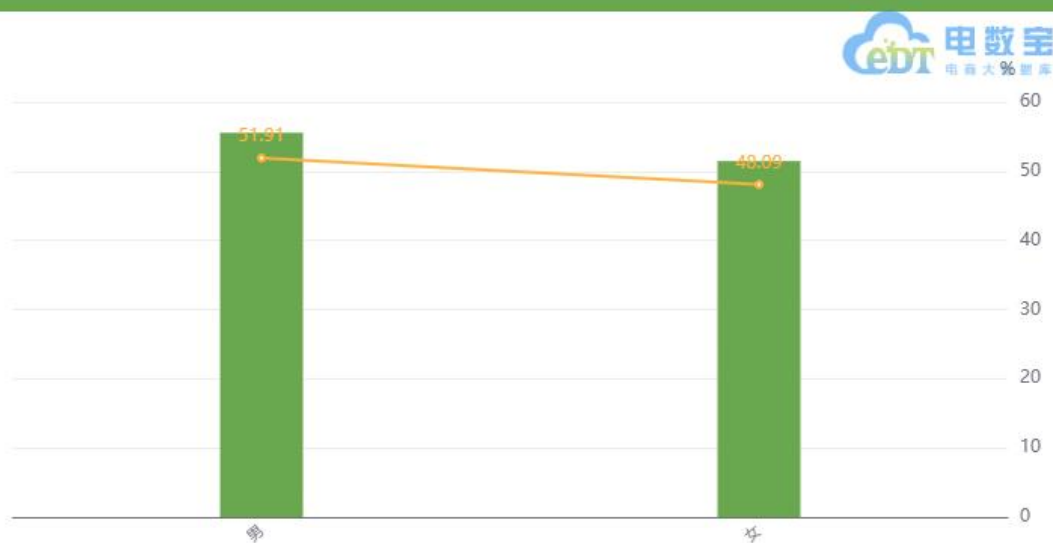
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

(三) 投诉用户性别分布

据“电诉宝”显示，2024 上半年男性用户投诉比例为 51.91%，女性用户投诉比例为 48.09%。

2024上半年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，2024上半年投诉金额分布主要集中在1000-5000元（20.37%）、100-500元（17.32%）、0-100元（14.54%）、10000元以上（12.46%）、500-1000元（10.71%）、5000-10000元（10.05%）、未选择金额（14.54%）。



三、评级数据与典型案例

此外，据“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，2024上半年全国网络消费评级榜中：

获“**建议下单**”的有：shopee、途虎养车、BOSS直聘、中职通、苏宁易购、帮考网、有赞、鲁班到家、红布林、智行、唯品会、京东、万师傅、抖音、去哪儿、同程旅行、微拍堂、携程、转转等19家；

获“**谨慎下单**”评级的有：找靓机、得物APP、美团、网易云课堂、Keep、赛优教育、环球网校等7家；

获“不建议下单”评级的有：飞猪、小红书、寺库、走着瞧旅行、国美、分期乐、拼多多、联联周边游、对啊网、洋码头、学慧网、一只船教育、中安建培、速卖通、高顿教育等 15 家；

获“不予评级”的有：饿了么、大麦网、天猫国际、来分期、淘宝、1688、店宝宝、别样、交易猫、58 同城、猫眼电影、识季、天猫、闲鱼、嗨学网、聚师网、尚德机构、快手、拍机堂、潭州教育、啄木鸟维修、爱回收、全球速卖通、阿里巴巴、常青藤爸爸、小叶子陪练、美团优选、中免日上、VIPKID、微店、中公教育等 32 家。

2024年上半年全国全部消费评级榜						
排名	平台名称	平台反馈率	回复及时性	用户满意度	综合指数	评级
1	shopee	100.00%	0.889	10.000	0.907	建议下单
2	速虎汽车	100.00%	0.933	8.000	0.940	建议下单
3	BOS8品牌	100.00%	0.938	6.000	0.911	建议下单
4	中军通	100.00%	0.787	7.500	0.891	建议下单
5	苏宁瑞微	100.00%	0.989	2.000	0.857	建议下单
6	悠书网	100.00%	0.725	4.000	0.811	建议下单
7	有赞	100.00%	0.835	2.000	0.810	建议下单
8	鲁道到家	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
8	红布林	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
10	哲行	100.00%	0.784	2.000	0.795	建议下单
11	唯品会	100.00%	0.773	2.000	0.792	建议下单
12	京东	90.83%	0.835	3.500	0.790	建议下单
13	万寿福	100.00%	0.760	2.000	0.788	建议下单
14	抖音	98.82%	0.685	3.333	0.787	建议下单
16	去哪儿	98.37%	0.669	3.500	0.782	建议下单
16	同程旅行	100.00%	0.720	2.000	0.776	建议下单
17	微盟	100.00%	0.912	0.000	0.774	建议下单
18	携程	100.00%	0.875	0.000	0.762	建议下单
19	转转	100.00%	0.643	2.000	0.753	建议下单
20	找钢机	100.00%	0.667	0.000	0.700	谨慎下单
21	得物APP	100.00%	0.520	0.000	0.656	谨慎下单
22	美图	97.52%	0.436	0.000	0.619	谨慎下单
23	网易云课堂	100.00%	0.174	2.000	0.612	谨慎下单
24	Keep	100.00%	0.350	0.000	0.505	谨慎下单
25	爱彼爱丹	100.00%	0.100	0.000	0.530	谨慎下单
26	环球网校	85.71%	0.086	0.000	0.454	谨慎下单
27	懂了么	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	飞猪	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
27	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
27	寺库	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
27	天猫国际	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	来分期	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	去哪儿旅行	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
27	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	1688	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	店宝宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	国美	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
27	分期乐	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
27	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
27	别样	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	文猫猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	88同城	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	银联钱包	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
27	猫眼电影	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	识季	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	懒字网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	聚利网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	尚德机构	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	对啊网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
27	快手	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	拍酷网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	洋码头	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
27	湖州教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	学慧网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
27	啄木鸟维修	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	爱回收	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	全球速卖通	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	阿里巴巴	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	常青藤网校	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	小叶子稻场	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	一只熊教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
27	美联英语	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	中安建设	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
27	中教日上	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	VIPKID	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	微店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	中公教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
27	速卖通	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
27	尚德教育	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+回复及时性*0.3+用户满意度*0.2。
1.1、平台反馈率：平台移交给电诉宝电商用户投诉，被电诉电商的有效回复率。
1.2、回复及时性：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0.5，回复时间大于120小时为0。
1.3、用户满意度：10分满分离，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决定，本建议下单=[0.0,0.4)，谨慎下单=[0.4,0.75)，建议下单=[0.75,1.0]，对未入驻或未取售后联系方式的电诉平台“不予评级”。
3、由于投诉量的多少与平台的品牌占有率有直接关联，故投诉量不列入评级估计值。
4、本榜单所有数据均由电诉宝后台数据自动生成并实时更新，体系上确保数据准确性及公正性，不受任何人工因素影响。

图表编辑：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 2024 上半年全国数字零售评级榜中：获“**建议下单**”的有：途虎养车、苏宁易购、有赞、红布林、唯品会、京东、抖音、微拍堂、转转等 9 家；获“**谨慎下单**”评级的有：找靓机等 1 家；获“**不建议下单**”的有：小红书、拼多多、国美等 3 家；获“**不予评级**”的有：淘宝、店宝宝、交易猫、天猫、闲鱼、快手、拍机堂、爱回收、阿里巴巴、美团优选、微店等 11 家。

2024年上半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
1	途虎养车	100.00%	0.933	8.000	0.940	建议下单
2	苏宁易购	100.00%	0.989	2.000	0.857	建议下单
3	有赞	100.00%	0.835	2.000	0.810	建议下单
4	红布林	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
5	唯品会	100.00%	0.773	2.000	0.792	建议下单
6	京东	90.83%	0.835	3.500	0.790	建议下单
7	抖音	98.82%	0.685	3.333	0.787	建议下单
8	微拍堂	100.00%	0.912	0.000	0.774	建议下单
9	转转	100.00%	0.643	2.000	0.753	建议下单
10	找靓机	100.00%	0.667	0.000	0.700	谨慎下单
11	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
11	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	店宝宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	国美	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
11	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
11	交易猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	快手	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	拍机堂	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	爱回收	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	阿里巴巴	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	美团优选	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	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

数字零售上榜平台有 50 家：

投诉量 TOP10 依次为：拼多多、抖音、淘宝、京东、闲鱼、小红书、快手、苏宁易购、有赞、唯品会；

排在第 11-20 名的是：交易猫、微店、天猫、拍机堂、微拍堂、美团优选、红布林、转转、爱回收、阿里巴巴；

排在第 21-30 名的是：途虎养车、找靓机、国美、店宝宝、盒马鲜生、二三良作、朴朴超市、孔夫子旧书网、蘑菇街、蝉妈妈；

排在第 31-40 名的是：网易严选、瓜子二手车、孩子王、蜂享家、花礼网、多多买菜、艺狐在线、叮咚买菜、抖店、小米有品；

排在第 41-50 名的是：蜂雷、微盟、返利网、炮饬电商、淘特、一直娱、良品铺子、哔哩购、95 分球鞋交易平台、微信视频号。

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 上半年

1	拼多多	2	抖音	3	淘宝	4	京东
5	闲鱼	6	小红书	7	快手	8	苏宁易购
9	有赞	10	唯品会	11	交易猫	12	微店
13	天猫	14	拍机堂	15	微拍堂	16	美团优选
17	红布林	18	转转	19	爱回收	20	阿里巴巴
21	途虎养车	22	找靓机	23	国美	24	店宝宝
25	盒马鲜生	26	二三良作	27	朴朴超市	28	孔夫子旧书网
29	蘑菇街	30	蝉妈妈	31	网易严选	32	瓜子二手车
33	孩子王	34	蜂享家	35	花礼网	36	多多买菜
37	艺狐在线	38	叮咚买菜	39	抖店	40	小米有品
41	蜂雷	42	微盟	43	返利网	44	尬汤电商
45	淘特	46	一直娱	47	良品铺子	48	哔哩购
49	95分球鞋交易平台	50	微信视频号				

(以上为投诉量排行榜)

1. 综合电商

在综合电商消费领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们从中选取十大典型投诉案例涉及小红书、蘑菇街、国美、返利网、抖音、二三良作、交易猫、微信视频号、快手、淘宝。

2024年（上）综合电商十大典型投诉案例		
投诉时间	投诉平台	投诉案例
1月2日	小红书	用户投诉“小红书”商家强买强卖 以超过自动签收日7天为由不予退货
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？
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27日	返利网	返利金额缩水 “返利网”被指涉嫌欺诈 客服态度恶劣
3月31日	抖音	用户投诉“抖音”直播间违反商品销售法例 向未成年人销售卡包
4月7日	二三良作	用户投诉“二三良作”售假 申请退款遭多次推诿
5月29日	交易猫	“交易猫”被指交易环境存险 游戏账号遭风险冻结
6月21日	微信视频号	用户投诉“微信视频号”商家售课无实效 平台客服介入无果
6月9日	快手	“挂羊头卖狗肉”？用户在“快手”下单的商品竟还未生产
6月26日	淘宝	用户投诉“淘宝”店铺诱骗微信交易 售卖假冒皮鞋拒退款
图表编制：电诉宝		数据来源：315.100EC.CN

【案例一】用户投诉“小红书”商家强买强卖 以超过自动签收日7天为由不予退货

1月2日，上海市的陈女士向“电诉宝”投诉称，其于2022年12月5日在小红书上购买商品，后显示12月19日货物签收，但因陈女士本人感染新冠病毒，该快递并非她本人签收，陈女士对商品送达亦不知情（猜测是快递员将快递自行放在楼栋口）。待陈女士痊愈结束居家隔离后，通过查询订单状态后发现商品显示签收，于是到楼下寻找快递，到手后经试穿对商品不满意，即联系卖家商量退换，卖家以超过签收日7天为由不予同意。

陈女士联系小红书客服充分说明情况，请求协助处理退换，该商品仅试穿，不影响二次销售，况且非陈女士本人签收，如何能作为7天无理由时限的起算点呢？陈女士表示，感染新冠期间她居家隔离也无法取得该快递，取得后立刻联系了卖家，而小红书拒绝退货的行为不合理，有强买强卖之嫌。

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。

【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】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。

【案例四】返利金额缩水 “返利网”被指涉嫌欺诈 客服态度恶劣

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。

【案例五】用户投诉“抖音”直播间违反商品销售法例 向未成年人销售卡包

3月31日，香港特别行政区的陈女士向“电诉宝”投诉称其小孩于3月30日在家人不知道的情况下在抖音商城的灰蛋拆卡购买小马宝莉辉月5。且小马宝莉卡售卖价格不合理，违反商品销售法例，比明码标价的十块的小马宝莉辉月4卡包贵三倍。其次，直播间以抽出稀有卡来回赠包卡包，透过大众的赌博心理来提高销售，法例规定这种拆卡直播间是违法的。

陈女士认为直播间还没有做足不能向未成年销售的措施，只是简单说明未成年不能购买，却没有安全系统制止，就算未成年也能够买，模糊地告知根本不会影响未成年购买，直播间也需要负责。

陈女士认为小孩不用负担经济能力，作为有能力消费的成年人却完全不知道，失去了知情权，侵犯了消费者权益。陈女士的诉求是要求商家退款。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台相关工作人员督办妥善处理，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。

【案例六】用户投诉“二三良作”售假 申请退款遭多次推诿

4月7日，广西壮族自治区杨女士向“电诉宝”投诉称其于今年3月30日在线观看胡远行推广的德国马膏视频后，被诱导购买了一款声称原装进口、止痛效果佳且可验真伪的产品。然而，到货商品不仅品牌名称与正品不符，原产地竟为广东广州，且功效描述仅限于肌肤保湿与改善干燥，完全不符原宣传的止痛功效。尝试扫码验证进口信息也未能成功。

杨女士已向客服反映并在二三良作严选平台投诉，指出该平台不仅涉嫌售假，且在消费者申请退款时态度推诿，呼吁加强电商监管，净化网购生态，切实保护消费者权益。

【案例七】“交易猫”被指交易环境存险 游戏账号遭风险冻结

5月29日，江苏省柏先生向“电诉宝”投诉称其于2024年5月15日在交易猫平台上出售了一个价值1250元的“龙珠激斗”游戏账号。交易后，买家虽能

正常登录，但擅自更改密码及常用设备，导致账号被系统风险冻结，连卖家本人也无法访问，显示非常用设备状态。买家随后申请退款，而交易猫平台在未充分调查情况下，判定卖家需退款，否则将封禁其支付宝账户，使得柏先生面临钱款与账号双重损失的风险。

柏先生指出，交易猫平台在处理此类纠纷时存在不公，且此类问题并非个案，网络上已有不少类似投诉，质疑平台存在偏袒买家、忽视卖家权益的行为。他强调，自己已尽力配合买家解决账号解冻问题，但因买家不配合导致无法成功解冻。目前，交易猫平台的处理方式让柏先生感到极度困扰和精神压力，呼吁相关部门能介入调查，整治此类不良平台行为，保护消费者合法权益。

【案例八】用户投诉“微信视频号”商家售课无实效 平台客服介入无果

6月21日，河北省的陈飞向“电诉宝”投诉称其于2024年5月下旬在“郑大钱花不完”店铺购买了视频剪辑课程，但发现该课程并无实际帮助，遂申请退款。然而，商家拒绝了他的退款请求，即便平台客服介入协调，也未能成功获得退款。陈飞对此深感不满，质疑平台处理此类消费者纠纷的方式，认为这严重损害了消费者的合法权益。

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人员，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。

【案例九】“挂羊头卖狗肉”？用户在“快手”下单的商品竟还未生产

6月9日，吉林省代女士向“电诉宝”投诉称，其于2024年5月18日在快手电商平台购买了白色乐福鞋，收到货后发现与商家链接中的鞋完全不一样，联系商家，商家回复说链接中的那款还没生产呢。代女士认为，根据《侵害消费者权益行为处罚办法》第六条，商家的行为属于欺诈消费者，快手平台对于商家的审核不过关，还没生产怎么就上链接了？

代女士找到快手平台进行处理后无果，又找了别的投诉平台，勉强赔偿订单金额的百分之三十。代女士要求根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十五条进行赔偿。

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人员，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“淘宝”店铺诱骗微信交易 售卖假冒皮鞋拒退款

6月26日，吉林省张女士向“电诉宝”投诉称她于2024年5月3日在淘宝选购皮鞋时，被店铺诱导至微信（账号line1102）进行交易，承诺假货可退款。

张女士支付4520元购买三双皮鞋后，仅收到两双且均为劣质假冒产品。尝试退货退款时，卖家要求提供鉴定证明，并以各种理由拒绝退款或扣除费用。张女士怀疑淘宝店铺存在跑路风险，认为这是新型电信诈骗手段，逃避监管。她希望平台能协助追回损失。

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相关人员，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。

2. 生鲜电商

在生鲜电商消费领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们从中选取十大典型投诉案例涉及叮咚买菜、美团优选、盒马、朴朴超市。

2024年（上）生鲜电商十大典型投诉案例		
投诉时间	投诉平台	投诉案例
1月2日	叮咚买菜	“叮咚买菜”被指配送超时严重 用户要求赔付75%订单金额
1月3日	美团优选	用户投诉“美团优选”售卖过期食品 向客服反映遭敷衍
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19日	朴朴超市	“朴朴超市”诱导充值？未明确只能消费指定品类
2月19日	美团优选	“美团优选”恶意欺诈？用户低价购买的商品被要求退单
3月4日	盒马	“朴朴超市”所售电吹风质量差 下架退换难保障
3月23日	美团优选	美团优选 用户投诉“美团优选”售卖过期食品 应予以赔偿
4月26日	盒马	“盒马”被指礼品卡诈骗 平台漠视消费者权益
4月28日	朴朴超市	“朴朴超市”站点关停却无通知？用户不满平台赔付优惠券 要求退还充值卡余额
6月3日	美团优选	购30枚鲜鸡蛋坏一半？用户投诉“美团优选”退款遭质疑强买强卖
图表编制：电诉宝		数据来源：315.100EC.CN

【案例一】“叮咚买菜”被指配送超时严重 用户要求赔付 75%订单金额

1月2日，浙江省的蔡女士向“电诉宝”投诉称，其于2023年1月2日17:32:37在叮咚买菜购买总计142.97元的商品，订单显示预计送达时间是1月2日18:00-19:00，结果超时半个多小时还未送达，期间蔡女士联系叮咚买菜，客服不作响应，显示排队中，在等待了18分钟后才联系到客服人员。

蔡女士称，客服人员并未给到实际解决方案，且因骑手正在配送中并无退款选项，最后在超时35分钟后，也就是下单后两个多小时才予以送达。蔡女士请求叮咚买菜给予超时半个多小时订单金额75%的赔付，并说明超时原因。

接到用户投诉后，我们第一时间将相关投诉转交给平台，截至发稿前，我们并未收到平台方的任何回复。

【案例二】用户投诉“美团优选”售卖过期食品 向客服反映遭敷衍

1月3日，河南省雷女士向“电诉宝”投诉称，其于12月9日在美团优选下单购买一箱艾菲勒网红长条紫米奶酪棒夹心面包，12月10日取到货后，拿出来食用尝出来食品变质味道不对，查看生产日期，是2023年11月27日生产，保质期10天，该商品已过期三天。

雷女士第一时间联系美团优选客服，美团优选客服给出方案退款赔偿心意5元美团优选优惠券，本人没有接受，后来美团优选多次协商拉扯最终给出赔偿100元的最终方案，跟厂家沟通，他们告知不会把过期食品提供给美团优选。雷女士称在美团优选购买食品，平台不仅售卖过期食品，消费者还已经食用，对消费者的身体造成损害，12号向12315打过电话投诉美团优选售卖过期食品，并按照食品安全法作出赔偿，至今为止美团优选没给满意的处理结果，希望平台能给消费者的权益作出保护。

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人员，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，希望能给一个说法。

【案例四】“朴朴超市”诱导充值？未明确只能消费指定品类

2月19日，广东省冯女士向“电诉宝”投诉称自己于2月7号在朴朴超市APP买菜后，看见可以充值，因平时家里买菜生活用品，基本都是朴朴超市，于是马上充值1000元。后来冯女士发现无法使用，咨询客服回答需要提现到余额，结果还是不能自动递减余额，后来告知这是只能消费指定品类。

冯女士认为，这是明显诱导充值，为什么商家要在消费者惯性购买的商品画面设置这样的充值入口，且不明确不能消费日常家庭生活用品，而是明确不能退或者换回普通超市类购物卡。

冯女士称，根据消费者保护法 27 条规定，其违反相关重要消费指引与明示。根据消费者权益法 28 条，预充值卡再购买 15 天内，消费者可以 15 天内无理由退款。

【案例五】“美团优选”恶意欺诈？用户低价购买的商品被要求退单

2 月 19 日，河北省田女士向“电诉宝”投诉称自己于 2 月 17 日在美团优选购买了普罗旺斯西红柿，原价 5.8 元，优惠后 0.05 元，以及安井虾滑等其他物品，但长达 30 个以上小时没有任何物流消息。

19 日上午货物到达自提点田女士才接到电话要求她退单 0.05 元的普罗旺斯西红柿这一商品，美团优选后台信息显示商品缺货无法配送，但同一时间、同一规格商品却以 3.35 元的价格在售，并非电话和后台数据显示的商品缺货状态，田女士怀疑美团优选这种行为属于恶意欺诈，并使用刷单等免费营销手段。

【案例六】“朴朴超市”所售电吹风质量差 下架退换难保障

3 月 4 日，福建省林女士向“电诉宝”投诉称其于 2023 年 7 月 3 日在福州朴朴超市购买了科西负离子高速电吹风，自购买日起电吹风便出现故障，放置几小时或更换不同的入墙插座有时会解决故障。

林女士表示上周这两种方法都尝试后无法解决故障，故联系朴朴超市，被告知商品已下架，让其找商家。林女士与商家微信联系后自费寄回商品维修。昨日电吹风未做处理被原样寄回。林女士表示本人经半年使用和售后维修，意识到该商品不但质量本身有问题，售后部门和销售的朴朴超市都存在对客户不负责的问题，售后条款制定非常不合理。朴朴对产品下架了事，科西公司对新产品制定的退货期限极其短暂。

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人员，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。

【案例七】用户投诉“美团优选”售卖过期食品 应予以赔偿

3月23日，河南省的赵先生向“电诉宝”投诉称其于2024年3月9日在美团优选购买了一袋三全小笼包，2024年3月10日收到货发现已过期三个月，现要求商家按照食品安全法一百四十八条规定：消费者因不符合食品安全标准的食品受到损害的，可以向经营者要求赔偿损失，也可以向生产者要求赔偿损失。接到消费者赔偿要求的生产经营者，应当实行首负责任制，先行赔付，不得推诿。

赵先生表示生产不符合食品安全标准的食品或者经营明知是不符合食品安全标准的食品，消费者除要求赔偿损失外，还可以向生产者或者经营者要求支付价款十倍或者损失三倍的赔偿金；增加赔偿的金额不足一千元的，为一千元。

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人员，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】“盒马”被指礼品卡诈骗 平台漠视消费者权益

4月26日，四川省吴女士向“电诉宝”投诉称其于4月17日在闲鱼上交易被骗。于4月19日向成都市公安机关报案，也通过盒马官方投诉电话要求冻结两张电子卡，并按照盒马要求上传了立案文书和办案警官相关相信。

吴女士表示经7天案件资料收集，成都市金牛区公安已对案件进行了甄别和查实但盒马总部在整个过程中非常不配合，不仅频繁更换对接专员，还推卸有关责任。一是在未核实情况下告知吴女士卡上已没有余额，在吴女士投诉后，又说查实余额存在。二是因为案件属于行政案件（金额原因），但盒马要求警方提供的文书全是刑事案件，按照警方内部规定因案件属于行政立案标准所以有些文书无法提供，便提供了同样能说明案情和查实结果的文书。

吴女士表示盒马总部以未能提供他们要求的刑事案件文书为由不以配合警方，也不回应消费者的有关诉求。目前警方要求其有效保障受害人权益，但目前为止盒马还是以刑事案件有关文书提交不足为由拒绝相关诉求。

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人员，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。

【案例九】“朴朴超市”站点关停却无通知？用户不满平台赔付优惠券 要

求退还充值卡余额

4月28日，广东省陈女士向“电诉宝”投诉称其于2024年1月12日到1月30日在朴朴平台充值了3376元充值卡，直至三月底都还可以使用，但是到了四月份就不能使用，显示是不在配送范围。陈女士称，朴朴平台关闭一个地方的站点没有任何通知，现在有一个是一个月前的预售单，今天也不给予配送，并没有任何联系告知，直接就在平台上暂停配送了。

陈女士跟客服沟通后只有赔优惠券，陈女士表示，自己都无法使用APP，赔付的优惠券如何使用？因此陈女士的诉求是朴朴退款，退款目前账户还剩余的未使用的充值卡以及预售订单的退款，共计3296.4元。陈女士称，如果站点无法做到配送，麻烦退款，目前无论是哪个地址都不能配送，如何使用是一个大问题。陈女士还表示，重点是朴朴并未有提前的告知，而且新站点也没有尽快安排，和客服的沟通永远只有赔优惠券就不了了之。

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，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】购30枚鲜鸡蛋坏一半？用户投诉“美团优选”退款遭拒疑强买强卖

6月3日，广东省的梁先生向“电诉宝”投诉称其于5月底在美团优选购入一批商品，其中包括鲜鸡蛋一板30枚，发现其中坏掉的鸡蛋居然有15个，磕开两个，发现一个居然是臭的，一个是散黄，即时拿到代收点退货(28个鸡蛋及一个臭鸡蛋壳)。梁先生表示代收点工作人员收货并安排退货事宜，后续美团优选团长以未收到货物为由，拒绝退款，申请两次均拒绝退款。

梁先生称自己申请美团客服介入，客服不能直面问题，要求自己删除退款申请，要求改成非商品质量问题才能退款，被他严词拒绝，这是典型的强买强卖土匪逻辑，建议加强监管处罚，打击不法商家，保护消费者权益。梁先生表示鸡蛋虽小，但美团优选坑蒙拐骗消费者是事实不在少数，产品质量堪忧，消费者投诉无门，特请相关部门介入。谢谢！

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人员，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。

3. 二手电商

在二手电商消费领域，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，涉及爱回收、微拍堂、闲鱼、找靓机、转转、微拍堂、拍机堂。

2024年（上）二手电商十大典型投诉案例		
投诉时间	投诉平台	投诉案例
1月15日	爱回收	平台管理混乱？用户投诉“爱回收”采用非当面检测交易流程
4月3日	微拍堂	鉴定报告存疑？用户投诉“微拍堂”存在双标行为
4月22日	闲鱼	“闲鱼”卖家欺诈？用户称新购二手机标注无拆无修实则更换屏幕
4月24日	爱回收	平台随意定价？用户投诉“爱回收”交易流程存疑 导致亏损
4月26日	找靓机	用户投诉“找靓机”购买手机质量存疑 平台提供的检测报告与实物不符
5月1日	转转	售卖翻新机？“转转”被指平台规则复杂 客服态度恶劣
5月7日	微拍堂	店铺保证金变技术服务费？用户投诉“微拍堂”条款不一致
5月15日	拍机堂	虚假检测？用户投诉“拍机堂”商品问题单方面下定义 直接关闭售后系统
5月22日	闲鱼	调包奢侈品？用户投诉“闲鱼”袒护买手 维权专员不作为
6月5日	找靓机	用户寄回的商品既无维修结果也不返还？“找靓机”被指欺诈
图表编制：电诉宝		数据来源：315.100EC.CN

【案例一】平台管理混乱？用户投诉“爱回收”采用非当面检测交易流程

1月15日，上海市孙先生向“电诉宝”投诉称，其于2023年11月24日，在爱回收选用其回收二手服务，交易手包一个。孙先生因对其检测后不予回收产生质疑，要求平台提供检测视频，发现两者差异巨大。孙先生认为，这说明平台管理混乱，极有可能混乱物品，未能保障他的物品安全。

孙先生表示，视频只有录制检测和检测拍照，其实应该采用闭环，如开包视频——检测拍照——封箱视频。孙先生称，商家采用非当面检查，其检查过程又缺乏监督保证，完全属于不公平交易。孙先生的诉求是按照交易要求平台完成该订单，禁止采用非当面检测交易流程。

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被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例二】鉴定报告存疑？用户投诉“微拍堂”存在双标行为

4月3日，安徽省姜先生向“电诉宝”投诉称，其于近期卖了一枚公博PC双认证币，后来自己砸盒卖裸币，被鉴定为假，复评是金盾评的，更不专业。姜先生称客服不听任何解释，罚自己一千，还有一枚币，说自己描述不符。

姜先生称自己买到同样这样情况，却没有这样处理，认为平台双标，不给解释机会。姜先生称这是霸道行为。

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，微拍堂有关人员回复称：尊敬的微拍堂客官您好，关于您反馈的问题，核实拍品鉴定为赝品，平台已按规则处罚，处理结果暂无法改变。感谢您的支持，祝您生活愉快。

【案例三】“闲鱼”卖家欺诈？用户称新购二手机标注无拆无修实则更换屏幕

4月22日，山东省李先生向“电诉宝”投诉称，其在闲鱼上购买的手机拿到手不到一周，屏幕出现问题。李先生称，卖家标注是无拆无修，但他拿去荣耀官方售后检测，结果为屏幕在非官方渠道更换过，官方已出具检测证明并加盖公章来作为证据。李先生认为，收到货仅仅一周时间，在这么短的时间里，作为买家在商品出现问题时，不可能不询问卖家情况就自己去更换屏幕，而且更换的屏幕也不可能几天就坏掉。

李先生表示，按照正常逻辑，此机器在售出前就有问题，卖家存在欺诈行为。首先手机刚到手没几天作为买家不可能在不询问卖家质量情况下自己去换屏幕，其次经过官方检测此屏幕为非官方渠道更换，如果是李先生自己换的屏幕也不可能几天就坏了，这两点足以证明屏幕是在商家发货前就有问题的。

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，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。

【案例四】平台随意定价？用户投诉“爱回收”交易流程存疑 导致亏损

4月24日，河北省张女士向“电诉宝”投诉称，其经营的店铺是“保定容城金台东路京东电脑数码合作店”，这是一家爱回收的加盟店。张女士反映，上个月她的店铺回收了一款苹果笔记本 Mac Book Air 2022 款 13 寸 M2 8G 256G 的版本，经过质检后被评为 A4 等级，与质检中心给出的等级一致。

然而，在回收和销售的过程中，她们以 4980 元的价格回收了这款笔记本，但在随后平台上仅以 4600 元的价格售出，导致亏损近五百元。张女士在调查市场后发现，类似等级和配置的笔记本在拍拍和爱回收严选等平台上能够卖到五千四五的价格，并且这类商品并未出现降价的情况。张女士对此表示困惑和不满，她不明白为什么自家店铺回收的这款笔记本会出现如此大的亏损。

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被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例五】用户投诉“找靓机”购买手机质量存疑 平台提供的检测报告与实物不符

4月26日，陕西省的侯先生向“电诉宝”反映称其在4月20日通过找靓机 APP 购买了一部手机，但收到的商品存在严重的质量问题。侯先生表示，根据找靓机 APP 提供的平台检测报告，该手机屏幕应仅有轻微划痕并无其他明显瑕疵，然而实际收到的手机屏幕上却存在严重的色彩斑点。

侯先生认为，这一情况严重侵害了他的消费者权益。他对此表示极度不满，并希望通过法律途径维护自己的权益。侯先生的诉求是根据《消费者权益保护法》的相关规定，要求找靓机 APP 进行退一赔三的赔偿。

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，尚未收到相关工作人员的回复。

【案例六】售卖翻新机？“转转”被指平台规则复杂 客服态度恶劣

5月1日，安徽省的李先生向“电诉宝”投诉称，其于4月通过转转平台购买了一款小米 13u 手机，但不久后发现手机存在进水问题。经过专业拆机检测，结果显示该手机为翻新机或返修机，其原有的防水功能已失效。李先生认为，转转平台售卖翻新机严重侵害了他作为消费者的合法权益。

李先生称在与转转公司客服沟通时，客服要求他提供相关证明。若李先生无法出具证明，转转方面将不会给出令他满意的检测结果，这一要求被李先生视为带有威胁性质。经过进一步调查，李先生发现转转平台售卖翻新机以次充好的案例并非个例，使他感到在面对平台复杂的规则和霸王条款时显得势单力薄。

李先生提诉求是要求转转平台赔偿一款全新、无问题、无拆修的小米 13u 手机；其次，他要求转转平台对此次事件进行道歉，并下架所有坑害消费者的翻新机。

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，转转方反馈称：您向平台反馈的问题我们十分重视，经核实，客服已联系您提供对应解决方案并积极帮您沟通处理，很抱歉给您带来不好的体验，感谢您对平台的支持~

【案例七】店铺保证金变技术服务费？ 用户投诉“微拍堂”条款不一致

5月7日，山东省杜先生向“电诉宝”投诉称，其于2024年5月7日，在微拍堂链接提示缴纳1800元店铺保证金开通店铺，杜先生看到的条款是说这个1800元店铺保证金随时可以退，缴纳后找微拍堂客服确认，客服告诉自己这个1800元是技术服务费，不能退。

杜先生表示看到的条款是这个1800元是店铺保证金，并没有看到客服说的还有技术服务费并且不能退的说法。如果有明确说交这个1800不能退，杜先生是不会交的。杜先生不知道为什么自己看到的跟客服说的不一样。店铺开通前后不到两分钟，也没接受任何技术服务，杜先生要求退款1800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，微拍堂有关人员回复称：尊敬的微拍堂客官您好，关于您反馈的问题，我们已接收到您的问题，会尽快联系您处理。感谢您的支持，祝您生活愉快！

【案例八】虚假检测？用户投诉“拍机堂”商品问题单方面下定义 直接关闭售后系统

5月15日，内蒙古自治区的王先生向“电诉宝”投诉称其于5月5日在拍机堂平台购买了一款型号为6600xt的显卡。在收到商品并进行测试后，发现该显卡

存在质量问题，具体表现为软件测试时温度过高。由于对产品性能存在疑虑，王先生决定进行退货处理。在退货过程中，拍机堂要求他拍摄开箱视频并上传到其系统，以证明商品在收到时的状态。即使王先生按照要求完成了这些步骤，他的退货申请仍然未能得到满意的解决。

王先生称在申请售后服务后，拍机堂进行了所谓的“检测”，但检测结果却显示产品没有问题。王先生对此表示质疑，因为检测时间极短，甚至不足以完成一个正常的驱动下载和安装过程。他怀疑拍机堂可能根本没有进行真正的检测，而是直接关闭了售后系统。

王先生表示在产品出现质量问题的情况下，拍机堂要求他承担来回运费，且拍机堂并未与他进行任何有效的沟通，而是单方面地定义了产品的状况和处理方式，他认为这不合理。

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，但截至发稿前尚未收到被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例九】调包奢侈品？用户投诉“闲鱼”袒护买手 维权专员不作为

5月22日，上海市刘女士向“电诉宝”投诉称其于2024年5月13日在闲鱼出售一对正品Gucci雏菊耳钉(虹桥机场柜台购买)，闲鱼平台认证的【奢侈品买手】拍下后拒收并在拒收快递的过程中掉包了刘女士的正品包装盒、保卡和耳钉。

刘女士表示，闲鱼维权专员不作为，自始至终站在【奢侈品买手】的立场，反复的要求刘女士补充一些所谓的凭证和资料。【奢侈品买手】拒收了快递，刘女士也是验货后第一时间拒收了退回来的耳钉。刘女士认为闲鱼就是这样纵容为维权专员和买手，内外勾结，联合欺诈，为虎作伥，助纣为虐！谁来保障卖家的利益？自己的正品耳钉、包装盒和保卡应该向谁索赔呢？

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，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】用户寄回的商品既无维修结果也不返还？“找靓机”被指欺诈

6月5日，广东省的李先生向“电诉宝”反映称其于2024年4月23日在找靓机二手平台买了一台联想的二手台式机，使用不到一个月时间，在5月18号出

现了显示器无法正常显示的问题。李先生联系找靓机平台，因为当初买的时候，显示一年承诺产品质保。

客服让李先生按照他们地址寄回去检测，李先生发了顺丰快递：单号：SF1443156286172，货物于5月26日签收，系统承诺7个工作日处理维修好。后面过了7个工作日，李先生再联系找靓机平台，客服一直推脱不主动告诉维修结果，也不返还李先生购买的商品。李先生认为，这属于欺诈行为，希望还消费者一个公道。

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，找靓机工作人员回复称：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。

4. 电商服务商

在电商服务商消费领域，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，涉及有赞、店宝宝、微店、微盟。

2024年（上）电商服务商十大典型投诉案例		
投诉时间	投诉平台	投诉案例
2月11日	有赞	快递寄错地址 “有赞” 售后却无人处理？
2月22日	微店	“微店” 被指涉及虚假宣传 用户要求售后却发现产品下架转移资金
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19日	有赞	用户投诉 “有赞” 疑似售假 商品质量差 强制扣运费
4月9日	微店	用户投诉 “微店” 收款难题 商家辛苦钱被扣 求助无门
5月14日	微店	用户投诉 “微店” 商家拒不发货还索 “跑单费” 平台调解无果
5月14日	有赞	6800元打水漂？用户投诉 “有赞” 等待数月退款无果
6月8日	有赞	“有赞” 被指商家疑似售卖有害商品 平台无视商家欺诈行为
6月20日	微店	用户投诉 “微店” 商家拒绝退款 平台客服偏袒商家
图表编制：电诉宝		数据来源：315.100EC.CN

【案例一】快递寄错地址 “有赞” 售后却无人处理？

2月11日，湖南省韦女士向“电诉宝”投诉称自己于2014.1.28在有赞平台上开的网店壹芽壹業购买了茶叶，发现物流送货的地方不对，韦女士要寄到广西百色，实际寄到了江苏徐州。韦女士在2月3号申请了退款，中途联系了商家，商家说会给予退款，也联系了有赞客服，但是有赞一直是机器人回复，回复都是千篇一律，让她自己联系商家充值资金，才给予退款。

韦女士称，现在到了退款时间，也没有退款成功，有赞作为第三方平台，没有监管到位，售后无人处理、售后难，侵犯了她的自主选择权，韦女士的诉求是退款成功。

【案例二】“微店” 被指涉及虚假宣传 用户要求售后却发现产品下架转移资金

2月22日，广东省卢女士向“电诉宝”投诉称微店商家涉及虚假宣传，要求售后下架产品转移资金。2023.8.23 卢女士在微店买了一个教资考前押题卷，首页图片标明了名师押题不过保全额退款，卢女士购买了两套。后教资成绩出来后，成绩不达标，想要求商家售后，这时发现商家已下架产品，联系商家也不再回复。卢女士通过客服发现该商家已转移账上资金，在微信留言也从未回复，至此商家从未对订单做过任何处理。

【案例三】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。

s女士收到后，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。

【案例四】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。

【案例五】用户投诉“有赞”疑似售假 商品质量差 强制扣运费

3月19日，天津市梁女士向“电诉宝”投诉称自己于2024年3月9日在微信群里看到“有赞”商品介绍，商家承诺是大牌正品口红，自己这里是免税店。

梁女士表示自己收到货后发现质量很差，疑似假货，于是申请退款，申请上门退货。3月17日中午商家已签收寄回的商品，却至今都未退款，且联系不到任何相关人员，客服始终不回复。

梁女士找销售人员也是一概不处理，并且这个是有运费险的商品，商家还强制性每单扣2块运费，直接从退款里扣，梁女士希望能够严查他们各种不负责任的网络售卖，整改网络风气，希望相关部门好好调查。

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，平台回复：尊敬的有赞用户您好，您可以联系在线客服咨询：
<http://maijia.youzan.com/mars/notice/kefu> 反馈您的问题，有赞竭诚为您服务。

【案例六】用户投诉“微店”收款难题 商家辛苦钱被扣 求助无门

4月9日，广西壮族自治区覃女士向“电诉宝”投诉称自己于在2023年3月5日在微店申请了一个收款码，成功收款2435.3元后，却遭遇提现难题。尽管多次提交资料并沟通，微店平台始终未给予积极回应，甚至客服表示只能转达投诉，无法提供进一步的帮助。

覃女士深感冤枉，认为这笔辛苦钱不应被无故扣除。他们质疑微店是否存在店大欺客的行为，并担心其他商家也会遭遇类似的不公待遇。在生意困难的当下，这种恶意扣款行为让覃女士感到极度不满和失望，他们希望寻求帮助，解决这一难题。

【案例七】用户投诉“微店”商家拒不发货还索“跑单费” 平台调解无果

5月14日，辽宁省沈女士向“电诉宝”投诉称其于2024年4月21日在微店拍下一个明星小卡，商家不发货，于是沈女士申请了退款，找到了商家说明情况。沈女士表示商家拒绝退款，并且声称退款需付跑单费，于是沈女士找到了微店平台咨询此事。沈女士称微店平台官方客服说该平台压根没有跑单费这一说，于是自己又根据平台要求积极配合专员进行投诉举证。

沈女士表示从4月21日至今，已半个多月之久，平台给她的答复是买家举证不足，商家无责，平台无法判定，需找商家私自协商。沈女士在购买一张小卡作为实物商品时，遇到了商家不发货的情况。

沈女士在多次尝试联系商家并寻求退款时，商家提出了不合理的退款要求，即要求沈女士支付全款的百分之三十五作为退款条件，并随后采取了不礼貌的骂人行为。沈女士尝试通过平台介入解决问题，但平台回复要求她直接与商家协商。协商失败后，沈女士发现商家的微信账号异常，电话也打不通，感觉平台在无故包庇商家，侵犯了她的消费者权益。因此，沈女士的诉求是要求商家进行全额退款。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台相关人员，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】6800 元打水漂？ 用户投诉“有赞”等待数月退款无果

5 月 14 日，浙江省卜先生向“电诉宝”投诉称自己于 2022 年 10 月 19 日接到有赞销售员电话说可以无条件入驻平台，之后购买了有赞微商 1 套价值 6800 元，购买后一直不能使用，微信视频号带货中心无法使用带货。

卜先生表示，有赞 20 号发公告带货中心停用了，销售员说该功能下架了，叫卜先生等一个月，联系客服说等 2 个月。卜先生要求退款，还是叫其等一下，等了 4-5 个月，还是不能用，联系处理无果，等到 2023 年 3 月还是不能用。平台一直不处理拖了几个月，联系售后说处理不了，客服说会处理的，一直拖到现在钱还没有退回来。

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，平台回复：您好，关于您所反馈的问题，前期已有工作人员回复您告知无法退款，感谢您对有赞的关注与支持。

【案例九】“有赞”被指商家疑似售卖有害商品 平台无视商家欺诈行为

6 月 8 日，湖南省刘女士向“电诉宝”投诉称其于 5 月 29 日在有赞购买了一批玫瑰花蕾，收到的产品却散发着刺鼻的气味。出于对健康安全的关注，刘女士使用二氧化硫试剂进行了检测，结果显示呈阳性反应，

刘女士联系了商家客服，希望能够得到合理的解释并申请退款退货。然而，客服态度恶劣，坚称自家商品有质量检测报告，但始终未能出示相关证据，回应中充满了不尊重和阴阳怪气的态度，不同意她的退货退款要求。

刘女士向有赞平台投诉发现商家竟然提交了一份与玫瑰花蕾无关的甘草的质量检测报告作为回应，这种张冠李戴、指鹿为马的行为有赞平台对此视而不见，

没有采取任何有效的措施来解决问题，让商家继续为所欲为。刘女士的诉求是商家立即退货退款并承担退货运费。

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，“有赞”平台回复称：您好，核实到您投诉订单相关问题，是由商家提供售后服务，为了有效的解决您的问题建议您联系商家处理，感谢您的理解！

【案例十】用户投诉“微店”商家拒绝退款 平台客服偏袒商家

6月20日，浙江省鲍先生向“电诉宝”投诉称其于6月5日在名为“纤语恋饰品”的店铺购买了一条手链，但由于个人喜好原因，决定将该手链退回给商家。但在退货流程中，商家却声称鲍先生退回的手链并非他们最初发出的商品，因此拒绝了退款请求。

随后鲍先生多次向微店平台的客服部门投诉并提交了相关证据，试图证明自己的清白。然而，客服人员在处理这一争议时频繁要求他提供更多证据，如快递证明等以证明退货的完整性和真实性。

鲍先生表示客服对商家的要求却宽松许多，没有强制要求商家出示任何能够证明其主张的证据。鲍先生表示这种行为感到不公，平台的处理方式严重损害了消费者的合法权益。

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，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）跨境电商数据与五大典型案例

跨境电商消费评级榜：

在2024上半年全国跨境电商评级榜中：获“**建议下单**”评级的有：shopee这1家企业；获“**不建议下单**”评级的有：寺库、洋码头这2家企业；获“**不予评级**”的有：天猫国际、别样、识季、全球速卖通、中免日上这5家企业。

2024年上半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	shopee	100.00%	0.889	10.000	0.967	建议下单
2	寺库	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2	天猫国际	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2	别样	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2	识季	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2	洋码头	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2	全球速卖通	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2	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

跨境电商上榜平台有 13 家：

投诉量排在第 1-13 名依次为：中免日上、识季、洋码头、全球速卖通、寺库、天猫国际、shopee、别样、考拉海购、Lazada、海淘免税店、Buyee、德国 BA 保镖商城。



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](#)
[进口电商](#)
[出口电商](#)

筛选:

[2024](#)
[上半年](#)

1	中免日上	2	识季	3	洋码头	4	全球速卖通
5	寺库	6	天猫国际	7	shopee	8	别样
9	考拉海购	10	Lazada	11	海淘免税店	12	Buyee
13	德国BA保镖商城						

(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五大典型投诉案例，涉及全球速卖通、识季、中免日上。

2024年（上）跨境电商五大典型投诉案例		
投诉时间	投诉平台	投诉案例
1月4日	全球速卖通	恶意乱扣费？“全球速卖通”被指罚款力度太重 未提前告知超时后果
3月5日	识季	侵犯消费者权益？用户投诉“识季”商品未发货 却不允许取消订
4月10日	中免日上	不支持七天无理由退货？用户投诉“中免日上”退回未使用商品遭拒
5月7日	识季	LV衬衫成“烫手山芋”？用户投诉“识季”售卖商品得物鉴定为
6月13日	中免日上	用户投诉“中免日上”包裹漏装赠品 要求提供海关打包视频
图表编制：电诉宝		数据来源：315.100EC.CN

【案例一】“全球速卖通”被指罚款力度太重 未提前告知超时后果

1月4日，江西省王女士向“电诉宝”投诉称自己作为速卖通的商家，从12月25日陆陆续续接到超时纠纷的罚款单子，一共有30多单。事先未有任何警告违规的通知，罚款力度太重（比如1个商品自己卖100元，利润10-20元，平台按商品的供货价3倍罚款，共计300元，像这种单子就有30多单），估计要罚6000-8000元。

王女士表示自己是今年5月份入驻速卖通平台，截止现在都还没有赚到这么多钱，都要倒贴钱给他们扣。速卖通这种罚款自己不能接受，第一、处罚之前并未有相应的警告，第二、处罚力度太重，一单利润才10-20元，罚款200-300，它怎么不去抢，第三、在自己入驻平台的时候，平台并未告知超时会有任何罚款的条例，也没有与自己签署任何相应的文件。

王女士的诉求：希望电诉宝帮我沟通协调下，这样处罚是否合理，是否过重，现在生意这么难做，这么罚让商家怎么做的下去，钱没赚到还要倒贴钱给平台，这自己接受不了。

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，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。

【案例二】侵犯消费者权益？用户投诉“识季”商品未发货 却不允许取消订单

3月5日，福建省张女士向“电诉宝”投诉称自己于2024年3月4日晚22:50分在识季app上购买一款celine包包，订单实付9168元，付款成功后10几分钟，突然有点后悔，觉得这款包包可能不太适合自己，欲取消订单，结果完全找不到取消订单的选项，联系客服，客服告知由于跨境商品属性，自己的订单不支持取消。

张女士表示，商家并未发货，订单一直显示正在确认中，却不允许自己取消，并且在购买这款商品时并没有告知是不可以退货的，更何况自己的订单根本还未发货！张女士认为商家的行为侵害到我作为消费者的权益，自己的诉求就是取消订单。

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。

【案例三】不支持七天无理由退货？用户投诉“中免日上”退回未使用商品遭拒

4月10日，上海市陈女士向“电诉宝”投诉称自己于2024年4月2日在中免日上免税店app上购买了一批商品，在2024年4月8日收到货物，因陈女士个人原因不需要了遂申请退货退款。陈女士表示，购买商品没有使用没有损耗，不影响二次销售，但平台拒绝退货，陈女士的诉求是退货退款。

接到用户投诉后，我们第一时间将相关投诉转交给平台，截至发稿前，我们并未收到平台方的任何回复。

【案例四】LV衬衫成“烫手山芋”？用户投诉“识季”售卖商品得物鉴定为假

5月7日，江苏省彭女士向“电诉宝”投诉称自己于2024年1月11日在识季平台购买了一件LV衬衫，涉嫌售假。彭女士本来想在二手平台卖，在一月份得物鉴定为假，五月份得物鉴定又为假，实在没办法求助平台帮忙解决，东西在手上就是浪费资源。彭女士表示，由于得物平台的检测结果，自己的商品不被承认。自己只是想争取利益，不想花钱买假货。

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。

【案例五】用户投诉“中免日上”包裹漏装赠品 要求提供海关打包视频

6月13日，吉林省徐女士向“电诉宝”投诉称其于2024年6月8日在中免日上app上购买雅诗兰黛夜间密集修护肌活套装，含赠品2个15ml的雅诗兰黛白金级花菁萃紧颜精华面霜。6月11日由京东快递送达，家人代签，外包装完好。徐女士打开后发现只有一个套装，无赠品，已经检查过快递盒及防撞纸等。

徐女士联系商家说明情况，并告知快递盒已扔掉。商家售后电话回复自查海关打包视频中物品完全，但不能提供给个人用户，可保留一切视频资料等待第三方审查；同时要求买家提供开箱视频、快递6个面外箱及面单照片，否则不予追踪。徐女士的诉求是：申请平台进行第三方监管，检测中免日上提供的海关打包视频，包含订单中所述套装及2个试用装，同时证明该打包快递是邮寄给本人的。如中免日上无法提供上述证明，则补全货物。

接到用户投诉后，我们第一时间将相关投诉转交给平台，截至发稿前，我们并未收到平台方的任何回复。

（三）数字生活数据与十大典型案例

数字生活消费评级榜：

在 2024 上半年全国数字生活评级榜中：获“**建议下单**”的有：BOSS 直聘、鲁班到家、智行、万师傅、去哪儿、同程旅行、携程等 7 家；获“**谨慎下单**”评级的有：美团；获“**不建议下单**”的有：飞猪、走着瞧旅行、联联周边游等 3 家；获“**不予评级**”的有：饿了么、大麦网、58 同城、猫眼电影、啄木鸟维修。

2024年上半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%	0.938	6.000	0.911	建议下单
2	鲁班到家	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
3	智行	100.00%	0.784	2.000	0.795	建议下单
4	万师傅	100.00%	0.760	2.000	0.788	建议下单
5	去哪儿	98.37%	0.669	3.500	0.782	建议下单
6	同程旅行	100.00%	0.720	2.000	0.776	建议下单
7	携程	100.00%	0.875	0.000	0.762	建议下单
8	美团	97.62%	0.436	0.000	0.619	谨慎下单
9	饿了么	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	飞猪	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	走着瞧旅行	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	58同城	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	联联周边游	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	猫眼电影	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	啄木鸟维修	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

数字生活上榜平台有 32 家：

投诉量 TOP10 依次为：飞猪、去哪儿、美团、BOSS 直聘、大麦网、走着瞧旅行、智行、万师傅、联联周边游、啄木鸟维修；

排在第 11-20 名的是：猫眼电影、饿了么、鲁班到家、同程旅行、携程、58 同城、高德、滴滴出行、大河票务网、侠侣亲子游。

排在第 21-32 名的是：有票 APP、智联招聘、马蜂窝、T3 出行、黄河票务、58 到家、骑驴游、票牛、有票网、途家、高铁管家、摩天轮票务。



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 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 上半年

1 飞猪	2 去哪儿	3 美团	4 BOSS直聘
5 大麦网	6 走着瞧旅行	7 智行	8 万师傅
9 联联周边游	10 啄木鸟维修	11 猫眼电影	12 饿了么
13 鲁班到家	14 同程旅行	15 携程	16 58同城
17 高德	18 滴滴出行	19 大河票务网	20 侠侣亲子游
21 有票APP	22 智联招聘	23 马蜂窝	24 T3出行
25 黄河票务	26 58到家	27 骑驴游	28 票牛
29 有票网	30 途家	31 高铁管家	32 摩天轮票务

(以上为投诉量排行榜)

在数字生活消费领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们从中选取十大典型投诉案例，涉及智行、大河票务网、58 到家、Boss 直聘、猫眼、联联周边游、高德打车、美团外卖、去哪儿、走着瞧旅行。

2024年上半年数字生活典型投诉案例

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
2月3日	大河票务网	“大河票务网”被指数衍了事 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20日	猫眼	“猫眼”系统问题发生跳票 2分钟退款竟遭扣50%服务费？
4月26日	联联周边游	用户投诉“联联周边游”疑似霸王条款 退款强制扣除20%手续费
5月11日	高德打车	用户投诉“高德打车”司机未经询问临时更改路线 未送达目的地
5月22日	美团外卖	玫瑰变月季？用户投诉“美团外卖”商家虚假宣传
6月9日	去哪儿	用户投诉“去哪儿”取消订单遇阻 质疑“半小时取消”霸王条款
6月28日	走着瞧旅行	退款扣除60%手续费？用户投诉“走着瞧旅行”退款政策不合理
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】“大河票务网”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。

【案例三】“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。

【案例四】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。

【案例五】“猫眼”系统问题发生跳票 2 分钟退款竟遭扣 50%服务费？

3月20日，江苏省的赵先生向“电诉宝”投诉称其于阴历 2024 年 3 月 19 日在猫眼 app 软件购买 5 月 25 日-26 日林俊杰苏州演唱会，猫眼系统出现问题发生跳票（跳转其他选项）导致抢票购买到 4 月 6 日李克勤苏州演唱会，随后发现购错票后，即使退票中间间隔 2 分钟左右，平台则扣取了 50%的服务费。

赵先生表示，根据国家法律规定，任何物品购买都有 7 天无理由退货的选择和肯定。赵先生认为这款软件的这种做法是对我个人消费者权益保护法的藐视和无视，希望给予解决方法。

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。

【案例六】用户投诉“联联周边游”疑似霸王条款 退款强制扣除 20%手续费

4月26日，四川省的陈女士向“电诉宝”投诉称其于4月20日通过联联周边游平台购买了绵阳方特和自贡方特的双人游特惠票，共计448元。由于当时尚未确定具体游玩地点，在两个地方都进行了购票。然而随后发现这些订单变成了不可退款的类型，这引起了她的不满和疑虑。

陈女士尝试联系联联周边游的客服寻求解决方案，但得到的答复是只能申请退80%的款项。陈女士认为在其他平台上，类似的产品都能够在4月30日前实现全款退款，而联联周边游却拒绝提供同样的服务，这明显是联联周边游平台方面不想退款的表现。

陈女士表示自己目前的退款要求并未对商家造成实质性的影响。诉求是要求联联周边游平台全额退掉两个订单。

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，尚未收到联联周边游平台工作人员的回复。

【案例七】用户投诉“高德打车”司机未经问询临时更改路线 未送达目的地

5月11日，湖北省的王先生向“电诉宝”投诉称其于5月11日上午11点左右计划使用高德打车前往附近的一家商场。在司机到达后，司机却临时改变了原定的行程路线，没有按照导航规划的路径行驶，而是根据个人喜好选择了另一条路线。

王先生表示，在司机改变路线的过程中，他并没有收到任何关于此事的通知或询问，导致他无法及时表达自己的意见或选择。更让他不满的是，司机选择的路线并没有将他送达商场的常用入口（1号门），而是接近了7号门，这给他在暴雨天气下的出行带来了极大的不便。

王先生尝试通过高德app小程序客服和400客服电话与平台沟通，但是他并没有得到任何有意义的回应或解决方案。更为糟糕的是，由于系统原因，他在接

下来的三个小时内都无法再次使用高德打车开启新的行程。王先生的诉求是他希望能够获得退款，并额外获得 80 元的优惠券作为赔偿。

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】玫瑰变月季？ 用户投诉“美团外卖”商家虚假宣传

5 月 22 日，广东省的王先生向“电诉宝”反映称其于 2024 年 5 月 20 日在美团外卖下单购买弗洛依德鲜花，但最后收到的却是月季，商家商品售假，虚假宣传，侵害消费者权益，欺诈消费者。王先生的述求是按照相关规定退一赔三，不满 500，赔 500。

王先生表示 5 月 20 日跟商家沟通，商家竟然连弗洛依德是什么都不知道，辩称弗洛依德就是普通玫瑰拒不退款。王先生称后向平台方申请退款及介入，但是 5.21 平台方说平台不能直接退款，向自己赔偿 20 元解决该问题，不同意，后说要升级专员处理，至今未处理。

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，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。

【案例九】用户投诉“去哪儿”取消订单遇阻 质疑“半小时取消”霸王条款

6 月 9 日，江苏省的陆先生向“电诉宝”投诉称其于 2024 年 6 月 7 日在去哪儿网预订了位于安吉的晓泉民宿，计划于 6 月 9 日入住。然而，由于天气预报显示当天将下雨降温，并且考虑到他的孩子之前一直有轻微的咳嗽，陆先生决定取消原计划的漂流活动，并随后试图取消酒店订单。

在尝试取消订单时，陆先生发现去哪儿网平台设置了规定，即订单在确认后的半小时内可以取消，超过这个时间则无法取消。他尝试与去哪儿网的客服以及酒店方进行沟通，希望能取消订单并获得退款，但均未得到满意的答复。

陆先生认为，根据《中华人民共和国消费者权益保护法》的相关规定，如果经营者未按约定提供商品或服务，消费者有权要求退还预付款余额，并要求依法

赔偿损失。他认为去哪儿网平台设置的“半小时内可取消”的规则属于“霸王条款”，且酒店商家拒绝取消订单的做法也不合理。陆先生的诉求是取消未入住的酒店订单，并获得正常的退款。

接到用户投诉后，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。

【案例十】退款扣除 60% 手续费？ 用户投诉“走着瞧旅行”退款政策不合理

6 月 28 日，海南省的黄先生向“电诉宝”投诉称 2021 年 10 月 28 日 22 点 16 分通过微信平台购买了走着瞧旅行社的八张海岛游旅行卡，并支付了 5992 元。作为老客户，李先生享受了 400 元的优惠，实际支付金额为 5592 元。然而，由于疫情的影响，李先生一直未能出行使用这些旅行卡。

黄先生表示自己找他们退款，他们客服说可以延长卡片使用期限为永久，就暂时没退。22 年初黄先生搬家到海口，就不再需要他们的旅行服务。今天申请退款，客服回复说需要扣除 60% 的费用才能退款。黄先生并未使用走着瞧的旅游卡，也未确定具体出行日期，更未通过旅行社预订机票酒店等服务，对旅行社未产生实质性成本，收取如此高的违约金非常不合理。黄先生请求电诉宝帮忙跟进，帮他追回退款。

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，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。

（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 上半年全国数字教育评级榜中：获“谨慎下单”的有：网易云课堂、塞优教育、环球网校；获“不建议下单”的有：对啊网、学慧网、一只船教育、中安建培；获“不予评级”的有嗨学网、聚师网、尚德机构、潭州教育、常青藤爸爸、小叶子陪练、VIPKID、中公教育。

2024年上半年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%	0.787	7.500	0.891	建议下单
2	帮考网	100.00%	0.725	4.000	0.811	建议下单
3	网易云课堂	100.00%	0.174	2.000	0.612	谨慎下单
4	赛优教育	100.00%	0.100	0.000	0.530	谨慎下单
5	环球网校	85.71%	0.086	0.000	0.454	谨慎下单
6	嗨学网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
6	聚师网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
6	尚德机构	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
6	对啊网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
6	潭州教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
6	学慧网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
6	常青藤爸爸	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
6	小叶子陪练	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
6	一只船教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
6	中安建培	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
6	VIPKID	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
6	中公教育	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

数字教育上榜平台有 38 家：

投诉量 TOP10 依次为：一只船教育、网易云课堂、中安建培、中公教育、中

职通、帮考网、嗨学网、小叶子陪练、尚德机构、赛优教育；

排在第 11-20 名的是：潭州教育、常青藤爸爸、环球网校、聚师网、对啊网 VIPKID、学慧网、深海教育、高教通、恒企教育；

排在第 21-38 名的是：大鹏教育、芸学教育、兴为教育、沪江网校、中华会计网校、帮考教育、聚力成师教育、嗨学网、开课吧、聚狮在线教育、抖音查理老师、河小象 APP、中国会计网、平安好学、英语流利说、掌门 1 对 1、博学网、阿卡索外教网。


电诉宝
网络消费纠纷调解平台


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](#)
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](#)
[上半年](#)

在数字教育消费领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们从中选取十大典型案例，涉及尚德机构、潭州教育、芸学教育、一只船教育、恒企教育、

高教通、高顿教育、深海教育、中公教育、兴为教育。

2024年（上）数字教育典型投诉案例		
投诉时间	投诉平台	投诉案例
1月3日	尚德机构	每天学习2h就能过？用户反映“尚德机构”霸王条款不予退款
1月20日	潭州教育	一对一教学实为录播 用户要求“潭州教育”退全款
2月16日	芸学教育	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
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30日	恒企教育	“恒企教育”被指合同签订后冷落用户 课程质量与承诺大相径庭
4月12日	高教通	考过全额退款？用户投诉“高教通”虚假宣传 申请退费一年无进展
5月14日	高顿教育	VIP班考试保过？用户投诉“高顿教育”涉嫌虚假宣传
5月27日	深海教育	用户投诉“深海教育”录播课程失效 五千元报考费退款无门
6月14日	中公教育	“中公教育”被指退款难 武汉分公司收取培训费后 承诺退款却成空谈
6月21日	兴为教育	“兴为教育”被指倒闭 承诺专升本三年无果
图表编制：电诉宝		数据来源：315.100EC.CN

【案例一】每天学习 2h 就能过？用户反映“尚德机构”霸王条款不予退款

1月3日，吉林省的应先生向“电诉宝”投诉称其于2018年10月在网站上无意间看到尚德机构的广告，那时候对自己的工作不满想要通过学习去改变，于是咨询客服并报名尚德机构，那时候没那么多学费，先是通过微信付了1680元的订金，尚德机构给自己在度小满平台办了个满选教育借贷金额是15120元。

应先生称购买课程前，他们说的很好听每天抽出两个小时学习就能过考试，学的都是历年的高频题。在坚持学习一小段学习后，发现没有大量时间的投入学习根本考不上，然后转年19年失业了，就更无暇学习了，直到19年9月经家人的帮助下，去了东北做买卖，那时候彻底就没用过尚德机构APP，之前他们说过的无期限的，随时可以学，也随时可以考，所以也没把这事儿放心上了，慢慢

的就给忘了。

应先生表示直到去年还想到并联系了一位老师想退款，但是最终无果，从报名到现在，没有参加过任何考试，也没刷过多少课时，以前也没想过要为自己维权，2023年1月2号，又向该机构要求退款，他们说已经过服务期了无法办理退款，当初入学的时候也没有说明，一切说法都只是他们单方面的规定，自己并不知情。

【案例二】一对一教学实为录播 用户要求“潭州教育”退全款

1月20日，福建省王女士向“电诉宝”投诉称其于2022年1月在抖音上看到配音课程宣传，添加了微信以后试看了一次推广课程的视频，说一个老师会收几个学员，课程是直播且包推荐就业。

王女士发现实际上交完钱（没有钱还诱导贷款分期）以后就只给推荐一个班主任，并且是在小咖辅导app上录播的课程，说好的一对一教学就是王女士一个人看一个录播视频。王女士称，现在微信上那个所谓的班主任已经找不到了，公众号也异常了，学习的软件也异常了，像是跑路了。王女士那个课程都没看几分钟，要求退全款。

【案例三】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。

【案例四】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。

【案例五】“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，而贷款通过后才态度大变，显得异常开心。

【案例六】考过全额退款？用户投诉“高教通”虚假宣传 申请退费一年无进展

4月12日，云南省付先生向“电诉宝”投诉称自己于2023年2月28日在镇雄微帮平台看到高教通招生广告，于是联系了对方，负责报名的老师跟付先生承诺，不考英语数学，而且考试非常简单，平时不学都没关系，只要考前认真看他们提供的考前资料就能通过，而且两年考过后会全额退款。

于是在2月28日当晚付先生就缴费报名了，3月1号付先生找到负责班主任老师核实考试科目后，在网上搜查了该公司，发现该公司被很多消费者举报不退费，虚假宣传，以政府优惠政策补贴为由诱骗消费者缴费，于是在本年3月2日付先生向高教通提出退学申请要求退款，遭到各种推脱变相拒绝后进行了举报。付先生表示，到现在已经一年多了，没有任何消息。付先生的诉求是责令高教通退还自己缴纳定金200元加信用卡分期6780元，共计6980元。

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，但截至发稿前尚未收到高教通工作人员的回复。

【案例七】VIP班考试保过？用户投诉“高顿教育”涉嫌虚假宣传

5月14日，浙江省张女士向“电诉宝”投诉称自己于2023年2月20日在高顿教育购买注册会计师CPA VIP网络课程，当时购买课程时销售说VIP保过，不过全额退款。张女士表示自己没日没夜学了1年，报考三科都没有过60分线，且有两科只考了20分左右，其中还很大部分选择题。

张女士表示自己研究生学历，当时销售老师说普通人都是可以考出，由此说明高顿VIP保过班虚假宣传成份很高，侵害了本人的权益，张女士的诉求是退23200元（总计付34800/6门课*4门课程退费=23200元，其中开课三科，有一科考了

40 分，协议中过 40 分可全额退款）。

因高顿 VIP 保过班虚假宣传成份很高，具有欺骗性质，张女士就联系招生老师说要退课，对方一直不同意，说课程开通了就不给退。张女士表示，真不知道这样的教育机构是为了让教育回归教育本身，还是只是为了打着教育的名义赚钱？

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，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】用户投诉“深海教育”录播课程失效 五千元报考费退款无门

5 月 27 日，广东省覃女士向“电诉宝”投诉称自己于 2021 年 9 月 28 日在某平台查看【人力资源中级证书】考证信息，便与客服深度沟通，但由于在职状态中未能及时响应深海教育每一节直播课，错过了 2022 年的、2023 年的考试，目前 2024 年希望可以参加考试。

但覃女士点开深海教育 APP，发现之前所有的录播课程已无法查看，考试真题也无法打开，由于尚未参加考试，所以希望本次报考费用，5980 元可全款退款。目前深海教育已无法联系上，不知道是否已破产与注销。

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。

【案例九】“中公教育”被指退款难 武汉分公司收取培训费后 承诺退款却成空谈

6 月 14 日，湖北省的关女士向“电诉宝”投诉称其于 2024 年 1 月 29 日向北京中公教育科技有限公司武汉分公司支付培训费 14300 元，当时签订的协议是笔试或者面试不过退 10500 元。

关女士申请退费时，推诿至总部，即北京中公教育科技有限公司，一直联系未果，至今一分钱未退。北京中公教育宜昌分公司的售后老师开始不回复任何消息，且关女士付钱以后也不开发票，钱是转给武汉分公司。推诿，一副死猪不怕开水烫的样子。期间，明明协议版有线下课程，被临时告知上不了，后期退费

完全毫无希望！

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。

【案例十】“兴为教育”被指倒闭 承诺专升本三年无果

6月21日，青海省的谢先生向“电诉宝”投诉称其于2021年11月购买了兴为教育提供的专升本课程，并支付了相应的费用。当时，兴为教育承诺在三年后为其颁发毕业证书。然而，时至今日，谢先生并未收到所承诺的毕业证书，而且最近发现兴为教育已经倒闭。谢先生望平台给予帮助。

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，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。

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，为了更好地帮助电商平台更好的处理投诉。平台“绿色通道”服务向广大电商平台开放，电商可自主申请入驻，实时受理、反馈和查询用户满意度评价。



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、...

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](#)

请输入平台名称搜索 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假物流信息考核，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假物流信息考核，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，作为中国领先的数字经济服务商，提供“媒体+智库”、“会员+孵化”服务：

（1）**媒体传播服务**：全媒体传播与全案营销，适用于电商平台、头部服务商等 PR 条线；

（2）**智库服务**：报告、培训、数据、游学等，适用于各类企事业单位、政府部门、培训机构、电商平台等；

（3）**“千电万商”生态圈服务**：私董会、协会会员、展会代销等，适用于各类电商渠道方、品牌方、商家、供应链公司等；

（4）**创业孵化器服务**：办公场地、FA 投融资、战略顾问等，适用于各类初创公司。（如果您有相关需求，欢迎联系加微信：www-100ec-cn，备注单位+职位+姓名）



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《2024 年（上）中国电子商务用户体验与投诉数据报告》”。

2、本报告仅为参考研究资料，不构成投资、决策等任何建议，由此带来的风险请慎重考虑，网经社电子商务研究中心不承担因使用本报告信息而产生的任何责任。

3、报告涉及金额单位除特殊标注外，均默认为人民币（元）；本报告数据除特殊说明外，一般不含港澳台。

除参与上述报告合作外，我们欢迎也各电商平台及相关公司，基于各自平台大数据，开展个性化定制，包括但不限于：平台年度用户画像与大数据报告、公司案例研究专题研究报告、公司与竞对研究分析投资价值、平台合规性审查报告，以及公司所在细分行业关于平台模式、物流网络、金融科技、用户体验、财务分析、投融资、行业影响力、舆情口碑、用户体验评测、平台界面与功能服务评测等细分角度切入的行业性报告。

报告发布：网经社电子商务研究中心

发布时间：2024 年 7 月 10 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)

