

2020年度 二手电商消费投诉数据与典型案例报告

数据来源： **电数宝**
电商大数据

案例来源： **电诉宝**
网络消费纠纷调解平台

发布时间：2021年1月28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、榜单数据	3
二、整体数据	6
（一）投诉问题类型分布	6
（二）投诉用户性别、金额分布	7
（三）投诉地区分布	9
三、主要平台数据与案例	9
（一）“红布林”	9
（二）“找靓机”	15
（三）“转转”	20
（四）“闲鱼”	26
（五）“猎趣”	32
四、关于我们	37
（一）关于电诉宝	37
（二）关于网经社	40
（三）报告发布计划	42

一、榜单数据

随着存量经济时代到来,三四线城市消费需求爆发,交易闲置物品的需求也在快速增长。二手电商正在发展成为平台经济中一支快速崛起的力量。但由于缺乏行业规范,行业乱象、投诉多、维权难等发展问题逐渐显现,对买卖双方的合法权益均造成一定的侵害。可以说,二手交易陷阱的根除并非一朝一夕就能完成,而是需要平台的管理和制度不断的跟上发展中存在的弊端。

1月27日,依据国内电商专业消费调解平台“电诉宝”(315.100EC.CN)2020年全年受理的全国480家电商平台海量用户消费纠纷案例大数据,网经社电子商务研究中心发布了《2020年度二手电商消费投诉数据与典型案例报告》。

2020年全年“电诉宝”受理投诉中涉及二手电商平台有红布林、找靓机、转转、闲鱼、猎趣、爱回收、孔夫子旧书网、利淘网。此前,只二、享物说、多抓鱼、旧书街、拍拍二手、心上等也接到消费者的投诉。

同时,报告还公布了《2020年全国零售电商(二手电商)消费评级榜》,其中,二手电商共**5家**电商平台入选,包括:红布林、找靓机、转转、闲鱼、猎趣。

2020年全国零售电商（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	详情
1	红布林	100.00%	0.890	2.000	0.827	建议下单	数据详情
2	找靓机	62.50%	0.250	0.000	0.388	不建议下单	数据详情
3	转转	10.77%	0.108	0.000	0.086	不建议下单	数据详情
4	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级	数据详情
4	猎趣	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级	数据详情

备注：

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

1.1、平台回复率：平台移交被投诉电商用户投诉，被投诉电商的有效回复率。

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

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

2、评级划分由综合指数高低决定，不建议下单 $\in [0, 0.4)$ ，谨慎下单 $\in [0.4, 0.75)$ ，建议下单 $\in [0.75, 1.0]$ 。

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。

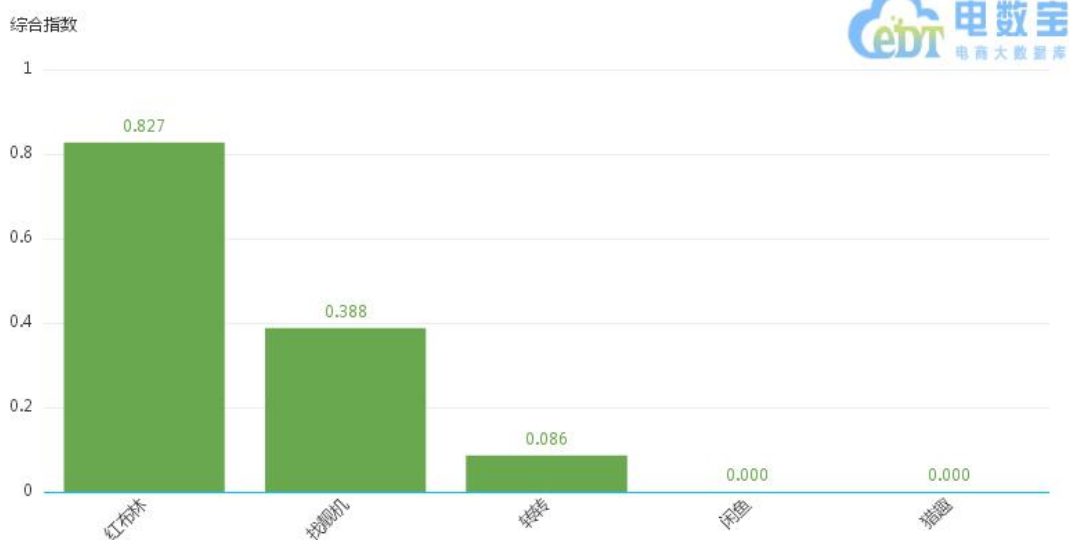
4、本榜单所有数据均由系统后台根据各电商平台上述行为，依据上述模型算法自动生成，不受任何人工因素影响。

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

据悉，榜单依据反馈率、反馈时效、满意度多项指标，由系统建模、自动评估、公开披露，其数据评级完全由平台智能化生成。详见“电数宝”（DATA.100EC.CN）。

2020年全国零售电商（二手电商）综合指数对比图



图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

注：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 $\in [0.75, 1.0]$ 。

据“电数宝”数据显示，红布林获“**建议下单**”评级；找靓机、转转获“**谨慎下单**”评级；对闲鱼、猎趣“**不予评级**”。在受理平台移交的用户投诉，平台反馈率、回复时效性、用户满意度相对较低，需积极受理第三方移交督办的全国各地用户投诉线索并第一时间相应、及时反馈努力提高售后服务水平和口碑。

二手电商：网经社定义为专注于闲置商品交易的电商平台。主要交易形式有二手买卖、二手置换、二手回收等。这里所指的二手电商一般不包括二手车、二手房此类大件商品。据网经社监测数据显示，目前二手电商的玩家包括：1) **二手综合类**：闲鱼、转转、享物说、胖球等；2) **二手电子产品类**：找靓机、爱回收、回收宝等；3) **二手时尚类**：花粉儿、红布林等；4) **二手奢侈品类**：只二、心上、胖虎等；5) **二手书类**：孔夫子旧书网、阅邻等。

二、整体数据

（一）投诉问题类型分布

2020年二手电商投诉问题类型分布



图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

据国内电商专业消费调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）受理用户维权案例显示，网络欺诈、退款问题、商品质量、货不对板、售后服务、霸王条款、网络售假、退换货难等是2020年全年二手电商投诉的主要问题。

（二）投诉用户性别、金额分布

2020年二手电商投诉用户性别分布

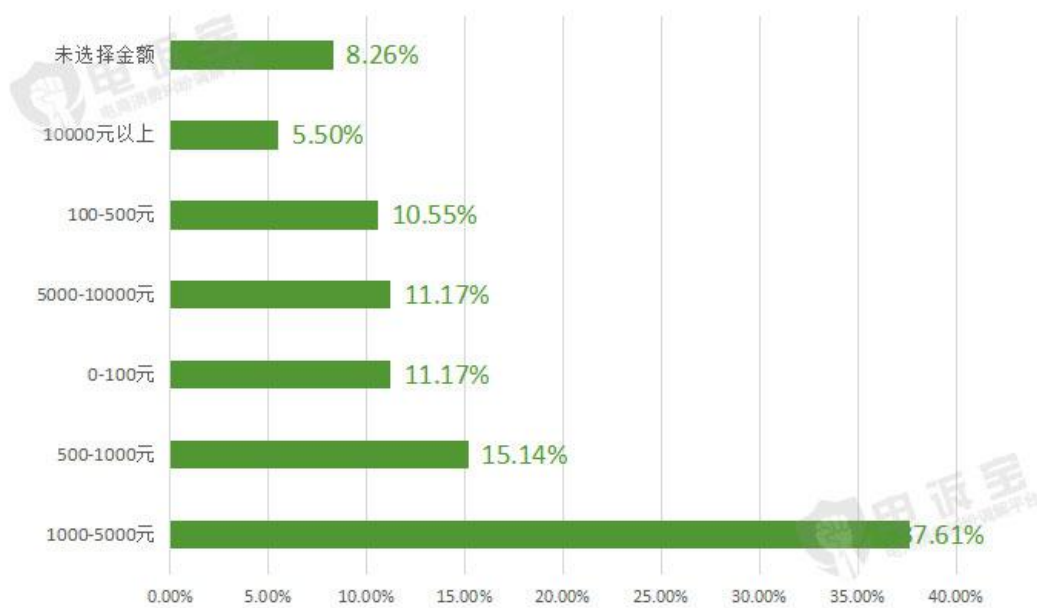


图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

2020 年全年投诉二手电商的用户性别占比分别为男性（50.92%）、女性（49.08%）；

2020年二手电商投诉金额分布



图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉金额区间前三依次为 1000-5000 元（37.61%）、500-1000 元（15.14%）、0-100 元（11.17%）、5000-10000 元（11.17%）。

（三）投诉地区分布

2020年二手电商用户投诉地区分布TOP20



图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

2020 年全年投诉二手电商的用户集中地前三依次为广东省、浙江省、北京市，占比分别为 12.39%、9.63%、8.72%。

三、主要平台数据与案例

（一）“红布林”

1.1 2020 年全年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年致美生活（北京）科技有限公司旗下运营“红布林”共获得18次消费评级，其中，15次获“建议下单”评级，3次获“谨慎下单”评级，全年整体消费评级为“建议下单”。

红布林电商消费2020年评级数据

年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2020年	全年	100.00%	0.890	2.000	0.827	建议下单
2020年	第四季度	100.00%	0.931	2.000	0.839	建议下单
2020年	双11	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	11月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	10月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	第三季度	100.00%	0.760	2.000	0.788	建议下单
2020年	9月	100.00%	0.750	0.000	0.725	谨慎下单
2020年	8月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	7月	80.00%	0.720	0.000	0.616	谨慎下单
2020年	上半年	100.00%	0.921	2.000	0.836	建议下单
2020年	第二季度	100.00%	0.917	2.000	0.835	建议下单
2020年	6月	100.00%	0.750	0.000	0.725	谨慎下单
2020年	5月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	4月	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2020年	第一季度	100.00%	0.925	2.000	0.838	建议下单
2020年	3月	100.00%	0.943	2.000	0.843	建议下单
2020年	2月	100.00%	0.933	2.000	0.840	建议下单
2020年	1月	100.00%	0.867	0.000	0.760	建议下单

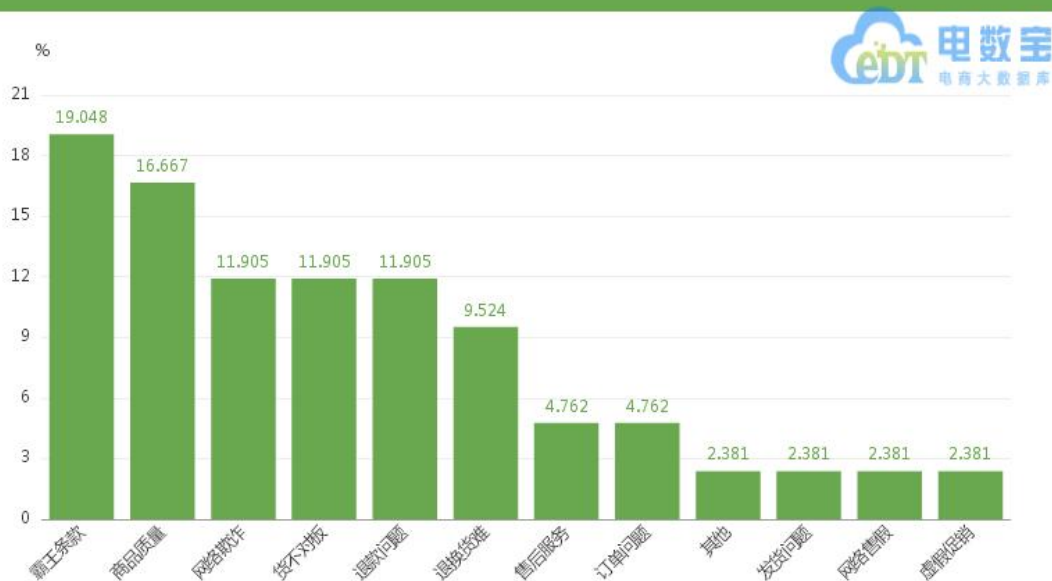
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

1.2 消费问题分布

据“电数宝”显示，“红布林”存在霸王条款、商品质量、网络欺诈、货不对板、退款问题、退换货难等其他问题。

红布林2020年全年投诉问题类型占比图



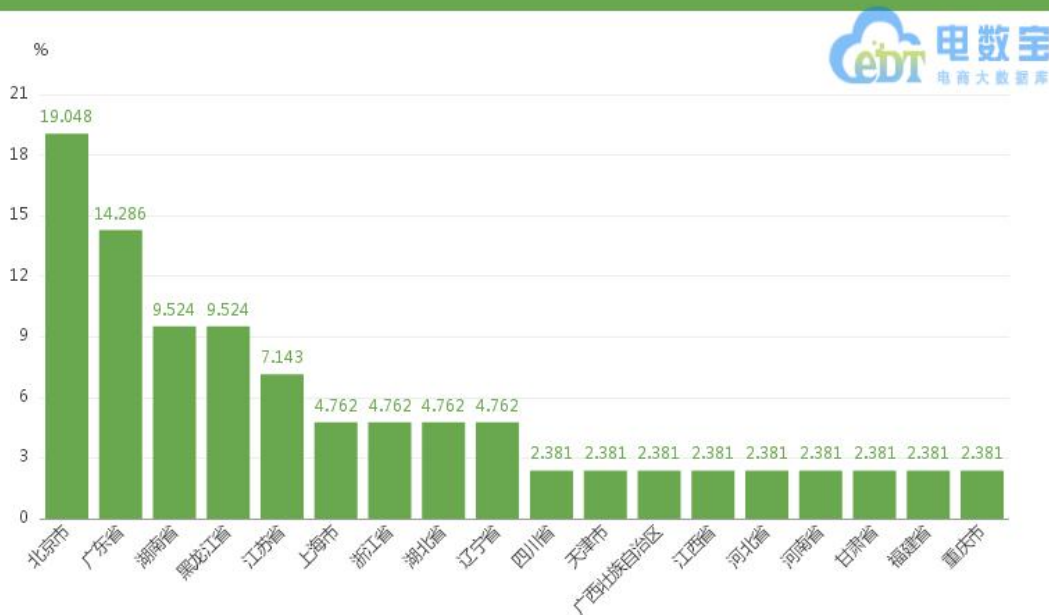
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

1.3 投诉地区分布

据“电数宝”显示，2020年度投诉“红布林”的用户主要集中地排名前十的依次为北京市、广东省、湖南省、黑龙江省、江苏省、上海市、浙江省、湖北省、辽宁省、四川省。

红布林2020年全年投诉者地区占比图



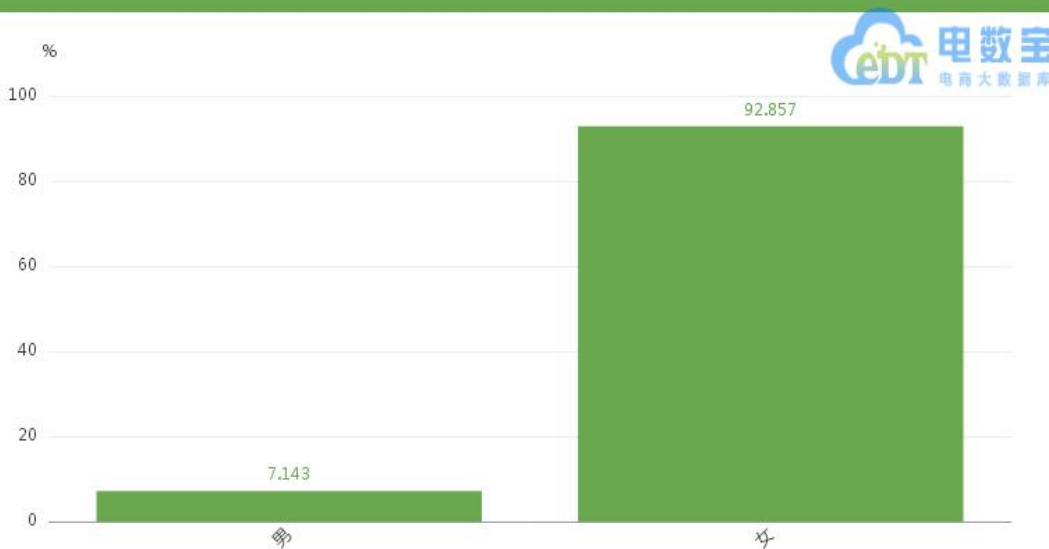
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

1.4 投诉性别及金额占比

据“电数宝”显示，在投诉“红布林”的用户中男生占比 7.14%，女生占比 92.86%。

红布林2020年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

用户投诉“红布林”的消费金额主要在 1000-5000 元、5000-10000 元、10000 元以上，占比分别为 33.333%、23.810%和 23.810%。



1.5 典型案例披露

【案例一】“红布林”直播商品被指质量问题 到货多处破损售后退货遭拒

广东省的林女士于 2020 年在“红布林”-坚果秒杀直播间购买 lvalma 小号贝壳包，当时介绍商品只有轻微自然使用痕迹达 9.8 新，并没提及包身磨损破皮隔破等问题，11 月 6 日收到包后发现 1. 手柄有明显隔痕 2. 多处表皮破损，掉皮等属于未说明情况。多次联系客服未有处理结果，回复时效超长，24 小时到 72 小时不断推迟，包身包装未有拆除的情况下拒不退货。对此，“红布林”反馈称：已为用户核实处理完毕，用户认可处理结果，关于运费问题，收到退款后联系平台客服申请报销，用户知晓。

【案例二】“红布林”二手商品寄卖存“隐忧” 商品召回“缺斤短两”售后难

王女士投诉称她于 2020 年 5 月份在“PLUM 红布林”平台寄卖个人闲置的 DIOR 墨镜，寄给平台时有墨镜、Dior 墨镜外包装纸盒、Dior 皮质墨镜盒和 Dior 墨镜布。9 月份王女士召回了此套物品，收到包裹时，只有一副 Dior 墨镜，品牌原装配件全都没有。之后联系红

布林平台，工作人员告知丢失，王女士认为平台一边收取高额的佣金，一边随意处理我们的东西。接到该用户投诉后，彼时我们第一时间将投诉案件移交该平台相关工作人员督办妥善处理，对此，“红布林”发来反馈称：用户反馈的问题平台已收到，正在为用户核实处理中，请用户耐心等待，后续有任何问题可随时联系平台处理，感谢用户认可。

【案例三】“红布林”商品质量存下次 售后退货遭拒

杨女士于9月29号凌晨肖老师直播间买下一支二手伯爵腕表，拍前再三询问主播腕表是否有瑕疵硬伤表链长短是否合适，主播拿放大镜仔细查看并保证此表原装原钻，表链约16厘米长，完全适合我的腕围。29号我收到表后，发现表链非常短，整支表只有15厘米，我14.5的手腕戴着特别紧。随后我又将表拿到表行鉴定，发现此表贝母表盘上有一处裂纹。我立刻联系了红布林客服，客服却说商品详情有说明，此表有明显使用痕迹，强词夺理推卸责任拒绝退货。随后几天红布林联系我说，经他们检查里面是胶印不是裂纹，不属于质量问题不能退款，现在表不在我手里我无法证实里面究竟是什么，但是我认为胶印也好裂痕也罢，都是不应该出现在表盘里的，他们没有履行告知义务，在我不知情的情况下卖给我，我可以选择不接受。此外对于表链过短问题一直没有给出解决办法，只是一再告诉我决绝退货，劝我在他们平台进行转卖，可以给我300元优惠券，我表示不能接受。另外我多次向红布林索要当日直播回放，他们一直没有给我，回放里有清晰的证据证明当日主播所说情况与实际不符。

接到该用户投诉后，彼时我们第一时间将投诉案件移交该平台相关工作人员督办妥善处理，对此，“红布林”发来反馈称：平台已收到用户反馈并为用户核实了，编辑商品尺寸为15，核实直播视频，主播告知尺寸为15可以带，但是有点紧，14.5-15也是可以佩戴，描述和实际尺寸相符；商品已为用户核实非裂纹，为商品本身胶印，商品瑕疵很小属于二手商品微瑕范围内，用户不符合退货条件，平台给出用户解决方案：8折佣金券转卖，或300元现金，或400元优惠券，用户认可可随时联系客服处理。

（二）“找靓机”

2.1 2020年全年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年深圳市万事富科技有限公司旗下运营“找靓机”共获得10次消费评级，其中，1次获“建议下单”评级，2次获“谨慎下单”评级，7次获“不建议下单”评级，全年整体消费评级为“不建议下单”。

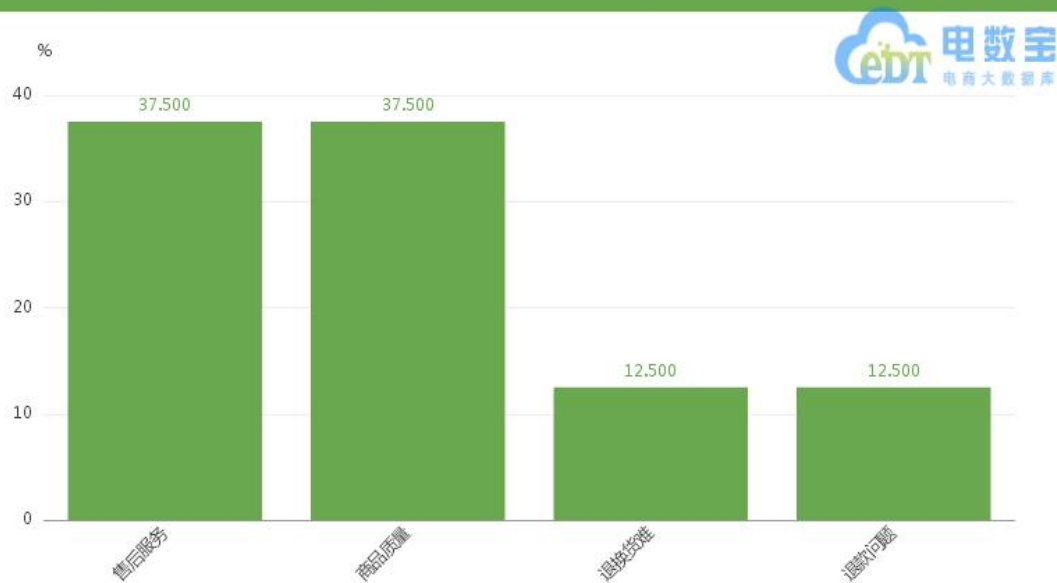
找靓机电商消费2020年评级数据						
年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2020年	全年	62.50%	0.250	0.000	0.388	不建议下单
2020年	第四季度	40.00%	0.200	0.000	0.260	不建议下单
2020年	10月	100.00%	0.500	0.000	0.650	谨慎下单
2020年	第三季度	100.00%	0.333	0.000	0.600	谨慎下单
2020年	9月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台） 数据来源：WWW.100EC.CN

2.2 消费问题分布

据“电数宝”显示，“找靓机”存在商品质量、退换货难、退款等其他问题。

找靓机2020年全年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

2.3 投诉地区分布

据“电数宝”显示，2020 年度投诉“找靓机”的用户主要集中地为浙江省、湖南省、四川省、福建省和贵州省。

找靓机2020年全年投诉者地区占比图



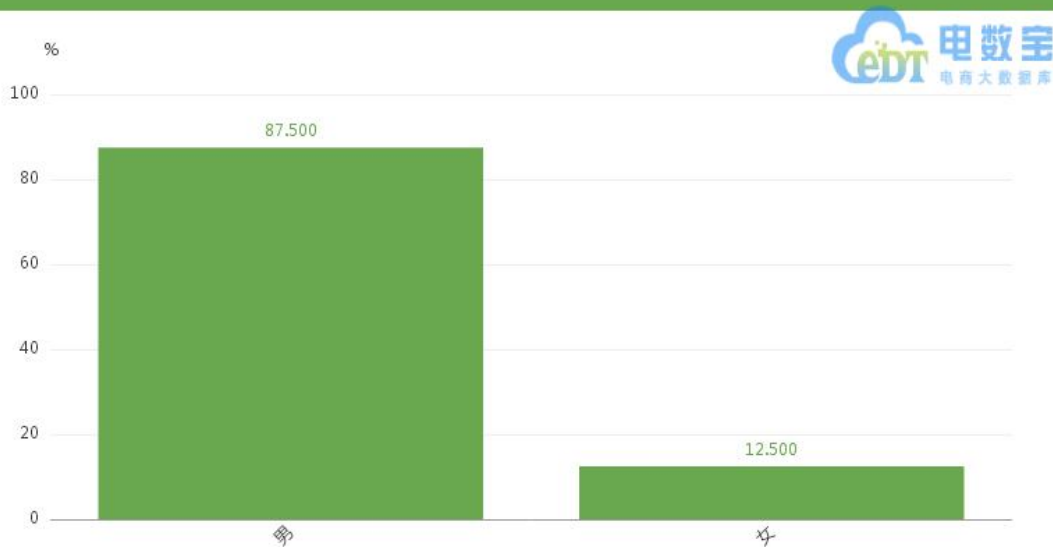
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

2.4 投诉性别及金额占比

据“电数宝”显示，在投诉“找靓机”的用户中男生占比 87.500%，女生占比 12.500%。

找靓机2020年全年投诉者性别占比图

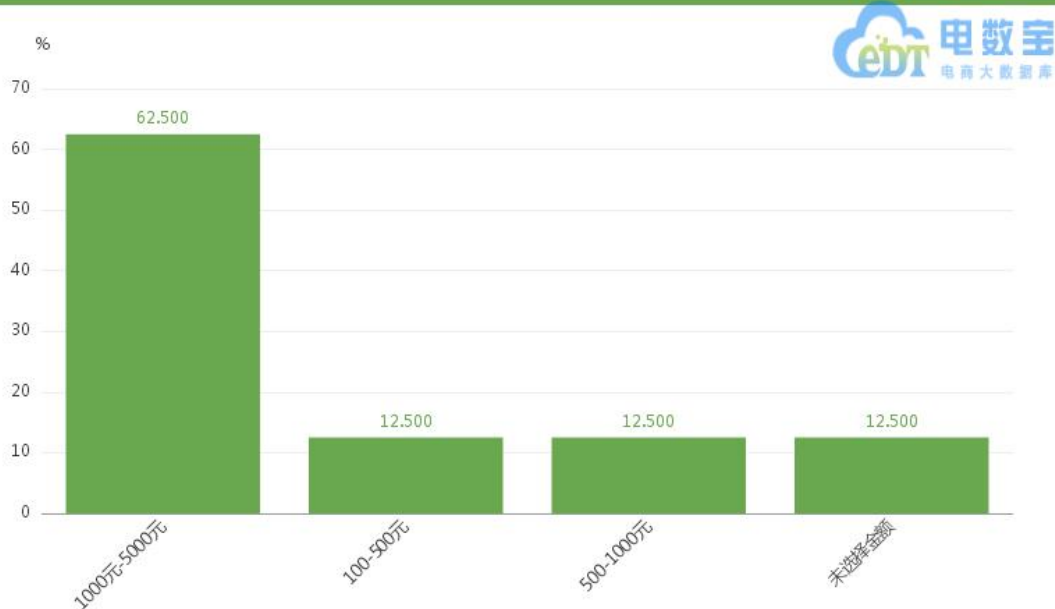


图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

据“电数宝”显示，用户投诉“找靓机”的消费金额主要在 1000-5000 元、100-500 元、500-1000 元区间，占比分别为 62.500%、12.500%和 12.500%。

找靓机2020年全年投诉金额占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

2.5 典型案例披露

【案例一】“找靓机”出售的机器多次返厂 质量堪忧

浙江省葛女士于 19 年 12 月月底在找靓机平台购入苹果笔记本一台，疫情期间发现无法开机，也无法充电。闲置到疫情结束后在 2020 年 5 月份才想起来这个笔记本，在 5 月 12 日寄回找靓机平台检修，期间经过一个月时间等待维修，期间交付 680 元维修费，因为维修人员原本以为是充电接口的问题，置换借口需要 680 元费用，在 5 月底告知我本子主板损坏无法维修，目前本子能够开机但是不稳定，并在 6 月 2 日把本子寄还给我。

之后我收到本子后发现电脑还是无法充电，在 6 月底空闲时间把笔记本送至宁波天一苹果 bar 检测，这台本子出厂日期在 16 年 1 月，在美国有多条返厂维修记录，在拨打苹果官方服务热线查询本子情况的时候有反应这台本子以前就有过进水记录，且有第三方维修记录，那么这台本子在经过找靓机平台卖给我之前，这个笔记本本身就是不稳定且有质量问题的机器，找靓机平台在接收这样的机器时没有严格检测出问题，流出市场，这是找靓机平台的失误，但这个损失不能让客户来承担，这台机器到我手上使用次数不超过 10 次，且用

内胆包保护，机器系统可看出基本没有很么使用痕迹，绝没有出现进水问题，溅水都没有，产品质量问题推脱不负责，希望找靓机平台能给我一个合理的损失赔偿。

【案例二】“找靓机”购买的产品卡屏 客服检测进水要求顾客自己承担维修费用

湖南省的蒋先生于 2020 年 3 月 9 日在找靓机平台购买一台苹果笔记本电脑，前段时间使用一直很正常，但到了 7 月 29 日晚上电脑突然出现闪屏，卡屏，死机状态，然后找到客服回机检测维修，结果今天收到维修人员反馈说我电脑主板进水，发了几张照片，然后客服一直说确实是我的电脑进水了。

蒋先生声称自己买了电脑 4 个月不到一直放电脑桌上磕碰都没得怎么可能会进水，而且时间也不长就算有进水我自己怎么可能不记得，而且机器出售前商家没走任何图片证明机器内部是没问题的，我现在就怀疑机器在出售时存在问题然后进行出售，而且维修主板还需要让我们自己出钱。

【案例三】“找靓机”出售有锁机器 商家还拒绝退货

湖南省的易先生在找靓机 899 元购买苹果手机一台。三天后收到，隔一天后在朋友面前装卡试机发现存在 ID 锁机现象后，联系客服人员进行沟通。经过一番沟通，客服人员要我寄回去修理查看。之后半个月等待中我持续咨询找靓机平台处理结果。他们每次回复都是说去核实，经过半月后客服电话我，说不是他们公司问题，是我的个人问题。说我忘记了密码，还说我的朋友用过，总的就我缘故留下来的 ID。易先生表示自己不可能买个手机自己登陆了锁了设备在让他们修，或我朋友偷偷登陆。他对此无语以对，买了个手机，还没登陆进去就存在 ID 我为客服人员忽悠我烦。既然处理不了 ID 为什么当时不让我退，修了半月我没点回信，最后结果来了个不是质检员问题，要退机给我。

（三）“转转”

3.1 2020 年全年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年北京转转精神科技有限责任公司运营“转转”共获得19次消费评级，其中10次获“不予评级”，9次获“不建议下单”评级，2020年全年消费评级为“不建议下单”。

转转电商消费2020年评级数据

年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2020年	全年	10.77%	0.108	0.000	0.086	不建议下单
2020年	第四季度	11.32%	0.113	0.000	0.091	不建议下单
2020年	双11	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	11月	25.00%	0.250	0.000	0.200	不建议下单
2020年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第三季度	8.33%	0.083	0.000	0.067	不建议下单
2020年	9月	25.00%	0.250	0.000	0.200	不建议下单
2020年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	上半年	4.76%	0.048	0.000	0.038	不建议下单
2020年	第二季度	20.83%	0.208	0.000	0.167	不建议下单
2020年	6月	20.00%	0.200	0.000	0.160	不建议下单
2020年	5月	20.00%	0.200	0.000	0.160	不建议下单
2020年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

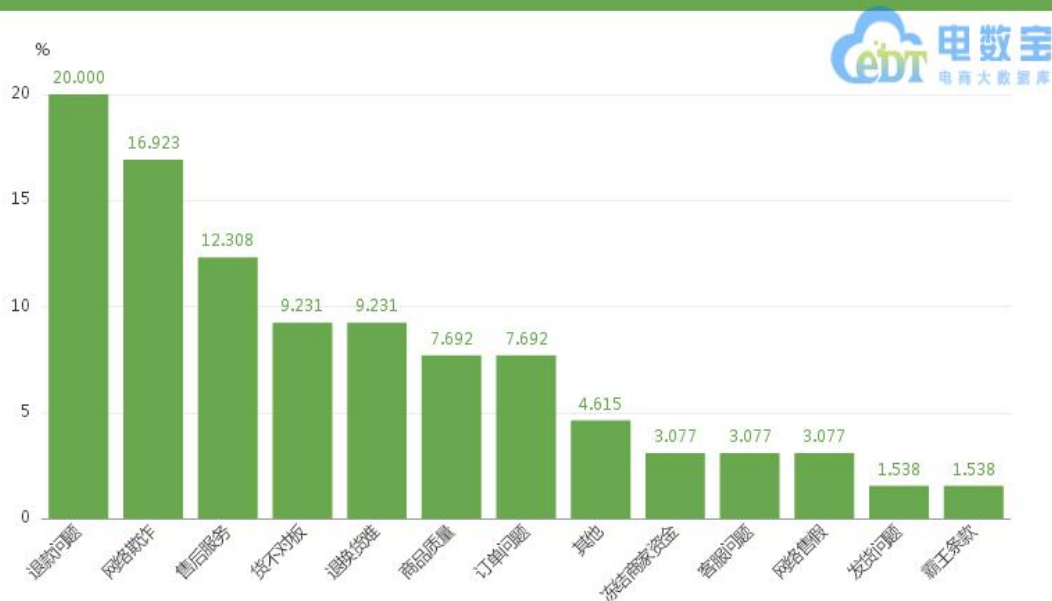
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

3.2 消费问题分布

据网经社“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，“转转”存在退款问题、网络欺诈、售后服务、货不对板、退换货难、商品质量、订单问题、客服问题、发货问题和霸王条款的问题。

转转2020年全年投诉问题类型占比图



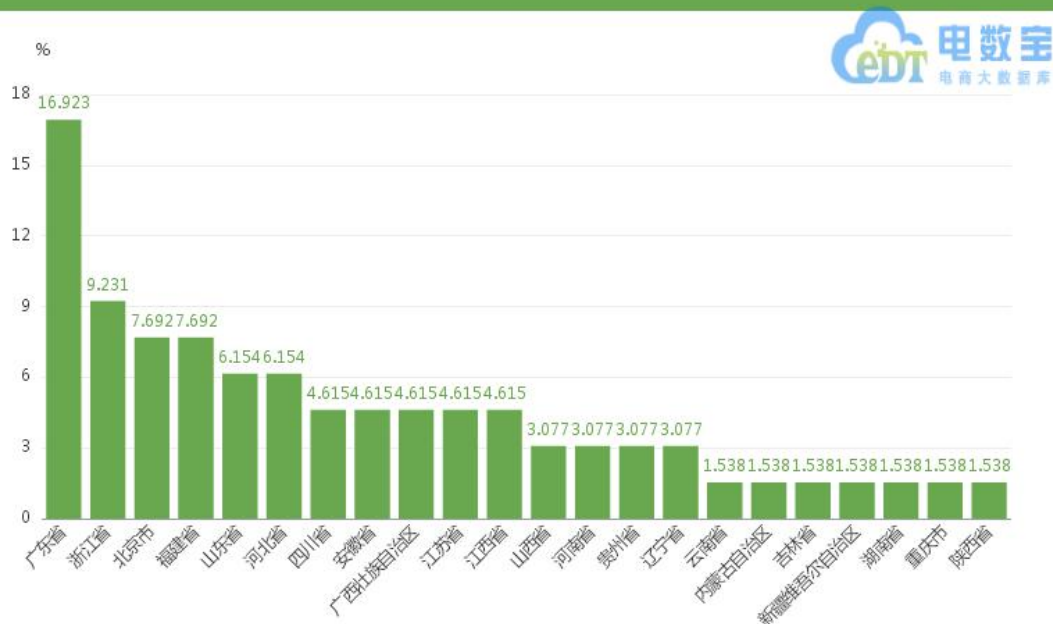
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

3.3 投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据显示，2020年度投诉“转转”的用户主要集中地排名前十的地区依次为广东省、浙江省、北京市、福建省、山东省、河北省、四川省、安徽省、广西壮族自治区和江苏省。

转转2020年全年投诉者地区占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

3.4 投诉性别及金额占比

据网经社“电数宝”电商大数据显示，在投诉“转转”的用户中男生占比 76.923%，女生占比 23.077%。

转转2020年全年投诉者性别占比图

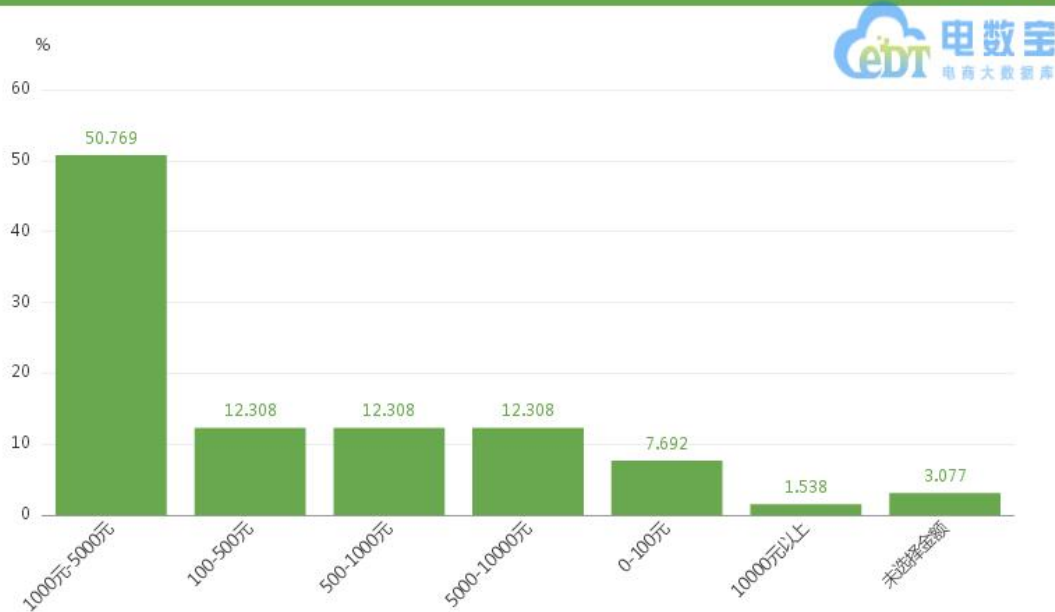


图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

据网经社“电数宝”电商大数据显示，用户投诉“转转”的消费金额主要在 1000-5000 元、100-500 元、500-1000 元、5000-10000 元、0-100 元区间，占比分别为 50.769%、12.308%、12.308%、12.308%和 7.692%。

转转2020年全年投诉金额占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

3.5 典型案例披露

【案例一】“转转”0 元拆盲盒活动完成迟未发货 售后遇客服消极处理

安徽省的张先生投诉称他于 2020 年 8 月 10 日通过微信支付页面里的转转二手进入“转转”二手平台 0 元拆盲盒活动，活动中奖价值 99 元盲盒，按转转二手平台活动要求，在其规定时间内 8 月 13 日完成回收成功任务，转转二手平台活动要求回收成功后获得盲盒资格，其游戏规则内第五条说明，回收成功后 7 天内发货。8 月 20 日，张先生表示一直未收到转转二手平台的发货通知，在查询无果情况下我按照其活动页面提供的客服微信进行咨询，转转二手平台的客服一直消极敷衍，在说明情况提供订单及截图后，转转二手平台客服就不再回复和解决问题。

【案例二】“转转”180 天保质期被指虚假 质量问题未解决引二次投诉

广东省的李先生于 2020 年 5 月下单购买了“转转”自营的一台笔记本，在 7 月份使用

过程中出现不能开机,于是李先生8月份寄到维修站点维修到9月份却被告知不能开机查不了笔记本串码不给维修,退回给李先生。联系转转自营平台在线客服和电话客服反应都没人处理,9月4日通过电诉宝第一次投诉终于有客服联系让去当地维修店咨询换主板多少钱再和他们说,咨询后要520元。但之后电话客服却再次告知李先生笔记本商品是不能维修但可以补偿100元。李先生怀疑平台显示保质180天是欺骗消费者的。

【案例三】“转转”双11下单手机退货难 售后客服承诺未兑现引不满

福建省的潘先生于2020年11月3日购买之前与“转转平台人工客服”确认,可以用11月10日购买的手机退11月3日购买的订单。11月3日购买的手机于11月5日签收,11月10日潘先生使用平台优惠券再次购买了相同的手机用以退11月3日的订单。在11月11日对11月3日购买的订单申请“七天无理由退货”。经与转转平台多次沟通,转转平台售后专员以“转转平台人工客服回复不当”为由,并要求本人以售后处理为准,无法按照售前约定给予退货,不履行售前承诺。11月12日,售后回电答复:11月3日购买的订单,于今日超过七天,不能再申请七天无理由退货。(10日申请的时候,还没有到达7天,等待售后处理耽误了时间)转转平台不履行承诺,售前与售后答复互相违背。

【典型案例四】“闲鱼”

4.1 2020年全年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年度浙江淘宝网络有限公司运营“闲鱼”共获得19次消费评级，其中19次均为“不予评级”，2020年全年消费评级为“不予评级”，平台回复率为0。

闲鱼电商消费2020年评级数据

年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2020年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	双11	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	11月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

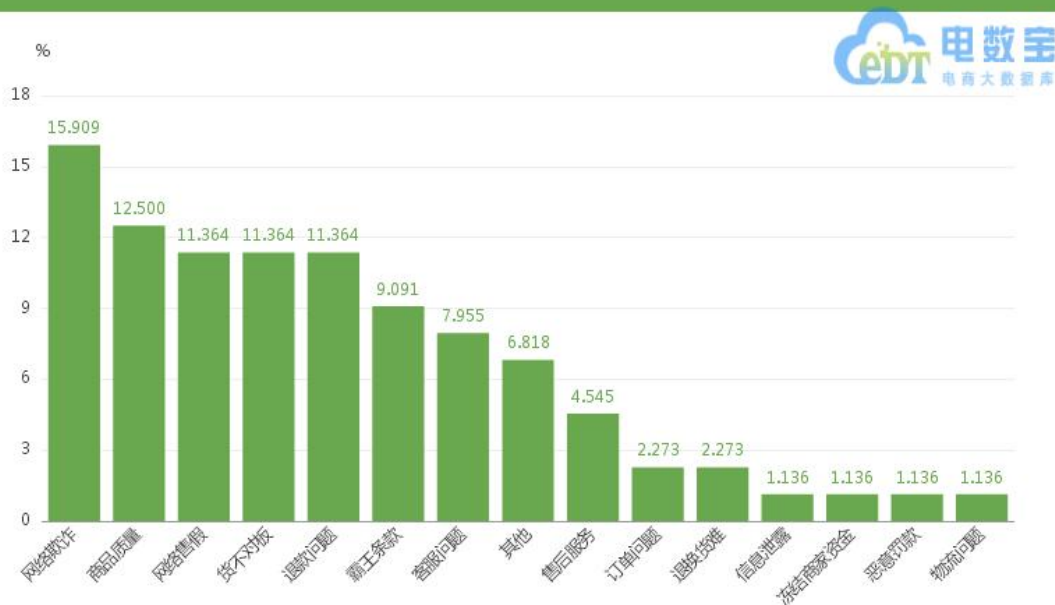
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

4.2 消费问题分布

据网经社“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，“闲鱼”存在网络欺诈、商品质量、网络售假、货不对板、退换货难、退款问题、霸王条款、客服问题、售后服务、订单问题、退换货难和信息泄露的问题。

闲鱼2020年全年投诉问题类型占比图



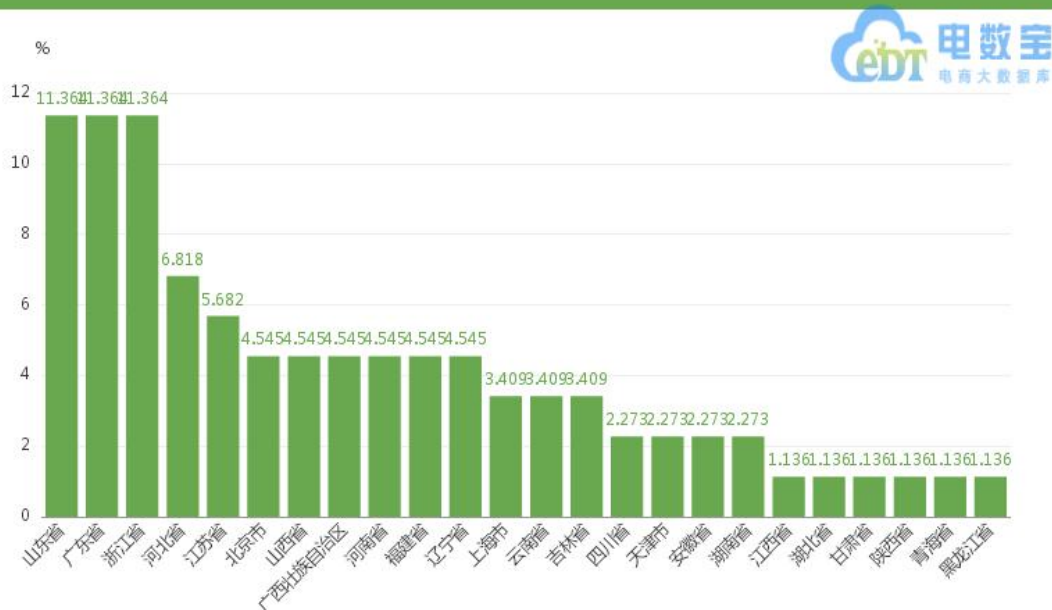
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

4.3 投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据显示，2020年度投诉“闲鱼”的用户主要集中地排名前十的地区依次为山东省、广东省、浙江省、河北省、江苏省、北京市、山西省、广西壮族自治区、河南省和福建省。

闲鱼2020年全年投诉者地区占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

4.4 投诉性别及金额占比

据网经社“电数宝”电商大数据显示，在投诉“闲鱼”的用户中男生占比 48.864%，女生占比 51.136%。

闲鱼2020年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，用户投诉“闲鱼”的消费金额主要在 1000-5000 元、0-100 元、500-1000 元、100-500 元、5000-10000 元区间，占比分别为 31.818%、20.455%、14.773%、12.500%和 5.682%。



4.5 典型案例披露

【案例一】“闲鱼”品牌服装换货遇商品“掉包” 退款商家玩失踪

浙江省的张女士在“闲鱼”平台于 8 月 20 日下单购买了 miss sixty 的 xs 号裙子，第一次收到的货品外观质量还不错，品牌 logo 都可以看到，然后确认收货，但是在试穿时发现拉链破裂，联系卖家同意换货，但是换回来的这条和第一条裙子完全不同，衬里不同、尺码变成 xxs 号了，拉链上的品牌 logo 没有了，整个裙子的质感完全不一样了，当要求退货、退钱时卖家直接玩失踪。

【案例二】“闲鱼”下单商品“李代桃僵” 售后退货引不满

广西壮族自治区的黄先生于 2020 年 7 月 14 日在“闲鱼”电商平台，购买了商家昵称(空心的大兔子)的打印机，在当初购买的时显示货物可以自由选择，于是黄先生选择并备注所需要购买的品牌打印机，但当收到的货物时间确是一根数据线，出现了严重的货不对板，

当进行退货时商家却给了一个非大陆地址，且联系商家还对黄先生不理不睬。

【案例三】“闲鱼”商品质量问题 售后平台推脱未处理

孙先生在“闲鱼”二手平台买了10部小米3手机，收到货以后发现有质量问题，机器卡顿的没法用，还有的触屏失灵，所以申请退款，卖家拒绝以后，咸鱼仲裁，要求上传问题机器视频，我按要求上传完以后，我怕有问题，特意去客服那确认了一下，客服说没问题，我就等消息，今天咸鱼平台发短信给我，说因为我没有上传视频，所以维权失败，钱已经打给卖家了，我又去找咸鱼客服，他们就找各种理由推脱责任，现在钱已经打给卖家，卖家把我拉黑了。

【典型案例五】“猎趣”

5.1 2020 年全年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年度北京猎趣电子商务有限公司运营“猎趣”共获得13次消费评级，其中13次均为“不予评级”，2020年全年消费评级为“不予评级”，平台回复率为0。

猎趣电商消费2020年评级数据

年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2020年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	双11	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

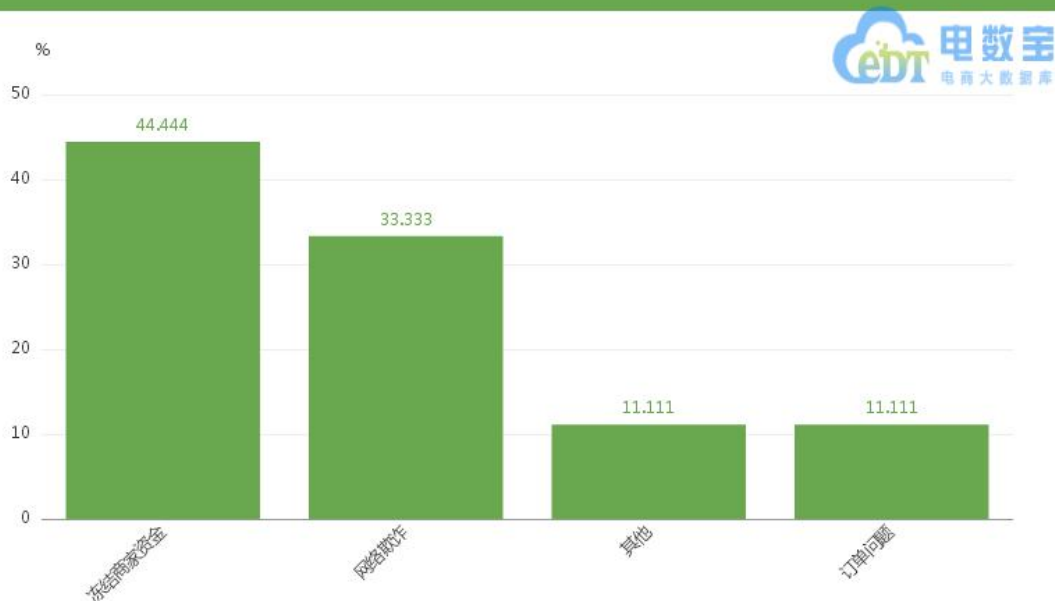
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

5.2 消费问题分布

据网经社“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，“猎趣”存在冻结商家资金、订单问题和网络欺诈的问题。

猎趣2020年全年投诉问题类型占比图



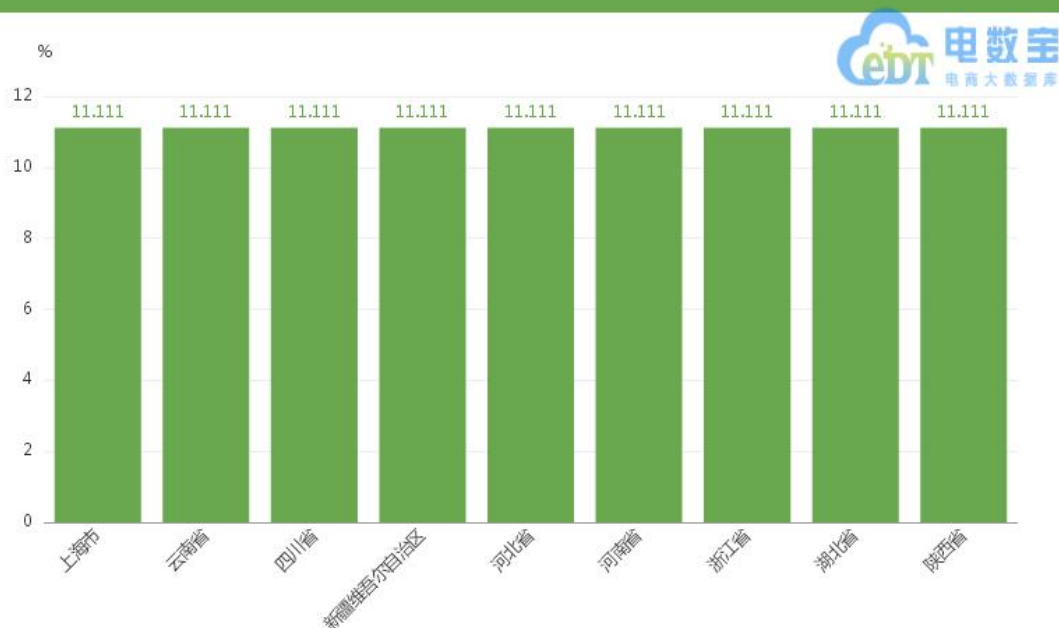
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

5.3 投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，2020 年度投诉“猎趣”的用户主要集中地依次为上海市、云南省、四川省、新疆维吾尔自治区、河北省、河南省、浙江省、湖北省和陕西省。

猎趣2020年全年投诉者地区占比图



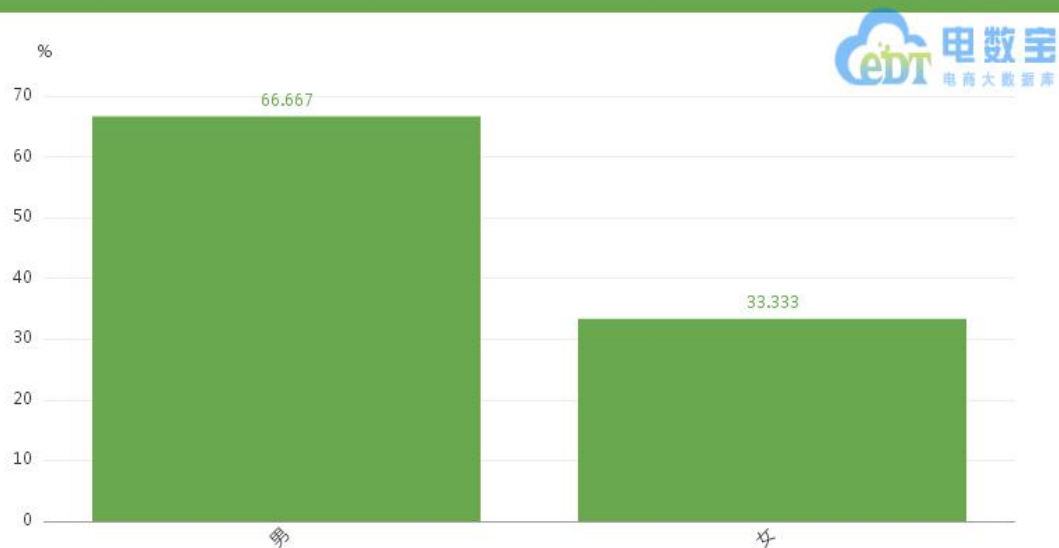
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

5.4 投诉性别及金额占比

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，在投诉“猎趣”的用户中男生占比 66.667%，女生占比 33.333%。

猎趣2020年全年投诉者性别占比图

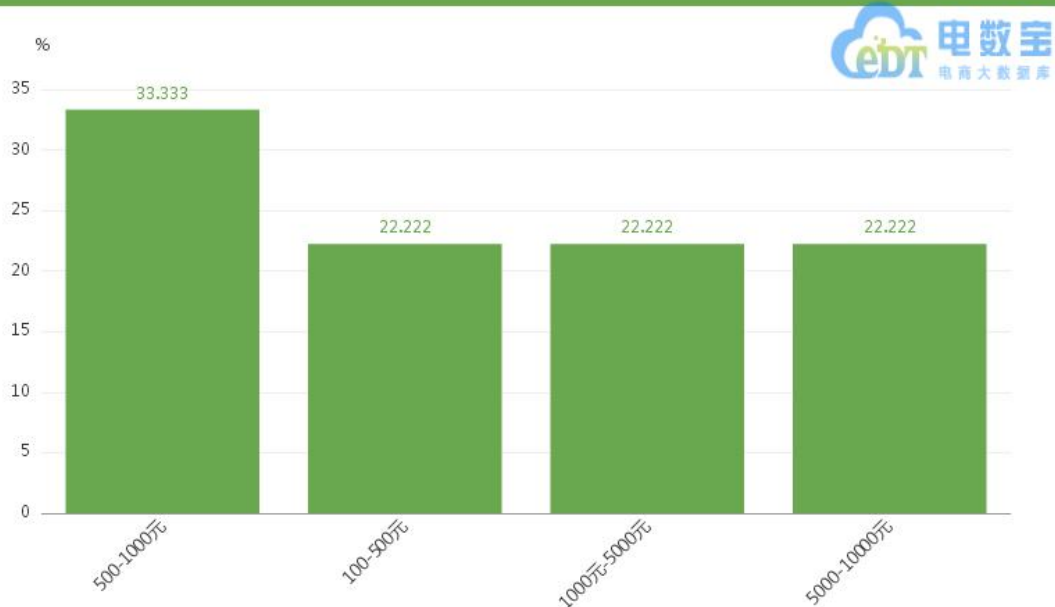


图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，用户投诉“猎趣”的消费金额主要在 500-1000 元、100-500 元、1000-5000 元、5000-10000 元元区间，占比分别为 33.333%、22.222%、22.222% 和 22.222%。

猎趣2020年全年投诉金额占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

5.5 典型案例披露

【案例一】“猎趣”遇网络欺诈 售后保证金难退

袁先生 5 月 1 日在“猎趣”App 上发布了自己的出售 iPad 的消息，然后有个买家想买我的 iPad。当他准备付款的时候，这个时候有个自称客服的发了邮件给我们两，说一定要买卖双方交 800 元保证金到账户。当时我有点警觉，觉得这个没走官方系统，但迫于心急卖掉的心情还是交了。但对方以我迟交了为由，说还要再交，我觉得肯定有问题。因为正常情况下，比如闲鱼等网站是不需要交保证金，而且直接全部走系统。此外，就算是这次没看到，如果再交一次，肯定还没检测到。然后他就没回我了。

【案例二】“猎趣”售卖商品 售后提现久未到账

韩女士于 2 月 15 日在苹果软件商城下载了猎趣 APP，然后在“猎趣”APP 卖出了一台闲置电脑。交易前期金额到账慢但后来也到账了，我也没多疑，但他们平台是需要卖家自己绑

定支付宝提现的，就在这个环节出了问题。提现时提不出来，他们客服是机器人无法回答，我打人工客服他们电话从来没打通过，平台承诺支付宝提现实时到账，去查询提现金额又说支付宝提现 1-7 工作日可是如今都 10 天了也没提出来。

【案例三】用户在平台被骗“猎趣”售后商家久未退款

高女士于 2019 年 3 月 22 日在“猎趣”卖闲置商品。高女士在“猎趣”卖闲置，买家称订单被阻止并发了一张附有二维码，在线客服骗取保证金 450 元假一赔三金 1600 元，身份验证金 2050 元，自称 H5 客服，官方客服，说的话负法律责任并发送工作证，带原件身份证去进行线下退款，当付款完成后又说无法退款因为银行什么退不了又要付 4100 元但骗取未成功，最终被骗 4100 元，之后再联系客服并无人理睬。

四、关于我们

（一）关于电诉宝

网经社电子商务研究中心法律权益部成立于 2010 年，专注于泛电商的消费权益维护，兼顾法律（推动立法、电商法规、法律案例分析、法律援助）、媒体、电商信用、电商质检、安全、电商物流。实时跟踪把握电商法律动态，研究并运营有“电诉宝”、“电子商务法律求助服务平台”等业内知名平台。

此前，网经社法律权益部还参与由国家工商总局牵头发起的《网络商品及服务交易监督管理条例》的立法工作并担任立法组成员。

网经社电商法律权益服务体系



“电诉宝”（电子商务消费纠纷调解平台；315.100EC.CN）运行十余年来，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，已连续第九年发布，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 投诉过程透明化 信息动态一手掌握

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、苏宁 网址 店铺或商品网址 订单号* 输入订单号 涉及金额 举报投诉* 投 问题类型*

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

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

电诉宝

电商投诉，就上“电诉宝”

高效解决消费纠纷



投诉榜

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

网经社公司是中国电商行业的“Bloomberg”。运营网经社 www.100EC.cn (电商门户)、电子商务研究中心(智库)、电数宝(DT)、电融宝(FA)、电诉宝(315)等子平台，面向电商提供媒体/智库/平台三大系列、20 余项专业产品服务。



网经社网站（100EC.CN）旗下拥有 100 多个电商细分频道、平台、分站，365 天/12 小时滚动发布国内外电商资讯，为全国电商用户提供全面、及时、专业的资讯，是国内首屈一指的电商门户入口。

公司总部位于杭州，系国内唯一拥有 A 股上市公司背景的服务电商产业链的第三方媒体、智库和平台，母公司在全国拥有 30 个分支机构，员工 1000 余人，市值近百亿，实力雄厚，是我国电商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，服务客户除覆盖各大电商上市公司、独角兽等“头部平台”和创业者外，还包括国家和各地政府部门，有口皆碑。



数据墙：

平均每天有 50-100 万人/次（PV），访问我们网经社电商门户网站

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 50 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、演讲的各类电商论坛、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+家中小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

（三）2010-2021 年度网经社电子商务研究中心报告发布计划

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《全球电子商务数据报告》	√			
《中国电子商务市场监测数据报告》	√	√		
《中国电商人才状况调查数据报告》	√			
《中国电商上市公司数据报告》	√			
《中国新三板挂牌电商公司数据报告》	√	√		

《中国泛电商“独角兽”数据报告》	√	√		
《中国泛电商“千里马”数据报告》	√	√		
《2020年中国电商APP月活数据报告》				√

【零售电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国零售电商市场监测数据报告》	√	√		
《中国社交电商发展报告》	√			
《中国二手电商市场数据报告》	√			
《中国农村电商市场数据报告》	√			
《中国生鲜电商市场数据报告》	√			
《中国汽车电商市场数据报告》	√			
《中国医药电商市场数据报告》	√			
《中国导购电商市场数据报告》	√			
《中国二手车电商市场数据报告》	√			
《中国社区团购市场数据报告》	√			
《中国家电电商市场数据报告》	√			
《中国美妆电商市场数据报告》	√			
《中国奢侈品电商市场数据报告》	√			
《中国母婴电商市场数据报告》	√			
《中国食品电商市场数据报告》	√			
《中国家居建材电商市场数据报告》	√			
《中国服装电商市场数据报告》	√			
《中国直播电商市场数据报告》				

【跨境电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国跨境电商市场监测数据报告》	√	√		
《中国出口跨境电商市场数据报告》	√			
《中国进口跨境电商市场数据报告》	√			
《中国跨境电商服务商市场数据报告》	√			
《中国跨境支付市场数据报告》	√			
《中国跨境物流市场数据报告》	√			

【生活服务电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国生活服务电商市场监测数据报告》	√	√		
《中国在线旅游（OTA）市场数据报告》	√			

《中国在线教育市场数据报告》	√			
《共享经济市场数据报告》	√			
《共享单车市场数据报告》	√			
《共享住宿市场数据报告》	√			
《网约车市场数据报告》	√			
《共享办公市场数据报告》	√			
《共享充电宝市场数据报告》	√			
《共享汽车市场数据报告》	√			
《在线外卖市场数据报告》	√			
《互联网家装市场数据报告》	√			
《互联网医疗市场数据报告》	√			
《互联网大健康市场数据报告》				

【产业电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国产业电商市场数据报告》	√	√		
《中国大宗电商市场数据报告》	√			
《中国企业采购电商市场数据报告》	√			
《中国工业品电商市场数据报告》	√			
《中国快消品 B2B 市场数据报告》	√			
《中国钢铁电商市场数据报告》	√			
《中国塑化电商市场数据报告》	√			

【电商物流类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国电商物流市场数据报告》	√			
《中国即时物流市场数据报告》	√			
《中国同城货运市场数据报告》	√			
《中国同城配送市场数据报告》	√			
《中国智慧物流市场数据报告》	√			
《中国冷链物流市场数据报告》	√			

【投融资类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国电子商务投融资市场数据报告》	√	√	√	√
《中国生鲜电商行业融资数据报告》	√			
《中国二手电商行业融资数据报告》	√			
《中国汽车电商行业融资数据报告》	√			
《中国社交电商行业融资数据报告》	√			

《中国交通出行行业融资数据报告》	√			
《中国在线教育行业融资数据报告》	√			

【电商权益类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国电子商务用户体验与投诉监测报告》	√	√	√	√
《十大电商行业消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国电子商务法律报告》	√			
《中国电商平台消费评级数据报告》	√			
《中国电商消费主题调查报告》	√			
《中国跨境电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国汽车电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国二手电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国生鲜电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国社交电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国在线旅游消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国在线外卖消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国在线教育消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国电商物流消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国海淘转运消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国品牌电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国母婴电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国医药电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国交通出行消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国导购类电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国分期电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国在线票务消费投诉数据与典型案例报告》	√			

• **报告准则：**坚持客观性、全面性、权威性、专业性基础上，兼顾商业性，力求传播广泛性、各项效果超预期。

• **调研方法：**平台调研、平台评测、“神秘买家”抽查、供应商与合作伙伴调研、用户调查、政策研究、专家访谈、桌面研究、律师审查等。

• **数据来源：**一手调研数据、中心历史数据库、行业公开数据，以及中心合作伙伴、政府部门、科研机构、咨询公司、第三方数据监测工具、相关指数、中心采购数据等等。

• **发布渠道：**（1）网经社 www.100ec.cn 电商门户网站及《电商周刊》EDM 订阅用户（覆盖数百万电商行业用户）；（2）网经社入驻自媒体平台（覆盖数千万电商相关群体）；（3）3000+实名认证的记者库媒体采用（覆盖数亿级电商用户受众）。

• **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《2020 年度跨境电商消费投诉数据与典型案例报告》”。

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：2021 年 1 月 28 日

官方公众号 ID :i100EC

网购投诉平台 ID :DSWQ315

(30 万+电商人都在看！)



(在线网购投诉)



电数宝 (DATA.100EC.CN)

(12 年沉淀 10 万+条数据 覆盖 4000+电商)



电诉宝 (315.100EC.CN)

(我要投诉)

