

2024年4月 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05月06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.....	7
（一）数字零售数据与十大典型案例.....	8
（二）数字生活数据与十大典型案例.....	15
（三）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

4月，国务院新闻办公室于2024年4月9日（星期二）上午10时举行国务院政策例行吹风会，介绍《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》有关情况，并答记者问。市场监管总局有关负责人就虚假营销、“大数据杀熟”、自动续费、退款难等问题回应关切。

此外，正值“五一”假期来临，有关交通出行、景区旅游、文化娱乐、消费服务等方面的投诉和吐槽增多，相关部门和企业开始积极采取措施，加强消费者权益保护，提升服务质量。

在此背景下，5月6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4月受理的全国91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4月中国电子商务用户体验与投诉数据报告》。

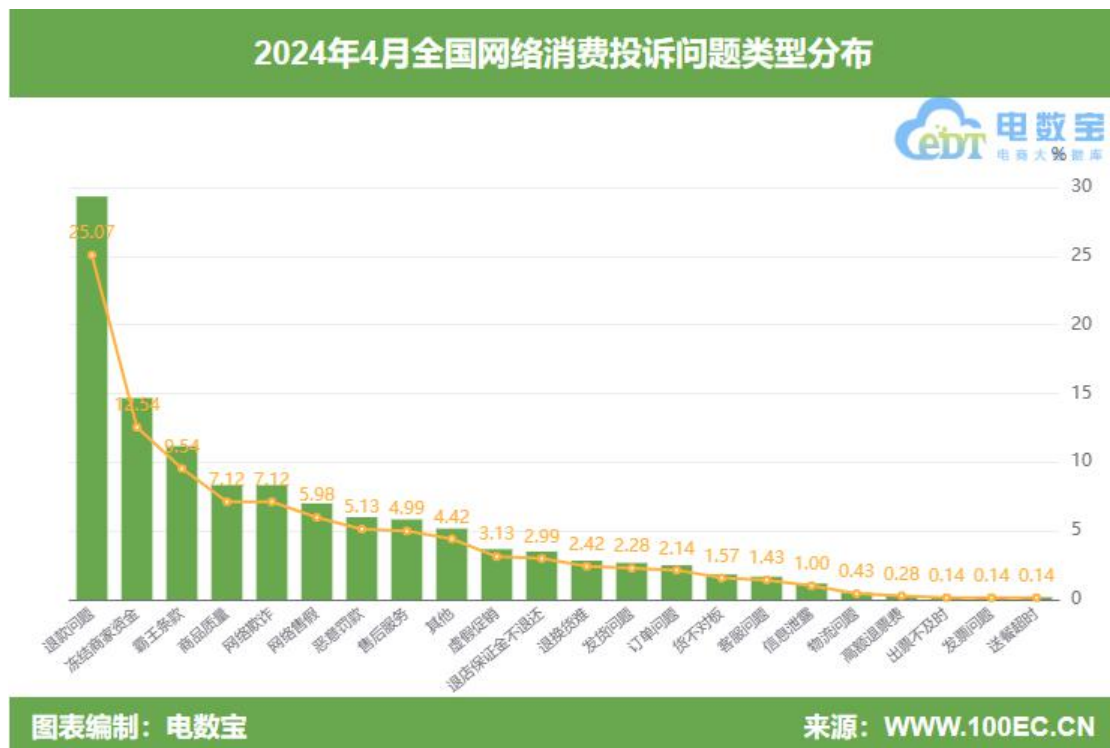
报告涉及了数字零售（主要集中在**生鲜电商、二手电商**）、数字生活（主要集中在**在线旅游、在线票务**）及数字教育、跨境电商、产业电商、金融科技、物流科技等领域。报告公布了2024年4月网络消费投诉数据及《2024年4月数字零售十大典型投诉案例》《2024年4月数字生活十大典型投诉案例》和《2024年4月数字教育十大典型投诉案例》。

在报告公布的《2024年4月全国网络消费评级榜》中：获“**建议下单**”评级的有：有赞、BOSS直聘、抖音等3家；获“**谨慎下单**”评级的有：美团、去哪儿、京东等3家；获“**不建议下单**”评级的有：飞猪、小红书、分期乐、网易云课堂、一只船教育、中安建培等7家；获“**不予评级**”的有：大麦网、淘宝、闲鱼、快手等4家。

二、整体数据

（一）投诉问题类型分布

据“电诉宝”显示，2024年4月全国网络消费投诉问题类型TOP10中，退款问题占比高达25.07%，其余问题类型依次为：冻结商家资金（12.54%）、霸王条款（9.54%）、商品质量（7.12%）、网络欺诈（7.12%）、网络售假（5.98%）、恶意罚款（5.13%）、售后服务（4.99%）、其他（4.42%）、虚假促销（3.13%）、退店保证金不退还（2.99%）、退换货难（2.42%）、发货问题（2.28%）、订单问题（2.14%）、货不对板（1.57%）、客服问题（1.43%）、信息泄露（1.00%）、物流问题（0.43%）、高额退票费（0.28%）、出票不及时（0.14%）、发票问题（0.14%）、送餐超时（0.14%）。

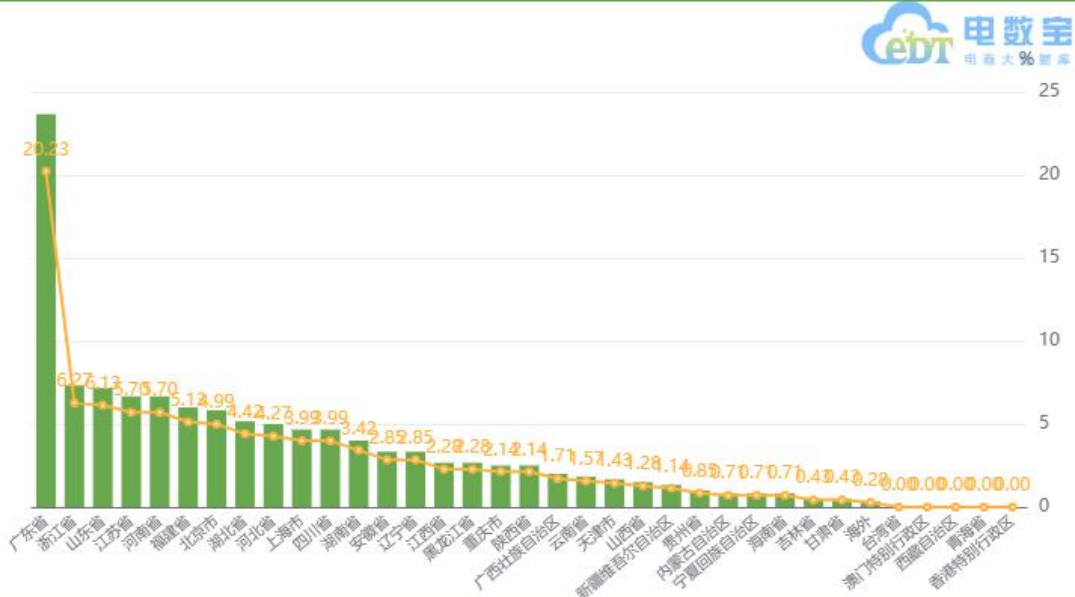


（二）投诉地区分布

4月“电诉宝”受理投诉用户聚集地区TOP10依次为广东省（20.23%）、浙江省（6.27%）、山东省（6.13%）、江苏省（5.70%）、河南省（5.70%）、福建

省（5.12%）、北京市（4.99%）、湖北省（4.42%）、河北省（4.27%）、上海市（3.99%）。

2024年4月全国网络消费投诉地区分布



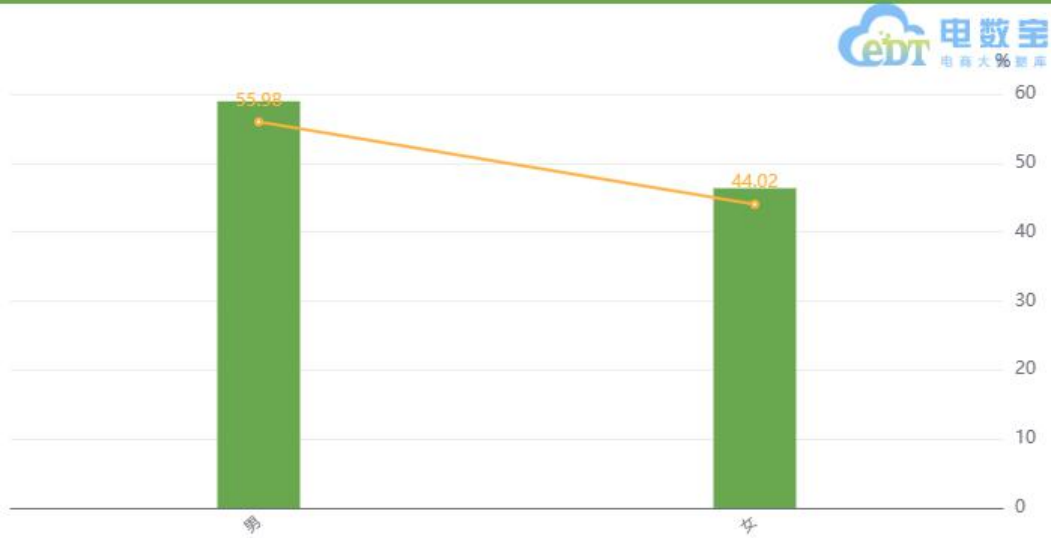
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

（三）投诉用户性别分布

据“电诉宝”显示，4月男性用户投诉比例为55.98%，女性用户投诉比例为44.02%。

2024年4月全国网络消费投诉性别分布



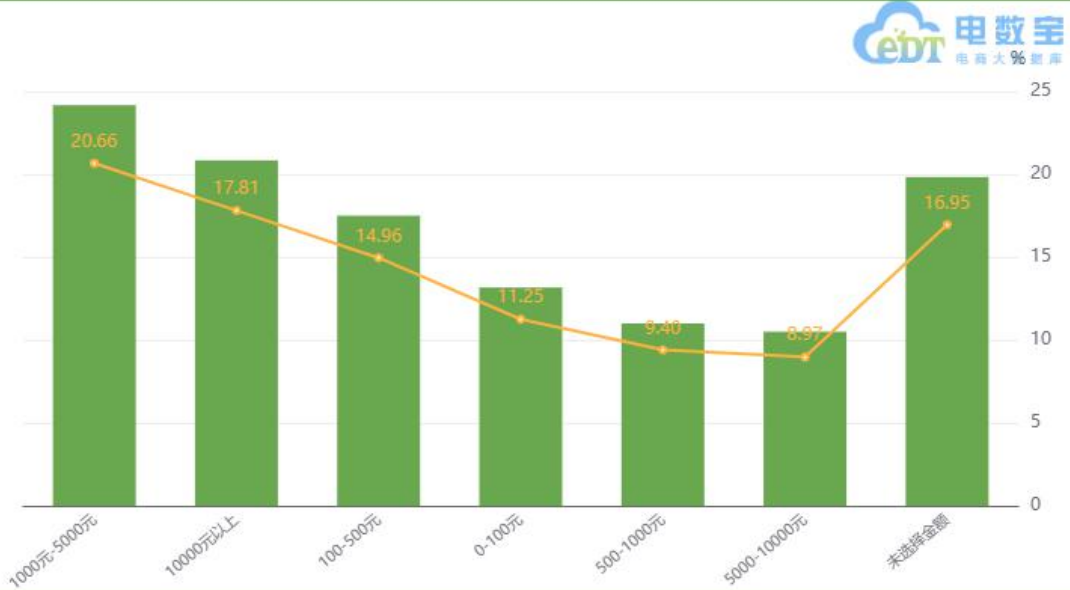
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

（四）投诉金额区间分布

据“电诉宝”显示，4月投诉金额分布主要集中在1000-5000元（20.66%）、10000元以上（17.81%）、100-500元（14.96%）、0-100元（11.25%）、500-1000元（9.40%）、5000-10000元（8.97%）、未选择金额（16.95%）。

2024年4月全国网络消费投诉金额分布



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

三、评级数据与典型案例

在报告公布的《2024年4月全国网络消费评级榜》中：获“建议下单”评级的有：有赞、BOSS直聘、抖音等3家；获“谨慎下单”评级的有：美团、去哪儿、京东等3家；获“不建议下单”评级的有：飞猪、小红书、分期乐、网易云课堂、一只船教育、中安建培等7家；获“不予评级”的有：大麦网、淘宝、闲鱼、快手等4家。

2024年4月全国全部消费评级榜

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	有赞	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
1	BOSS直聘	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
3	抖音	95.52%	0.779	3.333	0.798	建议下单
4	京东	85.71%	0.814	2.000	0.733	谨慎下单
5	去哪儿	77.42%	0.510	2.000	0.600	谨慎下单
6	美团	76.19%	0.448	0.000	0.515	谨慎下单
7	飞猪	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	分期乐	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	快手	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	网易云课堂	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	一只船教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	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

（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 4 月全国数字零售评级榜中：获“**建议下单**”评级的有：有赞、抖音等 2 家；获“**谨慎下单**”评级的有：京东等 1 家；获“**不建议下单**”的有：小红书、拼多多等 2 家；获“**不予评级**”的有：淘宝、闲鱼、快手等 3 家。

2024年4月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	有赞	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2	抖音	95.52%	0.779	3.333	0.798	建议下单
3	京东	85.71%	0.814	2.000	0.733	谨慎下单
4	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
4	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
4	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
4	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
4	快手	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

备注：

- 综合指数=平台回复率*0.5+回复时效性*0.3+用户满意度/10*0.2。
 - 平台回复率：平台移交给被投诉电商用户投诉，被投诉电商的有效回复率。
 - 回复时效性：平台回复时间小于72小时为1.0，回复时间大于72小时且小于120小时为0.6，回复时间大于120小时为0。
 - 用户满意度：10分满分制，数据只截取已评分的用户投诉，未评分的用户投诉将不纳入满意度数据基数的统计。
- 评级划分由综合指数高低决定，不建议下单∈[0,0.4)，谨慎下单∈[0.4,0.75)，建议下单∈[0.75,1.0]。对未入驻或未取得售后联系方式的电商平台“不予评级”。
- 由于投诉量的多少与平台的市场占有率有直接关联，故投诉量不列入评级统计范畴。
- 本榜单所有数据均由系统后台根据各网络消费平台上述行为，依据上述模型算法自动生成，不受任何人工因素影响。

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）数据来源：WWW.100EC.CN

数字零售上榜平台有 33 家：

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

排在第 11-20 名的是：微店、微拍堂、交易猫、美团优选、唯品会、盒马鲜生、抖店、国美、孩子王、途虎养车；

排在第 21-33 名的是：蝉妈妈、二三良作、朴朴超市、蜂雷、瓜子二手车、爱回收、哔哩购、95 分球鞋交易平台、拍机堂、红布林、找靓机、网易严选、

灼灼电商。



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	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 ▼ 4月 ▼

1	抖音	2	拼多多
3	淘宝	4	京东
5	闲鱼	6	小红书
7	快手	8	有赞
9	苏宁易购	10	天猫
11	微店	12	微拍堂
13	交易猫	14	美团优选
15	唯品会	16	盒马鲜生
17	抖店	18	国美
19	孩子王	20	途虎养车
21	蝉妈妈	22	二三良作
23	朴朴超市	24	蜂雷
25	瓜子二手车	26	爱回收
27	哔哩购	28	95分球鞋交易平台
29	拍机堂	30	红布林
31	找靓机	32	网易严选
33	灼灼电商		

(以上为投诉量排行榜)

在数字零售消费领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们从中选取十大典型案例，涉及分期乐、微拍堂、微店、小红书、孩子王、闲鱼、有赞、找靓机、网易严选、朴朴超市。

2024年4月数字零售典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
4月2日	分期乐	“分期乐”被指泄隐高息 冒充有关部门暴力催收
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
4月13日	小红书	售卖假货？用户投诉“小红书” 侵犯消费者合法权益 客服推诿不解决
4月19日	孩子王	用户投诉“孩子王”发错货 商家各种理由推诿不处理
4月22日	闲鱼	“闲鱼”卖家欺诈？ 用户称新购二手手机标注无拆无修实则更换屏幕
4月22日	有赞	用户投诉“有赞”疑似售假 商家拒绝退款退货
4月26日	找靓机	“找靓机”被指手机质量问题 消费者诉求退一赔三
4月27日	网易严选	用户投诉“网易严选” 商家生鲜快递速度欠佳 导致食品变质
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

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】“分期乐”被指泄隐高息 冒充有关部门暴力催收

4月2日，四川省胡先生向“电诉宝”投诉称，其于2019年6月左右在深圳市分期乐开始接触网络贷款，由于疫情和工作原因，资金不能正常回笼。在2019年8月到2021年6月之间陆续在分期乐的诱导下办理分期和各种金融贷款，实际是没有钱到账的。胡先生表示期间还不断的对自己进行催收，对自己的名誉和工作造成了不可挽回的伤害。胡先生恳请政府相关部门严查，借款的本金胡先生认为应该以实际到账为准，收取的各项费用简直令人咋舌。

胡先生表示分期乐公司长期多次冒充国家相关部门进行恐吓本人，长期短信和电话骚扰胡先生的家人和朋友，并与 2023 年 10 月 12 日上午组织社会闲散人员到胡先生老家对自己的家人进行恐吓声称自己犯了重罪，并多次长期骚扰他上班的同事和领导，对胡先生的生活造成了极大的影响，对于欠款可以按照借款合同和打卡流水按照国家的利息政策计算，请金融监管平台对其违法行为进行处理。

胡先生称从 2024 年 4 月 1 日开始又有暴力催收人员给他本人的公司和朋友疯狂打电话发短信，给本人生活造成严重影响，请分期乐公司立即停止现在的违法行为，可以按照相关程序对他本人民事诉讼，法不能向不法让步。

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】鉴定报告存疑？用户投诉“微拍堂”存在双标行为

4 月 3 日，安徽省娄先生向“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。娄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。

娄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。娄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，核实拍品鉴定为贗品，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】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。

【案例四】售卖假货？用户投诉“小红书”侵犯消费者合法权益 客服推诿不解决

4月13日，山东省张女士向电诉宝投诉称自己于2024年4月6日在小红书平台上的洞洞鞋专柜店购买洞洞鞋一双，出现商品为假货问题，商家在直播间反复强调为正品支持所有平台鉴定，却借正品的名义售卖假货，张女士多次联系该店客服及小红书客服，客服推诿责任不予解决。

张女士认为，这侵犯了众多消费者的合法权益，且店铺无法提供商家营业执照和专柜授权证明。张女士表示，小红书平台明知或者应知销售者利用平台侵害消费者合法权益，且未采取必要措施，平台应承担连带责任。张女士的诉求是仅退款，并退一赔三，所接受假货可以交于工商局或销毁处理，小红书平台关闭该店铺并加强对店铺的监管，完善其售后。

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。

【案例五】用户投诉“孩子王”发错货 商家各种理由推诿不处理

4月19日，安徽省张女士向“电诉宝”投诉称其于4月14日在孩子王商城购买爱他美白金澳洲版1段奶粉6罐，价值1407.39元。于4月14日收到货，张女士打开后发现全是3段的，收到货与拍下的不同，要求商家退换货，商家一直以各种理由推诿不处理，一直要求张女士等待他们核实。

期间张女士要求换货，商家表示只能退货，张女士要求退货，商家又表示要等他们处理好了再说，无期限的让张女士等，不管任何理由，张女士收到的货是错的，不应该一再拖延张女士的时间。张女士诉求内容退货，退赔费用，赔偿损失。

接到以上用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台，对方表示：您好，孩子王客服已受理，客户买的1段，反馈收到了3段，目前仓库还在核实中，

预计会在4月19日确认后，答复客户，请您耐心等待。

【案例六】“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。

【案例七】用户投诉“有赞”疑似售假 商家拒绝退款退货

4月22日，湖南省詹女士向“电诉宝”投诉称其于2024年4月17日通过淘宝儒意化妆品旗舰店购买了化妆品，并在收到商品后通过扫描二维码被引导至添加所谓的“护肤指导老师”的微信。随后，该“指导老师”向詹女士推销了一款声称效果更佳的去斑产品，但詹女士下单后才发现，这款产品并非来自淘宝儒意化妆品旗舰店，而是另一个平台的产品，并且难以找到该产品的具体信息。

詹女士表示其申请退款时，因商品已发货而暂时受阻。收到货后，詹女士再次申请退款退货，但遭到了商家的拒绝。更令詹女士不满的是，在“有赞精选”平台上根本找不到这款产品，使得詹女士认为这是纯粹的虚假宣传和欺骗行为。

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，回复：您好，关于您反馈的订单问题，核实您已申请售后，建议您等待商家处理，若商家拒绝您的售后申请，您可继续申请售后或者申请有赞客服

介入，有赞竭诚为您服务~

【案例八】“找靓机”被指手机质量问题 消费者诉求退一赔三

4月26日，陕西省的侯先生向“电诉宝”投诉称其于2024年4月20日在找靓机app购买手机时遇到了严重的质量问题。侯先生表示根据平台的检测报告，该手机屏幕应仅有轻微划痕而无彩点，但侯先生收到的手机却存在严重的色彩斑点。这一差异严重侵害了侯先生的权益，因此侯先生依据消费者权益保护法的规定，提出了退一赔三的诉求，希望维护自身权益并促进市场的公平交易。

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】用户投诉“网易严选”商家生鲜快递速度欠佳 导致食品变质

4月27日，广东省龙女士向“电诉宝”反映称，其于2024年4月23日在网易严选平台购买活冻黑虎虾，商家当天使用顺丰标快寄出（单号SF1613224774799），速度欠佳，且物流信息显示商品在已到达收货地的情况下又到别处再绕过来，再次耽误时效。

4月25日下午5时左右，龙女士收到快递检查，发现黑虎虾已经融化并渗出黑色的臭水，且有包装盒破损的情况，遂拒收并申请退款。但商家迟迟不处理，等了两天才来电话说商品没有问题，并驳回龙女士的退款诉求。龙女士认为，商家寄生鲜件却没有选择适合的运输方式，因快递慢导致商品变质却不承认，侵害了龙女士的获得赔偿权，她要求商家同意退款。

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】“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。

（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 4 月全国数字生活评级榜中：获“**建议下单**”评级的有：BOSS 直；获“**谨慎下单**”评级的有：去哪儿、美团；获“**不建议下单**”的有：飞猪；获“**不予评级**”的有：大麦网。

2024年4月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%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2	去哪儿	77.42%	0.510	2.000	0.600	谨慎下单
3	美团	76.19%	0.448	0.000	0.515	谨慎下单
4	飞猪	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
4	大麦网	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∈[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 18 家：

投诉量 TOP10 依次为：去哪儿、飞猪、美团、大麦网、BOSS 直聘、万师傅、走着瞧旅行、同城旅行、猫眼电影、联联周边游；

排在第 11-18 名的是：智行、啄木鸟维修、马蜂窝、鲁班到家、侠侣亲子游、58 同城、高德、滴滴出行。



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 4月

1	去哪儿	2	飞猪	3	美团	4	大麦网
5	BOSS直聘	6	万师傅	7	走着瞧旅行	8	同程旅行
9	猫眼电影	10	联联周边游	11	智行	12	啄木鸟维修
13	马蜂窝	14	鲁班到家	15	侠侣亲子游	16	58同城
17	高德	18	滴滴出行				

(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，涉及啄木鸟家庭维修、万师傅、猫眼、BOSS直聘、Keep、智行、58同城、联联周边游、飞猪、大麦网。

2024年4月数字生活典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
4月5日	啄木鸟家庭维修	“啄木鸟家庭维修” 陷投诉泥潭 用户反映服务乱收费 平台不作为
4月7日	万师傅	用户投诉“万师傅” 平台退费难 恶意扣押保证金
4月11日	猫眼	“猫眼”退款规则引争议 消费者误购音乐节门票后无法退款
4月13日	BOSS直聘	用户反映遭遇“BOSS直聘” 霸道封号 求职之路受阻
4月17日	Keep	“Keep”被指长时间不发货 客服态度敷衍
4月24日	智行	未经允许擅自换票？ 用户投诉“智行”机票操作不当引发纠纷
4月22日	58同城	拉黑跑路？用户投诉“58同城” 商家无资质 客服拖延不处理
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
4月26日	飞猪	霸王条款？用户投诉“飞猪” 下单十分钟不予退款 商家态度恶劣
4月26日	大麦网	特殊商品成退票难题？用户投诉“大麦网” 未成年人未经允许擅自购票 不予退款

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】“啄木鸟家庭维修”陷投诉泥潭 用户反映服务乱收费 平台不作为

4月5日，浙江省的吴先生向“电诉宝”投诉称，其经平台订购空气能热水器维修服务，1月24日工程师田成康上门修理，确认是与高压保护相关的电路板和风机启动器故障，前者需改为常开状态后者需更换。但田违反平台相关规定不出示服务收费价格表口头报价前者509元后者296元（实际共收费800元），并且田手机上填的不是实际维修的两个项目而是一个价格939元的项目，自己提

出异议要求纠正被田拒绝，只同意微信上确认实际维修项目。

吴先生称，2月15日自己电话联系平台客服投诉，要求提供实际维修项目的收费依据并退还违规部分收费，检测报告据实重填以确保保修权益。其后又于2月29日在【啄木鸟家庭维修】小程序提交书面投诉，并先后通过小程序和电话催办各三次，至今未得处理。

【案例二】用户投诉“万师傅”平台退费难 恶意扣押保证金

4月7日，浙江省的李先生向“电诉宝”投诉称其于万师傅接到一单安装床的订单，订单金额为47元，自己按规定上门安装。

李先生到达后发现床的配件很零散，而且没有安装图纸，所以就按照经验和用户的要求将床按照所有预留孔位安装，并且现场问客户还有什么要加固的需求，客户当时表示满意，并且完成扫码验证同意认同自己的工作没有问题，有评价为证。

现在“万师傅”突然要李先生退回47元安装费，而且不管提供了什么证据，都置之不理。在他们一系列操作之后，自己不仅看不到平台推送的订单，而且2000块钱的保证金也退不了，要60天后才能退，李先生认为是霸王条款，难以令人信服，李先生的诉求是能早日拿到保证金和劳动所得。

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】“猫眼”退款规则引争议 消费者误购音乐节门票后无法退款

4月11日，广东省的刘女士向“电诉宝”投诉称其于2024年4月9日13:05:45在猫眼平台购买佛山乐见潮向音乐节388门票一张，出现误买门票问题。客服指导自己更改购票人信息却始终无法购买，情急之下将观影人填成父亲的实名信息。无奈之下要求平台再一次将这笔费用退款，被告知账号只限退款两次，最终无法退款。

刘女士表示平台处理方式侵害了消费者权益，自己不但无法参与本次音乐节，还丧失了一笔费用，目前也还是个学生，没有赚钱的能力，心情真的无比难受，现在购买/退票渠道还未关闭，刘女士的诉求是请求平台能归还这笔费用。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台相关人员处理，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。

【案例四】用户反映遭遇“BOSS直聘”霸道封号 求职之路受阻

4月13日，福建省的董女士向“电诉宝”投诉称其于2023年10月10日入职新公司为人事，为其公司招聘搭建团队，自己的BOSS号刚使用该注册后，无任何操作，boss直聘就给账号锁定，也不能申诉，因为该原因导致自己2023年11月现已离职该公司，现在严重影响自己寻找工作。

董女士表示，作为平台用户，平台单方面封号而不告知，判定依据也未能提供，且不提供给任何解封相关说明，一味封号，霸王如斯，严重侵犯了本人的合法权益，自己现在的诉求是需要找工作对本人的账号进行解封。

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】“Keep”被指长时间不发货 客服态度敷衍

4月17日，湖南省刘先生向“电诉宝”投诉称其于3月10日在keep平台购买活动奖牌，不过商家一直不发货，问客服了，却总是敷衍自己，跟复读机一样说一些废话，总说加急了在赶工，但是已经37天了仍然没有任何动静还是没有发货。

刘先生表示客服总和自己说还在时效内，时效内绝对发货，但是他那个时效是50天还不包括节假日。刘先生认为一块奖牌怎么可能这么久制作不好不发货？刘先生称中间Keep方还跟自己打电话来说了好几次，说他的货物已经加急了，不过后面还是没有任何的反应，到了现在客服越来越敷衍，回复也越来越慢，但是发货仍然没有任何动静，刘先生的诉求是立即发货。

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。

【案例六】未经允许擅自换票？用户投诉“智行”机票操作不当引发纠纷

4月24日，新疆维吾尔自治区的刘女士向“电诉宝”投诉称其与同伴于4月15日购买两张5月1日乌鲁木齐飞往合肥的机票并出票成功，总价为2584元（经济舱R）。智行于4月23日在未经允许下购买了上述同天同航班的低价票总价2028元（经济舱V），购买的舱位比自行购买的低两级。

刘女士表示，事件发生后，本人与东方航空进一步沟通得知，自己和二人名下均有上述同天同航班一高一低两张机票。在与智行反馈该事件后，该平台拒不承认此行为并推脱是软件系统问题，处理事件态度消极，也不同意按照相关法律赔偿其损失。刘女士怀疑智行一直在用此手段赚取中间差价，欺骗广大消费者。

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。

【案例七】拉黑跑路？用户投诉“58同城”商家无资质 客服拖延不处理

4月22日，辽宁省谷女士向“电诉宝”投诉称自己在58同城上找的刮大白商家，谷女士表示该商家没有资质，做活糊弄，发生多次欺骗，被发现后进行保证承诺，外加威胁，都有录音和聊天记录，后来这个商家说要用别人家淘汰的乳胶漆修补谷女士家，修补时谎话连篇，谷女士只补了一点点就拒绝修补，要谷女士签后续后果自负保证书，否则不能修。

谷女士表示，现在商家也跑路了，把自己联系方式拉黑了，五八说商家答应给谷女士修，就无法赔付，但商家是骗人的啊，或者基于不好体验补偿谷女士五百。谷女士表示自己在三线城市，刮大白两户花了8300元，外加自己买了料，现在烂尾谷女士需要重新买料请人，估计需要四千左右。谷女士认为，商家营业执照啥也没有，人也找不到，找到也威胁人，五八客服没有处理权限，投诉成立不成立就是反复拖着，找不到人，相关证据五八要谷女士在他们邮箱转发了一份。

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“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。

【案例九】霸王条款？用户投诉“飞猪”下单十分钟不予退款 商家态度恶劣

4月26日，吉林省的张女士向“电诉宝”投诉称其于4月25日在飞猪平台购买香港畅游2日门票时遇到了退款难题。张女士表示，她购买门票时只是试一试，并没有仔细查看支付界面的相关信息，因此该订单并非出于她的主观意愿。然而，在订单完成后不到10分钟，张女士便发现平台并不支持退款，于是她尝试联系飞猪平台的客服寻求帮助。

然而，平台客服建议张女士直接联系商家。但当张女士联系商家时，商家以门票规则为不可退款为由，对她的退款需求不予理睬，甚至建议她报警处理。张女士感到十分无奈和愤怒，她表示平台客服的投诉电话也无人接听，无人理睬，让她感到投诉无门。

张女士向“电诉宝”平台求助，希望平台能够帮助她维护消费者应有的“三包”权益，打击侵权分子，维护电商平台的正义。

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，尚未收到相关平台工作人员的反馈。

【案例十】特殊商品成退票难题？用户投诉“大麦网”未成年人未经允许擅自购票 不予退款

4月26日，黑龙江省的李先生向“电诉宝”投诉称其未成年女儿在参加学校组织的活动时，将母亲的手机带到了学校，并在活动间隙不慎购买了华晨宇香港演唱会的门票。李先生进一步指出，事发当日他正在医院陪诊，对女儿的购买行为一无所知。同时，他们家庭并无有效证件前往香港，且女儿即将面临重要考试，无法参加演唱会。因此，他向大麦网提出了退款申请。

李先生认为，作为未成年人的女儿，在购买此类商品时应得到家长的同意，而此次购买行为并未经过他的允许。然而，大麦网以演唱会门票为特殊商品为由，拒绝了李先生的退款请求。李先生要求大麦网解除未成年人购买演唱会门票的合约，并退回相关款项。还建议大麦网在今后的购票环节中添加人脸识别认证功能，以排除未成年人的购买行为。

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年4月全国数字教育评级榜中：获“不建议下单”的有网易云课堂、一只船教育、中安建培。

2024年4月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	网易云课堂	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
1	一只船教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
1	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 22 家：

投诉量 TOP10 依次为：网易云课堂、一只船教育、中安建培、学慧网、聚师网、中公教育、中职通、芸学教育、高教通、对啊网；

排在第 11-22 名的是：嗨学网、小叶子陪练、帮考网、聚力成师教育、沪江网校、潭州教育、抖音查理老师、VIPKID、高顿教育、河小象、常青藤爸爸。



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** 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** 4月

1	网易云课堂	2	一只船教育	3	中安建培	4	学慧网
5	聚师网	6	中公教育	7	中职通	8	芸学教育
9	高教通	10	对啊网	11	嗨学网	12	小叶子陪练
13	帮考网	14	聚力成师教育	15	沪江网校	16	潭州教育
17	环球网校	18	抖音查理老师	19	VIPKID	20	高顿教育
21	河小象	22	常青藤爸爸				

(以上为投诉量排行榜)

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投诉案例，涉及对啊网、一只船教育、VIPKID、聚师网、中安建培、常青藤爸爸、高教通、芸学教育、沪江网校、中公教育。

2024年4月数字教育典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
4月1日	对啊网	诱导消费？“对啊网” 被指夸大其词 消费者消费前后两个态度
4月2日	一只船教育	违规报名考试？用户投诉 “一只船教育”诱导消费
4月7日	VIPKID	用户投诉“VIPKID”推延不退费 申请退款一个多月无人问津
4月6日	聚师网	拖欠长达近三年？ 用户投诉“聚师网”久不退费
4月8日	中安建培	考试包过？用户投诉“中安建培” 缴费不开考 虚假宣传骗学费
4月8日	常青藤爸爸	涉嫌欺诈？用户投诉“常青藤爸爸” 完成打卡不返现 排队遥遥无期
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
4月16日	芸学教育	用户投诉“芸学教育” 微信付款后课程无踪影 服务成空谈
4月20日	沪江网校	学员投诉“沪江网校” cpai课程退款难 苦等退款三年无果
4月23日	中公教育	用户投诉“中公教育” 退款违约 长时间未履行约定

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】诱导消费？“对啊网”被指夸大其词 消费者消费前后两个态度

4月1日，杨女士向“电诉宝”投诉称其于2024年1月22日在淘宝平台《对啊网旗舰店》购买CPA注册会计师零基础+私教班课程+税务师课程，金额16180元。由于购买课程前，工作人员夸大其词，诱导消费，并且工作人员并没有提前告知3年到期，说好的抵扣学费也没有抵扣。

杨女士称付款后三番四次追问课程到期时间情况下才说3年到期，并且到期后还未考过的科目需要购买延期卡还能继续学习，找工作人员退款，拖延时间不给退款。

知道是自己的问题了让其领导半夜打来电话说放心到时候到期了还有科目没过找我我给你免费延期。还有对啊网课程买前买后两个态度，有问题拖拖拉拉也不回复。严重欺诈，侵害消费者权益。杨女士的诉求是退全款。

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。

【案例二】违规报名考试？用户投诉“一只船教育”诱导消费

4月2日，重庆市的郑先生向“电诉宝”投诉称其于2020年9月左右，想考个消防证，找到了一只船教育，电话询问却被招生老师忽悠，在明知自己不是本专业，不符合一级注册消防工程师的报考资格下，先让自己交费500元。告知考取了证可以挂靠，合同一签就是3年，每年80000元。每周上3个晚上的课，每两个小时，该机构承诺学习容易，花费时间短，于是自己花呗分期在双十二期间报名。

北京一只船教育机构的招生老师在招生时均对外宣称“学习、报名、挂靠全流程服务，学历和毕业时间不符合要求也可报名”。并且以“官方指定培训”、“内部绝密资料”、“押题保过”、“代报名”、“挂证挂靠赚钱”等虚假欺骗信息甚至伪造公文等违法手段，招揽不具备报名条件的学员参加培训、报名考试，诱导不符合报考条件的学员缴费。

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。但截至发稿前，尚未收到一只船教育工作人员回复。

【案例三】用户投诉“VIPKID”推延不退费 申请退款一个多月无人问津

4月7日，山西省高女士向“电诉宝”投诉称自己家孩子在vipkid学习了快三年的外教英语。2023年8月在班主任王老师（其实就是机构的推销员）的强烈推荐下又续买了价值快二万多元的两个一对一外教课时包，半年学习下来高女士感觉孩子接收机构课程不太好，考虑让孩子在线下机构继续学习。

2024年1月份，高女士和王老师申请退费，当时对方同意了。期间，高女士多次询问退费情况，王老师都说在处理。直到3月份，在高女士多次追问下才被告知要在大咖英语系统内先提交申请退费，气愤无奈之下，终于在3月12日提交申请，平台一直显示退费中，已经快一个多月了无人问津。高女士恳请有管理权力的国家监管机构对该机构予以处罚并关闭，也希望看到的家长朋友们谨慎这个英语机构。

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，截至发稿前尚未收到该平台工作人员的回复。

【案例四】拖欠长达近三年？ 用户投诉“聚师网”久不退费

4月6日，福建省的刘先生向“电诉宝”投诉称其于2021年9月18日在聚师课堂app购买了考前24小时密押通过班。刘先生认为“聚师网”侵犯了消费者的知情权，在刘先生发现不对劲的时候去微信上找他们退钱，他们已经开始不回我信息。刘先生表示找了他们的联系人微信号和收款方这两个人同时都不承认。

刘先生称其于2021年9月18日到现在一直在多方求助，在腾讯卫士上多次举报他们但是并没有作用。刘先生表示不知道怎么去投诉他们，找回自己的损失。刘先生现在的要求就是让他们退回钱款。

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。

【案例五】考试包过？ 用户投诉“中安建培”缴费不开考 虚假宣传骗学费

4月8日，湖南省战女士向“电诉宝”投诉称自己于2022年看到中安建培二广告宣传，宣传容易过考并安排工作。战女士缴费6980元，几个月后又联系战女士报提升班，承诺有内部资料，包过保过，又缴费一万元，一共缴费16980元。

战女士表示，事后连开考时间都没有，两年都不确定会不会开考，联系平台对方只肯退少部分费用，说学习课程扣除的费用，实际战女士一共只听过线上三四节课程，而且不开考有什么用，就是浪费时间，骗血汗钱，就是虚假宣传，霸

王条款。王女士表示，中安建培不能开考就承诺招生是学校的问题，不应该扣除自己的学费，希望能全额退费。

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。但截至发稿前，尚未收到中安建培的工作人员回复。

【案例六】涉嫌欺诈？用户投诉“常青藤爸爸”完成打卡不返现 排队遥遥无期

4月8日，江苏省宋女士向“电诉宝”投诉称其在网络平台上购买了常青藤爸爸的日课小古文240句，当时平台宣称按时打卡就能返现，且从未有人告宋女士知返现需要等待。宋女士表示，目前已完成打卡2年多，且已于2022年5月20日申请返现，但是到一直到现在都没有返。

目前显示在排队中，期间宋女士被要求等待，排队号从50460号到目前2024年4月8日显示排队44778号。宋女士认为按这样的速度是不是还要等上个17-18年才可以？这是能返现还是不想返现，目前的情况就是返现遥遥无期，宋女士认为常青藤爸爸的该行为涉嫌欺诈。

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。

【案例七】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。

【案例八】用户投诉“芸学教育”微信付款后课程无踪影 服务成空谈

4 月 16 日，吉林省的张女士向“电诉宝”投诉称其于 2020 年 3 月 26 日通过网上咨询，在北京芸学教育科技有限公司购买健康管理师课程服务，对方承诺安排在线课程、为自己成功报名和全程有班主任负责沟通的服务，后来收取报名费等一系列费用，累计 3630 元，全程是在线上沟通，付款方式都是微信，却一直没有课程服务。

张女士表示，工作人员多次以各种借口收费，收取费用后就联系不上，通过对方联系一直未有相应的课程服务，拒绝退费，要求给自己安排课程，安排考试报名也一直联系不到负责人，一直没有成功报名过，现在诉求是退费。

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，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】学员投诉“沪江网校”cpa 课程退款难 苦等退款三年无果

4 月 20 日，四川省的罗女士向“电诉宝”投诉称其于 2021 年在沪江网校购买 5 年 cpa 课程，2022 年时更换掉了沪江网校 APP，用其他 APP 学习，但购买时并未说过要更换 APP 学习，当时萌生了退款的想法。当时想一年可以不全退款，退一部分也行，但沪江网校客服说超过 15 天拒不退款。

罗女士称三年了，对接的班主任也更换了一个又一个，之前刚购买课程时还说会提醒学习，问了退款之后就没人发消息了，钱也没有退，投诉无果。罗女士的诉求就是退还部分钱，当时还让自己用优学宝分期。

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】用户投诉“中公教育”退款违约 长时间未履行约定

4月23日，李女士向“电诉宝”投诉称其于2023年6月向中公教育支付了总计26880元的教育培训费，并签订了合同，规定若考试未通过则中公教育需在45个工作日内全额退款。李女士于10月14日提交证明文件证明考试未通过，但至今仍未收到退款。李女士认为中公教育已违约，要求相关部门介入，促使其立即退还教育培训费。

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，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。



在线投诉	进度查询	平台登录	
真实姓名*	姓名 <input type="text"/>	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* <input type="text" value="电商平台如淘宝、京东、..."/>

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

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>

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



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

投诉榜 更多

总榜	零售	服务	金融	物流	产业
1 淘宝	2 拼多多				
3 京东	4 联联周边游				
5 嗨学网	6 天猫				
7 绿森商城	8 洋码头				
9 飞猪	10 微信商家				
11 大塘小鱼	12 有赞				
13 小红书	14 旅划算				
15 苏宁易购	16 闲鱼				
17 当当	18 微拍堂				

（二）关于网经社

浙江网经社信息科技有限公司拥有 17 年历史，旗下运营：网经社(数字经济新媒体)、网经社电子商务研究中心(智库)、“电数宝”(大数据)、“投融资中心”(FA)、“电诉宝”(C 端)、网盛消费品电商供应链金融服务中心(金融)等系列子品牌/平台/产品，提供媒体、研究、数据、融资、营销、顾问等服务，并致力于打造大数据驱动的“领先的数字经济服务商”。

网经社网站(WWW.100EC.CN)旗下拥有 100 多个细分台、频道、平台、分站，365 天/12 小时滚动发布国内外数字经济资讯，为全国乃至全球用户提供全面、及时、专业的靠谱资讯，是国内首屈一指的数字经济服务商。

公司总部位于杭州，系国内唯一拥有 A 股上市公司背景的数字经济媒体、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 4 月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5月6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)

