

# 2021年8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：2021年9月2日

报告编制：网经社电子商务研究中心



更多报告下载

## 目录

<b>一、报告摘要</b>	<b>3</b>
<b>二、整体数据</b>	<b>4</b>
(一) 投诉问题类型分布	4
(二) 投诉地区分布	5
(三) 投诉用户性别分布	6
(四) 投诉金额区间分布	7
<b>三、典型投诉案例</b>	<b>8</b>
(一) 零售电商	错误！未定义书签。
(二) 生活服务电商	11
<b>四、关于我们</b>	<b>18</b>
(一) 关于电诉宝	18
(二) 关于网经社	21
(三) 2020-2021 年度网经社电子商务研究中心报告发布计划	23

## 一、报告摘要

9月2日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2021年8月受理的全国100家互联网消费平台纠纷案例大数据，我国“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《2021年8月中国电子商务用户体验与投诉监测报告》。

报告涉及了综合零售电商（主要集中在**直播电商、二手电商、社交电商**）、生活服务电商（主要集中于**在线旅游、在线教育**）等领域。报告公布了《2021年8月全国电商投诉榜》、8月消费投诉数据及20家网络消费平台典型案例。

同时，该榜单依据“电诉宝”8月份受理的全国59家网络消费平台真实海量用户投诉案例大数据显示：

投诉量**TOP10**依次为：拼多多、淘宝、京东、寺库、抖音、店宝宝、贝贝（贝店）、熊猫生活、闲鱼、天猫；

排在第**11-30名**的是：微店、有赞、转转、唯品会、苏宁易购、红布林、海豚家、快手、百丽优购、全球速卖通、当当、小米有品、洋码头、孩子王、小米商城、年丰大当家、考拉海购、交易猫、英超海淘、86daigou；

排在第**31-50名**的是：海狐海淘、网易严选、途虎养车、小红书、微拍堂、panli代购、德国W家、美逛科技、万表网、微薄利、卷皮、天猫国际、衣联网、好衣库、蜂雷、nice、易果生鲜、HIGO、屈臣氏；



- 首页
- 投诉榜
- 评级榜
- 律师团
- 报道
- 专题

当前位置 > 投诉榜

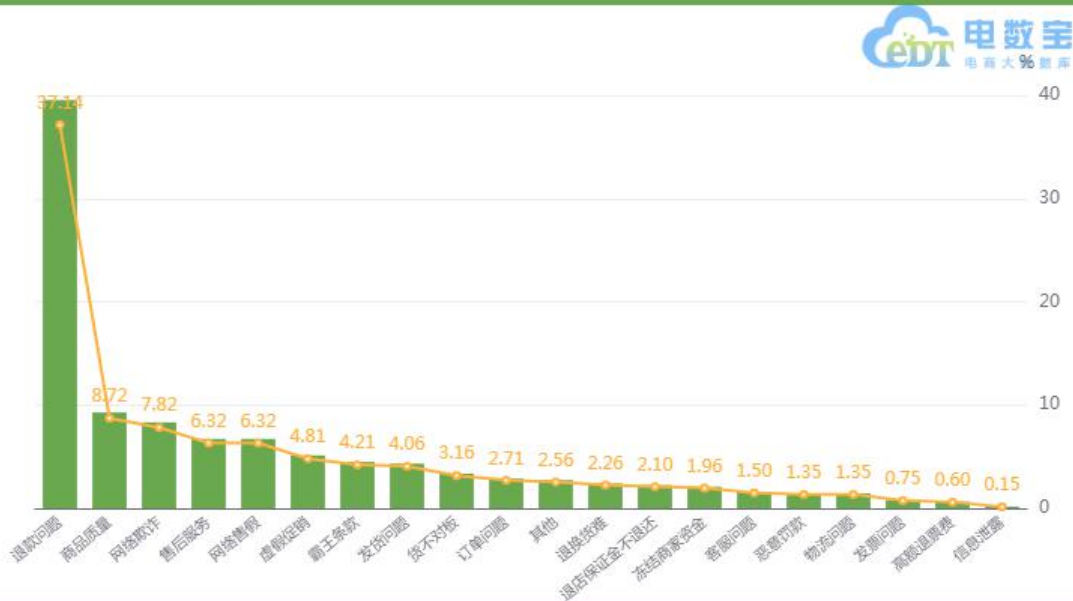
领域：	总榜	<b>零售电商</b>	服务电商	在线教育	在线旅游	交通出行	
	跨境电商	产业电商	金融科技	物流科技			
行业：	<b>全部</b>	品牌电商	社交电商	生鲜电商	二手电商	汽车电商	
筛选：	2021	8月					
1	拼多多	2	淘宝	3	京东	4	寺库
5	抖音	6	店宝宝	7	贝贝(贝店)	8	熊猫生活
9	闲鱼	10	天猫	11	微店	12	有赞
13	转转	14	唯品会	15	苏宁易购	16	红布林
17	海豚家	18	快手	19	百丽优购	20	全球速卖通
21	当当	22	小米有品	23	洋码头	24	孩子王
25	小米商城	26	年丰大当家	27	考拉海购	28	交易猫
29	英超海淘	30	86daigou	31	海狐海淘	32	网易严选
33	途虎养车	34	小红书	35	微拍堂	36	panli代购
37	德国w家	38	美逛科技	39	万表网	40	微薄利
41	卷皮	42	天猫国际	43	衣联网	44	好衣库
45	蜂雷	46	nice	47	易果生鲜	48	中国联通
49	HIGO	50	屈臣氏	51	速卖通	52	孔夫子旧书网
53	金鹰购	54	迷橙	55	叮咚买菜	56	盒马鲜生
57	千千惠生活	58	橙心优选	59	只二		

排在第 51-59 名的是：速卖通、孔夫子旧书网、金鹰购、迷橙、叮咚买菜、盒马鲜生、千千惠生活、橙心优选、只二。

## 二、整体数据

### (一) 投诉问题类型分布

## 2021年8月全国电子商务投诉类型问题分布



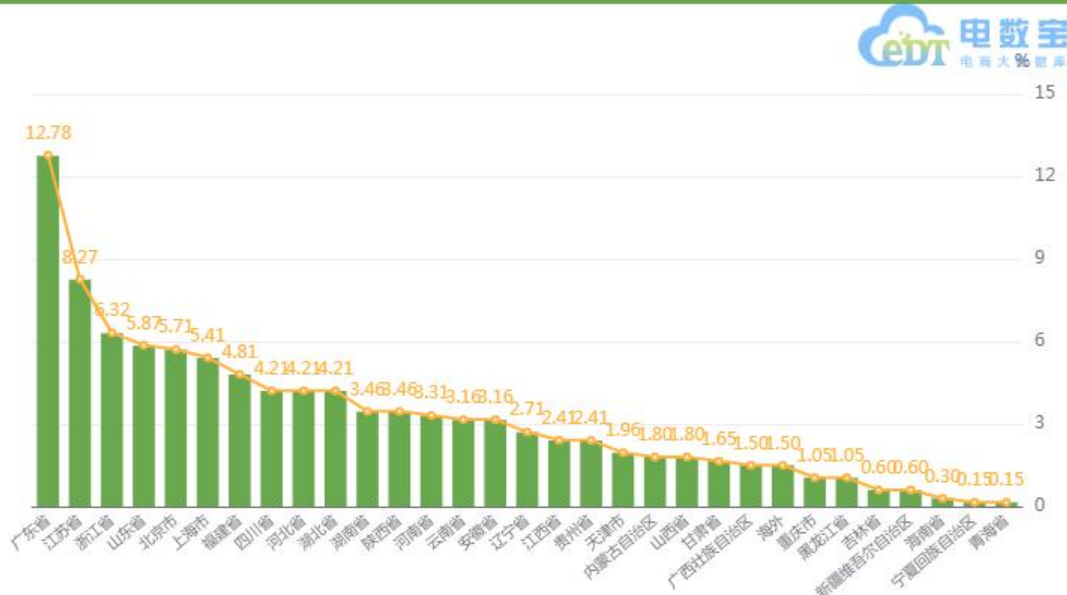
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，2021年8月全国网购用户投诉问题类型排名前十的依次为：**退款问题**（37.14%）、**商品质量**（8.72%）、**网络诈骗**（7.82%）、**售后服务**（6.32%）、**网络售假**（6.32%）、**虚假促销**（4.81%）、**霸王条款**（4.21%）、**发货问题**（4.06%）、**货不对板**（3.16%）、**订单问题**（2.71%）。

### （二）投诉地区分布

## 2021年8月全国电子商务投诉地区分布



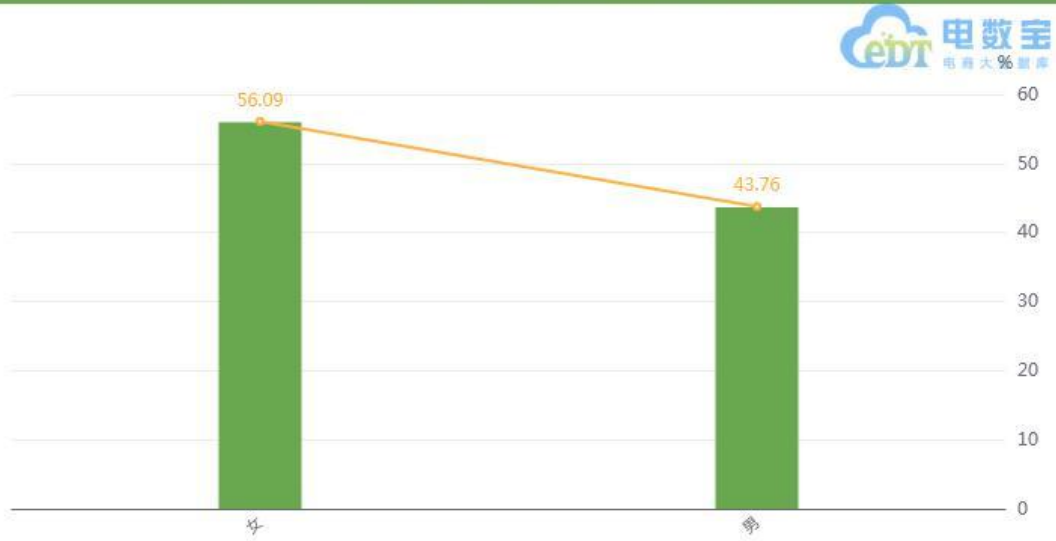
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

8月份“电诉宝”受理投诉用户聚集地区TOP20依次为广东省、江苏省、浙江省、山东省、北京市、上海市、福建省、四川省、河北省、湖北省、湖南省、陕西省、河南省、云南省、安徽省、辽宁省、江西省、贵州省、天津市、内蒙古自治区。

### （三）投诉用户性别分布

### 2021年8月全国电子商务投诉性别分布



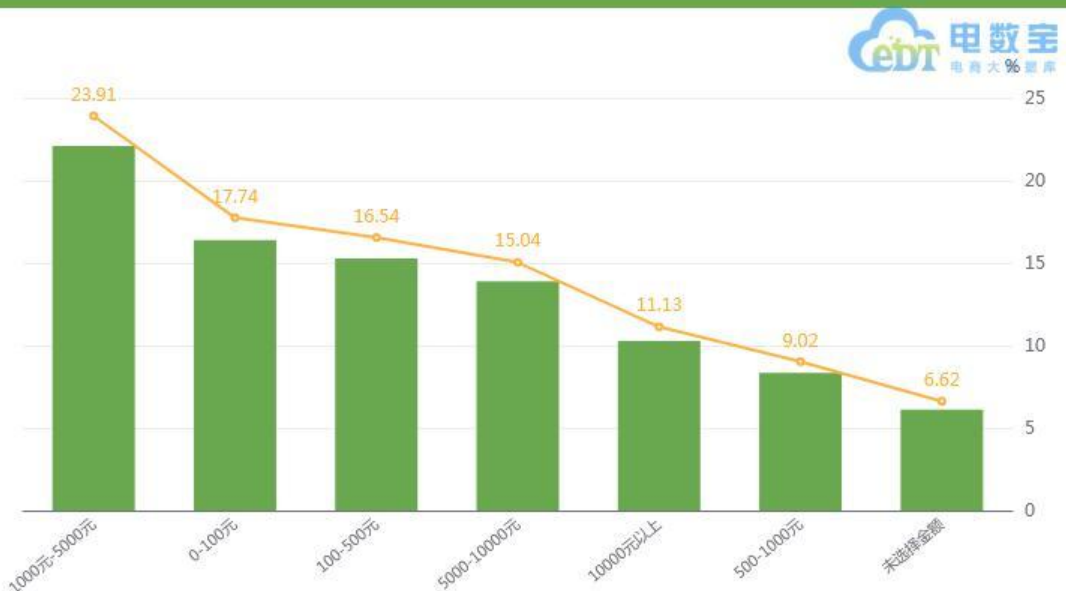
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，8月份女性用户投诉比例为56.09%，男性用户投诉比例为43.76%。

### （四）投诉金额区间分布

### 2021年8月全国电子商务投诉金额分布



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，8月份投诉金额分布主要集中在1000-5000元（23.91%）、0-100

元（17.74%）、100-500 元（16.54%）、5000-10000 元（15.04%）、10000 元以上（11.13%）、500-1000 元（9.02%）、未选择金额（6.62%）。

### 三、零售电商数据与十大典型案例

据“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，2021 年前 8 月全国零售电商消费评级榜中海淘 1 号、小米有品、唯品会、小红书、微拍堂、海豚家、当当、红布林、海豚家、蘑菇街、寺库获“建议下单”评级；海狐海淘、洋码头、有赞、花礼网、京东、微盟、熊猫生活、抖音、拼多多获“谨慎下单”评级；店宝宝、贝贝（贝店）、转转、苏宁易购、快手获“不建议下单”评级；全球速卖通、橙心优选、叮咚买菜、闲鱼、天猫、微店、交易猫、杂志云、德国 w 家、丝芙兰、淘宝、小米商城获“不予评级”。



2021年前8月全国零售电商消费评级榜

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	海淘1号	100.00%	0.933	10.000	0.980	建议下单
2	小米有品	100.00%	1.000	8.000	0.960	建议下单
3	唯品会	100.00%	0.838	9.000	0.931	建议下单
4	小红书	100.00%	1.000	5.000	0.910	建议下单
5	微拍堂	100.00%	1.000	2.857	0.874	建议下单
6	当当	100.00%	0.947	2.000	0.844	建议下单
7	红布林	100.00%	0.811	3.200	0.823	建议下单
8	海豚家	95.83%	0.908	2.000	0.812	建议下单
9	蘑菇街	100.00%	0.825	2.000	0.807	建议下单
10	寺库	100.00%	0.600	4.000	0.775	建议下单
11	海狐海淘	100.00%	0.833	0.000	0.750	谨慎下单
12	洋码头	92.86%	0.686	2.000	0.730	谨慎下单
13	有赞	95.65%	0.522	2.000	0.695	谨慎下单
14	花礼网	72.73%	0.727	4.667	0.688	谨慎下单
15	京东	99.52%	0.239	2.000	0.629	谨慎下单
16	微盟	83.33%	0.500	2.000	0.627	谨慎下单
17	熊猫生活	50.00%	0.356	10.000	0.657	谨慎下单
18	抖音	65.45%	0.287	5.200	0.529	谨慎下单
19	拼多多	47.42%	0.295	3.333	0.409	谨慎下单
20	店宝宝	17.39%	0.139	10.000	0.329	不建议下单
21	贝贝(贝店)	38.46%	0.231	2.000	0.322	不建议下单
22	转转	27.78%	0.278	0.000	0.222	不建议下单
23	苏宁易购	19.35%	0.194	0.000	0.155	不建议下单
24	快手	13.33%	0.133	0.000	0.107	不建议下单
25	全球速卖通	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
25	橙心优选	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
25	叮咚买菜	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
25	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
25	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
25	微店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
25	交易猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
25	杂志云	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
25	考拉海购	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
25	德国w家	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
25	丝芙兰	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
25	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
25	小米商城	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

备注：  
 1、综合指数=平台反馈率\*0.5+回复时效性\*0.3+用户满意度/10\*0.2。  
 1.1、平台反馈率：平台移交被投诉电商用户投诉，被投诉电商的有效回复率。  
 1.2、回复时效性：平台回复时间小于72小时为1.0，回复时间大于72小时且小于120小时为0.6，回复时间大于120小时为0。  
 1.3、用户满意度：10分满分制，数据只截取已评分的用户投诉，未评分的用户投诉将不纳入满意度数据基数的统计。  
 2、评级划分由综合指数高低决定，不建议下单∈[0,0.4)，谨慎下单∈[0.4,0.75)，建议下单∈[0.75,1.0]。对未入驻或未取得售后联系方式的电商平台“不予评级”。  
 3、由于投诉量的多少与平台的市场占有率有直接关联，故投诉量不列入评级统计范畴。  
 4、本榜单所有数据均由系统后台根据各电商平台上述行为，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（网络消费纠纷调解平台）  
数据来源：WWW.100EC.CN

在零售电商领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们将从中选取十大典型投诉案例，涉及分期乐、玩物得志、微店、寺库、网易严选、当当网、店宝宝、分期乐、孩子王、天天

鉴宝。

2021年8月零售电商十大典型投诉案例		
时间	平台	案例
8月6日		霸王条款？“分期乐”被指更新App 取消万元免息金
8月11日		霸王条款？“玩物得志”被指货不对板 退款难
8月14日		“微店”被指包庇商家售假 售后体验不佳
8月20日		售后体验不佳？“寺库”被指久未发货 不予退款
8月21日		虚假宣传？“网易严选”被指质量问题 拒绝退款
8月21日		踢皮球？“当当网”被指货不对板 售后服务差
8月23日		霸王条款？“店宝宝”被指虚假宣传 退款难
8月24日		暴力催收？“分期乐”被指催收电话各种威胁家人
8月27日		霸王条款？“孩子王”被指误导消费
8月27日		“天天鉴宝”被指货不对板 退款难

图表编制：电诉宝 数据来源：315.100EC.CN

**【案例一】霸王条款？“分期乐”被指更新 App 取消万元免息金**

8月6日，广东省的洪先生向“电诉宝”投诉称自己于3月份，业务员小燕登门办理了6万元贷款分18期，其业务员在公司平台申请两笔3千加7千共一万元免息金，称6个月后提前还款，不用产生利息，为此，再三确认，有微信证据。

**【案例二】霸王条款？“玩物得志”被指货不对板 退款难**

8月11号，北京市的王先生向“电诉宝”投诉称自己平台购买金刚手串，本店铺有盲拍和直接拍卖形式销售金刚文玩，王先生当时购买时是卖家给单独找的金刚手串，看完后，

单独发王先生的付款链接，之后就放到了盲盒里，没有拍卖，当王先生付款后，商家让扣1代表同意此单销售，当天就找客服人员不想要了，商家说不退不换，非让看看货，收到货后品种和质量商家说的完全不一样，不是当时说的品种，而且金刚用油泡过，王先生讲述有很大的油味，和商家协商想退货，商家拒绝退货，说平台规定不退不换，后面我申请客服介入，商家驳回售后，客服也一直推脱。

### **【案例三】“微店”被指包庇商家售假 售后体验不佳**

8月14日，湖北省的吴女士向“电诉宝”投诉称自己于2021年8月4日在微店App网店购买了一件衣服，购买后发现衣服与正版尺码不一样。吴女士要求退货，被商家告知此商品不支持7天无理由退款，商家并没有说明所有商品，而是部分商品。而且经过第三方平台鉴定为假冒商品。吴女士要求微店客服协商退款，感觉微商客服完全无视，与商家在沟通中都已经承认衣服是假货。但微店依旧判定说举证不足。

### **【案例四】售后体验不佳？“寺库”被指久未发货 不予退款**

8月20日，北京市的王女士向“电诉宝”投诉称自己于8月4日，购买了皮带，寺库不发货不退款，以系统升级为理由，占用客户资金流。我要求退款。

### **【案例五】虚假宣传？“网易严选”被指质量问题 拒绝退款**

8月21日，河北省的李先生向“电诉宝”投诉称自己于8月18日在网易严选购买了一款多功能料理锅，该商品支持质量问题退货。19日产品送到家后，李先生用该料理锅烧水，发现该产品无法正常使用，最大火30分钟水都没有沸腾，李先生立即联系客服，客服说温度达到200-230才会取消加热，李先生以质量有问题申请退货，客服说只能帮记录，48小时内会有专员电话过来。19日17点网易严选专员打电话过来，说该多功能料理锅烧不开水不属于质量问题，拒绝我退货。

### **【案例六】踢皮球？“当当网”被指货不对板 售后服务差**

8月21日，湖南省的张女士向“电诉宝”投诉称自己于7月22日在当当网购买了全套《就喜欢你看不惯我又干不掉我的样子》书籍，于7月25日收到后，直到8月11日晚才拆封，打开书后发现印刷极其不对，与之前看过的正版书有较大的差距，此时，怀疑当当售卖盗版书籍，随后张女士按照当当的要求寄往出版社鉴定，8月20日收到鉴定报告，出版社鉴定

确认为盗版书籍，联系当当客服要张女士提供开箱视频，张女士不解，认为在这个过程中当当客服态度不友好，并且在线客服和电话客服一直踢皮球。

#### **【案例七】霸王条款？“店宝宝”被指虚假宣传 退款难**

8月23日，河北省的王女士向“电诉宝”投诉称自己于8月11日，在店宝宝上花费1000元购买了入门版店铺，王女士认为宣传的情况与实际不符，在加入的时候，说的清清楚楚交过一次钱就不会再交钱，可是后来又跟王女士花18000购买代运营，随后，在王女士明确拒绝后，仍然继续让王女士加入代运营，他们以各种理由推脱，不予退款。

#### **【案例八】暴力催收？“分期乐”被指催收电话各种威胁家人**

8月24日，顾先生与分期乐平台进行资金周转，借款6000元，利息高达三千元，顾先生讲述，因疫情影响，工作无法开展，无力偿还。但分期乐催收电话各种威胁家人，导致家庭已破裂。

#### **【案例九】霸王条款？“孩子王”被指误导消费**

8月27日，江苏省的熊女士向“电诉宝”投诉称自己于8月16日，因孩子王送券在app购买12罐奶粉，结果券临期不通知，浪费了300元的券，花了3860元，熊女士要求退货，孩子王不退货，并且熊女士讲述孩子喝了一会拉稀，一会上火，客服只会抱歉，让熊女士出示医院证明，我实在无语。熊女士指出孩子王购买的产品多已有券为吸引力，然后临期不通知你去使用券，导致使用时才知道她们的返的余额红包也是有期限的，从来没有人告知。

#### **【案例十】“天天鉴宝”被指货不对板 退款难**

8月27日，浙江省的宋女士向“电诉宝”反映称她于8月15日在天天鉴宝平台买了一个翡翠手镯。收到后发现手镯有裂，就联系商家希望退款。商家拒不同意。宋女士联系天天鉴宝官方客服让耐心等待。48小时后再次未给结果，一直拖延，也不解决问题。

## **四、生活服务电商数据与十大典型案例**

据“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，2021年前8月全国生活服务电商消费评级榜中帮考网、携程、中华会计网校、万师傅、同程旅行、飞猪、走着瞧旅行获“建议下单”评级；一只船教育、去哪儿、联联周边游、潭州教育、大塘小鱼、环球网校获“谨

慎下单”评级；旅划算、学慧网、美团获“不建议下单”评级；海风教育、兰迪少儿英语、123 微旅行、骑驴游、麦淘亲子、51Talk、尚德机构、嗨学网、侠侣亲子游、58 同城、拉趣网、饿了么获“不予评级”。

2021年前8月全国生活服务电商消费评级榜

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	帮考网	100.00%	0.933	9.500	0.970	建议下单
2	携程	100.00%	1.000	7.500	0.955	建议下单
3	中华会计网校	100.00%	0.833	10.000	0.950	建议下单
4	万师傅	100.00%	0.846	6.000	0.884	建议下单
5	同程旅行	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
6	飞猪	100.00%	0.931	2.000	0.839	建议下单
7	走着瞧旅行	100.00%	0.868	2.000	0.820	建议下单
8	一只船教育	100.00%	0.778	0.000	0.733	谨慎下单
9	去哪儿	100.00%	0.662	0.000	0.698	谨慎下单
10	联联周边游	95.24%	0.179	7.091	0.679	谨慎下单
11	漳州教育	62.69%	0.409	6.333	0.569	谨慎下单
12	大塘小鱼	60.00%	0.333	4.667	0.507	谨慎下单
13	环球网校	50.00%	0.500	2.000	0.460	谨慎下单
14	旅划算	58.97%	0.169	0.000	0.346	不建议下单
15	海风教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
15	兰迪少儿英语	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
15	学慧网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
15	123微旅行	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
15	骑驴游	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
15	麦淘亲子	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
15	51Talk	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
15	尚德机构	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
15	嗨学网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
15	侠侣亲子游	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
15	58同城	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
15	拉趣网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
15	美团	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
15	饿了么	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（网络消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

在生活服务领域,据“电诉宝”受理用户维权案例,我们将从中选取十大典型投诉案例,涉及大麦网、联联周边游、123微旅行、携程、飞猪、常青藤爸爸、帮考网、聚师网、旅划算、深海教育。

2021年8月生活服务电商十大典型投诉案例		
时间	平台	案例
8月2日	 大麦 去现场 为热爱	因疫情向“大麦网”退票 用户投诉称暂无人受理
8月6日	 联联周边游 LIAN LIAN TRAVEL AROUND	“联联周边游”被指霸王条款 过期未使用订单不予退款
8月6日	 123微旅行	用户反映“123微旅行”商家承诺退款却迟迟未到账
8月7日	 Ctrip 携程	用户投诉“携程”机票无法全额退款
8月7日	 飞猪	因疫情原因取消行程 “飞猪”被指不支持全额退票引不满
8月8日	 IVYDAD 常青藤爸爸	“常青藤爸爸”打卡返现存干扰 诱导选择其他便宜课程
8月10日	 帮考网 WWW.BKW.CN	用户反映24小时内退款遭“帮考网”拒绝 后期再申请仅退一半
8月15日	 聚师网 JUSHIWANGEDU	“聚师网”被指付款后态度恶劣 消息不回电话不接
8月19日	 旅划算	用户反映因疫情原因无法出行 “旅划算”同意退款但一直未到账
8月19日	 深海教育 oceanedu.cn	“深海教育”被指虚假宣传不实信息诱导报名

图表编制：电诉宝 数据来源：315.100EC.CN

### 【案例一】因疫情向“大麦网”退票 用户投诉称暂无人受理

8月2日,浙江省的胡女士向“电诉宝”反映称她于2021年7月16日在大麦网购买了话剧票三张《开饭啦》,7月30号,北京已证实新冠病毒感染者两例,浙江省也发布“非必要不出省”政策,单位办公室一再劝我不出行。原本胡女士还犹豫,因为不去又很大损失,可正当胡女士犹豫不决时,携程全额退还胡女士北京的团费、机票。于是,胡女士认为疫情

看来很严重就果断向大麦网退票，反复联系，丝毫没回应，胡女士称，永远是冰冷的机器人，电话也是没有沟通成功，不给退，毫无回应。

### **【案例二】“联联周边游”被指霸王条款 过期未使用订单不予退款**

8月6日，河北省的曹先生向“电诉宝”反映称在2020年8月19日，通过联络周边游廊坊站微信端购买了价值128元的大巴扎的姑娘餐厅套餐。购买后没有去消费，等想到去消费时，发现已过期。曹先生表示商家及平台这段时间一直未提示尽快消费信息，过期提醒，没有尽到过期提醒的责任。另外美团，大众等平台，所有团购产品都支持过期退，随时退，为什么联联周边游会特殊？

### **【案例三】用户反映“123微旅行”商家承诺退款却迟迟未到账**

8月6日，江苏省的施女士向“电诉宝”反映称她于2021年6月15日在123微旅行小程序上购买了常州太湖湾音乐节的两张门票，由于天气原因音乐节被取消，平台发短信告知可以更改观看时间或者申请退款，于是7月21号在小程序上申请了退款，商家承诺退款会在7-15个工作日内到账，但是直到8月6号仍然没有任何动静，拨打客服电话也无人接听。

### **【案例四】用户投诉“携程”机票无法全额退款**

8月7日，上海市的徐女士向“电诉宝”反映称她于8月3号晚上通过携程APP买的机票，8月22号上海飞大理，8月30号西双版纳飞上海。徐女士称后来民航出了文件，机票都能全额退款，考虑到老公单位也出了通知，自己幼儿园也出了通知，不建议出沪，就去联系携程申请退款。但是沟通了好几天了，携程都不肯免费退款，理由是出票日期过了0点。

### **【案例五】因疫情原因取消行程“飞猪”被指不支持全额退票引不满**

8月7日，浙江省的张先生向“电诉宝”投诉称他于7月14日15左右订了三张东方航空MU6069成都飞往杭州，小计3100元。因疫情原因会议取消，在飞猪APP上订了往返飞机需要取消。2021年7月30日向飞猪上申请退款，飞猪退款详情显示8月1日10:25前完成退票审核，但2021年8月7日还是显示在此状态。

### **【案例六】“常青藤爸爸”打卡返现存干扰 诱导选择其他便宜课程**

8月8日，河南省的朱女士向“电诉宝”反映称她在常青藤爸爸app购买了两个打卡返



现课程以及一个大语文课程，打卡返现还未结束，平台自动跳出奖品页面，领取之后无法继续下去。商家说是返现，到中途故意误导诱导消费者以发放奖品的方式，将本来的返现换成了其他更为便宜的课程，措辞含糊不清，并且页面必须选择无法关闭。

### **【案例七】用户反映 24 小时内退款遭“帮考网”拒绝 后期再申请仅退一半**

8月10日，北京市的曾女士向“电诉宝”反映称她于2021年4月26日接到帮考网营销电话，一直在说考注册会计师的好处，并且说他们正在搞活动，课程价格很便宜。曾女士表示因为当时怀孕辞职在家，于是付款买单了。但是马上意识到自己没那么多时间去学习，24小时内要求退款，可是老师们完全不答应，好多次沟通后无果，只答应延期两年。

### **【案例八】“聚师网”被指付款后态度恶劣 消息不回电话不接**

8月15日，湖北省的陈女士向“电诉宝”反映称她通过微博加了聚狮网工作人员的微信，一直都在给她推报班的信息。陈女士表示在2021年8月12日晚上自己一时冲动，购买了他们的基础班，花了299元，报名成功后工作人员叫自己加那个辅导老师的微信，说这个老师会全程负责，结果这个老师当天没有通过好友申请，第二天通过申请后态度恶劣，工作人员还承诺说要发辅导资料给，但到现在也没有查到这个物流信息，自己和这个聚狮网的工作人员联系，结果他发消息也不回，打电话也不接。陈女士表示自己的诉求是退款，付款到现在还在七天内，承诺的书也没收到，课也没开始学，陈女士要求尽快退费。

### **【案例九】用户反映因疫情原因无法出行 “旅划算” 同意退款但一直未到账**

8月19日，四川省的安女士向“电诉宝”反映称她于2021年7月9号在旅划算平台购买了149.5元的东方朵拉田园的票，疫情原因去不了当时绵阳有一例自己是广元的，广元这边通知去了绵阳回来需要14天居家隔离和前后两次核酸，本来想延迟票平台说延迟不了，跟平台沟通后同意退款。

### **【案例十】“深海教育” 被指虚假宣传不实信息诱导报名**

8月19日，北京市的朱女士向“电诉宝”反映称她于在2020年9月2号于网络第三方平台上面接触到了关于报考人力资源管理师的广告，在9月4日支付宝支付3300报名该机构中级人力资源管理师HRM炼成班。朱女士称该售前老师在了解本人是本科学历，但毕业从事护理工作了四年，并无工作经历的情况下，说今年是最后一次跨级报考的机会，且必须报

名他们的课程,因为可以为学员进行注册老生学籍。朱女士表当初主要想考个中级职称入户,其次就是想转行,因为护士工作经常倒夜班,日以继夜的工作,身体也不太好。

## 五、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,专注于互联网的消费者权益维护,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。



“电诉宝”（网络消费纠纷调解平台；[315.100EC.CN](http://315.100EC.CN)）运行十余年，与全国数百家电商建立对接，致力于为广大电商用户解决网络消费纠纷，帮助广大电商提升用户购物体验与售后服务，以自身独有的客观公正性、中立性、权威性，稳居全国影响力与公信力前列的“第三方电商投诉维权服务平台”，并有 20 余名电商行业资深律师常年开展坐镇咨询与维权服务，平台投诉纠纷解决率在 80%以上，深受全国各地网购用户信赖。

根据平台受理的客诉“大数据”和真实案例，每月度、季度、半年度、年度公开发布客观用户体验报告和相关榜单，已连续十余年发布，被业内视为“电商 315 风向标”，被全国广大用户、企业、媒体、政府所认可和引用。

新平台于 2018 年 315 前夕正式上线运行。新系统实现“一键投诉”、24h 在线、自助维权、同步直达、实时处理、进度查询、满意度评价、律师坐堂法律求助，还有大数据分析功能，真正实现了“天天 315”，成为千千万万电商用户的“网购维权神器”。

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



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。



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物流信息考核，如此行为，可恶至极，要求平台严格处罚次行为。 虚假发货 明明没有发货硬说发货了，结果一个星期都没有物流显示，欺骗消费者，辛辛苦苦等了一个星期，快递和商家联合起来扫描出中转物流信息，引导消费者误以为发货了，其实根本没有发货，只是快递公司给商家做物流信息考核，如此行为，可恶至极，要求平台严格处罚次行为

[投诉对象] 丽质睡衣店 领域：国内网购 类型：发货问题 详情>

浙江省  
2020-07-30 17:22:34 未审核

我要投诉

电商入驻

投诉指南

电商投诉，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有着近 20 年历史，旗下运营有：网经社(电商门户)、电子商务研究中心(智库)、“电数宝”(大数据)、“电融宝”(FA)、“电诉宝”(C 端)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“中国领先的电商产业链综合服务商”。

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) 2020-2021 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》	√			
《中国在线旅游市场数据报告》	√			
《中国共享经济市场数据报告》	√			
《中国网约车市场数据报告》	√			
《中国共享充电宝市场数据报告》	√			
《中国在线外卖市场数据报告》	√			
《中国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》	√			
----------------	---	--	--	--

**【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》	√			
《中国在线旅游行业融资数据报告》	√			

**【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》	√	√	√	√
《中国女性网络消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国电子商务法律报告》	√			
《跨境电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《二手车电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《二手电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《生鲜电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《社交电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《在线旅游消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《在线外卖消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《电商物流消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《母婴电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《医药电商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《2021年8月中国电子商务用户体验与投诉监测报告》”。

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：2021年9月2号**

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](http://DATA.100EC.CN) ) 电诉宝 ( [315.100EC.CN](http://315.100EC.CN) )

(12 年沉淀 10 万+条数据覆盖 4000+平台) (我要投诉)

