

2022年度 中国零售电商服务商消费投诉数据与典型案例报告

数据来源： 电数宝
电商大数据库

案例来源： 电诉宝
网络消费纠纷调解平台

发布时间：2023年03月09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.....	5
(三) 投诉用户性别分布.....	6
(四) 投诉金额区间分布.....	7
三、评级数据与典型案例	8
(一) “有赞”投诉数据与典型案例.....	8
(二) “一品威客”投诉数据与典型案例.....	11
(三) “微盟”投诉数据与典型案例.....	14
(四) “店宝宝”投诉数据与典型例.....	17
(五) “微店”投诉数据与典型案例.....	21
四、关于我们	25
(一) 关于电诉宝.....	25
(二) 关于网经社.....	27

一、报告摘要

2022年，作为电商平台的“后勤团队”，电商服务商仍在继续前进，如微盟进一步布局快手电商，若羽臣加码抖音生态，青木股份、美登科技等多家企业上市等。

电商服务商的市场规模在不断扩大，然而，随之而来的投诉问题也源源不断，如退款不成、冻结资金、虚假宣传等问题让商家叫苦不迭。2023年，中消协公布消费维权年主题为“提振消费信心”，只有重视这些投诉问题，才能提振整个消费市场的信心。

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	农村电商	生鲜电商	
	奢侈品电商	汽车电商	母婴电商	二手电商	食品电商	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	2022	全年					
1	店宝宝	2	有赞	3	微店	4	一品威客
5	微盟	6	蝉妈妈	7	海豚知道	8	恒翎电商
9	企立方	10	小鹅通	11	商掌柜	12	高汇通

根据“电诉宝”2022年受理的中国零售电商服务商领域用户有效投诉显示，入选投诉榜的依次为：店宝宝、有赞、微店、一品威客、微盟、蝉妈妈、海豚知道、恒翎电商、企立方、小鹅通、商掌柜、高汇通。此前，艾斯博讯、中国制造网、魔筷科技、拓商网络、壹号、舞泡网络、枫页、宝立电商、e趣商城、火焱社等电商服务商也遭遇过类似投诉。

2022年全国电商服务商消费评级榜

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	有赞	98.94%	0.951	2.000	0.840	建议下单
2	一品威客	100.00%	0.000	0.000	0.500	谨慎下单
3	微盟	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
3	店宝宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
3	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

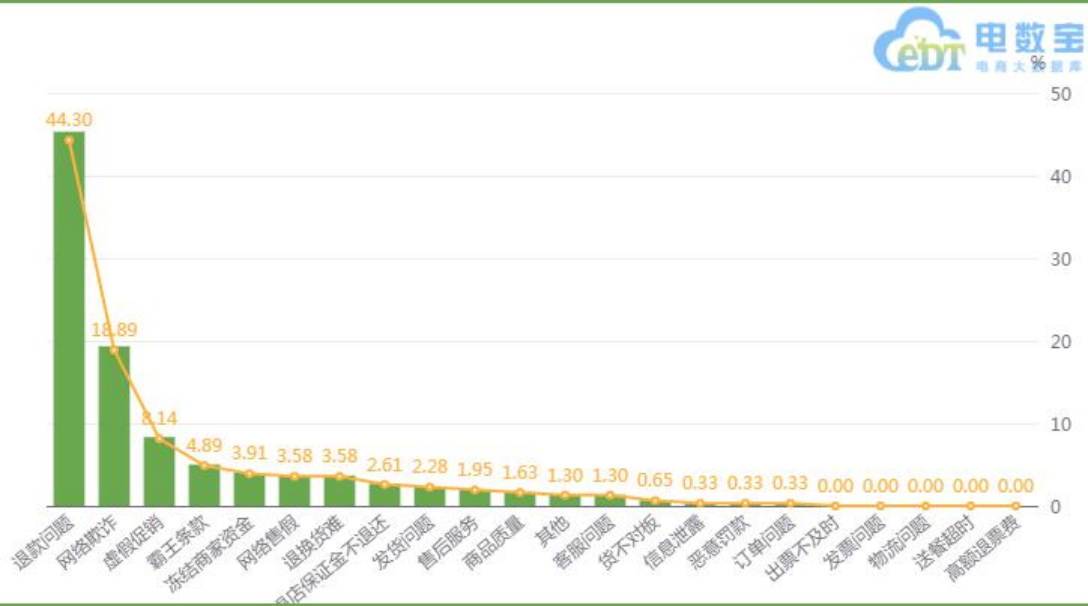
而在“2022年全国电商服务商消费评级榜”中，有赞获“建议下单”，一品威客获“谨慎下单”，微盟、店宝宝、微店均获“不予评级”。

在此背景下，2023年3月9日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2022年全年受理的全国398家互联网消费平台纠纷案例大数据，“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《2022年度中国零售电商服务商消费投诉数据与典型案例报告》。

二、整体数据

（一）投诉问题类型分布

2022年1月-12月零售电商服务商投诉问题类型占比图



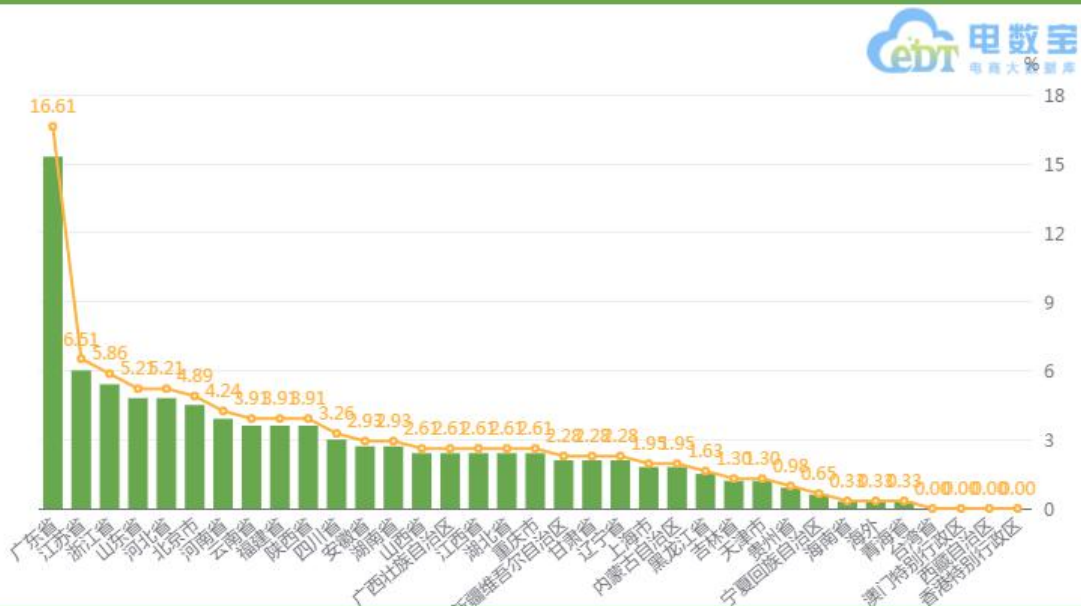
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，2022年全国电商服务商用户投诉问题类型主要包括退款问题（44.30%）、网络欺诈（18.89%）、虚假促销（8.14%）、霸王条款（4.89%）、冻结商家资金（3.91%）、网络售假（3.58%）、退换货难（3.58%）、退店保证金不退还（2.61%）、发货问题（2.28%）、售后服务（1.95%）、商品质量（1.63%）、客服问题（1.30%）、货不对板（0.65%）、信息泄露（0.33%）、恶意罚款（0.33%）、订单问题（0.33%）等。

（二）投诉地区分布

2022年1月-12月零售电商服务商投诉地区占比图



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

同时，“电诉宝”受理投诉用户聚集地区 TOP20 依次为广东省（16.61%）、江苏省（6.51%）、浙江省（5.86%）、山东省（5.21%）、河北省（5.21%）、北京市（4.89%）、河南省（4.24%）、云南省（3.91%）、福建省（3.91%）、陕西省（3.91%）、四川省（3.26%）、安徽省（3.75%）、湖南省（2.93%）、山西省（2.93%）、广西壮族自治区（2.61%）、江西省（2.61%）、湖北省（2.61%）、重庆市（2.61%）、新疆维吾尔自治区（2.28%）、甘肃省（2.28%）。

（三）投诉用户性别分布

2022年1月-12月零售电商服务商投诉性别占比图



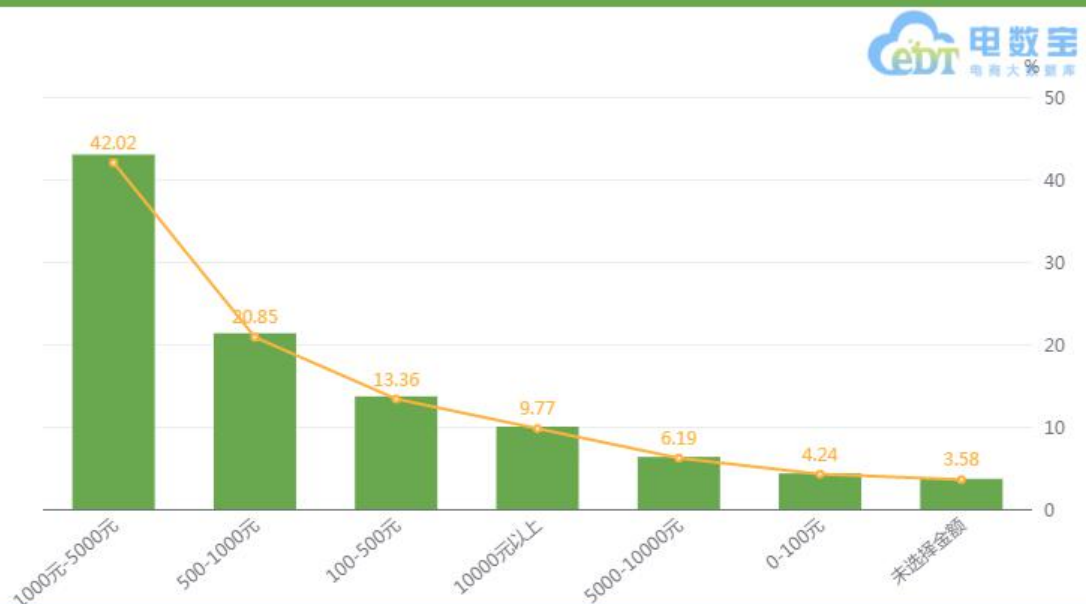
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，电商服务商2022年男性用户投诉比例为49.19%，女性用户投诉比例为50.81%。

（四）投诉金额区间分布

2022年1月-12月零售电商服务商投诉金额占比图



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示,2022年电商服务商投诉金额分布主要集中在1000元-5000元(42.02%)、500-1000元(20.85%)、100-500元(13.36%)、10000元以上(9.77%)、5000-10000(6.19%)、0-100元(4.24%)。

三、评级数据与典型案例

(一) 2022年“有赞”获“建议下单”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示,2022年“有赞”共获得18次消费评级,均为“建议下单”,2022年整体消费评级为“建议下单”。

有赞电商消费2022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
2022年	全年	98.94%	0.951	2.000	0.840	建议下单
2022年	第四季度	100.00%	0.941	2.000	0.842	建议下单
2022年	双11	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2022年	12月	95.24%	0.914	2.000	0.810	建议下单
2022年	11月	100.00%	0.969	2.000	0.851	建议下单
2022年	10月	100.00%	0.900	2.000	0.830	建议下单
2022年	第三季度	96.43%	0.950	2.000	0.827	建议下单
2022年	9月	90.00%	0.860	2.000	0.768	建议下单
2022年	8月	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2022年	7月	88.89%	0.889	2.000	0.771	建议下单
2022年	上半年	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2022年	第二季度	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2022年	6月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2022年	5月	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2022年	4月	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2022年	第一季度	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2022年	3月	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2022年	2月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）数据来源：WWW.100EC.CN

2022年“有赞”涉嫌存在退款问题,占比高达51.546%,其余分别为网络欺

诈、退换货难、虚假促销、发货问题、商品质量、网络售假、霸王条款、信息泄露、冻结商家资金、售后服务、客服问题、订单问题等问题。用户投诉“有赞”的消费金额主要在 1000-5000 元、500-1000 元、100-500 元、0-100 元、10000 元以上、5000-10000 元区间。



【案例一】“有赞”被指用户被传销式洗脑购买课程 收了钱的商家竟失联

10月22日，新疆维吾尔自治区的李女士向“电诉宝”投诉称，2022年10月17日其在微信有赞小程序被湖南微查信息科技有限公司诱导骗取购买短视频新手小白速成，结果是虚假交易，没有任何内容视频，而且微信联系人也消失了。要求退钱，有赞一再拖延，后来又说让李女士和商家协商。李女士认为这摆明了就是一伙的，商家根本联系不上。

当时一个人推课给李女士，也不知道怎么，给李女士感觉就是传销式授课，一顿洗脑，说是一月粉丝十万，赚钱一万以上，结果好几个当时就购买，李女士也没忍住买了。李女士买完后那个课立马消失了，人也不见了，百度一查才发现所有人都在告有赞，告这个虚假骗人课，希望能追回，李女士买了两个共800元。

【案例二】“有赞”商家被指货不对板 有赞客服却不以为意 漠不关心

8月24日，广东省的黄女士向“电诉宝”投诉称，自己于8月18日在有赞平台付款一个订单398元，之前销售人员说明7天内可以无理由退款，过了两天发现她们提供的服务与之前说的不符合，没有提供到之前他们承诺的服务，运营服务还要另外交钱才可以做。

但是这样自己所花的398元不就等于没有得到任何的效果，黄女士申请退款，但是平台上显示已经核销了无法退，有赞平台反馈自己和商家联系，但是商家没有明确答复。黄女士出于无奈，才要投诉这个平台，这样会让很多无辜的人受到伤害，请相关平台处理。请平台和商家给个确切的答复。

【案例三】强迫交易？有赞商户不理客户退款请求引不满

5月15日，内蒙古自治区的白先生向“电诉宝”投诉称其于2022年4月26日在有赞吃货天堂店铺购买了一款产品，没发货之前就申请了退款，但商家不予理睬，继续发货。收到以后白先生直接拒签退了回去，然而商家还是不给退款。白先生两次联系平台客服也没有处理妥当。联系商家，没有客服回应，商家拒绝退款也没有说明原因。

白先生称有赞客服每次都敷衍了事，退款时间太长。商家方恶意发起拼单，现在已经关闭了店铺，下架了所有商品，因此白先生也联系不到任何商家，无法交流。白先生还认为这是单方面强迫交易，用户没同意发货商家却继续发货，且发货以后联系不到。

（二）2022年“一品威客”获“谨慎下单”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2022年“一品威客”共获得11次消费评级，2次“谨慎下单”，9次“不建议下单”，2022年整体消费评级为“谨慎下单”。

一品威客电商消费2022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
2022年	全年	100.00%	0.000	0.000	0.500	谨慎下单
2022年	第四季度	100.00%	0.000	0.000	0.500	谨慎下单
2022年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

2022年，“一品威客”涉嫌存在退款问题、网络欺诈、虚假促销、霸王条款等问题。用户投诉“一品威客”的消费金额主要在10000元以上、1000-5000元、500-1000元区间。



【案例一】一品威客被指虚假宣传 用户充值三个月后仍未接到订单

5月9日，福建省的李先生向“电诉宝”投诉称，2021年，一品威客客服联系李先生，问他是否承接外包项目，李先生回复称他正在关注这方面的资源，只是考虑中。之后一品威客方打了很多电话，包括微信聊天，称其公司有很多资源，且很多创业型的公司都在一品威客平台上接到了很多单子，同时发了很多“所谓”的资源给李先生看。一品威客表示，只要购买公司会员，这些单子就都能帮李先生接下来，且单子金额都比较大。

此外，平台称，开通会员后保证每天能有三到五个优质客户单独对接，金牌秘书会跟进订单促成交易，只要谈价做事就可以了，还称2月份公司刚好有个政策，就是为了扶持创业者专门推出的，政策内容非常有利。因此李先生就交了70401元会员费。但直到3个多月过去，李先生仍未接到单子，因此多次要求终止合同，但一品威客方并未给出直接回应，一直拖延，称想要继续合作。

【案例二】用户与商家沟通困难 一品威客被指退款难

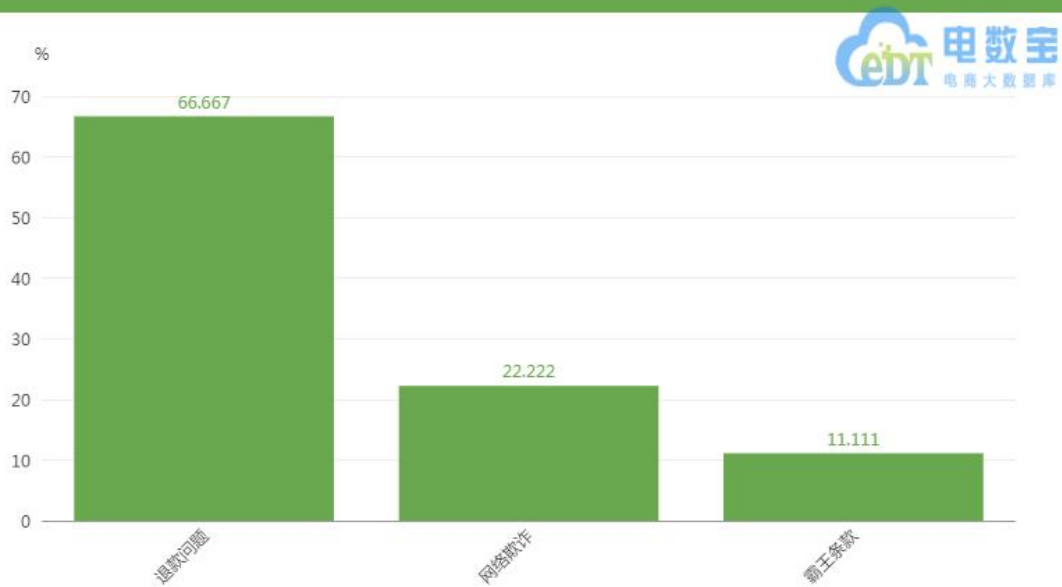
6月1日，山东省的朱女士向“电诉宝”投诉称，她于2022年5月23日在一品威客平台发布设计任务并预付给平台其设计项目全额设计款2450元。朱女士在与一品威客平台合作设计公司“烟台素造文化传媒有限公司”接单后未曾提供任何设计方案与稿件并且无法沟通。朱女士认为侵害了她的权益也耽误时间为她带来了损失。

朱女士找平台协助处理，平台要求她支付1000元误工费，否则拒绝退还并冻结预付设计费2450元。朱女士表示中间联系不到对方，沟通非常困难，希望能够通过投诉解决问题，要回她预付的设计费。

(三) 2022年“微盟”获“不予评级”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2022年“微盟”共获得13次消费评级，均为“不予评级”，2022年整体消费评级为“不予评级”。

微盟2022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

2022年，“微盟”涉嫌存在退款问题、网络诈骗、霸王条款等问题。用户投诉“微盟”的消费金额主要在10000元以上、1000-5000元、5000-10000元、未选择金额区间。



【案例一】“微盟”被指频繁更换客服 商家退款被拒

1月17日，北京市李女士向“电诉宝”投诉称，自己于2021年6月，在微盟购买了小程序服务，合同期为一年，但是在使用的这半年时间里，他们经常更换客服人员，每次需要他们解决问题的时候，客服人员就不见面了，没过几天就换了一个新面孔。而且还因为一次失误，让我们将错误的二维码印刷到了宣传册上，导致我们损失惨重，现在要求退款6000元，商家不退。之后我们和微盟公司的高层人员和销售人员进行了多次的沟通，他们都说自己没有错误，不予退款。我们实在没有办法了。

【案例二】“微盟”被指售卖商品存在问题 收银系统不可用不予退款

5月25日，广东省杨先生向“电诉宝”投诉称自己于2022年4月30日购买广州微盟信息技术有限公司的智慧零售标准版，付完款后出现很多问题，包括但不限于微盟网上商城首页卡顿、门店收银系统不可用、总仓库调拨到门店无法点击调拨入库，门店的收银设备无法使用，条码扫描入库出库会限制总量等等问题，杨先生联系官方人员但他们一直拖着不接电话。杨先生表示在25号微信上刚联系上他们，但他们说不予以退款。杨先生认为按照合同这属于微盟自己的问题，当初一直来说让他们技术人员下来培训始终不下来。

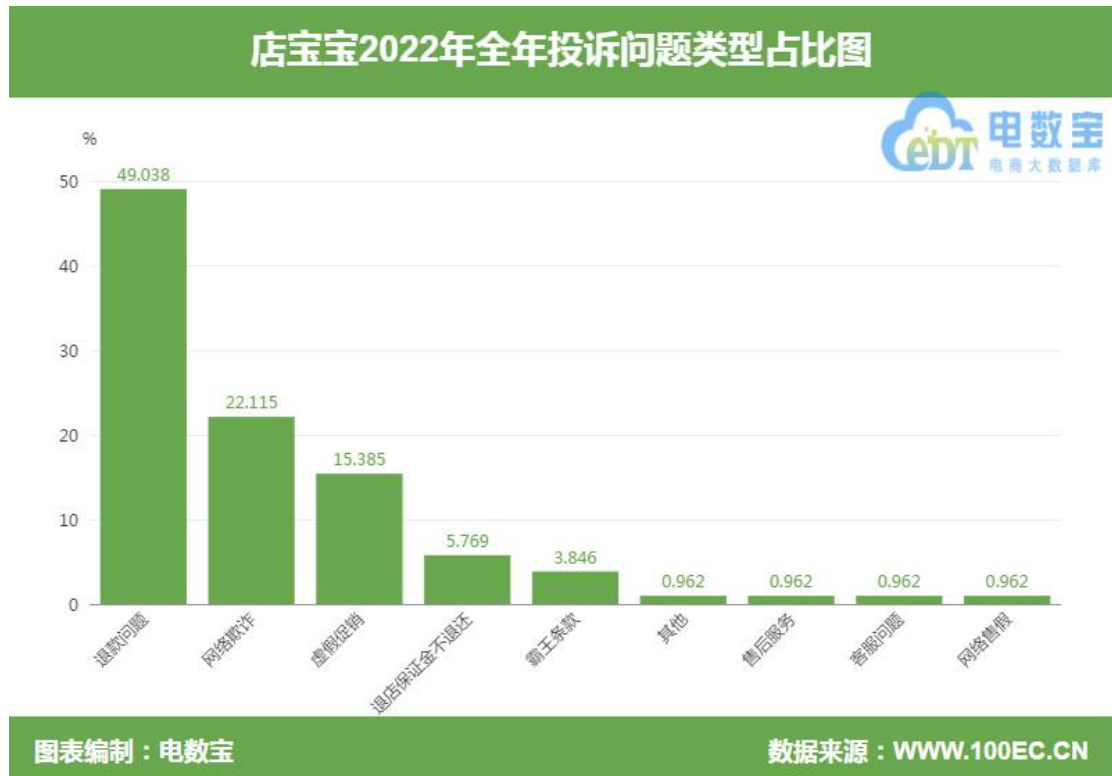
【案例三】用户投诉“微盟”无故拖延退款 多次搪塞不处理

7月1日，广东省彭先生向“电诉宝”投诉称，自己于2022年11月与上海微盟企业有限公司签订企业服务合同，于2022年5月提出解约，微盟承诺2个星期解决。后来上海微盟有限公司无故拖延处理进程，增加审批流程，又承诺6月30前解决。

在这个过程中不断以疫情、合同、办公室搬迁等琐事拖延处理，直至今天退款依旧没有解决。后来经过不断联系，多渠道不断反映的情况下，所有审核流程全部走完，包括业务部流程，法务部流程，财务部流程全部走完。可是微盟公司财务无故拖延打款，彭先生希望微盟尽快完成打款。

(四) 2022年“店宝宝”获“不予评级”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2022年“店宝宝”共获得19次消费评级，均为“不予评级”。



2022年，“店宝宝”涉嫌存在退款问题、网络欺诈、虚假促销、退店保证金不退还、霸王条款、售后服务、客服问题、网络售假等问题。用户投诉“店宝宝”的消费金额主要在1000元-5000元、500-1000元、10000元以上、0-100元、100-500元、5000-10000元、未选择金额区间。



【案例一】“店宝宝”客服态度大转弯？一听要退款 马上黑名单

7月8日，贵州省的韦先生向“电诉宝”投诉称，自己在四月购买店宝宝软件开淘宝店，一共花费了2000多元，三个月后没有任何收益。客服在中途让韦先生交托管运营费用共计一万八千元，韦先生没交，客服态度一百八十度大转弯，令韦先生十分气愤。韦先生表示，现在想退店却退不了，想运作也不了，客服就是天天拖。

最开始的时候，客服口头说中途不需要交任何费用，结果中途还有要交各种保证金，退也退不了，钱还被挂着。客服在得知韦先生想要退款后，把韦先生直接拉黑了，客服电话也没有。韦先生觉得自己现在是叫天天不应叫地地不灵，人财二空，投诉无门哪！因此，韦先生希望“电诉宝”帮他讨回一个公道。

【案例二】用户投诉“店宝宝”涉传销 商品更是“挂羊头卖狗肉”

8月5日，广东省的龙女士向“电诉宝”投诉称，自己于2022年8月3日通过游戏中插的广告下载店宝宝，并在店宝宝客服的诱导下购买了店宝宝创业服务，花费1000元。后面老师让自己跟着她一步一步把店铺设置好，助理开始推广她们的代运营服务，诱导龙女士继续购买18000元的代运营服务。之后发现商

品实际与宣传内容严重不符。

卖家张口就要了 18000 元，说得是天花乱坠，各种王婆卖瓜。龙女士在明确因资金问题，表示拒绝之后，客服依旧不断推荐，并用他人的好评反馈截图诱导龙女士购买。对此，龙女士严重怀疑店宝宝有传销嫌疑，并且自己缴纳的保证金也退不回来，平台坐视不理。

【案例三】学着学着又交钱？“店宝宝”被指疑似网络诈骗 且拒绝退款

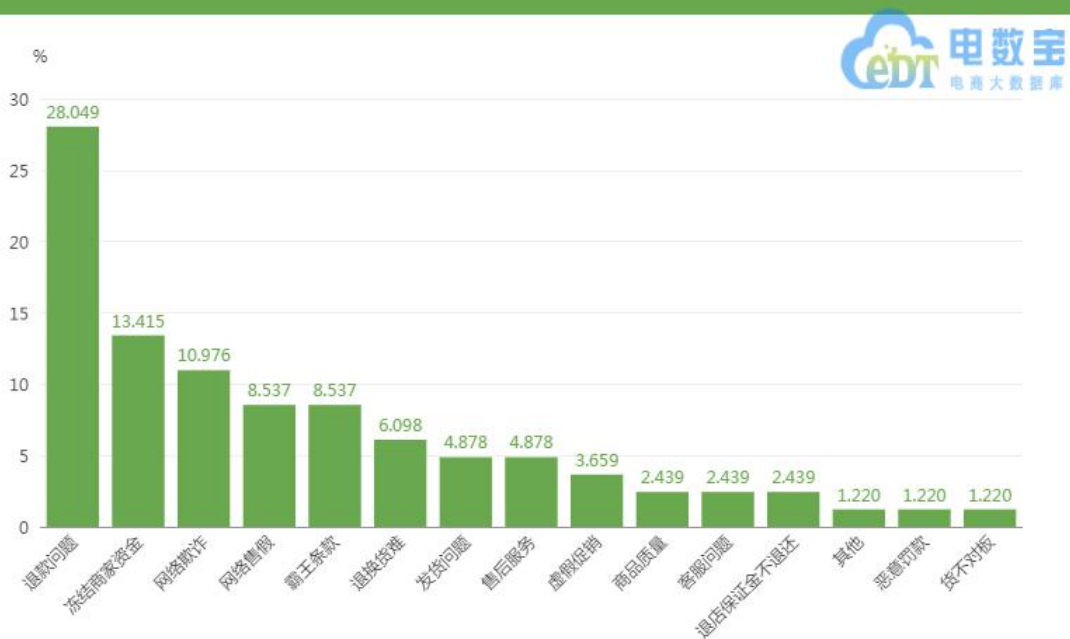
9 月 28 日，江西省陈先生向“电诉宝”投诉称自己刷广告刷到的一个叫店宝宝的开店软件，说什么每天轻轻松松卖货，陈先生听到有钱赚就加了个客服，向那个客服咨询，然后他就要陈先生交钱，还说最低 1000 元，陈先生当时说没有那么多就只交了 200 元。

学着学着客服又要陈先生交钱，就又交了 300 元，后来陈先生越想越不对，想要退钱，客服就百般推诿，让陈先生找那个教学客服，说涉及到教学要他同意才行。陈先生找到他说退钱，他就不同意。

(五) 2022 年“微店”获“不予评级”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2022 年“微店”共获得 19 次消费评级，均为“不予评级”。

微店2022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

2022年，“微店”涉嫌存在退款问题、冻结商家资金、网络欺诈、网络售假、霸王条款、退换货难、发货问题、售后服务、虚假促销、商品质量、客服问题、退店保证金不退还、恶意罚款、货不对板等问题。用户投诉“微店”的消费金额主要在1000-5000元、100-500元、500-1000元、5000-10000元、10000元以上、未选择金额区间。



【案例一】霸王条款？“微店”被指无理由无限期冻结支付款项

4月17日，浙江省叶先生向电诉宝投诉称，自己于4月14日，通过微信商家在微店上下单了几件商品，当日晚上商家联系叶先生说当地疫情防控无法发货，所以要申请退款，叶先生讲述，显示商家店铺异常无法退款。叶先生联系平台后他们告知需要自己去联系商家处理好它跟微店平台之间的问题，否则只要商家没有处理好问题就不能给退款。其次让叶先生选择报警期间有任何问题都让自行找商家解决。叶先生联系商家商家告知也没收到钱，被平台冻结且提交的资料申诉无果微店不予处理。

【案例二】“微店”商家被指强行发货 消费者明确提出退货却充耳不闻

8月14日，河南省的王女士向“电诉宝”投诉称，自己于2022年7月23日在微店的甜儿女装购买了十件牛仔裤，后王女士申请退款，商家不知什么原因在2022年7月25日取消了王女士的退款申请并且擅自发货。王女士收到牛仔裤后，通过微店客服投诉介入申请退货退款。

【案例三】一日之后又延三日？“微店”被指提现金额迟迟不到账

11月17日，河北省的韩先生向“电诉宝”投诉称，其作为商家在微店平台

的提现一直没有到账，韩先生去找客服，客服说 24 小时，但过了 24 小时后还未到账。韩先生称，客服不处理问题，一直拖延时间，又拖延 3 个工作日。韩先生表示，自己的钱为什么平台一直拖着不给？韩先生之后拨打微店客服电话，但电话一直拨不通，没人接。韩先生的诉求是微店赔偿损失。

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 16 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）运行十六余年，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*	<input type="text" value="姓名"/>	年龄*	<input type="text" value=""/>	性别*	<input type="text" value=""/>
所在地*	<input type="text" value=""/>	邮箱*	<input type="text" value="example@qq.com"/>	投诉对象*	电商平台如淘宝、京东、...

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



电诉宝 全新升级 投诉过程透明化
信息动态一手掌握

法律 | 调查 | 曝光 | 电商

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，商家以设置价格错位为由私自取消订单。

[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。

[投诉对象] 丽质睡衣店 领域：国内网购 类型：发货问题 详情>

浙江省 2020-07-30 17:22:34 未审核

我要投诉

电商入驻

投诉指南

电诉宝

网络消费纠纷调解平台

电商投诉，就上“电诉宝”

高效解决消费纠纷

投诉榜 更多

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

(二) 关于网经社

浙江网经社信息科技有限公司拥有 15 年历史，旗下运营：网经社(数字经济服务商)、网经社电子商务研究中心(智库)、“电数宝”(大数据)、“电融宝”(FA)、“电诉宝”(C 端)、网盛消费品电商供应链金融服务中心(金融)等系列产品/平台/产品，提供媒体、研究、数据、融资、营销、顾问等服务，并致力于打造大数据驱动的“领先的数字经济服务商”。

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



公司总部位于杭州，系国内唯一拥有A股上市公司背景的数字经济媒体、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。

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《2022 年度中国零售电商服务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：2023 年 3 月 9 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)

(15年沉淀 100万+条数据覆盖 4000+平台)

(我要投诉)



网经社小程序码 (微信小程序搜网经社)

