

2022年度 中国女性网络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07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) 女性用户投诉占比超男性.....	4
(二) 80、90 后女性成维权“主力军”	错误！未定义书签。
(三) 退款、商品质量等女性购物“顽疾” 仍存.....	9
(四) 女性用户投诉金额 1000 元以下近四成.....	错误！未定义书签。
(五) 广江浙女性投诉用户位列前三.....	错误！未定义书签。
三、评级数据与典型案例	8
(一) 女性数字零售消费投诉十大典型案例.....	9
(二) 女性数字生活消费投诉十大典型案例.....	13
(三) 女性数字教育消费投诉十大典型案例.....	16
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

2023 年的三八“女神节”即将到来，占据主要消费市场的女性一直是众网络消费平台的关注焦点。随着女性社会经济地位的不断提升，“她经济”不断释放活力，在“她经济”催热之下，女性线上消费者激增。

同时，也能发现过往对于女性消费者“精致悦己”的消费定位也在发生细微地改变——她们不再只关注“精致”的外表，还有心情、思想、身体方面的“精致”；她们不再只靠购物来“悦己”，为家人创造惊喜也能“悦己”。

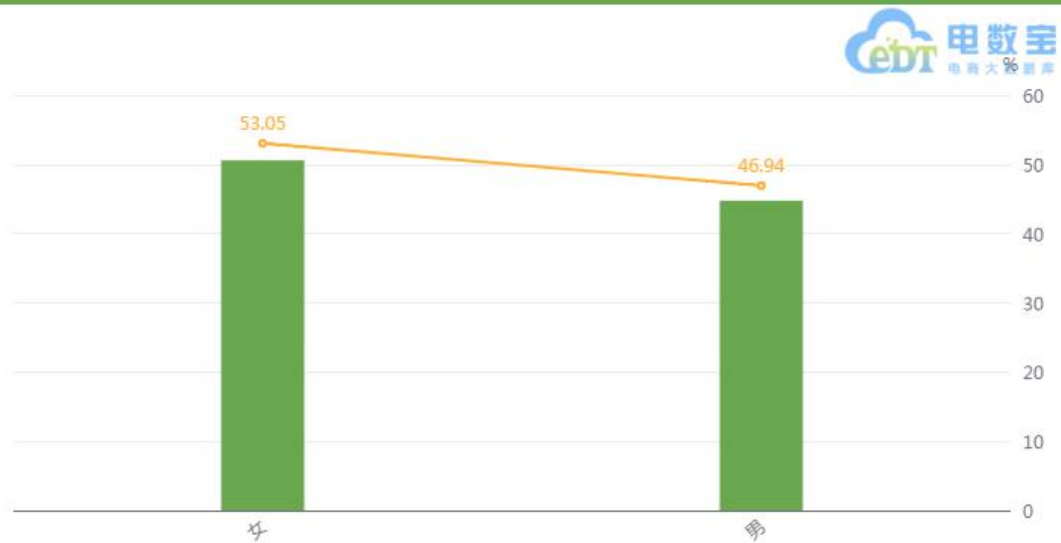
2023 年，中消协公布消费维权年主题为“提振消费信心”。在网络消费中，女性力量不仅是不可或缺，更是重中之重，女性消费权益的保障更应得到重视。2023 年 3·15“国际消费者权益日”即将到来，网络消费平台又将迎来一次大考。

在此背景下，2023 年 3 月 7 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 年度中国女性网络消费投诉数据与典型案例报告》。

二、整体数据

（一）女性用户投诉占比超男性

2022年全国网络消费男女用户投诉占比图

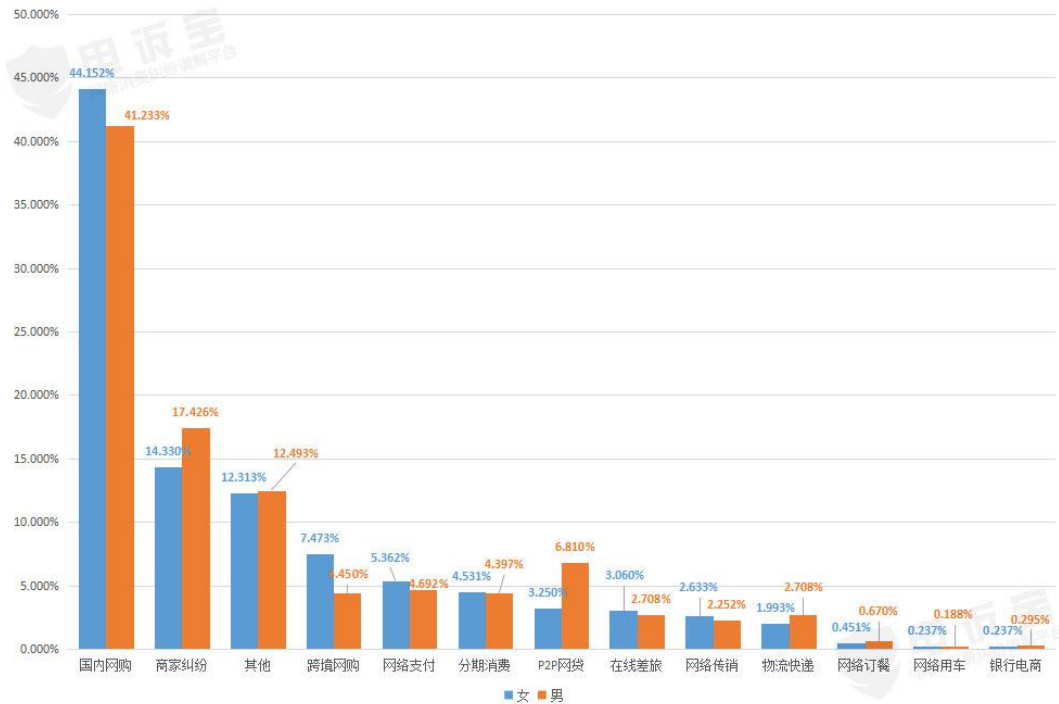


图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据国内网络消费调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，2022年全年网络消费投诉用户性别占比分为为男性（46.94%）、女性（53.05%）。女性用户占据互联网“半壁江山”，在网络消费中更是占据重要的位置。从年度消费维权数据中可以看到，这在一定程度上也彰显了现代女性在购买某类产品的时候会有冲动心理，人们购买某一件用品时，也许在浏览网页的过程中，电商平台会自主的推荐给消费者特殊用品。无论是趋于好奇心，还是自身就有所需要，女性消费者的冲动程度要比男性消费者更高。

2022年各领域消费男女投诉用户分布



图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

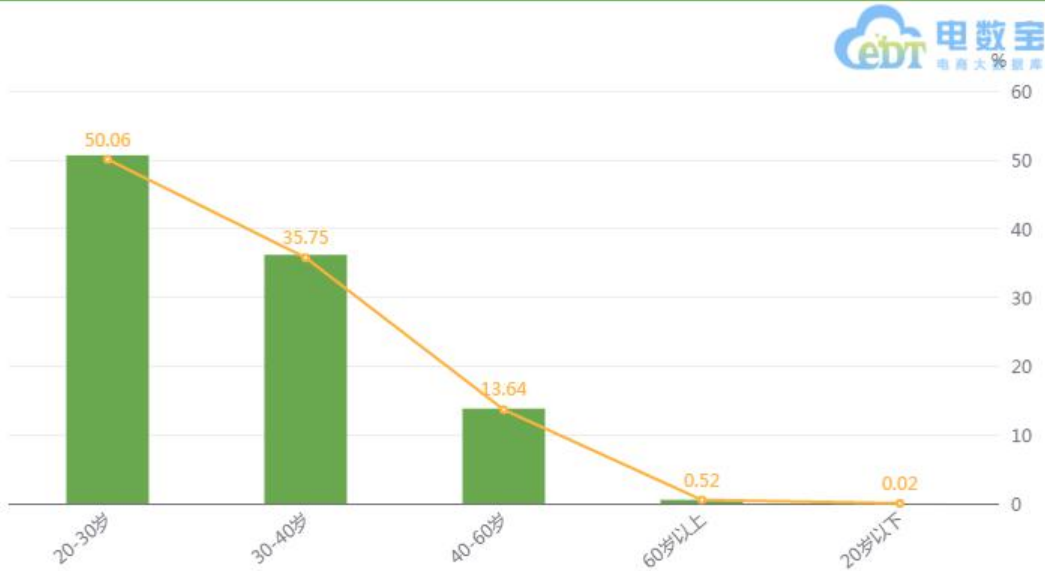
通过 13 个网络消费领域中男女投诉用户对比，可以看到在国内网购、跨境网购、网络支付、在线差旅、网络订餐、网络用车及其他这 6 个领域中，女性用户维权力度高于男性，其中国内网购女性投诉用户达 44.15%，位列第一。

在上述 6 个领域中，可以看出女性用户占据人数较多之外，也各有特点。一是疫情期间，相比往年，女性对国内网购更为追崇，尤其在护肤品、包包以及服饰等商品购买上，但也间接凸显出国内网购中消费问题不少；二是女性用户逐渐成为旅游消费市场的核心人群，也是家庭出游决策的主导者，也更愿意花钱在享受生活。

可以看到，“她经济”正在打破固有的性别局限，逐渐成为存量竞争下新的增长极。同时，电商、社交、颠覆技术与新兴商业模式的交融，正影响着女性消费群体的消费角色、消费态度和消费诉求。深耕场景消费和体验经济，挖掘女性“触发购买”的潜力，则是品牌把握“她经济”这个新风口

（二）女性维权“主力军”趋于年轻化

2022年全国女性网购消费年龄段分布



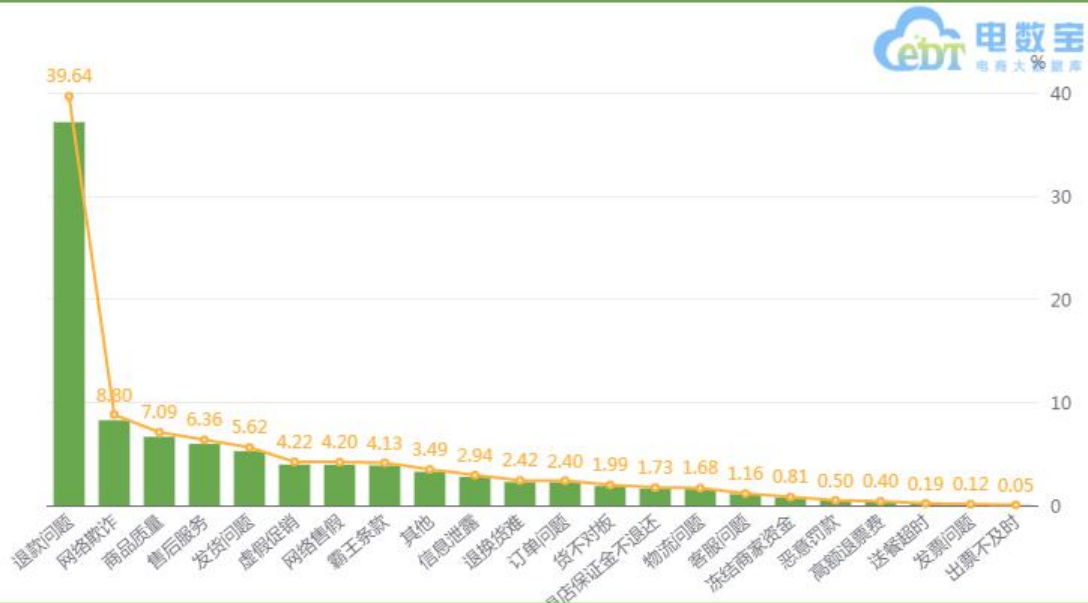
图表编制：电教宝

来源：WWW.100EC.CN

2022年全国女性网购消费投诉年龄段分布主要集中在20-30岁（50.06%）、30-40岁（35.75%）、40-60岁（13.64%）、60岁以上（0.52%）、20岁以下（0.02%）。可以看出80、90后女性是当下网络消费的主力军，维权意识更强。但值得一提的是，或出于照顾家庭需要，或出于提升自我需要，对某些品类的商品依旧是所有年龄段女性用户的消费需求。

（三）退款、商品质量等女性购物“顽疾”仍存

2022年全国女性网购消费投诉问题类型占比图



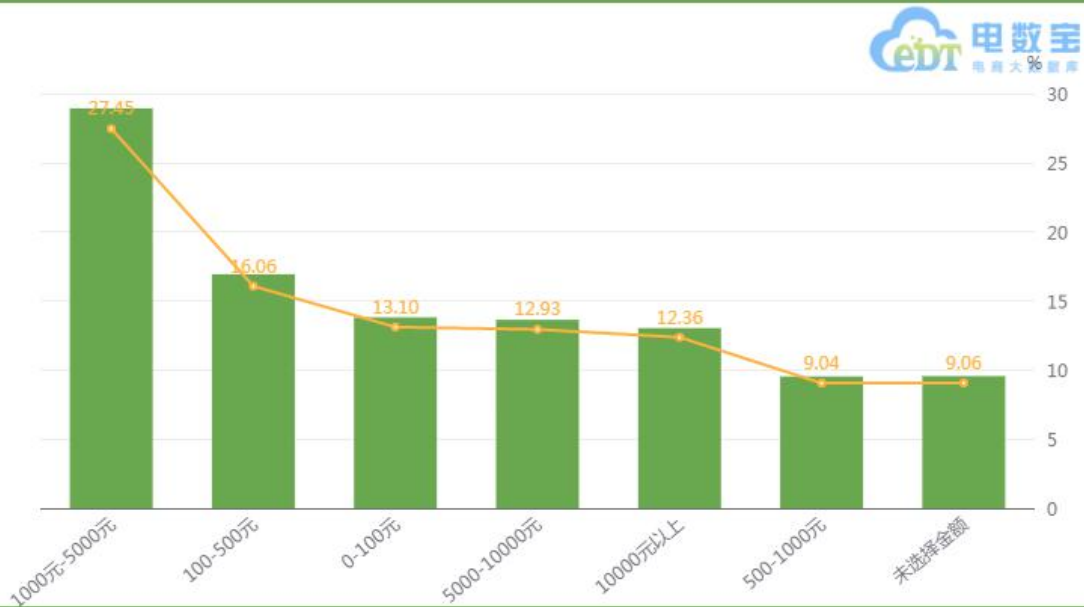
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，2022年全国女性网购消费投诉问题类型主要包括**退款问题**（39.64%），近占四成。此外网络欺诈（8.80%）、商品质量（7.09%）、售后服务（6.36%）、发货问题（5.62%）、虚假促销（4.22%）、网络售假（4.20%）、霸王条款（4.13%）、信息泄露（2.94%）、退换货难（2.42%）、订单问题（2.40%）、货不对板（1.99%）、退店保证金不退还（1.73%）、物流问题（1.68%）、客服问题（1.16%）、冻结商家资金（0.81%）、恶意罚款（0.50%）、高额退票费（0.40%）、送餐超时（0.19%）、发票问题（0.12%）、出票不及时（0.05%）等投诉问题。

（四）女性用户投诉金额 1000 元以下近四成

2022年全国女性网购消费投诉金额占比图



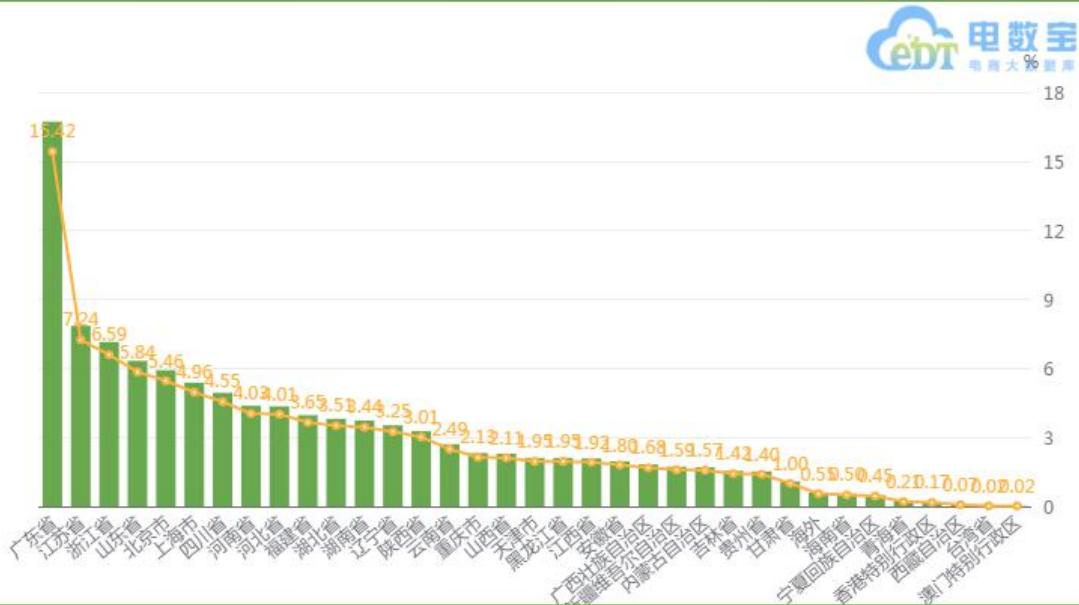
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，2022年全国女性网络消费投诉金额分布主要集中在1000元-5000元（27.45%）、100-500元（16.06%）、0-100元（13.10%）、5000-10000元（12.93%）、10000元以上（12.36%）、500-1000元（9.04%）、未选择金额（9.06%）。

（五）广江浙女性投诉用户位列前三

2022年全国女性网购消费投诉地区占比图



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（15.42%）、江苏省（7.24%）、浙江省（6.59%）、山东省（5.84%）、北京市（4.89%）、上海市（1.95%）、四川省（3.26%）、河南省（4.24%）、河北省（5.21%）、福建省（3.91%）、湖北省（2.61%）、湖南省（2.93%）、辽宁省（2.28%）、陕西省（3.91%）、云南省（3.91%）、重庆市（2.61%）、山西省（2.61%）、天津市（1.30%）、黑龙江省（1.63%）、江西省（2.61%）。

三、三十大典型案例发布

（一）女性数字零售消费投诉十大典型案例

2022 年全国女性网购在数字零售领域中，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，涉及蜂雷、来分期、微薄利、找靓机、红布林、千千惠生活、转转、微店、美团优选、识季。

2022年女性数字零售消费投诉十大典型案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
1月5日	蜂雷	缴纳保证金后不予直播 “蜂雷” 被指私吞押金
1月26日	来分期	“来分期” 被指超收高额利息 采用恐吓暴力催收手段
4月7日	微薄利	“微薄利” 被指提现难问题突出 客服联系不上
4月8日	找靓机	“找靓机” 被指虚假宣传 诱导未成年人高额消费
5月3日	红布林	“红布林” 被指故意损坏商品 回应称审核时已受损
6月27日	千千惠生活	“千千惠生活” 的货发到哪里去了？ 虚假发货 客服形同虚设
7月3日	转转	用户投诉 “转转” 二手机质量存在问题 客服强硬不承认
8月30日	微商	“微店” 商家被指诈骗 付钱无服务 跑路后微店平台袖手旁观
10月20日	美团优选	“美团优选” 被指商品无法送达没有任何通知 协商未果平台私自退款
11月5日	识季	“识季” APP被指虚假宣传 以次充好 售卖二手瑕疵品

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】缴纳保证金后不予直播 “蜂雷” 被指私吞押金

2022年1月5日，上海市黄女士向电诉宝投诉称，蜂雷于2021年6月20日游说其司入驻其平台上架产品，入驻平台交取1000元保证金，另加4800元服务费（4800元服务费含提供专业主播20场直播带货活动并完成20万业绩），我司于2021年06月22日向蜂雷平台缴纳5800元，但直至今，经我司与蜂雷平台多次协商均未按合约执行开播，业绩为0元。

【案例二】“来分期” 被指超收高额利息 采用恐吓暴力催收手段

1月26日，福建省黄女士向“电诉宝”投诉称自己因个人原因在来分期平台逾期，与平台协商延期，平台以无此业务拒绝，利息超出36%，黄女士要求平

台做出解释，平台说是合法，黄女士要求该平台出示相关文件规定，并做出解释。来分期在联系的到本人的情况下，将本人信息卖给三方催收，催收平台每天数十个电话频繁催收，对本人进行威胁，恐吓等给本人工作生活带来严重影响。

【案例三】“微薄利”被指提现难问题突出 客服联系不上

4月7日，山东省刘女士向“电诉宝”投诉称自己2021年在微薄利消费，至今未提现到账，提现时间为2021年7月16日和7月26日，刘女士向客服反映，却一直没得到回复，到现在客服都找不到了。

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。

【案例四】“找靓机”被指虚假宣传 诱导未成年人高额消费

4月8日，四川省的曾女士向“电诉宝”反映称，自己儿子属未成年学生，2022年1月1日“找靓机”小程序，以虚假宣传诱导未成年人偷父母的钱消费购买2468元的垃圾手机，玩游戏，严重影响学习，未成年人不知道维权，直到现在家长才发现，希望退款。

接到用户投诉后，我们第一时间将相关投诉转交给平台，对此，“找靓机”的工作人员机械、千篇一律地向“电诉宝”发来反馈称：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。

【案例五】红布林被指故意损坏商品 回应称审核时已受损

5月3日，北京市的邢女士向“电诉宝”投诉称其在红布林寄卖一条CK腰带，寄出时该腰带有老化现象，但也只是有裂纹，并未断裂。4月17日平台鉴定不通过寄回，4月20日邢女士收到货，5月1日拆开时，发现腰带已经断裂掉渣。邢女士查看寄出前拍的照片，发现寄出时腰带并未损坏。又查看了该平台的收货视频，发现收货人员将腰带弯折盘起。加之鉴定人员再拆开，再弯折。发货人员再拆开，再弯折盘起。对此，邢女士怀疑是红布林方人员故意损坏腰带。

之后，红布林客服回复称腰带在他们平台只待了两天，不可能损坏，还表示腰带寄回来后 10 天才发现有问題，无法评定是谁造成的。邢女士表示，她收到货后没动过，但是他们收货后经过了好几个流程，且有图片证明邢女士寄过去时腰带是完好的。客服表示赔偿 50 元现金，但邢女士认为原价 2000 多的腰带卖出至少有 300 元，不同意赔偿 50 元现金或者 100 元券。对此，邢女士要求赔偿 300 元现金。

【案例六】“千千惠生活”的货发到哪里去了？ 虚假发货 客服形同虚设

6 月 27 日，浙江省许女士向“电诉宝”投诉称，自己于 2022 年 6 月 21 日（周二）23:58 在千千惠生活平台购买“精选三年陈艾盘香”一件，金额 34.9 元。于 2022 年 6 月 23 日（周四）收到短信，提示已发货快递是极兔快递，单号 JT3005971817636。直至 6 月 25 日（周六）仍无物流信息，联系千千惠生活线上客服，告知反馈情况请等待。

次日晚，许女士再次联系线上客服依然让她等待。在周一依然没有物流信息的情况下，第三次联系平台客服，承诺许女士下午 5 点给结果，直至晚上 7 点依然没有反馈信息，第四次联系客服要说法无果，被强制结束对话。许女士的诉求是该订单立即退款。

【案例七】用户投诉“转转”二手机质量存在问题 客服强硬不承认

7 月 3 日，山东省刘女士向“电诉宝”反映称，自己在转转买了一台二手机，发现质量有问题联系客服，刘女士说客服诬陷她是个人原因而造成手机有质量问题。刘女士随后打了转转官方客服电话，客服表示会处理，但是三天没有联系刘女士。刘女士表示客服说话态度强硬，直接把手机给刘女士退回来。刘女士再次强调手机本身就有质量问题，请求转转尽快处理。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，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】“微店”商家被指诈骗 付钱无服务 跑路后微店平台袖手旁观

8 月 30 日，唐女士向“电诉宝”投诉称，自己于 2022 年 5 月 24-25 日在微

店 APP 的某店铺购买 Shopee 一对一指导服务，金额共计 5500 元。购买后商家未兑现服务承诺，唐女士申请退款，商家未处理。随后，唐女士联系平台，却发现商家早已提现跑路，微店平台却不予处理！唐女士的诉求是要求微店平台退款 5500 元，并且希望市场监督相关部门介入，对该商家和微店进行处罚。

【案例九】“美团优选”被指商品无法送达没有任何通知 协商未果平台私自退款

10 月 20 日，广东省的王女士向“电诉宝”投诉称，2022 年 9 月 19 日下午 15 点 40 分王女士在美团优选上下单，平台显示 20 号上午 11 点左右可以送达，等了 30 个多小时，没收到任何通知，也没收到货。于是王女士找到平台，平台这才说要王女士申请退款。王女士肯定不愿意，没有货的情况没有第一时间通知王女士，最后还是王女士找平台，而且在协商未满意的情况下私自退款。

【案例十】“识季”APP 被指虚假宣传 以次充好 售卖二手瑕疵品

11 月 5 日，湖南省的李女士向“电诉宝”投诉称，2022 年 10 月 27 日李女士在识季 app 上购买了一款 GUCCI 马衔扣 1955 系列迷你手袋，价值 5867 元。商品在质检过程中指出有明显的人为瑕疵问题，识季提出赔偿 1000 元作为补贴，李女士未同意，客服表示可以重新下单并承诺不会再出现瑕疵情况，并承诺全新正品可放心购买。

于是 2022 年 11 月 1 日李女士重新在识季 app 上再次购买同款类产品，价值 5978 元，并于 2022 年 11 月 4 日下午又收到了质检查出来的人为瑕疵。这很难不让人怀疑识季 app 根本售卖的不是全新正品，而是二手瑕疵品。该款购物软件主打的是海外直邮全新正品这几个字眼，现在却拿二手货品以次充好，过度虚假宣传，欺骗广大消费者，让李女士对他们的货品来源极其怀疑，并且李女士在与之尝试协调沟通解决问题下，不予理睬，拖延时间，客服搪塞敷衍，态度极其冷漠，辜负了李女士对他们的信任，而且耽误了李女士宝贵的时间，望相关部门解决处理。

(二) 女性数字生活消费投诉十大典型案例

2022 年全国女性网购在数字生活领域中，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，涉及走着瞧旅行、智行、饿了么、青芒果旅行网、keep、大众点评、旅划算、联联周边游、大麦网、骑驴游。

2022年女性数字生活消费投诉十大典型案例		
投诉时间	投诉平台	投诉案例
2月16日	走着瞧旅行	用户反映疫情无法出行 未享受服务联系“走着瞧旅行”无人接听
4月5日	智行	“智行”特价票仅便宜2元 退款收近半手续费引不满
4月10日	饿了么	骑手拒绝配送甚至辱骂客户 “饿了么”坐视不管?
4月7日	青芒果旅行网	人间蒸发? 房东反映“青芒果旅行网”拖欠订房销售款后失联
5月12日	Keep	用户反映“Keep”近四个月未到货 联系客服只让耐心等待
9月7日	大众点评	用户打高分被判刷好评 “大众点评”被指无故判罚
10月4日	旅划算	“旅划算”被指严重销售误导 所述套餐内容与实际不符
10月7日	联联周边游	不退不换?“联联周边游”被指疑似霸王条款 申请退款只退80%
11月16日	大麦网	“大麦网”被指客服退款时态度恶劣 稍有延误便阴阳怪气
12月6日	骑驴游	“骑驴游”被指购买的订单无法预约 欲申请退款却无入口

图表编制：电诉宝 数据来源：315.100EC.CN

【案例一】用户反映疫情无法出行 未享受服务联系“走着瞧旅行”无人接听

2月16日，内蒙古的刘女士向“电诉宝”投诉称她于2019年1月29日经推广于走着瞧微信公众号购物平台购买云南时光旅行卡5张共计2995元（卡片单价599元），卡片有效期至2020年3月10日。本打算在2020年春节前后去云南旅行，结果2020年1月爆发新冠疫情，云南之行无法成行，好不容易联系

到客服后，提出退款要求，客服建议将卡片延期两年，并承诺疫情如果两年后还不过去会给予退款，协商达成，走着瞧还给自己寄了几瓶酒精和一个布包表达歉意。刘女士称时间来到了现在，疫情形势仍然严峻，家人有医护人员，出门所带来的牵动实在无法动身，眼看卡片又将过期，此时再通过走着瞧旅行网提供的联系方式已经无人接听……刘女士表示 3000 元，不多但也不少，请求退回成交价 90% 的费用，其余 10% 作为制发卡片的工本费可以扣除。本次购物一没产生出行，二没享受服务，理应退款。

【案例二】“智行”特价票仅便宜 2 元 退款收近半手续费引不满

4 月 5 日，陕西省的王女士向“电诉宝”投诉称其于 2022 年 4 月 5 日在智行购买汽车票，汽车票规定发车前两个小时退票手续费为 10%，智行却要收 45% 的退票手续费。特价票明明只和正常票价差两块钱，却默认特价票，然后将特价票的退票手续费定这么高。王女士认为这是诱导高消费，作为消费者感觉受到了欺诈，要求平台退回多收的手续费。

【案例三】骑手拒绝配送甚至辱骂客户 “饿了么”坐视不管？

4 月 10 日，江苏省的孙女士向“电诉宝”投诉其于 2022 年 4 月 10 日在饿了么平台上的麦德龙超市购买食物，水果，骑手在取货后拒绝配送，骑手打电话要求取消订单，在拒绝后，骑手在电话里辱骂自己再三要求取消订单，孙女士仍然拒绝取消订单。

孙女士称挂完骑手电话后打饿了么客服电话投诉反映问题，客服人员态度敷衍，不解决任何问题，再三强调只能做记录，不能换骑手配送，没有任何解决方案，如果等不了可以取消订单，自己仍然拒绝取消订单。孙女士表示后来饿了么平台在自己不知情的情况下私自取消了订单。饿了么严重侵犯客户权益，漠视骑手辱骂客户，要求赔礼道歉，承担违约责任。

【案例四】人间蒸发？房东反映“青芒果旅行网”拖欠订房销售款后失联

2022 年 4 月 7 日，广东省的冯女士向“电诉宝”反映称自己家公寓去年上线青芒果酒店的，刚开始几个月业务经理每天偶尔会给结算房费，也会经常聊天。

但是过了一段时间，根本就不理，电话打不通，信息不回，客服找不到。

冯女士表示从1月27日到现在4月，差不多3个月的房费没有结算了，也没有人跟自己解释一下。公寓每天都有订单。就是没有人结算房费。什么人都联系不了。简直就是他们什么情况都不知道，不知道是不是倒闭了，还他们经理跑路，直接就是人间蒸发了吧，没有一个可以联系的人。

【案例五】用户反映“Keep”近四个月未到货 联系客服只让耐心等待

5月12日，吉林省的赵女士向“电诉宝”投诉称其在2022年1月8日购买keep大耳狗奖牌，活动因疫情影响快递被退回后送到了深圳且显示已签收，而自己本人在吉林且在深圳无好友、同事。

赵女士称，现在是五月十二日已经四个多月了，疫情缓解快递已开联系客服询问物流信息，想知道到底是快递被退回还是送错了邮件，客服只让耐心等待，联系物流电话无人接听自己已经没有耐心等待只想早点解决。赵女士希望客服或着物流快递员主动联系自己，能对快递在深圳有个回应并且联系重新派送或者协商退款。

【案例六】用户打高分被判刷好评 “大众点评”被指无故判罚

9月7日，河北省的秦女士向“电诉宝”反映称自己于2022年8月1号，在大众点评在线支付了190元用于“极家和牛烧肉”吃饭，当时星级打了4.5分。一个月后被点评平台判定为刷好评，要给予降级和停止使用账号的判罚。找过客服进行申诉，未果。

当时秦女士餐费190，门口停车费11元均有消费记录，就是和朋友吃饭，被无故判罚。现在事情清晰，证据链完整。但是联系了客服要求给予解释时，就说带了的不好体验表示抱歉，但是处罚撤销不了，也会给更改误判。

【案例七】“旅划算”被指严重销售误导 所述套餐内容与实际不符

10月4日，广东省的谭女士向“电诉宝”投诉称其于2022年9月29日在微信小程序“旅划算”上购买了珠海海泉湾2个套餐，在购买之前与旅划算客服人员再三确认过套餐内容后再下单，但在10月4日到达酒店取房后，发现套餐

内容与客服人员的说法严重不一致，多次与商家沟通无果。

谭女士表示这种行为存在严重销售误导，导致整天都在为此事与酒店沟通，严重影响时间，心情以及浪费金钱，现烦请相关部门介入处理，全额退还 2 个套餐款项合计 2576 元，恳求相关部门协助，盼处理，谢谢。

【案例八】不退不换？“联联周边游”被指疑似霸王条款 申请退款只退 80%

10 月 7 日，江苏省荆女士向“电诉宝”投诉称自己于 2022 年 10 月 2 日购买联联周边游的奈尔宝秋冬畅游 2 次卡价值 398 元的订单，因为南京疫情和个人安排不准备后期消费，故申请退款。荆女士表示，平台条约描述不退不换违反消费者权益法，应属于无效条款，客服沟通后说只退 80%，本人认为不合理也不接受，但后续客服不予处理说平台的退款条件就是如此，荆女士诉求是申请全款退还。

【案例九】“大麦网”被指客服退款时态度恶劣 稍有延误便阴阳怪气

11 月 16 日，马女士向“电诉宝”投诉称其于 2022 年 8 月 15 日在大麦网买了两张 11 月 18 日《昭君出塞》演出票，但由于 11 月 14 日学校封校导致无法前往，便申请退票，在退票时客服语气态度恶劣，说话颐指气使。例如：“你传完截图给我们打电话，我们再处理”“你现在能快点传截图么？”“你大约多长时间传好”。

马女士表示，自己并不是老年人，尚且可以进行网络操作，如果是老年人呢？稍有延误是否会招来客服人员的更加不满，甚至人身攻击？在自己要求其语气态度稍微好点并且使用“您”这一称呼来对话时，对方非常阴阳怪气，例如“那您什么时候能传好？”马女士在大麦网的等级并不低，是他们的最高等级用户，工作人员的态度尚且如此。

【案例十】“骑驴游”被指购买的订单无法预约 欲申请退款却无入口

12 月 6 日，广东省的莫女士向“电诉宝”投诉称自己于 2022 年 7 月 15 日在骑驴电商平台抢购了美的鹭湖公寓 2 房 1 厅 5 次卡，有效期一年，除节假日，平日周末不加价，购买之后发现几个月都无法预约，只有节假日得加收 500 元的

房源，平日及周末都是灰色的，根本无法预约。

莫女士表示此订单房源与销售内容严重不符，霸王条款，想申请退款，但发现没有退款入口，售后服务等待也非常久，这个是完全不合理的，严重影响消费者的心情，侵害了消费者的权益，特此申请骑驴游平台全额退款。

(三) 女性数字教育消费投诉十大典型案例

2022年全国女性网购在在线教育领域中，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，涉及潭州教育、学慧网、聚师网、高顿教育、大塘小鱼、尚德机构、小叶子智能陪练、掌门1对1、深海教育、中职通。

2022年女性数字教育消费投诉十大典型案例		
投诉时间	投诉平台	投诉案例
2月18日	潭州教育	学员反映“潭州教育”虚假宣传诱导缴费 课程全为录播质量差
2月21日	学慧网	“学慧网”位居投诉榜首 学员投诉退差价协议形同虚设
3月12日	聚师网	“聚师网”被指久不退费 拖欠长达两个月
4月1日	高顿教育	退款金额起争议 “高顿教育”合同条例被指霸王条款
6月9日	大塘小鱼	“大塘小鱼”被指购买网课无法观看 询问客服无人回应
8月8日	尚德机构	“尚德机构”退款搪塞了事 学员多次追讨四年竟未成功退款
8月21日	小叶子智能陪练	“小叶子智能陪练”未经提示扣除积分 导致用户丧失2个月使用权因不满
11月14日	掌门1对1	用户投诉“掌门1对1”拖延退款 处理速度及慢且态度消极
11月15日	深海教育	教学方式与介绍不一致? “深海教育”被指存在欺诈行为
12月11日	中职通	“中职通”被指迫切让学员贷款付费 后对退款事情缄口不提

图表编制：电诉宝 数据来源：315.100EC.CN

【案例一】学员反映“潭州教育”虚假宣传诱导缴费 课程全为录播质量差

2月18日，浙江省的辛女士向“电诉宝”反映称她于2021年7月27日购买潭州教育播音主持全能班7480元，2022年1月8日购买潭州小咖一对一有声课8888元，播音全能班虚假宣传免息分期，播音全能班的价格宣传7480，订金付200，剩下7280机构说赠送一张分期免息券，然后自己用了之后花呗实付6700，花呗分期之后合计金额是7202.5，但合同上金额是6900，机构虚抬价格达到所谓的免息。

辛女士称他们给利用所谓的有声书配音兼职工作限量签约名额向自己推荐更高端的小咖课只听了一节课多，发现课程全是往期录播课，且内容质量差，并且机构老师推销电话里是说他亲自带自己上课，说app上面可以预约他一对一辅导，但是看了app预约里没有该老师，此为虚假宣传。

辛女士表示并且先付钱后签订合同，此前并未说明不能退款潭州小咖课包含课程及增值服务，增值服务合同里并未说不能退，课程是录播课但是是听一节解锁下节，只解锁到第二节课剩余50节课并未解锁。全能班为直播课，二阶段的课程老师并未通知开课时间就直接开课了只听了头两节直播课。为诱导消费者办理缴费承诺推荐兼职，国家明文规定禁止诱导消费者缴费，违反相关法律规定，辛女士要求退回播音主持全能二三阶段和小咖课全部课程费用。

【案例二】“学慧网”位居投诉榜首 学员投诉退差价协议形同虚设

2月21日，新疆的杨女士向“电诉宝”投诉称她于2021年9月29日与学慧网学校老师协商后签订了“退差价协议”。协议规定“120个工作日支付退款至所留账户”，现已2022年2月，过去了快5个月了，这笔钱仍未到账，也无人与自己对接，并且也联系不上相关老师。

杨女士表示每次发信息说退款消息，就没有回复了。自己核对了银行账户信息，信息无误！这差价要了很久，好不容易同意了退款，这又各种拖延。这么大的学校没有一点信用度，当初还推荐了我同事也在这里报名，现在想想真是后悔莫及。

【案例三】“聚师网”被指久不退费 拖欠长达两个月

3月12日，广西壮族自治区梁女士向“电诉宝”投诉称自己于2021年12月在武汉聚师网购买的3999元的培训课程，在开班后发现该公司没有梁女士要学的课程内容，所以申请退费，但是商家一直拖着不退，开始说半个月之后退，但一直到现在2个月过去了也不退款。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。

【案例四】退款金额起争议“高顿教育”合同条例被指霸王条款

4月1日，安徽省的张女士向“电诉宝”投诉称其于2020年9月13日购买上海高顿教育培训有限公司ACCA网课，实付金额为25600元，学籍为三年，其中包含ACCA课程13门及赠送的商务英语课。已开通两门ACCA课程及商务英语课，要求对其他未开的课程进行退款，但与高顿客服沟通退款金额没有达成一致。

张女士称高顿教育没有为受害的消费者提供退款这一选项，反而在合同中写出概不退款的霸王条款。此外，协议属于网上签署，课程销售老师并没有就合同条款做任何解释说明和注意事项的提醒，存在虚假宣传。

张女士表示从2021年11月份请退费数次，高顿老师均以各种理由搪塞（冻结课程，转售等），声称无法退课。高顿给出的退款为：25600元扣除百分之20的违约金后，再按官网价格（2500元/门）扣除已开通的两门课。所签协议本就为霸王条款、无效协议，高顿依旧坚持按照协议扣除费用，且在没有任何说明的条件下按照官网的价格计算每门课的扣除费用，非常的不合理。

【案例五】“大塘小鱼”被指购买网课无法观看 询问客服无人回应

6月9日，山东省迟女士向“电诉宝”投诉称自己于2020年1月23日在大塘小鱼公众号里面花了499元购买的全能宝宝网课，现在已经不能观看。当时承诺课程永久有效，满足0-12岁所有科目及课外学习内容。承诺开课后班主任老师会联系迟女士，但是一直没有人联系。

现在不管是手机、平板还是电脑登录大塘小鱼课件，均为“加载中……”“我

的订单”中购买信息加载速度异常缓慢，客服电话永远都是“正在为您转接中”，当初的客服及群内老师有问无答，毫无反应。迟女士的诉求就是退还所有学费，总计金额 499 元。

【案例六】“尚德机构”退款搪塞了事 学员多次追讨四年竟未成功退款

8 月 8 日，湖南省的尹女士向“电诉宝”投诉称其在 2018 年 5 月 30 在网上看到尚德机构专升本成人自考提升教育，于是经销售员各种保证话术，加了对方微信，参加了专升本课程，首交 1100，其余分期在度小满平台月付，全额 11060 元。

尹女士称连续上了近一个月的课，察觉不太理想，就提出退课无果，后多次提出退课，对方拖了很久最后回复不能退，最后报了当地 110 说此事难，后很长一段时间都在与对方交涉退款，每次对方打过来的电话都是网络号码，并且每次承诺请放心，会在几个工作日内处理好等等，但每次都是遥遥无期的没有下文。于是又得不断于平台交涉，但每次电话抚慰之后就没有下文，后时间拖得久了，索要无门，直到今年四月说是结课了，退款至今无结果。尹女士表示，看到还有这么多人遭遇此等恶劣网络教培，实在是欺诈消费者，确切希望有关方面能引起重视。

【案例七】“小叶子智能陪练”未经提示扣除积分 导致用户丧失 2 个月使用权因不满

8 月 21 日，上海市的郭女士向“电诉宝”投诉称其于 2020 年 9 月 24 日购买小叶子智能陪练，当时销售承诺每周在朋友圈发小叶子宣传图和话术给予现金 10 元反馈。在 2021 年小叶子私自修改了条款，不再给客户现金红包，改成每次发朋友圈宣传后发放 1000 金叶子积分，累积在客户账号内，从未提及积分有效期问题。

郭女士称，在 2022 年发现自己账号内的金叶子积分被扣除了 20000 分，而小叶子的销售在和自己对接的 2 年内，从未告知过积分需要及时兑换，有过期扣除的问题。小叶子的小程序内，也没有对客户的提醒，没有有效期时间标识。在与小叶子客服电话投诉沟通过，工作人员说 2 个工作日会给答复，但是一直没有

来电。自己曾经3次致电，都给出“2工作日回电答复”的回答，却从未做到对客户的承诺。

后联系小叶子在线客服，在线客服表示这个问题没有办法，这就是公司的规定，也不会有人给客户回电答复。两个渠道给客户的答复并不一致，一个拖延，一个强硬。郭女士认为小叶子在销售过程中，没有尽到对消费者的提醒义务，把所有风险转嫁给消费者自身，出了问题态度强硬不予理会，导致消费者的权益被侵犯。小叶子不经提示扣除的2万积分，可兑换60天软件使用权。郭女士的诉求是追回积分，或直接给账户追加使用权。

【案例八】用户投诉“掌门1对1”拖延退款 处理速度及慢且态度消极

11月14日，内蒙古自治区的尹女士向“电诉宝”投诉称自己于2020年11月9号在掌门一对一教育官网。购买120节课，店家承诺可以对未上完的课时进行退费。

尹女士于2022年4月8号提交退费申请，在退费过程中，出现对退款确认的不及时，迟迟不给退款的问题。自己从官网上查询退款进度来看，商家大约一周才处理一天的进度，处理速度极慢，态度极其不积极，等待时间过长，并且查询时显示不接受其他情况的加急退款，只能排队等。并且当前舆论状态不良好，多数人反映退款未实现，大多数人都进行在金额确认那一项，退款未实施。

尹女士表示确认退款金额之后至今，商家曾打电话想让以更低价格将课程进行转卖，损害了应有的消费者权益。尹女士的诉求是：将余下的90课时。对应的学费10858.31元（商家确认过的信息），请尽快全部退款！

【案例九】教学方式与介绍不一致？“深海教育”被指存在欺诈行为

11月15日，江苏省的许女士向“电诉宝”投诉称自己于2021年10月29日在京东深海云教育专营店购买了人力资源管理师中级，由于其教学方式与给当时介绍的时候不一样，并不适用。多次找对方公司退学退费用，对方公司声称一直在走流程，截止目前还未给具体的答复。

许女士表示她的诉求是退还80%费用，但是对方迟迟不给处理，一直拖延，

当时让报名的时候讲的头头是道，说服务怎么怎么地，从报名到现在也没人联系，只有不停的推销课程，速成班啥的，再交一笔钱加入速成班，可以快速的考试通过，这不是欺诈性行为吗，当时推的时候为啥都不说。

【案例十】“中职通”被指迫切让学员贷款付费 后对退款事情缄口不提

12月11日，内蒙古自治区的孙女士向“电诉宝”投诉称自己于2022年12月10日在中职通某老师诱导下购买分期付款的Python教程，但不知是否有利息已预定100元定金，目前已经签约了合同，未上课程，但想要退款却无人理会，电话，微信QQ均不回复。

孙女士认为被欺骗了套路贷，在合同签约之前，销售人员及时回复且急切签合同付贷款，想要取消月享付但是不能取消，问退款事情只会掩盖不提，侵犯了消费权益，希望能及时得到处理，目前没有能力支付4880元的费用，请帮忙处理这个事情，真的不知道怎么办了。

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*	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。

The screenshot displays the website's main interface. At the top, there is a navigation bar with categories like '首页', '投诉榜', '评级榜', '律师团', '报道', and '专题'. Below this, a '最新投诉' (Latest Complaints) section lists three cases:

- 福建省** (2020-07-31 09:49:37): 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. (Complaint type: 网络售假)
- 河南省** (2020-07-31 09:48:45): 以设置价格错位为由取消订单. (Complaint type: 订单问题)
- 广东省** (2020-07-30 18:01:06): 拼多多平台. (Complaint type: 发货问题)
- 浙江省** (2020-07-30 17:22:34): (Complaint type: 发货问题)

On the right side, there is a '我要投诉' (I want to complain) button, a '我要投诉指南' (Complaint Guide), and a '投诉榜' (Complaint Ranking) section. The ranking table is as follows:

排名	平台/品牌
1	淘宝
2	拼多多
3	京东
4	联联周边游
5	嗨字网
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

(二) 关于网经社

浙江网经社信息科技有限公司拥有16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“电融宝”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《2022年度中国女性网络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7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)

