

# 2022年度 中国生鲜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

<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、评级数据与典型案例</b>	<b>8</b>
(一) “美团优选”投诉数据与典型案例	8
(二) “叮咚买菜”投诉数据与典型案例	11
(三) “盒马鲜生”投诉数据与典型案例	13
(四) “多点”投诉数据与典型案例	15
(五) “每日优鲜”投诉数据与典型案例	17
(六) “本来生活”投诉数据与典型案例	19
(七) “朴朴超市”投诉数据与典型案例	21
(八) “年丰大当家”投诉数据与典型案例	23
(九) “美菜网”投诉数据与典型案例	25
(十) “永辉超市”投诉数据与典型案例	27
<b>四、关于我们</b>	<b>28</b>
(一) 关于电诉宝	28
(二) 关于网经社	30

## 一、报告摘要

2022年，生鲜电商陷入“沉寂”，巨亏、收缩、裁员等频频发生，每日优鲜宣告解散，全职员工仅剩55人；美团优选站点陆续关停；叮咚买菜被曝裁员等，即使是生鲜巨头，日子也不好过。

再从消费者角度来看，生鲜电商一直是投诉问题多发的领域，常见问题如商品信息标注不规范、包装简陋，商品变质腐烂、破损、异味、存在商品实物与宣传不符等情况屡见不鲜。

电诉宝 全新升级 “律”动315 直击行业乱象 为全国网络消费用户“保驾护航”

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 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 美团优选	2 叮咚买菜	3 盒马鲜生	4 多点
5 每日优鲜	6 本来生活	7 朴朴超市	8 年丰大当家
9 美菜网	10 永辉超市		

根据“电诉宝”2022年受理的中国生鲜电商领域用户有效投诉显示，入选投诉榜的依次为：美团优选、叮咚买菜、盒马鲜生、多点、每日优鲜、本来生活、朴朴超市、年丰大当家、美菜网、永辉超市。此前，我厨、大润发优鲜、利淘网等生鲜电商平台也遭遇过类似投诉。

## 2022年全国生鲜电商消费评级榜

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	盒马鲜生	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
1	叮咚买菜	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
1	美团优选	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

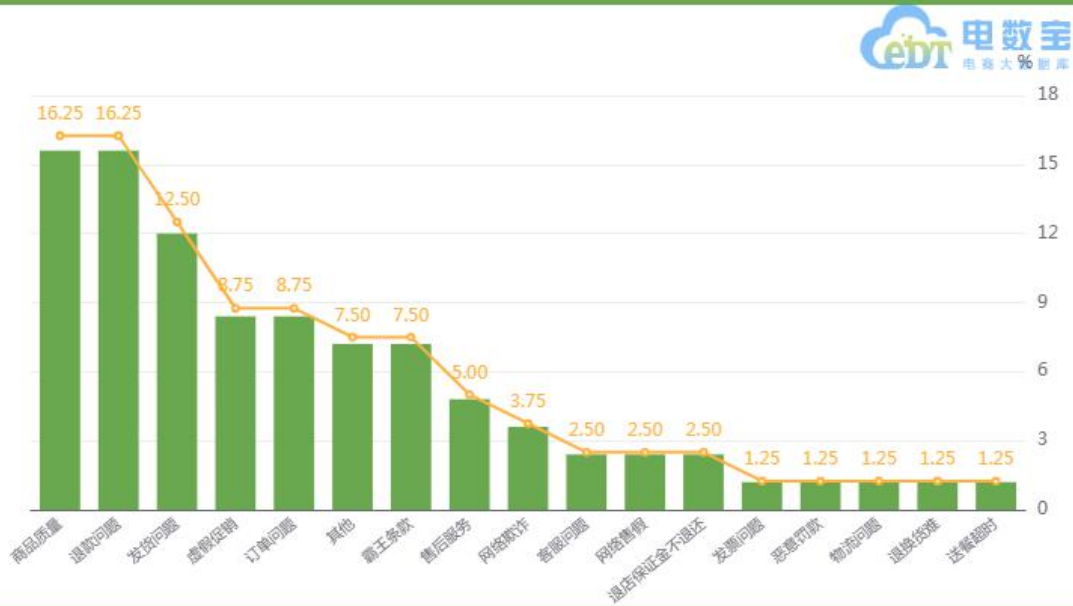
而在“2022年全国生鲜电商消费评级榜”中，盒马鲜生、叮咚买菜、美团优选均获“不予评级”。

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年度中国生鲜电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月至12月生鲜电商投诉问题类型占比图



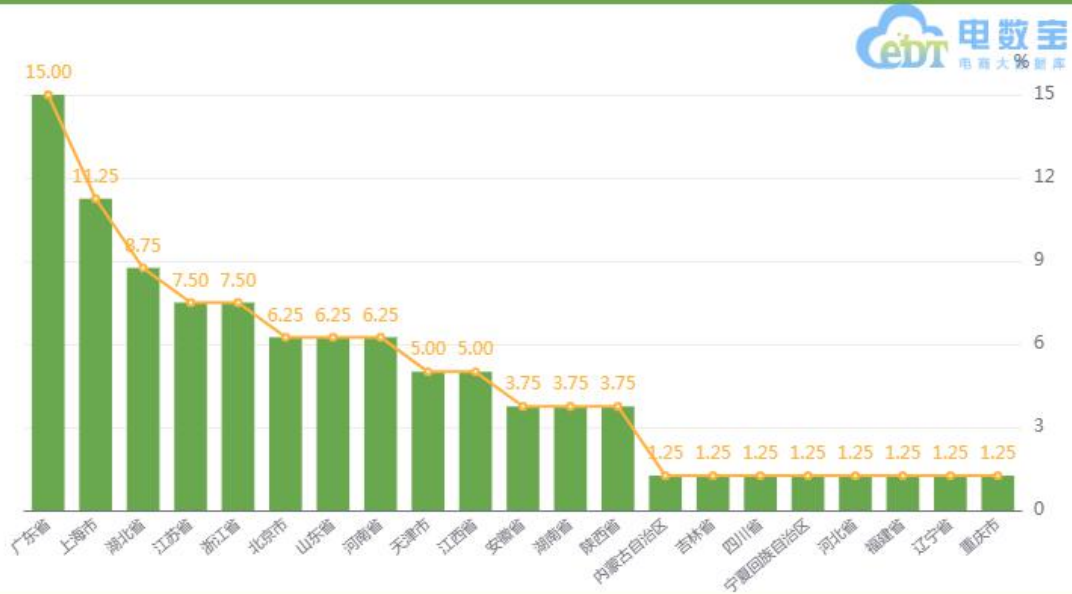
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，2022年全国生鲜电商用户投诉问题类型主要包括：**商品质量**占据首位，占比16.25%；**退款问题**第二，占16.25%；**发货问题**第三，占比12.50%。其余为**虚假促销**（8.75%）、**订单问题**（8.75%）、**霸王条款**（7.50%）、**售后服务**（5.00%）、**网络欺诈**（3.75%）、**客服问题**（2.50%）、**网络售假**（2.50%）、**退店保证金不退还**（2.50%）、**发票问题**（1.25%）、**恶意罚款**（1.25%）、**物流问题**（1.25%）、**退换货难**（1.25%）、**送餐超时**（1.25%）等。

## （二）投诉地区分布

2022年1月至12月生鲜电商投诉地区占比图



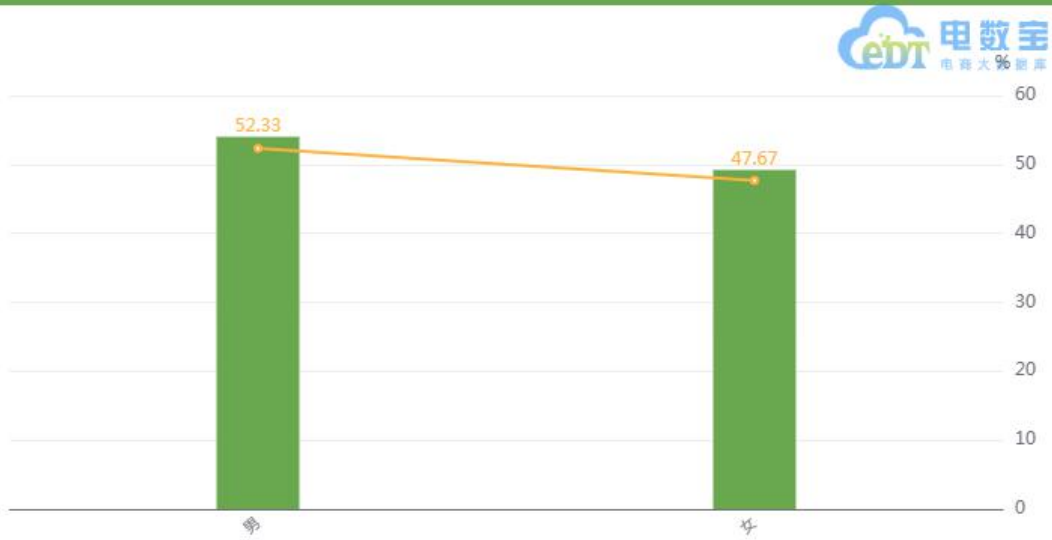
图表编制：电数宝

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（15.00%）、上海市（11.25%）、湖北省（8.75%）、江苏省（7.50%）、浙江省（7.50%）、北京市（6.25%）、山东省（6.25%）、河南省（6.25%）、天津市（5.00%）、江西省（5.00%）、安徽省（3.75%）、湖南省（3.75%）、陕西省（3.75%）、内蒙古自治区（1.25%）、吉林省（1.25%）、四川省（1.25%）、宁夏回族自治区（1.25%）、河北省（1.25%）、福建省（1.25%）、辽宁省（1.25%）、重庆市（1.25%）。

### （三）投诉用户性别分布

2022年1月-12月生鲜电商投诉性别占比图



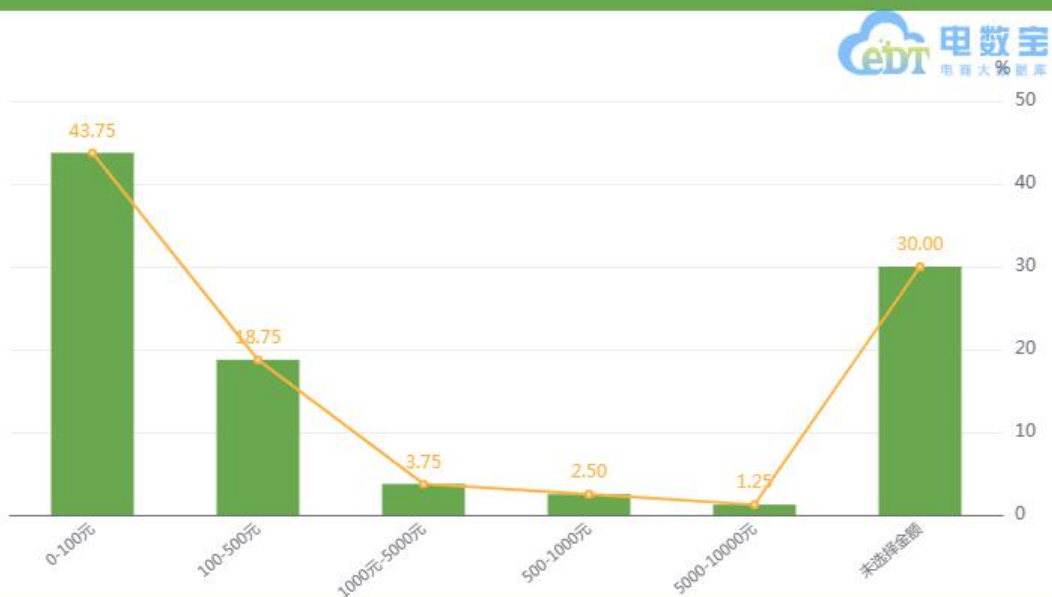
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，生鲜电商 2022 年男性用户投诉比例为 52.33%，女性用户投诉比例为 47.67%。

#### （四）投诉金额区间分布

2022年1月至12月生鲜电商投诉金额占比图



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，2022年生鲜电商投诉金额分布主要集中在0-100元（43.75%）、100-500元（18.75%）、1000元-5000元（3.75%）、500-1000元（2.50%）、5000-10000（1.25%）。

### 三、评级数据与典型案例

#### （一）2022年“美团优选”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“美团优选”共获得10次消费评级，均为“不予评级”，2022年整体消费评级为“不予评级”。



2022年“美团优选”涉嫌存在商品质量、发货问题、虚假促销、退款问题、订单问题、网络欺诈、售后服务、霸王条款、物流问题等问题。用户投诉“美团优选”的消费金额主要在0-100元、100-500元、1000-5000元、500-1000元区间。





### 【案例一】连花清瘟胶囊订单被“美团优选”强制退款？用户称补偿的优惠券已无济于事

12月7日，四川省的唐女士向“电诉宝”投诉称，其于2022年12月5日在美团优选平台购买了连花清瘟胶囊，平台并未经过唐女士同意就强制退款，并通过人工电话告知她补偿30元优惠券，让她再去购买。唐女士点击商品后发现已经页面已经消失，无法进入。

唐女士明确表示不需要优惠券，要求平台继续发货，否则就十倍赔偿给她，但平台漠视，直接给了唐女士30元优惠券并强制退款。唐女士认为这侵犯了她的消费权益。

### 【案例二】“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多个小时，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。

### 【案例三】商品质量频频不过关 美团优选何时才能“优”？

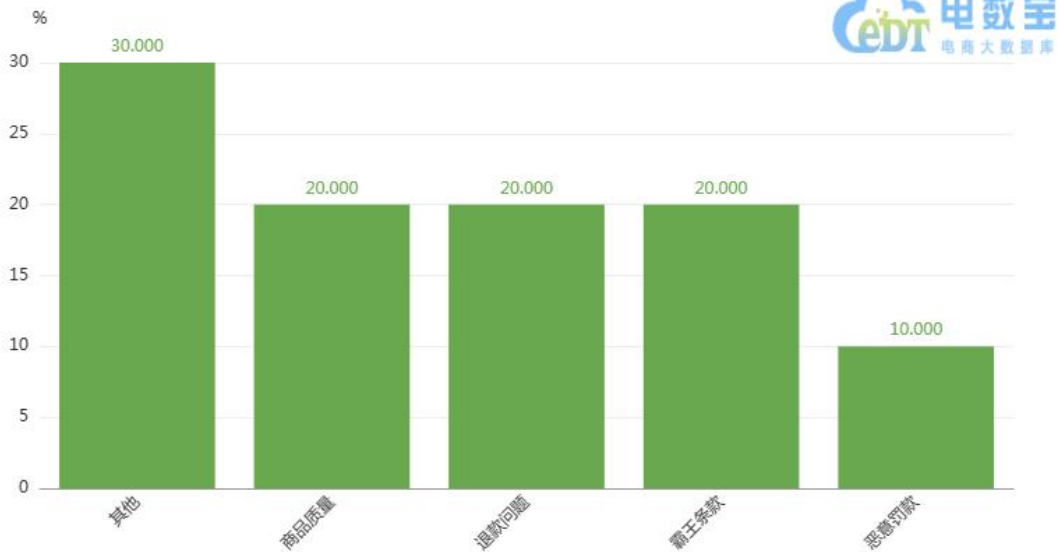
4月22日，北京市的童女士向“电诉宝”投诉称，她于4月16日在美团优选下单购买蔬菜若干，收到的货品中，萝卜明显存在质量问题，散发腐烂臭味，并且还有汁水，但表皮上并不能直接看出。童女士认为，商家在售卖时已把把表皮的腐烂部分划掉。发现货品有问题时，童女士没有取走货物，而是直接联系美团优选客服。客服称需要拍照证明，然而提供照片后，客服称萝卜没有任何问题，拒绝童女士的赔付要求。童女士提出退款，但最后也只是退了3角钱。

童女士表示，这不是第一次在美团优选上购买的有质量问题的商品，之前在平台上购买的苹果全是坏的，以及牛奶也是过期产品。此外，有一次买的茶叶与图片严重不符，甚至连生产日期都没有，完全三无产品。对此，童女士提出诉求：根据消费者权益法第55条和食品安全法第148条，平台须赔偿500元或1000元并道歉。若美团优选还是没有给出合适的解决方案，童女士会追究到底。

## （二）2022年“叮咚买菜”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“叮咚买菜”共获得11次消费评级，均为“不予评级”，2022年整体消费评级为“不予评级”。

### 叮咚买菜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，“叮咚买菜”涉嫌存在商品质量、退款问题、霸王条款、恶意罚款等问题。用户投诉“叮咚买菜”的消费金额主要在0-100元、100-500元、未选择金额区间。



### 【案例一】叮咚买菜缺斤少两？同意退款却仍然不到账

1月3日，北京市的徐女士向“电诉宝”投诉称，她于1月1日上午在叮咚买菜APP上购买了蔬菜，拿到蔬菜后用秤核实斤数，发现缺斤少两，商家2022年1月1日上午同意退款，但直到今天退款仍然不到账。叮咚买菜答复徐女士说已经第一时间退款，是银行原因导致退款不到账，让她等待7天。银行答复说是商家确定的退款时效，跟银行无关。叮咚买菜APP发货缺斤短两，违约在先，不仅不向消费者支付违约金。在向消费者退还其不正当占用款项问题上，还设置7天退款时效，不正当占用消费者款项长达7天，构成不当得利，现要求叮咚买菜APP立即退还其不正当占用消费者的款项。

### 【案例二】上海疫区抢菜难 “叮咚买菜”无法加购

4月16日，上海市姜女士向“电诉宝”投诉称，她最近在“叮咚买菜”购买了会员，准备用于抢菜。但从15日开始，连续两天都无法将菜品加入购物车，即使重启手机，重装软件，甚至换设备登录都无法正常加购，就连常驻的商品白酒也无法加入购物车。姜女士表示，她的账号十分不正常，有可能是被无故封号。因为当时用其他手机登录的另一个账号是可以正常加购并下单的。

此外，姜女士还表示，她身边很多人都出现了这种情况，现在正处于特殊时期，“叮咚买菜”的这种做法完全不顾消费者权益。姜女士购买会员后才几天，就无法正常使用，会员权益没有得到保障，即使现在能正常加购却无法结算下单。为此，姜女士要求平台方道歉，并退还会员费用或将账号恢复正常。

### 【案例三】注销会员后就无法退款？“叮咚买菜”被指自动扣费且退款被拒

6月12日，北京市的赵女士向“电诉宝”投诉称，叮咚买菜app在赵女士本人未知情的情况下自动扣除会员费，待她察觉到的时候，就已经扣了两次费用，共计176元。而平日，赵女士几乎不用叮咚买菜购物，谈不上享受会员权益。后经申诉，对方退回了2022年的费用。为及时止损，赵女士注销了会员。等再次申请退回2021年会员费时，叮咚买菜方却拒绝了，理由是赵女士已经注销了叮咚买菜会员，查不到信息。对此，赵女士请求上级部门介入此事，督促其办结退

费事宜。

### (三) 2022 年“盒马鲜生”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“盒马鲜生”共获得 10 次消费评级，均为“不予评级”，2022 年整体消费评级为“不予评级”。



2022 年，“盒马鲜生”涉嫌存在**发票问题**、**发货问题**、**售后服务**、**商品质量**、**客服问题**、**虚假促销**等问题。用户投诉“盒马鲜生”的消费金额主要在 0-100 元、100-500 元、未选择金额区间。



### 【案例一】会员竟买不到汤圆？盒马被指大数据杀熟

2月15日，湖北省的陈女士向“电诉宝”投诉称她于2月15日在在盒马(帝斯曼店)购买汤圆，恰逢发现会员日88折，却未加购成功，用另一个非会员手机盒马，竟然可以随便买。陈女士表示，花钱成为会员不是为了获得更好的服务么？为什么现在会员买不到商品，非会员才能买得到！是这种大数据杀熟实在是太过分！而且陈女士还表示她向盒马投诉的时候，遭到客服人员(id: 929529)的人身攻击！

### 【案例二】人工客服去哪了？盒马被指不看订单备注 用户沟通困难

5月21日，浙江省的陈女士向“电诉宝”投诉称其多次在盒马购买商品，但平台都没有按备注给小票，已经15次不止了。陈女士表示，每次跟他们沟通都极度困难，人工客服就像是人工智能自动回复，打电话但凡没接到就不处理了。但当陈女士重新去找人工智能，人工智能又称需要打电话。陈女士认为，花费大量的时间去争取本来就该有的一张小票很不值当。对此，陈女士提出诉求，1. 平台尽快补发小票图片。2. 赔偿20元。

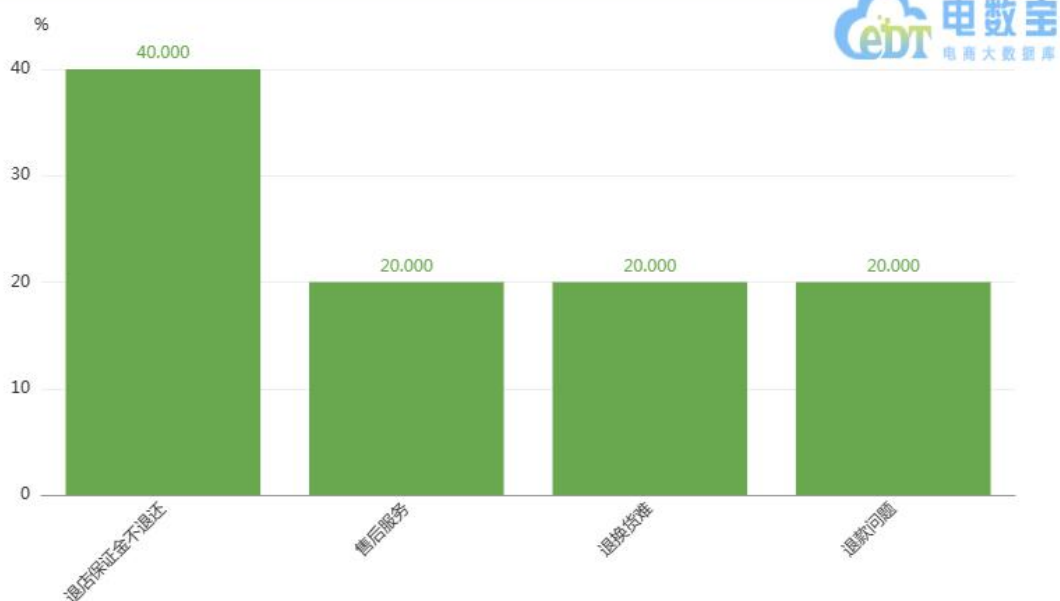
### 【案例三】购买会员服务竟无法享受？盒马被指侵犯消费者权益

12月29日，上海市的王先生向“电诉宝”投诉称，他于3月26日花费258元购买盒马X会员服务，并在12月27日高青路盒马会员店当场花费258元购买盒马X会员服务，会员生效期分别到2023年5月31日和2024年6月31日，因app设计不当和说明不当，将注销账号误以为登出账户，后发现无法登陆账户紧急电话联系盒马客服。盒马客服竟拒绝恢复账号和退还盒马X会员服务，而在之后另一手机登录还可以正常下单操作，但当前已经无法登陆和继续执行X会员服务，会员服务购买尚未生效。王先生提出退费，客服不予支持。王先生认为此举侵犯了消费者权益。王先生的诉求是恢复盒马账号，归还盒马X会员权益和购买生效日期及购买X会员赠送的商品优惠券。

### (四) 2022年“多点”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“多点”共获得9次消费评级，均为“不予评级”。

多点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，“多点”涉嫌存在退店保证金不退还、售后服务、退换货难、退款问题等问题。用户投诉“多点”的消费金额主要在100-500元、5000-10000元区间。



### 【案例一】不按合同办事？“多点”被指推三阻四不肯退保证金

6月13日，北京市的陈先生向“电诉宝”投诉称，其于2021年4月9日于多点生活（中国）数字科技有限公司签订平台供应商合作运营协议，合作周期1年，缴纳保证金5000元，按照约定合作期结束，寄回保证金收据和对账单，30日后退款。目前时间已到，陈先生多次联系客服，但客服不予答复。目前的答复是6个月以后，并称这是公司的规定，和合同无关。陈先生表示，一会儿说30日以后，一会儿说6个月，一会儿说16个月也是它，没想到多点是这样一个失信的企业，居然连合同都不认。对此，陈先生提出投诉，希望能得到处理。

### 【案例二】“多点”作废代金券？处置未妥却对顾客爱答不理

7月3日，北京市的冯先生向“电诉宝”投诉称，自己于2020年购买了多张多点代金券，其中4张8月2日到期，还有多张是2022年到期；冯先生怕购



买代金券过期作废，当日前去门店购物，去前特地在线咨询多点客服，代金券使用不能自主选择的话，同样金额是否优先使用临近到期代金券，冯先生得到肯定的答复，当日下午前去消费4笔。冯先生回到家中后发现，使用的代金券是两年后到期的，当天到期的几张并未消耗，当即致电客服反馈问题。8月5日多点客服致电，补偿冯先生4张优惠券兑换码，冯先生经尝试发现有效期仅30天，其余3张未兑换，已经兑换的一张也未使用，致电客服但后续无人处理。

2022年7月3日，冯先生再次致电多点客服询问进度，答复系统内记录联系客户未接听，再次反馈专人处理后，说前期已经延期，无法处理。冯先生的诉求是按照要求返还200元多点代金券，并按照1倍价值赔偿200元（多点或现金券均可），并且希望平台能够尽快处理。

### 【案例三】“多点”退款无门 各种理由手段敷衍搪塞消费者

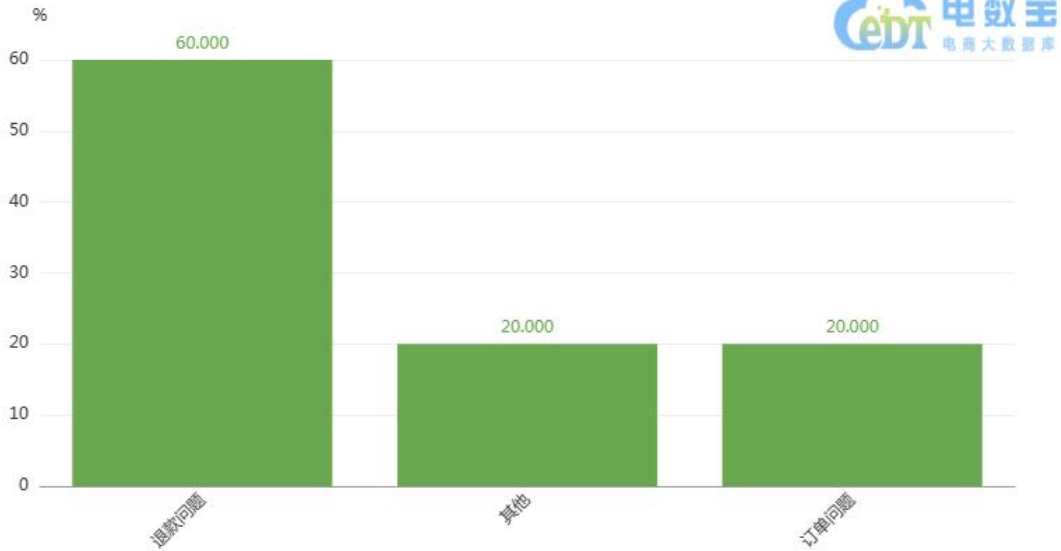
7月18日，江苏省的刘女士向“电诉宝”投诉称，自己于2022年7月16日在多点电商平台购买了某品牌的护肤品，下单之后，刘女士发现没有退款入口，无法退款。快递到了之后让刘女士拒收，但是快递没有给刘女士，并且直接签收，放在门卫。刘女士找平台退款，客服说与京东签订了不支持七天物流退货的条款，无法退款。刘女士觉得很委屈，因为当时只是误点买的这个东西，刚下完单就想退款的，结果找不到退款入口，本意是不想要的，结果给发来了。

发来了之后又无法申请退货退款，没有订单号，也不知道快递进度，还无法拒收，快递打电话的时候问他是大件、小件，他也不说，直接帮刘女士签收，就放在门卫了。刘女士认为这一系列的行为，侵害了自己的七天无理由退货的权益，刘女士的诉求是要求平台退货退款。

### （五）2022年“每日优鲜”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“每日优鲜”共获得11次消费评级，均为“不予评级”。

### 每日优鲜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，“每日优鲜”涉嫌存在退款问题、订单问题等问题。用户投诉“每日优鲜”的消费金额主要在100-500元、0-100元区间。



### 【案例一】“每日优鲜”APP 取消订单不退款 人工客服“失联”？

8月4日，天津市的李女士向“电诉宝”反映称，2022年7月28日其在每日优鲜 app 下了订单，支付宝支付。发现之后几天一直没有发货，咨询客服说疫情原因。7月30日听说平台雷暴，已经出现问题，7月30日立即申请退款。李女士一直关注订单状态，也一直是取消状态，没有退款。联系客服说最晚不超过三天就可以退款。期间也一直联系客服咨询退款情况，一直在说正在处理，备注加急处理。8月2日李女士联系客服仍然说催促退款，拖延退款。目前，App 已经没有客服了，打客服电话也无人接听。

### 【案例二】用户投诉“每日优鲜”余额清空 无法消费 客服也联系不上

12月30日，广东省的朱女士向“电诉宝”反映称，其在电商平台每日优鲜充值余额228.7元（喵三岁），今平台已无任何商品可以消费，平台客服也无法联系，已侵害消费者权益。朱女士的诉求是余额退款。且另一账号（卿卿）在未被告知的情况下余额被清空，今平台已无任何商品可以消费，平台客服也无法联系，朱女士的诉求是要求充值恢复记录，并进行余额退款。

## （六）2022年“本来生活”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“本来生活”共获得9次消费评级，3次获“建议下单”评级，3次获“谨慎下单”评级，3次获“不建议下单”评级，2022年全年消费评级为“谨慎下单”。

### 本来生活电商消费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%	0.500	0.000	0.650	谨慎下单
2022年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	上半年	66.67%	0.667	0.000	0.533	谨慎下单
2022年	第二季度	200.00%	1.000	0.000	1.300	建议下单
2022年	4月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2022年	第一季度	50.00%	0.500	0.000	0.400	谨慎下单
2022年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	1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“本来生活”涉嫌存在发货问题、商品质量、虚假促销、订单问题等问题。



#### 【案例一】虚假发货？用户投诉“本来生活”物流许久未更新

9月19日，江苏省席女士向“电诉宝”投诉称，其于2022年9月12日在本来生活APP上使用礼品册兑换购买富安娜科尔顿澳洲羊毛被，出现虚假发货问题，

一星期了都没收到快递，物流一直没更新，几天都没动。席女士并未拒收，物流却显示收件人已拒收，席女士认为这严重侵害了消费者权益，诉求赔偿全款或者抓紧发货而不是虚假发货。

对此，本来生活回复称：已联系客户确认，客户已经收到商品。

### 【案例二】“本来生活”被指侵害消费者知情权及自主选择权

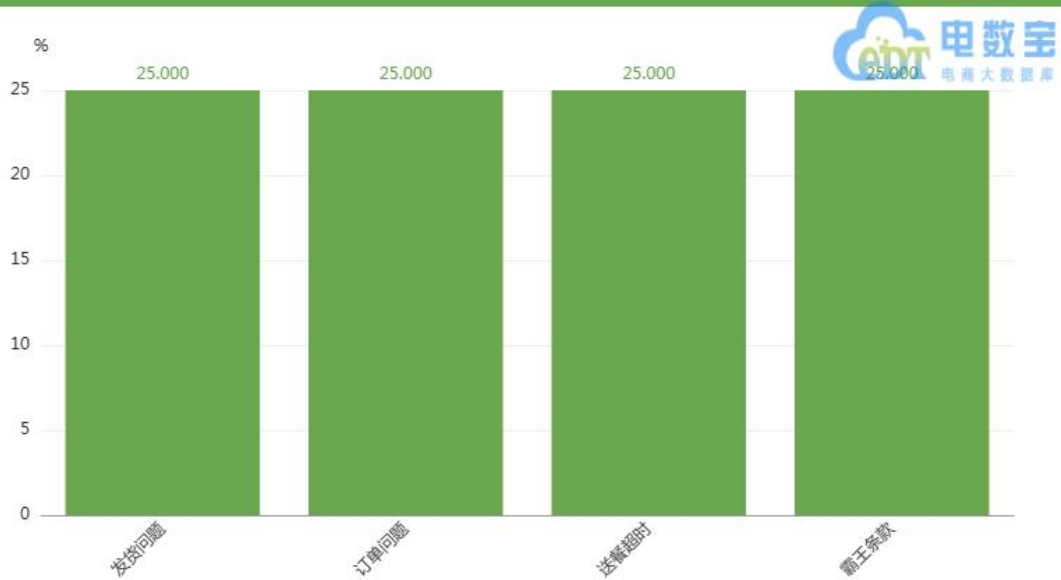
3月27日，山东省吴先生向“电诉宝”投诉称，其于2022年3月26日在“本来生活”兑换公司福利，兑换过程模糊不清，有误导嫌疑，吴先生认为这侵害了消费者的知情权，兑换后联系客服拒绝退换货服务（即便在尚未发货之前），侵害了消费者的自主选择权。

吴先生表示，国家一直在进一步规范网络销售平台，提出若干规范化管理的要求，虽然本申诉事件是小事，但他依然要求维护自身合法权利，网络销售平台不是法外之地，吴先生的诉求是重新下单兑换相关产品，希望本来生活网重视消费者合法权益，提升自身服务体系，没有信誉何来生意？

### （七）2022年“朴朴超市”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“朴朴超市”共获得6次消费评级，均为“不予评级”。

### 朴朴超市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“朴朴超市”涉嫌存在发货问题、订单问题、送餐超时、霸王条款等问题。用户投诉“朴朴超市”的消费金额主要在0-100元区间。



### 【案例一】用户投诉“朴朴”预订单超时7小时仍未派送 联系客服无人回应

12月16日，广东省刘女士向“电诉宝”投诉称自己在12月16日10点多在朴朴app下单一些菜肉到父母家，体谅到小周末平台搞活动就没有选马上送出，选了下午3点至3点半的预约单，心想这时间应该不是高峰期。但结果现在已经晚上10点17分，后台仍然显示预订单，找客服排队，好不容易排到还没吭声就说自己长时间没回应结束对话，又没有电话客服联系。

刘女士表示，是运力不足还是商品紧缺还是怎样，分站忙不过来，总部总该有人吧，打个电话解释一下，很难吗？现在要两个七十多高龄的老人家睡不敢睡，说怕骑手小哥大冬天赶来等久了不好，血压现在高到吓人。上网查了查，发现不是先例，凌晨一两点再送到的都有。不退单，必须要一个说法，有这样折腾人的企业吗？

### 【案例二】原定15点订单直至次日凌晨1点才送达？“朴朴”被指逃避责任

11月27日，广东省的陈先生向“电诉宝”投诉称，其于2022年12月26号在朴朴平台买了两箱牛奶，一袋包子，一包卫生巾。平台显示下午15点预计送达，但是一直没有送出，中途也没有联系陈先生，一直没有短信通知和电话通知。陈先生称，27号凌晨一点，朴朴送货人员的门铃吵醒全家。然而，平台显示送货最迟不能超过23:30分。

陈先生向朴朴投诉，对方问如何处理，陈先生表示希望免单，然后无后续，没有得到有效解决方式。陈先生称其一整晚失眠，疫情期间送货迟可以理解，但是希望不要发生这样的行为。陈先生希望朴朴能够正面回应问题，解决问题，而不是逃避责任。

## （八）2022年“年丰大当家”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“年丰大当

家”共获得9次消费评级，均为“不予评级”。

年丰大当家电商消费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	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	双11	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

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“年丰大当家”涉嫌存在网络售假、发货问题、客服问题、退款问题等问题。用户投诉“年丰大当家”的消费金额主要在100-500元、1000-5000元、0-100元区间。



【案例一】礼券尚在有效期 “年丰大当家”以时间过久为由不予退款？



10月27日，河南省的张女士向“电诉宝”投诉称，其于2019年9月6日在年丰大当家（原顺丰大当家）电商平台蟹乡渔舍专营店购买“当甄大闸蟹礼券母蟹3两8只”礼券1818型，商品总金额198元，实付款158元。2022年10月26日，张女士多次和平台客服沟通，客服告知因时间过久不予受理退款。张女士表示，该礼券尚在有效期内，另外，这属于礼券并非商品，不存在影响其二次销售的情况。张女士的诉求是该平台受理退款，退还她购买该礼券的费用158元。

### 【案例二】“年丰大当家”提货券号码失效 用户称无法联系商家

12月17日，浙江省林女士向“电诉宝”投诉称，其有一张1588顺丰大当家苏州大闸蟹的提货卡，提货二维码扫进去显示号码失效，卡上电话4008221378也打不通，客服电话0755-36390820没人接，所有的联系方式多无法联系到。林女士称投诉无门，联系年丰大当家小程序里面商家客服，全是电脑回复的，联系顺丰95338也只有电脑回复，要么就是一直接\*，按十几分钟也打不进去。林女士表示，不明白顺丰也变的不靠谱。

## （九）2022年“美菜网”获“建议下单”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“美菜网”共获得4次消费评级，均为“建议下单”。

美菜网电商消费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%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2022年	上半年	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2022年	第二季度	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2022年	5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“美菜网”涉嫌存在霸王条款等问题。用户投诉“美菜网”的消费金额主要在500-1000元区间。



### 【案例一】“美菜网”被指虚假交易 消费者被“霸王硬上弓”

5月22日，上海市的柯先生向“电诉宝”投诉称，其于2022年5月21日13时57分在美菜商城APP下单，购买五得利牌5公斤面粉14袋，消费546元。当时商城承诺5月22日19时之前送达，期间货物状态信息一直都正常，显示已经分拣完毕，司机已经配送。但到22日13时，司机突然打电话称购买的东西全部没货，客服会直接退款。柯先生表示不解，明明显示在派送，却突然说没货。

柯先生联系客服，客服说来说去，整体意思就是缺货，需要退款。可是柯先生发现商城依然显示有库存，依然是可以下单的。接着客服直接强制全部退款。柯先生表示很气愤，称他的订单状态居然是交易成功，退款理由居然是重量差异。明明是美菜商城强制退款，但他居然还交易成功了。对此，柯先生认为这是霸王条款，强制虚假交易。

### 【案例二】“美菜网”被指商品掺假 影响购物体验

1月27日，广东省的代先生向“电诉宝”投诉称，其于2022年1月17日在美菜网微信小程序美菜商城里购买《良久香》泰香米三袋，后续使用中发现大

米结块结节，辨别发现是掺假的差米，严重影响普通民众购物使用体验。

代先生后续与商城客服沟通，对方以超过七天时间为由不予退货退款处理。后续代先生打客服电话沟通，仍然是敷衍了事，沟通许久依然是一副不理不睬的态度，最后说与经销经理沟通一下再回电。到如今，仍是没有回电给代先生答复，代先生希望商家能予以退回购买大米的金额。

### (十) 2022年“永辉超市”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“永辉超市”共获得5次消费评级，均为“不予评级”。2022年“永辉超市”涉嫌存在退款问题等问题。



#### 【案例一】多次申请退款无人受理 “永辉超市”被指行为恶劣

3月17日，陕西省的耿先生向“电诉宝”投诉称，其在永辉超市（西安高新万达广场店）线上购买了一批商品，其中包含统一老坛酸菜面一袋（5包装）。

3月15日购买，次日中午才送货，当时耿先生人在外面，配送员说放到小区门口了。耿先生觉得老坛酸菜面已经被曝光，存在严重食品安全风险，就立即申请了退货退款。可是永辉超市（西安高新万达广场店）却不予受理退款，目的在于强制消费者食用不健康的食品，其行为相当恶劣。

耿先生回来取货的时候，发现袋子开了个很大的口子（平时有紧紧的封口），核对后发现刚好少了老坛酸菜面，保安说好像是快递员又取走了。耿先生以为可能是退货的来取走了，没在意，回去之后，又有人来找耿先生取货。之后耿先生发现退款失败，多次申请仍然失败。耿先生拨打永辉超市（西安高新万达广场店）电话几十次，要么无人接听，要么占线，从来未打通过。耿先生认为，永辉超市强制顾客购买老坛酸菜面，又偷回商品不退款，其行为极其恶劣。

## 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](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。

The screenshot shows the main interface of the Dian Shu Bao website. At the top, there are navigation tabs for '首页' (Home), '投诉榜' (Complaint Ranking), '评级榜' (Rating Ranking), '律师团' (Lawyer Team), '报道' (Reports), and '专题' (Special Topics). A search bar is located on the right. Below the navigation, there are tabs for '最新投诉' (Latest Complaints), '已移交' (Transferred), '已受理' (Accepted), and '已评价' (Evaluated). The main content area displays three complaint entries, each with a title, date, and a '未审核' (Not Reviewed) button. The first entry is from Fujian, dated 2020-07-31, regarding a fake product on a travel platform. The second is from Henan, dated 2020-07-31, regarding a cancelled order on Dangdang.com. The third is from Guangdong, dated 2020-07-30, regarding a fake shipping notification on Pinduoduo. On the right sidebar, there are buttons for '我要投诉' (I want to complain), '电商入驻' (E-commerce入驻), and '投诉指南' (Complaint Guide). Below these is a QR code and a '投诉榜' (Complaint Ranking) section with a list of 18 items, including Taobao, Pinduoduo, and JD.com.

## (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。

## 网经社“平台+智库+融资”三大发展战略

战略	服务	平台资源	客户群体
<b>平台</b>	媒体传播业务 为核心的品牌营销服务	 网经社数字经济门户 自媒体矩阵 媒公宝 (3000人记者库)	<b>平台企业</b>
<b>智库</b>	基于大数据的研究咨询 为核心的智库服务	 “一带一路”TOP10影响力社会智库  电数宝 电商大数据智库	<b>政府/机构</b>
<b>融资</b>	供应链金融服务	 网盛消费品电商 供应链金融服务中心	<b>消费品供应链企业</b>
	FA服务	 电融宝   20000+投资者库	<b>创业公司</b>




扫码获取完整产品资源书      扫码联系

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 年度中国生鲜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：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](http://DATA.100EC.CN))

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

(16 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)

