

2023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：2023年09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.....	9
（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.....	23
四、关于我们.....	30
（一）关于电诉宝.....	30
（二）关于网经社.....	32

一、报告摘要

8 月份，恰逢七夕，“浪漫经济”助力消费提振，抖音、唯品会、拼多多、得物等电商平台上消费数据增长。此外，暑期消费也推动经济增长，据途牛报告数据显示，国内长线游占据暑期旅游消费主导。随之而来的是，携程、途家民宿等在线旅游平台上订单量的大幅提升。

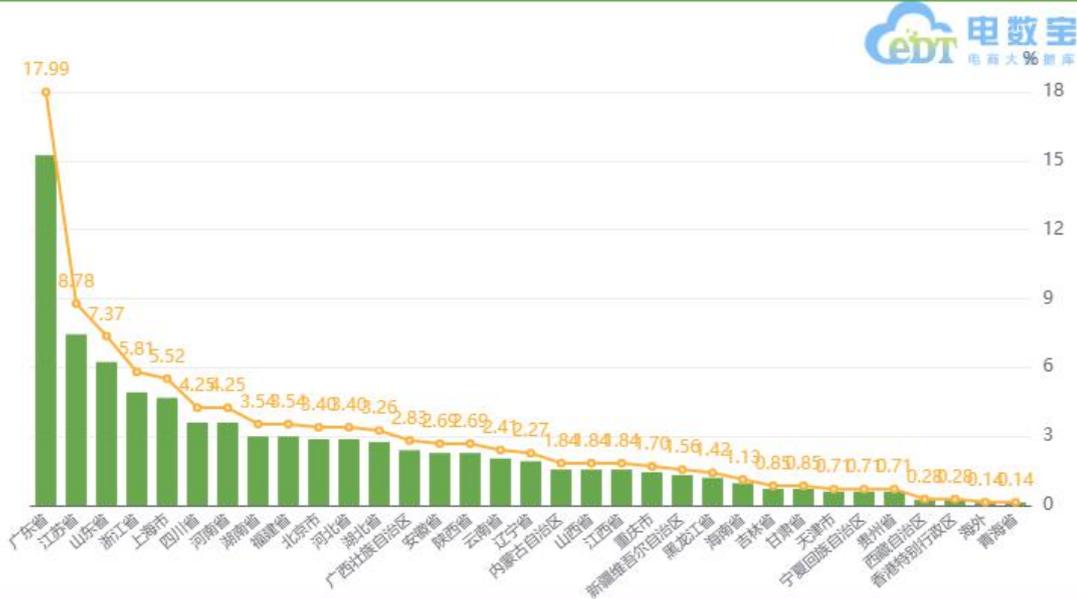
此外，8 月底，国家版权局、工业和信息化部、公安部、国家互联网信息办公室四部门联合启动打击网络侵权盗版“剑网 2023”专项行动，深入开展电商平台版权专项整治，推动重点网站平台企业开展版权问题自查自纠。

可见，网络消费平台仍存在侵权盗版行为。此外，还有退款问题、售后服务等问题突出，亟待解决。在此背景下，9 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）2023 年 8 月受理的全国 82 家互联网消费平台（环比下降 7.3%）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《2023 年 8 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**二手电商、电商服务商**）、数字生活（主要集中在**生活服务、在线旅游**）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 2023 年 8 月网络消费投诉数据及《2023 年 8 月数字零售十大典型投诉案例》《2023 年 8 月数字生活十大典型投诉案例》和《2023 年 8 月数字教育十大典型投诉案例》。

在报告公布的《2023 年 8 月全国网络消费评级榜》中：获“**建议下单**”评级的有：万师傅、去哪儿；获“**谨慎下单**”评级的有：BOSS 直聘、智行、美团、飞猪等；获“**不建议下单**”评级的有：抖音、小红书、分期乐等；获“**不予评级**”的有：大麦网、淘宝、闲鱼、尚德机构、橄榄枝健康、拍机堂、二三良作、阿里健康。

2023年8月全国网络消费投诉地区分布



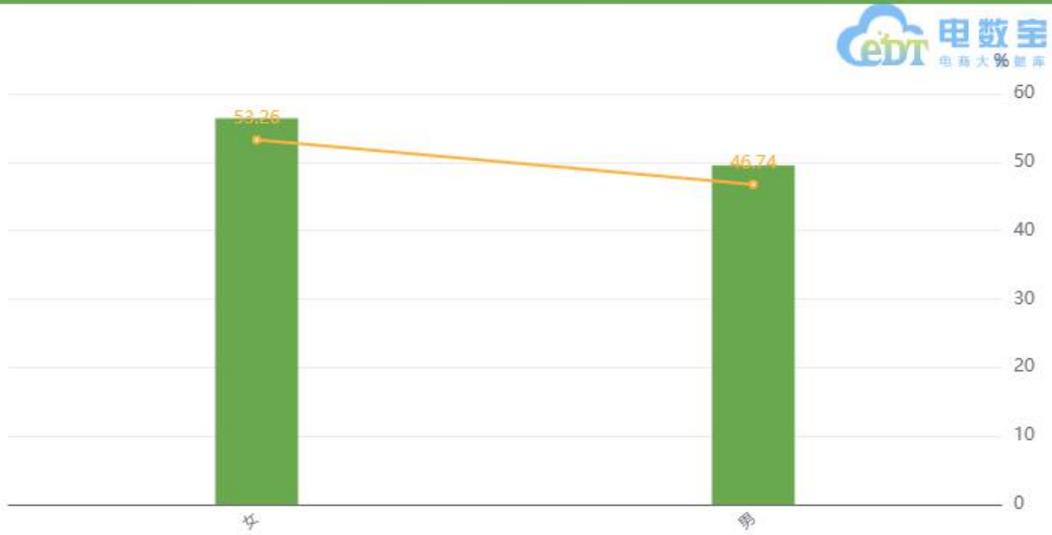
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

(三) 投诉用户性别分布

据“电诉宝”显示，8月女性用户投诉比例为53.26%，男性用户投诉比例为46.74%。

2023年8月全国网络消费投诉性别分布



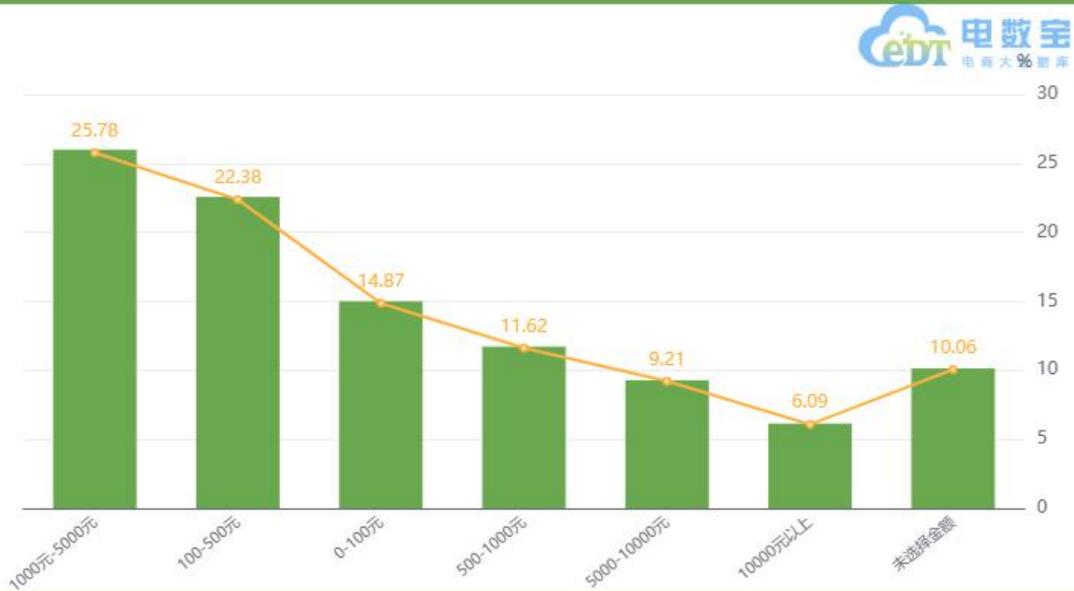
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

（四）投诉金额区间分布

据“电诉宝”显示，8月投诉金额分布主要集中在1000-5000元（25.78%）、100-500元（22.38%）、0-100元（14.87%）、500-1000元（11.62%）、5000-10000元（9.21%）、10000元以上（6.09%）、未选择金额（10.06%）。

2023年8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

此外，据“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，2023年8月全国网络消费评级榜中：获“建议下单”评级的有：万师傅、去哪儿；获“谨慎下单”评级的有：BOSS直聘、智行、美团、飞猪等；获“不建议下单”评级的有：抖音、小红书、分期乐等；获“不予评级”的有：大麦网、淘宝、闲鱼、尚德机构、橄榄枝健康、拍机堂、二三良作、阿里健康。

2023年8月全国网络消费评级榜

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	万师傅	100.00%	0.943	0.000	0.783	建议下单
2	去哪儿	100.00%	0.845	0.000	0.754	建议下单
3	唯品会	100.00%	0.833	0.000	0.750	谨慎下单
4	BOSS直聘	100.00%	0.775	0.000	0.732	谨慎下单
5	京东	78.38%	0.703	4.000	0.693	谨慎下单
6	智行	85.71%	0.714	0.000	0.643	谨慎下单
7	美团	100.00%	0.400	0.000	0.620	谨慎下单
8	飞猪	50.00%	0.433	2.000	0.440	谨慎下单
9	抖音	47.62%	0.333	0.000	0.338	不建议下单
10	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
10	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	分期乐	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
10	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
10	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	尚德机构	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	橄榄枝健康	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	拍机堂	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	二三良作	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	阿里健康	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。

（一）数字零售数据与十大典型案例

数字零售消费评级榜：

在 2023 年 8 月全国数字零售评级榜中：获“谨慎下单”评级的有：唯品会、京东；获“不建议下单”评级的有：抖音、小红书等；获“不予评级”的有：淘宝、闲鱼、拍机堂、二三良作。

2023年8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	唯品会	100.00%	0.833	0.000	0.750	谨慎下单
2	京东	78.38%	0.703	4.000	0.693	谨慎下单
3	抖音	47.62%	0.333	0.000	0.338	不建议下单
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	拍机堂	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
4	二三良作	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

数字零售上榜平台有 29 家：

投诉量 TOP10 依次为：拼多多、淘宝、二三良作、京东、抖音、闲鱼、小红书、唯品会、拍机堂、天猫；

排在第 11-20 名的是：微店、快手、红布林、苏宁易购、转转、交易猫、阿里巴巴、美团优选、寺库、店宝宝；微拍堂、拍机堂；

排在第 21-29 名的是：国美、有赞、找靓机、当当、蘑菇街、中国制造网、酒仙网、小年鱼、小米商城。



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投诉案例，涉及闲鱼、美团优选、店宝宝、微店、找靓机、拍机堂、寺库、小红书、红布林、有赞。

2023年8月数字零售典型投诉案例		
投诉时间	投诉平台	投诉案例
8月2日	闲鱼	“闲鱼”平台追回钱款需要公章报告？ 买家维权难
8月2日	美团优选	商品为果蔬生鲜类拒绝便退货退款？ “美团优选”被指食品未达食用标准
8月3日	店宝宝	平台导师神秘失踪？ “店宝宝”被指诱导客户进行消费 虚假宣传
8月6日	微店	“微店”商家拒绝退款多次 限制消费交易条件
8月7日	找靓机	欺骗消费者？ 用户投诉商品反卖“找靓机”时被拒绝收购
8月7日	拍机堂	“拍机堂”售出被锁问题机 却因检测无误不提供售后
8月10日	寺库	“寺库”被指退款申请一年还未处理完毕 用户退款路漫漫
8月12日	小红书	仅赔付5元优惠券？ “小红书”平台被指完全站商家
8月21日	红布林	“红布林”被指出售商品货不对版 沟通退货反遭拒
8月29日	有赞	用户投诉“有赞”欺诈消费者 退款商家不予理会

图表编制：电诉宝 数据来源：315.100EC.CN

【案例一】“闲鱼”平台追回钱款需要公章报告？买家维权难

8月2日，浙江省的韩女士向“电诉宝”投诉称其于2023年7月7日在闲鱼二手交易平台买了一台联想笔记本电脑，后被商家诱导确认收货。货到没多久后，随即出现开不开机问题。韩女士称从收到货到出现问题才仅仅4天时间，便投诉至闲鱼平台。该平台让韩女士出具检测凭证，按要求出具之后闲鱼官方说可以作为凭证但必须要求加盖公章。

韩女士随后沟通联想官方，联想官方售后解释售后机构并无公章，维修单上面写的有联想官方凭证和机打报告。韩女士表示闲鱼平台一直要求出具很多不可能拿到的证据，跟平台解释也只会推辞，并以检测报告无公章，无法追回钱款为

由拒绝处理。韩女士要求平台处理销售劣质产品商家，并退货退款。

【案例二】商品为果蔬生鲜类拒绝便退货退款？“美团优选”被指食品未达食用标准

8月2日，广东省的查女士向“电诉宝”投诉称其于7月31日在美团优选电商平台（陈阿姨便利店提货）购买了两个菠萝蜜，到货后查女士发现果品还未成熟，达不到食用标准，于是拒绝提货，并在平台APP办理退款售后，平台却以商品为果蔬生鲜类拒绝退货退款。查女士再次申请退款，平台以同样理由拒绝。查女士称好不容易打通客服投诉却是机器人，最终未得到任何结果，并认为此种行为损害了查女士作为消费者的正当权益。查女士希望平台能负起责任，协助办理退货退款。

【案例三】平台导师神秘失踪？“店宝宝”被指诱导客户进行消费 虚假宣传

8月3日，浙江省的吴先生向“电诉宝”投诉称店宝宝官方导师-佳佳多次私信宣传他们的学员开通店铺十几天赚好几千，于7月30日下午又宣传“10天入账3657元...”。吴先生称在7月31日晚，通过店宝宝官方导师-佳佳付费500后加入店宝宝平台，而后进平台货源系统后发现，商品供货价格比其他平台都高出许多，如果要做到销售有利润的情况下，会比其他商家的售出价格近乎高出一倍，且大部分商品都是属于无货，售罄的状态。

吴先生表示在付费后，该店宝宝官方导师-佳佳就不再回复微信，不再回复消息，也没有再发过任何宣传文案。

【案例四】“微店”商家拒绝退款多次 限制消费交易条件

8月6日，陕西省陈先生向“电诉宝”投诉称其于2023年8月26日在微信

微店上购买一双莆田鞋，当申请退款时，商家不接受退款，并提出只换不退的规定，在后续过程中多次协商调解，商家依旧坚持只换不退的规定，不接受退款。陈先生称在售后过程中申请售后或货物未发出，当其进一步申请时，商家未及时做出反应，却仍然发货，并以此与只换不退的霸王条款作为理由，不接受退款。陈先生称后续协商过程中卖家不回复消息逃避问题，并表示该商家利用格式条款侵害了其消费者权益，限制消费交易条件。

【案例五】欺骗消费者？用户投诉商品反卖“找靓机”时被拒绝收购

8月7日，内蒙古自治区的姜先生向“电诉宝”反映称，其之前在找靓机购买了苹果耳机，之后又买了别的产品，后把耳机反卖给找靓机平台，平台拒绝收购，并称其验机报告假货。姜先生很疑惑，在他家买的苹果耳机，现在却说耳机是假货。姜先生表示要坚决维权到底，这是典型的欺骗消费者。

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，对此，找靓机平台方回应称：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。

【案例六】“拍机堂”售出被锁问题机 却因检测无误不提供售后

8月7日，山东省的王先生向“电诉宝”投诉称其在拍机堂购买一部三星 z fild4手机，到手后王先生发现是一台有锁机器。随后王先生联系拍机堂，得到的回复通篇没说有锁机。王先生表示该手机存在无法读卡、无法通话、无法使用流量等影响使用的问题，并称售后客服以无法检测通话为由拒绝售后，只说检测符合平台标准，无法提供售后服务。

【案例七】“寺库”被指退款申请一年还未处理完毕 用户退款路漫漫

8月10日，上海市的王女士向“电诉宝”投诉称其于2022年8月31号在寺库奢侈品APP够买Burberry女士浓香水一瓶，金额为669元，运费100元，总金额769元。王女士称下单的平台网店长时间不发货，于是便申请了退款。王女士多次联系平台客服，客服的回应皆为“处理中，请等候”便没有了后续。王女士表示该订单时间已经一年了，该平台还未处理完毕，希望能尽快退款。

【案例八】仅赔付5元优惠券？“小红书”平台被指完全站商家

8月12日，四川省刘女士向电诉宝投诉称，其于2023年7月27日在小红书議笙的珍珠的店（小红书号HEJINA528）购买12-12.5馒头珍珠一对，于8月1日收到货物。但刘女士发现，收到的货物破损严重，其联系了小红书平台和商家均没有给出结果，申请退货退款时被商家以标明了瑕疵为由拒绝。

刘女士称，商品详情页面并没有标明瑕疵品，另商品破损程度已非瑕疵程度。其联系商家时商家拒绝回复，并做了拉黑处理。刘女士认为，小红书平台给出的处理方式完全站在商家角度考虑，仅赔付5元优惠券，商家毫无诚信。

【案例九】“红布林”被指出售商品货不对版 沟通退货反遭拒

8月21日，福建省的张女士向“电诉宝”投诉称，自己于2023年7月15号在红布林平台购买了一条13258元的二手梵克雅宝项链，18号收到货发现商品与描述不符合，描述为95新，但是收到发现这套项链是以前七八年的老款了，看起来也比较旧还有瑕疵。

张女士表示因为订单上面显示质量问题七天可退，她当时就跟客服反映，但是客服不处理一直拖着说这不属于质量问题，打了12315也没有用，客服前面打了几个电话说赔偿自己300元。张女士表示直接不同意，他们就置之不理，直接就是强买强卖，无法无天。

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，红布林方反馈称：用户问题平台收到后第一时间联系用户处理，

正在为用户核实处理中，后续过程有任何问题，可随时联系客服处理。

【案例十】用户投诉“有赞”欺诈消费者 退款商家不予理会

8月29日，广东省的陈女士向“电诉宝”投诉称，自己于8月26日下午3点，通过公众号推文加了自称助学单位学历提升的老师的微信，首先自称是助学单位，其次饥饿营销和散布要课改的谣言，制造紧张感。最后声称是官方统一收费并开具发票。随后发来一个标有高等教育学历提升字样的付款链接。

陈女士付款后发现收款单位有问题，并非官方报名中心，也没有助学资质，才明白过来是典蓬教育员工冒充以报考学历中心身份，诱骗学生一步步入购买学历提升录播网课，涉嫌非法经营、无证经营，欺诈诱骗消费者。陈女士要求立刻退款，但商家不予理会，也不予退款。

（二）数字生活数据与十大典型案例

数字生活消费评级榜：

在2023年8月全国数字生活评级榜中：获“**建议下单**”评级的有：万师傅、去哪儿；获“**谨慎下单**”评级的有：BOSS直聘、智行、美团、飞猪；获“**不予评级**”的有：大麦网。

2023年8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	万师傅	100.00%	0.943	0.000	0.783	建议下单
2	去哪儿	100.00%	0.845	0.000	0.754	建议下单
3	BOSS直聘	100.00%	0.775	0.000	0.732	谨慎下单
4	智行	85.71%	0.714	0.000	0.643	谨慎下单
5	美团	100.00%	0.400	0.000	0.620	谨慎下单
6	飞猪	50.00%	0.433	2.000	0.440	谨慎下单
7	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 \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

数字生活上榜平台有 19 家：

投诉量 TOP10 依次为：去哪儿、大麦网、美团、BOSS 直聘、万师傅、智行、飞猪、鲁班到家、联联周边游、携程；

排在第 11-19 名的是：同程旅行、如程、走着瞧旅行、猫眼电影、彩贝壳、大众点评、智联招聘、途家、58 同城。



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”

- 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
家政服务 美业服务 共享经济 互联网家装 在线婚恋交友 互联网维修

筛选: 2023 8月

1 去哪儿	2 大麦网	3 美团	4 BOSS直聘
5 万师傅	6 智行	7 飞猪	8 鲁班到家
9 联联周边游	10 携程	11 同程旅行	12 如程
13 走着瞧旅行	14 猫眼电影	15 彩贝壳	16 大众点评
17 智联招聘	18 途家	19 58同城	

(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案例，涉及彩贝壳、大麦网、飞猪、智联招聘、万师傅、联联周边游、如程、58 同城、智行、BOSS 直聘。

2023年8月数字生活典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
8月5日	彩贝壳	“彩贝壳”被指霸王条款 扣除60%退款费用不合理
8月6日	大麦网	不给退票属于违法行为！ 用户称“大麦网”霸王条款不具有法律效力
8月7日	飞猪	用户称“飞猪”存格式条款 退款未告知需扣除手续费
8月7日	智联招聘	“智联招聘”被指霸王条款 无故停用账号导致公司损失
8月10日	万师傅	用户投诉“万师傅”平台偏袒下单客户 只要不满意就可以退款 平台回应：无法协商一致
8月11日	联联周边游	无法核销 客服却让用户换个时间？ “联联周边游”被指态度敷衍 推脱责任
8月13日	如程	一年多前的保证金仍未到账 “如程”被指小程序无法正常登录
8月15日	58同城	用户称要与“58同城”斗争到底 联合诉求退款
8月16日	智行	机票符合因病退票规定全额退款 “智行”9张票仅退1张惹不满
8月27日	BOSS直聘	单方面封停账号？ 用户投诉“BOSS直聘”封号提供不出违规证明

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】“彩贝壳”被指霸王条款 扣除 60%退款费用不合理

8月5日，上海市何女士向“电诉宝”投诉称，其于2023年8月5号在彩贝壳app上购买了极乐汤2张双人成人票、2张儿童票，由于app原因，无法一个人全部预约完，所以转让给同行一起预约，到了现场之后，才发现极乐汤2000个手牌全已发完，并且排队了100多号人，因此想要退款，结果被告知要扣除60%的费用。

整个过程中，何女士一没有使用团购票，二没有占用他们任何资源，门店对入场人次没有任何规划，因此何女士认为扣除60%是不合理的，是霸王条款。何女士的诉求是全额退款。

【案例二】不给退票属于违法行为！用户称“大麦网”霸王条款不具有法律效力

8月6日，江苏省刘先生向“电诉宝”投诉称，其于8月5日在大麦平台购买两张票，在不影响销售、不可抗原因情况下，多次找客服联系，均被平台以各种理由不予退票，如：硬性要求连平台都没有标准的凭证，硬性要求演出前两天才可退票申请等等。

刘先生目前要求退票退款，而且大麦不给退票属于违法行为。根据《消费者权益保护法》《网络商品七天无条件退换货暂行办法》，未开票未寄出的演唱会门票都是可退换商品。刘先生还称，大麦在卖票的时候标注的“一经售出不退不换”其实完全是霸王条款，不具有法律效力。

【案例三】用户称“飞猪”存格式条款 退款未告知需扣除手续费

8月7日，浙江省的赵女士向“电诉宝”投诉称其于7月29日在飞猪平台购买上海往返济州岛的机票，1265+1486共计2751元，于7月30日申请退票，退票时并未显示需要支付手续费等费用（价款作为合同的主要条款，在格式条款中需要明确标注，否则应当作出不利于格式合同提供者的解释），且在金额栏显示的为支付时的金额，并标注需经审核后才可以退费，让消费者误以为只要经过审核，可以全额退费。

7月30日在飞猪平台和客服沟通退票后，客服于11:57分来电告知一日内处理，询问客服是否需要支付手续费，客服表示会有专员处理告知。在16:18分，本人收到短信提示卖家已完成退费操作，点进平台才发现，1486元的返程机票仅退款946元，涉及到扣除手续费540元的价格，期间却未与消费者进行过任何协商，申请退款的界面属于是格式条款，作为消费者有权在知道退票需要扣除的费用后，选择是否退票，但飞猪平台未尽到提示、说明的义务，即侵害消费者的权益。

赵女士表示不认可后，客服称“手续费金额我们也不知道是多少，你没有事先咨询，所以责任全部是你，你点下退款后，即便金额不确定，也都需要你承担”。

【案例四】“智联招聘”被指霸王条款 无故停用账号导致公司损失

8月7日，河北省吴女士向“电诉宝”投诉称其于智联招聘平台无故多次让进行环境认证，智联平台审核人员工作不认真，导致吴女士公司账号停用4天，多次认证都说位置不一致，可是其公司注册位置只有一个。

吴女士给相关客服电话反馈，就是被简单告知这边会反馈，但是没有具体反馈时间。吴女士认为智联招聘霸王条款，不予理会其需求，多次沟通无果，谁能承担这几天的账号损失和公司的招聘成本损失。

吴女士称，智联招聘作为国内招聘网站，随意伤害会员企业的利益，不给以合理解释，造成的时间成本和人工成本的损失这种霸王条款行为，严重危害企业的权益，也延误公司工作的进程，导致公司招聘板块工作停滞，人员配置出现问题，希望有关部门核实检查，尽快恢复公司的招聘情况。希望智联招聘能尊重每个企业的权益，不要故意伤害。

【案例五】用户投诉“万师傅”平台偏袒下单客户 只要不满意就可以退款 平台回应：无法协商一致

8月10日，浙江省的沈先生向“电诉宝”投诉称其是平台的安装师傅，于2023年8月8日平台指派上门处理一个烤箱放不进去柜子的订单。当天晚上沈先生到现场按客户要求在底板打孔最终把烤箱放入，客户现场确认是可以的，第二天下单方没有联系直接平台退款，说沈先生没处理好，还把不是沈先生弄的岩板裂缝归结到沈先生身上，万师傅平台直接就偏袒商家全额给退款，商家将沈先生电话拉黑根本打不进去。

沈先生称万师傅平台客服说下单方不满意就可以退款，并表示自己干的活白干了，自己的权益受到了损害。

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，“万师傅”工作人员发来回复称：家具|维修-餐台*1处，用户反馈师傅上门没有维修好产品，导致用户不满需要退款，经平台联系到客户核实，师傅上门维修之后是存在偏差左右不齐，故无法支付维修费用，多次跟师傅解释说明仍旧不接受，非常抱歉无法协商达成一致。

【案例六】无法核销 客服却让用户换个时间？“联联周边游”被指态度敷衍 推脱责任

8月11日，广东省的杨先生向“电诉宝”投诉称其于7月9日在联联周边游上面买了必胜客套餐，共计89.9元。杨先生称其带着家人去必胜客餐厅用餐，并严格按照套餐说明步骤兑换，界面却总是无法选中。杨先生联系并询问联联周边游客服8144，客服却说无法兑换，让杨先生换个时间段再去餐厅使用。杨先生表示这种情况严重耽误杨先生和他的家人正常用餐和出行，平台推脱责任，严重影响其用餐体验。

【案例七】一年多前的保证金仍未到账 “如程”被指小程序无法正常登录

8月13日，上海市陈女士向“电诉宝”投诉称其于2022年1月28日，在如程微信小程序上预订了两晚民宿，总共支付了2998元住房保证金，后因疫情原因，陈女士便按照如程规定，在允许全额退还保证金的时间内取消了入住，一般情况下很快就会收到保证金退还，但是这次如程一直拖欠。

陈女士线上几次联系过客服，给的答复是需要按顺序办理，一直到现在，陈女士也没有收到退还的保证金。现在如程的小程序也无法正常登录，陈女士提出投诉，希望如程能按实际支付的保证金如数退还。

【案例八】用户称要与“58同城”斗争到底 联合诉求退款

8月15日，四川省唐先生向“电诉宝”投诉称其于2023年5月11日在58同城销售的宣传下，开了一年会员6868元，用了两个月总共没有接到100个电话，还把他账户里推广的钱全用完了。后面10个月没有推广金，账户就等于白开，没有效果。

唐先生称自己花了6868元什么都没有得到，跟售后沟通，对方各种推卸责任，售后叫联系销售，销售叫联系售后。唐先生表示，自己会和这种骗子企业斗争到底，希望有同样经历的朋友一起联合起来打到骗子企业58诉求退款。

【案例九】机票符合因病退票规定全额退款 “智行”9张票仅退1张惹不满

8月16日，江西省的毛女士向“电诉宝”投诉称其于7月19日上午在智行买了自己、丈夫、4岁小孩9张飞机票，下午因知晓孩子发烧后退票。之后询问两个航司知晓符合因病退票规定:病退人员和同行2人提交相关证明资料审核后可免收退票费。7月21日向智行提交了9张机票的因病退票资料。

毛女士表示，资料都是按要求提供的，期间多次沟通，但8月4日智行最后回复，有8张机票不能补退，资料哪里不符合条件只是敷衍没有给出明确合理的回复，只退回了孩子的1张飞机票，说符合因病退票但只退款350元，仍然以自身的理由扣了50元。按照两个航司因病退票规定应全额退费。

【案例十】单方面封停账号？用户投诉“BOSS直聘”封号提供不出违规证明

8月27日，广东省的李先生向“电诉宝”反映称自己是东莞市快马快城市配送管理有限公司的法定代表人，于2023年6月底开通了BOSS直聘的招聘服务协议框架，直到2023年7月24日BOSS以涉嫌违规为由，单方面封禁了我公司负责人事招聘专员的一个账号，后又于2023年8月9日又单方面的封禁了一个账号。而后在2023年8月26日晚上又以涉嫌账号违规为由，封禁了我司的

超级主账号，也就是法人的 BOSS 账号。

李先生表示这三次 BOSS 直聘单方面封禁公司账号的时候，自己公司都要求 BOSS 解封账号，但 BOSS 直聘的客服人员都以我们涉嫌违规为由，无法解除账号封禁。李先生公司要求 BOSS 直聘方提供相应能证明自己公司涉嫌违规的证据，但 BOSS 直聘都无法提供。

李先生认为就一句涉嫌违规就是要封号，难道 BOSS 直聘是想封禁就封禁的。李先生公司的诉求是 BOSS 直聘立即解掉封禁的我司工作人员的账号，如果我司确实涉嫌任何违规的情况下，烦请 BOSS 直聘方提供相应的证据出来，而不是单方面的说违规就封禁账号。

（三）数字教育数据与十大典型案例

数字教育消费评级榜：

在 2023 年 8 月全国数字教育评级榜中：获“不予评级”的有：尚德机构。

2023年8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	尚德机构	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

数字教育上榜平台有 19 家：

投诉量 TOP10 依次为：尚德机构、兴为教育、一只船教育、中职通、中安建培、帮考网、有道精品课、恒企教育；

排在第 11-19 名的是：高教通、远程教育科技、聚师网、英语流利说、平安好学、芸学教育、学慧网、小叶子陪练。



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，涉及兴为教育、帮考网、一只船教育、中职通、有道精品课、小叶子陪练、尚德机构、学慧网、中安建培、聚师网。

2023年8月数字教育典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
8月9日	兴为教育	“兴为教育”虚假宣传 用户消费后疑心被骗退款无果
8月11日	帮考网	“帮考网”声称包过 用户没考过申请退款被客服以过期等理由拒绝
8月14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 退款玩失踪
8月21日	中职通	学生反映“中职通”扭曲合同真实内容 被哄骗签订退款无门
8月22日	有道精品课	不能退款？“有道精品课” 被指售后服务差且平台无退款流程
8月24日	小叶子陪练	用户投诉“小叶子陪练” 工作人员互相甩锅 退款无门
8月26日	尚德机构	签署霸王条款？“尚德机构” 被指诱导学员贷款缴纳学费
8月28日	学慧网	用户投诉“学慧网” 课程内容陈旧 多次咨询无人回复
8月28日	中安建培	有题保过？“中安建培” 被指疑似诱导学员缴费 拖延不退款
8月30日	聚师网	交完钱就消失？ 用户称被“聚师网”哄骗购买VIP

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】“兴为教育”虚假宣传 用户消费后疑心被骗退款无果

8月9日，新疆维吾尔自治区的古丽女士向“电诉宝”投诉称其想考执业药师资格证，需要提升大专，在百度查询，于是没过多久兴为教育老师与其联系，称该平台为国家正规培训机构，可以上成人大学，国家认可，学籍可以在网上查询等，于是古丽女士向兴为教育交费9600元。

古丽女士称该平台老师不断打电话进行虚假宣传和承诺，称只要买密尊课程便可以保证拿证，如果不买高端课程务上密尊课程，老师不会讲重点内容。为此，古丽女士于2022年8月2日在兴为教育购买执业药师资格证考试复习课程，费用22800元，合计金额32400元。古丽女士表示网课登不进去，机构客服电话打

不通，强烈要求进行退款。

【案例二】“帮考网”声称包过 用户没考过申请退款被客服以过期等理由拒绝

8月11日，四川省涂先生向“电诉宝”投诉称其于2018年在帮考网通过电话营销购买了帮考网注册会计师CPA网络培训课程，对方营销人员声称包过、内容简单、能押题、不过即可全额退款等内容，涂先生也没签署任何合同。但是涂先生没考过，因为他根本听不懂网课的内容，客服以过期等理由拒绝全额退款（甚至一点都不退）。我的诉求是全额退款（总金额7000元）。

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，“帮考网”工作人员发来回复称：收到用户投诉后，我们非常重视，第一时间与用户取得联系，并积极协商处理方案，目前还在协商处理中，有结果将第一时间回复。

【案例三】违规报名考试？用户投诉“一只船教育”诱导消费 退款玩失踪

8月14日，江苏省的黄女士向“电诉宝”投诉称其于2021年7月2日由于北京一只船教育科技有限公司通过网络虚假宣传，诱导其缴纳一级注册消防工程师培训费6880+500=7380元，并于2021年8月1日诱导本人升级高端班，追加培训费用11600元，并且未开具11600元发票。黄女士称其本人非消防专业出身，也没有相关从业经历，并不具备报考资格，北京一只船教育科技有限公司通过内部违规操作帮其报名考试，违反了报考相关规定。

黄女士表示三年过程中均未参加考试，未对其造成资源侵占，因此于2023年8月11日与北京一只船教育科技有限公司工作人员联系退款事宜，其工作人员只说提交售后，然并未有售后人员联系处理，对接班主任老师也已不再回复消息。黄女士表示希望电诉宝平台介入调查处理，并退还全部教育培训费用18980元。

【案例四】学生反映“中职通”扭曲合同真实内容 被哄骗签订退款无门

8月21日，福建省的黄同学向“电诉宝”投诉称其于2023年5月12日购买中职通Python课程，其中商家隐瞒合同内容，扭曲合同真实内容，让学生降低警惕性，以购买课程的名义诱导学生签订合同，并催促要求学生签订合同，以定金优惠课程形式督促其签署合同，并在签署合同24小时内打电话给学生，进一步迷惑其想法，让其错过纠正合同第一时间，存在哄骗促使签订合同行为。

黄同学称，中职通要求学生及时签订，不得拖延，事后要求退款却声称改订合同要霸王条款，当时还未进行课程，商家不允许退款改合同，学生并不知情予以投诉。

【案例五】不能退款？“有道精品课”被指售后服务差且平台无退款流程

8月22日，浙江省的陈女士向“电诉宝”投诉称其于7月25日左右在好的短视频平台购买了纸上的作文直播课一节，共39元，含资料。订单无法在好的短视频平台的订单上查阅，因为不知道开课情况，也没有收到资料，所以一直查询无果，后来在网易有道精品课平台上查到了订单，但已过7月27日直播课时间。

陈女士表示自己没有收到书本资料，却无法退款，平台也无退款流程，于是直接转到了客服对话，经沟通无法退款。陈女士认为自己没有消费，没有道理不能退款。且网站售后服务极差，既没有老师对接也没有后续提醒，虽然金额不大，但是线上教育重点都是学习服务和支持，没有服务是办不了线上教育的。

【案例六】用户投诉“小叶子陪练”工作人员互相甩锅 退款无门

8月24日，李女士向“电诉宝”投诉称其于2022年9月17日购买了小叶子陪练的课程包，花费3200元，当时承诺不满意可以全额退款。7月3日李女士

士和老师反映用不了歌谱练习，技术问题一直无法改善，过了两三周申请退款，与客服沟通多次无果，始终被告知他们只有他们计算好的退款数字（ $3200-3200/24*7-3200*25\%=1466$ ）。

李女士称无法理解他们技术问题却需要我们来付违约金 25%，而且 7 月初向他们反映无法使用，却要顾客付 7 月底的费用，这不是黑色企业吗？李女士感觉被骗了，联络工作人员，每次态度很恶劣，且始终无人解释清楚这个问题，连陪练的负责老师也是很无所谓的态度。把锅想要甩的远远的。李女士多次给客服打电话问工作人员或负责退款部门联系电话，无门。

【案例七】签署霸王条款？“尚德机构”被指诱导学员贷款缴纳学费

8 月 26 日，河南省孙女士向“电诉宝”投诉称自己于 2018 年在尚德机构老师的忽悠下报考汉语言文学专业专升本。报名之前老师说课程简单，考不过可以再考，终身免费学习直播课程，直到考过为止，没有说有服务期限的事情。

孙女士表示自己当时没钱，在老师的引导下在网贷平台，贷款分期缴纳学费。在办理途中，老师指导自己操作一系列的事情（输入个人信息，点确认，输入验证码，人脸识别，点确认等操作），操作完成，中间没有提醒自己阅读服务协议的事情，在不清楚的情况下点了确认，完成了他们所谓的协议（霸王条款），至今未收到纸质的协议。

孙女士表示,现在登陆尚德 APP 显示服务期已过，需要续费，或者只能看精品课，也就是录播课。自己当时就很生气，之前老师没有和我说有服务期的问题，上课时班主任老师也没有提醒，现在突然上不了了。录播课功能不齐全，资料都是 2019 年的老视频老资料，不能快进，返回之后再进来就要重新看，找不到看过的记录。

孙女士认为，尚德机构拿这个录好的视频应付学员，想要再次收费赚钱。自己就感觉被坑了，找尚德解决这个问题，售后态度很差，说只能看录播课隐瞒服务期问题导致我没有冻结课程，侵害了我的正常学习的权益，自己现在诉求，给

我提供 4 年学习服务（看直播课），中途有事可以冻结课程。

【案例八】用户投诉“学慧网”课程内容陈旧 多次咨询无人回复

8 月 28 日，广东省彭女士向“电诉宝”投诉称自己于 2021 年 9 月 28 日，在北京学慧网络科技有限公司购买“营养师和健康管理师”双证服务，在线支付了 2980 元。服务模式是学员自行下载 app 自学和自行报名考证。

彭女士购买后发现 app 里面课程很旧，大概是几年前的课程，没有更新，而且没有专门的服务人员来通知上课，考试等事宜。通过销售加到助教微信，但咨询回复缓慢。彭女士期间多次咨询考证时间要求提醒，但没有得到答复。再后来间断性咨询单位企业微信多次，无人响应，导致无法正常考证，要求退款。

【案例九】有题保过？“中安建培”被指疑似诱导学员缴费 拖延不退款

8 月 28 日，高女士向“电诉宝”投诉称自己在 2022 年 4 月在中安建培网站上报名二建，被销售一直催着交钱，之后就花了 5480 元，之后陆续三四个人加自己微信说是中安建培售后及主任，自称主任的人说升级课程并且有题、保过。

高女士表示，对方说完保过之后自己就有点反应过来被骗，要求退款，结果之前加自己微信的三四个人中有两个把自己删除了，还有两个联系不上了，一直拖到现在。高女士称，现在也联系不上他们任何人，自己的诉求就是退款。

【案例十】交完钱就消失？用户称被“聚师网”哄骗购买 VIP

8 月 30 日，江西省柯女士向“电诉宝”投诉称，其于 8 月 7 日在抖音平台看到聚师网考证，于是填写了电话号码，后面就有人加她微信，以虚假信息引导她报考社工证书。第一次以 399 成交，后又有课程服务老师加微信，称 2799 元升级 vip，里面有密卷，包考过，没考过包退，包工作。

柯女士称对方连续发了几天信息，天天说有各种补贴，但其实考证是有条件

的，参加工作也是有条件的，对方就重避轻，哄骗买他们的 vip，最后以 2500 的价格成交。柯女士当天下午反应过来后，要求退一半的钱，对方回应月底退，再联系就找不到人了。

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* <input type="text" value="姓名"/>	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>](#)

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弊物流信息考核，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弊物流信息考核，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 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 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)、“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《2023 年 8 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：2023年9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 (视频号搜网经社曹叔)

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)

