

2024年Q3 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：2024年10月15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.....	8
（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.....	20
四、关于我们.....	27
（一）关于电诉宝.....	27
（二）关于网经社.....	29

一、报告摘要

三季度，2024 年中秋节假期，全国国内出游 1.07 亿人次，国内游客出游总花费 510.47 亿元，较 2019 年同期增长 8.0%，释放出巨大的消费潜力，去哪儿等在线旅游平台消费数据提升。此外，巴黎奥运会的召开，激发的运动热情也带动了消费热潮的迭起，唯品会、京东等众多网络购物平台上体育用品销量攀升。

与此同时，江苏省消费者权益保护委员会发布了三季度投诉和舆情分析报告，揭示了直播带货、微短剧、人工智能客服等领域的消费者投诉热点，并强调了保障消费者权益的重要性。

可见网络消费环境仍不乐观，整治行动从未停止。此外，临近双 11，京东、淘宝天猫等各大电商平台纷纷发布相关活动规划。对于即将到来的电商大促，消费者更要提前做好准备，谨防网络欺诈等问题。

在此背景下，2024 年 10 月 15 日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2024 年 Q3 受理的全国 100 家互联网消费平台纠纷大量案例数据，“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《2024 年 Q3 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**生鲜电商、二手电商**）、数字生活（主要集中在**在线旅游、在线票务**）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 2024 年 Q3 网络消费投诉数据及《2024 年 Q3 数字零售十大典型投诉案例》《2024 年 Q3 数字生活十大典型投诉案例》和《2024 年 Q3 数字教育十大典型投诉案例》。

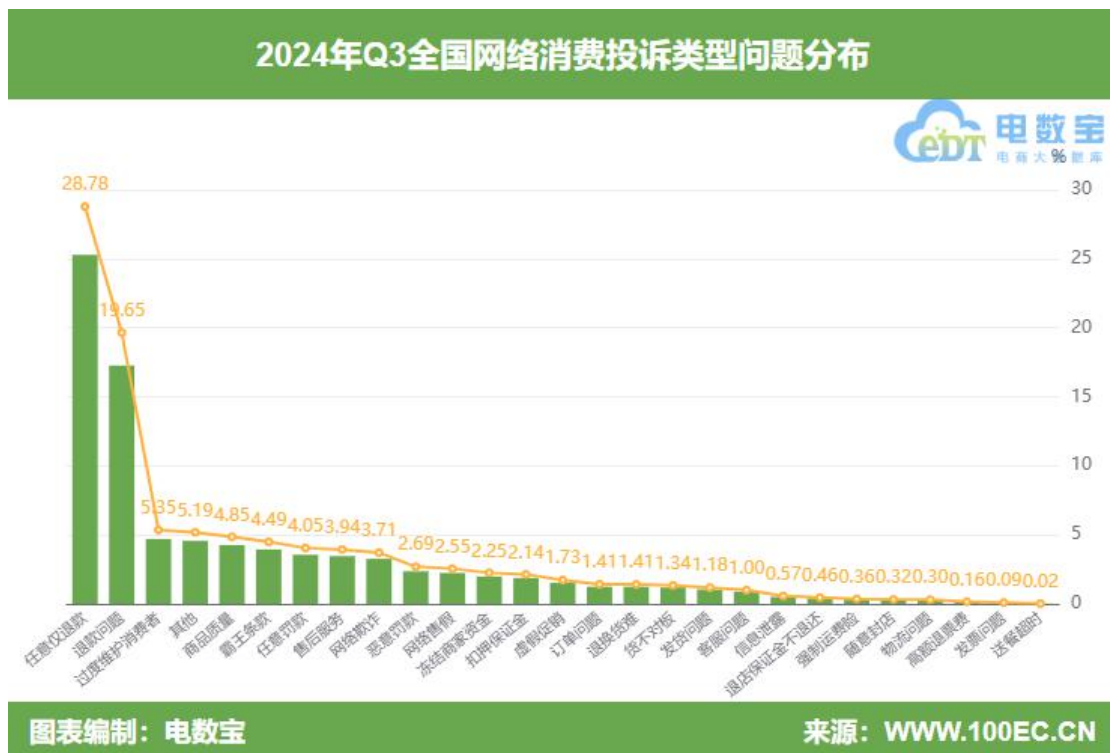
在报告公布的《2024 年 Q3 全国网络消费评级榜》中：获“**建议下单**”的有：瓜子二手车 app、苏宁易购、智行、转转、赛优教育、去哪儿、BOSS 直聘、微拍堂、得物 APP、红布林、高顿教育、有赞、抖音、嗨学网等 14 家；获“**谨慎下单**”评级的有：万师傅、美团、携程、唯品会等 5 家；获“**不建议下单**”评级的有：飞猪、小红书、走着瞧旅行、分期乐、联联周边游、一只船教育等 7 家；获“**不予评级**”的有：大麦网、支付宝、来分期、淘宝、1688、店宝宝、交易猫、

天猫、闲鱼、尚德机构、快手、潭州教育、啄木鸟维修、爱回收、抖店、全球速卖通、美团优选、微信、中免日上、微信小程序购物平台、微店、二三良作、中公教育、微信视频号等 24 家。

二、整体数据

（一）投诉问题类型分布

据“电诉宝”显示，2024 年 Q3 全国网络消费投诉问题类型 TOP10 中，任意退款问题占比高达 28.78%，其余问题类型依次为：退款问题（19.65%）、过度维护消费者（5.35%）、商品质量（4.85%）、霸王条款（4.49%）、任意罚款（4.05%）、售后服务（3.94%）、网络欺诈（3.71%）、恶意罚款（2.69%）、网络售假（2.55%）。

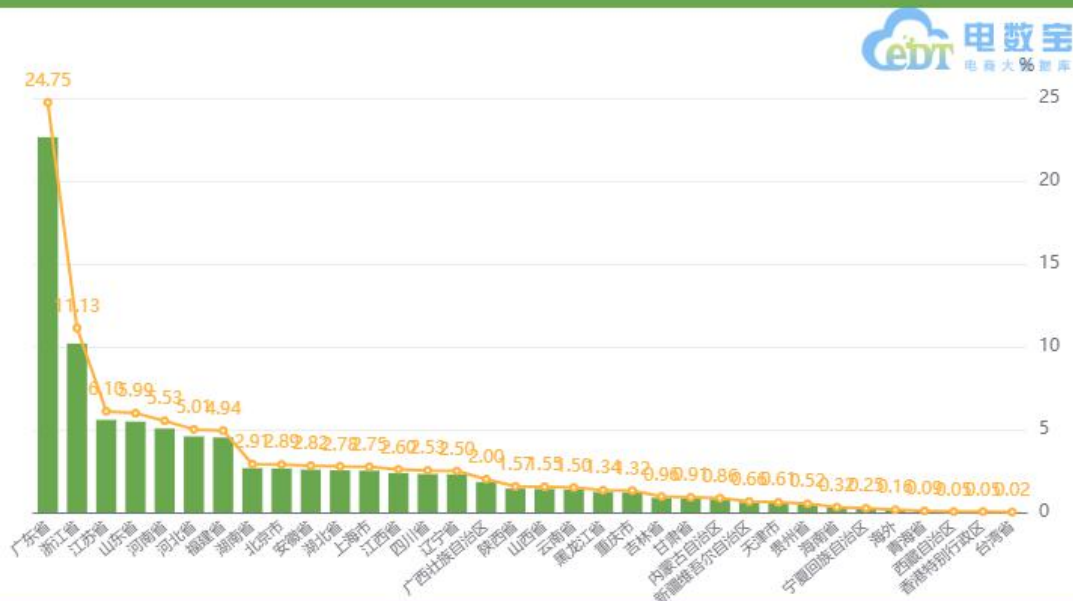


（二）投诉地区分布

Q3 “电诉宝”受理投诉用户聚集地区 TOP10 依次为广东省（24.75%）、浙江省（11.13%）、江苏省（6.10%）、山东省（5.99%）、河南省（5.53%）、河北省（5.01%）、福建省（4.94%）、湖南省（2.91%）、北京市（2.89%）、安徽省

(2.82%)。

2024年Q3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，Q3 男性用户投诉比例为 77.00%，女性用户投诉比例为 23.00%。

2024年Q3全国网络消费投诉性别分布



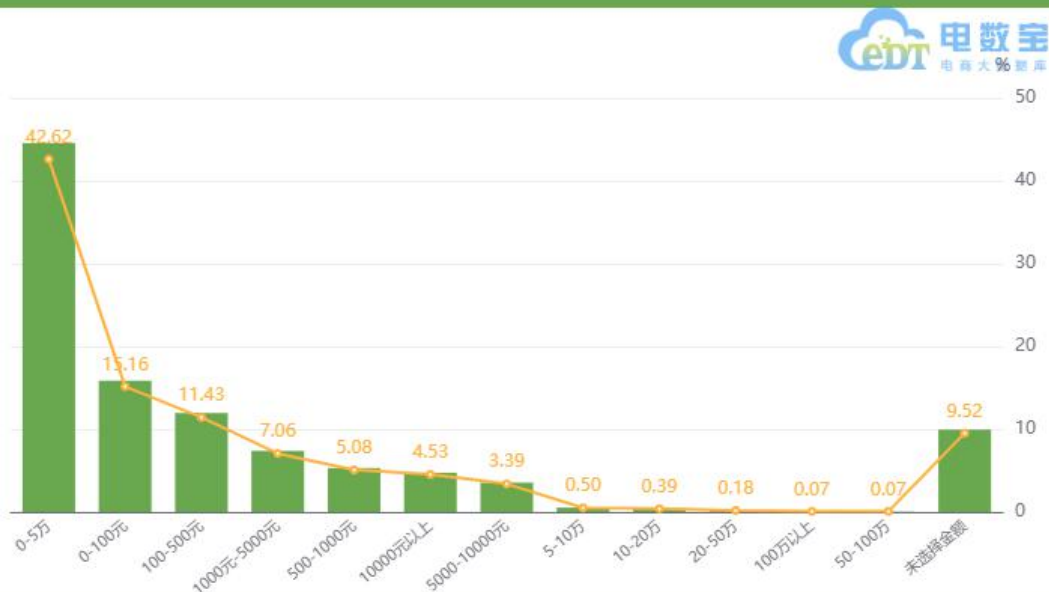
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

（四）投诉金额区间分布

据“电诉宝”显示，Q3 投诉金额分布主要集中在 0-5 万（42.62%）、0-100 元（15.16%）、100-500 元（11.43%）、1000 元-5000 元（7.06%）、500-1000 元（5.08%）、10000 元以上（4.53%）、5000-10000 元（3.39%）、5-10 万（0.50%）、10-20 万（0.39%）、20-50 万（0.18%）、100 万以上（0.07%）、50-100 万（0.07%）。

2024年Q3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

在报告公布的《2024年Q3全国网络消费评级榜》中：获“**建议下单**”的有：瓜子二手车 app、苏宁易购、智行、转转、赛优教育、去哪儿、BOSS 直聘、微拍堂、得物 APP、红布林、高顿教育、有赞、抖音、嗨学网等 14 家；获“**谨慎下单**”评级的有：万师傅、美团、携程、唯品会等 5 家；获“**不建议下单**”评级的有：飞猪、小红书、走着瞧旅行、分期乐、联联周边游、一只船教育等 7 家；获“**不予评级**”的有：大麦网、支付宝、来分期、淘宝、1688、店宝宝、交易猫、天猫、闲鱼、尚德机构、快手、潭州教育、啄木鸟维修、爱回收、抖店、全球速卖通、美团优选、微信、中免日上、微信小程序购物平台、微店、二三良作、中公教育、微信视频号等 24 家。

2024年Q3全国全部消费评级榜						
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	瓜子二手车app	100.00%	1.000	10.000	1.000	建议下单
2	苏宁易购	100.00%	1.000	4.667	0.907	建议下单
3	晋行	94.12%	0.765	10.000	0.900	建议下单
4	转转	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
5	赛优教育	100.00%	0.909	2.000	0.833	建议下单
6	去哪儿	98.11%	0.819	2.000	0.806	建议下单
7	BOSS直聘	96.65%	0.862	2.000	0.801	建议下单
8	微拍堂	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
8	得物APP	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
8	红布林	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
8	高顿教育	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
12	有赞	100.00%	0.965	0.000	0.790	建议下单
13	抖音	92.73%	0.746	2.865	0.765	建议下单
14	腾字网	100.00%	0.660	2.000	0.758	建议下单
15	万师傅	95.45%	0.609	2.000	0.720	谨慎下单
16	美团	88.89%	0.658	2.000	0.702	谨慎下单
17	携程	85.71%	0.800	0.000	0.669	谨慎下单
18	京东	73.33%	0.717	2.000	0.646	谨慎下单
19	唯品会	81.82%	0.600	0.000	0.589	谨慎下单
20	飞猪	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
20	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
20	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
20	支付宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
20	来分期	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
20	走着瞧旅行	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
20	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
20	1688	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
20	店宝宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
20	分期乐	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
20	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
20	交易猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
20	联联周边游	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
20	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
20	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
20	尚德机构	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
20	快手	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
20	德州教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
20	啄木鸟维修	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
20	爱回收	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
20	抖店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
20	全球速卖通	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
20	一只船教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
20	美团优选	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
20	微后	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
20	中免日上	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
20	微信小程序...	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
20	微店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
20	二三良作	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
20	中公教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
20	微信视频号	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∈[0.4,0.7)，谨慎下单∈[0.4,0.7)，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		

（一）数字零售数据与十大典型案例

数字零售消费评级榜：

在 2024 年 Q3 全国数字零售评级榜中：获“建议下单”评级的有：苏宁易购、转转、微拍堂、红布林、有赞、抖音等 6 家；获“谨慎下单”评级的有唯品会等 2 家；获“不建议下单”的有：小红书等 2 家；获“不予评级”的有：淘宝、店宝宝、交易猫、天猫、闲鱼、快手、爱回收、抖店、美团优选、微店、二三良作、微信视频号等 12 家。

2024年Q3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	苏宁易购	100.00%	1.000	4.667	0.907	建议下单
2	转转	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
3	微拍堂	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
3	红布林	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
5	有赞	100.00%	0.965	0.000	0.790	建议下单
6	抖音	92.73%	0.746	2.865	0.765	建议下单
7	京东	73.33%	0.717	2.000	0.646	谨慎下单
8	唯品会	81.82%	0.600	0.000	0.589	谨慎下单
9	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	店宝宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	交易猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	快手	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	爱回收	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	抖店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	美团优选	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	微店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	二三良作	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	微信视频号	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 58 家：

投诉量 TOP10 依次为：拼多多、淘宝、抖音、京东、闲鱼、小红书、天猫、快手、转转、有赞；

排在第 11-20 名的是：抖店、苏宁易购、微信视频号、微店、唯品会、交易猫、微拍堂、红布林、美团优选、二三良作；

排在第 21-30 名的是：店宝宝、爱回收、拍机堂、阿里巴巴、途虎养车、找靓机、蘑菇街、淘特、返利网、哔哩购。

排在第 31-40 名的是：95 分球鞋交易平台、小芒、华为商城、盒马、想去网、小米有品、苏宁速购、酒仙网、朴朴超市、饷店小程序。

排在第 41-58 名的是：元气玛特、蝉妈妈、华硕商城、万表网、网易、网易严选、小米商城、美国妈妈、叮咚买菜、易车惠买车、精选速购、萌推、麦乐购、今日头条放心购、小鹅通、悦享、美菜网、羊小咩。



近3000商家 消费者投票调查 反映大众

- 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** 综合电商 社交电商 社区团购 生鲜电商 奢侈品电商
- 汽车电商 母婴电商 二手电商 导购电商 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: 2024 ▼ 第三季度 ▼

1 拼多多	2 淘宝	3 抖音	4 京东
5 闲鱼	6 小红书	7 天猫	8 快手
9 转转	10 有赞	11 抖店	12 苏宁易购
13 微信视频号	14 微店	15 唯品会	16 交易猫
17 微拍堂	18 红布林	19 美团优选	20 二三良作
21 店宝宝	22 爱回收	23 拍机堂	24 阿里巴巴
25 途虎养车	26 找靓机	27 蘑菇街	28 淘特
29 返利网	30 哔哩购	31 95分球鞋交易平台	32 小芒
33 华为商城	34 盒马	35 想去网	36 小米有品
37 苏宁速购	38 酒仙网	39 朴朴超市	40 饷店小程序
41 元气玛特	42 蝉妈妈	43 华硕商城	44 万表网
45 网易	46 网易严选	47 小米商城	48 美国妈妈
49 叮咚买菜	50 易车惠买车	51 精选速购	52 萌推
53 麦乐购	54 今日头条放心购	55 小鹅通	56 悦享
57 美菜网	58 羊小咩		

(以上为投诉量排行榜)

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，涉及分期乐、网易严选、微拍堂、微店、有赞、盒马、小红书、1688、快手、朴朴超市。

2024年Q3数字零售十大典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
7月1日	分期乐	家人生病负债累累 “分期乐” 被指高息并诱导“以贷养贷”
7月13日	网易严选	鸡爪现霉变？用户投诉“网易严选”退货流程繁琐
7月13日	微拍堂	注册店铺未经营 用户投诉“微拍堂”退店保证金不还
8月1日	微店	用户投诉“微店”盲盒退款难 且未标注未成年消费提醒
8月5日	有赞	“有赞”被指退款被多次拒绝且遭商家言语侮辱 平台介入无进展
8月7日	盒马	“盒马”被指售过期淡奶油后态度强硬 拒绝合理赔偿
8月27日	小红书	诱导下单？“小红书”被指直播间购买翡翠镯子质量差 退货遭拒
9月6日	1688	用户投诉“1688”售出商品质量堪忧 卖家违约拒退款
9月9日	快手	商家投诉“快手”违法冻结店铺保证金 急呼解除资金限制
9月29日	朴朴超市	送发臭死鱼？用户投诉“朴朴超市”商品质量堪忧 欺诈消费者

图表编制：网经社

网址：WWW.100EC.CN

【案例一】家人生病负债累累 “分期乐” 被指高息并诱导“以贷养贷”

7月1日，重庆市侯先生向“电诉宝”投诉称，其因家人生病做手术辞职照顾，刚找到新工作没有资金来源，各个平台欠款较多，导致逾期，之前都有正常处理，有主动跟平台协商解决。侯先生表示分期乐现在要求他尽快处理逾期欠款，不然后期按照公司流程进行催收，因家人生病身体还很虚弱不想让其担心，但平台并无理会，本平台利息巨高，之前在大学的时候已经给侯先生借款，在去年就已经有还款压力大的时候主动跟平台沟通看能不能二次分期，但平台告知无方案

当时工作人员给侯先生发链接让我以贷养贷，导致后面更还不上，侯先生希望贵平台能够帮助他。

接到用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台，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。

【案例二】鸡爪现霉变？ 用户投诉“网易严选”退货流程繁琐

7月13日，广东省黄女士向“电诉宝”反映称，其于6月30日在网易严选微信小程序下单买了两盒其自营的果味鸡爪。黄女士表示7月13日拆开准备吃，发现里面筷子包已经发绿霉，食物袋上也有黑点。黄女士认为有食品安全问题，要求退款。

黄女士跟客服说明后，一开始提出给8元券，自己拒绝了，后告知还需自行下单退货，退货后再报销运费、退款，现在提交了退货申请，告知24小时审核。黄女士认为明明是网易严选的质量问题，还设置了这么繁琐的流程，是不是故意消耗消费者的耐心？黄女士的诉求是：现在立刻退款，商家自行安排上门取件。

接到用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台，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。

【案例三】注册店铺未经营 用户投诉“微拍堂”退店保证金不还

7月13日，湖南省谢先生向“电诉宝”投诉称，其于2022年2月09号在微拍堂注册店铺名“轩辕阁”，在未经了解条款的情况下注册。谢先生表示店铺没有经营，且受骗，公司平台拒绝退款。谢先生还表示自己在微拍堂注册账户已经过了两年，公司不仅没有退款，而且在微拍堂也没有参加任何售卖的操作。店铺的保证金和售卖记录在如下图所示。

谢先生表示当初自己因为不懂得这个平台的交易规则，白交了1800块钱保证金费，而且公司拒付退款，所以他的权益受到了侵害。谢先生认为微拍堂杭州创意公司在没有事先表明这个扣款不允许退款的协议下，他的平台标识“平台店铺费不明显”，属于霸王条款。谢先生希望能给他一个合理的解释，并且能够协商平台给与退款。

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，微拍堂有关人员回复称：您好关于您反馈店铺认证问题，因实名认证是对用户资料真实性进行的验证审核，并建立微拍堂认证店铺绑定，在确认上传

审核店铺认证信息时需手动勾选认证等协议，且在付款时也会再次明确提示技术服务费的相关服务内容，非常遗憾无法协助您的诉求，感谢您的支持与理解。

【案例四】用户投诉“微店”盲盒退款难 且未标注未成年消费提醒

8月1日，上海市李女士向“电诉宝”投诉称其于2024年8月1日，发现孩子用李女士的手机购买了微店的盲盒，李女士找客服，客服说不退款。

李女士表示主页并没有标明未成年要理性消费，也没有要求家长验证，孩子拿家长的手机付款找客服，客服说还不能退。李女士希望可以处理，她认为这件事谁赚钱都不容易，麻烦微店退款谢谢，请微店帮李女士处理退款。

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人员，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。

【案例五】“有赞”被指退款被多次拒绝且遭商家言语侮辱 平台介入无进展

8月5日，河南省张女士向“电诉宝”投诉称其于2024年7月3日在有赞电商平台上的“企鹅寝室”店铺下单购买了一套价值449元的床上六件套，该订单原定于7月25日发货。在次日张女士因故决定取消订单并申请退款，但遭到了商家的拒绝。尽管张女士多次尝试申请退款，商家始终未予同意。

张女士随后向有赞平台的客服部门寻求帮助，然而张女士发现有赞客服的介入并未带来预期进展，问题被搁置，未能得到及时解决。在此期间，商家还对她进行了言语上的侮辱，称其“脑子有问题”，这样的行为无疑对张女士的心理造成了伤害。

张女士认为作为消费者，申请退款本就该退款，却遭到商家辱骂，深感委屈和不公。此举损害了自己的经济利益，想要商家尽快全额退款449元并道歉。

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，“有赞”平台回复称：您好，您所反馈的问题，已有工作人员在跟进处理中，请您期间耐心关注人员处理及回复，有赞竭诚为您服务。

【案例六】“盒马”被指售过期淡奶油后态度强硬 拒绝合理赔偿

8月7日，江苏省的王女士向“电诉宝”投诉称其于2024年7月19号在盒马app下单，由南京建邺区华采天地盒马门店配送了250ml盒装雀巢多功能淡奶

油。生产日期为 2023 年 12 月 05 日，保质期到 2024 年 6 月 04 日，已过期一个多月。盒马先承认道歉表示愿意退款并赔付 20 元优惠券，但我要求按食品安全法 148 条来赔付之后，改口否认，用“该批次 1 月就售完”等站不住脚的理由搪塞，王女士投诉 12345，市场监督管理局介入协调，盒马依然以此为由打发，丝毫不肯让步。

王女士称，1. 请盒马举证，拿出王女士收到的商品不是门店所售的证据，其他均为混淆视听，不但欺骗消费者，还企图在市监局眼皮下蒙混过关。2. 销售过期商品严重侵犯消费者权益，客服态度嚣张，拒不承认，在无证据的情况下昧着良心说该商品不是他们店出售，进一步构成欺诈，对消费者心理也造成巨大伤害。3. 如此信口雌黄的食品商家没有底线，何来的品控？不付出相应的代价，市场监督的作用何在？如此只能助长不法商家继续侵害消费者利益。

王女士表示，事发至此近 20 天，盒马没有任何退款补偿或自查反省等行为。4. 盒马进一步违反守电商法，删除王女士对商品的评论。王女士的评价没有任何违禁内容，联系客服后依然未被恢复。

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，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。

【案例七】诱导下单？“小红书”被指直播间购买翡翠镯子质量差 退货遭拒

8 月 27 日，湖北省刘女士向电诉宝投诉称其于 8 月 14 日在小红书平台上的“今金翡翠珠宝”店铺直播间购买翡翠镯子，当时她对该商品的低廉价格表示了疑惑，并在直播间内向主播提出了质疑，但主播并未直接解答其关于价格差异的疑问。

由于直播中未能找到心仪的成品款式，主播随即推荐了一种定制服务，即使用毛坯料子进行个性化制作，并明确告知该定制商品一旦成交便不接受退换。在询问关于毛坯料子是否存在质量问题或经过特殊处理时，主播的回应含糊其辞，仅引导刘女士完成购买并前往后台咨询[客服](#)。

随后，刘女士通过客服得知该翡翠镯子为“驻胶”处理过，驻胶处理往往与翡翠的酸洗染色过程相关联，而酸洗处理对人体健康存在潜在危害。尽管商家坚称产品未经过酸洗，但刘女士在收到货物后，通过多家翡翠店的鉴定，均被告知该

翡翠镯子确实经过了酸洗染色处理，不适宜佩戴。刘女士要求退货退货，商家以定制款影响二次售卖为理由不给退货，

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台，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】用户投诉“1688”售出商品质量堪忧 卖家违约拒退款

9月6日，江苏省沈女士向“电诉宝”投诉称其于7月24日在阿里巴巴(鹤山市锦博户外用品有限公司)定制77顶雨棚帐篷，与工厂约定8天的交期，且再三确认logo可以准确无误印刷，但是实际印刷颜色错误，有重影，有杂色，有裂纹，包没有印刷等。

沈女士表示，8月5日联系要求拍印刷照片，卖家敷衍后并没有拍。8月6日，卖家不接电话。8月7日终于联系上，工厂推脱说没有人在工厂，让8月9日验货。8月8日，工厂说可以验货，但是因为7日约定好9号，我司工作人员已安排9号行程。8月9日，我司工作人员验货，发现印刷有问题，包也没有印刷，纸箱也没有，卖家推脱忘记了。

沈女士表示因为生产质量，印刷完全不符合约定，在商量是否可以重新印刷后，工厂主动提出不做了。于是沈女士在平台上提出退款，但是工厂又推脱不退，立刻在平台上虚假发货，实际发的是一个样品，与真实产品尺寸重量严重不符。沈女士后阿里巴巴投诉，至今未发货，未退款。沈女士的诉求是商家立刻退还全款21000元，谢谢！

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。

【案例九】商家投诉“快手”违法冻结店铺保证金 急呼解除资金限制

9月9日，河南省张女士向“电诉宝”投诉称其于2024年7月3日在有赞电商平台上的“企鹅寝室”店铺下单购买了一套价值449元的床上六件套，该订单原定于7月25日发货。在次日张女士因故决定取消订单并申请退款，但遭到了商家的拒绝。尽管张女士多次尝试申请退款，商家始终未予同意。

张女士随后向有赞平台的客服部门寻求帮助，然而张女士发现有赞客服的介入并未带来预期进展，问题被搁置，未能得到及时解决。在此期间，商家还对她

进行了言语上的侮辱，称其“脑子有问题”，这样的行为无疑对张女士的心理造成了伤害。

张女士认为作为消费者，申请退款本就该退款，却遭到商家辱骂，深感委屈和不公。此举损害了自己的经济利益，想要商家尽快全额退款 449 元并道歉。

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，“有赞”平台回复称：您好，您所反馈的问题，已有工作人员在跟进处理中，请您期间耐心关注人员处理及回复，有赞竭诚为您服务。

【案例十】送发臭死鱼？用户投诉“朴朴超市”商品质量堪忧 欺诈消费者

9 月 29 日，福建省潘女士向“电诉宝”投诉称其于 7 月 30 日在朴朴超市平台下单购买了一只标注为“鲜活大黄翅鱼”并要求商家进行宰杀处理的产品。当商品送达时，发现收到是一只已经发臭的死鱼。潘女士表示由于是自己接收并察觉到异味，若是由家中老人接收，很可能会因未察觉异常而直接烹饪食用，这将带来健康危害，严重侵害了消费者对于食品安全的基本权益。潘女士认为，此次事件已构成对消费者的欺诈行为。

潘女士表示，尽管平台方初步提出退款处理，但至今尚未有实质性进展。潘女士明确提出了自己的诉求：首先，要求平台提供从购买到配送全过程的监控录像，特别是涉及鱼类宰杀及打包的环节，以证明商家的操作是否符合承诺；其次，依据法律规定，潘女士要求平台除了退还购物款项外，还应按照商品价款的三倍进行赔偿，鉴于该赔偿额可能低于五百元，故她主张按照最低标准五百元进行赔偿。

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人员，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。

（二）数字生活数据与十大典型案例

数字生活消费评级榜：

在 2024 年 Q3 全国数字生活评级榜中：获“**建议下单**”的有：智行、去哪儿、BOSS 直聘；获“**谨慎下单**”评级的有：万师傅、美团、携程；获“**不建议下单**”的有：飞猪、走着瞧旅行、联联周边游；获“**不予评级**”的有：大麦网、啄木鸟

维修。

2024年Q3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	智行	94.12%	0.765	10.000	0.900	建议下单
2	去哪儿	98.11%	0.819	2.000	0.806	建议下单
3	BOSS直聘	96.55%	0.862	2.000	0.801	建议下单
4	万师傅	95.45%	0.609	2.000	0.720	谨慎下单
5	美团	88.89%	0.658	2.000	0.702	谨慎下单
6	携程	85.71%	0.800	0.000	0.669	谨慎下单
7	飞猪	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	走着瞧旅行	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	联联周边游	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	啄木鸟维修	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 28 家：

投诉量 TOP10 依次为：去哪儿、飞猪、美团、大麦网、BOSS 直聘、万师傅、智行、走着瞧旅行、联联周边游、携程；

排在第 11-20 名的是：啄木鸟维修、鲁班到家、高德、智联招聘、同程旅行、饿了么、猫眼电影、大河票务网、58 到家、58 同城；

排在第 21-28 名的是：旅划算、京东到家、秀动、曹操出行、哈啰出行、摩

天轮票务、黄河票务、途家。


电诉宝
 网络消费纠纷调解平台

20余位专家 律师倾力奉献 揭露 “**宠买欺卖**”

[首页](#)
[投诉榜](#)
[评级榜](#)
[律师团](#)
[报道](#)
[专题](#)
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](#)
[共享经济](#)
筛选:
[2024 ▼](#)
[第三季度 ▼](#)

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投诉案例，涉及啄木鸟家庭维修、美团民宿、大麦网、联联周边游、去哪儿、Boss直聘、飞猪、智行、智联招聘、途虎养车。

2024年Q3数字生活十大典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
7月2日	啄木鸟家庭维修	5分钟检测收费200元？“啄木鸟家庭维修”高价检测存在不合理
7月10日	美团民宿	用户投诉“美团民宿”房源信息虚假 疑存刷单行为
7月17日	大麦网	儿童因病缺席演出 用户要求退票 却遭“大麦网”拒陷霸王条款困局
7月25日	联联周边游	虚假商家电话难联系？用户投诉“联联周边游”退款无门客服低效
8月12日	去哪儿	霸王条款？用户投诉“去哪儿”未入住酒店退款遭拒
8月21日	Boss直聘	营业执照旧账新号遭殃？“Boss直聘”被指封号不公 要求无条件解封
8月25日	飞猪	“飞猪”被指欺诈消费者 退款遭遇“踢皮球”式推脱
9月3日	智行	“智行”被指酒店满房致无法更改 退款无门 回复：无法达成一致
9月4日	智联招聘	“智联招聘”被指工作人员态度恶劣 诱导消费后封号并不退款
9月30日	途虎养车	用户投诉“途虎养车”商家多次驳回退货申请 回复：订单退款已到账

图表编制：网经社

网址：WWW.100EC.CN

【案例一】5 分钟检测收费 200 元？“啄木鸟家庭维修”高价检测存在不合理

7 月 2 日，天津市武女士向“电诉宝”投诉称因近期家里厨房总跳闸，通过公众号预约啄木鸟家庭维修上门检修，师傅 14 点左右到达后，仅用电笔检测厨房各类电器，武女士表示最后检测出是洗碗机漏电引起的跳闸，让他们自己联系洗碗机电器售后，他维修不了，然后就拿出付款码让武女士付检测费，在不懂行情的情况下，误以为费用确实如工作人员所说的那么高，便支付了款项。

武女士后与其它维修公司对比，发现其收费比同行价高出几倍，而且并未维修，仅是检测。武女士表示从师傅进门到离开，5分钟左右的时间，但收费200元，对此无法认可，要求返还不合理费用。

【案例二】用户投诉“美团民宿”房源信息虚假 疑存刷单行为

7月10日，消费者肖女士向“电诉宝”投诉称其于7月4日晚上在美团平台上预订了位于双月湾的怦然心动别墅，计划入住时间为7月6日至7月7日。在订单确认后不久，接到了一位自称房东的电话，对方表示原先预订的房源无法提供，并试图推荐其他房源给她，同时多次要求肖女士在平台上取消订单，改为私下交易，肖女士坚持未同意取消订单。

肖女士到达后，房东方却以房源存在问题为由，拒绝提供原预订的别墅，由于急需解决住宿问题，肖女士在无奈之下选择了接受退款，并放弃了原预订的别墅。在寻找新住处的过程中，遇到了该房源原本的对接人员，得知美团平台上的部分房源信息可能存在虚假宣传，包括评价可能存在刷单行为，且该别墅实际上属于酒店类型管理。

美团平台首次给出的处理方案是提供100元优惠券作为补偿，但随后在肖女士的持续反馈下，又增加了两次各200元的现金补偿。肖女士表示不满，诉求是要求美团平台退一赔三，并立即下架所有涉嫌虚假的房源链接。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台，美团工作人员向“电诉宝”发来反馈称：我司于2024-07-12，已联系消费者，核实客人提供的微信聊天记录无法核实到是房东，询问此微信是怎么添加的客人反馈是房东线下添加的，核实房东注册手机号码无法判定是平台房东本人，联系房东核实房东不承认，订单已取消考虑客人的服务感受补偿200元的充值卡，协商未达成一致。

【案例三】儿童因病缺席演出 用户要求退票 却遭“大麦网”拒陷霸王条款困局

7月17日，甘肃省的马女士向“电诉宝”投诉称其本人购买7月13日咸阳市蔡依林门票4张，因孩子生病住院无法前往，与客服沟通把姐姐的票换成妹妹信息，客服不同意，因孩子7岁，必须有人陪同住院，马女士要求退孩子和爸爸的票，客服要求提供住院证明，检查证明，缴费证明，关系证明。

马女士均已提供，当时客服并没有告知，这种情况只能退当事人的票。直到演出开演前，收到答复说只能退孩子的票，爸爸的票不能退，本人不同意其答复，可以接受收取部分退票手续费，但不能不退。马女士表示 14 号向 01012345 投诉，17 号下午收到大麦网短信答复不支持退换。马女士认为大麦网做法不合理，存在霸王条款。马女士希望有关部门予以沟通，完成退票。

接到用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台，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】虚假商家电话难联系？ 用户投诉“联联周边游”退款无门客服低效

7 月 25 日，江苏省的彭女士向“电诉宝”投诉称其是联联周边的忠实粉丝，之前体验感都挺好，这次居然买到一个电话都是自家店的电话，商家也联系不上，想了解一下情况也了解不了，退款也退不了真是的差极了。

彭女士表示联联客服也是无效处理问题，也没有客服电话，只能在这个平台来解决问题。彭女士希望今天能处理，希望联联周边能把服务这方面加强，多为消费者考虑。

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，尚未收到相关平台工作人员的反馈。

【案例五】霸王条款？用户投诉“去哪儿”未入住酒店退款遭拒

8 月 12 日，广东省的黎女士向“电诉宝”投诉称其于 2024 年 8 月 9 日在去哪儿网下单预订了香港青逸酒店的一晚住宿，支付了 498 元的费用。8 月 10 日由于小孩的通行证过期，导致黎女士一家无法按计划前往香港入住。

黎女士与去哪儿网的客服取得了联系，希望能就订单做出调整，要么申请退款，要么将住宿时间延后。但遗憾的是，她得到的答复是两项请求均无法满足。

黎女士尝试将订单低价转让给有需求的人，在平台上修改入住人的信息，当她提交修改申请并等待客服审核时，却收到了回复：平台规定不允许修改入住人信息，订单只能保持原样，且若未入住则无法退款，费用将全额扣除。黎女士认为这样的规定实属“霸王条款”，严重侵犯了消费者的合法权益。

接到用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台，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。

【案例六】营业执照旧账新号遭殃？“Boss 直聘”被指封号不公 要求无条件解封

8月21日广东省的黄先生向“电诉宝”投诉称其于2024年8月21号被告知封号，一直在平台上面申诉想要得知是哪里违规，前后的回答都没有得到一个标准的回复，最后忍不住打电话去客服才得到一个反馈是黄先生这家公司的营业执照在以前的账号违规。

以前的账号违规你封黄先生表示可以理解，黄先生新的账号循规蹈矩，没有任何违规你就把封号这个黄先生表示接受不了，难道公司转型做其他业务你这个平台就不可以接受吗？你开放这个平台提供大家使用黄先生没偷没抢你无缘无故封，黄先生感觉是对我的歧视，黄先生现在要求无条件解封账号并且道歉！

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，BOSS直聘方反馈称：您好，平台非常重视您的问题，小编已经将您的信息反馈给相关工作人员跟进，稍后工作人员将为您致电沟通，请您保持手机畅通哦。

【案例七】“飞猪”被指欺诈消费者 退款遭遇“踢皮球”式推脱

8月25，辽宁省王女士向“电诉宝”投诉称其于2024年8月25日在飞猪旅行官方旗舰店被欺骗购买本产品，后要求退款，官方不予解决，想联系商家，官方也不告诉王女士联系的方法，让王女士找消费者权益保护中心。王女士表示消费者权益保护中心让我其找警察，警察和网络警察王女士也找了。

王女士称警察说让她找官方，网络警察说不属于网络诈骗，也找了支付宝官方，官方让其联系商家，又找淘宝官方解决，淘宝官方让找飞猪官方这些全都解决不了，几方一直在踢皮球，一直循环让王女士联系对方不予解决，实在没有办法，才投诉。

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】“智行”被指酒店满房致无法更改 退款无门 回复：无法达成一致

9月3日，山东省的刘先生向“电诉宝”投诉称其于8月4日19时19在智行旅行平台预订青岛当日住宿欧圣兰庭公寓一晚。22时带家人即将到达时发现日期错误，选择的是4日入住5日离店，应该是酒店满了默认5日住宿6日离店。立即告知酒店，被告知满房无法更改，且平台退订失败后无取消选择，拨打平台电话无人接听。

刘先生就带家人于凌晨住宿其他酒店。5日拨打酒店及平台电话，告知原因并明确表示不再入住，希望退款。开始双方均同意退款，后互相指责对方不同意，不给刘先生退款。

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，智行的工作人员向“电诉宝”发来反馈称：经营者电话联系消费者已解释预定后订单详情页面可以查询到，目前协调退订无果，沟通处理方案消费者未接受，无法达成一致。

【案例九】“智联招聘”被指工作人员态度恶劣 诱导消费后封号并不退款

9月4日，四川省的王女士向“电诉宝”投诉称其于2024年8月15日在智联招聘工作人员介绍下。使用了他们的网上招聘。没有告知王女士任何的招聘注意事项和工作内容。只是用他们的优惠活动让王女士缴费注册。

王女士用了三天过后，他们就把王女士的账号给封锁了。打了很多投诉电话，都是不理不睬的，他们的工作人员的态度更是恶劣，不回信息 王女士觉得他们的工作人员根本没有介绍这个网站的工作内容。有疏忽。用他们的活动利益来诱惑我们开通网站，在使用过程中，发布的求职广告。他们都是可以看到的，但是没有任何人制止和提醒的动作。直接就采取了长久封号，而且不退款的方式，认为是诈骗消费者。

【案例十】用户投诉“途虎养车”商家多次驳回退货申请 回复：订单退款已到账

9月30日，云南省李女士向“电诉宝”投诉称其于2024年9月8日在途虎养车 app 上购买了价值458元的行车记录仪，9月14日下午拿到行车记录仪后，到途虎养车线下门店进行安装。安装人员告知李女士尺寸不对，安装不了。然后李女士就去途虎养车 app 进行退货处理，但商家多次驳回她的退货申请。

经询问，商家告知李女士要先将商品寄回，上传寄回快递单号后就会同意退货申请。但是李女士将商品寄回、上传快递单号后，商家仍然驳回她的退货申请。李女士认为途虎养车 app 毫无诚信可言，侵犯了她作为消费者的合法权益，李女士的诉求是退货退款。

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人员，途虎养车工作人员表示：您好，非常抱歉给您带来不好的体验，客服团队已联系到您，您的订单已退款并且到账，并与您达成一致，感谢您的反馈。

（三）数字教育数据与十大典型案例

数字教育消费评级榜：

在 2024 年 Q3 全国数字教育评级榜中：获“**建议下单**”的有：塞优教育、嗨学网；获“**不建议下单**”的有：一只船教育；获“**不予评级**”的有：尚德机构、潭州教育、中公教育。

2024年Q3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	塞优教育	100.00%	0.909	2.000	0.833	建议下单
2	嗨学网	100.00%	0.660	2.000	0.758	建议下单
3	尚德机构	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
3	潭州教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
3	一只船教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
3	中公教育	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		

数字教育上榜平台有 34 家：

投诉量 TOP10 依次为：一只船教育、赛优教育、潭州教育、嗨学网、尚德机构、中公教育、有道精品课、恒企教育、中安建培、常青藤爸爸；

排在第 11-20 名的是：对啊网、网易云课堂、帮考网、中职通、聚师网、小叶子陪练、环球网校、英语流利说、聚力成师教育、潭州课堂。

排在第 21-34 名的是：沪江网校、学慧网、深海教育、扇贝网、51Talk、中安建培教育、聚才木羽、高教通、佰昇教育、中大互联、大鹏教育、开课吧、抖音查理老师、大塘小鱼。



电诉宝
网络消费纠纷调解平台

国内首份《电商平台“仅退款”调查报告》

[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 综合类 知识付费 职业教育 早教 语言类

老年教育 教育服务商 高等教育 steam教育 K12 AI教育

筛选：

2024 ▼ 第三季度 ▼

1	一只船教育	2	赛优教育	3	潭州教育	4	嗨学网
5	尚德机构	6	中公教育	7	有道精品课	8	恒企教育
9	中安建培	10	常青藤爸爸	11	对啊网	12	网易云课堂
13	帮考网	14	中职通	15	聚师网	16	小叶子陪练
17	环球网校	18	英语流利说	19	聚力成师教育	20	潭州课堂
21	沪江网校	22	学慧网	23	深海教育	24	扇贝网
25	51Talk	26	中安建培教育	27	聚才木羽	28	高教通
29	佰昇教育	30	中大互联	31	大鹏教育	32	开课吧
33	抖音查理老师	34	大塘小鱼				

(以上为投诉量排行榜)

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投诉案例，涉及一只船教育、沪江网校、常青藤爸爸、网易云课堂、学慧网、中职通、帮考网、小叶子陪练、大鹏教育、英语流利说。

2024年Q3数字教育十大典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
7月18日	一只船教育	高收入 稳定就业？用户投诉“一只船教育”退费遭百般推诿
7月21日	沪江网校	用户投诉“沪江网校”拖延退款 承诺成空谈
7月21日	常青藤爸爸	用户投诉“常青藤爸爸”返现拖延至今不予兑现 客服敷衍处理
7月24日	网易云课堂	霸王条款？“网易云课堂”被指退款条件苛刻 商家疑似故意不退款
8月13日	学慧网	用户投诉“学慧网”称全职备考却换来假证一张
8月22日	中职通	“中职通”被指诱导购课 且无任何发票 回复：处理中
8月29日	帮考网	3980元学费陷僵局 用户投诉“帮考网”退费难
9月22日	小叶子陪练	“小叶子陪练”被指课程退款难 多次联系客服无果
9月22日	大鹏教育	用户投诉购买“大鹏教育”课程后无法登录 疑遭诈骗
9月28日	英语流利说	用户投诉“英语流利说”网课过期难退款

图表编制：网经社

网址：WWW.100EC.CN

【案例一】高收入 稳定就业？用户投诉“一只船教育”退费遭百般推诿

7月18日，广西壮族自治区的韦先生向“电诉宝”投诉称其于2020年11月通过电话及网络营销方式一只船的工作人员向韦先生推销消防工程师资格考试。推销过程中工作人员夸大宣传，使用话术，宣称高收入、稳定就业、过后可安排

挂靠公司为诱饵并承诺不过给全额退费，诱导韦先生缴纳了 500 元消防报考初审费。后补交 6480 元报了一级 VIP 无忧班，同时签订了合同。

韦先生表示，经过多次与网络上的老师或工作人员协商退费问题，说要成绩单，不参考也要成绩单，以种种方式推脱，迟迟解决不了！现向电诉宝申请！望能得到解决！

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，尚未收到一只船教育工作人员回复。

【案例二】用户投诉“沪江网校”拖延退款 承诺成空谈

7 月 21 日，四川省的刘先生向“电诉宝”投诉称其于 2024 年 7 月 14 日晚间 10 点左右，在沪江网校购买了日语课程，总金额为 13000 元。刘先生表示销售人员在推销过程中明确承诺，本课程享有 7-15 天内无理由退款服务。基于以上情况，刘先生本人于 2024 年 7 月 21 日上午联系了沪江网校客服，要求办理退课手续。然而，截至目前，刘先生并未收到任何相关人员的联系，且沪江网校客服电话也无法接通。

刘先生在此严正投诉沪江网校违反承诺、拖延退款的行为，并要求立即退款。同时，刘先生注意到课程合同中并未明确标注退款时限，对此也提出异议。以下是刘先生的具体诉求：沪江网校应立即为我办理全额退款，并支付相应的利息赔偿。沪江网校应公开明确的退款时限，并严格遵守相关规定。

刘先生表示沪江网校应妥善处理此次投诉，并对相关责任人员进行严肃处理。刘先生保留采取进一步维权措施的权利，他将保留相关证据，包括课程购买凭证、客服沟通记录等。希望沪江网校能够正视问题，尽快妥善解决此事。

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。

【案例三】用户投诉“常青藤爸爸”返现拖延至今不予兑现 客服敷衍处理

7 月 21 日，河北省的田女士向“电诉宝”投诉称其于 2021 年购买了常青藤爸爸平台推出的学习课程，自 2022 年 1 月 22 日正式提交返现申请至 2024 年 7 月 20 日以来，其应得的返现金额仍未到账，且在之前仍有超过两万名用户的返现申请等待处理。

田女士称她曾多次与常青藤爸爸的客服团队沟通此事，半年时间内，平台仅审核通过了约两百多个返现申请，田女士表示剩余的两万多用户是否需要等待十年之久才能收到应得的返现。

田女士表示，多次沟通客服人员并未直接给出明确且满意的答复，而是采取回避策略。田女士称这笔返现原本是用孩子的压岁钱购买的，初衷是为了激励孩子学习并提升其对古文的兴趣，现在不仅未能达到预期的激励效果，反而对孩子的学习兴趣产生了消极影响，对其心理成长造成不利影响。

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】霸王条款？“网易云课堂”被指退款条件苛刻 商家疑似故意不退款

7月24日，陕西省的魏先生向“电诉宝”投诉称其于5月14日在淘宝天猫网易云课堂教育旗舰店购买了一套营养师网课，但由于个人时间安排问题，未能及时参与学习及考试。随后，当魏先生尝试联系商家申请退款时，商家不予退款。

魏先生指出，购买课程时，商家并未明确告知任何关于退款的政策或条款，当他向商家咨询退款政策时，得到的回复却是退款条件极为苛刻，甚至有故意设置障碍之嫌。商家以魏先生未参加考试且未学习任何内容为由，拒绝了他的全额退款请求，魏先生认为这明显属于不合理的“霸王条款”。

魏先生称他所购买的课程均为预先录制好的视频内容，没有现场授课环节，学员完全依赖自主学习。售后服务体验极差，老师只是定期发送一些机械化的、缺乏个性化指导的信息。魏先生的诉求是要求商家能够给予全额退款或至少按照一定比例进行退款。如果商家的处理结果不能令其满意，他将考虑必要时寻求法律援助，以维护自己的合法权益。

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，尚未收到相关平台工作人员的反馈。

【案例五】用户投诉“学慧网”称全职备考却换来假证一张

8月13日，山东省杨先生向“电诉宝”投诉称其于2021年12月22日于淘宝下单了北京学慧网络科技有限公司的淘宝网店里面的碳排放管理师课程，并由客服和所谓的教务老师一直不停地宣传其证书的重要性的工作待遇未来发展前景，

下单后学习期间并无异常，直到在网上考试的时候，发现考试的题目跟机构放出来的题一模一样，当时也没多想，后来证书下发以后，发现证书就是一本假证，是培训证书，所有个人和公司还有发证机关都不承认该证的有效性，更是有人好心提醒该证件完全是假证，证件下发的机关都是假的。

杨先生称，再想联系上机构的时候，机构直接人间蒸发，淘宝官方一直强调已经过售后申请的时效，联系不上机构的任何人，导致最后这 2000 多块钱就买了张假证，甚至当时在备考的时候以为他们口中所谓的跟杨先生描述的“美好前景”即将降落到杨先生头上，所以辞掉了当时的工作全职备考。杨先生现在只希望有办法能将这 2000 多块钱的证书费用追回，也不要求什么赔偿之类的，只希望能追回损失的报名学习的费用！

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，尚未收到学慧网的工作人员回复。

【案例六】“中职通”被指诱导购课 且无任何发票 回复：处理中

8 月 22 日，福建省的谢女士向“电诉宝”投诉称其于 2022 年 6 月 1 日在中职通平台，因该机构老师一直微信联系谢女士，通过聊天交谈的方式让谢女士放松警惕，获取信任，一直给谢女士洗脑让学习他们的课程，可以兼职赚钱，给谢女士看其他学员的收益，诱导谢女士开通网贷分期购买他们的课程。

谢女士称，中职通教育以兼职接单为诱饵，利用大学生见识少，好诱骗，容易上当的特点，吸引谢女士办理网贷购买他们的课程，其中培训费用 8780 元，包含利息费，总费用 8780 元，支付的费用没有任何发票。

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，中职通回复称：同学您好，已收到反馈，我们将尽快安排老师与您联系，请保持手机畅通！

【案例七】3980 元学费陷僵局 用户投诉“帮考网”退费难

8 月 29 日，内蒙古自治区的杨先生向“电诉宝”投诉称其于 2022 年 5 月在微信里接触到帮考网，报名 3980 的一级消防工程师课程，6 月从原单位离职。杨先生表示新工作非常忙，课程无法继续学习，需要退费，联系工作人员，不予理会，杨先生的诉求是可以退学费。课程累计学习 3 节课左右。

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。

【案例八】“小叶子陪练”被指课程退款难 多次联系客服无果

9月22日，广东省的陈女士向“电诉宝”投诉称其于2020年11月5日，在小叶子钢琴1V1陪练App上购买了共计81节的钢琴陪练课程。陈女士表示当时客服还额外赠送了33节课，作为促销活动的一部分。然而，至今仍剩余超过一半的课程未使用。

陈女士表示近期由于个人原因联系客服，要求退还未使用的课程费用。陈女士多次尝试联系客服，在线客服回复先登记，让其等待5个工作日退费老师会联系我，可是等了N个5日过去了，仍然没有电话回复，另外陈女士也打了小叶子人工客服电话400-029-2609，也是让她等回电。

陈女士现希望客服及时和自己联系，核实相关课程费用，并退款。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。

【案例九】用户投诉购买“大鹏教育”课程后无法登录 疑遭诈骗

9月22日，新疆维吾尔自治区的严先生向“电诉宝”投诉称其于2022年6月10号通过快手在北京知金大鹏教育科技有限公司购买学习课程。严先生之前想的是在平台上学习到有用的知识，他们要对我如此承诺。

严先生表示刚开始的时候都好好的差不多有一个礼拜左右所有的东西就都登不上了，但是等费用交齐之后，软件是所有的都登不上了。严先生认为自己受到了诈骗，想追回已经交过的学习费用。

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。

【案例十】用户投诉“英语流利说”网课过期难退款

9月28日，河南省的郭女士向“电诉宝”投诉称其于2023年10月15日在淘宝买了英语流利说的一个课程，起初郭女士有每天坚持学习，但是后来因为学业繁忙，假期郭女士去打了暑假工，后来就没空去学习。

郭女士前几天发现这个课程是有时间期限的，并且刷视频看到网课是可以退款的，郭女士就重新下载了淘宝，但是发现这个商品被下架了，店铺也没有了，郭女士当时就放弃了，今天发现店铺又开了，去找他们，客服说只能根据你剩余的时间进行退款，可是现在就剩 10 多天的时间了，按时间退郭女士根本要不回来多少钱。

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。

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	年龄*		性别*	
所在地*		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9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。

[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拥有 17 年历史，旗下运营：网经社(数字经济新媒体)、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)等一系列子品牌/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。

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《2024 年 Q3 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：2024 年 10 月 15 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)

(18 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)

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)

