

# 2023年度 中国品牌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：2024年03月12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	5
(四) 投诉金额区间分布	6
<b>三、评级数据与典型案例</b>	<b>7</b>
(一) “小米商城”投诉数据与典型案例	7
(二) “华为商城”投诉数据与典型案例	10
(三) “小米有品”投诉数据与典型案例	11
(四) “网易严选”投诉数据与典型案例	12
(五) “屈臣氏”投诉数据与典型案例	12
(六) “苹果”投诉数据与典型案例	14
(七) “宜家家居”投诉数据与典型案例	14
<b>四、关于我们</b>	<b>16</b>
(一) 关于电诉宝	16
(二) 关于网经社	18

## 一、报告摘要

2023年，品牌电商行业的市场潜力巨大，且增长势头强劲，但同时也面临着诸多挑战和机遇。企业需要不断创新和升级，以适应市场变化和用户需求的变化，同时也要积极应对政策监管和市场竞争等方面的挑战。

此外，随着线上购物的普及，消费者对购物体验的要求也越来越高，品牌电商需要不断提升服务水平，满足消费者的需求。



根据“电诉宝”2023年受理的中国品牌电商领域用户有效投诉显示，入选投诉榜的依次为：小米商城、华为商城、小米有品、网易严选、屈臣氏、苹果、宜家家居。此前，华硕商城、哔哩哔哩、三星网上商城、vivo官方售后、戴尔、元气玛特、荣耀商城、哈啰好物等品牌电商平台也遭遇过类似投诉。

在此背景下，2024年3月12日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2023年全年受理的全国237家网络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例行发布

《2023 年度中国品牌电商投诉数据与典型案例报告》，为消费者分析品牌电商行业信任痛点。

## 二、整体数据

### （一）投诉问题类型分布



据“电诉宝”显示，2023 年全国品牌电商用户投诉问题类型有：**商品质量**，占比最高，达 25.00%；其次为**发货问题**，占比 18.75%；排在第三的是**霸王条款**，占比 18.75%。此外，还有退换货难（12.50%）、退款问题（12.50%）、订单问题（6.25%）、售后服务（6.25%）等问题。

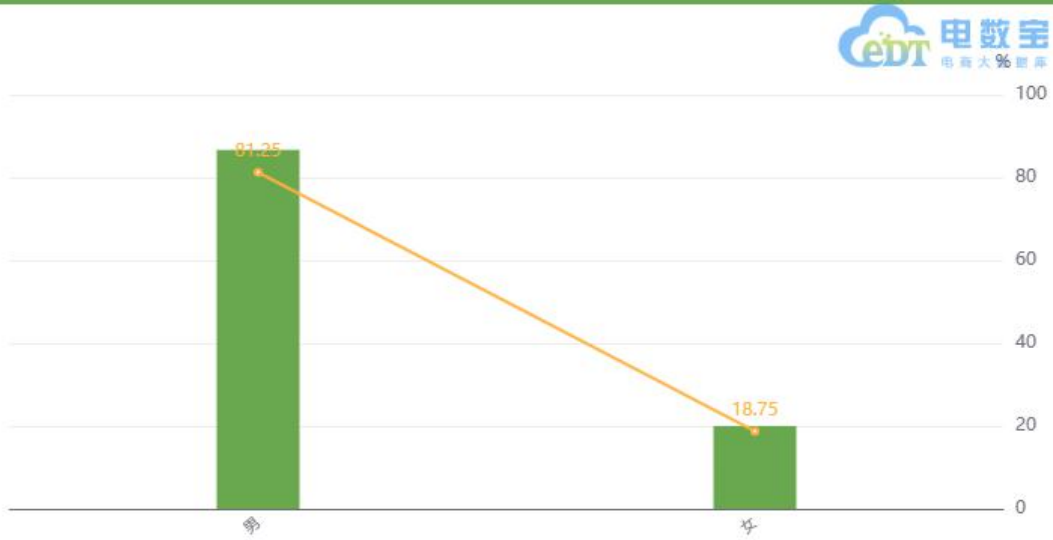
## （二）投诉地区分布



同时，“电诉宝”受理投诉用户聚集地区排在前四的依次是江苏省（18.75%）、四川省（12.50%）、新疆维吾尔自治区（12.50%）、河南省（12.50%），此外，还有云南省（6.25%）、北京市（6.25%）、吉林省（6.25%）、天津市（6.25%）、广东省（6.25%）、福建省（6.25%）、陕西省（6.25%）。

## （三）投诉用户性别分布

2023年1月至12月品牌电商性别占比图



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，品牌电商 2023 年男性用户投诉比例为 81.25%，女性用户投诉比例为 18.75%。

#### （四）投诉金额区间分布

2023年1月至12月品牌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，2023年品牌电商投诉金额分布主要集中在10000元以上（25.00%）、100-500元（18.75%）、1000元-5000元（18.75%）、500-1000元（6.25%）、未选择金额（12.50%）。

### 三、评级数据与典型案例

据“电诉宝”受理用户维权案例，我们从中选取七个典型投诉案例，涉及小米商城、华为商城、小米有品、网易严选、屈臣氏、苹果、宜家家居等平台。

2023年中国品牌电商七大典型投诉案例		
投诉时间	投诉平台	投诉案例
1月5日	小米商城	仅购买两天出现质量问题？“小米商城”被指拖延不处理
1月20日	小米有品	“小米有品”购物遇物流停滞 退款遭拒客服态度冷漠
2月8日	华为商城	“华为商城”商家被指物流信息造假
4月10日	宜家家居	用户投诉“宜家”衣柜损坏 售后争议引投诉
6月7日	网易严选	用户投诉“网易严选”电动牙刷开封 售后无人理睬
8月26日	屈臣氏	用户投诉“屈臣氏”少发货 维权难
10月11日	苹果	“苹果”退货遭拒 售后处理引争议

图表编制：电诉宝 数据来源：315.100EC.CN

#### （一）2023年“小米商城”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，2023年“小米商城”共获得12次消费评级，均为“不予评级”，2023年整体消费评级为“不予评级”。

### 小米商城电商消费2023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
2023年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023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

2023年，“小米商城”涉嫌存在商品质量、发货问题、订单问题、霸王条款等问题。用户投诉“小米商城”的消费金额主要在1000-5000元、100-500元、500-1000元、5000-10000元、未选择金额区间。





### 【案例一】仅购买两天出现质量问题？“小米商城”被指拖延不处理

2023年1月5日，江苏省张先生向“电诉宝”投诉称其于2022年12月29日，在小米商城LITE上购买65寸液晶电视。却于2023年1月1日出现严重质量问题，商家推诿，不处理。张先生表示刚买2天就出现问题，打过5次电话到小米商城说明问题，他们说找专员处理。张先生称不久一个北京的专员打电话给他说只能付费换屏维修，维修费甚至都大于买电视的费用2999元。张先生投诉小米商城的小米65寸电视屏幕质量太差，在没有外力的情况下自己就裂开了，起初只是1个1厘米的小口子，到了3号就开始大面积漏液，出现严重质量问题。

### 【案例二】保修期内出问题仅赔一百元优惠券？用户称在“小米商城”购买的手机出现严重质量问题

2023年5月9日，天津市冀先生向“电诉宝”投诉称其于2021年1月12日在小米商城购买的小米11手机，使用两年出头，在2023年2月初死机开不开机，主板在保修期内，因主板造成死机开不开机，在官网申请的维修，但是维修两次没有维修好，申请更换同等价位手机或赔偿金钱，客服不同意。冀先生表示对方只赔偿一百元优惠券，沟通三个月还是这结果，目前还在使用有问题手机，手机目前症状是不定时不定期黑屏关机。需要人为开机使用，一天可能出现好几次。也可能好几天不出现一次，期间对冀先生工作和生活都造成重大损失，估计两万元损失。

### 【案例三】区别对待？用户称“小米商城”不给予消费者公平待遇

2023年8月25日，江苏省的董先生向“电诉宝”反映称其于2023年4月21日在小米商城购买了小米手机小米13ultra，出现非人为的主板故障相机卡顿无法连接黑屏等现象，基本诉求要求换新。董先生称小米出厂批次瑕疵，主板无故故障，相机无法连接主板，具有卡顿、发热严重等大量消费者出现共性问题。董先生经过检测属于小米13ultra批次瑕疵，严重影响日常使用。董先生表示小米公司进行区别的服务政策，不给予消费者公平的待遇，有人进行了换机有的只进行维修，大量消费者共性出现问题，违反国家消费者权益保护法。

## (二) 2023 年“华为商城”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，2023 年“华为商城”共获得 7 次消费评级，均为“不予评级”，2023 年整体消费评级为“不予评级”。

华为商城电商消费2023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
2023年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	3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

2023 年“华为商城”涉嫌存在**发货问题、退换货难、退款问题、霸王条款**等问题；用户投诉“华为商城”的消费金额主要在 10000 元以上、5000-10000 元。

### 【案例一】“华为商城”商家被指物流信息造假

2023 年 2 月 8 日，福建省的陈先生向“电诉宝”反映称其于 2023 年 1 月 27 号在华为商城希影官方旗舰店，购买希影投影仪家用家庭影院 1080P 全高清投影机 L12 Pro 系统版（支持鸿蒙智联）投影仪。陈先生发现有物流信息造假问题，卖家答应 2 月 6 号之前发货，卖家在 2 月 5 号 23 点 14 分 35 秒发出快递已发送消息。实际却是没有发货，弄了个假物流信息欺骗消费者。陈先生的诉求是，按照相关法律文件规定，物流信息造假欺骗消费者，该怎么罚，就怎么罚。

### 【案例二】用户投诉“华为商城”未经允许擅自取消订单

2023 年 5 月 23 日，新疆维吾尔自治区的程先生向“电诉宝”反映称其于 2023 年 3 月 25 日在华为商城订购 mateX3 手机一部，通过信用卡分期（三期）全款支付并已经还了两期分期款，当时显示六十天排队发货，今天为到期日，商城一方未经自己的同意自行取消订单。程先生认为双方之间买卖合同，自购买方交款之时已经生效，商城应当履行发货义务，确未经协商自行解除，已构成根本违约。

### 【案例三】产能不够就退款？ 用户投诉“华为商城”欺诈消费者

2023年5月29日，江苏省皋先生向“电诉宝”投诉称其于2022年3月26日付全款15999在华为商城订购一台华为X3折叠手机，一直不交货！皋先生称现在市场上很多的现货，都要加价，3000-5000不能，一方面套用消费者大量资金，一方面联合线下供应商牟取暴利！皋先生表示一句简单的退款，理由是产能不够！就这样打发消费者。皋先生请问这样的商城如何站在消费者方面考虑，简直丧尽天良，想请问这样的无良企业怎么生存？

### (三) 2023年“小米有品”获“谨慎下单”评级

据网经社旗下电商大数据“电数宝”监测数据显示，2023年“小米有品”共获得4次消费评级，4次均为“谨慎下单”，2023年整体消费评级为“谨慎下单”评级。

小米有品电商消费2023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
2023年	全年	100.00%	0.000	0.000	0.500	谨慎下单
2023年	上半年	100.00%	0.000	0.000	0.500	谨慎下单
2023年	第一季度	100.00%	0.000	0.000	0.500	谨慎下单
2023年	1月	100.00%	0.000	0.000	0.500	谨慎下单

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台） 数据来源：WWW.100EC.CN

2023年，“小米有品”涉嫌存在退款问题等问题。用户投诉“小米有品”的消费金额主要在1000-5000元区间。

### 【案例一】“小米有品”购物遇物流停滞 退款遭拒客服态度冷漠

2023年1月20日，陕西省王女士向“电诉宝”投诉称其于2023年1月9日在小米有品平台购买的小吉洗烘一体机，物流停滞且客服无视自己多次反馈的物流问题。王女士尝试退款但被商家驳回，要求自己承担全部费用。期间王女士多次申请退款均无果，客服回应迟钝且态度冷淡，甚至对自己是否为中国人表示疑问，导致问题至今未能解决。

#### (四) 2023年“网易严选”获“不建议下单”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023年“网易严选”共获得4次消费评级，均为“不建议下单”评级。

网易严选电商消费2023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
2023年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	6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

2023年，“网易严选”涉嫌存在商品质量等问题。用户投诉“网易严选”的消费金额主要在100-500元区间。

##### 【案例一】用户投诉“网易严选”电动牙刷开封 售后无人理睬

2023年6月7日，新疆维吾尔自治区的褚先生向“电诉宝”投诉称其从网易严选购买了电动牙刷，期待中的是全新未开封的商品。然而，收到货后却发现电动牙刷的包装已经开封，这令褚先生感到非常失望。更令人气愤的是，褚先生联系商家希望获得售后支持，但他们却拒绝了自己的请求，完全没有解决问题的诚意。

#### (五) 2023年“屈臣氏”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，2023年“屈臣氏”共获得4次消费评级，均为“不予评级”。

**屈臣氏电商消费2023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
2023年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023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

2023年，“屈臣氏”涉嫌存在**霸王条款**等问题。用户投诉“屈臣氏”的消费金额主要在未选择金额区间。

### 【案例一】“屈臣氏”被指疫情致商品未发货退款遇难题 客服处理涉嫌霸王条款

2023年1月12日，河南省的方先生向“电诉宝”投诉称其于2022年11月5日在屈臣氏微信小程序购买了牙膏和头发喷雾。由于郑州疫情，头发喷雾被退回发货地，而牙膏则因疫情原因一直未能发货。方先生多次联系客服，但均被告知无法发货，只能选择退款。然而，他发现重新购买相同商品的价格高出100元。客服提出了补差价的方案，但要求方先生购买非活动商品，然而屈臣氏微信小程序内的商品均为活动价。更令方先生不满的是，客服以仓库后台混乱为由拒绝发货，要求消费者承担损失。这种处理方式显失公平，涉嫌霸王条款。

### 【案例二】“屈臣氏”被指虚假发货 三个月未到货 客服拖延处理

2023年2月11日，山东省的孙女士向“电诉宝”投诉称其于2022年11月11日在屈臣氏小程序购买的洗发水，已经过去3个月了还未到货，物流信息不更新，联系客服一直说正在查询，已经上报，可还是没人联系孙女士，从年前就在其他几个渠道投诉，但是也没人联系孙女士，只在后台回复因为物流原因。孙女士联系邮政，邮政客服查询到没有揽收记录。屈臣氏后台默认收货并早就过了售后期，一直拖着不处理。11月16号在屈臣氏申请的试用早就到了，但是就是双11搞活动的物品一直不到。屈臣氏虚假发货拒不承认，会坚持全渠道投诉。

### 【案例三】用户投诉“屈臣氏”少发货 维权难

2023年8月26日，江西省的董女士向“电诉宝”投诉称其于8月25日通过屈臣氏小程序下单，26日收到货发现少了两瓶喜茶饮料。产品当时写了买二送一，总共买了四瓶，应该收到6瓶，小程序无法操作售后服务，人工电话无人接听，线上客服70人等待。

## (六) 2023年“苹果”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，2023年“苹果”共获得3次消费评级，均获“不予评级”。

苹果电商消费2023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
2023年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	10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

2023年“苹果”涉嫌存在退换货难等问题。用户投诉“苹果”的消费金额主要在10000元以上区间。

### 【案例一】“苹果”退货遭拒 售后处理引争议

2023年10月11日，河南省的王女士向“电诉宝”投诉称其于7月18日在苹果官网购买手机和耳机，按正常流程申请退货。退货时经过苹果指定的快递严格检查并妥投。然而，苹果仓库却以充电线不一致、破损为由拒绝退货退款。消费者多次确认退货商品完整，且快递方也证实无异常。但苹果坚称检测不符，要求到付寄回。消费者要求苹果重新核查，但苹果多次拒绝接收售后并反馈处理。此事件涉及苹果可能存在的欺诈和强买强卖行为，以及售后服务的不规范。

## (七) 2023年“宜家家居”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，2023年“宜家家居”共获得4次消费评级，均获“不予评级”。

宜家家居电商消费2023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
2023年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	4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

2023年，“宜家家居”涉嫌存在售后服务等问题。用户投诉“宜家家居”的消费金额主要在100-500元区间。

### 【案例一】用户投诉“宜家”衣柜损坏 售后争议引投诉

2023年4月10日，刘女士向“电诉宝”投诉称其于2023年4月5日在微信宜家小程序购买衣柜，花费494元并自提。在按照说明书组装过程中，后背板崩开导致其他板材散落并损坏。与宜家协商时，宜家认为系消费者自行安装问题，不予售后。消费者提出异议，宜家提出商场内购买或补偿运费券的方案，消费者无法接受，协商无果后选择投诉。

## 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*	姓名 <input type="text"/>	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。

## (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。

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《2023 年度中国品牌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：2024 年 3 月 12 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)

