

2023年度 中国社交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

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	5
(三) 投诉用户性别分布	6
(四) 投诉金额区间分布	7
三、评级数据与典型案例	8
(一) “小红书”投诉数据与典型案例	8
(二) “萌推”投诉数据与典型案例	12
(三) “云集”投诉数据与典型案例	15
(四) “爱库存”投诉数据与典型案例	16
(五) “一直娱”投诉数据与典型案例	17
(六) “全民严选”投诉数据与典型案例	18
四、关于我们	19
(一) 关于电诉宝	19
(二) 关于网经社	21

一、报告摘要

2023年，个性化产品成为了社交电商市场的主流。随着消费者物质需求的逐渐满足，他们对于产品的选择不再仅仅局限于品牌和性价比，而是更加注重产品的个性化和独特性。因此，社交电商平台开始推出更多具有创意和特色的产品，以满足消费者的个性化需求。

不过，随着市场的竞争加剧，一些小型和中型社交电商平台可能难以获得足够的资源和市场份额，导致发展困难。其次，社交电商涉及到大量的用户数据和信息，如何保障用户数据的安全和隐私也成为了一个重要的问题。

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例行发布《2023年度中国社交电商消费投诉数据与典型案例报告》。



2023年 社交电商投诉榜

- | | | | |
|-------|--------|------|----------|
| 1 小红书 | 2 萌推 | 3 云集 | 4 爱库存APP |
| 5 一直娱 | 6 全民严选 | | |

根据“电诉宝”2023年受理的中国社交电商领域用户有效投诉显示，入选投诉榜的依次为：小红书、萌推、云集、爱库存、一直娱、全民严选。此前，达令家、淘粉吧、nice、蜂雷、斑马会员、甩甩卖、实惠喵等社交电商平台也遭遇过类似投诉。

此外，在“2023年全国社交电商消费评级榜”中，小红书获“不建议下单”评级，萌推获“不予评级”。

二、整体数据

（一）投诉问题类型分布

2023年社交电商投诉问题占比图



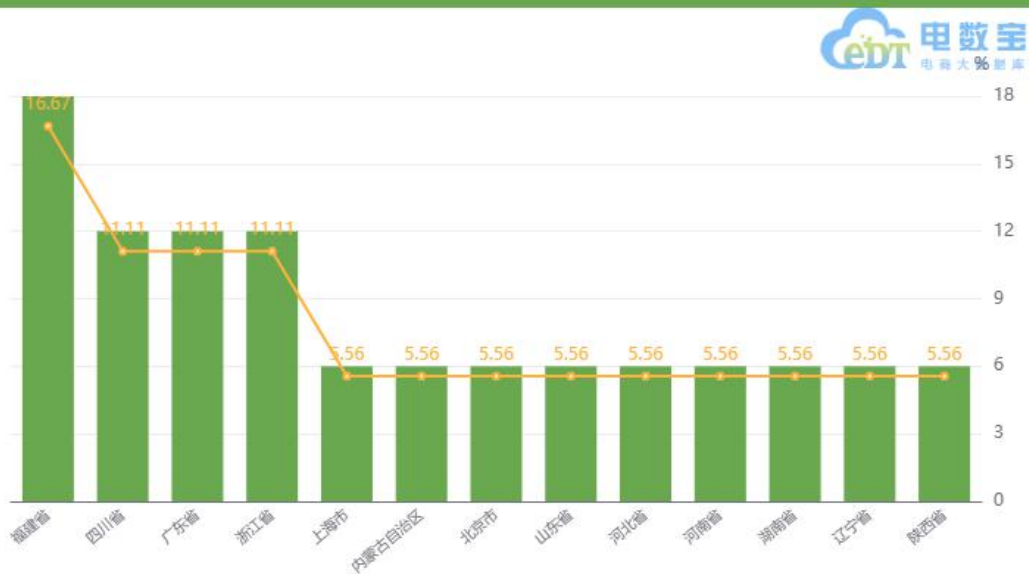
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，2023年全国社交电商用户投诉问题类型主要有：退款问题（38.89%）、虚假促销（16.67%）、售后服务（11.11%）、网络售假（11.11%），此外，还有网络欺诈、冻结商家资金、退店保证金不还等问题。

（二）投诉地区分布

2023年社交电商投诉地区占比图



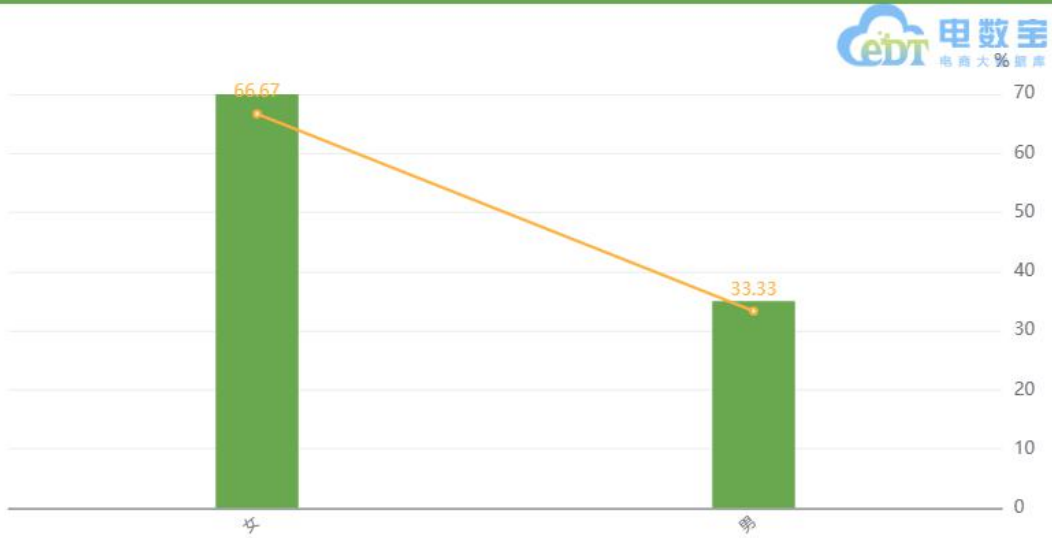
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

同时，“电诉宝”受理投诉用户聚集地区主要在福建省（16.67%）、四川省（11.11%）、广东省（11.11%）、浙江省（11.11%），其余分别为上海市、内蒙古自治区、北京市、山东省、河北省、河南省、湖南省、辽宁省、陕西省。

（三）投诉用户性别分布

2023年社交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，社交电商2023年女性用户投诉比例为66.67%，男性用户投诉比例为33.33%，差距较悬殊，可见女性使用社交电商平台的情况更广泛。

（四）投诉金额区间分布

2023年社交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年社交电商投诉金额主要分布为：1000元-5000元（21.81%）、100-500元（19.59%）、0-100元（17.38%）、500-1000元（10.73%）、10000元以上（9.88%）、5000-10000元（7.84%）、未选择金额区间等。

三、评级数据与典型案例

据“电诉宝”受理用户维权案例，我们从中选取六个典型投诉案例，涉及爱库存、一直娱、小红书、全民严选、萌推、云集等平台。

2023年中国社交电商六大典型投诉案例		
投诉时间	投诉平台	投诉案例
1月8日	爱库存	“爱库存”生鲜产品竟无保鲜措施？用户要求补发被拒
2月12日	一直娱	“一直娱”侵犯个人权益？用户要求退款客服直接拒绝
5月14日	小红书	未收到货竟影响二次销售？“小红书”商家拒绝退款申请
10月5日	全民严选	“全民严选”商家被指态度蛮横 不让消费者表达诉求
10月8日	萌推	退店完成不退保证金？“萌推”被指无故推迟退款日期
10月28日	云集	签到送商品活动没得送？“云集”被指服务态度差 客服只会拖延

图表编制：电诉宝
数据来源：315.100EC.CN

（一）2023年“小红书”获“不建议下单”

据电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023年“小红书”共获得18次消费评级，18次获“不建议下单”，2023年整体消费评级为“不建议下单”评级。

小红书电商消费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	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	11月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	7月	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
2023年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	1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“小红书”涉嫌存在退款问题、网络售假、商品质量、退换货难、发货问题、售后服务、网络欺诈、货不对板、客服问题、虚假促销、订单问题、信息泄露、物流问题、霸王条款等问题。用户投诉“小红书”的消费金额主要在0-100元、100-500元、500-1000元、1000-5000元、5000-10000元、未选择金额区间。



【案例一】“小红书”被指强买强卖？客服站队商家 直接关闭售后订单

12月12日，福建省黄女士向电诉宝投诉称自己于2023年11月29号在小红书小小小兰购买的防震器12月1号快递放家门口，本人外出广州回家12月10号才拿到商品并试用，噪音实在太大，要求退货退款，商家已超过7天为由不予退货强买强卖。

黄女士表示，看到商家页面已下架该产品，11号请求平台介入，12号接到平台客服电话，客服站队商家也已超过7天为由不让退，并说补偿自己购物优惠红包等。黄女士不同意，客服态度强硬，电话联系后直接关闭售后订单，投诉无门。

【案例二】商品货不对板？用户投诉“小红书”商家涉及虚假宣传

8月29日，辽宁省宋女士向“电诉宝”投诉称，其于2023年8月23日在小红书平台BAILING海外美妆的店购买tf七夕限定眼影一盘，2023年8月28日收到快递为一小包化妆棉，宋女士误以为取错快递，冒雨前往驿站，回家后打不开门，换锁损失金额650。宋女士与商家售后沟通，期间商家拒绝索赔，拒不

承认售假欺骗行为，并态度恶劣，言语辱骂消费者且诽谤消费者勒索商家。

宋女士认为，商家涉及虚假宣传、欺骗、辱骂、诽谤消费者等行为，且并非此单独案例，小红书平台内还存在大量相似案例，调查过程中更是发现商家并无营业执照，要求商家假一赔三，并赔偿由此导致的换锁损失，且要向广大消费者道歉。

【案例三】牛油果全坏商家竟不退款？用户申请“小红书”平台介入处理未果

6月8日，广东省郑女士向“电诉宝”投诉称，其于2023年5月29号在小红书上买了4只牛油果，共31.9元，圆通快递于6.2号签收商品。郑女士称，收到时牛油果是绿色的，果发硬，也就是还未熟。6月7日拿出来切开，发现果外表完好，切开里面发黑，布满黑丝。

郑女士发给商家，商家说退一个果的钱8元。鉴于一个坏了，郑女士继续打开第二个，发现也是里面部分发黑，部分绿色，继续打开第三个，第四个，结果发现全部都是外面完好，里面发黑，然而这个时候卖家一毛钱都不肯退了。郑女士让小红书平台介入处理，仍得不到解决。

【案例四】未收到货竟影响二次销售？“小红书”商家拒绝退款申请

5月14日，湖南省陈女士向“电诉宝”投诉称，其于2023年4月29日在小红书平台购买短袖T恤一件，商家虚假物流导致陈女士无法取件，等过了拒收时间才提供另一个单号，导致陈女士只能联系快递寄回。陈女士申请退货退款时，对方又以影响二次销售为理由拒绝了申请。截至5月14日目前为止，陈女士没收到这个货，不知道怎么影响了二次销售。陈女士的诉求是商家立即退款并向她道歉。

【案例五】小红书被指欺诈消费者 出现商家虚假发货现象

3月4日陕西省的徐女士向“电诉宝”投诉称，她于2月26日在小红书平台推送UQ限时活动的店购买商品。徐女士称出现商家虚假发货的问题，侵犯她的权益。徐女士的诉求是要求解除合同并返还货款，商品的描述和图片与实物严

重不符，具有欺诈性质。徐女士查询了《中华人民共和国消费者权益保护法》如果商品的描述和图片与实物严重不符，具有欺诈性质，则属于欺骗消费者权益，买家可以选择报警，或者要求卖家双倍赔偿货款。

(二) 2023年“萌推”获“不予评级”

据电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023年“萌推”共获得11次消费评级，均为“不予评级”。

萌推电商消费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	12月	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	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	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，“萌推”涉嫌存在退款问题、虚假促销、网络欺诈、冻结商家资金、网络售假、退店保证金不退还等问题。用户投诉“萌推”的消费金额主要在100-500元、0-100元、500-1000元、1000-5000元区间。



【案例一】“萌推”恶意拖欠货款 延迟一年多仍未支付

12月12日，四川省刘先生向“电诉宝”投诉称其于2019年5月7日及2019年9月27日入驻萌推，开设店铺名称为（羞羞生活馆）（羞羞成人用品专营店），并支付店铺保证金10000元。根据萌推退店流程说明，店铺在申请退店材料审核通过后，平台将在3个月内将保证金及账户余额退至店铺绑定且确认的银行账户中。

刘先生经营的店铺（羞羞成人用品专营店）于2022年10月6日已完成退店材料审核，（羞羞生活馆）于2022年11月21日已完成退店材料审核。截止至今刘先生仍未收到萌推退还的保证金10000元及恶意拖欠的货款20170.44元。刘先生称，平台工作人员全部失联状态，根本联系不上人。保证金及货款已延迟一年多了还没支付，希望能联系相关单位进行处理。

【案例二】退店完成不退保证金？“萌推”被指无故推迟退款日期

10月8日，辽宁省李先生向“电诉宝”投诉称其是萌推入驻商家，有两个店铺申请退店之后，厂家迟迟不给退保证金和货款，申请退店流程全部走完之后，

退店一直更改日期。李先生称，所有程序走完之后约定 2023 年 6 月 1 日退款，结果平台无故推迟退款日期，现在平台登陆不进，并提示店铺已经停止运营，然而钱却一直不给退，另一个店也是同样的问题。

李先生请有关部门核实，现在平台运营联系不上，不知道怎么处理了，希望能核实具体情况，给一个满意的答复。李先生还表示，自己一共就两个店铺都不给退保证金。

【案例三】用户投诉“萌推”客服推三阻四 投诉 3 天仍未解决问题

5 月 26 日，福建省林先生向“电诉宝”投诉称，其于 2023 年 5 月 19 日 15 点 44 分在萌推上充值话费 200 元却只收到 46.1 元，过了 7 天都没收到话费。林先生在萌推平台投诉，客服推三阻四，要么给一张流量卡，要么给 5 元商品，1.5 元商品，就是不退款，投诉了 3 天都没解决问题。林先生的诉求是退还 46.1 元，可以退还 N 倍是最好。林先生称，萌推平台很多人投诉，问题都还没解决，中国 14 亿人，涉及金额超亿元，后台可能很硬，多人投诉，时间跨度长，不好解决。

【案例四】“萌推”客服“打太极”？用户投诉无解决问题的诚意

4 月 10 日，浙江省胡先生向“电诉宝”投诉称，其于 2023 年 4 月 9 日付 56.51 元充 200 元话费，下载 APP 后发现并非话费，实际上是补贴。胡先生认为宣传推广与实际不符，要求退款，联系客服反复解释，对方就是不正面回答能不能退钱。胡先生怀疑自己上当受骗了，希望能将所付款 56.51 元全额退款。胡先生称，自己也是贪小便宜吃大亏思想影响，应该知道网络营销推广一定要小心，不要轻易相信，否则就会上当。这个是深刻的教训，必须吸取。胡先生还表示，萌推平台客服态度就是打太极，极限推广营销套路，没有任何解决问题的诚意。

【案例五】“萌推”被指虚假宣传？用户想退款却遭平台搪塞

2 月 14 日，广东省李女士向“电诉宝”投诉称她于 2023 年 2 月 9 日根据抖音广告购买了萌推的话费充值活动礼包，承诺购买后一次到帐 100 元话费，实际未到帐。李女士要求退款，商家以各种理由未退款，并且继续向李女士发送各种

网购平台网址，和充值优惠销售信息。

李女士认为商家做虚假促销，侵犯了消费者享有的权益，她的诉求是：1. 停止该商家虚假促销网上广告；2. 要求七个工作日内退款。请平台为消费者讨回公道，退还本人辛苦钱。李女士希望平台为消费者讨回公道，退还其本人辛苦钱，让消费者们对网络消费不失去信任，还网络消费一片净土。

(三) 2023年“云集”获“建议下单”评级

据电商大数据“电数宝”监测数据显示，2023年“云集”共获得6次消费评级，均为“建议下单”。

云集电商消费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%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2023年	第四季度	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2023年	10月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2023年	上半年	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2023年	第二季度	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2023年	6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

2023年，“云集”涉嫌存在售后服务、网络售假等问题。用户投诉“云集”的消费金额主要在100-500元、未选择金额区间。

【案例一】签到送商品活动没得送？“云集”被指服务态度差 客服只会拖延

10月28日，浙江省的米女士向“电诉宝”投诉称其于十月十四日凌晨在云集店铺参与国庆签到送商品活动，连续签到7天，付一元领取洗衣液；连续签到14天，付一元领取洗发水和沐浴露，界面显示签到百分之百能领到商品。米女士连续签到14天，于第14天的凌晨十二点零几分签到领取，结果显示商品已抢完，客服当时也下班了。

米女士于当天上午八点多与客服联系，客服态度不明确，拖拖拉拉，就是不

给处理。米女士称自己要投诉，客服才给了一个工单号说 24 小时内处理。米女士称第二天联系客服，客服让她继续耐心等待，结果处理了两天还没结果。米女士认为客服服务态度非常差，不处理，只会拖延，希望相关部门严肃处理，保护消费者权益。

【案例二】拆开包装就不予退货？“云集”被指推脱售后

6 月 15 日，湖南省李女士向“电诉宝”投诉称，其于 2023 年 5 月 16 日在云集平台购买防晒霜，准备旅游时使用，于是提前购买。李女士使用后反馈问题，商家以超期和拆开包装影响二次销售为由，拒绝为她售后。李女士称，自己是天气炎热才会用防晒，有出汗的同时擦抹的防晒霜就会跟着汗水往下流，没用过质量这么差的防晒，妆容全花了，脸上五彩斑斓，为什么其他品牌的不会出现这种情况？客服说这是正常现象，会出汗就不能使用。李女士表示很不解，称如果其未拆包装怎么知道使用效果呢？出现这种现象就应该为消费者提供优质的售后服务，而不是推脱。

对此，云集回复称：您好，关于您反馈的防晒霜相关问题，我们会尽快安排专员联系您核实处理，烦请您保持电话畅通，感谢您的配合，祝您生活愉快。

(四) 2023 年“爱库存”获“不建议下单”

据电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023 年“爱库存”共获得 4 次消费评级，均为“不建议下单”。

爱库存APP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	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	1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，“爱库存”涉嫌存在售后服务、退款问题等问题。用户投诉“爱库存”的消费金额主要在 0-100 元、1000-5000 元区间。

【案例一】“爱库存”生鲜产品竟无保鲜措施？用户要求补发被拒

1月8日，山东省宫女士向“电诉宝”投诉称，其于2022年12月3号在爱库存 app 迪雀店铺购买四袋汤圆，价值39.9元，许久未发货，直至12月31号接到顺丰电话说有快递需要去取，因为在老家所以让放在代理点，并自动签收。宫女士当时并不知道是生鲜，直至2023年1月5号在老家回来取了快递打开包裹才得知是汤圆，泡沫箱内只有四包汤圆，连基本的保鲜袋、冰块或者干冰之类的维持保鲜的物品都没有。

宫女士认为，因为缺少这些加速了食品的腐坏，导致原本可以正常食用的食品由于没有采取保鲜措施而不能食用，于是拍照联系客服要求补发被拒绝。宫女士多次要求该平台客服处理，对方每次都以过了售后期为由掩饰自己食品安全问题（生鲜不采取保鲜措施）。宫女士的诉求是要求商家退款。

【案例二】物流久未送达用户要求退款 “爱库存”拖延订单迟迟不处理？

1月13日，广东省刘女士向“电诉宝”投诉称，其在2022-12-09下单电热水器：海尔 Haier 海尔扁桶电热水器 60升双胆变频，订单金额：2679元。商家于2022-12-12操作发货，但是期间物流一直未送达，刘女士急用商品等不了，已自行线下购买。刘女士在2022-12-22跟快递员那边沟通好了要求拒收，同时联系平台反馈，但是商家至今拖着订单迟迟不处理退款问题，刘女士希望商家尽快关闭订单。

（五）2023年“一直娱”获“不予评级”

据电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023年“一直娱”共获得4次消费评级，均为“不予评级”。

一直娱电商消费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	2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，“一直娱”涉嫌存在退款等问题。用户投诉“一直娱”的消费金额主要在100-500元区间。

【案例一】“一直娱”侵犯个人权益？用户要求退款客服直接拒绝

2月12日，上海市施女士向“电诉宝”投诉称，其于2023年2月11日在一直娱APP上下了两单，施女士找软件客服说要退款，且店铺客服一直没回复，软件客服直接拒绝退款不处理，施女士认为这侵犯了她的个人权益。

(六) 2023年“全民严选”获“不予评级”

据电商大数据“电数宝”监测数据显示，2023年“全民严选”共获得3次消费评级，均获“不予评级”。

全民严选电商消费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“全民严选”涉嫌存在涉嫌存在退款等问题。用户投诉“全民严选”的消费金额主要在100-500元区间。

【案例一】“全民严选”商家被指态度蛮横 不让消费者表达诉求

10月5日，河南省刘先生向“电诉宝”投诉称，其于2023年9月30日在全民严选购买一箱酒，出现商家推诿拒不退款情况。刘先生认为这侵犯他作为消费

者的合法权益，平台以各种理由不许退款，态度蛮横，挂断电话不让他表达诉求。刘先生的诉求是希望不要推诿，马上退款。

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。



电诉宝
315.100EC.CN
电商维权直通车

- 投诉案例
- 曝光台
- 案例解读
- 法律求助
- 电商预警
- 微信投诉
- 自媒体爆料

电诉宝 全新升级 运行10年，对接近千家电商
1万+媒体采用，影响1亿+用户

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。

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>

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



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>

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				

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

(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 年度中国社交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)

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)

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)

