

2021年7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：2021年8月5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	5
(一) 投诉问题类型分布	5
(二) 投诉地区分布	6
(三) 投诉用户性别分布	6
(四) 投诉金额区间分布	7
三、典型投诉案例	8
(一) 零售电商	错误！未定义书签。
(二) 生活服务电商	13
四、关于我们	18
(一) 关于电诉宝	18
(二) 关于网经社	21
(三) 2020-2021 年度网经社电子商务研究中心报告发布计划	23

一、报告摘要

8月5日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2021年7月受理的全国100家互联网消费平台纠纷案例大数据，我国“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《2021年7月中国电子商务用户体验与投诉监测报告》。

报告涉及了综合零售电商（主要集中在**直播电商、二手电商、社交电商**）、生活服务电商（主要集中于**在线旅游、在线教育**）等领域。报告公布了《2021年7月全国电商投诉榜》、7月消费投诉数据及20家网络消费平台典型案例。

报告公布了《2021年7月全国电商投诉榜》，据悉，该榜单依据“电诉宝”7月份受理的全国100家网络消费平台真实海量用户投诉案例大数据显示：

投诉量**TOP10**依次为：拼多多、淘宝、京东、天猫、潭洲教育、一只船教育、闲鱼、寺库、美团、走着瞧旅行；

排在第**11-30名**的是：抖音、旅划算、联联周边游、爱订不订、天普教育、苏宁易购、有教不舍、飞猪、分期乐、店宝宝、微店、得物APP、携程、侠侣亲子游、唯品会、大塘小鱼、交易猫、骑驴游、深海教育、万师傅；

排在第**31-50名**的是：有赞、红布林、小红书、贝贝（贝店）、环球网校、熊猫生活、彩贝壳、考拉海购、饿了么、尚德机构、海风教育、潭州课堂、海豚家、去哪儿、微拍堂、艺龙、同程旅行、i百联、转转、蘑菇街；



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：
 零售电商 服务电商 在线教育 在线旅游 交通出行
 跨境电商 产业电商 金融科技 电商物流

行业：

筛选：

1	拼多多	2	淘宝	3	京东	4	天猫
5	潭州教育	6	一只船教育	7	闲鱼	8	寺库
9	美团	10	走着瞧旅行	11	抖音	12	旅划算
13	联联周边游	14	爱订不订	15	天普教育	16	苏宁易购
17	有教不舍	18	飞猪	19	分期乐	20	店宝宝
21	微店	22	得物APP	23	携程	24	侠侣亲子游
25	唯品会	26	大塘小鱼	27	交易猫	28	骑驴游
29	深海教育	30	万师傅	31	有赞	32	红布林
33	小红书	34	贝贝(贝店)	35	环球网校	36	熊猫生活
37	彩贝壳	38	考拉海购	39	饿了么	40	尚德机构
41	海风教育	42	潭州课堂	43	海豚家	44	去哪儿
45	微拍堂	46	艺龙	47	同程旅行	48	i百联
49	转转	50	蘑菇街	51	鲁班到家	52	深色海浪教育
53	易果生鲜	54	金鹰购	55	恒企教育	56	123微旅行
57	学慧网	58	一件	59	拉趣网	60	别样
61	赛优教育	62	叮咚买菜	63	小米有品	64	帮考网
65	途虎养车	66	当当	67	网商园	68	洋码头
69	飞鸟集市	70	玩物得志APP	71	赏乐乐	72	网易云课堂
73	微薄利	74	owhat	75	网易严选	76	绘爱教育
77	86商城	78	壹号	79	无限极	80	心恋创想
81	轻轻教育	82	拓商网络	83	思鑫诚禾	84	北京好奇星教育
85	每日优鲜	86	常青藤爸爸	87	大麦网	88	票牛
89	中通	90	小丑鱼游世界	91	大润发优鲜	92	来分期
93	一号仓	94	多多买菜	95	丝芙兰	96	易通国际
97	德国w家	98	阿里巴巴	99	慧学韩语	100	速卖通

排在第 51-70 名的是：鲁班到家、深色海浪教育、易果生鲜、金鹰购、恒企教育、123 微旅行、学慧网、一件、拉趣网、别样、赛优教育、叮咚买菜、小米有品、帮考网、途虎养车、当当、网商园、洋码头、飞鸟集市、玩物得志；

排在第 71-90 名的是：赏乐乐、网易云课堂、微薄利、owhat、网易严选、绘爱教育、86 商城、壹号、无限极、心恋创想、轻轻教育、拓商教育、思鑫诚禾、北京好奇星教育、每日优鲜、常青藤爸爸、大麦网、票牛、中通、小丑鱼游世界；

排在第 91-100 名的是：大润发优鲜、来分期、一号仓、多多买菜、丝芙兰、易通国际、德国 W 家、阿里巴巴、慧学韩语、速卖通。

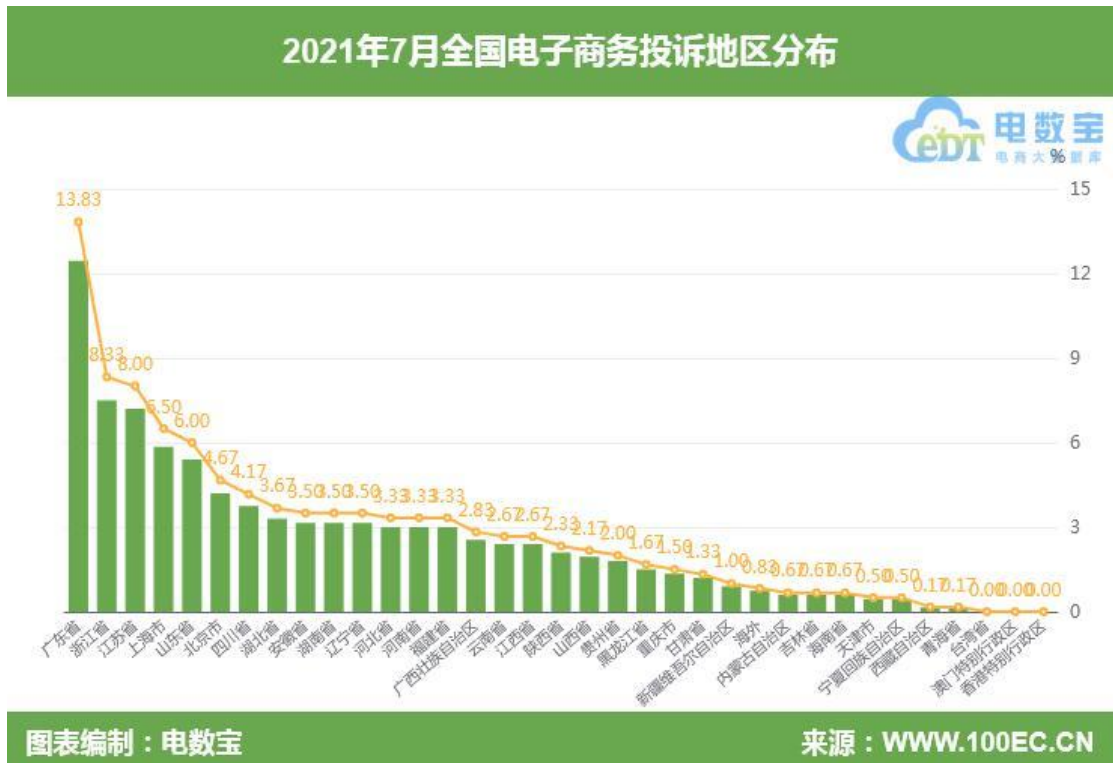
二、整体数据

（一）投诉问题类型分布



据“电诉宝”显示，2021年7月全国网购用户投诉问题类型排名前十的依次为：退款问题（30%）、商品质量（9.83%）、网络欺诈（9%）、霸王条款（6.67%）、售后服务（5.83%）、虚假促销（5.17%）、发货问题（5%）、网络售假（4.33%）、订单问题（2.83%）、退换货难（2.83）。

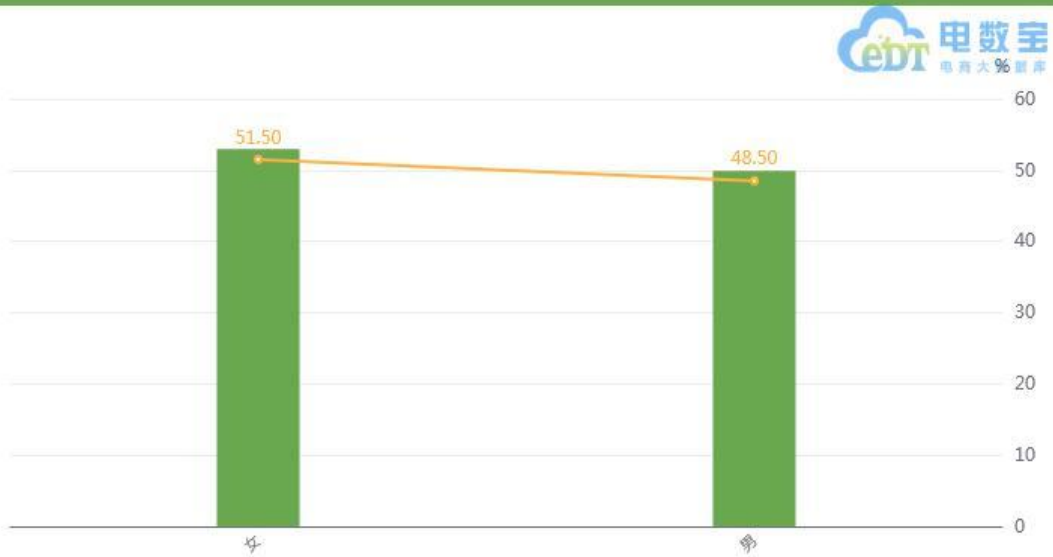
（二）投诉地区分布



7月份“电诉宝”受理投诉用户聚集地区TOP20依次为广东省、浙江省、江苏省、上海市、山东省、北京市、四川省、湖北省、安徽省、湖南省、辽宁省、河北省、河南省、福建省、广西壮族自治区、云南省、江西省、陕西省、山西省、贵州省。

（三）投诉用户性别分布

2021年7月全国电子商务投诉性别分布



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，7月份女性用户投诉比例为52.5%，男性用户投诉比例为48.5%。

（四）投诉金额区间分布

2021年7月全国电子商务投诉金额分布



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，7月份投诉金额分布主要集中在100-500元（22.83%）、1000元-5000元（22.83%）、0-100元（15.17%）、500-1000元（10.67%）、5000-10000元（11.67%）、10000元以上（7.33%）、未选择金额（9.5%）。

三、零售电商数据与十大典型案例

据“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，2021年前7月全国零售电商消费评级榜中海淘1号、唯品会、小红书、微拍堂、海豚家、当当、红布林、蘑菇街、洋码头获“建议下单”评级；有赞、花礼网、微盟、京东、熊猫生活、寺库、抖音、拼多多、店宝宝获“谨慎下单”评级；转转、苏宁易购、快手、考拉海购获“不建议下单”评级；橙心优选、叮咚买菜、闲鱼、天猫、微店、交易猫、杂志云、德国w家、丝芙兰、淘宝获“不予评级”。

2021年前7月全国零售电商消费评级榜						
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	海淘1号	100.00%	0.933	10.000	0.980	建议下单
2	唯品会	100.00%	0.812	9.000	0.924	建议下单
3	小红书	100.00%	1.000	5.000	0.910	建议下单
4	微拍堂	100.00%	1.000	3.000	0.877	建议下单
5	海豚家	100.00%	0.940	2.000	0.842	建议下单
5	当当	100.00%	0.941	2.000	0.842	建议下单
7	红布林	100.00%	0.757	5.000	0.837	建议下单
8	蘑菇街	100.00%	0.825	2.000	0.807	建议下单
9	洋码头	100.00%	0.717	2.000	0.775	建议下单
10	有赞	100.00%	0.518	2.000	0.715	谨慎下单
11	花礼网	72.73%	0.727	4.667	0.688	谨慎下单
12	微盟	83.33%	0.500	2.000	0.627	谨慎下单
13	京东	98.91%	0.235	2.000	0.625	谨慎下单
14	熊猫生活	53.57%	0.364	10.000	0.577	谨慎下单
15	寺库	72.00%	0.448	2.000	0.554	谨慎下单
16	抖音	67.39%	0.235	5.200	0.523	谨慎下单
17	拼多多	54.45%	0.339	3.333	0.457	谨慎下单
18	店宝宝	30.77%	0.246	10.000	0.428	谨慎下单
19	转转	33.33%	0.333	0.000	0.267	不建议下单
20	苏宁易购	23.08%	0.231	0.000	0.185	不建议下单
21	快手	16.67%	0.167	0.000	0.133	不建议下单
22	橙心优选	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
22	叮咚买菜	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
22	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
22	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
22	微店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
22	交易猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
22	杂志云	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
22	考拉海购	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
22	德国w家	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
22	丝芙兰	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
22	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

备注：

- 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。
 - 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。
 - 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电商平台上述行为，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

在零售电商领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们将从中选取十大典型投诉案例，涉及有赞、寺库、红布林、易果生鲜、转转、贝贝、店宝宝、微拍堂、洋码头、每日优鲜。

2021年7月零售电商十大典型投诉案例

时间	平台	案例
7月12日	 有赞	“有赞”平台购课后还有收费 用户申请退款遭商家拒绝
7月16日	 SECOO 寺库	“寺库”货物清关时间“遥遥无期”？
7月16日	 PLUM 红布林	“红布林”买包两角破损 商家回应系“小瑕疵”引顾客不满
7月16日	 易果生鲜	“易果生鲜”涉嫌拒退用户余额
7月17日	 转转	“转转”货物逾期未到 用户申请退款遭商家拒绝
7月18日	 贝贝 beibei.com	“贝贝”被指涉嫌拒退保证金 店铺入驻容易退费难
7月22日	 店宝宝 成就新电商	“店宝宝”霸王条款？商家投诉虚假促销 退款难
7月32日	 微拍堂 专注拍卖的平台	“微拍堂”被指“霸王条款” 用户投诉乱扣货款及保证金
7月26日	 洋码头	“洋码头”被指诱导消费者办理会员后“强制消费”
7月31日	 每日优鲜	“每日优鲜”被指“霸王条款” 用户投诉称：红包券未过期擅自停掉使用权

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】“有赞”平台购课后还有收费 用户申请退款遭商家拒绝

7月12日，江苏省的朱女士向“电诉宝”投诉称自己于2021年6月60日购买有赞商城(千禾嘉传开店)开店课程，付款至有赞，之前沟通说800元帮开店，帮运营，一直没有说后期有费用，加盟过后店开起来了，现在又要收运营费用。朱女士表示，自己直接说退款，不做了，在平台上申请退款了，商家拒绝退款，平台也处理不了。目前朱女士的诉求是退800元。

【案例二】“寺库”货物清关时间“遥遥无期”？

7月16日，辽宁省的朱先生向“电诉宝”投诉称自己于6月20日在寺库官方平台下单

一款 GUCCI 单肩斜跨包，商品页面显示法国货源，预计 15-20 个工作日内送达，订单金额 6509 人民币。自下单支付后，在随后的订单跟踪中查看，该商品就一直处于滞慢状态。28 日法国那边才将商品交到承运人百世快递手中，7 月 1 日百世才将商品发往巴黎航空港，又过两天即 3 日才从戴高乐机场离开法国，5 日航班抵达国内。朱先生表示，目前疫情期间，特别欧洲疫情较重，上述物流所耗时间本人比较认可。但自本月 5 日开始，订单跟踪信息显示，5 日航班到达国内，准备清关，之后一直遥遥无期。目前朱先生的诉求是该商品尽快送到自己手里并赔偿一定的损失。

【案例三】“红布林”买包两角破损 商家回应系“小瑕疵”引顾客不满

7 月 16 日，福建省的张女士向“电诉宝”投诉称自己于 7 月 11 日 在红布林平台直播中下单一款 chanel jumbo 香奈儿包包，实付金额为 38653 元。订单号 26552750。自己于 2021 年 7 月 16 日收到货，当顺丰快递面验货后拒收。拒收原因是直播时告知没有瑕疵四角完好。但是实际收到货却有两个角有破皮。自己与红布林沟通，平台说只是小瑕疵不给退款。张女士认为自己并非吹毛求疵，只是无法接受刻意隐瞒。目前张女士的诉求是能够全额退款。

【案例四】“易果生鲜”涉嫌拒退用户余额

7 月 16 日，上海市的华先生向“电诉宝”投诉称自己于 2019 年 1 月购买了 500 元易果生鲜的储值卡，一次还没有用过，目前账户余额为 500 元。华先生表示，无法使用原因为易果生鲜的网上购物商城中成都成都区域的所有商品均已下架，已无货可买，切换定位到上海发现有 10 件以内的货品在主页面，点击购买发现均为无货状态。华先生还表示，自己联系客服数次沟通无果。目前华先生的诉求是平台能够把自己的余额退还自己。

【案例五】“转转”货物逾期未到 用户申请退款遭商家拒绝

7 月 17 日，海南省的吴先生向“电诉宝”投诉称自己于 7 月 14 日在转转合作平台购买二手手机 iPhone11,因物流更新太慢一直没到，同期买的产品已到两天了。吴先生表示，上面明明写着七天无理由退换，商品还没出厂家区域，自己申请退，商家一直不给退。吴先生认为是平台的问题才导致自己退款的，而且也有七天无理由退货的规定，平台应该给自己退款。目前吴先生的诉求是退款。

【案例六】“贝贝”被指涉嫌拒退保证金 店铺入驻容易退费难

7月18日，江西省的黄先生向“电诉宝”投诉称自己于今年年初申请贝贝网退店并且申请退回保证金，但是到目前为止已经过去200天了，一直不退还保证金。黄先生还表示，商家热线也已经停机，人工客服也无法联系，到现在想咨询一下什么原因都没通道。目前黄先生的诉求是希望平台能够尽快退还自己的保证金。

【案例七】“店宝宝”霸王条款？商家投诉虚假促销 退款难

7月22日，安徽省的徐先生向“电诉宝”反映称自己通过广告下载他们的APP，加了官方微信后，一直给徐先生推送店宝宝产品多赚钱，收益多高，当时没钱还让徐先生贷款购买他们产品，徐先生购买后没有立马就签合同，他在第二天看到关于他们app的评论全是差评，徐先生感觉被骗了，第二天申请退款，他们第三天给徐先生答案只能退200元，徐先生投诉他们后又说一分钱都不能退了，目前已知处于等待处理中。

【案例八】“微拍堂”被指“霸王条款”用户投诉乱扣货款及保证金

7月23日，安徽省的董先生向“电诉宝”投诉称自己于23号，平台乱扣董先生货款和保证金，董先生讲述该拍品发出以前，就跟杭州微拍堂文化创意有限公司官方客服反映过上错货品方式，要求官方客服关闭该订单，官方让董先生自己去协商，随后董先生联系客户，客户不予理睬，随后董先生又向官方反映此事，官方客服告知：72小时不发货，买家可以申请退款，理由选择其他不算店里违约。董先生认为平台当时没有告知要罚款这个义务，如果告知我也不会出现这种情况，因此，要求杭州微拍堂文化创意有限公司退还费用。

【案例九】“洋码头”被指诱导消费者办理会员后“强制消费”

7月26日凌晨，陕西省的阿先生向“电诉宝”投诉称自己于26日在该平台选购商品，看到开通会员可以优惠，就开通了188元会员卡。协议写的0元开卡，结果付了188元。已开通不能退款。选购了58元CK商品，优惠了30元，实际上自己开卡的188元里的钱。有13件礼盒选购兑换，7天内不选购，不能再选购，存在利用消费者心理，强制消费行为。礼盒价值48元的商品，选购额外付款，抵自己开卡赠送的20、30元优惠券，省88元，价格就是136元。0.01元商品，省66元，价格66元。0元开卡，付188元，选购136元或66元的商品。实际价格也没有188元。多付了钱，却没有所说的，优惠。诱导、强制消费。选了58元商品，中途说价格错了，重选加价。退货，只退自己额外付的，优惠券不退（实际上自己的钱），就这样没了。平台、商家都不退。

【案例十】“每日优鲜”被指“霸王条款” 用户投诉称：红包券未过期 擅自停掉使用权

7月31日，上海市的李女士向“电诉宝”反映称她于2021年7月24日邀请新用户下单购买每日优鲜平台产品，并赠送了满59减去40的券，结果7月30日过期也没有提醒，7月31日准备使用时显示过期了，联系客服时表示红包券15天过期没办法补发，解决办法是让李女士继续邀请新用户，李女士强烈要求平台补发红包，因为才一周就过期了不符合平台客服来电提到的15天过期。

四、生活服务电商数据与十大典型案例

据“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，2021年前7月全国生活服务电商消费评级榜中帮考网、携程、万师傅、同程旅行、飞猪、走着瞧旅行获“建议下单”评级；大塘小鱼、联联周边游、去哪儿、潭州教育、环球网校、旅划算获“谨慎下单”评级；一只船教育、学慧网、美团获“不建议下单”评级；骑驴游、麦淘亲子、尚德机构、嗨学网、侠侣亲子游、拉趣网、饿了么获“不予评级”。

2021年至今全国生活服务电商消费评级榜						
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	帮考网	100.00%	0.909	9.500	0.963	建议下单
2	携程	100.00%	1.000	6.667	0.940	建议下单
3	万师傅	100.00%	0.833	6.000	0.880	建议下单
4	同程旅行	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
5	飞猪	100.00%	0.931	2.000	0.839	建议下单
6	走着瞧旅行	100.00%	0.858	2.000	0.817	建议下单
7	大塘小鱼	90.00%	0.500	4.667	0.707	谨慎下单
8	联联周边游	96.15%	0.177	7.000	0.681	谨慎下单
9	去哪儿	90.00%	0.760	0.000	0.678	谨慎下单
10	漳州教育	58.06%	0.239	8.000	0.522	谨慎下单
11	环球网校	50.00%	0.500	2.000	0.460	谨慎下单
12	旅划算	69.70%	0.200	0.000	0.408	谨慎下单
13	一只船教育	12.50%	0.125	0.000	0.100	不建议下单
14	学慧网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
14	驴驴游	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
14	麦淘亲子	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
14	尚德机构	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
14	陶字网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
14	侠侣亲子游	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
14	拉趣网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
14	美团	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
14	饿了么	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电商平台上述行为，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

在生活服务领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们将从中选取十大典型投诉案例，涉及走着联联周边游、走着瞧旅行、飞猪、学慧网、麦淘亲子、旅划算、饿了么、环球网校、58同城、恒企教育。

2021年7月生活服务十大典型投诉案例

时间	平台	案例
7月3日	 携程	“携程”电子礼品卡被冻结 用户申请退款遭拒
7月7日	 联联周边游	“联联周边游”涉嫌退款规则不明示
7月13日	 环球网校 移动学习 职达未来 hqwx.com	不考试直接拿证书？学员投诉“环球网校”诱导消费上当受骗
7月13日		用户抱怨“大塘小鱼”槽点多 近5万元课程未更新广告植入多
7月13日		退款扣除高额违约金 用户投诉“51Talk”退款服务差
7月14日		“走着瞧旅行”拒绝用户因不可抗力因素而提出的退票申请
7月22日		用户因紧急业务无法按时退票 “侠侣亲子游”拒绝通融
7月24日		用户投诉报名两天后要求退款“学慧网”无人搭理不退款
7月25日		美团优选APP被公主岭市用户投诉涉嫌欺诈 违约在先且没诚意处理问题
7月27日		用户反映在“饿了么”超市购买商品 发货物流分散30多个快递 产不便

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】“携程”电子礼品卡被冻结 用户申请退款遭拒

7月3日，湖南省的罗先生向“电诉宝”投诉称自己于2021年7月2日晚上11时02分被骗子引诱欺骗在携程网购买了2张牛气冲天任我行电子礼品卡，卡号密码被骗子骗走。罗先生表示自己于7月3日上午报警，而且携程网也已将卡密冻结，但是不予退款给本人。目前罗先生的诉求是希望平台能够基于自己退款。

【案例二】“联联周边游”涉嫌退款规则不明示

7月7日，北京市的姜女士向“电诉宝”投诉称自己于2021年3月11日在联联周边游北京站平台购买餐饮服务两单，费用436元。姜女士表示商家页面提示只告知需要提前预约，

没有任何关于未使用服务不能全额退费的提示。自己于3月29日进行使用预约发现休息日预约已满，其他时间需要上班无法进行消费，联系联联周边游客服咨询退款事宜，一直回复电子提示“建议优先按照现有库存预约使用”。而后5月31日商品服务到期，6月10日自己在未进行预约使用的情况下再次联系联联客服要求退款，人工客服以订单过期为由，告知退款金额只能为消费金额的70%。姜女士认为，该平台公示信息不全、退款规则及流程不明确，侵害了自己的消费知情权。目前姜女士的诉求是平台对该笔消费进行全额退款。

【案例三】不考试直接拿证书？学员投诉“环球网校”诱导消费上当受骗

7月13日，江苏省的朱先生向“电诉宝”反映称他于2020年11月17日，被网校人员诱导受骗，在环球网校上之前报考的一级消防工程师培训，变更为消防设施操作员，缴费六千元。朱先生称他们承诺不需考试，2021年3月下证书；截止到7月13日，没有收到任何培训及考试的相关信息，也仍然没有相关人员联系，客服电话各部门互相推诿，随便转接互相推诿，以考试延期待定和7天后不退换为由拒绝谈及处理意见，不给予消费者反驳要求解释的权利，严重损害消费者利益。朱先生要求解决协议并退款处理。

【案例四】用户抱怨“大塘小鱼”槽点多 近5万元课程未更新广告植入多

7月13日，山西省的吴女士向“电诉宝”反映称她于2019年在北京鱼塘科技有限公司购买了将近五万的网络课程及配套图书，当时承诺每年有直播课程，配套图书讲解，AR图书配套使用。但现在截止目前，课程未更新，图书未讲解，直播变录播，备案课程54门，推的乱七八糟的课程上百门，每次上课强制广告满天飞，无搜索功能。吴女士称槽点太多太多，家长怨声载道，霸王条款，学习返现，游戏规则随时变动，群里不让说一句和他们意见不一样的话，否则立马踢出群……吴女士表示自己的诉求是能退还所有费用。

【案例五】退款扣除高额违约金 用户投诉“51Talk”退款服务差

7月13日，安徽省的沈女士向“电诉宝”反映称报名的时候，51Talk顾问说上课的时候，如果前十节课不满意，可以申请退款，并没有说一个月之后申请退款需要高额25%违约金。报名的时候，沈女士表示说过一个月后才能上课，能不能一个月后报名，对方说现在报名一个月后上课就可以了，没有说明一个月后如果退款是要违约金。并且违约金高达报名费的25%。沈女士称孩子才上3节课，就发现老师质量很差，申请退款，顾问说一切放心。然后收到另一个客服电话，告知如果现在办理退款，需要收高额违约金。51talk官方客服电

话，宣传是可以通过电话申请退款，但是打了客服电话才知道，没有提供任何一个申请退款服务的接口，等于说是想退款，宣传的客服电话是一点用没有。沈女士称交完钱后，就没有任何人跟自己联系，都是自己主动催促，才有人跟我联系后续课程怎么上。申请退款2个星期过去了，现在客户联系不上，一直不接电话，微信也不回，一分钱都没有退给。

【案例六】“走着瞧旅行”拒绝用户因不可抗力因素而提出的退票申请

7月14日，江西省的王女士向“电诉宝”投诉称自己在走着瞧旅行网买了三张报团旅游票，总消费1797元，旅行票有效期是一年以内任何时间段都可以。原定于组团时间是2021年7月13日赴约，但是由于机场航班天气原因不能起飞取消改签了。自己像平台申请退票，走着瞧旅行网方面以人为因素迟到不能准时赴约为由拒绝退费。王女士表示，自己认为这是霸王条款，因为自己是由于不可控因素才不能准时赴约了。王女士目前的诉求是平台可以退票。

【案例七】用户因紧急业务无法按时退票 “侠侣亲子游”拒绝通融

7月22日，山东省的公女士向“电诉宝”投诉称自己于7月11日在侠侣亲子网购买融创海世界的票，后来朋友在现场重复购买。自己当天咨询融创文旅城以及侠侣亲子网站退票事宜，均回复可以退款。在与在线客服联系后，客服说可以在“我的订单”界面操作退款，但自己当时没有找到。公女士表示，自己当时因单位有紧急业务，所以不得不暂停退票操作，但等到7月22日再次联系网站客服，在说明情况后，客服则以超过退款时间为由拒绝退款。目前公女士的诉求是平台可以退款。

【案例八】用户投诉报名两天后要求退款 “学慧网”无人搭理不退款

7月24日，云南省的李先生向“电诉宝”反映称他于2021年5月5号在百度上搜了一下关于自考咨询之后并在上边留了联系方式，5号上午有人和其联系说了关于自考的一些情况，并说这个自考的证书都是得到国家认可的，李先生问他有什么专业，他给选了工商管理，报的是工商企业管理。李先生表示这门专业是学两年，总学费是6980，客服说可以花呗分期，选择分期了12个月，客服就在手机上一步步的说怎么做，又是拍照，弄身份证号跟银行卡号差不多6号把所有的步骤都弄好了。上网搜了下全是负面消息现在也不想学了，学费也不退自己还得还贷款，联系办理老师人家也不搭理。；李先生称这报名2天要求退款，过了一个月打电话说签90工作日退款协议不签不给退，现在急用钱，再打电话学慧网不理不睬，

都是网络虚拟一打客服就是耐心等待。

【案例九】美团优选 APP 被公主岭市用户投诉涉嫌欺诈 违约在先且没诚意处理问题

7月25日，吉林省公主岭市的于先生向“电诉宝”投诉称自己于2021年7月23日在美团优选APP平台购买一件“太阳神竹木浆纸2500g18卷/提”，价格为17.88元。2021年7月24日APP平台通知取货，到提货点告诉于先生，没有他的货。让于先生自行查找，随后于先生在美团优选APP上找客服反映问题，客服答复于先生也是没货，只能退款。于先生不同意给5元优惠券，他认为，1、平台上在售商品是有保障的（有限制数量功能，不可能超售），能付款买，就是有货的。2、此货物在2021年7月24日还正常销售中，格上了到23.99元，与实际购买时差价不止5元，补偿5元优惠券加上原款，当天也不够买这款“纸”的。工作人员打来电话沟通，于先生建议：1、给补货（原货在售中，不存在没货）。2、美团优选违约，补偿2倍货物款（即退回购物款并补偿货物款额）。二项建议任选其一，但未采纳。

【案例十】用户反映在“饿了么”超市购买商品 发货物流分散 30 多个快递产不便

7月27日，云南省的李女士向“电诉宝”反映称她于2021年7月17日在饿了么好食期超市购买三十余件，发货物流十分分散，几乎一个商品一个物流，导致有三十多个不同物流，而没有先告知消费者发货如此分散，自己误以为也就三四个物流。而后申请退货退款被拒绝，因为有个别商品发货问题，李女士表示饿了么消费者没有部分退款权限，申请客服介入最后也未解决，好食期客服告知可以收到之后拒签，在之后联系饿了么客服让饿了么客服协助部分退款，最后饿了么客服告知订单一直在进行中无法进行部分退款，预计快递是18—20号到达，而今日27日快递仍未到达，前两日给好食期打电话说丢件，让联系饿了么客服，饿了么客服就告诉订单未结束他没有权限部分退款。李女士称目前是找谁都解决不了，像踢皮球一样找这找那。

五、关于我们

（一）关于电诉宝

网经社电子商务研究中心法律权益部成立于2010年，专注于互联网的消费

权益维护，兼顾法律（推动立法、电商法规、法律案例分析、法律援助）、媒体、电商信用、电商质检、安全、电商物流。实时跟踪把握电商法律动态，研究并运营有“电诉宝”、“电子商务法律求助服务平台”等业内知名平台。

此前，网经社法律权益部还参与由国家工商总局牵头发起的《网络商品及服务交易监督管理条例》的立法工作并担任立法组成员。

网经社电商法律权益服务体系



“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*	姓名 <input type="text"/>	年龄* <input type="text"/>	性别* <input type="text"/>	<input type="text"/>
所在地*	<input type="text"/>	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。



电诉宝 全新升级 投诉过程透明化 信息动态一手掌握

法律 | 调查 | 曝光 | 电商

[首页](#) | [投诉榜](#) | [评级榜](#) | [律师团](#) | [报道](#) | [专题](#)

请输入平台名搜索 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有着近 20 年历史，旗下运营有：网经社(电商门户)、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)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“中国领先的电商产业链综合服务商”。

网经社网站(100EC.CN)旗下拥有 100 多个电商细分频道、平台、分站，365 天/12 小时滚动发布国内外电商资讯，为全国电商用户提供全面、及时、专业的资讯，是国内首屈一指的电商门户入口。



公司总部位于杭州，系国内唯一拥有 A 股上市公司背景的服务电商产业链的第三方媒体、智库和平台，母公司在全国拥有 30 个分支机构，员工 1000 余人，市值近百亿，实力雄厚，是我国电商行业的见证者与推动者。

网经社在工信部、公安机关网站合法备案运行，服务客户除覆盖各大电商上市公司、独角兽等“头部平台”和创业者外，还包括国家和各地政府部门，有口皆碑。



数据墙：

平均每天有 50-100 万人/次 (PV)，访问我们网经社电商门户网站

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 **50 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、演讲的各类电商论坛、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+** 家中小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

(三) 2020-2021 年度网经社电子商务研究中心报告发布计划

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《全球电子商务数据报告》	√			
《中国电子商务市场监测数据报告》	√	√		
《中国电商人才状况调查数据报告》	√			
《中国电商上市公司数据报告》	√			
《中国新三板挂牌电商公司数据报告》	√	√		
《中国泛电商“独角兽”数据报告》	√	√		
《中国泛电商“千里马”数据报告》	√	√		
《2020 年中国电商 APP 月活数据报告》				√

【零售电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国零售电商市场监测数据报告》	√	√		
《中国社交电商发展报告》	√			
《中国二手电商市场数据报告》	√			
《中国农村电商市场数据报告》	√			
《中国生鲜电商市场数据报告》	√			
《中国汽车电商市场数据报告》	√			
《中国医药电商市场数据报告》	√			
《中国导购电商市场数据报告》	√			
《中国二手车电商市场数据报告》	√			
《中国家电电商市场数据报告》	√			

《中国美妆电商市场数据报告》	√			
《中国奢侈品电商市场数据报告》	√			
《中国母婴电商市场数据报告》	√			
《中国食品电商市场数据报告》	√			
《中国直播电商市场数据报告》				

【跨境电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国跨境电商市场监测数据报告》	√	√		
《中国出口跨境电商市场数据报告》	√			
《中国进口跨境电商市场数据报告》	√			
《中国跨境电商服务商市场数据报告》	√			
《中国跨境支付市场数据报告》	√			
《中国跨境物流市场数据报告》	√			

【生活服务电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国生活服务电商市场监测数据报告》	√	√		
《中国在线旅游（OTA）市场数据报告》	√			
《中国在线旅游市场数据报告》	√			
《中国共享经济市场数据报告》	√			
《中国网约车市场数据报告》	√			
《中国共享充电宝市场数据报告》	√			
《中国在线外卖市场数据报告》	√			
《中国互联网大健康市场数据报告》		√		

【产业电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国产业电商市场数据报告》	√	√		
《中国大宗电商市场数据报告》	√			
《中国企业采购电商市场数据报告》	√			
《中国工业品电商市场数据报告》	√			
《中国快消品 B2B 市场数据报告》	√			
《中国钢铁电商市场数据报告》	√			
《中国塑化电商市场数据报告》	√			

【电商物流类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
------	----	-----	----	----

《中国电商物流市场数据报告》	√			
----------------	---	--	--	--

【投融资类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国电子商务投融资市场数据报告》	√	√	√	√
《中国生鲜电商行业融资数据报告》	√			
《中国二手电商行业融资数据报告》	√			
《中国汽车电商行业融资数据报告》	√			
《中国社交电商行业融资数据报告》	√			
《中国交通出行行业融资数据报告》	√			
《中国在线旅游行业融资数据报告》	√			

【电商权益类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国电子商务用户体验与投诉监测报告》	√	√	√	√
《中国女性网络消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国电子商务法律报告》	√			
《跨境电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《二手车电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《二手电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《生鲜电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《社交电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《在线旅游消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《在线外卖消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《电商物流消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《母婴电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《医药电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			

• **报告准则：**坚持客观性、全面性、权威性、专业性基础上，兼顾商业性，力求传播广泛性、各项效果超预期。

• **调研方法：**平台调研、平台评测、“神秘买家”抽查、供应商与合作伙伴调研、用户调查、政策研究、专家访谈、桌面研究、律师审查等。

• **数据来源：**一手调研数据、中心历史数据库、行业公开数据，以及中心合作伙伴、政府部门、科研机构、咨询公司、第三方数据监测工具、相关指数、中心采购数据等等。

• **发布渠道：**（1）网经社 www.100ec.cn 电商门户网站及《电商周刊》EDM 订阅用户（覆盖数百万电商行业用户）；（2）网经社入驻自媒体平台（覆盖数千万电商相关群体）；（3）3000+实名认证的记者库媒体采用（覆盖数亿级电商用户受众）。

• **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《2021年6月中国电子商务用户体验与投诉监测报告》”。

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：2021年8月5号

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)

(12 年沉淀 10 万+条数据覆盖 4000+平台) (我要投诉)

