

2024年1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：2024年02月27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.....	22
四、关于我们.....	29
（一）关于电诉宝.....	29
（二）关于网经社.....	32

一、报告摘要

1 月份，全国各地、各大网络消费平台发起的年货节活动掀起了一波消费热潮。商务部数据显示，“2024 全国网上年货节”活动期间，全国网络零售额约 1.2 万亿元，较去年日均增长近 9%。抖音、快手、辛选等也纷纷发布战报，GMV 同比大幅增长。

然而，因侵害用户权益被通报的 APP 仍存。1 月 22 日，工业和信息化部发布通报信息，闲鱼、高德地图、下厨房、邻家快修等 31 款 APP 及 SDK 存在侵害用户权益行为。此外，1 月 18 日，飞猪被曝 3 人买同趟航班价格不同，被质疑“大数据杀熟”，引发热议。由此可见，网络消费环境仍不算晴朗。

在此背景下，2 月 27 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 1 月受理的全国 78 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 1 月中国电子商务用户体验与投诉数据报告》。

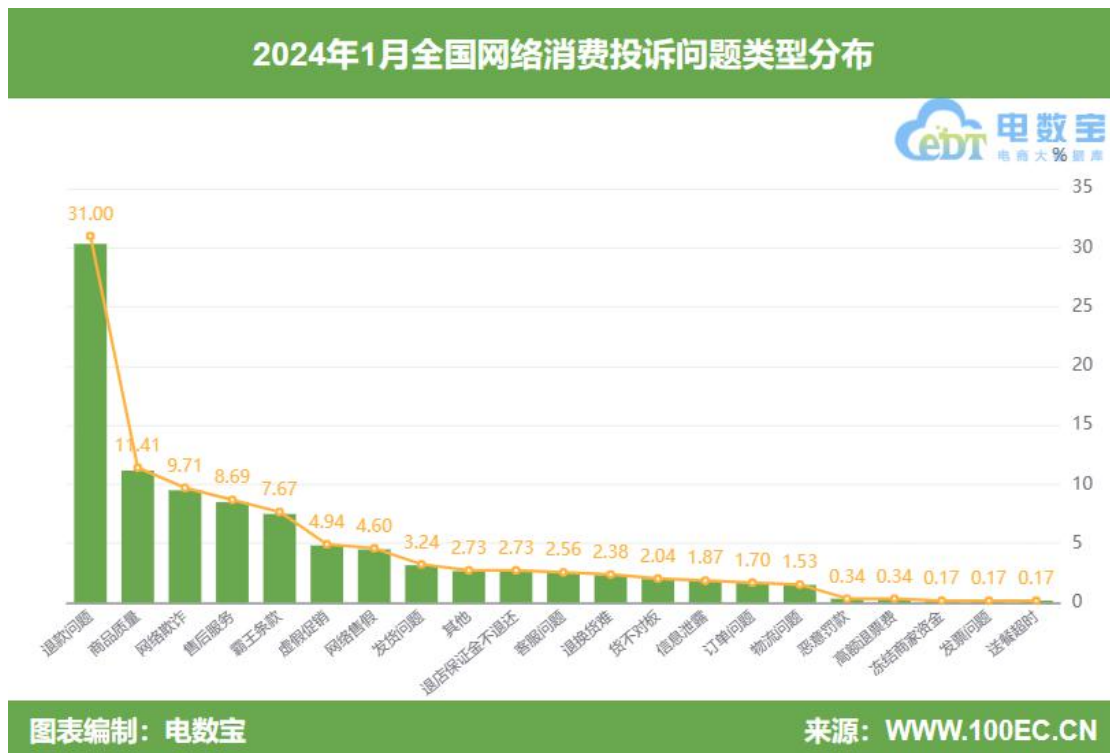
报告涉及了数字零售（主要集中在**二手电商**）、数字生活（主要集中在**在线旅游**）及数字教育、跨境电商、产业电商、金融科技、物流科技等领域。报告公布了 2024 年 1 月网络消费投诉数据及《2024 年 1 月数字零售十大典型投诉案例》《2024 年 1 月数字生活十大典型投诉案例》和《2024 年 1 月数字教育十大典型投诉案例》。

在报告公布的《2024 年 1 月全国网络消费评级榜》中：获“**建议下单**”评级的有：BOSS 直聘、唯品会、苏宁易购、去哪儿；获“**谨慎下单**”评级的有：帮考网、美团、抖音等；获“**不建议下单**”评级的有：飞猪、走着瞧旅行、分期乐、洋码头、一只船教育等；获“**不予评级**”的有：淘宝、交易猫、闲鱼、嗨学网、快手。

二、整体数据

（一）投诉问题类型分布

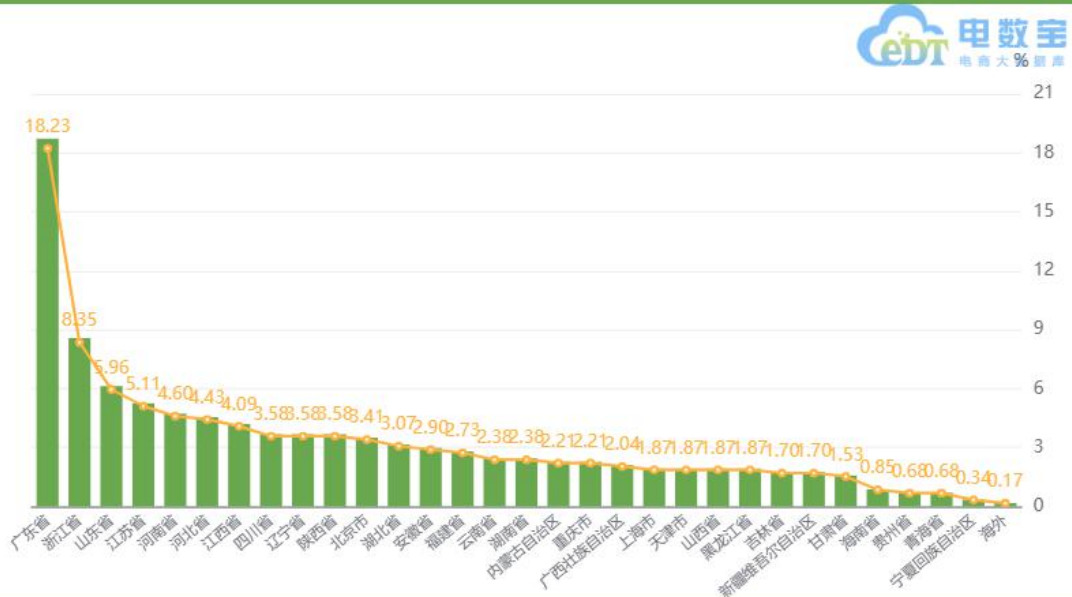
据“电诉宝”显示，2024年1月全国网络消费投诉问题类型 TOP10 中，退款问题占比高达 31.00%，其余问题类型依次为：商品质量（11.41%）、网络欺诈（9.71%）、售后服务（8.69%）、霸王条款（7.67%）、虚假促销（4.94%）、网络售假（4.60%）、发货问题（3.24%）、退店保证金不退还（2.73%）、客服问题（2.56%）。



（二）投诉地区分布

1月“电诉宝”受理投诉用户聚集地区 TOP10 依次为广东省（18.23%）、浙江省（8.35%）、山东省（5.96%）、江苏省（5.11%）、河南省（4.60%）、河北省（4.43%）、江西省（4.09%）、四川省（3.58%）、辽宁省（3.58%）、陕西省（3.58%）。

2024年1月全国网络消费投诉地区分布



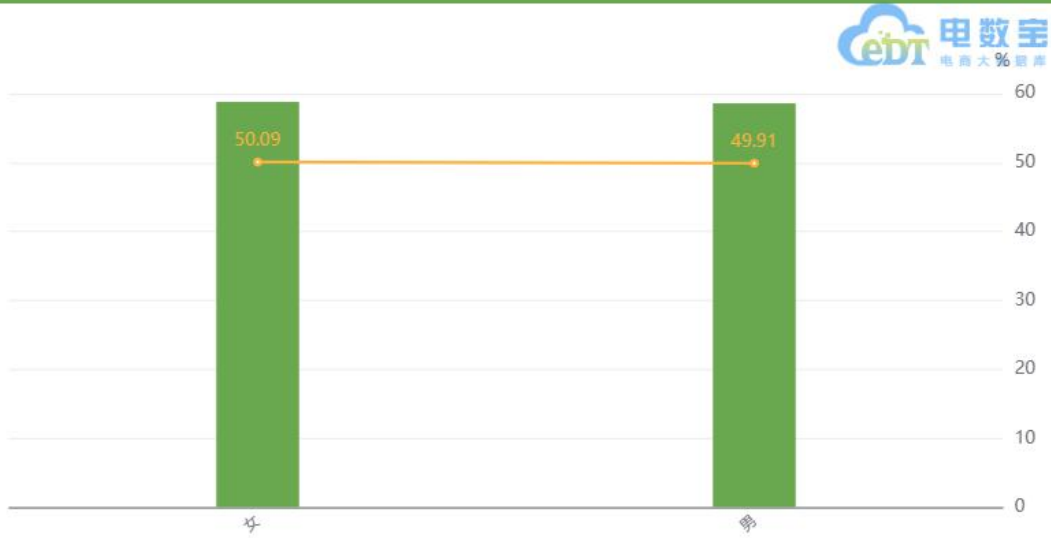
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

(三) 投诉用户性别分布

据“电诉宝”显示，1月女性用户投诉比例为50.09%，男性用户投诉比例为49.91%。

2024年1月全国网络消费投诉性别分布



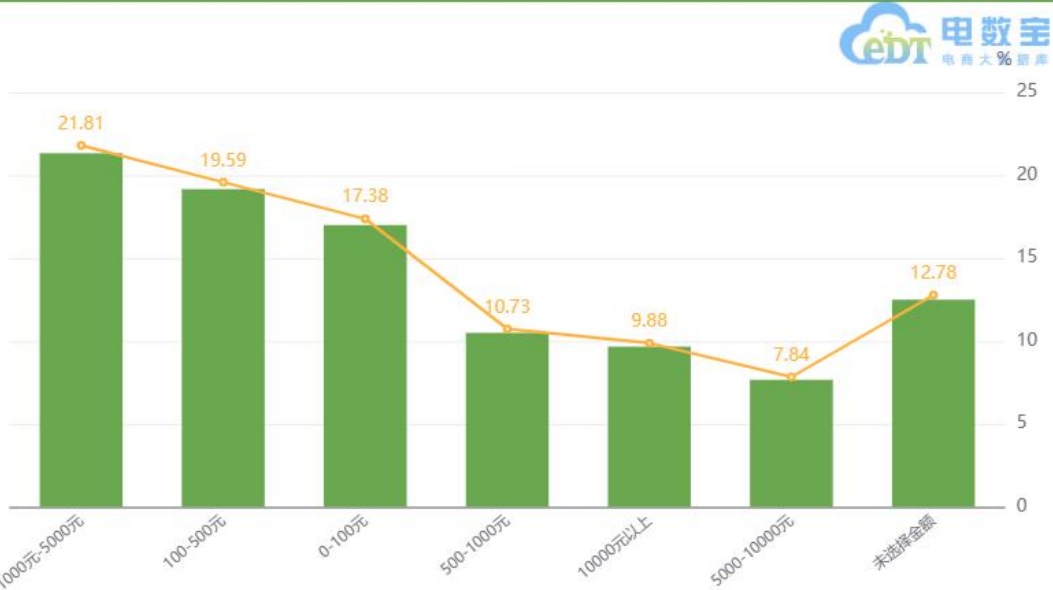
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

（四）投诉金额区间分布

据“电诉宝”显示，1月投诉金额分布主要集中在1000-5000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（12.78%）。

2024年1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，2024年1月全国网络消费评级榜中：获“建议下单”评级的有：BOSS直聘、唯品会、苏宁易购、去哪儿；获“谨慎下单”评级的有：帮考网、美团、抖音等；获“不建议下单”评级的有：飞猪、走着瞧旅行、分期乐、洋码头、一只船教育等；获“不予评级”的有：淘宝、交易猫、闲鱼、嗨学网、快手。

2024年1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	BOSS直聘	100.00%	1.000	10.000	1.000	建议下单
2	唯品会	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
3	苏宁易购	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
4	去哪儿	95.83%	0.717	2.000	0.754	建议下单
5	帮考网	100.00%	0.667	0.000	0.700	谨慎下单
5	京东	83.33%	0.744	2.000	0.700	谨慎下单
7	美团	100.00%	0.467	0.000	0.640	谨慎下单
8	抖音	82.14%	0.450	0.000	0.546	谨慎下单
9	飞猪	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	走着瞧旅行	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	分期乐	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
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	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	嗨学网	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	洋码头	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	一只船教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

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。

（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1月全国数字零售评级榜中：获“建议下单”评级的有：唯品会、苏宁易购；获“谨慎下单”评级的有：抖音等；获“不予评级”的有：淘宝、交易猫、闲鱼、快手。

2024年1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%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2	苏宁易购	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
3	京东	83.33%	0.744	2.000	0.700	谨慎下单
4	抖音	82.14%	0.450	0.000	0.546	谨慎下单
5	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
5	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
5	交易猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
5	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
5	快手	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

数字零售上榜平台有 29 家：

投诉量 TOP10 依次为：拼多多、淘宝、抖音、京东、闲鱼、快手、苏宁易购、交易猫、唯品会、拍机堂；

排在第 11-20 名的是：转转、微店、小红书、天猫、有赞、红布林、阿里巴巴、蘑菇街、微拍堂、盒马鲜生；

排在第 21-29 名的是：美团优选、艺狐在线、爱回收、多多买菜、孔夫子旧书网、淘特、找靓机、二三良作、良品铺子。

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

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 1月

1	拼多多	2	淘宝	3	抖音	4	京东
5	闲鱼	6	快手	7	苏宁易购	8	交易猫
9	唯品会	10	拍机堂	11	转转	12	微店
13	小红书	14	天猫	15	有赞	16	红布林
17	阿里巴巴	18	蘑菇街	19	微拍堂	20	盒马鲜生
21	美团优选	22	艺狐在线	23	爱回收	24	多多买菜
25	孔夫子旧书网	26	淘特	27	找靓机	28	二三良作
29	良品铺子						

(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，涉及美团优选、找靓机、小红书、蘑菇街、红布林、盒马、有赞、拍机堂、微店、转转。

2024年1月数字零售典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
1月3日	美团优选	用户投诉“美团优选”售卖过期食品 向客服反映遭敷衍
1月4日	找靓机	8成新手机频繁关机重启 用户要求退货退款“找靓机”表示只能维修
1月5日	小红书	货品连包装原封不动寄回 “小红书”商家为何拒绝退款？
1月5日	蘑菇街	“蘑菇街”带货主播承诺十年质保 实际却是超过一年无法售后？
1月10日	红布林	货不对板？“红布林”被指没有协商完成 直接扣钱结束售后
1月14日	盒马	“盒马”被指坑害消费者 补送商品迟迟不送达
1月15日	有赞	“有赞”平台放心购形同虚设？ 用户称买到“三无产品”
1月19日	拍机堂	“拍机堂”被指霸王条款 机器重启竟是卖家的责任？
1月24日	微店	用户投诉“微店”平台不愿承担责任 商家跑路让消费者自己报警
1月29日	转转	“转转”二手苹果手机货不对版？ 用户要求商家退差价

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】用户投诉“美团优选”售卖过期食品 向客服反映遭敷衍

1月3日消息，河南省雷女士向“电诉宝”投诉称，其于12月9日在美团优选下单购买一箱艾菲勒网红长条紫米奶酪棒夹心面包，12月10日取到货后，拿出来食用尝出来食品变质味道不对，查看生产日期，是2023年11月27日生产，保质期10天，该商品已过期三天。

雷女士第一时间联系美团优选客服，美团优选客服给出方案退款赔偿心意5元美团优选优惠券，本人没有接受，后来美团优选多次协商拉扯最终给出赔偿100元的最终方案，跟厂家沟通，他们告知不会把过期食品提供给美团优选。雷女士称在美团优选购买食品，平台不仅售卖过期食品，消费者还已经食用，对消

费者的身体造成损害，12号向12315打过电话投诉美团优选售卖过期食品，并按照食品安全法作出赔偿，至今为止美团优选没给满意的处理结果，希望平台能给消费者的权益作出保护。

【案例二】8成新手机频繁关机重启 用户要求退货退款“找靓机”表示只能维修

1月4日消息，广东省李先生向“电诉宝”反映称，其于2023年11月16日，在找靓机平台上购买了一台华为mate20pro 8G内存128G容量的手机。李先生在购买新机后依然用旧手机，30多天后才开始频繁使用新购的手机，却发现这个手机频繁自动关机，重启、重装系统之后依然解决不了问题。

李先生联系找靓机的客服，对方表示只提供维修服务。李先生认为，该手机本身存在严重的质量问题，轻度使用一个月就出现这样的问题，要求商家退货退款。

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，对方回复称：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。

【案例三】货品连包装原封不动寄回“小红书”商家为何拒绝退款？

1月5日，江苏省蔡女士向“电诉宝”投诉称其于2023.12.28在小红书平台上购买了一家店铺的女式大衣，12月22日拆开商品试穿，发现大衣太大，超出平常码好多，不确定调换后尺码是否合适，所以选择了退货退款。货品次日连包装原封不动寄回商家，现商家拒绝退款，理由是没有吊牌、影响二次销售。

蔡女士申请平台进一步调查真相，首先是蔡女士信誉良好，如果商品不合适，绝对不会去取下或撕毁吊牌；第二，建议店铺自查，是不是所有商品出去，吊牌都是完好、齐全的，没有遗漏；第三，如果商家自己未挂吊牌，而且经常以这种方式拒绝退款，如何处理？

【案例四】“蘑菇街”带货主播承诺十年质保 实际却是超过一年无法售后？

1月5日，安徽省曹女士向“电诉宝”投诉称其于2022年9月26日在蘑菇街平台购买了杯具熊 BEDDYBEAR 保温杯，带货主播承诺十年质保，收到的商品包装也显示十年质保。2023年冬天，在杯子没有损坏的情况下，无法保温，曹女士联系蘑菇街平台发现杯具熊店铺已注销。

曹女士从微博联系到了官方售后，但是售后说超过一年无法售后。而淘宝京东拼多多各大平台此店铺均显示不保温终身换新，曹女士认为这涉及虚假宣传，侵犯了中华人民共和国广告法第56条以及消费者权益保护法第55条。曹女士的诉求是换货。

【案例五】货不对板？“红布林”被指没有协商完成 直接扣钱结束售后

1月10日，朱女士向“电诉宝”投诉称其于2023年12月27日在红布林上买了个LV的二手包，上面标明是95新，朱女士称自己收到后去问了专业人士，被告知这只包没有95新，最多只有85新。朱女士表示自己要退货退款，但是平台不给退，还强制性结束了售后把钱给扣走了。

朱女士认为平台写明72小时内无理由退货，但收到后告知自己挂牌剪过，挂牌上面也没有写明不能拆。而且平台上有写吊牌拆了重新出检测费用，那自己同意这个费用不退还。现在完全没有后续在协商，直接就扣钱售后结束。

朱女士表示这样强制消费是霸王条款，那我们消费者还有什么权益保障。货成色不对版的是她们的原因，既然平台在寄出时说复检，那为何不给自己成色做复检，然后给我说明成色达不到，那自己会自己考虑买不买。朱女士现在的要求就是退货退款。

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。

【案例六】“盒马”被指坑害消费者 补送商品迟迟不送达

1月14日，河北省晋先生向“电诉宝”投诉称其于1月14日13:40用盒马app购买商品，结果一个小时后商品送达，但是其中有一份热食（烤鸡，39元）

漏送，配送员告知稍后会补送，让他耐心等待一下即可，所以晋先生同意后就开始等待补送商品，等了一个小时后没有等到。

晋先生用盒马 app 联系客服，客服告知会立即处理，结果下午 17 点仍没有给他补送，也没有给他退款，也没有任何人联系告知商品究竟在哪，不管不问。晋先生认为这是坑害消费者，实在欺人太甚了了，希望能给一个说法。

【案例七】“有赞”平台放心购形同虚设？用户称买到“三无产品”

1 月 15 日，浙江省彭女士向“电诉宝”投诉称其于 2024 年 1 月 3 日在有赞平台凤凰大健康网店购买了五瓶晚安片，共计 897 元。彭女士认为，收到的产品包装上无产品合格证明，属三无产品，故提出退货退款，平台不予支持，还要求提供三无产品检测报告。彭女士与客服反馈问题时，客服说着一套固定说辞，沟通过程中不回答什么叫三无产品的问题。彭女士认为，平台放心购形同虚设，“三无产品提前赔付”属一纸空文。

【案例八】“拍机堂”被指霸王条款 机器重启竟是卖家的责任？

1 月 19 日，湖南省沈先生向“电诉宝”投诉称其于 2024 年 1 月 11 号给拍机堂平台线下质检部门送检一台苹果 14 手机，平台质检报告显示没有手机重启问题，机器在平台售出，于 2024 年 1 月 18 号售后回来说机器重启。

沈先生称，送检给平台的机器在平台质检没有重启，卖出之后重启，说是卖家的责任，中间平台拿在手里，过了这么多天为何没有重启，卖掉之后重启就说是卖家的责任，这是霸王条款！

【案例九】用户投诉“微店”平台不愿承担责任 商家跑路让消费者自己报警

1 月 24 日，江苏省何女士向“电诉宝”投诉称其于 1 月 4 号在微店下单 500 元自提单，5 分钟后申请了退款，商家问何女士要自提码后 7 位，说为她处理退款问题。何女士发给商家后退款被关闭，自提码被核销，订单完成。

何女士找客服，客服说重新申请退款，商家说晚上处理，但是一直不处理，客服让等 5 天，不处理系统可以直接退，5 天过去，商家跑路，客服说商家账户

没钱，退不了，要等商家充值，不充值就退不了。至今没有退回，平台让消费者自己报警，平台不愿意承担任何责任。

【案例十】“转转”二手苹果手机货不对版？用户要求商家退差价

1月29日，湖南省黄女士向“电诉宝”投诉称其于2024年1月9号在转转平台个人卖家那里购买了一台二手苹果14plus，出现了货不对版的问题。商家写的国行双卡，发货却是美版卡贴机，且显示屏有问题，不知道换没换过。

黄女士要求商家退货退款，商家一开始答应，等货到了，又以黄女士撕了标签为由拒绝退货退款并且拒绝收货，但是那个标签商家没有提前告诉如果撕毁不能退货退款。后来黄女士要求商家退差价，商家屡次拒绝沟通，侵犯了黄女士的消费者权益。黄女士的诉求是，既然不能退货，那就退卡贴机和国行机的差价1400元，以及显示屏幕被换的500元，一共2000元。

（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1月全国数字生活评级榜中：获“**建议下单**”评级的有：BOSS直聘、去哪儿；获“**谨慎下单**”评级的有：美团；获“**不建议下单**”的有：飞猪、走着瞧旅行。

2024年1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	BOSS直聘	100.00%	1.000	10.000	1.000	建议下单
2	去哪儿	95.83%	0.717	2.000	0.754	建议下单
3	美团	100.00%	0.467	0.000	0.640	谨慎下单
4	飞猪	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
4	走着瞧旅行	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

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 16 家：

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

排在第 11-16 名的是：携程、侠侣亲子游、骑驴游、58 同城、同程旅行、饿了么。



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



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
共享经济

筛选: 2024 1月

1	飞猪	2	去哪儿	3	BOSS直聘	4	美团
5	走着瞧旅行	6	联联周边游	7	万师傅	8	智行
9	鲁班到家	10	大麦网	11	携程	12	侠侣亲子游
13	骑驴游	14	58同城	15	同程旅行	16	饿了么

(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投诉案例, 涉及智行、饿了么、万师傅、联联周边游、大麦网、BOSS直聘、走着瞧旅行、去哪儿、骑驴游、飞猪。

2024年1月数字生活典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
1月3日	智行	机票无故被退？“智行”被指顾客信息泄露惨遭诈骗 回应：协调失败
1月6日	饿了么	随意限制消费者下单？用户需要“饿了么”合理解释
1月8日	万师傅	“万师傅”被指霸道不讲理 将一切责任推给安装师傅
1月8日	联联周边游	套餐到期未自动退款？“联联周边游”收取退款手续费被指不合理
1月11日	大麦网	用户投诉“大麦网”拒绝提供退票服务 霸王条款让人震惊
1月13日	BOSS直聘	“BOSS直聘”一家独大？用户表示被钓鱼执法永久封号
1月19日	走着瞧旅行	两年未消费申请退款 用户投诉“走着瞧旅行”无端扣手续费
1月25日	去哪儿	“去哪儿”酒店有老鼠？消费者要求退款 平台补偿2000消费金
1月26日	骑驴游	“骑驴游”被指不能取消订单 侵害消费者权益
1月30日	飞猪	在“飞猪”购买机票高于航空公司机票实际价格？用户要求依法赔偿

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】 机票无故被退？“智行”被指顾客信息泄露惨遭诈骗 回应：协调失败

1月3日消息，山西省的张女士向“电诉宝”投诉称其于2023年12月13日在智行APP中预定一张机票，订单号为27600645674，12月23日从长沙飞黄花的南航CZ8684，张女士表示其在12月22日接到一通电话，说飞机发生故障，机票已自动取消，需要改签。

张女士接到电话后去APP中查看，发现确实已取消，自己就相信了，后续被电信诈骗10000元，后续去看此订单，是于2023年12月22日13:51进行的退票，诈骗电话于13:56拨打。

张女士称在此之前，自己因为公司在团建并无碰过手机，APP也没有异地登录通知，于是联系该软件客服，但告知是自己操作的，和他们无关，可是自己并无操作，无奈之下，又重新下单一张机票。张女士要投诉智行APP，在自己没有操作的情况下，机票无缘无故被退掉，还未有异地登录信息，电信诈骗知道自己所有的信息，如姓名，身份证号，手机号，订单号及航班信息。

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：经营者联系消费者解释目前核实下单系统以及我司的工作人员均未操作过其订单，也反馈核实其订单操作日志，机票退票是在其预定账户内操作的，平台可以承诺其绝对不会透露旅客信息，消费者不认可否认操作，且表示自己不会对外透露自己的信息，也没收到账号异常登陆的通知，即使犯罪份子手段高明也是我司有空子可钻，再次致歉，考虑服务体验企业已给予合理方案，消费者不接受，表示如果仍然是这个解释，不用再沟通了，他会继续投诉，协调失败。

【案例二】随意限制消费者下单？用户需要“饿了么”合理解释

1月6日，湖南省徐女士向“电诉宝”投诉称其于2024年1月6日，在饿了么平台下单，提示尚未开放，在这之前都是可以正常下单，徐女士打电话问客服，客服一直以账号异常敷衍，问他什么地方异常，不予回答直接挂断电话处理。

徐女士认为，作为消费者，平白无故限制消费，需要一个合理的解释，账号到底哪里异常，存在什么样的问题限制下单？在此之前没有任何提示，徐女士也一直正常使用，没有任何违规操作，平台只是一句异常就随意限制消费下单？

【案例三】“万师傅”被指霸道不讲理 将一切责任推给安装师傅

1月8日，浙江省王先生向“电诉宝”投诉称其于2020年1月2号接了万师傅的家居按装单子去客户家按装，单子上明确提示不用上墙，安装完，客户也已签了验收单。当王先生回家后，客户向商家反映当门打开后有晃动怕不牢，需要上墙固定，商家打电话给王先生叫他一小时内上门上墙固定，没有二次上门费且叫他自己买固定配件，王先生不愿意，商家就找各种理由，其中最主要一点是抽屉方向装反了，但当时安装的时候已征求了客户的意见，客户是同意的且也签

了验收单。最后平台处理的时候却把一切责任推给王先生负担，还冻结了王先生之前的帐户余额，王先生觉得太不讲理、太霸道了。

【案例四】套餐到期未自动退款？“联联周边游”收取退款手续费被指不合理

1月8日，吉林省张女士向“电诉宝”投诉称其于2023年10月29日在联联周边游（长春）电商平台购买了宴语烤肉坊随心退的烤肉套餐98元，到期后商家没有自动退款。张女士打客服电话，回复说要扣30%的手续费。

张女士认为，商家这是霸王条款，侵害了消费者随心退的权益，她的诉求是全额退款。收取30%的手续费是霸王条款且不合理，张女士也未有使用和进行预约，现因过期申请全额退款时，被告知收取高额且不合理的手续费。张女士还称，平台在过期前或后也未有任何的提醒，侵害了消费者的权益，她的诉求是申请全额退款，30%的手续费亦不合理。

【案例五】用户投诉“大麦网”拒绝提供退票服务 霸王条款让人震惊

1月11日，云南省杨先生向“电诉宝”投诉称其于大麦网购买票务，演出未开始，但因行程安排无法前往，多次协调平台变更观影人无果，申请退票，平台拒绝提供退票服务，且平台不予对投诉进行立案，此等霸王条款着实让人震惊。

杨先生表示，消费者售后都有相关保障，这种还没消费的连退换货的资格都没有，这是鱼目混珠还是哗众取宠？杨先生本周已多次投诉及联系大麦平台，其客户电话更是无法单独进行介入，平台不仅缺少客户维权通道，更是缺少面对群体大众的决心，这个行业需要站在阳光下，也希望相关监督管理部门出手整顿。

【案例六】“BOSS直聘”一家独大？用户表示被钓鱼执法永久封号

1月13日，浙江省朱先生向“电诉宝”投诉称其在BOSS直聘招聘时遇到了钓鱼执法，北京工作人员开小号对他钓鱼执法，利用断章取义方式对他永久封号。朱先生称，自己正儿八经找游戏助教，指导游戏桌游的玩法以及游戏机的使用方法，不知道哪一点涉黄了。朱先生用话术引导方法为了提高业绩，对新开20分钟的号、没有经验的人用话术引导。才刚刚用了十几分钟就直接永久封号了，连

带责任朱先生的店也开不下去了。朱先生表示，BOSS直聘现在一家独大，真的没办法。

【案例七】两年未消费申请退款 用户投诉“走着瞧旅行”无端扣手续费

1月19日，四川省张女士向“电诉宝”投诉称其于2021年6月17日晚在蘑菇街小甜心直播间购买走着瞧旅行（云南与三亚）两笔订单，价值2796元，当时说两年有效期，没有用随时退。张女士由于疫情、怀孕等原因一直没有出行，于2024年1月15日想申请退款，结果发现蘑菇街的走着瞧旅行已关店。张女士联系微信公众号走着瞧旅行，等了三个工作日后联系她说退款可以，但只退一千九百多。张女士很气愤，又没消费，凭什么扣这么多手续费？

【案例八】“去哪儿”酒店有老鼠？消费者要求退款 平台补偿2000消费金

1月25日，顾女士向“电诉宝”投诉称其在去哪儿订了1月28日-2月2日仙本那GD度假村酒店房间五晚，三天前发现评论区有人说该酒店有老鼠，顾女士表示自己从小对老鼠有严重恐惧，无法入住。和去哪儿网申请并反复沟通三天，他们均以酒店不同意取消为理由拒绝退款，要扣除全款。顾女士认为，酒店有老鼠，最低也是属于卫生严重有问题，而且早于入住日期好几天她就告知并申请了，昨天她看到该房型也开始再次在网上销售了，没有影响到他们再次销售。顾女士要求去哪儿网退全款2355元，请求平台和有关部门的帮助多谢。

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，去哪儿的工作人员向“电诉宝”发来反馈称：经核实，消费者反馈在评论区看到差评酒店有老鼠，订单不想入住，要求免费取消。平台联系商家申请告知订单不退不改，考虑消费者体验，平台补偿2000消费金，已打款至消费者的去哪儿网账户余额，消费者认可，和解成功。

【案例九】“骑驴游”被指不能取消订单 侵害消费者权益

1月26日，广东省何女士向“电诉宝”投诉称其于2024年1月23日在骑驴游电商平台购买了【骑驴游】明月山溪7房双池别墅1间1晚，入住日期2

月4日，离店日期2月5日。后续因为个人的原因，何女士需要取消订单，双方沟通后，出现了不能取消订单，不能退款的问题。何女士认为这严重侵害了个人消费者权益，她的诉求是取消订单和退款。

【案例十】在“飞猪”购买机票高于航空公司机票实际价格？用户要求依法赔偿

1月30日，湖北省李先生向“电诉宝”投诉称其于1月30日在飞猪平台购买2月14日的3张机票，购买机票价格高于航空公司机票实际价格180元，李先生要求飞猪平台按照要求《中国民用航空电子客票暂行管理办法》以及《消费者权益保护法》第五十五条【惩罚性赔偿责任】经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍；增加赔偿的金额不足五百元的，为五百元。法律另有规定的，依照其规定。

李先生称，经营者明知商品或者服务存在缺陷，仍然向消费者提供，造成消费者或者其他受害人死亡或者健康严重损害的，受害人有权要求经营者依照本法第四十九条、第五十一条等法律规定赔偿损失，并有权要求所受损失二倍以下的惩罚性赔偿。

（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1月全国数字教育评级榜中：获“谨慎下单”的有帮考网；获“不建议下单”的有一只船教育；获“不予评级”的有嗨学网。

2024年1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	帮考网	100.00%	0.667	0.000	0.700	谨慎下单
2	嗨学网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2	一只船教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

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

数字教育上榜平台有 17 家：

投诉量 TOP10 依次为：一只船教育、嗨学网、帮考网、中安建培、尚德机构、中职通、赛优教育、小叶子陪练、网易云课堂；

排在第 11-17 名的是：英语流利说、兴为教育、潭州教育、聚师网、VIPKID、中公教育、高顿教育。



- 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** 1月

1	一只船教育	2	嗨学网	3	帮考网	4	中安建培
5	尚德机构	6	中职通	7	赛优教育	8	环球网校
9	小叶子陪练	10	网易云课堂	11	英语流利说	12	兴为教育
13	潭州教育	14	聚师网	15	VIPKID	16	中公教育
17	高顿教育						

(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案例，涉及嗨学网、中安建培、尚德机构、一只船教育、兴为教育、聚师网、潭州教育、英语流利说、赛优教育、高顿教育。

2024年1月数字教育典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
1月1日	嗨学网	交钱容易退钱难？ “嗨学网”被指诱导学员贷款报名
1月1日	中安建培	长期退费无果？“中安建培” 被指长期拖延退费 客服态度恶劣
1月3日	尚德机构	每天学习2h就能过？ 用户反映“尚德机构”霸王条款不予退款
1月4日	一只船教育	连续两年未举行考试 用户投诉“一只船教育”以各种理由拒绝退费
1月8日	兴为教育	“兴为教育”老板跑路 用户退款无门
1月15日	聚师网	“聚师网”宣传没过全额退款 后续却联系不上人
1月20日	潭州教育	一对一教学实为录播 用户要求“潭州教育”退全款
1月24日	英语流利说	用户“英语流利说”课程过期 要求一半退款
1月27日	赛优教育	借中科院名义招摇撞骗？ “赛优教育”被指欺骗消费者
1月30日	高顿教育	“高顿教育”被指涉及霸王款项 一直拖拉不肯退费

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】交钱容易退钱难？“嗨学网”被指诱导学员贷款报名

1月1日，广东省张先生向“电诉宝”反映称自己于2023年3月被嗨学网内部员工电话销售建造师培训班，电话联系了一周并诱导报名参加了建造师白金班网课密训，老师承诺通过密训培训成绩不合格可以退费或申请重修，并签了网络协议，当时钱不够，对方还引导办理嗨学合作的金融机构进行贷款。

张先生当时想的也是不过会退费，就刷了信用卡缴了学费。现在成绩出来后申请退费嗨学网找各种理由不给退费，说是签过协议书，不符合退费条件。并引导张先生去申请重修学习。张先生的诉求：退还19800元和10个月的信用卡利息。

【案例二】长期退费无果？“中安建培”被指长期拖延退费 客服态度恶劣

1月1日，浙江省的胡先生向“电诉宝”投诉称自己于2022年8月13日通过朋友介绍，在微信上购买了中安建培的一级建造师的课程。胡先生表示课程期间，教学老师全程照着题目朗读，并没有做到很好的教学，且报课之前中安建培承诺没有拿到建造师证会给予退款，通过考试返3000元，不通过每门返800元，四门课就是3200元。

胡先生表示目前过去了一年半时间，中安建培找各种理由来搪塞不退款，自己给中安建培打电话还被告知自己不是做慈善的，对顾客恶语相向，态度非常差，直接挂断电话，侵害了自己购买课程未通过退款的权益。

胡先生认为教育界有这种公司就是侵害整个社会风气，胡先生的诉求是按照购买课程之前所讲未通过考试退款3200元。

【案例三】每天学习2h就能过？用户反映“尚德机构”霸王条款不予退款

1月3日，吉林省的应先生向“电诉宝”投诉称其于2018年10月在网站上无意间看到尚德机构的广告，那时候对自己的工作不满想要通过学习去改变，于是咨询客服并报名尚德机构，那时候没那么多学费，先是通过微信付了1680元的订金，尚德机构给自己在度小满平台办了个满选教育借贷金额是15120元。

应先生称购买课程前，他们说的很好听每天抽出两个小时学习就能过考试，学的都是历年的高频题。在坚持学习一小段学习后，发现没有大量时间的投入学习根本考不上，然后转年19年失业了，就更无暇学习了，直到19年9月经家人的帮助下，去了东北做买卖，那时候彻底就没用过尚德机构APP，之前他们说过是无期限的，随时可以学，也随时可以考，所以也没把这事儿放心上了，慢慢的就给忘了。

应先生表示直到去年还想到并联系了一位老师想退款，但是最终无果，从报名到现在，没有参加过任何考试，也没刷过多少课时，以前也没想过要为自己维权，2023年1月2号，又向该机构要求退款，他们说已经过服务期了无法办理退款，当初入学的时候也没有说明，一切说法都只是他们单方面的规定，自己并

不知情。

【案例四】连续两年未举行考试 用户投诉“一只船教育”以各种理由拒绝退费

1月4日消息，甘肃省郝女士向“电诉宝”投诉称其于2021年2月4日报名一只船消防教育，后又有老师多次打电话诱导让升级为包过课程，总计交款19980元，随后觉得自己学起来很吃力，就找当时负责报名的老师要退课，但都被拒绝了。

郝女士后来也就硬着头皮跟着学，快到考试期间由于疫情连续两年甘肃省未举行考试，在2022年至2023年期间我也多次与之联系退款事宜都未果，还以各种理由推辞，这对于普通老百姓是一笔不小的金额，这都是血汗钱，还望相关部门重视解决！

【案例五】“兴为教育”老板跑路 用户退款无门

1月8日，陕西省付先生向“电诉宝”投诉称其于2021年7月15日在兴为教育机构上下单了6000元的一级建造师4年培训课程，2023年7月兴为教育老板跑路，APP课程无法使用，和当时班主任联系说是老板跑路了，现在付先生无法学习，也没有退款渠道，请求平台给予帮助。

【案例六】“聚师网”宣传没过全额退款 后续却联系不上人

1月15日，福建省林女士向“电诉宝”投诉称其于2020年12月23日因要考教资，上网购买了聚师网的课程，宣传没过全额退款，不过退费。结果林女士报名以后发现里面全是录播视频，外加几本书，报名以后老师全程没有跟进她的学习情况，一直发宣传2999的课包、vip班级之类的话题。

在课程期间，林女士下载了聚师网，课程基本没看过，后因考试未通过，课程不知道已过期，聚师网的相关人员也没有通知当事人，客服电话打不通，发了邮件也没人处理，投诉监管不给力。林女士要求聚师网退还399的费用。

【案例七】一对一教学实为录播 用户要求“潭州教育”退全款

1月20日，福建省王女士向“电诉宝”投诉称其于2022年1月在抖音上看到配音课程宣传，添加了微信以后试看了一次推广课程的视频，说一个老师会收几个学员，课程是直播且包推荐就业。

王女士发现实际上交完钱（没有钱还诱导贷款分期）以后就只给推荐一个班主任，并且是在小咖辅导 app 上录播的课程，说好的一对一教学就是王女士一个人看一个录播视频。王女士称，现在微信上那个所谓的班主任已经找不到了，公众号也异常了，学习的软件也异常了，像是跑路了。王女士那个课程都没看几分钟，要求退全款。

【案例八】用户“英语流利说”课程过期 要求一半退款

1月24日，河南省程女士向“电诉宝”投诉称其于2021.3.25下载流利说英语 app 体验，之后就有老师加微信，各种说辞、各种推销让她买小班课件，还说可以分期，表示没有达到多少级就退款，还有达标返现金，但没有合同没有发票。

之后程女士就分期买了课程，陆陆续续上了几节，然后因为怀孕、养孩子就淡忘了，之后想学的时候发现之前的课件过期了，再学的话需要重新购买，老师的微信好友也删了。程女士跟客服商量，对方一直说是自愿购买，且过了课程期限。程女士的诉求是退款一半。

【案例九】借中科院名义招摇撞骗？“赛优教育”被指欺骗消费者

1月27日，朱女士向“电诉宝”投诉称其于2024年1月25日下午五点多付款购买课程，又于2024年1月26日上午八点申请退款售后，他们说他们是由中科院认可的，但经朱女士调查发现他们赛优只是被授权而已，不存在认可，这属于欺骗消费者。

此外，他们所发的证书不能作为兼职或全职的证明证书，只是最简单的一个合格证书，没有什么实际性。朱女士认为这属于打着中科院的名义招摇撞骗消费者。后续朱女士打了12315热线电话，他们的售后联系朱女士说周二给处理结果，可并未说明周二退费，这又属于拖延时间欺骗消费者。

【案例十】“高顿教育”被指涉及霸王款项 一直拖拉不肯退费

1月30日，江西省付女士向“电诉宝”投诉称其于2024年1月20日在微信支付平台支付了高顿教育的ACCA课程，总计36800元，由于费用收取标准说明不清，课程体验与实际宣传的完全不符，并且他们的合同涉及霸王款项，无理要求客户赔偿20%违约金。付女士认为高顿严重欺骗了消费者，对退费一直拖拉。高顿郭婧老师以开会吃饭等为理由推卸责任。

付女士在2024年1月27日申请退费，第1次拨打官网客服，被告知24小时以内会有答复，28日一天都没有得到答复。于是28日付女士再次打电话给高顿官网客服，29日上午将有人联系我，但是没有等到高顿机构以及其老师的任何电话，于是29日上午付女士又打了一个电话到高顿官网客服，被告知晚上18点前有答复，29日下午16:02接到来电。自称是王老师的人还要付女士等答复，无明确告知退款时间。

30日下午付女士接到客诉老师的来电，还要她在这周等答复。现在付女士拨不通他们公司内部的老老师的电话，显示是空号，而且通过手机号搜不到对方的微信号，只能等对方拨过来。付女士的诉求是扣下第1门课bt的49%的费用和4门教材的费用，剩余的费用全部要退回。付女士称已经联系了媒体和警方，如果不在年前退款，后果自负。

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 <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。

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 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 1 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：2024年2月27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)

