

2021年10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11月2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	5
(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、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	错误！未定义书签。
(三) 在线教育	错误！未定义书签。
四、关于我们	19
(一) 关于电诉宝	23
(二) 关于网经社	26
(三) 2020-2021 年度网经社电子商务研究中心报告发布计划	错误！未定义书签。

一、报告摘要

11月2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10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10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、电商服务商**）、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10月全国电商投诉榜》、10月消费投诉数据及30家网络消费平台典型案例。

同时，该榜单依据“电诉宝”10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：淘宝、拼多多、京东、寺库、分期乐、51Talk、轻轻教育、一只船教育、抖音、联联周边游；

排在第11-30名的是：熊猫生活、vipkid、红布林、闲鱼、微拍堂、店宝宝、天普教育、飞猪、洋码头、智行、潭州教育、深海教育、携程、小红书、万师傅、快手、大塘小鱼、天猫、美团、小叶子陪练；

排在第31-50名的是：考拉海购、玩物得志、走着瞧旅行、同程旅行、华为商城、学慧网、支付宝、有教不舍、微店、爱订不订、唯品会、得物APP、去哪儿、孩子王、途虎养车、贝贝（贝店）、英超海淘、贝仓、来分期、饿了么；



排在第 51-70 名的是：当当、转转、有赞、本来生活、找靓机、i 百联、小米有品、中华会计网校、环球网校、孔夫子旧书网、开课吧、众趣教育、杂志网、微盟、花小猪、思鑫诚禾、亚马逊、苏宁易购、BOSS 职聘、心上。

排在第 71-100 名的是：全球速卖通、国美、大众点评、互站网、韵达快递、顺丰速运、迷你课堂、明世在线、票哆哆、天猫国际、贝壳找房、雨露众德、酒仙网、T3 出行、潮玩族、掌门 1 对 1、英超物流、萌推、亚瑟士官方旗舰店、衣二三、58 到家、叮咚买菜、鲁班到家、旅划算、臻品世家、三星网上商城、趣头条、拍机堂、顺电网上商城、千千惠生活。

二、整体数据

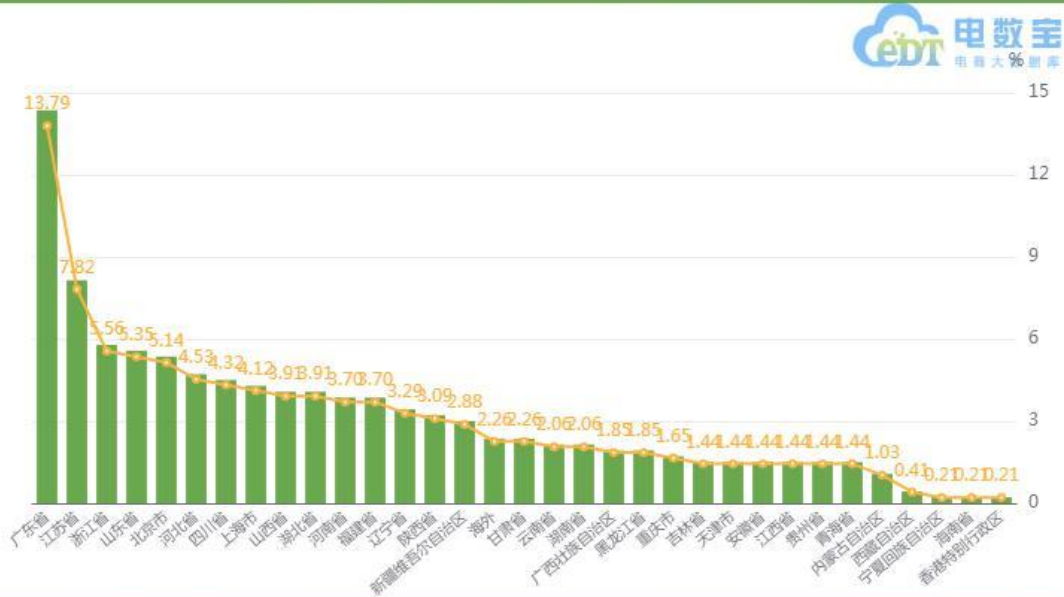
（一）投诉问题类型分布



据“电诉宝”显示，2021年10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（31.89%）、网络欺诈（10.7%）、商品质量（7.89%）、售后服务（7.61%）、商品质量（7.41%）、霸王条款（6.58%）、网络售假（5.76%）、其它（4.73%）、发货问题（4.73%）、订单问题（4.12%）。

（二）投诉地区分布

2021年10月全国电子商务投诉地区分布



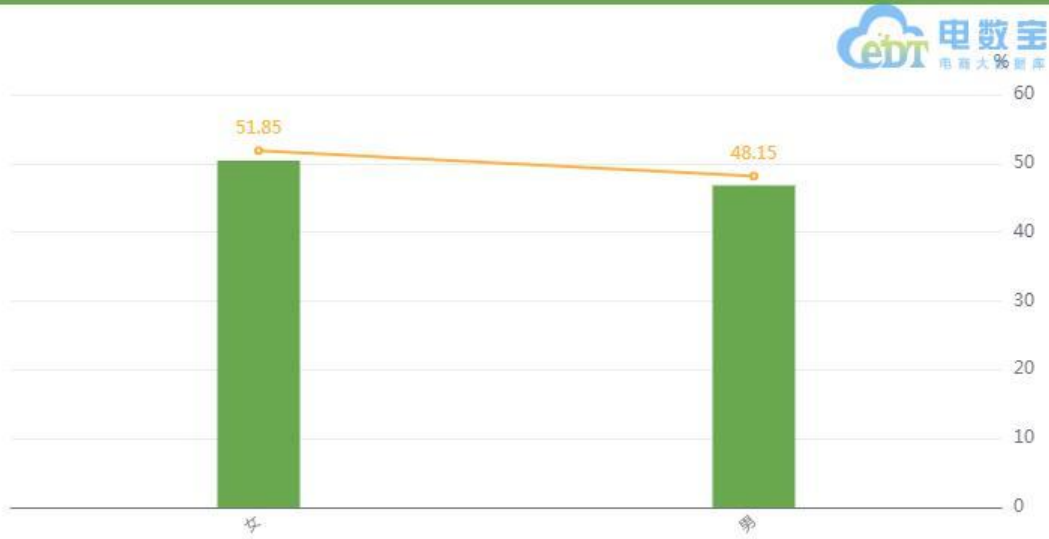
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

10月份“电诉宝”受理投诉用户聚集地区TOP20依次为广东省、江苏省、浙江省、山东省、北京市、河北省、四川省、上海市、山西省、湖北省、河南省、福建省、辽宁省、陕西省、新疆维吾尔自治区、海外、甘肃省、云南省、湖南省、广西壮族自治区。

(三) 投诉用户性别分布

2021年10月全国电子商务投诉性别分布



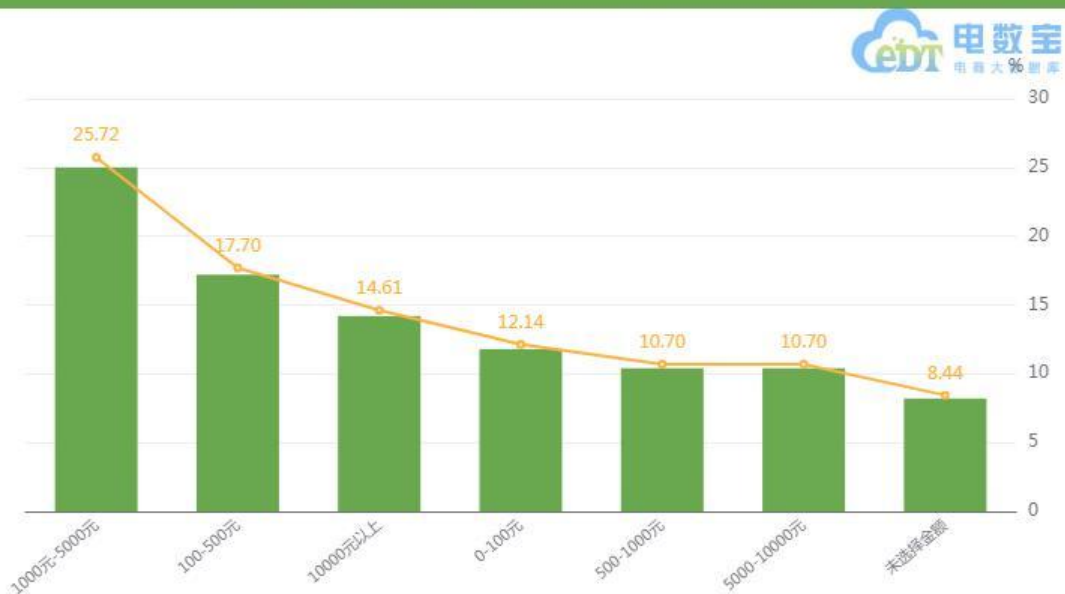
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，10月份女性用户投诉比例为51.85%，男性用户投诉比例为48.15%。

（四）投诉金额区间分布

2021年10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，10月份投诉金额分布主要集中在1000-5000元（25.72%）、100-500元（17.7%）、10000元以上（14.61%）、0-100元（12.14%）、500-1000元（10.7%）、5000-10000元（10.7%）、未选择金额（8.44%）。

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10月全国零售电商消费评级榜中红布林、微拍堂获“建议下单”评级；寺库、京东、抖音获“谨慎下单”评级；熊猫生活、拼多多获“不建议下单”评级；闲鱼、店宝宝、淘宝获“不予评级”。

2021年10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	红布林	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
1	微拍堂	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
3	寺库	100.00%	0.250	0.000	0.575	谨慎下单
4	京东	61.76%	0.394	2.000	0.487	谨慎下单
5	抖音	61.54%	0.538	0.000	0.469	谨慎下单
6	熊猫生活	40.00%	0.300	0.000	0.290	不建议下单
7	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	店宝宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	淘宝	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

在零售电商领域，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，涉及拍机堂、店宝宝、玩物得志、有赞、小米有品、转转、洋码头、i百联、微拍堂、天天鉴宝。

2021年10月零售电商十大经典投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
10月2日	 拍机堂	被指货不对板 申请退款被拒
10月6日	 店	被指多次诱导付费 售后体验不佳
10月8日	 玩物	客服以商家没参加活动为理由拒绝退款
10月8日	 有赞 youzan.com	被指商家不予理会 拒绝退换货
10月10日	 小米有品	购买热水器竟然漏煤气 损失不予补偿
10月11日	 转转 二手交易	被指 霸王条例 不予退款，久未发货？
10月15日	 洋	被指以因直邮为由不退货
10月17日	 百联 BL.COM	被指货到后质量不满意 申请退货无门
10月18日	 微拍堂 WWW.WEIPAITANG.COM	缺斤少两 用户求证波折重重
10月27日	 鉴	被指收到货与描述有色差 商家与平台互相推诿

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】“拍机堂”被指货不对板 申请退款被拒

10月2日，河北省的曹先生向“电诉宝”投诉称自己于9月28日，在拍机堂购买一部小米9手机，检测报告显示无拆无修，收到手机之后插上卡没有信号，去当地售后检测，机器主板维修过，进过水，维修痕迹明显，与检测报告完全货不对板，检测报告显示无拆无修，无任何问题，而收到手机之后，机器明显拆修过，曹先生要求退货，被拒绝。

【案例二】“店宝宝”被指多次诱导付费 售后体验不佳

10月6日，广东省的乔女士向“电诉宝”投诉称自己于8月多在抖音看到店宝宝网店宣传视频，说可以免费开网店，乔女士就下载了试试，进去他们就让

交一千块钱，乔女士就想这应该就是全部消费，就没想太多，交了1000元，后来乔女士讲述他们又来了一个扶持老师，一直忽悠乔女士让交18000元，说可以帮乔女士管理店铺，保证销量，一个月可以卖出四五百单，好的时候可以有几千单，一直说各种好处，乔女士交后发现之前的保证都没有了，随后乔女士好几次退款，他们未管。

【案例三】“玩物得志”客服以商家没参加活动为理由拒绝退款

10月8日，吉林省的李先生向“电诉宝”投诉称自己于7月6日，根据玩物得志平台规则在辉煌翡翠原石直播间花费18000元购买了一块翡翠原石，商家看涨估价并承诺寄卖一切都符合玩物平台所实行的规则（玩物规则如下：大于200元原石的订单，如果主播承诺看涨估价，则三个月内帮助出售，无法出售到预估价的订单，需要以预估价50%退款给用户；用户不愿意卖则取消本规则），但是3个月已经到了李先生要求商家以预估价50%退款，商家不同意，李先生申请客服介入，客服以商家没参加活动为理由拒绝退款（但是我看见规则时跟客服确认过，客服表示商家有寄售服务就是可以的，并且商家以看涨并答应寄卖），平台高级客服专员表示，规则解释权归玩物得志平台所有。

【案例四】“有赞”被指商家不予理会 拒绝退换货

10月8日，江苏省的郭女士向“电诉宝”投诉称自己于9月21日，在翡翠联盟会购买了定制款镯子，卖家承诺起货效果很好，且性价比高。郭女士再三追问下，提供了压板视频和起货视频，收到货后，镯子与起货视频中严重不符，且答应的镯芯至今仍未收到。郭女士讲述卖家采取不反馈，不交流的方式，说定制产品不退不换。

【案例五】“小米有品”购买热水器竟然漏煤气 损失不予补偿

10月10日，广东省的唐先生向“电诉宝”投诉称自己在小米有品平台购热水器安装问题导致漏气，造成损失，不予全额补偿。2021年1月13日，热水器安装完一直闻到一股煤气味。安装的人说是因功率大刚开始用是有一点气味的，没有查出是接头的问题造成漏气。期间，总闸有关闭加上没有入住。所以漏气没有造成多大的损失。2021年6月28日，再次反馈说一直闻到有煤气味。安

装的人上门把烟管加长，说只要把烟管伸到窗外就不会有气味了，唐先生反馈说有漏气，工程师说没有漏气是烟管没有伸到窗外，风回吹进来的煤气味道，还是没有查出接头漏气的根本原因。

直到 2021 年 8 月 28 日，唐先生交煤气费的时候才发现，经深圳燃气公司工作人员检查确认是热水器接头处引起的漏气。7 月份一共漏了 139 方的气，费用 578.75 元，8 月份一共漏了 83 方的气，费用 385.75 元，共计损失 964.5 元。要求因安装问题造成的损失给予全额补偿。

【案例六】“转转”被指霸王条例 不予退款

10 月 11 日，广西壮族自治区的林先生向“电诉宝”投诉称自己于 8 月 7 日，在转转官方 app 下单了一台严选 95 笔记本，拿回来不到一个月问题不断，林先生发现不能使用送回转转官方售后维修，拿回来当天还是出现同样的问题。林先生申请退货退款寄回去，转转客服联系林先生说林先生拆机不给退货退款，林先生讲述当天维修拿回来当天就出现同样的问题，宣传 95 新笔记本问题不断。

【案例七】久未发货？“洋码头”被指以因直邮为由不退货

10 月 15 日，河南省的张女士向“电诉宝”投诉称自己于 9 月 9 日，买了悦购淘欧洲家的科颜氏金盏花护肤水一瓶，价值 377 元，买完 9 月 15 号开始清关一直到现在不发货，每次问客服都说这周会发出，已经不止三次这么回复，张女士说买过其他了退款，商家说直邮不退，洋码头客服也不理会，一直说稍等，张女士等了一个多月，买别的了，张女士需要退款。

【案例八】“i 百联”被指货到后质量不满意 申请退货无门

10 月 17 日，江苏省的常先生向“电诉宝”投诉称，自己于 9 月 29 日，在百联奥特莱斯广场（上海·青浦）LeCoqSportif 乐卡克购买男鞋一双（349 元），货到后质量不满意，申请退货，售后一直无人处理。

【案例九】“微拍堂”缺斤少两 用户求证波折重重

10 月 18 日，河北省的蔡先生向“电诉宝”反映，他于 2021 年 9 月 21 日在在微拍堂如意阁原石店购买木那原石一块儿，收到后切开一块儿掂量分量发现有

问题，密度过小。随后向商家反馈。商家不予退货。随后向平台反馈。平台要在订单页申请申诉，申诉后网页提示要24小时内提供检测证书或受理函。时间仓促，随后向北京国检宝玉石珠宝鉴定中心申请鉴定。且及时提供受理函。并于两天后将图片传给客服。随后得到微拍堂平台回复说与商家出售原石不符。随后又将送检样品与切剩下部分合拍照片和视频。随后平台反馈。视频得到证明相符。检测报告不是平台指定检测机构出的。（在这之前并未提及他们要求哪个机构检测）要求送他们指定检测机构检测。

【案例十】“天天鉴宝”被指收到货与描述有色差 商家与平台互相推诿

10月27日，河北省的杨先生向“电诉宝”反映称自己在直播间买的翡翠吊坠，主播介绍时说的是天空蓝、蓝色、色差不会超过百分之零点零零几。结果发货到手后是绿色浅绿色。搞成了百分之百色差。因为我只想买蓝色的，直播间主播却没说是绿色的，杨先生认为是虚假销售，杨先生讲述与商家和天天鉴宝平台沟通退货十多天，说毛料不给退，商家与平台互相推诿。

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10月全国生活服务电商消费评级榜中一只小船教育获“建议下单”评级；联联周边游获“谨慎下单”评级；vipkid、51Talk获“不予评级”。

2021年10月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	一只小船教育	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2	联联周边游	100.00%	0.273	2.000	0.642	谨慎下单
3	vipkid	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
3	51Talk	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：平台移交或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

在生活服务领域，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，涉及飞猪、美团、票哆哆、走着瞧旅行、去哪儿、携程、联联周边游、BOSS直聘、智行、同程旅行。

2021年10月生活服务电商十大经典投诉案例		
投诉时间	投诉平台	投诉案例
10月3日	 飞猪	酒店费用仅退一半引不满
10月12日	 美团	被指在民宿仅呆20分钟退款损失800多元引用户不满
10月13日	 票哆哆	被指客服回复不积极 退款遭拒
10月14日	 走着瞧	被指退费仅退40%还迟迟不到账
10月17日	 去哪儿	未享受到贵必赔服务维权后 账号却遭“去哪儿”封禁
10月20日	 携程	被指机票退票扣除85%的手续费引不满
10月23日	 联联周边游	被指“霸王条款” 今年排名全行业第一
10月27日	 BOSS直聘	店大欺人无缘无故封号
10月26日	 智行	被指擅自退客人机票且不肯退费
10月27日	 同程旅行	被指虚假促销 售后体验不佳

图表编制：电诉宝 数据来源：315.100EC.CN

【案例一】“飞猪”酒店费用仅退一半引不满

10月3日，北京市的于先生向“电诉宝”反映称他于9月12日在飞猪平台下单澳门10月8日入住的酒店，但是近期澳门出现疫情，导致航班主动取消无法出行。9月29日电话联系飞猪要求全额退款订单，飞猪客服说10月的订单只能10月处理。10月2日再次联系飞猪客服要求退款，这次客服联系了酒店，说酒店只给退一半费用。同时飞猪会补偿150元券（不知道是什么券）。于先生表示不认同，并说明会进行投诉。但是飞猪客户威胁说，今天不同意退款或之后

投诉，这 150 元券就不给了。于先生称，在携程等平台预订的机票和酒店均全额退款，只有飞猪不给退。

【案例二】“美团”被指在民宿仅呆 20 分钟退款损失 800 多元引用户不满

10 月 12 日，四川省的唐先生向“电诉宝”反映称他于 2021 年 4 月 4 日在美团民宿订房 4 天付款 1739.32 元，入住日当天中午，在房间门口要到密码自助开门后，发现房间与网页描述和昨晚与房东沟通的内容差距大，设施旧，墙壁大量脚印，立即要求退房退款。房东通知清洁人员到场查房确认后关门，唐先生表示退款时美团民宿踢皮球让跟房东协商，房东踢皮球说自己无权操作，要找美团才行。经过多轮拉锯，最终只退了两天(即 869.67 元)，理由是临近入住日期，房源无法售卖。唐先生称自己仅在房间站了二十分钟，损失了 869.65 元，自己的诉求是退回另一半房款 869.65 元。

【案例三】票哆哆被指客服回复不积极 退款遭拒

10 月 13 日，四川省的王女士向“电诉宝”反映称自己于 9 月 23 日在票哆哆公众号平台商城上购买了一个餐饮套餐 158 元，10 月初准备消费后发现已过期不能使用，过期时间是 10 月 1 日，平台无退款界面，向票哆哆客服咨询退款事宜，王女士讲述客服回复不积极，且最终回复不予退款。

【案例四】“走着瞧旅行”被指退费仅退 40%还迟迟不到账

10 月 14 日，福建省的吴女士向“电诉宝”反映称她于 2020 年 12 月 2 号，通过陪玩时光公众号推荐购买了三张走着瞧“雪国列车”旅游套票，价格共计 2087 元，通过线上购买，微信支付，未开具发票。12 月 4 日用了两张票，后面被导游诱导加了四千多元钱购买其它体验项目。吴女士基于走着瞧的团票体验差和服务差的问题，以及自己正在备孕的情况，就像把剩下的一张团票退了，客服说只能退还导游、车费、用餐和保险等未发生的费用 40%。

吴女士称从 2021 年 8 月初申请，到 2021 年 9 月底还是没有退还到账，无限推脱。后来再细看平台的退订须知不能退全款的理由，简直就是霸王条款，严重侵犯消费者权益，购买套票还没报团并没有享受任何服务，酒店和景区门票等均

未发生实际费用。现吴女士要求全额退还自己应得余款，并在合法时间内到账。

【案例五】未享受到贵必赔服务维权后 账号却遭“去哪儿”封禁

10月17日，甘肃省的丁先生向“电诉宝”投诉称自己去哪儿会员等级达到三十一级钻石会员，去哪儿网给定机票用户给了一个贵必赔的享受权利。2021.4.8日到2021年4.26日连续在同家酒店甘肃兰州瑞云大酒店住宿十多天，由于之前订购了五趟飞机都享受贵必赔服务，这次也按照贵必赔赔付规则申请赔付，4.8号到四月二十五号之前都是按时按规则给双倍差价的赔付。直到二十六号订购了瑞云大酒店的豪华标间，311元，然后同样提供了铁友网的低价截图申请贵必赔，这次的房子所有信息都和之前十几天赔付的信息没有一点出入，但是去哪儿网给拒绝赔付。

丁先生称于是自己投诉到了网购平台，几天后有专员回复称赔付符合要求赔偿了自己，但是赔完后就把账号封看，下单失败，还说是手机系统问题，让换账号，使用其他人的身份下单都是正常的，用自己的身份就失败。丁先生要求恢复正常，维护消费者合法权益。

【案例六】“携程”机票退票扣除85%的手续费引不满

10月20日，天津市的李先生向“电诉宝”投诉称他于9月24日从携程下单定的9月25日22:20-00:50成都飞往天津的机票，之后事情变化想通过携程APP退票发现要扣85%的手续费，当日给携程打电话要求退票，表示可以接受扣除部分手续费，协商两日无果，对方称天津航空制定的规定72小时内订票后退票都要扣除85%。

李先生认为携程存在误导消费：1.携程网页版下单订票页初始无显示退改需要扣除85%相关费用说明，2.后尝试操作发现点击订票后有体现蓝色字体字体较小看不清，但凡乘客订票时初始无显示只会直接点击订票无暇顾及订票后出现的其小字说明，存在误导消费。3.携程页面制作从疫情风险区提醒、出行保障、核对订单信息都有弹窗需要操作才能进行下一步，订票协议也有弹窗但退改签没有明显直观的提示，需要勾选同意才能进行下一步。4.而且只提示说明中显示蓝色小字“退改¥363”并无其他，不明白这是退给消费者的还是扣的携程也没有明显

说明体现。

综上所述李先生表示能接受扣除部分费用，但不能接受扣除 85%费用，并且自己提出退票至飞机起飞仍有近 30 小时，携程可继续售卖，扣自己 85%的费用有点不合理。

【案例七】“联联周边游”被指“霸王条款” 今年排名全行业第一

10月23日，湖北省的陈先生向“电诉宝”反映称在联联周边游上买的118元的牛排套餐，在规定时间内所有周末根本预约不上，不能消费，也不能退全款。联系客服，说要扣20%手续费，陈先生表示这为霸王条款，又不是顾客不按规定时间消费，是根本预约不上，没法消费，没有道理扣手续费应该退全款。

陈先生称联联周边游这个商家很有问题，这种靠扣过期扣顾客手续费为利润的做法不是第一次了，没想到现在更过分直接设置消费障碍没法使用，再扣手续费。

【案例八】“BOSS直聘”店大欺人无缘无故封号

10月27日，上海市的吴女士向“电诉宝”反映称尽管自己并没违规近来BOSS直聘经常封号，前期还有理由（比如收费，虚假等等）。这次BOSS直聘封号没有任何理由，就显示违规，咨询多次就反馈公司招聘账号不予解封。吴女士表示自己公司严格遵循BOSS直聘要求，由于之前上家公司被封号了，自己和一位同事离职现在新入职了一家新的公司，刚注册进去不到一天充了会员，下午就被BOSS平台恶意封号，BOSS客服回复原因是因为上家公司被封号，自己和同事一起入职了下一家公司，BOSS直聘认为是同家公司关系，恶意强制把个人账号封禁。

吴女士表示第一时间联系了官方客服和做了申诉提交了相关资料都得不到解决，也在后台提交申诉资料，提前线下把相关截图和聊天记录提供给客服了，就是一直未有得到解决，每位审核客服回复的封号原因都是不一样的原因，最后查下来说是因为上一家公司。吴女士表示现在自己和同事都离职了，为什么不能入职新公司呢，请BOSS直聘给予正面解释并得到解决。

【案例九】“智行”被指擅自退客人机票且不肯退费

10月26日，江苏省的何女士向“电诉宝”反映称自己于10月24日晚9点，在手机智行App购买上海-南充(10月28日)，南充到上海(11月1日)往返机票。何女士当时过后看了下天气，应该飞机不会延误，何女士选择了退保(延误险)。何女士发现(10月25日)平台竟然擅自把何女士往返机票也全部退了。何女士联系智行客服电话，当时何女士还未把返回机票退订，在半小时后，何女士又收到返回机票退订短信。而且退票价格和实际购买价格相差1400多。何女士完全接受不了。

【案例十】“同程旅行”被指虚假促销 售后体验不佳

10月27日，上海市的王先生向“电诉宝”反映称自己于10月13日-10月15日在同程旅游订购了两个房间并买了取消宝，取消宝是在入住前24小时取消可以返回金额！王先生这边取消客服告诉王先生没通过 都半个月了也没有回复，王先生讲述取消没有任何的通知到我，打电话给客服，回复赔偿王先生100元现金券，王先生不接受，尚未答复！

五、在线教育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10月全国在线教育消费评级榜中一只小船教育获“建议下单”评级；51Talk、vipkid获“不予评级”。

2021年10月全国在线教育消费评级榜

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	一只船教育	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2	vipkid	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2	51Talk	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 $\in [0,0.4)$ ，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

在线教育领域，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，涉及大塘小鱼、有教不舍、51Talk、天普教育、轻轻教育、学慧网、沪江网校、环球网校、深海教育、众趣教育。

2021年10月在线教育十大经典投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
10月8日		被指套路深 打卡无法返现课程无法进入学习
10月11日		APP无法登录所有老师“玩失踪” 学员欲求退费
10月11日		家长反映双减出台前“51Talk”单方面修改服务协议
10月11日		课程无法正常观看“天普教育”玩失踪联系不上人
10月12日		疑似跑路 老师被移出工作群
10月12日		不过包退班虚假宣传 用户投诉诱导购买增值服务
10月19日		“双减”下“沪江网校”修改上课时间造不便 家长退款被为难
10月19日		被指保过班 临近考试微信被销售老师删除
10月26日		被指宣传与实际对接机构不一致 退费被无视
10月27日		被指让隐瞒在校学生身份进行贷款

图表编制：电诉宝 数据来源：315.100EC.CN

【案例一】“大塘小鱼”被指套路深 打卡无法返现课程无法进入学习

10月8日河南省的王女士向“电诉宝”投诉称她于2020年3月20日购买大塘小鱼北大妈妈图书包，不间断打卡3年返现6000元，并承诺可以终身学习。第一个月打卡20多天后，突然有一天打不了卡。反映给售后老师，老师说换手机试试，卸载后重新下载，换手机，各种操作，最后也没有打卡成功。然后就是推荐别人买课程才能补打卡，于是后面积极推荐，也没有成功，当时并没有意识到自己被套路了，后面也就没再想着6000元返现这回事了。

王女士称孩子有一搭没一搭的断断续续打卡学习，有时候学了好久也打不了卡。直到今年2021年7月底放暑假，因为疫情原因又来大塘小鱼APP上课，发现登录上去后，一直显示“加载中”，课程都打不开，客服售后电话都打不通。王女士表示现在APP用不了，大塘小鱼已经违反了承诺，自己的诉求就是尽快退还17734.21元的费用。

【案例二】“有教不舍”APP 无法登录所有老师“玩失踪” 学员欲求退费

10月11日，黑龙江省程先生向“电诉宝”反映称他于2021年1月12日，为太太报名参加了北京有教不舍教育科技有限公司的二级建造师学习班，并在支付宝上办理了花呗12期分期。原本4月份就可以报名参加考试，但因有教不舍的老师声称，因今年哈尔滨名额紧张，没办法报上，只能延后一年，参加第二年的考试。在最近想登录APP学习时，发现没办法登录，之前联系过的所有老师都没办法取得联系。程先生表示结合两次事件，怀疑北京有教不舍教育科技有限公司属欺诈行为，要求北京有教不舍教育科技有限公司退回学费3582元。

【案例三】家长反映双减出台前“51Talk”单方面修改服务协议

10月11日，河北省的刘先生向“电诉宝”反映称在2019年12月1日自己家孩子开始在51talk平台参加青少儿英语学习，后期在51talk营销人员不断的涨价营销宣传下，于2019年12月12日购买价值19512元的强化套餐课程，期间营销人员从未在付款前向自己全面展示服务协议内容，只说每月上够15节一对一菲教课程。

2021年9月18日该平台单方面发布周末及节假日停课通知，因孩子平常上课时间主要在周末，所以修改后孩子无法在周内完成平台要求次数课程，且规则修改后剩余的课次将无法上完，遂于9月23日向该平台客服提出退费申请。同时刘先生称发现平台对正在使用的服务协议在双减政策即将出台前的2021年6月22日都单方面进行了修改，且从未以任何方式向自己告知。在具体内容中平台增加不可抗力责任免除，协议修改权限等不合理内容，且协议乙方公司名称由原来的北京大生知行科技有限公司变更为深圳大生知行教育科技有限公司，向平台客服提出质疑，客服也未予明确答复。

刘先生表示在9月23日提出退款申请后，客服答复两日内订单专员会联系，可到现在一直没有乙方相关人员与自己联系，反复催促客服，也一直以业务员繁忙为借口拖延办理。

【案例四】课程无法正常观看 “天普教育”玩失踪联系不上人

10月11日，云南省的杨先生向“电诉宝”反映称他于2021年4月08日在京东天普在线旗舰店购买消防工程师培训课程，客服和其沟通后京东白条支付4000元，分10期。一开始培训课程及app都能观看，但是后来就一直登录不进去，课程也无法观看，杨先生一开始以为是网络问题就没上心，一直忙着毕业找工作，但是后来又登录的时候发现课程已经看不见了，客服电话也没人接听，公司电话也没人接听。杨先生发现自己被骗了，而且看到网上好多人都被天普教育欺诈了，杨先生表示自己的诉求是追回自己的钱。

【案例五】“轻轻教育”疑似跑路 老师被移出工作群

10月12日湖北省的朱先生向“电诉宝”反映称他于2021年6月30日在“轻轻教育”机构工作人员的诱导下支付13168元，说是囤课有优惠，直到今天才发现老师不上课了，说是已经有两个月没有发工资了，老师自己已经被公司除名了。

朱先生称在网上有好多像自己这种情况，既上不了课，也退不了款，不仅作为学生的家长受骗了，就连任课老师也是受害者。

同样，湖北省的周女士也向“电诉宝”反映称她于2021年3月份开始轻轻教育一对一多次购买课程，现在还有187课时没有上，但是由于双减政策，再加上轻轻教育的老师不断离职，于2021年9月23日于班主任提及退费，最后，班主任答应9月28日申请一笔15881.6元的130节课的退费。但是，两周来，机构利用各种理由不予，一会儿说主管没有批准，一会说需要三个月，一会儿说需要排队，总之不予办理退费，10月10日班主任已经离职，11日老师已经无法进入教学平台。

【案例六】“学慧网”不过包退班虚假宣传 用户投诉诱导购买增值服务

10月12日，福建省的赵先生向“电诉宝”反映称他于2021年4月在学慧网人员诱导下报考转本连读，缴费10800元，首次缴费1080元贷款期限一年，每月费用810元。

2021年7月又被推荐一个包拿毕业证的增值服务，叫不过包退班，缴费10000元，赵先生称后期发现他们属于虚假宣传，考试完全还是靠自己，根本就达不到

他们所说的包拿毕业证，就算考试考过去了也完全跟他这个服务没有一点关系，完全属于诱导消费者购买他们的培训服务以及增值服务，现在想退款都完全没办法，12315也打了根本解决不了。

【案例七】“双减”下“沪江网校”修改上课时间造不便 家长退款被为难

10月19日，山西省的刘女士向“电诉宝”反映称她于2020年12月14日购买沪江网校新麦教育1v1定制课程，上的是新概念联报课，花费20134元。2021年9月开始，国家双减政策不让周末和假期上课，于是他们开始改为周一到周五晚上上课。但是孩子进入初中后根本抽不出时间来上课，于是自己要求退课，但是沪江网校以不符合退课要求故意为难。

刘女士表示双减政策造成的变动，难道属于家长违约吗？难道退课不应该吗？刘女士对此怀疑沪江网校接下来的生存能力，她称如果这点费用都不给退，万一哪一天公司撑不下去，家长去哪找人？刘女士目前的诉求是把未上课的钱退还。

【案例八】“环球网校”被指保过班 临近考试微信被销售老师删除

10月19日，辽宁省的盛先生向“电诉宝”投诉称他于2021年4月，在北京环球网校售课老师的诱导下，购买了一级造价工程师和一级消防工程师一次性保过班课程，网校宣传承诺有内部输送班，可以跟着密训课程一次性保过，今年即可拿到证书，共计花费28600元（订单号1：2021042520084898246530；订单号2：2021040716310254957390）。

盛先生称临近考试，所有真相都浮出水面，承诺的保过课程没有，就连当初的销售老师也将自己微信删除了，人间蒸发，与环球网校多次协商退费无果。

【案例九】“深海教育”被指宣传与实际对接机构不一致 退费被无视

10月26日，青海省的冯女士向“电诉宝”反映称她于2021年6月26日在京东深海云教育专营店购买人力资源管理师中级HRM炼成班，出现退费难问题，侵害了消费权益。

冯女士表示自己的诉求是：1、深海教育通过抖音平台获取到自己的微信号，

通过各种夸大的宣传极力诱导购买了课程，在沟通过程中一直出示的公司资质证明都是北京深海教育的相关证件，购买到课程以后又成了济南的机构与自己对接，对此初次感受到了被欺骗。

2、自己是一名校外培训机构的负责人，于今年7月由于受到双减政策影响，学校出现了生死存亡的问题，届时（2021年8月6日）与深海教育工作人员提出了无暇顾及课程，希望退费的问题，对方拒绝了接听电话。（2021年8月21日）再次向深海教育工作人员提出退费问题，再次以霸王条款拒绝退款，（2021年10月24日）又一次提出退费，机构人员以转接售后为由就无视退费问题。

【案例十】“众趣教育”被指让隐瞒在校学生身份进行贷款

10月27日，河南省的李女士向“电诉宝”投诉称，2021年9月15日众趣教育苏苏老师一直很热情的介绍他们的机构有多好，学了之后会有多大收入，课程内容却没说清楚，李女士表示自己没有钱，他说他们那里有合作的平台可以先学后还，没和自己说是贷款平台，要李女士和那个贷款平台的说自己不是学生。

李女士称先办理的贷款，才给的合同，但是退课的什么事情和课程老师什么的都没有说清楚，给自己合同时名字已经在合同上了，相当于合同什么的都弄好了，现在要退课，他们就有答没理的。李女士表示他们合同上说老师随时解答，但是有时候一都不一定见到他们回答，还要自己支付四千多违约金，李女士询问诱导自己贷款这事怎么说，他们就一直避重就轻说合同，给他们客服打电话打了几几天都无人接听。

六、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者权益维护，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"/>
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>

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。

• 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 9 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11月2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)

(12年沉淀 10万+条数据覆盖 4000+平台) (我要投诉)

