

2023年Q1

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

案例来源： 电诉宝
网络消费纠纷调解平台

发布时间：2023年04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.....	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.....	6
（一）数字零售数据与十大典型案例.....	6
（二）数字生活数据与十大典型案例.....	18
（三）数字教育数据与十大典型案例.....	26
四、关于我们.....	34
（一）关于电诉宝.....	34
（二）关于网经社.....	36

一、报告摘要

2023 年一季度，春节假期带来一波消费热潮，况且随着疫情的好转，网络消费、线下餐饮、旅游消费等均有所回暖。尤其是在“2023 全国网上年货节”的带动下，实物商品网上零售额同比增长 14.5%。

不过，对于一年一度的“315”国际消费者权益日，政府部门、各地消保委都很重视。早在 1 月，中消协就发文确认 2023 年全国消协组织消费维权年主题为“提振消费信心”，紧接着便梳理出“2022 年十大消费维权舆情热点”和 2022 年受理投诉情况分析，提醒消费者注意网络购物领域出现的新老问题。在“315 晚会”中，假冒伪劣产品、电信和网络诈骗、互联网直播间乱象等现象被曝光。

不过，网络消费乱象远不止这些，还有一系列未被曝光的潜在问题，如退款问题，仍是消费者难以消解的“忧愁”。在此背景下，2023 年 4 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 年一季度受理的全国 161 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《2023 年 Q1 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**（主要集中在生鲜电商、二手电商）、**数字生活**（主要集中于生活服务电商、在线旅游）及**数字教育**、产业电商、金融科技、物流科技等领域。报告公布了 2023 年 Q1 网络消费投诉数据及《数字零售十大典型投诉案例》《数字生活十大典型投诉案例》和《数字教育十大典型投诉案例》。

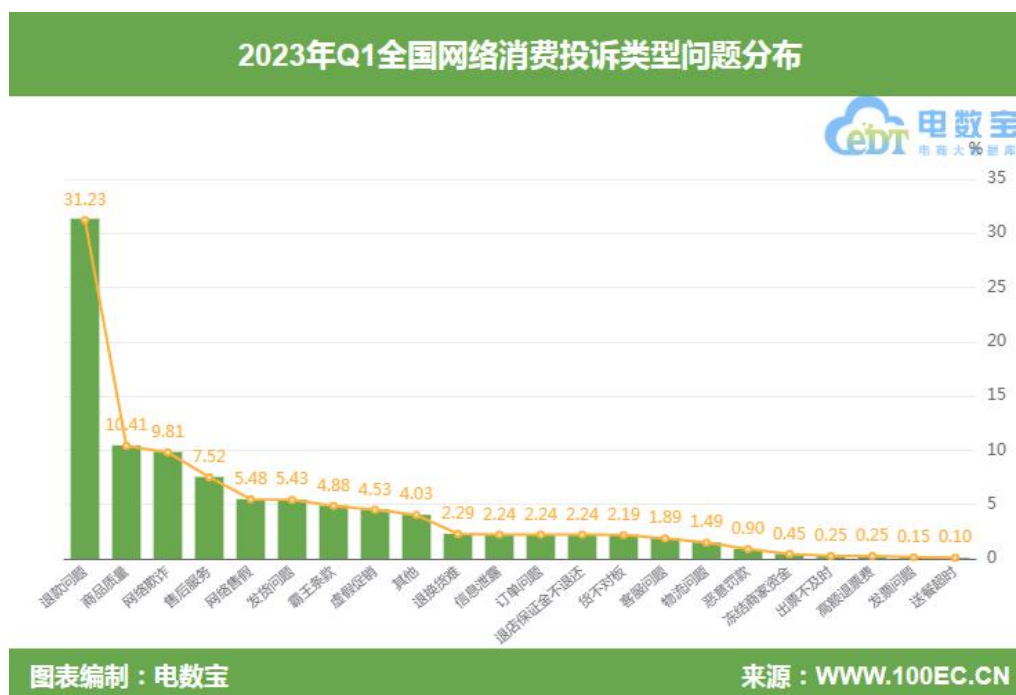
在报告公布的《2023 年 Q1 全国网络消费评级榜》中：获“**建议下单**”评级的有：红布林、途虎养车、找靓机、Keep、唯品会、苏宁易购、有赞、BOSS 直聘、帮考网；获“**谨慎下单**”评级的有：携程、飞猪、美团、抖音、去哪儿；获“**不建议下单**”评级的有：小红书、寺库、国美、分期乐、联联周边游、洋码头、学慧网、深海教育、一只船教育、开课吧；获“**不予评级**”的有：饿了么、大麦网、天猫国际、拍拍贷、淘宝、店宝宝、别样、交易猫、转转、天猫、闲鱼、智行、嗨学网、如程、尚德机构、孔夫子旧书网、腾讯课堂、快手、拍机堂、潭州

教育、阿里巴巴、大鹏教育、常青藤爸爸、中职通、兴为教育、淘特、中免日上、微店、二三良作、高教通。

二、整体数据

（一）投诉问题类型分布

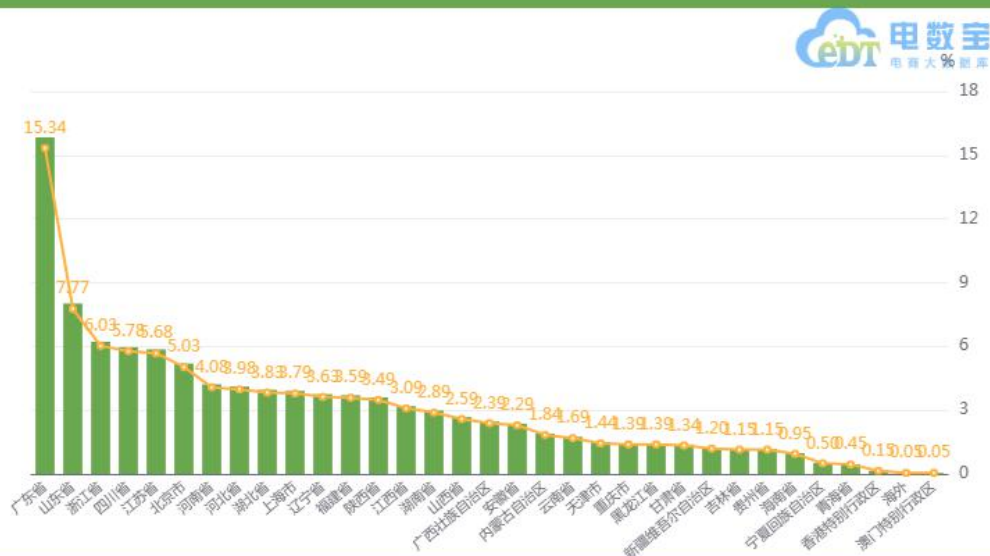
据“电诉宝”显示，2023年Q1全国网络消费投诉问题类型TOP10中，**退款问题**排在首位，占比达到**31.23%**，其余问题类型依次为：**商品质量**（10.41%）、**网络欺诈**（9.81%）、**售后服务**（7.52%）、**网络售假**（5.48%）、**发货问题**（5.43%）、**霸王条款**（4.88%）、**虚假促销**（4.53%）、**退换货难**（2.29%）、**信息泄露**（2.24%）。



（二）投诉地区分布

Q1“电诉宝”受理投诉用户聚集地区TOP10依次为广东省（15.34%）、山东省（7.77%）、浙江省（6.03%）、四川省（5.78%）、江苏省（5.68%）、北京市（5.03%）、河南省（4.08%）、河北省（3.98%）、湖北省（3.83%）、上海市（3.79%）。

2023年Q1全国网络消费投诉类型地区分布



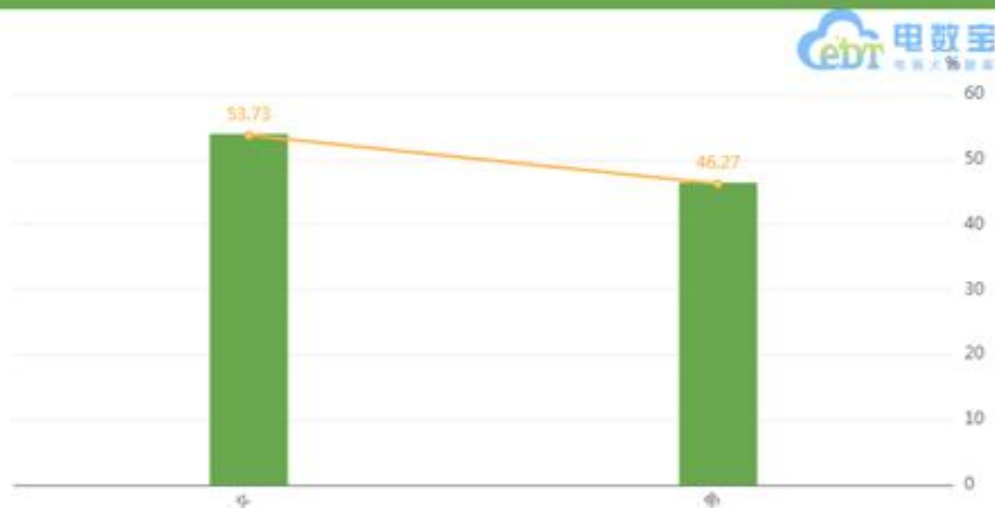
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

（三）投诉用户性别分布

据“电诉宝”显示，Q1 女性用户投诉比例为 53.73%，男性用户投诉比例为 46.27%。

2023年Q1全国网络消费投诉类型性别分布



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，Q1 投诉金额分布主要集中在 1000-5000 元（23.01%）、100-500 元（20.27%）、0-100 元（17.83%）、5000-10000 元（12.30%）、500-1000 元（10.36%）、10000 元以上（7.77%）、未选择金额（8.47%）。



三、评级数据与典型案例

（一）数字零售数据与十大典型案例

数字零售消费评级榜：

在 2023 年 Q1 全国数字零售评级榜中：获“**建议下单**”评级的有：红布林、途虎养车、找靓机、唯品会、苏宁易购、有赞；获“**谨慎下单**”评级的有：抖音；获“**不建议下单**”评级的有：小红书、寺库、国美；获“**不予评级**”的有：淘宝、店宝宝、交易猫、转转、天猫、闲鱼、孔夫子旧书网、快手、拍机堂、阿里巴巴、淘特、微店、二三良作。

2023年Q1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	红布林	100.00%	1.000	10.000	1.000	建议下单
2	途虎养车	100.00%	1.000	9.333	0.987	建议下单
3	找靓机	100.00%	0.875	10.000	0.962	建议下单
4	唯品会	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
4	苏宁易购	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
6	有赞	100.00%	0.942	2.000	0.843	建议下单
7	抖音	62.12%	0.370	8.000	0.582	谨慎下单
8	京东	57.94%	0.323	2.000	0.447	谨慎下单
9	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	寺库	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	店宝宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	国美	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	转转	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	天猫	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	孔夫子旧书网	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	拍机堂	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	阿里巴巴	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	淘特	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	微店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	二三良作	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 $\in [0, 0.4)$ ，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

数字零售上榜平台有 62 家：

其中，综合电商共 19 家，按投诉量排名依次为：淘宝、拼多多、京东、二三良作、苏宁易购、交易猫、天猫、国美、唯品会、淘特、阿里巴巴、当当、小年鱼、哔哩购、网易、美团电商、一条生活馆、金鹰购、万表网；


电诉宝
 网络消费纠纷调解平台

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](#)
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](#)
[农村电商](#)
[生鲜电商](#)
[奢侈品电商](#)
[汽车电商](#)
[母婴电商](#)
[二手电商](#)
[食品电商](#)
[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：
[2023 ▼](#)
[第一季度 ▼](#)

社交电商共 4 家，按投诉量排名依次为：小红书、萌推、爱库存 APP、一直娱；



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	综合电商	社交电商	社区团购	农村电商	生鲜电商
	奢侈品电商	汽车电商	母婴电商	二手电商	食品电商	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：	2023 ▼	第一季度 ▼				

1	小红书	2	萌推	3	爱库存APP	4	一直娱
---	-----	---	----	---	--------	---	-----

(以上为投诉量排行榜)

生鲜电商共 8 家，按投诉量排名依次为：盒马鲜生、美团优选、年丰大当家、Flowerplus 花加、本来生活、花礼网、叮咚买菜、朴朴超市；



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	综合电商	社交电商	社区团购	农村电商	生鲜电商
	奢侈品电商	汽车电商	母婴电商	二手电商	食品电商	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：	2023 ▼	第一季度 ▼				

1	盒马鲜生	2	美团优选	3	年丰大当家	4	Flowerplus花加
5	本来生活	6	花礼网	7	叮咚买菜	8	朴朴超市

(以上为投诉量排行榜)

二手电商共 7 家，按投诉量排名依次为：闲鱼、转转、红布林、拍机堂、找靓机、孔夫子旧书网、爱回收；



电诉宝
网络消费纠纷调解平台

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](#)

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 农村电商 生鲜电商

奢侈品电商 汽车电商 母婴电商 **二手电商** 食品电商 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： 2023 ▼ 第一季度 ▼

1 闲鱼	2 转转	3 红布林	4 拍机堂
5 找靓机	6 孔夫子旧书网	7 爱回收	

(以上为投诉量排行榜)

服装电商共 3 家，按投诉量排名依次为：百丽优购、搜款网、醒购商城；



电诉宝
网络消费纠纷调解平台

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](#)

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 农村电商 生鲜电商

奢侈品电商 汽车电商 母婴电商 二手电商 食品电商 **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： 2023 ▼ 第一季度 ▼

1 百丽优购	2 搜款网	3 醒购商城	
--------	-------	--------	--

(以上为投诉量排行榜)

品牌电商共 4 家，按投诉量排名依次为：小米商城、小米有品、华为商城、屈臣氏；


电诉宝
 网络消费纠纷调解平台

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](#)
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](#)
[农村电商](#)
[生鲜电商](#)
[奢侈品电商](#)
[汽车电商](#)
[母婴电商](#)
[二手电商](#)
[食品电商](#)
[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：
[2023](#)
[第一季度](#)

电商服务商共 6 家，按投诉量排名依次为：有赞、微店、店宝宝、一品威客、小鹅通、高汇通；


电诉宝
 网络消费纠纷调解平台

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](#)
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](#)
[农村电商](#)
[生鲜电商](#)
[奢侈品电商](#)
[汽车电商](#)
[母婴电商](#)
[二手电商](#)
[食品电商](#)
[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：
[2023](#)
[第一季度](#)

直播电商共 3 家，按投诉量排名依次为：抖音、快手、蘑菇街；



电诉宝
网络消费纠纷调解平台

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](#)

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 农村电商 生鲜电商

奢侈品电商 汽车电商 母婴电商 二手电商 食品电商 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：

2023 ▼ 第一季度 ▼

1 抖音 2 快手 3 蘑菇街

文玩电商共 3 家，按投诉量排名依次为：微拍堂、艺狐在线、玩物得志。



电诉宝
网络消费纠纷调解平台

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](#)

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 农村电商 生鲜电商

奢侈品电商 汽车电商 母婴电商 二手电商 食品电商 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：

2023 ▼ 第一季度 ▼

1 微拍堂 2 艺狐在线 3 玩物得志

此外，寺库、途虎养车、孩子王、杂志网、瓜子二手车等也在投诉榜之中。

在数字零售领域，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，涉及叮咚买菜、红布林、哔哩购、微拍堂、小红书、拍机堂、转转、美团优选、盒马鲜生、朴朴超市。

2023年Q1数字零售十大典型投诉案例		
投诉时间	投诉平台	投诉案例
1月2日	叮咚买菜	“叮咚买菜”被指配送超时严重 用户要求赔付75%订单金额
1月28日	红布林	情况属实不退款？“红布林” 被指出售商品与描述不符客服前后说法不一
1月29日	哔哩购	两次出现质量问题 “哔哩购”竟让消费者自行联系生产商处理？
2月15日	微拍堂	“微拍堂”被指强盗强取？ 恶意扣款不告知具体原因
2月20日	小红书	“小红书”平台售卖假货？ 用户维权反遭商家辱骂和拉黑
2月21日	拍机堂	“拍机堂”被指欺骗买家 部件缺失却被验为正常手机
3月5日	转转	由于用户操作失误导致财物两空？ “转转”表示平台无法介入
3月12日	美团优选	霸王条款？“美团优选” 被指坐视不管不顾消费者权益
3月15日	盒马鲜生	用户投诉“盒马鲜生” 配送不及时客服不予回应
3月16日	朴朴超市	强哥都不敢卖死鱼！ “朴朴超市”被指死鱼当活鱼卖客服推卸责任
图表编制：电诉宝		数据来源：315.100EC.CN

【案例一】“叮咚买菜”被指配送超时严重 用户要求赔付 75%订单金额

1月2日，浙江省的蔡女士向“电诉宝”投诉称，其于2023年1月2日17:32:37在叮咚买菜购买总计142.97元的商品，订单显示预计送达时间是1月2日18:00-19:00，结果超时半个多小时还未送达，期间蔡女士联系叮咚买菜，客服不作响应，显示排队中，在等待了18分钟后才联系到客服人员。

蔡女士称，客服人员并未给到实际解决方案，且因骑手正在配送中并无退款

选项，最后在超时 35 分钟后，也就是下单后两个多小时才予以送达。蔡女士请求叮咚买菜给予超时半个多小时订单金额 75%的赔付，并说明超时原因。

【案例二】情况属实不退款？“红布林”被指出售商品与描述不符 客服前后说法不一

1 月 28 日，湖北省游女士向“电诉宝”投诉称自己于 1 月 15 日在红布林上购入一款菲拉格慕的包，包收到后和页面描述不符，五金扣那块有中度或重度程度的磨损，这点是官方客服都承认的，并且承诺在收到自己售后件并核实后属实就会退款，这块与主页描述的轻微不符，最严重的瑕疵位置，页面却没有拍图出来，也没有做任何文字说明，官方客服明确表示，这种情况属于与页面描述不符，符合退款要求，在收到我的寄回件核实后就会处理退款。

可收到游女士的售后件后，商家却给自己打电话说不给退款，并扯一堆不相关，非常牵强的理由来搪塞，当初承诺的好好的，只要情况属实就办理退款，期间自己也反复和客服确认，客服表明这种情况是会给自己退款的，收到我的售后件后，核实情况属实，却又不给退款，和寄回前的说辞完全不一样，完全就是诈骗行为。

根据《中华人民共和国消费者权益保护法》，自己买到的不符合商品描述的商品，并且在收货当时就发起退货，没有使用，没有摘吊牌，并不影响商品二次销售；平台无理拒绝退货，否则就是侵害消费者权益。本人的诉求是，办理退款，支付费用+平台承诺自己的寄回运费一共是 4395.5 元，马上处理退款。

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。

【案例三】两次出现质量问题 “哔哩购”竟让消费者自行联系生产商处理？

1 月 29 日，吉林省张先生向“电诉宝”投诉称，其于 2022 年 12 月 20 号在哔哩

哩哔哩的购物平台“会员购”购买的“AEPX 战舰少女 R 萨拉托加 宵之花 Ver. 手办 附特典”手办。到货开箱检查发现头饰断件，张先生申请了售后换新。按照售后要求上传开箱视频和问题照片，直到 2023 年 1 月 8 号审核才通过。张先生将手办回寄给购物平台，2023 年 1 月 21 号，对方才将新的手办邮寄过来。

经过开箱检查，张先生发现手办依然有问题，在同一个位置依然是断件状态，以及手办的高跟鞋鞋跟也是歪的，于是张先生再次申请售后换新。这次平台却回复说让他自行联系生产商售后，不同意换新。张先生表示不接受，于是申请退款退货。“会员购”平台依然拒绝，称需要生厂商那边进行鉴定，还让他联系生厂商。张先生不同意，为什么第一次出现问题就给换货，第二次就不行。明明是商品有问题，对方却不同意换货，不同意退款，还让他自己联系生产商，张先生对此感到疑惑。

【案例四】“微拍堂”被指强盗强取？恶意扣款不告知具体原因

2 月 15 日，辽宁省周先生向“电诉宝”投诉称他于 2022 年 10 月 28 日入驻微拍堂售卖商品，陆续交了 5000 元店铺保证金，用于出售商品。2023 年 2 月 15 日系统提示因为违规，扣除 1000 元保证金，周先生称他不知道为什么扣，并且很长时间也没在微拍堂卖出东西。他询问客服也不知道扣款的具体原因，说是系统判断。

周先生表示微拍堂拿不证据，也没有告知具体什么问题就恶意扣除商家的店铺保证金，这种行为如同强盗强取豪夺一般。周先生说，他之前听别的商家说过微拍堂会无故扣除保证金，今日算是领教了。周先生表示客服说什么引流销售，真让他费解，并没有说服力。周先生的诉求是需要微拍堂退还扣除他的保证金。如果不是恶意扣除，如果真有问题可以先进行警告处理，在没有告知的情况下直接扣款，让人觉得就是恶意克扣商家的钱财，如同抢钱。

【案例五】小红书平台售卖假货？用户维权反遭商家辱骂和拉黑

2月20日贵州省的张女士向“电诉宝”投诉称，她于2月8日在小红书平台购买了128元的大牌香水分装，店铺为柚子香香的店，小红书名称为柚子香香。张女士表示13日到14日一直实锤卖家，卖家提供不出正品购买记录凭证。张女士维权被骂还被拉黑，投诉小红书平台也没用。张女士的诉求是要求其退款处理，假一赔三，退货运费到付。

张女士称共计三单，现已退2单，还有一单不给退，整些幺蛾子就是不想退钱。张女士已经有实际对比图片，权威香水者都鉴定为假，其中一款香水她有正装，跟她手中正品不一致，卖家的香水一股廉价工业味道，真正懂香的一闻便知。张女士表示只想退钱，哪知道卖家还搞这些，要不是平台纵容这些人不会那么嚣张。

【案例六】“拍机堂”被指欺骗买家 部件缺失却被验为正常手机

2月21日，广东省廖先生向“电诉宝”投诉称，其于2023年2月19日在拍机堂购买一部苹果XR手机，根据验机报告显示，前摄像头正常、面容正常、后摄相头正常。廖先生收到商品发现这些均是虚假信息，欺骗买家，（因为前后摄像头都已被拆除）。随后廖先生找客服处理，售后根据平台要求提交了相关信息，售后服务人员给出的答复是以注明主板维修为由驳回买家的诉求，对于手机缺少配件导致功能不正常只字未提。廖先生希望有关部门能让消费者的利益有所保障。

【案例七】由于用户操作失误导致财物两空？“转转”表示平台无法介入

3月5日，湖南省刘女士向“电诉宝”投诉称，她本人于2023年2月28日在转转平台上购买了一台二手机，拍摄开箱视频并上传后误点了“确认收货”。刘女士后发现存在严重的商品与实物不符问题，遂上报平台，但平台说由于确认收货后无法介入。刘女士表示询问其他投诉平台同样是这样说。刘女士称为了维护她作为一名消费者的权益，特来投诉。

刘女士表示其代表的不仅是她个人的权益，是整个消费者群体的权益。由于误点确认收货后导致财产、物品两空，商家被禁号，无法退款，她表示难道其他确认收货后发现产品质量问题的消费者就只能无能为力吗？

【案例八】霸王条款？“美团优选”被指坐视不管 不顾消费者权益

3月12日，河南省的董女士向“电诉宝”投诉称，其于22年12月25号通过美团优选购买的地道肠黑胡椒味肠里出现异物，董女士当天晚上联系美团优选客服，客服让厂家联系她，和厂家加上微信后，对方让董女士把图片发过去，厂家称其是杂质，但董女士觉得商品里面出现的是明显的异物，赔付一般是十倍赔偿，董女士要求赔偿1000元，而厂家称最多反馈200元，董女士表示不接受，但之后再也没有下文。

董女士认为，作为消费者，发现食品存在异物，不符合食品安全标准，根据食品安全法，她可以向生产者或者经营者提出赔偿，增加赔偿金额不足1千元为1千元。但到目前为止，平台一直在推卸责任，董女士作为消费者在平台购买的商品出现问题了，却让她自己找供货商，平台仅表示最多只能协调。

直到现在，董女士没有收到厂家或者供货商的一个道歉，反而态度冰冷，厂家提出的方案她不同意，就没有下文了。董女士表示，出了问题后平台和厂家不管她的消费者权益，不同意他们的条件对方就不再管了，这不明摆着霸王条款吗？

【案例九】用户投诉“盒马鲜生”配送不及时 客服不予回应

3月15日，余先生向“电诉宝”投诉称，其本人于3月8日晚上在盒马鲜生购买晚餐，其中商品之一牛排到目前为止仍未发货。余先生询问客服，客服回复也给不到发货具体时间。余先生表示盒马作为承诺当日达的配送平台，却货物配送超时，这明显涉嫌欺诈消费者。

【案例十】强哥都不敢卖死鱼！“朴朴超市”被指死鱼当活鱼卖 客服推卸责任

3月16日，广东省的黄先生向“电诉宝”投诉称，他于2023年3月13日在朴朴超市购买鲜活大头鱼一条，出现购买鲜活的鱼送过来却是死了很久发臭的鱼，侵害了黄先生作为客户正常消费应有的食品安全权益。黄先生的述求是朴朴超市提供宰杀监控，并且退一赔三！

黄先生表示商品肉眼可见的不新鲜，且鱼肉发硬，散发出放置了很久的腐蚀的臭味，和新鲜宰杀的鱼完全不一样，且表面没有鱼鳞刮打痕迹，鱼头附近开始腐烂变质，鱼头上角质层已经脱落。黄先生称商品严重变质，朴朴平台欺诈消费者！并且反馈客服，客服推卸责任不作为，不处理。

（二）数字生活数据与十大典型案例

数字生活消费评级榜：

在2023年Q1全国数字生活评级榜中：获“**建议下单**”评级的有：BOSS直聘；获“**谨慎下单**”评级的有：携程、飞猪、美团、去哪儿；获“**不建议下单**”评级的有：联联周边游；获“**不予评级**”的有：饿了么、大麦网、智行、如程。

2023年Q1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%	0.856	2.000	0.817	建议下单
2	携程	85.71%	0.800	0.000	0.669	谨慎下单
3	飞猪	83.33%	0.589	2.000	0.653	谨慎下单
4	美团	92.00%	0.216	2.000	0.585	谨慎下单
5	去哪儿	72.73%	0.691	0.000	0.571	谨慎下单
6	饿了么	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
6	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
6	联联周边游	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
6	智行	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
6	如程	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 27 家：

其中，在线旅游共 13 家，按投诉量排名依次为：飞猪、联联周边游、智行、去哪儿、如程、携程、走着瞧旅行、侠侣亲子游、旅划算、途家、马蜂窝、驴妈妈、骑驴游、彩贝壳；



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
家政服务 美业服务 共享经济 互联网家装 在线婚恋交友 互联网维修
- 筛选： 2023 第一季度

1 飞猪	2 联联周边游	3 去哪儿	4 如程
5 携程	6 走着瞧旅行	7 侠侣亲子游	8 旅划算
9 途家	10 马蜂窝	11 驴妈妈	12 骑驴游
13 彩贝壳			

(以上为投诉量排行榜)

在线票务共4家，按投诉量排名依次为：大麦网、票牛、猫眼电影、大河票务网；



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
家政服务 美业服务 共享经济 互联网家装 在线婚恋交友 互联网维修
- 筛选： 2023 第一季度

1 大麦网	2 票牛	3 猫眼电影	4 大河票务网
-------	------	--------	---------

(以上为投诉量排行榜)

餐饮外卖共 3 家，按投诉量排名依次为：美团、饿了么、京东到家。

**电诉宝**
网络消费纠纷调解平台

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：

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

家政服务 美业服务 共享经济 互联网家装 在线婚恋交友 互联网维修

筛选：

2023 第一季度

1 美团

2 饿了么

3 京东到家

(以上为投诉量排行榜)

此外，BOSS 直聘、万师傅、58 同城、58 到家、鲁班到家、动因体育、高德也在投诉榜中。

在数字生活领域，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 BOSS 直聘、彩贝壳、大麦网、侠侣亲子游、联联周边游、58 到家、万师傅、走着瞧旅行、如程、keep。

2023年Q1数字生活十大典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
1月6日	BOSS直聘	穿越回古代？ “BOSS直聘”被指店大欺客搞“连坐”
1月14日	彩贝壳	购买“彩贝壳”虚拟币 后却无法购买？用户申请退币遭拒
1月17日	大麦网	演出票不可退？用户投诉“大麦网” 退票日期距演出达2周不适用七日无理由退换
1月31日	侠侣亲子游	“侠侣亲子游”被指扣押财物客服态度恶劣
2月1日	联联周边游	“随心购”无退款选项 用户反映无法联系到“联联周边游”平台
3月2日	58到家	没匹配合适也收匹配费？ “58到家”被指态度强硬
3月10日	万师傅	“万师傅”被指独裁平台师傅被恶意罚款？
3月15日	走着瞧旅行	未消费订单 “走着瞧旅行”退费仅退40%引不满
3月29日	如程	记录全清空了？“如程”被指无法退还押金
3月30日	Keep	“Keep”被指快递问题 处理两月仍无结果消费者要求赔偿损失

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】穿越回古代？“BOSS 直聘”被指店大欺客搞“连坐”

1月6日，广东省的刘女士向“电诉宝”反映称自己公司一直合法招聘两年多了突然被封号了，理由是和与违规帐号有关联，打了多次电话问客服违规帐号与违规原因是什么，客服只就说涉及隐私。

刘女士表示既然被封号了，就给一个莫须有的理由，还不能知道具体什么情况，再说其它帐号违规了，和自己这个帐号有啥关系？还搞连坐制？这是回到古代了吗？每个法律主体都有各自营业范畴，承担不同的业务，也正常给国家缴纳税款，没有违规，boss 做法就是一封了之。

刘女士称如果 Boss 直聘这样解决问题，是不是可以理解为，只要是自己开

的公司就不能使用 Boss 直聘，Boss 直聘霸王条款，解决问题简单粗暴，店大欺客。

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，“BOSS 直聘”工作人员回复：您好，收到您的反馈，小编已帮您反馈相关工作人员跟进，稍后相关工作人员将为您致电，请您保持手机畅通哦，希望帮助您解决问题。感谢您的理解与支持。

【案例二】购买“彩贝壳”虚拟币后却无法购买？用户申请退币遭拒

1 月 14 日，上海市的陆女士向“电诉宝”投诉称其于 1 月 5 日在彩贝壳看到魔都矩阵用 6 个彩贝壳可以购买门票，于是陆女士购买了 6 个彩贝壳，花了 60 元人民币，等她想购买门票的时候，却发现实际根本没有门票，无法购买，显示一直缺货，导致她的 6 个贝壳虚拟币无法使用。

陆女士找客服，客服说购买的贝壳无法退回人民币，不给解决，陆女士找他购买票，也石沉大海。陆女士表示，请问这是什么霸王条款？至今仍挂着 6 个贝壳可购买门票的链接，实际上无法购买，退也不给退，买也不能帮忙买。

【案例三】演出票不可退？用户投诉“大麦网”退票日期距演出达 2 周 不适用七日无理由退换

1 月 17 日，上海市程女士向“电诉宝”投诉称自己于 2023 年 1 月 13 日在大麦网 APP 网购 2 张音乐会电子门票，演出时间分别为 1 月 25 日和 1 月 26 日，大概 2 周后。购买后一天内，即 2023 年 1 月 14 日，本人与大麦网沟通退货事宜，大麦网客服给出的答复是基于演出票品特殊性和实效性不予退货。服务提供方认为，演出票品服务不同于可循环销售的普通商品，不适用于七天无理由退换，根据演出票购买协议此演出不支持退票。

对此本人认为：1、服务提供方主张的特殊性不成立：该产品非消法或七日无理由暂行办法等法律法规规定的不适用七日无理由退货规定的商品；2、服务

提供方主张的时效性不成立：演出是分别是 1 月 25 日和 1 月 26 日，距提交退票请求还有 2 周的时间；3、春节前退返全部票款。

【案例四】“侠侣亲子游”被指扣押财物 客服态度恶劣

1 月 31 日，上海市的匡先生向“电诉宝”投诉称其于 2023 年 1 月 30 日购买 799 元迪士尼团队票，后来计划不去了，申请了退款，但是匡先生家人要求继续前去，于是寻找到客服，寻求取消退款申请。

侠侣亲子游网站客服反馈无法取消，要匡先生再买一份，并称退款会很快到账，没有任何影响。匡先生在客服的引导下进行了购买，并且客服告诉他可以申请其他服务，也未说明需要额外付款，购买的新账单，之后匡先生额外付款了伍佰贰拾元，但是之前的订单却迟迟不肯退款，于是匡先生找到客服，客服告知需要 15 日才能退款。匡先生表示，侠侣亲子网扣押其财物并且客服态度恶劣，对他进行威胁，侵害了他的合法公民权益，他的诉求是要求立即退款。

【案例五】“随心购”无退款选项 用户反映无法联系到“联联周边游”平台

2 月 1 日，湖北省的贺女士向“电诉宝”反映称其于 2023 年 1 月 31 日在联联周边游团购了 5 张足浴票，有效期至 2 月 28 日，尚未核销使用。贺女士称，购票前显示“随心购”，告知消费者有效期内未核销可退款。但购票后，自己想退款，却根本没有退款选项。客服几天都没人回复，人工客服更是无人接听。

【案例六】没匹配合适也收匹配费？“58 到家”被指态度强硬

3 月 2 日，云南省的陈先生向“电诉宝”投诉称其在 58 到家，找了一个钟点保姆，签了三个月的合同，包括交了三个月的服务费。上门服务了一段时间后，陈先生觉得保姆不是很好，做事前不沟通，习惯性提前离开，饭菜做的一般，就打算取消。

但退款时，平台方不予退首次匹配费 900。陈先生认为，首次匹配服务应该是匹配合适才算服务到位了，而这样子上门一位就匹配完成，是不合理收费。陈先生要求退还 500 的首次匹配费，多次联系客服，但对方态度强硬。

【案例七】“万师傅”被指独裁 平台师傅被恶意罚款？

3 月 10 日，广东省的张先生向“电诉宝”投诉称其于 2023 年 3 月 2 日在万师傅师傅版中报价一个橱柜订单，于中午接到派单电话，正常沟通，只是有价格问题。张先生说明缘由，派单员首先提出取消订单，并未涉及讨价还价，拒绝服务。张先生称，因为当时在忙，没有及时同意取消订单，派单员第 2 次打电话给张先生，叫他同意取消订单，张先生立马同意了。

然而，没有半个小时张先生就接到投诉电话，之后还接到万师傅投诉处理电话。张先生表示深知报价平台有平台规则，但是已经受理了，是不是应该公平公正合理的去处理问题？给出的结果是：扣 20 分，罚 300 块钱。

张先生表示要跟客户沟通一下，平台表示不行，还威胁张先生说要不要在万师傅上继续接单？张先生严重怀疑万师傅的做法是不是在恶意罚款？张先生表示，这些问题已经显而易见的是很严重的违规行为，就算张先生作为师傅错了，也应该要有纠正机会吧。张先生声明没有跟客户讨价还价，沟通情况很正常，为什么万师傅不给出仲裁，而是改成了独裁？

【案例八】未消费订单 “走着瞧旅行”退费仅退 40%引不满

3 月 15 日，重庆市的徐女士向“电诉宝”投诉称其于 2021 年 10 月 21 日在走着瞧买了 2 张旅游卡，卡片是兑换形式，出行前和走着瞧预约时间即可。因为疫情原因，一直没能去成。今年又特别忙，没有时间出行，遂决定向平台申请退款。

平台以购买旅游卡即锁定了特价酒店名额为理由，只退款 40%。徐女士表示不能接受这个理由，因为是兑换卡，没出行前压根不会占据所谓的酒店特惠资源；因为个人原因没法出行，能接受扣除部分手续费，退 1000 就好。

【案例九】记录全清空了？“如程”被指无法退还押金

3月29日，福建省王女士向“电诉宝”反映称其在2020年买了两张如程畅享会员，于2022年1月入住如程的酒店民宿后，有几次入住押金6000多未退还，现在小程序已查不到账号及相关记录。王女士称，平台承诺三个工作日退款，去年4月陆续退押金，但联系客服一直得不到回应，去年年初无法退还押金，王女士就根据平台提示兑换了部分房券，但现在平台小程序已无法登录，合作的民宿都已下线，房券记录因为无法登录程序而丢失。

【案例十】“Keep”被指快递问题处理两月仍无结果 消费者要求赔偿损失

3月30日，广东省何先生向“电诉宝”反映称其于2022年12月4日在keep平台购买keep活动奖牌，出现没有收到快递的情况，事后何先生已经联系过客服，等快递问题处理的结果已经等了2个月。快递店统一回复都是让何先生等电话信息，联系客服也没有主动落实提供的线上反馈帮助，在何先生不知情的情况下快递自动被退回，并且也没有原路退款。

何先生认为这侵害了欺诈消费者权益，他的诉求是商家立刻赔偿损失，退还款项，并立即发货。何先生称，《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十五条，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3倍。

（三）数字教育数据与十大典型案例

数字教育消费评级榜：

在2023年Q1全国数字教育评级榜中：获“建议下单”评级的有：帮考网；

获“不建议下单”评级的有：学慧网、深海教育、一只船教育、开课吧；获“不予评级”的有：嗨学网、尚德机构、腾讯课堂、潭州教育、大鹏教育、常青藤爸爸、中职通、兴为教育、高教通。

2023年Q1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%	0.682	2.000	0.765	建议下单
2	嗨学网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2	尚德机构	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2	腾讯课堂	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2	潭州教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2	学慧网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2	深海教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2	大鹏教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2	常青藤爸爸	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
2	中职通	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2	兴为教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2	开课吧	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2	高教通	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 39 家：

投诉量 TOP10 依次为：学慧网、帮考网、大鹏教育、开课吧、兴为教育、高

教通、深海教育、潭州教育、一只船教育、中职通；

排在第 11-20 名的是：腾讯课堂、尚德机构、常青藤爸爸、嗨学网、有道精品课、对啊网、十方教育、恒企教育、河小象、聚师网；

排在第 21-39 名的是：中安建培、高顿教育、芸学教育、赛优教育、小叶子陪练、掌门 1 对 1、中公教育、51Talk、神州国开教育、育尚未来教育、鸿博教育、思鸿网校、平安好学、轻轻教育、天普教育、众趣教育、升学教育、大塘小鱼。



电诉宝
网络消费纠纷调解平台

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 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：

2023 第一季度

1 学慧网	2 帮考网	3 大鹏教育	4 开课吧
5 兴为教育	6 高教通	7 深海教育	8 潭州教育
9 一只船教育	10 中职通	11 腾讯课堂	12 尚德机构
13 常青藤爸爸	14 嗨学网	15 有道精品课	16 对啊网
17 十方教育	18 恒企教育	19 河小象APP	20 聚师网
21 中安建培	22 高顿教育	23 芸学教育	24 赛优教育
25 小叶子陪练	26 掌门1对1	27 中公教育	28 51Talk
29 神州国开教育	30 环球网校	31 育尚未来教育	32 鸿博教育
33 思鸿网校	34 平安好学	35 轻轻教育	36 天普教育
37 众趣教育	38 升学教育	39 大塘小鱼	

(以上为投诉量排行榜)

数字教育领域，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，涉及有道精品课、尚德机构、学慧网、芸学教育、兴为教育、开课吧、高教通、大鹏教育、赛优教育、一只船教育。

2023年Q1数字教育十大典型投诉案例		
投诉时间	投诉平台	投诉案例
1月11日	有道精品课	“有道精品课”全程无忧购？ 用户反映前后说法南辕北辙
1月27日	尚德机构	推销保障班？用户投诉 “尚德机构”工作人员推卸责任申请退费被拒
1月28日	学慧网	网络问题？“学慧网” 被指PC端网站“消失”负责老师无回应
1月30日	芸学教育	“芸学教育”失联？ 用户称班主任一直以疫情为由拖延考试
2月1日	兴为教育	清空所有朋友圈？ “兴为教育”被指老师失联客服态度恶劣
2月27日	开课吧	“开课吧”被指频繁更换老师 用户要求退费以公司困难为由予以拒绝
3月13日	高教通	学员反映身患重病 无法学习考试“高教通”却不予退款
3月20日	大鹏教育	用户投诉“大鹏教育” 存霸王条款虚假宣传引导他人贷款报名
3月22日	赛优教育	“赛优教育”被指恶意欺诈 消费者下架课程屏蔽用户号码
3月24日	一只船教育	用户投诉“一只船教育” 以挂靠费做诱导制造报名假象侵犯用户权益
图表编制：电诉宝		数据来源：315.100EC.CN

【案例一】“有道精品课”全程无忧购？用户反映前后说法南辕北辙

1月11日，辽宁省的姜女士向“电诉宝”投诉称其在网易有道精品APP通过免费课程宣讲了解到，开课前可全额退款，即使开课只需扣除相应费用即可，全程无忧购课，在销售老师电话微信推荐下，分别于2022年11月5日和2022年12月9日购买了价值2799元、2199元、1499元及1499元四门课程。

姜女士表示，现在由于时间问题，留下两门，退两门，可销售人员推脱不能，客服更是找各种理由，与当初公开课老师说的南辕北辙。还有APP的自动退费

功能形同虚设，说是可自助退费的，可只要一操作竟然连接到客服小助手机器人，根本无法操作，这不就是虚假条款吗？姜女士称多次沟通无果，现在只想尽快退回两科的费用 2799+2199 元，并能让更多家长看到有道的退费之路。

【案例二】推销保障班？用户投诉“尚德机构”工作人员推卸责任 申请退费被拒

1 月 27 日，广东省邱先生向“电诉宝”投诉称自己于 2015 年在尚德支付了首次保障班费用 3000 多元，剩余费用可以等拿到毕业证后再结清剩余的款项。当时由于工作原因只上了几节课之后一直没有去上，期间也有跟他们联系要退费，被他们拒绝了。之后陆陆续续又有他们工作人员打电话过来跟自己推销其他的什么学校的保障班，又想让邱先生再交钱。

邱先生期间再次跟他们索要之前的报班的退费，他们以要什么去联系他们北京那里的什么人员，说了一大堆就是推卸不肯退费，邱先生看到退费机会渺茫再加上工作比较忙，一直没有去管这件事，刚好今天看到了有这个平台，好多人也都是跟我有同样的情况，借这个平台再次曝光尚德机构他们的套路。

【案例三】网络问题？“学慧网”被指 PC 端网站“消失” 负责老师无回应

1 月 28 日，吉林省魏女士向“电诉宝”投诉称自己的“学慧网”软件打不开，上不了课。联系老师都没有回应，期间一对一的老师的微信号被不停转移，2022 年 11 月 23 日与老师还能沟通，到 2023 年 1 月份，老师也没有回应了，PC 端的网站也已经找不到了。

魏女士表示，最开始是在吉林省白山市的政府公众号上看到了专升本相关信息，觉得可信度比较高，就在 2022 年 6 月份找到客服联系到了该学习平台，在平台的催促下，当晚就交了钱，后续也有相关课件与学习资料、习题等。

期间客服一直在变动，导致最开始的聊天记录消失。在今年春节之后，自己就一直没能打开客户端，软件一直告知网络问题，试过很多种网络连接方法，但

是都是无法进入，随即联系了负责自己的班主任老师，但是老师并没有回复，截止1月28日，一直都没有回复。

【案例四】“芸学教育”失联？用户称班主任一直以疫情为由拖延考试

1月30日，陕西省张女士向“电诉宝”投诉称其于2019年11月11日通过微信支付在北京芸学教育机构支付健康管理师培训费2480元，2019年12月19日支付报名费850元，合计3330元。现在出现芸学班主任失联的情况，张女士称不知道找谁来维护她的权益。张女士询问芸学班主任考试时间，班主任一直以疫情借口拖延，说“现在疫情严重，还没开放，考不了试”，再后来就联系不上了，而其微信朋友圈早就停更了，微信公众号也暂停于2020年。张女士的诉求是希望北京芸学教育机构能把3330元钱退还给她。

【案例五】清空所有朋友圈？“兴为教育”被指老师失联 客服态度恶劣

2月1日，山东省吕女士向“电诉宝”投诉称自己于2022年11月3日在兴为网校花费19800元报考了药师高效无忧班，后申请退款。现在半个月过去，客服态度恶劣，班主任老师联系不上，并且清空所有朋友圈，更改了在兴为教育APP里所签合约的价格，所有老师都无法联系，承诺给的售后也并没有联系自己。

找到当时的招生老师，询问原因也不回复了，借口就是有的老师请假了。从出成绩到现在半个月过去，一直没上班，出成绩前基本随时都在。包括考完试后也都可以联系上，除了成绩后就找不到任何人了。

【案例六】“开课吧”被指频繁更换老师 用户要求退费以公司困难为由予以拒绝

2月27日，湖北省的张女士向“电诉宝”投诉称，她于2022年10月14日在北京开课吧科技有限公司报名管理类联考名校笔试权益班（领跑计划）班 学费

13620 元。张女士称该机构虚假宣传，违规经营，不具有授课资质，超范围经营。张女士表示前期宣传的老师课程讲的很好，于是她就报名了，交款前机构老师诱导她可以分期购买课程，但报名后老师就不是当时的老师，之前承诺是名师世勋老师的关门弟子，有任何讲课可以有问题随时提问，前期老师还会每周发送要练习的题，后来只服务了两个月就一直换老师，再后来世勋老师也联系不上了，上了几节课就一直换老师，建了一个群说可以解答学习问题，然后就解答了一个问题，再问问题就没有回答了

张女士说现在因为机构内部原因关闭了，现在机构的老师都联系不上了，机构的老师也是频繁的更换。因此她提出退费，该机构一直不予理会，信息不回，电话不接，机构一直不予退费。直至 2 月份联系老师，老师以公司困难为由，拒绝退费。后又直接关闭录播课程，导致无法学习，费用也没退款。

【案例七】学员反映身患重病无法学习考试 “高教通”却不予退款

3 月 13 日，甘肃省的马女士向“电诉宝”投诉称其因得了重疾导致不能学习考试工作，报名几个月后做了开颅手术，现在正在恢复期，因为身体原因被上班地点辞退，现在不能上班，更不能学习，也不能考试，还因为看病欠了十几万块钱。

3 月 13 日，甘肃省的马女士向“电诉宝”投诉称其因得了重疾导致不能学习考试工作，报名几个月后做了开颅手术，现在正在恢复期，因为身体原因被上班地点辞退，现在不能上班，更不能学习，也不能考试，还因为看病欠了十几万块钱。

【案例八】用户投诉“大鹏教育”存霸王条款 虚假宣传 引导他人贷款报名

3 月 20 日，山西省王女士向“电诉宝”投诉称其于 2020 年四月十六日在微信上花 5599 激活了大鹏教育科技有限公司旗下的六合一设计学习课程，报名的老师在疫情期间煽动其消费，并让王女士在疫情期间进行贷款分期事宜。

当时老师承诺课程高质量，都是直播课，并且为一对一教学，学习几个月后就可以兼职等事宜，还说能边兼职边赚学费。由于王女士无时间学习，只进行了

几节课的学习，于是王女士在 2021 年七月八月申请退款。被告知以服务期一年为由，王女士没有金额可退。此前老师让王女士在疫情期间先签合同激活全部课程，有时间再继续学习。王女士认为该机构霸王条款，不予退款的售后极差，还虚假宣传，引导他人继续报名贷款。

【案例九】“赛优教育”被指恶意欺诈消费者 下架课程屏蔽用户号码

3 月 22 日，山东省的王女士向“电诉宝”投诉称其于 2019 年 4 月 11 号在赛优教育官网购买注会课程，协议规定服务期限为 6 年，但是在 2021 年课程服务结束后，平台将注会课程下架，不再提供学习服务，且未及时通知，并在自己联系询问相关退费问题时，推卸责任。

王女士表示，自己多次用报名时预留的电话号码拨打网站官方电话确无法接通，多次与在线客服取得联系后答应会电话回访，确根本未联系自己。且在预留电话不能接入的情况下，用其他的电话号码却能接入，这种行为明显属于恶意屏蔽学员电话。赛优教育的这种行为，属于恶意欺诈消费者，希望该网站能得到该有的处罚，还众多消费者一个公平。

【案例十】用户投诉“一只船教育”以挂靠费做诱导制造报名假象 侵犯用户权益

3 月 24 日，河南省林先生向“电诉宝”投诉称其于 2021 年 4 月 7 日通过互联网了解消防工程师，看到一只船教育并留了联系方式，第二天一只船教育的业务员给自己来电推销课程，并添加微信。后来每天给自己发信息，进行洗脑，以高额的挂靠费诱导报名。

林先生在一只船的诱导下，先交了 500 元审核费，审核一下是否符合报名条件，给出示结果符合报名条件，又交了 6980 报名了《注册消防工程师 VIP 无忧班》。之后 7 月 24 日该机构的推销员宣称升级高端班《注册消防工程师三师私塾班》会更好拿证优先挂靠，当日补交 13000 元。直到 21 年考试报名失败，因

疫情取消了考试。

林先生之后联系一只船，对方依然诱骗继续学习，并没有提到任何风险。之后林先生发现一只船欺骗消费者，虚假宣传，证书挂靠来赚取挂靠费本身就是不合法的，同时以一年 10 几万的挂靠费做诱导，制造可以报名的假象。林先生认为这侵犯了他的合法权益，他的诉求是退回 19980 元报名费。

此外，在**跨境电商**领域有 11 家平台上榜，按投诉量排名依次为：洋码头、中免日上、天猫国际、别样、铭宣海淘、全球速卖通、识季、考拉海购、海淘免税店、聚美优品、亚马逊。

在**物流科技**领域有 8 家平台上榜，按投诉量排名依次为：京东物流、韵达快递、货拉拉、快鸟转运、顺丰速运、羊贝比、中通快递、极兔速递。

在**金融科技**领域有 6 家平台上榜，按投诉量排名依次为：分期乐、拍拍贷、京东金融、来分期、你我贷、招商银行。

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	年龄*		性别*	
所在地*		邮箱*	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。

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假物流信息考核，如此行为，可恨至极，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

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 绿森南城

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 16 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“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Q1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：2023 年 4 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)



网经社小程序码 (微信小程序搜网经社)

