

2023年度 中国数字生活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

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07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	4
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) 投诉分布	5
(四) 投诉金额区间分布	6
三、投诉榜单与典型案例	7
(一) 数字生活投诉榜单	7
(二) 在线旅游投诉榜单	8
(三) 在线票务投诉榜单	9
(四) 移动出行投诉榜单	9
(五) 餐饮外卖投诉榜单	10
(六) 数字生活消费评级榜单	10
(七) 数字生活十大典型投诉案例	11
四、评级数据	17
(一) 2023年“Boss直聘”获“建议下单”	17
(二) 2023年“去哪儿”获“建议下单”	18
(三) 2023年“万师傅”获“建议下单”	20
(四) 2023年“美团”获“谨慎下单”	22
(五) 2023年“智行”获“谨慎下单”	23
(六) 2023年“飞猪”获“谨慎下单”	25
(七) 2023年“联联周边游”获“谨慎下单”	27
(八) 2023年“饿了么”获“不予评级”	29
(九) 2023年“大麦网”获“不予评级”	30
(十) 2023年“走着瞧旅行”获“不建议下单”	32
(十一) 2023年“58同城”获“不予评级”	34

(十二) 2023 年“猫眼”获“不予评级”	35
(十三) 2023 年“如程”获“不予评级”	37
五、关于我们.....	39
(一) 关于电诉宝.....	39
(二) 关于网经社.....	41

一、报告摘要

2023年，数字生活领域迎来了前所未有的繁荣景象，各大企业如腾讯、抖音、小红书等纷纷加大对该领域的投入，积极布局抢占市场。特别是在旅游出行领域，据文旅部的统计数据显示，2023年国内出游人次高达48.91亿，比上年同期激增23.61亿，增长了93.3%。然而，随着市场的快速发展，用户消费纠纷也屡见不鲜，成为制约行业健康发展的重要因素。

在此背景下，2023年3月7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200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发布了《2023年度中国数字生活消费投诉数据与典型案例报告》，为消费者分析数字生活行业信任痛点。

二、整体数据

（一）投诉问题类型分布



据“电诉宝”显示，2023年全国数字生活用户投诉问题类型有：**退款问题**，占比最高，达40.60%；其次为**霸王条款**，占比12.62%；排在第三的是**售后服务**，占比7.21%。此外，还有订单问题、网络欺诈、其他、客服问题、恶意罚款、高额退票费、退换货难、虚假促销、退店保证金不退还、商品质量、网络售假、发票问题、信息泄露、发货问题、冻结商家资金、出票不及时、货不对板、送餐超时问题。

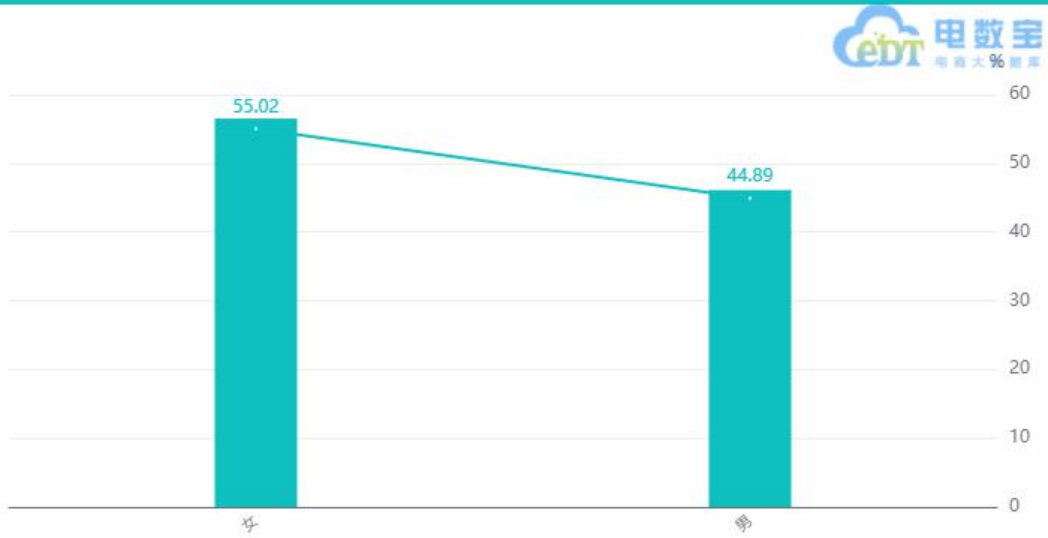
（二）投诉地区分布



同时，“电诉宝”受理投诉用户聚集地区排在前三的依次是**广东省**（19.09%）、**浙江省**（7.50%）、**北京市**（7.21%），此外，还有上海市、江苏省、山东省、四川省、湖北省、福建省、陕西省、湖南省、河南省、辽宁省、重庆市、河北省、广西壮族自治区、江西省、云南省、贵州省、安徽省、天津市、吉林省、甘肃省、新疆维吾尔自治区、黑龙江省、内蒙古自治区、宁夏回族自治区、山西省、海外、海南省、香港特别行政区、澳门特别行政区。

（三）投诉用户性别分布

2023年1月至12月数字生活投诉性别占比图



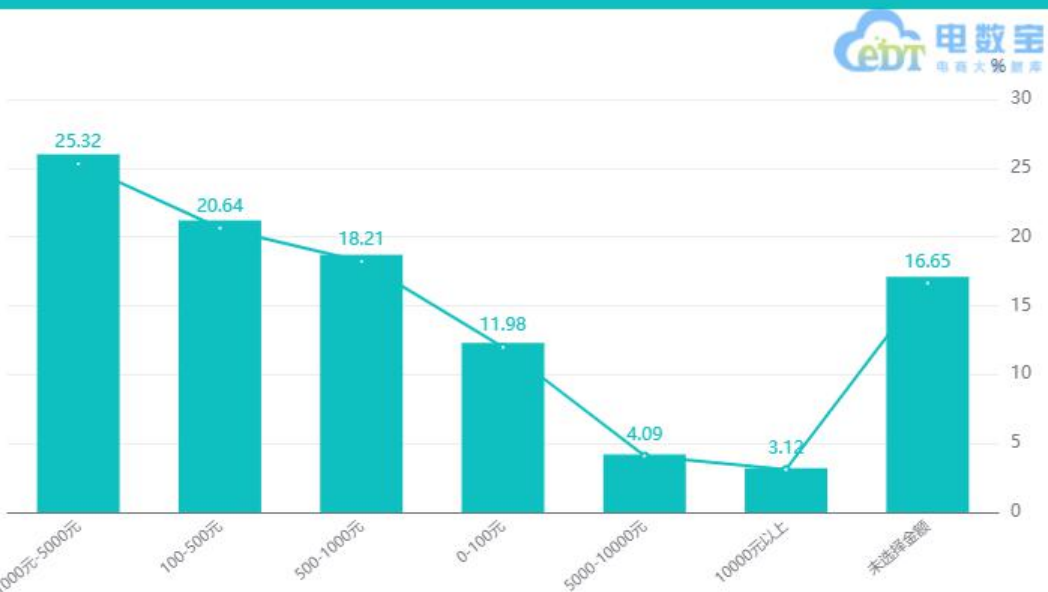
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，数字生活 2023 年男性用户投诉比例为 44.89%，女性用户投诉比例为 55.02%。

（四）投诉金额区间分布

2023年1月至12月数字生活投诉金额占比图



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，2023年数字生活投诉金额分布主要集中在1000元-5000元（25.32%）、100-500元（20.64%）、500-1000元（18.21%）、0-100元（11.98%）、5000-10000元（4.09%）、10000元以上（3.12%）、未选择金额（16.65%）。

三、投诉榜单与典型案例

（一）数字生活投诉榜单

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”

网络消费纠纷调解平台

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: 2023 全年

1 大麦网	2 去哪儿	3 美团	4 BOSS直聘
5 飞猪	6 联联周边游	7 智行	8 万师傅
9 走着瞧旅行	10 鲁班到家	11 携程	12 如程
13 饿了么	14 猫眼电影	15 同程旅行	16 58同城
17 58到家	18 侠侣亲子游	19 旅划算	20 大众点评
21 骑驴游	22 彩贝壳	23 黄河票务	24 智联招聘
25 途家	26 百合网	27 票牛	28 马蜂窝
29 京东到家	30 高德	31 倍电科技	32 滴滴出行
33 穷游网	34 大河票务网	35 动因体育	36 小电科技
37 联动云租车	38 soul	39 有票网	40 青桔
41 驴妈妈	42 曹操出行	43 猪八戒	44 航班管家

根据“电诉宝”2023年受理的中国数字生活领域用户有效投诉显示，入选

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

排名 11-20 名的依次为：携程、如程、饿了么、猫眼电影、同程旅行、58 同城、58 到家、侠侣亲子游、旅划算、大众点评；

排名 21-30 名的依次为：骑驴游、彩贝壳、黄河票务、智联招聘、途家、百合网、票牛、马蜂窝、京东到家、高德；

排名 31-44 名的依次为：倍电科技、滴滴出行、穷游网、大河票务网、动因体育、小电科技、联动云租车、soul、有票网、青桔、驴妈妈、曹操出行、猪八戒、航班管家。

（二）在线旅游投诉榜单

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”

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： 2023 全年

1 去哪儿	2 飞猪	3 联联周边游	4 走着瞧旅行
5 携程	6 如程	7 同程旅行	8 侠侣亲子游
9 旅划算	10 骑驴游	11 彩贝壳	12 途家
13 马蜂窝	14 穷游网	15 航班管家	16 驴妈妈

其中，在细分领域，在线旅游入选投诉榜的依次为：去哪儿、飞猪、联联周边游、走着瞧旅行、携程、如程、同程旅行、侠侣亲子游、旅划算、骑驴游、彩贝壳、途家、马蜂窝、穷游网、航班管家、驴妈妈。

（三）在线票务投诉榜单

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 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: 2023 全年

1	大麦网	2	猫眼电影	3	黄河票务	4	票牛
5	有票网	6	大河票务网				

在在线票务领域，入选投诉榜的依次为：大麦网、猫眼电影、黄河票务、票牛、有票网、大河票务网。

（四）移动出行投诉榜单

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 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: 2023 全年

1	智行	2	高德	3	滴滴出行	4	曹操出行
5	青桔	6	联动云租车				

移动出行领域入选投诉榜的依次为：智行、高德、滴滴出行、曹操出行、青

桔、联动云租车。

（五）餐饮外卖投诉榜单

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”

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: 2023 全年

1 美团 2 饿了么 3 大众点评 4 京东到家

语言教育领域入选投诉榜的依次为：美团、饿了么、大众点评、京东到家。

（六）数字生活消费评级榜单

2023年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%	0.884	4.286	0.865	建议下单
2	去哪儿	99.28%	0.730	4.800	0.827	建议下单
3	万师傅	100.00%	0.772	3.333	0.815	建议下单
4	携程	100.00%	0.845	2.000	0.814	建议下单
5	鲁班到家	100.00%	0.670	3.500	0.786	建议下单
6	同程旅行	100.00%	0.893	0.000	0.768	建议下单
7	美团	99.01%	0.444	2.000	0.688	谨慎下单
8	智行	75.00%	0.515	2.000	0.590	谨慎下单
9	飞猪	68.48%	0.398	2.000	0.522	谨慎下单
10	联联周边游	73.97%	0.112	2.000	0.464	谨慎下单
11	饿了么	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	走着瞧旅行	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
11	58同城	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	猫眼电影	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	如程	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	58到家	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

在“2023年全国数字生活消费评级榜”中，Boss直聘、去哪儿、万师傅、携程、鲁班到家、同程旅行等获“建议下单”评级；美团、智行、飞猪、联联周边游获“谨慎下单”评级；饿了么、大麦网、58同城、猫眼电影、如程、58到家等获“不予评级”；走着瞧旅行获“不建议下单”评级。

（七）数字生活十大典型投诉案例

2023年数字生活十大典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
2月21日	饿了么	商家存欺诈销售商品行为平台无处理
3月29日	飞猪	擅自取消订单后加价
3月31日	联联周边游	退款还需收取手续费
5月24日	BOSS直聘	客服态度敷衍 拒不提供证明
7月12日	58同城	恶意扣除保证金
8月26日	猫眼	无七天无理由退换货
9月22日	如程	押金一年多未退还
11月2日	百合网	缴费一个月后无法使用
11月8日	大麦网	预售票7天无理由内拒绝退款
12月10日	美团	被指霸王条款 商家平台踢皮球

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

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，涉及饿了么、飞猪、联联周边游、BOSS直聘、58同城、猫眼、如程、百合网、大麦网、美团。

【案例一】用户反映“饿了么”平台商家存欺诈销售商品行为 联系平台无处理

2月21日，上海市的张先生向“电诉宝”投诉称他于2月20日13时03分在饿了么平台商户(京东便利店)下单一oppo牌vooc超级闪充65瓦充电器套装，在商品详情标明品牌为oppo，价格为88元，其送来的商品为直通车牌65瓦充电器，联系商户其不予以更换，其称店内根本无其网上上架的oppo牌充电器套

装，联系饿了么平台未给出处理方案。

张先生表示自己的诉求为：因为其平台商家存在欺诈销售商品行为，饿了么平台退货并赔偿本人 500 元人民币，根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十五条规定，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。

【案例二】“飞猪”擅自取消订单后加价 回应：订单未确认

3月29日，上海市的马先生向“电诉宝”投诉称其在2023年3月28日19:30左右，通过手机APP在飞猪旅游预定了4.29-5.2日青岛桔子酒店五四广场店，付款成功后，飞猪平台无故擅自取消订单。随后价格发生较大变动，取消原因商家含糊其辞，开始说酒店没房间（虚假），然后又说价格未确认（已经付款成功，怎么会价格未确认），并愿意赔偿100元（已拒绝）。

马先生表示，由于已经预定了酒店，所以随后预定了机票，如果无法入住这个酒店，机票也要取消，连锁损失。马先生的诉求：继续旅行原合同内容；按照现价，退补差价后再次预定。

接到以上用户投诉后，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，飞猪工作人员向“电诉宝”发来反馈称：经核实订单均未有确认，无法按照实价有房保障处理，还请理解。

【案例三】用户反映“联联周边游”无退款选项 退款还需收取手续费

3月31日，浙江省的孙女士向“电诉宝”投诉称其于2023年3月31日上午在联联周边游平台购买了红跑车优惠套餐团购，并于2023年3月31日下午即当日下午想要退款，由于订单页面并没有申请退款的选项，只能加微信的方式找客服退款，客服给出的答复是不给退款，除非能给出一个非个人原因的理由，并且客服说如一定要退款必须收取手续费才能给退款。

孙女士对此表示，这以上几点严重侵犯了消费者个人权益，孙女士觉得这并不合法，强制收费还不给消费者退款已属于霸王条款，孙女士需要全额退款的处

理。

【案例四】无故封号？用户投诉“BOSS直聘”客服态度敷衍 拒不提供证明

5月24日，江苏省的徐先生向“电诉宝”投诉称自己在5月份，以个人账号在BOSS直聘平台帮助公司进行职位招聘，依规支付了岗位费用，招聘期间并无任何不当言行与违规操作。2023年5月16日，平台在未事先告知的情况下，以“多人举报”为由直接封禁了账号，期间多次与平台客服交涉，其仅给出了因账号违反《职位招聘规则》第三条涉及多人举报的含糊解释，对于提出的：“违反《职位招聘规则》第三条的具体内容、具体举报内容、是否就举报内容进行真实性核实”等问题一直拒绝回答，严重侵害消费者合法权益。

徐先生认为申诉中，平台客服拒绝提供证据说明封号原因，仅一味强调申诉为最后一个环节不可能解封，态度敷衍。综上，平台违规封禁，应立即退还在平台支出的全部岗位费用，解封平台账号，明确公开并告知“多人投诉”的内容。

【案例五】“58同城”恶意扣除保证金 用户证据充足却绝不退款

7月12日，辽宁省的刘先生向“电诉宝”投诉称，自己于2022年6月27日在58同城发布出租房源两套，由于房子历史遗留原因无法办理产权证，故缴纳了保证金200元。房源于当天经58同城审核成功，并上架展示。2022年6月28日，58同城以房源被举报为理由下架房源，并扣除保证金。刘先生按要求上传了自证材料，并与58同城客服进行了多次沟通，并向58同城客服详细介绍了房屋的具体情况，同时提出可以配合58同城大连的工作人员实地考察房屋情况，确认房屋具体情况。

但58同城又提出，刘先生提供的材料不符合他们公司的要求，并且不愿派遣工作人员实地考察，甚至连举报内容都不透露。刘先生严重怀疑被举报可能是假的。此后再与客服沟通，刘先生就发现基本是推诿扯皮、蛮不讲理了！58同城恶意扣保证金的行为，让刘先生感到非常恶心。刘先生希望能够曝光58同城这种吗蛮不讲理的行为，并要求58同城退款、道歉！

【案例六】行程冲突无法前往 “猫眼”无七天无理由退换货？

8月26日，广东省的李女士向“电诉宝”投诉称其于8月22日实名制购买9月16日“声动”演唱会惠州站门票2张，因行程冲突，22号当天即联系演唱会售票平台猫眼演出申请退票退款，售票客服以不支持退票为由拒绝退款申请，当自己提出消费者有权利实行七天无理由退换货的时候，客服告知不可以退票，建议自己调时间去观看，不然就浪费掉门票。

李女士表示到目前为止该演唱会并没有给自己出票，也没有选定座位号，实体门票并没有寄出，直接一句不能退票让理解和支持，李女士表示实在难以信服，也不认为票品不支持退款是合法行为。

【案例七】“如程”三个工作日退回？用户投诉押金一年多未退还

9月22日，江苏省的郑女士向“电诉宝”投诉称其于21年在公众号“遇见小Mi”的推广下，购买了杭州如程网络科技有限公司的会员，并于2021年12月28日，在杭州如程网络科技有限公司的网上平台预订民宿，后因单位管控疫情期间的出行，未能成行，本人及时按如程规定正常办理了退订手续，在如程的官方说明里，正常情况下，退订押金应在三个工作日退回本人账户。

郑女士称，但直到今天，时间已过去一年多，如程订房押金却一直没能退回，在这期间，本人也多次通过打客服电话和微信支付程序里投诉，讨要订房押金，但至今没有任何说法，且如程平台及公众号也已经无法登录，无法查看关于自己的任何信息。

【案例八】前后不一？“百合网”被指疑似欺诈消费者 缴费一个月后无法使用

11月2日，湖北省石先生向“电诉宝”反映称自己于2022年9月29日接到百合网客服电话，说其长期关注他们相亲网，长期消费38元套餐，并且在2022年9月27日又缴费了388元水晶会员，9月29号中午12点之前再办价值1299元的套餐就能享受一对一人工服务。

石先生表示，之前说得各种好听，可以单独为他筛选当地县的女会员推荐给他，保证每天推荐2-3人，并且都是近期登录的女会员而不是系统几年前的。

石先生称其用了不到一个月就用不了，在这期间他们一共就给石先生连线了一个会员，只推荐了一个微信，现举报投诉他们欺诈消费者。

【案例九】预售票 7 天无理由内拒绝退款 “大麦网”被诉存霸王条款

11 月 8 日，广东省的林女士向“电诉宝”投诉称其 11 月 1 日预购比赛门票，还未正式售票，5 日由于个人行程安排当天有出差无法成行，由于门票为实名不能转让，实在没有办法希望退票。还在 7 天无理由退款范围内，但平台霸王条款不给退款。

林女士称，根据我国最新完善的《网络购买商品七日无理由退换暂时办法》和《消费者权益保护法》，消费者在网络台购买的商品除第二章外，应予以退。消费者处于弱势地位，需要法律的支持和保护，而服务提供方的“霸王条款”行为，也是对法律的蔑视。从购票到决定退票，中途也仅仅经过了 5 天的时间差，依旧处在七天无理由退款的时限内。服务提供方拒绝退款的行为已经严重侵害了自己的合法权益。

林女士表示根据《民法典》，不能改签不能退票的规定，属于网络购票平台一方不合理地免除或者减轻其责任、加重对方责任、限制对方主要权利的条款，属于无效的格式条款《消费者权益保护法》也将此种格式条款认定为无效条款，也就是所谓的“霸王条款”。

【案例十】预定 30 分钟内才能免费退款？“美团”被指霸王条款 商家平台踢皮球

12 月 10 日，山东省的赵女士向“电诉宝”投诉称，他于 2023 年 12 月 13 日凌晨订购美团平台的美居尊享轻奢酒店，准备 12 月 22 日入住至 12 月 24 日，消费金额 560，但 12 月 18 日突发情况无法入住，申请退款。酒店告知只能在预定 30 分钟内免费退，其他时间不退款，他们没有权利退款，需要和平台协商。赵女士打电话问平台，平台说只能酒店同意退款才能操作退款。再问酒店还是告知没有权利。

赵女士认为酒店一直两幅面孔两套说辞，忽悠消费者。最后酒店只同意退一

半，因为害怕酒店反悔最后一分不退，只能先同意。

赵女士表示由于之前订酒店从未遇到 30 分钟内才能免费退的霸王条款，所以查询相关资料，消费者预订酒店的行为，本质上是一种合同行为。消费者既有签订合同的自由，也有不履行合同的自由，只是要承担必要的责任。根据合同法，违约金最高不超过合同总价的 20%。所以，酒店应该只能扣除 116 元。

四、评级数据

(一) 2023 年“Boss 直聘”获“建议下单”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023 年“Boss 直聘”共获得 18 次消费评级，5 次为“谨慎下单”，13 次为“建议下单”，2023 年一年整体消费评级为“建议下单”评级。

BOSS直聘2023年消费评级数据						
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%	0.884	4.286	0.865	建议下单
2023年	第四季度	100.00%	0.923	4.667	0.883	建议下单
2023年	12月	100.00%	0.914	2.000	0.834	建议下单
2023年	11月	66.67%	0.600	2.000	0.573	谨慎下单
2023年	10月	100.00%	0.927	0.000	0.778	建议下单
2023年	第三季度	100.00%	0.896	0.000	0.769	建议下单
2023年	9月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2023年	8月	100.00%	0.775	0.000	0.732	谨慎下单
2023年	7月	100.00%	0.886	0.000	0.766	建议下单
2023年	上半年	94.59%	0.843	4.667	0.833	建议下单
2023年	第二季度	89.47%	0.832	6.000	0.827	建议下单
2023年	6月	60.00%	0.600	0.000	0.480	谨慎下单
2023年	5月	100.00%	0.943	0.000	0.783	建议下单
2023年	4月	71.43%	0.714	2.000	0.631	谨慎下单
2023年	第一季度	100.00%	0.856	2.000	0.817	建议下单
2023年	3月	100.00%	0.920	2.000	0.836	建议下单
2023年	2月	100.00%	0.844	0.000	0.753	建议下单
2023年	1月	100.00%	0.800	0.000	0.740	谨慎下单

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“Boss直聘”涉嫌存在霸王条款、客服问题、售后服务、退款问题、网络欺诈等问题；用户投诉“Boss直聘”的消费金额主要在0-100元、100-500元、10000元以上、500-1000元、1000-5000元、5000-10000元区间。



(二) 2023年“去哪儿”获“建议下单”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023年“去哪儿”共获得18次消费评级，7次为“谨慎下单”，11次为“建议下单”，2023年一年整体消费评级为“建议下单”评级。

去哪儿2023年消费评级数据						
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	99.28%	0.730	4.800	0.827	建议下单
2023年	第四季度	100.00%	0.704	5.000	0.821	建议下单
2023年	12月	94.12%	0.700	5.000	0.820	建议下单
2023年	11月	100.00%	0.964	0.000	0.789	建议下单
2023年	10月	100.00%	0.607	0.000	0.682	谨慎下单
2023年	第三季度	97.92%	0.808	10.000	0.932	建议下单
2023年	9月	100.00%	0.862	0.000	0.758	建议下单
2023年	8月	100.00%	0.845	0.000	0.754	建议下单
2023年	7月	100.00%	0.818	10.000	0.945	建议下单
2023年	上半年	96.55%	0.779	2.000	0.777	建议下单
2023年	第二季度	94.44%	0.711	2.000	0.746	谨慎下单
2023年	6月	80.00%	0.720	0.000	0.616	谨慎下单
2023年	5月	100.00%	0.950	2.000	0.845	建议下单
2023年	4月	100.00%	0.800	0.000	0.740	谨慎下单
2023年	第一季度	72.73%	0.691	0.000	0.571	谨慎下单
2023年	3月	62.50%	0.625	0.000	0.500	谨慎下单
2023年	2月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2023年	1月	100.00%	0.800	0.000	0.740	谨慎下单

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“去哪儿”涉嫌存在退款问题、霸王条款、订单问题、售后服务、客服问题、网络欺诈、出票不及时、信息泄露、高额退票费、发票问题、发货问题、商品质量、恶意罚款、虚假促销、退换货难等问题；用户投诉“去哪儿”的消费金额主要在1000-5000元、100-500元、500-1000元、5000-10000元、0-100元、10000元以上区间。



(三) 2023年“万师傅”获“建议下单”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023年“万师傅”共获得18次消费评级，4次为“谨慎下单”，14次为“建议下单”，2023年一年整体消费评级为“建议下单”评级。

(四) 2023年“美团”获“谨慎下单”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023年“美团”共获得18次消费评级，14次为“谨慎下单”，3次为“不建议下单”，1次获“建议下单”评级，2023年一年整体消费评级为“谨慎下单”评级。

美团2023年消费评级数据						
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	99.01%	0.444	2.000	0.688	谨慎下单
2023年	第四季度	100.00%	0.703	2.000	0.771	建议下单
2023年	12月	88.89%	0.622	2.000	0.691	谨慎下单
2023年	11月	100.00%	0.780	0.000	0.734	谨慎下单
2023年	10月	100.00%	0.640	0.000	0.692	谨慎下单
2023年	第三季度	100.00%	0.414	0.000	0.624	谨慎下单
2023年	9月	100.00%	0.625	0.000	0.688	谨慎下单
2023年	8月	100.00%	0.400	0.000	0.620	谨慎下单
2023年	7月	87.50%	0.225	0.000	0.505	谨慎下单
2023年	上半年	100.00%	0.310	2.000	0.653	谨慎下单
2023年	第二季度	100.00%	0.447	2.000	0.694	谨慎下单
2023年	6月	100.00%	0.733	0.000	0.720	谨慎下单
2023年	5月	100.00%	0.450	0.000	0.635	谨慎下单
2023年	4月	33.33%	0.100	0.000	0.197	不建议下单
2023年	第一季度	92.00%	0.216	2.000	0.585	谨慎下单
2023年	3月	50.00%	0.250	0.000	0.325	不建议下单
2023年	2月	90.00%	0.220	0.000	0.516	谨慎下单
2023年	1月	63.64%	0.145	0.000	0.362	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，“美团”涉嫌存在退款问题、网络欺诈、霸王条款、售后服务、虚假促销、的大舞台、商品质量、发货问题、冻结商家资金、发票问题、客服问题、网络售假、货不对板、送餐超时、信息泄露、恶意罚款、退店保证金不退还、高额退票费等问题；用户投诉“美团”的消费金额主要在0-100元、100-500元、1000-5000元、500-1000元、5000-10000元、10000元以上区间。



(五) 2023年“智行”获“谨慎下单”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023年“智行”共获得18次消费评级，8次为“谨慎下单”，2次为“建议下单”，8次为“不建议下单”2023年一年整体消费评级为“谨慎下单”评级。

智行2023年消费评级数据

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	75.00%	0.515	2.000	0.590	谨慎下单
2023年	第四季度	100.00%	0.835	2.000	0.811	建议下单
2023年	12月	100.00%	0.800	0.000	0.740	谨慎下单
2023年	11月	80.00%	0.720	0.000	0.616	谨慎下单
2023年	10月	75.00%	0.750	0.000	0.600	谨慎下单
2023年	第三季度	100.00%	0.773	0.000	0.732	谨慎下单
2023年	9月	100.00%	0.943	0.000	0.783	建议下单
2023年	8月	85.71%	0.714	0.000	0.643	谨慎下单
2023年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	上半年	33.33%	0.048	0.000	0.181	不建议下单
2023年	第二季度	87.50%	0.125	0.000	0.475	谨慎下单
2023年	6月	50.00%	0.500	0.000	0.400	谨慎下单
2023年	5月	66.67%	0.000	0.000	0.333	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，“智行”涉嫌存在退款问题、网络欺诈、订单问题、高额退票费、发票问题、售后服务、霸王条款、信息泄露、客服问题、网络售假、货不对板、退换货难等问题；用户投诉“智行”的消费金额主要在500-1000元、100-500元、0-100元、1000-5000元、10000元以上、5000-10000元区间。



(六) 2023年“飞猪”获“谨慎下单”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023年“飞猪”共获得18次消费评级，4次为“不建议下单”，14次为“谨慎下单”，2023年一年整体消费评级为“谨慎下单”评级。

飞猪2023年消费评级数据

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	68.48%	0.398	2.000	0.522	谨慎下单
2023年	第四季度	9.52%	0.029	0.000	0.056	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	40.00%	0.120	0.000	0.236	不建议下单
2023年	第三季度	88.46%	0.562	2.000	0.671	谨慎下单
2023年	9月	88.89%	0.644	0.000	0.638	谨慎下单
2023年	8月	50.00%	0.433	2.000	0.440	谨慎下单
2023年	7月	90.00%	0.400	0.000	0.570	谨慎下单
2023年	上半年	80.95%	0.510	2.000	0.618	谨慎下单
2023年	第二季度	75.00%	0.450	2.000	0.570	谨慎下单
2023年	6月	80.00%	0.000	0.000	0.400	谨慎下单
2023年	5月	63.64%	0.473	2.000	0.520	谨慎下单
2023年	4月	87.50%	0.700	0.000	0.647	谨慎下单
2023年	第一季度	83.33%	0.589	2.000	0.653	谨慎下单
2023年	3月	66.67%	0.333	0.000	0.433	谨慎下单
2023年	2月	85.71%	0.743	0.000	0.651	谨慎下单
2023年	1月	100.00%	0.680	0.000	0.704	谨慎下单

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,“飞猪”涉嫌存在退款问题、网络欺诈、高额退票费、订单问题、其他、发票问题、售后服务、虚假促销、货不对板、信息泄露、客服问题、恶意罚款、网络售假、霸王条款问题;用户投诉“飞猪”的消费金额主要在1000-5000元、500-1000元、100-500元、10000元以上、5000-10000元、0-100元、未选择金额区间。



(七) 2023年“联联周边游”获“谨慎下单”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023年“联联周边游”共获得18次消费评级，14次为“不建议下单”，4次为“谨慎下单”，2023年一年整体消费评级为“谨慎下单”评级。

联联周边游2023年消费评级数据						
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	73.97%	0.112	2.000	0.464	谨慎下单
2023年	第四季度	25.00%	0.000	0.000	0.125	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	25.00%	0.000	0.000	0.125	不建议下单
2023年	第三季度	90.00%	0.410	2.000	0.633	谨慎下单
2023年	9月	80.00%	0.720	0.000	0.616	谨慎下单
2023年	8月	100.00%	0.250	0.000	0.575	谨慎下单
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，“联联周边游”涉嫌存在退款问题、霸王条款、售后服务、发货问题、网络欺诈、网络售假、订单问题、发票问题、客服问题、退换货难等问题；用户投诉“联联周边游”的消费金额主要在100-500元、0-100元、500-1000元区间区间。



(八) 2023年“饿了么”获“不予评级”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023年“饿了么”共获得16次消费评级，其中16次均为“不予评级”，2023年整体消费评级为“不予评级”。

饿了么2023年消费评级数据						
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	11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	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	7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	6月	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	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	3月	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，“饿了么”涉嫌存在订单问题、其他、商品质量、售后服务、霸王条款、网络售假、网络欺诈、虚假促销、送餐超时等问题；用户投诉“饿了么”的消费金额主要在0-100元、100元-500元、500-1000元、未选择金额区间。



(九) 2023年“大麦网”获“不予评级”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023年“大麦网”共获得18次消费评级，均为“不予评级”，2023年整体消费评级为“不予评级”。

大麦网2023年消费评级数据						
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	11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	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	7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	6月	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	3月	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，“大麦网”涉嫌存在退款问题、霸王条款、售后服务、退换货难、订单问题、商品质量、网络售假、高额退票费等问题；投诉“大麦网”男性用户投诉比例为 30.519%，女性用户投诉比例为 69.481%。



(十) 2023年“走着瞧旅行”获“不建议下单”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023年“走着瞧旅行”共获得17次消费评级，17次均为“不建议下单”，2023年一年整体消费评级为“不建议下单”评级。

走着瞧旅行2023年消费评级数据						
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

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，“走着瞧旅行”涉嫌存在退款问题、霸王条款、售后服务、网络欺诈、网络售假、退换货难、虚假促销、高额退票费等问题；用户投诉“走着瞧旅行”的消费金额主要在1000-5000元、500-1000元区间区间。



(十一) 2023年“58同城”获“不予评级”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023年“58同城”共获得10次消费评级，均为“不予评级”，2023年整体消费评级为“不予评级”。

58同城2023年消费评级数据						
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	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	7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	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	3月	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，“58同城”涉嫌存在退款问题、冻结商家资金、售后服务、商品

质量、网络欺诈、霸王条款等问题；用户投诉“58同城”的消费金额主要在 100-500 元、10000 元以上、1000-5000 元、5000-10000 元、500-1000 元区间。



(十二) 2023 年“猫眼”获“不予评级”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023 年“猫眼”共获得 16 次消费评级，均为“不予评级”，2023 年整体消费评级为“不予评级”。

猫眼电影2023年消费评级数据						
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	11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	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	7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	3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，“猫眼”涉嫌存在退款问题、霸王条款、退换货难等问题；用户投诉“猫眼”的消费金额主要在1000-5000元、500-1000元、100-500元、0-100元、5000-10000元区间。



(十三) 2023年“如程”获“不予评级”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023年“如程”共获得16次消费评级，16次均为“不予评级”，2023年一年整体消费评级为“不予评级”评级。

如程2023年消费评级数据

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	11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	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	8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	6月	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	3月	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，“如程”涉嫌存在退店保证金不退还、退款问题等问题；用户投诉“如程”的消费金额主要在1000-5000元、5000-10000元、10000元以上、500-1000元区间区间。



五、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*	<input type="text" value="姓名"/>	年龄*	<input type="text" value=""/>	性别*	<input type="text" value=""/>
所在地*	<input type="text" value=""/>	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。



(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)等系列产品/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。

2023 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 年度中国数字生活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 5 日

官方公众号 ID: i100EC

（近 40 万电商人都在看！）

网购投诉平台 ID: DSWQ315

（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)

