

2025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
电商大数据库

案例来源:  电诉宝
网络消费纠纷调解平台

发布时间: 2025年4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.....	3
（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.....	8
（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.....	20
四、关于我们.....	27
（一）关于电诉宝.....	27
（二）关于网经社.....	29

一、报告摘要

一季度，网络消费在节日效应、政策扶持等推动下迎来热潮。如“2025 全国网上年货节”日均网上零售额同比增长 6.2%，实现 2025 年网络消费开门红。此外，年夜饭带动线上餐饮销售额增长，春节档电影带动在线文娱销售额激增，三八妇女节大促也推动电商平台销售数据增长。

在 3·15 “国际消费者权益日”期间，网络消费成为重点关注领域。今年 315 晚会以“共铸诚信 提振消费”为主题，揭露了“维修刺客啄木鸟”等乱象。这也再次提醒大众，要提高消费者维权意识，共同营造一个安全、诚信的网络消费环境。

在此背景下，2025 年 4 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）2025 年一季度受理的全国 100 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《2025 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**二手电商、电商服务商**）、数字生活（主要集中在**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 2025 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《2025 年 Q1 全国网络消费评级榜》中：获“**建议下单**”的有：唯品会、苏宁易购、转转、抖音、有赞、微拍堂、红布林、美团、BOSS 直聘、去哪儿、赛优教育等 11 家；获“**谨慎下单**”评级的有：京东、智行、万师傅、帮考网等 4 家；获“**不建议下单**”的有：小红书、飞猪、一只船教育、中安建培等 5 家；获“**不予评级**”的有：淘宝、交易猫、天猫、闲鱼、快手、拍机堂、爱回收、抖店、阿里巴巴、微信视频号、大麦网、猫眼电影、智联招聘等 13 家。

二、整体数据

（一）投诉问题类型分布

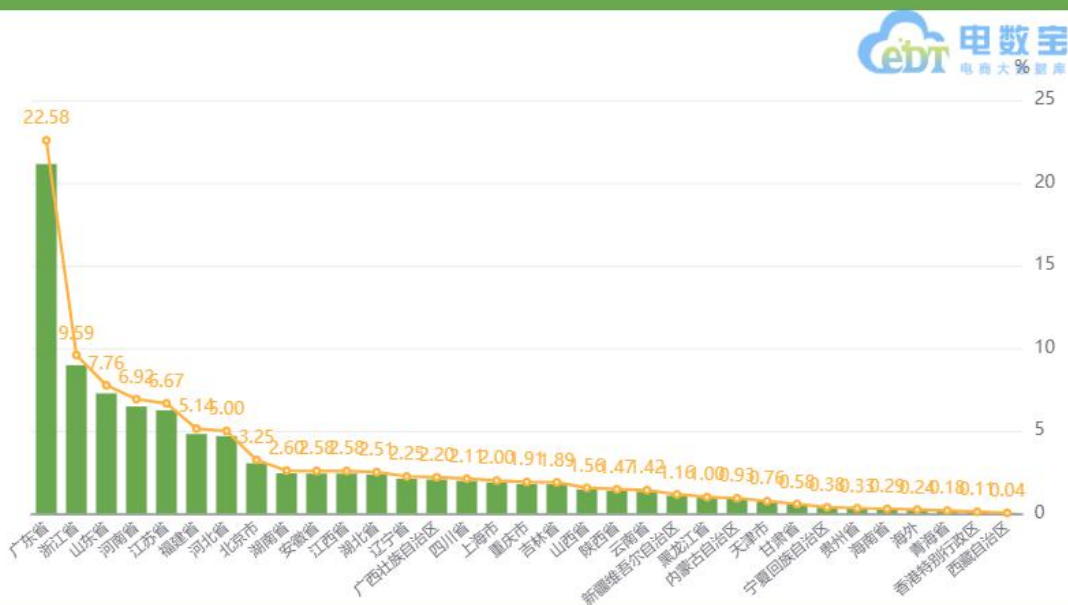
据“电诉宝”显示，2025年Q1全国网络消费投诉问题类型TOP10中，任意仅退款占比高达28.38%，其余问题类型依次为：退款问题（17.79%）、过度维护消费者（7.79%）、商品质量（6.09%）、任意罚款（5.45%）、售后服务（4.56%）、霸王条款（2.87%）、扣押保证金（2.83%）、网络欺诈（2.67%）、网络售假（2.29%）、发货问题（2.09%）、虚假促销（1.67%）、货不对板（1.58%）、订单问题（1.11%）、冻结商家资金（1.02%）、客服问题（0.98%）、随意封店（0.91%）、退换货难（0.84%）、物流问题（0.56%）、信息泄露（0.51%）、限制退换货（0.40%）、高额运费费（0.31%）、出票不及时（0.11%）、发货问题（0.04%）。



（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（22.58%）、浙江省（9.59%）、山东省（7.76%）、河南省（6.92%）、江苏省（6.67%）、福建省（5.14%）、河北省（5.00%）、北京市（3.25%）、湖南省（2.60%）、安徽省（2.58%）。

2025年Q1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，Q1 男性用户投诉比例为 80.09%，女性用户投诉比例为 19.91%。

2025年Q1全国网络消费投诉性别分布



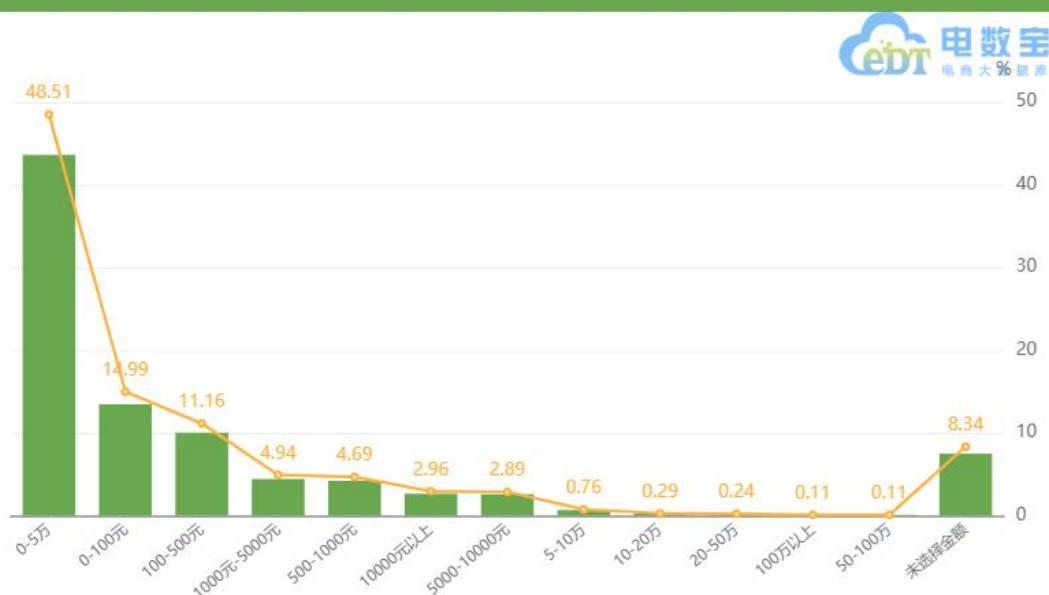
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

（四）投诉金额区间分布

据“电诉宝”显示，Q1 投诉金额分布主要集中在 0-5 万（48.51%）、0-100 元（14.99%）、100-500 元（11.16%）、1000-5000 元（4.94%）、500-1000 元（4.69%）、10000 元以上（2.96%）、5000-10000 元（2.89%）、5-10 万（0.76%）、10-20 万（0.29%）、20-50 万（0.24%）、100 万以上（0.11%）、50-100 万（0.11%）。

2025年Q1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

在报告公布的《2025 年 Q1 全国网络消费评级榜》中：获“**建议下单**”的有：唯品会、苏宁易购、转转、抖音、有赞、微拍堂、红布林、美团、BOSS 直聘、去哪儿、赛优教育等 11 家；获“**谨慎下单**”评级的有：京东、智行、万师傅、帮考网等 4 家；获“**不建议下单**”的有：小红书、飞猪、一只船教育、中安建培等 5 家；获“**不予评级**”的有：淘宝、交易猫、天猫、闲鱼、快手、拍机堂、爱回收、抖店、阿里巴巴、微信视频号、大麦网、猫眼电影、智联招聘等 13 家。

2025年Q1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	唯品会	100.00%	1.000	7.333	0.953	建议下单
2	苏宁易购	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
3	转转	100.00%	0.982	2.000	0.855	建议下单
4	抖音	97.68%	0.869	3.432	0.835	建议下单
5	美团	95.35%	0.884	2.000	0.802	建议下单
6	有赞	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
6	微拍堂	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
6	得物APP	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
6	红布林	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
10	BOSS直聘	100.00%	0.781	2.000	0.794	建议下单
11	去哪儿	100.00%	0.933	0.000	0.780	建议下单
12	赛优教育	100.00%	0.875	0.000	0.762	建议下单
13	帮考网	100.00%	0.067	10.000	0.720	谨慎下单
14	智行	100.00%	0.564	0.000	0.669	谨慎下单
15	万师傅	92.31%	0.369	0.000	0.572	谨慎下单
16	京东	45.30%	0.446	3.000	0.437	谨慎下单
17	飞猪	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
17	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
17	顺丰速运	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
17	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
17	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
17	1688	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
17	分期乐	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
17	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
17	交易猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
17	猫眼电影	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
17	识季	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
17	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
17	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
17	尚德机构	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
17	快手	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
17	拍机堂	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
17	智联招聘	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
17	爱回收	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
17	抖店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
17	全球速卖通	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
17	阿里巴巴	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
17	一只船教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
17	中安建培	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
17	微信	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
17	微信小程序购...	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
17	中安建培教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
17	微信视频号	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

备注：

1、综合指数=平台反馈率*0.5+回复时效性*0.3+用户满意度/10*0.2。

1.1、平台反馈率：平台移交被投诉电商用户投诉，被投诉电商的有效回复率。

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。

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

（一）数字零售数据与十大典型案例

数字零售消费评级榜：

在 2025 年 Q1 全国数字零售评级榜中：获“**建议下单**”的有：唯品会、苏宁易购、转转、抖音、有赞、微拍堂、红布林等 7 家；获“**谨慎下单**”评级的有：京东；获“**不建议下单**”的有：小红书等 2 家；获“**不予评级**”的有：淘宝、交易猫、天猫、闲鱼、快手、拍机堂、爱回收、抖店、阿里巴巴、微信视频号等 10 家。

2025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	唯品会	100.00%	1.000	7.333	0.953	建议下单
2	苏宁易购	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
3	转转	100.00%	0.982	2.000	0.855	建议下单
4	抖音	97.68%	0.869	3.432	0.835	建议下单
5	有赞	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
5	微拍堂	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
5	红布林	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
8	京东	45.30%	0.446	3.000	0.437	谨慎下单
9	小红书	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	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	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	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	爱回收	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	抖店	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	微信视频号	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

数字零售上榜平台有 48 家：

投诉量 TOP10 依次为：拼多多、抖音、淘宝、京东、天猫、快手、闲鱼、小红书、抖店、转转；

排在第 11-20 名的是：唯品会、阿里巴巴、微信视频号、苏宁易购、红布林、交易猫、微拍堂、有赞、拍机堂、爱回收；

排在第 21-30 名的是：WIS 官方微信商城、微店、找靓机、途虎养车、95 分 APP、多多买菜、一直娱、万表网、二三良作、小鹅通；

排在第 31-48 名的是：孔夫子旧书网、蘑菇街、中国移动移动商城、OPPO、好省、屈臣氏、千牛、1 号店、快团团、朴朴超市、淘特、蜂享家、美团优选、nice、95 分球鞋交易平台、好分期、网易、天猫泡泡玛特旗舰店。

强化消费维权 共筑满意消费

[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](#) [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](#) [文玩电商](#)

筛选: [2025](#) [第一季度](#)

1	拼多多	2	抖音	3	淘宝	4	京东
5	天猫	6	快手	7	闲鱼	8	小红书
9	抖店	10	转转	11	唯品会	12	阿里巴巴
13	微信视频号	14	苏宁易购	15	红布林	16	交易猫
17	微拍堂	18	有赞	19	拍机堂	20	爱回收
21	WIS官方微信商城	22	微店	23	找靓机	24	途虎养车
25	95分app	26	多多买菜	27	一直娱	28	万表网
29	二三良作	30	小鹅通	31	孔夫子旧书网	32	蘑菇街
33	中国移动移动商城	34	OPPO	35	好省	36	屈臣氏
37	千牛	38	1号店	39	快团团	40	朴朴超市
41	淘特	42	蜂享家	43	美团优选	44	nice
45	95分球鞋交易平台	46	好分期	47	网易	48	天猫泡泡玛特旗舰店

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，涉及爱回收、蘑菇街、红布林、微店、小红书、转转、途虎养车、朴朴超市、有赞、快手。

2025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	爱回收	一个月不到多次黑屏 拒绝退换 用户质疑“爱回收”出售问题手机
1月6日	蘑菇街	用户投诉“蘑菇街”少发货 商家推诿快递难证 诉求退款补偿
1月25日	红布林	“红布林”被指购衣遇瑕疵 主播误导 平台拖延售后
1月26日	微店	用户投诉“微店”购物遇商家不回复 申请退货退款遭拒
2月11日	小红书	“小红书”商家被指存在虚假发货 刷单行为 要求正常发货或假一赔十
2月14日	转转	不明情况下产生上千块高额折价费？用户称“转转”强行中止售后
2月15日	途虎养车	消费者表示“途虎养车”轮胎问题影响行车安全 回应：售后已达成一致
2月27日	朴朴超市	账号被“朴朴超市”限制下单？用户反馈无数次都被推脱
3月9日	有赞	“有赞”搭建的微商城不能使用微信支付？用户要求退回15800元订购费用
3月10日	快手	用户称超过退货时间申请退款却被“快手”商家拒绝

图表编制：网经社

网址：WWW.100EC.CN

【案例一】一个月不到多次黑屏 拒绝退换 用户质疑“爱回收”出售问题手机

1月2日，广东省易先生向“电诉宝”投诉称，其在爱回收购买iPhone 14Promax，拿到手机后尝试激活，期间屏幕突然黑了，以为是配置激活过程中的正常反应，当时也联系工作人员反馈，工作人员说不是大问题。

但是半个月后发现在正常使用过程中动不动会黑屏，也跟工作人员反馈，提示拿去检测；客服人员说已经过了可以退换的时间，只能拆机维修；手机到手就出问题，半个月时间问题更是频繁，要求退换都遭到拒绝，如果继续使用，只能拿去他们门店进行拆机维修，爱回收号称自己有专业的检测流程，但是易先生认为他们出售有问题的手机给消费者。

【案例二】用户投诉“蘑菇街”少发货 商家推诿快递难证 诉求退款补偿

1月6日，四川省徐女士向“电诉宝”投诉称，其于2024年11月7号在蘑菇街小叶家女装店买了两单裤子，一单是两条黑色男士的裤子，一单是加绒的女士裤子，但是最终回家拆开快递收到货只有一条黑色的男士裤子，联系商家，商家回复发货总重量1.2千克，但是徐女士在家量了一下收到的裤子才四百多克，还不加包装什么的，商家现在不承认也不处理。徐女士表示在蘑菇街投诉让其找快递开什么公章证明，快递联系也说开不了这个证明，现在蘑菇街投诉也没有结果，撤销了她的投诉。徐女士现在的诉求就是退款，补偿她的损失。

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，蘑菇街回复称：一般情况下，若消费者签收商品时发现内物数量与订单不符，可以直接验货拒收。一旦签收了商品，缺漏问题将会较难核实判断。当前投诉订单我们已与消费者达成和解，消费者认可平台的解释并且已同意了平台的补偿方案。

【案例三】“红布林”被指购衣遇瑕疵 主播误导 平台拖延售后

1月25日，四川省龚女士向“电诉宝”投诉称，其于1月20日红布林主播说没瑕疵，详情页99新接近全新，龚女士收到侧边底面破皮开裂，平台不处理拖时间，拖72小时后，默认收货过72小时无理由退款。龚女士表示当时主播在直播间也说的没有瑕疵成色很好，买回来全是瑕疵，欺骗消费者也没有售后，买了3天没有一个客服处理，龚女士希望平台能为消费者争取利益。

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，红布林回复称：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。

【案例四】用户投诉“微店”购物遇商家不回复 申请退货退款遭拒

1月26日，山东省的李女士向“电诉宝”投诉称，其在微店购买的快递1月24号签收，李女士1月25号申请退货退款商家不回复信息，找平台官方客服一直说帮李女士催促一直回复的官方回答，最后李女士急了他可以说投诉商家。李女士找商家的期间一直看到商家是在线或者几分钟前在线，就是不回复信息装看不到，店铺的评论也有很多说出质量问题或者其他问题找商家，商家不回复。

李女士要求立即退款退货。

【案例五】“小红书”商家被指存在虚假发货 刷单行为 要求正常发货或假一赔十

2月11日，湖北省的李女士向“电诉宝”投诉称，其于2025年1月31日在小红书购买两本台历，商家虚假发货。李女士称，当时在网上与商家确认发货时间，商家并没有表示缺货，发货后李女士发现收到的东西货不对板，向平台进行投诉，平台建议退款并补偿10元卷，李女士拒绝。

李女士强调商家存在虚假发货、刷单行为，要求平台公开对商家的处罚详情，平台表示不能告知后强行进行投诉结案。李女士认为平台存在包庇行为，要求商家正常发出她购买的商品，或假一赔十。

【案例六】不明情况下产生上千块高额折价费？用户称“转转”强行中止售后

2月14日，山东省李先生向“电诉宝”投诉称，其于1月31日在转转平台购买了一台二手iPhone14pro二手手机，过了几天到货签收，用了几天发现屏幕划痕比较多，但是在商品详情页并没有完全说明，而且手机后置摄像有卡顿，李先生申请退货退款，约的1月12号顺丰快递上门取件，在约定的地点将手机送给快递员之后，快递员未检查就拿走了。1月13号转转回电说手机外壳有破损，需要折价1167元。

李先生称，在打包送给快递员的时候，商品完好无损，不明情况下产生上千块高额折价费，侵犯消费者权益。李先生表示，这就是大平台作风？消费者依法在各大平台投诉，并向法院提起诉讼申请，2月14号转转又回电了，但之后竟然一联系不上用户强行中止售后。

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，转转回复称：亲爱的转转用户您好，您反馈的问题我们已经收到，已安排专员为您处理，请耐心等待，感谢您的反馈与支持，谢谢~

【案例七】消费者表示“途虎养车”轮胎问题影响行车安全 回应：售后已

达成一致

2月15日，新疆维吾尔自治区费先生向“电诉宝”投诉称，其于2023年10月在贵平台购买了一套固特异轮胎冬季胎（雪地胎）U G CROSS225/55R18 98H（订单号：TH614233768）。购买时，途虎养车平台承诺3年质保。然而，在正常使用两年后（截至2025年10月），费先生发现四条轮胎均出现了大小不一的裂纹问题，这严重影响了行车安全和使用体验。

对此，费先生感到非常困扰，并希望途虎养车平台能够重视并妥善解决此问题。费先生的诉求是更换新轮胎：由于轮胎存在质量问题，希望能够更换一套全新的同规格轮胎，并由途虎养车平台承担相关费用。

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，途虎养车回复称：您好，非常抱歉给您带来不好的服务体验，您的反馈已处理，售后团队已经联系到您并达成一致，感谢您的反馈。

【案例八】账号被“朴朴超市”限制下单？用户反馈无数次都被推脱

2月27日，广东省云先生向“电诉宝”投诉称，其于上周在朴朴下单，被限制下单、暴力封号，遭遇霸王条款，严重侵权和损害消费体验，朴朴超市给出的反馈是：相关账号下单行为异常，已被限制下单，如有疑问请联系客服处理。但云先生反馈客服无数次都被推脱。

【案例九】“有赞”搭建的微商城不能使用微信支付？用户要求退回15800元订购费用

3月9日，贵州省陈先生向“电诉宝”投诉称，其于2025年2月8日向杭州有赞科技有限公司订购开发微信小程序微商城专业版产品，签署订购合同前的要求是该小程序微商城产品必须具有“积分兑换+会员卡自动续费+分销渠道对接及顾客在小程序下单可以进行微信支付”等功能，上线时间为签订合同后21天正式上线。

陈先生称，截止到3月3日，该小程序产品依然不支持微信支付，期间陈先生多次与有赞销售和技术沟通后，还是不能进行微信支付功能，于是要求退款，

但是现在面临的情况是：1、与有赞销售沟通要求后于3月3日回了一句“已向公司反映退款 涉及不了”，然后就不接电话不回信息；2、向有赞商家客服提交所有申请的材料后回复“不是我们的问题也不是有赞的问题而是微信支付平台的问题，解决方案：不退款！”

陈先生表示，目前情况是要么继续等有赞技术升级，要么他们自己把订购的微商城转让给有需求的人。陈先生的诉求是杭州有赞科技有限公司退回订购产品的费用15800元。

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，有赞回复称：尊敬的有赞商家您好，您可以联系在线客服反馈您的问题，在线客服咨询入口：①微商城 app-我的-我的客服②电脑端微商城后台-概况-右侧“在线客服”。

【案例十】用户称超过退货时间申请退款却被“快手”商家拒绝

3月10日，内蒙古自治区的翟女士向“电诉宝”投诉称，其于2023年8月16日在快手平台鹿鹿直播间购买的ERIMOTA光子嫩肤仪，当时主播虚假宣传、夸大其词诱惑翟女士购买了这款仪器，翟女士用了一段时间不管用，商家也不给退，说超过退货时间了，一直不给退。

翟女士当时联系商家，对方也没说具体什么作用，就说时间太长了，不给退，但当时直播间说14天使用，没效果可以退。翟女士觉得因人而异，于是多用几天看看怎么样，然而多了几天商家就坚决不给退了。翟女士称，三千多的东西，对于一个宝妈来说，金额太大了，翟女士要求退货退款。

（二）数字生活数据与十大典型案例

数字生活消费评级榜：

在2025年Q1全国数字生活评级榜中：获“**建议下单**”的有：美团、BOSS直聘、去哪儿等3家；获“**谨慎下单**”评级的有：智行、万师傅等2家；获“不

建议下单”的有：飞猪等1家；获“不予评级”的有：大麦网、猫眼电影、智联招聘。

2025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	美团	95.35%	0.884	2.000	0.802	建议下单
2	BOSS直聘	100.00%	0.781	2.000	0.794	建议下单
3	去哪儿	100.00%	0.933	0.000	0.780	建议下单
4	智行	100.00%	0.564	0.000	0.669	谨慎下单
5	万师傅	92.31%	0.369	0.000	0.572	谨慎下单
6	飞猪	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
6	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
6	猫眼电影	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
6	智联招聘	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 $\in [0, 0.4)$ ，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”。
- 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

数字生活上榜平台有 25 家：

投诉量 TOP10 依次为：美团、BOSS 直聘、飞猪、去哪儿、万师傅、智行、猫眼电影、大麦网、智联招聘、携程；

排在第 11-25 名的是：同程旅行、联联周边游、鲁班到家、走着瞧旅行、航班管家、饿了么、58 同城、淘票票、滴滴出行、soul、赶集网、南方航空、高德、T3 出行、啄木鸟家庭维修。



强化消费维权 共筑满意消费

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:

2025

第一季度

1	美团	2	BOSS直聘	3	飞猪	4	去哪儿
5	万师傅	6	智行	7	猫眼电影	8	大麦网
9	智联招聘	10	携程	11	同程旅行	12	联联周边游
13	鲁班到家	14	走着瞧旅行	15	航班管家	16	饿了么
17	58同城	18	淘票票	19	滴滴出行	20	soul
21	赶集网	22	南方航空	23	高德	24	T3出行
25	啄木鸟家庭维修						

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 Boss 直聘、智行火车票、58 同城、飞猪、去哪儿、淘票票、万师傅、大麦网、智联招聘、高德。

2025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7日	Boss直聘	“Boss直聘”被指账号被封致失业 申诉无果
1月11日	智行火车票	用户投诉称“智行火车票”虚假宣传 人工客服失联
1月20日	58同城	用户投诉“58同城”商家乱收费 无执照经营 要求退还多收350元
1月24日	飞猪	“飞猪”被指售卖机票涉嫌欺诈 虚假宣传 用户诉求全额退票退款
1月24日	去哪儿	拒绝高额手续费 用户投诉“去哪儿”平台酒店霸道取消政策
2月9日	淘票票	霸王条款？“淘票票”被指无退改签渠道
2月14日	万师傅	“万师傅”安装人员投诉平台霸王条款 平台回复：核实已涉及违规行为
3月6日	大麦网	消费者因身体问题无法观演 申请与“大麦网”协商退票事宜
3月13日	智联招聘	签约合同不需要公章但退款需要加盖企业公章？用户投诉“智联招聘”增设不合理条款
3月31日	高德	用户称“高德”司机师傅恶意行为 平台联系处理久无反馈

图表编制：网经社

网址：WWW.100EC.CN

【案例一】“Boss 直聘”被指账号被封致失业 申诉无果

1月7日，广东省余先生向“电诉宝”投诉称其于2024年11月入职一家公司，做人事招聘，入职一周，帐号无故被封，说是违规了些平台规则，意思就是永久封禁，也解封不了，有没有任何解决办法，然后账号就注销了，后面就被辞退失业了。余先生表示直到今天重新注册了新手机号，实名之后立马无缘无故又被封了，用不了APP，申诉完全不管你，导致找不到工作，也影响了就业，Boss直聘工作人员也不给解决方案，就是敷衍，就说就是这样的没有任何办法，这个软件霸占了市场又不让人用，余先生只想维护其个人权益。

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，Boss直聘回复称：您好，运营小编关注到了您反馈的问题并十分重视，小编已经将您的信息反馈给相关工作人员跟进，感谢您的支持与理解。

【案例二】用户投诉称“智行火车票”虚假宣传 人工客服失联

1月11日，云南省的张女士向“电诉宝”投诉称其于2025年1月4日上午在智行下一张从昆明起飞到太原机票，遇到如下问题 实际支付价格高于含税价格：在下单时支付了612元，但实际含税价格为600元，导致张女士多支付了12元。这与当时的宣传价格不符，希望能给出合理的解释并进行退款处理，退一赔三。

机票降价及诱导消费：在下单时，界面显示只剩最后一张票，给人造成了紧迫感，促使张女士尽快购买。然而，事后发现该机票价格已经降价。这种宣传方式容易误导消费者，影响了张女士的购买决策。购票后，无论在App还是拨打人工客服电话都联系不到人工客服，处理不了问题。

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。截至发稿前，智行的工作人员并未回复。

【案例三】用户投诉“58同城”商家乱收费 无执照经营 要求退还多收350元

1月20日，天津市程先生向“电诉宝”投诉称于2025年1月19日通过58同城联系商家上门疏通下水道，师傅上门后说普通管道疏通100元，这个需要回型管道疏通，因管道特殊比较麻烦耗时较长需收费350元，后因师傅工具无法进入回型管道，通过旁边的普通管道疏通的，最后结账时要求支付疏通回型管道的350元加上上门费100元，共计450元，因师傅未疏通回型管道还要求付此款。

程先生表示58同城投诉后需要提交与商家的通话录音，且态度恶劣，偏袒商家，告知无通话录音就现在联系去录音，期间就联系过两次商家，第一次沟通咨询说师傅半小时内联系我上门，第二次因等待1小时无人联系，与商家咨询是否有师傅能上门，期间无任何师傅通过电话与我联系，现事已发生损失金额350元为事实，从上门疏通到结束用时不到20分钟，且疏通的管道与之前协商的方式不同，58同城偏袒商家，说支持消费者去起诉，但通过查询该商家无营业执照，无办公地点批示，现要求退还多收款项350元！

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。截至发稿前，58同城的工作人员并未回复。

【案例四】“飞猪”被指售卖机票涉嫌欺诈 虚假宣传 用户诉求全额退票退款

1月24日，江苏省钟先生向“电诉宝”投诉称，其于2025年1月20日从飞猪平台上订购了3月21日从底特律飞上海DL389，4月6日从上海飞底特律的达美航空往返机票。购票时，平台一直显示的是“经济舱和超级经济舱”，购买之后，钟先生登录达美航空app查询机票，却发现飞猪平台售卖给钟先生的是Basic（基础舱），该舱位无法选座，无法升舱，无法累计里程，在权益与服务上与“经济舱”存在显著差异。

钟先生发现后立即（在出票之前）在飞猪平台上选择了拦截出票和取消订单选项，可平台在几分钟后仍然给其出票了。与飞猪客服联系时，平台推脱责任，消极处理。在随后沟通的解决方案达成一致后，飞猪平台又以过了“时效”为由拒不履行退款。问询客服后依然推卸责任，消极处理。钟先生认为飞猪平台的行为涉嫌欺诈，虚假或诱导性宣传，严重侵犯了消费者的知悉权，自主选择权，公平交易权和求偿权等合法权益。钟先生的诉求是全额退票退款。

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但截至发稿前尚未收到被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例五】拒绝高额手续费 用户投诉“去哪儿”平台酒店霸道取消政策

1月24日，陈女士向“电诉宝”投诉称，其于2025年1月19日预订2025年1月28日至2025年1月31日在西双版纳景洪龙客来酒店3晚住宿，现在由于行程变化考虑孩子身体不舒服原因，以安全为重，申请取消住宿，已第一时间告知酒店缘由，申请免费取消，协商无果。陈女士距离预订日还有4天日期，平台酒店以旺季为由要求收取高额手续费，实属霸道欺压消费者权益。

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，去哪儿回复称：经核实，消费者反馈行程有变，诉求是赔偿。平台核

实商家不同意免费取消，取消需扣费 222.5 元现金，平台考虑消费者体验扣费成功申请 222.5 元现金补偿，消费者认可，和解成功。

【案例六】霸王条款？“淘票票”被指无退改签渠道

2 月 9 日，河南省陈女士向“电诉宝”投诉称，其错误购买电影票不予退款。陈女士表示：1.淘票票作为网上交易售票平台，无退改签渠道，不予退款，是淘票票的个体主观行为，却推脱给影院。2.根据国家广电总局《影院计算机售票软件系统技术规范》的第三部分第 4 条规定，“售票软件应具有退票功能，并建立相应退票记录。因此，商家在电影票 APP 上不设置消费者可以退票的权限是涉及霸王条款。霸王条款消费者是可以不予履行的。消费者购买电影票和购买其他商品不一样，只要消费还没有入场看电影，就说明还没有享受到电影院提供的服务，所以要求退票并不是无理要求。

陈女士称，平台的回复明显是互相推诿扯皮。最终，这件事都没得到解决，钱不能退。在如此法制社会，如此保障消费者权益的社会，他们这样猖狂，有恃无恐，侵犯消费者权益，这么多年第一次遇到如此蛮横强硬的商家。

【案例七】“万师傅”安装人员投诉平台霸王条款 平台回复：核实已涉及违规行为

2 月 14 日，湖北省梅先生向“电诉宝”投诉称，其于 2025 年 1 月 21 号在万师傅平台接了一单增压泵的活，因为安装增压泵需要辅材，以及客户家的插座也不够，于是梅先生现场跟客户说了需要辅材和相关的费用，客户当时也同意了。但过了两天客户就投诉到平台说当时收费贵了，平台称当时需要收费的时候没有跟平台沟通，现在要缴纳 300 元的费用还要扣 20 分。梅先生表示，万师傅平台的做法就是霸王条款。

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，万师傅回复称：卫浴|安装-自吸泵*1 台，师傅反馈不满订单处理结果，经平台介入核实，师傅服务过程中异常情况未反馈用户，私下与客户沟通进行收费，导致用户不满反馈至平台，核实已涉及违规行为，故进行相应处罚，经平台沟通协调，已致电师傅多次解释说明，师傅不认可自身问题，非常抱歉无法协商

达成一致。

【案例八】消费者因身体问题无法观演 申请与“大麦网”协商退票事宜

3月6日，湖南省李先生向“电诉宝”投诉称，其于2025年2月10日通过大麦网购买3月22日米卡演唱会门票两张（订单号：2462236071595956863）。因3月1日突发急性腰扭伤，经三甲医院诊断为腰椎小关节紊乱（附医疗证明及病休单），医嘱需绝对卧床静养两周，医嘱明确禁止坐立及长时间移动。李先生称虽经多次尝试康复治疗，至今仍无法自主行走。

李先生表示，鉴于突发疾病导致不可抗力因素，恳请大麦网依据《消费者权益保护法》第十一条规定，对未使用门票予以特殊退票处理。作为大麦网五年忠实用户，李先生理解平台退改政策，但本次确属意外突发健康事件，已造成近万元医疗支出，实难承担票务损失。愿提供全套医疗凭证及身份证明，恳请平台予以人道主义关怀，协调退票事宜。

【案例九】签约合同不需要公章但退款需要加盖企业公章？用户投诉“智联招聘”增设不合理条款

3月13日，陕西省杨女士向“电诉宝”投诉称，其于2月17日通过网络搜索购买了智联招聘一年套餐，费用3000元，试用一下发现不符合招聘需求，验收未果。根据合同条款规定验收不合格可以退订，杨女士在当天表示退订，经平台介入协商智联表示同意，但要杨女士称，在订立网络合同对方没有要求企业加盖公章和杨女士本人以及公司法人签名，现在退款要求加盖企业公章，而且合同上也没有任何说明和要求退费需要加盖公章。杨女士要求对方出具签约合同不需要公章但是退款需要公章的纸质说明，对方表示只能电话沟通，没办法提供纸质说明，是他们平台规定，未达成诉求。杨女士认为对方的不合理增设退款条款，单方面格式条款侵害消费者权益，一直拖延至今无法退款。

【案例十】用户称“高德”司机师傅恶意行为 平台联系处理久无反馈

3月31日，福建省吴女士向“电诉宝”投诉称，其在一嗨平台给儿子叫了个的士（从福州王庄回湖前），4:47分行程结束，4:51分发现手机落车上，

吴女士立马电话司机帮忙送回手机并表示愿意付双倍车费，司机张口就要 100 元，然后故意说他在连江那边（前后不过 5 分钟，正常福州到连江需要 40 分钟）。

吴女士觉得司机有点狮子大张口，跟高德平台投诉表示只愿意支付工费和车费 50 元，高德表示会尽快联系司机并处理，但是一直到晚上九点都没有结果反馈。期间吴女士联系司机，他一会说手机已经交到福清海口派出所（距离 75 公里外），一会又说放哪个派出所凭他心情，还说吴女士这人多少有点问题，现在出 200 元也不愿意送回来。吴女士认为司机师傅这是属于恶意行为。

（三）数字教育数据与十大典型案例

数字教育消费评级榜：

在 2025 年 Q1 全国数字教育评级榜中：获“**建议下单**”的有：赛优教育；获“**谨慎下单**”的有：帮考网；获“**不建议下单**”的有：一只船教育、中安建培。

2025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	赛优教育	100.00%	0.875	0.000	0.762	建议下单
2	帮考网	100.00%	0.067	10.000	0.720	谨慎下单
3	尚德机构	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
3	一只船教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
3	中安建培	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
3	中安建培教育	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 28 家：

投诉量 TOP10 依次为：一只船教育、中安建培教育、帮考网、尚德机构、赛优教育、中安建培、嗨学网、常青藤爸爸、对啊网、潭州教育；

排在第 11-20 名的是：沪江网校、帮考教育、网易云课堂、恒企教育、小叶子陪练、聚力成师教育、中公教育、高教通；

排在第 21-28 名的是：VIPKID、明世在线、阿卡索外教网、深海教育、掌门1对1、腾讯课堂、英语流利说、菲尔莱。



电诉宝发起“2025第十四届网络消费315调查行动”

- 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: 2025 第一季度

1	一只船教育	2	中安建培教育	3	帮考网	4	尚德机构
5	赛优教育	6	中安建培	7	嗨学网	8	常青藤爸爸
9	对啊网	10	潭州教育	11	沪江网校	12	帮考教育
13	网易云课堂	14	正保会计网校	15	环球网校	16	恒企教育
17	小叶子陪练	18	聚力成师教育	19	中公教育	20	高教通
21	VIPKID	22	明世在线	23	阿卡索外教网	24	深海教育
25	掌门1对1	26	腾讯课堂	27	英语流利说	28	菲尔莱

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投诉案例，涉及高顿教育、大鹏教育、深海教育、潭州教育、小叶子智能陪练、帮考网、中安建培、中公教育、芸学教育、尚德机构。

2025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1日	沪江网校	用户投诉“沪江网校”课程返现未到账 诉求返还3057.9元
1月2日	小叶子智能陪练	用户遭遇“小叶子智能陪练”退款障碍 质疑扣费合理性
1月8日	赛优教育	用户投诉“赛优教育”课程欺诈消费 诱导报名缴费
1月9日	学慧网	“学慧网”被指虚假宣传 售后失联
1月13日	中安建培	用户投诉“中安建培”培训退款难 承诺不过退费却拖延无果
2月16日	潭州教育	用户称收到“潭州教育”退款短信 却无真正退款信息
2月16日	帮考网	讲课乱七八糟？学员要求“帮考网”按照协议24小时内退款
3月11日	网易云课堂	学员投诉“网易云课堂”存在虚假促销 不履行承诺等问题 要求恢复观看课程视频权限或退款
3月11日	一只船教育	“一只船教育”被指利用虚假欺骗信息招揽不具备报名条件的学员参加接训 报名考试
3月31日	常青藤爸爸	可返现课程要等300年才能提现？“常青藤爸爸”被指恶意拖欠

图表编制：网经社

网址：WWW.100EC.CN

【案例一】用户投诉“沪江网校”课程返现未到账 诉求返还 3057.9 元

1月1日，山东省李女士向“电诉宝”投诉称其于2020年7月在沪江网校APP购买2022考研锐变标准班公共课程，课程咨询时，客服说课程结束后完成相应课程可获得现金返现。李女士表示购课费用15289.5元，课程结束于2021年12月31日。按合同约定，届时可返现总金额20%即3057.9元。并以学币提现的方式提现到绑定银行卡，但提现至今未到账，沪江客服敷衍。李女士诉求返给本人3057.9元。

【案例二】用户遭遇“小叶子智能陪练”退款障碍 质疑扣费合理性

1月2日，广东省的魏女士向“电诉宝”投诉称其于2024年12月3日在小叶子智能陪练APP上在客服老师的补录优惠名额政策诱导之下购买了小叶子智能陪练课，购一年送半年，共支付1999元，试用期7天。

魏女士表示因为孩子周一到周五晚上都在托管比较晚回来，都没有什么时间去练，也已经太累了不愿意学，由于自身工作也忙，到了 15 日才想起来申请退款，因为超过了 5 天，但客服说要扣一个正常课程（不包含多送的时间）的一个月费用，还要扣 25% 的违约金。

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，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例三】用户投诉“赛优教育”课程欺诈消费 诱导报名缴费

1 月 8 日，高先生向“电诉宝”投诉称于 2024 年 10 月 26 日，通过微信二维码付款的方式，在赛优平台购买了心理咨询师课程，费用为 3180 元。销售人员声称该课程所颁发的证书由中国卫生心理协会提供，且双方已有长达十年的合作关系。然而，在学习过程中，高先生又被要求额外支付 4180 元以考取所谓的“小证”。

起初，销售人员及班主任表示，考取大证后即可免费在平台兼职。但随后又称，必须再考取四个技能证（需额外支付 4180 元）方能在平台兼职，并暗示大证的实际作用有限。在两次劝导消费时，销售人员采用了营造紧张氛围的话术，如“再不报名通道将关闭，下次考试将转为线下且难度增加，这是唯一的机会”等。基于这些诱导，高先生支付了额外费用。

在考试报名时，又被要求支付额外的报名费，包括大证的 680 元和四个小证各 255 元，销售人员声称这些费用将直接转给考试机构。然而，转账记录显示，这些费用实际上是转给了赛优公司。此外，考试题库中存在大量原题，让人质疑考试的公正性和真实性。

经后续查证，中国卫生心理协会已发布文件，明确否认与赛优存在任何合作关系。基于以上情况，高先生认为赛优平台存在欺诈和诱导消费的行为，并要求全额退款 8380 元（包括原始课程费用 3180 元、额外考取小证的费用 4180 元以及报名费 1020 元），同时要求赔偿和道歉。

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，塞优教育回复称：亲亲，您反馈的问题小优已经收到，非常抱歉给您带来不好的体验。小优已为您对接售后老师，请您保持手机畅通，感谢您的理解与支持~

【案例四】“学慧网”被指虚假宣传 售后失联

1月9日，浙江省的王先生向“电诉宝”投诉称其于2021年12月28日在京东购买北京学慧网课程，缴费成功后无人联系，无人售后，存在虚假宣传，学慧网老师也联系不到。

现王先生诉求，全额退款，学慧网老师虚假宣传，交钱后，无人管，没有任何联系方式。

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。但截至发稿前，尚未收到学慧网的工作人员回复。

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，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例五】用户投诉“中安建培”培训退款难 承诺不过退费却拖延无果

1月13日，辽宁省吴先生向“电诉宝”投诉称其于2022年报名中安建培注册安全工程师培训缴费3184元，说是考过了有公司直接挂考，5年20万，后期7月份学校樊老师电话询问是否有把握，没有把握可以参加十一密训，并且不过可以退费。

吴先生一次性缴纳13796元学费，22年考注安没通过，联系中安建培客服退款，对方说，继续在考一次吧，实在不过，再行退款。23年考试也没过，又联系退款，客服一直联系3个月了，24年11月有个售后打电话要了考试成绩照片，后期就一直联系不上，客服一直说退费归售后，他们只能反馈，至今一直无结果。

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，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例六】用户称收到“潭州教育”退款短信 却无真正退款信息

2月16日，江苏省陈女士向“电诉宝”投诉称其于2022年6月-7月在某视频里看到潭州教育配音课程，然后交了7000块学费，后来发现课程与实际不符，暂停了课程，再过一段时间发现app打不开了。最近陈女士发现还有退款短信，心想竟然可以退款，但是怎么都搜不到真正的退款信息，这才意识到自己被骗了。

【案例七】讲课乱七八糟？学员要求“帮考网”按照协议24小时内退款

2月16日，河南省周先生向“电诉宝”投诉称其于2025年2月15日在微信上购买了帮考网的机电二级建造师网络课程，购买后进去听课发现讲解的乱七八糟，跟自己看书没什么区别。

周先生称他们网络推销电话拨打进来时说他们课程有多好，可是周先生听过后发现讲的不一样，微信联系他们客服不理人，拨打客服电话无人接听，每次都是挂断。周先生表示，根据协议可以24小时内可以退款，周先生同意他们可以扣除手续费，按照他们定的协议处理。

【案例八】学员投诉“网易云课堂”存在虚假促销 不履行承诺等问题 要求恢复观看课程视频权限或退款

3月11日，云南省尹先生向“电诉宝”投诉称其于2022年9月购买的网易云课堂二级建造师课程，购买时销售业务员说的课程有效期是3年，若2年没过，可以再申请一年，继续观看课程。现在尹先生无法观看课程视频，课程视频也给关闭了，课程显示已过期。

尹先生从去年24年11月已提过这个问题，期间找相应的老师沟通过，他们不予理睬，各种理由推脱搪塞，还不解决问题，无任何的回应。现尹先生强烈投诉网易云课堂及业务员存在虚假促销、虚假宣传、诱导客户、不履行承诺问题，用文字游戏诱导客户，虚假宣传，欺诈客户，属于严重诈骗。尹先生的诉求是恢复观看课程视频权限，或退相应的金额。

【案例九】“一只船教育”被指利用虚假欺骗信息招揽不具备报名条件的学员参加接训 报名考试

3月11日，重庆市蒋女士向“电诉宝”投诉称其于2021年11月一只船教育公司人员诱导消费，买了课程。在其中又被公司人员升级课程再交费，说的一年内考过，现2年了，没考不说，人都找不到了。

蒋女士表示，北京一只船教育机构的招生老师声称学习、报名、挂靠全流程服务，学历和毕业时间不符合要求也可以报名，并且以“官方指定培训”“内部绝密资料”“押是保过”“挂证挂靠赚钱”等虚假欺骗信息甚至伪造公文等违法手段，招揽不具备报名条件的学员参加接训、报名考试，诱导蒋女士不符合报考条件我缴费。说蒋女士初中生能参加消防工程师，让她去考了一个电中一年制。

【案例十】可返现课程要等300年才能提现？“常青藤爸爸”被指恶意拖欠

3月31日，山东省李女士向“电诉宝”投诉称其于2021年在常青藤爸爸APP平台购买了可返现课程，总共买了7个课程（分别是给孩子的第一门科普系统课、思维启蒙-基础认知1期、英文分级阅读动画课、动画版亲子英文课、中式英语避坑指南、英语地道说亲子课、影响世界的100个名人），完成所有课程后常青藤爸爸APP平台应该按照约定给她返款。

李女士一共申请有5个提现总计1474元，但是从2021年到今日四年间一直未收到打款。提现的流程一直显示排队中，其中一个提现的排名是34572名，按照排队速度要等300年才能提现。李女士认为这是一种恶意拖欠的行为，请常青藤爸爸（北京）教育科技有限公司尽快按照约定返还人民币1474元。

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物流信息考核，如此行为，可恶至极，要求平台严格处罚次行为。虚假发货 明明没有发货硬说发货了，结果一个星期都没有物流显示，欺骗消费者，辛辛苦苦等了一个星期，快递和商家联合起来扫描出中转物流信息，引导消费者误以为发货了，其实根本没有发货，只是快递公司给商家做物流信息考核，如此行为，可恶至极，要求平台严格处罚次行为。

[投诉对象] 丽质睡衣店 领域：国内网购 类型：发货问题

详情>

浙江省

2020-07-30 17:22:34

未审核

我要投诉

电商入驻

投诉指南

电诉宝
网络消费纠纷调解平台

电商投诉，就上“电诉宝”
高效解决消费纠纷



投诉榜

更多

总榜	零售	服务	金融	物流	产业
1 淘宝	2 拼多多				
3 京东	4 联联周边游				
5 嗨学网	6 天猫				
7 绿森商城	8 洋码头				
9 飞猪	10 微信商家				
11 大塘小鱼	12 有赞				
13 小红书	14 旅划算				
15 苏宁易购	16 闲鱼				
17 当当	18 微拍堂				

（二）关于网经社

浙江网经社信息科技有限公司拥有 18 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)等一系列子品牌/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。

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《2025 年 Q1 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：2025 年 4 月 2 日

官方公众号 ID: i100EC

网购投诉平台 ID: DSWQ315

(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)

(18 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)

