



网经社电子商务研究中心
国家“一带一路”TOP10影响力社会智库



电诉宝
网络消费纠纷调解平台

2020年

电商物流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：2021年3月9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）榜单数据	4
（二）投诉问题类型分布	8
（三）投诉用户性别、金额分布	9
（四）投诉地区分布	11
三、典型案例	11
（一）“海带宝”	11
（二）“邮政”	18
（三）“百世”	22
（四）“斑马物联网”	28
（五）“转运四方”	34
（六）“顺丰速运”	40
（七）“59 转运”	40
（八）“货拉拉”	41
（九）“澳洋转运”	41
（十）“海菠萝转运”	42
四、关于我们	42
（一）关于电诉宝	42
（二）关于网经社	45
（三）2020-2021 年度网经社电子商务研究中心报告发布计划	47

一、报告摘要

对于跨境电商产业链乃至整个电商物流行业来说，2020 年是行业蓬勃发展的一年。由于上半年新冠肺炎疫情影响，线上购物逐渐取代线下实体成为消费主流，电商物流呈现井喷式发展，同时也带来了电商物流的红利期。然而疫情虽然给电商物流行业带来了红利，但这并不意味着整个行业往后就一帆风顺、高枕无忧，随之带来的也有一系列的消费问题，尤其是疫情导致发货延期的时效问题层出不穷，此外，物流问题、退款问题、霸王条款等问题也困扰着整个电商物流行业。

2021 年 3·15 “国际消费者权益日”又将到来，各大网络消费平台 2020 年度的消费答卷又将呈现，今年央视 3·15 晚会的焦点又会是谁呢？在此背景下，3 月 9 日，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《2020 年度电商物流消费投诉数据与典型案例报告》，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2020 年全年受理的全国 480 家互联网平台海量用户消费纠纷案例大数据。

根据国家邮政局发布数据显示，2020 年，全国快递服务企业业务量累计完成 833.6 亿件，同比增长 31.2%；业务收入累计完成 8795.4 亿元，同比增长 17.3%。

网经社将物流科技定义为：以互联网技术为依托的物流生态，包括物流快递、电商自建物流、跨境物流、仓储物流、即时物流、同城货运、末端配送、智能物流以及大宗物流等。在物流科技产业链中，主要的玩家包括：

- 1) 物流快递类：顺丰、申通、圆通、韵达、汇通、中通、天天快递、优速快递等；
- 2) 电商物流类：苏宁物流、菜鸟网络、京东物流等；
- 3) 跨境物流类：斑马物联网、海带宝、转运四方、风行全球送、快鸟转运等；
- 4) 即时物流类：美团配送、蜂鸟即配、闪送、达达、顺丰同城急送等；
- 5) 同城货运类：福佑卡车、壹米滴答、云鸟、货拉拉、快狗打车、滴滴货运、卡行天下等；

- 6) 最后一公里类：速递易、丰巢、E 邮柜、菜鸟驿站等；
- 7) 智慧物流服务商：筋斗云、炬星科技等；
- 8) 大宗物流网络类：网盛运泽、传化智联等。

二、整体数据

（一）榜单数据

2020 年全年“电诉宝”受理投诉中涉及电商物流平台根据投诉量排名 TOP10 为：海带宝、转运四方、斑马物联网、百世、邮政、顺丰速运、EMS 快递、中通、59 转运、点我达。

排名第 11-20 为：韵达快递、圆通、货拉拉、U2C 转运、海菠萝转运、澳洋转运、百通物流、66 速递网、鹏华、捷众国际。

排名第 21-28 为：中环转运、吉祥邮、申通快递、八达网转运、转运国际、华美转运、菜鸟裹裹、天马迅达快递。

此前，英超物流、嗨转全球、华人快递、美国快递、天天快递、TNT 快递、人人转运、快鸟转运、闪购转运、递四方、安能物流、风行全球送、蜂鸟转运等也涉及消费者投诉。



[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](#) [零售电商](#) [服务电商](#) [金融科技](#) [电商物流](#) [产业电商](#)

行业：[全部](#)

筛选：[2020](#) [全年](#)

1 海带宝	2 转运四方	3 斑马物联网	4 百世
5 邮政	6 顺丰速运	7 EMS快递	8 中通
9 59转运	10 点我达	11 韵达快递	12 圆通
13 货拉拉	14 U2C转运	15 海菠萝转运	16 澳洋转运
17 百通物流	18 66速递网	19 鹏华	20 捷众国际
21 中环转运	22 吉祥邮	23 申通快递	24 八达网转运
25 转运国际	26 华美转运	27 菜鸟裹裹	28 天马迅达快递

(以上为投诉量排行榜)

由于投诉量的多少与平台的市场占有率有直接关联，为避免被竞争对手和部分媒体关注且恶意放大，故不显示。
因新平台于2018年315前夕正式上线运行，在此前投诉数据未予统计故未显示。

同时，报告还公布了《2020 年全国电商物流消费评级榜》，电商物流共 5 家物流企业入选，包括：海带宝、邮政、百世、斑马物联网和转运四方。其中，海带宝获“谨慎下单”评级；邮政、百世、斑马物联网和转运四方获“不予评级”。

2020年全国电商物流消费评级榜

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	海带宝	90.91%	0.595	3.333	0.717	谨慎下单
2	邮政	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2	百世	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2	斑马物联网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2	转运四方	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。

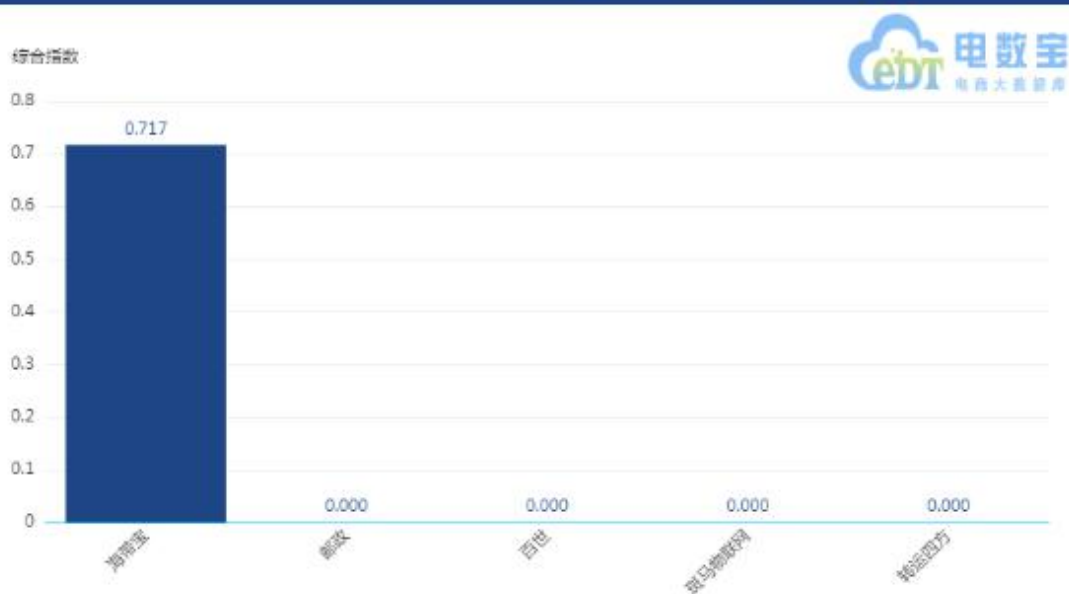
4、本榜单所有数据均由系统后台根据各电商平台上述行为，依据上述模型算法自动生成，不受任何人工因素影响。

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

据悉，榜单依据反馈率、反馈时效、满意度多项指标，由系统建模、自动评估、公开披露，其数据评级完全由平台智能化生成。详见“电数宝”（DATA.100EC.CN）。

2020年全国电商物流综合指数对比图



图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

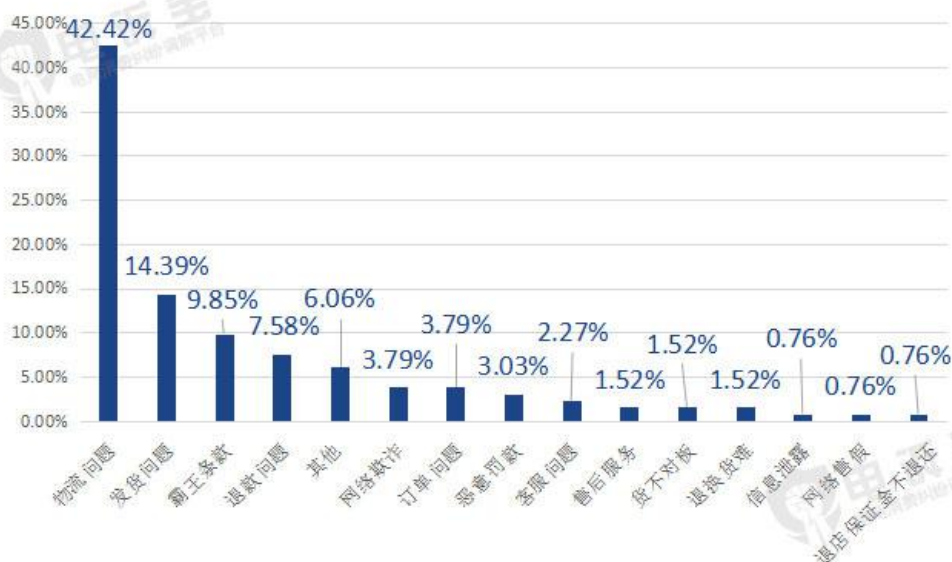
数据来源：WWW.100EC.CN

注：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 $\in [0.75, 1.0]$ 。

据“电数宝”数据显示，海邦宝获“谨慎下单”评级；邮政、百世、斑马物联网和转运四方获“不予评级”。可以看出，网络消费平台在受理“电诉宝”移交的用户投诉，平台反馈率、回复时效性、用户满意度相对较低，需积极受理网络消费纠纷投诉平台移交督办的全国各地用户投诉线索并第一时间相应、及时反馈，努力提高售后服务水平，赢得消费者的信赖。

（二）投诉问题类型分布

2020年电商物流用户投诉问题类型分布

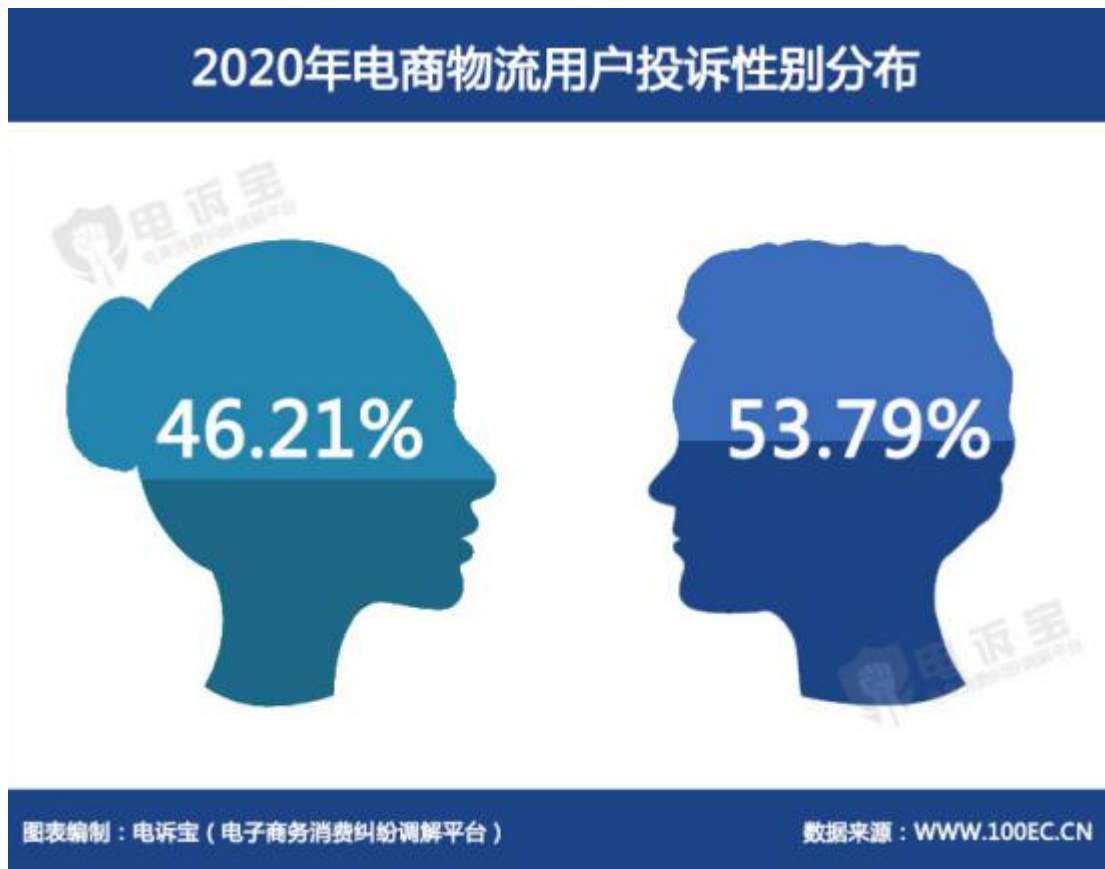


图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

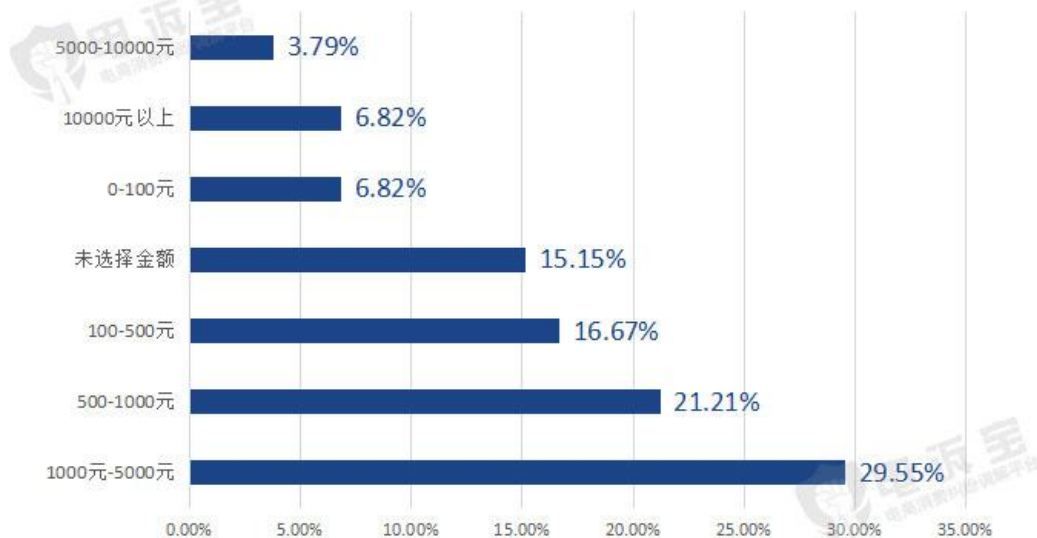
数据来源：WWW.100EC.CN

据网络消费纠纷调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，物流问题、发货问题、霸王条款、退款问题、网络诈骗等问题是2020年全年电商物流投诉的主要问题。

（三）投诉用户性别、金额分布



2020年电商物流用户投诉金额分布



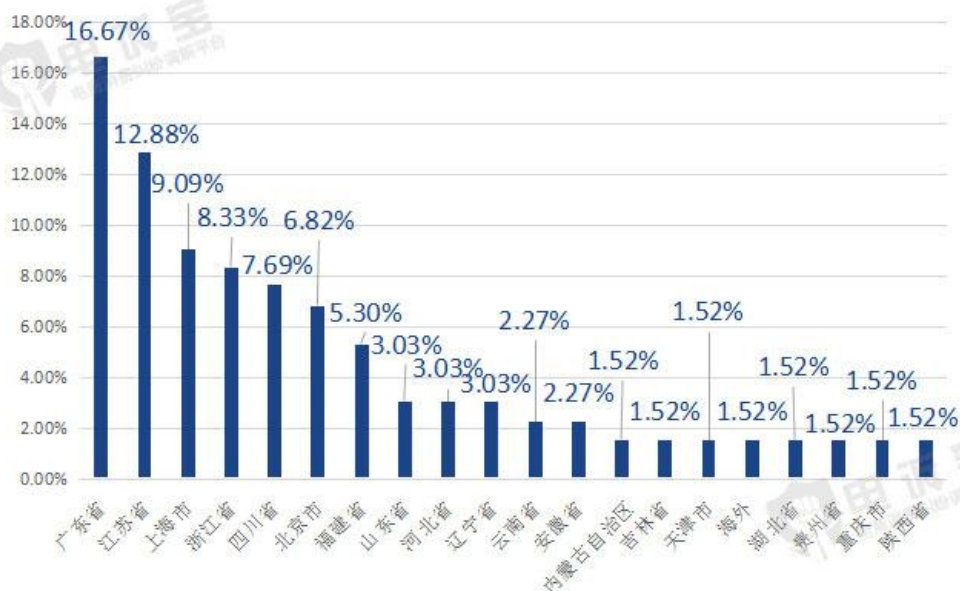
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

2020 年全年投诉电商物流的用户性别占比分别为男性（53.79%）、女性（46.21%）；投诉金额区间前三依次为 1000-5000 元（29.55%）、500-1000 元（21.21%）、100-500 元（16.67%）。

（四）投诉地区分布

2020年电商物流用户投诉地区分布



图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

2020 年全年投诉电商物流的用户集中地前三依次为广东省、江苏省、上海市，占比分别为 16.67%、12.88%、9.09%。

三、典型案例

（一）“海带宝”

2020 年全年投诉数据

海带宝电商消费2020年评级数据

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
2020年	全年	90.91%	0.595	3.333	0.717	谨慎下单
2020年	第四季度	91.67%	0.606	2.000	0.700	谨慎下单
2020年	双11	50.00%	0.400	0.000	0.370	不建议下单
2020年	12月	100.00%	0.800	0.000	0.740	谨慎下单
2020年	11月	50.00%	0.250	0.000	0.325	不建议下单
2020年	10月	100.00%	0.733	0.000	0.720	谨慎下单
2020年	第三季度	87.50%	0.550	6.000	0.733	谨慎下单
2020年	9月	50.00%	0.300	0.000	0.340	不建议下单
2020年	8月	100.00%	0.400	6.000	0.750	谨慎下单
2020年	7月	100.00%	0.800	0.000	0.740	谨慎下单
2020年	上半年	65.38%	0.515	2.000	0.542	谨慎下单
2020年	第二季度	100.00%	0.950	2.000	0.845	建议下单
2020年	6月	66.67%	0.533	0.000	0.493	谨慎下单
2020年	5月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	4月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	第一季度	78.95%	0.411	2.000	0.578	谨慎下单
2020年	3月	72.73%	0.436	2.000	0.555	谨慎下单
2020年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	1月	75.00%	0.750	0.000	0.600	谨慎下单

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

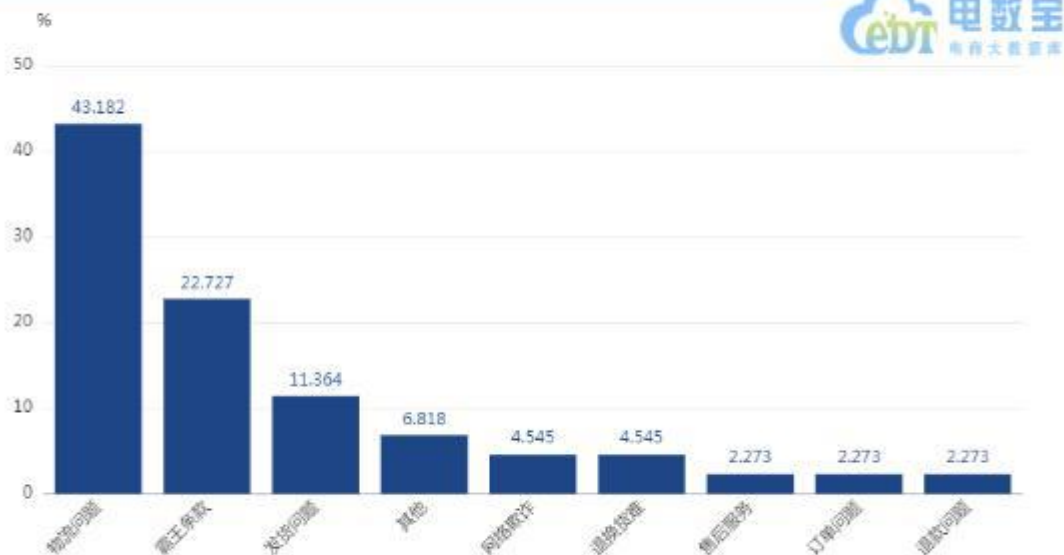


据“电数宝”显示，2020年深圳海带宝网络科技有限公司旗下“海带宝”共获得19次消费评级，其中3次获“建议下单”评级，12次获“谨慎下单”评级，3次获“不建议下单”评级，1次获“不予评级”，2020年全年整体消费评级为“谨慎下单”。

消费问题分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，“海带宝”存在物流问题、霸王条款、发货问题、网络欺诈、退换货难、售后服务、订单问题和退款问题。

海带宝2020年全年投诉问题类型占比图



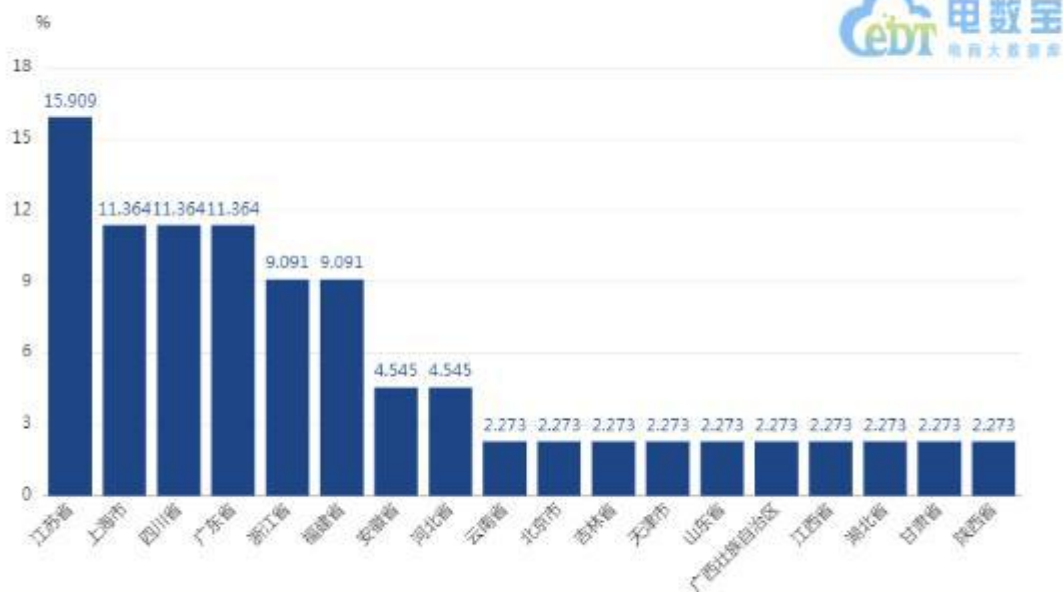
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据显示，2020 年度投诉“海带宝”的用户主要集中地区前十依次为江苏省、上海市、四川省、广东省、浙江省、福建省、安徽省、河北省、云南省、北京市。

海带宝2020年全年投诉者地区占比图



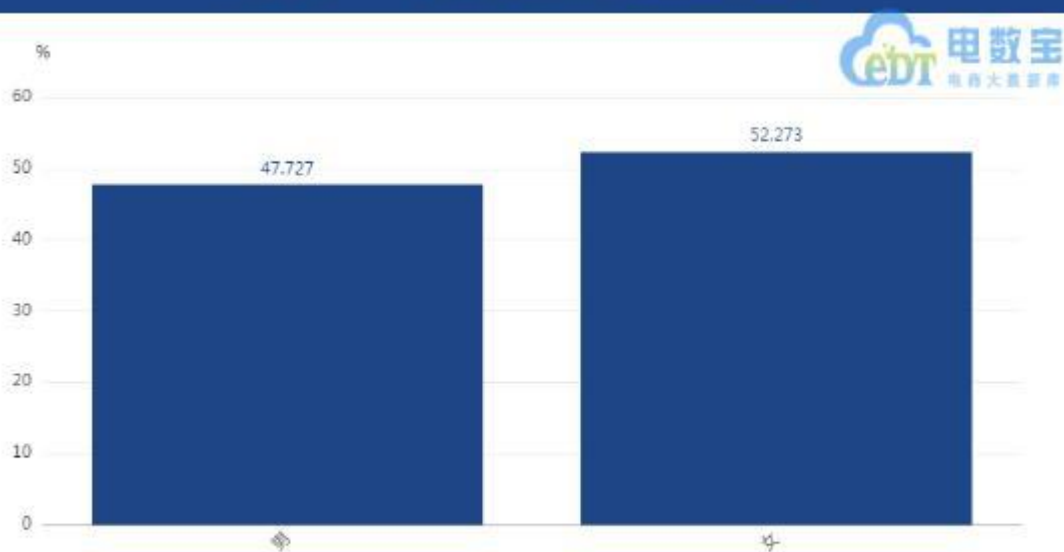
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别分布

据网经社“电数宝”电商大数据显示，在投诉“海带宝”的用户中男生占 47.727%，女生占 52.273%。

海带宝2020年全年投诉者性别占比图



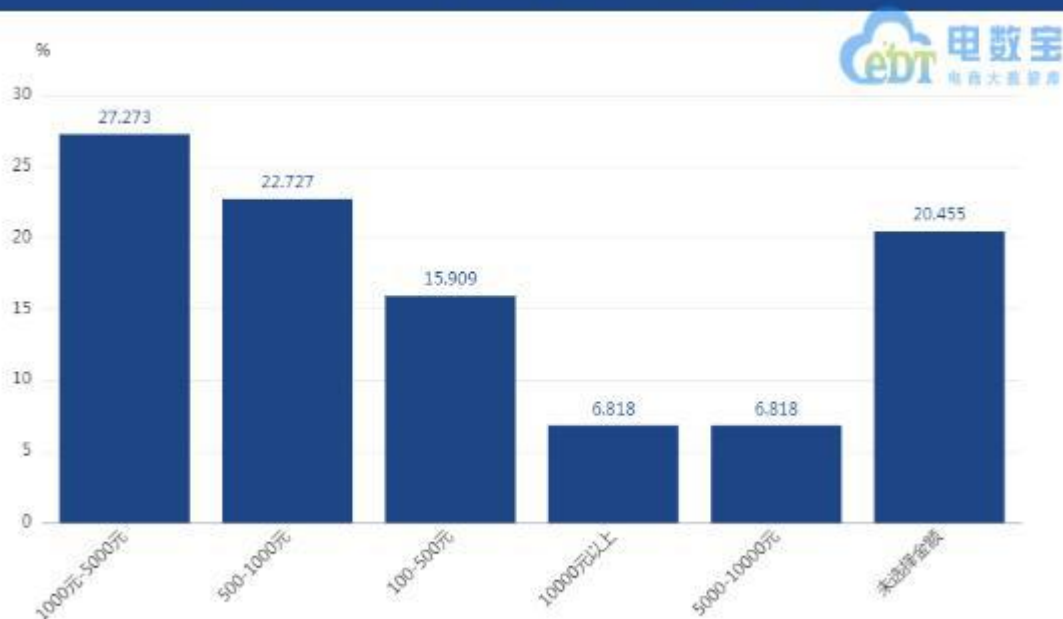
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉金额占比

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，用户投诉“海带宝”的消费金额主要在1000-5000元、500-1000元、100-500元、10000元以上和5000-10000元区间，占比分别为27.273%、22.727%、15.000%、6.818%和6.818%。

海带宝2020年全年投诉金额占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

【案例一】“海带宝”网购商品但迟迟未入库 赔偿被拒客服态度引不满

四川省的刘先生于8月23日在6pm网站购买鞋子一双，6pm于8月24日发货承运商为美国本土ups，收货地址为海带宝美国免税仓库。6pm及美国ups官网相关快递信息均显示该包裹于8月27日完成配送，签收人为海带宝美国仓库工作人员。刘先生于9月2日起，断断续续与海带宝客服沟通并催促其核实海外仓工作人员加快入库流程，但距离签收日期一过去14天了，海带宝客服、网页信息均未给一个明确的答复，9月9日在海带宝发起赔偿申请，其工人有毫不讲理、蛮横的拒绝并关闭了相关申请，并声称即使货物丢失，其网站也没有赔偿。对此，“海带宝”发来反馈称：刘先生反馈的包裹为美国UPS快递发出，但后续UPS快递转了USPS派送，此包裹已正常入库给了刘先生。

【案例二】“海带宝”商品显示已签收 售后赔付遭拒

吴先生于2020年7月4日在美国ebay网站购买了一双asics的跑鞋，商家发货到海带宝美国仓库，显示7月20号海带宝签收了，结果后续一直不入库到我账号下，我找美国快递ups要了文件证明，他们证实确实投递给了海带宝仓库了，但跟客服反复确认，他们都坚

称没有收到此包裹，客服只会说签名都是快递代为签字的，暂时还不能确定您的包裹是否已经派送到我们的仓库，您的包裹我们会反馈给仓库进行排查，如果您的商品丢失，很抱歉，我们没有赔偿。我在海带宝这几年转运了上千个包裹，运费都花了上十万了，结果现在他们因为自己弄丢包裹太多了，不想赔偿了。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，“海带宝”发来反馈称：吴先生反馈的包裹为美国 UPS 快递派送，受疫情影响目前美国所有快递均为无接触派送，吴先生所反馈的快递显示 UPSHDB 签收，实际是美国 UPS 的快递员自行手写的签收底单喔，不是我司美国仓库工作人员签字签收的呢，我司也多次反馈给美国仓库排查确认未收到此包裹。我司海外仓库也联系了美国 UPS 快递，UPS 回复给我司的官方文件上有明确说明确认是无接触派送（请您查收附件 UPS 官方文件），建议吴炳灿先生尽快通知电商（发件方）联系 UPS 快递核实查找包裹下落。

【案例三】“海带宝”商品签收久未入库 售后赔付遭拒

卢先生 footlocker 网站买了的 4 双鞋子价值 480 美元被海带宝弄丢了，5.28 由海带宝签收一直没入库，签收人 hdb，找 ups 要来手写签收单底核实确实是他们签收的如图，可是客服却一再狡辩称不是他们签收的，以前海带宝看到手写单底为他们签收会赔付。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，“海带宝”发来反馈称：卢先生反馈的包裹为美国 UPS 快递派送，受疫情影响目前美国所有快递均为无接触派送，卢先生所反馈的快递显示 HDB 签收，实际是美国 UPS 的快递员自行手写的签收底单喔，不是我司美国仓库工作人员签字签收的呢，我司也多次反馈给美国仓库排查确认未收到此包裹。我司海外仓库也联系了美国 UPS 快递，UPS 回复给我司的官方文件上有明确说明确认是无接触派送（请您查收附件 UPS 官方文件），建议您尽快通知电商（发件方）联系 UPS 快递核实查找包裹下落。

（二）“邮政”

2020 年全年投诉数据

邮政电商消费历年评级数据

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
2020年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2019年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2019年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2019年	11月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

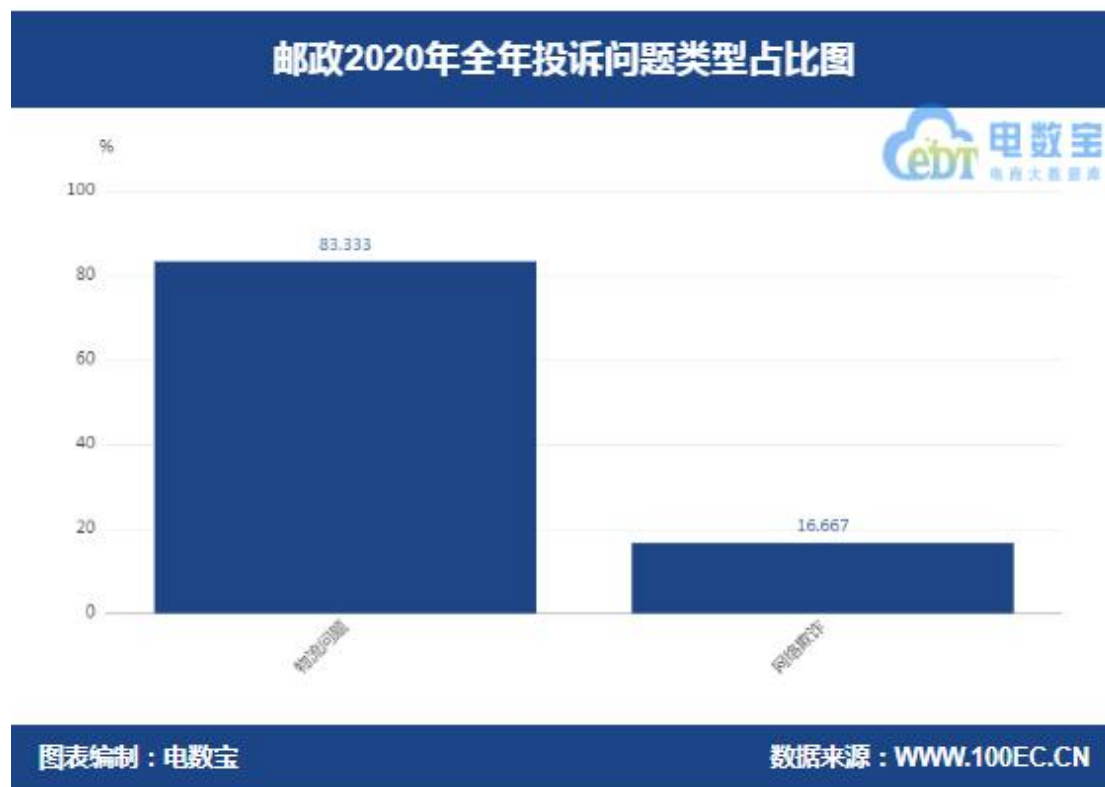
数据来源：WWW.100EC.CN



据“电数宝”显示，2020 年中国邮政集团有限公司旗下“邮政快递”共获得 15 次消费评级，其中 15 次全获“不予评级”，2020 年全年整体消费评级为“不予评级”。

消费问题分布

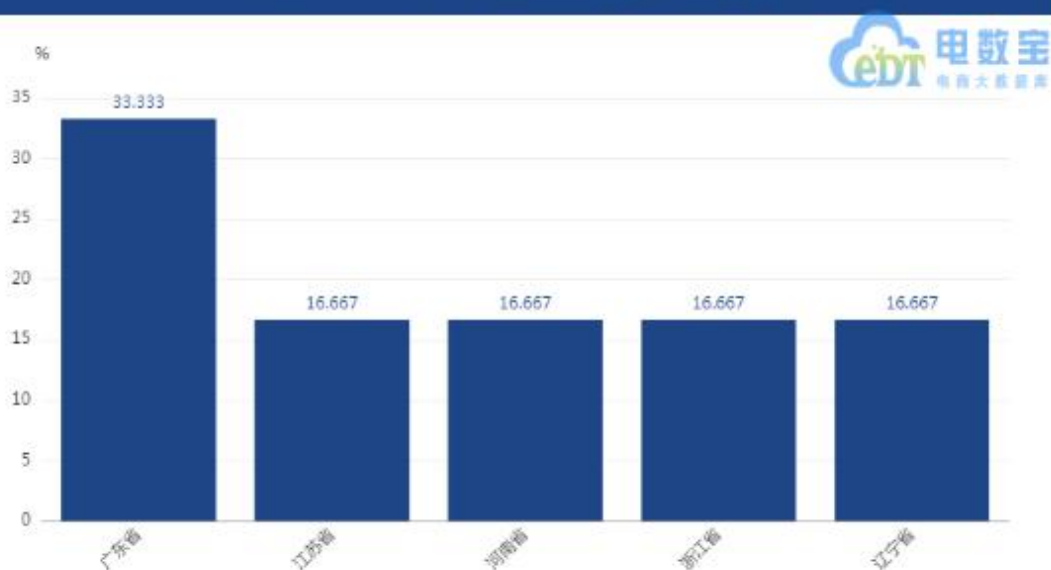
据网经社“电数宝”电商大数据库显示，“邮政”存在物流问题和网络欺诈的问题。



投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，2020 年度投诉“邮政”的用户主要集中地区前十依次为广东省、江苏省、河南省、浙江省和辽宁省。

邮政2020年全年投诉者地区占比图



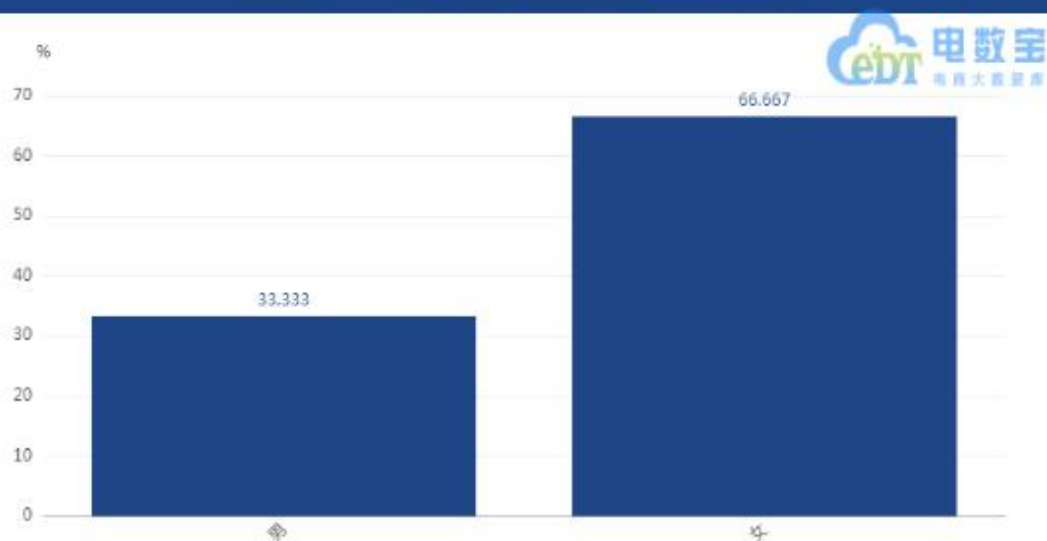
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别分布

据网经社“电数宝”电商大数据显示，在投诉“邮政”的用户中男生占比 33.333%，女生占比 66.667%。

邮政2020年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉金额占比

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，用户投诉“邮政”的消费金额主要在 0-100 元和 100-500 元区间，占比分别为 66.667%和 33.333%。



典型案例披露

【案例一】“邮政”邮递员辱骂客户 拒绝送货上门

广东省的苏女士向“电诉宝”投诉称自己的邮政快递单号为 9861*****3117，苏女士与快递员交流过程中快递员辱骂客户，不给送货上门。苏女士表示无法忍受，希望投诉快递员。

【案例二】“邮政”答应追回快递 结果却未履行承诺

2020 年 5 月 6 日，浙江省的陈先生向“电诉宝”投诉称自己邮政快递单号 9862*****7893。陈先生表示自己联系快递拒收返回，快递员承诺追回，因为客户退款了，快递答应退回，实际未履行承诺。后续再打电话给快递员关机了，拒绝处理我的问题。

（三）“百世”

2020 年全年投诉数据

百世电商消费2020年评级数据

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
2020年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	双11	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

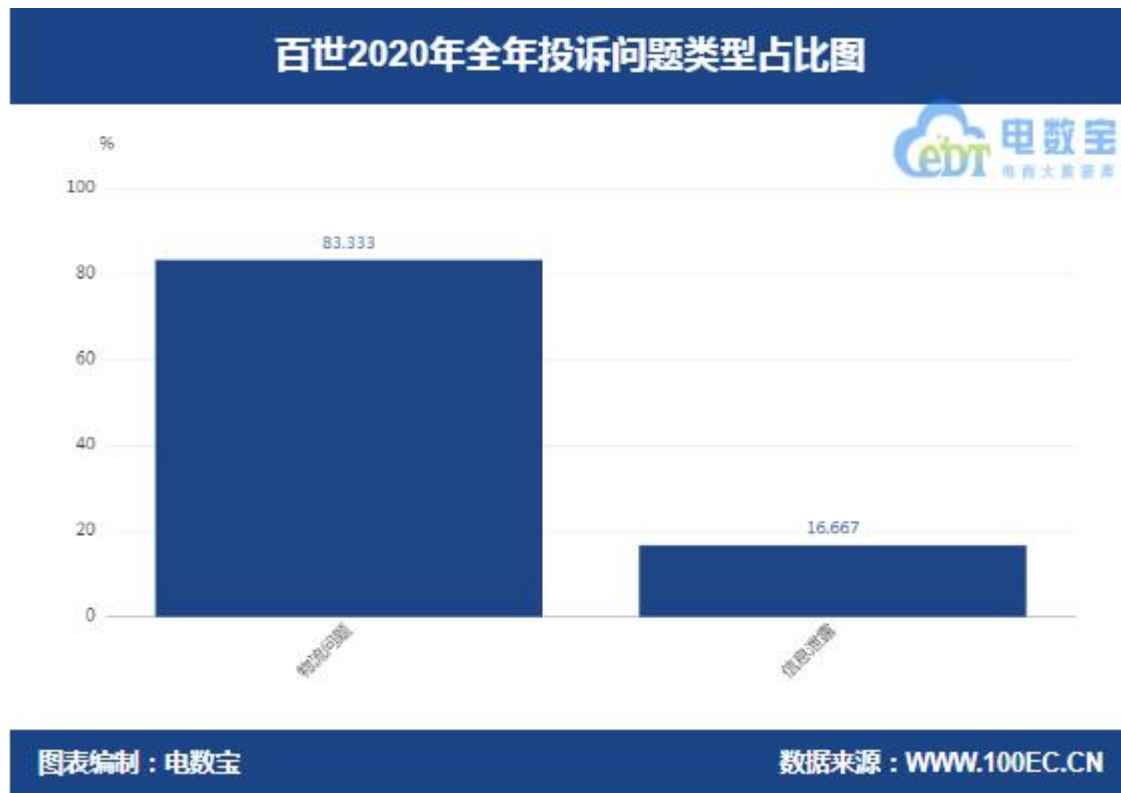
数据来源：WWW.100EC.CN



据“电数宝”显示，2020年百世物流科技（中国）有限公司旗下“百世”共获得10次消费评级，其中10次全获“不予评级”，2020年全年整体消费评级为“不予评级”，2020年全年平台回复率为0。

消费问题分布

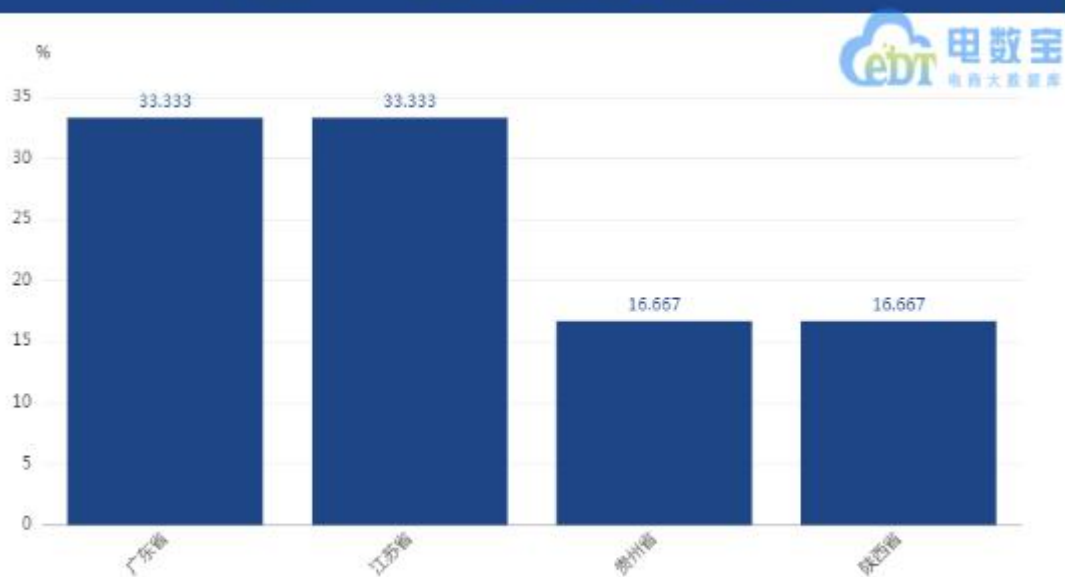
据网经社“电数宝”电商大数据库显示，“百世快递”存在物流问题和信息泄露的问题。



投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，2020 年度投诉“百世快递”的用户主要集中在地区依次为广东省、江苏省、贵州省和陕西省。

百世2020年全年投诉者地区占比图



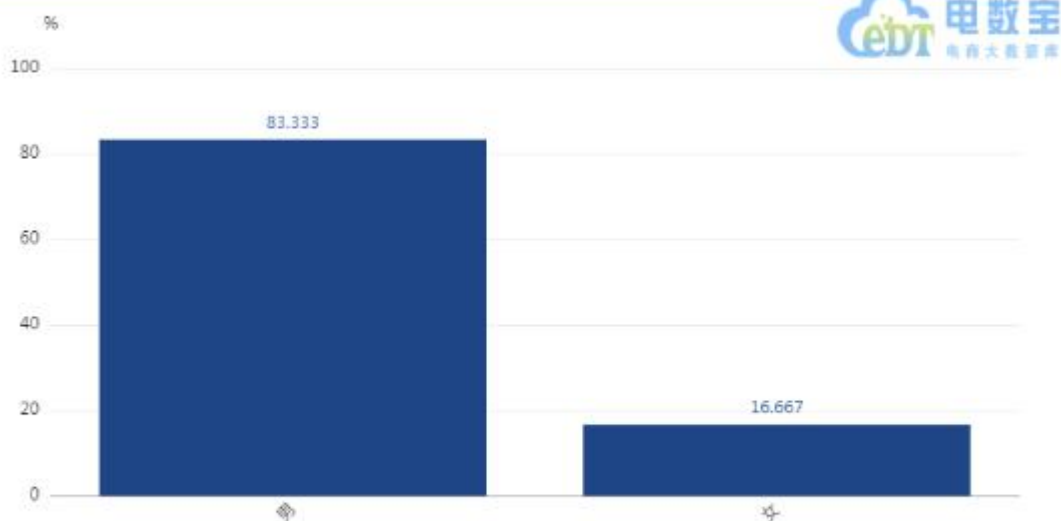
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别分布

据网经社“电数宝”电商大数据显示，在投诉“百世快递”的用户中男生占83.333%，女生占16.667%。

百世2020年全年投诉者性别占比图



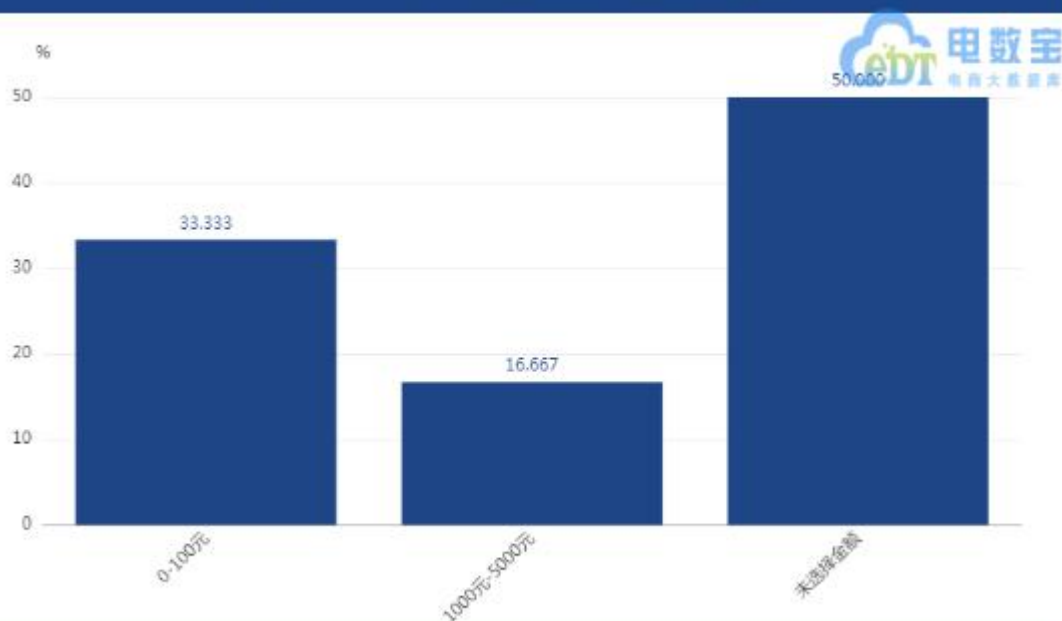
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉金额占比

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，用户投诉“百世快递”的消费金额主要在0-100元和1000-5000元区间，占比分别为33.333%和16.667%。

百世2020年全年投诉金额占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

【案例一】“百世快递”货物运送途中破损 平台拒绝赔偿

2020年6月贵州省的潘先生向“电诉宝”投诉称2020年5月1日寄售本人电脑到安徽合肥蜀山区，根据菜鸟裹裹平台追踪快件于5月3日抵达蜀山区，却一直未配送，直到5月6日下午约16:30配送至收件人，经收件人确认，外包装破损并受潮，开件验货发现电脑边角有磕碰痕迹，已完全变形。至事发后一直与百世快递负责人沟通，初步达成赔偿协议，但百世快递要求本人签署一份证明才理赔，因该份证明不符合事实真相，故本人未同意签署该份证明。直到2020年6月5日，本人接到百世快递贵州黔南分公司客服电话，电话称经总公司鉴定该损坏非百世快递责任，拒绝理赔。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，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例二】“百世快递”运送效率慢引不满

2020年3月份广西省的黄先生向“电诉宝”投诉称自己在2020年3月21日早上8点31分在转转平台购买了一台voyo电脑，货物由河北省发往广西，但是到目前为止已经五天

时间了，货物都没有到广西。贵公司身为快递物流行业中的一员，理应执行自己的工作义务。消费者在支付服务费后应当尽快为客户安排服务工作，而不是只收钱而不做事，我的诉求是：快递公司查明我的快递目前的状况，以及货物现阶段是否完好。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，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

（四）“斑马物联网”

2020 年全年投诉数据

斑马物联网电商消费2020年评级数据						
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
2020年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	双11	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	11月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台） 数据来源：WWW.100EC.CN

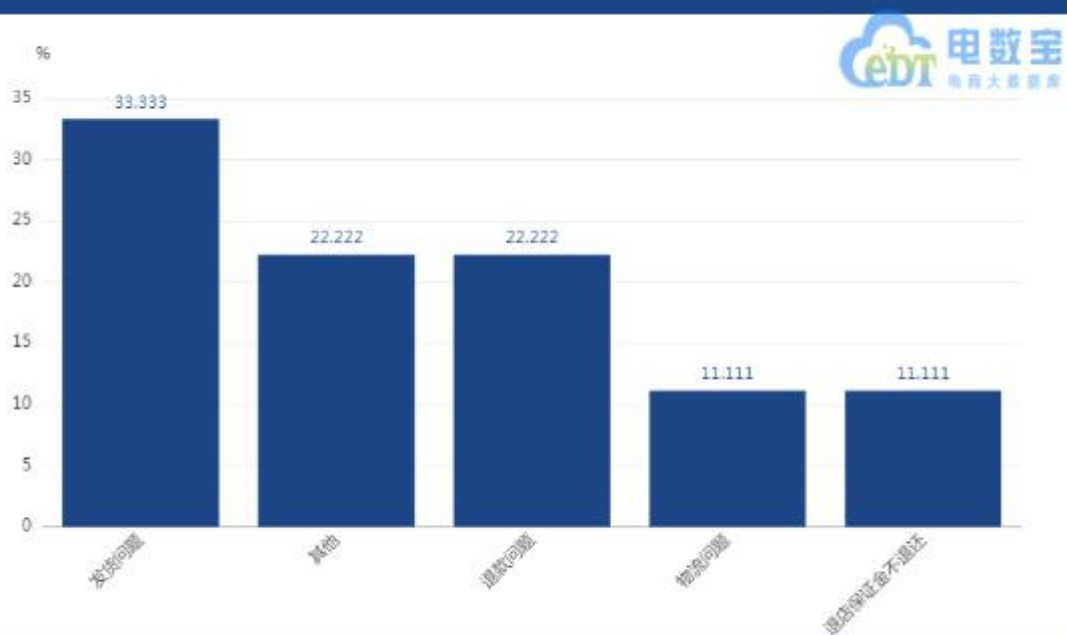


据“电数宝”显示，2020年邦储国际货运代理（上海）有限公司旗下“斑马物联网”共获得14次消费评级，其中14次全获“不予评级”，2020年全年整体消费评级为“不予评级”，2020全年平台回复率为0。

消费问题分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，“斑马物联网”存在发货问题、退款问题、物流问题和退店保证金不退还的问题。

斑马物联网2020年全年投诉问题类型占比图



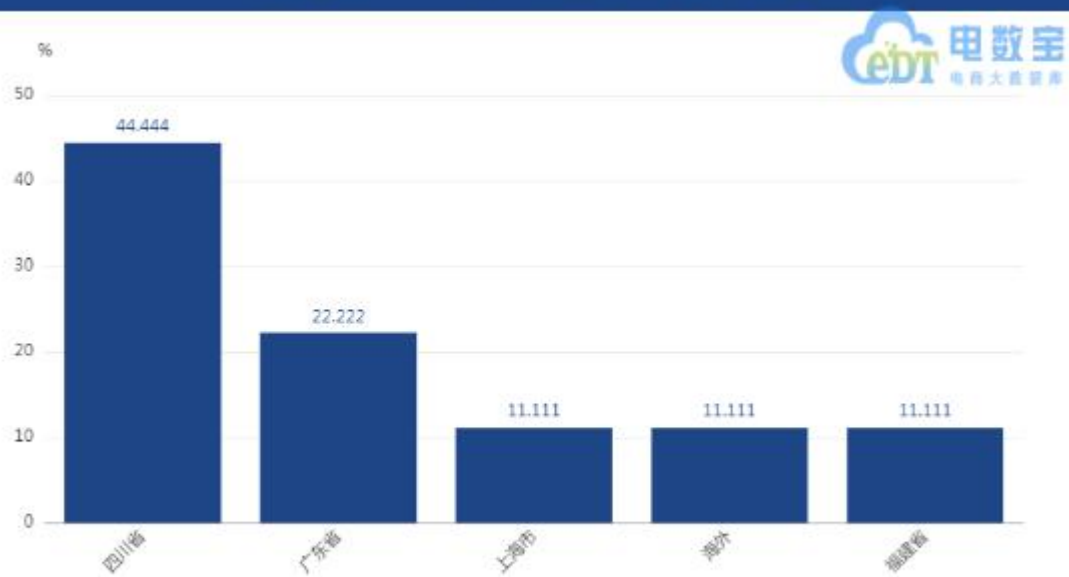
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据显示，2020 年度投诉“斑马物联网”的用户主要集中在地区依次为四川省、广东省、上海市、海外地区和福建省。

斑马物联网2020年全年投诉者地区占比图



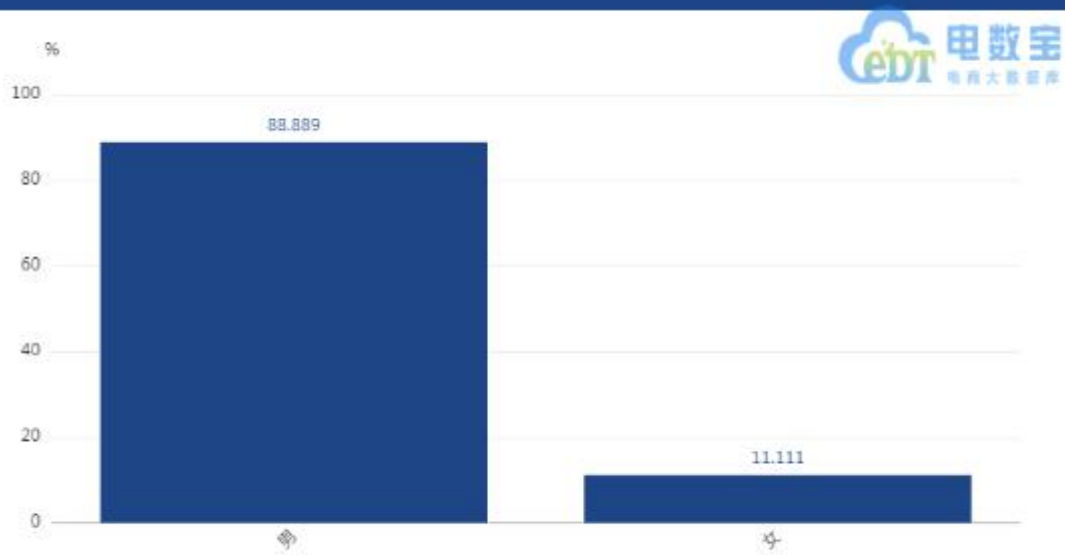
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，在投诉“斑马物联网”的用户中男生占88.888%，女生占11.112%。

斑马物联网2020年全年投诉者性别占比图



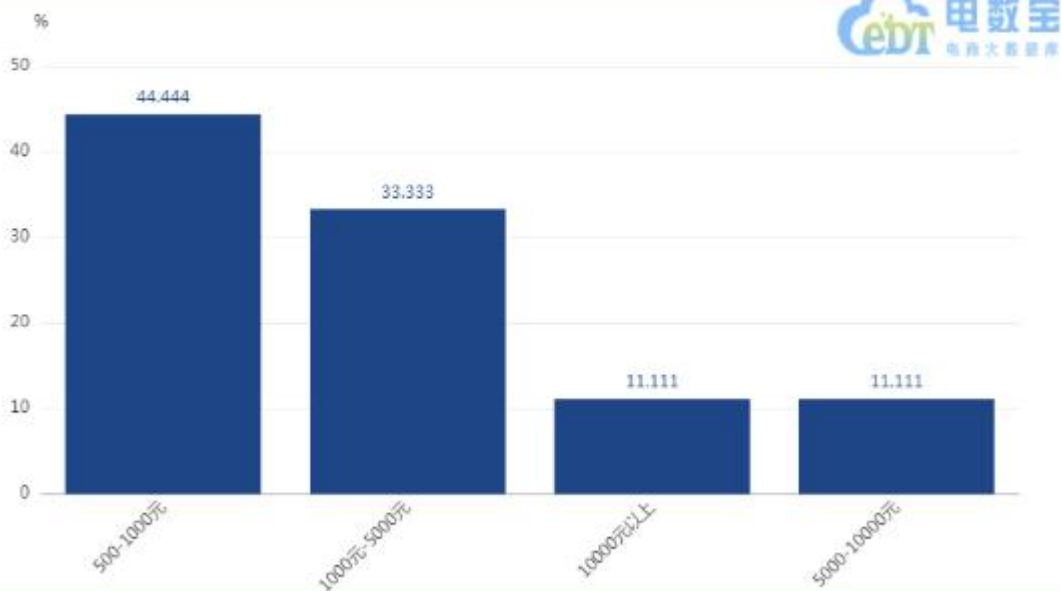
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉金额占比

据网经社“电数宝”电商大数据显示，用户投诉“斑马物联网”的消费金额主要在500-1000元、1000-5000元、10000元以上和5000-10000元区间，占比分别为44.444%、33.333%、11.111%和11.111%。

斑马物联网2020年全年投诉金额占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

【案例一】“斑马物联网”网站系统原因 售后退款难

“电诉宝”接到林先生的投诉称“斑马物联网”是一家跨境运输平台，因为它家自己的业务调整，不再提供原有的服务，所以林先生预存在里面的钱也就花不出去了，所以林先生就想把以前预存在里面的现金 600 余元（87.58 美金）给要回来，林先生认为这是合理的要求。但“斑马物联网”一不退款，二不接电话，三不回邮件，总之就是无法联系难退款。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，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例二】“斑马物联网”商品物流为更新 售后久未处理

2020 年 4 月，“电诉宝”接到郑先生的投诉，陈先生表示自己于 2020 年 3 月 15 日在亚马逊上购买了商品计划使用“斑马物联网”的代运服务运回国内，订单号为 113-3972115-3221068。在亚马逊平台显示所购的物品于 2020 年 3 月 20 日已经由斑马物联网的仓库所签收。（具体亚马逊的物流结果见上传的凭证）但是，到目前为止，在斑马物理网的平台上都没有显示商品入库。期间尝试通过斑马物理网的微信客服、电话客服以及邮件

客服来取得联系，均无法联系上。已经过了9天，毫无动静。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，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】“斑马物联网”商品丢件 用户售后全额理赔遭拒

毕先生从“ebay”网购得德国首相签名信带镜框一件，商品价值为350美金，运费是35美金，总共385美金。“ebay”卖家通过联邦快递运输到“斑马物联网”指定的加州仓库，并于1月21日投递完毕，入库称量重量7.95LB。毕先生表示因为运费问题差别很大，所以决定转运美国华盛顿州，“斑马物联网”于1月28日创建转运单号。毕先生在申报货物时说明：old item 1件，价值300美金，花费10余美金，可该件不知为何在中途退回了发件人，“斑马物联网”加州仓库，然后邮件下落不明，未能再次入库，于是毕先生售后赔付，但“斑马物联”以未保价为由，最高赔付100美金，谢绝全额赔付。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。

（五）“转运四方”

2020年全年投诉数据

转运四方电商消费2020年评级数据

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
2020年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	双11	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	11月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN



据“电数宝”显示，2020年深圳市前海转运四方现代物流有限公司旗下“转运四方”共获得15次消费评级，其中15次全获“不予评级”，2020年全年整体消费评级为“不予评级”，2020全年平台回复率为0。

消费问题分布

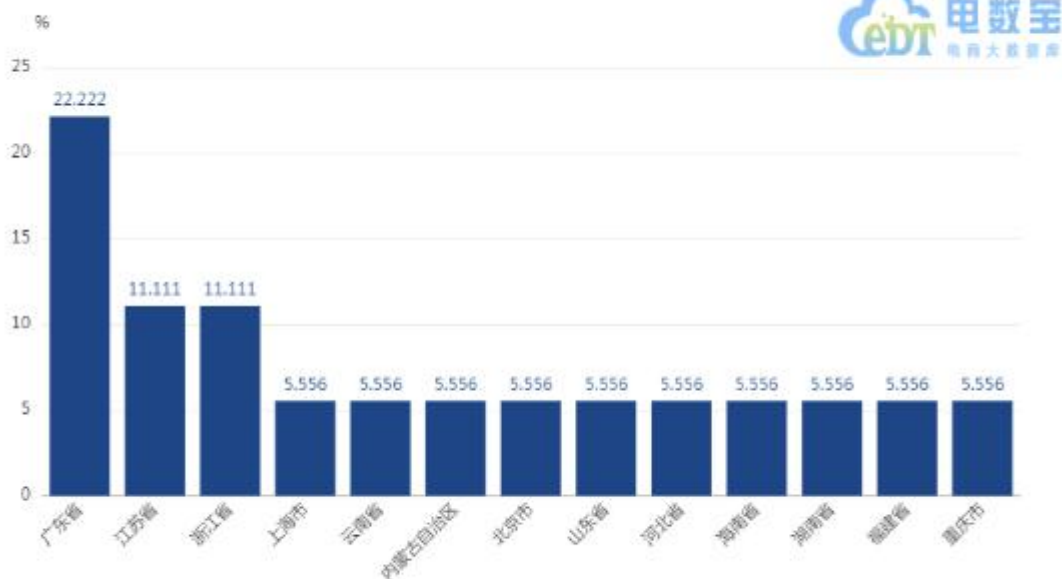
据网经社“电数宝”电商大数据库显示，“转运四方”存在物流问题、发货问题、退款问题、霸王条款和客服问题。



投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，2020年度投诉“转运四方”的用户主要集中在地区前十依次为广东省、江苏省、浙江省、上海市、云南省、内蒙古自治区、北京市、山东省、河北省、海南省。

转运四方2020年全年投诉者地区占比图



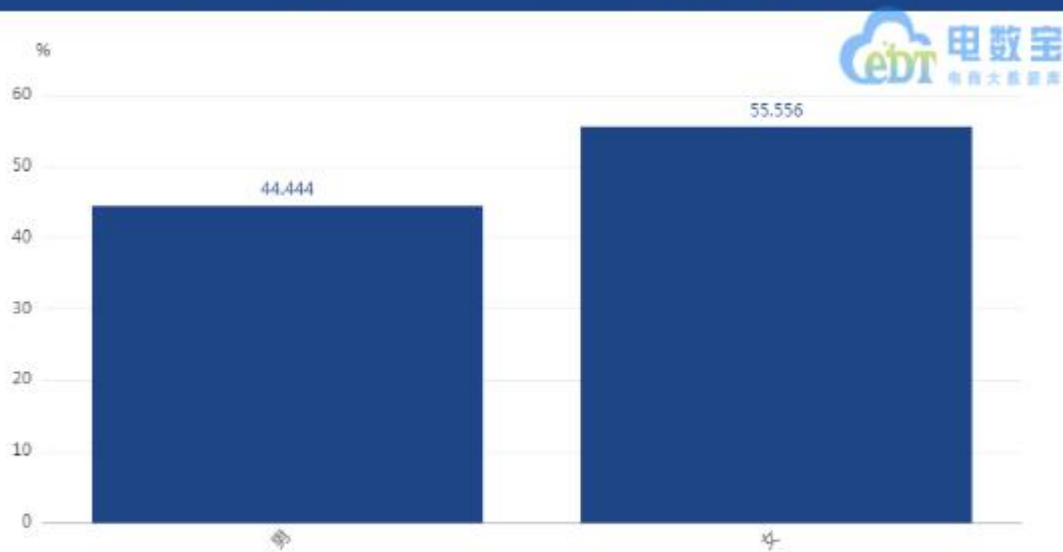
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别分布

据网经社“电数宝”电商大数据显示，在投诉“转运四方”的用户中男生占44.444%，女生占55.556%。

转运四方2020年全年投诉者性别占比图



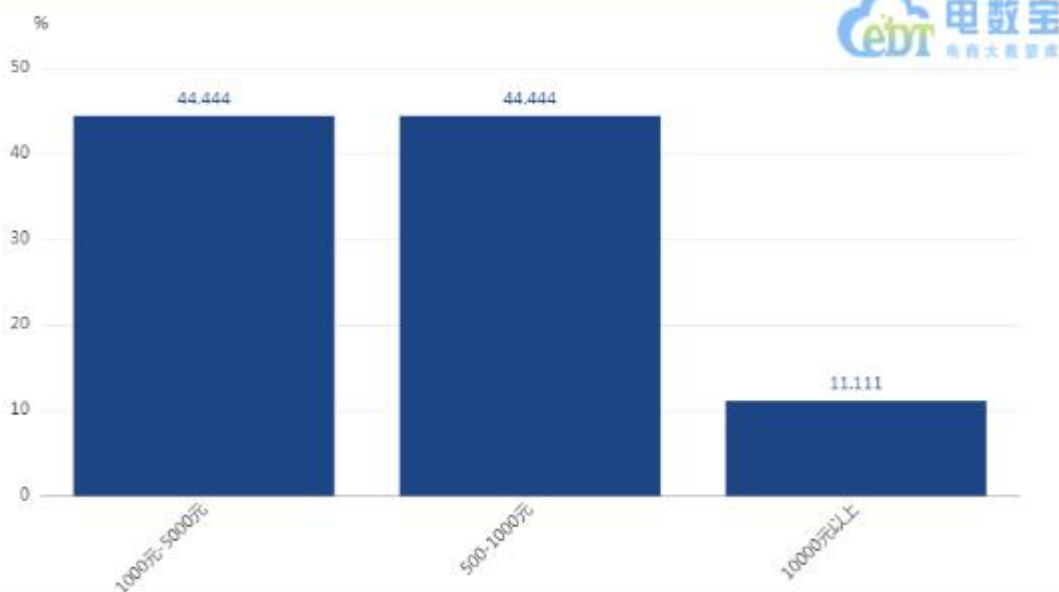
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉金额占比

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，用户投诉“转运四方”的消费金额主要在1000-5000元、500-1000元和10000元以上区间，占比分别为44.444%、44.444%和11.111%。

转运四方2020年全年投诉金额占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

【案例一】“转运四方”转运商品丢件 联系客服遇到推诿

浙江省的罗先生于2020年7月17日在“转运四方”这家公司购买了美国转运服务，他在英国的电商平台上购买了10双鞋，每双鞋价值2000左右，总价值在2万左右，“转运四方”转运到香港。查询官网可以看出包裹五箱，其仓库7月16日签收了一箱，7月17日签收了另外四箱。可现在该公司却告知罗先生只签收了一箱共两双鞋，罗先生表示曾多次联系客服，但客服不予回复或者推诿。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，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例二】“转运四方”商品物流久未更新 售后久未处理

宋女士1月11日使用“转运四方”转运包裹，时至今日3.30日，一直没有收到包裹。查询物流更新内容也是截止到2月3日的物流，此后一直没有更新，我的诉求是让转运四方尽快联系我，告知包裹状态，如果丢件也请告知，并且照价赔偿。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，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】“转运四方”商品久未送出 售后久未处理

王女士在美国美赞臣官网购买的两箱婴儿奶粉，1月19日到达“转运四方”仓库，一个半月过去了一直没有出库，多次跟客服强调奶粉5月份就过期了，如果不能及时出库，寄过来就不能吃了。通过工单联系客服，经常一两天也得不到答复，一会说之前安排过没发出来，再催促了，后来就说奶粉不能走香港，但是我另外一个仓库的包裹也是奶粉就是经香港转运的。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。

（六）“顺丰速运”

“顺丰速递”送货时效慢 疫情延误文件无法送达

山东省的冯先生向“电诉宝”投诉称疫情前将自己的快递发出，本来可以发其他快递（当时既没有疫情，快递也没因过年而停运），只要7元，但我发的是一个涉及三万块资金的重要文件，觉得顺丰快，就在顺丰app上花了22元发的顺丰。送到北京的当天就开始配送，但是说因休息日对方不方便接收（说明顺丰承认我的地址没有错，是可以送到的）所以没有送达签收，但第二天依旧没给送到。于是冯先生打电话给顺丰官方客服多次催促，官方客服说地址有误，但是冯先生又多次确认，发现和发同一地址的人都能准确发到。催了三天后，网点终于更新了状态，说与对方重新约定了收货时间（说明顺丰能联系上收货方却不及时联系）。后来直到快递发出十天后，对方已经放年假并碰上疫情，我实在没办法才将快递收回。这是个非常重要的文件，可能直接导致我损失最多30000元资金。明明能联系到收件人，顺丰却不及时联系，因为疫情影响，文件到现在也没到收货方手中，所以冯先生要求顺丰赔偿经济和精神损失。

（七）“59 转运”

“59 转运”暴力快递 购买加固服务宛如摆设

吉林省的李女士向“电诉宝”投诉称自己在59转运选择了特殊加固服务，共有20-30单左右，并且支付了每单10元的特殊加固费用，但是59转运敷衍打包，每个箱子都随便扔

两个气泡袋就不管不顾，几分钱的缓冲物品且不需要任何劳动力的事情，却收费 10 元每单，甚至粗暴对待，把李女士的物品强硬塞进并不适合的箱子里，导致物品出现挤压变形破损。李女士表示要求退还所有特殊加固费用，但是 59 转运客服态度差，不肯退还。李女士认为特殊加固应该是给客户最大程度的保护好物品，但是他们不仅没有保护甚至还破坏暴力对待。

（八）“货拉拉”

“货拉拉”没有通知取消订单 用户搬家无奈重新下单

2020 年 10 月 1 日“电诉宝”接到北京市的苏先生的投诉称自己 9 月 29 日提前一天预定了 30 日的货拉拉搬家。预定下午 2 点。马上被接单，且有手机多次成功通知，并且到 30 日上午，手机依然收到提醒说多久之后搬家，让苏先生提前准备。但是当苏先生已经把所有行李打包好后准备联系司机询问，打开货拉拉 app，却直接显示订单被取消。没有任何通知被取消，苏先生就联系他们的客服，也没有任何解释，告诉苏先生让重新下单，还说明他们平台司机取消订单就是可以没有通知。因为苏先生家里所有东西都打包了，当天必须搬家。重新进入 app 后，选择和上一次一样的服务订单，金额却多了 200 多，中间没有任何区别。苏先生的诉求是要求赔偿不能按时搬家的损失，以及再次叫车多花的钱。苏先生表示怀疑是否是因为用户首次使用就虚假设置较低价格，但是又自己取消订单，否则为什么同样的订单第二次会贵那么多。

（九）“澳洋转运”

“澳洋转运”用户收到泡沫纸壳

北京市的杨女士于 2020 年 3 月 10 日委托澳洋转运将自己在澳洲网站购买的商品转运回国内，于 2020 年 4 月 7 日收货。国内段承运为 EMS，当时当着快递员的面拆开快递，收到的是一个用泡沫纸包好的纸壳子，杨女士所购买委托澳洋转运运回的东西不见踪影。在国内段 EMS 的信息上显示此包裹重量仅为 30g，不可能是买的东西的重量。杨女士认为澳洋转运在明知我的东西不见了还给我发废纸壳来欺骗我，不知有何居心。如果只是单纯的丢件，杨女士觉得还可以理解。东西没了发个废品来骗人，杨女士表示无法接受。到投诉日为止，杨

女士并未收到澳洋转运关于此事的合理解释，从不主动联系，经常联系了还不回复。杨女士的诉求是请澳洋转运给出货物失踪的合理解释，并且全额赔偿损失。

（十）“海菠萝转运”

“海菠萝转运”商品入库后便再无消息

广东省的何先生于2020年7月15日下一双鞋子，寄到海菠萝英国仓库跨境集运。何先生表示自己支付了运费241元，但是他们8月26日才入库商品。并且一直到9月1日出库发货到现在商品也没消息，微信发消息也不回复。后来何先生又联系了2次在线客服，客服说已经催促仓库进行核实并回复，但是至今还是没有任何消息。何先生表示希望请海菠萝转运提供物流单号来证实是否已经发货，如果是仓库丢件，请赔付商品价184.49英镑和241运费。

四、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。



电诉宝
315.100EC.CN
电商维权直通车

投诉案例 曝光台 案例解读 法律求助 电商预警 微信投诉 自媒体爆料

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

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。



电诉宝 全新升级 投诉过程透明化
信息动态一手掌握

法律 | 调查 | 曝光 | 电商

首页

投诉榜

评级榜

律师团

报道

专题

请输入平台名称搜索 如：淘宝



当前位置 > 首页

最新投诉

已移交

已受理

已评价

福建省

2020-07-31 09:49:37

未审核

联联周边游电商平台福州君豪酒店499套餐虚假产品，根本无法使用，拒不退款

本人2020.7.29在联联周边游电商平台购买一款福州君豪酒店499套餐，后发现平台无法完成预约，联系酒店，酒店表示必须平台预约并且她们目前没有和这家平台合作过。这个是一个虚假产品，电话客服从来无人接听，在线客服一直打太极。而且虚假产品，还不让我们退款。可恶至极。

[投诉对象] 联联周边游 领域：在线差旅 类型：网络售假

详情>

河南省

2020-07-31 09:48:45

未审核

以设置价格错位为由取消订单

我与2020年七月21买的婴儿奶瓶，商家以设置价格错位为由私自取消订单。

[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假物流信息考核，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

网经社公司是中国电商行业的“Bloomberg”。运营网经社www.100EC.cn(电商门户)、网经社电子商务研究中心(智库)、电数宝(DT)、电融宝(FA)、电诉宝(315)等子平台，面向电商提供媒体/智库/平台三大系列、20余项专业产品服务。



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

(三) 2010-2021 年度网经社电子商务研究中心报告发布计划

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《全球电子商务数据报告》	√			
《中国电子商务市场监测数据报告》	√	√		
《中国电商人才状况调查数据报告》	√			
《中国电商上市公司数据报告》	√			
《中国新三板挂牌电商公司数据报告》	√	√		

《中国泛电商“独角兽”数据报告》	√	√		
《中国泛电商“千里马”数据报告》	√	√		
《2020 年中国电商 APP 月活数据报告》				√

【零售电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国零售电商市场监测数据报告》	√	√		
《中国社交电商发展报告》	√			
《中国二手电商市场数据报告》	√			
《中国农村电商市场数据报告》	√			
《中国生鲜电商市场数据报告》	√			
《中国汽车电商市场数据报告》	√			
《中国医药电商市场数据报告》	√			
《中国导购电商市场数据报告》	√			
《中国二手车电商市场数据报告》	√			
《中国社区团购市场数据报告》	√			
《中国家电电商市场数据报告》	√			
《中国美妆电商市场数据报告》	√			
《中国奢侈品电商市场数据报告》	√			
《中国母婴电商市场数据报告》	√			
《中国食品电商市场数据报告》	√			
《中国家居建材电商市场数据报告》	√			
《中国服装电商市场数据报告》	√			
《中国直播电商市场数据报告》				

【跨境电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国跨境电商市场监测数据报告》	√	√		
《中国出口跨境电商市场数据报告》	√			
《中国进口跨境电商市场数据报告》	√			
《中国跨境电商服务商市场数据报告》	√			
《中国跨境支付市场数据报告》	√			
《中国跨境物流市场数据报告》	√			

【生活服务电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国生活服务电商市场监测数据报告》	√	√		
《中国在线旅游（OTA）市场数据报告》	√			

《中国在线旅游市场数据报告》	√			
《中国共享经济市场数据报告》	√			
《中国网约车市场数据报告》	√			
《中国共享充电宝市场数据报告》	√			
《中国共享汽车市场数据报告》	√			
《中国在线外卖市场数据报告》	√			
《中国互联网家装市场数据报告》	√			
《中国互联网医疗市场数据报告》	√			
《中国互联网大健康市场数据报告》				

【产业电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国产业电商市场数据报告》	√	√		
《中国大宗电商市场数据报告》	√			
《中国企业采购电商市场数据报告》	√			
《中国工业品电商市场数据报告》	√			
《中国快消品 B2B 市场数据报告》	√			
《中国钢铁电商市场数据报告》	√			
《中国塑化电商市场数据报告》	√			

【电商物流类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国电商物流市场数据报告》	√			
《中国即时物流市场数据报告》	√			
《中国同城货运市场数据报告》	√			
《中国同城配送市场数据报告》	√			
《中国智慧物流市场数据报告》	√			
《中国冷链物流市场数据报告》	√			

【投融资类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国电子商务投融资市场数据报告》	√	√	√	√
《中国生鲜电商行业融资数据报告》	√			
《中国二手电商行业融资数据报告》	√			
《中国汽车电商行业融资数据报告》	√			
《中国社交电商行业融资数据报告》	√			
《中国交通出行行业融资数据报告》	√			
《中国在线旅游行业融资数据报告》	√			

【电商权益类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国电子商务用户体验与投诉监测报告》	√	√	√	√
《十大电商行业消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国电子商务法律报告》	√			
《中国电商平台消费评级数据报告》	√			
《中国电商消费主题调查报告》	√			
《中国跨境电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国二手车电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国二手电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国生鲜电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国社交电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国在线旅游消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国在线外卖消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国在线旅游消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国电商物流消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国母婴电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国医药电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国导购类电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			

• **报告准则：**坚持客观性、全面性、权威性、专业性基础上，兼顾商业性，力求传播广泛性、各项效果超预期。

• **调研方法：**平台调研、平台评测、“神秘买家”抽查、供应商与合作伙伴调研、用户调查、政策研究、专家访谈、桌面研究、律师审查等。

• **数据来源：**一手调研数据、中心历史数据库、行业公开数据，以及中心合作伙伴、政府部门、科研机构、咨询公司、第三方数据监测工具、相关指数、中心采购数据等等。

• **发布渠道：**（1）网经社 www.100ec.cn 电商门户网站及《电商周刊》EDM 订阅用户（覆盖数百万电商行业用户）；（2）网经社入驻自媒体平台（覆盖数千万电商相关群体）；（3）3000+实名认证的记者库媒体采用（覆盖数亿级电商用户受众）。

• **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《2020 年度电商物流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 3 月 9 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)

(12 年沉淀 10 万+条数据 覆盖 4000+平台)

(我要投诉)



网经社产品服务：<http://www.100ec.cn/Index/Wjsproviders.html>

(扫码下载 PPT/EXCEL)

