

2021年双11期间 中国电子商务用户体验与投诉数据报告

数据来源： 电数宝
电商大数据库

案例来源： 电诉宝
网络消费纠纷调解平台

发布时间：2021年12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	3
(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) 零售电商	8
(二) 生活服务电商	13
(三) 在线教育	17
四、关于我们	21
(一) 关于电诉宝	25
(二) 关于网经社	28

一、报告摘要

延续 13 个年头的双 11，从最初简单粗暴的五折优惠进阶演变成环环相扣的各种商家营销套路，如同一场盛大而又膨胀的套娃泡沫，将消费者、商家、主播和平台牢牢套在其中。所有人在双 11 启动之前都早早铆足了劲，纷纷相争那看上去一骑绝尘漂亮的 GMV，同样亮眼的数字背后早已是一地鸡毛。

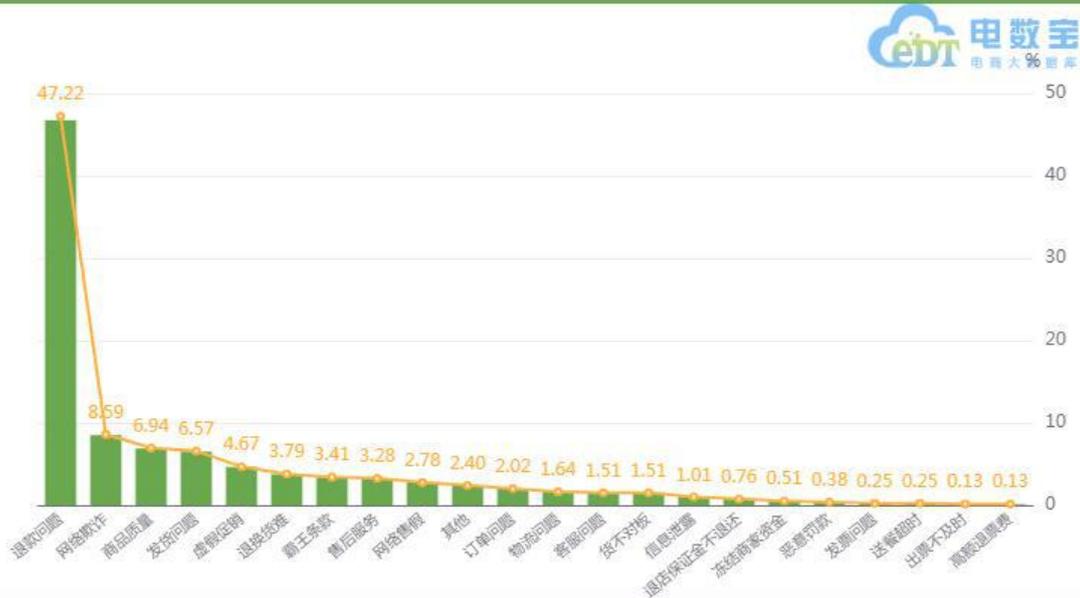
在此背景下，12 月 2 日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2021 年双 11 期间受理的全国 146 家互联网消费平台纠纷案例大数据，我国“一带一路”TOP10 影响力社会智库网经社电子商务研究中心发布了《2021 年双 11 期间中国电子商务用户体验与投诉数据报告》。

报告涉及了综合零售电商（主要集中在**综合电商、直播电商、二手电商**）、生活服务电商（主要集中在**在线旅游、交通出行、在线餐饮**）、在线教育等领域。报告公布了《2021 年双 11 期间全国电商投诉榜》、双 11 期间消费投诉数据及 30 家网络消费平台典型案例。

二、整体数据

（一）投诉问题类型分布

2021年双11期间全国电商投诉类型问题分布



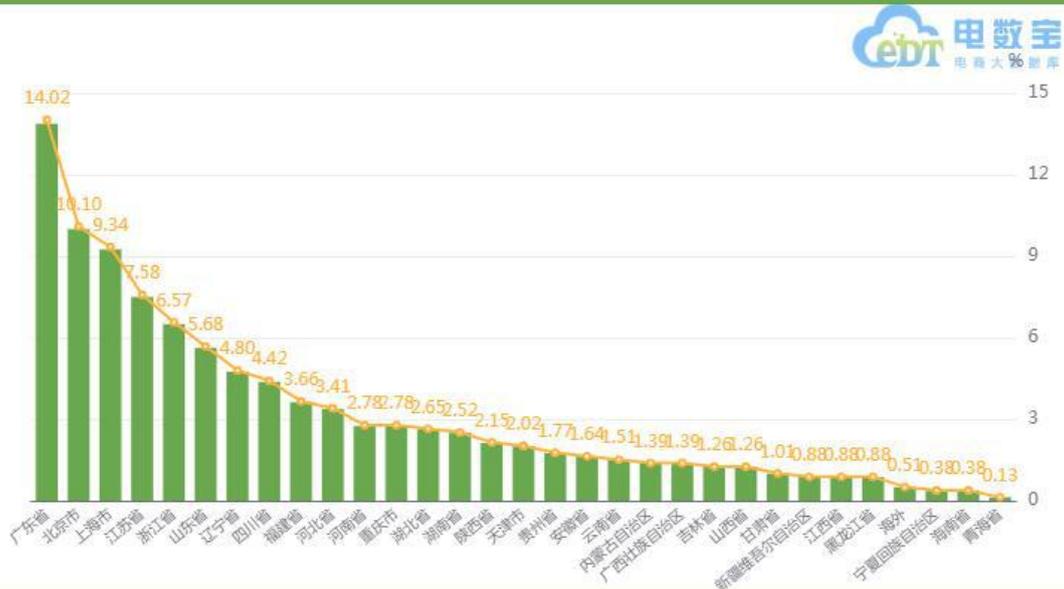
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，双11期间全国网络消费用户投诉问题类型排名前十的依次为：**退款问题**（47.22%）、**网络诈骗**（8.59%）、**商品质量**（6.94%）、**发货问题**（6.57%）、**虚假促销**（4.67%）、**退换货难**（3.79%）、**霸王条款**（3.41%）、**售后服务**（3.28%）、**网络售假**（2.78%）、**其它**（2.4%）。

（二）投诉地区分布

2021年双11期间全国电商投诉地区分布



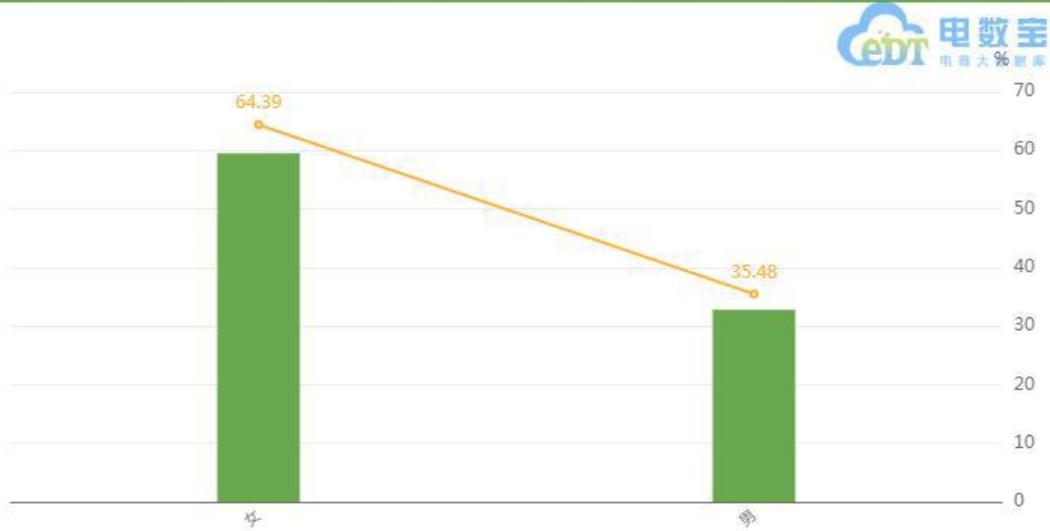
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

双11期间“电诉宝”受理投诉用户聚集地区TOP20依次为广东省(14.02%)、北京市(10.10%)、上海市(9.34%)、江苏省(7.58%)、浙江省(6.57%)、山东省(5.68%)、辽宁省(4.8%)、四川省(4.42%)、福建省(3.66%)、河北省(3.41%)、河南省(2.78%)、重庆市(2.78%)、湖北省(2.65%)、湖南省(2.52%)、陕西省(2.15%)、天津市(2.02%)、贵州省(1.77%)、安徽省(1.64%)、云南省(1.51%)、内蒙古自治区(1.39%)。

(三) 投诉用户性别分布

2021年双11期间全国电商投诉性别分布



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，双11期间女性用户投诉比例为64.39%，男性用户投诉比例为35.48%。

（四）投诉金额区间分布

2021年双11期间全国电商投诉金额分布



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，双11期间投诉金额分布主要集中在1000-5000元（23.74%）、100-500元（19.44%）、10000元以上（13.51%）、5000-10000元（12.75%）、0-100元（11.62%）、500-1000元（9.47%）、未选择金额（9.47%）。

三、评级数据与典型案例

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** 零售电商 数字生活 在线教育 跨境电商 产业电商
金融科技 物流科技

行业：**全部** 品牌电商 社交电商 生鲜电商 二手电商 汽车电商

筛选：**2021** 11月

1	寺库	2	淘宝	3	拼多多	4	京东
5	天猫	6	店宝宝	7	唯品会	8	抖音
9	考拉海购	10	洋码头	11	转转	12	快手
13	微拍堂	14	当当	15	天猫国际	16	华为商城
17	闲鱼	18	小红书	19	途虎养车	20	Feelunique
21	苏宁易购	22	德国w家	23	蜜芽	24	全球速卖通
25	蘑菇街	26	i智联	27	云集	28	小米有品
29	达令家	30	找靓机	31	海狐海淘	32	华硕商城
33	小年鱼	34	识季	35	微薄利	36	丝芙兰
37	贝壳	38	千千惠生活	39	阿里健康大药房	40	微店
41	邮乐网	42	孩子王	43	网易严选	44	叮咚买菜
45	金鹰购	46	一条生活馆	47	95分球鞋交易平台	48	Buyee
49	亚马逊	50	特步				

(以上为投诉量排行榜)

双11期间零售电商上榜平台及品牌TOP10依次为：寺库、淘宝、拼多多、京东、天猫、店宝宝、唯品会、抖音、考拉海购、洋码头；

排在第 11-30 名的是：转转、快手、微拍堂、当当、天猫国际、华为商城、闲鱼、小红书、途虎养车、Feelunique、苏宁易购、德国 W 家、蜜芽、全球速卖通、蘑菇街、i 百联、云集、小米有品、达令家、找靓机；

排在第 31-50 名的是：海狐海淘、华硕商城、小年鱼、识季、微薄利、丝芙兰、贝仓、千千惠生活、阿里健康大药房、微店、邮乐网、孩子王、网易严选、叮咚买菜、金鹰购、一条生活馆、95 分球鞋交易平台、Buyee、亚马逊、特步。

2021年双11期间全国零售电商消费评级榜						
排名	平台名称	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
1	唯品会	88.89%	0.800	2.000	0.744	谨慎下单
2	京东	81.25%	0.429	4.000	0.630	谨慎下单
3	寺库	78.72%	0.515	2.545	0.617	谨慎下单
4	抖音	37.50%	0.375	0.000	0.300	不建议下单
5	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
5	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
5	店宝宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
5	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

备注：
1、综合指数=平台回复率*0.5+回复时效性*0.3+用户满意度/10*0.2。
1.1、平台回复率：平台移交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∈[0,0.4)，谨慎下单∈[0.4,0.75)，建议下单∈[0.75,1.0]。对未入驻或未取得售后联系方式的电商平台“不予评级”。
3、由于投诉量的多少与平台的市场占有率有直接关联，故投诉量不列入评级统计范畴。
4、本榜单所有数据均由系统后台根据各电商平台上述行为，依据上述模型算法自动生成，不受任何人工因素影响。

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台） 数据来源：WWW.100EC.CN

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”（DATA.100EC.CN）监测数据显示，双 11 期间全国零售电商消费评级榜中唯品会、京东、寺库获“谨慎下单”评级；抖音、拼多多获“不建议下单”评级；天猫、店宝宝、淘宝获“不予评级”。

在零售电商领域，据“电诉宝”双 11 期间受理用户维权案例中，我们从中选取十大典型投诉案例，涉及考拉海购、寺库、网易严选、全球速卖通、分期乐、转转、店宝宝、海狐海淘、亚马逊、找靓机。

2021年双11期间零售电商十大典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
11月2日	 考拉海购	被指客服以缺说明书和磨损为由 拒不退款
11月2日	 寺库	超过发货期 “寺库” 被指申请退款久未处理
11月4日	 网易严选	被指以免费领取鸡蛋为由 捆绑销售商品
11月9日	 AliExpress	被指清退店铺且不清退冻结资金
11月17日	 分期乐	被指泄露用户个人信息给外包催收公司
11月18日	 转转 二手交易	货不对板 “转转” 被指商家以各种理由拒绝退款
11月18日	 店宝	“店宝宝” 诱导用户加巨款升级 客服态度蛮横
11月21日	 海狐	被指强买强卖 申请退款无人受理
11月25日	 亚马逊 amazon.cn	被指商品质量问题 退货申请拖延
11月25日	 找靓机 二手手机	被指退回的商品久未修好 联系客服 “踢皮球”

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】“考拉海购”被指客服以缺说明书和磨损为由 拒不退款

11月2日，安徽省的何女士向“电诉宝”投诉称自己于10月26日，在考拉海购购买 fendi 包共 6289.3 元，10月27日晚，何女士收到货，发现不合适，前后不到五分钟，也并未观察到有说明书和磨损，且何女士讲述卖家发货前未拍照告知有说明书，隔日便快递寄回，考拉海购30日签收后迟迟不退款，1号晚客服联系何女士说缺说明书和磨损，强制给何女士寄回到付，拒不退款。后说申请专员联系何女士，迟迟无人联系。

【案例二】超过发货期“寺库”被指申请退款久未处理

11月2日，江苏省的王先生向“电诉宝”投诉称自己于10月7日在寺库购

买美度自动机械男表，超过其承诺 1-2 周发货很多天，王先生询问一直没有结果，于是就申请退款，现在申请退款又超过其承诺的 5 天时间，并且询问一直没有结果。

【案例三】“网易严选”被指以免费领取鸡蛋为由 捆绑销售商品

11 月 4 日，广东省的刘先生向“电诉宝”投诉称自己于 2011 年 11 月 2 日，收到网易严选关于免费领取鸡蛋的短信，刘先生进到公众号后发现，需要另外购买其他物品才可以“免费”领取，与之前短信承诺不一，刘先生认为存在不诚信经营和虚假宣传及捆绑销售，随后刘先生打客服电话进行投诉，得到回复为：必须买东西才可以领取。刘先生讲述收到可以免费领鸡蛋的短信时，并没有提及需要捆绑购买其他物品才可领取，而且免费，随后刘先生进入购买页面就是双方达成协议，但是交易内容发生单方面改变。

【案例四】“全球速卖通”被指清退店铺且不清退冻结资金

11 月 9 日，福建省的曾女士向“电诉宝”投诉称自己经营速卖通已多年，近期生意不好做，因为服务客户好评率不到，平台清退了曾女士的店铺且里面冻结的资金也没有清退。

【案例五】“分期乐”被指泄露用户个人信息给外包催收公司

11 月 17 日，贵州省的李先生向“电诉宝”投诉称自己于 9 月在分期乐贷款，由于经营不善，逾期几天。分期乐公司把李先生的个人信息泄露给外包的催收公司，对李先生极其身边人的电话进行无休止的暴力催收，李先生讲述还对人格辱骂极其威胁，对李先生的生活带来了严重的影响。

【案例六】货不对板“转转”被指商家以各种理由拒绝退款

11 月 18 日，浙江省的阮女士向“电诉宝”投诉称自己于 10 月 26 日，在转转购买了一台 iPhone12promax 美版无锁机，但是商家给阮女士发过来的却是美版有锁机且拆换过屏幕，阮女士就联系了商家，商家叫阮女士申请退款，金额改为 1 元，阮女士就改了，导致阮女士后来退不了款，然后阮女士把手机发过去了，商家没给阮女士退款，一拖再拖，发消息也回得很慢，阮女士讲述等了几天，商

家说阮女士的手机是拆过的，阮女士说发过来的本来就是拆过的，商家以各种理由不退钱，发消息也不回。

【案例七】“店宝宝”诱导用户加巨款升级 客服态度蛮横

11月18日，广东省的吴先生向“电诉宝”投诉称自己于10月19日，购买店宝宝2000元的精英版套餐。套餐的服务包含，淘宝拼多多微店三个店铺，都可以自动上下架自动抓取订单自动发货。吴先生讲述一开始店宝宝工作人员说得天花乱坠，说以后也不用再交什么钱了，不满意可以退款。吴先生当时想先看合同，但工作人员说是商业机密，要等付了款才能看。

付款后才知道，吴先生发现合同里面充满霸王条款。从教学过程中得知，拼多多不能通过店宝宝实现这个功能。而在运营方面，当初说不用再交钱，而事实是店宝宝多次提出再加18000元代运营，吴先生没有答应。店宝宝也没有教吴先生宣传方法和制定营销计划来提升店铺销量。开了店就在那放着，完全没有生意。

唯一一个订单就是那天教学老师为教学需要，要吴先生找亲戚朋友买的。吴先生发现与套餐的服务严重不符合。吴先生多次要求全额退款，店宝宝始终不同意。吴先生讲到期间客服态度蛮横，并回复如果在继续投诉，他们将停止一切服务，包括软件使用。

【案例八】“海狐海淘”被指强买强卖 申请退款无人受理

11月21日，福建省的秦女士向“电诉宝”投诉称自己于11月20日，在海狐海淘app上面买了个coach的包包，然后因为看到很多人买了反馈是假货，所以不想要了，想申请退款，但是没有找到任何的申请退款的入口。秦女士联系客服，打电话在线都联系不上，全部是自动回复让留言，秦女士担心一直拖着不退款到时候说下单没办法退。也没有申请退款的入口。

【案例九】“亚马逊中国”被指商品质量问题 退货申请拖延

11月25日，北京市的贾先生向“电诉宝”投诉称自己于11月3日，买了quest2 VR眼镜，拿回家后根本无法打开，要求退货后一直拖延不退，贾先生讲述对方还试图收取更多费用（运费）等。

【案例十】“找靓机”被指退回的商品久未修好 联系客服“踢皮球”

11月25日，江苏省的吕先生向“电诉宝”投诉称，自己于10月6日，在找靓机平台购买了一个苹果手表，到2021年11月10日手表解除绑定后开不开机，商家承诺退回维修3-7天修好，到11月25日也没修好，吕先生联系客服一直在踢皮球。

（二）生活服务电商数据与十大典型案例

双11期间生活服务电商上榜平台有13家，其中，在线餐饮（3家）依次为：美团、大众点评、饿了么。

在线票务（2家）依次为：大麦网、苏打优选。

当前位置 > 投诉榜

领域： 总榜 零售电商 数字生活 在线教育 跨境电商 产业电商
金融科技 物流科技

行业： 全部 在线餐饮 在线票务 在线旅游 交通出行

筛选： 2021 11月

1 大麦网 2 苏打优选

(以上为投诉量排行榜)

在线旅游（8家）依次为：联联周边游、爱订不订、旅划算、走着瞧旅行、骑驴游、飞猪、去哪儿、琥珀亲自。

当前位置 > 投诉榜

领域： 总榜 零售电商 数字生活 在线教育 跨境电商 产业电商
金融科技 物流科技

行业： 全部 在线餐饮 在线票务 在线旅游 交通出行

筛选： 2021 11月

1 联联周边游 2 爱订不订 3 旅划算 4 走着瞧旅行
5 骑驴游 6 飞猪 7 去哪儿 8 琥珀亲子

(以上为投诉量排行榜)

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”（DATA.100EC.CN）监测数据显示，双11期间全国生活服务电商消费评级榜中开课吧获“建议下单”评级；联联周边游获“谨慎下单”评级；爱订不订、赛优教育、51Talk获“不予评级”。

2021年双11期间全国生活服务电商消费评级榜						
排名	平台名称	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
1	开课吧	87.50%	0.750	6.000	0.792	建议下单
2	联联周边游	91.67%	0.683	2.000	0.723	谨慎下单
3	爱订不订	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
3	赛优教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
3	51Talk	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
备注： 1、综合指数=平台回复率*0.5+回复时效性*0.3+用户满意度/10*0.2。 1.1、平台回复率：平台移交被投诉电商用户投诉，被投诉电商的有效回复率。 1.2、回复时效性：平台回复时间小于72小时为1.0，回复时间大于72小时且小于120小时为0.6，回复时间大于120小时为0。 1.3、用户满意度：10分满分制，数据只截取已评分的用户投诉，未评分的用户投诉将不纳入满意度数据基数的统计。 2、评级划分由综合指数高低决定，不建议下单∈[0,0.4)，谨慎下单∈[0.4,0.75)，建议下单∈[0.75,1.0]。对未入驻或未取得售后联系方式的电商平台“不予评级”。 3、由于投诉量的多少与平台的市场占有率有直接关联，故投诉量不列入评级统计范畴。 4、本榜单所有数据均由系统后台根据各电商平台上述行为，依据上述模型算法自动生成，不受任何人工因素影响。						
图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）				数据来源：WWW.100EC.CN		

在生活服务领域，据“电诉宝”双11期间受理用户维权案例中，我们从中选取十大典型投诉案例，涉及飞猪、大麦网、旅划算、侠侣亲子游、美团、骑驴游、爱订不订、联联周边游、饿了么、Keep。

2021年双11期间生活服务电商十大典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
11月1日	 飞猪	被指办理纸行程单 无人工服务解决问题
11月2日	 大麦	被指虚假宣传 按实际情况退款被拒
11月4日	 旅行定制	被指原定三天内退款过期仍未退 客服不解决问题
11月8日	 侠侣 亲子游	无合适项目游玩欲退款 “侠侣亲子游” 不作为引不满
11月8日	 美团	订餐吃到头发 “美团” 处理方式惹不满
11月8日	 骑驴游 www.qilvyoo.com	霸王条款？“骑驴游” 商品无法预约也不给退款
11月12日	 爱行m订	被指收款后消费无法查询订单 退费犯了难
11月12日	 联联周边游	被指无售后服务 退款以超过7天被拒
11月13日	 饿了么	“饿了么” 商家态度恶劣推卸责任 外卖员私自取消订单
11月24日	 keep 移动健身教练	被指久未到货客服态度蛮横

图表编制：电诉宝 数据来源：315.100EC.CN

【案例一】“飞猪”被指办理纸行程单 无人工服务解决问题

11月1日，重庆市的刘女士向“电诉宝”反映称她于2021年10月24日在飞猪平台国航直营店花费1560元购买CA4767(重庆14:30-济南16:30)航班，后退票改签为CA4614(重庆19:10-济南21:20)，然后申请报销凭证时，只能申请电子发票，因公司需要纸质行程单用于报销，多次联系飞猪客服，一直是机器让按流程操作，但是按照流操作并没有开纸质行程单的选项，打客服均无人工服务，刘女士对飞猪的售后服务表示强烈不满。

【案例二】“大麦网”被指虚假宣传 按实际情况退款被拒

11月2日，江苏省的李女士向“电诉宝”反映称她在2021年10月14日购买中国内地摇滚乐队“新裤子”苏州站演唱会门票，于2021年10月31日前往上海迪士尼乐园，根据疫情防控已被要求集中隔离14天，无法于2021年11月

6 日前往演唱会。在 11 月 1 日收到疫情原因可全额退票短信，并按短信提示步骤在票上画 X 撕毁，但申请退款被拒绝。大麦网不予退票并称集中隔离为“个人原因”。

李女士表示现在票已按大麦网要求撕毁，不可转让或退票，商家涉嫌在短信中虚假宣传，目前李女士诉求为要求全额退款。

【案例三】“旅划算”被指原定三天内退款过期仍未退 客服不解决问题

11 月 4 日，湖北省的邱女士向“电诉宝”投诉称她于 2021 年 10 月 13 日在旅划算看到有餐饮团购价，然后团购买了一份价值 178 元的 2-3 人一棠龙虾餐饮券，有效期至 2021 年 10 月 31 日。到店发现购买团购券已过期，有效期到后询问旅划算客服到期没有提示，退款怎么也没有记录，旅划算客服回复未使用三天内退款原路返回，现已超过期间仍未退款，再次询问旅划算客服一直冷处理也回复不解决问题。到店询问一棠龙虾餐饮店回复他们也受理不了，因为未使用所以需要联系小程序退款。

【案例四】无合适项目游玩欲退款 “侠侣亲子游”不作为引不满

11 月 8 日，江苏省的陶女士向“电诉宝”投诉称她于 2021 年 11 月 7 日在侠侣亲子游微信小程序里面购买了苏州乐园个人年卡，打算带家里宝宝（24 个月）进去玩，于 11 月 7 日购卡当天进去游玩一次，发现里面只有旋转木马一个项目家里宝宝可以游玩。

陶女士称随后咨询侠侣亲子游客服想要退款，结果客服说不可以退，也没有给相应的解决方案，陶女士本打算扣除一次门票的钱，让侠侣亲子游把年卡退了，结果平台不同意。陶女士表示平台一个解决方案都不提供，让人心寒。

【案例五】订餐吃到头发 “美团”处理方式惹不满

11 月 8 日，山东省的王先生向“电诉宝”投诉称他于 2021 年 11 月 8 日在美团 APP 点了一份麻辣烫，吃一半感觉嗓子里有东西，结果扯出一根头发，吃着吃着餐里又发现一根，极其恶心。

联系美团客服让自己联系商家，王先生表示自己是在美团点的餐，发生这种

问题是美团平台监管不力，让自己联系商家发生什么后果谁来承担，这种行为是不负责任的行为。王先生称美团出问题只会推给商家，严重损害消费者合法权益，自己的诉求是赔付食品安全法规定内的十倍金额赔偿。

【案例六】霸王条款？“骑驴游”商品无法预约也不给退款

11月8日，广东省的游先生向“电诉宝”投诉称他于2021年11月2日在骑驴游微信链接平台购买“清远佛冈碧桂园独栋别墅一套”，出现了无法预约入住别墅，且预约金额无法申请退还，与售后客服员沟通无果。

游先生表示该家公司打折特价的噱头让客户先付钱，后再预约，然后也没有真正的特价，最后再以特价为由，未消费的东西不能退钱。如果平台根本就没有准备房源，其属于欺诈行为，平台获取了不正当利益。平台通过格式合同规定这种不退不改的霸王条款是无效的。游先生的诉求是追回自己的资金。

【案例七】“爱订不订”被指收款后消费无法查询订单 退费犯了难

11月12日，山东省的李女士向“电诉宝”投诉称她于2021年4月16日通过爱订不订电商平台，购买了阿拉丁温泉+酒店金汤卡498元套餐。活动有效期：2021-3-26至2021-12-31。10月份想预约温泉酒店，显示没有订单。多次致电爱订不订客服电话，一直无人接听。在小程序客服留言反映情况，始终无回复。致电阿拉丁温泉客服电话，也查询不到订单。

李女士表示据客服人员说：类似情况较多，建议去投诉解决。李女士认为爱订不订电商平台侵害了自己的权益，涉嫌欺诈，李女士的诉求是将498元退款。

【案例八】“联联周边游”被指无售后服务 退款以超过7天被拒

11月12日，贵州省的肖女士向“电诉宝”反映称她于10月25号在联联周边游购买了一件棉服，11月5号晚上收到货，试了不喜欢，想退货。在app上找在线客服，只有机器人回答，退货需要转人工，但是人工客服一直都是没有人在，只能留言，留言了两次也没有人回复。期间还打了好几次电话客服，一直也是没有人接听，今天终于找到个微信，联系后说超过了七天，不能退，但是自己一直找不到售后，没办法退货。肖女士表示而且正常算今天应该也是收货后的第

七天，用这种理由拒绝退货，完全没有道理。

【案例九】“饿了么”商家态度恶劣推卸责任 外卖员私自取消订单

11月13日，天津市的叶女士向“电诉宝”投诉称她于2021年11月13日17:14分在饿了么平台点餐，第一次和骑手电话沟通被告知他走错了地方，骑手走到了小区围墙后面的马路，告诉自己先送那条街的餐让等一会，同意后并告知小区进不来。在门口等候长时间未等到骑手，并在地图上看不到骑手位置，第二次18:09（18:12外卖超时）打电话问其情况，骑手在告知他私自把订单取消了（饿了么平台没有任何取消订单的提示），但是他通知了商家联系自己。

叶女士表示随后给商家打电话，商家拒不承认并且态度恶劣，知道此事并且说没有义务处理这样的情况，随后将自己电话拉黑，而后和骑手再次沟通并且进行了录音确定骑手转告了商家，换了手机号再次与商家沟通，商家语气嘲讽一再推卸责任不承认此事，自己申请退款也点了拒绝。告知商家自己有和骑手的录音后商家才承认知道此事，但依旧理直气壮说自己没义务管这事，让打客服电话随后又以忙为理由推卸责任，最后在饿了么平台申请介入才得到赔款。

【案例十】“Keep”被指久未到货客服态度蛮横

11月24日，北京市的董先生向“电诉宝”投诉称他在keep平台参加大耳狗奖牌活动，10.30号结束。平台承诺七个工作日之内发货，七个工作日到了没有发货，再次承诺十五个工作日内发货又再次不发货。其中有一天突然发货了，但快递发了三天物流显示没出过深圳市，第三天以收件人未接电话为由将快递退回厂家。

董先生表示自己跟收件人确定之后得知根本没有接到任何电话，然后现在马上就要一个月了，至今为止还没有收到货物，线上客服今天说补货明天说补货也不给发，打电话客服态度还蛮横的不行。

（三）在线教育数据与十大典型案例

双11期间在线教育上榜平台28家平台分别为：开课吧、51Talk、

赛优教育、帮考网、一只船教育、vipkid、小叶子陪练、中华会计网校、大塘小鱼、常青藤爸爸、掌门1对1、学慧网、平安好学、尚德机构、百通医学、麦淘亲子、潭州教育、嗨学网、阿卡索外教网、伴鱼少儿英语、腾讯课堂、叽里呱啦儿童英语、环球网校、溢米辅导、儒学教育、众趣教育、DaDa 英语、兴为教育。



据网经社旗下电商大数据库“电数宝”(DATA.100EC.CN)监测数据显示,双11期间全国在线教育消费评级榜中开课吧获“建议下单”评级;赛优教育、51Talk获“不予评级”。

2021年双11期间全国在线教育消费评级榜

排名	平台名称	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
1	开课吧	87.50%	0.750	6.000	0.792	建议下单
2	赛优教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2	51Talk	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

备注：

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

1.1、平台回复率：平台移交给被投诉电商用户投诉，被投诉电商的有效回复率。

1.2、回复时效性：平台回复时间小于72小时为1.0，回复时间大于72小时且小于120小时为0.6，回复时间大于120小时为0。

1.3、用户满意度：10分满分制，数据只截取已评分的用户投诉，未评分的用户投诉将不纳入满意度数据基数的统计。

2、评级划分由综合指数高低决定，不建议下单 \in [0,0.4)，谨慎下单 \in [0.4,0.75)，建议下单 \in [0.75,1.0]。对未入驻或未取得售后联系方式的电商平台“不予评级”。

3、由于投诉量的多少与平台的市场占有率有直接关联，故投诉量不列入评级统计范畴。

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

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

在线教育领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们从中选取十大典型投诉案例，涉及学慧网、51Talk、帮考网、掌门1对1、常青藤爸爸、大塘小鱼、兴为教育、赛优教育、众趣教育、平安好学。

2021年双11期间在线教育十大典型投诉案例		
投诉时间	投诉平台	投诉案例
11月3日	 学慧网	学员痛诉“学慧网”欺骗诱导签合同退款难
11月3日	 51Talk	家长称“51talk”周末课程改周中不上也扣款
11月7日	 帮考网	想退随时退？用户反映“帮考网”承诺不履行
11月8日	 掌门1对1 zhangmen.com	被指近5万元学费退费无进展
11月12日	 iuydad 常真爸爸	被指虚假宣传 打卡返现客服打太极无处理
11月13日	 大康1课	被指无法正常上课 客服电话打不通
11月16日	 兴为教育® XINGWEI EDUCATION	被指对接老师虚假宣传师资退款被拒
11月17日	 赛优 CHANGE YOU - 改变你自己	被指售后态度恶劣 无沟通退款被拒
11月18日	 众趣教育 ZHONGQU EDUCATION CO., LTD	被指课程质量差强人意 退款需支付高额违约金
11月20日	 平安好学 中国平安旗下 青少年在线教育	被指退款专员态度恶劣拒绝退款

图表编制：电诉宝 数据来源：315.100EC.CN

【案例一】学员痛诉“学慧网”欺骗诱导签合同退款难

11月3日，北京市的王女士向“电诉宝”投诉称她于2021年8月17日16:34分报名并全额缴费《学慧网网络课程培训》7400元，当晚20:49分发现课程内容与微信沟通老师所说严重不符，当时与老师表达了想要退费的想法，老师避重就轻答非所问爱搭不理，让找APP在线班主任，后来发现所谓的班主任是机器人。之后老师不回微信联系不上，官方的电话也一直都是打不通的状态，座机也是一直占线。

王女士表示从报名缴费到填写申请退费仅四个小时的时间，被告知退费要扣除15%的新生注册费，因为课程多项内容与签约前老师所承诺的完全不符、后期的服务态度、没有办法正常的去学习等原因不得不选择退费，学慧网以欺骗诱导的手段签订合同，让学员先交费才能签合同的行为可恶之至。

【案例二】家长称“51talk”周末课程改周中不上也扣款

11月3日,山东省的来女士向“电诉宝”投诉称她于2021年4月18日在51talk少年英语购买了4800元的网络外交英语课程,后由于教育政策改变,网络课程节假日及周末都无法上课,而周一至周五孩子时间比较紧张,作业都无暇顾及,很没时间上网络课程。51talk限定每月必须上够10节课,上不够也扣10节课费用。

于是申请退费,结果客服电话一直没人接听,在线客服联系不上,只有称班主任的,说可以退费,但是必须联系客服。又多次联系客服实在无果,让等处理等了好多天也没动静,来女士要求退还剩余课时的费用即可。

【案例三】想退随时退? 用户反映“帮考网”承诺不履行

11月7日,河南省的杨先生向“电诉宝”投诉称他于2021年4月在帮考网购买价值3990元一级消防注册普通班课程,2021年7月左右帮考网一位郭老师不断宣传价值15810元一级消防私教班,总价19800元而且承诺想退费的时候随时退费,杨先生称就怕对方以后按合同来,还专门强调这个问题,还是承诺给退费,随后问普通班费用,这位郭老师说交全款就核算在里面,交定金退的时候按比例退,私教班90%的退款,普通班70%的退款,有了她的承诺自己才报的私教班。

杨先生称今年由于考试取消了,自己要求退费,结果他们说没达到他们的要求要按照协议来,但是协议都是偏向他们自己的霸王条款,自从开了私教班,自己普通班的课程停了,网页登不上了,班主任也不管不问了,退费时又给分的挺清,杨先生表示自己的诉求是:按照承诺私教班定金按90%退费,普通班按70%退费。

【案例四】“掌门1对1”被指近5万元学费退费无进展

11月8日,浙江省的高女士向“电诉宝”投诉称她于2020年8月10日为女儿购买初二升初三双科120节课程共计金额14817.6元(截止投诉日尚余39节课,折金额4815.72元);另于2020年11月30日购买初三五科360节课程共计金额47363.4元(截止投诉日尚余360节课,课程金额47363.4元均未消费),订单号,以上已交费未消费课程金额合计为52179.12元。

高女士表示 2021 年 9 月前上课均为正常状态，2021 年 9 月开始至 2021 年 10 月期间已无法联系上班主任及授课老师，官网客服电话也无人接听，于 2021 年 11 月 5 日在其官网启动了退费申请程序，目前无任何进展，无法联系到相关工作人员。自己于 2021 年 11 月 8 日前往位于上海的工商登记地址，物业称该公司早已于两个月前就已搬迁跑路，遂于 2021 年 11 月 8 日当于前往上海市公安局宝山分司杨行派出所进行了报案。

【案例五】“常青藤爸爸”被指虚假宣传 打卡返现客服打太极无处理

11 月 12 日，江西省的王女士向“电诉宝”投诉称她在常青藤爸爸 app 购买 199 元的打卡返现 0 元学课程，10 月 26 日按照要求完成打卡，联系客服返现，说的让自己等一等，5 个工作日处理完成。王女士称等了半个月还未处理，并且客服也不给出明确处理时间，只会给消费者打太极，并不做出任何实际性回复。

王女士表示常青藤爸爸作为教育机构广告虚假宣传诱骗消费者消费，不守信用，自己的诉求是尽快处理返现 199 元，并且双减政策出台这么长时间，他们还大肆宣传英语、语文这些学科类课程，尤其还给学龄前儿童售卖。

【案例六】“大塘小鱼”被指无法正常上课 客服电话打不通

11 月 13 日，江苏省的荣女士向“电诉宝”投诉称她于 2019 年 5 月购买新东方旗下大塘小鱼全能宝宝（6 年课程，直播课后 3 年内免费观看）及 AI1 对 1（终身免费观看）课程，总计 6078.51 元。2021 年 11 月登陆网站、app 发现查询不到购买课程，网页一直显示加载中，无法正常上课。荣女士称官方客服电话永远无法接通，之前微信加的老师也没有任何回应，现荣女士的要求为大塘小鱼退还费用 6078.51 元。

【案例七】“兴为网校”被指对接老师虚假宣传师资退款被拒

11 月 16 日，河南省的冯先生向“电诉宝”投诉称他于 2021 年 8 月 27 日，通过网络支付向北京兴为科技集团有限公司支付 18500 元，为妻子购买医学考研 1 对 1 网络课程。根据对接老师承诺，可提供考研对应院校老师授课。付款签订合同后，对方并不能如约提供对应院校老师的授课服务，自己要求退款，对接老

师声称原约定的院校今年没有授课老师，要自己妻子调换其他院校老师进行学习，且根据兴为公司规定不能退款。

冯先生随后便拨打兴为科技客服电话 4006920066，客服称已将反馈情况推送对应对接老师，需要 15 个工作日给予回复。10 月 25 日兴为教育工作人员打电话称需要了解情况，并向冯先生妻子索要对接老师沟通的截图、录音证据，并未对不能按约履行义务做出解释，未对退款事项进行回应。冯先生就此对方不能履行事前约定，积极回复售后问题，要求北京兴为科技集团有限公司全额退还 18500 元并支付相应的经济损失，并对对接老师虚假宣传公司业务要求整改并处罚。

【案例八】“赛优教育”被指售后态度恶劣 无沟通退款被拒

11 月 17 日，河北省的王女士向“电诉宝”投诉称她于 20 年 7 月 16 日买的赛优教育的教师资格证的课程，从买课到现在一直没有看过该课程。因为疫情的原因，去年 12 月份的时候就提过一次退费，当时的销售和售后就以各种理由推脱，不给退费。今年由于政府出台了双减政策，培训机构大量倒闭，自己已经不从事教育行业了，所以也不需要考这个证了，今年也一直没有观看购买的课程。

王女士称今年第一次提出要退费是在 10 月 28 日，当天的销售说是可以换成学历提升或者是心理咨询师证，因为用不到所以马上拒绝了，他们就说那就得需要对接售后人员。在这期间，他们机构的人在沟通的过程中只有一句话：帮对接售后人员，1-3 个工作日联系。但今到了 11 月 9 日整整过去 13 天，都没人联系。期间又找了一次他们的销售和软件平台的客服，到今天为止还一直没有人联系。

【案例九】“众趣教育”被指课程质量差强人意 退款需支付高额违约金

11 月 18 日，河北省的李先生向“电诉宝”投诉称他于 2021 年 7 月 26 日在微信上购买了众趣教育旗下么达日语的日语课程，并且在机构老师的诱导下签订了分期还款合同，可是课程的质量却一言难尽。李先生称询问机构是否是录播课的时候，他们含糊其辞，并不直接说明，使自己误认为课程是以直播的方式进行。课程开始的时候，的确如他们所说，课下有人进行辅导，可一个月过后。就开始

更换老师，并且态度十分冷淡，时常爱答不理的，拖延学习的进度。

李先生表述称签订合同时，上面清楚写明:全部课程以归属自己个人所有，但现在仍然需要机构方进行解锁。在自己要求终止合同时，机构方要求支付高额违约金和服务费。试问机构方违约在先，自己又有什么责任去履行这份“霸王条款”？李先生目前的诉求是解除这份合同，退还所缴纳的学费。

【案例十】“平安好学”被指退款专员态度恶劣拒绝退款

11月20日，江苏省的马女士向“电诉宝”投诉称她于2020年3月5日在tutorABC(后改名为平安好学英语)上购买了一份价值30970元的在线教育课程，并在销售人员的引导下在百度有钱花的平台上贷款消费。现在课程很久没有更新了，课程中的内容质量不行，外教的能力也有问题。有的老师中途停止授课，该讲的内容也不讲，导致自己想退款。

马女士表述后来于2021年9月1号电话告知想终止合同，其客服人员回应称有退款专员会回电话，但一直没有接到这个电话。在9月3号又打了一次，其退款专员在9月8号回复了电话，但电话过程中态度不好，一直拒绝退款。其退款人员还以其公司资金紧张为理由拒绝退款，但当初签合同时销售人员承诺可以随时退款，签合同时承诺的返现也没有被他们单方面取消掉。

在其APP中在线客服中发出申请，也没有任何人回复。其销售人员承诺的话一句也没有用，并且所有签订的合约都是单方免责的格式条款，只规定了消费者的责任，以及商家的权益，完全不考虑消费者的情况与权益，例如没有客观理由或不可抗拒事由就不允许退款，马女士表示这是霸王条款。

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。



在线投诉	进度查询	平台登录	
真实姓名*	姓名 <input type="text"/>	年龄* <input type="text"/>	性别* <input type="text"/>
所在地*	<input type="text"/>	邮箱* <input type="text" value="example@qq.com"/>	投诉对象* <input type="text" value="电商平台如淘宝、京东、..."/>

为了更好地营造公开、透明、健康的电商消费投诉环境，“电诉宝”公开版于 2020 年 7 月 1 日正式上线，新增用户投诉实时受理动态、月度平台投诉量 TOP10、热点投诉地区等模块，让投诉过程透明化，一手掌握信息动态。



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有着近 20 年历史，旗下运营有：网经社(电商门户)、电子商务研究中心(智库)、“电数宝”(大数据)、“电融宝”(FA)、“电诉宝”(C 端)等系列子品牌/平台/产品，提供媒体、研究、数据、融资、营销、顾问等服务，并致力于打造“中国领先的电商产业链综合服务商”。

网经社网站(100EC.CN)旗下拥有 100 多个电商细分频道、平台、分站，365 天/12 小时滚动发布国内外电商资讯，为全国电商用户提供全面、及时、专业的资讯，是国内首屈一指的电商门户入口。



公司总部位于杭州，系国内唯一拥有 A 股上市公司背景的服务电商产业链的第三方媒体、智库和平台，母公司在全国拥有 30 个分支机构，员工 1000 余人，市值近百亿，实力雄厚，是我国电商行业的见证者与推动者。

网经社在工信部、公安机关网站合法备案运行，服务客户除覆盖各大电商上市公司、独角兽等“头部平台”和创业者外，还包括国家和各地政府部门，有口皆碑。



数据墙：

平均每天有 50-100 万人/次 (PV)，访问我们网经社电商门户网站。

平均每年有 5000 余家海内外媒体,超过 10 万篇新闻报道中引用我们的数据、报告、分析、榜单等从中央到地方,为超过 200 家各级政府部门提供了相关服务

超过 50 家公司在海内外及投融资时,参考使用我们数据分析。

平均每年,超过 10 万人参加我们主办或协办、演讲的各类电商论坛、沙龙活动,覆盖人群规模超百万。

国内上百家券商/基金/投行/机构在投资研究中参考我们的数据和推荐

超过 1000+家电商、10000+家中小企业依靠我们的信息、服务和解决方案不同程度提升了他们的经营业绩。

• 版权声明:

1、本报告相关知识产权归网经社电子商务研究中心所有,任何部门、企业、机构、媒体等单位引用本报告数据、内容,均请注明:“根据网经社电子商务研究中心发布的《2021 年双 11 期间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：2021年12月2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)

(12年沉淀 10万+条数据覆盖 4000+平台)



电诉宝 (315.100EC.CN)

(我要投诉)



网经社小程序码 (微信小程序搜网经社)

