

2026年（上） 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：2026年7月7日

报告编制：网经社电子商务研究中心

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) 数字零售数据与十大典型案例	10
(二) 生活服务电商数据与十大典型案例	22
(二) 跨境电商数据	29
(二) 产业电商数据	30
(二) 物流科技数据	31
(二) 金融科技数据	32
四、关于我们	33
(一) 关于电诉宝	33
(二) 关于网经社	36

一、报告摘要

上半年，线上消费依然是拉动社会消费增长的重要引擎，1-5月全国网上商品零售额对社会消费品零售总额增长的贡献率达88.3%，全国网上商品和服务零售额为83177亿元，同比增长5.9%，而“服务消费”增速持续领跑商品消费。消费者行为正在从“买商品”转向“买服务”，家政保洁、家电洗护、洗衣洗鞋等服务消费需求旺盛。

上半年最显著的变化是AI全面渗透电商全链路，2026年“618”被业界视为首个“AI原生式”电商大促。此外，即时零售成为2026年上半年网络消费的最大增量引擎。

然而，另一方面是传统的定价套路和新兴的AI造假相互叠加，让消费陷阱变得更加隐蔽和复杂。如部分商家利用AI生成精美的虚假商品图、合成名人带货视频，或批量伪造用户好评和爆款榜单来误导消费者。一些直播间利用绿幕抠图、AI合成等技术，伪造“果园丰收”、“工厂繁忙”等假象，冒充“产地直销”诱导下单。这些乱象不仅损害了消费者权益，也透支了市场信用，对行业的健康发展构成了挑战。

此外，1月，市场监管总局与国家网信办联合发布了《网络交易平台规则监督管理办法》和《直播电商监督管理办法》。3月，北京市市场监管局联合多部门约谈了12家互联网平台企业，通报了“内卷式”竞争综合整治的第一批问题。315期间，食品安全问题、私域营销“围猎”老人等乱象被曝光。

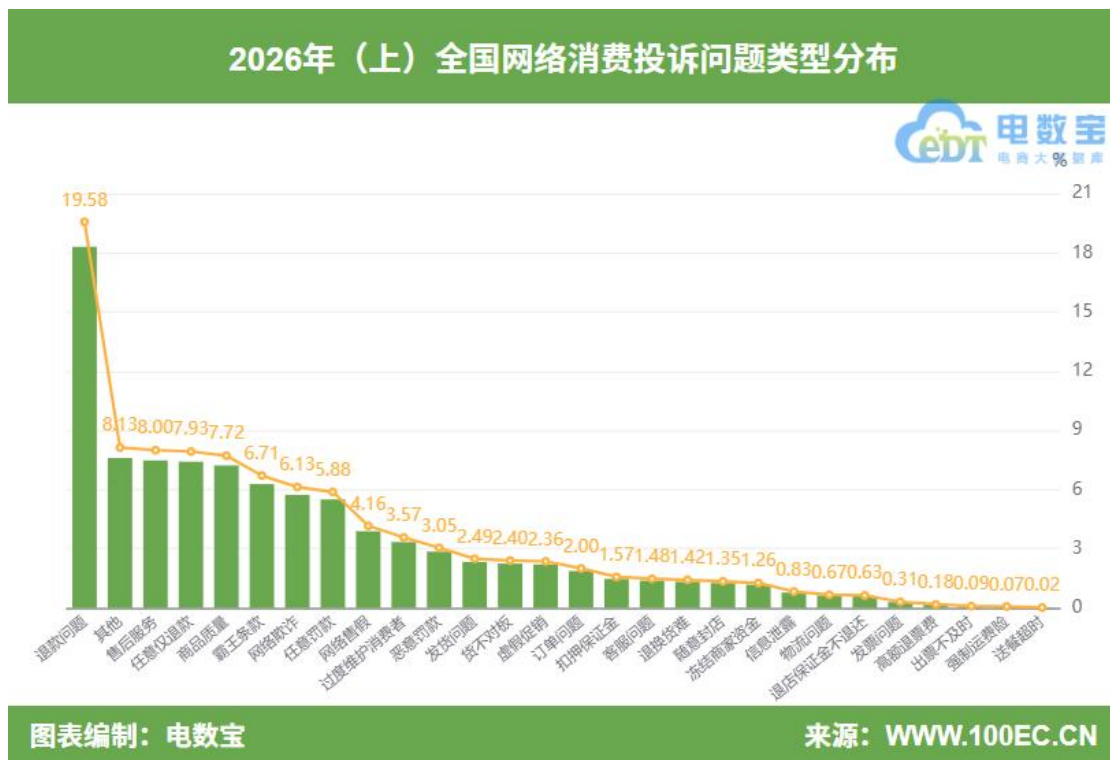
在此背景下，7月7日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2026上半年受理的全国互联网消费平台纠纷大量案例数据，“一带一路”TOP10影响力社会智库网经社电子商务研究中心例行发布《2026年（上）电子商务用户体验与投诉数据报告》。报告涵盖了数字零售电商、生活服务电商板块，公布了2026上半年网络消费投诉数据及《数字零售十大典型投诉案例》《生活服务电商十大典型投诉案例》。

二、整体数据

（一）投诉问题类型分布

据“电诉宝”显示，2026上半年全国网络消费投诉问题类型TOP10中，退款问题占比高达19.58%，还有售后服务（8.00%）、任意仅退款（7.93%）、商品质量（7.72%）、霸王条款（6.71%）、网络欺诈（6.13%）、任意罚款（5.88%）、网络售假（4.16%）、过度维护消费者（3.57%）、恶意罚款（3.05%）。

其余问题类型还包括发货问题、货不对板、虚假促销、订单问题、扣押保证金、客服问题、退换货难、随意封店、冻结商家资金、信息泄露等。



（二）投诉地区分布

上半年“电诉宝”受理投诉用户聚集地区TOP10依次为广东省（17.11%）、浙江省（7.63%）、上海市（7.30%）、山东省（6.29%）、江苏省（6.00%）、北京市（4.99%）、河南省（4.69%）、河北省（4.63%）、四川省（3.91%）、湖北

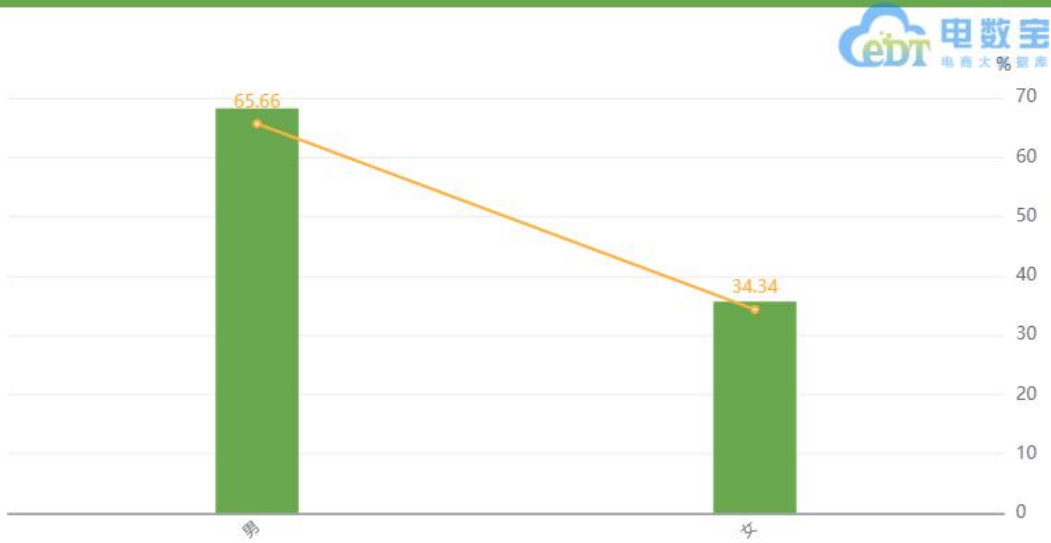
省（3.86%）、辽宁省（3.03%）。



（三）投诉用户性别分布

据“电诉宝”显示，上半年男性用户投诉比例为 65.66%，女性用户投诉比例为 34.34%。

2026年（上）全国网络消费投诉性别分布



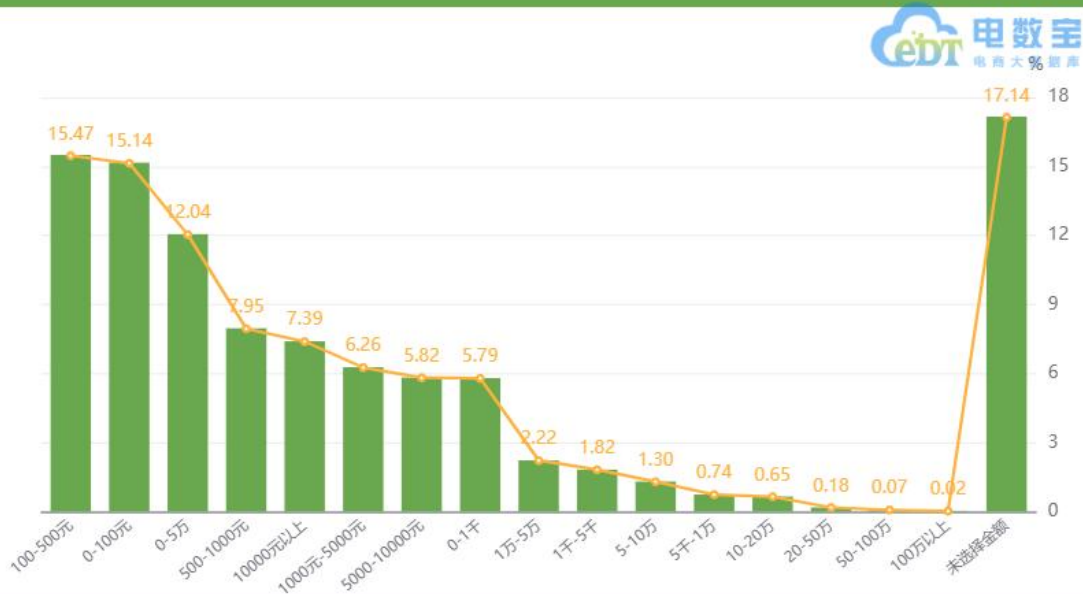
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

（四）投诉金额区间分布

据“电诉宝”显示，上半年用户（包括消费者及商家）投诉金额分布主要集中在100-500元（15.47%）、0-100元（15.14%）、0-5万（12.04%）、500-1000元（7.95%）、10000元以上（7.39%）、1000-5000元（6.26%）、5000-10000元（5.82%）、0-1千（5.79%）、1万-5万（2.22%）、1千-5千（1.82%）、5-10万（1.30%）、5千-1万（0.74%）、10-20万（0.65%）、20-50万（0.18%）、50-100万（0.07%）、100万以上（0.02%）。

2026年（上）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《2026年（上）全国网络消费平台评级榜》中：获“**建议下单**”的有：去哪儿、万师傅、BOSS直聘、唯品会、同程旅行、转转、有赞、红布林、苏宁易购；获“**谨慎下单**”评级的有：智行、海淘免税店等；获“**不建议下单**”的有：途虎养车、瓜子二手车、抖音电商、走着瞧旅行、猫眼电影、飞猪、小红书、寺库、万表网、分期乐、微拍堂、鲁班到家、啄木鸟家庭维修等；获“**不予评级**”的有：大麦网、支付宝、淘宝、华为商城、闪送、1688、交易猫、58同城、识季、天猫、闲鱼、盒马、快手电商、拍机堂、敦煌网、95分球鞋交易平台、小鹅通、智联招聘、一亩田、哔哩购、爱回收、全球速卖通、阿里巴巴、还呗、微信、微信小程序购物、朴朴超市、微店、腾讯游戏、微信视频号、千牛、快团团等。

2026年（上）全国网络消费平台评级榜

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	去哪儿	100.00%	0.927	5.000	0.888	建议下单
2	万师傅	100.00%	0.977	2.000	0.853	建议下单
3	BOSS直聘	96.43%	0.905	2.000	0.814	建议下单
4	唯品会	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
4	同程旅行	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
6	转转	100.00%	0.957	0.000	0.787	建议下单
7	高顿教育	100.00%	0.933	0.000	0.780	建议下单
8	有赞	100.00%	0.917	0.000	0.775	建议下单
9	红布林	100.00%	0.900	0.000	0.770	建议下单
10	苏宁易购	100.00%	0.848	0.000	0.754	建议下单
11	美团	95.56%	0.716	0.000	0.692	谨慎下单
12	智行	91.43%	0.647	0.000	0.665	谨慎下单
13	得物	93.33%	0.587	0.000	0.643	谨慎下单
14	海淘免税店	84.62%	0.692	0.000	0.631	谨慎下单
15	环球网校	85.71%	0.571	0.000	0.600	谨慎下单
16	帮考网	100.00%	0.222	0.000	0.567	谨慎下单
17	京东	37.29%	0.362	2.000	0.355	不建议下单
18	携程	46.15%	0.385	0.000	0.346	不建议下单
19	途虎养车	11.54%	0.115	10.000	0.292	不建议下单
20	瓜子二手车	38.98%	0.183	0.000	0.253	不建议下单
21	抖音电商	25.51%	0.151	3.077	0.252	不建议下单
22	走着瞧旅行	7.69%	0.077	0.000	0.062	不建议下单
23	猫眼电影	5.56%	0.056	0.000	0.044	不建议下单
24	飞猪	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
24	阿卡索外教网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
24	泰康在线	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
24	寺库	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
24	支付宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	华为商城	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	万表网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
24	闪送	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	1688	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	分期乐	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
24	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

24	交易猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	微拍堂	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
24	58同城	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	识季	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	鲁班到家	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
24	尚德机构	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	盒马	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	英语流利说	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	对啊网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
24	快手电商	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	拍机堂	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	敦煌网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	95分球鞋交易...	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	小鹅通	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	智联招聘	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	高德	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	一亩田	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	哔哩购	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	爱回收	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	全球速卖通	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	阿里巴巴	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	常青藤爸爸	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	中安建培	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
24	还呗	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	微信	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	微信小程序购...	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	朴朴超市	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	微店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	腾讯游戏	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	微信视频号	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	啄木鸟家庭维修	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
24	千牛	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
24	快团团	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网络消费平台上行为，依据上述模型算法自动生成，不受任何人工因素影响。

（一）数字零售数据与十大典型案例

数字零售消费评级榜：

在 2026 年（上）全国数字零售评级榜中：获“**建议下单**”的有：唯品会、转转、有赞、红布林、苏宁易购；获“**谨慎下单**”评级的有：海淘免税店等；获“**不建议下单**”的有：途虎养车、瓜子二手车、抖音电商、小红书、寺库、万表网、分期乐、微拍堂等；获“**不予评级**”的有：淘宝、华为商城、交易猫、天猫、闲鱼、盒马、快手电商、拍机堂、95 分球鞋交易平台、小鹅通、哔哩购、爱回收、阿里巴巴、微信、微信小程序购物、朴朴超市、微店、腾讯游戏、微信视频号、千牛、快团团等。

2026年（上）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	0.000	0.800	建议下单
2	转转	100.00%	0.957	0.000	0.787	建议下单
3	有赞	100.00%	0.917	0.000	0.775	建议下单
4	红布林	100.00%	0.900	0.000	0.770	建议下单
5	苏宁易购	100.00%	0.848	0.000	0.754	建议下单
6	得物	93.33%	0.587	0.000	0.643	谨慎下单
7	京东	37.29%	0.362	2.000	0.355	不建议下单
8	途虎养车	11.54%	0.115	10.000	0.292	不建议下单
9	瓜子二手车	38.98%	0.183	0.000	0.253	不建议下单
10	抖音电商	25.51%	0.151	3.077	0.252	不建议下单
11	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
11	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	华为商城	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	万表网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
11	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
11	交易猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	微拍堂	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
11	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	盒马	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	快手电商	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	拍机堂	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	95分球鞋交易...	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	小鹅通	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	哔哩购	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	爱回收	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	阿里巴巴	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	微信	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	微信小程序购...	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	朴朴超市	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	微店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	微信视频号	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	千牛	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	快团团	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。

零售电商上榜平台有 72 家：

投诉量 TOP10 依次为：抖音电商、拼多多、淘宝、京东、闲鱼、快手电商、瓜子二手车、小红书、途虎养车、千牛；

排在第 11-20 名的是：微信、爱回收、转转、微店、拍机堂、天猫、苏宁易购、阿里巴巴、微拍堂、微信小程序购物平台；

排在第 21-30 名的是：小鹅通、有赞、万表网、红布林、唯品会、95 分球鞋交易平台、快团团、盒马、哔哩购；

排在 31 名之后的是：交易猫、华为商城、朴朴超市、微信视频号、店宝宝、爱库存、蜂享家、蘑菇街、小米商城、网易、vivo 官方售后、千岛、中国移动移动商城、苹果、找靓机、孔夫子旧书网、淘特、一品威客、今日头条放心购、一直娱、小米有品、云集、i 百联、网易严选、花礼网、蝉妈妈、快钱、上海微盟、二三良作、易店无忧、三星网上商城、有赞精选、租号玩、WIS 官方微信商城、三只松鼠、天天拍车、多多买菜、Apple、叮咚买菜、羊小咩、今日头条小店、淘宝倒爷张鞋店。

当前位置 > 投诉榜

领域: 总榜 **数字零售** 数字生活 数字教育 跨境电商 产业电商
物流科技 金融科技 数字健康 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

类型: **全部** 用户 商家

筛选: 2026 上半年

1	抖音电商	2	拼多多	3	淘宝	4	京东
5	闲鱼	6	快手电商	7	瓜子二手车	8	小红书
9	途虎养车	10	千牛	11	微信	12	爱回收
13	转转	14	微店	15	拍机堂	16	天猫
17	苏宁易购	18	阿里巴巴	19	微拍堂	20	微信小程序购物平台
21	得物	22	小鹅通	23	有赞	24	万表网
25	红布林	26	唯品会	27	95分球鞋交易平台	28	快团团
29	盒马	30	哔哩购	31	交易猫	32	华为商城
33	朴朴超市	34	微信视频号	35	店宝宝	36	爱库存
37	蜂享家	38	蘑菇街	39	小米商城	40	网易
41	vivo官方售后	42	千岛	43	中国移动移动商城	44	苹果
45	找靓机	46	孔夫子旧书网	47	淘特	48	一品威客
49	今日头条放心购	50	一直娱	51	小米有品	52	云集
53	i百联	54	网易严选	55	花礼网	56	蝉妈妈
57	快钱	58	上海微盟	59	二三良作	60	易店无忧
61	三星网上商城	62	有赞精选	63	租号玩	64	WIS官方微信商城
65	三只松鼠	66	天天拍车	67	多多买菜	68	Apple
69	叮咚买菜	70	羊小咩	71	今日头条小店	72	淘宝倒爷张鞋店

综合电商上榜平台有 25 家：

投诉量 TOP10 依次为：抖音电商、拼多多、淘宝、京东、快手电商、小红书、天猫、苏宁易购、阿里巴巴、微信小程序购物平台；

排在第 11-25 名的是：得物、唯品会、交易猫、哔哩购、微信视频号、蘑菇街、网易、中国移动移动商城、今日头条放心购、淘特、i 百联、二三良作、有赞精选、羊小咩、今日头条小店。

电诉宝 网络消费纠纷调解平台

315 电诉宝发起“2026第十五届网络消费315调查”

当前位置 > 投诉榜

领域：
 总榜 **数字零售** 数字生活 数字教育 跨境电商 产业电商
 物流科技 金融科技 数字健康 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

类型：
全部 用户 商家

筛选：
 2026 上半年

1	抖音电商	2	拼多多	3	淘宝	4	京东
5	快手电商	6	小红书	7	天猫	8	苏宁易购
9	阿里巴巴	10	微信小程序购物平台	11	得物	12	唯品会
13	交易猫	14	哔哩购	15	微信视频号	16	蘑菇街
17	网易	18	中国移动移动商城	19	今日头条放心购	20	淘特
21	i百联	22	二三良作	23	有赞精选	24	羊小咩
25	今日头条小店						

社交电商上榜平台有 7 家：

投诉量依次为：微信、快团团、爱库存、蜂享家、千岛、一直娱、云集。



- 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 数字教育 跨境电商 产业电商
物流科技 金融科技 数字健康 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

类型: **全部** 用户 商家

筛选: 2026 上半年

1	微信	2	快团团	3	爱库存	4	蜂享家
5	千岛	6	一直娱	7	云集		

二手电商上榜平台有 8 家:

投诉量依次为: 闲鱼、爱回收、转转、拍机堂、红布林、95 分球鞋交易平台、找靓机、孔夫子旧书网。



- 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 数字教育 跨境电商 产业电商
物流科技 金融科技 数字健康 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

类型: **全部** 用户 商家

筛选: 2026 上半年

1 闲鱼	2 爱回收	3 转转	4 拍机堂
5 红布林	6 95分球鞋交易平台	7 找靓机	8 孔夫子旧书网

生鲜电商上榜平台有 4 家：

投诉量依次为：盒马、朴朴超市、花礼网、叮咚买菜。



- 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 数字教育 跨境电商 产业电商
物流科技 金融科技 数字健康 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

类型: **全部** 用户 商家

筛选: 2026 上半年

1 盒马	2 朴朴超市	3 花礼网	4 叮咚买菜
------	--------	-------	--------

电商服务商上榜平台有 9 家：

投诉量依次为：千牛、微店、小鹅通、有赞、店宝宝、一品威客、易店无忧、上海微盟、蝉妈妈。



电诉宝 网络消费纠纷调解平台
315 聆听消费心声 提升消费

当前位置 > 投诉榜

领域： 总榜 **数字零售** 数字生活 数字教育 跨境电商 产业电商
 物流科技 金融科技 数字健康 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

类型： **全部** 用户 商家

筛选： 2026 上半年

1	千牛	2	微店	3	小鹅通	4	有赞
5	店宝宝	6	一品威客	7	易店无忧	8	上海微盟
9	蝉妈妈						

在零售电商消费领域，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，涉及有赞、抖音电商、红布林、拍机堂、朴朴超市、盒马、闲鱼、瓜子二手车、小鹅通、途虎养车。

2026年（上）数字零售用户投诉十大典型案例

投诉时间	投诉平台	投诉类型	投诉案例
1月12日	有赞	虚假宣传	用户投诉“有赞”售卖的商品违反《广告法》
2月11日	抖音电商	订单问题	被指单方面取消“国补”订单致双重损失 要求恢复或赔偿差价
3月4日	红布林	商品质量	平台售假？寄存香奈儿包时隔一年发现鉴定点缺失 用户要求退一赔三
3月27日	拍机堂	售后服务	售卖问题二手手机：屏幕透图 听筒网损坏 换电池未告知 平台敷衍检测拒售后
4月17日	朴朴超市	客服问题	用户投诉“朴朴超市”换手机号无法登录 提供多项证据仍被要求提供昵称
4月25日	盒马	霸王条款	洗护服务被指霸王条款！会员下单遭恶意拒收，强制退款篡改理由
4月27日	闲鱼	退款问题	商家未发货拒绝退款 侵害七天无理由权益
5月12日	瓜子二手车	退款问题	收取10000元订金后违约 拒绝退还
5月17日	小鹅通	售后服务	被指纵容商家诱导消费 用户购课付款后商家失联 平台拒担责
6月20日	途虎养车	虚假促销	用户抢购轮胎活动第一名 兑奖时却被以“地域不符”拒发华为pad

图表编制：网经社
数据来源：电诉宝

【案例一】用户投诉“有赞”售卖的商品违反《广告法》

1月12日，山东省的张先生向“电诉宝”投诉称，其于有赞精选购买商品名称：TWG 防裂白凡士林特护膏，其广告语称含有拥有专利1000多项，标明专利号和专利种类，违反了ZH22:《广告法》第十二条第一款：广告语含有保湿力度是普通护手霜的5倍，违反了ZH20:《广告法》第十一条第二款；广告语含有美白功效 宣称，在药监局备案核查到该产品功效为保湿 涉嫌发布虚假广告，违反了H3P3:《化妆品监督管理条例》第四十三条和ZH2:《广告法》第四条。

对此，有赞回复称：您好，关于商家违规经营的举报信息，已经在核实受理中，若情况属实，将对店铺做相应处理，非常感谢您对有赞的支持~

【案例二】消费者投诉“抖音电商”单方面取消“国补”订单致双重损失，要求恢复或赔偿差价

2月11日，江苏省的苗先生向“电诉宝”投诉称，其于2026年2月10日，在抖音商城“年货节”活动期间，使用“国补”优惠和节日优惠券成功下单购买了一台iQOO Pad 5 Pro平板电脑。平台于年货节结束的当天凌晨，在未提前告知消费者的情况下，单方面强制取消了该订单。

苗先生，平台此举造成其双重损失：第一，直接丧失了该订单所包含的所有

“国补”及年货节优惠；第二，由于订单被取消的时间正值所有电商平台年货节活动刚刚结束，导致其无法在任何平台以同等优惠价格重新购买该产品，只能承担更高的现时市场价格。

苗先生指出，平台的行为已违反《消费者权益保护法》中关于经营者应履行合同义务、不得无故取消订单的规定，同时涉嫌利用虚假的优惠信息误导消费者，并在最后时刻剥夺消费者应得的促销权益，构成欺诈。平台作为提供交易服务的经营者，应对其系统或操作失误承担责任。

苗先生的投诉诉求包括：要求抖音商城恢复原订单，并按原优惠条件发货；或要求平台赔偿因平台责任导致的消费者在其他平台同期购买同款产品所支付的差价损失；要求平台就其单方面取消订单、侵害消费者权益的行为进行道歉并改进流程。

【案例三】“红布林”平台售假？寄存香奈儿包时隔一年发现鉴定点缺失 用户要求退一赔三

3月4日，上海市的徐女士向“电诉宝”投诉称，其于2025年在红布林平台购买了一款香奈儿包，购买后长期寄存于该平台。2026年，消费者要求平台将包重新邮寄给自己时，发现该包存在鉴定点缺失、涉嫌售假的问题，与平台当时描述的“9成新”严重不符。消费者认为，平台存在以次充好、欺诈消费者的行为。据此，消费者要求平台按照总金额8606元进行“退一赔三”的赔偿。

【案例四】“拍机堂”被指售卖问题二手手机：屏幕透图 听筒网损坏 换电池未告知 平台敷衍检测拒售后

3月27日，江苏省的蒋先生向“电诉宝”投诉称，其于2026年3月27日在拍机堂APP购买一部二手手机，订单号为20260321131600624518，支付金额591.9元。该消费者表示，其为个人生活消费购买，属于合法消费者身份，而平台注册协议中刻意规避消费者身份、免除自身售后责任的条款，应属霸王无效条款。

收货后，消费者发现手机存在多项严重质量问题：一是手机屏幕明显透图，

白色界面下可见固定应用残影；二是听筒网遭暴力损坏，出现多处孔洞；三是手机更换过电池（虽系统检测可证明，但消费者认为是否原装并非关键，更换项作为个人买家有权知情）；四是前置麦克风收音异常，无法正常唤醒语音助手。消费者特别指出，售后检测时平台仅对机身多个麦克风同步录音，得出前置麦克风无问题的结论，并未按照消费者申诉的问题进行单项检测。

消费者发现问题后及时申请售后，将手机寄回平台检测。平台却敷衍检测，恶意以“无问题”为由拒绝售后，并将问题机再次寄回。消费者表示，已同步在12315平台、黑猫投诉平台发起维权，且明确表示将拒收问题机，坚持要求全额退款并承担来回运费。

现消费者恳请电诉宝平台介入调解，督促拍机堂正视自身虚假质检、售后推诿的问题，履行经营者法定义务，为其办理全额退款，维护消费者合法权益，并严惩此类无视消费权益的不良商家。

【案例五】用户投诉“朴朴超市”换手机号无法登录 提供多项证据仍被要求提供昵称

4月17日，广东省的乐女士向“电诉宝”投诉称，其原手机号注册的朴朴账号因换号无法接收验证码登录。联系客服后，提供了订单号、收货地址、收货手机号、邮箱、开票信息税号、登录设备等确凿证据，客服却坚持要求提供一个“昵称”。乐女士忘记昵称，客服以此为由拒绝验证身份。乐女士认为平台矫枉过正，导致其上千元采购无法报销，平台仅提出补偿10元红包。诉求：要求平台接受其他证据验证身份，找回账户。

【案例六】盒马洗护服务被指霸王条款！会员下单遭恶意拒收，强制退款篡改理由

4月25日，任女士向“电诉宝”投诉称，其于3月21日下单盒马洗衣服务，送去5件羽绒服及大衣，总价值数千元，至今未送回。多次联系盒马无果，向12345投诉后盒马承诺4月21日送回，未兑现；后又要求提供照片并承诺48小时答复，仍无下文。任女士表示客服态度敷衍，衣物去向不明，已严重影响日常生活。用户的诉求是：要求找回衣服，如丢失则按承诺赔偿。

【案例七】用户投诉“闲鱼”商家未发货拒绝退款 侵害七天无理由权益

4月27日，辽宁省的陈先生向“电诉宝”投诉称，其在闲鱼平台店铺“吃瓜的路人”处购买有线耳机和充电器，共62元。因线下遇到同样商品决定退货，商家称“还未发货”，陈先生提出退款，商家回复“你玩呢”后不再理会。陈先生认为商家未发货，自己有权七天无理由退款。诉求：要求商家退回62元款项。

【案例八】用户投诉“瓜子二手车”收取10000元订金后违约 拒绝退还

5月12日，湖南省的翟先生向“电诉宝”投诉称，其在瓜子二手车平台支付订金10000元（原为1000元，被业务员提升至10000元），未提车、未签正式合同。平台方违约，拒绝退订金。翟先生认为“订金”是预付款，非“定金”，应全额退还，依据《消费者权益保护法》第53条及第26条。诉求：要求退还订金9000元。

【案例九】小鹅通被指纵容商家诱导消费 用户购课付款后商家失联 平台拒担责

5月17日，上海市的赵女士向“电诉宝”投诉称，其于2023年11月30日和2024年2月4日先后购买了山东二十天教育有限公司售卖的影视特效AE课程和平面+影视实践课程。对方诱导其以先用后付形式买下课程，并引导在京东上使用京东金融小白条付款。赵女士认为其中存在欺诈嫌疑，现联系不上店铺。用户的诉求是：要求平台协助退款。

【案例十】途虎养车被指虚假促销！用户抢购轮胎活动第一名 兑奖时却被以“地域不符”拒发华为pad

6月20日，江苏省的吴先生向“电诉宝”投诉称，其于2026年5月25日购买途虎养车平台上的轮胎产品，购买时被告知有整点活动，第一名奖品是华为pad。吴先生有购买时的介绍截图及咨询客服的聊天记录，但开奖时被告知“地域不符”不予兑奖。期间平台还以“时间不符”“付款时间晚”等理由拒绝兑付，均有证据佐证，平台便未再坚持。而“地域不符”这一理由在之前从未有任何表述。吴先生认为平台虚假促销。用户向电诉宝求助表示：要求途虎履行奖品承诺。

（二）生活服务电商数据与十大典型案例

生活服务电商消费评级榜：

在 2026 年（上）全国生活服务电商评级榜中：获“**建议下单**”的有：去哪儿、万师傅、BOSS 直聘、同程旅行；获“**谨慎下单**”评级的有：智行等；获“**不建议下单**”的有：走着瞧旅行、猫眼电影、飞猪、鲁班到家、啄木鸟家庭维修等；获“**不予评级**”的有：大麦网、58 同城、智联招聘等。

2026年（上）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	去哪儿	100.00%	0.927	5.000	0.888	建议下单
2	万师傅	100.00%	0.977	2.000	0.853	建议下单
3	BOSS直聘	96.43%	0.905	2.000	0.814	建议下单
4	同程旅行	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
5	美团	95.56%	0.716	0.000	0.692	谨慎下单
6	智行	91.43%	0.647	0.000	0.665	谨慎下单
7	携程	46.15%	0.385	0.000	0.346	不建议下单
8	走着瞧旅行	7.69%	0.077	0.000	0.062	不建议下单
9	猫眼电影	5.56%	0.056	0.000	0.044	不建议下单
10	飞猪	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
10	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	58同城	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	鲁班到家	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
10	智联招聘	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	高德	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	啄木鸟家庭维修	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

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

生活服务电商上榜平台有 27 家：

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

排在第 11-27 名的是：携程、走着瞧旅行、同程旅行、58 同城、高德、啄木鸟家庭维修、票牛网、京东到家、饿了么、哈啰出行、前程无忧、麦淘亲子、大众点评、航班管家、秀动、摩天轮票务、途家民宿。

电诉宝发起“2026第十五届网络消费315调查”

当前位置 > 投诉榜

领域：
 总榜
 数字零售
数字生活
 数字教育
 金融科技
 数字健康
 其他
 跨境电商
 产业电商

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
 婚恋交友

类型：
全部
 用户
 商家

筛选：
 2026
 上半年

1	万师傅	2	BOSS直聘	3	去哪儿	4	美团
5	鲁班到家	6	智行	7	飞猪	8	大麦网
9	智联招聘	10	猫眼电影	11	携程	12	走着瞧旅行
13	同程旅行	14	58同城	15	高德	16	啄木鸟家庭维修
17	票牛网	18	京东到家	19	饿了么	20	哈啰出行
21	前程无忧	22	麦淘亲子	23	大众点评	24	航班管家
25	秀动	26	摩天轮票务	27	途家民宿		

在线旅游上榜平台有 8 家：

投诉量依次为：去哪儿、飞猪、携程、走着瞧旅行、同程旅行、麦淘亲子、航班管家、途家民宿。



- 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** 数字教育 跨境电商 产业电商
物流科技 金融科技 数字健康 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 婚恋交友

类型: **全部** 用户 商家

筛选: 2026 上半年

1	去哪儿	2	飞猪	3	携程	4	走着瞧旅行
5	同程旅行	6	麦淘亲子	7	航班管家	8	途家民宿

在线票务上榜平台有 5 家:

投诉量依次为: 大麦网、猫眼电影、票牛网、摩天轮票务、秀动。



- 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** 数字教育 跨境电商 产业电商
物流科技 金融科技 数字健康 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 婚恋交友

类型: **全部** 用户 商家

筛选: 2026 上半年

1	大麦网	2	猫眼电影	3	票牛网	4	摩天轮票务
5	秀动						

在生活服务电商消费领域，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、58 同城、途家民宿、智联招聘、飞猪、鲁班到家、万师傅、去哪儿、大麦网、走着瞧旅行。

2026年（上）生活服务电商用户投诉十大典型案例			
投诉时间	投诉平台	投诉类型	投诉案例
1月18日	BOSS直聘	霸王条款	账号绑定规则被指霸王条款 用户解绑维权难
1月24日	58同城	售后服务	被指不作为 导致用户损失利益
2月6日	途家民宿	订单问题	房东一房两租致无房入住？拒绝现金赔偿 用户要求退一赔二
3月31日	智联招聘	退款问题	缴费开通账号一小时后遭封禁 拒绝退款且不予使用 要求退还3106元
4月16日	飞猪	退款问题	用户投诉“飞猪”因亲属突发流产无法出行 平台仅赔200多元拒绝全额退款
5月11日	鲁班到家	恶意罚款	被指恶意罚款 霸王条款 冻结资金问题突出
5月25日	万师傅	霸王条款	被指霸王条款！安装工低价完成服务遭冻结资金封号
5月28日	去哪儿	退款问题	网被指“谎称”酒店不同意退款！用户证件丢失无法出行 酒店同意退款平台拒退
5月31日	大麦网	霸王条款	被指“霸王条款”！用户购票剧演出票商家未出票 退款遭推诿
6月26日	走着瞧旅行	退款问题	被指拒退款 置换路线还要求消费者补差价

图表编制：网经社 数据来源：电诉宝

【案例一】“BOSS 直聘”被投诉：账号绑定规则被指霸王条款 用户解绑维权难

1月18日，钟立琳先生向电诉宝投诉称，其于2025年8月入职深圳市赢十三文化传媒有限公司人事部，因工作需要绑定公司营业执照进行招聘工作。绑定后20分钟左右，平台显示该公司存在招聘违规行为，导致其手机号无法解除绑定。现钟先生已从该公司离职，需要重新绑定新营业执照，但平台仍不予解绑。

钟先生要求 BOSS 直聘立即解绑其手机号码，并整改平台相关霸王条款。接到该用户投诉后，我们已第一时间将案件移交至 BOSS 直聘相关工作人员督办处理，截至目前，该平台暂未作出回应。

【案例二】“58 同城”被指不作为 导致用户损失利益

1月24日，广东省的黄女士向“电诉宝”投诉称，1月6日，黄女士通过58同城联系到“小霞黄金回收”，约定在惠州水口附近交易。商家先是把黄女士的黄金熔成一团，称重时，一开始使用鬼称，显示的重量比黄女士自己提前称

好的 115.33 少了 3 克。黄女士当场提出质疑，明确表示要终止交易。对方见黄女士不上当，态度立刻变得强硬，不仅不让走，还在我黄女士完全不知情的情况下，偷偷从熔好的金团里又掰走了 2 克（这 2 克黄金价值约 2008 元），最后强迫黄女士支付 80 元路费才离开。

黄女士回到家就立刻报警，多次向 58 同城平台投诉维权，可平台每次都毫无事实依据地驳回投诉申请，既不要求商家提供任何证据，也不说明驳回理由，完全偏信商家的一面之词。黄女士表示，平台曾发短信通知维权成功，可没过多久又突然打电话说审核不通过，这种出尔反尔的行为实在让人无法接受。黄女士认为 58 同城根本没有尽到监管责任，对商家先熔金、再用鬼秤欺骗、最后偷偷克扣黄金、强迫消费者付费等一系列恶劣行为视而不见，完全没有维护消费者的合法权益。58 同城平台不作为，导致损失利益，黄女士要求平台承担所有的损失。

【案例三】房东一房两租致无房入住？“途家民宿”拒绝现金赔偿 用户要求退一赔二

2 月 6 日，上海市的郭女士向“电诉宝”举报途家民宿平台，其预订的项目为 2026 年 2 月 17 日至 22 日共五晚的三居民宿。问题在于：房东存在一房两租行为且未主动告知（消费者已上传截图证据），导致消费者无房入住，该行为涉嫌欺诈。消费者认为，途家平台在明知或应知经营者侵害消费者合法权益的情况下，未采取必要措施，且拒绝现金赔偿。在沟通过程中，平台反复推诿、设置障碍，最后客服提出的“先垫付”换房方案，涉嫌利用格式条款加重消费者责任。消费者的诉求为：要求平台退一赔二，并以现金方式支付。

【案例四】企业投诉“智联招聘”：缴费开通账号一小时后遭封禁 拒绝退款且不予使用 要求退还 3106 元

3 月 31 日，四川省的吴女士向“电诉宝”投诉称，其公司于 2026 年 3 月 23 日 15 时 09 分在智联招聘平台缴费开通招聘账号，当日 16 时 16 分，账号即被平台封禁，既无法使用也不予退款。该公司表示，从开通到封禁仅约一个小时，此前曾多次电话沟通，但平台不予处理，态度强硬，明确表示不退款且账号不再恢

复使用。该公司认为此举属于霸王条款、店大欺客，作为消费者维权无门，恳请相关部门严格核查。现唯一诉求为：要求智联招聘退还该公司全部费用 3106 元。

【案例五】用户投诉“飞猪”因亲属突发流产无法出行 平台仅赔 200 多元 拒绝全额退款

4 月 16 日，四川省的李女士向“电诉宝”投诉称，其通过飞猪平台预订泰国曼谷酒店，已预付全款。因表姐突发流产需专人照顾，无法按期出行，向平台及酒店提供医疗证明。酒店表示退款需通过飞猪处理，飞猪仅同意赔偿 200 多元，拒绝全额退款。李女士认为订单“不可取消”条款属于不公平格式条款，且提前 4 天申请取消不影响二次销售。诉求：要求平台全额退还酒店订单款项。

【案例六】“鲁班到家”被指恶意罚款 霸王条款 冻结资金问题突出

5 月 11 日，广东省的杨先生向“电诉宝”投诉称，其作为安装工人，在鲁班到家平台接单洗衣机安装。因顾客家瓷砖墙面需要专用钻头、且缺少独立水龙头需另购三通，顾客觉得安装麻烦拒绝继续服务，杨先生同意取消订单。商家却以“不专业”为由投诉，导致杨先生账户提现受限。杨先生已提交证据，但鲁班客服迟迟不予处理，效率极低。诉求：要求平台尽快处理并解除提现限制。

【案例七】万师傅被指霸王条款！安装工低价完成服务遭冻结资金封号

5 月 25 日，安徽省的周先生向“电诉宝”投诉称，其接单安装桌子，平台未按合约价格（桌子 40 元、椅子 5 元/个）结算，强制要求低价完成其他服务，否则按违约处理。目前平台已冻结其已完成订单的资金并封锁账号，拒不支付劳动报酬。用户的诉求是：要求平台解封账号并支付被冻结的劳动报酬。

电诉宝平台信息显示，万师傅方面已就用户投诉作出正式回应。平台方的回复是：投诉人是平台师傅，师傅不满订单处理结果，经平台介入，现已致电与师傅协调一致，此次撤销处理结果，建议师傅后续与用户沟通好再提供服务，师傅知悉无异议。

【案例八】去哪儿被指“谎称”酒店不同意退款！用户证件丢失无法出行 酒

店同意退款平台拒退

5月28日，广东省的邹先生向“电诉宝”投诉称，其于5月15日通过去哪儿平台预订澳门英伦游艇会酒店（5月30日-6月1日入住）。5月27日发现港澳通行证丢失，补办需7个工作日，无法按期出行。与酒店沟通，酒店同意退款，称只需平台同意即可。但去哪儿平台以“酒店不同意退款”为由拒绝。邹先生认为证件丢失属不可抗力，不退款的条款是霸王条款。

用户的诉求是：要求平台退还酒店预订款项。

【案例九】大麦网被指“霸王条款”！用户购婺剧演出票商家未出票 退款遭推诿

5月31日，上海市的王先生向“电诉宝”投诉称，其在大麦网购买了一张上海婺剧演出票，商家未能出票和使用，款项打入大麦官方。王先生要求原路径退款，但大麦客服处理不积极，推诿拖延。王先生认为平台“一经售出概不退换”等格式条款属于无效霸王条款，演出票可适用7天无理由退货。用户的诉求是：要求按原路径全额退款。

【案例十】“走着瞧旅行”被指拒退款 置换路线还要求消费者补差价

6月26日，用户向“电诉宝”投诉称，其2024年6月14日在走着瞧旅行商城花1098元购入两张旅游卡。用户先后在2025年10月、2026年6月9日两次预约出行，均因平台原因未能成团。用户申请退款遭商家以卡品售出不退为由驳回，平台仅提供换线方案且需用户补差价，用户认为该处理方案不合理。

用户向电诉宝求助表示：要求平台为两张旅游卡全额退款，共计1098元。

（三）跨境电商数据

跨境电商上榜平台有17家：

投诉量依次为：全球速卖通、寺库、海淘免税店、识季、敦煌网、天猫国际、洋码头、shopee、temu、Wish、中免日上、折疯了海淘、奥莱购、阿里巴巴国际

站、洋葱、别样、中免海南。

当前位置 > 投诉榜

领域: 总榜 数字零售 数字生活 数字教育 跨境电商 产业电商
物流科技 金融科技 数字健康 其他

行业: 全部 进口电商 出口电商

类型: 全部 用户 商家

筛选: 2026 上半年

1	全球速卖通	2	寺库	3	海淘免税店	4	识季
5	敦煌网	6	天猫国际	7	洋码头	8	shopee
9	temu	10	Wish	11	中免日上	12	折疯了海淘
13	奥莱购	14	阿里巴巴国际站	15	洋葱	16	别样
17	中免海南						

(四) 产业电商数据

产业电商上榜平台有 4 家:

投诉量依次为: 一亩田、1688、义乌购、采货侠。



- 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 数字教育 跨境电商 **产业电商**
物流科技 金融科技 数字健康 其他

行业: **全部** 综合B2B 垂直B2B B2B服务商

类型: **全部** 用户 商家

筛选: **2026** 上半年

1	一亩田	2	1688	3	义乌购	4	采货侠
---	-----	---	------	---	-----	---	-----

(五) 物流科技数据

物流科技上榜平台有 13 家:

投诉量依次为: 闪送、韵达快递、顺丰速运、京东物流、菜鸟裹裹、货拉拉、申通快递、壹米滴答、安能物流、邮政、德邦物流、中通快递、极兔速递。



- 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 数字教育 跨境电商 产业电商
物流科技 金融科技 数字健康 其他

行业: 全部

类型: 全部 用户 商家

筛选: 2026 上半年

1	闪送	2	韵达快递	3	顺丰速运	4	京东物流
5	菜鸟裹裹	6	货拉拉	7	申通快递	8	壹米滴答
9	安能物流	10	邮政	11	德邦物流	12	中通快递
13	极兔速递						

(六) 金融科技数据

金融科技上榜平台有 13 家:

投诉量依次为: 分期乐、泰康在线、支付宝、还呗、京东金融、度小满有钱花、易宝支付、你我贷、联通支付、小赢卡贷、360 借条、时光分期、拍拍贷。



- 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 数字教育 跨境电商 产业电商
物流科技 金融科技 数字健康 其他

行业: 全部

类型: 全部 用户 商家

筛选: 2026 上半年

1	分期乐	2	泰康在线	3	支付宝	4	还呗
5	京东金融	6	度小满有钱花	7	易宝支付	8	你我贷
9	联通支付	10	小赢卡贷	11	360借条	12	时光分期
13	拍拍贷						

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。

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

国内专业网络消费纠纷调解平台

平台介绍

“电诉宝”（原“电子商务消费纠纷调解平台”）自2010年起运行，致力于为广大用户解决网络消费纠纷，提升用户购物体验与售后服务，是网络消费选择“风向标”。



平台优势

- 专业权威** 国内首个专业网络消费投诉维权平台
- 透明高效** 一键投诉、实时进度查询
- 影响力广** 1000+ 10000+ 1亿+
入驻公司 媒体采用 用户覆盖
- 专业权威** 国内首个消费者和商家双投诉通道

系统功能

用户/商家双投诉通道 PC/小程序双端口 24h自助维权 同步直达平台

进度查询 评价体系 律师团坐镇 实时处理



受理流程



相关成果

依托“电诉宝”平台，网经社在消费维权领域持续深耕，成果丰硕：

- 承接近十次部委和地方政府消费维权相关课题研究
- 发布数百份消费/商家投诉数据报告
- 发表数百份“电商快评”深度解读热点消费维权话题
- 制作上千个消费投诉专题
- 启动数十次专项消费调查行动
- 发布上千份消费评级榜单
- 报道数千次平台曝光

为网络消费维权事业持续贡献力量。



在线投诉通道

（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，提供媒体平台、专业智库以及资源媒介三大服务，致力于打造大数据驱动的“中国领先的数字经济服务商”。

公司总部位于杭州，系国内唯一拥有 A 股上市公司背景的数字媒体、智库和平台，母公司在全国拥有 30 个分支机构，实力雄厚，是我国数字经济行业的见证者与推动者。

网经社在工信部、公安机关网站备案运行，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、**40000+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。

从互联网的“吹哨人”到“智库参谋” 网经社近20年赋能全国市场监管复盘

网经社深耕电商与互联网近20年，依托旗下网络消费纠纷调解平台“电诉宝”及开放型电商智库平台网经社电子商务研究中心，通过立法参谋、监管课题、监管培训、监管会议、监管调研、专项报告六大方式，在推动消费维权、参与行业立法、促进平台合规等方面成果显著，持续获得有关部委的认可。

立法参谋

网经社电子商务研究中心多次受国家部委委托，直接或间接参与顶层制度设计。

担任“电商法”前身立法起草组副组长单位，参与原国家工商总局《网络商品交易及服务监管条例》(草案)的立法调研起草工作

协助原国家工商总局调研，为起草《关于加强网络团购经营活动管理的意见》提出建议

参与首部《电子商务法》起草调研工作，并发布解读报告，为高层献计献策

...

监管课题

针对直播电商、社交电商、跨境电商等新兴业态的监管挑战，接受监管部门专项委托，产出合规指引与风险防控报告。



国家工商总局研究中心领导在网经社开展调研，网经社承接课题

承接浙江省工商局、浙江省消保委课题，并前往宁波保税区、下沙经开区等地调研

此外，针对当前网络消费领域的“仅退款”、互联网“内卷”、外资动向、“黑嘴”现象等热点议题，我们围绕拼多多、京东、淘宝天猫、抖音电商、快手电商、1688、小红书等平台开展了系统研究，并通过有关渠道递交“内部参考”，供高层决策参考。

监管培训

网经社积极参与监管执法队伍的能力建设，将行业知识转化为监管能力，建设10000+专家库参与各类培训。

500+

国家级专家

1000+

法律专家

3000+

学院派专家

3000+

实战派专家

3000+

协会专家

以网经社电子商务研究中心主任曹磊为例：



为浙江省消保委投诉业务培训授课

为浙江省工商和市场监管局长培训

为南京市市场监管系统干部培训授课

此外，曹磊还出席杭州工商系统网络交易监管培训研讨会，并多次受邀为浙江省、上海市、杭州市、广州市、嘉兴市、义乌市等各地工商、市场监管及司法系统提供专业培训。

监管会议

在各类高规格行业与监管会议上发声，是网经社引导预期、传递监管信号的重要平台，并借此为有关部门献计献策，净化网络消费环境。



监管调研

调研不是孤立环节，而是连接市场动态与政策优化的枢纽，网经社承接有关部委的各项调研活动，让每一次决策都建立在坚实的事实基础之上。



专项报告

法律报告

连续十年编写发布《中国电子商务年度法律报告》，系统追踪中国电商领域的立法演进、司法实践与监管动态。

投诉报告

每年度/季度/月度定期发布《中国电子商务用户体验与投诉监测报告》，累计发布200余份，成为监管部门掌握消费维权动态的“晴雨表”。

调查报告

针对“直播售假”、“大数据杀熟”、“跨境网购维权难”等热点乱象，发起53项专项调查行动。

以2010年发布的《中国网络传销调查报告》为例：该报告引起国家高层高度重视，推动七部委专项打击各类传销行动。



2024年，发布《2024年电商平台“仅退款”调查报告》：收获广泛报道与热议，成为关注焦点，随后，淘宝、拼多多、1688、亚马逊等各大电商平台也陆续发布“仅退款”政策整改措施或商家优惠政策。



• **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《2026年（上）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：2026年7月7日