

# 2026年Q3

## 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10月12日

报告编制：网经社电子商务研究中心



报告下载

# 目录

|                           |    |
|---------------------------|----|
| 一、报告摘要 .....              | 3  |
| 二、整体数据 .....              | 4  |
| (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 .....   | 9  |
| (二) 生活服务电商数据与十大典型案例 ..... | 16 |
| (三) 跨境电商数据 .....          | 22 |
| (三) 产业电商数据 .....          | 23 |
| (三) 物流科技数据 .....          | 24 |
| (三) 金融科技数据 .....          | 25 |
| 四、关于我们 .....              | 26 |
| (一) 关于电诉宝 .....           | 26 |
| (二) 关于网经社 .....           | 29 |

## 一、报告摘要

三季度，正值暑期消费旺季和金秋消费季，网络消费热潮迭起。据国家统计局数据，1至8月全国网上商品和服务零售额达134766亿元，同比增长4.6%，其中网上服务零售额增长5.1%，增速高于商品零售额0.8个百分点。以旧换新政策截至10月初惠及639.2万人次，带动销售额334.8亿元，家电和数码智能产品仍是主力品类。工信部等七部门明确支持平台企业发展直播电商、即时零售等新业态。

从电商平台来看，阿里将资源向AI倾斜，电商业务转向开源节流，即时零售收入同比增长56%；京东零售收入预计恢复至3%—3.3%的增长，压力主要来自国补高基数；拼多多运行平稳，预计三季度在线营销服务增长6.7%。

不过，三季度网络消费纠纷与乱象呈现高发态势，消费维权形势依然严峻。9月底，央视曝光“假助农”直播间，涉事商家以“公益助农”名义，用大豆油冒充核桃油进行销售，半年完成交易超6万单，销售金额超310万元，产品标称信息全部为虚假标注。此外，北京市查处了首个AI虚拟人直播带货虚假宣传案，涉事企业在直播间利用AI虚拟人宣传普通食品具有保健功效，明确了AI虚拟人并非虚假宣传的“挡箭牌”。

在此背景下，10月12日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2026年Q3受理的全国互联网消费平台纠纷大量案例数据，国内知名电商智库网经社电子商务研究中心例行发布《2026年Q3电子商务用户体验与投诉数据报告》。

报告涵盖了零售电商、生活服务电商、跨境电商、产业电商、物流科技、金融科技等板块，公布了2026年Q3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

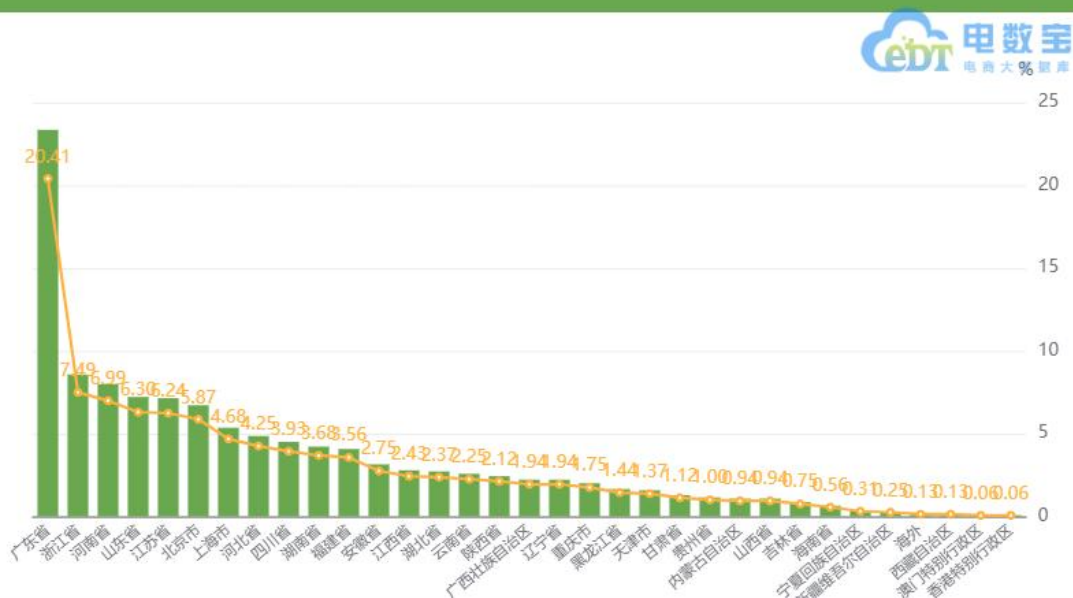
据“电诉宝”显示，2026年Q3全国网络消费投诉问题类型TOP10中，退款问题占比高达20.41%，其余问题类型依次为：商品质量（9.55%）、售后服务（8.43%）、霸王条款（7.68%）、网络欺诈（5.68%）、任意仅退款（5.31%）、扣押保证金（5.06%）、过度维护消费者（4.18%）、任意罚款（3.50%）。



### （二）投诉地区分布

Q3“电诉宝”受理投诉用户聚集地区TOP10依次为：广东省（20.41%）、浙江省（7.49%）、河南省（6.99%）、山东省（6.30%）、江苏省（6.24%）、北京市（5.87%）、上海市（4.68%）、河北省（4.25%）、四川省（3.93%）、湖南省（3.68%）。

## 2026年Q3全国网络消费投诉地区分布



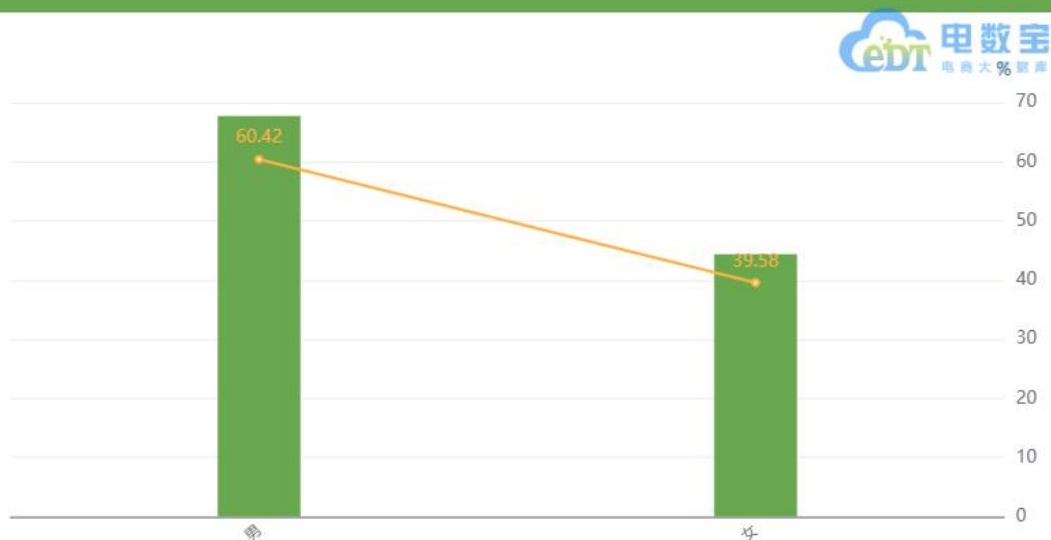
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

### （三）投诉用户性别分布

据“电诉宝”显示，Q3 男性用户投诉比例为 **60.42%**，女性用户投诉比例为 **39.58%**。

### 2026年Q3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，Q3 用户投诉金额分布主要集中在 0-100 元（15.42%）、100-500 元（15.23%）、500-1000 元（8.49%）、1000-5000 元（7.18%）、10000 元以上（6.80%）、5000-10000 元（6.18%）。

2026年Q3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Q3全国网络消费评级榜》中：

获“**建议下单**”的有：唯品会、红布林、转转、苏宁易购、去哪儿、万师傅、高顿教育；

获“**谨慎下单**”的有：有赞、瓜子二手车、智行、美团、BOSS直聘、携程等；

获“**不建议下单**”的有：抖音电商、小红书、途虎养车、飞猪、鲁班到家、分期乐、中安建培等；

获“**不予评级**”的有：淘宝、天猫、闲鱼、盒马、快手电商、拍机堂、小鹅通、爱回收、微信、微店、千岛、千牛、大麦网、猫眼电影、智联招聘、天猫国际、1688、识季、Wish、敦煌网、一亩田、全球速卖通等。

2026年Q3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  | 去哪儿    | 100.00% | 0.909 | 10.000 | 0.973 | 建议下单  |
| 2  | 唯品会    | 100.00% | 1.000 | 0.000  | 0.800 | 建议下单  |
| 2  | 万师傅    | 100.00% | 1.000 | 0.000  | 0.800 | 建议下单  |
| 2  | 红布林    | 100.00% | 1.000 | 0.000  | 0.800 | 建议下单  |
| 2  | 转转     | 100.00% | 1.000 | 0.000  | 0.800 | 建议下单  |
| 2  | 高顿教育   | 100.00% | 1.000 | 0.000  | 0.800 | 建议下单  |
| 7  | 苏宁易购   | 100.00% | 0.936 | 0.000  | 0.781 | 建议下单  |
| 8  | 智行     | 100.00% | 0.691 | 0.000  | 0.707 | 谨慎下单  |
| 9  | 有赞     | 87.50%  | 0.875 | 0.000  | 0.700 | 谨慎下单  |
| 10 | 美团     | 88.24%  | 0.588 | 0.000  | 0.645 | 谨慎下单  |
| 11 | BOSS直聘 | 81.08%  | 0.573 | 2.000  | 0.637 | 谨慎下单  |
| 12 | 瓜子二手车  | 100.00% | 0.440 | 0.000  | 0.632 | 谨慎下单  |
| 13 | 携程     | 75.00%  | 0.750 | 0.000  | 0.600 | 谨慎下单  |
| 14 | 抖音电商   | 2.33%   | 0.015 | 2.000  | 0.076 | 不建议下单 |
| 15 | 飞猪     | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不建议下单 |
| 15 | 大麦网    | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不予评级  |
| 15 | 小红书    | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不建议下单 |
| 15 | 天猫国际   | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不予评级  |
| 15 | 淘宝     | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不予评级  |
| 15 | 1688   | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不予评级  |
| 15 | 京东     | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不建议下单 |
| 15 | 分期乐    | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不建议下单 |
| 15 | 拼多多    | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不建议下单 |
| 15 | 途虎养车   | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不建议下单 |
| 15 | 猫眼电影   | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不予评级  |
| 15 | 识季     | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不予评级  |
| 15 | 天猫     | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不予评级  |
| 15 | 闲鱼     | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不予评级  |
| 15 | 鲁班到家   | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不建议下单 |
| 15 | Wish   | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不予评级  |
| 15 | 盒马     | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不予评级  |
| 15 | 快手电商   | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不予评级  |
| 15 | 拍机堂    | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不予评级  |
| 15 | 敦煌网    | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不予评级  |
| 15 | 小鹅通    | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不予评级  |
| 15 | 智联招聘   | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不予评级  |
| 15 | 一亩田    | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不予评级  |
| 15 | 爱回收    | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不予评级  |
| 15 | 全球速卖通  | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不予评级  |
| 15 | 中安建培   | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不建议下单 |
| 15 | 微信电商   | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不予评级  |
| 15 | 微店     | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不予评级  |
| 15 | 千岛     | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不予评级  |
| 15 | 千牛     | 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 Q3 全国数字零售评级榜中：获“**建议下单**”的有：唯品会、红布林、转转、苏宁易购；获“**谨慎下单**”的有：有赞、瓜子二手车；获“**不建议下单**”的有：抖音电商、小红书、途虎养车等；获“**不予评级**”的有：淘宝、天猫、闲鱼、盒马、快手电商、拍机堂、小鹅通、爱回收、微信、微店、千岛、千牛等。

## 2026年Q3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    | 详情   |
|----|-------|---------|-------|-------|-------|-------|------|
| 1  | 唯品会   | 100.00% | 1.000 | 0.000 | 0.800 | 建议下单  | 数据详情 |
| 1  | 红布林   | 100.00% | 1.000 | 0.000 | 0.800 | 建议下单  | 数据详情 |
| 1  | 转转    | 100.00% | 1.000 | 0.000 | 0.800 | 建议下单  | 数据详情 |
| 4  | 苏宁易购  | 100.00% | 0.936 | 0.000 | 0.781 | 建议下单  | 数据详情 |
| 5  | 有赞    | 87.50%  | 0.875 | 0.000 | 0.700 | 谨慎下单  | 数据详情 |
| 6  | 瓜子二手车 | 100.00% | 0.440 | 0.000 | 0.632 | 谨慎下单  | 数据详情 |
| 7  | 抖音电商  | 2.33%   | 0.015 | 2.000 | 0.076 | 不建议下单 | 数据详情 |
| 8  | 小红书   | 0.00%   | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不建议下单 | 数据详情 |
| 8  | 淘宝    | 0.00%   | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级  | 数据详情 |
| 8  | 京东    | 0.00%   | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不建议下单 | 数据详情 |
| 8  | 拼多多   | 0.00%   | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不建议下单 | 数据详情 |
| 8  | 途虎养车  | 0.00%   | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不建议下单 | 数据详情 |
| 8  | 天猫    | 0.00%   | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级  | 数据详情 |
| 8  | 闲鱼    | 0.00%   | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级  | 数据详情 |
| 8  | 盒马    | 0.00%   | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级  | 数据详情 |
| 8  | 快手电商  | 0.00%   | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级  | 数据详情 |
| 8  | 拍机堂   | 0.00%   | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级  | 数据详情 |
| 8  | 小鹅通   | 0.00%   | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级  | 数据详情 |
| 8  | 爱回收   | 0.00%   | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级  | 数据详情 |
| 8  | 微信    | 0.00%   | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级  | 数据详情 |
| 8  | 微店    | 0.00%   | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级  | 数据详情 |
| 8  | 千岛    | 0.00%   | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级  | 数据详情 |
| 8  | 千牛    | 0.00%   | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级  | 数据详情 |

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 39 家：

投诉量 TOP10 依次为：抖音电商、拼多多、淘宝、闲鱼、京东、转转、拍机堂、苏宁易购、微信电商、快手电商；

排在第 11-20 名的是：瓜子二手车、途虎养车、小红书、微店、天猫、千牛、唯品会、盒马、有赞、红布林；

排在第 21-30 名的是：爱回收、千岛、小鹅通、阿里巴巴、得物、小米商城、微拍堂、蜂享家、华为商城、天天拍车；

排在 30 名之后的是：快团团、网易、朴朴超市、叮咚买菜、万表网、找靓机、当当、交易猫、微盟、搜款网、羊小咩、vivo 官方售后、波司登、95 分球鞋交易平台、中国移动移动商城、YY、一直娱、万物心选、哔哩购、好分期、孔夫子旧书网、欢太商城、只二、阿迪达斯。



- 首页
- 投诉榜
- 评级榜
- 律师团
- 报道
- 专题

当前位置 > 投诉榜

## 国务院多部门负责人为何纷纷莅临“电诉宝”？

**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 第三季度

|             |             |           |              |
|-------------|-------------|-----------|--------------|
| 1 抖音电商      | 2 拼多多       | 3 淘宝      | 4 闲鱼         |
| 5 京东        | 6 转转        | 7 拍机堂     | 8 苏宁易购       |
| 9 微信电商      | 10 快手电商     | 11 瓜子二手车  | 12 途虎养车      |
| 13 小红书      | 14 微店       | 15 天猫     | 16 千牛        |
| 17 唯品会      | 18 盒马       | 19 有赞     | 20 红布林       |
| 21 爱回收      | 22 千岛       | 23 小鹅通    | 24 阿里巴巴      |
| 25 得物       | 26 小米商城     | 27 微拍堂    | 28 蜂享家       |
| 29 华为商城     | 30 天天拍车     | 31 快团团    | 32 网易        |
| 33 朴朴超市     | 34 叮咚买菜     | 35 万表网    | 36 找靓机       |
| 37 当当       | 38 交易猫      | 39 微盟     | 40 搜款网       |
| 41 羊小咩      | 42 vivo官方售后 | 43 波司登    | 44 95分球鞋交易平台 |
| 45 中国移动移动商城 | 46 YY       | 47 一直娱    | 48 万物心选      |
| 49 哔哩购      | 50 好分期      | 51 孔夫子旧书网 | 52 欢太商城      |
| 53 只二       | 54 阿迪达斯     |           |              |

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，涉及小红书、哔哩购、拍机堂、转转、朴朴超市、微拍堂、红布林、盒马、蜂享家、途虎养车。

## 2026年Q3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                               |
|-------|------|------|------------------------------------|
| 7月10日 | 小红书  | 售后服务 | “小红书”被指商家变相强制消费 退款难 平台售后判责不公       |
| 7月24日 | 哔哩购  | 霸王条款 | 台风致行程变动仍拒退票？“哔哩购”被指设霸王条款 苛责消费者     |
| 7月25日 | 拍机堂  | 商品质量 | 用户投诉“拍机堂”隐瞒手机主板故障 超期为由拒绝售后         |
| 7月27日 | 转转   | 售后服务 | “转转”被指宣传“原装”却只换国产屏 质保期内拒不履行售后义务    |
| 8月12日 | 朴朴超市 | 退款问题 | 售后纠纷久拖不决 朴朴超市被指克扣消费者退款资金           |
| 8月14日 | 微拍堂  | 霸王条款 | “微拍堂”被指私扣资金现霸王条款                   |
| 8月17日 | 红布林  | 虚假宣传 | 虚假宣传 9.9 新？红布林奢侈品包被曝瑕疵 平台恶意超时推诿拒售后 |
| 8月14日 | 盒马   | 客服问题 | “盒马”被指配送范围“双标” 拖延拒绝解决问题            |
| 8月22日 | 蜂享家  | 退款问题 | 蜂享家退货两双鞋一并退回仅退一双的钱？平台处理：另一双已退至账户余额 |
| 9月9日  | 途虎养车 | 虚假宣传 | “途虎养车”被指虚假宣传 用户下单后客服却“翻脸不认”        |

图表编制：网经社

网址：315.100EC.CN

### 【案例一】“小红书”被指商家变相强制消费 退款难 平台售后判责不公

7月10日，江西省的黎女士向“电诉宝”投诉小红书店铺售后判责不公、变相强制消费问题。她在小红书平台「荔枝宝珠 Lychee Jewelry」店铺购入两串天然白水晶手串，订单于7月1日正常签收。收货后，消费者全程未拆封，完全不影响二次销售。于7月10日针对其中一串手串发起退货退款申请。商家直接以“影响二次销售”为由拒绝售后，消费者随即申请平台介入维权。

但小红书平台未核验商品完好的客观事实，直接判定支持商家，驳回消费者合理的退货诉求。黎女士认为小红书该判责行为无视消费者合法售后权益，仅凭超期三天便否定合规退货申请，变相纵容商家强买强卖。

用户诉求：要求商家退还货款，要求平台履行监督责任，督促商家完成退货退款。

### 【案例二】台风致行程变动仍拒退票？“哔哩购”被指设霸王条款 苛责消费者

7月24日，上海施先生向电诉宝投诉称，其于2026年7月8日在哔哩哔哩会员购平台购入“BW2026”漫展门票。后续受台风天气影响，个人行程发生变动，

施先生随即向平台申请退票，并提交了台风天气政府封路通告作为凭证。但平台以不符合退票政策为由拒绝退票。施先生认为，平台该项退票规则属于不合理格式霸王条款，无故加重消费者责任、剥夺消费者合法退票权益。用户的诉求是：平台退还单张门票费用 128 元。

### 【案例三】用户投诉“拍机堂”隐瞒手机主板故障 超期为由拒绝售后

7 月 25 日，天津市高先生向“电诉宝”投诉称，其于 2026 年 6 月 16 日在拍机堂平台购买一台 95 新、标注无拆无修的 vivo x80（12+256G）手机。6 月 26 日，手机出现卡死、无限重启等典型主板故障。用户线下门店检修后得知，该手机主板曾经过大修，平台质检报告刻意隐瞒设备重大故障、谎报验机结果。用户联系平台售后维权，却被平台以超过售后时效为由拒绝处理。诉求：要求拍机堂全额退款。

### 【案例四】“转转”被指宣传“原装”却只换国产屏 质保期内拒不履行售后义务

7 月 27 日，上海市的朱先生向电诉宝投诉称，其 2026 年 6 月 5 日在转转购买苹果 14 Pro，宣传“整机原装”，使用一个多月后故障送修，平台维修扣押 15 天，仅同意换国产非原装屏并补偿 100 元，拒绝换原装屏，导致手机永久贬值。诉求：换原装屏或补足差价 1500 元以上。

### 【案例五】售后纠纷久拖不决 朴朴超市被指克扣消费者退款资金

8 月 12 日，广东秦女士发起投诉表示，7 月 15 日其在朴朴超市下单，因收货地址填写错误联系客服协商一致办理退款。后续平台擅自修改退款申请，仅退还一半货款，用户并未收到任何商品，平台无正当理由克扣资金。该售后纠纷自 7 月 15 日持续拖延，多次沟通未能妥善解决，平台私自变更消费者退款诉求，侵害消费者合法权益。用户诉求是诉求：朴朴超市立即补齐剩余货款，规范售后管理。

### 【案例六】“微拍堂”被指私扣资金现霸王条款

8 月 14 日，江苏邵先生向电诉宝投诉称，其于 8 月 7 日在微拍堂拍下一款

沉香商品，因未留意商品规格、重量介绍，发现与自身预期不符后，主动与商家协商一致取消订单。订单取消后，微拍堂平台私自扣除其保证金，也并未赔付商家。邵先生认为，微拍堂利用平台规则设置霸王条款，私自扣留用户资金，严重损害消费者合法权益。用户的诉求是：希望平台退还被扣保证金，整改不合理规则。

### **【案例七】虚假宣传 9.9 新？红布林奢侈品包被曝瑕疵 平台恶意超时推诿拒售后**

8月17日，于女士向电诉宝投诉称，其于2026年7月16日在红布林平台购买一款标注“9.9新”的二手奢侈品包，因需要海运至新加坡，下单时特意备注要求平台精细清洁、加固防水包装。8月12日收货拆箱后发现包身正反面存在多处无法擦除的圆形压痕、印迹，实物品相与平台9.9新的宣传标准严重不符。

用户收货仅3分钟便拍照反馈问题，全程未拆除平台防拆标与吊牌，平台客服亦确认原图无对应瑕疵。但平台以超72小时售后时效、无法判定瑕疵成因推诿，仅提供百元现金、优惠券补偿，多次承诺专员回访核查均未兑现，还要求用户寄回由平台单方面核验，甚至存在维修后原路寄回的处理方案。

### **【案例八】“盒马”被指配送范围“双标”拖延拒绝解决问题**

8月14日，汤先生向“电诉宝”投诉称，其家距离枣园盒马4.2公里，在配送范围内，却被盒马系统封锁，无法下单，周边小区均可配送，距离最近的配送范围就在马路对面，然而其这里却不能下单，实测多个配送地址均可以配送，距离更远的也可以，并且多次和客服沟通无果，客服一直强调，其这里太远，运力不足，是系统的原因导致，拒绝解决问题，其要求盒马解除封锁，恢复配送并道歉，话已经说的很明白了，盒马就是一直拖着拒绝解决并且一直说是其的问题，明明马路对面就可以送。

用户向电诉宝求助表示：要求盒马解除封锁，恢复配送并道歉。

### **【案例九】蜂享家退货两双鞋一并退回仅退一双的钱？平台处理：另一双已退至账户余额**

8月22日，山西省的郭女士向“电诉宝”投诉称，其于8月11日在蜂享家小程序购买了两双同款鞋。收到货后，郭女士发现其中一双缺少配件，便要求商家补发；因商家无货，遂申请退款5元，商家处理后退款成功。之后试鞋时，郭女士发现鞋子尺码偏小、无法穿上，又因商家无货无法换货，于是申请退货退款。

平台表示，其中一双已经售后过，无法再次售后，因此按另一双鞋的售后流程处理：两双鞋连同赠品一起退回，其中一双按平台售后直接退货退款，另一双的金额以补偿金方式退回。郭女士表示，商家收到货后，只退还了一双鞋的金额，并称另一双没有收到。郭女士联系平台客服，客服仅让其等待，未给出具体处理办法，只表示需等待商家回复。

电诉宝平台信息显示，蜂享家方面已就用户投诉作出正式回应。平台方的回复是：您好，核实2双鞋子的钱均给退给您哦，一双是再订单上申请退的，另外一双的钱是退到您下单账号余额中的哦，请您查看下哦。

#### 【案例十】“途虎养车”被指虚假宣传 用户下单后客服却“翻脸不认”

9月9日，江苏省的温女士向“电诉宝”投诉称，其于2026年8月3日在途虎养车线下店铺进行车辆保养，得知需更换轮胎，发现韩泰轮胎参加整点送iPad活动，当晚下单四条轮胎满足活动要求。8月21日咨询活动后续，客服称活动只针对马牌轮胎，韩泰轮胎不参与。温女士认为商家未按约定履行合同，构成违约，属于虚假宣传。用户向电诉宝求助表示：要求途虎养车履行承诺或赔偿。

## （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Q3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；获“**谨慎下单**”的有：智行、美团、BOSS直聘、携程等；获“**不建议下单**”的有：飞猪、鲁班到家；获“**不予评级**”的有：大麦网、猫眼电影、智联招聘。

## 2026年Q3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  | 去哪儿    | 100.00% | 0.909 | 10.000 | 0.973 | 建议下单  |
| 2  | 万师傅    | 100.00% | 1.000 | 0.000  | 0.800 | 建议下单  |
| 3  | 智行     | 100.00% | 0.691 | 0.000  | 0.707 | 谨慎下单  |
| 4  | 美团     | 88.24%  | 0.588 | 0.000  | 0.645 | 谨慎下单  |
| 5  | BOSS直聘 | 81.08%  | 0.573 | 2.000  | 0.637 | 谨慎下单  |
| 6  | 携程     | 75.00%  | 0.750 | 0.000  | 0.600 | 谨慎下单  |
| 7  | 飞猪     | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不建议下单 |
| 7  | 大麦网    | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不予评级  |
| 7  | 猫眼电影   | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不予评级  |
| 7  | 鲁班到家   | 0.00%   | 0.000 | 0.000  | 0.000 | 不建议下单 |
| 7  | 智联招聘   | 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

生活服务电商上榜平台有 28 家：

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

排在第 11-28 名的是：飞猪、饿了么、58 同城、同程旅行、啄木鸟家庭维修、滴滴出行、走着瞧旅行、票牛网、大众点评、人人租、哈啰出行、轻喜到家、淘票票、哈啰租车、贝壳找房、高德、soul、联联周边游。

当前位置 > 投诉榜

## 国务院多部门负责人为何纷纷莅临“电诉宝”？

**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 ▼ 第三季度 ▼

|          |         |            |          |
|----------|---------|------------|----------|
| 1 BOSS直聘 | 2 万师傅   | 3 猫眼电影     | 4 鲁班到家   |
| 5 去哪儿    | 6 智联招聘  | 7 美团       | 8 智行     |
| 9 大麦网    | 10 携程   | 11 飞猪      | 12 饿了么   |
| 13 58同城  | 14 同程旅行 | 15 啄木鸟家庭维修 | 16 滴滴出行  |
| 17 走着瞧旅行 | 18 票牛网  | 19 大众点评    | 20 人人租   |
| 21 哈啰出行  | 22 轻喜到家 | 23 淘票票     | 24 哈啰租车  |
| 25 贝壳找房  | 26 高德   | 27 soul    | 28 联联周边游 |

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，涉及啄木鸟家庭维修、58 同城、BOSS 直聘、大麦网、猫眼、智联招聘、万师傅、鲁班到家、去哪儿、智行。

## 2026年Q3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                            |
|-------|---------|------|---------------------------------|
| 7月7日  | 啄木鸟家庭维修 | 售后服务 | 用户投诉“啄木鸟家庭维修”平台以过保为由推诿拒绝处理售后问题  |
| 7月13日 | 58同城    | 客服问题 | “58同城”被指服务商弄坏马桶后推诿不处理 客服拖延      |
| 7月28日 | BOSS直聘  | 退款问题 | “BOSS直聘”被指不合理扣费 存在退款问题、霸王条款等问题  |
| 7月29日 | 大麦网     | 霸王条款 | 未成年人误购门票 退款被扣30%高额手续费 大麦网被指霸王条款 |
| 8月9日  | 猫眼      | 退款问题 | “猫眼”被指未成年购票退款难 承诺退款后反悔问题突出      |
| 9月4日  | 智联招聘    | 霸王条款 | “智联招聘”被指霸王条款 用户买VIP服务款被拒        |
| 9月15日 | 万师傅     | 退款问题 | “万师傅”被指未按约定完成服务 用户申请退款330元遭拖延   |
| 9月18日 | 鲁班到家    | 霸王条款 | “鲁班到家”被指霸王条款吃相太难看 巧立名目提高抽成比例    |
| 9月28日 | 去哪儿     | 霸王条款 | “去哪儿”被指霸王条款 用户提前8天取消酒店订单遭扣违约金   |
| 9月28日 | 智行      | 霸王条款 | “智行”被指霸王条款 用户填错入住日期未入住 酒店拒退款    |

图表编制：网经社 网址：315.100EC.CN

### 【案例一】用户投诉“啄木鸟家庭维修”平台以过保为由推诿拒绝处理售后问题

7月7日，陕西省的庞先生向电诉宝投诉称，其于今年6月5日通过啄木鸟家庭维修预约空调维修，师傅检查后称缺氟，收取360元加氟费用，空调当时恢复制冷。近日再次开空调发现又不制冷，专业人士指出上次维修未彻底解决问题。消费者联系平台后，平台以“30天保修期已过”为由推脱，投诉电话无人接听。诉求：要求退还360元维修费用，并就维修不到位、售后推诿作出解释。

### 【案例二】“58同城”被指服务商弄坏马桶后推诿不处理 客服拖延

7月13日，张先生向电诉宝投诉称，其于2026年7月11日在58同城购买马桶疏通服务，维修人员操作不当将马桶弄坏，承诺走保险换新后失联，平台客服推诿不给明确处理时间，严重影响正常生活。诉求：要求平台及服务方给出明确处理方案和赔偿，就拖延行为作出解释。

### 【案例三】“BOSS直聘”被指不合理扣费 存在退款问题、霸王条款等问题

7月28日，陕西省的朱女士向“电诉宝”投诉称，其于2026年6月17日花费8000元购买BOSS直聘12个月招聘会员服务，正常使用至7月24日后，

因公司业务调整申请提前解约退费。平台提出双重扣费方案，既要扣除总金额30%解约违约金，还全额扣除1个月账号使用费，仅同意退款4000元。用户认为该规则存在重复追责、违约金标准过高等问题，自愿承担已使用月份费用。用户诉求是：退还剩余7000元。

#### **【案例四】未成年人误购门票 退款被扣30%高额手续费 大麦网被指霸王条款**

7月29日，靳先生向电诉宝投诉称，其孩子于2026年7月29日误操作购买孙燕姿天津演唱会1380元门票，家长第一时间联系客服申请退款，平台仅以“平台公示为准”为由要求扣除30%高额手续费。诉求：要求大麦网全额退款，并就30%手续费霸王条款进行整改。

#### **【案例五】“猫眼”被指未成年购票退款难 承诺退款后反悔问题突出**

8月9日，广东省的吕先生向“电诉宝”投诉称，其15岁小孩在家长不知情的情况下，于8月5日在猫眼平台购买了8月15日武汉开心麻花舞台剧门票。吕先生发现后于8月8日晚联系猫眼客服要求退票，客服先承诺协助退款，次日却以购票页面有“不予退票”文字说明为由拒绝。吕先生认为，未成年人大额消费未经监护人追认，且开演前7天申请退票不影响二次销售，平台拒绝退款属霸王条款。用户向电诉宝求助表示：要求平台退票。

#### **【案例六】“智联招聘”被指霸王条款 用户买VIP服务款被拒**

9月4日，广东省的吴先生向“电诉宝”投诉称，其于2026年5月18日向智联销售购买6个智联年费账号，总共付费12660元。2026年9月1日账号出现全部被限制使用/封禁，多次联系人工客服及销售申请退款，平台互相推诿上报，均未处理退款。现账号被限制使用，预付费的年费账号服务已无法继续使用。用户向电诉宝求助表示：要求退款剩余未使用部分费用。

#### **【案例七】“万师傅”被指未按约定完成服务 用户申请退款330元遭拖延**

9月15日，海南省的高女士向“电诉宝”投诉称，其于2026年9月3日在万师傅APP平台下单，师傅未按约定完成服务（订单要求砌墙+防水，曾师傅只

补了两个墙洞窟窿），其申请退款 330 元，平台承诺 1-3 天退款，但至今超时未退款，一直拖延，毫无诚信可言。平台两个电话全打不通无人接听，在线客服形同虚设，根本解决不了问题。用户向电诉宝求助表示：要求平台尽快退款。

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。平台回应，经介入核实，师傅与用户双方说辞存在不一致，无法确认现场具体沟通情况，考虑现有情况及服务体验，沟通好平台此次特殊申请 330 元现金退回，用户认可无异议。

#### 【案例八】“鲁班到家”被指霸王条款吃相太难看 巧立名目提高抽成比例

9 月 18 日，湖南省的刘先生向“电诉宝”投诉称，鲁班到家平台对安装师傅抽成达 20%，且需充值 39 元至 229 元不等的初级、中级、高级会员才能获得 3%至 5%的抽佣返还。此外，师傅接单还需缴纳保证金。刘先生认为平台抽成从 15%上调至 20%后，又将会员充值作为降低抽成的条件，规则不透明、收费名目繁多，质疑平台吃相太难看，“既要还要”。用户向电诉宝求助表示：认为平台抽成过高，要求平台调整。

#### 【案例九】“去哪儿”被指霸王条款 用户提前 8 天取消酒店订单遭扣违约金

9 月 28 日，河南省的柴女士向“电诉宝”投诉称，其于 9 月 22 日在去哪儿网预订酒店，提前 8 天申请取消订单，当时房型仍在正常售卖，但平台以单方预设的退改格式条款扣除违约金，仅提供优惠券，拒绝现金退还。用户向电诉宝求助表示：要求现金全额退还扣除的违约金。

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。平台回应：经核实，消费者于 2026 年 09 月 22 日在其平台购买夜泊阑亭·君屿酒店(夫子庙通济门地铁站店)产品，因行程有变问题要求全额退款。经我局介入调解，平台与商家或酒店核实的情况订单取消规则已扣费 482 元取消，无法再退款了，平台考虑消费者体验在订单已扣费取消的情况下愿意补偿 100 元消费金，消费者不认可，和解失败。

### 【案例十】“智行”被指霸王条款 用户填错入住日期未入住 酒店拒退款

9月28日，广东省的许先生向“电诉宝”投诉称，其于2026年9月27日12点12分通过内地智行火车票平台预订香港王子公馆酒店。下单完成后立刻发现入住日期填写错误，填写成28号，第一时间联系预订平台申请取消订单。本人尚未入住，没有产生任何酒店消费。经平台与酒店沟通后，酒店以不可取消规则拒绝退款，平台也表示无法处理。用户向电诉宝求助表示：恳请协助调解，希望酒店可以全额退还该笔订单款项。

## （三）跨境电商数据

### 跨境电商消费评级榜：

在2026年Q3全国跨境电商评级榜中：天猫国际、识季、Wish、敦煌网、全球速卖通均获“不予评级”。

| 2026年Q3全国跨境电商消费评级榜                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |       |       |       |                   |       |      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------------------|-------|------|
| 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                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 天猫国际  | 0.00% | 0.000 | 0.000             | 0.000 | 不予评级 |
| 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 识季    | 0.00% | 0.000 | 0.000             | 0.000 | 不予评级 |
| 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Wish  | 0.00% | 0.000 | 0.000             | 0.000 | 不予评级 |
| 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 敦煌网   | 0.00% | 0.000 | 0.000             | 0.000 | 不予评级 |
| 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 全球速卖通 | 0.00% | 0.000 | 0.000             | 0.000 | 不予评级 |
| 备注：<br>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。<br>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。<br>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。<br>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。<br>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”。<br>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。<br>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 |       |      |

跨境电商上榜平台有 13 家：

按投诉量排名依次为：敦煌网、Wish、全球速卖通、天猫国际、识季、中免日上、Shopee、寺库、海淘免税店、洋码头、中国制造网、易通国际、亚马逊。



电诉宝 网络消费纠纷调解平台

聆听消费心声 提升消费

首页 投诉榜 评级榜 律师团 报道 专题

当前位置 > 投诉榜

国务院多部门负责人为何纷纷莅临“电诉宝”？

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 第三季度

|         |        |          |         |
|---------|--------|----------|---------|
| 1 敦煌网   | 2 Wish | 3 全球速卖通  | 4 天猫国际  |
| 5 识季    | 6 中免日上 | 7 Shopee | 8 寺库    |
| 9 海淘免税店 | 10 洋码头 | 11 中国制造网 | 12 易通国际 |
| 13 亚马逊  |        |          |         |

#### （四）产业电商数据

产业电商上榜平台有 4 家：

按投诉量排名依次为：一亩田、1688、义乌购、采货侠。

当前位置 > 投诉榜

## 国务院多部门负责人为何纷纷莅临“电诉宝”？

**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 ▼ 第三季度 ▼

|   |     |   |      |   |     |   |     |
|---|-----|---|------|---|-----|---|-----|
| 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 8 家：

按投诉量排名依次为：壹米滴答、顺丰速运、韵达快递、菜鸟裹裹、京东物流、贝海国际、闪送、壹品仓。



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 第三季度

|   |      |   |      |   |      |   |      |
|---|------|---|------|---|------|---|------|
| 1 | 壹米滴答 | 2 | 顺丰速运 | 3 | 韵达快递 | 4 | 菜鸟裹裹 |
| 5 | 京东物流 | 6 | 贝海国际 | 7 | 闪送   | 8 | 壹品仓  |

## （六）金融科技数据

金融科技上榜平台有 8 家：

按投诉量排名依次为：分期乐、你我贷、小赢卡贷、泰康在线、支付宝、悟空理财、还呗、豆豆钱。



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 第三季度

|   |     |   |      |   |      |   |      |
|---|-----|---|------|---|------|---|------|
| 1 | 分期乐 | 2 | 你我贷  | 3 | 小赢卡贷 | 4 | 泰康在线 |
| 5 | 支付宝 | 6 | 悟空理财 | 7 | 还呗   | 8 | 豆豆钱  |

## 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](http://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+ 入驻公司 10000+ 媒体采用 1亿+ 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



(商家投诉)



(消费者投诉)

### 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 19 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经济媒体、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 **5500 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、下沙保税区等地调研

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

为浙江省消保委投诉业务培训授课

为浙江省消保委投诉业务培训授课

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 Q3 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 10 月 12 日**

**官方公众号 ID: i100EC**

**网购投诉平台 ID: DSWQ315**

（超 40 万电商人都在看！）

（在线网购投诉）



**商家投诉 (JTK.100EC.CN)**

**电诉宝 (315.100EC.CN)**

（商家反向维权通道）

（消费者投诉通道）

