

2024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：2024年12月3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.....	4
二、整体数据.....	6
(一) 投诉问题类型分布.....	6
据“电诉宝”显示，2024年“双11”期间全国网络消费投诉问题类型TOP10中，任意退款问题占比高达34.07%，其余问题类型依次为：退款问题15.66%、过度维护消费者（7.16%）、商品质量（4.89%）、任意罚款（3.94%）、扣押保证金（3.34%）、售后服务（3.22%）、霸王条款（2.79%）、网络欺诈（2.72%）、网络售假（2.54%）。.....	6
(二) 投诉地区分布.....	7
(三) 投诉用户性别分布.....	7
(四) 投诉金额区间分布.....	8
三、评级数据与典型案例.....	9
(一) 数字零售数据与十大典型案例.....	11
(二) 数字生活数据与十大典型案例.....	22
(三) 数字教育数据与十大典型案例.....	32
四、关于我们.....	41
(一) 关于电诉宝.....	41
(二) 关于网经社.....	44
报告发布：网经社电子商务研究中心.....	49
发布时间：2024年12月3日.....	49
官方公众号ID：i100EC.....	50

电数宝 (DATA.100EC.CN) 电诉宝 (315.100EC.CN)50

一、报告摘要

2024 年双 11 正式落幕，第三方显示，双十一期间，综合电商平台、直播电商平台累积销售额为 14418 亿元，同比增长 26.6%。然而，这场“史上最长的双 11”在进行过程中，一些消费纠纷和维权问题也逐渐浮出水面。

其中，在直播电商领域，据新京报联合北京消协发布“双 11”直播带货消费调查报告显示，超六成受访者遇到过直播间商品质量问题，六成受访者认为主播、直播间客服影响售后，超七成受访者身边的老年人受过虚假宣传误导等，主播编造虚假场景人设，无底线带货营销现象突出。

不仅如此，社交平台上还有不少网友频频曝出双 11 期间遭遇的消费纠纷，如商家的“包退”承诺作废，即使未拆封也难退；预售卡提货困难，想找商家却发现杳无音讯等。

在此背景下，2024 年 12 月 3 日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2024 年“双 11”期间受理的全国 **100 家** 互联网消费平台纠纷大量案例数据，“一带一路”TOP10 影响力社会智库网经社电子商务

研究中心发布了《2024年“双11”期间中国电子商务用户体验与投诉数据报告》。

报告涉及了数字零售（主要集中在**生鲜电商、二手电商**）、数字生活（主要集中在**在线旅游、在线票务**）及数字教育、跨境电商、产业电商、金融科技、物流科技等领域。报告公布了2024年10月网络消费投诉数据及《2024年“双11”期间数字零售十大典型投诉案例》《2024年“双11”期间数字生活十大典型投诉案例》和《2024“双11”期间数字教育十大典型投诉案例》。

在报告公布的《2024“双11”期间全国网络消费评级榜》中：

获“**建议下单**”的有：唯品会等1家；

获“**谨慎下单**”评级的有：抖音、美团、BOSS直聘、智行、万师傅等6家；

获“**不建议下单**”评级的有：飞猪、小红书、分期乐等4家；

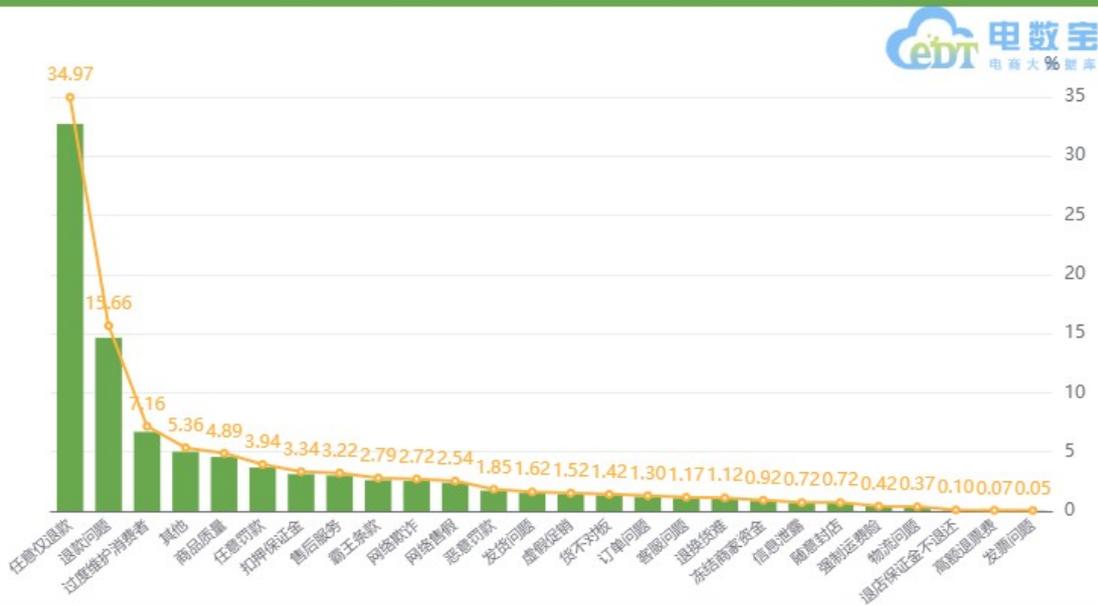
获“**不予评级**”的有：大麦网、淘宝、天猫、闲鱼、快手、全球速卖通、微信、微信小程序购物、微信视频号等9家。

二、整体数据

(一) 投诉问题类型分布

据“电诉宝”显示，2024年“双11”期间全国网络消费投诉问题类型TOP10中，任意退款问题占比高达**34.07%**，其余问题类型依次为：退款问题15.66%、过度维护消费者（7.16%）、商品质量（4.89%）、任意罚款（3.94%）、扣押保证金（3.34%）、售后服务（3.22%）、霸王条款（2.79%）、网络欺诈（2.72%）、网络售假（2.54%）。

2024年“双11”期间全国网络消费投诉问题类型分布

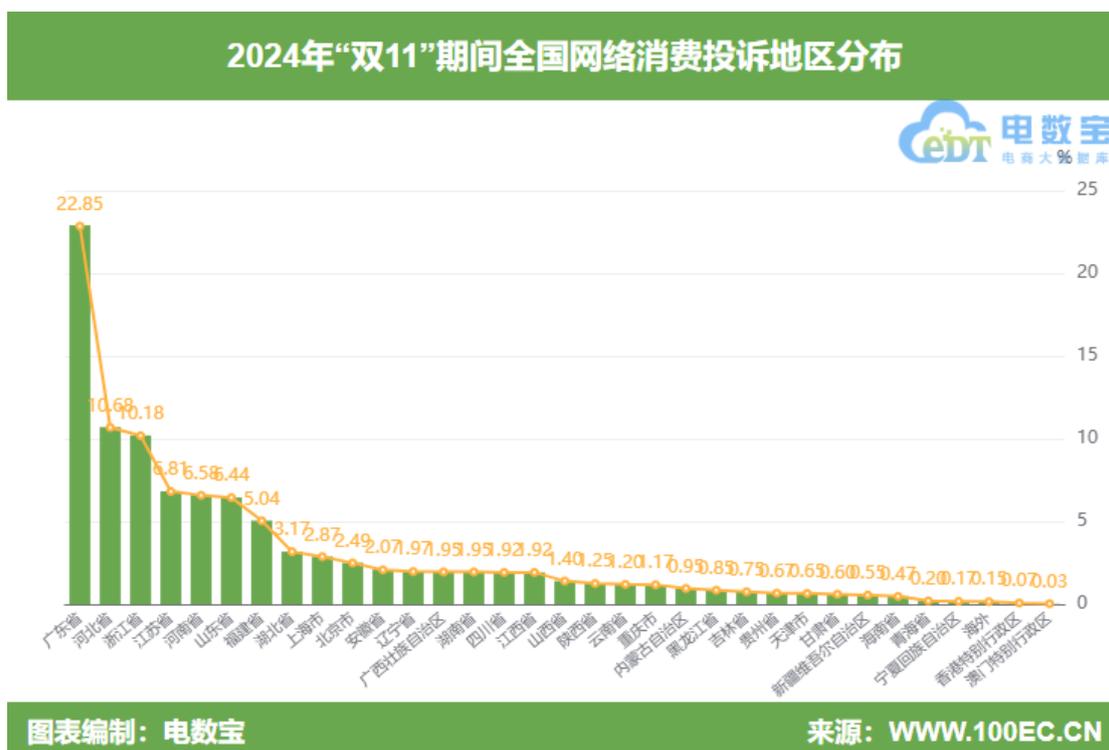


图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

（二）投诉地区分布

2024年“双11”期间“电诉宝”受理投诉用户聚集地区 TOP10 依次为广东省（22.85%）、河北省（5.89%）、浙江省（10.18%）、江苏省（6.81%）、河南省（6.58%）、山东省（5.44%）、福建省（5.04%）、湖北省（3.17%）、上海市（2.87%）、湖南省（2.49%）。

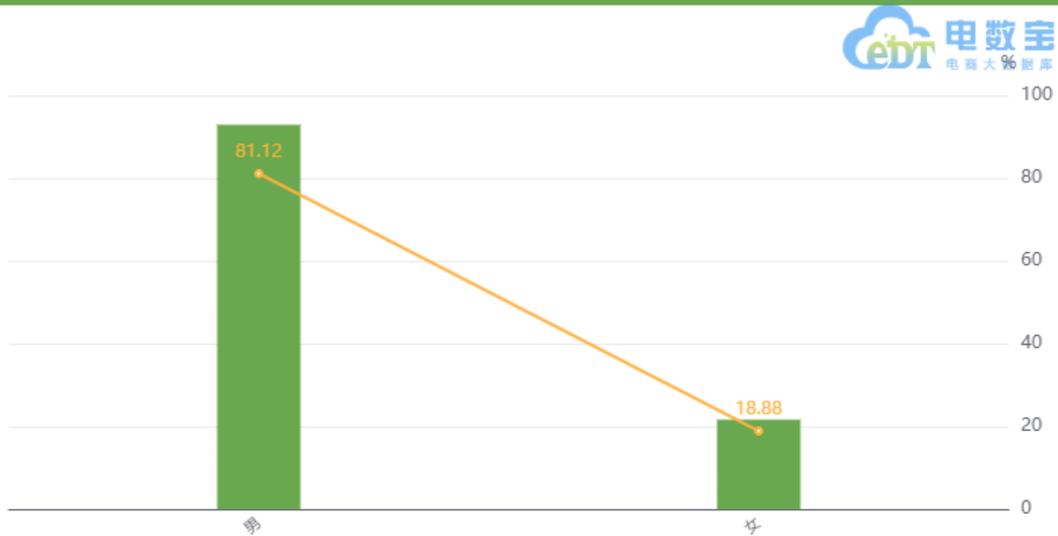


（三）投诉用户性别分布

据“电诉宝”显示，2024年“双11”期间男性用户投诉比例为 **81.12%**，女

性用户投诉比例为 **18.88%**。

2024年“双11”期间全国网络消费投诉性别分布



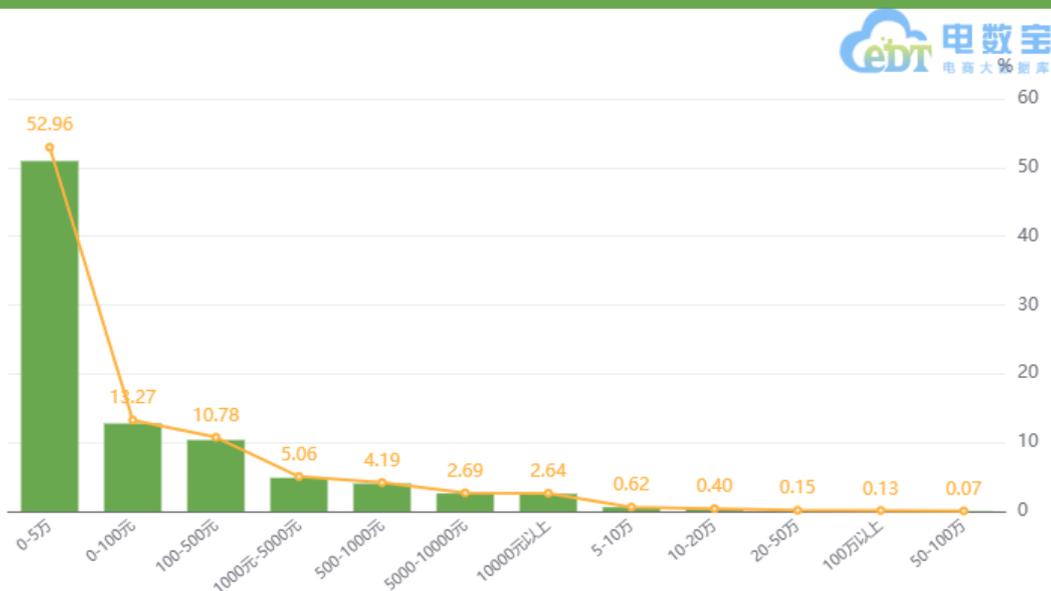
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

(四) 投诉金额区间分布

据“电诉宝”显示，2024年“双11”期间投诉金额分布主要集中在0-5万元（52.96%）、0-100元（13.27%）、100-500元（10.78%）、1000元-5000元（5.06%）、500-1000元（4.19%）、5000-10000元（2.69%）、10000元以上（2.64%）、5-10万（0.62%）、10-20万（0.40%）、20-50万（0.15%）、100万以上（0.13%）、50-100万（0.07%）。

2024年“双11”期间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《2024“双11”期间全国网络消费评级榜》中：

获“建议下单”的有：唯品会等 1 家；

获“谨慎下单”评级的有：抖音、美团、BOSS 直聘、智行、万师傅等 6 家；

获“不建议下单”评级的有：飞猪、小红书、分期乐等 4 家；

获“不予评级”的有：大麦网、淘宝、天猫、闲鱼、快手、全球速卖通、微信、微信小程序购物、微信视频号等 9 家。

2024年“双11”期间全国全部消费评级榜

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	6.000	0.920	建议下单
2	抖音	86.79%	0.715	2.471	0.717	谨慎下单
3	美团	91.67%	0.850	0.000	0.713	谨慎下单
4	京东	78.33%	0.763	0.000	0.621	谨慎下单
5	BOSS直聘	100.00%	0.360	0.000	0.608	谨慎下单
6	智行	83.33%	0.533	0.000	0.577	谨慎下单
7	万师傅	71.43%	0.657	0.000	0.554	谨慎下单
8	拼多多	0.17%	0.002	0.000	0.001	不建议下单
9	飞猪	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	分期乐	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	快手	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	全球速卖通	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	微信	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	微信小程序购...	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	微信视频号	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

备注:

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

1.1、平台回复率：平台移交给被投诉电商用户投诉，被投诉电商的有效回复率。

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

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

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

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

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

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

（一）数字零售数据与十大典型案例

数字零售消费评级榜：

在 2024 年“双 11”期间全国数字零售评级榜中：获“**建议下单**”评级的有：

唯品会等 1 家；获“**谨慎下单**”评级的有 2 家；获“**不建议下单**”的有：小红书等 2

家；获“**不予评级**”的有：淘宝、天猫、闲鱼、快手、微信视频号等 5 家。

2024年“双11”期间全国数字零售评级榜

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	6.000	0.920	建议下单
2	抖音	86.79%	0.715	2.471	0.717	谨慎下单
3	京东	78.33%	0.763	0.000	0.621	谨慎下单
4	拼多多	0.17%	0.002	0.000	0.001	不建议下单
5	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
5	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
5	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
5	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
5	快手	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
5	微信视频号	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

备注：

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

1.1、平台回复率：平台移交给被投诉电商用户投诉，被投诉电商的有效回复率。

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

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

2、评级划分由综合指数高低决定，不建议下单∈[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

数字零售上榜平台有 35 家：

投诉量 **TOP10** 依次为：拼多多、抖音、淘宝、京东、天猫、闲鱼、快手、

小红书、微信视频号、唯品会；

排在第**11-20**名的是：转转、阿里巴巴、二三良作、苏宁易购、爱回收、
拍机堂、红布林、有赞、蘑菇街、途虎养车；

排在第**21-35**名的是：抖店、荣耀商城、万表网、找靓机、孩子王、蝉妈
妈、小芒、海信商城、每日优选、沃尔玛、孔夫子旧书网、百度开心购、年丰
大当家、i百联、小米商城。



商家投诉通道持续开放 为全国电商卖

- 首页
- 投诉榜
- 评级榜
- 律师团
- 报道
- 专题

当前位置 > 投诉榜

- 领域: **总榜** **数字零售** 数字生活 数字健康 数字教育 跨境电商
 产业电商 物流科技 金融科技 其他
- 行业: **全部** 综合电商 社交电商 生鲜电商 奢侈品电商 汽车电商
 母婴电商 二手电商 导购电商 服装电商 品牌电商 电商服务商
 美妆电商 直播电商 文玩电商

筛选: 2024 11月

1 拼多多	2 抖音	3 淘宝	4 京东
5 天猫	6 闲鱼	7 快手	8 小红书
9 微信视频号	10 唯品会	11 转转	12 阿里巴巴
13 二三良作	14 苏宁易购	15 爱回收	16 拍机堂
17 红布林	18 有赞	19 蘑菇街	20 途虎养车
21 抖店	22 荣耀商城	23 万表网	24 找靓机
25 孩子王	26 蝉妈妈	27 小芒	28 海信商城
29 每日优选	30 沃尔玛	31 孔夫子旧书网	32 百度开心购
33 年丰大当家	34 i百联	35 小米商城	

(以上为投诉量排行榜)

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，涉及返利网、蘑菇街、爱回收、1688、快手、酒仙网、批批网、红布林、微店、美团优选。

2024年“双11”期间数字零售十大典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
10月15日	返利网	虚假宣传？用户投诉“返利网”平台购买商品无法返利 没有合理解释
10月17日	蘑菇街	用户投诉“蘑菇街”发续费诈骗短信 平台否认相关业务
10月18日	爱回收	两个月不到电脑卡顿严重？用户质疑“爱回收”质检报告存疑
10月18日	1688	用户投诉“1688”平台擅自“仅退款” 商家遭遇钱货两空困境
10月29日	快手	口头告知新品？用户投诉“快手”平台所买果泥与描述不符 误导消费者
11月11日	酒仙网	用户投诉“酒仙网”涉嫌虚假宣传 购买酒水未收到承诺附赠酒具
11月13日	批批网	平台偏袒商家？用户投诉“批批网”商品质量不合格 拒绝退货退款
11月14日	红布林	用户投诉“红布林”所售商品隐瞒重大瑕疵 拒绝售后
11月14日	微店	偏袒商家？用户投诉“微店”商家售假 投诉后账号被平台封禁
11月26日	美团优选	消费者投诉“美团优选”所售商品无生产日期 反被商家怀疑欺诈

图表编制：网经社

网址：WWW.100EC.CN

【案例一】虚假宣传？用户投诉“返利网”平台购买商品无法返利 没有合理解释

10月15日，上海市的夏女士向“电诉宝”投诉称返利网在宣传中声称用户能通过该平台跳转至淘宝、京东等电商平台购买商品并获得返利。但是自2024年8月起，夏女士提交的订单无法被确认，且平台也无法记录新的订单信息，导致她购买的商品无法获得应得的返利。

夏女士尝试按照客服的建议通过电脑版申请解决，但问题依旧未得到解决。时至今日，该问题仍未被修复，且返利网未给出任何合理解释，这让夏女士质疑其是否存在虚假宣传或已卷款跑路。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台，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】用户投诉“蘑菇街”发续费诈骗短信 平台否认相关业务

10月17日，贵州省黄女士向“电诉宝”投诉称，其当天她收到来自蘑菇街的短信，告知她的会员服务仅剩2天即将到期，并表明系统将为其自动续期。短信中还提供了一个联系电话，并说明如果黄女士有任何疑问可以详询，如果拒绝续期则回复“R”。

黄女士在收到短信后，立即按照提示电话回复，表示自己从未听说过蘑菇街，也从未下载过相关应用，更没有订购过该会员服务。但接线员在电话中不仅明确指出了黄女士的本名，还告诉她有消费记录。当黄女士表示要求立即停止并不知情的会员交费时，对方接线员的态度变得恶劣并挂断了电话。

黄女士表示自己从未进行过相关交费，因此她不知道具体的单据号和费用金额。现在，黄女士提出申诉，要求蘑菇街立即停止向她发送这类恶意短信，并停止一切所谓的会员续费行为。

对此，蘑菇街平台工作人员反馈称：蘑菇街不会通过短信形式要求用户续费，也不存在会员续费这类业务，请勿向陌生号码提供一切有关信息，请勿点击任何陌生链接。若您后续仍收到相关诈骗短信可直接屏蔽，如已遭受到财产损失建议可报警处理。

【案例三】两个月不到电脑卡顿严重？用户质疑“爱回收”质检报告存疑

10月18日，10月18日，广东省的梁女士向“电诉宝”投诉称其于2024年8月24日在爱回收平台购买的一台二手惠普笔记本，于2024年10月4日发现全选文件都全选不了，卡得一动不动的。梁女士认为是硬件问题，自己之前的笔记本用了6年都不至于这样子。

梁女士表示在购买之前查看过爱回收这台惠普笔记本的质检报告也就有些划痕而已，完全没有说到硬件有问题，要是真有写，自己就不会买了，这种行为属于欺骗消费者，真的很愤怒，希望爱回收平台可以好好把事情解决，处理方式梁女士只接受退回退款，谢谢，麻烦尽快处理。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台相关工作人员督办妥善处理，但截至发稿前尚未收到被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例四】用户投诉“1688”平台擅自“仅退款” 商家遭遇钱货两空困境

10月18日，10月18日，重庆市的冉先生向“电诉宝”投诉称其于2024年10月13日遭遇了一起不公正的仅退款事件，一位客户在2024年9月9日在冉先生所经营的店铺中购买了一台360水冷散热器，在使用该散热器接近一个月后，于10月初向店铺提出了退货退款的要求。

冉先生表示店铺按照常规的退货流程进行了处理，买家在后台提交了投诉，平台客服介入。但平台客服在买家尚未退回货物的情况下，直接做出了仅退款的决定，导致买家既保留了货款又拥有了货物。

冉先生认为1688平台客服在处理此事时表现出了严重的不公平性，忽视了卖家的合理诉求，过度偏向买家一方。冉先生认为在此次交易中，卖家并无过

错，而是买家方面存在问题，但平台却将责任单方面强加给了卖家。冉先生的诉求是平台退回货款，或者拿回货物。

接到以上用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台相关工作人员督办妥善处理，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例五】口头告知新品？用户投诉“快手”平台所买果泥与描述不符 误导消费者

10月29日，重庆市的樊女士向“电诉宝”投诉称其于10月24日早上在快手平台店铺名为“柠优选”的商家处购买了两盒名为“纤姿燕果泥”的瘦身产品。当樊女士收到货物后，发现实物与商家在销售时所展示的图片存在显著差异。

樊女士随即联系了商家的客服进行咨询。客服回应称，所收到的产品是新品，并声称在购买时已经标注为新品。但樊女士经过仔细核查，发现商家在销售页面上的所有图片中均未明确标注该产品为新品，只是在收到货物后，商家才口头告知其为新品。

樊女士对商家的行为表示怀疑，认为商家可能存在故意误导消费者、侵害消费者权益的行为，并指出商家可能在线下交流中有言语引导之嫌。

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人员，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例六】用户投诉“酒仙网”涉嫌虚假宣传 购买酒水未收到承诺附赠酒具

11月11日，江苏省张先生向电诉宝投诉称其于2024年9月4日这一天，通过知名的酒类电商平台——酒仙网，进行了一次酒水产品的购买。在浏览商品详情页面时，张先生注意到网页上明确标注了购买该酒水套餐将附赠精美的酒具一套，因为其正好需要一套新的酒具来搭配新酒。

张先生表示收到商品后，却发现实际交付的包裹中并没有包含网页上承诺的酒具。这一发现让其感到十分失望和不解，因为张先生本是基于网页上的信息才决定下单的。

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。

【案例七】平台偏袒商家？用户投诉“批批网”商品质量不合格 拒绝退货退款

11月13日，四川省冯女士向“电诉宝”投诉称自己于6月19日在批批网上的一个名为“创创家童装批发站”的店铺购买了一双鞋子，6月23日收到了这批货物。在7月3日当她首次穿着这双鞋仅半小时后，她的脚后跟磨出了泡。

冯女士立即联系了商家以及批批网的客服，提出了退货退款的要求。但商家并未同意。随后，在7月5日，冯女士再次尝试通过批批网的客服寻求帮助，却被告知由于已经超出了售后时间，因此无法退款。客服表示新鞋都会这样，明显偏袒卖家一方。客服还以鞋子被穿过为由，认为这影响了二次销售，拒绝了冯女士的退货要求。

冯女士认为如果不穿怎么知道鞋子会在半小时内就把脚磨起泡呢？她强烈请求平台能够站出来维护普通消费者的权益，并要求批批网能够同意她的退款退货请求。

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。

【案例八】用户投诉“红布林”所售商品隐瞒重大瑕疵 拒绝售后

11月14日，广东省的周女士向“电诉宝”投诉称其于10月21日在红布林平台上购买了一只标注为85成新的爱马仕包包，当收到商品时，发现该包包的提手断裂部分被红布林平台的防伪标签贴纸与中恒信的吊牌所遮挡，虽然商品页面提供了一些细节图，并标明为8.5成新，但这些图片中并未展示提手断裂的部分。因此，她认为红布林平台在展示商品时存在隐藏成色、虚假宣传的行为。

周女士表示，自己发现问题与客服沟通时，由于已经超过了红布林规定的72小时售后时间，周女士将包包寄回了红布林平台。但平台客服在收到包包后却表示提手已经完全断裂，并拒绝回收该商品。周女士表示自己寄出前还没有完全断裂，买来还从未使用，就已经是无法使用状态。红布林平台表示不回收了，客服反馈后果需要个人承担。

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，红布林方反馈称：用户问题平台收到后第一时间联系用户处理，正在为用户核实处理中，后续过程有任何问题，可随时联系客服处理。

【案例九】偏袒商家？用户投诉“微店”商家售假 投诉后账号被平台封禁

11月14日，黑龙江省的刘女士向“电诉宝”投诉称其于11月6日在微店平台上的一家名为“柚米品质优选”的商户处下单购买了两件外套。商家在商品详情页中明确标注这些外套为美国品牌Lululemon，并展示了多张包含产品标识、吊牌以及水洗标的图片。

当刘女士收到商品后发现吊牌和标志与正品Lululemon品牌存在显著差异，由此判断所购商品为假货。刘女士向微店平台提起了投诉，但她的账号在投诉后遭到了封禁。但她的账号内还有多笔正在进行中的交易未能处理。

刘女士联系微店平台提供的账号，但未能成功接通。刘女士的诉求是要求微店平台解封她的账号，对涉事商家进行处罚和罚款，并下架涉嫌售假的商品，对于已购买的假货商品进行退一赔三。

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人员，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。

【案例十】消费者投诉“美团优选”所售商品无生产日期 反被商家怀疑欺诈

11月26日，四川省的徐先生向“电诉宝”投诉称其于2024年11月22日晚上22:44分，通过美团优选下单了河南华英农业发展股份有限公司生产的华英鸭脖。23日徐先生收到货，发现该产品无生产日期。

徐先生要求美团优选按照食品安全法第一百四十八条规定，生产不符合食品安全标准的食品或者经营明知是不符合食品安全标准的食品，消费者除要求

赔偿损失外，还可以向生产者或者经营者要求支付价款十倍或者损失三倍的赔偿金，不足1000按照1000元赔偿。徐先生称，美团优选表示他们只是平台，不承担主要责任，只能帮忙联系商家。但商家怀疑是徐先生故意擦掉生产日期进行敲诈。

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人员，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。

（二）数字生活数据与十大典型案例

数字生活消费评级榜：

在2024年“双11”期间全国数字生活评级榜中：获“**谨慎下单**”评级的有：

美团、BOSS直聘、智行、万师傅；获“**不建议下单**”的有：飞猪；获“**不予评级**”

的有：大麦网。

2024年“双11”期间全国数字生活消费评级榜

排名	平台名称	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
1	美团	91.67%	0.850	0.000	0.713	谨慎下单
2	BOSS直聘	100.00%	0.360	0.000	0.608	谨慎下单
3	智行	83.33%	0.533	0.000	0.577	谨慎下单
4	万师傅	71.43%	0.657	0.000	0.554	谨慎下单
5	飞猪	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
5	大麦网	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述行为，依据上述模型算法自动生成，不受任何人工因素影响。

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

数字生活上榜平台有 16 家：

投诉量 TOP10 依次为：美团、BOSS 直聘、万师傅、大麦网、智行、飞

猪、去哪儿、同程旅行、智联招聘、猫眼电影；

排在第 11-16 名的是：饿了么、走着瞧旅行、鲁班到家、携程、联想周边

游、58 同程。



20余位专家 律师倾力奉献 揭露“宠买欺卖”

- 首页
- 投诉榜
- 评级榜
- 律师团
- 报道
- 专题

当前位置 > 投诉榜

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

行业: 全部 在线旅游 社区服务 在线票务 移动出行 餐饮外卖
共享经济

筛选: 2024 11月

1	美团	2	BOSS直聘	3	万师傅	4	大麦网
5	智行	6	飞猪	7	去哪儿	8	同程旅行
9	智联招聘	10	猫眼电影	11	饿了么	12	走着瞧旅行
13	鲁班到家	14	携程	15	联联周边游	16	58同城

(以上为投诉量排行榜)

在数字生活消费领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们从中选取十大典型投诉案例，涉及 **BOSS直聘**、**keep**、**58同城**、**智联招聘**、**去哪儿**、**智行**、**啄木鸟家庭维修**、**大麦网**、**飞猪**、**美团民宿**。

2024年“双11”期间数字生活十大典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
10月22日	BOSS直聘	用户投诉“BOSS直聘”无故封禁账号 企业诉求解封及赔偿损失 回应：已安排处理
10月22日	keep	“keep”被指奖牌活动发货慢 客服回应引不满
10月24日	58同城	“58同城”被指商家欺诈 平台不作为
11月4日	智联招聘	“智联招聘”被指充值年卡后被封 客服态度嚣张跋扈
11月12日	去哪儿	“去哪儿”被指商家平台互踢皮球不退款 回应：协商失败
11月13日	智行	“智行”被指与旅行社互相“踢皮球” 退款无门
11月14日	啄木鸟家庭维修	“啄木鸟家庭维修”被指热水器故障误诊 检测费退还成难题
11月18日	大麦网	演出票品不予退款？用户投诉“大麦网”演出票退款政策违法
11月18日	飞猪	“飞猪”被指航班取消又恢复 申请无责退票遭拒
11月21日	美团民宿	“美团民宿”被指侵犯消费者权益 预订后取消成难题 回应：沟通中

图表编制：网经社

网址：WWW.100EC.CN

【案例一】用户投诉“BOSS直聘”无故封禁账号 企业诉求解封及赔偿损失

回应：已安排处理

10月22日，消费者侯先生向“电诉宝”投诉称其于2024年10月15日在BOSS平台充值会员，但账号于10月22日被平台无故封禁。侯先生联系客服无果，要求提供证据也被拒绝。侯先生表示未涉及违规行为，诉求是解除封禁并赔偿名誉和精神损失费。

接到用户投诉后，我们第一时间将相关投诉转交给平台，对此，“BOSS直聘”工作人员回复：您好，平台非常重视您的问题，小编已经将您的信息反馈给

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/168014063003007005>