

2024年“618” 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07月02日

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.....	8
（二）数字生活数据与十大典型案例.....	15
（三）数字教育数据与十大典型案例.....	20
四、关于我们.....	27
（一）关于电诉宝.....	27
（二）关于网经社.....	29

一、报告摘要

首个告别预售制的 618 落下帷幕，各家电商 618 战报也都公布。5 月 31 日 20 点，京东 618 全面开启，超 1 万个品牌同比增长超 5 倍；天猫 618 第二波开卖，超 37000 个品牌成交翻倍；拼多多 618 百亿补贴首周多个家电品牌销售额破 10 亿元，美妆类目销量同比增超 80%；淘宝直播垂类达人 GMV 同比增长 152%。此外，快手、小红书、什么值得买等平台也陆续发布消费数据。

在浓烈的大促氛围中，不时也会传来一些负面的声音。如京东遭遇 56 家出版机构抵制 618 大促，这触及到了供应商的利益，不过也能看出，消费者权益受到了重视。一些电商平台推出的“仅退款”政策和“自动跟价”机制等创新服务，也引发了市场的广泛讨论。网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）显示，从往年的消费投诉情况来看，退款问题、网络欺诈、发货问题、商品质量、售后服务、信息泄露、霸王条款、虚假促销、网络售假等问题是投诉“重灾区”。

在此背景下，2024 年 7 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）2024 年 618 期间受理的全国 82 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“618”中国电子商务用户体验与投诉数据报告》（注：“618”期间的数据样本采集时间为 2024 年 6 月 1 日至 6 月 30 日）。

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 618 期间网络消费投诉数据及《2024 年 618 期间数字零售十大典型投诉案例》《2024 年 618 期间数字生活十大典型投诉案例》和《2024 年 618 期间数字教育十大典型投诉案例》。

在报告公布的《2024 年 618 期间全国网络消费评级榜》中：获“**谨慎下单**”评级的有：智行、京东、美团等 4 家；获“**不建议下单**”评级的有：飞猪、小红书、分期乐、拼多多、速卖通等 5 家；获“**建议下单**”的有：去哪儿、BOSS 直聘等 2 家；获“**不予评级**”的有：大麦网、淘宝、闲鱼、中免日上等 4 家。

二、整体数据

（一）投诉问题类型分布

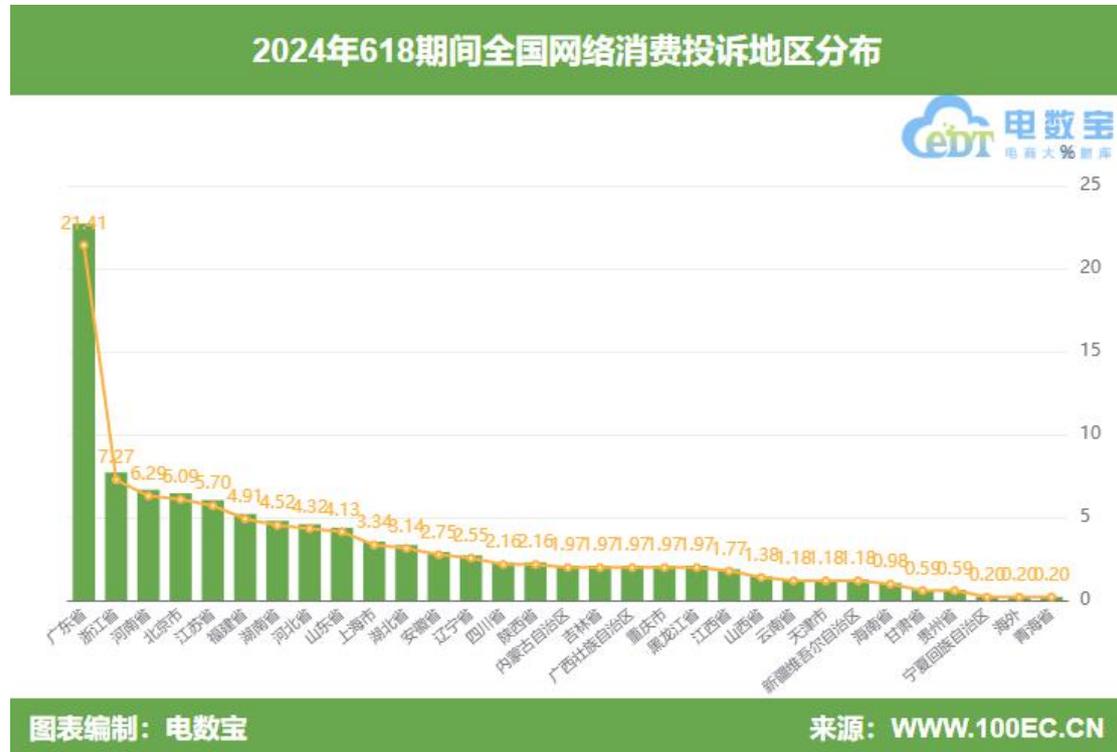
据“电诉宝”显示，2024年618期间全国网络消费投诉问题类型TOP10中，退款问题占比高达27.11%，其余问题类型依次为：霸王条款（9.63%）、网络欺诈（9.04%）、商品质量（8.05%）、售后服务（7.86%）、冻结商家资金（5.70%）、网络售假（4.91%）、其他（3.93%）、恶意罚款（3.54%）、发货问题（2.95%）、虚假促销（2.95%）、客服问题（2.75%）、订单问题（2.55%）、退换货难（2.36%）、信息泄露（1.97%）、货不对板（1.57%）、退店保证金不退还（0.98%）、高额退票费（0.98%）、物流问题（0.79%）、发票问题（0.20%）、送餐超时（0.20%）。



（二）投诉地区分布

618期间“电诉宝”受理投诉用户聚集地区TOP10依次为广东省（21.41%）、浙江省（7.27%）、河南省（6.29%）、北京市（6.09%）、江苏省（5.70%）、福

建省（4.91%）、湖南省（4.52%）、河北省（4.32%）、山东省（4.13%）、上海市（3.34%）。

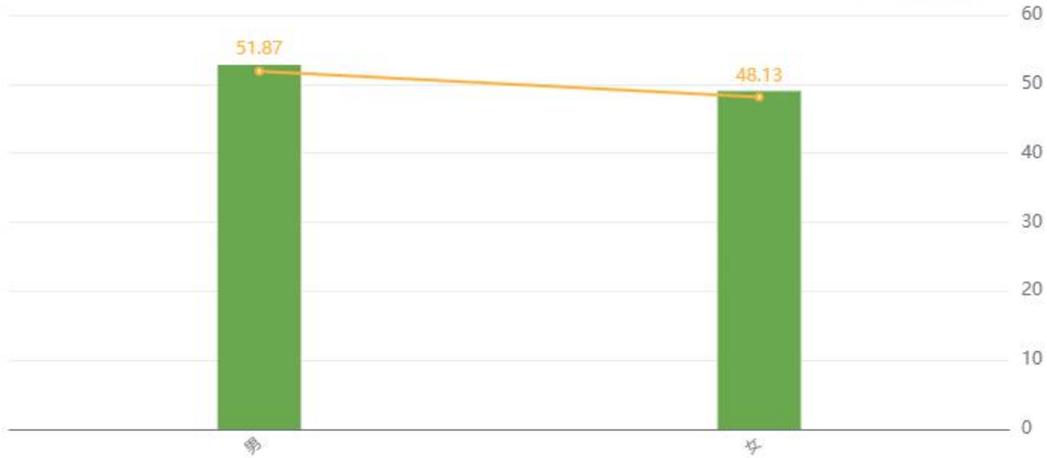


（三）投诉用户性别分布

据“电诉宝”显示，618期间男性用户投诉比例为**51.87%**，女性用户投诉比例为**48.13%**。

2024年618期间全国网络消费投诉性别分布

电数宝
电诉大数据



图表编制：电数宝

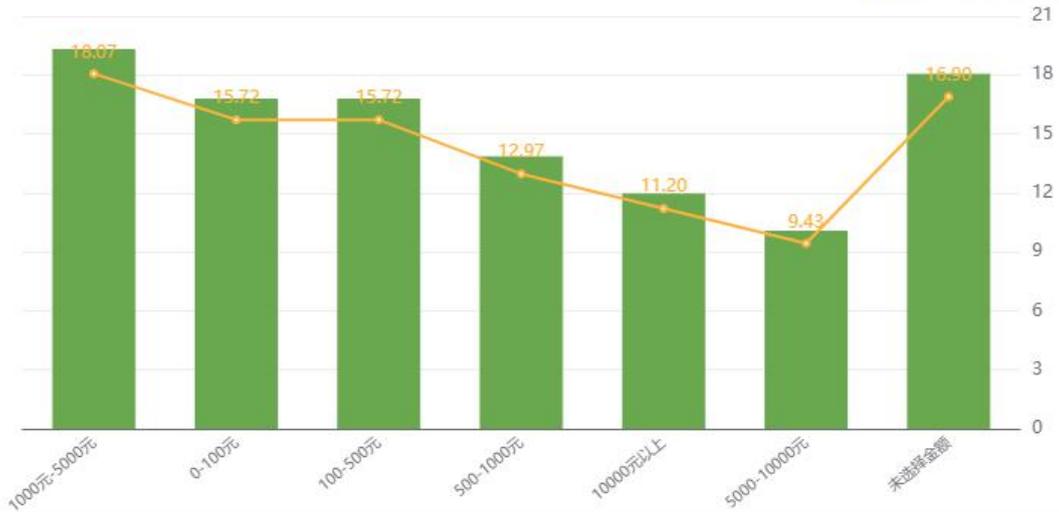
来源：WWW.100EC.CN

（四）投诉金额区间分布

据“电诉宝”显示,618 期间投诉金额分布主要集中在 1000-5000 元(18.07%)、0-100 元 (15.72%)、100-500 元 (15.72%)、500-1000 元 (12.97%)、10000 元以上 (11.20%)、5000-10000 元 (9.43%)、未选择金额 (16.90%)。

2024年618期间全国网络消费投诉金额分布

电数宝
电商大数据



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年618期间全国网络消费评级榜》中：获“**谨慎下单**”评级的有：智行、京东、美团等4家；获“**不建议下单**”评级的有：飞猪、小红书、分期乐、拼多多、速卖通等5家；获“**建议下单**”的有：去哪儿、BOSS直聘等2家；获“**不予评级**”的有：大麦网、淘宝、闲鱼、中免日上等4家。

2024年618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	去哪儿	93.75%	0.973	0.000	0.792	建议下单
2	BOSS直聘	100.00%	0.900	0.000	0.770	建议下单
3	智行	100.00%	0.833	0.000	0.750	谨慎下单
4	抖音	92.59%	0.577	2.000	0.714	谨慎下单
5	京东	87.50%	0.875	0.000	0.700	谨慎下单
6	美团	81.82%	0.600	0.000	0.589	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	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	分期乐	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	中免日上	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	速卖通	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

（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618期间全国数字零售评级榜中：获“谨慎下单”评级的有：京

东等 2 家；获“不建议下单”的有：小红书、拼多多等 2 家；获“不予评级”的有：淘宝、闲鱼等 2 家。

2024年618期间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	抖音	92.59%	0.577	2.000	0.714	谨慎下单
2	京东	87.50%	0.875	0.000	0.700	谨慎下单
3	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
3	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
3	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
3	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

备注：

- 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。
 - 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。
 - 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。
 - 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。
- 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”。
- 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。
- 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 27 家：

投诉量 TOP10 依次为：拼多多、淘宝、抖音、京东、闲鱼、小红书、爱回收、快手、有赞、找靓机；

排在第 11-20 名的是：天猫、转转、红布林、途虎养车、唯品会、拍机堂、美团优选、交易猫、店宝宝、苏宁易购；

排在第 21-27 名的是：微拍堂、蝉妈妈、微店、一直娱、孔夫子旧书网、瓜子二手车、微信视频号。

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 社区团购 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** **6月**

1	拼多多	2	淘宝	3	抖音	4	京东
5	闲鱼	6	小红书	7	爱回收	8	快手
9	有赞	10	找靓机	11	天猫	12	转转
13	红布林	14	途虎养车	15	唯品会	16	拍机堂
17	美团优选	18	交易猫	19	店宝宝	20	苏宁易购
21	微拍堂	22	蝉妈妈	23	微店	24	一直娱
25	孔夫子旧书网	26	瓜子二手车	27	微信视频号		

(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案例，涉及美团优选、转转、找靓机、有赞、快手、抖音、小红书、分期乐、爱回收、拍机堂。

2024年618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
6月3日	美团优选	购30枚鲜鸡蛋坏一半？ 用户投诉“美团优选”退款遭拒疑强买强卖
6月3日	转转	用户称“转转”电脑频出故障 产品质量令人堪忧
6月5日	找靓机	用户寄回的商品既无维修结果也不返还？ “找靓机”被指欺诈
6月8日	有赞	“有赞”被指商家疑似售卖有害商品 平台无视商家欺诈行为
6月9日	快手	“挂羊头卖狗肉”？ 用户在“快手”下单的商品竟还未生产
6月10日	抖音	用户投诉“抖音”商家虚假宣传 退店无法联系
6月14日	小红书	以次充好？用户投诉“小红书” 商家态度恶劣且平台处理迟缓
6月16日	分期乐	威胁恐吓？用户投诉“分期乐” 平台暴力催收 严重影响生活
6月16日	爱回收	维权无门？用户投诉“爱回收” 手机被拆解还拒回收
6月19日	拍机堂	商品质量堪忧？ 用户投诉“拍机堂”平台拒绝退货 存在诈骗

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】购 30 枚鲜鸡蛋坏一半？ 用户投诉“美团优选”退款遭拒疑强买强卖

6月3日，广东省的梁先生向“电诉宝”投诉称其于5月底在美团优选购入一批商品，其中包括鲜鸡蛋一板30枚，发现其中坏掉的鸡蛋居然有15个，磕开两个，发现一个居然是臭的，一个是散黄，即时拿到代收点退货(28个鸡蛋及一个臭鸡蛋壳)。梁先生表示代收点工作人员收货并安排退货事宜，后续美团优选团长以未收到货物为由，拒绝退款，申请两次均拒绝退款。

梁先生称自己申请美团客服介入，客服不能直面问题，要求自己删除退款申请，要求改成非商品质量问题才能退款，被他严词拒绝，这是典型的强买强卖土匪逻辑，建议加强监管处罚，打击不法商家，保护消费者权益。梁先生表示鸡蛋虽小，但美团优选坑蒙拐骗消费者是事实不在少数，产品质量堪忧，消费者投诉无门，特请相关部门介入。谢谢！

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。

【案例二】用户称“转转”电脑频出故障 产品质量令人堪忧

6月3日，江苏省的李先生向“电诉宝”投诉称，于2024年1月12日在转转平台4000多元买了thinkpad笔记本电脑，正常使用下，在2024年2月24日无法开机，寄回维修后，在2024年6月2日又出现同样的问题，产品质量存在严重问题，反反复复，导致多日无法使用，欺骗消费者。

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，转转方反馈称：您的反馈的问题已受理，我们将在48小时内联系您处理，复杂问题，不排除回复时间延长，但是，也会尽全力第一时间解决，请您保持手机畅通，注意接听010开头的电话，耐心等待回复。

【案例三】用户寄回的商品既无维修结果也不返还？“找靓机”被指欺诈

6月5日，广东省的李先生向“电诉宝”反映称其于2024年4月23日在找靓机二手平台买了一台联想的二手台式机，使用不到一个月时间，在5月18号出现了显示器无法正常显示的问题。李先生联系找靓机平台，因为当初买的时候，显示一年承诺产品质保。

客服让李先生按照他们地址寄回去检测，李先生发了顺丰快递：单号：SF1443156286172，货物于5月26日签收，系统承诺7个工作日处理维修好。后面过了7个工作日，李先生再联系找靓机平台，客服一直推脱不主动告诉维修结果，也不返还李先生购买的商品。李先生认为，这属于欺诈行为，希望还消费者一个公道。

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，找靓机工作人员回复称：您的反馈的问题已受理，我们将在

48 小时内联系您处理，复杂问题，不排除回复时间延长，但是，也会尽全力第一时间解决，请您保持手机畅通，注意接听 010 开头的电话，耐心等待回复。

【案例四】“有赞”被指商家疑似售卖有害商品 平台无视商家欺诈行为

6 月 8 日，湖南省刘女士向“电诉宝”投诉称其于 5 月 29 日在有赞购买了一批玫瑰花蕾，收到的产品却散发着刺鼻的气味。出于对健康安全的关注，刘女士使用二氧化硫试剂进行了检测，结果显示呈阳性反应，

刘女士联系了商家客服，希望能够得到合理的解释并申请退款退货。然而，客服态度恶劣，坚称自家商品有质量检测报告，但始终未能出示相关证据，回应中充满了不尊重和阴阳怪气的态度，不同意她的退货退款要求。

刘女士向有赞平台投诉发现商家竟然提交了一份与玫瑰花蕾无关的甘草的质量检测报告作为回应，这种张冠李戴、指鹿为马的行为有赞平台对此视而不见，没有采取任何有效的措施来解决问题，让商家继续为所欲为。刘女士的诉求是商家立即退货退款并承担退货运费。

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，“有赞”平台回复称：您好，核实到您投诉订单相关问题，是由商家提供售后服务，为了有效的解决您的问题建议您联系商家处理，感谢您的理解！

【案例五】“挂羊头卖狗肉”？用户在“快手”下单的商品竟还未生产

6 月 9 日，吉林省代女士向“电诉宝”投诉称，其于 2024 年 5 月 18 日在快手电商平台购买了白色乐福鞋，收到货后发现与商家链接中的鞋完全不一样，联系商家，商家回复说链接中的那款还没生产呢。代女士认为，根据《侵害消费者权益行为处罚办法》第六条，商家的行为属于欺诈消费者，快手平台对于商家的审核不过关，还没生产怎么就上链接了？

代女士找到快手平台进行处理后无果，又找了别的投诉平台，勉强赔偿订单金额的百分之三十。代女士要求根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十五条进行赔偿。

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“抖音”商家虚假宣传 退店无法联系

6月10日，安徽省的黄先生向“电诉宝”投诉称其于2023年11月21日，在抖音平台直播间买监控，商家说流量终生免费，用了三个月后商家流量不送了。黄先生表示打电话给商家说系统自动充，后来发信息还是那句话。

黄先生称自己充五元三个月也不贵，过了半年黄先生打电话给商家无法接通，在抖音发系统提示商家退店了。黄先生的诉求是希望尽快处理。

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。

【案例七】以次充好？用户投诉“小红书”商家态度恶劣且平台处理迟缓

6月14日，山东省王女士向电诉宝投诉称其于2024年6月5日，在小红书电商平台（店铺名：淑玉坊的店）购买和田玉戒圈，寄来时出现多处裂纹问题，并且在售前并没有告知，商家以次充好，并故意隐藏瑕疵。王女士认为侵犯了消费者权益知情权，公平交易权，并且商家应有瑕疵担保义务。

王女士的诉求是，全额退款并且由商家承担全部运输费用。王女士表示在跟商家沟通的过程中，她有完整开箱视频作为凭证，但是商家态度恶劣，对消费者有辱骂行为，颠倒黑白。小红书平台判商家胜，后来商家又开始敲竹杠，要求她少退钱，性质恶劣！

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。

【案例八】威胁恐吓？用户投诉“分期乐”平台暴力催收严重影响生活

6月16日，江苏省瞿先生向“电诉宝”投诉称其由于近期失业以及身体状况需要接受手术治疗，他暂时无法找到新的工作机会，这使得他债务问题爆发。瞿先生表示，尽管他一直与分期乐平台保持沟通，解释自己的困境，但分期乐的催收团队却采取了极端手段，不仅频繁地向他的通讯录好友及家人发送骚扰电话和短信，甚至寄送了律师函进行恐吓。

瞿先生表示，这种长期性的电话、短信骚扰以及违规恐吓催收行为对他的精神造成了极大的创伤，给他的心灵带来了毁灭性的打击。他强烈要求分期乐平台立即停止对他的家人进行任何形式的骚扰，并希望相关部门能够对分期乐及其第三方催收机构进行处罚，以维护消费者的合法权益。瞿先生还表示，他愿意承担自己的债务责任，并希望能够得到一定的宽限期。

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。

【案例九】商品质量堪忧？用户投诉“拍机堂”平台拒绝退货 存在诈骗

6月19日，广东省的陈先生向“电诉宝”投诉称其于2024年6月10号在拍机堂买的15promax手机，信息显示只是换过后壳，结果陈先生发现屏幕维修过，于是申请退货。陈先生称，就是因为视频中有几秒没显示手机全部，只是在尾部一点点出了视频范围，拍机堂以此为由拒绝退货。陈先生表示，这个手机有严重维修，平台知情故意不让退货。陈先生认为平台存在诈骗行为，很恶劣，无法理解，而且平台所说签约合作商，陈先生也并不知道。

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，但截至发稿前尚未收到被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例十】维权无门？用户投诉“爱回收”手机被拆解还拒回收

6月16日，新疆维吾尔自治区的张先生向“电诉宝”投诉称于2024年5月7日在京东平台下订单购买两部手机同时回收两部苹果14pm手机，回收后于月底5月27日对平台进行投诉，之后京东平台告知手机被拆解过，在手机发出大概有20天左右，爱回收平台未与我联系过，投诉后，平台对张先生联系称，手机开启防丢失功能不予回收。

张先生称平台以下单时说有需要会进行拆解，以此为理由不予承担责任，但是现在不予回收的理由是功能性问题，双方发生纠纷，现手机已寄回，手机属于无法开机状态，有拆解的痕迹。投诉平台，平台态度恶劣，只愿意赔偿200元解决问题。目前一直属于投诉状态。

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。

（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618期间全国数字生活评级榜中：获“谨慎下单”评级的有：智行、美团；获“不建议下单”的有：飞猪；获“建议下单”的有：去哪儿、BOSS

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/298120131067006116>