

2024年Q2

中国电子商务用户体验与投诉数据报告

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

2024 年第二季度，据最新数据显示，全国网上零售额继续保持高速增长，预计达到约 2.8 万亿元，同比增长率保持在 12% 以上。实物商品网上零售额预计达到 2.4 万亿元，同比增长约 13%，显示出网络零售依然是消费市场的重要增长引擎。特别是在“618”年中大促的推动下，各电商平台纷纷推出优惠活动，进一步激发了消费者的购物热情。

尽管消费市场整体保持稳健增长，但仍面临一系列挑战。首先，消费者对于商品品质和服务质量的要求日益提高，假冒伪劣产品和虚假宣传等问题依然存在，严重损害了消费者的权益和信心。其次，随着网络购物的普及，退款难、售后服务不到位等问题也日益凸显，成为消费者投诉的热点。此外，跨境电商的快速发展也带来了新的监管难题，如何保障消费者权益、维护市场秩序成为亟待解决的问题。

在此背景下，2024 年 7 月 4 日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2024 年二季度受理的全国 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 Q2 中国电子商务用户体验与投诉数据报告》。

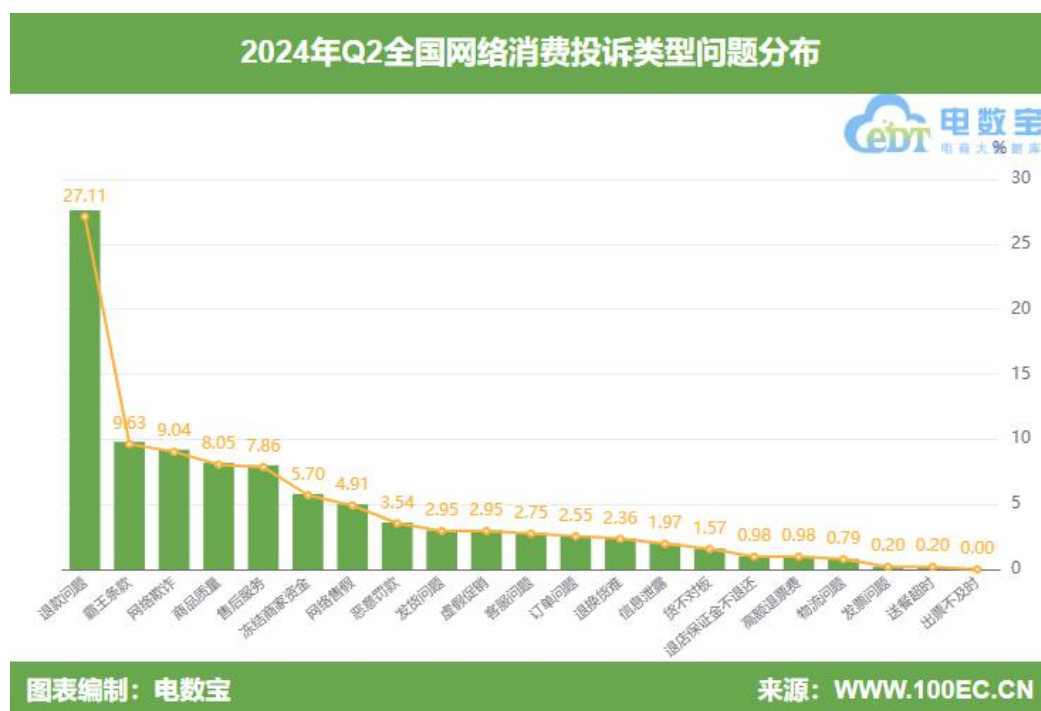
报告涉及了数字零售（主要集中在**生鲜电商、二手电商**）、数字生活（主要集中在**生活服务电商、在线旅游**）及数字教育、产业电商、金融科技、物流科技等领域。报告公布了 2024 年 Q2 网络消费投诉数据及《数字零售十大典型投诉案例》《数字生活十大典型投诉案例》和《数字教育十大典型投诉案例》。

在报告公布的《2024 年 Q2 全国网络消费评级榜》中：获“**建议下单**”的有：有赞、BOSS 直聘、抖音、苏宁易购、微拍堂、京东、去哪儿、万师傅等 8 家；获“**谨慎下单**”评级的有：转转、智行、唯品会、得物 APP、美团、网易云课堂等 6 家；获“**不建议下单**”评级的有：飞猪、小红书、走着瞧旅行、分期乐、拼多多、联联周边游、一只船教育、中安建培、速卖通等 9 家；获“**不予评级**”的有：饿了么、大麦网、淘宝、1688、别样、交易猫、猫眼电影、识季、天猫、闲鱼、快手、拍机堂、潭州教育、啄木鸟维修、爱回收、全球速卖通、中免日上、

二、整体数据

（一）投诉问题类型分布

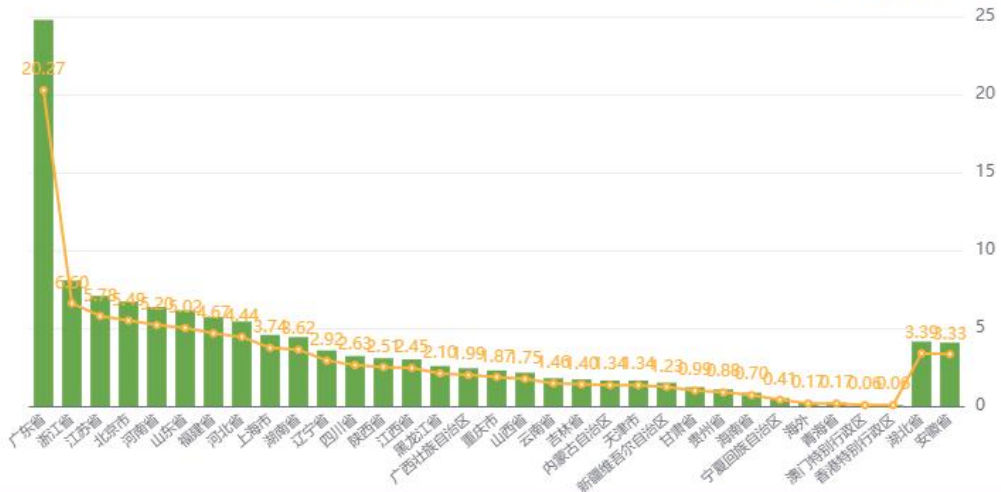
据“电诉宝”显示，2024 年 Q2 全国网络消费投诉问题类型 TOP10 中，退款问题占比高达 27.11%，其余问题类型依次为：霸王条款（9.63%）、网络欺诈（9.04%）、商品质量（8.05%）、售后服务（7.86%）、冻结商家资金（5.70%）、网络售假（4.91%）、恶意罚款（3.54%）、发货问题（2.95%）、虚假促销（2.95%）、网络问题（2.75%）、订单问题（2.55%）、退换货难（2.36%）、信息泄露（1.97%）、货不对板（1.57%）、到店保证金不退还（0.98%）、高额退换货（0.98%）、物流问题（0.79%）、发错问题（0.20%）、送餐超时（0.20%）、出餐不及时（0.00%）。



（二）投诉地区分布

Q2 “电诉宝”受理投诉用户聚集地区 TOP10 依次为广东省（20.27%）、浙江省（6.60%）、江苏省（5.78%）、北京市（5.49%）、河南省（5.20%）、山东省（5.02%）、福建省（4.67%）、河北省（4.44%）、上海市（3.74%）、湖南省（3.62%）。

2024年Q2全国网络消费投诉地区分布



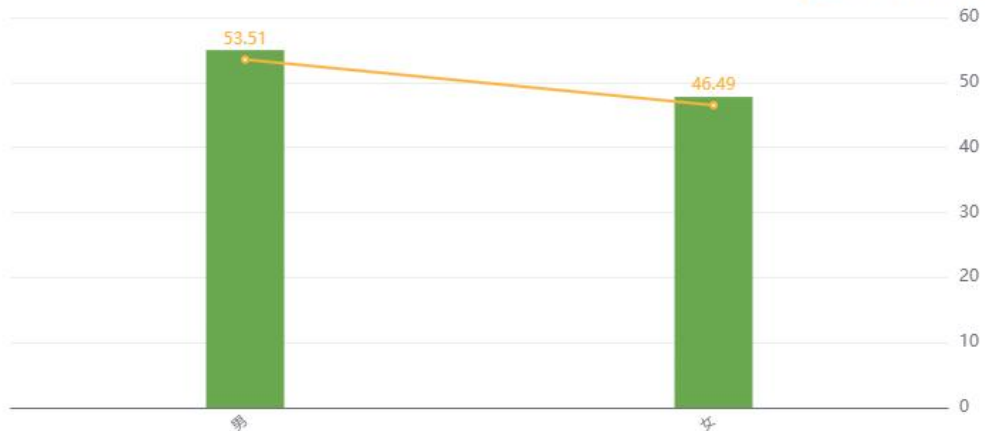
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

(三) 投诉用户性别分布

据“电诉宝”显示，Q2 男性用户投诉比例为 53.51%，女性用户投诉比例为 46.49%。

2024年Q2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，Q2 投诉金额分布主要集中在 1000-5000 元（19.33%）、100-500 元（16.12%）、10000 元以上（14.37%）、0-100 元（13.20%）、5000-10000 元（10.28%）、500-1000 元（10.11%）、未选择金额（16.59%）。



三、评级数据与典型案例

在报告公布的《2024 年 Q2 全国网络消费评级榜》中：获“**建议下单**”的有：有赞、BOSS 直聘、抖音、苏宁易购、微拍堂、京东、去哪儿、万师傅等 8 家；获“**谨慎下单**”评级的有：转转、智行、唯品会、得物 APP、美团、网易云课堂等 6 家；获“**不建议下单**”评级的有：飞猪、小红书、走着瞧旅行、分期乐、拼多多、联联周边游、一只船教育、中安建培、速卖通等 9 家；获“**不予评级**”的有：饿了么、大麦网、淘宝、1688、别样、交易猫、猫眼电影、识季、天猫、闲鱼、快手、拍机堂、潭州教育、啄木鸟维修、爱回收、全球速卖通、中免日上、微店、中公教育等 19 家。

2024年Q2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	有赞	100.00%	0.964	2.000	0.849	建议下单
2	BOSS直聘	100.00%	0.889	2.000	0.827	建议下单
3	抖音	98.48%	0.733	2.889	0.793	建议下单
4	苏宁易购	100.00%	0.964	0.000	0.789	建议下单
5	微拍堂	100.00%	0.950	0.000	0.785	建议下单
6	京东	88.33%	0.857	2.000	0.759	建议下单
7	去哪儿	97.01%	0.685	2.000	0.758	建议下单
8	万师傅	100.00%	0.846	0.000	0.754	建议下单
9	转转	100.00%	0.833	0.000	0.750	谨慎下单
10	晋行	100.00%	0.738	0.000	0.722	谨慎下单
11	唯品会	100.00%	0.714	0.000	0.714	谨慎下单
12	得物APP	100.00%	0.457	0.000	0.637	谨慎下单
13	美团	96.00%	0.428	0.000	0.608	谨慎下单
14	网易云课堂	100.00%	0.105	0.000	0.532	谨慎下单
15	饿了么	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
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	走着瞧旅行	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
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	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	别样	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
15	交易猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
15	联想周边游	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	快手	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	溧州教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
15	啄木鸟维修	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	一只船教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
15	中安建培	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
15	中免日上	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	中公教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
15	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Q2全国数字零售评级榜中：获“建议下单”的有：有赞、抖音、苏宁易购、微拍堂、京东等5家；获“谨慎下单”评级的有：转转、唯品会等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、交易猫、天猫、闲鱼、快手、拍机堂、爱回收、微店等8家。

2024年Q2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	有赞	100.00%	0.964	2.000	0.849	建议下单
2	抖音	98.48%	0.733	2.889	0.793	建议下单
3	苏宁易购	100.00%	0.964	0.000	0.789	建议下单
4	微拍堂	100.00%	0.950	0.000	0.785	建议下单
5	京东	88.33%	0.857	2.000	0.759	建议下单
6	转转	100.00%	0.833	0.000	0.750	谨慎下单
7	唯品会	100.00%	0.714	0.000	0.714	谨慎下单
8	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
8	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
8	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
8	交易猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
8	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
8	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
8	快手	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
8	拍机堂	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
8	爱回收	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
8	微店	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 42 家：

投诉量 TOP10 依次为：拼多多、抖音、淘宝、京东、闲鱼、小红书、快手、有赞、苏宁易购、天猫；

排在第 11-20 名的是：微拍堂、交易猫、微店、唯品会、爱回收、转转、拍机堂、找靓机、美团优选、红布林；

排在第 21-30 名的是：途虎养车、阿里巴巴、孩子王、蝉妈妈、二三良作、抖店、店宝宝、孔夫子旧书网、盒马鲜生、瓜子二手车；

排在第 31-42 名的是：国美、哔哩购、旭扬电商、蜂雷、多多买菜、朴朴超市、蜂享家、网易严选、花礼网、一直娱、95 分球鞋交易平台、微信视频号。

电诉宝 网络消费纠纷调解平台

2024第十三届网络消费315调查行动

当前位置 > 投诉榜

领域：**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** 第二季度

1	拼多多	2	抖音	3	淘宝	4	京东
5	闲鱼	6	小红书	7	快手	8	有赞
9	苏宁易购	10	天猫	11	微拍堂	12	交易猫
13	微店	14	唯品会	15	爱回收	16	转转
17	拍机堂	18	找靓机	19	美团优选	20	红布林
21	途虎养车	22	阿里巴巴	23	孩子王	24	蝉妈妈
25	二三良作	26	抖店	27	店宝宝	28	孔夫子旧书网
29	盒马鲜生	30	瓜子二手车	31	国美	32	哔哩购
33	旭扬电商	34	蜂雷	35	多多买菜	36	朴朴超市
37	蜂享家	38	网易严选	39	花礼网	40	一直娱
41	95分球鞋交易平台	42	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投诉案例，涉及微店、网易严选、朴朴超市、转转、识季、有赞、小红书、美团优选、找靓机、快手。

2024年Q2数字零售十大典型投诉案例		
投诉时间	投诉平台	投诉案例
4月9日	微店	用户投诉“微店”收款难题 商家辛苦钱被扣 求助无门
4月27日	网易严选	用户投诉“网易严选”商家 生鲜快递速度欠佳 导致食品变质
4月28日	朴朴超市	“朴朴超市”站点关停却无通知？用户不满平台 赔付优惠券 要求退还充值卡余额
5月1日	转转	售卖翻新机？“转转”被指 平台规则复杂 客服态度恶劣
5月7日	识季	LV衬衫成“烫手山芋”？ 用户投诉“识季”售卖商品得物鉴定为假
5月14日	有赞	6800元打水漂？ 用户投诉“有赞”等待数月退款无果
5月14日	小红书	随意封号？用户投诉“小红书” 无明确原因封号 无法提供证据
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

图表编制：电诉宝 数据来源：315.100EC.CN

【案例一】用户投诉“微店”收款难题 商家辛苦钱被扣 求助无门

4月9日，广西壮族自治区覃女士向“电诉宝”投诉称自己于在2023年3月5日在微店申请了一个收款码，成功收款2435.3元后，却遭遇提现难题。尽管多次提交资料并沟通，微店平台始终未给予积极回应，甚至客服表示只能转达投诉，

无法提供进一步的帮助。覃女士深感冤枉，认为这笔辛苦钱不应被无故扣除。他们质疑微店是否存在店大欺客的行为，并担心其他商家也会遭遇类似的不公待遇。在生意困难的当下，这种恶意扣款行为让覃女士感到极度不满和失望，他们希望寻求帮助，解决这一难题。

【案例二】用户投诉“网易严选”商家生鲜快递速度欠佳 导致食品变质

4月27日，广东省龙女士向“电诉宝”反映称，其于2024年4月23日在网易严选平台购买活冻黑虎虾，商家当天使用顺丰标快寄出（单号SF1613224774799），速度欠佳，且物流信息显示商品在已到达收货地的情况下又到别处再绕过来，再次耽误时效。

4月25日下午5时左右，龙女士收到快递检查，发现黑虎虾已经融化并渗出黑色的臭水，且有包装盒破损的情况，遂拒收并申请退款。但商家迟迟不处理，等了两天才来电话说商品没有问题，并驳回龙女士的退款诉求。龙女士认为，商家寄生鲜件却没有选择适合的运输方式，因快递慢导致商品变质却不承认，侵害了龙女士的获得赔偿权，她要求商家同意退款。

接到用户投诉后，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。

【案例三】“朴朴超市”站点关停却无通知？用户不满平台赔付优惠券 要求退还充值卡余额

4月28日，广东省陈女士向“电诉宝”投诉称其于2024年1月12日到1月30日在朴朴平台充值了3376元充值卡，直至三月底都还可以使用，但是到了四月份就不能使用，显示是不在配送范围。陈女士称，朴朴平台关闭一个地方的站点没有任何通知，现在有一个是一个月前的预售单，今天也不给予配送，并没有任何联系告知，直接就在平台上暂停配送了。

陈女士跟客服沟通后只有赔优惠券，陈女士表示，自己都无法使用APP，赔付的优惠券如何使用？因此陈女士的诉求是朴朴退款，退款目前账户还剩余的未使用的充值卡以及预售订单的退款，共计3296.4元。陈女士称，如果站点无法做到配送，麻烦退款，目前无论是哪个地址都不能配送，如何使用是一个大问

题。陈女士还表示，重点是朴朴并未有提前告知，而且新站点也没有尽快安排，和客服的沟通永远只有赔优惠券就不了了之。

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。

【案例四】售卖翻新机？“转转”被指平台规则复杂 客服态度恶劣

5月1日，安徽省的李先生向“电诉宝”投诉称，其于4月通过转转平台购买了一款小米13u手机，但不久后发现手机存在进水问题。经过专业拆机检测，结果显示该手机为翻新机或返修机，其原有的防水功能已失效。李先生认为，转转平台售卖翻新机严重损害了他作为消费者的合法权益。

李先生称在与转转公司客服沟通时，客服要求他提供相关证明。若李先生无法出具证明，转转方面将不会给出令他满意的检测结果，这一要求被李先生视为带有威胁性质。经过进一步调查，李先生发现转转平台售卖翻新机以次充好的案例并非个例，使他感到在面对平台复杂的规则和霸王条款时显得势单力薄。

李先生提诉求是要求转转平台赔偿一款全新、无问题、无拆修的小米13u手机；其次，他要求转转平台对此次事件进行道歉，并下架所有坑害消费者的翻新机。

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：您向平台反馈的问题我们十分重视，经核实，客服已联系您提供对应解决方案并积极帮您沟通处理，很抱歉给您带来不好的体验，感谢您对平台的支持~

【案例五】LV衬衫成“烫手山芋”？用户投诉“识季”售卖商品得物鉴定为假

5月7日，江苏省彭女士向“电诉宝”投诉称自己于2024年1月11日在识季平台购买了一件LV衬衫，涉嫌售假。彭女士本来想在二手平台卖，在一月份得物鉴定为假，五月份得物鉴定又为假，实在没办法求助平台帮忙解决，东西在手上就是浪费资源。彭女士表示，由于得物平台的检测结果，自己的商品不被承认。

自己只是想争取利益，不想花钱买假货。

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。

【案例六】6800元打水漂？用户投诉“有赞”等待数月退款无果

5月14日，浙江省卜先生向“电诉宝”投诉称自己于2022年10月19日接到有赞销售员电话说可以无条件入驻平台，之后购买了有赞微商1套价值6800元，购买后一直不能使用，微信视频号带货中心无法使用带货。

卜先生表示，有赞20号发公告带货中心停用了，销售员说该功能下架了，叫卜先生等一个月，联系客服说等2个月。卜先生要求退款，还是叫其等一下，等了4-5个月，还是不能用，联系处理无果，等到2023年3月还是不能用。平台一直不处理拖了几个月，联系售后说处理不了，客服说会处理的，一直拖到现在钱还没有退回来。

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，平台回复：您好，关于您所反馈的问题，前期已有工作人员回复您告知无法退款，感谢您对有赞的关注与支持。

【案例七】随意封号？用户投诉“小红书”无明确原因封号 无法提供证据

5月14日，广东省高先生向电诉宝投诉称其个人在小红书的账号在没有明确原因的情况下被禁言。高先生表示，他在多次联系小红书的客服部门并详细说明情况后，客服人员告知高先生其账号存在违规行为。当高先生要求客服提供相关违规证明时，平台客服却无法提供任何具体的违规证据，这使得高先生对平台的处理方式和结果感到极度不满。

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】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。

【案例九】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。

李先生过了 7 个工作日再联系找靓机平台，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。

【案例十】“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。

（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Q2全国数字生活评级榜中：获“**建议下单**”的有：BOSS直聘、去哪儿、万师傅等3家；获“**谨慎下单**”评级的有：智行、美团等2家；获“**不建议下单**”的有：飞猪、走着瞧旅行、联联周边游等3家；获“**不予评级**”的有：饿了么、大麦网、猫眼电影、啄木鸟维修。

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/408121013067006116>