

2019年度 中国交通出行消费投诉数据与典型案例报告

数据来源： 电数宝  电诉宝

发布时间：2020年4月1日

报告编制：网经社电子商务研究中心



更多报告下载

目 录

前 言.....	3
一、行业数据.....	4
二、行业调查.....	5
(一) 滴滴顺风车下线后风起云涌 市场潜力巨大.....	6
(二) 滴滴顺风车“消失”的400多天“复活” 能否重回C位?	6
三、投诉数据.....	7
【典型案例一】“智行”	8
【典型案例二】“易到”	13
【典型案例三】“高铁管家”	17
【典型案例其他】哈啰出行、嘀嗒出行、曹操出行、易开出行、呼呼出行、滴滴出行、 享骑出行、gofun 出行、ofo、盼达用车、及时用车、摩拜单车、青桔、瑞卡租车、神 州租车.....	21
四、关于我们.....	25
(一) 关于“电诉宝”	25
(二) 关于网经社.....	26
(三) 报告计划.....	28

前 言

2019年，阿里成为“昕动出行”新增股东；滴滴在快车、优享试行“选择路线”功能，在广州落地开放平台，接入如祺出行，与南网电动达成战略合作，实现“车、桩、网”互动互联；曹操专车再次获评独角兽；哈啰出行调整架构，两轮电动车租售业务升级；Gofun出行推出个人汽车托管业务；丰田、滴滴的合资公司“丰桔出行”成立等。在这场浪潮之外，部分平台十分落寞，像立刻出行押金难退，资金短缺难过寒冬；小黄单车退押金之路跌宕等。

4月1日，依据国内唯一电商专业消费调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2019年度受理的全国**980家**电商平台用户消费纠纷案例大数据，网经社电子商务研究中心发布了《2019年度中国交通出行消费投诉数据与典型案例报告》。

全年涉及投诉的交通出行有：**智行、易到、高铁管家、哈啰出行、嘀嗒出行、曹操出行、易开出行、呼呼出行、滴滴出行、享骑出行、gofun出行、ofo、盼达用车、及时用车、摩拜单车、青桔、瑞卡租车、神州租车**。其中，**智行、易到、高铁管家**均获“不建议下单”评级。其热点被投诉问题主要聚焦在：**退款问题、发票问题、售后服务差、订单问题、押金难退**等这五大问题。

此外，据网经社“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）监测显示，2019年交通出行共发生18起融资事件，融资总额达16.3亿元人民币。

一、行业数据

2019年1月至12月中国生活服务电商（交通出行）融资数据榜							
序号	融资方	所属行业	所在地	融资时间	融资轮次	融资金额	投资方
1	哈啰出行	交通出行	上海市	2019年7月16日	战略投资	4亿美元	蚂蚁金服
2	奇点汽车	交通出行	上海市	2019年10月10日	战略投资	亿级美元	伊藤忠商事
3	蘑菇智行	交通出行	天津市	2019年2月1日	A轮	1.2亿美元	贝塔斯曼亚洲投资基金 京东 黑马纵横...
4	什马出行	交通出行	上海市	2019年1月31日	A轮	2000万美元	峰瑞资本 韩国KTB投资
5	租租车	交通出行	广东省 广州市	2019年5月8日	C轮	数千万美元	启明创投
6	爱泊车	交通出行	河北省 张家口市	2019年10月31日	B1轮	数亿人民币	中金资本
7	易到用车	交通出行	北京市	2019年5月16日	战略投资	5000万人民币	元璟资本 快手
8	小马立行	交通出行	广东省 深圳市	2019年8月24日	B轮	数千万人民币	度量衡资本
9	什马出行	交通出行	上海市	2019年4月22日	战略投资	数千万人民币	浦发硅谷银行
10	张飞充电	交通出行	北京市	2019年1月29日	A1轮	数千万人民币	凯昕资本
11	昕动出行	交通出行	广东省 广州市	2019年12月27日	战略投资	1500万人民币	阿里巴巴
12	优必爱	交通出行	河北省 唐山市	2019年4月1日	Pre-A轮	数百万美元	未透露
13	飞的出行	交通出行	广东省 深圳市	2019年4月24日	Pre-A轮	千万级人民币	滨海金控 康佳创投
14	闪洗客	交通出行	北京市	2019年7月1日	天使轮	500万人民币	个人投资者
15	智慧畅行	交通出行	湖南省 长沙市	2019年7月23日	A轮	未透露	蚂蚁金服
16	奇点汽车	交通出行	上海市	2019年6月3日	战略投资	未透露	联想之星 金通智汇 上海伊藤忠商事有限公司
17	微租车	交通出行	北京市	2019年8月16日	B轮	未透露	济南中纬投资管理
18	丰桔出行	交通出行	北京市	2019年9月17日	战略投资	未透露	丰田汽车

图表编制：网经社

数据来源：WWW.100EC.CN

据网经社“电数宝”电商大数据数据库监测显示，2019年交通出行共发生18起融资事件，融资总额达16.3亿元人民币。

获得融资的平台有：哈啰出行（获4亿美元战略投资）、奇点汽车（获亿级美元战略投资，获战略投资）、蘑菇智行（获1.2亿美元A轮）、什马出行（获2000万美元A轮，数千人民币战略投资）、租租车（获数千万美元C轮）、爱泊车（获数亿人民币B轮）、易到用车（获5000万人民币战略投资）、小马立行（获数千万人民币B轮）、张飞充电（获数千万A1轮）、昕动出行（获1500万人民币战略投资）、优必爱（获数百万美元Pre-A轮）、飞的出行（获千万级人民币Pre-A轮）、闪洗客（获500万人民币天使轮）、智慧畅行（获A轮）、微租车（获B轮）、丰桔出行（获战略投资）。

二、行业调查

据国内唯一电商专业消费调解平台“电诉宝”用户投诉大数据显示，全年涉及投诉的交通出行平台有：智行、易到、高铁管家、哈啰出行、嘀嗒出行、曹操出行、易开出行、呼呼出行、滴滴出行、享骑出行、gofun出行、ofo、盼达用车、及时用车、摩拜单车、青桔、瑞卡租车、神州租车。其热点被投诉问题主要聚焦在：退款问题、发票问题、售后服务差、订单问题、押金难退等这五大问题。

2019年11月6日，滴滴顺风车在滴滴出行App公布了最新产品方案，同时宣布将于11月20日起，陆续在哈尔滨、太原、石家庄、常州、沈阳、北京、南通7个城市上线试运营。试运营期间，将首先提供5:00-23:00（女性5:00-20:00）、市内中短途（50公里以内）的顺风车平台服务，试运营期间不收取信息服务费。

其中关于方案中女性乘客使用时间问题引发了舆论争议。对此，滴滴官方发布回应称：“我们已关注到有用户关于‘顺风车试运行方案限制了女性夜间出行’的反馈，感谢大家的建议和批评。目前公布的是顺风车小范围试运行方案，属于顺风车公开征集意见的一部分。未来正式上线的方案，将根据社会各方的意见反馈持续不断完善。”此外，滴滴出行总裁柳青发布微博表达歉意：作为一位资深女白领，也觉得现在的顺风车产品功能对女同学不太好；但在安全问题上，是如履薄冰的试运行。

争对引发争议的女性乘客使用时间问题，11月7日晚上，滴滴发布声明将所有顺风车用户提供服务的时间均调整为5:00-20:00。

（一）滴滴顺风车下线后风起云涌 市场潜力巨大

据了解，滴滴顺风车下线前是最大的顺风车平台。相关数据显示，滴滴顺风车正式上线于2015年6月。上线一年后，2016年6月，滴滴顺风车共运送2亿人次出行，总行驶里程达到29.96亿公里，使用乘客突破3000万人，覆盖城市达到343个。截至2017年年末，滴滴顺风车注册车主为3000万人，注册乘客1.6亿人。

而2018年5月到8月，四个月时间内连续两起顺风车恶性事件的发生，将滴滴推上舆论的风口浪尖。一时间让滴滴成为“众矢之的”。对此，滴滴顺风车于8月27日起在全国范围内下线，内部也重新评估业务模式与产品逻辑。

滴滴顺风车下线后的市场，“接盘者”相继涌现，瞄准滴滴恢复顺风车之前的“窗口期”争夺更多用户。2018年12月，哈啰出行宣布开启顺风车司机招募，车主招募注册量在20天内破百万。今年2月，哈啰顺风车在全国正式上线。2019年6月，嘀嗒出行与钉钉联合推出了职场顺风车，扩充顺风车使用场景。同月，高德方面表示，高德公益顺风车确已开始部分城市车主招募，计划上线试运营。此外，还有曹操出行、拼客顺风车、一喂顺风车、阿尔法顺风车等纷纷布局顺风车市场。

对此，网经社电子商务研究中心生活服务电商分析师陈礼腾表示，顺风车作为真正意义上的共享经济，是对资源的一种有效利用。在方便乘客的同时，也让车主节省了出行成本。此外，据滴滴此前发布的自查通报数据显示，顺风车上线3年以来，出行次数达到10亿次以上，顺风车业务在2017年为滴滴带去8亿元的利润。如此看来，不论是在资源的使用率上，还是对乘客、车主还是平台来说，顺风车具备其存在的价值。这也是包括滴滴在内的各个网约车平台不愿放弃的重要原因。

（二）滴滴顺风车“消失”的400多天“复活”能否重回C位？

过去的一年，滴滴开始放慢速度、All in 安全。据网经社了解，顺风车团队在过去的一年多时间里经历了以下四个阶段：第一阶段，事发之后2-3月，稳定团队，倾听成员的心声，了解他们的痛点，平复他们的心态，发现问题，梳理问题；第二阶段，2018年年底，沉下心来梳理顺风车整个业务中存在的问题，并进行反复讨论与复盘；第三阶段，2019年2月份开始，针对此前讨论的问题进行梳理整改，与其他部门进行充分讨论并再次形成方案，依次反复；第四阶段，7月份以来，针对目前改进后的方案，媒体公众进行反馈。

历经长达一年多的调整与改进，滴滴顺风车终于迎来重新上线的日子。

对此，网经社电子商务研究中心特约研究员、北京亿达（上海）律师事务所律师董毅智指出，滴滴顺风车“复活”这个事情是预料之中的，实际上顺风车市场是存在的，同时，它的安全问题也存在。最主要的方式是怎么建立一个良性的机制，监管部门和平台都一直在想更好的方案。先通过部分地区的试点是非常好的方式。

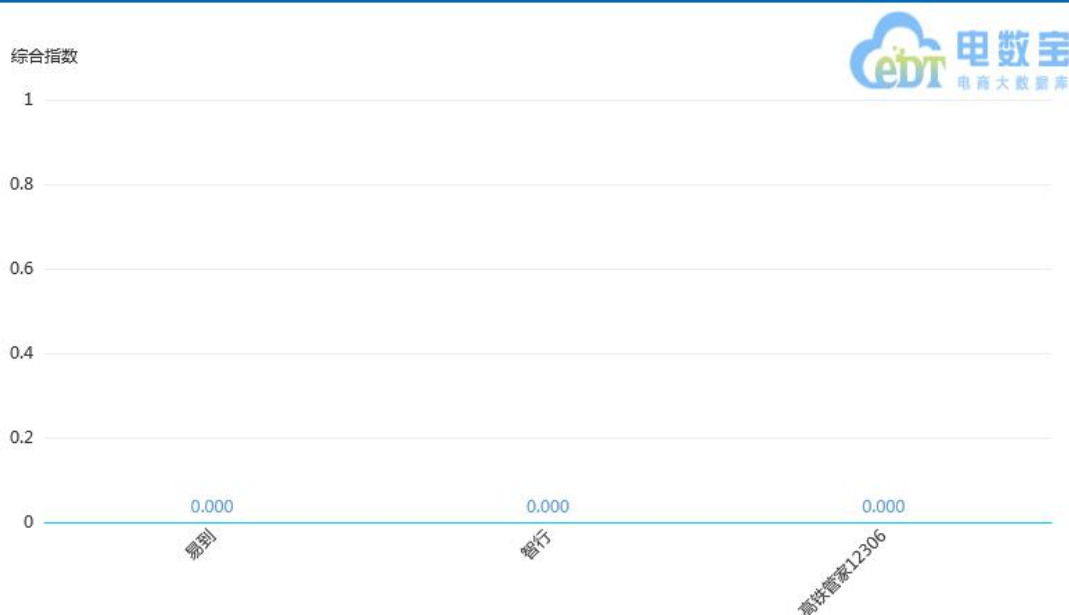
陈礼腾表示，从市场需求而言，用户对于顺风车的回归上线期待度还是比较高的，只要滴滴顺风车能成功上线，相信会有不错的用户回流。市场需要顺风车，伴随着滴滴顺风车的重新上线，无论是于滴滴本身，还是网约车市场来说，均承载了重要的意义。而滴滴顺风车的成长能否成为全行业的借鉴，也同样值得关注。

陈礼腾表示，从市场反应来看，用户对于滴滴顺风车的回归上线期待度还是比较高的，只要滴滴顺风车能成功上线，相信会有不错的用户回流。

三、投诉数据

3月12日，网经社电子商务研究中心发布了《2019年度中国电商平台消费评级数据报告》，报告公布了《2019年全国电子商务TOP190消费评级榜》，并披露了从980家被投诉电商中选取164家“规上”平台的年度评级数据和部分典型案例，其中，交通出行共3家平台入选，包括：**智行、易到、高铁管家**。

2019年全国交通出行消费评级指数对比



图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

注：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 $\in [0.75, 1.0]$ 。

据“电数宝”数据显示，智行、易到、高铁管家12306均获“不建议下单”评级，在受理平台移交的用户投诉，平台反馈率、回复时效性、用户满意度相对较低，需积极受理第三方移交督办的全国各地用户投诉线索并第一时间相应、及时反馈，奋起直追，努力提高售后服务水平和口碑。

2019年度投诉交通出行平台的用户主要集中地依次为北京市、广东省，投诉金额依次集中在500-1000元区间，而投诉用户男性则低于女性。

此外，据国内唯一电商专业消费调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）受理用户维权案例显示，**退款问题、发票问题、网络欺诈**是交通出行的消费投诉的主要问题。

【典型案例一】“智行”

年度投诉数据

据“电数宝”显示，2019年度“智行”共获得11次消费评级，均获“不建议下单”评级，需积极受理第三方移交督办的全国各地用户投诉线索并第一时间相应、及时反馈，奋起

直追，努力提高售后服务水平和口碑。综合评定，2019年“智行”获“不建议下单”评级。

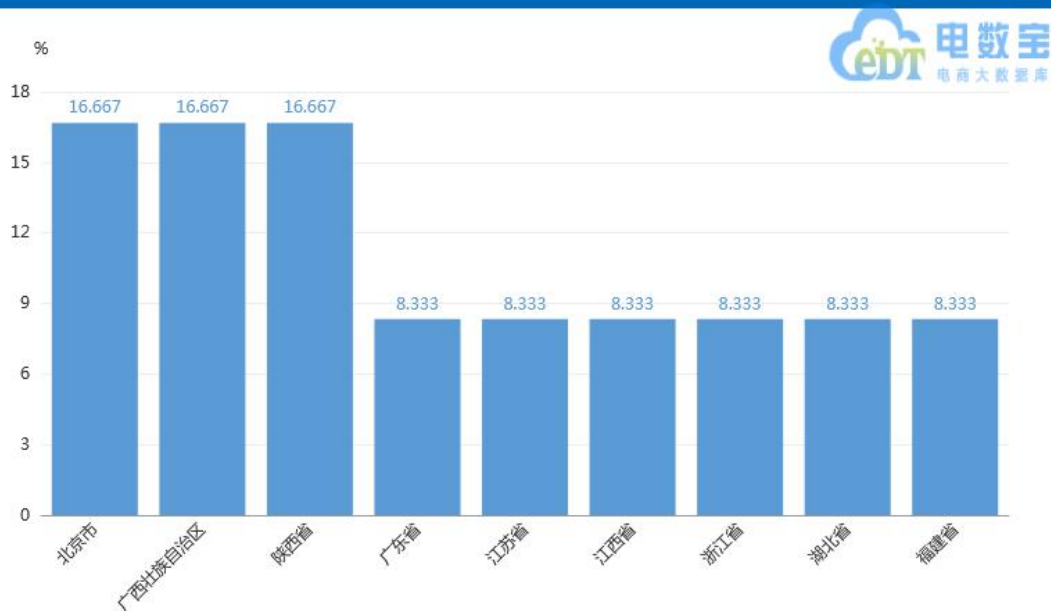
2019年智行消费评级数据						
年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2019年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）
数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据“电数宝”显示，2019年度投诉“智行”的用户主要集中地为北京市、广西壮族自治区、陕西省、广东省、江苏省、江西省、浙江省、湖北省、福建省。

智行2019年全年投诉者地区占比图



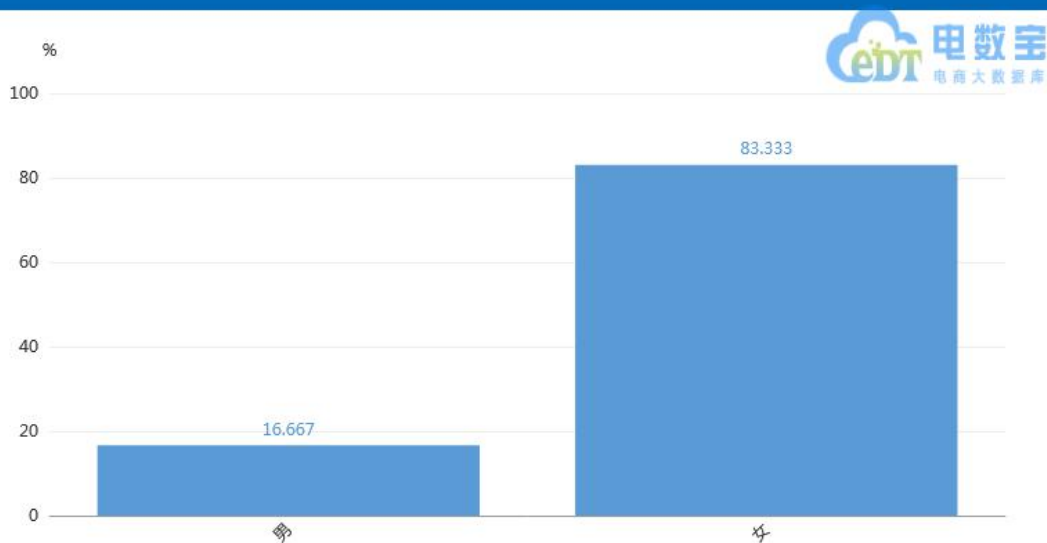
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别及金额分布

据“电数宝”显示，在投诉“智行”的用户中男性的占比为 16.667%、女性的占比为 83.333%。另外，用户投诉“智行”的消费金额集中在 100-500 元区间、500-1000 元区间，占比都为 41.667%。

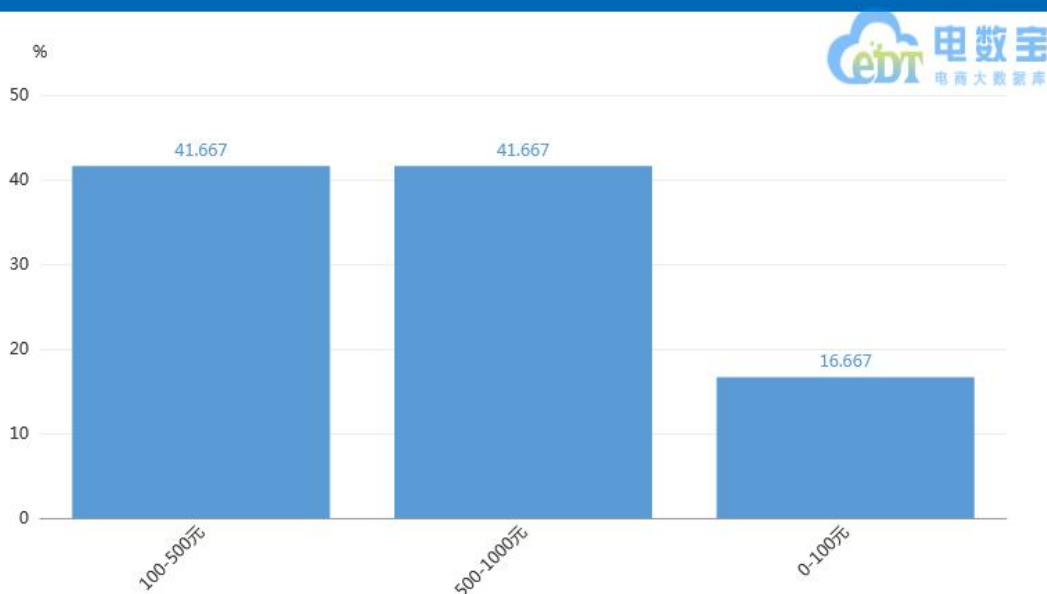
智行2019年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

智行2019年全年投诉金额占比图



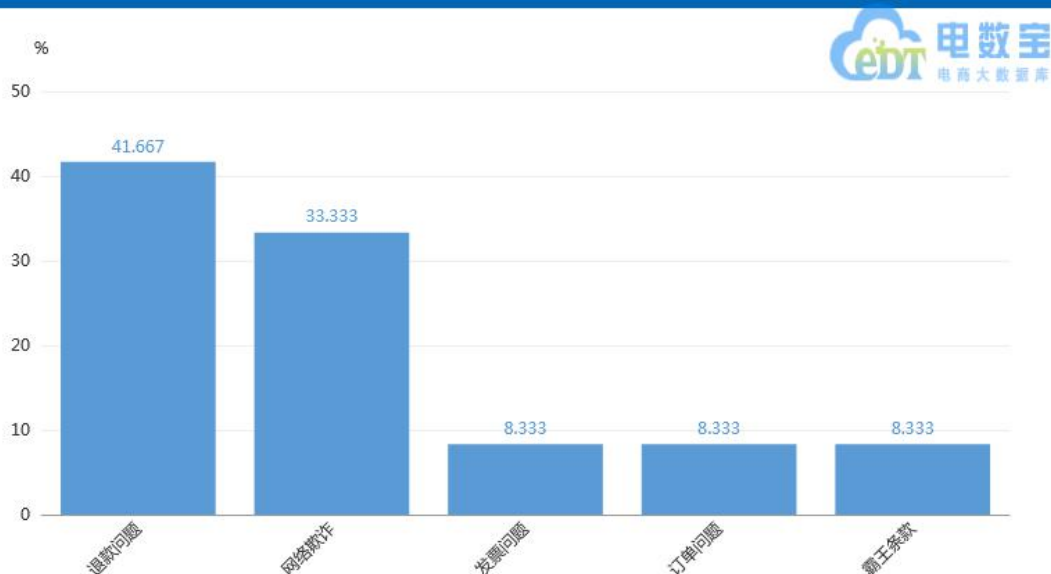
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

此外，据国内知名第三方电商投诉平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，“智行”存退款问题、网络欺诈、发票问题、订单问题、霸王条款等问题。

智行2019年全年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

【案例一】“智行”航班信息修改 误机售后退改遭拒

余女士通过“智行”App 预定了12月28日到12月31日金边往返暹粒的航班并成功出票，订单号为11205457133。

12月1日收到短信提示两趟航班的时间均已变更，其中12月29日金边飞暹粒的航班提前了两个小时，导致我无法顺利从金边转机，12月2日我主动和智行客服沟通，多次沟通得到的结果是无法退改，智行明确表示已经和航司沟通无法退改，但是本人于12月3日和航空公司邮件联系，对方已经回复可以免费改签和全额退款。1. 航班时间更改后智行只是短信告知，并没有对每位乘客电话询问是否影响行程（我有朋友至今没有接到过智行的电话），处理问题态度不积极 2. 我主动联系智行客服后，多次沟通都说不能退改，还声称是航空公司的规定，智行不仅没有维护客户该有的权益，还蓄意欺骗，性质相当恶劣。

【案例二】“智行火车票” 金额显示不符 售后久未退还差价

刘女士于1月7日在“智行火车票”软件上帮同事预定黔西南兴义皇冠酒店的商务标间一间，订单号为101774216058。

刘女士在“智行火车票”软件上帮同事预定黔西南兴义皇冠酒店的商务标间一间，提交订单时价格显示229元，付款扣款却显示扣除328元，要求该软件退还差价99元，商家

一直未给刘女士回复。从1月7日三点四十五开始一直和该软件客服沟通，但一直推脱说半个小时回电，一直也没有回复电话，各种推脱责任，直到晚上十一点多还没有任何有效回复。

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。

【典型案例二】“易到”

年度投诉数据

据“电数宝”显示，2019年度“易到”共获得11次消费评级，均获“不建议下单”评级，需积极受理第三方移交督办的全国各地用户投诉线索并第一时间相应、及时反馈，奋起直追，努力提高售后服务水平和口碑。综合评定，2019年“易到”获“不建议下单”评级。

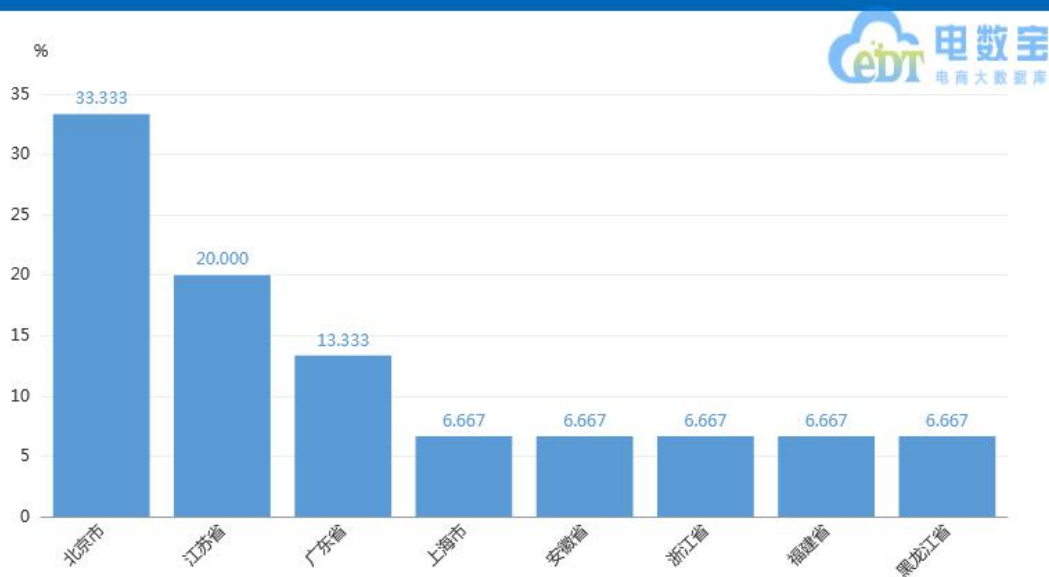
2019年易到消费评级数据						
年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2019年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）
数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据“电数宝”显示，2019年度投诉“易到”的用户主要集中地为北京市、江苏省、广东省、上海市、安徽省、浙江省、福建省、黑龙江省。

易到2019年全年投诉者地区占比图



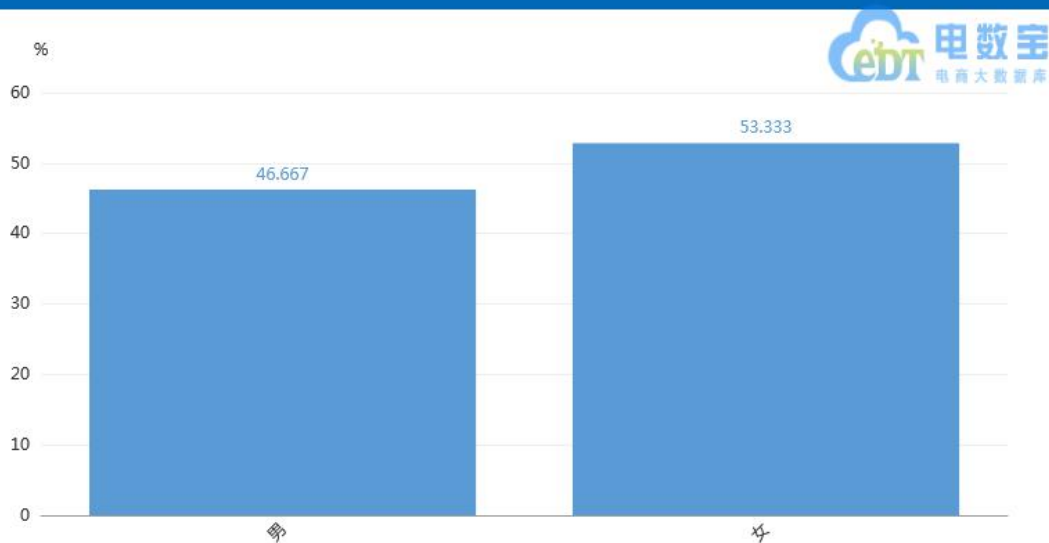
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别及金额分布

据“电数宝”显示，在投诉“易到”的用户中男性的占比为46.667%、女性的占比为53.333%。另外，用户投诉“易到”的消费金额集中在500-1000元区间、1000-5000元区间，占比分别为40.000%、26.667%。

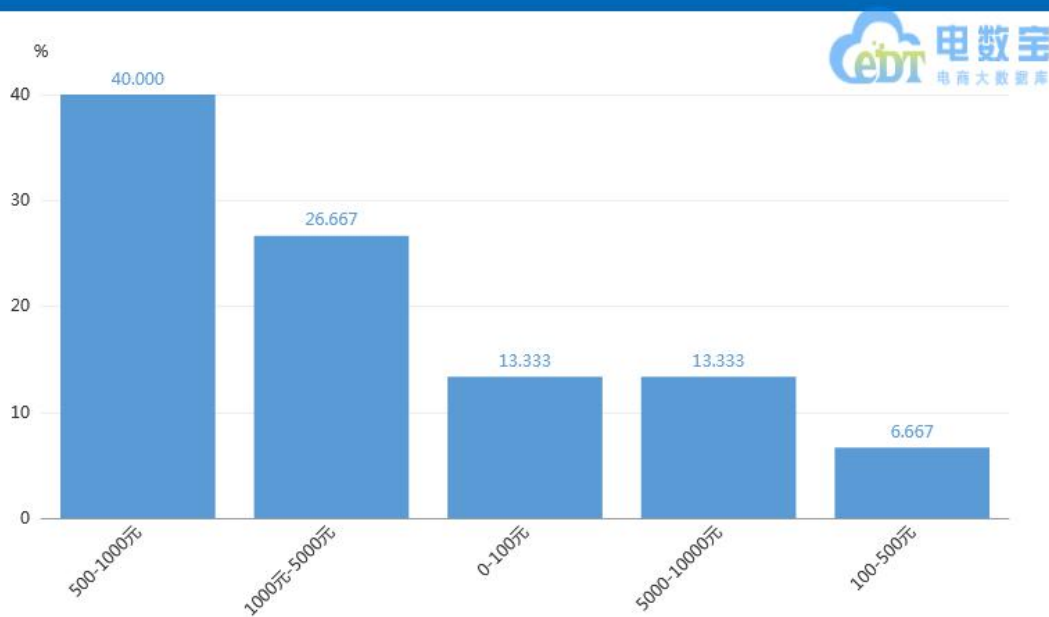
易到2019年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

易到2019年全年投诉金额占比图



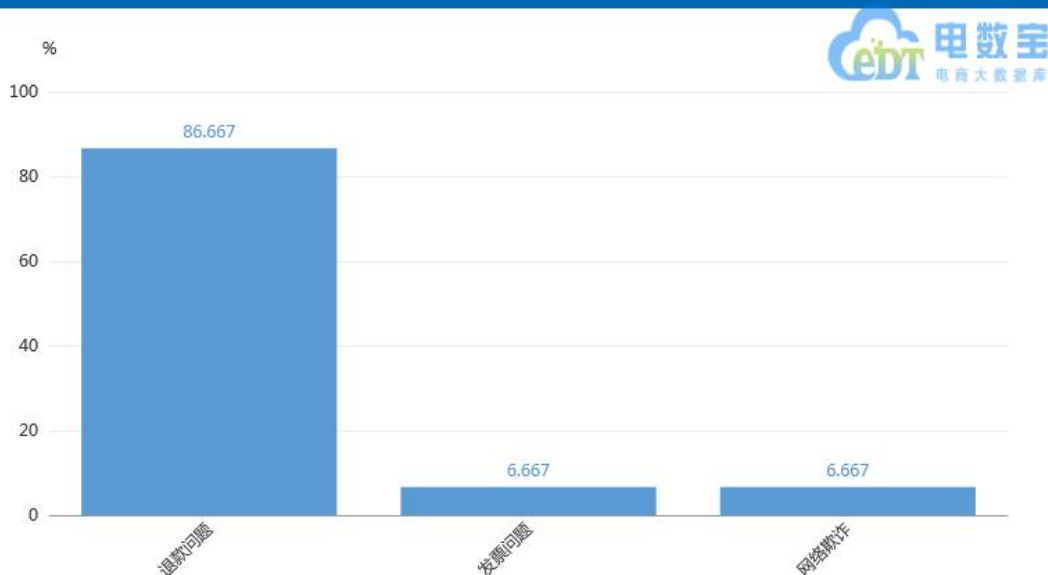
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

此外，据国内知名第三方电商投诉平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，“易到”存退款问题、发票问题、网络欺诈等问题。

易到2019年全年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

【案例一】预先充值却无法打车 售后“易到”久未退款

王女士在“易到”充值 500 元，之后由于叫不到车，于是要求线上客服退款，却被客服告知需要继续使用，在王女士拒绝后客服答应 7 个工作日内处理退款将会在 30 个工作日退回到账。然而一个月过后，客服告知王女士支付宝账号错误需要重新申请，在重新申请之后客服延迟退款，至今 7 个多月过去了仍未退款，而线上客服和电话客服的一致理由是：“我们已经叫财务加急了”。“小易加急为您催促下呢，建议您耐心等待下哦”，现在连线上客服和电话客服都没人了。

【案例二】“易到用车”无故封号 售后困难

谭先生易到私自封掉客户账户，账户里有 4610.95 余额。一直显示登陆异常。2019 年 1 月底正常登陆，因长期叫不到车，账户内余额无法使用，现在连账户也不能登陆了！易到严重侵害消费者权益，有什么权利封掉消费者的账户，无法无天！易到私自封掉客户账户，13801918905，账户里有 4610.95 余额。一直显示登陆异常。2019 年 1 月底正常登陆，因长期叫不到车，账户内余额无法使用，现在连账户也不能登陆了。

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。

【典型案例三】“高铁管家”

年度投诉数据

据“电数宝”显示，2019年度“高铁管家”共获得10次消费评级，均获“不建议下单”评级，需积极受理第三方移交督办的全国各地用户投诉线索并第一时间相应、及时反馈，奋起直追，努力提高售后服务水平和口碑。综合评定，2019年“高铁管家”获“不建议下单”评级。

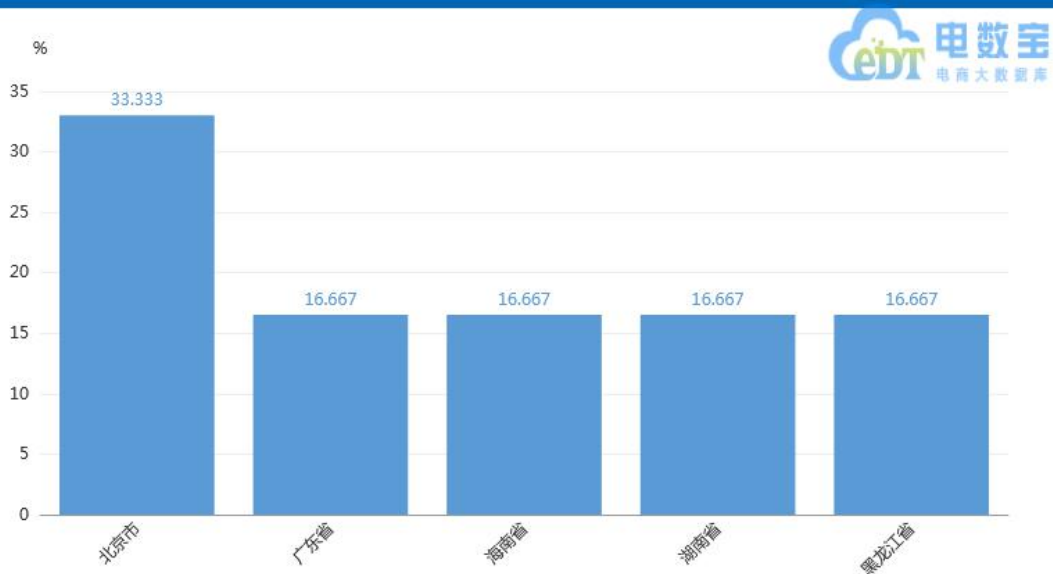
2019年高铁管家消费评级数据						
年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2019年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）
数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据“电数宝”显示，2019年度投诉“高铁管家”的用户主要集中地为北京市、广东省、海南省、湖南省、黑龙江省。

高铁管家2019年全年投诉者地区占比图



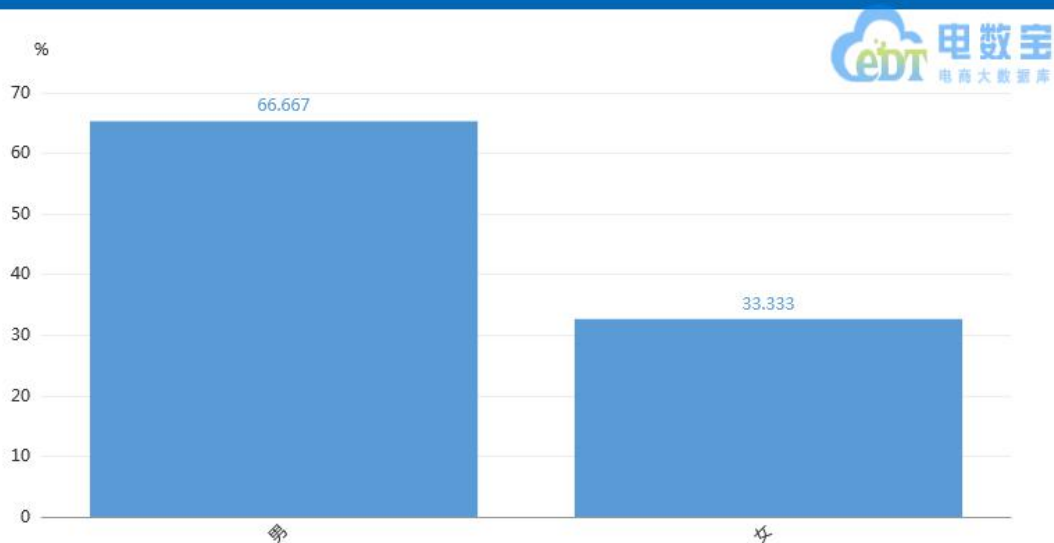
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别及金额分布

据“电数宝”显示，在投诉“高铁管家”的用户中男性的占比为66.667%、女性的占比为33.333%。另外，用户投诉“高铁管家”的消费金额集中在0-100元区间、1000-5000元区间，占比都为33.333%。

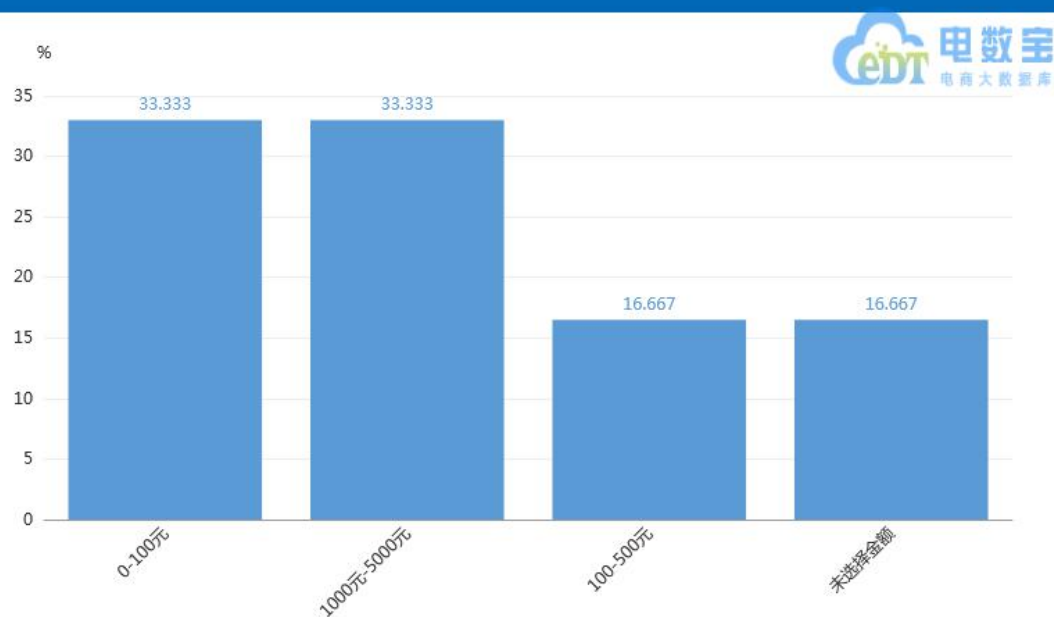
高铁管家2019年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

高铁管家2019年全年投诉金额占比图



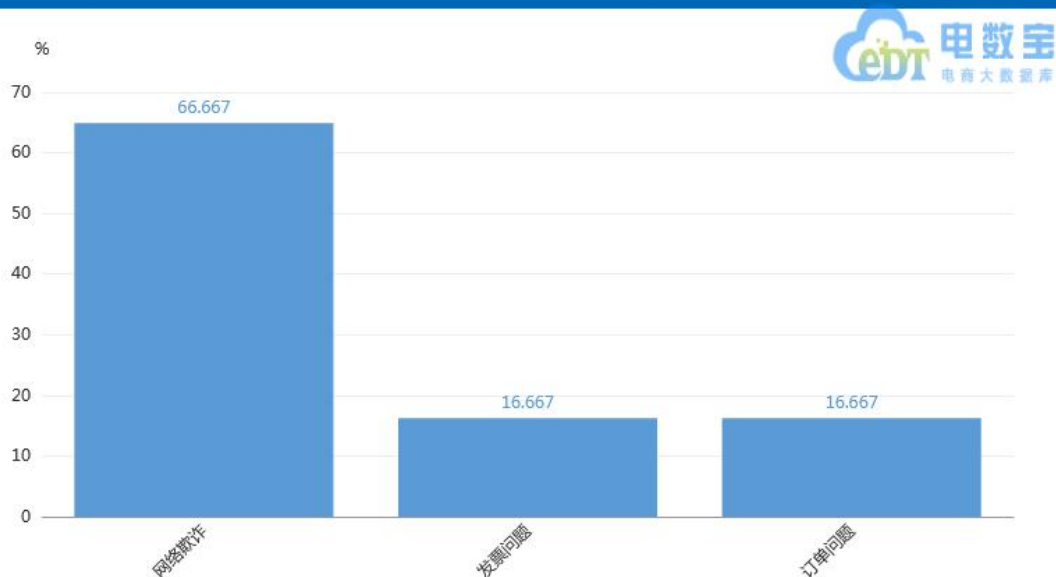
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

此外，据国内知名第三方电商投诉平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，“高铁管家”存网络欺诈、发票问题、订单问题等问题。

高铁管家2019年全年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

【案例一】“高铁管家” 价格不对板 售后未有效处理

孙先生于2019年3月12日和22日在“高铁管家”购买了从石家庄到扬州的机票，订单号为D19080074029300372。

孙先生在“高铁管家”购买了从石家庄到扬州的机票，支付了395元，行程单却是370元。两次出行，共多收了50元。初步电话沟通，客服说APP界面已经标明提供报销发票。可是根据民航局规定，行程单价格与旅客实际支付价格必须一致。所以，我认为高铁管家的这种行为是明显的欺诈。

【案例二】用户申请售后 “高铁管家” 以特价商品为由拒绝提供行程

李先生于3月6日购买3月8日哈尔滨飞往天津的海南航空HU7726航班，订单号为D19065120913230931。

李先生购买3月8日哈尔滨飞往天津的海南航空HU7726航班，客票号880-2186383460的航班，但购票app“高铁管家”以特价商品为由拒绝提供行程单，经与客服沟通，无法解决此事，给本人造成经济损失471元人民币。

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。

【典型案例其他】

【案例一】“哈啰出行” 半路用户下车 售后退款遭拒

叶女士于2019年12月16日16点15分通过“哈罗”在佛山黄岐预约顺风车，上车时已确认上车，上车2分钟左右因顺风车司机要先到广州接客，跟顺风车司机互相沟通后，顺风车司机把我放下车，期间只有一俩分钟，随后我联系到哈啰出行平台，需要哈啰出行平台退款。经过了两天的时间，哈啰出行平台给我打电话，说平台不退款，只能送给我10块钱的优惠券。

【案例二】用户被要求取消订单 售后“嘀嗒出行”未处理 回复：已处理

石先生于2019年11月29日在“嘀嗒”平台预约11月30日凌晨5点出发去机场的顺风车，29日晚平台司机接单后联系我说可以准时出发，而30日在司机到达我的出发地后立马口头要求我加钱，并威胁说否则就取消订单，因为凌晨5点并且需要赶飞机无奈只能接受，后续联系平台客服投诉，但平台一直无法给出准确的处理方法，多次使用如果，可能等字眼来回避我方问题。对此，“滴答”发来反馈称：联系乘客表示高速费用10元车主再加10元，告知会退款10元并封号车主。

【案例三】“曹操出行” 司机多绕路收费 售后未有效处理

叶女士于2019年9月11日12点36分在福州用高德地图的“曹操专车”服务打车，对方多跑绕路并多收钱。在高德地图显示打车距离是10公里多，车费是约29元，而具体行驶中，曹操专车师傅把原本11公里路走成20公里，多绕了9公里多，原本是29元多的车费，结果实际我支出51元。事后发现不对联系客服，他们的态度实在让人很不满意，后面多次电话跟他们承认多收的20多元退还给我，但是他们不主动给客户处理解决问题的态度，只给10元的曹操专车券。

【案例四】“易开出行” 押金久未退还 售后久未处理

张先生于2019年7月5日在“易开出行”APP缴纳押金2000元，期间因平台池州站位置无车可用，未发生租赁行为，也无违章；同时，我于7月5日发起退押金申请，按平台约

定:发起申请后 22 个工作日审核完成退款到账,截止 8 月 15 日已过去近 30 个工作日,退款未到账。期间曾多次打客服电话,客服总是以“反馈至财务”为由拖延时间,易开出行平台未按约定时间退款,且逾期至今未退。

【案例五】“呼呼出行”(原大圣出行)押金久未退还 售后困难

2019 年 5 月 26 日“电诉宝”接到林先生投诉称他于 2018 年 12 月份到 2019 年 2 月份使用了大圣出行交了 1200 的押金,2019 年 3 月份突然传出大圣出行被呼呼出行收购,有声明称是升级改版可以转移保证金到呼呼出行,但我等了两个月呼呼出行并未开始运营账号审核也一直未通过,在大圣出行的申请退款也已经超过 20 天,大圣出行人工服务已经无法打通,呼呼出行人工服务拨打全部都是占线状态。

【案例六】“滴滴出行”打车半路下车 售后久未处理 回复:已处理

夏女士打滴滴快车接送我到半路,就让我下车,说自己家里有事,让我重新打车,当时下雨,我拒绝了,司机把车停到路边不送,说反正你也是迟到,还想私下了事,让加我微信补给我,我拒绝他的补偿,无奈,只好下车又等了十分钟才打到另一辆车,导致我工作迟到半个小时。滴滴客服告知补偿我那一段的路费。

【案例七】“享骑出行”押金难退 售后无人受理

2019 年 4 月 21 日,“电诉宝”接到周女士投诉称她于 2018 年 9 月 16 日在“享骑”充值的 307 元,到目前为止一直退不了,客服也没有人,一直是排队中,打电话过去,为号码不存在。

【案例八】“gofun 出行”租车发生事故 售后久未处理

2019 年 2 月 25 日,“电诉宝”接到李先生称他于 2018 年 9 月 20 日使用账号租用“gofun”平台车辆,因发生事故垫付维修费用 6399 元。根据 gofun 工作人员提供信息,保险赔付款已于 2018 年 10 月赔付给 gofun 出行,并且我已经在 2018 年 10 月份按照 gofun 出行规定提交相应材料,但是 gofun 出行至今没有将维修垫付款打给我。期间多次联系 gofun 出行客服,均未能解决问题。

【案例九】“ofo”充值押金难退 售后困难

江先生 2019 年 7 月 26 日使用共享单车并通过微信支付“OFO” APP 软件押金 95 元,

使用 2 次共计 2 元，现余额为 93 元，本着自愿消费的原则本人不在使用其产品，并想通过其 APP 提供的客服进行发退还剩余押金申请，至今所提供的软件及客服号一直没有回复退款通知，客服一直处在占线状态。

【案例十】“盼达用车”押金难退 售后久未处理

苏先生于 2019 年 3 月在 APP 上使用盼达用车，通过支付宝付了 1000 元押金，使用后于 5 月 10 日提出退款申请，商家承诺 30 日后退款，今天已经是 2019 年 11 月 10 日了，六个月了至今未退回，打了 n 多次客服电话了，都说很快很快，到至今未退保证金，

【案例十一】“及时用车”司机恶意扣款 售后久未处理

潘先生于 10 月 14 日在高德导航上预约了网约车，订单号为 215988388。接单平台是及时用车，预约时间为早晨 8 点，但是司机迟到 1 小时，未提前通知本人，而且也联系不上。此后依然通过欺诈方式收取了本人的车费。另外，司机的车牌与订单显示车牌不符。期间通过与高德导航和及时用车平台沟通寻求解决事宜，平台承诺 5 个工作日给出解决方案，至今未收到回复。

【案例十二】“摩拜单车”变更账号 需提交身份信息

王先生因为更换了手机号，想要变更一下摩拜账户以前手机号绑定的账号，订单号为 4200000329201906148766836047，以前的手机号已经注销了，短信验证不可行的前提下，另一个摩拜给出的途径是强制要求拍摄本人手持身份证照片及身份证照片，否则无法更换。对比，“摩拜”表示已核实用户的手机号码已注销。

【案例十三】“青桔”恶意收费 售后困难

高先生于 2019 年 12 月 9 日下午 3 点，扫了一辆街兔电单车(我购买有 8 次街兔电单车骑行卡，可以免费骑行 8 次)，可是在未告知的情况下，变成了青桔单车，骑行结束后青桔向我收费。购买了 8 次月卡骑行后无需付费。可在我使用微信扫码街兔单车后，在未告知我的情况下变成了青桔，骑行结束后，向我收费，这极不合理。

【案例十四】“瑞卡租车”租车违规 售后办理违章处罚遭拒

龚先生于 2019 年 5 月 20 日和 2019 年 5 月 21 日在“瑞卡租车”驾驶瑞卡租车公司永州分公司门店租赁的小客车斯柯达昕锐 1.5L 分别出现超速违章罚款 100 扣 3 分和违停违章罚

款 100 扣 0 分的违章处罚。订单号为 ON19050016571。在出现违章后十五个工作日内与客服多次沟通要求其提供预约相关证件由我本人去违章当地交管所进行违章处罚办理，客服无法并拒绝提供相关证件于我进行办理，并以我无法办理违章且十五个工作日内无法提供办理处罚处理证明（逾期失约）为由进行恶意罚款 950 元。

【案例十五】“神州租车”出车遇险 售后久未退款

2019 年 1 月 7 日，廖先生于 2018 年 8 月 31 日在神州租车（廉江大道店）租车，租期为 2 天，预计 9 月 2 日还车，租金已于租车时付讫。租车期间出险，我按租车公司要求正常流程处理：垫付事故产生的路政损失费 2790 元、拖车费 660 元、期间门店要求我支付保险内维修费 1500 元和预支停运费 2500 元。但是神州租车（廉江大道店）于 9 月 25 日未经本人同意，将租车时刷的押金预授权 5000 元变成消费。18 年 12 月 20 日收到保险公司短信，已赔付至车主/门店的银行卡。时至 18 年 12 月底仍未退回相关款项。期间与神州租车平台、廉江大道门店沟通，并未能成功讨回垫付的款项。

四、关于我们

（一）关于“电诉宝”

网经社电子商务研究中心法律权益部成立于2010年，专注于泛电商的消费权益维护，兼顾法律（推动立法、电商法规、法律案例分析、法律援助）、媒体、电商信用、电商质检、安全、电商物流。实时跟踪把握电商法律动态，研究并运营有“电诉宝”、“电子商务法律求助服务平台”等业内知名平台。

此前，网经社法律权益部还参与由国家工商总局牵头发起的《网络商品及服务交易监督管理条例》的立法工作并担任立法组成员。

网经社电商法律权益服务体系



“电诉宝”（电子商务消费纠纷调解平台；315.100ec.cn）运行近十年来，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，已连续第九年发布，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，为了更好地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。



（二）关于网经社

网经社公司是中国电商行业的“Bloomberg”。运营网经社 www100EC.cn(电商门户)、电子商务研究中心(智库)、电数宝(DT)、电融宝(FA)、电诉宝(315)等子平台，面向电商提供媒体/智库/平台三大系列、20 余项专业产品服务。



网经社网站（100EC.CN）旗下拥有 100 多个电商细分频道、平台、分站，365 天/12 小时滚动发布国内外电商资讯，为全国电商用户提供全面、及时、专业的资讯，是国内首屈一指的电商门户入口。

公司总部位于杭州，系国内唯一拥有 A 股上市公司背景的服务电商产业链的第三方媒体、智库和平台，母公司在全国拥有 30 个分支机构，员工 1000 余人，市值近百亿，实力雄厚，是我国电商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，服务客户除覆盖各大电商上市公司、独角兽等“头部平台”和创业者外，还包括国家和各地政府部门，有口皆碑。



数据墙：

平均每天有 50-100 万人/次（PV），访问我们网经社电商门户网站

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 50 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、演讲的各类电商论坛、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、10000+家中小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

(三) 2019-2020 年度网经社电子商务研究中心报告发布计划

【电商行业类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019 年全球电子商务数据报告》	√			
《2019 年度中国电子商务市场监测数据报告》	√	√		
《2019 年度中国电商人才状况调查数据报告》	√			
《2019 年度中国电商上市公司数据报告》	√			
《2019 年新上市 17 家电商公司数据报告》	√			
《2019 年度中国新三板挂牌电商公司数据报告》	√	√		
《2019 年度中国泛电商“独角兽”数据报告》	√	√		
《2019 年度中国泛电商“千里马”数据报告》	√	√		
《2020 年 AppStore 中国互联网下载量数据报告》				√
《2020 中国互联网(电商)行业战“疫”成果报告》			临时	
《2020 中国互联网(电商)行业战“疫”政策报告》			临时	

【零售电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019 年度中国零售电商市场监测数据报告》	√	√		
《2019 年度中国社交电商发展报告》	√			
《2019 年度中国二手电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国农村电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国生鲜电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国汽车电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国医药电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国导购电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国二手车电商市场数据报告》	√			

《2019 年度中国社区团购市场数据报告》	√			
《2019 年度中国家电电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国美妆电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国奢侈品电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国母婴电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国食品电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国家居建材电商市场数据报告》	√			
《2020 年“618”电商消费评级数据报告》	√			

【跨境电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019 年度中国跨境电商市场监测数据报告》	√	√		
《2019 年度中国出口跨境电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国进口跨境电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国跨境电商服务商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国跨境支付市场数据报告》	√			
《2019 年度中国跨境物流市场数据报告》	√			

【生活服务电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019 年度中国生活服务电商市场监测数据报告》	√	√		
《2019 年度中国在线旅游（OTA）市场数据报告》	√			
《2019 年度中国在线教育市场数据报告》	√			
《2019 年度共享经济市场数据报告》	√			
《2019 年度共享单车市场数据报告》	√			
《2019 年度共享住宿市场数据报告》	√			
《2019 年度网约车市场数据报告》	√			
《2019 年度共享办公市场数据报告》	√			
《2019 年度共享充电宝市场数据报告》	√			
《2019 年度共享汽车市场数据报告》	√			
《2019 年度在线外卖市场数据报告》	√			
《2019 年度互联网家装市场数据报告》	√			
《2019 年度互联网医疗市场数据报告》	√			

【产业电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019 年度中国产业电商市场数据报告》	√	√		
《2019 年度中国大宗电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国企业采购电商市场数据报告》	√			

《2019 年度中国工业品电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国快消品 B2B 市场数据报告》	√			
《2019 年度中国钢铁电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国塑化电商市场数据报告》	√			

【电商物流类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019 年度中国电商物流市场数据报告》	√			
《2019 年度中国即时物流市场数据报告》	√			
《2019 年度中国同城货运市场数据报告》	√			
《2019 年度中国同城配送市场数据报告》	√			
《2019 年度中国智慧物流市场数据报告》	√			
《2019 年度中国冷链物流市场数据报告》	√			

【投融资类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019 年度中国电子商务投融资市场数据报告》	√	√	√	√
《2019 年度中国生鲜电商行业融资数据报告》	√			
《2019 年度中国二手电商行业融资数据报告》	√			
《2019 年度中国汽车电商行业融资数据报告》	√			
《2019 年度中国社交电商行业融资数据报告》	√			
《2019 年度中国交通出行行业融资数据报告》	√			
《2019 年度中国在线教育行业融资数据报告》	√			
《2019 年度中国在线旅游行业融资数据报告》	√			
《2019 年度 BATJ 电商领域投资数据报告》	√			
《2010-2019 年阿里巴巴投资数据报告》	√			
《2010-2019 年腾讯投资数据报告》	√			
《2010-2019 年百度投资数据报告》	√			
《2010-2019 年京东投资数据报告》	√			

【电商权益类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019 年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告》	√	√	√	
《2019 年度十大电商行业消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国社交电商合规报告》	√			
《2019 年度中国电子商务法律报告》	√			
《2019 年度中国电商平台消费评级数据报告》	√			

《2019 年度中国电商消费主题调查报告》	√			
《2019 年度中国跨境电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《2019 年度中国二手车电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国二手电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《2019 年度中国生鲜电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《2019 年度中国社交电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《2019 年度中国在线旅游消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《2019 年度中国在线外卖消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《2019 年度中国在线教育消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国电商物流消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国海淘转运消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国品牌商城消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国二手潮鞋交易平台消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国母婴电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国运动健康电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国交通出行消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国导购类电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国分期电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国在线票务消费投诉数据与典型案例报告》	√			

• **报告准则：**坚持客观性、全面性、权威性、专业性基础上，兼顾商业性，力求传播广泛性、各项效果超预期。

• **调研方法：**平台调研、平台评测、“神秘买家”抽查、供应商与合作伙伴调研、用户调查、政策研究、专家访谈、桌面研究、律师审查等。

• **数据来源：**一手调研数据、中心历史数据库、行业公开数据，以及中心合作伙伴、政府部门、科研机构、咨询公司、第三方数据监测工具、相关指数、中心采购数据等等。

• **发布渠道：**（1）网经社 www.100ec.cn 电商门户网站及《电商周刊》EDM 订阅用户（覆盖数百万电商行业用户）；（2）网经社入驻自媒体平台（覆盖数千万电商相关群体）；（3）3000+实名认证的记者库媒体采用（覆盖数亿级电商用户受众）。

• **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《2019 年度中国交通出行消费投诉数据与典型案例报告》”。

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：2020年4月1日

官方公众号 ID :i100EC

(30万+电商人都在看!)



网购投诉平台 ID :DSWQ315

(在线网购投诉)



电数宝 (DATA.100EC.CN)

(12年沉淀 10万+条数据 覆盖 4000+电商)



电诉宝 (315.100EC.CN)

(我要投诉)

