



2013年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告

编制机构：中国电子商务研究中心

报告发布：中国电子商务之都·杭州

发布日期：2014年3月11日



目录一



一、核心数据/年度榜单

二、报告概述.

- 2.1 报告背景
- 2.2 报告目的
- 2.3 研究方法
- 2.4 调查执行
- 2.6 版权声明
- 2.7 报告鸣谢
- 2.8 相关报告

目录二



三、数据篇

- 3.1 2013年度中国电子商务主要被投诉领域核心数据
- 3.2 2013年度中国电子商务投诉数据
 - 3.2.1 2013年度中国电子商务投诉领域分布
 - 3.2.2 2013年度中国电子商务投诉金额
 - 3.2.3 2013年度中国十大热点电子商务投诉地区
 - 3.2.4 2013年度中国电子商务投诉用户性别比例
- 3.3 2013年度中国网络零售投诉数据
 - 3.3.1 2013年度中国网络购物十大热点投诉问题
 - 3.3.2 2013年度中国网络购物十大被投诉网站
 - 3.3.3 2013年度中国TOP30中国网络购物热点被投诉网站
- 3.4 2013年度中国网络团购投诉数据
 - 3.4.1 2013年度网络团购十大热点投诉问题
 - 3.4.2 2013年度中国网络团购十大被投诉网站
 - 3.4.3 2013年度中国TOP20网络团购热点被投诉网站



目录三

四、盘点篇

- 4.1 2013年度中国十大电子商务投诉案例
- 4.2 2013年度中国电商行业相关信息泄露事件
- 4.3 2013年度五大网购欺诈陷阱
- 4.4 网购新规——7天无理由退换货

五、报告附录

- 5.1 关于我们
- 5.2 研究报告
- 5.3 相关站点
- 5.4 联系分析师
- 5.5 相关链接



一、核心数据/年度榜单

1、**投诉数量**：据中国电子商务投诉与维权公共服务平台（<http://www.100ec.cn/zt/315/>）监测数据显示，2013年通过在线递交、电话、邮件、即时通讯等多种形式，共接到全国各地用户的电子商务投诉近**97350**起，同比增长**4.0%**。

2、**领域分布**：据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，2013年度网络购物占**52.38%**，网络团购占**27.53%**，移动电子商务占**10.09%**，物流快递占**2.24%**，B2B网络贸易占**1.39%**，第三方支付占**1.07%**，其他（如网络传销、网络集资洗钱等）占**5.30%**。

3、**投诉金额**：据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，2013年度中国电子商务用户投诉涉及金额分别为：100-500元占**40.59%**，100元以下占**23.49%**，1000-5000元占**19.95%**，500-1000元占**12.20%**，5000元以上为**3.77%**，投诉涉及金额较往年有所上升。

4、**投诉地域**：据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，2013年度中国电子商务用户投诉热点地区分别为：广东占**17.80%**，江苏占**15.60%**，上海占**12.50%**，浙江占**11.60%**，北京占**9.40%**，安徽占**8.00%**，天津占**5.20%**，山东占**5.00%**，四川占**4.20%**，河北占**4.10%**，其他占**6.60%**。

5、**投诉性别**：据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，2013年度男性用户占电子商务投诉比例为**54.97%**，女性用户占比为**45.03%**。



一、核心数据/半年度榜单

6、年度十大热点网购投诉网站榜：据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，淘宝网/天猫、腾讯电商（包括拍拍网、QQ网购、易迅网）、当当网、国美在线（包括原国美在线、库巴网）、1号店、凡客诚品（包括凡客自营电商部分以及V+商城）、银泰网、唯品会、梦芭莎、好乐买为“2013年度中国网络购物十大被投诉网站”。

7、年度十大热点团购投诉网站榜：据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，窝窝团、美团网、聚美优品、糯米网、拉手网、聚齐网、高朋网、大众点评团、麦圈网、爱丽团购网为“2013年度中国网络团购十大被投诉网站”。

8、年度网购热点投诉问题：据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，退款问题、售后服务、网络售假、退换货物、发货迟缓、网络诈骗、质量问题、订单取消、虚假促销、节能补贴为“2013年度十大网络购物热点投诉问题”。

9、年度团购热点投诉问题：据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，虚假团购、团购欺诈、退款问题、账户被盗、霸王条款、发货迟缓、团购售假、发票问题、售后服务、质量问题为“2013年度十大网络团购热点投诉问题”。

》》更多数据参见，中国电子商务数据中心<http://www.100ec.cn/zt/data/>



二、报告概述

2.1 报告背景

- 随着电子商务爆发式的增长，电子商务带给消费者的除了便利、实惠外，也带来实际交易中不少的困扰。网购已经成为家常便饭，网商也比比皆是。同时，当下电子商务领域面临的挑战也是前所未有的，电子商务开启了交易的潘多拉魔盒。
- 2013年中国电子商务风起云涌，随着电商价格促销的此起彼伏。然而，虚假促销、系统瘫痪、发货迟缓、信息安全等问题困扰广大网购用户。2013年，由中国电子商务研究中心主办的“中国电子商务投诉与维权公共服务平台”（www.100ec.cn/zt/315）接到了来自全国各地用户近**97350**起电子商务领域投诉。
- 由于我国电子商务发展过程中存在货到迟缓、退款忽悠、售后滞后、钓鱼欺诈、网络传销等影响用户购物体验的诟病。
- 为此，中国电子商务研究中心编制《2013年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告》，分析点评一年来电商领域的用户购物体验现状，旨在鞭策广大电商企业更加重视用户服务，共同打击电商交易中的不良行为，给广大电商用户一个更为健康的环境。



二、报告概述

2.1 报告编委

- 审定:

中国电子商务研究中心主任 曹磊 研究员

- 主编:

中国电子商务研究中心 法律与权益部 姚建芳 助理分析师

- 编委:

中国电子商务研究中心 特约研究员 赵占领 律师

中国电子商务研究中心 特约研究员 董毅智 律师

- 图表编制: 中国电子商务研究中心 法律与权益部 孙璐倩



二、报告概述

2.2 报告目的

- **针对电商企业：**我国电子商务发展存在众多问题，本报告通过广大电子商务消费者的反馈深度剖析电子商务发展中的深层问题，为电商企业从用户角度发现自身存在的问题，以此进一步改进。
- **针对电商用户：**我国关注消费者利益，关注全国网购用户，通过报告形式总结2013年度中国电子商务投诉问题，给广大网购用户一个说话维权的机会。
- **针对电商行业：**我国通过舆情监测，对各投诉数据挖掘解读以及投诉案例的分析，既为各大电商企业把脉问症，鞭策电商企业重视用户反馈，更加关注用户体验，也为人大、发改、工信、工商、商务等有关部委监管立法提供行业宝贵参考素材，从而共同努力打造一个更加健康、良性的电子商务发展环境。



二、报告概述

2.3 研究方法

本次报告通过中国电子商务投诉与维权公共服务平台（www.100ec.cn/zt/315）2013年接到的全国电子商务用户的电子商务类投诉反馈，并面向全国部分典型电子商务企业（包括：B2C购物网站、O2O团购网站、B2B行业网站、移动电商、快递、支付等）进行调查摸底。

2.4 调查执行

本调查报告由国内第三方专业电商行业维权服务平台——中国电子商务投诉与维权公共服务平台，历经一年时间对全国电子商务企业的投诉问题监测、案例研究、数据统计分析所得。

2.5 报告时间

2013年01月——2013年12月（调查监测阶段）

2014年1月1日——2014年3月10日（数据统计与研究成文阶段）

2014年3月11日起（公开发布阶段）



二、报告概述

2.6 版权声明

- 本报告相关知识产权归中国电子商务研究中心所有，任何部门、企业、机构、媒体等单位与个人引用本报告数据、内容、观点等，均请注明：“根据中国电子商务研究中心(100EC.CN)发布的《2013年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告》显示”。
- 本报告仅为参考研究资料，不构成消费、决策等任何建议，由此带来的风险请慎重考虑，中国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。



二、报告概述

2.7 报告鸣谢

我们衷心感谢广大电商用户对我们的关注和信赖，向我们提供了宝贵的电子商务交易实践经验，也为其他电商用户拉响了交易警钟，更好地避免出现各类电子商务交易陷阱。

同时，我们也衷心感谢广大电商企业的支持和配合，积极处理用户投诉信息，帮助用户解决购物中出现的问题。

此外，我们衷心感谢参与报告编写的各中国电子商务研究中心特约研究员、国内知名电商律师，提供专业的点评与分析。



二、报告概述

2.8 相关报告

其他，中国电子商务研究中心近期已发布及将发布的报告如下：

- 《2013年度中国网络零售市场数据监测报告》
- 《2013年度中国电子商务法律报告》
- 《2013年中国网络团购市场数据监测报告》
- 《2013年度中国电子商务人才状况调查报告》
- 《2013年度中国电子商务市场数据监测报告》
- 《2014年度中国母婴网络购物调查报告》

》》报告免费下载链接：<http://www.100ec.cn/zt/2010bgdz/>



三、数据篇

3.1 2013年度电子商务主要被投诉领域核心数据

●3.1.1 网络零售领域核心数据

据中国电子商务研究中心3月4日发布的《2013年度中国网络零售市场数据监测报告》显示，2013年中国网络零售市场交易规模达**18851亿元**，同比增长**42.8%**。

数据显示，截止到2013年12月，中国网购的用户规模达**3.12亿人**，同比增长**26.3%**。

●3.1.2 网络团购领域核心数据

据中国电子商务研究中心即将发布的《2013年度中国网络团购市场数据监测报告》显示，2013年全年团购市场交易额累计达**532.89亿元**，与2012年相比环比大涨**52.8%**，交易额净增**184亿元**。

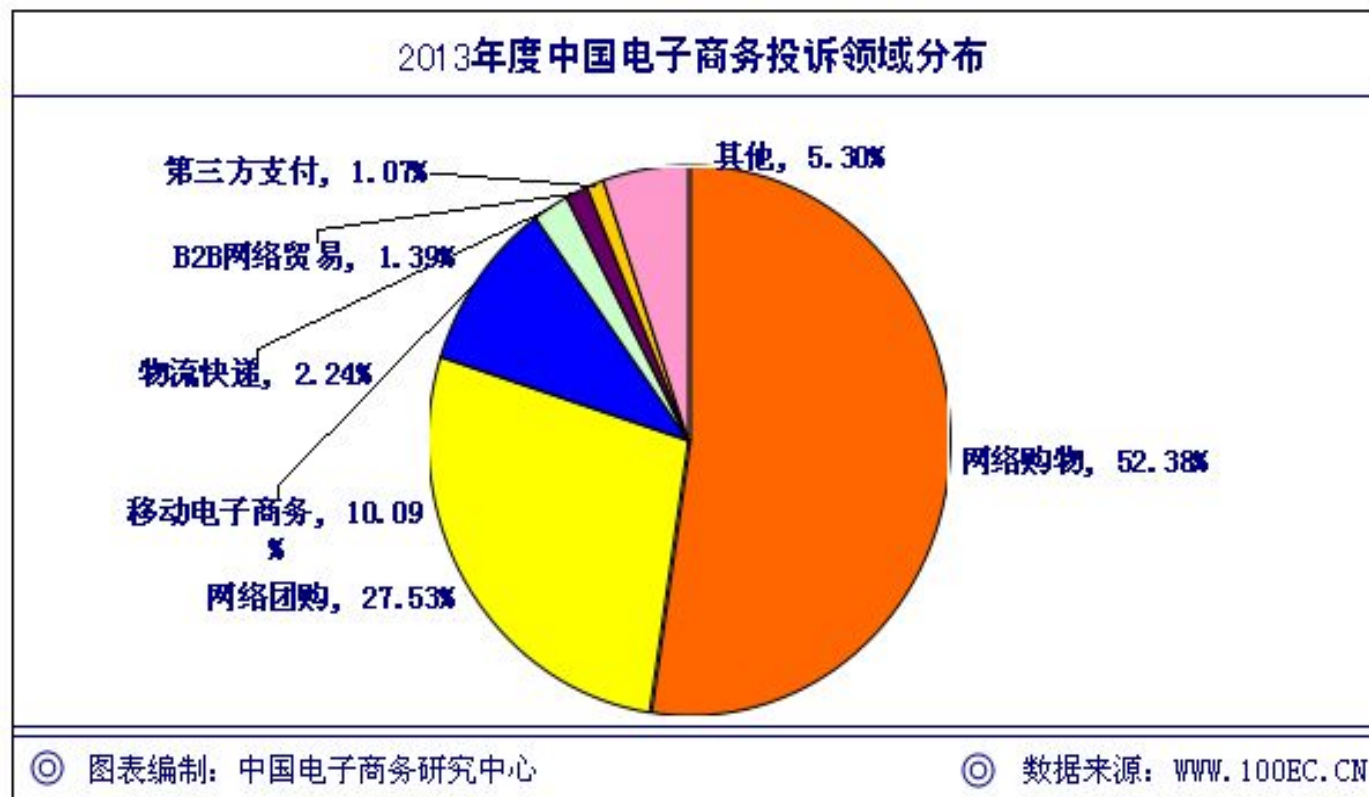


3.2 2013年度中国电子商务投诉数据

3.2.1 2013年度中国电子商务投诉领域分布

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，2013年网络购物投诉占全部投诉52.38%，比例最高，团购紧随其后，占据27.53%，移动电子商务（10.09%），物流快递，（2.24%），B2B网络贸易领域投诉（1.39%），第三方支付投诉（1.07%），其他（如网络传销、网络集资洗钱等，5.30%）。

数据表明：网购交易依旧是老大难问题，移动电商也是用户投诉的新兴热点领域，较2012年有明显上升。这反映移动端购物问题多，消费陷阱重重。





3.2 2013年度中国电子商务投诉数据

3.2.2 2013年度中国电子商务投诉金额

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，100-500元区间的投诉金额占比最大为40.59%，其次是100元以下为23.49%、1000-5000元为19.95%、500-1000元12.20%，而5000元以上的投诉金额占比最少，仅3.77%。

数据表明：客单价在100-500之间的用户最多，同时大额网购投诉也有所增加，网购用户的维权意识增加，遇到消费纠纷时寻求第三方力量的帮助来解决。



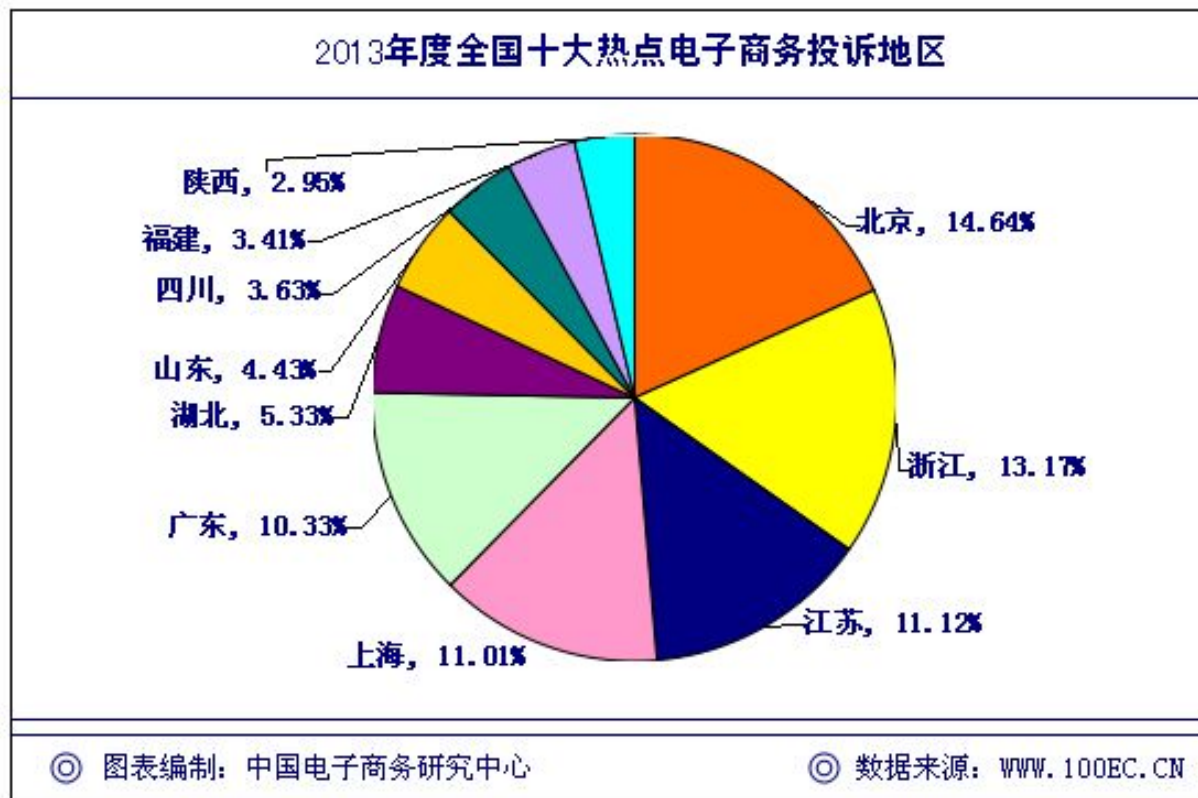


3.2 2013年度中国电子商务投诉数据

3.2.3 2013年度中国十大热点电子商务投诉地区

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，来自以下地区的用户投诉最为密集，分别是：北京（14.64%）、浙江（13.17%）、江苏（11.12%）、上海（11.01%）、广东（10.33%）、湖北（5.33%）、山东（4.43%）、四川（3.63%）、福建（3.41%）、陕西（2.95%），上榜为“全国十大热点电子商务投诉地区”。

数据表明：东部沿海地区以及北京等经济较发达地区电商投诉相对较多，此外，湖北、陕西、四川等中西部地区电商投诉相比去年增加明显，表明中西部地区的电商发展增速快，用户维权意识增强。





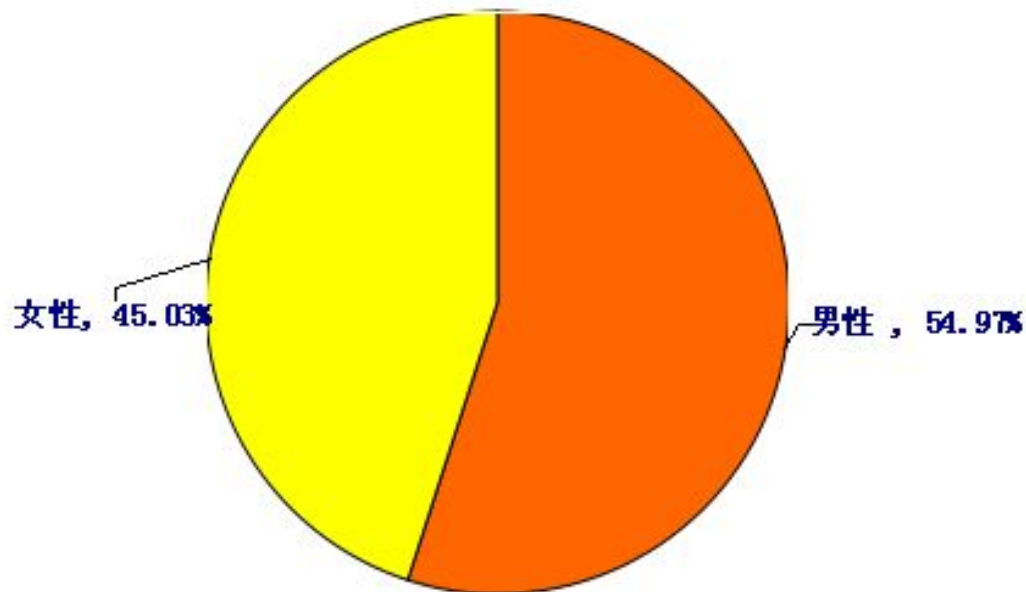
3.2 2013年度中国电子商务投诉数据

3.2.4 2013年度中国电子商务投诉用户性别

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，在2013年（上）电子商务投诉中，男性用户占比54.97%，而女性用户仅为45.03%。

数据表明：经过多年来的统计显示，女性用户在电子商务消费维权意识方面相对薄弱，遇到自身权益受侵犯时，更多选择了委曲求全与沉默，维权意识亟需加强。

2013年度中国电子商务投诉性别比例



© 图表编制：中国电子商务研究中心

© 数据来源：WWW.100EC.CN

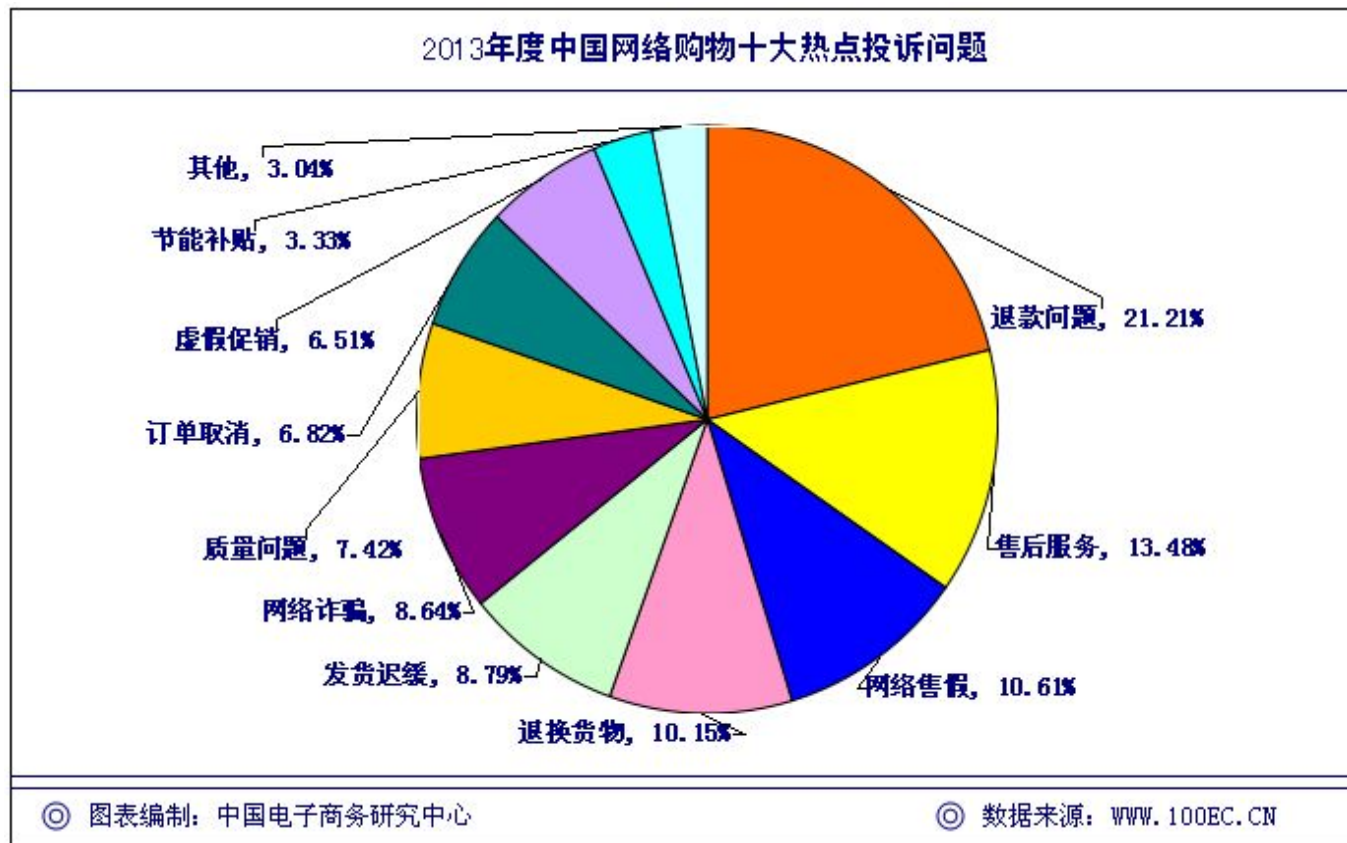


3.3 2013年度中国网络零售投诉数据

3.3.1 2013年度中国网络购物十大热点投诉问题

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，退款问题、售后服务、网络售假、退换货物、发货迟缓、网络诈骗、质量问题、订单取消、虚假促销、节能补贴，成为网络购物的诟病，是“2013年网购用户投诉最多的十大问题结症”。

数据表明：退款难、售后差、售假、退换货难、虚假促销已经成为网购的毒瘤，急需出台相关更为细化的实操性法规与细则，加以监管，做到有法可依、有法必依、执法必严。





3.3 2013年度中国网络零售投诉数据

3.3.2 2013年度中国网络购物十大被投诉网站

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，2013年，在全国数万家网络购物网站中，淘宝网/天猫（主要是C2C集市卖家及商城部分品牌卖家）占据最大投诉比例为**13.93%**。

随后依次为腾讯电商（包括拍拍网、QQ网购、易迅网等）**11.92%**，当当网**8.05%**，国美在线（包括原国美在线、库巴网）**7.73%**，1号店**6.92%**，凡客诚品（包括凡客自营电商部分以及V+商城）**6.20%**，银泰网**4.59%**，唯品会**2.82%**，梦芭莎**2.58%**，好乐买**1.85%**。





3.3 2013年度中国网络零售投诉数据

3.3.3 2013年度中国TOP30网络购物别投诉网站

2013年度中国TOP30网络购物被投诉网站榜单					
网站名称	投诉热度	企业反馈率	网站名称	投诉热度	企业反馈率
 淘宝网 Taobao.com	★★★★☆	1.46%	 M18 麦网 M18.com	★★★★☆	12.62%
 当当网 dangdang.com	★★★★	13.61%	 为为网	★★★★	23.58%
 当当网 dangdang.com	★★★★	0.32%	 51best.com	★★★	42.63%
 国美在线 www.gome.com.cn	★★★★	26.87%	 上品折扣网 SHOPIN.NET	★★	10.07%
 1号店	★★★★☆	57.36%	 多意网 DUOYI.SHOPPING	★★	25.33%
 VANCL 凡客诚品	★★☆	49.83%	 小米 xiaomi.com	★★☆	1.86%
 尚品 ShangPin.com	★★★★☆	1.20%	 也买酒	★★★	5.82%
 银泰网 yintai.com	★★	77.12%	 我买网	★★	3.42%
 VIP 唯品会 VIPSHOP.COM	★★★★☆	33.97%	 bang go 邦购	★★★	2.77%
 佳品网 JIAPIN	★★☆	0.13%	 YOUGOU 优购 时尚商城	★★★	0.31%
 美丽说 meilishuo.com	★★	46.89%	 移淘	★★☆	25.61%
 乐淘 买鞋子就上淘 www.letao.com	★★★	0.15%	 酒仙网 www.jiexian.com	★★	27.58%
 乐蜂网 Lefeng.com	★★☆	0.35%	 Meicanba 35 65 25	★★☆	65.82%
 品尚红酒 全球原产地直供	★★	0.23%	 聚尚网	★★☆	45.93%
 尚物尚语 www.ihush.com	★★	0.35%	 好乐买 hedou.com	★	78.95%

© 图表编制：中国电子商务研究中心

© 数据来源：WWW.100EC.CN



3.3 2013年度中国网络零售投诉数据

3.3.3 2013年度中国TOP30网络购物被投诉网站

图表显示：淘宝网/天猫（主要是C2C集市卖家及商城部分品牌卖家）、腾讯电商（包括拍拍网、QQ网购、易迅网）、当当网、国美在线（包括原国美在线、库巴网）、1号店、凡客诚品（包括凡客自营电商部分以及V+商城）、尚品网、银泰网、唯品会、佳品网、美丽说、乐淘网、乐蜂网、品尚红酒、俏物悄语、趣天麦网、为为网、顺丰优选、上品折扣网、新蛋中国、小米手机官网、也买酒、我买网、邦购网、优购网、移淘网、酒仙网、梦芭莎、聚尚网、好乐买为“2013年度中国TOP30网络购物被投诉网站”。

其中，不到1/3的购物网站用户投诉反馈率在50%左右，多数购物网站对用户投诉反馈不积极。

对此，中国电子商务研究中心法律权益部助理分析师姚建芳认为，购物网站诚信缺失，漠视用户反馈与投诉，是导致用户重复投诉率高的主因。

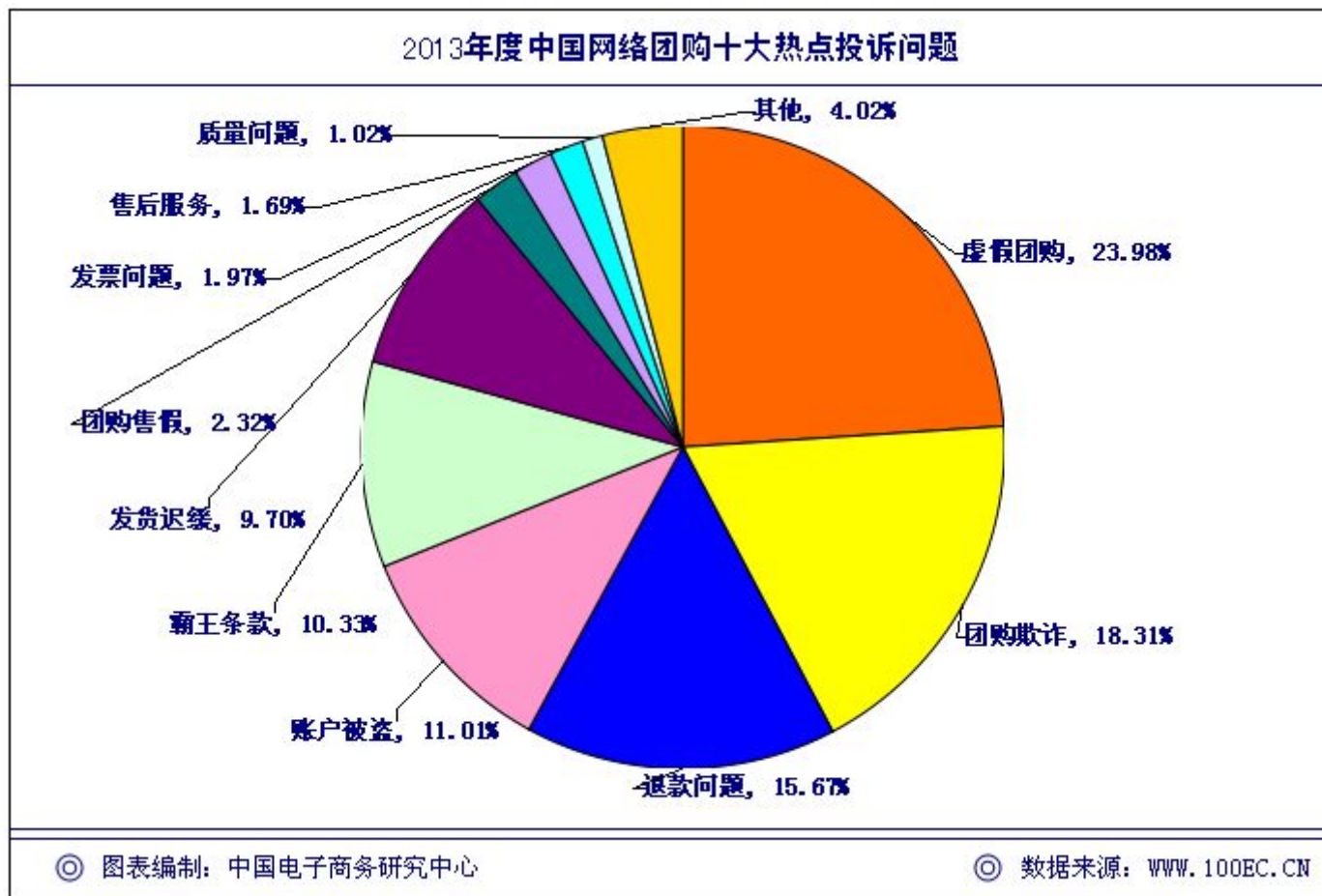


3.4 2013年度网络团购投诉数据

3.4.1 2013年度网络团购十大热点投诉问题

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，虚假团购、团购欺诈、退款问题、账户被盗、霸王条款、发货迟缓、团购售假、发票问题、售后服务、质量问题，成为网络团购的诟病，是用户投诉最多的问题结症。

数据表明：团购欺诈是该行业最严重的问题，此外退款等行业潜规则依旧存在，广大团购企业与消费者需引起重视。



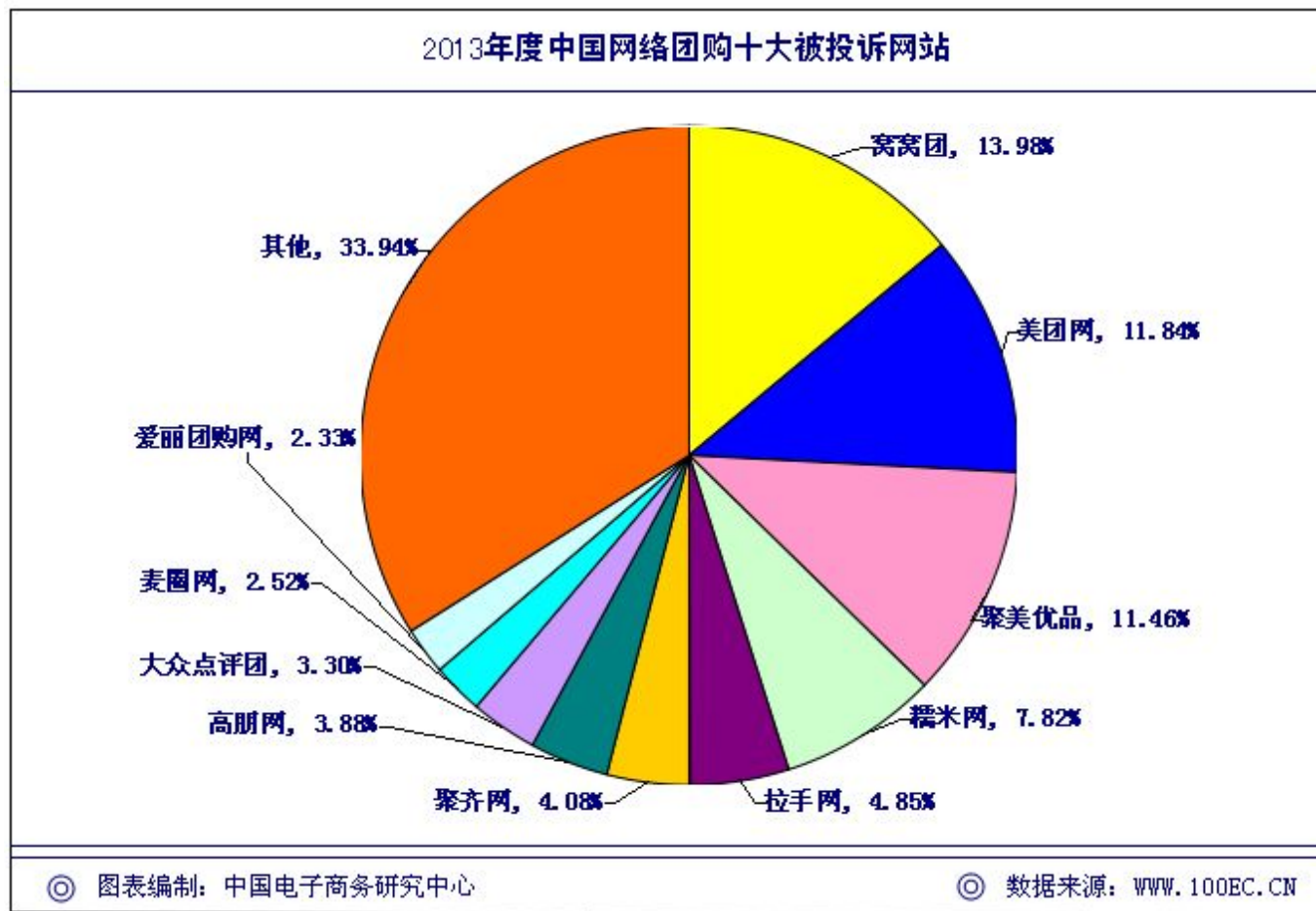


3.4 2013年度网络团购投诉数据

3.4.2 2013年度中国网络团购十大被投诉网站

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，窝窝团、美团网、聚美优品、糯米网、拉手网、聚齐网、高朋网、大众点评团、麦圈网、爱丽团购网是团购用户投诉最多的网站。

数据表明：窝窝团、美团网、糯米网等团购前十位是用户热点投诉网站，用户体验尚且需要提高，需引起重视，尚能取得用户信任。





3.4 2013年度网络团购投诉数据

3.4.3 2013年度十大热点网络团购投诉网站

2013年度中国TOP20网络团购被投诉网站榜单					
网站名称	投诉热度	企业反馈率	网站名称	投诉热度	企业反馈率
 窝窝团 wuwotuan.com	★★★★☆	0.00%	 美团 meituan.com	★★★★☆	36.90%
 聚美优品 JUMEL.COM	★★★★	75.30%	 糯米网	★★★★☆	77.10%
 拉手网 Lashou.com	★★★★☆	12.80%	 聚齐 JUCI.COM	★★★★☆	0.00%
 高朋 GaoPeng.com	★★★	0.00%	 大众点评 dianping.com	★★★	66.40%
 麦圈网 much001.com	★★★	0.00%	 爱丽团购 TUAN.AILL.COM	★★☆	0.00%
 58团购 58.com	★★☆	50.90%	 LIKE团	★★☆	0.00%
 QQ团购 gaopeng.qq.com	★★	23.60%	 嘀嗒团	★★	0.00%
 阿窝团 AWOTUAN.COM	★★★	0.00%	 满座网 MANZUO.COM	★★★	0.00%
 去哪儿 Qunar.Com	★★☆	20.00%	 私房团	★★☆	0.00%
 千品网 qianpin.com	★★	35.00%	 天秀团	★	0.00%

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，窝窝团、聚美优品、拉手网、高朋网、美团网、糯米网、聚齐网、大众点评团、麦圈网、58团购、QQ团购、阿窝团、去哪儿、千品网、爱丽团购、嘀嗒团、满座网、LIKE团、私房团、天秀团为“2013年度中国TOP20网络团购被投诉网站”。

◎ 图表编制：中国电子商务研究中心

◎ 数据来源：WWW.100EC.CN

团购网站普遍反馈率不高，2013年前20用户投诉的热点团购网站中，超过一半团购网站反馈率为零，美团网、大众点评团、糯米网、拉手网、聚美优品等前十位团购网站用户投诉热度较高，但用户投诉解决情况并不好。

数据表明：团购行业进入门槛低，鱼龙混杂，普遍诚信度不高，是用户“既爱又恨”的购物领域。



3.4 2013年度网络团购投诉数据

3.4.3 2013年度十大热点网络团购投诉网站

2013年度网络团购“四宗罪”

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测，2013年度网络团购主要存在以下几大问题：

问题一：虚假团购猖獗。由于团购行业准入门槛低，鱼龙混杂，虚假团购、钓鱼网站多。团购了加油卡结果不能用、团购消费券商家说没有跟团购网站合作、团购商品不发货网站关闭等情况层出不穷，消费者防不胜防。

问题二：退款“潜规则”重重。2012年3月12日国家工商管理总局发布了《关于加强网络团购经营活动管理的意见》，明确团购网站经营者以预收款方式销售团购商品或服务，不得设定过期未消费预付款不退或者限定款项只能退回网站账户等规定。然而在实际操作中，不少团购产品的退款服务依旧有种种限制，不少类别的团购产品更是直言不支持退款。其中不乏国内一些大型知名的团购网站。

问题三：账户安全存隐患。团购账户内余额莫名被使用，而用户却没有收到任何使用提示信息，账户安全已经成为网络团购用户投诉最多的问题之一，窝窝团、糯米网、拉手网、聚美优品、美团网等均出现此类情况。

中国电子商务研究中心法律权益部助理分析师姚建芳认为：用户在网络团购时需理性思考，验明网站真身，不要轻易相信低价销售，以免落入诈骗陷阱。下单前看清购物条款，对于非实物类团购，需结合自身需求和消费时间，以免造成不必要的浪费。此外，需加强团购安全意识，不要使用简单密码，同时网站需加强技术投入，并且做好自身监管，保障用户购物安全。



四、盘点篇

4.1 2013年度十大电子商务投诉案例

案例一：圆通“毒快递”事件

案例概述：2013年11月底，山东焦女士的丈夫刘先生因网购的鞋子，在发现快递到的鞋子被弄脏之后，利用废纸进行了擦拭，结果闻到了刺鼻气味，随后身体出现了不适去世。根据对负责配送的上海圆通速递有限公司的调查，发出刺鼻气味的物质是带有剧毒的氟乙酸甲酯。折射出中国快递业的监管软肋，违禁物品寄送畅通无阻。

案例点评：中国电子商务研究中心法律权益部助理分析师姚建芳认为：《快递市场管理办法》规定，快递服务组织收寄时应当场验视内件，并禁止收寄违禁物品。此外，邮政和快递企业不具备运输危险化学品的资质。快递加盟制存在违禁物品寄送、快递单信息泄露、收件不能验视、破损不平等赔偿等问题，急需相关部门加强对快递行业的整治和监管。





4.1 2013年度十大电子商务投诉案例

案例二：化妆品电商深陷售假风波

案例概述：2013年，电商“假货风波”席卷整个化妆品行业。先是中国消费者协会公布的2012年网购统计数据显示网售化妆品假货泛滥。紧接着丽人丽妆CEO黄韬通过微博公开抛出“网上销售的化妆品80%都是假货”之说。其后，正风光无限的化妆品垂直电商聚美优品、乐蜂网相继卷入售假风波，再一次刺激了网上化妆品消费者的心脏。

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测：3月1日聚美优品店庆吸引了全国众多消费者的关注，但此后聚美优品却陷入了品牌信誉的“双重危机”：在服务上，物流崩盘导致发货不及时，客服无法联系；在商品质量上，质疑网站“售假”的声音层出不穷，消费者投诉暴增。

详见专题：《聚美优品PK乐蜂网 首度曝光化妆品电商售假内幕》

<http://www.100ec.cn/zt/an1-hzhp/>





4.1 2013年度十大电子商务投诉案例

案例三：网络团购行业洗牌，用户成牺牲品

案例概述：团购在2010年受到用户的广大追捧后，近年来由于准入门槛低，监管缺失等问题，屡屡爆出弊病：霸王条款、退款潜规则、虚假团购等直接影响用户对该行业的信赖。

典型的如聚齐网，于2013年8月2日宣布倒闭，大量用户向中国电子商务投诉与维权公共服务平台发来求助称在该网站的订单没有收到货，而网站却倒闭了，不知该如何追回款项。

中国电子商务研究中心特约研究员董毅智律师分析认为：聚齐网倒闭，团购行业“信任危机”隐现。对于现在幸免于难的部分团购网而言，仍然需要前赴后继。如果进行运营模式改革，也许拯救了现在火烧眉毛的团购网甲；如果继续在沉默中沉默，也许下一个倒闭的是另外某个知名的团购网乙。

详见专题：从聚齐网资金断裂 透视中国团购行业路在何方？<http://www.100ec.cn/zt/jqw/>





4.1 2013年度十大电子商务投诉案例

案例四：网络传销第一案公开审理

案例概述：8月30日，江西省南昌市中级人民法院一审以非法组织、领导传销活动罪对精彩生活公司董事长唐庆南等6人分别判处3-10年有期徒刑。

精彩生活公司披着电子商务的外衣，以太平洋直购官方网为平台，精心设计虚拟货币PV、BMC商业模式、BMP诚信贷款体系、太平洋SNS社区等令人眼花缭乱的概念。发展会员680多万人、人员涉及全国30个省份、收取保证金高达38亿元。国家工商总局官网称“太平洋直购涉嫌传销，已被多地查处。

中国电子商务研究中心法律权益部助理分析师姚建芳认为：打着“点广告、有钱赚”旗号的付费广告点击；充值可兑换现金的网络游戏；自称第三方的销售软件；披着馈赠互助外衣的网络在线激活功能，最终都离不开拉人头的命运，都是网络传销的新“马甲”。此外，因注意区分网络传销与返利购物，返利购物通过返利网站可以对比商品，直接访问其他购物网站，在购物网站下完成订单就能在所注册的返利网收获不同的返利，或是积分或是现金，不需要通过“线下”拉人。





4.1 2013年度十大电子商务投诉案例

案例五：个人信息泄露成灾

案例概述：当你网上购物，浏览“宝贝详情”，或是把“宝贝”放入购物车点击下单的同时，网络的另一头，你的名字、手机号码、家庭住址，甚至喜欢买什么东西等个人隐私，已经被人窥视。随之而来的各种推销、诈骗，严重影响用户的生活。

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测：购物网站、快递单、支付宝等第三方支付工具、酒店会员登记等都有可能成为信息泄露的源头，让消费者“赤身裸体”地出现在陌生人面前。

相关法律：刑法修正案第七条明确规定：国家机关或者金融、电信、交通、教育、医疗等单位的工作人员，违反国家规定，将本单位在履行职责或者提供服务过程中获得的公民个人信息，出售或者非法提供给他人，情节严重的，处三年以下有期徒刑或者拘役，并处或者单处罚金。

《新消法》：经营者及其工作人员对收集的消费者个人信息必须严格保密，不得泄密、出售或者非法向他人提供。经营者应当采取技术措施和其他必要措施，确保信息安全，防止消费者个人信息泄露、丢失。同时规定，经营者未经消费者同意或者请求，或者消费者明确表示拒绝的，不得向其发送商业性信息。





4.1 2013年度十大电子商务投诉案例

案例六：小米“饥饿营销”被指骗局

案例概述：10月15日，小米电视开启首轮抢购，首批3000台只用了1分58秒的时间就被一抢而空，智能互联网电视看似受到了狂热追捧。然而，“技术派”网友直指小米涉嫌制造虚假抢购，让一路伴随饥饿营销“骂名”的小米再次处在舆论的风口浪尖。只让消费者“看着美却得不到”的饥饿营销，恐成为IT界的笑话终遭用户抛弃。对于被一贯指责的“饥饿营销”，小米方面的官方回应则保持了一贯的说辞：产能不足、供不应求。

中国电子商务研究中心特约研究员赵占领律师认为：电商常见的违规形式有两种：（一）发布虚假的销售数据，制造产品畅销的假象，这种行为属于虚假宣传，涉嫌构成不正当竞争；（二）接受大量消费者的订单，却刻意以缺货为由不予发货，制造产品脱销的假象，这种行为本身就违反了合同法，在买卖合同成立且生效的情况下，企业即应当按照事先约定的期限履行合同，进行发货，否则构成违约，应承担违约责任。

详见专题：《小米抢购被指或为骗局“饥饿营销”是把“双刃剑”？》
<http://www.100ec.cn/zl/an1-jeyx/>

50万台订完了

第三轮50万台已订完，我们会在2月1日开始发货，感谢米粉们的支持！





4.1 2013年度十大电子商务投诉案例

案例七：“3G”手机行业门户欺诈

案例概述：2013年上半年，“中国电子商务投诉与维权公共服务平台”收到的关于“手机行业门户”类密集投诉，波及杭州、宁波、河北、江苏、上海等全国数十个城市。

大量中小企业纷纷表示有此类公司打着“3G行业门户”、“手机行业门户”、“移动实名”等诸多移动互联网和一定搜索概念，到处打着政府协会的名头幌子，通过会议营销“洗脑”，严重夸大产品效果，行“蛊惑蒙骗”之实。其中**易查、宜搜、用友、中搜、巨联、天搜**等被重点点名曝光。

中国电子商务研究中心特约研究员赵占领律师认为：制止此类行为，除了联合众多受害者集体维权外，更需要工商部门加大监管力度，对虚假宣传、欺诈营销等不法行为进行行政查处，净化行业秩序，维护广大中小企业的合法权益。

详见专题：《手机行业门户骗局纷纷遭质疑 究竟一本万利还是镜花水月？》

http://www.100ec.cn/zt/an1_ydzf/





4.1 2013年度十大电子商务投诉案例

案例八：亿佰购物商城倒闭案

案例概述：2013年6月20日，著名的信用卡购物网站亿佰购物被曝已内部破产，人去楼空。随后大量通过银行信用卡购买了亿佰商品的消费者面临这样的尴尬局面购买的亿佰商品已经收货无望，而银行却已经开始分期扣款。

6月17日，受亿佰购物破产波及的消费者自发组织了“亿佰购物申讨QQ群”进行维权。

中国电子商务研究中心助理分析师姚建芳认为：亿佰事件暴露出银行业对于第三方合作者缺乏监管，也缺乏相对应的风险管控。但不管如何，银行都有不可推卸的连带责任，因此如何解决亿佰上下游的欠款的遗留问题，也成为考验银行业信誉品牌的一个重要命题。同时，建议消费者参与网络购物尽量选择大的平台。

详见专题：《亿佰购物突然倒闭破产 20家合作银行是否该承担连带责任？》

http://www.100ec.cn/zt/an1_ybgw/



亿佰购物破产 千名消费者或面临“钱货两空”
张延来：亿佰购物实质目的或为获取用户信息
亿佰购物：如何从分期购物“先驱”沦为“先烈”
亿佰购物破产 合建网上商城银行恐被追责
传亿佰购物已申请破产



4.1 2013年度十大电子商务投诉案例

案例九：返利网格式合同侵害消费者权益

案例概述：7月8日，国家工商总局公布了《九类典型网络商品交易违法行为》，其中指出返利网“利用格式合同做出对消费者不公平、不合理的规定，侵害消费者权益”，从而引起业界对网络违法行为的广泛关注。返利网订立“霸王条款”侵害消费者权益，被业界评为“网购违法典型”。

经中国电子商务研究中心(100EC.CN)律师调查，在网站《返利网用户使用协议》中存在诸多规避责任的条款，比如：会员应及时使用自己的返利网账户中的虚拟资产，返利资产自到会员的返利网账户后如超过一年未消费或使用，返利网有权自行处置该笔虚拟资产。

中国电子商务研究中心特约研究员董毅智认为：网购市场的健康持续发展需要两个最基本的保障：一是交易安全，二是交易公平。不能以损害消费者利益来实现经营者的盈利，这一市场的根基是消费者的信赖和认可。对网络购物格式条款进行规制，不仅涉及消费者权益保护，同时涉及互联网络和电子商务的健康发展。

详见快评：《以返利网侵权之管 窥网购格式条款之豹》

www.100ec.cn/detail--6111623.html





4.1 2013年度十大电子商务投诉案例

案例十：电商出售假冒“赖茅”

案例概述：央视《经济半小时》曝光国内天猫等知名电商售卖假酒“赖茅”乱象，引发消费者和电商业高度关注。

据调查，在天猫、酒仙网上销售的许多“赖茅”酒类商品的厂名都标注为“贵州省怀仁市茅台镇黔国酒业公司”。而经此公司负责人的辨认及查看，表示其从未生产过此类“赖茅”白酒。也就是说，这些所谓的由茅台镇黔国酒业公司生产的“赖茅”牌白酒，是不折不扣的假酒，品质、安全都没有保证，消费者难辨真假。

中国电子商务研究中心特约研究员董毅智认为：假冒伪劣现象给消费者以及整个电商平台、市场环境造成了恶劣影响和损失，着实可恨。但是苍蝇从来不叮无缝的蛋，赖茅无论走线下实体渠道还是线上电商平台，无论是监督上还是管理上无不给不法者留下可乘之机。赖茅遇上电商，可以说是先天不足，后天畸形。

详见专题：《CCTV曝光电商涉嫌销售假酒 首度揭秘酒水行业电商“潜规则”》 http://www.100ec.cn/zt/an1_jiaj/





4.2 2013年度中国电商行业相关信息泄露事件

事件一：支付宝信息泄露

3月27日，有网友在微博上曝出，使用谷歌搜索输入“site: shenghuo.alipay.com 转账付款”即可看到各种转账信息，包括转账付款姓名、账户信息、付款金额、付款账户、付款说明等，数量超过2000条。很多网友担心自己的信息和资金安全，表示“再也不通过支付宝转账了”。

而支付宝方面表示，对相关页面链接加具了安全保护，正常情况下任何搜索引擎都无法抓取。可能是因为极少量用户主动将自己付款结果页面分享到公共区域，所谓漏洞只是虚惊一场。

电商诸多业内人士纷纷认为，这是近年来国内罕见的大型电子商务在线支付用户信息泄露事件，不少使用支付宝的网购用户和电商网站对此表示了一定的隐忧，并表示期望支付企业加强数据安全保护。

详见中国电子商务研究中心独家专题：《用户交易信息泄露 透视电商支付宝账号安全？》(www.100ec.cn/zt/ani_2013zfb/)



4.2 2013年度中国电商行业相关信息泄露事件

事件二：快递单贩卖、

快递单成为又一信息泄露途径，“淘单114”、“淘单网”、“淘单8”、“单号网”等网站明码标价出售快递单号，0.5元就可买到一份快递信息，快递单号贩卖俨然已经成为一条灰色产业链。

而数量庞大的淘宝卖家成为快递单号的重要来源之一，有媒体报道称目前有近90%的淘宝卖家都在刷单，用真实的快递单号“炮制”出逼真的虚假交易。

快递小知识：快递单一式4份，发件人、收件人、当地快递营业厅、物流人员各一份。快递在运送的途中还会经过中转站；网购平台中的工作人员和卖家都能看到买家的个人信息；如果管理不善，这些环节就成了泄露个人信息的隐患。

《快递市场管理办法(修订征求意见稿)》规定：经营快递业务的企业不得违法泄露在从事快递服务过程中知悉的用户信息；快递从业人员不得违法泄露在提供快递服务过程中知悉的用户信息。

办法明确：泄露用户信息的快递企业将被处以5000元以上30000元以下的罚款；对直接责任人员处以1000元以上5000元以下的罚款；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

4.2 2013年度中国电商行业相关信息泄露事件

快递使用建议



- **选择正规的、信誉好的快递公司且仔细阅读条款，保留相关单据。** 消费者应尽量选择信誉好、规模大的快递公司，注意查看对方资质；消费者在填写承运单时，应详细填写物品名称、型号、重量及收件人等相关重要信息。
- **消费者可与快递公司签订违约条款或赔偿方式等一系列的书面合同，运送贵重物品时应选择保价运送。** 同时，应索取并且保管好托运相关的票据，以防出现纠纷时有效维权。
- **先验货再签收，防止丢件和损坏。** 在收到货物时，消费者应仔细检查包装，先验货再签收，特别是贵重物品或易损物品一定要先验收后签字。消费者也可在收到货后先按要求签收，先开箱验货，验货无误后再交还快递单。
- **货物完好后适时销毁快递单，防止信息泄露。** 在收到快递货物并检查无误后，消费者不可随意丢弃快递运单，尤其注意销毁快递单上面的姓名、电话、地址、单号等信息，避免个人信息泄漏。



4.2 2013年度中国电商行业相关信息泄露事件

事件三：购物网站账号被盗

信息泄露的另一种表示形式是网购账户被盗用。刘先生称2月1日在窝窝团花298元团购了一餐券，一直未消费，3月15日发现已退款，16日发现已购其他物品在2月23日左右异地消费，绑定手机也改成了陌生号码。

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测，当当网、1号店、国美在线、窝窝团、聚美优品、拉手网等购物网站都是用户账户被盗的重灾区。我们以“窝窝团”这样的中型团购网站为例，网站平均每天收到被盗用户账户约为100个，平均每个账户损失100元，则一天损失1万元，一年损失达365万元，全国类似窝窝团的中型网站不下300个，其中还不包括大型电商网站，平均每年因账户被盗造成的损失就已逾十亿元；预计：在整个账户安全存隐忧的电商互联网行业，每年的因网络安全造成的经济损失或以数以百亿计算。

详见中国电子商务研究中心独家专题：《账户被盗成顽疾 退款屡现“潜规则”——拷问窝窝团您的用户体验呢？》(www.100ec.cn/zt/wwt/)

4.2 2013年度中国电商行业相关信息泄露事件



如何才能保护个人信息尤其是网购交易账户信息安全? 对此, 中国电子商务研究中心法律权益部助理分析师姚建芳给出了建议:

- 1、针对广大互联网企业, 包括网络购物企业, 网络团购企业、网络支付企业、虚拟商品交易企业都能够重视用户信息安全问题, 加强相关的数据安全保护、技术监管以及内部管理。防止任何形式的信息泄露、
- 2、针对广大互联网用户, 加大提高互联网信息安全意识, 不要在多个网站使用相同的注册账户名以及登录密码, 防止网络黑客有意盗取, 造成多个网站个人信息的连环失窃。
- 3、针对监管部门, 加强对快递、电商行业的监管, 细化个人信息保护相关法律法规, 做到完善立法, 严格执法。



4.3 2013年度五大网购欺诈陷阱

陷阱一：价格欺诈：超低价吸引买家

网络卖家以超低价吸引消费者，价格忽悠，如先涨后降、高标低折、虚标原价等。而消费者收到的商品或者货不对板，或者质量差。针对当前商家虚假优惠折价的促销行为，国家发改委出台的《禁止价格欺诈行为的规定》的解释意见明确：抬价打折的行为属于价格欺诈；“原价”是指经营者在本次降价前七日内在本交易场所成交的有交易票据的最低交易价格，否则就属于价格欺诈行为。

陷阱二：低价秒杀，实为套取信息

0.01元的手机贴膜、0.01元的棉袜、0.8元的美肤补水面膜、1元的纯棉T恤、3元一套的床上用品……某些在购物网站上明码待售的超低价商品，最后卖家却以没货为由不发货。看似实惠的交易背后，商家的最终目的却是片区用户信息，并倒卖获利。而用户可能由于信息泄露，莫名遭到骚扰甚至是诈骗。

陷阱三：钓鱼网站转走钱款

有着高度“相似度”的钓鱼网站是影响网络购物安全性的毒瘤。钓鱼网站的推广渠道主要有4个：搜索引擎占，QQ等聊天工具，手机短信，网页弹窗广告。因此，消费者在网购时切莫点击不明链接，尽量使用第三方支付工具，切忌网购支付页面的网址前缀是“https”而不是“http”。



4.3 2013年度五大网购欺诈陷阱

陷阱四：山寨投资理财网站诈骗

随着互联网金融热潮来袭，与之相关的各种假冒投资理财网站也增长迅猛。这些理财类钓鱼网站主要类型包括：小额贷款办理、信用卡办理、投资理财诈骗等。在互联网金融钓鱼网站的受害者中，有超过一半是通过搜索引擎访问的。

陷阱五：网购退款存陷阱

网购退货时，不法商家往往利用客户退款心切的心理，诱导客户输入支付密码、手机动态密码等信息，称没有这些无法退款。实际上，退款根本不需要个人信息，任何不法分子获取客户想退款的信息有几种可能的途径，首先是持卡客户中了不法分子发布的木马病毒，电脑中信息被盗取；其次是通过QQ聊天工具获取；再次是通过一些虚假的网络链接；最常见的就是不法分子直接致电客户，以商品有优惠退款为由让持卡客户意识松懈，从而泄露银行卡信息。



4.3 2013年度五大网购欺诈陷阱

防范网购诈骗方法：

- 下单前尽量了解所需购买商品，网购做到“货比三家”，不光要比价格，也要对比物品的质量等。对于标价过低的商品，需谨慎选购，查看一下同类物品在其他网站或网上商铺内的售价以及其他购买者的评价。
- 仔细甄别网络卖家留下的联系方式及相关信息。假如该卖家的联系方式只有QQ、EMAIL、手机，而没有具体的固定地址和固定电话，或者卖家拒绝使用具有防“钓鱼”功能的即时通讯工具，消费者就要提高警惕。
- 利用网上搜索引擎，查询供货者的信息中留下的联系电话、联系人、公司名称以及银行账号等关键信息是否一致。如果发现上述信息有不一致的，消费者就应该提高警惕。
- 尽量去大型的、知名的、有信用制度和安全保障的购物网站购买所需的物品，这些网站大多采用安全性较高的支付工具作为“第三方交易中介”，或是实行先到货后付款等保护消费者的购物方式。
- 不要轻易将自己的网络账号、信用卡账户和密码泄露给陌生人，尽量不要使用公用的电脑进行购物、支付等。



4.4 网购新规

7天无理由退换货

国家工商总局发布的《网络交易管理办法》与新的《消费者权益保护法》都将于2014年3月15日正式实施，均规定网络购物“7天无理由退换货”。

新规规定了四类不适宜退货的商品：(一)消费者定作的；(二)鲜活易腐的；(三)在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品；(四)交付的报纸、期刊等，但是事实上，在实际操作中，很多商家目前的退换货规定要严格得多，例如大部分商家将钻石、黄金、手表、珠宝首饰及个人配饰类商品；食品、保健品、个人护理用品、贴身用品、化妆品、奢侈品类商品等都列为不适合退货的内容中。

对此，中国电子商务研究中心特约研究员、北京惠诚律师事务所赵占领律师认为：该制度仍然存在一些问题，执行中可能会存在一些争议。

1、“不宜退货”缺少判断的标准。实践中，电商网站可能没有明确判断标准，或者自己制定标准，两种情况下，消费者与电商网站之间都非常容易产生争议。

2、意外损坏责任难定。立法针对的是消费者的原因导致商品不完好时，不支持无理由退货，但是物流环节造成的损坏与消费者无关，难以因此不支持消费者退货。但是到底是物流、卖家还是消费者的原因导致商品不完好难以判断，也容易引发争议。

3、恶意退货增加经营成本。七日无理由退货制度易被个别恶意消费者或竞争对手利用，实施后很有可能会出现恶意退货行为，增加经营成本，甚至影响特定商品的正常销售。

五、报告附录



5.1 关于我们

- 中国电子商务研究中心，是我国最早创办、也是目前唯一一家以研究、传播与服务电子商务的第三方行业专业研究机构；下属www.100EC.cn是我国领先的电子商务门户入口平台。
- 中心发布的电子商务报告屡获包括国家统计局、商务部、工信部、发改委、国新办、国家工商总局在内的多部委引用和认可，并引起党中央、国务院数次高度重视与批示，推动了我国电子商务产业的健康、稳定、蓬勃发展大好局面。
- 通过多年积累，目前中国电子商务研究中心不仅拥有“权威的机构品牌资源”和“专业的研究分析资源”，还整合了“广泛的社会传播资源”、“精准的百万用户资源”、“庞大的中高端人脉资源”（建立了涵盖近5000企业的“中国电子商务中高层人脉数据库”），以及近500家、1000名记者的关注电子商务的中国电子商务媒体记者公共服务平台等全国范围内的行业资源。
- 中心现有各类全职工作人员近30人，拥有100余位兼职国内知名专业分析师、特约国内最权威电商研究专家、院校专家教授、知名企业CEO、顶尖实战专家，并与包括中国社科院在内的数十家高等院校、科研机构、行业协会与咨询机构等达成各类合作伙伴关系。
(《》更多关于中心：<http://www.100ec.cn/zt/cpfw/>)



五、报告附录

5.1 关于我们

- 全国人大，以及国家统计局、发改委、国新办、商务部、工信部、教育部、工商总局等多部委，电子商务数据 指定报送单位
- “中国诚信网络团购联盟” 会长单位
- 我国首部电商监管立法：《网络商品交易及服务监管条例》 副组长编写单位
- 六部委联合打击“中国网络传销调查专项行动” 推动单位
- 我国首个互联网安全与外资VIE结构控制 倡导单位
- “中国服装行业电子商务应用峰会” 发起单位
- “中国电子商务市场经济数据”定期 发布单位
- 《浙江省电子商务产业“十二五”发展规划》 等多省市 编制单位
-



五、报告附录

5.1 关于我们

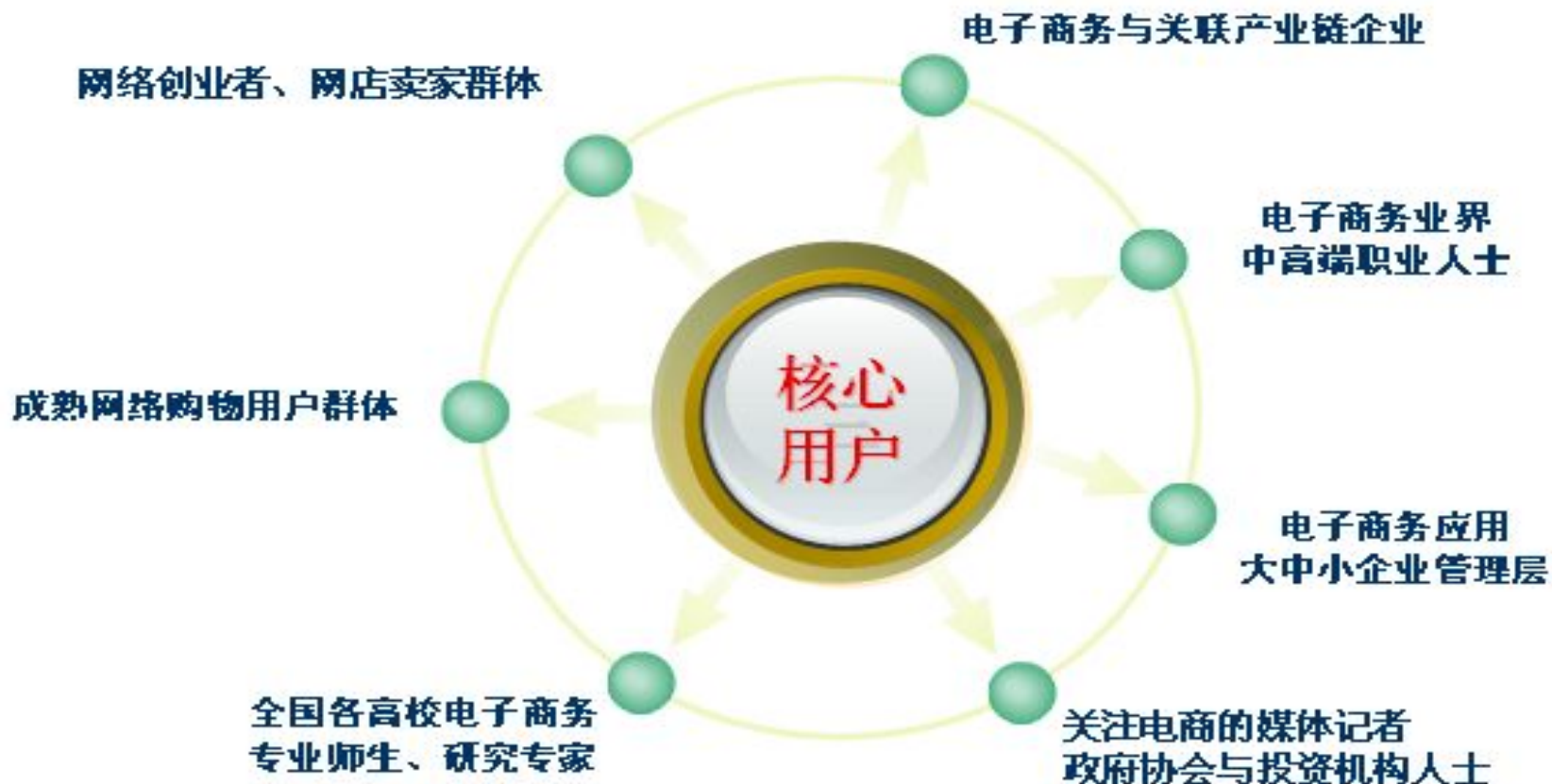
- 平均每天有**80至100万人/次**（PV），访问我们的电商门户网站（100EC.CN）
- 平均每年有**5,000 余家**海内外媒体，超过**10万篇**新闻报道中引用我们的数据、报告、分析、榜单等，是媒体曝光度最高的电商信息服务机构
- 从中央到地方，超过**20家**各级政府机构与我们结为合作伙伴
- 超过**50家公司**在海内外上市及投融资时使用了我们的数据和分析
- 平均每年，超过**1万人**参加我们主办或协办的各类电商论坛、沙龙活动，覆盖人群规模超百万
- 国内**上百家**券商/投行/机构在投资研究中参考我们的数据和信息
- 有超过**1000多家**电商、**10000多家**中小企业、网商依靠我们的信息、服务和解决方案不同程度提升了他们的经营业绩。

.....



五、报告附录

5.1 关于我们





五、报告附录

5.1 关于我们



中国电子商务研究中心面向“电子商务链”环节的B2C、B2B、团购网、移动电商、服务商和网商等企业，以及各有关政府部门等核心用户群体，推出基于电商产业链的专业化解决方案，推动了我国电子商务产业的长期、蓬勃发展。

》》详细电商解决方案，参见：
<http://www.100ec.cn/zt/cpfw/>



五、报告附录

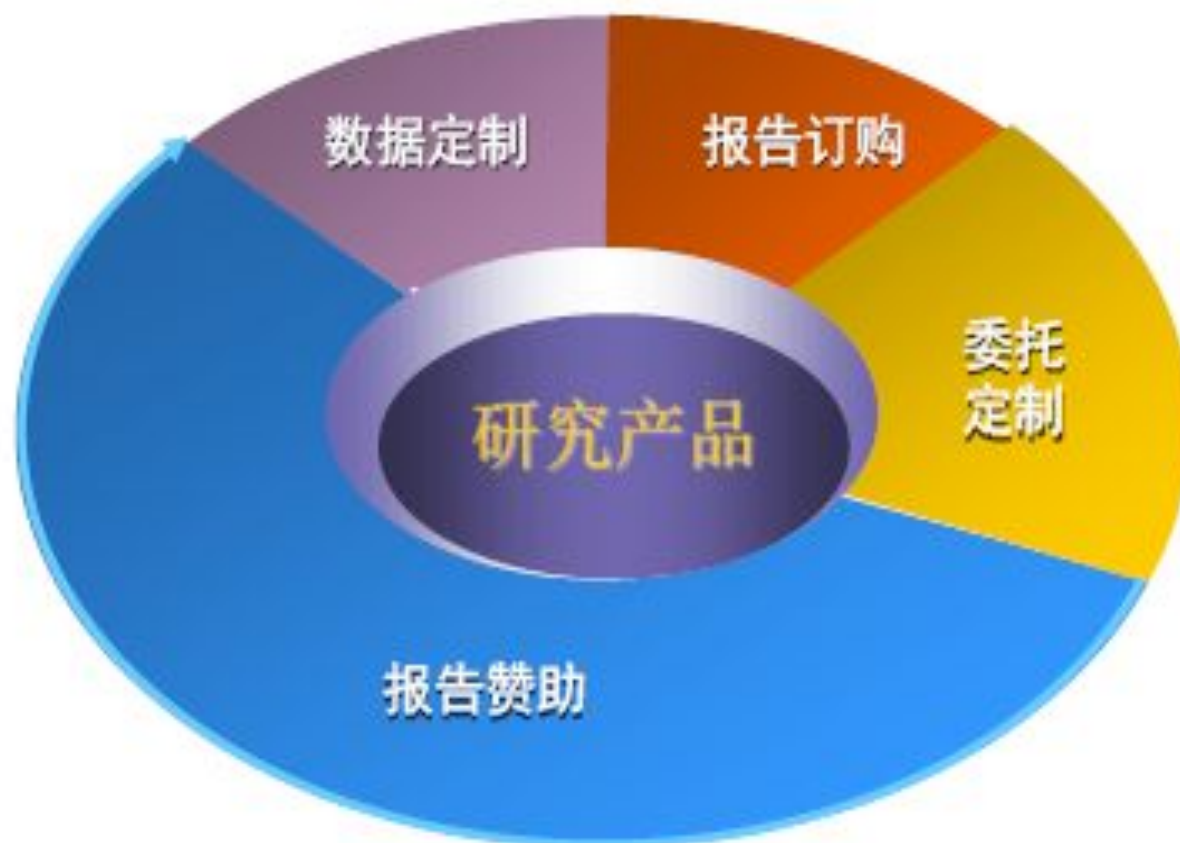
5.1 关于我们





五、报告附录

5.2 研究报告





五、报告附录

5.2 研究报告-报告征订

2013年度中国互联网金融各细分市场系列报告定制征订

- 《2013年度中国互联网金融发展研究报告》
- 《2013年度中国P2P网贷发展研究报告》
- 《2013年度中国网销基金发展研究报告》
- 《2013年度中国B2B电商金融发展研究报告》
- 《2013年度中国B2C电商金融发展研究报告》
- 《2013年度中国银行电商发展研究报告》
- 《2013年度中国网销保险发展研究报告》
- 《2013年度中国网络支付发展研究报告》
- 《2013年度中国众筹模式发展研究报告》
- 《2013年度中国虚拟货币发展研究报告》

详见：www.100ec.cn/zt/2013bgdzh/



五、报告附录

5.3 相关站点

中国电子商务投诉与维权公共服务平台（www.100ec.cn/zt/315/）致力于为广大电子商务用户解决购物纠纷，帮助广大电子商务企业提升用户购物体验与售后服务，是全国电子商务用户信赖的第三方购物维权服务平台。

平台每天接到全国各地电子商务用户通过在线递交、电话、邮件、即时通讯等多种形式的投诉反馈数百起，包括B2B网络贸易、移动电子商务、网络购物、网络团购等，全年累计受理近**100000**起各类投诉纠纷。

同时，该平台关注订单取消、退换货纠纷、售后服务、节能补贴、账户安全等电子商务领域的热点投诉问题，实时发出购物预警，为广大电商用户保驾护航。

立“诚信”为本，曝“陋习”为督

中国电子商务投诉与维权公共服务平台

15

首页 曝光台 投诉机制 维权方式 在线维权表

【电商信息图】消费纠纷自助维权联系一览表

中国电子商务消费纠纷自助维权联系一览表

中国电子商务研究中心提醒：
当您遇到涉及电子商务消费纠纷、售后服务、法律维权等有关事项时，建议您先通过以下方式联系沟通。

投诉情况

被投诉企业名称：网络拍球有限公司
投诉事实：在平台上买游戏里的元宝充值了200元，对方又要让充值1200元并启易，没冲1200元就无法交易，想拿会我的200元也要再充值1200元，这就是骗钱的手法，想把这样的网站曝光和取缔

投诉

热点追踪：用户反馈窝窝团近一万元被盗用 网站回复全额赔偿

- 网淘1号店食品配送出问题 退款迟迟不
- 网淘9件商品只剩2件 用户质疑凡客诚
- 申通邮寄羽绒服丢失 赔偿按邮费的五倍
- 网淘UEEK中国官网商品 退款一直未
- 聚美优品三周年大促现账户安全问题 网
- 网淘手机出现故障 国美在线退货遥遥无
- 团购沙龙美发套餐过期 高朋网不予处理
- 网友窝窝团账户被盗 窝窝团反面协助解
- 1号店退款引质疑 商品不倒库无法退款
- 网淘库巴网冰箱 发票和订单不一致
- 亚马逊中国取消用户订单 因商品不在配
- 好乐买网站显示退款已成功 用户迟迟未
- 网友爆料肌网疑售虚假产品 使用后出现
- UEEK中国被爆拒发货 申请退款多日
- 团购电影票因标识不清引消费问题 美团
- 团购婚纱写真套餐 拉手网退款逾年不退
- 网购家由发货抬头不符 围单称无法办
- 家电节能补贴发票错误 苏宁易购称已解
- 网淘兰芝化妆品 UEEK半个月未发货
- 网友曝淘宝受理其投诉拖延不处理
- 亚马逊中国私自取消订单引质疑 用户称
- 团宝网团购帐号充G币 久不用被封号
- 网淘智凯运动品牌专营店鞋子遇严重质量
- 网淘龙问通信资费卡 资费卡资费缩水
- 网淘要求邮政汇款 百亚美服装批发被疑
- 天猫家电节能补贴款不返还 蔚蓝网取消
- 团购拉手网猫头鹰毛衣链 订单信息一直
- 麦圈网团购48元袜子 称缺货不发货
- 用户反馈拉手网账户余额被盗用 过期未
- 淘宝网店苹果配件Show被投诉存款
- 用户反馈上品折扣网退货遭拒收 网站暂
- 年前下的订单不发货 百忧团购一拖再拖
- 唯品会未考虑收货人选择物流 用户自提
- 网友反应群喜云交易取消后拒不退款



五、报告附录

5.3 相关站点

电商315曝光台（www.100ec.cn/zl/315_qy/）整合了众多电商企业的被投诉内容，并对其进行曝光。据了解，淘宝、当当网、国美在线、易迅网、中国新蛋网、拍拍网、凡客诚品、一号店、聚美优品、美团网、窝窝团、糯米网、拉手网等均在被曝光之列。

曝光台分为网购网站篇和3G门户篇两大类。在每一个篇章中，分别罗列了众多被投诉网站以及用户对它们的投诉事实。曝光台还设有相关专题，方便用户对相关被投诉企业进行更深入了解。

据悉，曝光台被投诉网站主要涉及的问题为退款问题、订单取消、发货迟缓等。旨在鞭策电商企业重视用户反馈，更加关注用户体验，努力打造一个更加健康、良性的电子商务发展环境。

曝光台

- 用户投诉天猫泄露资料造成经济损失 客服不处理
- 用户投诉聚尚网 账户被盗无法解决
- 投资互联网理财产品 遇到网络欺诈
- 网购长袖针织衫 在淘宝里遇到钓鱼网站
- 团购嗨嗨团双人自助餐 申请退款迟迟不退
- 网购电脑退货处理 当当网退款久不到帐
- 万优美遭用户投诉 称购买后想退款遭遇退款无门
- 淘宝网衡达数码店遭投诉 手机问题换货一直未收到
- 聚美优品商品事件 客服承诺处理一直无消息
- 一号店客服违背承诺 用户投诉多次仍不理睬
- 当当网私自取消订单 不退款还冻结用户账户

2013年（上）中国网络购物十大被投诉网站

网站名称	类型	主要投诉问题	投诉热度	投诉占比	网站反馈率
淘宝网	平台	质量问题	★★★★★	17.31%	5%
Tencent 腾讯电商	综合	售后服务	★★★★☆	13.46%	78%
国美在线	综合	节能补贴	★★★★☆	12.57%	70%
VANCL 凡客诚品	综合	订单取消	★★★★	10.77%	83%
COOB 优品	综合	虚假促销	★★★★	8.27%	85%
当当网	综合	虚假促销	★★★★	6.73%	5%
易迅网	综合	货到迟延	★★★	5.77%	72%
唯品会	特卖	货不对板	★★★	3.42%	76%
xiu.com 走秀	时尚	虚假促销	★★★	2.31%	65%
一号店	3C数码	退换货难	★★	1.54%	80%

注：图表中所列投诉电商包括拍拍网、QQ网购、易迅网，凡客诚品包括凡客自营电商部分以及V+商城。
© 图表编制：中国电子商务研究中心 数据来源：www.100ec.cn



五、报告附录

5.4 联系分析师

报告审定

曹磊

中国电子商务研究中心研究员、主任

中国诚信网络团购联盟秘书长、浙江大学EMBA 客座教授、中国电子商务专家库专家、中国互联网协会优秀教官、中国电子商务协会网络整合营销研究中心特聘专家、《浙江省电子商务“十二五”规划》编制组 专家、国家《网络商品与服务交易管理条例》起草小组副组长。并屡屡受邀到国内各省市、高校、大型企业，做电子商务主题报告与相关企业高层战略培训，深受欢迎，是我国21世纪青年电子商务专家。

【研究领域】：重点研究关注全球电子商务宏观发展趋势与主流电商企业，国内部分主要包括：行业发展特征与趋势、代表性商业模式、第三方电子商务平台服务、中小企业电子商务应用、网络零售与网络团购发展、新兴网络融资与移动电子商务领域等，以及电子商务配套产业链等延伸领域；其研究成果推动了相关政策法规的出台与完善，在国内电子商务业界享有较高声誉。

【专栏】：http://www.100ec.cn/detail_man--313.html

【电话】：0571-87756579 **【E-mail】**：CaoLei@NetSun.com

【微博】：<http://weibo.com/u/2738383473>

【微信】：WWW-100EC.CN



五、报告附录

5.4 联系分析师

报告主编

姚建芳

中国电子商务研究中心 网络零售部助理分析师

【研究领域】：主持开展中国电子商务法律求助服务平台相关法律求助、法律报告调研、法律法规研究、电商律专家认证等相关工作；以及主持开展中国电子商务投诉与维权公共服务平台涉及网络购物、网络团购、物流快递、网络支付、消费欺诈等电子商务消费过程的投诉受理、维权协调、消费提示、数据分析、案例研究。

【电话】：0571-87397953

【E-mail】：yjf8936@NetSun.com

【QQ】：2807872373

【微博】：<http://t.qq.com/yjf8936>



五、报告附录



5.4 联系分析师

报告编委

赵占领

中国电子商务研究中心特约研究员
北京市惠诚律师事务所知识产权部副主任

【研究领域】：互联网与知识产权、反垄断和反不正当竞争、劳动纠纷、企业法律风险控制等。

【电话】：010-66081238

【E-mail】：zhaozhanling123@163.com

【专家专栏】：http://www.100ec.cn/detail_man--319.html



五、报告附录



5.4 联系分析师

报告编委

董毅智

中国电子商务研究中心特约研究员

辽宁亚太律师事务所律师

【研究领域】：企业投资金融、电子商务、法律顾问等有关企业发展与经营的法律领域。致力于企业法律风险的防范以及公司法律风险评估领域的研究，为企业进行全面的法律风险审查，解决企业存在法律风险隐患，现以常年法律顾问的形式与多家公司保持着良好的合作关系，并担任多家的大型民企、有限公司等企业法律顾问。

【电话】：0411-39588260

【E-mail】：109215871@qq.com

【QQ】：2807872373

【专栏】：http://www.100ec.cn/detail_man--337.html





五、报告附录

5.5 相关链接

- 电商315曝光台：http://www.100ec.cn/zt/315_qy/
- 中国电子商务投诉与维权公共服务平台：<http://www.100ec.cn/zt/315/>
- 中国电子商务法律求助服务平台：<http://www.100ec.cn/zt/flpt/>
- 中国电子商务研究中心研究报告（下载）：<http://www.100ec.cn/zt/bgk/>
- 中国电子商务研究中心分析师：<http://www.100ec.cn/zt/fxs/>
- 中国电子商务数据中心：<http://www.100ec.cn/zt/data/>
- 中国电子商务研究中心产品服务：<http://www.100ec.cn/zt/cpfiw/>



中国电子商务研究中心
CECRC WWW.100EC.cn

关注微信 精彩不断

官方微信账号：i100ec

申报专家、课题研究、报告定制、图书编写、数据挖掘、
网购投诉、媒体采访、项目合作，欢迎与我们联系！



- 全国电商投诉服务热线：0571-87397953
- 联系人：中国电子商务研究中心 姚老师
- E-mail： tousu@NetSun.com
- 联系地址：中国杭州市莫干山路187号
易盛大厦10F（310012）
- 中心网站：www.100EC.cn 官微：i100EC