网经社电子商务研究中心
"一带一路"TOP10影响力社会智库

电诉宝
网络消费纠纷调解平台

2025年Q4
电商平台商家投诉数据报告

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：2026年1月7日
报告编制：网经社电子商务研究中心

报告下载

网经社电子商务研究中心
"一带一路"TOP10影响力社会智库
ECRC

电诉宝
网络消费纠纷调解平台

目录

一、报告摘要.....5

四季度，电商商家在京东、淘宝天猫、拼多多、抖音电商等平台多维度的扶持与密集的节日促销中，迎来了全年最重要的经营旺季。如天猫的"千星计划"为潜力商家提供了从流量、营销到培训的专属资源包，阿里妈妈、抖音电商等平台发布了覆盖圣诞节、年货节等多个节点的营销指南。.....5

然而，在"双 11"、"年货节"等关键节点，电商平台内广告竞争白热化，可能推高获客成本和营销投入。而且平台算法、扶持政策和活动规则不断更新，商家需要持续学习与快速适应，以获取流量支持。在激烈的价格竞争和平台促销机制下，商家的利润空间可能受到挤压。.....5

如话题#商家吐槽网购羽绒服旅游半个月退回#登上微博热搜，商家认为这是白嫖行为，因为衣服上的吊牌仍然完好无损。尽管平台支持退款,但商家对此感到愤怒,认为二次销售对其他消费者不公平，销毁又觉得可惜。因此，商家在网络上发泄不满，引发了广泛讨论。.....5

在此背景下，1 月 7 日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台"电诉宝"商家投诉通道（JTK.100EC.CN）Q4 受理的全国电商平台大量商家投诉案例，网经社电子商务研究中心例行发布《2025 年 Q4 电商平台商家投诉数据报告》。报告涉及了综合电商、直播电商、电商服务商等领域，并公布了四季度电商平台商家投诉数据及十大典型案例，通过这些投诉案例可窥见当前电商平台商家困境。.....5

二、整体数据.....6

（一）投诉平台分布.....6

据“电诉宝”商家投诉显示，Q4 电商平台投诉占比依次为：抖音电商（38.75%）、拼多多（33.55%）、淘宝（10.92%）、京东（2.08%）、苏宁易购（1.69%）、快手电商（1.56%）、全球速卖通（1.43%）、天猫（1.43%）、千牛（0.91%）、小红书（0.78%）、微店（0.78%）、微信（0.65%）、闲鱼（0.65%）、1688（0.39%）、万师傅（0.39%）、小鹅通（0.26%）、微信视频号（0.26%）、美团（0.26%）、shopee（0.13%）、大众点评（0.13%）、大麦网（0.13%）、常青藤爸爸（0.13%）、微拍堂（0.13%）、拍机堂（0.13%）、敦煌网（0.13%）、智行（0.13%）、瓜子二手车（0.13%）、蜂享家（0.13%）、走着瞧旅行（0.13%）、饿了么（0.13%）、其他（1.69%）。.....6

.....6

（二）投诉问题类型分布.....6

据“电诉宝”显示，四季度全国电商平台商家投诉问题主要集中在这六项，其中任意仅退款占比高达 37.09%，排在第一；其余问题类型依次为：过度维护消费者（19.97）、扣押保证金（9.99%）、任意罚款（9.73%）、随意封店（2.72%）、强制运费险（0.52%）。.....7

.....7

（三）投诉地区分布.....7

（四）投诉经营类目分布.....8

（五）投诉金额区间分布.....9

（六）投诉商家负责人性别分布.....10

三、平台数据.....11

（一）抖音电商.....11

（二）淘宝.....14

四、十大典型案例.....16

五、关于我们.....20

（一）关于电诉宝.....20

（二）关于网经社.....23

官方公众号 ID：i100EC 网购投诉平台 ID：DSWQ315.....26

商家投诉（JTK.100EC.CN） 电诉宝（315.100EC.CN）.....26

一、报告摘要

四季度，电商商家在京东、淘宝天猫、拼多多、抖音电商等平台多维度的扶持与密集的节日促销中，迎来了全年最重要的经营旺季。如天猫的"千星计划"为潜力商家提供了从流量、营销到培训的专属资源包，阿里妈妈、抖音电商等平台发布了覆盖圣诞节、年货节等多个节点的营销指南。

然而，在"双 11"、"年货节"等关键节点，电商平台内广告竞争白热化，可能推高获客成本和营销投入。而且平台算法、扶持政策和活动规则不断更新，商家需要持续学习与快速适应，以获取流量支持。在激烈的价格竞争和平台促销机制下，商家的利润空间可能受到挤压。

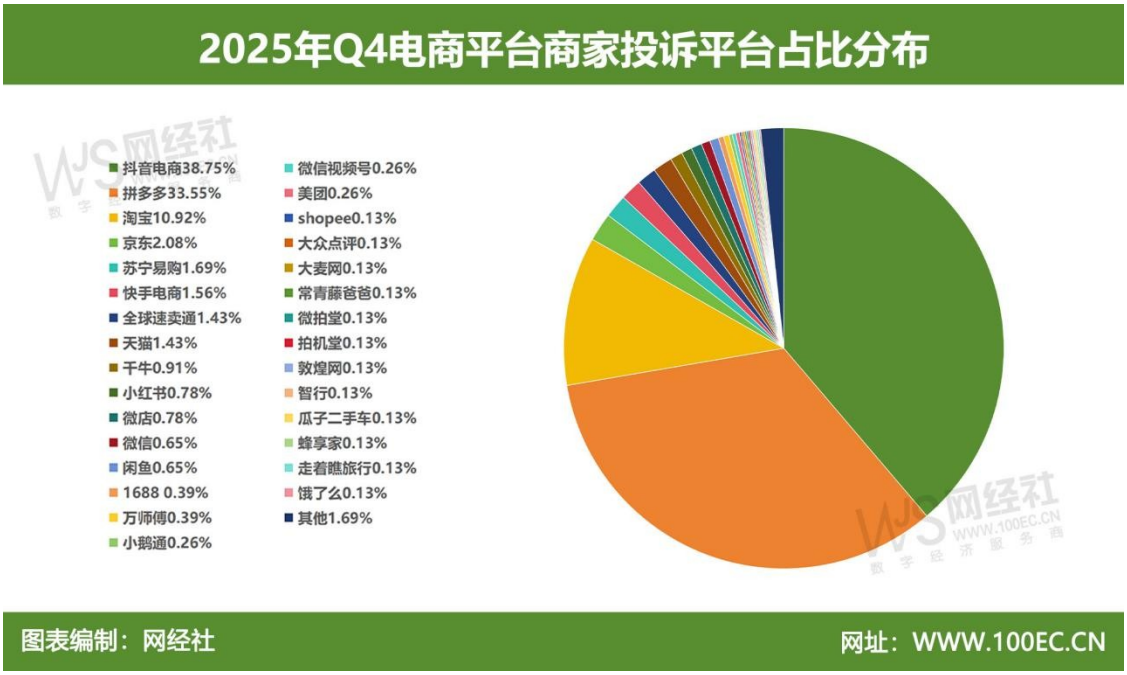
如话题#商家吐槽网购羽绒服旅游半个月退回#登上微博热搜，商家认为这是白嫖行为，因为衣服上的吊牌仍然完好无损。尽管平台支持退款,但商家对此感到愤怒,认为二次销售对其他消费者不公平，销毁又觉得可惜。因此，商家在网络上发泄不满，引发了广泛讨论。

在此背景下，1 月 7 日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台"电诉宝"商家投诉通道（JTK.100EC.CN）Q4 受理的全国电商平台大量商家投诉案例，网经社电子商务研究中心例行发布**《2025 年 Q4 电商平台商家投诉数据报告》。**报告涉及了**综合电商、直播电商、电商服务商**等领域，并公布了四季度电商平台商家投诉数据及十大典型案例，通过这些投诉案例可窥见当前电商平台商家困境。

二、整体数据

（一）投诉平台分布

据“电诉宝”商家投诉显示，Q4 电商平台投诉占比依次为：抖音电商（38.75%）、拼多多（33.55%）、淘宝（10.92%）、京东（2.08%）、苏宁易购（1.69%）、快手电商（1.56%）、全球速卖通（1.43%）、天猫（1.43%）、千牛（0.91%）、小红书（0.78%）、微店（0.78%）、微信（0.65%）、闲鱼（0.65%）、1688（0.39%）、万师傅（0.39%）、小鹅通（0.26%）、微信视频号（0.26%）、美团（0.26%）、shopee（0.13%）、大众点评（0.13%）、大麦网（0.13%）、常青藤爸爸（0.13%）、微拍堂（0.13%）、拍机堂（0.13%）、敦煌网（0.13%）、智行（0.13%）、瓜子二手车（0.13%）、蜂享家（0.13%）、走着瞧旅行（0.13%）、饿了么（0.13%）、其他（1.69%）。



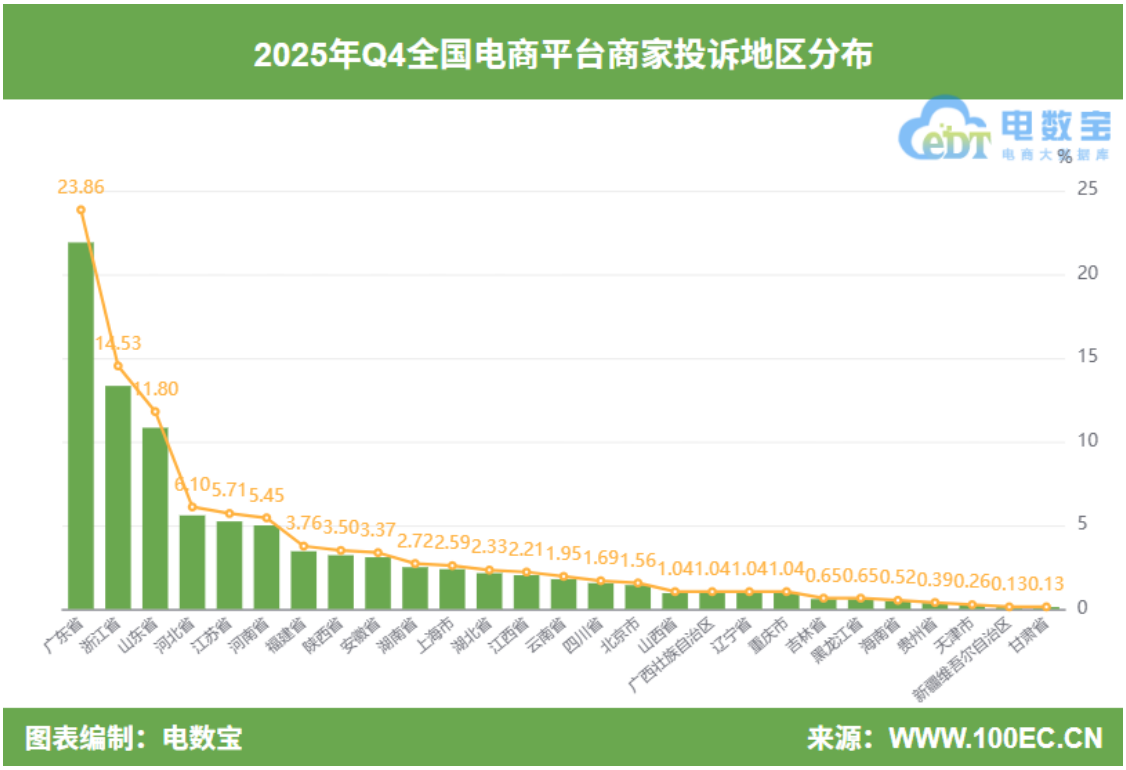
（二）投诉问题类型分布

据“电诉宝”显示，四季度全国电商平台商家投诉问题主要集中在这六项，其中**任意仅退款**占比高达**37.09%**，排在第一；其余问题类型依次为：**过度维护消费者**（19.97）、**扣押保证金**（9.99%）、**任意罚款**（9.73%）、**随意封店**（2.72%）、**强制运费险**（0.52%）。



（三）投诉地区分布

四季度，“电诉宝”受理投诉**商家注册地区TOP10**依次为广东省（23.86%）、浙江省（14.53%）、山东省（11.80%）、河北省（6.10%）、江苏省（5.71%）、河南省（5.45%）、福建省（3.76%）、陕西省（3.50%）、安徽省（3.37%）、湖南省（2.72%）。

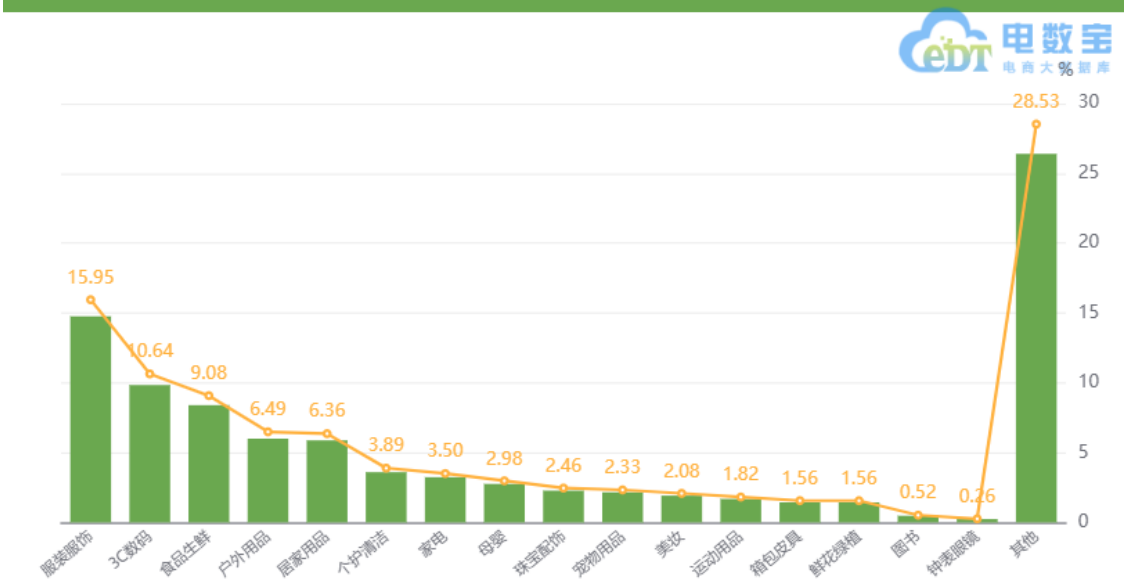


（四）投诉经营类目分布

四季度，“电诉宝”受理投诉商家的**经营类目TOP10**为服装服饰（15.95%）、3C数码（10.64%）、食品生鲜（9.08%）、户外用品（6.49%）、居家用品（6.36%）、个护清洁（3.89%）、家电（3.50%）、母婴（2.98%）、珠宝配饰（2.46%）、宠物用品（2.33%）。

此外，还包括美妆（2.08%）、运动用品（1.82%）、箱包皮具（1.56%）、鲜花绿植（1.56%）、图书（0.52%）、钟表眼镜（0.26%）。

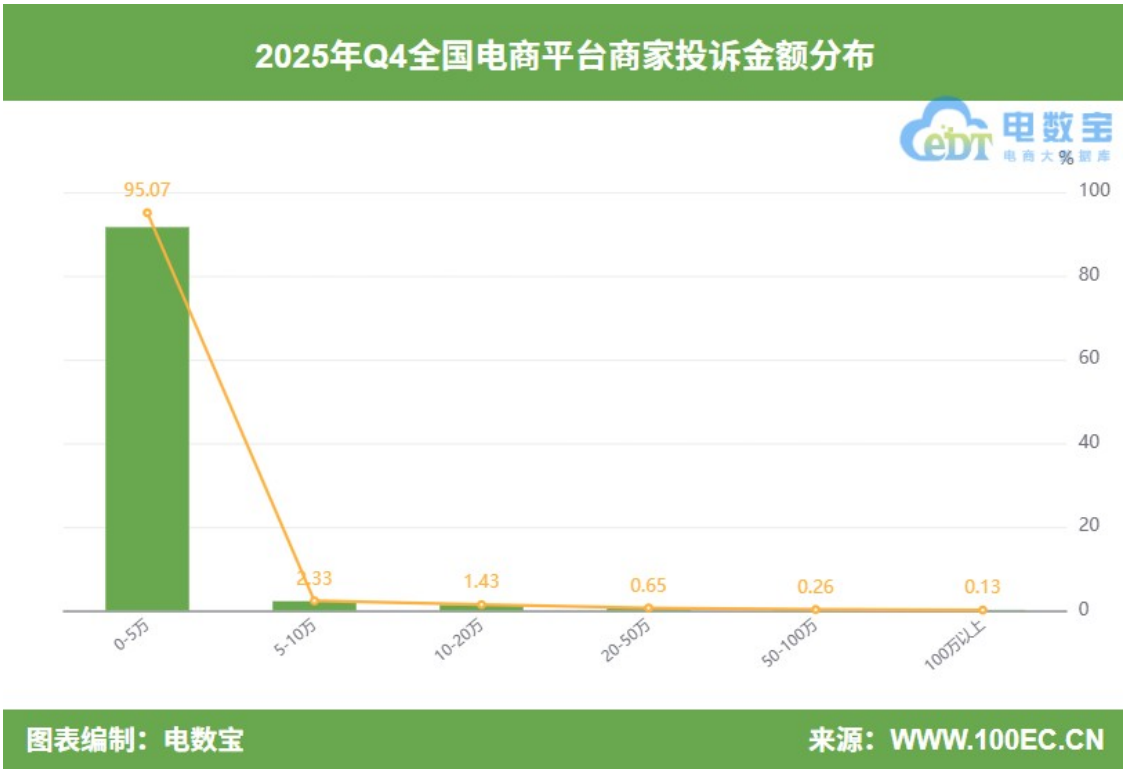
2025年Q4全国电商平台商家投诉经营类目分布



图表编制：电数宝　　来源：WWW.100EC.CN

（五）投诉金额区间分布

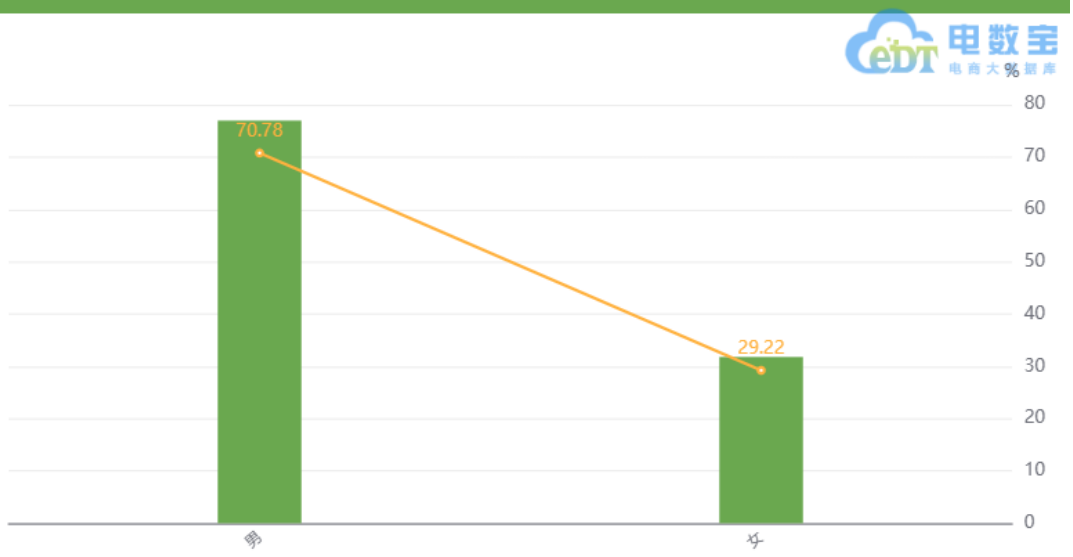
据“电诉宝”显示，Q4 商家**投诉金额**分布主要集中在 0-5 万（95.07%）、5-10 万（2.33%）、10-20 万（1.43%）、20-50 万（0.65%）、50-100 万（0.26%）、100 万以上（0.13%）。



（六）投诉商家负责人性别分布

据“电诉宝”显示，Q4 男性商家负责人投诉比例为 **70.78%**，女性商家负责人投诉比例为 **29.22**。

2025年Q4全国电商平台商家投诉性别分布



图表编制：电数宝　　来源：WWW.100EC.CN

三、平台数据

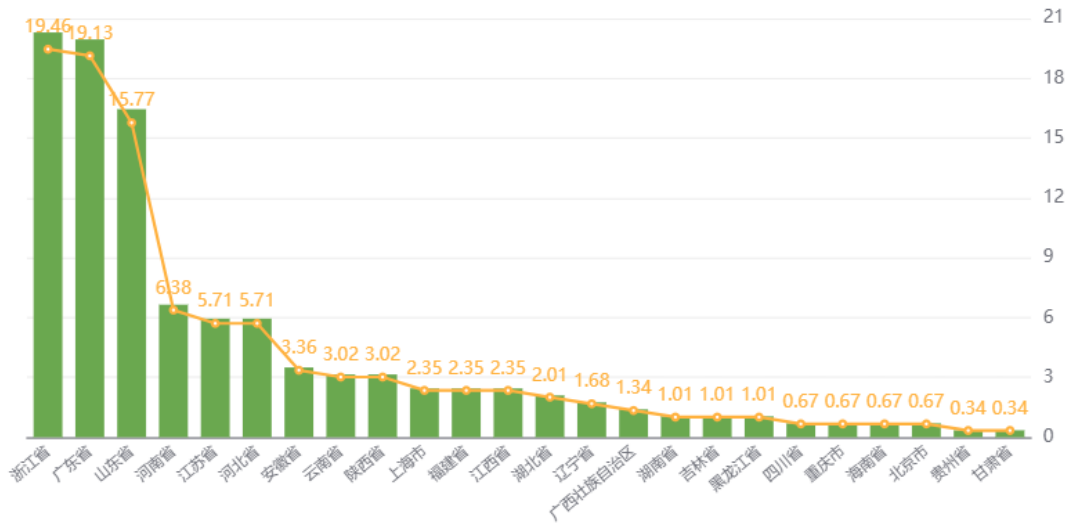
（一）抖音电商

据“电诉宝”显示，四季度抖音电商平台涉及的**298**份商家投诉，**问题类型**主要集中在这五项，其中**任意仅退款**占比最高，为**46.64%**；其余问题类型依次为：过度维护消费者（29.53%）、任意罚款（7.72%）、随意封店（1.34%）、扣押保证金（1.01%）、强制运费险（0.34%）。



四季度，投诉抖音电商平台的**商家注册地区TOP9**依次为浙江省（19.46%）、广东省（19.13%）、山东省（15.77%）、河南省（6.38%）、江苏省（5.71%）、河北省（5.71%）、安徽省（3.36%）、云南省（3.02%）、陕西省（3.02%）。

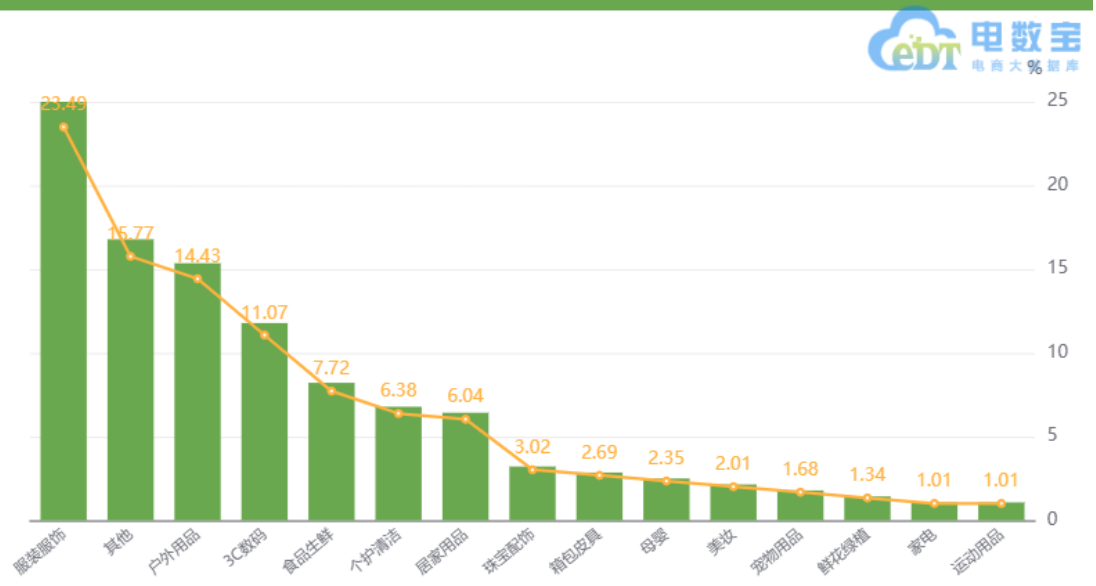
2025年Q4抖音电商平台商家投诉地区分布



图表编制：电数宝　　来源：WWW.100EC.CN

四季度，投诉抖音电商平台的**商家经营类目 TOP5** 依次为服装服饰（23.49%）、户外用品（14.43%）、3C 数码（11.07%）、食品生鲜（7.72%）、个护清洁（6.38%）。

2025年Q4抖音电商平台商家投诉经营类目分布



图表编制：电数宝　　来源：WWW.100EC.CN

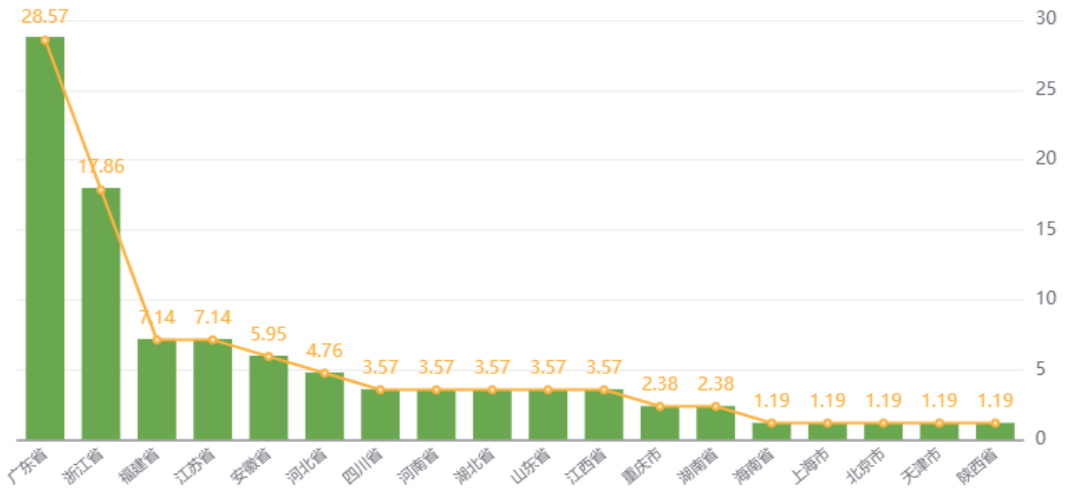
（二）淘宝

据"电诉宝"显示，Q4 淘宝平台涉及的商家投诉**问题类型**主要集中在：任意仅退款（30.95%）、过度维护消费者（28.57%）、任意罚款（13.10%）、扣押保证金（8.33%）、随意封店（2.38%）。



Q4，投诉淘宝平台的**商家注册地区 TOP5** 依次为广东省（28.57%）、浙江省（17.86%）、福建省（7.14%）、江苏省（7.14%）、安徽省（5.95%）。

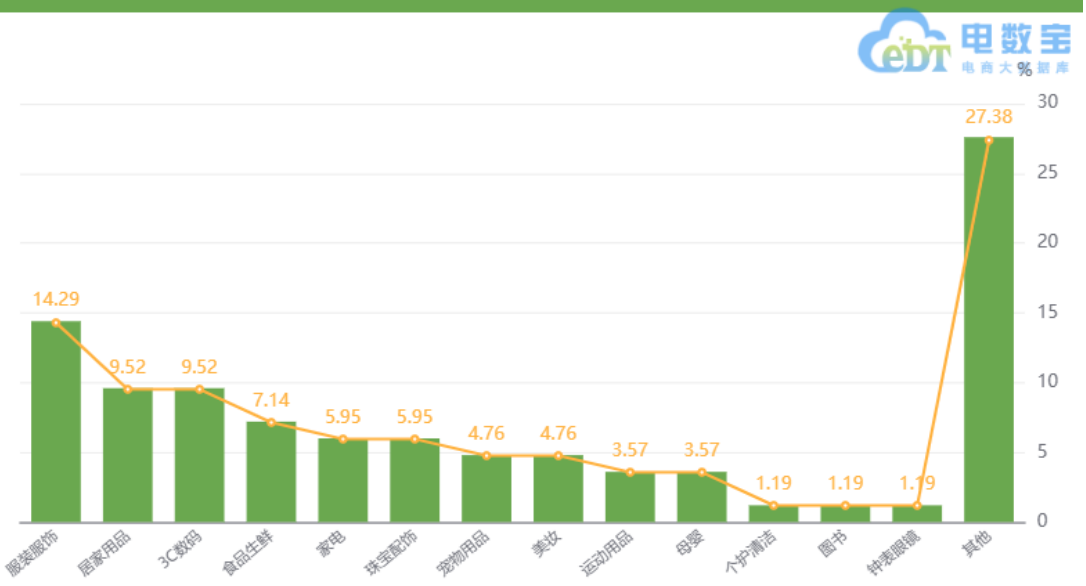
2025年Q4淘宝平台商家投诉地区分布



图表编制：电数宝　　来源：WWW.100EC.CN

四季度，投诉淘宝平台的**商家经营类目TOP5**依次为服装服饰（14.29%）、居家用品（9.52%）、3C数码（9.52%）、食品生鲜（7.14%）、家电（5.95%）。

2025年Q4淘宝平台商家投诉经营类目分布



图表编制：电数宝　　来源：WWW.100EC.CN

四、十大典型案例

据"电诉宝"受理商家维权案例，我们从中选取十大典型投诉案例，涉及**淘宝、快手电商、抖音电商、小鹅通、微店、千牛、天猫、苏宁易购、小红书、微信。**涉及问题包括：**随意罚款、不合理处罚、过度维护消费者、随意封店、扣押保证金、随意封号、任意仅退款**等。

2025年Q4电商平台商家投诉十大典型案例

投诉时间	投诉平台	投诉商家	问题类型	投诉案例
10月9日	淘宝	潮妆护肤名品店	随意罚款	商家称"淘宝"不顾买卖双方商定直接介入罚款
10月20日	快手电商	洺嘉果园	不合理处罚	"快手电商"商家称被平台认定"情节特别严重"缺乏事实依据
10月27日	抖音电商	华为约宝专卖店	过度维护消费者	用户寄回的商品不一致"抖音电商"却直接支持退款?
11月10日	小鹅通	正义昆廷	随意封店	"小鹅通"商家称遭遇不合理"店铺封禁"影响公司经营
11月13日	微店	追忆出品	随意封店	"微店"被指无依据封店扣押商家资金沟通后仍拒不解封
11月21日	千牛	方先生	随意封店	商家投诉"千牛"未注册账号陌生人误转2000元遭平台强行划扣店铺消失
12月11日	天猫	奥品森旗舰店	过度维护消费者	"天猫"小二强制为买家退款?商家投诉平台过度维护消费者
12月18日	苏宁易购	晓宝贝母婴旗舰店	扣押保证金	商家投诉"苏宁易购"关店三年保证金未退客服推诿不处理
12月23日	小红书	耿先生	随意封号	"小红书"被指规则矛盾：允许发布后引导认证，认证后限流判定违规封禁账号
12月29日	微信	王先生	任意仅退款	"微信"自动扣除商家金额商家要求取消仅退款判定

图表编制：网经社　　网址：WWW.100EC.CN

【案例一】商家称"淘宝"不顾买卖双方商定 直接介入罚款

10月9日，广东省的个护清洁商家陈先生（店铺名：潮妆护肤名品店）投诉称，其于2025年10月8日受到了淘宝平台随意罚款的情况。陈先生8日、9日分别于淘宝平台卖家客服处说明且寻求帮助均无果。

陈先生称，买家在店里拍了多单，他们先发货了三单以后，买家又下一单，要求一块发。陈先生本着服务买家的宗旨，同意一起打包发给买家，然后和买家说明原先发出的包裹拦截回来，让买家先确认收货，买家同意也先确认收货了。结果淘宝平台不顾买卖双方的商定，依然罚了三个订单的款，共计15元。

陈先生疑惑，作为中立平台，买卖双方协商好的发货方式，平台凭什么介入罚款？陈先生于淘宝平台卖家客服处寻求帮助无果。陈先生表示，淘宝平台打着

替买家发起投诉的旗号，在买家与商家协商好的情况下强势罚扣商家的款，是对商家极大的不公。

【案例二】"快手电商"商家称被平台认定"情节特别严重"缺乏事实依据

10 月 20 日，广东省的食品生鲜商家刘先生（店铺名：洺嘉果园）投诉称，其在推广板栗商品时，始终以诚信为原则，对广告内容的真实性严格把关。在视频推广过程中，刘先生所展示的板栗商品，从品种、规格、关键成分等关键特征方面，均与商品详情页所描述的内容保持一致。根据快手平台对"推广关键特征不符商品"的违规定义，刘先生仔细对照，对推广板栗的视频内容与商品详情页进行了全面核查，视频中展示的板栗品种与商品详情页标注的品种完全一致，不存在品种不符的情况。

刘先生表示，其推广板栗的视频内容与商品详情页在关键特征上不存在任何差异，完全不符合"推广关键特征不符商品"的违规情形。截至目前，刘先生方尚未收到任何消费者关于板栗商品与推广内容不符的投诉，也没有出现因商品关键特征不符而导致的退货、退款等问题，客观上并未对消费者造成实质损害，更没有对平台的正常经营秩序造成严重不良影响。因此，刘先生认为快手将本次行为认定为"情节特别严重"，与实际情况严重不符，缺乏事实依据。

【案例三】用户寄回的商品不一致 "抖音电商"却直接支持退款？

10 月 27 日，广东省的 3C 数码商家庄先生（店铺名：华为约宝专卖店）投诉称，其于 2025-10-17 被抖音平台恶意仅退款订单款项 359 元，此订单消费者申请退货退款后寄回包裹，商家已于 2025 年 10 月 12 日收到用户寄回的包裹，经拆包核实用户寄回的商品与购买商品不符，同时间也有同步留言告知消费者商家收到用户寄回的商品及拆包视频，消费者寄回的商品不一致商家无法支持退款，便拒绝订单售后申请。

庄先生称，后续拒绝订单售后时商家也是有按平台要求同步上传拆包视频及收到包裹内的设备图片，但平台依旧在未联系商家核实情况下自行为消费者订单退款。后续庄先生申诉订单时，平台却以敷衍话术驳回了商家申诉请求。庄先生表示，现订单用户寄回的商品不符并且平台已为消费者订单退款，导致商家设备

及订单款项均亏损，庄先生要求平台返还订单款项 359 元。

【案例四】"小鹅通"商家称遭遇不合理"店铺封禁" 影响公司经营

11 月 10 日，广东市商家刘先生（店铺名：正义昆廷）投诉称，其于 2025 年 10 月 29 日，在小鹅通平台经历了不合理的"店铺封禁"处理，侵害了合法权益，导致其店铺无法正常登录运营，使店铺后台订单售后问题无法及时处理，影响了公司的经营。

刘先生称，公司账户被迫冻结 20 余万元，违反了《中华人民共和国电子商务法》、《中华人民共和国电子商务法》、《中华人民共和国反垄断法》、《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国反不正当竞争法》，刘先生要求解封店铺，恢复正常运营，处理好禁封期间导致的售后问题，后期刘先生也会自查自省，严格遵守法律法规。

【案例五】"微店"被指无依据封店 扣押商家资金 沟通后仍拒不解封

11 月 13 日，江苏省的庄先生（店铺名：追忆出品）投诉称，其在微店平台经营店铺期间，账户内尚有大约 5 万元合法资金未提现。平台在未明确告知具体违规依据、未提供任何违规证据的情况下，就对封禁了其店铺。庄先生曾主动申请临时解封以提取资金，但遭平台无理由拒绝，导致资金被长期扣押，无法取出。

庄先生认为平台无执法权，不得随意冻结商家合法财产，其行为已严重侵害其财产权益。多次沟通后，平台仍未给出合理解决方案。庄先生的诉求是：1. 立即返还被扣押资金；2. 明确告知封店依据及规则；3. 规范平台资金管理及解封流程。

【案例六】商家投诉"千牛"未注册账号 陌生人误转 2000 元遭平台强行划扣店铺消失

11 月 21 日，广东省的方先生向"电诉宝"投诉称，其于 11 月 21 日凌晨 0 点 08 分，在未注册、未登录过千牛平台的情况下，一名陌生人误将 2000 元转入支付宝账户。

随后，千牛平台在方先生未开通任何自动支付、未绑定账号的情况下，强行从其的支付宝中划扣了该笔 2000 元款项。该陌生人已就误转账事件报警，并要

求方先生退款。方先生无法联系千牛平台，且原本可能存在的店铺已被平台强行取消，无法查找。

【案例七】“天猫”小二强制为买家退款？商家投诉平台过度维护消费者

12 月 11 日，广东省的龚先生（店铺名：奥品森旗舰店）投诉称，其于 11 月至 12 月期间，为买家提供了价值 2700 元的设计服务。

买家对设计满意后，天猫小二"坤乙"介入处理。小二欺骗龚先生发送设计文件，在其发送文件后，强制为买家退款。龚先生认为小二过度维护消费者，行为极不公平，涉嫌骗钱骗文件。龚先生的诉求是：平台调查小二"坤乙"，维护其合法权益，给予公正判罚。

【案例八】商家投诉“苏宁易购”关店三年保证金未退 客服推诿不处理

12 月 18 日，福建省的李先生（店铺名：晓宝贝母婴旗舰店）投诉称，其店铺于 2022 年 11 月完成所有关闭流程，并确认退还保证金 10000 元。根据平台规则，保证金应在查验完毕后三个月内无息退还。

但截至 2025 年 11 月，保证金仍未到账。李先生多次联系平台客服和招商人员，对方均以“正在处理中”等话术推诿，不提供具体退款时间表，且无法通过任何渠道获得有效回应。

【案例九】“小红书”被指规则矛盾：允许发布后引导认证，认证后限流判定违规封禁账号

12 月 23 日，山东省的耿先生向“电诉宝”投诉称，其于 8 月在小红书平台花钱认证了专业号，但平台随后封禁了其账号。平台声称是按照社区规则判定账号违规，但耿先生指出存在重大程序问题：平台一开始允许其发布招聘广告，在耿先生发布一段时间后，引导其认证专业号。耿先生按要求认证并上传公司资质，发布的笔记内容全部与营业执照相关，且与账号名相符。

然而认证后，平台开始限流，耿先生一发笔记就被判定违规，连续多个笔记违规。耿先生认为平台采用累积式处罚政策，违规次数多就会封禁账号，但平台之前的承诺是"认证专业号后即可合理发布招聘笔记"，明显与平台的宣传不符。

【案例十】"微信"自动扣除商家金额 商家要求取消仅退款判定

12 月 29 日，山东省的王先生向"电诉宝"投诉称，其于 12 月 27 日在微信视频号小店遭遇不合理的"仅退款"判定。

买家在王先生店铺购买大蒜，于 12 月 25 日 16 点 25 分签收商品，却以"快递一直未送到"为由申请仅退款，且平台同意了买家的申请，自动扣除商家金额退回给买家。王先生能提供买家电子签收底单、收件人取件视频截图、物流轨迹截图、平台评判截图等完整证据链，证明买家已实际收到商品。王先生的诉求是：平台退还货款，取消仅退款判定，维护商家合法权益。

五、关于我们

（一）关于电诉宝

国内知名网络消费纠纷调解平台"电诉宝"（315.100EC.CN）运行 10 余年来，与全国近千家网络消费平台建立对接，影响 1 亿+网络消费用户，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、评价体系、法律求助、大数据分析**等诸多功能。目前，平台"绿色通道"服务向广大网络消费平台开放，各平台可自主申请入驻，实时受理、反馈和查询用户满意度评价。为了更好地营造公开、透明、健康的网络消费投诉环境，"电诉宝"公开版已正式上线，新增**用户投诉实时受理动态、月度平台投诉量 TOP10、热点投诉地区、投诉榜（依据投诉量排行）**等模块，让投诉过程透明化，一手掌握信息动态。



“电诉宝”（网络消费纠纷调解平台；315.100EC.CN）运行十余年，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，已连续十余年发布，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。

为了更好地营造公开、透明、健康的电商消费投诉环境，“电诉宝”公开版于2020年7月1日正式上线，新增用户投诉实时受理动态、月度平台投诉量TOP10、热点投诉地区等模块，让投诉过程透明化，一手掌握信息动态。

（二）关于网经社

浙江网经社信息科技公司拥有18年历史，提供媒体平台、专业智库以及资源媒介三大服务，致力于打造大数据驱动的“中国领先的数字经济服务商”。

公司总部位于杭州，系国内唯一拥有A股上市公司背景的数字经济媒体、智库和平台，母公司在全国拥有30个分支机构，实力雄厚，是我国数字经济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，服务客户覆盖各大互联网上市公司、独角兽，以及国家和各地政府部门，有口皆碑。

数据墙：

拥有100+专业频道，为全国用户提供全面、及时、专业的资讯，是国内领先的数字经济门户。

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20000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、演讲的数字经济论坛、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、40000+家数字经济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。

法律合规成果：

网经社在消费维权、立法等方面也取得不少成果，并得到有关部委、消协的肯定。如 2020 年网经社出席国家市监督总局在京召开的"互联网企业创建无传销网络平台座谈会"，发布**国内首份《中国社交电商合规研究报告》**；2017 年承接浙江省工商局、浙江省消保委委托的"跨境网购消费者权益保护课题"；2016 年承担承接国家工商总局和浙江省工商局"全国网络交易平台合规审查"调研课题项目；在国家工商行政管理总局消费者权益保护局、中国消费者协会指导，与《中国消费者报》举办的"促进电商发展指导网络消费"座谈会上，发布**《2016 年中国消费者网络消费洞察报告与网购指南》**。

2024 年 9 月 25 日，浙江省消保委第四届专业委员会专家聘任仪式暨浙江《消法》实施办法修改座谈会在浙江省市场监督管理局举行。网经社电子商务研究中心主任曹磊受邀参加，并获聘浙江省消保委第四届电子商务专业委员会专家。

网经社承担市场监督部门课题报告

发起单位	报告名称	担　任
国家工商总局牵头	《网络商品及服务交易监督管理条例》	立法起草副组长单位
原浙江省工商局	《全国网络交易平台用户合规审查报告》	执行单位
国家工商总局研究中心	全国网络交易平台信用体系建设课题	发布单位
国家市场监督管理总局会上	《中国社交电商合规研究报告》	发布单位
原浙江省工商局 浙江省消保委	"跨境网购消费者权益保护课题"	承接单位
中国消费者协会	《2016年中国消费者网络消费洞察报告与网购指南》	发布单位

2013 年，网经社受邀出席中国人民银行金融消费权益保护局等举办的《支付业消费权益保护研讨会》，并做主题报告；发起"2010 中国网络传销不完全调查"，并发布中国首份网络传销调查报告**《2010 中国网络传销调查报告》**，推动国家工商总局、公安部、工业和信息化部、国家互联网信息办公室、中国人民银行、中国银监会等六部门联合行动。

·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**《2025 年 Q4 电商平台商家投诉数据报告》”。**

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：2026 年 1 月 7 日

网经社电子商务研究中心
"一带一路"TOP10影响力社会智库

电诉宝
网络消费纠纷调解平台

官方公众号 ID：i100EC

（超 40 万电商人都在看！）

网购投诉平台 ID：DSWQ315

（在线网购投诉）

商家投诉（JTK.100EC.CN）

（商家反向维权通道）

电诉宝（315.100EC.CN）

（消费者投诉通道）