



2021年“双十一” 消费投诉 数据报告



01

“双十一”

全网消费投诉舆情分析



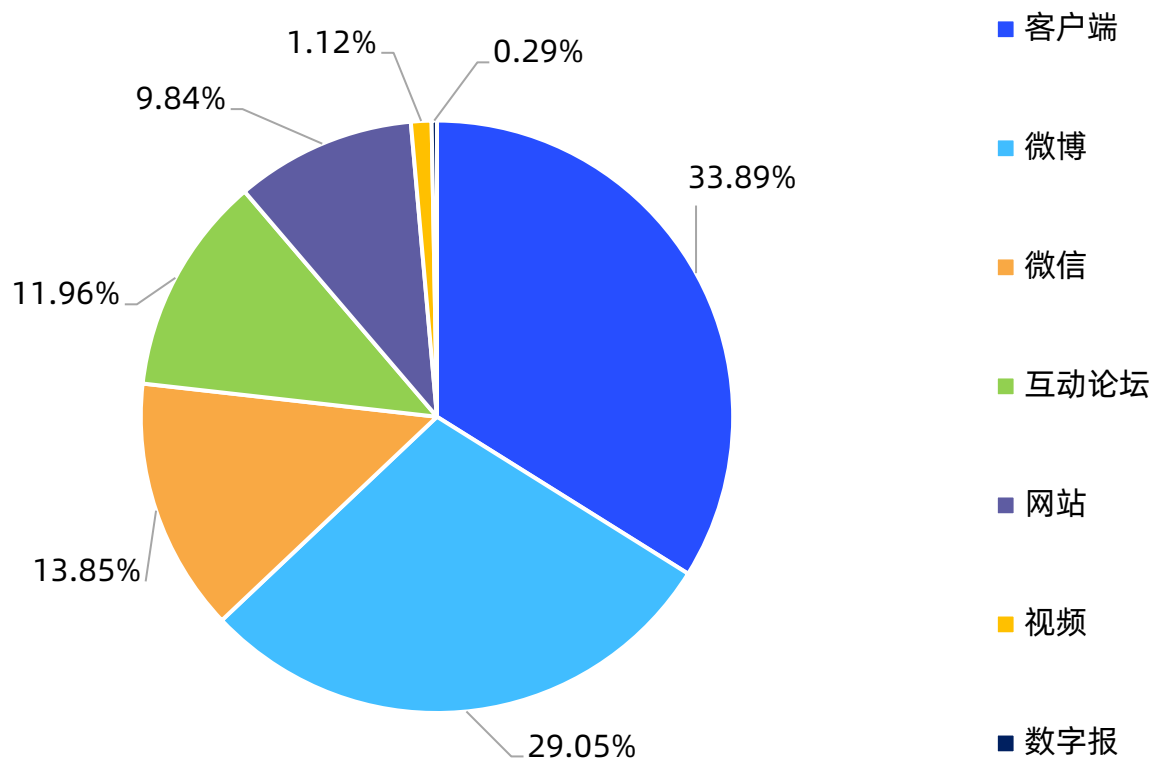


“双十一”消费投诉全网信息量

“双十一”促销大战中部分商品明降暗涨、先涨后折，优惠力度远未达到消费者预期，甚至有消费者发出了“上当受骗”的呼声。由此消费维权问题也随之产生。根据微热点大数据研究院统计，2021年10月20日至11月20日，全网有关“双十一”消费投诉”的信息量超**150**万条。



2021年“双十一”消费投诉相关内容来源分布



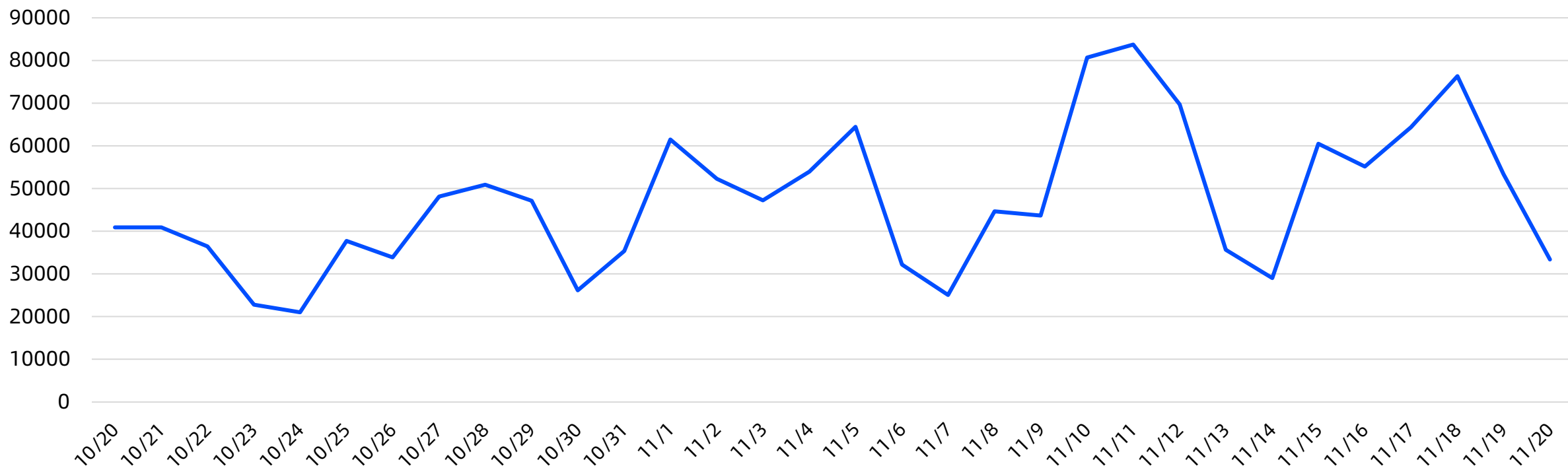
来自客户端平台的信息量达到51.1万条，占比33.89%，成为相关事件及话题的重要舆论发声场；其次是微博平台，信息量占比29.05%。



消费投诉相关内容传播趋势

11月11日，信息量达到最高点，当日信息量8.4万条。18日再次达到高点，相关信息量7.6万条。17、18两日巴黎欧莱雅安瓶面膜差价问题引起关注，巴黎欧莱雅官方、涉及事件主播：薇娅、李佳琦相继做出回应，引发消费者热议。

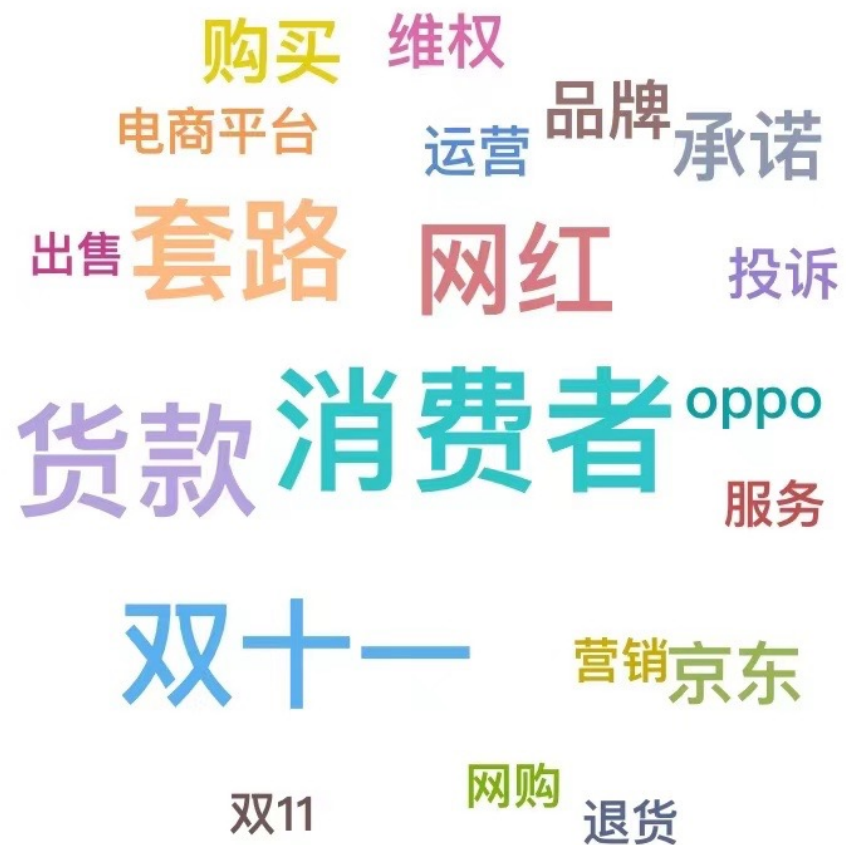
2021年“双十一”消费投诉相关内容传播趋势



数据来源：微热点研究院

统计时段：2021年10月20日至11月20日

经分析，“消费者”“商家”“货款”“双十一”“套路”“退款”“欧莱雅”“品牌”“维权”“投诉”等词成为相关事件或话题网络传播过程中的核心词。



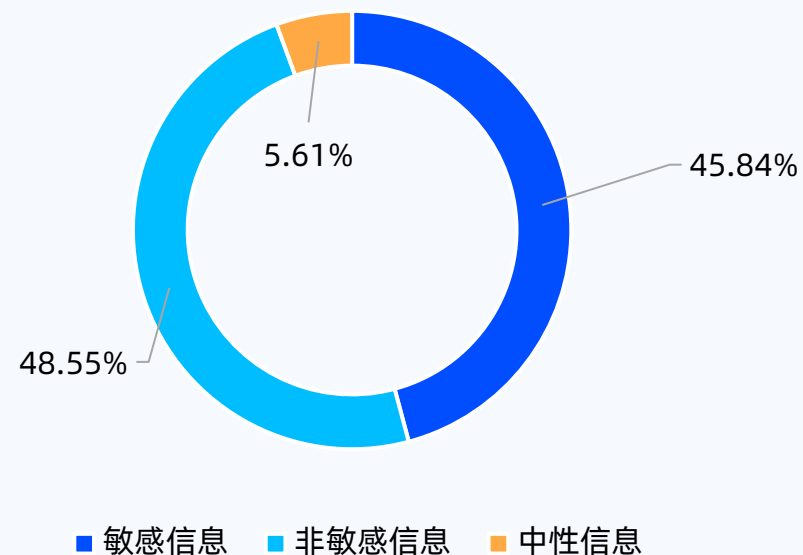


敏感信息、非敏感信息、中性信息占比

经分析，有关“双十一”消费投诉的相关信息中，敏感信息占比为45.84%，非敏感信息占比为48.55%，中性信息占比为5.61%。

欧莱雅面膜买完发放大量优惠券、Owhat非法侵占商家货款、薇娅直播间卖的三只松鼠又出事、假戴森吹风机贴着盗用的真二维码难分真假等内容成为敏感信息的主要来源。

敏感、非敏感、中性信息占比

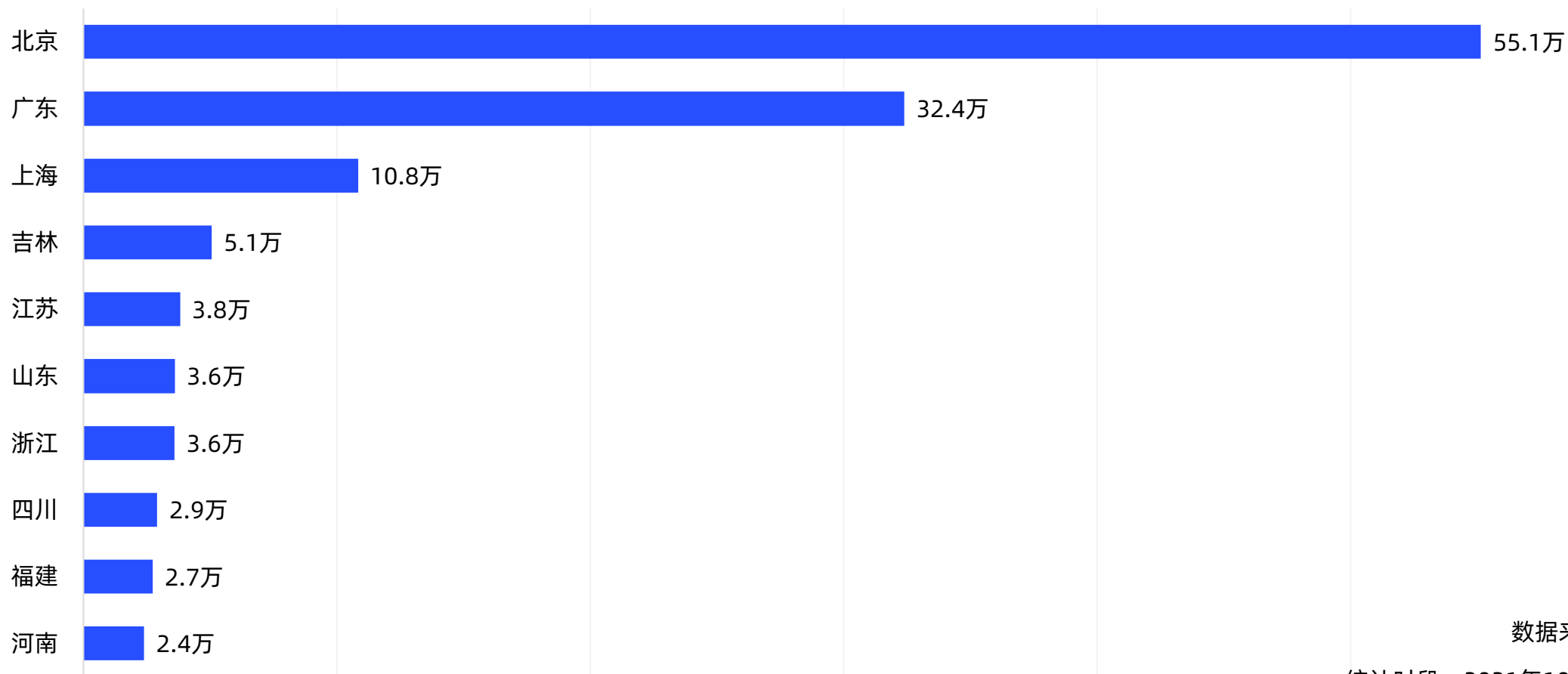




“双十一”消费投诉相关内容信息量地域分布

从参与讨论“双十一”消费投诉的网民地域分布来看，“北京”、“广东”两地的网民参与程度最高。上海、吉林、江苏、山东等地的网民也比较关注。

“双十一”消费投诉相关信息量

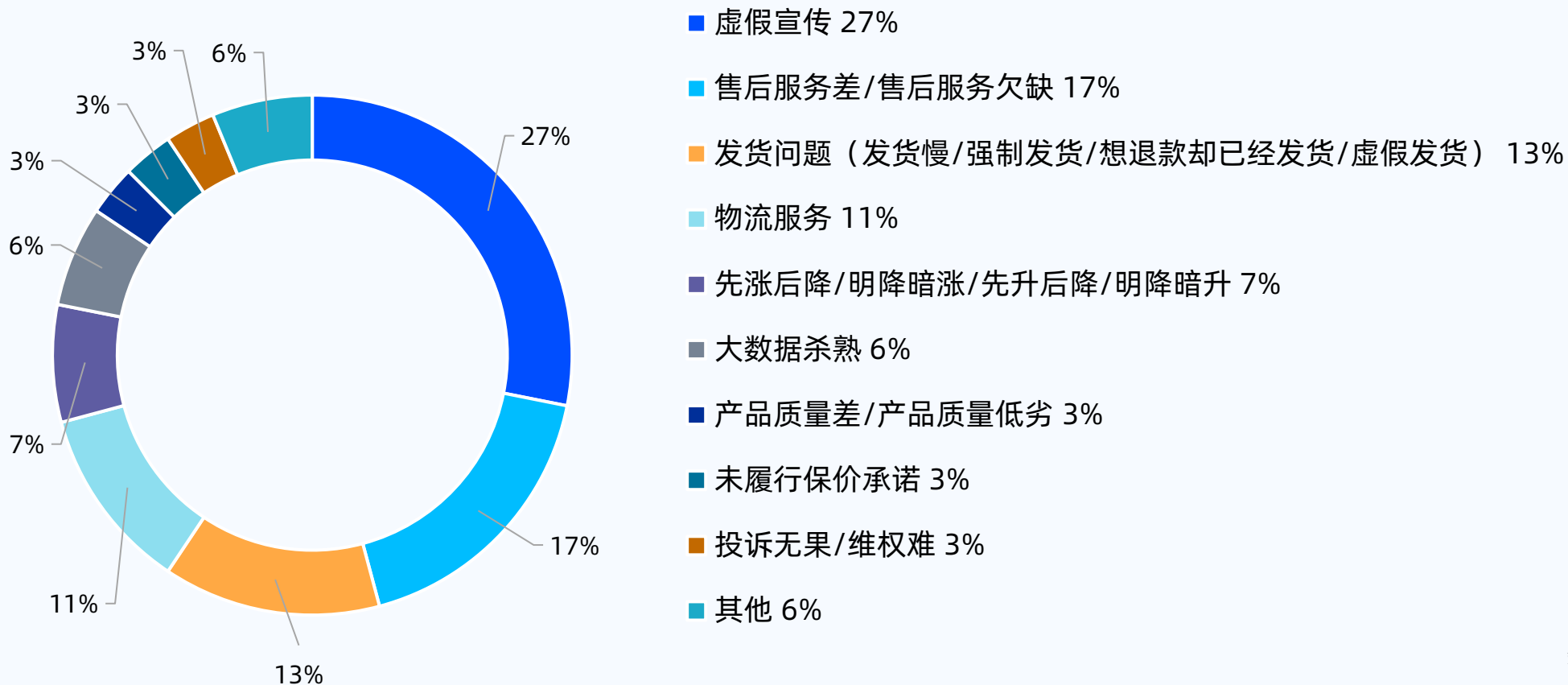


数据来源：微热点研究院

统计时段：2021年10月20日至11月20日

从消费者对“双十一”消费投诉的话题进行观点抽样分析可见，今年“双十一”消费者反映比较突出的问题是商家虚假宣传，占比27%；此外，也有17%的消费者反映售后服务差/售后服务欠缺的问题。

关于“消费维权”网友观点分布



数据来源：微热点研究院

统计时段：2021年10月20日至11月20日

02

“双十一” 微博平台信息传播分析



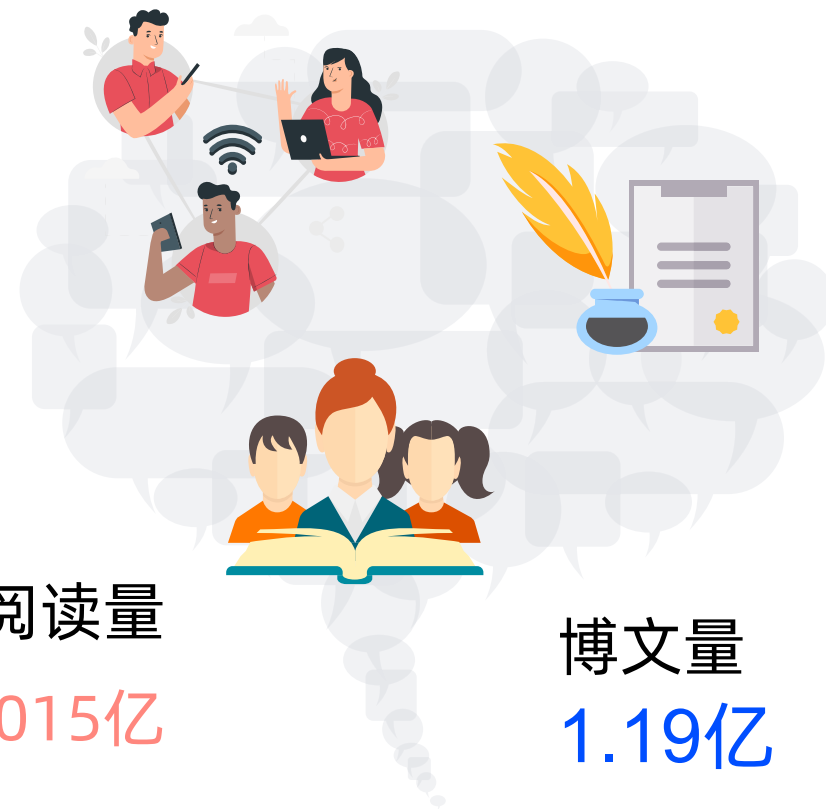
微博平台“双十一”相关内容传播数据

“双十一”期间微博讨论“双十一”相关内容的用户数达738万，博文量1.19亿，博文阅读量高达1015亿，互动量为15.8亿。

用户数
738万

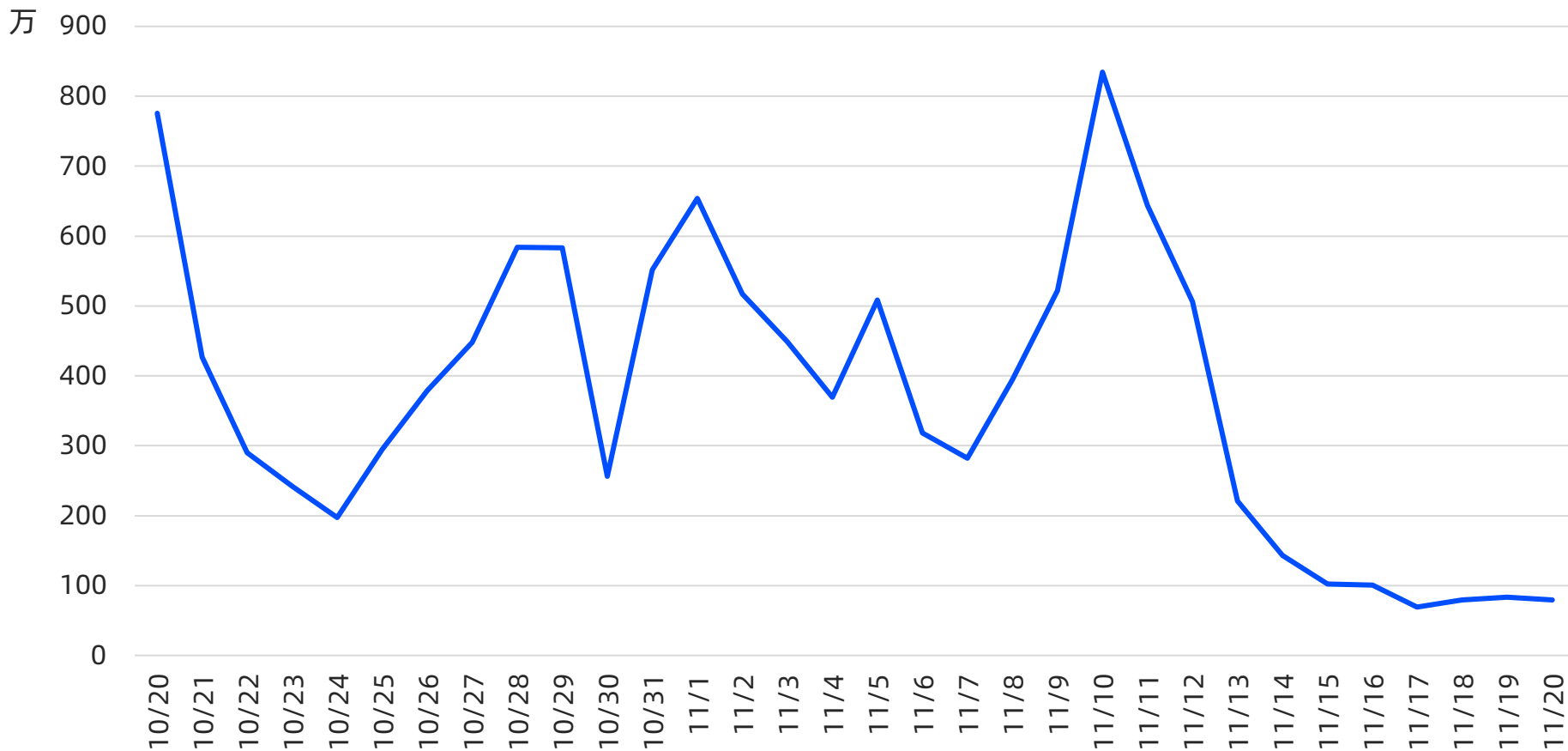
博文阅读量
1015亿

博文量
1.19亿





微博平台“双十一”相关内容传播趋势



“双十一”期间，微博用户相关热议博文持续走高，10月20日各平台开启预售，相关博文量出现高点775万；11月10日双十一活动进入高潮，各平台陆续进入付尾款阶段，相关博文量达到峰值835万。

数据来源：新浪数据中心

统计时段：2021年10月20日至11月20日

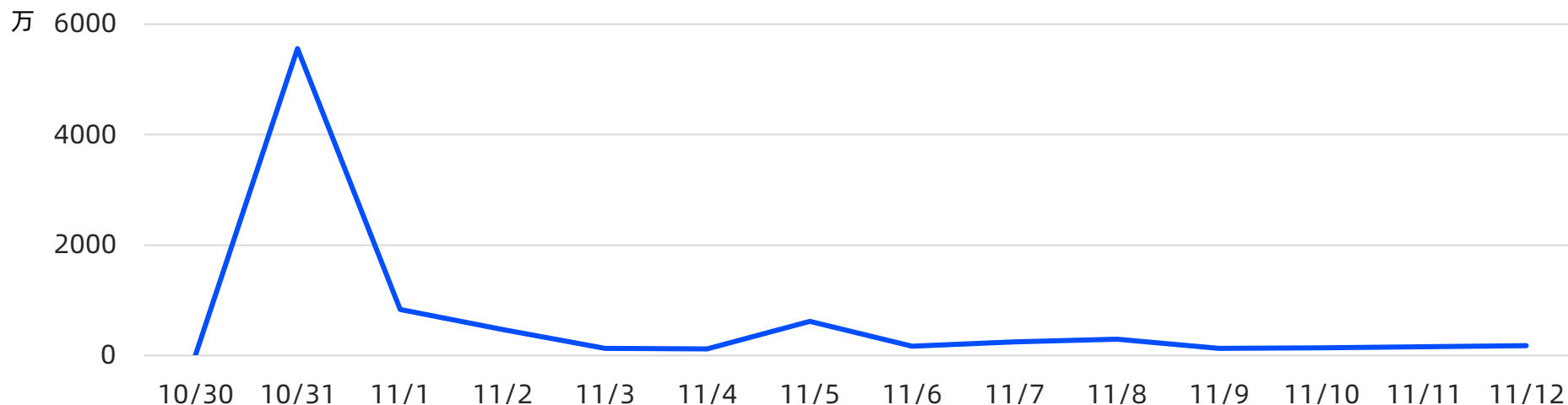


“抄级女生”成今年“双十一”热词

抄级女生什么梗？

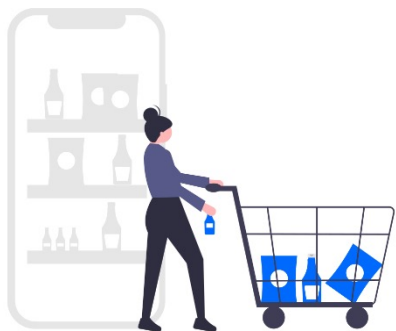
形容在双十一购物时抄作业特别厉害，通过各种社交平台搜集攻略，按计算器啪啪响，堪称是网购界满级玩家的女性消费者。

“抄级女生”博文阅读量趋势



数据来源：新浪数据中心

统计时段：2021年10月20日至11月20日



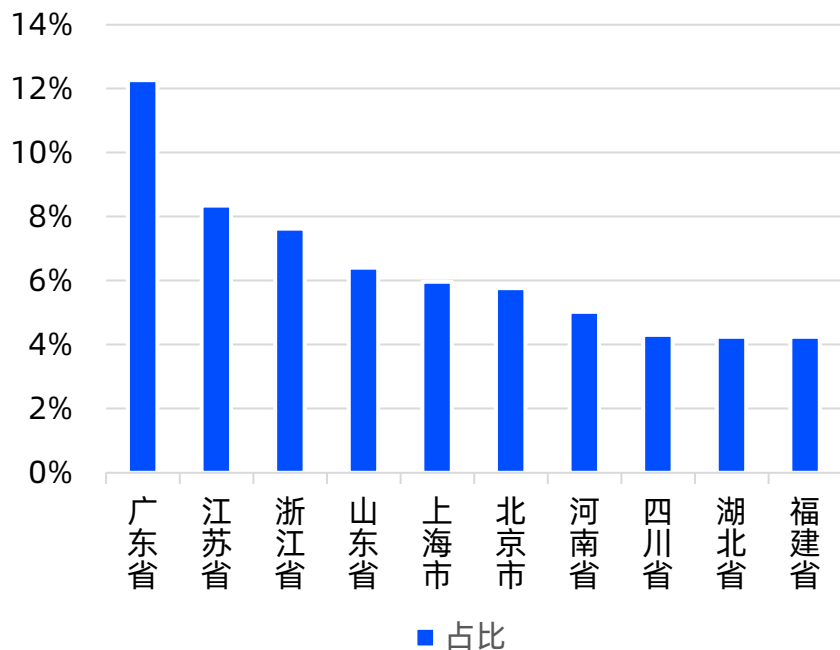


微博平台参与讨论“双十一”相关内容的用户画像

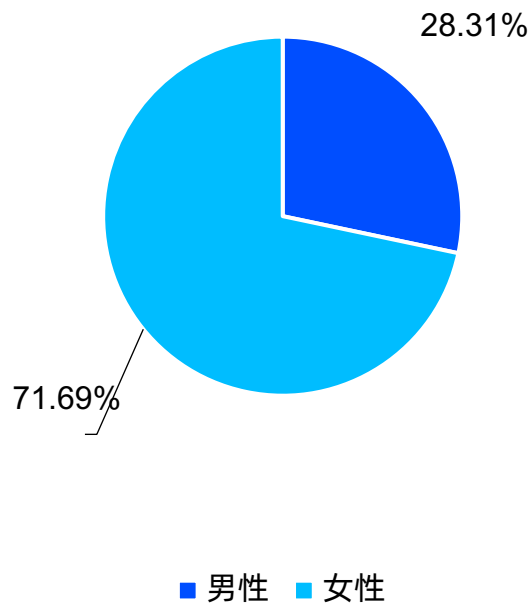
通过微博讨论“双十一”的用户中，广东省的用户占比最高为12.27%。女性用户占比71.69%，男性用户占比28.31%。

95后讨论“双十一”最多，约占35.41%。相较于其他年龄段，中青年给予了“双十一”更多的关注度和讨论量。

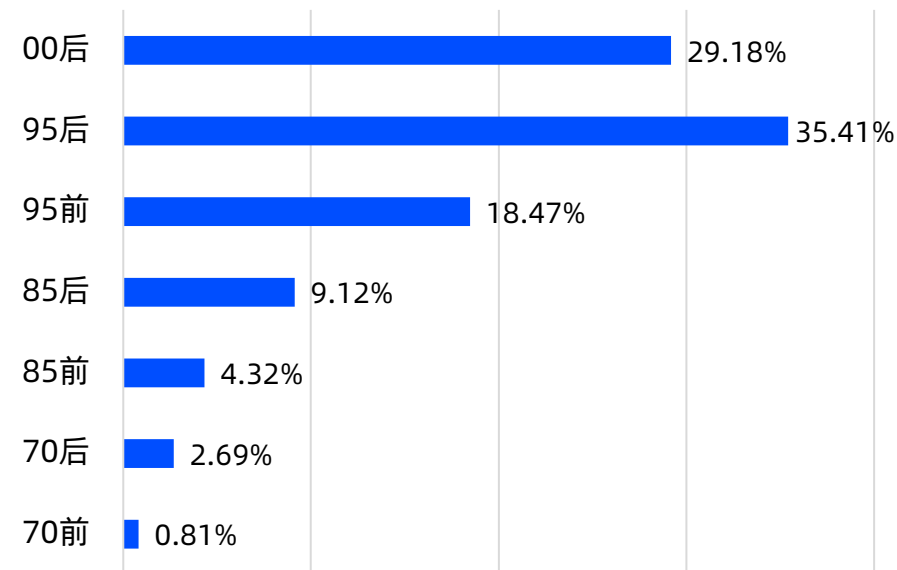
地区分布



性别分布

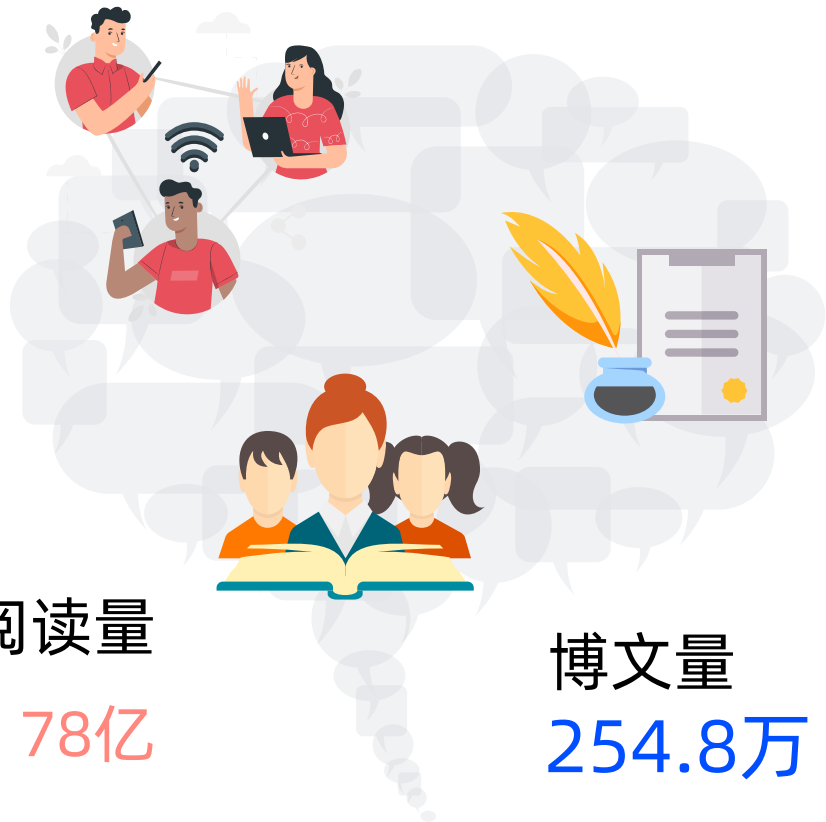


年龄段分布



微博平台“双十一”消费投诉整体数据

用户数
56万



博文阅读量
78亿

博文量
254.8万

2021年“双十一”期间，微博消费维权投诉用户达56万，博文量为254.8万，博文阅读量高达78亿，互动量为2823万。



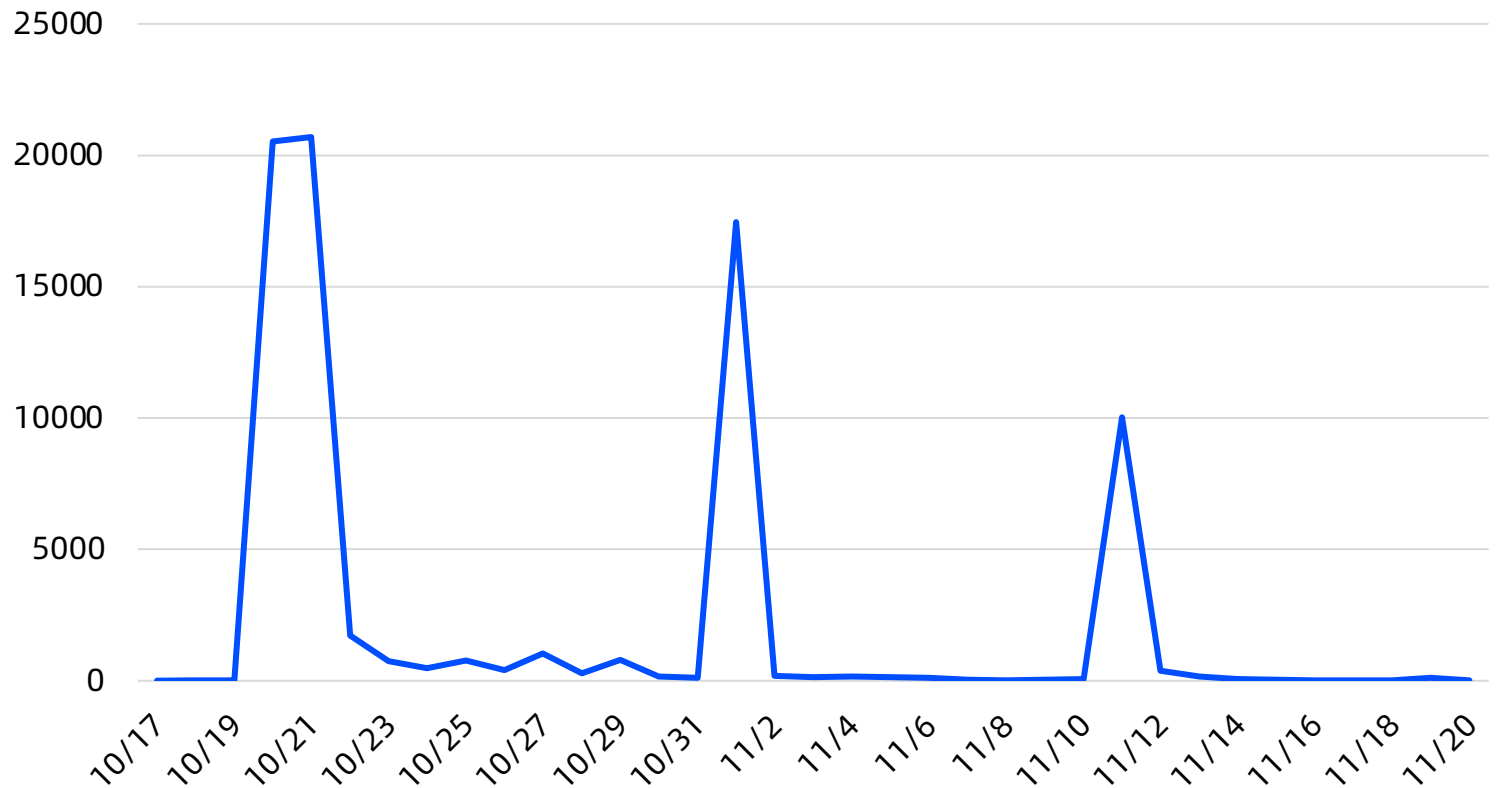
“双十一” 热点事件传播趋势——#淘宝崩了#



时间周期：2021.10.17-2021.11.20

“淘宝崩了” 相关博文量趋势

双十一期间#淘宝崩了#话题冲上热搜，10月20日、10月21日、11月1日、11月11日均有大量用户反映淘宝平台无法下单或付款，页面显示同一时间下单人数过多。10.21日相关博文量达到峰值超2万。

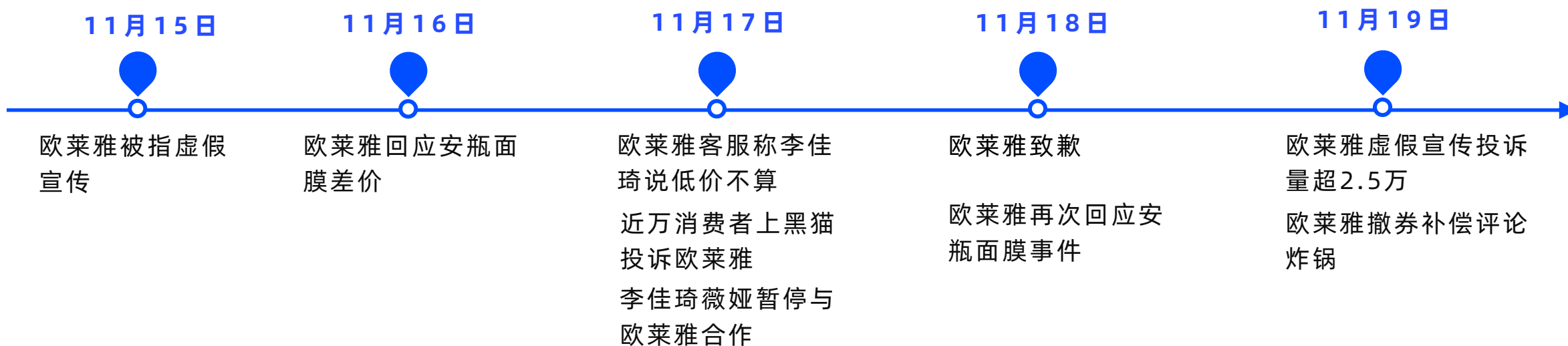


数据来源：新浪数据中心

统计时段：2021年10月20日至11月20日



“双十一”热点事件传播趋势——#欧莱雅#

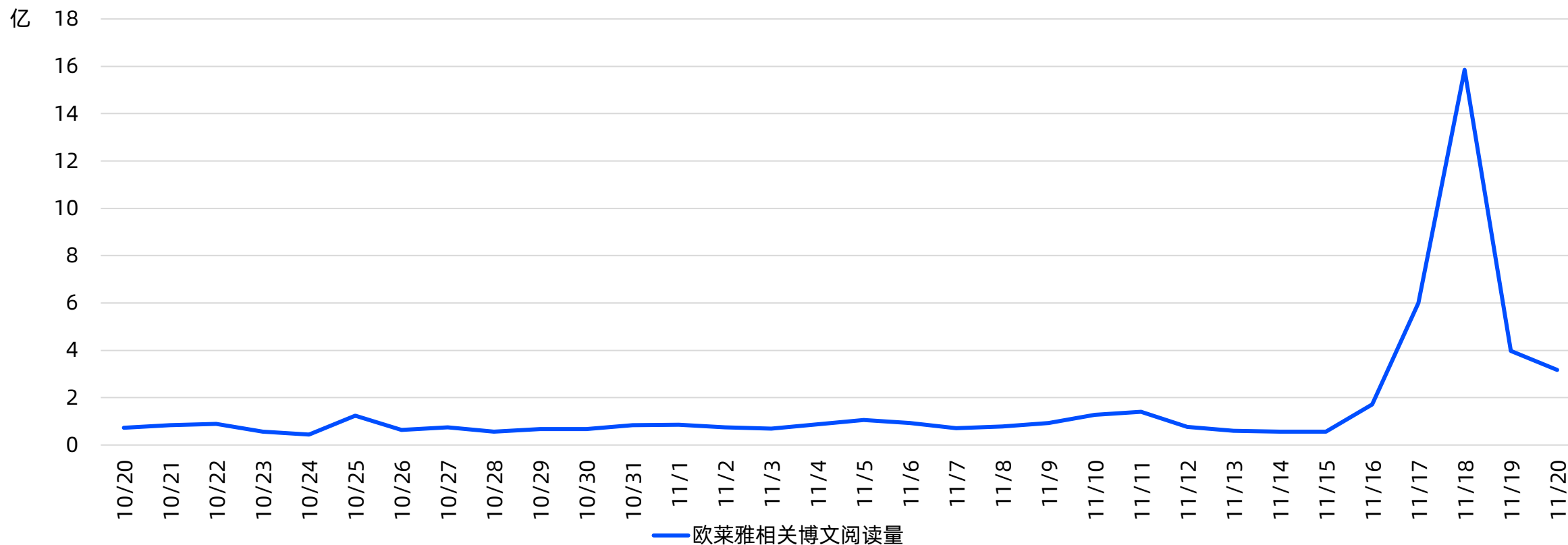


话题	日期	主持人	阅读量	讨论量
欧莱雅被指虚假宣传	11月15日	北京商报	1.6亿	1.1万
欧莱雅回应安瓶面膜差价	11月16日	财识App	2.2亿	8456
近万消费者上黑猫投诉欧莱雅	11月17日	黑猫投诉	3.4亿	8162
欧莱雅客服称李佳琦说低价不算	11月17日	黑猫投诉	6亿	1.6万
李佳琦薇娅暂停与欧莱雅合作	11月17日	黑猫投诉	8.9亿	3.3万
欧莱雅再回应安瓶面膜事件	11月18日	财经网	4.1亿	1.3万
欧莱雅致歉	11月18日	黑猫投诉	8.4亿	3.2万
欧莱雅虚假宣传投诉量超2.5万	11月19日	央视网	1亿	4530
欧莱雅撤券补偿评论炸锅	11月19日	央视财经	3.2亿	7463



#欧莱雅# 相关博文阅读量趋势

欧莱雅相关博文阅读量趋势

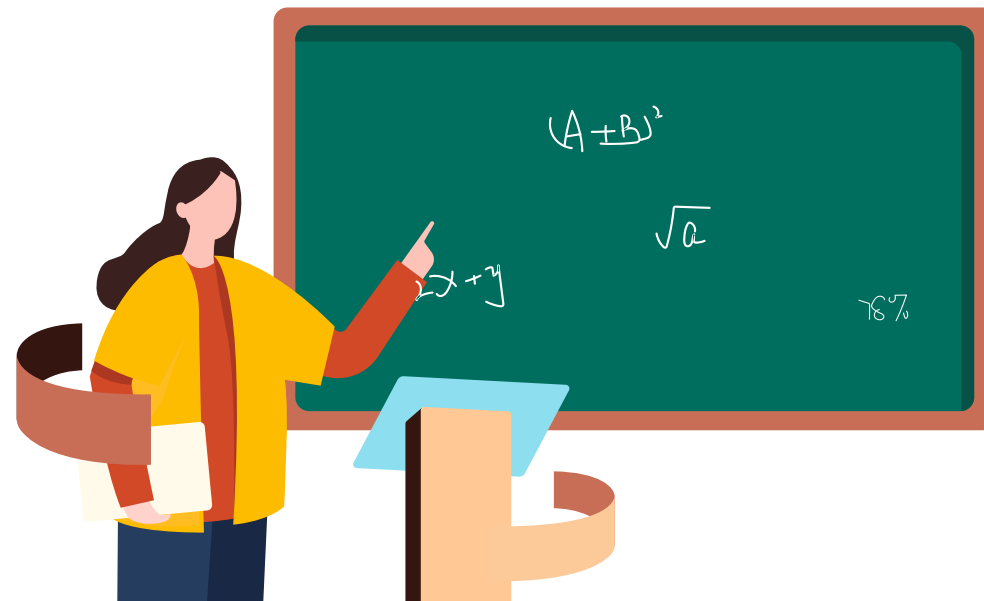


数据来源：新浪数据中心

统计时段：2021年10月20日至11月20日

03

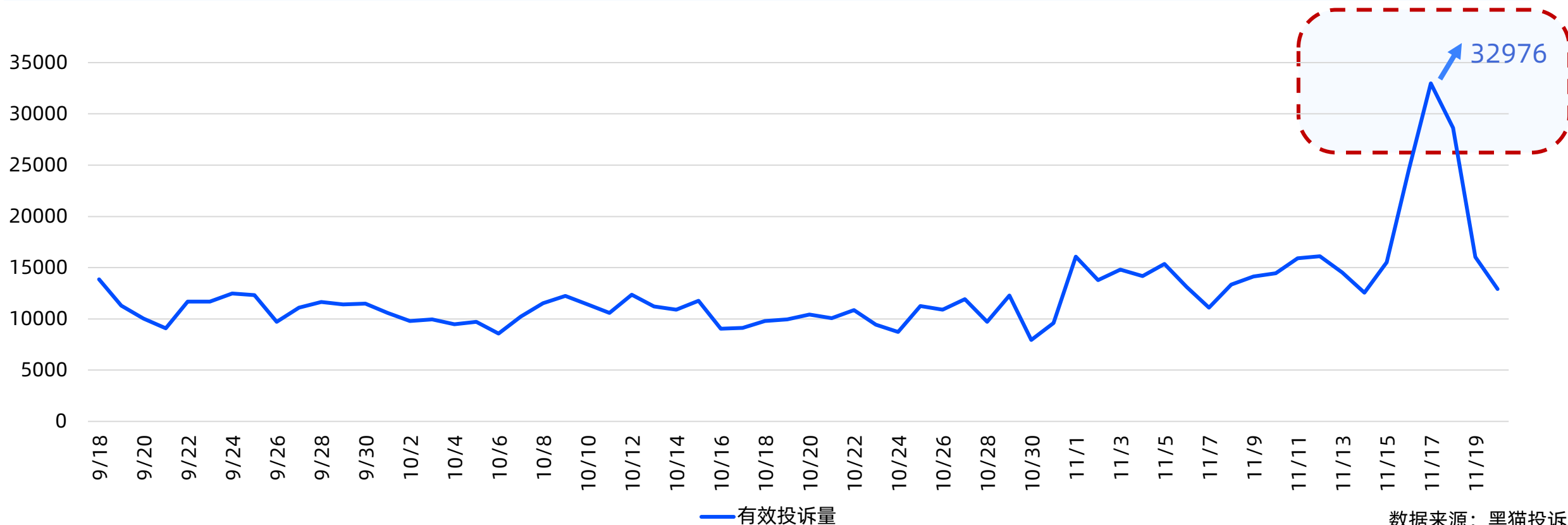
黑猫投诉平台 “双十一”投诉数据





“双十一”黑猫投诉平台投诉量变化趋势

黑猫投诉数据显示，由于“双十一”购物节时间战线拉长，从10月20日预售开启，11月17日投诉量达到高峰。

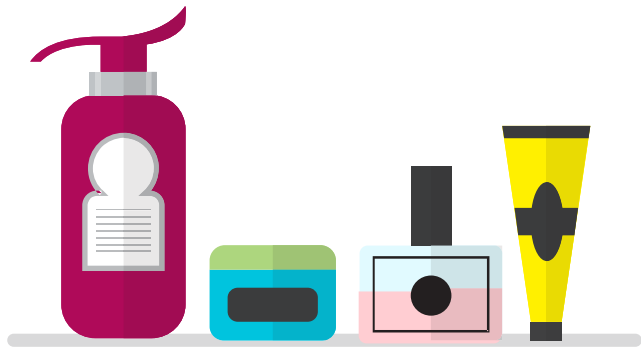


数据来源：黑猫投诉

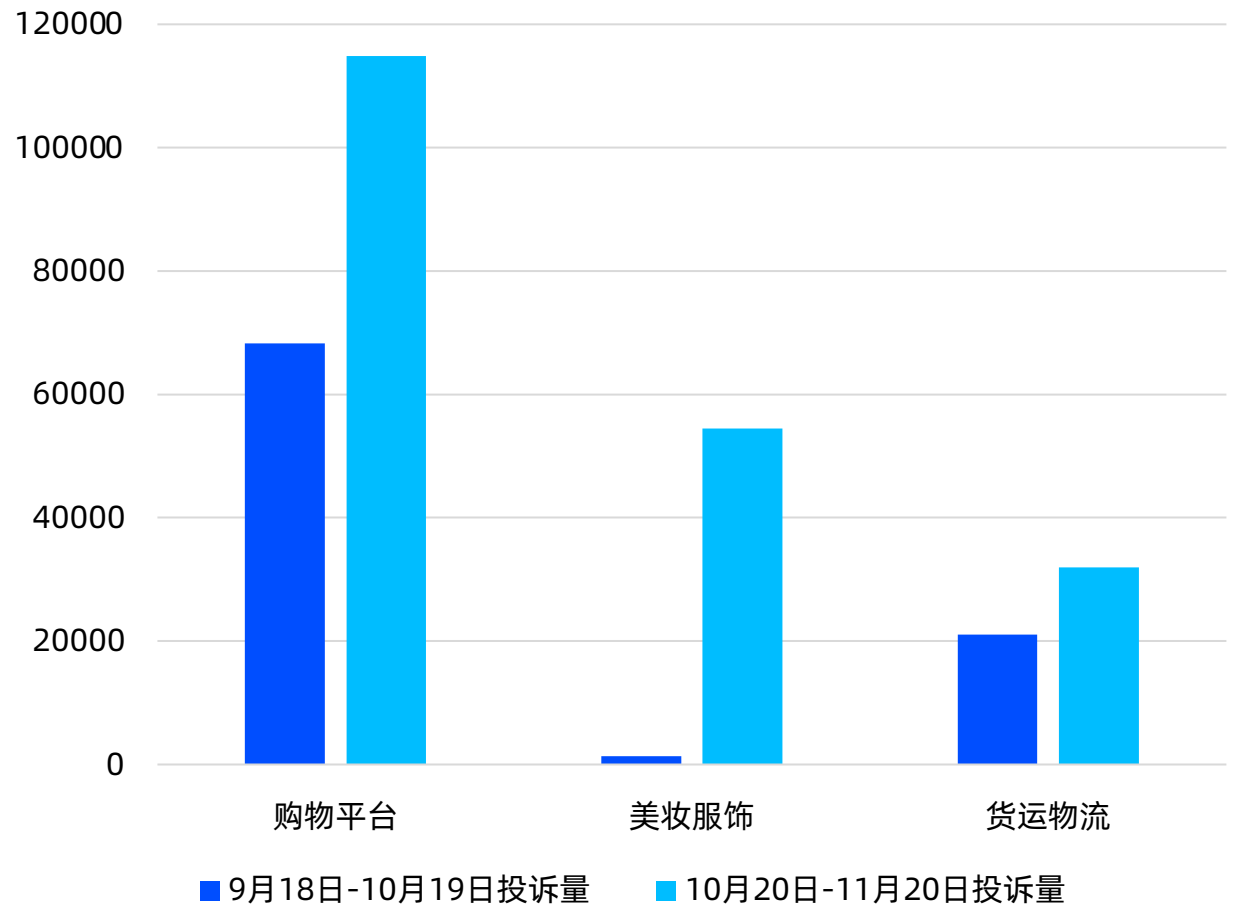
统计时段：2021年10月20日至11月20日



“双十一”前后行业有效投诉量增长TOP3



“双十一”期间，购物平台、美妆服饰及货运物流相关有效投诉量增长较多。美妆服饰行业“双十一”前后有效投诉量提升3858%

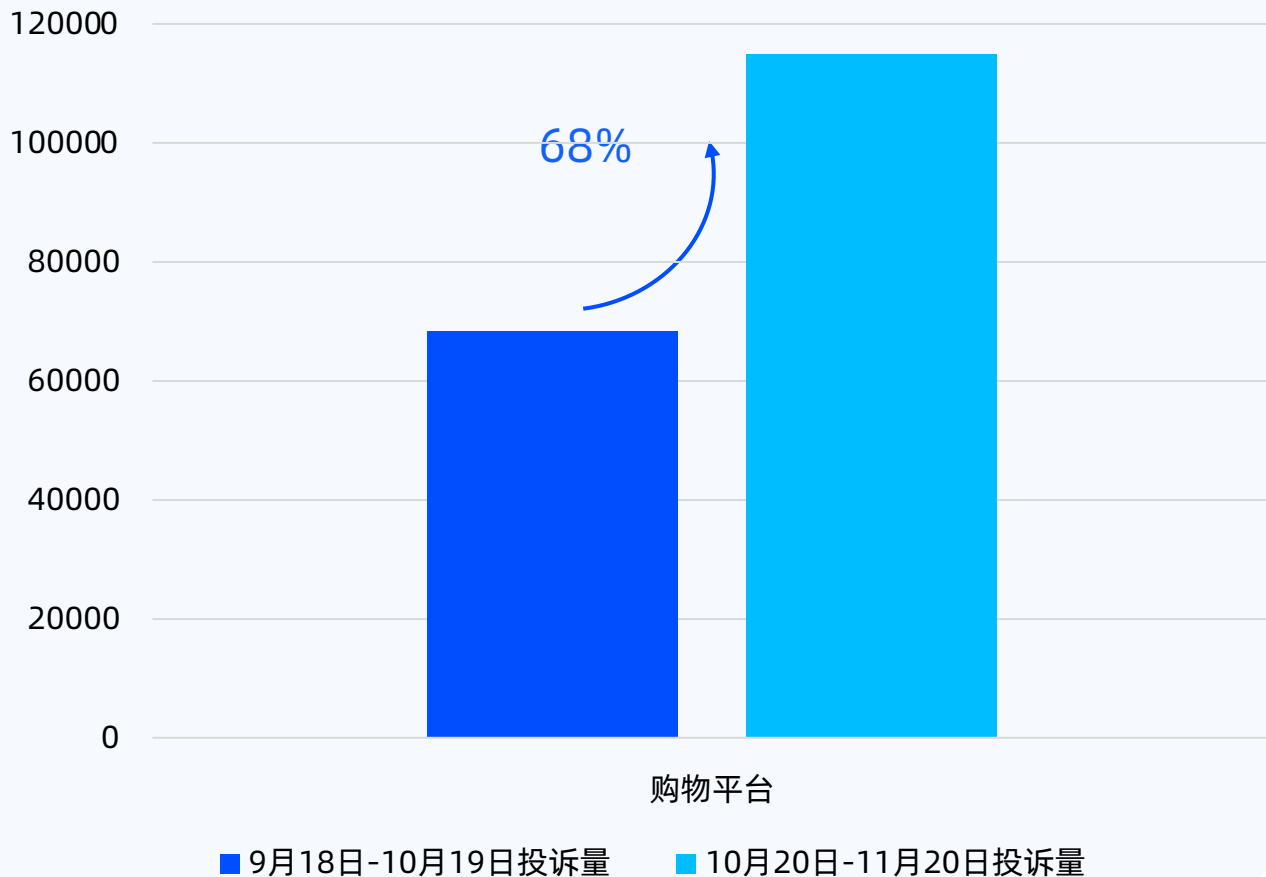




黑猫投诉“双十一”前后购物平台有效投诉增长68%



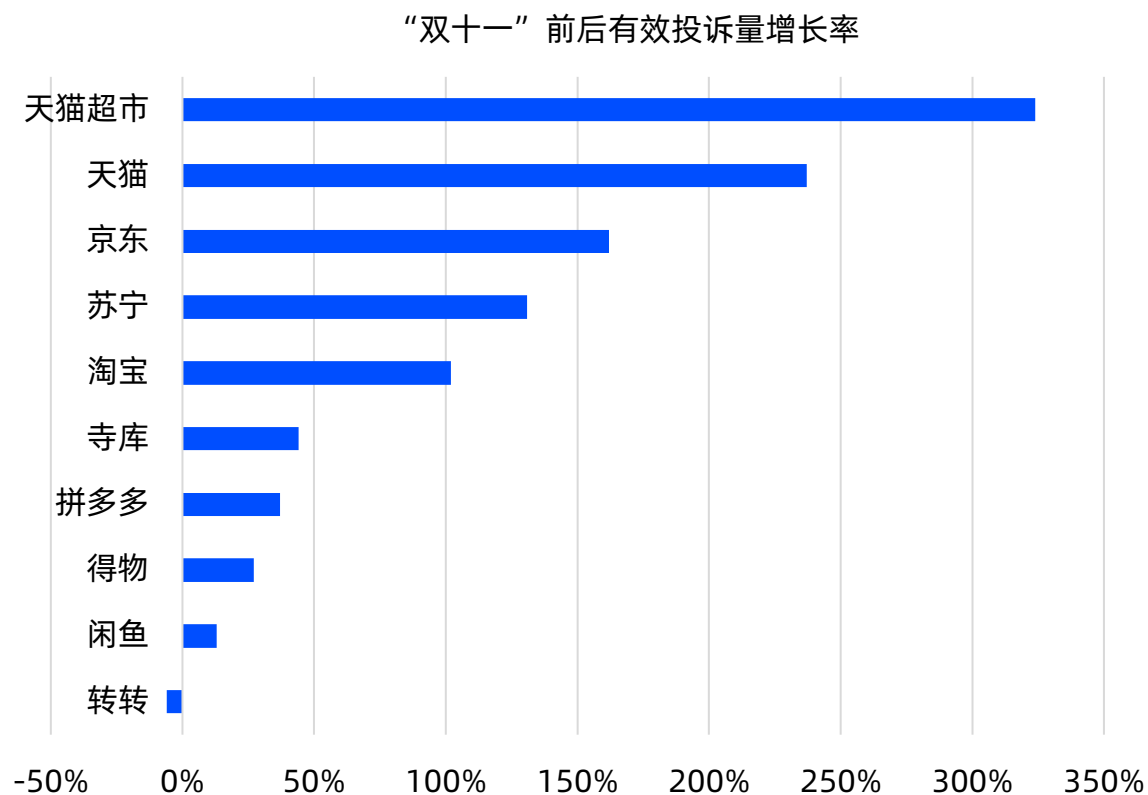
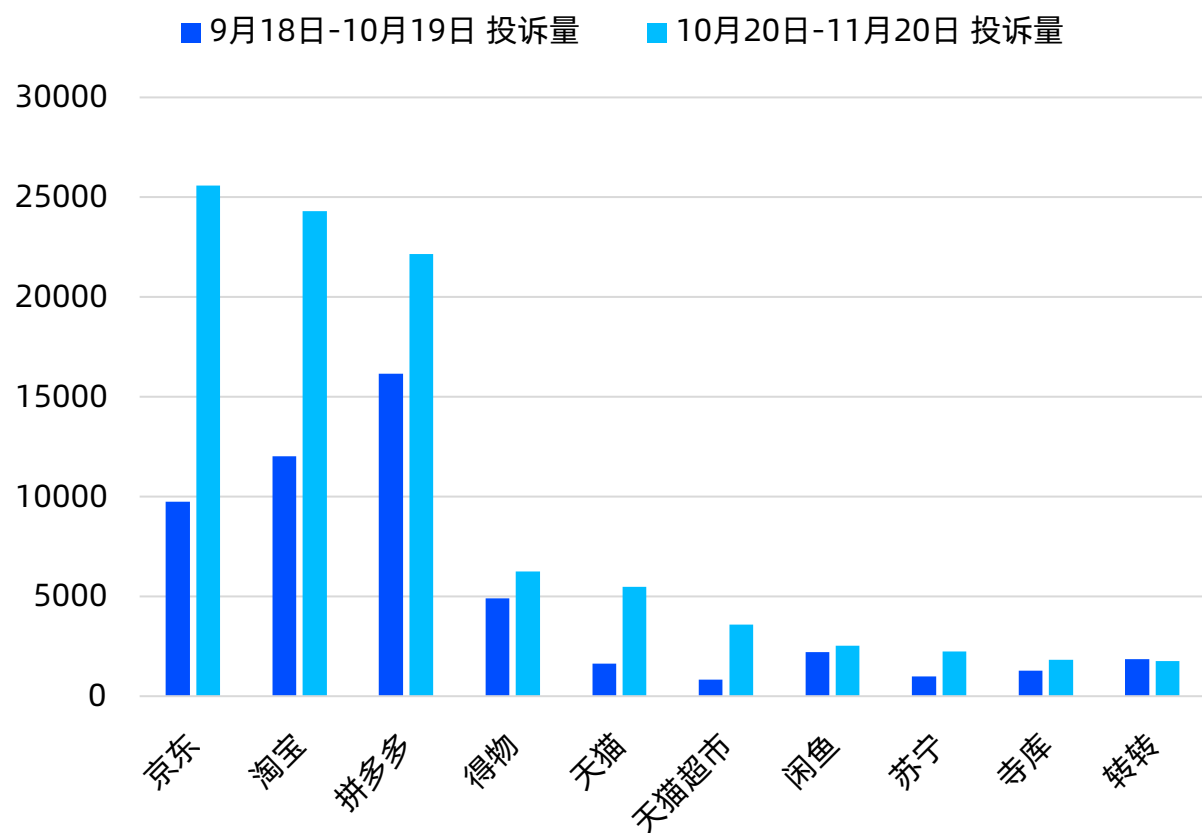
“双十一”期间购物平台行业投诉显著增长，其中京东、淘宝、拼多多、得物、天猫有效投诉量超五千。





“双十一”期间购物平台头部商家投诉情况

“双十一”期间，拼多多、淘宝、京东投诉量超2万件，在所有主流购物平台中天猫超市有效投诉量增长率最高，达到324%

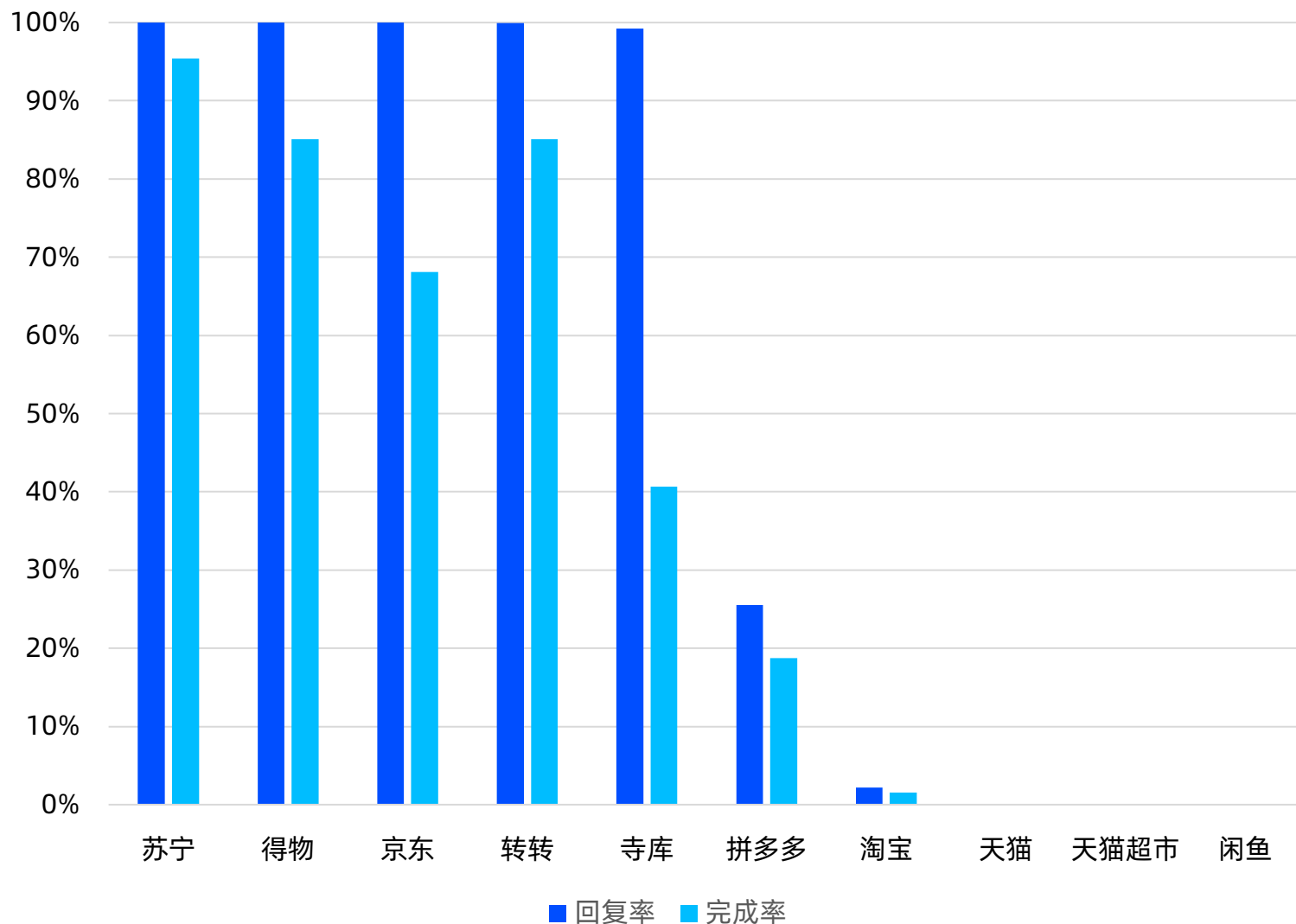


数据来源：黑猫投诉

统计时段：2021年10月20日至11月20日



有效投诉超千购物平台投诉处理情况

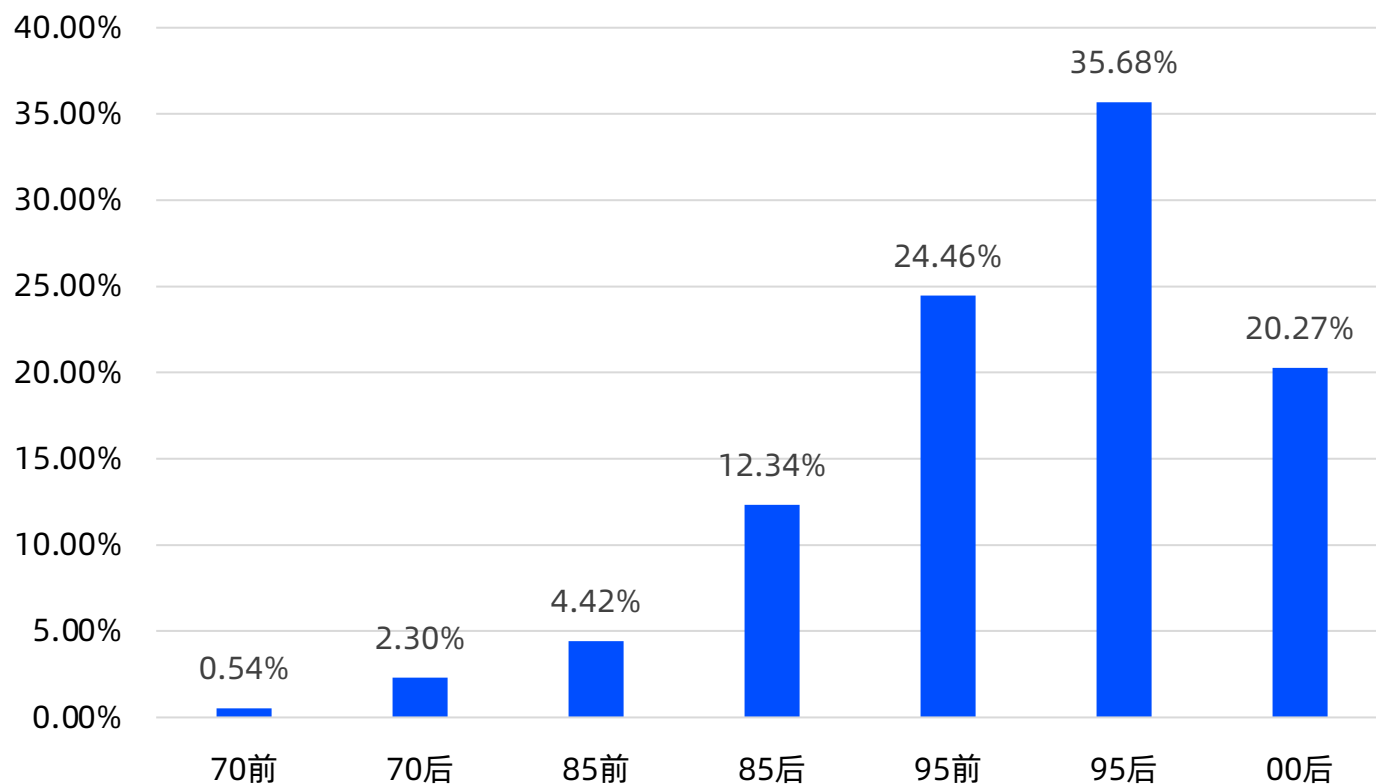
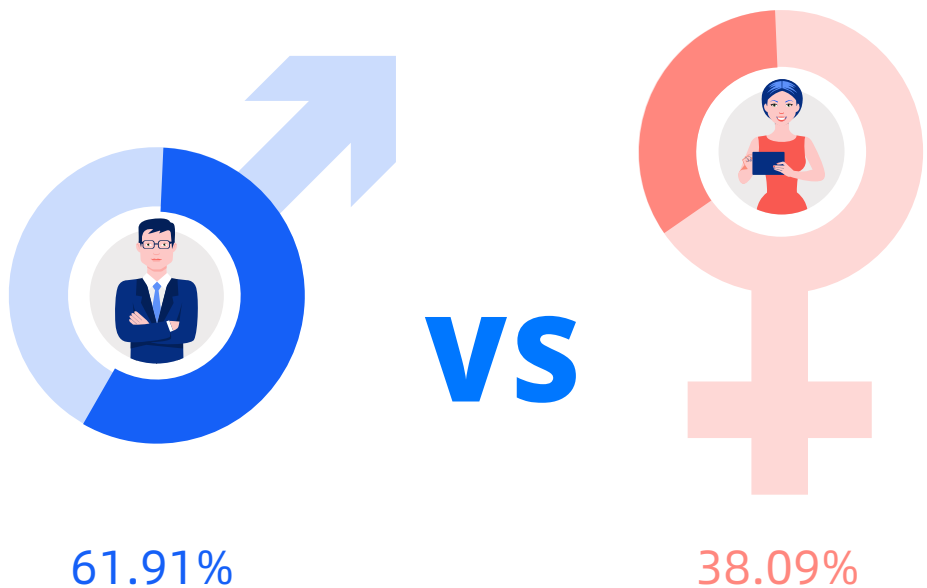


购物平台商家处理分化，其中京东、得物、苏宁、寺库、转转处理较好，拼多多、淘宝、天猫、天猫超市、闲鱼处理较差。



黑猫“双十一”购物平台投诉用户画像

在购物平台类投诉的用户中，男性用户占比高达61.91%，90后和00后用户合计占比超过80%，年轻群体投诉需求更强烈。



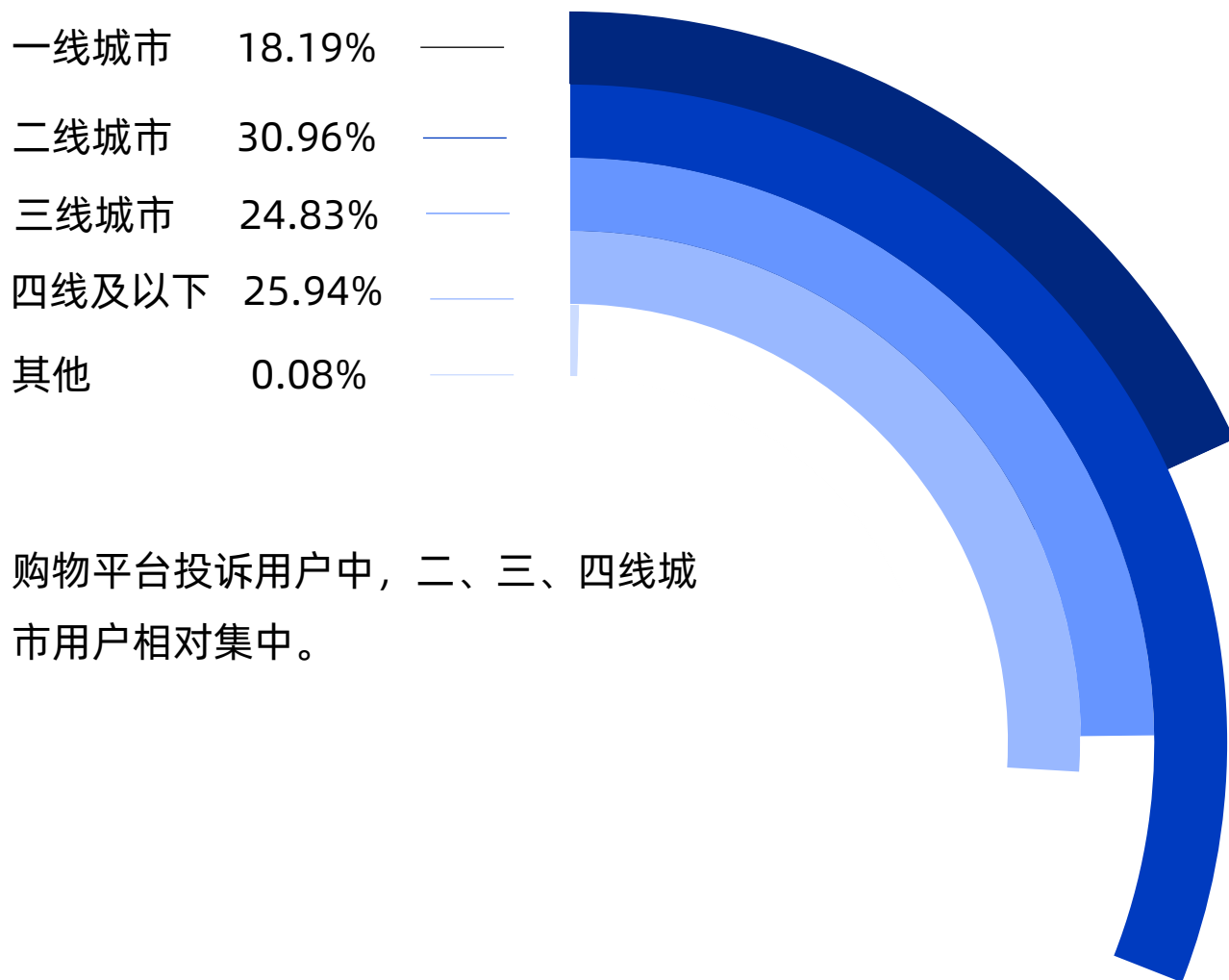
年龄分布（单位：百分比）

数据来源：黑猫投诉

统计时段：2021年10月20日至11月20日



黑猫“双十一”购物平台投诉用户画像



购物平台投诉用户中，二、三、四线城市用户相对集中。

在投诉购物平台的用户中，广东、江苏、浙江、山东、北京五省用户占比列前五。

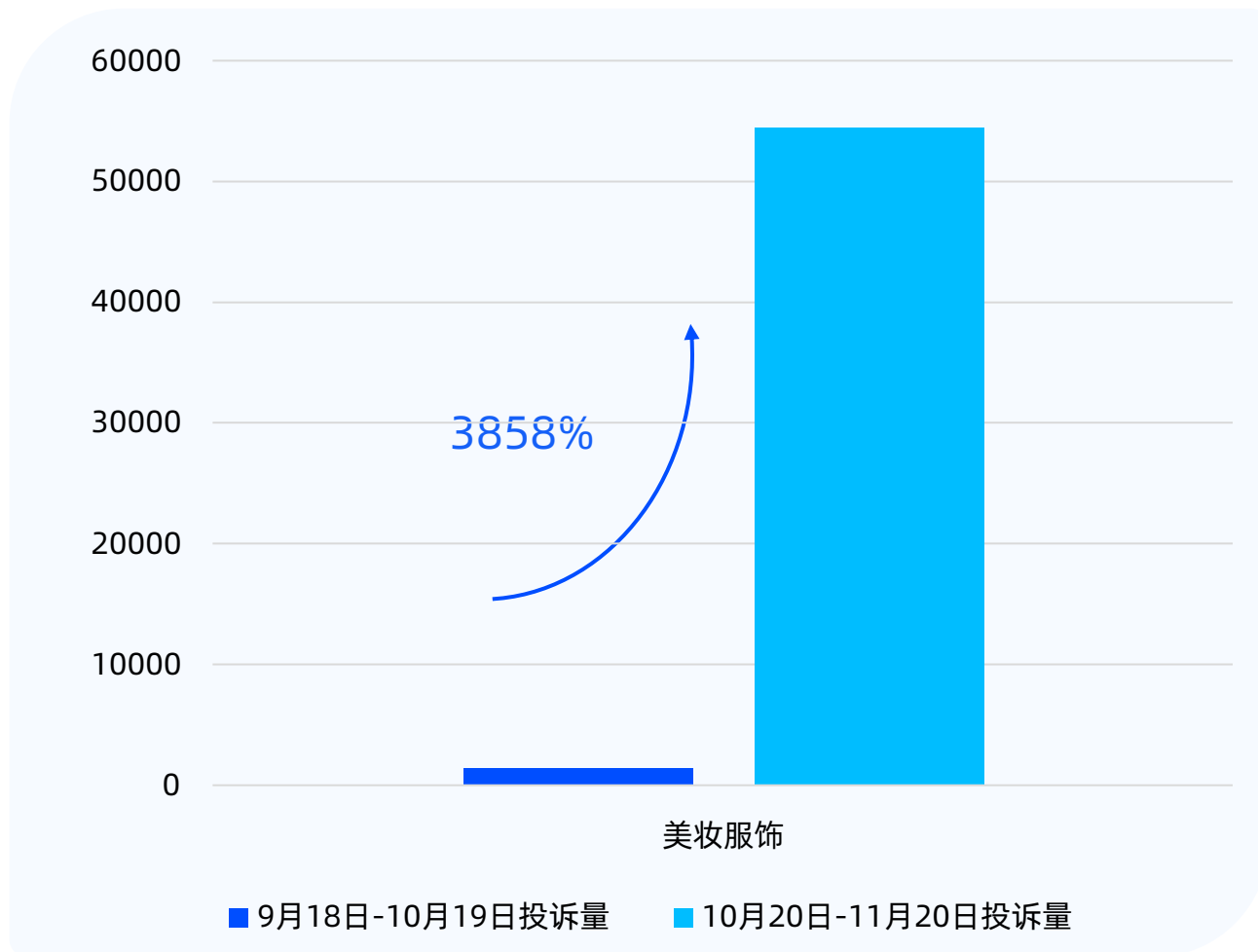
省份	占比%
广东	11.59
江苏	9.22
浙江	8.55
山东	7.21
北京	6.66



黑猫投诉“双十一”前后美妆服饰有效投诉量增长3858%



“双十一”期间，美妆服饰行业有效投诉量增幅最大。其中，巴黎欧莱雅、蒂佳婷、斐乐投诉量超千。



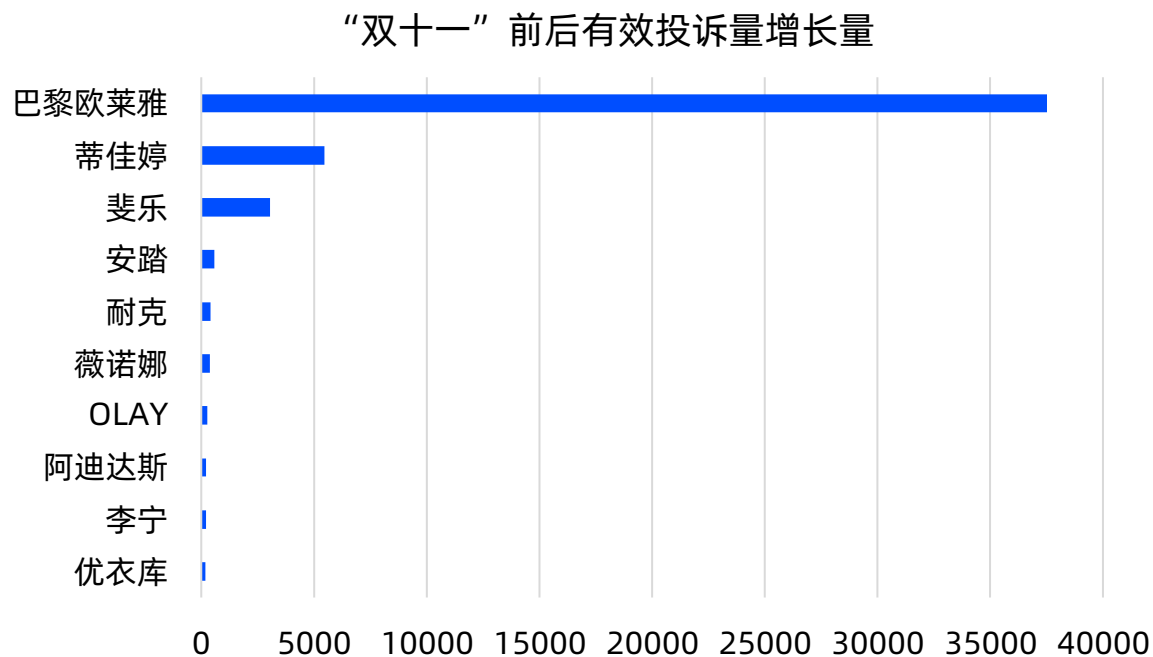
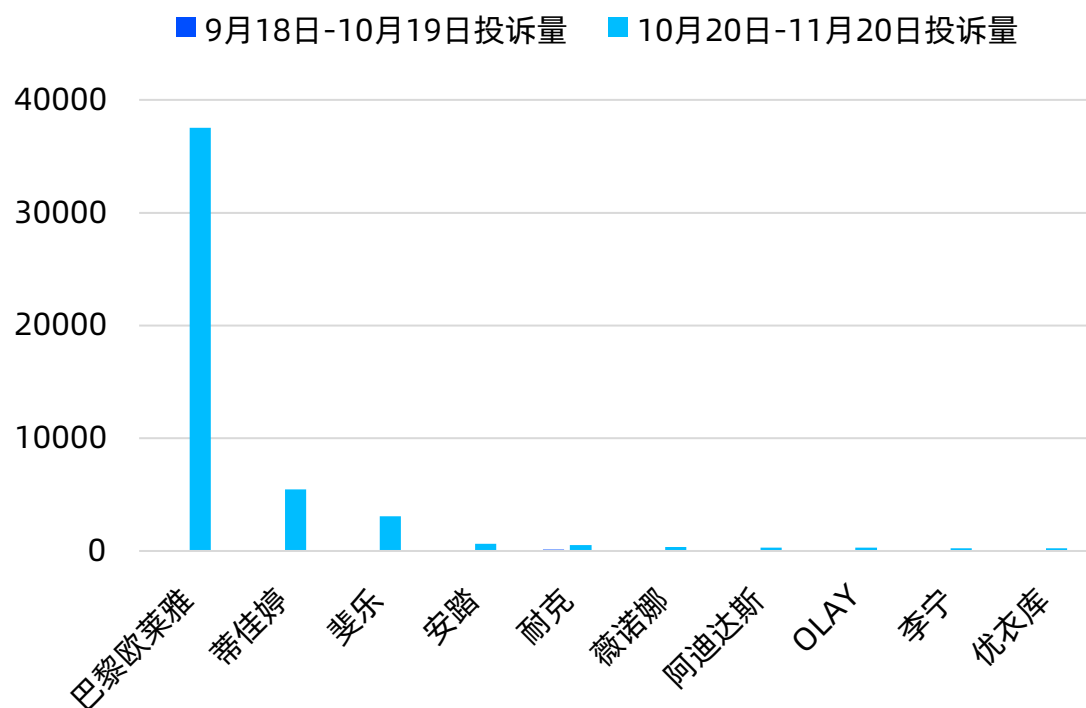
数据来源：黑猫投诉

统计时段：2021年10月20日至11月20日



“双十一”期间美妆服饰行业投诉情况

- “双十一”前蒂佳婷投诉量为0，欧莱雅、FILA、薇诺娜、OLAY投诉量较少，双十一期间投诉显著增加。
- 欧莱雅、蒂佳婷、FILA投诉问题集中在保价问题，由于店铺发券导致预售价格更高。
- 薇诺娜投诉问题集中在物流问题，薇诺娜未按约定期限发货，与客服沟通无效。
- OLAY投诉问题集中在虚假宣传，参加了OLAY“好评礼”活动后却被告知活动结束。



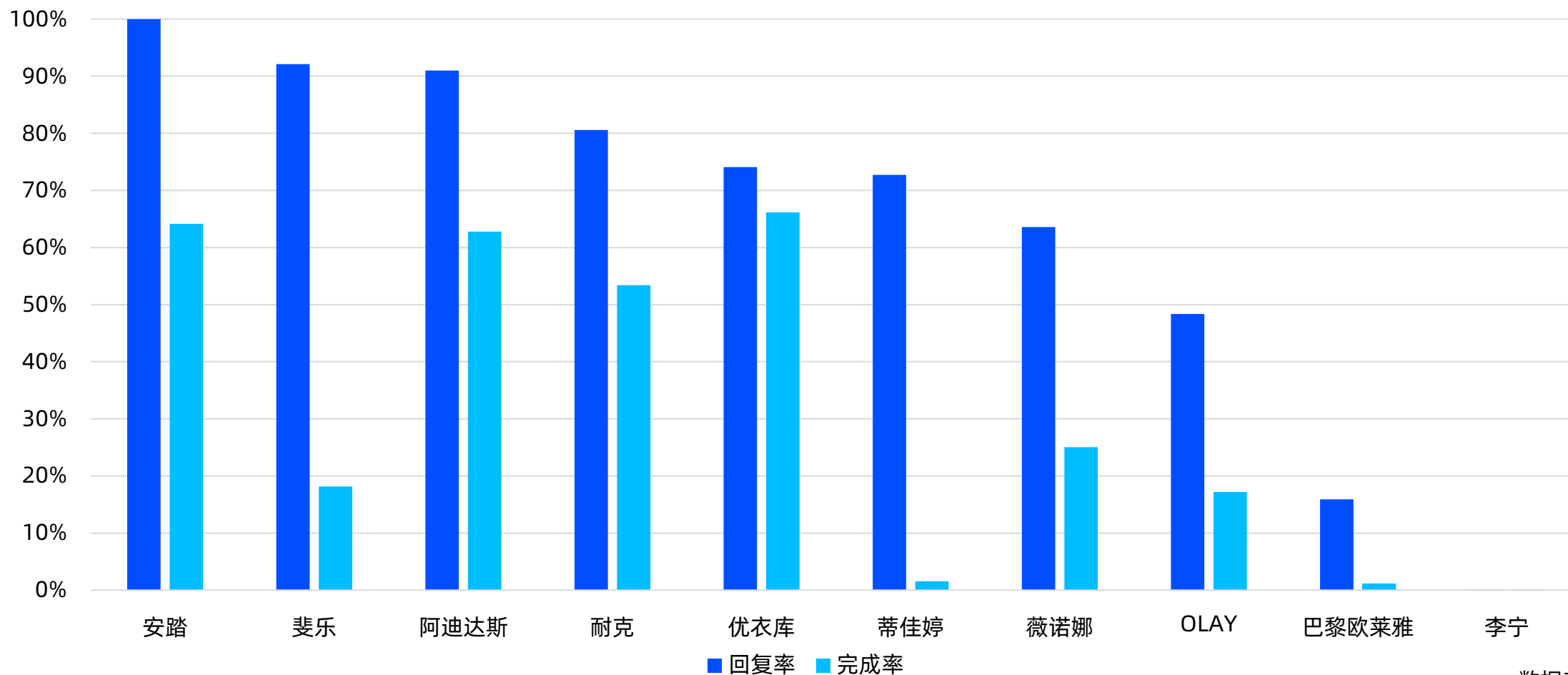
数据来源：黑猫投诉

统计时段：2021年10月20日至11月20日



美妆服饰行业投诉处理情况

美妆服饰行业中，安踏处理情况较好，OLAY、巴黎欧莱雅、李宁回复率不足50%，其中李宁回复率仅为0.06%。



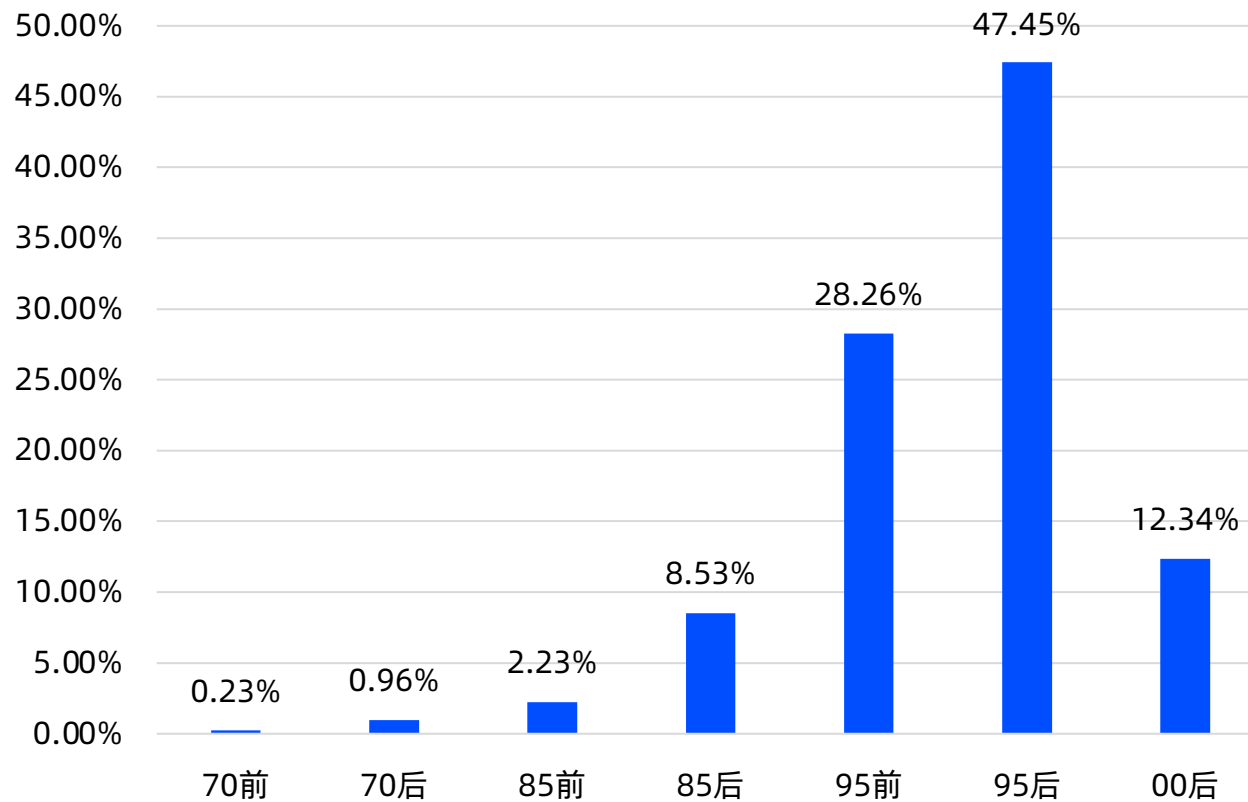
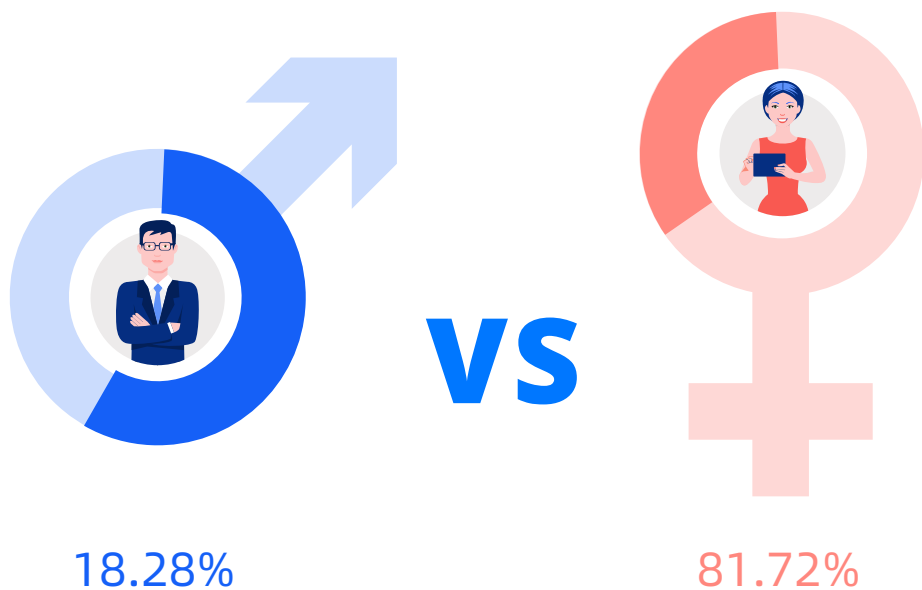
数据来源：黑猫投诉

统计时段：2021年10月20日至11月20日



“双十一”期间美妆服饰行业投诉用户画像

在美妆服饰行业投诉的用户中，女性用户占比高达81.72%，男性用户占比仅为18.28%。



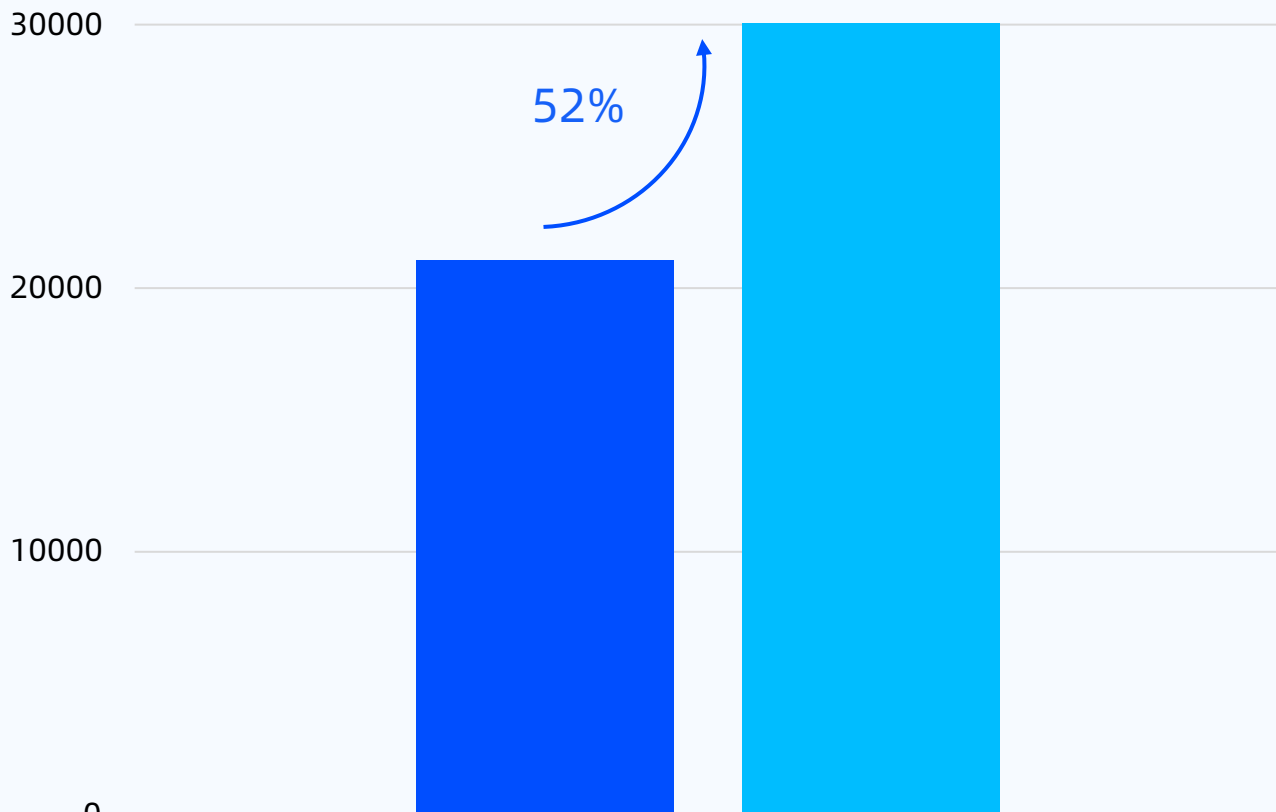
年龄分布（单位：百分比）

数据来源：黑猫投诉

统计时段：2021年10月20日至11月20日



黑猫投诉“双十一”前后货运物流有效投诉增长52%



■ 9月18日-10月19日投诉量 ■ 10月20日-11月21日投诉量



“双十一”期间，圆通快递、中国邮政、韵达速递、申通快递、京东物流、顺丰有效投诉量超两千

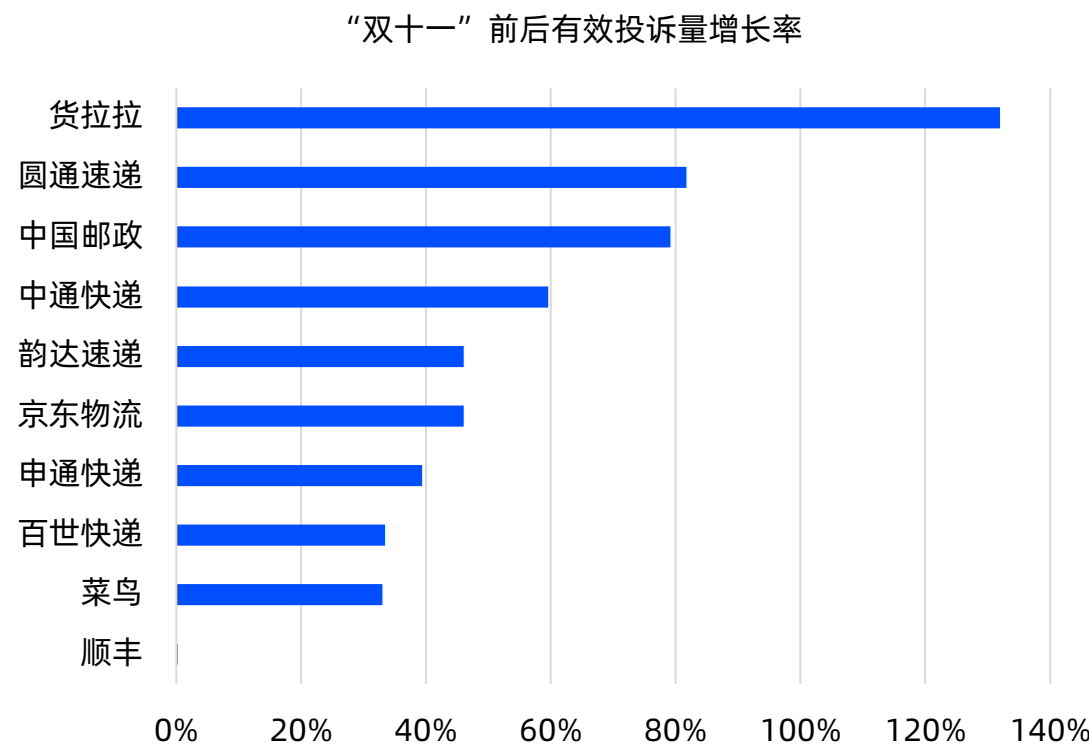
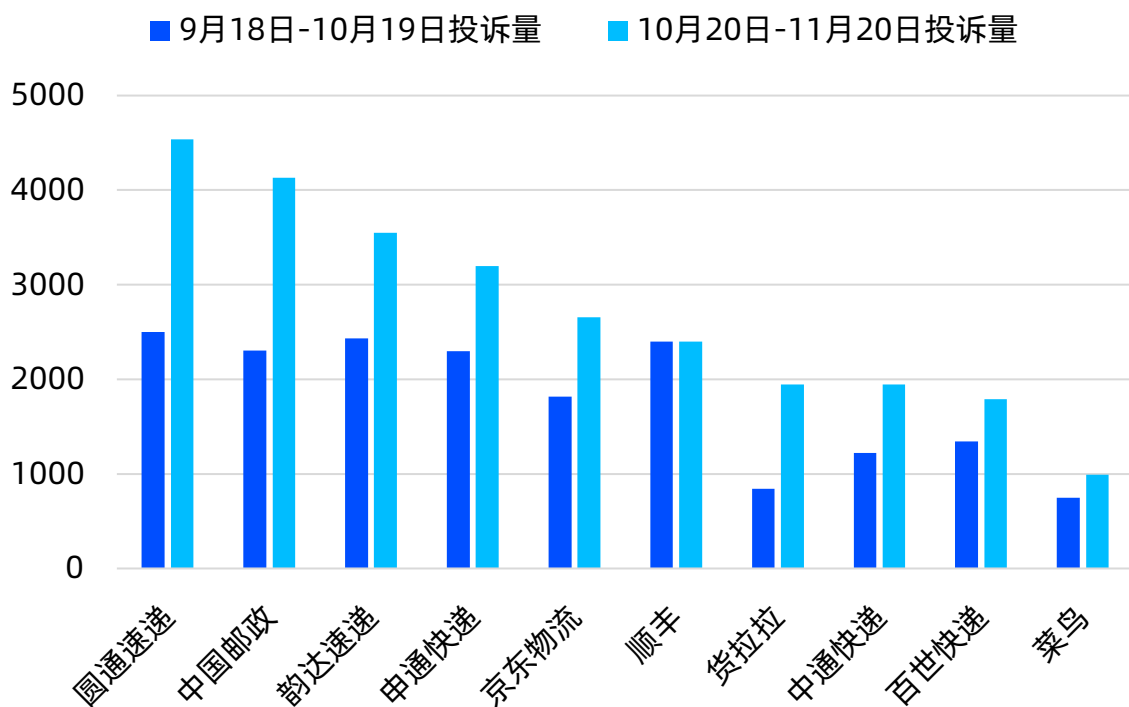
数据来源：黑猫投诉

统计时段：2021年10月20日至11月20日



“双十一”期间货运物流行业投诉情况

“双十一”期间，圆通快递、中国邮政、韵达速递、申通快递、京东物流、顺丰有效投诉量超两千，货拉拉投诉量增幅最高，达到131.90%，另外圆通速递、中国邮政、中通快递投诉量增幅超50%。货运物流行业整体回复率和完成率较高，行业整体服务意识较好。



数据来源：黑猫投诉

统计时段：2021年10月20日至11月20日



“双十一” 货运物流行业投诉热词



投诉热词：**延误**

“配送” “丢失” “售后服务” “退货” “时效” 等成为“双十一”期间投诉最热关键词。