



艾媒大数据舆情监控系统

艾媒舆情|

京东致歉六六事件引深思
消费者维权困难重重



艾媒 舆情
yq.iimedia.cn



研究方法

本报告数据主要来源于艾媒大数据舆情监控系统，并结合了行业深度访谈、桌面研究等方法。

- 艾媒大数据舆情监控系统，全球首个全网舆情监测与负面监控系统，包括负面预警、舆情监控和竞品情报，进行分钟级全网扫描与数据更新。
- 目前，艾媒大数据舆情监控系统提供全网监测分析、个性化定制数据和专业舆情报告等增值服务，服务客户涵盖政府部门、运营商、IPO上市公司等。
- 详情请咨询：yq_business@iimedia.cn

目录

1

京东高管发文致歉六六

2

京东致歉六六事件舆情分析

3

事件背后惹深思，消费者维权难



PART ONE

京东高管发文 致歉六六

作家六六怒怼京东卖假货 京东态度强势称其恶意诋毁

3月13日

作家六六称朋友在京东全球购遭遇售假，向京东客服和消协投诉都得不到解决。

3月14日

六六发表微博及微信公众号文章，指责京东“售假”并“玩弄”客户投诉。

京东方面声称商家是发错货，并非售假，六六无权要求十倍赔偿；同时称六六言不符实并存在恶意诋毁，侵害了京东平台的信誉，将采取法律手段进行维权。

万万没想到，最大的无赖，原来、其实是京东！

漫长的细节略过，和京东客服交涉的情况简述如下：

京东，你够赖！我服了你！

刘强东如此周密地布局，让客户投诉找不着北；京东员工如此缜密地培训，团结一心，坚决保护不法商家抵御消费者投诉，有京东保驾护航，商家们真的可以放心心卖假货！

我治不了京东的无赖，我希望可以告诉广大消费者，京东耍无赖！

图片来源：《无赖京东》一文部分截图

京东回应惹网友热议

京东该回应一出，网友们纷纷发表自己的看法。有网友留言称，按照京东的逻辑看，京东永远没有假货，只有发错货。

另有网友称京东的回应缺乏诚意且避重就轻，是京东售假的老套路。网友评论似乎都曾被京东“套路”过，更有留言“希望更多京东用户能看到”。

★：我买王老吉你给我发王老古？我买康师傅你给我发康帅傅？你还一本正经地跟我说是发错了不是售假🙄我就纳闷儿了，为啥所有的发错货都是把便宜的当贵的发，从来没听说反过来的呢？错了要认，挨打立正，抖机灵想赖账迎来的只能是消费者更大的怒火，和市场的惩罚

今天 12:55 来自 iPhone 7

举报 | 回复 | 2101

- ：京东无假货，都是发错货🤡🤡🤡

10分钟前

回复 | 赞
- 臭流氓

12分钟前

回复 | 赞
- ：京东不能只发布文字啊，把证据也发上来。

13分钟前

回复 | 赞
- 康师傅发成了康帅夫，6666

14分钟前

回复 | 赞
- 😊京东这怕是要进315哦，发错退换都不可以？闹大了才肯退货

22分钟前

回复 | 赞
- 虎虎 京东这是因小失大要把自己坑死，屁股那么脏

34分钟前

回复 | 赞
- 耳朵333 这个答复无法信服，京东为维护自己形象肯定需要说的好听一些，最起码让大家看起来合理，而三方的录音或者聊天记录也肯定有断章嫌疑。处处是陷阱啊，那么多消费者的投诉，有几个能得到合理赔偿？

35分钟前

回复 | 赞
- ：就一句发错货就推卸责任了？那卖假货的都可以说发错货了

40分钟前

回复 | 赞
- ：六六是单独事件，京东假货还有群体事件。京东自营全球购出售假日本化妆品，自营！从评论看，单品受害者7000+。日厂回函假，京东咬定真。在我微博发出图文，作为佐证，希望更多JD用户能看到，是非自判。

44分钟前

回复 | 2

图片来源：网民评论截图

京东首席营销官徐雷发文致歉

3月17日

京东首席营销官徐雷发布微博称，京东集团全体管理层专门针对此事进行了全面的反思和自我批评。之前的处理和表态不妥，将对事件负责到底；同时展开全面调查；京东集团已经专门成立了客户卓越体验部，以消费者体验为唯一依据和评判标准。



徐雷-XL | 京东集团CMO

27分钟前

关注

这几天，大家都非常关注六六女士投诉京东一事，今天京东集团全体管理层专门针对此事进行了全面的反思和自我批评。

结论是：

1. 之前我们客服的处理方式和对外表态确实非常不妥，我们将会对此案例消费者——六六女士的朋友程女士遇到的消费问题负责到底，并对程女士表示由衷的歉意；
2. 我们将在集团层面组织独立且最高层级团队重新开展对该事件的全面调查，如调查结果指向我司工作人员和商家存在不当或欺诈行为，我们将一查到底、严惩不贷。
3. 京东集团已经专门成立了客户卓越体验部，以消费者体验为唯一依据和评判标准，并决定在之前基础上不断大幅投入精力、人员和资源以提升京东和第三方商家的服务水平、质量及客户满意度！

信赖和优质服务是京东成功的基石，欢迎社会各界继续监督我们的服务，帮助我们成长，再次对所有京东的消费者表示感谢！也再次对程女士深表歉意！



图片来源：微博截图

当事人作家六六接受京东道歉

当事人作家六六也第一时间作出了理解的表态，谅解以京东为代表的霸级企业在发展进程中所面临的管理难题。



六六

昨天 23:38 来自 华为Mate10保时捷设计

真高兴看到世界每天都在向我们期望的样子迈进!中国进入前所未有的高能时期，霸级企业面临的困惑和管理难题也是其它国家或历史时期尚未给出答案的。严格要求加宽容等待，是我们共同的心声。美好的一天，晚安！[查看图片](#)

[@新浪科技](#)：【京东CMO徐雷：向六六及其朋友致歉 将对事件全面调查】针对作家@六六 近日发文投诉京东全球购商家一事，京东集团CMO徐雷回应称，对六六的朋友程女士表示歉意，并将对此事件进行全面调查。

[京东CMO徐雷：向六六及其朋友致歉 将对事件全...](#)



徐雷-XL

京东集团CMO

27分钟前

关注

这几天，大家都非常关注六六女士投诉京东一事，今天京东集团全体管理层专门针对此事进行了全面的反思和自我批评。

结论是：

1. 之前我们客服的处理方式和对外表态确实非常不妥，我们将会对此鉴别消费者——六六女士的朋友程女士遇到的消费问题负责到底，并对程女士表示由衷的歉意；
2. 我们将在集团层面组织独立且最高层级团队重新开展对该事件的全面调查，如调查结果指向我司工作人员和商家存在不当或欺诈行为，我们将一查到底、严惩不贷。
3. 京东集团已经专门成立了客户卓越体验部，以消费者体验为唯一依据和评判标准，并决定在之前基础上不断加大投入精力、人

← 详情



程茉

被道歉了，道歉是进步。京东由此开始加强监管，给我们消费者一个公平的消费环境，善莫大焉。但由我引发的事件，造成六六负有诽谤的声名，在京东CMO的道歉里并无提及。六六不接受此道歉的话，那我也不能接受。



这几天，大家都非常关注六...

23:29



六六

23:32

🤔啥道不道歉的?又不是小孩子，非得争个短长。关键是若此次事件能推动企业和监管部门进步，让消费者有美好的消费体验，就是最好的结局啦！谢谢你的认真!到此为止!晚安！

图片来源：六六微博、朋友圈截图

至此，该事件似乎告一段落，但许多网友仍对该事件有诸多质疑和讨论。



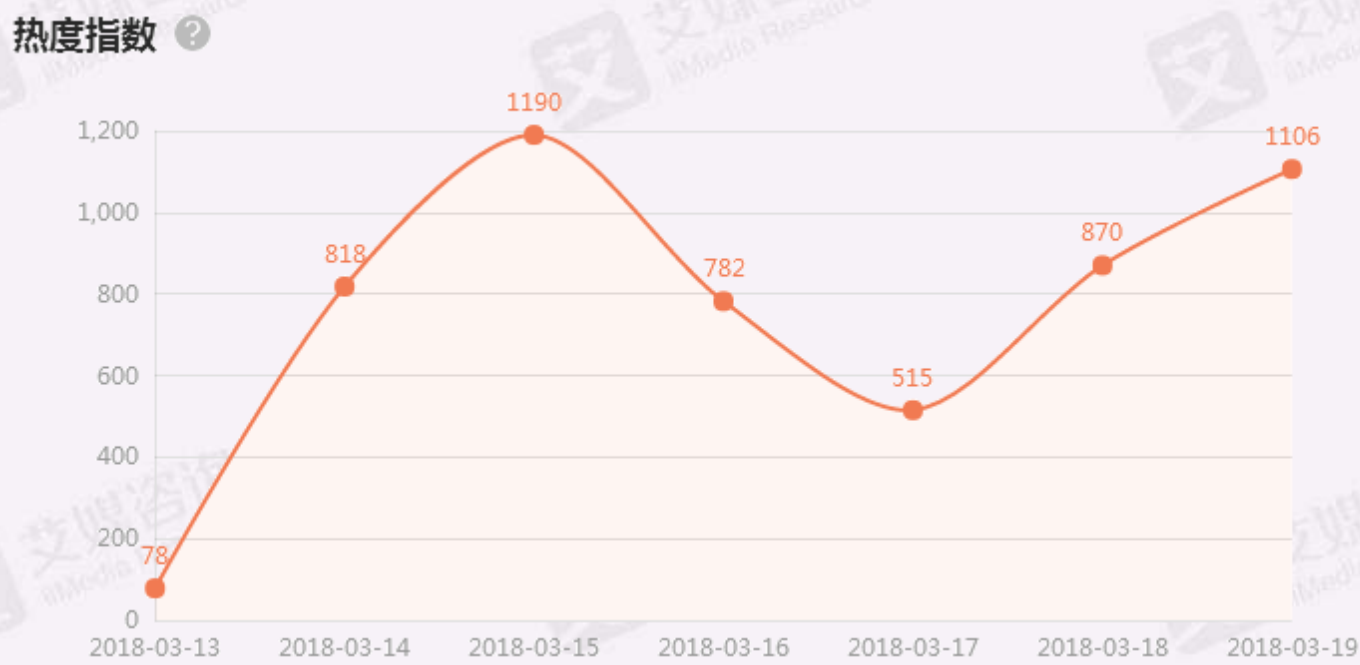
PART TWO

京东致歉六六事件 舆情分析

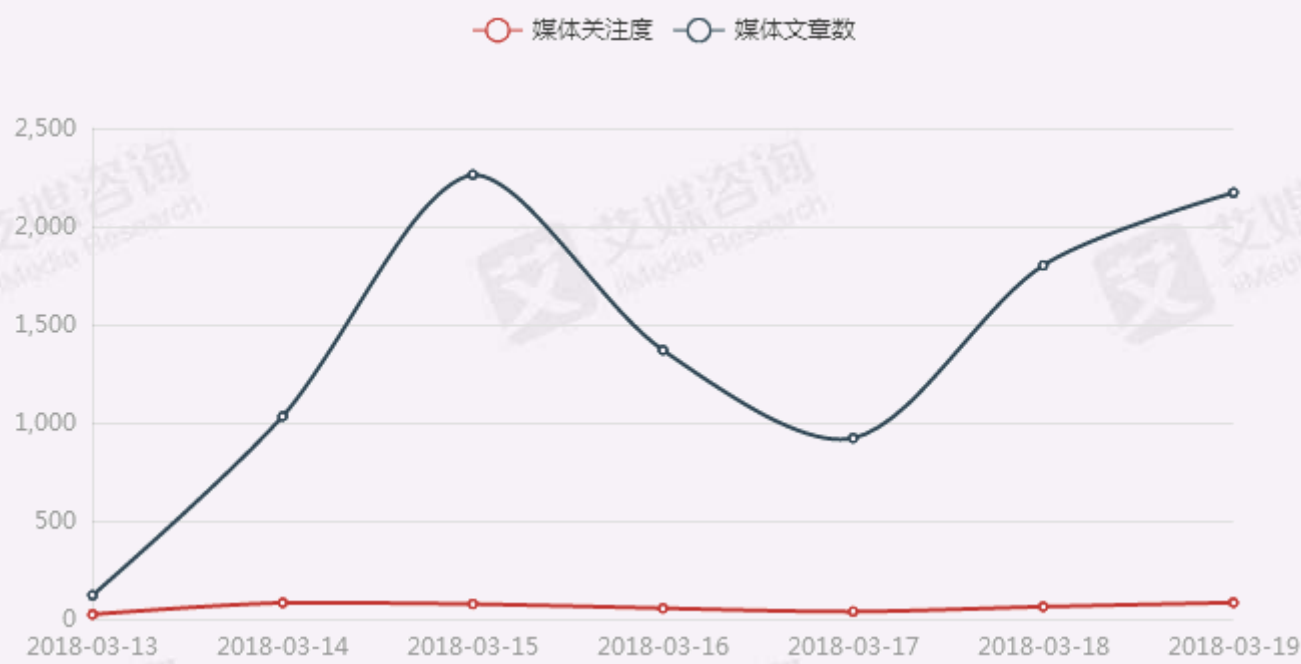
事件热度因京东致歉回升

艾媒大数据舆情监控系统数据显示，事件相关热度自京东致歉后（3月17日）开始回升，直到3月19日热度指数达1106。

此外，事件进展也备受媒体关注，媒体关注度走势与热度走势一致，3月19日媒体发表相关文章数高达2171。



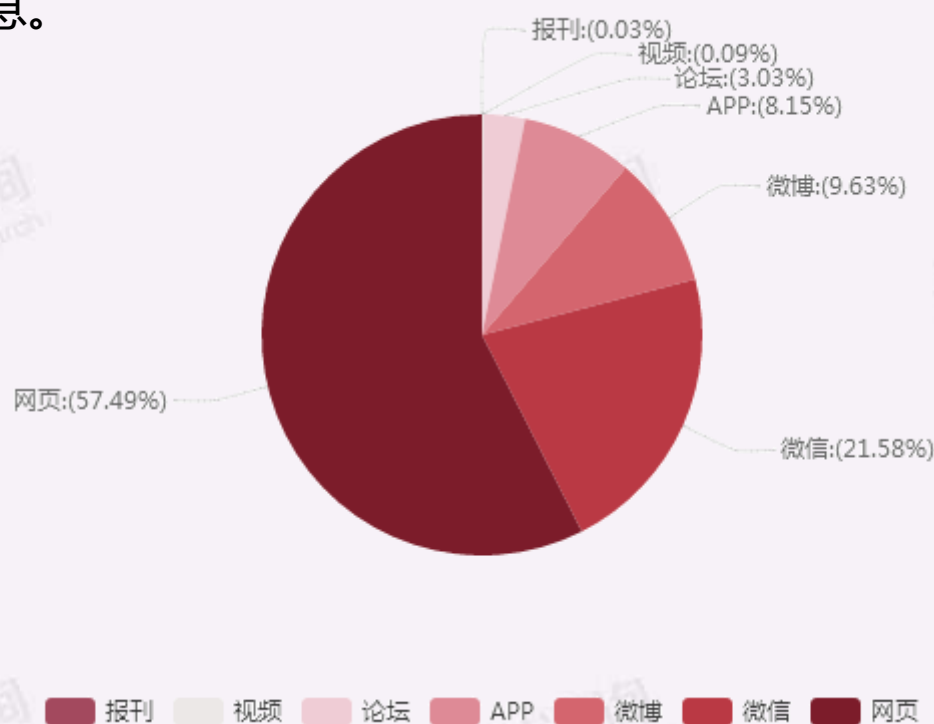
数据来源：艾媒大数据舆情监控系统



数据来源：艾媒大数据舆情监控系统

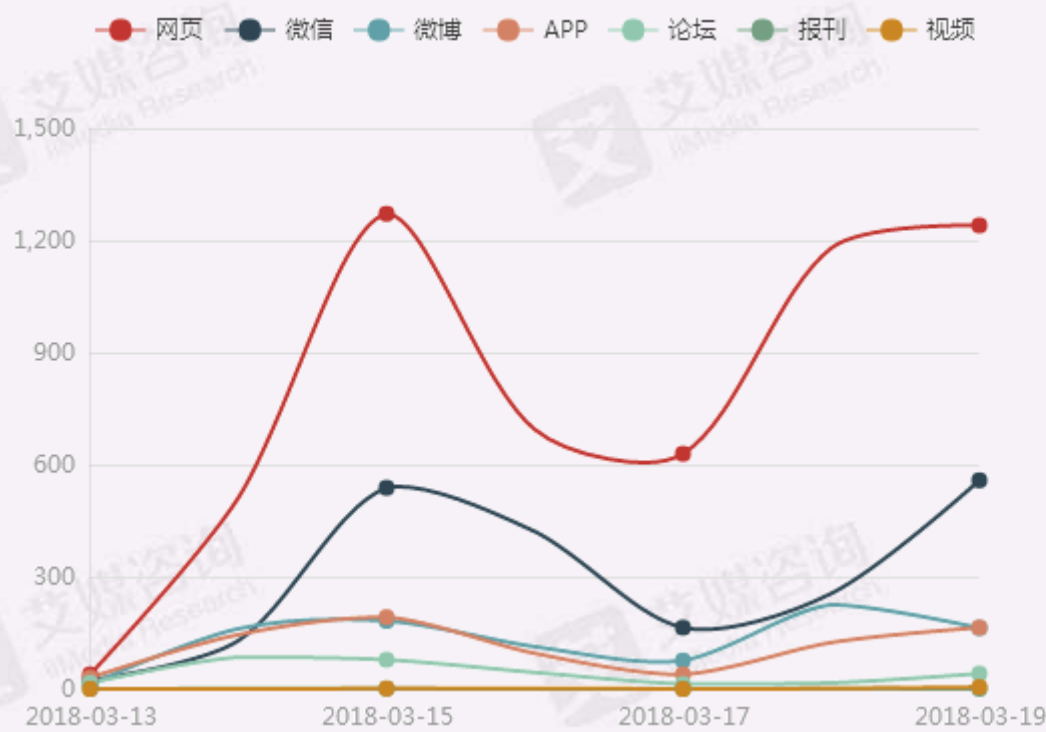
网页端发布事件舆情信息居多

艾媒大数据舆情监控系统数据显示，3月13日—19日期间，事件相关信息主要发布于网页端，占比达57.49%；其次为微信，占21.58%；微博、论坛、视频等渠道亦有传播相关信息。



数据来源：艾媒大数据舆情监控系统

此外，媒体趋势也与事件进展情况吻合。艾媒大数据舆情监控系统数据显示，3月19日媒体发布文章数显著增加，其中网页端发布数量达1240。网页舆情的上升速度及波动最为剧烈，其次是微信，其他渠道相对平缓。

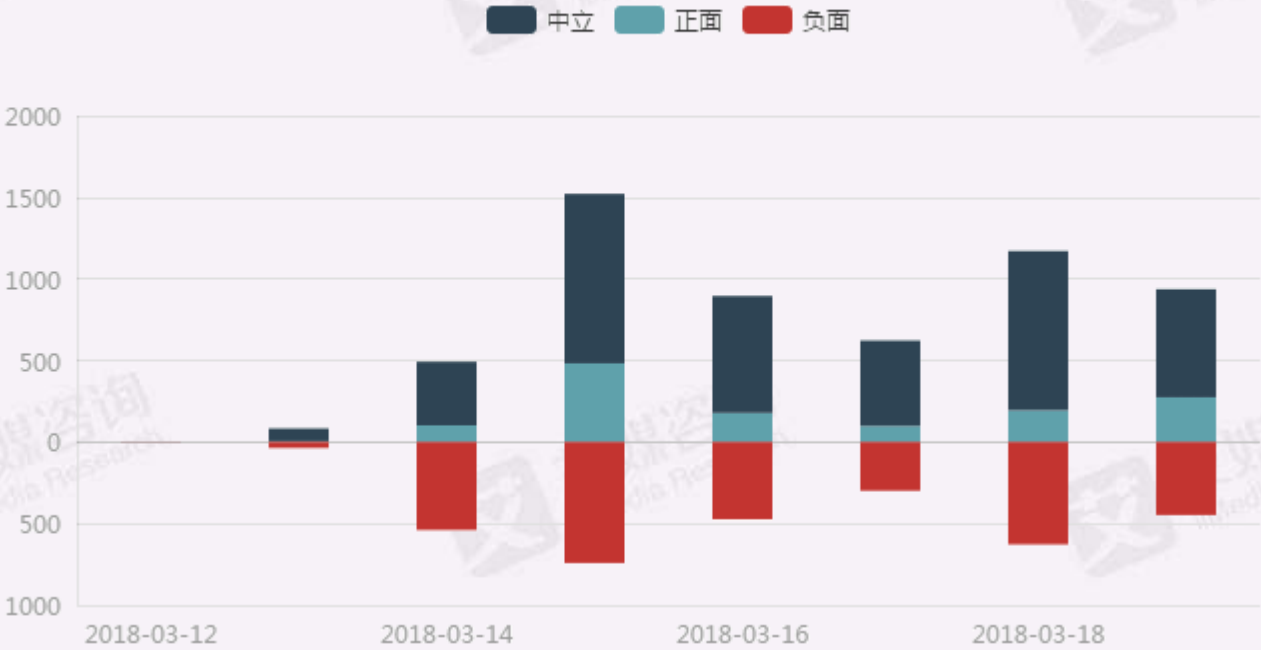


数据来源：艾媒大数据舆情监控系统

事件负面舆情信息较正面多

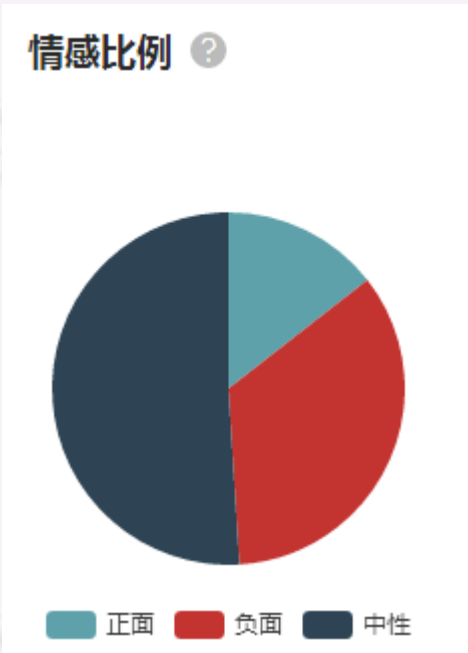
媒体的持续关注令事件相关舆情信息增加，据艾媒大数据舆情监控系统监测所得，3月13日—19日期间，事件相关负面信息较正面信息多，其中在京东发文致歉六六（3月17日）后，总体舆情信息数量增加，负面信息占比仍较大。

情感走势



数据来源：艾媒大数据舆情监控系统

情感比例



数据来源：
艾媒大数据舆情监控系统

艾媒大数据舆情监控系统数据显示，3月13日—19日期间，从整体事件相关舆情信息来看，中立信息超半数；负面信息占比达34.57%，比正面信息多20.13%。

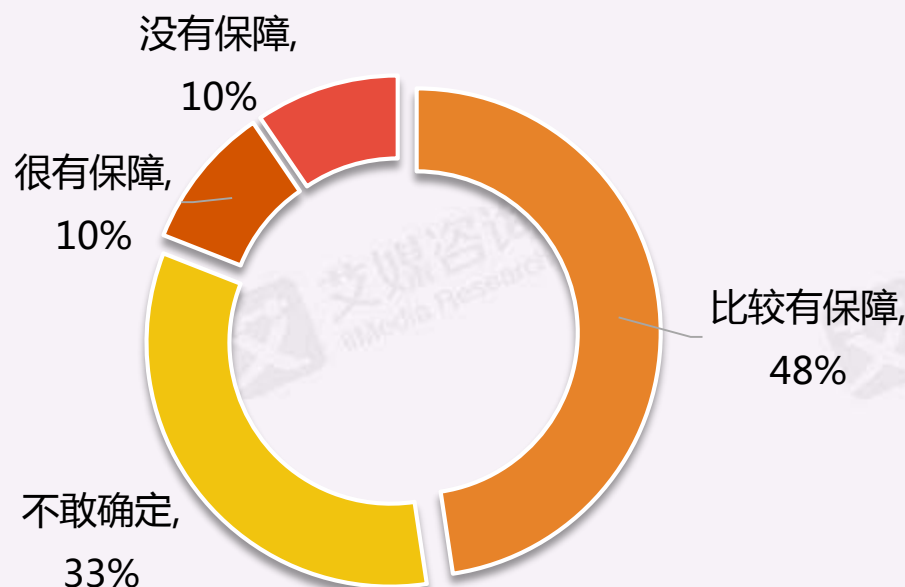
“六六怒怼” 或影响消费者选择

根据网友问卷调查结果分析，在面对“京东购买商品有否保障”的问题，有48%的网友认为在京东购物比较有保障，33%的网友表示不敢确定；分别有10%的网友认为很有保障、或没有保障。

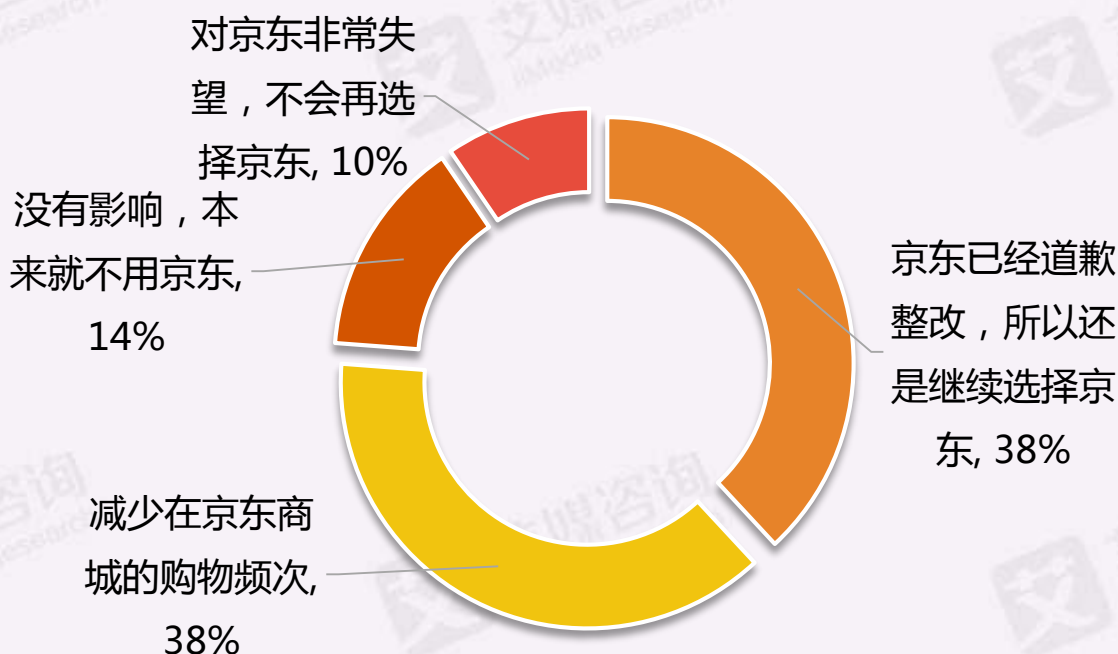
在“六六怒怼京东”事件后，分别有38%的网友表示原谅京东，或减少在京东购物的频次；14%的网友表示本来就不用京东，所以没有影响；10%的网友对京东非常失望，不会再选择京东。

可以看出，“六六怒怼京东”事件对受访网友在京东消费有着一定程度的影响。

您认为在京东购买的商品有保障么？



“六六怒怼京东”事件对您在京网购产生了什么影响？



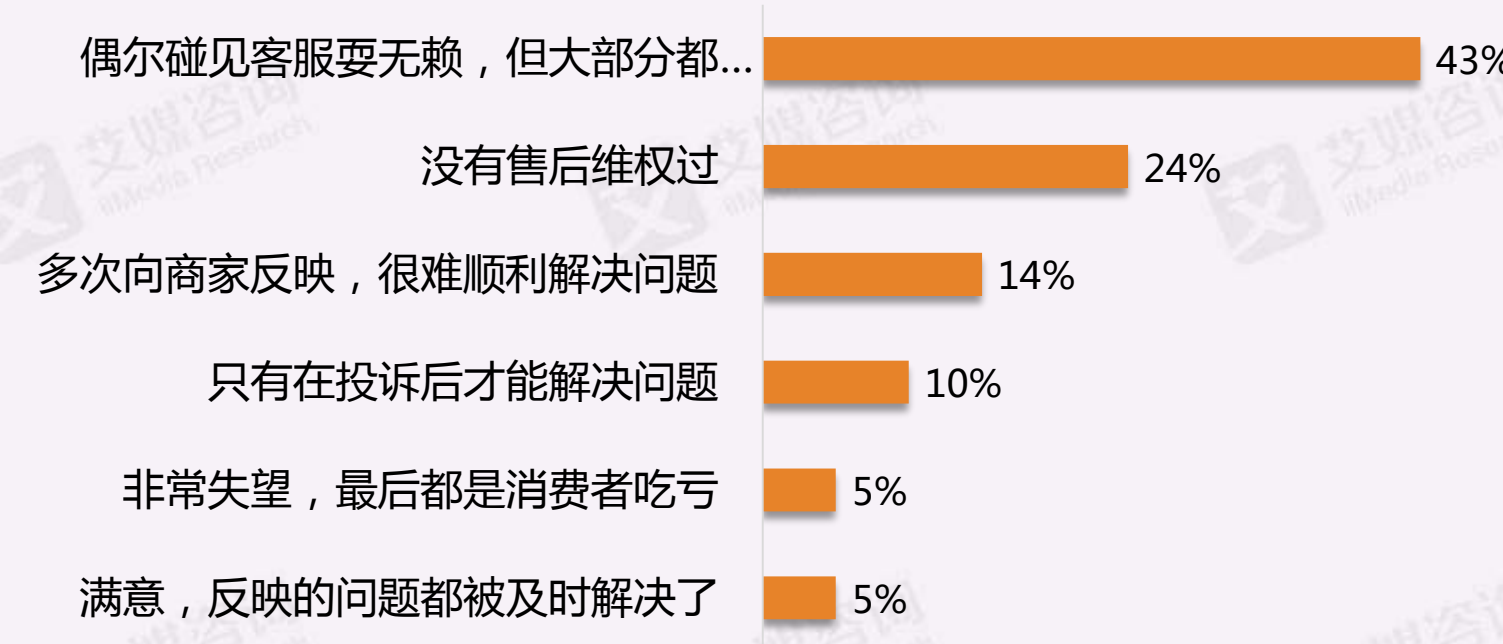
数据来源：艾媒大数据舆情监控系统

网友网购维权体验：偶有客服耍无赖

根据网友问卷调查，有43%的网友表示在电商平台购物维权时偶尔碰见客服耍无赖，但大部分都能解决问题；24%的网友表示没有售后维权过；14%的网友表示多次向商家反映，很难顺利解决问题；10%的网友表示只有在投诉后才能解决问题；此外，分别有5%的网友表示非常失望，或满意。

总体来看，消费者已具备在电商平台维权的意识，但目前维权情况尚未达到令人满意的阶段。

作为消费者，您在电商平台上的维权体验如何？



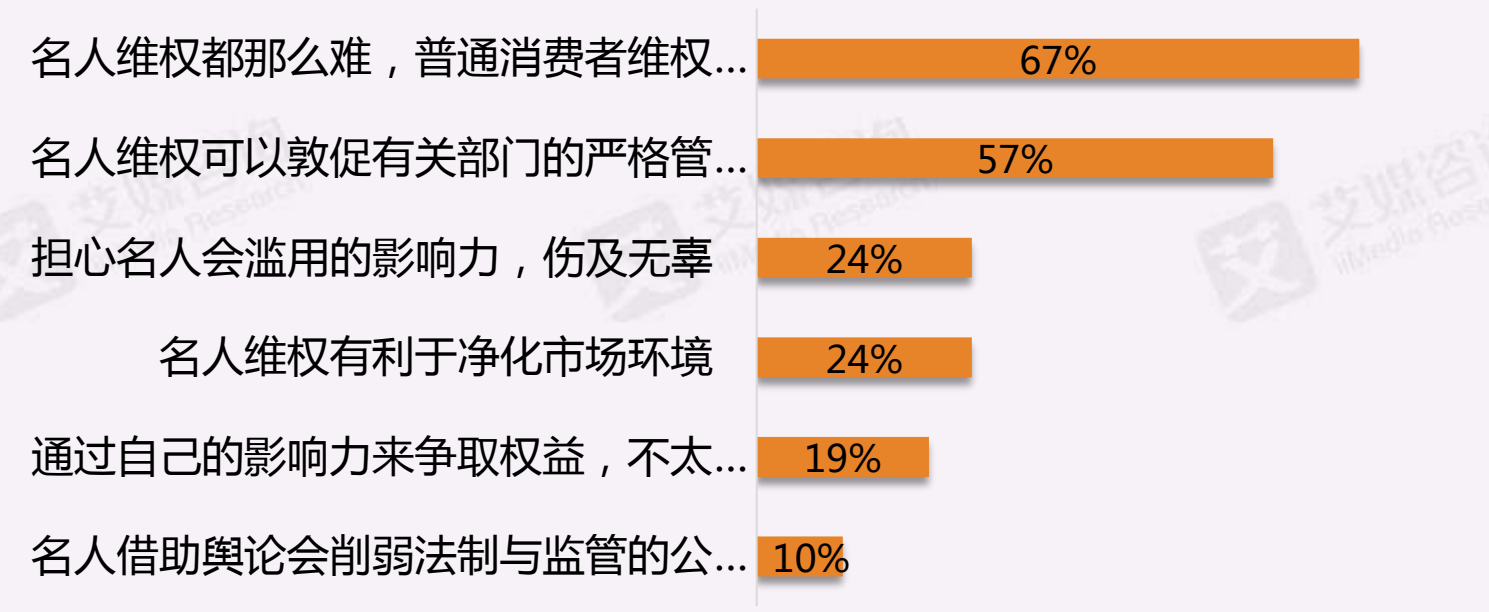
数据来源：艾媒大数据舆情监控系统

“名人维权” 是否双面刃？

就名人维权现象而言，往往能迅速引起舆论关注,并可能影响民众的判断、引导舆论的走向、推动问题的解决,具有很强的“杀伤力”。

根据网络调查问卷结果显示，有67%的网友认为名人维权反映了消费者维权难的现状；57%的网友认为名人维权可以敦促有关部门的严格管理和执法；另外，分别有24%的网友表示名人维权有利于净化市场环境，或担心名人会滥用的影响力，伤及无辜。19%的网友认为通过自己的影响力来争取权益是不合理的，10%的网友认为名人借助舆论会削弱法制与监管的公信力。

您如何看待名人维权？



数据来源：艾媒大数据舆情监控系统



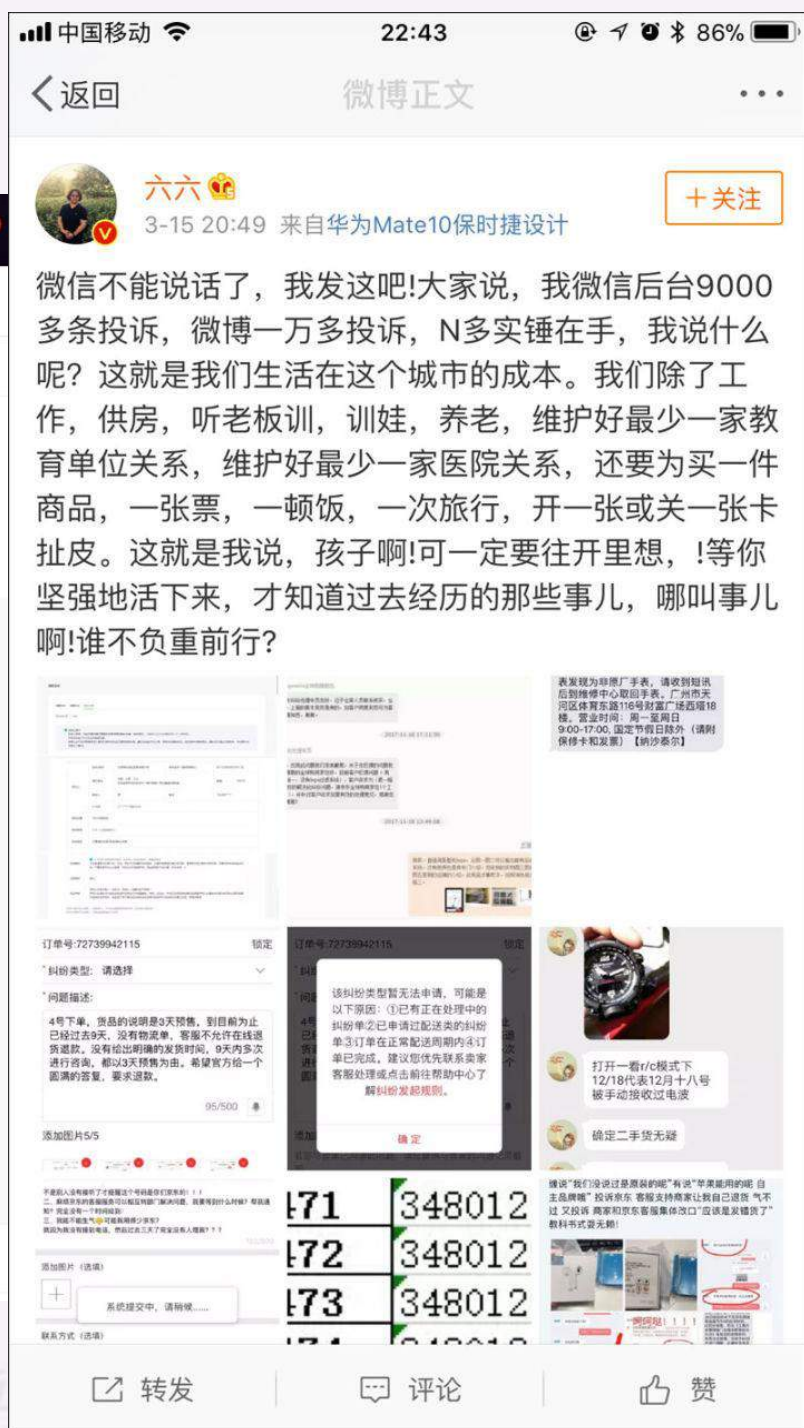
PART THREE

事件背后惹深思 消费者维权难

“怒斥”事件发酵中途：

事发当天，在京东app上搜comfort U 和孕妇枕(指定全球购)等关键词，无法搜到涉事商品和店铺。直到当日下午两点左右，京东app上才能搜出该店铺，但全店只有涉事的唯一一件商品，其他全部下架了。

3月16日，六六称其微信公众号被禁言。



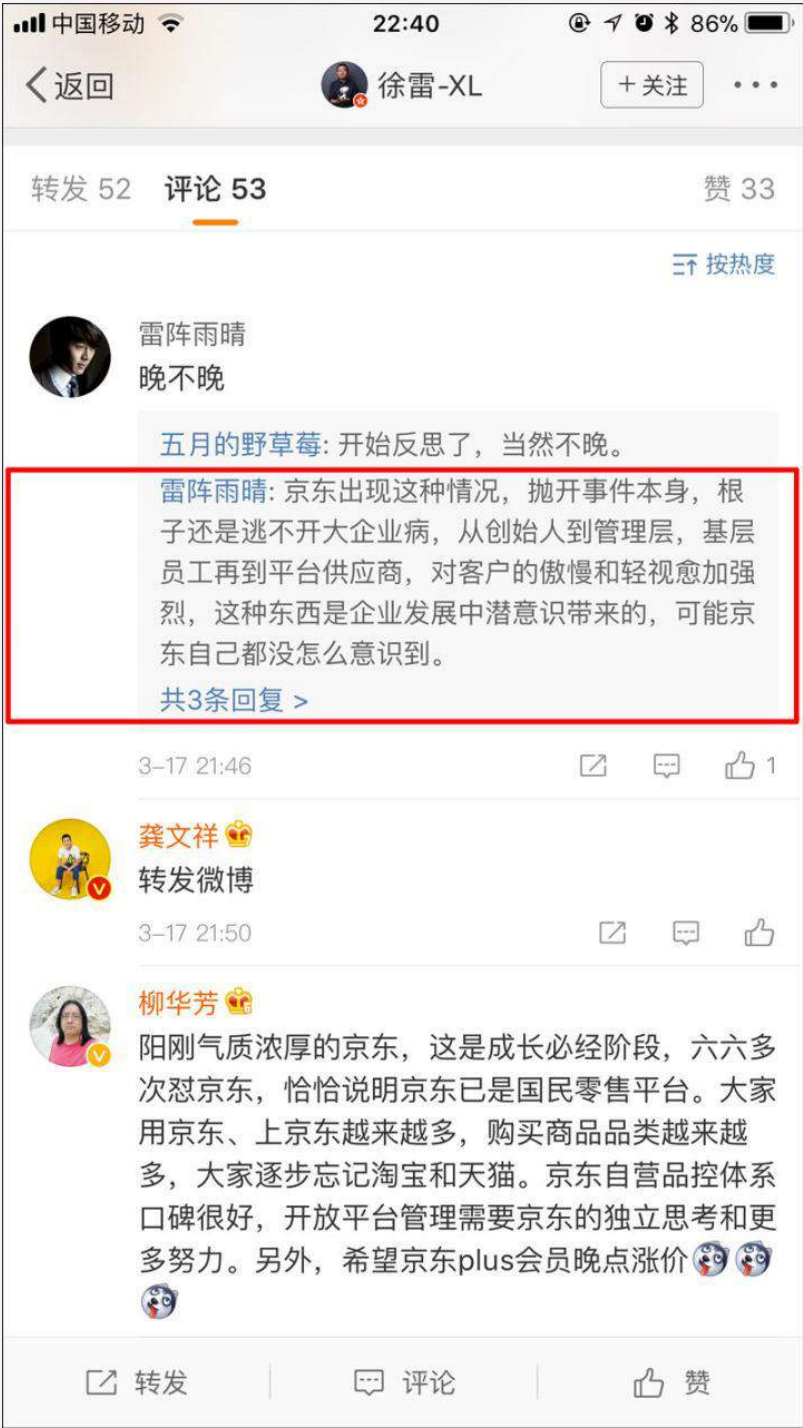
图片来源：网络

艾媒报告商城用户176****1700专享 尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为

京东高管发文致歉

网友称京东“大企业病”

17日，京东高管出面道歉并全面反思和自我批评。先是放低姿态，承认错误，解决问题，到中长期建立透明监督模式，寻求挽回口碑——经历315前后一大波热点事件的冲刷后，京东作出道歉。有网友留言京东这种情况的出现，是“大企业病”，对客户傲慢与轻视越来越强烈。



图片来源：微博截图

名人维权，正能量还是维权怪象？

这不是六六第一次撕京东，双方曾在2015年的“山竹事件”中大打出手。

2011年，罗永浩怒砸西门子冰箱

2016年，孙俪投诉半夜工地噪音扰民

2017年，演员韩雪谴责携程捆绑消费

.....名人维权成为社会热点，而这些事件对普通消费者的维权现状有何促进意义，商家是否能回归初心以消费者为先，似乎仍然存疑。

[知名作家六六都遭遇京东维权难,何况是普通消费者? 搜狐科技 搜狐网](#)

5天前 - 3月13日,知名作家六六在微发表《无赖京东》一文,称一位朋友在京东全球购遭遇商家售假,在向京东客服和消协投诉后都未得到合理的处理结果。而据新浪...

[mt.sohu.com/it/p/22551...](#) - 百度快照

[评论:从王海到六六 中国消费者维权仍在地上爬行 新浪财经 新浪网](#)



3天前 - 从王海到六六,中国消费者维权仍在地上爬行尽管“315消费者权益日”在中国推行已有30多年历史,但普通老百姓的维权之难只有里级上的缓解,却没有本质...

[finance.sina.com.cn/co...](#) - 百度快照

[评论:从王海到六六 中国消费者维权仍在地上爬行 经济频道 中华网](#)

3天前 - 其实,六六、程荣与黄静的维权遭遇就是现实的尴尬写照:不论是普通人还是大V,有钱人还是普通职员,在维权这件事上面临的困难或无力,并没有明显的差别。

[finance.china.com/cons...](#) - 百度快照

[六六撕京东,不是“大V”的我们更关心谁为普通消费者撑腰?](#)

4天前 - 网友:要买阿迪达斯,却发来“阿迪王”,被消费者看出来,就说“发错货”了,从此世上无假货,逻辑完美!与此同时,六六一方的高调维权也有部分瑕疵...

[shanghai.xinmin.cn/xms...](#) - 百度快照

[京东回应作家六六,假如我们是普通消费者该怎么维权?](#)



那么作为普通的消费者我们该怎么办呢?其实对于作家六六展示的情况来说,我们的维权其实更难? 1.首先在网购的时候,一定要索要发票,对于公司来说,东西不给发票,算不...

[https://baijiahao.baidu.com/s?...](#) - 百度快照

[知名作家六六对京东获回应,那普通消费者该如何维权呢?](#)



2天前 - 当然,说了这么多其实最终只有一个核心,名人打假会引发大量的社会关注,而普通消费者的维权很多情况下会困难重重。无论这次六六质疑京东的动机和结果如何,身为普通消费...

[www.hefei.cc/weixin/a2...](#) - 百度快照

图片来源：网络截图

—— 艾媒咨询大数据监测体系 ——

移动应用运营监测 (bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，
透视用户活跃留存流失，
提升推广效率降低成本。

大数据舆情监控系统 (yq.iimedia.cn)

通过先进的文本分析挖掘
技术，全面满足客户各类
需求，危机预警追踪。

微信微博媒体监测 (SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，
评估公众号的传播实力，
识别受众兴趣与偏向。



用户感知与体验监测 (survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，
了解用户主观消费意愿，
获取用户客观服务评价。

移动广告效果监测 (www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全
流程用户行为跟踪，投放
策略建议与优化。

法律声明

权利声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）制作，文件所涉的文字、图片、商标、表格、视频等均受中华人民共和国知识产权相关法律保护，经许可引用时请注明报告来源。

未经艾媒咨询许可，任何组织或个人均不得以任何形式擅自使用、复制、转载本报告或向第三方实施许可，否则，艾媒咨询将保留追究其一切法律责任之权利。

免责声明

本报告所涉之统计数据，主要由行业访谈、用户调研、市场调查、桌面研究等样本数据，结合专业人员分析及艾媒咨询计算模型估算获得。由于调研样本及计算模型的影响与限制，统计数据仅反映调研样本及模型计算的基本情况，未必能够完全反映市场客观情况。鉴于上述情形，本报告仅作为市场参考资料，艾媒咨询不因本报告（包括但不限于统计数据、模型计算、观点等）承担法律责任。

阅读、使用本报告前，应先审慎阅读及充分理解上述法律声明之内容。阅读、使用本报告，即视为已同意上述法律声明；否则，请勿阅读或使用本报告。

yq.iimedia.cn



因为专注，
所以专业！



We focus on New Economy!



艾媒 輿情
yq.iimedia.cn

