

“

在线会员服务领域问题主要有：**一是智能电视平台“套娃式”收费引发消费者不满。二是视频平台会员服务体验不佳。**

遭遇，可以说是非常具有代表性了。

比方说她 2022 年 3 月下单了一瓶 SK2 的精华，时间已经过去了快一年，她还没有收到货，订单一直显示退款审核中。2022 年 4 月下单的一双周仰杰高跟鞋，显示已经从香港中心仓发货，但是至今也没有收到货。

她多次联系寺库网的客服，一直没有得到合理的解决方案。她说自己之前觉得是因为疫情原因导致物流不畅，她可以理解货品发货派送延迟。可是如今都过了快一年了，仍然没有合理的说法，让人实在不能理解。

还有一双高跟鞋的订单更加离奇。她申请退款，客服说可以换货，然后，订单就显示取消了，然后她就去换货页面，都是一些自己平常根本不会买的产品。她说自己不换货了，麻烦退钱，客服就说去处理，然后就没结果了。现在订单也取消了，她不知道该怎么维权。

她未收到的三件货品总价超过 7000 元，一年以来，寺库网既不发货，也不退款。

记者在电诉宝上发现，和李女士类似遭遇的人还不少。寺

寺库大厦内一层已基本清空，仅有两名工作人员在柜台接待来访者。



寺库平台订单流程显示，至今仍在“配货中”。

库网在消费者下单后迟迟不发货，当消费者多次联系客服处理，遭到各种推诿，还有不少人反映，寺库在线客服不回复，客服电话无法接通。

更让费解的是，对待消费者的投诉装聋作哑，但是追逐炒作概念寺库网倒是行动得非常迅速。由于 ChatGPT 概念非常火爆，寺库也马上高调宣布，将对 AIGC 和 ChatGPT 相关技术进行深度研究和拓展，虽然股票震荡上涨了一下，最终还是以回落结尾。毕竟，消费者

对于这种光说不练的概念炒作已经“免疫”了。

董毅智律师指出，曾经的“奢侈品电商第一股”寺库网，已经濒临退市风险。2022 年上半年净亏损为 8.17 亿元，李女士购买商品的时期，寺库网的经营状况已经可以用惨烈来形容。事实上，国内的绝大多数垂直类奢侈品电商都步履蹒跚。目前，大家只能想方设法减少损失。“建议如果要买奢侈品的话，最好还是选择头部企业或者大平台。”

会员权益频受损

身处网络时代，要下网盘、要听音乐、要追剧，但 App 后那一双双扣钱的手，正按在键盘上等着你上套。提前扣钱、到期不提醒、不知道哪里取消，即便取消了，还在扣……App 自动续费的“连环计”让人防不胜防。

不少 App 抓住人们贪小便宜的心理，页面提示上大肆宣传