

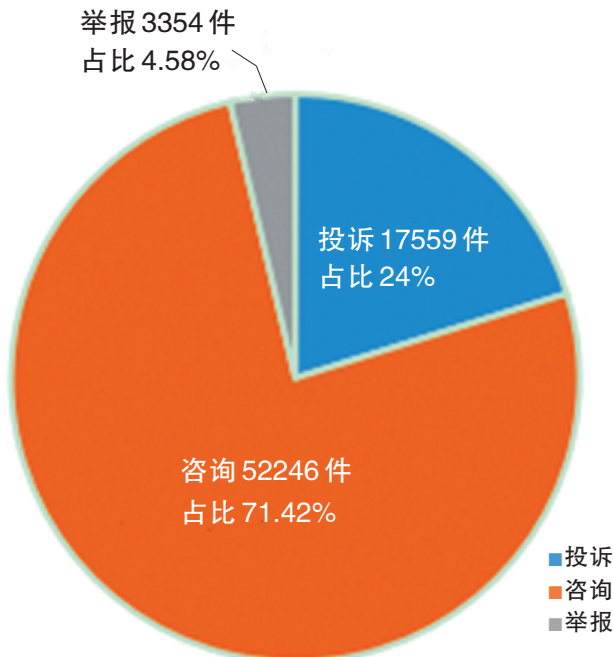


去年12315受理诉求73159件

# 为消费者挽回损失734.13万元

2023年,全市市场监管系统12315平台(以下简称“12315平台”)受理消费诉求(含咨询、投诉、举报,下同)共计73159件,其中投诉17559件,为消费者挽回经济损失734.13万元。

■文、制图/记者 韩玉砚  
通讯员 李爽



2023年全市市场监管系统12315平台受理消费诉求情况。

## 数据

### 全市受理消费投诉17559件

2023年,全市12315平台共受理消费投诉17559件,占比24%;举报3354件,占比4.58%;咨询52246件,占比71.42%。

受理的17559件消费投诉中,商品类投诉10640件,占比60.60%;服务类投诉6919件,占比39.40%。投诉受理量前十位的类别有:售后服务、食品安全、质量、合同、价格、不正当竞争、计量、安全、广告、人身权利,合计占比77.19%。

## 分析

### 10640件商品类投诉 食品占比最高

在10640件商品类投诉中,投诉量居前十位的依次是:食品、交通工具、服装鞋帽、首饰、家居用品、家用电器、药品、装修建材、通讯产品、药品、化妆品,合计占比82.41%。在6919件服务类投诉中,投诉量居前六的依次是:餐饮住宿服务、电信服务、停车服务、美容美发服务、教育培训服务、互联网服务,合计占比49.61%。

全市12315平台共解答消费者咨询52246件,其中非市场监管职责咨询23266件、法律法规咨询26875件、市场监管职责范围内相关咨询2105件。

市场监管职责范围内咨询所涉及业务类别按数量排依次是:投诉举报处理、市场主体登记注册、食品监管、价格监督、产品质量监管、信用监管。

接到举报共计3354件,同比上升13.5%。举报量居前五位的依次是广告违法行为、侵害消费者权益违法行为、不正当竞争行为、食品违法行为、违反登记管理行为,合计占比66.29%。

### 2023年投诉问题前十位统计表

序号	投诉问题类别(前10位)	投诉受理量(件)	占比(%)	同比(%)
1	售后服务	3200	20.69%	↑47.19%
2	食品安全	2455	15.88%	↑15.15%
3	质量	2060	13.32%	↑6.46%
4	合同	1385	8.96%	↓38.06%
5	价格	1354	8.76%	↓35.71%
6	不正当竞争	500	3.23%	↑390.2%
7	计量	330	2.13%	↑29.92%
8	安全	309	2.00%	↓9.38%
9	广告	195	1.26%	↓3.47%
10	人身权利	149	0.96%	↑39.25%

### 2023年商品类投诉统计表

排名	类别	数量	占比	同比
1	食品	2986	28.06%	↓8.29%
2	交通工具	1266	11.90%	↓1.96%
3	服装鞋帽	989	9.30%	↑18.30%
4	首饰	985	9.26%	↓4.09%
5	家居用品	710	6.67%	↓13.73%
6	家用电器	541	5.08%	↓6.88%
7	装修建材	420	3.95%	↓6.87%
8	通讯产品	398	3.74%	↑9.34%
9	药品	296	2.78%	↓44.46%
10	化妆品	178	1.67%	↓23.93%

### 2023年服务类投诉统计表

排名	类别	数量	占比	同比
1	餐饮服务	1274	18.41%	↑7.97%
2	电信服务	586	8.47%	↓36.10%
3	停车服务	439	6.34%	↓4.36%
4	美容美发服务	422	6.10%	↓27.37%
5	教育培训服务	363	5.25%	↑124.07%
6	互联网服务	349	5.04%	↑97.18%

## 商品类投诉热点分析

商品类投诉热点集中体现在以下几个方面:

一般食品类投诉反映的问题主要有:食品过期、变质、霉变、包装破损等;食用后出现不适;虚假标注质量等级、营养成分等,或标签标识信息不全;网购食品退货纠纷、违规广告宣传、缺秤少量等。

交通工具类投诉反映的问题主要有:订金纠纷,消费者购车改变主意后要求退还订金,商家拖延;质量纠纷,双方对车辆质量责任认定存在争议,或故障不能及时解决;商家毁约,优惠承诺打折扣、不予兑现等。

首饰类投诉反映的问题主要有:销售绿松石时以假充真、以次充好;过分夸大绿松石的寓意,诱导消费者高价购买;首饰出现断裂、变形、镶嵌类饰品钻石脱落、褪色或变色等质量问题。

服装鞋帽类投诉反映的问题主要有:质量问题,如“三包”期内出现掉毛、褪色、开线、跑绒、开胶等;标识问题,如产品标识不全、执行标准错误、假冒商标等;销售及服务问题,如棉服冒充羽绒服、刷单好评、退换货纠纷等。

家居用品类投诉反映的问题主要有:家具质量问题,如刚买的家具出现裂纹、变形等现象;商家未按合同约定及时送货或消费者收到的家具与约定不符。

家用电器类投诉反映的问题主要有:质量问题,家用电器在“三包”期内出现故障;服务问题,安装、维修、退换货等售后服务有争议。

药品类投诉反映的问题主要有:药品服用后没有效果、出现不良反应后怀疑药品有质量问题;药品价格不透明,未明码标价。

装修建材类投诉反映的问题主要有:产品质量不合格,出现假冒伪劣等问题;售后服务方面,商家不按约定送货安装、无故拖延。

通讯产品类投诉反映的问题主要有:手机质量问题,商家销售的新手机存在死机、异响、闪退、卡顿、发热等性能故障;商家不履行或不完全履行“三包”义务。

化妆品类投诉反映的问题主要有:化妆品使用后出现红肿、瘙痒、出疹等皮肤损害;产品信息标识不全。

## 服务类投诉热点分析

服务类投诉热点集中体现在以下几个方面:

餐饮服务投诉反映的主要问题有:食物中混有头发、虫子等异物;食物变质,消费者食用后出现不适;商家服务质量问题,存在不履行优惠承诺、坐地起价、捆绑销售、违规收取餐位费、调料费等。

电信服务类投诉反映的主要问题有:套餐资费不清晰,套餐规则繁琐不明确,消费者莫名其妙被扣款;未经消费者同意变更套餐内容,开通增值服务,提高收费标准;售后服务问题,网络出现问题报修后,运营商维修不及时,或维修质量不过关,故障频发。

停车服务类投诉反映的问题主要有:部分停车场未在显著位置公示收费标准,或公示内容不完整;个别停车场收费过高。

美容美发类投诉反映的问题主要有:商家夸大产品和服务的功效,如部分商家利用中草药、纯植物、纳米技术等为噱头吸引消费者眼球;商家推销一些质次价高的产品和服务,引发消费者不满。

教育培训投诉反映的问题主要有:培训达不到事先承诺的效果,要求退款引发纠纷;虚假宣传,如商家宣传“一对一”“大师课”,实则不是。

互联网服务类投诉反映的问题有:商家销售的网络直播培训课程,消费者购买后后悔,或是认为没有效果,要求退款引发纠纷;消费者通过微信、互联网与自然人私下交易,因对方失去联系引发投诉。