成都市消委会发布2023年受理投诉情况分析

根据成都市保护消费者权益委员会受理投诉情况统计，2023年全市消委系统共受理消费者投诉16001件，接待消费者来访和咨询7834人次，为消费者挽回经济损失1868万元。全年消费投诉热点主要分布在食品餐饮、汽车及零部件、教育培训、媒体购物、美容美发、房屋装修等消费领域。

一、投诉性质分析

根据投诉性质（如图1所示），质量问题占43.95%，价格问题占13.97%，售后服务问题占12.82%，虚假宣传问题占9.77%，合同问题占8.66%，安全问题占3.76%，假冒问题占1.3%，人格尊严问题占1.12%，计量问题占0.63%，其他问题占4.01%。

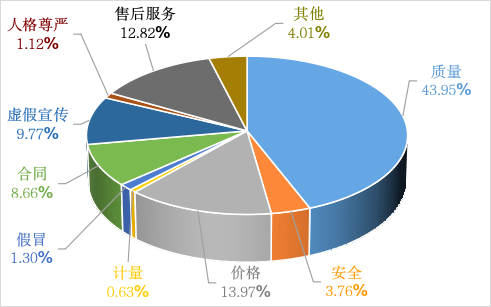


图1 投诉性质比例图（%）

与2022年相比（如表1所示），虚假宣传、价格和安全问题投诉比重上升较高，合同、质量与假冒问题投诉比重下降明显，其余类投诉变化幅度较小。

表1 按投诉问题性质分类情况表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目 | 2023年(件） | 投诉比重（%） | 2022年（件） | 投诉比重（%） | 比重变化（%） |
| 质量 | 7032 | 43.96 | 5751 | 46.5 | ↓2.54 |
| 价格 | 2235 | 13.97 | 1345 | 10.85 | ↑3.12 |
| 售后服务 | 2051 | 12.82 | 1581 | 12.76 | ↑0.06 |
| 虚假宣传 | 1564 | 9.77 | 793 | 6.4 | ↑3.37 |
| 合同 | 1386 | 8.66 | 1665 | 13.34 | ↓4.68 |
| 其他 | 642 | 4.01 | 324 | 2.61 | ↑1.4 |
| 安全 | 602 | 3.76 | 215 | 1.73 | ↑2.03 |
| 假冒 | 208 | 1.3 | 429 | 3.46 | ↓2.16 |
| 人格尊严 | 180 | 1.12 | 250 | 2.02 | ↓0.9 |
| 计量 | 101 | 0.63 | 41 | 0.33 | ↑0.3 |

二、商品和服务类别分析

在所有投诉中，商品类投诉为9577件，占总投诉量的59.84%，与去年相比，比重上升5.61个百分点；服务类投诉为5705件，占总投诉量的35.67%，比重下降4.26个百分点；其他类投诉为719件，占总投诉量的4.49%。

根据2023年商品大类投诉数据（如图2、表2所示），家用电子电器类、食品类、服装鞋帽类、日用商品类和房屋及建材类投诉量居前五位。

图2 商品大类投诉量图（单位：件）

表2 商品大类投诉量变化表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 商品大类 | 2023年（件） | 投诉比重（%） | 2022年（件） | 投诉比重（%） | 比重变化（%） |
| 家用电子电器类 | 2220 | 13.87 | 1424 | 11.49 | ↑2.38 |
| 食品类 | 2156 | 13.47 | 971 | 7.83 | ↑5.64 |
| 服装鞋帽类 | 1619 | 10.12 | 1043 | 8.42 | ↑1.70 |
| 日用商品类 | 1066 | 6.66 | 774 | 6.24 | ↑0.42 |
| 房屋及建材类 | 828 | 5.17 | 1184 | 9.55 | ↓4.38 |
| 首饰及文体用品类 | 575 | 3.59 | 540 | 4.36 | ↓0.77 |
| 烟、酒和饮料类 | 387 | 2.42 | 212 | 1.71 | ↑0.71 |
| 交通工具类 | 353 | 2.21 | 537 | 4.33 | ↓2.12 |
| 医药及医疗用品类 | 340 | 2.12 | 18 | 0.15 | ↑1.97 |
| 农用生产资料类 | 33 | 0.21 | 18 | 0.15 | ↑0.06 |

根据2023年服务大类投诉数据（如图3、表3所示），生活社会服务类、教育培训服务、销售服务、文化娱乐体育服务与房屋装修及物业服务居于服务类投诉量前五位。

图3 服务大类投诉量图（单位：件）

表3 服务大类投诉量变化表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 服务大类 | 2023年（件） | 投诉比重（%） | 2022年（件） | 投诉比重（%） | 比重变化（%） |
| 生活、社会服务类 | 1542 | 9.64 | 1509 | 12.18 | ↓2.54 |
| 教育培训服务 | 1193 | 7.46 | 513 | 4.14 | ↑3.32 |
| 销售服务 | 1136 | 7.1 | 1100 | 8.88 | ↓1.78 |
| 文化、娱乐、体育服务 | 835 | 5.22 | 818 | 6.6 | ↓1.38 |
| 房屋装修及物业服务 | 561 | 3.51 | 625 | 5.04 | ↓1.53 |
| 旅游服务 | 126 | 0.79 | 132 | 1.07 | ↓0.28 |
| 公共设施服务 | 118 | 0.74 | 38 | 0.31 | ↑0.43 |
| 电信服务 | 89 | 0.56 | 55 | 0.44 | ↑0.12 |
| 卫生保健服务 | 58 | 0.36 | 65 | 0.52 | ↓0.16 |
| 保险服务 | 34 | 0.21 | 36 | 0.29 | ↓0.08 |
| 互联网服务 | 10 | 0.06 | 24 | 0.19 | ↓0.13 |
| 邮政业服务 | 2 | 0.01 | 29 | 0.23 | ↓0.22 |
| 金融服务 | 1 | 0.01 | 5 | 0.04 | ↓0.03 |
|  |  |  |  |  |  |

三、商品和服务投诉量变化分析

在具体商品投诉中，投诉量居前五位的分别为（如图4、表4所示）：食品、服装、通讯类产品、鞋、首饰。与2022年相比，食品、家用小电器产品、视听产品同比增长较高，其他类别增长相对较缓；只有房屋投诉量同比有所下降。

图4 商品细分领域投诉前十位（单位：件）

表4 投诉量居前十位的商品（单位：件）

|  |  |
| --- | --- |
| 商品大类 | 2023年 |
| 食品 | 1689 |
| 服装 | 905 |
| 通讯类产品 | 719 |
| 鞋 | 449 |
| 首饰 | 418 |
| 房屋 | 413 |
| 装修建材 | 314 |
| 儿童用品 | 283 |
| 家用小电器产品 | 244 |
| 视听产品 | 239 |

在具体服务投诉中，投诉量居前五位的分别为（如图5、表5所示）培训服务、媒体购物、健身服务、美容美发、餐饮服务。与2022年相比，培训服务、物业服务、美容美发同比显著增长。

图5 服务细分领域投诉前十位（单位：件）

表5 投诉量居前十位的服务（单位：件）

|  |  |
| --- | --- |
| 服务类别 | 2023年 |
| 培训服务 | 973 |
| 媒体购物 | 790 |
| 健身服务 | 556 |
| 美容、美发 | 374 |
| 餐饮服务 | 367 |
| 店面销售 | 306 |
| 物业服务 | 260 |
| 房屋装修 | 218 |
| 洗涤、染色 | 203 |
| 教育服务 | 178 |

消费质量报全媒体记者 王钰