

四川省保护消费者权益委员会

2022 年第三季度消费者投诉信息统计分析

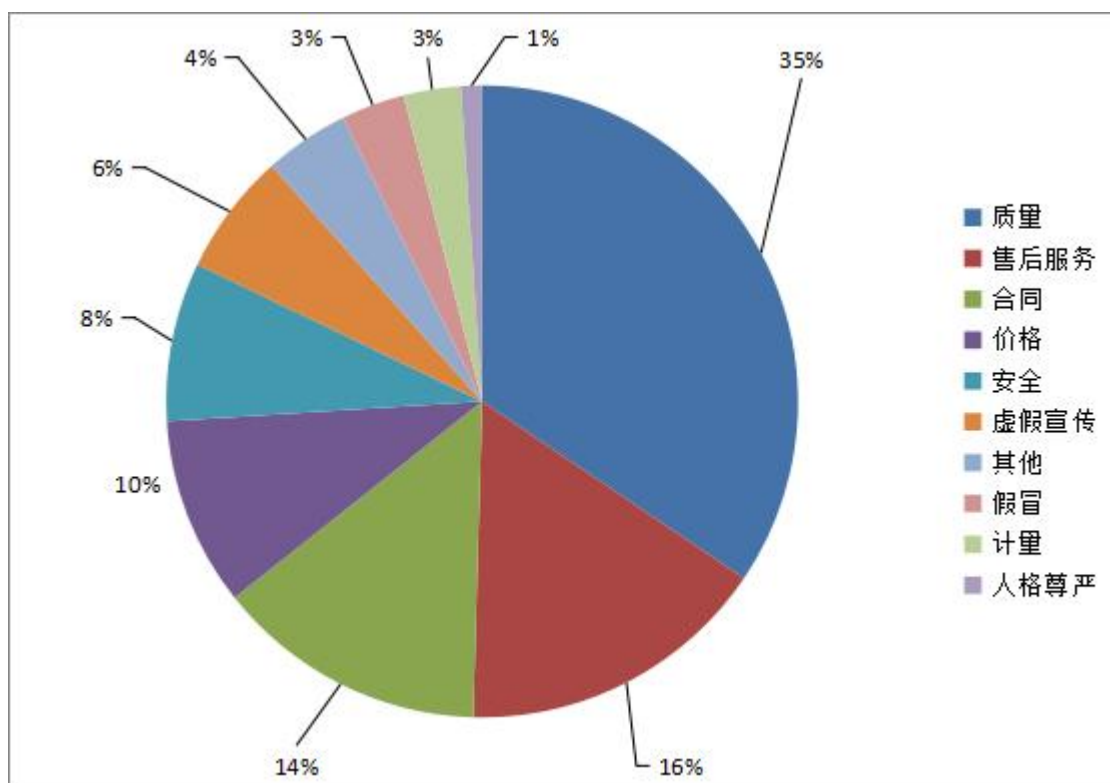
2022 年第三季度，四川各级保护消费者权益委员会（含成都市消费者协会，以下简称消委组织）共受理消费投诉 13488 件，解决 13032 件，投诉解决率 96.62%；为消费者挽回经济损失 2033.25 万元，其中因经营者有欺诈行为消费者获得加倍赔偿金额 4.61 万元。全省各级消委组织接待来访、接受消费者咨询共计 1.79 万人次。

一、 投诉基本情况

（一） 投诉性质类分析

按投诉性质划分：涉及质量问题方面的投诉案件 4647 件，占总量的 34.45%；售后服务问题 2157 件，占 15.99%；合同问题 1873 件，占 13.89%；价格问题 1305 件，占 9.68%；安全问题 1096 件，占 8.13%；虚假宣传问题 845 件，占 6.26%；假冒问题 441 件，占 3.27%；计量问题 394 件，占 2.92%；人格尊严问题 145 件，占 1.08%；其他问题（涉及多项投诉性质或难以归类的投诉问题）585 件，占 4.34%。

图 1：投诉性质比例图（%）



从统计数据来看，质量、售后服务、合同、价格、安全占据消费者投诉的前 5 名，商品、服务的质量问题仍居投诉总量之首，成为消费者投诉的主要方面。但与上年同期相比，商品、服务质量方面的投诉下降趋势最为明显，假冒、合同和计量的投诉比例上升幅度较大（见表 1）。

表 1 投诉问题性质分类占比变化情况表

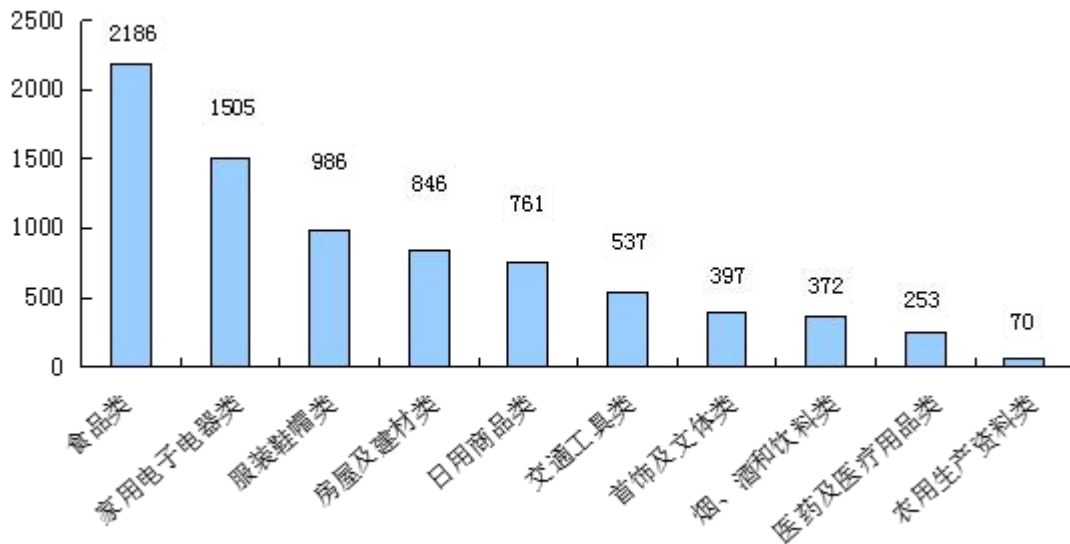
投诉类别	2021 年第三季度投诉量占投诉总量的比重 (%)	2022 年第三季度投诉量占投诉总量的比重 (%)	比较结果 (百分点)
假冒	1.61	3.27	↑ 1.66
合同	12.65	13.89	↑ 1.24
计量	1.69	2.92	↑ 1.23
售后服务	15.34	15.99	↑ 0.65
人格尊严	0.60	1.08	↑ 0.48
安全	7.88	8.13	↑ 0.25

价格	10.13	9.68	↓ 0.45
虚假宣传	7.25	6.26	↓ 0.99
质量	39.07	34.45	↓ 4.62
其他	3.78	4.34	↑ 0.56

(二) 商品类投诉分析

根据投诉商品种类分析，涉及食品类、家用电子电器类和服装鞋帽类占据消费投诉的前三位（见图 2）。

图 2：商品大类投诉量图（单位：件）



与 2021 年同期相比，食品类、首饰及文体用品类等的投诉呈上升趋势，而日用品类、交通工具类、房屋及建材类等下降趋势较为明显（见表 2）。

表 2 商品大类占总投诉量变化表

商品大类	2021 年第三季度	2022 年第三季度投	比较结果 (百分点)
	投诉量占投诉总	诉量占投诉总量比	
	量比 (%)	(%)	

食品类	13.70	16.21	↑ 2.51
首饰及文体用品 类	2.78	2.94	↑ 0.16
烟、酒和饮料类	2.65	2.76	↑ 0.11
农用生产资料类	0.46	0.52	↑ 0.06
服装鞋帽类	7.25	7.31	↑ 0.06
家用电子电器类	11.59	11.16	↓ 0.43
医药及医疗用品 类	1.99	1.88	↓ 0.11
日用商品类	6.98	5.64	↓ 1.34
交通工具类	5.38	3.98	↓ 1.40
房屋及建材类	9.18	6.27	↓ 2.91

（三）服务类投诉分析

按服务种类来分，涉及生活、社会服务类，销售服务类及文化、娱乐、体育服务类的消费投诉居前三位（见图3）。

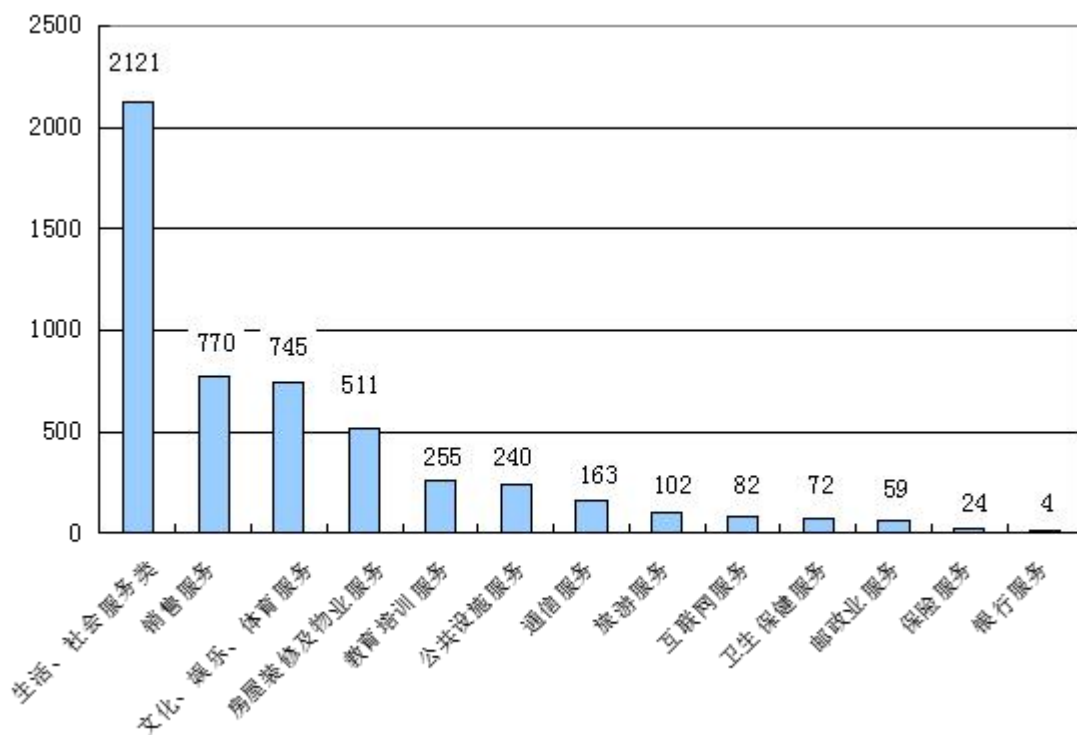


图3 服务大类投诉量图（单位：件）

与2021年同期相比，销售服务类、文化、娱乐、体育服务类及公共设施服务类等消费投诉呈上升趋势，而邮政业服务类、通信服务类和房屋装修及物业服务类等呈下降趋势（见表3）。

表3 服务大类投诉量占比变化表

服务大类	2021年第三季度投诉量占投诉总量比 (%)	2022年第三季度投诉量占投诉总量比 (%)	比较结果 (百分点)
销售服务	4.03	5.71	↑ 1.68
文化、娱乐、体育服务	4.33	5.52	↑ 1.19
公共设施服务	1.10	1.78	↑ 0.68
卫生保健服务	0.34	0.53	↑ 0.19

互联网服务	0.49	0.61	↑0.12
保险服务	0.06	0.18	↑0.12
教育培训服务	1.80	1.89	↑0.09
生活、社会服务类	15.70	15.73	↑0.03
银行服务	0.01	0.03	↑0.02
旅游服务	0.78	0.76	↓0.02
邮政业服务	0.57	0.44	↓0.13
通信服务类	1.48	1.21	↓0.27
房屋装修及物业服务	4.48	3.79	↓0.69

二、投诉热点分析

（一）极端天气和突发疫情导致部分领域投诉激增。

1. 售后服务问题不断。因四川遭遇持续高温天气影响，家电类售后维修服务需求拥挤，售后服务投诉增多。本季度涉及售后服务投诉 2157 件，占投诉总量的 15.99%，位居投诉总量第二。消费者反映的问题主要为：一是经营者以各种理由不履行三包等售后义务或售后服务承诺；二是履行售后服务不及时，影响消费者正常使用，如在极端天气下空调制冷效果差、故障率高、维修人员缺乏，维修效率降低；三是售后服务态度不好，客服处理投诉问题推诿，消极对待。

案例：2022 年 8 月 11 日，蒋某向渠县保护消费者权益委员会投诉称，2021 年 8 月 10 日在渠县某专卖店购买了一台 3600 元左右挂机空调，使用一段时间出现不制冷现象后商家进行维修，在维修时商家承诺如再次出现不制冷现象即进行退换，今年刚使用又再次出现不制冷现象，消费者认为经多次维修不能达到制冷效果，商家应兑现承诺退货或更换，而商家只同意再维修。经调解，商家同意按承诺更换一台新机。

消委建议：企业提升售后服务水平，主动履行售后服务主体责任。针对季节性、爆发式的售后问题，企业要做好提前准备和紧急预案，避免“售后乱、维

修难”现象出现。加强家电售后服务标准化，推进行业诚信建设，提高服务和价格透明化、规范化。

2. 疫情引发相关投诉。第三季度四川多地发生疫情，受疫情影响，食品类、快递类、预付式等消费问题突出。引发投诉的主要方面：一是合同退订引发纠纷，因疫情影响订票、订餐、订摄影、订房等引发退定金和解约纠纷，不同意退款或退款不及时是消费争议的重点；二是在线购物投诉增多，下单后发货不及时或拒发货等问题投诉较多，以及生鲜食品、冻制品出现腐烂和损坏情况；三是价格争议关注度高，部分商品价格有所上涨，但有部分不法商家不落实明码标价，出现标价与结算不一致、恶意涨价等问题；四是受疫情影响，在美容、美发、体育健身等预付式消费领域引发退款纠纷呈增长趋势。

案例：黄某于2022年8月1日向平武县保护消费者权益委员会投诉称，在平武县某酒店订购6间房，因疫情原因无法前往，要求商家退款遭拒，遂投诉。经核实确因疫情影响导致消费者行程受限，属于不可抗力引发的解约，商家应配合退订，经调解后商家退还了消费者定金。

消委观点：针对疫情因素及时出台政策措施，解决消费者面临的问题，营造放心、舒心的消费环境，促进消费和谐。聚焦投诉热点，如涉及疫情的退改政策、食品安全、快递服务等问题，及时开展消费教育引导，促进纠纷解决。加强监管，从重从快打击借“疫”销售假冒伪劣商品、趁“疫”囤积物资等违法行为，切实保护消费者合法权益。倡导守望相助、共克时艰，按照《最高人民法院关于依法妥善审理涉及新冠肺炎疫情民事案件若干问题的指导意见》中确定的原则，依法妥善处理纠纷，互谅互让，共渡艰难时期。

（二）新消费问题频发。

1. 网络消费维权难亟待破解。互联网经济衍生出一些新的商业模式、经营业态，直播、语音、AR（增强现实）等营销方式在激发消费者热情时，引发的消费纠纷不断，货不对板、质量瑕疵、商品损坏、限制七日无理由退货权等问题频发。

案例：彭某向省保护消费者权益委员会投诉称，在某平台上购买的亚马逊礼品卡不能正常使用，多次向某平台等投诉无果。经调查发现，消费者今年6月在某平台店铺购买了10370元的礼品卡，当时商家承诺在亚马逊上能正常使用。但

消费者使用后，导致亚马逊账号异常被暂停。经调解，最终双方达成和解意见，某平台商家赔偿消费者因解号产生的实际损失。

案例：吴女士于8月29日向省保护消费者权益委员会投诉称，其在某APP商店购买一台价值5399元的iPhone13，未收到快递，但是快递路线图上显示买主拒收，快递原路返回。8月19日下午接到商家电话，告知吴女士商品在运输途中有损坏，需要消费者承担该损失。经调解，商家全额退还吴女士5399元。

消委观点：经营者应压实维护消费者合法权益的主体责任，加强自律，严守法律底线。聚焦消费维权热点和难点问题，加强对新业态的分析和研究，推进行业规范。坚持“科技向善”理念，促进行业自律和发展。

2. 定制家居乱象丛生。定制类消费迎合个性化需求深受消费者青睐，但因家具定制行业水平参差，引发的消费争议不断。投诉的主要方面：一是合同约定不清，如使用材料的材质、品牌、产地等与约定不符；二是因效果图与实际交付差异，引发对设计图、施工图的效力确认问题；三是因增项、加价或变更设计产生的价格计算、支付及违约金计算产生纠纷；四是定制类家具引发的产品质量、售后服务等问题。

案例：2022年6月29日，王女士向省保护消费者权益委员会投诉称，其定制的一组衣柜因为尺寸错误，安装时高度过高，柜体与墙壁间隙太大，柜门款式与效果图也完全不一样，但商家以“消费者签字确认图纸”为由，只愿意补偿1000元。受理该案件后，经调查发现是因为商家设计人员测量失误导致最终安装效果不符合质量标准和消费者要求效果。省消委认为即使消费者在设计图纸上签字，商家也不能免除其服务质量担保责任。经调解，商家同意按照实际尺寸重新下单并于8月1日加急为消费者完成安装。省消委总结定制家具类投诉情况，通过新闻媒体向社会发布消费提示。

3. 医美消费问题频发。随着生活水平日益提高，人们对美的追求愈加强烈，然而市场上美容机构鱼龙混杂，致使美容消费纠纷频发。投诉问题主要集中在：产品质量参差不齐、虚假宣传、强制消费、诱导消费、推荐网贷消费、预付卡乱象、不明码标价等。维权难点主要体现在美容产品鉴定难、消费者受伤原因难以确定、消费证据收集受限等方面。

案例：2022年8月22日，井研县保护消费者权益委员会接到陈女士投诉，其于2022年7月到某美容中心缴纳2000元进行脸部除皱，在除皱后鼻子出现明显的皱纹不对称，需进行手术修复。陈女士认为美容店应该承担责任，支付相关

治疗费用。经调解，美容店退还陈女士除皱费 2078 元，并赔偿陈女士医疗费、精神损失费等费用 2500 元。

案例：2022 年 8 月，罗女士向南充市保护消费者权益委员会投诉称，在南部县某美容店消费 5940 元购买祛痘产品及包年美容服务项目，祛痘疗程结束后未达到商家承诺效果，且脸部出现红肿和轻微疼痛的情况，屡次找商家要求退款未果。经调查发现，美容店未给消费者做产品试验，导致消费者出现不良反应。经调解，商家退还消费者所有费用。

（三）老年消费者权益保护需关注。

近年来，老年人保健品消费纠纷日渐增多，且涉案金额较大，经营者针对老年人信息不对称、认知能力较弱等特点，通过养生座谈、赠送礼品、免费旅游等手段，让老年人掉入各类消费陷阱。

案例：2022 年 6 月，省保护消费者权益委员会接到老年消费者杨女士等 4 人投诉称，今年 3 月起，接到某公司 10 多次电话邀请参加免费聚餐。聚餐后参加一场健康讲座和免费体检，被检出免疫力低下等，公司宣称可通过注射干细胞增强免疫力和治疗各种老年疾病，4 人当场支付 79000 元注射“干细胞”产品。但事后身体没有明显改善，怀疑被骗请求帮助维权。经查，消费者反映问题属实。经多次调解，公司退还消费者全部费用。

案例：2022 年 8 月，自贡市自流井区保护消费者权益委员会接到王女士投诉称，其父亲在某健康咨询服务部上课时买了一台价值 9980 元宣称可以治疗糖尿病的“高科技仪器”，怀疑受骗要求退货退款。经查，该服务部工作人员组织老年人免费上课并提供体验服务，借机推销高价保健品和仪器，虚假宣传仪器功效。但自贡商家负责前期体验及售后服务，实际销售店为成都某公司，增加老年消费者维权难度。经调解，成都公司退还消费者 9000 元仪器款，消费者承担 980 元退货手续费。