

# 四川省保护消费者权益委员会

## 2023 年上半年消费者投诉信息统计分析报告

2023 年上半年，四川省各级保护消费者权益委员会（以下简称消委）共受理消费者投诉 31458 件；解决 30324 件，投诉解决率 96.40%；为消费者挽回经济损失 1928.71 万元，其中因经营者有欺诈行为消费者获得加倍赔偿金额 14.11 万元。全省各级消委组织接受消费者咨询 4.58 万人次。

### 一、投诉基本情况

#### （一）投诉性质类分析

在 2023 年上半年的消费者投诉案件中，按投诉性质划分：涉及质量问题方面的投诉案件 10923 件，占总量的 34.72%；售后服务问题 5550 件，占 17.64%；价格问题 4370 件，占 13.89%；合同问题 3084 件，占 9.80%；安全问题 2440 件，占 7.76%；虚假宣传问题 2246 件，占 7.14%；计量问题 722 件，占 2.30%；假冒问题 636 件，占 2.02%；人格尊严问题 252 件，占 0.80%；其他问题（涉及多项投诉性质或难以归类的投诉问题）1235 件，占 3.93%。

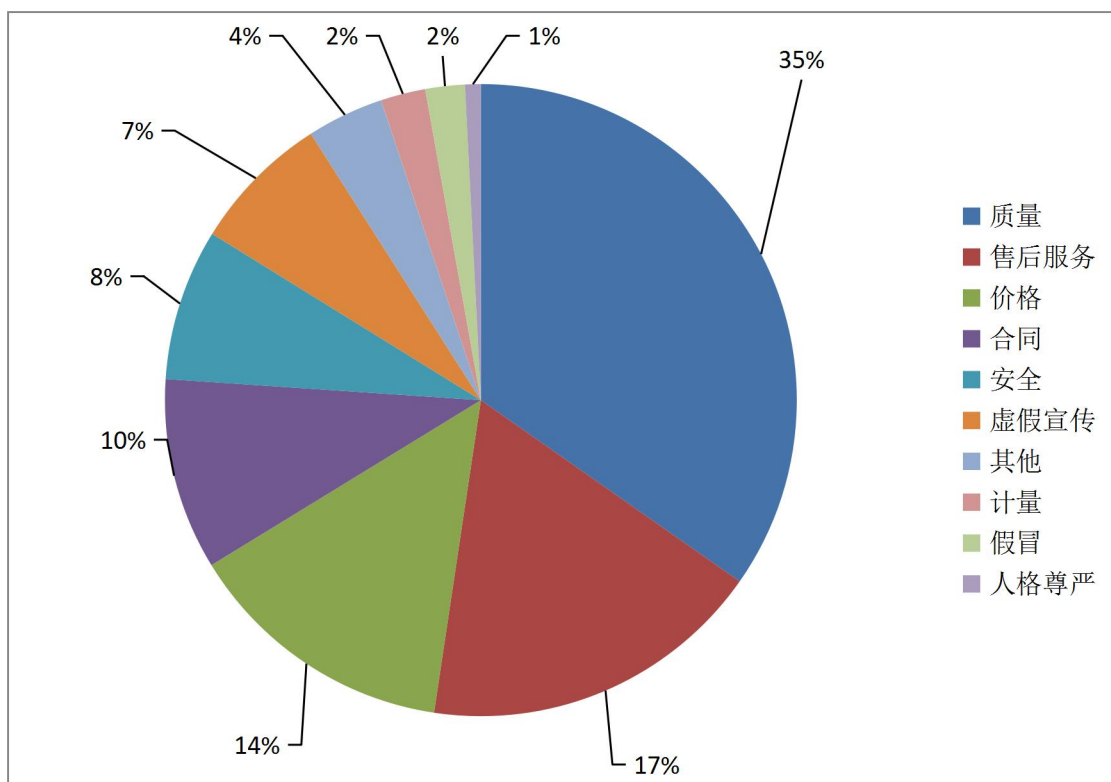


图 1: 投诉性质比例图 (%)

从统计数据来看，商品、服务的质量问题居投诉总量之首，仍是消费者投诉的主要方面，但质量问题投诉环比下降明显，说明产品质量有向好趋势。与上年同期相比，价格的投诉增幅第一，尤其涉及节假日消费的产品和服务价格波动是消费者关注的重点（见表 1）。

表 1 投诉问题性质分类占比变化情况表

投诉类别	2022 年上半年投诉量占投诉总量的比重 (%)	2023 年上半年投诉量占投诉总量的比重 (%)	比较结果 (百分点)
质量	35%	35%	0
售后服务	17%	17%	0
价格	14%	14%	0
合同	10%	10%	0
安全	8%	8%	0
虚假宣传	7%	7%	0
其他	4%	4%	0
计量	2%	2%	0
假冒	2%	2%	0
人格尊严	1%	1%	0

价格	7.33	13.89	↑ 6.56
安全	6.26	7.76	↑ 1.50
计量	1.81	2.30	↑ 0.49
人格尊严	0.96	0.80	↓ 0.16
假冒	2.26	2.02	↓ 0.24
虚假宣传	7.61	7.14	↓ 0.47
售后服务	19.12	17.64	↓ 1.48
合同	11.66	9.80	↓ 1.86
质量	38.48	34.72	↓ 3.76
其他	4.47	3.93	↓ 0.54

## (二) 商品类投诉分析

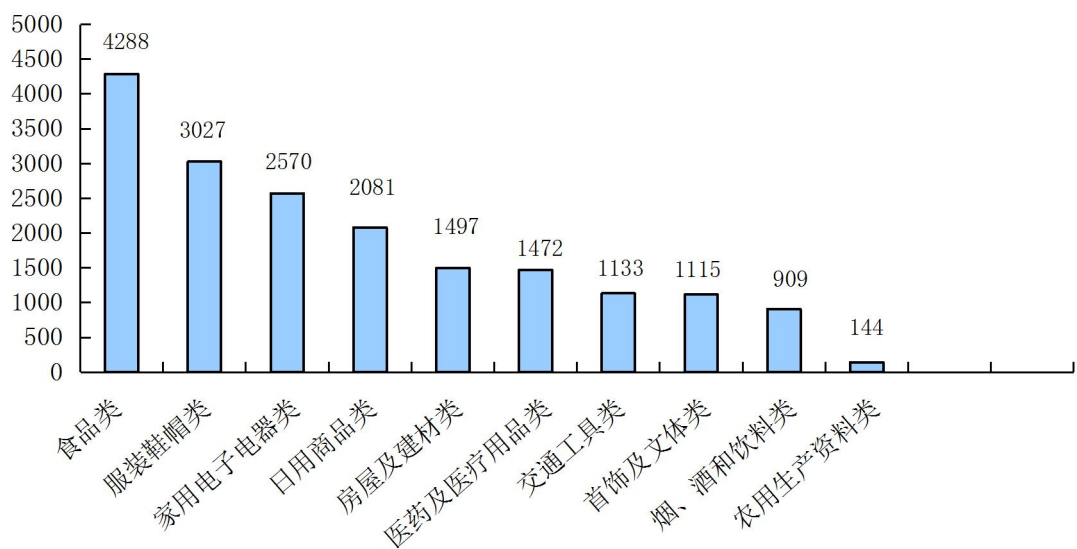


图 2：商品大类投诉量图（单位:件）

按商品种类来分，涉及食品类、服装鞋帽类和家用电子电器类的消费者投诉居前三位（见图2）。

与2022年同期相比，涉及医药及医疗用品类，服装鞋帽类，首饰及文体用品类等投诉呈上升趋势，而房屋及建材类、家用电子电器类、交通工具类等呈下降趋势（见表2）。

表2 商品大类占总投诉量变化表

商品大类	2022年上半年投诉量占投诉总量比(%)	2023年上半年投诉量占投诉总量比(%)	比较结果(百分点)
医药及医疗用品类	1.97	4.68	↑2.71
服装鞋帽类	8.48	9.62	↑1.14
首饰及文体用品类	2.91	3.54	↑0.63
日用商品类	6.21	6.62	↑0.41
农用生产资料类	0.42	0.46	↑0.04
烟、酒和饮料类	2.85	2.89	↑0.04
食品类	13.86	13.63	↓0.23
交通工具类	4.18	3.60	↓0.58
家用电子电器类	9.00	8.17	↓0.83
房屋及建材类	7.54	4.76	↓2.78

### （三）服务类投诉分析

按服务种类来分，涉及生活、社会服务，销售服务，房屋装修及物业服务的消费者投诉，居前三位（见图3）。

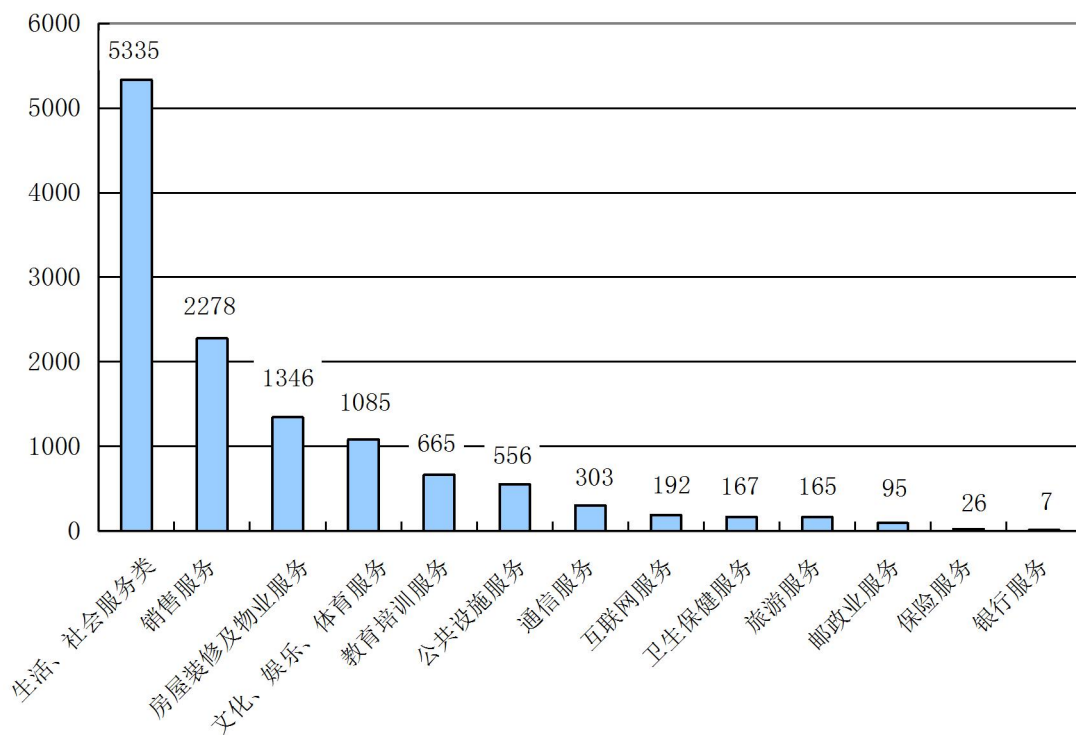


图3 服务大类投诉量图（单位：件）

与2022年同期相比，涉及生活、社会服务类，公共设施服务，教育培训服务等投诉，呈上升趋势，而互联网服务、销售服务、旅游服务等呈下降趋势（见表3）。

表3 服务大类投诉量占比变化表

服务大类	2022年上半年 投诉量占投诉 总量比 (%)	2023年上半年 投诉量占投诉 总量比 (%)	比较结果 (百分 点)

生活、社会服务类	14.96	16.96	↑ 2.00
公共设施服务	0.74	1.77	↑ 1.03
教育培训服务	1.75	2.11	↑ 0.36
卫生保健服务	0.45	0.53	↑ 0.08
房屋装修及物业服务	4.21	4.28	↑ 0.07
银行服务	0.05	0.02	↓ 0.03
通信服务	0.99	0.96	↓ 0.03
邮政业服务	0.37	0.30	↓ 0.07
文化、娱乐、体育服务	3.55	3.45	↓ 0.10
保险服务	0.18	0.08	↓ 0.10
旅游服务	0.63	0.52	↓ 0.11
销售服务	7.52	7.24	↓ 0.28
互联网服务	3.49	0.61	↓ 2.88

## 二、投诉特点及热点分析

**（一）食品安全问题仍不容忽视。**上半年食品类投诉量达4288件，位居商品类投诉量榜首。投诉的主要问题：一是销售过期、变质、腐败、有异物、感官异常的食品；二是经营者以次充好、捆绑搭售食品；三是部分经营者存在缺斤少两、低标高结等问题。

**案例一：**雅安市荥经县消费者程女士向荥经县消委投诉称：2023年6月3日晚上8时许，在某超市购买了一袋面包，6月4日早上8时打开食用时发现面包已经发霉变质，可见面包表

面黑色小点，面包外包装标签上可见“包装日期 2023-06-03，保质日期：2023-06-04”。消费者认为面包在保质期内出现变质情况，自身权益受到侵害，遂向消委投诉。经调解，由超市赔偿投诉人 1000 元，同时推动荣经县市场监管局对经营者进行了行政约谈指导。

**案例二：**2023 年 5 月 3 日，消费者陈女士向资阳市乐至县消委南塔分会（以下简称南塔分会）投诉，称在某外卖平台购买的果冻布丁，在食用过程中发现其中一个果冻有蜘蛛状异物附在上面，但商家拒绝处理，称应由厂家来承担责任。经南塔分会核实相关证据后，判定涉案果冻为不符合食品安全标准的食品。经协商，商家同意赔偿消费者 1000 元。

**消委观点：**守护食品安全是一个长久的课题，当前高温季节是食品安全问题的易发多发期，需要我们继续加强风险排查，筑牢食品安全底线。建议相关部门加强经营者诚信教育，加强源头管理，加大巡查力度，及时扼杀问题苗头。经营者应加强行业自律，承担食品安全主体责任和保护消费者权益第一责任人责任，保障食品质量，及时回应消费者诉求。

**（二）教育培训社会关注度高。**与上年同期相比，教育培训服务投诉呈上升趋势，四川贝尔教育科技有限公司暂停营业、成都美吉姆早教机构深陷闭店风波，无法继续为消费者提供服务和退还钱款，出现不少群体性投诉事件，引发社会广泛关注。教育培训机构卷款跑路、退费难、虚假宣传等问题，侵害了消

费者利益。

**案例：**2023年5月29日，消费者鲁女士向泸州市消委投诉称，在北京某教育科技有限公司泸州分公司缴纳了27800元购买了培训课程，双方约定考试不过退款。鲁女士于2023年2月向公司提交了退款申请，但至今仍未收到退款，希望消委组织协调退款。经泸州市消委调解，该公司按协议约定退还消费者27800元培训费。

**消委观点：**广大消费者在选择校外培训机构时，一定要选择具备办学资质的机构，要查看《民办学校办学许可证》《民办非企业单位登记证书》。家长们为孩子选择培训课程时，可通过四川省校外培训机构信息管理平台家长端“彩虹钥匙”APP查询授课老师公示情况，并通过“彩虹钥匙”APP购课、销课，勿向培训机构和个人账户直接缴纳培训费，以防造成经济损失。购课时，要签订《中小学生校外培训服务合同（示范文本）》，对培训内容、培训期限、收费金额、退费标准及违约责任等约定清楚。

**（三）网络直播虚假宣传问题凸显。**网络直播销售模式以其非凡的活力、速度和直观的优势迅速形成了独特的实时新媒体链，吸引了大量的网络直播观众和潜在消费者，但其虚假宣传引发的消费投诉不断。典型表现为：低价引流，套娃式收费。直播商以主打低价的广告吸引消费者购买开店、带货课程等，消费者在支付第一笔费用后，往往陷入层层收费套路被不断骗取钱财。



**案例一：**2023年4月至6月期间，达州市宣汉县消委蒲江分会（以下简称蒲江分会）多次接到消费者投诉，称“四川某文化传媒有限公司”通过某音等直播平台销售课程，承诺“帮你打造账号推广引流变现，直接涨粉5-10万，百分百学会，百分百见收益，月入上万”。投诉人交纳2990元后并没有达到承诺效果，遂要求退款。经调解后，该公司同意办理退款手续。

**案例二：**2023年5月16日，消费者魏先生向广安市广安区消委投诉称，5月10日，他在某音平台上被广安区某电子商务有限公司销售的培训课程吸引，其宣称“原创吸粉视频帮助涨粉、专人指导橱窗带货，并承诺终身免费指导、15天内没有收益全额退款、45天没回本退差价”。魏先生支付198元购课后，发现收效甚微。而指导老师进一步诱导其可升级为4888元、6888元或者8888元的套餐，见未再购课后便不再回复和解决问题。经广安区消委调解，商家退还了消费者全部费用。

**案例三：**2023年5月15日，杨女士向宜宾市临港经济开发区消委投诉，临港经济开发区某技术有限公司在某直播平台中推送广告称，原价值1398元的店铺已优惠至398元，加入后不仅有流量扶持，还能快速出单赚钱。在购买后，被告知需支付1250元才能获得稳定货源。后又以“帮助提高销售”为由，诱导杨女士花费6928元购买各种运营课程和教材，但店铺始终未能“月收入过万”。经临港消委调解，商家扣除相应服务费后，退还给了杨女士4000元。

**消委观点：**互联网绝不是法外之地，电子商务经营者应严守法律底线，诚信经营，切实地承担起维护消费者合法权益的法定责任。同时我们提醒广大消费者：一是天上不会掉馅饼，不要轻信低价开网店、轻松赚快钱之类的宣传。这些宣传承诺往往只是不法商家诱人入套的话术，背后暗藏风险。二是签订合同要明确服务内容、承诺效果及违约责任等。面对升级套餐和增值服务的诱惑，要思考分析、冷静判断，避免掉入骗钱的连环套。三是不要在平台之外，通过私人微信或是第三方联系方式进行交易，不要轻易向陌生账户转账、汇款。一旦发现被骗要立即中止交易，第一时间止损。

**（四）预付式消费纠纷依旧高发。**预付式消费主要发生在教育培训、餐饮、健身、美容美发等行业中，主要表现在：一是商家跑路，消费者维权难；二是霸王条款频现，消费者退款难；三是商家承诺不兑现，消费者取证难；四是商家变更约定事项，消费者解约难。

**案例一：**2023年5月7日，南充市南部县消委接到消费者投诉，称其在某减肥馆花费4000元购买套餐，在套餐未使用完时，原经营者将店铺转让，新承接店铺的经营者拒绝全部履行原套餐。南部县消委核实，该店铺进行转让时，未对消费者售后服务进行约定。经调解，前商家和现商家各自承担50%责任，共退还消费者1680元。

**案例二：**2023年5月3日，自贡市大安区消委接到消费者林先生投诉，称其于2022年9月在大安区梦幻海螺湾水世界内

“某某湾火锅大院”参加餐饮充值活动，共充值 2700 元。之后需要用餐联系时却无人接听电话，到现场发现该店已经停业。经大安区消委调查核实该商家已经于 2022 年 11 月暂停营业，重新开业时间待定。经调解，商家当面向消费者道歉，承诺消费者可在火锅店重新开业后继续享受余额消费。

**消委观点：**针对预付式消费存在的诸多风险，在此提醒广大消费者：一是选择证照齐全的商家，可以通过“国家企业信用信息公示系统”等企业信用信息公示平台，查询经营者注册登记、许可审批、行政处罚、经营异常等信息，充分了解经营者的经营状况和市场信誉。二是办卡金额按需适量，谨慎选择一次性充值金额过多、服务期限过长的预付式消费。三是细化约定服务内容。要仔细了解和阅读办卡说明，与商家签订书面合同，详细约定预付卡的使用范围、有效期限、服务项目、退款条件、违约责任等条款，同时要特别注意终止服务、转让等限制性约定，不能用口头约定代替合同。四是妥善保留预付凭证。消费者选择预付式消费后，要妥善保存好预付凭证、合同或协议、宣传单、发票等证据，发现经营异常，要及时维权。

**（五）宣传营销套路多。**商家以免费领产品、虚假承诺效果等方式，诱导消费者大额消费。

**案例一：**2023 年 6 月，广安市岳池县消委接到三起消费者投诉，称接到商家的营销电话，宣称可到店免费领取礼品，可到店后发现领取一款平板电脑学习机需花费 2899 元购买学习

资料。消费者购买后发现电脑里面的教材有误、质价不符，要求退款无果后投诉。经岳池县消委调解，商家进行了退款处理。

**案例二：**2023年3月28日，70多岁的张大爷到内江市东兴区消委投诉称：2022年12月，他收到了一个免费的快递包裹，里面是一台评书机和几张宣传单、一份承诺书，宣传其销售药品能战胜一切疾病，并承诺无效退款。张大爷拨打400电话购买了4000余元的产品，服用后无效才感觉被骗了。在东兴区消委的帮助下，张大爷拨打甘肃省甘南州12315投诉举报，最终商家退款1300元。该医疗机构涉嫌虚假宣传行为移交当地市场监管部门查处。

**案例三：**2023年4月，消费者唐女士被某购物网站上“不节食，不打药，不运动，每天躺30分钟，一个月可以瘦8—15斤”的宣传所吸引，花2700元购买了60盒艾腰贴，但按说明使用后，体重并没有任何变化，申请退款后被拒。资阳市安岳县消委受理投诉后，查证了商家销售承诺等证据，经调解，商家同意全额退款。

**消委观点：**面对商家各种形式的促销活动，消费者应当谨慎待之，根据自身情况理性选择，谨防不良商家利用“免费送”营销套路高价推销相关产品。选购过程中，应详细了解是否存在额外收费项目，一定要在正规渠道购买商品，及时检查标志标识，并保存好相关购买凭证。当合法权益受到侵害时，应及时维权。

**（六）农村消费环境建设仍需加强。**近年来农村消费环境不断改善，但消费市场假冒伪劣、虚假宣传、流动营销难维权等问题仍然存在。农村消费者对问题产品的辨识能力不足、维权知识缺乏，碍于传统乡村的人情世故，不少消费者在权益受损时没有积极主动维权。

**案例一：**2023年2月1日，巴中市南江县赶场镇村民杨某某等48人向南江县消委投诉称，其于2022年12月在赶场镇遇到净水器宣传活动，宣称购机后能在12月30日前获得1200元的红包返还。可到期后，却只收到了120元的红包。经南江县消委调解，经销商为73户消费者每户返还300元，共计21900元。同时，推动南江县市场监管局对净水器销售方涉嫌消费误导和虚假宣传的违法行为立案查处。

**案例二：**2023年5月30日，泸州市叙永县合乐苗族乡石良村农户祝某某向叙永县消委投诉，2023年2月6日，他与重庆某农业有限公司（以下简称经营者）签订一份《灵芝种植购销合同》，购买了31800元的灵芝菌包，种植3个多月后仍未长出灵芝，且部分菌包发生病变霉变，要求公司退货退款并赔偿前期投入损失5万余元。叙永县消委和经营者注册地的重庆市江津区消委启动川渝合作维权跨区域联动联调机制，通过相关部门的专家实地勘查，找准问题根源，经两地消委联合调解，双方达成经营者补偿15900元损失，继续提供灵芝种植技术指导及后续的灵芝菌包支持、回收灵芝等调解意见。

**消委观点：**《中华人民共和国消费者权益保护法》第8章第62条规定：“农民购买、使用直接用于农业生产的生产资料，参照本法执行。”农民购买的农资产品产生的消费纠纷仍是农村消费维权的重点，因经营者分处各地，推动异地维权机制解决跨区域消费纠纷，能快速解决争议，减少消费者的维权成本。各地消委组织应根据农村居民需求特点，采用更加灵活的方式开展通俗易懂、针对性强的消费维权知识宣传，同时建立健全服务农村基层的消费维权网络体系，提升农村消费维权工作效能。