



湖南省市场监督管理局

Administration for Market Regulation of Hunan Province

请输入关键字进行查询

首页

机构

新闻

政务

服务

互动

数据

专题

当前位置 > 首页>专题>消费者权益保护

2024年第三季度湖南省消保委系统受理消费者投诉情况分析报告

发布时间：2024-10-14 09:52

信息来源：

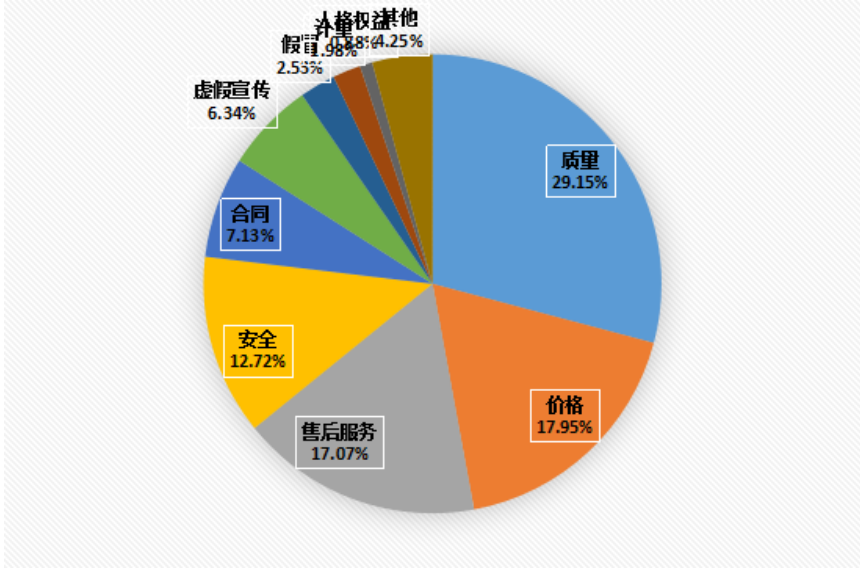
2024年第三季度，全省消保委组织共受理消费者投诉10408件，解决9541件，投诉解决率91.67%，为消费者挽回经济损失695.71万元。其中，因经营者有欺诈行为得到加倍赔偿的投诉39件，加倍赔偿金额5.64万元。

一、投诉基本情况

（一）投诉性质分析

根据投诉性质（见图一、表一所示），质量3034件，占比29.15%；价格1868件，占比17.95%；售后服务1777件，占比17.07%；安全1324件，占比12.72%；合同742件，占比7.13%；虚假宣传660件，占比6.34%；假冒263件，占比2.53%；计量206件，占比1.98%；人格权益92件，占比0.88%；其他442

件，占比4.25%。质量、价格、售后服务、安全、合同占据消费者投诉的前5名。



图一：投诉性质比例图（单位：件）

项目	2024年第三季 度	比重	2023年第三季 度	比重	比重变化
质量	3034	29.15%	5312	28.31%	0.01
价格	1868	17.95%	3234	17.24%	0.01
售后服务	1777	17.07%	2503	13.34%	0.04
安全	1324	12.72%	2472	13.18%	0.00
合同	742	7.13%	1486	7.92%	-0.01
虚假宣传	660	6.34%	2072	11.04%	-0.05
假冒	263	2.53%	1036	5.52%	-0.03
计量	206	1.98%	310	1.65%	0.00
人格权益	92	0.88%	281	1.50%	-0.01
其他	442	4.25%	56	0.30%	0.04

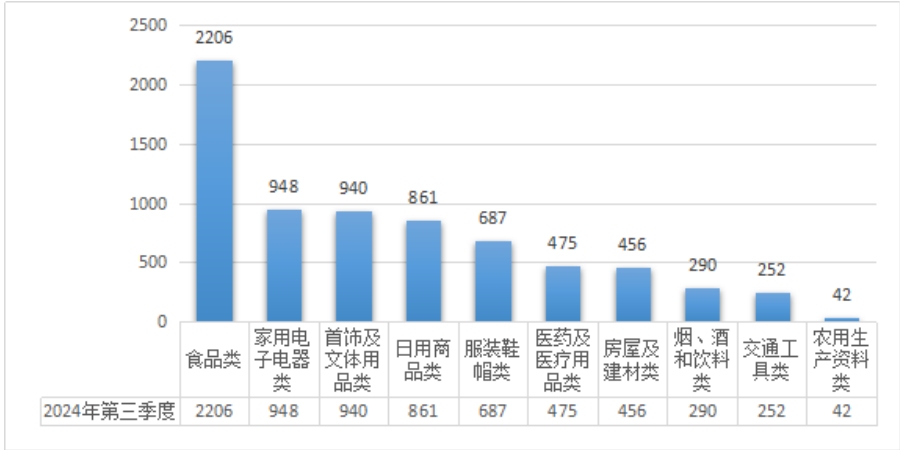
表一：投诉性质变化表（单位：件）

（二）商品和服务类别分析

第三季度，受理商品类投诉7157件，占总投诉量的69.29%；服务类投诉为3046件，占总投诉量的28.87%；其他类投诉为186件，占总投诉量的1.85%。

1、商品类

第三季度，受理商品类投诉7157件。其中：食品类投诉2206件，占商品类投诉总量的21.20%，位居第一；家用电子电器类948件，占商品类投诉总量的9.11%，位居第二；首饰及文体用品类、日用商品类、服装鞋帽类投诉量位居第三、四、五位（见图二、表二所示）。



图二：商品大类投诉量情况图（单位：件）

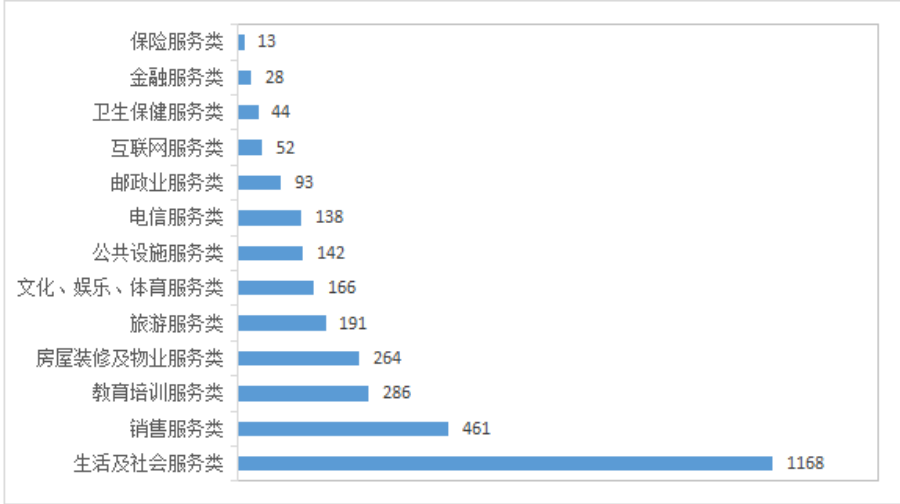
项目	2024年第三季度	比重	2023年第三季度	比重	比重变化
食品类	2206	21.20%	3317	25.09%	-0.04
家用电子电器类	948	9.11%	2514	19.01%	-0.10
首饰及文体用品类	940	9.03%	791	5.98%	0.03
日用商品类	861	8.27%	1798	13.60%	-0.05
服装鞋帽类	687	6.60%	1245	9.42%	-0.03

医药及医疗用品类	475	4.56%	761	5.76%	-0.01
房屋及建材类	456	4.38%	1254	9.48%	-0.05
烟、酒和饮料类	290	2.79%	425	3.21%	0.00
交通工具类	252	2.42%	993	7.51%	-0.05
农用生产资料类	42	0.40%	125	0.95%	-0.01

表二：商品大类投诉量变化表（单位：件）

2、服务类

第三季度，受理服务类投诉3046件。其中：生活、社会服务类1168件，占服务类投诉总量的11.22%，位居第一；销售服务类461件，占服务类投诉总量的4.43%，位居第二；教育培训服务类286件，占服务类投诉总量的2.75%，位居第三；房屋装修及物业服务和旅游服务位居第四、五位（见图三、表三所示）。



图三：服务大类投诉量情况图（单位：件）

项目	2024年第三季度	比重	2023年第三季度	比重	比重变化
生活及社会服务类	1168	11.22%	2093	38.20%	-0.27
销售服务类	461	4.43%	481	8.78%	-0.04

教育培训服务类	286	2.75%	309	5.64%	-0.03
房屋装修及物业服务类	264	2.54%	470	8.58%	-0.06
旅游服务类	191	1.84%	336	6.13%	-0.04
文化、娱乐、体育服务类	166	1.59%	139	2.54%	-0.01
公共设施服务类	142	1.36%	537	9.80%	-0.08
电信服务类	138	1.33%	294	5.37%	-0.04
邮政业服务类	93	0.89%	207	3.78%	-0.03
互联网服务类	52	0.50%	42	0.77%	0.00
卫生保健服务类	44	0.42%	93	1.70%	-0.01
金融服务类	28	0.27%	52	0.95%	-0.01
保险服务类	13	0.12%	426	7.78%	-0.08

表三：服务大类投诉量变化表（单位：件）

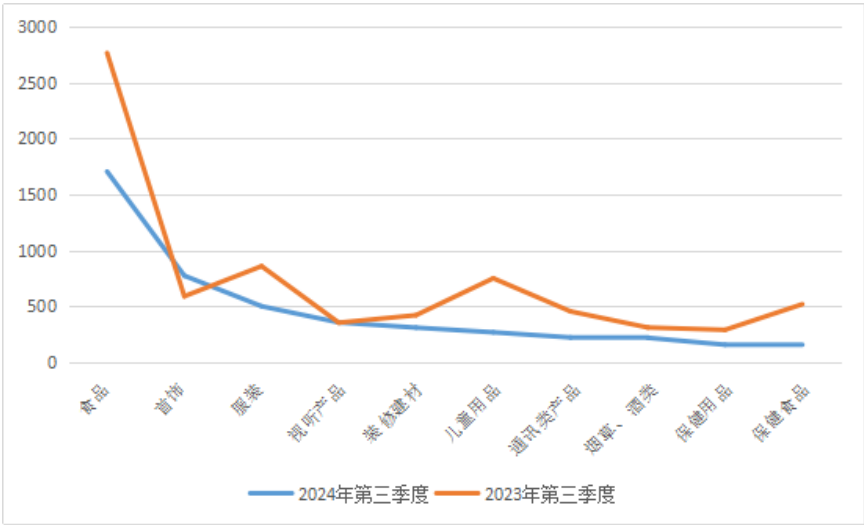
（三）商品和服务投诉量变化分析

在具体商品投诉中，与去年同期相比，第三季度投诉量居前十位的是：食品、首饰、服装、视听产品、装修建材、儿童用品、烟草、酒类、通讯类产品、保健用品、保健食品。房屋、空气调节产品、汽车及零部件等投诉退出投诉前十位。（见图四、表四所示）。

商品类别	2024年第三季度	2023年第三季度	同比（%）
食品	1706	2765	-38.30
首饰	775	591	31.13
服装	502	860	-41.63
视听产品	357	355	0.56
装修建材	311	422	-26.30
儿童用品	269	752	-64.23

通讯类产品	223	456	-51.10
烟草、酒类	220	312	-29.49
保健用品	158	291	-45.70
保健食品	153	520	-70.58

表四：投诉量居前十位的商品（单位：件）



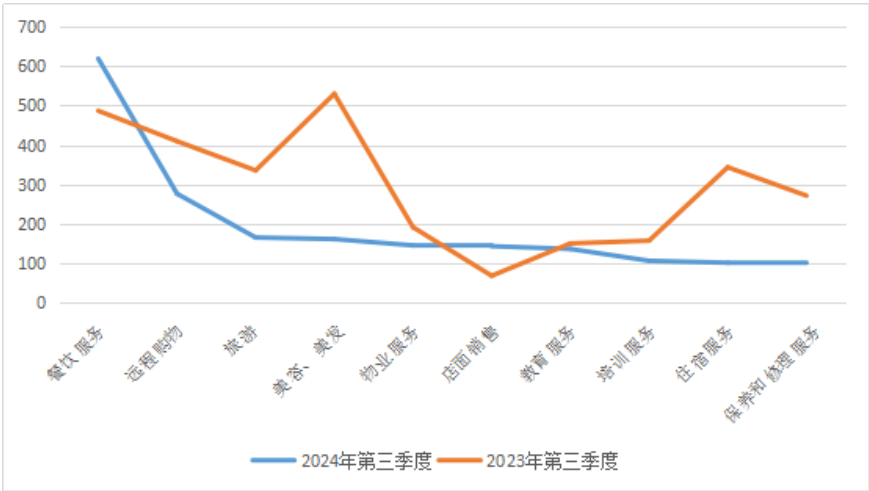
图四：投诉量居前十的商品与去年同期对比图

从服务类投诉中的具体数据来看，店面销售、餐饮服务的投诉增长较大，分别增长113.04%和27.72%；公用事业、移动电话服务、房屋装修和洗涤、染色等投诉退出投诉前十位。（见图五、表五所示）。

服务类别	2024年第三季度	2023年第三季度	同比（%）
餐饮服务	622	487	27.72
远程购物	277	410	-32.44
旅游	170	336	-49.40
美容、美发	163	530	-69.25
店面销售	147	69	113.04
物业服务	146	192	-23.96

教育服务	142	151	-5.96
培训服务	119	158	-24.68
住宿服务	103	344	-70.06
保养和维修服务	102	272	-62.50

表五：投诉量居前十位的服务（单位：件）



图五：投诉量居前十的服务与去年同期对比图

二、投诉热点分析及消费提示

（一）投诉总量整体下降

今年第三季度共受理投诉10408件，比去年同期减少8354件。投诉量之下降，原因有三个方面：一是随着《中华人民共和国消费者权益保护法》及其实施条例的广泛普及，消费者维权能力和知识有所提高，权益受侵害的几率下降；二是放心消费行动进一步深入推进，指导商家建立投诉和解机制和推行无理由退货制度，消费者与商家和解率逐年上升；三是全国12315平台、全国消协智慧315平台建立了和解通道，方便了消费者通过平台与经营者进行和解。

（二）店面销售投诉增长快

2024年第三季度，共受理店面销售投诉147件，比去年同期增加78件，增长113.04%，主要集中在产品质量、货不对版、销售欺诈、服务态度等方面。

案例：2024年7月份，消费者周女士在某门店购买了一部手机，花费3000元，购买时曾告知店员需要购买“华为”品牌手机，在使用后才发现手机并非华为手机，而是荣耀手机，并且手机在使用过程中存在卡顿现象等。周女士前往门店协商更换华为手机未果，且工作人员态度较差，遂投诉。

提示：《中华人民共和国消费者权益保护法》第八条规定“消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利”、第十条规定“消费者享有公平交易的权利”、第二十条规定“经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期等信息，应当真实、全面，不得作虚假或者引人误解的宣传”。经营者对消费者就其提供的商品或者服务的质量和使用方法等问题提出的询问，应当作出真实、明确的答复。

（三）首饰类投诉增长多

2024年第三季度，共受理首饰类投诉775件，比去年同期增加184件，主要涉及产品质量、价格欺诈和售后服务等方面。一些商家在销售黄金首饰时故意隐瞒克重与一口价饰品的区别；而有些商家则虚标价格、以次充好；此外，部分商家在售后维修、退换货等方面存在推诿扯皮、处理不及时等问题。

案例：消费者唐女士8月23日在怀化人民路某首饰有限公司购买金器，合计花费6896元，其购买时标价575元/克，返家查看票据后发现实际被收取639元/克，遂投诉要求退款或者补差价。

提示：购买首饰时最好到正规的品牌连锁店购买，仔细查看产品纯度、成色以及工艺等，询问饰品计价方式、置换条件、加工费用等。不同类别的贵金属首饰含量不同，计价方式也不同，以黄金饰品为例，目前市面上销售的黄金饰品有足金、硬金、K金、彩金等众多种类，有的是按克计价，有的是按件计价（也就是标价签上的“一口价”），在购买时一定要看清楚。以旧换新时，要注意更换时是同款重量更换还是折算成金额再更换。保留购买凭证，如发票、鉴定证书等，一旦发生消费纠纷，消费者可先行与经营者协商解决，协商不成的可依法向当地有关行政部门、消保委组织投诉，或直接拨打12345热线投诉。

（四）餐饮服务投诉有所上升

2024年第三季度，共受理餐饮服务类投诉622件，比去年同期增加135件，投诉主要反映食品安全、菜品质量、卫生环境及服务态度等问题。

案例：消费者吴先生和朋友晚上9点在长沙某餐饮店吃饭，发现菜品中竟然有部分生肉，与店员协商，店长态度恶劣，与消费者发生争执，过后其两位朋友出现肠胃不适、拉肚子等症状，消费者遂向相关部门投诉。

提示：《中华人民共和国消费者权益保护法》第七条规定：消费者在购买、使用商品和接受服务时享有人身、财产安全不受损害的权利。消费者有权要求经营者提供的商品和服务，符合保障人身、财产安全的要求。《中华人民共和国消费者权益保护法》第十八条规定：经营者应当保证其提供的商品或者服务符合保障人身、财产安全的要求。

（五）教育培训投诉居高不下

随着互联网的高速发展，学习资源的建设与共享呈现出新的发展趋势，各种网课、直播课等层出不穷，各种教育培训涌现，投诉居高不下。反映的主要问题是：一是虚假宣传、夸大宣传；在抖音、各短视频上发布“参加培训就知晓如何赚钱”的视频课程或“不过全额退款”等各种噱头吸引消费者购

买课程，等消费者发现这些课程根本不适用要求退款时，却被商家拉黑失联或是以签订了相关协议为由拒不退款。二是以免费或低价试学等方式吸引消费者购买长期课程。三是师资力量、教学水平与宣传不符，根本达不到预期效果。四是诱导消费者办理“消费贷”。

案例：消费者赵先生通过抖音参与了一节免费的直播体验课，课后老师表示想要报班可以先学后付（分期形式），并且明确表示可以边学边接单。赵先生在其授意下通过微信如易学习助手签订了分期付款合同，并支付费用6780元。赵先生签完合同上课后，发现上课机构与合同不一致，要求退课却被要求收取2000元的违约金。

提示：消费者接受教育培训服务时要注意以下几点：不要轻信培训机构的广告宣传，切忌冲动消费；谨慎挑选教育机构，注意其证、照、资质是否齐全，查询其经营信息，了解其营业场所租赁情况以及机构运行状况等；订立规范合同，明确双方权利义务，要求培训机构将口头承诺写进合同，尤其是退款方面的约定；缴费时，选择分期付款要慎重，特别是“消费贷”，同时也要避免一次性高额缴费。

收藏

相关链接:

国家市场监督管理总局 国家药品监督管理局 国家知识产权局 全国市场监管系统 省药品监督管理局 省知识产权局



网站地图 设为首页 加入收藏

版权所有：湖南省市场监督管理局 地址：湖南省长沙市天心区芙蓉南路二段118号

邮 编：410004 网站技术：0731-82112315（仅受理网站建设维护相关事宜）

备案号：湘ICP备19023065号 政府网站标识码：4300000077 公安机备案号：43010302001013



官方微信