

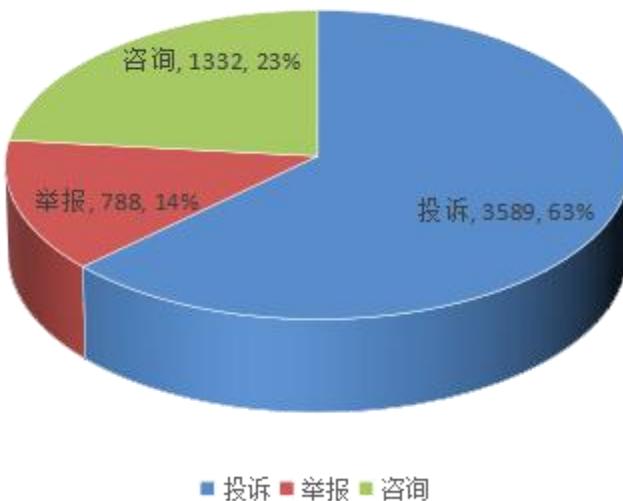
2024 年度消费投诉举报数据分析报告

沂源县市场监督管理局

一、12315 数据基本情况

(一) 总体情况

2024 年，全县 12315 平台依托多渠道（含“12345”市民热线、互联网平台、微信小程序等）接收消费者诉求 5709 件，同比增长 12.42%。其中，投诉 3589 件，同比增长 4.24%，按时初查率、按时办结率均为 100%，为消费者挽回经济损失 53.7 万余元；举报 788 件，同比增长 15.88%；咨询 1332 件，同比增长 39.47%。

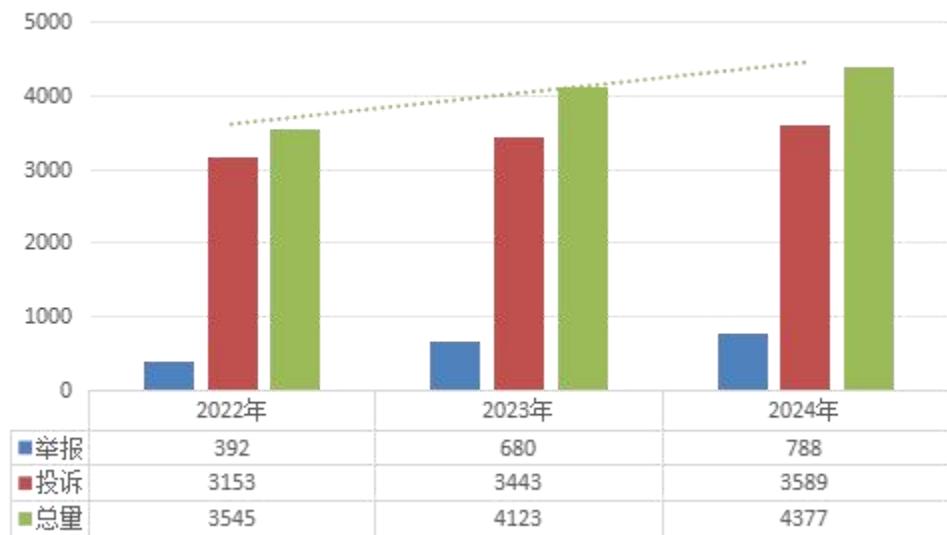


2024 年全县 12315 投诉举报受理量占比图

(二) 投诉举报总体呈现特征

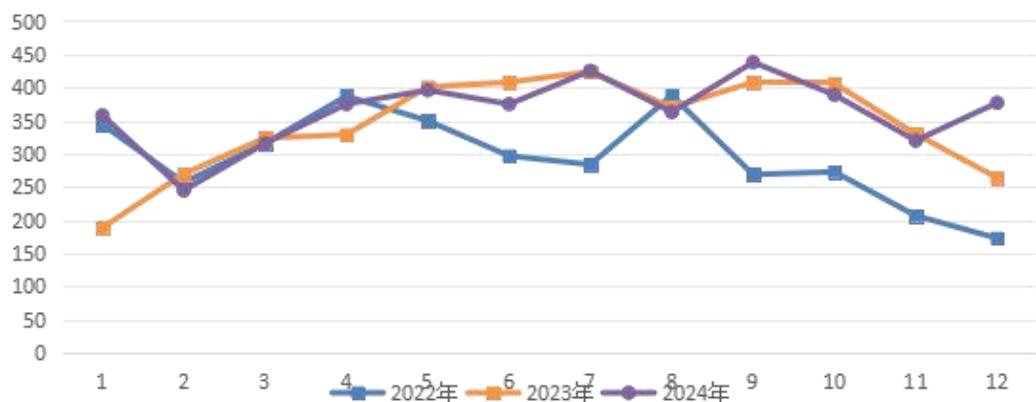
1. 投诉举报接收量逐年上升。从历史接收量来看，全县 12315 平台接收投诉举报量呈逐年上升趋势，2024 年接收投

诉举报量达到历年峰值。从增长幅度来看，2024年同比增长12.42%。这表明市民维权意识不断提升，消费市场活力增强。



2022-2024年12315投诉举报受理情况

2. 节假日时段投诉举报较为集中。从月受理量来看，在每年5月和9月前后呈现两次波峰，波峰期后逐步回落。因淄博烧烤热、节假日人流量大及商家集中促销等影响因素，此时段消费者投诉举报较为集中。



图表3：2022-2024年全县12315投诉举报月受理图

3. 互联网和移动互联投诉渠道受到消费者青睐。从诉求渠道来看，互联网和移动互联投诉渠道的占比不断扩大，其便捷性受到公众认可。热线电话渠道接收投诉举报 3733 件，同比增长 1.96%；互联网和移动互联渠道接收投诉举报 1976 件，同比增长 39.44%，占投诉举报总量的 34.61%。

	电话接入			非电话接入		
	接入量	同比增长	占比	接入量	同比增长	占比
2022	3780	-	76.98%	1130	-	23.01%
2023	3661	-3.15	72.09%	1417	25.40	27.90%
2024	3733	1.94	65.39%	1976	39.44	34.61%

2022-2024 年全县 12315 投诉举报数据来源表

二、投诉争议相关情况及需要关注的领域

(一) 投诉争议反映的突出问题

从投诉争议问题类别来看，排名前五位的分别是：食品安全（406 件）、售后服务（371 件）、标准化（262 件）、质量（177 件）和不正当竞争（76 件），占投诉总量的 83.62%。与去年相比，食品安全仍是第一位，售后服务超过质量成为第二位。售后服务类投诉增长率最高，同比增长 190%，其次为标准化，同比增长 97.50%；质量类争议降幅最明显，同比下降 36.55%，其次是食品安全，同比下降 11.93%。

类别	受理量	占比	同比增长
食品安全	406	26.28%	-11.93%
售后服务	371	24.01%	190.00%

标准化	262	16. 96%	97. 50%
质量	177	11. 46%	-36. 55%
不正当竞争	76	4. 91%	-5. 00%

2024 年接收投诉争议问题前五位情况表

（二）商品类投诉争议仍占主导位置

从客体类别看，投诉量排在前五位的分别是：食品及一般食品（592 件）、其他商品（209 件）、服装、鞋帽（196 件）、家具用品（105 件）、交通工具（48 件），合计占投诉类总量（1373 件）的 83. 76%。

投诉已受理 832 件，同比减少 47. 17%；投诉不予受理 151 件，同比减少 13. 71%。主要涉及不属于市场监管部门职责的投诉争议。其中，电信、互联网服务、邮政服务等投诉争议不予受理占比均为 50%，主要反映房屋租赁、物业管理人员服务、网络游戏充值、移动运营商套餐收费等问题。

序号	客体类别	已受理	不予受理	已受理占比	不予受理占比
1	电信服务	4	4	50. 00%	50. 00%
2	互联网服务	3	3	50. 00%	50. 00%
3	邮政服务	3	3	50. 00%	50. 00%
4	智能设备	2	2	50. 00%	50. 00%
5	照摄像产品	1	1	50. 00%	50. 00%
6	房屋	6	5	54. 55%	45. 45%
7	教育、培训服务	10	8	55. 56%	44. 44%

8	社会服务	2	1	66.67%	33.33%
9	租赁服务	2	1	66.67%	33.33%
10	金融服务	11	4	73.33%	26.67%

2024年不予受理投诉争议客体排名前十位情况表

在投诉争议反映的突出问题中，食品和餐饮服务分别位列商品类和服务类投诉争议首位，食品安全与每个人都息息相关，备受消费者高度关注。食品流通环节，集中反映为经营超保质期，经营腐败变质、混有异物、掺杂掺假、缺斤少两等食品问题或者销售存在不符合食品安全标准、标识标签不规范等问题的食品。食品生产环节，集中反映为商品标签标识、说明书、宣传资料不符合国家相关规定标准，投诉主要来源于互联网渠道。

序号	问题类别	受理量（件）	同比
1	食品	544	-33.66%
2	餐饮和住宿服务	148	6.47%
3	服装、鞋帽	115	0.00%
4	家居用品	62	-7.46%
5	交通工具	59	63.89%
6	特种设备	55	27.91%
7	家用电器	49	32.43%
8	通讯产品	38	-13.64%
9	药品	24	4.35%

10	儿童用品	22	69.23%
----	------	----	--------

投诉争议问题接收量前十位情况表

(三) ODR 企业在线化解消费纠纷作用愈加显著。 截止 2024 年底，全县累计入驻 ODR 企业 171 家，新增 22 家，动态退出 2 家，新增同比增长 13.01%。涉及酒店餐饮、商贸零售、汽车销售、公共服务、家居用品、商业综合体等行业。ODR 企业快速化解消费纠纷 597 件，同比增长 107.29%，和解成功率 100%，消费者对 ODR 单位评价满意率 100%。

ODR 办结情况统计

统计时段：2024 年至 2024 年；统计范围：全部

序号	企业名称	投诉办结量	和解成功	和解失败	消费者撤诉
1	山东成和商业有限公司	133	133	0	0
2	沂源县世纪东方超市有限公司购物中心	41	41	0	0
3	淄博银座商城有限责任公司沂源分公司	37	37	0	0
4	山东亿客家商贸有限公司	34	34	0	0
5	沂源县世纪东方超市有限公司历山分公司	26	26	0	0
6	沂源县黎明东方购物广场有限公司	26	26	0	0
7	沂源佳惠新天地商贸有限公司	23	23	0	0
8	沂源红麦克餐饮娱乐有限公司	20	20	0	0
9	沂源县信誉成和超市	20	19	0	1
10	沂源县世纪东方超市有限公司润生分公司	19	19	0	0

ODR 企业消费纠纷在线解决 TOP10 位

(四) 消费者集中关注领域及呈现的突出问题

1. “预付式”消费领域，“跑路”、“闭店”成为消费维权阻碍。主要集中反映经营者服务承诺兑现差、变相涨价、

办卡容易退费难、经营者跑路、闭店等方面，涉及行业从健身、美容美发、教育培训、摄影等行业扩展到餐饮等行业。主要反映餐饮行业销售优惠卡（券）后，经营者短时间内注销经营或闭店关门卷款跑路。

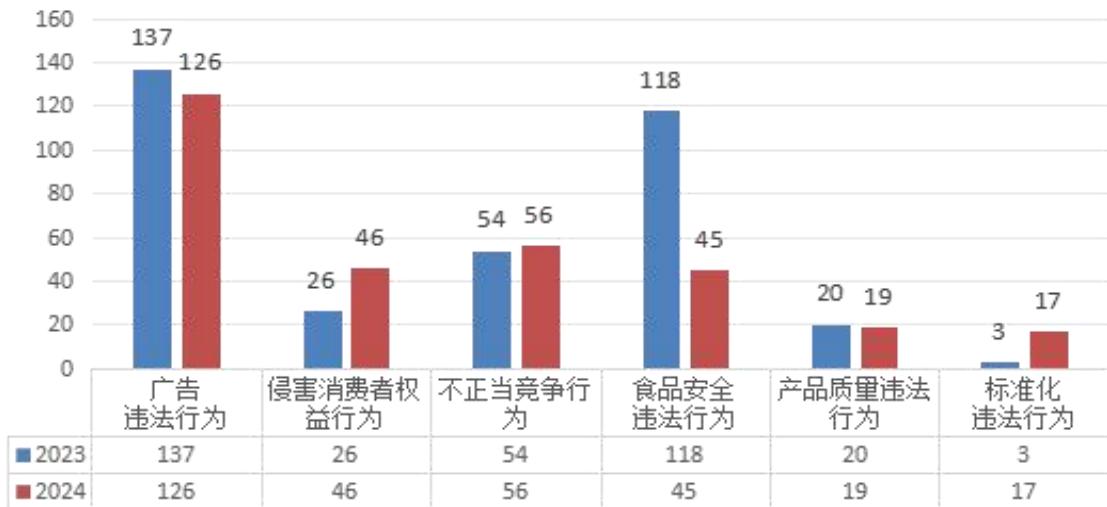
2. 共享消费领域，强制扣费、售后保障服务差仍是热点和痛点。反映的主要问题是“易借难还”、“强制扣费”、“投诉至客服无人应答”等方面。被投诉的主要品牌有怪兽、小满、美团。

3. 在电子产品、网络消费领域，未成年人消费投诉呈增长态势。反映的主要问题：向未成年人售卖手机、网络游戏充值、向未成年人销售烟酒、校园周边商家采用有奖销售等方式对未成年人进行诱导消费等问题。

三、举报相关情况及需要关注的领域

（一）举报主要反映的违法行为

举报反映的违法行为主要有：广告违法行为、侵害消费者权益行为、不正当竞争违法行为、食品安全违法行为、标准化违法行为。举报标准化违法行为 17 件，同比增幅最大 466.66%；侵害消费者权益行为 46 件，同比增长 176.92%；食品安全违法行为同比下降 61.86%；广告违法行为同比下降 8.03%。



2023-2024 年举报主要反映的违法行为对比图

(二) 举报主要涉及的客体类别

举报排名前三的商品为：食品及一般食品（110 件）、家居用品（61 件）、服装鞋帽（20 件），同比分别减少 45%、增加 22%、增加 81.81%。

举报量排名前三的服务为：卫生保健社会福利服务（36 件）、美容、美发、洗浴服务（12 件）、金融服务（11 件）。同比分别减少 7.69%、增加 140%、增加 266.66%。

商品（服务）类别	2023 年举报量	2024 年举报量	同比增长
金融服务	3	11	266.66%
美容、美发、洗浴服务	5	12	140%
服装鞋帽	20	11	81.81%
家居用品	50	61	22%
食品及一般食品	110	200	-45%

2023-2024 年举报主要反映的客体类别对比表

（三）举报呈现的特点及突出问题

1. 互联网平台接受量增加，与热线电话接收量基本持平。

接收的举报中，396 件来自互联网渠道，392 件来自热线电话，互联网渠道的举报事项，反映内容呈模板化趋势。

2. 食品类举报占比较大。举报问题集中在食品生产经营者在“冷食类食品制售”、“添加剂的使用”等方面超范围经营；食品标识标签不准确，未详尽标识食品成分、等级、生产企业信息；购买的食品存在生霉、过期、变质等情况。

3. 会销类举报问题依然突显。举报问题集中反映以“讲座、免费领取物品”等方式推销产品。产品涉及酒水、保健食品药品等，通过可以治病等夸大宣传吸引老年人购买；以免费使用等噱头推销净水器等，后续收取大额服务费。

四、建议与对策

一是紧盯 12315、12345 效能评估评价指标，不断提高投诉举报接处能力和接处质量。做好投诉举报处理评估评价工作，投诉按时初查率、投诉按时办结率、投诉调解成功率、举报按时核查率工作，依法、规范、高效地处理每个消费诉求，有力维护消费者合法权益。

二是进一步推动营造放心消费环境。深入推进经营者参与“放心消费”活动，以安全放心、质量放心、价格放心、服务放心、维权放心为重点，敦促、引导衣食住行游购娱类经营者作出并履行“食药无伪劣、商品无假冒、服务无欺诈、

投诉无障碍”承诺,自觉履行保护消费者合法权益的法定义务和主体责任,提升商品和服务质量;持续开展放心消费建设活动,抓点扩面促进消费环境持续向好。

三是继续推进消费纠纷多元化解机制建设。强化ODR机制宣传力度,引导更多经营者入驻平台。指导督促已入驻经营者实际运用平台就地就近即时解决消费纠纷,进一步拓展消费维权网络社会覆盖面,推动消费投诉处置关口前移。开展线下消费维权服务站清理整顿工作,规范消费维权服务站工作机制,指导服务站切实履行消费维权社会责任。

四是针对性开展行政指导工作,助力企业健康稳定持续发展。通过平台数据分析,明确消费纠纷频发、投诉举报量大、投诉解决率低的行业及市场主体,采取集中培训、上门座谈、线上征询等方式针对性开展行政指导,用数据说话、用实例分析,引导督促经营者依法合规经营,建立健全合规经营制度,补齐经营中存在的短板,建立健全消费纠纷化解机制,履行消费维权社会责任。