

四川省保护消费者权益委员会

关于2024年一季度消费者投诉信息统计分析报告

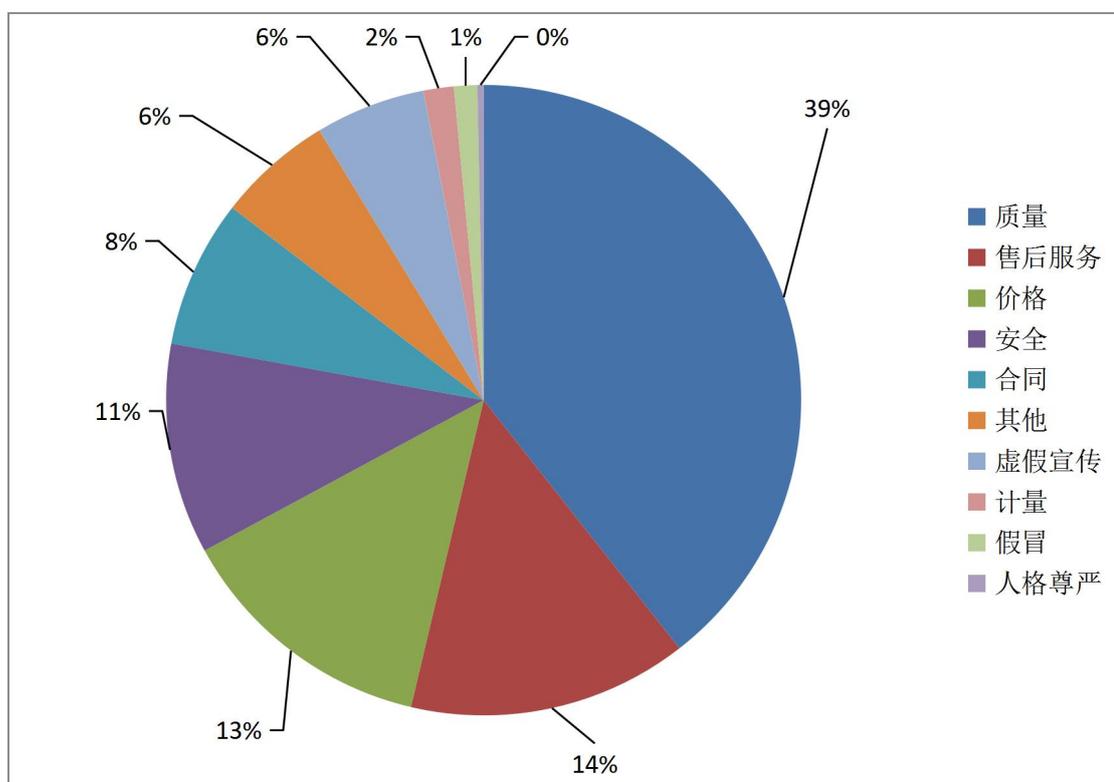
2024年一季度，四川省各级保护消费者权益委员会共受理消费者投诉16582件，解决15914件，投诉解决率95.97%；为消费者挽回经济损失912.67万元，其中因经营者有欺诈行为消费者获得加倍赔偿金额9万元；接受消费者咨询1.18万人次。

一、投诉基本情况

（一）投诉性质类分析

在2024年一季度的消费者投诉案件中，按投诉性质划分：涉及质量问题的投诉案件6537件，占总量的39.42%；售后服务问题2363件，占14.25%；价格问题2223件，占13.41%；安全问题1790件，占10.79%；合同问题1257件，占7.58%；虚假宣传问题930件，占5.61%；计量问题256件，占1.54%；假冒问题197件，占1.19%；人格尊严问题52件，占0.31%；其他问题（涉及多项投诉性质或难以归类的投诉问题）977件，占5.89%。

图 1：投诉性质比例图（%）



从统计数据来看，商品、服务的质量问题仍居投诉总量之首，成为消费者投诉的主要方面。与上年同期相比，质量方面的投诉上升趋势最为明显，随着消费者质量意识的显著增强，更加注重商品的耐用性和性价比，企业需要不断提升产品的服务质量以满足消费者追求品质消费的需求。合同和售后服务的投诉比例下降幅度较大（见表 1），说明经营者的服务品质也在不断地改善，提升了消费者的消费体验感。

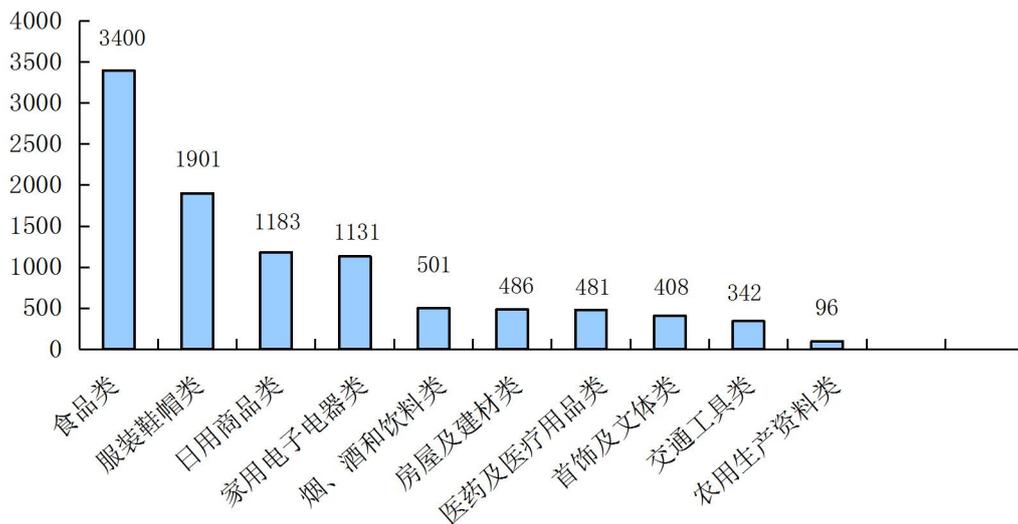
表 1 投诉问题性质分类占比变化情况表

投诉类别	2023 年一季度投诉量占投诉总量的比重 (%)	2024 年一季度投诉量占投诉总量的比重 (%)	比较结果 (百分点)
质量	39%	39%	0
售后服务	14%	14%	0
价格	13%	13%	0
安全	11%	11%	0
合同	8%	8%	0
其他	6%	6%	0
虚假宣传	6%	6%	0
计量	2%	2%	0
假冒	1%	1%	0
人格尊严	0%	0%	0

质量	32.20	39.42	↑ 7.22
安全	6.47	10.79	↑ 4.32
计量	1.57	1.54	↓ 0.03
人格尊严	1.24	0.31	↓ 0.93
假冒	2.30	1.19	↓ 1.11
虚假宣传	6.77	5.61	↓ 1.16
价格	15.17	13.41	↓ 1.76
售后服务	18.39	14.25	↓ 4.14
合同	11.87	7.58	↓ 4.29
其他	4.01	5.89	↑ 1.88

(二) 商品类投诉分析

图 2：商品大类投诉量图（单位:件）



按商品种类划分，食品类、服装鞋帽类和日用商品类消费者投诉居前三位（见图 2）

与 2023 年同期相比，食品类消费投诉上升趋势明显，食品生产企业需要加强自身的质量管理和食品安全控制。同时政府相关部门也应继续加强食品安全的监管力度，以保障消费者的合法权益。而医药及医疗用品类、家用电子电器类、房屋及建材类等呈下降趋势（见表 2）。

表 2 商品大类占总投诉量变化表

商品大类	2023 年一季度投诉量占投诉总量比 (%)	2024 年一季度投诉量占投诉总量比 (%)	比较结果 (百分点)
食品类	12.18	20.50	↑ 8.32
服装鞋帽类	9.40	11.46	↑ 2.06
日用商品类	6.85	7.13	↑ 0.28
烟、酒和饮料类	2.81	3.02	↑ 0.21
农用生产资料类	0.45	0.58	↑ 0.13
首饰及文体用品类	3.58	2.46	↓ 1.12
交通工具类	4.00	2.06	↓ 1.94
房屋及建材类	4.93	2.93	↓ 2.00
家用电子电器类	9.19	6.82	↓ 2.37
医药及医疗用品类	6.21	2.90	↓ 3.31

(三) 服务类投诉分析

按服务种类划分，生活、社会服务类、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）。

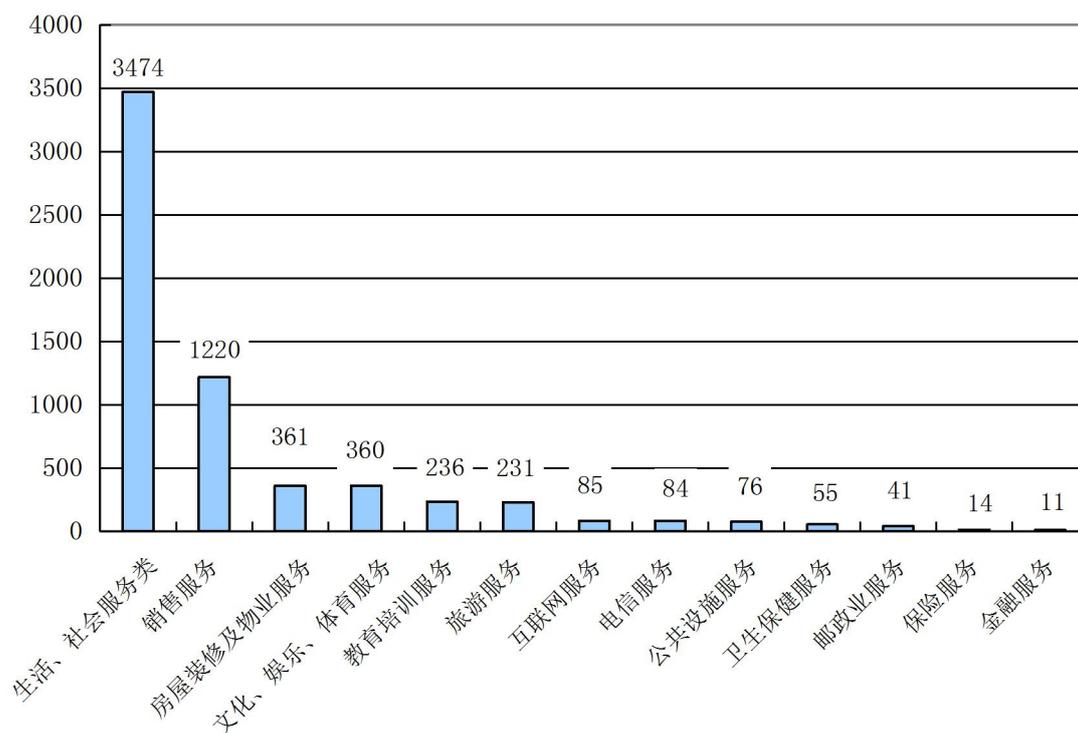


图3 服务大类投诉量图（单位：件）

与2023年同期相比，生活、社会服务类，销售服务及旅游服务等消费投诉呈上升趋势，文化、娱乐、体育服务，房屋装修及物业服务和公共设施服务等呈下降趋势（见表3）。

表3 服务大类投诉量占比变化表

服务大类	2023年一季度 投诉量占投诉	2024年一季度 投诉量占投诉	比较结果 (百分

	总量比 (%)	总量比 (%)	点)
生活、社会服务类	17.98	20.95	↑ 2.97
销售服务	5.66	7.36	↑ 1.70
旅游服务	0.61	1.39	↑ 0.78
金融服务	0.03	0.07	↑ 0.04
保险服务	0.12	0.08	↓ 0.04
互联网服务	0.66	0.51	↓ 0.15
邮政业服务	0.41	0.25	↓ 0.16
卫生保健服务	0.59	0.33	↓ 0.26
电信服务	1.00	0.51	↓ 0.49
教育培训服务	2.02	1.42	↓ 0.60
公共设施服务	1.07	0.46	↓ 0.61
房屋装修及物业服务	3.53	2.18	↓ 1.35
文化、娱乐、体育服务	3.97	2.17	↓ 1.80

二、消费问题分析

(一) 质量问题投诉上升明显。在市场经济蓬勃发展的当下，消费者权益保护显得尤为重要。随着消费者自我保护意识的逐步提升，质量问题引发的投诉案件日益增多。消费者投诉的主要问题涉及：1.产品质量与描述不符，产品性能不符合产品的说明，无法正常使用；2.外观瑕疵未告知，产品外观存在瑕疵，虽不影响正常使用，但未提前告知消费者和经消费者确

认；3.货不对版，以低档次的产品来代替高档次的产品进行交付；4.售后服务体系尚待完善，客服的态度、效率和解决问题的能力有待提升。

案例 1：2024 年 2 月 5 日，资阳市消委会高新分会接到消费者陈先生投诉称于 2022 年 11 月在某家具商城购买了一张价值 17000 余元的皮沙发，在使用两个月后出现了多处掉皮情况，直到 2023 年 11 月底，经商家多次返厂维修仍未彻底解决问题，商家表示不再提供售后服务。经调解，双方达成了由商家赠送一套定制的沙发套，同时积极处理售后问题的解决方案。

案例 2：2024 年 2 月 16 日，消费者张女士向广安市消委会经开区分会投诉称在 2023 年底花 3800 元在某卫浴店购买的浴室柜发生变形，陶瓷一体盆也有划痕，联系经营者后约定年后处理，可 2 月 15 日却被告知是消费者人为造成的产品变形和划痕不予处理。按照《消费者权益保护法》第二十三条规定，对于耐用商品质量问题，自消费者接受商品之日起六个月内发现瑕疵的，由经营者承担举证责任。因经营者无法举证，经调解，经营者同意为消费者更换一套全新的卫浴柜。

案例 3：2024 年 1 月 23 日，消费者曹先生向内江市消委会经开区分会投诉：2022 年 10 月花费 17000 元在经开区商贸城某集成灶商家处购买了一台直饮机，2023 年 9 月直饮机连接自来水的管子突然爆裂漏水，导致家中的墙板、衣柜、地暖严重受损。因协商无果，遂到经开区消委分会投诉寻求帮助。经核实，经营者认可是产品质量问题造成的损害，因赔偿金额争议过大，

经开分会邀请区司法分局工作人员联动调解，最终双方达成由商家承担12万元的赔偿金的解决方案。

消委会观点：按照《消费者权益保护法》第二十四条规定：“经营者提供的商品或者服务不符合质量要求的，消费者可以依照国家规定、当事人约定退货，或者要求经营者履行更换、修理等义务。”经营者应主动履行商品质量担保的责任，建立完善的售后服务体系，提高服务人员的专业技能和响应速度，确保消费者的问题能够获得迅速而有效的解决。同时应积极构建严格的质量管理体系，满足消费者对高品质商品的需求，促进品牌形象和市场竞争力的提升。

（二）餐饮类投诉引发关注。随着时代的发展和消费者需求的变化，餐饮服务也在不断创新和变革，消费者对于食品品质和服务水平的期待日益攀升，在互联网+的当下，消费者借助网络平台反映餐饮体验的情况已成新常态。餐饮类投诉的增多反映了消费者对餐饮服务和食品品质的关注，从食品安全到服务态度，从环境卫生到价格的公正性，消费者关注的维度广泛而细致。一季度适逢春节这一特殊的消费节点，餐饮类服务的投诉成为了热点，消费者投诉的主要问题有：一是餐饮食品腐败、变质、有异物；二是收费项目不合理，存在强制收餐具消毒费、未提供相应服务而强制收取餐位费、茶水费等问题；三是服务质量降低，春节期间人手不足导致服务效率低、质量差，网上订餐得不到妥善安排、外卖送餐不及时等。

案例 4：2024 年 2 月 25 日，凉山州会东县消委会接到消费者王先生电话投诉称，朋友 5 人在某羊肉馆用餐，结账时被告

知要收取每人 2 元钱的碗筷使用费。经消委会工作人员调查核实，经营者未向消费者提供免费餐具，也未告知一次性餐具要收费。经调解，该羊肉馆经营者退还消费者 10 元餐具费，并及时在餐厅服务中提供了免费餐具。

案例 5：2024 年 2 月 4 日，自贡市自流井区消委会新街分会接到消费者刘女士投诉，称在“某某夜宵”店吃宵夜时发现部分菜品未明码标价且存在一些隐形消费，最终结算价格与商家口头报价不一致，在现场要求拍下商家菜品价格单时却遭到商家拒绝，现投诉要求商家退还多收的费用。经调查核实商家有部分菜品未在菜单上明码标价，但未发现有价外加价的问题。经调解，双方达成了退还未标价商品的价款的和解意见。

消委会观点：对于“明码标价”以及不提供免费餐具等问题，看似餐饮消费的小事情，却是老生常谈的老顽疾，值得引起经营者的反思。《食品安全法》第三十三条第五项规定，餐具、饮具和盛放直接入口食品的容器，使用前应当洗净、消毒，炊具、用具用后应当洗净，保持清洁。意味着提供干净卫生的餐具是经营者的法定义务，不能以收取餐具费将经营者的经营成本转嫁给消费者，经营者可以提供需要另外支付费用的更高级的服务项目，但不能免除免费提供干净卫生餐具的附随义务。有诚信的服务才能赢得消费者的口碑，有温度的服务才能吸引回头客。餐饮企业需要不断提升服务质量，确保食品安全，透明合理地收费，并且积极响应消费者的反馈，以便在竞争激烈的市场中保持良好声誉。

（三）“悦己型”消费投诉日益增多。一季度，全省消委组织共受理生活社会服务类投诉 3474 件，占投诉总量的 20.95%，同比上升 2.97%。这类投诉大多集中在健身、美容美发、洗涤等消费领域，并且大多属于预付式消费，其中以美容美发服务领域问题较为突出。消费者投诉的主要问题有：一是免费体验藏陷阱。销售员以免费体验为幌子，在体验过程中要求额外加收钱或推销高额消费卡；二是虚假宣传较为普遍。部分商家利用诱人的广告语吸引消费者眼球，常以“纳米技术”“干细胞激活”等高科技名词来诱导消费者；三是产品和服务质量问题多。使用的产品来源不清，造成消费者损害后又以个体差异、自身养护不当作为托辞逃避责任承担；四是霸王条款侵权。部分美容美发店使用格式条款、通知、声明、店堂告示等方式，排除或限制消费者的主要权利，减轻经营者的自身责任。

案例 6：2023 年 12 月，消费者李女士在小区外某美容美发沙龙店内美发，累计花费 23 万余元充值会员卡及购买美容套餐，在与门店协商退回未消费及不合理收费项目无果后，于 2024 年 2 月 25 日向成都市天府新区消协投诉。经工作人员调查发现，商家存在未书面约定服务内容和部分产品、服务内容未明确标注等问题，经多次调解，商家同意退还未消费的费用共计 12 万元。

案例 7：2024 年 1 月 22 日，陈女士在德阳市什邡市某美容店预存 3510 元订购减肥项目及购买相关产品，后因身体原因不

适合进行减肥项目，要求退还剩余费用，商家拒绝退款。2024年3月14日陈女士到什邡市消委会投诉。工作人员通过查看消费者提供病历等相关证明材料，核实了其身体状况不适宜进行减肥。经调解，由商家现场退还消费者剩余产品费1734元和技术服务费400元，合计2134元。

案例8：2024年1月18日，资阳市雁江区消委会接到消费者王女士投诉，在某美容服务中心充值了30000元用于产后按摩服务，王女士在初次接受服务后感觉并没有达到预期效果，要求美容服务中心退款。因双方未签订书面协议，但经营者对服务事项和价格未明确尽到详细的说明义务，经调解，经营者最终同意退还消费者全款30000元。

消委会观点：在这个追求高品质生活的时代，美容服务已成新的消费时尚。消费者在选择美容服务时，要选择资质合法的经营者，详细了解所提供的项目内容、使用产品、预期效果及可能的风险等，同时应询问收费项目和标准，以避免产生额外不必要的费用。我们呼吁经营者积极采用2023年2月24日国家市场监管总局发布的《医疗美容消费服务合同（示范文本）》，防止因约定不明产生的消费争议。同时建议广大消费者要理性消费，根据实际需求选择美容服务，避免受到夸大宣传或推销手段的引诱，而大额充值或购买不必要的产品。

（四）旅游消费问题突显。旅游是现代社会人们释放生活工作压力的一种新方式，由于假日经济的兴起和利好政策的带

动下，我省旅游市场呈明显回暖态势，而引发的消费投诉也逐渐活跃。消费者投诉的主要问题有：经营者广告宣传与实际情况不符，擅自变更合同约定内容，降低服务标准，预订酒店被无故取消、临时加收手续费或服务费、退团后不退费用、退费流程长手续复杂等投诉问题。

案例 9：2024 年 2 月 6 日，消费者田先生向攀枝花市消委会电话投诉称在一个月前通过某旅游 APP 平台预定了米易县某康养基地 6 晚住宿，费用为 993 元。2 月 4 日中午，田先生接到平台客服电话称预定的房间已无法提供，可为其办理取消订单并退款，田先生不认可，于是投诉要求维权。经市场监管局执法人员调查核实，并对经营者进行了行政约谈，经营者对消费者进行了诚挚的道歉，愿意赔偿损失，并承诺随时向消费者提供满意的住宿条件，双方达成和解。旅游 APP 平台对经营者采取了罚款和降一级信用等级处罚。

案例 10：资阳市乐至县市场监督管理局 12315 投诉举报中心接到来自消费者魏女士的投诉，反映其于 2024 年 2 月 16 日在成资渝高速眉山至重庆方向服务区休息时，在一家土特产商店购买了石斛，商家将石斛磨成粉，要求最低消费 1000 元，魏女士觉得几十克的石斛粉就高达上千元，觉得被误导消费了，希望能帮助退货退款。经调解，商家及时为消费者退货退款。

消委会观点：在社会休闲旅游需求持续回暖的新形势下，保护消费者权益是激发消费动能的重要举措，更是服务地方经

济发展的重要环节。现代旅游服务行业，产业链条长，参与主体多，衔接要求高，再加上线上线下交融互动，消费者对于吃住品质化、交通便捷化和体验有文化等要求越来越高。我们呼吁各旅游企业不断提升服务质量，确保消费者体验，强化信息透明度，保障消费者知情权，同时加强行业自律，建立健全投诉快速处理机制，提升消费者对旅游行业的整体信任度和满意度。