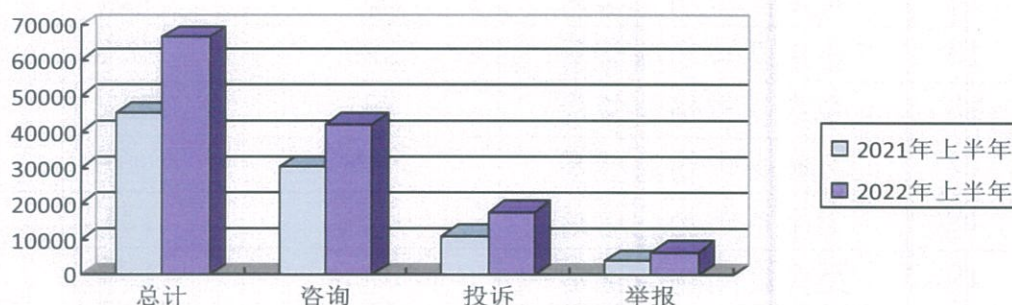


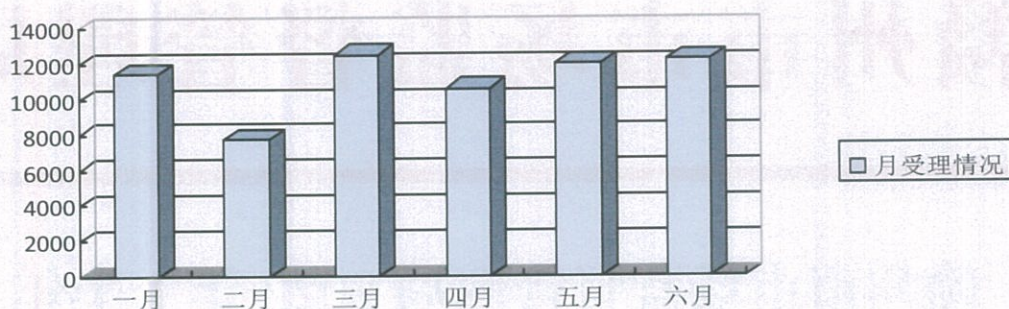
赣州市市场监督管理局

赣州市市场监督管理局 2022 年上半年 12315 投诉举报数据分析报告

一、总体情况

(一) 2022 年上半年, 12315 投诉举报中心共接收消费者各类诉求 66488 件, 同比增长 46.4%, 其中咨询 42322 件, 同比增长 39.7%, 投诉 17736 件, 同比增长 62.1%, 举报 6424 件, 同比增长 54.9%。截至目前已办结 63556 件, 办结率 95.5%, 调解成功率 58.9%, 为消费者挽回经济损失 560.33 万元。接收的诉求中, 通过全国 12315 平台受理 66093 件、12345 政府热线转办 272 件、来信来函 56 件、互动平台 49 件、问政赣州 18 件, 接待来人来访 35 人次。



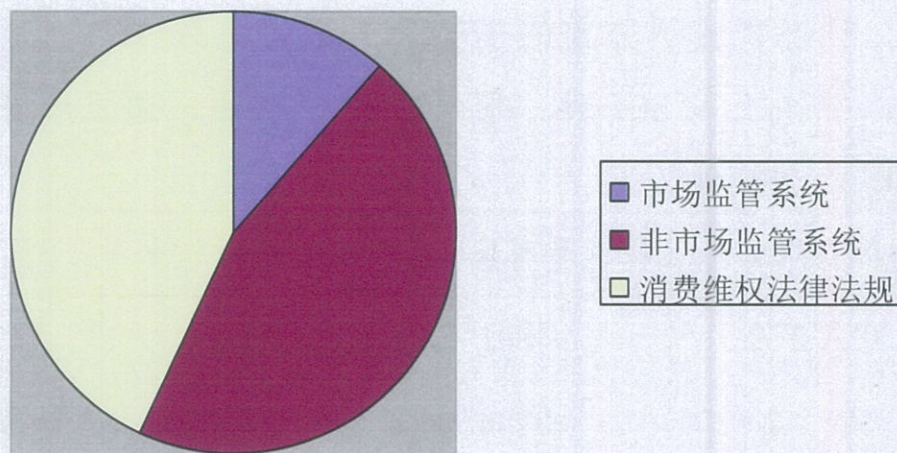


(二) 上半年各单位办理情况

序号	部门名称	转办量 (件)	办结量 (件)	办结率
1	章贡区市场监管局	4311	4088	94.8%
2	南康区市场监管局	5594	4867	87%
3	赣县区市场监管局	519	515	99.2%
4	信丰县市场监管局	571	543	95.1%
5	大余县市场监管局	269	247	91.8%
6	上犹县市场监管局	417	399	95.6%
7	崇义县市场监管局	184	173	94%
8	安远县市场监管局	350	311	88.8%
9	龙南市市场监管局	333	323	96.9%
10	定南县市场监管局	173	159	91.9%
11	全南县市场监管局	158	148	93.6%
12	宁都县市场监管局	487	469	96.3%
13	于都县市场监管局	1171	1144	97.6%
14	兴国县市场监管局	889	857	96.4%
15	会昌县市场监管局	599	533	88.9%
16	寻乌县市场监管局	251	222	88.4%
17	石城县市场监管局	492	479	97.3%
18	瑞金市市场监管局	1292	1243	96.2%
19	经开区市场监管局	1683	1569	93.2%
20	蓉江新区市场监管局	258	250	96.8%
21	市市场监管执法稽查局	4094	3627	88.5%
合计		24095	22166	91.9%

二、咨询件情况分析

2022 年上半年共接到咨询类来电 42322 件，占接收总量的 63.6%，同比增长 39.7%，环比增长 9.2%。咨询件中涉及消费维权法律法规咨询 18242 件（占比 43.1%）、涉及市场监管系统业务咨询 4870 件（占比 11.5%），主要咨询的问题为投诉举报件办理进展情况和有关网络交易监管、营业执照注册登记等问题；涉及非市场监管系统业务咨询 19210 件（占比 45.4%），主要反映教育技能培训、房屋质量、假烟、移动通信等其他行政部门职责的问题。

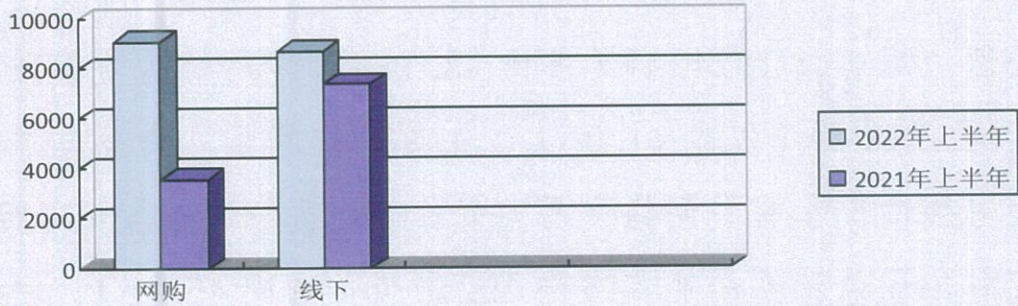


三、投诉件情况分析

随着消费者维权意识的增强，投诉举报渠道的拓宽，投诉量呈现出逐年递增的态势。上半年，共受理消费者投诉 17736 件，占接收总量的 26.6%，同比增长 62.1%，环比增长 12.6%。投诉量前三的区域为：南康区 5551 件、章贡区 4196 件、经开区 1678 件，三区投诉总量占全市投诉总量的 64.4%。

（一）以投诉销售方式来看，网购投诉 9071 件，占投诉总

量 51.1%，同比增长 153%，环比增长 23.8%，现场消费投诉 8665 件，占投诉总量 48.9%，同比增长 17.7%，环比增长 3.3%。



（二）以投诉客体类别来看，商品类投诉 13410 件，同比增长 78.9%，服务类投诉 4326 件，同比增长 27%。

商品类投诉靠前的主要是：家居用品 4807 件、食品 3786 件、交通工具 567 件、服装鞋帽 522 件、通讯产品 272 件和家用电器 256 件。

投诉商品类别	投诉受理量（件）	占投诉总比	同比增长
家居用品	4807	27.1%	74.5%
食 品	3786	21.3%	123.6%
交通工具	567	3.2%	20.3%
服装鞋帽	522	3%	30.8%
通讯产品	272	1.5%	36.6%
家用电器	256	1.4%	7.1%

服务类投诉居前的是：餐饮和住宿服务 966 件、美容美发洗浴服务 386 件、教育培训服务 375 件、文化娱乐体育服务 274 件、制作保养和修理服务 203 件。

投诉服务类别	投诉受理量（件）	占投诉总比	同比增长
餐饮和住宿服务	966	5.4%	35.4%
美容美发洗浴服务	386	2.1%	3.7%
教育培训服务	375	2.1%	33.4%
文化娱乐体育服务	274	1.5%	-32.8%
制作保养和修理服务	203	1.1%	-20.3%

（三）以投诉问题类别来看，主要涉及：质量问题 4719 件、售后服务问题 2887 件、食品安全问题 2004 件、合同问题 1338 件。

投诉问题类别	投诉受理量(件)	占投诉总比	同比增长
质量问题	4719	26.6%	84.6%
售后服务问题	2887	16.3%	53.8%
食品安全问题	2004	11.3%	88.8%
合同问题	1338	7.5%	-8.2%

（四）投诉热点分析

1. 网购消费投诉增势明显。随着互联网等新兴行业的快速发展，以网络购物为主的投诉增幅明显。上半年共受理网购消费投诉 9071 件，同比增长 153%。反映的问题主要集中在：购买到假冒伪劣商品、商品存在货不对板现象、销售商对商品作虚假宣传、商家不按照约定退换货或不履行七天无理由退货、附加收取不合理费用等方面。由于消费者多在外地，导致处理此

类消费纠纷时常常是举证难、退款难、调处难。

2. 食品类投诉上升较快。随着生活水平的提升，消费者追求从“吃得饱”转变为“吃得好”，同时，不少小规模的食品经营者管理水平不高，法律意识不足，极易造成职业索赔人抓住其食品标签标识不符合规定、销售过期食品等问题进行投诉，以达到索赔目的，造成食品成为投诉高发领域。上半年，共受理食品类投诉 3786 件，同比增长 123.6%，增速高于去年同期 26.3 个百分点。主要涉及的食品有：肉及肉制品、水果、烘焙制品、饮料、保健食品等。反映的问题集中在：一是食品标识标签不符合规定；二是在质保期内食品出现发霉变质、有异味等现象；三是经营者销售过程中误导消费者，宣称一般食品、保健食品具有治疗疗效，吃后不但无效果而且出现身体不适等问题。

3. 家居用品投诉占比最高。家居用品投诉是我市近几年投诉量占比较高、增长率较快的商品类别之一。今年上半年，共受理 4807 件，同比增长 74.5%，占投诉总比的 27.1%。主要涉及：家具、床上用品、厨卫用品及日杂用品等，其中家具为 4508 件，占家居用品投诉的 93.7%。反映的问题：一是购买的产品用料以次充好，家具开裂、床垫发霉、沙发塌陷等现象；二是商家未按合同约定按时发货或送货；三是购买到的产品材质、规格和颜色与约定不符，经营者推诿不予处理；四是商品出现质量问题后，商家不予“三包”和拒绝或拖延售后等问题。

4. 教育培训类投诉持续增长。今年上半年，共受理教育培训类投诉 375 件，同比增长 33.4%。主要问题包括：培训机构虚

假宣传，夸大教学效果、虚编教师资源；培训质量不佳，如培训时间缩短、频繁更换培训师、不提供网络课件、培训质量与预期承诺不符等；预付费退款困难，企业往往以格式合同条款为消费者设置退款障碍，如加收退款高额手续费、拖延退款时间等。

5. 交通工具类投诉衍生新问题。上半年，共受理交通工具类投诉 567 件，同比增长 20.3%。其中，汽车投诉 405 件，摩托车、助力车投诉 162 件。由于该行业已从起初的单一售车逐步转变为包含车贷、保险、证件代办等多种项目为一体的组合式服务，同时先租后购等新型销售模式层出不穷，使消费者在各种“套路”中中招。反映的问题主要有：一是销售方在售车时以口头等非正式约定形式承诺给消费者提供如：保养、修理、配件升级、上牌等售后服务，购买后却不履行承诺；二是消费者缴纳定（订）金后因商家出现各种问题提出退定（订）金时，商家不给退回；三是车辆使用中出现变速箱异响、导航黑屏、发动机噪音等一些质量问题，商家不给提供三包义务。

四、举报件情况分析

2022 年上半年，共接收消费者举报 6424 件，同比增长 54.9%，环比增长 30%，已立案 366 件，占举报件总量的 5.6%。

（一）从举报客体类别来看，属于商品类举报 4923 件，位居前五的商品有：食品 1300 件、家居用品 899 件、化妆品 251 件、药品 220 件、医疗器械 119 件等；服务类举报 1501 件，涉及的服务行业主要有：餐饮和住宿服务 256 件、美容美发洗浴服务 216 件、教育培训服务 164 件、销售服务 50 件。

（二）从举报问题类别来看，反映的问题主要有：广告违法行为 2225 件、侵害消费者权益行为 1055 件、产品质量违法行为 534 件、食品违法行为 508 件、其他市场监管领域违法行为 349 件。

（三）举报热点分析

1. 广告违法行为小幅增长。今年上半年，受理广告违法行为举报 2225 件，同比增长 11.3%，主要涉及食品、家具、教育培训机构、医疗领域等行业，反映的问题主要有：一是经营者对其销售的商品的性能、功能、质量等作虚假或者引人误解的商业宣传；二是教育培训机构对教育、培训的效果作出明示或者暗示的保证性承诺；三是医疗美容机构在广告中作出保证治愈或者隐含保证治愈的内容等问题。

2. 侵害消费者权益行为增幅较快。上半年，受理侵害消费者权益违法行为举报 1055 件，同比增长 66.9%，反映的问题主要有：一是商家销售掺杂、掺假、以假充真、以次充好的商品；二是在销售过程中对消费者进行欺骗性诱导；三是故意拖延或无理由拒绝消费者的维权要求等问题。

3. 产品质量违法行为涨幅较大。上半年，受理产品质量违法行为举报 534 件，同比增长 89.3%，反映的问题主要有：一是被举报方生产销售不符合国家标准、行业标准的产品；二是产品缺少检验合格证、出厂证明等标识；三是销售失效、变质的产品等问题。

4. 食品违法行为依然受关注。今年上半年受理食品类举报 508 件，其中生产环节 163 件，流通环节 303 件，服务环节 42

件。从立案数量上看，已立案 37 件，约占 7.8%。反映的主要问题有：一是经营者生产销售无标签的预包装食品，食品添加剂或者标签、说明书不符合相关规定；二是经营者违法生产不符合食品安全标准的食品，三是销售的食物标注的生产日期模糊或超过保质期。

五、消费维权典型案例

1. 案例简介：2022 年 5 月 24 日，瑞金市市场监管局接到钟先生投诉，反映其父亲在瑞金市某生活馆购买了 8 箱（96 瓶）羊奶粉，共花费 2 万元。商家在销售中存在虚假宣传、夸大功效行为，说吃了可以治三高，导致他父亲误信，把降压药也停吃了，现在其父亲身体出现问题已住院。要求商家退回购买羊奶粉款项并给予赔偿，请求市场监管部门帮忙调解。

处理结果：接诉后，瑞金市市场监管局工作人员及时与商家负责人联系，经多次沟通协调，最终，商家同意退回未食用的 5 箱羊奶粉费用共 12980 元，同时，对钟先生父亲住院给予 2000 元的慰问金。钟先生对调解结果表示十分满意。

以案释法：《中华人民共和国消费者权益保护法》第十五条规定，“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，对可能危及人身、财产安全的商品和服务，应当在销售或者服务前，向消费者作出真实的说明和明确的警示，并说明和标明正确使用商品或者接受服务的方法以及防止危害发生的方法。经营者提供商品或者服务，造成消费者人身伤害与财产损失的，应当依照国家规定进行赔偿”。《广告法》第 37 条、第 38 条规定：“违反本法规定，发布虚假广

告，欺骗和误导消费者，使购买商品或者接受服务的消费者的合法权益受到损害的，由广告主依法承担民事责任”。该投诉件中，被投诉商家在向消费者推销产品时，虚构事实，夸大产品功效，让消费者误认为此产品对一些疾病有功效，结果造成钟先生的父亲停吃高血压药而导致病情加重住院，由此产生的损失应由被诉商家负责赔偿。

2. 案例简介：2022 年 6 月 10 日，罗女士通过全国 12315 平台向我局反映：其在淘宝平台花费 1600 元在南康某商家购买了床，到货后发现床板开裂，油漆也存在裂痕，卖家因不愿承担运费拒绝退款退货，申请市场监管部门进行处理。

处理结果：南康区市场监督管理局接诉后，立即安排工作人员到商家调查了解情况，商家对投诉人反映的情况表示承认，后经南康区局工作人员组织双方电话沟通调解，商家同意给罗女士退货退款并承担运费。

以案释法：《中华人民共和国消费者权益保护法》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。没有国家规定和当事人约定的，消费者可以自收到商品之日起七日内退货；七日后符合法定解除合同条件的，消费者可以及时退货，不符合法定解除合同条件的，可以要求经营者履行更换、修理等义务。依照前款规定进行退货、更换、修理的，经营者应当承担运输等必要费用。”根据上述规定，商家应当给予消费者退货退款及承担运输费用。

3. 案例简介：2022 年 4 月 24 日，于都县市场监督管理局接

到消费者康先生投诉反映：他于 2021 年 9 月 23 日在于都县某教育机构签订了《培训服务协议书》，缴纳了 24800 元费用，协议中规定笔试未通过，将退回所缴费用 24800 元，退费于符合退费条件后 30-45 个工作日内进行。他因笔试未通过，于 2022 年 1 月 6 日向该教育机构提出退费申请，但至今未给退费，请求市场监管部门调解处理。

处理结果：接到投诉后，于都县市场监督管理局工作人员立即联系双方当事人，进行调查核实。调查中，该教育机构表示因最近公司业务量大且退费需要经过审批流程，公司也一直在向总部申请为康先生退费事宜。2022 年 4 月 26 日，于都县市场监管局工作人员组织双方当事人进行调解，经过调解员耐心细致的工作，最后双方达成一致协议：该教育机构承诺会在 2022 年 4 月 29 日将 24800 元费用退回投诉人康先生，康先生表示同意。2022 年 4 月 29 日，康先生电话告知我局工作人员他已经收到退款，并对处理结果表示满意。

以案释法：《中华人民共和国消费者权益保护法》第十六条“经营者向消费者提供商品或者服务，应当依照本法和其他有关法律、法规的规定履行义务。经营者和消费者有约定的，应当按照约定履行义务，但双方的约定不得违背法律、法规的规定。经营者向消费者提供商品或者服务，应当恪守社会公德，诚信经营，保障消费者的合法权益；不得设定不公平、不合理的交易条件，不得强制交易。”此案中，双方已签订了《培训服务协议书》，出现纠纷则应按照协议规定来处理，康先生已按相关程序提出退费申请，商家理应按照协议履行义务及承担

相应责任。

4. 案例简介: 2022 年 4 月 25 日, 寻乌县市场监管局接到曾先生投诉, 反映其接到某家电 (流动商贩临时租用的门店) 的短信和电话, 声称移动回馈老客户搞活动可免费领取紫砂壶等小礼品, 消费者到商家处先是听了商家的一系列宣传演讲, 随后给听众们发放了小礼品后又开始宣传他们的“状元梦”学习机, 以关心孩子学习为由诱导一群家长们消费, 在此诱导下, 自己也花费 2799 元购买了学习机。购买后, 商家以商品需要激活使用为由当场给消费者激活了。待其回家后发现商品并无什么作用, 通过网上查询这款学习机也不是商家说的什么大品牌, 消费者回去找商家要求退货退款, 商家却以学习机已激活为由拒绝退款, 申请市场监管部门给帮助解决。

处理结果: 接到消费者投诉后, 寻乌县市场监管局工作人员立即联系投诉人, 对投诉内容进一步了解, 并前往商家进行现场调查核实。经调解, 商家当即给投诉人办理了退货退款事宜, 并将购货款 2799 元退回至消费者账户, 消费者表示满意。

以案释法: 《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十条第一款规定: “经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息, 应当真实、全面, 不得作虚假或者引人误解的宣传。”《侵害消费者权益行为处罚办法》第六条“经营者向消费者提供有关商品或者服务的信息应当真实、全面、准确, 不得有下列虚假或者引人误解的宣传行为: ……”

(五) 以虚假的“清仓价”、“甩卖价”、“最低价”、“优惠价”或者其他欺骗性价格表示销售商品或者服务”。本案中,

商家以回馈老客户免费赠送礼品的名义召集群众，又以是否真正关心孩子学习、买了学习机就能提高学习成绩、低价出售知名品牌学习机等一系列发言诱导消费者购买产品，导致消费者合法权益受到损害。因此，经营者应当承担消费者提出的退货退款要求。

5. 案例简介：2022年6月30日，黎先生来电反映：两年前，其在赣州市经开区某4S店购买了一辆汽车，目前还在质保期内出现大灯起雾有水珠，内部留下一层白色污渍，多次和4S店协商，商家均以“这现象是长期使用过后的一个正常情况，不属于大灯质量问题不予更换”为由拒绝免费售后，申请市场监管部门介入调解。

处理结果：经开区分局工作人员接诉后，立即组织人员进行调查核实。调查中核实到该汽车大灯确实是因质量问题而引发起雾和出现水珠。经调解，该4S店提出处理方案：先由该公司向厂家申请索赔汽车大灯，待程序走完后将及时为消费者免费更换汽车大灯。黎先生表示同意此处理方案，双方达成调解协议。

以案释法：《家用汽车产品修理更换退货责任规定》 第五条 第二款：“家用汽车产品经营者不得故意拖延或者无正当理由拒绝消费者提出的符合本规定的三包要求。”第十九条：“家用汽车产品在包修期内出现质量问题或者易损耗零部件在其质量保证期内出现质量问题的，消费者可以凭三包凭证选择修理者免费修理（包括免除工时费和材料费）。”本投诉件中，属因汽车大灯质量问题而商家以非正当理由拒绝保修引发的纠

纷，按照规定，经营者应当履行三包义务，为消费者免费进行更换零部件。


赣州市市场监督管理局
2022年7月13日