

2019

消费者权益保护 白皮书

消费维权大数据盘点

数据支持： 微热点  新浪数据中心
Sina Data Center

 黑猫投诉

 sina 新浪

 微博

 微博热点

目录

CONTENT

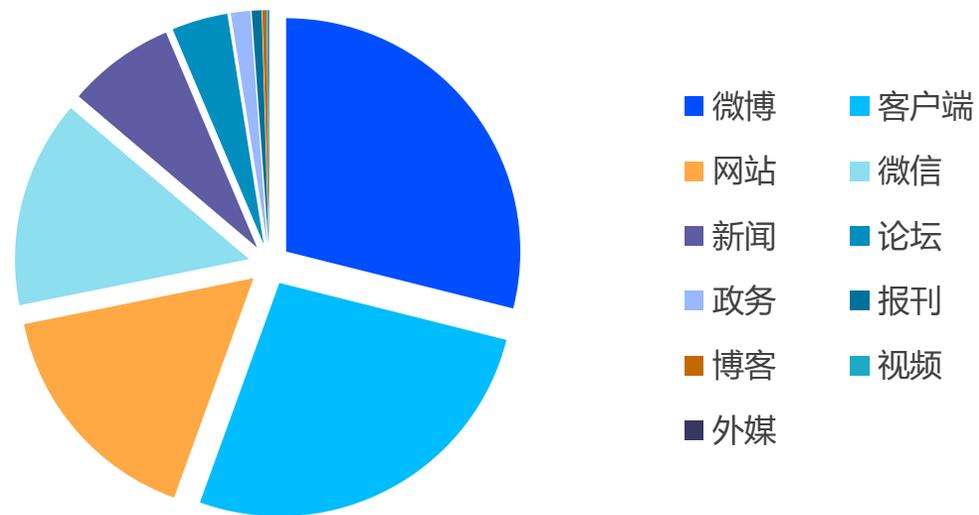
- 01 | 全网消费维权舆情分析
- 02 | 微博维权数据盘点
- 03 | 2019微博热点维权事件
- 04 | 黑猫投诉平台投诉数据
- 05 | 消费维权行业趋势

/01 全网消费维权舆情分析



○ 微博成为全网消费维权信息重要舆论场

○ 2019年“消费维权”相关信息来源分布



根据全网2019年消费维权信息分析，微博成为“消费维权”相关事件及话题的重要舆论发声场，占比为28.92%；其次是客户端平台，信息量占比为26.59%。

数据来源：微热点

统计时段：2019年1月1日至12月31日

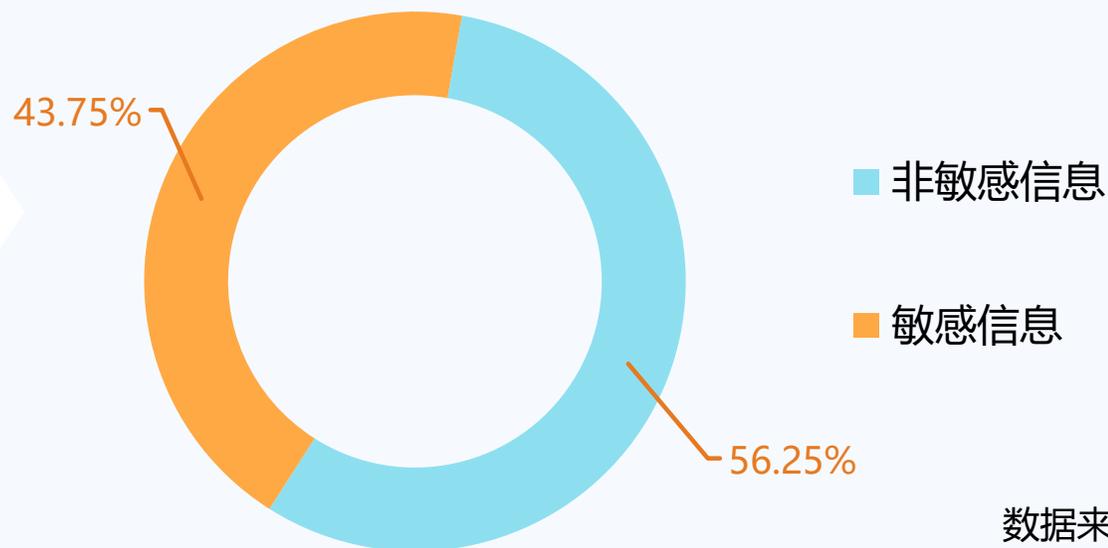
敏感信息与非敏感信息占比

在有关“消费维权”的相关信息中，敏感信息占比为43.75%，非敏感信息占比为56.25%，也就是说在相关信息中43.75%的发布者存在负面情绪。



舆论各方热议消费投诉及纠纷的同时，存在一定的负面情绪。

敏感与非敏感信息占比

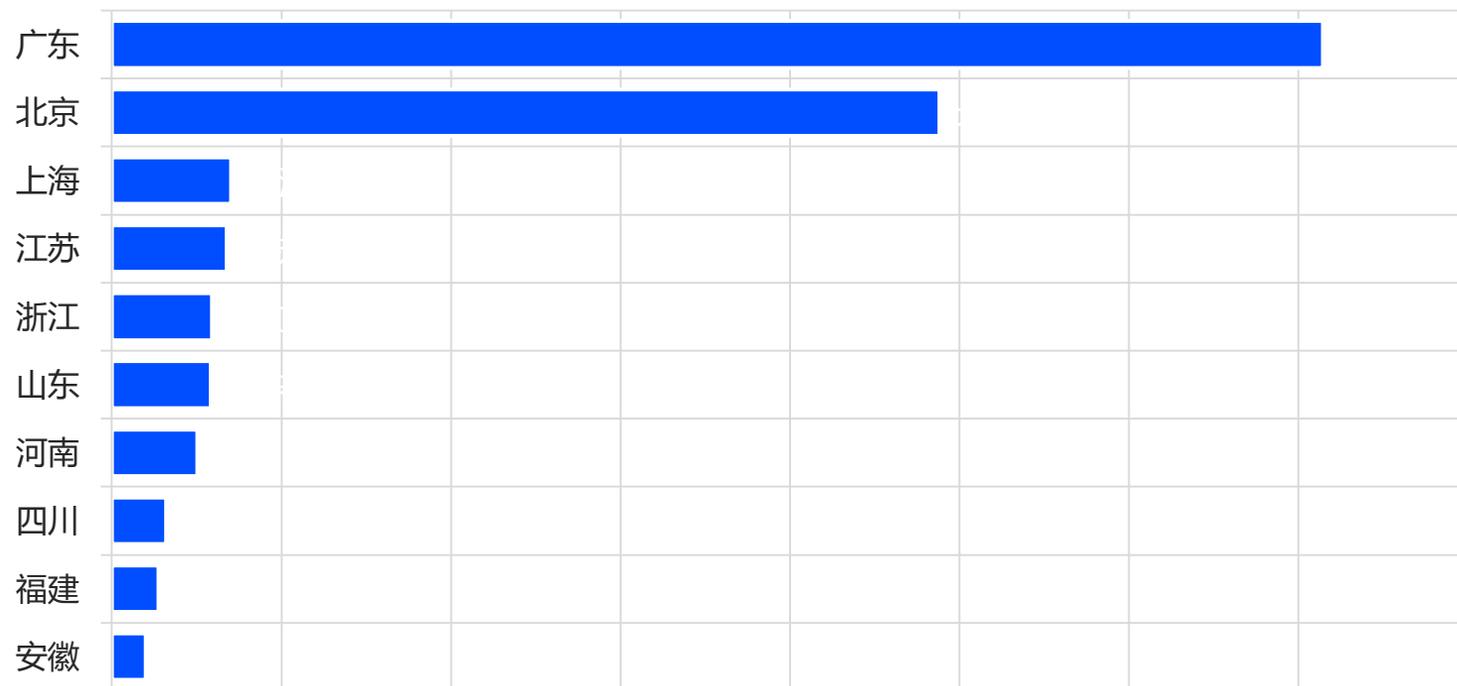


数据来源：微热点

统计时段：2019年1月1日至12月31日

“消费维权”讨论者地区分布

从参与讨论“消费维权”相关信息的网民地区分布来看，“广东”、“北京”两地的网民参与程度最高。“上海”、“江苏”、“浙江”等地的网民紧随其后。当消费者遇到消费纠纷时，“广东”和“北京”的网民更积极在网络表述自己观点，可以看出随着经济的发展，网民对自己的权益保护意识也在逐渐提高。



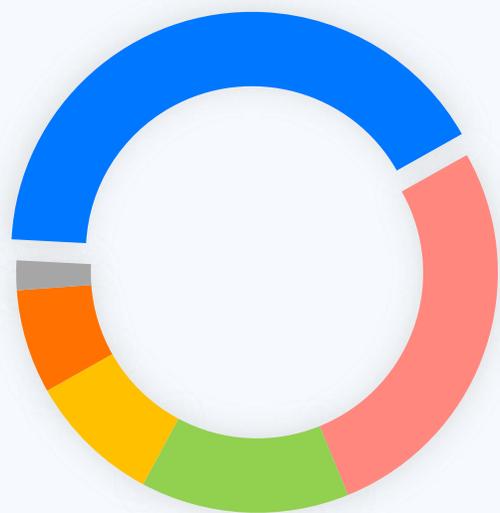
数据来源：微热点

统计时段：2019年1月1日至12月31日

消费者舆论倾向分析

从“消费维权”相关话题网友观点进行抽样，41%的消费者对自己遇到的消费纠纷进行了反映；27%的消费者表示自己遇到了维权难，维权渠道不畅的问题；还有14%的消费者希望能改善目前的消费环境。

关于“消费维权”网友观点分布



41%

反映自己遇到的消费纠纷

27%

反映维权难、渠道不畅问题

14%

希望消费环境得到改善

9%

认为消费维权不应只在315当日

7%

咨询如何维权

数据来源：微热点

统计时段：2019年1月1日至12月31日

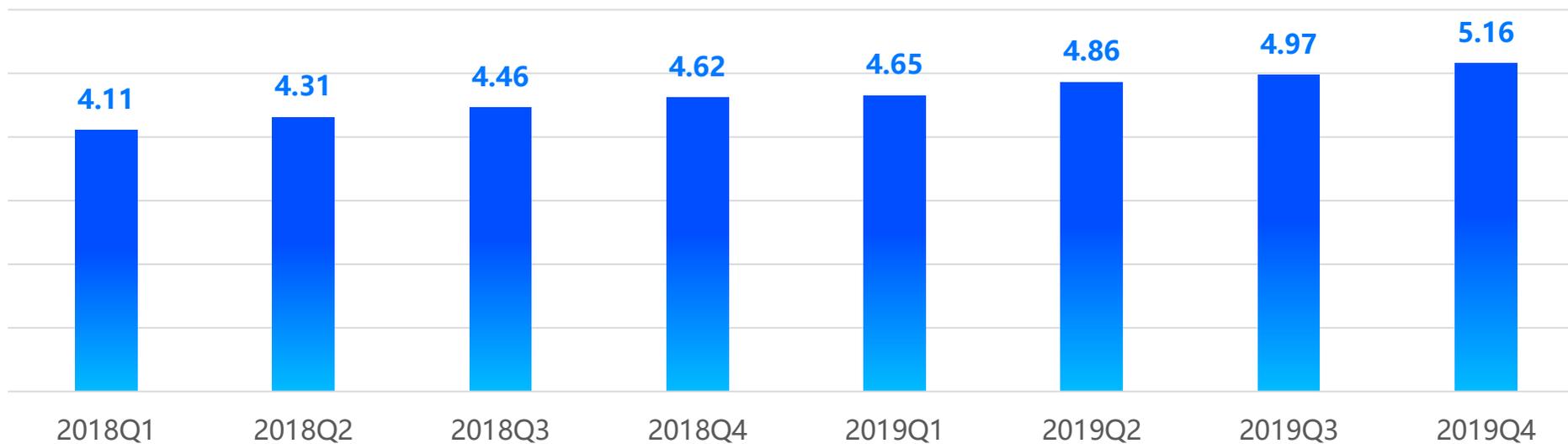
/02 微博维权数据盘点



○ 微博继续扩大传播力 活跃用户稳步增长

微博覆盖用户、传播力度持续扩大，成为各类热门话题生产和发酵的主要舆论场。截至2019年12月，微博月活跃人数已达到5.16亿，较上年同期净增约5400万。

微博月活跃人数 (MAU) 增长趋势 (单位: 亿)



数据来源：微博财报

2019年微博消费维权整体数据

2019年全年，微博维权投诉用户达8579万，博文量为4.3亿，博文阅读量高达1899亿，互动量为5.4亿。近一年，有越来越多的消费者通过微博来进行消费维权。

用户数
8579万



博文量
4.3亿

博文阅读量
1899亿

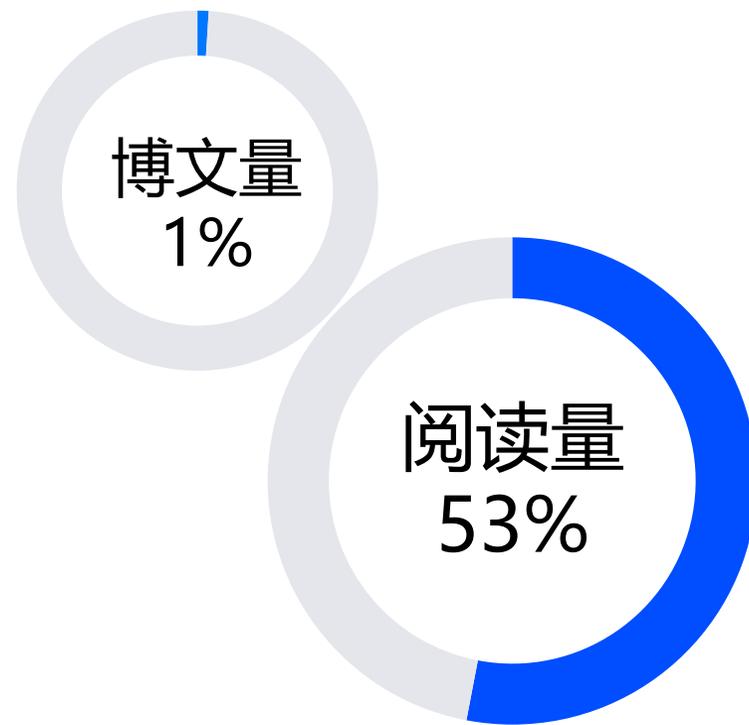
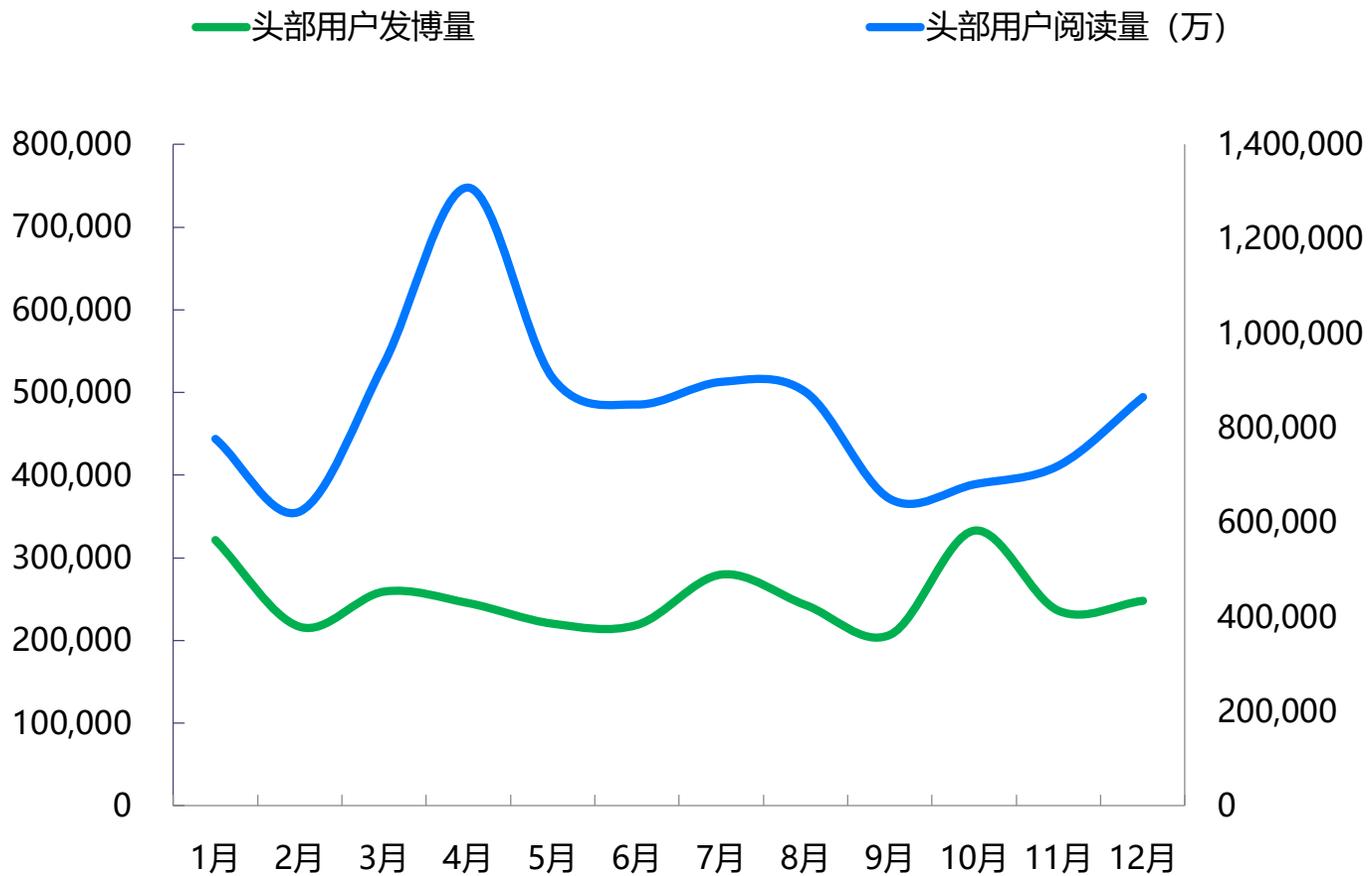
互动量
5.4亿

互动量=转发量+评论量+点赞量

数据来源：新浪数据中心

头部用户影响力显著

头部用户发博量480万，阅读量4月达到高峰，博文数占总体的1%，阅读量占总体的53%。



数据来源：新浪数据中心

投诉维权中被@最多的账号

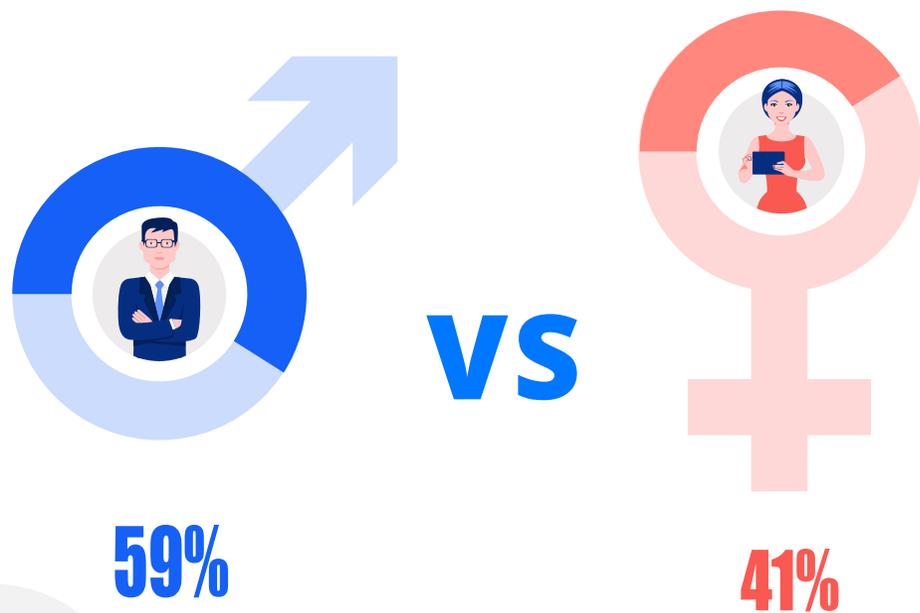
从微博账号被@的次数可以看到，大家更习惯依靠权威媒体和政府官方机构来解决消费中遇到的问题。

	昵称	被at次数	v身份
1	中国新闻网	4,220,173	媒体
2	央视新闻	993,910	媒体
3	中新视频	701,088	媒体
4	头条新闻	682,804	媒体
5	新华网	563,989	媒体
6	最高人民法院	473,797	政府
7	中新经纬	448,359	媒体
8	澎湃新闻	437,055	媒体
9	人民网	407,304	媒体
10	最高人民检察院	406,674	政府

数据来源：新浪数据中心

用户画像—性别和年龄分布

男性用户占比59%，00后和95后用户合计占比超过50%，年轻群体占比逐渐提升。

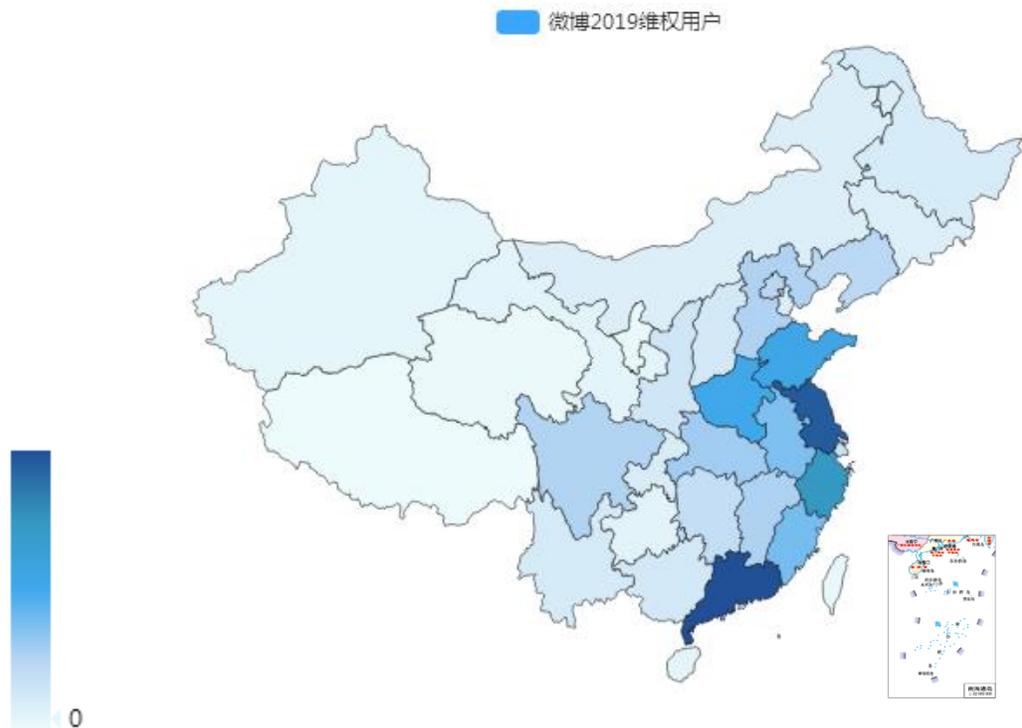


数据说明：以5月份用户为数据样本

数据来源：新浪数据中心

用户画像—地区分布

数据说明：以5月份用户为数据样本



广东、江苏、浙江三省用户占比列前三，细看城市分布，广州、苏州、杭州用户占比高。

省份	占比%
广东	12.65
江苏	12.13
浙江	9.30
山东	6.71
河南	6.37

数据来源：新浪数据中心

/03 2019微博热点维权事件



2019微博热点维权事件总览



- 01 ● 奔驰女车主哭诉维权
- 02 ● AI换脸软件爆红却涉嫌侵权
- 03 ● 上海迪士尼禁止外带食品
- 04 ● 学员退费无门还陷“套路贷”

奔驰女车主哭诉维权事件回顾

2019.3

消费者在奔驰4S店购买了一部价值66万的奔驰新车，在提新车开出4S店去加油时，发现车辆机油报警。奔驰4S店检测后，告知系发动机有渗点。

2019.4

消费者称4S店难以实现换车承诺，再次来到4S店协商未果，开始“坐上发动机盖”维权，此事引发大众关注。

2019.5

安高新区市场监管部门通报称，奔驰车存在质量问题，利之星有限公司因销售不符合保障人身、财产安全要求的商品，夸大、隐瞒与消费者有重大利害关系的信息误导消费者的两项违法行为，被依法处以合计100万元罚款。



奔驰女车主哭诉维权事件主要话题及阅读量

话题名称	讨论量	阅读量
奔驰女车主提八点诉求	285709	929502465
奔驰女车主哭诉维权	213559	448540245
4s店向奔驰女车主道歉	181202	534434521
奔驰金融服务费	144113	38347107
奔驰女车主不接受4s店道歉	129320	454836984
奔驰女车主逻辑	85651	99977086
奔驰女车主回应炒作	71380	327105192
起底西安利之星	64020	144533765
西安利之星老板	54397	259056333

奔驰女车主哭诉事件发生期间，微博用户相关热议话题20多个，总阅读量超过59亿，讨论量达156万条。

20个+
热议话题

59亿+
阅读量

156万+
讨论量

数据来源：新浪数据中心

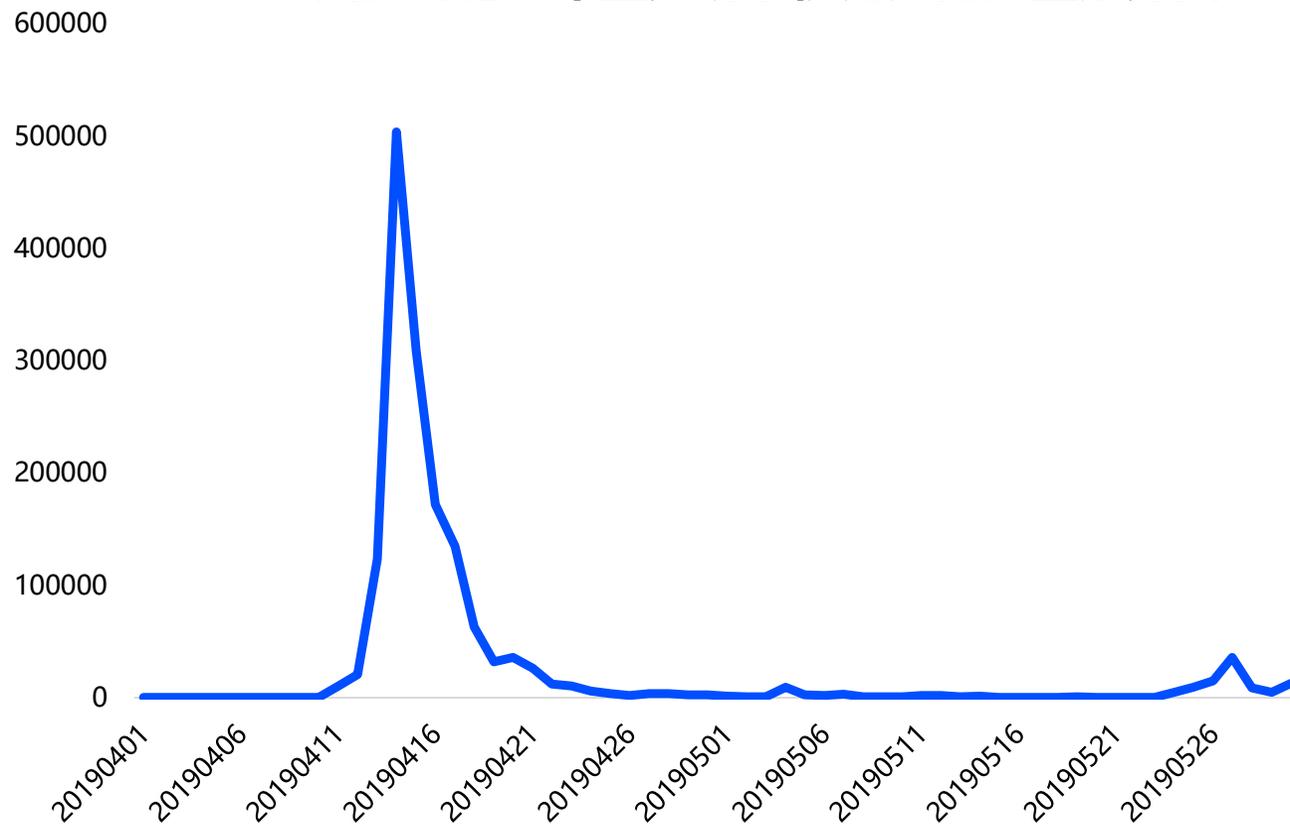
奔驰女车主哭诉维权事件传播趋势

时间周期: 2019.4.1-2019.5.30

互动量
913万+

用户量
120万+

西安奔驰女车主哭诉维权用户博文量走势图



数据来源: 新浪数据中心

AI换脸软件爆红却涉嫌侵权事件回顾

2019.8

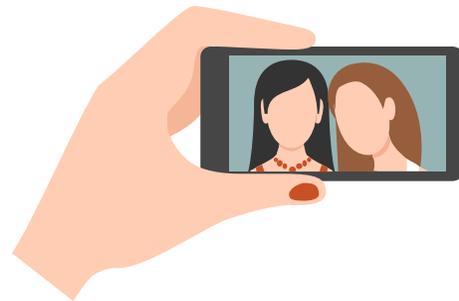
某AI换脸软件受到热捧，用户使用该款软件，只需上传自拍照片，即可生成换脸视频，将自己变成影视片段的主角，很多用户跃跃欲试，纷纷晒出自己的视频。但该软件在走红的同时，质疑其涉嫌侵犯用户隐私的讨论也受到舆论高度关注。

2019.9

有网民指出，这款软件的用户授权协议中暗藏玄机。使用这款软件的换脸功能，需要同意授予这款软件人脸照片、图片等肖像资料中所含的肖像权利人的肖像权，这引发了网民对个人隐私安全的担忧。

2019.9

国家网信办在相关回应中就提出：新技术、新应用带来了发展的机遇，同时也给网络安全带来了风险和挑战，作为管理部门，国家网信办积极支持新技术、新应用发展，同时也采取必要措施防范随之带来的风险。



AI换脸软件爆红却涉嫌侵权传播趋势

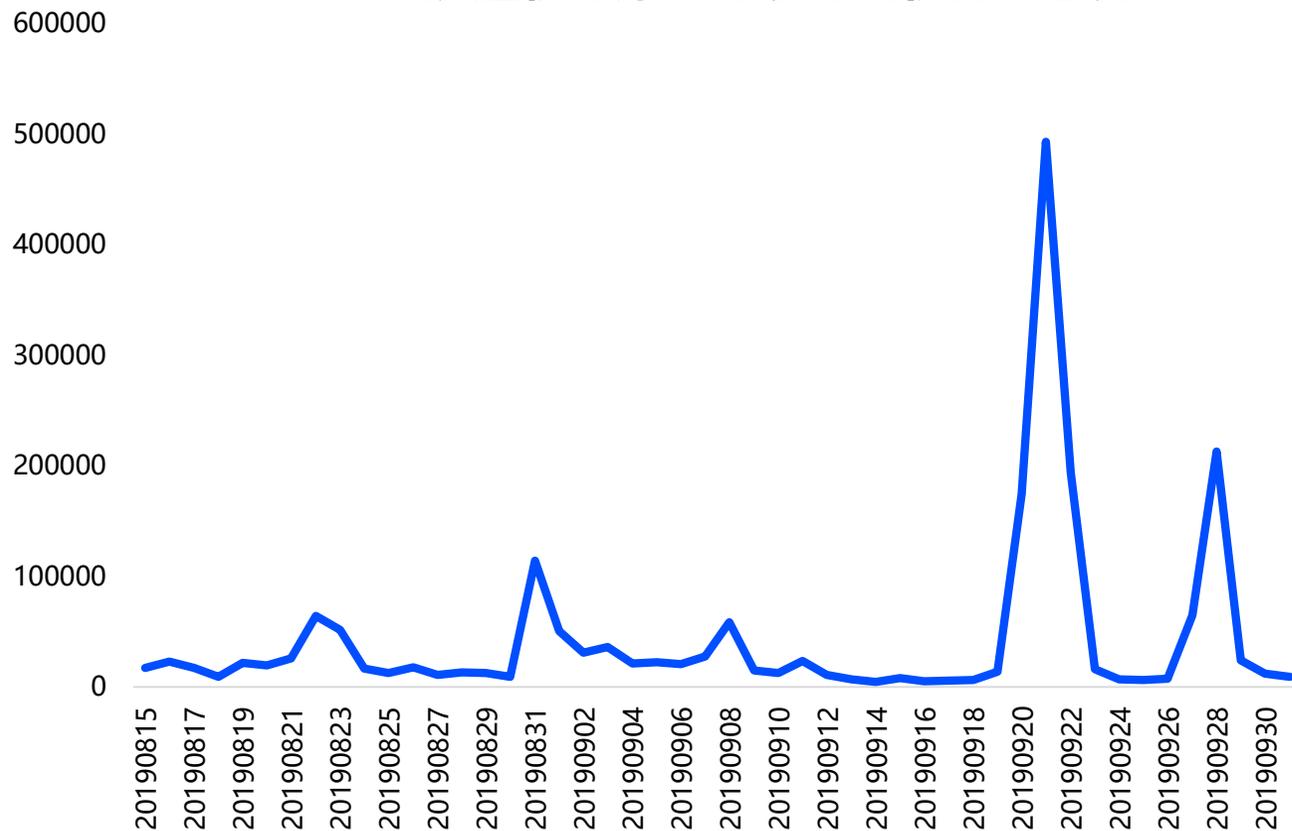
时间周期：2019.8.15-2019.10.1

互动量
710万+

用户量
176万+

换脸软件走红网络，一开始，网友们纷纷开启变身之旅，并未关注到软件可能的侵权行为，相关博文的关注度比较小，而随着事件的发酵，引发了人们对于AI换脸技术和用户隐私保护的讨论。

AI换脸软件爆红却涉嫌侵权博文趋势



数据来源：新浪数据中心

上海迪士尼禁止外带食品事件回顾

2019.8

上海迪士尼乐园因禁止游客自带食品入园被一大学生起诉引发热议，公众对迪士尼园区日常经营积聚的不满情绪集中爆发。

2019.8

人民网发文四问上海迪士尼，中消协表态支持大学生对上海迪士尼发起诉讼，认为迪士尼对消费者进行了限制。而迪士尼依然坚称日常经营合规、拒不接受调解的态度进一步加剧了事件的争议性。

2019.9

舆论压力之下，上海迪士尼做出相应改变，表示允许游客自带食物入园。9月12日，原、被告双方达成调解，被告上海迪士尼补偿原告人民币50元（当庭给付）。



上海迪士尼禁止外带食品事件传播趋势

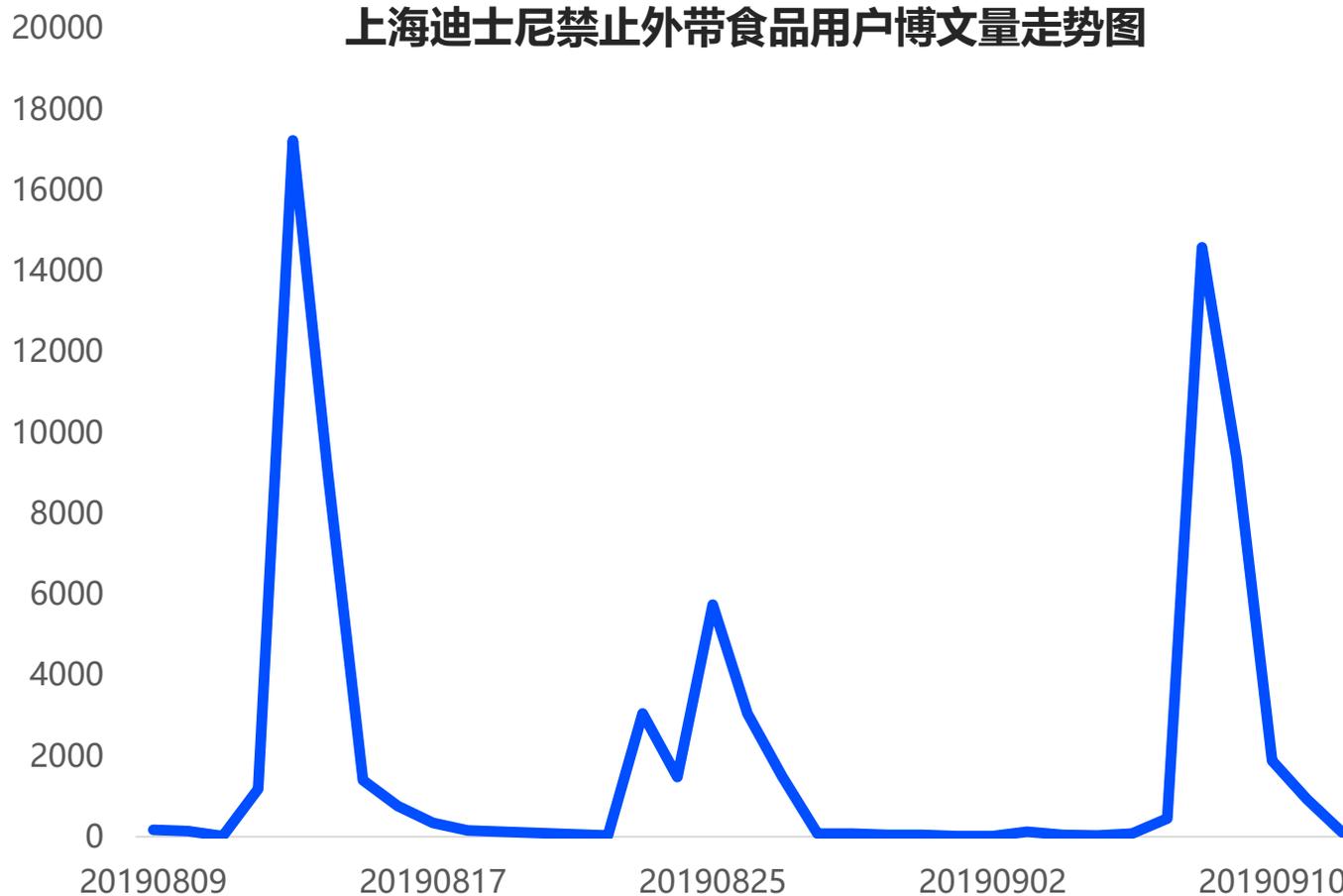
时间周期：2019.8.9-2019.9.12

互动量
237万+

用户量
6.8万+

上海迪士尼的态度由强硬到妥协，使该事件引起了用户的持续关注，用户博文量趋势在一个月內出现两次高峰。

上海迪士尼禁止外带食品用户博文量走势图



数据来源：新浪数据中心

学员退费无门还陷“套路贷”事件回顾

2019.8

某大型英语培训机构在国内主要城市的分店关门，受影响学员上万人。尤为引人注目的是，大量学员被培训机构诱导，从金融机构申请了人均数万元的培训贷。大批门店的关闭导致学员们无学可上，却还要继续还贷款。

2019.9

校外培训机构频现“爆雷”“跑路”的消息，其背后的原因多种多样，如教育培训机构迅速扩张但后续运营难以为继、经营不当导致资金链断裂等。面对培训机构的“跑路”，消费者往往陷入维权困难等处境。《国务院办公厅关于规范校外培训机构发展的意见》明确要求，收费时段与教学安排应协调一致，不得一次性收取时间跨度超过3个月的费用。



学员退费无门事件引发公众对预付费消费的担心

预付费消费因市场覆盖面广、进入门槛低、从业流动性大、资金监管难，近年来连续成为投诉热点，且已从传统美容、健身个体行业向装饰装修、教育培训等单个消费金额较大领域发展。



/04 黑猫投诉平台投诉数据



黑猫投诉平台介绍

黑猫投诉是新浪旗下的消费者服务平台，通过黑猫投诉，消费者能够随时反馈消费过程中遇到的各种问题。

平台拥有海量的企业库及极具影响力的各领域专家，同时打造投诉数据生态闭环，做到高效数据分发和高解决率，使消费者诉求可以得到快速反馈，从而提升消费体验。



消费者



企业



黑猫投诉平台



深入媒体报道，高量级媒体曝光量



企业资源库，合作企业联盟，各领域专家



数据生态闭环，高效数据分发红黑榜单，行业分析

黑猫投诉2019全年投诉量

2019年平台投诉量持续大幅增长，在8月份和11月份增幅显著，24小时有效投诉量突破10000单。



黑猫投诉入驻商家数量



2018年入驻商家 7473

2019年入驻商家 15391

入驻商家数量上升 106%

挽回经济损失

已完成投诉涉诉金额共计 **24**
亿



挽回经济损失

≈ 豪车 **1200** 辆



≈ 私人飞机 **48** 架

统计来源：用户投诉单中填写的涉诉金额



除了帮消费者解决与企业之间的消费纠纷，黑猫更利用平台优势多次为公安机关提供违法犯罪线索，打击犯罪。

去年全年提供线索共涉及不法平台 **90** 余家

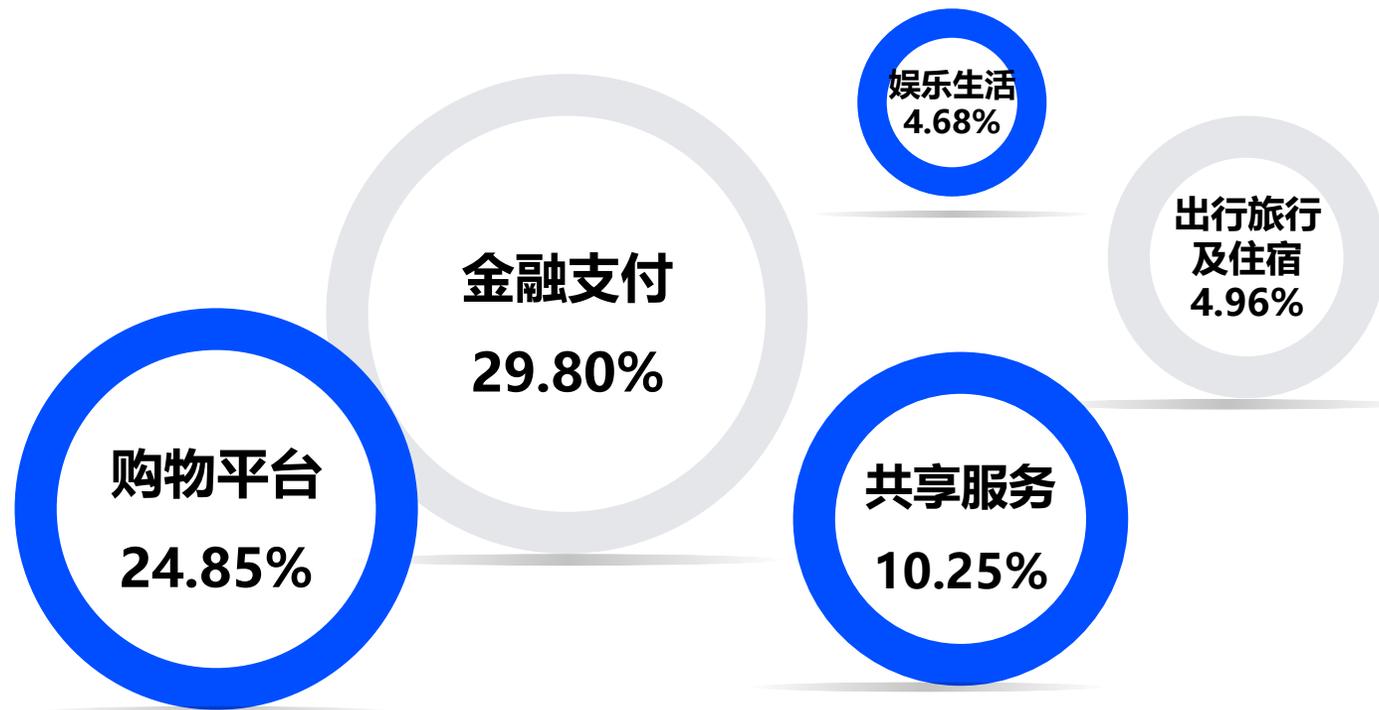
上报线索超过 **13000** 条

平台年度投诉行业分析



金融支付成为年度消费者投诉最多的行业，投诉量达29.80%，购物平台投诉占比24.85%，成为年度投诉第二的行业。

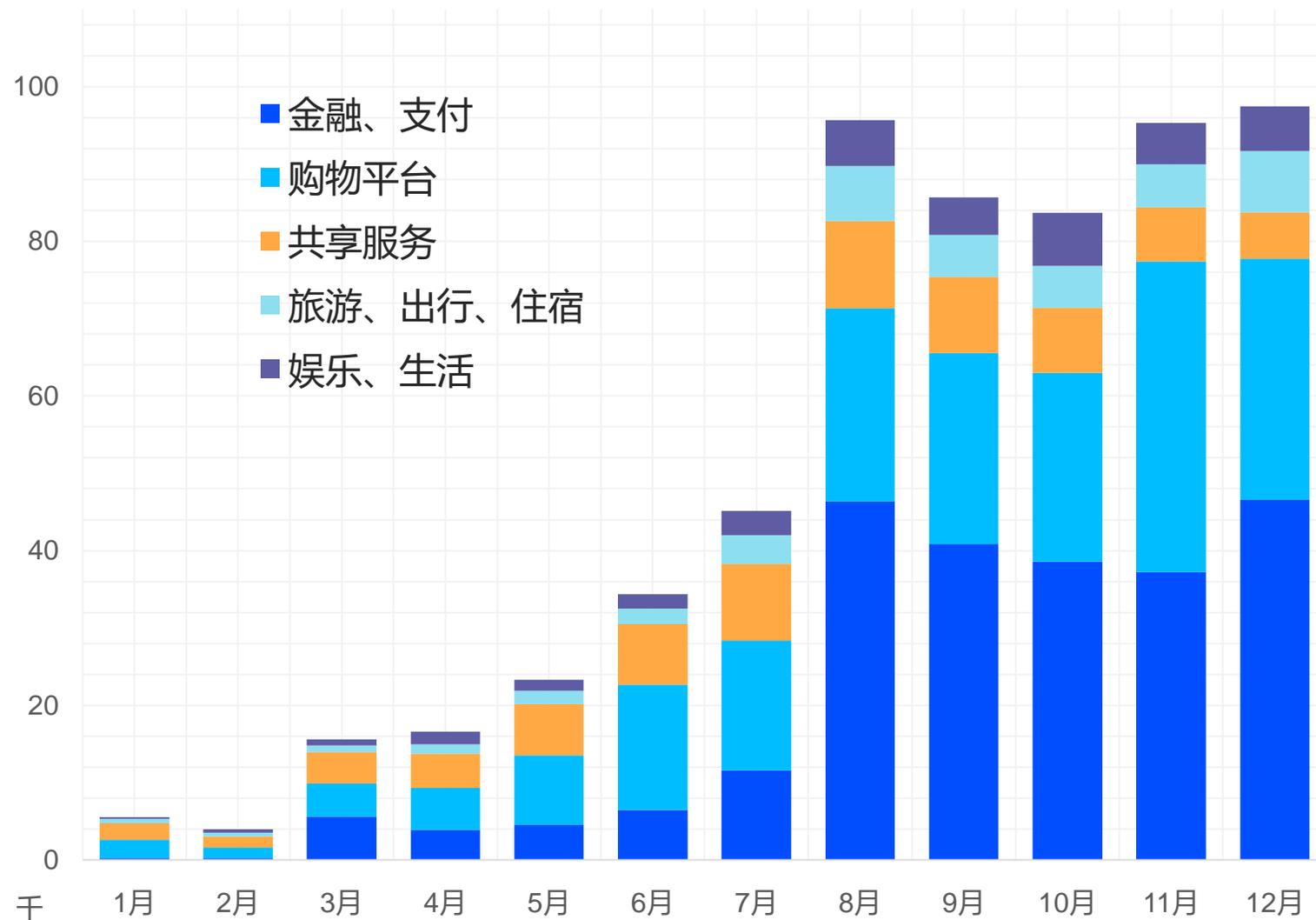
2019年消费者投诉最多的5个行业



主要行业投诉量分析



金融支付投诉量在8月份
突增，占比过半，全年投
诉达24万；其次为购物平
台，投诉量缓慢增长，全
年投诉达20万。



不同地区投诉情况



投诉量前三省份投诉行业情况

广东省	
行业	占比
金融、支付	32.68%
购物平台	20.75%
共享服务	18.99%
旅游、出行、住宿	5.56%
娱乐、生活	5.13%

江苏省	
行业	占比
金融、支付	32.02%
购物平台	30.79%
娱乐、生活	5.59%
旅游、出行、住宿	5.44%
共享服务	5.13%

浙江省	
行业	占比
金融、支付	31.32%
购物平台	30.19%
共享服务	8.69%
娱乐生活	5.33%
旅游、出行、住宿	5.17%

黑猫投诉2019年度排行榜

红榜

- 1 苏宁易购 
- 2 讯联智付 
- 3 美团 
- 4 TutorABC
- 5 京东商城
- 6 街电
- 7 得物App
- 8 恒富创融
- 9 vipJr
- 10 师学思大

黑榜

- 1 ofo小黄车
- 2 享骑电动车
- 3 Apple
- 4 PicArt美易
- 5 车小喜
- 6 拍拍贷金融
- 7 腾讯游戏
- 8 王者荣耀
- 9 加仑车服
- 10 天猫超市

注：红、黑榜通过“有效投诉量”、“回复量+确认完成量”、“回复率”、“完成率”、“响应时间”、“初始分配时间”等多个维度的影响因子来打分的出排行。

统计时段：2019年1月1日至12月31日

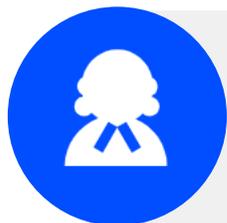
黑猫投诉合作方

黑猫投诉联合多家媒体、权威机构共同为消费者发声，并邀请业内律师来为消费者做专业法律解读，全方位守护消费者。



400 余家媒体

中国消费者报、中国经营报、财经网、消费者报道、消费日报.....



500 余名业内知名律师

雷家茂律师、郭小明律师、李华律师.....



30 余家权威机构

消费者协会、市场监管管理部门、12321举报中心、缺陷产品管理中心.....

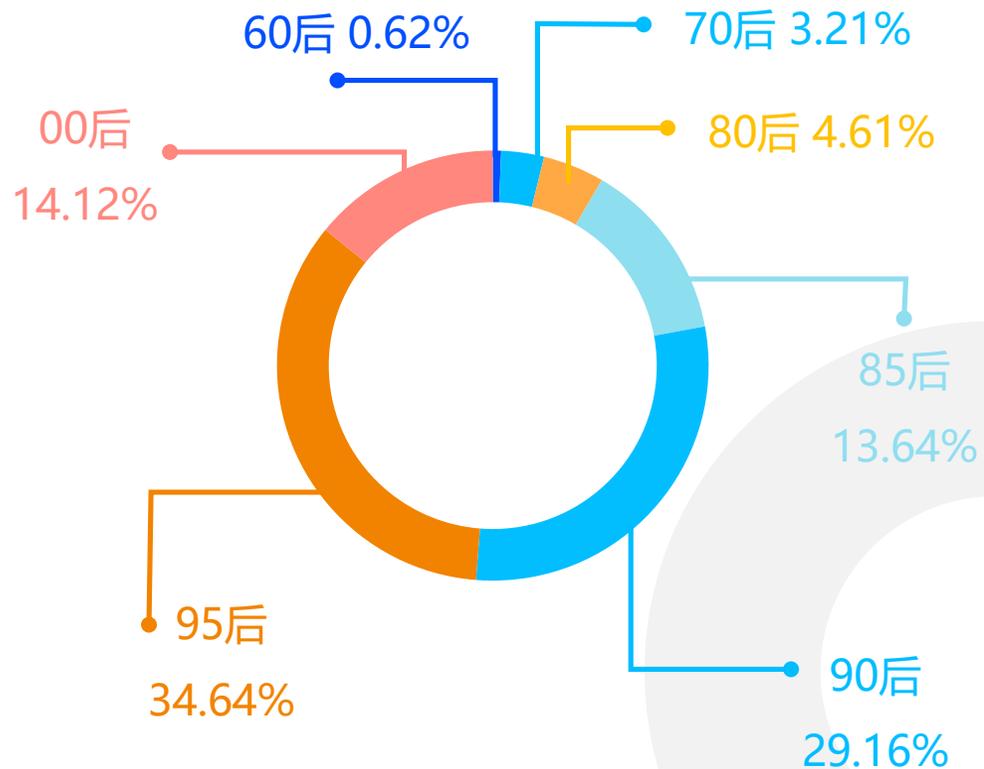
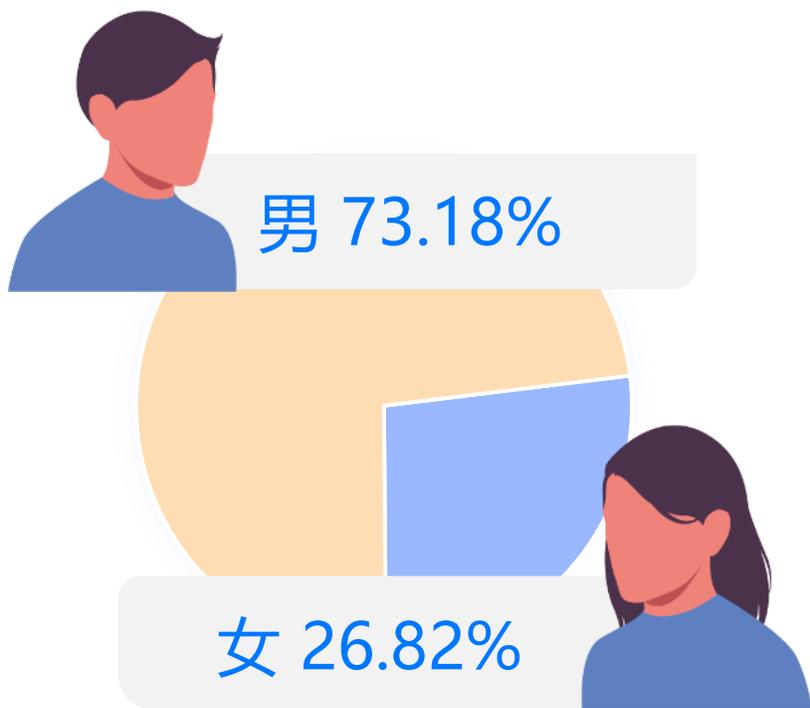


20 余家地方频道

覆盖 全国20余个省份和地区

黑猫投诉用户画像

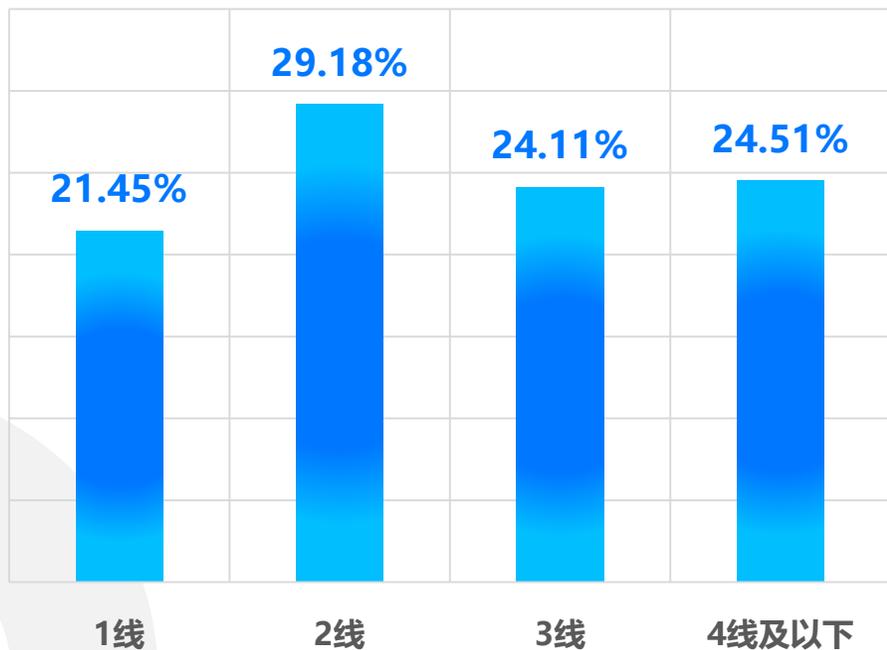
男性用户偏多，90后、95后占据了半壁江山。更多年轻人开始为自己的权益发声，通过第三方投诉平台保护自己的合法权益。



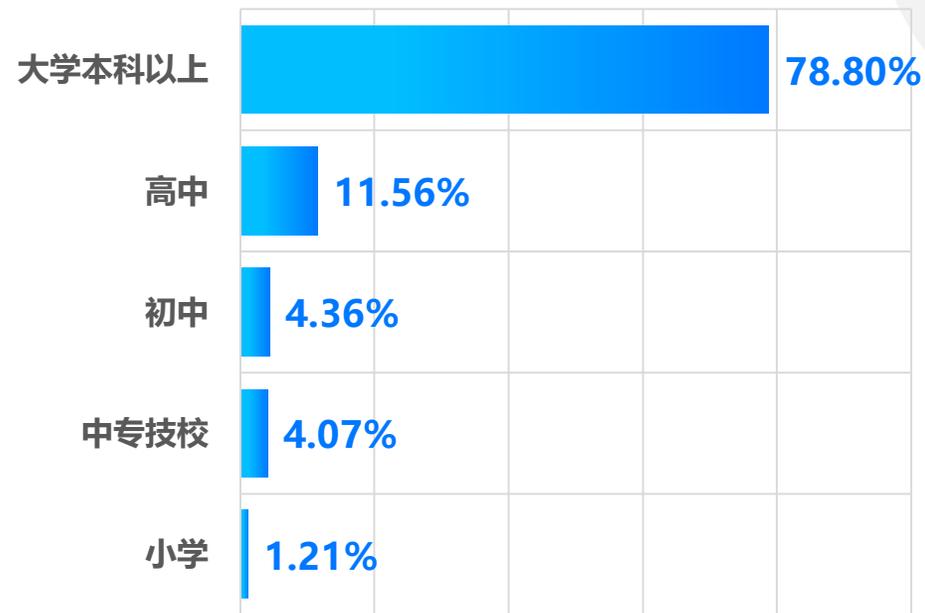
黑猫投诉用户画像

城市分布较均匀，二线城市占比较高。大学本科以上占比78.8%。

 城市占比分布

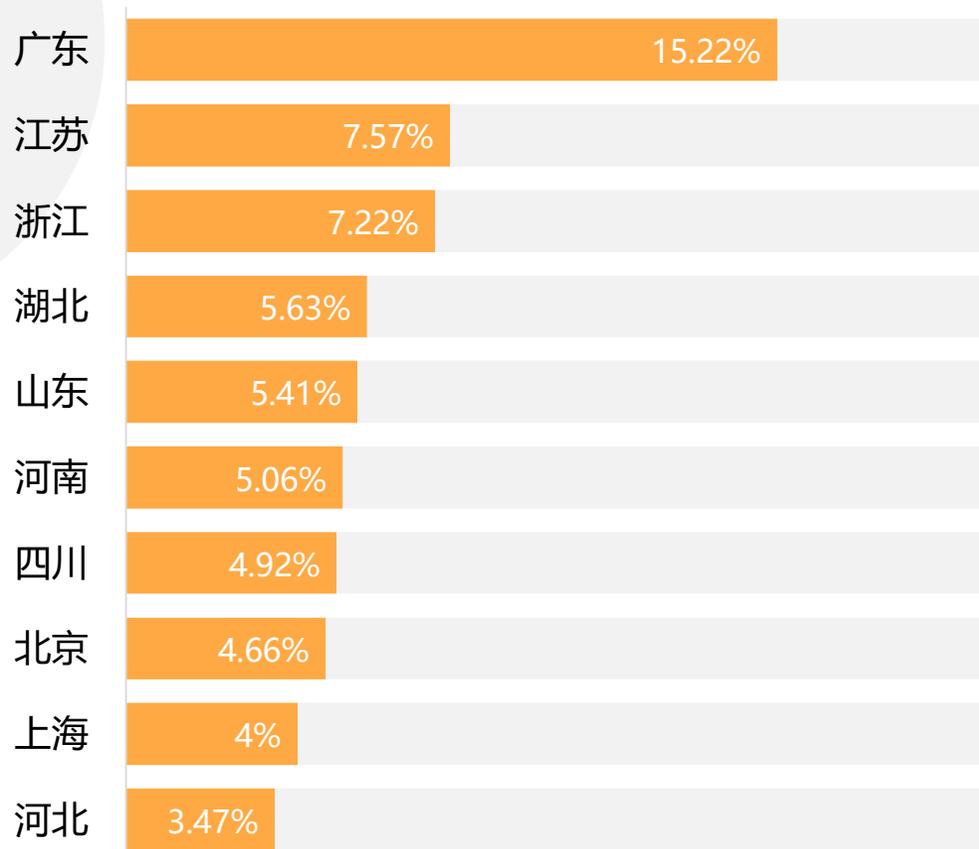


 学历分布

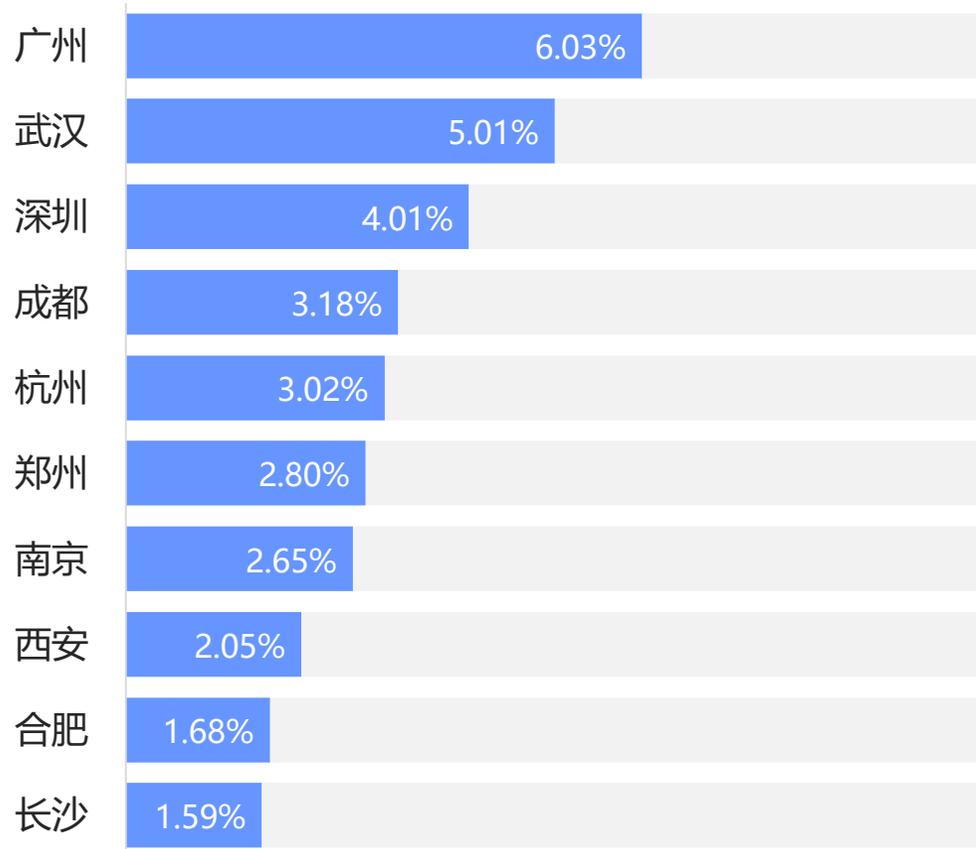


覆盖地区

📍 投诉人占比最高的十大省份



🏠 投诉人占比最高的十大城市



/05 消费维权行业趋势



○ 微博作为民众消费维权主渠道 得到广泛认可

微博具有先天的媒体属性优势

先天的媒体属性，使得微博在消费环境的改善方面起着积极的作用，给予消费者一个公开公正的维权渠道，也促使企业加大产品服务等方面的重视，进而提升产品品质及用户体验。



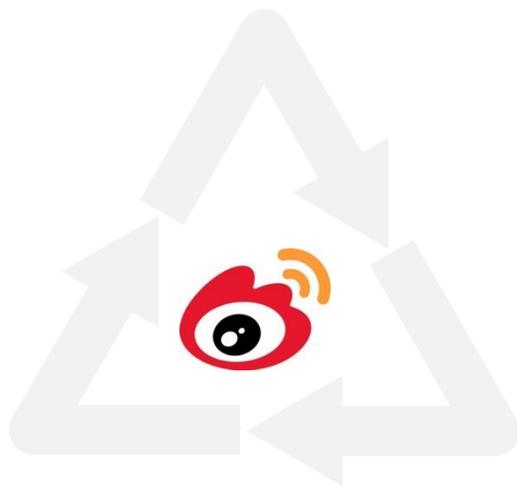
用户群体规模庞大

微博具有海量的用户，政府、企业、媒体账号、业界大V云集，草根用户资源也非常丰富。



传播

先天的媒体属性使得传播渠道及时且有效，60余个垂直领域也覆盖了社会生活的方方面面。



信息公开

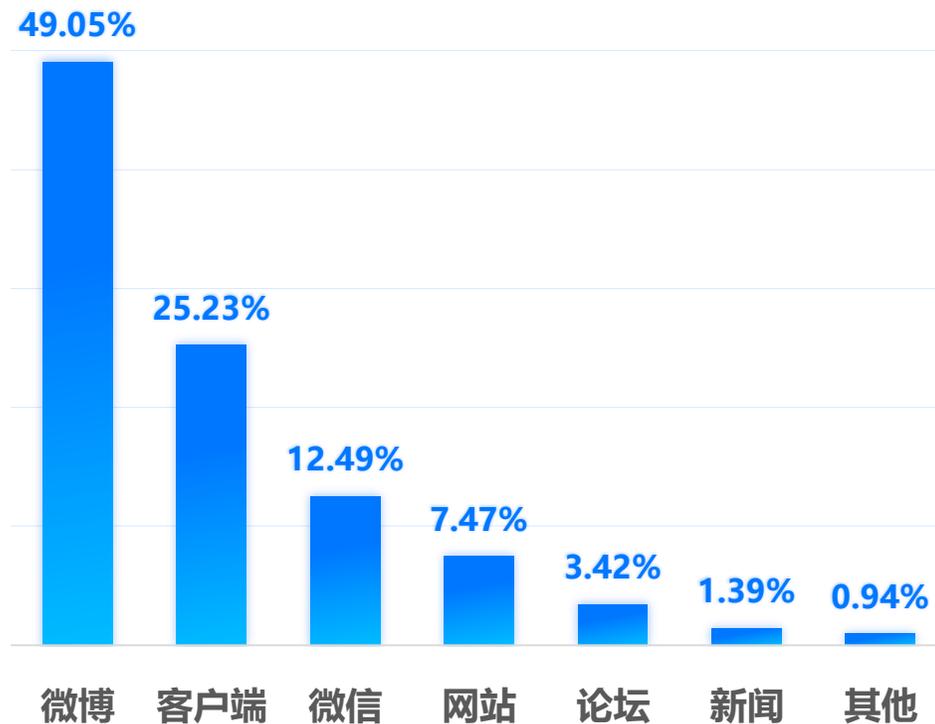
一个个热点话题的诞生，离不开广大用户的关注与讨论。

○ 微博作为民众消费维权主渠道 得到广泛认可

微博在信息传播效率上占据优势

中消协数据显示，国庆前后收集的近600万条“消费维权”类信息。在信息传播渠道上，“消费维权”类信息传播主要有微博、客户端、微信、网站、论坛、新闻等渠道。其中微博信息量最高，占比达49.05%。

作为公开式的社会化网络，在信息传递效率上微博占据很大优势，相关信息会裂变式传播。越来越多的消费者看中了这一特性，来维护自己的合法权益。



《“十一”假期消费维权舆情分析报告》 2019年10月25日中国消费者协会发布

互联网、第三方争议解决机制得到监管部门肯定

“互联网+市场监管”取得新成果

8月31日，全国12315平台正式上线，原工商12315、质检12365、食药12331、知识产权12330、价监12358五条投诉举报热线及平台统一整合，为投诉举报提供统一、全天候的服务。这意味着“互联网+市场监管”取得了新的成果，也标志着市场监管领域消费者权益保护工作取得新进展。



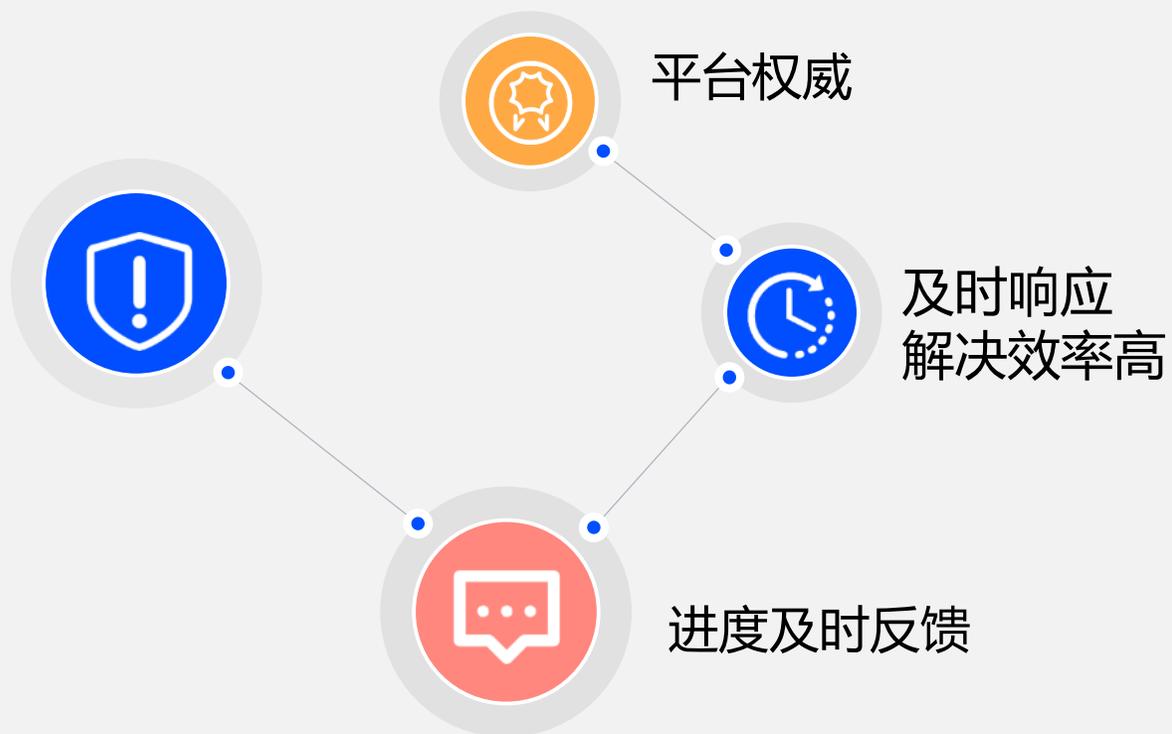
监管部门鼓励第三方平台参与解决消费纠纷

2019年12月2日，国家市场监督管理总局发布《市场监督管理投诉举报处理暂行办法》，自2020年1月1日起施行。其中第六条：

“鼓励社会公众和新闻媒体对涉嫌违反市场监督管理法律、法规、规章的行为依法进行社会监督和舆论监督。**鼓励消费者通过在线消费纠纷解决机制、消费维权服务站、消费维权绿色通道、第三方争议解决机制等方式与经营者协商解决消费者权益争议。**”

以黑猫为代表的第三方维权平台倍受信赖

用户选择投诉渠道时最看重的原因



用户选择黑猫的原因

-  背靠新浪品牌，公信力强
-  处理效率高，反馈及时
-  多渠道投诉，使用方便

黑猫投诉平台全方位保护消费者权益

 黑猫投诉平台在关注消费投诉的同时，还开辟了黑猫课堂等消费者教育栏目，通过联合专业律师解读常见消费纠纷，在消费者当中进行法制教育。

 在处理日常的投诉中，黑猫除了帮助消费者解决与企业之间的消费纠纷，还利用平台优势多次为公安机关提供违法犯罪线索，打击犯罪。



多方共建消费维权新生态 合力保护消费者合法权益

第三方投诉平台全方位保障

维护消费者合法权益是全社会的共同责任。

第三方投诉平台与众合作方建立消费者维权联盟，同步开展消费者权益保护宣传活动，切实提高消费者对消费维权的认知能力，优化消费生态环境。



政府采取多渠道维权

“互联网+消费维权”的新形式得到政府的认可和采用，降低了消费者的维权成本。



企业重视互联网声音

来自互联网的消费者真实诉求逐渐被企业关注和重视。



媒体多角度重点曝光

媒体通过多维度来对消费侵权事件重点曝光，通过媒体的力量普及消费者自我保护知识。