

共创消费新未来

黑猫投诉 3.15 特别策划

— 2023 —

2022年

消费者权益保护白皮书

数据支持：

 微热点研究院

 新浪微博数据中心
Sina & Weibo Data Center

联合发布：

 sina 新浪

 微博

 黑猫投诉

 微博热点

目录

2022消费者权益保护白皮书

01

全网消费维权
舆情分析

02

微博消费维权
数据盘点

03

微博热点消费
维权事件

04

黑猫投诉
平台投诉数据

05

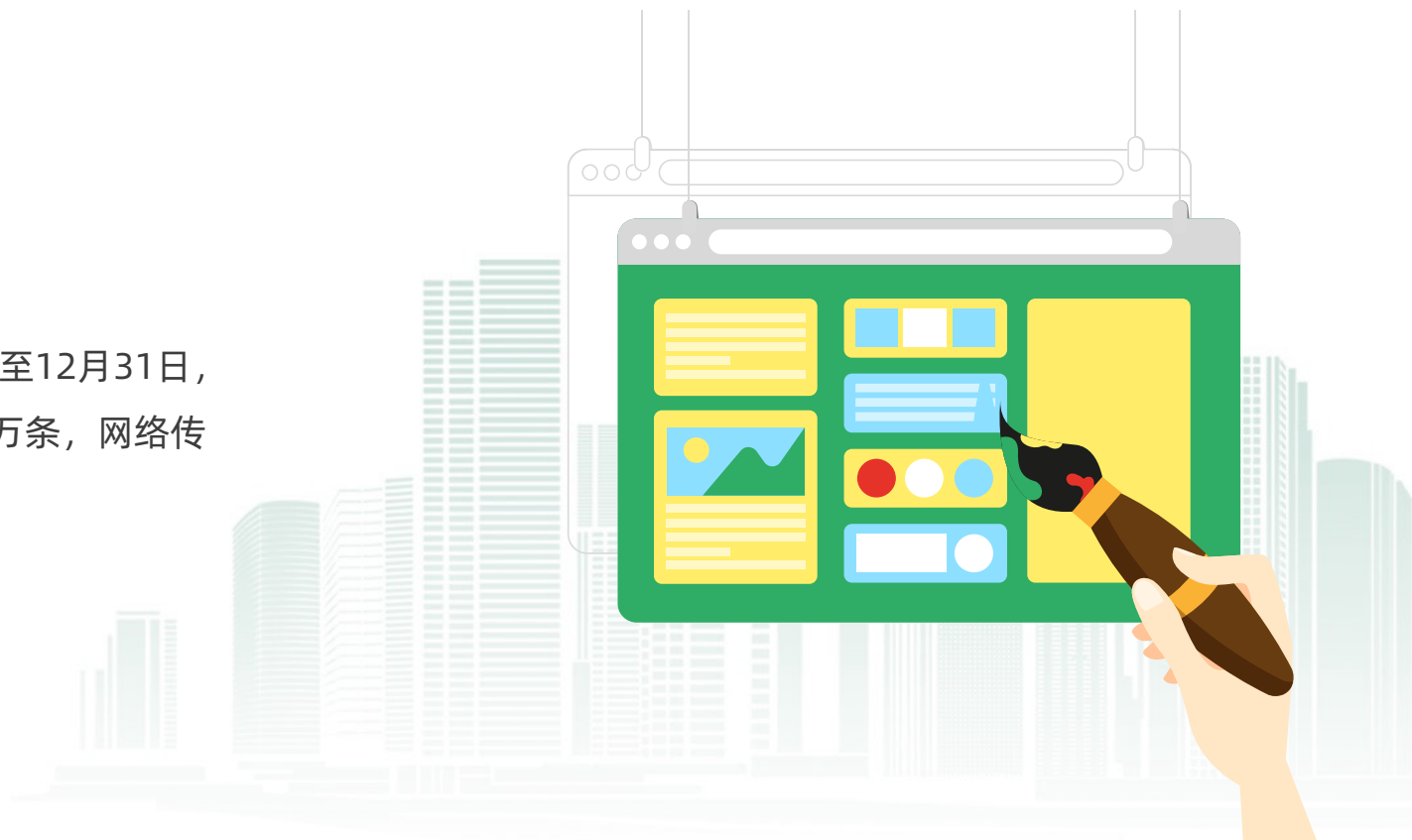
消费维权
行业趋势

全网消费维权舆情分析

01

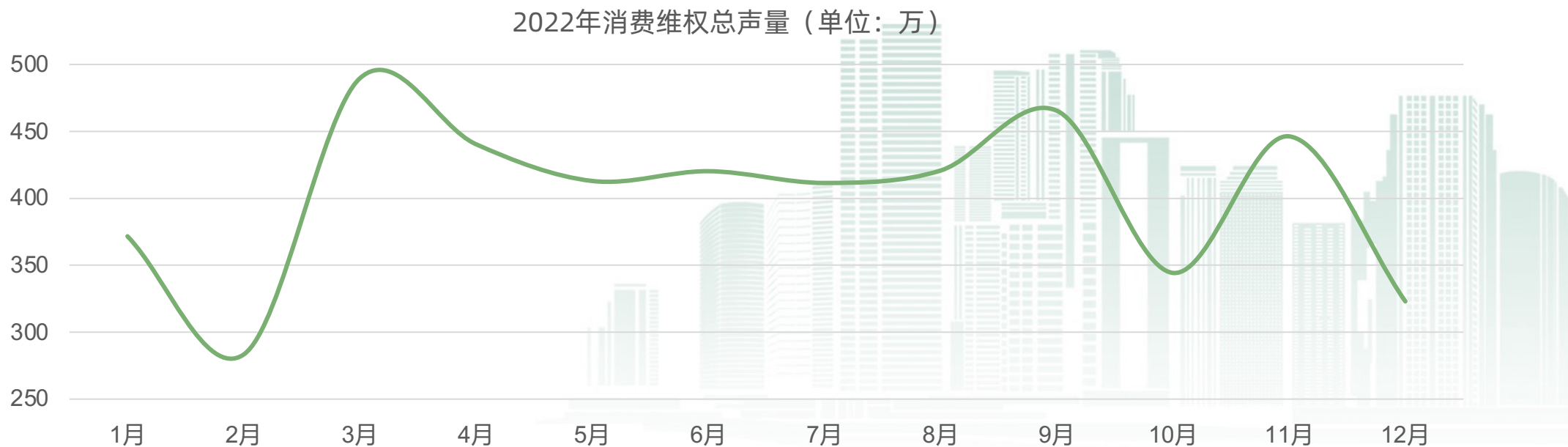
消费维权全网信息量

根据微热点研究院统计得出，2022年1月1日至12月31日，全网相关“消费维权”的信息量高达4829.4万条，网络传播热度指数达80.84。



消费维权全网信息量走势

根据信息统计数据来看，2022年3月，全网关于“消费维权”话题信息量达到最高点，因相关部门和公众对3.15国际消费者权益保护日有关信息的关注，使得三月份关于消费维权问题的信息量达到峰值，为489.61万条。全年所有月份信息量均在250万以上，由此可见消费维权问题在全年获得持续关注，公众就消费维权等一系列问题持续在网上发声。



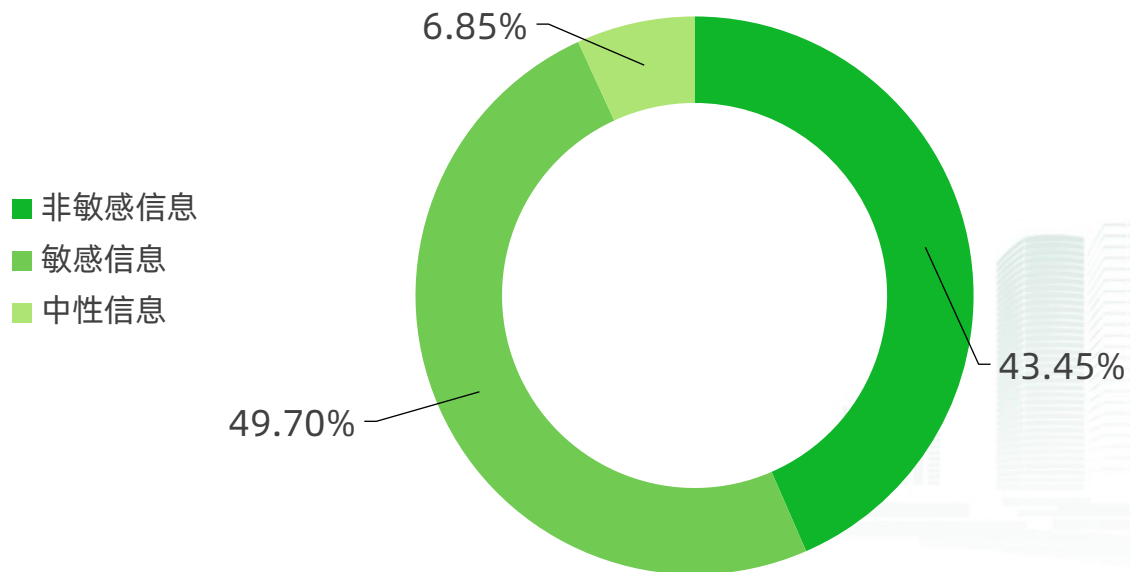


经分析，“维权”、“投诉”、“购买”、“贤合庄”、“加盟商”成为“消费维权”相关事件或话题网络传播过程中的核心词。

敏感信息与非敏感信息占比

分析敏感信息占比图，消费维权相关话题中，敏感信息占比49.70%。敏感信息主要为正规平台售卖产品质量问题遭投诉、食品卫生问题被曝光、受疫情影响多地物价上涨物资短缺等。

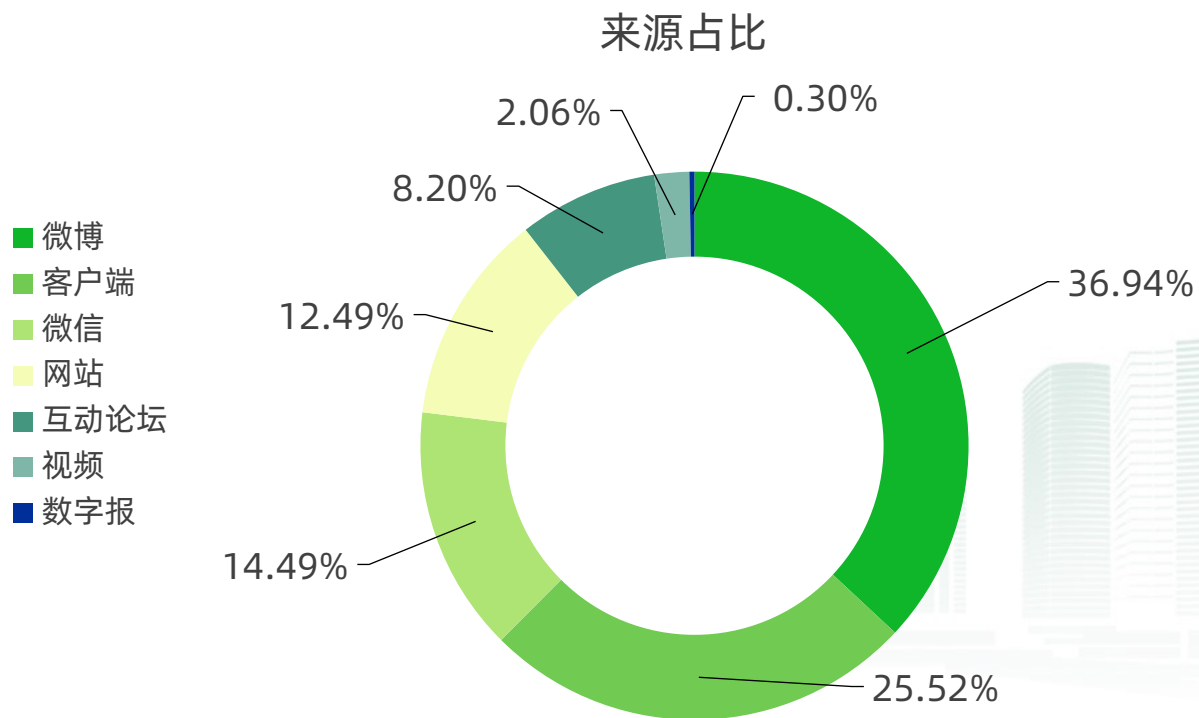
敏感与非敏感信息占比



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。

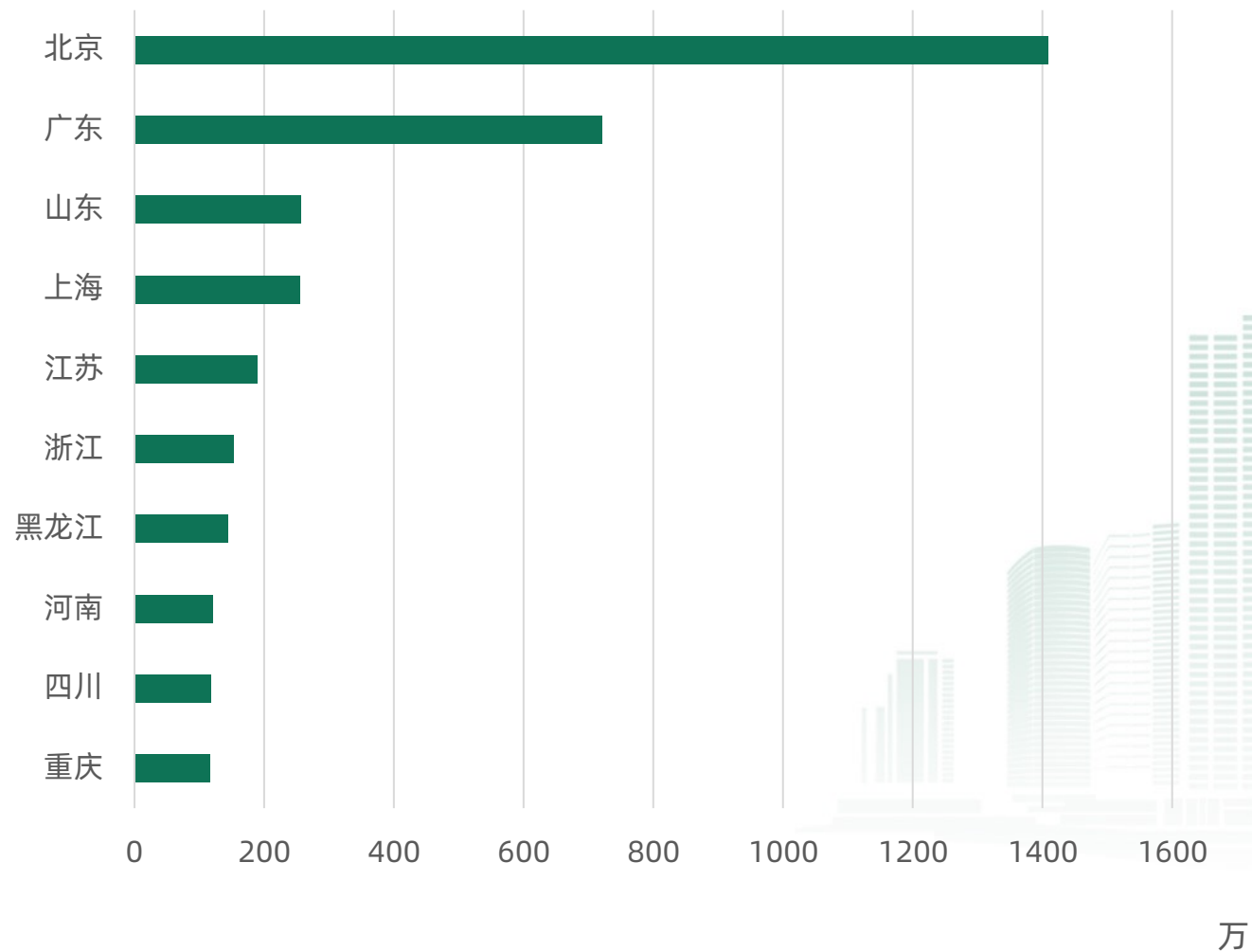
内容来源占比

2022年全年关于“消费投诉”相关信息来源中，微博占比36.94%，成为该话题主要传播平台。相较于2021年微博平台36.37%的占比，增加了0.57%，由此得出公众舆论在微博上发布消费维权话题逐渐增多，公众更愿意通过微博平台发布消费维权相关话题。





“消费维权”讨论者地区分布



从参与讨论“消费维权”信息的网民地域分布来看，北京、广东两地的网民参与程度最高，其次为山东、上海、江苏、浙江等地。近年来随着网购理念逐步普及，居民的消费意识和维权主阵地也在逐渐变化。

微博消费维权数据盘点

02

2022年微博消费维权整体数据

2022年，微博维权投诉用户达511万，博文量为2870万，博文阅读量高达330亿。2022年，消费维权相关博文持续曝光，关注度不断增加。

用户数
511万

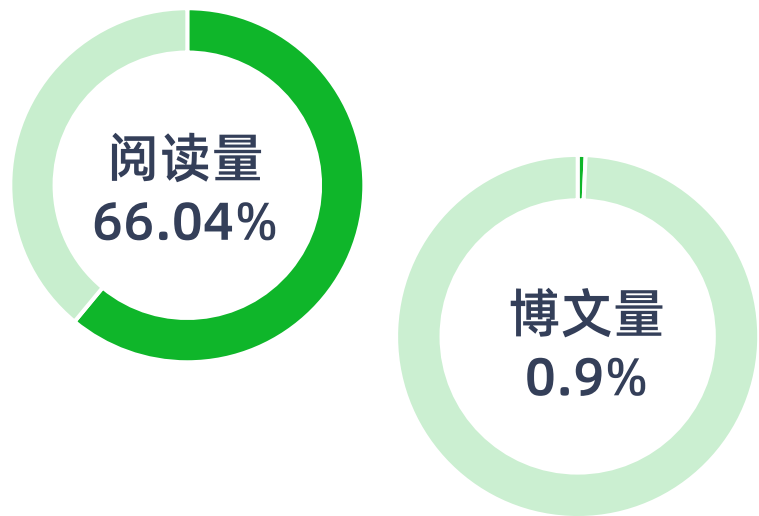
博文阅读量
330亿



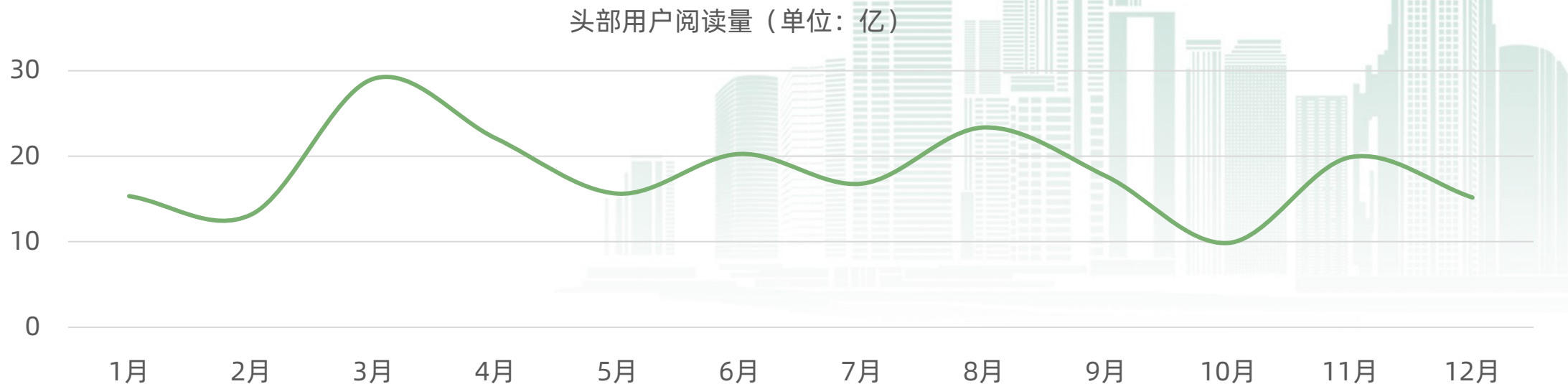
博文量
2870万

互动量
1.1亿

头部用户影响力进一步增强

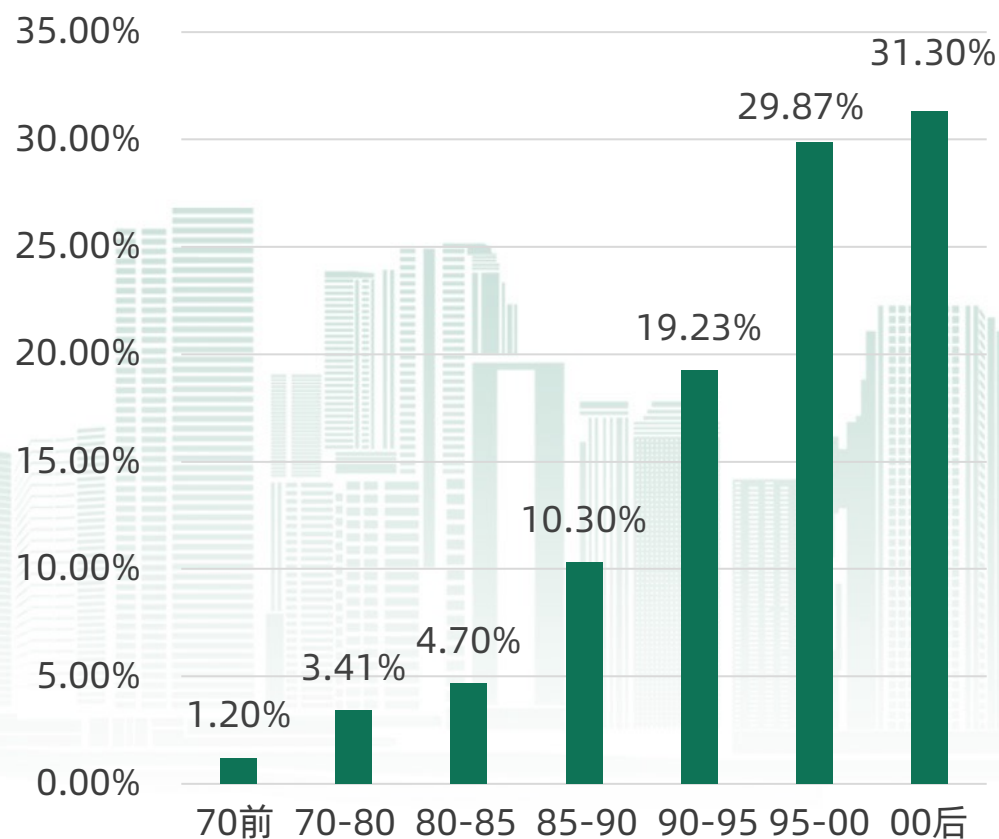
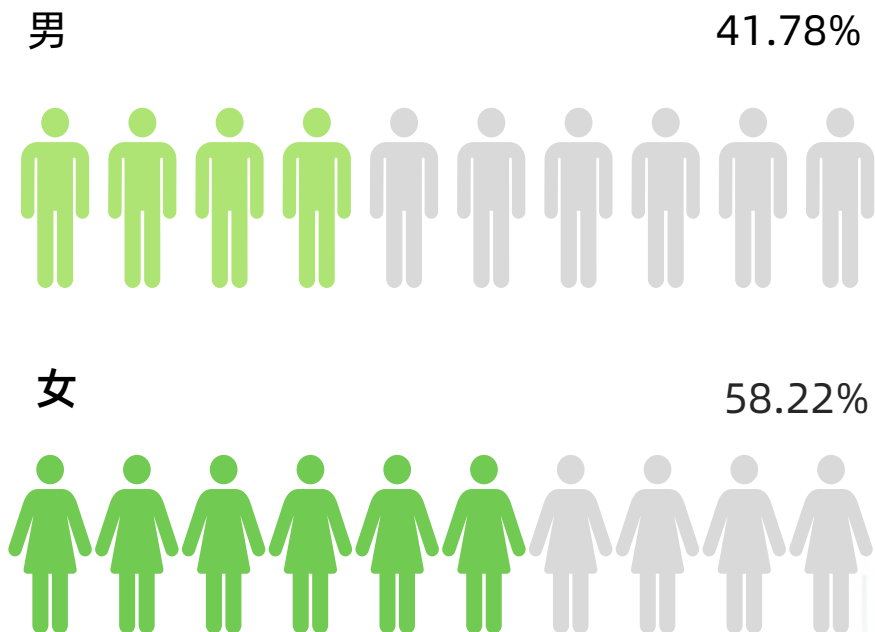


头部用户发博量25万，博文数占总体的0.9%，阅读量占总体的66.04%，3月达到高峰。在消费维权相关信息的传播上，头部用户影响力相比2021年进一步增强。



用户画像 — 性别和年龄分布

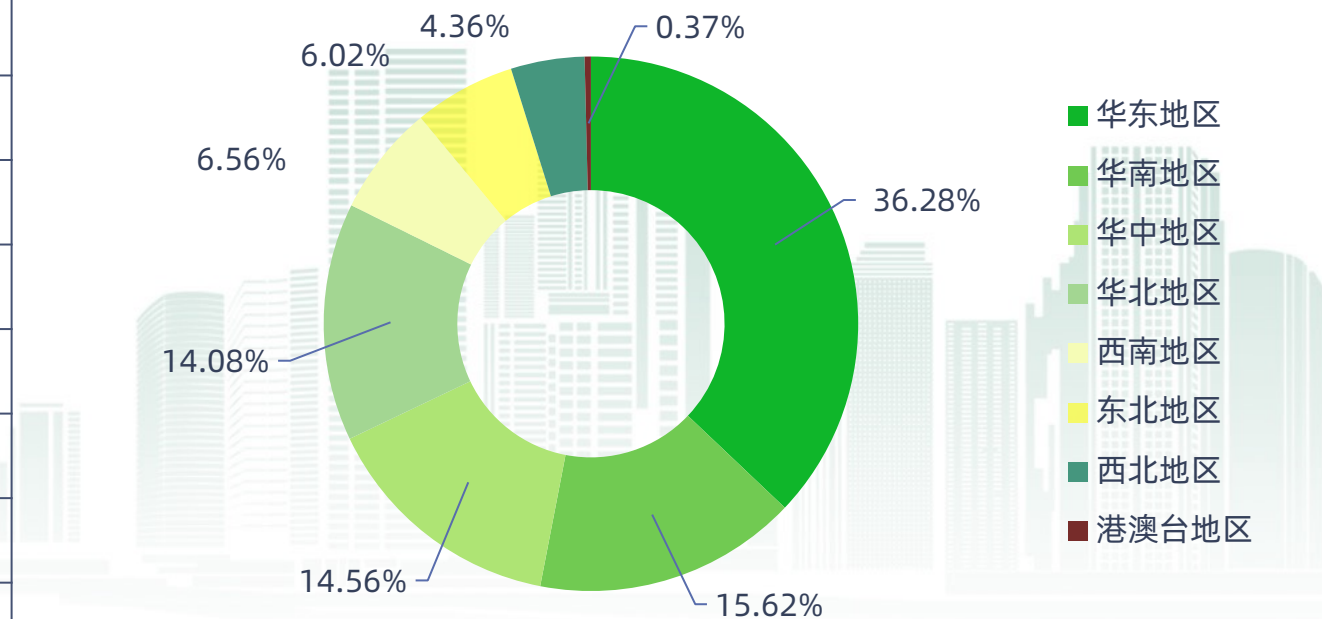
在发布消费维权信息的微博用户中女性用户占比58.22%，95后用户占比达61.1%，平均年龄28岁。



用户画像 — 地区分布

省份	占比
广东省	12.73%
江苏省	8.81%
上海市	7.04%
浙江省	6.98%
山东省	6.24%
北京市	6.13%
河南省	4.93%
四川省	4.37%
福建省	3.96%
湖北省	3.95%

广东、江苏、上海三省消费者更喜欢在微博上表达遇到的消费问题，细看区域分布，华东地区用户占比36.28%，占比最高。



微博热点消费维权事件

03

微博热点消费维权事件总览

01 ● 食品安全

02 ● 价格刺客

03 ● 医美乱象



微博热点消费维权事件总览

通过对2022年150余个消费类微博热搜数据盘点，分类汇总整理出消费者最关注的三类问题：**食品安全**、**价格刺客**、**医美乱象**。

食品安全

#女子6千买实木沙发内部全是水泥#
#多个餐馆因卖凉挂黄瓜被罚款5千#
#iPhone14Pro满电无法开机#
#女子在永辉超市买2斤猪肉花103元#
#女子为玩羊了个羊看广告被骗9万元#
#女子买连花清瘟被捆绑5种药品#
#张小姐客服称菜刀不能拍蒜#
#火锅店把吃剩锅底重新端给顾客#
#6旬女子一年花20万在养生馆放血排毒#
#女子曝光火锅底料有塑料带遭品牌方威胁#
#老板回应4碗螺蛳粉545元被质疑天价#
#巴黎世家12000元新包像大垃圾袋#
#河南女子谎称外卖吃出铁丝索赔177次#
#东北一串串店玩手机每人低消10串#
#女子花近8万整容整出9级伤残#
#女子吃火锅加热3次还有蠕动虫子#
#特斯拉官宣降价立即引发维权#
#女子买了1年的多肉是塑料做的#
#7度空间卫生巾内有虫卵品牌赔500元#
#女子小店吃面挑出80多只蚂蚁#
#女生买500根一盒棉签数后少88根#
#高洁丝回应被曝卫生巾有虫卵#

#老坛酸菜包竟是土坑腌制#

#男子买7斤螃蟹少3斤商家被罚3万#
#古茗被曝喝出壁虎#
#三只松鼠被曝吃出油炸壁虎#
#康师傅方便面中发现老鼠屎#
#博主称被美团跑腿勒索暗示加价#
#女子买退烧药发现价签贴3层涨20元#
#教育局回应中学收20元树叶费#
#优酷投屏收费#
#女子称方便面油包出现白色颗粒#
#西安一整形专家在自己门诊整形身亡#
#一支中性笔卖55元#
#女子便利店买椒盐鸡全鸡屁股#
#网红炸鸡店在厕所泡原材料#
#女生房租1万3被中介嫌自理能力差#
#男子洗澡时淋浴房玻璃门突然爆裂#
#8000元1件羽绒服直播间仅卖800元#
#男子华莱士汉堡中吃出2只炸熟蟑螂#
#双汇生产车间乱象#
#双汇火腿肠吃出尖锐异物#
#19.9元拍写真最终花了2万多#
#顺丰寄丢11000元手机仅赔1000#
#苏菲卫生巾被曝有虫子尸体#
#女子网购牛仔裤竟在里面发现内裤#
#高洁丝卫生巾被曝有黄色污染物#
#顺丰回应包裹破损美林不翼而飞#
#一个插座卖528元里面竟藏着摄像头#

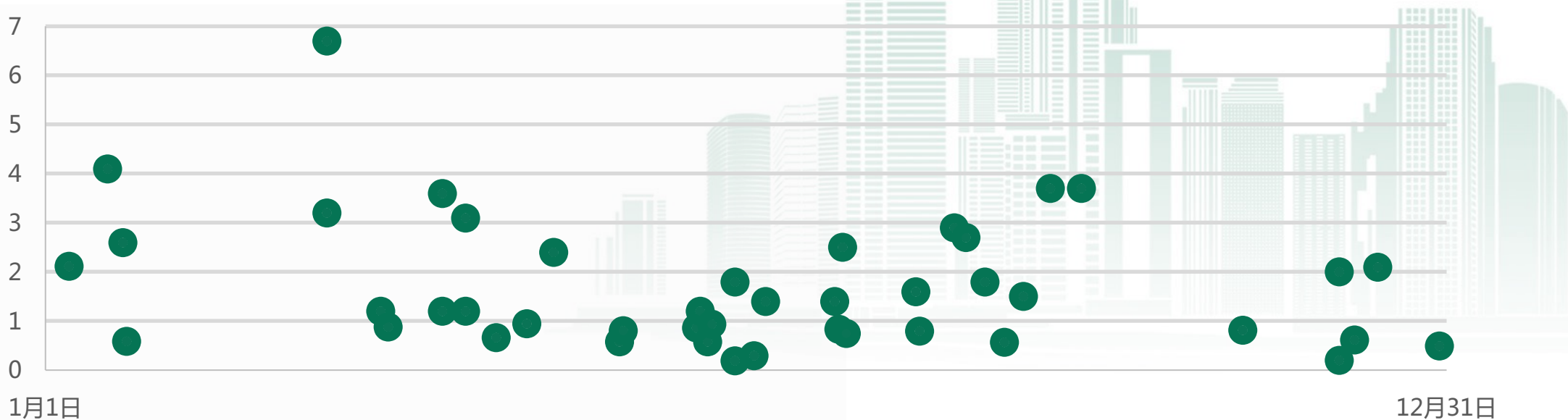
价格刺客

医美乱象

俗话说“民以食为天”，食品安全与每个消费者的健康息息相关，因此也一直是大家关注的焦点，极易引发大众讨论。据黑猫投诉不完全统计，微博平台2022年全年与消费维权相关的热搜中阅读量超1000万的有54个与食品安全相关，总阅读量近95亿，其中阅读量过亿的的热搜28个。除2月和11月以外，其余各月均有至少4个食品安全相关的话题登上热搜榜。

这些消费侵权事件涉及食品或餐饮企业加工过程的卫生问题、食品出现异物、变质，以及不合规的食品添加剂引发争议等方面。

食品安全问题话题阅读量热力图（单位：亿）





食品安全 — 数据分析

中消协公布的《2022年全国消协组织受理投诉情况分析》中也显示，在具体商品的投诉分布中，食品投诉量居首位，与2021年相比增幅达31.45%，增速较高；与食品安全密切相关的餐饮服务投诉量则位列服务细分领域投诉第二位，同比增长26.21%。

商品大类	2022年	2021年	同比 (%)
食品	78335	59592	31.45
服装	54466	42916	26.91
汽车及零部件	43836	41624	5.31
通讯类产品	36990	33024	12.01
鞋	30937	24729	25.10
家具	26349	21491	22.60
化妆品	25401	14358	76.91
日用杂品	22499	18083	24.42
计算机类产品	21298	16678	27.70
首饰	19932	15216	30.99

服务类别	2022年	2021年	同比 (%)
经营性互联网服务	72650	63730	14.00
餐饮服务	46956	37204	26.21
培训服务	45243	48528	-6.77
移动电话服务	35412	18403	92.43
美容美发	29979	29623	1.20
网络接入服务	25875	34938	-25.94
健身服务	23712	29494	-19.60
住宿服务	20918	22421	-6.70
教育服务	20811	25175	-17.33
保养和修理服务	20124	19571	2.83



食品安全 — 女子曝光火锅底料有塑料袋遭品牌方威胁

2022年1月15日，消费者称购买的重庆小天鹅火锅底料发现有一根长长的塑料带，便拍了视频发到网上。当晚，几名自称是品牌方的人联系到该消费者，有的说好话，有的则是对该消费者进行威胁。该消费者表示，“自己平时做生意比较忙没想过讹钱，而且这件事道个歉就完了，没必要去威胁人，吃到嘴里的东西，有问题拍出来给大家看看没什么不应该。”

2022年1月17日，四川巴中市场监管局成立了专项工作组会同公安机关开展调查，将涉事存异物的产品封存送检。此外，涉事企业已与该消费者达成协议，按其购入火锅底料价格十倍先行赔付。



北京头条

2022年01月16日 18:30 来自 微博视频号

#女子曝光火锅底料有塑料带遭品牌方威胁#【女子购买的火锅底料中发现塑料带，发视频曝光后竟遭“品牌方”以小孩威胁】1月15日，四川巴中。蒋女士反映，近日她购买的重庆小天鹅集团的火锅底料，打开后发现底料里竟然有一根长长的塑料带，便拍了视频发到网上。当晚，几名自称是品牌方的人联系到蒋女士，有的说好话，有的则是对蒋女士进行威胁。蒋女士表示，自己平时做生意比较忙没想过讹钱，而且这件事道个歉就完了，没必要去威胁人，而且吃到嘴里的东西，有问题拍出来给大家看看没什么不应该。 @后浪视频 后浪视频的微博视频 收起



受不了别人威胁我

都是成年人了这点道理不懂吗

你们是活在钱里

看你家小孩挺多的

我们讲的是感情

你不怕你觉得你小孩怕不怕

真是一点都不怕

417

109

914

食品安全 — 钟薛高31度室温下放1小时不化

7月正值冷饮销售期，但一则#钟薛高31度室温下放1小时不化#的新闻话题却冲上热搜，关注度持续走高。有网友称在室温31℃左右放置1小时后，钟薛高海盐椰椰口味雪糕没有“完全融化”。而客服给出的回复则是“融化呈粘稠状，有少量卡拉胶添加”。话题引发了网友对食品添加剂话题的激烈讨论。面对网友们众多的质疑，上海市监介入调查，钟薛高也第一时间回应称“产品仅使用极少量的食品乳化增稠剂，均严格按照国家相关标准添加，可放心食用。”并表示用烤雪糕等方式评断品质不科学。



食品安全 — 政策解读

在2023年3月7日举行的十四届全国人大一次会议第二场“部长通道”上，国家市场监督管理总局局长罗文就当前市场监管领域热点话题接受媒体采访时表示：“食品安全是老百姓最关心的民生问题，是市场监管部门的重要职责。要压紧压实各方责任，严格监管执法，着力防范化解风险隐患。切实保障人民群众‘舌尖上的安全’。市场监管总局将重点采取三方面举措，健全完善‘早发现、早预警、早处置’的风险管控机制；严格落实‘日管控、周排查、月调度’的企业主体责任；督促落实‘末端发力、终端见效’的属地管理责任。”

罗文说：“要进一步健全食品安全风险会商、预警提示、应急处置机制，不断拓展问题发现渠道，对可能出现的风险问题，综合研判、提前应对、防患未然，尤其是要及时发布预警提示，切实保护公众健康。同时，加大监管执法力度，严厉查处违法违规行为。”





价格刺客

2022年夏“雪糕刺客”一词走热。看起来其貌不扬的雪糕，结账时高昂的价格让人大吃一惊，这一现象引发全民吐槽。“价格刺客”之所以是“刺客”，正因其往往藏于暗处，利用价签模糊遮挡、价签不规范、计量单位不一等手段来伪装成普通商品，关键时刻“一剑夺命”。

#雪糕刺客#

• 分类 搞笑

• 导语 雪糕刺客是指那些隐藏在广大雪糕里面，看起来其貌不扬，但是当你拿去结账的时候，它就会用价格给你的钱包狠狠的刺上一剑的高价雪糕。

• 主持人 🧑 梗指南

话题总览



2.4 亿
阅读次数

6.9 万
讨论次数

9132
原创人数



价格刺客——一支中性笔卖55元

8月28日，#一支中性笔卖55元#登上热搜，话题阅读量2.9亿。一支洞洞铅笔售价近20元，一支米菲宝珠笔(水性圆珠笔)售价50元。新学期即将开始，不少家长在给孩子置办文具时纷纷感慨：躲过“雪糕刺客”，却没躲过“文具刺客”！记者走访文具市场发现，一批样式新颖、功能繁多的“高价文具”动辄大几十甚至数百元，在俘获学生粉丝的同时也成了收割家长钱包的“利器”。



价格刺客 — 政策解读

《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十条第三款规定：“经营者提供商品或者服务应当明码标价”，同时《明码标价和禁止价格欺诈规定》第十九条规定：“经营者不得实施下列价格欺诈行为：（六）不标示或者显著弱化标示对消费者或者其他经营者不利的价格条件，诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易。”所谓“价格刺客”即将高价商品与同类低价商品混放，并通过不明码标价的方式诱骗消费者买单，本质是一种价格欺诈行为。

市场自由应建立在明码标价，消费者充分知情自愿的基础上，而不是遮遮掩掩伪装刺客。2022年7月1日，国家市场监督管理总局发布的《明码标价和禁止价格欺诈规定》施行，其中明确要求，经营者应当以显著方式进行明码标价，明确标示价格所对应的商品或者服务，明码标价应当根据商品和服务、行业、区域等特点，做到真实准确、货签对位、标识醒目。此规定或将使价格刺客无处遁形。





追求美是人的天性，而医疗美容行业的发展，就折射了公众对美好生活的向往。其行业发展前景与社会经济发展水平息息相关，其行业秩序则直接关系到消费者的生命健康安全。伴随着行业的高速发展，在利益的驱动下，一些商家通过助长“容貌焦虑”情绪蔓延，误导消费者，让其忽视医疗美容行业潜藏的风险，甚至催生了无证经营、虚假宣传、违规操作、诱导贷款等一系列行业乱象。



医美乱象 — 数据分析



中国消费者协会官网投诉数据显示，2015年到2020年，全国消协组织收到的医美行业投诉从**483件**增长到**7233件**，5年间投诉量增长**近14倍**。据黑猫大数据中心数据统计，自2018年起，黑猫投诉平台收到的医美行业投诉整体呈现不断增长的趋势，其中2022年医美行业相关投诉**7800余件**，从用户年龄来看，医美行业投诉用户主要集中在90后、95后及00后，其中**20-30岁用户占比超过60%**。

医美乱象 — 9块9体验祛痘却背上万元贷款

伴随着越来越多的大学生群体进入医美市场，高额的医美费用支出成为了新的问题，一些不法商家趁机设下“医美贷”圈套，通过免费无息等虚假或者误导性的宣传，让很多消费者在不知情的情况之下办理了贷款，而当消费者发现自己“被贷款”时，通常已经产生了高额利息或滞纳金，这让许多学生及刚刚工作的年轻人难以负担，个人征信也因此受到影响。

在黑猫投诉平台上，有消费者反馈自己在网上看到了9.9元体验祛痘的项目，到店后却被推销其他美容项目，因钱不够拒绝时还被推荐了“美容贷”，并且由店员拿着自己的手机操作贷款了2万余元。据黑猫大数据中心数据统计，2022年黑猫投诉平台涉及医美贷问题投诉1400余件，占医美行业投诉约20%。





医美乱象 — 7人去私立诊所整容4人整出9级伤残

2022年4月15日，#女子花近8万整容整出9级伤残#登上热搜，阅读量超2亿。据悉，当事人等7人在北京一家私立医美诊所进行了双眼皮修复、去眼袋等手术。然而整容变成了毁容，有4人甚至还落下九级伤残。沟通无果后，当事人将诊所告上法庭。法院一审认为，医美诊所存在欺诈行为，7人分别获赔29万余元至80万余元不等。



医美乱象 — 政策解读

2020年4月17日，国家卫健委联合中央网信办、教育部、公安部、商务部、海关总署、市场监管总局、国家药监局八部门发布了《关于进一步加强医疗美容综合监管执法的通知》，从医疗美容机构自我管理、行业组织自律、政府监管、社会监管四个方面加强监管。

2021年6月，国家卫健委、市场监督管理总局等八部委联合印发了《打击非法医疗美容服务专项整治工作方案》，联合开展打击非法医疗美容服务专项整治工作。

2022年9月开始，市场监管总局、公安部、商务部、国家卫生健康委、海关总署、税务总局、国家网信办、国家中医药局、国家药监局、最高人民法院、最高人民检察院等11部门联合行动，在全国范围内集中开展医疗美容行业突出问题专项治理行动。

通过监管政策的不断完善和整治力度的加强，医美行业正在进行一场“刮骨疗毒”。



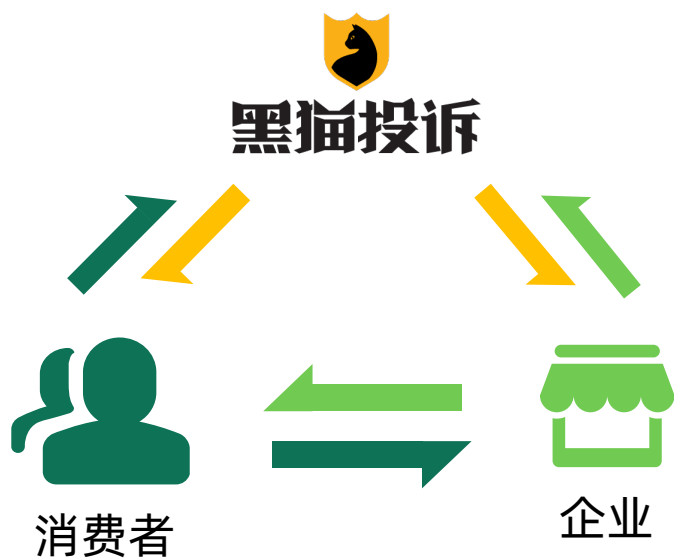
黑猫投诉平台投诉数据

04

黑猫投诉平台介绍

黑猫投诉是新浪旗下公益性消费纠纷解决平台，旨在建立起消费者和商家之间的沟通桥梁，用互联网平台化的机制一站式高效帮助消费者和企业解决消费过程中产生的各类纠纷。

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。



主管部门、机构、媒体多方联动



消费安全知识科普，热点消费事件追踪



客户端、PC、WAP多种渠道搭建便捷消费服务体系



黑猫投诉2022全年投诉量

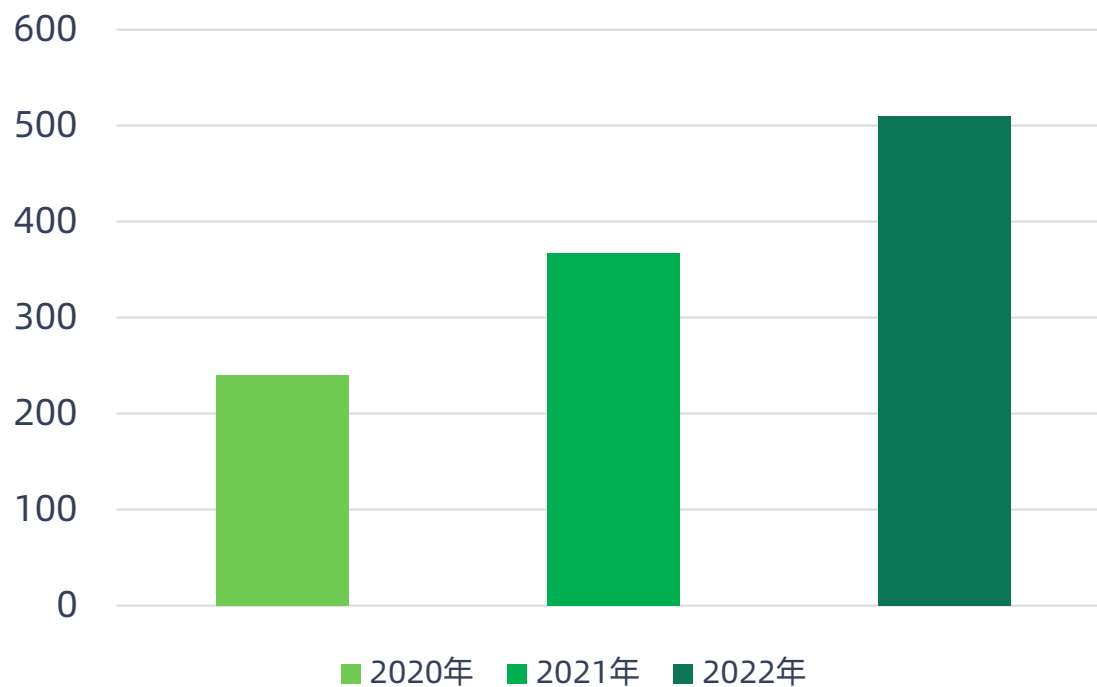
2022年共收到有效投诉量超 **510万**

平台累计有效投诉量超 **1208万**

超过 **77.28%** 的投诉得到企业响应

超过 **63.74%** 的用户投诉得到有效解决

近三年有效投诉量（单位：万）

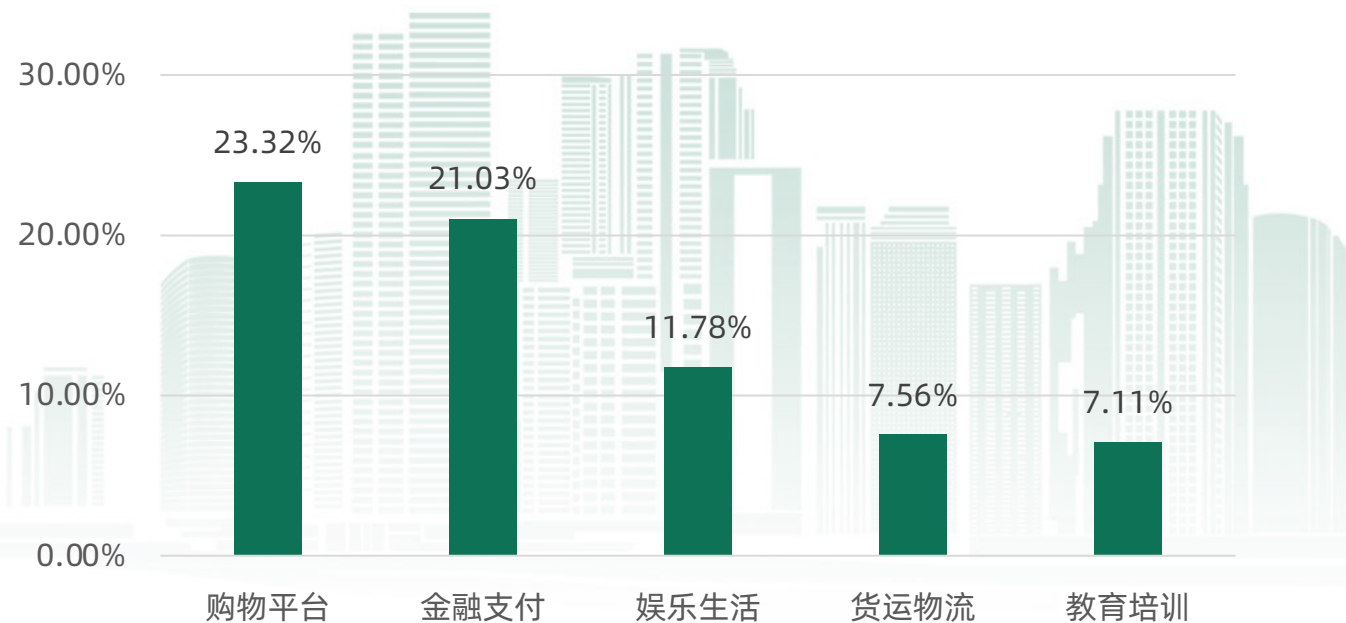


平台年度投诉行业分析

目前，黑猫投诉平台涵盖购物平台、金融支付、娱乐生活、货运物流、教育培训、外卖餐饮、旅游出行住宿、美妆服饰、房产家居等各个消费领域。购物平台成为年度被消费者投诉最多的行业，投诉量占比达23.32%；金融支付行业投诉量占比21.03%，为平台年度投诉第二多的行业。

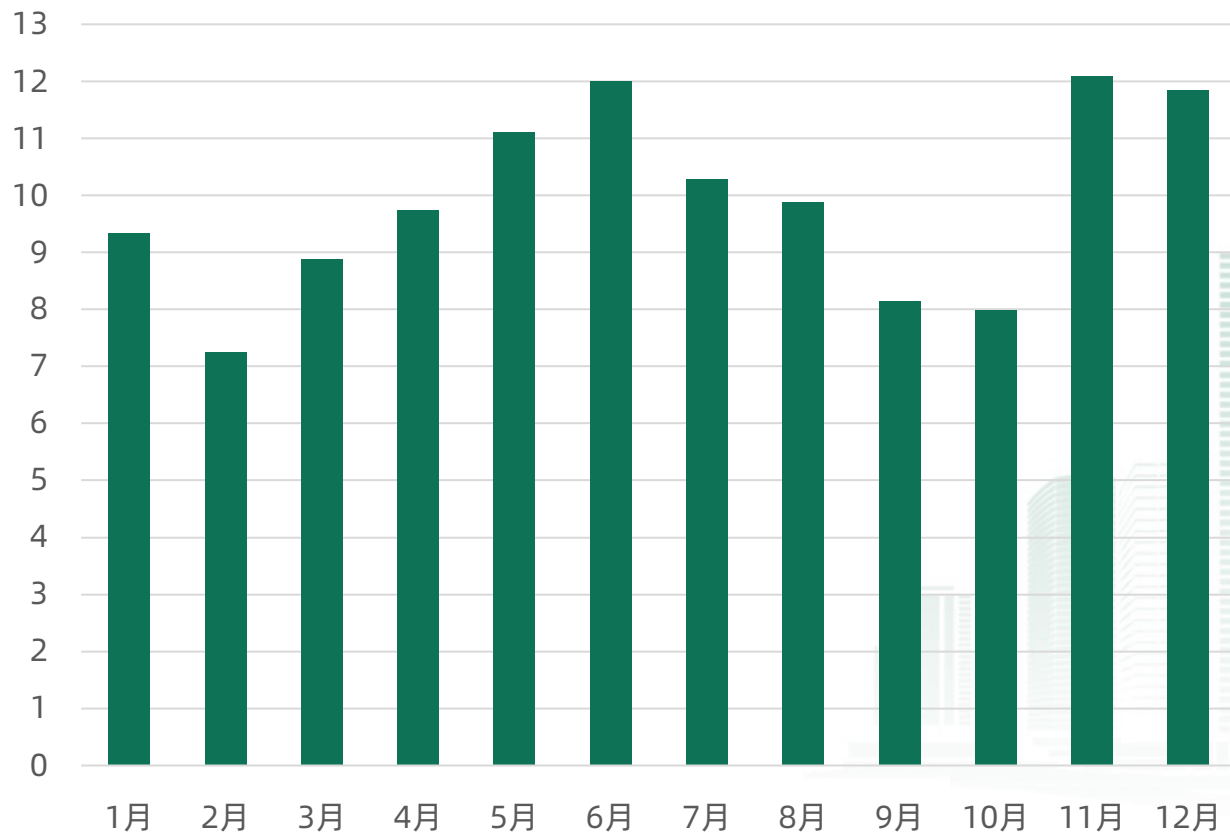


2022年消费者投诉最多的5个行业



主要行业投诉量分析 — 购物平台行业

2022年购物平台行业投诉量走势（单位：万）



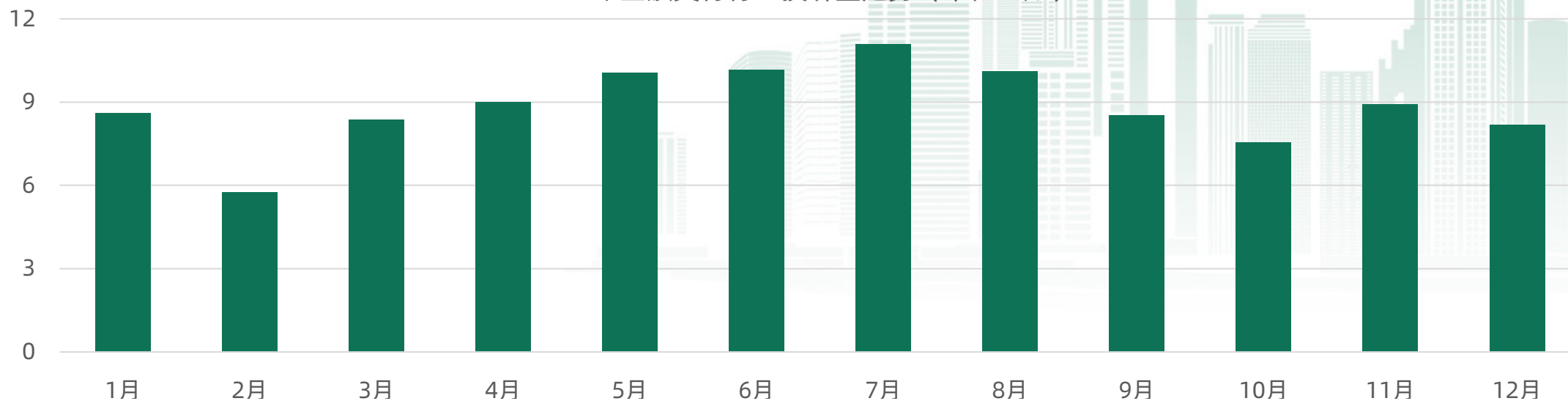
受“618”“双十一”“双十二”等促销活动的影响，购物平台行业投诉量在6月、11、12月的增幅较为明显。投诉主要集中在超长预售商品退款困难、商品货不对板难以退换、大促期间平台同一商品前后优惠力度不一致且难以保价、优惠商品不发货强制砍单、平台日常福利活动虚假宣传等问题。2022年曾爆发“双十一天猫发放大额优惠券拒绝价保”、“快团团商品货不对板团长失联”、“拼多多百亿补贴订单强制砍单”等集体投诉。

主要行业投诉量分析 — 金融支付行业



2022年金融投诉量波动幅度较小，数据较为平稳。年初及年底逢各类借贷业务的催收高峰期，涉及网贷、银行等行业的相关投诉集中在1月、11月及12月份爆发；年中整体投诉量偏多，7月份数据更是来到全年的最高点，其中pos机的退押金问题、暗改费率问题成为“重灾区”

2022年金融支付行业投诉量走势（单位：万）

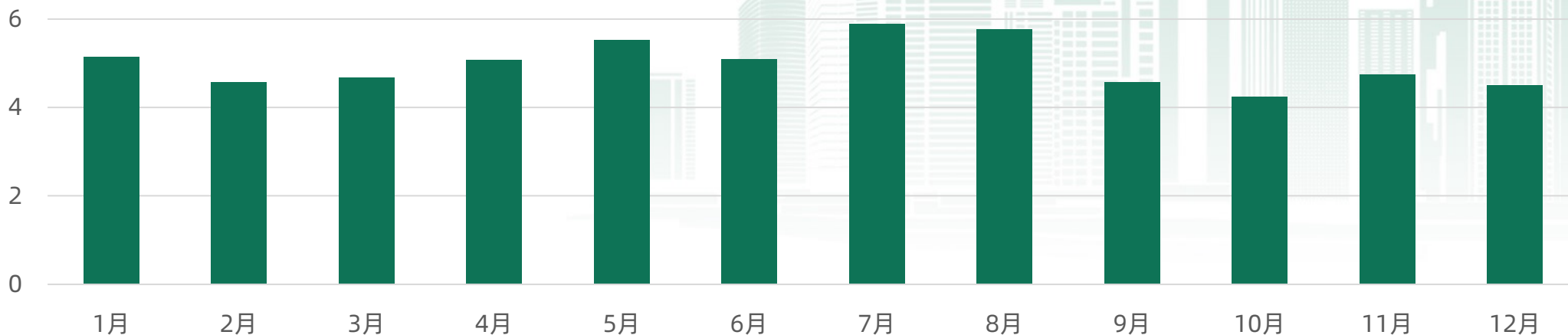


主要行业投诉量分析 — 娱乐生活行业



2022年娱乐生活行业投诉量总体呈现先升后降趋势。上半年1月到4月基本持平，5月因五一黄金周放假，出行娱乐活动增多，投诉量第一次小幅增长，为上半年投诉高峰。下半年7-8月增长较快，正值暑假，未成年游戏充值退款问题，电影、线下演出退票问题增多。9月伴随学校开学，投诉量开始明显下降。受双11购物节各类促销活动影响，11月开始投诉量出现小幅回升。此外受疫情影响，2022年网红照相馆、旅拍、理发店、健身房跑路相关投诉数量增加。

2022年娱乐生活行业投诉量走势（单位：万）

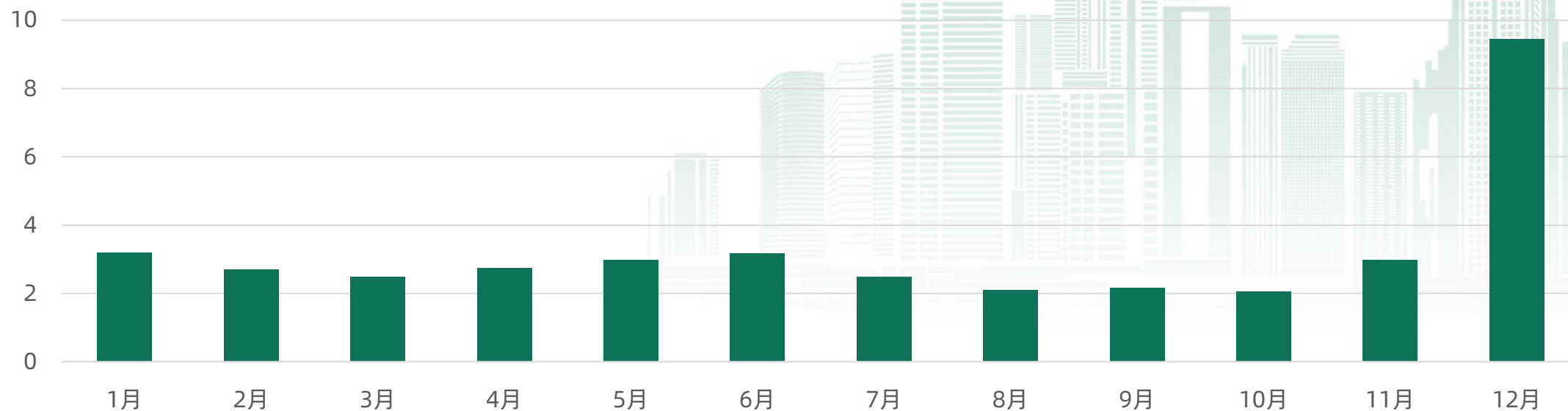


主要行业投诉量分析 — 货运物流行业



2022年货运物流行业总体投诉量波动较为平稳，年末因疫情原因叠加双十一双十二等促销活动影响，12月投诉量陡增。投诉问题主要集中在：物流更新慢、快递不送货上门、丢件、快递员态度恶劣、保价货品损坏理赔难等。

2022年货运物流投诉量走势（单位：万）



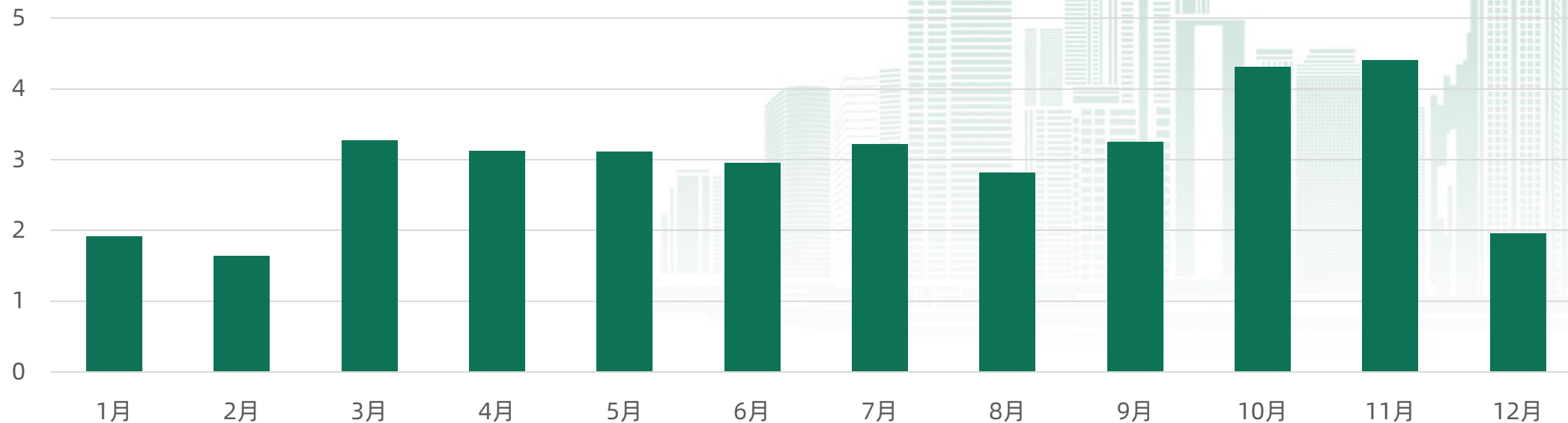


主要行业投诉量分析 — 教育培训行业

2022年教育培训行业投诉量除12月外总体呈现上升趋势。其中3月到11月始终维持在月均超2万单的规模。国考及各省省考成绩陆续公布后，中公教育因超出承诺时间后仍不退费引发大量投诉，导致行业投诉总量大幅上涨。万门大学、开课吧、大鹏教育等教培头部企业出现经营异常后同样引发大量投诉，成人教培成为纠纷“重灾区”，投诉问题主要集中在机构不退费、课程质量不佳涉嫌虚假宣传、机构资质及讲师经历涉嫌造假等。



2022年教育培训行业投诉量走势（单位：万）



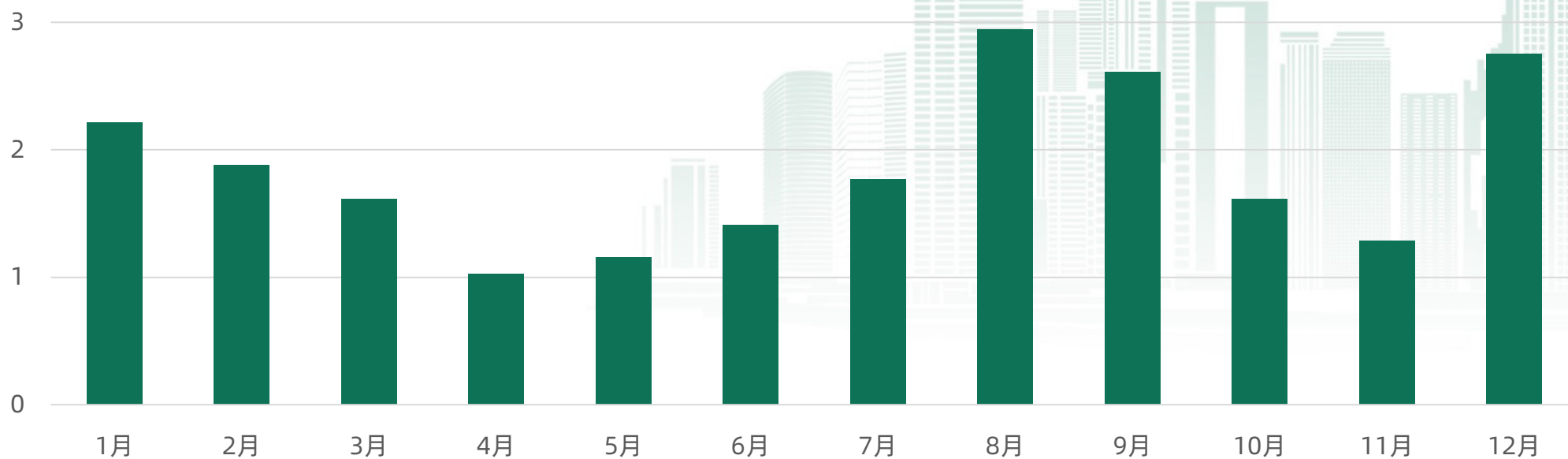


主要行业投诉量分析 — 旅游出行住宿行业

2022年受疫情及相关政策影响，全年旅游出行投诉量波动较大。1月正值春节返乡高峰期，涉及退改票的问题增多，当月投诉量也居上半年的最高点；下半年投诉量起伏较为明显，其中8月份因大部分学校延期开学，学生们退改票手续费的问题集中爆发，当月投诉量也居下半年的最高点；9月临近十一国庆假期，旅游订单量增多，涉及OTA平台预订单退款、酒店民宿退押金等相关问题频发；后续月份投诉量呈下降趋势，12月受疫情政策放开的影响，相关出行需求增加，涉及票务的投诉问题激增，投诉量反弹较为明显。



2022年旅游出行住宿行业投诉量走势（单位：万）

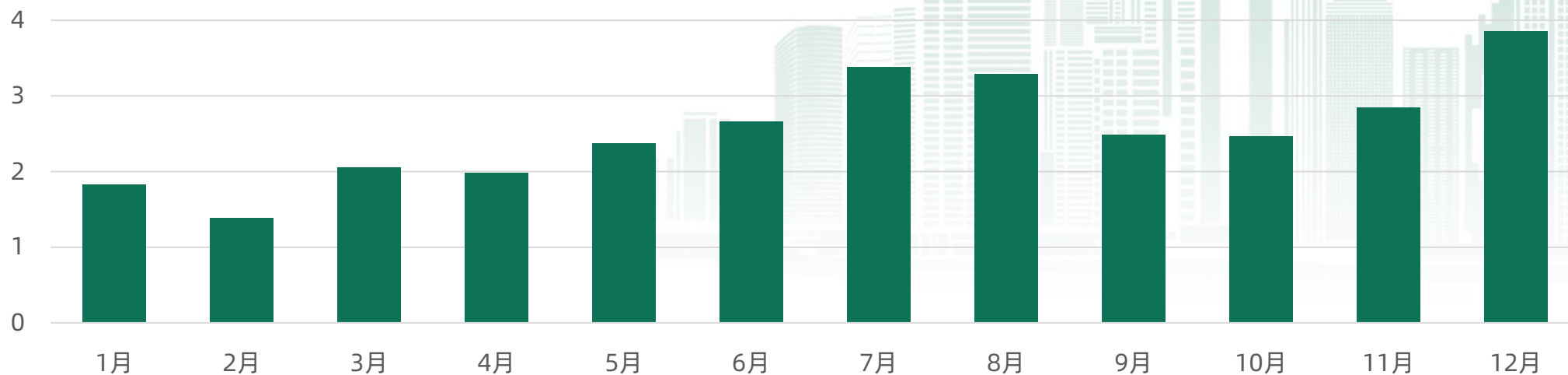


主要行业投诉量分析 — 外卖餐饮行业

2022年外卖餐饮行业投诉量从1月到12月总体波动较大。1月到7月持续增长，除2月因春节有明显下降。8月到10月开始下降，11月及12月投诉又恢复增长。在12月份达到全年峰值。经分析发现12月饿了么猜球奖励虚假宣传，以及年底各商家活动增多导致消费增多从而引发投诉。2022年投诉的主要问题包括商家售卖过期变质食品、食品中吃出异物、外卖错送漏送、商家服务态度差、平台活动虚假宣传等方面。



2022年外卖餐饮行业投诉量走势（单位：万）

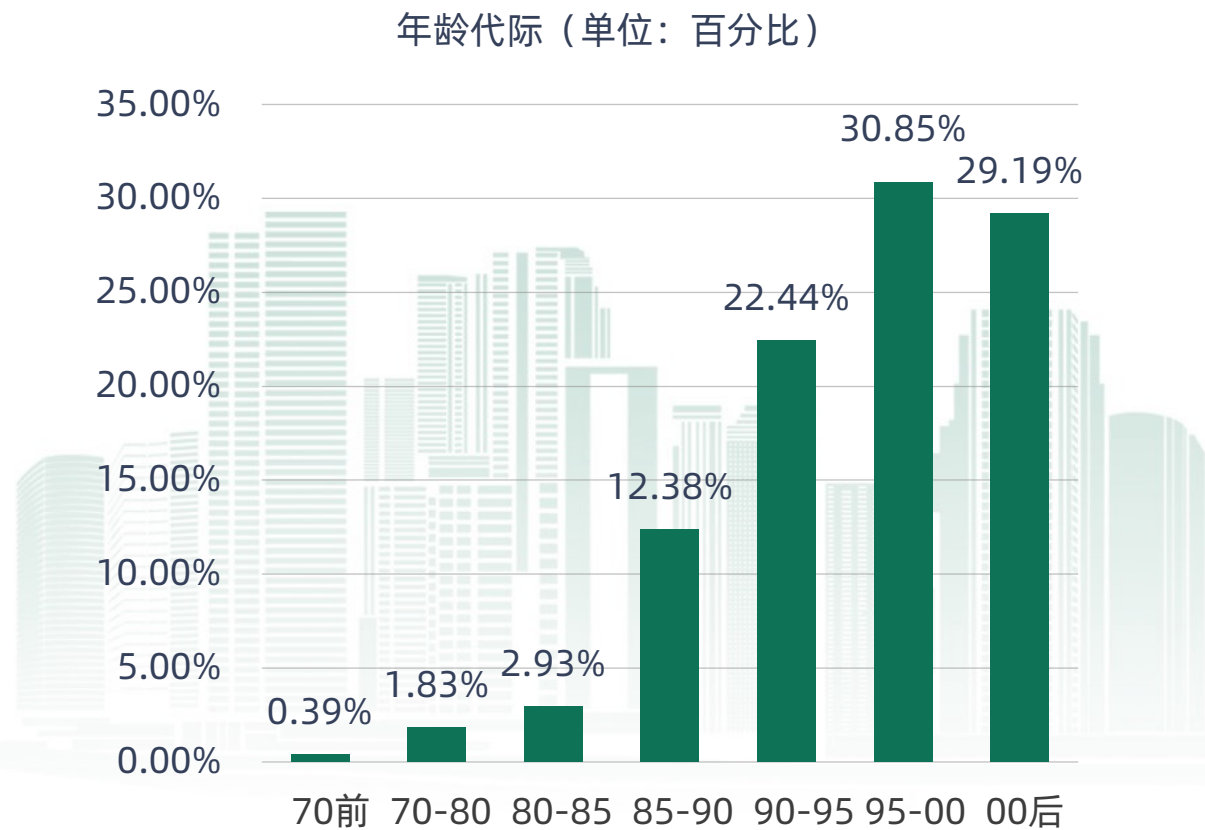
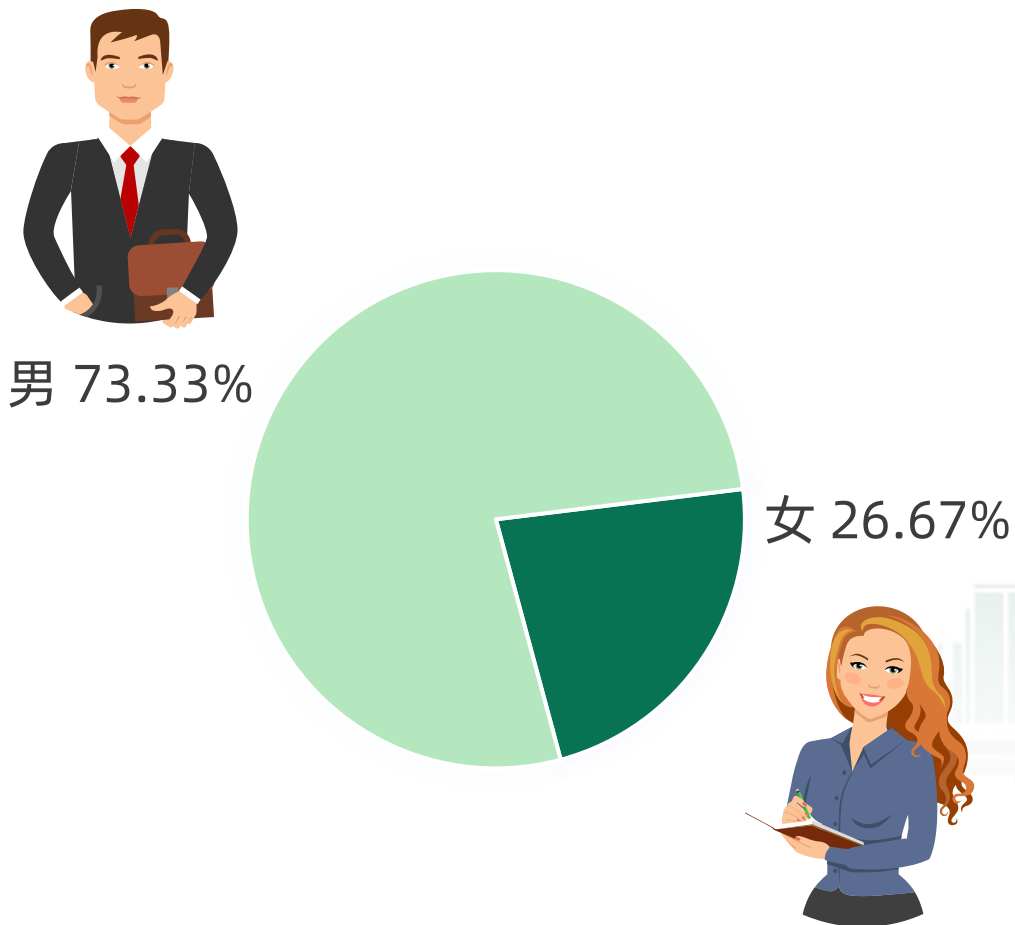




“退款” “退货” “发货” “会员” “赔偿”
等在黑猫投诉平台上成为年度消费者投诉最
热关键词。

用户画像 — 投诉用户中男性和年轻人占主体

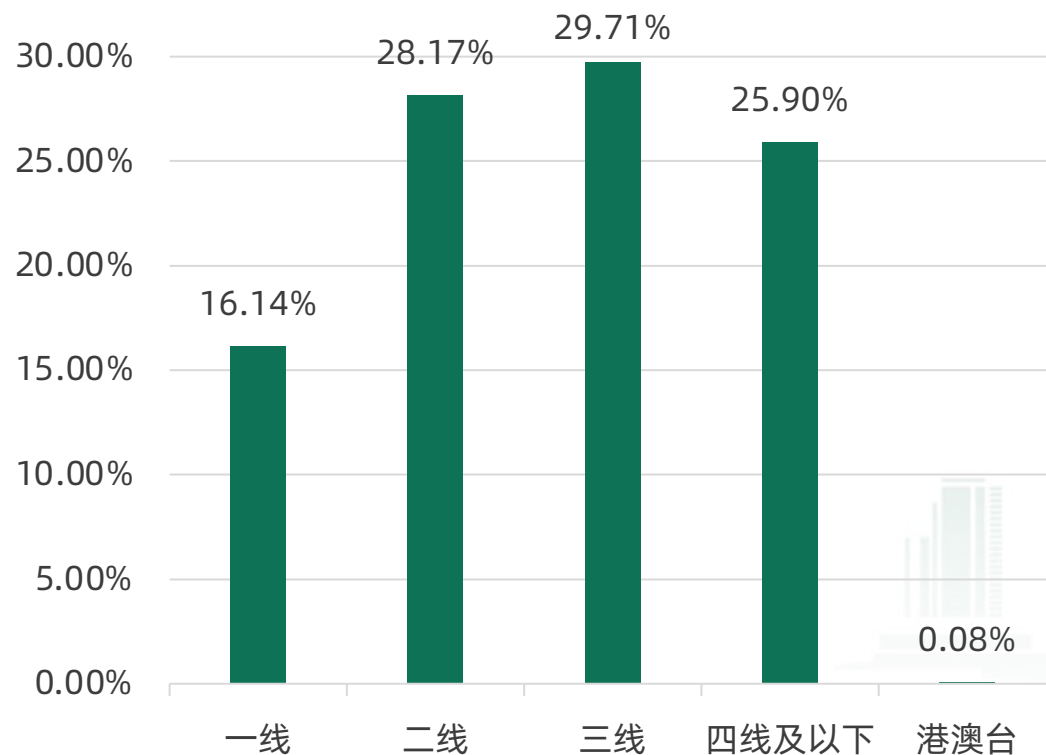
在黑猫平台投诉的用户中男性偏多，90后占比超82%，年轻人更倾向通过第三方投诉平台保护自己的合法权益。



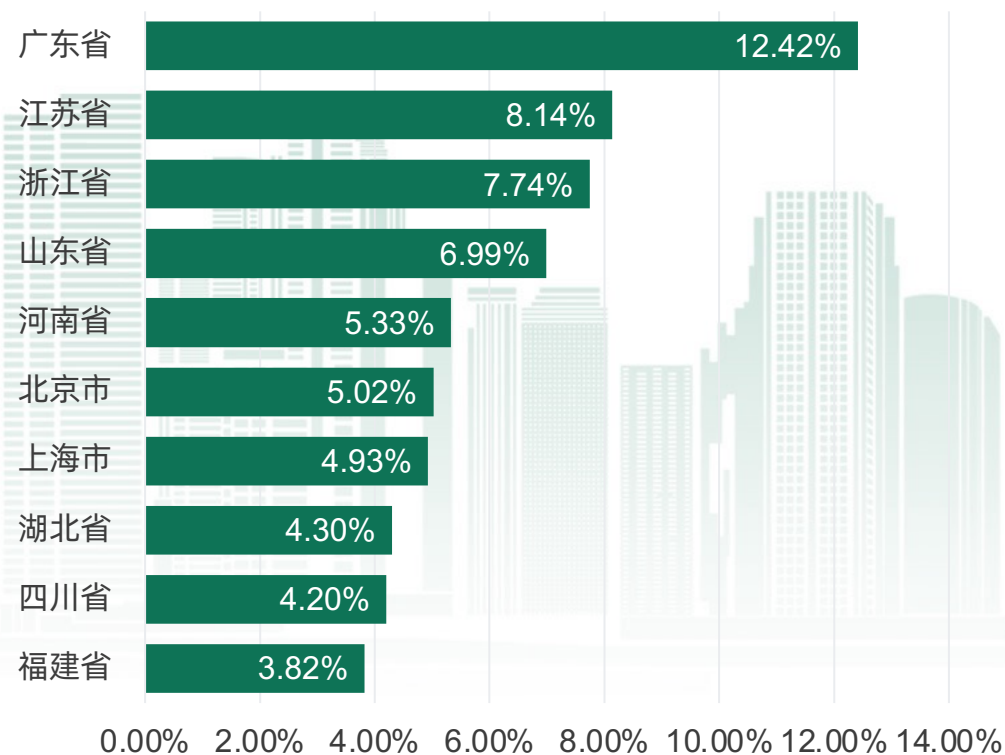
用户画像 — 二三线城市占比较高

黑猫投诉平台用户在二线、三线和四线城市总占比超80%，广东省、江苏省、浙江省为投诉占比最高的三个省份。

城市等级占比



用户占比最高的十大省份





黑猫投诉联合多方共同守护消费者权益

黑猫投诉联合多家知名媒体、权威机构共同为消费者发声，并邀请业内律师为消费者做专业法律解读，全方面守护消费者。

80 余家权威机构

市场监督管理局、公安部刑侦局、消协组织、缺陷产品管理中心、中国标准化研究院、中国质量万里行促进会、金盾网络纠纷调解中心.....

600 余家媒体

新华社、人民网、央视财经、央广中国之声、工人日报、法治日报、中国消费者报、环球网.....

900 余名业内知名律师

陈音江律师、岳岫山律师，王兴华律师.....

20 余家地方频道

覆盖全国20余个省份和地区

消费维权行业趋势

05

市场环境稳中向好 经济恢复首看消费

党的二十大报告提出，着力推动高质量发展，增强消费对经济发展的基础性作用，主动构建新发展格局。消费、外贸、外资等商务工作是国内大循环的重要组成部分，是联结国内国际双循环的重要枢纽，在构建新发展格局中发挥重要作用。

■ 数据下的中国经济



2023年春节假期，全国营业性演出共9400余场次，较2019年增长22.5%，票房收入3.78亿元。



2023年春节假期，全国国内旅游人次和国内旅游收入分别恢复至2019年同期的88.6%和73.1%。



截至2023年2月8日，我国快递业务量超过100亿件，比2019年达到100亿件提前了40天。



优化消费环境 提振消费信心

中央经济工作会议强调，要把恢复和扩大消费摆在优先位置。其中“基础性作用”是从作用上强调消费，“摆在优先位置”是从地位上来强调消费。恢复，主要是立足当前，针对此前受疫情影响的部分消费，特别是线下的接触性消费，着力提升消费信心，恢复市场活力。扩大，就是着眼长远，在恢复的基础上，改善消费条件，创新消费场景，着力促进消费升级和潜力释放。

营造安全放心诚信的消费环境，需要加强全链条监管。一方面，要加强事前监管，对产品、服务质量和广告宣传等问题常抓不懈，压缩实施侵权行为的空间。另一方面，要强化社会监督，畅通维权渠道。

《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》提出，要进一步畅通消费者投诉举报渠道。多措并举降低消费者维权的门槛，在更大范围开展消费投诉信息公开试点工作，强化信用约束机制，形成遏制侵权行为的合力，才能持续改善消费环境。



多方共治提振市场 齐头并进保障消费



政府积极推动监管数字化升级

健全以“双随机、一公开”监管和“互联网+监管”为基本手段、以重点监管为补充、以信用监管为基础的新型监管机制。创新质量监管方式，完善市场准入制度，深化工业产品生产许可证和强制性认证制度改革，强化事前事中事后全链条监管。



媒体挖掘消费热点 引导健康消费

发挥新闻媒体宣传引导作用，传播先进质量理念和最佳实践，曝光制售假冒伪劣等违法行为。



发挥行业协会的桥梁纽带作用

发挥行业协会商会、学会及消费者组织等的桥梁纽带作用，开展标准制定、品牌建设、质量管理等技术服务，推进行业质量诚信自律。引导消费者树立绿色健康安全消费理念，主动参与质量促进、社会监督等活动。



企业加强消费者保障机制

开展放心消费创建活动，加强售后服务保障。完善质量多元救济机制，健全质量保证金制度，推行消费争议先行赔付，开展消费投诉信息公示，加强消费者权益保护。

运用互联网的模式高效维护消费者权益



作为全网最大的维权信息发声渠道，微博近6亿月活跃用户让每个消费热点事件都能够得到相应的关注，平台自身同样竭尽全力保障消费者合法权益。

• 各抒己见共促消费热点全民探讨

微博平台的公共性让个体能够及时分享身边的消费事件，切实保障了相关信息的公开透明。

• 信息透明公开引领多方共治

政府部门、官方新闻媒体乃至自媒体的日益活跃让每个消费维权事件的热点、难点都能得到关注。



黑猫投诉以新浪和微博大数据为依托，帮助消费者建立起和商家之间的高效沟通桥梁，助力消费者快速解决消费纠纷。

• 全方位守护消费安全

平台涵盖来自金融、电商、出行、娱乐生活、教育、物流等主流消费领域的投诉，超六成的投诉得到解决。

• 持续深化消费服务内核

平台拥有消费生活分享、日常消费科普、热点事件讨论等内容，为消费者传递消费注意事项，守护消费安全。



2023：持续推动质量共治



中共中央、国务院印发《质量强国建设纲要》中指出，推动质量社会共治。**创新质量治理模式，健全以法治为基础、政府为主导、社会各方参与的多元治理机制，强化基层治理、企业主责和行业自律。**深入实施质量提升行动，动员各行业、各地区及广大企业全面加强质量管理，全方位推动质量升级。支持群团组织、一线班组开展质量改进、质量创新、劳动技能竞赛等群众性质量活动。发挥行业协会商会、学会及消费者组织等的桥梁纽带作用，开展标准制定、品牌建设、质量管理等技术服务，推进行业质量诚信自律。引导消费者树立绿色健康安全消费理念，主动参与质量促进、社会监督等活动。



让消费者没烦恼！