

护权益 促消费



2025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 | 2025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

消费者权益保护
行业趋势



01

全网消费维权 舆情分析





根据微热点研究院统计，2025年1月1日至12月31日，全网相关“消费维权”信息量超过1.27亿条，同比增长约22.1%；网络传播热度指数达99.98，峰值热度达100，全年舆论关注度持续高位运行。



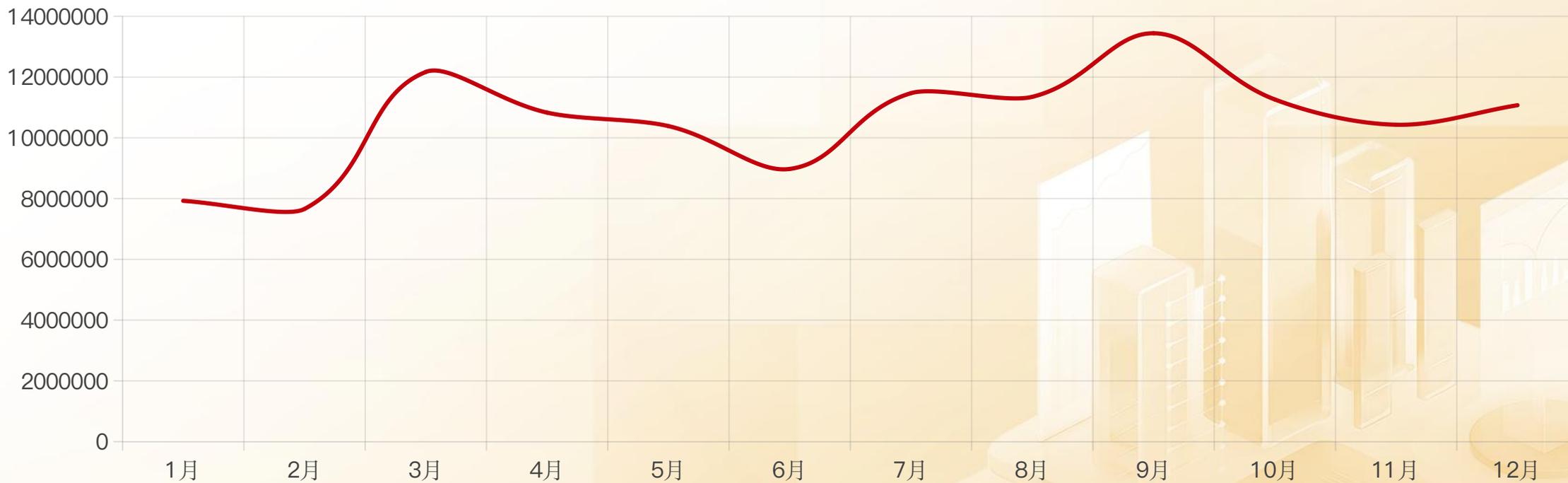


消费维权全网信息量走势



全年消费维权声量呈高位波动态势。2月处于低点，主要因节后舆论关注分散；3月明显攀升，受到“315”节点集中带动；年中有所回落，属于阶段性热度调整。9月达到全年峰值，除消费场景集中释放外，也受到2025年预制菜事件持续发酵影响，推动消费维权舆情再度走强。

2025年消费维权总声量



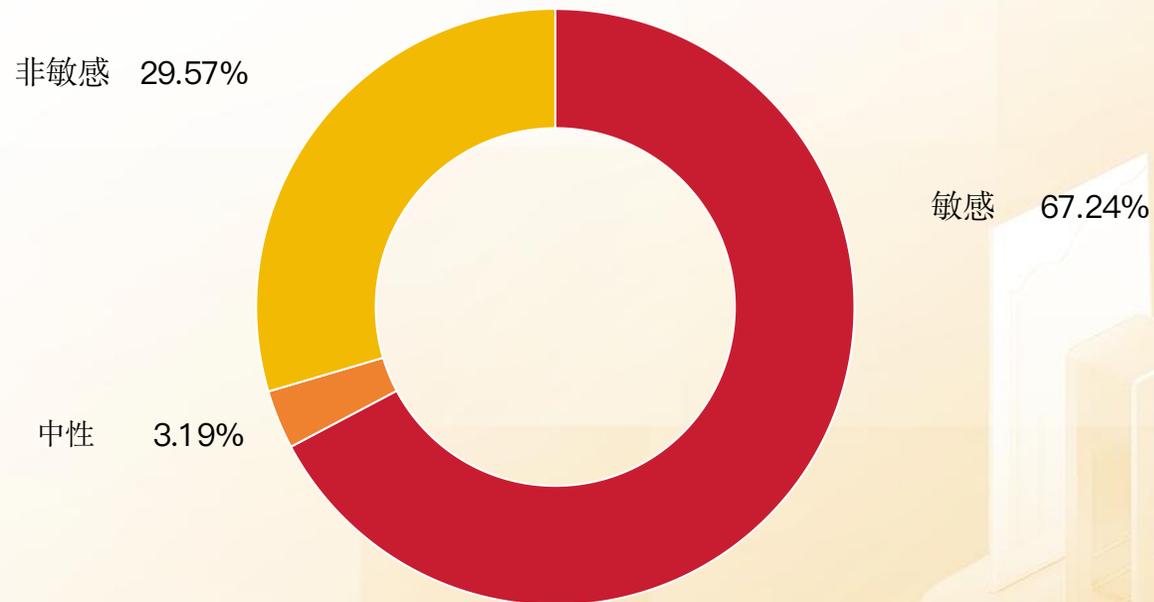


敏感信息与非敏感信息占比



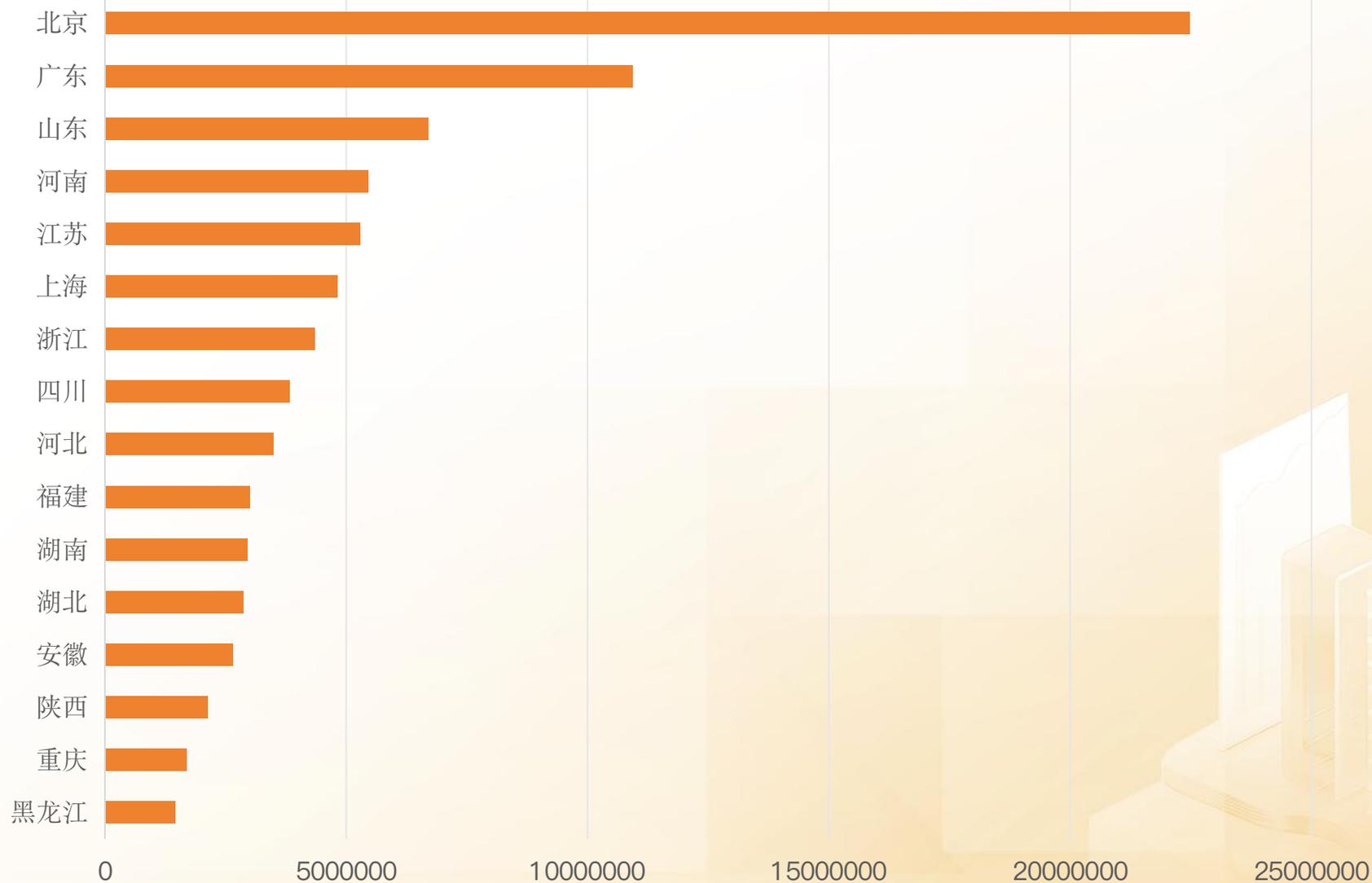
从敏感信息分布来看，2025年“消费维权”相关话题中，敏感信息占比67.24%，明显高于非敏感信息和中性信息。舆论在聚焦消费纠纷、服务争议及维权诉求的过程中，呈现出较强的情绪表达特征，反映出公众对消费权益受损问题的关注度仍处于高位。

敏感与非敏感信息占比





“消费维权”讨论者地区分布



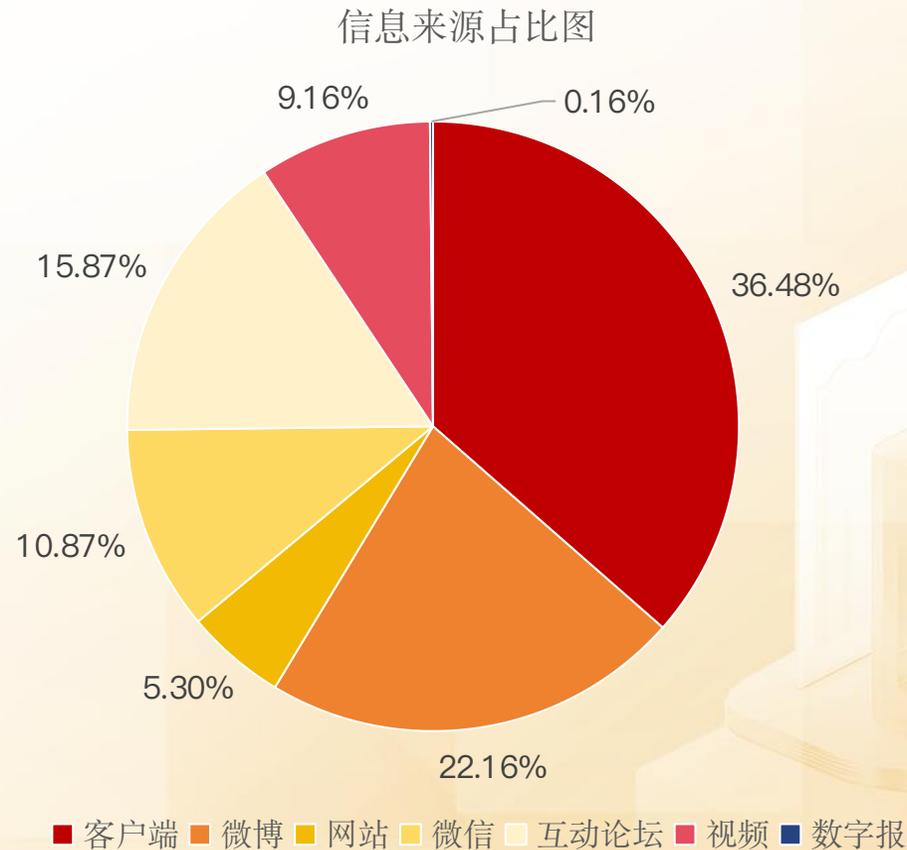
根据网民地域分布来看，北京参与“消费维权”相关讨论的程度最高，全年信息量达2246.62万条；其后依次为广东、山东、河南、江苏。整体来看，一线城市及消费活跃省份仍是“消费维权”舆论讨论的核心区域，这与当地消费市场规模较大、消费场景丰富，以及网民维权意识和公共表达意愿相对较强密切相关。



消费维权信息来源占比



从信息分布情况看，2025年全年监测到“消费维权”相关信息超1.27亿条。其中，客户端是主要传播平台，占比36.48%；其次为微博和互动论坛，占比分别为22.16%和15.87%。此外，微信占比10.87%，视频占比9.16%，网站占比5.30%，数字报占比0.16%。整体来看，消费维权相关讨论已形成以客户端和社交平台为主、多渠道共同扩散的传播格局。



数据来源：微热点研究院

02

微博消费维权 数据盘点





2025年微博消费维权整体数据

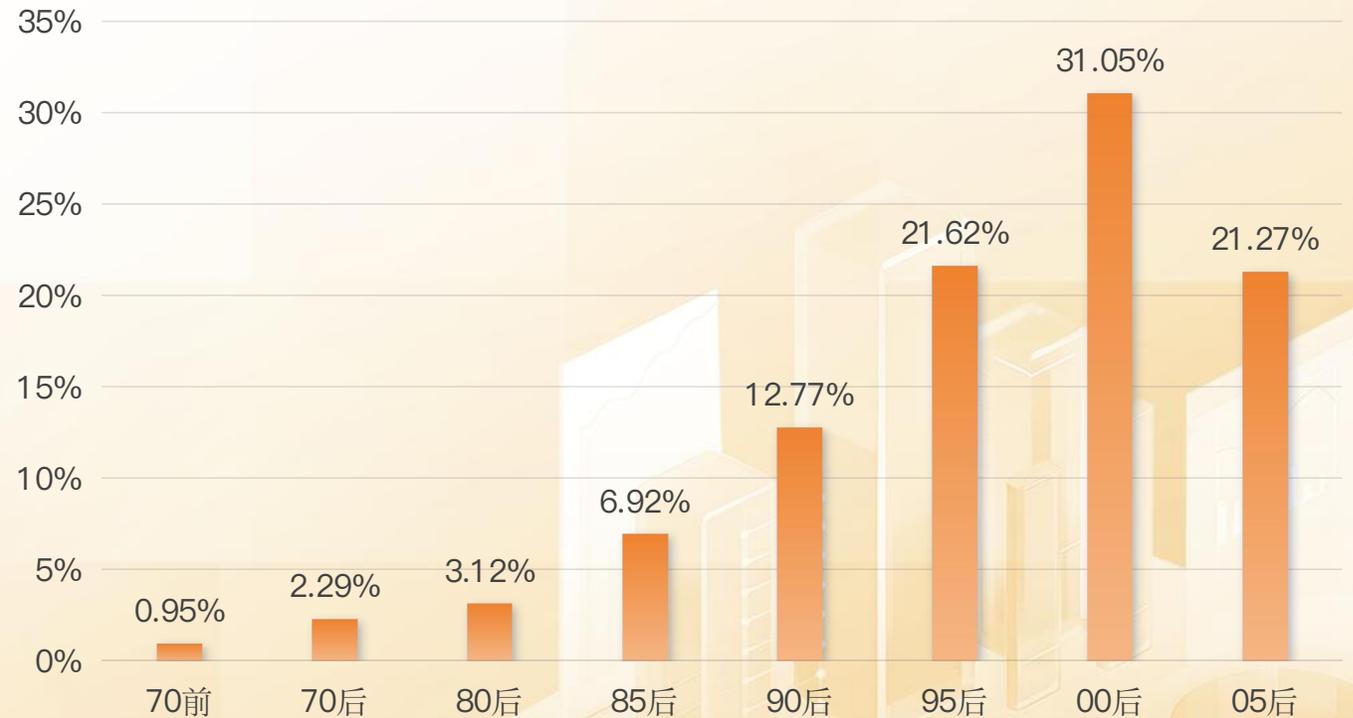
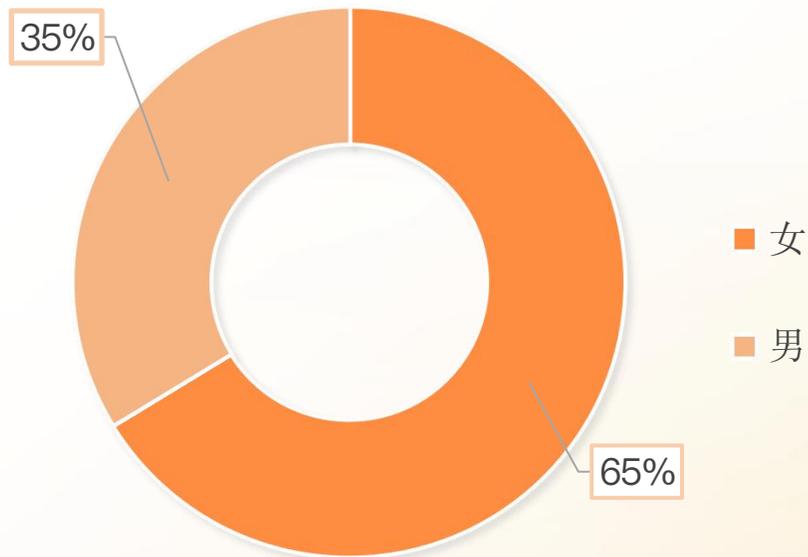


2025年，微博平台维权投诉相关博文总量达4760万，阅读量9757.6亿，互动量20.22亿，参与维权投诉的用户规模超3619万。微博已成为消费者维护合法权益、汇聚舆论力量的核心平台，大众关于消费权益保障的诉求得以广泛传播与高效发声。



在发布消费维权信息的微博用户中，女性用户占比65.45%；95后占比73.94%。这一群体成长于信息爆炸、消费观念快速迭代的时代，更习惯通过微博等社交平台表达诉求、维护自身消费权益

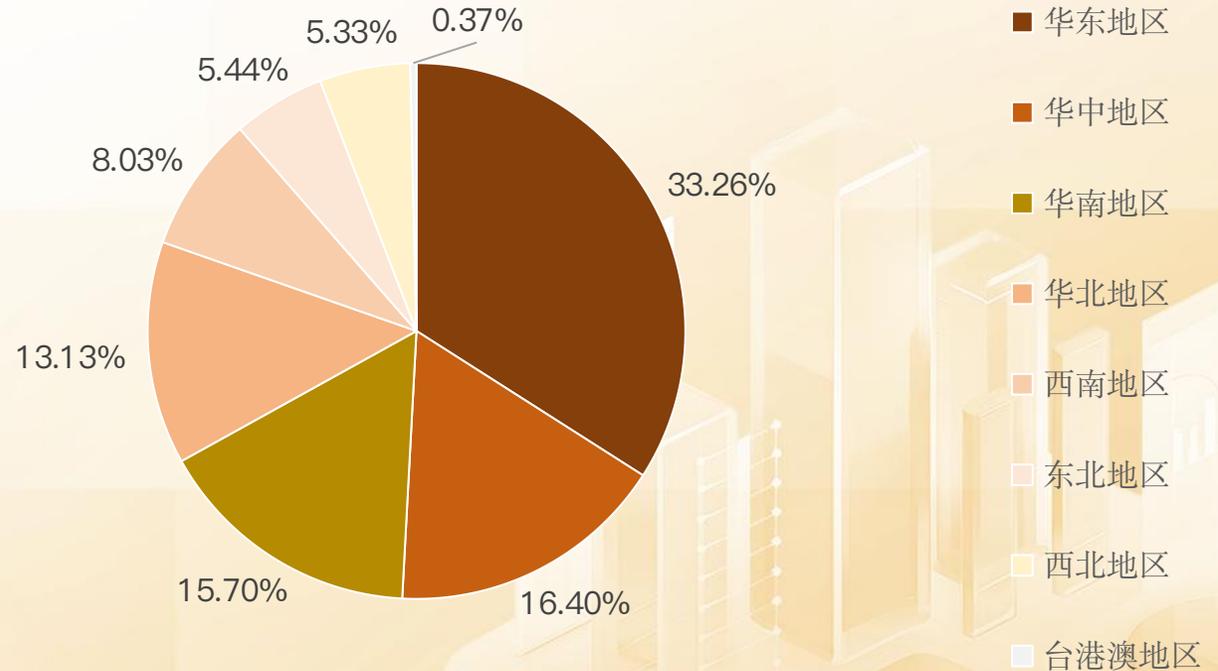
用户性别分布



从地域分布来看，广东、江苏、浙江三省的消费者更倾向于在微博上反映消费问题。其中，华东地区用户占比超过 33%，在各区域中占比最高，成为线上消费维权的主要发声区域。

| 常驻省份 | 占比 |
|------|--------|
| 广东省 | 12.44% |
| 江苏省 | 7.49% |
| 浙江省 | 7.03% |
| 山东省 | 6.64% |
| 河南省 | 6.14% |
| 四川省 | 4.88% |
| 上海市 | 4.61% |
| 北京市 | 4.51% |
| 河北省 | 4.05% |
| 湖北省 | 3.95% |

用户常驻区域分布



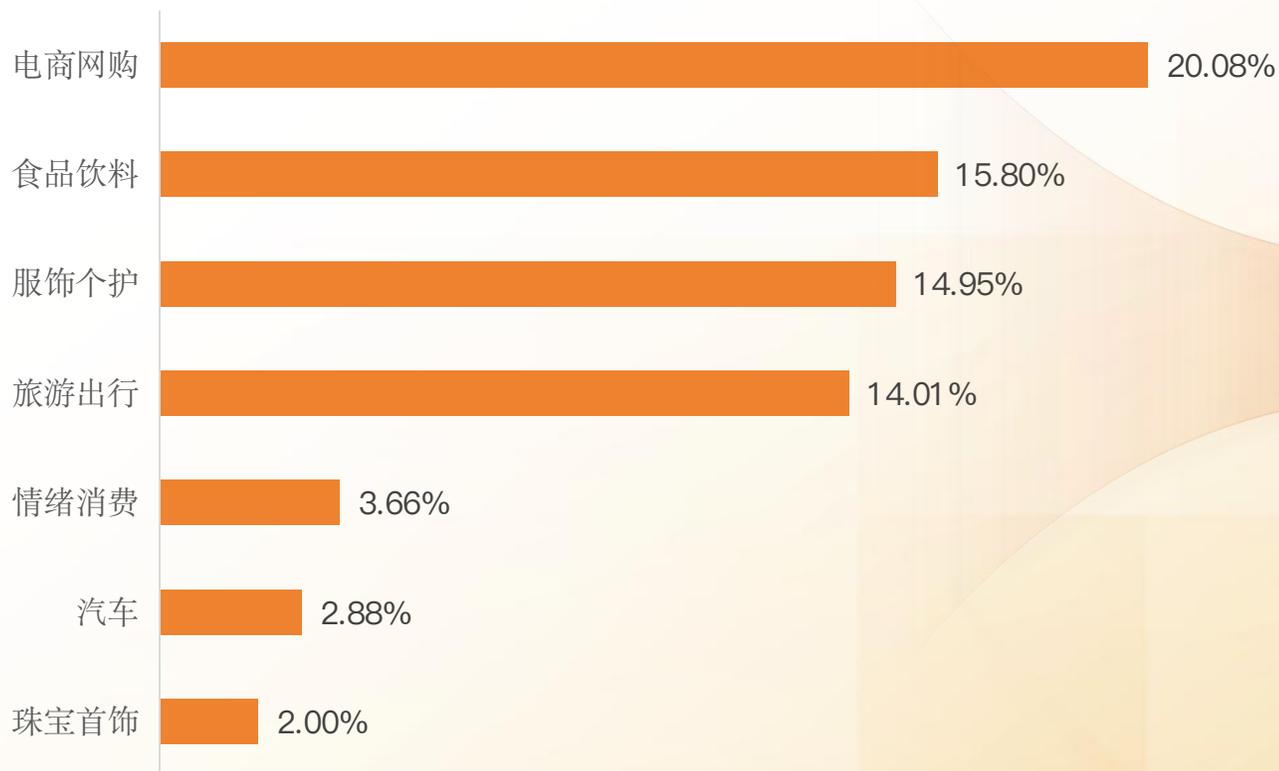
03

微博热点消费 维权事件



通过对2025年431个消费类微博热搜数据的盘点，分类汇总整理出消费者最关注的三类问题：直播带货纠纷、食品安全问题、服饰个护乱象。

消费类微博热搜分类占比



直播带货纠纷



食品安全问题



服饰个护乱象

中国网络消费持续向好向新发展，直播电商行业也保持良好态势。商务部发布数据显示，2025年全国网上零售额15.97万亿元，同比增长8.6%。

直播带货作为电商的重要衍生模式近年来规模持续扩大，带动线上消费增长作用明显。2025年“双11”期间，淘宝直播成交破亿元，直播间数量超过去年同期，京东采销直播订单量同比增长超150%。抖音电商发布报告披露，超10万商家直播销售额同比翻倍。

然而，直播带货的诸多问题也逐步显现。过去一年，直播间私域骗局、虚假摆拍、货不对板等乱象接连发生，引发了社会各界对直播电商行业规范与健康发展的广泛关注。





直播带货纠纷—数据分析



黑猫投诉联合黑猫大数据中心发布的《2025年“双十一”消费投诉数据报告》显示，2025年双11期间（10月9日至11月14日），黑猫投诉平台共收到电商投诉超过18万件，环比增长近23%，于11月11日当天达到双11周期巅峰值5954件。

其中，“直播带货”相关投诉达13872件，占比7.54%。突出问题包括：商品虚假宣传，货不对板，超长预售，千人千价，客服态度不佳，响应不及时等等。

2025年黑猫投诉“双11”投诉量趋势变化（单位：条）





直播带货纠纷—私域直播间现坑老骗局



2025年7月，央视曝光了一起针对老年人的私域直播骗局。涉事机构“香山真选”利用其20多家线下门店，以“免费领鸡蛋”、“直播奖励”等福利为诱饵，精准筛选并吸引老年人进入特定小程序或社交平台私域直播间。

截至2025年10月，全国市场监管系统已就私域直播虚假宣传违法行为立案30起，涉及6家私域直播平台 and 24家直播商家。此次整治作为老年人药品、保健品虚假宣传专项行动的重要组成部分，已累计查办相关违法案件4516件，罚没金额达6876.91万元。



央视财经

2025年07月27日 20:10 来自 微博视频号

【假大米、假鞋垫……#央视曝光私域直播坑老骗局# #私域直播成坑老新马甲#】#总台财经调查#接到消费者反映，市场上有人打着“银发经济”的幌子，专做坑老骗老的勾当。一家名为“香山真选”的私域营销机构，在某城市有20多家门店，而这些门店基本上是以酬宾福利和直播奖励来吸引老年消费者关注。他们宣称加微信群就能免费领鸡蛋，进直播间就能领福利。原来一地一会销，如今手段升级，通过私域直播藏匿于线上。在直播间内售卖的保健鞋垫、五常大米，不仅有虚假夸大宣传，也有冒牌山寨的假货。记者了解到，这种私域直播，用户必须受邀才能进入直播间观看，而且直播结束以后没有回看记录，所以直播间到底卖过什么，如何宣传的，事后都难以查证。 [央视财经的微博视频 收起](#)





直播带货纠纷—带货博主虚假助农引流敛财



2025年2月，四川省乐山市公安局破获的一起“卖惨”摆拍案件，在一年多时间里销售水果总额达440多万元。警方调查发现，带货博主假借助农旗号，通过聘请临时演员、编造悲情剧本、虚构拍摄场景等方式在短视频平台引流，从剧本策划到流量变现已形成完整的畸形产业链。

4月起，中央网信办开展了为期3个月的“清朗·整治短视频领域恶意营销乱象”专项行动，打着“助农”、“扶贫”名义，编造悲情剧本引流敛财的现象，被纳入重点打击范围，大量违法违规账号已经被依法依规处置，短视频内容生态持续净化中。



新华社

2025年02月27日 21:19 来自 微博网页版

#带货博主虚假助农敛财440多万#【“假悲情”博取“真同情”，#虚假助农视频为何屡禁不绝#？】身着破衣烂衫、满脸污泥的残疾果农卖水果为重病儿子筹钱；中年女果农向收购商下跪，乞求收购“滞销”芒果……这些场景来自四川省乐山市公安局沙湾区分局破获的一起“卖惨”摆拍案件。

警方调查发现



央视新闻

2025年07月17日 10:01 来自 微博视频号

#从严处置短视频领域恶意摆拍#【支持！严惩恶意营销！#短视频账号编造全家重病营销被关#】#网信办严处一批短视频账号# 网信部门持续开展“清朗·整治短视频领域恶意营销乱象”专项行动，聚焦人民群众反映强烈的突出问题，指导督促短视频服务平台以及提供短视频功能的平台从深从细全面排查整治，依法依规 [展开](#)





直播带货纠纷——直播间大牌尾货实为二手旧衣



2025年12月，央视曝光部分直播间打着“大牌尾货”、“孤品样衣”的旗号，售卖来源不明的二手旧衣，到手存在粉底印、油渍、脱线等明显问题。直播商家靠“微脏”、“微瑕”、“高性价比”等话术吸引消费，只字不提二手属性。然而记者调查发现，这些旧衣来源复杂，既有旧衣回收箱，也包含来自垃圾站的货品。

事件曝光后，电商平台开展专项排查，下架了200多个涉嫌销售翻新旧衣的直播间，封停账号47个。



央视财经

2025-12-22 13:19 转赞人数超过1000 来自 微博视频号

【#你买的直播间尾货可能是别人穿过的# 部分#直播间6元尾货实为二手旧衣#】不少消费者向#总台财经调查#反映，部分主打“大牌尾货”“孤品样衣”的直播间，以6元三件包邮等低价售卖商品，实则为来源不明的二手旧衣。记者根据线索，从“熙熙女装搭配”直播间仅花6元购得三件包邮的所谓“样衣尾货”。这些衣物乍看尚可，细看却破绽明显：白色上衣领口、腋下黄渍和粉底印，黑色短裙裙摆沾有油渍，白色上衣下摆和腋下存在脱线问题，显然都是被穿过的二手旧衣。面对消费者可能的询问或质疑，直播间商家早有准备。他们用“微脏”“微瑕”的话术销售，只字不提二手属性，仅以“样衣”“尾货”解释来源。记者调查发现 这些旧衣的主要来源是城市小区的旧衣回收箱 形成隐秘货源链条

↓ 央视财经的微博



法治日报

2025年11月14日 07:25

【#大牌尾货竟是按吨回收的二手衣服##孤品直播间陷阱调查#】直播间号称“尾货”“仅此一件”的商品，竟可能是别人捐赠的旧衣？近日，一则报道引发关注。四川的黄女士此前曾捐赠一件衣服，不久前，在某直播间“偶遇”同款，她怀着好奇心以88.89元买回后，却发现这件衣服上的纽扣和自己此前缝补样式一模一样，确认这正是自己捐赠的衣服。

近年来，随着直播电商的蓬勃发展，尾货直播间、孤品直播间逐渐兴起。在这些直播间里，主播往往以“大牌尾货”“外贸孤品”“撤柜清仓”为卖点，通过精心设计的场景和极具煽动性的销售话术，营造稀缺感与低价诱惑的氛围，吸引大量消费者涌入直播间抢购。

然而，看似繁荣的市场背后，暗藏着诸多隐忧。《法治日报》记者近日调查发现，这类直播间所标榜的“物美价廉”往往名不副实，其背后隐藏着质量参差不齐、售后维权困难、二手衣物混发等诸多问题。（全媒体记者 赵丽 实习生 王艺霏）[#大牌尾货竟是按吨回收的二手衣服 收起](#)



民以食为天，食以安为先。食品安全关乎个体健康，亦是社会关注焦点。中消协公布的《2025年全国消协组织受理投诉情况分析》显示：食品投诉量居于第三位，相比去年有所下降；而与之相关的餐饮服务投诉，则由第三升至第二位。不难看出，基础的食品安全风险已经得到了改善，而广大百姓的消费诉求正向高品质服务转型。

| 商品类别 | 2025年 | 2024年 | 比重变化 (%) |
|-------------|--------------|--------------|--------------|
| 服装 | 127521 | 109478 | ↑0.11 |
| 通讯类产品 | 90379 | 83416 | ↓0.25 |
| 普通食品 | 90250 | 94584 | ↓0.89 |
| 鞋 | 57068 | 39286 | ↑0.6 |
| 日用杂品 | 55244 | 38363 | ↑0.56 |
| 汽车及零部件 | 45871 | 36174 | ↑0.22 |
| 计算机类产品 | 41937 | 37830 | ↓0.07 |
| 化妆品 | 41114 | 33329 | ↑0.15 |
| 家具 | 37985 | 33822 | ↓0.04 |
| 首饰 | 36855 | 31525 | ↑0.04 |

| 服务类别 | 2025年 | 2024年 | 比重变化 (%) |
|-------------|--------------|--------------|--------------|
| 经营性互联网服务 | 125393 | 108862 | ↑0.04 |
| 餐饮服务 | 61251 | 52587 | ↑0.06 |
| 培训服务 | 55409 | 44677 | ↑0.21 |
| 远程购物 | 42235 | 31968 | ↑0.28 |
| 住宿服务 | 36612 | 38159 | ↓0.35 |
| 美容、美发 | 33241 | 28694 | ↑0.02 |
| 移动电话服务 | 32904 | 61793 | ↓1.88 |
| 交通运输 | 29462 | 17272 | ↑0.48 |
| 放映、演出服务 | 29236 | 22786 | ↑0.16 |
| 旅游 | 27401 | 23774 | ↑0.01 |



食品安全问题—餐品信息透明化关注度上升



2025年9月，“预制菜”相关讨论多次登上热搜。随着消费者对餐厅餐品信息透明化关注度的上升，餐饮门店预制菜标准，和消费者知情权等话题逐渐进入公众的视野，引发广泛关注和讨论，收到有关部门的高度重视。

针对预制菜问题，国务院食安办已组织工业和信息化部、商务部、国家卫生健康委、市场监管总局等部门，加快推进预制菜国家标准制定，并大力推广餐饮环节使用预制菜明示，以更好地维护消费者知情权和选择权。



密度新闻

【记者采访】2025年09月10日 17:47 来自 微博视频号

【#西贝回应被吐槽是预制菜#】9月10日，@罗永浩的十字路口 发帖吐槽西贝，罗永浩表示，多年不吃西贝，发现店内菜品几乎全都是预制菜，价格还贵。@密度财经 致电西贝，客服人员表示，店内的招牌菜，牛大骨是每天早上现煮的，莜面也是店内工作人员现场手搓的，不存在预制。另外，店内的炒菜每天都是新鲜的蔬菜到店，现场炒制。值得注意的是，西贝创始人贾国龙，曾在采访中表示，好菜全是预制出来的，只要越高级预制程度越高。#男子称晒西贝账单遭网暴# 密度财经的微博视频 收起^



央视新闻

2025年09月21日 20:00 来自 微博网页版

#预制菜国家标准##国务院食安办回应预制菜#【#国务院食安办等推广明示预制菜#】针对近期社会广泛关注的预制菜相关话题，国务院食安办高度重视，已组织工业和信息化部、商务部、国家卫生健康委、市场监管总局等部门认真研究，加快推进预制菜国家标准制定，大力推广餐饮环节使用预制菜明示，更好维护消费者知情权和选择权。（总台央视记者李晶晶） 网页链接 收起^





食品安全问题—连锁餐厅回收剩菜重复销售



2025年3月，@新京报 记者暗访多家杨铭宇黄焖鸡米饭加盟店，发现诸多问题：使用存放多天的发酸食材；顾客食用后的剩菜回收再加工售卖；隔夜发黑的牛肉加色素后冒充新鲜牛肉；多家门店招聘员工不看健康证，大量无证店员直接上岗等。

事件曝光后，全国多地市监局对杨铭宇黄焖鸡加盟店进行检查。杨铭宇黄焖鸡总部也对全国门店进行排查，永久关停了3家涉事门店，并表示将采取暗访的方式加强对加盟店的监管。



新京报

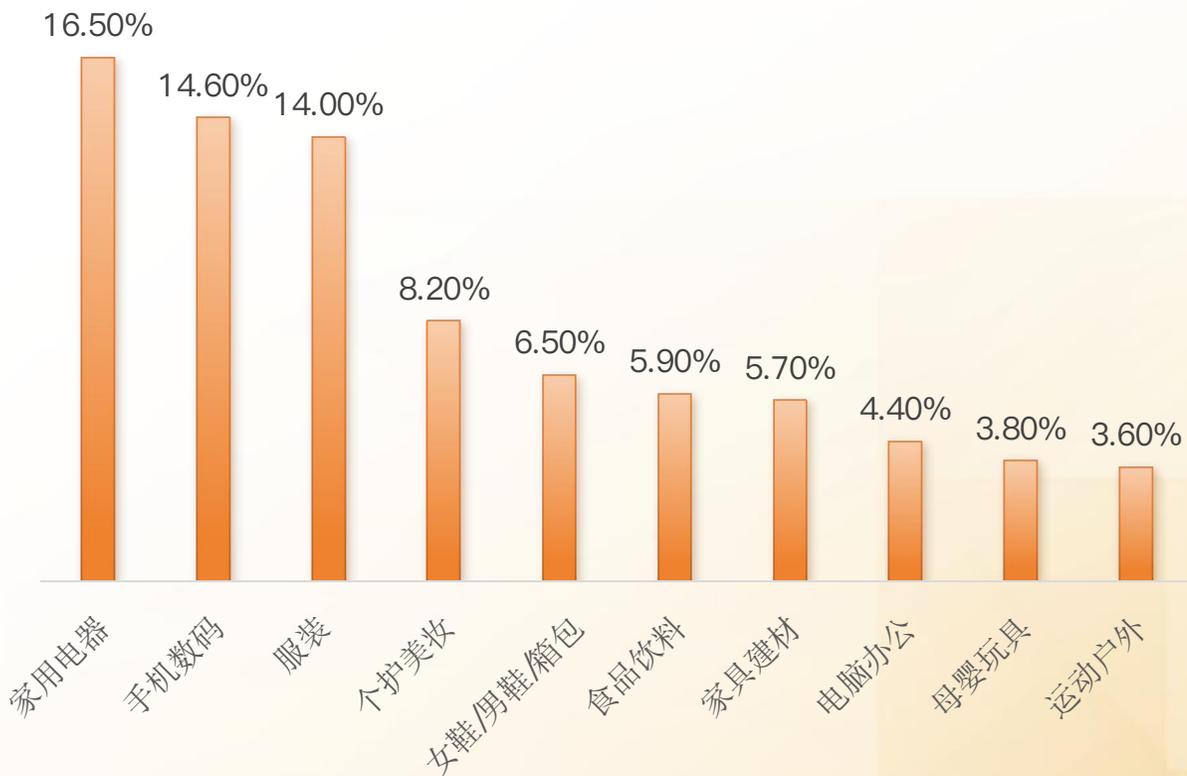
2025年03月12日 11:12 来自 微博视频号

【独家 | #杨铭宇黄焖鸡后厨乱象调查#：隔夜菜、变质食材，顾客剩菜回收再加工】#杨铭宇黄焖鸡剩菜回收再卖给顾客# “这都是昨天晚上剩的，放到（灶台上）一加热就行了”、“剩的先卖”、“吃出问题都是饭店的事”……杨铭宇黄焖鸡米饭被誉为中国餐饮品牌成功典范的连锁企业，却频频曝出食品安全问题。近日，记者暗访了多家杨铭宇黄焖鸡米饭加盟店，发现不少食品安全问题：使用存放多天的发酸食材，顾客食用后的剩菜回收再加工售卖，隔夜发黑的牛肉加色素后冒充新鲜牛肉。记者调查中还发现，多家门店招聘时不需要员工提供健康证，大量无证店员直接上岗。#新京报315调查# #315 骗假不留# 新京报的微博视频 收起^



服饰个护作为民生消费的支柱板块，其市场热度与维权走势始终是社会各界关注的重中之重。统计显示，“双11”期间综合电商平台服装销售额占比达14.0%，位居品类第三；个护美妆销售额占比8.2%，位居第四。中消协公布的《2025年全国消协组织受理投诉情况分析》中则显示，具体商品投诉中，服装投诉量高居榜首。

2025年“双11”Top10品类销售表现



| 商品类别 | 2025年 | 2024年 | 比重变化 (%) |
|--------|--------|--------|----------|
| 服装 | 127521 | 109478 | ↑0.11 |
| 通讯类产品 | 90379 | 83416 | ↓0.25 |
| 普通食品 | 90250 | 94584 | ↓0.89 |
| 鞋 | 57068 | 39286 | ↑0.6 |
| 日用杂品 | 55244 | 38363 | ↑0.56 |
| 汽车及零部件 | 45871 | 36174 | ↑0.22 |
| 计算机类产品 | 41937 | 37830 | ↓0.07 |
| 化妆品 | 41114 | 33329 | ↑0.15 |
| 家具 | 37985 | 33822 | ↓0.04 |
| 首饰 | 36855 | 31525 | ↑0.04 |



服饰个护乱象——一次性内裤徒手制作不灭菌



旅游需求的爆发式增长催生了多元化的消费场景，“一次性用品”因其便捷性成为出游首选。然而在市场高速扩张的过程中，行业统一标准的监管仍显不足，部分企业的不法行为挑战了消费者的安全底线。

2025年1月，央视记者走访商丘多家一次性内裤生产商，发现严重卫生隐患：原材料与垃圾杂物混放；为控制成本，不对一次性内裤进行杀菌处理；工人徒手制作一次性内裤，且把工作台当餐桌使用等。事件涉及“初医生”、“贝姿妍”、“浪莎”等多个品牌。

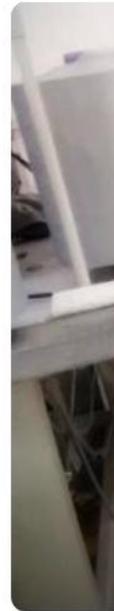
央视“3·15”晚会曝光该问题后，商丘市联合工作组对涉事企业进行查封，对所有成品、半成品及原材料等作现场封存，并依法依规严肃查处。



央视财经

2025年03月15日 20:25 来自 微博视频号

【#一次性内裤爆雷#！3·15晚会曝光#一次性内裤徒手制作不灭菌#】“出差旅行新选择”“EO灭菌、不用洗直接穿”“抑菌率高达99%”，2025年，一次性内裤凭借方便、卫生，成为市场热销的产品。但火爆热销的背后，事实真的如此吗？2025年1月，记者来到了商丘市，知情人告诉记者，当地有多家服饰加工企业生产 [展开](#)



央视新闻

2025年03月15日 23:10 来自 微博视频号

【#河南商丘回应一次性内裤爆雷# #爆雷一次性内裤涉事企业被查封#】据“网信商丘”：今天，总台#315晚会#曝光河南省商丘市梦阳服饰有限公司等企业生产的一次性内裤未经灭菌的问题。商丘市市场监管、卫健等部门成立联合工作组，立即赶赴现场，对涉事企业进行查封，对所有成品、半成品及原材料等作现场封存，下一步将依法依规严肃查处。 [网页链接](#) [央视新闻的微博视频](#) [收起](#)





服饰个护乱象—卫生巾品控失守陷信任危机



2025年3月，央视“3·15”晚会曝光济南一公司销售劣质卫生巾和婴儿纸尿裤，且数量巨大，涉及知名母婴品牌残次料被翻新售卖。济宁市联合调查组第一时间赶赴现场，依法对涉事企业进行查封，并对相关情况进行深入核查。

此外，多家卫生巾品牌品控爆雷：“棉密码”卫生巾被曝添加硫脲，苏菲卫生巾再现“活虫”，引发消费者信任危机。

针对频发的行业乱象，监管部门迅速介入。2025年7月，由国家市场监督管理总局发布的《一次性使用卫生用品卫生要求》正式实施，守住“卫生底线”，监督卫生用品市场将加速向透明化、高品质转型。



九派新闻 认证

2025年03月15日 20:18 来自 微博视频号

#七度空间称和曝光企业无合作#【#市监局回应315曝光翻新卫生巾#：正在联合公安采取行动】3月15日，央视财经315晚会曝光，位于济宁市梁山县的“梁山希希纸制品有限公司”在销售劣质卫生巾、婴儿纸尿裤，且数量巨大。记者联系梁山县市监局一名工作人员称关注到此事，正在联合公安采取行动。**#卖翻新婴儿拉拉裤公司回应#@九派新闻** [九派新闻的微博视频 收起](#)



潇湘晨报 认证

【#律师解读苏菲卫生巾上有活虫#】#苏菲回应卫生巾上有活虫#近日，有网友称，在苏菲卫生巾中发现活虫子，视频发出引发网友关注，对此苏菲官方客服回应，经核查并非产品质量问题，具体原因正在调查中。

视频显示一款苏菲产品内存在白色条状物体，视频发布者称该物体为活虫，此视频也引发网友对卫生用品 [展开](#)





服饰个护乱象—多个卫生巾品牌长度虚标



2025年3月，包括ABC、恩芝、卫舒妃在内的多个卫生巾品牌被曝长度虚标，尺寸缩水。此前已有众多消费者反映卫生巾实际长度与包装标注不符，但品牌方多以"符合国家标准"为由回应。

针对这一现象，监管部门给予高度重视，加速推进行业标准的升级。2025年10月26日，新修订的《卫生巾（护垫）》国家标准已完成关键审查。新国标不仅对产品规格偏差提出了更加具体、严格的界定，还显著强化了对重金属及有害化学残留等安全指标的刚性约束，旨在从源头加固消费安全防线。



澎湃新闻

2025年10月26日 21:05 来自 微博视频号

【官方披露：[#卫生巾新国标已通过审查正在批准#](#)】[#卫生巾新国标已通过审查#](#)10月26日，澎湃新闻查询国家标准信息公共服务平台注意到，计划号为20241954-T-607的国家标准计划《卫生巾（护垫）》已通过审查环节，目前正在批准中。

公示信息显示，国家标准计划《卫生巾（护垫）》由TC141（全国造纸工业标 [展开](#)



凤凰网

25-3-15 11:59 来自 微博视频号

[#315实测主流卫生巾长度仍虚标#](#)【315 特别篇，卫生巾长度风波后，还有哪款可以买？| 凰家实验室】[#卫生巾长度缩水问题依然存在#](#)今年315，凰家实验室自费选购15款卫生巾，送到负责国标起草的专业实验室测试，让我们一起看看，卫生巾长度风波过后，这些产品优化得更好了吗？[凤凰实验室的微博视频](#)



144万次观看

11:24

04

黑猫投诉平台 投诉数据



黑猫投诉平台作为新浪旗下综合消费者服务平台，集合了消费纠纷解决、企业服务质量数据洞察、消费安全知识科普、热点消费事件追踪、泛生活连麦直播等多个维度，全方位覆盖消费全链路，服务用户。同时通过与政府、机构、媒体等的合作，构建平台合作生态，合力提升消费环境。

• 高效化解消费纠纷

用互联网平台化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。

涵盖来自金融、电商、旅游出行、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。

• 追踪热点消费事件

追踪跟进典型及爆发消费侵权事件，对不良商家进行曝光，为消费者挽回损失。



黑猫投诉
新浪旗下消费者服务平台

• 普及消费安全知识

平台日常产出《黑猫夜话》、《黑猫课堂》等丰富的反诈及消费科普内容，同时开展线下公益科普活动，为消费者传递消费注意事项，守护消费安全。

• 洞察、预警消费舆情

平台旗下黑猫大数据中心基于黑猫投诉数据进行模型分析，为消费者及监管部门提供消费舆情预警，前置化保护消费者权益。



黑猫投诉2025全年投诉情况



2025年共收到有效投诉量超

891万



同比增长**45.6%**

平台累计有效投诉量超

3195万



得到企业响应的投诉超

80.29%



得到有效解决的投诉超

70.16%



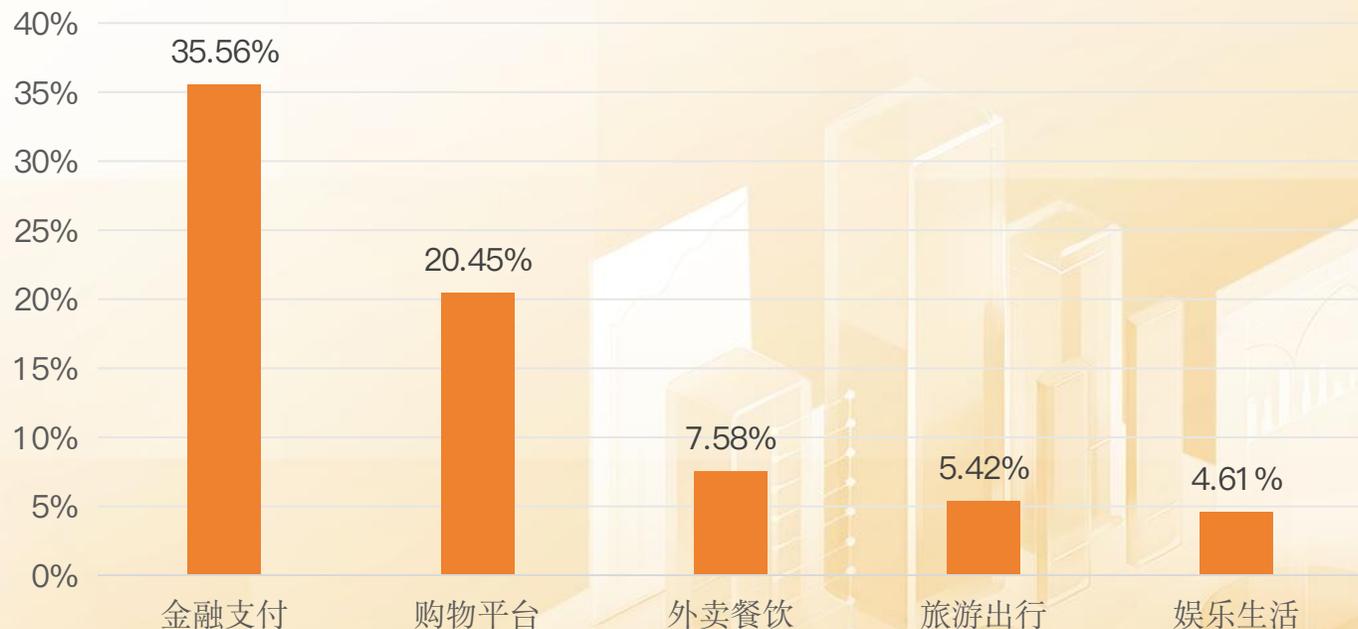
黑猫投诉
新浪旗下消费者服务平台



目前，黑猫投诉平台涵盖金融支付、购物平台、外卖餐饮、娱乐生活、旅游出行住宿、货运物流、电信服务、教育培训、美妆服饰、汽车汽配、房产家居等各个消费领域。其中金融支付行业投诉量最高，占比达35.56%；购物平台投诉量占比20.45%，位列第二；外卖餐饮、旅游出行、娱乐生活紧接其后。



2025年消费者投诉最多的5个行业



主要行业投诉量分析—金融支付行业



2025年金融支付领域投诉量整体呈上升态势，10月投诉超过33万件，为全年峰值。2025年黑猫投诉平台上涉及信用卡及网贷等各类借贷业务的还款和催收纠纷显著增多；与此同时各类信用评估产品通过捆绑“会员费”“增值服务费”等手段变相提高借贷利率问题也较为集中。此外POS机押金不退还也成为支付业务的投诉重点。2025年国家发布了《关于加强商业银行互联网助贷业务管理提升金融服务质效的通知》，要求各金融机构对平台运营、增信服务机构进行名单制管理，进一步规范了行业发展。



2025年金融支付行业投诉量走势（单位：万）



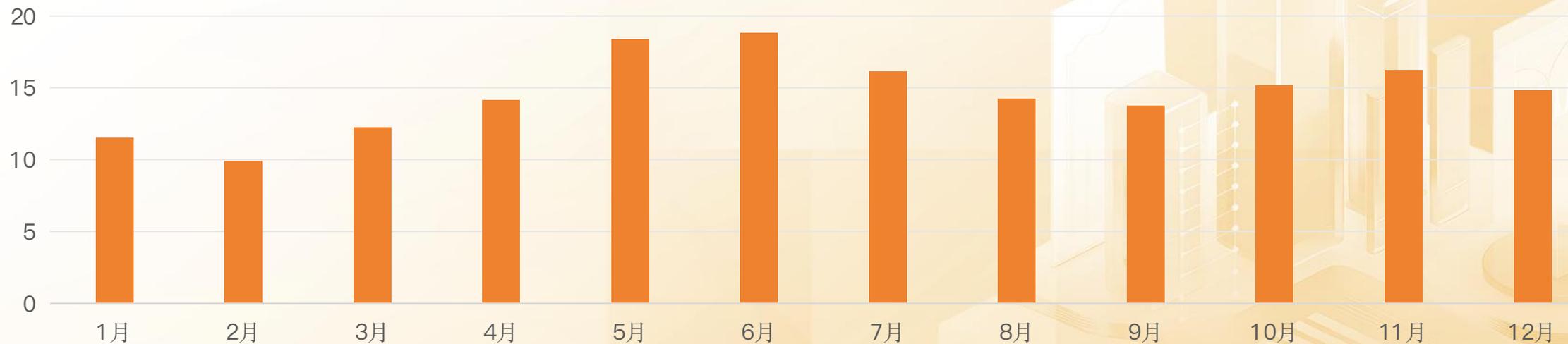
主要行业投诉量分析—购物平台行业



2025年，购物平台的投诉量整体呈波动变化态势。受“6·18”和“双十一”等电商大促活动的影响，投诉量在6月和11月分别达到高峰。从行业投诉来源看，绝大多数投诉集中在电商平台，其中客服消极处理、商品质量不达标、大额优惠订单被无故砍单、退款流程不畅等问题，成为消费者投诉的热点。此外，二手交易平台的投诉量也在逐渐攀升，由于二手商品具有特殊性，由此引发的商品质量问题纠纷尤为突出。



2025年购物平台行业投诉量走势（单位：万）

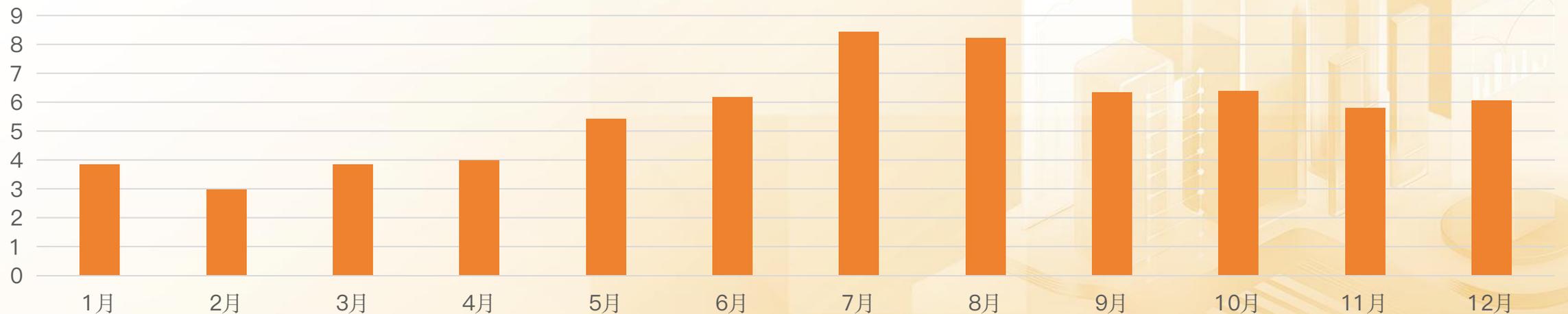


主要行业投诉量分析—外卖餐饮行业

2025年外卖餐饮行业投诉量超67万件，随着京东、淘宝等新玩家的入局，外卖市场竞争日益激烈，引发了备受关注的“外卖大战”。从投诉趋势来看，投诉量的波动与市场竞争关键节点高度相关：7月上旬，外卖大战进入白热化，甚至出现“0元购”，各大平台订单量激增，导致服务及餐品质量明显下滑，投诉量随之达到全年顶峰；7月中旬，市场监管总局约谈后，各大平台共同宣布抵制恶性竞争，外卖大战逐步平息，投诉量也随之回落。从投诉问题来看，顾客反映主要集中在配送超时、送错地址、餐品撒漏及出现异物等方面；而骑手投诉则多聚焦于派单不合理、平台处罚过于严苛等问题。



2025年外卖餐饮行业投诉量走势（单位：万）





主要行业投诉量分析—旅游出行住宿行业



2025年旅游出行住宿行业投诉量超48万件。从投诉趋势来看，投诉量的变化与节假日密切相关，春节、劳动节、国庆节等节假日前后投诉量均出现明显增长。从投诉问题来看，出行票务预订方面，消费者普遍反映退改签收取高额手续费，且经常出现捆绑销售保险、优惠券等付费项目；酒店预订方面，消费者普遍反映酒店房型、设施卫生条件与宣传图严重不符，很多酒店预订后甚至不可取消；网约车方面，乘客普遍反映车费与预估不符、独享顺风车变拼车等问题，而司机反映更多的是判罚不公、奖励不发放等问题。



2025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—娱乐生活行业

2025年娱乐生活行业投诉量超41万件。年内爆发多起社会影响较大的集体投诉，例如：5月18日，QQ音乐在购买单曲打榜活动中，在榜单截止后更改排名引发消费者不满，参与投诉人数超过2800人；7月2日，在猫眼演出购买周杰伦济南演唱会门票被平台强制退票一事，参与投诉人数超过560人；8月28日，泡泡玛特发售新品，因系统问题无法支付导致订单被自动取消，参与投诉人数接近900人。从投诉问题来看，主要集中在电影演出无法退票或退票手续费过高、音视频软件无提醒自动续费等方面。



2025年娱乐生活行业投诉量走势（单位：万）





“不予退款”、“客服不处理”、“虚假宣传”、“霸王条款”等在黑猫投诉平台上成为年度消费者投诉最热门关键词。



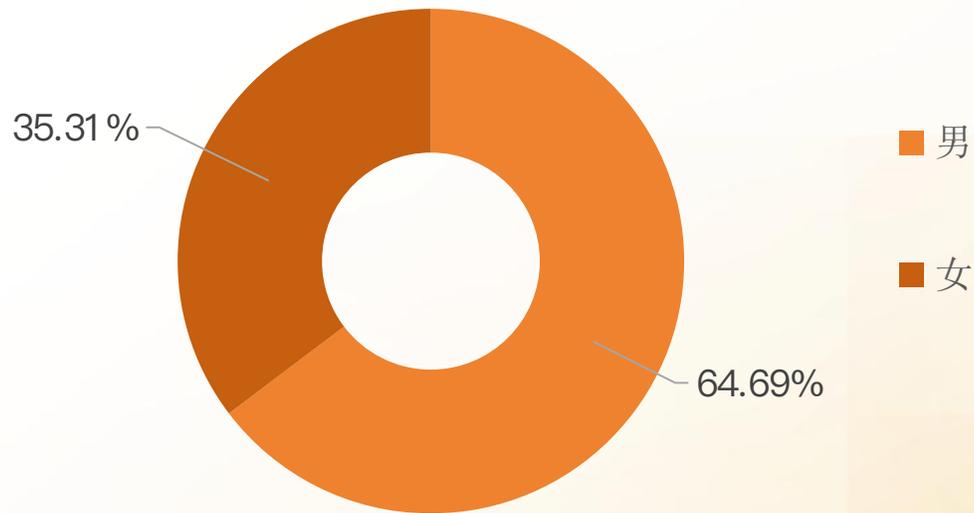


用户画像—投诉用户中男性和年轻人占主体

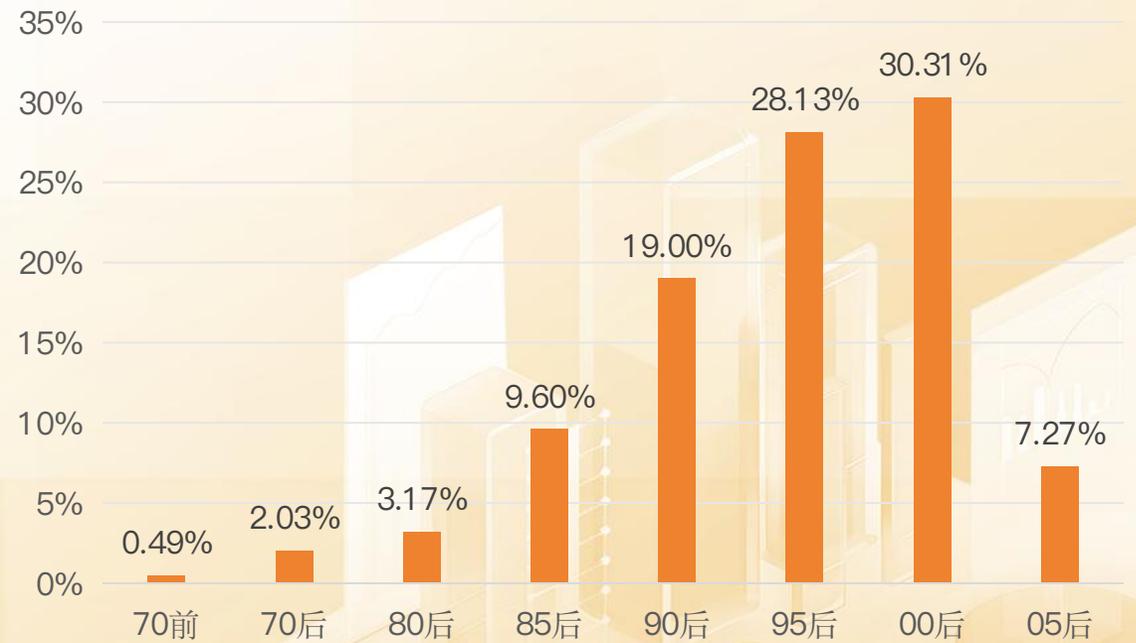


黑猫投诉平台数据显示：男性用户占比64.69%，仍为投诉主体；女性用户占比较去年提升12.43%。年龄结构上，90后占比接近85%，年轻人在遭遇消费纠纷时，更愿意借助第三方网络投诉平台维护自身合法权益。

用户性别分布



年龄代际 (单位: 百分比)



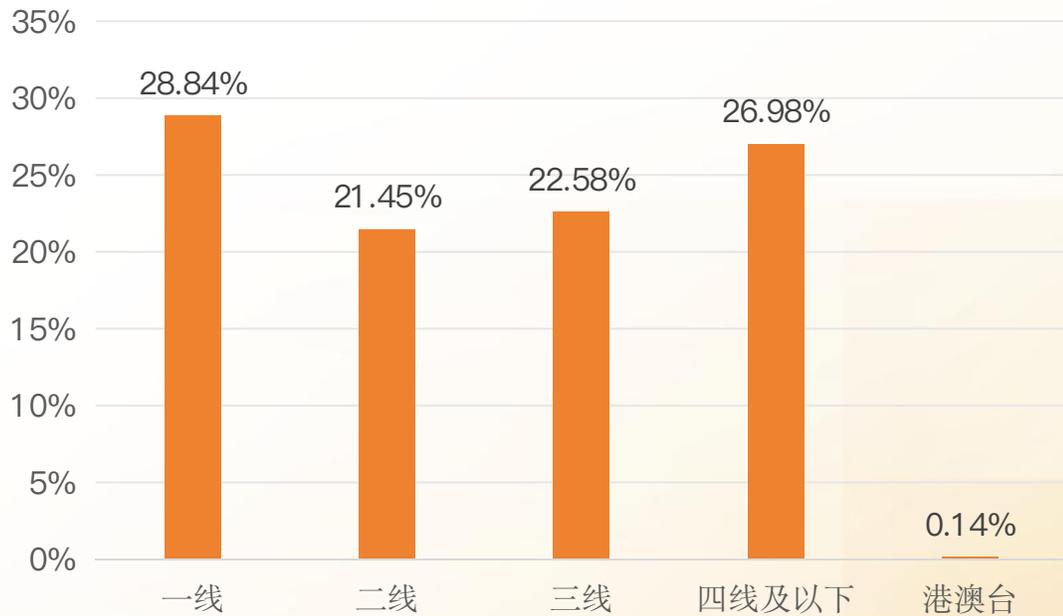


用户画像——一线城市投诉占比增长明显

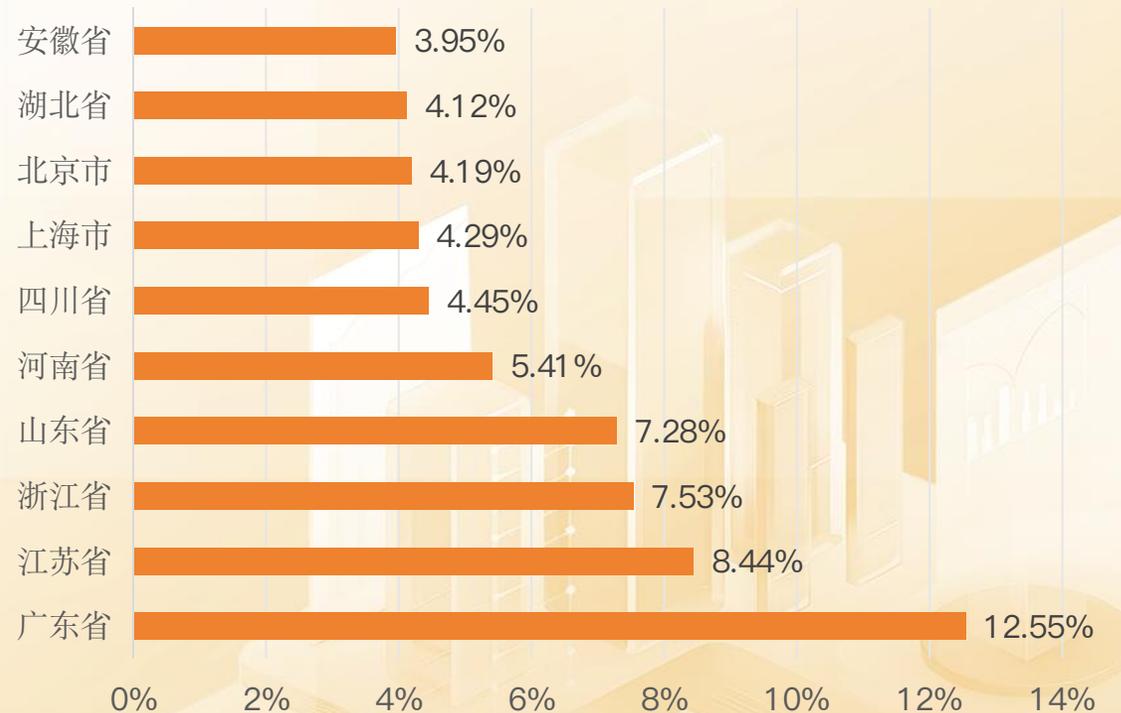


黑猫投诉平台用户在一、二线城市总占比超50%，相比去年来自一线城市的投诉数量增长明显，增长了13.33%；广东省、江苏省、浙江省为投诉占比最高的三个省份。

城市等级占比



用户占比最高的十大省份



05

消费者权益保护 行业趋势





经济势态稳中有进 消费市场再添动能



01

消费基础持续夯实 内需支撑作用不断增强

2025年，全国社会消费品零售总额501202亿元，同比增长3.7%；全国网上零售额159722亿元，同比增长8.6%。消费对经济增长贡献率达到52%，社会消费品零售总额首次突破50万亿元，消费作为经济增长重要引擎的作用进一步凸显。

2026年政府工作报告提出，我国经济增长预期目标为4.5%—5%，城镇新增就业1200万人以上，居民消费价格涨幅2%左右，居民收入增长和经济增长同步，持续释放稳增长、稳就业、稳预期的积极信号。

02

宏观目标清晰明确 经济运行保持稳进态势

2026年全国两会明确提出，把提振消费、扩大内需摆在更加突出位置。政府工作报告提出安排2500亿元超长期特别国债支持消费品以旧换新，并通过财政金融协同方式进一步扩大内需。消费是畅通经济循环的重要环节，也是增强发展韧性的关键支撑。持续优化消费环境、切实保护消费者权益，有助于提振消费信心、释放消费潜力，为经济高质量发展注入更强动力。

多方协同共治 织牢消费者权益保护网



以航司机票“锁座”乱象为例，黑猫投诉平台收到大量相关反馈，央视专题曝光该现象，证实经济舱前排等舒适座位多被锁定。2025年11月26日，江苏省消保委就此开展专项调查，于约谈10家航司，明确其行为涉嫌侵害消费者权益，要求相关航司限期自查自纠。2026年1月29日中国航空运输协会公布《公共航空运输企业航班预留座位规则（征求意见稿）》团体标准。

消费线索在平台汇聚

2025年黑猫投诉平台航司投诉量超4.8万件。

消保委约谈

2025年11月21日，江苏省消保委就此开展专项调查，约谈10家航司。

消费者投诉

众多消费者就航班锁座问题于黑猫平台投诉。

媒体曝光

央视专题曝光飞机锁座现象，证实经济舱前排等舒适座位多被锁定。

协会制定标准

2026年1月29日中国航空运输协会公布《公共航空运输企业航班预留座位规则（征求意见稿）》团体标准。

多方协同共治 共促消费环境持续改善



黑猫投诉积极推动企业主动承担保护消费者权益的社会责任，提高服务质量。同时联合权威机构、媒体共同为消费者发声，并邀请律师为消费者做专业法律解读，全方位守护消费者权益。



100+ 权威机构

市场监督管理总局、司法部、文旅部、公安部刑侦局、共青团中央、缺陷产品召回技术中心、法院、检察院、消费者协会、中国标准化研究院、中国标准化协会、中国互联网协会、医美协会、互金协会、中国质量万里行促进会...



黑猫投诉
新浪旗下消费者服务平台



25000+ 企业

在平台快速响应消费者诉求。



500+ 合作媒体

合作媒体已基本实现全面覆盖机构媒体，涵盖央媒、综合财经媒体、行业垂直媒体、地方电视台及都市媒体等多元类型。包括新华社、人民日报、焦点访谈、央视每周质量报告、央视财经、央广中国之声、工人日报、法治日报...



1000+ 业内知名律师

联合全国各地律师协会及数十家律所，为广大消费者提供权威、专业、便捷的法律咨询服务与普法宣传活动。



投诉上黑猫 消费没烦恼



黑猫投诉小程序



黑猫投诉APP下载