川渝四地联合发布2023年第三季度消费投诉举报数据分析报告

为反映市场主体诚信守法状况、消费者痛点难点问题、日常监管盲区短板、重点监管的目标对象、引导消费者科学安全理性消费，遂宁市市场监督管理局联合重庆市铜梁区市场监督管理局、重庆市潼南区市场监督管理局、重庆市合川区市场监督管理局发布2023年第三季度消费投诉举报数据分析报告，并发出如下消费警示：

警示一：老年消费要谨慎 谨防陷阱和套路

老年消费者切记不要轻易相信商家就各类保健产品、科技产品、养生服务功效进行的宣传，牢记保健品不是药物、不能替代药品，身体健康出现状况时要及时到正规医院就诊。在购买相关产品和服务前应当与家人子女进行沟通，必要时征求医生意见。

在选择外出旅游服务时不可盲目追求“低价”，要查看旅行社是否有相关资质，详细了解旅游行程安排，仔细阅读协议内容并签订书面合同，费用要支付给提供旅游服务的公司而非个人并要求旅行社出具正规票据。要自觉抵制各类“免费”或“超低价”旅游活动，切莫因贪图小便宜导致遭受更大的财产损失。在旅游过程中，对推销各类收藏品、珠宝玉石、投资项目、理财产品、房产等涉及金额巨大的产品要保持高度警惕，任何大额支出要先与家人子女沟通，不草率做决定，守护好自己的养老钱。

警示二：燃气事故要预防 器具选购要细心

消费者应查验经营者主体资格，无照经营的请勿购买。家用燃气器具实行CCC强制性产品认证管理，要选购标有CCC标识的产品。购买家用燃气器具前，认真检查其包装上的铭牌标志和说明书等是否齐全，非进口商品包装标识中严禁使用外国文字图案欺骗误导消费者,重点确认“产品名称及型号”“燃气种类及额定压力”“额定热负荷”等信息是否齐全，并认真阅读使用说明书。

在购买产品时要查看灶具是否有熄火保护装置，最简单的方法是观察炉头位置是否有两根探头（熄火保护装置一般安装在靠近火盖侧，直径大约2－4毫米，在意外熄火时能够自动关闭燃气通路，防止燃气泄漏）。

警示三：餐饮消费重安全 厉行节约勿浪费

节假日期间聚餐增多，消费者外出就餐应选择证照齐全、环境整洁、食品安全管理规范的餐饮单位就餐，注意饮食卫生和安全，使用公筷公勺，避免食源性疾病交叉感染。点菜时，查看菜谱价格是否明码标价。根据实际需求适量点餐、适量取食、拒绝“野味”，崇尚勤俭节约，践行“光盘行动”，餐后打包，杜绝铺张浪费现象，做有社会责任的消费者。

在任何场所消费或交纳任何费用时，要核对交费清单，索要正规票据，并保存好相关票据凭证，一旦出现消费纠纷，请及时拨打经营者所在地的12315电话或者向当地消委组织进行投诉，

也可登录全国12315网站、小程序、公众号投诉举报。

附件：1. 四川省遂宁市市场监督管理局 《2023 年第三季度消费投诉举报数据分析报告》

2.重庆市铜梁区市场监督管理局 《2023 年第三季度受理消费者投诉情况分析》

3.重庆市潼南区市场监督管理局 《2023 年第三季度投诉举报数据分析报告》

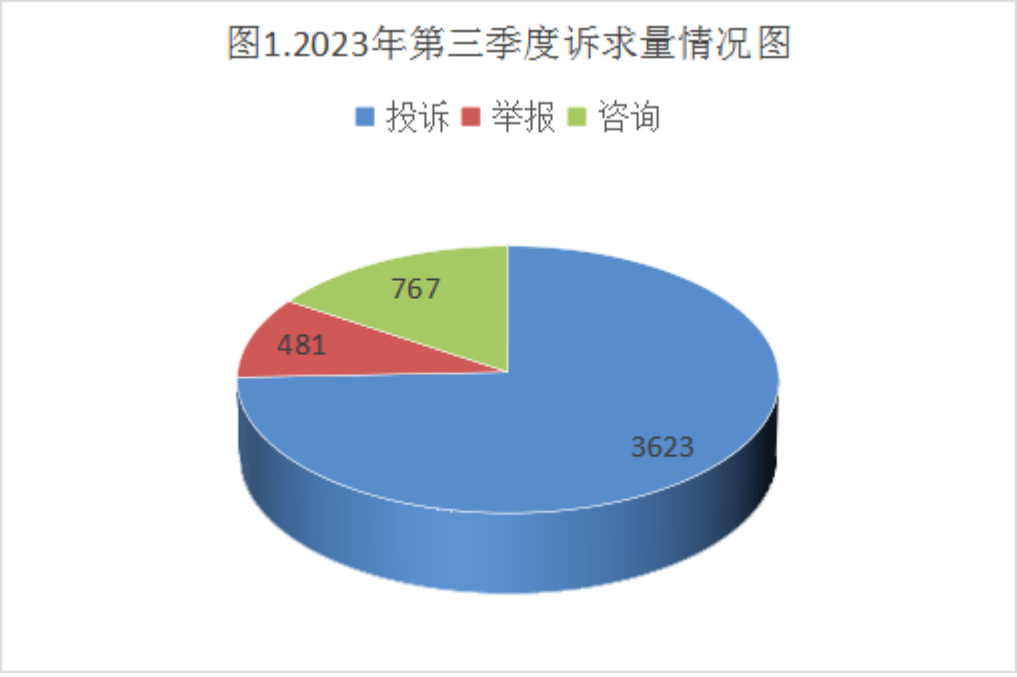
4.重庆市合川区市场监督管理局 《2023 年第三季度投诉举报数据分析报告》

四川省遂宁市市场监督管理局
2023年第三季度消费投诉举报数据分析报告

第三季度，遂宁市市场监管局结合职能职责，围绕群众诉求，进一步提升维权服务效能，以诚信经营促消费，扩大内需助发展为出发点，不断强化消费者参与感、获得感，切实营造放心舒心消费环境。

一、总体情况分析

第三季度，遂宁市市场监管局依托全国12315平台，共受理消费者诉求4871件（其中，投诉3623件，占比74.38%，举报481件，占比9.87%，咨询767件，占比15.75%），同比上升55.33%。已办结4352件，共为消费者挽回经济损失144.75万元。



其中，船山区接收投诉举报件1059件，占比25.8%；射洪

市接收投诉举报件 776 件，占比 18.91%；河东新区接收投诉举报件 626 件，占比 15.25%；遂宁经开区接收投诉举报件 506 件，占比 12.33%；大英县接收投诉举报件 396 件，占比 9.65%；遂宁高新区接收投诉举报件 277 件，占比 6.75%；蓬溪县接收投诉举报件 227 件，占比 5.53%；安居区接收投诉举报件 208 件，占比 5.07%；市局直办 29 件，占比 0.71%。投诉举报量最大的是船山区 1059 件。

表 1：第三季度各区域接收投诉举报数据表

序号	区域	举报	投诉	总计	占比（%）
1	船山区	131	928	1059	25.80
2	射洪市	90	686	776	18.91
3	河东新区	66	560	626	15.25
4	遂宁经开区	63	443	506	12.33
5	大英县	33	363	396	9.65
6	遂宁高新区	23	254	277	6.75
7	蓬溪县	38	189	227	5.53
8	安居区	33	175	208	5.07
9	市局直办	4	25	29	0.71
10	总计	481	3623	4104	100.00

二、投诉情况分析

第三季度，遂宁市市场监管局共受理投诉 3623 件，同比上升 68.9%。办结 3138 件，调解成功 2071 件，同比上升 67.29%，

环比上升 6.92%，调解成功率 69.15%。

（一）问题投诉类型。第三季度投诉量共 3623 件，问题投诉主要集中在：售后服务（955 件）、食品安全（782 件）、合同（585 件）、质量（353 件）、价格投诉（312 件），合计占比 82.45%。

表 2：第三季度投诉问题类别对比分析表

序号	问题类别	7-9 月	7-9 月占比（%）	2022 年同期	同比增长率(%)
1	售后服务	955	26.36	510	87.25%
2	食品安全	782	21.58	491	59.27%
3	合同	585	16.15	122	379.51%
4	质量	353	9.74	408	-13.48%
5	价格投诉	312	8.61	196	59.18%
6	不正当竞争	176	4.86	117	50.43%
7	计量	127	3.51	35	262.86%
8	安全	36	0.99	14	157.14%
9	广告	31	0.86	33	-6.06%
10	商标	5	0.14	4	25.00%
11	其他投诉	261	7.20	215	21.40%
12	总计	3623	100.00	2145	68.90%

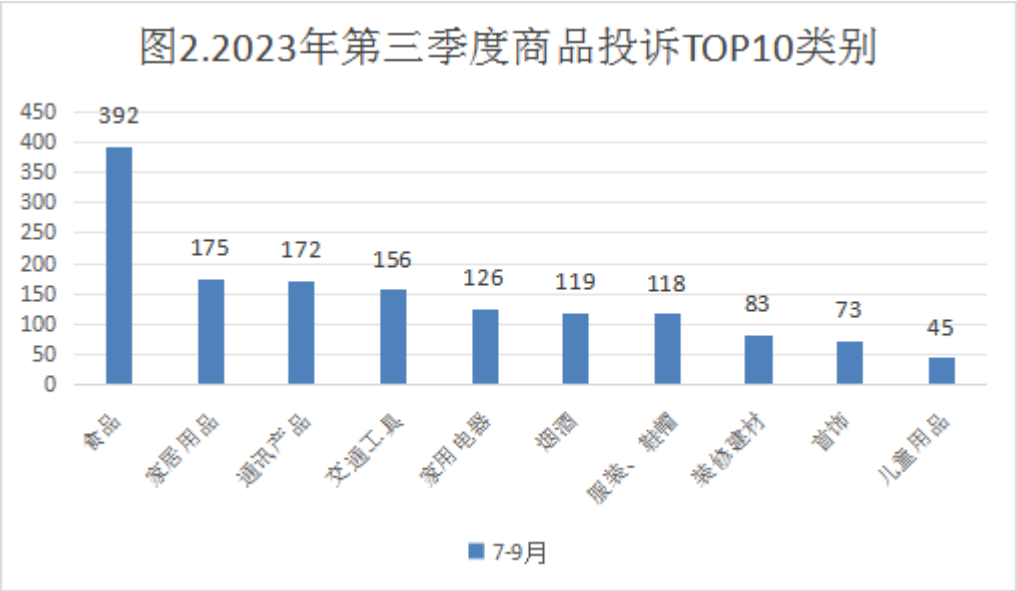
（二）商品投诉类型。第三季商品类投诉量共 2293 件，占投诉总量的 63.29%。其中食品 843 件，占比 36.76%；家居用品

175 件，占比 7.63%；通讯产品 172 件，占比 7.5%；交通工具 156 件，占比 6.8%；家用电器 126 件，占比 5.49%；烟酒 119 件，占比 5.19%；服装、鞋帽 118 件，占比 5.15%；装修建材 83 件，占比 3.62%；首饰 73 件，占比 3.18%；儿童用品 45 件，占比 1.96%；药品 41 件，占比 1.79%；房屋 14 件，占比 0.61%；计算机产品 13 件，占比 0.57%；其他 315 件，占比 13.74%。从数据上看，商品投诉主要集中在：食品（843 件）、家居用品（175 件）、通讯产品（172 件）、交通工具（156 件），合计占比 58.7%。

表 3：第三季度商品投诉类别数据分析表

序号	商品类别	7-9 月	7-9 月占比（%）	2022 年 7-9 月	同比增长率
1	食品	843	36.76	687	22.71%
2	家居用品	175	7.63	79	121.52%
3	通讯产品	172	7.50	73	135.62%
4	交通工具	156	6.80	116	34.48%
5	家用电器	126	5.49	104	21.15%
6	烟酒	119	5.19	109	9.17%
7	服装、鞋帽	118	5.15	63	87.30%
8	装修建材	83	3.62	36	130.56%
9	首饰	73	3.18	58	25.86%
10	儿童用品	45	1.96	11	309.09%
11	药品	41	1.79	9	355.56%
12	房屋	14	0.61	10	40.00%

13	计算机产品	13	0.57	11	18.18%
14	其他商品	315	13.74	146	115.75%
15	总计	2293	100.00	1512	51.65%



（三）服务投诉类型。服务类投诉量共 1330 件，占投诉总量的 36.7%。其中餐饮和住宿服务 522 件，占比 39.25%；美容、美发、洗浴服务 193 件，占比 14.51%；文化、娱乐、体育服务 101 件，占比 7.59%；制作、保养和修理服务 125 件，占比 9.4%；预付卡服务 66 件，占比 4.96%；洗涤、染色服务 19 件，占比 1.43%；停车服务 39 件，占比 2.93%；卫生保健、社会福利服务 22 件，占比 1.65%；教育、培训服务 15 件，占比 1.13%；其他服务 228 件，占比 17.14%。从数据上看，服务投诉主要集中在：餐饮和住宿服务（522 件）、美容、美发、洗浴服务（193 件）、文化、

娱乐、体育服务（101 件）、制作、保养和修理服务（125 件），合计占比 70.75%。

表 4：第三季度服务投诉类别数据分析表

序号	服务类别	7-9 月件数	7-9 月占比
1	餐饮和住宿服务	522	39.25%
2	美容、美发、洗浴服务	193	14.51%
3	文化、娱乐、体育服务	101	7.59%
4	制作、保养和修理服务	125	9.40%
5	预付卡服务	66	4.96%
7	洗涤、染色服务	19	1.43%
8	停车服务	39	2.93%
9	卫生保健、社会福利	22	1.65%
10	教育、培训服务	15	1.13%
11	其他	228	17.14%
12	总计	1330	100.00%

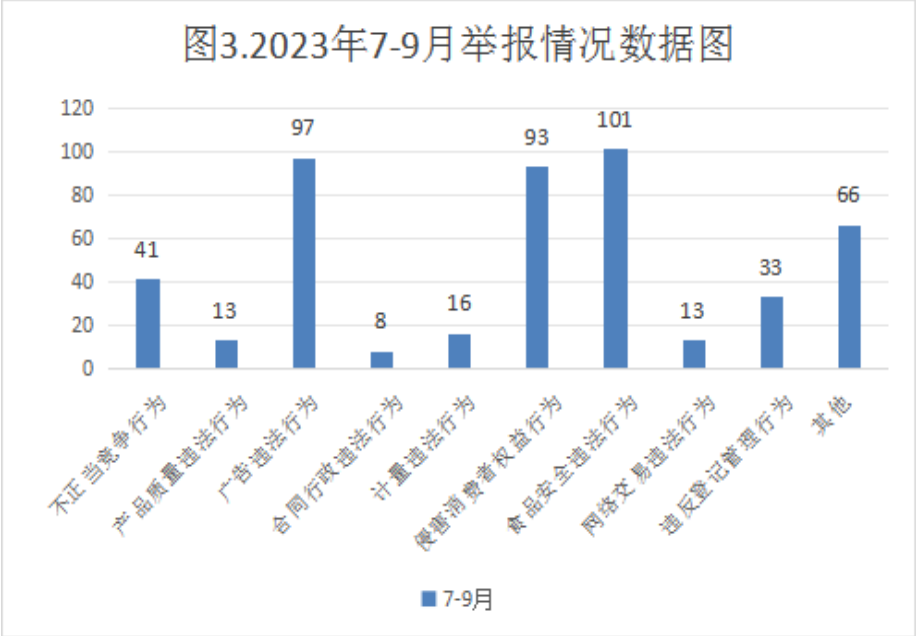
三、举报情况分析

第三季度，市市场监管局共接收举报 481 件，占接收总量的 9.87%，已办结 446 件。从举报问题来看，举报问题主要分布在：食品安全违法行为 101 件，占比 21%；广告违法行为 97 件，占比 20.17%；侵害消费者权益行为 93 件，占比 19.33%；不正当竞争行为 41 件，占比 8.52%；违反登记管理行为 33 件，占比

6.86%；计量违法行为 16 件，占比 3.33%，合计占比 79.21%。

表 5：2023 年第三季度举报情况数据表

序号	举报类别	7-9 月件数	占比（%）
1	食品安全违法行为	101	21.00
2	广告违法行为	97	20.17
3	侵害消费者权益行为	93	19.33
4	不正当竞争行为	41	8.52
5	违反登记管理行为	33	6.86
6	计量违法行为	16	3.33
7	产品质量违法行为	13	2.70
8	网络交易违法行为	13	2.70
9	合同行政违法行为	8	1.66
10	其他	66	13.72
11	总计	481	100.00



四、消费投诉举报特点及热点分析

（一）食品投诉增长较大。本季度食品相关投诉举报增长较大，同比增长率达 87.25%。主要问题在于食品过期、霉变生虫、混有异物、掺杂掺假等。主要原因一是商家不规范经营，使用劣质原材料、未按期清理过期产品；二是生产场所卫生条件不达标、清洁不到位；三是夏季天气导致食品加速变质等。

（二）合同投诉成倍增长。本季度，合同相关投诉成倍增长，同比增长率达到 379.51%。主要原因在于疫情后经济市场复苏，预付式消费和汽车购买意愿加强。主要问题一是办卡容易、退卡难；二是虚假广告，误导消费者消费；三是办卡手续不规范，不与消费者签订书面合同；四是不平等格式条款，限制消费权利。本质上反映了部分消费者消费不理智，部分经营者服务不规范等问题。

（三）新型诈骗陆续现身。本季度，射洪市、船山区、经开区陆续收到多个相似投诉案例，均表示其在销售人员的优惠活动诱导下，在商家开发的 APP 上充值费用购买家用电器，但是平台上的商品价格和实际价值不匹配，后续商家关门跑路也导致消费者退费难。主要原因一是经营者虚假宣传、非法牟利；二是消费者安全意识不强，为贪小便宜陷入消费陷阱。

五、风险提示

（一）紧绷食品安全“高压线”。七月到九月正是一年天气最热的时间，食品变质加快、苍蝇蛆虫繁殖旺盛，各种食品安全问题频发。**建议**各县（市、区）市场监管局及相关科室建立健全的监督机制，加强对食品生产、流通和服务全链条环节的监管，严格查处违法违规行为；组织开展夜宵食品安全突击检查，发现问题隐患，消除潜藏风险；加强食品信息的公开透明度，提高消费者的食品安全意识和维权意识；加强食品安全教育，借助“万人进万企”、质量宣传月、常态性检查等机会大力宣传《食品安全法》《企业落实食品安全主体责任监督管理规定》等法律法规，提高经营者的合法经营意识及公众食品安全知识和自我保护能力。

（二）加强合同规范“保护罩”。在疫情后逐渐复苏的市场环境下，预付式消费越来越受经营者欢迎。**建议**各县（市、区）市场监管局及相关科室持续做好消费宣传工作，采取发放宣传资料、悬挂横幅、举行讲座，及时发布消费警示、加大失信行为曝

光力度、公开透明群众消费维权途径等方式，为群众提供有针对性咨询服务，提高群众识假辨假能力，帮助消费者防范消费风险，积极营造安全、和谐、稳定的消费环境；加强消费热点、痛点领域监督检查，对消费投诉较为集中的汽车行业、美容健身行业等开展行政约谈，规范行业发展。严厉打击虚假广告、合同欺诈、无照经营等行为，净化消费市场环境。

（三）筑牢新型诈骗“防火线”。随着科技水平的提高，现在利用技术手段行骗的案例比比皆是，新的诈骗套路和方法也是层出不穷，除了保健产品领域这个老年消费群体“重灾区”，连头脑清醒的年轻人也容易上当受骗。针对新问题，要有新监管。**建议**相关部门加强新技术、新知识的教育和培训，让监管能力和监管技术与时俱进；提高警惕，加大各种诈骗销售的专项摸排整治，积极与公安部门联系和合作，及时转交违法线索，提供数据支撑；加大违法行为和违规经营者的公示力度，通过多渠道发出警示信息，避免更多消费者上当受骗。

重庆市铜梁区市场监督管理局
2023 年第三季度受理消费者投诉情况分析

2023 年第三季度，铜梁区市场监督管理局共接收国家 12315 平台、市 12345 中心、区消委会、互联网+、信访系统、来信来函、现场等渠道投诉举报案件共 1172 件。

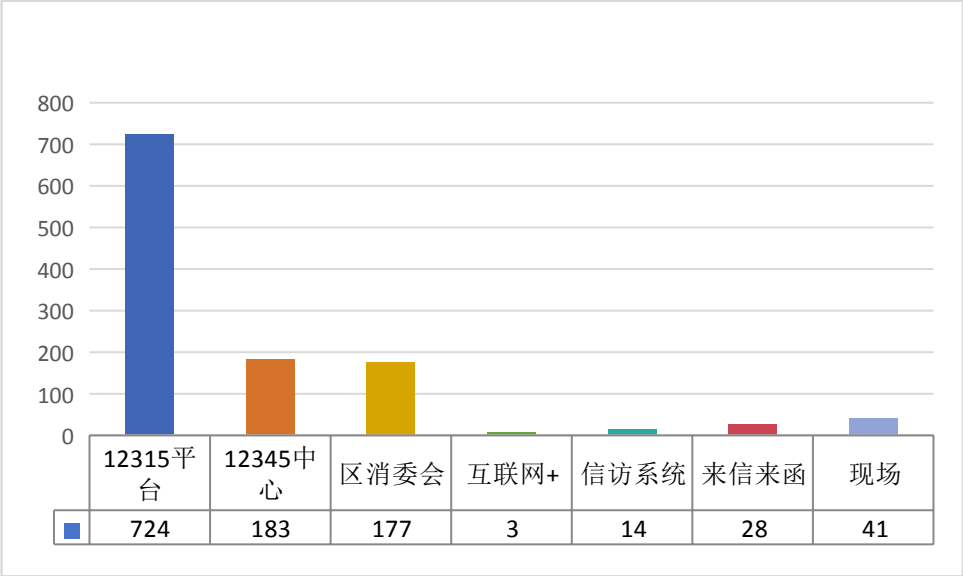


图 1　2023 年第三季度各渠道受理消费者投诉举报数量图

一、投诉情况分析

2023 年第三季度共受理消费投诉 937 件。从投诉问题类别看，位于前五位的分别是食品安全问题、质量问题、售后服务问题、其他问题、合同问题，这五大问题占投诉总量 83.79%。从

投诉消费类型看，商品类投诉 704 件，占投诉总量 75.13%。位于前五位的分别是食品类、交通工具类、家用电器类服装、通讯工具类、服装鞋帽类，这五类占商品类投诉的 43.89%。服务类投诉 233 件，占投诉总量 24.87%。位于前五位的分别是教育培训服务、餐饮和住宿服务、销售类、文化娱乐体育服务、美容美发洗浴服务，这五类占服务类投诉的 48.93%。（详见表 1）

序号	投诉举报类别	数量(件)	占比
1	质量	172	18.36%
2	标准化	7	0.75%
3	认证认可	2	0.21%
4	广告	12	1.28%
7	不正当竞争	57	6.08%
8	合同	63	6.72%
9	计量	21	2.24%
10	人身权利	24	2.56%
11	售后服务	169	18.04%
12	安全	3	0.32%
14	食品安全	282	30.10%
15	价格投诉	26	2.77%
16	其他	99	10.57%

表 1　2023 年第三季度投诉类别数量表

（一）食品类问题居高不下。食品安全问题始终是消费者关注的热点,第三季度天气炎热,食品安全问题愈发突出，主要反映

的问题：1、食品出现变质、霉变、过期等卫生安全问题；2、食品标签标识不规范；3、餐饮卫生条件差，消费者就餐环境恶劣及用餐后出现腹泻呕吐等不适症状。

（二）交通工具类投诉增加，售后服务维权难。第三季度，售后服务较第二季度有所增加，主要反映的问题集中在：1、商家出售假冒伪劣产品，在出售产品时故意隐瞒商品性能问题；2、产品存在质量问题，在“三包”期内出现质量问题却无法维修；3、电动车等交工具类产品维修服务时间长，需要检测才能认定责任，消费者需反复跟进才能给予回复，其认为不合理等。

（三）教育、培训类服务需多关注。第三季度，教育、培训类服务激增至 44 件。消费者反映问题集中在培训机构和培训教室资质不健全、培训机构夸大培训内容和效果误导消费者，同时部分消费者反映培训机构还存在不履行承诺、服务缩水、甚至关门跑路的情况，消费者在申请贷款时，部分教育机构拖延退费。

一、举报情况分析

2023 年第三季度共受理举报 235 件。从举报性质来看，位于前五的分别是：食品安全违法行为、不正当竞争行为、广告违法行为、价格违法行为、侵害消费者权益行为。（详见表 2）

序号	举报类别	数量	占比
1	违反登记管理行为	7	2.98%
2	不正当竞争行为	42	17.87%

3	侵害消费者权益行为	18	7.66%
4	产品质量违法行为	10	4.26%
5	合同行政违法行为	5	2.13%
6	广告违法行为	35	14.89%
7	直销违规行为	2	0.85%
8	网络交易违法行为	3	1.28%
9	价格违法行为	20	8.51%
10	商标违法行为	2	0.85%
11	标准化违法行为	2	0.85%
12	计量违法行为	8	3.40%
13	认证认可违法行为	3	1.28%
14	特种设备违法行为	2	0.85%
15	生产许可违法行为	2	0.85%
16	食品安全违法行为	63	26.81%
17	其他市场监管领域违法行为	11	4.68%

表 2　2023 年第三季度举报类别数量表

（一）食品安全违法行为高居榜首。消费者通过各渠道举报食品安全违法行为主要集中：1、食品存在过期、有异物等安全问题；2、生产场所不能持续保持所具备的环境条件、卫生要求；3、违法使用或滥用食品添加剂，经营不符合食品安全标准或要求的食品。从投诉主体来看，以职业举报人居多，以获取赔偿和举报奖励为目的。随着互联网的崛起，其“维权”方向转向了网络

商品经营者和有关服务经营者。

（二）不正当竞争行为增长幅度较大。第三季度接收的不正当竞争行为类举报，主要涉及的问题：1、外卖或网购存在好评返现的行为；2、采用不正当的拉客行为，比如大街上诱导行人参与抽奖或以免费领取小礼品为借口，诱惑行人到店消费。

（三）广告违法行为依然是举报重灾区。今年第三季度受理的广告违法行为举报主要涉及食品、家具、医疗等领域，反映的主要问题有：使用绝对化用语、广告宣传语涉及违法违规用语、夸大宣传普通食品具有保健效果等。

一、存在的问题和相关建议

（一）进一步加强食品、餐饮食品监管

食品类投诉举报一直位居前列，并且是职业索赔人涉足的重灾区。建议一是加强食品经营店的日常监督检查，特别是针对食品包装不规范、食品里含有异物、变质过期等易发问题；二是加强对餐饮行业营业场所的监督检查，特别是小餐饮店、小吃街等，着力解决食品安全责任问题；三是对于群体性食品安全事件易发场所，大力开展食品安全相关行动和宣传活动，以督促学校及供餐单位建立贯穿食品采购、贮存、加工制作、供餐全过程的食品安全风险防控体系，保障就餐人员安全。

（二）进一步加强虚假违法广告专项治理

一是加强对户外、店堂、印刷品等广告的巡查，重点检查医疗器械、药品、保健食品、房地产等广告，发现涉嫌虚假违法广告及时依法处理；二是针对网络平台，规范网络促销，着力打造安全放心的网络消费环境，突出对主要网络交易平台及投诉较多的网店、农村电商的监督检查，压实平台主体责任，规范网络促销行为，倡导诚信合法经营，打造放心、安心、舒心的网络消费环境，增强消费信心，释放消费潜力。

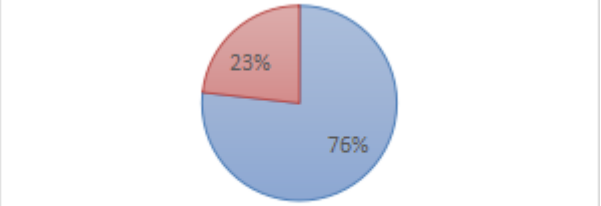
重庆市潼南区市场监督管理局
2023年第三季度投诉举报数据分析报告

随着生活水平的提高，人们对食品安全、产品质量的关注越来越多，在日常消费中维权意识也普遍提高。潼南局结合三季度投诉举报相关数据，深入分析思考，梳理群众关心关注重点，找准监管重难点和不足，提出对策建议，不断提高市场监管水平，努力服务经济社会持续健康发展。

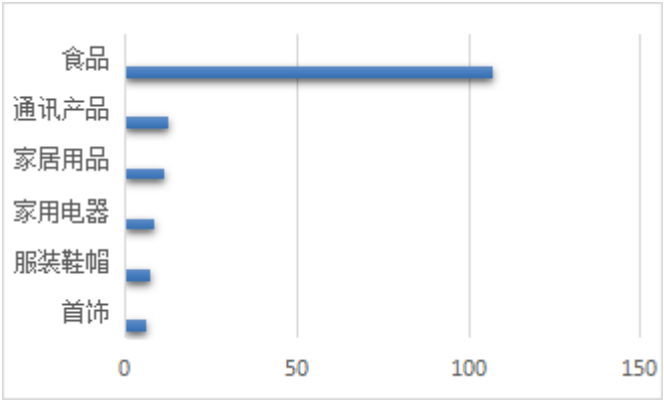
一、投诉举报情况分析

2023年第三季度，潼南局共接收各类投诉举报361件，同比增加16.67%。投诉255件，同比增加15.29%，占比66.18%；举报106件，同比增加19.1%，占比33.82%。

（一）按投诉举报类别划分。2023年第三季度共处理商品类投诉194件，占投诉总量的76%；服务类投诉61件，占投诉总量的23%。从投诉类别来看，全区的消费热点问题集中于食品、首饰、家居用品、服装鞋帽等衣食住行日常消费，其他类别涉及较少。

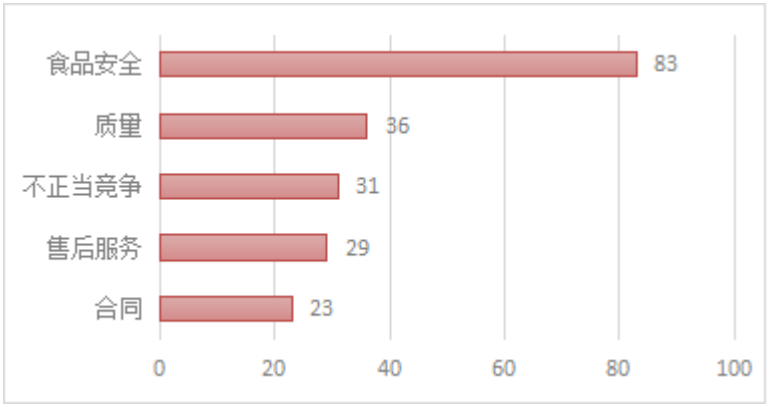


图表1：投诉商品热点排行

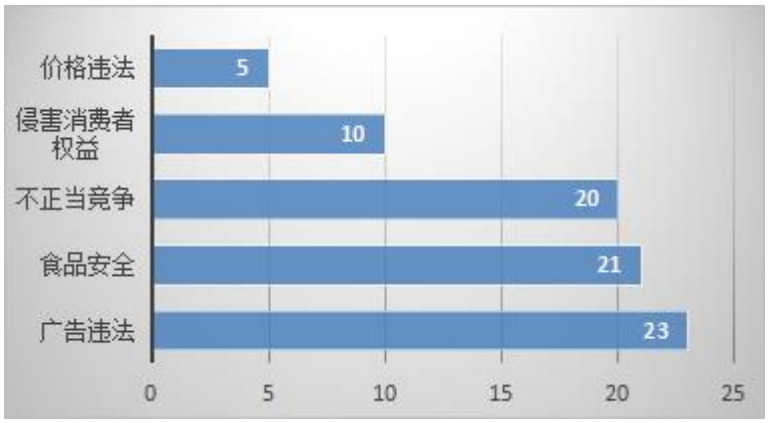


图表 2：投诉商品热点排行

（二）按投诉举报问题类型划分。投诉问题中食品安全、质量、不正当竞争、售后服务、合同为消费者投诉的主要问题，数量分别为 83 件、36 件、31 件、29 件、23 件，占比分别为 32.55%、14.18%、12.16%、11.37%、9.02%。举报问题主要集中于不正当竞争、食品安全、广告违法行为、侵害消费者权益几方面，数量分别为 23 件、21 件、20 件、10 件。占比分别为 21.70%、19.81%、18.87%、9.43%。



图表 3：投诉问题排行



图表 4：举报问题排行

二、投诉举报热点分析

（一）食品安全为重中之重。”民以食为天”，因与民生密切相关，一般食品类投诉持续居高，但大部分涉及食品领域的“职业打假”，尤其食品标签标注不规范成为近期食品投诉举报重点，职业举报人表面打着维护消费者权益的旗号，首先找企业“私了”牟利，如此不成，便向市场监管部门投诉举报，要求赔偿、奖励，这类投诉举报让企业不堪重负，也挤占执法资源。其他反映的问题主要为：一是美团平台入驻经营户超范围经营凉菜问题，数量有所减少，但仍然存在；二是食品包装标识问题，存在包装标准事项不规范、标签瑕疵等；三是部分经营者销售过期食品、变质食品；四是销售的食品混有异物、杂质等。

（二）售后服务类问题居高不下。随着生活水平的提高，消费者对商品使用过程中的服务感要求明显增高，其中传统、滞后、消极的售后服务越来越被消费者所诟病。比如：经营者在维修过程中虚报项目、价格过高，使用不合格零配件，多次维修后仍然

无法正常使用，或者三包期内拒绝提供质保等售后服务问题、经营者和厂家缺乏担当私自设置障碍擅自缩短保修期限或范围不承担保修责任，产品出故障后双方相互推诿责任等。

（三）广告宣传成为重点问题领域。反映的主要问题为发布违法广告和虚假宣传。具体为：1.对广告页面中出现的绝对化用语，如：“最佳、最好、第一”等进行举报；2.虚假、夸大宣传产品功效、疗效；3.存在部门职能区分的热点问题如购房纠纷、培训纠纷时间，因为群众对部门职能不了解，往往发起虚假广告、虚假宣传的投诉举报。

三、对策建议

（一）加大食品安全违法行为的监管力度。尤其是网络餐饮安全监管，一是深入开展教育培训，提高主体安全意识。1.网络平台落实自身主体责任，积极向入网餐饮单位、送餐员、平台员工普及食品安全知识，切实提供防范意识。2.市场监管部门要加强平台和入网餐饮单位《食品安全法》、《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》等法律法规的教育培训，提高食品安全意识，自觉做到合法合规经营，减少违法违规发生。3.市场监管部门可以采取集中宣传、“送教上门”、推送宣传资料、发放选出资料等方式，加强送餐员和群众关于食品安全法律法规知识的培训，充分发挥他们的主观能动性和监督作用。二是全面推进“智慧监管”，管住关键环节。市场监管部门采取上门宣传、面对面指导

等方式，督促引导网络餐饮全面入驻“阳光餐饮”平台，每天上传原辅材料、从业人员晨检等信息。对有条件的实施“互联网+明厨亮灶+AI”，实现后厨直播，督促规范操作，保障网络餐饮安全。

（二）加大虚假广告的监管力度。一是加大重点领域广告监管执法力度。加大对药品、医疗器械、保健食品、食品、医疗机构、金融理财、收藏投资等事关人民群众生命财产安全行业的生产者和经营者的法律法规宣传引导和监督检查力度，对于发布违法广告的，要严肃查处。对社会广泛关注的利用健康养生会销等形式，冒用医疗机构资质或医师执业资格违法、违规推销药品、食品的，要严肃查处，切实保护公众合法权益。二是加大对重点媒体的监管力度。要继续加强对电视、广播、报纸等媒体的广告监管，落实属地监管责任加大案件查办力度，市监所对本辖区的虚假违法广告活动严格履行好属地监管的责任。三是要加大对违法广告责任主体的惩戒力度，建立重点案件协调指挥机制，强化督办力度；并集中曝光误导消费者的严重虚假违法广告，震慑虚假违法广告行为。

（三）强化维权宣传，营造良好氛围。充分利用各种形式宣传消费维权法律法规、展示消费维权成果、讲解消费维权知识、剖析典型维权案例，使消费维权宣传实现“天天 3.15”效果。同时加强对经营者的宣传、教育，提高经营者自律意识，努力实现调解关口前移。从注重事后消费维权，改变为加强经营者法律法规

宣传教育，指导经营者诚实守信，提高经营者自觉履行消费维权社会责任的意识，切实对消费者负责。同时，提醒消费者注意收集和保管好经营者的有关宣传资料、预付费协议、付款凭证等，便于在发生消费纠纷时向相关部门投诉，更好维护自身合法权益。

重庆市合川区市场监督管理局
2023年第三季度投诉举报数据分析报告

2023年三季度，我市受理消费者投诉举报共计1174件，其中，投诉850件，举报323件。已处理投诉850件，处理率100%；处理举报323件，办结率100%，立案20件，未办结的均在法律规定期限内。2023年投诉举报量较2022年同期有大幅度提升，同比增长16.20%，其中投诉同比增长16.20%。增长的主要原因是:一投诉举报“职业化”，消费者的诉求渠道更加畅通便捷；二是消费者的维权意识较往年有进一步提高。

2023年三季度投诉举报热点

消费者投诉举报的热点分别为食品安全、广告、合同、质量、价格的问题。

（1）食品安全：食品质量、安全、虚假宣传等问题。如：购买的食品内部有异物、食品变质、超保质期；商家广告存在虚假宣传、违法宣传；食品标签标识不符合食品安全标准；食用后出现不良反应等问题。

（2）广告问题：商家在广告活动中采取不正当竞争的行为；经营、发布欺骗性广告；经营、发布未经审查的广告；广告内容虚假夸大、广告内容侵权等问题。

（3）合同问题：大部分存在的是预付卡服务问题，集中在健身房、游泳馆、瑜伽馆等经营商家变更营业地址、私教离职、

充值卡不能正常使用等原因。客户要求退费时，存在“办卡容易退卡难”“商家卷款跑路”“预付卡节假日限制使用”。商家未按宣传内容、合同或承诺提供相关服务，存在虚假宣传、服务“缩水”等现象；还有少部分合同违法问题。

（4）产品质量问题：存在销售三无产品：无日期、地址、厂名、商标、无产品质量检验合格证明；销售不合格商品：失效、变质、掺杂掺假、以假充真、以次充好、冒充合格产品。销售标签标识不符合安全标准规定的商品；销售导致消费者受到产品伤害的商品：因产品设计不合理、质量不合格、警示信息不全等原因而导致消费者受到产品伤害。

（5）价格问题：哄抬物价；未明码标价；诱骗、欺诈；不执行政府指导价、政府定价的行为。

12315 工作总情况表

统计时段：	2023-07-01　　至 2023-09-30	填报单位：	合川区市场监督管理局
项目		**单位**	**数量**
一、接到总数		件	1174
二、接到投诉总数		件	850
其中：12315 自办		件	800
其中：ODR 企业办理		件	50
其中：已结		件	850
不受理		件	50
受理		件	800
达成调解协议		件	460

协商和解	件	50
撤回投诉	件	60
不予受理	件	50
一方不参加调解	件	50
双方无法协商一致	件	0
一方无法达成调解协议	件	30
四十五个工作日内未达成调解协议	件	0
其他	件	50
争议金额	万元	62
加倍赔偿金额	万元	0
为消费者挽回经济损失金额	万元	50.2
其中：类型：商品消费投诉	件	387
服务消费投诉	件	80
三、接到举报总数	件	295
其中：类型：商品消费举报	件	300
服务消费举报	件	23
其中：实名举报	件	322
匿名举报	件	1
其中：已结	件	323
案件立案	件	20
案值	万元	123
罚没金额	万元	6
没收金额	万元	0
不立案	件	303
其他	件	0
	统计时间：	2023-11-17