

# 消费投诉首超2000万件，售后服务排首位

## 2025年全国市场监管部门为消费者挽回经济损失43.5亿元

### 网购投诉举报集中在售后服务和质量问题上

2025年，全国市场监管部门共受理投诉2036.6万件，同比增长9.3%，投诉总量首次突破2000万件，消费者维权意识持续增强。售后服务投诉量已连续三年排在问题首位，凸显出部分商家对售后保障的重视程度不足，未能满足消费者的基础服务诉求。从增速看，合同问题同比增长40.3%，是投诉量增长最快的核心问题，消费者反映的问题主要集中在退款难、合同条款不透明、格式合同暗藏“霸王条款”、商家未按约定履约、宣传承诺与合同内容不一致等。

2025年，全国12315平台共接收网购投诉举报1506.7万件，同比增长14.3%，占投诉举报总量的56.9%。其中投诉1144.7万件，举报362万件，为消费者挽回经济损失10.7亿元，占总挽回经济损失的24.6%。

从问题看，网购售后服务与质量问题是消费者反映最集中的两大领域，投诉举报量分别为348.6万件、288.6万件，合计占比为42.3%。

另外，电商购物节价格纠纷突出，核心矛盾集中在：消费者在预售期支付定金后，发现尾款阶段或活动高潮期商品价格反而更低。尽管平台提供价保服务，但消费者申请价保时，常因商品链接变更、优惠券类型不同等理由被拒绝。

据市场监管总局消息，2025年，全国市场监管部门通过全国12315平台、电话等渠道共受理消费者投诉、举报和咨询4386.6万件，为消费者挽回经济损失43.5亿元，有力保护了消费者合法权益。



### 外卖诉求量波动明显 行业竞争需回归理性

2025年，平台接收外卖投诉举报50.5万件，同比增长14.1%。从主要问题来看，食品安全问题(26.2万件)、售后服务问题(6.3万件)、合同问题(2.4万件)、不正当竞争问题(2.3万件)、质量问题(1.9万件)排名靠

前，合计占比近八成。

第三季度，各大平台“补贴大战”持续引流，订单量激增的同时，服务保障能力未能同步跟上，导致诉求水涨船高，平台接收投诉举报量同比增长23.8%、环比增长19.2%，成为全年诉求增幅最大的时期。

而进入第四季度，随着补贴政策退潮，市场逐步“降温”，诉求量也同步回落，环比三季度下降22.8%。市场监管总局表示，整体来看，外卖行业消费诉求量随市场波动呈现阶段性变化，行业竞争需向更加理性与可持续的方向转变。

### “充电焦虑”诉求攀升 服务体验亟待升级

2025年，平台接收充电宝相关投诉举报15.6万件，同比增长62.5%，具体问题集中在产品质量问题、退货纠纷、共享充电宝好借难还、异常计费等方面。与此同时，在新能源汽车保有量快速提升、充电基础设施规模持续扩大的背景下，充电设施服务质量短板日益凸显。

2025年，平台接收涉及新能源汽车充电设施的投诉举报为6.1万件，同比增长47.8%。具体问题集中在充值余额退费困难、部分充电桩运营公司“跑路”失联、收费标准不透明、人工客服形同虚设等方面。

2025年，平台接收首饰投诉举报38万件，同比增长16.4%。其中，黄金首饰(14.2万件)与天然玉石(10.2万件)成为核心诉求领域，与白银首饰(4.5万件)、合金首饰

(2.8万件)、天然宝石(1.7万件)合计占首饰总投诉举报量的87.9%。

从消费者反映的问题看，主要集中在三方面：一是部分产品存在贵金属纯度不足，玉石以次充好，饰品有害物质超标等；二是“一口价”黄金饰品未明确标示克重，实际单价远超市场金价，隐瞒置换限制条件等；三是电商渠道销售问题突出，相关诉求占首饰投诉举报总量的六成，涉及虚假宣传、货不对板及“定制不退”等问题。

### 智能消费快速兴起 功能宣传与用户感知脱节

2025年，全国12315平台接收智能设备投诉举报15.2万件，同比增长26.6%。其中，智能手表(5万件)、智能家居(2.9万件)、无人机(1.9万件)、智能配饰(1.8万件)、智能机器人(1.7万件)投诉举报量排名靠前，合计占总量的87.5%；从增速看，无人机、智能手环(1万件)、智能眼镜(3235件)增幅较大，分别同比增长45.5%、39.4%、37.7%。

消费者反映的问题主要聚焦在：一是部分产品过度宣传“智能”标签，实际功能却局限于基础联网或简单遥控，未能解决真实痛点，导致消费者预期落差大；二是系统升级失败、APP闪退、兼容性差、数据同步故障等软件问题与硬件故障交织出现；三是新兴智能设备领域缺乏统一的技术规范和质量标准，售后体系不健全，退换货门槛高等问题凸显。 据新华社、央视

2026年1月下旬，“3·15晚会”记者参加了一场在华中某市举办的私域营销行业内部交流会，在这里，不少“网络视频制作方”企业代表登台发言，寻找合作伙伴。

记者了解到，这个所谓“网络视频制作方”是私域营销行业中的关键环节。这些企业以低价从药企或保健品公司购买选品，然后针对其制作健康讲座等系列视频，将视频卖给私域营销公司。私域营销公司将消费者引导至社交平台的私域场景，播放课程，进行产品营销。

网络视频制作方选择采购的药品和保健品，进货成本都很低廉，对外售价却非常高。

参会方金总说：“这瓶药成本不到20元，我把价格直接调到了1198元，挂上链接后，直接有人就买单了。”

一款普通辅助治疗的药品，被夸大甚至篡改基本作用，并且以市场价近5倍的价格进行销售。为一探背后的秘密，记者来到“大红国际”的办公地点，接待记者的是刘经理。交谈一开始，刘经理首先谈到的，竟然是3·15晚会。

“大红国际”的刘经理告诉记者，作为制作虚假课程讲座、高价兜售药品坑骗老年人的商家，这段时间要低调行事，“大家都担心在今年3·15社群(私域)这个东西是不是要爆出来”“过了3·15再说，我们这个叫药圈，3·15是风向标”。

那么，是谁制作了这些视频呢？记者在知情人介绍下，找到了位于东北某市的盛维文化传媒有限公司，公司的钟总表示，决定网上一档所谓视频能否卖货，最关键的因素，就是视频里那些侃侃而谈的“医学专家”，而这些“国医弟子、学会会长、专家委员”等头衔，几乎全是花钱就能买到的包装道具！记者也以网络视频制作方身份，辗转联系到了几位录制网络视频的所谓专家讲师本人，对方都极为警惕，拒绝了记者近期见面的请求。

记者在民政部“中国社会组织政务服务平台”上查询核实，并未查询到“中华医师学会”的任何登记备案信息。消费者如果不上网仔细查询，根本不会知道，“中华医师学会”就是一个不存在的机构。 据央视

起底私域营销：成本200元药品卖1000多，改头换面坑老人

「医学专家」竟是花钱买的演员

## 涉“问题”蛋白粉、“荧光”猪肉等

# 最高检、中消协发布公益诉讼典型案例

最高人民检察院、中国消费者协会3月15日发布一批消费者权益保护公益诉讼典型案例。这批典型案例共10件，涉及农产品、农产品等多个消费品类别。

其中一件典型案例中，西安某公司明知安徽某公司生产的蛋白粉不符合相关安全标准，仍以明显低于同类产品的每盒18元价格进货，以每盒650元价格

出售。经检测，涉案产品蛋白质、维生素、微量元素等含量远低于相关国家标准，属于不符合安全标准的食品，不仅影响患者术后康复，而且加重患者经济负担，侵害社会公共利益。西安检察机关按照相关程序向法院提起诉讼，两家涉案企业均被依法惩处。

河北省南宫市部分不法商户为提升生猪肉卖相，牟取不当

利益，将荧光增白物质用水稀释后，涂抹在生猪肉上进行销售，严重威胁消费者的身体健康和生命安全，损害社会公共利益。2025年6月，当地检察机关在大量走访、调查和检测获取证据基础上，向当地市场监管部门制发检察建议书，建议依法查处涉案商户，并对辖区开展全面排查。相关商户受到吊销营业执照等处

理，问题猪肉和2000余袋荧光增白剂原料全部进行无害化销毁。

据介绍，检察机关将持续聚焦群众反映强烈的消费者权益保护突出问题，以及提振消费过程中的难点堵点问题，持续开展第二季“食药安全益路行”检察公益诉讼监督活动，更加突出运用法治方式推动源头治理、系统治理。 据新华社

# 最高法发布6个消费者权益保护典型案例

最高人民法院3月15日发布6个消费者权益保护典型案例，集中展现人民法院护航消费、服务民生、促进发展的生动实践。

“谢某诉某视讯公司网络服务合同纠纷案”中，某视频平台经营者采取视频会员自动续费的方式提供服务，但在自动续费日期前未以显著方式提醒消费者注意。人民法院判令经营者对消费者的损失承担赔偿责任，有助于引导视频平台经营者完善自动续费经营模式，保障消费者的知情权和选择

权，通过杜绝“无感续费”激励消费者放心消费。

“于某诉张某信息网络买卖合同纠纷案”中，经营者为追求非法利益，在减肥食品中添加有毒有害成分，严重威胁消费者身体健康。人民法院依法支持消费者十倍赔偿请求，彰显对食品安全违法行为“零容忍”态度，有力震慑不法行为。

实践中，在线预订模式形态日益普遍。例如，消费者在出游前的较早时间就预订客房，但因行程受阻等原因需要取消

预订时，有时面临较为严苛的取消条件。“鲁某诉某客栈服务合同纠纷案”中，对于消费者在预订成功后较短时间内即取消预订的情况，人民法院认定“预订成功30分钟后不可取消、取消需扣除全额预付款”合同条款不合理加重消费者责任，并综合考量客栈实际损失、合同履行情况、退订是否影响二次销售、当事人过错等因素，合理确定退费金额，公平保护消费者权益和经营者利益，有利于促进在线预订模式的持续完善

和优化。

“孙某诉赵某某产品责任纠纷案”中，经营者利用老年人希望治愈慢性病的诉求，虚假宣传理疗产品具有“降三高”“治疗糖尿病并发症”等功效，诱使老年人消费。人民法院认定经营者构成欺诈，支持老年人消费者退一赔三请求，有力打击“坑老”“骗老”行为。

这批案例还包括“张某诉某化妆品店服务合同纠纷案”“高某诉某宠物公司产品销售者责任纠纷案”。 据新华社