

莆田市市场监管局 2023 年 网络消费投诉举报数据分析报告

2023 年，“双十一”大促步入第 15 个年头，从仅有一天的“狂欢”到“战线”无限拉长，从直接降价到复杂减免，从低价盲买到回归理性，从抢购国外大牌到追求国货……“双十一”的诸多变化也折射出消费之变。而消费是支撑宏观经济回升向好的主要拉动力之一，根据国家统计局数据，2023 年前三季度，我国社会消费品零售总额 342107 亿元，同比增长 6.8%；最终消费支出对经济增长贡献率是 83.2%，拉动 GDP 增长 4.4 个百分点。在这个数字化和全球化的时代，作为观察消费市场的重要窗口，网络消费已然成为人们日常生活中不可或缺的一部分，然而很多问题也随之显现，因网购消费引发的投诉举报也逐年攀升。莆田市市场监管局发布 2023 年网络消费投诉举报数据分析报告，供广大消费者参考。

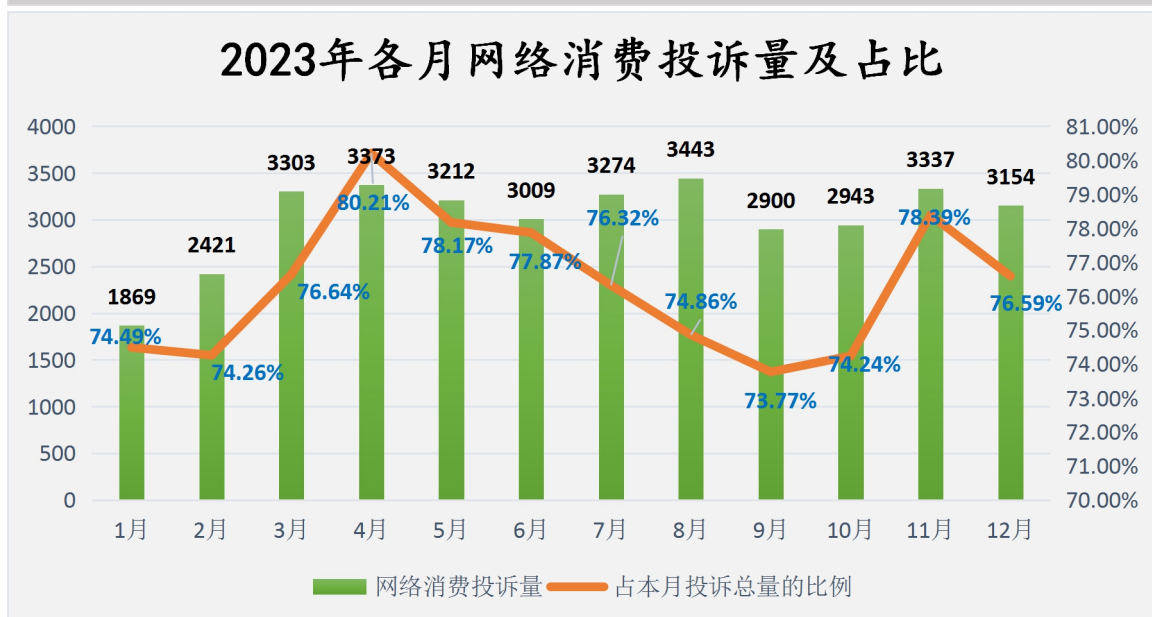
一、总体情况分析

根据全国 12315 平台数据统计，2023 年登记消费投诉举报 80273 件，其中属于网络消费投诉举报 62801 件，占投诉举报总量的 78.23%。其中网络消费投诉 36238 件，占投诉总量的 76.43%；举报 26563 件，占举报总量的 80.84%。由此可以看出，网络消费投诉举报占据了消费投诉举报的八成江山。详见下表：

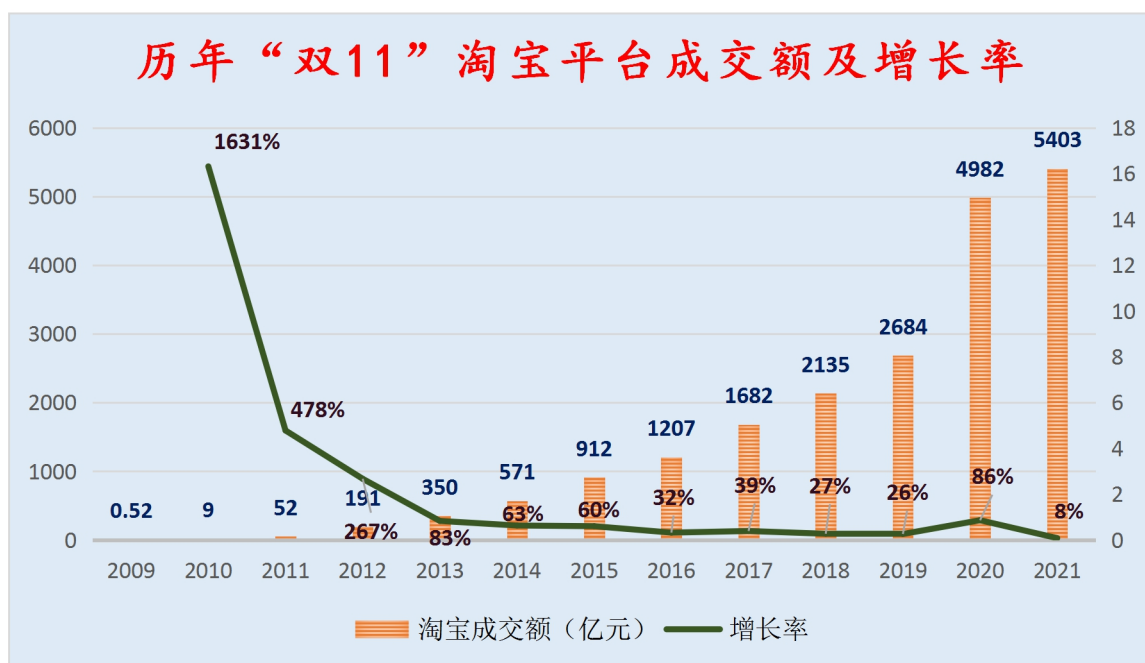
2023 年	网络消费 投诉	总投诉量	占比	网络消费 举报	总举报量	占比
数据	36238 件	47416 件	76.43%	26563 件	32857 件	80.84%

二、网络消费趋势分析

近年来，电商发展迅速，极大的方便了人们的生活，网络消费更是热度不减。以投诉为例，2021年至2023年，网络消费投诉量逐年增长，2021年网络消费投诉量平均每月1000件，2022年平均每月2200件，2023年平均每月3000件。虽然网络消费投诉量较大，但是基本处于平稳趋势，以月为单位，当年度内，网络消费投诉无较大程度起伏。尤其是每年的“双十一”、“双十二”期间，其投诉量也无明显的涨幅。详见下图：



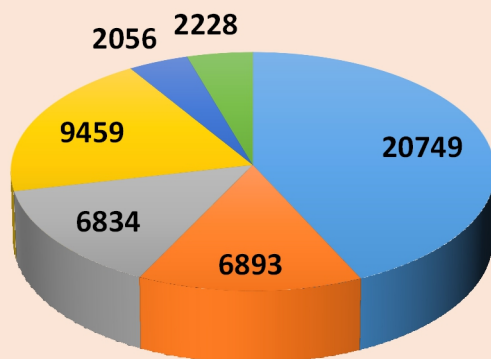
之所以会出现这种特点，主要是因为近些年来电商平台的多元化发展让“双十一”、“双十二”热度下降，且电商发展更为成熟和规范，并不会因为短时间内促销活动带来投诉举报量的激增。以淘宝平台为例，自2009年以来，其“双十一”成交额一直在不断攀升，但是其增长率正在逐渐放缓，2022年及2023年并未对外公布成交额数据。由此透露出的信息是，消费回归理性，大多数消费者网络消费时没那么“疯狂”了，更加考虑实用和刚需。详见下图：



三、网络消费问题分析

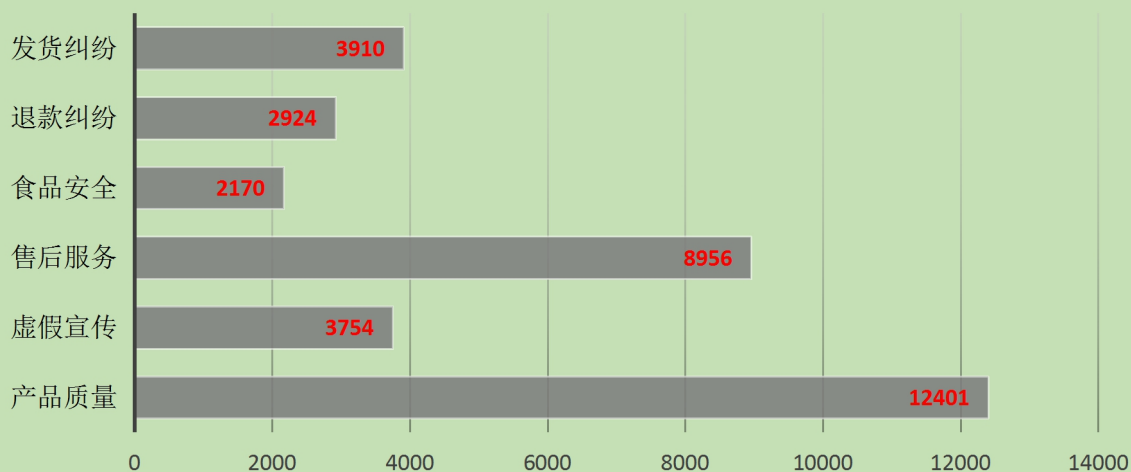
网络消费投诉举报的主要问题仍在集中在产品质量、虚假宣传、售后服务、食品安全、退款纠纷、发货纠纷等方面，以上问题占据了2023年网络消费投诉量的94.14%。主要涉及的电商平台仍然是京东、淘宝、拼多多、抖音、快手、美团等，以上电商平台的投诉举报量占据了2023年网络消费投诉举报总量的76.78%。详见下图：

2023年主要电商平台投诉举报量



■ 京东 ■ 淘宝 ■ 拼多多 ■ 抖音 ■ 快手 ■ 美团

2023年网络消费投诉主要问题



四、网络消费建议

1. 消费者在网络消费过程中应时刻保持清醒和理性，不要轻易受到虚假宣传和低价销售的影响。应充分了解商品信息，以及商家和商品的信誉和评价，做出明智的购买决策。

2. 消费者在网络消费过程中，应注意保存相关证据，如页面截屏、聊天记录等，以便在发生纠纷时，能更好的保护自身合法权益。

3. 电商平台及电商行业经营者应加强自治自律，强化从招募入驻、商品抽检、营销推广、商品评价、违规管理、售后保障、纠纷判责等全流程的审核把关，努力提升服务质效，畅通消费者咨询投诉渠道，以保障消费者合法权益。