

# 2018年消费者投诉举报处理情况分析报告显示 升级类消费投诉迅猛增长

2018年,全国市场监管部门共收到消费者投诉、举报、咨询1124.96万件,比去年同期增长20.74%。其中,投诉372.56万件,举报60.69万件,咨询691.71万件,共为消费者挽回经济损失31.17亿元。主要呈现八大特点:

## 商品投诉比重扩大

2018年,全国市场监管部门共受理商品投诉231.81万件,占比62.2%,同比增长61.3%,服务投诉140.75万件,占比37.8%,同比增长12.1%。商品投诉主要集中在日用百货、食品、家用电器、交通工具、通信器材等领域。服务投诉主要集中在远程购物、居民服务、互联网服务、文化娱乐服务、修理维护服务等领域。

## 网购投诉高速增长

2018年全国电子商务交易

额为31.63万亿元,比上年增长8.5%。电子商务的高速发展带动了市场经济的活力,同时也引发了诸多消费纠纷。2018年,全国市场监管部门共受理网络购物投诉168.20万件,同比增长126.2%,投诉问题主要为:虚假广告、假冒伪劣、质量不合格、经营者拒不履行合同约定等。

## 广告问题投诉突出

2018年,全国市场监管部门共处理广告、质量、合同、售后服务投诉分别为105.73万、63.06万、55.03万和33.37万件,占总量的29.6%、17.6%、15.4%和9.3%。

其中,增长最快的是广告问题,同比增长233.6%,问题主要集中在家居用品、服装鞋帽、食品等领域;质量问题同比增长25.0%,问题主要集中在服装鞋帽、通信产品、家用电器等领域;

售后服务问题同比增长22.9%,问题主要集中在家用电器、交通工具、计算机产品等领域;合同问题同比增长3.0%,问题主要集中在汽车及零部件、装饰装修服务、租赁服务等领域。

## 升级类消费投诉激增

随着居民消费结构加快转型升级,逐步由温饱型向享乐型和发展型转变,消费结构和消费环境发生了巨大变化。2018年,全国市场监管部门受理的升级类消费投诉迅猛增长。

## “诉转案”机制不断深化

2018年,全国12315互联网平台受理的消费者投诉中,“诉转案”共1.8万件,同比增长217.68%,涉及金额2.4亿元。市场监管部门把“诉转案”作为消费维权的突破口和重要抓手,初步形成了“在投诉中找案源,在

线索中查违法,在查处中维权”的格局。运用互联网平台,在重点监管领域加强“诉转案”工作,把涉及群体性、欺诈消费者、格式合同违法、重大商品质量不合格等投诉内容列为“诉转案”工作重点,及时查处侵犯消费者权益案件。

## 互联网平台成维权利器

全国12315互联网平台提供了PC端、APP、微信小程序和公众号、支付宝小程序等多种投诉渠道,消费者可以方便快捷地24小时提交投诉。2018年,平台新增用户126万人,其中实名认证83万人,年访问量达3897万人次。平台共受理投诉举报167万件,包括投诉145万件、举报22万件,为消费者挽回经济损失4亿元。平台受理的投诉举报占市场监管部门受理总量的44.83%,较2017年提高了27.36%。

## 在线纠纷和解效率高

全国12315互联网平台开通了消费纠纷在线和解(ODR)通道,鼓励、引导企业在平台上直接与消费者进行协商和解。经审核,市场监管部门共为3564家企业开通了ODR通道。2018年,全国ODR企业共受理消费者投诉49051件。ODR企业平均处理时长7.8天,和解成功率50.31%,解决效率为传统方式的2.67倍。

## 全国消费维权指数保持高位

2018年,全国消费维权指数平均为91.53,较去年同期增长了0.11个点,与五年平均值相比,增长了1.9个点。全国消费维权指数小幅增长,保持在高位,表明在我国经济总体平稳、稳中有进的发展态势下,消费环境持续向好。 辛莹

## 平台佣金高侵蚀商家利润 餐饮外卖火爆背后安全问题频发 去年外卖收入4712亿元

根据国家信息中心发布的《中国共享经济发展年度报告(2019)》(以下简称报告),报告显示,2018年我国共享经济交易规模达29420亿元,同比增长41.6%,保持高速增长态势。其中,作为共享经济的典型业态,报告对在线外卖市场进行了重点分析,2018年在线外卖用户规模约3.6亿人,在网民中的普及率由2015年16.5%提高到2018年的45.4%,而市场份额方面,2019年1月美团外卖已超过64%。

在线外卖市场发展迅速,成为餐饮业中越来越重要的新业态。2015年-2018年在线外卖收入年均增速约为117.5%,是传统餐饮业的12.1倍,其中2018年我国在线外卖收入约4712亿元,占全国餐饮业收入

的比重从1.4%提高到10.6%。

值得一提的是,餐饮外卖如此火爆,但是,对于商家来说却不赚钱,可以说是微利。在业内人士看来,外卖平台打折销售无疑吞噬了商家的利润,这也是导致外卖餐饮质量下降的因素之一。

平台佣金最高收23%,餐饮企业利润17%,伴随着物价上涨,餐饮商家的利润变得微薄。在利润微薄的前提下,商家的食材质量会很难保证,他们会以次充好,造成食品安全问题。

对于当前餐饮外卖打折销售一事,梁棣表示,外卖平台的价格应该是实实在在的,提供服务收一定的服务费是应该的,在美国洛杉矶,外卖的价格要上涨30%,因为平台给你提供

了服务。而我们的外卖却很便宜,10多元的外卖商家根本不赚钱。

同时,有关人士建议消费者在订餐时选择有品牌的餐饮企业,“北京的餐饮监管非常严格,企业自检外,监管部门不定期的抽查,因此,有品牌的餐饮企业的质量是可以保证的。”如果外卖平台通过技术手段让消费者也能看到明厨亮灶做出的食材,那么,就会消除消费者对外卖餐饮的不信任,利于外卖餐饮的发展。

目前,餐饮外卖已经培养了消费者习惯,目前只是解决了外卖快的问题,外卖是刚需,做的是民生的事情,政府加大投入和监督是有必要的。相信我们的外卖餐饮行业一定是走上高品质、高品牌发展的时代。 夏芳

## 『小维修』为何成了『大负担』

换个锁要600元,修个热水器先交50元上门费,固定搁板8个膨胀螺丝几十元,工费则收100元……不少人发现,近两年城市中上门维修的材料费用没怎么变,人工费用却涨了一大截。东西坏了修还是不修、找谁来修?成为了生活中格外纠结的难题。

生活中的小维修往往会遭遇高收费,确实是许多都市人的感同身受。到底是什么造就了“小维修,大收费”?一者,物价不断上涨,便民维修师傅的生活成本也在水涨船高;二者,很多维修师傅接受了“互联网+”,入驻网络平台,由中间商派活给他们,中间商抽取的提成越来越多;三者,学习便民维修的年轻人越来越少;四者,商品部分价值转移到人工维修上,搬运、安

装、维修等附加服务需要收费。

“小维修,大收费”事关民生利益。要解决小维修成百姓“大负担”的问题,自然要从上述方面着力。比如,针对生活中的小维修,相关行业协会、相关网络平台等应出台价格规范,透明定价,明码标价,材料费是多少、人工费是多少,消费者有知情权。涉及到家用电器的维修,家电企业更要考虑它是否会成为消费者的大负担。企业要规范售后服务,要将售后服务费、配件费、维修费等收费标准透明化、标准化。

至于学习便民维修的年轻人越来越少,职高、职业院校在这类劳动技能教育上应当不遗余力,社区也应当为动手能力差的都市人助一臂之力。 针未尖

## 小龙虾专业毕业生被“抢光” 职业教育找对了市场方向

职业院校就该办成培养技术人才的职业培训所,社会需要什么人才,就培养什么人才。“湖北潜江有一个小龙虾学院,专门培养小龙虾技能人才。如今,首批学生即将毕业,130名学生没毕业就被预定一空。”

职业教育就是面向社会需求,以就业为导向的教育。高职院校办小龙虾学院,培养小龙虾专业人才,就是以就业为导向办学,培养某一行业发展需要的高技能人才。我国职业教育要获得更大的发展,提高人才培养质量,得到社会认可,就必须坚持这种办学导向。

根据教育部公布的数据,我国高等教育毛入学率将于今年达到50%,高等教育由此将进入普及化时代。在高等教育普及化时

代,高等院校是要有明确办学定位的。其中,根据社会发展情况,大约有5%到10%的学校,应该坚持精英教育办学定位,进行通识教育,以能力为导向培养人才,重视学生的基本能力培养。

引起舆论关注的潜江小龙虾学院,严格意义上讲,只是有一个用于对外宣传的名义上的小龙虾学院,在学院的建制中并无小龙虾学院。学院建制是江汉艺术职业学院的饮食文化学院。另外,也无小龙虾专业,而是将市场营销、烹饪工艺与营养、餐饮管理三个专业的专业方向,设置为小龙虾方向。

这表明,虽然学校办学已经意识到要进行职业教育转型,认为根据当地小龙虾产业发展的实际情况,培养小龙虾专业人

才大有作为,但还是受到传统的办学模式限制。

今年的政府工作报告提出,“加快发展现代职业教育,既有利于缓解当前就业压力,也是解决高技能人才短缺的战略之举,并明确今年高职院校扩招100万。”而在2019年全国教育工作会议上,教育部部长提出,我国职业教育要“下一盘大棋”,将深化产教融合、校企合作,推动办学模式向参照普通教育向类型教育转变。

这些都意味着,我国职业教育将开启新一轮的供给侧改革。改革的重心是让职业教育回归职业教育,将职业教育作为一个教育类型,坚持就业导向,打造特色专业,培养高技能的职业技术人才。 熊丙奇



随着天气转暖,我区公园街头春花绽放,图为城南公园一景。 陆伟 摄