



内蒙古自治区消费者权益保护服务中心指导

2025 年消费者投诉举报呈现十大特点

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（投诉举报 2646 万件，同比增长 9.8%），其中投诉 2036.6 万件，同比增长 9.3%；举报 609.4 万件，同比增长 11.4%；咨询 1740.6 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。主要呈现十大特点：

一、消费投诉首次超 2000 万件，售后服务、合同问题较为突出

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。从投诉问题来看，售后服务（534.7 万件）、质量问题（397.2 万件）、食品安全问题（238.5 万件）、合同问题（210.2 万件）等问题相对突出，分别占投诉总量的 26.3%、19.5%、11.7%、10.3%。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。

二、举报量破 600 万件，商标违法行为降幅明显

2025 年，全国市场监管部门共核查举报 609.4 万件，同比增长 11.4%。从举报问题来看，侵害消费者权益行为（130.3 万件）、不正当竞争行为（90.8 万件）、广告违法行为（90.5 万件）、食品安全违法行为（73.9 万件）、产品质量违法行为（49.8 万件），合计占举报总量的七成，构成当前市场监管中的主要举报焦点。从增长态势来看，侵害消费者权益行为、产品质量违法行为、网络交易违法行为增速较快，分别同比增长 31.4%、25.8%、16.4%。商标违法行为（17.5 万件）降幅较大，同比下降 9.4%，这一变化直观反映出近年来我国知识产权执法保护持续强化。

三、日常消费品诉求集中，服务投诉增速领先

2025 年，全国市场监管部门受理商品投诉 1320 万件，同比增长 8.1%，占受理投诉总量的 64.8%。受理服务投诉 716.6 万件，同比增长 11.7%，占受理投诉总量的 35.2%，服务消费领域投诉增长态势明显。商品投

诉中，食品（344.6 万件）、服装鞋帽（168.5 万件）、家居用品（120 万件）、交通工具（71.3 万件）、通讯产品（70.8 万件）投诉量排名靠前，分别占比 26.1%、12.8%、9.1%、5.4%、5.4%；投诉量超过 50 万件的商品中，通讯产品、计算机产品（51.7 万件）、交通工具、家居用品、家用电器（67.1 万件）增速较快，分别同比增长 26.2%、24.1%、22.2%、18.8%、13.7%。

服务投诉中，餐饮住宿服务（119.1 万件）、销售服务（76.2 万件）、互联网服务（69.7 万件）、教育培训服务（65.2 万件）、文化娱乐体育服务（63.5 万件）投诉量排名靠前，分别占比 16.6%、10.6%、9.7%、9.1%、8.9%；投诉量超过 10 万件的服务中，租赁服务（19.8 万件）、中介服务（12.2 万件）、制作保养维修服务（21.6 万件）、互联网服务、销售服务增速较快，分别同比增长 31.6%、30.6%、24%、24%、19.2%。

四、网购诉求呈现新特点，挽回经济损失超 10 亿元

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%。网购诉求表现出三方面特点：

（一）网购诉求地域分布呈现新特征

从地域分布看，被投诉举报人主要集中在浙江（246.6 万件）、广东（237.1 万件）、上海（228.6 万件）、北京（157.4 万件）、江苏（81.5 万件），合计占网购总投诉举报量的 63.1%。这与上述地区电商产业发达、线上消费活跃度高的经济特征直接相关，网购消费维权诉求呈现“东部集中、长尾分布”的格局。

（二）消费维权集中在“后半程体验”

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%，远超其他问题类别，尽管电商平台在交易便利性和商品丰富度上持续提升，但购物后的履约保障与商品质量仍是当前线上消费的短板。售后服务问题高度集中在服装鞋帽、食品、文化娱乐体育服务、家居用品和互联网服务这五大领域，合计占售后服务问题的 41.5%。质量问题中，

服装鞋帽、家居用品、家用电器、通讯产品和化妆品是主要投诉举报对象，合计占质量问题的 54.6%。

（三）电商购物节价格纠纷突出

2025 年电商购物节期间，同一商品的价格频繁波动成为焦点，“6·18”期间全国 12315 平台接收价格投诉举报 10 万件，环比增长 11.8%、同比增长 11.9%，其中涉及保价投诉举报 2.1 万件，环比增长 2.5 倍、同比增长 15.6%；“双十一”期间价格投诉举报 9.9 万件，环比增长 17.4%、同比增长 9.5%，其中涉及保价投诉举报 2.2 万件，环比增长 3.3 倍。

五、企业集聚效应显著，四类业务领域诉求突出

2025 年，全国 12315 平台接收的诉求中，被投诉举报量排名前 100 的企业共涉及诉求 467.9 万件，占平台诉求总量的 17.7%，反映出消费者维权诉求主要集中在规模较大、服务覆盖面较广的平台与企业。从业务领域看，综合电商平台、本地生活服务、内容社交娱乐、消费电子与智能硬件四类业务领域投诉举报量相对集中，合计占排名前 100 企业投诉举报总量的九成，金融科技与支付、品牌零售及物流等业务领域投诉举报量占比较小，但这类诉求多涉及资金安全、交易信用与履约保障，消费纠纷解决期待高，其社会影响与关注度较为突出。

六、维权意识持续增强，部分品类维权痛点仍需关注

2025 年，全国投诉量同比增长 9.3%，而累计争议金额 235 亿元，同比下降 4.5%。这一反差反映出消费者维权意识持续增强、维权渠道进一步畅通，同时也凸显小额消费纠纷呈增长态势。在投诉量超 10 万件的商品服务中，两类问题较为突出：一方面，传统高价值品类仍是维权难点，交通工具、装修建材、首饰、制作保养和维修服务、中介服务的单件争议平均金额排名靠前，分别为 6950 元、3101 元、2531 元、2284 元、2104 元，虽部分品类同比有所回落，但维权成本基数依然突出；另一方面，部分新兴和基础商品服务领域争议金额快速攀升，电信服务（558 元）、宠物及宠物用品（890 元）、药品（1080 元）、交通运输服务（477 元）、互联网服务（736 元）的单件争议平均金额分别同比增长 2.3 倍、1.6 倍、88.2%、82.1%、51.1%。

七、外卖诉求量波动明显，行业竞争需回归理性

随着线上线下加速融合，即时零售赛道竞争越发激烈，外卖“内卷式”竞争问题引发社会关注。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%。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。

八、“充电焦虑”诉求攀升，服务体验亟待升级

随着社会数字化与电动化进程加速，电力续航已成为支撑公众移动生活与绿色出行的基础需求。然而，与之相伴的“充电焦虑”并未缓解，反而从手机延伸至车辆，成为贯穿日常消费与出行体验的痛点。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。整体看，无论是充电宝这类贴近日常消费的小型充电设备，还是支撑新能源汽车出行的大型充电基础设施，其产品质量和服务品质的提升速度与市场规模扩张速度存在较大差距，亟待相关运营主体强化合规管理、优化服务流程，从根本上消解消费者的“充电焦虑”，切实提升消费与出行体验。

九、首饰消费升级，黄金玉石成诉求核心领域

随着首饰消费市场的蓬勃发展，尤其是年轻群体对个

性化、日常化饰品的需求激增，一个规模庞大的时尚饰品市场已然形成。然而，市场的繁荣也伴随着显著的消费痛点。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%。从增速看，黄金诉求量增幅不明显，天然玉石增速最快，同比增长 35.6%，其次是白银首饰、天然宝石，分别为 34.2%、25.1%。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。

十、智能消费快速兴起，功能宣传与用户感知脱节

当前消费市场已迈入智能消费时代，智能化成为众多商家的核心营销卖点。一批技术成熟、功能实用的智能产品，切实为消费者提供了便捷高效的使用体验，有效优化了消费生活品质。然而，市场中也存在部分产品功能与宣传不符、体验不佳等问题，消费纠纷频发。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%。从问题看，售后服务（5.1 万件）、质量问题（5.1 万件）、侵害消费者权益（1.2 万件）投诉举报较为集中。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“市说新语”）