中消协发布测评报告

百城消费者满意度提高

3月15日是第43个国际消费者权益 日。中国消费者协会近日发布的《2024年 100个城市消费者满意度测评报告》显示, 2024年100个大中城市消费者满意度综合 得分为80.36分,比上年得分增加0.44分, 总体处于良好水平。这也是中消协连续 第八年发布全国大中城市消费者满意度 测评结果。

测评将"消费者满意度"定义为消费者 购买商品或接受服务过程中,对消费供给、 消费环境和消费维权的情绪反馈,是以百 分制的形式测度出来的消费者主观感受。

测评结果显示,35个城市消费者满意 度得分高于全国综合得分,65个城市消费 者满意度得分较上年提高。3个一级指标 中,"消费维权""消费环境""消费供给"得 分分别为80.48分、79.26分、81.67分,与 2023年相比,"消费维权"和"消费环境"得 分分别上升1.27分、0.51分。

中消协相关负责人表示,2024年消费 者满意度得分在近8年中居第二位,"消 费供给"保持平稳,"消费维权"评价向 好。综合得分增幅前三名的二级指标分 别是消费政策、权益保护、信息真实,表明 各地消费领域政策调度、民生保障工作特 别是消费维权工作得到了广大消费者的 认可。

分地域看,东西部地区满意度表现差 距进一步缩小,中部地区满意度得分增速 最高。从满意度得分年均增长率来看,中 部地区达到1.26%,增长幅度最大,其次是

在海宁市火星人厨具门店,工作人员向消费者介

(资料图片)

西部地区增幅0.67%,东部地区增幅 0.29%。苏州市、佛山市、宜昌市、青岛市、 杭州市、深圳市、烟台市、南京市、广州市、 潍坊市位列消费者满意度第一名至第

分城市规模来看,城市规模越大满意 度得分越高。2024年超大城市消费者满 意度综合得分为86.30分,在各类城市规模 中满意度最高。其次是特大城市,满意度 综合得分为82.94分,中小型城市满意度综 合得分为74.81分。

分指标看,2024年满意度得分前五名 的三级指标分别是公共基础设施完善、物 流便利、维权渠道、维权效率、维权结果。 得分后五名的三级指标分别是信息真实、 消费政策、消费执法、消费警示提示、交易 安全,这也是未来提振消费和共筑满意消 费的发力方向。

2024年7月1日起实施的《中华人民 共和国消费者权益保护法实施条例》,是 消费者权益保护法施行30年来首次出台 的配套行政法规,进一步完善了我国消费 者权益保护法律制度体系,加大了对消费 者合法权益的保护力度。同时,去年全国 消协智慧315平台上线试运行,标志着全 国消协组织有了统一的受理投诉渠道,全 面提升了投诉处理效能和消费者体验,推 动消费维权工作数字化、规范化、智能化

针对2024年度消费者满意度测评结 果反映出来的民生诉求,中消协建议,一

是加大政策支持力度,持续优化消费环 境。加大消费补贴力度和范围,优化以旧 换新政策,鼓励绿色消费和创新消费。紧 抓城市更新契机,提升都市圈消费活力。 促进城乡融合发展,进一步破除扩大城乡 消费融合的障碍,让城乡居民共享优质消 费和发展成果。二是提升服务消费供给, 多措并举满足消费需求。加大服务消费 政策扶持力度,提升服务业供给能力。持 续完善服务领域标准体系,深化服务业质 量监管,强化服务质量监测评价,综合治 理"内卷式"竞争,优化服务消费体验,提 振消费信心。三是强化信息保护水平,共 筑安全消费环境。加强网络市场监管执

法,规范网络广告发布。保 护消费者个人信息安全,防 止消费者个人信息泄露。 四是优化消费执法规范,赋 能基层能力提升。建立全 流程质量监管执法体系,赋 能基层消费维权队伍建 设。完善消费纠纷调解机 制,鼓励经营者和消费者自 行和解,支持行业协会、消 费者组织等第三方机构参 与消费纠纷调解,为消费 者提供更多便捷、高效的 纠纷解决途径。五是 深化多元共治格局, 共筑满意消费环

境。持续稳定扩大

居民收入,完善社会保障体系,提升消费 意愿。强化企业主体责任,推动企业积极 优化消费体验,推动行业自律,调动社会 各方力量,共筑满意消费环境。

中消协相关负责人表示,下一阶段, 中消协将深入分析各城市问题短板,为 推进放心消费环境建设、完善消费者权

益保护体制 机制、提升 消费者满意 度提供有力 支持。 ((2024年100个城市消费者 满意度测评报告》显示-

消费者满意度综合得分为 ▶ 在3个一级指标中

消费维权 消费环境 得分为

得分为 80.48分 79.26分

2024年, 100个大中城市

消费供给

得分为

81.67分

80.36分

2024年满意度得分前五名的三级指标分别是

物流便利

维权渠道

维权效率 维权结果

错收价款退赔制度

在福州市鼓楼区杨桥西路的山姆会员商店服务台,服务专员正在接待

公共基础设施完善

近期,直播带货领域又现"翻 车"事件,某平台拥有大量粉丝的 "三农"博主被爆出售卖的"有机农 产品"认证证书系伪造,让众多粉丝 深感震惊与失望。尽管相关商品被 迅速下架,涉事账号也被封禁,但由 此引发的信任危机已然形成,对行 业的负面影响不容忽视。

近年来,直播电商行业规模呈 现爆发式增长,直播带货打破传统 销售模式界限,为商品流通提供新 渠道,极大激发了消费市场活力 但与此同时,直播带货相关投诉举 报也在增多,数据显示,短短5年内 投诉量增长47.1倍。各种乱象时有 出现。从"千万粉丝网红农产品造 假"到"卖惨主播利用老人博取同 情",部分主播及关联机构为获得流 量,将"诚信"二字抛在脑后。这些 行为导致的后果就是消费者权益受 损,市场公平竞争生态遭到破坏,社 会信任资源被透支,直播行业的信 任基石被动摇

面对此类乱象,各方努力探寻 重建信任途径。比如,不少消费者 会在第三方平台交叉比对主播信 息,以验证直播间信息;一些地方的 农民合作社自发成立了"真人认证 联盟",要求主播展示土地承包证、 种植记录等凭证,从源头上保障农 产品的质量和真实性。

这些举措在一定程度上缓解了 信任危机,但要想从根本上解决问 题,还需要从制度和技术等层面同 时发力。

制度层面,监管部门应推动健 全透明、可预期的常态化监管制度, 强化事前预防与事中监管。近年 来,多地发布了直播电商合规经营 指引,要求直播带货各方主体合规 经营,全面、真实、准确披露商品或 服务信息。同时,中央网信办持续 部署开展"清朗"系列专项行动,要 求平台公开流量分配规则,剔除不 良导向参数,进一步净化网络环 境。众多平台积极响应,加强自查 自纠,共同维护行业健康生态。

技术层面,区块链、AI等先进技术正成为信任"新基建"的 关键要素。这些技术在商品从生产到销售全链条的溯源追 踪、高效识别并过滤虚假信息、提高内容真实性与准确性审核 等方面发挥着重要作用,为遏制虚假宣传提供了有力的技术

当然,直播带货的积极作用是主流。有的主播凭借"知识带 货"独特模式,用专业与真实赢得了广大消费者的认可,在竞争 激烈的直播电商领域走出了一条与众不同的发展道路;有的通 过集体公约形式拒绝表演式营销,真实记录农产品生长过程,用

诚信应成为直播间的"硬通货"。为 此,监管部门要不断强化监管职能,完善 相关法律法规和监管制度;平台要摒弃 不良流量算法、回归价值理性,提供更加 真实、可信的购物环境和商品;从业者要 坚守诚信底线,用优质的产品和服务赢 得消费者信任。

近日,在福建福州鼓楼区 光荣路的达福丰荣市集门口, 福建省市场监督管理局计量院 高级工程师、全国首例计量志 愿者组织"反黑秤联盟"负责人 曾新宇早早就摆好了桌子。他 一边为市民的手机称重并贴上 标签,一边耐心地向大家讲解 如何将手机变成"便携砝码"。

绍无忧365天退换货政策

"第一步,找到市场里的公 平秤;第二步,用公平秤称出手 机的准确重量;第三步,消费者 在商家确认过商品重量和金额 后,在商品未拿下秤具时,加上 手机验证。"曾新宇解释,这是 一种便捷的计量惠民方法。"这 为广大消费者提供了一个辨别 '鬼秤'的好办法,可以防止被 不法商家欺骗。"市民蔡世峰指 着刚刚贴在手机背面的贴 纸说。

手机变砝码,这是福建创 新消费纠纷多元化解机制的-个生动缩影。如今,消费已成 为拉动经济增长的主引擎。不 久前,市场监管总局等5部门 印发《优化消费环境三年行动 方案(2025-2027年)》,提出 加强消费维权服务站点建设, 扩大消费维权覆盖面、提升可 及性。

今年,福建省政府工作报 告明确提出要"优化消费环境, 实施'放心消费在福建'行动", 并将这项工作列入省政府重点 任务。《"放心消费在福建"三年 行动方案(2024-2026年)》提 出,2025年,放心消费将广泛 覆盖更多行业和区域,引导更 多经营主体和相关单位参与放 心消费环境建设和消费者权益 保护工作,推动经营者落实主

体责任,进一步提升消费品质和服务质 量,将消费纠纷化解在源头,力争到2026 年底,全面提升福建省消费环境的安全 度、经营者的诚信度和消费者的满意度, 进一步擦亮"放心消费在福建"品牌。 系列举措,不仅体现了福建省委、省政府

构建筑线线的多元化解制制

在福州市鼓楼区杨桥西 路的山姆会员商店服务台,服 务专员陈佳颖正接待一位顾 客。她耐心倾听顾客反映的 问题——购买的商品中缺少 调料包。陈佳颖一边认真记 录,一边安抚顾客情绪,并承诺 会立即联系相关部门核实情 况,尽快解决问题。

"我们依托 12315 平台接 入了纠纷在线解决(ODR)系 统,能够前置化处理工单,快速 与会员沟通,及时解决消费纠 本报纷。工单通常在24小时内闭 环,确保会员能够迅速获得解 决方案。在工单闭环后,我们 会对问题处理结果进行回溯, 薛志纬析问题根源,优化服务流程, 以提升消费者满意度。"该店见

> 习店长许永生告诉记者。 2024年,福建省市场监管 部门依托 12315 平台, 共受理 投诉举报78.3万件,同比增长 3.5%。这一成绩的背后,是福 建加强 12315 大数据监测预 警、开展消费投诉信息公示所 作的努力。

> 福建省市场监督管理局局 长黄水木表示,2025年,福建 省将围绕"放心消费在福建 惠 民强企勇争先"主题,加快《福 建省实施〈中华人民共和国消 费者权益保护法〉办法》立法修 订,及时填补法律空白,为消费 者权益保护提供坚实的法律保 障;实施放心消费维权效能提 升行动,鼓励基层首创,完善消 费维权快速回应和多元纠纷化

解机制;加大消费投诉信息公示场景运 用,依托"放心消费在福建"小程序全面推 动经营主体建立公开承诺制度,引导经营 者建立健全线下购物无理由退货承诺、先 行赔付、消费纠纷在线解决(ODR)等 制度。



本报记者 李 景

本报记者 薛志伟摄

近期,市场监管总局等5部门印 发《优化消费环境三年行动方案 (2025-2027年)》,提出鼓励实体店 承诺无理由退换货,为消费者提供统 - 便捷的异地异店退换货服务。到 2027年,动态发展线下无理由退换货 承诺单位150万家以上。在浙江,早 在2017年,就率先发布了全国首个 《线下实体店无理由退货指引》,组织 开展"万家企业无理由退货"社会承 诺百城联动活动。2018年起,更是连 续3年将"推行企业无理由退货"内容 写入省政府工作报告,列入为民办实 事项目或省政府重点工作。如今,无 理由退货、异地退货在浙江已不是新

今年3月,湖州市德清县的消费 者高晓梅在当地世纪联华超市购买 了一支洁面乳,回家后认为产品不太 适合自己的肤质,于是打电话咨询退 货,总台客服人员告知,在不影响第 二次销售以及在超市承诺时间内可 办理退货,高晓梅第二天就顺利办理 了商品退货。德清世纪联华超市方 面表示,去年,该门店办理线下无理

在浙江海宁市,自2020年起率先 探索"厂商一体无理由退货"工作,将 线上"7天无理由退货"延伸至线下生 产端,推动"放心消费在浙江"建设, 引导终端消费品生产企业作出无理 由退货承诺,扩大承诺覆盖面,从家 电集成灶到皮革服装,从本地门店到 全国门店,逐步推向更多行业、更多 区域,不断完善消费保障网络。同 时,鼓励企业实行"同款同质同价"零 售创新转型,推动"优质优价"机制,

由退货390余单,涉及金额3万余元。

山东省海阳市市民孙洪博最近 在装修新家时,在海阳市的门店购买 了海宁出产的火星人厨具,发现产品 运行出现问题后便咨询门店,根据该 品牌"同地同店7天无理由退换货"规 则,仅用2天时间便完成上门换机。 截至2025年,海宁市已培育"厂商一 体无理由退货"放心工厂122家,带动 社会消费品零售总额同比增长5.1%, 消费者仅凭有效票据即可在对应门

打造"放心消费"品牌。

店或厂商处完成退换。 消费者的退换货维权也并不都

是一帆风顺,台州市黄岩区居民张均 最近在台州奥特莱斯某品牌专柜购 入价值560元的商务皮鞋后,首日便 发现后跟异常磨脚,脚踝磨出水泡血 痕。但当他与店铺交涉时,导购以已 使用影响二次销售为由拒绝退货。"您 购买的皮鞋属于舒适承诺保障范围, 我们有责任为您协调到底。"台州奥特 莱斯维权专员张笑介入后,迅速启动 调解程序,通过商场电子凭证系统调 取当日交易记录,确认商品在品质保 障期内并同步对接该品牌总部,最终 在维权站监督下,品牌方启动"跨城退 换货直通车",7日内完成全额退款。

这起纠纷的妥善处理,也是黄岩 构建多元维权网络的生动实践。台 州奥特莱斯广场作为黄岩首个放心 消费商圈,创新建立客户投诉"四级 负责制",配套"先行赔付""服务承 诺"等多项制度。针对此次店员处置 不当问题,还将依据《商户信用分级 管理办法》对涉事店铺扣减信用积 分,纳入重点监管名单。

如今的浙江,作出无理由退货承 诺的商家比比皆是,不少商家还升级 承诺,比如,杭州银泰百货就推出"60 天异地跨门店无理由退换货"个性化 承诺。多年来,在一批龙头企业引领 带动下,浙江众多企业纷纷自愿加入 "无理由退换货"承诺行列。截至目 前,浙江已累计退换货339万余件,退 换货金额超2.9亿元。

"为激发商家'无理由退货'践诺 积极性,浙江鼓励各地不断创新。"浙 江省市场监管局消保分局局长周序 表示,浙江通过大力推行"无理由退 货",消费环境不断优化,全省消费者 满意度评测指数连续3年上升。

近年来,浙江以"放心消费在浙 江"建设为总牵引,始终坚持"谁生产 谁负责、谁销售谁负责"原则,牢牢抓 住这一关键环节深耕细作。周序表 示,下一步,浙江将"点、线、面"结合, 引导更多放心消费单元一并作出"无 理由退货"承诺,推动向特色街区、核 心商圈、龙头市场、特色行业、高速公 路服务区等消费集中区域延伸,鼓励 线下实体店作出更高更优承诺,提高 消费者满意度和获得感,为增强消费 信心、提振扩大消费注入更多动力。

本版编辑 孙庆坤 美 编 倪梦婷