

新快 315

2025年广东投诉量首超百万

调解结案65万多件,为消费者挽回经济损失约4.48亿元

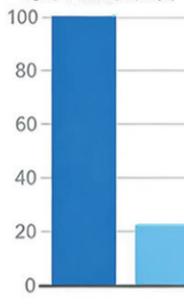
近5年挽回经济损失数变化图



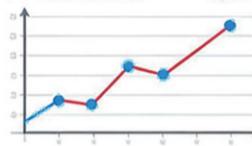
图1: 近5年挽回经济损失数变化图

2025年度广东消委会系统消费投诉分析报告

接待消费者来访和咨询约11.12万人次



处理消费者投诉102.88万件



受理并调解结案65.68万件



未结案37.2万件

为消费者挽回经济损失约4.48亿元

投诉性质对比



图4: 2025年投诉性质对比图

豆包AI生成

新快报讯 记者王彤 通讯员粤消宣报道 3月14日,广东省消委会发布了2025年度广东消委会系统消费投诉分析报告。2025年,广东全省各级消委会共接待消费者来访和咨询约11.12万人次,处理消费者投诉102.88万件,其中受理并调解结案65.68万件,为消费者挽回经济损失约4.48亿元。

2025年广东消委会系统全年处理消费者投诉1028753件,同比上升6.98%,其中,受理并调解结案656775件。当前,广东消费市场正从商品消费为主导向服务消费与体验消费并重的结构转型。互联网服务、教育培训服务和文娱体育服务作为反映消费者精神文化生活与自我提升需求的消费领域,投诉量增势显著,合计增加31344件。

面对消费投诉总量大、热点多、难度等特点,全省消委会创新方式、积极履职,综合运用调解、约谈、支持诉讼等手段,妥善化解消费矛盾纠纷,为消费者挽回经济损失共4.48亿元。

服务类投诉中,互联网服务(148546件)、生活社会服务(65897件)和教育培训服务(46592件)居服务类投诉量前三位。其中,互联网服务投诉量持续高企,占比突出,主要矛盾集中于网络游戏、网络支付等领域。与此同时,电信服务、生活社会服务和邮政服务的投诉量同比下降显著,合计减少超4.3万件。这反映部分传统服务业态水平得到提升,而快速扩张的线上新型服务成为消费纠纷与维权挑战的新集中区。

广东省消委会公布六大投诉热点难点

新快报讯 根据去年的投诉情况,广东省消费者委员会总结了六大投诉热点难点,并公布了相关典型案例。

难点1

金价波动引发消费热潮 黄金首饰暗藏价格陷阱

2025年全省首饰类消费投诉11717件,主要问题有:商家利用消费者对金价走势的关注,在“以旧换新”折算标准、工艺费收取标准、计价方式等关键环节含糊其辞,甚至设置不公平条款;部分商品存在克重不足、以次充好等问题,例如通过镶嵌配件、编绳等方式掩盖虚增克重,不仅损害消费者财产权益,还扰乱贵金属消费市场的诚信基础。

例如,消费者汪女士在某平台黄金店购买了一款黄金手绳,宣传页面和产品证书标注的克重均为1.6克。到货后消费者自行称重发现黄金主体克重仅为0.896克,与证书严重不符,但商家坚持证书无误拒绝补偿。经消委会调解,平台最终退还克重差价。

难点2

情绪价值消费大热 盲盒出现营销泡沫

以盲盒、潮玩、集卡等为代表的“情绪价值”消费爆发式增长中,过度营销、概率不透明、产品质量参差、未成年人保护缺失等问题日益突出。

例如,消费者刘女士发现自己7岁孩子在一周内于学校边的文具店花费

400多元购买多盒卡片盲盒,刘女士质疑商家向未成年人售卖盲盒的合规性,并提出退货退款。经消委会调解,商家最终退还300元。

难点3

体验式服务缩水 退票渠道不通畅

2025年全省文化、娱乐、体育服务类投诉23306件,旅游服务类投诉6181件,主要问题有:演出“强实名”制度下退票渠道不畅,部分退票条件设置过于严苛,消费者因突发情况无法观演时合法权益难以保障;影院放映质量不达标,一些影院银幕破损、强制销售3D眼镜等影响观影体验;住宿服务“货不对板”,酒店环境、房型规格、配套设施等与平台宣传差距大。

例如,消费者孙先生团购了某影城观影套票,到店后被告知当天场次已售罄只能兑换次日票,次日到店观影时又发现需自费购买3D眼镜。经沟通调解,影院补偿消费者三张电影票。

难点4

交通运输服务 投诉数量近万

2025年全省交通运输服务投诉8897件,其中出租汽车投诉1116件。例如,消费者古先生乘坐网约车,去程费用221.51元,其中高速公路费108元。同日返程时,相同路线相同车型,高速公路费仅为58元。

消费者对差价提出异议后,经消委会调解,平台退回50元。

难点5

虚假宣传超3万件 “1元试看5天”套路多

2025年,全省涉及虚假宣传的投诉32677件,涉及合同类的投诉190525件。其中生活、社会服务和互联网服务领域问题最为集中。

例如,消费者黄先生在手机上浏览小说时被“1元试看5天”的广告吸引,便花费1元下单购买,付款后次日即被要求续费,一周后更被自动扣款59.9元,后来才发现购买的是连续包月付费阅读服务,经消委会调解,商家最终退款。

难点6

侵害老年消费者 更加隐蔽和精准

随着人口老龄化程度加深与“银发经济”市场扩容,侵害老年消费者的行为正变得更加隐蔽和精准。主要问题有:以“免费服务”“公益讲座”为名上门,虚构安全隐患诱导购买高价劣质产品;通过亲情营销与虚假宣传,神化保健品或器械的治疗功效;在通信、金融等合同中隐瞒条款,诱导办理高额长期套餐并设置退出门槛。

例如,陈女士母亲在店员推荐下,花费5万元购买了宣称可通血管的频谱屋,实际使用后却无相应效果。陈女士与店铺协商退货退款,对方却以该产品是其母亲“中奖所得”而非消费认购拒绝。经江门市恩平消委会现场调解,最终退还3.8万元。

去年全国受理消费投诉举报2600多万件,挽回经济损失超40亿元

电商大促保价难 网购投诉新焦点

据新华社电 记者3月15日从市场监管总局获悉,2025年全国通过12315平台、电话等渠道共受理消费者投诉、举报、咨询4386.6万件,其中投诉举报2646万件,同比增长9.8%。全年为消费者挽回经济损失43.5亿元,消费维权效能持续提升,投诉举报呈现十大鲜明特点。

消费投诉总量首次突破2000万件,达2036.6万件,同比增长9.3%。售后服务、质量、食品安全、合同问题位居前列,售后服务投诉连续三年居首;合同问题投诉同比增40.3%,退款难、霸王条款、履约不到位等问题突出。

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。

网络消费维权占比过半,全年网购投诉举报1506.7万件,占比56.9%,挽回损失10.7亿元。诉求集中于东部电商发达地区,西部增速加快;售后与质量问题占比超四成,电商大促价格波动、保价难成为新焦点。消费诉求向头部企业集

中,前百家企业诉求占比17.7%,综合电商平台、本地生活服务、文娱社交、消费电子四类领域诉求占比约九成。

消费者维权意识增强,小额纠纷增多,争议总金额同比下降4.5%。交通工具、装修建材等高价价值品类维权成本仍高,电信、宠物用品、互联网服务等领域单件争议金额快速上升。

外卖行业投诉举报随竞争波动,全年50.5万件,同比增14.1%,三季度补贴大战引发诉求激增,服务保障能力未能跟上成为主要问题。充电类诉求大幅增长,共享充电宝、新能源汽车充电桩投诉分别同比

增62.5%、47.8%,计费不透明、退费难、运营失联等问题凸显“充电焦虑”。

首饰消费升温带动投诉增长,全年38万件,同比增16.4%,黄金、玉石为主要诉求领域,存在纯度不足、一口价不标克重等乱象。智能消费快速兴起,智能设备投诉举报15.2万件,同比增26.6%,功能宣传与实际体验脱节、软硬件故障、售后体系不完善等问题较为普遍。

市场监管总局表示,将紧盯消费维权热点难点,强化线上线下一体化监管,督促企业落实主体责任,持续优化消费环境,切实守护消费者合法权益。