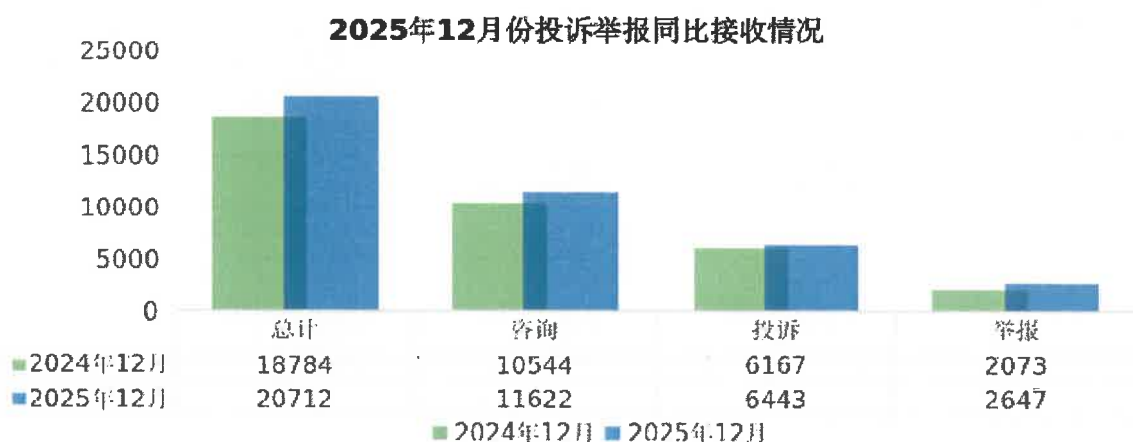


赣州市市场监督管理局

赣州市市场监督管理局 2025 年 12 月份 12315 投诉举报数据分析报告

一、总体运行情况

12 月份，12315 投诉举报中心共接收消费者投诉举报 9090 件，同比增长 10.32%，显示消费者维权意识增强，市场监管工作面临更大挑战，其中：投诉 6443 件、举报 2647 件，为消费者挽回经济损失 105.30 万元，市场监管部门在保护消费者权益方面取得积极成效。在投诉举报处理效率上，全市投诉按时初查率、投诉按时办结率、举报按时核查率和 ODR 企业按时和解率均达到 100%。从接收渠道来看，通过全国 12315 平台接收 8594 件，12345 政府热线转办 454 件，另有来信来函 42 件。与此同时，12315 热线运行持续保持畅通高效。当月，共接收消费者各类诉求 20712 件，一次性接通率达 98.73%。除及时转派 9090 件投诉举报外，热线工作人员还充分发挥专业优势，在线解答消费者各类咨询 11622 件，有效回应了消费者的关切问题。



二、12月份投诉举报各单位办理情况（注：“/”为无办件）

序号	单位名称	接收量	投诉按时初查率	投诉按时办结率	举报按时核查率	ODR企业按时办结率
1	南康区市场监督管理局	2915	100%	100%	/	100%
2	市市场监管执法稽查局	1780	/	/	100%	/
3	章贡区市场监督管理局	1081	100%	100%	/	100%
4	市市场监管局经开区分局	471	100%	100%	/	100%
5	瑞金市市场监督管理局	449	100%	100%	100%	100%
6	于都县市场监督管理局	301	100%	100%	100%	100%
7	信丰县市场监督管理局	267	100%	100%	100%	100%
8	会昌县市场监督管理局	241	100%	100%	100%	100%
9	兴国县市场监督管理局	178	100%	100%	100%	100%
10	市市场监管局蓉江新区分局	174	100%	100%	100%	100%
11	宁都县市场监督管理局	168	100%	100%	100%	100%
12	赣县区市场监督管理局	158	100%	100%	/	100%
13	安远县市场监督管理局	153	100%	100%	100%	100%
14	龙南市市场监督管理局	135	100%	100%	100%	/
15	上犹县市场监督管理局	115	100%	100%	100%	100%
16	大余县市场监督管理局	100	100%	100%	100%	100%
17	寻乌县市场监督管理局	94	100%	100%	100%	100%
18	定南县市场监督管理局	89	100%	100%	100%	100%
19	石城县市场监督管理局	80	100%	100%	100%	100%
20	崇义县市场监督管理局	54	100%	100%	100%	/
21	全南县市场监督管理局	44	100%	100%	100%	/

三、热点情况分析



2025年12月投诉举报热点词云图

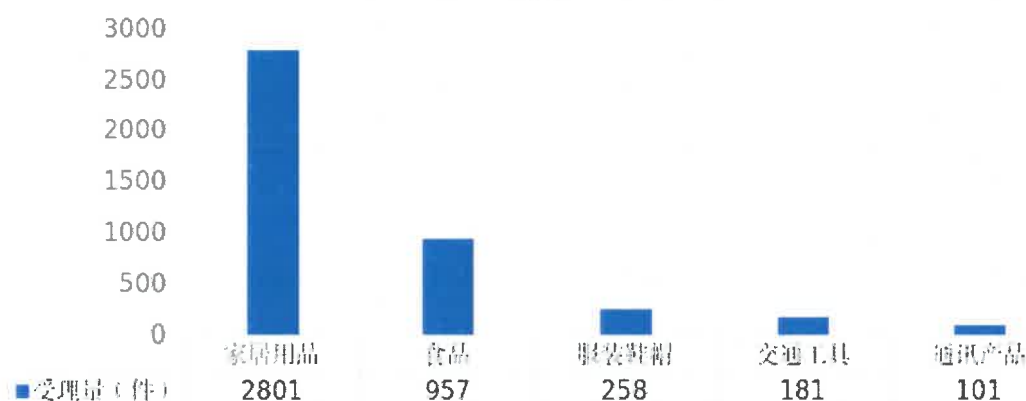
(一) 投诉热点情况

12月份，共接收投诉6443件，同比增长4.48%。

1. 从投诉客体类别来看，涉及商品类投诉5271件，占投诉总量的81.81%，主要集中在：家居用品（2801件）、食品（957件）、服装鞋帽（258件）、交通工具（181件）、通讯产品（101件）等商品。投诉内容主要涉及：（1）消费者购买的床、沙发等家居用品存在材质与宣传不符、发货延迟、安装服务未履约、售后维修推诿问题。（2）食品经营者销售的食物存在过期、变质、混有异物、标识标签不规范、虚标营养成分表等问题。（3）服装鞋帽销售者售卖的产品存在质量瑕疵，如开线、掉色、起球、尺码偏差等；产品材质与描述不一致、无吊牌标识、售后退换货

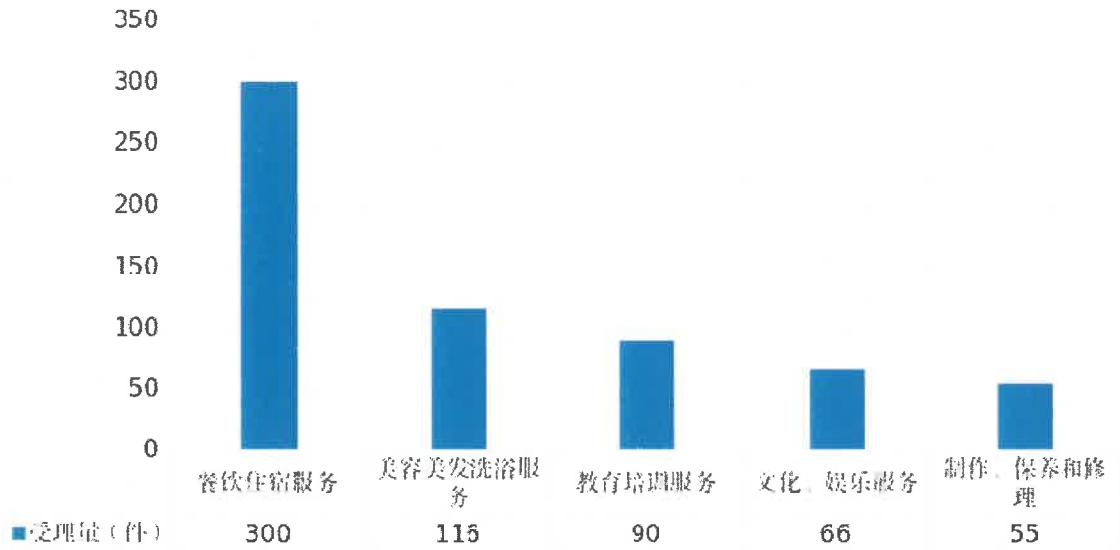
受阻等问题。（4）商家销售汽车、摩托车等交通工具后不履行合同约定或汽车出现质量问题时不提供售后服务，二手车商家在销售车辆时谎报车况。（5）经销商对手机、电脑等通讯产品作虚假宣传或出现质量问题后不履行售后义务等现象。

投诉涉及的主要商品类别



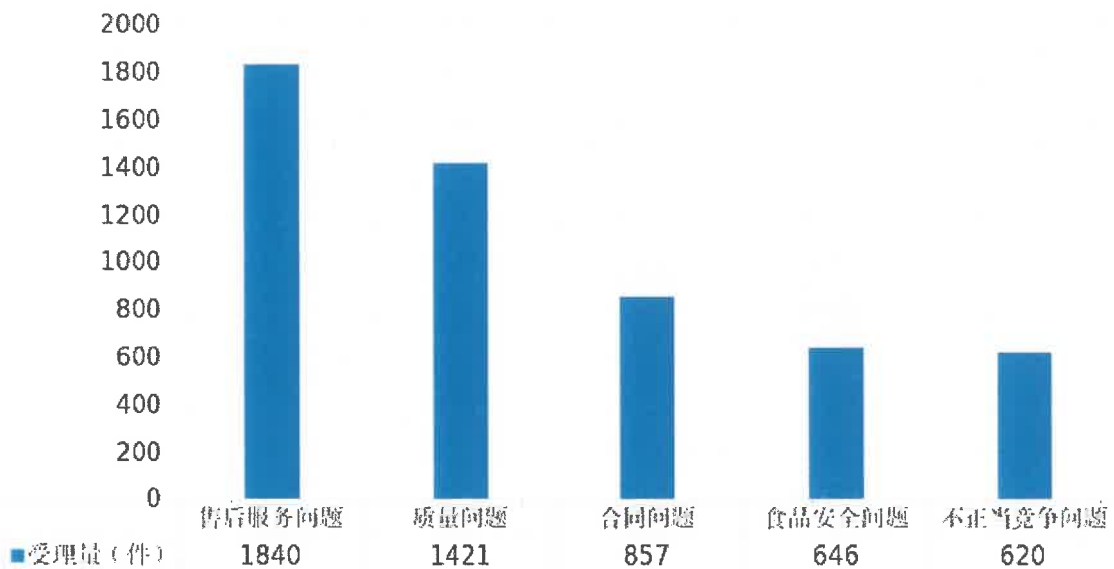
涉及服务类投诉 1172 件，占投诉总量的 18.19%，主要集中在：餐饮住宿服务（300 件）、美容美发洗浴服务（116 件）、教育培训服务（90 件）、文化娱乐服务（66 件）、制作和保养以及修理服务（55 件）等行业。反映的问题主要有：（1）餐饮住宿服务提供者提供的食材变质、餐品含异物、住宿服务存在预订后无法入住等问题。（2）美容美发洗浴服务经营者诱导消费者办卡充值，后续未按承诺提供服务且拒绝退卡，涉嫌强制消费。（3）网络培训商家利用虚假信息诱导消费者订立培训合同、培训效果与宣传不一致、利用格式条款限制消费者退费。（4）文化娱乐服务经营者未按约定提供服务，或对会员卡充值后关门停业，消费者无法维权。（5）专业技术服务提供者提供的维修、检测服务未解决问题，收取费用后拒绝返工或退款，违反服务约定。

投诉涉及的主要服务类别



2. 从投诉问题类别来看,反映较多的为:售后服务问题(1840件)、质量问题(1421件)、合同问题(857件)、食品安全问题(646件)、不正当竞争问题(620件),合计5384件,占投诉总量83.56%,直接指向品质与诚信两大核心矛盾,凸显出经营者在履约能力、品质管控、合规经营等方面的短板。

投诉主要涉及的问题类别

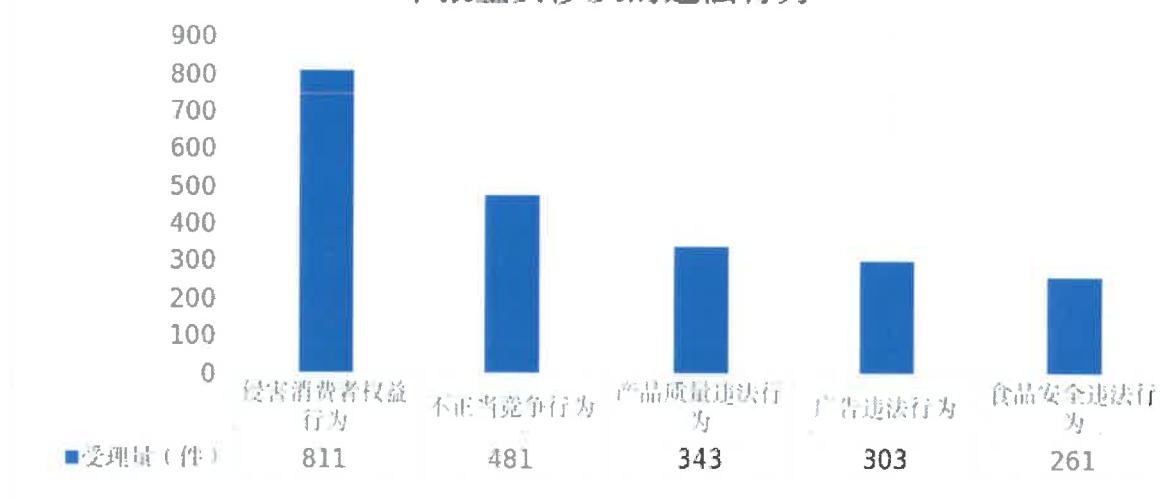


（二）举报热点情况

12月份，共接收举报2647件，同比增长27.69%。其中，涉及商品类举报2126件，占举报总量的80.32%；服务类举报521件，占举报总量的19.68%。

从举报内容来看，涉及较多的违法行为有：侵害消费者权益行为（811件）、不正当竞争行为（481件）、产品质量违法行为（343件）、广告违法行为（303件）、食品安全违法行为（261件）等。反映的问题主要有：（1）商家故意拖延或者无理拒绝消费者维权要求等侵害消费者权益行为。（2）商家在销售商品过程中涉嫌虚假宣传，利用好评返现方式欺骗、误导消费者，擅自使用知名品牌名称、包装装潢误导消费者等情形，破坏市场公平秩序。（3）商家生产或销售的商品涉嫌掺杂掺假、以次充好、失效变质和违反产品标识规定、不符合国家行业标准等情形。（4）商家违法发布宣传广告、使用违禁广告词等广告违法行为。（5）食品标识标签不规范，商家销售的食品存在过期、变质、含有异物等质量问题。

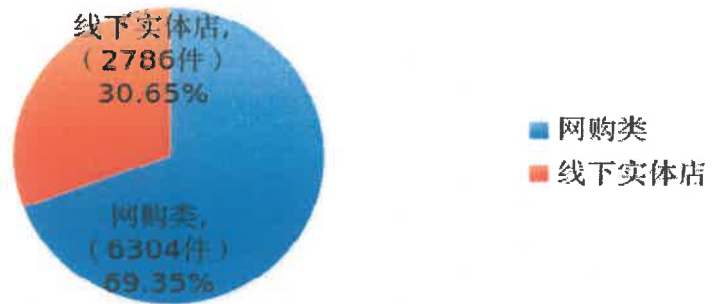
举报主要涉及的违法行为



四、网购类消费投诉举报情况分析

12月份，共接收投诉举报9090件，其中，消费者网购类消费投诉举报共6304件，占比69.35%；线下实体店消费投诉举报共2786件，占比30.65%。

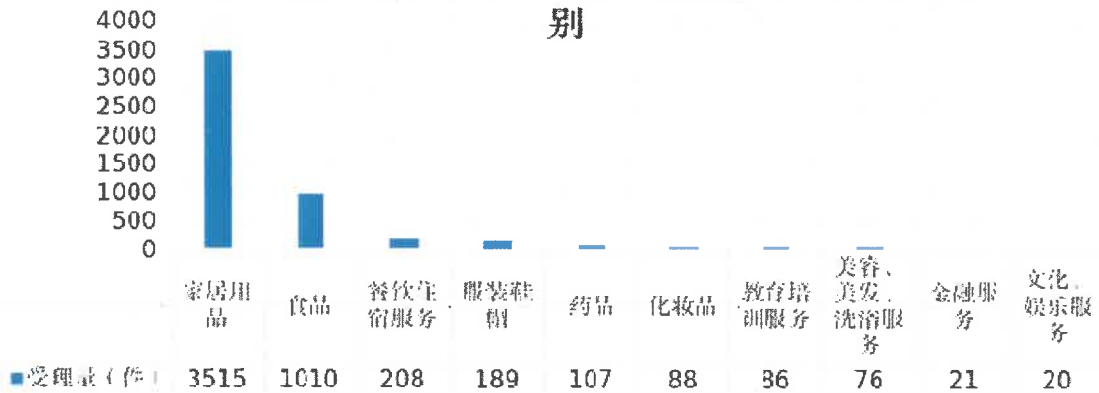
12月份各类消费渠道投诉举报占比情况



网购类消费投诉举报中，涉及商品类5601件，占比88.85%，主要集中在：家居用品（3515件）、食品（1010件）、服装鞋帽（189件）、药品（107件）、化妆品（88件）等商品，网购类家居用品投诉占商品类投诉的66.7%，为网购核心投诉品类。

涉及服务类703件，占比11.15%，主要集中在：餐饮和住宿（208件）、教育培训（86件）、美容美发（76件）、金融服务（21件）、文化娱乐（20件）等服务行业。

12月份网购类消费投诉举报涉及的主要商品、服务类别



五、投诉举报案例

（一）未成年人擅自大额购买数码产品纠纷

案例简介：2025年12月20日，于都县市场监督管理局接到消费者陈女士投诉：反映其14岁未成年子女在未取得监护人同意的情况下，单独在于都县某数码店花费4000元购买了一台平板电脑。家长知情后，以“未成年人属限制民事行为能力人，大额消费未获追认”为由与商家协商退货退款，商家以“消费系自愿行为、商品退回影响二次销售、监护人未尽看护义务”为由拒绝，双方协商未果，遂请求市场监管部门调解。

处理结果：接诉后，于都县市场监督管理局工作人员立即开展调查核实。首先确认交易事实，通过调取门店销售记录及购买凭证，证实投诉人子女单独完成交易，门店已收取4000元货款并交付平板电脑。其次，对投诉人子女的身份年龄进行核实，确认投诉人子女年龄14周岁，属限制民事行为能力人，4000元消费金额超出其日常认知及财产处分能力范围。同时，在核实过程中，确认商家在销售过程中未核验购买者身份证件，未履行未成年人消费的合理注意及提醒义务。在调解过程中，工作人员向双方详细讲解了《中华人民共和国未成年人保护法》和《中华人民共和国民法典》等相关法律法规，经过反复沟通，最终双方达成一致意见：被诉门店为陈女士办理全额退货退款，收回所售平板电脑。

案例分析：本案例焦点在于未成年人民事行为效力认定与经营者履行义务的平衡。本案中，14周岁未成年人实施的4000元数码产品购买行为，明显超出其年龄、智力对应的认知及处分能

力，且未取得监护人事前同意或事后追认，根据《中华人民共和国民法典》第十九条，该民事法律行为效力待定。商家未核验购买者身份、未履行提醒义务，违反《中华人民共和国未成年人保护法》中经营者对未成年人消费的合理注意要求。

案例启示：家长作为监护人应加强未成年人消费观教育和日常监管，妥善保管家庭资金，及时关注子女消费行为，防范未经授权的大额消费；经营者面对疑似未成年人的大额消费时，应履行未成年人消费注意义务，对数码产品、高端家电等大额商品销售，主动核验购买者民事行为能力，避免因未尽到核实义务引发纠纷；市场监管部门高效化解涉未成年人消费纠纷，切实维护各方合法权益。

（二）普通食品虚假宣传减肥功效纠纷

案例简介：2025年12月4日，消费者谭女士反映，2025年11月通过电商平台被寻乌县某百货店客服多次私信诱导，购买该店销售的“减肥益生菌”，累计花费894元。使用后出现腹泻症状，且减肥效果反弹，发现产品无减肥相关功效备案，联系商家维权未果，认为商家存在虚假宣传，要求退还款项。

处理结果：寻乌县市场监管局接诉后，立即开展调查核实：调取电商平台交易记录、支付凭证及客服与谭女士的聊天记录，确认商家客服存在口头夸大产品减肥功效、诱导消费的事实；核实涉案产品属性为普通食品，无减肥相关功效审批及备案。调解过程中，商家以“产品无质量问题、谭女士未按指导饮食影响疗效”为由拒绝退款，且主张“诱导消费的客服已被开除，与商家无关”。执法人员向商家明确指出其虚假宣传、诱导消费的违规

性质，依法讲解相关法律法规，对其违规行为作出行政警告。最终双方达成一致调解协议：商家向谭女士退还货款 824 元，谭女士不再就此事主张其他权利；商家承诺立即整改，规范产品宣传内容，不得再对普通食品宣称保健或治疗功效，并完善客服管理机制。

案例分析：本案的核心争议在于商家对普通食品的虚假宣传责任认定及员工职务行为的责任归属。

依据《中华人民共和国消费者权益保护法》第四条（诚实信用原则）和第二十条第一款（不得虚假或引人误解宣传），涉案产品为普通食品，无减肥功效，商家客服夸大疗效、诱导消费，违反法定宣传义务，需承担退款责任。

《中华人民共和国民法典》第一百七十条第一款（职务行为对单位生效）和第一千一百九十一条第一款（单位对员工职务侵权担责），客服诱导消费发生于履职期间，属职务行为，商家“开除客服”的内部管理措施，不改变该行为的职务属性，亦不能免除商家对外向消费者承担的侵权责任，商家承担责任后可向存在故意的客服追偿。

案例启示：经营者需严守合规底线，普通食品不得宣称减肥等保健或治疗功效，不得通过私信、多平台联动等方式夸大宣传、诱导消费，应全面、真实披露产品信息，恪守诚实信用原则；消费者购买减肥类产品时，需理性甄别产品类别，核查是否有对应资质，不轻信口头宣传，留存聊天记录、交易凭证等证据，便于维权凭证。

（三）电梯多重故障消费维权纠纷

案例简介：2025年12月11日，赣县区某小区业主通过12315热线投诉，反映小区内一部电梯于12月10日发生困人事件，电梯卡停15楼无法运行、门体反复开关，且轿厢内五方通话系统、视频监控系統均已失效，严重威胁居民人身安全。业主认为电梯维保单位维护不到位、物业公司管理失职，要求督促立即修复故障及安全设施，保障出行安全。

处理结果：赣县区市场监管局接到投诉后，第一时间赴现场调查核实：确认电梯困人及安全设施失效情况属实，故障原因为地坎卡入杂物，五方通话、监控失效系长期未维护所致。维保单位已及时救出被困人员，并现场清理杂物，后续完成安全设施维修。执法人员责令维保单位建立安全设施定期巡检机制，严格执行维保规范；要求物业公司加强日常巡查，建立故障应急响应机制，定期公示电梯维护及检验情况。同时对双方进行联合约谈，强化安全责任意识。目前电梯经检验合格已恢复正常运行，业主对处理结果表示认可。

案例分析：本案核心是特种设备（电梯）维护与管理责任的划分，依据《中华人民共和国特种设备安全法》相关规定：根据第四十五条，维保单位需严格执行安全技术规范，保证电梯安全性能，本案中其未全面排查安全设施隐患，需承担维护失职责任。依据第三十八条、第四十条第一款，物业公司作为受托管理单位，应履行日常管理、定期检验督促义务，其未及时发现设施失效，需承担管理责任。

案例启示：电梯维保单位应严格履行安全维护义务；遇维修延迟等特殊情况时，需及时向使用单位及业主说明原因，明确进

度节点，避免引发误解。物业公司作为电梯使用单位，应履行安全管理和信息公示义务，建立与业主的有效沟通机制，及时回应业主关切，保障业主知情权和出行权益。同时提醒广大消费者，遭遇电梯故障时，应优先通过有效渠道求救，留存证据并向市场监管部门投诉，切勿擅自操作应急装置。

赣州市市场监督管理局

2026年1月29日

