

筑安心 振消费

黑猫投诉
315 特别策划

2024年 消费者权益保护 白皮书



数据支持：  微热点研究院  新浪微博数据中心
Sina & Weibo Data Center

联合发布：  微博  新浪  黑猫投诉  微博热点

01
全网消费维权
舆情分析

02
微博消费维权
数据盘点

03
微博热点消费
维权事件

04
黑猫投诉平台
投诉数据

05
消费者权益保护
行业趋势

01

全网消费维权 舆情分析

消费维权全网信息量

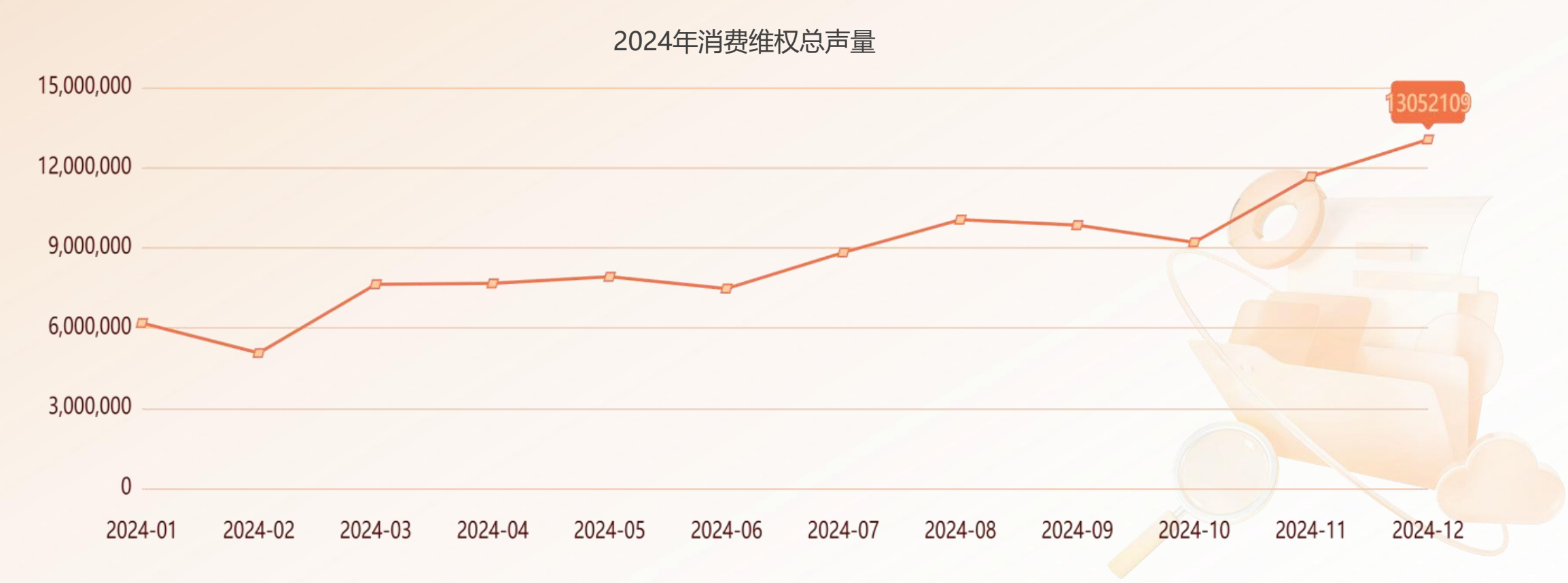
根据微热点研究院统计得出，2024年1月1日至12月31日，全网相关“消费维权”的信息量超过1.04亿条，同比增长8%。网络传播热度指数达99.73。



消费维权全网信息量走势



从全年趋势来看，消费维权声量在2月春节期间处于全年最低点，春节过后便持续攀升，在12月达到年度最高点，信息量飙升至1305.21万条。年末阶段，各类促销活动密集开展，消费场景变得繁杂多样，消费者在购物及享受服务的过程中所遇到的问题集中显现，因而导致大量维权发声的出现。



消费维权信息关键词云

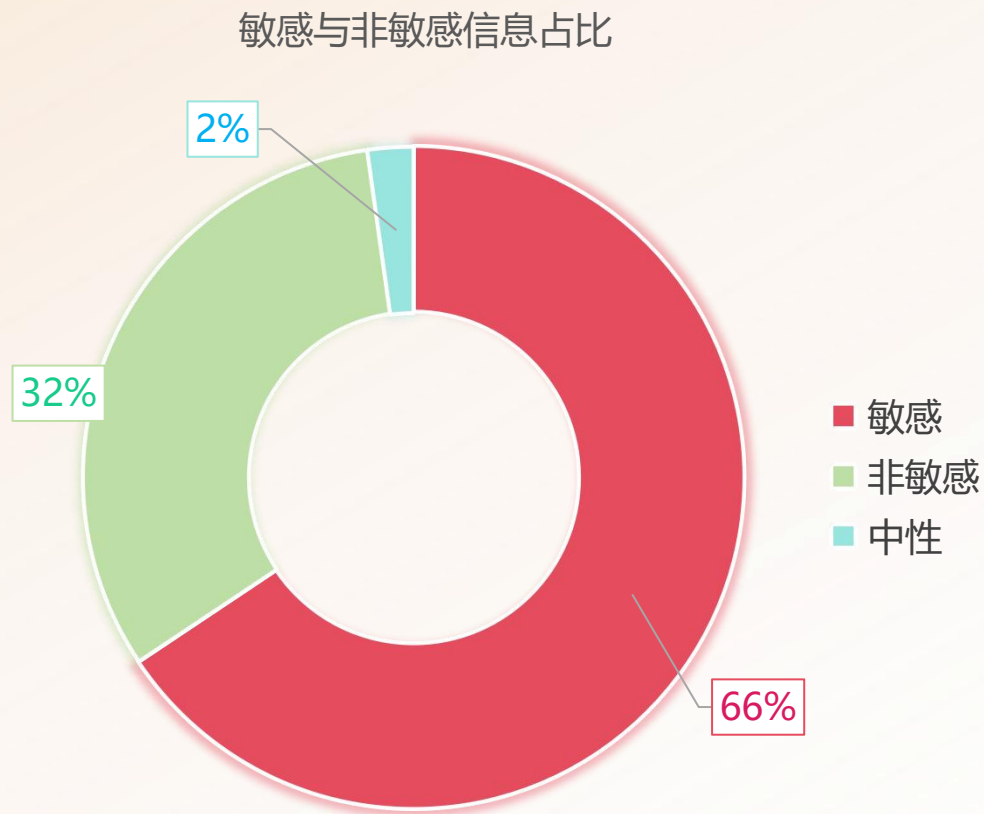


2024年消费维权发文信息分析显示，词频较高的内容有“投诉”、“投诉处理”、“客服”、“服务态度”、“解决问题”，体现出消费者权益受损后的核心诉求。

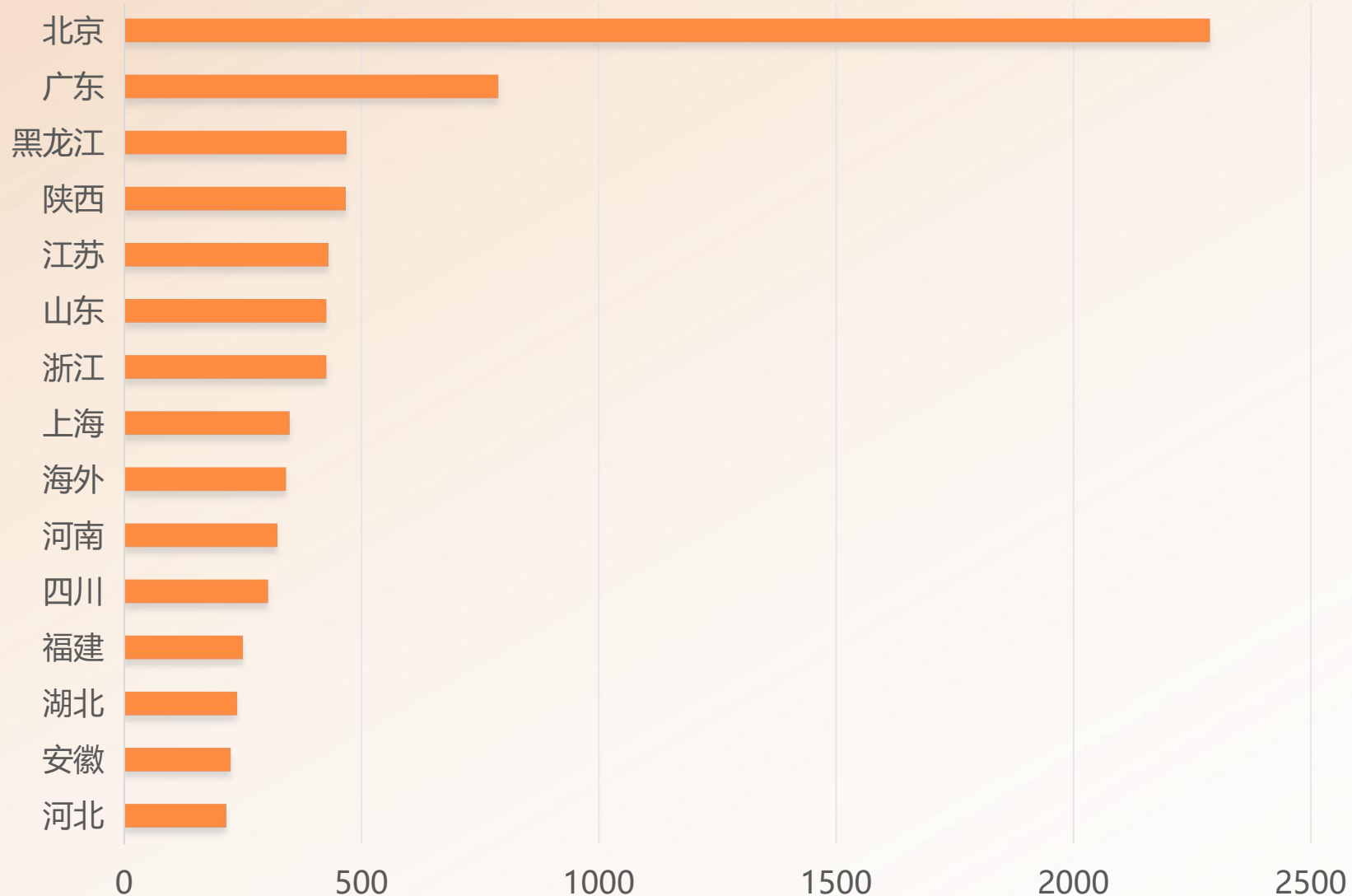
其中“购票”、“购物”、“网购”、“外卖”、“航司”以及“银行”等词汇高频出现，表明这些领域是消费维权高发区，凸显出消费者对于这些领域消费环境优化的迫切需求。

敏感信息与非敏感信息占比

分析敏感信息占比图，消费维权相关话题中，敏感信息占比65.62%，与2023年相比提高了7.03%。舆论各方热议消费投诉及纠纷的同时，存在一定的负面情绪。



“消费维权”讨论者地区分布



从参与讨论“消费维权”信息的网民地域分布来看，北京的网民参与程度最高，其次为广东、黑龙江、陕西及江苏等地。北京多元的商业形态和丰富的消费场景，使民众消费意识和维权意识普遍较强，在“消费维权”讨论中参与度最高。



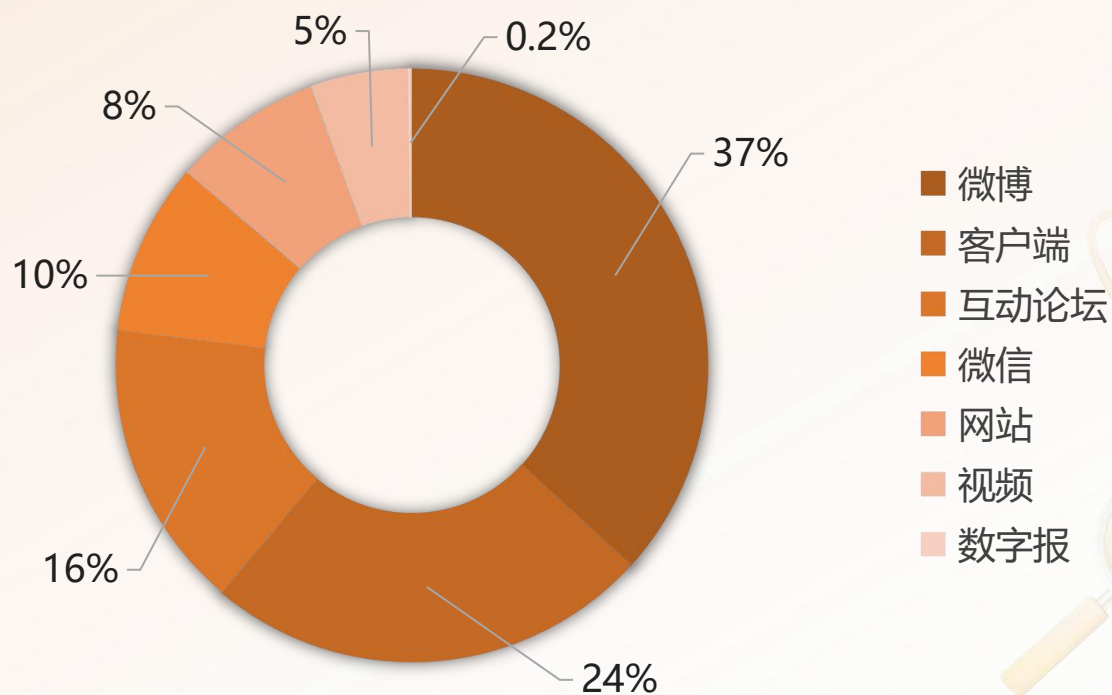
单位：万

数据来源：微热点研究院

消费维权信息来源占比

从信息分布情况看，2024年全年监测到消费维权总信息超1.04亿条，微博是主要传播平台，共超过3844万条，占比36.76%。其次是客户端和互动论坛，分别占比24.31%和占15.84%。

信息来源占比图



02

微博消费维权 数据盘点

2024年微博消费维权整体数据



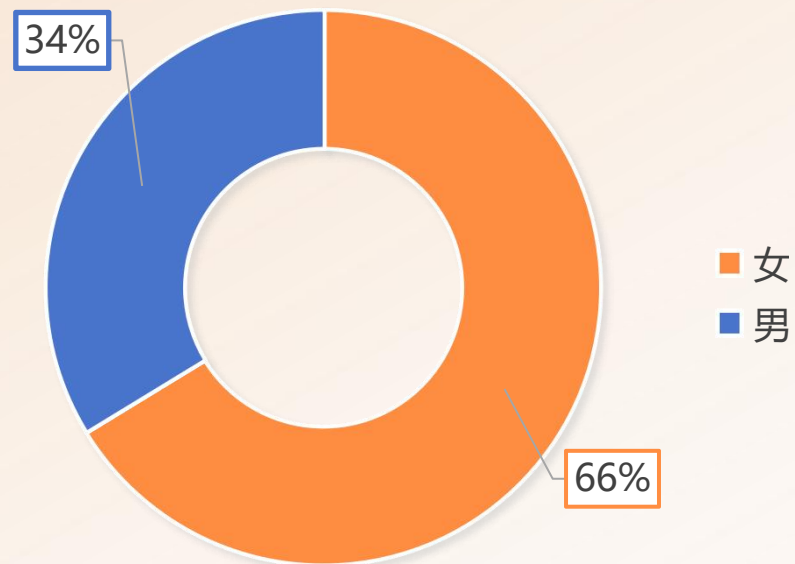
2024年，微博维权投诉用户超4000万，博文量为3765万，博文阅读量达2092亿，互动量达12.47亿。微博已成为消费者维护权益、汇聚舆论力量的核心平台，大众对消费权益保障的诉求在微博平台得到广泛传播。



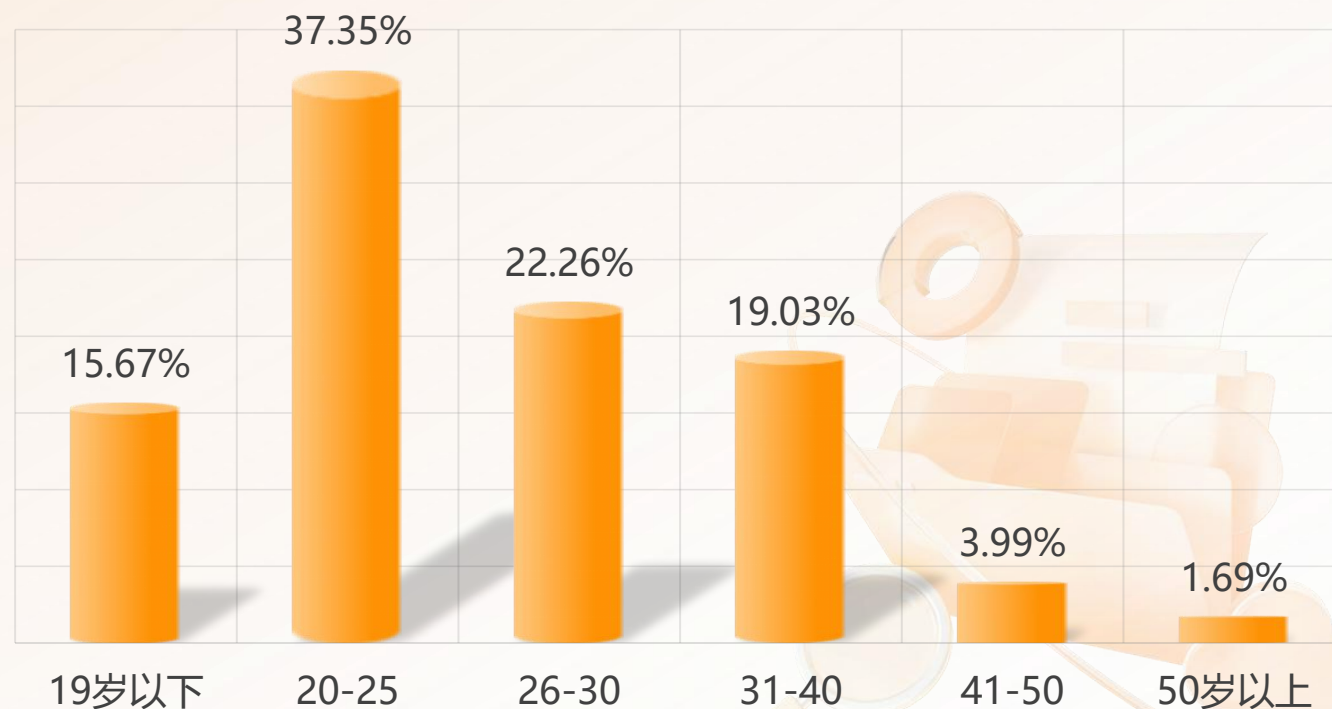
用户画像—性别和年龄分布

在发布消费维权信息的微博用户中女性用户占比66.26%。31岁以下的占比75.28%，95后成长于信息爆炸与消费观念更迭迅速的时代，更习惯借助微博等社交平台表达诉求，维护自身消费权益。

用户性别分布



用户年龄分布

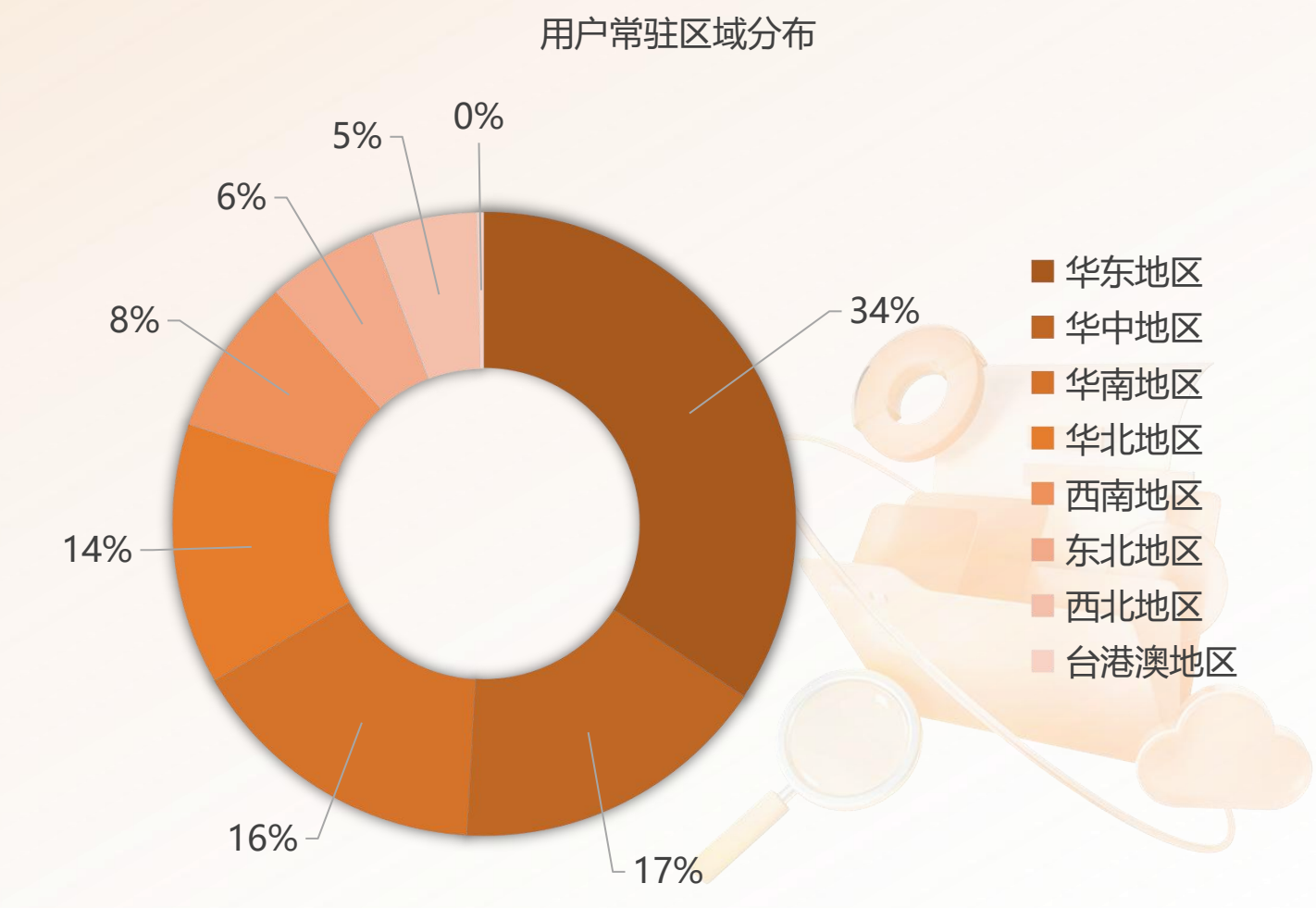


用户画像—地区分布



广东、江苏、浙江三省消费者更喜欢在微博上表达遇到的消费问题，细看区域分布，华东地区用户占比34%，占比最高。

常驻省份	占比
广东省	12.17%
江苏省	7.61%
浙江省	6.91%
山东省	6.75%
河南省	5.93%
四川省	4.94%
上海市	4.73%
北京市	4.65%
湖北省	3.96%
河北省	3.90%



数据来源：新浪微博数据中心

03

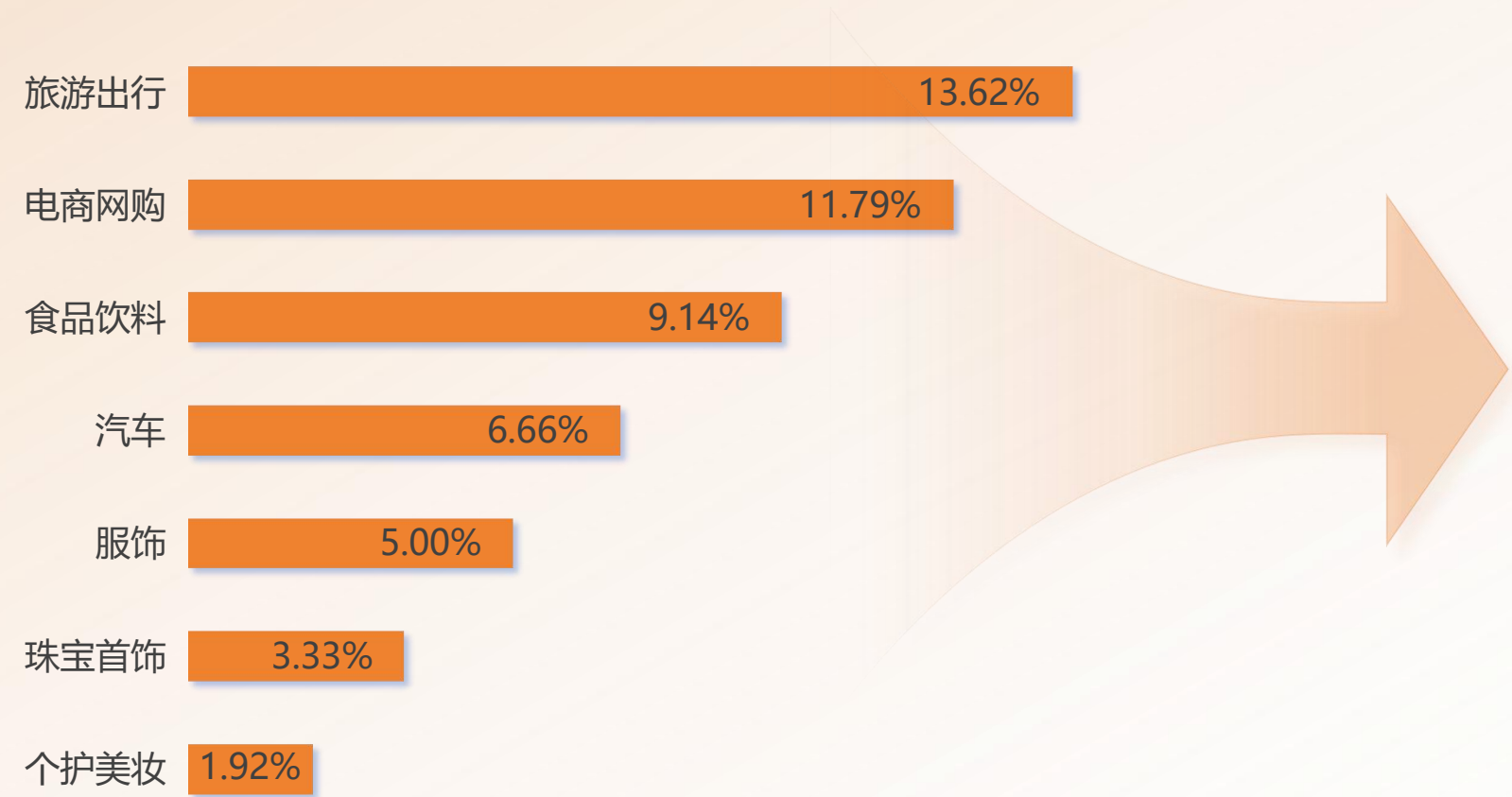
微博热点消费 维权事件

微博热点消费维权事件总揽



通过对2024年277个消费类微博热搜数据盘点，分类汇总整理出消费者最关注的三类问题：**旅游出行纠纷**、**直播带货乱象**、**食品安全问题**。

消费类微博热搜分类占比

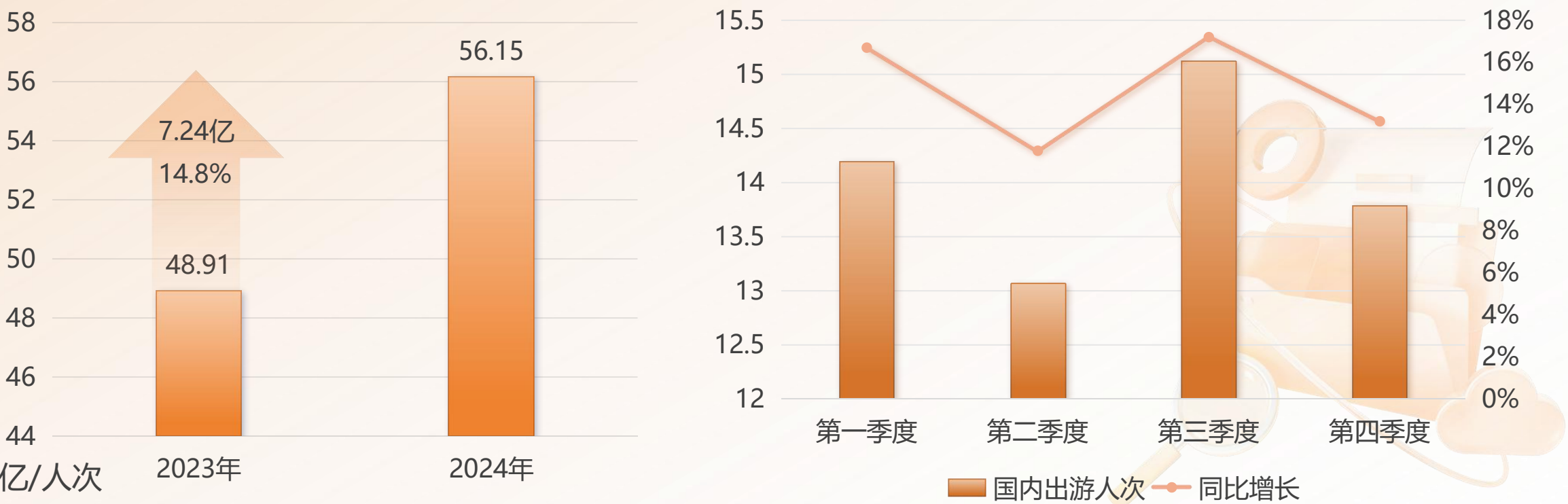


旅游出行纠纷—数据分析



2024年旅游消费市场持续升温，根据国内旅游抽样调查统计结果，2024年，国内出游人次56.15亿，比上年同期增加7.24亿，同比增长14.8%。2024年，国内游客出游总花费5.75万亿元，比上年增加0.84万亿元，同比增长17.1%。

分季度看，一季度国内出游人次14.19亿，同比增长16.7%；二季度国内出游人次13.06亿，同比增长11.8%；三季度国内出游人次15.12亿，同比增长17.2%；四季度国内出游人次13.78亿，同比增长13.2%。



数据来源：中华人民共和国文化和旅游部

旅游出行纠纷—数据分析



随着旅游消费热度的上升，与之相关的消费维权问题数量也有所增加。例如在线旅游平台退改困难、机票预订后大幅度降价、航空公司锁座、酒店及民宿宣传与实际不符等各类消费问题。中消协公布的《2024年全国消协组织受理投诉情况分析》中旅游投诉量同比增长63.24%，上升明显。

服务类别	2024年	2023年	同比 (%)
经营性互联网服务	108862	89400	↑21.77
移动电话服务	61793	31666	↑95.14
餐饮服务	52587	48693	↑8.00
培训服务	44677	43485	↑2.74
住宿服务	38159	35797	↑6.60
远程购物	31968	23788	↑34.39
美容、美发	28694	33178	↓13.51
旅游	23774	14564	↑63.24
网络接入服务	23632	18442	↑28.14
放映、演出服务	22786	17896	↑27.32

旅游出行纠纷—酒店保洁贸然开门，住宿隐私如何保证



2024年1月，黄先生与女友在深圳市龙岗区入住了一家酒店的大床房，消费188元，黄先生说，他与酒店前台沟通好，将退房时间延长至下午6点。但下午5点多，房门却突然被酒店保洁人员打开。

此次事件引发大量关注与讨论，众多网友讲述类似经历，指责酒店侵犯隐私，质疑其管理混乱。酒店回应称是工作失误，已批评保洁并承诺整改。此次事件给酒店行业敲响警钟，部分酒店开始升级隐私保护措施。



农民频道

2024年01月23日 18:19 来自 Android

【#情侣酒店走光索要10倍赔偿#】近日，广东深圳，一对情侣赤身在酒店房间内时，房门突然被保洁打开。当事男子称，自己曾多次和酒店确认将退房时间延长至下午6点，但5点多房门被打开。保洁大姐事后称，自己仅开了条缝，并没有看到什么。面对情侣10倍房费的索赔要求，酒店方回应：可道歉，但10倍房费无法赔偿。（来源：触电新闻）

#情侣住店赤身裸体房门突然被打开#@农民频道 农民频道的微博视频 收起



329

2006

40676

旅游出行纠纷—景区司机半路要求加钱、勒索乘客



2024年2月17日，傅园慧在微博发文求助，在长白山包了车现在被勒索了，半路加钱让乘客买票。

17日10时56分，傅园慧再次发文：“感谢网友们的关心，吉林文旅部门已经第一时间介入，问题已经解决，谢谢大家。”

吉林文旅快速反应介入调查，涉事司机被处以3万元顶格罚款。新华社评傅园慧包车被勒索事件，“坚决清除害群之马，坚定维护旅客权益，持续净化旅游市场，才能换来文旅产业健康发展。”



澎湃新闻

2024年02月20日 12:26 来自 微博网页版

【#新华社评傅园慧包车被勒索#：整治每起宰客乱象都应用洪荒之力】春节假期最后一天，游泳运动员傅园慧的一条求助微博，将吉林“黑车司机宰客”公诸天下。吉林文旅快速反应介入调查，涉事司机被处以3万元顶格罚款。傅园慧的问题算是暂时解决了，但傅园慧的遭遇，却引发网友持续跟帖吐槽：如果没有傅园慧的名人效应，没有傅园慧的“洪荒之力”，发生在我身上的“被宰”事实，还能不能得到及时解决？网友的种种声音，是游客对旅游市场的殷殷期待：不管是名人，还是普通消费者，每一起“宰客”乱象，都应使出“洪荒之力”，坚决清除害群之马，坚定维护旅客权益，持续净化旅游市场，才能换来文旅产业健康发展。@新华社 网页链接 收起



旅游出行纠纷—飞机大比例“锁座”引争议

2024年12月，央视报道#飞机锁座越来越多#登上微博热搜。不少旅客反映，准备线上值机选座时，大量座位已经被锁定，前排、安全出口、靠窗靠过道等较为舒适的座位几乎都不能选择。

报道指出，飞机“锁座”不能成为一笔糊涂账，要在给座位“解锁”的同时，明确“锁座”的比例和范围，制定公平合理的规则。



央视新闻

2024-12-23 来自 微博视频号 已编辑

#飞机锁座越来越多#【#航空公司回应飞机锁座规则#】近期，不少旅客反映，购买机票准备线上值机选座时，大量座位被“锁定”，前排、安全出口、靠窗和靠过道等较为舒适的座位几乎都无法选择。

记者也预订了一张从北京飞往乌鲁木齐的机票，客舱一共176个座位，除安全出口外，客舱前后的座位都有不少被“... 展开



389

1267

1.3万

直播带货乱象—数据分析

电子商务有效助力国内消费平稳增长，促进实体经济与数字经济深度融合。国家统计局数据显示，2024年全国网上零售额155225亿元，比上年增长7.2%。

直播带货作为电商的重要衍生模式近年来规模持续扩大，带动线上消费增长作用明显。2024年“双11”期间淘宝直播成交破亿元直播间达119个，京东采销直播订单量同比增长3.8倍。抖音电商发布报告披露，2024年直播间销售额占比63%。

然而，直播带货的诸多问题也逐渐暴露。在过去的一年里，多起头部主播直播带货“翻车”事件接连发生，引发了社会各界对直播电商行业规范与健康发展的广泛关注。



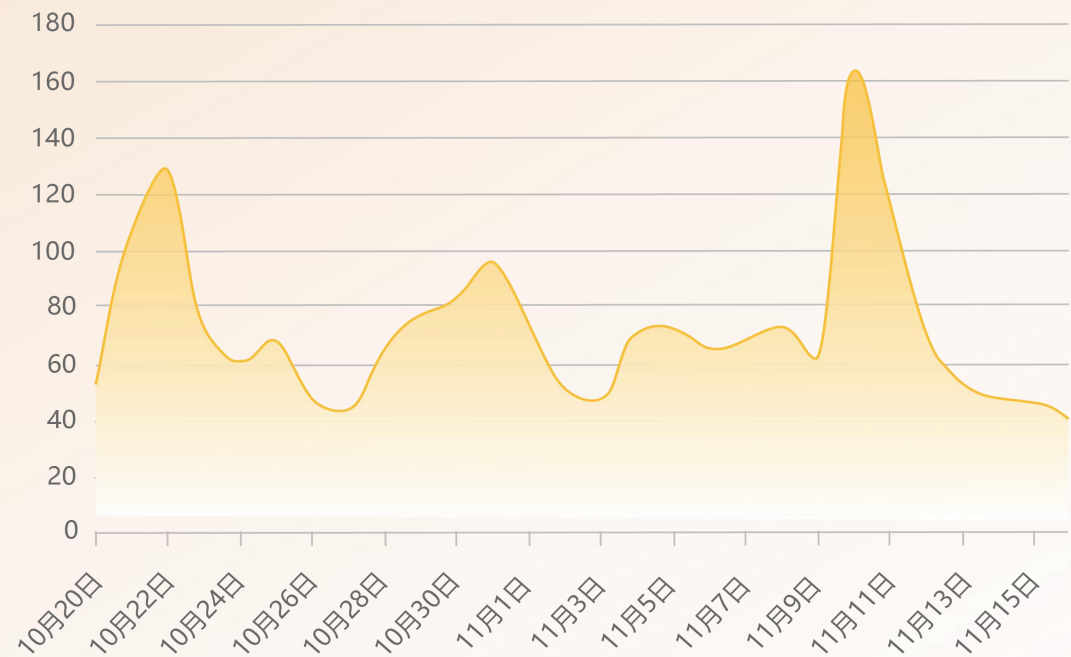
直播带货乱象—数据分析



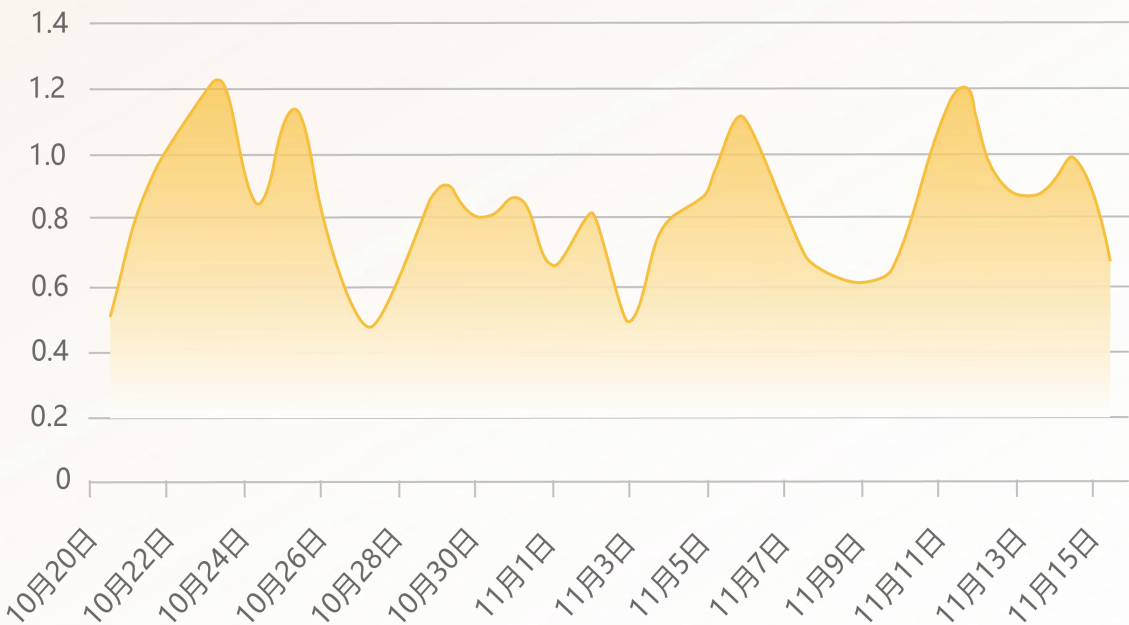
中消协公布的《2024年“双11”消费维权舆情分析报告》中显示，10月20日至11月16日共收集到“消费维权”相关信息2017万条，日均约72万条。10月20日、11月1日、11月11日节点前后时段波动明显，11月10日达到峰值，超163万条。直播带货、产品质量、优惠套路、技术服务等问题较为突出。

直播电商经营火爆的同时，假冒伪劣、虚假宣传等问题投诉增幅明显，央视在“双11”期间对网络主播带货套路进行起底。监测期间，有关“直播带货”负面信息超23万条，日均8238条。曲线峰值在活动伊始即出现，周期内存在多次波动。

2024年“双11”消费维权舆情分析（单位：万）



有关“直播带货”类负面信息日趋势图（单位：万）



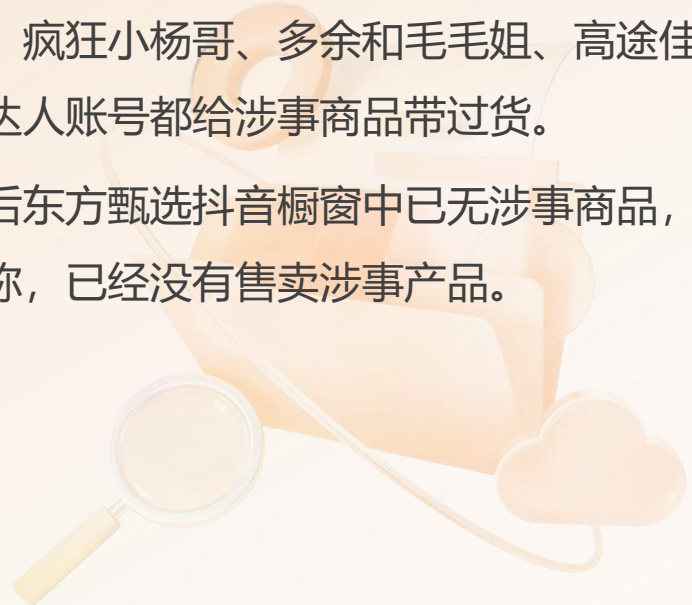
数据来源：中国消费者协会

直播带货乱象——众主播带货的网红西梅汁被海关处罚



2024年2月，国家海关总署在官网公布撤销了1家饮料企业在华注册资格，原因是该企业在申请注册时提供了虚假材料，且无相应的产品报关记录。涉事产品系“网红”，东方甄选、疯狂小杨哥、多余和毛毛姐、高途佳品、贾乃亮等众多达人账号都给涉事商品带过货。

事件曝光后东方甄选抖音橱窗中已无涉事商品，东方甄选客服回应称，已经没有售卖涉事产品。





新浪科技

2024年02月27日 21:18 来自 微博视频号

【#董宇辉回应删博#：我没怎么想】#东方甄选回应天其西梅汁被海关总署点名# 今日董宇辉个人微博账号内容全部清空，有接近东方甄选人士表示，这是个人行为。受消息影响，今日东方甄选股价盘中一度跌超6%，收盘价报23.5港元/股，跌3.89%。晚上8点，董宇辉现身“与辉同行”直播间。董宇辉称，“今天到公司 展开



凤凰网科技

2024年02月28日 08:40 来自 微博网页版

【#东方甄选回应天其西梅汁被海关总署点名##东方甄选等渠道下架天其西梅汁#】2月26日，海关总署官网发布公告称，经核实，在华注册编号为CUSA24092203180057的美国饮料生产企业JERRY&SONS PHARMACEUTICAL INC在申请注册时提供了虚假材料，已撤销该企业在华注册资格，并称海关未发现上述企业的产品报关记录。海关总署提醒，消费者不要购买其饮料产品，包括天其西梅汁（TIQ Prune Juice），已获得该企业饮料产品的，请停止食用，与原获取渠道联系退货事宜。

同日，东方甄选抖音橱窗中已无涉事商品，东方甄选客服回应称，已经没有售卖涉事产品。而“TIQ营养食品旗舰店”客服则告诉南都湾财社记者，产品100%西梅汁，无任何添加，所有产品均经过品质检查，如果不放心支持按照比例退货退款。

数据显示，不仅是东方甄选，疯狂小杨哥系列账号“三只羊网络”“疯狂小杨弟”“疯狂三只羊”等等、多余和毛毛姐、高途佳品、贾乃亮等众多达人账号都给涉事商品带过货。以东方甄选为例，其最早在2023年1月就开始给天其西梅汁带货，近一年时间里，东方甄选直播间中TIQ天其西梅汁的总销量在16万~34万件，总销售额在2000万~5000万元；再如，贾乃亮直播间最早在2023年4月7日给TIQ天其西梅汁带货，销量达1000~2500件，销售额在25万~50万元之间。（来源：南方都市报） 收起



直播带货乱象——“香港美诚月饼”玩文字游戏打“擦边球”



2024年，中秋前夕，央视曝光小杨哥以及三只羊旗下主播力推的“美诚月饼”涉虚假宣传一事引起热议。据报道，小杨哥以及三只羊旗下主播力推的“香港美诚月饼”不仅自称香港品牌，而且酷似香港知名品牌美心月饼，销量巨大。但经多方查证，其在香港无门店，实际运营方为广州的公司。

@央广网 指出，无论是直播营销人员，还是广告经营发布者，都不得“发布虚假或者引人误解的信息，欺骗、误导用户”，带货主播核实产品质量和基本信息责无旁贷。

事件曝光后“三只羊”旗下多个直播间停止售卖美诚月饼，美诚月饼的旗舰店也下架了相关产品。



央视新闻

2024-9-17 来自 微博网页版

【#香港美诚月饼事件进展#：#三只羊直播涉嫌误导消费者被立案#】9月17日，安徽合肥高新区市场监督管理局发布情况通报：近日，三只羊网络科技有限公司直播带货的“香港美诚月饼”引发关注。对三只羊网络科技有限公司在直播中涉嫌“误导消费者”等行为，现已立案调查，将根据调查结果依法依规处理。[网页链接](#) 收起

最新



央广网

2024年09月18日 19:35 来自 微博网页版

【#三只羊别再玩文字游戏了#】#律师解读三只羊该如何赔付#近日，小杨哥直播间的“美诚月饼”引发大量争议。据报道，小杨哥以及三只羊旗下主播力推的“香港美诚月饼”不仅自称香港品牌，而且酷似香港知名品牌美心月饼，销量巨大。但经多方查证，其在香港无门店，实际运营方为广州的公司。随着舆论发酵 展开



303

1275

2964

直播带货乱象—东北雨姐带货红薯粉虚假宣传



2024年9月“东北雨姐”直播间的红薯粉条涉嫌虚假宣传的事件引起了网民广泛关注，“东北雨姐”所在地辽宁省本溪市本溪县很快组成了由市场监督管理局牵头多部门参与的联合调查组，并立即对“东北雨姐”直播间所售的红薯粉进行封存并送检。

10月12日调查组得出结论，经查，雨姐传媒在直播中宣称红薯粉条，与事实不符，属于作虚假或者引人误解的商业宣传，并对雨姐依法进行了处罚。

10月13日，东北雨姐又被指出是在表演农村生活，央视调查“东北雨姐”事件始末时，当地村民称：“她就不是我们村的，房子是租的。拍摄的时候有导演，很专业。”



新京报

2024年10月13日 18:40 来自 微博视频号

【#村民称东北雨姐是在表演农村生活#：“她就不是我们村的”】#东北雨姐房子是租的拍摄有导演#近日，“东北雨姐”涉虚假宣传被罚165万后，“东北雨姐”所售粉条厂家停产停业，被罚671.76万元。10月13日，央视调查“东北雨姐”事件始末，当地村民称：“她就不是我们村的，房子是租的。拍摄的时候有导演，很专业。”（封面新闻）[封面新闻的微博视频](#) 收起^



经视直播

2024年10月10日 11:55 来自 微博视频号

【市监最新回应：#东北雨姐红薯粉条涉嫌标签虚假标注#，正在查处】#东北雨姐售卖的粉条检测结果已出#据此前报道，9月23日，有打假博主发布视频称，其购买“东北雨姐”直播间的红薯粉条并送检，“发现红薯粉条中掺入了木薯淀粉，没有红薯成分。”他们到“东北雨姐”家上门维权时“遭到对方殴打”。

9月 展开^



1426

4714

68789

食品安全问题—数据分析



食品安全领域关系到每一位消费者的身体健康，一直以来都是社会各界高度关注的核心焦点。中消协公布的《2024年全国消协组织受理投诉情况分析》中也显示，在具体商品的投诉分布中，食品投诉量居首位，与2023年相比增幅达33.81%，增速位列第三；与食品安全密切相关的餐饮服务投诉量则位列服务细分领域投诉第三位，同比增长8%。

商品大类	2024年	2023年	同比(%)
食品	119014	88942	↑33.81
服装	109478	73006	↑49.96
通讯类产品	83416	54564	↑52.88
鞋	39286	32452	↑21.06
日用杂品	38363	32997	↑16.26
计算机类产品	37830	29615	↑27.74
汽车及零部件	36174	41550	↓12.94
家具	33822	27963	↑20.95
化妆品	33329	33819	↓1.45
首饰	31525	26146	↑20.57

服务类别	2024年	2023年	同比 (%)
经营性互联网服务	108862	89400	↑21.77
移动电话服务	61793	31666	↑95.14
餐饮服务	52587	48693	↑8.00
培训服务	44677	43485	↑2.74
住宿服务	38159	35797	↑6.60
远程购物	31968	23788	↑34.39
美容、美发	28694	33178	↓13.51
旅游	23774	14564	↑63.24
网络接入服务	23632	18442	↑28.14
放映、演出服务	22786	17896	↑27.32

食品安全问题—外卖“幽灵店铺” 无照经营、卫生条件差



3月15日中国之声记者调查发现，有外卖平台上存在“幽灵外卖”“影子店铺”，外卖平台上显示的地址，实际“查无此店”，营业执照也可以随意套用。

8月24日央视曝光了多家外卖店铺食品安全问题：有的“幽灵外卖”证照是租的、照片是假的；有的店铺，几十家共用一张“美食城”的营业执照；还有的甚至和废品站开在一起，卫生条件令人作呕。这样的店铺却能登上外卖平台的“放心点榜”，平台区域负责人还主动教人作弊。

经媒体曝光后，多家脏乱外卖停业整改，相关部门也开展了立案调查。



中国之声

2024年03月15日 17:40 来自 微博视频号

#外卖平台幽灵店铺被曝光#【#曝光外卖店铺在地图上指哪儿开哪儿#】记者调查发现，有外卖平台上存在“幽灵外卖”“影子店铺”，外卖平台上显示的地址，实际去看会发现“查无此店”，营业执照也可以随意套用。有知情人士透露，网上有一套给违规外卖店铺“保驾护航”的代开店铺产业链，可以绕过外卖平台的规章制度，通过套用、伪造证照把店开起来，甚至在地图上让这些店铺“指哪开哪儿”。“幽灵外卖”门店为何屡禁不绝？@中国之声 将持续关注！（总台中国之声记者任梦岩）[外卖店铺可以“指哪儿开哪儿”？总台记者实地调查“幽灵店铺”](#)→



138



央视新闻

2024年08月24日 23:02 来自 微博视频号

#外卖要想放心点平台监管不能缺位#今天，总台曝光了多家外卖店铺食品安全问题：有的“幽灵外卖”证照是租的、照片是假的；有的店铺，几十家共用一张“美食城”的营业执照；还有的甚至和废品站开在一起，卫生条件令人作呕。这样的店铺却能登上外卖平台的“放心点榜”，平台的区域负责人还主动教人作弊！目前，[央视曝光的多家脏乱外卖停业整改](#)，相关部门已立案调查。

“外卖刺客”不仅会伤了消费者，也会砸了平台的招牌。平台要切实履行好主体责任，把资质审核、现场检查等程序真正落实到位。同时，相关部门也要持续加强监管。各方合力，才能守护舌尖上的安全。[#主播说联播# 央视新闻的微博视频 收起](#)



830

1329

5252

食品安全问题—线下连锁餐饮店吃出蚯蚓



2024年11月19日，有消费者在北京市海淀区袁记云饺点了一碗鲜肉云吞面，但在食用过程中发现一条黑紫色长约3厘米的蚯蚓。

事件报道后，北京市海淀区市场监督管理局发布的餐饮食品安全大检查结果显示，涉事的袁记云饺六道口店因食物中混有异物，已被立案调查。这一举措再次凸显了监管部门对食品安全问题的重视，也给餐饮行业敲响了警钟。



澎湃新闻

2024年11月30日 11:29 来自 微博网页版

【#北京一男子称在袁记云饺吃出蚯蚓#，多人反映有类似遭遇】#男子在袁记云饺吃出的蚯蚓店家愿赔500#近日，消费者焦先生向澎湃公众互动平台“服务湃”投诉称，今年11月19日，他在北京市海淀区袁记云饺六道口店点了一碗鲜肉云吞面，但在食用过程中发现一条黑紫色长约3厘米的蚯蚓。接到焦先生投诉后，澎湃新闻多次致电袁记官方投诉热线，相关工作人员称客服会积极跟进处理。11月27日，焦先生反馈称袁记愿意赔偿500元。

澎湃在某投诉平台检索发现，多名网友在袁记云饺吃出异物，包括蟑螂、石子、小塑料片等。其中，一名消费者在社交媒体中发帖称，在11月27日，她通过点餐平台在袁记云饺（丽晶国际店）下单后发现生菜中夹带一条完整的红褐色蚯蚓。[#袁记云饺已被立案调查#](#)→[网页链接](#) 收起^



499



黑猫投诉

2024-12-20

【#袁记云饺食品安全问题突出#】#袁记云饺已被立案调查# 2024年黑猫投诉平台共收到袁记云饺投诉156单，其中涉及食品安全问题的投诉76单，占比高达48.72%，主要投诉问题为食物坏掉或不熟、吃出异物等，目前袁记云饺在黑猫投诉平台回复率为82.69%。如遇类似问题，点击投诉：[网页链接](#)。

达标

袁记云饺（海慧园店）
道歉，直接投诉12315

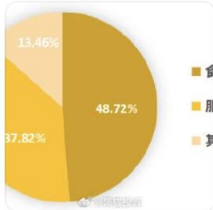
12-02 18:04:24

订了个平台下单袁记云饺，送餐后发现饺子发现情况，联系饿了么平台退款且食安险被拒绝（不接电话）与客服沟通反映情况后，内监控显示没有异样。投诉消费者协会后，目前诉求：事件影响恶劣，无法保证商家以食品安全法的赔偿标准：十倍赔偿，品物证

发起投诉 11-2

1月28日 在袁记云

是酸的 找商家协商



食品安全问题—网红饮品店使用过期40余天的原料



2024年2月至5月，@新京报 记者随机应聘到北京市多家茉酸奶加盟店，发现诸多问题：使用过期40余天的原料；更换效期标签，不按时报废原料，或根本不使用效期标签；常温存放应冷藏的水果，水果变色、出水后，仍接着使用；偷工减料，不严格按照配料表足量放料；用工不需要提供国家强制要求的餐饮人员健康证明等。

朝阳区市场监管局针对媒体曝出的茉酸奶涉事门店开展现场执法检查，并收集相关证据材料。执法人员已对涉嫌存在的相关违法行为立案调查，门店已停业整顿。与此同时，朝阳区市场监管局对辖区其余20家茉酸奶门店开展全覆盖执法检查工作。



新京报

2024年05月27日 12:16 来自 微博视频号

【独家调查 | 记者卧底茉酸奶：#茉酸奶原料过期40多天仍使用# 店员称“顶多拉肚子”🤢

】#茉酸奶换标签续命水果馊了才肯扔# 🤢在某网络投诉平台上，有关茉酸奶的投诉超过200条，其中不乏对饮品质量的投诉，“喝完拉肚子”“使用烂香蕉”“榴莲果泥发酵”。

2024年2月至5月上旬，@新京报 记者随机应聘进入北京市多家茉酸奶加盟店，发现诸多问题：使用过期40余天的原料；更换效期标签，不按时报废原料，或根本不使用效期标签；常温存放应冷藏的水果，水果变色、出水后，仍接着使用；偷工减料，不严格按照配料表足量放料；用工不需要工作人员提供国家强制要求的餐饮人员健康证明等。戳视频！👉[新京报的微博视频](#) 收起^



882

1158

10114

04

黑猫投诉平台 投诉数据

黑猫投诉平台介绍



黑猫投诉平台作为新浪旗下综合消费者服务平台，集合了消费纠纷解决、企业服务质量数据洞察、消费安全知识科普、热点消费事件追踪、泛生活连麦直播等多个维度，全方位覆盖消费全链路，服务用户。同时通过与政府、机构、媒体等的合作，构建平台合作生态，合力提升消费环境。

• 高效化解消费纠纷

用互联网平台化机制一站式高效帮助消费者和企业解决消费过程中产生的各类纠纷。

涵盖来自金融、电商、旅游出行、娱乐生活、教育、物流等主流消费领域的投诉，超六成的投诉得到解决。

• 追踪热点消费事件

追踪跟进典型及爆发消费侵权事件，对不良商家进行曝光，为消费者挽回损失。



黑猫投诉
新浪旗下消费者服务平台

• 普及消费安全知识

平台日常产出《黑猫夜话》、《黑猫课堂》等丰富的反诈及消费科普内容，同时开展线下公益科普活动，为消费者传递消费注意事项，守护消费安全。

• 洞察、预警消费舆情

平台旗下黑猫大数据中心基于黑猫投诉数据进行模型分析，为消费者及监管部门提供消费舆情预警，前置化保护消费者权益。

黑猫投诉2024全年投诉量



2024年共收到有效投诉量超

612万

同比增长**26.7%**



得到企业响应的投诉超

76.36%



平台累计有效投诉量超

2304万



得到有效解决的投诉超

63.96%

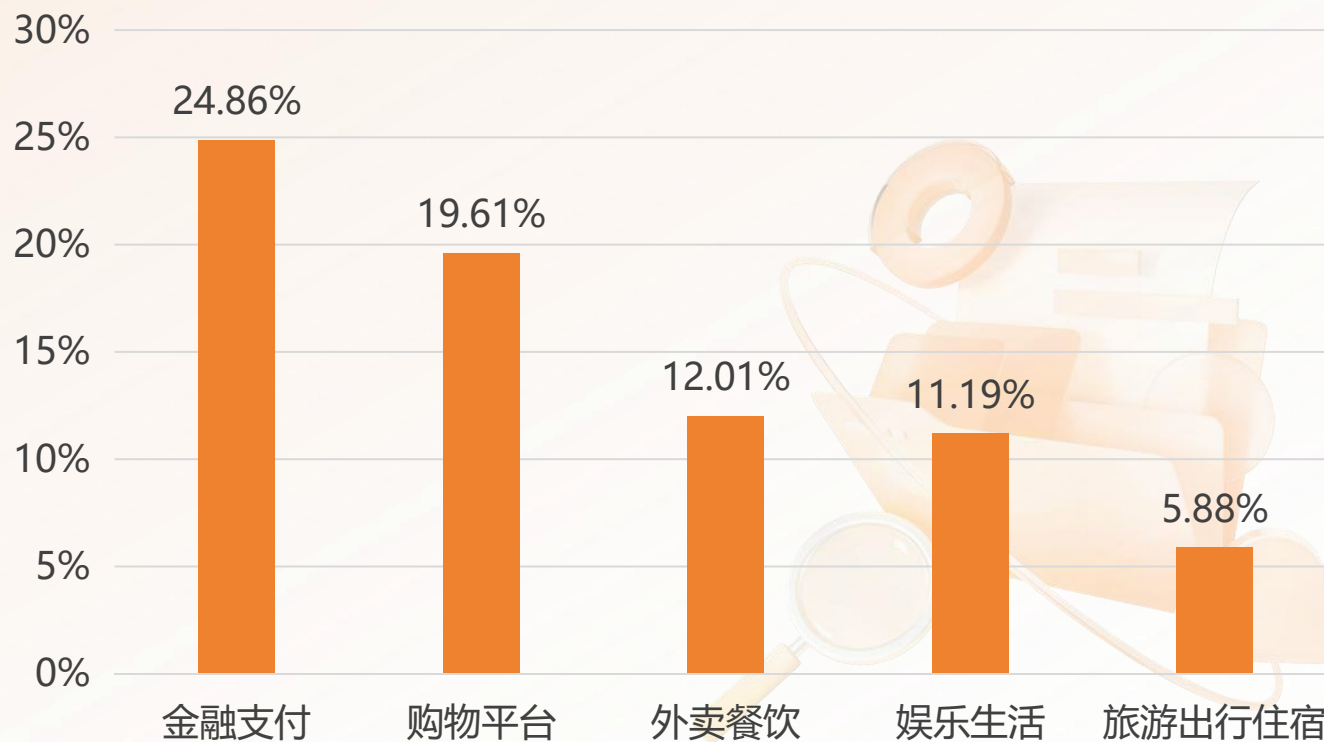


平台年度投诉行业分析

目前，黑猫投诉平台涵盖金融支付、购物平台、外卖餐饮、娱乐生活、旅游出行住宿、货运物流、电信服务、教育培训、美妆服饰、汽车汽配、房产家居等各个消费领域。金融支付行业投诉量最高，占比达24.86%；购物平台投诉量占比19.61%，位列第二；外卖餐饮行业投诉量排名从2023年的第四位上升至第三位。



2024年消费者投诉最多的5个行业



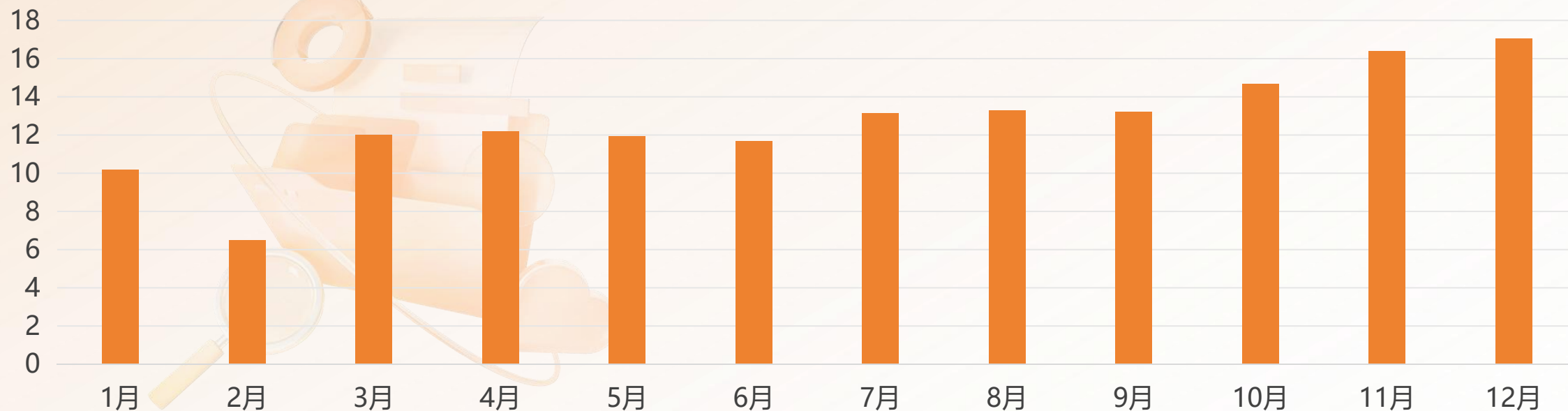
主要行业投诉量分析—金融支付行业



2024年，金融支付领域的投诉量整体在波动中呈现持续上升的趋势。临近年底，涉及银行信用卡及网贷的各类借贷业务还款及催收纠纷增多，行业整体投诉量在12月来到年度峰值。此外，2024年央视3·15晚会曝光金融产品通过层层套路引诱消费者借高利贷的事件，在黑猫投诉平台上各类信用评估产品通过捆绑销售“会员费”、“礼品卡”等方式变相提高借贷利率的问题也相对集中。



2024年金融支付行业投诉量走势（单位：万）

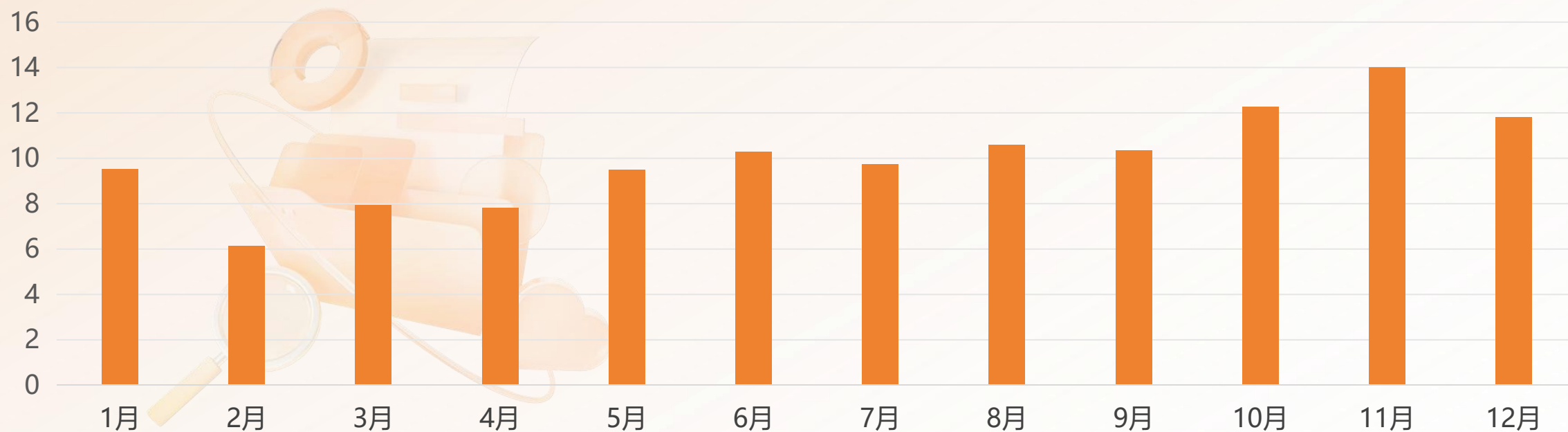


主要行业投诉量分析—购物平台行业

2024年购物平台投诉量在2月后呈逐渐上升趋势，受双十一电商活动影响在11月份投诉量达到峰值，12月有所回落；绝大多数投诉来自电商平台，商品质量差、大额优惠砍单、不退款等问题成为了消费者投诉的热点。



2024年购物平台行业投诉量走势（单位：万）

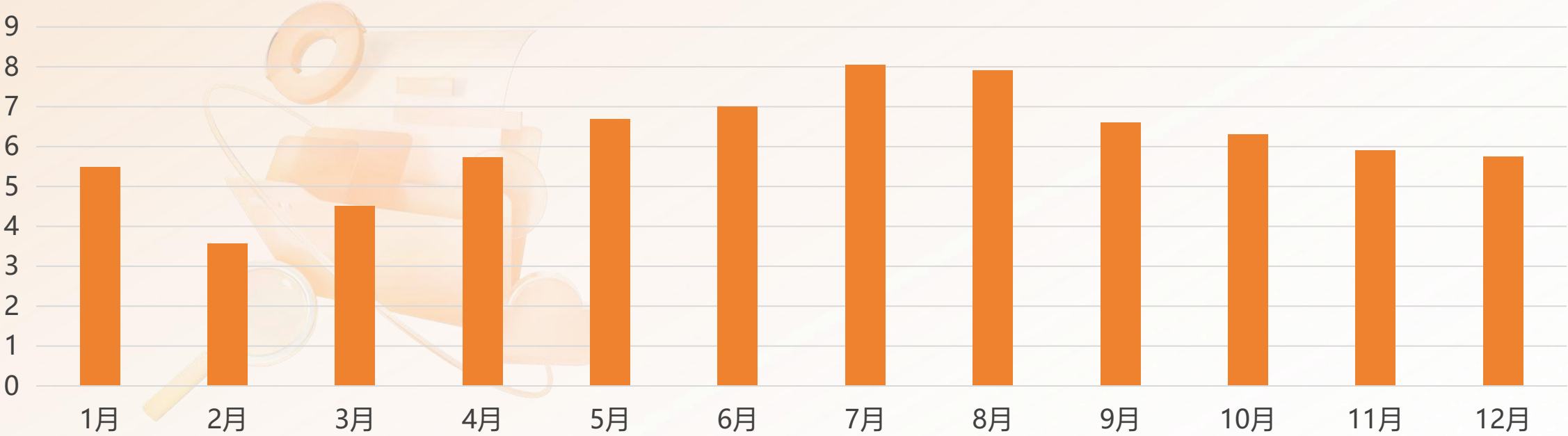


主要行业投诉量分析—外卖餐饮行业

2024年外卖餐饮行业的投诉量在上半年呈上升趋势，并于夏季达到高峰，下半年有所回落。投诉主要来自顾客和外卖骑手两大群体。顾客投诉主要集中在食品安全问题，许多消费者反映在线下就餐或点外卖时遇到食品变质、含有异物等情况，此外，平台营销活动如优惠券使用规则复杂、限制多等问题也引发不少争议。骑手投诉则集中在配送超时导致的处罚问题，引发不满。



2024年外卖餐饮行业投诉量走势（单位：万）



主要行业投诉量分析—娱乐生活行业



2024年娱乐生活行业的投诉量呈现波动上升趋势，受暑期游戏投诉增加的影响，8月达到高峰，当月投诉量接近7万件。年内爆发了多起与演唱会和游戏相关的集体投诉，例如：五月天北京演唱会二次开票后退票遭拒，参与投诉人数超过1800人；《原神》那维莱特角色修改事件，参与投诉人数超过2000人。从投诉问题来看，主要集中在以下几个方面：一是演出门票退票手续费过高，以及出售视野受限的“柱子票”或“遮挡票”；二是未成年人游戏充值退款困难；三是音视频软件无提醒自动续费问题。



2024年娱乐生活行业投诉量走势（单位：万）



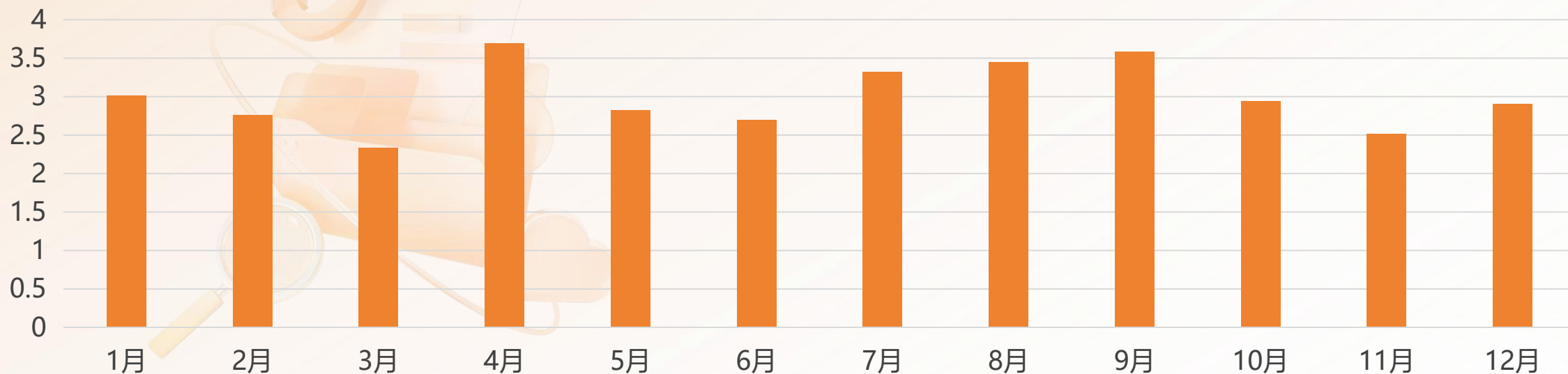
主要行业投诉量分析—旅游出行住宿行业

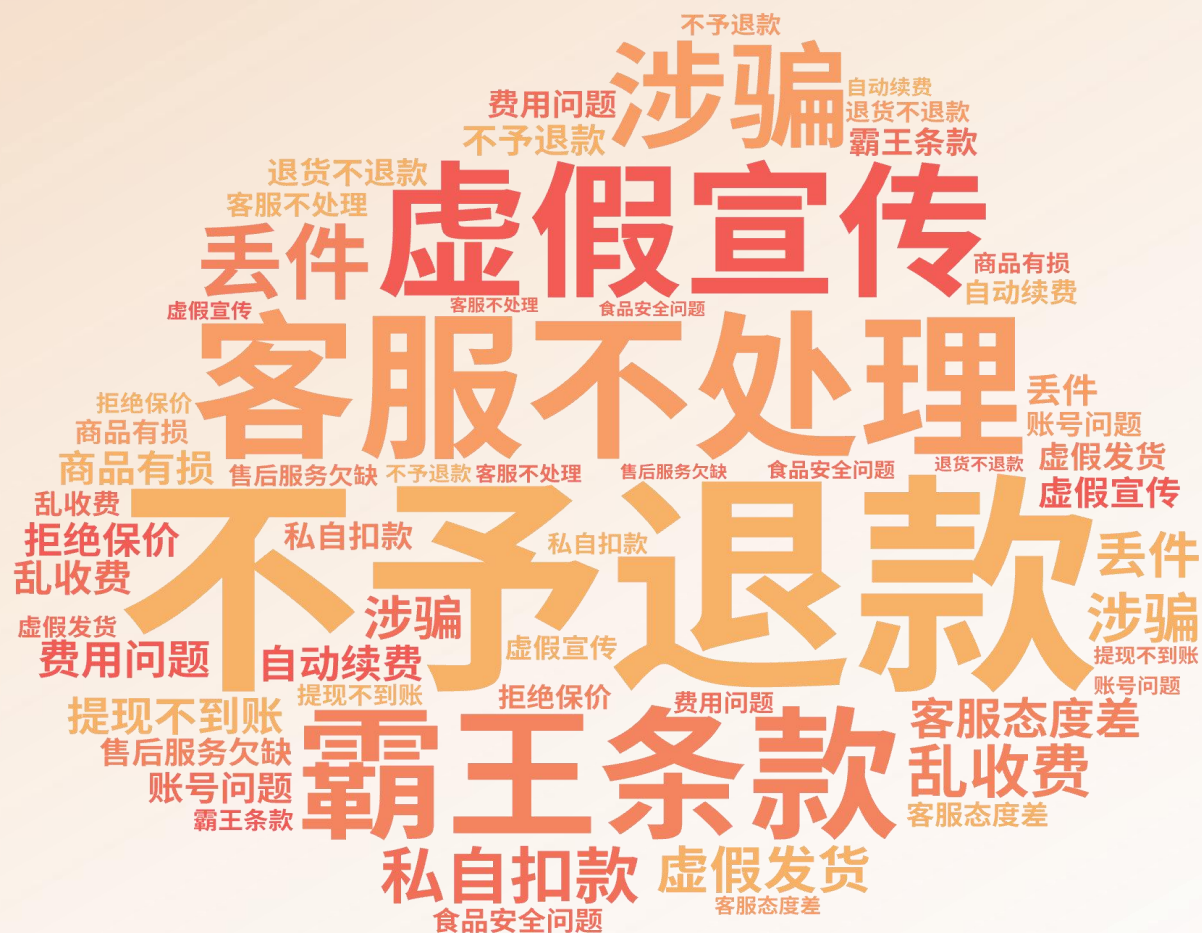


2024年旅游出行住宿行业投诉量的增长与假期密切相关，“五一”和“十一”假期前后，投诉量显著攀升。此外，春节返乡返岗和寒暑假出行也使得投诉量出现了不同程度的上升。OTA领域投诉量在旅游出行住宿行业占比达到48.43%。从投诉问题来看，出行票务预订方面，退改签高额手续费、票价临期跳水、加速包捆绑销售不予退款等问题比较普遍；酒店预订方面，酒店或平台单方面取消订单以及未入住不予退款的问题较为突出；旅行团方面，投诉主要集中在跟团游产品与宣传描述不符，以及行程中项目存在二次收费等现象。



2024年旅游出行住宿行业投诉量走势（单位：万）

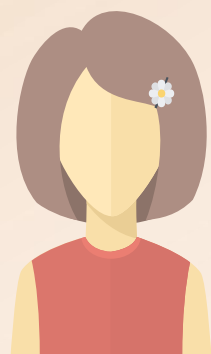




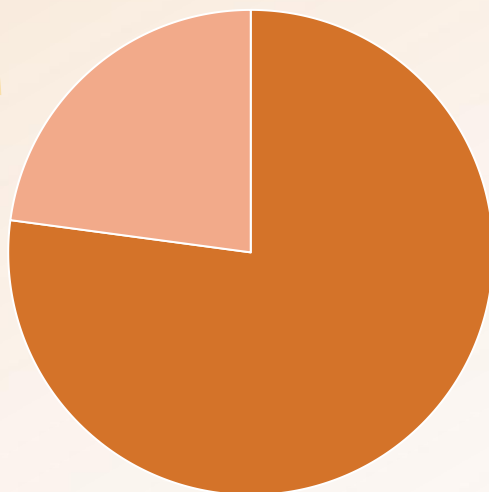
“不予退款”、“客服不处理”、“虚假宣传”、“霸王条款”等在黑猫投诉平台上成为年度消费者投诉最热关键词。

用户画像—投诉用户中男性和年轻人占主体

在黑猫平台投诉的用户中男性偏多，占比为77.12%，90后占比超83%，年轻人更倾向通过第三方网络投诉平台保护自己的合法权益。

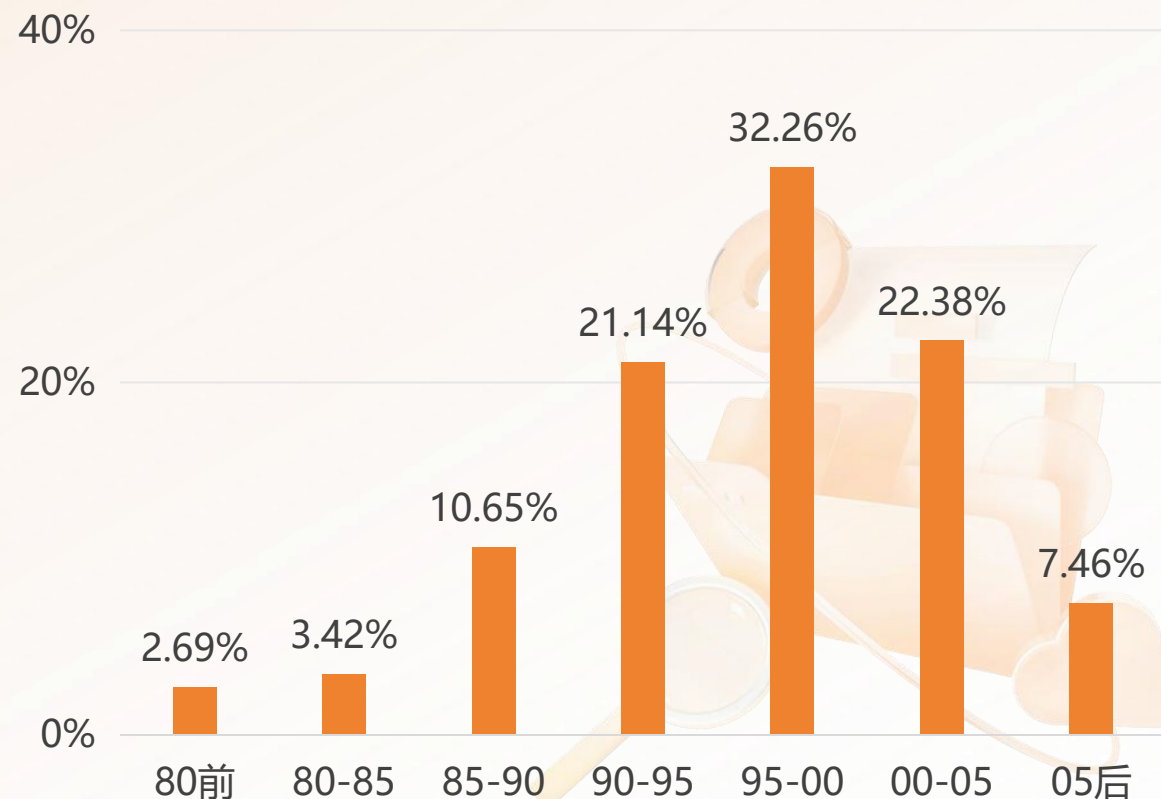


女 22.88%



男 77.12%

年龄代际 (单位: 百分比)

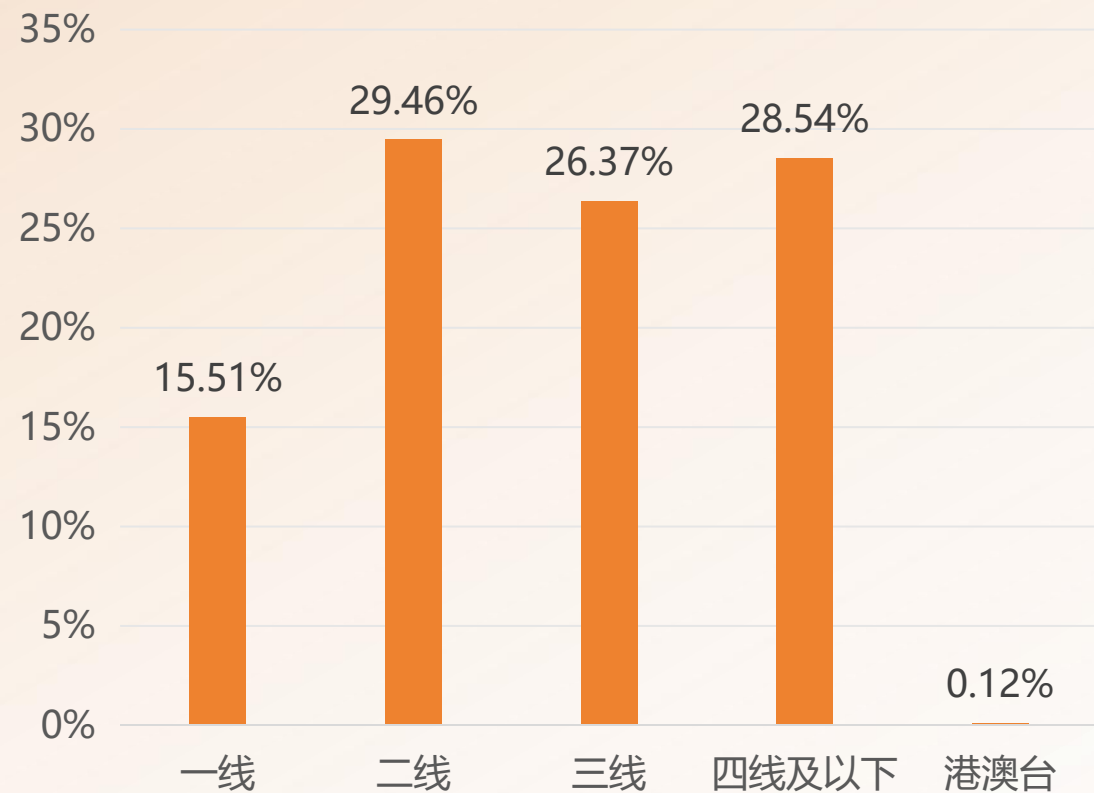


用户画像—非一线城市占比高

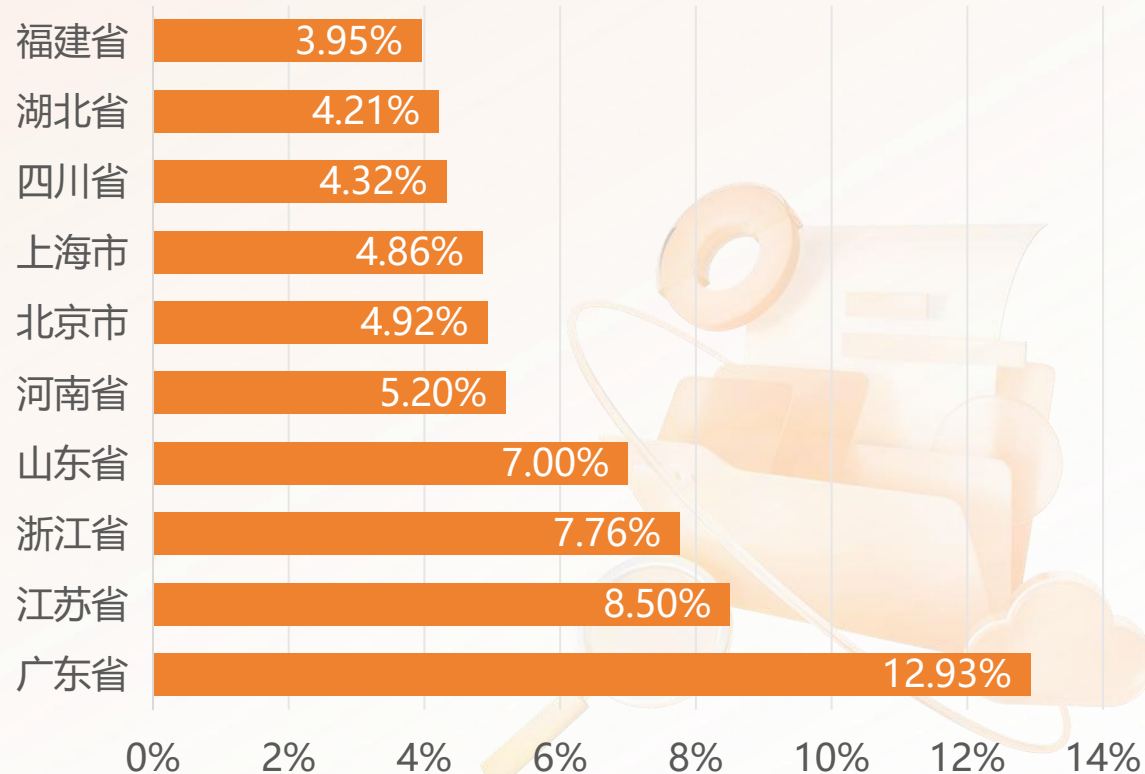


黑猫投诉平台用户在二线、三线和四线及以下城市总占比超84%，广东省、江苏省、浙江省为投诉占比最高的三个省份。

城市等级占比



用户占比最高的十大省份



05

消费者权益保护 行业趋势

经济势态稳中有进 消费市场再添动能



01

经济运行稳中有进 经济总量跃上新台阶

2024年，我国国内生产总值（GDP）首次突破130万亿元，达到1349084亿元，按不变价格计算，比上年增长5.0%。

02

消费需求持续扩大 推动经济平稳运行

2024年，全年社会消费品零售总额487895亿元，比上年增长3.5%。最终消费支出对经济增长贡献率为44.5%，拉动GDP增长2.2个百分点。

3月5日，2025年政府工作报告明确将“大力提振消费、提高投资效益，全方位扩大国内需求”置于首位，足见其对于经济发展全局所具有的关键意义。在现代经济体系之中，消费是经济增长的关键环节与重要引擎，正如政府工作报告中指出，要“加快补上内需特别是消费短板，使内需成为拉动经济增长的主动力和稳定锚”，表明经济的稳健、持续发展需要消费的有力支撑与驱动。

优化消费环境 激发消费市场活力



消费市场需求的的增长离不开消费市场的完善。经国务院同意，市场监管总局、国家发展改革委、工业和信息化部、商务部、文化和旅游部联合印发《**优化消费环境三年行动方案（2025—2027年）**》，部署各地区、各部门全面优化消费环境，切实提振消费信心和预期，激发消费市场活力，提升人民生活品质。

1

实施消费供给提质行动

提升实物消费质量，开展消费品工业“三品”行动，促进产品升级与循环。改善服务消费品质，健全服务消费标准和信用体系，深化服务认证，完善评价与流通体系。创造更多消费场景，推进首发经济，打造融合消费集聚区，构建数字化消费生态。

2

实施消费秩序优化行动

严守消费安全底线，落实食品药品安全要求，完善监管与召回体系。整治市场交易环境，开展专项行动，打击违法违规行为。规范市场竞争秩序，加强反垄断执法，完善市场竞争治理机制。完善综合治理机制，完善以消费者权益保护法及其实施条例为核心的法律体系，及时修订法规规章文件。

3

实施消费维权提效行动

强化消费纠纷源头解决，推动大型企业健全纠纷解决体系，发展线下无理由退换货。强化消费纠纷行政调解，加强维权能力建设。强化消费者权益司法保护，衔接行政与司法，支持各类消费诉讼。创新消费纠纷多元化解，将维权纳入基层治理，构建多元调解格局，加强站点建设。

4

实施消费环境共治行动

落实企业主体责任，引导经营者建立消费者权益保护合规体系。推动行业自律，引导行业协会商会加强行业自律。加强消协组织建设，支持消协组织依法履职尽责，向消费者提供消费维权服务与支持，健全公益诉讼等机制。强化社会监督引导，完善社会监督机制，充分发挥信用约束、媒体监督、消费者参与的作用。

5

实施消费环境引领行动

突出创新引领，实施产品和服务质量分级，着力打造群众喜爱的优质品牌。注重标杆带动，以“安全放心、质量放心、价格放心、服务放心、维权放心”自我承诺为主要内涵。鼓励区域先行，支持京津冀、长三角、粤港澳大湾区以及成渝地区双城经济圈、长江中游城市群等地区先行先试。深化国际合作，与主要国家和地区拓展消费者保护多双边合作，推动将消费者保护纳入多双边自贸协定。

黑猫投诉联合多方共同守护消费者权益



黑猫投诉积极推动企业主动承担保护消费者权益的社会责任，提高服务质量。同时联合权威机构、媒体共同为消费者发声，并邀请律师为消费者做专业法律解读，全方面守护消费者权益。

100+ 权威机构

市场监督管理局、文旅部、公安部刑侦局、缺陷产品召回技术中心、法院、检察院、消费者协会、中国标准化研究院、中国标准化协会、中国互联网协会、中国质量万里行促进会、医美协会、互金协会

25000+ 企业

在平台快速响应消费者诉求



6500+ 媒体报道引用

媒体引用平台线索跟进报道全年超6500篇。合作媒体包括新华社、人民网、焦点访谈、央视每周质量报告、央视财经、央广中国之声、工人日报、法治日报、中国消费者报、环球网.....

1000+ 业内知名律师

陈音江律师、岳岫山律师，王兴华律师



黑猫投诉

每一次微小发声，黑猫都用心聆听



黑猫投诉小程序



黑猫投诉APP