国家工商总局公布2017年消费者投诉情况：

网络消费、农村消费和共享经济成投诉重灾区

权威发布

本报北京3月14日讯 记者余颖报道：国家工商总局今日公布，2017年全国工商和市场监管部门共受理消费者诉求898.61万件，同比增长11.2%，增速同比提升7.3个百分点。其中，投诉240.04万件，同比增长44.0%，增速同比提升14.9个百分点。

小金额投诉占比越来越高。5年来，我国消费者投诉量一直保持逐年上升态势，表明消费者维权意识不断增强、投诉渠道更加畅通，同时也反映出侵害消费者权益问题仍然比较突出。

5年来的数据对比显示，商品类投诉占比自2013年以来连续呈下降趋势，服务类投诉占比则连续5年呈上升趋势。同时，涉及质量问题和售后服务的投诉占比逐年下降，分别较2013年同期下降16.9个和6.9个百分点。这一情况表明，随着我国供给侧结构性改革不断深入，改革成果逐渐显现，消费品质量整体有了稳步提升。同时，随着生活水平不断提升，广大人民群众对消费品质、消费服务有了更高的要求，居民消费转型升级加快，升级类消费诉求正快速增长。

网购和农村是投诉重灾区。随着我国网民数量逐年增加，网上商品零售明显提速，涉及网络购物的投诉呈现高速增长态势，2017年共受理网络购物类投诉68.57万件（含全国12315互联网平台数据），同比增长184.4%。

从消费者诉求看，反映最多的是广告、质量、合同、售后服务和商标等问题，分别占39.9%、15.9%、9.2%、5.1%和1.9%。问题主要体现在5个方面：广告含有虚假内容，欺骗和误导消费者；商品假冒伪劣、质量不合格；经营者拒不履行合同约定；售后服务差，不履行国家规定的7日无理由退货、三包等义务；未经商标专用权人许可，擅自使用与其注册商标相同或者近似的商标等。

另一个消费投诉的重灾区是农村。2017年农村相关消费投诉量达7.35万件，同比增长66.4%，高于城镇20.5个百分点。从投诉类别看，农村商品类投诉主要集中于食品、服装鞋帽、家用电器、烟酒饮料等领域；农村服务类投诉主要集中于餐饮住宿服务、互联网接入服务、电信服务、修理维护服务等领域。

共享经济已成投诉热点。2017年，消费者投诉热点主要集中在服装鞋帽、家居家装、家用电器、以手机为主的通信器材、以汽车及零部件为主的交通工具、以美容美发洗浴服务为主的居民服务、餐饮住宿、互联网服务、文体娱乐、租赁服务等10个方面。

其中，特别值得关注的是以共享单车等共享经济为代表的租赁服务。2017年，全国工商和市场监管部门共受理租赁服务类投诉3.29万件，是上年同期的8.9倍。其中，64.6%的投诉量指向自行车租赁服务。从投诉问题看，已处理的租赁服务类投诉中，涉及合同问题投诉2.48万件，占78.0%。消费者投诉的问题集中在自行车租赁服务存在拖延或拒绝退还押金和余额、车辆故障太多、系统故障充值金额与实际不符、无法联系到客服等。

随着共享经济的发展，5年来租赁服务类投诉量持续增长，2016年达到3692件。2017年，由于共享单车快速发展，单车使用推广、投放数量增加，共享单车市场竞争加剧，多家企业纷纷被报道押金难退，甚至倒闭，使得以自行车租赁为主的租赁服务投诉量猛增至3.29万件。

2亿辆车带来的烦心事

经济日报·中国经济网记者 余 颖

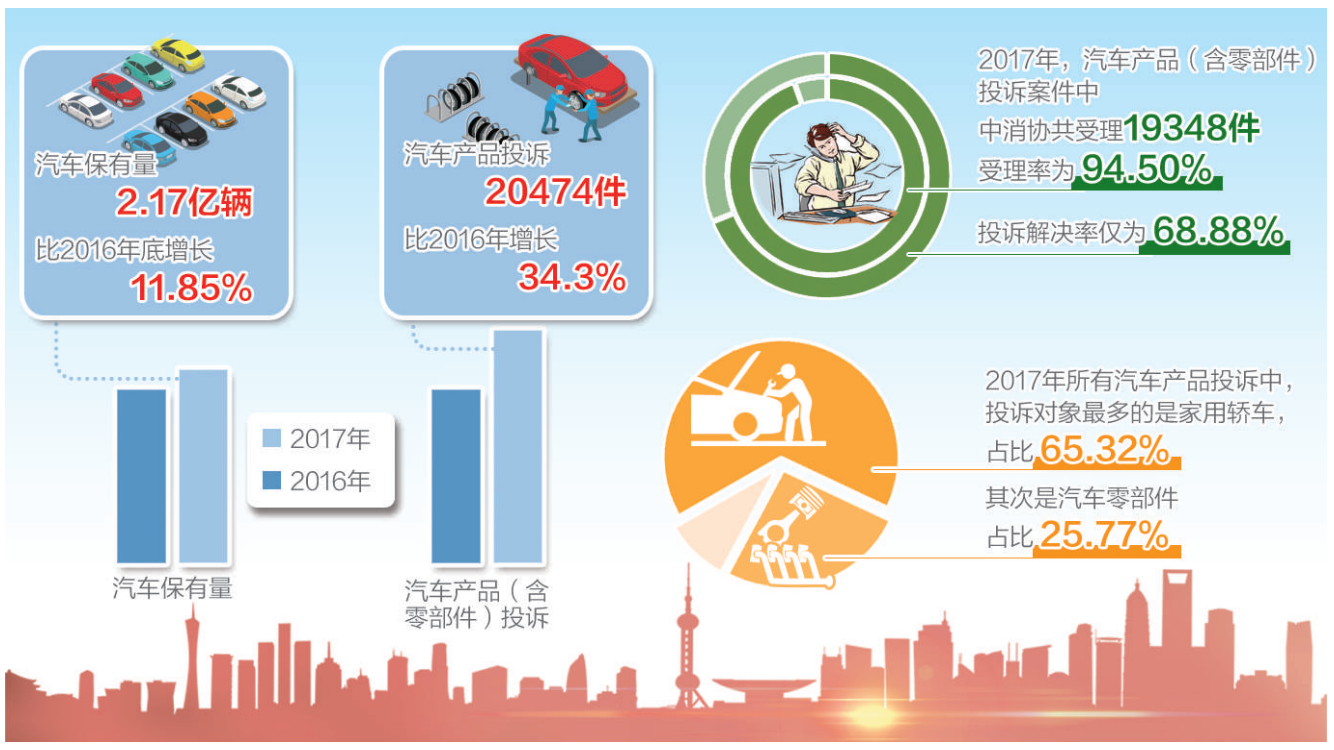
有车有房，是不少人心目中美好生活的标志。比起买房，拥有一辆自己的车显然更容易。据公安部交管局统计，截至2017年底全国汽车保有量2.17亿辆，比2016年底增加2304万辆，增长11.85%。

但是，幸福真的来得这么容易吗？

中消协近日发布的《2017年汽车消费投诉报告》显示，2017年度全国消费者协会投诉与咨询信息系统共录入汽车产品（含零部件）投诉20474件，比2016年增加5227件，增长率高达34.3%。

在这些投诉案件中，中消协共受理19348件，受理率为94.50%，其他为不受理、待受理或移转案件。受理的案件中，投诉解决率仅为68.88%，不到七成。

这2亿辆汽车在便利老百姓出行的同时，也给人们带来了不少烦心事。



真闹心：家用轿车是主要投诉产品

中消协投诉部汽车投诉负责人谢龙介绍，2017年所有汽车产品投诉中，65.32%投诉对象是消费者使用最多的家用轿车，其次是汽车零部件，占比25.77%。每年“金九银十”是汽车黄金销售期，也是汽车相关投诉高峰期，去年9月份汽车投诉量占全年投诉量的18.20%。

从消费者投诉汽车的数据看，汽车经营者的售后服务与合同纠纷占比较大，合计占投诉总量的五成以上。中消协提示，去年售后服务和虚假宣传问题投诉量增幅相对较大，特别是前者占投诉量总体比重超过30%，增加4.01%，消费者消费时应重点防范此类问题发生。

具体看，涉及汽车售后服务问题的投诉主要包括：不履行三包义务、不履行售后承诺、同一质量问题多次维修、售后在三包期内收费修理，占售后问题比重分别为31.20%、18.39%、7.28%和5.31%。

武汉消费者甘女士就碰到这样一起合同纠纷。2017年9月份，甘女士在武汉市富鑫汽车销售服务有限公司签订了购车合同，订购一辆广州本田冠道精英版，并付订金3000元，合同约定交车时间为2017年11月底，车辆价格为21.7万元。没想到，签订合同后，4S店却告知甘女士还需要加价近1万元方可提车，如果贷款提车，须支付6000元贷款手续费。甘女士认为不合理，要求按合约价提车。双方争执不下，请武汉市江岸区消协联合辖区工商部门处理。

谢龙提示，经销商这样做肯定是站不住脚的。2017年7月1日新实施的《汽车销售管理办法》明确要求，汽车经销商不得在标价之外加价销售或收取额外费用。江岸区消协也认为甘女士和店里事先已签订了购车合同，约定了合约价格，4S店有义务执行合同约定的款项，“加价提车”属于违反相关法律法规且侵犯消费者公平交易权的行为。经调解，甘女士最终按照合约价格提了车。

很危险：两成投诉涉及汽车质量

如果售后服务出问题只是糟心，那么，汽车质量问题就可能危害到消费者生命财产安全，更加危险。遗憾的是，据中消协统计表明，汽车质量问题还真不少。在去年的汽车投诉中，超过20%都涉及质量问题。

2017年11月27日，一位消费者在辽宁抚顺和昆4S店花费20多万元购买了一台大众迈腾汽车。结果第二天提车时，刚启动汽车向前行驶，右后轮就出现抱死问题，4S店维修人员随后拆掉车轮检修，向消费者承诺是小毛病，修理完就完全可以恢复正常使用。待修理好提车时，消费者和同事在行驶中又发现汽车加油动力不足，下车检查发现车轴烫手，车轮再次发生抱死。消费者联系4S店后，4S店派人将车拖至店内。消费者认为刚提的新车就出现制动系统故障，遂要求4S店原价退车并承担所有费用，但4S店只同意维修。

经抚顺市消协调查取证，认为该汽车后车轮抱死故障，有制动系统失效嫌疑。依据《家用汽车商品修理更换退货责任规定》第二十条“家用汽车产品自销售者开具购车发票之日起60日内或者行驶里程3000公里之内（以先到者为准），家用汽车产品出现转向系统失效、制动系统失效、车身开裂或燃油泄漏，消费者选择更换家用汽车产品或退货的，销售者应当负责免费更换或退货”之规定，消费者要求退货的诉求并不过分。经消协调解，双方达成一致意见，同意原价退车并承担所有费用共计212172元。

敲黑板：福特汽车投诉量最大

中消协本次报告点出了投诉高发的汽车品牌，这可是消费者最关心的问题。令人意外的是，从投诉涉及的品牌来看，被投诉量排名第一的竟然是长安福特，去年共被投诉850次，一汽大众被投诉806次，上汽大众被投诉712次，位列第二、第三名。

谢龙解释，本次公布的投诉数值为绝对值，因为各品牌汽车产品的销售量和保有量不同，消费者应综合考量。但是，根据统计，长安福特2017年全年销量为81万辆，一汽大众销售量超过140万辆，上汽大众销量超过206万辆。福特在总销量较低的情况下，成为投诉最多的品牌，显示出其产品和服务存在严重问题。

统计表明，消费者对福特的投诉主要集中在不履行三包义务、合同违约、产品性能有问题，特别是发动机故障。还有大量消费者投诉福特涉嫌欺诈。

汽车消费的主要“槽点”还包括发动机故障、涉嫌欺诈、强制保险和变速箱故障问题。当然，各个品牌主要问题略有差异，比如奥迪汽车的驾驶室问题和驾驶室异味问题严重，投诉量较高；北京现代汽车的导航仪问题突出；奔驰汽车的轮胎磨损等问题投诉量较高等。

315不仅是企业公关的一次大考

法治论坛

若 愚

又是一年315，又有老百姓津津乐道的315晚会。然而，业内却戏称，315晚会就是办给各个企业老总和公关部看的。进入3月份，公关总监们就开始千方百计打听今年自己的公司有没有“上榜”，315当晚，他们紧张地守在电视机前，如果被点名就立即开始危机公关，如果没被点名就庆幸又平安度过一年，洗洗睡觉。只留下第二天老百姓们照例对晚会上被曝光的企业和产品义愤填膺。

但是，剩下的364天呢？这些侵害消费者权益的产品和行为就不存在吗？回答是同样存在，只是不那么引人关注。因为消费者权益受到侵害后，投诉渠道不够畅通。

我国的消费投诉电话是12315。国家工商总局局长张茅曾透露，调查显示只有70%的城市居民知道“12315”。有个部级领导买的商品出了问题，不知道怎么办，找到张茅，才知道是工商总局管消费投诉。

而且，12315投诉电话推广了这么多年，有一个问题始终没有解决，就是热线太热，打不进去。张茅自己也承认，工商系统内部检查12315的时候也打不通。现在统计12315投诉总量的时候，工商部门其实对数据也“发虚”，因为有些投诉相关部门并没有接到。

为了解决这个问题，去年3月份，工商总局建设了12315第一期互联网平台并正式开通。只要关注微信12315公众号，就可以网络投诉。上线仅9个月，网络平台就解决了38万件投诉，效率非常高。

不过，这套系统还有待改进升级。比如，同电话一样，投诉时消费者需要提供商家名称或者统一社会信用代码，但消费者往往很少记得商家的准确名称。而且，有的洗衣店、小饭馆根本没有证照，在工商的市场主体系统里查不到，无从投诉。

这些问题，把消费者拦在了投诉的大门外。怎么解决？首先还是应该借助技术力量。据了解，工商总局即将上线二期互联网投诉平台，将增加电子地图功能，消费者点击购买地点后，工商系统将通过大数据，在线处理举报。

其次，相关管理部门要切实承担起市场监督作用，及时处理投诉信息，依法处理不法商家。

第三，还要尽可能地把消费者的投诉变成强有力的威慑。比如，继续推进企业投诉公示试点，将企业被投诉的情况经由全国企业信用信息公示系统公示。以后消费者在购买产品或选择服务时，可以提前查询。如果发现这个商家有多次被投诉的经历，或者是解决投诉特别不给力，就要多留个心眼。同时，还要发挥媒体的作用，及时曝光这些被投诉的企业和商家，让全社会共同监督。

总之，消费者权益保护不该只是企业公关在315当天的一次大考，应该成为所有商家时时敬畏的一条准则。

加大刑罚力度，让制假售假者真痛

暗访假货产业带，一次『惊心动魄』的履职，代表委员们建议——

本报记者 李万祥

“惊心动魄！”全国政协委员、中华全国律师协会副会长朱征夫这样形容假货产业带给他的震撼。在今年的全国两会上，朱征夫委员将自己的提案聚焦在“加大对制假售假的打击力度”上，引起广泛共鸣。

今年2月份，朱征夫委员和全国人大代表卢馨、米雪梅以及全国政协委员蒋洪峰一起，暗访了去年因某明星买假包而大火的广州白云皮具城，并潜入一个假包生产窝点，经历了一次“惊心动魄”的履职。

暗访：见证假货“跨国生意”

广州白云皮具城是个有15年经营历史的商场，中心经营面积有16000余平方米，其中1层至4层是商铺，5层到11层为展贸式写字楼。2016年，这里曾以“广州白云区皮革市场”的名字，被列入美国贸易办公室发布的“恶名市场”名单。

朱征夫委员一行刚走到皮具城门口，就发现有数名游荡的“拉客仔”已盯上了他们，随后他们被带到皮具城写字楼的5层到11层区域。朱征夫委员说，他们都看到了整面墙摆放的假冒LV等国际名牌箱包，价格从100元至800元不等，其正品专柜价格应该在数千元至上万元不等。他们还看到，几位外国友人在翻译的带领下当场买下不少包。

令朱征夫委员没想到的是，假皮具就这样在公众眼皮底下野蛮生长。他意识到，线下假货的问题必然会蔓延到线上，“这是关系到如何构建社会诚信体系的问题，对假货必须人人喊打”。

《2017年阿里巴巴知识产权保护年度报告》指出，尽管网络假货治理已经取得历史性突破，但线下假货源头并未根除，制售假分子在严厉打击下，呈现跨国境尤其是向微商及其他各类平台流窜销售的特点。

创业者：自创品牌重新创业

“80后”陈俊任2007年读大学时，正是淘宝红利时代。迎着电子商务颠覆传统零售模式的风口，他和朋友们也开了家网店卖运动服，主要从“档口”（批发市场）拿货后销售，并挖到了人生第一桶金。

“批发市场货品情况复杂，掺杂各种侵权假冒伪劣产品”。在距离白云市场约90公里的霞湖世家服装生产车间，陈俊任一边向卢馨代表等人介绍品牌与工厂合作发起的品质管控流程，一边回顾创业转型史。

2011年下半年，随着平台规则完善，一味用低价占领网络市场的模式逐渐变得不合时宜。从次年起，阿里巴巴开始对全平台商品发起“神秘抽检”，抽检不合格商品将被下架，店铺也可能被清退。

“同样一个尺码的不同款式服装，就有多个尺寸。”陈俊任回忆，档口上的产品中，没有经过质检流程的标识、成分不符合国标的达到80%以上，因此店铺经常遭受消费者投诉，天猫平台处罚也随之而来。

同时，各路大牌的假货也逐渐从档口蔓延到了线上。陈俊任等人意识到自主研发与品质管控的重要性。于是，他们放弃了曾打造出淘宝爆款的品牌，在天猫创立了品立服装，启动新一轮创业。

米雪梅代表说，假货侵犯的不仅仅是合法经营者的知识产权，如今国内很多厂商、企业花费极大金钱和精力用于自主研发，但利润空间总是被假货侵蚀。更为关键的是，制假者为降低成本所选用的伪劣原材料，往往危害人身健康。

建 议：降低制假入刑门槛

目前，虽然通过大数据技术能够有效开展线上线下打击，但是假冒伪劣治理依然存在难点。代表委员建议，通过完善立法与监管体系，提高违法成本等方式，提高打击制售假冒伪劣产品的震慑力。

《2017年阿里巴巴知识产权保护年度报告》显示，2017年全年，阿里巴巴累计向全国公安机关推送远超5万元起刑点的涉假线索1910条，协助抓捕涉案人员1606名，捣毁窝点1328个，涉案金额约43亿元。

互联网带来的信息便利，为传统制售假犯罪提供了更多的隐蔽作案、分工流窜条件。据了解，各地制假售假团伙为了逃避打击，反侦查能力和意识不断加强，跨国境、跨平台流窜的现象日益严重，是目前打击难度不断增加的主要原因。

“经过走访调研发现，线下市场已经对线上治理带来很大困难。”蒋洪峰委员说，假货治理无论是立法方面，还是将来通过判刑等方式加大打击力度，都需要呼吁全社会一起重视。

目前，阿里巴巴平台治理部披露了一组数据：2017年通过大数据模型体系共排查出4495条销售额远超过起刑点的制售假线索，最终能够依据现有法规刑事打击的为469例，最终有刑事判决结果的仅33例，比例不足1%，判缓期执行的比例高达79%。

为了遏制假货泛滥的趋势，全国政协委员、浙江省高级人民法院副院长朱新力建议将多次制假售假、受过行政处罚后又制假售假等情形，纳入刑法打击范围；同时，限制缓刑的适用，加大罚金刑、从业禁止的力度，并建立配套的非刑罚制度。“只有坚持像治理酒驾一样的理念对假货零容忍，才能从根源上解决假货问题，实现‘天下无假’的美好愿景。”

“假货源头在线下，然而犯罪违法成本过低，刑法的惩治威慑力并不足以遏制制售假犯罪行为。因此，必须要让制假售假者痛！”朱征夫委员认为，要进一步完善监管、加大打击假货力度，提升消费者的消费体验，这是推进供给侧结构性改革的内在要求，也是经济转型升级的必经之路。