

去年全国100个城市消费者满意度整体呈上升趋势——

## 消费环境改善活力增强

本报记者 李思雨

东部地区消费者满意度向好提升，中西部地区加速追赶。各地在提供多样的消费供给、打造放心的消费环境、维护消费者合法权益等方面成效显著。



顾客在山东省枣庄市市中区一处花卉批发市场选购花卉。

王海拍摄(新华社发)

中消协发布《2023年100个城市消费者满意度测评报告》显示

2023年100个城市的消费者满意度综合得分为 **79.92分**同比上升**1.41%**

全国100个城市中满意度综合得分排名前五的城市分别为

无锡 杭州 佛山 苏州 青岛



消费者在江苏省南京市一家超市选购商品。 杜 懿摄(新华社发)

决策较为理性的消费者连续3年占比近七成。汤哲表示，“这说明消费者越发重视对于个人和家庭消费的合理规划、理性决策，理性消费的观念和行为持续深入”。

另一方面，消费聚焦新热点，消费信心持续提升。陈昂告诉记者，从消费体验方面来看，售后服务、性价比、好评率受到消费者重视，理性消费、安全消费仍是消费主线。

从消费者未来一年预计增加开支的情况看，首先，食品、儿童用品、日用百货等占据较高比重和优先顺序；服务类消费中，将文化娱乐、装修服务、旅游等纳入计划的受访者占比均超过20%。服务消费关注度要高于商品消费关注度，这与近年来商品和服务消费融合发展的态势不无关系。

其次，消费者对优化消费体验、促进品质升级、体现个性价值的意愿更加强烈。有20.1%的消费者认为“潮牌”和“国潮”文创产品会继续成为今年的消费热点，追捧“时尚”“潮流”的趋势持续显现。

再次，医疗美容、健身私教等悦己型、大健康、陪伴型消费等均为近年来的新热点，极有可能是今后一个时期激发消费活力的新增长点。

为更好激发消费活力，各地发放的不同类型和额度的消费券起到了明显的带动作用。在走访调查中，不少消费者表示，如果未来相关部门发放消费券，可以在增加消费券覆盖领域、加大优惠力度等方面加以关注，真正用好用足消费券的实际作用和价值，带来实实在在的民生福祉。

## 权益保护不断加强

近年来，消费环境建设取得积极成效，消费维权主动性不断增强。百城消费者满意度测评结果显示，消费维权指标得分首次超过消费环境。“这说明各地消费领域民生保障工作特别是维权工作得到了广大消费者的认可。”陈昂说。

调查发现，超七成消费者认为消费环境越来越好，并对有关部门改善消费环境的工

作力度表示认可。但一些薄弱短板和新老问题仍然困扰消费者，个人信息泄露、浪费现象和预付卡经营者跑路等问题亟待治理，价格虚高、虚假宣传、货不对板、售后服务没保障等现象也不容忽视，应当加强治理。

此外，有超九成消费者能够识别消费问题，消费维权意愿和主动性持续增强。低价旅游团强制购物、视频平台会员服务“打了折扣”、共享充电宝“好借难还”等民生消费问题引发不少消费者共鸣。“这也进一步说明消费者识别问题的能力持续提高，消费维权主动性增强，推动企业经营者持续改进服务。”汤哲说。

针对调查反映出的消费者诉求，陈昂建议，一是坚持稳中求进、以进促稳，持续优化消费环境，夯实城市发展底气韧劲；二是积极培育新动能和新的消费增长点，激活促进消费的基因和动能，不断丰富消费供给，满足消费者的日常生活消费需求、品质升级需求和个性化消费需求；三是不断强化消费者权益保护合力，关注消费者情绪价值和参与社会治理的意愿，优化消费维权公共服务供给，推动消费维权社会共治；四是注重“促消费”“补短板”两翼联动、循环促进，不断完善消费规则，强化消费“潜规则”和重点难点问题治理，完善消费投诉信息公示和预警机制，发挥好“放心消费行动”示范引领作用，让全体消费者共享全面深化改革、高质量发展的成果。

今年的《政府工作报告》提出，优化消费环境，开展“消费促进年”活动，实施“放心消费行动”，加强消费者权益保护。陈昂表示，下一步，中消协将结合今年消费维权年主题调查、百城消费者满意度调查等有关结果，对进一步提升被测评城市消费者满意度进行深入研究，推进放心消费环境建设、完善消费者权益保护体制机制，为促进消费环境建设、提振消费信心、激发消费活力发挥积极作用。

“粉糯香滑，无敌挂汁”“不能错过的宝藏店铺”……打开视频平台，可以看到各种各样的探店视频，涵盖美食、购物等多个领域。吸引眼球的噱头、声情并茂的介绍，吸引网友点击观看。然而，网上宣传和实物宛如“卖家秀”和“买家秀”，让消费者直呼上当的情况时有发生，有钱就夸、不买单就给差评的探店乱象也时常被曝光。

探店本质是发现身边高品质的吃住游购娱服务，分享真实感受，为广大消费者提供参考。健康有序的探店，除了可为消费者提供多元丰富的消费选择，更能为商家吸引客流、提振线下消费，创造更多灵活就业的岗位和机会。

但当探店逐渐发展成为一门生意，加之入门门槛低、规范缺失、人员素质良莠不齐、流量和利润驱动等因素，虚假推荐、数据造假等情况时有发生，改变了分享好物的初衷。当“探店种草”变成“挖坑”，既侵害了消费者权益、对商家的口碑产生影响，也破坏了公平、健康的市场环境，不利于互联网平台的社会公信力和长远发展。

近年来，本地生活服务市场规模不断增长。数据显示，本地生活服务的线上渗透率2025年预计将增至30.8%，市场规模也将相应增长到35.3万亿元。无论是行业健康发展的需要，还是拉动消费的现实需求，都需多管齐下、综合施策，对相关乱象加以治理，提高探店真实性，营造和维护良好的行业生态。

规范探店行为的法律法规、行业规定正逐步完善。监管部门既要充分用好现有法律法规，也要在常态化监管中根据随时出现的新问题、新情况，及时出台监管办法和措施，标本兼治、常抓不懈。同时，平台要承担起主体责任，在算法和管理上下功夫、见行动，明确商家和博主在探店合作中应遵守的规则和权责，通过各种方式手段杜绝乱象的出现。

流量仅是生意的入口，对于商家来说，探店只是扮演了“导游”的角色，商品和服务不能站稳市场，终究还是要靠品质留住客源，靠诚信赢得信任和尊重。应树立诚实守信经营意识，以严格的标准做好产品服务，以高质量赢得好口碑。

探店很火，但要“探”得规范。不管是网友推荐，还是实地体验，探店贵在真实可靠。消费者和市场需要的是货真价实的商品服务、客观真实的消费测评，而不是掺杂利益的假象和谎言。求真讲真，探店业态才有好未来。

## 满意度总体符合预期

中国消费者协会发布的《2023年100个城市消费者满意度测评报告》显示，去年全国100个城市消费者满意度得分保持良好水平，消费者满意度整体呈现上升趋势。

《报告》显示，2023年100个城市的消费者满意度综合得分为79.92分，同比上升1.41%。“综合近7年测评情况来看，自2022年消费者满意度首次出现下降后，去年综合得分再次呈现上升态势。”中国消费者协会消费监督部工作人员汤哲表示。

具体来说，全国100个城市中满意度综合得分排名前五的城市分别为无锡、杭州、佛山、苏州、青岛。另外，有47个城市满意度有所提升，其城市得分表现和提升数量均优于2022年，其中深圳、济南、淄博、重庆、广州等多个城市提升幅度较大。

《报告》指出，地理位置、经济水平、城市规模与消费者满意度密不可分。汤哲表示，除个别城市外，东部和南部城市、经济发展水平较高的城市得分要高于中西部及经济发展相对较慢的城市和地区。“东部地区消费者满意度向好提升，中西部地区加速追

赶，城市间的消费者满意度差异正在不断缩小。”汤哲说。

中国消费者协会消费监督部副主任陈昂表示，“2023年是疫情防控转段后经济恢复发展的重要一年，作为消费者主观感受和情绪集中测度的满意度综合得分总体符合预期。各地在提供多样的消费供给、打造放心的消费环境、维护消费者合法权益等方面成效显著”。

## 消费意愿持续向好

今年1月，中消协公布2024年消费维权年主题为“激发消费活力”，针对消费感知与习惯、消费预期与趋势等方面展开调查。

近日公布的调查结果显示，多数受访者认为消费环境越来越好，超六成消费者认为本地区2023年的消费市场充满活力，预计2024年消费活力将更加充沛。

一方面，消费活力持续彰显，理性消费趋势明显。消费活力反映的是一个城市或地区的消费活跃度程度，也是观察消费者参与市场交易、改善生活的能力和信心的重要参照。展望2024年，有接近66.6%的受访者预计本地区消费将非常有活力或比较有活力。

收入预期稳中向好，超半数受访者对未来一年家庭收入增加充满信心。同时，认为自己多数时候的消费

## 书院门刮起国潮风

本报记者 樊楚楚

“平安喜乐、大吉大利、万事胜意……”在西安的书院门，只需几元钱，就能定制一张手写的国风书签。近年来，西安文旅市场火爆，民间手艺人聚集的古文化步行街书院门也火了起来。

春节假期，从西藏来的游客王刚带着两个女儿来到书院门游玩，给家人定制了“扎西德勒”的书签后，王刚还带着女儿们体验了剪纸艺术。只见剪纸师傅飞快转动剪刀，勾勒着小女孩的头发、眼睛等细节，不一会儿，以两个小女孩为原型的人像剪纸就剪好了，栩栩如生，非常传神。

“只要20元钱就能带孩子体验传统文化的魅力，物超所值，两个孩子也很开心，比照片更值得收藏，以后看到这个剪纸就会想起这里。”王刚说。

近年来，和王刚一样前来西安感受文化魅力的游客越来越多。2024年春节，西安再次成为全国乃至全球游客瞩目的焦点。西安市文化和旅游局数据显示，春节期间，全市3A级以上景区共接待游客1060.5万人次，同比增长41%。西安同时还成为国内城市入境游主要目的地第一名，入境游订单量同比增长4倍多。

“今年春晚西安分会场《山河诗长安》的表演很震撼，激发了我们内心深处的文化自豪感。所以一定要来西安好好接受一下传统文化的熏陶。”王刚说。

许多游客表示，书院门是西安最有文化氛围的地方。“这片街区因为有碑林、关中书院等文化景点，街道两侧卖碑帖拓片、字画装裱、篆刻印章的店铺就有好几十家。”书院门商户刘杰说。

这几年，国潮风受到年轻人的追捧，逛博物馆、古文化街成为旅游新风尚。文化体验、“文创+非遗”“文创+定制”……用轻量化方式呈现传统文化底蕴，进而激发了新的消费需求，成为线下消费的新增长点。现在书院门的商户也会做一些“小而美”的书签、扇子画等产品，价格低、打卡拍照好看，自用、送人都很有意义，也很适合在社交媒体上分享。

“我想给我的舍友每人送一个‘学业有成’的书签。”游客刘楚涵说。

随着文旅进一步融合发展，这条城墙根下的步行街已不局限于卖笔墨纸砚，开始朝着综合业态转

型了。“这里咖啡馆的咖啡拉花和甜点也融入了书法元素，阁楼上可以和城墙合影，还能拍到书法体的‘长安’，就是拍张照片有时得排一两个小时。”游客吴安说。

“现在游客渐渐多了，开始进入一年之中的旅游旺季。”书院门商户杨浩说。

中国书法家协会理事、北京大学美学中心研究员朱天曙认为，利用书法文化拉动消费是普及传统文化的一种方式，老百姓喜闻乐见。这种形式对推广传统文化、书法的普及、非遗的传承都是有意义的。景点售卖的手写书签，是比较接地气的民间艺术形式，虽不能用书法艺术的标准来衡量，但它们有鲜活的内涵，值得肯定。

书院门火起来，离不开其背后所蕴藏的文化属性，好口碑要考虑持续性。“现在有不少古文化街都在进行文旅转型，关键还是要根据自身特点打造‘专属文化名片’，提升文化内涵和艺术水平，拒绝部分商家打着文化旗号制造低端商品，成为同质化的商业街。”朱天曙说。



游客在西安书院门的摊位前挑选特色文创产品。 本报记者 樊楚楚摄