近年来本市非酒精饮料消费消费诉求热点问题及对策探析

仅供学习交流，严禁商业用途

总体情况

2022年前三季度投诉举报量居前10的商品服务依次为：一般食品、服装鞋帽、家居用品、教育培训、销售服务、互联网服务、化妆品、通讯产品、家用电器、餐饮住宿。

仅供学习交流，严禁商业用途

01

公众诉求主要趋势特征

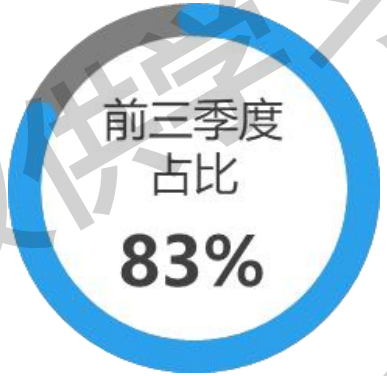
仅供学习交流，严禁商业用途

（一）诉求总量“递增化”态势延续 “统一大市场”牵引市场内需及消费诉求增长

1 随着全国统一大市场加快建设，市场消费内需及公众诉求持续增长

特征

线上消费诉求占比不断上升



仅供学习交流，严禁商业用途

（一）诉求总量“递增化”态势延续 “统一大市场”牵引市场内需及消费诉求增长

2 国务院“优化政务便民热线”重要部署以及上海12345和12315“双号并行、一号转接”机制深化落实

特征

热线接诉能级水平大幅提升

全国12315平台更新升级

仅供学习交流，严禁商业用途

（一）诉求总量“递增化”态势延续 “统一大市场”牵引市场内需及消费诉求增长

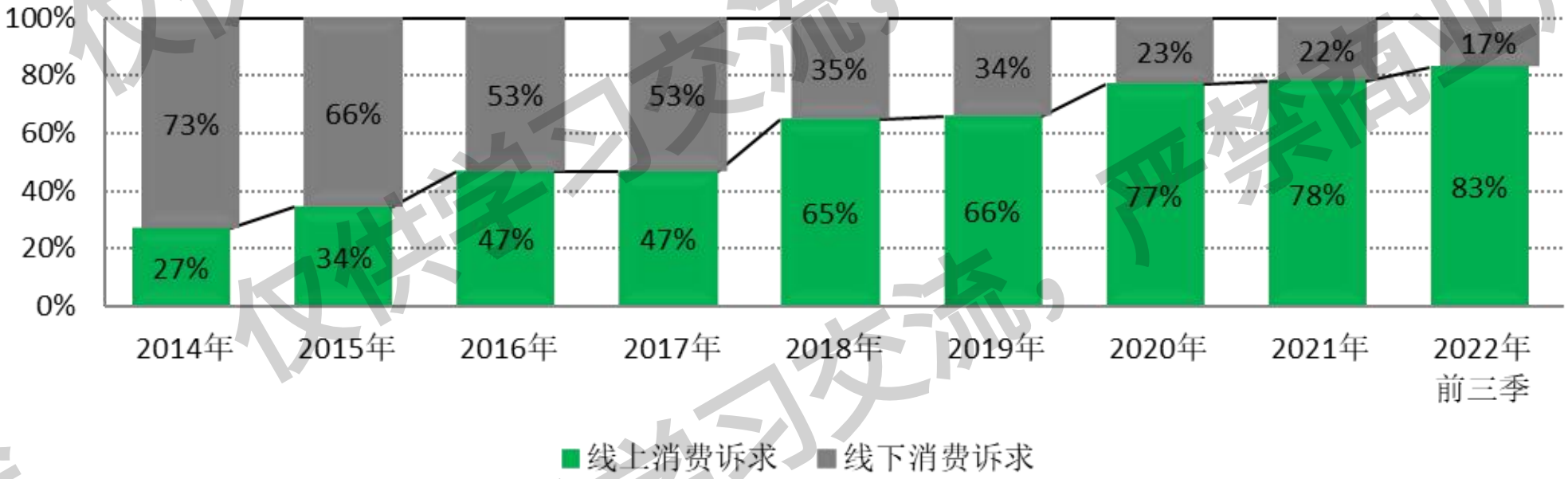
面对持续增长的公众诉求，全市各级市场监管部门和消保委主动跨前、迎难而上，畅通热线接诉渠道、加大维权执法力度、注重纠纷多元化解、加强消费宣传引导、深化放心消费创建，全市市场秩序和消费环境总体平稳有序。

仅供学习交流，严禁商业用途

（二）
诉求业态“线上化”特征突出 在线新经济带动头部型电商平台消费扩容

随着五型经济和在线新经济加快发展，市场消费及公众诉求“线上化”趋势特征愈益突出，部分头部型电商平台涉诉量不断增长，大量外省市商户和厂家入驻平台，在满足消费者需求同时也产生大量消费纠纷，需进一步创新完善监管维权方式手段，更好促进市场消费畅通循环、服务经济高质量发展。

线下消费与线上消费诉求权重变化示意图



仅供学习交流，严禁商业用途

（三）
诉求品类“聚拢化”趋向明显 民生领域高品质消费需求持续增温

从诉求涉及品类看，一般食品、服装鞋帽等诉求占比有所上升。从诉求反映内容看，反映经营者售后服务、商品质量、合同履约等方面问题相对集中。

仅供学习交流，严禁商业用途

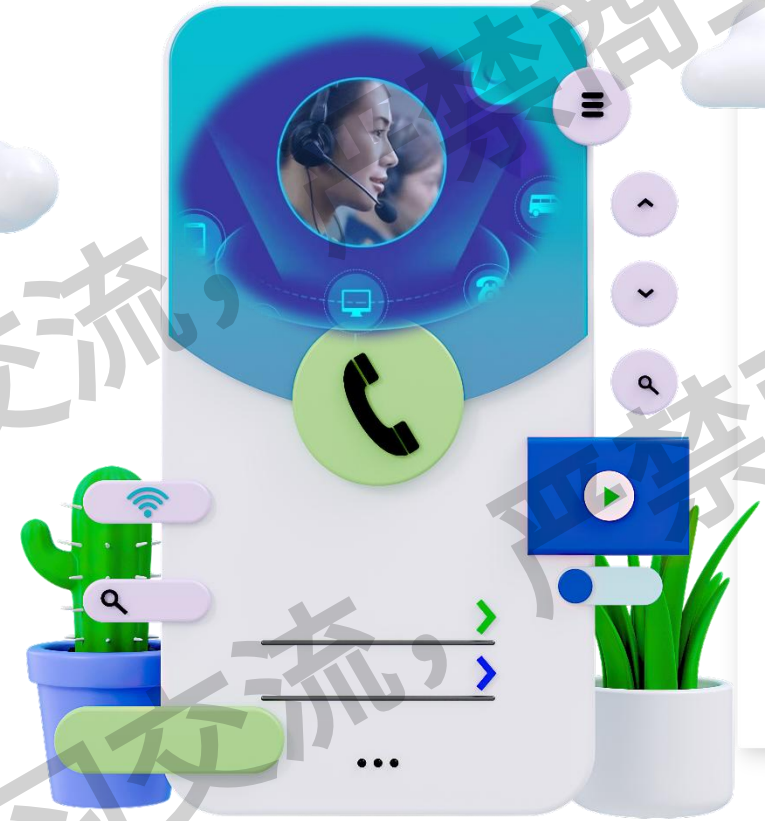
（三）
诉求品类“聚拢化”趋向明显
民生领域高品质消费需求持续增温

随着上海国际消费中心城市加快建设，广大公众高品质消费需求持续增温，部分民生消费领域经营者服务供给质量与消费者需求体验还存在一定落差，消费诉求品类与问题呈现集中化、聚拢化趋势，需进一步强化消费维权执法力度，引导经营者优化产品和服务品质，提升消费者获得感和体验度。

仅供学习交流，严禁商业用途

（四）
诉求治理“多元化”格局拓展
ODR机制助推消费维权社会共治巩固完善

对照市场监管“十四五”规划关于“深化完善在线纠纷解决企业协同联动机制”的要求，系统ODR企业发展数量稳步增长，ODR机制建设深化推进，在强化企业主体责任、促进纠纷源头治理、服务基层降本增效等方面的功能和作用持续显现。



下一步需对标党的“二十大”报告关于“畅通和规范群众诉求表达、利益协调、权益保障通道”的要求，持续深化完善消费维权ODR协同机制，助力建设“人人有责、人人尽责、人人享有的社会治理共同体”。

仅供学习交流，严禁商业用途

02

非酒精饮料投诉举报情况分析

仅供学习交流，严禁商业用途

（一）
近三年非酒精饮料诉求与相关经济指标比对分析

分析显示，本市市场监管投诉举报总量、非酒精饮料投诉举报量近三年增长曲线，与本市社会消费品零售总额、“吃的商品”零售额、人均消费支出、饮料和精制茶制造业营业收入等经济指标增长曲线呈现“先契合、后分离”态势，特别是曲线后段（2022年）分殊明显（投诉举报与相关经济指标增势有所分离）。主要归因于今年新冠肺炎疫情大幅冲击、在线新经济带动网络消费快速升温、政务热线优化整合、公众诉求渠道丰富拓展等多方面因素。

仅供学习交流，严禁商业用途

（二）非酒精饮料投诉举报主要特点

1 非酒精饮料投诉举报增势相对平稳

2022年（截至10月底），系统接到非酒精饮料类投诉举报9708件，与同期系统投诉举报总量平均增幅相比，总体保持平稳可控。

近年来，本市市场监管部门积极开展食品安全“四个最严”专项整治、食品安全“守查保”等专项执法行动，畅通公众诉求渠道、加大监管执法力度、促进纠纷多元化解、防范市场风险隐患，切实维护消费者合法权益，守住食品市场安全底线。

仅供学习交流，严禁商业用途

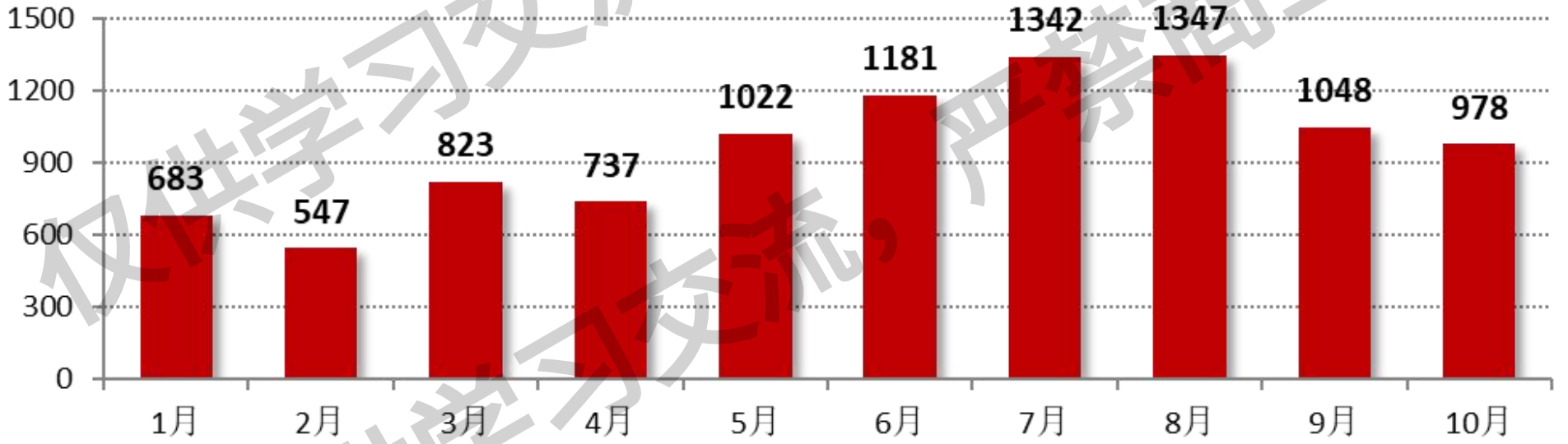
（二）非酒精饮料投诉举报主要特点

2 非酒精饮料投诉举报高发于夏令高温季

从时序分布看，非酒精饮料投诉举报自年初起呈缓步上升趋势（1月683件、2月547件、3月823件、4月737件、5月1022件、6月1181件），夏令高温季节到达峰值（7月1342件、8月1347件），此后逐月回落（9月1048件、10月978件）。

非酒精饮料投诉举报量时序分布图（2022年1-10月）

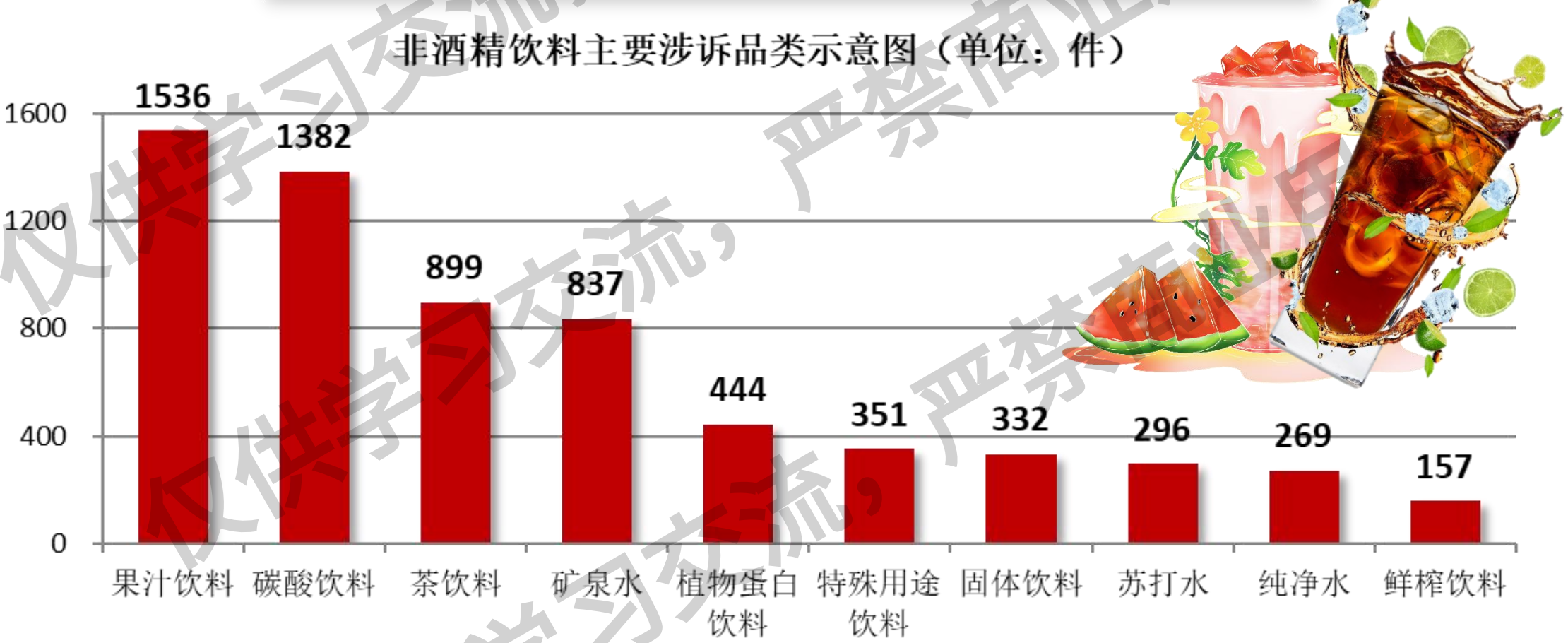
（单位：件）



仅供学习交流，严禁商业用途

（二）非酒精饮料投诉举报主要特点

3 非酒精饮料涉诉品类集中于果汁饮料、碳酸饮料



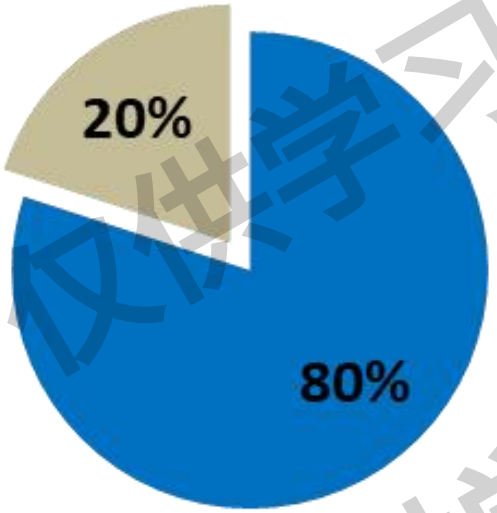
仅供学习交流，严禁商业用途

（二）非酒精饮料投诉举报主要特点

4 非酒精饮料涉诉业态集中于线上销售

从非酒精饮料涉诉业态看，2022年（截至10月底），在非酒精饮料投诉举报中，涉及线上销售的占比80%，主要反映网售饮料配送及售后服务、产品质量、促销宣传等方面问题。其中部分头部型、总部型电商平台涉诉量相对集中。

非酒精饮料涉诉业态示意图



仅供学习交流，严禁商业用途

（三）食品企业主体应承担的责任和义务

责任

更好落实
企业主体责任

培育

更好抓实
企业品牌培育

机制

更好完善
投诉处理机制

仅供学习交流，严禁商业用途

近年来本市非酒精饮料消费投诉举报热点问题及对策探析

仅供学习交流，严禁商业用途