



搜狐新闻客户端



消费日报微信公众平台

## 2021(第八届)中国品牌影响力评价成果发布活动 将于“中国品牌日”期间召开

2021(第八届)中国品牌影响力评价成果发布活动将于2021年5月在第五个“中国品牌日”期间召开。本届活动由《中国企业报》集团、消费日报社专刊部、《发现品牌》栏目组、《人民日报》旗下市场报网络版品牌强国·自主品牌优选示范工程、对外经

济贸易大学中国国际品牌战略研究中心等单位联合发起举办。

2021年是实施“十四五”规划、开启全面建设社会主义现代化国家新征程的第一年。国家“十四五”规划和2035年远景目标纲要(以下简称“规划纲要”)指出,要

开展中国品牌创建行动,保护发展中华老字号,提升自主品牌影响力和竞争力,率先在化妆品、服装、家纺、电子产品等消费品领域培育一批高端品牌。坚持把发展经济着力点放在实体经济上,加快推进制造强国、质量强国建设,深入实施质量提升行动,推动制造业产品“增品种、提品质、创品牌”。规划纲要特别指出,要顺应居民消费升级趋势,把扩大消费同改善人民生活品质结合起来,促进消费向绿色、健康、安全发展,稳步提高居民消费水平。提升传统消费,培育新型消费,发展信息消费、数字消费、绿色消费,鼓励定制、体验、智能、时尚消费等新模式新业态发展。发展服务消费,放宽服务消费领域市场准入,推动教育培训、医疗健康、养老托育、文旅体育等消费提质扩容,加快线上线下融合发展。

在此背景下,2021(第八届)中国品牌影响力评价成果发布活动以“大力发展品牌经济,推动经济体系优化升级”为主题,在前七届成功举办的基础上,围绕质量提升行动、品牌创新发展、培育新技术、新产品、新业态、新模式等内容展开深入研讨与对接服务,并将进一步借助网络舆情监测、大数据、云计算等客观评价方式,继续编制《2021中国品牌影响力舆情监测评价成果报告》,着重推介在“建设制造强国、质量强国、网络强国、数字中国、健康中国”的过程中,涌现出的加大品牌建设投入、增强自主创新能力、弘扬工匠精神、追求卓越质量、丰富产品品种、提升产品与服务品质、品牌形象一流的优秀企业和企业家,为自主品牌成长、做大做强中国品牌提供助力,为加快发展现代产业体系,推动经济体系优化升级做出贡献。



## 2020年全国市场监管部门为消费者挽回经济损失44亿元

2020年,全国市场监管部门通过全国12315平台、电话、传真、窗口等渠道共受理消费者投诉举报咨询2130.32万件,为消费者挽回经济损失44.03亿元。主要呈现了以下特点:

### 五线合一,统一平台高效运转

按照中央《关于深化市场监管综合行政执法改革的指导意见》要求,全国市场监管部门已经将原工商12315、质检12365、食品药品12331、物价12358、知识产权12330统一整合到全国12315平台,实现了全业务、全系统诉求集中汇集。通过统一平台入口,消费者可以7×24小时提交投诉举报;统一接听程序,286个地方话务机构的5225名热线接听人员可以规范地录入和分送;统一办理流程,9.2万名市场监管干部可以按照统一程序在线互动、协同处理;2.55万家ODR企业(指在市场监管部门指导下,通过全国12315平台直接接收消费争议,并主动与消费者协商解决的企业)按照统一规则主动与消费者先行和解,在第一时间化解纠纷;统一情况反馈,投诉举报人可以随时查看投诉举报处理进展情况,保障知情权和监督权。

随着热线平台的整合优化,2020年,全国市场监管部门通过12315热线及平台接收的公众诉求大幅增加,全国12315平台访问量达7247万人次,累计注册公众用户682万人,全国市场监管部门依托12315平台共处理投诉举报咨询1726.29万件(受理统计范围扩大,业务板块增加的影响,数量明显高于往年),投诉举报处理时长缩短5.35天。整合后新增的产品质量、食品安全、价格、药品等业务,占投诉举报总量的33.51%。通过整合建设12315热线及平台,有力促进了市场监管部门各项业务融合,重构了投诉举报处理模式,推进了市场

监管投诉举报业务的整体运转,程序统一、衔接顺畅和高效处置,为消费者维护自身合法权益提供了更多便利。

### 快速响应,全力助力疫情防控

随着新冠肺炎疫情发展,部分医疗防护用品需求激增,民生商品供应不畅,有关物资价格异常波动、质量问题频现,相关投诉举报咨询量一度呈井喷式增长。全国市场监管部门共接收疫情相关投诉举报咨询154.79万件,与疫情前相比,日接量增长10.52倍,峰值日增长17.19倍。全国市场监管部门紧急抽调力量,全力保障诉求渠道畅通,全线提速办理程序,平均办结时长8.71天,较疫情前缩短10.46天。

疫情发生以来,相关投诉举报主要集中在口罩、蔬菜等方面,全国市场监管部门迅速开展专项行动,共查处71.81万件疫情相关投诉举报,为消费者挽回经济损失9159.20万元;立案14.16万件,罚没金额1.23亿元。下半年以来,随着打击价格违法、假冒伪劣、野生动物非法交易各项措施力度加大,公众投诉举报数量逐步减少,与峰值日相比,相关投诉举报日接量下降94%、口罩下降99%、蔬菜下降97%,相关物资假冒伪劣、价格等问题下降86%、99%,违法行为得到遏制,市场秩序逐步趋于稳定。

### 占比提高,新兴行业诉求增长

2020年,投诉举报共涉及企业287.86万家。电商平台、游戏娱乐、在线教育培训、智能设备制造等新兴行业占比比较高,餐饮、服装鞋帽等传统行业占比相对较小。受疫情影响,医疗健康、游戏娱乐、房屋租赁涉及企业数量均有所上升。

### 增速较快,食品餐饮投诉集中

2020年,全国市场监管部门共受理商品投诉402.81万件,占受理投诉总量的58.13%;服务类投诉290.19万件,占比

41.87%。

商品投诉排名靠前的是一般食品78.12万件,服装鞋帽40.82万件,交通工具33.20万件,家居用品32.26万件,家用电器26.55万件。

服务投诉排名靠前的:餐饮和住宿服务43.95万件,销售服务25.16万件,文化娱乐体育服务23.14万件,互联网信息服务23.02万件,美容美发洗浴服务21.23万件。

### 亟需规范,质量投诉排名居首

2020年,全国市场监管部门共受理投诉693万件,同比增长91.12%。从投诉问题来看,质量问题139.22万件,售后服务120.87万件,合同104.23万件,价格36.82万件,食品安全35.69万件,分别占比20.09%、17.44%、15.04%、5.31%、5.15%;计量问题、售后服务、安全问题增长较快,分别同比增长202.70%、175.49%、146.45%。

### 诚信增长,广告举报占比过半

2020年,全国市场监管部门共受理举报452.05万件,同比增长429.76%;立案54.95万件。从举报问题来看,广告违法行为为248.57万件,侵害消费者权益行为39.00万件,价格违法行为为33.26万件和食品违法行为为25.68万件。

2020年,全国12315平台中有虚假交易、重复投诉等行为特征的异常投诉较2019年大幅下降,以往异常投诉集中的广告问题占比下降48.53个百分点。另一方面,异常举报占比同比上升10个百分点。热点频出,网购诉求有所上升

2020年,在中国经济运行稳步复苏、网上零售持续较快增长的背景下,网购诉求快速增长,热点频出。全国12315平台共受理网购投诉举报203.32万件,占平台投诉举报受理总量的28.04%,立案18.41万件,全国市场监管部门为消费者挽回经济损失

3.04亿元。诉求热点主要集中在三方面:

直播带货诉求激增。直播带货已成为众多电商升级的新突破口,关于“直播”的投诉举报也相应快速增长,产品质量疏于把关、使用“极限词”等引导消费者冲动消费、售后退换货难以保障等问题层出不穷。2020年,全国12315平台共受理“直播”投诉举报2.55万件(“直播带货”诉求占比近8成,同比增长357.74%),为消费者挽回经济损失835.53万元。

生鲜食品诉求增加。疫情倒逼传统零售不断向线上转型,生鲜电商的备货能力、骑手配送、价格控制以及售后服务等均受到了严峻考验。2020年,全国12315平台共接收网购生鲜类食品投诉举报6.58万件,投诉举报主要问题为:品质不过关、售后服务差、下单容易取消难、久未发货、虚假促销。

网上订餐问题突出。疫情推动了外卖行业不断创新,加速了餐饮零售化的发展。2020年,网上订餐投诉举报25818件,主要问题为:平台准入审核不严、线下餐厅无证经营、餐食外包装破损、送餐延误等。

### 成效显著,ODR赋能纠纷解决

2020年,市场监管部门大力推进在线纠纷和解机制建设,努力把消费纠纷化解在源头,解决在基层、化解在企业。全国12315平台共发展ODR企业2.55万家,主动与消费者协商解决纠纷19.22万件,与传统调解方式相比,和解率高出6.21个百分点,平均处理时长缩短7.76天,消费者满意度4.07分(满分5分),ODR城市覆盖率由25.60%增加到91.11%。与2019年相比,2020年ODR机制运行质量有了明显提高,投诉处理量、办理效率、和解成功率、消费者满意度等各方面均有明显提升,维权效能日益突显。(市场监管总局)

近年来,我国以网络购物、移动支付、线上线下融合等新业态新模式为特征的新型消费迅速发展,对满足居民生活需要、释放国内消费潜力、促进经济平稳健康发展发挥了重要作用。2019年中国社会消费品零售总额首次突破40万亿元人民币,相比2015年增长42%以上,即将超过美国成为全球最大的消费品零售市场。特别是近几年,我国各类消费新业态新模式快速发展。从2013年开始,我国已连续七年成为全球最大的网络零售市场。截至2020年6月,我国网络购物用户规模高达7.49亿,占网民整体的比例提升至79.7%。

在新一轮科技革命和产业变革的推动下,我国以网络购物、移动支付等新业态新模式为特征的新型消费快速发展,对满足居民生活需要、拉动经济持续增长发挥了重要作用。2020年以来,受新冠肺炎疫情影响,传统线下消费受到冲击,以在线办公、远程教育、直播电商为代表的线上消费逆势增长,有效助力经济回稳向好。

中国消费市场蓬勃发展,新旧潮流澎湃,科技进步叠加需求变迁,共同驱动消费行业变革。从供给端来看,5G、人工智能、云计算、VR/AR、物联网等新技术快速发展,科技变革重塑整个消费品产业链,带来整个消费品市场营销去中心化、渠道不断下沉、产品持续创新升级,传统消费形态正在经历一场剧烈的迭代进化,新场景、新模式、新应用的不断涌现正在对传统消费行业产生颠覆性影响;从需求端来看,人口结构变迁驱动新消费人群崛起和新消费理念盛行,以千禧一代及Z世代为代表的年轻消费群体已成为中国消费市场主力军,他们成长于经济高速增长的年代,拥有更强的消费能力和更高的边际消费倾向,对国货品牌的接受度更高,新国潮受年轻消费群体驱动迅速崛起。

新兴消费涉及到的细分赛道众多,包括休闲零食、化妆品、医美、宠物经济、创意小家电、盲盒、潮流玩具、新能源汽车、社交电商、新生活服务、内容视频等,几乎涵盖了我们的生活的各个方面。在今年近期召开的地方两会上,消费提质扩容成为重要议题。多地设定了2021年社会消费品零售总额具体增速目标。目标增速在10%以上的有海南、广西、山西、云南、四川等地;河南、安徽、宁夏、陕西、重庆、甘肃等地也将这一目标定在7%以上。在具体政策安排上,夯实基础性消费、壮大新兴消费、提振农村消费等成为重点工作,免税店、国际消费中心建设等成为重要发力点。

在疫情防控常态化下,2021年的春节提倡就地过年,超过1亿的“原年人”群体度过了一个没有家人陪伴在侧的春节,五等年货特产就成为两地亲人表达思念的方式,也大幅改变了春节餐饮市场的消费结构。

春节期间,广大餐饮企业在做好疫情防控的基础上,丰富提升菜品,创新线上线下经营模式,努力为消费者特别是就地过年群众提供安全、优质、多样的餐饮服务。其中,年夜饭套餐礼盒、半成品年夜饭在电商平台的销售格外火爆,部分网店的销售额较去年同期高出2至6倍不等。而线下餐饮的表现也十分抢眼,据大型支付机构监测,线下餐饮商户销售额同比增长约1.3倍,部分外卖平台餐饮消费额取得2倍以上的增长佳绩,单人份外卖订单同比翻番,年夜饭半成品外卖同比增长更是高达4倍。

阿里巴巴数据显示,今年孝敬长辈的年货实现了智能化转型,其中扫地机器人、擦窗机器人等“黑科技年货”消费增速同比超100%,300%,洗衣机更大涨18倍,中国妈妈们忙碌的手正在被这个时代的高科技逐渐解放。此外,苏宁易购的中高端家电以及5G手机等核心品类销售也在7天假期迎来持续火爆,5G手机不仅线上销量增长121%,线下销量同样翻倍;超大屏电视、高端智能冰箱、炒菜机器人、独立烘干机和一些懒人小家电也备受消费者青睐。随着“90后”逐步走向社会,他们对消费的品牌也更为年轻化、品牌化和智能化。

新型消费为中国经济注入了生机活力,是中国经济韧劲与实力的体现,是数字经济蓬勃发展的呈现,彰显了我国消费市场拥有巨大的潜力。这不仅有效满足了人民群众对美好生活的向往,更成为推动经济增长的新动能、新增长点。随着消费者对各种应用场景接受程度的逐渐加深,新型消费正成为中国经济发展的“加速器”。但也应该看到,新型消费的快速发展给消费者权益保护带来了许多新的挑战。一方面,消费者权益保护原有的问题在新型消费时代被放大;另一方面,新型消费发展带来的新问题突破了传统的监管保护体系。在消费已成为中国经济增长主引擎的情况下,强化消费者权益保护,健全消费者维权机制,营造安全放心的消费环境,使得居民“放心消费”,将成为促进新型消费加快发展最基础的配套保障。如加强12315行政执法体系和消费者维权信息化建设,形成线上线下相结合的消费者维权服务体系,强化对消费者权益的行政保护。严厉打击假冒伪劣和虚假广告宣传,充分发挥消费者协会等组织维护消费者权益的积极作用。适应新型消费发展要求,加大网络消费者权益司法保护力度。

另外,还要建立健全消费后评价制度。建立产品和服务消费后评价体系,完善全过程产品和服务安全防范机制,建立健全消费环境监测评价体系。同时要研究制定新型产品和服务质量监督管理办法,加强线上线下一体化监管,完善风险监控、网上抽查、源头追溯、属地查处、信用管理的质量监督管理制度。要引导平台型企业建立餐饮、互联网医疗等重点领域的服务后评价机制,实行评价信息公开。(蔡德春)

## 新消费时代的变革与创新

2021社会责任公益典范与爱心榜样宣传活动

二〇二一年度

消费日报 XFRB 消费与爱同行