

数智驱动,协同治理 上海市市场监管护航放心消费

文/陈玺撼

2025年,上海市市场监管系统坚持以人民为中心,紧扣提振消费战略,在诉求处置、环境优化、执法监管、科技赋能、职业索赔治理等方面持续发力,

全年受理消费者投诉166.05万件、登记举报62.79万件、解答各类咨询518.98万件,在线消费纠纷解决(ODR)企业增至1594家,通过人民调解方式处

置投诉9.7万件,消费纠纷调解工作室增至68家,消费环境满意度连续8年保持较高水平,为上海国际消费中心城市建设注入强劲动力。

提速增效

让投诉举报处理更高效、更智能,上海市市场监管局升级12315投诉举报智慧平台,完善智能预填、自动分派、类案推送等功能,可一键生成现场检查任务。去年,全新人工智能预警模型上线,可监测所有工单动态,累计发出群体纠纷、集中诉求等预警提示161条,为处置风险争取到了宝贵时间。

在数字技术的驱动下,上海市市场监管部门不断拓展智慧维权场景,建成“消费者权益保护场景大屏”,成为消费者权益保护的“晴雨表”“风向标”。去年,上海市市场监管局指导杨浦区市场监管局在抖音平台设立线上“消费维权联络站”,推动不出平台化解纠纷,实现消费纠纷源头减量,推动经营者履行赔付金额3000余万元。

上海市市场监管部门还积极参加国家市场监管总局数据分析比赛,青浦区市场监管局《聚焦“一老一小”背后的消费投诉痛点》获评最佳数据分析报告,松江区、宝山区市场监管局荣获示范报告,培养了一批懂业务、会分析的消费者权益保护人才。



市场监管干部开展“我与群众面对面”消费维权宣传。



市场监管干部开展消费维权宣传活动。



市场监管干部开展商标侵权执法检查。

携手共治

规制牟利性职业索赔,是上海优化营商环境的重点任务。去年,上海市市场监管部门着力构建“制度+技术+服务”综合治理体系,联合上海市高级人民法院、市司法局、市检察院、市公安局等八部门出台《关于依法治理牟利性职业索赔、职业举报行为的若干意见》,建立了市、区、街镇三级治理牟利性职业索赔、职业举报行为的协同机制。

上海市市场监管部门去年还上线了“投诉异常名录”,通过语义分析和机器学习,建立自主识别模型,根据“模板化诉求文本”“反复就同类商品同类问题投诉举报”等典型特征,标记异常人员,并上线多维感知模块,将历史工单同步推送基层单位,帮助其精准处置相关问题。

从源头引导企业合规经营,上海市市场监管局发布涉企高频投诉举报“避坑指南”,涵盖

政策法规、食品经营、标识标签、广告宣传、刑事案例等42项典型行为,形成“典型案例+案例解析+合规提示”体系。

通过集中培训、上门指导,上海市市场监管局帮助企业妥善应对职业索赔干扰,为企业向善经营保驾护航。金山区市场监管局就“牟利性举报”试点开展“一次性告知后果+后续诉求简化处置”的精准管控,奉贤区市场监管局推动职业索赔工作文件升级为区级机制,均有效压缩了职业索赔的生存空间。

重拳出击

聚焦侵害消费者权益的重点领域,上海市市场监管局去年深入开展“守护消费”铁拳行动,以消费者反映强烈的侵权问题为重点,通过投诉举报数据深挖案件线索,全年查办各类

消费者权益保护案件1111件,向国家市场监督管理总局报送典型案例15件。

去年,上海市市场监管局会同市委网信办开展“亮剑浦江2025”消费领域个人信息保护专项执法行动,对扫码点餐、商场停车、人脸识别等消费场景开展“回头看”,通过联合约谈、联合培训、联合执法,累计查办个人信息保护案件19件,推动消费领域个人信息保护问题持续改善。过去一年,上海市市场监管部门公布年度侵害消费者权益典型案例10个,会同市委网信办公布“亮剑浦江2025”典型案例5个,引导经营者守法合规,达到“查处一案、规范一行”的良好效果。

一些消费者投诉集中在产品质量方面,对此,上海市市场监管部门持续加强监管,开展线上线下一体化质量监督检查,2025年共抽查261类产品8542批次,其中不合格625批次,对生产

及销售不合格产品的单位,监管部门依法查处。

聚焦“一老一小”和安全底线,上海市市场监管部门去年抽查儿童用品332批次、老年用品155批次。按照国家市场监督管理总局的部署,上海市市场监管部门去年还对消费者关心的羽绒服、羊绒衫开展专项检查,对春节期间烟花爆竹开展全覆盖监督检查。

加强产品质量监管的同时,上海不断创新监管方式,将防晒产品的质量监管延伸到规范营销行为,针对店铺网页虚假宣传的违法线索及时固定证据并移交,累计移送产品质量不合格线索16个、虚假宣传线索11条,对防晒产品市场进行了彻底治理。

放心消费

为打造安心舒心的消费环境,上海市市

监局去年制定印发《优化消费环境三年行动方案》,围绕消费供给提质、消费秩序优化、消费维权提效、消费环境共治、消费环境引领提出5大行动16项具体措施共53项工作任务,推动形成“一区一特色、全市齐推进”的工作格局。

去年,上海市市场监管局指导杨浦、青浦、奉贤三区市场监管部门高质量完成国家市场监督管理总局优化消费环境的试点任务,为全国优化消费环境提供了上海样本。杨浦区市场监管局联合抖音电商、大众点评等平台,制定放心消费网店、直播间评价标准,全年培育放心消费网店(直播间)520家,在店铺首页显著位置展示统一的“放心消费”电子标识,并公开作出“安全、服务、质量、价格、维权”五个放心的承诺,显著提升了网络消费环境的公信力与辨识度。青浦区市场监管局深化与嘉善、吴江的跨区域协作,在异地维权、多元化消费纠纷调解等方面形成了可借鉴的成功经验。

上海市市场监管部门去年持续深化区域协作,会同江苏、浙江、安徽三省市场监管部门推进“满意消费长三角”提升行动,推广异地异店退换货承诺,支持先行示范区开展跨区域先行赔付,累计培育异地异店退换货企业1739家。

2025年,上海连续8年开展上海市消费者满意度调查,完善调查方法,重点测评满意度整体水平,摸清消费意愿和制约因素,重点分析网络购物、银发经济、二次元等消费领域,抽取23个商圈、景区、乡村放心集聚区开展评价,并推广青浦、黄浦等区的先行赔付实践经验,召开专题研讨会,在商圈、景区试点先行赔付机制,让消费者维权更便捷省心。

下一步,上海市市场监管局将紧扣提振消费的目标,继续贯彻落实《优化消费环境三年行动方案(2025—2027年)》,同步推进消费环境和营商环境的持续优化,助力上海加快建设国际消费中心城市。今年,上海将进一步完善投诉举报处置体系,扩大放心消费覆盖面,强化新兴领域执法,深化智慧维权应用,推动职业索赔长效治理,让上海成为消费者心中的放心消费首选地。

权威发布:2025年度上海市消费者满意度指数85.48分

2025年度上海市消费者满意度指数为85.48分(满分100分),较2024年的82.06分提高3.42分,为近三年新高,体现了上海提振消费、优化消费环境的成效显著,消费者获得感满满,市场信心得到有效保障。

商品质量、商品种类、服务质量、

价格水平是计算2025年度上海市消费者满意度指数的四个主要指标。

经调查,商品质量、商品种类、服务质量均获消费者高度认可,价格水平基本符合消费者预期,契合上海作为国际消费中心城市兼顾品质与价格的市场定位。93.44%的消

费者对商品种类丰富程度表示满意,体现了上海消费市场供给的多元化水平,有效满足了不同层次消费群体的多样化需求。92.85%、92.43%的消费者分别对商品质量、服务质量表示满意,体现了上海在强化质量监管、提升服务能级方面的扎实成效。

维度均居消费者满意度前列,传统核心商圈竞争力依旧。北外滩与陆家嘴商圈依托高标准现代化规划,在服务态度与效率、配套设施等维度上更具优势。

“交通+餐饮+品牌”的组合优势,是上海核心商圈吸引消费者的核心要素。调查数据显示,“交通出行便利”“餐饮休闲选择多”“品牌齐全商品丰富”是消费者选择核心商圈的前三大动因。其中,69%的消费者高度认可徐家汇商圈的交通便利性,虹桥国际中央商务区紧随其后。

一些新的商圈优势正在提升其对消费者满意度的贡献度,分别有18.24%、17.68%和15.36%的消费者对商圈的“新兴业态沉浸式体验吸引”“活动促销吸引力强”“文化特色历史氛围浓厚”表示认可。随着体验消费、个性化消费趋势持续升级,这些商圈新优势的潜力值得关注。

调查同时也发现了一些核心商圈的不足。“价格偏高与性价比感知不足”是反映最为集中的问题,分别有52.7%、49%、47.7%、46%的消费者认为南京西路、南京东路、陆家嘴、虹桥国际中央商务区价格偏高、性价比感知不足。

“交通拥堵与停车困难”是另一痛点,分别有45%、38%、35%、35%的消费者认为南京东路、豫园、徐家汇、淮海中路存在这样的问题。

“品牌同质化严重”与“缺乏特色活动或夜间场景”也在相当程度上影响了商圈吸引力,前者在北外滩、南京东路、虹桥国际中央商务区,消费者反馈较为集中,后者在南京西路、北外滩、陆家嘴,消费者反馈较为集中。

新消费场景需关注

在政策驱动与市场创新的加持下,上海文旅商展融合成效显著,银发经济、谷子经济等新消费场景涌现,成为激发消费活力、优化供给结构的重要引擎。

银发经济方面,上海有577万户籍老年人口,消费基础雄厚。调查显示,76.47%的消费者认为银发经济有所了解,市场已初步构建起居家养老、健康管理、文体休闲等新消费

场景。然而,42.74%的消费者反映遭遇价格不透明或隐性收费,21.53%的消费者认为品牌与高质量供给不足,适老化产品标准不一、服务品质参差不齐,老年消费者权益保障仍有较大提升空间。

谷子经济方面,上海已形成以人民广场、五角场等为代表的“吃谷”聚集区,线下门店超200家。消费者对上海谷子经济在产品创意设计、活动丰富度及文化氛围营造方面给予较高评价,认为其有效满足了情感认同与社群归属需求。但问题同样突出:68.26%的受访者认为产品价格不合理、溢价严重,12.88%的消费者反映假货盗版问题突出,黄牛倒卖、预售周期长是投诉高发点,IP同质化现象也值得关注。

线上消费动因多元

线上消费已成为上海消费者首选的消费渠道。在消费者选择的线上购物原因中,物流效率位列第一,有20.9%的消费者选择它,商品丰富性和价格优惠分别位居第二、第三。

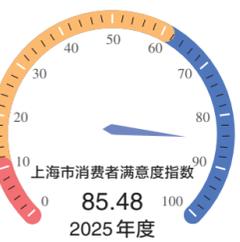
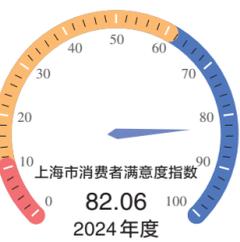
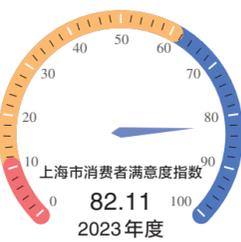
政府消费券与补贴政策也是吸引消费者线上消费的重要因素,有10.75%的消费者认为其发挥了有效的引导与撬动作用。

与此同时,带有情感与社交属性的消费趋势日益明显,分别有6.7%、5.71%的消费者因为直播购物与拆快递体验、社交推荐与内容种草选择线上购物。线上消费不再只是单纯的购物行为,而是融入了追求确定性体验、情感互动与个人价值表达等多重需求。

调查中,有2.98%的消费者因为支持本土与小众品牌,所以选择线上消费,表明消费逐渐成为人们表达个人价值观的一种方式。

在影响线上消费体验的各类问题中,选择商品质量与食品安全问题的受访者占比最高,达17.85%;选择价格不公平透明(以大数据杀熟为代表)的消费者占16.29%。在信息透明度方面,分别有12.02%、9.97%的消费者认为评论真实性、促销规则是否清晰对消费决策和购物体验产生明显影响。

还有9.74%的消费者认为售后环节中,退换货的便利程度与保障力度仍有较大改善空间。



上海市消费者满意度指数

电子产品行业领跑

电子产品、旅游文娱、家居用品、食品饮料、服装鞋帽、健康美容是纳入消费者满意度调查的六大行业。

总体来看,消费者满意度较高。其中,电子产品、旅游文娱行业领跑(综合得分6分以上,满分7分);家居用品、食品饮料、服装鞋帽行业表现扎实(综合得分5.85分以上);健康美容行业得分相对较低(综合得分5.5分)。

具体到每个行业。96.13%的消费者对电子产品的物流包装表示满意(不低于4分),94%的消费者对于电子产品新品的到货速度、技术支持和质量功能满意。

近95%的消费者对于旅游文娱行业的环境设施、安全秩序表示满意,超过91%的消费者对于旅游文娱行业的信息实时性满意。

核心商圈各有优势

在消费者满意度调查中,上海核心商圈整体服务质量上乘。

调查数据显示,八大商圈在“安全与秩序维护”和“环境整洁与秩序管理”两个维度的表现最为突出,消费者总体打出了6.3分和6分。相较而言,“消费体验舒适度与便利性”和“商圈活动与氛围吸引力”两个维度仍有较大提升空间。

具体到每个商圈。南京东路、北外滩、陆家嘴三大商圈位居第一梯队,各有优势。南京东路商圈凭借深厚历史底蕴与成熟商业生态,在安全秩序、环境整洁、品牌丰富度、活动氛围等多个

