

黑猫投诉 3.15 特别策划

“诚”就消费新环境

2021年

消费者权益保护白皮书

数据支持： 微热点研究院  新浪数据中心
Sina Data Center

联合发布： 新浪  微博  黑猫投诉
新浪旗下消费者服务平台  微博热点

目录

01

全网消费维权舆情分析

02

微博消费维权数据盘点

03

微博热点维权事件

04

黑猫投诉平台投诉数据

05

消费维权行业趋势

DATA

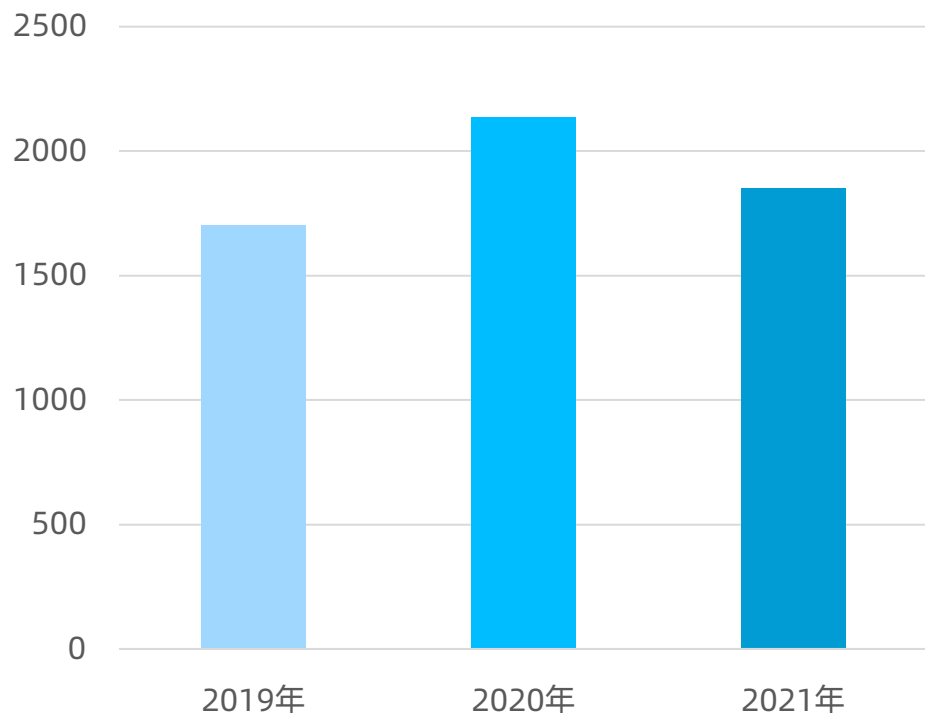
01

全网消费维权舆情分析

消费维权全网信息量

数据来源：微热点研究院

全网信息量（单位：万）



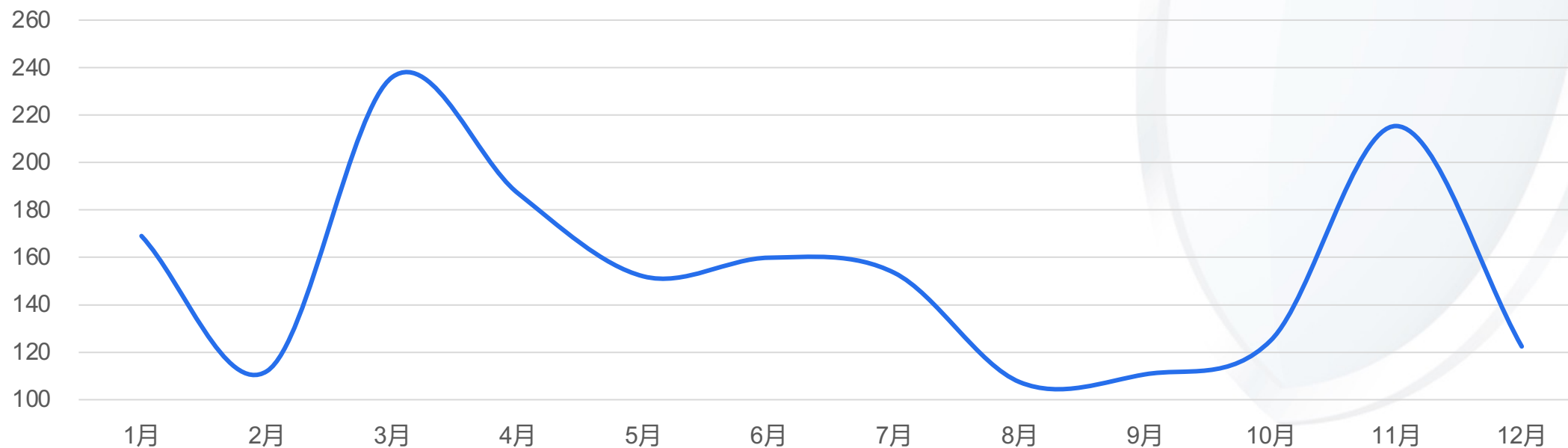
根据微热点研究院显示，从2021年1月1日至12月31日，全网相关“消费维权”的信息量达1850.3万条，相较2020年疫情高发期间略有下降，网络传播热度指数达51.97。随着疫情对消费影响的缓解以及政府对市场监管力度不断加强，消费环境得到改善。

消费维权全网信息量走势

数据来源：微热点研究院

2021全年，3月信息量达到最高点，当月信息量约为236万条。因相关部门和公众对3.15国际消费者权益保护日关注点日益增多，使得三月份关于消费维权问题的信息量达到峰值。十一月因购物节出现第二波高峰。全年所有月份信息量均在100万以上，由此可见消费维权问题在全年获得持续关注，公众就消费维权等一系列问题持续在网上发声。

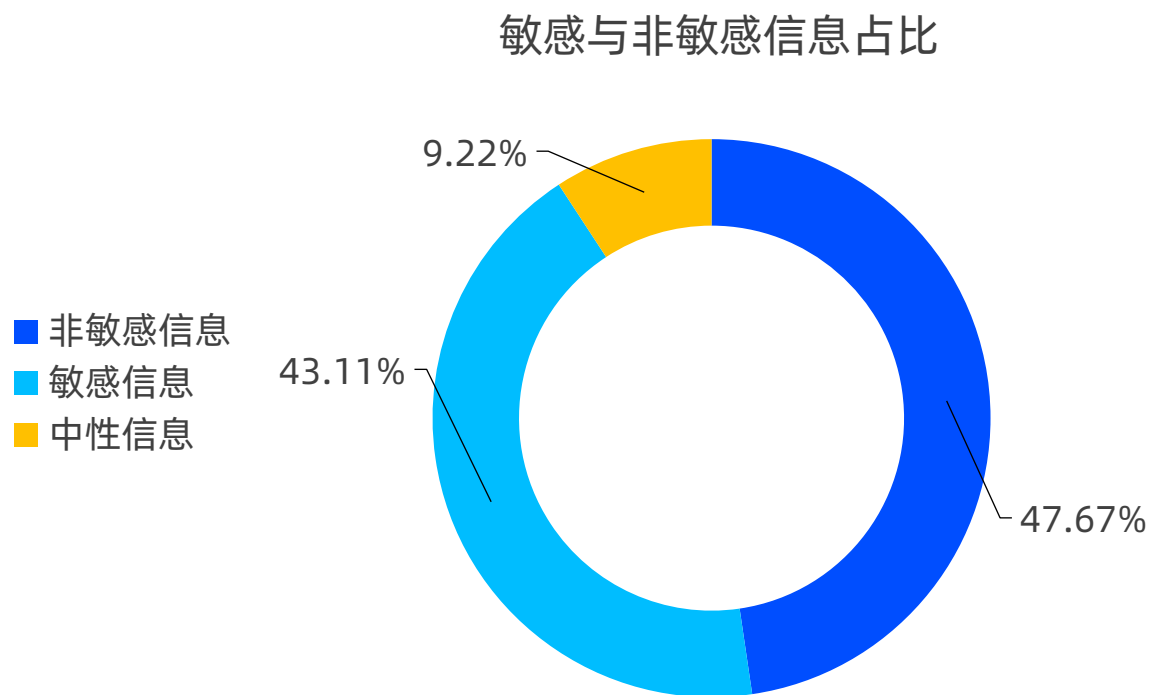
2021年消费维权信息量（单位：万）



敏感信息与非敏感信息占比

数据来源：微热点研究院

分析敏感信息占比图，消费维权相关话题中，敏感信息占比43.11%，与去年相比下降了1.1个百分点。消费维权相关话题中，非敏感信息占比47.67%，中性信息占比9.22%。

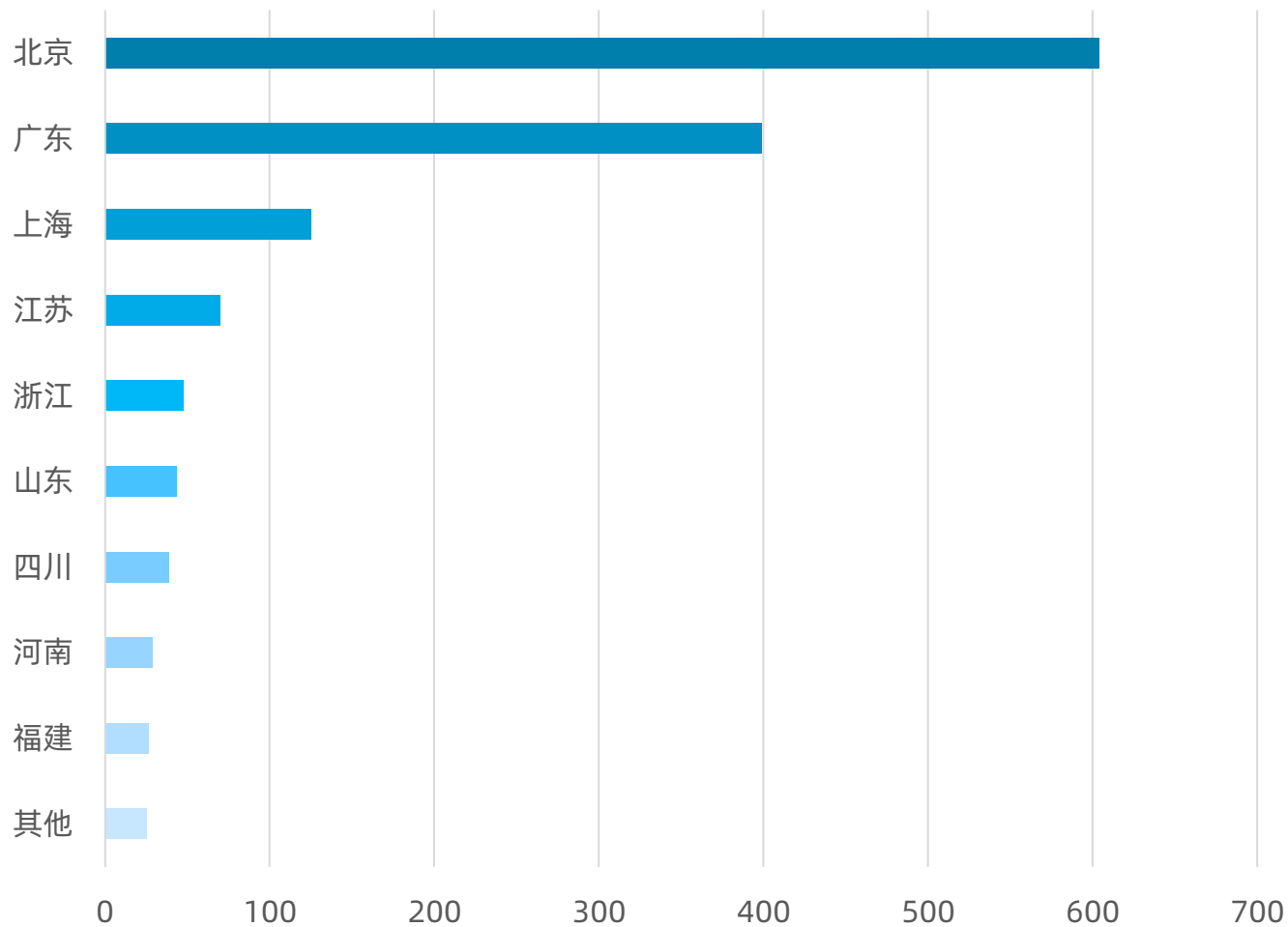


舆论各方热议消费投诉及纠纷的同时，存在一定的负面情绪。



“消费维权”讨论者地区分布

数据来源：微热点研究院



万



从参与讨论“消费维权”相关信息的网民地域分布来看，“北京”、“广东”两地的网民参与程度最高。“上海”、“江苏”、“浙江”等地的网民紧随其后，“北京”和“广东”的网民更积极在网络表述自己观点，可以看出随着经济的发展，网民对自己的权益保护意识也在逐渐提高。

DATA

02

微博消费维权数据盘点

2021年微博消费维权整体数据

数据来源：新浪数据中心

2021年，微博传播力度持续扩大，微博维权投诉用户达5846万，博文量为4.3亿，博文阅读量高达2495亿，对比2020年提升7.13%，互动量8.8亿，对比2020年提升37.5%。2021年，消费维权相关博文持续曝光，关注度不断增加。

用户数
5846万



博文阅读量
2495亿

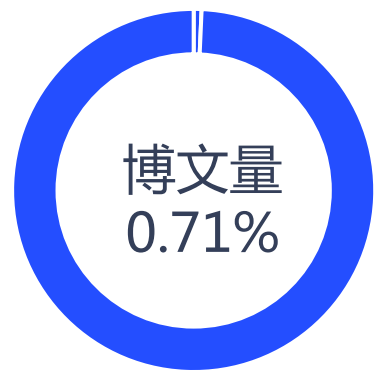


博文量
4.3亿

互动量
8.8亿

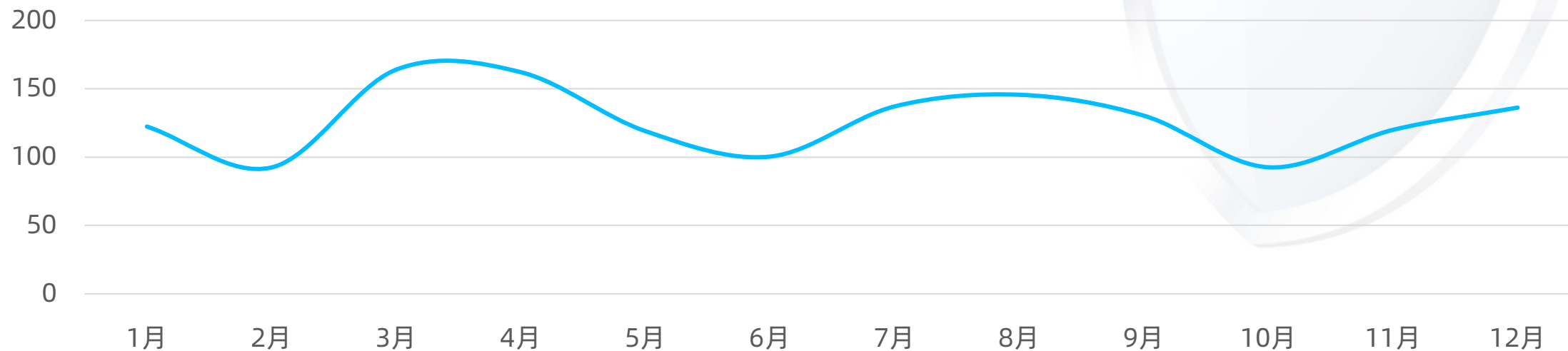
头部用户影响力进一步增强

数据来源：新浪数据中心



头部用户发博量304万，博文数占总体的0.71%，阅读量占总体的61%，3月达到高峰。在消费维权相关信息的传播上，头部用户影响力相比2020年进一步增强。

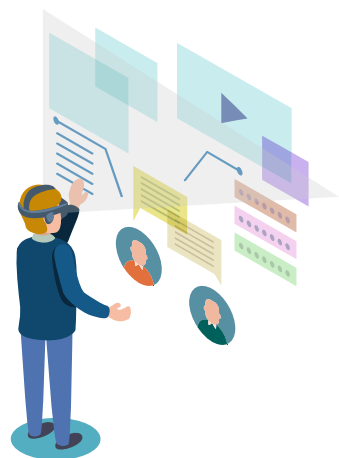
头部用户阅读量（单位：亿）



微博投诉维权中被@最多的账号

数据来源：新浪数据中心

从所有微博维权内容中微博账号被@的次数可以看出，大家更加信任通过政府官方机构和权威媒体来解决消费中遇到的问题。作为新浪旗下消费者服务平台，黑猫投诉在微博维权内容中被@次数排名升至第二，网友逐渐开始向第三方投诉平台反馈遇到的消费纠纷。

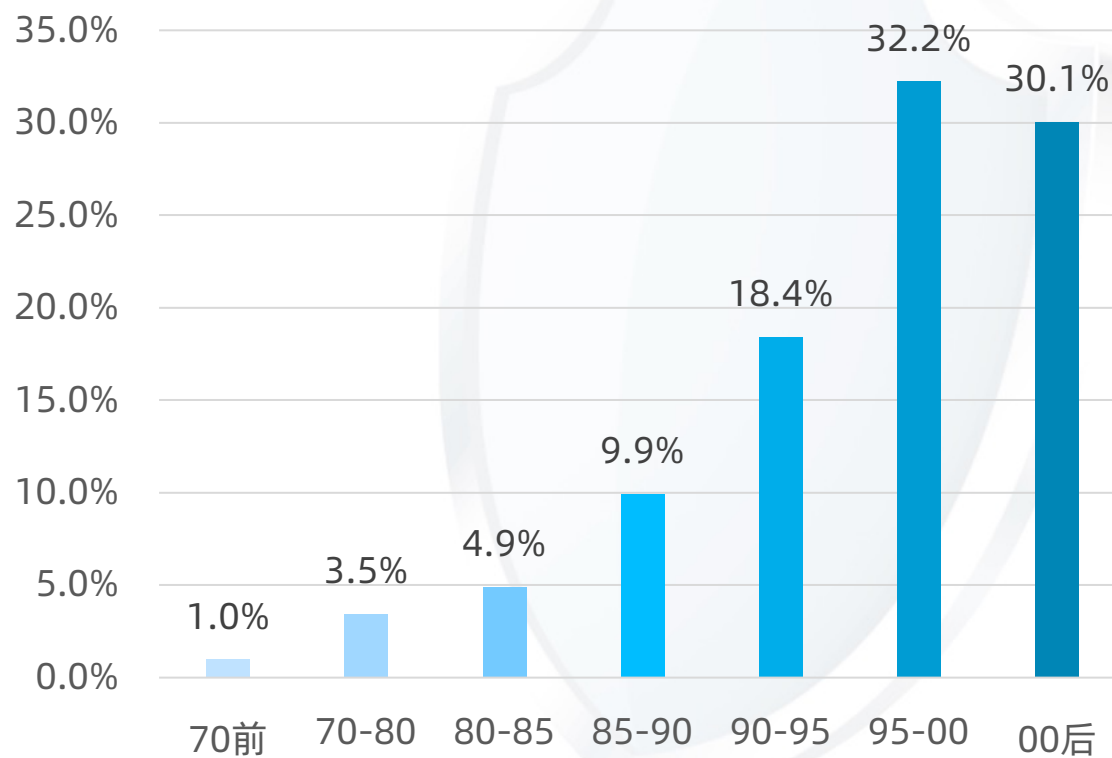
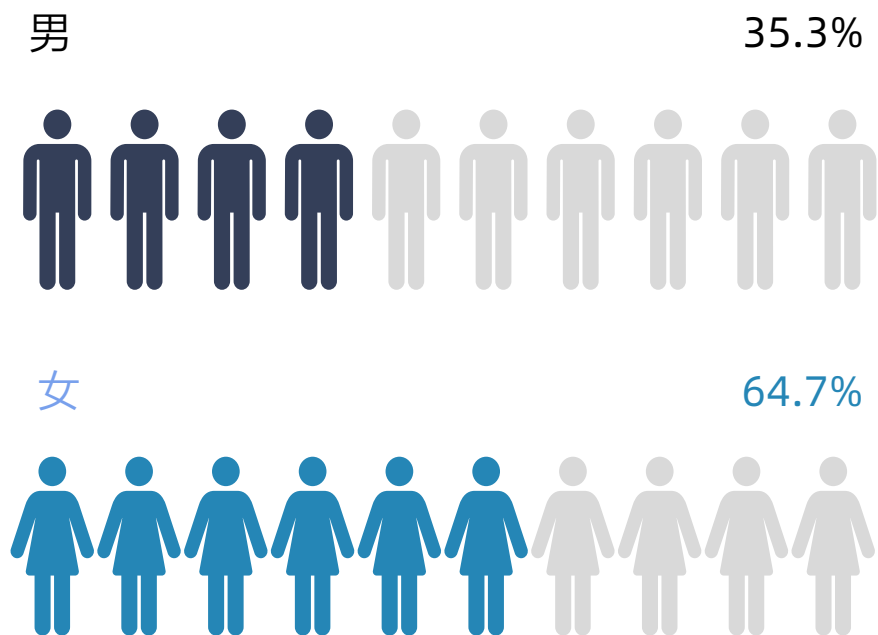


	昵称	被@次数	v身份
1	最高人民检察院	716,836	政府
2	黑猫投诉	716,018	机构
3	央视新闻	702,059	媒体
4	中新经纬	700,958	媒体
5	最高人民法院	677,279	政府
6	中国长安网	588,561	政府
7	澎湃新闻	577,704	媒体
8	中国政府网	564,471	政府
9	人民网	498,617	媒体
10	新京报	410,704	媒体

用户画像—性别和年龄分布

数据来源：新浪数据中心

在发布消费维权信息的微博用户中女性用户占比64.7%，95后用户占比达62.3%，平均年龄28岁。



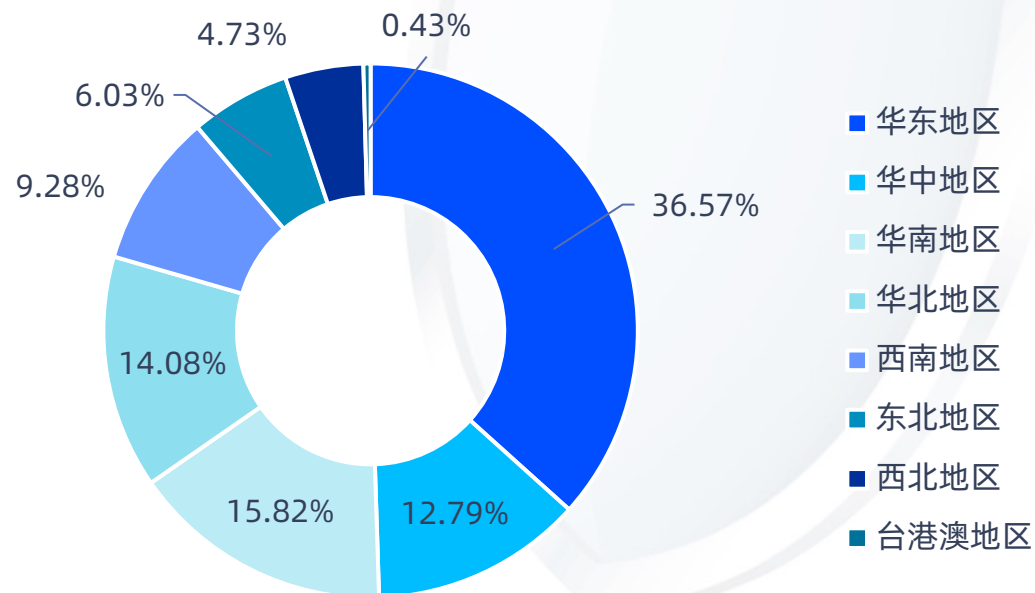
年龄代际（单位：百分比）

用户画像—地区分布

数据来源：新浪数据中心

省份	占比
广东省	12.84%
江苏省	8.10%
浙江省	7.18%
北京市	6.24%
山东省	6.13%
上海市	5.96%
河南省	5.00%
四川省	4.50%
湖北省	4.14%
福建省	4.07%

广东、江苏、浙江三省消费者更喜欢在微博上表达遇到的消费问题，细看区域分布，华东地区用户占比36.57%，占比最高。



DATA

03

微博热点维权事件



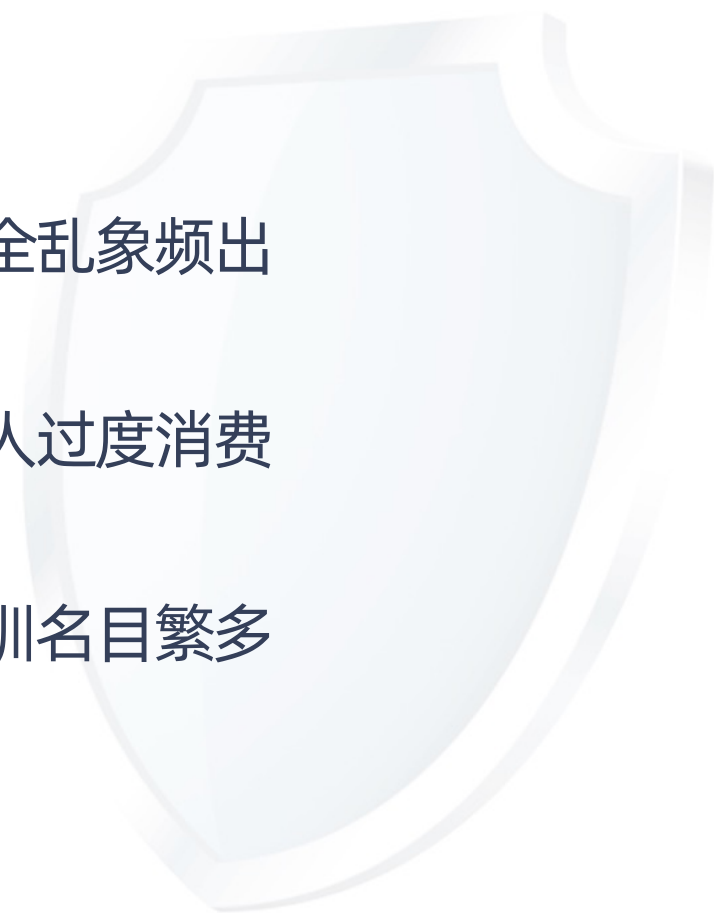
微博热点事件总览



01 ● 食品安全乱象频出

02 ● 未成年人过度消费

03 ● 教育培训名目繁多



01 食品安全乱象频出

2021年，蜜雪冰城被曝篡改食品日期，华莱士炸鸡掉地捡起重炸继续卖，杨国福麻辣烫食材被老鼠咬过仍使用，奈雪的茶分店内蟑螂乱爬，大润发超市发臭隔夜肉洗了再卖，胖哥俩肉蟹煲隔夜死蟹当现杀活蟹卖，星巴克私换配料标签使用过期食材等等，知名餐饮品牌的食品安全问题接连被曝光，加剧了大众对食品安全的忧虑。

2021.8

对此，监管部门也加强了查处力度，对食品安全典型案件查处一批曝光一批，不断净化食品安全环境。2021年8月23日，市场监管总局举办新闻通气会，严厉查处6起群众关注的食品安全案件，并表示将继续充分利用监督检查、抽检监测、媒体监督、投诉举报等途径发现食品安全风险隐患，综合运用信用联合惩戒等手段对违法者及上下游相关生产经营者实行最严格的监管。不断加大严惩重处力度，对暴露出的问题冒头就打，对违法者实行最严厉的处罚，并坚决“处罚到人”，让违法者付出代价。



食品安全乱象频出

数据来源：新浪数据中心

热点事件	事件描述	话题词	阅读量	合计阅读量
胖哥俩肉蟹煲大量使用过期食材	北京胖哥俩餐厅存在使用隔夜死蟹冒充活蟹、使用过期变质食材。	#胖哥俩肉蟹煲大量使用过期食材#	10.3亿	13.9亿
		#胖哥俩肉蟹煲死蟹当活蟹卖#	3.6亿	
华莱士炸鸡掉地捡起重炸继续卖	华莱士后厨，工作人员未戴口罩手套制作炸鸡、汉堡；鸡块掉在干地面上，捡起放回去，掉在湿地面上，捡起来重新炸。	#华莱士炸鸡掉地捡起重炸继续卖#	1.2亿	10.1亿
		#华莱士#	8.9亿	
良品铺子鸡肉肠生蛆	网友反映从良品铺子旗舰店网购的低脂鸡胸肉肠“一打开包装全是蛆”。	#良品铺子鸡肉肠生蛆买家发声#	1.9亿	4.34亿
		#良品铺子鸡肉肠被曝生蛆#	601.2万	
		#良品铺子致歉#	803.4万	
		#良品铺子就鸡肉肠事件致歉#	2.3亿	
大润发发臭隔夜肉洗了再卖	有媒体曝光了济南大润发省博店店员每天备货时最先处理的就是头天未卖完的隔夜肉。	#济南大润发发臭隔夜肉洗了再卖#	2.2亿	2.2亿
奈雪的茶菌落抽检不合格	在对奈雪的茶现制现售的金色山脉宝藏茶进行无菌采样方式抽样检验时，相关机构判定其菌落总数不合格。	#奈雪的茶分店抽检不合格被罚5000元#	665.2万	3199.3万
		#奈雪的茶菌落抽检不合格#	2534.1万	

2021年全年，微博平台关于“食品安全”相关维权信息超过405万次，2021年2月至6月关于“食品安全”的信息量明显提升，华莱士、胖哥俩、星巴克、奈雪的茶等等知名大品牌均被爆出食品安全的相关问题。

胖哥俩肉蟹煲大量使用过期食材

8月23日，“胖哥俩肉蟹煲大量使用过期食材”相关话题曾登上微博热搜榜首位，阅读量超10.3亿，引发网友热议。据悉，除了卫生问题外，胖哥俩肉蟹煲门店还存在上百斤过期土豆继续使用，腐烂、发馊后二次加工；提前煮熟的肉品，即使变味儿也会留到第二天继续卖等情况。

话题词	阅读量
#胖哥俩肉蟹煲大量使用过期食材#	10.3亿
#胖哥俩肉蟹煲死蟹当活蟹卖#	3.6亿



华莱士炸鸡掉地捡起重炸继续卖

7月17日，知名餐饮企业华莱士因卫生问题登上热搜。据视频博主的卧底调查拍摄，华莱士存在掉在地上的鸡块捡起继续炸、清洗剂直接滴进油锅等卫生问题，引发网友关注。当晚，华莱士官方微博发表声明回应称，是“个别员工操作不规范”，涉事餐厅已停业整顿。

话题词	阅读量
#华莱士炸鸡掉地捡起重炸继续卖#	1.2亿
#华莱士#	8.9亿



02 未成年人过度消费

据CNNIC《2020年全国未成年人互联网使用情况研究报告》，2020年我国未成年网民达1.83亿，未成年人互联网普及率94.9%。互联网对未成年造成的网络沉迷、过度消费等负面影响持续存在。未成年人的网络游戏行为最受社会关注，数据显示，62.5%的未成年网民经常网游，由此可能带来的沉迷和过度消费不利于未成年人健康成长。

2021.6

在未成年人权益保护方面，相关政策陆续出台，提升了未成年人网络权益保护水平。2021年6月1日起，新修订的《中华人民共和国未成年人保护法》正式实施，明确平台应限制未成年人上网消费、打赏。网络游戏、网络直播、网络音视频、网络社交等网络服务提供者应当针对未成年人使用其服务设置相应的时间管理权限管理、消费管理等功能。

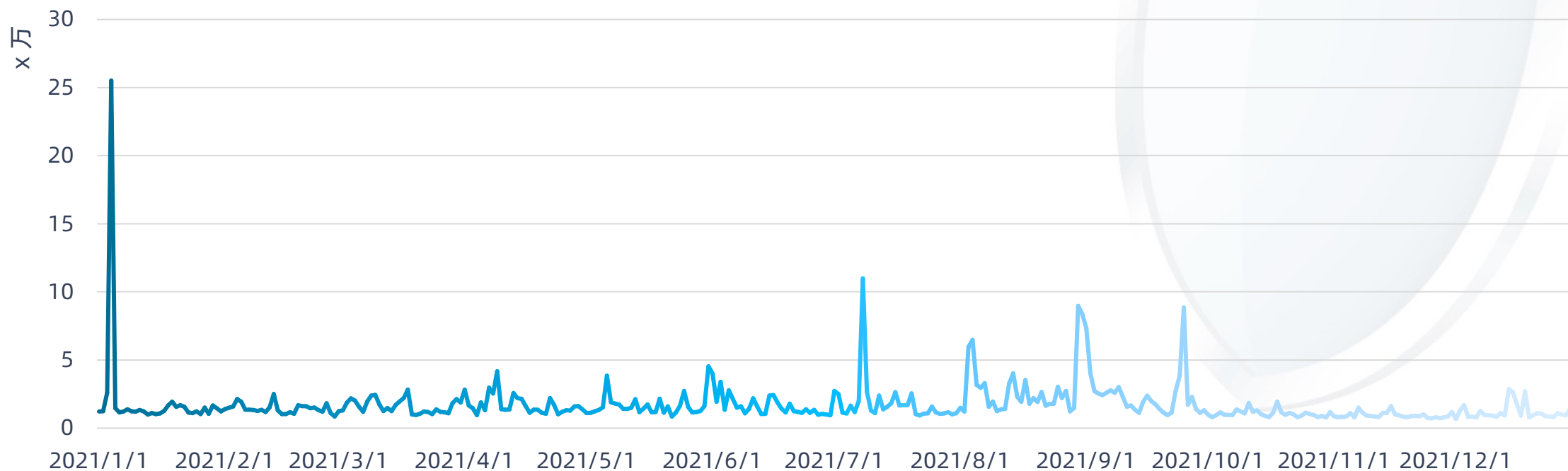


未成年人过度消费维权信息传播走势

数据来源：新浪数据中心

近年来，互联网对未成年用户造成的网络沉迷、不良内容侵蚀、过度消费等负面影响持续存在。在微博平台上，#如何破解未成年人过度消费退款难题？#等话题受到广泛关注。有关未成年人消费的提及量高达1256万条。

2021年微博平台“未成年人消费”维权信息量走势图



未成年人过度消费热点问题

未成年人网游大额充值

数据显示，62.5%的未成年网民会经常在网上玩游戏，由此可能带来的沉迷和过度消费引发监管关注。针对游戏沉迷问题，政府部门积极推动互联网企业扩大防沉迷系统覆盖范围，探索“人脸识别”技术应用。针对过度消费问题，2021年8月31日，国家新闻出版署印发《关于进一步严格管理 切实防止未成年人沉迷网络游戏的通知》，所有网络游戏企业仅可在周五、周六、周日和法定节假日每日20时至21时向未成年人提供1小时服务。

未成年人痴迷直播打赏

短视频作为新兴互联网娱乐服务，已成为未成年网民第三大网络娱乐活动。2020年未成年网民经常看短视频的比例达49.3%，由此也引发了未成年人过度消费问题。在一些主播的诱导下，部分未成年人动辄打赏上千元乃至数十万元。2021年3月，最高人民法院发布未成年人司法保护典型案例，明确未成年人直播打赏可退还。



03 教育培训名目繁多

近几年，在不少人有着“学历焦虑”的背景下，“包过”“包获文凭”的学历提升广告充斥在各个角落，部分人的焦虑被广告不断放大。然而，一些宣称“包过”的教育机构甚至没有给学生报名入学，大量未获高校授权的机构大肆招生，部分机构更是涉嫌违规违法经营。

2021.5

针对铺天盖地的“包过”广告，2021年5月，北京市海淀区市场监督管理局会同海淀区教委出台“教育培训行业广告发布重点内容提示书”，禁止辖区内各教育培训机构广告禁止“保过”字样。

2021.10

2021年10月14日，教育部、市场监管总局、中央网信办、工信部、公安部等五部门联合印发《关于加强高等学历继续教育广告发布管理的通知》，明确要求高等学历继续教育广告信息不得出现“快速取证”“免考包过”“考不过退款”等对教育效果作出明示或者暗示的保证性承诺。

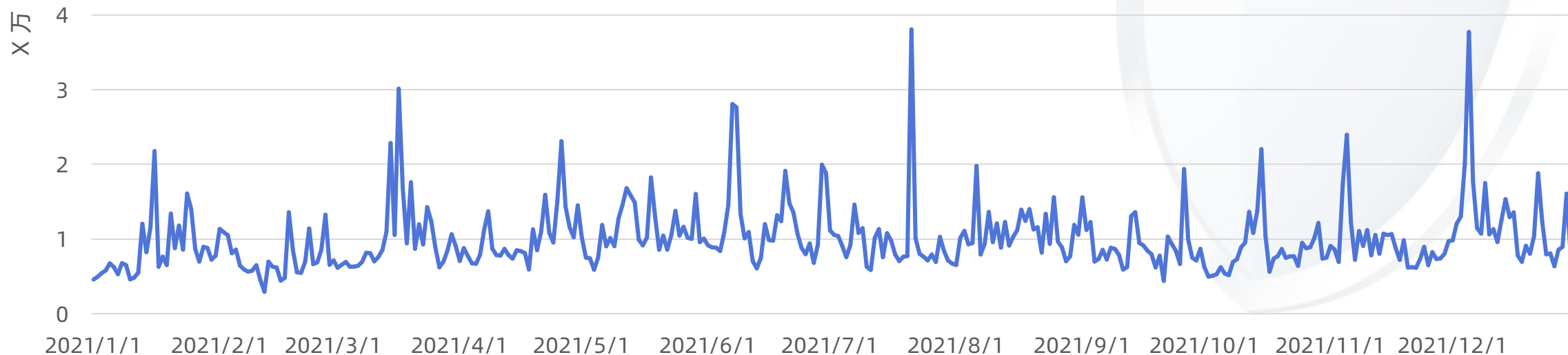


教育培训名目繁多

数据来源：新浪数据中心

数据显示，2020年我国成人教育市场规模达11077亿元。市场的不断扩张也伴随着纠纷的增长，微博上“教育培训”相关的提及量也高达365万次。教培机构屡屡暴雷，#在线教育机构虚假广告#、#1元学理财被骗近万元#等话题引起大家广泛讨论。

2021年微博平台“教育培训”相关维权信息量走势图



1元学理财被骗近万元

4月初央视财经曝光了一起理财培训消费纠纷案例，消费者花1块钱加入“理财小白营”，线上学习理财课程。之后老师开始推荐8千元进阶课程，并称14天的进阶课程就可以赚收益，年化收益率大于15%。但事实是这些所谓的“老师”其实只是该公司销售，并不具备专业的投资知识。案例曝光后引发网友大量讨论，相关话题#1元学理财被骗近万元#阅读量达1.5亿。



央视财经

【#央视曝光理财课骗局#：为学赚钱被骗钱，#1元学理财被骗近万元#】近年来，投资理财越来越受到关注。很多没有专业背景或投资经验的消费者，也都希望通过学习理财知识来增加收入，大量名为“理财课”“财商课”的在线教学课程出现。去年12月，北京张女士花1元加入了“理财小白营”，从线上学习理财的课 [展开全文](#)

#1元学理财被骗近万元#

分类 财经-其他

来自主持人的推荐 2021

收藏

话题总览

1.5 亿 阅读次数	1.4 万 讨论次数	1830 原创人数
---------------	---------------	--------------

DATA

04

黑猫投诉平台投诉数据

黑猫投诉平台介绍

黑猫投诉是新浪旗下的消费者服务平台，通过黑猫投诉，消费者能够随时反馈消费过程中遇到的各种问题。

平台拥有海量的企业库及极具影响力的各领域专家，同时打造投诉数据生态闭环，做到高效数据分发和高解决率，使消费者诉求可以得到快速反馈，从而提升消费体验。



消费者



企业



黑猫投诉平台



深入媒体报道，高量级媒体曝光量



企业资源库，合作企业联盟，各领域专家



数据生态闭环，高效数据分发红黑榜单，行业分析

黑猫投诉2021全年投诉量

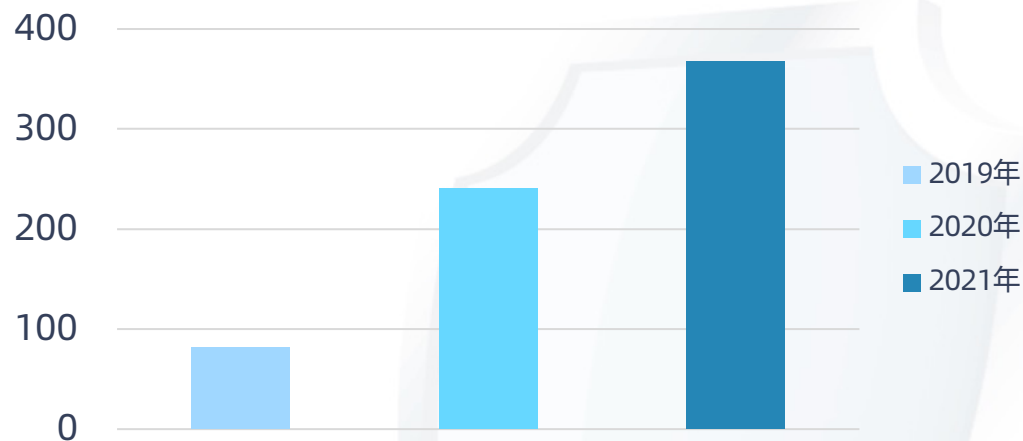
2021年共收到有效投诉超 **367万**

平台累计有效投诉量超 **697万**

超过 **77.28%** 的投诉得到企业响应

超过 **63.44%** 的用户投诉得到有效解决

近三年单年有效投诉量（单位：万）





黑猫投诉入驻商家&平台年度投诉行业分析

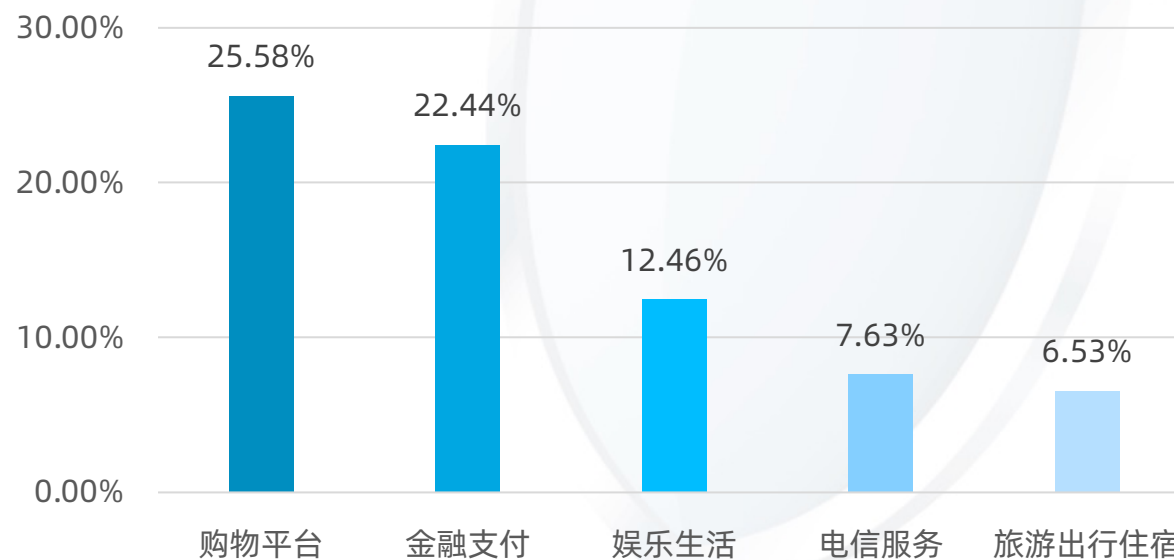
目前，黑猫投诉总入驻商家23745个，涵盖购物平台、金融、娱乐生活、电信服务、旅游出行等领域。购物平台成为年度消费者投诉最多的行业，投诉量达25.58%，金融、支付占比22.44%，为年度投诉第二的行业。

2019年底入驻商家 **15,391**

2020年底入驻商家 **17,271**

2021年底入驻商家 **23,745**

2021年消费者投诉最多的5个行业



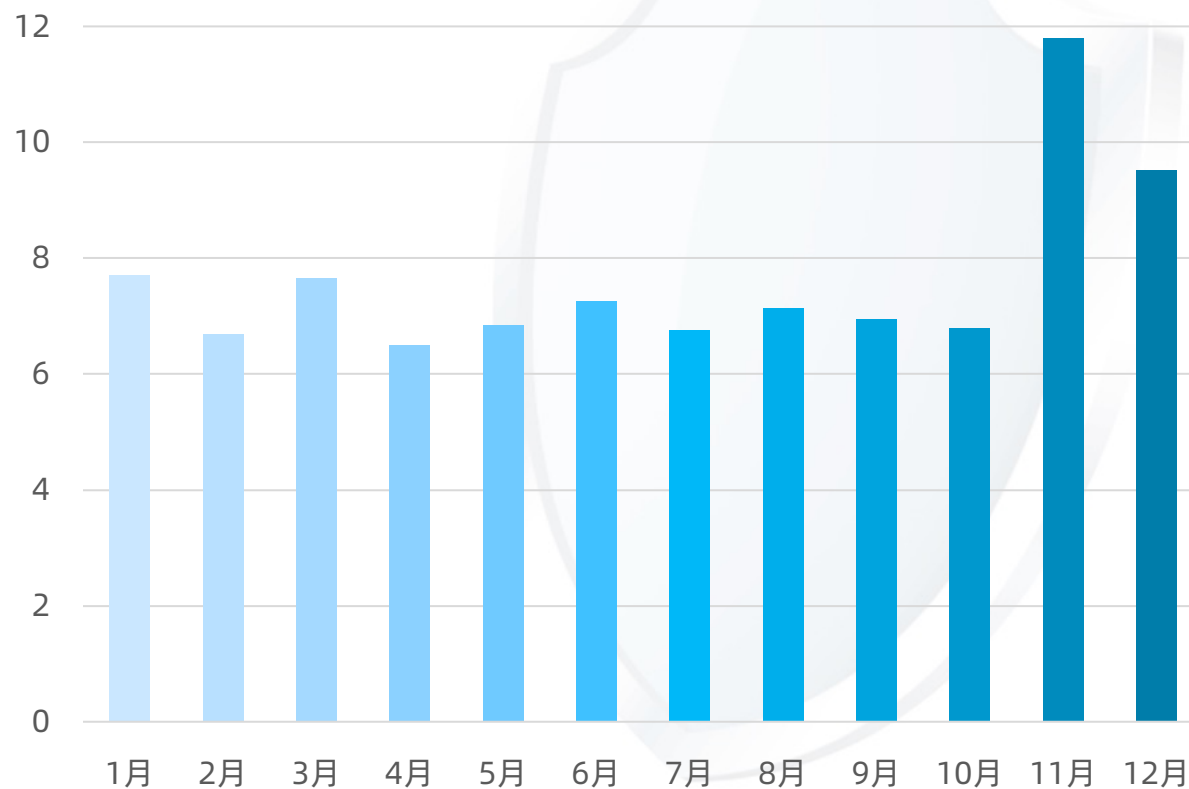


主要行业投诉量分析——购物平台行业



受“双十一”“双十二”等促销活动的影响，购物平台行业投诉量在11、12月的增幅较为明显。投诉主要集中在退货退款、商品质量问题以及由促销活动引起的定金预售问题、逾期不发货问题、活动虚假宣传问题等。21年曾爆发“双十一淘宝喵糖问题”、“88VIP优惠券问题”、“拼多多百亿补贴订单强制取消”等集体投诉。

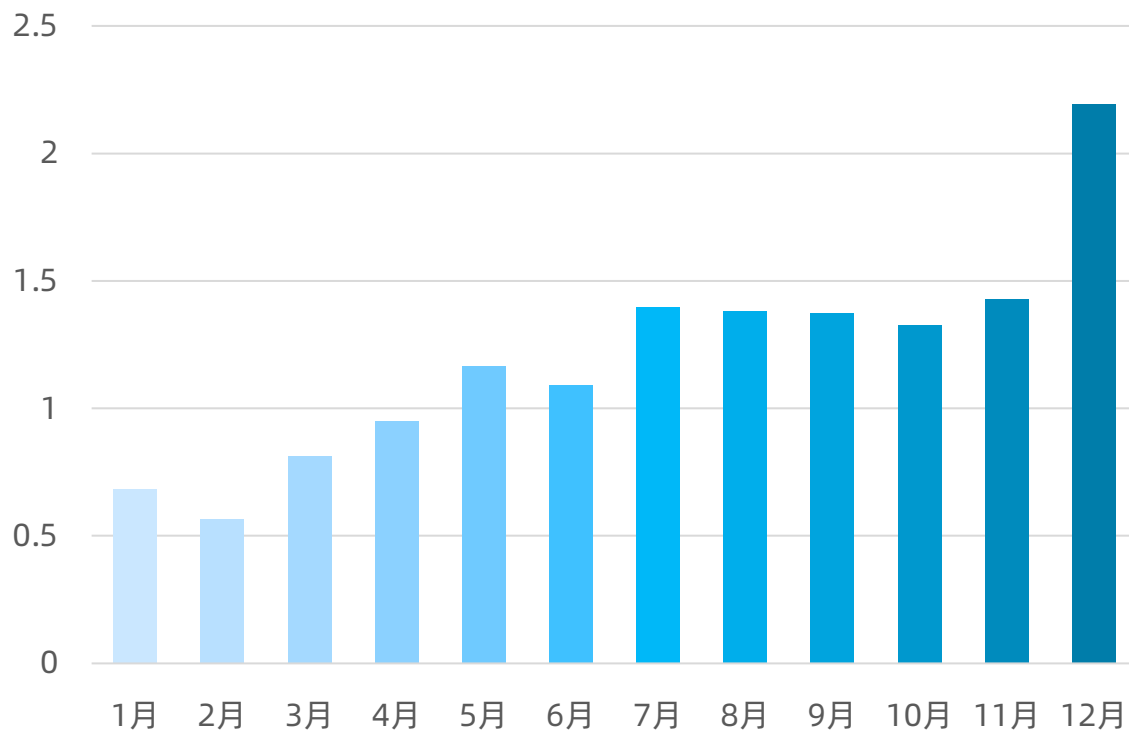
2021年购物平台行业投诉量走势（单位：万）





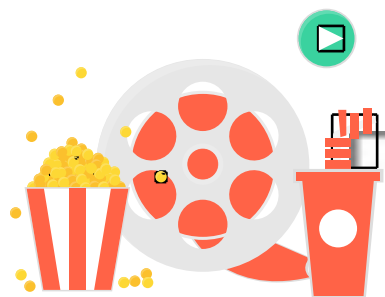
主要行业投诉量分析——外卖餐饮行业

2021年外卖餐饮行业投诉量走势（单位：万）



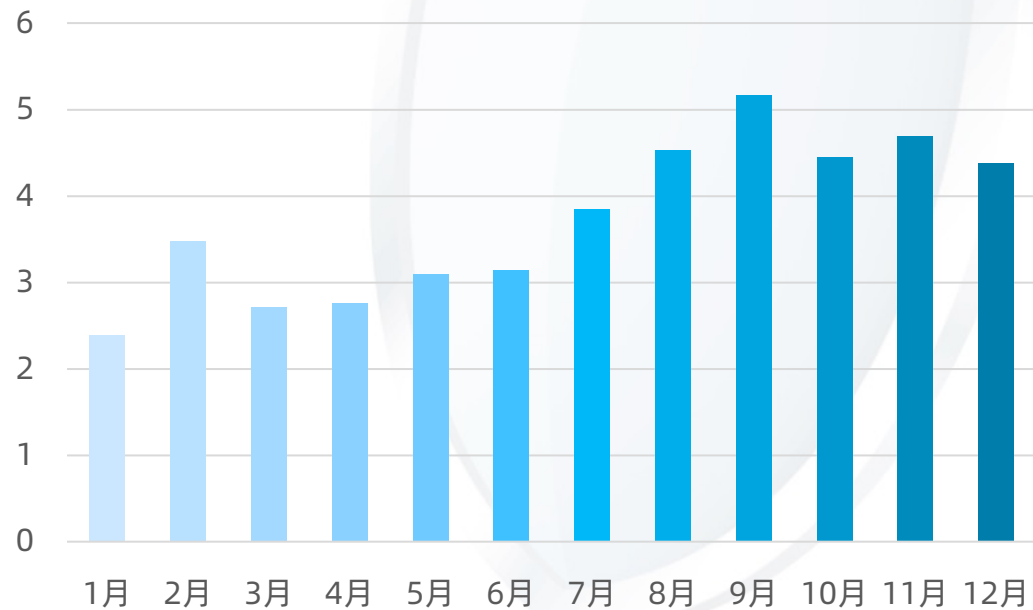
2021年外卖餐饮行业投诉量从1月到12月总体呈现上升趋势。2月到5月持续增长，7-11月相对稳定，12月投诉量有明显增长。经分析发现是由于美团私自回收优惠券引发了大量集体投诉，以及年底各商家活动增多导致消费增多从而引发投诉。21年投诉的主要问题包括商家售卖过期变质食品、食品中吃出异物、外卖错送漏送、商家服务态度差等方面。

主要行业投诉量分析——娱乐生活行业



2021年娱乐生活行业投诉量总体呈现上升趋势。上半年增长较为平稳，2月因春节档原因，电影退票相关投诉量增长，为上半年投诉高峰。下半年6-9月增长较快，正值暑假，未成年游戏充值退款问题，电影、线下演出退票问题增多。9月腾讯游戏爆发了集中投诉，大量家长反馈自己在7、8月份发起的退款迟迟不到账，成为全年投诉量最高峰。此外受疫情影响，21年网红照相馆、旅拍、理发店、健身房跑路相关投诉数量增加。

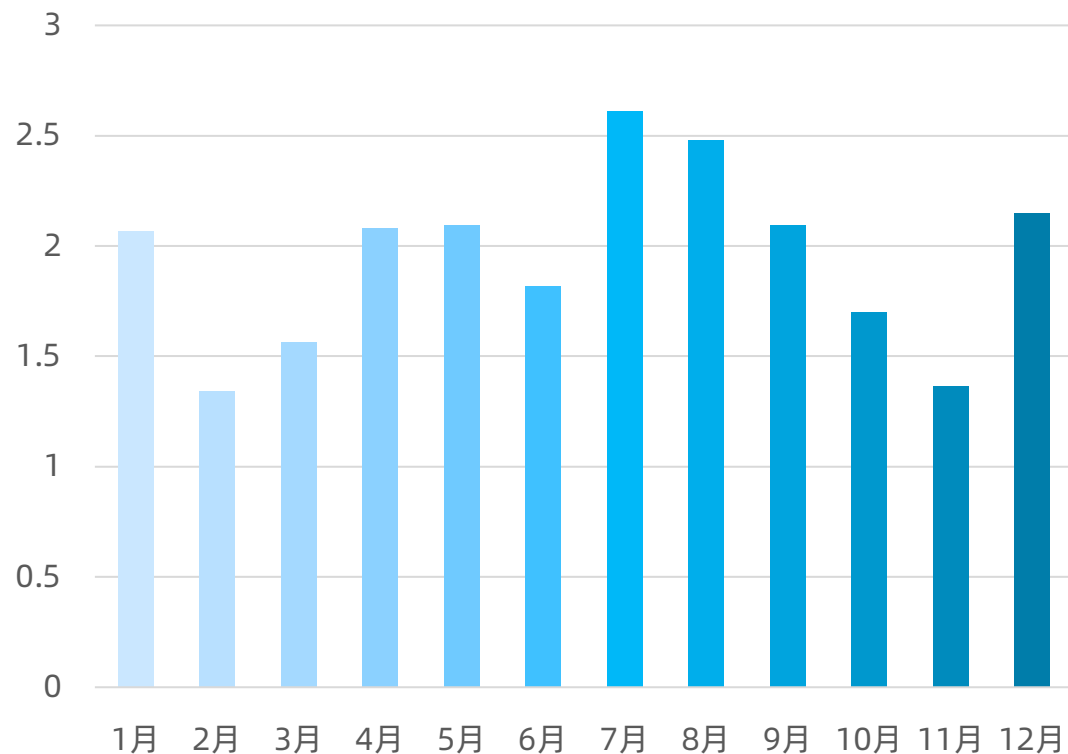
2021年娱乐生活行业投诉量走势（万）





主要行业投诉量分析——旅游出行住宿

2021年旅游出行住宿行业投诉量走势（单位：万）



2021年疫情反复无常，受此影响，旅游出行的投诉量波动较大。其中1、12月涉及春运致机票、火车票退改手续费问题爆发。7、8月份因疫情及暑期出行投诉量达到顶峰。投诉主要集中在退改签机票、退订酒店问题。同时酒店安全和卫生问题在2021年引起了广泛讨论。航空公司和OTA平台推出的随心飞服务屡屡出现消费问题，引发大量集体投诉。另外，9月环球影城开园初期飞猪曾爆发优速通自动退票问题。

十大投诉热词

关键词	出现频次
退款	941438
投诉	279791
发货	271939
退货	207194
赔偿	176953
欺骗	147654
优惠券	91921
虚假宣传	92483
诱导	82708
差价	64373



“退款” “赔偿” “道歉” “解释” “做出处罚” 等成为年度消费者投诉最热关键词。



黑猫投诉2021年度行业排行榜

榜单统计日期为2021年1月1日-2021年12月31日

网上商城

红榜		黑榜	
1	京东	1	淘宝
2	得物	2	天猫
3	苏宁	3	天猫超市
4	元气部落Box	4	拼多多
5	小红书	5	淘特

二手交易

红榜		黑榜	
1	转转	1	咸鱼
2	红布林	2	嗨租
3	找靓机	3	享换机
4	爱回收	4	淘号猪
5	交易虎	5	翼锋网

航司

红榜		黑榜	
1	海南航空	1	浙江长龙航空
2	华夏航空	2	四川航空
3	乌鲁木齐航空	3	奥凯航空
		4	中国国际航空
		5	深圳航空

影音直播

红榜		黑榜	
1	爱奇艺	1	优酷
2	哔哩哔哩	2	猜猜什么歌
3	银河电视	3	酷喵
4	好看视频	4	欢乐猜猜歌
5	蜻蜓FM	5	IS语音

数码产品

红榜		黑榜	
1	小米	1	Apple
2	联想	2	索尼
3	OPPO	3	柠檬悦读
4	vivo	4	金正
5	好记星	5	罗技

汽车

红榜		黑榜	
1	比亚迪	1	奔驰
2	长安	2	吉利
3	荣威	3	东风日产
4	东风风神	4	一汽-大众
		5	宝马

注：红、黑榜通过“有效投诉量”、“回复量+确认完成量”、“回复率”、“完成率”、“响应时间”、“初始分配时间”等多个维度的影响因子计算权重得出排行。



黑猫投诉2021年度行业排行榜

榜单统计日期为2021年1月1日-2021年12月31日

服饰

红榜		黑榜	
1	安踏	1	PUMA
2	热风	2	匹克
3	周大福	3	NewBalance
4	六福珠宝	4	波司登
5	Vans	5	Jordan

餐饮机构

红榜		黑榜	
1	瑞幸咖啡	1	麦当劳
2	达美乐披萨	2	星巴克
3	汉堡王	3	一点点
4	肯德基	4	正新鸡排
5	茶百道		

OTA

红榜		黑榜	
1	智行火车票	1	飞猪
2	携程	2	123微旅行
3	同程旅行		
4	去哪儿网		
5	如程网		

网约车

红榜		黑榜	
1	滴滴出行	1	易到用车
2	曹操出行	2	聚的出租
3	够谱出行	3	安安用车
4	妥妥E行	4	哈喽优行
5	AA出行	5	蓝色大道

游戏

红榜		黑榜	
1	全民枪神 边境王者	1	奥特曼 传奇英雄
2	生死狙击之 僵尸前线	2	原神
3	战舰世界	3	喵喵消消消
		4	奥特曼系列OL
		5	一画到底

美妆

红榜		黑榜	
1	小美郎	1	贝德玛
2	高夫	2	魅可
3	可复美	3	海蓝之谜
4	曼秀雷敦	4	科颜氏
5	调色师	5	迪奥

注：红、黑榜通过“有效投诉量”、“回复量+确认完成量”、“回复率”、“完成率”、“响应时间”、“初始分配时间”等多个维度的影响因子计算权重得出排行。



黑猫投诉2021年度行业排行榜

榜单统计日期为2021年1月1日-2021年12月31日

物流

红榜		黑榜	
1	达达快送	1	快宝驿站
2	申通快递	2	白鸽惠递
3	丰网速运	3	宇鑫物流
4	中通快递	4	COE全球转运
5	极兔速递	5	

成人培训

红榜		黑榜	
1	中公教育	1	武汉言道
2	聚师网	2	十倍学堂
3	启牛学堂	3	学渡教育
4	中职通教育	4	启格学院
5	微淼教育		龙德天成

医疗美容

红榜		黑榜	
1	痘博士	1	阿里健康
2	倩狐减肥	2	凯润婷
3	芊影		爱尔康
4	知俏		痘医生
5	雍禾植发		美美咖

注：红、黑榜通过“有效投诉量”、“回复量+确认完成量”、“回复率”、“完成率”、“响应时间”、“初始分配时间”等多个维度的影响因子计算权重得出排行。

平台为政府部门提供数据支持

除了帮消费者解决与企业之间的消费纠纷，黑猫更利用平台优势持续向市监总局缺陷产品管理中心上报质量缺陷线索，并持续为公安机关提供违法犯罪线索，打击各类诈骗犯罪。

向市监总局缺陷产品管理中心
上报汽车及消费品缺陷线索

涉及企业超 **1000** 家

线索近 **12万** 条

为公安机关提供线索

涉及不法平台 **6** 家

线索超 **6000** 条



黑猫投诉合作方

黑猫投诉联合多家媒体、权威机构共同为消费者发声，并邀请业内律师为消费者做专业法律解读，全方位守护消费者。

600 余家媒体

新华社、人民网、央视财经、央广中国之声、工人日报、法治日报、中国消费者报、环球网.....

900 余名业内知名律师

陈音江律师、岳岫山律师，王兴华律师.....

80 余家权威机构

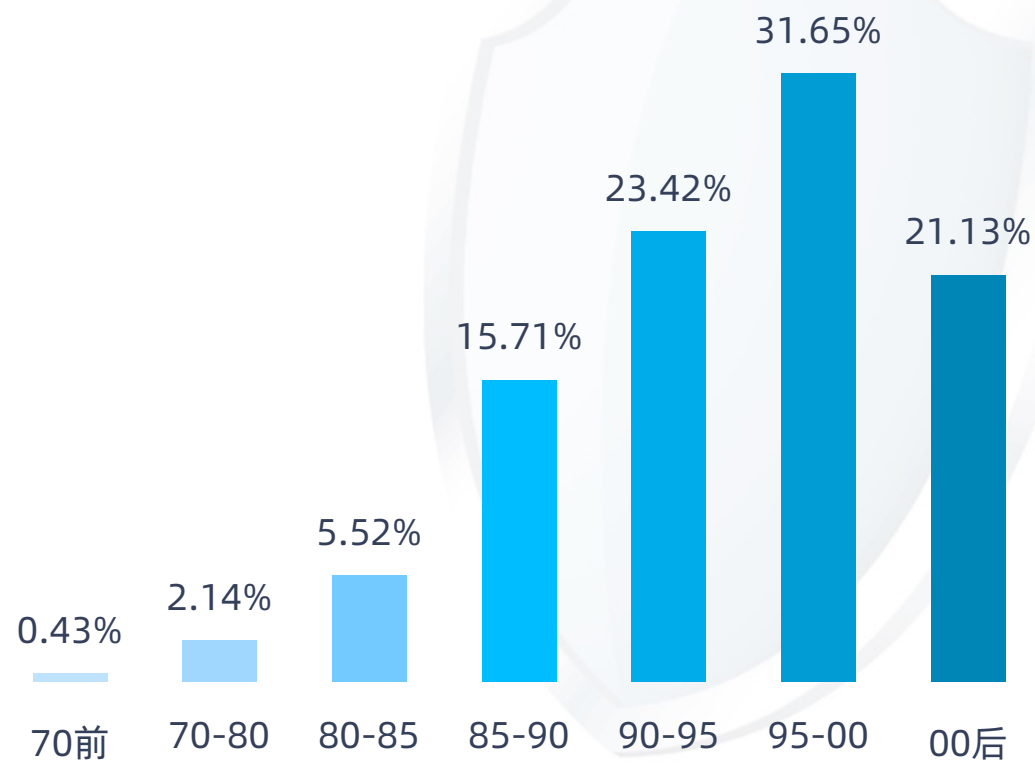
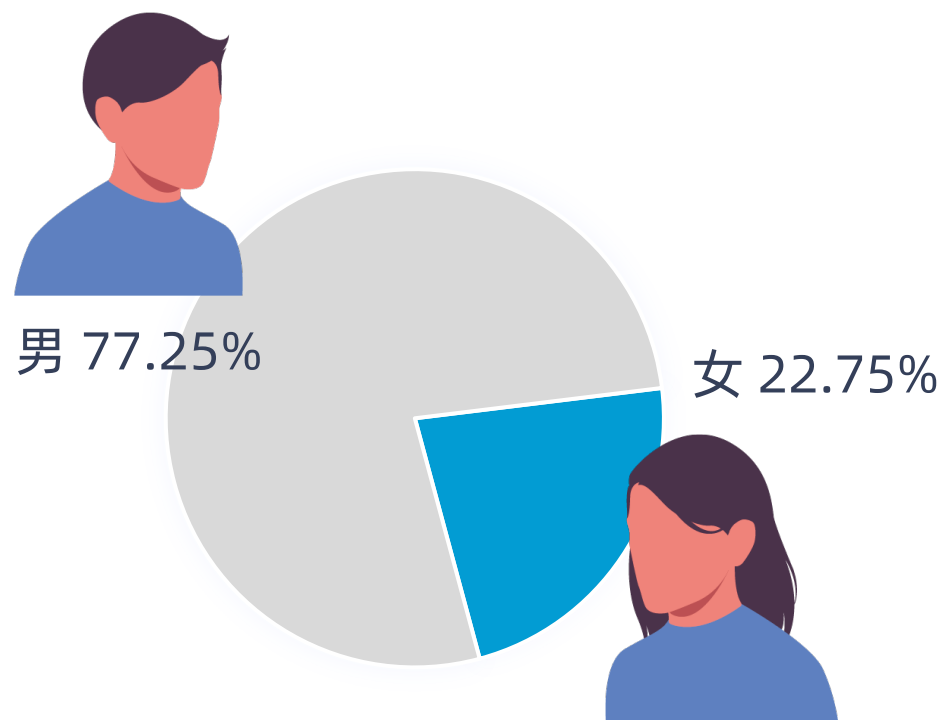
市场监督管理局、公安部刑侦局、消费者协会、缺陷产品管理中心、中国质量万里行促进会、金盾网络纠纷调解中心.....

20 余家地方频道

覆盖全国20余个省份和地区

用户画像—投诉用户中男性和年轻人占主体

在黑猫平台投诉的用户中男性偏多，90后占比超76%，年轻人更倾向通过第三方投诉平台保护自己的合法权益。

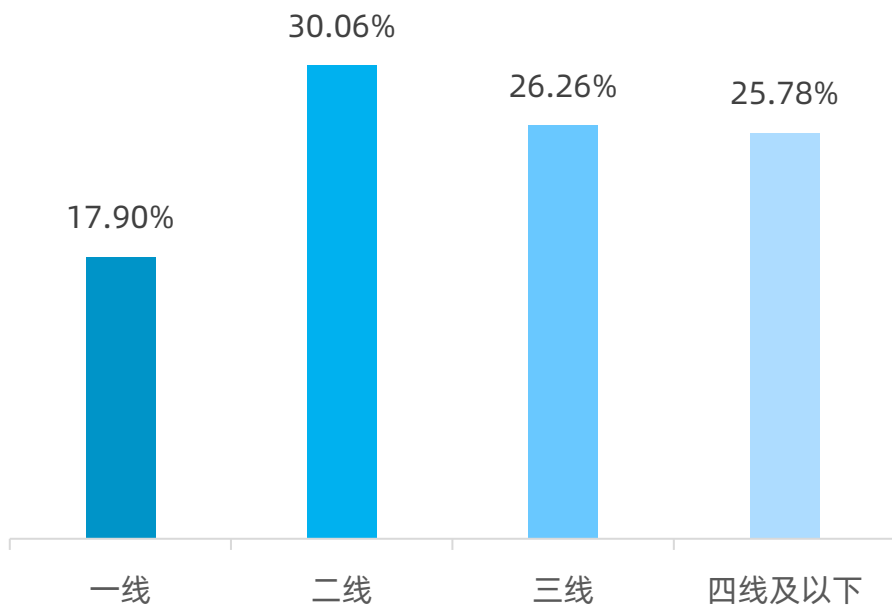




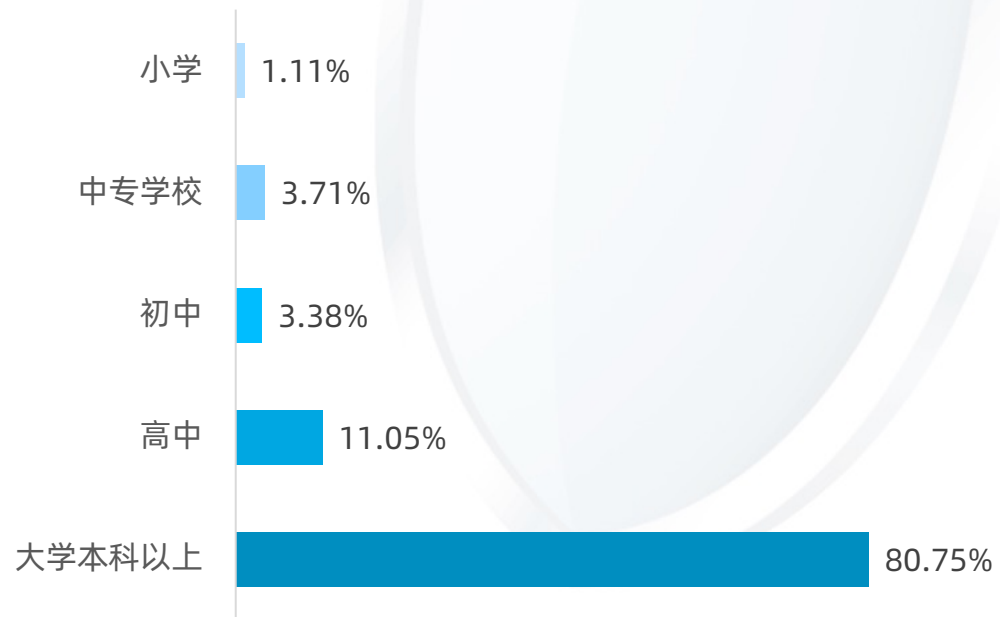
用户画像—大学本科以上用户占比超八成

二线、三线和四线城市总占比超80%。大学本科以上占比80.75%。

城市等级占比

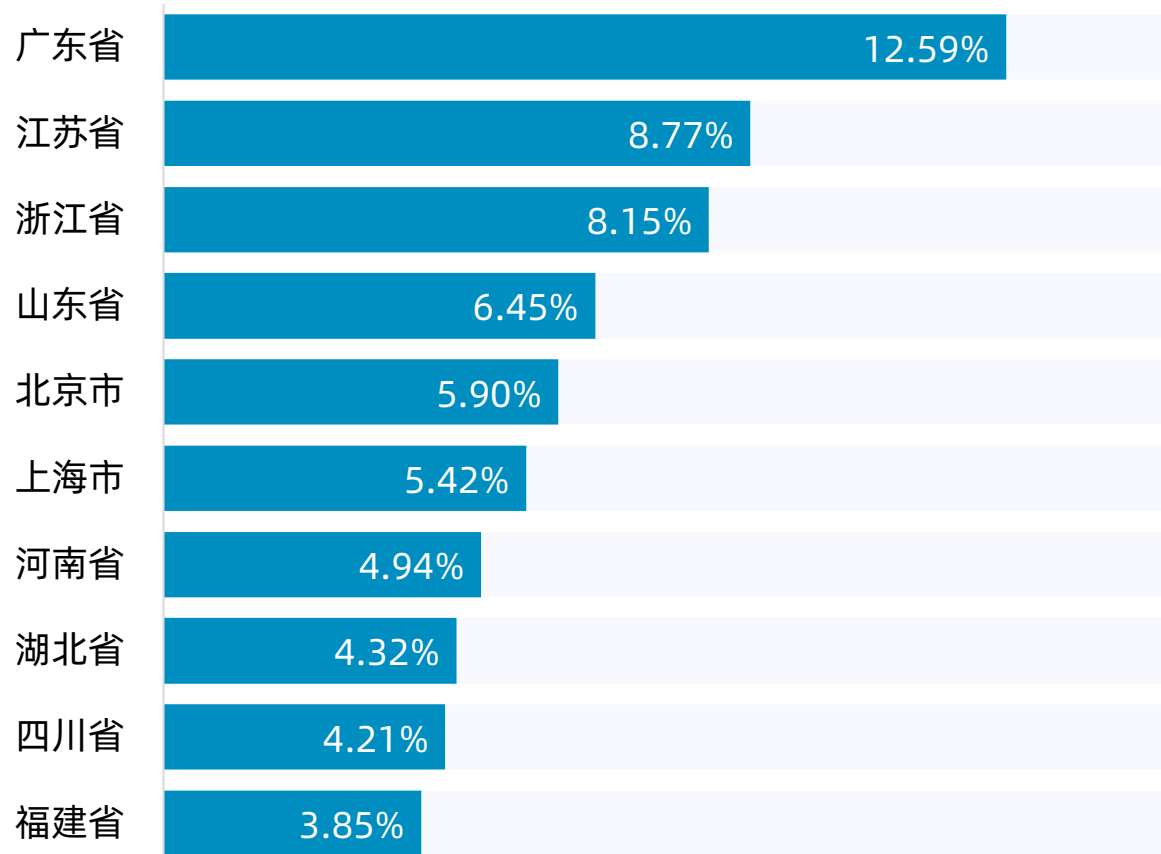


学历分布



用户画像—广东省用户占比最高

 投诉人占比最高的十大省份



DATA

05

消费维权行业趋势



复杂形势下，优化消费环境应稳中求进

在当今复杂严峻的国际大环境以及疫情的持续影响下，经济形势存在着诸多不确定性。国务院总理李克强3月5日在政府工作报告中提出，要坚定实施扩大内需战略，增强内需对经济增长的拉动力，推动消费持续恢复。而有效提高产品和服务质量，切实保护消费者权益则成为了消费者获得安全感和归属感、增强消费意愿的基础，也是实现经济平稳可持续发展的根本。主管部门也在持续适应人民需求、深入推进公平竞争政策实施，维护公平有序的市场环境。

中央经济工作会议强调微观政策要持续激发市场主体活力，政策取向非常鲜明。国家市场监管总局副局长蒲淳在2022年3月7日《有效激发市场主体活力》一文中指出，要深刻领会中央经济工作会议精神，稳中求进服务市场主体健康发展。



在微博，听到真实的声音

互联网时代，信息化大潮影响了近11亿网民生活的方方面面。作为中国最具影响力的社交媒体平台，借助微博这片阵地，个体与个体得以更紧密的连接在一起，微博作为个体“发声”的舆论场，在消费环境的改善方面也起着积极的作用，给予消费者一个公开公正的发声渠道，也促使企业加大产品服务等方面的重视，进而提升产品品质及用户体验。

用户群体规模庞大

微博具有海量的用户，政府、企业、媒体账号、业界大V云集，草根用户资源也非常丰富。

传播渠道及时有效

作为个体“发声”的舆论场，个体发声的传播渠道及时且有效，60余个垂直领域也覆盖了社会生活的方方面面。

信息公开 民众热议 官媒跟进

每个热点话题的诞生，离不开广大用户的关注与讨论。官方媒体的重视与立刻跟进也为民众维权开启最安心快速的解决通道。



消费者对于消费维权的意识正在不断增强



近年来，我国消费者依法维权意识大大提高，从整体看，消费者自我保护意识不断增强，依法维权的观念也在进一步提高。与此同时，社会各界也应采取更加丰富多彩的方法，坚持不懈地做好有关消费者权益保护的法律法规的宣传，不断提高消费者依法维权的意识和能力。

互联网模式高效解决消费纠纷



为解决消费者投诉维权难的状况，作为第三方投诉平台中的领导者，黑猫投诉以新浪和微博大数据为依托帮助消费者建立起和商家之间的高效沟通桥梁，助力消费者快速解决消费纠纷，范围覆盖教育、汽车、金融、电信、电商、出行、医疗美容、房产家居等领域。

平台的核心服务除了化解消费纠纷外，还包含对消费问题相关的热点追踪、企业售后服务评价榜单、消费舆情预警、大数据行业观察、维权知识普及等全方位提升消费者的自我保护能力。



多方共建消费维权新生态 合力保护消费者合法权益

第三方投诉平台全方位保障

维护消费者合法权益是全社会的共同责任。

第三方投诉平台与众合作方建立消费者维权联盟，同步开展消费者权益保护宣传活动，切实提高消费者对消费维权的认知能力，优化消费生态环境。



政府采取多渠道维权

“互联网+消费维权”的新形式得到政府的认可和采用，降低了消费者的维权成本。



企业重视互联网声音

来自互联网的消费者真实诉求逐渐被企业关注和重视。



媒体多角度重点曝光

媒体通过多维度来对消费侵权事件重点曝光，通过媒体的力量普及消费者自我保护知识。



黑猫投诉

新浪旗下消费者服务平台