

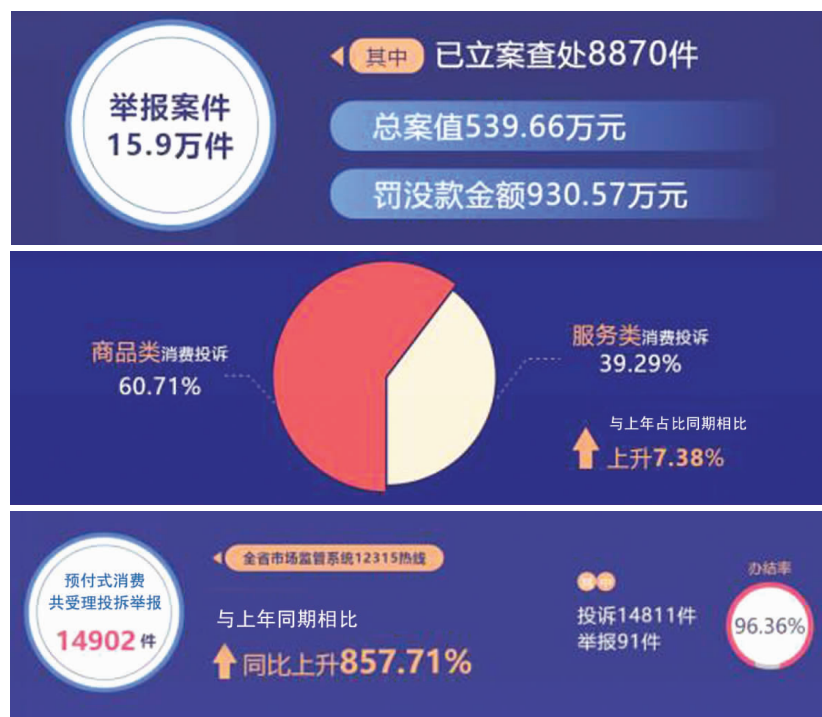
## 江苏发布2020年度12315平台大数据分析

## 去年食品投诉最多,同比增长近一倍

1月28日,江苏省市场监管局发布2020年度12315平台受理消费诉求情况大数据分析。2020年,全省市场监管12315热线平台共受理消费诉求(投诉、举报、咨询)124.4万件,较2019年相比上升52.48%,有效投诉办结率为98.47%。争议金额达7.5亿元,为消费者挽回经济损失2.4亿元。受“6·18”“双十二”购物节影响,6月份、12月份诉求受理数量较大,增幅较为明显。2月份是受理数量全年最少的一个月。

现代快报+ZAKER南京记者 安莹

2020年江苏12315平台受理消费诉求数据图(部分)



## 受理投诉30.8万件,同比增长1倍

2020年,全省12315平台共受理投诉30.8万件,与2019年相比增长了1倍。其中商品消费投诉18.7万件,服务消费投诉12.1万件,分别占投诉总量的60.71%、39.29%。

商品和服务类消费投诉均呈现上升趋势,商品类投诉依然处于主导地位。商品类消费投诉中,一般食品、服装鞋帽、家用电器、家居用品、交通工具位居前五,投诉量分别为3.53万件、2.08万件、1.93万件、1.92万件、1.77万件,共计占商品类消费投诉总量的60.05%。

服务类消费投诉中,餐饮和住宿服务、销售服务、教育培训服务、美容美发洗浴服务、文化娱乐体育服务位居前五,投诉量分别为1.91万件、1.87万件、1.23万件、1.22万件、1.14万件,共计占服务类消费投诉总量的60.91%。

## 受理举报15.9万件,罚款930万元

2020年,全省12315平台受理举报15.9万件,与2019年相比增长约2.27倍。其中,立案查处8870件,总案值539.66万元,罚没款930.57万元。按照举报问题类别来看,广告违法行为、不正当竞争行为、价格违法行为、侵害消费者权益行为、食品违法行为位居前列,占举报总量的94.15%。

2020年,全省12315平台共受理咨询77.7万件,占平台受理总量的62.46%。

## 食品投诉3.53万件,列商品类第一

2020年,全省12315平台受理的消费投诉中,一般食品位列商品类消费投诉第一位,共受理相关投诉3.53万件,同比增长94.44%,问题主要集中在食品流通、餐饮服务环节,反映经营不符合食品安全标准或要求的食品、经营超过保质期的食品、经营腐败变质和混有异物、霉变生虫的食品、虚假宣传等问题居多。

## 受理预付式消费投诉14902件

全省12315平台共受理预付式消费相关投诉举报14902件,其中投诉14811件、举报91件。截至2021年1月12日,投诉举报已办结14359件,办结率为96.36%。

预付式消费诉求主要集中在教育培训、美容美发、体育健身等领域。值得注意的是超过半数的问题(例如倒闭、经营变更或卷款跑路、不退费用或拖延处理)与预付款项费用追回有关。

## 特种设备诉求4203件,电梯是热点

2020年,全省12315平台共受理危化品安全生产相关诉求(投诉、举报)共4554件,其中危险化学品相关诉求307件、安全生产相关诉求44件、特种设备相关诉求4203件。

通过数据分析可知,特种设备中电梯成热点问题,电梯诉求反映的主要问题集中在以下几方面:一是在电梯故障、维修不及时等方面;二是电梯质量不过关、维保存在缺陷等;三是电梯困人、掉层、晃动、未经检验等安全隐患问题。

## 受理知识产权投诉举报1958件

2020年,全省12315平台共受理知识产权相关投诉举报1958件,主要涉及商标权相关的投诉举报1391件,占知识产权诉求总量的71.04%;地理标志的投诉举报326件,占知识产权诉求总量的16.65%;专利相关的投诉举报241件,占知识产权诉求总量的12.31%。

## 受理长江禁捕退捕投诉129件

2020年,全省12315平台共受理长江禁捕退捕相关投诉举报129件,查办案件336件,案值408.17968万元,罚没款60.74万元。其中有数十件案件被市场监管总局评选为典型案例。

## 自如会员体系正式上线,9大权益回馈自如客

1月25日,长租企业自如推出自如客会员体系——“自如客时光计划”,并上线了“集光大作 赢2021元现金红包”用户活动,为自如客带来多重福利。通过“自如客时光计划”体系,自如客们最多可享受9大会员权益,而参与“集光大作 赢2021元现金红包”的自如客可以通过线上邀请朋友助力的方式集齐10种光,赢取现金红包及服务优惠券,并有机会获得最高2021元现金大奖。

自如相关负责人介绍,自如陪伴城市青年一起度过了9年时光,今年将迎来第10年。自如已经积累了400万用户的管理和服务经验,覆盖全国10个城市,并以用户为中心不断提升和优化产品与服务实力,形成了精细化运营管理能力。“此次推出‘自如客时光计划’,一方面是以切实的福利感恩回馈老客户,陪伴更多的自如客向上生活;另一方面也是分享自如的运营管理经验,期待有更加深入的行业交流与探讨。”

## 自如客时光计划上线,邀会员一起“集光”拿大奖

据介绍,“自如客时光计划”是在洞察自如客权益诉求的基础上,结合自如的服务初心,深度挖掘会员价值需求的一次迭代升级,让用户住在自如的每一天都作数,且会员等级终身保级,永不降级。

自1月25日起,“自如客时光计划”等级即可在自如APP上查看。在本次的“自如客时光计划”中,自如搭建了以租住时长为核心指标的会员体系,一共划分为16个等级,包含9大权益。自如客每住满100天,即可提升1个等级,并解锁更高的对应权益。

“自如客时光计划”的9大权益包含不同等级的服务费折扣、免费换租、免费赠卡、社区活动优先参与权等。以服务费折扣权益为例,第4等级的租客可以享受服务费9折的优惠,等级14至16级的租客则可享受服务费8折优惠。值得一提的是,未来还将上线优先抢房的权益,即房源上线后,等级越高的自如客会有更高的机会抢到心仪的房源。

与此同时,为了更多地回馈新老客户,自如还推出了线上活动“集光大作,赢2021元现金红包”。自如客可在1月25日至1月31日期间登录自如APP,进入“集光大作”活动页面,邀请好友集光,一起参与活动赢取现金大奖。

## 服务体系再升级,自如陪伴租客共同成长

伴随着生活节奏的不断加快,对当代城市青年来说,除了住房空间,他们还渴求日常的陪伴和更加贴心

的服务。据了解,目前自如管理房源已经突破100万间,规模跻身世界前列,同时,自如也正向集合租赁住房、生活服务、科技智能、智慧社区的综

合城市服务商、运营商进行转变。自如在今年推出“自如客时光计划”,既通过有品质的陪伴与自如客共同成长,也是自如对“长期事业”的践行,体现了其作为长租头部企业不断提升服务品质的决心与底气。

在今年发布的《2020中国青年租住生活白皮书》显示,超过56%的租客热衷选择大且好的长租机构。同时,数据预计,到2022年,中国住房租赁市场租赁人口将达到2.4亿。由此可见,在行业不断净化、监管日益完善的大背景下,品质化的运营服务已经成为主流用户的刚性需求,并将引领行业中的参与者向这个方向不断迈进。易居房地产研究院总监严跃进表示,经过今年疫情

的“洗礼”后,房源出租率高的运营商,基本都是瞄准“长期主义”,注重产品力打造和正规经营的企业。

在自如2021新品发布会上,自如CEO熊林曾表示,“我们比任何时候都更加地珍惜时光,感恩陪伴”,当下已是一个买房居住和租房居住并举的时代,而长租行业最大的价值正是有机会跟很多人一起共度时光,“从2020年这个特殊的年份开始,我们将记录自如客在自如与我们相伴的每一天,与自如客一起做时间的朋友。”

业内人士表示,2020年长租行业经历了不小的考验,行业“二八分化”加剧,在此背景之下,以自如为代表的头部长租机构正在尝试延伸出更多专业化、多元化的服务与体验,以稳定高品质服务的运营,助力租住市场向好发展,引领行业服务新升级。