

“五一”假期江苏省消费舆情分析发布

## 网红打卡点“滤镜太重”成投诉热点

“

今年“五一”假期期间,江苏省内大部分市民都选择了“本地过节”,在做好疫情防控措施的前提下,本地化消费势头强劲。5月5日,江苏省消费者权益保护委员会根据江苏消费网舆情监测信息,结合江苏省餐饮行业协会和同程旅行数据,对2022年4月30日—5月4日期间消费舆情进行了分析,发布《2022年“五一”假期江苏省消费舆情分析》(下称分析)。分析显示,“五一”假期期间,乡村休闲、户外露营、踏青赏花成为广大游客出门首选。网购、院线、直播购物、旅游出行等方面成为投诉热点。

通讯员 省消营  
现代快报+记者 江楠

2022「五一」假期期间

「露营」相关旅游  
搜索热度环比上涨 117%「民宿」相关旅游  
搜索热度环比上涨 56%

2022「五一」假期出游关键词

乡村游 温泉 露营 民宿  
自然风光

“五一”假期出游关键词

消费 热点

## 露营火爆“出圈”,周边游占据“C位”

一方面,餐饮消费渐现“烟火气”。受假期推动,外出就餐人群增多,中小型餐饮街边店、品牌特色餐饮恢复较快,包间消费回暖。加之本地游、郊县游的火热,小龙虾、野菜时蔬等美食正值时令,乡土地标美食也成为消费者的主要选择。江苏省餐饮行业协会数据显示,全省餐饮服务收入37.3亿元。

另一方面,露营火爆“出圈”,乡村民宿持续升温。分析显示,今年“五一”假期旅游消费呈现出行程化、深度化、休闲化的特征。同

程旅行大数据显示,“五一”假期“露营”相关旅游搜索热度环比上涨117%,公园露营、星空露营和亲子露营等成为最受关注的露营主题。江苏省内部分城市的露营地、房车营地等人气大增,城市周边的精品民宿和乡村民宿也受到消费者关注,主要城市的近郊民宿、各类度假酒店、露营地、郊野公园等人气较高的地方,出现“一房难求”“一位难求”的情况,为丰富消费者的游玩体验,部分民宿推出了采摘、钓鱼、亲子活动等体验型项目。

此外,周边游占据“C位”,户外景区受青睐。据悉,省内居民旅游消费主要以本市近郊游及省内周边游为主,文旅消费热点主题以自然风光、森林公园、公园、人文古迹等户外类景区或接待场所为主。值得注意的是,今年“五一”假期期间,亲子消费备受关注,此类消费正在走向IP化、场景化、主题化。亲子餐厅、儿童游乐园、亲子研学游等受到众多家长关注。与此同时,消费者们也更加注重出游过程中的文化内涵,博物馆和非遗旅游热度不断攀升,苏州博物馆、南京市博物馆及江苏省各大博物馆都在假期迎来了人流高峰。

“五一”假期江苏消费维权舆情信息关键词云 (通讯员供图)

假期 投诉

## 网红打卡点引起关注,健身热潮问题多

根据分析,假期期间,江苏省消保委共计受理维权诉求5045件,其中咨询185件、投诉4860件。舆情监测系统共监测到消费维权信息138646条,吐槽类32684条,占消费维权信息总量的23.57%。与往年相比,今年的投诉纠纷量并未明显增加,网购、院线、直播购物、旅游出行等方面成为投诉热点,并呈现出覆盖面广、领域突出、问题集中、需求个性化与咨询诉求攀升等特点。

1.网红打卡点引起关注。从4月30日至5月4日,江苏省消保委系统共接到涉及热门旅游点相关联的投诉达189件。从投诉和舆情分析情况来看,网红打卡点存在“滤镜过重”,实际消费体验并不符合预期;缺乏实质性内容,过分注重宣传噱头,同质化商业化严重;打卡点游客承载能力有限,游客数量过多,景区服务设施需要进一步更新;露营热度攀升引发消费问题,如商家临时加价,存在隐形费用等问题。

2.健身热潮问题多。近期,“云健身”引发全民健身热潮,健身房、健身器材、健身直播等“水涨船高”。假期期间,江苏省内与健身相关的“吐槽”信息共1662条,主要集中在:健身房售后问题频发;瑜伽垫、运动衣等健身产品质量参差不齐,如瑜伽垫打滑造成受伤,运动内衣没有减震效果;减肥产品存安全问题,如商家虚假宣传、夸大疗效等。

消保委 建议

## 聚焦新型消费,监管引导并行

今年“五一”假期的舆情热点呈现“新旧交替”的特点,既有新型消费,也有“老生常谈”。省消保委建议,面对周边游、本地游的“露营热”“野餐热”的兴起,商家和相关部门要关注其存在的消防安全隐患、人员聚集风险。面对文旅市场新业态、新消费产品,景点在加强自媒体宣传和网红引导的基础上,应当提供更灵活、多样的服务。特别是节假日高峰时期,优化景区的限流预警、完善预约制度,引导消费者错峰游玩,合理分流,提高消费体验。

除了新型消费,餐饮、住宿、退票、交通等领域常规的消费问题层出不穷。今年假期,由于自驾出行家庭增加,许多景区附近的交通拥堵仍是消费者讨论热点。此外,酒店临时加价、更改订单等行为层出不穷,消费者作为弱势一方很难维权。对于此类假期多发、易发舆情的领域,省消保委呼吁建立并完善应急处置方案,提前安排部署,明确工作重

点,把舆情防范“端口迁移”,也让监管“治标也治本”;对外提前预测公众预期,打好“预防针”,做好消费预警,建立某行业或领域的消费状况预测机制,利用智能化手段及时告知消费者,例如加油站或景区排队状况、景区安全措施布局等。此外,要及时关注网民声音,在危机应对上多下功夫。

3.网购方面问题突出。根据舆情监测,在“五一”假期期间,江苏省内与网购相关的“吐槽”信息共6890条。消费者反映的主要问题有:快递物流延迟引起退费争议,如物流信息更新不及时,售后不及时等;部分网购渠道维权难;预售商品引起争议,如预售时间过长、预售规则不清晰等。

4.直播售货方面问题集中。根据舆情监测,在“五一”假期期间,江苏省内与直播相关的“吐槽”信息共1145条。问题主要集中在货物质量难保障,如产品瑕疵多、虚假发货等;售后维权难、退货难,如“直播间”消失等情况;宣传不实等情况客观存在等。

5.文娱消费存隐患。新型娱乐项目蓬勃兴起,院线与密室逃脱等文娱消费场所的投诉小幅增多。院线方面存在电影票退改签问题;密室逃脱等新型文娱项目存在预订单退费不及时等问题。此外,部分消费者反映,一些密室门店的商家规则告知不清,事前风险提示告知较为随意,甚至可能存在安全隐患。

省消保委建议,作为监管者,需要及时关注职责范围内的舆情苗头,设立风险预判机制,既要管,又要引,将监管和科普同时进行。作为企业,追逐利益的同时更要肩负起社会责任,越是“网红”越要“爱惜羽毛”,加强自律和自我约束,做好产品、服务的把关,把风险扼杀在摇篮里。作为消费者,也是网络发声者,避免“人云亦云”,切忌盲目跟从,做到理性消费,同时积极正确表达诉求。只要多方共同发力,确保舆情及时化解,就能有效保障消费者合法权益,全面营造安全、放心的消费环境。

科学防疫  
绝不松懈少聚餐 分餐制  
家庭就餐用公筷