

优化消费环境 提振消费信心

上海市市场监督管理局

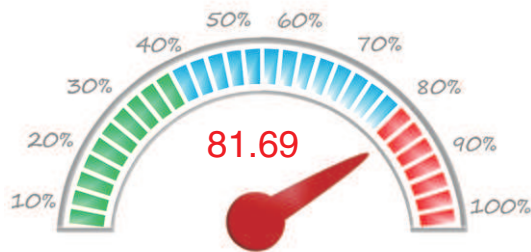
2022年上海市消费者满意度调查情况发布

受疫情影响满意度略有下降

□法治报记者 徐慧

为打造有品质、有温度的消费环境，上海市市场监管局连续第四年开展上海市消费者满意度调查。2022 年上海市消费者满意度指数为 81.69 分，消费环境指数得分为 84.85 分。

因 2022 年上半年受到疫情影响，2022 年度上海市消费者满意度指数以及消费环境指数都较 2021 年有所下降，但仍比 2020 年有所上升。上海市消费者满意度指数连续三年都位于 80 分以上，消费环境指数更是连续三年都在 83 分以上，各指标中打分四分及以上的比例都在 90% 以上，说明消费者满意度整体在上升，本市大部分消费者对于上海市的消费情况仍持正面评价。



● 2022 年上海市消费者满意度指数

不同群体满意度有差别

● 年龄：最高分与最低分仅相差 2.98

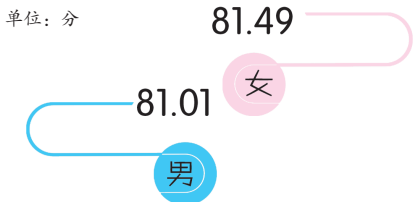
调查报告显示，在对上海市不同年龄段的消费者满意度得分进行统计后发现，其中各年龄段得分分别为：20 周岁及以下 82.30 分，21-30 周岁 80.62 分，31-40 周岁 81.35 分，41-50 周岁 82.27 分，51-60 周岁 83.60 分，61 周岁及以上 81.44 分。

与往年相比，2022 年满意度最高的消费者群体变成了 51-60 岁的消费者，41-50 岁消费群体的本年度满意度也出现上升。而在去年满意度最高的 20 岁以下的消费群体今年的满意度有所下降。但最高分与最低分仅相差 2.98 分，各个年龄段的消费者满意度差异其实并不大。

● 性别：差别不大 女性满意度略高

对上海市不同性别的消费者满意度指数得分进行统计。其中，女性为 81.49 分，男性为 81.01 分。不同性别消费者的满意度得分差异为 0.48 分。从近三年的情况来看，女性消费者的满意度呈现上升，而男性消费者的满意度有所下降。

● 不同性别消费者满意度指数得分示意图



● 学历：硕士学历消费者满意度有所增加

上海市不同学历消费者的满意度得分具有一定差距。总体而言，随消费者学历的提高消费者满意度得分有所下降的趋势：高中及以下 83.91 分，硕士 81.85 分，大专 80.87 分，本科 80.12 分，博士及以上 77.91 分。最高分与最低分相差 6 分。

与去年相比，博士及以上学历和大专学历消费者群体的满意度降幅最大，分别为 3.67 分和 3.96 分，硕士学历的消费者群体的满意度则增加了 2.4 分。

● 不同家庭年收入水平满意度均超 80 分

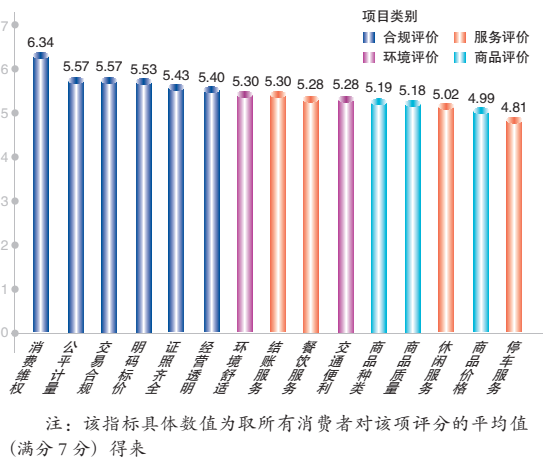
对上海市不同家庭年收入水平的消费者满意度得分进行统计，不同家庭年收入水平的消费者满意度得分均在 80 分以上，其中收入 10 万元以下的人群得分最高，为 83.38 分；家庭收入 20-30 万元的人群得分较低，为 80.21 分。

与去年相比，不同家庭收入的消费者满意度都有所下降，只有 10 万元以下和 100 万元以上的家庭消费者满意度有所提升。

放心消费各项指标排名靠前

为打造有品质、有温度的消费环境，本次调查通过“消费者维权”“政府监管”“特色活动数量”“交易评价”“知情权评价”等指标反映消费环境建设中的优势与不足，衡量上海市消费的基础设施建设、法制建设等方面。经计算，2022 年上海市消费环境指数得分为 84.85 分。

消费者对上海市消费环境各项指标评分的结果显示：放心消费层面上的各项基础指标均排名靠前，在配套服务、体验性消费、商品评价等方面的指标分数相对较低。这表明上海市的消费环境已经能够满足消费者的基本消费需求。如何加强营造品质消费环境、提升现有设施配置水平以满足消费者的消费需求，是未来上海市消费环境建设中应该注意的方向。



近9成受访者满意维权处理结果

调查显示，71.50% 受访者在消费中有投诉维权经历。其中，受访者中通过向有关行政部门或消费者权益保护组织进行投诉的方式进行维权的占比最高，为 48.87%；其次为与经营者协商，占比为 44.81%。

而在有维权经历的受访者中，86.2% 的受访者对本市维权渠道畅通度感到满意（5 分及以上）；6.73% 的受访者对本市提供的维权渠道畅通度感到基本满意（4 分）；7.07% 受访者对本市提供的维权渠道畅通度感到一般（3 分及以下）。

在消费维权处理效率方面，调查显示，86.32% 的受访者对维权时相关部门处理效率感到满意（5 分及以上）；7.07% 受访者对维权时相关部门处理效率感到基本满意（4 分）；6.61% 受访者对维权时相关部门处理效率感到一般（3 分及以下）。

对于消费维权的处理结果，调查显示，87.16% 的受访者对投诉维权的处理结果感到满意（5 分及以上）；6.75% 受访者对投诉维权的处理结果感到基本满意（4 分）；6.09% 受访者对投诉维权的处理结果感到一般（3 分及以下）。

消费者满意度核心指标分析

消费者满意度指数主要对“产品 / 服务多样性”“产品 / 服务特色性”“价格水平”和“服务效率”这 4 个指标进行分析。

● 产品/服务多样性

调查显示，67.69% 的受访者对上海市的产品或服务的多样性感到满意（5 分及以上）；20.34% 的受访者对上海市的产品或服务的多样性感到基本满意（4 分）；11.97% 受访者对上海市的产品或服务多样性感到一般（3 分及以下）。

● 产品/服务特色性

调查显示，65.19% 的受访者对上海市的产品或服务特色性感到满意（5 分及以上）；19.54% 的受访者对产品或服务特色性感到基本满意（4 分）；15.27% 的受访者对上海市的产品或服务特色性感到一般（3 分及以下）。

● 价格水平

调查显示，61.83% 的受访者对上海市消费价格水平感到满意（5 分及以上）；24.84% 的受访者对价格水平感到基本满意（4 分）；13.33% 的受访者对上海市消费价格水平感到一般（3 分及以下）。

● 服务效率

调查显示，68.18% 的受访者对上海市消费服务效率感到满意（5 分及以上）；20.07% 的受访者对消费服务效率感到基本满意（4 分）；11.75% 的受访者对消费服务效率感到一般（3 分及以下）。

疫情对消费者满意度的影响

由于疫情影响，2022 年 3-5 月上海购物中心按下“暂停键”。随着疫情防控形势的持续向好，2022 年 6 月 1 日之后上海购物中心全面恢复营业。但是根据上述调查结果发现，今年的消费者满意度分数较去年有所下降。

调查显示，66.01% 的受访者认为疫情对此次消费者满意度的影响程度较高（5 分及以上）；21.03% 的受访者认为疫情对此次消费者满意度的影响一般（4 分）；而 12.96% 的受访者认为疫情对此次消费者满意度的影响较小（3 分及以下）。18.73% 的受访者认为疫情对店铺开业率影响最大，此外，进出管理、价格水平分列疫情影响主要因素的第二、三位。

