

2021年

中国在线旅游消费投诉数据与典型案例报告

数据来源： 电数宝
电商大数据库

案例来源： 电诉宝
网络消费纠纷调解平台

发布时间：2022年01月25日

报告编制：网经社电子商务研究中心



更多报告下载

目录

一、报告摘要	3
二、整体数据	3
(一) 投诉问题类型分布	4
(二) 投诉地区分布	4
(三) 投诉用户性别分布	5
(四) 投诉金额区间分布	6
三、评级数据与典型案例	8
(一) “联联周边游”投诉数据与典型案例	8
(二) “走着瞧旅行”投诉数据与典型案例	9
(三) “旅划算”投诉数据与典型案例	11
(四) “爱订不订”投诉数据与典型案例	14
(五) “骑驴游”投诉数据与典型案例	17
四、关于我们	17
(一) 关于电诉宝	21
(二) 关于网经社	24

一、报告摘要

随着互联网+大潮的涌动，在线旅游平台兴起，使消费者打开手机，足不出户就可以完成旅行线路规划。为消费者带来极大便利的背后，在线旅游行业也曝露出种种乱象。

“五一”“十一”旅游消费旺季结束后，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）显示，在线旅游(OTA)成为消费投诉“重灾区”，订票、出行、酒店住宿、旅游景点消费的各环节都存有诸多猫腻。问题集中表现为收取高额退票费、订单无法消费、下单后难预约、退改签遭拒、货不对板、特价商品拒绝退款等。



同时，据“电诉宝”2021年受理的在线旅游领域用户有效投诉显示，入选投诉榜有联联周边游、走着瞧旅行、旅划算、飞猪、爱订不订、携程、去哪儿、骑驴游、同程旅行、123微旅行、艺龙、小猪短租、途家、青芒果旅行网、东走西走、驴妈妈、马蜂窝、途牛、发现旅行、贝壳找房、乐乐酷、凯撒旅游、云客赞、琥珀亲子等。

在此背景下，2022年1月25日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2021年全年受理的全国413家互联网消费平台纠纷案例大数据，我国“一带一路”TOP10影响力社会智库网经社电子商务研究中心发布了《2021年度中国在线旅游消费投诉数据与典型案例报告》。

二、整体数据

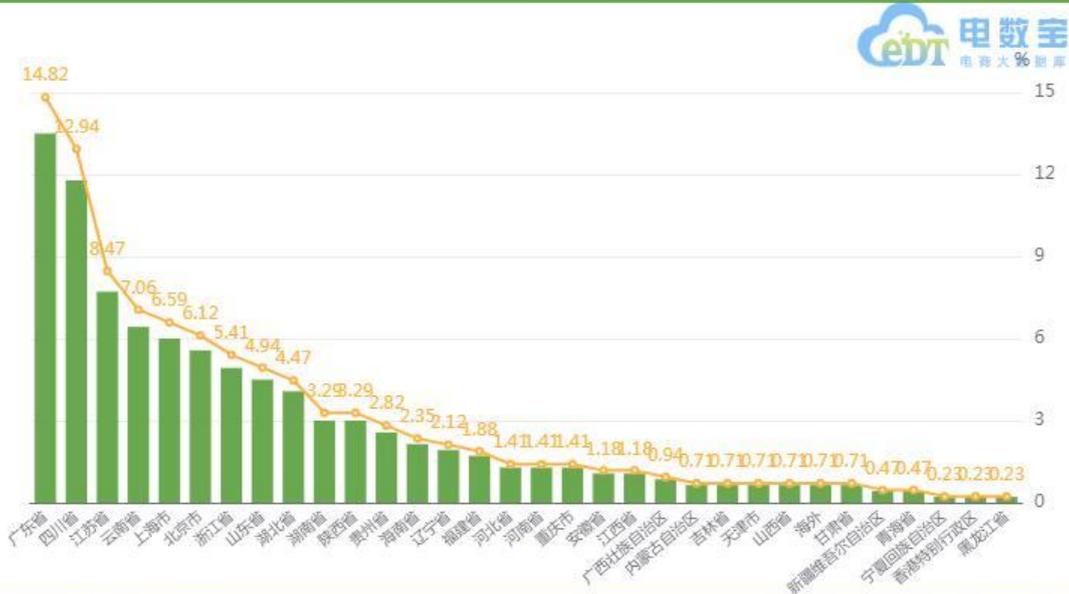
（一）投诉问题类型分布



据“电诉宝”显示，2021年全国在线旅游用户投诉问题类型排名前十的依次为：**退款问题**（56.71%）、**霸王条款**（8.23%）、**网络诈骗**（7.06%）、**订单问题**（7.06%）、**售后服务**（5.41%）、**虚假促销**（4.24%）、**网络售假**（2.35%）、**高额退票费**（2.12%）、**发票问题**（1.41%）、**其它**（1.18%）。

（二）投诉地区分布

2021年全国在线旅游投诉地区分布



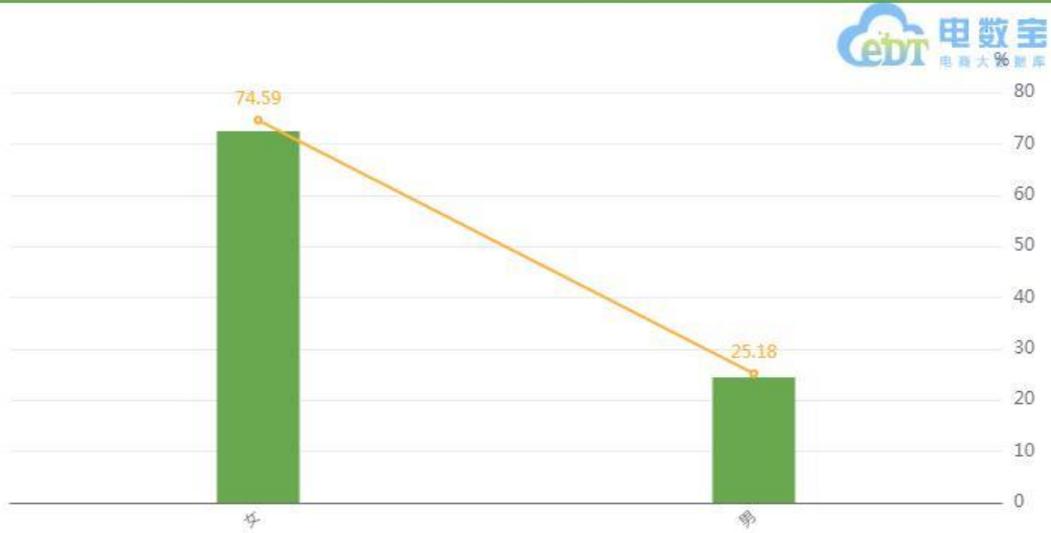
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

同时，“电诉宝”受理投诉用户聚集地区 TOP20 依次为广东省（14.82%）、四川省（12.94%）、江苏省（8.47%）、云南省（7.06%）、上海市（6.59%）、北京市（6.12%）、浙江省（5.41%）、山东省（4.94%）、湖北省（4.47%）、湖南省（3.29%）、陕西省（3.29%）、贵州省（2.82%）、海南省（2.35%）、辽宁省（2.12%）、福建省（1.88%）、河北省（1.41%）、河南省（1.41%）、重庆市（1.41%）、安徽省（1.18%）、江西省（1.18%）。

（三）投诉用户性别分布

2021年全国在线旅游投诉性别分布



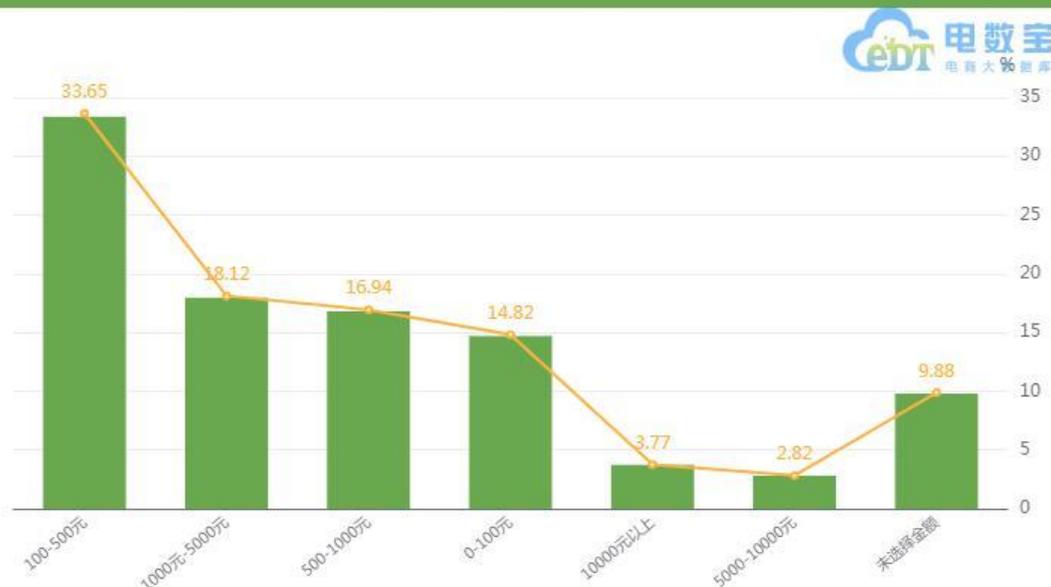
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，在线旅游 2021 年女性用户投诉比例为 74.59%，男性用户投诉比例为 25.18%。

（四）投诉金额区间分布

2021年全国在线旅游投诉金额分布



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，2021年在线旅游投诉金额分布主要集中在100-500元（33.65%）、1000-5000元（18.12%）、500-1000元（16.94%）、0-100元（14.82%）、10000元以上（3.77%）、5000-10000元（2.82%）、未选择金额（9.88%）。

同时，据悉，榜单依据反馈率、反馈时效、满意度多项指标，由系统建模、自动评估、公开披露，其数据评级完全由平台智能化生成，独立、客观、公正。

统计数据可选择时间段进行查询，来源为电诉宝（网络消费纠纷调解平台）所选时间内接到的用户有效投诉案例库。

综合指数=平台回复率*0.5+回复时效性*0.3+用户满意度/10*0.2。

平台回复率：平台移交给被投诉电商用户投诉，被投诉电商的有效回复率。

回复时效性：平台回复时间小于72小时为1.0，回复时间大于72小时且小于120小时为0.6，回复时间大于120小时为0。

用户满意度：10分满分制，数据只截取已评分的用户投诉，未评分的用户投诉将不纳入满意度数据基数的统计。

评级划分由综合指数高低决定，不建议下单 $\in [0,0.4)$ ，谨慎下单 $\in [0.4,0.75)$ ，建议下单 $\in [0.75,1.0]$ 。对未入驻或未取得售后联系方式的电商平台“不予评级”。

由于投诉量的多少与平台的市场占有率有直接关联，故投诉量不列入评级统计范畴。

本榜单所有数据均由系统后台根据各电商平台上述行为，依据上述模型算法自动生成，不受任何人工因素影响。

本榜单选取平台标准为选取时间段内用户有效投诉量为5条及以上，5条以下平台不列入评级统计范畴。

本榜单据实时更新，榜单所有数据及排名仅代表查询当时。

三、评级数据与典型案例

(一) 2021年“联联周边游”获“谨慎下单”评级

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2021年“联联周边游”共获得18次消费评级，其中13次获“谨慎下单”评级、5次获“不建议下单”评级，最终获“谨慎下单”评级。同时，“联联周边游”存在退款问题、霸王条款、售后服务的问题。

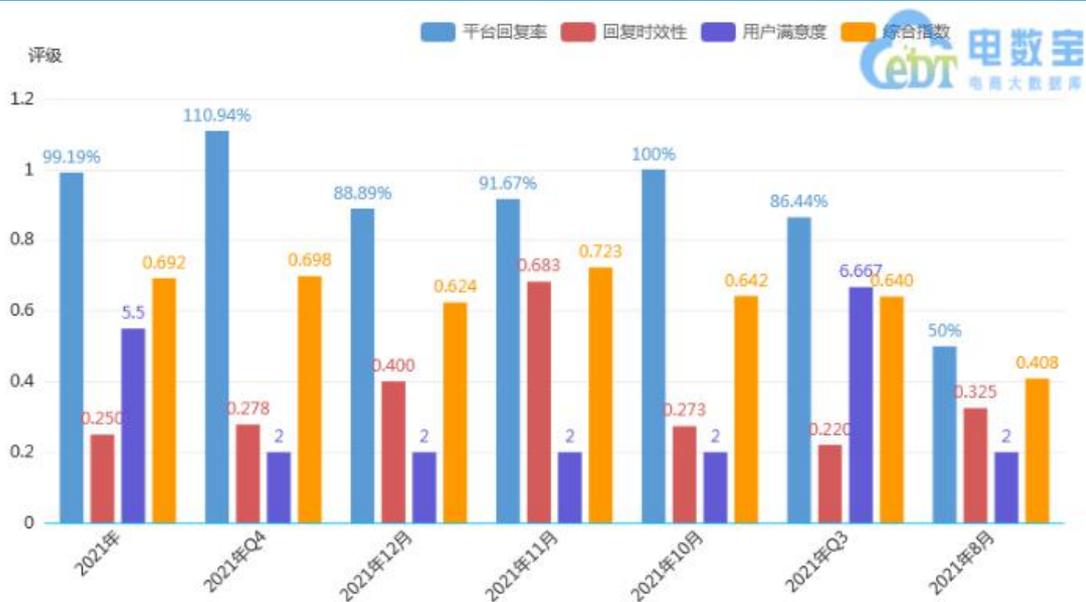
联联周边游电商消费2021年评级数据						
年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2021年	全年	99.19%	0.250	5.500	0.692	谨慎下单
2021年	第四季度	110.94%	0.278	2.000	0.698	谨慎下单
2021年	12月	88.89%	0.400	2.000	0.624	谨慎下单
2021年	11月	91.67%	0.683	2.000	0.723	谨慎下单
2021年	10月	100.00%	0.273	2.000	0.642	谨慎下单
2021年	第三季度	86.44%	0.220	6.667	0.640	谨慎下单
2021年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2021年	8月	50.00%	0.325	2.000	0.408	谨慎下单
2021年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2021年	上半年	51.56%	0.175	8.400	0.482	谨慎下单
2021年	第二季度	106.45%	0.065	0.000	0.552	谨慎下单
2021年	6月	42.86%	0.000	0.000	0.214	不建议下单
2021年	5月	100.00%	0.250	0.000	0.575	谨慎下单
2021年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2021年	第一季度	82.35%	0.288	7.000	0.646	谨慎下单
2021年	3月	40.00%	0.260	0.000	0.278	不建议下单
2021年	2月	60.00%	0.400	10.000	0.620	谨慎下单
2021年	1月	92.31%	0.200	7.333	0.675	谨慎下单

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）
数据来源：WWW.100EC.CN



2021 年全年，“联联周边游”平台回复率为 99.19%，回复时效性为 0.250，用户满意度为 5.500，综合指数为 0.692。

联联周边游电商消费2021年评级数据全部指标对比图



图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

【案例一】“联联周边游”被指无售后服务 退款以超过 7 天被拒 回应：

已解决

11月12日，贵州省的肖女士向“电诉宝”反映称她于10月25号在联联周边游购买了一件棉服，11月5号晚上收到货，试了不喜欢，想退货。在app上找在线客服，只有机器人回答，退货需要转人工，但是人工客服一直都是没有人在，只能留言，留言了两次也没有人回复。期间还打了好几次电话客服，一直也是没有人接听，今天终于找到个微信，联系后说超过了七天，不能退，但是自己一直找不到售后，没办法退货。肖女士表示而且正常算今天应该也是收货后的第七天，用这种理由拒绝退货，完全没有道理。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台相关工作人员督办妥善处理。对此，联联周边游工作人员向“电诉宝”发来反馈称：带来不好的服务体验非常抱歉，经核实用户提出事项以及用户的诉求，已于2021年11月15日处理完成。温馨提示：如对产品某些条款比较介意，请您酌情购买，避免发生后续困扰，感谢您对联联的支持。

【案例二】用户反映疫情不可抗力因素 “联联周边游”不配合退款且收高额退票费

9月22日，广东省的黄先生向“电诉宝”反映称他于9月15日晚上在联联周边游微信小程序上购买了【双人畅玩迪士尼·住周边五钻酒店·超长有效期】，由于伙伴行程问题及疫情原因，在9月16日早上联系客服说明退款需求，客服初次商量的结果是劝说不要退款且表明退款会收取手续费但并没有明确说明。因客服不配合退款，选择了在微信支付的订单上投诉该平台。投诉后该平台的答复是只退还80%费用，原因是这是他们公司规定的，但是这些规定并没有显示在购买优惠券商品的那个页面上。

黄先生称根据《旅游法》规定，购买门票时，由于不可抗力因素，可将在七日前全额退款。迪士尼官方也表示，由于疫情原因，可将迪士尼门票全额退款，而且自己所购买的优惠券商品并没有马上预约，有效期更是远远没到，完全不影响二次销售，所以没有任何一个平台有充分的理由要扣自己20%的费用，现在只希望该平台能够全额退还所有费用。

【案例三】“联联周边游”被指霸王条款 过期未使用订单不予退款

8月6日，河北省的曹先生向“电诉宝”反映称在2020年8月19日，通过联联周边游廊坊站微信端购买了价值128元的大巴扎的姑娘餐厅套餐。购买后没有去消费，等想到去消费时，发现已过期。曹先生表示商家及平台这段时间一直未提示尽快消费信息，过期提醒，没有尽到过期提醒的责任。另外美团，大众等平台，所有团购产品都支持过期退，随时退，为什么联联周边游会特殊？

曹先生称依据2011年3月12日，国家工商行政管理总局以工商市字[2012]39号印发《关于加强网络团购经营活动管理的意见》团购网站经营者应当遵守《消费者权益保护法》中关于退货、退款的相关规定，不得排除消费者依法拥有的退货、退款等权利。团购网站经营者以预收款方式销售团购商品或服务，不得设定过期未消费预付款不退或者限定款项只能退回网站账户等限制。依据法律法规，联联周边游就应该在消费者未使用其任何优惠团购产品后给予自己全额退款。

（二）2021年“走着瞧旅行”获“谨慎下单”评级

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2021年“走着瞧旅行”共获得18次消费评级，其中，13次获“建议下单”评级、5次获“谨慎下单”评级。同时，“走着瞧旅行”存在退款问题、霸王条款、售后服务的问题。

走着瞧旅行电商消费2021年评级数据

年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2021年	全年	98.28%	0.859	3.273	0.831	建议下单
2021年	第四季度	96.15%	0.754	3.500	0.792	建议下单
2021年	12月	75.00%	0.750	0.000	0.600	谨慎下单
2021年	11月	100.00%	0.650	0.000	0.695	谨慎下单
2021年	10月	100.00%	0.867	8.000	0.920	建议下单
2021年	第三季度	100.00%	0.944	3.143	0.863	建议下单
2021年	9月	100.00%	1.000	4.667	0.907	建议下单
2021年	8月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2021年	7月	70.00%	0.700	2.000	0.620	谨慎下单
2021年	上半年	100.00%	0.792	2.000	0.798	建议下单
2021年	第二季度	100.00%	0.760	2.000	0.788	建议下单
2021年	6月	100.00%	0.886	2.000	0.826	建议下单
2021年	5月	100.00%	0.333	0.000	0.600	谨慎下单
2021年	4月	100.00%	0.840	0.000	0.752	建议下单
2021年	第一季度	100.00%	0.844	2.000	0.813	建议下单
2021年	3月	100.00%	0.933	2.000	0.840	建议下单
2021年	2月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2021年	1月	100.00%	0.500	2.000	0.710	谨慎下单

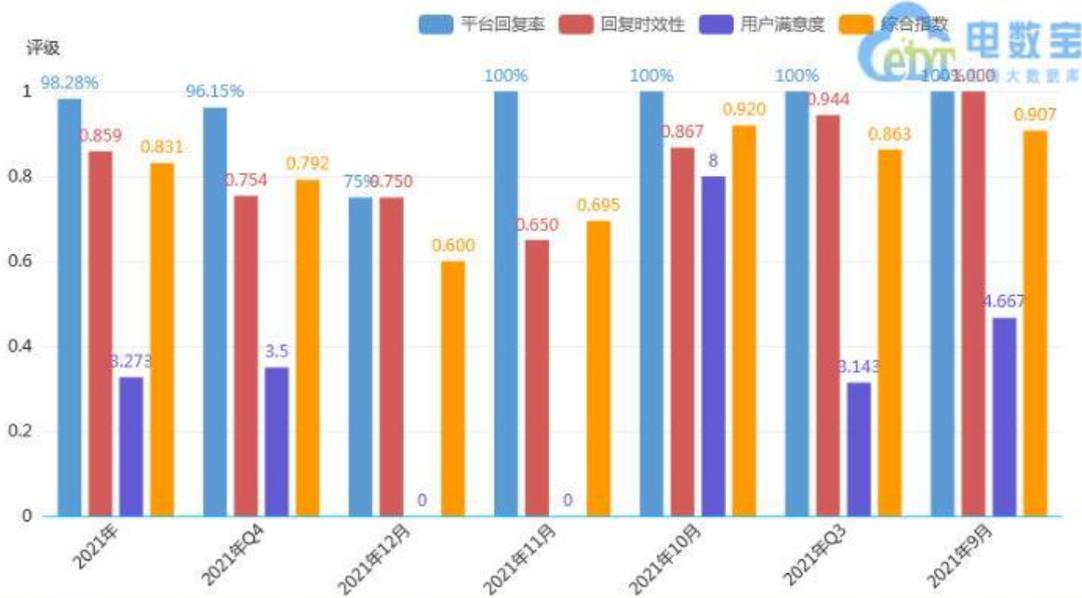
图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN



2021 年全年，“走着瞧旅行”平台回复率为 98.28%，回复时效性为 0.859，用户满意度为 3.273，综合指数为 0.831。

走着瞧旅行电商消费2021年评级数据全部指标对比图



图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

【案例一】 用户投诉疫情反复无法出行 “走着瞧旅行”退款分三期返还引不满

12月24日，四川省的李女士向“电诉宝”投称她于2019年在走着瞧旅行购买了贵州旅行2份，共计1176元的旅行产品。但是因国内疫情反复，一直无法出行，2020年做过一次延期，但疫情一直没有结束，无法出行，故要求退费。

李女士称走着瞧先是说不退，在自己强烈要求之后，走着瞧说要分三期，共三个月退。自己再次拒绝后，走着瞧说如果全额一次性退，就要等二三个月。李女士表示不能接受这样的霸王条款，要求走着瞧全额及时退款。

【案例二】霸王条款？用户投诉“走着瞧旅行”退费仅退40%还迟迟不到账

10月14日，福建省的吴女士向“电诉宝”反映称她于2020年12月2号，通过陪玩时光公众号推荐购买了三张走着瞧“雪国列车”旅游套票，价格共计2087元，通过线上购买，微信支付，未开具发票。12月4日用了两张票，后面

被导游诱导加了四千多元钱购买其它体验项目。吴女士基于走着瞧的团票体验差和服务差的问题，以及自己正在备孕的情况，就像把剩下的一张团票退了，客服说只能退还导游、车费、用餐和保险等未发生的费用 40%。

吴女士称从 2021 年 8 月初申请，到 2021 年 9 月底还是没有退还到账，无限推脱。后来再细看平台的退订须知不能退全款的理由，简直就是霸王条款，严重侵犯消费者权益，购买套票还没报团并没有享受任何服务，酒店和景区门票等均未发生实际费用。现吴女士要求全额退还自己应得余款，并在合法时间内到账。

【案例三】因疫情原因申请退款遭拒“走着瞧旅行”被用户投诉

7 月 27 日，辽宁省宋先生向“电诉宝”投诉称自己在走着瞧旅行购入两个贵州游套餐。现在由于疫情原因想要退票，在平台申请退款，但是卖家表示宋先生的订单相当于是签了个协议，退票要收取百分之六十的违约金。但是宋先生在付款时根本没有任何关于这方面的违约金的提示。而且宋先生认为，网上的旅游订单就是一个商品，哪来的协议一说。再其次就算是有协议，在没有享受到任何服务的情况下，百分之六十的违约金也是过高的，不合理的。对此，宋先生的诉求是无条件退款，不能扣取任何费用。

（三）2021 年“旅划算”获“不建议下单”评级

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2021 年“旅划算”共获得 18 次消费评级，其中，13 次获“建议下单”评级、5 次获“谨慎下单”评级，最终获“谨慎下单”评级。同时，“旅划算”存在退款问题、虚假促销、售后服务的问题。

旅划算电商消费2021年评级数据

年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2021年	全年	78.18%	0.142	10.000	0.633	谨慎下单
2021年	第四季度	52.17%	0.139	10.000	0.503	谨慎下单
2021年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2021年	11月	40.00%	0.240	0.000	0.272	不建议下单
2021年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2021年	第三季度	96.88%	0.144	0.000	0.527	谨慎下单
2021年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2021年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2021年	7月	40.00%	0.400	0.000	0.320	不建议下单
2021年	上半年	23.81%	0.124	0.000	0.156	不建议下单
2021年	第二季度	70.00%	0.200	0.000	0.410	谨慎下单
2021年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2021年	5月	40.00%	0.400	0.000	0.320	不建议下单
2021年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2021年	第一季度	54.55%	0.055	0.000	0.289	不建议下单
2021年	3月	40.00%	0.000	0.000	0.200	不建议下单
2021年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2021年	1月	100.00%	0.600	0.000	0.680	谨慎下单

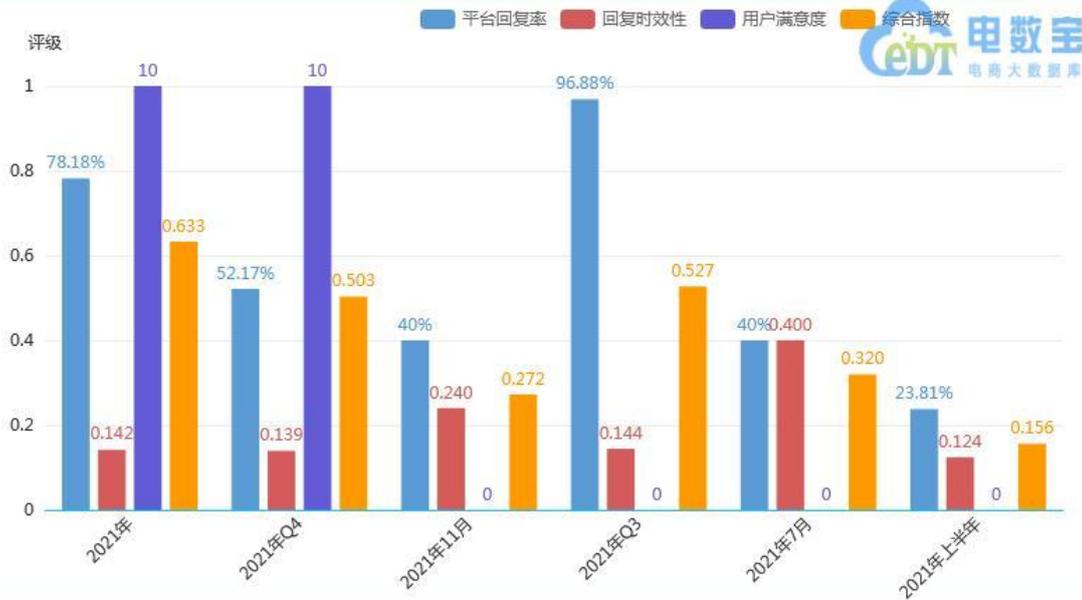
图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN



2021 年全年，“旅划算”平台回复率为 78.18%，回复时效性为 0.142，用户满意度为 10.000，综合指数为 0.633。

旅划算电商消费2021年评级数据全部指标对比图



图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

【案例一】用户反映“旅划算”视频会员年无法领取使用 多次联系客服说法不一

12月1日，广东省的赵女士向“电诉宝”投诉称她于2021年6月份在旅划算广州站平台购买了九大视频会员年卡，每月可选择一次，刚用了四个月就无法再领取，多次联系该平台客服，每次说法均不一致，有说系统升级的，有说网络故障的，有说因为领取人员多，请稍后再试的，也有说要换成其他视频的，还有说有退款方案，按照使用月数折算图退款的。

赵女士表示对于以上回复，有忽悠消费者的嫌疑。赵女士要求旅划算平台按购买时的承诺让消费者享受满1年的权益，如无法满足，因旅划算平台存在欺骗及忽悠消费者，而且违反合约在先，要求旅划算平台全额退款。

【案例二】“旅划算”被指原定三天内退款过期仍未退 客服不解决问题

11月4日，湖北省的邱女士向“电诉宝”投诉称她于2021年10月13日在

旅划算看到有餐饮团购价，然后团购买了一份价值 178 元的 2-3 人一棠龙虾餐饮券，有效期至 2021 年 10 月 31 日。到店发现购买团购券已过期，有效期到后询问旅划算客服到期没有提示，退款怎么也没有记录，旅划算客服回复未使用三天内退款原路返回，现已超过期间仍未退款，再次询问旅划算客服一直冷处理也回复不解决问题。到店询问一棠龙虾餐饮店回复他们也受理不了，因为未使用所以需要联系小程序退款。

【案例三】“旅划算”欺诈消费者？用户投诉补差价订房被告知已订满无法退款

9 月 26 日，广东省的谢先生向“电诉宝”反映称他于 2021 年 9 月 24 日在旅划算平台，咨询上水精品设计酒店别墅含早晚餐特惠套票，得知当晚可以预订该酒店，但是需要知道 1388+500（价差）就可以预订当晚的入住酒店，所以马上交付了 1388+500 元，在当天就被告知该酒店当晚已经住满人，不能被预约当天，然后当时自己就明确需要退款，当时客服答复说等通知。

谢先生称在 9 月 26 日被告知不能退款，可以在有效期内继续使用该套餐服务，谢先生觉得该商家存在欺诈消费者行为，明明没有房号，确告知可以预订当晚的酒店，在交款后不能预订酒店，又告知不可以退款，明显存在欺诈消费者的行为，谢先生希望平台尽快退还所交款项。

（四）2021 年“爱订不订”获“不予评级”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2021 年“爱订不订”共获得 12 次消费评级，均获“不予评级”。同时，“爱订不订”存在退款问题、网络欺诈、订单的问题。

爱订不订电商消费2021年评级数据

年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2021年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2021年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2021年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2021年	11月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2021年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2021年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2021年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2021年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2021年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2021年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2021年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2021年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN



【案例一】用户投诉“爱订不订”利用公众号虚假销售 订单没记录客服无法联系

12月22日，辽宁省的郭女士向“电诉宝”投诉称她在2021-04-16日在爱订不订上购买的399元华君温泉度假酒店套房，近日准备预约消费时发现公众

号里订单已经不显示，以往在该号的消费记录也被删得干干净净，其在线客服也无法联系。

郭女士表示后经搜索发现该公司微信号自七月底已无更新，网上已有多人投诉该公司，投诉内容基本相似。现发起投诉：广州爱订科技网络有限公司涉嫌利用其微信公众号向公众虚假销售公司产品。

【案例二】用户反映“爱订不订”收款后消费无法查询订单 退费犯了难

11月12日，山东省的李女士向“电诉宝”投诉称她于2021年4月16日通过爱订不订电商平台，购买了阿拉丁温泉+酒店金汤卡498元套餐。活动有效期：2021-3-26至2021-12-31。10月份想预约温泉酒店，显示没有订单。多次致电爱订不订客服电话，一直无人接听。在小程序客服留言反映情况，始终无回复。致电阿拉丁温泉客服电话，也查询不到订单。

李女士表示据客服人员说：类似情况较多，建议去投诉解决。李女士认为爱订不订电商平台侵害了自己的权益，涉嫌欺诈，李女士的诉求是将498元退款。

【案例三】疫情原因无法进出 用户反映“爱订不订”让自行联系商家不处理退款

8月3日，云南省的窦女士向“电诉宝”反映称她于2020年8月29日在“爱订不订”平台上购买了五张名为：199元蜂抢龙安酒店2大1小套餐的住宿票，总共价值：995元。现在因云南省德宏州疫情反复，该龙安温泉商家属于云南省德宏州陇川县抵边村，陇川疫情指挥部禁止开放。

窦女士称因为自己是瑞丽人，不能随便进出，因此联系爱订不订，爱订不订一直没有人接电话，只有留言给客服，客服让联系商家，商家已经联系不到，作为中间平台，商家也没有收到钱，为什么不能给退款呢？

（五）2021年“骑驴游”获“不予评级”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2021年“骑驴游”共获得13次消费评级，均获“不予评级”。同时，“骑驴游”存在虚假促销、退款问题、网络欺诈的问题。

骑驴游电商消费2021年评级数据

年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2021年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2021年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2021年	11月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2021年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2021年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2021年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2021年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2021年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2021年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2021年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2021年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2021年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2021年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN



【案例一】“骑驴游”活动套餐无法兑现 用户反映操作条件不切实际

9月1日，广东省的陈女士向“电诉宝”反映称她于2021年8月13日购买骑驴游的肯德基活动套餐，但一直都不能兑现，无论何时，兑现总是显示“售罄”。而且其兑换操作条件也不实际，要顾客在9-23点时间内兑换，兑换后必须10

分钟内到达取餐。但如果在需要兑换的时间点兑换，实际上是兑换就兑换不了的，哪怕一到 9:00 兑换也售罄。换任何一家门店都一样的情况，平台也不给退款。

陈女士表示怀疑该公司利用大品牌的活动骗钱，因为很多人都不会认为像肯德基这样的企业会对常规产品有所限制购买，所以进行投诉。

【案例二】霸王条款？“骑驴游”商品无法预约也不给退款

11 月 8 日，广东省的游先生向“电诉宝”投诉称他于 2021 年 11 月 2 日在骑驴游微信链接平台购买“清远佛冈碧桂园独栋别墅一套”，出现了无法预约入住别墅，且预约金额无法申请退还，与售后客服员沟通无果。

游先生表示该家公司打折特价的噱头让客户先付钱，后再预约，然后也没有真正的特价，最后再以特价为由，未消费的东西不能退钱。如果平台根本就没有准备房源，其属于欺诈行为，平台获取了不正当利益。平台通过格式合同规定这种不退不改的霸王条款是无效的。游先生的诉求是追回自己的资金。

四、关于我们

（一）关于电诉宝

网经社电子商务研究中心法律权益部成立于 2010 年，专注于互联网的消费者权益维护，兼顾法律（推动立法、电商法规、法律案例分析、法律援助）、媒体、电商信用、电商质检、安全、电商物流。实时跟踪把握电商法律动态，研究并运营有“电诉宝”、“电子商务法律求助服务平台”等业内知名平台。

此前，网经社法律权益部还参与由国家工商总局牵头发起的《网络商品及服务交易监督管理条例》的立法工作并担任立法组成员。

网经社电商法律权益服务体系



“电诉宝”（网络消费纠纷调解平台；315.100EC.CN）运行十余年，与全国数百家电商建立对接，致力于为广大电商用户解决网络消费纠纷，帮助广大电商提升用户购物体验与售后服务，以自身独有的客观公正性、中立性、权威性，稳居全国影响力与公信力前列的“第三方电商投诉维权服务平台”，并有 20 余名电商行业资深律师常年开展坐镇咨询与维权服务，平台投诉纠纷解决率在 80% 以上，深受全国各地网购用户信赖。

根据平台受理的客诉“大数据”和真实案例，每月度、季度、半年度、年度公开发布客观用户体验报告和相关榜单，已连续十余年发布，被业内视为“电商 315 风向标”，被全国广大用户、企业、媒体、政府所认可和引用。

新平台于 2018 年 315 前夕正式上线运行。新系统实现“一键投诉”、24h 在线、自助维权、同步直达、实时处理、进度查询、满意度评价、律师坐堂法律求助，还有大数据分析功能，真正实现了“天天 315”，成为千千万万电商用户的“网购维权神器”。

此外，为了更好地帮助电商平台更好的处理投诉。平台“绿色通道”服务向广大电商平台开放，电商可自主申请入驻，实时受理、反馈和查询用户满意度评价。

电诉宝
315.100EC.CN
电商维权直通车

- 投诉案例
- 曝光台
- 案例解读
- 法律求助
- 电商预警
- 微信投诉
- 自媒体爆料

电诉宝 全新升级 运行10年，对接近千家电商
1万+媒体采用，影响1亿+用户

在线投诉	进度查询	平台登录	
真实姓名*	姓名 <input type="text"/>	年龄* <input type="text"/>	性别* <input type="text"/>
所在地*	<input type="text"/>	邮箱* <input type="text" value="example@qq.com"/>	投诉对象* <input type="text" value="电商平台如淘宝、京东、..."/>

为了更好地营造公开、透明、健康的电商消费投诉环境，“电诉宝”公开版于2020年7月1日正式上线，新增用户投诉实时受理动态、月度平台投诉量TOP10、热点投诉地区等模块，让投诉过程透明化，一手掌握信息动态。

当前位置 > 首页

最新投诉 已移交 已受理 已评价

福建省 2020-07-31 09:49:37 未审核

联联周边游电商平台福州君豪酒店499套餐虚假产品，根本无法使用，拒不退款

本人2020.7.29在联联周边游电商平台购买一款福州君豪酒店499套餐，后发现平台无法完成预约，联系酒店，酒店表示必须平台预约并且她们目前没有和这家平台合作过。这个是一个虚假产品，电话客服从来无人接听，在线客服一直打太极。而且虚假产品，还不让我们退款。可恶至极。

[投诉对象] 联联周边游 领域：在线差旅 类型：网络售假 详情>

河南省 2020-07-31 09:48:45 未审核

以设置价格错位为由取消订单

我与2020年七月21买的婴儿奶瓶，商家以设置价格错误为由私自取消订单。

[投诉对象] 当当网 领域：商家纠纷 类型：订单问题 详情>

广东省 2020-07-30 18:01:06 未审核

拼多多平台

虚假发货 明明没有发货硬说发货了，结果一个星期都没有物流显示，欺骗消费者，辛辛苦苦等了一个星期，快递和商家联合起来扫描出中转物流信息，引导消费者误以为发货了，其实根本没有发货，只是快递公司给商家做假物流信息考核，如此行为，可恶至极，要求平台严格处罚次行为。

[投诉对象] 丽质睡衣店 领域：国内网购 类型：发货问题 详情>

浙江省 2020-07-30 17:22:34 未审核

我要投诉

电商入驻

投诉指南

电诉宝

网络消费纠纷调解平台

电商投诉，就上“电诉宝”

高效解决消费纠纷

投诉榜 更多

总榜	零售	服务	金融	物流	产业
1 淘宝	2 拼多多				
3 京东	4 联联周边游				
5 嗨字网	6 天猫				
7 绿森商城	8 洋码头				
9 飞猪	10 微信商家				
11 大塘小鱼	12 有赞				
13 小红书	14 旅划算				
15 苏宁易购	16 闲鱼				
17 当当	18 微拍堂				

（二）关于网经社

浙江网经社信息科技有限公司成立近 20 年，致力于打造大数据驱动的领先的数字经济综合服务平台。构建了网经社(数字经济门户)、网经社电子商务研究中心(我国“一带一路”TOP10 影响力社会智库)、“电数宝”(电商大数据库)、“电融宝”(数字经济投融资服务平台)、“电诉宝”(网络消费纠纷调解平台)等板块，提供面向平台、服务商和政府部门、VC/PE 提供品牌传播、研究咨询、数据报告、FA 等服务。

近一年来，网经社陆续上线 10 余个专业垂直门户矩阵，包括跨境电商台、产业电商台、数字零售台、数字生活台、教育台、移动出行台、数字健康台、共享经济台、社交电商台、社区团购台、农村电商台、直播电商台、物流科技台、金融科技台、法律消保台 等，通过 PC 端、移动端、小程序、自媒体和订阅近

3000 媒体，输出海量原创内容，覆盖并影响数亿业内用户。



公司总部位于杭州，系国内唯一拥有 A 股上市公司背景的数字经济媒体、智库和平台，母公司在全国拥有 30 个分支机构，员工 1000 余人，实力雄厚，是我国电数字经济行业的见证者与推动者。

网经社在工信部、公安机关网站合法备案运行，服务客户覆盖各大互联网上市公司、独角兽，以及国家和各地政府部门，有口皆碑。



拥有 **100+专业频道**，为全国用户提供全面、及时、专业的资讯，是国内领先的数字经济门户。

平均每年有 **5000余家**海内外媒体，超过 **10万篇**新闻报道中引用我们的数据、报告、分析、榜单等从中央到地方，为超过 **200家**各级政府部门提供了相关服务。

超过 **20000家**公司在海内外及投融资时，参考使用我们数据分析。

平均每年，超过 **10万人**参加我们主办或协办、演讲的数字经济论坛、沙龙活动，覆盖人群规模超百万。

国内上百家券商/基金/投行/机构在投资研究中参考我们的数据和推荐

超过 **1000+家**电商、**10000+家**数字经济企业依靠我们的信息、服务和解决方案不同程度提升了他们的经营业绩。

• **版权声明：**

1、本报告相关知识产权归网经社电子商务研究中心所有，任何部门、企业、机构、媒体等单位引用本报告数据、内容，均请注明：“根据网经社电子商务研究中心发布的《2021年度中国在线旅游消费投诉数据与典型案例报告》”。

2、本报告仅为参考研究资料，不构成投资、决策等任何建议，由此带来的风险请慎重考虑，网经社电子商务研究中心不承担因使用本报告信息而产生的任何责任。

3、报告涉及金额单位除特殊标注外，均默认为人民币（元）；本报告数据除特殊说明外，一般不含港澳台。

除参与上述报告合作外，我们欢迎也各电商平台及相关公司，基于各自平台大数据，开展个性化定制，包括但不限于：平台年度用户画像与大数据报告、公司案例研究专题研究报告、公司与竞对研究分析投资价值、平台合规性审查报告，以及公司所在细分行业关于平台模式、物流网络、金融科技、用户体验、财务分析、投融资、行业影响力、舆情口碑、用户体验评测、平台界面与功能服务评测等细分角度切入的行业性报告。

报告发布：网经社电子商务研究中心

发布时间：2022年1月25日

官方公众号 ID : i100EC

网购投诉平台 ID : DSWQ315

(近40万电商人都在看!)

(在线网购投诉)



电数宝 (DATA.100EC.CN)

电诉宝 (315.100EC.CN)

(12年沉淀 10万+条数据覆盖 4000+平台) (我要投诉)



网经社小程序码 (微信小程序搜网经社)

