

2022年度 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

案例来源： 电诉宝
网络消费纠纷调解平台

发布时间：2023年03月08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	4
（一）榜单数据	4
（二）投诉问题类型分布	7
（三）投诉地区分布	8
（四）投诉用户性别分布	8
（五）投诉金额区间分布	9
三、评级数据与典型案例	10
（一）“去哪儿”数据与典型案例	10
（二）“飞猪”数据与典型案例	12
（三）“联联周边游”数据与典型案例	15
（四）“旅划算”数据与典型案例	18
（五）“走着瞧旅行”数据与典型案例	21
（六）“如程”数据与典型案例	24
（七）“骑驴游”数据与典型案例	27
（八）“青芒果旅行网”数据与典型案例	29
四、关于我们	31
（一）关于“电诉宝”	31
（二）关于网经社	33

一、报告摘要

2022 年，新冠疫情的反复成为阻碍旅游市场复苏的最大阻力。年初开始多地疫情反复，到了 3、4 月份，上海、广州、北京等一线城市接连疫情爆发，再次开启了长时间的封控。到了下半年，疫情防控形势的向好，暑期迎来了短暂的出行高峰。此外，随着疫情防控政策加快调整以及相关扶持政策陆续出台，尤其是 12 月“新十条”的发布，用户的出行不再受到严格限制，给予旅游业的复苏带来众多利好。

随着旅游消费回暖，旅游出行方面投诉也不可避免的增多。尤其在国庆春节等旅游消费旺季结束后，在线旅游成为消费投诉“重灾区”。其中行程变动要求退票退款遭拒、预定的酒店无法入住、实际住宿条件与平台宣传不符，预定的酒店、景点、机票被无故取消订单等问题经常滋扰用户，影响出现体验。

顽疾不除，行业难获真正发展。3 月 15 日是“国际消费者权益日”，1 月 11 日，中国消费者协会公布 2023 年消费维权年主题“提振消费信心”。在此背景下，2023 年 3 月 8 日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”

(315.100EC.CN) 2022 年全年受理的全国 20 家在线旅游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例行发布《2022 年度中国在线旅游消费投诉数据与典型案例报告》。

报告公布了 2022 年全国在线旅游投诉榜，**联联周边游、飞猪、如程**位列前三。除此之外我们还收到了智行、高德、滴滴出行、哈啰出行、联动云租车、首汽约车、一喂直达等移动出行平台的投诉。

在“2022 年全国在线旅游消费评级榜”中，同程旅行获“**建议下单**”评级，去哪儿、飞猪、联联周边游等获“**谨慎下单**”评级，旅划算、走着瞧旅行等获“**不建议下单**”评级，如程、骑驴游、青芒果旅行网获“**不予评级**”。

此外，报告显示，2022 年全国在线旅游用户投诉问题类型排名前三名依次为**退款问题、霸王条款、网络欺诈**，占全行业投诉类型的六成。用户在线旅游投诉金额分布多集中在 1000-5000 元区间，投诉用户性别比例上多为女性用户，投诉比例达 64.71%。

2022年全国在线旅游典型投诉案例		
投诉时间	投诉平台	投诉案例
3月26日	青芒果旅行网	拖欠订房销售款后失联
7月22日	如程	拖欠保证金 官方一直冷处理
9月27日	彩贝壳	关闭未消费订单 导致无法退款
9月29日	侠侣亲子游	亲子游年票无法预约 退款遭平台拒绝
10月4日	旅划算	被指严重销售误导 所述套餐内容与实际不符
10月8日	走着瞧旅行	被指特价卡为商家推销噱头
10月29日	联联周边游	被指订单下单后未显示 申请退款还要扣除手续费
11月2日	去哪儿	强行出票不予退款
11月7日	骑驴游	套票无法预约无法退款
11月14日	飞猪	被指退票要消费者全部承担
图表编制：电诉宝		数据来源：315.100EC.CN

此外，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们从中选取十个典型投诉案例，涉及青芒果旅行网、如程、彩贝壳、侠侣亲子游、旅划算、走着瞧旅行、联联周边游、去哪儿、骑驴游、飞猪等平台。

二、整体数据

据“电诉宝”2022年受理的在线旅游用户维权案例，我们公布了2022年在线旅游投诉榜，2022年在线旅游评级榜，及整体行业用户投诉问题分布、用户投诉地区分布、用户投诉金额分布数据。

（一）榜单数据



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



- 首页
- 投诉榜
- 评级榜
- 律师团
- 报道
- 专题

当前位置 > 投诉榜

- 领域：
- 总榜
 - 数字零售
 - 数字生活
 - 数字健康
 - 数字教育
 - 跨境电商
 - 产业电商
 - 物流科技
 - 金融科技
 - 其他
- 行业：
- 全部
 - 在线旅游
 - 社区服务
 - 在线票务
 - 移动出行
 - 餐饮外卖
 - 家政服务
 - 美业服务
 - 共享经济
 - 互联网家装
 - 在线婚恋交友
 - 互联网维修
- 筛选：
- 2022
 - 全年

1	联联周边游	2	飞猪	3	如程	4	走着瞧旅行
5	携程	6	骑驴游	7	去哪儿	8	同程旅行
9	旅划算	10	青芒果旅行网	11	马蜂窝	12	彩贝壳
13	侠侣亲子游	14	123微旅行	15	爱订不订	16	微旅
17	发现旅行	18	途家	19	景程荟玩	20	蝌蚪亲子

(以上为投诉量排行榜)

根据“电诉宝”2022年受理的在线旅游领域用户有效投诉显示，入选投诉榜的前三名为联联周边游、飞猪、如程，而2021年入选投诉榜的前三名为联联周边游、走着瞧旅行、旅划算。2022年投诉榜其次依次为走着瞧旅行、携程、骑驴游、去哪儿、同程旅行、旅划算、青芒果旅行网、马蜂窝、彩贝壳、侠侣亲子游、123微旅行、爱订不订、微旅、发现旅行、途家、景程荟玩、蝌蚪亲子。

2022年全国在线旅游消费评级榜

排名	平台名称	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
1	同程旅行	100.00%	0.833	5.000	0.860	建议下单
2	去哪儿	95.00%	0.530	2.000	0.694	谨慎下单
3	飞猪	86.84%	0.584	2.000	0.669	谨慎下单
4	携程	72.00%	0.448	7.500	0.649	谨慎下单
5	联联周边游	65.00%	0.443	3.600	0.546	谨慎下单
6	旅划算	60.00%	0.000	0.000	0.300	不建议下单
7	马蜂窝	28.57%	0.143	0.000	0.186	不建议下单
8	走着瞧旅行	6.25%	0.050	2.000	0.106	不建议下单
9	如程	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	骑驴游	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	青芒果旅行网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

备注：

1、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。

1.1、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。

1.2、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。

1.3、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。

2、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”。

3、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。

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

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

在“2022年全国在线旅游消费评级榜”中，同程旅行获“建议下单”评级，去哪儿、飞猪、联联周边游等获“谨慎下单”评级，旅划算、走着瞧旅行等获“不建议下单”评级，如程、骑驴游、青芒果旅行网获“不予评级”评级。

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”。

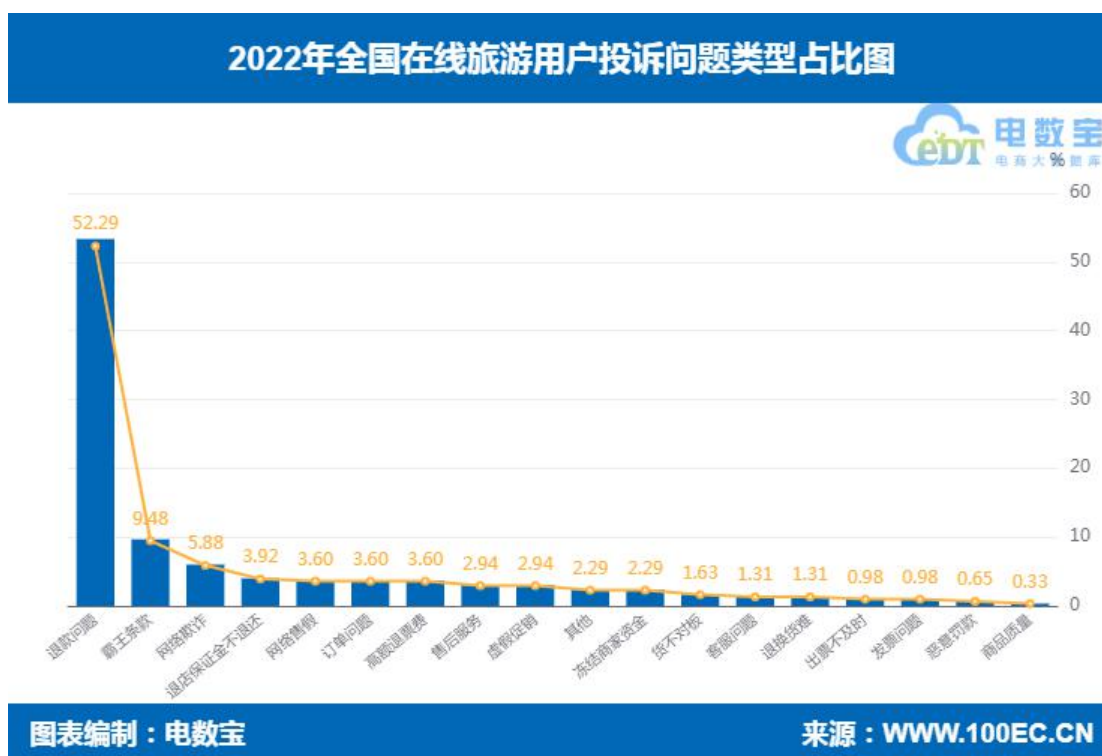
由于投诉量的多少与平台的市场占有率有直接关联，故投诉量不列入评级统计范畴。

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。

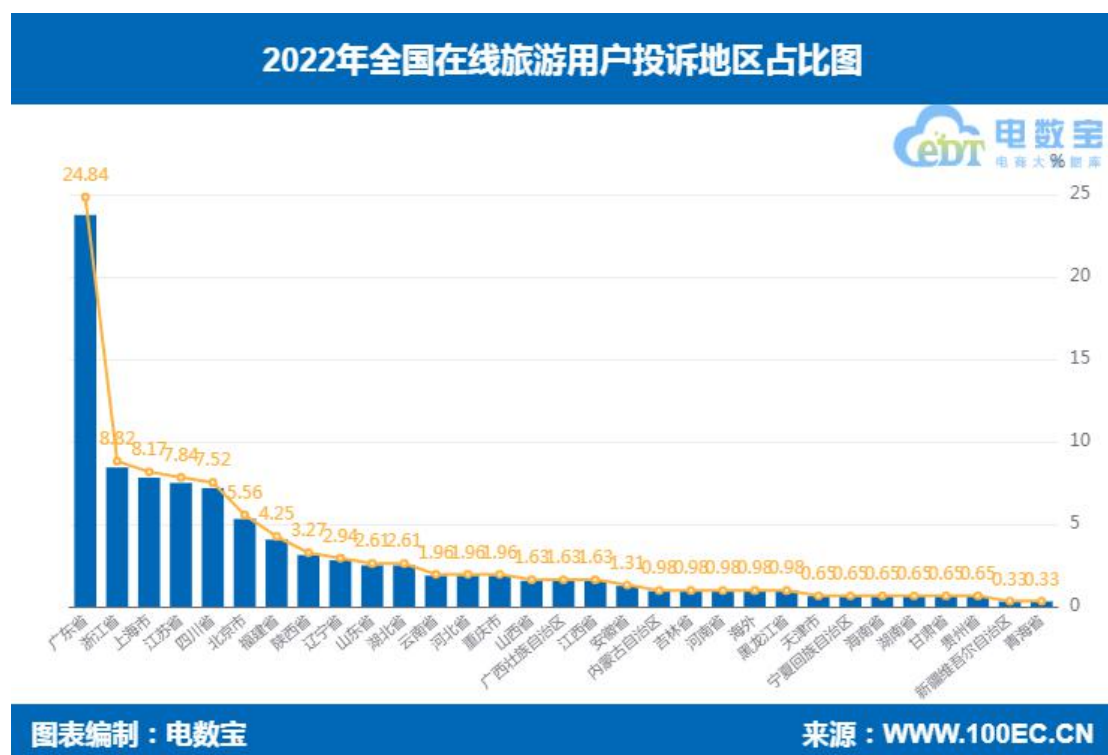
（二）投诉问题类型分布



据“电诉宝”显示，2022 年全国在线旅游用户投诉问题类型排名依次为：

退款问题（52.29%）、霸王条款（9.48%）、网络欺诈（5.88%）、退店保证金不退还（3.92%）、网络售假（3.60%）、订单问题（3.60%）、高额退票费（3.60%）、售后服务（2.94%）、虚假促销（2.94%）、其他（2.29%）、冻结商家资金（2.29%）、货不对板（1.63%）、客服问题（1.31%）、退换货难（1.31%）、出票不及时（0.98%）、发票问题（0.98%）、恶意罚款（0.65%）、商品质量（0.33%）。

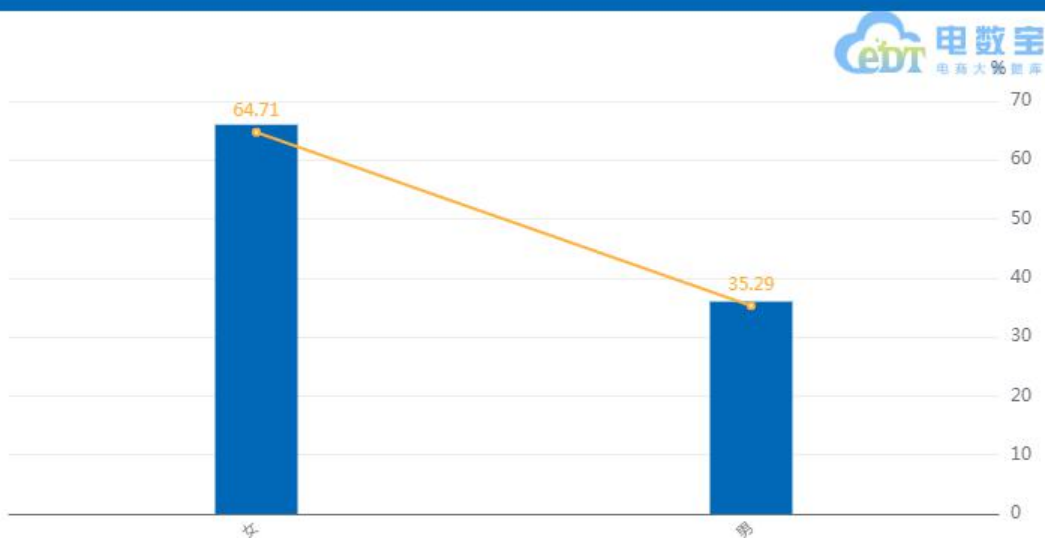
（三）投诉地区分布



同时，“电诉宝”受理投诉用户聚集地区 TOP20 依次为广东省（24.84%）、浙江省（8.82%）、上海市（8.17%）、江苏省（7.84%）、四川省（7.52%）、北京市（5.56%）、福建省（4.25%）、陕西省（3.27%）、辽宁省（2.94%）、山东省（2.94%）、湖北省（2.61%）、云南省（2.61%）、河北省（1.96%）、重庆市（1.96%）、山西省（1.63%）、广西壮族自治区（1.63%）、江西省（1.63%）、安徽省（1.31%）、内蒙古自治区（0.98%）、吉林省（0.98%）。

（四）投诉用户性别分布

2022年全国在线旅游投诉用户性别占比图



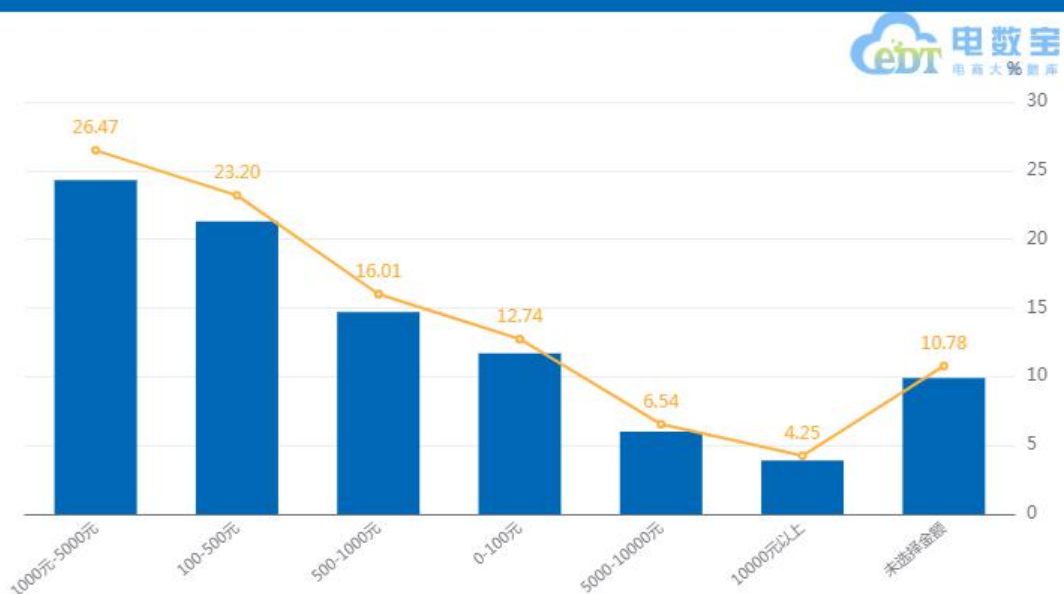
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，2022 年在线旅游女性用户投诉比例为 64.71%，男性用户投诉比例为 35.29%。

（五）投诉金额区间分布

2022年全国在线旅游用户投诉金额占比图



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，2022 年在线旅游投诉金额分布主要集中在 1000-5000 元（26.47%）、100-500 元（23.20%）、500-1000 元（16.01%）、0-100 元（12.74%）、5000-10000（6.54%）、10000 元以上（4.25%）、未选择金额（10.78%）。

三、评级数据与典型案例

（一）“去哪儿”数据与典型案例

去哪儿消费2022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
2022年	全年	95.00%	0.530	2.000	0.694	谨慎下单
2022年	第四季度	100.00%	0.667	6.000	0.830	建议下单
2022年	双11	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2022年	12月	100.00%	0.500	0.000	0.650	谨慎下单
2022年	11月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2022年	第三季度	55.56%	0.111	0.000	0.311	不建议下单
2022年	9月	100.00%	0.500	0.000	0.650	谨慎下单
2022年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	上半年	100.00%	0.950	2.000	0.845	建议下单
2022年	第二季度	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2022年	6月	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2022年	4月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2022年	第一季度	100.00%	0.900	0.000	0.770	建议下单
2022年	3月	100.00%	0.867	0.000	0.760	建议下单
2022年	1月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单

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

据电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2022 年“去哪儿”共获得 16 次消费评级，10 次获“建议下单”，3 次获“谨慎下单”，3 次获“不建议下单”，2022 年整体消费评级为“谨慎下单”评级。



据“电数宝”显示，2022 年全年，“去哪儿”平台反馈率为 95%，反馈时效性为 0.53，用户满意度为 2，综合指数为 0.693。用户投诉“去哪儿”的问题类型主要集中于退款问题、高额退票费、订单问题、出票不及时、商品质量、网络诈骗、虚假促销、退店保证金不退还、退换货难、霸王条款；“电诉宝”受理投诉用户聚集地区为广东、四川、浙江、上海、内蒙古、北京、宁夏、山东、山西、新疆、江苏、河北、湖北、福建、重庆；其中，女性用户投诉比例为 55%，男性用户投诉比例为 45%；用户投诉“去哪儿”投诉金额分布于 1000-5000 元、100-500 元、500-1000 元、0-100 元、5000-10000 元、未选择金额区间。

【案例一】“去哪儿”飞机变更起飞时间引争议 回应：无法全退

2022 年 12 月 17 日，浙江省的刘先生向“电诉宝”反映称于 2022 年 12 月 8 日在去哪儿网上买 10 号 11:05 起飞金边-曼谷机票，等 10 号 10 点赶到机场被告知个飞机已经开始登机 10:45 起飞。打给客服，被告知无法处理，买下班飞机他们会处理、说他们平台大。结果一周过去，被告知是航司临时变动，与他们无关。

刘先生表示平台显示肯定有问题，网上查询此航班一直是 10:45 起飞。平台

显示误导客户；如有变动，应及时告知客户。航司没有告知，是因为他们的时间正常，因为一直都是 10:45；没有及时通知客户取消机票，减少最少损失、而是欺骗客户，会事后妥善处理。

接到用户投诉后，我们第一时间将相关投诉转交给平台，对此，“去哪儿”的工作人员向“电诉宝”发来反馈称：消费者表示到场无法乘坐，表示机场告知此单航班是 10 点 45 起飞的，查看我司页面展示航班起飞时间是 11 点 05 分，核实代理告知没有收到航司的航变通知，可能是机场的临时航变，核实航司 Rita 告知系统里还是 11.05 的航班，没有航变，航司系统里是正常的。此单不能退票，航后 45 天内申请退税，金额约 900 泰铢，可以尝试发邮件给航司调查，机场临时发生的航变航司系统里看不到，已发送邮件，境外航司预计一周左右回复，代理告知机场临时航变这边无法申请退票，且如果只提前 20 分钟也不符合非自愿退票的规则。故此单无法全退，多次联系不上消费者，协商失败。

【案例二】强行出票不予退款？“去哪儿”：出票成功航班正常无法全额退款

2022 年 11 月 2 日，山东省的许女士向“电诉宝”投诉称其于 10 月 12 日 13:24 在“去哪儿网”预订机票，网站当时显示为“待出票”，“待出票”页面是有退票选项的，于 13:47 联系客服申请退票，其网站却拒绝退票申请。

许女士称于 14:45 强行出票，直至现在与其客服进行数十次电话及在线沟通，该网站仍拒绝退票退款，不但不解决投诉问题还总是半夜 23 点打来电话说解决不了。

接到用户投诉后，我们第一时间将相关投诉转交给平台，对此，“去哪儿”的工作人员向“电诉宝”发来反馈称：消费者反馈未出票申请退款，经核实未出票时尝试申请拦截出票，此单拦截失败，出票成功，航班正常无法全额退款，未来航班建议消费者关注一下航班动态，消费者不认可，协商失败。

(二) “飞猪”数据与典型案例

飞猪消费2022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
2022年	全年	86.84%	0.584	2.000	0.669	谨慎下单
2022年	第四季度	69.23%	0.508	2.000	0.558	谨慎下单
2022年	双11	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2022年	12月	40.00%	0.400	0.000	0.320	不建议下单
2022年	11月	75.00%	0.750	2.000	0.660	谨慎下单
2022年	10月	100.00%	0.400	0.000	0.620	谨慎下单
2022年	第三季度	91.67%	0.217	0.000	0.523	谨慎下单
2022年	8月	42.86%	0.100	0.000	0.280	不建议下单
2022年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	上半年	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2022年	第二季度	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2022年	6月	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2022年	5月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2022年	4月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2022年	第一季度	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2022年	3月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2022年	1月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）					数据来源：WWW.100EC.CN	

据电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2022年“飞猪”共获得17次消费评级，9次获“建议下单”，3次获“不建议下单”，5次获“谨慎下单”，2022年整体消费评级为“谨慎下单”评级。



据“电数宝”显示，2022 年全年，“飞猪”平台反馈率为 86.84%，反馈时效性为 0.584，用户满意度为 2，综合指数为 0.669。用户投诉“飞猪”的问题类型主要集中于退款问题、霸王条款、高额退票费、其他、网络欺诈、出票不及时、售后服务、恶意罚款、订单问题、货不对板；“电诉宝”受理投诉用户聚集地区为广东、辽宁、浙江、上海、江苏、海外、重庆、北京、吉林、安徽、山东、山西、江西、海南、湖南、甘肃、福建、黑龙江；其中，女性用户投诉比例为 52.63%，男性用户投诉比例为 47.37%；用户投诉“飞猪”投诉金额分布于 1000-5000 元、100-500 元、500-1000 元、5000-10000 元、0-100 元、10000 元以上、未选择金额区间。

【案例一】“飞猪”被指侵犯消费者权益 订单取消却不退卡不退券

11 月 22 日，李女士向“电诉宝”投诉称其于 2022 年 11 月 19 日在飞猪平台上购买机票，同时选择了搭售的飞猪省钱卡（29.9 元）。11 月 20 日由于航班取消导致订单取消，但飞猪以已经使用优惠券为由拒不退还省钱卡花费的 29.9 元，可实际上订单已经取消了，没有享受到任何优惠。客服称退票但不退卡不退券，任何情况优惠券都不退，若要退卡则要扣除 15 元。

李女士表示这明显是恶意阻挠退款。如果这 15 元券算花钱买的，那为什么不退还。如果这 15 元券不算买的，那订单都已经取消了，为什么还要扣钱。此明显为霸王条款，违背了民法典公平交易的原则，侵犯了消费者的合法权益。诉求：一、全额退款 29.9 元。二、由于飞猪恶意阻挠导致纠纷升级，要求飞猪双倍赔偿为 59.8 元。三、退款和赔偿在一周内完成。

接到以上用户投诉后，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，飞猪工作人员向“电诉宝”发来反馈称：关于消费者反馈情况，飞猪客服已经联系用户沟通，考虑用户体验，可以申请退回省钱卡并体验补偿，无法支持双倍赔付。

【案例二】手续费扣了 5000 元整？“飞猪” 被指退票要消费者全部承担

11 月 14 日，海外的王女士向“电诉宝”投诉称其于 10 月 3 日购买的 11 月 5 日首尔飞大连两张海南航空的机票，退票时间是 10 月 13 日，这才短短的十天退票手续费扣了 5000 元整，退回 520 元，退票这还要消费者全部承担，退票的时候只有百分之多少退票手续费，也没有很详细的说明，这不就是霸王条款吗。

接到以上用户投诉后，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，飞猪工作人员向“电诉宝”发来反馈称：平台已于 2022 年 11 月 14 日与消费者协商达成一致，就消费者反馈的机票订单，平台考虑体验已给予补偿，消费者认可平台调解结果。

(三) “联联周边游” 数据与典型案例

联联周边游消费2022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
2022年	全年	65.00%	0.443	3.600	0.546	谨慎下单
2022年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	双11	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	11月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	第三季度	100.00%	0.633	0.000	0.690	谨慎下单
2022年	9月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2022年	8月	100.00%	0.720	0.000	0.716	谨慎下单
2022年	7月	66.67%	0.000	0.000	0.333	不建议下单
2022年	上半年	88.00%	0.672	4.000	0.737	谨慎下单
2022年	第二季度	100.00%	0.711	6.000	0.843	建议下单
2022年	6月	100.00%	0.800	0.000	0.740	谨慎下单
2022年	5月	50.00%	0.000	0.000	0.250	不建议下单
2022年	4月	100.00%	0.800	6.000	0.870	建议下单
2022年	第一季度	100.00%	0.700	2.000	0.770	建议下单
2022年	3月	100.00%	0.600	0.000	0.680	谨慎下单
2022年	2月	85.71%	0.800	2.000	0.729	谨慎下单
2022年	1月	88.89%	0.644	0.000	0.638	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

据电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2022年“联联周边游”共获得19次消费评级，4次获“建议下单”，8次获“谨慎下单”，7次获“不建议下单”，2022年整体消费评级为“谨慎下单”评级。



据“电数宝”显示，2022 年全年，“联联周边游”平台反馈率为 65%，反馈时效性为 0.443，用户满意度为 3.6，综合指数为 0.546。用户投诉“飞猪”的问题类型主要集中于退款问题、网络售假、霸王条款、售后服务、客服问题、恶意罚款、网络欺诈、虚假促销、订单问题、退换货难；“电诉宝”受理投诉用户聚集地区为上海、江苏、陕西、北京、广东、河北、四川、浙江、云南、山东、河南、贵州、宁夏、江西、湖北、福建、重庆、黑龙江；其中，女性用户投诉比例为 77.42%，男性用户投诉比例为 22.58%；用户投诉“联联周边游”投诉金额分布于 100-500 元、0-100 元、500-1000 元、1000-5000 元、未选择金额区间。

【案例一】“联联周边游”被指订单下单后未显示 申请退款还要扣除手续费

10 月 29 日，云南省的王先生向“电诉宝”投诉称自己于 2022 年 10 月 2 日在“联联周边游”小程序平台用微信支付购买了一张“福照楼”的餐饮消费券，后来 10 月 4 日消费时，在该小程序里“待使用”“全部”里都没有找到该订单，当时误以为没有付款成功，遂用另外一个手机号再次购买了一张同样的消费券使用，已使用成功。

王先生表示 10 月 12 日在核对微信账单时发现，实际 10 月 2 日已经在微信上付款成功。10 月 15 日联系“联联周边游”小程序的客服，说明了整个情况，并表明：付款成功以后，应该在程序的“待使用”“全部”等功能里发现此笔订单，但是由于小程序的问题，没有显示该笔订单，导致又再次购买，现在要求第一次的付款要全额退款。

王先生表示客服问有没有图片，也发了链接，截屏保留的付款图片以及程序里“待使用”的图片发给客服，客服后答复，要扣除 20%的手续费。问为什么，客服答：没什么，公司规定。这简直就是强行霸道！

【案例二】“联联周边游”被指欺骗消费者 商品描述与实物不一致

10 月 25 日，河北省的张女士向“电诉宝”投诉称自己于 2022.10.8 在联联周边游购买嘿吃家酸辣粉 12 包，花费 29.9 元。收到后未吃，也未开包，10 月 25 日吃时发现实物是粉丝，非粉条，生产厂家是河南国淳食品有限公司（商品描述未标明和显示），非嗨吃家食品科技有限公司，调料也均不相同，商品描述图片不一致，为假货。

张女士称与客服沟通，要求退款，客服说是正品嗨吃家，销售的均为正品。超过了退货时间，不予退款。本着信任购买，却欺骗消费者，损害了健康和权益，要求三倍退款。

（四）“旅划算”数据与典型案例

旅划算消费2022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
2022年	全年	60.00%	0.000	0.000	0.300	不建议下单
2022年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	双11	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	11月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	上半年	11.11%	0.000	0.000	0.056	不建议下单
2022年	第二季度	133.33%	0.000	0.000	0.667	谨慎下单
2022年	4月	33.33%	0.000	0.000	0.167	不建议下单
2022年	第一季度	83.33%	0.000	0.000	0.417	谨慎下单
2022年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

据电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2022年“旅划算”共获得15次消费评级，13次获“不建议下单”，2次获“谨慎下单”，2022年整体消费评级为“不建议下单”评级。



据“电数宝”显示，2022 年全年，“旅划算”平台反馈率为 60%，反馈时效性为 0，用户满意度为 0，综合指数为 0.3。用户投诉“旅划算”的问题类型主要集中于退款问题、霸王条款、网络售假、订单问题、货不对板；“电诉宝”受理投诉用户聚集地区为四川、广东、北京、广西、陕西；其中，女性用户投诉比例为 66.67%，男性用户投诉比例为 33.33%；用户投诉“旅划算”投诉金额分布于 0-100 元、100-500 元、1000-5000 元、500-1000 元区间。

【案例一】“旅划算”被指严重销售误导 所述套餐内容与实际不符

10 月 4 日，广东省的谭女士向“电诉宝”投诉称其于 2022 年 9 月 29 日在微信小程序“旅划算”上购买了珠海海泉湾 2 个套餐，在购买之前与旅划算客服人员再三确认过套餐内容后再下单，但在 10 月 4 日到达酒店取房后，发现套餐内容与客服人员的说法严重不一致，多次与商家沟通无果。

谭女士表示这种行为存在严重销售误导，导致整天都在为此事与酒店沟通，严重影响时间，心情以及浪费金钱，现烦请相关部门介入处理，全额退还 2 个套餐款项合计 2576 元，恳求相关部门协助，盼处理。

【案例二】“旅划算”酒店货不对板 还遭商家强收清洁费？

8月10日，广东省的李女士向“电诉宝”投诉称其于2022年8月7日在旅划算平台购买了阳江保利N+酒店海景房双床499元增加豪华海景房200元。3点15分钟办好入住酒店202房时间，上房第一时间看到房间货不对板，即刻与旅划算平台沟通取消订单退款，旅划算平台让在房间等他们与酒店沟通取消订单退款时情，其间在阳台坐等，因为阳台很小上面还有空调气热才回房间，这过程时间大约15分钟吧，没动过酒店所以东西卫生间没进过去。

李女士称在20分钟接到平台电话要叫酒店查房没事就可以取消订单退款了。当时房间对面有服务员就顺便叫他查房有视频为证。服务员查房讲没事了到前台交回门卡没事了。到前台第一时间服务员讲自己上房已一个小时要收费，自己回言是旅划算叫我在202房座等你们商量取消订单退款的过程时间。后来又以清洁费为由收我钱。李女士表示只自己一个人上房看座也是15分钟左右，连什么东西没动过酒店的东西，怎么会产生清洁费？

李女士表示酒店人员强言语辱骂自己，酒店十多个大汉围着其强言语辱骂讲是酒店的规定坐过都要付钱，自己一个人当时走头无路为有含泪气愤支付了50元所谓坐等费，希望主管部门还在外旅游被强言语辱骂强行霸王条款收费。

(五) “走着瞧旅行”数据与典型案例

走着瞧旅行消费2022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
2022年	全年	6.25%	0.050	2.000	0.106	不建议下单
2022年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	11月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	上半年	11.76%	0.094	2.000	0.147	不建议下单
2022年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	第一季度	20.00%	0.160	2.000	0.208	不建议下单
2022年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2022年	1月	50.00%	0.400	2.000	0.430	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

据电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2022年“走着瞧旅行”共获得18次消费评级，其中17次获“不建议下单”评级，1次获“谨慎下单”评级，2022年整体消费评级为“不建议下单”。



据“电数宝”显示，2022年全年，“走着瞧旅行”平台回复率为6.25%，回复时效性为0.05，用户满意度为2，综合指数为0.106。用户投诉“走着瞧旅行”的问题类型主要集中于退款问题、高额退票费、售后服务、网络欺诈、虚假促销、霸王条款；“电诉宝”受理投诉用户聚集地区依次为广东、湖北、上海、北京、福建、内蒙古、四川、山东、广西、江苏、江西、河南、甘肃、重庆、陕西；其中，女性用户投诉比例为84.37%，男性用户投诉比例为15.63%；用户投诉“走着瞧旅行”投诉金额分布于1000-5000元、500-1000元、0-100元区间。

【案例一】用户投诉“走着瞧旅行”退款只能折损退 还需扣损60%

11月22日，福建省的陈女士向“电诉宝”投诉称自己于2021年六月份在微信小程序上消费了599元了购买此卡，看起来是挺不错的，动了想去的念头，之后疫情反反复复，到现在没有去成。决定今天联系客服退款，客服因为说疫情原因，时间可以延期到2024年，拖着也不是个办法，还是决定退款。

陈女士称客服表示要扣除百分六十，就很离谱，疫情当下，连生存都成问题了，希望能帮忙处理，妥善解决这件事情吧。麻烦你们了，希望疫情能早点结束！

【案例二】欺瞒霸王条例？“走着瞧旅行”被指特价卡为商家推销噱头

10月8日，河南省胡女士向“电诉宝”投诉称自己于2020年9月在微信公众号“闲时花开”广告里购买了两张价值599元的云南时光旅游卡，收款方为江苏滇联国际旅行社，卡使用有效期为两年，卡标为走着瞧科技有限公司，并有走着瞧公众号。

因为疫情的关系，胡女士直到今年6月底计划带孩子旅行，商家后声明孩子使用该卡将不能和大人享用同等的权利，但售卖时并没有体现，已形成广告欺诈，后本人自认倒霉，要求退货退卡，但遭受了商家拒绝。商家声称是特价卡不予退款，如果退款要扣除60%的费用。

胡女士认为商家理由不予成立：1、自己曾联系客服多买两张云南旅游卡，链接打开后价格还是599元，说明这个价格经过两年后并无变动，只是商家推销噱头。2、购买旅行卡所支付的费用为全额的预付款，旅游并未成行，未产生任何费用，商家借此扣除费用，明显不合理，无任何法律依据。

(六) “如程”数据与典型案例

如程消费2022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
2022年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	双11	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022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

据电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2022年“如程”获得16次消费评级，其中16次获“不予评级”评级，2022年整体消费评级为“不予评级”。



据“电数宝”显示，2022 年全年，“如程”平台回复率为 0%，回复时效性为 0，用户满意度为 0，综合指数为 0。用户投诉“如程”的问题类型主要集中于退款问题、退店保证金不退换、网络诈骗、售后服务、虚假促销、订单问题；“电诉宝”受理投诉用户主要集中地区依次为浙江、上海、广东、福建、四川、广西、江苏、北京、天津；其中，男性用户投诉占比 33.33%，女性用户投诉占比 66.67%；用户投诉“如程”投诉金额分布于 1000-5000 元、5000-10000 元、500-1000 元、10000 元以上区间。

【案例一】两次押金未退还 “如程”被指拖欠押金

8 月 30 日，福建省的蔡女士向“电诉宝”投诉称自己于 2021 年团购如程会员，预定酒店后因疫情出行未成功，取消订单后未注意定金未退还，又预定了另一个城市的民宿，结果最后民宿取消合作，总共两次押金 2908 元未退还。

【案例二】用户反映“如程”拖欠保证金 官方一直冷处理

7 月 22 日，广西壮族自治区的劳女士向“电诉宝”投诉称，自己于 2021 年 12 月在如程平台订了两间三晚的房，共支付保证金 3874 元，如程平台当时承诺一周之后退回保证金，然后一直到今年 7 月份。到今天，都没有退回保证金。自

已于 2021 年先后在如程平台办理了四张畅享卡，共计花费了 4000 元，2022 年以来没办法消费过，现在也没法订房，要求如程平台退回卡费 4000 元。希望电诉宝平台能帮我们消费者讨回公道。劳女士的要求是如程应该退回我的保证金以及卡费共计 7874 元，而且一直到现在没有官方出来说话。

(七) “骑驴游”数据与典型案例

骑驴游消费2022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
2022年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	双11	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	11月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	3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

据电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2022 年“骑驴游”共获得 17 次消费评级，其中 17 次获“不予评级”评级，2022 年整体消费评级为“不予评级”。



据“电数宝”显示，2022 年全年，“骑驴游”平台回复率为 0，回复时效性为 0，用户满意度为 0，综合指数为 0。用户投诉“骑驴游”的问题类型主要集中于退款问题、虚假促销、网络售假、网络欺诈、霸王条款、售后服务、订单问题、退换货难；“电诉宝”受理投诉用户聚集地区依次为广东、浙江；其中，女性用户投诉比例为 66.67%，男性用户投诉比例为 33.33%；用户投诉“骑驴游”投诉金额分布于 100-500 元、0-100 元、500-1000 元、未选择金额区间。

【案例一】“骑驴游”被指详情提示不明确 因疫情未使用的订单不予退款

11 月 13 日，广东省的陈先生向“电诉宝”投诉称自己于 2022 年 5 月 14 日在骑驴游平台购买（【惠州】五月无加收，268 元抢南昆山养生谷 5 房温泉别墅！泡私家温泉+BBQ+K 歌+打麻将，Patty 聚会开起来！）套餐，价格 266 元。由于目前疫情形势紧张，根本无法使用该套餐，现申请退款，结果客服告知一旦购买不可退款，但是在付款界面看不到任何不可退款的提示，后来客服说在详情页面有一行小字提示才看到。

陈先生认为详情页面内容非常多，不可退款提示不够明确，且付款界面也没有任何提示，所以自己在购买之后一直认为未消费都可退款，所以希望骑驴游能

给退款。

【案例二】用户投诉“骑驴游”侵害消费者权益 套票无法预约无法退款

11月7日，广东省的梁先生向“电诉宝”投诉称自己于2022年4月19日在骑驴游电商平台购买2张198元的套票，由于疫情，游乐场所无法预约，快年底了，套票过期，出现了无法退票问题，严重侵害了消费者的权益，要求平台全额退款198元，麻烦协助处理下谢谢。

(八) “青芒果旅行网”数据与典型案例

青芒果旅行网消费2022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
2022年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2022年	1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

据电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2022年“青芒果旅行网”共获得9次消费评级，其中9次获“不予评级”评级，2022年整体消费评级为“不予评级”。



据“电数宝”显示，2022 年全年，“青芒果旅行网”平台回复率为 0，回复时效性为 0，用户满意度为 0，综合指数为 0。用户投诉“青芒果旅行网”的问题类型主要集中于冻结商家资金、其他、网络欺诈、退款问题；用户主要集中地区依次为广东、四川、云南、吉林、山西、广西、江苏、江西、辽宁；其中，女性用户投诉比例为 21.43%，男性用户投诉比例为 78.57%；用户投诉“青芒果旅行网”投诉金额分布于 1000-5000 元、100-500 元、5000-10000 元、10000 元以上、未选择金额区间。

【案例一】人间蒸发？房东反映“青芒果旅行网”拖欠订房销售款后失联

2022 年 4 月 7 日，广东省的冯女士向“电诉宝”反映称自己家公寓去年上线青芒果酒店的，刚开始几个月业务经理每天偶尔会给结算房费，也会经常聊天。但是过了一段时间，根本就不理，电话打不通，信息不回，客服找不到。

冯女士表示从 1 月 27 日到现在 4 月，差不多 3 个月的房费没有结算了，也没有人跟自己解释一下。公寓每天都有订单。就是没有人结算房费。什么人都联系不了。简直就是他们什么情况都不知道，不知道是不是倒闭了，还他们经理跑路，直接就是人间蒸发了吧，没有一个可以联系的人。

【案例二】疫情下生意惨淡 “青芒果旅行网”被指拖欠订房销售款

2022年4月3日，广东省的刘女士向“电诉宝”反映称青芒果旅行网长期无故拖欠订房的销售款，自2021年10月起，酒店在该平台销售的房款共681元始终未予结算。原与她的合同中约定：客人退房3到5个工作日即结款到酒店账户，现在已经6个多月了，期间酒店多次通过电话、微信联系催款，一开始青芒果的工作人员还有敷衍，现在电话不接，信息不回，区域经理、客服经理都已失联。

刘女士表示眼下疫情期间小店生意惨淡已亏损运营数月，又蒙受该平台坑骗，希望通过贵渠道反映能讨回血汗钱。

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。

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。

(二) 关于网经社

浙江网经社信息科技有限公司拥有15年历史，提供媒体平台、专业智库以及金融/融资三大服务，致力于打造大数据驱动的“中国领先的数字经济服务商”。



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，实力雄厚，是我国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。

数据墙：

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《2022 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：2023 年 3 月 8 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)

