

2025

暑期旅游&出行网络消费权益监测报告

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：2025年9月11日

报告编制：网经社电子商务研究中心



报告下载

目录

一、报告摘要.....	3
二、暑期旅游出行监管举措.....	3
2.1 全国性市场监管.....	3
2.2 各地方监管措施.....	4
2.3 网经社相关举措.....	5
三、暑期在线旅游平台数据.....	7
3.1 携程暑期旅游数据.....	7
3.2 美团暑期旅游数据.....	8
3.3 同程旅行暑期旅游数据.....	8
3.4 抖音暑期旅游数据.....	8
3.5 飞猪暑期旅游数据.....	9
3.6 去哪儿暑期旅游数据.....	9
3.7 途牛暑期旅游数据.....	9
四、暑期消费者投诉数据.....	10
4.1 暑期在线旅游投诉数据.....	10
4.1.1 投诉问题类型分布.....	10
4.1.2 投诉地区分布.....	10
4.1.3 投诉用户性别分布.....	11
4.1.4 投诉金额区间分布.....	12
4.1.5 暑期在线旅游评级榜.....	12
4.2 暑期移动出行投诉数据.....	13
4.2.1 投诉问题类型分布.....	13
4.2.2 投诉用户性别分布.....	14
4.2.3 投诉金额区间分布.....	15
4.2.4 暑期全国移动出行投诉榜.....	15
五、典型问题与案例.....	16
5.1 高额退票费.....	16
5.2 售后服务.....	18
5.3 价格欺诈.....	20
5.4 虚假宣传.....	22
5.5 大数据杀熟.....	24
5.6 退改订单难.....	25
5.7 霸王条款.....	27
六、关于我们.....	29
（一）关于电诉宝.....	29
（二）关于网经社.....	31

一、报告摘要

2025 年，国内旅游市场需求持续旺盛。据文化和旅游部发布数据显示，2025 年上半年，国内居民出游人次 32.85 亿，同比增长 20.6%。此外，国内居民出游花费 3.15 万亿元，同比增长 15.2%。

而暑期作为一年中最长的假期，旅游需求更加明显。暑期旅游市场在规模上实现显著增长，全国铁路发送旅客 9.43 亿人次（同比+4.7%），民航旅客 1.47 亿人次（同比+3.6%），国际航线客运量增长 26.3%。

然而，在市场规模扩大、消费结构升级的同时，网络消费权益问题也日益凸显。旅游热潮背后，平台价格欺诈、哄抬价格、售后服务缺失、大数据“杀熟”等问题屡见不鲜，甚至引发多地监管部门介入。

这些问题不仅影响消费者体验，也制约了旅游市场的健康发展。为此，8 月份“电诉宝”启动了“聚焦暑期旅游 保障游客出行权益”专项调查行动（详见：<http://www.100ec.cn/zt/zxlylx/>）。

通过观察分析 2025 年暑期旅游出行市场动向，并依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）暑假期间所受理的全国在线旅游&移动出行纠纷大量案例数据，9 月 11 日，网经社电子商务研究中心发布《2025 暑期旅游&出行网络消费权益监测报告》。

二、暑期旅游出行监管举措

2.1 全国性市场监管

7 月，国家市场监督管理总局在例行发布会上明确，将聚焦住宿、餐饮、景区门票等领域，强化价格监测与广告常态化审查，严查“大数据杀熟”“虚假促销”等行为。

暑期，文旅部联合公安部、市场监管总局等部门开展旅游市场秩序专项整治行动，重点整治虚假宣传、价格欺诈、强迫购物等违法违规行为。行动主要围绕以下几个方面展开：

重点整治旅游购物店：重点整治误导游客消费、推销高价低质商品、利用虚假优惠折价进行价格欺诈、将旅游购物店包装成旅游景点列入旅游行程安排等违法违规行为。

强化价格监管：国家市场监督管理总局价格监督检查和反不正当竞争局副局长史新章在发布会上介绍，将强化日常监管，加强重点商品服务价格监测，切实规范餐饮、住宿、旅游在线平台等旅游相关行业经营者价格行为。

联合执法与线索摸排：各地文旅部门积极会同公安、交通、市场监管等部门加强线索摸排追查，加大案件查办力度，及时阻断非法利益链、业务链，严厉打击扰乱旅游市场秩序的违法违规行为。

曝光典型案例：文旅部公布 2025 年第三批旅游市场强制消费问题典型案例，包括将购物店包装成景点误导游客、擅自指定购物场所案，误导游客及擅自指定购物场所案，以不实信息误导游客案，隐瞒购物行程误导游客案，虚构“文旅补贴”实际安排与承诺不符案，非法网络招徕及负团费接待游客案等。

2.2 各地方监管措施

地方监管部门结合本地旅游市场特点，创新监管手段，提升监管效能：

贵州省：暑假期间，贵州省市场监督管理局还集中约谈了携程、同程、抖音、美团、飞猪等五家涉旅平台企业，通报了平台企业可能存在的违规行为，包括实施“二选一”、利用技术手段干预商家定价、订单生效后毁约或加价、价格欺诈、哄抬价格等问题，并进一步提示了违法风险。

内蒙古：内蒙古自治区开展旅游市场秩序专项整治行动，实施“暗访一批旅游市场违法违规问题”、“约谈一批投诉举报集中的旅行社”、“办理一批旅游市场执法案件”、“公布一批旅游市场执法典型案例”、“速办一批旅游投诉举报”、“提升一批旅游景区服务质量”等六大举措，构建起“源头防控+精准打击+联合惩戒”的综合治理模式。截至 2025 年 1-8 月，全区共办理旅游投诉 2557 件，较上年度同比降低 60.2%。

丽江古城：丽江古城景区在暑期旅游旺季期间，采用“科技赋能管理”手段提升安全与秩序，联合多部门执法并优化基础设施。单日最高客流量达 29 万人

次，景区始终以“安全、秩序、服务、体验”为核心，统筹推进旅游接待与市场整治。

海南：海南“放心游”平台通过抖音小程序实现 3 分钟受理、30 分钟预处置，1 天内办结非重大投诉，累计挽回消费者损失超 251 万元。这一机制创新为全国旅游市场监管提供了有益借鉴。

邯郸市：邯郸市文化市场综合行政执法局围绕查处导游强迫购物、整治旅游市场乱象开展了暑期旅游市场秩序专项整治行动。此次专项整治联合交通、公安等部门对旅游客运市场开展整治，加强对旅游包车发车点、旅游景区及各类游客集散地旅游团队的执法检查；畅通投诉举报通道，根据游客投诉或网络舆情反映的问题重点跟进调查；紧扣“查、纠、治、防”，联合交通运输、市场监管等部门印发整治方案，将整治重点从不合理低价游、导游执业违法违规等问题，延伸至旅游虚假宣传、旅游购物市场等全领域范畴。

黄山市：黄山市将游客高频投诉的旅行社及导游作为重点，开展上门走访、警示约谈“双轨监管”，引导其规范服务流程、强化诚信意识，同时加大投诉处理及相关线索核查力度，严肃查处扰乱旅游市场秩序的违法行为。

2.3 网经社相关举措

为应对暑期旅游消费中的消费者权益被侵害问题，国内知名消费纠纷调解平台“电诉宝”启动“**聚焦暑期旅游 保障游客出行权益**”专项调查行动，聚焦在线旅游票务平台乱象，护航游客暑期旅游消费。

本次调查行动涉及对象有**携程、飞猪、去哪儿、同程旅行、马蜂窝、途牛、航旅纵横、众信旅游、客路旅行、走着瞧旅行、穷游、要出发、旅划算**等 OTA 平台，还有**途家、木鸟民宿、小猪民宿**等民宿平台。

涉及问题包括**霸王条款、大数据“杀熟”、旅游意外赔偿难、订单退改难、低价陷阱、虚假宣传、高额手续费、旅游途中强制消费、二选一、价格欺诈、哄抬价格、干预商家定价**等。



专项调查行动 NO.48

为应对暑期旅游消费中的消费者权益被侵害问题，国内知名消费纠纷调解平台“电诉宝”启动“**聚焦暑期旅游 保障游客出行权益**”专项调查行动，聚焦在线旅游票务平台乱象，护航游客暑期旅游消费。

联盟周边游 LIANYONG ZHOUYAN YOU	走着旅行 ZOUYOU TRAVEL	成都周边游	飞猪旅行	快游来客
马蜂窝	携程旅行	去哪儿旅行	驴妈妈 www.lvmama.com	同程旅行
途牛	发现旅行 FAXIAN TRAVEL	uzai.com 途众旅游	青旅联盟 QINGCHENG TRAVEL	途家民宿
木鸟	小猪民宿	青游	青游	Caruso 凯撒旅游

霸王条款	大数据“杀熟”	旅游意外赔偿难	订单退改难
旅游途中强制消费	高额手续费	低价陷阱	虚假宣传
二选一	干预商家定价	价格欺诈	哄抬价格

三、暑期在线旅游平台数据

2025 年暑期旅游市场呈现“品质升级、多元出行、本地周边主导、新兴目的地崛起”等特征，亲子游、自驾游、小团游、品质酒店等细分领域增长强劲，出境游稳步复苏。

2025年暑期在线旅游平台出行数据	
平台	核心数据
携程	截至8月20日，亲子游人群占暑期总出行人群的35%，环比大幅增长50%；亲子家庭租车自驾订单同比2024年增长98%。
同程旅行	暑期国内热门目的地高品质酒店的预订热度同比增长超40%，整体增长幅度大于经济型酒店。
美团	暑期300公里以上中长线游需求增速超15%；暑期“周边游”“一日游”搜索量均环比涨超40%。
抖音	暑期抖音酒旅团购订单量、销售额均同比增长46%。暑期海滨游、小城游火热，多城酒旅团购订单量环比涨超1倍。此外，暑期抖音景点团购订单量环比涨超41%，销售额环比增长55%。
飞猪	机票、酒店、租车、海外当地玩乐等旅游订单量持续增长；品质游趋势明显，订单均价同比去年增长9.9%。
去哪儿	大学生群体的国际机票预订量同比增长42%，远超平均增幅；他们的票量占比已经达到10%。
途牛	通过途牛预订境内游与出境游的用户出游人次均实现两位数同比增长。一线及新一线城市用户构成主力阵容，占比接近56%；二线及以下城市用户出游人次同比增长近15%。
图表编制：网经社 网址：WWW.100EC.CN	

3.1 携程暑期旅游数据

携程数据显示，截至8月20日，亲子游人群占暑期总出行人群的35%，环比大幅增长50%；其中亲子家庭租车自驾订单同比2024年增长98%。

此外，消费主体结构正在悄然改变。2025年暑期，90后父母占比14%，95后父母占比5%，尽管90后占比同比下降12个百分点，更多80后、85后父母仍持续参与，但新生代父母在消费理念上显著推动市场向“户外化”、“体验化”转型。

从消费结构来看，中高收入家庭继续引领市场。四星级及以上消费水平的亲子家庭占比达 66%，现代父母更愿意为体验“投资”，超过 70%的亲子家庭预算分配于景点游玩与度假体验项目中。

3.2 美团暑期旅游数据

美团旅行数据显示，今年暑期，旅游出行呈现“中长线+周边游”双线并行特征，租车自驾需求激增。暑期 300 公里以上中长线游需求增速超 15%。与此同时，暑期“周边游”“一日游”搜索量均环比涨超 40%。

体验经济时代下，旅游度假消费品质化趋势明显，“小团游”从小众迈向主流。美团旅行数据显示，暑期跟团游订单中，精品小团订单占比达 40%，同比增加 90%。

出境游市场方面，暑期出境游产品支付客单价同比增长 6%，出境跟团游热门目的地包括日本、法国、中国香港、中国澳门等。

3.3 同程旅行暑期旅游数据

今年暑期大众旅游消费呈现出品质升级的新趋势。同程旅行数据显示，暑期国内热门目的地高品质酒店的预订热度同比增长超 40%，整体增长幅度大于经济型酒店。

客源结构方面，周末本地休闲及周边度假客流是多数中心城市暑期旅游市场的重要客源。同程旅行平台数据显示，暑期国内多个中心城市的酒店和景区客人超七成来自本地及周边城市，客流高峰主要集中在周末时段。

3.4 抖音暑期旅游数据

抖音数据显示，暑期抖音酒旅团购订单量、销售额均同比增长 46%。暑期海滨游、小城游火热，多城酒旅团购订单量环比涨超 1 倍。此外，暑期抖音景点团购订单量环比涨超 41%，销售额环比增长 55%。

权益保障方面，抖音推出“暑期安心保障”计划，涉及“酒店确认后无房必赔”、“酒店入住不满意退”、“‘安心游’特色服务保障”等。

3.5 飞猪暑期旅游数据

飞猪数据显示，今年暑期旅游需求强劲，机票、酒店、租车、海外当地玩乐等旅游订单量持续增长；品质游趋势明显，订单均价同比增长 9.9%。

此外，暑期学生出游人次占比持续增加，但大学生“特种兵式”旅游热度有所下降，订单均价同比增长 15.1%。

出境游方面，日本、韩国、中国香港、马来西亚、泰国、新加坡、美国、越南、法国、印度尼西亚等是热门目的地。

3.6 去哪儿暑期旅游数据

去哪儿数据显示，今年暑期，在去哪儿平台，大学生群体的国际机票预订量同比增长 42%，远超平均增幅；他们的票量占比已经达到 10%。

从去哪儿大学生用户的酒店预订量看，他们在暑期的预订最高峰，出现在 6 月中旬至 7 月的第一周，这三周的酒店预订量占六、七月预订总量的 43%。

3.7 途牛暑期旅游数据

途牛数据显示，通过途牛预订境内游与出境游的用户出游人次均实现了两位数的同比增长。

从客源地分布情况来看，一线及新一线城市用户构成了暑期出游的主力阵容，出游人次占比接近 56%；二线及以下城市用户出游人次同比增长近 15%。

境内游新兴、小众目的地方面，途牛暑期出游数据显示，二线及以下目的地的用户到访人次同比去年暑期增长 24%。

此外，亲子家庭的出游需求爆发式增长，自由行和自驾游是亲子家庭的出游首选，在暑期亲子游中的出游人次占比超过了 60%。

四、暑期消费者投诉数据

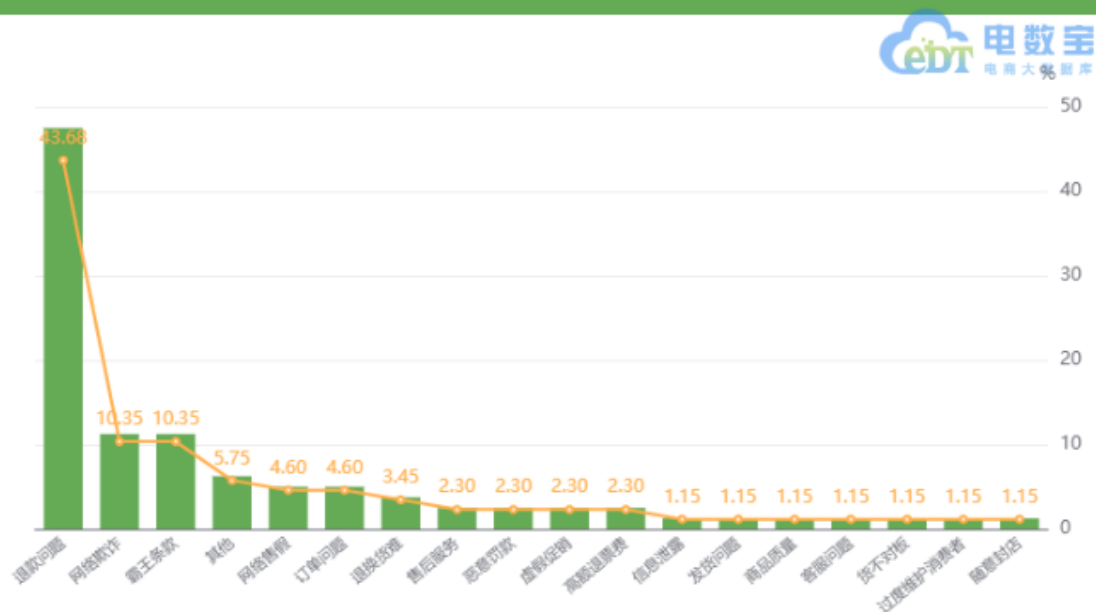
4.1 暑期在线旅游投诉数据

4.1.1 投诉问题类型分布

据“电诉宝”显示，7-8月暑期期间，全国在线旅游网络消费投诉问题类型TOP10中，退款问题占比高达43.68%。其余问题类型依次为网络欺诈

(10.35%)、霸王条款(10.35%)、网络售假(4.60%)、订单问题(4.60%)、退换货难(3.45%)、售后服务(2.30%)、恶意罚款(2.30%)、虚假促销(2.30%)、高额退票费(2.30%)。

2025年暑期在线旅游网络消费投诉问题类型占比图



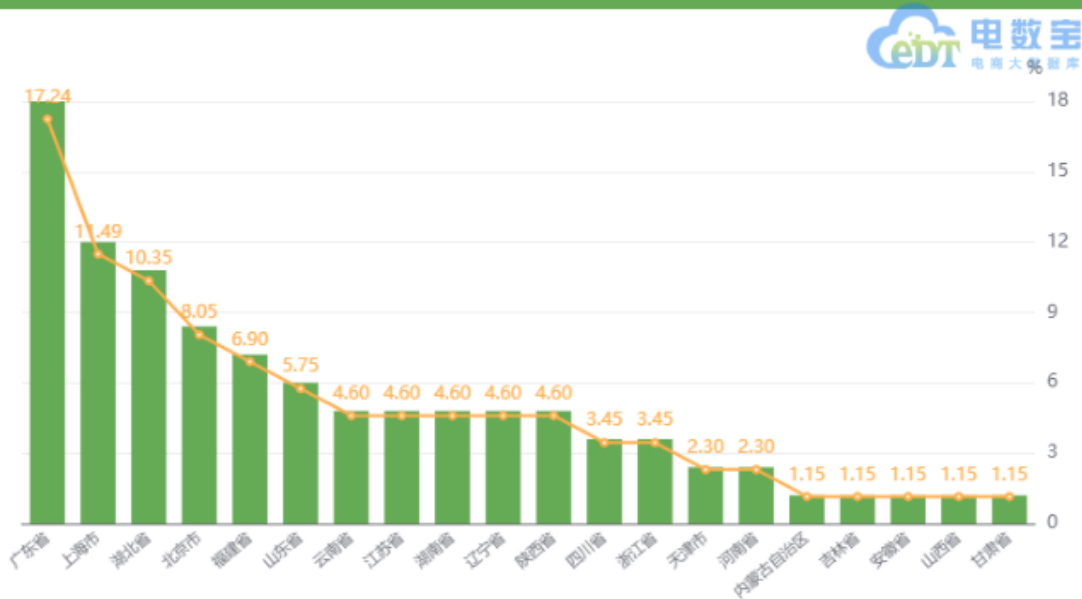
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

4.1.2 投诉地区分布

“电诉宝”受理的暑期在线旅游网络消费投诉投诉用户聚集地区TOP10依次为：广东省(17.24%)、上海市(11.49%)、湖北省(10.35%)、北京市(8.05%)、福建省(6.90%)、山东省(5.75%)、云南省(4.60%)、江苏省(4.60%)、湖南省(4.60%)、辽宁省(4.60%)。

2025年暑期在线旅游网络消费投诉地区占比图



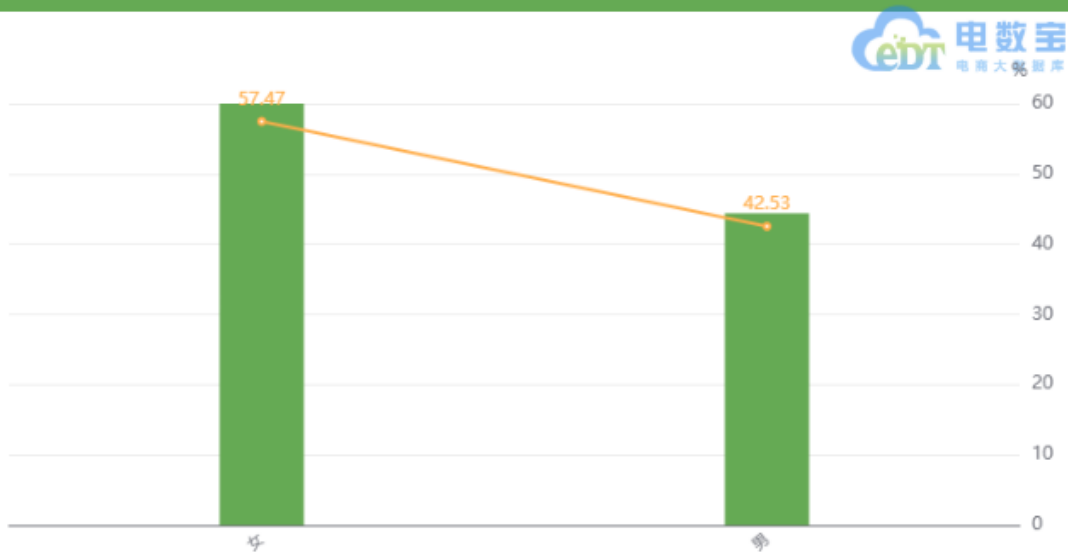
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

4.1.3 投诉用户性别分布

据“电诉宝”显示，7-8月暑期期间在线旅游网络消费投诉女性用户投诉比例为 57.47%，男性用户投诉比例为 42.53%。

2025年暑期在线旅游网络消费投诉性别占比图

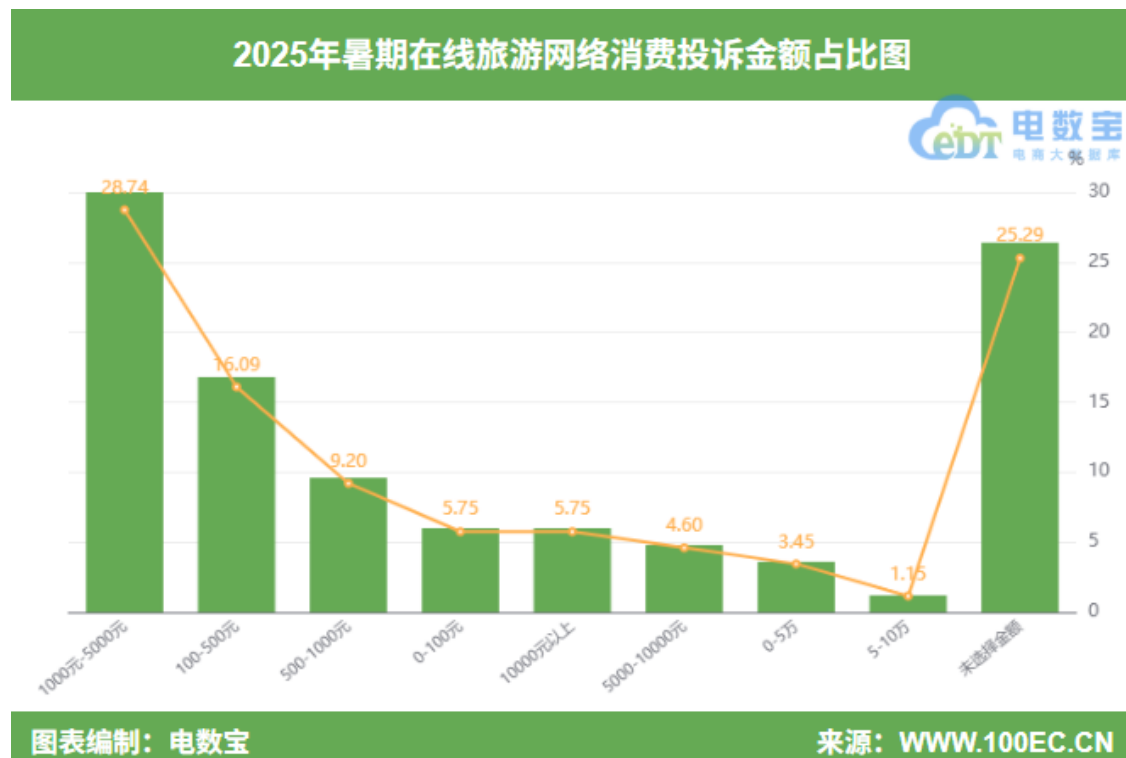


图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

4.1.4 投诉金额区间分布

金额分布上，主要集中在 1000 元-5000 元（28.74%）、100-500 元（16.09%）、500-1000 元（9.20%）、0-100 元（5.75%）、10000 元以上（5.75%）、5000-10000 元（4.60%）、0-5 万（3.45%）、50000 元以上（1.15%）、0-5 万（3.45%）。



4.1.5 暑期在线旅游评级榜

在暑期全国在线旅游投诉榜中，按投诉量排名依次为飞猪、去哪儿、走着瞧旅行、携程、同程旅行、联联周边游、途家、蝌蚪亲子。

当前位置 > 投诉榜

领域： 总榜 数字零售 数字生活 数字教育 跨境电商 产业电商
物流科技 金融科技 数字健康 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
共享经济

筛选： 2025 暑假

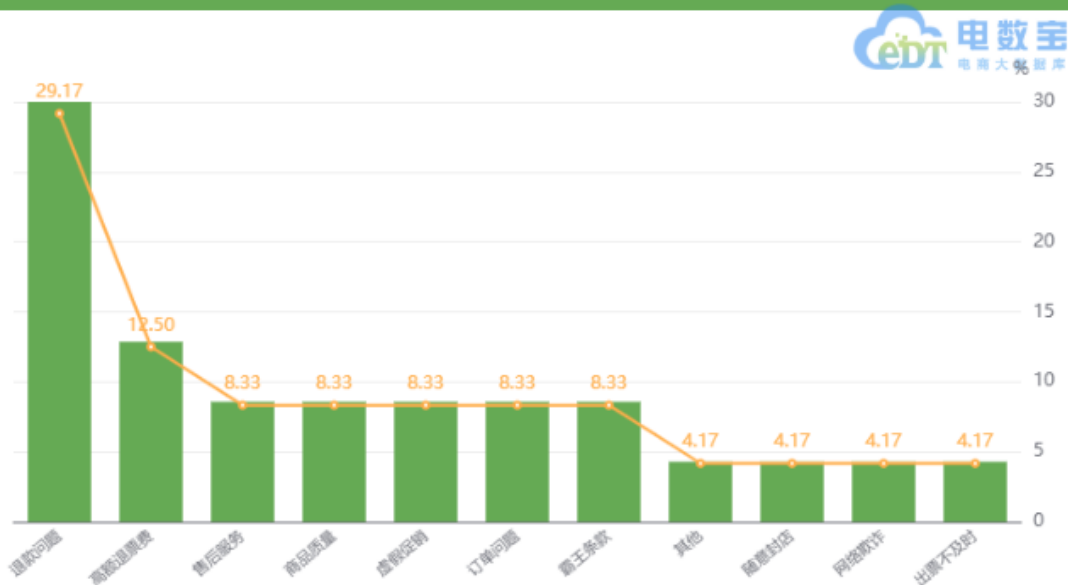
1	飞猪	2	去哪儿	3	走着瞧旅行	4	携程
5	同程旅行	6	联联周边游	7	途家	8	蝌蚪亲子

4.2 暑期移动出行投诉数据

4.2.1 投诉问题类型分布

据“电诉宝”显示，7-8月暑期期间，全国移动出行网络消费投诉问题类型TOP10中，退款问题占比高达**29.17%**，其余问题类型依次为**高额退票费（12.50%）、售后服务（8.33%）、商品质量（8.33%）、虚假促销（8.33%）、订单问题（8.33%）、霸王条款（8.33%）、出票不及时（4.17%）、网络欺诈（4.17%）、随意封店（4.17%）**。

2025年暑期移动出行网络消费投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

4.2.2 投诉用户性别分布

性别分布上，女性用户投诉比例为 **33.33%**，男性用户投诉比例为 **66.67%**。

2025年暑期移动出行网络消费投诉性别占比图



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

4.2.3 投诉金额区间分布

据“电诉宝”显示，7-8月暑期期间移动出行网络消费投诉金额分布主要集中在**100-500元（25.00%）**、**0-100元（20.83%）**、500-1000元（12.50%）、0-5万（8.33%）、1000元-5000元（8.33%）、5000-10000元（4.17%）。



4.2.4 暑期全国移动出行投诉榜

暑期移动出行投诉排名依次为：智行、高德、青桔、滴滴出行。



消费者和商家投诉维权“双通道”持续开启...



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 数字教育 跨境电商 产业电商
物流科技 金融科技 数字健康 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
共享经济

筛选: 2025 暑假

1 智行 2 高德 3 青桔 4 滴滴出行

五、典型问题与案例

5.1 高额退票费

暑期旅游&出行典型投诉案例之高额退票费

时间	平台	事件	处理状态
8月26日	智行	平台被曝退票扣费不合规 消费者损失千元	未处理
7月31日	飞猪	飞猪平台被指未及时处理退票申请致用户承担额外退票费	未处理
7月4日	同程	同程被指加价选上铺却被安排下铺 退票产生损失	已处理
去年暑期	携程	携程平台被指高额退票费 千元机票退款仅百元	已处理

图表编制: 网经社

网址: WWW.100EC.CN

典型案例一: 智行平台被曝退票扣费不合规 消费者损失千元

8月26日, 山东省的一位先生向电诉宝投诉称其于8月25日在智行平台购买了一张9月5日起飞的机票, 票面价格为2200元, 却在8月26日误操作退票, 仅收到退款932元, 损失约1000元。

用户认为，根据《中华人民共和国民法典》第八百一十六条规定，航班起飞时间（9月5日）距离退票日（8月26日）远超24小时，退票费最高不得超过机票价格的10%，但智行平台实际扣费比例远高于此，涉嫌违反相关规定，损害消费者权益。目前，该平台暂未回应。

典型案例二：飞猪平台被指未及时处理退票申请致用户承担额外退票费

7月31日，湖北的王先生向电诉宝投诉称其于7月26日21:32通过淘宝旗下飞猪旅行平台，购买了一张东方航空从武汉飞往舟山（2025年8月7日10:20起飞）的机票；随后在当日22:31提交退票申请。

用户指出，根据东方航空相关规定，订单在购票后2小时内可享受全额退款，且飞猪平台退票界面存在“航司退票费减免政策”选项，但飞猪未及时在2小时内向航空公司提交退票申请，即使用户多次催促，平台仍延迟至超过3小时才处理，导致用户被扣除55元退票费。用户认为此损失系平台操作延误所致，要求飞猪退还55元手续费。

典型案例三：同程被指加价选上铺却被安排下铺 退票产生损失

7月4日，刘先生向电诉宝投诉称其于7月4日通过微信同程小程序购买车次K430火车票，在订单中额外支付50元服务费（含15元指定上铺、15元专人抢票、10元快速出票及10元极速出票），但平台未提前通知便出票为下铺。用户因铺位不符选择退票，原票价207元仅退回196.5元（扣款10.5元），平台虽退还15元选铺费，但拒绝赔偿剩余35元服务费。

用户认为平台未按约定服务内容履行责任，导致退票损失，要求同程旅行全额赔偿差价并整改服务流程。目前平台尚未给出合理解决方案，用户质疑其存在单方面违约行为。

目前，该平台回应称已将用户的问题记录并反馈，会尽快联系用户处理。

典型案例四：携程平台被指高额退票费 千元机票退款仅百元

海南省的孙先生向电诉宝投诉称其于7月30日在携程平台购买了一张海口飞往长春的单程机票，次日（7月31日）因故尝试改签但发现航班不支持改签，遂申请退票。然而，携程平台收取了高额退票手续费，用户[支付](#)1000多元

的机票款最终仅退回 100 余元。

用户强调，虽理解退票需收取手续费，但费用过高且不符合国家相关规定，认为此举涉嫌压榨和欺骗消费者。用户指出，退票申请距离航班起飞时间仍有两天，平台却未按合理比例收费，因此要求平台重新审核退票费用并解决其诉求。

目前，该平台回应称已将用户的情况记录并反馈，核实后将及时与用户取得联系。

5.2 售后服务

暑期旅游&出行典型投诉案例之售后服务			
时间	平台	事件	处理状态
8月16日	飞猪	平台被投诉购买机票后短期内申请改签遭客服拒绝	未处理
7月14日	智行	某酒店被指服务存在严重问题且平台处理不力	未处理
7月22日	携程	民宿被指卫生恶劣 客服处理敷衍	已处理
8月16日	走着瞧旅行	被指商品下架后长期无法预约且客服拒绝退款	未处理
图表编制：网经社		网址：WWW.100EC.CN	

典型案例一：飞猪平台被投诉购买机票后短期内申请改签遭客服拒绝

8月16日，广东省的秦女士向电诉宝投诉称其于8月3日通过支付宝飞猪小程序购买了两张机票，行程为2025年8月26日从深圳经北京中转至沈阳。购票后不到一小时，用户因发现更便宜的直飞航班，立即联系客服申请改签，但客服拒绝免费处理，要求扣费才能操作。

用户强调不要求补差价，仅希望将中转航班改为直飞，且直飞价格已低于原购票金额，但平台以“中转航班不可改签”为由拒绝诉求，用户认为此举不合理且损害其权益。目前，该平台暂未回应。

典型案例二：智行某酒店被指服务存在严重问题且平台处理不力

7月14日，上海市的邵女士向电诉宝投诉称其于7月10日至11日连续入住上海某酒店，发现酒店存在设施破损、遮光效果差及服务恶劣等问题。

用户通过下单平台反馈后，平台未提出有效解决方案，反复要求用户“理解酒店工作”，多次致电却未对商家进行监管或处理，最终以简单粗暴方式忽视用户诉求，未给予合理答复或补偿。目前，该平台暂未回应。

典型案例三：携程民宿被指卫生恶劣 客服处理敷衍

7月22日，广东省的郑先生向电诉宝投诉称其于2024年6月26日通过携程旅行网预订广州市白云区君悦公寓民宿，连续住宿至7月20日。入住期间发现该民宿从未提供客房清洁服务及床品更换，居住环境恶劣，导致用户腿部遭受虫咬并引发严重过敏红肿，正常生活受到影响。用户多次联系携程客服投诉，平台仅提出象征性赔偿30元方案，未对卫生缺失问题及健康损害给出合理解释与合理补偿。

用户要求退还部分房费约315元、赔偿医疗费用106元，并责令携程对客服敷衍态度进行整改。平台回应称，对用户表示歉意，并称已将问题反馈至相关部门主管进行核实，待查清情况后将予以回复。

典型案例四：走着瞧旅行被指商品下架后长期无法预约且客服拒绝退款

8月16日，湖南省的张女士向电诉宝投诉称其于2023年8月15日通过微信视频号“走着瞧旅行”直播间购买青海甘肃8天7晚跟团游产品，但多次尝试预约均被告知“未开团”，且微信订单页面显示商品已下架。用户于2024年6月11日申请退款，客服仅同意延期但拒绝退款；2024年7月20日再次要求退款未获答复；2025年4月25日尝试预约时仍被告知无团期，用户重申退款诉求，客服再次以“只能延期”为由拒绝。

用户表示多次协商无果，平台始终未提供有效服务且拒绝退款，现要求“走着瞧旅行”全额退还费用。目前，该平台暂未回应。

5.3 价格欺诈

暑期旅游&出行典型投诉案例之价格欺诈

时间	平台	事件	处理状态
8月19日	携程	携程“长白山一日游”服务被指出现费用不透明问题	未处理
7月2日	智行	智行火车票平台被指隐瞒扣费 存在消费陷阱	已处理
7月28日	飞猪	飞猪平台被指价格问题 宣称的优惠活动不存在	未处理
8月22日	去哪儿	去哪儿预订民宿遇“欺诈” 退单不到48小时被扣80%房费	未处理

图表编制：网经社

网址：WWW.100EC.CN

典型案例一：携程“长白山一日游”服务被指出现费用不透明问题

8月19日，辽宁省的郭女士向电诉宝投诉称其在携程网预订了上海携程国际旅行社提供的“长白山天池+西坡一日游”产品，遭遇了服务与宣传不符、景点缩水退款不足及车费定价显失公平等问题。

消费者指出，实际服务并无导游陪同，涉嫌虚假宣传；且因景点未开放，旅行社未足额退还景区承诺的50%门票费用；此外，高达千余元的车费远超合理范围且未提前公示。经多次联系携程客服未果后，现要求退还50%费用、书面道歉并提请行政主管部门介入处理。目前，平台暂未回应。

典型案例二：智行火车票平台被指隐瞒扣费 存在消费陷阱

7月2日，河南省的陈先生向电诉宝投诉称其于7月2日在智行火车票平台购买火车票后，接到平台客服电话，对方以“免费更换车厢”为由引导其操作，称可将原15车厢上铺更换至16车厢上铺。

消费者在未被告知费用的情况下点击确认，随后被自动扣费30元。消费者强调两车厢同为普通上铺、票价一致，质疑平台隐瞒真实收费意图、涉嫌欺诈，要求平台解释并退还扣款。

目前，平台回应称“已联系消费者沟通，消费者不满订单提交智能换座产生

费用，考虑服务感受特殊申请退订至原支付账户，消费者接受，已达成一致。”

典型案例三：飞猪平台被指价格问题 宣称的优惠活动不存在

7月28日，江西省的曾先生向电诉宝投诉称其在飞猪平台购买机票时，页面明确显示购票后可返现230元，其电话咨询平台客服时亦得到“有返现”的肯定答复。但购票完成后返现页面消失，再次联系客服被告知无此活动。

消费者指出平台涉嫌虚假宣传与欺诈，致其因信赖该优惠而放弃其他平台更低价选项，造成实际损失，目前飞猪平台未予解决，消费者要求监管部门介入处理。目前，平台暂未回应。

典型案例四：去哪儿预订民宿遇“欺诈” 退单不到48小时被扣80%房费

8月22日，山东省的庞女士向电诉宝投诉称其于8月18日通过去哪儿旅行平台预订芸沐印象民宿，后因特殊情况于8月19日11:29申请退单，却被扣除80%费用。用户指出，平台取消规则中虽规定“8月17日12:00前取消方可全额退款”，但其下单时间已远超过该时限，且未入住也未超过48小时，认为高额扣款极不合理。用户质疑平台与商家存在欺骗行为，并指责其利用规则漏洞侵害消费者权益。

尽管用户向平台投诉，去哪儿旅行仅提供22元补助，并以“未看清规则”为由拒绝全额退款。用户目前要求平台与商家全额退款，并整改相关规则，停止此类“光明正大的欺骗”行为。

5.4 虚假宣传

暑期旅游&出行典型投诉案例之虚假宣传			
时间	平台	事件	处理状态
8月12日	去哪儿	被指民宿货不对板 退款维权困难	未处理
7月22日	飞猪	被指发布虚假酒店图片	未处理
8月21日	智行	被指虚假宣传致误车	已处理
去年暑期	高德	平台宾馆被指脏乱差 客服推诿处理不力	未处理
图表编制：网经社		网址：WWW.100EC.CN	

典型案例一：去哪儿网被指民宿货不对板 退款维权困难

8月12日，四川省的张女士向电诉宝投诉称其于8月4日通过去哪儿网平台预订了某民宿“安心订放心住”的湖景巨幕双床房两晚。到店后却发现实际环境与宣传严重不符，景区距离远超平台标注的直线距离，且存在设施陈旧、卫生脏乱、大型犬散养等问题。消费者因无法接受而未入住，并自行另订房间。

事后，商家以“不可取消”为由拒绝退款，去哪儿网平台则仅提议补偿350元优惠券试图了结。此举导致消费者不仅损失了全部房费，还额外支出了时间、交通成本并承受了精神压力。在协商过程中，平台客服反复询问相同问题，再次耗费了其大量时间与精力。

目前，该消费者的核心诉求是要求平台全额退款，并依据相关法规进行双倍赔偿。目前，平台暂未回应。

典型案例二：飞猪被指发布虚假酒店图片

7月22日，福建省的陈女士向电诉宝投诉称其于7月11日通过飞猪平台预订了新加坡某电竞竞技场酒店，因被平台发布的图片吸引，支付了3088.4元人民币预订了7月13日至17日的房间。然而，在7月13日办理入住时，消费者

发现酒店实际环境与飞猪发布的图片完全不符。经与酒店沟通得知，酒店早已更换装修，其他平台均已更新图片，唯独飞猪未更新。

由于酒店卫生间环境差、无窗户，消费者认为该环境不适合入住，最终未入住该酒店。消费者要求飞猪平台承担“退一赔三”的惩罚性赔偿责任。

典型案例三：智行 APP 被指虚假宣传致误车

8月21日，黑龙江省的邹先生向电诉宝投诉称其于8月19日晚通过智行APP购买从延吉市客运总站至阿城区的汽车联票。购票时页面明确显示第一段“延吉至五常”行程时长为3小时，但实际乘坐耗时5小时30分钟，因平台标注时间严重失实，用户未能赶上五常至阿城唯一一趟后续班车。

用户投诉后，智行APP以“联票不可单独退改”为由拒绝退还第二段票款，且客服来回推诿责任。用户强调，若平台提前告知真实行程时间，根本不会购买该联票，现因虚假宣传导致误车并造成额外时间和经济损失，要求平台全额退款并赔偿相应损失。目前，平台已回应并与消费者达成和解。

典型案例四：高德平台宾馆被指脏乱差 客服推诿处理不力

去年暑期，河北省的陈先生向电诉宝投诉称其于2024年8月10日通过高德平台预订秦皇岛致家宾馆8月11日至13日的房间。入住后发现房间环境脏乱差，且宾馆不提供免费矿泉水，要求消费者自行付费购买。消费者尝试联系高德客服投诉，但客服态度敷衍、推诿踢皮球，仅建议联系酒店处理，而酒店方态度强硬，拒绝协商。

消费者质疑高德平台对商家审核不严，导致消费者投诉无门。此外，高德平台在未明确告知的情况下强制开通19元会员服务，消费者认为此举不合理。目前要求平台对宾馆质量问题及强制消费行为给出解决方案。

5.5 大数据杀熟

暑期旅游&出行典型投诉案例之大数据杀熟			
时间	平台	事件	处理状态
8月11日	智行	智行某酒店被指谎称房型已满 仍有库存且价格上涨	未处理
8月15日	飞猪	飞猪平台被投诉价格标识不一	未处理
图表编制：网经社		网址：WWW.100EC.CN	

典型案例一：智行某酒店被指谎称房型已满 仍有库存且价格上涨

8月11日，上海市的张女士向电诉宝投诉称其于2024年10月3日在智行平台预订锦江某酒店精致商务房一间。下单24分钟后被告知房型已满，但用户发现该房型实际仍有库存且价格已上涨。平台声称是酒店方取消订单，且无投诉处理方案，并私自挂断用户电话。

用户联系酒店后，酒店表示是平台方取消订单，要求平台对接处理。平台又改称是“自动取消”，双方互相推卸责任，最终让消费者承担损失。

典型案例二：飞猪平台被投诉价格标识不一

8月15日，山东省的赵女士向电诉宝投诉称其于8月13日在飞猪平台预订美国拉斯维加斯马蹄湾酒店住宿，预订时页面显示两种含税价格：线上支付+到店付税费、线上支付包含税费。用户选择“线上支付包含税费”选项并完成支付，但到店后酒店仍要求额外支付406.85元。

用户认为飞猪平台未统一标识价格，存在价格标注问题，误导消费者。现要求飞猪退回多收款项，并按照国家规定进行赔偿。

5.6 退改订单难

暑期旅游&出行典型投诉案例之退改订单难			
时间	平台	事件	处理状态
8月20日	去哪儿	去哪儿网被投诉“不可取消”条款侵害权益 提前8天退订拒退款	未处理
8月11日	去哪儿	去哪儿网某酒店被指拒不改期退款	未处理
8月10日	飞猪	飞猪旅行拒退机票款 用户质疑平台手续费比例	未处理
8月8日	走着瞧旅行	走着瞧旅行售后失联 平台承诺未履行且用户退款无门	未处理
7月20日	蝌蚪亲子	武汉蝌蚪平台被指违反“过期可退”承诺 拒绝退款	未处理
图表编制：网经社		网址：WWW.100EC.CN	

典型案例一：去哪儿网被投诉“不可取消”条款侵害权益 提前8天退订拒退款

8月20日，广东省的黎女士向电诉宝投诉称其于8月13日通过去哪儿网平台预订宾馆住宿服务，并于8月15日提前八天申请取消订单，但平台以订单“不可取消”为由拒绝退款。用户认为该格式条款未以显著方式提示，剥夺了消费者主要权利，依据《民法典》应属无效；且提前八天取消不影响酒店二次销售，平台设定的高额违约金过分高于损失。

用户主张平台行为侵害消费者权益，要求退还全额款项。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，“去哪儿”平台暂未回应。

典型案例二：去哪儿网某酒店被指拒不改期退款

8月11日，上海市的张女士向电诉宝投诉称其于8月1日通过去哪儿网平台预订了香港某酒店8月15日至17日的住宿。因家中临时有事，用户于8月8日与商家沟通，希望将入住日期改期至8月23日至25日。商家回复称不同意改期，但提出扣除500元手续费后可办理退款，用户当时接受了此方案。然而，8

月9日商家又改口，明确表示不同意退款。最终，商家既不同意改期，也拒绝退款。用户多次与商家沟通均无果，希望商家能够退回全款。对此，平台暂未回应。

典型案例三：飞猪旅行拒退机票款 用户质疑平台手续费比例

8月10日，山东省的赵女士向电诉宝投诉称其于8月10日上午在飞猪旅行APP购买了8月20日济南至韩国仁川的往返机票。后因签证问题需要变更日期，用户提交改签申请后平台一直未受理。当日下午，因签证中心催促提供机票信息，用户无奈选择退票，但平台最初拒绝退款，后客服仅同意退还190元。

用户认为平台扣除手续费比例极不合理，涉嫌欺诈，要求飞猪旅行退还扣除合理手续费后的剩余机票款项。对此，平台暂未回应。

典型案例四：走着瞧旅行售后失联 平台承诺未履行且用户退款无门

8月8日，广东省的江女士向电诉宝投诉称其于2018年5月14日通过某公众号推广，购买两份“走着瞧旅行”云南旅游产品，共支付1198元。2021年11月26日，用户曾联系客服确认受疫情影响订单可延期。后因个人原因无法出行，近期尝试通过公众号客服及电话联系均无人回应。

用户要求走着瞧旅行履行延期承诺或办理退款。对此，平台暂未回应。

典型案例五：武汉蝌蚪平台被指违反“过期可退”承诺 拒绝退款

7月20日，湖北省的邱女士向电诉宝投诉称其于2024年1月通过武汉蝌蚪平台购买游乐场门票，平台达人曾宣传“过期可退、不用可退”。但用户申请退款时，客服以“超过时效”为由拒绝。用户表示，此前多次门票过期均未收到退款提示，且平台核销码始终打码模糊信息。

因所购门票为未核销的券码，商家无实际损失，用户要求平台履行承诺退还全款。对此，平台暂未回应。

5.7 霸王条款

暑期旅游&出行典型投诉案例之霸王条款			
时间	平台	事件	处理状态
7月23日	智行	智行火车票APP隐藏捆绑“安心出行宝”且拒绝退款	已处理
8月14日	联联周边游	联联周边游被指设定“套餐不退换”霸王条款	未处理
7月20日	去哪儿	用户投诉“去哪儿网”台风天申请取消酒店订单遭去哪儿网拒绝	已处理
8月16日	去哪儿	去哪儿某酒店被投诉未入住被全额扣款遭拒退款	未处理
图表编制：网经社		网址：WWW.100EC.CN	

典型案例一：智行火车票 APP 隐藏捆绑“安心出行宝”且拒绝退款

7月23日，浙江省的陆先生向电诉宝投诉称其于7月18日通过智行火车票APP购买了从兰州飞往杭州的机票。下单时，用户发现收费明细中捆绑了一项隐藏的“安心出行宝”收费项目，金额为38.9元。该项目默认勾选且不可取消，退订选项极为隐蔽。用户点击后，页面显示“已使用”并无法退订。

用户表示，此项扣费是在其完全不知情、非自愿的情况下产生的。后因航班取消办理退票，该捆绑项目费用仍被扣除，平台拒绝退还。

在与客服沟通无果后，用户提出诉求，要求智行火车票APP全额退还此次订单的所有费用共计715.9元，其中包括被捆绑消费的38.9元“安心出行宝”费用。

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，“智行”平台回应称已对客人反映的问题进行了记录，并对客人的理解与支持表示感谢。

典型案例二：联联周边游被指设定“套餐不退换”霸王条款

8月14日，湖北省的施先生向电诉宝投诉称其于7月在联联周边游小程序购买团购套餐后，因时间问题无法消费并要求退款，但商家以“套餐不退换”为

由拒绝。用户认为该条款属于霸王条款，侵害了消费者主要权利，违反了《消费者权益保护法》第16条第三款，同时指出该行为与国家工商总局2012年《关于加强网络团购经营活动管理的意见》相悖——该规定明确要求团购网站经营者不得设定“过期未消费预付款不退”或限制退款至账户等不合理条件。用户强调，平台以预收款方式销售服务却拒绝退款，涉嫌违法，要求平台立即退还全部费用。对此，相关平台暂未回应。

典型案例三：用户投诉“去哪儿网”台风天申请取消酒店订单遭去哪儿网拒绝

7月20日，广东省的江女士向电诉宝投诉称其于7月13日在去哪儿网平台预订了香港某酒店的家庭客房，入住时间为7月19日晚至7月20日。订单虽显示不可取消，但因7月20日香港发出九号风球，公共交通大面积停运，属不可抗力因素，用户据此申请取消订单。酒店客服已书面同意因台风原因免费取消，但需平台供应商向酒店邮箱发送确认邮件方可完成流程。

用户与去哪儿网客服多次沟通，最终被告知申请被其合作旅行社拒绝，仅提供180元补偿。用户认为该处理结果违反《消费者权益保护法》相关规定。

对此，平台回应称“经核实，消费者反馈台风原因无法入住，诉求是免费取消。平台核实的情况是商家告知无法全额退款，平台考虑消费者体验未入住且全损可以补偿897.45元现金，消费者认可，和解成功”。

典型案例四：去哪儿某酒店被投诉未入住被全额扣款遭拒退款

8月16日，陕西省的赵女士向电诉宝投诉称其于7月30日通过去哪儿网预订了位于兰州市的某商务宾馆标准间，房费182元。因家中突遭变故，原计划带父亲赴兰州散心未能成行，用户忘记及时取消订单。事后发现未入住，遂联系酒店及去哪儿网申请退款。酒店方面称已为用户保留房间一晚，故需收取全额费用，并表示因无用户联系方式未进行提醒。

用户质疑酒店未主动联系确认且无提前预约记录，不应默认留房并扣全款。经多次沟通，酒店仍拒绝退款。用户认为该处理方式属于“霸王条款”，违反《消费者权益保护法》，要求退还全部款项。对此，平台暂未回复。

六、关于我们

（一）关于电诉宝

国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”(315.100EC.CN)运行 10 余年来，与全国近千家网络消费平台建立对接，影响 1 亿+网络消费用户，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、评价体系、法律求助、大数据分析等诸多功能。目前，平台“绿色通道”服务向广大网络消费平台开放，各平台可自主申请入驻，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、健康的网络消费投诉环境，“电诉宝”公开版已正式上线，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、投诉榜（依据投诉量排行）等模块，让投诉过程透明化，一手掌握信息动态。

“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。



滚动报道



曝光台



评级榜



法律求助



投诉榜



微信投诉



自媒体爆料

跟 踪 电 商 退 款 乱 象

消费者投诉

商家投诉

进度查询

平台登录

姓名*

姓名

年龄*

性别*

性别

所在地*

所在地

邮箱*

邮箱

投诉对象*

投诉对象

网址

网址

订单号*

订单号

涉及金额

涉及金额

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。

电诉宝 网络消费纠纷调解平台

“2025第十四届网络消费315调查行动”收官

调查 | 曝光 | 电商

当前位置 > 首页

最新投诉 已移交 已受理 已评价

安徽省 2025-07-11 16:05:10 未审核

【电诉宝】抖音平台包庇商家，售卖不符商品

我与25年6.21日抖音平台购买一只百年灵25年款机械表，发货到后发现是24年四月的一只表，况且手表的宣传为八年质保，经过带和官方客服求证此表为免税表只享受五年质保，严重不符商家承诺48小时退货，到货后申请退货被商家拒绝，抖音介入后还是支持商家，包庇商家，至今没有结局的，投诉到12345也至今没有解决，一开始商家答应退款商家不同意就不了了之了，

[投诉对象] 抖音平台 领域: 国内网购 类型: 售后服务 详情>

河南省 2025-07-11 15:55:39 未审核

【电诉宝】淘宝系统乱判售假删除店铺并扣押2000保证金

我与2025年6月20日，收到淘宝平台发送的违规信息，显示出售假冒商品的违规提示，实际销售商品为剪辑的背景视频，其中的音乐和视频片段不涉及任何版权，没有任何售假性质，当时已在淘宝平台申诉，淘宝平台只开放线上申诉，让提交证据，当时线上申诉提交了商品详情页的介绍，和剪辑的视频截图，之后显示申诉不通过，二次申诉上传了同样的证据，依然被驳回，电话联系淘宝平台，说只接受线上申诉，没有电话申诉，淘宝平台没有售假的依据，只单纯提示信息层面售假，就判售假违规，但并扣押2000元保证金，店铺被删除，现求助于电诉宝平台，希望主持公道核实相关事实，并退回被无故扣押的2000元保证金，再次致电淘宝平台，淘宝小二只让线上申诉，提供的证据他们不接受，强制删除店铺，扣除保证金，请电诉宝平台核实，给出公正的判决，退换货强制执行的保证金，谢谢，邮箱为494739930@qq.com

[投诉对象] 淘宝 领域: 商家投诉 类型: 扣押保证金 详情>

商家投诉 我要投诉 平台入驻 投诉指南

投诉榜 更多

总榜	零售	生活	健康	教育	跨境	产业
1 拼多多	2 抖音电商					
3 淘宝	4 京东					
5 快手	6 美团					
7 微信	8 闲鱼					
9 天猫	10 小红书					
11 转转	12 1688					
13 万师傅	14 去哪儿					
15 分期乐	16 BOSS直聘					
17 阿里巴巴	18 飞猪					
19 唯品会	20 智行					

（二）关于网经社

浙江网经社信息科技有限公司拥有18年历史，提供媒体平台、专业智库以及资源媒介三大服务，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、40000+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《2025暑期旅游&出行网络消费权益监测报告》”。

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：2025年9月11日

官方公众号 ID: i100EC

网购投诉平台 ID: DSWQ315

(超 40 万电商人都在看!)

(在线网购投诉)



商家投诉 (JTK.100EC.CN)

电诉宝 (315.100EC.CN)

(商家反向维权通道)

(消费者投诉通道)

