

2025年度

中国移动出行&在线旅游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：2026年3月9日

报告编制：网经社电子商务研究中心



报告下载

2026网络消费315调查行动启动在即 系列投诉数据与典型案例报告排期发布

315来临之际，中消协公布2026年消费维权主题：提升消费品质。国内知名网络消费纠纷调节平台“电诉宝”，携手“一带一路”TOP10影响力社会智库网经社电子商务研究中心即将发起“2026第十五届网络消费315调查行动”，并连续第15年发布10份数字经济系列投诉数据与典型案例报告。

发布渠道

自有媒体	门户网站，数千万用户阅读/年
自媒体矩阵	图文&短视频，40+个平台，近100万粉丝，年阅读量数亿+
全球媒体库	近6000实名注册记者，每年上万次用，10亿曝光/年



报告排期表

序号	报告名称	预计发布日期
1	《2025年度中国跨境电商投诉数据与典型案例报告》	3月3日（周二）
2	《2025年度中国物流科技投诉数据与典型案例报告》	3月3日（周二）
3	《2025年度中国女性网络消费投诉数据与典型案例报告》	3月5日（周四）
4	《2025年度中国金融科技数据与典型案例报告》	3月9日（周一）
5	《2025年度中国移动出行&在线旅游投诉数据与典型案例报告》	3月9日（周一）
6	《2025年度中国数字教育投诉数据与典型案例报告》	3月10日（周二）
7	《2025年度中国数字生活投诉数据与典型案例报告》	3月10日（周二）
8	《2025年度中国数字零售投诉数据与典型案例报告》	3月11日（周三）
9	《2025年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告》	3月12日（周四）
10	《2025年中国电商平台商家投诉数据报告》	3月18日（周三）



报告下载



我要投诉

江湖地位



目录

一、报告摘要.....	6
二、整体数据.....	11
（一）投诉问题类型分布.....	11
（二）投诉地区分布.....	14
（四）投诉金额区间分布.....	17
三、十大典型案例.....	19
四、各家评级数据.....	28
（一）2025年“智行”获“谨慎下单”.....	28
据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2025年“智行”共获得20次消费评级，均为“谨慎下单”评级。.....	28
2025年“智行”涉嫌存在退款问题、霸王条款、订单问题、网络欺诈、售后服务、高额退票费、商品质量、出票不及时、发票问题、客服问题、网络售假、虚假促销等问题。.....	28
.....	29
用户投诉“智行”的消费金额主要在100-500元、0-100元、500-1000元、1000-5000元、0-5万元、10000元以上、5000-10000元区间。.....	29
.....	30
（二）2025年“高德”获“不予评级”.....	32
据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2025年“高德”共获得16次消费评级，均为“不予评级”。.....	32
（三）2025年“去哪儿”获“建议下单”.....	36
据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2025年“去哪儿”共获得20次消费评级，均为“建议下单”，2025年整体消费评级为“建议下单”。.....	36
2025年“去哪儿”涉嫌存在退款问题、霸王条款、订单问题、网络欺诈、售后服务、网络售假、虚假促销、出票不及时、客服问题、退换货难、高额退票费等问题。.....	36
用户投诉“去哪儿”的消费金额主要在500-1000元、100-500元、10000元以上、5000-10000元、0-100元、0-5万元区间。.....	37
.....	37
【案例一】用户投诉“去哪儿”推诿责任：未出票拒退款且隐瞒出票方信息.....	37
4月12日，重庆市的张女士向“电诉宝”投诉称在去哪儿网上预订了机票，仅仅两分钟后的21点02分，在机票尚未出票的状态下，她便迅速申请了退款，并要求平台进行拦截。到了21点40分左右，航空公司确认机票还未出票，并告知张女士需联系第三方平台进行处理拦截，同时明确表示未出票的机票是可以退款的。然而，去哪儿网客服却告知张女士，由于去哪儿网平台规定特价机票不能退，还称张女士付了钱就相当于买了东西，无论东西是否到手，他们平台的规定就是不退。.....	37
随后，客服又称已经申请了拦截，但出票方上海华程西南国际旅行社不给退。张女士于是给上海华程西南国际旅行社（即携程）打电话，对方客服表示，在他们平台订票，只要航空公司允许退票，他们这边是可以进行处理的，但由于张女士是在去哪儿买的票，他们那边无法处理。张女士再次给去哪儿客服打电话说明情况，询问到底是在哪里进行的拦截，	

以及处理问题的具体步骤，但客服却以隐私问题为由拒绝告知。张女士质疑消费者是否有权知道自己的购票情况和处理问题的步骤，客服仍然坚称是隐私问题。张女士指出他们的行为违反了法律规定，客服却表示“不好意思我不懂法，我只能给你说处理不了”。……38 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，去哪儿平台回应：消费者反馈未出票拦截平台告知不能退，要求退票，核实此单不支持申请未出票申请退款，后消费者申请错购，建议新票使用后反馈平台尝试申请，以审核为准，消费者认可，和解成功。…… 38

【案例二】用户投诉“去哪儿”在平台订酒店取消失败 未入住被扣款…… 39

5月4日，河北省的王女士向电诉宝投诉称于5月1日晚上在去哪儿平台与朋友共同预订了三间秦皇岛喜多多酒店的客房。其中，王女士自行预订了两间，因系统默认“先付后住”但实际未产生预付款项，故支付金额显示为0元；其朋友则预订了一间，并支付了700余元房费。…… 39

5月2日清晨6时40分许，因同行成员突发高烧无法出行，王女士一行决定取消原预订。鉴于订单页面标注“当日18:00前可免费取消”，王女士遂逐一操作退订其名下的两间客房。退订时，她明确选择了“因计划有变”作为取消理由，平台亦弹出提示信息，确认其预订模式为“先住后付”且当前支付金额为0元。由于预订时未实际支付费用，王女士在完成退订操作后未收到退款或相关短信通知，便未再关注此事。与此同时，其朋友成功完成退订并即时收到退款。…… 39

5月2日全天，王女士未接到任何来自酒店或平台的沟通电话。直至深夜11时40分许，酒店工作人员致电正在休息的王女士，告知仍为其保留客房。王女士对此感到困惑，随即登录平台核查，发现其退订记录竟无迹可寻，订单状态仍显示为“未入住”。…… 39

王女士立即联系平台客服反映问题。客服虽承认王女士曾于5月2日早间发起过退订操作，但以“未操作成功”为由拒绝处理，问题由此陷入僵局。…… 40

5月4日，王女士发现平台在未提前通知的情况下，对其账户进行了扣款操作。由于账户余额不足，账户状态显示为“欠款”，且相关订单状态被擅自更改为“已离店”。…… 40

【案例三】用户指控“去哪儿”捆绑销售商旅返现 存在退款歧视拒退费…… 40

11月24日，四川省的黄女士向“电诉宝”投诉称其于2023年11月16日通过去哪儿网平台购买拉萨飞往成都的航班机票，购票过程中平台以捆绑销售形式默认添加了88元商旅返现产品，但本人全程未激活、未使用该产品任何功能，航班正常出行后申请退款却遭平台拒绝。…… 40

黄女士指出，该产品标榜为“退机票补偿”类保障，但本人已正常乘机未办理退票，产品功能未触发，平台未产生任何服务成本，无权占有费用；同时平台未充分履行提示义务，侵犯消费者知情权，且执行规则存在双重标准，今年8月10日类似情况曾成功退款，此次却无理由变更处理方式，损害公平交易权。现要求平台退回捆绑购买的商旅返现产品费用3份共计264元。…… 40

接到该用户投诉后，我们第一时间联系去哪儿网平台，平台反馈称消费者不认可无法退订周边产品，经核实因航班已起飞后无法退订，已联系消费者解释但和解失败；二次反馈强调平台在机票售卖时明确展示多个报价供选择，非强制性消费，已航后不支持退订。对此去哪儿网平台坚持拒绝退款诉求。…… 41

（四）2025年“飞猪”获“不建议下单”…… 41

（五）2025年“走着瞧旅行”获“不建议下单”…… 45

（六）2025年“联联周边游”获“不建议下单”…… 48

五、关于我们…… 51

（一）关于电诉宝.....	51
（二）关于网经社.....	55
报告发布：网经社电子商务研究中心.....	60
发布时间：2026年3月9日.....	60
商家投诉（JTK.100EC.CN）电诉宝（315.100EC.CN）.....	61
（商家反向维权通道）（消费者投诉通道）.....	61

一、报告摘要

商务大数据监测，2025年线上服务消费增长22%，其中线上购票线下体验的体育赛事，旅游产品和到店餐饮网零额分别增长63.3%、40.6%和23.7%。市场呈现品质化与多元化趋势，暑期精品小团订单占比达40%，新型内容平台快速崛起。但消费问题依然突出，退款问题在投诉中占比最高，大数据“杀熟”、虚假宣传等现象频发，引发监管部门重点关注。

9月15日，国务院办公厅发布《关于进一步加强旅游市场综合监管的通知》。其中明确提到，督促在线旅游平台与旅游经营者加强个人信息保护，不得以“大数据杀熟”、虚假宣传、捆绑销售等行为侵害游客权益。

具体纠纷主要包括以下几类：**一是价格欺诈与大数据杀熟**，部分平台利用算法对老用户抬高价格，或出现票价短时间内剧烈波动的情况；**二是虚假宣传与订单违约**，直播间宣传的“高端定制游”实际服务严重缩水，甚至出现“虚假出票”导致乘客到机场后才发现无票；**三是售后服务缺失**，客服推诿、处理不力成为

常态，消费者维权困难；四是出行安全问题，如网约车司机疲劳驾驶等隐患也被曝光。

就在一个月前的8月12日，“电诉宝”发起专项调查行动，直指霸王条款、大数据“杀熟”、虚假宣传等乱象，并发布《2025 暑期旅游&出行网络消费权益监测报告》。该《报告》被刊登在国家级文旅行业权威观察平台《新华文旅观察》上，受到国家文旅系统高层的关注。

315 来临之际，中消协公布 2026 年消费维权主题：提升消费品质。在此背景下，2026 年 3 月 9 日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2025 年全年受理的互联网消费平台纠纷案例大数据，“一带一路”TOP10 影响力社会智库网经社电子商务研究中心（RESC.100EC.CN）连续第七年例行发布《**2025 年度中国移动出行&在线旅游投诉数据与典型案例报告**》。

根据“电诉宝”2025 年受理的中国移动出行领域用户有效投诉显示，入选投诉榜的依次为：智行、高德、滴滴出行、T3 出行、哈啰出行、嘀嗒出行、青桔。

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 婚恋交友

筛选： **2025** 全年

1 智行	2 高德	3 滴滴出行	4 T3出行
5 哈啰出行	6 嘀嗒出行	7 青桔	

此外，2025年受理的**在线旅游领域**用户有效投诉显示，入选投诉榜的依次为：去哪儿、飞猪、走着瞧旅行、携程、同程旅行、联联周边游、途家、航班管家、如程、骑驴游、南方航空、华住酒店、蝌蚪亲子。



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 婚恋交友

筛选: 2025 全年

1 去哪儿	2 飞猪	3 走着瞧旅行	4 携程
5 同程旅行	6 联联周边游	7 途家	8 航班管家
9 如程	10 骑驴游	11 南方航空	12 华住酒店
13 蝌蚪亲子			

在“2025年移动出行消费评级榜”中，智行获“谨慎下单”；高德获“不予评级”。

2025年全国移动出行消费评级榜

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	智行	97.26%	0.564	0.000	0.656	谨慎下单
2	高德	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“2025年在线旅游消费评级榜”中，同程旅行、去哪儿获“建议下单”；携程获“谨慎下单”；飞猪、走着瞧旅行、联联周边游获“不建议下单”。

2025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%	1.000	10.000	1.000	建议下单
2	去哪儿	100.00%	0.887	4.000	0.856	建议下单
3	携程	85.71%	0.686	2.000	0.694	谨慎下单
4	飞猪	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
4	走着瞧旅行	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
4	联联周边游	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

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。

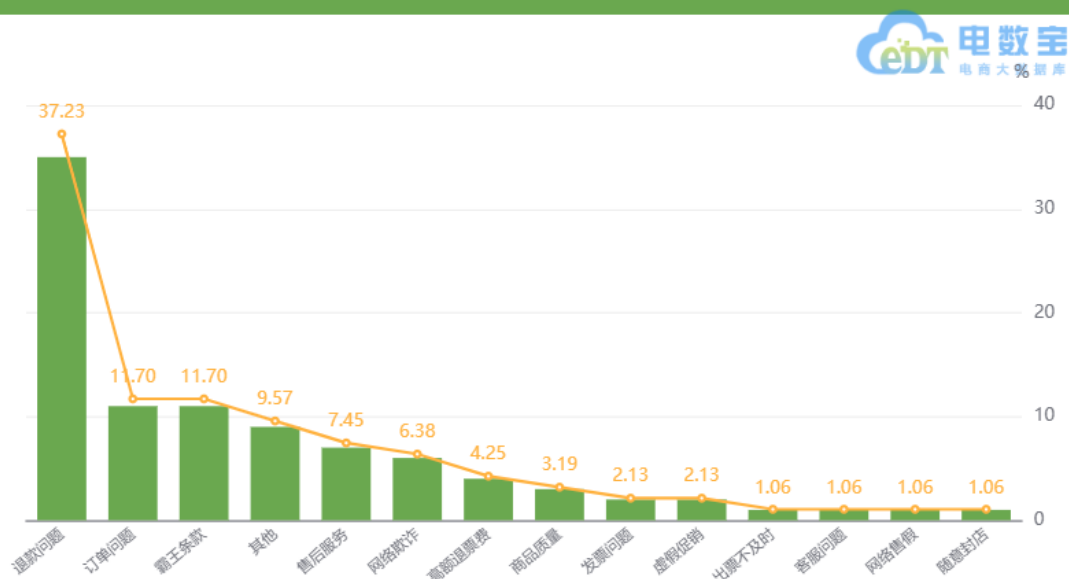
图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

二、整体数据

（一）投诉问题类型分布

2025年移动出行投诉问题类型占比图

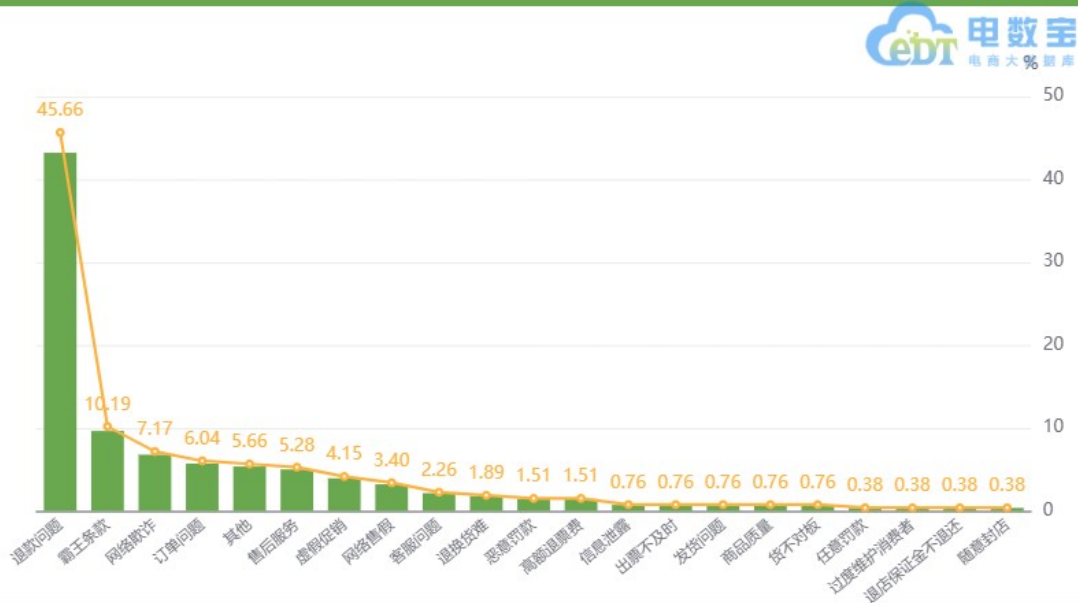


图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，2025年全国移动出行用户投诉问题类型主要包括退款问题（37.23%）、订单问题（11.70%）、霸王条款（11.70%）、售后服务（7.45%）、网络欺诈（6.38%）、高额退票费（4.25%）、商品质量（3.19%）、发票问题（2.13%）、虚假促销（2.13%）、出票不及时（1.06%）、客服问题（1.06%）、网络售假（1.06%）、随意封店（1.06%）等。

2025年在线旅游投诉问题类型占比图

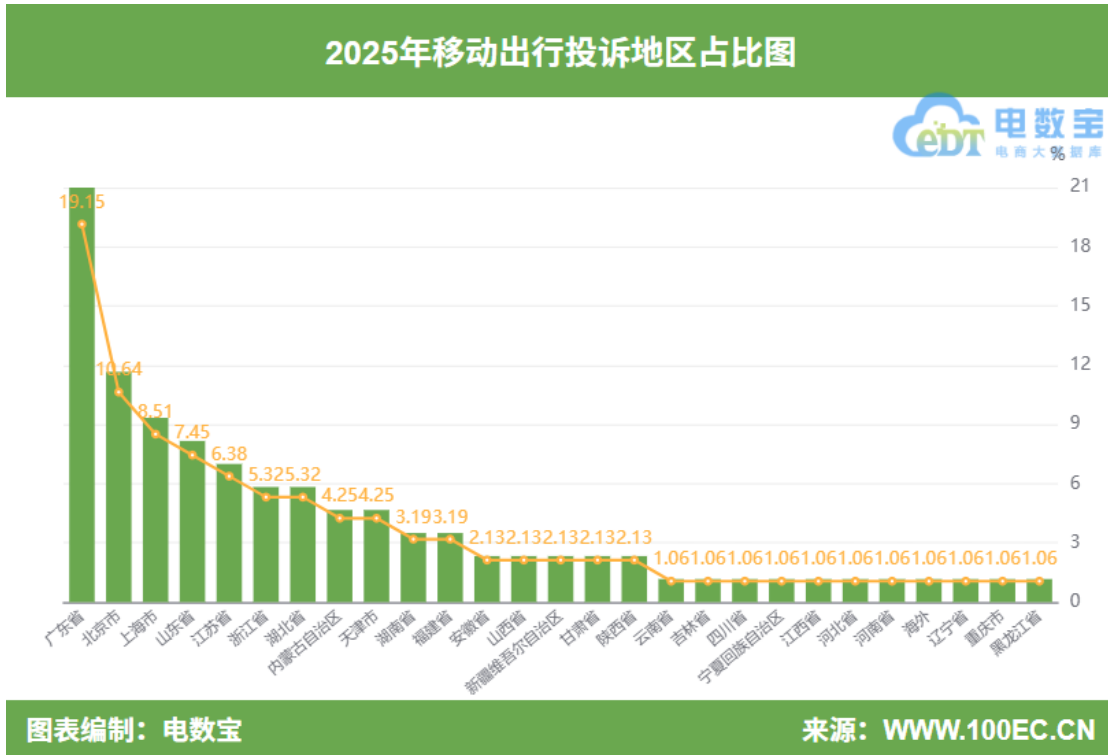


图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

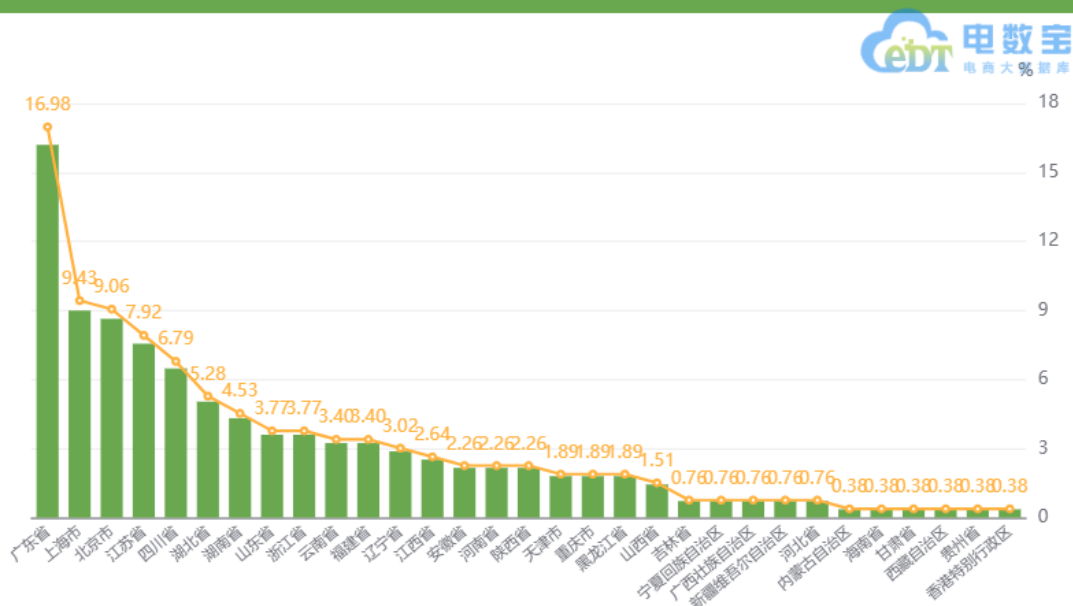
2025年全国**在线旅游**用户投诉问题类型包括：退款问题（45.66%），霸王条款（10.19%），网络欺诈（7.17%），订单问题（6.04%），其他（5.66%），售后服务（5.28%），虚假促销（4.15%），网络售假（3.40%），客服问题（2.26%），退换货难（1.89%），恶意罚款（1.51%），高额退票费（1.51%），信息泄露（0.76%），出票不及时（0.76%），发货问题（0.76%），商品质量（0.76%），货不对板（0.76%），任意罚款（0.38%），过度维护消费者（0.38%），退店保证金不退还（0.38%），随意封店（0.38%）。

(二) 投诉地区分布



同时，“电诉宝”受理投诉移动出行用户聚集地区TOP10依次为：广东省（19.15%）、北京市（10.64%）、上海市（8.51%）、山东省（7.45%）、江苏省（6.38%）、浙江省（5.32%）、湖北省（5.32%）、内蒙古自治区（4.25%）、天津市（4.25%）、湖南省（3.19%）、福建省（3.19%）。

2025年在线旅游投诉地区占比图



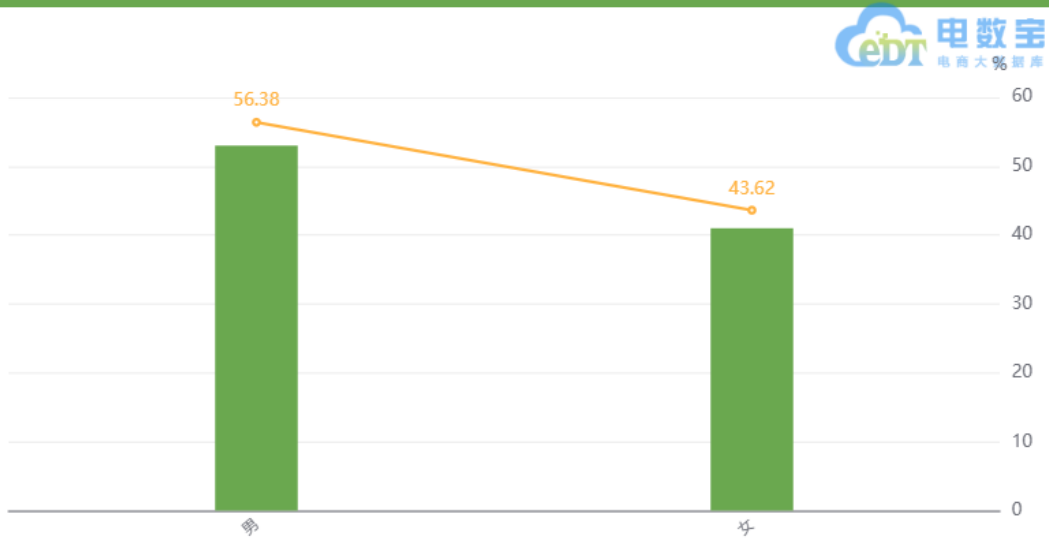
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

“电诉宝”受理投诉在线旅游用户聚集地区 TOP10 依次为：广东省（16.98%）、上海市（9.43%）、北京市（9.06%）、江苏省（7.92%）、四川省（6.79%）、湖北省（5.28%）、湖南省（4.53%）、山东省（3.77%）、浙江省（3.77%）、云南省（3.40%）、福建省（3.40%）。

（三）投诉用户性别分布

2025年移动出行投诉性别占比图

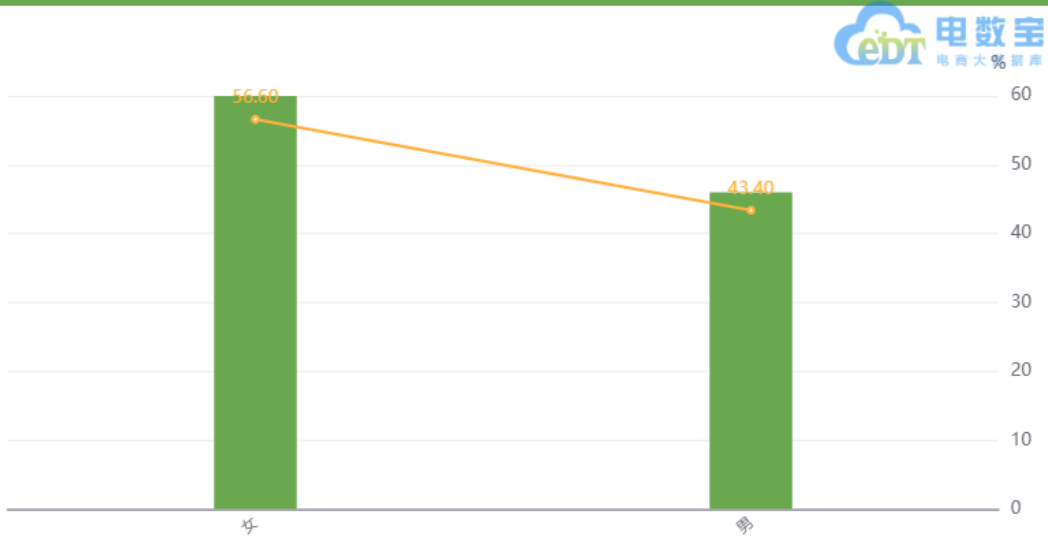


图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，移动出行 2025 年男性用户投诉比例为 **56.38%**，女性用户投诉比例为 **43.62%**。

2025年在线旅游投诉性别占比图



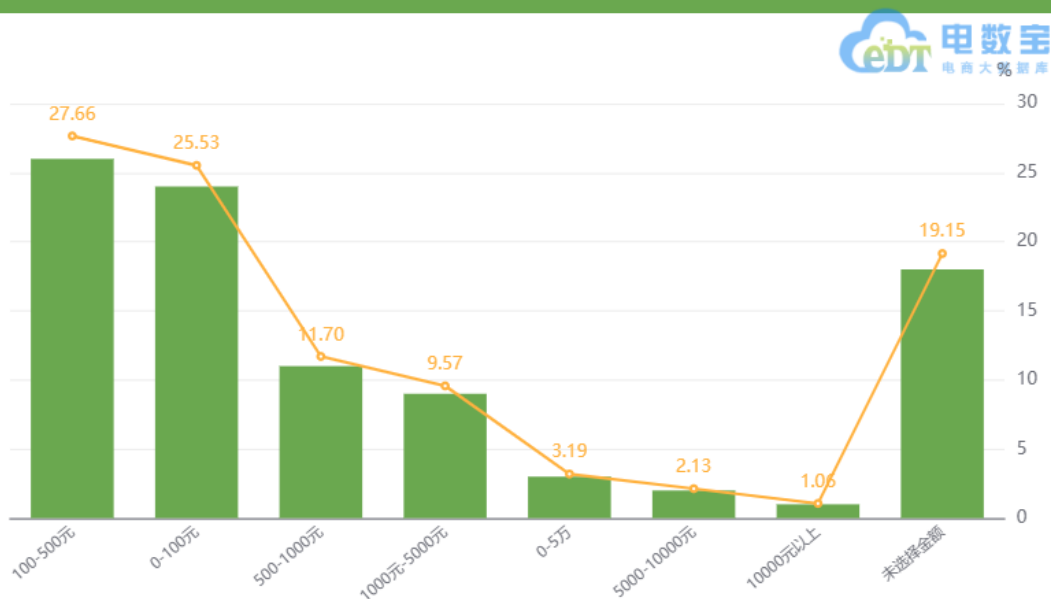
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

在线旅游 2025 年男性用户投诉比例为 **56.60%**，女性用户投诉比例为 **43.40%**。

（四）投诉金额区间分布

2025年移动出行投诉金额占比图

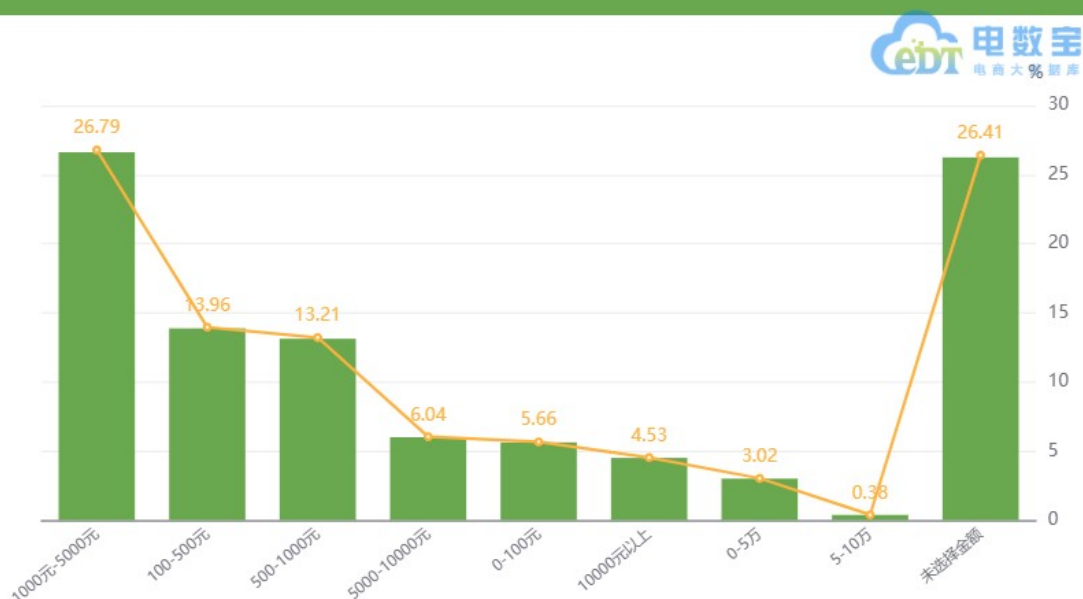


图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，移动出行投诉金额主要分布为：100-500元（27.66%）、0-100元（25.53%）、500-1000元（11.70%）、1000元-5000元（9.57%）、0-5万（3.19%）、5000-10000元以上（2.13%）及10000元以上（1.06%）。

2025年在线旅游投诉金额占比图



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

在线旅游投诉金额分布比例为：1000-5000元（26.75%）、500-1000元（13.21%）、100-500元（13.96%）、5000-10000元（6.04%）、0-100元（5.66%）、10000元以上（4.53%）、0-5万（0.38%）、未选择金额（26.41%）。

三、十大典型案例

在2025年移动出行&在线旅游领域中，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们从中选取十大典型投诉案例，涉及T3出行、走着瞧旅行、飞猪、途家民宿、

骑驴游、高德地图、联联周边游、如程、去哪儿、智行。

2025年移动出行&在线旅游投诉十大典型案例		
投诉时间	投诉平台	投诉案例
1月3日	T3出行	用户投诉“T3出行”预估费用偏差 售后推诿责任
3月15日	走着瞧旅行	“走着瞧旅行”被指夸大宣传 拒绝退货退款
4月1日	飞猪	用户投诉“飞猪”个人信息泄露 遭遇诈骗 财产损失
4月12日	途家民宿	用户投诉“途家民宿”多次随意扣款 房东遇不可抗力退订反遭“霸王条款”处罚
4月25日	骑驴游	“骑驴游”被投诉误购门票申请退款遭拒
7月25日	高德地图	“高德地图”被指顺风车司机违约加价 平台拖延退款拒不处理
8月14日	联联周边游	用户投诉微信小程序“联联周边游”霸王条款 团购套餐不退换
10月3日	如程	用户投诉“如程”平台虚假承诺不退押金 涉嫌欺诈拖延退款
11月24日	去哪儿	用户指控“去哪儿”捆绑销售商旅返现 存在退款歧视拒退费
12月15日	智行	用户投诉“智行”平台酒店订单拒绝取消并全额扣费 涉霸王条款引争议

图表编制：网经社 数据来源：电诉宝

【案例一】用户投诉“T3出行”预估费用偏差 售后推诿责任

1月3日，福建省木女士向电诉宝投诉称，其使用腾讯平台的T3出行，乘车时平台软件给了大致区间41-74元，并没有告知明确费用，下车后得知扣款74，非夜间非高峰路段，普通车型。平时其他路段同一时间段只收取41元。

木女士首先线上和该平台售后服务沟通、争取优惠和调节，电话也有沟通，售后服务没有采取任何有效措施去有效解决问题，推诿责任。协商无果后自动扣取费用且没有告知，木女士了解到类似现象T3出行不是第一次出现，网上

也有类似的报道情况，木女士决定捍卫自己的消费者权益，虽说只是 30 元，但不公平对待的情况应该有人敢于发声。

【案例二】“走着瞧旅行”被指夸大宣传 拒绝退货退款

3 月 15 日，浙江省的徐女士向“电诉宝”投诉称，于 2018 年 1 月 28 日在有赞热卖榜购买了走着瞧旅行的 2 张云南行体验卡，每张卡单价为 599 元。之后，由于疫情的原因，她一直未能成行。在此期间，徐女士曾要求退款，但走着瞧旅行方面一直给她延期，直至现在。

今天，徐女士去咨询退款事宜，却一直没有人回复。她感到事情不对劲，于是进行了查询，发现这个项目已经有不少人投诉了。此外，出行前必须提前 15 天左右预约，因为要预订飞机或火车票，限制比较大。

另外，走着瞧旅行还存在夸大宣传的问题，声称没有购物，但实际上却是一个购物团，有相当长的时间必须在购物点停留。因此，徐女士现在要求退货退款，并希望相关部门能帮忙调解一下。

【案例三】用户投诉“飞猪”个人信息泄露 遭遇诈骗 财产损失

4月1日，江西省何女士向“电诉宝”投诉称，自己于2025年3月31日，接到一通陌生电话。对方以退款理赔为由，诱导何女士进行操作，最终导致何女士遭受诈骗，款项经查询收款方为飞猪。这次经历让何女士遭受了财产损失内心极度不安。何女士十分疑惑，自己个人信息为何会被泄露，飞猪在支付安全和信息保护方面是否存在漏洞？诈骗分子竟能通过操作，让资金流入飞猪平台，平台是否有完善的异常交易监测机制？

何女士强烈要求飞猪平台彻查此事，返还其被骗资金，并优化信息安全和交易监管体系，同时给自己一个合理的解释和解决方案。

【案例四】用户投诉“途家民宿”多次随意扣款 房东遇不可抗力退订反遭“霸王条款”处罚

4月12日，云南省的陈女士向电诉宝投诉称其房源于2025年4月18日因小区水压过大导致水管破裂，房间被水浸泡无法经营。房东第一时间与预定次日入住的客人沟通并达成谅解。然而，途家平台无视此不可抗力事件及房东已妥善处理的事实，仍于4月20日强行扣除房东房款249.5元。

该房东指出，平台非但未在沟通过程中维护房东权益，且此类因不可抗力或突发状况导致退订后被平台单方面扣款的情况已发生多次。房东强烈质疑途家平台的扣款行为系，完全无视房东的实际损失和申诉权利，要求平台停止随意扣款并给出合理解释。

【案例五】“骑驴游”被投诉误购门票申请退款遭拒

4月25日，广东省的周先生向电诉宝投诉称其于2025年4月25日在骑驴游平台误购两单“广州森林海嬉水乐园一价全场通玩”门票（单价99元，总价198元），发现后立即申请退款，但平台未予处理。

周先生强调购票行为属操作失误，门票未使用且未享受任何服务，要求平台原路退回全款198元，并质疑平台未设置便捷退款通道损害消费者权益。

【案例六】“高德地图”被指顺风车司机违约加价 平台拖延退款拒不处理

7月25日，安徽省的管女士向“电诉宝”投诉称，高德地图平台及其合作的顺风车司机存在严重违约行为，并在事后拒绝退款，客服处理敷衍拖延。

管女士于2024年9月9日晚间23:30左右，通过高德地图APP预约了一

辆顺风车，订单类型为“独享”，预先支付了三百余元车费。司机接单后严重迟到近一小时，抵达后竟进一步要求线下额外加价。管女士依据平台规则拒绝其无理要求后选择下车，但高德平台至今未退还该笔费用。

事发后，管女士多次尝试与司机沟通，但对方拒不回应。随后她通过 APP 内投诉渠道联系高德客服，客服人员仅反复要求其“等待处理”，未提供任何实质性解决方案，也未给出明确处理时限，涉嫌消极敷衍用户。

据查证，高德顺风车平台类似投诉频发，多数涉及司机违规加价（如高速费纠纷）、平台退款机制失效、客服推诿责任等问题。不少用户指出，高德客服常引导用户“自行与司机协商”，甚至建议“报警处理”，却未履行平台应尽的监管与调解责任。

截至发稿前，高德平台未就此事给出退款方案或责任说明。管女士要求高德地图立即退还全款金额，并对涉事司机作出处罚，同时完善平台监管机制，杜绝司机随意加价、平台纵容违约等行为。

【案例七】用户投诉微信小程序“联联周边游”霸王条款 团购套餐不退换

8月14日，湖北省的施先生向“电诉宝”投诉称，其于2025年七月在该小程序购买团购套餐，因为时间问题不打算去了，商家霸王条款表示套餐不退换。施先生认为该行为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，国家工商总局2012年出台的《关于加强网络团购经营活动管理的意见》，就已经针对预支付团购产品过期退款难的问题作出明确规定：团购网站经营者应当遵守《消法》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，不得设定过期末消费预付款不退或者限定款项只能退回网站账户等限制。

【案例八】用户投诉“如程”平台虚假承诺不退押金 涉嫌欺诈拖延退款

10月3日，广东省的梁女士向“电诉宝”投诉称，反映如程旅行平台存在不退押金涉嫌欺诈的问题。

梁女士于2022年之前购买如程旅行平台的会员卡，该平台承诺订房押金在退房后退还，但她在2022年1月期间的几次订房押金总计7070元，在退房或取消后始终未获退还。联系平台客服时，客服以各种理由推诿拖延，后来

客服变成人机回复或不回复，平台微信小程序也无法登录。

梁女士多方投诉无果，因平台主体不断变更经营信息和地址，导致管理部门互相推诿。直至 2025 年，仍无法联系到退款，现要求退还全额押金 7070 元。如程平台此前被指存在虚假承诺和退款问题，但多次投诉均未解决。

【案例九】用户指控“去哪儿”捆绑销售商旅返现 存在退款歧视拒退费

11 月 24 日，四川省的黄女士向“电诉宝”投诉称其于 2023 年 11 月 16 日通过去哪儿网平台购买拉萨飞往成都的航班机票，购票过程中平台以捆绑销售形式默认添加了 88 元商旅返现产品，但本人全程未激活、未使用该产品任何功能，航班正常出行后申请退款却遭平台拒绝。

黄女士指出，该产品标榜为“退机票补偿”类保障，但本人已正常乘机未办理退票，产品功能未触发，平台未产生任何服务成本，无权占有费用；同时平台未充分履行提示义务，侵犯消费者知情权，且执行规则存在双重标准，今年 8 月 10 日类似情况曾成功退款，此次却无理由变更处理方式，损害公平交易权。现要求平台退回捆绑购买的商旅返现产品费用 3 份共计 264 元。

接到该用户投诉后，我们第一时间联系去哪儿网平台，平台反馈称消费者不认可无法退订周边产品，经核实因航班已起飞后无法退订，已联系消费者解释但和解失败；二次反馈强调平台在机票售卖时明确展示多个报价供选择，非强制性消费，已航后不支持退订。对此，去哪儿网平台坚持拒绝退款诉求。

【案例十】用户投诉“智行”平台酒店订单拒绝取消并全额扣费 涉霸王条款

引争议

12月15日，陕西省芦先生向“电诉宝”投诉智行火车票APP存在隐藏收费。他于12月9日、10日购买西安往返拉萨机票时，被捆绑扣除两笔“尊享出行宝”费用共计83.8元。芦先生指出，支付页面未对该项目进行明确提示，费用在其不知情、非自愿的情况下扣除，涉嫌侵犯消费者知情权与选择权。

目前，芦先生已提供相关订单号并保留凭证，要求智行火车票平台就此作出解释并退还相关款项。

对此，智行回应称：已致电客人解释出行宝预定之前我司已展示金额和退订的规则，现已过起飞时间不符合退订，出行宝已开具发票，旅客接受达成一

致。

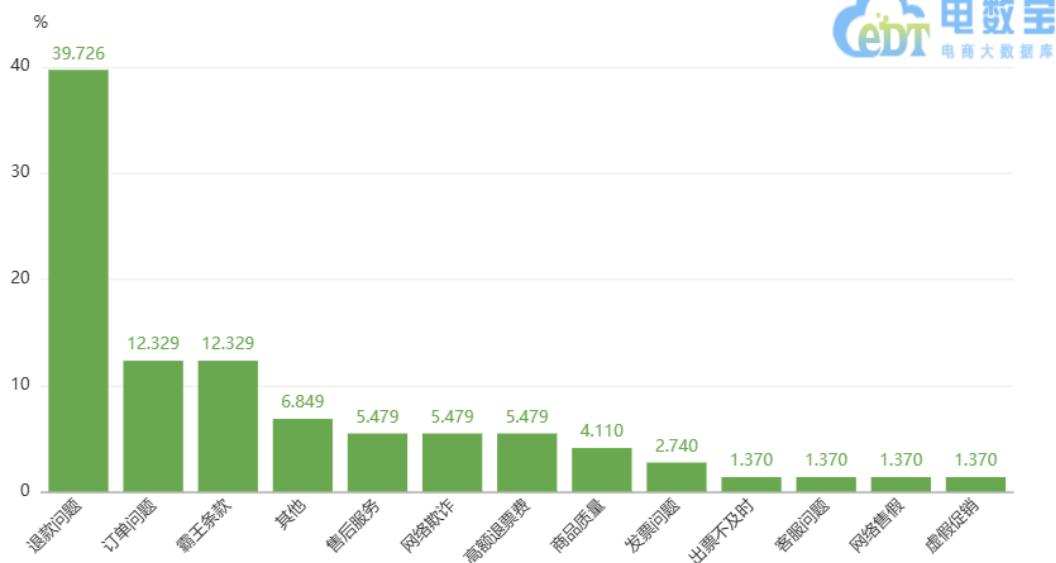
四、各家评级数据

（一）2025年“智行”获“谨慎下单”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2025年“智行”共获得20次消费评级，均为“谨慎下单”评级。

2025年“智行”涉嫌存在退款问题、霸王条款、订单问题、网络欺诈、售后服务、高额退票费、商品质量、出票不及时、发票问题、客服问题、网络售假、虚假促销等问题。

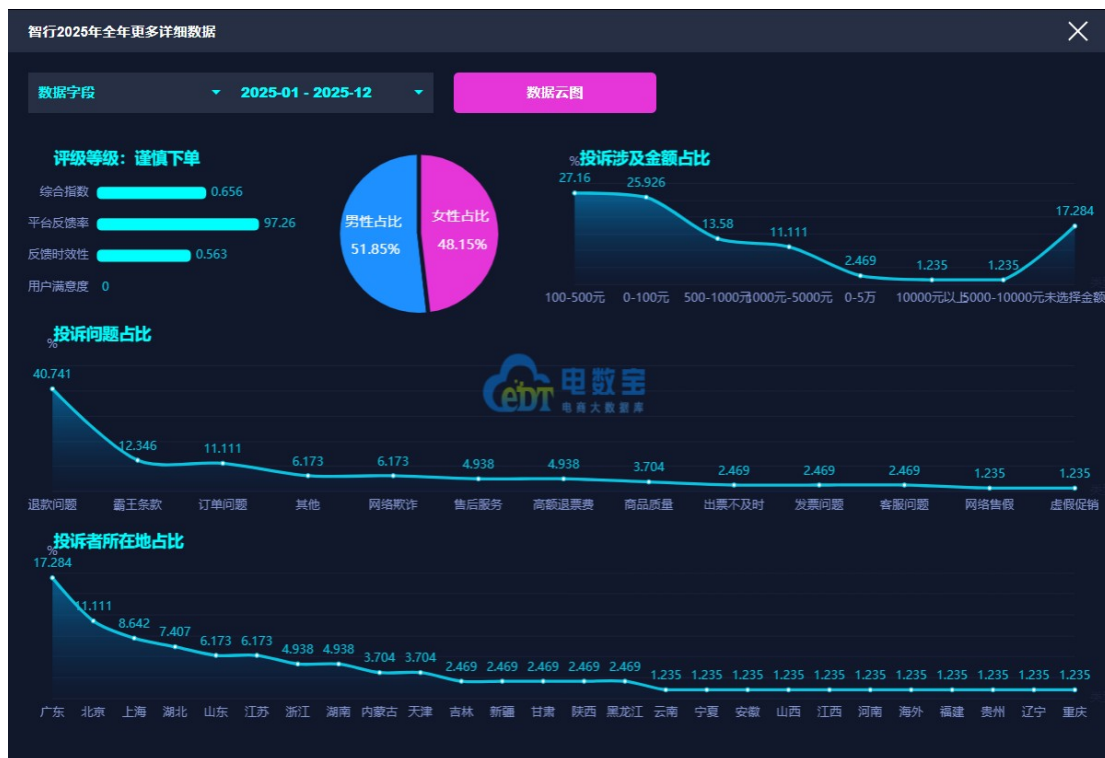
智行2025年全年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

用户投诉“智行”的消费金额主要在 100-500 元、0-100 元、500-1000 元、1000-5000 元、0-5 万元、10000 元以上、5000-10000 元区间。



【案例一】用户投诉“智行”民宿预订存霸王条款 拒退差价且拒绝取消订单

8月21日，广东省的盘女士向电诉宝反映，其在智行平台预订民宿后，发现房价差价巨大，平台不仅拒绝履行“买贵赔”承诺，更以“不可取消”条款拒绝其取消订单的合理要求，涉嫌设置霸王条款。

盘女士于2024年7月在智行APP预订整栋民宿，支付5000-10000元。后发现同类房源降价达一两千元，申请价保或取消均遭拒绝，平台以“不可取消”为由拒绝。她质疑该条款合理性，称提前两月取消不会造成实际损失，指责平台利用格式条款设置霸王条款，违反《消费者权益保护法》。多次沟通均被客户推诿，问题未解决。

智行平台的“不可取消”政策及差价问题在酒店、民宿预订领域频遭投诉。许多消费者反馈，即便提前很久取消订单，平台也会依据单方面制定的规则拒绝退款，或仅退还极少部分金额。

盘姗姗女士的诉求是：智行平台立即无条件全额取消此订单并退款，停止使用此类不公平格式条款，并就其恶劣的售后服务态度进行整改。

对此，智行回应称：企业已联系消费者沟通，消费者反馈酒店降价要求退回差价或者取消订单，核实消费者提供的截图是其他入住时间的故无法对比，不符买贵赔申请条件，订单下单已展示取消政策，目前订单无法取消，已解释安抚并给予相应的处理方案，消费者不接受，协商失败。

【案例二】用户投诉智行民宿预订存“不可取消”霸王条款 退款被扣一半手续费

11月12日，江苏省徐女士投诉称，其于9月19日在智行平台预订长沙民宿并支付2364元。因行程变化，她于次日（9月20日）申请取消订单，平台以“不可取消”条款为由扣除一半费用，但徐女士指出，平台在预订时并未明确提示此扣费规则，且其取消时间远在入住前7天，不影响民宿二次销售。

在与客服沟通中，对方处理推诿，最终仅提出额外补贴100元，仍坚持扣款。徐女士认为该扣费规则属于未充分告知的霸王条款，侵犯其公平交易权，要求平台道歉并全额退还1021元差额。

对此，智行回应称：尊敬的客户：您好！关于您反馈的相关事宜，我们已与您沟通协商并给予相应方案，如您后续确认后可联系智行执行方案，基于此

次给您造成不佳体验敬请谅解，同时为了提高我们的服务质量，麻烦您对本次服务进行评分，祝您生活愉快！

【案例三】用户投诉“智行”平台酒店订单拒绝取消并全额扣费 涉霸王条款引争议

12月15日，陕西省芦先生向“电诉宝”投诉智行火车票APP存在隐藏收费。他于12月9日、10日购买西安往返拉萨机票时，被捆绑扣除两笔“尊享出行宝”费用共计83.8元。芦先生指出，支付页面未对该项目进行明确提示，费用在其不知情、非自愿的情况下扣除，涉嫌侵犯消费者知情权与选择权。

目前，芦先生已提供相关订单号并保留凭证，要求智行火车票平台就此作出解释并退还相关款项。

对此，智行回应称：已致电客人解释出行宝预定之前我司已展示金额和退订的规则，现已过起飞时间不符合退订，出行宝已开具发票，旅客接受达成一致。

（二）2025年“高德”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，2025年“高德”共获得16次消费评级，均为“不予评级”。

2025年“高德”涉嫌存在退款问题、网络欺诈、订单问题、霸王条款、售后服务、随意封店等问题。用户投诉“高德”的消费金额主要在100-500元、500-

1000元、5000-10000元区间。



【案例一】用户投诉“高德地图”门票退款存霸王条款 客服承诺退款后拒不

履行

2月28日，江苏省的李女士向电诉宝反映，其在高德地图平台购买迪士尼门票后，因信息填写错误申请退款时，遭遇平台客服先是承诺后退款、而后又拒绝履行，并伴有服务态度恶劣等问题。

李女士于8月26日晚通过高德地图购买三张迪士尼门票（服务商为飞猪门票），后因一张成人票身份信息填错无法入园，只得重新购票。她随后就错

票申请退款，高德客服起初同意却未兑现，经多次催促后竟拒绝退款且态度恶劣。李女士指责此举属“霸王条款”，侵害消费者权益。

高德地图及聚合的第三方票务退款问题频发，常被投诉规则不透明、客服推诿或反悔，涉嫌违规。

李女士要求高德立即退全款并道歉，同时呼吁市场监管部门调查处罚。

【案例二】用户投诉“高德地图”推广服务虚假宣传扣费异常 退款遭遇无理门槛

6月24日，浙江省的段先生向“电诉宝”投诉称，高德地图平台及其营销人员存在虚假宣传、虚报推广成本、数据造假以及设置无理门槛拒绝退款的问题。

段先生于2024年11月9日与高德地图签订推广合同并充值11000元。业务员承诺单次咨询成本约20元，但实际推广后成本飙升至60-356元，且效果极差：首月仅产生无效线索，后续来电多为无关行业咨询，与“一休哥假发定制”店铺完全不符。

段先生质疑高德存在虚假点击行为，要求赔付无效咨询。高德仅部分赔付，

并以各种理由拒绝处理剩余问题。申请退款时，客服要求提供“门店倒闭”或“转让证明”等无理证明，拖延一个月未解决。

高德地图的诚信问题频发，此前上海市消保委就因其平台虚假商户信息超41%等问题进行约谈。多家商户反馈其推广存在效果注水、扣费不透明和退款难等情况。

【案例三】“高德地图”被指顺风车司机违约加价 平台拖延退款拒不处理

7月25日，安徽省的管女士向“电诉宝”投诉称，高德地图平台及其合作的顺风车司机存在严重违约行为，并在事后拒绝退款，客服处理敷衍拖延。

管女士于2024年9月9日晚间23:30左右，通过高德地图APP预约了一辆顺风车，订单类型为“独享”，预先支付了三百余元车费。司机接单后严重迟到近一小时，抵达后竟进一步要求线下额外加价。管女士依据平台规则拒绝其无理要求后选择下车，但高德平台至今未退还该笔费用。

事发后，管女士多次尝试与司机沟通，但对方拒不回应。随后她通过APP内投诉渠道联系高德客服，客服人员仅反复要求其“等待处理”，未提供任何实

质性解决方案，也未给出明确处理时限，涉嫌消极敷衍用户。

据查证，高德顺风车平台类似投诉频发，多数涉及司机违规加价（如高速费纠纷）、平台退款机制失效、客服推诿责任等问题。不少用户指出，高德客服常引导用户“自行与司机协商”，甚至建议“报警处理”，却未履行平台应尽的监管与调解责任。

截至发稿前，高德平台未就此事给出退款方案或责任说明。管女士要求高德地图立即退还全款金额，并对涉事司机作出处罚，同时完善平台监管机制，杜绝司机随意加价、平台纵容违约等行为。

（三）2025年“去哪儿”获“建议下单”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2025年“去哪儿”共获得20次消费评级，均为“建议下单”，2025年整体消费评级为“建议下单”。

2025年“去哪儿”涉嫌存在退款问题、霸王条款、订单问题、网络欺诈、售后服务、网络售假、虚假促销、出票不及时、客服问题、退换货难、高额退票费等问题。

用户投诉“去哪儿”的消费金额主要在 500-1000 元、100-500 元、10000 元以上、5000-10000 元、0-100 元、0-5 万元区间。



【案例一】用户投诉“去哪儿”推诿责任：未出票拒退款且隐瞒出票方信息

4月12日，重庆市的张女士向“电诉宝”投诉称在去哪儿网上预订了机票，仅仅两分钟后的21点02分，在机票尚未出票的状态下，她便迅速申请了退款，并要求平台进行拦截。到了21点40分左右，航空公司确认机票还未出票，并告知张女士需联系第三方平台进行处理拦截，同时明确表示未出票的机票是可以退款的。然而，去哪儿网客服却告知张女士，由于去哪儿网平台规定特价机

票不能退，还称张女士付了钱就相当于买了东西，无论东西是否到手，他们平台的规定就是不退。

随后，客服又称已经申请了拦截，但出票方上海华程西南国际旅行社不给退。张女士于是给上海华程西南国际旅行社（即携程）打电话，对方客服表示，在他们平台订票，只要航空公司允许退票，他们这边是可以进行处理的，但由于张女士是在去哪儿买的票，他们那边无法处理。张女士再次给去哪儿客服打电话说明情况，询问到底是在哪里进行的拦截，以及处理问题的具体步骤，但客服却以隐私问题为由拒绝告知。张女士质疑消费者是否有权利知道自己的购票情况和处理问题的步骤，客服仍然坚称是隐私问题。张女士指出他们的行为违反了法律规定，客服却表示“不好意思我不懂法，我只能给你说处理不了”。

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，去哪儿平台回应：消费者反馈未出票拦截平台告知不能退，要求退票，核实此单不支持申请未出票申请退款，后消费者申请错购，建议新票使用后反馈平台尝试申请，以审核为准，消费者认可，和解成功。

【案例二】用户投诉“去哪儿”在平台订酒店取消失败 未入住被扣款

5月4日，河北省的王女士向电诉宝投诉称于5月1日晚上在去哪儿平台与朋友共同预订了三间秦皇岛喜多多酒店的客房。其中，王女士自行预订了两间，因系统默认“先付后住”但实际未产生预付款项，故支付金额显示为0元；其朋友则预订了一间，并支付了700余元房费。

5月2日清晨6时40分许，因同行成员突发高烧无法出行，王女士一行决定取消原预订。鉴于订单页面标注“当日18:00前可免费取消”，王女士遂逐一操作退订其名下的两间客房。退订时，她明确选择了“因计划有变”作为取消理由，平台亦弹出提示信息，确认其预订模式为“先住后付”且当前支付金额为0元。由于预订时未实际支付费用，王女士在完成退订操作后未收到退款或相关短信通知，便未再关注此事。与此同时，其朋友成功完成退订并即时收到退款。

5月2日全天，王女士未接到任何来自酒店或平台的沟通电话。直至深夜11时40分许，酒店工作人员致电正在休息的王女士，告知仍为其保留客房。王女士对此感到困惑，随即登录平台核查，发现其退订记录竟无迹可寻，订单

状态仍显示为“未入住”。

王女士立即联系平台客服反映问题。客服虽承认王女士曾于5月2日早间发起过退订操作，但以“未操作成功”为由拒绝处理，问题由此陷入僵局。

5月4日，王女士发现平台在未提前通知的情况下，对其账户进行了扣款操作。由于账户余额不足，账户状态显示为“欠款”，且相关订单状态被擅自更改为“已离店”。

【案例三】用户指控“去哪儿”捆绑销售商旅返现 存在退款歧视拒退费

11月24日，四川省的黄女士向“电诉宝”投诉称其于2023年11月16日通过去哪儿网平台购买拉萨飞往成都的航班机票，购票过程中平台以捆绑销售形式默认添加了88元商旅返现产品，但本人全程未激活、未使用该产品任何功能，航班正常出行后申请退款却遭平台拒绝。

黄女士指出，该产品标榜为“退机票补偿”类保障，但本人已正常乘机未办理退票，产品功能未触发，平台未产生任何服务成本，无权占有费用；同时平台未充分履行提示义务，侵犯消费者知情权，且执行规则存在双重标准，今年

8月10日类似情况曾成功退款，此次却无理由变更处理方式，损害公平交易权。

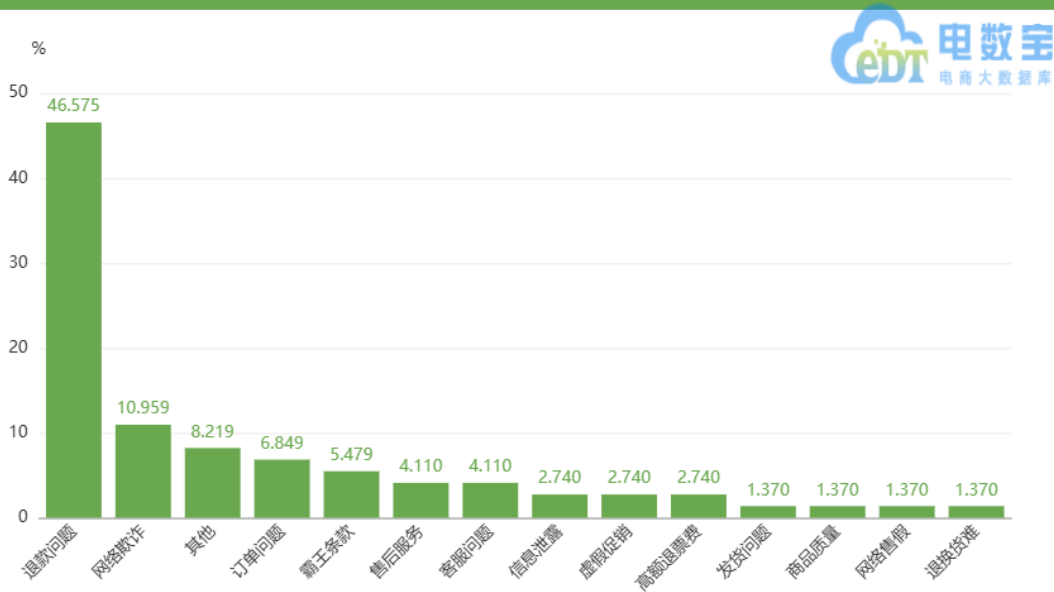
现要求平台退回捆绑购买的商旅返现产品费用3份共计264元。

接到该用户投诉后，我们第一时间联系去哪儿网平台，平台反馈称消费者不认可无法退订周边产品，经核实因航班已起飞后无法退订，已联系消费者解释但和解失败；二次反馈强调平台在机票售卖时明确展示多个报价供选择，非强制性消费，已航后不支持退订。对此，去哪儿网平台坚持拒绝退款诉求。

（四）2025年“飞猪”获“不建议下单”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2025年“飞猪”共获得20次消费评级，均为“不建议下单”。

飞猪2025年评级数据投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

2025年“飞猪”涉嫌存在退款问题、网络欺诈、订单问题、霸王条款、售后服务、客服问题、信息泄露、虚假促销、高额退票费、发货问题、商品质量、网络售假、退换货难等问题。

用户投诉“飞猪”的消费金额主要在500-1000元、100-500元、10000元以上、5000-10000元、0-100元、0-5万元区间。



【案例一】用户投诉“飞猪”个人信息泄露 遭遇诈骗 财产损失

4月1日，江西省何女士向“电诉宝”投诉称，自己于2025年3月31日，接到一通陌生电话。对方以退款理赔为由，诱导何女士进行操作，最终导致何女士遭受诈骗，款项经查询收款方为飞猪。这次经历让何女士遭受了财产损失，内心极度不安。何女士十分疑惑，自己个人信息为何会被泄露，飞猪在支付安全和信息保护方面是否存在漏洞？诈骗分子竟能通过操作，让资金流入飞猪平台，平台是否有完善的异常交易监测机制？

何女士强烈要求飞猪平台彻查此事，返还其被骗资金，并优化信息安全和

交易监管体系，同时给自己一个合理的解释和解决方案。

【案例二】用户投诉“飞猪”在用户已确认的情况下仍显示未确认 拒绝退款

申请

5月5日，四川省曹女士向“电诉宝”投诉称其于飞猪平台购买5月6号出行的飞机票，在2号提交了退款申请。平台客服当晚以电话形式跟曹女士就退款金额469元进行了确认，曹女士告知平台客服本人了解并确认。

5号曹女士发现，订单显示因为其没有确认，所以平台拒绝了曹女士的退款申请。现在已经临近起飞，曹女士再次发起退款只能退199块钱。

曹女士认为平台的退款规则有问题，在其已经跟平台确认的情况下告知其未确认。曹女士的诉求是以初次退款申请的金额469元给其退款。

【案例三】“飞猪”被指规则不透明 售后推诿 出行保障承诺屡成空文

11月24日，海南省的马女士向“电诉宝”投诉称，其于11月20日在飞猪平台预订11月29日三亚飞天津的机票，平台承诺“保障100%出行”但一直未出票。经马女士两次催促后，平台来电告知无票并要求马女士取消订单。此时

官网显示该航班已售罄，导致马女士行程被迫延误，不得不改签至周五，产生误工损失。

马女士向飞猪索赔 1000 元误工费，平台起初同意，但在马女士提供工资条后，又无理要求提供需公司盖章的收入证明等材料，马女士认为此举是利用其出差在外不便刻意刁难，最终拒绝赔付。

（五）2025 年“走着瞧旅行”获“不建议下单”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2025 年“走着瞧旅行”共获得 16 次消费评级，均为“不建议下单”。



2025年“走着瞧旅行”涉嫌存在退款问题、售后服务、霸王条款、网络售假、网络欺诈、虚假促销、退换货难等问题。用户投诉“走着瞧旅行”的消费金额主要在1000-5000元、500-1000元、5000-10000元、0-5万元区间。

【案例一】“走着瞧旅行”被指夸大宣传，拒绝退货退款

3月15日，浙江省的徐女士向“电诉宝”投诉称，于2018年1月28日在有赞热卖榜购买了走着瞧旅行的2张云南行体验卡，每张卡单价为599元。之后，由于疫情的原因，她一直未能成行。在此期间，徐女士曾要求退款，但走着瞧旅行方面一直给她延期，直至现在。

今天，徐女士去咨询退款事宜，却一直没有人回复。她感到事情不对劲，于是进行了查询，发现这个项目已经有不少人投诉了。此外，出行前必须提前15天左右预约，因为要预订飞机或火车票，限制比较大。

另外，走着瞧旅行还存在夸大宣传的问题，声称没有购物，但实际上却是一个购物团，有相当长的时间必须在购物点停留。因此，徐女士现在要求退货退款，并希望相关部门能帮忙调解一下。

【案例二】用户投诉“走着瞧旅行”不退款 无人处理

5月4日，四川省的赵先生向“电诉宝”投诉称于2023年1月11日通过“走着瞧”微信小程序购买《海岛时光》三亚5天4晚双人游产品，当日支付订单金额1958元。自下单后，赵先生多次尝试预约行程均未成功，遂通过平台申请退款操作。

截至投诉时，“走着瞧”微信平台客服及微信小店客服均未对退款申请作出任何实质性回应，拨打官方客服电话0510-85953199与0510-85380334也始终无人接听。基于上述情况，赵先生提出正式诉求：要求“走着瞧”旅行平台在7个工作日内完成全额退款流程，退款金额1958元须原路返还至支付账户。

【案例三】用户投诉“走着瞧旅行”多次预约失败却拒绝退款

7月16日，湖南省的张女士投诉称其于2023年8月15日在微信视频号“走着瞧旅行”直播间通过微信支付购买了青海甘肃8天7晚跟团游产品，但多次尝试预约均被告知“未开团”，且微信订单显示该商品已下架。2024年6月

11日，用户向客服申请退款，对方仅同意延期但拒绝退款。2024年7月20日再次要求退款时，客服未予回应。2025年4月25日，用户尝试预约团期仍被告知“团期未开放”，再次申请退款，客服仍坚持只能延期。

由于多次协商未果且平台始终拒绝退款，用户现要求“走着瞧旅行”全额退还相关费用。

（六）2025年“联联周边游”获“不建议下单”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2025年“联联周边游”共获得16次消费评级，均为“不建议下单”。



2025年“联联周边游”涉嫌存在**网络售假、虚假促销、退款问题、售后服务、网络欺诈、退换货难、霸王条款、高额退票费**等问题。用户投诉“联联周边游”的消费金额主要在0-100元、100-500元、1000-5000元、500-1000元区间。

【案例一】用户投诉微信小程序“联联周边游”霸王条款 团购套餐不退换

8月14日，湖北省的施先生向“电诉宝”投诉称，其于2025年七月在该小程序购买团购套餐，因为时间问题不打算去了，商家霸王条款表示套餐不退换。施先生认为该行为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，国家工商总局2012年出台的《关于加强网络团购经营活动管理的意见》，就已经针对预支付团购产品过期退款难的问题作出明确规定：团购网站经营者应当遵守《消法》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，不得设定过期末消费预付款不退或者限定款项只能退回网站账户等限制。

【案例二】用户投诉“联联周边游”海蓝之谜鎏金精华液产品售假 客服不作

为

10月22日，黑龙江省的纪女士向“电诉宝”投诉称，其于上个月在联联周边游购买一瓶海蓝之谜鎏金精华液。因为到货时她在用的正品（商场购买）并未用完，所以可以即时感觉到这个商品的造假。第一，所谓的追溯码只能用微信扫一扫功能看到扫出正品字样，但登录蚂蚁链官网无法查到该商品。第二，新购入商品涂抹在脸上油腻，不吸收且浮于表面，味道和正品也不一样。这就更加深了她的怀疑。联联家客服坚称都是与有资质的正规商家合作而不作为。本想没花多少钱，不行下次不在该平台购买就得了，到商家解决问题的态度又让人觉着心寒。

【案例三】用户投诉“联联周边游”话费充值服务欺诈 充值不成功拒绝退款

12月14日，河北省的孙先生向“电诉宝”投诉称，反映联联周边游平台在“话费充值”服务中存在欺诈行为，充值不成功却拒绝退款。孙先生陈述，其于2025年12月4号在联联周边游上充值话费一百元，但充值不成功，平台不给退钱。他跟客服反应多次，就是不退。

孙先生表示，再不给他退钱他就要去北京上访，去国家信访局接待司登记投诉，要依法维权，要求马上退钱，否则后果自负。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，联联周边游平台暂未作出正式回应。

五、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。

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

国内专业网络消费纠纷调解平台

平台介绍

“电诉宝”（原“电子商务消费纠纷调解平台”）自2010年起运行，致力于为广大用户解决网络消费纠纷，提升用户购物体验与售后服务，是网络消费选择“风向标”。



平台优势

专业权威 国内首个专业网络消费投诉维权平台

透明高效 一键投诉、实时进度查询

影响力广 1000+ 10000+ 1亿+
入驻公司 媒体采用 用户覆盖

专业权威 国内首个消费者和商家双投诉通道

系统功能

用户/商家双投诉通道 PC/小程序双端口 24h自助维权 同步直达平台

进度查询 评价体系 律师团坐镇 实时处理



(商家投诉)



(消费者投诉)

受理流程



相关成果

依托“电诉宝”平台，网经社在消费维权领域持续深耕，成果丰硕：

- 承接近十次部委和地方政府消费维权相关课题研究
- 发布数百份消费/商家投诉数据报告
- 发表数百份“电商快评”深度解读热点消费维权话题
- 制作上千个消费投诉专题
- 启动数十次专项消费调查行动
- 发布上千份消费评级榜单
- 报道数千次平台曝光

为网络消费维权事业持续贡献力量。



在线投诉通道

（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、**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。

从互联网的“吹哨人”到“智库参谋” 网经社近20年赋能全国市场监管复盘

网经社深耕电商与互联网近20年，依托旗下网络消费纠纷调解平台“电诉宝”及开放型电商智库平台网经社电子商务研究中心，通过立法参谋、监管课题、监管培训、监管会议、监管调研、专项报告六大方式，在推动消费维权、参与行业立法、促进平台合规等方面成果显著，持续获得有关部委的认可。

立法参谋

网经社电子商务研究中心多次受国家部委委托，直接或间接参与顶层制度设计。

担任“电商法”前身立法起草组副组长单位，参与原国家工商总局《网络商品交易及服务监管条例》（草案）的立法调研起草工作

协助原国家工商总局调研，为起草《关于加强网络团购经营活动管理的意见》提出建议

参与首部《电子商务法》起草调研工作，并发布解读报告，为高层献计献策

...

监管课题

针对直播电商、社交电商、跨境电商等新兴业态的监管挑战，接受监管部门专项委托，产出合规指引与风险防控报告。



此外，针对当前网络消费领域的“仅退款”、互联网“内卷”、外资动向、“黑嘴”现象等热点议题，我们围绕拼多多、京东、淘宝天猫、抖音电商、快手电商、1688、小红书等平台开展了系统研究，并通过有关渠道递交“内部参考”，供高层决策参考。

监管培训

网经社积极参与监管执法队伍的能力建设，将行业知识转化为监管能力，建设10000+专家库参与各类培训。

500+

国家级专家

1000+

法律专家

3000+

学院派专家

3000+

实战派专家

3000+

协会专家

以网经社电子商务研究中心主任曹磊为例：



此外，曹磊还出席杭州工商系统网络交易监管培训研讨会，并多次受邀为浙江省、上海市、杭州市、广州市、嘉兴市、义乌市等各地工商、市场监管及司法系统提供专业培训。

监管会议

在各类高规格行业与监管会议上发声，是网经社**引导预期、传递监管信号**的重要平台，并借此为有关部门献计献策，净化网络消费环境。



监管调研

调研不是孤立环节，而是**连接市场动态与政策优化的枢纽**，网经社承接有关部委的各项调研活动，让每一次决策都建立在**坚实的事实基础**之上。



专项报告

法律报告

连续十年编写发布《中国电子商务年度法律报告》，系统追踪中国电商领域的立法演进、司法实践与监管动态。

投诉报告

每年度/季度/月度定期发布《中国电子商务用户体验与投诉监测报告》，累计发布**200余份**，成为监管部门掌握消费维权动态的“晴雨表”。

调查报告

针对“直播售假”、“大数据杀熟”、“跨境网购维权难”等热点乱象，发起**53项**专项调查行动。

以2010年发布的《中国网络传销调查报告》为例：该报告引起国家高层高度重视，推动七部委专项打击各类传销行动。



2024年，发布《2024年电商平台“仅退款”调查报告》：收获广泛报道与热议，成为关注焦点，随后，淘宝、拼多多、1688、亚马逊等各大电商平台也陆续发布“仅退款”政策整改措施或商家优惠政策。



·**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年度中国移动出行&在线旅游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：2026年3月9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)

