

2020年度 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

发布时间：2021年3月4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) 榜单数据	3
(二) 投诉问题类型分布	7
(三) 投诉用户性别、金额分布	8
(四) 投诉地区分布	10
三、典型案例	10
(一) “去哪儿”	10
(二) “同程旅行”	16
(三) “飞猪”	21
(四) “旅划算”	27
(五) “马蜂窝”	34
(六) “联联周边游”	39
(七) “走着瞧旅行”	46
(八) “携程”	52
(九) “发现旅行”	57
(十) “小猪短租”	61
(十一) “世界邦旅行网”	67
(十二) “123 微旅行”	73
(十三) “侠侣亲子游”	79
四、关于我们	85
(一) 关于电诉宝	85
(二) 关于网经社	88
(三) 2010-2021 年度网经社电子商务研究中心报告发布计划	90

一、报告摘要

2020年上半年，受疫情影响，我国旅游市场客流量减少，业绩下滑、盈利亏损和面临倒闭等问题是在线旅游行业不得不面对的常态。随着国内疫情防控力度加强，下半年国内旅游市场逐步恢复，但货不对板退款难、临时涨价差价难补、高额退票手续费等问题依然存在，消费者权益保障、虚假宣传等诸多方面，侵害了游客的合法权益，扰乱了旅游市场秩序，不少消费者对部分在线旅游平台（OTA）频频“吐槽”在网上引起热议。

2021年3·15“国际消费者权益日”又将到来，各大网络消费平台2020年度的消费答卷又将呈现。在此背景下，3月4日，依据网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2020年全年受理的全国480家互联网平台海量用户消费纠纷案例大数据，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《2020年度在线旅游消费投诉数据与典型案例报告》。

网经社将在线旅游定义为：为消费者基于互联网进行旅游服务产品购买、预订的一种消费行为，其主要包括机票、酒店、门票预订为基础的综合性旅游平台及以民宿短租预订为主的旅游短租平台。该行业主流玩家包括：

1) 旅游订票类平台：携程、美团旅行、马蜂窝、去哪儿、飞猪、途牛旅游、穷游网、同程艺龙、驴妈妈、欣欣旅游、遨游网、侠侣网、游侠客、春秋旅游、途风旅游、要出发、6人游、拼途网、梦想旅行、面包旅行、世界邦等；

2) 旅游短租类平台：途家网、爱彼迎、一家民宿、小猪短租、木鸟短租、我行我宿等。

二、整体数据

（一）榜单数据

2020年全年“电诉宝”受理投诉中涉及在线旅游平台有联联周边游、飞猪、旅划算、去哪儿、走着瞧旅行、同程旅行、123微旅行、侠侣亲子游、携程、马蜂窝、小猪短租、发

现旅行、世界邦旅行网、途牛、驴妈妈、带我飞、艺龙、青芒果旅行、景程荟玩、igola 骑鹅旅行、123 门票网、住店圈和要出发旅行网。此前，好巧网、在路上商旅、布拉旅行等也涉及消费者投诉。

同时，报告还公布了《2020 年全国生活服务电商（在线旅游）消费评级榜》，其中，在线旅游共 13 家电商平台入选，包括：去哪儿、同程旅行、飞猪、旅划算、马蜂窝、联联周边游、走着瞧旅行、携程、发现旅行、小猪短租、世界邦旅行网、123 微旅行、侠侣亲子游。

2020年全国生活服务电商（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	去哪儿	100.00%	0.873	3.818	0.853	建议下单
2	同程旅行	100.00%	0.487	6.000	0.776	建议下单
3	飞猪	100.00%	0.469	5.000	0.751	建议下单
4	旅划算	96.08%	0.094	10.000	0.709	谨慎下单
5	马蜂窝	100.00%	0.471	2.000	0.701	谨慎下单
6	联联周边游	82.03%	0.095	5.000	0.553	谨慎下单
7	走着瞧旅行	100.00%	0.067	0.000	0.520	谨慎下单
8	携程	40.00%	0.400	8.000	0.480	谨慎下单
9	发现旅行	42.86%	0.000	0.000	0.214	不建议下单
10	小猪短租	22.22%	0.178	0.000	0.164	不建议下单
11	世界邦旅...	16.67%	0.000	0.000	0.083	不建议下单
12	123微旅行	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
12	侠侣亲子游	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。

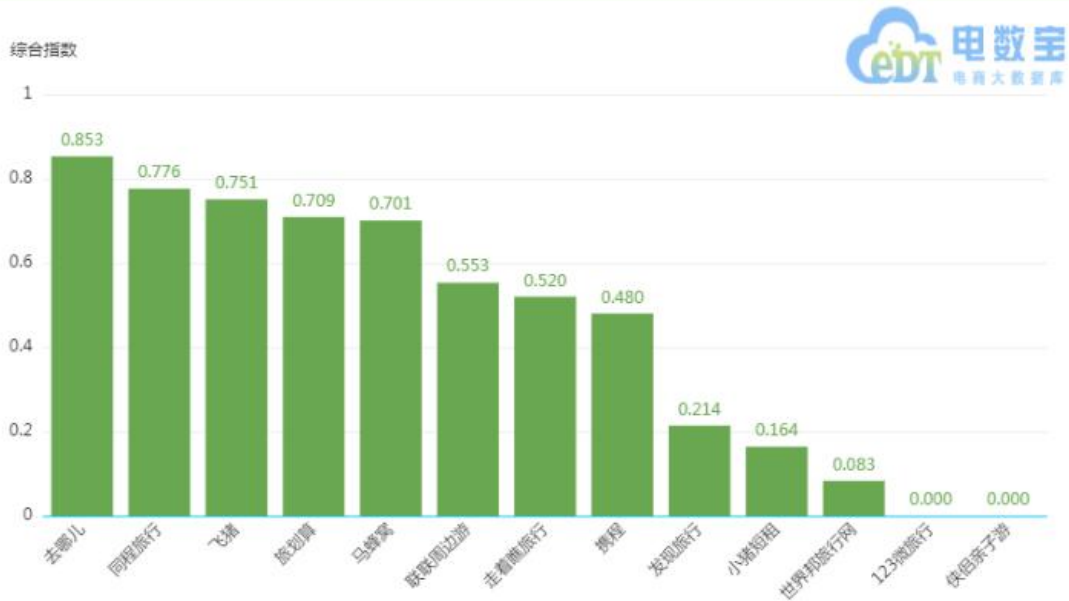
4、本榜单所有数据均由系统后台根据各电商平台上述行为，依据上述模型算法自动生成，不受任何人工因素影响。

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

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。详见“电数宝”（DATA.100EC.CN）。

2020年全国生活服务电商（在线旅游）综合指数对比图



图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

注：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 $\in [0.75, 1.0]$ 。

据“电数宝”数据显示，去哪儿、同程旅行、飞猪获“建议下单”评级，旅划算、马蜂窝、联联周边游、走着瞧旅行、携程获“谨慎下单”评级；发现旅行、小猪短租、世界邦旅行网获“不建议下单”评级。可以看出，网络消费平台在受理“电诉宝”移交的用户投诉，平台反馈率、回复时效性、用户满意度相对较低，需积极受理网络消费投诉平台移交督办的全国各地用户投诉线索并第一时间相应、及时反馈，努力提高售后服务水平，赢得了消费者的信赖。

(二) 投诉问题类型分布

2020年在线旅游用户投诉问题类型分布



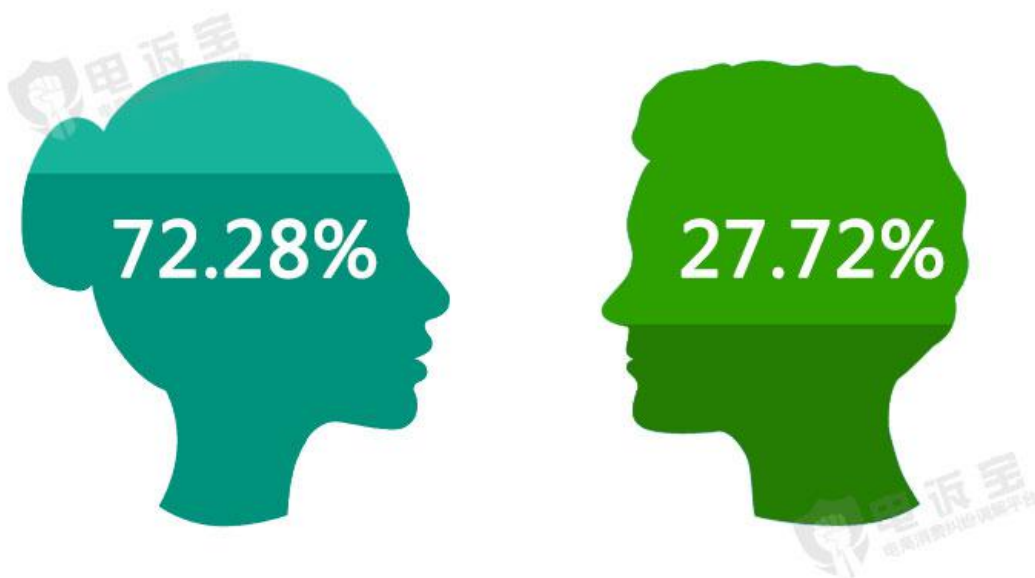
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

据网络消费纠纷调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，退款问题、霸王条款、订单问题、售后服务是2020年全年在线旅游投诉的主要问题。

(三) 投诉用户性别、金额分布

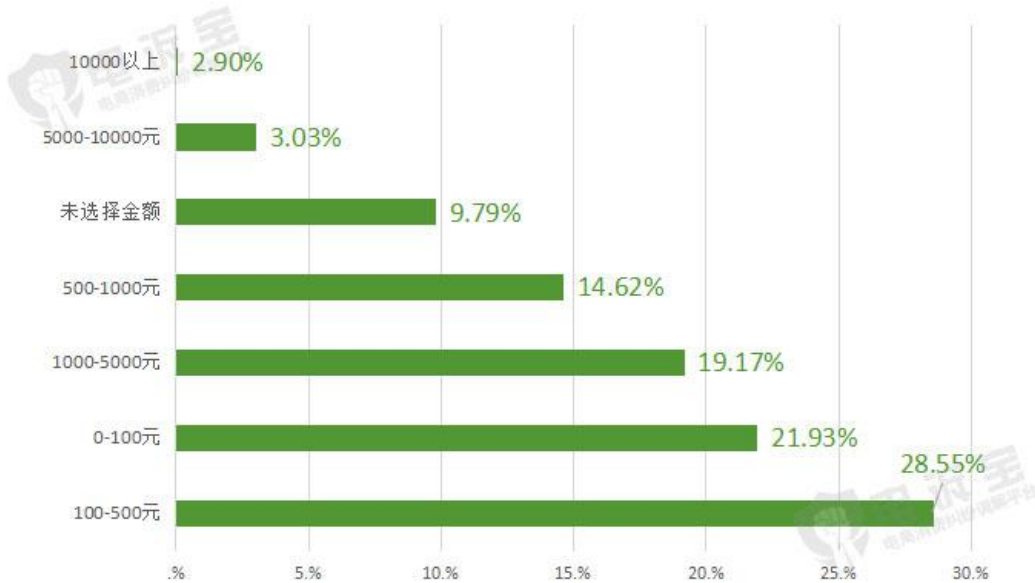
2020年在线旅游用户投诉性别分布



图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

2020年在线旅游用户投诉金额分布



图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

2020年全年投诉在线旅游的用户性别占比分别为男性（27.72%）、女性（72.28%）；投诉金额区间前三依次为100-500元（28.55%）、0-100元（21.93%）、1000-5000元（19.17%）。

（四）投诉地区分布

2020年在线旅游用户投诉地区分布



图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

2020年全年投诉在线旅游的用户集中地前三依次为广东省、江苏省、上海市，占比分别为15.17%、10.76%、9.66%。

三、典型案例

（一）“去哪儿”

2020年全年投诉数据

去哪儿电商消费2020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
2020年	全年	100.00%	0.873	3.818	0.853	建议下单
2020年	第四季度	100.00%	0.845	3.500	0.839	建议下单
2020年	双11	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	12月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	11月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	10月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	第三季度	100.00%	0.967	4.667	0.897	建议下单
2020年	9月	50.00%	0.500	0.000	0.400	谨慎下单
2020年	8月	100.00%	0.920	4.667	0.883	建议下单
2020年	7月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	上半年	97.06%	0.847	3.714	0.828	建议下单
2020年	第二季度	100.00%	0.824	4.000	0.840	建议下单
2020年	6月	100.00%	1.000	8.000	0.960	建议下单
2020年	5月	100.00%	0.500	2.000	0.710	谨慎下单
2020年	4月	100.00%	0.889	2.000	0.827	建议下单
2020年	第一季度	95.00%	0.840	2.000	0.787	建议下单
2020年	3月	93.33%	0.880	2.000	0.791	建议下单
2020年	2月	100.00%	0.600	0.000	0.680	谨慎下单
2020年	1月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

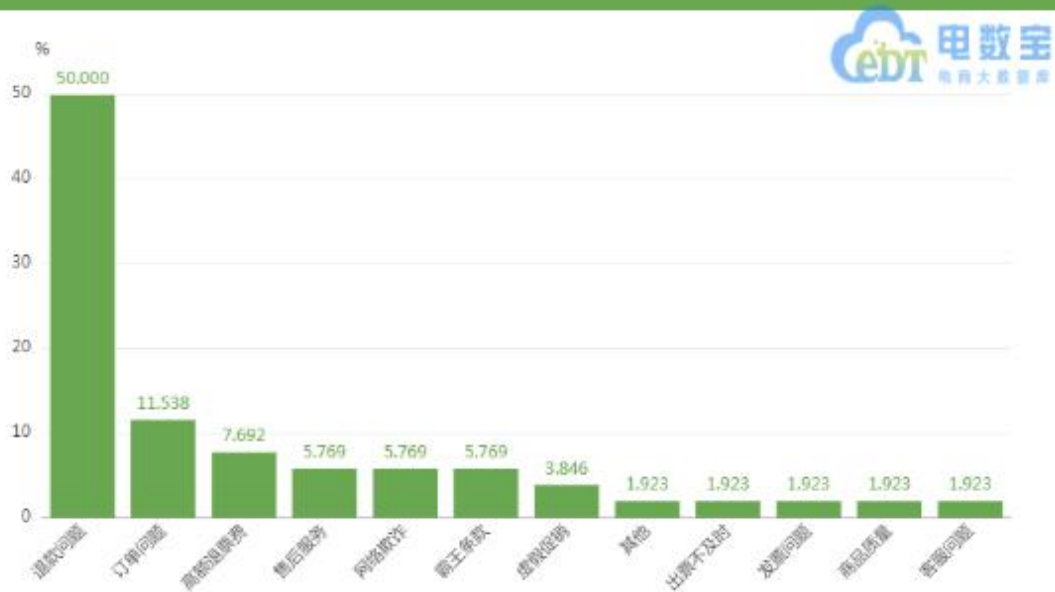


据“电数宝”显示，2020年北京趣拿信息技术有限公司旗下“去哪儿”共获得19次消费评级，其中16次获“建议下单”评级，3次获“谨慎下单”评级。2020年全年整体消费评级为“建议下单”。

消费问题分布

据“电数宝”显示，“去哪儿”存在退款问题、订单问题、高额退换货、售后服务、网络诈骗、霸王条款、虚假促销等问题。

去哪儿2020年全年投诉问题类型占比图



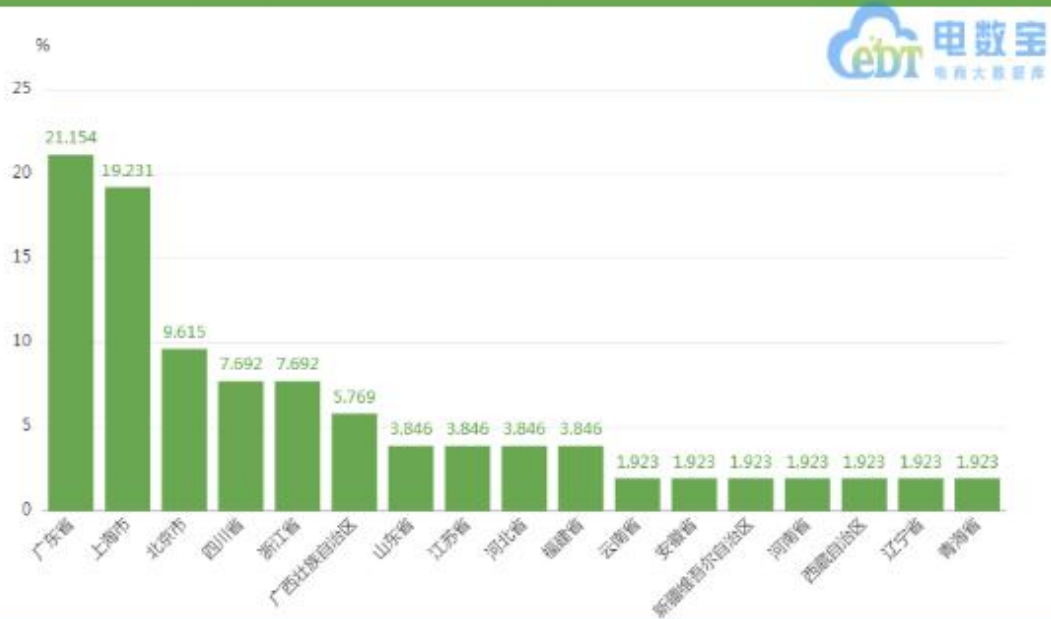
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据“电数宝”显示，2020年度投诉“去哪儿”的用户主要集中在地区前十依次为广东省、上海市、北京市、四川省、浙江省、广西省、山东省、江苏省、河北省、福建省和云南省。

去哪儿2020年全年投诉者地区占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别占比

据“电数宝”显示，在投诉“去哪儿”的用户中男生占比 53.846%，女生占比 46.154%。

去哪儿2020年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉金额占比

据网经社“电数宝”大数据库显示，用户投诉“去哪儿”的消费金额主要在 1000-5000 元、100-500 元、500-1000 元、5000-10000 元、0-100 元和 10000 元以上，占比分别为 44.231%、17.308%、15.385%、3.846%、1.923%和 1.923%。



典型案例披露

【案例一】疫情突发健康码失效 “去哪儿”平台拒退全款引纠纷

四川省的史女士于 2020 年 12 月 9 日在电商平台“去哪儿网”订了 12 月 11 日成都飞厦门机票。11 日早上，疫情突然发展，健康码全部失效，微信支付宝健康码都打不开，同事飞三亚的机票，打电话后告知疫情原因可以退全款。于是，史女士考虑到疫情情况未明，就没有出发，准备退票 之后申请退票，发现去哪儿网只退回 50 元机建燃油费，联系去哪儿网客服被告知电话联系，然后电话告知无法退款。史女士表示不能理解为什么疫情期间，不能出行不是自己愿意，当时打了电话的同事就退了全款，而她申请退款就只退回 50 元。对此，“去哪儿”反馈称关于消费者反馈订单疫情想申请补退问题，核实航司 5671 告知出票日需在 12 月 7 号之前的机票才可申请非自愿退票，此单不符合，消费者不认可，我司考虑消费

者体验申请部分补偿已打款，协商成功。

【案例二】“去哪儿”航班时间重叠改签机票 因故无法登机退票遭拒

江苏省的夏先生于2020年7月25日在“去哪儿”网购买了一张9月23日由美国圣路易斯至马来西亚吉隆坡的联程机票，其中中转美国芝加哥，东京。但出票后发现因首段航线：圣路易斯—芝加哥的起飞时间为9月23日早上11点，到达芝加哥的时间是中午12:54。而第二段芝加哥飞东京的航程起飞时间为中午11:55，意味着还没到芝加哥，芝加哥飞东京的飞机就已经起飞了。于是夏先生向去哪儿反应且平台同意帮改签。但是在9月23日凌晨，夏先生因检测机构Walgreens未如期提供Covid-19检测报告，导致无法获得核酸码成功登机，于是联系去哪儿网客服电话申请退票，但退票申请被拒，理由是：因夏先生的票做过改签，所以无法进行退票申请。对此，“去哪儿”反馈称核实只能自愿退且已经退款完成。

【案例三】“去哪儿”下单订单无法查询 售后未有效处理

李先生于2020年6月5日在“去哪儿”网订购7月6日至8日的酒店，金额300元。但是直到现在都无法查询到该订单。多次查询无果，拨打电话也是没有人工客服接电话。在商家的平台上留言要求回复也只是一些机械化的回复。要求平台的工作人员人工回复一直没有回复。至今为止，去哪儿网未有任何答复。鉴于如此恶劣的服务态度，对消费者的需求如此冷漠，实在无法让人信任。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”发来反馈称：经核实，此单是可全额退款的产品，消费者未联系到我司，我司介入后已经帮消费者操作取消，消费者认可，协调成功。

（二）“同程旅行”

2020年全年投诉数据

同程旅行电商消费2020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
2020年	全年	100.00%	0.487	6.000	0.776	建议下单
2020年	第四季度	100.00%	0.430	6.000	0.759	建议下单
2020年	双11	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	10月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	第三季度	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	8月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	7月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	上半年	47.37%	0.400	2.000	0.417	谨慎下单
2020年	第二季度	100.00%	0.933	2.000	0.840	建议下单
2020年	5月	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2020年	4月	100.00%	0.600	0.000	0.680	谨慎下单
2020年	第一季度	100.00%	0.167	7.333	0.703	谨慎下单
2020年	3月	100.00%	0.750	0.000	0.725	谨慎下单
2020年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN



据“电数宝”显示，2020年同程网络科技股份有限公司旗下“同程旅行”共获得15次消费评级，其中9次获“建议下单”评级，4次获“谨慎下单”评级，2020年全年整体消费评级为“建议下单”。

消费问题分布

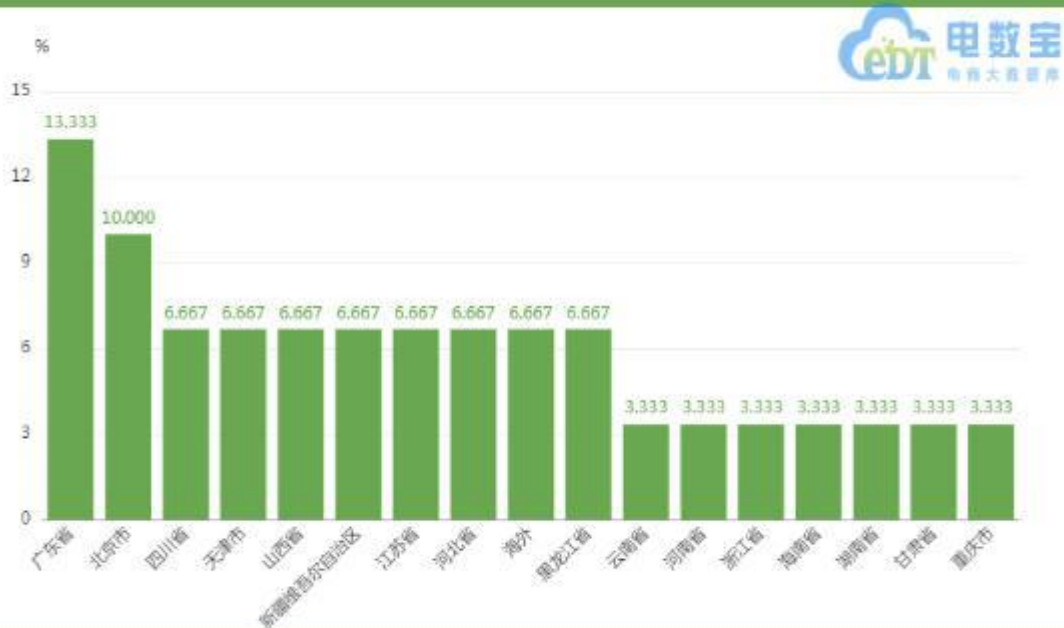
据网经社“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，“同程旅行”存在退款问题、订单问题、售后服务等问题。



投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，2020年度投诉“同程旅行”的用户主要集中在地区前十依次为广东省、北京市、四川省、天津市、山西省、新疆维吾尔自治区、江苏省、河北省、海外地区和黑龙江省。

同程旅行2020年全年投诉者地区占比图



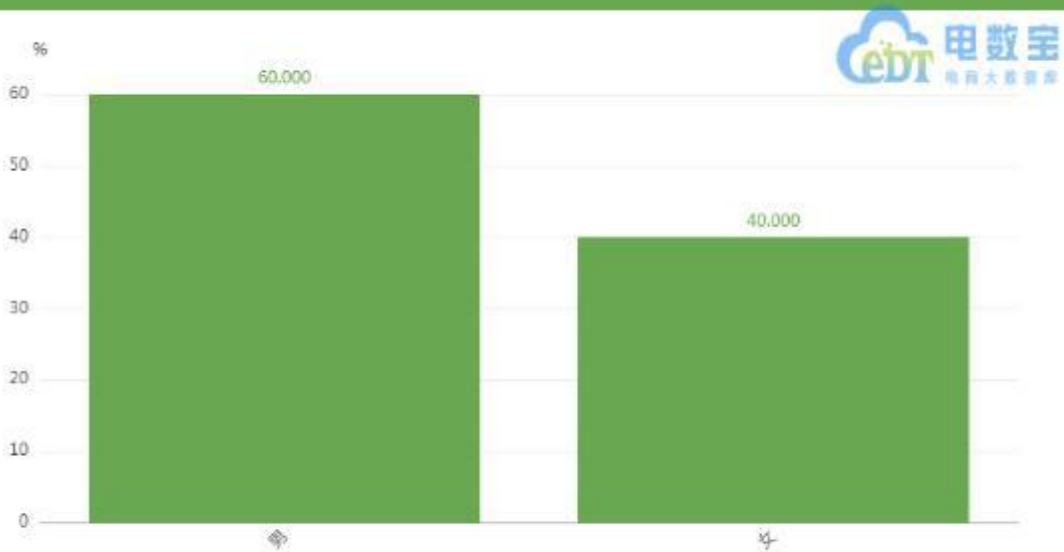
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别分布

据网经社“电数宝”电商大数据显示，在投诉“同程旅行”的用户中男生占比60.000%，女生占比40.000%。

同程旅行2020年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉金额占比

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，用户投诉“同程旅行”的消费金额主要在1000-5000元、100-500元、500-1000元和0-100元区间，占比分别为66.667%、22.223%、13.333%和6.667%。



典型案例披露

【案例一】“同程旅行”航空公司原因航班取消 售后回复称已电话联系沟通解决

10月14日，“电诉宝”接到北京市的陈先生投诉称他于2020年4月18日在微信“同程旅游”平台订购了一张埃及航空的5月31日从伦敦出发经停开罗到北京的机票和疫情保险，总共支付了3736元人民币，5月18日同程旅游通知因航空公司原因航班取消，陈先生于5月19日发起退票申请，5月25日同程旅游退回疫情保费217元，但剩余机票款3519元至今未退回，陈先生表示曾多次跟同程旅游沟通，同程旅游均以航空公司未退款为由拒绝暂缓退款。而在6月份其他票代也购买过埃及航空的机票，也同样被取消了航班，但票代能够及时退款。对此，“同程旅行”反馈称客诉部门对于此事已经电话联系陈先生致电沟通解决。

【案例二】“同程旅行”下单久未出票 售后表示已处理完毕

滕先生于2020年5月18日10点34分购买“同程”App上6月12日首尔飞沈阳的机票，成功支付18937元却迟迟未出票，未出票就代表没有行程单，由于我本人现在菲律宾马尼拉，由于没有第二程乘机行程单，菲律宾机场都不会给我坐上马尼拉飞首尔的飞机。现在马尼拉还处于封城阶段，没有行程单我连出城都出不去，同程App上对于我的出票时间写的最晚起飞前三小时出票，且不退票不改签，请问起飞前三小时出票的话，我从马尼拉怎么去机场怎么去首尔。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，“同程艺龙”发来反馈称：已经电话联系亲核实处理完毕。

【案例三】“同程旅行”下单取消订单却出现漏洞 客服回复已联系并给出处理方案

赖先生于2019年8月2日通过“同程艺龙”预订了4日的住宿并通过微信支付了3120.48元。但在支付成功后的3分钟内取消了此订单，钱还未退回。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，“同程艺龙”发来反馈称：客诉部门对于此事已经电话联系亲并给出处理方案。

（三）“飞猪”

2020年全年投诉数据

飞猪电商消费2020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
2020年	全年	100.00%	0.469	5.000	0.751	建议下单
2020年	第四季度	100.00%	0.453	4.667	0.743	谨慎下单
2020年	双11	80.00%	0.720	0.000	0.616	谨慎下单
2020年	12月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	11月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	10月	100.00%	0.550	0.000	0.665	谨慎下单
2020年	第三季度	100.00%	0.575	6.000	0.792	建议下单
2020年	9月	100.00%	0.800	0.000	0.740	谨慎下单
2020年	8月	100.00%	0.667	0.000	0.700	谨慎下单
2020年	7月	75.00%	0.450	0.000	0.510	谨慎下单
2020年	上半年	75.31%	0.291	2.000	0.524	谨慎下单
2020年	第二季度	100.00%	0.568	0.000	0.670	谨慎下单
2020年	6月	100.00%	0.533	0.000	0.660	谨慎下单
2020年	5月	33.33%	0.200	0.000	0.227	不建议下单
2020年	4月	69.23%	0.431	0.000	0.475	谨慎下单
2020年	第一季度	92.86%	0.360	4.667	0.679	谨慎下单
2020年	3月	79.17%	0.000	0.000	0.396	不建议下单
2020年	2月	66.67%	0.378	2.000	0.507	谨慎下单
2020年	1月	100.00%	0.500	0.000	0.650	谨慎下单

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

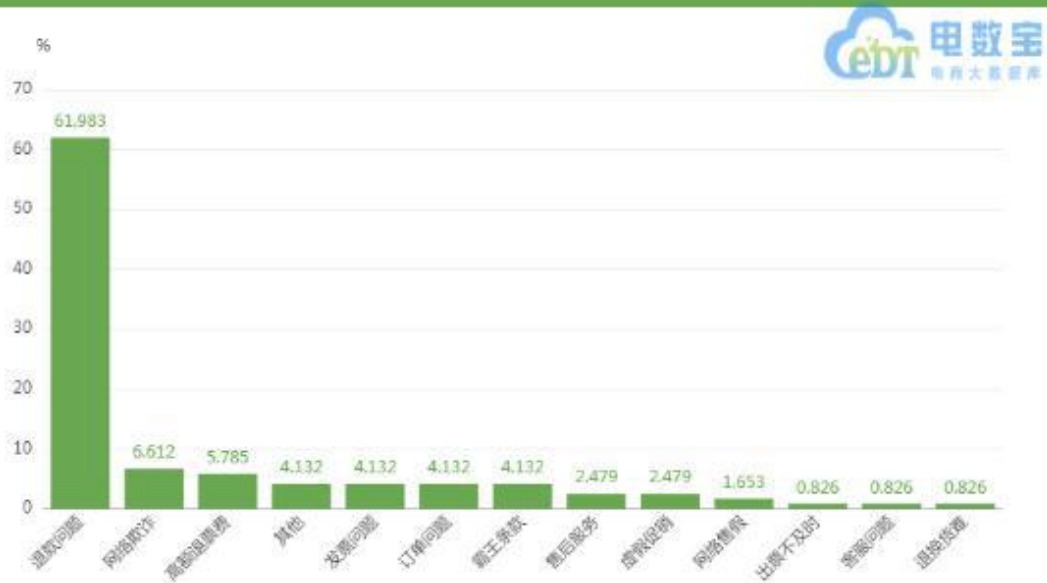


据“电数宝”显示，2020年浙江飞猪网络技术有限公司旗下“飞猪”共获得19次消费评级，其中4次获“建议下单”评级，13次获“谨慎下单”评级，2次获“不建议下单”评级，2020年全年整体消费评级为“建议下单”。

消费问题分布

据网经社“电数宝”大数据库（DATA.100EC.CN）显示，“飞猪”存在退款问题、网络诈骗、高额退票费、发货问题、订单问题、霸王条款等问题。

飞猪2020年全年投诉问题类型占比图



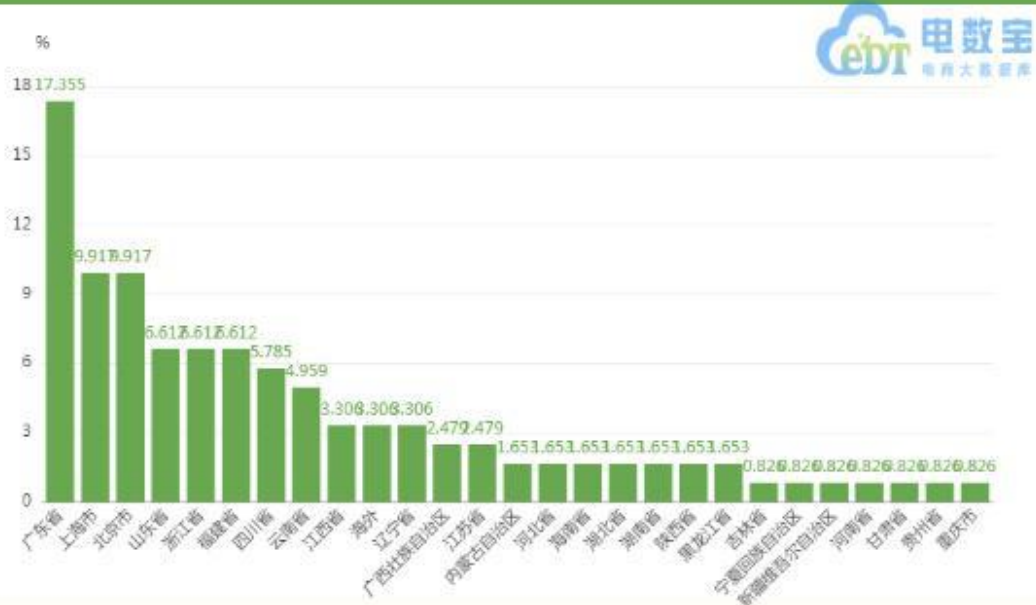
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，2020年度投诉“飞猪”的用户主要集中在地区前十依次为广东省、上海市、北京市、山东省、浙江省、福建省、四川省、云南省、江西省和海外地区。

飞猪2020年全年投诉者地区占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别占比

据网经社“电数宝”大数据库显示，在投诉“飞猪”的用户中男生占比 37.190%，女生占比 62.810%。

飞猪2020年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉金额分布

据网经社“电数宝”大数据库显示，用户投诉“飞猪”的消费金额主要在 1000-5000 元、500-1000 元、100-500 元、5000-10000 元和 10000 元以上区间，占比分别为 38.017%、22.223%、16.529%、9.091%和 4.959%。



典型案例披露

【案例一】“飞猪”网购门票被他人使用 平台回复刷单违规不予退款

四川省的丁女士向“电诉宝”投诉，称其于 2020 年 11 月 14 日中午 13 点 08 在“飞猪”平台上购买 3 张 15 日新加坡海洋影城门票，但本人并没有收到票，并且门票于 15 日当天被使用。于是，丁女士申请商家退款但被商家拒绝，再次申请售后仍被关闭，共计 1587 元。就因为做兼职，对方说刷好评收到二维码，是杭州悠悠假期旅行社专营店的新加坡环球影城的门票购买，对方让我点购买后花呗被扣 1587 元需在 12 日 14 日之前还。对此，“飞猪”反馈称：刷单是违规行为，因刷单导致正常商家的商品被骗子使用的情况下，商家是无法退款的，非常抱歉，无法协商退款。

【案例二】“飞猪”双 11 期间预定酒店获商家同意取消 退款平台却收 29%手续费引疑

“电诉宝”于2020年11月接到海南省的白女士的投诉，投诉称于2020年11月6日在“飞猪”平台上订了一家酒店。因为距离较远，行程问题想要退掉。专门打电话给了酒店前台，咨询能否退的问题，店家告诉可以取消订单，没有任何房型是不能取消或者要收手续费的。但是在店家同意并且让点击取消的时候，飞猪的客服打电话非常不礼貌的，跟店家争执说必须要收取手续费。店家让与跟客服交接，白女士对29%的手续费感到疑惑。对此，“飞猪”反馈称根据订单查询您的订单退改退款政策为：预订成功后，不可变更/取消。

【案例三】“飞猪”平台未与商家合作酒店价格“浮高” 取消订单高额手续费难返还

10月16日，“电诉宝”接到浙江省的赵女士的投诉，赵女士称自己于9月21日在“飞猪”平台芜湖分水线酒店专营店下单安吉竹博园开元度假村高级园景大床1间夜，并支付房费1649.98元。后在其它平台携程看到该酒店同款房型只需要661元/间夜，认为平台价格过高，提出取消订单，被强制收费订单客额的29%手续费。店家告知是支付给酒店，后联系酒店，酒店告知并不存在和飞猪有平台合作，酒店不和携程之外的其它平台有销售合作协议，也并未收到所谓支付的29%的手续费，数次沟通未果，对方均拒绝退还手续费478.15元。

（四）“旅划算”

2020年全年投诉数据

旅划算电商消费2020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
2020年	全年	96.08%	0.094	10.000	0.709	谨慎下单
2020年	第四季度	96.15%	0.097	10.000	0.710	谨慎下单
2020年	双11	100.00%	0.500	10.000	0.850	建议下单
2020年	12月	50.00%	0.000	0.000	0.250	不建议下单
2020年	11月	50.00%	0.500	10.000	0.600	谨慎下单
2020年	10月	60.00%	0.200	0.000	0.360	不建议下单
2020年	第三季度	95.83%	0.083	10.000	0.704	谨慎下单
2020年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	7月	80.00%	0.400	10.000	0.720	谨慎下单
2020年	上半年	39.68%	0.089	10.000	0.425	谨慎下单
2020年	第二季度	96.55%	0.172	10.000	0.734	谨慎下单
2020年	6月	61.54%	0.077	0.000	0.331	不建议下单
2020年	5月	33.33%	0.333	0.000	0.267	不建议下单
2020年	4月	81.82%	0.273	10.000	0.691	谨慎下单
2020年	第一季度	65.79%	0.016	10.000	0.534	谨慎下单
2020年	3月	100.00%	0.086	10.000	0.726	谨慎下单
2020年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

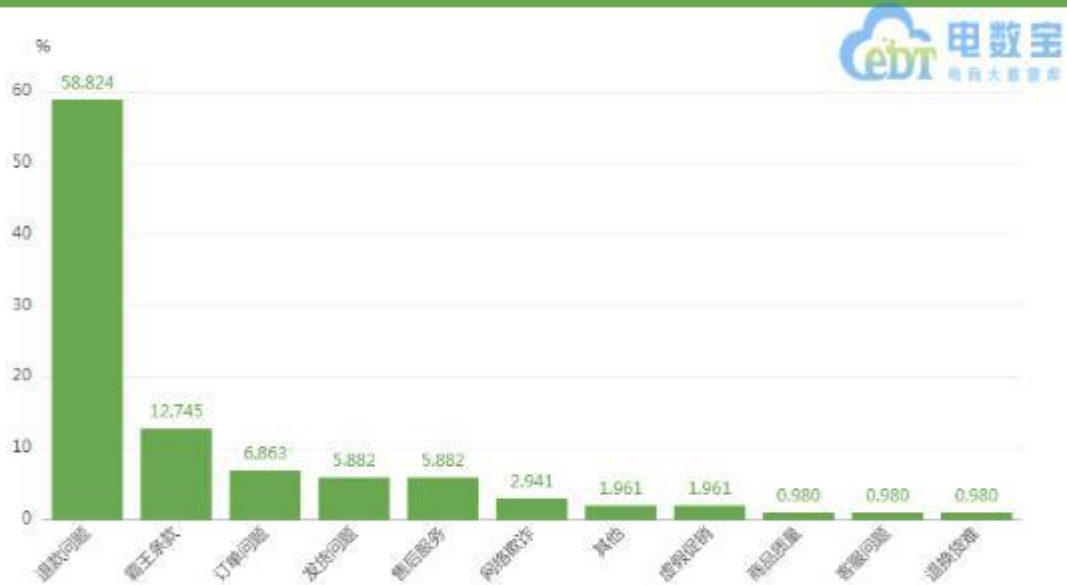


据“电数宝”显示，2020年广州市旅划算国际旅行社有限公司旗下“旅划算”共获得19次消费评级，其中1次获“建议下单”评级，10次获“谨慎下单”评级，8次获“不建议下单”评级，2020年全年整体消费评级为“谨慎下单”。

消费问题分布

据网经社“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，“旅划算”存在退款问题、霸王条款、订单问题、发货问题、售后服务、网络诈骗等问题。

旅划算2020年全年投诉问题类型占比图



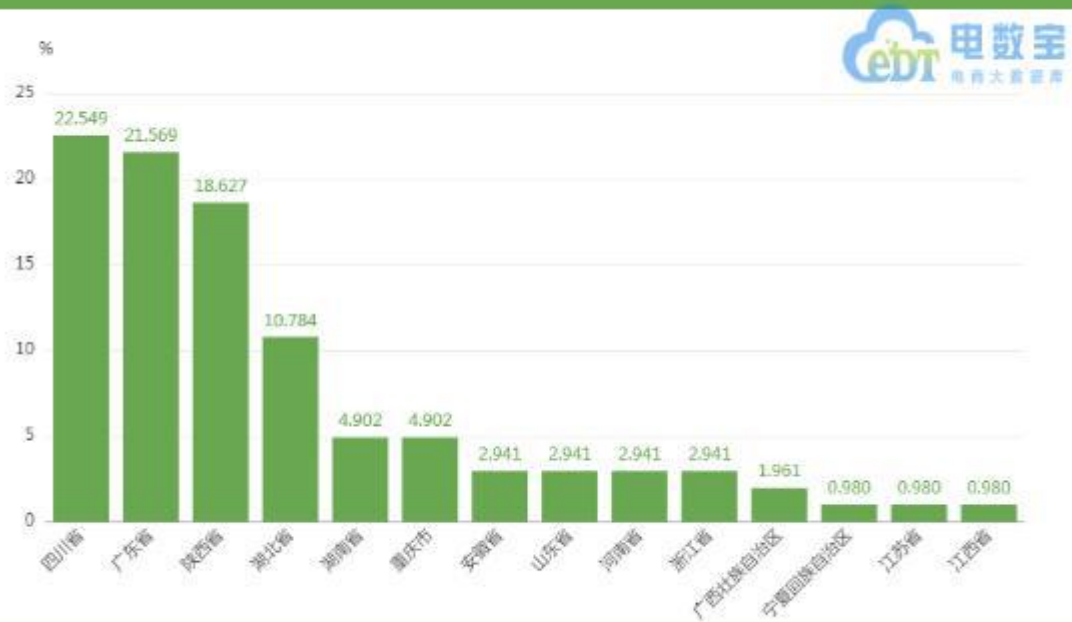
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据显示，2020年度投诉“旅划算”的用户主要集中在地区前十依次为四川省、广东省、陕西省、湖北省、海南省、重庆市、安徽省、山东省、河南省和浙江省。

旅划算2020年全年投诉者地区占比图



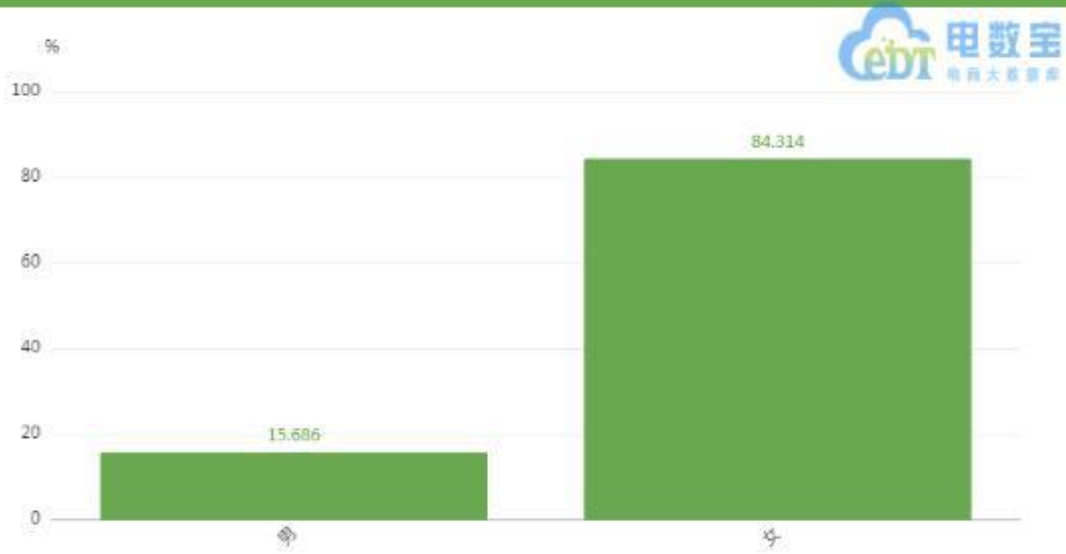
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别分布

据网经社“电数宝”电商大数据显示，在投诉“旅划算”的用户中男生占比15.686%，女生占比84.314%。

旅划算2020年全年投诉者性别占比图



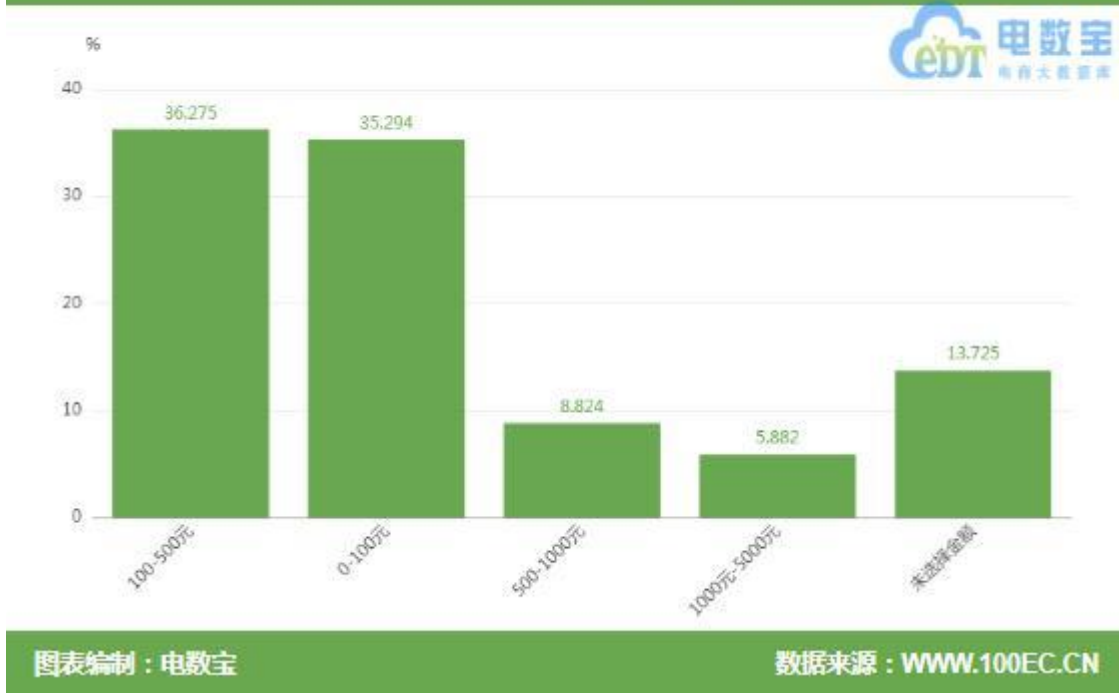
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

2.4 投诉金额占比

据网经社“电数宝”电商大数据显示，用户投诉“旅划算”的消费金额主要在100-500元、0-100元、500-1000元和1000-5000元区间，占比分别为36.275%、35.294%、8.824%和5.882%。

旅划算2020年全年投诉金额占比图



典型案例披露

【案例一】“旅划算”“享筑权益年卡”服务遭质疑 酒店难预约退款遭拒

2020年12月15日，“电诉宝”接到四川省的张先生投诉称他于11月8日在微信公众号“旅划算四川站”购买了其推出的一款“享筑权益年卡”（一年内可以入住该产品中所包含的任一酒店），1298元，该产品介绍中有说明“未激活可退款”。在购买后，听也购买并已激活该产品的同事介绍说实际预订酒店时很不容易订到想要时段的酒店，而且还需要另支付很高的预订金，该预订金可以在入住后退还，但若不按预订时间入住则不予退还。因此，张先生觉得该产品存在较大风险，并以“未激活可退款”为正当理由，多次向旅划算平台客服申请退款，但均被拒绝，且未给出具体理由。目前，购买时间已超过1个月，超过了旅划算产品中所要求的在一个月內激活才生效的时间。

【案例二】“旅划算”套餐因疫情一半未使用 客服承诺未兑现引不满

湖南省的赵女士向于“电诉宝”投诉，称她于2019年2月在“旅划算”平台订购了（2期）长沙鸿天康逸温泉山庄套餐（99抢购）15份，有效期是到2020年9月30日，已使用7份，还有没使用的由于疫情原因不能前往，和客服沟通同意延迟到2020年12月底，当准

备使用的时候登录旅划算平台咨询都是说订单只到10月30日，经多次沟通没有结果，也打过商家电话，回复让找那个同意延期的那个客服，微信联系客服也一直得不到回复。

【案例三】国庆假期“旅划算”预约演唱会门票取消遇阻 音乐节结束退费“难上加难”

2020年9月“电诉宝”接到陕西省的梁女士的投诉，梁女士于9月底在“旅划算”平台购买“2020年海棠乐缘音乐节”58元两张演唱会门票，在演唱会开始之前已申请退款，客服也同意了，但五天后仍未收到退款，再次联系客服被告知因退款平台对不上要退回支付宝，客服登记支付宝账号和姓名后经查询仍杳无音讯，10月4日的演唱会已结束，订单显示已使用，可能也无法退款了，该平台未按约定进行退款，于是我再次和客服交谈，客服一直未给予明确答复。

（五）“马蜂窝”

2020年全年投诉数据

马蜂窝电商消费2020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
2020年	全年	100.00%	0.471	2.000	0.701	谨慎下单
2020年	第四季度	100.00%	0.431	2.000	0.689	谨慎下单
2020年	12月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	第三季度	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	上半年	100.00%	0.575	2.000	0.732	谨慎下单
2020年	第二季度	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2020年	5月	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2020年	第一季度	100.00%	0.327	0.000	0.598	谨慎下单
2020年	3月	100.00%	0.600	0.000	0.680	谨慎下单
2020年	1月	100.00%	0.300	0.000	0.590	谨慎下单

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台） 数据来源：WWW.100EC.CN

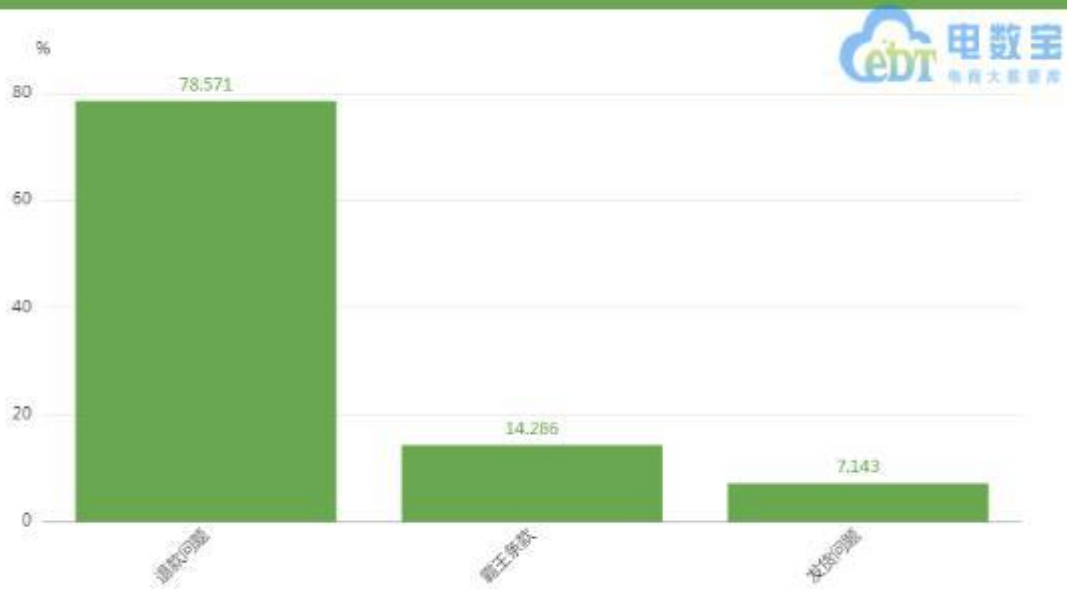


据“电数宝”显示，2020年北京马蜂窝网络科技有限公司旗下“马蜂窝”共获得10次消费评级，其中4次获“建议下单”评级，6次获“谨慎下单”评级，2020年全年整体消费评级为“谨慎下单”。

消费问题分布

据网经社“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，“马蜂窝”存在退款问题、霸王条款、发货问题。

马蜂窝2020年全年投诉问题类型占比图



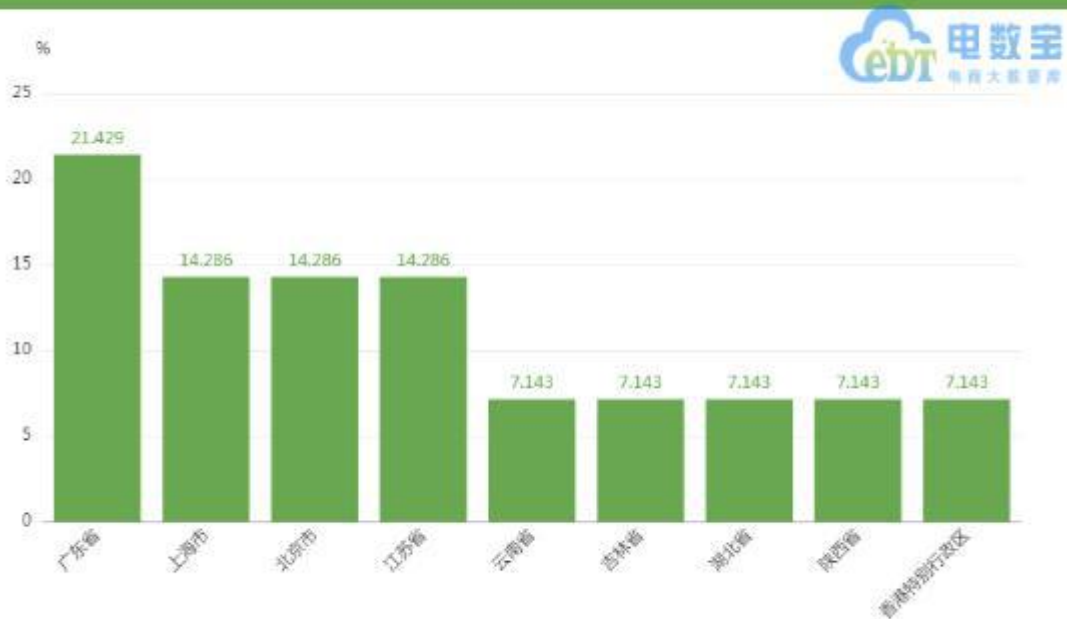
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，2020年度投诉“马蜂窝”的用户主要集中在地区依次为广东省、上海市、北京市、江苏省、云南省、吉林省、湖北省、陕西省和香港特别行政区。

马蜂窝2020年全年投诉者地区占比图



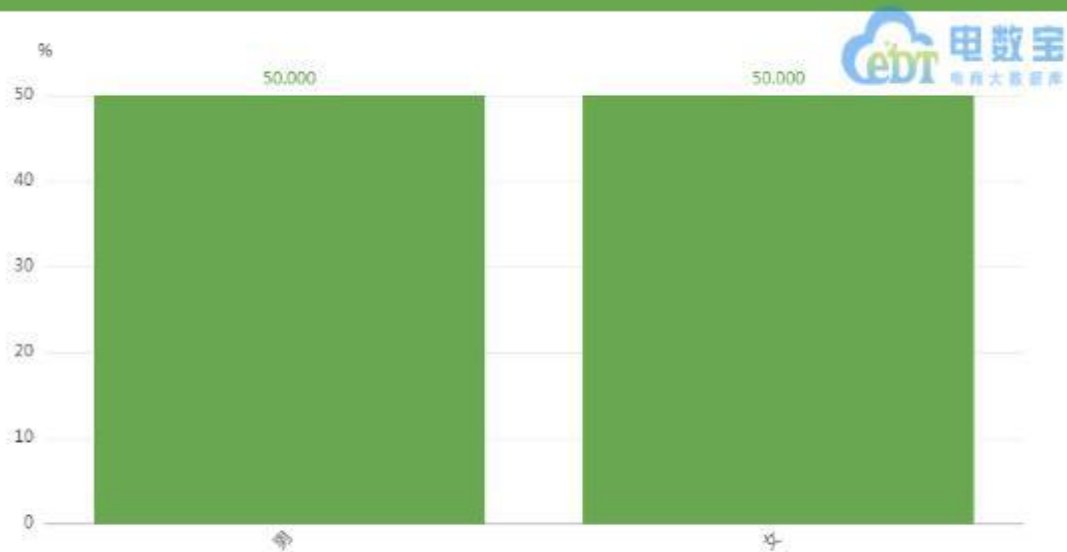
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别分布

据网经社“电数宝”电商大数据显示，在投诉“马蜂窝”的用户中男生占比50.000%，女生占比50.000%。

马蜂窝2020年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉金额占比

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，用户投诉“马蜂窝”的消费金额主要在1000-5000元、10000元以上、500-1000元、100-500和5000-10000元区间，占比分别为28.571%、21.429%、21.429%、7.143%和7.143%。



典型案例披露

【案例一】“马蜂窝”被指商家入驻容易退费难 保证金难到账“原返”问题引纠纷

12月4日，“电诉宝”接到北京市的秦先生投诉称他于2019年4月11日在“马蜂窝”注册的商家账户，因为疫情，2020年4月份申请的退服务质量保证金，结果马蜂窝提示还需要等三个月的时间，7月份的时候还提示还要等3个月，10月份才可以退回。秦先生表示最终结果导致他和挂靠的旅行社合作时间到期了，现在没办法退到旅行社的账户，因为退回之后也拿不到钱，而且最重要的是最早缴纳保证金的时候是通过个人转到马蜂窝的公账上面的。退出的时候却告诉不能退回个人账户，期间多次咨询客服，态度恶劣，没有一点解决问题的状态。

【案例二】“马蜂窝”商家撤出平台 店铺保证金难退售后遇推诿

9月30日，“电诉宝”接到广东省的邹先生投诉称受疫情影响他们旅游公司在3月份便调整策略撤出“马蜂窝”的平台，3月初在马蜂窝商家后台申请，关店，退保证金。开通马蜂窝店铺时保证金、相关资料都递交迅速，但等到退款时：没有专门的BD，和客服处理，还没有任何电话、联系人，导致只能在后台点申请。后台操作后告知1个月后可以退款，多次沟通后告知还需要等90天。

【案例三】“马蜂窝”疫情退款久未处理

陈女士1月初向“电诉宝”投诉称其在“马蜂窝”订了机票13/2-17/2香港往返台北的长荣航班，10月2日因疫情原因来回航班都被长荣航空取消了，当天就提交了退款申请。一开始马蜂窝客服有打电话来说预计14天能退，后来变30天，最后直接变成了90天。现在已经3个月了，退款还是没有任何进展，马蜂窝客服电话也打不进，app客服每次都等很久才有回应，都是机械式回答。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，“马蜂窝”发来反馈称：此单我司已递交到航空公司审核退款中，由于客票量较大，机票退款以航空公司审核为准，我司已做催促请耐心等待。

（六）“联联周边游”

2020年全年投诉数据

联联周边游电商消费2020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
2020年	全年	82.03%	0.095	5.000	0.553	谨慎下单
2020年	第四季度	84.30%	0.061	4.500	0.546	谨慎下单
2020年	双11	80.00%	0.620	5.333	0.699	谨慎下单
2020年	12月	50.00%	0.250	0.000	0.325	不建议下单
2020年	11月	80.00%	0.520	0.000	0.556	谨慎下单
2020年	10月	90.91%	0.680	4.500	0.804	建议下单
2020年	第三季度	66.67%	0.321	6.000	0.560	谨慎下单
2020年	9月	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2020年	8月	54.55%	0.000	0.000	0.273	不建议下单
2020年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

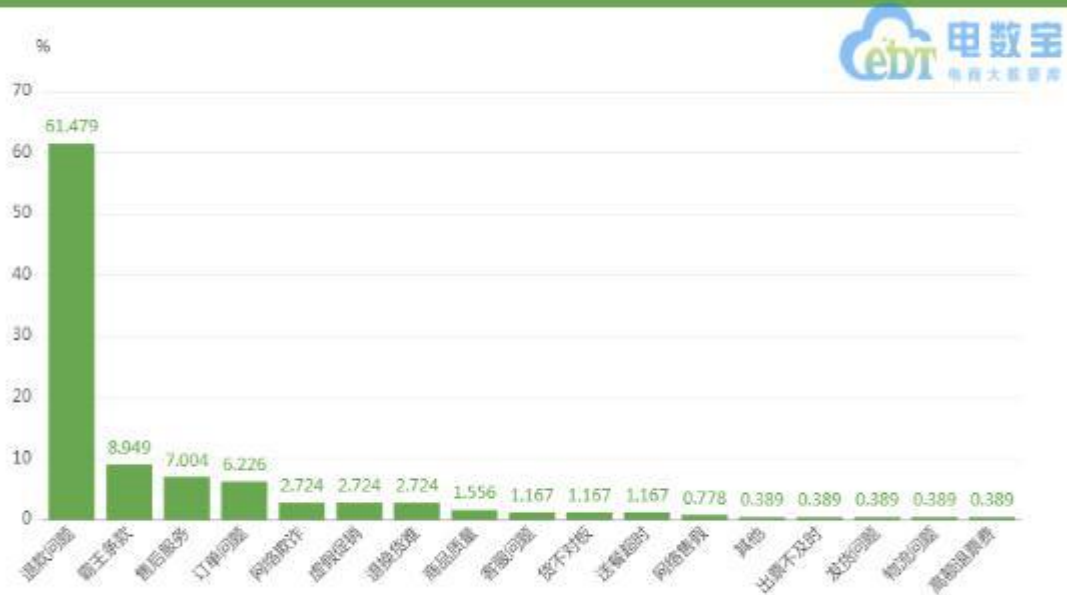


据“电数宝”显示，2020年联联周边游信息技术有限公司旗下“联联周边游”共获得19次消费评级，其中2次获“建议下单”评级，5次获“谨慎下单”评级，12次获“不建议下单”，评级2020年全年整体消费评级为“谨慎下单”。

消费问题分布

据网经社“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，“联联周边游”存在退款问题、霸王条款、售后服务、订单问题、网络诈骗、虚假促销、退换货难等问题。

网联周边游2020年全年投诉问题类型占比图



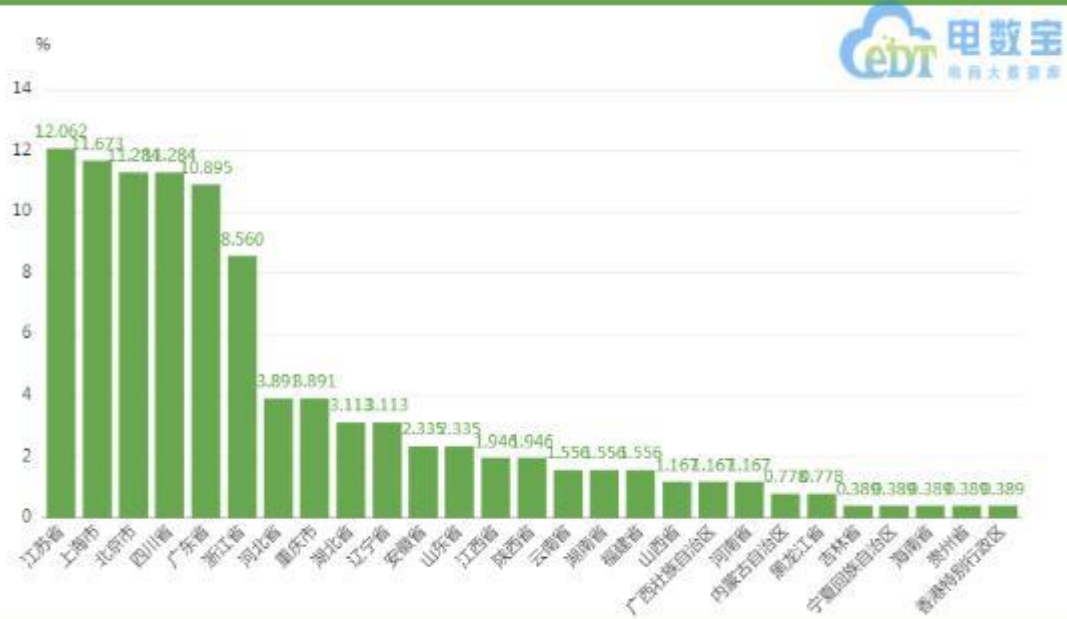
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，2020年度投诉“网联周边游”的用户主要集中在地区前十依次为江苏省、上海市、北京市、四川省、广东省、浙江省、河北省、重庆市、湖北省和辽宁省。

网联周边游2020年全年投诉者地区占比图



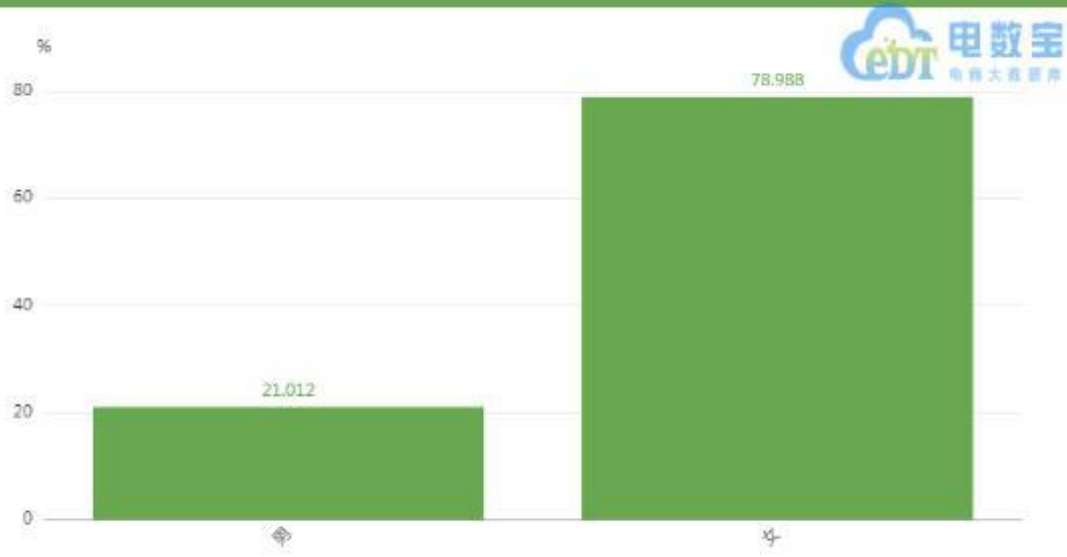
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别分布

据网经社“电数宝”电商大数据显示，在投诉“网联周边游”的用户中男生占比21.012%，女生占比78.988%。

联联周边游2020年全年投诉者性别占比图



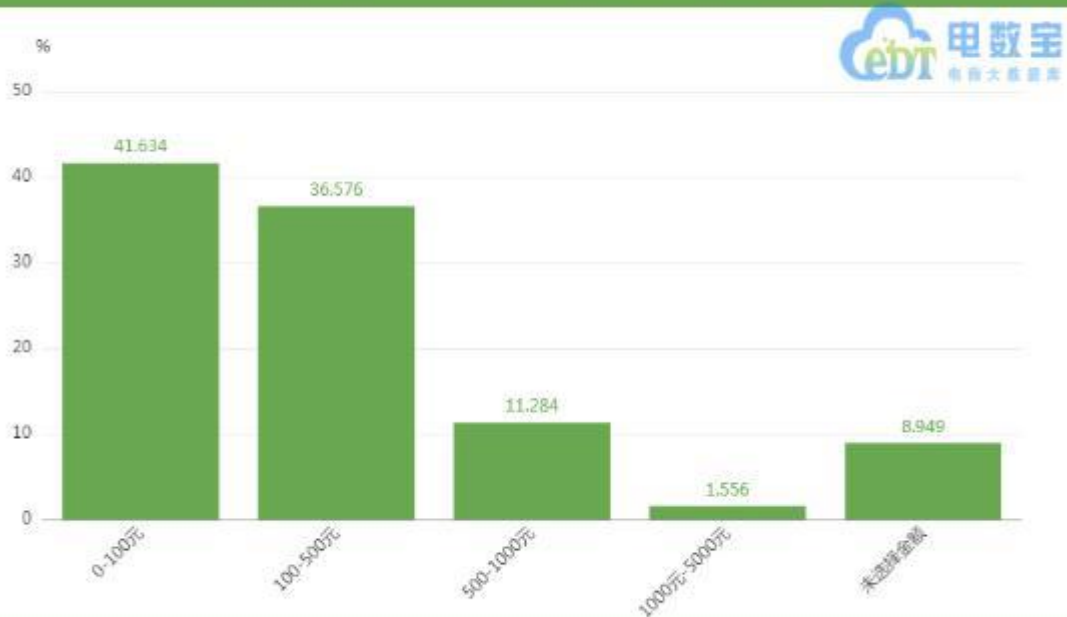
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉金额占比

据网经社“电数宝”电商大数据显示，用户投诉“联联周边游”的消费金额主要在0-100元、100-500元、500-1000元和1000-5000元区间，占比分别为41.614%、36.575%、11.284%、1.556%。

联联周边游2020年全年投诉金额占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

【案例一】“联联周边游”因疫情取消预约遭拒 售后客服说辞多变

6月25日，“电诉宝”接到四川省的胡女士投诉称她于4月在“联联周边游”成都站购买眉山黑龙滩长岛天堂洲际酒店2大1小高级房的套餐，并预约2020年6月25日入住，考虑全家身体和近日疫情的原因，6月21日向联联周边游提交取消预约申请，但22日收到拒绝取消。原因为一经预定不得取消和改期，如有特殊情况请提供相关证明。于是，胡女士6月23日打酒店电话告知该情况，酒店反馈需与联联周边游联系，能够提供病情证明即可取消预约。但当日联联周边游电话一直打不通。6月24日，将病情证明发送给联联线上客服，客服表示会帮登记反馈，自此没有下文。6月25日，再次联系联联周边游线上客服，经沟通后客服答复不能取消预约。

【案例二】“联联周边游”下单遇霸王条款 售后退款难

“电诉宝”接到投诉称，陈女士于5月份在“联联周边游”成都总站购买一份3-4人套餐，他订单是写的3-4人餐，可是订单页面并没有说明两个人商家不接待。于是我们就两个人打车去了，谁知道商家不接待。我们吃了闭门羹。于是我先找联联维权，谁知道他们是霸

王条款。意思就是 I 买了就必须去消费。不管我去没去，白没白跑，完全把消费者当冤大头啊，我已经多次表示了，我跟闺蜜两个人打车去白跑了一趟。客服人员一个劲的喊我们再去吃就是了，多去点人。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，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例三】“联联周边游”预定久未成功 售后未有效处理

罗女士向“电诉宝”投诉称其于 2020 年 7 月 3 日在联联周边游平台（贵阳站）上订购 2 张乐尚 KTV 欢唱套票，我于 7 月 4 日要求定 5 号的包房，被告知没有。我于今天订 12 日的包房，被告知还是没有，商家说已定到了 19 日。我再次要求订 30 日的包房，被告知没有 19 日以后的表。客服人员告知他们有 29 个房间但是对于联联周边游每天只开放 6 个房间，但商家在平台卖出的票多达 1298 张票，活动是从 2020 年 6 月 30 日到 2020 年 8 月 10 日，我怎么算，商家的包房在这活动的 42 天卖出的票都不可能在商家那里用完。

（七）“走着瞧旅行”

2020 年全年投诉数据

走着瞧旅行电商消费2020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
2020年	全年	100.00%	0.067	0.000	0.520	谨慎下单
2020年	第四季度	150.00%	0.100	0.000	0.780	建议下单
2020年	双11	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	12月	100.00%	0.600	0.000	0.680	谨慎下单
2020年	11月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

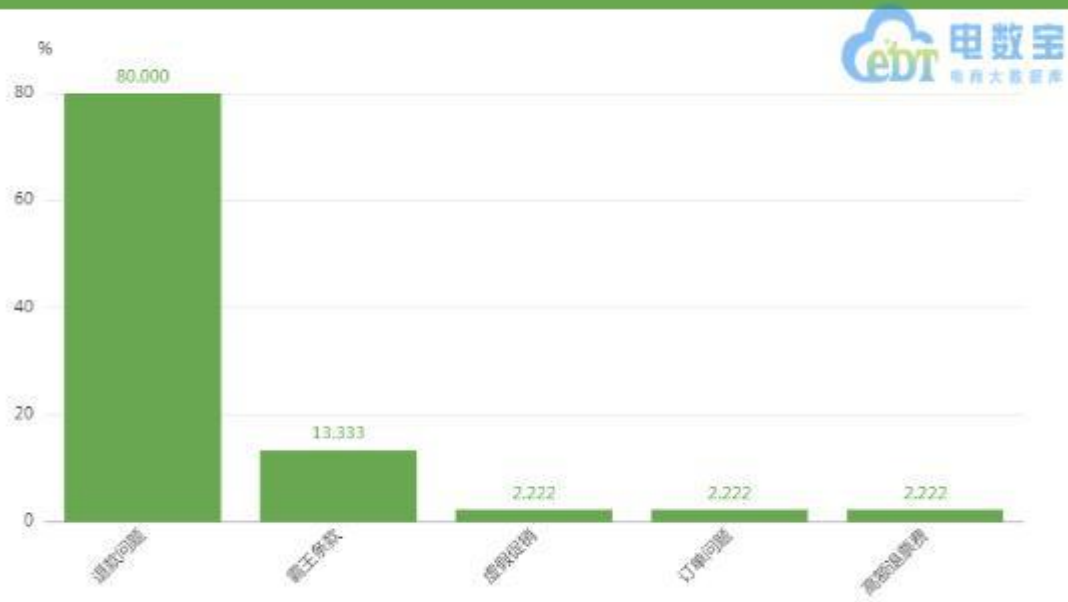


据“电数宝”显示，2020年无锡走着瞧旅行社有限公司旗下“走着瞧旅行”共获得19次消费评级，其中2次获“建议下单”评级，5次获“谨慎下单”评级，12次获“不建议下单”，评级2020年全年整体消费评级为“谨慎下单”。

消费问题分布

据网经社“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，“走着瞧旅行”存在退款问题、霸王条款、售后服务、订单问题、网络欺诈、虚假促销、退换货难等问题。

走着瞧旅行2020年全年投诉问题类型占比图



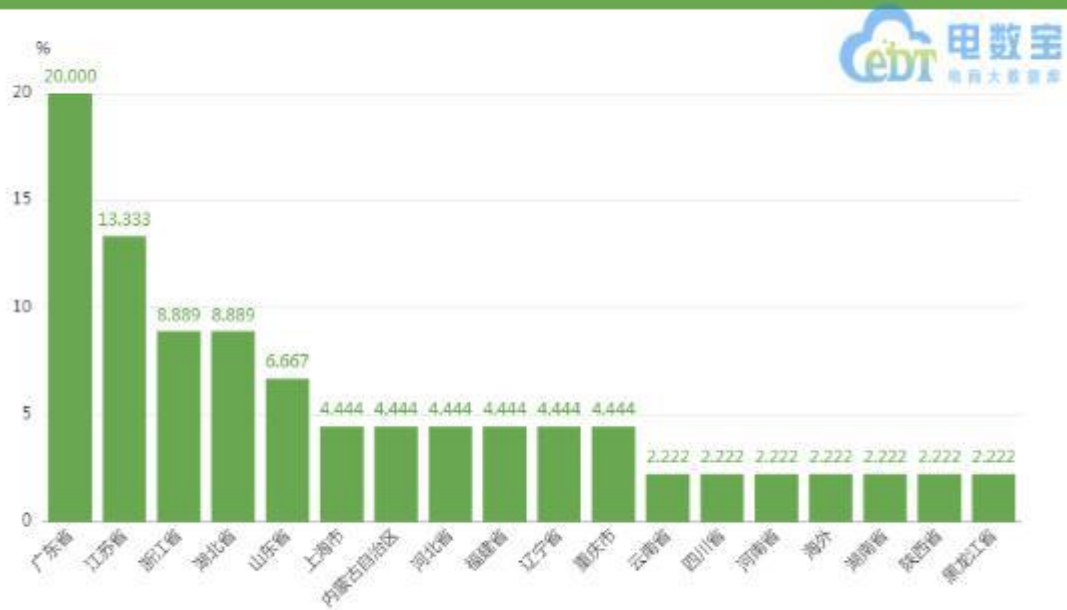
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，2020年度投诉“走着瞧旅行”的用户主要集中在地区前十依次为江苏省、上海市、北京市、四川省、广东省、浙江省、河北省、重庆市、湖北省和辽宁省。

走着瞧旅行2020年全年投诉者地区占比图



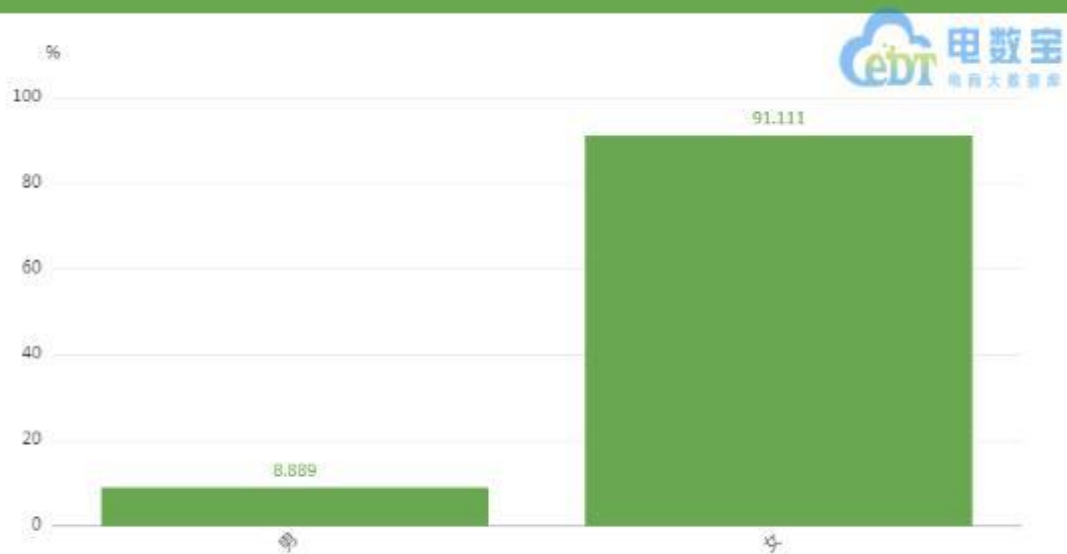
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，在投诉“走着瞧旅行”的用户中男生占比21.012%，女生占比78.988%。

走着瞧旅行2020年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉金额占比

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，用户投诉“走着瞧旅行”的消费金额主要在0-100元、100-500元、500-1000元和1000-5000元区间，占比分别为41.614%、36.575%、11.284%、1.556%。



典型案例披露

【案例一】“走着瞧旅行”599云南游“特价卡”退款问题引“纠纷”

广东省的邝女士于2020年9月7日上午在“走着瞧旅行”“云南时光”上购买599云南游旅行卡两张。因下午原有出行计划有变，现申请商家退款，遭受商家拒绝。商家给出理由如下：1. 此卡为特价卡，不予退款；2. 已支付费用给当地酒店、门票等；3. 如要退款，需要扣除原价金额60%的费用。邝女士认为商家列举上述理由均不成立：1. 经多次在走着瞧公众号浏览，发现“云南行”售价始终为599元，所以“特价卡”只是商家推销噱头，并非特售特卖；2. 商家未向她提供任何订购酒店、门票等票据证明，且邝女士从未预约出行，也未确定出行人员。商家提前付款给酒店、景区的理由明显不合理。3. 购买“旅行卡”所支付的费用为全额的预付款，商家拒不退还的行为无任何法律依据，且双方也并未签署过任何合同，商家提出60%扣除费用不合理，我方不认可。

【案例二】“走着瞧旅行”疫情原因无法出行 售后退款扣手续费

江女士于2019年4月10日通过微信公众号 Spenser 上购买了一套“无锡走着瞧科技公司的”云南时光之旅套餐，支付金额为599元。后于2019年12月27日在微信公众号“走着瞧旅行”上又购买了一套，计划寒假带家人出行。后由于疫情无法前去，于是计划暑期8月份出行，在与管家的沟通确认中，对其服务不满，欲退团。售后一开始说需要扣除60%的手续费，后又说向领导申请，扣除10%的手续费，让客服出具在我身上所产生的费用的发票，其回复说不能开具以个人为名的发票。

【案例三】“走着瞧旅行”售后退款商家以特价为由拒绝退款

金女士于2020年1月16日在“走着瞧旅行”订购了5份云南时光599旅行券，总共金额2995元。近日联系平台客服申请退款却以特价商品为由遭到拒绝，并且说会有对应的售后人员来处理解决，售后也没有来联系过。本来想要三代5口一起去，其中有2个人高血压患者，根本无法参与此团，对此商家事先没有提及，商品详情退订须知里只提示说明了会收取一定的手续费，没有规定不能申请退款，与客服所描述的不一致。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，“走着瞧旅行”发来反馈称：现在已经跟卖家达成一致，帮您进行了退款。

（八）“携程”

2020 年全年投诉数据

携程电商消费2020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
2020年	全年	40.00%	0.400	8.000	0.480	谨慎下单
2020年	第四季度	46.15%	0.462	8.000	0.529	谨慎下单
2020年	双11	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	11月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	上半年	37.50%	0.375	8.000	0.460	谨慎下单
2020年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	第一季度	100.00%	1.000	8.000	0.960	建议下单
2020年	2月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	1月	100.00%	1.000	8.000	0.960	建议下单

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN



据“电数宝”显示，2020年上海携程商务有限公司运营旗下“携程”共获得16次消费评级，其中4次获“建议下单”评级，3次获“谨慎下单”评级，9次获“不建议下单”，评级2020年全年整体消费评级为“谨慎下单”。

消费问题分布

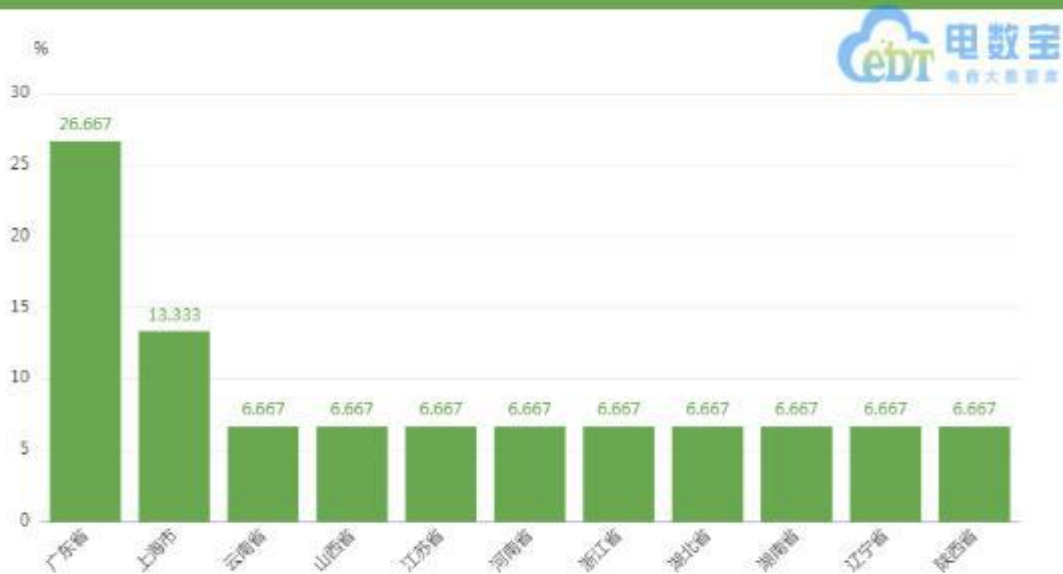
据网经社“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，“携程”存在退款问题、订单问题、霸王条款、售后服务、网络欺诈、虚假促销等问题。



投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，2020年度投诉“携程”的用户主要集中在地区依次为广东省、上海市、云南省、山西省、江苏省、河南省、浙江省、湖北省、湖南省、辽宁省和陕西省。

携程2020年全年投诉者地区占比图



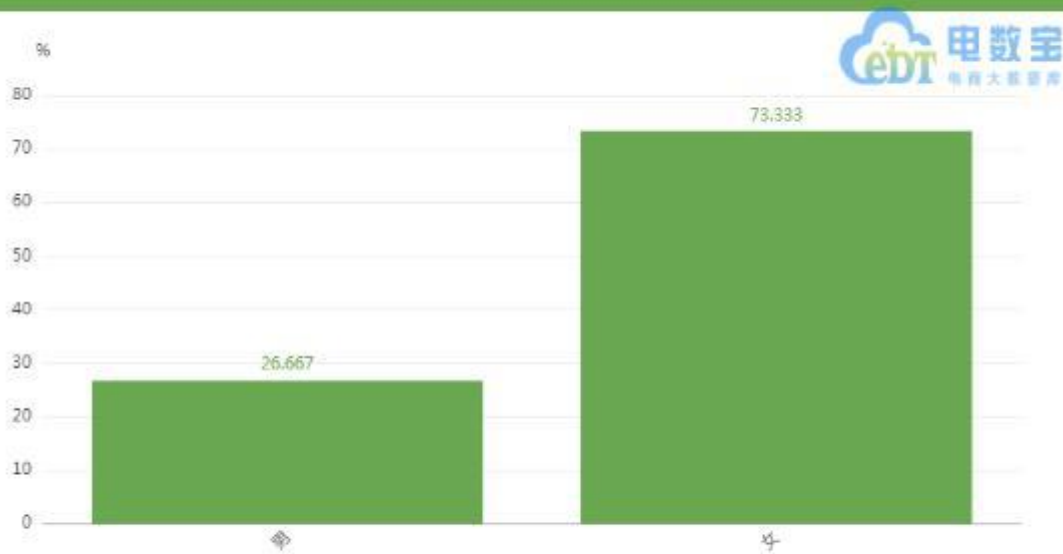
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别分布

据网经社“电数宝”电商大数据显示，在投诉“携程”的用户中男生占比 26.667%，女生占比 73.333%。

携程2020年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉金额占比

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，用户投诉“携程”的消费金额主要在1000-5000元、10000元以上、100-500元、500-1000元和5000-10000元区间，占比分别为40.000%、26.667%、20.000%、6.667%和6.667%。



典型案例披露

【案例一】“携程”租车预定承诺未兑现 协商未一致售后引不满

江苏省的孙先生于11月10日在“携程”租车网上进行预订了一款哈弗H6Coope车型（因为是特殊情况需要清一色车队）在租车之前和线上客服再三确认过，车型及租车时间为11月15日至11月21日，一共七天时间，等到了提车的前一天晚上，携程租车的线下门店打电话过来告知，这款车型由于之前租出去给其它客户还没有还回来，原因是前面的客户续租一天，让等一天。孙先生表示无法多等一天，随后线下门店表示协调其它车型，因为车队清一色，其它车型无法跟随车队，随后携程让自己想办法，表示晚上已经协调不到车辆了，孙先生只能通过其他渠道找车，对方要求500元一天。孙先生表示此次事情被携程害的损失了有五六千元，现在携程态度强硬，不肯给予违约赔偿，但是我看到携程APP首页显示如果

用户违约将被处罚 300%的违约金，然而携程自己违约就没有明示相应违约责任。

【案例二】“携程”预定澳门酒店因疫情无法入驻 售后退改签遭拒

广东省的邓女士于 2020 年 10 月 18 日在“携程”定了澳门丽思卡尔顿酒店 10 月 25 日入住一晚至 10 月 26 日，因为疫情原因，签证无法与往日一样出签，故 10 月 25 日无法到达入住，与携程商量沟通更改入住时间和取消订单，都得到拒绝的回应。拒绝退款，以及拒绝更改入住日期。在邓女士不能入住的情况下，携程方一直以酒店方不肯退款更改为由，电话联系酒店，酒店称钱已经支付给了携程，一开始酒店是同意退款的，后面又说去申请未果，携程硬硬是不给退和改。

【案例三】“携程”无故多出订单 因未支付被催收售后处理引不满

河南省的晁先生于 7 月 27 日在“携程”预定郑州索尔斯酒店后，但之后却出现 28 日的订单，30 日联系携程后才发现又出现 28 日的订单，晁先生表示该订单他并未正常入住，却被要求支付房费，而携程和酒店都没有通知入住，28、29 日也没有任何沟通。晁先生认为存在霸王条款，拒绝支付，一直与携程沟通却未果，从 8 月 10 日后携程一直催收介入。

（九）“发现旅行”

2020 年全年投诉数据

发现旅行电商消费2020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
2020年	全年	42.86%	0.000	0.000	0.214	不建议下单
2020年	第四季度	42.86%	0.000	0.000	0.214	不建议下单
2020年	上半年	14.29%	0.000	0.000	0.071	不建议下单
2020年	第二季度	100.00%	0.000	0.000	0.500	谨慎下单
2020年	6月	100.00%	0.000	0.000	0.500	谨慎下单
2020年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）
数据来源：WWW.100EC.CN

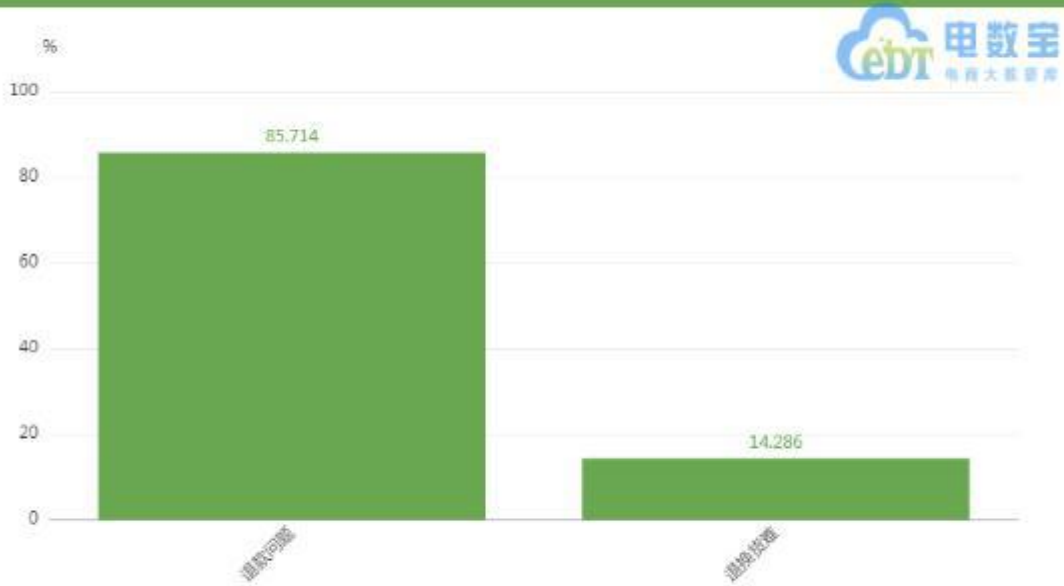


据“电数宝”显示，2020年发现时空国际旅行社（北京）有限公司旗下“发现旅行”共获得9次消费评级，其中4次获“不予评级”，2次获“谨慎下单”评级，3次获“不建议下单”，评级2020年全年整体消费评级为“谨慎下单”。

消费问题分布

据网经社“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，“发现旅行”存在退款问题、退换货难的问题。

发现旅行2020年全年投诉问题类型占比图



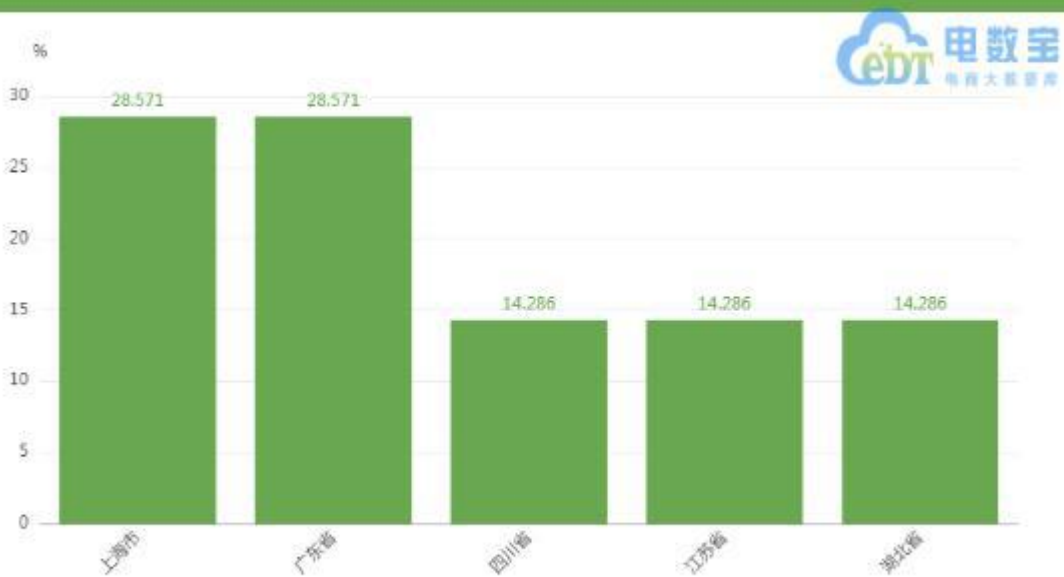
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，2020年度投诉“发现旅行”的用户主要集中在地区依次为上海市、广东省、四川省、江苏省和湖北省。

发现旅行2020年全年投诉者地区占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别分布

据网经社“电数宝”电商大数据显示，在投诉“发现旅行”的用户中女生占比100.00%。

投诉金额占比

据网经社“电数宝”电商大数据显示，用户投诉“发现旅行”的消费金额主要在100-500元、500-1000元、5000-10000元和5000-10000元区间，占比分别为28.571%、28.571%、14.286%、14.286%和14.286%。



典型案例披露

【案例一】“发现旅行”商品未预约 售后退款难退

林女士于2020年5月16日在“发现旅行”微信小程序上购买了厦门民宿住宿两晚商品两份。价值人民币998元。支付宝付款。购买商品的页面上发现旅行商品界面显示随心退。未预约商品是可以选择退款的。因为疫情原因。我是湖北武汉地区，出行政策没有改变。没有时间出行，所以在发现旅行小程序上申请了商品退款，然而可是一直没有回音，显示退款排队中。微信公众号以及微信上的客服电话也联系不到客服。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，发现旅行发来反馈称：退款已经给客户退回。

【案例二】用户因疫情无法出行“发现旅行”久未退款

屈女士于2019年11月11日在“发现旅行”手机微信小程序上订购了绍兴中翔雷迪森高级房一晚+双人自助早餐+双人温泉门票，订单总价399元。订购页面显示在2020年3月31日前随时可预约入住，若没有预约可以全额退款。受疫情影响，无法在3月31日前入住，故在2月10日左右提交了退款申请，至今已经一个多月了可是平台一直未退款，退款页面一直显示在退款中，联系了客服，客服也一直不回复。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，“发现旅行”发来反馈称：退款已经给客户退回。

【案例三】“发现旅行”疫情原因无法出行 售后退款房费久未到账

吴女士2019年12月26日在微信小程序“发现旅行”购买了成都黄龙溪田园野趣酒店住宿一晚，后来预约的2020年1月17日入住，并支付了春节加收的200元房费。由于疫情原因，酒店电话通知停业不能接待，提醒在“发现旅行”平台上申请退款。申请后，退回了加收的200元房费，但是订单购买支付的499元房费一直没有退，订单状态一直是退款中。现在酒店无法重新预约使用，也一直没有退款。多次询问微信客服，从来没有回复。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，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

（十）“小猪短租”

2020年全年投诉数据

小猪短租电商消费2020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
2020年	全年	22.22%	0.178	0.000	0.164	不建议下单
2020年	第四季度	14.29%	0.086	0.000	0.097	不建议下单
2020年	第三季度	50.00%	0.500	0.000	0.400	谨慎下单
2020年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第二季度	66.67%	0.533	0.000	0.493	谨慎下单
2020年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN



据“电数宝”显示，2020年北京快跑信息科技有限公司运营旗下“小猪短租”共获得10次消费评级，其中6次获“不予评级”，2次获“谨慎下单”评级，2次获“不建议下单”，评级2020年全年整体消费评级为“不建议下单”。

消费问题分布

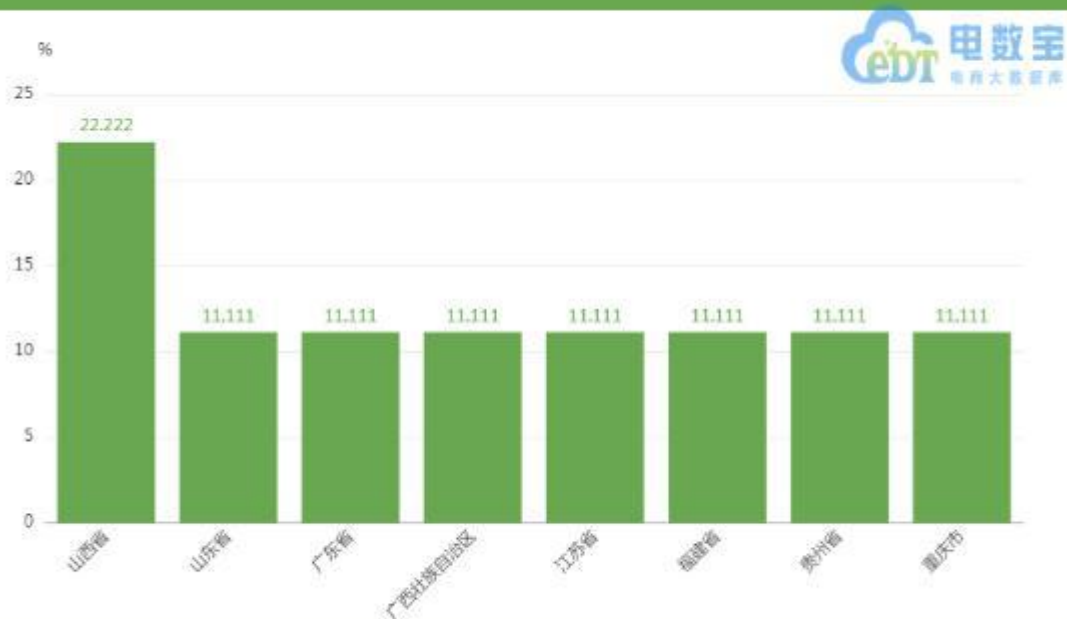
据网经社“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，“小猪短租”存在退款问题、霸王条款、网络欺诈和高额退换费的问题。



投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，2020年度投诉“小猪短租”的用户主要集中在地区依次为山西省、山东省、广东省、广西壮族自治区、江苏省、福建省、贵州省和重庆市。

小猪短租2020年全年投诉者地区占比图



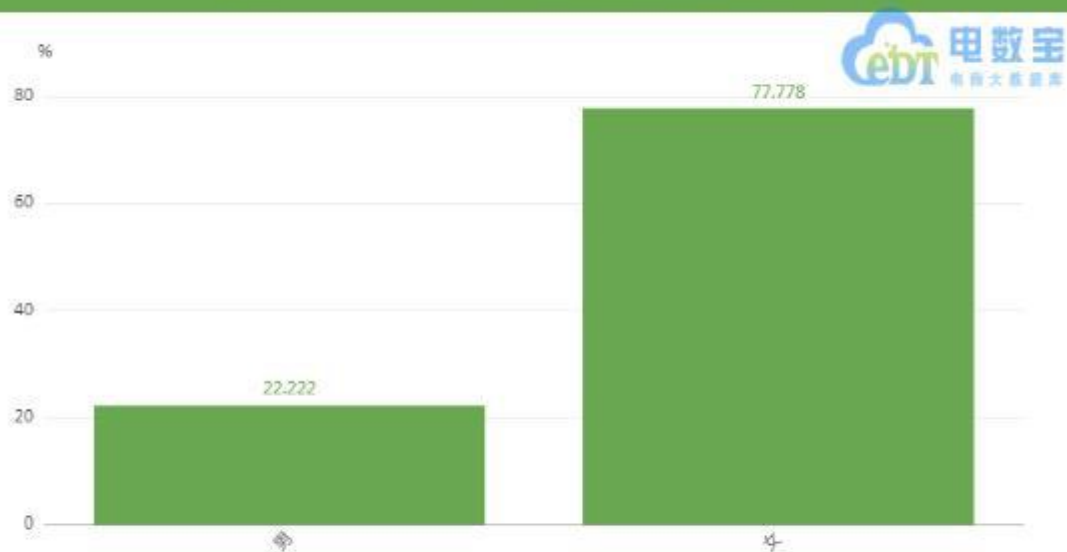
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，在投诉“小猪短租”的用户中男生占比22.222%，女生占比77.778%。

小猪短租2020年全年投诉者性别占比图



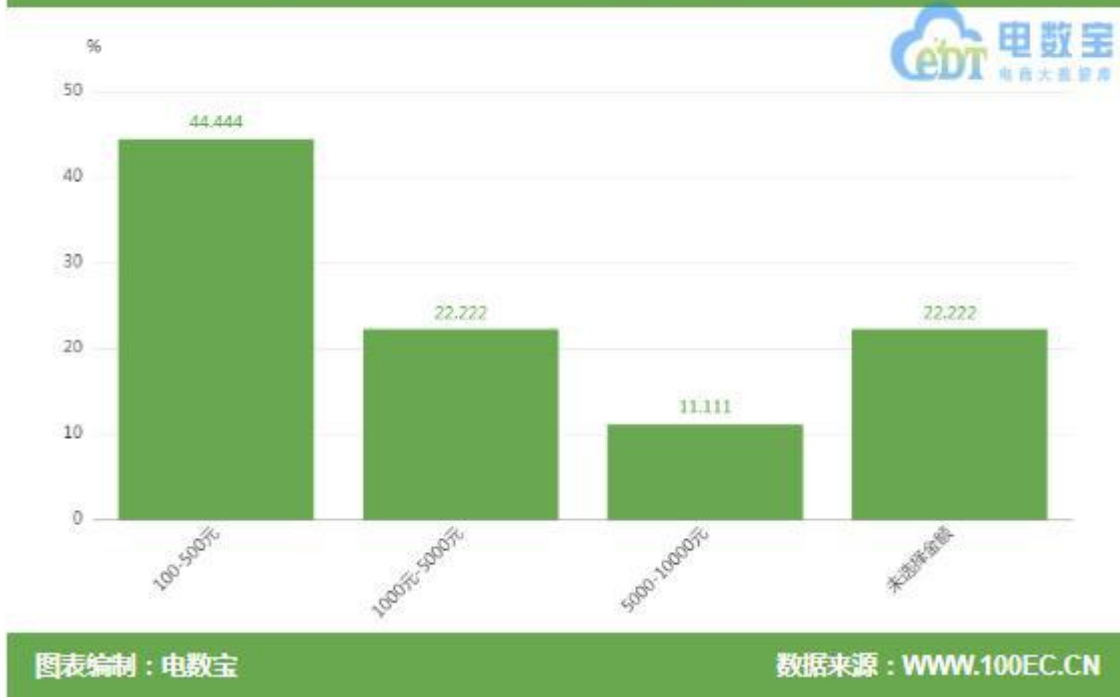
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉金额占比

据网经社“电数宝”电商大数据显示，用户投诉“小猪短租”的消费金额主要在100-500元、1000-5000元和5000-10000元区间，占比分别为44.444%、22.222%和11.111%。

小猪短租2020年全年投诉金额占比图



典型案例披露

【案例一】“小猪短租”及时取消订单被扣高额违约金 售后遇商家推诿

2020年8月5日，“电诉宝”接到江苏省的袁女士于7月31日在“小猪短租”订了一家三晚的民宿，由于时间问题，便将三晚退掉选择了这家民宿的一晚，袁女士表示期间并没有收到任何短信或者来电语音提醒这个退款违约金问题，而且平台的提醒非常不醒目，不注意根本就看不到，订房到退房的时间只有8分钟，但被平台扣除三晚的房费做违约金，联系小猪客服电话沟通不了，打房东电话就说找小猪客服双方就是在踢皮球。

【案例二】“小猪短租”出租房屋内有损坏 押金扣除受阻

广西壮族自治区的林女士投诉称她于2020年6月24日通过“小猪短租”平台出租一套四房套房给客人入住，客人通过小猪短租平台支付住房押金300元。退房时发现房间内抱枕损坏，墙面有污迹，使用6包收费毛巾。林女士认为扣除押金理由正当，跟客人沟通多次客均不肯赔付，并且被客人电话骚扰。小猪以客人不肯赔付以及物品损害不大为由拒绝林女士扣除押金。小猪短租网客服多次打电话来表示客人不愿意赔付情况下无法扣除客人押金。2020年7月2日，“电诉宝”接到小猪短租发来反馈称：已联系投诉人，经沟通，平台已

给予房东针对墙面如何清理、以及抱枕脱线如何处理的建议；因房东提供的凭证不足，该订单无法支持索赔。

【案例三】“小猪短租”订单被“截胡” 退款遇高额违约金

2020年5月3日，山西省的王先生于在“小猪”app订房，结果支付1450元后，小猪房东告知他房间已被订出去了，让申请退款，在王先生退款后却被告知违约让联系小猪，客户告知三个工作日再给解决，于是在没退款的情况下再次订房，但个人信息却被泄露给他人，老外就在房子里，疫情期间，因屋子里有异味于是和小猪协商，他他先退房间，第二天给答复，结果第二天去被告知说只给退款40%。

（十一）“世界邦旅行网”

2020年全年投诉数据

世界邦旅行网电商消费2020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
2020年	全年	16.67%	0.000	0.000	0.083	不建议下单
2020年	第四季度	16.67%	0.000	0.000	0.083	不建议下单
2020年	上半年	20.00%	0.000	0.000	0.100	不建议下单
2020年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第一季度	33.33%	0.000	0.000	0.167	不建议下单
2020年	2月	50.00%	0.000	0.000	0.250	不建议下单

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）
数据来源：WWW.100EC.CN

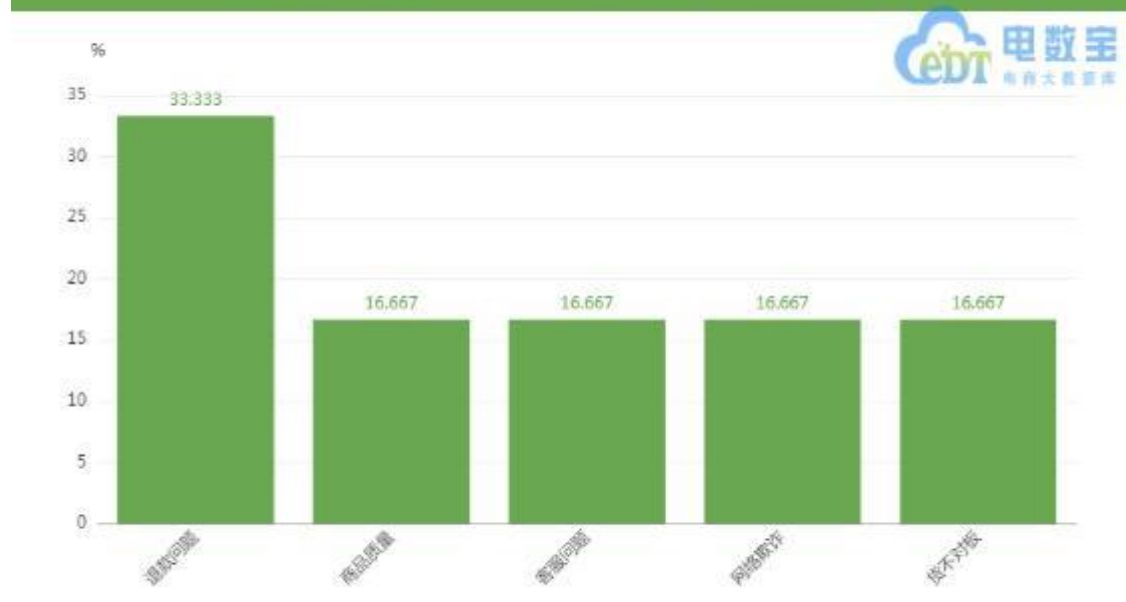


据“电数宝”显示，2020年世界邦（北京）信息技术有限公司旗下“世界邦旅行网”共获得9次消费评级，其中4次获“不予评级”，5次获“不建议下单”，评级2020年全年整体消费评级为“不建议下单”。

消费问题分布

据网经社“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，“世界邦旅行网”存在退款问题、商品质量、客服问题、霸王条款、网络欺诈和货不对板的问题。

世界邦旅行网2020年全年投诉问题类型占比图



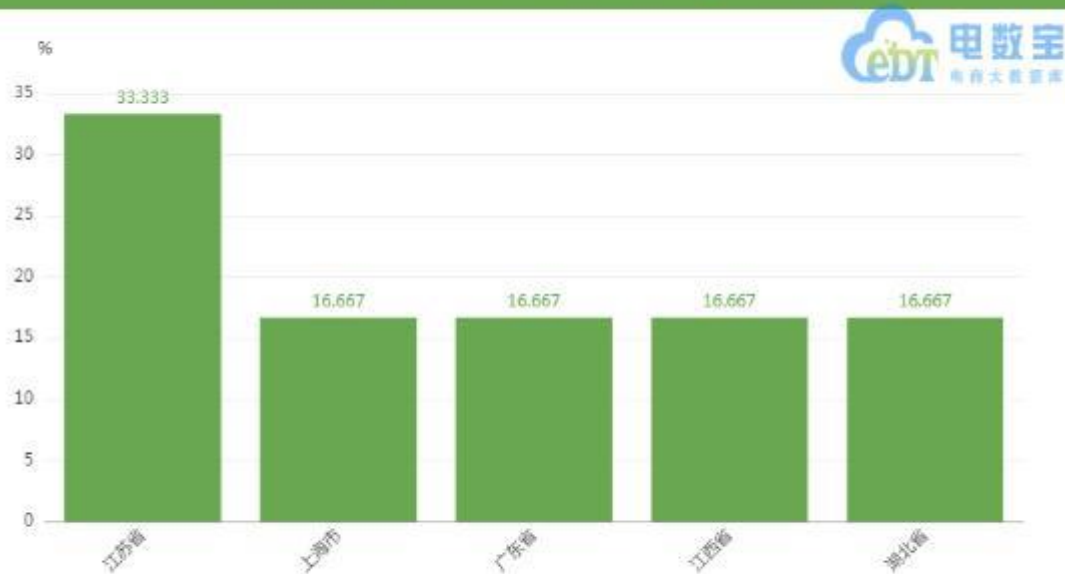
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，2020年度投诉“世界邦旅行网”的用户主要集中在地区依次为江苏省、上海市、广东省、江西省和湖北省。

世界邦旅行网2020年全年投诉者地区占比图



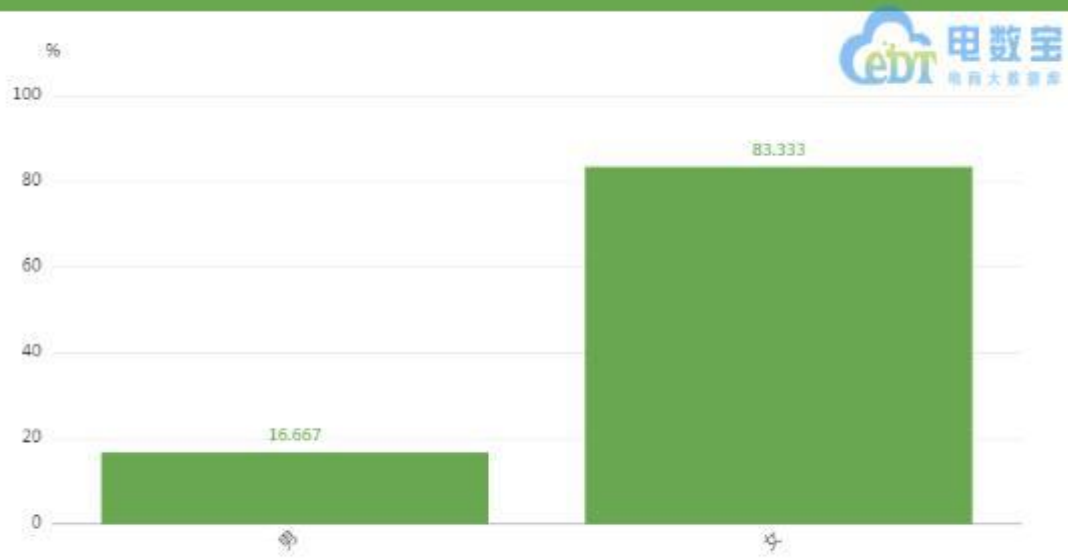
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，在投诉“世界邦旅行网”的用户中男生占比16.667%，女生占比83.333%。

世界邦旅行网2020年全年投诉者性别占比图



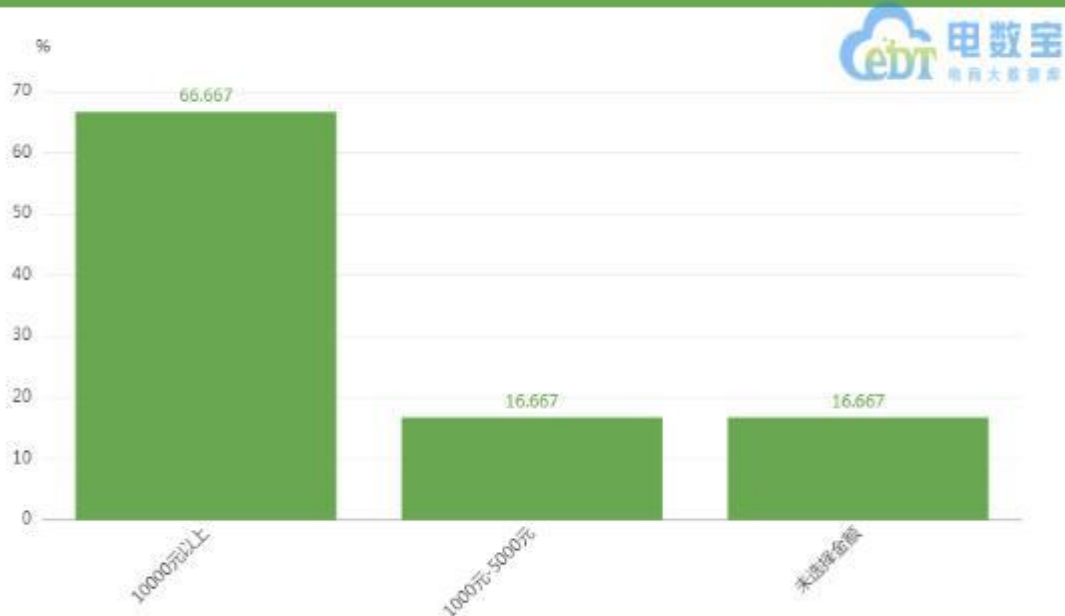
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉金额占比

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，用户投诉“世界邦旅行网”的消费金额主要在10000元以上和1000-5000元区间，占比分别为66.667%和16.667%。

世界邦旅行网2020年全年投诉金额占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

【案例一】“世界邦旅行”疫情因素无法出行 售后退款人员疑“失联”

黄女士 2019 年全款交费 44339 元至世界邦旅行报名参加 2020 年 4 月 25 日出发 5 月 5 日返程共计 11 天的法国意大利瑞士自由行行程，2020 年 1 月起全国乃至全世界大面积爆发新冠肺炎疫情，我们行程的航班航空公司在出发前一个月已经被取消，目的地法国意大利瑞士全面封锁禁止入境，2 月起已经跟走遍世界国际旅行社协商退款事宜，并于 3 月在走遍世界国际旅行社的工作人员指导下申请全额退款，截止到 5 月 3 日，走遍世界国际旅行社不仅不退款，工作人员也不回复我们消息了，不给我们退款进度反馈及具体退款到账时间，工作人员失联。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，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例二】“世界邦旅行”旅程货不对板 售后告知疫情期间无措施

王女士于 2019 年 1 月 13 日购买了世界邦旅行网赴西班牙和意大利 15 日游产品，旅行途中恰逢国内新冠肺炎爆发问题发生 1、货不对板，虚假销售；2、销售态度差；3、售后服务不及时，说是定制游，不能在特殊时期为游客提供任何防护措施。行程途中景点问题 1、

发生“不清楚”佛朗明哥博物馆展览时间，导致错过；2、米拉之家不在开放时间内，列入参观；3、威尼斯圣马可广场钟楼处于维修期间不开放，列入参观 餐饮部分，1、介绍中当地人吃的墨鱼面餐厅并不提供墨鱼面，给出第二家墨鱼面餐厅关门；2 佛伦伦萨介绍的餐饮店名称及介绍为 2017 年的餐饮店；2017 年后已经更换名字和餐饮方向，说明世界邦只是在网找的陈旧信息 售后部分，本来旅途就不顺，恰逢国内疫情爆发，和售后投诉，希望退还部分费用或者升舱，减少接触人群，在售后甩锅给境外紧急联系电话无果后，粗暴拒绝（去旅游局投诉是我们的自由，升舱自行负责），和境外紧急电话沟通，询问作为高端自由行公司针对紧急情况的处理措施，回复没有任何措施，不能升舱，只能改签到北京（和我们到上海无区别）。

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，“世界邦旅行”发来反馈称：针对用户此次西班牙和意大利 15 日游行程中的商品问题，我们已经反馈给产品部。相关工作人员会针对此事进行相应的调查、了解，对于世界邦（旅行顾问）给用户造成的困扰我们深表歉意。关于这位用户反馈的航司退费和升舱问题，由于此次疫情为不可抗力导致，用户在下单付款后，此次行程的往返机票均已出票，由于用户返程时所搭乘航班的航空公司并未发布针对疫情的相关退票和升舱政策，属于不可抗力，所以世界邦无法为这位用户操作相关的升舱事宜。

【案例三】“世界邦旅行网”退款损失近一万 保险却显示处于注销状态

2020 年 6 月 20 日，“电诉宝”接到江苏省的唐女士投诉称其于 2020 年 1 月 6 日在世界邦旅行网定制了澳大利亚游，一共是 3.5 万多，后因为疫情原因发生了退款，先是和我说签证已经送签了无法退款，出具的证明上是已出签而我本人并未拿到签证，还收取了 1000 多的服务费，在退款完成后要进行保险理赔进行差价赔偿，理赔员告诉我世界邦并未支付他们保险费。保险处于注销状态，现在我要损失近一万，联系电话也打不通。

（十二）“123 微旅行”

2020 年全年投诉数据

123微旅行电商消费2020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
2020年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN



据“电数宝”显示，2020年南京四快网络科技有限公司旗下“123微旅行”共获得11次消费评级，其中11次全获“不予评级”，评级2020年全年整体消费评级为“不予评级”，平台回复率为0。

消费问题分布

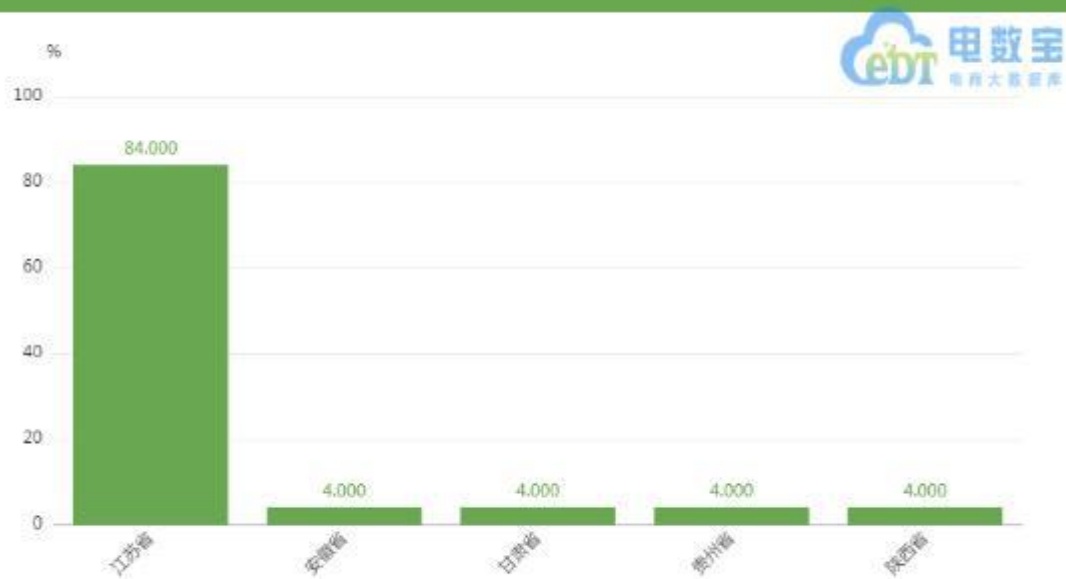
据网经社“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，“123 微旅行”存在退款问题、发货问题、网络售假、订单问题、退换货难等问题。



投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，2020 年度投诉“123 微旅行”的用户主要集中在地区依次为江苏省、安徽省、甘肃省、贵州省和陕西省。

123微旅行2020年全年投诉者地区占比图



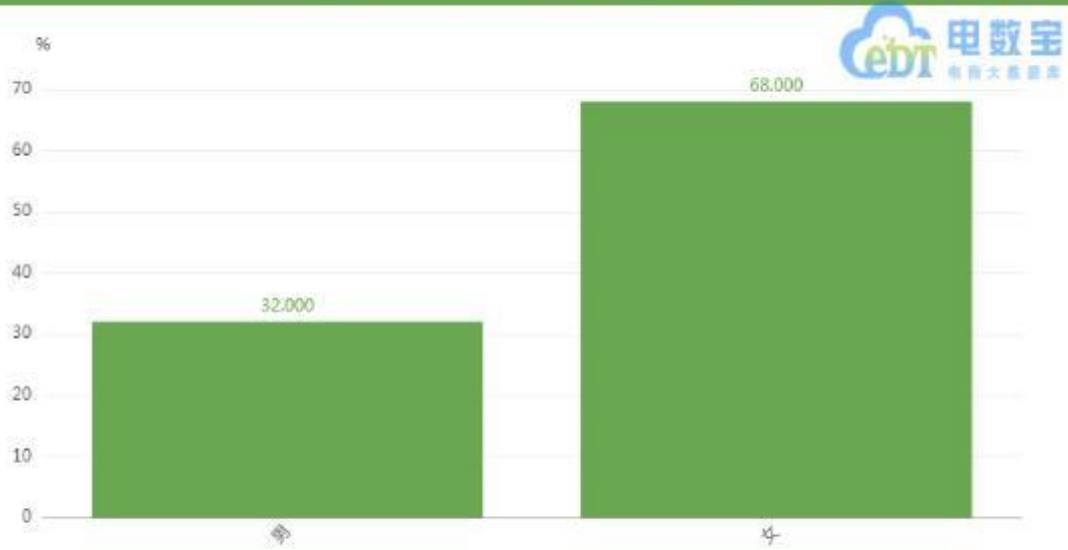
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别分布

据网经社“电数宝”电商大数据显示，在投诉“123微旅行”的用户中男生占比32.000%，女生占比68.000%。

123微旅行2020年全年投诉者性别占比图



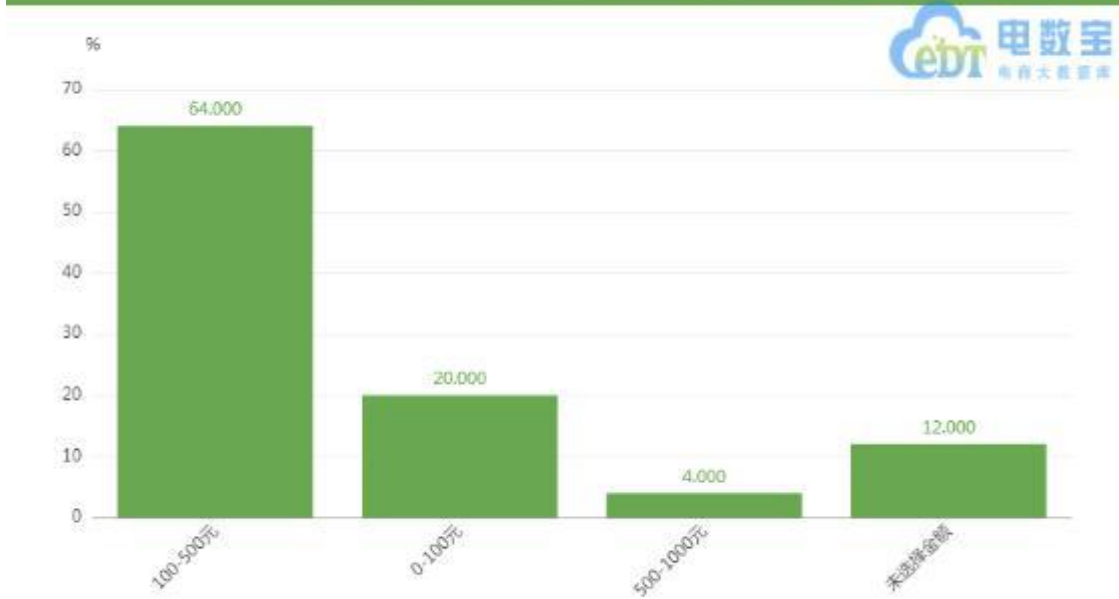
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉金额占比

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，用户投诉“123 微旅行”的消费金额主要在100-500 元、0-100 元和 500-1000 元区间，占比分别为 64.000%、20.000%和 4.000%。

123微旅行2020年全年投诉金额占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

【案例一】“123 微旅行”商品久未发货 售后退货困难

王女士于2020年3月15日向“电诉宝”投诉称其在微信中的“123 微旅行”上购买了一份口罩，页面写明72小时顺丰包邮，已经20天过去任是待发货状态，购买时页面是有库存的，按照下面小字说明72小时后按序发货也早该发货了，可在购买第二天就显示：仓库已打包、发货中。目前既没有发货也联系不上任何客服（在线没有客服回复、400电话打过很多遍也始终没有人接，手机号也无人接听或关机）。现要求退货，但也没有任何途径或人员可以进行退货处理。

【案例二】“123 微旅行”预约久未成功 售后退款遭拒

“电诉宝”接到王女士的投诉称自己于2020年04月03日在“123 微旅行”订的酒店，预约明天入住，告知房间客满，又改端午节，告知小长假不可使用，另周末周日入住要加价400元。由于订不到房间我要求退款，客服不让退款。到投诉后的第一时间我们便将相关情况反映给平台，但截至发稿前我们暂未收到平台的反馈。

【案例三】“123 微旅行”天气原因无法出行 “特价票”成拒绝退款缘由

2020年7月5日，“电诉宝”接到江苏省的倪先生投诉称他于6月24日在“123微旅行”购买永联水上乐园门票两张，价格19.9每张，总价39.8元，使用期限6月25日到7月5日。下单后由于6月25-7月5日期间下雨，温度又低，不适合水上乐园游玩，要求延期或者退款，平台以特价票为由不以延期，当要求延期或者退款却被客服拒绝或者延期退款。接到投诉后的第一时间我们便将相关情况反映给平台，但截至发稿前我们暂未收到平台的反馈。

（十三）“侠侣亲子游”

2020年全年投诉数据

侠侣亲子游电商消费2020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
2020年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	双11	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	11月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）
数据来源：WWW.100EC.CN

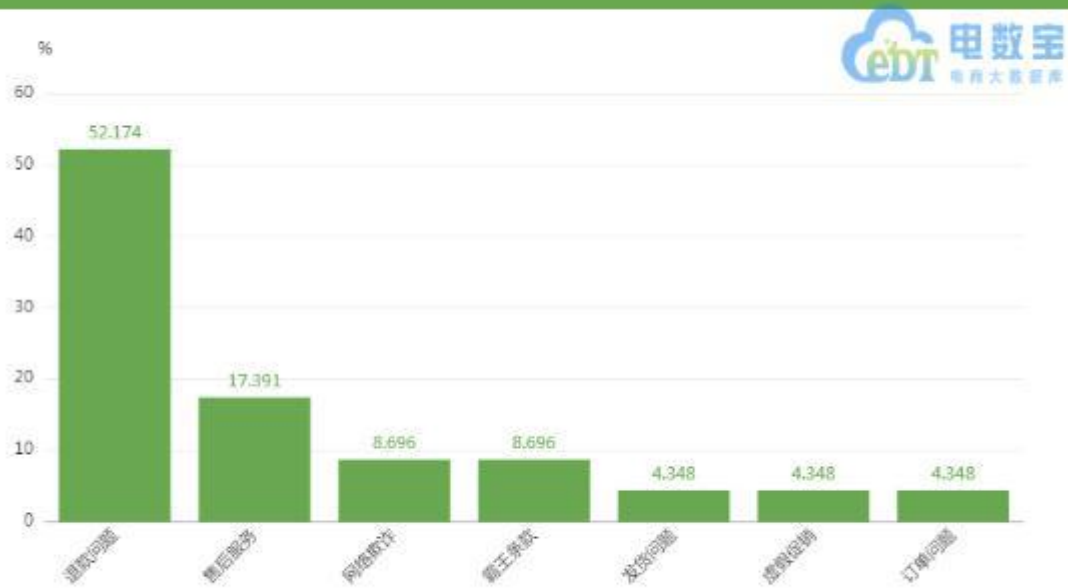


据“电数宝”显示，2020年厦门侠网旅游服务有限公司旗下“侠侣亲子游”共获得19次消费评级，其中19次全获“不予评级”，2020年全年整体消费评级为“不予评级”，平台回复率为0。

消费问题分布

据网经社“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，“侠侣亲子游”存在退款问题、售后服务、网络欺诈、霸王条款、发货问题、虚假促销和订单问题。

侠侣亲子游2020年全年投诉问题类型占比图



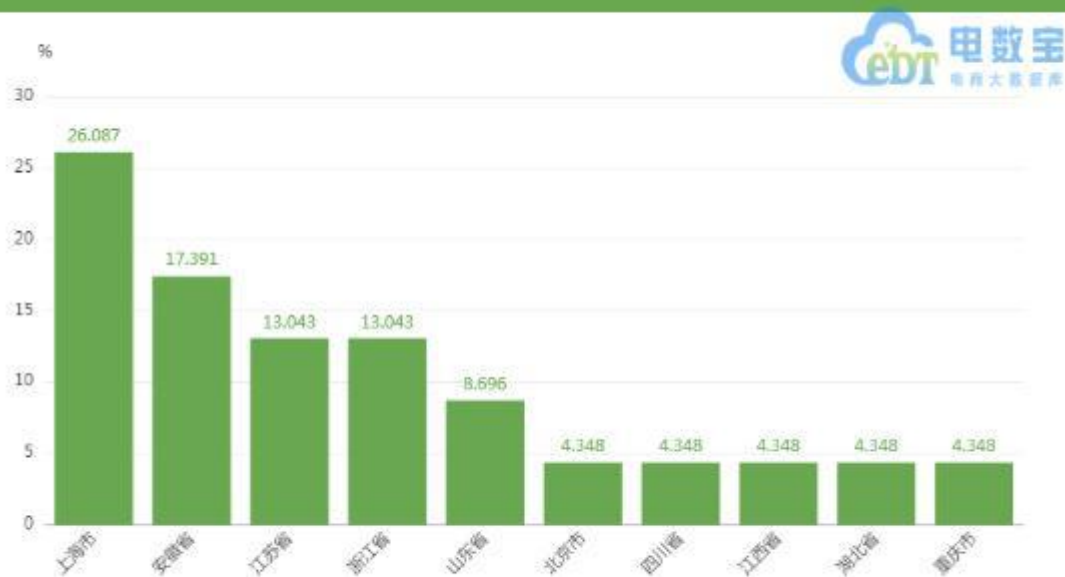
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，2020年度投诉“侠侣亲子游”的用户主要集中在地区依次为上海市、安徽省、江苏省、浙江省、山东省、北京市、四川省、江西省、湖北省和重庆市。

侠侣亲子游2020年全年投诉者地区占比图



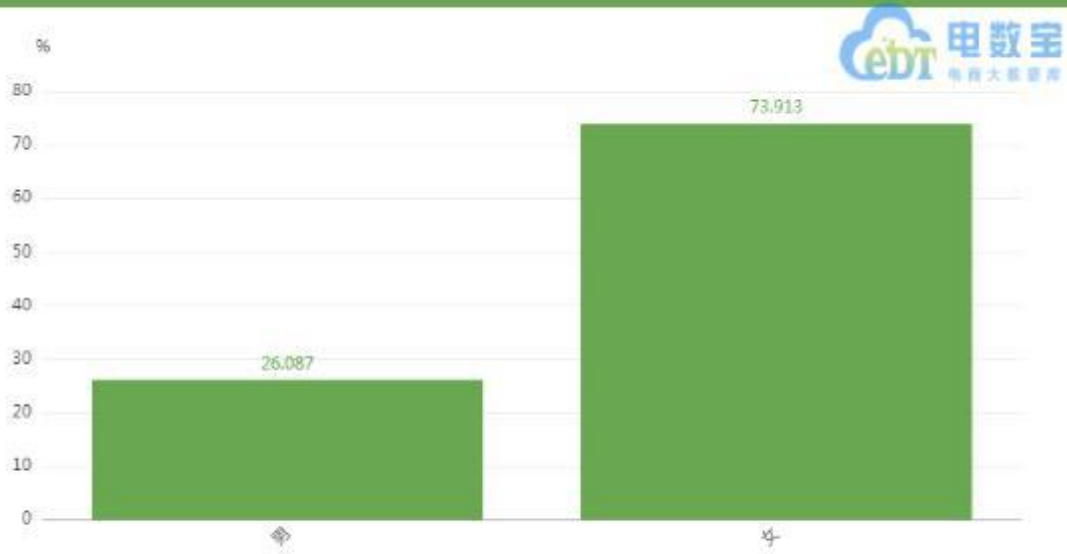
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，在投诉“侠侣亲子游”的用户中男生占比26.087%，女生占比73.913%。

侠侣亲子游2020年全年投诉者性别占比图



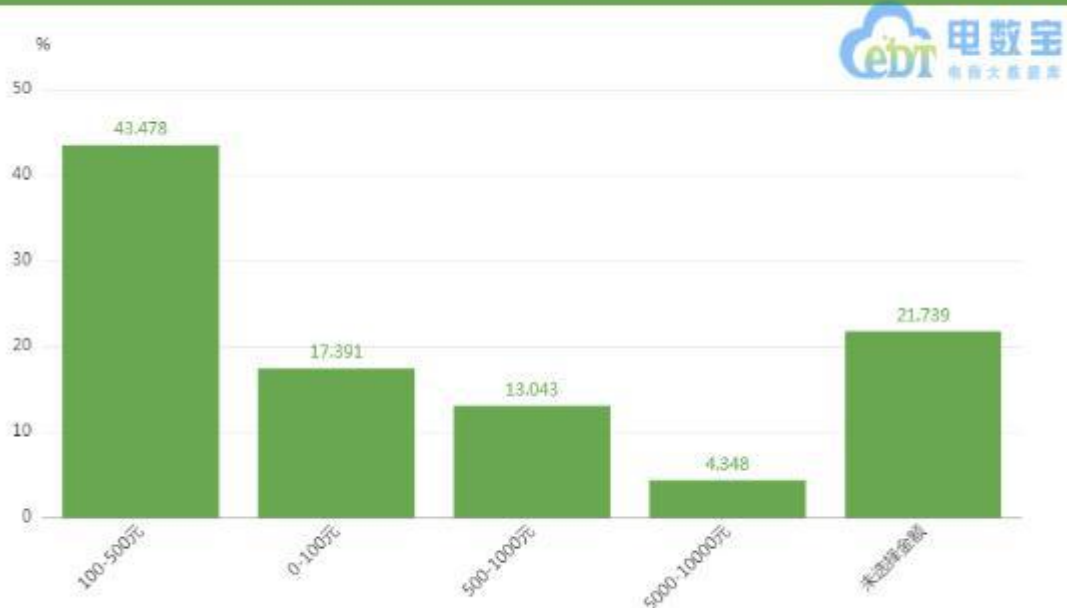
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉金额占比

据网经社“电数宝”电商大数据显示，用户投诉“侠侣亲子游”的消费金额主要在100-500元、0-100元、500-1000元和5000-10000元区间，占比分别为43.478%、17.391%、13.043%和4.348%。

侠侣亲子游2020年全年投诉金额占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

【案例一】疫情武汉景点免费开放 “侠侣亲子游” 购买年票退款遭拒

9月10日，“电诉宝”接到湖北省的陈先生投诉称他于2019年8月8日在“侠侣亲子游”APP上购买武汉亲子游电子年票，后来因武汉疫情影响一直都没有去，虽然电子年票的到期时间是2020年12月30日，但在疫情过后，武汉提出“惠游湖北·打卡大武汉”活动，从2020年8月7日下午3点半开始将一直持续到今年年底（即2020年12月31日），已向全国游客免费开放，同时开放的景点与我在该平台APP上的有许多重合的地方，因而现申请在平台退款，但该网络品台以购买年票为由拒绝退款。

【案例二】“侠侣亲子游” 预约久未成功 售后退款被以超期拒绝

王先生2020年4月1日通过“侠侣亲子游”公众号预定安徽黄山山水间酒店3天两晚双人房，价格699元，订单使用有效期是6月30日前，退款规则是“2020年6月30日前未预约且未使用可联系客服退款，预约成功后不可退款”，由于有效期内未预约未使用，我于7月2日提出退款请求，多次交涉但客服拒绝退款，在临期前也未收到任何提示信息，同时也未预约消费，但订单显示已支付已完成。客服说已超有效期不可退款。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，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例三】“侠侣亲子游”被指虚假销售订单未过期无法消费 景区平台未合作售后遇阻

重庆市的封女士于2020年8月30日在“侠侣亲子游”平台上购买的128元重庆亲子年票，其中的一个项目景点（华生园梦幻城堡一次）不能用了，这个订单没有过期，我们问了景区工作人员，景区工作人员给的回答是，华生园梦幻城堡没有跟侠侣亲子游平台有任何合作关系，并没有和他们一起有套票出售，所以我不能享受去华生园梦幻城堡一次的活动，而且封女士表示有跟侠侣亲子游平台反应问题，但是没有得到解决。

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，已连续第九年发布，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。



电诉宝 全新升级 投诉过程透明化
信息动态一手掌握

法律 | 调查 | 曝光 | 电商

首页 投诉榜 评级榜 律师团 报道 专题 请输入平台名称搜索 如：淘宝

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。 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 嗨学网	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

网经社公司是中国电商行业的“Bloomberg”。运营网经社 www100EC.cn(电商门户)、电子商务研究中心(智库)、电数宝(DT)、电融宝(FA)、电诉宝(315)等子平台，面向电商提供媒体/智库/平台三大系列、20 余项专业产品服务。



网经社网站（100EC.CN）旗下拥有 100 多个电商细分频道、平台、分站，365 天/12 小时滚动发布国内外电商资讯，为全国电商用户提供全面、及时、专业的资讯，是国内首屈一指的电商门户入口。

公司总部位于杭州，系国内唯一拥有 A 股上市公司背景的服务电商产业链的第三方媒体、智库和平台，母公司在全国拥有 30 个分支机构，员工 1000 余人，市值近百亿，实力雄厚，是我国电商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，服务客户除覆盖各大电商上市公司、独角兽等“头部平台”和创业者外，还包括国家和各地政府部门，有口皆碑。



数据墙：

平均每天有 50-100 万人/次（PV），访问我们网经社电商门户网站

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 50 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、演讲的各类电商论坛、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+家中小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

（三）2010-2021 年度网经社电子商务研究中心报告发布计划

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《全球电子商务数据报告》	√			
《中国电子商务市场监测数据报告》	√	√		
《中国电商人才状况调查数据报告》	√			
《中国电商上市公司数据报告》	√			
《中国新三板挂牌电商公司数据报告》	√	√		
《中国泛电商“独角兽”数据报告》	√	√		
《中国泛电商“千里马”数据报告》	√	√		
《2020 年中国电商 APP 月活数据报告》				√

【零售电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国零售电商市场监测数据报告》	√	√		
《中国社交电商发展报告》	√			
《中国二手电商市场数据报告》	√			
《中国农村电商市场数据报告》	√			
《中国生鲜电商市场数据报告》	√			
《中国汽车电商市场数据报告》	√			
《中国医药电商市场数据报告》	√			

《中国导购电商市场数据报告》	√			
《中国二手车电商市场数据报告》	√			
《中国社区团购市场数据报告》	√			
《中国家电电商市场数据报告》	√			
《中国美妆电商市场数据报告》	√			
《中国奢侈品电商市场数据报告》	√			
《中国母婴电商市场数据报告》	√			
《中国食品电商市场数据报告》	√			
《中国家居建材电商市场数据报告》	√			
《中国服装电商市场数据报告》	√			
《中国直播电商市场数据报告》				

【跨境电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国跨境电商市场监测数据报告》	√	√		
《中国出口跨境电商市场数据报告》	√			
《中国进口跨境电商市场数据报告》	√			
《中国跨境电商服务商市场数据报告》	√			
《中国跨境支付市场数据报告》	√			
《中国跨境物流市场数据报告》	√			

【生活服务电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国生活服务电商市场监测数据报告》	√	√		
《中国在线旅游（OTA）市场数据报告》	√			
《中国在线旅游市场数据报告》	√			
《共享经济市场数据报告》	√			
《网约车市场数据报告》	√			
《共享充电宝市场数据报告》	√			
《共享汽车市场数据报告》	√			
《在线外卖市场数据报告》	√			
《互联网家装市场数据报告》	√			
《互联网医疗市场数据报告》	√			
《互联网大健康市场数据报告》				

【产业电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国产业电商市场数据报告》	√	√		
《中国大宗电商市场数据报告》	√			
《中国企业采购电商市场数据报告》	√			

《中国工业品电商市场数据报告》	√			
《中国快消品 B2B 市场数据报告》	√			
《中国钢铁电商市场数据报告》	√			
《中国塑化电商市场数据报告》	√			

【电商物流类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国电商物流市场数据报告》	√			
《中国即时物流市场数据报告》	√			
《中国同城货运市场数据报告》	√			
《中国同城配送市场数据报告》	√			
《中国智慧物流市场数据报告》	√			
《中国冷链物流市场数据报告》	√			

【投融资类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国电子商务投融资市场数据报告》	√	√	√	√
《中国生鲜电商行业融资数据报告》	√			
《中国二手电商行业融资数据报告》	√			
《中国汽车电商行业融资数据报告》	√			
《中国社交电商行业融资数据报告》	√			
《中国交通出行行业融资数据报告》	√			
《中国在线旅游行业融资数据报告》	√			

【电商权益类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国电子商务用户体验与投诉监测报告》	√	√	√	√
《十大电商行业消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国社交电商合规报告》	√			
《中国电子商务法律报告》	√			
《中国电商平台消费评级数据报告》	√			
《中国电商消费主题调查报告》	√			
《中国跨境电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国二手车电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国二手电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国生鲜电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国社交电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国在线旅游消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国在线外卖消费投诉数据与典型案例报告》	√			

《中国在线旅游消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国电商物流消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国海淘转运消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国品牌电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国母婴电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国医药电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国交通出行消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国导购类电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国分期电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国在线票务消费投诉数据与典型案例报告》	√			

• **报告准则：**坚持客观性、全面性、权威性、专业性基础上，兼顾商业性，力求传播广泛性、各项效果超预期。

• **调研方法：**平台调研、平台评测、“神秘买家”抽查、供应商与合作伙伴调研、用户调查、政策研究、专家访谈、桌面研究、律师审查等。

• **数据来源：**一手调研数据、中心历史数据库、行业公开数据，以及中心合作伙伴、政府部门、科研机构、咨询公司、第三方数据监测工具、相关指数、中心采购数据等等。

• **发布渠道：**（1）网经社 www.100ec.cn 电商门户网站及《电商周刊》EDM 订阅用户（覆盖数百万电商行业用户）；（2）网经社入驻自媒体平台（覆盖数千万电商相关群体）；（3）3000+实名认证的记者库媒体采用（覆盖数亿级电商用户受众）。

• **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《2020 年度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：2021年3月4日

官方公众号 ID :i100EC

（近40万+电商人都在看！）



网购投诉平台 ID :DSWQ315

（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)



网经社产品服务：<http://www.100ec.cn/Index/Wjsproviders.html>

(扫码下载 PPT/EXCEL)

