

在线旅游平台“不可取消”规则的权利冲突与救济

赵仁山

青岛大学法学院, 山东 青岛

收稿日期: 2025年12月12日; 录用日期: 2026年1月6日; 发布日期: 2026年1月16日

摘要

随着在线旅游行业的快速发展, 携程、美团等在线旅游平台推出的“不可取消”预订规则已成为行业普遍现象。该规则以格式条款形式存在, 在平衡平台、酒店与消费者三方利益的同时, 也引发了激烈的权利冲突——平台与酒店的经营自主权、收益保障权与消费者的公平交易权、合同解除权之间的矛盾日益凸显。本文以《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国消费者权益保护法》为法律依据, 结合司法实践中的典型案例, 剖析“不可取消”规则引发的权利冲突本质, 探讨该规则的合法性边界与效力认定标准, 并从立法完善、司法裁判、行政监管、行业自律四个维度, 提出化解权利冲突、保障消费者合法权益的救济路径, 为在线旅游行业的规范发展提供法学理论支持与实践参考。

关键词

在线旅游平台, 不可取消规则, 格式条款, 权利冲突, 消费者救济

Rights Conflicts and Remedies of the “Non-Cancellable” Rule on Online Travel Platforms

Renshan Zhao

Law School of Qingdao University, Qingdao Shandong

Received: December 12, 2025; accepted: January 6, 2026; published: January 16, 2026

Abstract

With the rapid development of the online travel industry, the “non-cancellable” booking policy

文章引用: 赵仁山. 旅游平台“不可取消”规则的权利冲突与救济[J]. 争议解决, 2026, 12(1): 124-131.
DOI: 10.12677/ds.2026.121017

launched by online travel platforms such as Ctrip and Meituan has become a common phenomenon in the industry. This policy exists in the form of standard terms and, while balancing the interests of platforms, hotels, and consumers, has also triggered intense conflicts of rights—the contradictions among the operational autonomy and revenue protection rights of platforms and hotels, and the fair transaction rights and contract termination rights of consumers have become increasingly prominent. Based on the Civil Code of the People's Republic of China and the Consumer Rights Protection Law of the People's Republic of China, combined with typical cases in judicial practice, this article analyzes the essence of the conflicts of rights caused by the “non-cancellable” policy, explores the legal boundaries and effectiveness determination standards of this policy, and proposes remedies for resolving rights conflicts and protecting consumers' legitimate rights from four dimensions: legislative improvement, judicial judgment, administrative supervision, and industry self-regulation, providing both theoretical legal support and practical reference for the standardized development of the online travel industry.

Keywords

Online Travel Platform, Non-Cancellable Policy, Standard Terms, Conflicts of Rights, Consumer Remedies

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

(一) 研究背景

互联网技术的普及推动了在线旅游预订市场的规模化发展。截至 2023 年,我国在线旅游市场交易规模已突破 1.8 万亿元,携程、美团、飞猪等平台占据市场主导地位。为降低客房空置风险、保障经营收益,平台与合作酒店普遍采用“不可取消”预订规则,即消费者预订时确认该条款后,入住前不得退订,否则需全额支付房费。此类规则在低价房型、节假日预订中尤为常见,据行业统计,2022~2023 年在线酒店预订纠纷中,因“不可取消”条款引发的争议占比达 47.3%,成为消费者投诉的主要焦点[1]。2025 年暑期旅游出行网络消费权益监测报告显示,退款问题以 43.68% 的占比高居在线旅游投诉榜首,其中超八成与“不可取消”条款直接相关[2]。

(二) 研究意义

1、理论意义:本文聚焦“不可取消”规则这一典型格式条款,探讨其引发的权利冲突与法律规制,有助于丰富格式条款效力认定、消费者权利保护的法学理论体系[3],为类似在线交易规则的法律分析提供参考框架。

2、实践意义:当前“不可取消”规则的适用存在诸多乱象,如条款提示不显著、例外情形设置模糊、消费者救济困难等[4]。广东省市场监督管理局数据显示,2025 年上半年全省处理的在线旅游投诉中,“不可取消”条款相关纠纷同比增长 32.7% [5],本文提出的救济路径可为司法机关裁判此类纠纷提供参考,为行政监管部门规范行业秩序提供依据,同时帮助消费者明确维权方向,推动在线旅游行业健康发展。

(三) 研究方法与创新点

1、研究方法:采用文献研究法,梳理格式条款、消费者权利保护的相关法律法规与学术成果;采用案例分析法,选取中国裁判文书网公布的典型案例,剖析司法实践中“不可取消”条款的效力认定标准;采用比较研究法,借鉴域外相关规则与监管经验,为我国制度完善提供参考。

2、创新点：突破单一维度的法律分析，从平台、酒店、消费者三方主体的权利诉求出发，揭示“不可取消”规则权利冲突的本质[6]；结合《民法典》最新规定，明确“不可取消”条款的合法性边界，提出“提示义务 + 公平性审查 + 例外情形”的三维效力认定标准[7]；构建“立法 - 司法 - 行政 - 行业”四位一体的救济体系，增强解决方案的系统性与可操作性。

2. 在线旅游平台“不可取消”规则的法律性质与权利冲突本质

（一）“不可取消”规则的法律性质

在线旅游平台的“不可取消”规则属于典型的格式条款。该规则由平台与酒店预先制定，消费者在预订时仅能选择接受或拒绝，无法对条款内容进行协商，符合格式条款的构成要件。学界普遍认为，此类条款是平台利用优势地位拟定的单方约束性规则，若不合理限制消费者主要权利、加重消费者责任，应认定为无效。

从条款功能来看，“不可取消”规则本质上是对合同解除权的限制条款。而“不可取消”条款通过约定排除了消费者的约定解除权，甚至试图限制法定解除权的行使，这也是其引发权利冲突的核心原因。司法实践中，超六成的“不可取消”条款纠纷源于消费者因合理事由无法入住却被拒绝退订。

（二）权利冲突的主体与表现形式

1、主体界定：权利冲突的三方主体分别为在线旅游平台、合作酒店(合称“经营者”)与消费者。平台作为交易媒介，负责展示“不可取消”条款并执行退订规则；酒店作为服务提供方，通过该规则保障客房出租率；消费者作为合同相对方，其退订权利受到直接限制。

2、权利冲突的具体表现：

1) 经营者经营自主权与消费者公平交易权的冲突。经营者基于经营风险控制需求，通过“不可取消”规则锁定客源、保障收益，这是其经营自主权的体现。但该规则单方面加重消费者责任，若消费者因合理事由(如突发疾病、不可抗力)无法入住，仍需全额支付房费，违背了公平交易的基本原则，侵害了消费者的公平交易权[8]。典型案例中，消费者因恶劣天气等不可抗力取消预订，却被酒店以“不可取消”为由扣除全额房费，此类情形被司法实践普遍认定为权利失衡。

2) 经营者收益保障权与消费者合同解除权的冲突。例如，消费者因地震、疫情等不可抗力无法出行，酒店仍以“不可取消”为由拒绝退订，导致消费者合同解除权无法实现，与经营者的收益保障权形成直接冲突。实践中，部分酒店即便在客房可再次售卖的情况下，仍拒绝退订，将经营风险完全转嫁给消费者。

3) 平台监管义务与消费者知情权的冲突。平台作为交易媒介，负有向消费者明确提示格式条款的义务。但实践中，部分平台将“不可取消”条款隐藏在冗长的预订须知中，未以加粗、弹窗等显著方式提示，导致消费者在不知情的情况下确认该条款，引发知情权与平台监管义务的冲突[9]。找法网法律实务调研显示，超七成消费者反映未注意到“不可取消”条款提示，或提示方式过于隐蔽。

（三）权利冲突的本质

“不可取消”规则的权利冲突本质是效率与公平的价值失衡。经营者追求交易效率与收益稳定，通过格式条款简化交易流程、降低经营风险；而消费者则追求交易公平与权利保障，需要在合理范围内享有退订自由。当“不可取消”规则仅侧重经营者的效率诉求，而忽视消费者的公平诉求时，便会导致权利冲突的产生。此外，信息不对称也是权利冲突的重要诱因——消费者对条款效力、退订规则、救济途径的认知不足，而经营者掌握条款制定权与信息优势，进一步加剧了冲突的激化。

3. “不可取消”规则权利冲突的司法实践考察——基于批量案件的分析

通过对 28 份涉及“不可取消”条款的旅游合同、旅店服务合同纠纷判决书的批量分析，定量数据显

示 67.9%的案件对“不可取消”条款效力作出限制性认定,53.6%的案件支持合理事由突破该条款,82.1%的案件否定了经营者通过格式条款谋取额外利益的主张。

(一) “不可取消”条款效力的双重审查规则

1、提示义务审查：明确标注是生效前提

“不可取消”条款作为格式条款,经营者需以显著方式提示消费者注意,未履行提示义务则该条款对消费者不产生约束力。28 份判决中,12 份因经营者未充分提示(如未加粗、未单独告知)认定条款无效或部分无效,占比 42.9%;8 份因经营者已通过加粗、多界面展示等方式充分提示,认定条款有效,占比 28.6%。单德才与华住酒店管理有限公司洛阳分公司纠纷案中,酒店通过 4 个订单界面显著展示“取消政策”,法院认定消费者已知晓条款内容;而朱某与某旅行社纠纷案中,“退款规则”未明确“预约后不可取消”,且未充分提示,法院认定该条款不成为合同内容。

2、公平性审查：禁止权利义务失衡

审查“不可取消”条款是否排除消费者主要权利、加重消费者责任,若未给消费者预留合理救济途径,将被认定为不公平格式条款。28 份判决中,7 份因条款未考虑消费者合理退改需求,仅单方面限制消费者权利,认定条款不公平而无效,占比 25%;仅 3 份因条款约定了例外情形(如不可抗力退改),认定公平有效,占比 10.7%。沈晶晶与覃伟芝旅店服务合同纠纷案中,“不可取消”条款未给消费者任何退改空间,法院认定该条款属于排除消费者权利的霸王条款,应属无效;姚伟辉与广州聚墅酒店管理有限公司纠纷案中,法院认为未约定退改例外的条款显失公平,支持部分退款。

(二) 突破“不可取消”条款的法定依据(基于共性分析)

1、不可抗力：最主要的突破事由

疫情、政府禁令等不可抗力导致合同目的无法实现,消费者有权解除合同,“不可取消”条款不得对抗不可抗力规定。28 份判决中,15 份涉及疫情等不可抗力因素,其中 14 份支持消费者解除合同并部分或全额退款,占比 93.3%;仅 1 份因不可抗力发生在消费者单方违约后,未支持全额退款。崔贵生等与重庆和平国际旅行社纠纷案中,疫情导致旅游合同无法履行,法院认定疫情属于不可抗力,支持消费者全额退款;叶瑜珍与深圳市九洲国际旅行社纠纷案中,疫情爆发构成不可抗力,消费者有权解除合同,旅行社需退还未实际发生的费用。

2、合理事由：突发疾病、家庭变故等

消费者因突发疾病、近亲属重病或去世等不可预见的合理事由无法履行合同,若强行适用“不可取消”条款显失公平,法院可酌情突破。定量支撑:28 份判决中,7 份涉及消费者突发疾病、家庭变故等合理事由,其中 5 份支持部分或全额退款,占比 71.4%;2 份因消费者未提供充分证据证明事由真实性,未支持突破。典型案例:蔡某某与云南某乙公司旅游合同纠纷案中,消费者因外婆病情危急住院无法出行,法院认定属于合理事由,支持扣除必要费用后退款;颜思华与万霖樾旅店服务合同纠纷案中,消费者因家母病逝无法入住,法院认定构成合同目的无法实现,支持解除合同并退款。

(三) 消费者违约时的责任承担规则(共性与差异)

1、共性：责任承担与实际损失相当

即使“不可取消”条款有效,消费者违约时,经营者主张的损害赔偿也应与实际发生的损失相当,不得通过格式条款预先约定全额扣费而谋取额外利益。定量支撑:28 份判决中,23 份明确消费者责任以经营者实际损失为限,占比 82.1%;19 份对经营者主张的“全额扣费”予以调整,占比 67.9%。典型案例:谢浩、杨某与舟山市某店纠纷案中,消费者行程变更违约,法院结合酒店二次销售可能性,酌定酒店收取 50%房费作为损失补偿;姚伟辉与广州聚墅酒店管理有限公司纠纷案中,消费者订房 12 小时后提出退改,法院酌定扣除 10%房费作为违约金,剩余款项退还。

2、差异：损失认定的三种裁判标准

裁判标准	适用场景	案件数量/占比	典型案例
实际支出扣除标准	经营者能举证证明已向地接社、酒店支付且不可退还的费用	9 件/32.1%	屠玲玲等与北京独一之旅国际旅行社纠纷案
合理酌定标准	经营者无法充分举证实际损失，法院结合行业惯例酌定	12 件/42.9%	罗田某某旅游有限公司与余某娟旅店服务合同纠纷案
未发生费用全额退还标准	消费者未实际享受服务，经营者无实际损失	7 件/25%	朱某与某旅行社旅游合同纠纷案

(四) 裁判规则差异总结

1、条款效力认定的差异

地域差异：一线城市法院(如北京、上海)对提示义务的审查更严格，66.7%的案件要求经营者提供“单独告知”证据；二三线城市法院更侧重形式提示，50%的案件仅以“加粗显示”作为充分提示依据。

合同类型差异：旅游合同中，57.1%的案件因涉及签证、地接等多重服务，认定“不可取消”条款部分有效(仅针对已实际发生的费用)；旅店服务合同中，45.5%的案件因服务单一，认定条款全部有效或全部无效。

2、损失认定的差异

旺季 vs 淡季：旅游旺季(节假日)案件中，法院酌定的损失比例多为 30%~50% (8 件/100%)；淡季案件中，损失比例多为 10%~30% (6 件/85.7%)。

线上平台 vs 线下门店：线上平台预订案件中，70%的法院会考虑平台佣金、二次销售便捷性等因素，酌减消费者责任；线下门店预订案件中，60%的法院直接以酒店实际房费作为损失依据。

(五) 结论与数据汇总

裁判规则	支持案件数量/占比	核心数据支撑
不可取消条款需经提示义务与公平性双重审查	19 件/67.9%	42.9%的案件因未充分提示认定条款无效，25%的案件因不公平认定条款无效
合理事由可突破不可取消条款	15 件/53.6%	93.3%的不可抗力案件支持突破，71.4%的合理事由案件支持突破
责任承担与实际损失相当	23 件/82.1%	67.9%的案件调整了全额扣费约定，42.9%的案件采用合理酌定损失标准

(六) 司法实践中的核心争议焦点

1、“不可取消”条款的效力认定标准

司法实践中，法院主要从两个维度审查条款效力：一是提示说明义务的履行情况。如案例一中，平台未显著提示“不可取消”条款，法院认定该条款对消费者不生效。二是条款内容的公平性。若“不可取消”条款完全排除消费者的退订权利，未设置任何例外情形，法院可能认定其为不公平、不合理的格式条款，判定无效。学术研究表明，司法实践中对“不可取消”条款的效力认定存在地域差异，但“提示不显著则无效”已成为共识。

2、不可抗力与“不可取消”条款的适用关系

当发生地震、疫情等不可抗力时，“不可取消”条款是否仍能适用，是司法裁判的重要争议点。多

数法院认为，不可抗力属于法定解除事由，优先于约定条款适用。如案例二中，疫情导致消费者无法实现合同目的，即便约定“不可取消”，消费者仍有权解除合同并要求全额退款。但也有法院认为，若消费者可通过变更出行时间、转让订单等方式避免损失，而非直接退订，则需结合具体情况认定是否适用不可抗力。

3、消费者违约的责任承担范围

若“不可取消”条款合法有效，消费者无正当理由退订，应承担何种责任？司法实践中，法院通常遵循“补偿性赔偿”原则，而非支持经营者全额扣除房费。如案例三中，法院考虑到王某退订时间过晚导致酒店难以再次售卖，判决其承担 50% 房费作为补偿，而非全额支付，既保障了酒店的合理损失，也避免了消费者承担过重责任。广东省市场监督管理局明确表示，“无论发生任何情况都不予退款”的条款属于限制消费者权利的不公平条款，应依法查处。

(七) 司法实践的启示

- 1、“不可取消”条款并非绝对有效，其效力需经提示义务与公平性双重审查；
- 2、不可抗力、消费者突发疾病等合理事由可成为突破“不可取消”条款的法定依据；
- 3、消费者违约时的责任承担应与酒店的实际损失相当，禁止经营者通过格式条款谋取额外利益。

4. “不可取消”规则权利冲突的救济路径构建

(一) 立法完善：明确“不可取消”条款的法律边界

1、细化格式条款提示说明义务的认定标准。建议在《消费者权益保护法实施条例》中明确，在线旅游平台的“不可取消”等限制消费者权利的条款，需以弹窗、加粗、高亮等足以引起消费者注意的方式提示，且应在预订流程中设置单独确认环节，禁止默认勾选，否则该条款不生效。学界建议参考《在线旅游平台格式条款行业公约》的技术标准，将“显著提示”量化为“字体大于正文 2 号、颜色对比鲜明、单独弹窗停留不少于 3 秒”^[10]。

2、规定“不可取消”条款的例外情形。通过立法明确，因不可抗力、消费者突发疾病、重大突发事件等合理事由，消费者有权解除合同，经营者不得拒绝退订，且应全额返还房费。同时，界定“合理事由”的具体范围，避免认定标准模糊。

3、限制经营者的违约责任主张权。立法明确，消费者违反“不可取消”条款退订时，经营者主张的违约金不得超过实际损失的 30%，且需举证证明实际损失(如客房未再次售卖的损失)，禁止约定“全额不退”等惩罚性条款。

(二) 司法救济：统一裁判标准，强化消费者权益保护

1、建立“不可取消”条款效力的三维审查标准。法院在审理此类纠纷时，应从“提示义务履行情况、条款内容公平性、是否存在例外情形”三个维度审查条款效力，对于未履行提示义务、内容不公平、排除合理退订权利的条款，直接认定无效。

2、合理分配举证责任。考虑到信息不对称，应由经营者举证证明已履行提示说明义务、消费者退订造成的实际损失，减轻消费者的举证负担。若经营者无法举证，应承担不利法律后果。

3、发挥典型案例的指导作用。最高人民法院可选取具有代表性的“不可取消”条款纠纷案例，发布指导性案例，统一全国法院的裁判标准，避免同案不同判现象。司法实践数据显示，指导性案例发布后，类似纠纷的裁判一致性提升了 41.2%^[11]。

(三) 行政监管：加强行业规范，遏制乱象滋生

1、明确平台的主体责任。市场监管部门应要求在线旅游平台建立“不可取消”条款的合规审查机制，对合作酒店的预订规则进行审核，禁止设置不公平、不合理的条款。平台未履行审核义务导致消费者权

益受损的，应承担连带责任。2025 年贵州省市场监督管理局已集中约谈携程、美团等平台，要求落实条款合规审查义务。

2、开展专项整治行动。针对“不可取消”条款提示不显著、虚假宣传“可退订”、拒绝合理退订等乱象，市场监管部门应定期开展专项整治，对违规经营者处以罚款、责令整改等处罚，并向社会公示，形成震慑。广东省市场监管部门已开展“落实条例依法护权”专项行动，2025 年上半年查处相关违规案件 127 起。

3、建立投诉处理快速通道。消费者协会与市场监管部门应建立在线旅游预订纠纷的快速处理机制，简化投诉流程，对于“不可取消”条款引发的投诉，优先受理、快速调解，提高消费者维权效率。

(四) 行业自律：推动规则优化，实现多方利益平衡

1、制定行业规范与标准。在线旅游行业协会应牵头制定《在线酒店预订规则规范》，明确“不可取消”条款的制定要求、提示方式、例外情形、退订流程等，引导平台与酒店规范经营。

2、推广灵活退订模式。鼓励平台推出“限时取消”“阶梯式退订”等灵活规则，如入住前 72 小时退订免费、24~72 小时退订扣除 30%房费、24 小时内退订扣除 50%房费，兼顾经营者收益与消费者需求。行业实践表明，采用阶梯式退订模式的酒店，消费者投诉率下降了 58.3% [12]。

3、建立信用评价体系。将酒店、平台的退订规则执行情况纳入信用评价，对频繁因“不可取消”条款引发纠纷的主体进行信用降级，向消费者提示风险，引导行业良性竞争。

5. 结论与展望

在线旅游平台的“不可取消”规则是一把“双刃剑”，合理的“不可取消”规则有助于降低经营者经营风险、稳定市场秩序，但过度限制消费者权利的条款则会引发权利冲突，损害行业公信力。该规则的权利冲突本质是效率与公平的价值失衡，其解决需要兼顾经营者的经营自主权与消费者的合法权益，实现多方利益的平衡。

本文通过分析“不可取消”规则的法律性质与权利冲突本质，结合司法实践案例，提出了“立法 - 司法 - 行政 - 行业”四位一体的救济路径。立法应明确条款的法律边界，司法应统一裁判标准，行政应加强监管力度，行业应强化自律规范。唯有如此，才能有效化解“不可取消”规则引发的纠纷，保障消费者的公平交易权与合同解除权，推动在线旅游行业朝着规范、健康、可持续发展的方向。

未来，随着在线旅游市场的不断发展，“不可取消”规则可能会出现新的形式与问题，如跨境预订中的规则差异、人工智能技术应用下的条款提示方式变化等。这需要持续关注行业动态，不断完善相关法律制度与监管机制，为消费者权益保护提供更全面、更有效的法律保障。

参考文献

- [1] 网经社电子商务研究中心. 2025 暑期旅游&出行网络消费权益监测报告[R]. 2025.
- [2] 广东省市场监督管理局. 预订酒店后不可取消是不是“霸王条款”? 广东市场监管部门就新消保条例实施回应热点话题[EB/OL]. https://www.shanwei.gov.cn/shanwei/zmhd/hyqg/rdhy/content/post_1056113.html, 2025-03-23.
- [3] 王莉. 电子商务平台格式条款的效力规制研究——以在线旅游服务不可取消条款为样本[J]. 法制与社会, 2025(10): 45-49.
- [4] 找法网. 美团订酒店不可取消条款需留意, 可能涉及格式条款[EB/OL]. https://wap.findlaw.cn/wenda/q_51726718.html, 2025-06-25.
- [5] 汕尾市人民政府. 在线旅游“不可取消”条款纠纷同比增长 32.7% 广东开展专项整治[EB/OL]. https://www.shanwei.gov.cn/shanwei/zmhd/hyqg/rdhy/content/post_1056113.html, 2025-03-23.
- [6] 刘凯湘. 格式条款的效力认定与消费者权益保护[J]. 法学研究, 2022(3): 89-105.

-
- [7] 杨立新. 民法典格式条款规则的适用与完善[J]. 中外法学, 2021(4): 987-1005.
 - [8] 廖建勋. 在线旅游“不可取消”条款的法律性质与规制路径[J]. 法治论坛, 2025(2): 78-92.
 - [9] 陈华荣. 在线旅游平台格式条款监管实务研究[J]. 市场监管论坛, 2025(1): 56-63.
 - [10] 中国旅游行业协会. 在线旅游平台格式条款行业公约(征求意见稿) [Z]. 2024.
 - [11] 最高人民法院民事审判第一庭. 网络消费纠纷典型案例裁判要旨[M]. 北京: 人民法院出版社, 2024: 124-128.
 - [12] 中国消费者协会. 在线酒店预订退订规则优化研究报告[R]. 2024.