

网络旅游平台消费者权益保护研究

郭嘉平

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年1月27日; 录用日期: 2025年2月10日; 发布日期: 2025年3月10日

摘要

随着互联网技术的飞速发展, 网络旅游平台逐渐成为人们出行的主要选择。然而, 网络旅游平台中存在大量的虚假宣传或误导性广告、泄露或出售个人信息、“大数据杀熟”或价格欺诈、服务质量不达标、退改政策不公平等侵犯消费者权益的问题。为解决这些问题, 本文通过对网络旅游平台侵犯消费者权益问题进行深入研究, 提出相关对策和建议, 如通过完善相关法律法规、加强监管力度和提高消费者自我保护意识等措施, 以促进网络旅游行业的健康可持续发展, 有效地维护消费者的合法权益。

关键词

电子商务, 网络旅游平台, 消费者权益

Research on the Protection of Consumers' Rights and Interests on Online Tourism Platforms

Jiaping Guo

Law School, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jan. 27th, 2025; accepted: Feb. 10th, 2025; published: Mar. 10th, 2025

Abstract

With the rapid development of Internet technology, online tourism platforms have gradually become the main choice for people to travel. However, there are a large number of problems in online tourism platforms that violate consumers' rights and interests, such as false propaganda or misleading advertisements, leakage or sale of personal information, "big data-enabled price discrimination" or price fraud, substandard service quality, and unfair refund and modification policies. To solve these problems, through in-depth research on the issues of online tourism platforms violating

consumers' rights and interests, this paper puts forward relevant countermeasures and suggestions, such as promoting the healthy and sustainable development of the online tourism industry and effectively safeguarding the legitimate rights and interests of consumers by improving relevant laws and regulations, strengthening supervision and improving consumers' self-protection awareness.

Keywords

E-Commerce, Online Tourism Platform, Consumers' Rights and Interests

Copyright © 2025 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

在当今数字化时代，网络旅游平台蓬勃发展，为消费者提供了便捷多样的旅游服务选择。然而，随之而来的是一系列消费者权益保护问题，虚假宣传或误导性广告、泄露或出售个人信息、“大数据杀熟”或价格欺诈、服务质量不达标、退改政策不公平以及消费者知情权受侵犯等诸多困扰，这些问题不仅损害了消费者的切身利益，也对旅游市场的健康有序发展造成了一定影响。我国是全球最大的旅游消费市场[1]。网络平台的旅游者同其他普通消费者一样，应当享有消费者的一切权利[2]。加强对网络旅游平台消费者权益保护的研究具有重要的现实意义，关系到旅游行业的声誉与可持续发展。

2. 网络旅游平台概念及侵犯消费者权益类型

2.1. 网络旅游平台的概念

网络旅游平台是指利用互联网技术，为旅游消费者和旅游服务提供商搭建的一个在线交流与交易的平台。网络旅游平台整合了旅游行业各类资源，涵盖酒店预订、机票订购、景点门票售卖以及多元旅游线路规划等。通过官方网站、移动应用程序等载体，为用户提供便捷的旅游产品预订、详尽的信息查询、专业的行程规划等服务。网络旅游平台打破了时间与空间的局限，使消费者能够随时随地获取旅游资讯，全面比较不同旅游产品的价格与服务，依据自身需求、预算，实现个性化的旅游选择。国内有携程旅行网、去哪儿网、飞猪、同程旅游等网络旅游平台。

2.2. 网络旅游平台侵犯消费者权益类型

2.2.1. 虚假宣传或误导性广告

某些网络旅游平台可能通过夸大宣传、隐瞒信息或发布误导性广告来吸引消费者，有些旅游供应商与平台恶意串通，欺骗消费者，平台抽取相应的利润。平台可能夸大旅游景点的吸引力、降低酒店或机票的价格，或者在描述服务内容时故意省略关键信息。当消费者发现实际情况与宣传不符时，就可能遭受经济损失或精神困扰。

2.2.2. 泄露或者出售个人信息

消费者登录网络旅游平台时，需要填写姓名、电话、身份证号等个人信息，平台在处理这些信息时一旦出了岔子，后果将不堪设想。有些网络旅游平台缺乏对消费者个人信息的保护意识，在信息管理方面漏洞百出；还有些平台虽然有一定的安全意识，但技术手段跟不上，防护措施形同虚设。相信很多人都有过这样的经历，莫名其妙接到各种推销电话、骚扰短信，而这些人却能准确地说出你的名字、身份

证号、住址等个人信息，甚至有人还因此被诈骗巨额财物。这些情况不仅给我们的生活带来了极大的困扰，还让我们面临财产损失等各种风险。

2.2.3. “大数据杀熟”或价格欺诈

当前部分在线旅游服务平台存在涉嫌利用大数据技术实施差异化定价的现象，这种隐蔽的价格策略正在侵害消费者权益。消费者权益保护组织调查发现，使用不同品牌智能终端的用户在预订相同旅游产品时，存在明显的价格梯度差，其中高端品牌设备用户群体普遍承受更高消费成本。技术分析报告揭示，相关平台通过实时采集用户终端特征、消费习惯、浏览偏好等数百项数据标签，形成精细化的用户价值评估模型。更为隐蔽的是，平台在交易界面设置中采用选择性信息呈现机制，利用视觉动线设计和默认勾选规则，诱导消费者被动接受各类增值服务。这种融合算法定价与界面操控的组合策略，实质上构成了系统性消费诱导机制，使不少消费者在完成支付后才发现实际支出远超预期。

2.2.4. 服务质量不达标

网络旅游平台提供的服务，与消费者的预期严重不符，供应商的质量把控不到位，平台上宣称的服务质量极佳，评论也有造假，导致消费者丧失旅游体验。

2.2.5. 退改政策不公平

一些网络旅游平台可能制定不公平的退改政策，限制消费者的权益。例如，他们可能规定极高的退改费用或限制退改时间，使消费者在面临特殊情况时无法灵活调整行程。

2.2.6. 侵犯消费者知情权

消费者的知情权指消费者享有知悉与其有关的商品、服务真实情况的权利[3]。我国《消费者权益保护法》要求商家“尊重消费者的知情权，依法履行向消费者提供商品的价格、产地、用途、性能、规格、等级等信息告知义务”。但是，许多景点和旅游经营者经常会用虚假信息来招徕、吸引消费者，或大玩文字游戏，在服务 and 商品信息方面给出许多令人误解的信息，导致游客防不胜防。

3. 保护网络旅游平台消费者的权益的必要性

旅游业发展，最主要就是为了满足旅游消费者在精神层面的需求。和其他类型的消费者比起来，旅游消费者更需要法律给予充分保护[4]。旅游消费者应受法律庇护，旅游经营从业者要扩大消费者规模[5]。眼下网络旅游平台问题频出，消费者可能遭遇虚假宣传、价格欺诈、服务质量差、退改政策不合理等情况。而且多数旅游消费者维权意识不强，权益受损时往往不知如何维权，又因相关法律法规不完善，难以获得有效的法律保护[6]。此外，网络旅游平台上的交易往往涉及复杂的合同关系和跨境支付，这使得消费者在遇到问题时难以追溯和解决。一些不良商家或平台利用消费者对相关法律法规的不了解，提供模糊不清的条款或设置不公平的交易条件，从而损害消费者的利益[7]。旅游业蓬勃发展的关键，在于保障旅游消费者的合法权益。旅游从业者提供优质服务，不仅能满足游客精神需求，还能刺激二次消费，实现互利共赢。我国旅游资源丰富，国内外游客众多，保障游客合法权益，既提升国际影响力，又能增加外汇收入。完善平台消费者权益保护机制迫在眉睫，这关乎旅游业健康发展与游客切身利益。

4. 网络旅游平台侵犯消费者权益的原因剖析

4.1. 监管难度大

在实际旅游的时候，游客的权利很容易受到侵害，侵害者可能是旅游公司、帮忙提供服务的人，还有导游这些旅游行业的工作人员。追根究底，是由于平台内部监管和市场监管局等外部监管不力，缺乏

相应法律法规来规制。在我国,和旅游消费者权益保护相关的法律,主要有《民法》《合同法》《消费者权益保护法》《侵权责任法》《产品质量法》等[8]。平台在经营过程中缺乏有效的约束,容易出现侵犯消费者权益的行为。例如,对于平台的虚假宣传、不合理收费等行为,缺乏明确的法律界定和处罚标准。相关部门对网络旅游平台的监管力度不够,难以对平台的经营行为进行全面、有效的监督。一方面,监管部门的人力、物力有限,难以对众多的网络旅游平台进行实时监控;另一方面,监管手段相对落后,难以适应网络旅游市场的快速发展。

4.2. 信息不对称

在网络旅游平台中,平台只知道很少,甚至不知道供应商的详细信息。消费者想要了解,却只能从网络旅游平台了解,这就导致消费者和商家掌握的信息差别很大[9]。或者网络旅游平台知道商家的详细信息,却故意不告知详情,或者要求消费者付费才告知。还有多种情形,以旅游线路规划为例,消费者主要通过平台介绍了解景点安排、交通、住宿等关键信息。一些不良平台就会夸大宣传或隐瞒不利情况,比如不告知景点正在维修。此外,平台提供的信息常不完整、不准确或更新不及时。如酒店实际位置比平台标注的偏远,景点开放时间更改后平台未更新,导致消费者决策时缺乏准确信息,易被误导,影响游玩体验。

4.3. 消费者维权困难

保护消费者的核心,重点在于打造一个公平的市场环境,让消费者都能获取该知道的信息,这样就能最大程度减少交易过程中有人耍心眼、占便宜的情况[10]。在网络旅游平台消费时,消费者一旦权益被侵犯,取证难度极大。比如面对平台虚假宣传,预订时谁都不会想到截图留存,等发现问题,相关页面早已找不到,证据缺失。维权之路同样坎坷,先与平台沟通,对方往往敷衍。沟通无果后向相关部门投诉,要准备大量材料,耗费不少时间和精力。若投诉仍无法解决,还需走法律程序,找律师、打官司,繁琐又复杂。即便如此,维权结果也充满不确定性,可能得不到合理赔偿。许多消费者权衡之下,因怕麻烦、怕徒劳无功,只能放弃维权,默默承受损失。

4.4. 存在技术漏洞与安全风险

网络旅游平台虽带来便利,但技术系统存在漏洞,易被不法分子利用。黑客攻击服务器,可能导致消费者个人信息泄露,如姓名、身份证号、银行卡号等,造成经济损失和安全隐患,订单也可能被篡改。在线支付是关键环节,却暗藏风险。支付平台技术故障、网络诈骗频发,都可能让消费者资金受损。

4.5. 供应商服务质量不达标

平台对合作的酒店、机票供应商等审核和监管不到位,导致服务质量参差不齐。平台为降低成本,可能选择质量较低的供应商,从而影响服务质量。平台与供应商之间沟通不及时、不顺畅,导致消费者遇到问题时无法及时解决。

4.6. 平台垄断地位

部分平台在市场中占据较大份额,具有一定垄断地位,能够较为容易地实施价格欺诈行为。平台将自身的经营风险部分转移到消费者身上,通过制定不公平的退改政策减少自身损失[11]。平台在交易中处于相对强势地位,消费者往往只能被动接受不公平的退改政策。网络旅游行业缺乏统一的、公平合理的退改政策标准,平台各自为政。我国近年旅游产业与市场飞速发展,发展出了许多新事,产生了以前没有过的许多新情况,但是我国消费者保护相关的立法却没有与时俱进跟上时代发展变迁的脚步[12]。

5. 应对策略

5.1. 完善法规、加强监督

平台内部加强监督，一旦发现供应商存在违规行为，必须严肃处理。实行举报奖励制度，对于举报网络旅游平台成功的消费者，给予物质奖励或荣誉表彰。此外，对于准入机构或人员，需要进行严格的审核，保证其持有从业资格证书具备从业资质。强化外部监管，市场监管局等部门，应加大执法力度，加强价格的监管。明确“大数据杀熟”与价格欺诈行为的认定，让各类违规行为无所遁形。建立价格抽查机制，定期对平台价格进行检查，一旦发现平台价格不合理，立即展开调查处理。制定详尽的处罚细则，按违规严重程度分级，精准处罚。唯有内外部共同监管，方能促进网络旅游平台的健康发展，切实保障消费者的合法权益。

5.2. 强制公开、诚信经营

强制网络旅游平台将消费者应当知情的各种信息予以公开，包括服务商的地点、服务质量、各个期间的价格、等级等信息，且经消费者合理正当的请求，不得以不正当理由拒绝提供相关信息。必须让网络旅游平台切实扛起审核旅游产品、服务信息的重任，以严谨的审核流程和严格的审核标准，杜绝虚假、模糊、片面的内容，使消费者能获取毫无偏差、完整全面的信息，做出科学的消费决策。平台自身要担起责任，主动公开定价规则和算法，提高价格透明度，规范销售行为，禁止隐藏费用、捆绑销售。树立诚信经营理念，遵守法规。全面审查供应商提供的信息，严格把控宣传内容，确保真实准确，发现违规立即责令整改，整改合格前相关信息不得上线。

5.3. 建立投诉平台、提供法律援助

搭建专门的网络旅游投诉组织，提供一条龙式投诉解决服务，解决投诉流程繁琐、部门协调不畅的问题，提升投诉处理效率。线上线下普及法律知识，针对复杂侵权案件，安排专业律师团队提供法律支持，降低消费者维权成本与难度。借助社交媒体、电视广播、线下讲座等多元化媒体渠道，大力普及消费者权益保护相关知识，以通俗易懂的方式解读法律法规、分享维权案例，帮助消费者识别消费陷阱，让消费者了解自己的权利，知道在遇到侵权时如何收集证据、如何投诉等。还要加强对投诉处理的监督，保证投诉能快速解决，处理得公平公正，整个过程都公开透明。对投诉较多的旅游服务供应商和网络旅游平台进行重点监管，督促其改进服务质量。

5.4. 加强防护、定期安全检测和漏洞修复

必须强化网络旅游平台内部信息技术系统，确保消费者填写的个人信息只有平台内部知悉，在平台内部管理建立严谨的数据安全管理制度。明确各部门、各岗位在个人信息保护工作中的具体职责，实现责任到人。针对接触用户信息的工作人员，实施严格的权限管理与监督机制，确保人员在授权范围内规范操作，避免因内部管理不善导致信息泄露风险。在信息技术系统投入方面，网络旅游平台需加大在信息安全技术领域的资源投入。积极采用先进的加密技术，对用户个人信息进行加密处理，使其在存储和传输过程中均以密文形式存在，有效防止信息被窃取或篡改；同时，部署高性能的防火墙技术，抵御外部非法网络访问，为信息系统构筑坚实的安全屏障。并且，平台应建立常态化的信息系统安全检查机制，定期对系统进行全面检测，一旦发现安全漏洞，立即组织专业技术人员进行修复，将安全隐患扼杀在萌芽状态，切实保障用户个人信息安全。

5.5. 建立评估体系、定期抽查

网络旅游平台应加强对供应商的管理，与酒店、航空公司等建立严格的合作标准和考核机制，对服

服务质量不达标的供应商进行终止合作或举报监督[12]。构建供应商评估体系,对于想要入驻平台的旅游供应商,展开全方位审查,从源头上把控服务质量。定期对供应商进行实地考察或委托第三方机构进行评估,核实其实际运营情况与提交的资料是否相符。要是发现供应商不符合平台要求,或者在服务过程中出现质量问题,平台会马上采取措施。先发出警告,让他们知道问题所在;接着要求他们限期整改,把服务质量提上去;要是整改效果不理想,就暂停和他们的合作;要是情况特别严重,直接把他们从平台清退出去。搭建实时的服务质量监控系统,收集消费者对供应商服务的评价、投诉等信息。通过数据分析,及时发现服务质量不达标的供应商和具体问题环节,以便针对性地进行处理和改进。设立供应商服务质量考核指标,如酒店的客户满意度、房间卫生达标率、机票预订准确率等,定期对供应商进行考核。根据考核结果给予奖励或惩罚,激励供应商不断提升服务质量。

5.6. 严格执法、明确标准

市场监管局等相关部门应加大反垄断调查和执法力度,对滥用市场支配地位、不合理定价、限制竞争等垄断行为,依法严厉查处。明确平台责任义务,规范经营行为,杜绝平台利用垄断地位制定不公平交易条款,如不合理退改政策、捆绑销售等。政府部门要明确网络旅游平台退改政策的合理范围和标准,加强监督检查,处罚制定不公平退改政策的平台,建立投诉处理机制,维护消费者权益。

6. 结论

本文探究了网络旅游平台侵犯消费者权益的问题,分析其中原因,并提出相应的应对策略。结论如下:网络旅游平台存在虚假宣传、个人信息泄露、“大数据杀熟”、服务质量不达标、退改政策不公平、侵犯消费者知情权等问题。原因包括监管难度大、信息不对称、消费者维权困难、存在技术漏洞与安全风险、供应商服务质量不达标及平台垄断地位等。应加强广告监管、保护个人信息、明确价格标准、提升服务质量、规范退改政策、强化信息公开、促进数据整合、加强供应商监督及建立投诉机制等方面。随着相关法律法规越来越健全,监管部门管得越来越严,网络旅游平台肯定会越来越规范。技术不断发展,平台保护数据安全的能力也会变强,个人信息被泄露的风险就会降低。而且,消费者对自己权益的保护意识也会越来越高,要是遇到自己的权益被侵犯,就能更有办法维护自己的合法权益。

参考文献

- [1] 张卓,刘伟江. 旅游消费者权益保护的现实困境及其立法完善[J]. 重庆社会科学, 2018(9): 84-93.
- [2] 杨富斌. 旅游者权益保护的特殊性探析[J]. 法学杂志, 2015, 36(9): 54-61.
- [3] 宋春雪. 关于对旅游消费者权益保护法律问题的分析[J]. 旅游纵览(下半月), 2017(2): 71.
- [4] 李也. 旅游消费者权益民法保护问题研究[J]. 现代经济信息, 2015(5): 349-350+353.
- [5] 吴景明. 消费者权益保护法[M]. 北京: 中国政法大学出版社, 2021: 220.
- [6] 吴景明,朱姣,陈燕玲. 《中华人民共和国电子商务法》消费者权益保护法律制度[M]. 北京: 中国法制出版社, 2019: 293.
- [7] 张晓宁. 论我国旅游法中旅游这权利保护及其完善[D]: [硕士学位论文]. 济南: 山东大学, 2020.
- [8] 武卓辉. 旅游消费者民法保护问题研究[J]. 吕梁教育学院学报, 2015, 32(2): 30-32.
- [9] 朱静洁. 互联网社交平台购物领域的消费者权益保护研究[J]. 西南石油大学学报(社会科学版), 2016, 18(1): 45-51.
- [10] 林越坚,岳向阳. 互联网金融消费者保护的制度逻辑与法律建构[J]. 国家检察官学院学报, 2020, 28(3): 150-164.
- [11] 张良. 消费者合同研究[M]. 北京: 中国政法大学出版社, 2016: 277.
- [12] 樊佳浩,郭翔宇. 论旅游消费者制度保护[J]. 度假旅游, 2018(6): 105-106.