



# 高级会员订酒店比普通会员还要贵

## 酒店线上预订乱象调查

□ 本报记者 韩丹东  
□ 本报见习记者 于天航

“9月28日订的民宿，后来行程发生变化，我们提前3天想要取消预订，但平台和房东一口咬定‘不可取消’，连商量的余地都没有。”北京的李先生满脸无奈地说。他向《法治日报》记者展示了手机里的订单截图：今年9月28日，因计划国庆带家人看海，他在某平台下单了福建某民宿，两晚房费共计860元。可下单当天下午，公司临时通知国庆加班。他第一时间联系平台客服，得到的回复却是“订单标注不可取消，无法退款”；他转而联系民宿老板，对方更直接：“平台规定就这样，你自己找平台去。”

从9月28日到10月1日，李先生先后拨打了十余次平台客服电话，发送3次邮件，附上加班通知截图，甚至提出“能否转让订单”，均被拒绝。

“他们说‘不可取消’就是最终条款，不管什么原因。”李先生说，直到10月2日入住当天，他的退款申请仍处于“驳回”状态，860元房费打了水漂。

多名游客近日向记者反映，在预订酒店时遇到“糟心事”：有人提前3天取消民宿被拒，有人发现同一平台相同时间不同人订价格不一……这些问题，暴露出酒店预订市场隐藏的诸多乱象。

### “不可取消”退改难

和李先生一样，天津市民王先生近日也遭遇了退改困局。9月11日，他在某旅行App预订了10月3日至5日的酒店，计划带母亲去外地复查身体。房费共计467元。9月23日，他意外受伤，就医后医生建议其卧床休息1个月。于是，他当天便向平台申请取消订单，可客服却回复称：“根据条款，9月11日20:51后取消需扣212元手续费，即使有伤病证明也不能例外。”

为此，他先后提交了就诊记录、受伤照片、医院缴费凭证，甚至让主治医生录制视频说明情况，平台仍坚持“按条款扣费”。“467元的房费，扣212元，接近一半了，这真的合理吗？”王先生感到无法接受。

但让王先生感到不解的是，与他同行的母亲以同样的理由申请取消订单，却可以全额退款。“我俩明明

是同时下单的，为什么取消订单时的情况完全不一样？客服一会儿说‘你母亲的订单是不同账户订的’，一会儿说‘系统自动判定’，始终无法给出合理解释。”

因为没有精力和平台来回扯皮，王先生和李先生最终都无奈选择“认栽”，钱房两空。记者采访发现，退改难是消费者在预订酒店时经常遇到的情况，其中大部分是平台方或酒店方以“不可取消”为由拒绝退款。这些订单大多未在预订页面显著位置提示退改限制。例如，上述李先生的民宿订单，“不可取消”条款藏在页面最下方的“服务协议”里，且内容未作显著标识，不刻意点击根本看不见。

### 解释权都在平台

然而，当失约的一方变成平台，情况又完全不同。天津的赵女士提前十几天便预订了国庆期间入住贵州某酒店。然而，没过几天，酒店以“不接受”为由取消了她的订单。赵女士向平台投诉后，平台承诺“赔付重新订房的差价（最高3倍原订单价）”。她重新预订花了4500余元，可申请赔付时，平台却以“房间数量不一致”为由，拒绝了她的申请。

“被取消的订单，我预订了5个房间。重新预订时，因为新选择的酒店每间房的大小和原先的有差异，我就订了10间。平台之前说赔付时，只说了价格，没有说还要和之前的房间数量一模一样。我最后的花费明明在平台承诺的3倍原订单价之内，根本没想到会不赔付。”赵女士只能遵循平台的“规则”，重新预订了5间房，但平台还是拒绝赔付。

赵女士说：“这次平台连理由都没了，就说我‘不合规’，但具体怎么不合规他们又说不清。在我百般投诉下，他们甚至提出只能以优惠券的形式抵扣赔偿。可是我花出去的是真金白银，下次用上优惠券还不一定什么时候。”

“感觉解释权都在平台，消费者要维权实在太被动了。”赵女士的话，道出了很多消费者的无奈。

在北京互联网法院发布的一起案例中，消费者杨先生提前20多天在某平台预订目的地城市酒店两间4晚客房，以464元的优惠价支付全款后，收到预订成功短信。不久，平台客服来电称酒店满房，提议取消订

件)。付款后没几分钟，商家告知“协议价无效了，得取消订单”，并直接单方面取消了订单。

之后，李先生联系酒店自己订了房间。可他到店后，酒店却说李先生名下有两笔订单共计40多间房，要求李先生一并付费。原来，代订商家并未成功给李先生取消订单。因取消不及时，酒店要求李先生支付所产生的全部住宿费用，而此时时代订商家已经失联。无奈之下，李先生和酒店协商赔付了一部分取消消费。在采访过程中，他反复用“无妄之灾”一词形容这次经历。

对外经济贸易大学法学院教授、消费者保护法研究中心主任苏号朋告诉记者，协议价、内部价原本是酒店为积分会员、企业客户、内部员工等设置的定向优惠，需满足“特定身份”“特定用途”条件（如企业员工凭工牌入住、企业客户凭合作协议预订）。未经授权的转售行为本身已违反酒店与企业/员工的约定，而消费者通过非正规渠道预订，需承担相应法律风险。

苏号朋说，非正规渠道的协议价、内部价订单难以获得法律支持。若代订方无酒店授权，订单因“缺乏合法基础”可能被认定为无效，消费者无法依据订单要求酒店提供服务；若代订方伪造资质（如假工牌、假协议），还可能涉嫌诈骗。

苏号朋进一步解释说，若酒店查出消费者使用非正规协议价，内部价并要求补差价或拒绝入住，责任需按三方主体划分：一是代订方，若代订方未经酒店授权转售协议价，属“无权处分”，需承担主要责任，消费者可要求代订方退还房费并赔偿损失；二是消费者，若消费者明知渠道非正规仍预订，需承担次要责任，酒店有权拒绝其入住且不退还房费；三是酒店，若酒店未在预订环节明确告知协议价适用条件，或未核实消费者身份即允许预订，需承担部分责任，需为消费者协调其他住宿或退还部分房费。

《法治日报》律师专家库成员、广东广和律师事务所高级合伙人尹玉认为，平台“重提示、轻监管”的现状加剧了纠纷。平台实际执行中，未审核商家协议价的合法性，未留存商家真实资质，导致违规商家反复出现。即便消费者投诉，平台也多以“督促处理”“封禁账号”敷衍，不承担连带赔偿责任，进一步降低了代订方的违规成本。

尹玉说，若平台未对商家资质、协议价真实性进行严格审核，导致消费者受骗，消费者可主张平台承担连带赔偿责任。若平台已提示风险但未阻止违规交易，可要求其协助联系商家、提供维权支持，而非仅以封禁账号敷衍。例如，平台可从商家缴纳的保证金中划拨资金，先行赔付消费者损失。

“总之，面对酒店‘特价’代订，消费者需牢记不贪低价、留存证据、区分情形三大原则，若遭遇欺詐，通过合法途径维护自身权益。平台也需加强审核监管，才能从根本上遏制代订乱象。”尹玉说。

单，不仅将全额退款，还会赔偿杨先生760余元。杨先生同意取消后，却发现该酒店同款房型、同入住时间仍可预订，仅单价涨至每间每晚378元。为顺利出行，杨先生另行订房花费2000余元，而平台承诺的760余元赔偿未兑现，遂将平台诉至北京互联网法院。

平台辩称订单由入驻代理商提供，因代理商原因无法履行，且已与杨先生达成解除协议，自身无责。杨先生认为与平台存在合同关系，平台“满房”理由不实且违约。法院审理认为，平台未以显著方式区分自营与第三方业务，未公示代理商信息，依据电子商务法第三十七条，需承担服务提供者责任。结合双方协商记录及杨先生实际损失，判决平台按此前约定的760余元赔偿方案履行。

### 高级会员被“杀熟”

如今，不少平台都推出了不同的会员福利制度，称充值成为会员，等级越高，在预订酒店时可享受的优惠力度越大。然而，在北京工作的秦先生却遭遇了“等级越高，价格越贵”的“杀熟”行为。

10月初，身为某平台高级会员的秦先生计划预订江苏南京某酒店。他登录平台查询，10月4日至8日的价格为267元/晚；可身边中级会员的朋友查询时，同时时间段房型仅需218元/晚，普通会员甚至更低，仅203元/晚。

“我当时就蒙了，平台说‘等级越高权益越大’，结果权益是‘多花钱’？”秦先生立刻联系了平台客服，对方先是说“商家临时调价”，又说“可能是网络波动”，最后干脆甩锅“你的手机定位有问题”。

秦先生向记者回忆说：“我又找了3名不同会员等级的朋友同时比价，在都没有使用优惠券的情况下，高级会员显示267元，中级会员203元，普通会员235元。



### 酒店预订套路频发 专家建议

## “三方发力”守护消费者合法权益

□ 本报记者 韩丹东  
□ 本报见习记者 于天航

当前酒店预订市场在互联网技术赋能下实现便捷化发展，然而，《法治日报》记者近日调查发现，消费者在线上预订酒店时经常遭遇退款受限、价格不公等问题，一些平台还存在第三方违规挂售房源、虚假宣传、订单履约纠纷等乱象，这些问题不仅侵犯消费者合法权益，也扰乱了酒店预订市场的正常秩序。

如何界定“不可取消”等条款的性质？“大数据杀熟”存在哪些问题？该如何解决酒店线上预订的种种乱象？带着问题，记者采访了对外经济贸易大学法学院教授、消费者保护法研究中心主任苏号朋和《法治日报》律师专家库成员、广东广和律师事务所高级合伙人尹玉。

### 格式条款无效

记者：酒店预订中常见的“不可取消”“只退部分款”“拒绝溢价赔付”等条款，性质该如何界定？

苏号朋：依据民法典、消费者权益保护法等规定，“不可取消”等条款本质是格式条款，若条款“免除经营者责任，加重消费者责任，排除消费者主要权利”，且未以显著方式（如加粗、弹窗）告知消费者，即属无效。

具体来看，若消费者因不可抗力（如突发疾病）或酒店违约（如无房、设施损坏）需取消订单，依据民法典“法定解除权”规定，消费者有权解除合同，酒店或平台不得拒绝。仅在消费者无正当理由且临近入住时取消，酒店才可主张合理比例的违约金，但需提前明确约定扣除标准。

尹玉：“只退部分款”条款需结合实际场景判定：若消费者提前较长时间退订，如预订后次日取消，入住日期在半个月后，且未对酒店再次销售造成实质影响，酒店无权仅退50%或更低比例房费；若消费者在入住前1天取消，导致酒店无法转售，酒店可扣除合理成本（如房费的20%到50%），但需提供“无法转售”的证据。

“拒绝溢价赔付”条款则明显侵犯消费者获赔权：若酒店无房或房型不符，导致消费者被迫入住更高价位的酒店（如原预订300元/晚，实际入住500元/晚），依据消费者权益保护法第十一条，消费者有权要求酒店赔偿差价及额外支出（如交通费）；酒店若以“合同约定”为由拒绝，即属违约，需承担违约责任。

### “杀熟”构成欺詐

记者：不少消费者反映遇到过同一时间下，同一房源不同账号价格不一致的情况，质疑平台存在“大数据杀熟”的问题。“会员等级越高，价格反而越贵”。如何看待这一问题？

苏号朋：“大数据杀熟”“同一房源不同设备/账号价格不一致”的技术逻辑，本质是平台通过“数据收集—用户画像—算法定价”三步实现：第一步，平台收集用户的消费记录（如历史预订价格、入住频率）、设备信息（如手机型号、操作系统）、账号等级（如会员等级、积分数量）、浏览行为（如是否反复查看某房型）；第二步，通过算法构建用户画像，判断用户“价格敏感度”——例如，高消费频率、使用高端手机的用户被判定为“低敏感度”，普通用户、新账号被判定为“高敏感度”；第三步，依据用户画像实施差异化定价，对“低敏感度”用户展示更高价格，对“高敏感度”用户展示优惠价格，且不告知定价差异机制。

这种行为在住宿、旅游等行业尤为突出，例如，某用户用老账号、高端手机查看某酒店价格为500元/晚，用新账号、普通手机查看同一房型价格为400元/晚，差价达100元，即属典型的“大数据杀熟”。

要区别动态定价与价格欺詐，二者的边界在于“是否基于市场逻辑且透明告知”：动态定价是平台依据供需关系、库存、节假日等市场因素调整价格，且提前告知消费者“价格可能随时间、供需浮动”，例如，节假日期间酒店价格上涨50%，平台在预订页面标注“节假日价格调整，详见说明”，即属合规，符合价格法“正当价格行为”要求。价格欺詐（含“大数据杀熟”）则是基于用户个体特征“一打一”定价，隐瞒价格差异机制，让消费者误以为价格统一，违反消费者权益保护法实施条例“经营者不得在消费者不知情的情况下，对同一商品或者服务在同等级交易条件下设置不同的价格或者收费标准”的规定。

司法实践中，法院已通过典型案例明确对“大数据杀熟”的否定态度。2021年某法院审理的案件中，原告发现同一房源用不同账号查看价格差异达80元，平台无法解释定价依据，法院最终认定平台构成欺詐，判决其退还差价并按房费3倍赔偿。

此类行为的监管难点在于“算法黑箱”——算法属于平台商业机密，监管部门难以获取定价逻辑证据，需通过技术赋能监管（如开发算法监测系统），典型案例查

处（如对多次被投诉的平台立案调查）等方式强化监管，倒逼平台公开定价机制。

### 第三方挂售违规

记者：实践中，有平台将自营与第三方中介房源混杂展示，允许未签约酒店被第三方“挂售”，这种行为存在哪些问题？

苏号朋：上述行为直接违反电子商务法中“电子商务平台经营者在其平台上开展自营业务的，应当以显著方式区分标记自营业务和平台内经营者开展的业务，不得误导消费者”的规定。这种“混同展示”的本质是“模糊交易主体”，消费者误将第三方房源当作平台自营，一旦出现无房、虚假房源问题，平台与第三方易互相推诿责任。

更严重的是，第三方中介“挂售”未签约酒店房源的行为，极易引发“一房多订”纠纷。例如，某中介未获得酒店授权，却在平台挂售10间房，实际酒店仅提供2间，导致8名消费者无法入住。此类情况不仅影响消费者行程，还涉嫌“缔约过失责任”——中介需赔偿消费者的直接损失（如重新预订的差价）与间接损失（如旅游计划泡汤的费用）。

建议消费者预订时重点查看房源标注的“经营主体”，优先选择“平台自营”或“酒店官方直营”房源，降低责任认定难度。

记者：该如何解决酒店线上预订的种种乱象？苏号朋：解决乱象需“三方发力”：监管部门需完善法规细则（如明确“大数据杀熟”的认定标准），推行“信用惩戒”制度，将虚假宣传、恶意拒赔的酒店与平台纳入“旅游服务黑名单”，限制其市场准入。酒店需建立“信息真实性审核机制”，对房源图片、描述进行实地核验，明确退改政策与价格构成。平台需推动“算法透明化”，公开动态定价依据，显著区分自营与第三方房源，建立虚假房源快速下架机制。

其中，平台对第三方中介的监管义务需分两步落实：一是准入审核义务，需严格核查中介的营业执照、酒店授权委托书、房源真实性证明，禁止无资质中介入驻；对新入驻的第三方商家，需进行“实地核验”，确保房源地址、设施与宣传一致；二是过程监管义务，需建立常态化巡查机制，如每周抽查10%到20%的第三方房源，通过“电话核验”“用户反馈跟踪”等方式清理违规房源；若发现第三方“挂售”未签约酒店，需立即下架房源，并对中介处以罚款或清退。

## 酒店代订单方面取消订单拒不退款

专家：非正规渠道的协议价订单难获法律支持

□ 本报记者 韩丹东  
□ 本报见习记者 于天航

不久前，带着满满期待，北京的杨先生为一家人出行做好了准备——他通过某平台“诚信代订服务”预订秦皇岛某酒店3间豪华大床房，支付1800元订金时，商家承诺“保证有房，到店直接入住”。

可就出发前一天深夜，代订服务商家突然“加码”，要求杨先生提供一寸照片制作“临时工作证”，到店后还需谎称“公司协议价预订”，否则无法入住。

杨先生拒绝后，商家直接取消订单且拒不退还订金。杨先生带着家人赶到酒店时，不仅系统查无此单，而且当日房价已涨至原来的3倍，1800元本来能订3间房，如今连1间房都不够。最终，他们一家人只能被迫高价入住，出行的好心情全被毁了。

之后，杨先生多次联系平台客服，仅得到“会督促商家处理”的空头承诺，维权陷入僵局。

《法治日报》记者近日调查了解到，酒店代订是代订方通过协议合作、会员权益、积分兑换等特殊渠道，为用户预订酒店并收取差价或服务费的服务模式。代订方依托与酒店的合作折扣、高级会员权益或积分资源，能为用户提供低于公开价的价格，或争取房型升级、延迟退房等附加福利。不过，这类服务也存在订单失效、权益无法兑现等潜在风险。

记者发现，许多社交平台、个人交易平台成为酒店代订的主要渠道。大量商家在商品名称中标注“诚信代订”“24小时服务”，提供高档酒店5折到9折优惠价、延迟退房等权益。这些商家普遍设置“不可退改”条款，交易流程为“支付一切确认一人住一收钱”，平台虽显示“切勿站外交易”，却未审核商家“协议价”的真实性——即便商家失联，消费者被骗，平台也仅以“封禁商家账号”收场，并不承担赔偿责任。

在北京工作的王女士此前通过某社交平台联系到自称“酒店协议代订专员”的李某，以低于官网30%的价格预订了海南三亚某五星酒店3晚海景房，支付全款1800元后，李某发送了含预订编号的确认截图。

入住当日，王女士到店办理手续时，却被前台告知该预订已被取消，且预订人信息并非本人。她立即联系李某，对方先是称系统故障，随后表示可协调其他酒店，但需补差价800元。王女士拒绝后，李某随即失联。之后，其平台账号显示已注销。

王女士向平台投诉，平台称商家已联系不上，无法介入；与酒店沟通，酒店表示仅认可官方渠道预订，不承担代订纠纷责任。此时，王女士只能作罢，不仅1800元代订费无法追回，还另外花费了2000多元重新订了房，“真是吃了个大亏”。

天津的李先生曾在某平台通过一商家代订某豪华酒店。他向对方支付4206元订金，预订了20多间房准备带团入住（由对方为其预订，房费到店后另