

市场瞭望

平台保证金监管绝不能“装睡”

网购中退回商品,商家迟迟不退款,该怎么办?近期,最高人民法院发布依法规范平台经营的典型案例,进一步厘清平台和商家的责任边界。针对案例揭示的消费者退款求偿无门现象,电商平台需进一步压实监管责任,发挥保证金制度作用,切实保障消费者权益。

网络消费是平台经济的核心场景。近年来,随着平台经济快速发展,网络交易行为逐步规范,但也出现了主体权责边界模糊、竞争规则适配不足、依法经营指引不够清晰等突出问题,成为网络消费维权痛点。如果退货容易退款难,求偿磕磕绊绊,消费者的权益如何保障?根据2025年7月出台的《网络交易平台收费行为合规指南》,基于消费者权益保护等确需向平台内经营者收取保证金的,平台要合理确定保证金收取标准和收取方式,可以一次性收

取,也可以在额度内按经营收入的一定比例逐步提取,直至提取满额为止。可见,保证金制度既约束商家经营行为,也是为消费者权益兜底。

一般情况下,消费者退货后没有收到退款,可向商家入驻的电商平台发起投诉。平台经审核确认符合退款条件,就会扣划商家预先缴纳的保证金,为消费者先行赔付。在典型案例中,因商户保证金不足、店铺账户无余额,导致消费者的退款诉求无法通过平台保证金渠道实现。法院最终判决,商家退还货款及利息,平台经营者对前述全部债务承担连带清偿责任,平台承担连带责任后有权向商贸公司追偿。

消费者退款求偿无门,原因何在?结合案例分析,一方面,商家玩猫腻,将店铺钱包余额全额提现转出,店铺长期无可用资金,刻意逃避赔付责任;另一方面,平台监管责

任落实不到位,保证金制度流于形式,未按照平台阶梯保证金规则调增保证金,导致商家长期“低保高销”。案例中,该商户已多次产生消费者投诉、赔付记录,平台却并没有向其收取风险保证金、临时保证金。

网络交易平台是数字经济的信用枢纽,保证金制度是平台履行“守门人”职责、保障交易安全的重要担保措施。也就是说,保证金制度不仅是商家入驻平台的“准入门槛”,更是诚信原则下的“履约担保”。电商平台对商户经营规模、资金流水、投诉记录等数据尽在掌握,具备远超普通消费者的管控能力,本应承担与其能力相匹配的监管责任。然而,在很多同类消费纠纷中,电商平台多以“不知情”“保证金不足非平台行为”“平台已尽到信息披露义务”等为由推卸责任。对此,人民法院亮明裁判规则:平台不得以经营者单方行为、客观状

态为由免责。

平台规则不是摆设,保证金监管不能“装睡”。消费者权益保护是电商平台履行社会责任的应有之义。入驻商家的保证金账户是否充足,对消费者权益保障尤为重要。电商平台应更好发挥监管作用,从事后的被动知情转向基于数据优势的主动注意,在能力范围和法律授权之内有所作为。具体包括:差异化收取保证金,全面落实按类目风险、店铺类型等设定不同金额;动态化调整金额,增强风险预警,根据经营规模、投诉率、违规记录及时提高或降低保证金要求;精准化实施监督,畅通消费维权机制和路径,加大对违规行为的惩戒力度。

期待通过差异化、动态化、精准化方式落实保证金制度,平台提升治理效能,强化商家合规经营,共同营造良性健康的网络市场环境。

□ 李万祥

夏日新体验

感受冰城独特风情

□ 本报记者 马维维



晚风掠过松花江面,带着江畔湿地的湿润凉意。曾经,“冰城”哈尔滨的文旅以单一冬季观光、季节性强、一日“看客式”游览为主。如今,从登山富氧到湿地亲水,从都市风情到夜间休闲,从乡村田园到工业研学,哈尔滨用一场跨越百日的盛夏之约,打开了“全业态融合、全时段运营、全客群覆盖”的文旅消费新格局。

融合多元业态

在哈尔滨的老牌地标景区中央大街,百年欧式建筑沿街而立,阳台铁艺缠绕着绿植鲜花,街上人潮涌动、秩序井然。游客沉浸式打卡城市特色风貌,品尝马迭尔冰棍、鲜酿格瓦斯等特色美食,观赏街头小提琴演奏,深度体验冰城夏日的独特风情。

“哈尔滨风景别致、特色鲜明,本地市民和商户都十分热情,游玩体验很好。”来自陕西的游客陈婷满载文创、红肠、俄货等特色商品,对此次冰城之行赞誉有加。

7月中下旬以来,哈尔滨避暑旅游再次迎来客流高峰期。途家民宿数据显示,6月初至7月中旬,18岁至25岁年轻用户在哈尔滨的民宿预订量同比增长28%,暑假期间,哈尔滨更是进入途家连住15天及以上旅居订单预订量前十名,年轻客群、长期旅居客群持续扩容。

夏季文旅的火热得益于哈尔滨多元文旅业态的深度融合。以马迭尔文旅集团为例,该集团打造了“月月有重磅、全季有亮点”的夏季文旅消费矩阵,以“啤酒狂欢、光影盛会、音乐休闲、体育赛事、四季冰雪”五大业态融合,持续擦亮哈尔滨“冰城夏都”的避暑名片。

8月6日,首届太阳岛电影周在哈尔滨拉开帷幕,同步开展产业对接、露天影展、光影音乐会和“光影绽放中国行·哈尔滨之夜”等多项活动。“这是‘电影+文旅+科创+音乐’融合路径的有益尝试,我们努力让‘电影+文旅’品牌活动成为哈尔滨夏季的节日、城市的盛会。”哈尔滨马迭尔文化旅游投资集团党委副书记、副总经理秦晓燕说。

8月初,五常市向阳镇蔚秀山森博园以山林为天然主背景,户外沉浸式森系推介+湖畔潮流市集+草坪轻演出+现场线路签约的模式,吸引了众多游客和文旅从业者。五常市文旅局局长王巍介绍,五常拿出了最优质的生态资源,专为夏季打造了山林清凉登山康养、湖湾戏水休闲、稻乡田园慢生活3条王牌品牌旅游线路,进一步打响五常夏季避暑品牌。

哈尔滨市文广旅游局副局长杨年福介绍,今夏,哈尔滨还实施“清凉冰城”游径升级行动和“浪漫冰城”文旅融合行动,整合亚布力、太阳岛、伏尔加庄园、冰雪大世界梦幻冰雪馆等众多文旅IP,以多元游径全面盘活全域生态资源与人文资源;重磅推出2026哈尔滨之夏音乐季和“跟着名著去旅行”活动,推出百场精品大戏和交响音乐会,并围绕《夜幕下的哈尔滨》《呼兰河传》等文学IP打造沉浸式剧目演艺与角色打卡,让高雅艺术融入城市街巷与市井烟火。



游客在哈尔滨中央大街马迭尔冷饮厅前排队购买马迭尔冰棍。

新华社记者 那宇奇摄

延伸产业链条

盛夏时节的哈尔滨,街头车流不息,商圈内客流涌动,俄式西餐香气四溢。松花江畔游船码头游客有序等候,师大夜市烟火气升腾,烤冷面、红肠等小吃摊位前热闹非凡,尽显消费活力。

为期45天的第二十四届哈尔滨国际啤酒节于7月启幕,活动集啤酒品鉴、非遗花灯、文创市集、亲子游乐、室内冰上演艺于一体,游客无需辗转多个景区,在园区内即可完成“白天逛市集、傍晚看花灯、夜晚赏演艺、深夜品美食”的完整消费闭环。“今年夏季游玩项目更丰富、配套更完善,游玩体验越来越好。”市民杨力的切身感受,道出了冰城文旅消费升级的显著成效。

今夏,哈尔滨紧扣文旅消费趋势,立足“美食引流、消费赋能、品牌提效”,深度整合冰城特色餐饮、百年老字号和夜间经济等优质资源,丰富美食消费场景,激发餐饮市场活力。

哈尔滨市商务局联合美团平台系统梳理俄式西餐、特色烧烤、哈尔滨红肠、地道小吃等特色美食,升级优化《寻味冰城美食地图》,为游客提供精准化、沉浸式美食打卡指南;联动哈尔滨市老字号企业协会,整合全市60余个老字号品牌、400余款特色产品,集中展示展销冰城百年特色好物;引导本土老字号食品企业针对性研发便携装、礼盒装特色产品,推动堂食消费向带走式、常态化旅游消费延伸,拉长消费链条。

“立足消费新业态、新模式培育,打造日间精品品鉴、夜间烟火消费、节庆主题狂欢的全时段、多元化消费场景,面向全市征集优质场景项目,给予政策支持,持续丰富消费供给。”哈尔滨市商务局副局长王红说。

暑期正值研学游旺季,哈尔滨市深挖老工业城市底蕴,盘活16处国家、省级工业遗产,15座工业博物馆,7家国家及省级工业旅游示范基地以及24户智能工厂资源,构建全域布局、业态多元的工业旅游产品矩阵。哈尔滨市工信局总工程师张治说:“我们将持续打磨工业印记游特色品牌,引导企业开发特色文创、食品、科创纪念品等旅游消费品,延伸产业链条,以工业赋能文旅。”

构建全域生态

为擦亮“避暑胜地”名片,打响“夏遇冰城 清凉有约”品牌,《2026年哈尔滨市夏季



哈尔滨街头音乐会现场,乐队在舞台上进行表演。

张 澍摄(中经视觉)



“东北超”哈尔滨赛区现场,观众为球场上的球员摇旗呐喊。

张 澍摄(中经视觉)

避暑旅游“百日行动”实施方案》统筹实施十大文旅融合专项行动,覆盖游、乐、食、购、住、行全链条,构建主客共享的全域旅游生态圈。

依托96%的森林覆盖率、高负氧离子生态禀赋和23摄氏度清凉山地气候优势,亚布力管委会今年系统整合山林生态、田园休闲、自然研学、户外运动、温泉康养全域资源,形成了“可避暑、可运动、可康养、可研学、可休闲”的全链条夏季旅游体系。

亚布力管委会副主任王笃军介绍,当地今年再次升级服务保障与场景品质,规范民宿、餐饮、康养体验项目服务标准,推出专属管家服务,全面提升夏季旅游精细化管理水平,让游客既能亲近自然、享受清凉,也能体验舒适、安心、优质的度假服务。

随着游客持续增多,哈尔滨市交通运输局开展了夏季避暑旅游“畅行冰城”百日行动,在旅游客运、水路客运、城市公交、出租汽车以及轨道交通等环节精准调配运

力,抽调100台公交车重点保障中央大街、中华巴洛克街区、冰雪大世界、太阳岛等游客最为集中的景区,建立充足的应急运力储备机制。“我们还持续深化交通行业服务提质行动,提升窗口形象,净化客运市场环境,全力保障夏季交通运输安全稳定运行。”哈尔滨市交通运输局副局长宋家冰说。

为全面规范夏季旅游市场秩序,哈尔滨市市场监督管理局针对景区、商圈、农家乐等重点区域实行全链条管控,常态化核查景区门票、住宿餐饮、停车收费等明码标价情况,并升级重点景区一站式服务阵地,高效回应游客诉求。哈尔滨市市场监督管理局副局长郝良介绍,截至7月底,全市累计检查涉旅经营主体1760户次、特种设备使用单位81家,抽检各类产品446批次。“我们将持续总结推广特色监管服务经验,健全长效监管机制,持续擦亮哈尔滨避暑旅游城市名片。”郝良表示。

上半年

全国文化和旅游市场网上举报投诉处理系统接收旅游投诉数量

▼同比下降24.2%

▼环比下降31.4%

立案数量

▲同比增长49.3%

各地文化和旅游部门、主要互联网平台企业共清理涉嫌违规旅游产品及相关信息

25.8万余条

限期整改或封禁账号

8300余个



“潮州市骏晖旅行社有限公司通过短视频、自媒体等平台,以低于实际接待成本的团费价格发布‘潮汕壹号’旅游产品,向游客宣称‘纯玩零购物’,行程中委派未取得导游证的人员林某告提供导游服务,安排游客购物并收取购物店‘人头费’。”

“江西珑翔国际旅行社有限公司在短视频平台发布旅游产品,安排客服人员添加游客微信并沟通行程事宜,客服人员宣称旅游产品为‘纯玩团’,游客抵达集合地后,安排游客签订含有购物行程的旅游合同。”

为发挥典型案例示范作用,规范网络招徕行为,推进旅游市场强迫购物问题线上线下同步治理,日前,文化和旅游部选取了部分地区查处的典型案例予以公布。这既是对心存侥幸违法行为的警示,也是对消费者提高防范意识的提醒。

文化和旅游部市场管理司副司长余昌国介绍,旅游市场强迫购物集中整治开展以来,文化和旅游部与公安、市场监管、网信等部门协作,强化线上线下联合监管,完善监测、信访、转办、督办等线索台账,跟进核查处置,及时将涉嫌刑事犯罪线索移送属地公安机关,落实行刑衔接,督导推动案件办理,对重大案件线索进行挂牌督办,定期发布典型案例。2026年上半年,立案数量同比增长49.3%,查处涉及强迫购物的案件同比增长86.9%,对损害游客合法权益、影响公平竞争市场秩序的违法违规行为形成更加有力的震慑。

旅游投诉是衡量群众满意度的重要指标,也是反映市场秩序的“晴雨表”。文化和旅游部文化市场综合执法监督局副局长刘楠楠表示,今年上半年,通过现场交流部署、网络视频调度、专题督导调研等方式,推动各地贯彻实施新修订的《旅游投诉处理办法》,游客投诉更加便利,纠纷调处更加高效。上半年全国文化和旅游市场网上举报投诉处理系统接收旅游投诉数量同比下降24.2%、环比下降31.4%;内蒙古、青海等地上半年旅游投诉数量环比下降明显;转办督办案件线索1000余条,指导从严查处重大案件。各地文化和旅游部门、主要互联网平台企业共清理涉嫌违规旅游产品及相关信息25.8万余条,限期整改或封禁账号8300余个。

景区是提供旅游服务、促进旅游消费的重要场所。近年来游客反映部分景区存在管理服务等问题,严重影响了出游体验。加强景区管理是旅游行业乱象集中整治的主要举措,今年以来,文化和旅游部在旅游景区管理服务问题集中整治中,聚焦游客吐槽最集中、感受最强烈、反映最突出的问题,对涉及景区的网络负面舆情、游客负面评价进行数据归集和分析,梳理形成了景区问题清单,并对问题景区进行点名通报。

文化和旅游部资源开发司副司长魏立忠介绍,自通报以来,文化和旅游部与各地逐一研究景区管理服务问题与整改提升方案,要求景区坚持“游客有感”,将游客直观体验、真实评价作为排查问题、制定举措、检验成效的标准。各地成立工作专班,制定整改方案,积极推进整改。如山西陕西壶口瀑布景区实现“一票通”;壶口瀑布、武当山等景区实施惠民措施,下调了摆渡车收费价格;长白山景区调整了摆渡车设置,把选择权还给游客;江西龙虎山、安徽天柱山等景区优化了摆渡车线路,增加了摆渡车运力,缩减了游客排队时间等。其他景区也都开展了切实有效的整改措施。“下一步,我们将继续问需于游客,督促景区积极回应游客需求,持续加强问题整改,不断提高景区管理水平。”魏立忠说。

本版编辑 孙庆坤 美 编 吴 迪

问需