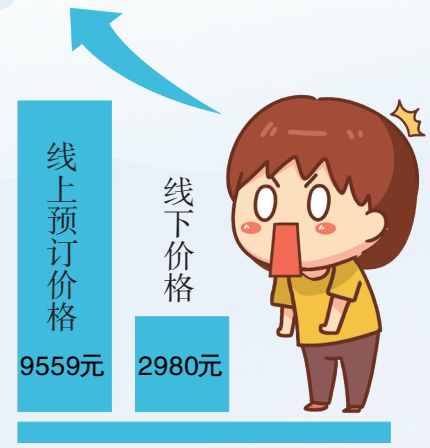
线上预订比线下贵 3 倍?订酒店这样避坑

今日女报 / 凤网记者 赵周舟 摄影 / 实习生 杨泠

暑假来了，旅游迎来高峰，酒店房价也跟着噌噌上涨。因市场供需关系造成的酒店房价波动，本来是很正常的一件事，但 7 月初，有游客发现自己在网络平台预订酒店的价格竟然是酒店线下价格的 3 倍。这是怎么一回事呢？出游预订酒店如何才能不踩坑呢？“旅行帮帮团”记者为你一探究竟。



投诉：酒店同房型线上预订竟比线下贵 3 倍

7 月初，带着娃前往上海旅游的俞先生（化名）在某 OTA（即 Online Travel Agency，意为“在线旅游”）平台预订了一间当晚入住的客房，房型显示为 46 平方米的外滩景观壮美客房，价格为 9559 元 / 晚。然而，当俞先生办理入住后，在宾客登记表格上看到的价格却显示仅 2980 元 / 晚，与自己支付的价格相差 3 倍。俞先生表示，订房当天是一个比较特殊的日子，所以这个价格他没有怀疑。但看到单子上写着 2980 元时，俞先生还是惊呆了。随后，俞先生向酒店和平台方面提出退房要求，却遭到了拒绝，被“踢皮球”。

对此，有网友评论表示，在网上订购酒店房间时，经常遇到同一房型价格不统一的情况，节假日的热门房间一房难求不说，有时候价格更是高得离谱，甚至会出现酒店官网上房源售罄，而平台上却显示有房的情况。还有网友表示，曾在平台提前订房，临近入住时被打电话通知，让他退单重新下单，而重新预订的房价比原来涨了好几百元。

而记者在黑猫投诉网站上发现，“平台酒店价格与实际入住酒店价格相差很大”的相关投诉有近百起。这里有什么内幕？

调查：价格差的内幕与绕不开的“第三方”

近年来，在线旅游平台越来越火，人们熟悉的携程、艺龙、去哪儿、美团、飞猪、青芒果、途牛、马蜂窝、驴妈妈等平台，都属于 OTA 平台。在这类平台，各旅游主体均可以通过网络进行产品营销或产品销售。其中自然包括酒店。

虽然酒店有自己的官方销售平台，但随着网络支付的普及，进驻 OTA 平台已成为酒店销售的一种常见渠道。

某在线旅游平台相关人士向记者表示，OTA 平台价格的不同涉及很多因素，除了市场供需情况造成的差价，酒店同房型在不同 OTA 平台售价略有差别也属于正常情况。即使在同一平台，不同的销售渠道也会造成同房型的价格差。

记者发现，在携程预订房间时，同一房间的链接后有多个价格供选择，其中一些会特别标注“由代理商提供”；在飞猪预定房间时，则会特别标明某个价格是“直营”。该人士介绍说，直营模式是酒店与平台合作，平台从房价中抽成；代理则是第三方代理商提前以一定的价格向酒店预订房间，之后再自己调价，上架 OTA 平台售卖。“当然，也有酒店在随行就市的情况下自己调整销售价格，而平台却未及时更新，或者供应商自己的定价造成价格略有差距，但价格相差巨大的情况还是比较少见的。”

相关业内人士向记者介绍，随着大数据时代的来临，酒店与 OTA 平台的捆绑关系越加紧密。通常酒店入驻 OTA 平台的方法有两种，一是酒店自主入驻，二是通过第三方代理入驻。

而因为价格相差比较大发生的争议事件，往往发生在通过第三方代理入驻的酒店。

通常情况下，酒店第三方代理是通过跟酒店商务合作拿到房间协议价，再挂在 OTA 线上平台，以低买高卖的模式进行销售，赚取中间差价。正规代理往往会将客房价格控制在合理区间内。像热门网红酒店或房型价格飞涨 3 倍的情况，是因为一些第三方代理希望从中牟取暴利，提前“切房”，导致酒店对价格失去了控制，从而造成价格失衡。

记者发现，曾有酒店第三方代理在广告中宣称“酒店第三方代理商可以实现月入 20 万”。

那酒店为什么还要通过第三方代理平台入驻呢?

记者了解到，通过 OTA 平台代运营的酒店，一般是小体量酒店或对 OTA 上线、平台规则、运营缺乏实践经验的单体酒店，他们把业务外包给第三方运营，在扩大销售渠道的同时能节省人力成本。此外，酒店自主入驻需要向平台缴纳入驻费，入驻多个平台就需要支出一大笔费用，通过第三方代理商入驻则不需要缴纳此项费用，而且第三方代理还可以为酒店提供专业的线上运营服务。

“每个平台都有自己固定的消费群体，消费者画像各不相同。比如，携程的客人消费能力较高；美团的客人消费层次介于中低之间且年轻人居多，大多喜欢酒店 + 就餐 + 娱乐的综合消费；亿客行的客人中欧美客人居多，出行计划较为提前；缤客则以东南亚地区的消费人群居多，对价格比较敏感……第三方代理可以针对平台消费人群的特性，制定不同的价格体系，这是酒店自主运营所无法具有的优势。”上述业内人士介绍。

价格差后面有一双用户不知道的手在操作。

支招：订酒店如何避免踩坑

不踩坑的假期才更美好。

在相关新闻报道的评论区，不少网友提到，大部分情况下都是 OTA 平台比线下便宜，遇到特殊节假日临时订房，也会遇到房价上涨的情况。

“一般 OTA 平台是帮助酒店平衡收益的一种方式，尤其对知名度不高的小体量酒店。通常平台会为了增加用户粘性，推出各种优惠价格与套餐，而酒店方为了防止价格倒挂象导致客源流失，会对 OTA 平台价格做一定的规定，但大多和价格下限有关。”上述业内人士解释，“有的时候会因不同平台商品库更新不及时而出现价格不对等的情况，比如某个平台便宜的卖完了只剩下贵的了，酒店涨价了，但是另一个平台看不到等”。

记者浏览几个 OTA 平台后发现，小体量、连锁酒店的代理商较多，一般在四五个左右，非热门节假日期间的单个房型价格波动范围在 0–150 元之间，而大集团旗下酒店多是直营，价格相对稳定。

长沙君悦酒店相关管理人员告诉今日女报 / 凤网记者，大集团旗下的酒店都有专业团队成立的对应部门来管理相关业务，同时跟各平台之间都会签署合作协议，价格直连，与官网保持一致。在这个前提下，各 OTA 平台发挥自己的优势与积累客户资源与酒店平等合作。

如何避免在订房时踩坑？该管理人员表示：“大集团酒店在各平台价格基本一致，更鼓励大家多用酒店官网或官方小程序订房，加入酒店会员后，平时参与会员活动获得的积分可以兑换房间，长久以往，比 OTA 平台更划算。”

“更习惯住民宿、连锁酒店的客户要多做点功课。”资深旅行爱好者王先生向记者分享了自己的经验，“可根据自己的需求，在多家平台上货比三家，选择价格合适且稳定的渠道来预定房间。”

地址：长沙市东风路 123 号 邮编：410011 广告经营许可证：4300001000070 印刷：长沙晚报利德印务有限公司 全年定价：198 元 零售价：4.00 元