

媒体评论

打击“不合理低价游”，
法律需长出“利齿”

林峰

“低价游,高价购”,是游客诟病已久的旅游业顽疾。近日,云南宣判首例持证导游强迫交易案,对涉嫌强制游客购物的被告人判处有期徒刑6个月,并处罚金2000元。量刑大小暂且不论,此案所释放出的积极信号不可谓不明确:整治“不合理低价游”,切断灰色利益链条,法律长出“利齿”才能大有作为。

“乘兴而行,兴尽而返。”这是不少人出门旅行的初衷。正是在山水之间、人文当中,人们尽享旅途的兴致。然而,“不购物被斥责辱骂”“不消费不给房卡”,定点购物、变相安排、诱导消费等负面新闻不断见诸报端,如此旅游,败坏兴致不说,长此以往,不仅会降低旅行社的口碑,也会抹黑当地的声音,不利于旅游业的长远发展。

有一种看法认为,需求决定供给,“不合理低价游”是市场选择的结果。的确,游客中不乏贪便宜者,行程上也难免会根据实际情况有所调整。然而,这与以低价游之名行高价购之实是两码事。“700多元的费用连外地到昆明的机票钱都不够,明显属于低价游。”尽管明知团费不够旅游成本,不少地接社仍然积极争抢客源,奥妙就在于他们通过不合理低价游招徕更多客源,以抽成的方式与地接社形成利益共同体,后者则根据“工作量”付给导游报酬,也就是收取购物回扣。“低价游、高价购”,成为摆在桌面上的“潜规则”。这样的利益链条,势必将所有费用转嫁到游客身上,这早已不再是健康有序的市场之举,而是涉嫌合同欺诈,有违

职业道德的违法行为了。

一个健全完善的旅游市场,既存在追求享受、强调品质的价值服务,也势必会催生物美价廉、打卡一游的“快销商品”。但无论如何,旅行的意义是“游”不是“购”,导游的职责是服务而不是强制交易,这是颠扑不破的行业准则。衡量所谓“工作量”的标准,不是消费购物的数量,而是贯穿全程的服务质量。此次宣判首例持证导游强迫交易案的意义就在于,强调从业人员依法合规的职业素养,震慑从业人员强制交易的不法行为,还旅游行业以风清气正。

从去年4月起,云南强力推进旅游市场秩序整治工作,明确禁止“不合理低价游”。数据显示,该措施实施一年内,云南受理旅游投诉同比下降46%,旅游投诉长期位居全国首位的局面得到根本扭转。这说明,只有让法律长出“利齿”,用行动彰显决心,紧紧咬住失序乱象,严惩针对游客的欺诈骗售,才能让整治有力度、出效果。当然,需要注意的是,打击“不合理低价游”不是打地鼠,不能一倒放松,而是需要全国上下齐心协力,通过多种手段、综合施策,才能斩断“不合理低价游”的利益链条,让旅游乱象无所遁形。

有人说,人之所以爱旅行,是为了享受旅途中的种种际遇。因此,打动游客的是细节,赶走游客的也是细节。相信经过此类案件的警示效应,能够遏制“不合理低价游”现象,游客可以宾至如归,旅游市场也可重回正轨。

(据人民网)

读者之窗

整治“低价游乱象”，
更需常态化

尚凡

近日,针对央视曝光的“海南不合理低价游”乱象,海口市立即就安排相关部门组成四个检查组,分赴被曝光的旅游企业,展开调查。

据悉,通过现场检查、询问、查阅电脑和档案资料,基本锁定了相关企业的违法事实,将依法从严从重处罚;还将举一反三,加大力度打击“不合理低价游”现象,建立严管重罚的长效机制,规范旅游市场秩序。闻过则改,海口市能当晚安排,并迅速锁定违法事实,可谓雷厉风行,值得点赞。

旅游中的“低价游”,早已不是什么新鲜事,对于此类事件,媒体也不乏曝光,且发生在海南的,也绝非头一回。面对这些“不合理低价游”,有关部门往往叫嚷着“取证难”,认为难以进行查处。

的确,这些隐身于旅游热潮中的“低价游”,如不深入实际,仅凭“例行公事”的检查,是难以认清其真面目的。加之,作为涉事旅行社,本是“有备而来”,不断推出新花样,为应付检查,提前准备好的文书资料已达到了“以假乱真”的程度。

不过,从海口市有关部门及时出击、迅速掌握证据的事实来看,整治“低价游”,不是无可奈何之事,而是有计可施的,但关键在于,这些有关部门能否深入到实地,敢不敢来场实实在在的检查,愿不愿意依法进行处罚。

“低价游”顾名思义,是其价格低于其成本,而身为企业的旅行社,无利之事绝不会做,这就说明“低价游”不过是招揽生意的幌

子,其背后必然隐藏着“强迫或变相强迫”的购物乱象。这样的陷阱不仅让游客受骗上当,损伤其合法权益,还扰乱了旅游市场,危害着城市的旅游形象,理当依法进行整治。

相关媒体派工作人员隐身于游客之中,暗中取证并通过媒体曝光,虽是整治“低价游”的有效方法,能引起社会关注,也能有效地调动相关方面的查处积极性,却并非长久之计。而要有效地整治“低价游”,理当建立长效机制,推行整治常态化。

笔者认为,通过实行划片分组,强化监管责任,随时组织相关人员,深入到游客团体和企业当中去,开展相关检查,一旦发现“蛛丝马迹”,立即组织力量深入调查取证,待查证属实后,勇于重拳出击,依法进行惩处,让违法者付出惨重代价不失为一个好的方法。

此外,相关部门还要保证游客举报途径畅通,积极支持游客监督;深入宣传相关法规,增强游客依法维权意识,奖励游客举报,激发其举报热情;同时有关部门要高度重视游客举报,力求做到有举报就有反应,并将查处情况及时向游客反馈;通过唤醒游客维权意识,铲除“低价游”滋生的土壤,让其无处遁形。

整治“低价游”不是一件易事,但只要有关部门勇于担当,切实履职,不断开动脑筋,亮出实招、狠招,深入推进整治常态化,这些“不合理的低价游”,必将逐渐销声匿迹。(据红网)

征稿启事

暑假快结束了,对于部分大学生而言,他们的暑期实习生活也结束了。日前,一项对2004名在校大学生进行的调查显示,78.2%的受访大学生正在进行暑期实习,69.8%的受访大学生大学期间已实习1~2次,23.3%的受访大学生实习过3~4次,2.7%的受访大学生实习5次以上,4.2%的受访大学生没实习过。调查还显示,61.5%的受访大学生希望企业与高校对接,为大学生提供更多高质量实习岗位。对于暑期实习,大家有什么样的看法或建议吗?欢迎大家来稿与我们交流。

如果您还有其它的关注点,欢迎告知我们,我们将根据关注点的热度进行策划。

邮箱:jswmt@163.com
3369157249@qq.com



暑期是旅游高峰期,各地的旅游市场也十分热闹,但其中也不乏一些“旅游乱象”。有些看似实惠的低价旅游团,却隐藏着不可告人的“潜规则”,令不明真相的游客上当受骗。近期,一些“低价游、高价购”等旅游失信现象被媒体曝光,引发社会公众的关注和担忧,给旅游行业敲响了警钟。本期,我们就来看看大家有什么样的看法或建议。

编者按:

警惕低价游中的“阴阳合同”陷阱

鲁元珍

暑期是旅游旺季,各家旅行社的优惠活动也轮番上场。这就更需要游客对一些“不合理低价游”的“陷阱”和“套路”提高警惕。不久前,媒体调查曝光了部分旅行社在组团时签订“阴阳合同”的情况,引起广泛关注。

据新闻报道,在有些地区,旅行社团买卖双方都习惯了低价格的市场,如果报价太高,游客量就会大幅减少。因此有时为了招揽顾客,旅行社收团时收取的费用和合同签订的价格并不相同。例如云南昆明丽江六日旅游的当地团,参考价格是2800元左右,但是在招揽顾客时实际可以优惠到1000元左右。据笔者了

解,之所以出现这样的情况,是因为如果合同上写的价格过低,就不能通过相关部门的检查。因此他们选择采取“阴阳合同”的方式,在用低价组成团以后,旅行社再将游客转给地接社,有些还会在当地再多次“转卖”游客,因此才会出现游玩内容与当初承诺的内容不相同,或者几天中有不同的导游带着游客游览和购物的情况。

近年来,各地出现了不少这样的现象。从前两年旅游部门曝光的不合理低价游典型案例可以看出,一些不合理低价游的重灾区,也一直是监管整治的重点地区。然而,正因为有这样的“阴阳合同”,所以,

部分旅行社一直用此方法来规避监管和惩罚。

所谓“阴阳合同”,就是旅行社与游客商定并签署虚假合同,合同签订内容和价格都符合规定,但实际上私下与游客约定并交付较低的价格,有些游客因贪图便宜就会配合旅行社签订这种虚假合同,并且,这种虚假合同是不具备法律效应的。

笔者认为,这种弄虚作假的行为成为了处于严厉打击下的“不合理低价游”继续大行其道的挡箭牌。旅途中一旦出现强制购物、加收费用、服务质量下降等损害游客权益的现象,游客就会陷入难以维权的境地。因为相关旅游部门规定,游客

如果在明知是不合理低价团的情况下,与旅行社签订虚假合同,需要承担法律责任,一旦被查获,不仅不能获得赔偿,还将受到处理。可以看到,游客贪图便宜与旅行社一同弄虚作假,不但违背了诚信的道德原则,也体现出自身法治意识薄弱。而某些旅行社以低价承诺、签订虚假合同的方式哄骗消费者、欺骗监管部门,更是严重扰乱了旅游市场秩序。目前,各地的旅游执法部门都加大了审查力度,严厉打击以各种形式损害消费者权益的违法行为,希望在多方的努力下,能够早日打造一个诚信、有序、公平、法治的旅游市场环境。

抵制“不合理低价游”
需多措并举 共同发力

张军停

笔者认为,当今旅游市场存在的“不合理低价游”之所以能绵延不绝,正是因为现实生活中确实有市场,许多消费者存在贪图便宜的侥幸心理,认为自己能抵抗得住诱导消费或强制购物,只要自己把持得住就没问题。所以,在一定程度上,是经营者和消费者共同助长了“不合理低价游”的风气。

旅游产品的品质是旅游业的“压舱石”。但是,要想从根本上解决“不合理低价游”乱象,还需要监管部门、从业者和消费者的共同努力。

对于监管部门来说,要加大执

法力度,形成监管合力,对各个不合理的低价旅游产品进行打击,发现一起,取缔一起,对发布和经营违法旅游产品的旅行社形成有力地震慑。拓宽监督渠道,积极发挥社会和媒体的监督作用,开通微博、微信、电话等举报渠道,加大对旅行社旅游路线和价格设定的监督、检查力度,严查隐藏在其中的坑人猫腻。同时,相关部门还要积极探索建立一套完善的旅游市场信用信息系统,加大违法成本,做到有法必依、执法必严、违法必究,维护市场秩序公平。

对于旅游从业者,还需从产品供给入手。“不合理低价游”表面看

起来是价格不合理,实质是商品的价值和服务没有达到消费预期,相关旅游从业者可以针对消费者的不同需求,建立起品质有保障、服务还可以把关注点从利润转移到提升服务,提升用户体验上来。提升了用户体验,财源怎会不滚滚来?物美价廉当然人人见爱,但“高质高价”同样也会有人买单。

对于消费者而言,我们必须能够自觉地抵制“不合理低价游”,了解“低价游”的危害,提高理性消费意识;擦亮眼睛,避免落入“低价游”陷阱。不要存有贪小便宜的心

理,明知道“羊毛出在羊身上”,却还心存侥幸。既然你没有为“机票”“四星级酒店”买单,就只能用高价旅游纪念品买单了。此外,我们在选择旅行社或者与旅行社签订合同的时候,一定要仔细甄别,选择合法、诚信度高的旅行社,千万不可贪图便宜,要知道天上不会掉馅饼,世上也没有免费的午餐,要防范“不合理低价游”背后的陷阱。

笔者相信,在相关部门的重拳威慑之下,在民众的支持拥护之下,在社会媒体的参与监督之下,根除“不合理低价游”为时不远,指日可待。

警惕虚假“旅游尾单”陷阱

周荣光

今年暑期,外出旅游被列入多数市民的生活清单,与此同时,“旅游尾单”“特惠”“冰点价”等系列促销字眼也让众多消费者应接不暇。

所谓的“旅游尾单”,是指旅行社在成团前未卖出的名额,或是已报名的游客临时退团闲置的名额。真实的尾单确实价格实惠,但真实的尾单不仅数量少,且大多会在旅行社内部消化。尤其是在暑期这样的旅游旺季,多数产品均供不应求,出现尾单的情况很少。而现实中,却有部分旅行社屡屡以“旅游尾单”为噱头,把消费者吸引过来后才告知尾单已售罄,转而推销其它价格较高的产品;还有的尾单只是预售,游客数量不足时会直接被旅行社取消……这样的旅游尾单显然不是“真实惠”,而是“假促销”,里面潜藏着各种陷阱。

笔者前几天就曾在新闻中看过一个“旅游尾单”陷阱坑人的实例:前不久,北京游客冯先生关注的一

个主打旅游尾单的微信公众号推出了一款6天5晚游云南的旅游产品,由于是最后两个名额,原本2000多元的团费单价只需900元。冯先生觉得挺划算,就报名参加,然而在旅行过程中却遭强制消费。一趟下来,冯先生比自己原本的预算多花了很多钱,他直呼“旅游尾单”套路太深,以后再也不敢捡这个便宜了。

仔细想一想,笔者认为,这些所谓的“旅游尾单”,实质上就是“低价游、高价购”的新变种。一些旅行社假装临时甩卖旅游产品以减少损失,实际其中隐藏着多种自费项目等诸多猫腻。目前,相关部门正大力治理“低价游、高价购”等旅游乱象,在这种情境下,部分旅行社却假借“旅游尾单”之名,“挂羊头卖狗肉”,其中的“变通”不言而喻。

因此,消费者在面对“旅游尾单”的诱人广告时,一定要多留一个心眼儿,以免“捡漏”成“捡雷”。而且,有旅游从业者已经说了,真的



“旅游尾单”一般不会大肆打广告进行宣传。如果“旅游尾单”多到需要打广告的地步,不仅容易惹上扰乱市场秩序之嫌,也容易造成其他消费者的心理不平衡。

此外,相关部门也要对“旅游尾单”加强监管。《消费者权益保护法》规定,消费者享有知悉其购买、使用的商品或接受的服务的真实情

况的权利。因此,以“旅游尾单”的名义搞“假促销”,不仅涉嫌以欺诈的方式误导消费者,还涉嫌侵犯消费者的知情权。相关部门一旦接到这类投诉,就要对旅行社的违法违规经营行为进行打击,发现一起查处一起,绝不手软,以维护消费者的合法权益。否则,明令禁止的“低价游”就会以此面目死灰复燃。