

旅游团种类繁多 “圈套”提前设计好

“零团游”“低价游”存在诸多合同陷阱

连日来,随着学校陆续放假,暑期旅游正在升温。据公开报道,今年暑期跟团游和自由行订单较2020年同期增长10倍以上。各大旅行社也是铆足了劲加大宣传力度,类似“省心、省钱、车接车送、玩的景点很值,还会有专业的讲解”的广告随处可见。

记者调查采访发现,如此种类繁多的旅游团,虽然满足了不同人群的需求,但也让游客们难以选择,甚至还容易落入旅行社或导游设计好的“圈套”中。

参团价格不尽相同
服务质量大打折扣

“我去三亚旅游时,特意报了高价团,5888元4天,但是我后来问同行的团友,才发现自己被骗了,她们在别的地区报名才2888元。”游客李艳说。

记者调查发现,在不同地区报名参团费不同的现象并非偶然,而是旅行社经过考量后的有意为之。

前不久,游客方芳去云南跟团游时,也发现了从不同省份报名的游客参团价不一样。“直到最后两天,我才偶然从导游的话中发现,原来旅行社对不同地区的游客是按照购买能力区分的。由于我来自购买能力强的某南方省份,甚至还被赠送了西双版纳的行程,其实就是旅行社希望我能‘买买买’。”方芳说。

对此,北京第二外国语学院文化和旅游政策法规中心副主任王天星表示:“这种现象在旅游业很常见,也很难说其不合理。因为不同地区的旅行社,在采购同一旅游线路或旅游产品时,由于采购的时间和数量不同,所获取的佣,得到的价格也不尽相同。因此,只要有正当理由,都属于市场行为,监管部门不会介入。”

“不同地区同一旅游项目的参团费相差较大,这是市场竞争造成的不确定性。旅游行业适用的是市场经济的游戏法则,因此在市场经济的同行业竞争下,一些旅行社为了增加竞争优势,可能会调整价格标准。”北京市京鼎律师事务所主任张星水说,不排除一些旅行社为了竞价压低成本支出,从而未按照行业惯例收取正常费用,这必然会导致服务质量下降的后果。长远看来,还会造成恶性竞争,导致劣币驱逐良币。

与此同时,记者调查了解到,从食宿行到游玩项目,不论是数量还是质量,旅行社都经常擅自降低服务标准。

“去泰国跟团一周游,说是住四星级酒店,其实跟200多元钱一晚的宾馆没什么差别。”游客祁佳佳说。

“去张家界专门报的高价团,说好的无购物,结果去了两个购物店;说好的免费餐突然没了;说好的6个索道和1个空中巴士,结果只坐了4个索道。还有10座的面包车搭载了15人,导游竟然给我们准备了小板凳。”游客张文倩说。

明明白白黑字签署了合同,为何大多数游客旅游后却觉得“合同就是个摆设”呢?对此,王天星认为:不同的人对同样的服务会有不同的感受和评价;同时,旅游服务具有无形性,这导致服务质量很难量化,因此给了旅行社和导游很大的操作空间。此外,旅行社为了弥补不合理的超低价旅游项目造成的亏损,也存在被迫采取这种下策的情况。

张星水分析说,现如今的旅游市场鱼龙混杂,一些相对劣质的旅行社过于急功近利,服务意识较差,只想节省开支增加收益,所以尽管双方签订了包价合同,也还是极易出现不诚信的违约行为。另外,旅行社的履约能力、履约资质也会对其服务质量造成影响。

导游推销软硬兼施
学生老人最易受骗

李佳慧大学毕业后在旅行社工作过两个月,她告诉记者:“所有的低价团去的景点几乎都免费,如果需要收费,旅行社会和景点对接,拿到很低的价格,这就导致跟团过程中一定会有购物活动,游客必须在店里待够一个半小时或两个小时。”

低价团购物点多,隐形消费高,其实早已是众所周知。也正因此,为了提高旅游体验,游客更倾向于选择高价团或纯玩团,然而很多游客在实际跟团的过程中却发现,购物仍是在所难免。

李艳说:“我们合同上标明了无购物店,但是旅行社把购物店换了个名字,就蒙混过去了。”

她举例说,旅行社将购物店写在行程中,但名字通常很像一个景点,游客很难辨认,而且标注有游览时间,这样带游客去购物店的时候就“有理有据”。

王天星认为,对于该问题应该一分为二地看待。如果是到国家批准的购物型旅游景区参观,就不能认为是旅行社偷换概念。但如果是将纯粹的购物点包装成所谓的旅游纪念品博物馆、旅游商品生产基地、某某产品展览馆等,其实质或者主要功能还是购物,那就是典型的偷换概念,属于违约。

不过,导游花样百出的推销技巧极易让游客卸下防备,从而无意识地落入他们设好的“买买买陷阱”中,尤其是学生和老年群体。

“我妈妈和姨妈舅妈退休后经常跟团旅游,每次回来都会带各种旅游特产,小到麻花、糖果、酱料,大到玉石、银镯、乳胶床垫……”李艳说。

“我爷爷婆婆跟团去广西,被导游忽悠花了3000多元买各种项链和镯子,但那条项链一看就是地摊货。”方芳说。

对于老年人容易成为上当受骗的主力军,张星水认为:“大多数老年人都退休已久,对社会的戒备心降低,防范能力较弱,外出时心态就比较放松,另外原则性也不强,所以很容易落入诱导型消费的圈套。”

而年轻游客由于拒绝诱导消费和强制消费的意识强烈,导致产品推销难度增大,一些导游为了提高收入,甚至对游客恶语相向。

游客王俊杰去云南旅游时特意预订了精品团,和旅行社反复询问后,对方表示绝不强制消费。“结果到了云南后每天都被拉去购物,导游软磨硬泡,非让你买,难听话一堆,说不买就是不要脸、占便宜。”王俊杰说。

同样是去云南跟团旅游的张帅说:“一上车导游就给我卖惨,并暗示旅行社有游客的个人信息,让我们多买点东西,就当是扶贫了。”

张星水认为,这反映出当前旅游服务门槛较低,从业人员培训不够严格和规范的问题。“一些没有经过系统训练的从业人员混进旅游市场,并做出了违背职业伦理的行为。针对这种情况,应对导游资质加强职业教育、行业培训和监督管理,提高行业准入门槛,扩大游客对导游提出批评和建议的渠道,从而让导游职业实现专业化和规范化,只有这样,欺行霸市、欺压游客的现象才会减少。”

王天星说:“这个行业混乱的真正根源不是旅行社和导游,而是无良的购物店,通过出售低质、高价且无标准的所谓特产、茶叶、金银饰品、玉器、药材等,借助高额回扣和高额返点,让旅行社以超低价吸引游客上钩,再通过与地方相关部门勾结,形成利益共同体。由此,购物引发的问题,不能完全由导游和旅行社承担,这是整个旅游市场的问题,各个环节都有责任。”

各个环节齐抓共管
推动行业健康发展

对于旅行团存在的乱象,王天星分析称,从世界范围来看,旅行社多数是小型企业。所谓的大型旅行社,是因为包含景区业务、酒店业务、地产业务、会展业务。就纯粹的旅行社业务而言,这个行业的主流就是中小型旅行社。“小型、微型旅行社由于人员少、成本低,导致在业务开展中底线也更低,更难兼顾长远。”

“所谓的‘零团游’‘低价游’,表面上看降低了游客的出行成本,提供了价廉物美的服务,实际存在许多合同陷阱,最后还是羊毛出在羊身上,游客的支出只会变相增加。”张星水说。

因此对于旅行社的挑选,王天星建议,要注重旅行社品牌,注重口碑,注意不要参加不合理的低价旅游团。尤其是签合同同时,应该注意合同条款要明确,双方的权利义务要对等,要看合同条款是否符合国家法律规定和国家政策,是否遵循社会公序良俗,是否包括终止合同、违约责任和解决纠纷的方式等内容,以避免受害者有过失缔约责任。签约之前,建议找专业人士或律师、旅行社的导游咨询一下,看合同是否公平合理。

“就从业机构而言,旅行社应制定合理的报价体系,既兼顾消费者的利益,又考虑到从业机构能够可持续发展的基础,从而达到一种综合的平衡。”张星水说。

行业内部自律固然是改善当前旅游业乱象的重要手段,但他律是自律的制度基础,行业自律离不开良好而严谨的制度和监督体系。

2013年,为保障旅游者和旅游经营者的合法权益,规范旅游市场秩序,保护和合理利用旅游资源,促进旅游业持续健康发展,第十二届全国人大常委会第二次会议通过了旅游法,并于2018年进行了第二次修正。

“现阶段其实是有法可依的,也是有明确的执法部门的,关键问题是如何做到有法可依,防止投机取巧的现象不断发生。”张星水说。

王天星认为:“今后,对于旅行社的监管必须加强,但是旅行社自己是无法控制整个链条的。整个链条中的关键环节不是旅行社,而是购物店和自费项目经营者,相应的监管机构也不仅是文化和旅游部门,还有市场监管部门。一旦发现存在违法犯罪行为,司法机关应严格执法、公正司法,这样才能还旅游市场一份安宁。”

“整体而言,为了这个行业的长治久安、健康发展和良性运作,必须加强规范管理的执法力度,提高执法标准,另外公众也可以从行业整顿的角度向非执法部门、政府立法机构等建言献策。”张星水说,“中国旅游乱象虽然是老生常谈的话题,但我认为在当前的法律制度下,政府有标本兼治的能力和路径。”

(韩丹东 陈祎琪)