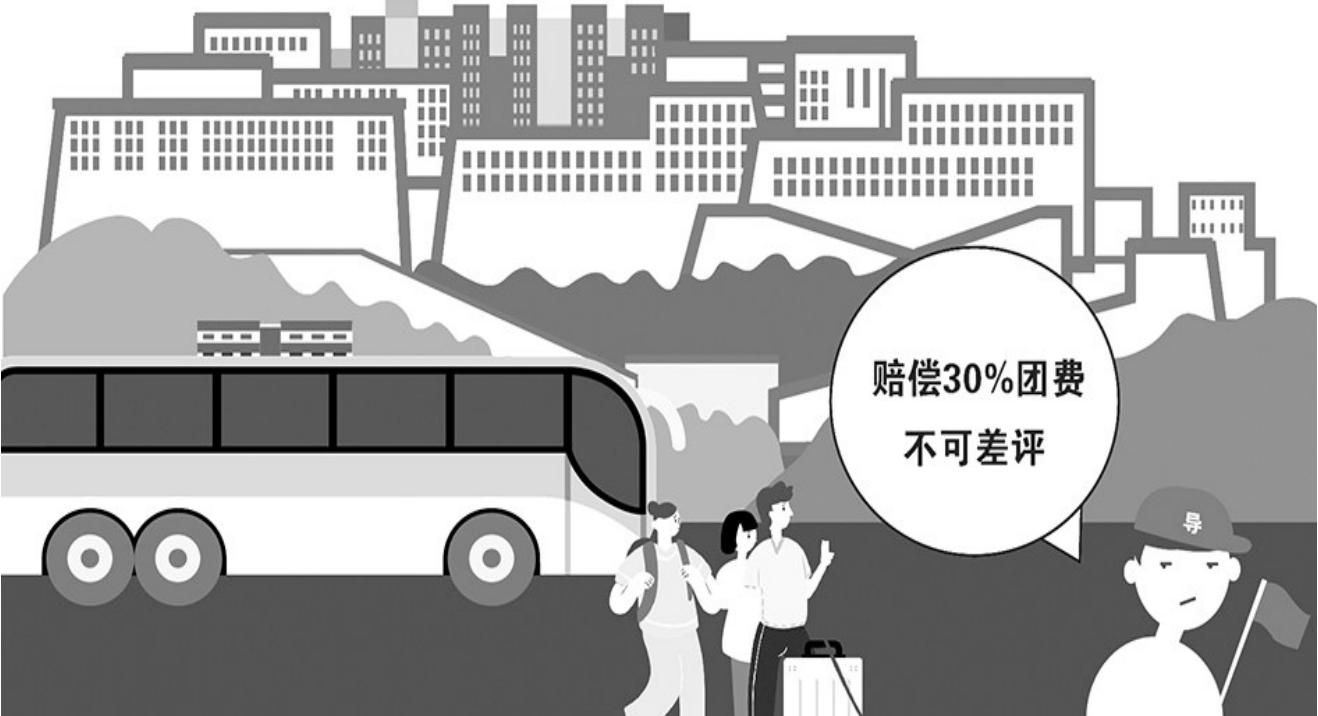


高价小团游变糟心自助行

供应商违规操作 平台能否置身事外？

日前，一则“国庆高价小团游变糟心自助行，还不许差评”的报道引起了业界关注。报道称，国庆假期前，某游客在马蜂窝平台上预订了一条“精致小团”线路。然而现实中，“精致小团”却成了“人在囧途”。更让游客生气的是，地接社表示可以补偿团费的30%，但提出了不得在平台上发布负面评论的要求。

地接社的这种行为是否违法？供应商违约，平台能否置身事外？对于类似情形，10月1日起施行的《在线旅游经营服务管理暂行规定》有哪些规定？



任思潼 绘

□ 本报记者 王玮

这名游客参加的是“西藏全景环线7日纯玩12人团”。据这名游客介绍，吸引其做出选择的是该产品在马蜂窝平台上位列某“优选好货热销商品合集”第一名，属于“精致小团”。原本以为多花点钱可以玩得舒心点，然而事与愿违，不但12人小团游变成了36人自助行，还因地接社不了解情况、酒店订不到、门票需垫付、行程没有提前安排好等原因，上演了一出“人在囧途”。更让这名游客和同伴气愤的是，在向消费者协会、马蜂窝平台多方投诉后，该旅行社表示可补偿团费的30%，但提出了不得在平台上发布负面评论的要求。

游客的讲述明确了以下两个信息：一是在游客报名时，马蜂窝平台上显示，“西藏全景环线7日纯玩12人团”产品由四川思鹿国际旅行社提供，由西藏那蓝旅行社提供地接服务。而事实上，那蓝旅行社并未按照在马蜂窝平台上承诺的“精致小团”标准接待这批游客，而是把这个旅行团转包给了一家包车公司。而包车公司的司机并非该旅行社员工，事先对这趟行程也不了解，于是在用餐、住宿、游玩等方面出现了一系列的问题。再加上地接社将3个这样的“12人团”凑到一起同时出发，便有了后来的“36人自助行”。

此后，虽然思鹿国际旅行社表示，愿意按照团费30%的标准补偿游客，但是提出了不能在马蜂窝平台发

布负面评价的要求。遭到游客拒绝后，该旅行社索性将引发游客投诉的旅游产品直接下架，让游客的差评无处可发。与此同时，有游客爆料，同一家旅行社提供的同款产品用了另一个名称又以满分好评的状态出现在马蜂窝平台。

有游客质疑，涉事旅行社是否触犯了相关法律？

“旅游产品属于服务类别商品，具有一定的特殊性。组团社将组建好的团队交由地接社接待，地接社再将涉及的服务项目转派给不同服务商承接，这在行业中是允许的。关键在于旅行社是否按照承诺内容保质保量地完成行程。否则，旅行社就涉嫌存在欺诈行为。”尚游汇董事长钟晖说。

北京第二外国语学院文化和旅游政策法规研究中心副主任王天星表示，这一事件中游客报的“7日纯玩12人团”属于包价产品。正常来说，12位游客与组团社之间签订的是包价旅游合同。在未得到12位游客同意的前提下，12人包价团成了36人自助游，这属于明显的违约行为。《旅游法》第六十九条规定：“旅行社应当按照包价旅游合同的约定履行义务，不得擅自变更旅游行程安排。”该法第七十一条规定：“由于地接社、履行辅助人的原因导致违约的，由组团社承担责任；组团社承担责任后可以向地接社、履行辅助人追偿。”

尽管直接将差评产品下架的行

为出自商家，但如此令人糟心的产品以高评价分姿态出现，马蜂窝平台是否可以听之任之呢？

对此，10月1日起施行的《在线旅游经营服务管理暂行规定》（以下简称“《暂行规定》”）对保障旅游者的正当评价权有明确规定。旅游者的“评价权”不容侵犯。尊重和保护消费者对于旅游产品和服务的评价权利，是旅游企业应尽的法定义务。

“对于商家为了保持高分制止游客给出差评的行为，作为在线旅游平台，马蜂窝有责任对投诉进行核实，以此来判断平台供应商是否存在违规行为。如果情况属实，马蜂窝也有义务保留游客的负面评价，并依照平台的相关规定对供应商进行处理。”北京联合大学在线旅游研究中心主任杨彦锋表示，针对供应商的行为，平台可以将游客的评论与供应商进行直接关联。也就是说，即便供应商下架了某一投诉率较高的商品，只要供应商还在平台内，那么负面评价就应在一定时间内存在，这样就能有效制止供应商通过下架商品来掩盖差评的行为再次发生。

此外，也有业者提出，平台应该反思，品质如此拙劣的产品为何会以高分出现在马蜂窝平台“优选好货热销商品合集”中。毕竟游客购买该产品是出于对平台的信任，并且十分依赖平台的推荐和评价。

记者了解到，《在线旅游经营服务管理暂行规定》实施后，平台内经营者出现违规操作，平台是无法置身

事外的。对此，王天星说，《暂行规定》第二十一条规定：“平台内经营者与旅游者发生旅游纠纷的，平台经营者应当积极协助旅游者维护合法权益。”据此，平台应依法履行职责，积极协助旅游者维护合法权益。

对于平台在知晓平台内旅行社严重违法、侵害旅游者合法权益，依然未采取措施的，《暂行规定》第二十八条规定：“平台经营者知道或者应当知道平台内经营者不符合保障旅游者人身、财产安全要求或者有其他侵害旅游者合法权益行为，未及时采取必要措施的，依法与该平台内经营者承担连带责任。”也就是说，在此次事件中，如果合法权益遭受侵害的旅游者提起诉讼，平台也要对旅游者的权益损失承担连带责任。

马蜂窝平台就此事回复中国旅游报记者称，目前，马蜂窝已经对该事件中思鹿国际旅行社的违规商品做下架处理，并要求旅行社限期整改。马蜂窝方面表示，将不断完善供应商管理体系，强化对供应商的法律法规培训，同时明确平台监管责任。对于不符合规范的供应商，一经发现严肃处理，绝不姑息。

采访过程中，多位旅游业者表示，在旅行社业务发生深刻变革的当下，广大旅游企业应该珍惜来之不易的市场机会，珍惜旅游业复苏的大好形势，珍惜旅游者的每一次慎重选择，诚信履约、合规经营，为企业、为行业赢得更大发展空间和更好的发展环境。

观点

旅游者评价权不应被“下架”

□ 王天星

如今，很多旅游者喜欢在出游过程中或是返程之后，将自己或朋友对于旅游经营者的服务、产品的体验发布到在线旅游经营者的评价系统。旅游者的这种评价行为大致可以起到三方面作用：一是作为其他旅游者决策的参考，并对旅游经营者形成有效监督；二是可以让旅游经营者知晓自己的长项与短板，不断提升服务质量；三是有利于促进旅游市场良性竞争，实现旅游市场的优胜劣汰。

鉴于旅游者评价的积极作用，《在线旅游经营服务管理暂行规定》第十三条明确规定：“在线旅游经营者应当保障旅游者的正当评价权，不得擅自屏蔽、删除旅游者对其产品和服务的评价，不得误导、引诱、替代或者强制旅游者做出评价，对旅游者做出的评价应当保存并向社会公开。”这一规定是有关部门针对不良商家人为删除“差评”的行为做出的禁止性举措，也是确保消费者监督权、促进网络交易市场公平竞争的必然要求。

喜爱好评、厌恶差评是人之天性，更是商家持续发展的本能。商家对差评感到不舒服进而希望将其删除、屏蔽的想法固然可以理解，但消

除差评的正确做法应当是有则改之、无则加勉，不断补齐自身短板、永续完善提升自我。这才是企业持续经营、健康发展之道。

上述案例，从表面看是平台内经营者的自主行为，其实质是对旅游者评价的“删除、屏蔽”。这种下架行为，不仅侵害了旅游消费者的监督权，还违反了相关法律、法规，相关部门、机构应当依法治理，同时对在线旅游评价的相关制度进行完善。

一是完善对于旅游消费者的保护制度。在网上给差评，和在现实中举报的性质类似。近年来，各地纷纷采取措施保护举报人，以免日后遭受报复。同样，在线旅游经营中也应对做出差评的旅游者予以保护。旅游者给出差评，往往意味着个人电话、住址等信息“被公开”。尽管旅游者在购买旅游服务，也需要向商家提供个人信息，但是在给出差评时，有关部门应采取技术手段，确保旅游者可以匿名差评，防止因个人信息泄露引发的“被报复”风险。

二是完善在线旅游经营者被恶意差评的救济制度。一个差评，无论客观与否，毁掉的可能是在线旅游经营者几个月的努力。正因为如此，在线旅游经营者才会如此介意差评。实践中，不乏旅游者因与在线旅游经营

者一言不合就通过评价系统发布差评的情况。而此时，在线旅游经营者往往出于种种顾虑不敢在网上正面回应。要消除在线旅游经营者对差评的芥蒂，有必要完善评价机制，明确恶意差评的认定标准，可以通过买家的交易情况、是否有习惯性差评记录、提交差评时的理由、是否存在同业竞争关系等因素综合认定，以此理顺在线旅游经营者被恶意差评的救济渠道。同时，对恶意差评者要坚决查处、严厉打击，提高其违法成本，将“职业差评师”驱逐出旅游消费者的队伍。通过完善制度，让差评真正成为促进在线旅游经营者不断提升服务质量的利器。

徒法不能以自行。有效保障旅游者的合法权益，促进在线旅游企业规范运营，贯彻“不得删除、屏蔽差评”之规定，既需要在线旅游经营者的自律，也需要广大旅游者依法理性发布评论，更需要相关行业主管部门的积极作为、严格执法。

（作者单位：北京第二外国语学院文化和旅游政策法规研究中心）



上海：城市深度“微游”受青睐

□ 郭亚芳 倪怡雯

10月21日下午，位于上海愚园路的米域广场传出阵阵琴声，身着红衣的女演奏家坐在钢琴前弹奏，不少路人驻足欣赏，有的跟着旋律打拍子，有人用手机录下这美好的时刻。

围观者中，一个由蓝色导游旗引导的团队尤为引人注目。正在现场的春秋集团董事、春秋旅游副总经理周卫红说，这是春秋旅行社挖掘第三届上海长宁愚园路历史风貌街区钢琴音乐节资源开发的城市深度微游产品——深“琴”漫步愚园路。

愚园路历史风貌街区是上海全域旅游特色示范区之一，这里不仅保留着浓郁的海派民俗风情，还隐藏着一段段令人回味的名人历史掌故。

当日，导游带领10名游客徒步打卡钢琴音乐节的六个节点。伴随着若隐若现的钢琴声，游客们在路易·艾黎旧居、宏业花园、岐山村、钱学森旧居、愚园路历史名人墙等建筑前驻足，聆听建筑背后的上海故事。

游客沈瑜表示：“我一直居住在上海，但对愚园路的历史并不了解，今天参加徒步游很有收获，不仅对愚园路上的海派文化更加了解，也对‘建筑是凝固的音乐、音乐是流动的建筑’这句话有了全新认识。”

背着双肩包，漫步上海街头，发现城市之美。疫情防控常态化阶段，越来越多的人选择在“家门口”领略上海都市旅游的魅力，也推动了城市微游不断走向成熟。

结合区域特色，春秋旅游推出了不同主题的微游线路产品，如“摄影

大咖带您游”——漫步北苏州路等摄影版微游，行程中不仅有随团导游进行讲解，还有专业摄影师为游客讲解拍摄技巧，手把手地教游客用手机拍摄“大片”。9月5日出发的摄影版微游首发团由春秋旅游优秀导游周俊和春秋首席摄影师许捷带队，他们带领游客走过衍庆里仓库、浙江路桥、上海总商会旧址、上海邮政大楼、乍浦路桥等“网红”点位。每到一处，许捷都会停下脚步，教游客运用曝光补偿等摄影技巧抓拍。半天行程结束后，游客的“九宫格”大片立刻传遍朋友圈。

“手机是每个人的必需品，所以我特别推荐游客用手机拍摄照片。”许捷说，“要拍一张好照片，光线很重要，因此我们的微游线路一般选择傍晚出发。”

国庆中秋假期前夕，春秋旅游推出的微游特别版——“迎接国庆节的第一缕阳光”不到两天就已爆满。不仅如此，春秋旅游还推出了欣赏一场话剧、参观一个艺术展览、体验一下京剧装扮等融入更多文化内涵的微游产品，后续还将推出“音乐与美”“走进永不拓宽的马路”系列小型音乐分享会等新品，让更多市民游客深度了解和体验上海文化。

展望城市微游的未来，周卫红说：“城市微游是一个可持续发展的项目。一个地方的历史文化积淀，包括建筑、艺术等等都将成为我们探索发掘的重点，未来城市微游的受众面也将进一步扩大，来自世界各地的商务人士及游客都可以利用碎片化时间参加微旅行，体验、感受上海这座城市的魅力。”



游客漫步愚园路 郭亚芳 摄

甘肃张掖：从“过境游”到“深度游”

□ 本报记者 张陇堂 文/摄

今年国庆中秋假期，来自浙江省杭州市的游客徐女士选择了甘肃张掖一地4日游产品。4天时间里，她游览了张掖所有的知名景区。“这样的一地深度游，不仅不用赶时间，还可以深入了解一个地方的风土人情，挺好的。”她说。

“4年前，在大多数游客心中，张掖出名的景点似乎只有七彩丹霞景区一个。很多客人途经张掖只游览七彩丹霞，而后就直接赶往西宁或者嘉峪关。而今，越来越多的游客也由传统的七彩丹霞半日游，变为平山湖大峡谷+七彩丹霞日落一日游、康乐草原+冰沟丹霞+七彩丹霞一日游等多种。”甘肃兰神国际旅行社（以下简称“甘肃兰神国旅”）总经理裴建宏说。

徐女士参加的是甘肃兰神国旅设计的张掖4日深度游线路，游览的七彩丹霞、平山湖大峡谷、肃南马蹄寺石窟、张掖大佛寺等都是具有当地特色的景区，住的也是当地的网红酒店——张掖富来登温泉假日酒店。

数据显示，与去年国庆假期相比，今年国庆甘肃兰神国旅接到的网络订单数量增长了20%，实现了人次营收双突破。其中，围绕张掖一地，本地人游本地、网红打卡、家庭亲子游、周边乡村游多种产品受到游客青睐。8人以内的小团、私家团增长率达到50%。

张掖市现有5A级旅游景区1家，4A级旅游景区17家，数量位居甘肃省第一。近年来，多家景区着重开发深度游项目。今年国庆假期十分火爆的七彩丹霞景区，其深度游线路不仅比常规游多出4个观景台，还提供专车专导服务；选择马蹄寺石窟景区深度旅游项目的游客，不仅可以欣赏绚丽的祁连山风光，还可以参观以往不为人知、北京时期的金塔寺石窟景区；平山湖大峡谷从2018年开始推出深度游项目，游客可以轻松游览峡谷全貌，省时、省力，还可以多游览两个观景台，自主选择走探险车道或是骆驼车道，体验不同的交通工具带来的别样感受。

同时，张掖市坚持文化和旅游深度融合，打造了一系列文化精品剧目。其中，大型文化和旅游剧《回道张掖》、实景剧《张国臂掖》《格萨尔王》等一批精品演艺剧目实现常态化演出，截至目前累计演出400多场次，延长游客停留时间2小时左右，提升游客消费近300元。

裴建宏说，随着疫情防控的常态化，国内游肯定会成为旅行社现在或者今后很长一段时间的重点业务，我们一方面强练内功，做好服务，提高游客的满意度；另一方面，开启周边游新玩法，通过整合历史文化和自然资源，加大对张掖、嘉峪关、武威和天水市等州市的本地深度游开发力度，同时，还要大力发展乡村旅游，突破传统旅游只去景区的框子，开发以村落为目的地的一日游或景区+村落的多日游产品，推出更多以民宿、体验为核心卖点的体验项目。



七彩丹霞景区的热气球项目。