

观察

借直播推销低价游难逃监管

□ 本报记者 王玮

云南省旅游执法总队日前在其官方公众号上发文提醒消费者：“云南6天5晚豪华双人游只要299元？当心‘不合理低价游’背后的陷阱。”云南省旅游执法总队在文中表示，按照云南省旅游行业协会、云南省旅行社协会公布的2020年云南主要旅游线路和旅游产品线路成本参考价计算，在不含景点门票和来回机票费用的情况下，该条线路的成本应为每人980元，而这款“2人299元游云南”旅游卡疑似“以购养游”产品。

近段时间，“低价旅游产品”不时出现在网红直播间。此前，在知名网络红人罗永浩视频直播平台的商品橱窗中，排在前列的就有“云南轻奢深度游6天5晚，仅需1498元”产品，且销量不错。对此，有网友提醒，正常游客到云南旅游的花费在3500元—5000元左右，卖低价游产品是一个巨大的坑。

当然，真正被带进坑里的是信赖网红主播的消费者。有业者表示，主

播直播带货的这些低价旅游产品很多都没有旅游合同。不仅如此，因为这些网红和他们合作的旅行社大部分都不在旅游目的地，这就给当地有关部门调查执法带来了一定难度。而且，直播带货涉及主播、商家以及平台等多个主体，目前，也没有明确的法律规范和责任界定，这也让消费者维权之路更难了。

“即便是网红带货，只要是涉及不合理低价游，就属于《旅游法》严格禁止的违法旅游经营行为，是国家各级文化和旅游部门严厉打击的违法行为。”北京第二外国语学院文化在旅游法规研究中心副主任王天星在接受本报记者采访时表示，从媒体曝光的案例来看，“299元游云南”属于典型的不合理低价产品，即便直播网红与合作的涉事旅行社不在云南省内，也不意味着国家现行的法律法规对此没有规范。文化和旅游部最近颁布实施的《在线旅游经营服务管理暂行规定》（以下简称《暂行规定》）对此有明确规定。具体来说，从网络主播通过平台直播

间销售旅游低价产品一事来看，作为平台内经营者的主播和作为平台经营者的直播间所属平台，都适用《暂行规定》来进行管理。《暂行规定》第十八条规定，直播间所属平台应当协助文化和旅游主管部门对包括不合理低价游产品进行管理，不得为其提供交易机会。《暂行规定》第三十六条规定，对直播间所属平台为不合理低价游产品提供交易机会的行为，县级以上文化和旅游主管部门有权责令改正，给予警告，可并处三万元以下罚款。涉事主播、直播间所属平台住所地县级以上文化和旅游主管部门有权对其进行管辖。不能确定涉事主播、直播间所属平台住所地的，由其注册登记地或者备案地、旅游合同履行地县级以上文化和旅游主管部门管辖。

据此，云南省文化和旅游主管部门有权对涉事主播、直播间所属平台的前述违法行为进行管辖，而无须移交给市场监管部门。

王天星建议，对于文化和旅游部最新颁布实施的《暂行规定》，各级

文化和旅游部门的执法人员应深入学习，把握其宗旨要义，严格履行《暂行规定》所赋予的职责，依法规范旅游市场，维护旅游者的合法权益，促进旅游业高质量发展。

北京志霖律师事务所律师赵占领在接受媒体采访时也表示，直播带货的表现形式符合电子商务法规定的电子商务的概念。因此，直播带货也受电子商务法、消费者权益保护法和广告法等约束。“主播承担法律责任有两种情况：一是为自己经营的产品宣传，这种情况下，其角色是产品销售者，若宣传内容虚假，则涉嫌构成欺诈，需承担假一赔三的法律責任；二是为其他商家做宣传，这种情况下，其角色是广告经营者及广告发布者，需要对作为广告主的商家广告内容的真实性、合法性尽到审查义务，否则要承担连带责任。”赵占领说。

也有业者提醒消费者，在选择、购买旅游产品时，要防范“不合理低价游”背后的陷阱，认清企业资质，签订真实有效的旅游合同，保证自身合法权益不被侵害。

组团人数不足，游客能要求退团吗？



邢子琦 绘

□ 黄恢月

案由

某旅行社组织旅游者参加旅游。在旅行社和旅游者签订的包价旅游合同中，旅行社和旅游者约定，成团人数为9人。然而，最终该旅行社只收到了4位旅游者。尽管旅行社可以按照约定解除合同，但综合考虑多种因素，旅行社仍然决定继续原有行程。

就在出团前几天，旅游者要求按照合同约定退团，理由是既然合同约定了退团条件，旅行社就当退团，否则就违反了双方的合同约定。旅行社告诉旅游者，团队的准备工作已经就绪，退团会有很大损失。然而，旅游者坚持退团。

研判

《旅游法》第六十三条规定，旅行社招徕旅游者组团旅游，因未达到约定人数不能出团的，组团社可以解除合同。但是，境内旅游应当至少提前七日通知旅游者，出境旅游应当至少提前三十日通知旅游者。

因未达到约定人数不能出团的，组团社经征得旅游者书面同意，可以委托其他旅行社履行合同。组团社对旅游者承担责任，受委托的旅行社对组团社承担责任。旅游者不同意的，可以解除合同。

《旅游法》第六十五条规定，旅游行程结束前，旅游者解除合同的，组团社应当在扣除必要的费用后，将余款退还旅游者。

那么，在上述案例中，旅行社到底有没有过错呢？我们要理清以下问题。

第一，旅行社和旅游者经过协商一致，签订了包价旅游合同，建立了包价旅游合同关系。只要旅行社使用的包价旅游合同文本为有关部门推荐的文本，一般均会在合同的约定中包含有关成团人数的约定，上述案例中的包价旅游合同也是如此。由于旅行社和旅游者成团人数不足，双方就旅游合同是否解除产生纠纷，该纠纷处理的最终结局，导致包价旅游合同关系或者因为全面履行而消灭，或者因为旅游者的退团而消灭。

第二，要看旅行社成团人数约定的来源。关于成团人数不足旅行社可以解除合同的约定，源于旅行社业务操作的特点。旅行社之所以会有较为优惠的价格，主要是出于旅行社的集团消费，旅行社以团队人数的“量”换取履行辅助人的“价”。所以，我们经常将旅行社组织旅游的行为称之为组团，即旅行社组织团队旅游。为了确保竞争优势，旅行社在和履行辅助人商谈价格时，必须保证团队旅游者的数量。这是旅行社在经营中都要面临的问题。

有鉴于此，在《旅游法》立法过程中，充分考虑到旅行社服务的特点，将旅行社组团服务的人数约定直接纳入法条，使之具有法律效力。也就是说，只要旅行社组团事先有关于成团人数的约定，只要出现了成团人数不足的情形，旅行社就可以解除合同。当然，为了防止旅行社滥用合同解除权，法条中也对旅行社解除合

同、且不承担违约责任的行为作出了时间上的限定。

第三，成团人数不足旅行社继续行程是否有错。回答是否定的。换句话说，既然有法律的规定，又有合同的约定，成团人数不足可以解除合同，这是法律和合同赋予旅行社的权利。按照通常的理解，权力可以放弃，也可以行使，放弃还是行使取决于权利人。为什么旅行社没有行使合同解除权，而是继续旅游行程，就是这个道理。

对于公民法人行为的约束，法律规定大致分为强制性规范和任意性规范两大类。所谓强制性规范，就是法律明确要求行为人为“必须为”或者“必须不为”，否则就会受到相应的法律制裁，比如承担民事责任、行政责任甚至是刑事责任。任意性规范，则给予行为人很大的选择空间，行为既“可以为”，也“可以不为”，最终行使何种行为，由行为人自己决定。上述法条中，关于成团人数可以解除合同的规定，就属于任意性规范，成团人数不足，旅行社可以解除合同，也可以继续行程。

第四，旅游者是否可以因成团人数不足提出退团要求。回答是否定的。因为法律有关成团人数解除合同的规定，是专门赋予旅行社的权利，旅游者不能因此要求享受同等权利，进而提出成团不足、旅游者也可以退团的要求，这是旅游者对于该法条理解的错误。对于旅游者顺着该思路提出的退团要求，旅行社可以拒绝。

旅游者不可以就成团人数不足提出退团，并不能否认在旅行社服务中旅游者的合同任意解除权。所谓任意解除权，就是旅游者不需要提出任何理由，也不需要考虑旅游合同是否开始履行，都可以按照自己的需求，向旅行社提出解除旅游合同的要求，旅行社也不能以任何理由予以拒绝。之所以会有旅游者的任意解除权，是基于旅游者对于旅游服务的接受，实际上和旅游者的人身自由紧密相关，如果限制了旅游者的任意解除权，某种程度上就是限制了旅游者的人身自由。

第五，旅游者提出退团的后果承担。有了旅游者任意解除权的基础，无论出于何种原因，旅游者都可以向旅行社提出退团，但旅游者必须为此承担责任。具体而言，在旅游者退团前，旅行社已经向履行辅助人支付的合理且必要的费用，必须由旅游者来承担。在实务中，旅游者往往会提出，旅游活动尚未开始，自己也没有享受到相应的服务，所以不承担任何旅游费用，这个观点并不受法律保护。

一旦旅游者提出退团，旅行社面临的难题是，旅行社应当举证合理且必要的费用已经发生，而且不能退回，即旅行社需要提供实际已经发生损失的凭证，而不仅仅是列举损失。除了往返机票凭证外，旅行社要想完成举证工作并不容易。所以，如果有旅游者提出退团，最理想的办法是力劝旅游者打消退团念头，否则在处理退团后续工作时，旅行社往往会处于被动。如果旅游者坚持退团，旅行社应当以最大的诚意和旅游者沟通，协商处理纠纷，避免最终走上法院。

（作者单位：浙江省文化和旅游厅）

跨年玩法更多样 安全仍是关注点

□ 本报记者 王玮

最近一周，“元旦去哪儿”成为各大OTA平台上最火的搜索词，用一场跨年旅行迎接2021年成为许多人的选择。

与往年相比，2021年元旦出游趋势有着明显的不同，以往喜欢到世界各地打卡跨年的人们，因为受到新冠肺炎疫情影响，纷纷选择国内游。这其中，“到北玩冰雪”和“到南方沐浴阳光”成为最受关注的旅行主题。

元旦假期，国内目的地深度游热度也迅速上涨。重庆解放碑钟声倒计时跨年、珠海长隆烟花跨年、乘西沙邮轮海上跨年、在海拔3000米的西藏徒步跨年、在“中国东极”抚远打卡“2021第一缕晨光”、在零下50℃的鲁鲁古雅使鹿部落落水成冰，让跨年需要“仪式感”的游客们有了更多的新玩法。

明年元旦游产品的性价比比较往年更加诱人。为了迎接新年，给予游客多样的出游体验，多地在推出内涵丰富的元旦系列活动的同时，也推出景区门票减免活动。与此同时，机票的价格也较往年有所降低。去哪儿的数据显示，元旦期间，国内机票均价同比降低近两成。由此，2021元旦跨年跟团游比去年价格更低。携程数据显示，元旦期间跟团游均价为1800元，比去年便宜25%。而品质更高、独立成团的元旦私家庭，均价仅3000元左右，同比降低40%。

从今年12月中旬开始，酒店业就进入元旦假期预订高峰期。携程数据显示，上海、北京、杭州、长沙、南京、三亚、广州、厦门等地成为元旦酒店预订热门城市，这些地方的酒店价格涨幅均值为20%。

对于需要仪式感的年轻人来说，在民宿里跨年是不错的选择。从木鸟民宿元旦民宿预测数据报告来看，今年12月31日，明年1月1日、1月2日、1月3日入住订单占比分别为4:3:2:1。

途牛数据显示，元旦出游主力军依然是中青年，46%的用户年龄在26—35岁之间，36—45岁之间的用户占比22%，56岁以上的用户占比15%。而25岁以下的用户相对较少，该年龄段用户多为学生，伴随着期末考试的到来，他们更多地将出游计划后移到寒假。

尽管元旦出游热度较高，但多个OTA的报告显示，“安全”仍是游客关注焦点。入冬以来，全国大部分地区天气寒冷，国内多个热门目的地的疫情防控形势出现变化，安全因素仍然影响着旅游消费决策。马蜂窝旅游研究

中心负责人冯饶介绍，受疫情形势影响，元旦小长假期间的旅游产品预订周期相应缩短，习惯了“说走就走”的年轻游客更加倾向于在出发之前才确定目的地，并在抵达目的地之后根据实际情况选择当地旅游消费。与此同时，游客的平均出游半径也相应缩短，人们会尽量选择可以短途自驾或私密性、安全性更高的出行方式。

携程大数据也关注到，相比往年，元旦期间，家人、朋友、同事等熟人一同出行占比增长10%。元旦私家庭选择率占跟团总人数比例，从2020年的10%提高到30%。有业者表示，相熟的人共同出游，可以降低因接触陌生人而感染病毒的风险。一些OTA也建议游客，元旦假期，尽量选择低风险地区旅行，并且做到实时掌握相关防疫信息。

福建旅行社深耕工业游

□ 李金枝 记者 吴健芳

“我们参观了永春老醋醋业有限责任公司的老醋生产车间，了解到了平时吃的醋是怎么生产出来的，还亲手制作了醋饼干、醋饮料、醋果冻等，体验不一样的醋文化，下次有机会我还要来。”近日，参加福建众信优游国际旅行社组织的“永春老醋生产探寻之旅”后，小团员张翔激动地说。

张翔参观的永春老醋醋业有限责任公司是福建省第一批工业旅游示范基地培育单位。永春老醋始于北宋年间，其古法酿造工艺传承已有千年之久，是“中国四大名醋”之一。近年来，该公司利用旧厂房与醋窖，打造了永春老醋文创园，设计了打翻醋坛、老醋最潮、古装醋作等12条精品路线供游客参观，新增了DIY醋饼干和古装穿越等新项目，让游客深入了解老醋文化。

“随着疫情防控进入常态化阶段，旅游产品细分化趋势更加明显，康养产品、亲子游、小包团度假产品越来越多，能够让孩子们寓教于乐的工业游也受到了越来越多家庭的青睐。”采访中，福建多家旅行社负责人表示。

福建工业发展历史悠久，不仅有服装、机械装备产品等重要的制造业基地，还有茶、竹木、陶瓷等传统制造产业。2016年，福建引进并推出观光工厂这一工业旅游形式，先后评选了97家省级观光工厂。

今年5月，福建省工业和信息化厅、省文化和旅游厅联合发布了第一批省级工业旅游示范基地名单，福建七匹狼实业股份有限公司、福建省三钢(集团)有限责任公司、百威雪津啤酒有限公司等9家企业上榜。

“公司已设立研学游学业务板块，深耕工业研学游等细分市场。”福建众信优游国际旅行社有限公司研学游事业部总经理张娜告诉记者，今年以来，该公司相继推出了“福州直升机航空基地研学之旅”“古田银耳生产探寻之旅”“武夷山茶业体验之旅”“永春老醋生产探寻之旅”“厦门古龙肉酱加工探寻之旅”“和声钢琴



福建三钢工业旅游区 景区供图

厂半日游”“福州茉莉花茶研学之旅”等工业研学旅游线路。“截至目前，选择工业研学游产品的游客近万人。”

“开发工业旅游市场，最难的是产品设计。每个工业研学旅行产品，都要与企业进行深入的沟通。要在有限的时间内，让游客更全面地了解产品的内涵。”陈彦羽说，以武夷山茶文化体验研学产品为例，为了让游客体验从采茶到制茶的全过程，他们与茶厂沟通，在茶园里专门开辟了游客采茶区，由制茶老师傅亲手教游客制茶，让游客更加深入地了解武夷山茶文化。

在设计研发工业游产品时，加入体验环节，提升游客的满意感是不少旅行社的做法。福建省旅游有限公司研学事业部经理张娜告诉记者，公司推出的福州春伦生态茶园体验之旅，不仅带领游客观赏独具特色的茶园风光，认识福建省稀有茶树品种，还可以到茶园采茶，前往车间参观、体验制茶过程，欣赏茶道歌舞，品鉴正宗的福州

茉莉花茶，了解福州茉莉花茶这一传统制作工艺。“这些环节吸引力强、参与度高，可以满足不同年龄段的游客需求，很受游客欢迎。”

采访中，记者了解到，在开发工业游市场过程中，旅行社也遇到了一些困难。比如，有的工厂或基地可供游客参观的项目比较单一，没有专门的工业游通道，工艺流程展示环节比较薄弱。很多工业企业没有专门负责工业旅游板块的部门或者人员；旅行社组织的工业研学活动常常是在周末、节假日，而工厂人手有限，工业游产品难以做大做强。

“下一步，我们将与省工信厅紧密协作，发掘和培育一批高水平、有特色、有影响、创意性强的文化旅游产品和项目，更好地满足游客个性化、多样化的消费需求。”福建省文化和旅游厅资源开发处有关负责人告诉记者，到2022年，福建将推动建设100个以上工业旅游景区点，培育20个左右省级工

业旅游示范基地，打造10条左右工业旅游精品线路，推动工业旅游新业态形成规模，不断做大做强福建工业游市场。

这样的规划也让旅行社对工业游市场前景更有信心。张娜说，下一步，将加大对具有吸引力的工业游产品的策划力度，推动企业充分挖掘工业旅游资源，把企业生产线变成研学旅游线，成为集工业游、学生游学、研学体验、亲子教育等于一体的工业游基地。

陈彦羽也表示，该社将继续以文旅融合为工业研学旅行的核心，与福建优秀的工业企业合作，共建研学旅行基地，并依托众信旅游集团全国直采优势与渠道优势，将福建最具代表性的工业研学产品，如“茶文化”“海丝文化”等体验类产品面向全国推广；培养研学导师团队，增强产品的专业度和含金量，吸引全国各地的游客在做好疫情防控的基础上，到福建体验深度工业游。