

热点追踪

旅行社恶意“甩团”事件后续

□ 王思超

近日,新疆发生多起旅行社恶意“甩团”致270名游客滞留事件,引发业界高度关注。

据了解,该事件发生后,新疆维吾尔自治区文化和旅游厅文化市场综合执法监督局(简称新疆文旅综合执法监督局)与相关单位组成集中调查组。经调查发现,涉案旅行社多指向熊乐国际旅行社有限公司(以下简称熊乐国旅)、新疆骏骋国际旅行社有限公司(以下简称骏骋国旅)。

来自新疆文旅厅综合执法监督局官微“新疆文旅投诉”的信息显示,2022年6月至今,涉及熊乐国旅恶意甩团或导致游客滞留的投诉屡屡发生。今年,又出现了多起与骏骋国旅有关的恶意甩团事件。

集中调查组发现,熊乐国旅注册地为海南省海口市,法定代表人为徐增标,注册日期2021年1月15日,注册资金5000万元,登记状态为“存续”,具备旅行社业务经营资质。骏骋国旅注册地为乌鲁木齐市经开区,法定代表人为朱兴春,注册日期为2022年7月22日,注册资本300万元,登记状态为“存续”,虽然有营业执照,但是没有获得文化和旅游部批准的“旅行社业务经营许可证”资质。

集中调查组曾赴骏骋国旅注册地址、登记住址实地调查,并联系所留电话,但均未找到企业法定代表人和工

作人员。通过备案信息及现有线索分析,集中调查组认为该社为空壳公司,实际由熊乐国旅工作人员操控。

截至目前,集中调查组已对两家旅行社立案调查。鉴于熊乐国旅、骏骋国旅涉案金额巨大,牵涉游客人数众多,已经涉嫌构成非法经营罪,集中调查组已将熊乐国旅案件线索移交海南省相关部门。骏骋国旅涉嫌非法经营案件正在与公安机关对接移交中。同时,内地多家旅行社涉嫌将旅游业务委托给不具有相应资质的旅行社、涉案导游涉嫌私自承揽业务等案件线索,也将移交相关省(市)文化和旅游部门处理。

为了严厉打击旅游市场不合理低价游、未经许可经营旅行社业务等行为,新疆文旅厅综合执法监督局多次发布通报。5月10日发布的通报提示新疆旅游企业勿与涉事旅行社合作,“请选择有资质的旅行社及合格的交通、住宿等旅游辅助人开展合作业务”。随后,新疆维吾尔自治区旅游协会、旅行社协会、导游协会等行业协会也都转发了此通报函。

在5月22日发布的通报中明确提出,旅行社恶意低价现象屡见不鲜。本次涉案部分旅行社发布新疆旅游产品宣传最低1980元/18天且买一送一,平均每名游客18天吃住团费不足千元(实际成本在4000元以上)。

业者说

切勿心存侥幸接低价团

□ 王思超

近日,来自新疆文旅厅综合执法监督局官微的一条信息,引发了业者的关注。“今年5月中旬以来,来自全国各地的多家旅行社与当事旅行社有合作,约有2000余人次将来疆旅游。”

有业者惊呼,如果上述两家旅行社的“甩团”行为未被发现,那么,又将有多少游客被“甩”?

新疆爱玩客国际旅行社有限公司总经理李会说,现在,确有一些旅行社仍在推不合理低价游产品、仍在接低价团。“只要收到客人,无论多低的价格,他们都敢接,这就是所谓的‘赌团’。而赌的关键就在于导游或者司机带游客购物能否盈利。如果依靠购物提成,地接社仍然无法盈利,这个团的接待质量自然难以保证。但是,并不是每个团都会赌,这也是一些旅行社心存侥幸接低价团的原因。”

不过,这样的旅行社毕竟是少数。新疆中国国际旅行社有限公司副总经理王茂怀说:“作为一家老牌旅行社,我们不会轻易与一家不熟悉的旅行社合作。初次合作的企业,只有预付80%的团款才会与之合作。合同中也会明确,完成接待任务后一周

律师说

警惕损害消费者权益新骗术

□ 本报记者 赵垒

不合理低价游是老问题,但眼下又有新花样。

中国旅游协会法律顾问、北京市易和律师事务所合伙人李川介绍,近期,在国内其他一些地方,也有类似新疆“甩团”问题发生。其本质是诈骗行为,甚至是刑事犯罪行为。违法分子有合作有分工,一些客源地的旅行社,特别是网上以旅游目的地代理商自居的不法旅行社,与旅游目的地旅行社勾结在一起,甚至是一伙,混淆经营主体,千方百计把旅游者引诱到旅游目的地。然后通过“狸猫换太子”——更换合同主体的方式,相互踢皮球,侵犯消费者权益的现象应引起高度关注。

通常,不法分子是这样操作的:一些不法旅行社通过互联网招徕,称有旅游目的地资源,也可解决大交通问题,还可为推荐较为便宜的当地旅行社。游客到达目的地后,再与当地旅行社签订一日游或多日游合同,但出发前要先交几百元不等的定金,用于预订门票等。到目的地再与旅行社签约,定金转为团款的一部分。网上的旅行社说得天花乱坠,承诺一大堆,但实际上,游客一交定金就

上套了。”李川说。

因为游客是跟目的地旅行社签订的旅游合同,与网上旅行社没有合同,网上旅行社只是介绍地接社、代收定金,也没收团款。一旦在目的地旅游时出现服务质量问题,在目的地投诉,人生地不熟,游客不可能待在目的地等着投诉处理结果,而且在目的地诉讼更是成本太高。如果回客源地图投诉,客源地图旅游主管部门管辖其他目的地旅行社也很困难。在这种情况下,客人是被动的,多数忍气吞声,或被迫使接受旅行社的自行调解结果了事。就算事先知道上套了,为了不让自己定金白扔了,也只能跟着走。行程结束回家以后,游客很可能还找不到最初联系的网上旅行社了。即使找到了也没法儿投诉,因为网上旅行社只负责收定金、介绍地接社或代卖大交通票,没有与旅游者签合同。目的地旅行社拿来的合同与网上旅行社承诺的内容大相径庭,还更换了合同主体。这是对消费者权益的一种损害,是新的损害消费者权益的经营模式。

“应进一步加大对此类行为的惩治力度。特别是对网上平台的监管力度,从源头抓起。”李川建议。

不合理低价游到底怎么治

□ 本报采访组



图虫创意 供图

套路多且深

岁的福建游客张女士告诉记者,在有了“去年报了一个价格便宜旅游团,刚上大巴车就被要求收取800元额外景区游玩费”的经历后,这次她特意选择了8000元/人的品质团去新疆旅游。但是,她身边有不少同龄人依然热衷选择带购物环节的低价旅游团。

“在他们看来,只要咬紧牙关不买就行了,毕竟这样的旅游团价格是很诱人的,体验不好也就忍了。”张女士说。

可是,“坚持不买”就能躲过一劫吗?明显不可能,不然也不会有“甩团”事件发生了。当然,问题的根源不仅在消费端,如果没有了这样的产品,消费者也就不会做出这样的选择。

“问题的核心有一部分在于那些为不合理低价旅游团提供支撑的旅游购物商店。”尚游汇文旅董事长钟晖一针见血。

在客人支付的团费中,包括组团社的招徕费以及地接社的服务费,其中也包括食、住、行、景区门票、导游讲解等接待成本。一位在旅行社工作多年的业者向记者解释道:“一般情况下,组团社是在地接社给的产品包的价格上,加上一定百分比的利润后,形成对外价格进行产品销售的。而不合理低价旅游团则是零团费接团,就是地接社在接组团社的团队时,分文不赚,只保成本价,甚至为了多吸引客人,给组团社的报价就低于成本价。”

那他们的利润从哪里来?那部分没着落的成本费用谁来补贴?“大部分是从这些旅游商店支付的消费提成来的。当然,这些旅游商店的商品价格远高于实际价值,游客买到的多数是自己并不需要或质价不符的商

品。为了让游客多购物,有的旅游团的导游都是旅游商店派来的。”钟晖说。

记者在采访中了解到,这种行为在业内被称为“赌团”,就是地接社用自己的利润可以从这些附加项目中赚取回来。但如果一旦地接社发现,团内消费力不足,旅游商店提的点补不上成本上的“窟窿”,就会选择“甩团”止损。

游客的旅游体验不好,对组团社的信任度会下降,其形象必然受损,为何有些旅行社还要卖这样的产品呢?有业者坦言:“目前旅游市场还在恢复当中,组团社提供的产品包本来就有有限。为了吸引客人,价格还‘卷’得让一大部分旅行社不得不使出低价策略,特别是那些资源有限的中小旅行社以及个体户,只能靠卖这样的产品引客生存,导致市场越来越乱。”

供给方的套路、销售方的无奈、部分消费者的侥幸心理……这一个个的连环扣真就解不开了吗?

已有突破口

海口市旅行社协会秘书长麦伟文告诉记者,新疆“甩团”事件发生后,协会立即发出对全体会员旅行社的执业警示提醒,要求各旅行社过滤合作客户、检查产品销售情况,杜绝不合理低价游上线销售。

“我们从未出现过导游‘甩团’现象。”海南康泰旅游股份有限公司国内地接中心总经理雨雨说。谈及经验,雨雨认为,除了选择优秀的、有较强实力的旅行社进行合作外,导游培训和培养也很重要。“公司的导游队伍从招聘、培训、选拔都有专门团队负责严格筛选,培训中我们会为导游树立正确的价值观和服务理念。日常考核也以服务为主,根据客人点评对导游进行分级管理,不同级别的导游薪酬不同。”

“很多地接社都以能进入到广之旅的供应商系统为荣。因为综合能力

不过关的很难成为我们的合作伙伴。”广州广之旅国际旅行社副总裁文爽介绍,广之旅有非常严格的地接供应商准入条件,并设定了相关的评分标准,还有完善的退出机制。每年,广之旅都会根据供应商接待游客的满意度对其进行考核,对于服务质量较差的供应商,会取消其准入资格。从资质合规、资源品质、服务能力到投诉处理效率,广之旅都有非常严格的审核和督导程序,强化对游客的出游保障。

日前,康辉集团执行总裁张楠在接受媒体采访时表示,未来,康辉将重塑品牌定位,要做有主题、有内容、有文化、有服务的旅游产品,不与低端市场拼价格,而要聚焦中高端服务内容。旅游市场的规范发展,强化监管、用良币驱逐劣币都是比较可行的方法,但是,如何才能将不合理低价旅游团逐出市场?

“除了紧正规旅行社头上的‘箍’,更要严厉打击没有旅行社经营许可证的‘黑’企业。治理行业乱象的同时,也要保证正规旅行社的合法权益。”有业者建议。

在马晓龙看来,消费者之所以有模棱两可的态度,还是因为“识破不合理低价旅游团套路”的宣传和警示作用没有发挥好。有关部门要不断进行宣讲,引导消费者选择有品质保障的旅游产品,别“贪小便宜吃大亏”。同时,设立畅通的投诉和问题解决渠道,第一时间解决可能出现的问题,要尽可能做到未诉先办、不诉自办。

采访中,多位业者表示,在市场复苏的关键期,决不能让不合理低价游这颗“老鼠屎”坏了一锅粥。经过多方面努力,一定能够构建起一个良好的旅游生态环境。

采访中,多位业者表示,在市场复苏的关键期,决不能让不合理低价游这颗“老鼠屎”坏了一锅粥。经过多方面努力,一定能够构建起一个良好的旅游生态环境。

采访中,多位业者表示,在市场复苏的关键期,决不能让不合理低价游这颗“老鼠屎”坏了一锅粥。经过多方面努力,一定能够构建起一个良好的旅游生态环境。

深度

挑选线路、确定价格、达成意向、签订合同、展开行程……对于经常跟团出游的游客来说,这套流程再熟悉不过了。可是,这其中也会藏着商家套路,一次自以为是去“薅羊毛”的“低价”旅程,竟被“随意变更行程”“宰客”“强制购物”“被滞留”等情况充斥着,这感觉真的大糟糕了。近段时间,面对旅游市场复苏过程中再次冒头的低价游,旅行社从业者、旅游行业管理者和游客不约而同地提出了一个问题:“不合理低价游真就治不了吗?”

直到看了网络上的“甩团”消息,今年70岁的赵先生和老伴才想通,明明参加的是300元/人的赴山东5日游特惠旅游团,为何到最后竟花出了上万元?这趟旅游,景点没去几个,购物店倒是进了不少,我们尽为那些动之以情晓之以理的‘都是为您的身体好’的话术买单了。”赵先生很是郁闷。

其实,赵先生的孩子是不愿意老人参团的。但是,赵先生坚称,这个信息是小区一家杂货铺老板在他们的团购群里发布的。这家店老板人好心善,待群里面像家人一样,他推荐的不会有问题。然而,事非人愿,这个杂货铺也在不久前搬走了。

“现在参加不合理低价旅游团的大部分是老年人。这些旅游团的招徕手段多变,但都擅于打感情牌,很容易获得老年人的信任。”有业者透露,小卖铺、菜市场、地铁站口等都是这些旅游团“引流”的入口。

采访中记者发现,还有一部分游客是“明知山有虎”仍要去参团的。65

在谈及不合理低价游为何屡禁不止的问题时,多位业者提到了同一点,相关管理机构对旅行社企业运营的监管能力还有提升的空间。北京联合大学在线旅游研究中心主任杨彦锋认为,在借助专业技能“过滤”掉不合理低价游产品方面需要继续强化。

“在个别‘甩团’事件中,出现了同一实际控制人注册不同企业开展相同的违法活动的情况,说明监管信息缺乏互联互通,这就很容易为非法企业违法操作留出空间。”北京市法学会旅游法学研究会副会长李广说。

记者了解到,针对上述问题,已经有一些地方做出尝试。日前,广西壮族自治区旅游市场秩序综合整治工作专班办公室印发了《关于深入开展旅游市场秩序综合整治的若干措施》,其中提出,要加快建设“一键游广西”智慧监管平台。严把旅行社组团关、合同关、接待关,全面推行旅游团队行程单电子化,实现对旅游团队运行全要素、全过程监督管理。

近日,北京市文化市场综合执法

“应进一步加大对此类行为的惩治力度。”采访中,业者们的观点是一致的,唯有让过失方体会到犯错成本太高,此类问题才可能得到有效解决。

广东省旅行社行业协会秘书长郑文丽认为,主管部门对违规旅行社应该根据相关法律法规进行顶格处罚,在业内起到震慑作用。“同时作为行业协会,我们也会将此类旅行社列入内部黑名单,在协会内进行通报,防止有会员有这样的旅行社合作。另外,我们也呼吁加强舆论监督,提高游客出游的警惕性。”

“这一顽疾在法律层面已有规制,旅游监管部门也是常年查处打击,但仍有的不法企业铤而走险,究其原因在于追责、处罚等多发生在事后,具有滞后性。”中国人民大学律师学院院长助理杨洪浦说。

考虑到不合理低价游具有涉及面广、传播区域大、社会关注程度高等特点,杨洪浦建议,旅游监管部门可以联合相关监管部门做好旅游风险的提前防范,通过大数据等新技术,对低价、虚假旅游信息进行排除,对发布信息

的旅游经营主体进行甄别,发现未取得旅游经营许可的企业或企业经营异常的,及时查处,或移交相关监管部门,同时发布旅游风险提示,警示旅游者不要上当受骗。

在李广看来,对这些非法经营主体,除依法进行行政处罚、追究刑事责任外,更需要加强信用管理,进行信用惩戒。2021年11月,文化和旅游部发布了《文化和旅游市场信用管理规定》,从信用信息的采集、失信主体认定、信用惩戒和修复等各个环节,对市场主体的信用管理进行了规定。“违法企业、违法个人就应当适用这个管理规定,对其进行相应的信用惩戒和信用公示,以强化警示震慑作用。同时,也向旅游者、旅游经营者共享相关信息,对其进行联合抵制,发挥联合惩戒的作用。”

“有关部门要通过信息技术手段,多措并举做好事前监管,事中监控、事

手腕要更硬

后处罚,让不良服务机构和相关法人有‘一旦投机违规有可能很难再在行业生存’的危机感,不给这些企业和个人‘换个马甲’就在全国各地流窜作案的机会。”钟晖认为,对于专门接待不合理低价旅游团的旅游商店,有关部门也应该严查严办。

“3年疫情对旅游供应链的冲击的确很大,恢复起来需要时间,这也让供方市场出现产品质量良莠不齐的情况。越是这个时候,采购方越是要擦亮眼睛,增强法律意识,严格遵守《旅行社条例》等相关规定。如果每个环节都把把关,不法企业就难有空子钻。”杨彦峰说。

此外,杨彦峰还提到了一点,在网络媒体盛行的当下,信息发布的渠道越来越多,旅游领域的产品销售也不再仅限于OTA。然而,不是每一个网络平台审核机制都非常健全,这也让一些非正规军有机可乘,在这些平