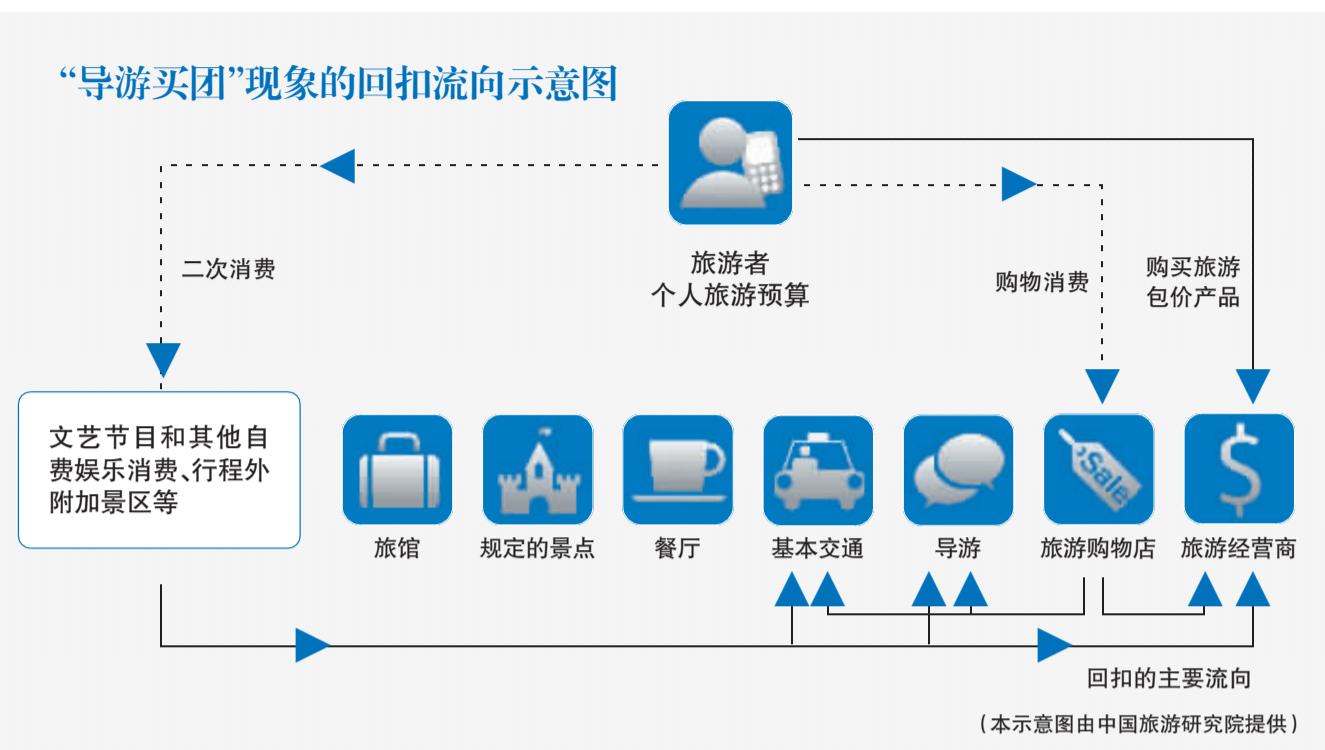


“导游买团”现象的回扣流向示意图



“如果在旅行社采购的过程中某个站点没有购物行程，而后自行增加购物行程，旅行社方面很难及时掌握情况，而根据新规，旅行社将遭到处罚。”神舟国旅集团公关市场部总经理郭玲梅对记者说。对于强制购物的重灾区“一日游”市场，环境国旅总裁钟晖表示，强制购物的核心是商店、中小旅馆。而这些并不在旅游行政部门的管辖范围之内。

专家表示，除了法律和行政的监管，游客单纯追求低价格的心态也是不法旅行社和欺骗性旅游产品能够存在的土壤。某旅行社负责人表示，自己的合法产品在竞争上和欺骗性旅游产品没法比。报价“低得离谱”的产品在中低端游客中更容易被选择。

郭玲梅表示，相对于国内游市场，入境旅游市场就规范得多。对此，北京新世界国际旅行社有限责任公司总经理张兰柱表示，入境游客在入境之前，都会通过本国代理联系中国具有相关资质的当地旅行社作为接待方，经过其本国旅行社的把关，以及游客自己在互联网上对旅游产品及服务旅行社的详细了解，其受到“野马旅行社”和违规操作的概率很低；而国内游客，尤其是北京的一日游游客在火车站、交通枢纽和景区等地报名的比例高，甄别意识不足，容易受到欺骗。在钟晖参与的一次违规旅游宣传牌清理活动中，在德胜门一地就清理违规宣传牌2000余块。消费

者，尤其是中低端消费者单纯追求低价的消费倾向，也助长了冒牌旅行社和欺骗性旅游产品的滋生。

游客可以 把好“第一道关”

对于旅游市场问题的应对办法，业内人士表示，首先是法律法规的完善和高效执行。按照全国人大旅游立法工作进度，今年“旅游法”有望审议通过。韩玉灵表示，“旅游法”的出台，有望从根本上解决长期制约旅游业发展的矛盾、问题，为推动旅游业持续健康发展提供法律保障。

杨彦峰表示，随着经济的发展和旅游消费者的成熟，旅游将越来越成为人们的一种重复需求，观光旅游时代的一次购买行为逐步为休闲度假旅游时代的多次重复消费行为所取代。旅行社所面对的顾客群体的特征发生了变化，如果只进行一次交易博弈，旅行社进行欺骗的激励就会非常强烈，如果旅行社预期交易重复进行，那么选择诚信交易的激励就会足够强烈，潜在的长期收益将会促使旅行社诚信经营。这个过程中，旅游需求一方的力量将逐步加强并引导旅行社这个竞争性的消费行业发展，只有满足消费者需求，尊重消费者权益的旅行社才能够生存下来，这是一个逐步淘汰的过程。郭玲梅也表示，随着重

复旅游消费率的提升，大型、传统旅行社之间，就“注重旅游体验是旅行社生存和发展的基本”已经达成共识。因为这是市场竞争的结果。

对于游客，专家建议，在报名前期，如果通过网上报名，一定要懂得甄别旅行社网站的真伪，在正规旅行社的官方网站上选择产品。如果到门店报名，要到有标识的正规门店，避免在火车站等交通枢纽和景区、商业街等场所报名。遇到被冒名最多的“国旅”、“青旅”等字样，要加强警惕。而涉及到具体产品的价格，如果产品并非全国性的大型旅行社，可以通过查看发团期间交通费用、当地同级酒店价格的简单计算，如果这两项“硬成本”远远超出团费，基本可以判定该团行程安排具有欺骗性。“购物和强制消费是不会写到行程单中的，旅行社绝不会让团费低于成本，羊毛出在羊身上。”某小型旅行社资深导游小刘对记者说道。

此外，带薪休假制度的落实作为“旅游法”关注的内容之一，也被认为是解决旅游市场乱象的手段之一。北京旅游学院教授、中国社科院旅游研究中心副主任刘德谦表示，目前“十一”黄金周和春节黄金周等时间段，游客过于集中，使得短期旅游资源相对短缺，形成卖方市场，不利于主管部门的监督管理。带薪休假制度的落实和黄金周数量的增加，或许是释放旅游消费、规范旅游市场的渠道之一。

中国式服务的
自救与图强

·旅行社·

行业看法

消费者遇到 侵权行为怎么办

北京市律师协会消费者权益法律事务专业委员会主任、北京市汇佳律师事务所主任邱宝昌提醒游客，在强制购物甚至限制人身自由的不法行为发生的过程中，游客一方面要注意通过录音、录像、保留行程单等方式保存证据；另一方面要和导游或领队据理力争、协商解决。如在旅途中不能解决问题，游客可以持证据向旅行社投诉；如在报团旅行社不能获得解决，游客可以向消费者协会、工商管理等部门、旅游质监所等行政管理部门投诉，也可直接向法院提起诉讼。

业内人士表示，游客在报团的时候擦亮双眼可以避免绝大多数违规旅行团。一方面，要充分利用网络寻找正规旅行社，以目的地为北京的旅行团为例，游客可登录北京市旅游发展委员会的官方网站，在上面查找“旅行社名录”，在名录中的旅行社均是有正规资质的旅行社。而且报团的时候，也要选择正规旅行社的官方网站，避免在火车站、商业中心等地报团；另一方面，签订合同的同时，可以粗略计算该团成本。“如果旅行社对一条包含两张以上门票的线路收费不到100元，收费绝对低于成本，游客基本可以做出判断，收取费用者要靠强制购物弥补‘损失’了。”一位资深一日游导游说。

·记者手记·

旅游问题是社会问题

随着我国旅游业的飞速发展，旅游从国人心目中绝对的“奢侈品”变成当前的刚性需求。旅游产品的消费群体也从精英和“先富群体”变成绝大多数人。“中国游客世界消费第一”、“各地黄金周游客再创历史新高”等字眼似乎宣告“全民旅游”时代已来临。

而随着旅游产业的一路高歌猛进，行业的立法、监管却明显跟不上节奏。一日游乱象屡禁不绝，欺骗性描述让游客在他乡苦不堪言。每到长假结束，“零负团费”、“强制购物”等老问题依旧占据着新闻报道的头条，“导游半途失

踪”、“夜宿大巴游轮”、“不拍照就受惩罚”等新问题层出不穷。以至于“旅行社”三个字让人“望而生疑”，成为游客尤其是大众旅游消费者不待见的关键词。不同的是，这样的报道，得到越来越多人的关注；旅行社“乱”的第一印象，在越来越多消费者脑海中形成。而这，是对行业的伤害，是对每一个诚信经营企业的伤害。

“野马旅行社”行骗几年，或是盆满钵满拍拍屁股走人，或是漂白自己挂上招牌，继续干着欺骗游客的勾当。旅游行政部门的监管，除了旅行社行业，不

能深入到上游的小旅馆、餐饮店、火车站，以及各个景区附近的商店，对于旅游产品的净化，还需要工商、税务、卫生、城管甚至是公安等部门的配合。旅游问题不是旅游行政部门的问题，而是产业链涉及餐饮、交通、工商管理等众多领域的社会问题。对于每个领域的严格执法，或许是旅游从源头、从上游得到净化的前提之一。而只有旅游行业和上述行业一起得到执法必严的规范，消费者才能从琳琅满目的旅游产品中选择一段轻松愉快的旅程。