



2016年旅游专项督查数据

联合 **12** 部委**40** 个工作组对 **31** 个省区市开展专项督查查处违法违规案件 **1324** 起处罚 **819** 家旅行社

不合理低价游整治数据

下架 **8000** 多条

涉嫌“不合理低价游”产品

原来,王女士所参加的旅游团在当天购物较少,导游的任务没有完成,因此边自扇嘴巴边说,“是我服务不好,让你们不愿意购物”。此种行为给同行游客带来较大的心理压力,王女士表示自己当时就坐在导游旁边,被他这一举动给吓坏了。实际上,王女士所参加的这个旅游团还算不上不合理低价,王女士表示,该团费总计2750元,包含机票、住宿、门票、餐费等。

“不合理低价游”遭严打

在上述种种套路之下,旅游业内频现问题,投诉不断。但在去年,国家旅游局再次出手整治“不合理低价游”,包括让旅游企业下架“不合理低价游”产品、组织开展整治“不合理低价游”专项行动等,甚至还与低价游重灾区的泰国联手整治。

2016年10月28日,在国家旅游局召开的整治“不合理低价游”情况通报会上,业内9家主流旅游企业受到点名批评。

2016年10月13日,国家旅游局官网刊文称,已印发了《关于组织开展整治“不合理低价游”专项行动的通知》,在全国组织开展为期半年的整治“不合理低价游”专项行动,并对各地进行督查,一大批“不合理低价游”产品被责令下架。各地多家旅游企业自觉抵制低价旅游产品,纷纷承诺守法诚信经营。

2016年10月14日,中国国家旅游局和泰国联合举办首届中泰两国旅游市场监管合作协调组会议,宣布中泰双方将沟通协作,打击旅游违法行为,提升旅游品质,共同整治旅游市场秩序。

另一方面,目前国内的导游制度也

在进一步改革,试图突破原来依靠购物返点为基础的制度,从而在链条中切断不合理低价游。就此,相关旅游政府部门以及相关旅企已经展开一系列活动,推动相关事宜的发展。

虽然政策上已经越来越严格,但仍有难点需要突破。旅游业专家刘思敏认为,目前在国内旅游市场所产生的问题,光整治表象是没有意义的。最根本性问题就是要利用有限的法律资源及执法资源,集中力量来打击强制游客交易的行为以及假冒伪劣商品。而要进行有效打击,就需要修改旅游法和消费者权益保护法,加大惩罚性赔偿的力度。刘思敏进一步建议,我国应将“不合理低价游”的处罚条款进一步细化,更具有操作性。只有在这样的情况下才能够降低消费者的维权成本,增大消费者的维权收益,提高消费者的维权性价比,以此来调动游客维权的积极性,共同参与到打击违规低价游的行动中来。

实际上,国家旅游局早对“不合理低价游”有警示:“不合理低价游”是经营者利用游客贪图便宜的心理低价揽客,而后通过欺骗、强制游客购物等手段非法获利。据旅游法第35条规定,旅行社不得以不合理的低价组织旅游活动,诱骗旅游者,并通过安排购物或者另行付费旅游项目获取回扣等不正当利益。

从吸客手段到毁客利器

以低价吸引游客,然后通过购物等获取利润,同时要依靠高频次的消费获取更多利益,而要想提高频次,低价竞争便成为有效吸引手段,由此成为恶性循环。而在这样的一个循环中,消费者

“看价下单”的消费观念成为其中一个环节。要改变这种行业情况,游客的消费观念亟须改变。

北京国旅总经理陈青勇在接受北京商报记者采访时指出,目前中国的旅游市场仍然不够成熟,旅行社对行业的引导也不足,同时在目前以价格为主导的旅游市场中,低价游就会产生各种问题,其中就包括“年龄附加费”。“目前行业已经开始好转,有些游客的消费观念正在成熟,但是仍有游客在选择产品时以价格为先导。”陈青勇说。

重庆旅业集团相关工作人员也对北京商报记者表示,依靠购物、自费的商业模式已经存在多年,尤其是在此前市场打响价格战期间,低价游尤为明显,不过目前随着行业的发展,这一情况已经比之前好了很多。“真正具有性价比的产品主要是包机、尾单、企业补贴的产品,其余情况下的低价游产品都会有很多问题。”

北京乐之源假日国际旅行社有限公司总经理杨冲对北京商报记者表示,目前老年人的消费理念还没有完全转变,不少老年人还是非常看重价格的,因此一条高品质的线路未必会在市场上受到欢迎。“实际上,产品并不是难题,旅游产品的设计和定制都不是难事,但问题是消费者是否买单。”

另有业内人士分析指出,不论政府采取了怎样的措施,最终还要等待国内游客消费理念发生转变。以韩国游为例,不少赴韩游的产品已经提前明确购物安排,而对于中国游客来说,购物确实是赴韩游中不可忽略的一环,而韩国政府也不断针对赴韩的中国游客推出更多优惠。专家表示,目的地的定位也助推了购物的发展,

日韩政府的很多宣传就是围绕购物,让游客认为当地产品物美价廉。刘思敏则直言,旅行社竞争激烈,游客也不乏贪小便宜者。消费观念的转变并非一时之事。劲旅网总裁魏长仁认为,低价、购物等现象的改观,需要等待居民收入的进一步增长以及消费者的逐渐成熟,5-10年将有新的转变。他还指出,在这期间,企业对旅游消费的推动影响并不大。

治理仍需时间

不合理低价游早已成为中国旅游市场的痼疾,即便被频频曝光甚至引发流血事件,这样的案例依旧存在。

不过,在经历多年的阵痛之后,国家旅游局以及各地的相关政府部门,如今有了更为严厉的整治措施,包括督促企业下架8000多条涉嫌“不合理低价游”产品、签署《诚信经营承诺书》等,更早之前,旅游局还就低价竞争多次约谈涉事企业。除了采取政策手段,一些市场化的手段也成为治理“不合理低价游”的新方法,比如,北京市如今正通过旅游公交的方式治理非法一日游乱象。

北京商报记者还从北京市旅游委处获悉,去年是旅游服务质量提升年,“不合理低价游”是整治的重点之一,今年,这一方面仍然会加严治理。然而,这其中仍然会有另一处痛点,即游客是否真的买账?究竟什么样的价格才是旅游产品的合理价格?正如上文中所说,消费者确实需要转变消费心态,拒绝不合理低价产品。但在北京商报记者此前的调查中,在市场整治后的一段时间里,虽然价格有所回升,但“不合理低价游”重灾区日韩游仍旧有不少猫腻,包括购物、飞机航班安排不妥等。