

约定的土鸡火锅变蛋黄派

# “低价×日游”都有哪些坑？



网络图片

近日,来自东北的游客林先生向记者反映,自己4月16日到云南丽江旅游,遭遇“低价一日游”的坑——页面上显示提供的“便携式氧气瓶”得自己出钱买,在导游不停推销下购买了好几瓶(60元一瓶);本应提供的午餐“土鸡火锅”变成了蛋黄派;被导游催促买横幅、坐电瓶车等,不买导游就给脸色看……

近段时间以来,旅游热逐渐升温。人们出行旅游,价格是最受关注的因素之一,一些旅行社也顺势推出了“低价×日游”产品。但在低价游过程中,各种纠纷不断。

“低价×日游”可能存在哪些坑?如何解决?记者进行了调查采访。

## 是否包含往返时间 旅行社应明确告知

前不久,游客赖先生在网上分享了自己的一段旅游经历,在低价购买了某旅行社一款“厦门五日游”产品后,结果发现真正游的时间不到4天。

赖先生与旅行社签订的合同显示,在行程开始前3日至1日,解除合同退团的游客会被旅行社扣除旅游费用40%的违约金。但合同里对于2月20日出发的准确时间并没有明确说明,系签订合同之后才告知赖先生,航班时间是2月20日晚,到达厦门的时间是2月21日凌晨1点。

赖先生告诉记者,前两天是跟着导游,根据出发前的行程单去各个景点游玩,第3天自由活动,而第4天原本计划下午4点40分从厦门返程,结果临时又提前到了下午一点返程,所以总的旅游时间也就4天不到,比旅行社宣称的5日游少了1天多。

对此,旅行社回复,“×日游”默认含往返时间,这是大家都知道的事实。但记者在调查中发现,很多旅行社的宣传和合同当中并未表明此内容,或者根本没有签订合同,在游客交钱后才告知具体的旅行安排。

“×日游”是否该包含往返时间?

对此,呼伦贝尔学院教师张婧认为,“×日游”是可以包含往返时间的,但旅行社应该明确提示消费者。游客作为消费者享有知情权,民法典明确规定了民事主体从事民事活动应当遵循自愿、公平、诚信的原则,而知情是保证公平、自愿的前提。

“旅行社和旅游者之间存在信息不对称问题。旅行社作为旅游服务的专业提供者,无论从专业或者从对其提供的旅游产品的熟悉程度来说,都更具有信息优势,相对来说,游客作为消费者处于弱势地位。为了保证信息上的公平,旅行社有义务提前告知。此外,旅行社在与消费者签订合同时,为了便利,往往会使用格式条款。而旅行社作为格式条款的提供方,相对来说处于强势地位,多数情况下,‘×日游’含往返时间对于消费者来说属于不利条款,对消费者来说有重大利害关系,所以必须在合同中明确提示。”张婧说。

此外,记者发现,很多“低价×日游”中保证的“高质量服务”,往往成为空谈。

## 承诺内容无法兑现 商家涉嫌虚假宣传

今年1月,安徽省合肥市的吴先生在某旅行社直播间购买了哈尔滨雪乡行程,尽管合同中有一条明确预约后不可退款,因为价格特别合适、游玩品类丰富,吴先生还是在购买后立刻预约了时间。但当1月下旬来到入住酒店和工作人员签订合同时,吴先生才发现有很多内容和直播间宣传以及与旅游管家沟通时完全不一样。

“出发前,本来说下单后有管家一对一服务,结果只是有人加了我微信给我发注意事项。直播时承诺到哈尔滨住的是五星级酒店,而到地方发现属于出行App自行评定的四钻酒店,并非宣传的五星级。”吴先生说,不仅如此,在去雪乡游玩时,旅游管家一直说就住在雪乡,实际上住的却是距离雪乡几十公里外的二浪河,住宿条件很差,而且住宿为拼房,不是承诺的单人间。

“还有,当时承诺的全程包航空座椅小型旅游车,实际上是大型旅游车,车内汽油味很重,旅游合同中包含的温泉没去成,给出的理由是锅炉坏了,而这方面费用也没退。有一天,午餐一桌13人只有6个菜,合同中写明的是一桌10人至少8菜一汤,到最后一天干脆午餐都没了。合同中说只有两个购物店,实际上带我们去了4个。”吴先生说,如果不是已经到了旅游地而且没法退款,他是肯定不会选择去遭罪的。

中国科学院地理科学与资源研究所旅游研究与规划设计中心总工程师齐晓波认为,关于旅行社多项承诺内容无法兑现,应当认为其存在虚假宣传和侵权行为。如果确实过程中遇到特殊情况,需要临时调整住宿、就餐标准,如低于原标准,应退回差价;若取消个别景点,应提前或及时向游客说明原因,取得游客同意,退回景点门票或更换其他相应景点等。

“如果旅行社存在虚假宣传的情况,预约后不给消费者退款是不合理的。”张婧说,一方面,如果已经订立合同,消费者可以根据旅行社的虚假宣传行为主张违约责任。根据违约程度不同,情节轻微的消费者可以主张违约责任,严重的可以主张合同无效。另一方面,诚信公平的原则是贯穿整个合同始终的,即使尚在磋商阶段,还未订立合同,旅行社也有诚信的义务,如果因为欺诈误导导致消费者信赖利益的损失,消费者可以主张缔约过失责任。因此,在商家虚假宣传时,消费者是要求退款的,只是具体的退款额度要视具体情况而定。

## 提供虚假宣传信息 直播平台应当担责

直播平台对这些涉旅游虚假宣传的商家是否负有相关责任?

在张婧看来,直播平台应当负责。直播平台在进行宣传前,有义务对旅行社的资信及其提供的旅游产品进行审核。如果直播平台未进行审核,提供虚假宣传信息,直播平台应当与商家一起承担连带责任;如果直播平台已经进行了合理的事前调查,但旅行社故意欺骗,直播平台可以先向消费者承担责任后,再向虚假宣传的旅行社追责。

记者发现,“低价×日游”存在的各种问题实际上这些年来一直存在,这些问题为何迟迟得不到根治?

张婧认为,旅行社面对激烈的竞争会通过低价吸引消费者,再通过“二次消费”弥补低价损失。消费者容易被低价吸引,部分消费者抱有侥幸心理,认为即使低价也可以享受高质量服务。同时,监管上难度较大,因为旅行行业监管不仅涉及文旅部门,还涉及市场监管、电信等部门,需要各部门相互配合,形成合力。

针对“低价×日游”存在的问题,该如何进行整治解决?

齐晓波认为,首先应该从源头上予以打击和遏制,主管部门应该进一步规范旅行社管理,严惩旅行社的违规行为,尽快出台关于“低价×日游”的相关管理细则,一旦发生违法违规行为,旅行社组团方、地接方、涉事导游都必须予以严厉惩罚,提高犯错成本,从源头遏制乱象频现。

接受采访的专家认为,除了遏制不合理低价游之外,相关部门还应积极作为,满足游客“低价高品质”出行的愿望。

(据《法治日报》)