

变相强制游客购物 宣称低价陷阱不少

一些跟团境外游成了“境外购”

游客花钱买罪受 被轰进商店购物

经历过一次体验感极差的出境跟团游后,家住浙江省嘉兴市的林巴决定以后出去都选择自由行。今年五一假期,林巴和家人报团参加了泰国5天4晚游,“当时想着第一次去国外,还是报团比较放心,而且旅行社提供的旅游产品和价格都比较合适,参团后交通、住宿等也会比较省心”。

根据旅行社提供的信息,这趟旅程包括两个购物点,行程丰富,且承诺无任何强制消费,可到达当地后,地接社变相强迫消费和购物让林巴十分无奈。

刚上大巴车,中国导游就要求林巴和其他游客给他和泰国助理、司机小费,并提醒每天住的酒店也要准备小费。第二天,林巴一家并没有如愿前往旅游景点,而是先后到了珠宝购物中心和卖药的毒蛇研究中心。在购物中心,林巴看到那里停着多辆载有中国游客的大巴车,团里没有兴趣进门逛宝石的游客会被导游“轰”进去。

次日下午,大巴车开往芭堤雅,预计游玩两天。去的路上,导游安排好了这两天的行程:先去看人妖秀,每人600元人民币;再去东方公主号参观,每人500元人民币;然后吃燕窝,每人300元人民币。“导游让车上的人填单子报名参加,结果没有人报名又把单子传回去了,导游就开始阴阳怪气地说话,很难听。到了芭堤雅的酒店,已经是晚上10点。”林巴回忆道。

面对记者为何不维权的疑问,林巴直言:语言不通、周期太长、流程烦琐、维权成本高。

记者采访发现,除强制购物外,近年来出境跟团游暴露出的问题不在少数。

江苏常熟人李凯则在出境跟团游时遭遇了“二道贩子”。此前,他在旅游App下单了一次日本精品小团舒适游,付款前他多次询问整个团有多少人,客服每次回答都是15人内;付款后,他被告知“加入的是当地拼团游”,人多时每天有20多人,几乎每天都在拼团,导游和司机换来换去,具体行程也要到出发前一天才会得知。

李凯后来才知道,自己是被“卖”了:花钱买的不是一个旅游团,而是一个“二道贩子”将自己转手卖给了当地旅行社,对方每天报名参加不同的当地一日游。

“没说‘不交费会打死您之前’请安静。”近日,一则泰国导游疑强制要求中国游客购买原定行程中没有的自费项目的视频引发社会关注。不少网友吐槽称:想走就走的出境跟团游没有那么简单。

随着商务旅行、探亲访友、毕业旅行、暑期研学游等出境旅游需求不断释放,一些游客在出境跟团游过程中遭遇“人在囧途”,权益受损的同时面临维权难的尴尬。那么出境跟团游到底存在哪些“坑”,又该如何避“坑”?



网络图片

直播低价猫腻多 恶意串通需担责

记者调查发现,出境跟团游遇“坑”的很多人中,有不少是在平台直播间购买了低价旅行团购产品。

今年5月底,河北秦皇岛人林玲在某直播间购买了一款比原价便宜1万元的埃及舒适游,玩了一圈回国后发现这趟看似省钱的旅行实际异常昂贵。“隐藏在费用说明里的强制消费太多了,比如4999元的价格不包含机票,还需要支付往返机票6000元,落地签证25美元,全程住宿单间差3000元,司机导游服务费1000元,国内各地往返联运1000元,这么算下来和打折前的价格并无差别。”

仔细研究旅游路线后,林玲还发现了其他“坑”。比如将必打卡的景点定义成自费项目,还有些自费项目被导游包装成“此生必玩”“此生必去”。而且利用信息差标价昂贵,比如玻璃船标价80美元,实际市场价30美元左右;出海船票标价70美元,实际只需要50美元。

“最离谱的是阿布辛贝神庙,门票50元人民币,导游直接开价150美元/人,实际收了130美元/人;埃及必去景点卢克索帝王谷,8美元的门票收了65美元,结果为了省时间带我们看的都是最小的墓穴,半天才能逛完的景点一小时快速结束行程。”林玲吐槽说。

记者注意到,直播间号称低价游实则高收费的旅游产品还

有很多,比如一款迪拜6天4晚游,精品纯玩0购物,含往返机票、全国联运的旅行团,费用说明中就写道:不含境外司机导游服务费,1000元/人,分房时产生的单间差2000元/人,电话、付费电视、行李搬运、饮料烟酒、洗衣等项目费用都要自己承担,算下来要比正价迪拜旅游产品还要贵很多。这样的导游小费、司机服务费等在欧洲、东南亚等旅行团的额外收费项目都有体现,很多主播在介绍时要么略过,要么会保证不含其他费用,一些游客往往因为没有注意到相关信息而稀里糊涂报了名。

值得注意的是,一些直播间的费用详情中并不包含附加费用,很多费用都是旅行开始后在旅途中收取。那么境外跟团游的额外费用是否合理?

“如果直播平台与旅行社恶意串通故意虚假宣传,误导消费者,旅行社和直播平台应承担无限连带责任。如果直播平台已经作了尽职调查,受旅行社蒙蔽而给旅行者带来损失,则应当承担一般连带责任。”呼伦贝尔学院讲师张婧说,旅行社的主播如果与旅行社之间存在劳务关系,那么主播在履行职务过程中产生的责任还是由旅行社先行承担。如果不存在劳务关系,而是属于代为宣传的合同关系,恶意宣传的主播要承担无限连带责任。

合规建设待加强 监管指导须跟进

这些在线下被整改多年的问题旅游产品,为何到了线上仍

然乱象频出?

一位北京的旅游博主透露,传统的收客渠道都是通过门市或同行收客,在门市这一环,客户能够了解到这个团的品质大致是什么情况。但是在直播间,很多时候主播也不了解这个产品,明明是一个“性价比产品”,却被包装成了“品质产品”。去欧洲游一周,花了两万元,却让游客住偏远的酒店,游客不吐槽才怪。不少旅游产品就是在引导大家购物的“灰色地带”赚钱,但直播间并不会体现这些,产品详情和主播介绍全是好的方面,并没有把产品的真实情况全部体现。有些地接社坦言,对平台引流的用户多收钱,就是因为信息差。

如何才能让选择出境跟团游的游客少踩“坑”、不踩“坑”?

张婧说,从监管部门角度而言,为保障游客的合法权益,一方面,可以通过建立和完善境外旅游信息平台,加强对游客安全信息、出境渠道、境外援助和自我保护意识方面的教育;另一方面,要加强对境外旅游服务机构的监管和指导,督促企业定期排查其境外旅行产品和境外合作伙伴,及时下线不合格产品,及时终止与不称职境外合作伙伴的合作。

“国家对于境外旅游的监管可以从几个方面入手:对国内从事境外旅游服务的旅行社加强监管,因为旅行社有义务安排符合法律法规和合同约定的境外服务;文化和旅游部门与外交部积极合作,共同维护我国境外游客的人身财产安全;进一步加强境外旅游监管的国际合作。”张婧说。

专家认为,旅游行业从业者应当进一步加强自身合规建设,守法诚信经营。旅游行业的相关行业组织,也应当进一步发挥行业自律的积极作用,促进旅游产品的透明化、标准化。

“中国游客前往境外旅游,应通过中国领事服务网、‘领事直通车’新媒体平台关注外交部和中国驻外使领馆发布的领事提醒,了解目的地的基本情况和安全形势,避免前往安全风险高的国家和地区。同时应提前掌握中国驻当地使领馆领事保护与协助电话,及外交部全球领事保护与服务应急热线联系方式,必要时及时拨打电寻求协助。”北京德和衡律师事务所高级合伙人马丽红提醒道。

(据《法治日报》)