旅游 休闲 2017.11.2 星期四 B01—B04
主办:山东省旅发委
齐鲁晚报
好客山东 休闲齐鲁

门票引争议,景区旅行社对簿公堂

或为首例旅行社告景区垄断案件

临沂市某旅行社以当地一家景区存在滥用市场支配地位和与其他旅行社达成垄断协议的垄断行为为由,将这家景区告上了法庭。10月上旬,这起案件在济南市中级人民法院开庭审理。

一边是景区为了避免扰乱市场的价格控制,一边是旅行社应对市场竞争的低价战略。景区和旅行社双方对簿公堂。专家认为,此案在旅游行业内还未见过,具有一定的标志性意义。此案目前尚未宣判。

本报记者 许亚薇 马云云

天蒙山云端天桥

景区观点>>

旅行社恶意压价,终止合作

对簿公堂的旅行社和景区原来是合作关系。2016年7月,沂蒙山银座天蒙旅游区开园,为了拓展营销渠道,景区与省内外不少旅行社合作,这其中就包括临沂公交翔越旅行社有限公司。

今年5月27日,公交翔越旅行社方面在某行业群内看到一条来自天蒙旅游区的告知函,内容大致是,因为公交翔越旅行社存在恶意压低价格、违背市场规律行为,天蒙旅游区决定终止与其之间的业务合作。

天蒙旅游区相关人士说,今年上半年,工作人员通过不同渠道发现,公交翔越旅行社发布的天蒙旅游区一日游价格低于约定价格。"我们给旅行社的团队门票价格是50元/人,而他们的成团价格50元/人中,包含着门票、车费、保险、导服等。"天蒙旅游区工作人员介绍,因为是临沂公交旗下的公司,公交翔越旅行社有一定的车辆资源优势,但是低价出团势必会通过其他方式来弥补,低价团最终影响的是景区的口碑。"即使是进行市场推广,也要有合理的价格,打低价,以成本的价格来收团,违背了天蒙打造品质旅游的初衷。低价也使得同业之间的利润难以保障。"

公交翔越旅行社对此并不认可,他们一纸诉状,将景区告上了法庭。旅行社在起诉书中提到,景区在事前未告知、更没有任何形式送达给旅行社的情况下,就在行业微信群中发布告知函,声称旅行社存在恶意压低价格、违背市场规律行为,严重扰乱市场秩序,并单方决定从当日起终止与原告一切业务合作,而旅行社方面并不存在告知函中所称的情形。

旅行社观点>>

正常市场竞争,景区滥用市场支配地位

公交翔越旅行社在法庭上表示,除了他们,天蒙旅游区与本地多家旅行社存在同样的合作关系,向各旅行社提供的景区门票价格优惠是一致的,公交翔越旅行社作为临沂市公共交通集团有限公司旗下的全资子公司,拥有客运成本低的优势,在发团价格上较其他旅行社较低,这属于正常的市场竞争。但个别旅行社认为,公交翔越的行为影响了其客源,因此与景区方面协商,要求景区主导统一临沂市内各旅行社到景区的发团价格,为此天蒙旅游区实施了上述行为。

在公交翔越旅行社看来,天蒙旅游区作为费县蒙山旅游区的经营者,在当地具有市场支配地位,其要求各旅行社统一发团价格,单方解除和公交翔越旅行社合同的行为,属于滥用市场支配地位,此外与其他旅行社经营者达成纵向垄断协议的垄断行为,不但严重影响了公交翔越旅行社的声誉,而且给其造成了难以估量的损失。

公交翔越旅行社请求法院依法判决天蒙旅游区停止滥用市场支配地位和与其他旅行社达成垄断协议的垄断行为,请求判令天蒙旅游区赔偿经济损失1万元,并赔礼道歉。

对此,天蒙景区表示,原被告双方处于缔结合同阶段,因原告存在违法行为(违反旅游法第35条旅行社不得以不合理的低价组织旅游活动),所以双方未达成合作协议。天蒙景区认为,原告的损失是不存在的,同时,原告50元发团是压价竞争行为,原告终止合同的行为防止了原告损失的进一步扩大。原告只要遵守旅游法相关条例,业务是不会受到影响的。

焦点一:景区是垄断吗?

庭审中围绕的焦点为"垄断"二字,即天蒙景区是否占有垄断地位。

公交翔越旅行社提交网络搜索、景区官方网站、企业信用信息公示报告等信息表示,天蒙旅游区独占了费县蒙山景区的全部旅游资源,在费县蒙山旅游市场占有市场垄断地位。

对此,景区方面表示,无论天蒙景区与谁合作,拟投资多大,被告景区的宣传和描述,都不能证实该景区在同行业市场中具有市场支配地位。另外,蒙山风景名胜区规划结构为"一山两河八区",八区中,只有望海楼在费县范围内,其他七区均在蒙阴平邑沂水范围。

此外,景区还列举一系列数据进行举证,分别是费县政府工作报告、2017年临沂统计年鉴、山东省统计局2016年山东省国民经济和社会发展统计报告中的旅游收入总额,分别证实天蒙景区的年度营业收入在费县、临沂、山东省内都不具有市场支配地位。

公交翔越旅行社方面则表示,自然环境资源是独一无二的,景区举证力图证明天蒙旅游区在临沂市乃至山东省所占旅游资源、规模并不达到垄断地位,与本案并无关联性。作为上游经营者,天蒙旅游区为维护自身利益,而主导下游经营者要求各旅行社统一发团价格的行为明显属于纵向垄断协议。

焦点二:旅行社行为是否为不正当竞争?

庭审中集中另一焦点为,公交翔越旅行社的行为是否存在故意压低市场价格、从事不正当竞争的行为。

旅行社提交其他旅行社景区价格表、通话录音等证据,以证明其他旅行社对天蒙旅游区的联合签单价格为30余元,"景区对于旅行社的门票价格是50元/人,但现实中带游客入景区的,景区对旅行社返点,最后的结算价格是35元/人。"

对此,景区的解释是,天蒙旅游区与达成合作协议的旅行社,在合作协议中会约定客户享受门票价格优惠,在年底结算时,会根据各协议客户全年累计的团队游客人数给予奖励,协议客户累计的团队人数不同,奖励标准也不同。而景区与公交翔越旅行社未正式签订最终的合作协议,故而公交翔越旅行社无法享受年底奖励的优惠政策,因而根据旅游法规定,公交翔越以50元组团则构成以不正当理由、以不合理的低价组织旅游活动。

业内人士>>

类似争议不少,有纠纷多协商解决

类似临沂公交翔越与天蒙旅游区的纠纷在旅游行业内其实并不少见,记者分别采访旅行社和景区的资深从业人士得知,在旅游行业业内,类似"门票价格"的争议着实不少,但大多协商解决,像本案这样真正闹到法庭的,目前还没有。

据威海某景区相关负责人王先生介绍,不只是天蒙,对于门票价格的控制,各景区都有着非常严格的规定,为了防止同业之间产生冲突,门票的价格底线绝对不可以随便突破。

以门市价为150元的省内某景区为例,通常情况下,景区会给旅行社发放两种价格的门票,一种电子票,价格115元;一种是团队票(限定人数,至少12人以上),价格低于电子票,为110元。除获得价格优惠,与景区有长期良好合作的旅行社,年底时景区会给予一定的返利,一般在5%-8%之间,有的是一个人返5元或10元。

通常,电子票主要卖给散客,除了由旅行社自行销售,有的会转给旅游电商平台进行销售。对于团队票,要求必须大巴车统一前往,或者是成规模的自驾游团队提前报备,否则不可以算作团队票范畴。

王先生说,为了严格控制门票价格,有的景区还对导游进行限制。例如烟台蓬莱阁、西霞口野生动物园等景区不允许导游进入大巴车停车场,只能在停车场外等候客人,"景区担心导游当黄牛,对散客兜售团队价格的门票,不断压低门票价格。"王先生说。

面对景区的"强势",旅行社从业者也常常是有苦难言。旅行社行业内有不成文的规矩,为了组团社同业内良性发展,杜绝低价竞争。

从事老年游的笑夕阳旅行社总经理魏晨说,一边是景区对价格的控制,一边是旅行社之间的竞争,旅行社行业利润越来越薄,很难赚钱。"有的旅行社确实存在为了拉人入团,自己补贴费用的现象。"

法律专家>>

旅行社告景区垄断案件,业内挺罕见

"旅行社状告景区与其他旅行社签订垄断协议和滥用市场支配地位的案件还是第一次听说。"全国知名旅游法律法规研究与应用专家李志轩说,不好说是不是首例,但在旅游业内是非常少见的。

在李志轩看来,案件的焦点集中在两个问题,一个是景区与部分旅行社是否有组团最低限价协议且违反法律法规的规定,这影响着景区是否存在垄断行为;另一个是从起诉状来看,景区在一定的区域内有市场支配地位,但是法律并不禁止市场支配地位,重点在于滥用,焦点是旅行社是否有证据证明景区有滥用的行为。

此外,有法律界从业人员提到,双方是否达成协议以及旅行社是否存在违约也将成为事件的焦点,对于市场支配地位的认定和滥用也需要足够的证据来证明。

有业内专家认为,旅游行业内价格争议不少,但旅行社将景区告上法庭的,该案尚属旅游垄断案件的首例。

长久以来,景区与旅行社之间存在着合作关系,但合作中也常因为价格问题产生纠纷。"同业之间,如果有一家降低了价格,其他旅行社也会降低价格,这就导致价格越压越低,等到有旅行社认为利润空间不大时,会放弃相应的景区和线路,其实损害的是双方的利益。"一位不愿具名的旅游行业从业者说。

□出品:旅游融媒新闻事业部
□设计:壹纸工作室
□本版编辑:穆 静
□美 编:马秀霞