

旅游视点

除了涨价,还发生些啥

《旅游法》实施一个半月,各方利益开始博弈

自10月1日,我国首部《旅游法》正式实施至今已经一个半月,这部涉及到旅游经营者、消费者双方权益的法律,约束了游客的旅游文明行为,禁止了旅行社“零负团费”的做法,要求经营者诚信经营等。一部法律的出台既是行业发展的结果,也是各方利益妥协的结果,从现实情况看,在这一个月的过程中,除了各种涨价,被谈及最多的还有购物、辞职、关门等字眼。看看这一个月里,旅游市场发生过什么。



□李芳芳

过于敏感 “谈购色变”

购物,是旅游途中一个让人欢喜让人忧的环节。《旅游法》对于这个屡遭诟病的环节是这样规定的,“旅行社组织、接待旅游者,不得指定具体购物场所,不得安排另行付费旅游项目。但是,经双方协商一致或者旅游者要求,且不影响其他旅游者行程安排的除外”,充分表现了合理性。在具体操作过程中,众

多旅行社却为了彻底安全,几乎都使用了“一刀切”的办法,可谓“谈购色变”,甚至对政策的解读变了味。“出去游玩一般都会给亲戚朋友带点特产回来,以前是导游指定购物店,经常买到一些不太理想的东西,所以不愉快。现在呢,不指定购物店是好事,却也难问到去哪购物,很多导游生怕惹事,话都不敢说,这样就有

点过了。”在济南某律师事务所工作的李先生说。从诸多报道中,也经常见到类似的事情,更让人苦笑不得的是,有游客问导游在哪儿买水、去哪儿上厕所,都得不到答复,原因只是“这些项目都收费”,为什么导游们都噤若寒蝉了呢?

刘舒是中国国旅国际旅行社某分社负责欧洲市场的

主管,她表示,欧洲的购物团有很大市场,许多人去欧洲都是为了购物,如果都“谈购色变”的话,肯定也是不行的。“把购物点、购物时长都明明白白写进合同,游客确认同意后,保证不擅自更改行程就是了,而不是采用‘一刀切’的办法,消极对待游客。”

导游团队自我淘汰

导游是一个旅游团队里边最核心的人物,他们凭借所学让眼前的景色增光添彩,也让旅途变得轻松舒畅。同时,他们手上又有着主导权,《旅游法》颁布之前,某些导游可以在行程中随意做“加减法”,或诱导或强迫地让游客购物,让旅游变了味。

很多导游也抱怨了,一个几乎没有基本工资的行业,不靠点提成养家还怎么

活啊。没有法律约束之前,对于一个经常行走在“购物线”上的导游来说,月入万元并不困难。笔者有个做导游的朋友,他上学期间利用一个暑假做兼职导游就能赚出四年的学费,而他某个师哥带团两个月,购物提成高达十多万的事迹更是被他奉为“活教材”。

如今,在《旅游法》的威慑下,导游们的“快钱”已不再那么好挣,即便很多

旅行社都和他们签订了合同,提供了基本工资,也难以让他们兴奋。

10月15日,本报已经报出,济南一家善做地接的知名旅行社,曾有26名专职导游挂在名下,旅行社负责为其缴纳养老保险,但不提供工资,导游收入靠日常带团进店购物提成弥补。“旅游法”实施后,这部分收入几乎被斩断,旅行社又养不起导游,23名导游已经陆续选

择自谋职业,离开了旅行社。

类似导游辞职的新闻已经屡见不鲜,这个过程大可不必惋惜,不过是旅游业者们净化和自我选择的过程,相比于在利润的诱惑下沦为游客心目中的“骗子”,倒不如在市场规范化下,让钱赚得更合法、更纯粹,对于那些真正热爱导游职业的人来说,未尝不是件好事。

“关门因为市场不需要”

导游们“谈购色变”最直接的影响还有许多购物店,诸如它们“关门大吉”的事情也是屡见各类媒体。

“以前很多导游带去的购物店并不是我们想进的购物店,比如工艺品店、珠宝店等,这些地方价格贵不说,质量也都不过关。如果游客们想买土特产带给朋友亲戚,完全可以去当地的综

合超市嘛,或者利用自由时间逛一逛商业中心。”对出游购物颇有心得的济南市民张亚妮认为,因为《旅游法》的实施,而失去导游支持的购物店关门,是因为市场确实不需要。

相比众多关门的购物店来说,那些旅游城市正规的购物商店却呈现出一片大好的态势,不需要吹捧和拉

拢,只是过硬的品质。

援引中青旅市场推广部总经理葛磊曾接受某媒体采访时所说的一段话:《旅游法》会触动现有机制下部分旅行企业的利益,但对于诚信经营重视品质的企业来说,是一个机会。旅游企业要成为深刻了解消费者需求、善于和消费者对话的机构;诚信、规范、有良好品牌声誉的机构;能够提供

高品质的、高性价比的、差异化的旅游产品的机构以及引领服务创新机构。

虽然有专家认为一个多月来,《旅游法》的实施效果并不令人满意,但就从旅游市场这些自我净化和自我淘汰的过程来看,它已经很好地起到了敦促行业转变的作用,这本身就具有了里程碑的意义。

相关链接

“北京一日游”仍乱象丛生

尽管《旅游法》已经实施一个半月多时间,却还有那么些为了利益而置法律不顾的人进行着暗箱操作。14日,某媒体记者报名参加了“北京一日游”发现,低价揽客、擅自改景点、强行增加收费项目、强迫游客购物、收取回扣等痼疾一个不落。

在网络中搜索“北京一日游”,各种各样的旅行网、旅行社就会扑面而来,虽然大批网站都打着大旅行社的“响亮”招牌,可仔细查看域名便会发现,这些网站与正规旅行社风马牛不相及。

在留下手机号码,约定接车地点后,就完成了报名手续。在实际游览的过程中,原本第一站“八达岭长城”被无故换做了居庸关长城;明十三陵、十三陵水库、古神道等景点,全都变成了在大巴行驶途中远观;不在行程之内的“明皇宫”被导游极力推荐,称其为4A级景区值得一看,但门票需自费;游客被拉到玉器卖场和某特产店,告知不买不许上车;豪华的自助午餐变成了十人一桌的超级简餐。整个行程,导游都挖空心思让游客掏钱,让随团游客大呼上当。(综合)

专家建言

构建完整的旅游法律体系

《旅游法》的实行其产生的影响直接波及旅游业界和与旅游相关的普通人,有人认为这是一次行业的洗牌,有人认为是一次考验执法力度的立法,也有人认为给旅游的选择带来了限制。

对于这部法律,中国社科院旅游研究中心特约研究员王健民认为,更完整的旅游法律体系需要去构建。“旅游业基本上把第三产业全部囊括进来,但是国家旅游局没有对一个旅游景点的直属的行政领导权,比如故宫在黄金周高峰期客流量18万人,远远超过了世界遗产保护相关规定的四万五千人的上限,按理国家旅游局应该通报,但是由于没有管理权力就无法做出。”

同样,国家旅游局可以评选A级景区,但对各个景区的行政任命和处罚都无法做出。原来的《旅行社条例》给了国家旅游局更多的权力,旅行社是前置审批,成立前要交保证金,旅游局通过保证金制度来管理旅行社,因此《旅游法》的大量篇幅是旅行社,而且是如何处罚旅行社。

相比之前,关于景区门票的问题法律语言都很软。因为想用一部法限制其他部门的权力,谁都不干,所以涉及旅行社之外的其他产业只能说软话,包括门票、酒店服务、餐饮服务都是捎带写一句,不能涉入太深。

从世界旅游发达国家的状况来看,因旅游行为和旅游活动的复杂繁冗,所谓的“旅游法”,往往需要一个法律群落。比如,日本的相关旅游法,就有《旅游基本法》、《国际旅游事业资助法》、《国际旅游事业振兴会法》、《通过促销和举办国际会议等振兴国际旅游法》、《旅行社法》、《酒店业法》等等,相互作用,构建成一个完整的旅游法律体系。与之比照,中国的这部单一的《旅游法》,显然像形单影只的一根独木,实难撑起旅游法谱系的一个广阔天地。(新京报)