

# 如何解决低价团市场乱象问题

日前,昆明市文化和旅游局官方微博发布了一则通报。针对网友在某短视频平台发布反映“云南一导游暗讽游客不消费”的相关视频,昆明市文化和旅游局经调查核实,视频反映情况属实,已正式立案开展调查。并根据目前调查核实的情况,拟吊销涉事导游的导游证。

这是近三个月来,云南旅游第三次因为“低价团”“黑导游”“强制购物”引发公众关注。然而这些问题并非云南独有,同样的情况同样发生在中国香港、西安等地。香港低价团当街吃盒饭令当地居民侧目,西安黑导游打兵马俑景区讲解员等事件引发关注……可见,如今团队游市场依然存在许多乱象。

这些旅游乱象真的没有解吗?面对即将到来的端午小长假和暑期长假,“套路满满的低价团”以及“强制购物的导游”等问题是否会再一次浮现?近期,记者实地走访多家旅行社门店,跟行业内专家深度交流,寻求解决之道。

## 低价团的秘密

6月5日,有网友在网上发视频曝光,云南旅游团一女导游让游客购物,并大放厥词惹游客引发关注。6月6日晚,昆明市文化和旅游局通报,针对网友的视频,调查核实,该旅游团为北京兴悦国际旅行社有限公司委托云南奇阳国际旅行社有限公司接待,导游为马某梅,视频反映情况属实,6月5日晚已正式立案开展调查。

昆明文旅局表示根据目前调查核实的情况,拟对涉事导游人员马某梅吊销导游证,对委派导游的云南奇阳国际旅行社有限公司将在进一步调查核实涉嫌违规经营行为有关证据后严格依法处理。后续处理结果将及时公布。

根据通报可见,组团的是北京兴悦国际旅行社有限公司,记者查询启信宝发现,该旅行社注册资本为100万元,但社保人数为零,且过去半年已经被北京市文旅局处罚三次,其中两次违反《旅行社条例》第二十八条,没在旅游合同载明行程、收费和购物次数等具体事项,也没有在全国旅游监管服务平台填报报价旅游合同有关信息。

有旅游业内人士向记者指出,这种旅行社就是典型的低价团的组团社,靠低价吸引游客参团,再将游客“卖给”云南的当地接社,地接社为了挣钱,就会拼命增加购物点,敦促游客购物消费,消费者不满转头向组团社投诉,但是合同里没有相关行程细节、购物点数量和停留时间等,维权不易。

低价团何以出现?一方面是因为旅行社之间的价格战。为了吸引游客,旅行社之间猛打价格战,秉持着“你低我比你更低”的宗旨,一些团队游的价格低破成本,甚至出现了“0元游”的产品。

低价团让旅行社入不敷出,要想盈利就得从别处想办法——回扣。除了景点,众多消费场所都能为旅行社提供回扣。上海某旅行社老板向记者透露,旅行线路中部分购物点的回扣甚至高达50%,也就是说,每个游客消费10000元,购物点将会给旅行社5000元回扣。高额的回扣吸引旅行社巧立名目,在行程中安排诸多购物点,延长游客的购物时间,想通过游客们购物获取高额利润。久而久之,甚至出现强制购物消费、“不买就会被骂”的行业丑闻。

低价团为人们深恶痛绝,旅游部门过去几十年曾多次严打过,但总是“野火烧不尽,春风吹又生”。低价游产品能够长期存在有其特定需求市场。联合国世界旅游组织专家贾云峰认为,价格仍然是决定旅游者是否出行的重要因素之一,叠加旅游假期需求严重大于供给,多种因素共同造成了低价游和地接社乱象。

就算如今盛行品质游、高端游,但是我国旅游市场基数最大的客源是广大从来没有出过国,或没有很大财力和消费水平的普通老百姓,他们对价格异常敏感,低价游产品始终有其市场。

天津导游分会副会长林菲表示,一部分想“少花钱多办事”的旅游者,尤其是节俭习惯了的老人们,总是想着怎样才能花钱更少,玩得品质更好,因此选择花费少的低价团就成了他们心中的首选。

目前,部分正规旅行社仍然存在低价购物团的产品。某旅行社店员告诉记者,“很便



宜的这种我可以直说,就是需要进店购物的。”不过该店员表示,就算进店也是自愿,现在不会强制购物。如果有强制购物的情况,旅客可留下证据,旅行社可赔付。

## 导游背锅?

在低价团强制消费过程中,导游往往是最重要也最受抨击的角色。有的导游为何会诱导游客“强制消费”?导游们何以连连喊冤?这不得不先从导游的收入构成来谈。

“一般在旅行社专职的导游收入构成基本是月基本工资、带团补助、团内导游佣金及小费组成(旅游法中导游不可以索要小费)。而兼职导游和自由执业导游的收入构成基本是带团补助、团内导游佣金及小费组成。”林菲向记者解释,“在天津这样的地区,导游的基本工资根据旅行社的规模不等,大致在2000元—4000元左右;专职导游的带团补助是100元—300元/天,兼职导游的带团补助则在300元—1000元/天。”

林菲补充道,目前,导游的收入主要依赖

于带团补助和佣金,对于没有基本工资的兼职导游和自由执业导游来说更甚。某旅行社店员向记者诉苦道:“因为本身收费就很低,(导游)必须得从其他渠道把这些钱挣回来,要不然也没法生存。”也就是说,团队游中游客们的购物消费数额,直接影响导游佣金多少,与导游的收入挂钩。

有些导游为获佣金又担心游客投诉,大打“擦边球”。某旅行社店员透露:“有的导游特别厉害,有他自己的方法,就是打感情牌。说得您不好意思不买了,让你没办法拒绝,然后去花钱。”

不少正规导游对此非常反感。“这个行业长久以来的负面声音,给导游的声誉造成了极大的影响。”云南导游张琼表示,“身边很多朋友亲戚都会偷偷问我每个团能吃多少回扣。”在她看来,其实导游是非常考验专业性的职业,是有职业化路径可循的。导游们并不愿意陷入“强制购物”的漩涡。

“由于低价团的存在,我们总会听到一些导游强制购物的负面新闻,其实作为曾经接

待过购物团的导游来说,我觉得导游也很无奈,都是为了自己的生活,毕竟没有能力接到为数不多又要求较高的高标团。”林菲表示,“如果没有导游的职业尊严,就没有品质旅游的未来。”他认为,导游等旅游企业从业人员基本的劳动报酬要保障,要给予适当的激励,同时也要对其提出相应的要求,“这就要求我们的政府也要进一步规范旅游市场秩序,聚焦不合理低价游,让其无处遁形从而退出市场。”

## 解决乱象需要一盘棋

过去这些年,各级政府和旅游行业都曾采取一系列的举措整治团队游乱象。但有部分行业专家质疑,这些举措处罚力度还是不够大,不足以起到警示作用。

除了法律法规和政府部门的努力,市场端也不断自我升级技术解决方案。最近携程提出了自己的解决思路。5月31日,携程向业界率先推出团队游服务SOP——携程自营服务SOP,将行前、行中、行后整个履约过程拆成了70个细分环节,并为每一环制定服务标准;此外,携程还首发“旅行足迹”系统,通过给导游配备电子工牌,规范导游在接送、景区讲解、酒店、用餐等各类服务场景,运用“旅行足迹”系统打卡留痕,使“参差不齐”的导游工作变得流程化,也可使旅行社及平台随时了解团队实时位置及状态;同时系统监测出突发问题,会随时提醒导游及一线工作人员进行纠正,快速解决行中游客问题,实现服务闭环式效应。

其实团队游并非人们想象的冷清,尤其是在年轻人市场。有数据显示,今年以来年轻群体报名团队游的趋势上涨。3月以来,18岁—30岁的年轻群体团队游预订占比近35%;此外18岁—30岁年轻人下单量同比增长813%,较2019年疫前上涨71%。

随着旅游市场的全面恢复,不管是国内游还是出境游,团队游的数量正大幅增长。马上到来的端午小长假和暑期长假,将是检验团队游市场乱象的“试金石”。届时,团队游乱象还会再引争议吗?

本报综合消息

## 17.9元解决三顿饭 你愿意为“剩菜盲盒”买单吗

### 商家 卖1单亏10元

“目前参与这项活动的商家并不多。”北京西直门附近一家连锁寿司店的店长对记者表示,卖1单“剩菜盲盒”至少亏损10元。

该店长表示,除了“剩菜盲盒”的活动,店里每晚也会不定时推出优惠活动,一般周一至周四晚8:40左右会开始买一赠一,3盒以上5折优惠。“这种到店促销开始的时间会比‘盲盒’规定的取货时间早,而且效果也不错。‘盲盒’产品由于亏损更多,我们每天会控制产品数量,不同的产品组合一天总共只会上架七八个。”

北京海淀区的一家烘焙连锁店店员也表示,会根据当天上货以及售卖的情况决定当天推出“盲盒”的数量,平均每天上架3至4个盲盒产品,并标注好价格区间。但具体产品由店里配好,消费者不能自选,且优先配备更临近保质期的产品。

记者注意到,“剩菜盲盒”产品目前主要在一线和新一线城市上线,且入驻商铺有限,各个城市上线这类产品的多为成立不久的小微企业。其中,“惜食魔法袋”覆盖的城市较多,包括北京、上海、重庆、南京、昆山等,“米粒盒子”和“八点以后”则主打成都地区,“趣小袋”主打上海地区。据天眼查APP,这几家小程序所属的公司,最早的一家成立于2019年,注册资本最多的一家为500万元。

### 专家 有一定的食品安全风险

目前,消费者对“剩菜盲盒”持有不同看法。有网友表示,这种方式帮助商家避免了食物浪费,同时让消费者得到优惠,是一件双赢的好事;也有网友表示,每家店的“剩菜盲盒”质量良莠不齐,有的店产品物超所值,有的店产品数量和质量均无法保障。

广东省食品安全保障促进会副会长、食品产业分析师朱丹蓬对记者表示,部分“面包盲盒”和“剩菜盲盒”使用的是临期食品,可能某些食品的细菌数量不好把控,因此有一定食品安全风险。

“此外,在销售过程中,食品的储存环境是常温还是低温?销售时间段有多长,是否会超期销售?这些都让盲盒食品有着诸多不确定因素。”朱丹蓬说。

我国反食品浪费法目前已施行2年有余。今年3月以来,各地市场监管系统启动为期3个月的制止餐饮浪费专项行动。其间,各地餐饮企业积极参与,全力遏制餐饮浪费。如此看来,“剩菜盲盒”的兴起,确实踩上了“反浪费”的风口。

“不是所有的食品都适合以‘盲盒’形式出售。比如面食、快餐等,很容易因储存、包装、标注不当引发质量问题。”艾媒咨询集团CEO兼首席分析师张毅在接受媒体采访时表示,“剩菜盲盒”作为解决临期食品的促销活动,对减少食品浪费,不失为一种有益的尝试,但其一切的前提应在食品安全的规制内。

低价的“剩菜盲盒”,你会买吗?

本报综合消息

