

禁止景区捆绑销售交通项目 曝光导游强制消费等乱象 双节假期前,旅游市场迎告诫警示防失范运营

■中国城市报记者 张亚欣

中秋国庆假期将至,旅游市场也迎来告诫整治。

近期,多地市场监管部门的提醒告诫书密集发出。山西运城严禁景区向游客捆绑销售观光车、索道、缆车、游船和保险等项目;广东中山要求不得强行销售联票、强制代收保险费;四川成都对36个重点旅游点位推行“点长”负责制。

此外,9月11日,文化和旅游部公布2026年第六批强制消费问题典型案例,旨在发挥警示震慑作用,规范旅游市场秩序。

对于摆渡车整治 先厘清“确有必要”

文化和旅游部整治摆渡车比9月的告诫书要早得多——在今年4月召开的第一季度例行新闻发布会上,龙虎山、长白山、天柱山、稻城亚丁、崂山5家5A级景区被点名,并被开出提级督促整改、体检式暗访、挂钩等级复核三条措施。两个多月后,鸣沙山月牙泉观光车票价从20元降到5元,茶卡盐湖取消了30元的观光车费,陕晋两省的壶口瀑布实现“一票通”。

长期以来,景区门票价格受政府定价约束,涨不动,景区就把钱加在可以自主定价的交通项目上。而这类项目捆绑销售违反什么法律,要看是谁在卖。中国人民大学法学院教授、商法研究所所长刘俊海在接受中国城市报记者采访时分析称,旅游法第三十五条主要

管旅行社安排购物和另行付费项目,而景区自己的强制捆绑行为,则落在消费者权益保护法关于自主选择权、公平交易权等的条文上。

2023年印发的《国家发展改革委办公厅关于进一步加强景区价格管理有关工作的通知》明确,除因安全、环保等确有必要统一乘坐外,不得强制要求游客乘坐并收费。“确有必要”由谁来认定?刘俊海直言,不能由景区自己说了算。景区对于自己的主张,要承担说明和证明责任,并由价格、文旅、安全、生态环境等主管部门依据生态承载能力、道路条件、地质灾害风险等客观资料作出判断,并向社会公开。“距离远不等于危险,不方便也不等于‘必须’。”刘俊海坦言,游客能合法、安全地步行到达某个点位,景区就不能为了增加交通收入而人为制造“必须坐车”。

“‘不得强制捆绑摆渡车、索道、观光车’未必是在给景区加压。”南开大学旅游与服务学院副教授于海波在接受中国城市报记者采访时表示,被点名的景区多是距离城镇偏远的自然风景区。其近年来遇冷,与年轻消费者把时间分给打游戏、刷刷有关。把交通项目从门票里拆出来,反而能为景区争取年轻游客腾出空间。景区可以加强与游戏和网络文化公司的联动,把IP植入线上文化场域。

强制消费乱象中 游客损失谁来补

除了摆渡车等交通项目捆

绑销售问题,旅行社、导游强制消费问题亦再次被提出。

在2026年第六批强制消费问题典型案例里,四川一名导游带团时对游客发表“如果不买东西的话,我就给你们跪下”“干脆我给你们增加一个景点到悬崖村,你看到我从悬崖村上跳下来”等言论,要求游客购物。事后,涉事导游被没收违法所得、罚款3000元,委派社被警告。

游客被迫买下的东西、被压缩掉的行程,损失谁来补?刘俊海提醒,行政处罚解决的是公共秩序,民事赔偿解决的是消费者自己的损失,两者必须并行,不能出现“罚了导游、罚了旅行社,消费者却自认倒霉”。

其实,旅游法第三十五条第三款给游客留了一条“救济通道”:行程结束后三十日内可以要求旅行社办理退货并先行垫付货款。构成欺诈的,还能衔接消费者权益保护法第五十五条:退一赔三,增加赔偿不足500元的按500元算。

法律留了通道,游客的钱为什么还是没追回来?“执法效果就只完成了一半。”刘俊海强调,相关案例的违法行为不等于民法上的欺诈,消费者还要证明经营者故意欺骗;旅游消费额度不大,且分散、异地,跨省诉讼往往不划算;查实的证据不能方便地用于退赔和诉讼。

举证责任上,旅行社若主张“经双方协商一致”,就该由旅行社证明游客真实自愿地同意。刘俊海补充说明,旅游法第七十一条确立了组团社先

赔、再向地接社追偿的顺序,对购物店存在欺诈的独立担责。“旅行社、地接社和购物店之间若有返佣、共同策划强迫购物的,构成共同侵权、承担连带责任。不能让消费者为了查清谁拿了多少回扣,先打一场‘侦查战’。”刘俊海说。

相关数据显示,今年上半年,全国查处涉强迫购物案件同比增长86.9%。于海波认为,增幅不简单等同于“违法激增”,其中还叠加了专项整治、投诉渠道畅通、数字监管提高发现率等因素。实际上,旅游市场秩序管理能力在近几年明显提升。

建立长效机制 多元化破解难题

一些地方在告诫书、提醒函里写“经提醒告诫仍不整改,将依法从重处罚”。在刘俊海看来,提醒告诫是行政指导,不能创设新的处罚依据,从重与否要看继续违法是否符合法定或裁量基准的规定。

对于提升市场监管力度,多地已有切实行动。四川泸州为100家酒店建立基础价格台账,55家纳入重点监测,10家主动下调价格。广东汕头把哄抬价格的认定线划在近30日均价3倍,旺季前15日公示价格承诺书。北京今年以来立案查处旅游市场价格违法案件307件,非现场检查占比82%。

此外,技术手段也在跟进。杭州“文盾”大模型依托近360部文旅法规训练,河北AI投诉助手把100条投诉的初审从8小时压缩到0.2小时,北京用车

载音视频识别导游的诱导消费。“AI适合承担发现、筛查、比对和预警。”于海波分析,AI能从合同、订单和投诉文本里识别高频风险词,但认定“强制消费”还要看语气、持续时间和游客是否真有选择,不能只凭模型标签处罚。

于海波判断,集中告诫、驻点增援、高频检查带有应急属性,客流回落后可以降低强度,跨部门数据共享、联合执法、信用分级监管应转为常态化机制。导游薪酬与购物回扣挂钩讲了多年,破解之法是让合法服务收入覆盖劳动成本。

受访专家建议,门票与摆渡车、索道等交通项目强行打包的,消费者可以要求分别售票并留存凭证;游客行程中被临时加点、诱导购物的,回程后30日内可向组团社主张退货退款。需要注意的是,主张退一赔三应证明经营者存在欺诈行为,可向文旅、市场监管部门投诉举报。

城 讯

《文化和旅游发展 “十五五”规划》印发

本报讯(记者张亚欣)近日,文化和旅游部印发《文化和旅游发展“十五五”规划》(以下简称《规划》),锚定文化强国、旅游强国建设目标,以社会主义核心价值观为引领,以推动高质量发展为主题,以文旅深度融合为主线,统筹文化事业、文化产业和旅游业发展。

《规划》提出,到2030年,文化强国、旅游强国建设纵深推进,文旅深度交融,文化赋能、旅游带动作用充分显现,人民精神文化生活更加丰富,中华文化影响力显著增强,国家软实力持续提高。《规划》部署了繁荣艺术创作生产、加强文化遗产保护传承、完善公共服务、发展文旅产业、统筹市场培育监管、推动科技赋能、推进交流合作、促进区域城乡协调发展等8个方面重点任务,并设计54个重点工程项目。

此外,《规划》要求推进治理体系和治理能力现代化,完善体制机制、政策法规和资源要素保障,加强部门协调和上下联动,健全实施机制,以文旅发展新成效回应人民群众新要求新期待。

机器人跨界打油茶 科技赋能非遗传承

在近日举办的2026年中国国际服务贸易交易会现场,一幕“科技与传统的碰撞”场景吸引了众多目光。来自智平方(深圳)科技股份有限公司的人形机器人“AlphaBot 2”(爱宝机器人)亮相展台,与身着民族服饰的工作人员携手,共同展示广西非遗油茶制作技艺。只见“AlphaBot 2”头戴民族头饰、身穿传统马甲,灵活举起机械臂与人类制茶师傅默契配合。作为“千年油茶+人机协作”的载体,爱宝机器人能够迅速适应新环境、灵活执行多种任务,不仅展现了人形机器人的多场景应用潜力,也让传统非遗在AI赋能下焕发新生。

中国城市报记者 张亚欣摄

