

# 《旅游法》给旅游业带来什么

本报记者 许跃芝 李盛丹歌



10月1日起,《旅游法》正式实施。由于新法对“零负团费”、强迫购物等行为明令禁止,国庆旅行社线路报价涨声一片。业内人士普遍认为,价格上涨只是旅游价格的理性回归,旅游市场将出现由“拼价格”转向“拼服务”,由有空可钻转向规范竞争等积极变化——

## 旅游价格理性回归

《旅游法》促使旅游市场走向秩序化是确定无疑的,即便短期内的出境游等价格上升,最终受益的仍然是消费者

“价格怎么涨了这么多?”这是很多咨询今年十一出行消费者的共同疑问。

国庆节前夕,记者在北京的一家旅行社看到不少前来咨询的消费者。在外企工作的“白领”李小姐平时很忙,她计划利用“国庆黄金周”带上父母报团去趟云南,但她咨询后发现,“云南的昆明—大理—丽江6日游”从节前的2000多元,涨至5000多元,价格上涨了一倍多。

受《旅游法》实施的影响,今年国庆多条国内长线旅游线路和出境旅游线路的报价出现上涨。特别是受《旅游法》明令禁止“零负团费”、强迫购物等行为规定的影响,北京、上海、山东、江西、福建等地旅行社的线路价格较往年同期都出现了不同程度的上涨。

据了解,往年9月中下旬国内大部分旅行社报团都已经满员,而相比以往国庆黄金周的预订火爆,今年团队游市场有些降温。

景区价格还没有降下来,旅行社的价格又涨上去了。旅游市场怎么啦?

根据《旅游法》的相关规定,旅行社不得以不合理的低价组织旅游活动,诱骗旅游者,并通过安排购物或者另行付费旅游项目获取回扣等不正当利益。“这意味着过去那种‘报价时赔本,购物时赚翻’的‘零负团费’旅游模式被叫停,食宿费、导服费、签证费、燃油费等一切费用都明确包括在团费里,最后价格上涨是必然的。”江西金鹰之旅旅行社有限公司总经理卢波说。

所谓“零负团费”,就是指旅行社以低于接待和服务实际费用的价格招揽旅游者,再通过安排购物、参加另行付费旅游项目等手段获取不正当利益来弥补成本的做法。

山东旅游规划设计院院长陈国忠认为,为比拼报价低廉,旅行社不惜赔本报价,通过增加自费项目、多安排购物等方式获得商家补贴,赚取高额“返点”,这种模式并没有给予游客真正的“低价”,也无法保证游客的出游质量。

“团队价格的上涨,不是涨价,是价格

回归,是价格浮上水面,是价格更加阳光化。”国家旅游局副局长杜一力认为,这是剔除行业各种“潜规则”、恢复规范经营模式的必然反应,是团队旅游价格水平的正常、理性回归,而不是“涨价”。

山东大学管理学院旅游管理系主任、教授王德刚认为,《旅游法》促使旅游市场走向秩序化是确定无疑的好事,即便短期内的出境游等价格上升引起部分消费者不解,但是可以促进旅游行业吹起“正风”,最终是有益于消费者。

## 明白出行成为现实

《旅游法》在主张消费者权益方面,很多具体内容是围绕保护旅游者知情权规定的。在充分知情的情况下,旅游者的自主选择才是真实意愿

《旅游法》的立法主旨之一就是为了保护游客的合法权益。

据了解,近年来自由行的游客比例一直在不断增加。随着《旅游法》的实施,旅游价格的回归式上涨,选择自由行的游客可能会出现增长。

业内人士表示,之前自由行存在不少问题,而在新法中多个条款都规定了旅行社之外的其他旅游经营者的安全保障义务,这将使自由行游客的权益得到更好的保障。

《旅游法》在主张消费者权益方面,很多具体内容是围绕保护旅游者知情权规定的。在充分知情的情况下,旅游者所有的选择才是自己的真实意愿。

针对许多旅游者理解的“三无团”,即无购物、无自费、无小费就是规范的旅游团,杜一力并不认同这个观点。她认为,如果需要一个真正符合《旅游法》内涵的规范旅游团,“三无团”应该专指“无欺瞒,无诱导,无强迫”。

不少游客担心新法出台后,会影响旅游过程中的购物需求。“难得出门一趟,想给亲朋好友买些纪念品带回来怎么办?要是孩子临时要求参加个自费项目怎么办?”济南市民万颖说。

对此,《旅游法》中有针对购物和自费项目的规定: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。采访中,多名旅行社负责人告诉记者,为了保障游客有自主购物或选择消费项

目、旅游景点的权利,肯定会增加半天以上的自由活动时间。

海南省旅游协会副会长房新海表示,新法实施初期难免会有“阵痛”,《旅游法》将“隐形成本”透明化,从暗转向明,看似旅游产品价格普遍上浮,其实价格并没有上涨,只是理性回归。

在上海市旅游局政策法规处副处长朱国建看来,《旅游法》中除了对旅行社、景区等做出了明确规定,在保证了游客的权益,为游客出游提供了法律保障的同时,法律也对游客提出了要求,需要游客树立理性消费、文明出游的观念。

## 正当竞争才有发展前景

旅行社依靠“价格战”争夺客源本就不符合市场规律,《旅游法》的实施对正规旅行社没有负面影响,反而更利于正规旅行社的发展

“旅行社不得以低于成本的价格招徕、组织、接待旅游者;不得指定具体购物场所,不得强迫或变相强迫购物,不得安排任何形式的另行付费旅游项目,不得收取游客购物回扣……”记者了解到,《旅游法》中明确规定的种种界定,受到了不少正规旅行社的欢迎。

“强制游客消费收取回扣成了一些旅行社的‘明规则’,有些旅行社靠‘零团费’的幌子诱骗消费者,造成纠纷,也挤占了正规旅行社的经营空间。我们期盼旅游法的实施能够惩治这种市场乱象。”山东蓬莱阁文化旅游集团下属蓬莱阁国际旅行社济南办事处经理石英杰说。

石英杰透露,有些旅行社的导游基本工资很低,购物提成成为支撑导游“生存”的重要经济来源,因此靠低价甚至“零团费”吸引来游客后,强制消费成为导游的“必备生存技能”。

中国青年旅行社市场部经理葛磊同样认为,《旅游法》就像旅游市场迫切需要的净化器,对整个旅游市场长远发展利大于弊,旅行社依靠“价格战”的战术争夺客源本来就不符合市场规律,《旅游法》的实施对正规旅行社而言没有负面影响,反而利于正规旅行社的发展。

凯撒旅游副总裁魏灵也很认同,《旅游法》将对旅游市场有净化作用,随着市场的自然淘汰,一些不合格的旅行社将在旅游发展的过程中被淘汰出局。“今后,旅行社将从过去的‘拼价格’转向‘拼服务’,产品和服务会成为旅行社抢占市场的重要因素,旅游者获得更好体验将成为旅行社工作重心。”魏灵非常肯定地说。

“对旅行社而言,《旅游法》的实施是一

个巨大挑战。”海南省旅游发展研究会会长王健生说,旅行社要冷静面对挑战,彻底改变原来“零负团费”的经营模式,不能存在任何侥幸心理,“低价揽客,坑蒙拐骗的时代已经过去了”。

王健生认为,在《旅游法》实施的新形势下,旅行社应更加注重企业形象和服务产品的品牌建设。同时,旅行社的经营方式和理念要从原来的“算小账”转化为“以人为本”,以旅游者的满意度为第一考虑。旅行社的产品也要进行结构调整,要多元化,这样才能应对多元化的市场需求。

## 景区随意定价有望终结

景区经营企业应通过开发旅游周边产品、商业项目等方式,寻找新的经济增长点

近年来,我国的不少景区在发展过程中形成了“门票依赖症”,海南岛、凤凰古城等景区高昂的“进门费”和一些景区“想涨就涨”的门票就一直备受诟病。

很多游客抱怨,动辄百余元的门票价格把他们挡在了风景外。

据了解,《2013年我国4A、5A级旅游景区门票价格分析报告》显示,我国153家5A级景区平均门票价格为109元,其中5年内有32家进行门票调价,涨幅大多为16元至30元,仅有8家实行免票政策。

对议论纷纷的景区门票涨价问题,《旅游法》提出了明确限制。其中规定:利用公共资源建设的景区的门票以及景区内的游览场所、交通工具等另行收费项目,实行政府定价或者政府指导价,严格控制价格上涨。拟收费或者提高价格的,应当举行听证会,征求旅游者、经营者和有关方面的意见,并要求景区提高门票价格应当提前6个月公布。

“这将迫使景区经营企业通过开发旅游周边产品、商业项目等方式,寻找新的经济增长点。”山东大学管理学院旅游管理系副教授许峰认为,《旅游法》体现了中国旅游业转型发展的必然趋势,但由于旅游业涉及的部门、产业众多,要完成转型,仍需要国家和旅游主管部门加强法律制度的执行力,并对景区经营规划给予更细致的指导。

可喜的是,今年国庆节期间,全国约1400家景区实行门票价格优惠,平均优惠幅度约20%。

随着《旅游法》的实施,我国旅游业进入了有法可依时代,良好的法制环境增加了公众的信心,人们可以更加放心地出游。

□ 本报记者 李盛丹歌

解,才能理性消费。

针对社会上反映最强烈的旅游市场秩序混乱问题,吴必虎认为《旅游法》对旅游经营、旅游服务合同、旅游监督管理进行了专门规定,根据旅游活动的特点和需求,以市场机制为基础,实行统一的服务标准和市场准则,明确旅游经营者资质、从业人员资格以及经营规则,建立健全旅游市场准入和退出机制,不仅规范了旅游经营者行为,也规范了旅游者行为;不仅突出了旅游

者的权益,也体现了旅游者的义务。

吴必虎说,《旅游法》的实施对旅游市场的促进作用,主要体现在解决旅游资源无序开发等问题上。在《旅游法》的规范下,未来将完善景区门票制度,促进公益性游览场所开放,引导各类市场主体在有效保护的前提下依法合理利用旅游资源,实现社会效益、经济效益和生态效益的有机统一,体现旅游为公众休闲服务的本色。

解,才能理性消费。



蒋跃新作(新华社发)

## 访谈

# 体现旅游为公众休闲服务的本色

## ——访北京大学旅游研究与规划中心主任吴必虎

将于10月1日正式实施的《旅游法》一直是业界热议的焦点,人们在关注《旅游法》对旅行社、景区以及旅游者作出相关规定的同时,也非常关注该法对如今的旅游市场发展,对第三产业有怎样的促进作用。

对此,北京大学旅游研究与规划中心主任吴必虎表示:“旅游涉及食、住、行、游、购、娱6大要素,关联110多个行业,很难针对不同类型的旅游活动分别立法,只

能采取综合立法模式。”

吴必虎表示,让旅游者满意是旅游业的立业之本。制定《旅游法》的目的,首先是保护旅游者。面对刚刚实施的法律,不少人都在观望旅游市场会出现怎样的变化,随着国内旅游市场需求越来越高,人们出游的欲望越来越强,旅游市场会面临一段时间的适应期,但并不会会有太大的变动。消费者应该树立正确的旅游消费观,对旅游成本的构成有一定的了

解,才能理性消费。

## 市场直击

# 旅游板块或迎来腾飞

本报记者 钱箫旋

今年以来,旅游板块走势相对疲软。数据显示,截至9月27日收盘,国泰君安社会服务行业2013年、2014年整体动态PE为25.8倍、20.7倍,2013年相对全部A股估值溢价1.17,仍处于相对较低水平。在最近的交易周中,国君社会服务指数下跌3.59%,低于沪深300收益率,排倒数第三位。从个股情况看,曲江文旅涨1.83%,涨幅居首;西安旅游、丽江旅游、张家界等均跑输板块。

“未来行业格局变化仍依赖于产品及服务实现精细化、差异化。”国泰君安分析师许娟娟认为,《旅游法》将会打散旅行社隐性消费,消费者将会更关注的是产品,服务标准等。因此,如何“抢滩”考验着板块上市公司的智慧。从旅行社角度看,市场将会进一步细分,其中中国国旅、中青旅等规模领先且业务经营较为规范的机构将具备先发优势。有业内人士指出,市场反应较快的旅行社,将依托签证办理,开展自由行项目;规模较大的旅行社为降低成本,继续深耕包机游市场,进而掌握旅游终端资源,或取得行业变革的主动权。

除旅行社外,随着《旅游法》的启动并逐步推进,重挖掘景区内涵、整合景区资源的传统景区上市公司也同样被看好。

“今年上半年,旅游市场增长稳中趋缓,但从行业发展前景看,国内旅游行业发展向好的大方向并未发生变化。”上海证券分析师刘丽认为,中国旅游业先天资源优势突出,政策支持、基础设施完善等后发优势正逐步发力。随着《旅游法》的正式实施,个性化、特色化、多样化的旅游消费需求将推动旅游产业向纵深发展,起航腾飞。



曲阜三孔景区——

# 旅游项目深度开发可期

本报记者 郭存举

随着《旅游法》的正式实施,曲阜三孔景区的各项业务也将因此更加规范。三孔景区加强了旅游线路和旅游项目的深度开发,设计出一些较有吸引力的产品来吸引游客。

曲阜三孔景区作为世界文化遗产、国家首批5A级景区,连续8年保持门票价格不变的同时,不断进行景区深度开发,加强景区自身建设,向国内外游客提供全面了解儒家文化的展示项目。2013年初相继推出了晨钟开城仪式、孔庙大成殿祭孔展演、诗礼堂孔子礼仪课堂和暮鼓开城仪式等景区活动项目,提升景区体验性、参与性。备受社会关注的“背《论语》免费游三孔”活动常态化推出后,吸引了广大国学爱好者,弘扬了儒家文化的传统,实现了文物观瞻游向文化体验游的转变。

统计显示,自5月1日推出“背《论语》免费游三孔”活动以来,截至9月20日,已有5153人参加,通过率74.87%。该活动以“文化+旅游”的新思路、新模式而成为旅游文化营销创新的一种新模式。

在景区门票价格不断上涨的大环境下,大部分景区希望通过节假日降价招揽游客的方式并未被广大游客接受,旅游景区的质量与门票价格已经成为制约旅游经济发展的重要因素。曲阜三孔景区通过质量提升活动,赢得了广大游客的赞许,不再依赖“门票经济”,不断创新工作理念,在实际行动中践行《旅游法》的要求。而《旅游法》的实施也为三孔景区今后开展新的景区活动项目提供了坚实的法律保障,既能更好地为游客服务,也能保证景区自身的合法利益不被侵犯。

本版编辑 韩叙 周颖一 美编 夏一

本版邮箱 jrbjrcj@163.com