

游客报名北京一日游,团费120元,没想到自费金额达到190元,其中包括北京皇家四合院门票180元和水关长城电瓶车10元,强制消费金额占比高达158%。7月10日,北京市消费者协会公布了历时3个月完成的2017年旅游消费体验式调查报告,结果显示,无论是一日游还是异地游,强制消费问题仍然很突出,导游在整个体验式调查中得分也最低,刚过及格线。《北京晨报》记者作为体验员之一,全程体验了北京——秦皇岛二日游项目,发现接待车辆车况很差、团餐不理想、导游无证件等多个问题。



导游带着游客们进店购物,店门口挂着严禁“非法一日游”进店



虽然是8个菜,但所谓的“荤菜”只是豆皮、锅巴之类的假荤菜,素菜是海菜、白菜等咸菜,米饭是色泽发黄的陈年大米
本版图片由体验员提供

北京开展旅游体验调查 75%线路存在强制消费

团费 120 元 + 强制消费 190 元 = 我报的一定是假旅游团

调查时间

2017年4月开始,6月结束,历时3个月。

调查内容

主要针对北京一日游和周边自驾游。

调查方式

本次体验式调查由经过严格培训的体验员扮演成消费者对事先设计的一系列问题逐一评估。

线路选择

选择了热点旅游线路54个,以北京为出发地,其中一日游线路20个,周边自驾游线路14个,异地全程体验游10个,还有10个退团调查线路。共招募了61位体验员。

调查结果

导游资格得分不及格

在北京市消协的这次调查中,分为景区、在线旅游平台和旅行社三类体验指标,其中旅行社得分最低,为66.21。行程中服务总分68.4分,其中导游服务得分最低,仅为61.40分,导游或领队具备资格证仅57.89分。

部分导游在行程未结束前自行离团。1号线路中,导游以应付安检为由,在旅游全程还未结束时提前离开团队。12号线路中,导游称故宫里不许用小喇叭,让游客自行参观故宫,之后就离开了。部分导游对于行程未作出合理安排。例如,18号线路中,导游在出发时不清楚游客应该乘坐哪辆车,连续更换了两次,耽误游览行程;13号线路中,导游对于没购买长城缆车的游客未进行合理安排。部分导游未佩戴相关证件

或证件内容不清晰。8号线路中,导游在体验员多次询问导游证情况后,回复说导游证在包里,但未出示;10号线路中,导游遇到旅游检查人员迫不得已向其出示导游证,但体验员发现其照片模糊不清,难以辨认。

还有导游言语粗鲁,甚至威胁游客。5号线路中,导游语言粗俗,为了收取自费项目费用,声称“自己白道黑道都混得熟,即使举报警察也不会管,不交钱就得补交更大一笔钱”。

还有导游随意压缩路线,5号线路与20号线路,导游带到十三陵的目的只是进入景区附近的购物店,5号线路导游甚至给出堂而皇之的理由“活人不进死人陵,十三陵阴气太重,来北京的旅游团无一进去参观的,你们坐车上别闭眼穿过就行”。

强制消费最高占比158%

无论是一日游还是异地游,强制消费现象仍然普遍存在。本次体验式调查显示,75%的体验线路均存在强制消费现象。而且,隐性强制消费成为主要形式。据统计,在本次北京一日游体验到的全部强制消费线路中,有66.67%的线路并未在合同中明示,但通过体验员实际观察,这些未明示在合同中的强制消费项目中,比例高达70%,如果不参加会影响行程安排。比如,2号线路中,导游要求游客在团费之外,每人另行支付70元“圆明园内的导游讲解和小交通电瓶车费用”,否则会影响行程;12号线路、18号线路中,导游均强制要求游客交纳慈禧水道船票150元/人,否则强制游客下车并终止行程。

另外,强制消费项目收费模糊、标准不清晰。15号线路中,

导游安排了慈禧水道强制性游船项目,通过20分钟的游船进入颐和园票价为160元/人;但其他线路,慈禧水道游船进入颐和园的11号线路中,导游有意规避购物的提法,将隐性购物转入整个旅游中。整个游览过程中,导游未提到一次购物,但游客仍然被带到购物场所,这些购物场所悬挂着导游所说的名称:地矿展厅、中国风水文化博物馆文化中心、四合院博物馆,但游客进内参观后,却被反复劝说购买玉石等商品。

总体看,本次所有一日游体验调查中,强制消费金额在团费金额中的占比为43.4%,其中5号线路体验员遭遇的强制消费金额占比竟高达158%,其中包括北京皇家四合院(180元/人)与水关长城电瓶车(10元/人),而团费仅为120元/人,强制消费金额远超过团费金额。

记者体验

老夏利接车单程熄火4次

记者作为体验员之一,在携程网上预订了北京遇上假期旅行社的北京——秦皇岛二日游线路,特意选择了收费最贵的一条线路,每人团费498元。在行程介绍里,只是详细地说明了每天的线路和安排,但接待车辆、团餐标准等均未标注。

当天坐动车到达北戴河后,记者发现这个团一共有4个人。结果导游直接把记者等4个人带上了一辆老夏利,这辆车龄已经10年的老夏利,没有空调,导游只能开着窗户,这还不算,在去往山海关古城景区的路上,夏利车一共熄火了4次。

导游也没有佩戴导游证,在言谈中记者了解到,他是本地人并不是专职导游,只是平时做兼职导游赚外快。进入第一个景区老龙头,导游借口没

有地方停车,把4人送到景区门口就消失了。

随后,到山海关景区一家餐厅吃饭,团餐为四菜一汤,两荤两素,但饭菜质量很差。整个餐厅非常混乱,各旅游团的导游直接去抢菜,谁抢得快谁的团就能先吃上饭。记者注意到,一桌游客吃饭后,餐桌上还有游客们吃剩下的半盘馒头,工作人员在收拾残羹剩饭时,把这半盘馒头又送到了取餐处。

第二天前往鸽子窝公园,早上9点进公园时,导游跟大家约定好,下午两点半到公园门口集合前往火车站,结果还没到1点,导游就来电话催动身。在车上记者了解到,原来是这个导游又赶着时间去接下一个团,本来是下午3点半的火车,结果1点多就把记者送到了火车站。

记者手记

强制消费就像打不死的“小强”

近两年,外出旅游遭遇强制消费,甚至游客为此与导游发生争执、厮打的情形不绝于耳。尽管2013年出台的《旅游法》有明文规定,旅行社不得以不合理低价组织旅游活动,诱骗旅游者,并通过安排购物或另行付费旅游项目获取回扣等不正当利益。但几年来,强制消费就像打不死的“小强”,变着花样继续猖狂。此次的调查结果就显示,隐性强制消费已成为主要形式。

强制消费在我国旅游市场为何大行其道,一是长期以来旅行社打价格战形成的恶性循环——价格没有最低只有更低;还

有一个原因就是旅游者贪小便宜结果却吃了大亏。因此,对付隐性强制消费,一要靠旅游、工商等行政管理部门,对违法企业“零容忍”。二要靠旅游行业协会,对旅行社经营行为实行内部监督,杜绝旅行社恶性削价竞争;同时,旅游者也要有消费自觉。买卖讲求“一分钱一分货”,选择旅行社时一味贪图低价,非理性消费的结果必然是贪小便宜吃大亏。此外,还要有维权意识,在与旅行社签订合同时,认真了解合同条款,当权益受到侵害时注重证据保留,为日后维权争取有利条件。(陈琳)