



“纯玩团”变购物团、一直在找路…… 在线旅游该如何维权？



邹女士花1517元买了“瀑布一日游”，结果司机找不到路，瀑布没看到，一天时间全在找路。法院判了：退费，赔违约金。这不是个例。日前，北京市第三中级人民法院公布相关典型案例。线上的“纯玩团”可能变购物团；订好的酒店可能“到店无房”；参加滑道项目，摔伤了可能没人管……春游高峰来了，线上买旅游，出事了找谁？平台与供应商、代理商与实际服务商之间相互推诿责任，又当如何维权？记者就此进行了采访。

当前，线下传统旅游消费占比下降，线上渠道成为旅游交易的主要载体。消费者通过在线旅游平台、直播电商网店、手机应用程序，分分钟下单，交通、住宿、景区、旅游产品预订等一键完成，非常快捷。但同时，线上买旅游也带来不少纠纷隐患。

“近5年，我院审结的涉旅游纠纷案件总量保持平稳，但在线旅游消费引发的纠纷占比持续偏高。”北京市第三中级人民法院副院长薛强表示，线上渠道产生的旅游消费纠纷，主要表现在退改规则执行、合同约定内容与实际履行情况不符、平台与供应商责任划分等方面，呈现跨

“出去玩最珍贵的就是时间，带去购物店一待就是半天，真的很想哭！”

山东的秦女士向记者讲述了今年1月在云南旅游度蜜月的经历。她通过网络平台订了14天行程、每人2900元的“纯玩团”。谁知旅行途中，换个城市就换导游、换团，除了最初签合同的旅行社，其他旅行社连个名字都不知道。“最后拨打12315投诉，旅行社退了1000元。但是退点钱没啥用，关键是要规范起来，加强监管。”

随着广大消费者对旅游质量要求不断提升，“纯玩团”逐渐成为热门选择之一，但也有不少人踩坑。

北京市第三中级人民法院民四庭庭长侯军表示，对于旅游服务提供者而言，不论是特别条款约定还是平台标识，一旦明确承诺“纯玩无购物”，就应当严守合同约定，在未与游客达成充分合意、实现合同变更的情况下安排购物行程构成违约，应

旅游消费纠纷往往金额不高，但涉及主体不少；消费者期待很高，但维权门槛不低。旅游消费维权时常面临“异地投诉难”“责任认定难”“执行赔付难”等困境。

消费者如何更好维权？北京市第三中级人民法院立案庭庭长黄海涛支招：“强化风险意识，注重证据保全，依法理性维权。”

具体来说，消费者选择旅游产品时应应对超低价等宣传保持警惕，预订时通过截图、录屏等方式保存网页宣传详情与客服承诺，特别是关于房型、航班、退改政策等关键信息。消费者在线订购机票、酒店等服务时，需仔细阅读用户协议、预订须知等全部合同文件，切勿盲目勾选同意。尤其要特别注意以加粗、下划线等方式提示的格式条款，对于订单不可取消、平台仅提供中介服务免责条款，应询问清楚具体内容。

“行程中，若遇酒店与宣传不符、行程缩水、强制购物、航班无故降舱或取消等问题，可立即通过拍照、录像、录音等方式现场取证，通过平台官方沟通渠道与服务方交涉，留存沟通记录。”黄海涛同时提醒，老年人、未成年人等特殊群体应根据健康状况选择合适的行程强度与项

线上交易风险凸显

地域、电子化、多主体参与等特点。

据了解，线上旅游消费纠纷主要集中在交通票务、住宿服务等环节，其中，机票预订与退改、住宿服务履约为纠纷高发领域。以住宿服务为例，有时消费者面临预订信息与实际住宿条件不符、订单确认后无房、入住费用与宣传价格不一致、住宿服务标准降低、押金退还争议等情形。节假日、旅游旺季期间，住宿资源紧张，相关履约争议更为突出。

随着自助游、定制游、家庭游等出行方式普

及，旅游消费群体分化，特殊群体旅游消费风险凸显。因年龄、消费习惯、出行方式不同，游客在消费选择、维权能力以及纠纷发生率上存在显著差异，整体形成多元化、分层化的游客结构，消费行为与风险承受能力则呈现差异化分布。

“从纠纷数据来看，涉及老年游客、家庭亲子游等群体的旅游纠纷占比持续上升，集中在服务信息告知不充分、安全保障不到位、格式条款未明确提示等方面。”薛强表示，老年人、未成年人等群体，因信息获取能力、操作熟练度、法律认知水平、自我保护能力存在局限，更容易陷入旅游消费纠纷。

层层转包维权变难

当承担违约责任。

专家分析，旅游服务的提供并非由单一主体完成，涉及组团社、地接社、平台、履行辅助人等多方，转团、拼团、委托运营普遍，呈现平台、运营商、代理商、地接方、实际服务商等多主体层层委托、多方合作的结构。线上旅游消费模式下，这一特征表现更为突出。

消费者通常仅与前端平台或销售方建立交易联系，背后涉及票务代理、酒店分销、资源采购、地接服务等多个独立经营主体，各主体之间存在代理、分销、合作、挂靠等多种业务关联，形成多层次、跨区域的服务链条。一旦需要维权，消费者常面临平台与供应商、代理商与实际服务商之间相

互推诿责任的情况。

“旅游消费纠纷中的法律关系纷繁复杂，同一纠纷往往同时涉及买卖合同关系、服务合同关系、委托代理关系、居间服务关系等多种法律关系，责任主体界定难度较大。”薛强表示，线上旅游交易的电子化与跨地域属性，进一步加剧了法律关系的复杂性。如果发生订单取消、服务不符、退改纠纷等问题，极易因主体关系复杂导致责任认定延迟、维权流程延长。

在景区游览、交通出行、住宿体验、游乐项目参与等环节，游客摔倒、划伤、磕碰、坠落等意外伤害事件也偶有发生。此类纠纷中，安全保障义务的履行情况往往是争议焦点。经营者是否在场内设置合理警示标识、是否对游乐设施进行定期检测维护、是否配备必要安全防护措施、是否在危险区域安排专人值守、是否对潜在风险进行充分告知，均成为认定责任的关键内容。

各方共同助力维权

目，谨慎参与高风险活动；亲属应协助审核合同与宣传信息，选择正规旅行社，将饮食、住宿等特殊需求在合同中予以明确。

除了消费者主动固定证据之外，真正该负起责任、管起来的是平台。

“有的平台作为广告发布者，责任与直接签约完全不同。”中国旅游研究院院长戴斌表示，下一步在旅游法修改中，应当将在线旅游服务纳入规范范围，回应新型交易关系；同时，适时出台相关司法解释，统一裁判标准，进一步厘清相应责任，让利益受损者得到救济，依法惩戒违法行为。

从落实主体责任的角度说，旅游平台经营者应严格审核管理，规范经营行为。其中包括对入驻商家做实质性审查，定期核验；明确图片、星级、行程描述等合规发布；禁止刷单炒信、虚构交易；价格算法要透明，防范大数据杀熟。关于机票退改、酒店到店无房等问题，平台需在流程设计上重点优化。

“旅游服务提供者应严格按照合同约定及宣传承诺提供各项服务，不得擅自降低交通、住宿、餐饮、游览项目标准，不得无故变更核心行程或增加合同外购物及付费项目。”黄海涛表示，退改规则制定应公平合理，不得设置显失公平的霸王条款。因自身原因导致合同解除的，旅游服务提供者依法承担退款、赔偿损失等违约责任。同时，建立高效的投诉响应与处理机制，畅通投诉渠道，简化投诉流程，实现线上线下客诉服务的无缝衔接与协同处理。

据《经济日报》

