

福建省消委會和福建省工商局市場處聯合發佈消費風險提示：

網路市場監測報告

——“五一”線上旅遊服務網站監測情況及消費風險提示

發佈日期：2016年4月26日 來源：福建省消費者委員會

在“五一”節假日到來之際，福建省工商局市場處開展了線上旅遊服務網站定向監測，對“攜程網”、“去哪兒網”，“途牛網”，“阿裡旅行”，以及福建省內線上旅遊服務網站如“欣欣旅遊網”進行定向監測，分析網路旅遊服務市場存在的問題。為此，福建省消費者權益保護委員會和福建省工商局市場處聯合向我省消費者發佈消費風險提示，監測情況主要如下：

一、低價招攬暗藏陷阱

定向監測顯示，部分旅遊網站、淘寶商家虛標低價招攬消費者。消費者流覽旅遊服務網頁資訊時，往往會被商家低價幌子所吸引而點擊購買，但實際購買後到達酒店方被告知需要補齊相應差價。監測人員在阿裡旅行網“五一酒店搶先購”活動頁面首頁發現“明宇酒店集團 四川7店通用2晚套票 五一適用”的旅遊服務產品，該產品頁面頂部的標題和副標題均著重宣傳“五一適用”字眼，但卻在頁面底部“購買須知”中的第2條第3小點中用小號字體“溫馨提示”消費者“五一適用，部分酒店補差價於前臺支付”，經監測人員與客服溝通具體需要補多少差價時，客服並未給出統一標準，僅回復具體補差直接詢問前臺。

福建省消費者權益保護委員會指出，《消法》明確規定，經營者應當向消費者提供有關商品或者服務的真實資訊，經營者不得以格式合同、通知、聲明、店堂告示等方式作出對消費者不公平、不合理的規定。相關服務平臺既然已經“著重”宣稱低價“五一適用”，卻又在頁面底部“小字”標注需要“補差價”從而欺騙消費者的行為顯然是不合理的。消費者在選購相關旅遊服務產品時也應仔細注意看清經營者的“文字遊戲”，小心價格陷阱。

二、虛假宣傳誘人上鉤

旅遊產品中主要包括交通、酒店、公寓、旅遊景區等，為了讓消費者被網站上宣傳的資訊所吸引，經營者往往會選擇發佈一些“火爆”、“名額有限，欲購從速”、“僅此一天”等虛假宣傳來吸引網購消費者。監測人員4月20日在途牛網一活動頁面發現“<方特二期夢幻世界1日遊>親子天堂，夢幻樂園，天天發班，方特生日季特價148元起，僅此3天”的宣傳字樣，點擊進去後並未發現宣傳中的148元的一日遊產品，取而代之的是218元的標價和起價說明。監測人員同時也在其他平臺發現了諸多同類問題，如欣欣旅遊網一款“五一約惠價1350元起”的“重慶到稻城亞丁雙飛三日遊”旅遊產品，點擊進入後實際價

格卻需要 2700 元。

福建省消費者權益保護委員會指出，《消法》第二十條規定，經營者向消費者提供有關商品或者服務的品質、性能、用途、有效期限等資訊，應當真實、全面，不得作虛假或者引人誤解的宣傳。第二十三條規定，經營者以廣告、產品說明、實物樣品或者其他方式表明商品或者服務的品質狀況的，應當保證其提供的商品或者服務的實際品質與表明的品質狀況相符。消費者在網購相關旅遊產品時要警惕經營者的虛假宣傳行為。

三、自費專案強制消費

部分經營者為了讓旅遊者在旅遊時多消費，往往會選擇發佈一些額外需要自費的專案強制網購旅遊者消費，此類強制消費行為在“境外遊”產品中最為多見。監測人員在攜程網、去哪兒網等平臺上均發現了一些旅遊產品雖然標注額外收費專案客人本著“自願自費”的原則選擇參加的說明，但仍有不少消費者反映到達異地後被強制收取“自願自費”的專案費用。如攜程網一款“曼谷+芭提雅+普吉島 8 日跟團遊”旅遊產品在頁面中宣稱“芭提雅推薦自費 600 元 普吉島推薦自費 600 元客人 本著‘自願自費’的原則選擇參加”，但監測人員發現有眾多購買此款旅遊產品的使用者在點評中評論被強制收取自費項目的費用，甚至有用戶評論“領隊說要麼交錢要麼就不要去”，對此經營者的解釋竟然是“如果您實在對自費項目反感的，那我們建議您在團費價格上浮可以接受的範圍之內可以選擇我們一些無自費的團”。經營者一方面在產品頁面中宣稱自費專案完全自願，另一方面又默許強制消費，完全忽視了消費者自主選擇權。

福建省消費者權益保護委員會指出，《消法》第九條規定：消費者享有自主選擇商品或者服務的權利，消費者有權自主選擇提供商品或者服務的經營者，自主選擇商品品種或者服務方式，自主決定購買或者不購買任何一種商品、接受或者不接受任何一項服務。如果消費者在旅遊時上述權利中受到限制，被要求強制消費，消費者可以對經營者進行投訴。

監測人員在此次監測中還發現了線上旅遊服務提供者、旅行社、酒店、導遊等在消費者進行投訴後互相推諉責任。