

近日“导游辱骂游客”事件再次引发争议。记者调查发现,在“拼低价”的旅游经营模式下,底薪只有数百元的导游接团时往往需要垫付人均数百元的“人头费”。因此,他们往往千方百计通过诱导消费者购物以获得高额返点来“填坑”和盈利。

低价旅游团:带团导游九成收入靠客人



淡季带不到团就吃不上饭

实际上,被报道的“恶导游”事件只是冰山一角。记者调查发现,“胁迫消费”频发的导游行业背后是严重缺少基本生活保障。

张家界导游李春霞告诉记者,专职导游的月基本工资,在张家界300元-800元不等;兼职导游甚至没有基本工资,靠发日工资。“没有底薪的导游,常常面临‘淡季带不到团就吃不上饭’的窘境。”黄山导游小薇(化名)无奈地说,每天带团费约200元,淡季水平均下来,一年工资仅2万元左右。

企业对导游的保障十分微薄。安徽一旅行社协会副会长洪琛透露,愿意给导游购买保险的旅行社微乎其微。“截至去年年末,当地156家旅行社中,大概仅两三家会给导游买保险。”湖南导游蔡妮娅告诉记者,2014年她身边有几位导游在带团过程中受伤,但“出事以后基本靠行业协会募捐,几乎没有其他保障机制”。

导游流动性过高是导致服务质量不高的主要原因。安徽省一位旅游部门工作人员称,按规定,旅行社要有20%的固定导游,但出于成本考虑,许多旅行社不愿意“养”固定导游,仅在旺季聘请临时导游,这部分人挂靠导游服务中心并交纳一定的管理费,没有固定薪酬、长期合同、社会保险,人多且散,工作稳定性差。

对于很多游客经常投诉的导游服务不好,专家认为,根本原因在于国内导游工资与服务质量并不直接挂

钩。“干好干坏都这点钱,所以大家工作积极性不高。”小薇坦言。据记者了解,在国外,导游收入以小费为主,旅行社所付的报酬仅占一小部分。这就意味着,游客是上帝,影响导游的收入高低,导游必然努力让游客满意。

由于正常收入低、缺乏保障、流动性高,导游群体难以留住人才,人员呈年轻化趋势。三亚某国际旅行社总经理王雪琴介绍,“2009年时我们公司400多位专职导游,现在只有16位了。”随着“正规军”逐渐流失,越来越多无证黑导游充斥市场,队伍鱼龙混杂。

“宰客”模式多年,游客都门儿清

记者联系上了中国海洋大学经管学院旅游系教授董志文,他介绍说:“为啥云南、海南等旅游容易出现这些问题,最主要原因还跟他们所处的地理位置有关系。首先,这些旅游目的地多为经济欠发达地区,但旅游资源很丰富,要想吸引大量外省游客去,走低价线路是很常见的手段。其次,很多消费者都是图便宜心理,但这种模式操作多年,如果以前不知道被宰还很容易理解,但放在现在明知道是套还往里钻,消费者很明显还是想钻空子。”

“现在游客出游心理都很成熟了,低价出游不是馅饼而是陷阱,这个道理很多人都明白。”但为啥还是争着去钻空子呢?随着云南导游骂人事件进一步发酵,很多细节被网友爆出。据了解,在旅游之初,游客四人以每人1元的价格报团参加了云南、大理、丽江、西双版纳的双飞旅游购物团。在旅行过程中,需要进购物店时,有部分客人不愿意履行购物合同,抵制进店,甚至有客人直接指责导游拿回扣,为此才导致导游在车上大骂游客的一幕。

在冲突之后,旅行社向游客道歉并且每人支付了500块赔偿,有网友称,游客花费了1块钱出游,却挣了499元,正是这点引发了戏剧性转折。“游

客故意钻套很明显是有目的。”业内人士分析。

争夺“刀尖上削下来的利润”

安徽大学旅游系副主任李经龙分析说,那些习惯低价恶性竞争的旅行社,为控制成本,不断挤压导游基本工资待遇与游玩线路的服务质量,以拉低产品价格。记者调查发现,这种先靠低价争抢游客,再通过回扣等赚回利润的方式,被基层旅游部门称为“刀尖上削下来的利润”。

海南一旅行社负责人告诉记者,目前那些几百元甚至几元的低价团费用明显低于成本,往往是由组团社组织游客,地接社从组团社手中买团,导游再先自己垫付费用从地接社买“人头”。对于地接社和导游而言,是负债在接团,“人均数百元的‘坑’,不想亏本,就只能想办法捞钱填坑。”

而诱导、胁迫游客购物,从商家拿返点就是主要捞钱方法。据了解,现在导游带团,购物、餐饮等环节一般都有返点,有十年执法经验的海南省旅游委质监局一名工作人员直言,“购物返点45%算正常,还有更高的。门票也有返点。”

年初转行的云南导游小陈向记者讲述了“返点潜规则”,像珠宝、字画这些产品定价随意性大,卖价越高,返点越多,“最多一次是在去年春,有个游客花三万元买了个玉镯,商户按照利润30%返给我,好几千呢。”

记者在安徽、湖南、海南等多地走访调查,业内人士反映,“低价团”如今在中国各地旅游市场层出不穷,比起《旅游法》实施之前“有过之而无不及”。海南三亚某大型旅行社总经理直言,旅游法对“坑人低价团”的约束,一定程度上形成了反效果。“一些小旅行社反正也活不下去,干脆倾注所有捞一笔。劣币驱逐良币,导致自我约束力强的、积极转型的公司反而很难生存。”(据新华网、中国旅游新闻网)

如何辨别低价旅游团

看旅行社资质。旅行社分为不同类型。国际社或国内社,标明了经营范围。如果是出境旅游,一定要注意旅行社是否有出境游经营权。

看旅行社行业背景。也就是旅行社所属公司是以经营旅游业为主,还是主营其它项目,旅游只是一个新拓展的领域。相比较而言,后者资历浅,投入精力不多,显然实力上稍逊一筹。

看旅行社的广告。此招最容易也最有效。广告构成了旅行社信誉度的重要部分,可以肯定地说,一个不做广告旅行社是没有很好实力的。要仔细观察广告出现在什么等级的媒体上以及出现的频率、篇幅、位置或时段。这些都从一个侧面反映了旅行社的信誉和实力。

记住各地旅游局的电话号码,对旅行社资质等问题不甚明了时,可以电话咨询。去上他们的网站去查看相关信息,如果一个网站长期不更新的话,那大多是假的。

看旅行社的行程表。行程表就是旅行的日程安排,应包括住宿、用餐及景点几个方面,越详尽越好。一份出色的行程表甚至包括下榻酒店及用餐餐馆的电话,万一客人走散,可凭此及时与团队取得联系。另外,提供日程表越详尽,旅行社中途随意改动安排的可能性越小。

看行程安排是否合理。有些旅行社的行程看似诱人:国家多、城市多、安排紧凑。可实际上在途中浪费很多时间,甚至走回头路。例如某旅行社组织的北京到以色列再到南非,再返回以色列返回北京,14天行程的旅行,仅飞行和在机场候机安检的时间就近60个小时,这样旅行下来,不仅是浮光掠影,而且人困马乏,更谈不上旅行观光的乐趣。

探讨景点细节。看行程表时不仅要注意节目和景点,是否符合自己兴趣,而且要看标注是否详细。如果行程上写“阿尔卑斯山滑雪一天”或“黄金海岸畅游半日”之类的话,可千万要小心。因为“阿尔卑斯山”和“黄金海岸”的范围很大,当地滑雪场或海滨浴场众多,它们的设施、管理、自然条件都相差颇多,享受的服务差别很大。遇到这种情况,一定要向旅行社询问滑雪场或浴场的具体名称及情况。虽然即使说了旅行者也未必知道,可如果旅行社说不出,这里面一定有问题。如果说名字,请一定记下,日后看看是否相符。另外,在向别家旅行社咨询时,可以顺便问一问该场所如何,竞争对手常常会说出实情。(本刊综合)

低价旅游团的揽客“新方式”

电商“一元游”网站门票大战被叫停

跟传统旅行社慎做低价团的同時,很多旅游网站却展开了“一元”价格大战。记者了解到,从去年开始,同程、携程在门票市场展开价格大战,在携程入股同程之后门票市场促销仍然持续。同程旅游称追加2.5亿元预算,在去年旅游旺季月份加推1元门票特惠活动。

今年4月份,途牛推出“1元游”出境游的特价活动却被旅游部门紧急叫停。记者了解到,旅游网站推出“1元游”“1元门票”,都注明是手机专享,而且门票需要在有效期内使用,过期作废。虽然被叫停,但旅游网站不认,他们自己的理由是自己有成本补贴。途

牛网相关人士表示,截至活动下线,实际补贴已经发出去。

“旅游产品可以低于市场成本价,但低于成本价原则上应该有合理的理由,如果商家是为了赢得市场、打垮对手,而推出这种远远低于成本价的产品,那就涉嫌违反《反不正当竞争法》了。”旅游主管部门的约谈符合法律程序,也是为了维护旅游市场的秩序,保护消费者的合法权益。

QQ群、朋友圈都是揽客的方式

如今一些不正规的旅行社或者是分社,为了逃避旅游监管部门的查处,会通过QQ、微信朋友圈招揽游客。还有的到农村偏远地区宣传,那些不明白却又贪图便宜的人就报名了。

而一些正规旅行社也会做低价团,但是他们都会在游客报名时明确告知,并且会签订单独的合同。“我们推低价团实际上是给了游客更多的选择,市场有这个需求我们才推出这种团。”淄博市一家旅行社的工作人员介绍。

记者从淄博市旅游局旅游质监所了解到,《旅游法》规定,不允许有低价团,也不允许在旅游中增加购物场所,所以现在虚假夸张的旅游广告绝迹。目前的低价团并没有杜绝,一些不正规的旅行社害怕被查处,就转入“地下”操作,由于隐蔽性较强,游客投诉也不积极,所以查处有一定难度,而低价揽客也是近期旅游监管部门查处的重点。(据中国新闻网、《淄博晚报》)