

明天就是3·15,写旅游合同示范文本的律师给你提个醒

你和旅行社签的是什么合同,大有讲究

本报记者 鲁佳

春暖花开,草长莺飞,出游的心思又飞上了天。如今,旅游越来越是件平常事,不过,旅途中难免会出现一些突发情况或纠纷,如果遇到要学会拿起法律武器进行维权。

明天就是3·15国际消费者权益保护日,钱报记者特别请来浙江旅游合同撰写人之一、资深律师乐淳,为大家出门旅游提个醒,给出实用性的建议,教你维权。

取消景点安排购物 旅行社还告了旅游者

乐淳律师是浙江京衡律师事务所合伙人、资深律师。他曾受托参与或主持起草浙江省版《出境旅游合同》示范文本,主笔起草浙江省示范用国际邮轮旅游产品系列文本。

他告诉钱报记者,旅行社组织国内旅游或出国(境)旅游,在采用组团旅游的模式下,通常将多项服务内容打包在一起出售,比如将交通、住宿、餐饮、景点游玩、导游领队服务等组合在一起成为一个产品。“这一类产品往往最容易发生旅游者对旅行社服务质量进行投诉的。比如,景点缩水,餐饮或住宿不达标,等等。”

比如有这样一个案子,袁某参加了某旅行社组织的澳大利亚、新西兰旅游。旅途中,旅行社擅自减少了皇冠山脉公路、天堂谷景区、库克山国家公园3个景点,还多停靠了3个购物店。另外,旅行中,有的酒店也未按约定提供早餐。这样的旅行当然让人不爽了,所以,袁某回国后拒付余款。于是,旅行社起诉了袁某,袁某成了被告。

不过,懂得维权的袁某提起了反诉,要求旅行社赔偿违约金。

“旅行社擅自取消景点,未经同意安排购物,这肯定违约了。”审理后,法院作出的判决为:旅行社少安排3个景点,构成违约;遗漏无门票的景点,根据《旅行社服务质量赔偿标准》的规定,每遗漏一个景点,旅行社应向旅游者支付旅游费用总额5%的违约金;对于袁某所称的旅行社其他违约行为,法院也根据证据,进行了认定。

最终,旅行社支付了违约金6800多元,袁某也缴清了余款5300多元。

维权时要学会区分 是包价还是代办服务

旅行社有没有虚假宣传、误导?有没有强迫消费?服务有没有缩水?有没有尽到安全告知和警示义务、相应的安全保障义务等等,这些都是旅游者要重点关注的。

对于在线旅游消费,乐淳律师提醒重点关注:虚假宣传、误导性宣传、霸王条款、捆绑销售、退票改票收费过高、订单被随意取消、欺诈等。

有一点值得注意的是,旅游者也要学会区分旅行社提供的服务,是包价旅游服务,还是单项委托项下的代办服务。这两种服务中,旅行社的责任范围是不相同的。

在包价旅游合同情况下,旅行社承担较高的合同义务,除了按合同约定提供服务以外,旅行社还有将安全须知、文明旅游规范等向旅游者告知的义务,有些高风险的旅游项目,旅行社还应当对旅游者进行具体、充分的特殊风险提示,并采取相应的安全保障措施。

而单项委托合同,是旅行社仅向旅游者提供单项旅游服务,比如酒店住宿代订、机票代订、船票代订、景点门票代订、机场或车站接送等。这种情形下,旅行社的责任范围要窄很多。一旦旅行社依旅游者的指示完成了代办业务,之后旅游者遇到被违约的情形,大

部分情况下应属于旅游者与这些具体单位(例如酒店、景点、航空公司等)之间的争议。

旅游者要有证据意识 也要有风险意识

要维护自己消费者的权利,证据意识很重要。乐淳律师介绍,对于旅游途中遭遇的经营者违约,或者侵权行为,要尽量保留证据,比如录音、录像。在人身或财产遭受侵害时,及时报警。

购买旅游意外保险,是保证消费者权益的较好方式。保险所需要的证明也要注意留下,比如航班延误,可以到航空公司开具航班延误证明,以作为保险理赔的证据。

另外还有几点,也值得旅游者从自身这个角度注意的,比如不要贪图便宜,对明显“零团费、负团费”的低价旅游产品说不。

要对自己的身体健康状况、体力、应变能力等有客观的清醒认识,不要贸然参与具有高度危险性的游玩项目,因为有些活动的危险性是与生俱来的,比如浮潜、骑马、攀岩等。否则一旦发生事故,旅游者自己往往也要承担一定比例的责任。

听从政府主管部门发布的风险提示,在警示未解除之前,不要贸然前往高风险地区旅游。



用“文化+旅游+科技”讲好中国故事

本报讯 3月16日,由执惠主办、天迈联合主办,以“‘浸’入未来”为主题的《TWISE2018文旅数字经济峰会》将在杭州天元大厦举办,此次峰会汇聚了众多文旅数字经济领域的从业者,围绕最新的文化科技应用、技术创新、旅游大数据、旅游体验内容创新、体验提升等话题,共同探讨中国旅游产业科技创新的落地实践和未来发展趋势。

文化与旅游融合更加紧密

文化与旅游融合的运营逻辑已经成为国家思维,文化是内容,旅游是载体,在文化的呈现方式上,旅游场景的打造、呈现方式的创新将至关重要。

近年来,由科技推动的文旅数字化开发与应用,正掀起一场场景与内容体验提升革命。以全息投影、互动投影、球幕影院等为代表的数字技术和以三维建模、增强现实(AR)、虚拟现实(VR)、人工智能等为代表

的场景科技不断发展,将数字技术与景区的游览体验项目开发结合在一起,创造出全新的“沉浸式互动体验”产品,为智慧旅游的发展开启了一扇新的大门。

作为文化与旅游融合的代表,近年来以高科技为实现基础的各种旅游演艺蓬勃发展。这些技术的应用增加视觉的表现力和视觉的震撼性,营造浸入式体验感。所有技术的终极目标是增加体验感,为观众制造更好的视觉呈现。更多的互动,感受代入感,是现代数字信息技术在文旅行业的一个应用方向。

“文化+科技”讲好中国故事

在旅游与科技跨界融合的过程中,需要挖掘文化内涵,结合最新科技,呈现出崭新的旅游体验方式。旅游作为生活方式的一种,其本身就是文化的集中。同时,旅游作为文化的载体,通过萃取文化IP等形式承载、表

达、创造文化,将使旅游体验底蕴更为深厚、引人入胜。

2017年末一场风靡伦敦、巴黎、东京、洛杉矶等地的世界级视觉盛宴——team-Lab未来游乐园落地杭州万象城,杭州天迈网络有限公司斥资千万从日本引进的场景科技运用,一度刷爆杭州人的朋友圈。项目吸引了几十家景区投资机构前来考察,为传统旅游景区打开了内容更新和运营创新的全新思路。同样,国内主题乐园知名企业华强方特,以文化为根本,将高科技技术充分融入到主题公园项目中,成功推出了“方特欢乐世界”、“方特梦幻王国”、“方特水上乐园”、“方特东方神画”四大主题乐园品牌。

如今,旅游与生活方式正加速融合,旅游跨界需要对文化IP的萃取,更需要数字化技术的加持,“文化+旅游+科技”产业的兴起正在重构文旅产业链,改变人们的文旅体验方式。 本报记者 鲁佳 通讯员 徐振帆