

普通高等教育(本科)“法律法规”系列教材
“工商”企业在职岗位培训系列教材

旅游法律法规

童俊 焦晓菲 主 编
隋永华 张武超 副主编

清华大学出版社

普通高等学历教育(本科)“法律法规”系列教材
“工商”企业在职岗位培训系列教材

旅游法律法规

童俊 焦晓菲 主编
隋永华 张武超 副主编

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书根据国家颁布实施新修订的旅游法规及相关管理制度,结合旅游活动所涉及的业务领域,系统介绍了旅游法、旅行社管理、导游和领队人员管理、旅游饭店管理、旅游消费者权益保护、旅游合同、旅游市场管理、旅游资源管理、旅游安全管理,旅游纠纷解决等旅游法律法规知识;并通过案例分析讲解、提高解决实际问题的能力。

由于本书选材新颖、内容适用、案例鲜活、贴近实际、注重旅游行业实际,对帮助学生就业、培养旅游从业者的法律意识和职业道德修养有积极作用;因此本书既可以作为高等院校旅游专业本、专科教材,以及导游资格考试的参考书,也可以作为旅游企业的员工培训教材,对于广大社会读者亦是一本有益的依法旅游维权的参考读物。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

旅游法律法规 / 童俊,焦晓菲主编. —北京:清华大学出版社,2015

(普通高等学历教育(本科)“法律法规”系列教材 “工商”企业在职岗位培训系列教材)

ISBN 978-7-302-40669-3

I. ①旅… II. ①童… ②焦… III. ①旅游业—法规—中国—高等学校—教材
IV. ①D922.296

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第157730号

责任编辑:方洁

封面设计:常雪影

责任校对:宋玉莲

责任印制:刘海龙

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:北京密云胶印厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×230mm 印 张:20.25 字 数:416千字

版 次:2015年8月第1版 印 次:2015年8月第1次印刷

印 数:1~3000

定 价:36.00元

产品编号:057005-01

丛书编审委员会

主任：	牟惟仲					
副主任：	林征	冀俊杰	张昌连	王阳	翁心刚	唐征友
	丁虹	吕一中	张建国	王松	车亚军	王黎明
编委：	王绪瑾	林辉	齐众希	丁玉书	宁雪娟	田小梅
	孟繁昌	李洁	吴慧涵	鲁彦娟	鲍东梅	薄雪萍
	李耀华	孙军	张美云	何巍厦	白大永	王洋
	李爱华	李遐桢	王桂霞	罗佩华	马平	周晖
	苏艳芝	彭爱美	童俊	孙勇	王建设	李静
	张武超	焦晓菲	卢芳华	张剑虹	李涛	李佳
	王海文	吴红霞	朱宏	钟丽娟	崔娜	王威
	黑岚	梁红霞	穆晨曦	郑强国	吴青梅	李淑娟
	卜小玲	熊化珍	温智	张劲珊	李康	曹敏
总编：	李大军					
副总编：	李爱华	武裕生	李遐桢	罗佩华	马平	彭爱美
专家组：	唐征友	齐众希	钟晖	林辉	武裕生	刘志军



随着我国改革开放进程的加快和我国社会主义市场经济的快速推进,我国经济建设一直保持着持续高速增长的态势,已成为全球第二大经济体。经济发展越快,市场竞争越激烈,越是需要法律法规作保障,法律法规既是规则,也是企业的行为道德准则;法律法规在开拓国际市场、国际商务活动交往、防止金融诈骗、打击违法犯罪、推动民族品牌创建、支持大学生创业、促进生产、拉动内需、解决就业、推动经济发展、保证国家税改、改善民生、构建和谐社会等方面发挥着越来越大的作用。

目前我国正处于经济稳步发展与社会变革的重要时期,随着经济转型、产业结构调整、传统企业改造,涌现了大批旅游、物流、电子商务、生物医药、动漫、演艺、文化创意、绿色生态、循环经济等新型产业;为支持“中小微”型企业和自主创业发展,为与国际经济接轨、适应中国经济国际化发展趋势,近年来国家不断加大税制改革、调整财政与会计政策,并及时颁布实施了一系列新出台和修订的法律法规,包括劳动法、旅游法、商标法、税法、保险法等,以及企业会计准则、税收征管制度等政策规定,为的是更好地搞活经营、活跃市场、确保我国经济的可持续发展。

市场经济是法治经济,经济活动必须遵纪守法,法律法规执行与监管是市场经济的永恒主题。随着我国法律体系的逐步建立,全民都必须尊重严守法律法规,随着世界逐步纳入法制化轨道,所有企业也必须依法办事规范经营。当前,面对经济的快速发展、激烈的国际市场竞争、就业上岗的压力,更新观念、学习新法律法规,调整业务知识结构、掌握各项新的管理制度,加强在职从业人员的法律法规应用技能培训、强化法规道德素质培养已成为目前亟待解决的问题。

社会需求和市场呼唤有知识、会操作、能顶岗的实务型法律法规专业人才,本套书的出版不仅有力地配合了高等教育法律教学的创新和教材更新,而且也满足了社会需求,起到了为国家经济建设服务的作用;对依法治国、依法办事、依法经营,对加强法治观念、树立企业形象、提升核心竞争力、有效进行自我保护具有积极的现实意义。

本套教材作为普通高等教育本科院校法律法规课程的特色教材,以读者应用能力训练为主线,以科学发展观为统领,严格按照国家教育部关于“加强职业教育、突出实践技能与能力培养”的教育教学改革要求,依据各项法律法规的教学特点和人才培养目标,根

据当前国际法制改革新的发展趋势,结合国家正在启动的毕业生就业工程,针对社会、市场、企事业单位对各种法律事务岗位用人的实际需求;我们组织多年从事法律法规相关课程教学的专家教授与具有丰富实战经验的律师事务所律师共同撰写。

本套教材包括《经济法》、《商法》、《海商法》、《税法》、《国际商法》、《劳动与社会保障法》、《金融法律法规》、《保险法律法规》、《会计法律法规》、《电子商务法律法规》等教材。参与编写的单位有:吉林工程技术师范学院、北京物资学院、华北科技学院、北京联合大学、哈尔滨师范大学、北方工业大学、山西大学、首钢工学院、牡丹江大学、北京教育学院、燕山大学、北京城市学院、东北财经大学、北京财贸职业学院、厦门集美大学、北京朝阳区社区学院、大连商务学院、北京西城社区学院、郑州大学、北京石景山社区学院、大连海事大学、北京宣武社区学院、浙江工业大学、大连工业大学等全国三十多所高校。

由于本套教材紧密结合中国经济改革与发展实际、融入法律法规实践教学理念,坚持改革创新、注重与时俱进,有效解决本科法律教材陈旧、知识老化、数据案例过时、重理论轻实践等问题,具有选材新颖、知识系统、案例真实、贴近实际、通俗易懂等特点,并采取规范统一的格式化体例设计;因此既可以作为普通高等教育本科院校、高职高专院校相关专业法律教学课程的首选教材,也可以作为各类企事业单位从业人员的在职教育和岗位培训教材,对于广大社会社区居民也是非常有益的普法参考读物。

在教材编著过程中,我们参阅借鉴了大量国内外有关金融、财税等各项法律法规的最新书刊资料和国家新出台的政策法规及管理制度,并得到有关行业企业领导与专家教授的悉心指导,在此一并致谢。为配合本套教材的发行使用,特提供配套电子课件,读者可以从清华大学出版社网站(www.tup.com.cn)免费下载。希望全国各地普通高等教育、高职高专院校积极选用本套教材,并请同行多提改进意见,以使教材不断完善与提高。

牟惟仲

2014年6月

前 言

FOREWORD

旅游法律法规



旅游业作为文化创意产业的核心支柱,已成为当今世界经济发展最快的“绿色朝阳产业”,在我国经济发展中发挥着重要的作用。但是伴随中国旅游业的迅速发展,旅游市场也出现了“秩序混乱、欺诈宰客、恶性价格竞争、承包挂靠、高回扣”等问题,有些旅游企业超范围经营、做虚假广告等;这些非道德和不遵守法规的行为,不仅严重干扰了旅游市场,而且损害了旅游者的合法权益、玷污了中国“礼仪之邦”的形象;已经引起了国家旅游行政管理部门、旅游企业、旅游从业人员的高度重视。

《中华人民共和国旅游法》(以下简称《旅游法》)的颁布和实施是我国旅游业发展历程中的一件大事,标志着中国旅游业进入了全面依法兴旅、依法治旅的新阶段。旅游经营者和旅游者以贯彻实施《旅游法》为契机,学习旅游法律法规知识,增强法制观念、优化内外部环境,这对于提升企业竞争力,有效维护自身合法权益具有积极的促进作用。

旅游法规是旅游管理、导游和酒店管理专业重要的核心基础课程之一,其中包含着学生毕业后顺利就业创业所必须掌握的关键知识。旅游活动有序开展、需要旅游法规的保障,随着旅游业迅猛发展、旅游市场竞争加剧,行业对从业人员法规素质的要求越来越高,加强旅游业依法经营、加速旅游从业者法规意识培养,提高管理水平、更好地为我国旅游业服务,这既是旅游企业健康可持续发展的战略选择,也是本书出版的目的和意义。

本书作为高等职业教育旅游管理专业的特色教材,属于北京市高等教育精品教材立项项目,坚持案例教学法、自觉以科学发展观为统领;严格按照教育部“加强职业教育、突出实践技能培养”的教育教学要求,根据职业教育与实践教学改革的实际需要,结合全国职业院校技能教学大赛及学生就业实习反映出的各种问题,编者审慎地对教材内容进行反复论证、精心设计,既注重基础知识,又突出旅游法规在旅游服务中应用训练,对帮助学生尽快掌握旅游法规、顺利就业、从事职业岗位工作具有重要作用。

全书共十章,以学习者应用能力培养为主线,根据旅游活动所涉及的业务领域和操作规程,系统介绍了旅行社、导游及领队人员、旅游饭店、旅游资源、旅游交通、食品安全、旅游者出入境、旅游娱乐场所管理、旅游纠纷解决等旅游法律法规管理制度知识,并通过案例分析讲解,提高解决实际问题的能力。

由于本书融入《旅游法》最新的实践教学理念,坚持改革创新、力求严谨、注重与时俱

进,具有选材新颖,知识系统,观点科学,案例典型,内容实用、并注重应用能力培养等特点;因此本书既可以作为普通高等院校本科旅游专业教学的首选教材,同时兼顾高职高专、应用型本科的教学,也可以作为旅游企业的员工培训教材及导游资格取证考试的参考书,对于广大社会读者亦是一本有益的依法旅游维权的参考读物。

本教材由李大军进行统筹策划并具体组织,童俊和焦晓菲主编、童俊统改稿,隋永华、张武超为副主编,由我国著名法律专家王建设教授审定,丁虹教授复审。编者写作分工为:牟惟仲(序言),隋永华(第一章、第四章),童俊(第二章、第三章、第七章),焦晓菲(第五章、第六章、第八章),王桂霞、罗佩华(第九章),张武超(第十章),周鹏、李瑶(附录);李晓新、华燕萍(文字修改、版式整理、课件制作)。

在教材编著过程中,我们参阅了国家近年颁布实施的旅游法规,借鉴引用了国内外有关旅游法的最新书刊和网站资料,收集了具有实用价值的典型案例,并得到业界专家教授的具体指导,在此一并致谢。为方便教学,本书配有教学课件,读者可以从清华大学出版社网站(www.tup.com.cn)免费下载使用。因旅游法规涉及面广且编者水平有限,书中难免存在疏漏和不足,恳请专家、同行和广大读者予以批评指正。

编 者

2015年6月

目 录

CONTENTS

旅游法律法规



前言	V
第一章 旅游法概述	1
第一节 旅游法的产生及其调整对象	1
第二节 旅游法律关系	5
第三节 旅游立法状况	16
第二章 旅行社管理法律制度	25
第一节 旅行社概述	26
第二节 旅行社的设立和审批	29
第三节 旅行社的经营	37
第四节 旅行社服务质量保证金制度	48
第五节 旅行社监督检查制度	53
第三章 导游与领队人员管理法律制度	58
第一节 导游人员概述	58
第二节 导游职业准入制度	62
第三节 导游人员的权利和义务	69
第四节 导游人员的管理	76
第五节 领队人员的管理	85
第四章 旅游饭店管理法律制度	91
第一节 旅游饭店法规概述	92
第二节 旅游饭店星级评定制度	95
第三节 旅游饭店治安管理制度	100
第四节 旅游饭店的权利、义务和法律责任	102
第五节 中国旅游饭店行业规范	110

第五章 旅游消费者权益保护法律制度	118
第一节 旅游消费者的概念及其法律地位	119
第二节 旅游消费者的合法权益及旅游经营者的义务	125
第三节 旅游消费者合法权益的保护	137
第六章 旅游合同法律制度	149
第一节 旅游合同概述	150
第二节 旅游合同的订立和履行	154
第三节 旅游合同的变更、转让和解除	167
第四节 违约责任	172
第七章 旅游市场管理法律制度	182
第一节 食品安全管理法律制度	182
第二节 旅游交通管理法律制度	191
第三节 旅游出入境管理法律制度	202
第四节 娱乐场所管理法规制度	211
第八章 旅游资源管理法律制度	215
第一节 旅游资源管理法规概述	216
第二节 风景名胜区管理法律制度	220
第三节 文物保护法律制度	228
第四节 相关旅游资源管理制度	236
第九章 旅游安全管理与保险法律制度	251
第一节 旅游安全管理	252
第二节 旅游保险法律制度	265
第十章 旅游纠纷及纠纷解决制度	283
第一节 旅游纠纷概述	284
第二节 旅游纠纷调解	285
第三节 旅游投诉	288
第四节 旅游纠纷的仲裁	293
第五节 旅游纠纷的诉讼	300
参考文献	311

第一章

旅游法概述



学习目标

1. 掌握旅游法的调整对象,掌握旅游法律关系的特征和三大构成要素;
2. 理解我国旅游立法体系;
3. 运用所学法律知识,分析旅游活动中的各种法律案例。

引例

2014年4月20日,来北京旅游的沙女士参加了一个旅行社组织的一日游游览项目。按照当时这家旅行社的宣传折页上提示,该游览路线包括北京八达岭长城和十三陵景区。当旅游大巴驶到郊区,导游突然提出要求所有乘客缴纳80元“明皇宫”门票,若拒绝交纳,将被当场赶下大巴。在前不着村后不着店的郊区,连如何回家都不知道的游客们只能无奈交付了80元钱。而导游则直言不讳道:“全北京都是如此。”经调查,该旅行社是无证的“黑旅行社”;导游是无证的“黑导游”。^①

请问:

1. 该案例涉及哪些法律法规?
2. 游客要采取哪些措施,防止上当受骗?

第一节 旅游法的产生及其调整对象

一、旅游业的发展和旅游法的产生

旅游法是现代旅游业发展的必然产物,它随着旅游业的发展而产生,随着旅游业的

^① 《央视曝光北京一日游乱象:多欺诈乱收钱》,央视网,2014-04-28。

不断发展而逐步健全完善。

旅游是人类社会经济发展的产物。原始社会时期,生产力水平极其低下,为了谋生,为了躲避自然灾害,人们被迫四处漂泊、狩猎、迁徙,这些为生活所迫的被动的迁徙行为,并非有意识的自愿的旅行,不能称之为旅游。到原始社会末期,出现了社会分工和交换,进入奴隶社会,社会分工扩大,生产力水平提高,出现了贫富差别,出现了专门从事商品交换的商人,他们成为最早的旅行者,商务旅行行业成为古代旅行的主要形式。

进入封建社会,旅行的内容和形式不断发展,不仅有商务旅行,还有宗教旅行、学术考察旅行、公务旅行、帝王巡游等形式。但古代的旅游活动由于受制于低下的社会生产力发展水平、落后的交通工具和住宿游览条件,只局限在少数商人、王公贵族、僧侣等特殊阶层,规模小、范围窄,与现代社会的旅游活动无法比拟。

近代时期,欧美国家普遍爆发资产阶级革命,并由此引发世界范围的产业革命,社会结构发生根本变化,社会生产力水平迅速提高、交通运输业迅速发展。经济的增长、资产阶级财富的增加、中产阶级的出现、工人工资和带薪假期的增加、城市化进程的加快、交通运输业的革命,为近代旅游业的崛起和发展奠定了坚实的基础,为更多人外出旅游创造了条件。但因缺乏旅游经验,对旅游目的地不了解,加上语言的障碍,人们迫切需要有专门的机构,提供旅游方面的服务。

英国的托马斯·库克顺应这一社会需求,于1845年创建了世界上第一家旅行社——托马斯·库克旅行社,它标志着近代旅游业诞生。此后,欧洲和北美相继出现了许多类似的旅游经营组织,它们极大地推动了旅游业的发展。

第二次世界大战结束后,全球局势相对稳定,各国都致力于本国的经济建设,世界经济逐渐得到恢复,尤其是进入20世纪60年代,和平和发展成为当今世界的两大主题,宏观环境的改善,为现代旅游业的兴起创造了前所未有的良好条件,旅游业已成为世界上发展态势最强劲并且持久不衰的产业。

各国充分认识到旅游业在创汇、拉动国内生产总值增长、扩大就业、促进文化交流等方面的积极作用,纷纷采取措施致力于本国旅游业的发展。进入20世纪90年代,旅游业的发展速度已高居其他产业之首,成为全球最大的产业和发展最快的新兴产业之一。进入21世纪,全球入境过夜旅游年均增长4%以上;国际旅游收入年均增长8%以上,高于全球经济增长率1~3个百分点。

旅游业在蓬勃发展过程中产生了各种各样错综复杂的关系以及各种各样的矛盾和问题,如旅游业经营者与旅游者的合同纠纷、旅游经营者对旅游者合法权益的侵害、旅游者对旅游资源的破坏等。越来越多的国家意识到必须用强有力的手段,特别是法律手段来加强对旅游事业的宏观调控,协调关系、缓和矛盾、解决问题。现代旅游的发展向上层建筑提出立法需求。

旅游业的不断发展以及旅游与社会生活的相互影响使旅游立法被提上日程。20世

纪50年代末60年代初,“旅游法”这一概念被正式提出来,旅游立法活动开始出现于国家和社会生活之中。一些国家逐步认识到旅游立法的必要性和重要性,相继颁布了一些旅游法律、法规,从而产生了一个新的法律部门——旅游法。旅游法是现代旅游业发展的必然产物,它以旅游活动中形成的各种社会关系为调整对象,对于保护旅游活动各主体的合法权益、维护旅游业健康有序发展发挥着重要的作用。

二、旅游法的概念及其调整对象

(一) 旅游法的概念

旅游法的概念有广义和狭义之分。广义的旅游法是指由国家制定或认可的调整旅游活动领域中各种社会关系的法律规范的总称。狭义的旅游法是指旅游基本法,即规定一个国家发展旅游事业的根本宗旨、根本原则和旅游活动各主体根本权利和义务关系的法律。本书对旅游法的理解采取的是广义的概念。

(二) 旅游法的调整对象

旅游法之所以成为相对独立的法学学科分支,很大程度上取决于它有独立的调整对象。旅游法的调整对象是旅游活动中形成的带有旅游特点或体现旅游活动特点的社会关系。旅游法调整的社会关系主要有以下几类。

1. 旅游行政管理部门与旅游经营者之间的关系

旅游行政管理部门既包括专门的旅游行政管理机构——国家旅游局、地方旅游局等,也包括依法对旅游业实施管理的国家各级行政管理部门,如工商、税务、物价、海关、外汇、文化、宗教、侨务、出入境等部门。旅游经营者,主要是指直接从事旅游经营的旅行社、旅游饭店、旅游景区景点、旅游定点商店、旅游定点医疗咨询机构、旅游定点摄影摄像公司、旅游定点演出场所等。

旅游行政管理部门在各自的职权范围内对旅游经营者实行管理、指导和监督。旅游行政管理部门与旅游经营者之间存在领导与被领导、管理与被管理、监督与被监督的各种社会关系。前者主要表现为职权的行使;后者主要表现为义务的履行,双方的法律地位是不平等的,是一种纵向的法律关系。

2. 旅游经营者与旅游者之间的关系

在旅行游览过程中,旅游者有食、住、行、游、购、娱等多方面的社会需求。旅游经营者要开发旅游资源、兴修旅游设施、提供旅游服务,旅游者因支付了一定的旅游费用而成为旅游消费的权利的享有者,旅游经营者因获得一定的旅游收入而成为旅游供应的义务的承担者。旅游经营者和旅游者的法律地位是平等的,在参与旅游活动中要遵循自愿、平等、公平和诚信原则,是一种横向的法律关系。旅游经营者与旅游者之间的社会关系

是旅游法重要的调整对象。

3. 旅游经营者与旅游相关企业之间的关系

旅游相关企业是指与旅行游览有关的民航、铁路、公路、水运、园林、文物、商业、轻工、城建等企业。旅游经营者要承担旅游者食、住、行、游、购、娱等方面的义务,必然要同旅游相关企业发生经济和管理方面的相互交往,形成多种多样的社会关系。旅游经营者和旅游相关企业之间因旅游业务经营而形成的各种社会关系,主要是国民经济各部门企业间专业化分工和协作的关系。这种社会关系,被旅游法调整为平等互利和等价有偿的权利义务关系。

4. 旅游经营者相互之间的关系

该关系主要指旅行社之间、旅游饭店之间、旅游车船公司相互之间,以及旅行社、旅游饭店、旅游车船公司之间在协作经营时所形成的社会关系。旅游经营者之间的义务联系也是平等互利和等价有偿的权利义务关系。

5. 旅游经营者内部之间的关系

这是一种综合的法律关系,包括旅游经营者决策机构与执行机构之间的关系、执行机构相互之间的关系、监督机构与其他机构之间的关系、劳动者和用人单位之间的关系等。

6. 外国旅游经营者、旅游者进入我国旅游市场形成的关系

这是一种具有涉外因素的法律关系。这种法律关系主要包括外国旅游经营者,旅游者在中国的法律地位,中国旅游经营者与外国旅游经营者之间的关系,中外合资、合作旅游企业中的中外各方合作经营关系,外商独资旅游企业与中国政府之间的关系等。这些法律关系除了涉及我国政府参加的国际公约以及国家惯例以外,都应由我国法律进行调整。

三、旅游法的作用

旅游法的建立和健全对促进各国、各地区和国际旅游活动以及旅游业的健康发展发挥着重要作用,这些作用主要表现在如下方面。

(一) 对旅游业进行宏观调控,促进社会的和谐发展

对旅游业进行宏观调控是旅游法的首要任务和作用。国家通过制定和实施旅游法律法规和其他规范性文件,确定旅游业发展的基本原则、基本方针和产业政策,依法引导、巩固、促进旅游经济体制改革的进行,保障旅游发展计划的全面落实,促进国际旅游合作的发展,使旅游业的发展能够促进社会 and 经济发展。对我国而言,通过旅游立法和执法活动可以极大促进我国和谐社会的建立与发展。

（二）明确旅游法各主体的权利、义务和责任，推动旅游业的健康发展

旅游法主体是指旅游法律关系的实际参与者，即在旅游法律关系中享有权利并承担义务的自然人、法人和其他组织。旅游法对这些旅游法律关系主体的权利、义务和责任进行明确地规定，主要有两个作用：第一是划定各主体应为、可为和勿为，为其提供一个法律允许的活动范围；第二是将这些规定作为一种衡量标准，以判断各主体的行为是否合法、有效。在旅游活动领域中，凡属合法有效的行为，其主体都会在法律的保护下顺利实现其利益和目标。反之，凡属违法无效的行为，法律将不予保护，而且如果这种行为侵犯了其他主体的合法权益，法律将会给予必要制裁，以保护相关主体的权益。

（三）为旅游业的发展创设良好的法律环境

由于旅游法律法规明确规定了各主体的权利、义务和责任，使各主体在法律允许的范围内从事自己的活动，自享其权，各尽其责，各得其利，因而从根本上保证了旅游活动的正常秩序，为旅游业的发展创设了一个良好的法律制度环境。

（四）丰富和健全一国的部门法体系

就我国而言，旅游法律可促进我国社会主义法治体系的健全和完善。部门法也叫法的部门，是调整因其本身性质而要求有同类调整方法的社会关系的法律规范的总和。

在现实社会关系中，虽然旅游法律关系有许多内容可以分别纳入民事法律关系、经济法律关系和行政法律关系乃至刑事法律关系等范畴之中，但由于旅游活动的特殊性，又使得它同一般的民事、经济和行政法律关系等有所区别。因此，通过旅游立法确立起来的法律规范，在事实上已形成一个相对独立的法律部门，从而在一定程度上丰富和完善了各国的法律体系。

第二节 旅游法律关系

一、旅游法律关系概念及特点

旅游法律关系是指由旅游法确认和调整的，在旅游活动中各方当事人之间形成的具有权利和义务内容的社会关系。它是旅游关系被旅游法确认和调整以后形成的，体现了国家统治阶级的意志，由国家强制力来保障。旅游法律关系反映了当事人之间在旅游活动中形成的一种社会关系。从这个意义上说，旅游法律关系是具体的社会关系的反映，但由于旅游活动的主体、内容和范围都具有相当的广泛性，因此旅游法律关系无论是从主体范围还是权利、义务内容范围来看，都是十分广泛的。

旅游法律关系具有下列特点。

（一）旅游法律关系是以旅游法律法规为前提的

旅游法律关系是由于旅游法律规范的存在而建立的社会关系。没有旅游法律法规的存在,也就不可能形成与之相应的法律关系。旅游法律关系是一般社会关系在旅游法律法规作用下而实现的法律化形态。譬如,当事人和旅行社之间如果没有发生由旅游法律法规所调整的社会关系,他们之间可能只是普通的社会关系,而不是旅游法律法规意义上的权利义务关系。只有在旅游法律法规的调整下,其间才能形成现实的旅游法律关系。

（二）旅游法律关系是基于法律事实而形成的社会关系

旅游法律规范颁布后,表明国家保护什么、不保护什么,但它是抽象的而不是具体的。有了旅游法律法规,又有了旅游主体的行为或其他法律事实,才能形成旅游法律关系。例如,旅行社只有具备注册成立的事实,才会与旅游局、工商部门、税务部门等形成管理与被管理的社会关系。旅游者也只有和旅行社对于某一旅游产品达成一致的事实,才能形成旅游合同关系。旅游法律关系是基于法律事实,由旅游法律规范调整特定的旅游主体之间所形成的具体的社会关系的结果。

（三）旅游法律关系是以权利和义务为内容的社会关系

法律关系与其他社会关系的重要区别,就在于它是法律化的权利义务关系,是一种明确的、固定的权利义务关系。旅游法律法规对社会关系的调整是通过规定相关主体的具体的权利和义务来实现的。这种权利义务关系的确认体现了国家意志,是国家维护旅游市场秩序、促进旅游业健康发展的重要保障。

（四）旅游法律关系是以国家强制力作为保障手段的社会关系

在旅游法律关系中,主体在旅游活动中可以做什么、不得做什么和必须做什么都是国家意志的体现,反映国家对旅游市场秩序的维护。当旅游法律关系受到破坏时,就意味着国家意志所授予的权利受到侵犯,意味着国家意志所设定的义务被拒绝履行。这时,权利受侵害一方就有权请求国家机关运用国家强制力,责令侵害方履行义务或承担未履行义务所应承担的法律责任,也即对违法者予以相应的制裁。例如,旅游合同关系一旦依法成立,任何一方均需严格依约履行合同,不得拒绝履行或不恰当履行,否则相对方有权请求法律保护,追究违约方的法律责任。

（五）旅游法律关系是体现意志性的特种社会关系

旅游法律关系作为一种社会关系的特殊形式,在于它体现国家的意志。因为旅游法律关系是根据旅游法律规范有目的、有意识地建立的。所以旅游法律关系必然体现国家的意志。破坏了旅游法律关系也违背了国家意志。

但旅游法律关系毕竟又不同于旅游法律规范,它是现实的、特定的法律主体所参加的具体法律关系。因此,特定法律主体的意志对于法律关系的建立与实现也有一定的作用。譬如,旅游合同法律关系必须是旅游者参加旅游活动的意思表示和旅行社愿意为其提供服务的意思表示,两种意思表示达成合意才能建立起来的权利义务关系。

二、旅游法律关系构成

同其他任何法律关系一样,旅游法律关系也是由主体、客体和内容三大要素构成的。三者相互联系,缺一不可。

（一）旅游法律关系的主体

旅游法律关系的主体是旅游法律关系的参加者,即旅游法律关系中一定权利的享有者和一定义务的承担者,它通常包括如下几类。

1. 旅游者

旅游者是指离开常住地到异地,时间不超过1年,进行游览、观光、度假、探亲、访友或其他形式的旅游活动,以求得物质和精神享受的个人,旅游者是旅游活动和旅游法律关系的重要主体。

旅游者根据其国籍的不同通常可划分为本国旅游者和外国旅游者,根据其是否跨越国境通常可以分为国内旅游者和国际旅游者。在我国,本国旅游者主要指参加国内各地旅行游览和去国外旅行的中国公民。外国旅游者是指来我国参观旅行、探亲、访友、休养、考察或从事贸易、业务、体育、宗教活动,参加会议等的外国人、外籍华人,回内地旅游的华侨和港澳同胞。

对于外国旅游者,我国一般是按照国际惯例,在特定的范围内给予其互惠的国民待遇。所谓国民待遇是指成员国对外国自然人或法人等在某些事项上给予其与本国自然人和法人同等的待遇。根据我国宪法和有关规定,中国政府保护外国旅游者在中国的合法权益,外国人的的人身自由不受侵犯,非经法定程序不可逮捕。同时外国旅游者在在中国旅游必须遵守中国法律、不得危害中国国家安全,损害社会公共利益,破坏社会公共秩序。

2. 旅游企事业单位

旅游企事业单位也是旅游活动和旅游法律关系的重要主体,它主要包括旅行社、旅