

LÜYOU FUWU

旅游服务案例分析

ANLI FÈNXI

国家旅游局旅游质量监督管理所 编著



中国旅游出版社

旅游服务案例分析

国家旅游局旅游质量监督管理所 编著

中国旅游出版社

责任编辑：殷 钰

责任印制：李崇宝

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游服务案例分析/国家旅游局旅游质量监督管理所. —北京:
中国旅游出版社, 2007. 7

ISBN 978 - 7 - 5032 - 3138 - 4

I. 旅… II. 国… III. 旅游业 - 经济纠纷 - 案例 - 分析 -
中国 IV. D922. 296. 5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 046046 号

书 名：旅游服务案例分析

作 者：国家旅游局旅游质量监督管理所

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编：100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cnta.gov.cn

发行部电话：010 - 85166507 85166517

排 版：北京中文天地文化艺术有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：河北省三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2007 年 7 月第 1 版 2007 年 7 月第 1 次印刷

开 本：720 毫米 × 970 毫米 1/16

印 张：17.75

印 数：1 - 7000 册

字 数：296 千

定 价：30.00 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 3138 - 4

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换



旅游服务

LYOU FUWU

案例分析

ANLI FENXI



责任编辑：殷 钰

封面设计：中文天地

www.zwtd.com

《旅游服务案例分析》编委会

主 编：张希钦

副 主 编：满宏卫 薛桂凤

编 委：	沈 虹	熊晓娅	贾玫玫	王德富	张振林
	忻士浩	梁远超	李军利	王雁平	巴雅尔
	白晓民	田云鹏	张孝春	范福兴	吴建芬
	俞祥高	李朝宁	冯泮爽	李延庆	王李力
	苏祖询	廖国强	卢 波	胡月明	廖再新
	陈维莎	李志荣	田 佳	王世宏	孟兆辉
	许超卫	马素琴	曹志新	韩玉灵	

执行主编：韩玉灵 沈 虹

目 录

第一部分 出境旅游案例

案例 1 擅自转团低价成行旅游者权益受损害	3
案例 2 都是护照惹的祸	9
案例 3 出境“押金”，押住了游客	13
案例 4 旅游活动出意外责任谁担	18
案例 5 自由活动出意外责任谁担	22
案例 6 600 万像素变 300 万像素！	26
案例 7 航班延误之后的责任分配	29
案例 8 “自愿”变成“强迫”之后	33
案例 9 4000 元，定金还是预付款	37
案例 10 旅游者的人格尊严岂能被侵犯	41

第二部分 旅游交通服务案例

案例 1 订妥的火车票不能兑现能否获赔	47
案例 2 乘火车途遇意外，索赔偿两家共担	50
案例 3 游客从火车上坠落	53
案例 4 巨额赔偿带来的启示	57
案例 5 谁该为航班延误埋单	62
案例 6 机械故障可以免除违约责任吗？	66

案例 7 游客“擅自离团”为哪般?	70
案例 8 维护权利要理性	74
案例 9 道路塌方之后	77

第三部分 旅游住宿、餐饮服务案例

案例 1 值得商榷的判决	83
案例 2 300 元医疗费究竟谁承担	86
案例 3 订房合同要遵守	90
案例 4 游客须补齐单人间住房差价吗?	94
案例 5 普通标间变成了公寓小标间	99
案例 6 客死房间尸腐败, 宾馆是否担责任	103
案例 7 相机丢失谁之过	107
案例 8 自行保管的财物丢失能否向饭店索赔	111
案例 9 未成年人坠入了故障电梯	114
案例 10 “湿洗”的西服缩水了	118
案例 11 停车场丢车带来的困扰	122
案例 12 饭店违规搞赌博, 法网恢恢难逃脱	128
案例 13 保管物被酒店擅自处置	132
案例 14 无法证明的行李丢失	135

第四部分 旅游购物、娱乐服务案例

案例 1 疏管理, 7 名学生海滩遇难	141
案例 2 歌厅能否拒绝残疾女	146
案例 3 “纯真玉器”变成了“翡翠处理品”	149

案例 4 浴场张贴警示牌 游客溺亡责谁负	153
案例 5 旅行社在“自由行”活动中的责任限度	158
案例 6 游客偏离游道, 失足落水身亡	162

第五部分 其他案例

案例 1 “考斯特”车变成了“三菱”中巴	167
案例 2 单方提出取消旅游行程之后	170
案例 3 一再违约的代价	173
案例 4 承诺的摄像没兑现	177
案例 5 另行赔付的要求应当接受吗?	180
案例 6 收取的“教师差价”该退吗?	183
案例 7 “补玩”要求, 是否合理	186

第六部分 2005 年影响旅行社诚信的典型案例

案例 1 生死危难关头尽显高尚情操	191
案例 2 恪尽职守 体现诚信	194
案例 3 企业间纠纷殃及无辜旅游者	199
案例 4 组团社“拖欠团款”, 127 名旅游者遭遇“罢接”	204
案例 5 当心!“低价团”损害旅游者利益的陷阱	208
案例 6 海啸灾难发生后的不当选择	213
案例 7 组团社错发证件致旅游者香港被扣留	218
案例 8 旅行社雇“黑导”甩团 无辜旅游者被侵权	223
案例 9 承包者违约起纠纷 发包人违规被处罚	227
案例 10 游船公司超员预订须承担违约责任	232

第七部分 2006 年度全国旅游投诉情况通报及典型案例

2006 年度全国旅游投诉情况通报	239
案例 1 因团款纠纷将游客护照、离退休证作“质押物”	243
案例 2 导游擅自增加购物点并采取欺骗方式强迫游客购物	244
案例 3 以“赌团心态”组织和接待旅游团险遭甩团	245
案例 4 香港（国际）名表展销中心出售手表质次价高	247
案例 5 马仙奴（免税品）国际百货集团出售数码相机以次充好	248
案例 6 浙江省某国旅对 60 岁以上老人团款外加价收费	249

附录 中国公民出境旅游合同（示范文本）

《中国公民出境旅游合同》（示范文本）	253
《中国公民出境旅游合同》（示范文本）解读	267
后 记	274

第一部分

出境旅游案例

案例 1 擅自转团低价成行 旅游者权益受损害

一 案情介绍

某报社记者站（以下简称记者站）投诉称，某省海外旅游公司（以下简称 A 旅游公司）违约，请求赔偿。

2004 年 10 月 23 日，记者站龚某代表 33 名旅游者（实际出行 31 人）前往 A 旅游公司某门市部报名参加泰国 8 日旅行团，签订的出境旅游合同中约定，旅游费用标准为 2600 元/人，而实际旅行社却按 1800 元/人的标准收费。之后，该门市部在未征得旅游者书面同意的情况下，擅自将此团交由 B 旅行社东南亚操作中心（以下简称 B 旅行社）运作，并与其签订了《联合发团协议书》（以下简称《协议书》），双方在《协议书》中约定的接团价为 1200 元/人，并明确旅游者在境外必须参加 1500 元/人的自费项目。10 月 24 日，B 旅行社就此团的行程安排等与境外地接社进行了确认。26 日，B 旅行社使用由 C 旅行社提供的 D 旅行社盖章的《中国公民出国旅游团队名单表》（以下简称《名单表》）操作此团出境，并委派曾某（系 A 旅游公司某门市部工作人员，未取得领队证）担任该团领队。27 日，泰国地接社导游员在游览过程中要求旅游者必须按 1500 元/人的标准参加自费项目，否则将终止游程，“领队”曾某并未加以制止，而且当晚曾某找到龚某，告知旅游者必须交纳自费项目的费用，并希望龚某给其他游客做工作。28 日，曾某还以旅游费用收得较低为由再次向部分旅游者进行游说，在曾某和地接社导游员多次强迫下，全团 31 名旅游者按 1000 元/人交纳了自费项目的费用共计 31000 元。当日下午，地陪又向龚某等人收取了自费项目的费用共计 6200 元。

二 法理评析

该案在目前的出境旅游中具有一定的代表性。

本案的焦点有四个：一是 A 旅游公司门市部转团的效力问题；二是门市部的转团行为产生的责任应当由谁承担；三是旅行社低价收团，强迫旅游者境外消费是否违法；四是旅行社委派“领队”的行为有何不妥。

如何认定 A 旅游公司门市部的转团效力？

一般情况下，旅游合同签订后，双方当事人都应当按照约定的内容履行合同，不允许将合同权利义务擅自转给其他主体。而现实的问题是，旅行社在运作中，主要是依靠组团人数的优势获得宾馆、饭店、景区、运输方面的价格优惠，以此获得利润；如果组团人数达不到一定的规模，旅行社就没有利益可言，甚至出现经营的负增长。在这种情况下出现转团或拼团，应当说是旅行社运作和经营的客观需要。

旅行社的转团或拼团行为在法律上称之为“合同的转让”。所谓合同的转让，是指在不变更合同内容及合同规定的权利义务的前提下，将合同规定的或权利、或义务、或权利义务一并转让给第三方，由受让方承担合同的权利义务。合同的转让，事实上是合同的主体发生改变。《中华人民共和国合同法》（以下简称《合同法》）第七十九条规定，除法定禁止转让情形外，“债权人可以将合同的权利全部或者部分转让给第三人”；第八十四条中规定：债务人将合同的义务全部或者部分转移给第三人的，应当经债权人同意。《旅行社管理条例实施细则》第五十四条第一款规定“旅行社因不能成团，将已签约的旅游者转让给其他旅行社出团时，须征得旅游者书面同意”。上述规定表明，合同的转让是符合法律规定的合法行为；合同的转让应当符合法律规定的条件；符合条件的合同转让具有法律效力。

本案中的 A 旅游公司门市部，不按规定转让合同，在未征得旅游者书面同意的情况下，擅自转移其组织的龚某等 31 名旅游者赴泰国旅游的权利义务，属于违约行为，双方签订的协议对旅游者是无效的，换言之，A 旅游公司门市部的转团行为不具有法律上的效力。

《旅行社管理条例实施细则》第五十四条第二款规定，“未经旅游者书面同意，将已签约的旅游者转让给其他旅行社的，转让的旅行社应当承担相应的法律

责任”。而本案的转团行为事实上是由门市部操作的，门市部的转团行为的法律后果能否由 A 旅游公司承担呢？

旅行社根据业务经营和发展需要，可以依法设立门市部。依据现行法规规定，门市部不具备独立的法人资格，是以设立社的名义设立的、为设立社招徕游客并提供咨询、宣传等服务的收客网点。实践中，一些门市部往往持有旅行社的合同，由旅行社授权其经营业务，本案中的门市部就属于此类。我国《民法通则》规定，分支机构没有独立的财产，不具有法人资格，不能独立承担法律责任。由此，本案中的转团行为虽然是门市部操作的，由于其不具有独立的法人资格，不能对外承担法律责任。因此，门市部转团给 B 旅行社的行为后果，应当由设立它的机构 A 旅游公司承担。

旅行社低价收团，强迫旅游者境外消费是否违法？

与本案有关的三个合同关系是：① A 旅游公司与记者站签订的旅游合同关系；② A 旅游公司与 B 旅行社因联合发团而建立的合同关系；③ B 旅行社与泰国地接社之间的接待合同关系。三个合同关系尽管签约主体和合同内容不尽相同，但有两点是一致的：低价出团；强迫旅游者境外消费自费项目以弥补团费。所不同的是，第一个合同关系中，旅行社是采取弄虚作假、编造旅游费用组织“负团费”旅游团出境；后两个合同关系是签约双方对其签约行为的后果明确，“联合”给旅游者挖了一个“低价出团”的陷阱。

本文所指的“低价团”，特指低于正常成本价的负团费和零团费旅游团，“低价团”是旅行社之间恶性竞争的后果。由于信息的不对称分布以及不适当的消费心理，旅游者常常被这些低廉的价格所打动，导致忽视旅游服务的质量盲目地选择“低价团”。旅行社以“低价团”组织旅游者出游后，又通过降低服务质量或强迫旅游者消费自费项目弥补损失并获取利益。该行为损害了旅游者的权益，降低了服务质量，造成了大量纠纷，对旅游业的发展有害而无益。正因为如此，《旅行社管理条例》及其实施细则明确将“以低于正常成本价的价格参与竞销”列为不正当竞争行为，旅行社采取该不正当竞争行为，其行为的后果必然扰乱市场经济秩序，当然是不合法行为；《反不正当竞争法》中也明确禁止这种行为。本案中 A 旅游公司与 B 旅行社在协议中签订的价格 1200 元/人显然低于泰国游的成本价，他们是通过在旅游活动中强迫旅游者消费的手段来弥补其损失，获取非法利益的。

《中国公民出国旅游管理办法》第十二条也规定：组团社应当维护旅游者的

合法权益。组团社向旅游者提供的出国旅游服务信息必须真实可靠，不得做虚假宣传，报价不得低于成本。本案中组团社以“低价团”组织旅游者参加旅游活动，强迫旅游者消费自费项目；选择境外信誉不甚良好的地接社接待旅游者的行为，违反了法律、法规规定，应当承担相应的法律责任。

旅行社委派的“领队”的行为明显不妥，主要表现在两个方面。

一是《中国公民出国旅游管理办法》第十条第一款规定：组团社应当为旅游团队安排专职领队。所谓专职领队，是指依照《出境旅游领队人员管理办法》规定取得出境旅游领队证，接受具有出境旅游业务经营权的国际旅行社委派，从事出境旅游领队业务的人员。《出境旅游领队人员管理办法》第七条第三款规定：未取得领队证的人员，不得从事出境旅游领队业务。显然，本案中旅行社委派曾某的行为，属于未取得领队证、违规从事领队业务的行为。

二是《中国公民出国旅游管理办法》第十六条规定：组团社及其旅游团队领队应当要求境外接待社按照约定的团队活动计划安排旅游活动，……不得擅自改变行程、减少旅游项目，不得强迫或者变相强迫旅游者参加额外付费项目。境外接待社违反组团社及其旅游团队领队根据前款规定提出的要求时，组团社及其旅游团队领队应当予以制止。曾某不仅未履行“领队”职责，还亲自强迫或与境外导游人员共同强迫旅游者消费自费项目的行为也是与法相悖的。

案例启示

本案给我们的启示有三：

第一，旅行社应当加强自律，依法经营。国际旅行社经营出境旅游业务应当遵守《中国公民出国旅游管理办法》、《旅行社管理条例》等相关法律法规，加强自律，诚信经营。本案中，A 旅游公司及其门市部存在的内部管理混乱、忽视品牌建设、违规经营操作等，是导致游客投诉的原因，应当引以为戒。

首先，记者站与 A 旅游公司门市部之间签订的出境旅游合同是对双方权利义务的规定和约束。当旅行社按照旅游合同的约定继续履行合同义务可能对旅行社不利、解除合同又可能损害旅游者利益的情况下，变更合同既能维护旅游者的利益，又能保障旅行社自身的合法权益；此时，法律并不一味反对变更合同行为的实施，关键在于事先应当依法征得旅游者的书面同意。A 旅游公司根据其经营情

况，实施必要的转团行为，实际上是变更合同的行为；但 A 旅游公司未与旅游者协商，擅自转团，并从中获取 600 元/人（以 1800 元接团，1200 元将团转给 B 旅行社）的经济利益，这种做法违反了法律、法规规定，必须承担违约的法律责任。从长远看，遭遇违约行为的旅游者不可能再次购买该旅行社的产品，而且该旅行社的负面口碑效应将会影响旅行社的声誉，减少旅行社的潜在顾客，这对旅行社而言，实在是一种得不偿失的短视行为。

其次，从行业角度看，该案例反映了我国旅行社业发展长期以来存在的痼疾：低价恶性竞争和忽视品牌建设。以超低价组团却通过在出游时增加强制性消费自费项目或者降低服务标准，是许多旅行社实施低价策略的真实面目。低价竞争现象的存在，不仅是旅行社业态发展中的一个不良因素，同时，影响了旅游者的旅游质量以及旅游结束后对旅行社的感知与评价，进而不利于旅行社的品牌建设。众所周知，旅游是一项体验型服务产品，其消费不同于其他工业产品，旅游者在购买前是无法检验自己所要购买产品的质量，只有当旅游者付款购买并亲身体验后才能对旅游产品做出评价。由此，品牌建设对旅行社发展举足轻重，重视品牌建设是旅行社立于不败之地的重要保证。

再次，旅行社委派不具备领队人员资格的人员带团出境，是典型的违规行为。在出境旅游中，旅游者身处一个语言不通的陌生环境，本能地对领队怀有高度的期望和信任，领队人员肩负着维护旅游者的合法利益以及协调各项关系保证行程计划落实的重任。本案中旅行社却委派既没有领队资格又缺乏实际经验的曾某充任领队，其不仅没有及时、有效地阻止地接社导游人员强迫收取自费项目费用，反而参与游说，其行为不仅损害了游客的利益，也严重损害了旅行社的声誉。

另外，本案也反映了 A 旅游公司在经营管理上的混乱。旅行社要建立各项规章制度以约束企业员工对客户资料及其相关资料的使用权。C 旅行社在门市部撤销时，未及时将《名单表》收回，致使负责人在任职 B 旅行社时违规使用，这种教训也是应当吸取的。

第二，旅游者应当掌握相关消费知识，依法维权。在我国，出境旅游业务的发展仍不成熟；同时，地域的特殊性、语言和文化等环境的差异性的存在，使得出境旅游产品的风险明显大于国内旅游产品。因此，旅游者出境旅游前，应当尽可能地掌握相关消费知识，强化维权意识。最为重要的三个环节是：首先，全面收集信息，选择一家信誉良好的旅行社；其次，谨慎订立一份完备、具体的出境