

 旅游法实务丛书

旅游业常见争议解析

——景区·购物分册

侯作前 徐连宏 张建融 主编



知识产权出版社

旅游法实务丛书

旅游业常见争议解析
——景区·购物分册

侯作前 徐连宏 张建融 主编

知识产权出版社

责任编辑：刘 睿
书装设计：卓越理财

责任校对：董志英
责任出版：卢运霞

图书在版编目（CIP）数据

旅游业常见争议解析. 景区·购物分册 / 侯作前, 徐连宏, 张建融
主编. —北京: 知识产权出版社, 2011. 1

ISBN 978 - 7 - 80247 - 667 - 7

I. ①旅… II. ①侯…②徐…③张… III. ①旅游业 - 经济纠纷 -
案例 - 分析 - 中国 IV. ①D922. 296. 5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 258875 号

旅游业常见争议解析

——景区·购物分册

LÜYOUYE CHANGJIAN ZHENGYI JIEXI

——JINGQU · GOUWU FENCE

侯作前 徐连宏 张建融 主编

出版发行：知识产权出版社

社 址：北京市海淀区马甸南村 1 号

网 址：<http://www.ipph.cn>

发行电话：010 - 82000860 转 8101/8102

责编电话：010 - 82000860 转 8113

印 刷：北京市凯鑫彩色印刷有限公司

开 本：720mm × 960mm 1/32

版 次：2011 年 2 月第一版

字 数：102 千字

邮 编：100088

邮 箱：bjb@cnipr.com

传 真：010 - 82005070/82000893

责编邮箱：liurui@cnipr.com

经 销：新华书店及相关销售网点

印 张：6.75

印 次：2011 年 2 月第一次印刷

定 价：18.00 元

ISBN 978 - 7 - 80247 - 667 - 7/D · 1149 (2781)

出版权专有 侵权必究

如有印装质量问题，本社负责调换。

本书由杭州市旅游质量监督管理局、浙江大学城市学院法学院、浙江旅游职业学院、浙江省旅游法学研究会、中国商业法研究会旅游法专业委员会组织编写。

内容提要

本书以经典案例为媒介，对旅游业经营管理中尤其是涉及景区和旅游购物的常见纠纷与争议问题进行详细的解析。每一案例的解析均分为“典型案例”“争议处理”“点评”三部分，语言通俗易懂，案例经典，富有代表性，可供景区和购物点的经营管理人员以及广大游客参考使用。

旅游是一种重要的社会经济文化活动，旅游业是国民经济的重要组成部分，旅游法则是新兴的法律分支。改革开放以来，我国旅游业迅猛发展，出行人数和来华旅游人数大幅攀升，从业人数不断增长，在国民经济、社会发展及对外交流中的地位日益重要。与此相适应，旅游法制建设也获得了长足进步，以国务院行政法规、国家旅游局规章和地方性旅游法规为主体的旅游法体系正在形成。但是，与迅猛发展的旅游业相比，旅游法还存在立法层次较低、制度规范不统一、纠纷争议较多等问题，不利于旅游业在法治轨道上健康发展。

近年来，旅游争议一直是消费者投诉的重要领域，是旅游质量监管的重点，是旅游企业管理的难点，如不予以及时合理解决，将不利于消费者合法权益的保护，严重影响旅游业的健康可持续发展。而由于旅游立法的滞后性、旅游业态管理的复杂性，许多旅游争议在处理过程中经常面



临法律依据不明、理论依据不足的困惑，旅游消费者需要明确、通俗的权益保障指南，旅游经营者渴望富有针对性的争议处理操作手册，旅游管理部门需要总结旅游争议处理中的经验。基于此，杭州市旅游质量监督管理局、浙江大学城市学院法学院、浙江旅游职业学院、中国商业法研究会旅游法专业委员会、浙江省旅游法学研究会等单位特组织编写《旅游业常见争议解析》（共三册），为旅游企业一线员工、旅游质量管理执法人员和广大旅游消费者提供简明实用又有一定理论深度的旅游争议处理指南，以达到普法、学法的教育目的，提高依法、合理、合情处理旅游争议的水平，为保护旅游者合法权益、促进旅游业的健康可持续发展作出贡献。本套书有以下突出亮点：

第一，形式新颖，内容丰富，操作性强。全书贯彻源于实践、高于实践、指导服务实践的原则，精选旅游业发展、管理、经营中的常见疑难争议，以经典案例为媒介，将有关旅游争议的知识点、处理中的亮点（经验）与盲点（教训）一一剖析论述，做到理论性、指导性、前瞻性、针对性、方向性和实践性的有机统一。

第二，系统性与针对性有机结合。为突出受



众、提高针对性，根据旅游业态，采取分册出版的形式，《旅游业常见争议解析》细分三册，分别是：《旅行社·导游分册》《饭店·宾馆分册》《景区·购物分册》，三册书自成体系又相互联系，共同组成旅游业常见争议的整体风貌。

第三，旅游法研究的新面孔、新形式、新成果。本套书的撰稿人既有法学专业院校和旅游职业院校的学者，也有旅游执法机构和管理部门的专家，他们是伴随旅游法学研究成长起来的一代新人和开拓者。套书题材、样式新颖，是对学术表现形式的可贵探索。在理论与实践结合上，套书对旅游业的主要环节和要素作了深入研究，取得了丰硕成果。

山不在高，有仙则名；水不在深，有龙则灵。这是著作厚与薄、大与小的辩证法。我非常乐意把《旅游业常见争议解析》推荐给大家。

是为序。

(刘瑞复)

2009年5月

目录

第1章 景区门票、收费类争议	(1)
1 景区门票联票争议	(3)
2 景区门票与观光游览车票“捆绑”争议	(6)
3 景区门票优惠主体争议	(8)
4 导游不带团免票争议	(10)
5 景区门票优惠归属争议	(12)
6 景区门票价格变化争议	(14)
7 持公园卡被拒争议	(16)
8 景区售票时间争议	(18)
9 景区宣布赠票无效争议	(19)
10 景区因重大活动关闭争议	(22)
11 景区门票替代发票争议	(24)
12 景区门票回收争议	(26)
13 景区门票种类调整争议	(28)
14 尚未开发为旅游景点收费争议	(30)
15 景区门票广告争议	(32)
16 景区停车收费争议	(34)
17 景区收取维护费(保护费)争议	(36)

- 18 景区收取押金争议 (38)
- 19 景区项目维修引发门票费争议 (40)

第2章 景区管理、服务、安全类争议 (43)

- 20 景区景点开发争议 (45)
- 21 景区经营权转让争议 (48)
- 22 景区居民阻挠游客进入争议 (51)
- 23 景区自设“罚款”规定争议 (53)
- 24 到非开放区旅游被处行政处罚争议 (55)
- 25 景区安全警示标识责任争议 (57)
- 26 景区限制游客拍照争议 (59)
- 27 景区游客数量控制争议 (62)
- 28 游客有门票才能向景区索赔争议 (64)
- 29 非游览区事故责任争议 (66)
- 30 景区内经营摊主责任分担争议 (69)
- 31 景区范围不明引发争议 (71)
- 32 景区内遭遇意外事件责任争议 (73)
- 33 损害景区珍贵景观赔偿争议 (76)
- 34 景区进香受骗引发争议 (78)
- 35 宗教场所限制导游讲解争议 (81)
- 36 景区禁止销售方便面争议 (83)
- 37 游览动物项目受到动物伤害争议 (85)
- 38 景区强制保险争议 (87)
- 39 景区内遭受不明动物袭击争议 (89)

40	景区安全设施不足责任争议	(91)
41	景区内交通工具造成游客伤害争议	(94)
42	景区内受到第三人侵害责任争议	(96)
43	游客因自身健康原因在景区内受伤 责任争议	(99)
44	景区内游艇中途甩客争议	(101)
45	景区内游船减少景点争议	(103)
46	景区交通工具调度不合理争议	(105)
47	因天气变化减少景区项目争议	(107)
48	景区混合过错致人损害争议	(110)
49	未成年人景区内受伤责任争议	(112)
50	游客车辆停放景区受损争议	(115)
51	游客在景区丢失物品赔偿争议	(117)
52	景区内游客受到第三人的宠物侵害, 景区 责任争议	(119)
53	外国游客在景区受伤, 管辖与法律 适用争议	(122)
54	景区与游客风险分配争议	(124)
第3章 旅游购物类争议		(127)
55	景区内销售假冒伪劣商品, 景区 责任争议	(129)
56	旅游变成购物争议	(131)

57	旅行社、导游强迫购物争议	(133)
58	游客自主购买“质价不符”产品 索赔争议	(136)
59	旅行社串通欺骗购物争议	(138)
60	出境游所购商品质量问题争议	(140)
61	经营者搜查旅客争议	(142)
62	游客逃避关税争议	(145)
63	游客购物受到财产人身伤害争议	(147)
64	退货手续费争议	(149)
附 录		(153)
	中华人民共和国侵权责任法	(155)
	风景名胜区条例	(176)
	最高人民法院关于审理旅游纠纷案件适用法律 若干问题的规定	(193)
后 记		(202)



景区门票联票争议



典型案例

2006年9月24日，蔡某前往南京市中山陵园风景区灵谷寺公园游玩。在售票处购票时，工作人员说现在不单独出售灵谷寺公园门票，蔡某必须购买包含中山陵、音乐台、孙中山纪念馆、灵谷寺4个景区的套票，价格为80元。蔡某质问为什么这样做，工作人员回答：这由物价局文件批准。蔡某只得购买套票入园，但只游玩了灵谷寺，另外3个景区则没有去。经了解，南京市物价局《关于中山陵园风景区票制改革方案的批复》批准中山陵园风景区票改方案，将景区划分为东西两片出售门票，东片包括4个景点，西片包括5个景点，最终实现将中山陵园景区内中山墓、纪念馆、音乐台、美龄宫、明孝陵、灵谷寺门票归并为一张门票的总体目标。蔡某认为，中



中山陵园风景区内中山陵、灵谷寺、孙中山纪念馆、音乐台等多处景点，均为各自封闭管理、分别单设检票口的独立公园和景点，这些公园和景点之间以市区公共道路相连接，公交和社会车辆以及自行车和行人均可自由通行。游客作为消费者有自由选择游览其中的任意景点和自由选择购买何种门票的权利，而南京市物价局批准南京市中山陵园管理局合并出售中山陵园风景区内独立的公园和景点门票的决定，剥夺了消费者对商品和服务的自由选择权。蔡某遂于2006年10月12日向南京市玄武区人民法院提起行政诉讼，请求法院依法撤销南京市物价局《关于中山陵园风景区票制改革方案的批复》。



争议处理

法院经审理认为：南京市物价局《关于中山陵园风景区票制改革方案的批复》，其内容是门票价格问题，并未超越职权，其行政许可行为在其职权范围之内且符合法定程序。判决驳回原告的诉讼请求。



点评

景区门票的销售一般有两种方式：一是单票



制，即每一个景点都单独售票；二是联票制，也叫“一票制”，即将景区内的各个景点联合起来出售一张门票。近年来，各地呈现联票制取代单票制的现象。

“一票制”实行一站购票、分点检票的方式，虽然能减少游客排队购票的繁琐、增加景区门票的收入，但在一定程度上限制甚至剥夺了消费者的自由选择权，增加了消费者的旅游成本。本案中，尽管法院认为被告的具体行政行为在其职权范围内且符合法定程序，然而并不能说明中山陵园风景区对各景点实行联票就是正确的。根据《中华人民共和国消费者权益保护法》（以下简称《消费者权益保护法》）的规定，消费者有权自主选择商品品种或者服务方式。游客作为消费者有权根据自己的意愿选择要去的景区，而景区只卖联票显然侵犯了这一权利。同时景区强制采取联票、不再单独销售各景点门票的行为，违反了《消费者权益保护法》第10条关于消费者享有公平交易的规定的规定，有捆绑销售和强买强卖的嫌疑。建议各景区根据实际情况，对景点分散的游览参观点不实行一票制，而出售单票；或者根据国家发改委等八部委（局）于2008年4月发布的《关于整顿和规范游览参观点门票价格的通



知》的规定，出售联票的同时出售单景点的门票，给消费者和旅行社更多自主选择权。

景区门票与观光游览车票

“捆绑”争议

典型案例

2009年5月，张某一家三口人驾车从杭州到井冈山旅游，在上山路上被景区管理人员拦下。理由是：根据《井冈山景区旅游观光车运行通告》，景区道路实行管制，所有旅游车辆（含私家车、出租车等）禁止进入景区，游客进入景区景点参观一律乘坐旅游观光车。景区公交车运营管理，逐步更新为环保游览车，定线路、定站点、定价格、定发车时间。井冈山景区门票的价格构成是156元景点门票加50元环保旅游观光车票，景点门票和环保旅游观光车票是由“井冈山旅游发展股份有限公司”独家一票销售。