

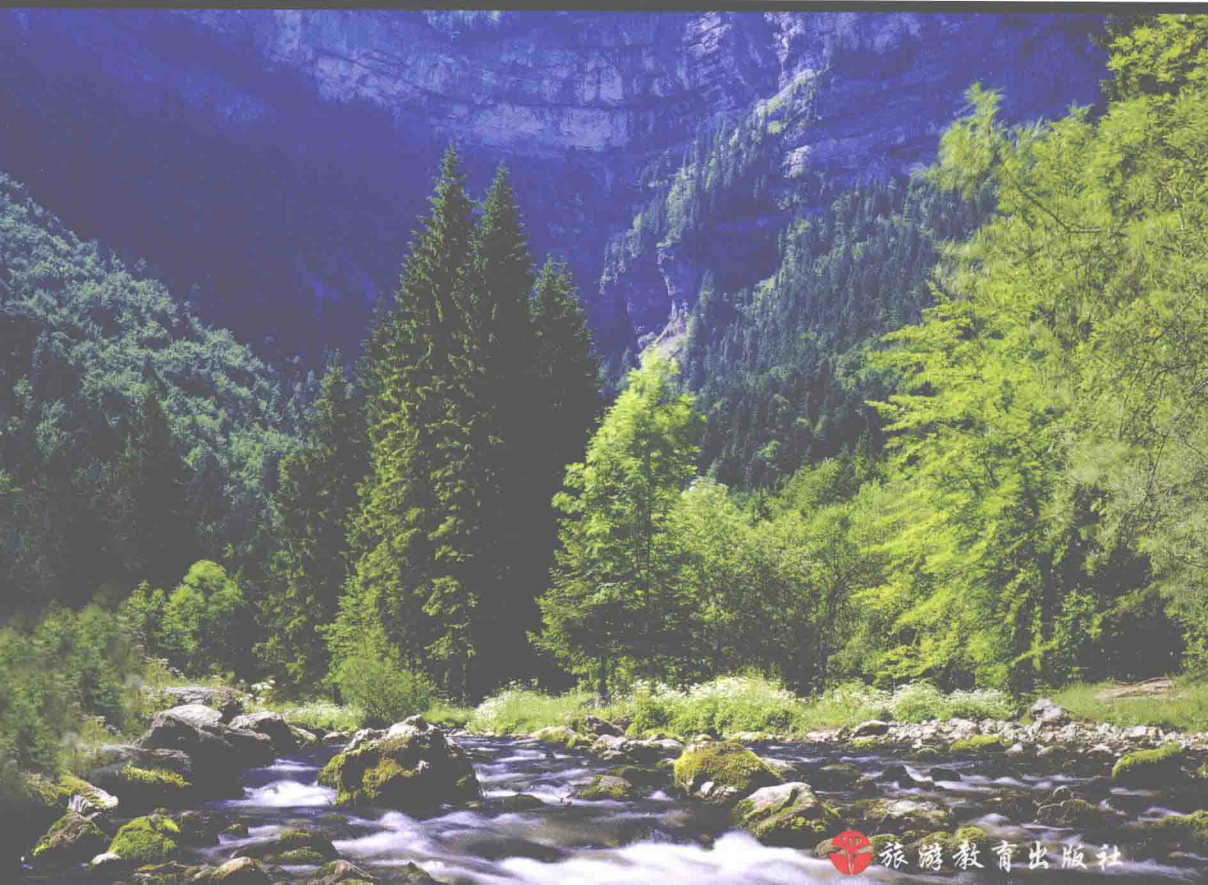


新编高职高专旅游管理类专业规划教材
谢彦君 总主编

LÜYOU ZHENGCE YU FAGUI

旅游政策与法规

王世瑛 主 编





新编高职高专旅游管理类专业规划教材
谢彦君 总主编

LÜYOU ZHENGCE YU FAGUI

旅游政策与法规

王世瑛 主 编



旅游教育出版社

责任编辑:孙延旭

图书在版编目(CIP)数据

旅游政策与法规/王世瑛主编.—北京:旅游教育出版社,2011.8

新编高职高专旅游管理类专业规划教材

ISBN 978-7-5637-2191-7

I. ①旅… II. ①王… III. ①旅游业—方针政策—中国—高等职业教育—教材②旅游业—法规—中国—高等职业教育—教材 IV. ①F592.0②D922.296

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 131458 号

新编高职高专旅游管理类专业规划教材

旅游政策与法规

王世瑛 主编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepx@163.com
印刷单位	北京中科印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787×960 1/16
印 张	15
字 数	236 千字
版 次	2011 年 8 月第 1 版
印 次	2011 年 8 月第 1 次印刷
定 价	27.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

新编高职高专旅游管理类专业 规划教材编委会

主 任 谢彦君
委 员 (按音序排列)
狄保荣 韩玉灵 计金标
姜文宏 罗兹柏 王昆欣
张广海 张新南 朱承强



经过将近三年的策划与组织,旅游教育出版社的“新编高职高专旅游管理类专业规划教材”终于要整体付梓印行了。本套丛书不管是在编写宗旨的确立还是在撰著者的遴选方面,都经历了一个较为严谨而细致的过程,这也为保证丛书的质量奠定了一个良好的基础。

中国的高等旅游教育和旅游产业发展,已经度过了三十多个春秋。从20世纪70年代末的筚路蓝缕到今天已蔚为大观的局面,这当中包含了几代学人和业者共同努力、共同创业的艰辛。在今天看来,尽管在这个知识和行业共同体中曾经并依然存在着观点、思想和认识上的碰撞和摩擦,但一路前行的步伐却始终没有停止过。这也是中国旅游教育界、旅游产业界呈现于世人的最令人鼓舞的风貌和景观。

在整个高等旅游教育体系中,职业教育的发展,只是在最近的十几年中才真正被政府纳入到大力发展的战略框架当中,并在今天形成了占据旅游高等教育半壁江山的势头。如果站在整个旅游高等教育的视野来审视旅游职业教育和普通教育在整个旅游高等教育中的局面,大家会有一个基本的共识:旅游高等职业教育在人才培养方面,无疑更加体现了专业细分、供需对接、学为所用的人才培养效率和效果,并不像旅游本科教育那样,每年的毕业生有70%以上流入其他行业或领域,而造成社会教育资源的极大浪费。这个问题学界多有认识、阐述和呼吁,并一致认为,其根源在一定程度上是由本科专业目录管理过于僵化的行政机制所造成。值得欣慰的是,最新的本科专业目录调整方案中,已经增设了饭店管理专业,这一举措借鉴了旅游专业高等职业教育按照旅游大类进行专业细化的成功方面,进一步昭示了旅游大类下设专业(二级学科)进一步有限度细化的趋势。

不过,尽管旅游专业的高等职业教育有其成功的地方,但也不是没有问题。在专业格局有了科学摆布的前提下,人才培养的质量就取决于具体的人才培养方案了。在这当中,各个学校所拥有的教学资源、师资队伍、教材、教学法等方面的准备,就成为关键的教育因素。如果仔细盘点目前我国旅游专业高等职业教育在这一方面的家底,其实还很不乐观。在我看来,由于我们对职业教育在认识上还不够成熟,准备上还不够充分,操作上还有待完善,加之旅游职业教育向来多以接待服务为教育的主体内容,缺乏硬技术、高门槛,因此,中国的旅游职业教育,依然显得离岗位培训距离不远、差异不大。在知识体系和职业技能的衔接方面,始终没有找到最好的途径和策略。因此,旅游职业教育在培养人的职业深度发展空间方面,始终有浅薄无力的缺欠。这是一个需要警觉,同时也是一个需要时间才能加以解决的问题。

旅游教育出版社在策划本套丛书的初期,就曾意识到这个问题,并有努力解决这一问题的想法。在本套丛书的书目确定、作者遴选、写作宗旨的厘定等方面,都试图对上述问题做出回应。从各位作者所做的努力来看,本套丛书还是在一定程度上解决了这个问题。整套从书中,不乏在这方面做得很好的,也有在其他方面展现了充分特色的著作。因此,希望本套丛书的面世能够给旅游职业教育提供一套比较适用的教材资源。

本套丛书的作者都来自职业教育工作的教学与科研第一线,他们在各自所长的学科领域也都多有建树。作为本丛书的主编,我十分感谢他们在编写过程中所做出的巨大努力以及展现出来的合作与奉献精神。

由于水平所限,加之本人对旅游职业教育的理解缺乏深度,因此,本套丛书还是会存在总体架构、基本思想和具体编写工作方面的诸多不足甚至错谬。希望广大读者和其他人士对本书的缺欠不吝赐教,以图再版时予以修正,避免贻误学生。

是为序。

谢彦君

2011年7月22日于灵水湖畔

前言



法律的作用,从其根本功能上讲,明确而深刻地表达着限权规事的“普遍律”与“公共律”的用心,从而使法律规则的内核,天则秉性地彰显出社会性“群”的特色与职岗性“类”的特征。由此,我们自然也就能理解,在当前生活或工作的常态时时处处呈社会化、职业化、技能化蓬勃发展的形势下,社会规范与职业涵养的时代命题,必然是要变先前道德性塑铸的私家教化为现今法律性造就的国家法制化,而且只有这样,才有可能构筑依法办事、合法行为的现代人文意识,才有可能赋予法制建设和法治境界以职业境域的基础知识与技能素质的核心内容的地位。

又因职业教育的重心,从其应用意义上说,确切刻意着操作训练的“术教学”传导,从而决定着职业教育教材的知识编写与术能筹划,本然地需要立足能用、够用、好用的基本要求,才可高效率、快节奏地适应我国经济迅猛发展的繁荣局面。

基于以上认识,我们以绪论、旅行社经营管理法规、导游人员管理法规、旅游出境、入境法律常识、旅游饭店管理法规、旅游资源管理法规、旅游交通运输管理法律制度、旅游安全管理法规、旅游消费者的权益保护法规、国际旅游管理法规等法律法规的主要常识,勾勒本教材章节体系的识学范畴和术练主干,并结合着意谋划框表式与流程式(PPT)教学课件,配合以学带训、以训牵术,以术育能的设计思路,形成以下特色:

(1)教材编写以项目性、任务性教学新趋势为策划的基础。为与项目性、任务性职业教育的教育创新观念接轨,本教材一方面在书本上突出知识重点、简化文字说解,遵循主要法律规式与操作程序的编写意图,为项目性、任务性教学提供尽可能完整的知识点、流程线、操作面和法制(治)体材料(比如鉴于绪论涉及律法、立法、论法、学法、用法等认识的抽象性,特意以《国家旅游局行政许可实施办法》为一节作意释,正是意欲借此将法律法规权威的生成与施行的依据,通过律条法理等点、线、面,粗略性地编撰成可感的法理法意识体,从而对前节的“绪论”能有些法思维和律意会);另一方面,在教学课件制作上,努力实现对项目性、任务性教学内容形成“我解读”,从而在教材构成系统上既明晰旅游法律法规内容的“学范围”,

又牵出传授旅游法律法规知识的“教参考”。

(2)本教材的编写以严格或严谨条律性与程式性为形式规范。为优化每个知识体项目性组成的原材料纯净度,教材一方面将法律文书的条款段落性,编辑组成本能识练的条律析分性,为对法律法规知识的学习与掌握,提供经纬分析、层次清晰、法理鲜明、律则简明(如对各具体法律法规内容的撰写,均尽最大可能地剔除空说教,化叙述性“段描绘”为操作性“句告诉”,从而赋法理概念的传授为律规守则的教习)的习学平台;另一方面又立足于技能操作之因循渐进的术学结合,力争较好地处理教知与学能相互促进、目读与心领相得益彰、理论与术技相辅相成等,学、习、会、成等“授”状态与“受”过程。

(3)本教材的编写探索书本内容与项目性、任务性教学课件配套实训方案。为突出职业教育的核心宗旨更在技艺术练,教材配套的“项目性、任务性教学”课件上,不仅运用技能知识点解析的清新方式,最大限度地将各章节涉及的旅游法律法规内容和资讯进行知识归纳,形成简明扼要的基本项目任务及其技能知识点,且更将技能操作作为技能实践任务与技能知识点的串联,从而形成教材、教学、教法等沟通性基础课程构件,既理顺了教学思维进途,也方便了技能演习实践。

本教材的编写分工如下:江西旅游商贸职业学院王世瑛确定编写大纲,并承担第一、二、三、六、七、十章的编写和全书的总撰;江西旅游商贸职业学院赵利民承担第五、九章的编写;南京旅游职业学院杜培明承担第四、八章的编写。

限于法律知识水平、文字组织能力和法律意识修养,本教材可能还存在一些缺陷,诚请广大读者、教育界同人和行业内外专家学者、职界人士指正。

编者
2011年3月

目 录



第一章 绪 论	1
第一节 旅游法律概述	2
第二节 旅游立法	8
第二章 旅行社经营管理法规	18
第一节 旅行社的设立	19
第二节 旅行社的经营与管理	25
第三节 旅行社质量保证金与旅行社投保旅行社责任保险	37
第三章 导游人员管理法规	47
第一节 导游人员概述	48
第二节 导游人员的权利与义务	56
第四章 旅游出境、入境法律常识	70
第一节 旅游出入(入出)国境法律常识	71
第二节 旅游出境、入境检查	77
第五章 旅游饭店管理法规	83
第一节 旅游饭店概述	84
第二节 旅游饭店星级评定	90
第三节 旅游饭店的治安和消防管理	96
第六章 旅游资源管理法规	101
第一节 自然旅游资源的法律保护	102
第二节 人文旅游资源的法律保护	116

第七章 旅游交通运输管理法律制度	134
第一节 旅游交通管理法律概述	135
第二节 旅游交通运输承运人与旅客的权利和义务	141
第八章 旅游安全管理法规	158
第一节 旅游安全管理法规制度概述	159
第二节 旅游安全事故的防范与处理	162
第三节 旅游食品安全的管理	174
第九章 旅游消费者的权益保护法规	186
第一节 消费者权益保护概述	187
第二节 旅游消费者的权利与旅游经营者的义务	191
第三节 旅游消费者权益争议的解决	196
第四节 旅游投诉的管理	200
第十章 国际旅游管理法规	209
第一节 国际旅游管理法规概述	210
第二节 世界遗产的国际保护制度	221
参考文献	229

引言

以绪论开始,导入对旅游法规的知能学习,不仅仅是要求习者于“法”能够知“道”,更应当可以知“行”。否则,被束之高阁的“文本法”,毕竟陷入“有法不依”的尴尬境地。因此,对本章的学习,既需要对法律法意等宏观层面的法治性学习有清醒认识,更为紧要的是在微观上把握住法律关系的各个组成部分,只有对法律关系之主体、客体和内容各自的形成有十分明确的理解,才可能为后面法律法规的学习夯实必需的职业法律知识基础。

学习目标

1. 对旅游经营和旅游活动中的法律法规有基本法律认识与理解;
2. 能够知晓旅游法律关系构成及其主要知识内容;
3. 能够建立在职场经营中自觉作为的法律观念。

案例导入

《中国旅游饭店行业规范》第八条 以下情况饭店可以不予接待:①携带危害饭店安全的物品入店者;②从事违法活动者;③影响饭店形象者;④无支付能力或曾有过逃账记录者;⑤饭店客满;⑥法律、法规规定的其他情况。对其中“影响饭店形象者”能否作以下设问:

1. “影响饭店形象者”在法律上有无定义?
2. 如果法律上没有定义,谁有权利予以定义?并据此定义自我授权是否合法?
3. 《中国旅游饭店行业规范》依据自行的定义与规则,对消费者是否具有法律强制力或约束力?
4. “影响饭店形象者”是否具有公民权利?可否具有消费者身份?法治社会

的公民权利和消费者权益如何得到尊重?

5. 长期以来,行业规范常常被强制成民众守则,为什么?

第一节 旅游法律概述

一、旅游法律法规的调整对象

(一) 旅游法概念

在我国,从立法角度论及旅游法律规范建设,从而正式触及旅游法概念,应当是在 20 世纪改革开放初期。虽然伴随着旅游产业和旅游消费活动发展进程,并逐步形成包括规范旅游行政、旅行社、旅游饭店、旅游从业人员、旅游景区、旅游交通、旅游者等一系列法律规范,但从总体来看,我们既没有真正意义上的旅游国家法,也无完整的旅游法律规范体系,现阶段主要还是借助其他法律法规涉及旅游活动或与旅游消费联系密切的相关条款,为旅游管理、旅游经营和旅游消费等具体行为找到合法、合理、合利的法理根据与律条依托。然而这种根据与依托有时是很勉强的。比如:旅程中旅客入住酒店,因房间设施问题造成游客意外伤害,这究竟该属旅行社违约或侵权责任?还是酒店违约或侵权责任?又比如,旅游交通运输规范,更是借用一般客运交通法律法规,实践中,在很多方面不但模糊了法律关系主客体确立及内容承载,法律责任界限与赔偿承担亦模棱两可,甚至无法可依。

案例分享

被干扰的旅程

2010 年 8 月 3 日,某教师旅游团参加南昌一个旅行社组织的“井冈山三日游”,乘坐从南昌开往井冈山的 Z133 次列车,车上有穿着铁路制服的人员用扩音喇叭不停地作产品推销宣传,严重地干扰了该团队游客的途中心情,许多团员甚至不得不逃往另外车厢,以躲避高分贝噪声带来的生理刺激和心理厌烦,如想维权,则面临选择铁路交通侵权、还是旅行社产品对旅游消费者的损害、抑或是旅行社在旅游行程中质量违约等法律困境,从而混淆了作为旅游消费者意义上的合法权益。

从世界旅游立法现实看,在一般理论意义上解读,旅游法概念有广义和狭义之分。

广义旅游法概念:调整旅游活动领域中各种社会关系的各种法律规范之总称。它既包括国际旅游法,且包括国内旅游法;既包括旅游程序法,还包括旅游实体法;既包括公法,又包括私法;既包括旅游行政管理规范,也包括旅游产业经营规范,还包括旅游消费行为规范等。

狭义旅游法概念:指尚在研讨过程中的《中华人民共和国旅游法》,以及诸如《旅行社条例》、《导游人员管理条例》等各单个调整旅游活动中各具体法律关系的有关法律法规等单项法。它们既包括国务院及旅游主管部门制定颁布的单行旅游行政法规和部门规章,也包括各地方权力机关或行政机关制定颁布的地方性旅游法规规章。

因此,旅游法大概念,既包括国家法律、行政法规,也包括地方法规规章,还包括本国制定的法律、法规,以及经我国政府签署、全国人民代表大会批准的国际条约、国际协定等。

(二) 旅游法律法规调整的对象

旅游法律法规调整的对象,即旅游法律、法规调整的基本社会关系。主要指旅游活动中(包括旅游管理、旅游经济、旅游消费等活动在内)形成的体现或反映一系列关联旅游特点的社会关系。

1. 旅游行政管理部门与旅游经营者之间纵向行政管理与被管理的关系

旅游行政管理部门与旅游经营者之间,属于一种纵向管理与被管理的关系,主要靠旅游行政管理部门依法行政的权利和旅游经营者依法接受管理的义务来实现。

(1) 国家旅游行政主要管理职能。诸如:①统筹协调旅游业发展,制定发展政策、规划和标准,起草相关法律法规草案和规章,并监督实施,指导地方旅游工作;②制定旅游市场开发战略并组织实施,指导我国驻外旅游办事机构的工作;③组织旅游资源普查、规划、开发和相关保护工作。监测旅游经济运行,负责旅游统计及行业信息发布;④承担规范旅游市场秩序、监督管理服务质量、维护旅游消费者和经营者合法权益的责任;⑤推动旅游的国际交流与合作,承担与国际旅游组织合作的相关事务;⑥会同有关部门制定赴港澳台旅游的政策并组织实施,指导港澳台旅游有关事务。

(2) 各级旅游行政主要管理职能。诸如:①贯彻国家关于发展旅游业的方针、政策、法律法规,以及监督落实地方性法规的实施。②拟定本区域的旅游发展战略,编制旅游业中长期发展规划和年度计划,并组织实施;组织、指导所在地旅游业统计工作,以及对本区域经营旅游业务的旅游区(点)、企事业单位实行业务管理。③组织本区域旅游资源的普查,协调旅游资源的开发、利用和保护工作;依法审批或参与审批各类旅游接待设施建设项目;组织和指导旅游行业的评星、定级、定点

工作;指导旅游企业改革发展工作;指导旅游行业协会工作。④在本区域依据法律法规授予权限审批(核)旅行社设立与旅游业务经营许可等事宜;组织旅游的整体形象对外宣传、重大促销活动和旅游节庆活动;组织、指导重要旅游产品、线路和旅游文娱活动。⑤制订旅游行业人才培养规划,组织实施旅行社、旅游饭店、旅游景区(点)、旅游定点单位等旅游从业人员的岗位培训、职业资格认证制度和等级认证制度。⑥制定旅游服务的地方标准;监督检查旅游市场秩序、服务质量、旅游安全和旅游保险工作;受理旅游者投诉,维护旅游者的合法权益。

2. 旅游经营者与旅游者之间、旅游经营者之间横向合同的法律关系

旅游经营者与旅游者之间,旅游企业之间,均属于一种横向主体平等的合同关系,因此,调整他们之间的关系,主要依靠双方在法律框架下各自履行和享受合同约定的权利义务来实现。

3. 旅游企业内部纵向层级领导与横向协作的关系

旅游企业内部关系,属于一种既有纵向上下层级领导、又有横向部门协作形成的纵横交错关系,这些关系的法律调整,不仅需要依据管理者与被管理者的权利义务依法设定,也需要依靠协作部门依法和协议内容来实现。

4. 旅游涉外多主体、多层面关系

旅游涉外关系调整涉及的主体与内容较广泛,包括因国际法与相关旅游协定形成国际间法律适用关系;外国旅游企业和中国旅游企业的法律地位及相互关系;中国境内中外旅游企业间关系及其与旅游者的关系;中国旅游行政管理部门与中外旅游企业间的管理关系;等等。这一切关系调整,既需要尊重国家间主权关系,也需要遵守国际法、国内法、国家间签订的旅游协定等法律与合约关系才能得到实现。

二、旅游法律关系

旅游法律关系是旅游法律规范体系对旅游社会关系进行调整,从而在旅游主体之间形成一种权利与义务的关系,也是旅游法学研究的一个核心命题与丰富课题。

(一) 旅游法律关系的特征

1. 旅游法律关系是具有法律效能的社会关系

旅游法律关系是旅游法律法规对旅游社会关系调整的结果,其产生、结构等必然依据有关旅游活动规范的基本法律规则。例如,旅游消费的法律关系,就必须符合消费者权益保护法的法律规范。

2. 旅游法律关系是涉及权利与义务内容的社会关系

权利与义务是旅游法律关系能够成立的前提与核心,旅游法律关系能否实现,

直接决定于权利和义务的法理构成与法意履行。

3. 旅游法律关系是由国家强制力保证实现的社会关系

旅游法律关系一旦形成,就受到国家法律法规保护,如果权利人得不到权利保障、义务人不履行或不完全履行义务,权利人有向行政、司法等机关请求法律支持与保护、要求对义务人进行依法规约或制裁的法律权利。

(二) 旅游法律关系的要素

旅游法律关系要素,即:构成旅游法律关系的主体、客体和内容三要素。这是任何一个旅游法律关系构成的基础要件,且须同时具备,缺少其中任何一个要素,都不可能构成旅游法律关系,因此其中任何一个要素发生改变,都必然引起旅游法律关系的相应改变。

1. 旅游法律关系的主体

(1) 旅游法律关系主体的概念。即:参与旅游法律关系,依法享有权利、承担义务的当事人。因此,任何一个旅游法律关系至少涉及两个主体。以旅游交通运输为例,这一旅游法律关系主体至少涉及旅游运输承运人和旅游乘客,或旅游交通承运人与旅行社,也可能是旅游运输承运人与旅行社并与旅游乘客三方主体。由此,不难得出:旅游法律关系主体包括自然人、法人和其他组织三大类。



拓展知识

自然人的完全民事行为能力

自然人成为旅游法律关系主体,需要其满足法律规定的“完全民事行为能力”要件:①年满18周岁,或年满16周岁,并以自己劳动收入为主要生活来源;②非精神病患者。

(2) 我国旅游法律关系的主体。现阶段我国旅游法律关系主体主要有:①各级旅游行政管理部门。它们分别代表国家和地方政府参与旅游法律关系,为旅游管理法律关系的主体;②其他行政管理部门。根据《旅行社条例》规定,除旅游行政管理部门外,工商、价格、商务、外汇亦对口管理相关旅游事宜,以及文物保护、环保、交通、海关、金融、公安等涉及旅游行为管理的职能部门;③旅游业经营组织。包括旅行社、旅游公司、旅游酒店、旅游商店、旅游景区、景点经营商等直接从事旅游经营的经济组织;④旅游事业单位。包括从事旅游规划、咨询、策划、研究、人才培养、职业教育等社会组织;⑤旅游者。包括国际游客和国内游客两类;⑥相关协作行业组织;⑦外国旅游组织。

2. 旅游法律关系的客体

旅游法律关系的客体。即：旅游法律关系主体权利和义务共同指向的对象。能够作为旅游法律关系客体的有物、行为、与主体相联系的人身权益、知识产权等。

(1) 行为。所谓旅游法律关系客体的行为，即：旅游法律关系成立后，其主体为实现旅游法律关系内容（权利和义务）而实施的有意识活动。旅游法律关系行为为客体一般可分为两类：①作为行为。如旅行社向旅游者提供游览服务行为；旅游饭店向旅游者提供食宿方便行为等。②不作为行为。如旅游经营者不得作为单方享受权利或承担义务的霸王格式条款。

(2) 物。所谓旅游法律关系客体的物，即：存在于旅游法律关系主体之外、作为主体财产权的有形对象物品，以及能够由旅游法律关系主体支配、使用、经营的其他有形物质财富。可以成为旅游法律关系客体的物十分繁多，主要物可分为以下五大类，诸如：①旅游景观；②旅游经营设施；③旅游商品；④货币和有价证券；⑤其他有形物品等。

(3) 人格。所谓旅游法律关系客体的人格，即：与主体（包括自然人、法人和其他组织）人身不可分离而密切联系的可显现的具象性精神利益。一般表现为名誉、荣誉、姓名（或名称）、肖像（或标志）、生命尊重、身体健康等。

(4) 知识。所谓旅游法律关系客体的知识，即：主体创造的知识或精神成果，包括商标、品牌、著作、荣誉称号、发明专利等。

3. 旅游法律关系的内容

旅游法律关系的内容。即：旅游法律关系主体依法或协约享有的权利和承担的义务以及权利和义务实现的程序与形式。旅游法律关系的内容是旅游法律关系的核心，决定着旅游法律关系的性质。

(1) 权利。即：旅游法律关系主体依法具有作为或不作为一定行为或要求他人作为或不作为一定行为的法律许可。不同的旅游法律关系主体所享有的权利并不相同。在一般旅游法律关系中，主体权利的类型基本可以概括为：①行政管理权。指行政管理机关的依法行政权，并具有三大特征：权利来源于法律授权或行政依法授权；具有命令与服从的上下级或管理与被管理的隶属性质；不得随意转让和放弃。②合法财产权。指财产所有人依法对所拥有的财产具有占有、使用、收益和处分的权利。③人身人格权。指与旅游法律关系主体人身不可分离，且无直接财产内容的民事权利。主要包括旅游法律关系自然人主体的生命健康权、姓名权、肖像权、名誉权、荣誉权等；旅游法人及其他组织的名称权、名誉权、荣誉权等。④知识产权。指旅游法律关系主体对知识等智力成果所享有的权利，包括著作权、专利权、发明权、发现权、商标权等。⑤消费者权益。指旅游者因消费而依法享有的权利和应得利益。如安全保障权、知悉真情权、自主选择权、维护尊严权等。⑥伤害

赔偿请求权。指旅游法律关系主体的合法权益受到侵犯时,依法享有要求侵权行为人停止侵害、依法补救和向法律与有关行政机关请求包括赔偿权、请求调解权、申请仲裁权、诉讼权等在内的法律保护或救济的权利。

(2)义务。这是旅游法律关系的主体依据旅游法律规范,必须作为或不作为一定行为的法律责任。不同的旅游法律关系主体承担不同的法律义务,其内容一般与权利相对应,一方当事人的权利常常是另一方当事人的义务。反之亦然。正是这双方主体权利与义务的相互构成和实现,才确立了旅游法律关系的存在,没有只享受权利不承担义务,或只承担义务而不享有权利的旅游法律关系主体。

(三) 旅游法律关系的产生、变更和终止

1. 旅游法律关系的产生、变更和终止概念

(1)旅游法律关系的产生,即:相关当事人的权利与义务以旅游法律关系形式构成。

(2)旅游法律关系的变更,即:旅游法律关系的主体、客体、内容发生了变化。

(3)旅游法律关系的终止,即:相关当事人之间涉及旅游法律权利与义务的关系消灭。

旅游法律关系的产生、变更和终止,并非无缘无故,而是要合法有据,这合法有据就是旅游法律的事实。

2. 旅游法律事实

(1)旅游法律事实的分类。旅游法律事实,即由旅游法律法规所确认、能够引起旅游法律关系产生、变更和终止的客观事实。按照是否与旅游法律关系主体意志有关,旅游法律事实还可分为法律行为和法律事件两大类,诸如:①法律行为。即:当事人由自己意识支配的设立、变更、终止旅游法律关系的法律行为。法律行为成立应具备四大要件,即:行为主体合法;行为内容合法;行为形式合法;意思表示真实。②法律事件。即:与当事人主观意识无关、能导致一定旅游法律后果、引起旅游法律关系产生、变更和终止的客观事件。如自然人主体的出生、死亡事件;自然灾害、战争、政策变化、社会骚乱、政局变化等不可抗力事件。

(2)旅游法律事实的特征。旅游法律的事实具有下列三大显著特征:①具备可被旅游法律法规所确认性。不被旅游法律所确认的事实,是事实,但非旅游法律事实,不能引起旅游法律关系的产生、变更和终止。如旅游购物凭证,法律只确认国家许可的收据或法律认可的其他凭证形式才为有效凭证,对于可能确实存在的购物事实,也许因提供不出法律有效凭证,因此不能构成可以引起旅游消费法律关系的产生、变更和终止的法律事实。②具备客观存在性。即具有客观具体的“确在状态”,故主观意识不能作为旅游法律事实。③具备引起旅游法律关系的产生、变更和终止的当然性。如旅游者对景观风景、服务质量的主观性褒贬评价,并非当然