

网络平台购买旅游产品请擦亮双眼

——网络客服虚假宣传举报投诉调解案例

案件承办人：柯颖翔 钟劲臻

案例报送人：柯颖翔

单位：厦门市文化市场综合执法支队

一、典型意义说明

本案系游客在网络平台购买旅游产品时遭遇网络客服虚假宣传产生的纠纷，该举报投诉纠纷的及时处理，使消费者的诉求得到了及时、公正的解决，维护了消费者的权益，同时对规范旅游市场具有重要意义。该案例获评 2023 年度厦门市十大消费维权案例。

二、案情简介

2023 年 10 月，游客刘先生看到某直播间宣传五天四晚旅游行程“全程零自费”“绝不强制购物”等内容，便在直播间表达了下单意愿。随后有自称直播间所属旅游管家的陌生账号私信刘先生，引导刘先生添加微信，为其提供专属服务。在微信上，该旅游管家出示了某旅行社的营业执照、经营许可证等资质证件。在与旅游管家确认旅游行程无购物、无强制进店消费等事项后，刘先生与旅游管家商定了行程路线和时间，并预交定金。后刘先生按照约定自行前往目的地参团旅游。但行程开始后，刘先生发现该旅游团安排了三个购物行程，觉得旅行社存在欺骗行为，遂向文旅部门举报投诉，要求协调旅行社退货退款并对旅行社进行处罚。

接到刘先生的举报投诉后，文旅部门工作人员迅速联系

双方了解情况并组织调解。刘先生提供了旅游合同、微信聊天记录和购物凭证等材料。经调查，刘先生与某旅行社签订了旅游合同，该合同载明旅游行程和收费内容，但未对“购物场所的名称、在购物场所的停留时间”等信息进行明确标注，双方亦未签订购物补充协议。经调解，某旅行社协调购物场所及时为刘先生办理了退货退款。对于某旅行社未与旅游者协商一致组织旅游者到具体购物场所购物的违法行为，文旅部门经调查后依法予以行政处罚，并将网络客服虚假宣传等问题线索同步移送相关部门处理。

三、案件评析

随着新媒体网络平台的迅猛发展，有不少旅行社在平台上投放广告，旅游产品直播也逐渐兴起。然而在火热的市场背后，旅游直播存在的问题也不容忽视。为了吸引游客，一些旅行社在直播时往往以“超低价格”“超值服务”“买一赠一”“豪华体验”等作为噱头，在直播中回避是否有购物点的问题，有的旅行社还存在游客实际成行后，强制补差价、随意更改行程、降低服务标准等问题，其中旅游购物问题最为突出。根据《中华人民共和国旅游法》第三十五条第二、三款规定：“旅行社组织、接待旅游者，不得指定具体购物场所，不得安排另行付费旅游项目。但是，经双方协商一致或者旅游者要求，且不影响其他旅游者行程安排的除外。发生违反前两款规定情形的，旅游者有权在旅游行程结束后三十日内，要求旅行社为其办理退货并先行垫付退货货款，或者退还另行付费旅游项目的费用。”《中华人民共和国旅游

法》第九十八条规定：“旅行社违反本法第三十五条规定的，由旅游主管部门责令改正，没收违法所得，责令停业整顿，并处三万元以上三十万元以下罚款。”本案中，该旅行社的行为违反了《中华人民共和国旅游法》第三十五条第二款的规定，文旅部门依据《中华人民共和国旅游法》第九十八条，责令该旅行社改正违法行为，并对其做出停业整顿 15 天和罚款 4 万元的行政处罚。

四、建议提示

按照《中华人民共和国旅游法》的规定，旅行社安排旅游购物和自费项目必须遵循协商自愿原则。违反该原则，旅行社不仅要承担无条件退货并垫付货款的民事责任，而且还会因此受到行政处罚。

对于消费者而言，利用网络平台选择旅游服务产品时，应擦亮双眼，不能一味追求低价或者相信优惠承诺。下单前，务必首先与商家沟通好相关服务细节、退改政策，注意保留商家的承诺信息以作为履约及维权依据。在下单前做好咨询，如果是在直播间咨询，可以打开手机录屏，留言询问具体的服务细节，比如是否包含往返交通，是否是纯玩无购物，是否有自费项目，酒店的标准是什么等。如果商家、主播无法正面回答，最好停止下单，如已经下单预定的，可以直接在平台上申请退单。此外，如果相关宣传主体从一平台引流至另一平台交易，消费者对该行为应引起足够的警惕，如果脱离平台交易保护机制且无法明确交易对象，应果断取消预定。