

安徽消费者

5

AN HUI CONSUMERS

2016. 10. 25

总第 74 期



主办 / 安徽省消费者权益保护委员会

准印证: 00-163

内部资料

2016年旅游服务 再体验调查报告

中国消费者协会开展国内旅游线路体验式调查活动



中消协在京发布 2016 年旅游服务再体验调查报告



10月9日，中国消费者协会在京召开情况通报会，通报了2016年旅游服务再体验调查结果。

中消协曾在2015年联合部分省市消协开展的旅游服务体验式调查，在广大消费者、各界媒体、政府有关部门、地方政府的高度关注和支持下，很多重点披露的问题得到了快速处理。今年2月，为进一步解决扰乱旅游市场秩序、侵害旅游消费者权益等突出问题，国务院办公厅印发了《关于加强旅游市场综合监管工

作的通知》。为配合国务院通知要求，进一步加强对旅游市场的社会监督，督促政府及有关部门强化市场综合监管，让广大消费者享受安全、放心、舒心的“十一”黄金周旅游市场环境，中消协在今年8-9月针对2015年体验调查中问题相对集中的30条旅游线路进行了再体验活动。

据悉，本次再体验活动由来自14个省级消协组织及专业调查人员组成的60名消费维权志愿者具体实施。根据再体验调查设计，要求体验员借助相关专业设备，获取视频、录音、照片等图文影像一手资料，既要就2015年的老问题进行对比调查体验，又要发现和记录旅游服务中的新问题。

通报会上，中消协还公布了本次再体验中发现的22起涉及安全隐患、合同违规、强制消费、违规导游、疏于管理、规则任性等严重侵害旅游消费者合法权益的典型问题，并已于9月下旬将典型问题线索移交给了旅游主管部门处理，并建议举一反三，加强综合监管，为“十一”黄金周营造良好的旅游市场环境。“十一”前夕，中消协还就旅游服务中容易发生的问题发出专题消费提示。中消协希望各地政府将建设良好旅游市场环境作为加强城市综合治理的重要问题来抓，明确各相关部门职责，就旅游服务中涉及到的旅游社及导游、景区管理、餐饮卫生、道路交通、价格票据、应急救助等问题建立多部门联动机制，加强旅游市场综合监管，保障消费者合法权益。针对仍然存在的导游擅自改变线路、强制消费等损害旅游消费者合法权益的行为，中消协呼吁有关部门加强监管，对于涉事人员必须进行严肃问责。中消协希望广大导游及旅游从业人员遵守相关法律、恪守职业道德，从提高旅游服务满意度中合法获取正当利益，坚决抵制旅游服务企业的不合理、不正当的服务要求，自觉捍卫旅游消费者的合法权益。

中消协认为，建设安全、放心、舒心的旅游消费环境需要全社会的共同努力，更有赖于旅游目的地城市管理者、政府有关部门及旅游从业者大力提高管理水平和服务能力。中消协表示，将进一步配合政府有关部门做好旅游市场监管工作，认真履行社会监督职责，维护消费者合法权益。

一粥一饭当思来之不易 半丝半缕恒念物力维艰

厉行勤俭节约 反对舌尖上的浪费

近些年，随着物质条件的丰富和人民生活水平的提高，餐饮领域形成了一股奢侈浪费之风。外在餐厅，内在家庭，浪费现象比比皆是。成由勤俭破由奢，浪费不分公私，节约包括你我。精打细算不是抠门，大手大脚不是豪爽；勤俭节约不掉身价，奢侈炫耀不长面子。坚持节俭，不仅是对传统文化的传承，也是一种低碳、绿色、健康、积极的现代生活观念。

为在餐饮领域树立文明、健康的消费观念，摒弃铺张浪费、炫耀消费等不良消费行为，安徽省消费者权益保护委员会发出如下倡议：

一、反对餐饮企业设置最低消费、包间费；倡议企业设置小份菜、拼盘菜、半份菜。
二、反对餐饮企业过量推荐餐食；倡议企业明示菜量及适用人数。

三、反对宴请吃喝之风；倡议推广自助餐、分餐制、控制饮酒。

四、反对面子消费；倡议“光盘”、“净桌”行动，积极“打包”。

五、反对炫耀性消费、攀比性消费、奢侈性消费；倡议节约是时尚，浪费显粗俗。

六、反对节日消费、婚丧嫁娶异化成“餐桌浪费”；倡议亲朋好友礼尚往来，提升文化内涵。

七、反对当代饕餮之徒，不当“吃货”；倡议选用符合生态文明理念的食材。

八、反对酗酒暴食；倡议饮和食德，均衡营养合理膳食，树立“新中餐”消费理念。

注：饮和食德：给人吃（喝）后感觉到自在、享受和乐，享受到先人的德泽。简单说，饮要和諧，食应道德。出处：“饮和”语出《庄子·则阳》：“故或不言而饮人以和”；“食德”语出《周易·讼》：“六三，食旧德”。

吃光盘里的饭菜，你会看见“美德”。



光盘见美德

加入“光盘行动”，提倡“不够再添”



编印单位 安徽省消费者权益保护委员会
法律顾问 安徽省消费者权益保护委员会律师团

编委会
主任 沈卫国
副主任 金启建
编委 江来 张路明 罗勇 胡茵
周鹏 吕岩 樊具山 杨玉岭
余兵 钱扬平 侯建华 王吉星
唐凤阳 胡晓玲 钟林 李光萍
张顺理 陈波 王晓震 吴钊
兰文军

主编 江来
编审 张路明
责任编辑 刘勖
编辑 孙初 金小武 王灿 王文博
董杰

《安徽消费者》编辑部
地址：合肥市宁国路112号工商大厦1301、1316室
邮编：230001
电话：0551-64675176、64675171
传真：0551-64675176
在线阅读：www.ah315.cn
E-mail: ahxfz315@126.com
印刷单位：合肥国元印务有限公司
印刷日期：2016年10月25日
印数：1000份

《安徽消费者》发送对象：
安徽省消费者权益保护委员会成员单位；全省各级消保委

声 明

版权所有，《安徽消费者》编辑部保留所有权利。未经书面许可，不得以任何形式复制、翻印、使用《安徽消费者》的任何图文。

■由于选用了部分国内资料图片，敬请作者及时与《安徽消费者》编辑部联系，并领取稿酬。

contents 目录

■ 消费教育

01 一粥一饭当思来之不易 半丝半缕恒念物力维艰

■ 权威发布

04 安徽省食品药品监督管理局公布2016年中秋月饼专项抽检情况

■ 维权前沿

06 “月饼新规”你关注了吗？

■ 典型案例

17 网购药品无效维权案

18 新购收割机“三包”责任纠纷维权案

19 养老合同纠纷维权案

20 商家故意隐瞒房产信息维权案

■ 消费提示

21 中消协提醒：乐享旅游 勿忘安全

23 空调清洗学问多

网上订票需谨慎

■ 市场调查

24 2016年旅游服务再体验调查报告

■ 有诉必应

43 投诉回音

封一 2016年旅游服务再体验调查

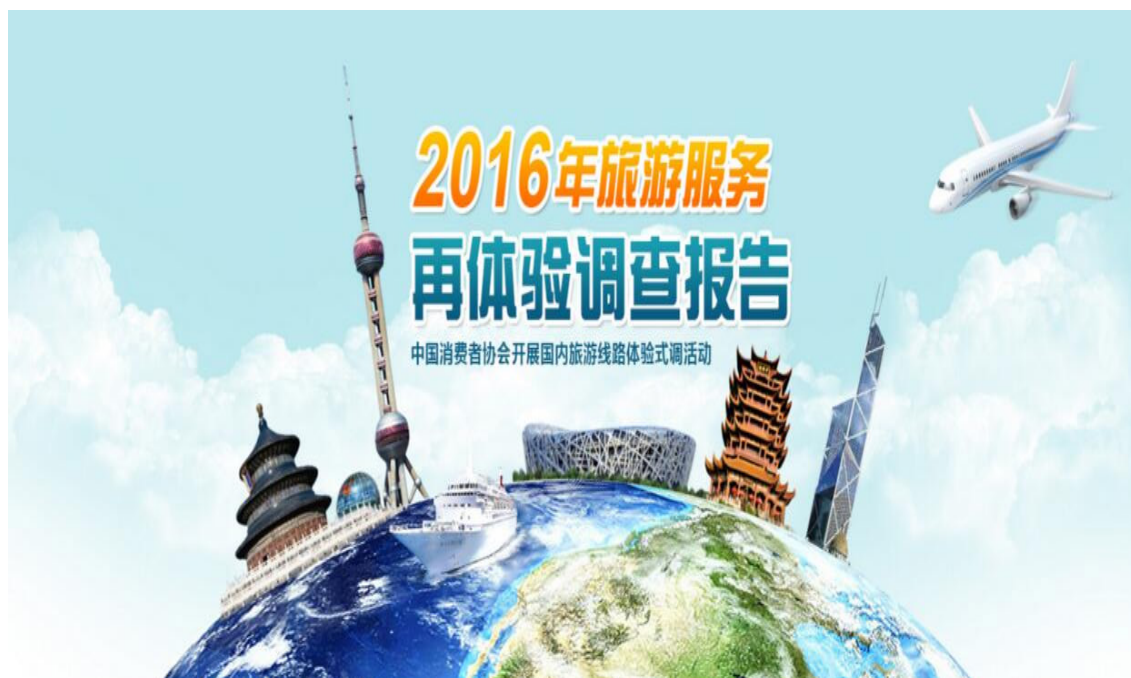
封二 中消协在京发布2016年旅游服务再体验调查报告

封三 2016年旅游服务再体验调查报告（相关建议）

封底 名称“安徽消费者” 微信号“ahxfz315”



06 “月饼新规”你关注了吗?



24 2016 年旅游服务再体验调查报告

安徽省食品药品监督管理局 公布 2016 年中秋月饼专项抽检情况

一、国家食品药品监督管理总局组织的国家专项抽检月饼涉及安徽生产的情况：

此次国抽共抽查 379 批次，合格样品 369 批次，不合格样品 10 批次，其中，共抽到安徽生产的月饼 14 批次，不合格一批次〔合肥悦家商业有限公司环球广场店销售的标称合肥永生园食品有限公司生产的凤梨味月饼，酸价检出值为 8.3mg/g。比标准规定（不超过 5mg/g）高 66%〕。

二、安徽省食品药品监督管理局组织的省级监督抽检月饼信息：

为切实保证广大消费者的消费知情权，安徽省食品药品监督管理局也在中秋节前组织开展了节令食品月饼的省级监督抽检。现将省级抽检信息通告如下：本次抽检月饼 210 批次，合格 209 批次，不合格 1 批次。不合格样品具体信息如下：淮南市青鑫食品有限公司生产的中秋月饼（加冰）（生产日期/批号：2016/8/8）菌落总数超标。

三、对上述抽检中发现的不合格产品，生产经营企业所在地食品药品监管部门应依法进行调查处理，查明不合格产品的批次、数量和成因，制定整改措施。

四、提示广大消费者，购买食品时要通过正规可靠渠道并保存相应购物凭证，要看清外包装上的相关标识，如生产日期、保质期、生产者名称和地址、成分或配料表等信息；查看真空包装是否漏气涨袋、有没有变质；不要购买无厂名、厂址、生产日期和保质期的产品，不要购买超过保质期的产品。凡购买不合格产品应停止食用，及时与生产企业或经销商联系。在市场上发现上述不合格产品请拨打 12331 热线电话进行投诉或举报。

月饼监督抽检产品合格信息

本次抽检的产品为月饼。

抽检依据《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》（GB 2760-2014）、《食品安全国家标准 食品中污染物限量》（GB 2762-2012）、《糕点、面包卫生标准》（GB 7099-2003）、《食品安全国家标准 食品中致病菌限量》（GB 29921-2013）等标准及产品明示标准和指标的要求。

抽检项目包括月饼中重金属指标铅，品质指标酸价、过氧化值，食品添加剂指标苯甲酸及其钠盐、山梨酸及其钾盐、糖精钠等，微生物指标菌落总数、大肠菌群等，非食用物质富马酸二甲酯，共计 28 个指标。共抽检 227 家企业的 379 批次产品。

抽检产品合格信息见附表。

附表：产品合格信息

产品合格信息

（声明：以下信息仅指本次抽检标称的生产企业相关产品的生产日期/批号和所检项目）

序号	标称生产企业名称	标称生产企业地址	被抽样单位名称	被抽样单位所在省份	样品名称	规格型号	生产日期/批号
1	合肥奥星商贸有限公司	合肥市包河区常青街仰光社居委跃进居民组	安徽永辉超市有限公司合肥桐城南路分公司	安徽	莲蓉蛋黄酥（苏式月饼）	散装称重	2016-8-18
2	合肥奥星商贸有限公司	合肥市包河区常青街仰光社居委跃进居民组	安徽永辉超市有限公司合肥桐城南路分公司	安徽	奶油椰蓉月饼（广式月饼）	散装称重	2016-8-11
3	合肥市发发工贸有限公司	合肥市瑶海工业园区站北路21号	合肥悦家商业有限公司环球广场店	安徽	红豆沙月饼（广式月饼）	散装称重	2016-8-11
4	安徽省澳威利食品有限公司	合肥市双凤大道6号	安徽百大合家福连锁超市股份有限公司银杏苑店	安徽	草莓味月饼	计量称重	2016-8-22
5	安徽省小天鹅食品有限公司	安徽省潜山经济开发区	合肥联家商贸发展有限公司	安徽	香橙味月饼（广式）	/	2016-8-14

五、小贴士：

1、酸价是脂肪中游离脂肪酸含量的标志，脂肪在长期保存过程中，由于微生物、酶和热的作用发生缓慢水解，产生游离脂肪酸。在脂肪生产的条件下，酸价可作为水解程度的指标，在其保存的条件下，则可作为酸败的指标，酸价越小，说明油脂质量越好，新鲜度和精炼程度越好。酸价不合格说明月饼的油脂不新鲜。

2、菌落是指细菌在固体培养基上生长繁殖而形成的能被肉眼识别的生长物，它是由数以万计相同的微生物集合而成，而菌落总数就是1ml（g）单位产品中所含菌落的总数，食品卫生质量之一的指标就是以菌落总数是否符合食品安全标准规定的限量来评价，超出标准限量即说明食品的菌落总数超标。不合格原因大多是环境中微生物的污染、操作人员的污染、灭菌参数不合理、设备未及时清洗消毒等等。

6	安徽省小天鹅食品有限公司	安徽省潜山经济开发区	合肥联家商贸发展有限公司	安徽	无蔗糖芝麻月饼（广式）	称重	2016-8-13
7	合肥冠之坊食品有限公司	合肥市大彭路与唐安路交叉口	合肥长江批发市场广利干果经营部	安徽	红酒蔓越莓味月饼	60克/袋	2016-8-15
8	合肥冠之坊食品有限公司	合肥市大彭路与唐安路交叉口	合肥长江批发市场广利干果经营部	安徽	台湾凤梨味月饼	60克/袋	2016-8-15
9	马鞍山市康丽食品有限公司	马鞍山市经济技术开发区雨田路364号	淮南市大润发商业有限公司	安徽	红豆沙月饼（广式月饼）	计量称重	2016-8-21
10	马鞍山市康丽食品有限公司	马鞍山市经济技术开发区雨田路364号	淮南市大润发商业有限公司	安徽	无蔗糖黑麻蓉月饼（广式月饼）（烘烤类热加工）	计量称重	2016-7-18
11	安徽省澳威利食品有限公司	合肥市双凤大道6号	合肥悦家商业有限公司淮南家乐福时代广场店	安徽	中秋月饼（苏式豆沙）	80克/袋	2016-8-13
12	合肥市发发工贸有限公司	合肥市瑶海工业园区站北路21号	蚌埠润华商业有限公司	安徽	甘香白莲月饼	散装称重	2016-8-4
13	黄钊食品有限公司	蚌埠山香工业园内	蚌埠市超群饼屋凤阳路店	安徽	月饼（粒粒红枣）	计量称重	2016-8-13
14	黄钊食品有限公司	蚌埠山香工业园内	蚌埠市超群饼屋凤阳路店	安徽	月饼（豆沙）	计量称重	2016-8-13

月饼省级督抽检产品合格信息（不合格月饼）

被抽样单位名称*	单位地址*	样品名称*	抽样编号*	报告书编号*	食品大类	样品规格	批号
淮南市青鑫食品有限公司	淮南市大通工业园区	中秋月饼（加冰）	AH1634H1060369	F2016080507	糕点	400g/袋	20160808
生产日期	商标	标识生产企业名称	标识生产企业地址	备注	检验项目*	检验结果*	结果单位*
2016-08-08	/	淮南市青鑫食品有限公司	安徽省淮南市大通工业园区	生产工艺：热加工糕点	菌落总数	7600	CFU/g



“月饼新规” 你关注了吗？

随着中秋节脚步越来越近，月饼市场也迎来了销售高峰。今年是月饼新国标实施的首个中秋节，市场上的月饼配料及包装是否符合新标准呢？编者通过市场走访调查以及全国消协组织开展的相关工作发现，多数商家已经执行新标准，包装也更趋简洁，所使用材料更加环保。“新国标”具体强调了馅料命名只有集齐五种果仁才可称“五仁月饼”；包装标签有新要求，督促生产企业把好质量关；企业从包装上降低成本，月饼价格更趋向大众化消费。

新国标颁布

今年是国家质检总局与国家标准委发布的新版 GB 19855-2015《月饼》新标实施后的首个中秋节。本标准按照 GB/T1.1—2009 给出的规则起草。本标准代替 GB19855—2005《月饼》（含第一号修改单内容、第二号修改单内容和第三号修改单内容。）

本标准与 GB19855—2005 相比，主要修改如下：

- 由条文强制修订为推荐性标准；
- 增加了规范性引用文件有关标准内容；
- 对“月饼”定义的表述进行了完善；
- 将“按地方风味特色分类”修改为“按派式特色分类”；
- 新增了“产生与销售要求”的规定；
- 新增了“销售包装中的独立包装标示”的规定
- 取消了原标准 9.3.1 “包装成本应不超过月饼出厂价格的 25%”；9.3.2 “单粒包装的空位应不超过单粒总容积的 35%；单粒包装与外

盒包装内壁及单粒包装间的平均距离应不超过 2.5cm。”的标准内容，提出“应符合 GB23350”的规定；

- 新增了“11 召回”的规定；



——取消了附录 A（资料性附录）“单粒包装空位测定”；

——取消了附录 B（资料性附录）“部分地方风味月饼”，并将原标准内容修改完善后纳入到“5 技术要求”中；

——新增了“参考文献”的有关内容。

本标准由中国商业联合会提出……

消协提示

买月饼小心五仁变“伍仁”

河北省消协



中秋节临近，9月1日，省消协发布中秋节消费提示：新消费模式层出不穷，消费者要科学、理智购买月饼。

五仁月饼不能随便叫，月饼类保健食品属虚假宣传

月饼生产国家新标准自2015年12月1日起实施，今年是新国标实施后首个中秋节。省消协提示，新国标明确了月饼的馅料：莲蓉类月饼中莲子含量应不低于60%，纯莲蓉月饼馅料莲子含量为100%。栗蓉类月饼的馅料中板栗含量不能低于60%，水果类月饼馅料中水果及其制品的用量应不低于25%。

“五仁月饼也不能随便叫。”省消协负责人介

绍，必须是使用核桃仁、杏仁、橄榄仁、瓜子仁、芝麻仁等五种主要原料加工成馅的月饼才能称为五仁月饼。有的商家在名称上做手脚，五仁变成“伍仁”，消费者购买时要注意。

省消协特别提醒消费者，月饼类保健食品属虚假宣传，食药监部门从未批准过保健类月饼。购买此类月饼要注意糖含量等具体指标，不要被商家的文字游戏和模糊概念误导。

不要盲目追捧朋友圈，网购月饼要防范诈骗

越来越多消费者通过朋友圈购物，省消协提示，在购买朋友圈自制私房月饼时，不要盲目追捧私人定制纯天然无添加剂。私人制作的技术水平不一定比得上正规企业，且没有生产监管，很难保证产品质量，这些月饼最大的问题就是包装上无生产厂家、生产日期、保质期、食品生产许可、食品标签，属于典型的“五无”食品。同时，海淘月饼要小心微生物超标，最好不要购买包装配料里有肉、蛋和海鲜成分的月饼，因为这样的月饼极易携带动物疫病，未经入境检疫，存在较大安全风险。

中秋节是网购高峰也是诈骗高峰期。消费者网购月饼，不要轻易点击不明链接，不要迷信搜索引擎排名，尽量选择支持第三方担保支付或货到付款的商家，防范交易风险。

月饼消费“五注意”

江苏省消协

随着9月15日中秋佳节临近，各大超市和电商的月饼已纷纷上市。2015年12月，国家质检总局与中国国家标准化管理委员会发布的新版GB/T19855-2015《月饼》新标准实施，今年是新标准出台后的首个中秋节。江苏省消协日前对月饼市场进行了消费调查，提示月饼消费要“五注意”。

首先，消费者购买月饼时，应选择储藏条件较好、符合卫生要求的正规商场、超市和市场，选购有“QS”标志、厂名厂址、生产日期、保质期、配料表、营养标识齐全的食品，谨慎购买小摊点特别是流动摊贩所售食品。2015版月饼标准对月饼的类别做了更详细的划分，对月饼命名的要求也更细化，五

仁、莲蓉月饼等就不能随意叫了，标准中对使用核桃仁、杏仁、橄榄仁、瓜子仁、芝麻仁等五种主要原料加工成馅的月饼才可称为五仁月饼，对莲蓉月饼的莲蓉含量、水果类月饼的水果含量都做了明确要求。优质月饼块形周正圆整，薄厚均匀、花纹清晰、表面无裂纹、不露馅，无塌陷。饼皮酥松、馅柔软，不偏皮偏馅，不含杂质。

其次，网购月饼要注意安全。月饼的保质期有限，消费者在网上购买时，要与商家确认月饼的保质期，尤其是一些现做现卖的手工月饼，更需要确定邮寄时间，以防过期；购买时，提防网络骗局，不要被网上一些“低价”、“优惠”专供等经济广告迷惑，给网络骗子可乘之机，应尽量找具有正规运营资质、信用评价高的网站和商家。交易后，要截图留证，并尽量选择货到付款的方式，尽量减少网购风险。

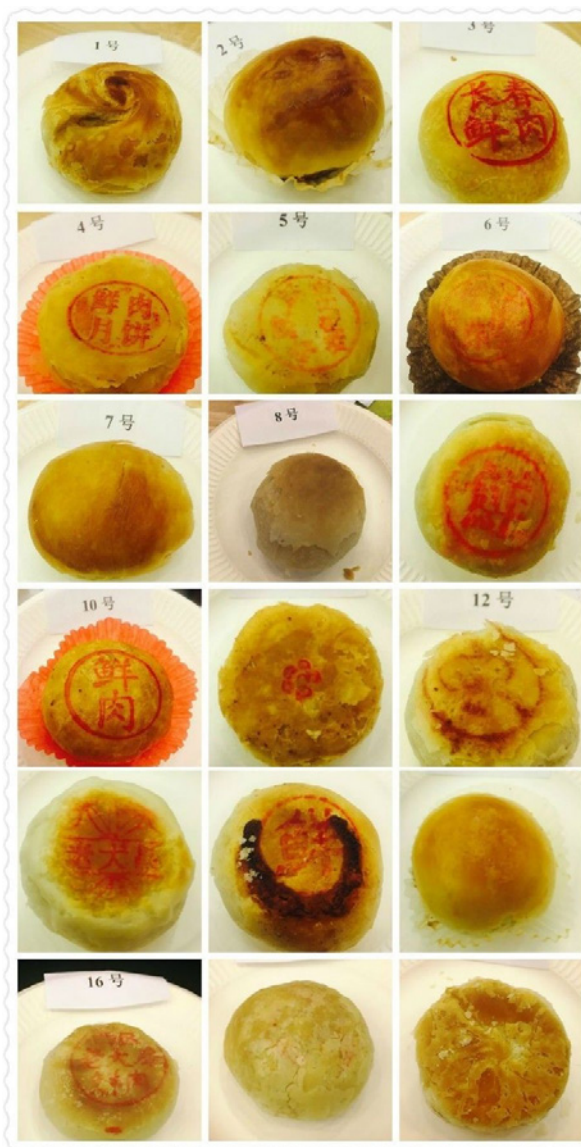
第三，拒绝过度包装。过度包装不仅虚增价格，而且浪费资源。国家标准规定，月饼不得多于三层包装，包装成本不能超过月饼出厂价格的25%。同时还要慎防搭售商品。在商场，经常可见搭售烟、酒、茶叶、高档装饰品等礼品的月饼盒。这些搭售的商品，消费者很难分辨其质量的好坏，也无法估算其价格，所以，选购此类月饼时，切勿被豪华包装迷惑。

第四，不同类别月饼糖分、油脂等含量不同，消费者可根据个人喜好选购。大部分月饼糖分、油脂含量较高，建议不要过量食用，并保持均衡饮食。对于老人、儿童及肠胃不适者，建议根据自身身体状况适量食用；勿轻信“无糖、低脂、不添加香精、不使用色素”和“保健”等宣传。月饼类保健食品属虚假宣传，国家食药监部门从未批准过保健类月饼。消费者在购买前应谨慎考虑，是否物有所值、口味是否适合再进行选择，避免造成浪费。

第五，消费者购买月饼后一定要索要发票、凭证或购买小单，以便发生质量问题或消费纠纷时有维权凭证。

沪上知名鲜肉月饼进行测评

上海市消保委



中秋节即将来临，沪上月饼市场异常活跃，各种传统品牌的鲜肉月饼以及当下很多“网红”月饼充斥市场。9月7日下午，上海市消保委组织食品营养、检测、烘焙、消费等方面专家以及消费者代表、媒体代表四十余人，对沪上知名鲜肉月饼进行测评。

测评通过对鲜肉月饼的感官、风味、口感、重量、包装、价格等方面做出评价，从而帮助消费者选购。

开始测评前，中焙糖协专家委员会委员、上海食品协会烘焙委员会副秘书长、烘焙国家评委许锦国给现场的消费者代表普及了月饼测评的注意事项：月饼的酥皮要有层次；鲜肉的口感，按照上海的特点，须甜、咸折中；外形上一定要收口。

据了解，打分标准为外形组织 50 分、滋味口感 50 分，参与测评者可根据每个月饼的实际情况酌情加分或减分。

选购月饼有讲究

内蒙古消协

随着中秋节的临近，月饼市场逐渐升温，很多酒店等餐饮已经陆续自制月饼进行销售，为了广大消费者能够安心愉快地度过中秋佳节，内蒙古自治区消费者协会提醒广大消费者在选购月饼时一定要注意以下几点：

一、个别小包装月饼的包装精美，但是包装袋上除了图案，没有任何与月饼有关的文字标识或者是生产日期标注不明显、不清晰。

二、许多散装月饼裸露在空气当中没有防尘设施，有可能会被环境所污染。

三、自制月饼的宾馆、酒店等餐饮服务单位应持有有效的《餐饮服务许可证》，其中许可项目应包含糕点制售或者西式糕点制售；如餐饮服务单位用礼盒包装或者在店外销售，消费者在购买时还应查看其包装上是否有 QS 标志。

四、查看包装，除了查看生产日期和保质期，还要查看脱氧剂、保鲜剂、干燥剂等是否直接与月饼接触，如直接接触，不宜购买。

五、不要轻信“无糖、低脂、素馅、不添加香精、不使用色素、不含防腐剂”等宣传，有上述特别要求的需谨慎购买。

六、尽量到大型商场购买，并选择知名、有信誉厂家生产的商品。

七、购买后的月饼应按标示的保存条件存放，如过期或者变质切勿食用。

八、消费者在购买月饼时，应注意索取并留存相关票据。

中秋“健康”月饼最受消费者欢迎

天津市消协

随着中秋节的临近，月饼开始热销。在老字号商家及大部分超市，月饼已经摆在柜台的显眼位置。与往年相比，高档盒装月饼少人问津，而价格亲民、主打“健康”“养生”的散装月饼成为今年中秋节的“新宠”。

桂顺斋、冠生园等老字号企业在继承传统、确保品牌优势的同时，更加注重功能与健康元素的结合。在选择馅料时，主打健康、养生牌，除传统的豆沙、五仁和蛋黄莲蓉等馅料外，还根据消费者的实际需求，开发出低糖、低脂、低盐的“绿色”月饼，受到消费者的欢迎。

中秋将至月饼销售“热身” 消协发布警示

青海省消协

连日来，月饼销售已进入旺销时节。近日，走访了海东市一些月饼销售点发现，虽然距离中秋还有近半月时间，但是各式月饼早已亮相海东的各大



超市，且今年的月饼销量让商家十分欢喜。随着月饼市场的逐渐升温，为帮助市民安全选购月饼，海东市消费者协会发布消费警示，提醒市民购买月饼时要多看多选，避免买到“三无”产品或者假冒伪劣产品。

8月31日上午，在平安区平安大道某超市，月饼专柜前人来人往，市民精心挑选着种类繁多的各式月饼。今年的月饼没有了以往的华美包装，取而代之的是简洁方便的朴素包装，礼盒月饼大多轻装上阵，散装、简易纸盒装的月饼受到市民的青睞。经过了解，今年月饼价格比较“亲民”的主要原因是相关部门已对月饼市场提前进行了规范整顿，国家法规的约束让相关部门有了执法依据，所以违法商家也越来越少了。

与此同时，海东市消协部门还向市民发布了一些消费警示。消协工作人员提醒市民，在购买月饼时，要注意查看外包装的完整性，详细了解生产企业名称、详细地址标注是否完整、清晰，外包装是否整洁、无破损，产品执行标准标识是否明确；查看月饼配料表、净含量等指标是否明示，生产日期和保质期是否完好，不要购买临近或超过保质期的月饼。同时，查看月饼最小包装是否已破损，月饼是否已腐败变质，不要食用变质月饼。

新鲜的月饼有特有的香味，饼皮厚薄均匀，馅料饱满，口感绵软。如果使用劣质原料制作或存放时间较长的月饼则会闻到一股异味。所以，消费者应尽量到大型正规超市商场购买，索取并妥善保管发票等购物凭证。若发现质量问题，应及时向食品卫生监督部门或拨打12315投诉。”目前，不少超市、宾馆、酒店等商家都会自制生产和销售月饼，他们中有的是在自己的作坊里加工生产，不仅自己卖，还送到别的经营场所销售。”消协工作人员说。据介绍，凡是自制月饼的宾馆、酒店等餐饮服务单位都应持有有效的《餐饮服务许可证》，其中，许可项目应包含糕点制售或西式糕点制售，如餐饮服务单位用礼盒包装或在店外销售，消费者在购买时还应注意查看其包装上是否有QS标志，否则不能销售。

“对于商家推出的各类月饼促销活动，要看清、问清活动内容、期限、范围等，促销活动中商家作

出的任何承诺尽量以书面形式确认，临近保质期的月饼要谨慎购买。特别是对于‘高标价，低折扣’、虚假抽奖及以‘解释权归商家所有’等促销活动要多加警惕。”该工作人员介绍。

此外，随着网络购物的普及，市民在网购月饼时也要擦亮眼睛。据了解，由于网购无法看到实物，月饼的生产日期、厂家、配料等具体情况也无法确定，在邮寄过程中也无法保证良好的保存环境，可能出现变质问题。消费者在购买时最好选择知名厂家生产的品牌月饼，不要轻易购买不知名的产品；不要被网上华丽的外包装图片蒙蔽而买到华而不实的产品，同时一定要多比较、多留心，购买前最好选择一些比较正规的网店，交易过程中要和卖家约定服务的各个细节，确保月饼在到货时不仅新鲜而且外形完整。收货后要仔细检查包装盒上是否标明生产日期、保质期、厂名和厂址等相关信息，确认无误后再付款。

中秋选购月饼需留意

太原市消协

一年一度传统的中秋佳节即将来临，月饼的需求也进入旺季。为了使消费者更好地选购，太原市



消费者协会特提醒广大消费者在选购月饼时要多留意。

一、对照国标。去年，国家质检总局发布了新版月饼的标准，消费者在购买时要注意包装上的标注是否与实物相符。如“五仁月饼”，应该包含核桃仁、杏仁、橄榄仁、瓜子仁、芝麻仁等5种原料；莲蓉月饼中的莲蓉含量不应低于60%；果类月饼的馅料中水果及其制品的用量不应低于25%；肉馅月饼中的火腿、叉烧、香肠等肉制品的含量则不得低于25%。

二、查看资质。尽量在大型商场购买。如果选择带有包装的月饼，要查看生产日期和保质期，不要购买临期或超过保质期的月饼；要查看包装上的品名、厂名厂址、QS标志是否清楚；要选择包装内带有干燥剂的月饼。如果选择自制月饼，更要看是否符合生产食品的资质。

三、拒绝诱惑。如有商家推出“买赠”、“打折”、“降价”等形式促销月饼，消费者要对这些活动赠送的物品的真实性及打折情况谨慎对待，不盲目、不盲从、不跟风，以免掉进营销陷阱，造成不必要的浪费。

四、尽快食用。月饼购买要适量，并且一定要在保质期内食用完，如月饼过期一定不要食用。

五、适量食用。月饼是一种高糖食品，消费者要健康消费、适量食用，特别是老年人和儿童。

六、保存凭证。消费者在购买月饼时要记住索取购物凭证并妥善保管，以备日后发生消费纠纷时维护自身合法权益。如有纠纷，可先与经营者协商解决，协商不成可以及时向消协或有关行政部门投诉，也可以向法院起诉。

中秋月饼热销 保障“舌尖上的安全”

福建省消委会

中秋将至，月饼开始热销。为保障消费者“舌尖上的安全”，福建省莆田市消委会发布中秋月饼消费提示。

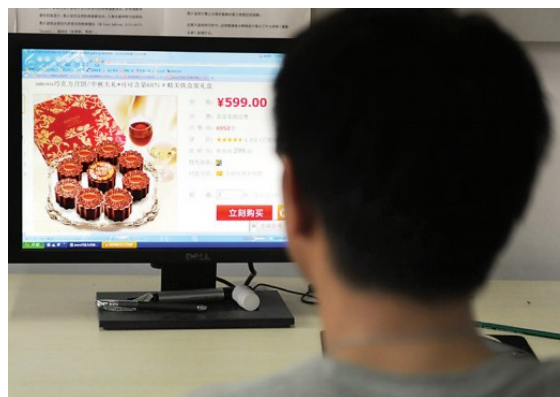
莆田市消委会提醒广大消费者，要尽量在证照齐全的商场、超市等正规食品销售场所购买月饼。购买时要检查包装上的厂名厂址、生产日期、保质期、配料、QS标志等是否清晰、齐全。注意观察包装是否有破损，表面是否有崩顶、霉变等现象。对于来历不明的自制月饼、散装月饼和路边摊售卖的月饼，应谨慎购买。

网购月饼要预留快递时间。网购月饼除了要选择知名厂家生产的月饼外，还应在保质期的基础上预留一定的快递时间。送达时应先验货再签收，如发现包裹的外包装破损、少件、挤压变形、过期等情况，应拒绝签收。

要按需求，理性消费。对于商家推出的各类促销活动，要仔细了解活动的内容、期限、范围等，谨防落入促销陷阱。对于包装豪华、价格昂贵、宣传保健养生类的月饼，要谨慎考虑、仔细辨别是否物有所值，避免造成浪费。

购买月饼时要注意索取发票或购物凭证，网购月饼注意保留截图，一旦发生消费纠纷可作为维权证据。

市消委会还提醒，在欢度中秋佳节的时候，应注意健康食用月饼。由于月饼是高糖、高脂肪、高热量食品，不宜食用过多，特别是老年人、婴幼儿、糖尿病人等特定消费者应控制食用量。





相关资讯

中秋买月饼 对照这个新标准！

中秋买月饼对照这个新标准！去年12月，国家质检总局发布了新版月饼标准，今年是月饼新标

谁是月饼里的“老大”

上世纪60年代



一饼难求最幸福：
五仁月饼是绝对主角

上世纪70年代



粮票换月饼，限量供应：
瓜子仁、青红丝、
芝麻味月饼，别有味道

上世纪80年代



月下团圆：
莲蓉最奢侈

上世纪90年代



红色铁盒
月饼成时尚

今年，谁会是主角？

去年12月

国家质检总局发布了新版月饼标准

今年，是月饼新标准实施后的第一个中秋节

月饼

会更安全？

会更缤纷？

会更好吃？

不用猜了，看下面

你爱什么口味？
都有月饼代表了！

新国标中，将“按地方风味特色”
明确为“按派式特色分类”

种类

代表地点

代表种类（简单列举）





准实施后的第一个中秋节，月饼会更安全？更缤纷？更好吃？

34个国家禁止中国寄递月饼入境

据中国之声《央广新闻》报道，中秋节临近，和远在海外的亲人朋友互寄月饼已列入不少人的计划中。不过，出入境检验检疫部门表示，月饼并不是你“想寄就寄”，比如美英日澳等部分国家对寄递月饼有详细条件规定，此外另有 34 个国家禁止从中国寄递月饼入境。

不光月饼出国有规定限制，国外生产的月饼入境也有相关的规定。有出入境检验检疫部门的工作人员表示，一盒从新加坡邮寄入境的月饼被查获，原因就是这盒月饼含有蛋的成分。为什么含有蛋的月饼会被“揪出来”呢？依据 2012 年 1 月农业部与国家质检总局联合发布的《中华人民共和国禁止携带、邮寄进境的动植物及其产品名录》规定：含有肉类、蛋等成分的月饼，存在携带禽流感、口蹄疫及其他检疫性疫病传播的风险，禁止携带、邮寄入境。

有类似规定的不只我国，很多国家对邮寄月饼入境都有非常严格规定。像美国、澳大利亚、新西兰、加拿大等国，就明确进口月饼馅料中“不能含有蛋黄”。有些国家还有更加细致的规定，比如对进口月饼的糖分、甜味剂、漂白剂、防腐剂等都有明确的标准。此外，还有印度、印度尼西亚、德国、丹麦、法国、巴西等 34 个国家禁止从中国寄递月饼入境。因此，检验检疫部门提醒：在邮寄月饼之前，可事先



通过国外的官方网站或国外亲友详细了解咨询邮寄目的地国家及地区对邮寄物的检疫要求，以免造成不必要的损失。

成都中秋购物：月饼成网红 人参抢市场

下周四就是中秋节了，在走访成都市场发现，各大超市、酒店、蛋糕店都在最显眼位置摆出了五花八门的月饼，成为了时下最受消费者欢迎的“宠儿”。此外，也有商家另辟蹊径，除了月饼还力推新鲜人参等产品。

传统月饼仍是主力

9月6日上午，在成都沙湾国际会展中心，第16届中国·四川国际烘焙食品博览会暨中秋月饼文化节正在举行。记者在现场看到，逛节的市民络绎不绝，几乎人人手里都提着月饼。天伦食品、南台月、中冠食品、米旗、元祖食品、好利来、昆明冠生园等都会场搭建了数百平米的展位，既有包装精美的礼盒装月饼、也有价格亲民的散装月饼。

据介绍，今年参展的月饼品牌有近500家，四川本土企业占了半壁江山，很多川企都推出了麻辣口味的月饼，希望借此赢得消费者的青睐。但记者在观察中发现，传统的云腿月饼、五仁月饼等仍是销售主力。在云南映像的展位，记者了解到，最受欢迎的传统云腿月饼每天可以卖出500多盒。此外，老年人们最喜欢购买实惠的散装月饼；而年轻人和单位团购则倾向于购买中档价位和包装精美的月饼。

参加展会的产品，不仅是月饼，还有云南传统手工豆腐皮、德阳酱油、青川山珍、热带水果等各地特产，为市民提供了多样的中秋选择。

月饼也有网红款

此外，随着今年“网红”经济的火热，网购月饼成为很多人的选择。市民刘姿告诉记者：“在网上随便一搜，月饼多达几十种，一些在本地不好买的月饼，也可以通过网络购买。”

记者浏览淘宝网注意到，香港美心月饼旗舰店的产品售价为238元到408元不等，已经销售了36000多件，堪称爆款。据了解，美心月饼在内地只有极少地方有售，造成了短时间内该品牌在网上迅速蹿红。另外一家网店从香港代购半岛酒店的迷你奶黄月饼，销量也接近1400件。

不过，市民在网购月饼时也要擦亮眼睛，由于网购无法看到实物，月饼的生产日期、厂家、配料等具体情况也无法确定，在邮寄过程中也无法保证良好的保存环境，可能出现变质问题。因此，消费者在购买时最好选择知名厂家生产的品牌月饼；收货后要仔细检查包装盒上是否标明生产日期、保质期等相关信息，确认无误后再付款。

二、主要调查结果

（一）消费行为与满意评价



1. 消费者家庭消费支出主要用于文化娱乐、医疗保健、餐饮服务。

调查重点了解了过去一年内，消费者家庭消费支出情况。调查结果显示：除日常生活用品消费外，消费支出排在前三位的分别是文化娱乐、医疗保健和餐饮服务，选择这三项的消费者占比分别为19.6%、14.9%、11.9%；而选择家装家具、教育培训和旅游服务的比例相对较低，分别为3.4%、2.9%和2.1%（详见图4）。这反映出旅游、教育培训等新消费还没有成为家庭消费的主要方面。

本次调查还了解了家庭网购支出比例情况，调查结果显示：家庭网购支出占10%-30%的比例最高，为39.2%；其次是网购支出占30%-50%的次之，比例为31.9%。（详见图5）从图中可以看出，网购支出超过家庭支出三成的比例达到了45.0%，这表明网购正改变传统购物方式，已成为消费者购物消费的重要渠道。

新鲜人参抢生意

行业人士张先生告诉记者，今年中秋市场不再是月饼一家独大，因为和新鲜人参上市时间重合，不少专柜、药房都将新鲜人参摆到了柜台的显眼位置，抢夺月饼的市场。“新鲜人参我们去年就有尝试，反响还不错，今年打算加大投入力度，部署到公司的工作计划里。”四川合纵药易购健康之家药房连锁有限公司总经理高雷雷告诉记者。

“去年冬天全家都在吃人参，口服、泡水效果都不错。”消费者董丽告诉记者，与传统意义上的人参不同，新鲜人参卖相饱满、价格亲民，已悄然流行起来，受到了不少消费者的青睐。

此外，为迎接接下来的中秋、国庆销售旺季，不少白酒品牌也都开启了一系列促销活动。成都经销商郑弘表示：“目前的白酒市场是自饮大过送礼，除了茅台、五粮液，泸州老窖的国窖1573最近也在调价，整个白酒行业重拾信心。此外，最近买酒的消费者显然多过平时，相信下半年会维持一个较好的市场反应。”

【月饼小贴士】

虽然月饼是中秋节必不可少的食物，有良好寓意可以烘托节日气氛，但月饼含高热量、高油脂、高胆固醇，一个重180克的月饼，热量高达800卡路里，相当于3碗白饭。因此，食用月饼要适量而止。

1、健康搭配，摄入较少油脂。比如，茶含有茶多酚等物质，能够消解脂肪，月饼搭配喝茶，能够消脂解腻。搭配水果，因为新鲜蔬果刺激胃肠蠕动，有助消化，又可使营养更均衡。

2、一次不能吃太多。如果多吃了月饼，那就要减少正餐主食的量，平衡一天的饮食。

3、四类患者慎食：糖尿病患者，多食容易致血糖升高，甚至昏迷、中毒。特别是胰岛素依赖型糖尿病患者，千万慎食；胆道病患者，过量食用易致疾病急性发作或使病情加重；心血管病患者，饱食可使血液粘稠度增加，致血流减慢，并能加重心脏缺血，甚至诱发心肌梗塞；胃肠病患者，贪吃可能会导致消化不良和腹泻，严重者还可诱发胃出血和穿孔。

香港提倡环保过中秋

中秋佳节，自然离不开吃月饼、送月饼。香港社会与内地一样遵循中国民间传统，中秋节会以月饼相送，取团圆之意，故每逢中秋来临之际，不论是商业伙伴，还是亲朋好友，都会以月饼作为馈赠佳品，亦形成了一股强劲的中秋消费文化。香港特别行政区曾有机呼在送月饼前，问清对方意愿，避免浪费。

港岛提倡环保过中秋

虽说难免会出现月饼浪费的情况，但近年无论从香港政府、社会团体、月饼生产商和个人都各施其法，希望从源头减少浪费及提高环保再利用。

近年香港环境保护署推出《自愿性月饼包装管理协议》，携手与月饼生产商家减少月饼产品所使用的包装物料。香港四季酒店、香港JW万豪酒店、香港旺角朗豪酒店，东海堂、恒香、美心、圣安娜、大班等皆参与其中。

根据协议，月饼生产商承诺会参考环境保护署发出的《月饼包装设计的环保建议》，通过改善产品设计及生产程序，达到善用资源和控制包装物料使用的目标。如不少本地知名品牌都有推出环保包装的月饼。环保月饼盒的制作成本与传统铁制月饼盒相若，但重量则大幅减轻，材质与纸类制品类同，可直接将其压扁再放入蓝色标记的纸类回收箱即可。还有的月饼包装除采用纸质外，设计精巧，可手挽或收纳，方便再次利用。

作为消费者，在购买月饼时，也可考虑吃得环保一点。环保触觉副主席黎名川就提议，最简单可从选择月饼包装入手，“传统月饼多以铁盒包装，月饼再包上胶袋，还附上胶刀叉，构成大量浪费。买月饼时可选轻便简约的包装，如纸盒及不带餐具的设计。”此外，市面上还有社会福利团体制造的月饼，在本地农场生产，可减低运送过程中的碳排放，加上工人多是基层人士，购买月饼亦能间接帮助他们。

月饼盒也有单位回收

如购买了传统铁盒月饼，记得要回收月饼盒！根据香港绿色力量公布的数据显示，处理100万个月饼罐，最少需要3万港元的费用。相反，把这批月饼罐回收再利用，如制成建筑用的钢筋，可带来20万至25万港元收入。故近年亦有不少环保团体推出月饼盒回收活动，在办公楼、居民区设立回收点，方便市民将月饼盒回收。如新世界百货有限公司推出的“月光宝盒”计划，就是鼓励市民将月饼盒做回收，顾客每捐出一个铁质月饼盒或两个纸制月饼盒，均可获“月光宝盒捐赠券”一张，并可凭券于店内消费，获得现金券或小礼品。而收集回的月饼盒全数转交回收商处理，并把所得之款项捐赠予慈善团体，别具意义。

回收月饼转赠基层

中秋收到太多月饼，吃不完又不想浪费，也可以转赠给基层人士。比如新地九大商场就分别同食物回收组织“食德好”以及慈善团体“点滴是生命”合作，在中秋前夕向市民收集月饼，再由义工负责在节日前将月饼转赠给本港低收入家庭或独居长者，让无力负担应节食品的基层市民都可以欢度中秋。

处理剩月饼有巧方

由于月饼的保质期最长不过30天，在香港，中秋过后许多大厂家都回收月饼进行销毁，避免出现陈馅月饼，保证品牌质量，暂时还未发现有黑心月饼加工厂，市民可放心选购。不过近年有些内地仿冒的香港老字号月饼也流入市场，几可乱真，中秋临近海关亦严查销毁。

对于如何处理家中积压的月饼，香港人也是开动脑筋，想出各种实用方法，最常见的包括将月饼馅取出用来包汤圆。此外，《剩食》的作者陈晓蕾也建议了几种巧食月饼的方法，她出主意，将月饼削去易坏的饼皮，其实可以在冰箱放很久。另外将月饼做煎炸，便可省去浪费。潮式月饼可以取出糖馅，做包子馅或汤圆。五仁月饼，原来可以切丝，配榨菜凉拌。

香港曾流行月饼会

如今香港市面上各种月饼琳琅满目，价格相宜，可回溯至上世纪六十、七十年代的香港，月饼曾是高不可攀的一款食物，特别是对于普通老百姓来说，是要攒几个月的薪水才能品尝到的美味。故当年香港一度非常流行“供月饼会”，有点类似现在大家口中所说的“分期付款”。若想在中秋佳节品尝到月饼，人们往往要每月供款10元左右给酒楼或月饼生产商，订购月饼做中秋送礼之用，港产电影《岁月神偷》中也有相应的情节，这是上一代人的集体回忆。

据香港《经济日报》报道，连续两年监察18个月饼品牌的售价显示，香港月饼越卖越贵，还曾出现过百元才能买到一个月饼的现象。像港岛香格里拉酒店的“四黄白莲蓉月”，四个月饼售价588港元，平均每个需要147港元。相关人士称，这是因为选用顶级材料，成本较贵，而且月饼的包装改用环保纸，有人表示，虽然月饼加价，但因为一年一次，不会因此而不送月饼，或改送平价月饼。前几年香港商界送月饼非常讲究包装。任广告界的张先生表示，今年他为选月饼送礼而大伤脑筋，因为去年发现一直以赠送的雪糕月饼“减磅”，卖相太寒酸，而平民月饼又嫌不够体面。近年来，人们的环保意识越来越高，因此豪华包装的月饼也越来越少了。

网购药品无效维权案



【案情简介】

2015年10月23日，安庆市消费者协会接到辽宁省盘井市的一位消费者王先生电话投诉，其称：在安庆某公司的网站上，看到该公司销售某牌舒经活血贴，并承诺3天无效可以退货。消费者王先生因其母亲有腰椎间盘突出，于是花550元购买了一个疗程，用到第三天的时候，腰部贴药贴处起泡，身体出现不适感。于是与向该公司的售后客服提出退货，得到的答复是扣除用去的一盒，其余的药贴可以退货，双方就退货事宜协商一致。可是历经一个多月，该公司却一直未安排人员上门拿货退款，经多次电话联系也未果。遂投诉至本消协，请求帮助维权。

【处理过程及结果】

市消协接到该投诉后，立即与该公司的负责人梁经理取得联系，并就消费者投诉的问题予以告知。经核实该公司确实有在网站上销售该药贴，也有如消费者所述的广告承诺。梁经理核实后称，王先生确实是其公司客户也对退货事宜达成过协议，因工作人员疏忽未为其办理退货，表示抱歉，并表示会尽快为王先生办理退货退款。

10月26日，该公司的梁经理来电，称已为消费者张先生办理了退货，待收到货时会如数退款。10月30日，市消协接消费者王先生来电，称剩余四盒舒经活血贴已退货，商家已如数退款，并感谢安庆市消协及时成功帮其维权。

【案例评析】

这是一起因经营者不履行约定而产生消费纠纷的网购维权案例。在本案中，经营者承诺“三天无效可以退货”，消费者购买使用三天后，因腰部起泡，出现身体不适感，双方就退货事宜也达成一致，但经营者却不履行承诺和约定。根据《消费者权益保护法》第十六条“经营者和消费者有约定的，应当按照约定履行义务，但双方的约定不得违背法律、法规的规定。经营者向消费者提供商品或者服务，应当恪守社会公德，诚信经营，保障消费者的合法权益”；《网络交易管理办法》第十四条“网络商品经营者、有关服务经营者提供的商品或者服务信息应当真实准确，不得作虚假宣传和虚假表示”。因此，根据上述条款的规定，本案中经营者有义务给予消费者退货退款。

（案例提供：安庆市消协）

新购收割机“三包”责任纠纷维权案

【案情简介】

2015年2月17日，墩集镇农民田仇先生在泗县西关某农资专卖店购买收割机一台，售价85800元。收麦时发现漏粮，轮胎爆裂，不能使用。消费者要求维修，可该经销部人员既不耐烦，又态度恶劣。消费者仇先生5月21日向泗县消协投诉，强烈要求退货。

【处理过程及结果】

在泗县消协积极调解下，该农机公司负责人写下书面承诺：认真做好售后服务，“严格执行‘三包规定’，24小时之内必须到位。以上问题，保证再不会出现，否则退换。”调解结果为：对损坏的部件再维修一次，如再发生类似问题，就退换。履行承诺时，该公司负责人违背调解时的约定，以“厂家不同意”、“坏损的都是易损件”、“产品是最好的、合格的”等种种借口无故拒绝维修、更换。依据《消费者权益保护法》、《农业机械产品修理更换退货责任规定》的有关条款，泗县消协坚持不懈进行调解，经过多天努力，经营者终于答应为消费者退货。

【案例评析】

农机产品是农业生产中必不可少的生产资料，产品质量要求非常严格，任何质量问题都不可轻视。如果选购不当，会在一定程度上影响农民的生产和生活。农机消费投诉应注意以下五个问题：第一，注意维权时效。农机纠纷在协商得不到解决时，消费者应及时投诉，以防超过“三包”期限。国家对小型玉米收割机等农机产品的“三包”期限有严格的时间规定，超过“三包”时间，消费者的合法利益会受到损失。第二，诚实对待问题。对农机出现的质量问题，一定要根据实际情况投诉，切不可夸大事实，也不要隐瞒自己使用中的不当行为，否则，就会使问题难以尽早解决。第三，依法办事。明确自己的投诉请求，索赔的要求应合法、合情、合理。第四，保护证据。投诉质量问题时，注意收集和保存相关证据，即购货发票或购货凭据、受损害程度的相关照片等。

（案例提供：泗县消协）



养老合同纠纷维权案

【案情简介】

2015年3月15日，多位老人来到市消协投诉，反映他们在2013年和合肥某养老院签订《养老服务协议》并购买了金额不等的孝心卡。等到住进养老院时，一些老人发现收费标准与当时购卡时宣传不符，要求退款。但院方以违约为由要扣20%的违约金。由于是14位老人联名的群体投诉，涉及金额10余万元。



【处理过程及结果】

因为是群体投诉，市消协十分重视，立即联系被投诉方负责人来消协调解。经调查了解，双方签订的《养老服务协议书》中对孝心卡约定是6800元/份，院方优先为购买孝心卡的老人提供床位，购买1份可住24个月，每月返还268元，其它费用如服务费、伙食费、床位费及水电费仍需交纳。

而根据消费者提供的一份说明材料上看，该孝心卡推销人员当时在宣传时，有“吃、住、服务费只需缴1500元”的签字说明。院方负责人表示养老服务实际每月费用均在3000元以上，1500元连成本都不够，无法做到。并表示该份说明材料只是推销人员的个人书写行为，上面没有院方盖章，也不是统一印制的宣传单，不能成为合同的补充协议，不具备法律效力。

综合双方意见，市消协工作人员认为：虽然从书面形式上看，该说明材料无法作为合同协议的一部分，但签字的人员系院方授权的营销人员，该营销人员在推销时所做的承诺为代理行为，其后果应由被代理方即养老院承担。因为营销人员的不实宣传，虽然有合同约定，但仍对部分老年人对养老服务收费产生误解，院方存在过错。经调解，在征得消费者的同意下，院方与消费者解除服务协议，全额退款，已扣除违约金的立即返还。

【案例评析】

这是一起涉嫌虚假宣传行为的合同纠纷，销售人员在利益的驱动下，为完成销售任务，在推销养老服务时做了与合同条文不符的价格说明，以不合理的低价误导了老人们签订了合同，而老人们也没有仔细审查合同条文，草率签字并交纳了费用。

《消费者权益保护法》第20条规定，经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息，应当真实、全面，不得作虚假或者引人误解的宣传。经营者对消费者就其提供的商品或者服务的质量和使用寿命等问题提出的询问，应当作出真实、明确的答复。经营者提供商品或者服务应当明码标价。

（案例提供：合肥市消协）

商家故意隐瞒房产信息维权案

【案情简介】

2015年4月23日，六安市消费者章先生在朋友介绍下，在裕安区某售楼部购买一间门面房，当时该售楼部销售经理简单介绍了该门面房建筑面积为多少，售价为多少，章先生觉得门面房面积售价都可以接受，就交了1万元购房定金。但看房子的时候，章先生发现门面房净面积太小只有建筑面积一半，经询问得知是因为公摊面积占了一半建筑面积导致实际使用面积严重缩水。此时章先生有受欺骗的感觉，认为售楼部没有明确告知门面房的真实情况，隐瞒了重要信息，于是决定放弃该门面房，要求售楼部退还定金一万元。但售楼部经理却以上报公司领导处理为由故意拖延时间，直到2015年6月24日才明确答复定金不予退还。在此种情况下，章先生投诉到了裕安区消协新安分会，请求帮助。

【处理过程及结果】

裕安区消协新安分会工作人员接到投诉后，立即赶往现场开展调查，经调查，消费者反映情况基本属实。依据《中华人民共和国消费者权益保护法》以及《担保法》相关规定，工作人员认为售楼部在介绍房子的时候，应该本着诚实守信的原则，对消费者如实告知，不应该隐瞒真实情况。后经过工作人员多次耐心协调，售楼部最终同意退还消费者一万元定金。章先生对此调解结果感到满意，并送来一面印有《消费者的保护神》的锦旗，以表示自己的感激之情。



【案例评析】

这是一起因售楼部故意隐瞒公摊面积信息同时拒绝退还定金引起的消费纠纷案例。依据《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十条：“经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息，应当真实、全面，不得作虚假或者引人误解的宣传。经营者对消费者就其提供的商品或者服务的质量和使用寿命等问题提出的询问，应当作出真实、明确的答复。经营者提供商品或者服务应当明码标价”规定，本案中售楼部没有全面介绍门面房实际使用面积只有建筑面积一半这一事实，隐瞒了可能影响消费者作出购买决策的重要信息，违反了上述规定，应当承担责任。同时根据《中华人民共和国担保法》第五条：“担保合同是主合同的从合同，主合同无效，担保合同无效。担保合同另有约定的，按照约定。担保合同被确认无效后，债务人、担保人、债权人有过错的，应当根据其过错各自承担相应的民事责任”规定，本案中担保合同（即定金条款）是主合同的从合同，若主合同无效，定金条款无效（另有约定的，按约定）。换言之，若合同无效，定金条款亦无效，收受定金的一方应返还定金，故售楼部应当退还消费者定金。

（案例提供：裕安区消协）

中消协提醒:

乐享旅游 勿忘安全

今年以来,国家加强了旅游市场综合监管工作,有关部门依法查处并披露了多起损害消费者合法权益的典型案件,受到广大消费者的欢迎。近期,中国消费者协会调查发现部分线路仍然存在安全隐患、强制消费、诱导购物、改变行程、压缩景点等损害消费者合法权益的问题。“十一”长假在即,很多消费者已做好出行准备,还有的早早计划好赴境外旅游,中国消费者协会特别提醒广大消费者:

1. 警惕“旅游小广告”。不要轻易相信街头、社区、社交群、朋友圈等发送的旅游小广告,要从旅行社资质、消费者评价等多方面进行比较,不要陷入低价旅游陷阱,低价背后一定是强制高额消费。规范的旅游广告应有旅行社名称、许可证号,通过查询旅行社官方网站或APP得到相关旅行线路的详细信息。

2. 参团旅游必签合同。应选择正规的、信誉较高的旅行社,要签订正式合同。订购在线旅游产品时,要注意甄别在线旅游企业和旅游服务产品的真伪。签订合同前,要确认旅行社资质、经营范围和证照。合同中应明确行程安排、交通、食宿安排及标准、游览娱乐等项目的具体内容和时间、自由活动时间、旅游费用、违约责任等基本内容,不能安排在制定场所购物,对于模糊不清的条款应及时咨询,最好要合同中予以补充后再签字确认,并索要和保留好正式发票等有效票据。要根据旅游度假目的地特点及行



程安排，选购适合自己需要的的医疗和意外伤害保险。

3. 自助旅游注重安全。选择自助出行特别是前往热点旅游地的消费者，尽量选择信誉较好、性价比高、业务量适宜的酒店，最好提前了解酒店的相关资质，尽早预订。外出游玩时应注意人身、财物、行车安全，避免到人流量拥挤、购物不规范、存在安全隐患的景点景区。参加涉水、登山、骑马、蹦极等具有一定风险和需要一定心理承受能力的旅游项目时，要特别考虑自身健康状况，做好安全防范。



4. 境外旅游兼顾形象。在境外旅游度假，要遵守旅游度假目的地国家和地区的禁忌习俗，树立良好旅游形象，要熟悉和了解海关出入境管理规定和出境物品退税政策，不要携带违禁物品，也不要超额携带现金及免税物品，避免不必要的麻烦和损失。境外购买贵重物品前，事先要做好功课，充分了解产品特性是否符合国内使用要求和自身实际需要，避免冲动消费。

5. 依法主张合法权益。在旅游过程中，当合法权益受损时，要在确认自身安全的情况下，及时搜集相关证据，主动投诉举报，寻求、政府相关部门、消费者组织或新闻媒体的帮助。境外旅游可寻求驻外使领馆等办事机构的帮助。

同时，中消协希望：

1. 政府相关部门要按照《国务院办公厅关于加强旅游市场综合监管的通知》要求，建立权责明确、执法有力、行为规范、保障有效地旅游市场综合监管机制，对扰乱旅游市场秩序、侵害旅游利益、强迫或变相强迫消费等违法违规行为进行严肃查处，协助消费者处理涉外旅游消费纠纷，确保广大旅游消费者享有安全、放心、舒心的旅游消费环境。

2. 各景区单位要提升安全管理意识，以完备的设施、科学的管理保障游客安全，要根据景区特点，提前做好客流量预估，提前做好人员疏导预案，确保景区及周边客流量在安全承载范围，不可贪一时之利，弃游客安全于不顾。

3. 旅游服务企业要诚实守信、依法经营，严格履行《团队境内旅游合同（示范文本）》合同义务，强化从业人员培训教育，对于导游服务中改变线路、强制购物等损害旅游消费者合法权益的行为进行严肃问责。

4. 导游及旅游从业人员要遵守相关法律、恪守职业道德，从提高旅游服务满意度中合法获取正当利益，坚决抵制旅游服务企业的不合理、不正当的服务要求，自觉保护旅游消费者的合法权益。

空调清洗学问多

北京市工商局

进入盛夏，天气逐渐变热，家中空调将进入频繁的使用阶段。由于空调经过一季冬天的搁置，积聚了大量的灰尘和细菌，如果直接使用会影响使用者的身体健康。因此，很多使用者选择空调清洗服务。



在此，工商部门提醒您，如果您是自行对空调进行清洗，建议您与空调厂家的售后部门联系，咨询一下空调清洗的注意事项，因为各品牌空调采用的技术不同，材料不同，清洗会有很多细微的不同需要注意，同时选用专用的空调消毒剂，按照产品介绍的使用方法来清洁；如果您选择商家提供上门清洗服务，则要注意以下几点：第一，选择正规登记注册、有专业资质、信誉口碑良好的商家；或者联系售后部门征询是否可以提供清洗空调服务，因为他们了解自己的产品，且服务受到厂家监督；第二，清洗前双方对空调进行检查，确认空调是否可以正常运转、线路是否老化，避免空调清洗后出现故障而难于分清责任；第三，对于收费标准、清洗范围等服务内容要事先约定，事后当面确认；第四，建议您提早与商家预约空

调清洗服务，以免出现扎堆排队现象，影响您的使用。



网上订票需谨慎

北京市工商局

正值暑期，各种类型的演出活动频繁，由此引发的票务预定纠纷随之增加。消费者投诉的主要问题包括以下几方面：订票后商家拖延提供票据；由于商家与服务商产生纠纷，导致订购的门票无法使用或限制使用；商家未履行“可提供无理由退票、可更改门票使用时间”等承诺；办理退票后商家拖延退款等问题。

在此，12315 中心提醒消费者，网上订票时，要选择正规、信誉良好的商家；提交订单时仔细阅读有关改签、退票等限制条件；订单生成后要保留好网站订购信息；如发生消费纠纷及时向有关部门投诉。



2016 年旅游服务再体验调查报告

中国消费者协会

2015 年 8-10 月，中国消费者协会组织开展了国内部分旅游线路体验式调查活动，发现国内部分旅游线路存在强制消费、诱导购物、行程路线随意改变、压缩景点、游客人身安全无保障、饮食状况差、住宿质量参差不齐等损害旅游消费者合法权益的问题。为进一步发挥消费者对问题旅游线路的社会监督作用，针对 2015 年体验式调查问题发生较为集中的 30 条旅游线路，2016 年 8 月至 9 月，中消协联合北京、天津、上海、江苏、浙江、安徽、江西、山东、湖南、广东、海南、四川、云南、陕西等消费者协会（委员会），组织消协工作人员、消费维权志愿者和专业调查人员等 60 名体验员，开展了旅游服务再体验调查活动。

本次再体验活动从行程准备服务、行程中服务、行程结束后服务全流程和导游服务、购物情况、餐饮情况、交通情况、住宿情况和景区情况等各个环节进行了详细调查。中消协已于 9 月下旬将再体验调查中发现的典型问题线索移交给国家旅游主管部门，并建议加强“十一”黄金周旅游市场监管工作。再体验调查结果如下：

基本情况

（一）总体得分同比基本持平，“行程中服务”有所改善

本次再体验调查在全国范围内选取了 29 家旅行社提供的 30 条路线，被体验线路均为 2015 年体验式调查过程中发现问题较为集中的线路。

总体而言，2016 年再体验总体感受评分 69 分，较 2015 年（68 分）高一分，仍处于及格水平，服务整体水平依然偏低。从各旅游的阶段看，除“行程中服务”评分有所提高，由 66 分提升至 71 分，达到中等水平外，“行程准备服务”和“行程结束后服务”的评分与去年基本持平。由此可见，今年的旅游服务质量有所提升，主要体现在行程中服务方面。

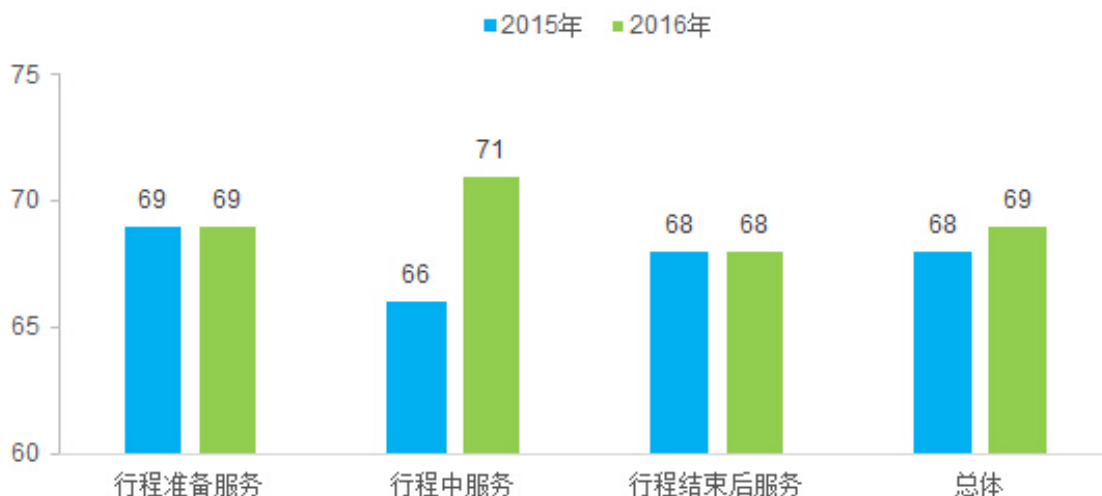


图 2015 年与 2016 年各阶段总体评价对比（作图）

（二）导游服务提升明显，购物评分有所下降

在旅游行程中，游客接受的服务涉及到吃、住、行、游、购、导等多个方面内容，是本次调查重点之一。调查结果显示，体验员对行程中的导游服务、交通情况和景区服务评分相对较高，分别为 74 分、74 分和 72 分，购物情况、餐饮情况和住宿情况分差不大，均处于及格分水平。与去年评分 相比，各方面服务的评分次序大体是一致的，其中，导游服务有明显提升，餐饮、住宿和交通在去年基础上提升不明显，仅有 1 分之差，购物评分则有所下降，与去年相比下降 2 分。

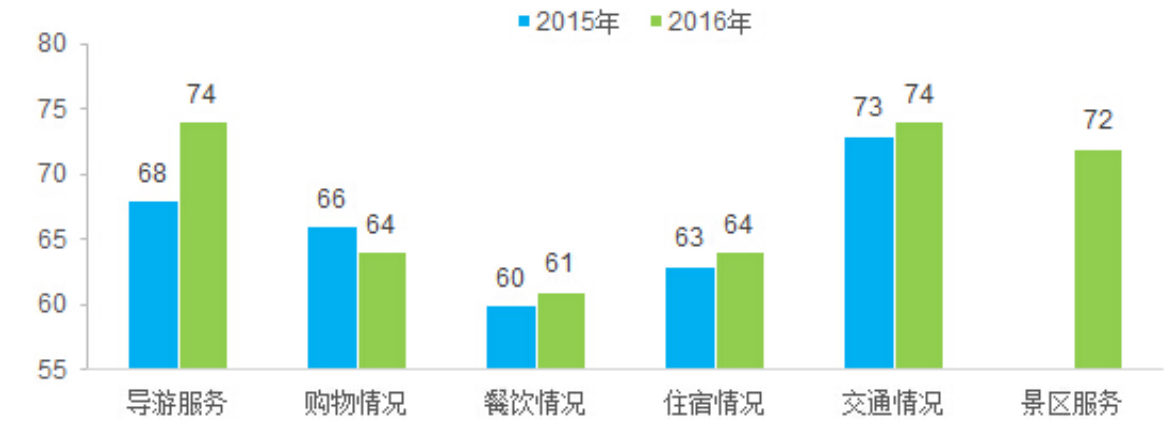


图 2015 年与 2016 年行程中各方面服务总体评价对比（作图）

附表 12 起典型案例再体验结果一览表

（三）半数问题得到改善，个别又出现新问题

在 2015 年旅游体验调查报告中，中消协公布了 12 起问题较为严重又有一定代表性的案例。在本次调查中，对比去年 12 起典型案例问题，4 起典型问题得到改善；5 起典型问题依然如故；2 起典型问题虽然老问题有所改善，但又发现了新问题；还有 1 起不仅老问题没有整改，还发现新问题（具体情况参照“12 起典型案例再体验结果一览表”）。

序号	线路	旅行社	2015 年典型案例	2016 年再体验结果
1	四川-云南	四川省中国青年旅行社	取消景点没商量	问题改善
2	长沙-内蒙	湖南中青旅常德国际旅行社有限公司	骑马摔伤赔付难	问题改善
3	内蒙古-青海	广州携程国际旅行社有限公司	一天行程变半天	问题改善
4	成都-云南	四川省新东方国际旅行社有限公司	无证带团被查处	问题改善
5	福建-北京	海南航空国际旅行社	不买门票轰下车	老问题有改善，发现新问题
6	南昌-云南	南昌国际旅行社责任有限公司	导游变身“健康顾问”	老问题有改善，发现新问题
7	北京-山西	中国旅行社总社（北京）有限公司	馒头发霉谁能吃	问题依旧
8	北京-海南	悠途旅游服务有限公司	怕花钱就别出来	问题依旧
9	成都-陕西	成都中国青年旅行社	耳机钱不能省	问题依旧
10	成都-云南	四川省中国青年旅行社	欲入湿地须骑马	问题依旧
11	南昌-云南	南昌国际旅行社责任有限公司	旅游变身购物游	问题依旧
12	北京-湖南	张家界纳百利国际旅行社	诱导购物有回扣	既有旧问题又有新问题

主要结果

（一）有所改善的团游

2015 年旅游体验调查结束后，中消协对调查中发现的种种问题做了曝光，国家旅游局对此高度重视，相关地方政府及旅游部门也快速跟进，积极督办，对发现问题进行集中查处治理，从今年再体验情况来看，除行程准备环节外，其他环节均有所改善，尤其是行程中的导游、购物、餐饮、交通和景区服务，显现出不少亮点。

1. 导游善意提醒“消费陷阱”，积极处理突发情况

导游是整个旅游过程的主导者，伴随游客整个旅游行程并提供服务。在本次调查中，体验员为导游服务评分 74 分，明显高于去年调查该项评分（68 分），且有 61.7% 的体验员对导游的服务表示肯定，集中体现在导游讲解、态度和突发情况处理等方面。

第一，91.7% 体验员反映导游讲解仔细清楚。从讲解内容看，既包括景点、见闻、典故等，也包含当地饮食注意事项，此外，在进入景区前，导游还会着重提示其中可能存在的消费陷阱。如海南线路中提示游客不要轻易购买岛服、不要参与坐船等容易宰客项目等。

第二，在导游态度方面，仅有 5% 体验员反映有导游对游客恶语相向的行为，主要集中在华南地区和西南地区。体验员表示导游的恶语并不直接激烈，而是有抱怨口吻，且发生在游客晚到或

导游推销自费项目被拒绝后，如“出来旅游都是这么盲目的，不知道要玩什么是吧？”对比去年调查，导游言辞激烈、态度恶劣情况稍有改善（去年该题比例 6.3%）。

第三，面对突发情况，导游能够积极协助游客处理。在长沙—海南线路（湖南省华美之旅国际旅行社有限公司）中，体验员不慎丢失手机，导游得知后帮助其寻回。又如北京—辽宁线路（北京康辉旅行社），游客在去餐厅就餐途中，被地面积水滑倒，导游主动帮忙确认保险是否有效，并安排打车去医院检查。

2. 商品质量总体尚好，景区售卖明码标价

从本次旅游服务情况来看，旅游中安排购物较为普遍。调查显示，有 33.3% 的体验员表示购物情况中有值得肯定的方面，主要体现在商品质量和明码标价。调查中，91.7% 体验员未在旅游区发现以次充好或假冒伪劣商品；绝大多数景区商品售卖做到明码标价”。

3. 团餐量足有特色，交通工具与合同承诺一致



本次体验中,体验员对餐饮和交通情况的评分分别为61分和74分,均较去年高1分。不容忽视的是,两环节在体验中既暴露问题,也存在亮点。总体而言,38.3%体验员表示本次团游中餐饮有值得肯定的方面,在交通工具上的肯定比率更高,达到41.7%。

在餐饮方面,部分线路餐饮质量得到肯定,“环境好”、“分量足”、“上菜速度快”均有人提及。在交通工具方面,96.6%体验员表示,交通工具与合同承诺中的基本一致。但由于部分合同中并没有具体细化交通工具的种类和规格,体验员在本项指标上仅能进行直观判断。

4. 景区设置便民设施,安保措施有所加强

本次体验中,景区服务评分为72分,在行程的6个环节中排名靠前。此外,35.1%体验员在景区服务中发现值得肯定的方面,集中体现在便民设施和安全举措上。

在便民举措上,部分景区内设有免费直饮水、方便游客随时取用,部分景区还设有哺育室,可以供携带婴幼儿游客使用。在安保举措上,部分景区设有“治安巡逻”,既能应对突发状况,又可抚慰游客心理;一些景区低头即可见到的“指定吸烟处”等安全提示。

5. 发票及时较规范,投诉方便有反馈

行程结束后服务包括提供发票和售后服务,在本次调查中评分68分,与去年持平。有33.3%体验员表示本环节存在值得肯定的方面。

在发票方面,绝大多数提交及时且规范较好。本次调查中,全部体验员均索取了旅游服务发票,其中,89.5%在承诺期限内提交。截至本报告发布时,在已收到发票的53名体验员中,96.2%表示发票符合规范。

在售后方面,投诉成本降低,投诉处理及时性有提升。体验员对行程中发生的投诉结果进行追踪,18.3%体验员表示在旅途中出现投诉旅行社、导游、景区商家等情况,投诉内容包含餐饮、住宿、强制消费等,与去年调查11.9%投诉率相比有所提升,这与部分旅行社主动提供质量监督服务电话不无关系。

6. 典型问题再回顾,5条线路有改善

在对2015年旅游体验调查公布的11条问题典型线路进行回顾中,体验员发现有5条线路的问题得到明显改善。

(1)“骑马安全有隐患”问题改善。2015年调查中,长沙-内蒙(湖南中青旅常德国际旅行社有限公司)线路,游客在内蒙古希拉穆仁大草原参加草原骑马项目,因马场安全措施缺失,在未交代任何骑马的注意事项和操作方法之前,直接让游客上马,打马就走,导致游客被马踢断小腿后住院。今年体验员再次体察该项目,发现安全措施有一定改善:1)马倌对每个游客发放安全帽;2)马倌将骑马者扶上马;3)对游客分组,每组8人左右,由两个马倌打马带领。



(2)“取消景点没商量”问题改善。2015年调查中,四川-云南(四川省中国青年旅行社)线路导

游擅自取消线路中“金塔”景点，并将其改为玉龙雪山脚下。今年调查中，体验员表示不存在削减景点、压缩游览时间的情况。

(3) “一天行程变半天”问题改善。2015年调查中，内蒙古-青海（广州携程国际旅行社有限公司）线路，导游将上午和下午的两个景点（塔尔寺、坎布拉地质公园）压缩在一起连续游览，导致下午两点游客还没吃上午饭，饭后游客自由活动，导游休息半天。今年调查中，依然是广州携程国际旅行社有限公司，但体验员从广州出发至青海，体验员表示导游一切按宣传资料和行程的安排进行，没有削减景点或压缩时间现象。

(4) “不买门票轰下车”问题有改善。2015年调查中，福建-北京（海南航空国际旅行社）线路，导游以赶下车威胁游客购买十三陵的门票。今年调查中，体验员依旧选择海南航空国际旅行社，但从海口出发至北京，体验员表示，虽未在该线路发现“强制消费”问题，但导游存在更改行程，削减景点问题。

(5) “无证带团被查处”问题改善。成都-云南（四川省新东方国际旅行社有限公司）线路在2015年调查中发现其“带团导游”涉嫌“无证带团”，在景区被当地旅游局现场查处事件。今年调查中，该团导游证件齐全，未见该问题。

（二）问题频发的团游

总体而言，2015年体验中发现的很多问题在本次再体验中依然存在，个别线路发现新增问题，集中在秩序监管、合同效力、软硬服务、消费购物等四个方面。

在秩序监管上，存在倒卖门票、拒开发票或收税点、黑出租、黑导游等违法违规行为；也暴露出司机边开车边打电话、安全带破损或缺失、代步车车速快、景区路边摊影响通行等安全隐患。在合同效力上，既发现不签合同的现象，也存在同团不同价、餐饮、酒店、线路等与合同承诺不一致、合同信息含糊、用语不规范等情形，合同无论是在规范性还是效力方面均需加强监管。在软硬服务上，旅行社的基础服务没有跟上，如：旅行社官网信息不准确、团餐不卫生、住宿环境差，景区的设施、服务质量均需提升：环境差、代步车排队时间长、停车场不充足等问题。在消费购物上，发现较严重涉嫌违法或违规现象，如云南线路报名限制、安排超计划购物、导游拿提成、强制消费等。本次体验式调查发现的22类29起典型问题已移交给国家旅游局进行处理，截止报告公布



图 北京-湖南线路 张家界纳百利国际旅行社工作人员与体验员对话截图

之日，多数问题已获立案并作出了相应处理。具体问题如下：

1. 行程准备服务：信息不透明问题新增，合同规范性差问题依然存在。

旅游行程前的准备工作包括查询旅游路线、与旅行社咨询报名及签订旅行合同，体验员主要从信息透明性、合同规范性和效力、安全保障等三个维度考察旅行社的服务。总体而言，行程准备服务得分 69 分，与去年相当，本次调查发现的主要问题集中体现在信息不透明和合同规范性和效力不足两方面，与去年相比，前者为新增问题。

（1）信息不透明。在信息透明性上，体验员从信息的公开性、全面性、一致性和告知性四方面进行评价，尽管四项指标总体表现较好，正向评价均超过七成，但体验员在个别线路中发现存在线路报名限制、开发票增收税点及虚假宣传等较为严重的问题。

第一，云南线路报名限制性别和年龄，涉嫌“霸王条款”欺客。本次体验调查中目的地为云南的线路共计 6 条，体验员在报名中国国旅浙江有限公司的杭州—云南和南昌国际旅行社责任有限公司的南昌—云南等 2 条线路，均遭遇了“霸王条款”：要求一男一女同时报名，且年龄在 26 岁-59 岁之间，除此之外，甚至还有户口所在地要求。

第二，索要发票需增收税点，涉嫌违法。在本次体验过程中，当北京—湖南线路体验员在报团后与张家界纳百利国际旅行社工作人员索要发票时，工作人员却先以“团费金额太低，无法开票”理由推拒，后又提出，开票需要在团费基础上增加 6% 的税点。

第三，旅行社官网信息不准确，涉嫌虚假宣传。调查显示，27.3% 的体验员反映旅行社官网上显示的信息与旅行社工作人员告知其的信息不一致，其中，66.7% 的不一致在于价格，即官网显示价格低于工作人员告知价格，16.7% 的不一致在于线路规划，对于此，旅行社工作人员要么以“系统未及时更新”为理由推脱，要么直接声明“一切以旅行社提供信息为准”。此外，33.3% 合同内容与旅行社官网信息不一致。

如，济南—云南线路（中国国旅（山东）旅行社有限责任公司）体验员在与旅行社工作人员的电话沟通过程中，团费、单房差说变就变。团费网站一直显示 3080 元，电话咨询中国国旅，也是 3080 元，但联系山东国旅，报价变为 3180 元，几经核实才确定为 3080 元。在补单房差方面，网站主要内容只是提示可能有单房差，咨询网站显示是 780 元，电话咨询山东国旅为 880 元，到了云南地接社，报价为 780 元。

又如，在中国国旅浙江有限公司杭州—云南线路中，体验员在官网上查询时，出行时间对应团费显示 3190 元，但是联系旅行社工作人员后，却被告知需要支付 3690 元，后就该问题电话询问旅行社，工作人员以系统没有更新为由，说“就算支付了也要到他们那边审核的，（不管怎么样网上的费用）



图 杭州-云南线路 中国国旅浙江有限公司工作人员告知团费与官网显示费用不同



图 杭州-云南线路 中国国旅浙江有限公司工作人员告知团费与官网显示费用不同

还是审核通不过的。”

再如，江苏省中旅官网“南京-广西”线路，官网标题清楚的写着“五日游”，合同上却只计划了4天行程，且第四天半夜的飞机返回出发地，游客到达目的地时正是“第五天”凌晨。

(2) 合同不规范问题依然存在。如，市场



图 江苏省中旅官网 南京-广西线路旅行产品宣传名称为“桂林双飞五日游”

第七章 协议条款

第二十条 线路行程时间

出发时间：2016年08月16日，结束时间2016年08月19日；共4天，饭店住宿3夜。

第二十一条 旅游费用及支付（以人民币为计算单位）

成人：2950元/人，儿童（不满14岁）：元/人；其中，导游服务费0元/人；
旅游费用合计：3190元。
旅游费用支付方式：其他：网站付款。
旅游费用支付时间：2016-08-12。

上依然存在不签订合同现象。10.0%的体验员表示，旅行社未与之签订合同，而是以网上确认单、电子行程单、出团单替代合同。在合同内容方面，同团不同价、信息含糊和用语不规范等问题依然存在。43.4%的体验员表示，合同的价格是可以讨价还价的，只要与工作人员多聊聊，通常可以优惠50-80元不等。有41.5%、56.5%和56.6%的体验员表示，合同中不包括详细的住宿信息、交通信息和餐饮信息等。24.5%的体验员表示签订的合同并不规范，集中体现在合同用语方面，如广州-江西线路（广东省中国旅行社股份有限公司）出具的合同，住宿标准为“景德镇当地高级酒店”。

图 江苏省中旅南京-广西线路旅游产品合同截图

图 江苏省中旅 南京-广西线路 返程航班

级酒店”，既未明确具体级别，又出现“当地”、“高级”等不确定性用语。

此外，从合同总体的规范效力来看，35.4%的体验员认为合同不能全面保障其合法

广州>景

客人于指定时间自行前往广州白云国际机场国内出发厅集中乘坐飞机往景德镇（参考航班：ZH9605/18：50），抵达后入住酒店！

用餐	餐自理		
交通	飞机/旅游车	住宿	景德镇当地高级酒店

景德镇>婺源>屯溪



早餐后参观景德镇3A景区[景德镇陶瓷创意园](参观约50分钟)弘扬景德镇的陶瓷文化、在游览中将看到景德镇传统手工业制瓷融为一体、皇家御用瓷和国家用瓷制造基地、产品有7501毛瓷、青花、玲珑、粉彩、颜色釉、景德镇四大名瓷、日用瓷、名家名人作品。乘车前往婺源（车程约1.5小

图 广州-江西线路 广东省中国旅行社股份有限公司出具的合同

参团时间	2016年08月18日至2016年08月23日		6天5晚游
领队证件及地址			
旅游行程		参团类型	散客拼团
08月18日	长沙南站接站，入住酒店		住：长沙
08月19日	橘子洲 韶山一日游		住：张家界
08月20日	张家界国家森林公园（袁家界、杨家界、金鞭溪）		住：张家界
08月21日	天门山国家森林公园，赴凤凰古城		住：凤凰古城
08月22日	凤凰古城，赴长沙住		住：长沙
08月23日	自由返程		
收费标准	3300元/人*2人=6600元		总团款 陆仟陆佰元整
特别 说明	1. 在不减少景点的情况下乙方可调整行程先后顺序。 2. 因不可抗力因素（如天气、塞车、车辆机械故障）等无法预料的因素所引起相关损失， 我社不予承担，但会积极协助解决问题。		

图 北京-湖南线路 张家界纳百利国际旅行社出具的合同无具体景点信息、游览时间、住宿等级、餐饮标准等信息

权益。究其原因，与合同内容信息含糊、缺失和用语不规范不无关系，如北京－湖南线路中，张家界纳百利国际旅行社出具的合同，无具体景点信息、游览时间、住宿等级、餐饮标准等信息。

（3）旅游责任险宣传告知不到位。在安全保障方面，主要从告知保险信息和实际投保两个维度衡量。在告知方面，仅有15%的体验员表示旅行社告知了责任险与旅游意外险的区别，比例相对较低。在实际投保上，73.7%体验员通过旅行社或自行购买了保险，其中，仅有33.3%体验员表示，旅行社明确告知为其购买了旅行社责任保险。

2. 行程中服务：违反合同、强制消费、更改路线、黑导游、景区环境恶劣等五大突出违规现象依然存在，强制消费问题尤为突出

行程中服务是整个旅游过程的核心，评价指标包括导游服务、购物情况、餐饮情况、住宿情况、交通情况和景区情况。总体而言，行程中服务评分为71分，较2015（66分）有明显提升，但从问题表现上看，去年发现的违反合同、强制消费、更改路线、黑导游、景区环境恶劣等五大突出违规现象依然存在，其中强制消费问题尤为突出。

（1）导游服务：黑导游、更改线路、承诺不兑现依然存在。总体而言，黑导游、更改路线、承诺不兑现等去年调查发现的种种类似问题在今年调查中依然存在。

第一，少数地区导游或领队未有相关资格证。《旅游法》第四十一条规定，导游和领队从事业务活动，应当佩戴导游证、领队证。但调查数据显示，13.3%



图 昆明-湖南线路 昆明康辉旅行社有限公司 导游未佩戴导游证

体验员反映导游或领队在整个行程中均未佩戴证件，询问后也未出示，涉嫌无证导游。如昆明—湖南（昆明康辉旅行社有限公司）、北京—海南（北京新都国际旅行社）和成都—云南（四川省中国青年旅行社线路）。

第二，在更改路线方面，仍然有相当一部分地区存在削减景点、压缩游览时间的现象。调查发现，有 35.0% 的体验员遇到更改路线的情况。

第三，在是否守信方面，31.5% 体验员表示存在地接社并没有按照组团社承诺事项进行服务的现象，主要体现在住宿质量、餐饮质量未达到承诺标准、以及承诺“纯玩零自费”却未兑现等方面。

（2）购物情况：强制购物见“新招”，换汤不换药。一直以来，购物都是跟团游中问题频发的环节。调查显示，今年购物部分评分由去年 66 分降低至 64 分，主要是强制消费、导游拿提成和商品售价高等问题更加突出。

第一，强制消费是跟团游中司空见惯又急需治理的乱象，主要表现为超计划购物、强迫购物和强迫参与自费项目。《旅游法》第四十一条规定，导游和领队应当严格执行旅游行程安排，不得诱导、欺骗、强迫或者变相强迫旅游者购物或者参加另行付费旅游项目。从调查结果上看，26.7% 体验员表示旅游过程中存在超计划购物或强迫购物。11.7% 体验员明确表示导游强迫参加自费项目，41.7% 导游反复推销但未强迫。从强迫手段上看，软磨硬泡、诱骗、威胁、强制搭售都是导游刺激游客消费的惯用方式，均出现在去年的体验调查中，然而，今年调查又发现了诸如利用同情心、迷信宣传、孤立游客、公开指责等强迫或变相强迫消费“新招数”，实际上换汤不换药。

除了以上种种手段，调查中还发现无理由直接强制消费的现象，如成都—西安（成都中国青年旅行社）的耳机费用以及广州—江西（广东省中国旅行社股份有限公司）线路的缆车费用。

第二，存在导游在景区商家拿提成现象。《旅游法》第三十五条：不以不合理的低价组织旅游活动，诱骗旅游者，并通过安排购物或者另行付费旅游项目获取回扣等不正当利益。但在调查中，35.0% 体验员表示看到或听到旅游团内其他人提到导游有在景区商家拿提成的情况，在济南—云南（中国国旅（山东）旅行社有限责任公司）线路中，导游甚至公开宣称拿提成是行业现象。此外，部分线路体验员还发现存在导游跟踪记录拍摄游客购物小票的现象。

第三，旅游区商品价格总体高于非景区。调查结果显示，63.3% 体验员认为旅游区的商品价格明显高于非旅游区地区价格。但由于不同人对价格明显程度的感受不同，为明确景区物品价格涨幅，在调查中，体验员随机记录景区内的 450ml 规格的农夫山泉或类似价位其他品牌矿泉水、以及 450ml 规格的可口可乐价格。调查显示，在 34 名对该规格矿泉水价格有反馈的体验员中，94.1% 售价在 3 元—6 元之间，高于其他非景区地区正常售价（2 元/瓶），但仍处在 3 倍范围之内。

（3）餐饮情况：个别餐厅卫生堪忧，多地拒开发票。旅游期间，游客一日三餐均要在外解决，餐饮服务是旅游体验中重要一环。与去年餐饮部分 60 分相比，今年体验员对餐饮评分 61 分，相差无几。尽管在部分线路中，体验员对特色餐饮和用餐环境均表示了肯定，但总体上看，依然有一部分线路存在“老问题”，主要是餐饮与合同承诺不一致、团餐不卫生和拒开发票等问题。

第一，17.3% 体验员反映餐饮与合同承诺中不一致，集中体现是，饭菜质量差和餐标不统一。在饭菜质量方面，福州—四川（福建凤凰国际旅行社）线路体验员表示，“团餐太差了，饭都是冷冷的，全素的……只有最后一次自助餐好一点。”对此，导游给予的解决方案就是加钱升级。如北京—辽宁（北京康辉旅行社）线路中，导游说服游客将两餐的餐标合在一起。在餐标方面，不同线路对正餐餐标规定不同，除部分未明确外，正餐餐标基本在每人 15 元—30 元之间。但在北京—山西（中国旅行社总社（北京）有限公司）线路中，体验员发现导游收取餐费与退回餐费的标准并不统一，合同规定对于旅行社无法正常安排餐饮时，正餐退费 15 元/人，但若去参加正餐，收费却是 30 元/人。

第二，旅途中个别餐厅卫生堪忧、食物处理不干净。调查显示，旅途中，25% 体验员反映餐厅未做到卫生整洁、餐具干净、食物干净新鲜。如北京—海南（北京新都国际旅行社）线路中，团餐吃到“带毛肉”，又如去年曾给游客提供发霉馒头的北京—山西（中国旅行社总社（北京）有限公司）线

接 待 标	2、用餐：5早9正（不保证酒店内用餐、早餐不用不退）。正餐标：20元/人餐，十人一桌，九菜一汤， 不含酒水饮料，具体餐厅名称待定。
	3、住宿：当地三星酒店（独立卫生间、热水、空调、彩电），行程酒店不提供自然单间，若出现单男单女，我社有权安排拼房或客人自补单房差，湖南地区酒店不免费提供一次性洗漱用品请自备，定时供应热水和空调。

图 昆明-湖南线路 昆明康辉旅行社有限公司 合同承诺当地三星酒店

路，有游客表示，在五台山吃团餐的云台饭店“脏乱差”。

第三，存在餐厅拒开发票问题。在体验过程中，体验员对团餐、自费用餐点均提出开发票需求。调查显示，40%体验员在旅途中遭遇了餐厅拒开发票现象。

（4）住宿情况：酒店档次难衡量，住宿环境待提升。在跟团游中，住宿是旅行体验的一个重要环节，影响旅行过程的整体感受。本次调查中，体验员对住宿环节评分64分，与去年（63分）在问题类型上，今年未发现新问题，但“老问题”依然存在，主要表现为酒店的档次与合同不符和住宿环境差。

在合规性上，25.5%的体验员表示其所住酒店的档次与合同中承诺的不一致，另有四分之一认为酒店的价格与其地理位置、档次、服务水平不一致。究其原因，旅行社在拟定合同时，对住宿规格规定较为模糊，以“当地三星”、



图 昆明-湖南线路 昆明康辉旅行社有限公司 在凤凰古城实际入住酒店



图 昆明-湖南线路 昆明康辉旅行社有限公司 在凤凰古城入住酒店在网上被归类为“家庭旅馆”

“准四星”等模糊承诺，规避自身的责任，却也为游客造成一定心理落差。如昆明-湖南（昆明康辉旅

行社有限公司)线路中,体验员反映“所住酒店的档次与合同中承诺的不一致,合同约定住宿为当地不挂牌三星,而事实上根本达不到,甚至是城中村感觉。”在网上查询该线路入住酒店(凤凰江南苑宾馆)并无星级,且信息寥寥,网上查询被归类为“家庭宾馆”。

在舒适性上,主要考察入住酒店的卫生情况和设施齐全性。36.7%体验员表示实际入住酒店并不理想,集中表现在卫生差、缺少必要生活设施或设施过于陈旧。

【体验员语】

酒店不干净地面有垃圾,垃圾桶里有垃圾,洗手池有脏水,毛巾有用过的痕迹,窗帘很脏,也没有电吹风……

——济南-湖南线路 山东省中国旅行社

住宿宾馆上午热水不稳定,基本上相当于没有。

——成都-云南线路 四川省新东方国际旅行社有限公司

同团内人员反映第一天入住宾馆卫生差,房间出现蟑螂,被子没有清洗

——昆明-湖南线路 昆明康辉旅行社有限公司

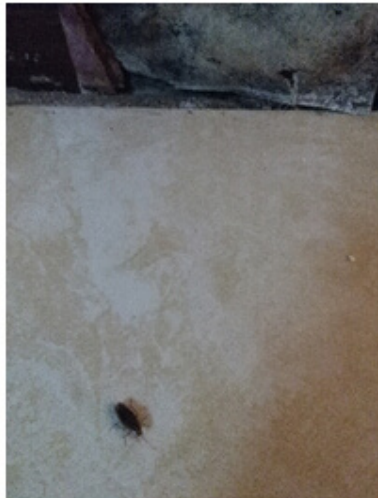


图 海口-北京线路海南航空国际旅行社
酒店有蟑螂



图 成都-云南线路 四川省新东方国际旅行社有限公司 酒店洗漱用品不甚洁净



图 济南-宁夏线路 济南齐鲁春秋旅行社 酒店卫生间不干净



图 海口-北京线路 海南航空国际旅行社 酒店窗帘很脏



图 济南-湖南线路 山东省中国旅行社
缺少浴巾毛巾



图 济南-宁夏线路 济南齐鲁春秋旅行社
酒店沐浴露空了未及时添加

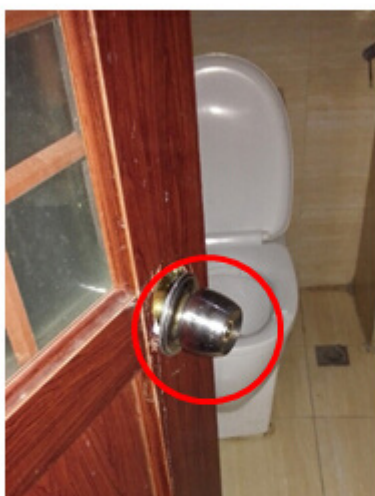


图 昆明-湖南线路 昆明康
辉旅行社有限公司 酒店洗
手间损坏的门把手



图 北京-海南线路 北京
新都国际旅行社
酒店房卡取电损坏



图 北京-辽宁线路 北京
康辉旅行社酒店房间门上
的防盗链损坏无法使用

(5) 交通情况：大巴存在安全隐患，出租打表要加钱。在跟团游过程中，同团游客来往于各景点、不同酒店和餐厅，均需乘坐统一的交通工具。在本次调查中，交通环节评分 74 分，与去年相比，提高 1 分。在问题类别上，今年未发现超载或车辆与合同不一致现象，但仍然存在安全隐患和出租车高价宰客等问题。

第一，存在司机边开车边打电话、大巴安全带缺失或损坏等安全隐患。调查显示，8.3% 体验员表示旅途中的交通工具不够安全。如北京 - 山西（中国旅行社总社（北京）有限公司）线路中，体验员表示，“安全带普遍存在坏损，该车辆至少有一半的座位安全带无法使用”，后在去景区的途中，该线路大巴



图 北京-海南线路 悠途旅游服务有限公司
接机车司机边开车边打电话



图 济南-湖南线路 山东省中国旅行社
大巴司机开车过程中接听电话



图 北京-山西线路 中国旅行社总社（北京）有限公司
旅游大巴上损坏的安全带



图 海口-北京线路 海南航空国际旅行社 旅游大巴上
没有安全带



图 北京-山西线路 中国旅行社总社（北京）有限公司 旅游大巴在路边紧急维修近 1 个小时

突然无法启动，路边紧急维修。

第二，存在出租车不打表、高价宰客。调查显示 11.7% 体验员在景区内发现存在出租车不打表、高价宰客的情况，主要发生在山西的平遥古城、云南的丽江和大理古城以及湖南的武陵。尤其是云南，体验员表示：在丽江古城，白天打表的出租车到了晚上 9 点以后不再打表，价格翻倍；而从大理古城去下关不打表，直接议价，白天收 40-50 元，晚上收 80-90 元。

(6) 景区情况：设施安全应加强，景区环境待改善。旅游景区是旅游体验的核心。本次旅游体验中，体验员游览景点共计 362 个，绝大部分是 5A 和 4A 景区。体验员为景区环节评分 72 分，处于中等水平，在行程中各环节评分中处于第二位，发现的问题主要集中在安全性、交通便利性和环境卫生等三方面，与去年相比，不涉及节假日涨价，其他问题类型未发现明显变化。

在安全性方面，考察指向景区设施。调查显示，10.6% 体验员反映景区内娱乐设施不安全。如北京 - 海南亚龙湾热带天堂森林公园景区中，体验员表示“公园盘山路很陡，山路急转弯很多，但代步车速度很快，景区以此作为一样刺激，但座位上没有安全带，每每转弯全车人惊呼，特别对老人小孩来说太不安全了。”又如上海 - 贵州黄果树瀑布景区中，“景区路又窄人又多，路边摊严重到游客通行。”



图 北京-海南线路 亚龙湾
热带天堂森林公园代步车
车速快，有急转弯，座位没
安全带



图 上海-贵州 黄果树瀑布景区路边摊较多，影响游客
通行



在交通便利性方面，主要问题是代步车不方便和停车场不充足。

第一，在 4.4% 景区中，体验员反映代步车不方便，主要表现为公交停运和排队时间长。如在北京 - 山西线路（中国旅行社总社（北京）有限公司）中，游玩五台



图 北京-湖南线路黄龙洞景区 代步车排队处人挤人



图 西安-四川线路 九寨沟景点游客排队时间较长

山景区当天公共交通停运，游客只能再花 20 元租用旅游车。此外，由于游客多、代步车数量少或分配不科学等种种原因，不少游客表示乘坐代步车（船）需排长队，等待时间较长，如南昌－云南线路体验员表示，“在苍山洱海景区等一趟游轮需要四十分钟。”又如北京－湖南线路黄龙洞景区体验员表示，黄龙洞景区代步车非常不方便，从排队处距洞口本来只有二三百米，走路进去 10 余分钟即可，但导游安排排队，排队的有二三百人，景区代步车少，排了近半小时。

第二，6.4% 景区停车场车位不充足，一些车不得不停在绿化带、人行道或景区入口马路边等待车位。

在景区卫生方面，景区整体环境、垃圾箱、公共卫生厕所都是体验检测的主要对象。第一，个别景区发现垃圾堆积，卫生环境令人担忧。如合肥－云南线路中，望天树景区南河河面布满垃圾，又如成都－云南线路中茶马



图 北京-山西线路 五台山景区停车场 停在绿化带和人行道的车



图 昆明-四川线路 九寨沟景区停车场车位不充足 大巴车停在路边排队

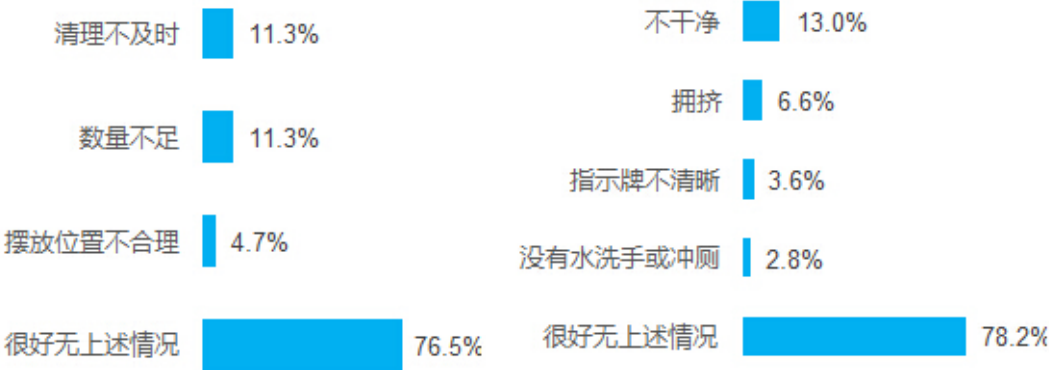


图 景区内垃圾箱情况如何

图 景区内公共卫生间条件如何

古道景区，路边垃圾成堆，这些垃圾覆盖面积大、疑似陈年垃圾。第二，27.3% 景区中垃圾箱存在问题，其中清理不及时、数量不足和摆放位置不合理占比分别为 11.3%、11.3% 和 4.7%。第三，公共卫生间条

件不好，主要问题是不干净和拥挤，占比分别为 13.0% 和 6.6%。

3. 行程结束后服务：行程与合同存在不符，涉及各方面服务

在行程结束后，体验员对整个旅游行程进行回顾，考察实际行程与合同计划的一致性，涉及较多回忆内容。总体而言，体验员对本环节评分为 68 分，与去年相当。

合同一致性考察，集中在服务内容和旅行费用与合同的一致性。对此，31.5% 体验员表示存在服务内容是合同中计划不符问题，另有 26.9% 体验员在刨除个人消费外，花费超出合同中计划费用。以



图 合肥-云南线路 望天树景区南河河面
布满垃圾

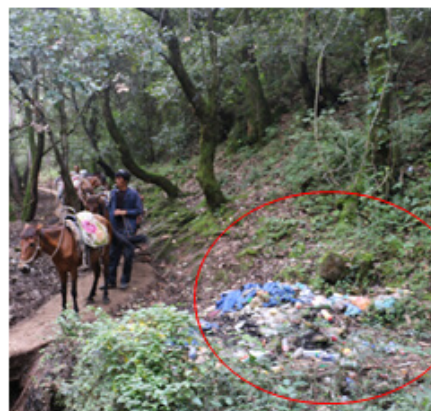


图 成都-云南 四川省中国青年旅行社
茶马古道景区



图 昆明-湖南线路 武陵源袁家寨景区垃
圾



图 成都-云南线路 花海景区内垃圾箱数
量不足，清理不及时

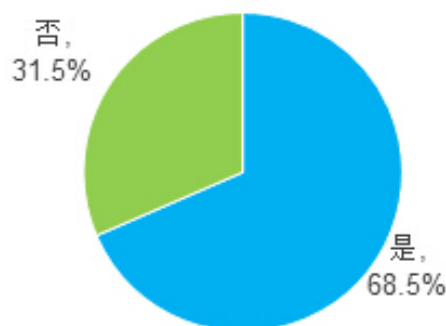


图 旅行结束后回顾，所有服务内容是否
与合同中计划的基本一致？

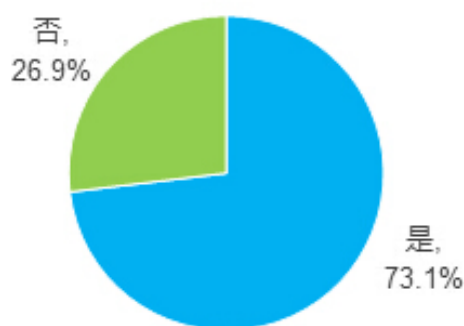


图 除个人消费以外，旅行费用是否与合
同中计划的基本一致？

上与合同不符的问题，涉及导游、购物、餐饮、住宿等方面，具体见上文行程中服务部分。

（三）令人无奈的团游

跟团游作为当今人们出游的重要方式，已形成了相对固定而成熟的模式。一方面旅行社为游客制定行程、安排交通、餐饮和景点，费用相对低廉，游客省心，省力；另一方面，旅行社从产品成熟度和盈利目的出发，更多的推出热门路线、热门景点，在一定程度上加重了部分景点供需失衡，而在行程中植入的过多推销活动，时常令人有苦难言。

1. 接待量不均衡：部分景区拥挤不堪。

【志愿者语】

景区整体的质量很高，但是景区太拥挤，让人无心游玩。——成都—云南线路体验员（崇圣寺三塔景区）

景点很好，值得观赏，但是太拥挤了。——成都—陕西线路体验员（华清宫景点）

出行旅游，人挤人，人看人，“扎堆旅游”不仅仅是节假日安排问题，旅游资源不足与出游人数剧增的矛盾早已存在，即使不是黄金周，部分热门景区已人满为患。除此之外，由于旅游信息的不对称，旅行社对热门景点的过度宣传等，均在一定程度上加重了景区供需失衡。

本次再体验距离“十一”黄金周尚有一段时间，但体验员已在25.1%的景区感受到了拥挤现象，下图中几个线路拥挤程度可见一斑。

【志愿者语】

导游在车上推销金鞭鱼，50



图 济南-云南线路 大理古镇景区拥挤 图 西安-四川线路 九寨沟景区拥挤



图 北京-湖南线路 张家界天门山景区内拥挤



图 海口-北京线路 长城拥挤



图 西安-四川 陕西中旅
新世纪国际旅行社 联络
人机场推销保险



图 天津-广西线路 国旅
环球行（天津）国际旅行
社有限公司 大巴车上推
销食物



图 天津-广西线路 国旅
环球行（天津）国际旅行
社有限公司 游船上推销

元一包，推销腊肉，100 元一包，还推销碧玺。——北京-湖南线路 张家界纳百利国际旅行社

虽然与组团社签署的合同中明确写了全程无购物，但是因为购物点都在景区内，因此地接社导游反复强调与旅行社无关。——南京-广西线路 江苏省中旅

玫瑰谷是行程安排里面的一个旅游景点，在里面游玩结束之前，就被成组领进一间屋子，有专门的人推销玫瑰谷购物化妆品。从讲解、展示、试用，至少 15 分钟。——北京-海南线路 玫瑰谷景区

旅游商品能够体现一个地区的民族特色和地方特色，一方面可以满足游客购物的心理需求，另一方面可以增加地方经济收入。为了促进游客消费，旅行社、导游、景区将推销行为融入整个旅游过程之中，虽然这些推销并未涉及到强制消费，但不可否认，过于密集的推销已成为团游中不容忽视的现象。

在本次调查中，30 条线路的体验员均表示在旅游过程中遭遇了推销。这些推销发生在机场、大巴车、游船、景中店等各个地方，涉及的种类包括保险、食品、药品、金银、玉石、民族特色物品等。

3. 游客有异议：不参加自费项目，去哪里？

在体验调查中，体验员发现一个较为普遍的现象：如果游客不参加自费项目，就需要在景区外（停车场）等待游玩的旅客，如昆明-湖南（昆明康辉旅行社有限公司）线路，体验员表示，“如果有人选了 2 个自费景点，其它人选了一个，选择 1 个景点的游客就要在停车场等待其他人游玩结束，不能先返回宾馆。但当时湖南的气温是 37 度，车上也不开空调，这部分游客需要“蒸桑拿”式的等 2 个多小时。”对此，游客产生争议，有些游客表示理解，有些则希望旅行社给出其他解决方案。

《旅游法》第九条中规定，“旅游者有权自主选择旅游产品和服务，有权拒绝旅游经营者的强制交易行为。”但对拒绝后，如何妥善安排游客，却未有法规给出明确规定。

案例 CASE

云南线路报名有限制：男女比例、老少比例
四百块钱买个面子值不值
计划景点敷衍了事，变更行程没商量
欲入湿地，骑马、划船，二者须择一
圆明园换成国子监，军博装修门前拍照
耳机钱不能省



天长市郭先生：

2016年9月中旬在天长市某4S店订购一辆汽车，当时订购合同约定10月初交货，后由于厂商产能的问题，商家无法按时交货。商家提出两种解决方案：一是明年交车；二是商家退还定金10000元，订购合同废止。商家的方案无视合同的约束，遂投诉。

天长市消保委：

经了解，郭先生所诉情况属实。商家声称：订购合同中第二条注明“如因厂商原因无法及时交货的，销售方即商家不承担违约责任。”消保委工作人员认为，经营者与消费者签订的合同是格式合同，根据《消费者权益保护法》的规定，如果提供格式条款的一方免除其责任、排除对方主要权利的，格式条款无效。因合同中涉及定金条款，经营者若不能按照合同约定提供车辆，应该按照《合同法》的规定双倍返还定金给消费者，最终商家同意给予消费者双倍购车定金20000元。

霍山陈先生：

两年前在某银行为母亲办理了一张活期存折，近日在存款时发现每年都有一笔30元的费用扣除，随即咨询柜台工作人员，被告知是短信提醒费用。但从未办理该项业务，也从未收到类似短信提醒的信息，觉得自己“被”消费，遂投诉。

霍山消协：

接到投诉后，经与涉诉银行联系，对方无法

证明陈先生申请办理过该项业务。县消协认为，银行的行为侵害了消费者自主选择的权利，经协调，银行向消费者深表歉意，并退还了所扣款项。

凤阳单女士：

今年8月份，花费将近2000元购买集成板材，后又请木工加工柜门花费了2500元。然而，柜门做出后全部变形严重，大半不能使用。找到建材店，建材店却推说是木工制作问题，三方发生纠纷拖延一个多月无法解决，遂投诉。

蚌埠市消保委：

接到单女士反映的情况后，将建材店、木工、单女士三方叫到一起了解情况、进行调解。经市消保委了解，木门不能使用，是板材质量和木工做工不当共同导致的，最终，经市消保委调解，建材专卖店补偿单女士1500元，木工少收木工加工费1000元，单女士对调解结果表示非常满意。

宿州市吕某：

2016年6月23日，油烟机在正常使用过程中突然掉落至家里的锅中的热油上，溅伤了胳膊，联系油烟机专卖店，该店以该机已售出和使用近两年时间为由，拒绝赔偿，遂投诉。

宿州市埇桥区消保委：

经调查，吕某反映情况属实。根据《消费者权益保护法》第十一条“消费者因购买使用商品或者接受服务受到人身、财产损害的，享有依法获得赔偿的权利。”《产品质量法》第四十五条规定：“因产品存在缺陷造成损害要求赔偿的诉讼时效期间为二年，自当事人知道或者应当知道其权益受到损害时起计算。”据此，两年的诉讼时效并不是自交付时起算，而是从消费者受到损害时起计算。最终经埇桥区消保委调解：商家同意给吕某更换一台新的吸油烟机。

实际游玩天数与合同不符，涉嫌压缩行程

黄山缆车必须坐

不要说不懂，也不要说买不起

导游公开表示拿提成是行业现象

导游宣称：自费项目是“自觉交费”不是自愿交费

佣金到底是不是回扣

购物场、导游以迷信宣传诱骗游客购买

合同、退费、收取餐标标准不一

导游公开点名，要求“加油”消费

用餐环境脏乱差

游客未消费，导游恶劣质问

出租车打表要加钱

（详见 <http://www.cca.cn/zhuanti/trip/index.aspx> ——“案例 CASE”）

相关建议

本次再体验调查活动专门针对2015年体验中发现的问题相对突出的30条旅游线路，从再体验结果来看，违反合同、强制消费、更改路线、黑导游、景区环境卫生等问题依然存在。解决旅游服务问题涉及的环节和方面很多，需要多部门联动执法，我们很高兴地看到，今年以来，国家加强了旅游市场综合监管工作。中消协已于9月下旬将本次再体验中发现的22起典型问题线索移交给国家旅游局，在国家旅游局的督办下，当地政府、旅游主管部门及相关部门积极配合，并举一反三，强化了旅游市场综合监管，中消协还在“十一”前夕发布旅游消费提示，为“十一”黄金周营造了良好的旅游市场环境。根据国家旅游局10月7日公布的统计数据，今年“十一”期间，全国共接待游客5.93亿人次，同比增长12.8%，累计旅游收入4,822亿元，同比增长14.4%，旅游市场继续保持旺盛发展势头。建设安全、放心、舒心的旅游消费环境需要全社会的共同努力，更有赖于旅游目的地城市管理者、政府有关部门及旅游从业者着力提高管理水平和服务能力。为此，中消协建议：

1. 政府相关部门要畅通旅游服务投诉渠道，加强旅游市场联合执法，严肃查处各类违法违规行为。无论是自由行还是参团旅游，旅游服务中吃、住、行、游、购、导等环节不可或缺，提高旅游目的地的综合服务能力考验着政府的旅游市场监管能力和城市管理水平。除了加强旅行社及导游、景区管理外，对于旅游服务中发生的餐饮卫生、城市交通、价格票据、应急救助等方面的问题，均需要政府相关部门予以配合。希望旅游目的地的党委和政府高度重视旅游市场监管工作，督促政府有关部门畅通投诉渠道，落实综合监管责任，对于屡教不改、问题频发的旅行社、旅游从业人员、景区及周边、餐馆、酒店、购物场所，进行严肃查处。

2. 景区单位要加强安全设施，把好安全客流承载量关口。



本次调查中，景区在设施安全性、交通便利性和环境卫生等方面存在不足，十一黄金周期间，景区客流再次经历严峻考验。建议加强景区及周边管理，一要提升景区及周边安全管理意识，加大管理力度，以完备的设施、科学的管理保障游客安全，特别是山区及偏远景点，要着重关注交通工具和服务设施的安全性。二是要根据景区及周边特点，提前做好客流量预估，及时公布实时客流量，做好人员安全疏导预案，确保景区及周边客流量在安全承载范围。

3. 旅游服务企业要诚实守信、依法经营，自觉增强服务意识。

本次调查中，发现的合同不规范、强制消费等问题并非初次发现，种种问题的背后是守法意识的薄弱和诚信意识的缺失。希望广大旅游服务企业严格履行法律规定，自觉与消费者签订规范合同文本，加强从业人员法律意识和诚信意识教育，严厉查处旅游服务中违反旅游合同的行为，严肃问责导游服务中擅自改变旅游线路、强迫或变相强迫购物等行为。

4. 导游及旅游从业人员要恪守职业道德，提供规范化服务。

在本次调查中，面对“消费陷阱”，不乏导游善意提醒，遇有突发情况，也能提供热心帮助等情况。然而，近年来，强制消费、导游回扣等现象在跟团游中屡见不鲜，屡禁不止，一些景区、商家、旅行社、导游，通过一个个自费游览项目和购物点形成了利益输送链条，成为了强迫或变相强迫购物的原动力。希望广大导游及旅游从业人员要遵守相关法律、恪守职业道德，自觉为旅游消费者提供规范化服务，从提高旅游服务满意度中合法获取正当利益。

5. 消费者应警惕低价旅游陷阱，依法主张自身合法权益。

呼吁广大消费者：一是警惕“旅游小广告”，抵制明显低价的“一日游”活动，要从旅行社资质、消费者评价等多方面进行比较，不要陷入低价旅游陷阱；二是注意辨别真伪，尤其是订购在线旅游产品时，要注意甄别在线旅游企业和旅游服务产品的真伪，注意查看在线企业主页的证照信息，保留付款交费记录；三是务必签订旅游合同，在签订合同前要认清旅行社资质，并仔细查看合同内容，对于一些容易引发纠纷的事项要在合同中明确约定，并索要和保留好正式发票等有效票据，日后一旦发生消费争议，可作为维权凭证；四是依法主张合法权益，当合法权益受损时，要在确认自身安全的情况下，及时搜集相关证据，主动投诉举报，寻求政府相关部门、消费者组织或新闻媒体的帮助。

2016年旅游服务 再体验调查报告

中国消费者协会开展国内旅游线路体验式调查活动



欢迎关注

安徽省消费者权益保护委员会 微信公众号
名称“安徽消费者”，微信号“ahxfz315”

“安徽消费者”微信公众平台开设消费教育、权威发布、投诉受理等栏目，及时通报消费维权信息，接受消费者咨询、投诉，更好地履行法定职责，维护消费者合法权益。

消费者可以通过微信号或扫描二维码关注。



关注消费 合理诉求

