上海市旅行社行业价格行为指南

第一部分 总 则

为进一步引导旅行社行业规范价格行为，维护行业价格秩序和公平竞争，保障旅行社、消费者的合法权益和社会公共利益，依据《中华人民共和国价格法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《价格违法行为行政处罚规定》《禁止价格欺诈行为的规定》《关于商品和服务实行明码标价的规定》等规定，制定本指南。

本指南适用于旅行社线下门店、线上网站、微信微店等销售渠道，线上旅游交易平台运营商参考适用。本指南在遵循现有法律、行政法规、规章及规范性文件的原则宗旨和具体规定的基础上，主要运用提示、建议等方式，指导旅行社做好价格自律工作，从源头上避免价格违法行为的发生，维护市场价格秩序，保护公共利益；指南倡导价格诚信，要求经营者守法经营、标价透明、促销合规、交易公平；此外，指南服务于消费者权益的保护，指导消费者识别侵害自身权益的违法行为，提示防范措施、维权手段和途径，指引消费者运用法律武器保护自身合法价格权益。

第二部分 明码标价

**一、明码标价的总体要求**

旅行社实行明码标价，应当遵循公开、公平和诚实信用的原则，做到价格标示内容真实明确，字迹清晰、标示醒目，并明确所标示的价格对应的服务内容，价格变动时应当及时调整。旅行社应当避免出现在明码标价之外加价、收取任何未予标明的费用的情形。

**二、明码标价的具体要求**

旅游产品的明码标价应当包含产品名称、产品价格、产品内容、行程信息、服务标准、主动提供的自费项目及其收费标准等。

标价方式应当具有消费者方便和有效获悉的特征，具体包括：价目表（册）、电子屏幕（网络页面）、图片展示、标价签（电子标价签）、标价牌、报价单、音频视频以及其他有效展示形式。

1. **关于旅游产品名称**

旅游产品名称建议包含以下四个方面的内容：

1、旅游出发地及目的地；

2、旅游时长；

3、旅游方式（如自由行、跟团游等）；

4、其他（包括但不限于产品等级评定、产品主要特色等）。

**（二）关于价格及计价单位**

当前旅行社行业通常采取“起价+日历价”的方式标示价格。

**1、起价：**该旅游产品向消费者公示的最低价格，一般表述为“XXX元起”。该起价对应具体日期，应当能够实际成交，消费者有权要求旅行社以该价格提供旅游产品，起价所对应的日期的产品销售完毕或者起价变动时旅行社应当及时调整。

**2、日历价：**对出行日期不同、价格不同的旅游产品，除“起价”外，旅行社还可以设置日历价格或者针对特定日期单独标价，相应日期的价格，应当是能够实际成交的价格，消费者有权要求旅行社以该价格提供旅游产品，产品销售完毕或者价格变动时旅行社应当及时调整。

**3、多处标价：**对于同一个旅游产品，如果在多个页面（促销页面、网站首页、具体产品销售页面等）标示价格，应确保多个页面的价格标示一致。

**（三）关于旅游产品内容、行程信息**

1、旅行社销售旅游产品，应当明示相关产品的主要内容、行程信息、服务标准等，包括游玩时间、游玩景点以及交通方式、餐饮、住宿标准等，除特殊情形外，实际安排应当符合列示的行程，并通过签订旅游合同确认。

2、对于消费者可以自由选择的保险、机票、酒店等，以及消费者自理项目和旅行社主动提供的自费项目等，旅行社应当明示，不得在标价之外加价、收取任何未予标明的费用。

3、一项服务可分解为多个项目和标准的，旅行社应当标明细分项目及其收费标准，不得混合标价。

第三部分 价格促销

**一、价格促销的总体要求**

旅行社应当诚信经营，加强自律，自觉维护公平有序的市场价格环境，开展价格促销活动应当真实、准确、清晰、易懂，避免使用含糊不清、容易引起误解的语言、文字、数字、图片或者视频等进行价格标示，杜绝虚假价格促销、虚假优惠让利。

旅行社以商业广告、产品说明、销售推介、实物样品或者通知、声明、店堂告示等方式，对旅游产品价格作出的承诺应完全履行。鼓励经营者开展个性化价格诚信承诺，自觉避免强制捆绑标价和隐形消费，自觉避免缩短旅游时间、景点项目等变相涨价，自觉避免强制或者变相强制购物或增加游览项目并收费，自觉避免零负团费等不合理的低价游，积极做到价格公开透明、服务质价相符，推动行业的持续健康发展。

**二、价格促销方式**

**（一）原价**

旅行社在价格促销活动中标注“原价”字样的，应当同时满足以下四个要件：

1、时间要件：“本次促销活动”“前七日”内，如果前七日内没有交易，以最近一次交易时间为准；

2、地点要件：本交易场所；

3、成交要件：达成交易且有交易票据；

4、价格要件：原价应当是符合上述要件的全部价格中的最低交易价格。

如旅游产品均标示“~~原价2499元~~”，则该2499元必须同时符合以上四个要件。虚构捏造未曾交易过的价格作为原价，或者临时提高售价作为原价，再在该基础上降价的，均涉嫌价格违法。

**（二）价格比较**

1、旅行社采用与其他旅行社或者其他销售业态进行价格比较的方式开展促销活动，需遵守以下规则：被比较的旅游产品相同，交易条件一致；准确标明被比较价格的含义；标示的被比较价格真实有依据；避免将当前售价与市场价、参考价等无从考证的价格表示进行比较。

2、在进行价格比较时，可以同时标明当前售价（或起价）与被比较价格的折扣幅度或者价差幅度，所标示的幅度应与实际的幅度一致，实际幅度存在多位小数需要四舍五入的，需按照有利于消费者的幅度标示。

如：某旅游产品同时有起价“739元起/人”、划线价格“~~1399元~~”和折扣幅度“5.3折起”三种标示。其中，起价应符合本指南第二部分有关明码标价的规定；划线价格（即被比较价格）应真实有依据，并附有价格说明；折扣幅度应与由起价同划线价格计算得出的实际折扣相符（本例中起价同划线价格比较计算得出的实际折扣为无限小数约为5.28折，四舍五入可以标示为5.3折起，不应当标示为更低的不利于消费者的5.2折起。）

特别提醒消费者注意，被比较划线价格与原价不同，该价格的来源和依据可能多种多样，旅行社必须标明其含意并有依据，保障消费者的知情权。

3、若未标示被比较价格，仅标明折扣幅度或价差幅度，则打折和降价应当在法定原价基础上进行，通过实际成交价及折扣幅度或价差幅度计算出的促销前价格不得高于原价。

如：标示“5折优惠，折后1299元起”，则依照实际成交价及折扣幅度或价差幅度计算出的促销前价格应为2598元。若该2598元不能同时满足“原价”所要求的四个要件，则该行为涉嫌价格违法。

**（三）特价及尾单**

旅行社在价格促销活动中使用“特价”“尾单”或其他相似的标示时，应当提供真实的依据，不得虚构事实诱骗消费者交易。标示可供销售的尾单数量应当真实，不应虚构尾单数量，误导引诱消费者抢购。

**（四）提前预定及早定优惠**

使用“早定早优惠”或其他相似的价格标示，若无特别说明，应当保证参加早定活动的消费者比之后购买相同产品且交易条件相同的其他消费者的价格更加优惠。

**（五）价外馈赠**

1、旅行社以赠送方式进行价格促销，赠送物品或者服务（以下简称赠品）的，可以不标示赠品价格或者价值，如果赠品标示价格或者价值的，所标示的价格或者价值应当真实明确。赠品兑换带有价格附加条件的（如使用范围、兑换地点等），应当如实地全面地进行明示。

2、采用赠券方式销售旅游产品的，需标明赠券的使用范围和使用期限等规则以及其他附加性条件。

3、销售旅游产品附带赠送商品或者服务的，其价格不得高于同时期不含赠送的相同产品的价格。

如：某旅行社同时销售含“赠送”游船项目和不含“赠送”的项目两个产品，除赠送“游船项目”外，两个产品内容和交易条件完全相同，实际销售时，所谓含“赠送”的产品价格高于无赠送的产品，所谓“赠送”实际上收取了费用，并非真实赠送。

**（六）满立减、领劵减**

旅行社采取“满立减”“领劵减”等方式进行促销活动时，应如实标明“满立减”“领券减”等的抵扣规则。未标明规则的，应按有利于消费者的理解执行。

如：应当区分“每满600减20”和“满600共减20”两种“满立减”方式，并准确标示清楚；应当明确“满立减”是否可与其他优惠同时使用。

**（七）组合促销**

旅行社同时采用两种或两种以上模式开展组合促销时，不仅需要满足各种促销方式的标示要求，也需要标明促销方式适用的先后顺序。采用组合促销时，如果无法准确标注价格促销规则，应当按照有利于消费者的规则履行。

**三、价格促销档案管理**

旅行社开展价格促销活动应当建立健全内部价格管理档案，如实、准确、完整记录促销活动前、促销活动中的价格资料，妥善保存并依法接受监督检查。

价格促销应当作到真实有依据，旅行社在价格执法部门进行价格监督检查时，应当提供符合真实性、合法性、关联性的证明材料，包括但不限于所标示价格的出处和证据、购销合同或发票、旅游产品在本经营场所成交的交易票据等。

线上旅游交易平台需加强对入驻商户的合规教育、设立明码标价模板、通过技术手段等规范价格促销行为并保留交易信息等。积极协助价格执法部门查处价格违法行为，提供涉嫌价格违法旅行社的登记信息、交易数据、实际经营场所等资料。

第四部分 消费争议解决

**一、协商和解**

旅行社需建立消费者争议解决机制，由独立部门或者专人负责消费者投诉、建议的接收、处理、答复，相关的处置时限、程序等应告知消费者。鼓励旅行社主动与消费者协商解决价格纠纷。

**二、举报投诉**

消费者在旅游过程中发现价格违法行为的，除与旅行社协商解决外，还可以通过12358举报电话、信件、走访等形式提出举报，也可以通过互联网举报。

消费者提出举报，应当提供明确的被举报旅行社的名称、地址和价格违法行为的具体事实，对提供相关证据的，价格执法部门可以优先进行处理。提供证据或者线索，无论对维护自身合法权益还是对执法部门开展调查工作都有较大的帮助，建议消费者在旅游过程中注意获取或者保存相关证据，包括但不限于：旅游产品的明码标价情况、旅游产品价格宣传促销情况、旅游合同、旅游行程单、发票或收据等。

消费者对旅游过程中涉及自身价格权益的民事争议有权向价格执法部门提出投诉，投诉需提供本人的身份证明、民事请求事项及相关证据，价格执法部门将依法进行调解。

**三、消费警示**

为切实保障消费者权益，根据执法检查经验及举报投诉情况，提出下列消费警示，事先帮助消费者预防不法侵害。消费者在旅游过程中发现相关问题的，其中涉及价格的部分可以向价格执法部门反映，其他情况可以向旅游等相关部门反映。

**（一）选择具有资质的旅行社**

旅行社（旅行社分社、网点）应有固定的经营场所和必要的营业设施，依法登记，消费者在选择旅行社时要注意查看《旅行社业务经营许可证》和《营业执照》，明确其所经营旅游业务范围，不要轻信街头车站、景点公园散发的广告传单以及来源不明的网络、手机推送；拒绝参加非旅行社机构以“户外活动”“吃游团”等名义组织的旅游活动。

**（二）签订旅游合同**

消费者出游前务必与旅行社签订书面的规范旅游合同，加盖旅行社公章。合同价格应当与旅行社明码标价的价格一致，并明确合同价格所对应的旅游线路、行程、景点、交通和食宿安排及标准、购物次数及停留时间等基本内容，对于可选的自费项目和需要自理的费用应当要求在合同中列明，且坚持自愿参加原则。旅行社不得在明码标价之外加价、收取任何未予标明的费用。

**（三）自觉抵制不合理低价**

“零负团费”及“不合理低价”通常是低价揽客，出行后通过欺骗、强制购物，捆绑消费或者参加另行付费旅游项目等手段进一步收取高额费用。建议消费者在选择旅行社和产品线路时，优先考量服务水准和品质，自觉抵制不合理低价游；个别旅行社甚至通过预付费的低价旅游产品实施诈骗，在明知无实际履行能力的情况下大量预售，出现出游承诺无法兑现、申请退款无法到账等问题，消费者需警惕此类消费陷阱。

**（四）警惕购物消费陷阱**

建议消费者选择正规市场、商店购买旅游商品，购物和就餐前要查看明码标价信息，明明白白消费。购买贵重物品要谨慎，不轻信促销打折，警惕部分旅游购物店通过虚构原价、虚假优惠折价或者其他手段实施价格欺诈。

第五部分 法律责任

**一、拒不配合价格监督检查的法律责任**

旅行社接受政府价格执法部门的监督检查时，应当如实提供价格监督检查所必需的账簿、单据、凭证、文件以及其他资料。拒绝提供价格监督检查所需资料或者提供虚假资料的，依据《价格违法行为行政处罚规定》第十四条的规定，由政府价格主管部门责令改正，给予警告；逾期不改正的，可以处以10万元以下的罚款，对直接负责的主管人员和其他直接责任人员给予纪律处分。

**二、违反明码标价相关规定的法律责任**

旅行社违反明码标价规定的，依据《中华人民共和国价格法》第四十二条：“旅行社违反明码标价规定的，责令改正，没收违法所得，可以并处五千元以下的罚款。”，《关于商品和服务实行明码标价的规定》第二十一条：“旅行社有下列行为之一的，由价格主管部门责令改正，没收违法所得，可以并处 5000 元以下的罚款；没有违法所得的，可以处以 5000 元以下的罚款。”的规定处罚。

**三、构成不正当价格行为的法律责任**

旅行社通过标价形式或者价格手段虚构事实、隐瞒真实情况，欺骗、诱导消费者或者其他旅行社与其进行交易的，依据《中华人民共和国价格法》第四十条：“旅行社有本法第十四条所列行为之一的，责令改正，没收违法所得，可以并处违法所得五倍以下的罚款；没有违法所得的，予以警告，可以并处罚款；情节严重的，责令停业整顿，或者由工商行政管理机关吊销营业执照。”，《价格违法行为行政处罚规定》第七条：“旅行社违反价格法第十四条的规定，利用虚假的或者引人误解的价格手段，诱骗消费者或者其他旅行社与其进行交易的，责令改正，没收违法所得，并处违法所得5倍以下的罚款；没有违法所得的，处5万元以上50万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿，或者由工商行政管理机关吊销营业执照。”的规定处罚。

**四、关于违法情节**

根据《中华人民共和国行政处罚法》第二十七条的规定，旅行社有下列情形之一的，应当依法从轻或者减轻行政处罚：主动消除或者减轻违法行为危害后果的；受他人胁迫有违法行为的；配合行政机关查处违法行为有立功表现的；其他依法从轻或者减轻行政处罚的。违法行为轻微并及时纠正，没有造成危害后果的，不予行政处罚。

根据《规范价格行政处罚权的若干规定》第七条的规定，旅行社有下列情形之一的，可以从轻处罚：价格违法行为较轻，未造成严重后果的；能够及时改正价格违法行为的；在共同价格违法行为中起次要或者辅助作用的；从轻处罚能起到教育作用的；其他可以依法从轻处罚的情形。

根据《价格违法行为行政处罚规定》第十七条的规定，旅行社有下列情形之一的，应当从重处罚：价格违法行为严重或者社会影响较大的；屡查屡犯的；伪造、涂改或者转移、销毁证据的；转移与价格违法行为有关的资金或者商品的；旅行社拒不按照规定退还消费者或者其他经营者多付价款的；应予从重处罚的其他价格违法行为。

**五、其他**

线上旅游交易平台运营商与旅行社共同实施违法行为的，按照上述相关规定处罚。

旅行社、线上旅游交易平台运营商因违反价格相关法律、法规、规章等被依法予以行政处罚的，相关处罚信息应当依法公开，处罚对象将面临声誉和品牌形象受损等不利后果。

第六部分 附 则

本指南试行一年，由上海市物价局负责解释。