

高品质应是在线旅游底色

一个行业的健康有序发展，规则和治理一刻也不能缺席

随着人们生活水平的提高，不论是说走就走的旅行，还是在诗和远方获得身心放松，旅游已经成为大众日常休闲的重要方式。文化和旅游部公布的数据显示，上半年国内旅游人数达到28.26亿人次，比上年同期增长11.4%；与此同时，品质游、定制游、跨境游等受到越来越多游客的青睐。一边是旺盛的旅游意愿，一边是日益多元、个性的旅游需求，大众旅游时代的来临不断满足着人们美好生活需要，也激发了日渐丰厚的市场。

一个行业的健康有序发展，规则和治理一刻也不能缺席。旅游产业之所以保持旺盛势头，政策推陈出新、监管优化升级是重要原因。近年来，从印发“十三五”旅游业发展规划完善行业的顶层设计，到实施“鹰眼计划”“利剑行动”破除不合理低价游等市场顽疾，再到开展“黑导游”专项整治斩断非法利益链条，旅游管理部门在维护市场秩序上的努力有目共睹。围绕旅游业的转型升级、提质增效，在建章立制上重点着墨，和谐有序的旅游环境，不仅大大调动了居民外出旅游的意愿，也让旅游业高质量发展的基石更为牢固。

然而也要看到，旅游业转型升级过程中，旧的问题虽然得到有效克服，但一些新问题、新苗头值得警惕。这其中，在线旅游就是一个亟须规范的领域。网上预订酒店入住时一波三折，让原本轻松愉悦的假期败兴而归，事后长达半年的投诉，平台方却置若罔闻……不久前，媒体曝光某网上订票平台存在的各种“陷阱”。对此，北京市旅游委约谈该企业负责人，要求迅速整改、立即下架不合格旅游产品。现实中，遭遇类似情况的消费者不在少数。除了捆绑销售、退票难等套路，大数据杀熟、虚假宣传让人防不胜防，泄露个人隐私、霸王条款等违规行为屡见不鲜。凡此种种，让人们的体验大打折扣。

作为“互联网+”的产品创新，在线旅游为消费者提供了诸多便利。但说到底，旅游离不开“品质”二字。据统计，去年我国在线旅游市场交易规模为7384.1亿元，2018年可能超过万亿元。面对如此庞大的市场蛋糕，在线平台倘若一味热衷于靠资本力量跑马圈地，忽视产品质量和服务品质提升，无疑是舍本逐末，即便能够取得一时成功，长久来看将会丧失用户信任和市场空间。在一家旅游投诉平台上，7月份138条投诉信息中，涉及在线旅游企业就有111条，占总投诉量的80.4%。投诉的日益增加，反映出用户的不满情绪，需要相关企业正视问题、认真反思。

不以规矩，不能成方圆。行业发展出现的普遍性问题，单靠企业自身难以根除，需要用治理升级护航旅游的美好时代，让高品质成为在线旅游的底色。近年来，从成立在线旅游市场监管领导小组办公室，到制定出台《旅行社在线经营与服务规范》，再到相关部门对问题企业及时约谈、处罚督促整改，诸多举措让在线旅游朝着规范化的方向发展。适应新的发展需求，还需要管理部门主动作为。一方面要加强顶层设计、完善法律体系，让在线旅游从无序生长走向科学、合理、有序；另一方面将监督端口前移，把资质入口、产品模式、服务供给等全流程监管起来。

互联网和旅游的深度融合，让传统旅游业搭乘上数字化的快车。以治理升级规范新兴旅游经济的产业形态，祛除快速发展的乱象，方能对接好人们日益旺盛的旅游需求，迎来旅游的美好时代。