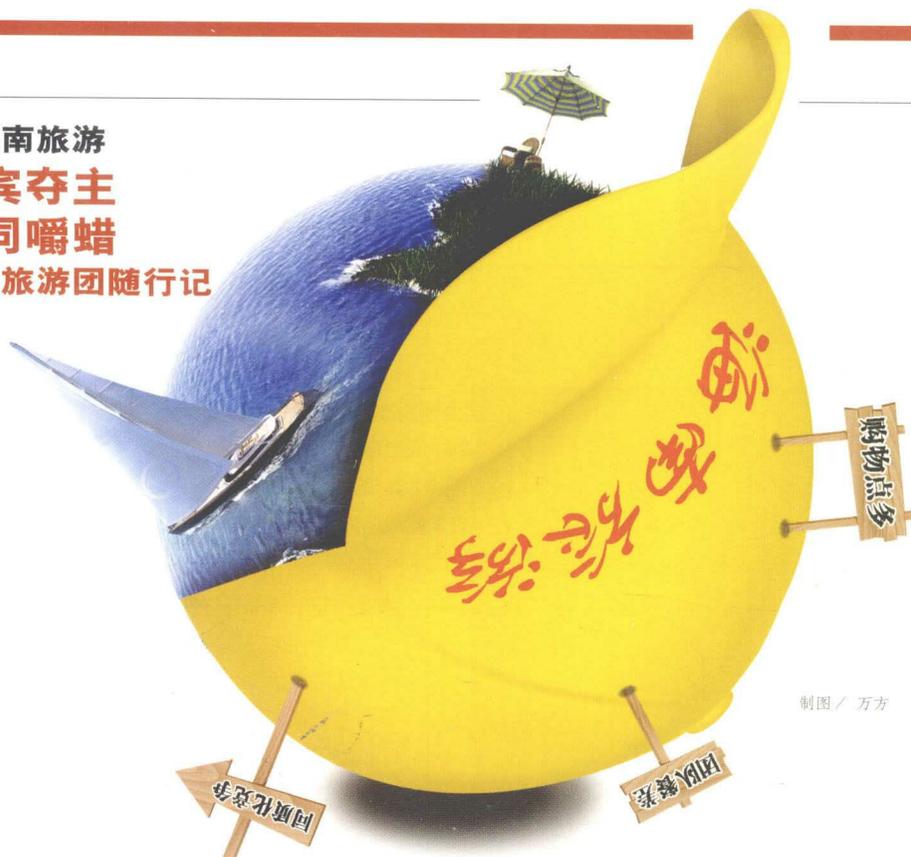


## 监测品牌：海南旅游

### 购物点喧宾夺主 团队餐味同嚼蜡

#### ——春节海南旅游团随记

新华社记者/王晖余



制图/万方

海南凭借独特的气候优势成为近年春节的热点旅游目的地。今年春节期间，记者探访旅行社“三天两晚环岛游”后发现，从报名到旅游全程，海南旅行社仍存在操作不规范、购物点“喧宾夺主”、团队餐质量差、同质化竞争严重等问题。

据统计，在“三天两晚环岛游”行程中，游客总共参加了7个显性或隐性的购物点，包括日常用品店、茶叶公司、海南特产厂、生物科技公司、咖啡厂、水晶公司、某景区内的购物点等，大大超过旅行社所说的4个购物点，而且每天第一个目的地都是直奔购物点。

“当时报团时旅行社告诉我就两三个购物点，没想到有那么多。”来自天津的游客刘先生说。

打着“参观”的幌子进购物点也让游客反感。旅程第二天，导游说带大家到三亚一家生物科技公司参观“丰富的海洋生物”，游客们两三分钟看完一个鲨鱼标本后，就被导游带到一个房间听该公司保健品和化妆品的“讲座”，介绍和购物的时间近一个小时。“参观”了多个购物点后，广州游客朱源源说，他以放松的心态来海南旅游，希望多听到一些关于海南人文和景点的讲解，“但一下车就被导游牵着像逛超市，很多时间都在推销产品，购物点已经‘喧宾夺主’。”

来自西安的游客史女士告诉记者，她分别在两个购物点买了深海鱼油和茶叶等产品，结账时收银员都会问她是哪个团队和哪个车。“导游肯定要拿回扣，购物点实在太多了。”

由于购物点众多，游玩时间非常紧张。导游规定游客每天早上六点起床，六点半集合，游客普遍反映疲惫不堪。广州游客郭

先生说：“其实这是挤压我们的休息时间去购物点，哪有景区早上六七点开门？”在紧张的行程中，购物时间少则半小时，多则一个多小时。“参观景点给我们限时，购物点却不限时，看来购物点比景点的‘待遇’高。”朱源源说。

虽然第一天导游就给游客打了“预防针”：“饭菜只能吃饱，不保证吃好。”但所谓“八菜一汤”的团队餐还是让游客们大跌眼镜，团队餐不仅分量小，而且“味同嚼蜡”，甚至一些菜已经变味。游客朱源源拿汤勺捞着汤里几片数得清的白菜笑言：“这菜汤还不如涮锅水呢！”

记者跟团采访过程中还发现，在每个景点、购物点、用餐处，都能看到数十辆相同或不同旅行社的旅游大巴。海南省旅游发展研究会会长王健生说，海南大部分“三天两晚旅游团”行程线路没有区别，产品同质化严重。

王健生说，海南旅行社的一些“顽症”迟迟得不到根治，主要原因在于旅行社不注重产品和服务，目光短浅，只是用花里胡哨的产品名字为噱头，做价格上的文章。同时，一些旅行社的法律意识淡薄，忽略消费者的知情权、选择权和消费保障权，只考虑自己的蝇头小利，“有游客投诉就认倒霉，游客不投诉就蒙过去了。”

王健生认为，海南旅游业发展日新月异，游客个性化旅游的要求越来越高，但旅行社仍然用一条线路面对所有的市场，产品线路的组合包装已经跟不上海南旅游业的发展。他建议政府牵头开发、包装旅游线路和产品，并进行强势营销，让不同需求的游客各取所需。

□

责任编辑 苟荣