

禁止游客自带饮食 究竟合不合法 景区屡屡“吃”出争议,如何解决?

“只有他们(景区商家)卖的东西才可以带进去吃,我们自己拿的食物就不能带。”近日,有游客发布这样一则视频。视频中,景区工作人员制止了游客带食物上山的行为,称清扫任务重,“每天山上都是鸡爪、瓜子皮”。

此事引发社会热议。有不少网友评论认为“不如明说只能买景区的东西吃”“就是为了强制让游客购买景区的商品”。也有网友对景区做法表示支持,认为“很多游客吃完食物,随手一扔,景区工作人员的工作量很大”“有些游客随手将果汁、汤汁等倒在树底下,导致景区珍稀树木都死了”。

公开资料显示,国内多个景区曾以污染环境为由,作出“禁止在景区内冲泡面”“不能以任何形式给游客提供开水泡面”等相关规定与倡议,并由此引发争议。

对于此,不少专家表示,“景区禁止游客自带食品”类规定频繁成为社会议题,凸显了公众对景区过度商业化趋势



图源 东方IC

的忧虑。景区的环保考量有其合理性,在出台相关规定时,应充分解释其背后的环保理由和科学依据并兼顾好游客

的利益。发生冲突时,景区也应及时回应游客的关切和质疑,为其提供更完善、合理的景区服务。

出于环保安全考量 景区限制食品入内

前不久,稻城亚丁景区因怕污染水体禁止游客自带泡面一事引发公众讨论。

有游客发布视频称,景区工作人员制止其冲泡自带的泡面,却有环卫员将食物汤汁随意倒入草地。

随后,稻城亚丁景区发布通报:经调查,视频中反映销售热干面和环卫员不按规定处理面汤的情况属实。针对游客自带的方便面,景区将免费提供开水和场所,统一收集和规范垃圾处理。

2023年,有游客反映,安徽黄山风景区有规定不能以任何形式给游客提供开水泡面。此事引发争议后,黄山风景区通报解释称,盒装方便面食用后的残羹与汤包料,不合理抛洒会造成环境破坏并不利于野生动物保护。黄山风景区没有也不会禁止游客带方便面上山,但提倡游客不要在山上冲泡方便面食用。

根据《北京环球度假区及北京环球影城入园须知》,出于安全考虑及可能对他人体验造成影响,需要加热或加工的食品(如:需以加热水、微波加热或自热

等方式加工的方便面、速食火锅等)禁止携带入园。

梳理发现,景区对特定种类食品作出禁入或限制性规定,主要是出于环保、安全等因素的考量。而与之相对应的,是游客自带食物的需求。采访中,不少游客反映,其之所以带食物进景区,或因景区餐饮太贵,或因景区缺乏相应餐饮服务。

中国科学院地理科学与资源研究所旅游研究与规划设计中心总工程师齐晓波分析,主要是因为游客在一些景区内所购买的消费品,价格高于日常的数倍。根据消费者权益保护法,消费者享有自主选择商品或者服务的权利、享有公平交易的权利。景区禁止游客自带食品进入的行为在很多时候属于明显不公平,与法律的公平原则相违背。如果景区禁止游客自带食品的真实目的是强迫或者变相强迫游客购买景区内的“高价食品”,则可能构成强迫交易,游客有权进行维权。

景区饮食价格高昂 定价应当公平合理

其实,让不少游客对景区饮食限制大为诟病的重要原因在于,一些景区餐饮价格过高。

据公开信息,上述稻城亚丁景区售卖的22元热干面,在景区外的超市售价仅8元。

此前,上海迪士尼乐园推出售价208元的雪糕套餐,套餐内含巧克力棉花糖雪糕以及迷你巧克力棒,引发不少人吐槽“天价雪糕”。对此,工作人员回应称,迪士尼属于乐园,大多乐园内的食品都会比外面更贵,“如果觉得208元的雪糕比较贵,可以选择乐园内其他更高性价比的食品”。

景区内的食品可以随意定价吗?

是否应当有所限制?

中央财经大学法学院教授朱晓峰认为,依据价格法规定,除了与国民经济发展和人民生活关系重大的极少数商品价格、资源稀缺的少数商品价格、自然垄断经营的商品价格、重要的公用事业价格、重要的公益性服务价格,政府在必要时可以实行政府指导价或者政府定价,其他的商品和服务价格,实行市场调节价,由经营者依法自主制定。景区售卖的食物饮料价格一般属于经营者自主制定价格的范围。

“不过,依据价格法等规定,经营者定价应当遵循公平、合法和诚实信用的

原则,其定价的基本依据是生产经营成本和市场供求状况。经营者应当为消费者提供价格合理的商品和服务,并在市场竞争中获取合法利润,而不是通过限制消费者自带食物制造紧缺,并通过高价销售的方式非法获利。”朱晓峰说。

在齐晓波看来,旅游景区内食品饮料价格比日常消费偏高,很大因素是其承担了特殊体验场景的品牌消费溢价。市场调节价允许经营者在一定范围内自主定价,但同时也受到法律法规的约束,以确保价格的合理性和公平性。消费者在面对过高价格时,可以通过投诉举报等方式维护自己的合法权益。

提升餐饮服务质量 保障游客合法权益

河南老君山景区聚焦游客饮食需求,连续多年推出“一元午餐”。从去年国庆期间的现场视频来看,“一元午餐”摊位前游客络绎不绝,招牌上写有“无人值班,自觉投币”等字样。工作人员介绍,2023年国庆8天假期共售出“一元午餐”2.3万余份。

“从为游客提供更加满意的服务角度来讲,建议从两个方面对景区现有的商业运营与管理进行优化完善。”齐晓波建议,一是景区在出台相关规定时,应做到事前与游客充分沟通调研、事中在景区相关宣传中充分告知、事后在遇到问题时及时调整完善;二是景区应做好商业利益与游客需求的充分结合,对景区内的餐饮、住宿以及旅游商品价格根据市场情况合理定价,既要考虑到特殊消费场景的品牌溢价又要兼顾消费者公平交易的原则。

“对于景区商品或服务定价高的问题,若景区具有不可替代性和公共性,消费者有权要求合理定价并携带必要物品。同时,对于违反公共秩序和环境保护规定的行为,应实施严厉处罚。这既是对消费者权益的保护,也是对公共利益的维护。因此,在平衡各方利益的基础上,制定合理的管理措施至关重要。”刘思敏说,对于经过商业改造的普通景区,其商品价格应遵循市场规律。

朱晓峰认为,景区面向游客开放,一方面应提升餐饮服务质量,确保景区内的的美食街和餐饮点提供丰富多样、价格合理的餐饮选择,满足游客的不同口味和需求。对景区内提供食物等服务进行合理定价,确保价格透明、公正,避免过度商业化对游客利益造成损害。合理布局餐饮点,确保游客在游览过程中能够方便地找到餐饮服务点,减少因寻找食物而带来的不便。另一方面,实行灵活的管理政策,如允许游客自带泡面进入景区,但明确规定在指定区域如休息区内食用。

“还可以增加巡逻人员,对游客食用泡面的情况进行监管,及时纠正不当行为,同时引导游客到指定区域用餐。增加垃圾收集点和垃圾桶的数量,提高垃圾清运频率,确保景区内的垃圾得到及时处理等。”朱晓峰说,景区应加强与游客的沟通与交流,通过问卷调查、意见箱等方式,定期收集游客对景区管理的意见和建议,不断优化管理措施和服务水平。

朱晓峰还提到,对游客来讲,去景区游览、消费时除了要维护自己的合法权益,还应自觉保护好景区环境。消费者在前往景区前可以合理规划自己的饮食需求,降低垃圾制造量。对于无法带走的垃圾,游客应将其投放到指定的垃圾桶或垃圾收集点,避免随意丢弃或倾倒。

(资料来源 央视新闻、法制日报)