

广东省文化和旅游厅

粤文旅综执〔2025〕13号

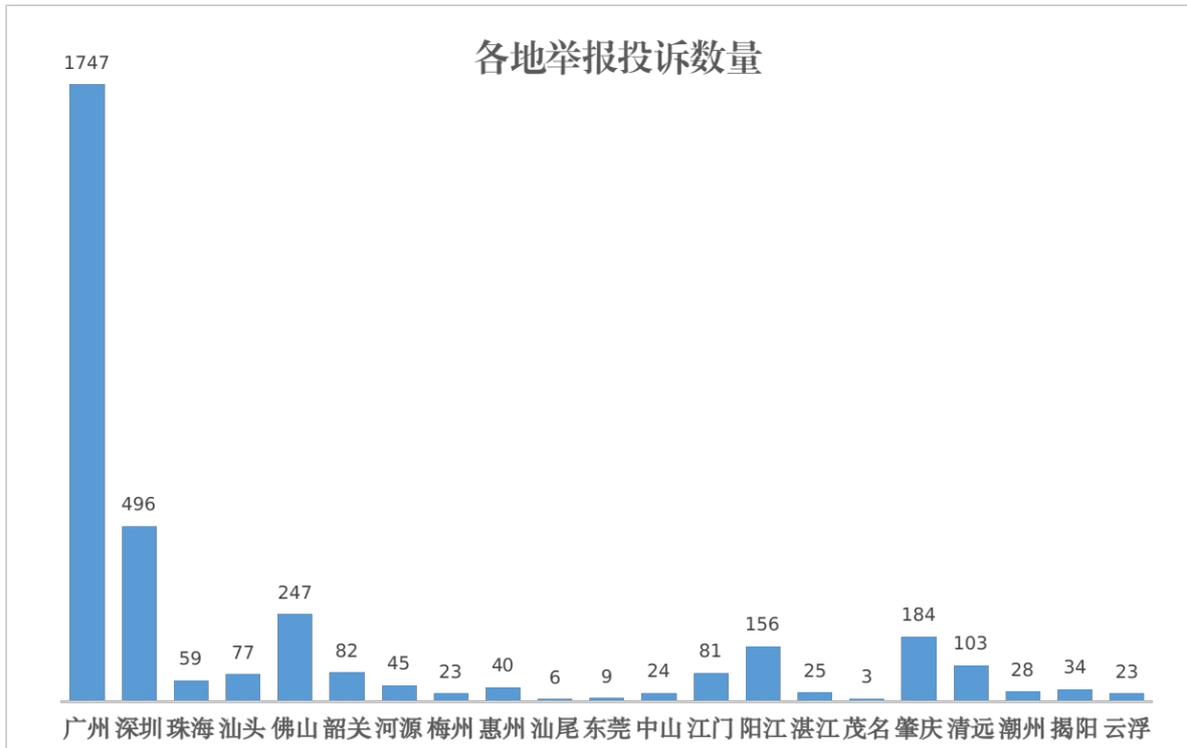
广东省文化和旅游厅关于2024年第四季度 文化和旅游市场举报投诉情况的通报

各地级以上市文化广电旅游体育局：

依据各地级以上市报送的文化和旅游市场举报投诉数据，经分析研究，现将2024年第四季度全省文化和旅游市场举报投诉情况通报如下：

一、总体情况

第四季度全省各地共受理文化和旅游市场举报投诉3492宗，较2023年第四季度减少813宗，同比下降18.89%；较2024年第三季度减少4081宗，环比下降53.89%。其中，举报940宗，占比26.92%；投诉2552宗，占比73.08%；共办结3419宗，办结率为97.91%。从区域分布来看，珠三角地区举报投诉数量较多，粤东地区数量相对较少。



二、举报情况

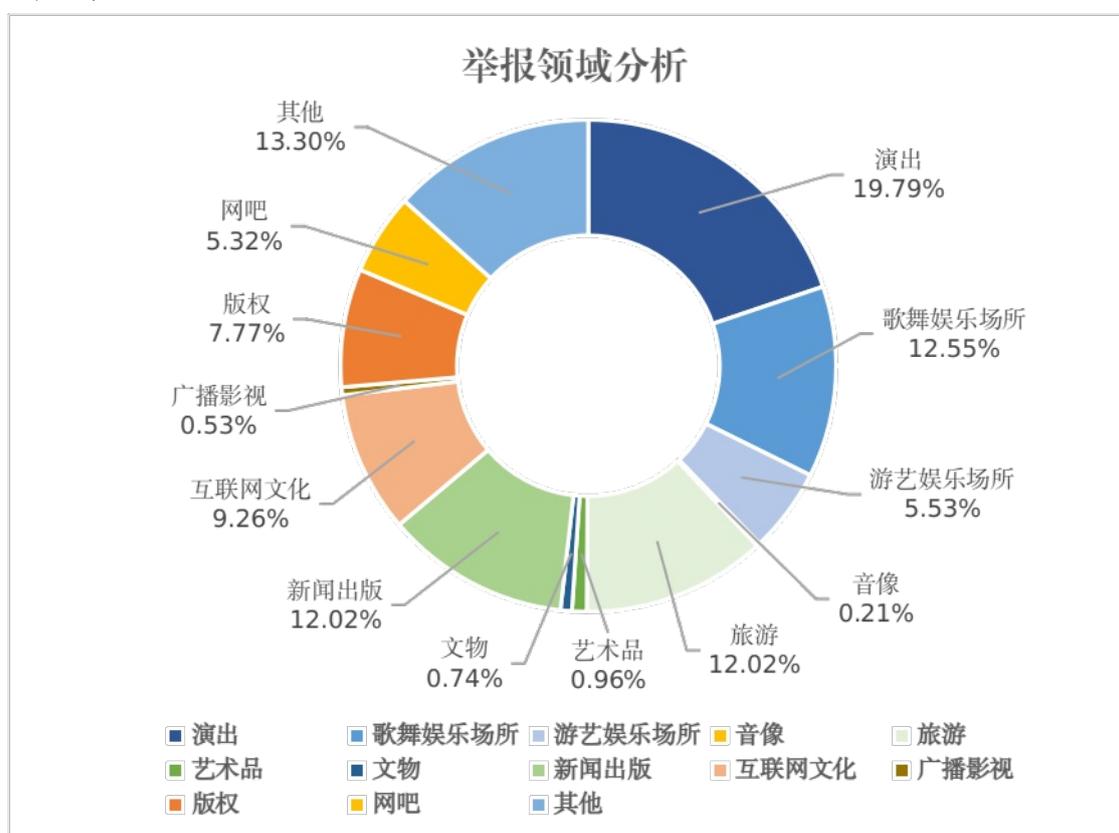
(一) 基本情况

第四季度全省各地共受理文化和旅游市场举报 940 宗，已办结 899 宗，办结率为 95.64%。其中，12345 政府服务热线 797 宗，占举报总数的 84.79%；全国文化市场技术监管与服务平台转办 38 宗，占举报总数的 4.04%；来信来访 11 宗，占举报总数的 1.17%；其他渠道 94 宗，占举报总数的 10%。

(二) 市场情况

从举报领域来看，演出 186 宗，占举报总数的 19.79%；歌舞娱乐场所 118 宗，占举报总数的 12.55%；新闻出版 113 宗，占举报总数的 12.02%；旅游 113 宗，占举报总数的 12.02%；互

联网文化 87 宗，占举报总数的 9.26%；版权 73 宗，占举报总数的 7.77%；游艺娱乐场所 52 宗，占举报总数的 5.53%；网吧 50 宗，占举报总数的 5.32%；艺术品 9 宗，占举报总数的 0.96%；文物 7 宗，占举报总数的 0.74%；广播影视 5 宗，占举报总数的 0.53%；音像 2 宗，占举报总数的 0.21%；其他 125 宗，占举报总数的 13.3%。



（三）主要特点

一是举报总数同比略升，环比大幅下降。第四季度举报总数 940 宗，较 2023 年第四季度增加 6 宗，同比上升 0.64%；较 2024 年第三季度减少 1302 宗，环比下降 58.07%。

二是演出市场举报有所上升。第四季度演出类举报占比19.79%，排在所有领域首位，举报问题主要集中在：演出举办单位不依法依规报批、擅自变更演出内容、非演出经营场所举办营业性演出未按规定办理审批手续等。

三是新闻出版与版权领域举报需要关注。第四季度新闻出版与版权类举报共186宗，占比19.79%，主要集中在：网络书店售卖非法、盗版出版物及经营盗版电子书，歌舞娱乐场所点播系统歌曲侵权等。

三、投诉情况

（一）基本情况

第四季度全省各地共受理旅游投诉2552宗，已办结2520宗，办结率为98.75%。其中，12345政府服务热线2440宗，占投诉总数的95.61%；全国文化市场技术监管与服务平台转办23宗，占投诉总数的0.9%；来信来访44宗，占投诉总数的1.72%；其他渠道45宗，占投诉总数的1.76%。

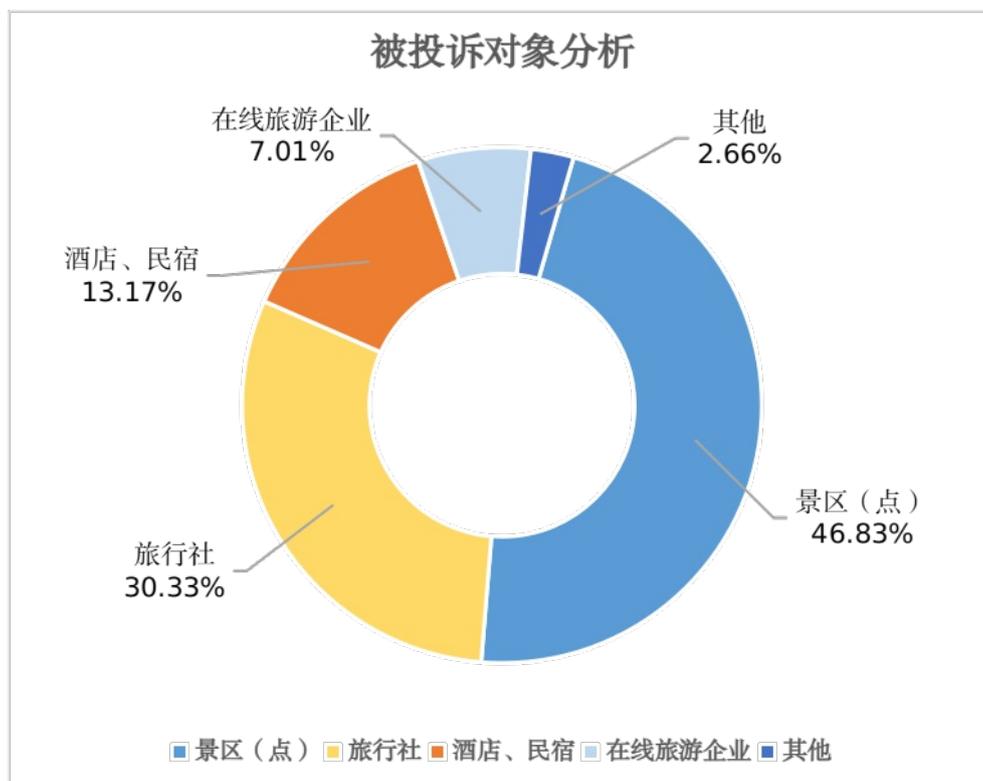
（二）市场情况

1. 市场类型分析。按三大旅游市场划分，国内旅游投诉2327宗，占投诉总数的91.18%；出境旅游投诉223宗，占投诉总数的8.74%；入境旅游投诉2宗，占投诉总数的0.08%。

2. 理赔情况分析。经各地旅游投诉处理机构调解，第四季度

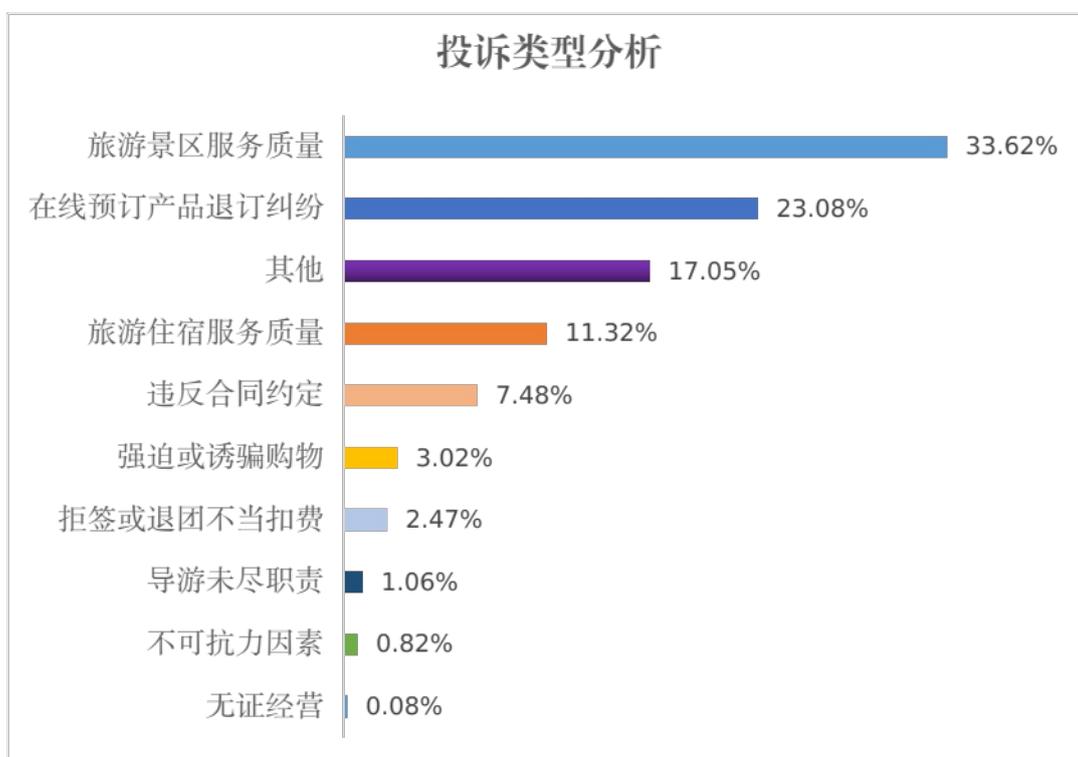
理赔总额为 349.19 万元。其中，国内旅游投诉理赔 161.72 万元，占理赔总额的 46.31%；出境旅游投诉理赔 187.47 万元，占理赔总额的 53.69%。

3. 被投诉对象分析。投诉景区（点）1195 宗，占投诉总数的 46.83%；投诉旅行社 774 宗，占投诉总数的 30.33%；投诉酒店及民宿 336 宗，占投诉总数的 13.17%；投诉在线旅游企业 179 宗，占投诉总数的 7.01%；其他投诉 68 宗，占投诉总数的 2.66%。



4. 投诉类型分析。旅游景区服务质量 858 宗，占投诉总数的 33.62%；在线预订（包括：在线旅游平台、电商平台、旅游企业 APP 及小程序等）产品退订纠纷 589 宗，占投诉总数的 23.08%；旅游住宿服务质量 289 宗，占投诉总数的 11.32%；违反合同约

定 191 宗，占投诉总数的 7.48%；强迫或诱导购物 77 宗，占投诉总数的 3.02%；拒签或退团不当扣费 63 宗，占投诉总数的 2.47%；导游未尽职责 27 宗，占投诉总数的 1.06%；涉及不可抗力因素 21 宗，占投诉总数的 0.82%；涉嫌无证经营 2 宗，占投诉总数的 0.08%；其他投诉 435 宗，占投诉总数的 17.05%。



（三）主要特点

一是投诉总数同比、环比均大幅下降。第四季度投诉总数 2552 宗，较 2023 年第四季度减少 819 宗，同比下降 24.3%；较 2024 年第三季度减少 2779 宗，环比下降 52.13%。

二是旅游景区仍为投诉热点。无论是从被投诉对象来看，还是从投诉类型来看，旅游景区服务质量投诉数量均排在首位，投

诉事项主要包括：门票优惠及预订、退改、核销纠纷；人流、车流集中时未及时有效进行疏导和管理；游乐设施设备、人员服务、环境卫生、安全保障等存在不足之处。

三是涉旅行社投诉有所回升。第四季度涉旅行社投诉占比为30.33%，较2024年第三季度占比26.77%有所回升，投诉事项主要集中在：未经旅游者同意转团或拼团、擅自延误或变更行程、降低餐饮或住宿等级标准等合同纠纷；强迫或诱导购物；退团不当扣费；导游未尽职责等问题。

结合2024年第四季度我省文化和旅游市场举报投诉情况分析，相关工作对策如下：**一是**着力整治文化市场突出问题。持续完善以“双随机、一公开”监管和“互联网+监管”为基本手段、以信用监管为基础的新型监管机制，针对文化市场突出问题，实现事前事中事后全链条、全领域监管，严查演出举办单位不依法依规报批、网络书店售卖非法及盗版出版物等违法违规行为。**二是**着力提升旅游景区服务品质。指导景区对标先进地区及标杆景区经验做法，将提升游客满意度作为工作的出发点和落脚点，围绕旅游服务全过程全环节，结合旅游投诉热点，不断优化服务体系，完善服务内容；同时，优化景区从业人员队伍结构，重点提升服务水平及沟通协调能力，避免因服务态度引发的投诉。**三是**着力强化旅行社规范诚信经营。指导旅行社严格落实团队旅游管

理各项制度和规范，依法与游客签订旅游合同；督促旅行社选择具有相应资质的供应商、合作商，做好线路设计和产品对接；引导旅行社诚信经营、规范服务，严格按照合同约定和服务标准进行接待。

四、下一步工作

（一）依法依规分类处理举报投诉。各地要认真落实举报投诉处理属地管理责任，按照工作要求和流程规范，依法依规分类处理文化和旅游市场举报投诉，确保群众的合理诉求得到积极回应和妥善处理。要结合当地实际，定期梳理热点焦点问题，分析研判市场发展趋势和共性问题，有针对性地加强源头治理，进一步规范市场秩序，维护消费者的合法权益。

（二）加强普法宣传和消费提示。各地要强化以案释法、以案普法宣传引导，适时发布执法监管、旅游投诉典型案例，震慑市场违法违规行爲，积极营造守法经营、诚信经营的良好氛围。要加大旅游出行、消费提示，提醒旅游者加强风险研判，增强自身防范意识，出游前选择正规的旅游产品，自觉抵制“不合理低价游”等虚假宣传，保障出游安全和自身合法权益。

（三）强化文旅市场执法监管。各地要结合寒假、春节假期、岁末年初文化和旅游市场特点，紧盯问题易发多发领域、重点场所，加强综合监管，做好热门营业性演出约谈提醒、现场监管、

应急处置等工作。督促旅行社守法合规经营，合理安排旅游线路，落实旅行社用车规范，加强游客出行安全保障，确保全省文化和旅游市场平稳有序、健康发展。

附件：2024年第四季度旅游投诉典型案例



公开方式：主动公开

抄送：厅领导，机关各处（室）、驻厅纪检监察组。

附件

2024 年第四季度旅游投诉典型案例

——旅游景区门票优惠政策与网络直播宣传不符纠纷案

案情简介

2024 年 10 月 6 日，一名游客通过网络平台购买了广州市增城区某景区门票，并于当天携带身高 1.02 米的小孩前往该景区游玩。该游客从网络平台景区的直播中得知，身高 1.02 米的小孩可以享受免票政策，但到达景区后，现场工作人员却告知其小孩需购票才能入园。游客认为景区门票优惠政策与其网络直播宣传的不一致，故拨打 12345 热线进行投诉。

广州市增城区文化广电旅游体育局接到投诉后，立即开展核查工作。景区方面表示，其入园门票优惠政策为身高 1 米以下的儿童免票，且已在售票窗口予以公示。对于游客的投诉，景区承认在直播宣传中可能存在误导。经广州市增城区文化广电旅游体育局调解，景区与游客协商一致，退还了小孩的门票费用。

案例评析

《中华人民共和国旅游法》第九条第二款规定：“旅游者有权知悉其购买的旅游产品和服务的真实情况”；第四十四条规定：“景区应当在醒目位置公示门票价格、另行收费项目的价格及团

体收费价格”。《在线旅游经营服务管理暂行规定》第十二条第一款规定：“在线旅游经营者应当提供真实、准确的旅游服务信息，不得进行虚假宣传”。本案中，景区虽然已在售票窗口公示门票价格及优惠政策，但其在网络直播宣传中误导游客，应当耐心与游客沟通解释，听取游客的合理意见，改进有关工作。

建议提示

在线旅游经营者要主动在网络平台公示经营许可资质证明，加强线上宣传、直播等内容的审查，确保注意事项、免责条款清晰明确，加大对主播、客服、售后等工作人员的培训力度，杜绝利用虚假、混淆性宣传内容误导旅游者消费，确保依法依规开展线上旅游经营业务。

旅游者购买线上旅游产品时，要认真甄别在线旅游经营主体是否具有合法资质，详细了解产品的价格、使用条件、时限要求、退改条件、免责条款等，并妥善保存付款凭证、与客服沟通记录等相关佐证资料。若发生纠纷，可先与旅游经营者协商，若协商无果，可向旅游投诉处理机构或消委会投诉，依法理性维权。