

强制消费 行程“变脸”…… “低价游”何以成为“打不死的小强”？

■ 鲁畅 周蕊 程迪

眼下正值暑期旅游高峰,记者调查发现,虽然近年来旅游法、新修订《旅行社条例》等法律法规的出台均对不合理低价游、强制购物等问题做出相关规定,但在庞大的市场需求和回扣利益链条驱动下,“低价游”仍是国内旅游市场难以根治的痛点。

有明有暗 “低价游”难逃强制消费陷阱

被称作“长城贵宾专线”的北京八达岭长城、十三陵“一日游”收费仅 120 元,行程中,游客不仅在导游“哄骗”下购买 140 元往返缆车门票,还有大把时间被安排在果脯店、玉器店购物,购物时间甚至超过游览景区的时间……日前,北京市旅游委会同多部门依法取缔涉事非法“一日游”黑窝点,并责令多家购物场所停业整顿或停止“一日游”有关业务。

非法“一日游”长期以来是北京旅游市场的一大顽疾。经营者为获得客源,往往利用人们贪图便宜心理,在街头散发小名片、小广告、假地图,或依托部分快捷酒店、社会旅馆,以低价方式招徕客人,报价 50 元至 120 元不等,声称全程无自费可游览河北崇礼、八达岭长城、十三陵、颐和园、故宫等景点。

然而,根据记者暗访及北京市消协发布的体验报告,这类“低价团”往往会在游客上车出发后“露出真容”,要求游客补交团费及自费景点费用否则直接甩客,或是压缩游览时间,致使游客不得不购买景区内缆车票、游船票等。在北京市消协发布的体验报告中,一家名为“我行我信”国际旅行社导游推出了强制自费项目“大龙舟”每人 100 元,称不交这个钱行程无法继续进行。

在旅游业发达目的地,“低价团”隐藏的猫腻同样不少:在日前云南昆明警方打掉的“一起‘低价团’违法案件中,涉事旅行社导游会尽量让游客少睡觉、少进景点,时间都被挤



压出来购物,而购物店内产品的销售价格远远高于进价,多的达到 100 多倍;还有地方的旅行社以不足百元的价格吸引外地游客,在广告中把当地非景点形容为“可免费游览”,目的仍是拉拢游客购物,其中“上钩”的多为老年人。

记者了解到,按照原国家旅游局发布的《关于打击组织“不合理低价游”的意见》,旅行社提供的旅游产品价格,低于当地旅游部门的诚信旅游指导价 30% 以上的,即属于“不合理低价游”。以北京为例,“长城十三陵一日游”无购物线路的最低指导价为 180 元。

回扣成为“低价游”最大利益驱动

记者调查了解到,多年来,国内“低价游”早已形成散发虚假信息、低价揽客、变更行程、强制购物或消费、车取回扣等一整条利益链,这其中,游客就像“小绵羊”一样被包括组团社、地接社、导游、司机、购物店等在内的各环节“薅羊毛”。

一位旅游从业者告诉记者,当前,国内旅游市场强制购物最为突出的是云南等地。“一些地方购物、餐饮商家会给导游 40%—50% 返点,在云南可以达到百分之七八十。地接社将整段行程‘卖’给导游,或者是分段‘卖’给不同的导游。导游最终通过诱导、胁迫等强制消费办法赚回扣来‘填坑’。”

根据昆明警方打掉的违法案例,短短一年多,一个购物店返给一家旅行社回扣近 2000 万元;游客购买的翡翠、银器等商品,回扣则低 30%,高则 90%。其中,一家涉案旅行社 70% 以上的收入都来自购物回扣。正是靠着高额回扣,这家只有 12 人的旅行社 2017 年净收入达 1200 余万元。

除了购物返点,导游在游客自费项目中也有利可图。北京市旅游委执法大队相关负责人曾告诉记者,旅游法出台后,导游强迫购物的情况减少,景区门票回扣和差价是“一日游”导游收入的主要来源。例如北京昌平一家文艺演出馆,也是“一日游”和周边游的必经地,对外门票每张 150 到 180 元,但给导游的

价钱只有 10 元,导游则以 100 元一张卖给游客。

一位业内人士透露,还有一些“低价游”强制购物的背后,是购物场所和自费项目经营者介入旅游市场,甚至通过资本运作收购、控制或设立旅行社,拉客人消费,形成完整的利益链条。

破解症结仍需多方合力

业内人士认为,随着近年来国家和地方层面陆续出台相关法律法规、加强旅游执法力度和力量,“不合理低价游”得到一定程度遏制,但时常出现的市场乱象仍对城市形象、游客体验造成不良影响,从根源整治“低价游”乱象,防止“劣币驱逐良币”,仍需多方形成合力。

在市场监管方面,由于“低价游”违法行为的各个环节涉及旅游、交通、工商、网信等多部门,需加强综合执法并形成综合监管合力。在此基础上可通过地方立法加强对“低价游”的震慑管理,例如针对以不合理低价非法揽客、诱骗、强迫或者变相强迫旅游者参加购物活动、擅自变更行程或甩团、甩客等行为,构成犯罪的追究刑事责任。

近年来屡屡发生的“恶导游”事件,就是“低价团”暴露的典型问题。一位旅游企业负责人介绍:“不少导游由于没有底薪,缺乏保障,也缺乏考核奖励机制,因此大多抱着‘捞一把是一把’的心态从事旅游工作。提高旅游行业的准入门槛,提升旅游行业的待遇,是破解‘低价团’问题的重要环节。”

业内人士同时指出,消费者要理性文明消费,强化维权意识。北京市消协秘书长杨晓军认为,消费者在出游前要了解旅游线路信息,理性文明消费,对于低价团、甚至零团费线路要警惕。要加强自身权益的保护,在出游前务必签订合同,注意合同中的不合理条款内容,保存相关证据,最大程度保护自身利益。

生鲜食材消费升级 中国冷链物流产业“热”起来

■ 何欣荣

购买生鲜,是时下流行的消费选择。如何“保鲜”,则是令人头疼的事情。瞄准这个痛点,今年以来我国的冷链物流产业迅速发展。大笔资本涌入,布局从冷链仓库、干线运输到城市末端配送的各个环节,为消费升级和生鲜电商提供“保鲜”方案。

今年 6 月底,上海市民周源收到朋友从浙江寄来的一箱杨梅。刚打开纸箱,就闻到一股浓浓的酒味。原来,因为天气炎热,加上快递途中有所延误,纸箱里的冰全化了,杨梅也都坏了,最后只好扔掉。

像周源这样的遭遇并不鲜见。中国食品工业协会的一份报告显示,由于冷链系统不完善,我国每年损耗约 1200 万吨水果和 1.3 亿吨蔬菜,数量十分惊人。

“冷链物流最大的挑战之一就是行业小散乱。年收入在 5000 万元以上的,就能进入冷链百强,行业尚未形成头部效应,大公司的带动作用没有充分体现。”专注于冷链供应链建设的宇培供应链集团高级副总裁姚继胤说。

行业小散乱带来了一系列问题:如很多冷链仓库都是单一温区,无法提供常温、冷藏、冷冻多元模式,不能帮助客户有效降低物流成本。冷藏车辆不够规范,部分车辆存在二手冷藏柜非法改装等问题,存在一定的食品安全隐患。

北京物资学院物流学院副院长王晓平表示,随着消费升级,消费者对食材的新鲜度要求越来越高。新零售群雄逐鹿,生鲜产品成为不少电商布局的重点。这些市场需求的变化带动冷链物流进入快速发展期。姚继胤也表示,从 2017 年下半年开始,感觉企业被市场推着走,冷链业务供不应求。

在市场和资本的双重推动下,行业格局逐渐生变:

一是部分零售企业和生产商自建冷链业务。如以生鲜电商起家的易果集团就成立冷链物流平台安鲜达。生产肉制品的双汇也成立自己的物流公司,打造从生产到消费的全程冷链。

二是快递物流企业纷纷开辟冷链战场。申通快递去年设立申雪供应链管理有限公司,提供冷藏、冷冻仓储和冷链当日配、次日配等供应链服务。顺丰控股近日宣布和美国冷链物流公司夏晖成立合资企业,后者是麦当劳的主要物流服务商。

值得一提的是,快递公司发力冷链物流,对快递“向下”服务农村市场、带动农民增收有重要意义。如申雪公司就在安徽砀山县投资建设大型冷链仓储物流项目,帮助砀山生产的水果缩短“从田间到餐桌”的距离。

三是第三方冷链企业迎来爆发期。近日,宇培供应链宣布与美团新零售业务“小象生鲜”开展深度合作。目前,宇培在全国运营冷链园区 22 个,总面积达 45 万平方米。考虑到我国生鲜产品进口的增加,宇培计划到 2021 年底在全球建成 58 个冷链园区。

“由于全程冷链的需要,冷链供应链涉及大量的资源整合,复杂性较高,这给专业的第三方企业提供了巨大的市场空间。”姚继胤说。

根据相关机构统计,目前我国的冷链物流市场年复合增速超过 20%,预计到 2020 年底将达到约 4700 亿元的规模。中国物流与采购联合会秘书长崔忠付说,我国一方面要强化冷链基础设施的建设,另一方面要逐步建立冷链物流标准体系。特别是在食品冷链物流方面,形成行业准入门槛,提升行业运作水平。

深圳建行将对实体经济企业给予重点支持

中国建设银行深圳分行近日宣布启动“同舟行动”,服务深圳市实体经济发展。未来三年内,建行深圳分行将在贷款规模和定价水平上对实体经济企业给予重点倾斜。

建行深圳分行副行长张跃云说,建行深圳分行围绕深圳市七大战略新兴产业及四大未来产业,制定专属的综合金融服务方案,支持主营业务突出、盈利模式清晰的实体企业,在贷款规模和定价水平上给予重点倾斜。“我们承诺,未来三年内在实体领域的贷款增速不低于平均贷款增速;实体企业的定价不高于全行平均贷款利率水平。”

据悉,建行深圳分行在本次“同舟行动”中,全面升级针对实体企业的融资配套产品:一是新的融资场景,围绕建筑业、先进制造、电子通信等细分行业,全面推广网络供应链等内生性融资;二是新的风控标准,加大与知识产权评估等外部机构合作,引导企业盘活无形资产,逐步降低对抵押担保和外部评估的依赖;三是新的补偿机制,与政府主管部门及风险补偿基金合作,加快困难企业重组和平稳过渡。

铁运公司夯实设备检修基础确保安全运输



马钢铁运公司按照运行有效、保障有力、系统优化、节能降耗的要求,落实全面规范化生产维护体系管理理念,在满足以高炉保产为中心的铁水保供运输的前提下,紧紧围绕铁路安全运输、稳定设备运行、提升保障能力,不断持续改善设备运行效率,为安全运输保产夯实设备基础,为实现年度生产目标提供有力支撑。图为该公司职工检修内燃机车时的情景。

汪盛竹 胡峰 摄影报道

中企“智慧教室”助力尼日利亚教育均衡发展

中国在线教育企业网龙网络公司日前表示,该公司已在尼日利亚正式启动“N-Power Junior 智慧教室项目”,通过打造数字教育平台助力尼日利亚教育均衡发展。

网龙公司首席执行官熊立对记者说,网龙先期在尼首都阿布贾捐建一间智慧教室,“此次捐赠的智慧教室只是开端,未来我们将帮助尼日利亚建设更多智慧教室”。

据了解,“N-Power Junior 智慧教室项目”旨在提升当地小学、初中学生的科技知识和技能,其中包括编程、计算机绘图设计、机器人应用、网络和基础工程应用等方面的能力。

尼总统特别助理奥莱洛普·阿德福里勒在项目启动仪式上说:“通过智慧教室以及后续在数字教育上的合作,我们希望通过技术推动实现可持续发展目标,包括素质教育、经济

增长以及工业和创新方面的可持续发展,并且通过电子学习平台、教育软件 and 应用程序创造就业机会。”

熊立说,网龙将协助建设尼日利亚国家教育资源公共服务平台、国家教学社区网络平台、国家数字人才培养平台及国家未来教育体验中心,通过一系列资源整合,促进尼日利亚教育均衡发展。(郭骏)

上汽红岩将携三款全新智能产品亮相首届智博会

首届中国国际智能产业博览会(以下简称“智博会”)将于 8 月 23 日-25 日在重庆国际博览中心举办。上汽依维柯红岩商用车有限公司(以下简称“上汽红岩”),届时将携三款最新智能重卡产品——大马力互联网梦想卡车、智能车罐一体化危化品牵引车和智能网联 6x6 全驱大件运输车,亮相本届智博会 S5 馆 S5026 展位。

据了解,作为“西洽会”之后又一个落地重庆的国家级展会,智博会定位于国际化品牌、国家级标准、专业性盛会,是重庆市落实《新时代人工智能发展规划》,加速中国人工智能产业发展,以智能产业带动西部崛起的一个重要举措。上汽红岩作为国内第一家重卡合资企业,凭借紧跟时代潮流的市场嗅觉和领先行业的网联科技研发能力,创新研发出了以互联网梦想卡车为代表的系列智能化重卡产品,为重卡产业的智能化升级作出了积极贡献。

即将在智博会亮相的互联网梦想卡车,是上汽红岩在互联网和大马力成为重卡主流发展趋势的大浪潮下,创新推出的升级版互联网卡车。在智能网联化方面,该车型最大的亮点是将“移动互联、人工智能、卡车平台”相结合,实现了互联网梦想卡车“e 交互”、“e 起乐”、“e 同聊”、“e 安全”、“e 路行”、“e 诊断”、“e 平台”七大智能化功能;在动力性能方面,该车型搭载屡获达喀尔拉力赛桂冠的依维柯赛车所匹配的经典 Cursor 13L 发动机,最大 560p 马力的动力输出实力彰显王者风范。同期展出的智能车罐一体化危化品牵引车,是上汽红岩在化工物流运输安全性亟待升级的市场环境下,全新研发的国内第一款智能车罐一体化危化品牵引车,具有创新 C2B 模式、标准化车罐一体、国际化制造体系、全面的主被动安全性能、领先的智能网联及科学的轻量化五大特点。该车率先采用用户全流程参与的大规模定制,让用户可以参与到车

“传递爱 让梦想飞”宋河老子国学教育基金会 2018 精准扶贫捐助助学活动举行

本报讯(记者 李代广)8 月 17 日,由河南省宋河老子国学教育基金会(以下简称宋河教育基金会)联合河南省老区建设促进会(以下简称河南省老促会)、大河报社主办的“传递爱 让梦想飞”2018 精准扶贫捐助助学活动在河南饭店举行。

本次爱心助学活动,共选出 201 位符合条件的贫困学生,其中建档立卡家庭学生 127 名,低保家庭 17 名,孤儿家庭学生 17 名。最终由宋河教育基金会出资 201 万元,为每名學生提供 1 万元助学金。

河南宋河酒业股份有限公司党委书记、总裁朱景升表示,八年来,在宋河酒业的捐助下,宋河教育基金会致力于弘扬国学,资助教育,公益足迹遍及全河南省的革命老区、贫困山区多达 18 个地级市,获得荣誉无数,深受全省人民的好评。除了宋河教育基金会的捐助,如今宋河的公益事业已经渗透到社会的方方面面。企业不能只为了盈利而存在,还需要社会责任的担当和社会价值的实现。

“传递爱 让梦想飞”百万助学活动已经成为宋河教育基金会的一个慈善公益标志性品牌,自活动开启至今已出资 1600 多万元,资助 1600 多名贫困大学生。

截至目前,宋河教育基金会累计用于资助老区教育的费用达 6000 余万元。援建希望小学 3 所,发放新华字典 15 万余册、图书近 20 万册,覆盖率惠及全省 18 个地市。



中企承建污水处理厂在孟加拉国开工

采用中国设计标准并由中国企业承建的孟加拉国达舍尔甘地污水处理厂项目开工仪式 8 月 19 日在孟首都达卡举行,孟加拉国总理哈西娜、中国驻孟加拉国大使张佐、孟方政府高官、议员等数百位嘉宾参加了开工仪式。

据介绍,达舍尔甘地污水处理厂项目由中国水电工程顾问集团公司负责设计和施工。项目业主方为达卡市水务局,建设资金是来自中国的优惠贷款,合同金额约 2.8 亿美元。

该项目位于达卡市郊,污水处理规模为每天 50 万立方米。项目建成后将成为孟加拉国乃至南亚地区最大规模的污水处理厂,也是孟加拉国第一座使用中国援外优惠贷款、采用中国先进技术并由中国公司建设的污水处理厂,对孟加拉国改善民生、提高基础设施水平具有积极意义。

(刘春涛)

(印明)