

有一套“标准”的操作流程,按照游客来源地、职业、年龄,给出不同的价格

云南旅游“零负团费”咋成了打不死的“小强”?

一些旅行社曾推出不进店消费、无自费项目的品质游,却叫好不叫座

本报记者 黄榆

近日,一个题为“不满意游客消费低,云南一导游大发雷霆,大骂游客的道德、良心在哪里”的视频在网上被疯传,又一次引发了公众对“零负团费”的关注。5月中旬以来,《工人日报》记者连日采访发现,在不成熟的旅游市场中,一些旅行社、导游与游客卷入了一场以购物为载体的“恶性循环”。

昆明作为云南旅游的集散地,一组数据足以反映出云南旅游市场的现状。昆明市数字旅游平台数据显示,2014年投诉的重点依然集中在旅行社、导游、购物店,在对旅行社和导游的投诉中,由购物引起的投诉仍占较大比例。问题包括导游服务不规范、语言挖苦讽刺、擅自改变行程、延长购物时间、欺骗胁迫购物、价格虚高,以次充好等,而这些问题都与“零负团费”密切相关。

购买力越强的客人，旅行社给的报价越低

近年来,云南旅游规模日渐扩大,旅游人数逐年攀升,2014年全省累计接待海内外旅游者超过2.8亿人次。由于旅游市场竞争激

烈,产品同质化严重,云南旅行社几乎都选择降价,以竞争揽客。

以成本价约1600元的“昆明—大理—丽江”路线为例,如果是一单来自北京的旅游团队(行业内对全国各地的游客有等级划分,北京、东北等地游客被划分在购物能力强的第一档),有云南地接社不但不收团费,还会倒给组团社2000元。

“你的身份证是外地的吗?哪儿人,多少岁,什么职业?”5月10日,昆明某旅行社一门店的工作人员详细询问着一位进店咨询顾客的信息,得知客人只有3天时间,工作人员推荐了588元的大理、丽江三日游。

“每天要进2个购物店,但是可以买东西,现在去不用担心导游说话难听,因为正在风头上。”工作人员解释。

据介绍,“零负团费”的运作模式有一套“标准”的操作流程。游客报名时,旅行社会按照游客的来源地、职业、年龄,给出不同的价格,被认为购买力最强的客人,给的报价最低。

云南资深导游吴鹏玲2004年入行至今,已涉足这个行业的所有环节。她透露,“经过精准测算,按照区域购买力,全国旅游市场都有准确的排名。内蒙古人最能花钱,其次是天

津、北京游客,五六年前就是这样。”

据一位不愿透露姓名的业内人士说,2014年5月1日《云南省旅游条例》实施,在最初的几个月里,一些旅行社推出了不进店消费、无自费项目的品质游,但由于旅游市场激烈的低价竞争,这类纯玩团叫好不叫座。目前,云南旅游市场几乎见不到这样的纯玩团。

合同只说要进店，并没规定一定要买

虽然不赞同“零负团费”,但业内人士普遍清楚,目前市场上高达90%的团都在低于成本运作,但最后赚的并不少。不少旅行社甚至热衷于做“零负团费”,因为购物店给了朦胧的利润空间。

“恶性竞争中,导游的生存空间被挤压殆尽,只能以购物作为救命稻草,搞赌博式带团。”吴鹏玲表示,“零负团费”矛盾的冲突点通常就爆发在“合同只说要进店,并没规定一定要买”上。

西南林业大学副教授、律师李春光认为,这样的合同实际上侵害了消费者的选择权,且具有误导性,有可能以合法的外衣,做非法

的事情,要游客接受不想要的商品和服务。但在实际操作中,负责揽客的人会告诉游客:“不购物导游可能说话难听,你不理就是了。如果问题严重,可用相关法律为自己维权。”因而吸引着一批贪图便宜的人来云南旅游,这无疑给旅游市场埋下了隐患。

游客仅承认自己所签的合同,导游又希望挽回成本,导游与游客的冲突,就是导游“不服输”的结果。处理过无数起旅游投诉的吴鹏玲说,这是典型的“信息不对称型投诉”,导游理所当然地认为,自己知道的内容、游客也应该明白。

游客不只是受害者,某种意义上也是施害者

“零负团费”虽招来不少诟病,但它在市场中依旧顽固地扎根、生长。

业内人士指出,目前云南的旅游市场处于无序竞争的状态,产品同质化严重,品牌不突出,这导致价格成为游客在选择旅游产品时唯一的衡量指标。“同样的线路,同样的内容,游客设法区分各家旅行社的差异,只能看价格作出选择。”

“事实上,当下不合理低价游泛滥,游客

接种疫苗疑被调包惹众怒,相关部门及时介入调查

重庆力避“疫苗之过”演变成“信任之失”

4名涉案医护人员已被刑拘

本报重庆5月16日电 (记者李国 实习生郑荣俊)接种疫苗疑被调包惹众怒,重庆相关部门及时介入调查,5月15日,4名涉案医护人员被刑拘,并在全市开展预防接种工作专项整顿,对所有预防接种单位开展拉网式排查,严厉查处违纪违法行为,杜绝类似事情再次发生。

5月13日,有市民反映重庆市第六人民医院花园路街道社区卫生服务中心接种门诊注射“五联”疫苗时,使用的注射器与原装注射器不一致,家长怀疑疫苗被调包,引起社会广泛关注,进而出现大量人员聚集要求院方“给说法”。

5月14日,《工人日报》记者来到花园路街道社区卫生服务中心,发现中心的工作人员全部不在,二楼打疫苗的地方也已关闭。一位现场相关部门工作人员称,涉事的护士和医生已经被控制了,第一个发现此事的妈妈

也在调查组参与调查。

据了解,由于近期已有多地发生“疫苗事件”,重庆市、南岸区相关单位对此高度重视,立即成立联合调查组开展调查核实工作。联合调查组负责人告诉记者,此次接种的“五联”疫苗为涉事卫生服务中心从南岸区疾控中心购买,疫苗来源渠道规范,运输、储存均符合国家相关规范。经调查,未使用原包装注射器是因为接种护士彭某当天接种“五联”疫苗时,因操作不慎导致注射器针头受到污染,为避免感染,彭某便从操作台另取一支一次性注射器来替代原装注射器。

事发后,相关部门将涉事护士彭某带离并开展调查,现已初步查明,彭某及涉事卫生服务人员中心职工龚某、程某、彭某某等4人利用职务之便,牟取私利行为,已涉嫌犯罪。为逃避检查,他们将采购的部分疫苗不入账、不开发票,不如实、不规范填写相关记录,造成部分接

并不只是受害者,在某种意义上也是施害者。”云南大学人文学院客座教授洪天福说,有需求才有市场,一些旅行社恰恰是利用了游客贪图便宜的心理,低价揽客,然后通过欺骗、强制游客购物等手段非法获利。诸如云南10天880元的报价,明显低得离谱,甚至都不够来回的机票钱。然而,明摆着是陷阱,可就是有游客愿意往里面跳,到头来因为贪小便宜吃了大亏。零团费、负团费等旅游乱象之所以屡禁不止,跟一些游客缺乏自我保护意识,轻易选择廉价低质的旅游产品不无关联。

此前,国家旅游局发布提示,包括旅游者在内,非法“不合理低价游”的买卖双方均须承担法律责任。国家旅游局解释说,游客要坚决抵制“不合理低价游”,不得与经营者签订虚假合同,与经营者签订虚假合同,一方面需要承担法律责任;另一方面,一旦被查获,不仅不能获得赔偿,还将受到处理。

“一个巴掌拍不响”,从管理约束游客的角度来看,对不合理低价游展开打击整治工作,相当于找准了不合理低价游成交的“另一个巴掌”,遏制住了游客们的不理性参与欲望,使其无法与不法经营者一拍即合。

商务部:消费市场平稳向好

本报北京5月16日电(记者北梦原)记者今天从商务部获悉,4月份,全国实现社会消费品零售总额2.46万亿元,同比增长10.1%,前4月累计同比增长10.3%。商务部市场运行司负责人表示,随着国内消费品产业升级、支持个人信贷消费等政策陆续实施和夏季旅游旺季的到来,预计消费市场将持续平稳向好的发展态势。

据了解,商务部监测的5000家重点零售企业销售额月度增速连续两个月回升。同时,网络零售继续保持较好增长态势。前4月,我国网络零售额同比增长25.6%,占社会消费品零售总额的比重升至11.1%。此外,消费市场中,餐饮收入增长明显加快,吃、穿、用、住等基本生活类商品销售普遍提速。

山东县级创新服务平台建成

本报讯 (记者丛民 通讯员赵文春 肖根法)日前,山东省新泰市科技创新服务平台正式上线。该平台是山东省县级政府部门第一个云服务平台。该平台包括网站、电脑客户端等六大板块。用户通过平台可以随时随地了解创新政策、提出技术需求、寻找科技成果、对接专家教授,实时在线交易,实现“数据一网打尽、服务一步到位”,进一步提升精准服务、深度服务的水平。

据介绍,服务云平台作为新泰供给侧改革的一个创新点,与2014年新泰成立的全省首家县级科技创新服务中心构成了线上线下“O2O”科技服务新模式,成为创新即时通、服务零距离、科技服务新常态的有益探索与实践。

广铁集团正式实施新运行图

本报讯 (记者叶小钟 刘友婷 通讯员彭贵阳)从5月15日零时起,广铁与全国铁路一样实行新的列车运行图。记者从广铁集团获悉,该集团管内安排日开行旅客列车937对,较2007年的270.5对增加了2.5倍,客货列车运行时间、径路均进行了全面优化。

据介绍,广铁这次调图呈现五大亮点:多,列车开行数量更多,客货运力大幅增长;快,部分普速旅客列车运行时间大幅压缩;远,列车开行距离更远,首开深圳至乌鲁木齐特快列车;近,动车组开行候车距离更近;优,优化货物列车开行方案,推进铁路现代物流发展,满足货运运输时限要求。

秦皇岛孵化器入驻十项目

本报讯 (特约记者朱润涓 通讯员孟仲杰)近日,秦皇岛开发区北岛博智科技孵化器举行春季企业入驻签约仪式,十个总投资3.7亿元的极具成长性项目正式签约入驻。

据悉,北岛博智是河北省首家社会资本进驻成立的孵化器,立足工业和信息化产业升级、助力中小微科技型企业快速成长为目标。本次签约的十个项目分别属于智能制造、新能源新材料、智能解决方案以及大数据分析,既有海外的成熟项目、科研院所的高新技术,也有在校大学生自主研发的创业项目,无论是在技术还是在市场上,都具有很强的潜力。

世界名酒高峰论坛纵论世界名酒的谋与变

2016年5月10日上午,贵州省旅发大会重要活动之一的“世界名酒高峰论坛”在茅台集团举行,与会嘉宾畅所欲言,就“融合、创新、发展、共赢——世界名酒的谋与变”的本届核心议题发表了各自看法,并展开了深刻讨论。

这次世界名酒高峰论坛,是茅台集团首次作为东道主在公司总部承办的国际性会议,其目的是为世界名酒搭建一个沟通的平台,架起交流互鉴的桥梁,倡导“世界酒类企业因势而谋、应势而动、顺势而为,走出一条共赢合作之路,促进共同发展”。

国酒茅台的“打破”与“创新”

“打破才能有生机,创新方能求突破”。1915年,茅台酒在大洋彼岸旧金山举行的巴拿马万国博览会上演“智胜酒瓶扬国威”经典传奇。100多年来,茅台坚守传统工艺,坚持“崇本守道、坚守工艺、贮足陈酿、不卖新酒”的质量宪法,1瓶茅台酒从生产到出厂必须经过5年以上时间,历经30道工序165个工艺环节的锤炼;坚持精雕细琢、精益求精,追求极致的工匠精神;坚持全面质量管理。今天,茅台酒厂已成为世界上占地面积较大、制酒房和库房较多、上交税金和全球蒸馏酒单品牌销售额均名列前茅的知名品牌,品牌价值达2729亿元,资产总额突破千亿大关,盈利能力超过了国际酒业巨头保乐力加。2015年11月12日,美国旧金山市长李孟贤代表旧金山市政府隆重宣布,将11月12日定为旧金山“茅台日”。

贵州茅台集团董事长、茅台酒股份有限公司董事长袁仁国在发言中强调,创新驱动是世界大势所趋,世界酒业正面临新的增长动力源泉的窗口期,要以创新激发发展潜力、增强增长动力,培育新的核心竞争力,不断提升核心竞争力、产业竞争力、品牌影响力、市场占有率。同时,全球商业已步入电商时代,互联网正在深刻地改变整个营销环境、营销格局,酒类企业要以“互联网思维”,重视电子商务的运用和创新,积极探索“互联网+”,促进销售渠道创新。中国白酒企业要重视传统文化的发掘、弘扬与创新,增强酒文化感染力、影响力、传播力,培育酒文化的引力波,提高酒文化的软实力,弘扬酒文化,培养酒的爱好者、继承者、传播者。同时,要借鉴和吸收外国好酒文化,结合中国白酒特点,创造年轻人群饮酒的新方法。

更开放的市场和更富挑战性的竞争

在谈到“共谋坚持开放”时间,袁仁国说,经济全球化带来的开放和竞争,既给中国传统的白酒市场冲击和压力,也带来了新的模式和思维,拉近了中国与世界市场的距离。中国白酒企业应该主动参与国际竞争,从跨国企业的治理模式中吸取营养,在坚守和传承民族品牌核心竞争力的同时,加深对世界的理解和学习,不断改进、创新商业模式,不断追求卓越,逐步提升在不同文化背景、不同制度环境下拓展市场的能力。

中国改革开放30余年,既诞生了像阿里巴巴、华为、腾讯这样的新兴品牌,也有类似茅台这样,从传统产业跃升世界品牌的老企业。拥有自主知识产权,有着强大产品号召力的中国白酒领军企业茅台,已成为推动社会发展与进步的重要引擎。

“一花独放不是春”,袁仁国说,中国白酒企业不能固步自封,必须加快文化融合,不断吸收和借鉴世界各国酒文化文明成果,寻求新的发展活力,力争包容、兼容中西文化。当前更多世界名酒会涌入中国市场的同时,中国的酒类产品也要寻找更多的渠道进入世界市场。长期以来,茅台主动融入国际市场,从跨国企业的治理模式中吸取营养,逐步提升在不同文化背景、不同制度环境下拓展市场的能力。茅台国际营销网络覆盖了60多个国家(地区),在法国巴黎设立了办事处。2013年,茅台在法国波尔多购买了一家古老的酒庄。

袁仁国指出,“合作”是世界名酒企业行稳致远的“金钥匙”。世界白酒企业要相互依存,日益结成利益共同体和命运共同体。要摒弃零和游戏、你输我赢的旧思维,建立新的“朋友圈”,坚持包容并蓄、交流互鉴,努力求同存异、聚同化异,积极扩大利益汇合点,树立双赢、共赢的新理念。中国是全球规模最大、活跃度最高的市场,中国白酒企业应抢抓“一带一路”的机遇,更为主动走向国际化市场。同时,要加强供给侧结构性改革,依靠优化结构,创新国际市场供给。中国白酒要与世界酒企开启文化、战略、营销等方面的合作,实施竞争战略,优化配置市场资源,提升营销效率,促进世界酒类营销格局的演变。

世界白酒业界的头脑风暴

在当天的名酒高峰论坛上,保乐力加中国董事总经理高晟天在发言时介绍了保乐力

加的发展脉络。高晟天指出,创新是品牌长青的秘诀:以集团旗下最具悠久历史的品牌之一“马爹利干邑”为例介绍了创新发展的做法。“通过这些对创新持之以恒地投入,我们坚信一个拥有悠久文化传统的品牌将继续闪耀光芒,并在现有的历史底蕴之上再添华彩篇章。”高晟天说。

中国酒业协理理事长王延才介绍,“十三五”期间中国白酒行业的发展规划主要从以下4个方面进行:把握经济发展新常态方面,要科学认识当前形势,准确研判未来走势,坚持以提高经济发展质量和效益为中心,把握“一带一路”经济增长新机遇,推动中国酒业国际化进程,实现中国民族产品跨入世界酒类大舞台的梦想;文化先行方面,要积极构建文化体系建设,弘扬酒文化深刻内涵,倡导理性饮酒,引导科学消费;全面实施品牌战略,树立行业形象,践行诚实、诚心、诚信的经营理念,勇于承担社会责任;积极推广科学、文明的酒文化,引导正确消费,满足人民精神文化与物质文化的双重需求;创新驱动方面,要坚持走新型工业化道路,加大科技投入,推动技术进步和自主创新能力;促进产业转型升级,积极开展信息化和工业化深度融合,狠抓改革攻坚,突出创新驱动,实现酒类装备的机械化、自动化、信息化和智能化;提升综合竞争力方面,要加强食品安全保障,提高质量效益,强化风险防控;构建结构合理、均衡发展的产业格局,突出创新驱动,科学设计丰富多样、个性鲜明、多元化与差异化组合的产品结构,提升行业综合竞争力。

王延才指出,作为特殊的终端消费品,酿酒行业在中国经济换挡转型期,一方面要承受原材料、能源、劳动力成本大幅上升的压力,另一方面要努力适应和应对低碳经济、节能减排、转型升级、食品安全、环境保护、消费理念和消费结构变化、以及外国强势酒文化渗透等诸多压力;同时还必须担负起改善民生、稳定价格、保障消费,扩大内需,促进区域协调发展的责任和义务。“十三五”期间酿酒行业的整体经济运行状态将保持良性、健康、稳中有增的态势。

与会中外嘉宾还围绕“时代巨变,任何一个国家似乎都无法独善其身,作为酒水制造商,如何面对市场的市场与国际市场,如何去面对的抢占更多的市场版图”等话题进行了讨论,纷纷表示将加强相互之间的交流和合作,为推动世界名酒企业交流合作作出贡献。

(李丰 金时岱)



能改善出行方式,但有信用、技术等问题待解

新能源汽车分时租赁机遇与挑战并存

本报讯 (记者杜鑫)新能源汽车分时租赁是近年来兴起的一种准公共交通服务模式,它介于城市公共交通和私人交通之间,是基于“互联网+”思维模式出现的新型汽车租赁服务。在近日举行的“5·26汽车共享工程”建设专家研讨会上,不少专家、业内人士提出,分时租赁大大促进了人们出行方式的改善,同时也为城市发展提供了更多的解决方

案。但信用、安全、技术等问题仍然有待进一步解决。

“5·26汽车共享工程”的最早倡议方宝驾租车创始人兼CEO李如彬透露,计划在全国100个城市,建立至少100个提供电动汽车分时租赁服务的示范汽车共享站,其中10个重点城市将达到千站规模。

对此,有专家表示,分时租赁现在面临着

很好的发展机遇,当下公务车的改革,人们生活水平的提高以及政策的向好,对于整个汽车共享的商业模式和出行模式都是极大的促进。

不过,与会专家也指出分时租赁正面临着一些挑战。中国互联网协会副会长高新民认为,汽车共享在国内推广难点在于社会信用水平有待提升,单靠企业或某个城市去操作成本很高,需要有切实的解决办法。同时他指出,技术问题仍然是汽车共享所面临的重大问题,保证信息等分享安全性,仍需入局者高度重视。

对此,工业和信息化部软件与集成电路促进中心云计算研究中心主任杨东日也表示,智能交通整个商业模式的核心是要建立在一个信用体系上,对信用体系的打造是个重点。

产和人造草坪生产,“前期企业遇到融资难题时,正是凭借这些专利技术,顺利获得了专利权质押贷款。”

于康表示,目前企业正在设计开发一种草坪人造丝一体化生产线及生产方法项目,改变传统生产模式,优化中间工序,实现了一体化流水线人造丝生产,填补了国内空白。

“今年全市知识产权工作重点内容之一就是继续推进专利权质押银行贷款,有效解决科技型中小企业贷款难、贷款贵问题。”胶州市科技和工业信息化局局长郝国新表示,胶州的专利权质押银行贷款模式,正在不断完善相关工作规范和细则,建立多方参与的合作机制。截至目前,已推荐13家企业申请专利权质押贷款。