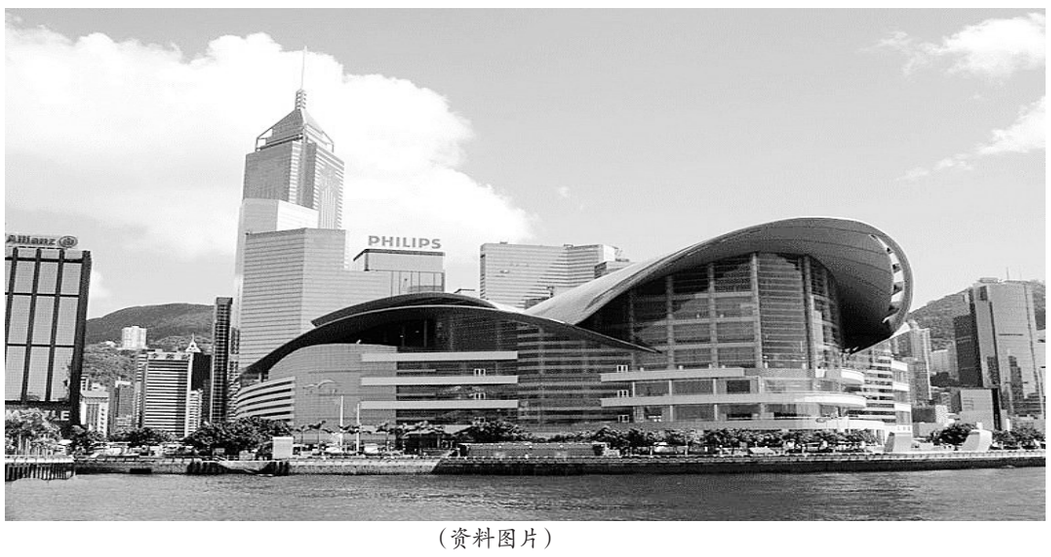
特价游：无法逃脱的尴尬

香港是“旅游天堂”，也是“购物天堂”。对此，谁都没有异议。但如果内地游客在“旅游天堂”遭遇“被购物”，又该如何？

只有7%的游客选择观光购物团前往香港旅游，大多数人选择的是自由行和纯玩团，但正是观光购物团，成了内地游客与香港旅游业“摩擦”的焦点。在“旅游天堂”购物，或者说在“购物天堂”旅游，游客与旅行社之间该如何走出“购物攻防战”的尴尬？日前，记者作为游客，加入了特价购物旅游团，与团友们共同体验了在“旅游天堂”购物游的甜酸苦辣。



（资料图片）

个个想“摒牢”，个个“摒不牢”

因为要去香港为母亲扫墓，又不愿惊动当地的亲戚，半个月前，柴大叔偕夫人报名参加了一个“香港双飞四日游特价团”。报名时，旅行社提供的行程单上写明：四天时间里，往返路程两天，一天自由活动，半天购物、半天旅游。团费为每人1499元。

旅行社小姐告诉柴大叔，赴港旅行团一共有三种：自由行、纯玩团和观光购物团，其中观光购物团最便宜，而柴大叔选择的就是观光购物团。看到柴大叔有些迟疑，旅行社小姐马上解释说：“虽然有半天时间是购物，但绝对不会强迫购物。如果有人强迫你，你回来寻我！你再想想，1499元包了来回机票、机场接送、四星酒店、迪斯尼和海洋公园门票，自助游的话这点钱连机票都不够啊。”

这一席话打动了原本就想“省一点是一点”的柴大叔。老柴夫妇心里打着“摒牢不买”的念头，与其他6名团友一道组团来到了香港。

头天晚上飞到香港，第二天一觉醒来用过早餐，香港地接社就开始安排购物。两个购物点：一家珠宝店、一家手表店。9点多，旅行团被带进珠宝店的销售长廊。行程单上告知，旅行团将在这里停留2个小时。

展厅的结构很特别，入口和出口在平行线上，门边分别有多人“把关”，入口随时为游客敞开，而出口的大门却不会轻易开启。

一进长廊，一群身着制服的导购小姐立马围拢上来。仅仅数秒钟，柴大叔发现，他们每个人身边都有了一名热情的导购小姐。柴大叔说，这种“人盯人”的架势，要不是自己从小在足球队操练过，心理上确实“压力山大”。

“阿叔，人生苦短，舍得花钱才会懂得赚钱嘛。”

“靓仔啊，钻石钻石，买了年年有得赚嘛。”

……

仅仅几分钟，柴大叔便招架不住了，好不容易憋出诸如“太贵”、“不好看”、“不适合”等理由，却被导购小姐轻松化解。而导游也在一旁推波助澜，劝游客爽快掏钱。柴大叔的心里开始有点慌，无言以对女导购精心设计的推销词，只好假装耳背低头走路。

但女导购却始终保持着寸步之隔粘上了他。没熬过半个小时，柴大叔已经招架无力，只好对女导购亮出底牌：“我是男的，只管钱不管买东西。那是我老婆，你们找她说去，她点头我就掏钱，你们别来烦我了！”

柴阿姨马上被两名女导购“左右夹击”。没有见过这阵势，她很快被钻石项链、软金手镯晃花了眼，出发之前曾信誓旦旦保证一定要“摒牢”的她，最终还是“全线失守”。“32分裸钻一粒，6000元，多谢惠顾！”在女导购嗲兮兮的嗓音里，柴大叔只得摇着头掏出了信用卡。

柴大叔后来知道，在出发的飞机上一起约定要“摒牢”的团友，也纷纷“缴械”掏出了钱包。“从团费上省下来2000元，结果在商店里被小姑娘七花八花用掉6000元，”柴大叔已经算清了账，“不过阿拉自愿参加购物团，就等于同意来购物；假使事先就存心不购物，那就是阿拉违约。想白白赚人家便宜，世上没这么好的事情。他们来个精神轰炸，钞票总归要摸出来的。”后怕不已的柴大叔，当晚与柴阿姨讲定，明年再来香港扫墓，绝对不参加购物团，还是“自由行”吧。

是钻戒金表团，还是化妆品奶粉团？

和柴大叔不一样，旅行团里的两位女孩子——同在一家日企工作的小吴和小陈，此行就是来购物的。

团里的香港地陪王小姐，讲话直爽行事干练。去购物点的路上，王导手握麦克风，开始了拉家常式的促销，从过去带过的团队扯到香港金价，又从金子的品质成分说到手工款式，最后，道出了香港导游的心声：“其实在哪里买东西都是要给人赚钱的，这是实在话。香港购物的价格还是很占优势，我不说其他的，单增值税就有17%的差价在里面。我这个人喜欢直来直去，我们导游跟销售员拆佣，你们买得多我当然能赚多点，我也很开心。销售员起薪是很低的，我们导游虽然有固定底薪但是压力很大，最大的压力来自于业绩，业绩做得好团就带得多一点，业绩做得不好，以后你们再来香港要找我小王，就只能到马路上发传单的人群里找了。”半开玩笑式的话语，以低调无奈取胜，“小王本身没有功劳也有一点点苦劳吧，我的要求也不高，每个人刷一点。每一个团进去都有一个指标的，你们刷得越快出来得就越快，到了指标半个小时就可以出来了，没到就只好待满指定的2个小时。”团员们听明白了，这是“最后通牒”。

小吴和小陈这时还不太担心，因为来港之前她俩就准备好了一个清单，上面写满各种化妆品的名字，有给自己买的，也有为同事、同学带的。

但她俩的购物目标其实是莎莎、卓悦等平价化妆品店，而旅行社的大巴却将她们送进了珠宝、手表店。她们只好将胳膊紧紧地扣在一起，不管身边女导购说什么，就是咬紧牙关不买。

店门关死，出不去，小吴和小陈就趁导购不注意时，偷偷躲到茶水间附近，一边靠墙休息，一边喊着：“受不了，见过推销的，没见过这么超级推销的。”

躲谁也躲不过王导，她盯了过来，还是不肯放弃：“我知道妹妹最想买的是化妆品、衣服还有电器，但珠宝商和手表商为各位出了赞助费，大家住的酒店就是珠宝商开的，让大家的团费可以这么便宜，所以我们还是要照顾人家珠宝店和手表店生意的，请两位妹妹还是配合啦。”

小吴忍不住对王导抱怨：“王姐啊，我们又不是富婆，也不是不喜欢钻戒，但对我们推销几万元一克拉的钻石有什么意义啊？就算我想买，也不可能为了一粒钻石半年不吃不喝啊！”

“乖乖，一块宝齐莱手表卖30万元，我要是有30万元闲钱，早就去投资房产了。”团友邹小姐的插话，引来团友们一片笑声。

“王导，你觉得参加1500元旅游团的人会是来买钻戒的吗？”邹小姐开始以进为退，倒过来做王导的工作，“我觉得参加1500元旅游团的人，不会是‘消费模子’的。大款要来消费，还要被你关两个钟头？人家参加的肯定是豪华团，自己到中环潇洒去了。参加这种团的人，主要还是看中团费便宜，东西多多少少会买一点，但要人人买钻石、手表，对我们的消费能力估计过高啦。”

“我建议你们旅行社再细分一下市场，不要笼统讲‘购物团’”，邹小姐在悉尼大学读的是市场营销专业，她开导起王导来，“购物团应该细分成专门针对富婆的‘钻戒金表团’；或者针对小白领的‘化妆品奶粉团’，这样就皆大欢喜了。”

“我倒不是绝对不买，”团友李大姐也许觉得邹小姐这么说有点降低自己的身价，插话说，“不过买钻石又不是买大白菜，总归要货比三家。昨天夜里刚刚到香港，今早就先来购物，到这一家店就叫我买几万元的东西？你越是急着让我买，我越是不敢买。要是真的实惠，就让我货比三家，把购物放在行程的最后，钻戒便宜我自会买啊！”

议论间，众人发现贴身紧逼的王导不知什么时候走开了。

团餐难以恭维，宾馆四星五星

小吴和小陈此行还有一大心愿，就是品尝当地的美食。出发前，两人就商量好，等到了香港一定要享受一次港式早茶、吃一次许留山甜品，再来一杯丝袜奶茶。

因为航班延误，第一天直到晚上8点半才吃上晚饭。众人饥肠辘辘，在车上还开玩笑说，虽然团餐不会很好吃，但饿极之人，吃什么都是香的。

随导游走进饭店，只见大厅里摆了20多桌，看模样都是内地游客在用餐。

团餐说是有七菜一汤，但第一个菜凉拌黄瓜端上桌，小吴和小陈就吓了一跳。一根黄瓜似乎只切了三四刀，就草草端上了桌。小吴费了点劲才好不容易夹起一块，那黄瓜块实在太大，张大了嘴还是放不进去。

火腿肠榨菜、大白菜肉丝、榨菜肉丝……几个菜陆续上桌，小陈在吃了一口肉丝后觉得味道不对，赶紧吐了出来。最后上桌的汤更是引起了争议，小陈在喝了一口汤后疑惑地说：“这不是玉米面粥么？应该和米饭一样算主食吧，怎么能算是汤呢？”

经过反复讨论，最后全团8人一致认为，这道菜肯定不是主食，而是把玉米面放进水里调出来的一种浓稠的汤，理由是：“它如果算主食的话，那就七菜无汤了，而王导一直说是七菜一汤。”

李大姐毕竟是先富起来的殷实人家，先愣愣地盯着七菜一汤发呆，随后将筷子往桌上重重一磕，“不吃了，没东西吃”。

同样是团餐，在另一家饭店的柴大叔却吃得很香，一连吃了三碗米饭。看边上团友小石敬佩的眼神，柴阿姨笑着说：“他年轻时在东北插队落户就是好胃口，东北人管叫他‘饭耙子’，两根咸菜可以吃三碗饭。”

大家都笑了起来。柴大叔放下饭碗说：“插队落户过的人，没有吃不下去的饭。再说了，你出多少团费，还想吃鱼翅鲍鱼啊？只要能管饱，阿拉就不要挑剔人家了。人在外地，吃饱顶重要。”

当天晚上，没有插队落户过的几名团友，还是结伴去了宾馆附近的“7-ELEVEN”便利店买了泡面、盒饭充饥。

团餐虽不给力，两个团安排的酒店却都不错，一家是四星，一家是五星。当初报名时，工作人员曾告诉过柴大叔，在港住宿宾馆是“当地四星标准”，而非大陆的挂牌四星酒店，这让柴大叔还有点怀疑。但一进酒店后，就连一向对住宿有点挑剔的柴阿姨也赞不绝口。而小吴、小陈姐妹档，还喜出望外地享受了正宗的五星级酒店。这让她俩对第二天早晨的“极富特色的港式早茶”充满了向往。不料，也就是一人一个虾饺、一个叉烧包，“连豆豉排骨、虎皮凤爪这类最基本的港式点心都没有。”喜悦，很快被这浓缩版“港式早茶”浇灭。

吃品质难以恭维的团餐，住的却是五星级宾馆，这让邹小姐在车上百思不得其解。“我过去无论在国内旅游还是在澳洲旅游，从来没有碰到过这种怪事。游客实际待在客房的时间最长不会超过12小时，最大要求其实就是能洗个澡，宾馆不需要这么豪华。香港住宿贵是出了名的，为什么不安排我们特价团住经济型酒店呢？而香港一般的餐饮并不贵，一顿饭50港币可以吃得不错了，为什么花钱不多的团餐却这么不讲品质呢？”

住宿的宾馆从三星上升为五星，满足的是奢侈型消费欲望，游客的满意度当然会上升，但也许只能上升10分；而就餐的水平从满意跌到勉强，失落的却是游客最基本的需求，游客的满意度绝对下跌，而且不止跌10分。这错位，不知道香港旅游界知道吗？

去机场的路上，还有最后的兜售

行程结束，去机场的路上，导游小姐开始最后的兜售。她拿出一堆写有“香港旅游纪念”字样的钥匙扣发给每位团友“看着玩”，然后宣布每盒售价100元人民币，没有收据或者发票。

这次推销的理由是为开大巴的“司机大哥”：“我不是为自己推销这些钥匙扣，是为我们的司机师傅。司机师傅每天早出晚归接送大家，吃盒饭睡车厢，发的工资还不够加汽油，希望大家能够帮帮他，支持他一下，就当是给师傅一点小费。”

说完，就开始逐个促销：“买回去送送人也好啊”、“特价团团费这么便宜，师傅根本没有分到手，就靠卖纪念品来赚点生活费”……尽管是“求”游客买，但不买是不行的。最早掏钱的还是柴大叔，见有人带头，大家纷纷效仿。

最后团里只剩下两位女生，两人只愿合出100元买一盒。“人家每人都买一盒，你们两人只买一盒？”导游不肯放过她俩。

“别逼人家小姑娘了，”小石忍不住吼了一嗓子，导游这才讪讪地收下100元钱了事。

但不是所有的导游都这样，邹小姐所参加的团最后一天的送关员罗小姐就很友善。尽管罗小姐也在大巴上推销旅游纪念品，但一句“买不买没关系，您愿意听我讲话就是对我工作的支持”，让不少团员感觉很贴心。

如何走出“购物攻防战”尴尬

在香港红勘机场，想着导游在大巴上兜售纪念品的事，小石忍不住拨打了香港旅游业议会入境旅客服务热线。接电话的工作人员没有就这种行为是否属于强迫旅客购物作出直接回应，而是说：“目前没有法律条文禁止导游在团队大巴上卖纪念品，但导游所在旅行社需要对所售纪念品负责，如果游客对购买的纪念品有疑问、想退换的话，可以直接与旅行社沟通。”

返程航班上，上海随团出行的领队告诉大家：“金融危机前我也带过港澳团，那个时候导游小费还是80元，现在居然涨到150元一人了。”

有团友揶揄他说：“小费一涨，你也拿得多了吧。”

领队把头摇得像拨浪鼓似的：“冤枉啊，这些钱都是充了团费的，并不进我们的腰包。团费那么低，根本不够大家在香港吃住的。旅行社老板带着赌博的心态，用低价团搏高消费。实话告诉你们，我们住的这些五星级宾馆都是由珠宝商投资的，所以客人统统被带到他旗下的珠宝店去购物。实在碰到什么都不买的‘铁公鸡’，他只好自己吃进了。”

幸亏，特价观光购物团已经不再是香港旅游市场中的主流模式了。去年从上海出境前往香港的游客，大多数是自由行，只有7%的人选择了购物团旅游。

但特价观光购物团给香港旅游业带来的负面影响，却绝不止7%。尽管香港的相关管理部门已经作出了诸多努力，可只要眼下观光购物团的上下游产业链模式不改变，游客与旅行社之间的“购物攻防战”就难以根本改变。政府的归政府，产业的还是归产业，要从根本上改变游客与旅行社之间“购物攻防战”的尴尬，还要靠旅游业走出眼下的这种商业模式。 据《文汇报》

新闻时评

ZHENGZHOU DAILY

编辑 陈培营 杨怀锁 电话 67655277 E—mail:cpypy@163.com

7%：彰显决心 信心和意志

为什么要把未来五年我国经济增长的预期目标定在年均增长7%？

温家宝总理3月14日在回答记者提问时说：主动调低经济发展的速度，不仅表明决心和意志，而且是一个重大的举措。在今后五年以至中国经济发展的相当长时期，要把转变经济增长方式作为主线。

第一，7%的发展速度有利于减缓中国经济“超速”增长的惯性。我国已经连续七年把经济增长的预期目标设为8%左右，但事实上，这些年每年实际增速都超出预期目标，其中最高的2007年达到11.4%，受国际金融危机严重冲击的2008年也达到了9%。今后五年，中国经济上行压力仍然大于下行压力，有些地方的发展速度已经不慢了，“十二五”规划还在追求增长目标翻番。此次提出年均增长7%目标，远低于近几年中国经济实际增速，不仅表明中国发展理念更趋冷静和理性，也表示了中国政府的引导中国经济实现从“量的增长”向“质的增长”根本转变的决心、信心和意志。

第二，经济增速调低一些，有利于经济增长方式的转变。当前，我国经济发展方式依然是比较粗放的，靠拼资源、大量消耗土地、污染环境、搞人海战术获得快速发展，资源环境压力越来越大。加快转变经济发展方式迫在眉睫，但转变有一个过程，需要转变观念、完善政策措施和法律法规、理顺体制和机制，这些都不可能一蹴而就。在发展方式没有根本转变的情况下，把发展速度降下来，把发展质量和效益提上去，从而为转变方式、调结构留下足够的时间和空间，为未来经济持续稳定健康发展打下坚实基础。

第三，有利于改善民生。与“十一五”设定的指标相比，“十二五”将年均增长的预期目标从7.5%降低至7%，将城乡居民收入增长的预期目标从5%提升至7%以上，并明确提出收入增长按照不低于国内生产总值增长预期目标确定，在实施中要努力实现和经济发展同步，这不仅是改善民生的需要，也是调结构、扩大内需的必然要求。把城乡居民人均收入增长高于经济增长作为经济发展目标，彰显了“十二五”期间我国将坚持“民生优先”，把保障和改善民生作为转变经济发展方式的根本出发点和落脚点，就是要让全国各族人民能够共享改革发展的成果，并为此制定了“改善民生行动计划”的十大措施。如果“十二五”规划得以实现，中国不仅能够成功越过“中等收入陷阱”，真正实现民富国强，中国人民的“幸福指数”也将大大提高。

第四，经济增速调低一些，有利于缓解通胀压力。通胀是经济高速发展的副产品，当前乃至今后几年，中国面临的物价形势仍然非常严峻，无论是气候环境变化、资源短缺造成的原材料和资源成本增加，还是福利增长造成的劳动力成本增加以及输入性通胀等因素都时刻威胁着中国经济，抑制通胀将是中国未来经济健康发展和维护社会和谐稳定的一项长期重要任务。因此，把经济增速调低一些，可以避免经济增长过快而造成的资源紧张价格上涨过快，对于缓解通胀压力，保持中国经济在一个低通胀环境下平衡可持续增长是非常重要的。 石建勋

维权不是过节 监管应当常态

“3·15”是消费者期待的日子。每年这个日子前后，工商、质监等部门以及消费者协会都会主动接受投诉，并举办多种维护消费者权益活动。然而，广大消费者更盼望一年365天都是消费维权日，而不是仅仅在“节日”前后。

近年来，消费维权问题已不仅是简单的退货换货纠纷，涉及金额之大、问题之多、情况之复杂，对有关部门的工作提出了更高的要求，从消费者角度来说，最重要的是构建起消费维权的长效机制，使维护消费者权益常态化。

从工商部门和一些媒体发布的案例分析来看，当前消费者维权问题突出表现在汽车买卖、网络购物、医疗、美容等领域，2010年全国消协组织受理的汽车问题投诉同比增幅达到51.1%。究其原因，主要是这些领域消费者维权缺乏专门法律作依据，消费者往往申冤无果。

消费维权问题处理不好，不仅损害群众利益，还会对经济社会发展产生不良影响。相关部门应积极推进消费者权益保护法、反不正当竞争法、广告法等现行法律法规的执行和完善，并积极加强新行业、新领域的立法，为维护消费者权益、促进经济社会发展提供法制保障。

维护消费者权益，还需要执法工作更到位、更有力。执法人员既要不断提高监管执法能力、调解纠纷能力、综合协调能力以及应急处置能力，更要严格执法、积极作为，做到有法必依、执法必严、违法必究。有法不依、执法不严形成的对违法行为处罚偏轻问题，既伤害消费者权益和感情，又助长不法生产和商业行为，二者叠加还损害监管部门公信力。比如在当前消费者投诉集中的汽车产品问题上，有关《缺陷汽车产品召回管理规定》已经实施8年，但在举证责任以及监管力度方面却始终乏力，令消费者失望。

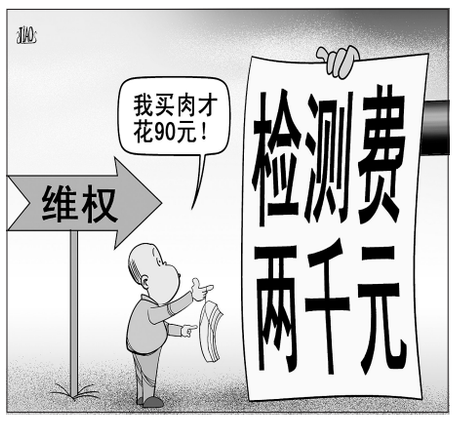
工商总局日前发布的“十二五”时期消费者权益保护工作规划提出，更新消费维权工作理念，实现消费维权“关口”前移，也就是执法人员进企业、进商场、进市场、进学校、进景区主动开展工作，这无疑是一个积极信号。监管人员只有经常“逛逛”商场、市场，使监督检查经常化，才能有效震慑和打击假冒伪劣商品，切实维护消费者权益。 张丽娜

去除“官念” 还得“解放”制度

公务员改革如何杀出一条血路？今年，顺德新招的54名公务员不再捧“金饭碗”：实行聘任制，即合同管理、平等协商、任期明确。

试水聘任制公务员，其实践价值大概有三：一是将部分“官帽”摘掉，从制度上弱化“官念”；二是打破大部制后困扰公务员晋升的“天花板”。三是以聘任制摒弃委任制中的一些软肋、硬伤，形成“能进能出、能上能下”的自然循环格局，让能干事者有机会、干成事者有舞台。与去“官念”吁求对应的，是制度对“官本位”力有不逮的遗憾。在众多需要淡薄“官念”的场合，却见前呼后拥、专横跋扈，陷入“唯官独尊”的空气之中。久而久之，“官念”更加根深蒂固、肆意横流，使为官的“公仆”意识出现萎缩。换言之，实行公务员聘任制，就是要提振“执政为民”的为官本色。

除“官念”面临的主要挑战，是如何提供强力制度支撑。传统“官念”中，公务员不但薪酬待遇“高人一等”，且还有很多依附在官职背后的东西让人“垂涎三尺”：权贵、权势、权威。如果不把公务员这种“身份”光环向“职业”标签转变，“官热”难以降温，而改变的有效办法，就是弱化“委任制”，强化“聘任制”。因此，在公务员的改革中，要敢冲深水区，勇破坚冰层，否则，无法瓦解官本位的根源和情结。 毛巴总



维权之路

青岛顾客邹大爷花90元买羊肉，剁馅儿时怀疑羊肉是假的，投诉到工商，工商所工作人员让他找有资质的机构检测，检测费要两千元。“我花90元买的肉，还需要拿两千元做检测，老百姓没有能力做这事，所以现在假冒伪劣越来越多”。

焦海洋/图

莫让大学成“车间”

理想中的大学，是一个出产思想精品和学术“工艺品”的地方。研究人员在某一专门领域倾注多年的心血，产出的成果应该代表这一领域的最高或最新成就。这应该是学术研究不言自明的守则。然而，由于一些大学过于强调“大干快上”，出产学术产品的大学变成了“车间”，精品和工艺品也变成了“山寨品”甚至是“次品”，这是令人遗憾的现象。

大学变成“车间”，是因为用企业的逻辑取代了大学的逻辑。比如一个理工科的大学，原来一年承担200多个课题，来了个新校长，大手一挥：我们今年上400个！这样，科研人员的任务就是怎么把这400个产品制造出来交差。在这样的重压之下，出一些“山寨”产品或“次品”就成了不可避免的事情。

出“山寨品”是因为学术的创新性被扼杀了。创新性应该是学术的生命力所在，同时也是需要培育的，拔苗助长必然会导致创新性的丧失，进而导致一些跟风、模仿的“山寨品”。在人文社会科学等领域，唯西方学术界马首是瞻，甚至不惜沦为学术“二道贩子”的现象屡见不鲜。“次品”则更加等而下之，不但不具备“创新性”，连学术研究基本的规范都弃之不顾，剽窃、抄袭等不光彩的行为损害着学术的质量和信誉。

不让大学沦为“车间”，我们首先呼吁务实的治学理念。大学不同于工厂，学术生产有自己的逻辑，不能用企业逻辑取代大学逻辑。其次，我们呼唤学术自律，对学者而言，尊重学术规范，就是尊重自己。我们最不希望看到的，就是学者因为自己产出的“山寨品”或“次品”触犯了国家法律，而被诉诸公堂。

需要指出的是，并不是所有的学术争端都需要法律去调整的，法律应当给学术自治留下必要的空间。对大学而言，法律只是一个底线，但如果一些人不自觉遵守学术共同体的准则，那么对不起，国家法律就要对你说不，对你的行为给予惩处。也就是说，当你抄袭了别人的东西，甚至作假，法律的板子就要打在你身上。即使如此，我们也还是希望，法律的板子不光要打在“制造者”的身上，还要打在那些让大学变成“车间”的人身上。 龙 文