

纯玩变购物，不买东西被视作“搅屎棍” “低价团”何时跳出“整治复发”死循环？

文明棱镜

看见问题的每一面

编者按

据央视新闻报道,8月18日,云南省文化和旅游厅发布通报:昆明、大理、丽江、西双版纳4个州市的文化和旅游部门,依法依规对央视财经报道的云南“低价团”相关问题所涉旅行社和导游立案调查。

事情起源于8月16日晚,央视财经曝光了暑期旅游乱象。其中云南昆明、西双版纳等地的部分跟团游产品,号称旅游行程丰富,实际行程与商家宣传严重不符,游客被层层转包,“纯玩团”变“购物团”,隐性购物、强制消费、临时加价等问题时有发生,频频引发消费纠纷;商家把银器卖场、商铺包装成非遗展馆或文化博物馆混进旅游行程。在行程中,导游还斥责游客“不买东西就是搅屎棍”。

此类“低价团”宰客乱象,多年来在云南多地反复出现,曝光、整治、复发形成循环怪圈。这一次的重拳整治,能否真正治好旅游市场“低价团”的顽疾?如何让一些地方得天独厚的山水人文,不再被强制消费的阴霾遮蔽?

行业篇

废除“低价团”模式是必要的自救之举

◎ 苑广阔

央视近期曝光的云南旅游乱象,再次撕下“低价纯玩团”的虚假外衣。5天4晚吃住玩全包的“昆明大理丽江跟团行程”等旅游产品,打着“自愿消费、全程无强制”的旗号,看似性价比超高,实际上全是套路,让不少游客的舒心旅途变成闹心遭遇。

这种“低价团”模式,与近些年盛行的“零负团费”模式没有本质区别:旅行社先用超低价和纯玩噱头吸引游客报名,靠低价抢占市场;组团社揽客后,把旅行团层层转卖给地接社,地接社接团就处于亏损状态,只能靠导游逼迫游客购物消费赚取返佣回本。

这种旅游乱象带来的危害,影响十分深远。对游客来说,旅游成了花钱买罪受,遭遇恐吓胁迫、强制消费,合法权益被严重侵害。对旅游市场而言,虚假宣传、违规经营等行为,彻底打乱了正常的行业竞争秩序。此外,低价游乱象屡被曝光,会不断透支游客的信任,严重损害旅游目的地的金字招牌,拖累当地的文旅产业长远发展。

很显然,“低价团”也好,“零负团费”也罢,都是部分地方旅游行业畸形发展的缩影。按照正常的行业逻辑和市场规则,旅行社组织游客旅游,重要利润来源应是游客缴纳的团费,但在“低价团”“零负团费”之下,游客缴纳的团费远远无法覆盖吃饭、住宿、交通、门票等旅游成本,旅行社只能通过诱导乃至强迫游客购物赚取提成。这无疑是个畸形的盈利模式。

对于“低价团”“零负团费”,国家相关部门并非坐视不管,而是出台过多项规范政策。从2011年至今,国家旅游主管部门先后出台过《关于加强监督管理规范旅游市场秩序的工作意见》《关于打击组织“不合理低价游”的意见》《关于组织开展整治“不合理低价游”专项行动的通知》,几乎都涉及遏制和打击“零负团费”“低价游”。

因此,各地旅行社应主动废除“低价团”“零负团费”等经营模式,这不仅政策要求,也是自救的必要之举。这种模式早已不是行业的引流利器,而是困住文旅从业者的枷锁,让行业陷入“低价揽客—压缩服务—体验变差—只能再降价”的死循环,长期利润微薄、经营风险居高不下。

监管篇

必须给“低价团”架设监管“高压线”

◎ 董方萍

据媒体报道,直播正成为越来越多景区的标配,镜头里有风景,也有风景区之中来往往的游客。有人在打卡点摆好姿势准备拍照,一回头却发现,自己早已成了别人直播间的背景;有人被主播刻意靠近镜头,而后又被网友在弹幕中评头论足。“好像生活在现实版《楚门的世界》,出去玩一直被相机对着。”类似的吐槽在社交平台随处可见。

电影《楚门的世界》讲述男主角楚门生活在全天候被镜头监视的虚假世界中,一举一动被全球观众围观的故事。“楚门的世界”比喻普通人毫无隐私、被动暴露在直播镜头下任人评说的处境。

在主播们看来,景区是公共场所,人来人往是常态,拍风景时捎带拍到游客,在所难免,要挨个征得路人同意才能拍摄,根本不现实,总不能频繁停播,直播没有刻意丑化谁,也没有拿游客肖像打广告,算不上侵权。

但游客“难免”被入镜,带来的是实打实的不舒服。据报道,有人一条山路走下来,误入了十多个直播间的镜头。上前和主播交涉,对方只甩来一句“看不清你的脸”,事后到平台举报,也迟迟得不到处理结果。有人在

游客篇

拒绝低价诱惑,做个理性的旅游消费者

◎ 汪志强

花几百块钱就能“跨省游”,甚至去邻近国家转一圈,这种价格在理智的人看来明显不合常理,可偏偏总有人愿意买单,自以为捡了漏,实际上掉进了坑。

低于成本价的旅行团,本质上就是预设给游客的消费陷阱。旅行社不是慈善机构,机票、酒店住宿、景区门票、大巴车租赁费、工作人员开支,哪一项都是硬成本。报价低于成本,亏损不会凭空消失,只能从游客身上找补。最常见的是在行程里塞购物点,强迫游客消费,靠商家返佣弥补。游客表面上是去旅游,实际上是去完成消费任务。

旅游本该是一件美好的事,核心价值在于放松和愉悦。我们满怀期待地出发,是为了看不一样的风景,体验不一样的生活,给自己和家人留下珍贵的记忆。然而,很多人选择“低价团”时只看到了显性的价格,忽视了隐性的代价:被浪费的时间、被强迫的消费、很糟糕的体验,导游的脸色、话里话外的威胁等,让整个行程笼罩在一种压抑气氛中。本该用来游览景点、感受风土人情的宝贵假期,被“切割”成一段段购物时间,游客甚至被关在购物店里几个小时不能出来,听着销售人员滔滔不绝地推销,这种煎熬本身就是对假期最大的辜负。在导游和销售人员的轮番攻势下,很多游客被迫掏钱买回一堆或许不需要的东西,事后算下来,团费、购物、自费项目等总支出,往往远超一个正规纯玩团的价格,得到的却是一次糟心的回忆。

“低价团”屡禁不止,根子在于需求端给了它生存的空间。只要有人报名,这个灰色产业链就会一直存在。反过来,如果每位消费者都能算清这笔账,都能对明显低于成本的价格保持警惕,都能主动选择正规旅行社的高品质纯玩产品,“低价团”就会失去客源,最终失去生存土壤。市场从来都是双向选择的市场,消费者用手中的钞票“投票”,就是在告

守护招考公平,不能总靠輿情倒逼

◎ 陈相

据人民网微信公众号报道,近日,“佛山市季华中学2026年面向社会公开招聘编制教师的物理学科笔试成绩前13名全部落选,后5名全部进入体检名单”等相关情况,引起社会各界关注。8月19日,广东省佛山市联合调查组发布情况通报称,经查,在本次招聘面试环节中,季华中学存在将考生毕业院校知名度作为重要筛选条件、提早划出预期录用范围、内部评议等违规行为,面试成绩无效,佛山市将依法依规重新组织面试,对再次参加面试的考生给予交通、食宿补助。

一场招聘结果异常、引发全网热议的教师招考事件,在舆论推动下迎来自纠处置,在严肃问责的背后,也留下值得深思的治理命题:守护招考公平,不能总靠輿情倒逼才被纠错。

事业单位公开招聘,既是选拔优秀人才的重要制度安排,更是捍卫社会公平正义、保障群众平等就业权利的重要屏障。笔试依托标准化考核体系,以分数论能力、以实力定排名,可最大程度避免人为干预,筑牢招考公平的基础防线。面试作为补充考核环节,初衷是全方位考查考生的综合素质与实际操作能力,实现择优录取。

在正常招录竞争中,考生临场发挥存在波动本属常态,但众多高分考生集体折戟、低分考生全员上岸的反常现象,明显违背招录常理,极大地削弱了公众对招考公平的信任。

纵观多地招考争议事件,“輿情倒逼纠错”已成为治理常态。一些招考违规问题在考生申诉、群众质疑阶段未能得到及时处置,直至网络輿情发酵、社会关注度攀升,监管部门才被动介入核查整改。这种滞后的处置模式,暴露出招考工作事前审核不严、事中监管缺位、事后处置迟缓的治理短板。即便事后启动追责、完成整改,政府公信力在此过程中仍遭受难以弥补的损耗。

问责是震慑,整改才是根本。但整治招考乱象,不能止步于个案处置,更需举一反三、防微杜渐。各地要压实招考主体的程序责任与相关部门的监管责任,健全招聘全流程闭环监管机制,健全考官随机选派、评分全程留痕、环节全程公示制度,细化统一评判标准,坚决杜绝标签化选人、人情化招录。同时,应畅通考生申诉维权渠道,主动倾听、及早介入,把问题解决在萌芽之时,实现从被动应对向主动治理的转变。

多买票占座放零食? 有钱也不能任性

◎ 何勇

8月18日,有媒体报道称,两个女孩买了三张火车硬座票,一个座位放零食,旁边一位无座女乘客想坐,商量无果,列车员也表示“跟我说没用”。随后“买票占座放零食,这座位能让吗?”话题登上热搜,有人赞成,有人质疑。8月19日,12306热线工作人员表示,正常情况下,一个人只能买一张票,此类情况需看该座位车票是不是本人名下的,如是本人名下的,则需要依据本人意愿协商处理。

按照市场逻辑,旅客花钱购买的火车票,座位使用权应归旅客所有。座位是用来坐人,还是用来放置零食、行李,属于个人的权利与自由。但问题是,火车座位不是普通商品,并非有钱就可以任性购买、使用。

根据铁路客运购票和乘坐规则,一个有效身份证件同一乘车日期、同一车次限购一张车票(但使用同行成年人的有效身份证件信息为乘车儿童购买儿童票的除外)。而且,铁路客运早已实行实名制,成年旅客需要使用本人身份证信息购买火车票,这是基本常识。两个人购买三张火车票,

“非自愿入镜”的游客不该被流量消费

◎ 唐传艳

带泳池的酒店度假,发现自己出现在酒店直播间,弹幕里全是对入镜游客身材评头论足的内容。

游客非自愿入镜,远不止别扭这么简单。直播画面可能被人截图、剪成短视频二次传播,游客的肖像可能会在网上流传,甚至被景区和商家拿来做引流宣传。如果画面里暴露了游客的出行轨迹、同行人员等私人信息,还可能造成隐私泄露。即使没有直接营利,只要直播画面能够辨识出特定主体,未经本人许可擅自截取、使用相关画面用于引流吸粉,同样可能构成肖像权侵权。

把直播的拍摄边界划清楚,把事前的告知义务做到位,畅通游客的维权通道,景区直播才能真正成为展示风光的窗口,而不是打扰路人的工具。景区管理方应尽到提醒和管理义务,在入口、热门打卡点竖立提示牌,或用广播循环告知直播规范,明确不能刻意对准路人拍摄,接到游客投诉要及时到现场协调处理。主播要主动调整镜头角度,尽量避开游客面部,需要清晰拍摄特定人物时,必须先征得对方同意。平台也要完善规则,细化路人肖像保护条款,开通快速投诉通道,接到举报及时核实处理。

