

商品售价是进价的100多倍！购物回扣最高达90%！

——揭秘低价游的“水”到底有多深

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，回扣低则30%、高则90%；从组团社、地接社、导游到大巴司机，每个环节都吃回扣……

近日，昆明警方打掉一个以“低价团”吸引游客、通过购物收取高额回扣的团伙，抓获犯罪嫌疑人31名。这起案件揭开了低价旅游背后的黑色利益链。

组团社、地接社、购物店、导游联手合谋，有的商品价格是进价的100多倍

据“新华视点”记者了解，这一团伙分工明确。其中，去玩吧（北京）旅游有限公司和深圳青年旅行社两家旅行社主要负责在两地低价组团，昆明仟悦旅行社负责地接、设计线路，导游负责带团旅游及引导到购物店消费，购物店提供商品及回扣。

在整个链条中，掌握游客资源的两家组团公司地位最高。仟悦旅行社按照每位游客100元至500元的标准将费用交给组团公司，另将每人50元至100元的“人头费”直接交给两家组团公司的各一名负责人。去玩吧（北京）旅行有限公司总经理赵某某说：“我手里有总公司北京金色世纪商旅网络科技股份有限公司200多万会员的资源，利用这个条件收取‘人头费’。”

仟悦旅行社是“中枢”环节，不仅要对接上游的组团公司，还要安排导游，同时根据收取的团费和商家的回扣，设计线路和购物店的数量。“按照行业惯例，商店必须给旅行社回扣，不给回扣就不带旅游团进店。”仟悦旅行社法定代表人毛某某说。

“地接社主要靠导游来忽悠，因此导游作用至关重要。”办案人员介绍，在旅游过程中，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。此外，旅游团游览完各景区回到昆明后还要“扫个尾”，“导游会威胁游客，到了昆明就没有义务送去机场，但如果愿意去一家花店购物就可以送。”知情人士告诉记者，在此过程中，司机往往也会相机行事，如游客到了购物店不下车，司机就说不能开空调、不能在车上休息，想方设法把游客“赶”去购物。

购物店则要随时核对游客的购物金额和返点。为了盈利，他们往往按照商品进货价的数倍甚至数十倍定价。“低价团一般是旅行社贴钱运营，每名游客贴一千多元。而购物店的商品往往是进价的30倍以上，多的甚至达到100多倍。只要游客买东西、旅行社收回扣，这个倒贴的成本就轻松赚回来了。”昆明市公安局旅游警察支队队长杨荣彪说。

目前，昆明警方已抓获31名犯罪嫌疑人，查获100余本会计账簿、7台涉案电脑，冻结一批涉案银行账户、房产和资金。

口头约定合作，操作有“暗号”，明暗两套账

对于这类“零团费”或团费过低不足以支付成本，靠购物拿回扣贴补团费的做法，业内称之为“赌团”。毛某某的妻子此前为某旅行社员工，2012年两人成立仟悦旅行社后将“赌团”的模式带了过来。

2017年4月15日，云南出台包括取消定点购物、下架低价游在内的22条旅游市场整治措施。但是，不少旅行社、购物店、导游等操作手法隐秘，低价游等现象禁而不绝。

据涉案的大理某银器店老板王某某供认，其与毛某某商量合作时就是“口头约定，没有书面协议和合同”，操作模式为：被导游带到店里的游客手上带着相应颜色的手环，购物结束后，导游根据销售单据与王某某核对销售金额和返点金额。然后，王某某通过网络转账将返点转给毛某某。“仟悦旅行社游客消费的小单我会统计好，记录在本子上，然后当天就毁了小单。”王某某说。

记者了解到，去年以来，云南对低价游及购物店的整治力度较大。于是，一些商店就实行两套账，将公开账本交由专门的公司来做，内部小账本往往掌握在老总或者信任的人手中。

根据办案人员调查及毛某某供认，仟悦旅行社有两套账，一套是公开的账，很“干净”；另一套则由毛某某掌握，什么时间、多少团、购物金额多少、返点多少等都记录得很清楚。“公司账户与个人账户不互通，资金都进入我的账户，方便对私人进行交易。”毛某某称。

毛某某转给北京、深圳两家旅行社有关人员的“人头费”，名目为“宣传费”。为躲避监管和查处，这些费用除了少部分直接转账外，多是通过员工的银行账户转账给对方的员工，绕了一圈，隐蔽性很强。

“我们将进一步加强对旅游行业的监管和整治，推动云南旅游产业转型升级。”杨荣彪说，暑期是旅游旺季，提醒广大游客在出行前找正规的旅行社，签订正规的合同，不要贪图便宜报“低价团”。



回扣最高可达90%，一个店一年返近2000万元

支撑这个黑色链条的关键就是回扣。记者了解到，回扣最高的是翡翠，可达90%，其他玉石一般是70%到90%，银器和茶叶一般分别为40%至50%、30%至40%。

公安机关侦查表明，仟悦旅行社在云南有20余家合作商店，回扣数额最大的是腾冲一家玉石商店，一年多内累计向仟悦旅行社返款近2000万元。“这家店合作时间最长，从2012年就开始了。由于购物返

● 综合自新华社 作者：白靖利、王研、徐骏

55元 = 199元 电信资费套餐背后有多少“套路”等着你

记者调查发现，当下在流量不清零、取消漫游费等惠民举措陆续实施的同时，营运商提供的优惠资费套餐却往往潜藏着种种“套路”，使不少消费者对降费“只闻其声不见其真”。专家建议，相关部门应进一步督促电信企业，诚信经营，全面彻底地落实提速降费要求。

提速降费：套餐199元还是19元？

工业和信息化部统计显示，今年6月，我国手机用户的月户均移动互联网接入流量已经达到4.24GB，远超去年同期的1.55GB；今年上半年，我国移动流量平均资费相比2017年年底降低了46.2%。

然而，不少消费者特别是老用户对于“降费”的获得感并不强，有的甚至花费更多。

北京的龙先生到广州工作一年，在北京一直使用的“129元本地不限量套餐”不合适了。龙先生向运营商客服咨询，对方建议他改用“199元全国不限量套餐”。

国家大规模降费提速，自己反而越换越贵？龙先生有点懵。他把自己的遭遇跟同事嘀咕了一下，一位年轻同事告诉他：“你的运营商有一个‘19元月租互联网套餐’，按照龙先生平常的使用习惯，流量相同的状态下，龙先生的月通讯费只要55元至60元。

龙先生给客服打电话，要求换成“19元套餐”。客服对龙先生种种“威逼利诱”，诸如“改过之后，你以后再也不能换回原先的套餐了，你要想清楚啊”，最后，不情愿地为龙先生改了“19元套餐”。果然，龙先生现在实际支付费用每月55元。

中国消费者协会公布的数据显示，今年上半年，全国消协组织受理电信服务类投诉超过1.6万件，同比增加26.3%；主要投诉内容是套餐资费不明确、告知不实、收费名目繁多等问题。

“套路”在面上 降费在“深闺”

记者调查发现，不少人得不到降费实惠的背后，是电信消费套餐的诸多“套路”。

套路一：规则复杂要“精算”。虽然手机套餐资费信息都是公开的，但其使用规则和条件纷繁复杂。

年轻同事替龙先生算了一笔账：19元套餐虽然只包括1GB流量，但超出后可叠加当日有效的1元/800MB流量包，即使每天叠加一个流量包，一个月也只要49元（19元+30元），再加上通话费，怎么也到不了客服推荐的“199元全国不限量套餐”。

深圳市消费者委员会秘书长冯念文认为，套餐“机关重重”的背后是运营商的“心机”，消费者想要享受到降费实惠，必须先成为“精算师”，“这是不公平的”。

套路二：客服推荐“升多降少”。消费者可以通过咨询运营商客服来了解和选择套餐，但不少消费者反映，通常客服推荐的都是高价套餐。

记者拨打某运营商客服，提出因流量不足希望更换套餐，客服人员直接建议从目前的38元套餐升级到99元不限流量套餐。直到记者主动提出是否可以换成更便宜的套餐时，客服才表示也可以办理。

套路三：流量“加油”价格高。独立电信分析师付亮认为，尽管整体的费用看似降低了，但5元/30MB、30元/500MB的高价套餐外“加油包”普遍存在，成为“吸费黑洞”。

套路四：“不限量”套餐“达量降速”。三大运营商目前都推出了流量“不限量”套餐，但实际上都有一定的限制条件，如规定在使用到20GB或者40GB的流量后会降速，或者在流量封顶后自动断网。如果想要恢复到正常速度，则需要叠加更高价格的“加油包”。

套路五：捆绑销售，资费只准升不准降。许多消费者在办理手机套餐时，运营商会赠送宽带服务，二者资费不能单独改动。深圳王女士去年办理了某运营商的“136元赠送宽带”的电信套餐，但套餐内流量只有1GB，且不能更换成其他流量资费优惠的套餐；如果超流量就必须支付30元1GB的“流量包”。王女士每月实际通讯费超过170元。

降费不应成为“拉锯战”

“提速降费整体是不断取得进展的，但运营商在设计资费过程中，利用消费者的信息不对称设计种种‘套路’。不解决这个问题，降费就难以落到实处。”北京市法学会电子商务法治研究会会长邱宝昌说。

现实中，越是忠诚度高的老用户，越不会钻研资费“套路”，越享受不到降费实惠。

对此，阿里通信高级运营专家沈轶说，互联网企业也应与运营商合作，通过运营商的线上线下渠道使老用户了解最新政策变化。

冯念文说，提速降费不应当成为运营商与用户之间的“拉锯战”。运营商、互联网企业等市场主体应多一些真诚，少一些“套路”，要用消费者更容易获取的方式，如实、全面提供服务的真实信息，让实惠看得见、摸得着。

● 综合自新华社 作者：荆淮桥、孙少龙、朱蔓卿

