

热点事件：对不合理低价游说“不”

一、热点概述

近年来，在众多行业领域中，不合理低价游说现象愈发凸显，成为破坏市场公平竞争秩序的一大顽疾。在旅游行业，一些旅行社或旅游中介为吸引游客报名，采用低于成本价的旅游产品进行宣传推广，并通过游说手段诱导消费者签订合同。例如，某些“零负团费”旅游线路，看似价格低廉极具吸引力，实则行程中通过强制游客购物、增加自费项目等方式弥补亏损，严重损害游客权益。

二、答题素材

1. 事实（举例）论证：

以某地的“泰国六日游”为例，一家旅行社打出“999元游泰国，全程五星级酒店住宿，豪华餐食”的广告，吸引了众多游客报名。然而，在实际行程中，游客发现所谓的五星级酒店距离市区偏远且设施陈旧，餐食也只是简单的快餐。导游每天都会带领游客前往多个购物点，强制游客购物，如果游客不购物，导游便会恶语相向，甚至拒绝提供后续服务。据了解，正常情况下，这样的泰国六日游成本价至少在3000元以上，该旅行社通过不合理低价游说游客报名，再从购物回扣中赚取利润，导致游客旅游体验极差，大量投诉随之而来，也损害了当地旅游行业的整体形象。

2. 道理论证：

（一）违背市场规律。市场的正常运行依赖于价格机制对资源的合理配置。价格本应是商品或服务价值的货币表现，并围绕价值上下波动，反映成本、供求关系等因素。而不合理低价游说行为所确定的价格严重偏离了商品或服务的真实价值，打破了市场的价格平衡。这种扭曲的价格信号会误导消费者和生产者的决策，使资源流向那些依靠不正当手段竞争的企业或个人，而真正优质、高效的生产者却因得不到合理回报而减少生产或退出市场，最终导致整个行业的资源配置效率低下，阻碍行业的健康发展和经济结构的优化升级。

（二）损害公平竞争原则。公平竞争是市场经济的基石，它鼓励企业通过创新、提高效率、优化服务等正当手段来提升自身竞争力，从而推动整个社会的经济进步。不合理低价游说行为则是一种典型的不正当竞争手段，它使那些诚信经营、遵守规则的企业处于劣势地位。这些不良企业通过低价游说抢占市场份额，无需在产品质量、技术研发、品牌建设等方面投入过多精力，就能获取订单或业务。长此以往，会形成一种“劣币驱逐良币”的效应，破坏市场的公平竞争环境，抑制企业创新的积极性，使整个市场陷入低价低质的恶性循环，降低整个行业的竞争力和经济效益，最终损害的是广大消费者和社会的长远利益。

（三）侵犯消费者权益。消费者在市场交易中处于相对弱势的地位，他们往往依据价格、品牌、口碑等因素来选择商品或服务。不合理低价游说所推出的产品或服务看似给消费者带来了实惠，实则隐藏

着诸多陷阱。如前面所述的旅游行业中的“零负团费”现象，消费者在购买低价旅游产品后，不仅无法享受到宣传中的优质服务，还可能遭受强制购物、消费欺诈等侵权行为，使消费者的财产安全和人身自由受到威胁。在其他行业，消费者购买到质量低劣的产品或接受了不达标服务，会浪费他们的时间、精力和金钱，甚至可能因产品质量问题导致人身伤害。这种行为严重违背了消费者权益保护的基本原则，破坏了消费者对市场的信任，削弱了消费对经济增长的拉动作用。

（四）破坏社会信用体系。商业活动建立在信用的基础之上，企业之间的交易、消费者与企业之间的互动都依赖于彼此的信任。不合理低价游说行为的盛行反映出部分企业或个人缺乏商业诚信和社会责任感。这些行为主体为了追求短期利益，不惜违背承诺、欺诈他人，破坏了市场交易中的信任关系。当这种不诚信行为得不到有效遏制时，会引发连锁反应，使整个社会信用体系受到冲击。其他企业为了在这种恶劣的市场环境中生存，可能也会被迫降低自身的信用标准，从而导致市场交易成本大幅增加，交易效率降低，社会资源浪费严重。最终，一个缺乏信用的社会将难以实现经济的可持续发展和社会的和谐稳定。

三、出题方向

（一）你怎么看？

1. 近年来，在众多行业领域中，不合理低价游说现象愈发凸显，成为破坏市场公平竞争秩序的一大顽疾。在旅游行业，一些旅行社或旅游中介为吸引游客报名，采用低于成本价的旅游产品进行宣传推广，并通过游说手段诱导消费者签订合同。对此，你怎么看？

◎**审题判断——你怎么看？（热点现象类）——答题结构【点题/破题-危害-原因分析-过渡-对策-总结结尾】**

◎**解题思路**

第一步——点题/破题：

在当今市场经济蓬勃发展的时代，不合理低价游说如同一颗毒瘤，在旅游等众多行业领域肆意蔓延，严重侵蚀着市场公平竞争的根基。这种现象的出现，不仅违背了商业道德底线，更对整个经济生态环境造成了极大的负面影响，亟待引起我们的高度重视与深刻反思。

第二步——危害：

第一，对于消费者而言，不合理低价游说带来的是无尽的困扰与损失。被低价噱头吸引而签订合同的游客，往往在旅游过程中遭遇强制购物、频繁自费项目等情况，旅游体验大打折扣，甚至可能遭受欺诈，财产安全与消费权益得不到保障。

第二，从行业发展的角度来看，这种不正当竞争手段扰乱了旅游市场的正常秩序。诚信经营、注重服务质量与产品创新的旅行社，因无法在价格上与采用不合理低价游说的商家抗衡，面临市场份额被挤压、经营困境加剧的局面，长此以往，整个旅游行业的形象受损，发展活力被抑制，难以实现健康可持续发展的升级与进步。

第三，在宏观经济层面，不合理低价游说导致资源错配，使得资金、人力等资源流向那些依靠不正当手段而非真正具有竞争力与创新力的企业，阻碍了市场经济的高效运行与资源优化配置，最终影响整

体经济的稳定增长与繁荣发展。

第三步——原因分析：

一方面，部分企业或旅游中介受利益驱使，妄图通过捷径获取高额利润。他们忽视了长期经营与品牌建设的重要性，只着眼于短期的经济利益，利用消费者对价格敏感的心理，采用不合理低价游说这种投机取巧的方式来抢占市场份额。

另一方面，市场监管存在一定的滞后性与漏洞。相关法律法规在应对这种新型不正当竞争行为时不够完善，执法力度不够强硬，处罚标准不够明确，使得违规成本较低，无法对不法商家形成有效的威慑。

此外，消费者自身消费观念不够成熟，过于追求低价而忽视了产品与服务背后可能隐藏的风险，也在一定程度上为不合理低价游说提供了滋生的土壤。

第四步——过渡：

面对不合理低价游说这一严峻挑战，我们不能坐以待毙，而应积极行动起来，多管齐下，综合施策，全力构建一个公平有序、健康繁荣的市场环境。

第五步——对策：

第一，行业协会应充分发挥自律与引导作用，制定严格的行业规范与职业道德准则，加强对会员企业的培训与教育，倡导诚信经营、公平竞争的理念，对违规会员企业进行公开谴责与行业内制裁，如暂停会员资格、限制业务范围等，以维护行业整体形象与声誉。

第二，政府部门应加强监管力度，完善相关法律法规，明确不合理低价游说行为的界定标准与严厉的处罚措施，加大执法力度，提高违法成本，对违规企业进行严厉打击，使其不敢轻易触碰法律红线。例如，可设立专门的市场监管举报热线，鼓励消费者与行业内其他企业积极举报不合理低价游说行为，并对有效举报给予奖励。

第三，应加强消费者教育，通过多种渠道如媒体宣传、社区讲座等方式，普及消费知识与风险防范意识，引导消费者树立正确的消费观念，理性看待价格与价值的关系，不被不合理低价所迷惑，学会通过合法途径维护自身权益。企业自身也应增强社会责任感与法律意识，认识到只有通过提升产品质量、优化服务水平、创新经营模式等正当手段才能在市场竞争中立于不败之地，积极参与构建公平竞争的市场环境。

第六步——总结结尾：

总之，不合理低价游说现象是市场经济发展过程中的一股逆流，我们必须以坚定的决心、有力的举措加以抵制。通过上述办法，让不合理低价游说无处遁形，重塑市场公平竞争秩序，为各行业的健康发展、消费者权益的保障以及整体经济的稳定繁荣奠定坚实基础。唯有如此，我们才能在市场经济的浪潮中乘风破浪，驶向更加美好的未来。