春节出国游，当心免税“黑店”

日本、越南、澳大利亚和新加坡等亚太国家是重灾区

近些年，国外出现一些开在旅游区主营当地特产的店铺，产品都写着本地制造，名为免税店，商品标价却比市面常见的同类产品高出很多，很多品牌当地人闻所未闻。这些店铺主要或专门接待中国游客，售货员大部分甚至全部会讲中文，接待游客训练有素。

在微博、微信、论坛和媒体报道中，有很多对这些免税店的抱怨和投诉，不少消费者直指它们为“黑店”。从以往报道来看，日本、越南、澳大利亚和新加坡等亚太国家是这类“黑店”的重灾区。

越南乳胶寝具“买一赠一”陷阱

最近在越南的各大旅游城市出现了一些所谓免税乳胶寝具店，他们打着“只对中国人开放”的招牌，吸引来自中国的旅游团。

在与中国接壤的广宁省下龙市便有这样一家店，这里号称不接待越南顾客，店员都是中国人。店里的乳胶枕头卖到250万越南盾（约合750元人民币），还号称可以“买一赠一”。这些店还反复强调，游客们到的这一天便是“买一赠一”的最后一天。而实际上，河内普通专卖店里的乳胶枕头按尺寸大小，价格在30多万越南盾到60多万越南盾之间，店里促销活动还能打八五折。

越南《劳动报》记者以暗访方式披露有关免税乳胶寝具店的情况后，这家店便被广宁工贸局罚款600万越南盾（约合1800元人民币）。

日本免税店营养品是市价40倍

2015年10月，上海游客姚女士在日本一家JTC免税店买到一款高价酵素营养品，事后发现这款产品在当地百姓爱光顾的普通药妆店不见踪影，在知名网店和该品牌对应的医学研究所官方网站上都查不到信息，而价格却是市场上同类产品的40倍。当记者想进入这家免税店一探究竟时，竟被告知进店必须提前预约，并携带短期旅游护照。

值得注意的是，姚女士买的产品在日本不少面向游客的免税店销售火爆，而越南乳胶品专卖店被中国旅行团光顾后，必能大赚一笔。有多少人受骗，难以统计，但店家如何得手，倒是有迹可循。

“黑店”如何行骗

1 导购欺骗游客，以次充好。

在日本旅行社工作多年的业内人士王女士告诉记者，一些非正规的地陪导游会和免税店、餐厅、旅店勾结，从一开始就对游客“洗脑”，怎么跟游客对话都经过专门培训。例如让导游谎报年龄，扮演保养品的受益人，赢得信任；用普通牛肉冒充神户牛肉，以普通螃蟹冒充帝王蟹等。

澳大利亚免税店员工向记者爆料，他们经常忙于换标签，把中国生产的商品商标换成澳大利亚的，或把不知名商品换成所谓名牌。其中利润最大的就是化妆品和保健品。

2 扯官方大旗，行坑人勾当。

据澳大利亚业内人士透露，有的导游宣称，澳大利亚是全世界唯一把保健品当药品来严格管理的国家，有严格的GMP认证，而在免税店购物按当地法律需要出关提货，给游客造成产品非常正规的印象。其实GMP是“Good Manufacturing Practice”（优质生产）的缩写，是国际公认的对药品进行标准化管理的规范，中国也有类似认证，并非澳大利亚独有。

据越南《劳动报》报道，涉事免税店的中国女店员声称越南政府专门向中国游客推出“买一赠一”优惠，而且仅限当天。后来广宁省工贸局向新华社记者证实，越南政府根本没有用“买一赠一”活动吸引游客。

3 让游客行程忙碌，无暇了解和比较当地商品。

掉入高价陷阱。中国游客看中的很多商品都是当地特产，理应价廉物美，但被店家偷梁换柱后，商品价格严重脱离实际价值。例如在澳大利亚，有的保健品进价不到20澳元（约合14美元），却能卖到上百甚至几百澳元。很多游客往往被宰了也毫不知情。

4 网络营销打造假名牌，以假乱真、难以识别。

记者发现，近几年，在日本的部分不法商家与网购商贩开始利用网络广告、微信公共号、微博等平台大肆宣传特定商品的价值与特征，利用网络炒作提高知名度，其实所谓的畅销商品——多为保健品与护肤品——并非本国热销品，甚至是日本人基本不消费的商品，谈何名牌？

■据新华社

环球乐园 新春派对

2月5日，澳门特别行政区政府旅游局花车表演团队在进行表演。当日，香港旅游发展局举行“2016国泰航空新春国际汇演之夜”花车预览。2016年的表演以“环球乐园·新春派对”为主题，共有13部花车及22支国际和本地表演队伍参加。 新华社 图

外交部评美国涉TPP言论：不要把经贸问题政治化

对于美方有关《跨太平洋伙伴关系协定》（TPP）的表态，外交部发言人陆慷5日表示，中方从来不认为世界贸易规则可以由任何单个国家说了算，有些国家政府在向国内业界和公众说明自贸安排时，不要把经贸问题政治化。

参与TPP谈判的12国部长级代表4日在新西兰奥克兰举行协定签字仪式。在5日的外交部例行记者会上，有记者问，据报道，美方声称，TPP将使美国在与中国竞争中更具优势，让美国而非中国书写21世纪规则。中方对此有何评论？

“看来你也跟我一样注意到这个比较有意思的表态。我们从来不认为世界贸易规则可以由任何单个国家说了算。制定21世纪的全球贸易议程和规则，我们从来没想过由中国一家说了算，同时也认为不可能由任何其他一个国家单独说了算。”陆慷说。

陆慷表示，事实上，中方一直主张维护的是世界贸易组织在制定全球贸易规则方面的主导地位。希望世界上主要贸易大国和主要经济体都能致力于维护世贸组织在这方面的地位。

“我们也理解有些国家政府可能需要就一些自贸安排向国内业界和公众说明有关利弊，那就实事求是地说明这些利弊就好，不要把经贸问题政治化，也不要让人得出一个结论：美国在推动TPP整个过程中是出于某些政治考虑。这实际上对公众是一个误导，也不利于国家间关系。”陆慷说。 ■据新华社

抢占春节市场 澳新食品商“挤破头”

随着中国春节临近，澳大利亚和新西兰的食品生产商也迎来了一年中最忙碌和赚钱的季节。他们争相把最大个的龙虾、最甜的车厘子运往中国等亚洲市场，希望能借春节“东风”卖个好价钱。

但问题随之而来：要运往中国的货物太多，而货机运力有限。如何抢占到更多位子已成为这场竞争的制胜关键。

谈及向中国出口食品时遇到的难题，不少澳大利亚和新西兰食品生产商表示，其中之一就是在货机上“占位子”。在这场“抢位大战”中，他们除了要与同行竞争，还要和奶粉出口商挤占有限的货机空间。

澳大利亚水果生产商“西西利亚诺父子公司”出口部总经理科琳·丹杰菲尔德说：“今年，我们把水果运往香港时遇到一些困难。为了抢占中国春节市场，预订货机位子的竞争非常激烈。由于奶粉出口量不断增加，抢位子变得越来越难。”

■据新华社

要快读

IMF总裁：中国经济转型可避免“硬着陆”

国际货币基金组织（IMF）总裁拉加德4日表示，尽管有关中国经济即将迎来“硬着陆”的论调已经持续多年，但她相信中国在完成向更可持续发展模式转型的过程中可以避免这一情况的发生。

拉加德4日在马里兰大学发表演讲及回答网络提问时说，中国可以完成经济转型。她呼吁中国继续推进包括国企改革在内的一系列市场化改革。

拉加德说，虽然短期内中国经济减速会对国际贸易和大宗商品价格产生影响，但是长期来看，中国经济向着以服务业和国内消费需求驱动的模式转型终将惠及中国和世界。

美军将试验性部署F-35战斗机

美国空军作战中心负责人杰伊·西尔韦里亚4日表示，美国空军本月计划在爱达荷州一处空军基地部署4架F-35战斗机。这项部署将包括飞行员、维修工程师、飞机配件以及一套测试战机部署能力的智能化后勤系统，这一试验性部署将帮助美国空军评估F-35是否可以部署到其他地方并能顺利进行后勤保障，是首个F-35飞行中队作战能力评估工作的一部分。按照计划，F-35战斗机将在今年8月前宣布具备作战能力。F-35战机是美国洛克希德·马丁公司研制生产的新一代战机，配有新型航电设备，具备雷达隐身能力，共有A、B、C三个型号分别供空军、海军陆战队和海军航空兵使用，此次试验性部署的是空军版F-35A型。

■均据新华社