

十一长假即将来临，多家知名景区宣布上调门票价格，5A级景区平均票价迈入“百元时代”。景区门票涨价，是市场规律使然还是门票经济依赖？法律严控为何抵挡不住景区“拔毛”？

假前“涨声一片”多家景区门票涨价



多家景区上调门票价格

进入9月以来，国内多家景区纷纷上调门票价格。9月1日起，广东丹霞山景区门票价格由原来平日160元、节假日180元统一调整为200元；9月3日，保定涞源十瀑峡景区调价方案获得通过，门票从35元上调至50元。

此后9月16日，国家5A级景区之一的丽江玉龙雪山景区发布调价公告，宣布门票价格将从105元/人次调整为130元/人次，执行时间为2015年5月10日起。

这只是今年以来新一轮景区门票涨价的缩影。6月10日起，“中国最年轻火山岛”北海涠洲岛火山国家地质公园门票价格由90元调整为115元；7月1日起，云南大理苍山景区票价由30元涨到40元，同日，苏州园林主要景点门票价格也进行调整，其中，拙政园旺季票价季由70元调整至90元，虎丘从60元调整至80元。

此外，宜昌三峡大瀑布景区8月份举行门票价格调整听证会，提出目前门票价格偏低，拟将门票价格由98元/人次调整为128元/人次或130元/人次。

值得注意的是，随着各地景区门票价格的频频上涨，国内5A级景区平均票价已超过百元。中国社会科学院旅游研究中心去年发布的《2013年我国4A、5A级旅游景区门票价格分析报告》指出，中国所有5A级景区平均票

价为109元，52.94%的景区门票价格在100—200元之间，7.19%的景区门票价格在200元以上。

景区涨价有原因

记者了解到，国庆节前河南部分景区门票价格将有不同幅度的增长。当记者向河南万仙山景区负责人询问确切增价幅度时，他含糊其词地说，可能会出现强制交通费等外加费用。按照这位景区负责人所说，景点涨价理由不外乎是弥补保护资金缺口、偿还债务、维护、服务成本上涨等理由，而据业内人士介绍，其实在像万仙山等部分景区不实行通票制时，本身就在给景区提供了充足的利润空间。

那么景区所谓的“门票”涨价是否合理，它都包含哪些成本及利润，又是怎样来核算的。

同样有微幅涨价的河南跑马岭地质公园负责人告诉记者：“它是拿服务价值成本来看的，你看啊景区服务得用人啊东西嘞，这服务人工成本，公用管理成本，还有道路修建啊、新设景点啊这专项开发建设成本，这中间你还得包括宣传、折旧、IC卡，资源保护啊还有一些其他成本，这中间有好多构成因素，所以说稍微提价是合理的，你现在旅客要求都非常高。我们服务得跟得上啊，首先得保证服务。”

据了解，我国对旅游景区门票价格有着严格标准和程序，而且必须经当地发改委审批。洛阳市旅游发展改革委员会副主任孙小锋：

“旅游景区，有一部分资源还属于公共资源，价格制定上还在发改委管控着。一般都是景区打报告，属于哪一类景区打到哪一级发改委，由发改委研究决定。依据就是景区过去投资的状况，成本的大小，给你核定你这个价格。”

2007年，国家发改委曾专门下发通知，规定“旅游景区门票价格调整频次不低于3年”，然而之后很快国内各大景区似乎就落入了一个“3年必涨”的怪圈。孙小锋表示，除了国家政策

规定的涨价时限等客观原因以外，最主要的是因为近年来国内众多旅游景区投资主体发生变化：

“咱们国家旅游门票不断上涨，与各地对旅游景区的投资较大有关，第二个，民营企业家对旅游投入比较大，它投入进来势必要通过门票把投入赚回来，这也是近几年旅游发展的趋势，高投入、高价格！”

门票价格上涨“两头叫苦”

面对不断上涨的景区门票价格，一方面，民众叫苦不迭，发出“玩不起”的感叹；另一方面，景区面对民众对高票价的不满，也以自身运营压力大为由而大倒苦水。

譬如，此番涨价的玉龙雪山景区就在听证会上指出，玉龙雪山景区目前经营状况不佳，过去的3年门票收入减去支出是负数，25元的涨价幅度是合理的；丹霞山旅游投资经营有限公司副总经理张文彬也向媒体诉苦说，员工的工资要涨、景区的设施要完善，仅用于申遗和创建5A就投入了1.5亿元，虽然政府支持，但资金缺口仍非常大，现在每年需要向银行偿还千万元以上的贷款本息。

如此来看，景区门票涨价陷入了“两头叫苦”的尴尬境地。对此，中国社科院旅游研究中心特约研究员刘思敏在接受记者采访时表示，在现有体制下，景区收费模式与“贷款修路，收费还贷”高速公路收费模式异曲同工——收费不是问题，涨价也不是问题，甚至涨多少也不是问题，关键在于是否基于“成本+合理利润”的定价原则，而且这个原则的执行，必须以财务信息的透明、可核查为基础。

刘思敏指出，国家有关部门有必要下定决心，为景区制定现阶段适用的“成本+合理利润”的门票生成机制，同时要求这些景区定期公布第三方审核的财务报表，使其经济运行置于全社会的监督之下，“总体来看，景区票价应该体现公益性。”

(据中新网、中广网)

国外景区怎么收费？

通过记者的调查，我们不难发现景区价格涨与不涨，价格本身贵与不贵，都是“公说公有理，婆说婆有理”。那么，我国景区门票一片看涨之声，国外的景区收费近年来，又有哪些变化呢？据全球华语广播网美国观察员庞哲介绍，国家公园基本上属于福利服务，所以价格很便宜。

庞哲说，“在美国，国家公园和其他公园分两种，一种是民营的盈利的，像迪士尼乐园，还有好莱坞影城，收费比较昂贵。但是国家公园基本上都是政府为

民众提供一种福利式的服务，门票比较便宜。但是这个门票只是对进门来说，公园里面有一些设施也算是一个私人盈利的项目，基本上还会分别收费，但是收费基本上也不会很高，而且对一些像退役军人、残障人员还有对做义工基本上还是免费或者半费。

节假日旅游比较多的情况下，对一些骑自行车或者是步行这样来的游客会给他们减价票，但是汽车基本上一辆车是25美元。国家公园有的是可以打猎。不过这种服务都不会是太昂贵的附加服

务费。总的来说，美国公园的费用还算是比较合理，受到一些民众欢迎。”

发展中国家的印度，门票收入是政府旅游收入的一大组成部分，但印度景区的门票价格长期以来都很便宜，一直是内外宾平等，只5到10卢比（1美元约合45卢比），就连景点中最有名的泰姬陵，也只收20卢比。2000年开始，印度旅游部突然将外国游客的票价从5至10卢比一下提升至10至20美元，但是本国人民票价依旧不变。

(据《无锡商报》)

景区如何摆脱“门票经济”的依赖

中国社科院旅游研究中心特约研究员刘思敏认为，一些景区因其旅游资源的不可替代性而形成了天然垄断，这些景区之所以频频涨价，其中，旅游产品结构不合理、景区发展产业比较单一、对门票经济的依赖是重要原因。

刘思敏，一般来讲，门票花销约占消费者旅游消费的10%左右，因此，地方政府要适当跨越“门票经济”的低级发展阶段，把旅游产业链做长，把旅游产业做大，通过优化游客情景体验，延长游客停留时间，从中获取更大的整体效益。

刘思敏说，地方政府不应向门票涨价抱以过多诉求，反而可以采取景区门票降价甚至免票手段，吸引更多的人流、物流、资金流、信息流，进而向树立地区品牌、升级经济体系、发展关联产业等转化，比如杭州市采取的西湖免票举措经验就可以借鉴。

西湖自2003年开始实行免费，数据显示，景区每年因此直接减少门票收入2530万元，但公园免费带动了景区商业网点经营价值的提升。通过拍卖、出租或承包景区商业网点经营权等市场化手段，不仅抵补了损失的门票收入，而且使景区管理部门增收逾亿元，带动了杭州旅游产业新增经济效益上百亿元。

北京交通大学经济管理学院旅游管理系教授王衍用此前也对中新网记者表示，国内旅游业虽然一直在提倡摆脱“门票经济”，打造旅游产业链，但是旅游直接的经济收入被看得还是太重。景区应大力谋求转型升级，把吃、住、行、娱乐、购物和交通6个要素充分利用起来，将“门票经济”转变成产业经济。

已有景区尝试做出改变

国内已有景区尝试改变产业结构，摆脱对门票收入的过度依赖。2011年年底，江西省开展“江西旅游总收入过千亿”的旅游免票活动月，游客免门票进入景区。活动月期间，各景区共免票接待国内外游客1261万人次，同比增长82.1%；拉动交通运输、酒店餐饮和娱乐等相关行业收入近60亿元。

去年以来，“1元门票”成为在线旅游商、银行和景区的多方联合促销行为，一定程度上使景区摆脱“门票经济”的迫切性大大增加。携程有关负责人告诉记者，得益于“1元门票游大武夷地区”活动，武夷山在今年中秋假期中首次夺下热门景区排行榜第一名。江苏常州天宁寺也借由“1元门票”，首次进入热门景区前十。(据中国新闻网)