

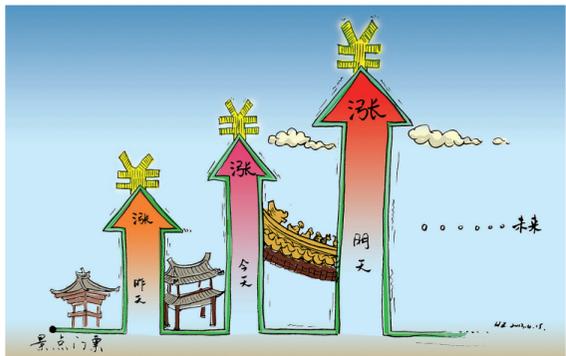
外国如何解决景区「门票依赖症」

郑薇冉

编者按:春天已至,高昂的门票却几乎将中国老百姓挡在了美景之外。

2007年5月,国家发改委曾在有关文件中明确规定:因成本支出大幅增加需调整门票价格的,应当在调价前两个月向社会公布,同一门票价格上调频率不得低于3年。然而,“三年禁涨”的规定却演变为“三年必涨”的现象。近来,国内多地知名景区掀起涨价潮,最高涨幅达到167%。4月10日,凤凰古城告别免费时代,引爆了社会对于国内景区“门票依赖症”的讨论。

纵观许多国外知名景区,不仅鲜有旅游旺季门票涨价的现象,有的甚至在旺季降价;涨价须多方点头,保证自然、文化遗产能够为更多人服务;在行业法律法规的管控与引导下,景区收入渠道日渐多元化,而不是将运营成本转嫁到游客身上……



黄卓 画



凤凰古城收费前后对比图

鲜有票价“旺季高”现象

与高额门票不符的旅游项目和淡、旺季门票之分,成为近期舆论质疑和讨论的焦点问题。许多受访者表示,在看到一些景区新出炉的门票价格后有惊讶之感。

与国内逢黄金周、小长假等旅游旺季景区门票节节攀升的现状不同,国外景区鲜有涨价,不少景区的门票价格自制定价格之日起几十年不变,有的甚至出现降价。美国黄石国家公园自1916年开始向游客收费,规格为步行入园每人每票10美元,这一标准直到1996年美国国会通过相关立法后,才得以依法上调至12美元。

常年低价的背后是外国政府对景区财政的大力扶持。旅游在这些国家具有更多的公益色彩,其休闲功能和人文教育功能为政府所重视。较低的门票价格得以让更多人拥有享受自然和接受文化熏陶的机会。在一些发达国家,越是著名的景点,门票价格反而越低,甚至免费开放。意大利政府为拯救比萨斜塔,维修工程花费了数千万美元,门票约15欧元,每日通过限制参观人数,维持景点的正常运营。当地政府坚持不涨价,希望国民从旅游中获得更多文化体验。

同时,国外也鲜有票价“旺季高,淡季低”的状况。相反地,有些国家的景点票价在旺季不升反降,逢节假日推出优惠票价,如俄罗斯克里姆林宫就借节假日发售家庭套票。圣彼得堡郊外的喷泉之城彼得宫,周末的学生票比平日低20%。

门票涨价须理由充分

凤凰古城一位副县长“凤凰古城不是涨价,因而不用开听证

会”的言论经媒体披露,引发质疑,景点门票正规的定价、涨价程序成为人们关注的焦点。在西方发达国家,景区票价一旦制定就不可随意提高,很多国家以不同方式严格规范涨价程序,以保证人们对公共文化财产、自然以及历史财富的欣赏和利用。

在美国,根据现行的国家公园门票标准,公园每年有权向国家公园管理局申请对门票价格进行微调,但需要给出足够的理由,其中最主要的是物价上涨因素。法律还规定,如果调整票价,新价格必须在公布一年后才能生效,这也是大部分美国景区门票价格多年保持不变的一个原因。

在加拿大,景区想要提高门票价格必须经过严格的听证会审议。听证会包括提出议程、信息公开、听取民意、广邀社会代表和媒体的参与、不预设结果等环节,这些措施保证了听证会的公信力与说服力。一般在听证会前一个月,人们就能在政府相关机构的官网上查询到会议日期、议程、场地及参与方法,当地报刊、广播和电台等媒体也会告知人们听证会及讨论提议的相关资讯。届时,不仅市长、议员、公园局委员、提案提出方会参与,媒体、专家和市民也会通过自由报名参加,且没有名额限制。正因如此,听证会经常因为参与人数过多而更换场地。听证会上,景区涨价的提案若被驳回,必须经过5年的冻结期,才可以重新申请。2008年,加拿大公园管理局建议提高国家公园门票价格的提案被驳回。经过5年的冻结期,今年1月初,管理局才得以再次提出涨价提案。直到4月,调价协议才进入批准阶段。

意大利各地的旅游景点门票价格的制定均由政府文化遗产部管理。只有在景点的历史价值、建筑或展品的历史和艺术价值发生变化,维持景点正常运转的水、电、能耗明显改变,或环境因素导致维护成本发生变化等情况下,才有可能调整价格。

意大利各地的旅游景点门票价格的制定均由政府文化遗产部管理。只有在景点的历史价值、

建筑或展品的历史和艺术价值发生变化,维持景点正常运转的水、电、能耗明显改变,或环境因素导致维护成本发生变化等情况下,才有可能调整价格。

法律法规提供定价依据

针对景区收费问题,欧美等国制定了专门的旅游法律法规。1996年,美国国会成立国家公园管理局并通过《国家公园法》,明确划分了收费公园与不收费公园,规定收费的国家公园门票最高不能超过20美元,年度公园卡不超过50美元。各公园的门票与娱乐项目收费的80%应用于支付公园的维护和管理开支,其余的20%上交国家公园管理局统一支配,用于补贴不收费公园的维护与管理。另外,法律还规定热门公园或景点不能为控制参观人数而擅自提高门票价格,但可以通过限制门票数量、规定参观时间段等措施来限制游客数量,如纽约的自由女神像、费城的独立厅和华盛顿的国会山均属此类,华盛顿纪念碑的管理人员则每天早上免费发放一定数量的参观票来控制登高人数。

加拿大在国家公园的管理方面有完善的法律和管理体系。加拿大于1911年成立世界上第一个国家级公园保护机构——联邦国家公园管理局,又于1930年通过《加拿大国家公园法》,规定国家公园的门票价格变动必须经过议会、下院立法通过,而且需在国家级媒体上公布。

一些欧洲旅游大国对于旅游景点,尤其是历史文化遗迹的管理已经形成了较为成熟的法律制度。在意大利,相关法律规定,如确需调价,各地政府主管部门必须充分酝酿,并提出建议报文化遗产部价格管理委员会审批。

广开渠道化解成本压力

中国旅游研究院发布的2012年《中国休闲旅游客户需求趋势研究报告》显示,国内景区门票占游客花费比例最高,达到21.92%,其次才是交通、购物、餐饮、住宿和文化娱乐。

目前,国内大多数景区对门票涨价给出的理由是资源保护、控制游客数量、补充景区各项经费支出等。观国外景区,并未将压力转嫁到游客身上,而是广开渠道,获得各方的资金支持。

国外很多景区有政府补贴、社会捐助、基金支持、自主创收等多种经费来源,门票收入只占其收入的很小部分。即使这些国外景区不收钱,当地政府也不会因此蒙受很大损失。俄罗斯圣彼得堡叶卡捷琳娜宫的琥珀宫享誉世界,所需维护经费颇高,其主要通过与大型企业合作化解经费压力。

利用景点旅游热带动当地经济发展,从旅游经济的收益中拨一部分用于景点维护,也是国外诸多旅游区惯用的手法。事实上,旅游业的产业链相当长,能带动100多个行业的发展。有研究表明,旅游业1元的直接收入隐含着6.8元的间接收入。门票少收一点,通过链条上的其他部分增补,景区的整体发展反而会更好,不少国外景区的成功案例都证明了这一点。许多外国景区围绕自身的资源特色开展一系列衍生服务,以减少日常经营对门票收入的依赖。比如法国卢浮宫通过设立营业摊点、场地出租以及外部赞助等形式实现了有效运转。墨西哥金字塔则借助酒店、餐饮、纪念品和工艺品销售、出租车和导游服务等创造了可观的利润。

业内专家:“门票经济”冲淡旅游文化内涵

本报实习记者 樊炜 郑 苒

国内景区“门票经济”的现象近日成为各方关注的焦点。本报记者就这种现象采访了旅游管理界专家。

从国内多地景区的现状来看,正视景区属性,改善管理模式是亟待解决的问题。中国旅游研究院区域旅游发展与规划研究所副所长马晓龙说,无论是祖先留下的文化遗产,还是大自然留下的奇观美景,都属于公共资源,不应成为地方或个别企业盈利的工具。“我国也有景区免费运营的成功案例:西湖免费10年,收入增加了4倍。西湖的免费模式在国内比较独特,这与当地政府清晰的定位和不断完善旅游产业链建设有关。这种将“门票经济”转向“第三产业经济”的做法并非在所有景区都可行,但其因地制宜的管理方式给其他景区带来了启示。”

知名学者、北京交通大学旅游与规划研究中心主任王衍用说:“目前,我国旅游资源尚无法形成一个体系。不少地方的关注点集中在门票收入这种短期利益上,缺乏对行业的整体关照和长远考量,使得旅游产业链上的其他效益未能有效开发。”他指出,旅游

业包含吃、住、行、游、购、娱6个要素,门票只是其中一项收入来源。目前,国内旅游还是以游为主,把旅游带来的直接经济收入看得太重,忽视了旅游间接带动经济发展、改善生态环境、提升文明素养的文化作用。

专家认为,克服景区“门票依赖症”,还需社会多方合力——鼓励有能力的企业承担起社会责任,为保护、发展文化遗产和景区贡献一份力量,支持基金会、社会捐赠等方式,使景区的资金来源多样化,都是值得努力的方向。同时,来自第三方的监督必不可少。

王衍用说,目前,我国旅游行业协会还未形成综合性和联合性协会的实力,其在行业内部协调资源、制定规则、规范市场的作用尚未充分发挥。马晓龙表示,真正地让社会加入到景区门票议价、定价的环节也是监管、抑制门票乱涨的重要一环。北京第二外国语学院旅游管理学院院长邹统钜认为,把景区的宾馆饭店、衍生产品开发等委托给一些资质齐全的企业经营是不错的选择,但管理部门应进行引导。

国内外著名景点票价对比

江苏扬州瘦西湖 旺季150元 淡季120元	美国黄石国家公园 12美元(约合人民币74元)
河南洛阳少林寺 100元	德国科隆大教堂 免费(登塔1.6欧元,约合人民币13元)
陕西西安秦陵兵马俑 旺季150元 淡季120元	俄罗斯莫斯科克里姆林宫 300卢布(约合人民币59元)
湖南凤凰古城 148元	意大利庞贝古城 10欧元(约合人民币80元)
山东泰山 旺季127元 淡季102元	法国圣米歇尔山 免费
河北承德避暑山庄 旺季120元 淡季90元	法国凡尔赛宫 8欧元(约合人民币65元)
北京明十三陵(6景点合计) 旺季255元 淡季190元	印度泰姬陵 750卢比(约合人民币86元)
河南洛阳龙门石窟 120元	埃及金字塔 40英镑(约合人民币36元)
山东烟台蓬莱阁 140元	意大利比萨斜塔 15欧元(约合人民币122元)

*人均GDP世界排名

11 美国 49802美元	84 中国 6094美元
19 德国 41168美元	121 埃及 3109美元
21 法国 40690美元	136 印度 1592美元
25 意大利 32522美元	(据国际货币基金组织 2012年公布数据整理)
47 俄罗斯 13765美元	

差价可达10倍 多国对外国游客设高门槛

薇冉

在西方发达国家竭力维持景区低票价的同时,很多发展中国家,尤其是以旅游为经济支柱产业的国家,在景点收费上对本国人和外国人采取了“内外有别”的特殊票价,一些景区的票价差价甚至达到10倍,形成了世界旅游业一道特别的风景。

据背包客史先生介绍,俄罗斯一些景点面对本国人的票价都是最便宜的,独联体国家游客所需支付的门票价格居中,其他外国游客所需支付的票价最高,可高达本国人票价的4倍到5

倍。如世界知名的冬宫,外国人票价为400卢布(约合人民币80元),俄罗斯公民则只需100卢布(约合人民币20元)。

范女士在斯里兰卡遇到过同样情况。斯里兰卡的景点门票分3个等级,针对本国游客的票价非常便宜,对于来自印度、巴基斯坦、马尔代夫、尼泊尔、不丹的游客,票价是4倍到5倍,其他国家的游客门票就高得离谱了。

在东非国家肯尼亚,观鸟胜地纳库鲁湖国家公园和可望乞力马扎罗山的安博塞利国家公园算得上当地野生动物管理局定价最高的景点了。外国成人游客须支付6718肯先令(约合人民币500元),而本国以及东非共同体国家游客成人票价仅为1000肯先令(约合人民币74元)。收藏着迄今发现的史前最完整人类化石“图尔卡纳男孩”的肯尼亚国家博物馆也宣布将于5月1日起大幅提高门票价格,本国成人和儿童游客分别涨至200肯先令(约合人民币15元)和100肯先令(约合人民币7.3元),外国成人和儿童游客分别涨至1200肯先令(约合人民币88元)和600肯先令(约合人民币44元)。

在埃及,门票也存在“内外有别”的现象。埃及景点门票对本国人和阿拉伯人一视同仁,对非阿拉伯国家的外国游客采取特殊票价。埃及最著名的开罗埃及博物馆,30年来,票价对本国人和阿拉伯人从1埃镑(约合人民币0.9元)涨到4埃镑(约合人民币3.6元);而对外国游客票价则到10埃镑(约合人民币9元)涨到40埃镑(约合人民币36元)。同样对外国游客收取10倍票价的还有蒙古国。如蒙古国首都乌兰巴托东部的特列尔吉国家公园,除了汽车过路费外,外国游客须交3000图(约合人民币14元)的景区费,而蒙古国游客只需交300图(约合人民币1.4元)。



位于俄罗斯圣彼得堡的冬宫面向国内外游客实行双重票价制度

海外头条扫描



镶上镜框的涂鸦作品《圣母与孩童》

莱比锡涂鸦镶上保护镜框

涂鸦在欧洲备受争议,关于涂鸦创作的合法性一直没有定论,涂鸦创作者因作画被捕、遭审的消息时有曝光。因其创作环境的特殊,涂鸦面临着作品流失、破损严重的现状。4月12日,德国城市莱比锡街头一幅被玻璃镜框镶嵌起来的街头涂鸦作品引来不少市民驻足。这幅作品名为《圣母与孩童》,出自法国街头艺术大师Blek Le Rat之手。据莱比锡市政府相关人士透露,这是莱比锡市现有的Blek Le Rat类似作品中年代最久的一幅。

1991年,Blek Le Rat在莱比锡短暂逗留,为了向其妻子告白,喷绘了作品《圣母与孩童》。此后,画作一直被各种海报所遮掩,后被莱比锡女孩马克西发现。得知房屋即将翻修,马克西想尽一切办法阻止建筑公司施工。经过一番波折,负责施工的物业公司同意帮助保护这一画作。该公司总经理霍尔斯特说:“今天的一切都会成为明天的历史。”经过协商,该公司和莱比锡市政府共同出资9000欧元保护该画作。(本报记者 宋佳旭 编译)

「鸟叔」个唱引发民众和平愿望

4月13日,因《江南Style》走红全球的“鸟叔”PSY在首尔麻浦区上岩洞世界杯竞技场举办了大型个人演唱会。现场,他不仅发布了新曲《绅士》,还演唱了自己以往的一些人气单曲,其中为2006年德国世界杯量身定做的歌曲《We Are The One》更是引爆现场。

在半岛关系如此紧张的时刻,PSY选择演唱这首歌曲,被韩国媒体认为是在表达希望半岛和平的意愿。当被一名英国记者问及是否有此意时,PSY表示,自己是一名歌手,只是希望通过自己的歌曲将幸福传递给世界听众。不少亲临现场观看演唱会的观众表示,《We Are The One》掀起了高潮,在非常时期,PSY选择的这首歌曲代表了民众希望半岛和平的真诚愿望。(杰夕)



“鸟叔”个人演唱会现场激情献唱