

# 降价之后,景区将走向何处?

2018年6月,国家发展和改革委员会印发了《关于完善国有景区门票价格形成机制 降低重点国有景区门票价格的指导意见》。一年多来,各地积极开展工作,在降低重点国有景区门票价格方面实现了多方面措施的落地。对此,游客反映如何?降价对景区运营管理体制机制的完善起到了怎样的作用?降价之后,景区将向何处拓展生存和发展空间?

## 政策梳理

2018年6月,国家发展改革委发布《关于完善国有景区门票价格形成机制 降低重点国有景区门票价格的指导意见》,指出:

降低重点国有景区门票价格。(一)各地区要以利用国家级风景名胜、国家级自然保护区、全国重点文物保护单位、国家公园等公共资源建设,旅游景区质量等级评定为5A级,且现行价格水平较高的国有景区为重点,科学制定方案,切实降低偏高门票价格,并积极推动4A级及以下国有景区降价。(二)各地区应重点围绕当前景区门票价格管理中存在的突出问题,认真开展定价成本监审或成本调查,加大景区正常运营所需以外不合理支出的清理力度,相应降低门票价格。(三)各地区要尽早制定降低重点国有景区门票价格的工作方案,明确具体目标、重点任务、时间节点,成熟一批、实施一批。

完善国有景区门票价格形成机制。(一)合理界定成本构成。(二)创新价格管理方式。(三)严格履行政府定价程序。(四)建立定期评估调整机制。(五)加强景区收支监管。(六)规范景区价格行为。(七)加强景区门票价格监管。

2019年3月,国家发展改革委发布《关于持续深入推进降低重点国有景区门票价格工作的通知》,部署了2019年重点工作,包括:推进更大范围降价;推动更大力度降价;强化配套服务价格监管;确保降价取得实效;加强政策宣传和舆论引导。

## 目标

1. 理顺国有景区功能定位,加快构建充分体现社会效益、社会效益和经济效益相统一的国有景区运营管理体制机制。
2. 优化旅游环境,积极解决人民群众关心的问题,充分释放旅游消费需求,更好满足人民美好生活需要。
3. 推进旅游业供给侧结构性改革和高质量发展,推动旅游业加快由门票经济向产业经济、小众旅游向大众旅游、景点旅游向全域旅游转型升级,形成旅游业供给结构优化和总需求稳步扩大的良性循环。

## 各地落实

**河南省:**河南省发改委发布的数据显示,2018年,河南省共有100个景区的107个门票或配套服务项目实行降价或免费。截至2019年9月26日,河南共有29个景区的33个门票或配套服务项目实行降价或免费。全省13个5A级景区中,12个(含15个景点)出台降价措施,覆盖面达到5A级景区总数的92%。

**安徽省:**2018年以来,安徽省已经降低了6个5A级、67个4A级、13个3A级重点国有景区门票价格,降幅分别为15.3%、17%和28%,年减少游客旅游门票支出约3亿元。其中,在5A级旅游景区中,黄山风景区旺季门票价格由230元/人降为190元/人、九华山风景区旺季门票价格由190元/人降为160元/人。2019年“十一”,安徽省降低了38个4A级国有重点景区门票价格,其中19个景区在2018年降价基础上进行了二次降价。

**山东省:**2019年,山东省发改委对全省16市、97个国有景区提出了降价目标要求。与2018年初门票价格相比,截至目前,山东国有景区门票价格的平均降幅已达47%。其中泰山景区门票价格由240元降为115元;烟台蓬莱阁景区门票由140元降至100元;济南趵突泉景区门票从75元降到40元,降幅47%。

**福建省:**截至今年10月底,福建省共有32个景区实施降价,已累计减少游客支出近7000万元。此外,自10月1日起,龙岩龙洞峡景区、东山风动石景区等15个4A级旅游景区和武夷源景区、青龙瀑布景区等5个3A级景区实施降价,平均降价幅度达21.55%。

**浙江省:**2018年以来,浙江各地发改部门按照国家发展改革委统一部署,推进重点国有景区门票降价工作。截至目前,浙江已推动76个重点国有景区出台降价政策或免费,平均降幅22%。其中杭州5A级景区高丽寺、两庵一祠、洪钟别业、高庄,调整后门票免费。

**江苏省:**江苏省发改委对辖区内所有4A级以上政府定价景区进行成本监审(调查),目前在全省125个政府定价的4A级以上景区中,除31个景区已实施降价外,已有49个景区完成成本监审(调查)工作,另有45个景区正在进行成本监审(调查)。

**山西省:**2018年7月,山西省发改委宣布全省国有及国有控股A级旅游景区门票价格执行统一降价15%的优惠政策。2019年,在此基础上,进一步降低太行山大峡谷、五台山、云冈石窟等重点国有景区门票价格。其中太行山大峡谷旺季门票价格由155元/人次降为140元/人次;五台山旺季门票价格由145元/人次降为135元/人次。

## 反响

**游客王勇:**第一次去泰山花了200多元,这次陪朋友去花了不到一半的钱,真正感到是在“还景于民”。关注到很多景区都降价,而且很多景区还免费了。在即将到来的2020年要多来几场“说走就走的旅行”。

**游客李楠:**到过几个景区,但是门票价格只降了10块左右,不会因为能省十几二十块钱而增加出行计划。

**景区:**门票价格下降,但是游客并没有出现理想中的增幅,多地旅游的营收和利润都出现了下降。数据显示,2018年黄山景区共接待游客增长10.38%,对应门票收入下降了11%;九华山共接待游客下降8.2%,门票收入下降15.2%。同时,大部分景区门票价格降了,但在拓宽产业链、扩大二次消费、提升重游率,以及配套餐饮、住宿、购物等服务方面,未形成有效合力。还有个别景区向产业链下游甚至客户端转嫁成本压力,导致服务品质短期内下降明显。



泛舟绍兴东湖

## 如何生存和高质量发展

中国旅游研究院院长 戴斌:

2018年,各大有重点旅游景区开始下调门票价格,不少地方民营企业租赁国有资源开发的景区也在逐步执行相应的价格政策。对此,大多数旅游景区在理解的基础上执行,将之视为倒逼旅游市场主体转型升级的政策机遇。世界旅游组织对国际旅游者消费结构做过分析,门票支出占个人旅游消费总支出约7%,这一数据在我国却高达20%。在当前广大城乡居民的旅游权利还有待进一步充分实现、游客的满意度还存在很大提升空间的情况下,让老百姓有得游、游得起、游得舒心,应当是景区发展的价值取向和政策选择。

智慧、匠心和品质是景区提升核心竞争力和可持续发展的关键要素。旅游景区未来应进一步加强与目的地生活的有机链接,白天以空间平衡时间,夜晚以时间延展空间,通过新供给与新需求的互动培育更多高黏性客户群体。再者,文化可以丰富旅游景区内涵、延展旅游景区的边界,同时大数据能成功地将文化需求转换为旅游供给,因此,旅游景区要敢于也要善于向科学技术和文化创意要动能。

中国科学院旅游研究与规划中心总规划师 李志中:

旅游景区降价是对过去多年来价格形成机制过程中一系列问题进行改革。在改革中,要把近期的工作重点和远期的改革目标相结合,把重点放在景区价格机制的形成上。在此过程中,要考虑人们休闲旅游的需求,也要考虑旅游景区建设、服务成本,以及地方政府和景区的适应、地方财政的调整过程。同时,门票降价的范围、幅度、方式等,也要考虑社会投资的接受程度,以免挫伤社会化投资的积极性。此外,还要考虑在此过程中文化和旅游资源的保护问题,要进一步理顺中央和地方、政府和企业在文化和旅游资源保护和利用中的角色和职责。景区的转型发展,要理性改革,要根据景区各自条件,有区别开展,不能简单粗暴推进,不能一刀切进行。

对于景区自身来说,要逐步适应低门票价格的趋势,从旅游景区自身的优势出发,进一步丰富商业业态,增加非门票收入。有条件的旅游景区要适应全域旅游的发展趋势,主动走出景区的围墙,参与到与旅游产业相关的社会化分工中,做大做长旅游景区的产业链,推动景区的多元化发展。比如森林类旅游景区,可以推出矿泉水品牌;生态景区,可以参与周边农副产品的规模化、标准化、品牌化发展。在此过程中,地方政府要积极按照中央要求,思考地方旅游业的整体发展,从区域层面平衡旅游业关联业态的协同发展。



唐山滦州古城

## 样本

### 免费开放17年,西湖现在怎么样了?

杭州西湖在2003年开始免费开放,还湖于民。以免费开放前西湖每年2000多万元的门票收入来计算,保守估计,这17年来,少收取的门票已逾3亿元。

但是,少了门票的收入,杭州并没有因此而亏钱,反倒比以前赚得更多了。据“241”算法,就是只要游客在杭州多停留24小时,杭州市的年旅游综合收入便会增加100亿元。据统计,西湖免费开放前,杭州一年的旅游总收入是549亿元,但是2016年杭州的旅游总收入是2572亿元,增长了4倍多。“免费西湖”让更多人愿意到杭州旅游。游客增加和逗留时间延长,杭州市餐饮、旅馆、零售、交通等服务行业都获得了新的发展空间,为杭州创造了大量的就业岗位和经济效益,促进了城市的整体经济发展。此外,由西湖串联的杭州淳安千岛湖、宋城等多个景区,带动了整个杭州乃至浙江的旅游产业,而这样的收益,不是简单的门票收入可以衡量的。“西湖模式”已经成为发展旅游业成功的模式之一。

(本版文字由本报记者李佳霖采访整理,图片由李佳霖摄。)