

民有所呼 / 我有所应

点题·报料邮箱:mssd@xmwb.com.cn 线索一旦采用即付稿酬

沪上部分景点旅游节降价惠民迎来入园大客流

半价引发高客流折射门票贵之痛



半价优惠激发出游潮

昨天上午7时左右,很多市民已陆续赶到申城各个景区(点)。“看见有早到的游客,我们人工售票窗口提前开始售票,园区也提前半个多小时开门迎接游客。”上海野生动物园倪丽介绍道,昨天是旅游节的第二天,该园区入园游客创下7.5万次,刷新园区开园20年以来的单日入园游客人数新高;之前,2013年国庆节期间,上海野生动物园曾创下单日入园游客5.2万人次的最高纪录。

九月是开学季,也是旅游淡季,然而,前天和昨天的申城景区(点)却呈现另一番景象。记者从海洋水族馆、巧克力乐园、欢乐谷等景区(点)获悉,周末两天迎接的游客比往年同期增加两倍至三倍。巧克力乐园往年九月周末的单日入园游客为1000至2000人,昨天和前天共接待了近万名游客;海洋水族馆往年同期单日接待游客五六千人次,这两天日均接待游客数为1.3万至1.4万人次;欢乐谷往年同期单日接待游客七八千人次,这两天共接待了2.4万人次……沪上多个景点接待游客人次比同期大幅增加。

昨天,记者在东方明珠1号门的门口看到,半价优惠恰逢周末,不少游客一大早赶来排队。东方明珠平时双球参观票要160元,旅游节半价只要80元,所以带着家人一起来看看。由于游客实在太多,上塔观光的队伍排起了长龙,高峰期最长排队时间甚至达到三小时。昨天,东方明珠接待游客2.2万余人。一旁的海洋水族馆门口同样也排起了长龙,队伍长度将近2公里,最长排队时间超过2小时。

对此,市旅游部门提醒,半价优惠将持续一周,市民游客提前做好出行准备,错峰出游。

截至昨天 15:00,野生动物园入园游客达到 7.5 万人次,创下开园 20 年新高。2015 上海旅游节于前天开幕,同时,沪上 61 家景区(点)推出半价优惠活动,吸引了超高客流光顾。



■ 挤掉景区门票价格虚高的「水分」

图 CFP

多景点启动应对预案

在海洋水族馆的门口,记者看到,馆方提前在售票排队区域安装栏杆,将排队等候的游客和行人道进行分离,排队秩序井然;在东方明珠,1号门、2号门前的所有售票窗口均开放,游客只要排队几分钟就可买到门票。

上海野生动物园9月12日至9月18日施行门票(成人票)半价优惠活动,启动大客流预案,增加20个人工售票窗口,20台自动取票机

全部开启……倪丽介绍道,上午七点左右,售票窗口已经开门迎接陆续抵达的游客。游客大概排队五至十分钟即可买到门票,并可通过28个入园通道快速入园参观。为了让早到的游客提前入园参观,园区提前了半个小时开门。此外,该园还增加志愿者160人负责协助园区检票、售货、指引车辆停车等,45位交警负责南六公路及园区周边交通秩序通畅,55位派出民警及城管负责游客游园安全及园内维持门口次序,增加75名环卫保洁人员

门票该不该成景区主要收入源?

民生分析

节假日出游,游客最关心景区(点)的门票。门票该不该成为部分景区(点)的主要收入来源?一时成为市民、游客热议的话题。对此,旅游专家建议,国内景区(点)可以实行分级管理,可以解决景区(点)因运营成本增加带来的困局。

之前,上海野生动物园、东方明珠、上海海洋水族馆等热门景区一度传出要涨价的消息,但在全国旅游景区协会发出“不涨价”的倡议书和国家发改委规定景区一年内不得涨价的双重作用下,都紧急叫停了涨价行为。旅游节期间,这三家景点都实行了半价惠民政策,均迎来大客流。

“门票不该成为景区(点)的主要经济收入来源。”对此,享游网副总经理何一伟直言,目前,很多景点首推门票经济,因此,景区运营成本增加,就会启动门票涨价机制。其实,景区(点)的收入可以通过增值服务实现,比如说,景区(点)的纪念品就是比较的好增值服务。然后,目前,大部分景区(点)均不重视特色纪念品的开发,选择从市场批发小商品作为纪念品,从而出现各个景区(点)纪念品雷同,旅游纪念品市场日益萎缩。

自 2007 年国家发改委规定“旅游景区门票价格的调整频次不低于 3 年”之后,每到“解禁年”许多景区便“迫不及待”涨价。“三年禁涨”为何演变为“三年必涨”?面对这一现象,北京旅游学会副秘书长刘思敏表示,不能简单地看待景区涨价问题,对景区(点)进行分级管理或许才是更好的解决之道。

刘思敏建议,目前,国内的景区(点)可分为公益型、市场型、混合型等三种类型,每种类型景区的门票价格需要区别对待,旨在形成产权安排清晰、责任归属合理的科学的景区门票价格机制。公益型景区:指具有极大的、明显的社会公益价值的“优中选优”的景区,如故宫、黄山、九寨沟、张家界、峨眉山、三峡大坝等,国家可全额或差额补贴,实行免费或者低门票价格;市场型景区:指不依托所在地传统的旅游资源,依靠开发商投入资本、土地、文化创意等旅游发展要素产生市场价值的“无中生有”的景区,如欢乐谷、迪士尼等,其中人造景观、人造娱乐型景区占较大比例,门票应进行市场化定价;混合型景区:指依托所在地的森林、一般人文古迹等国有资源,同时也依靠开发商投入资本、土地、文化创意等旅游发展要素产生市场价值的“平中见奇”的景区,四川的碧峰峡等景区最为典型,由政府实行市场指导价或最高限价管理。

本报记者 杨玉红

中秋国庆出游热门线路出炉

民生关注

今年中秋与十一长假相距仅 3 天,对于上班族而言,只需请假 3 天就能拼出一个长达 12 天的假期,这促使不少国内游客提前规划起出游行程。日前,携程旅行网发布中秋、十一长假出游趋势,法、意、瑞连线和澳、新连线等热门线路在 8 月中下旬已售罄。

中秋、国庆假期将至,各种拼假出游方案在朋友圈热转。无论采用哪种拼假方案,都能享受到一个超过 10 天的假期。9 月 28 日-30 日请假的,连上中秋 2 天、国庆 7 天就能有一个 12 天的假期;10 月 8 日-10 日休假则能享受 11 天的假期,而前、后都请的人,最多能够拼出一个 16 天的假期,算得上是史上最长的国庆假期了。

悠长的假期带来的是出境长线游市场的火爆,携程统计数据发现,今年中秋、十一长假通过携程选择出境长线游的人次较去年同期相比增长超 150%,其中,最受欢迎的目的地分别是罗马、华盛顿、巴黎、悉尼、纽约、雅典、伦敦、开罗、洛杉矶、柏林,其中,伦敦、巴黎、罗马增长最为迅速,同比分别为 261%、243%和 190%。

出境游整体热度均处于高位,与去年同

期相比增幅超过 100%,中国香港地区、东京、曼谷位列出境游目的地前三。日本始终保持自夏季以来的高人气,尤以上海出发前往日本的旅客居于首位;东南亚地区则因国内季节气候的变化令本就不低的游客人数又呈现上升的趋势;韩国的首尔、济州岛重回热门出境游目的地前十,首尔位列第四。

国内游方面,随着 2022 冬奥会申报成功,举办地北京及河北张家口旅游业获得了一定的刺激作用。携程数据显示,张家口崇礼地区的旅游人数较去年同期相比暴增近 1400%,被誉为今后几年内最具发展潜力的旅游目的地之一。

国内跟团游方面,前三位依次是昆明、九寨沟、三亚;自由行方面,则以三亚、厦门、北京为最。携程相关专家指出,因为中秋、十一长假的假期时间不短,促使国内长线游的人气旺盛,前往西双版纳、敦煌、香格里拉等地的游客人数较去年同期相比增幅显著。

本报记者 杨玉红

上海市经济管理学校
普职融通 协调发展
www.sems.cn