

## 产经

## 新闻

责任编辑:刘静  
新闻热线:(010)84151603  
E-mail:grbcjxw@sina.com去门票化成景区大势所趋，  
有助促进全域旅游发展

## 景区免门票渐成趋势

本报记者 吴铎思

国家发展改革委近日称,6月28日《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》发布后,目前,我国已有21个省份出台或公布157个景区降价或免费措施,还有157个将在“十一”前宣布降价。314个景区中,包括5A级别景区120个以上,4A级景区150多个,占到景区总数近90%的比例。在这些景区中,降价幅度20%的景区超70个,30个景区免费开放。

门票在旅行开支中占比很大,有研究显示,门票价格每下降1%,游客量就会实现3%~5%的增长。从产业经济发展角度看,以门票价格的下降换来产业收入的大幅增长,能增强旅游产业可持续发展。

## 从降价到免票

今年7月,福建省龙岩市相关部门专程到广州市推介旅游产品,宣布针对广州游客的系列优惠政策,希望广州游客前来旅游。其中,龙岩15个景区广州游客可以免费游览。另外著名的永定土楼民俗文化村等一批5A、4A景区也有优惠票价。

同样,今年福建宁夏两地旅游同业之间开展交流合作,宁夏旅游继续推出针对福建客人送出“清凉夏天福建人免游宁夏”及全年其他时间半价优惠旅游大礼包。并专门针对福建籍游客筹划推出了十大旅游精品线路,诚邀福建游客走进宁夏,畅游宁夏、体验宁夏。

景区免门票已成趋势,记者梳理发现,今年不少景区已经开始降价,陕西、江苏、山东、湖北在内的多地知名景区调低票价,部分景区优惠幅度达33%,有的甚至直接改为免费开放。

福建省尤溪县2016年成为全省“全域旅游”改革试点单位,该县从“卖风景”转为“卖文化”,提出了“我家在景区”发展目标,全域旅游、全民主、全要素、全产业链推动旅游产业“供给侧”改革。也正是免门票推进了全域旅游。

记者了解到,其实,大型景区免费开放,在很多旅游景区早有先例,包括杭州西湖、南京中山陵陵墓、厦门鼓浪屿等多个5A景区免费向游客开放。湖北省三峡大坝免费向游客开放,是首个免费的5A景区,随后武汉5A景区东湖听涛、磨山景区也免费向市民开放。

## 门票降,收入增

“每次出去旅游都会考虑到门票,毕竟是一项不小的开支。特别是遇到节假日门票涨价,很影响出游心情。”南平车务段职工杨丹平是一名旅游爱好者,她告诉记者,自己很关注景区降价或免门票的信息,“但实际上门票只是显性支出,如果在景区附近住下来,消费的费用更多”。

据了解,目前国内绝大多数旅游景区,仍然以门票收入作为其经济支柱,旅游商品、娱乐、餐饮等业态带来的弹性收入不高。旅游产业面临着可持续发展动力不足的问题。

事实上,由于旅游产业的强关联性和带动性,一些景区降低或取消门票后,旅游收入非但没有降低,反而大大增加。例如,2002年杭州西湖景区实行免门票以来,10多年间,游客数量和旅游总收入增加数倍,人流量增加带动当地餐饮、零售、住宿、交通等相关行业迎来井喷。

尤溪县目前唯一的国家4A景区朱子文化园,政府一分门票钱没收过,但该项目却极大促进了周边商业街区、商业地产等的改善和提升。虽然不搞门票,但该县联合乡梯田旅游带动了该乡出产的花生、田埂豆、梯田稻米的收入。

虽然故宫票价为夏季60元、冬季30元,在全国范围来看都不算高,然而,故宫的文创产品创收近3年来每年都达到10亿元,这是因为其挖掘文化内涵,延伸文创产业新亮点,找到了“全域旅游”的新路标。

福建省南平市通过开展“一元游大武夷”活动,使当地旅游格局发生了新的变化,各大旅游要素更为活跃,除了武夷山以外的景区被更多的游客认知,乡村旅游也成为新兴的力量,有效地带动农民增收。

业内人士指出,适当降低景区门票价格,一方面,有利于提高人们旅游出行意愿,扩大旅游消费支出,进而达到扩大消费、刺激投资的作用;另一方面,倒逼景区摆脱门票经济的老路,丰富旅游产品组合,提升游客体验,探索转型发展新路径,加快实现高质量发展。

## 向“产业经济”转变

数据显示,全国249家5A级景区中,门票价格超过100元的景区数量占比为47%。业内人士指出,过度依赖门票经济已经成为阻碍中国旅游业高质量发展的“绊脚石”。当前应以景区门票降价作为旅游产业变革发展的契机,推动旅游业从门票经济向产业经济转变,促进全域旅游发展。

据了解,当前旅游功能单一且链条短,一些景区旅游消费主要集中在“吃”“住”“行”,衍生和附属产品开发创新不够,“游”“购”“娱”明显不足。

业内人士指出,要实现从门票经济向产业经济的转变,一方面,景区要树立新的旅游资源观,发展旅游新业态,有效延长游客的停留时间,拉动游客的多元化消费;另一方面,应大力加强旅游产业链各环节之间的联系互动。

旅游市场只有从“门票经济”向“产业经济”转变,从粗放低效方式向精细高效方式转变,从封闭的旅游自循环向开放的“旅游+”转变,才能在更大程度上更全面地带动经济增长,人们的收入才会持续增长。

市场急剧扩张,监管缺位、质量问题频发,多方资本进入……  
民宿市场竞争进入“深水区”本报记者 余嘉熙  
通讯员 王佳宁 张艺琼

习惯了酒店,强调个性化的民宿成了越来越多人的新选择。

据国家信息中心分享经济研究中心发布的《中国共享住宿发展报告2018》显示,2017年,我国主要共享住宿平台的国内房源数量约300万套,参与者人数约为7800万人,其中房客约7600万人;共享住宿市场交易规模约145亿元,同比增长70.6%。

全域旅游的热潮裹挟下,民宿经济从“小火慢炖”变成了“大火翻炒”,市场迅速扩大,多方资本顺势进入,但无照经营、安全隐患等一系列问题也层出不穷,引起争议。

## 以个性出彩,民宿市场急剧扩张

房后青山房前绿水,青瓦白墙的老房子散落在山涧中,显得愈加幽静。

这些洛阳嵩县建于上世纪70年代的传统民居,一度面临着被拆除或复垦的“危机”。“这些老房子都承载着传统乡村建筑文化,拆除太可惜了。”洛阳市嵩县车村镇党委书记方英伟说,本着扶贫安置,弘扬北方传统风格建筑的初衷,他们通过当地搬迁让住在老屋的贫困户在镇区和中心村居住,把所有老屋流转回到村组集体,统一做修缮、加固与改造,建设特色民宿小镇。

如今,经过第三方平台的专业运营和管理,曾经无人在意的老房子成了受追捧的“香饽饽”,一到旅游旺季,房源就供不应求,当地村民也由此找到了新工作。

窑洞、地坑院、沙窝别墅、林间木屋,城市民居……作为旅游领域这几年涌现出来的新兴业态,包括河南在内的国内民宿业发展势头可谓强劲。有别于传统的酒店、旅馆,民宿为游客提供的是体验当地风土人情、自然文化生活的住宿方式,极具文艺气息和风俗特色。

“我觉得酒店都差不多,有标准化的服务,却没有个性和新鲜感。”在郑州大学教书的齐玉辉说,原来出差住宿大多选择酒店,如今民宿成了他的首选。

随着消费升级和生活方式的改变,人们的旅行体验由“走一走”变为“歇一歇”,民宿应运而生,为人们提供了新的住宿方式和更高的体验感。

一份今年2月发布的调查结果显示,在2010名受访者中,67.6%的受访者外出旅行时会住民宿,



图片等简单信息即可,准入门槛很低。而且平台基本上都充当“中介”的作用,没有负起应有的监管责任,而对民宿从业人员进行专业化培训更是无从谈起。

面对质疑,一位在线短租平台的客服介绍说,平台和商家之间只是合作的关系。对于商家的欺骗行为,平台管不了。如果房客发生意外事件,平台也只能相应降低商家的评分,情节严重的和商家协商解除合作。

对此,中国未来研究会旅游分会副会长刘思敏建议,互联网平台可以通过财产、人身安全保障方案及身份识别等手段,建立完善的房东、租客个人信息档案登记制度和规范的个人信用评估机制,交易双方可以根据累计评价和信用评级来进行双向选择。

## 业态创新,民宿竞争进入“品牌化”阶段

据了解,国家旅游局于去年10月出台了《旅游民宿基本要求与评价》,首次对民宿进行了定义,一些地方虽然也已出台加强民宿管理的相关政策,但大多数地方还没有具体的法律法规出台,民宿行业缺乏统一的管理标准。

“民宿由哪个部门来管理尚不清楚。此外,很多民宿处于偏远地带,执法的交通成本较高,其经营主体也比酒店复杂,这些因素也导致一些执法部门的监管不到位。”北京联合大学旅游学院教授李柏文表示。

国家信息中心发布的《中国共享经济发展年度报告(2018)》显示,2017年共享住宿领域交易规模达到145亿元,同比增速达到70.6%。

巨大发展潜力下,民宿市场竞争开始进入“深水区”。

今年上半年,共享经济领域的途家集团蚂蚁短租和小猪短租先后在民宿市场进行了新尝试,期望在竞争中获得更大的市场占有率。蚂蚁短租CEO申志强认为,旅游住宿全面升级,作为其中最重要组成部分的民宿短租,将从以依托平台流量为主的“草根民宿”时代进入由口碑传播主导的“品牌化”时代。

虽然民宿市场已经从平台化竞争转向品牌竞争,但也在不断暴露新问题。“在资本运作方面,民宿空置率比较高,市场运营爬坡期比较长,导致资金回笼比较慢,而且无健全融资渠道,导致品牌扩张困难。”多彩投身民宿运营张铁表示。

对此,中国旅游业商会副会长、大别山旅游业商会会长王小满认为,怎样维持民宿的持续性发展,是民宿从业人员要考虑的一个重要问题。如果能与多元化的文化、艺术、乡村环境等因素结合,将政策、法律、金融体系等作为市场支撑,构建多业态、良性循环的产业链生态,则可以为民宿提供一个健康的发展途径。

他们认为民宿最吸引人的地方就是能体验当地民俗风情。除此之外,远离喧嚣,亲近自然,提供贴心的个性化服务,建筑风格和装饰有特色、性价比高以及兼具住宿、娱乐、交友功能等也是民宿的引人入胜之处。

而政策环境的宽松也是民宿产业火爆的助推因素。今年的《关于促进全域旅游发展的指导意见》中,进一步提出“城乡居民可以利用自有住宅依法从事民宿经营”,扩大了民宿行业的盈利空间。

## 监管缺位,老问题迟迟未解决

然而民宿市场的快速发展,也放大了行业规范上的漏洞和缺失。

“价格跟星级酒店差不多,环境与舒适感却完全不能比。”郑州市民潘景行懊恼地说,自己4月份外出旅行的时候,特意在网上选择了一家图片很漂亮民宿,想体验一把,但到了地方却“傻了眼”:这与他在网上看到的基本上无一处相同,灯光昏暗,设施陈旧,屋子里散发着一股霉味……这些不愉快的经历,让他对于再选择民宿“十分谨慎”。

潘景行的经历并不是个案,有数据显示,对于当下的民宿,投诉率要远远高于星级酒店。不少在网上打着“青年旅舍”、“民宿”旗号的房源,在预订时都“看起来很美”,现实中却大打折扣。

“有的白天风景独好,夜里黑漆漆一片,缺少娱乐

空间和设施;有的交钱即住,不需要登记客人身份证件,入住也全凭客人从第三方平台拿密码,容易出问题;有的由民房私自改造,设施老旧,噪音超标,电线私拉乱扯,安全状况让人忧心……”专门从事旅游信息咨询行业的旅住信息技术有限公司副总经理黄健华告诉记者,在民宿行业刚兴起的时候,自己曾去很多民宿实地“学习”,结果并不如想象的那般令人惊喜。

民宿质量的良莠不齐,也会引来市场的“不良反应”。在深圳大鹏新区,这里的民宿数量5年来猛增10倍,民宿占了大鹏新区旅游住宿整体接待能力65%以上,但因为粗制滥造、同质化严重等问题,导致区内民宿吸引力下降,住客的增长速度每年下滑3%-5%。

业内人士表示,当前民宿发展首先应解决的是合法经营问题,特别是大多数小型民宿长期处于灰色地带,没有营业执照、消防许可、特种行业许可、卫生许可等住宿业必备证照就开门迎客,给游客带来的安全隐患不小。

“像我们这种家庭式的民宿,如果按照旅馆业标准管理,根本申请不下营业执照,只能通过在线短租房平台发布房源。”登封一家民宿的负责人介绍说,小型民宿最大特点就是成本低、灵活性大,不打一些“个性”、“温馨”、“最美”等略显夸张的招揽广告,游客是不会有光顾的。

记者调查发现,在如今大火的一些在线短租平台上,申请成为民宿经营商家只需要提供身份信息、房源

的不仅仅是充电机会,如果附近没有其他可用充电桩,很可能只能叫拖车帮忙,各项损失不容小觑。“公共充电桩坟场”,对于有意购买新能源汽车的消费者而言,无疑是毁灭性的心理打击。

事实上,如今已经形成的充电桩坟场,大多是新能源汽车产业发展的初期,相关企业所建设的。当时,许多企业并未有长远规划,而是采用圈地模式,只要能建桩就建,并未真正考虑到新能源汽车充电实际需求。结果,充电桩建起之时,也许就是闲置的开始之时,越闲置越疏于维护,久而久之沦为坟场,就不难理解了。

更为关键的是,到底公共充电桩在一个城市区域内究竟该如何合理有效分布,如何与周边商业设施和市政路网相结合,如何在新能源汽车不断增长的情况下可持续布局,目前并无一个确切的总体负责规划,依然是“九龙治水”的状态,未能形成充电网

络体系。许多公共充电桩的建设,依然多是企业行为而非整体规划,相比于加油站形成了“几桶油”的格局,并依照市场格局调整加油站布局,在充电桩方面,现阶段并无行业内的龙头企业,相应行业统一标准也存在一定的缺失。

公共充电桩建好更要管好。让公共充电桩能够发挥作用,不在于“撒胡椒面”式布局了多少数量,而在于能否形成充电网络,使某一区域内的新能源汽车畅行无阻。构建这样的充电网络,就不是靠一家两家企业所能做到的,而需要有关方面整体进行规划,并搭建起相应的运营服务体系。

## 产经观察

## 公共充电桩建好更要管好

本报记者 赵昂

工信部的数据显示,截至今年7月,我国共建成公共充电桩27.5万个,同比增长52%。但是,据媒体报道,在全国新能源汽车数量最多、保有量已经超过了17万辆的北京市,却有不少大型商场出现了公共充电桩损坏废弃已久却无人管理的情况,甚至出现了“公共充电桩坟场”。

诚然,近年来,私人充电桩安装工作在不断推进,新用户私人安装率接近80%,但受制于当前新能源汽车技术,比如续航里程有限,以及早先建筑设计和市政规划的局限性,比如老旧小区并未预留私人充电桩安装空间和相应的电线线路及插座,新能源汽车消费者,仅仅依靠家庭充电桩是远远不够的。想让新能源汽车跑得远、跑得久、跑得

方便舒适,公共充电桩必不可少。不过,公共充电桩的布局,不套用燃油车时代的加油站布局思路。毕竟,新能源汽车充电电动瓶数十分钟,与加油站即加即走不同,许多辆车排在交通干线的路边充电站充电,不仅时间利用上不现实,也会阻碍交通。因此,许多充电桩被布局在了商场、写字楼等区域,其用意不言而喻。消费者停车后连上充电桩,上去看个电影吃个饭,回来后电也充好了,消费者时间优化了,车企也因此吸引了客流,一举两得。

但是,这样的布局模式,也有其弱点。公共区域或商业设施内的充电桩多为自助式服务,与加油站有人值守不同,公共充电桩往往并无专人看管和养护,充电桩所在停车场的产权方,不论是商场、写字楼还是其他机构,均无专业的充电桩维护能力及相应人员。这就导致了消费者开着快没电的新能源汽车到了停车场,却发现充电桩无法使用,消费者损失

的不仅仅是充电机会,如果附近没有其他可用充电桩,很可能只能叫拖车帮忙,各项损失不容小觑。“公共充电桩坟场”,对于有意购买新能源汽车的消费者而言,无疑是毁灭性的心理打击。

事实上,如今已经形成的充电桩坟场,大多是新能源汽车产业发展的初期,相关企业所建设的。当时,许多企业并未有长远规划,而是采用圈地模式,只要能建桩就建,并未真正考虑到新能源汽车充电实际需求。结果,充电桩建起之时,也许就是闲置的开始之时,越闲置越疏于维护,久而久之沦为坟场,就不难理解了。

更为关键的是,到底公共充电桩在一个城市区域内究竟该如何合理有效分布,如何与周边商业设施和市政路网相结合,如何在新能源汽车不断增长的情况下可持续布局,目前并无一个确切的总体负责规划,依然是“九龙治水”的状态,未能形成充电网

## 如何为宠物找到更好的归宿

本报记者 李国 实习生 李俊

“你养过狗吗?没有养过就不知道主人的感情!”9月9日,在位于重庆沙坪坝双碑的来生缘宠物墓地,刘先生陪姨妈一起来看不久前埋下的吉娃娃犬吉咪。

他告诉记者,这只宠物狗4岁时死于车祸,因为怕姨妈过于伤心,就专门开车陪她一起来。

记者在此采访的半天时间里,就有不少于10名爱宠人士来到这里,有的是趁中秋之前来祭奠,有的是来埋葬爱宠。

事实上,无论我们喜欢或不喜欢,也无论理解或不理解,宠物殡葬已经在城市中悄然出现。

据不完全统计,我国家养宠物的数量已达1.5亿,宠物市场已经成为居民消费的一大组成部分,带动宠物殡葬的发展,也形成了市场的无形需要。据中商产业研究院的统计数据,到2017年,中国宠物行业市场规模达到1470亿元,同比增长20.5%。

宠物行业是社会经济发展进入较高水平时衍生出的新兴产业,未来,随着宠物饲养观念的更广泛普及和宠物行业延伸服务的更深入挖掘,我国宠物行业的市场空间将进一步扩大。据预测,未来3~5年宠物行业将继续维持20%以上的高增长,预计2018年中国宠物行业规模将达到1678亿元,到2022年市场规模有望突破2500亿元。

## 随意丢弃,安全隐患突出

重庆南岸区市民小邓半年前从宠物市场买了一只狗,几天前死掉了。在一位朋友的建议下,小邓来到江边挖了一个小坑,将小狗埋了进去。

重庆市民吴女士说,她家的宠物猫去年刚刚因病去世了。她将它埋在了小区内的一棵树下,由于害

怕被物业人员发现,她埋宠物猫是在半夜12点多。

记者在街头采访时,询问市民是否考虑将宠物的尸体送去宠物墓园进行安葬?多数人给予否定回答。一方面,不想花太多的钱;另一方面,认为把宠物埋起来简单省事。

不少市民向记者表示,一般的处理方法都是到附近的绿化带内或江边埋葬,甚至还有几位市民表示会直接扔到垃圾桶里。

统计显示,目前中国宠物猫狗数量接近1亿只,猫狗的年死亡率约3%,每年死亡的宠物数量达到近300万只。重庆市宠物协会袁大亮坦言,假如这么多的宠物尸体得不到妥善处置,“那该是多么庞大而可怕的污染源啊!”

重庆市环保局一位官员表示,处置动物尸体最好的方法是火化,这主要是为了防止病菌污染。但问题是,重庆市大多殡仪馆都没有为宠物火化的先例。

记者随机在爱狗人士之间做了个调查,有三分之一的人表示可以接受火化。29岁的孙女士说,挖坑埋了会觉得比较随意,而火化会有一种仪式感,作为宠物主人,她会觉得这对自己,对爱宠都是一个