

中国游客为啥爱出国

今年“十一”，国内多个景区游客人数明显下降

今年“十一”黄金周，国内多个景区游客人数明显下降。如有媒体报道，九寨沟推迟两天才超过最大容量，故宫2日接待游客相比去年同日少了3万多人次，西湖去年国庆两天游客接待量接近今年国庆4天的游客总和。千岛湖、黄山、五台山、峨眉山等知名景区游客人数相比去年国庆都有2至4成的下降。

同时，国庆黄金周期间有16万中国游客涌入韩国，比往年多了4万。黄金周前三天，广州前往阿姆斯特丹、巴黎、清迈等国际航线的机票几乎售罄。此外，不少国家给予中国游客更多便利，“挖走”了不少中国游客。

其实，如今不仅在“五一”和“十一”黄金周期间，在其他长假期间，在学校放寒暑假期间，早已有不少国内游客宁愿走出国门旅游，不愿在国内旅游“花钱买罪受”。更令人深思的是，有些学者和外语好的游客，已经开始报国外旅行社组织的旅游团，不愿报国内旅行社的境外游。

大量游客在“十一”黄金周期间甚至平时游走海外，这到底是好事还是坏事？对我国旅游业有哪些警示和启示？从旅游法视角看，这是一件大好事，值得赞赏和鼓励。从根本上说，这是我国部分游客理性选择的结果。大体相同的价格，



或者稍贵一些，为什么不选择去国外旅游，而在国内旅游呢？黄金周在国内旅游，一是许多景区已经去过，何必再去一次；二是有名景区大人都满为患，去这些景区游览不是看

风景，而是看人头攒动，若是爬山的话，只能看前排人的后背乃至屁股；三是不少景区门票涨价，还有景区内欺诈游客的照相、强卖旅游商品等行为。

这样的差异不得不让人诧异：人们为什么要把钱留到境外去花？难道仅仅是国人好面子吗？在这个出入境旅游逆差的背后，隐藏着什么样的不为我们所知道的秘密？而由于“五一”黄金周取消，春节黄金周“回家过年”为主，国庆节黄金周在出境游市场举足轻重，国内最大在线旅行社旅游数据表明，国庆节长假将占全年出境游市场20%左右。

专家支招

吸引游客，我们需要改善什么

中国游客爱出国，仅仅是因为收入增加，精神文化需求更丰富么？细细考虑，还真有些细节是国内景区和其他旅游经营者需要改善的。

景区流量控制制度须细化和完善

虽然《旅游法》第45条明确规定了“景区接待旅游者不得超过景区主管部门核定的最大承载量。景区应当公布景区主管部门核定的最大承载量”，但是，大多数旅游景区主管部门并没有给自己管辖的景区真正落实合适的承载量，迄今如何计算和核算景区承载量，国内并没有科学的依据和明确的计算标准。

因此，《旅游法》第45条规定的景区应当“制定和实施旅游者流量控制方案，并可以采取门票预约等方式，对景区接待旅游者的数量进行控制”，便无法真正落到实处。诸如诸多出现过拥堵问题的景区，在吸取教训后公布了“最大容量”

外，其他各大景区在这方面的表现都十分谨慎。一是担心公布的数据不科学，多了或少了都对自身不利；二是缺少计算的依据，一般以历年最大接待游客数记录为依据。这是否科学，还有待检验。

因此，景区主管部门亟需组织专家研究景区流量计算办法，根据我国游客状况和景区实际，规定恰当的最大容量。同时，诸如故宫等著名景区，更应当尽早采取门票预约制度，并严格执行，逐渐给国人培育这种预约消费的旅游消费习惯。否则，再大的景区也容不下假期那么多人无序的游览。

旅游经营者须真正把游客当上帝

我国景区经营者和其他各类旅游经营者，必须真正改变经营理念，把游客真正当作服务对象，从长远看经营效益。在当今互联网时代，信息畅通，游客越来越关注旅游体验和感受。通过从网上得到的游客体验和感受信息，游客完全可以选择到那些口碑好的景区旅游，甚至可以到国外旅游。

当作真正的座右铭，而非只是把“顾客是上帝”当作诱导游客前来游览的宣传口号。为什么到桂林阳朔旅游有不少中外游客，宁愿花高价自助游和住在农家院(好多农家院住宿费在每晚千元以上)，而不愿跟团旅游？为什么那么多外国游客宁愿住在一名叫做“疯子鹰”的外国人开设“秘密花园”(实际是农村破旧房屋改造的宾馆)中，而不愿住在星级宾馆？

就是因为他们在阳朔有真实的感受，对阳朔有真正的体验。

那种认为游客交钱到旅行社，就等于万事大吉的传统旅游经营观念，完全是大错特错的。在旅游行业中，游客把钱交到旅行社或酒店或景区，其实才是真正的旅游体验的开始。游客是否能真正有好的体验，不仅在旅游过程中，甚至在旅游结束后很长时间内都会继续发

欺客、强卖行为等须严格禁止

在我国旅游市场上屡禁不止的欺客宰客现象，欺诈游客行为，如果不能有效地制止，每年一定会损失一部分游客，逼迫他们宁愿选择到国外旅游，不愿在国内旅游受气。

诚然，没有哪个游客出外旅游一定要吃山珍海味，然而，如果像大多数国内旅游团餐那样，匆匆忙忙用餐，甚至有时饭菜质量不高，数量不够吃饱，用餐环境和卫生条件很差，人声嘈杂，到处在大声喧哗，垃圾遍地，这同国外优雅和安静的就餐环境相比，确实形成

太大的反差。更不用说，游客在国内旅游，还经常会遇到欺客宰客现象，“天价海鲜”、“天价照相”和“天价购物”等不时见诸报端，甚至游客投诉，在云南还能遇到接待投诉说游客“不想花钱是不不要脸”之类的污蔑。难怪部分有条件的游客宁愿到国外旅游而不愿在国内旅游吗？

因此，当代社会更需要把“全心全意为人民服务”

相关链接

千亿美元旅游逆差 意味着什么

国庆长假结束了，中国旅游研究院称，今年国庆节黄金周旅游接待人数、旅游收入有望创下4.8亿人次、2700亿元人民币的历史新高，而出境游增幅将大幅领跑入境游增长。2014年我国出入境旅游贸易逆差突破1000亿美元已成定局。

也就是说，我国出境人数比入境人数少得多，但出境消费金额要比入境收入多得多。地方发展旅游产业，都是为了游客能够多消费多购物，也得以促进地方经济的繁荣，但为什么中国人出去的花费要比进来旅游的花费大？这两个数据之间的对比很让人惊讶：2013年中国居民出境旅游人均花费1368美元，相当于当年入境人均消费3倍左右。而据国家旅游局数据显示，上半年全国出境游消费预计超过700亿美元，同比增长20.7%。

据相关的调查表明，正是2008年全球金融危机后，我国旅游贸易收入逆转。喜的是，经过几十年的改革开放，国人的腰包鼓了起来；忧的是，把钱花到境外去，可能是出于对境外商品的信任，也可能是因为境外商品经过关税后的价差，这两者无论出于哪一种原因，实际上都是对国内同类产品投的反对票。

近年来旅游贸易逆差虽然在不断增长，但相关部门公开的表态是，政府鼓励出境旅游的政策不会动摇，人民币国际化加快，中国全球影响力扩大则成为一种“非货币收益”。

在地球村概念下的今天，这种大气无疑是值得赞许的，问题是，如果我们一旦去正视，我们又如何纠正其间暴露出的问题呢？

景区票价为何难降

5A级景区平均门票超过百元，花101元就看了几块石头，200多块钱的门票钱掏了只体验了三分之一的项目……这个“十一”黄金周，关于“景区门票贵”的话题引发热议和吐槽。

之前，中国社科院发布的报告显示，百元以上门票价格已经占到了5A级景区数的一半以上，虽然每次调价都会面临着游客数量的相应减少，但还有不少景区对于节前提价乐此不疲。

是什么原因导致景点的高门票和频繁调整？近日，从A股市场上的7家景点类上市公司发现，近十年来，峨眉山A、黄山旅游、丽江旅游均调价两次，接近国家发改委规定的三年一次的“上限”。财报数据显示，调价后，几家主要的景点类上市公司营业收入、净利润率都有所增长，部分景点类公司的毛利率甚至超过60%，高于房地产等其他暴利行业。

比如玉龙雪山，乘坐索道的游客数与雪山浏览数基本相当，索道业务是其主营板块，其毛利率均高于80%，比地产等行业更“暴利”。

2000年上市的“桂林旅游”，5年来漓江价格未变(210元)。象鼻山则调价2次，上涨200%。2010年象鼻山首次调价后，公司营收激增6成，净利润同比翻倍。

国家旅游局5日晚发布的数据显示，5日当天截至17时，全国纳入监测的124个直报景区共接待游客506.61万人次，同比增长3.2%；门票收入26625.89万元，同比下降0.92%。至此，本次黄金周全国景区门票收入已连续五日出现同比下降。(据新华网)

(作者:杨富斌,北京第二外国语学院法政学院院长、教授)