

“三孔”景区门票6月起降10元

同时推出“三孔+X”新联票,是全国“两会”后首个调价的5A级景区

本报济南4月18日讯(记者高寒 实习生温珊)4月18日,省政府新闻发布会通报,从今年6月1日起,曲阜“三孔”景区门票价格将由150元降低到140元。同时,景区还将推出“三孔+X”新联票,供游客灵活选取。此次价格调整,门票平均降幅达到27.2%。

山东省物价局副局长李东方介绍了具体的调价方案:“三孔”景区联票价格由每张150元降为140元,降低10元。实施“三孔+”四种新联票,将“三孔”与尼山孔庙及书院、颜庙、寿丘少昊陵、周公庙四个景点中的任意一个或多个分别组合。“3+1”联票由每张200元降为170元,降低30元;“3+2”联票由每张250元降为190元,降低60元;“3+3”联票由每张300元降为200元,降低100元;“3+4”联票由每张350元降为210元,降低140元。

同时,景区还推行一票多次多日使用制等措施,如:“三孔”联票7日内有效、“三孔”景区+四种景区的自由组合,都为游客提供了更多的实惠和便利。在此基础上,“三孔”景区还会加大优惠力度。对现役军人、军队离退休干部、教师、残疾人、1.4米以下儿童、60周岁以上老年人实行免费,全日制本科及以上学历学生实行半价优惠。

李东方介绍,全国“两会”期间,李克强总理在政府工作报告中明确提出,“降低部分重点国有景区门票价格。”而“三孔”景区,则是今年全国“两会”后首个做出价格调整的5A级景区。



每年举行的祭孔大典会吸引很多游客前来孔庙。 本报记者 李岩松 摄

头条延伸

降价是趋势 铺开要时间

我省深化景区门票价格改革,能免则免能降则降

对于普通民众来说,从150元到140元,幅度并不是很大。对此,山东省物价局工作人员表示,这是在考虑到曲阜市承受能力及未来发展战略后,综合多方面因素做出的决定。未来,包括其他省内国有景区也有望逐渐开始降价。

本报记者 高寒
实习生 温珊

做出降价调整 通盘考虑多种因素

票价与景区,长时间以来关系微妙。一方面,票价能够为景区带来直接的收益;另一方面,过高的票价也会阻碍旅游市场做大。这如同减税有时会增加总体税收一样,对门票的制定,也是一个技术活。

“三孔”等山东省国有景区的门票由山东省物价局制定。山东省物价局副局长李东方介绍,与全国同类景区相比,“三孔”门票价格居中偏低水平。山东省物价局工作人员介绍,在降价的同时,也需要考虑曲阜作为县级市的实际情况。根据公开资料,在2015年,曲阜“三孔”景区的门票收入就接近2亿元,而当年曲阜市财政收入首次突破25亿元。李东方介绍,在这种情况下依然做出降价调整,与山东省旅游产业现状有关。

目前,我省共有A级旅游景区1173家,省级以上旅游

度假区45家,2017年全省接待国内外游客7.8亿人次,实现旅游收入9200亿元。但是,我省旅游业的传统经营色彩还比较浓厚,对门票收入的依赖程度较高。

降低门票价格,短期内会对景区收入带来直接冲击。李东方认为,通过创新门票价格管理运行机制,整合降低重点国有景区门票价格,扩大景区联票实施范围和次数,虽然会在短时间内影响景区的直接收入,但是可以增强景区吸引力,提高景区客流量。“能够让游客慢下来、住下来、深下去。”李东方说,这样也能带动景区周边产业,有助于我省精品旅游产业的发展。

从门票向产业转变 这是标志性事件

李东方介绍,除了依靠财政拨款,景区如果希望从产业链上下端拿回减免门票的损失,需要较高的商业运作能力。例如在景区内,选择什么样的商铺、进行什么样的收费表演、如何包装景区形象、如何使得景区同城市

融为一体等等……

“一山一水一圣人”,“三孔”同泰山、天下第一泉一起,已经成为山东旅游的象征。而此次“三孔”率先降价,李东方认为这是我省旅游业从门票经济向产业经济转变的标志性事件。“将倒逼景区依托自身特色,进一步做精产品、做优服务、做长产业链,充分挖掘游客在住宿、餐饮、购物、教育、文化等多方面的消费需求,延伸旅游价值链,提升旅游综合效益,促进旅游+产业和旅游城市转型升级。”

曲阜市副市长杨晓东介绍,降价后曲阜也将想办法,从其他地方弥补相关门票收入。例如,曲阜未来将推出一系列旅游产品,比如在完善巩固晨钟开城仪式、暮鼓关城仪式、祭孔大典、孔府大戏台、开笔礼、成人礼、新六艺体验等活动的基础上,不断优化景区文化旅游产品,推出更加丰富的研学游线路、更多精品旅游项目。

在《山东省新旧动能转换重大工程实施规划》中,关于精品旅游,规划提出要提升旅游公共服务质量。杨晓东表

示,曲阜市将加大“三孔”景区基础设施建设,增加休息凳、直饮水设备等设施的投入。扩大“三孔”景区开放面积,开放孔府东路、孔庙西路,进一步丰富游客的游览内容。

“对于古马车、出租车、三轮车等交通旅游秩序,曲阜市委市政府也将成立办公室进行整治。”杨晓东说。

鼓励有条件景区 逐步推行免费开放

“三孔”降价了,泰山、崂山还会远吗?对此,山东省物价局工作人员表示,未来山东省内景区降价是大趋势,“但这种降价要考虑到当地的承受能力,具体幅度也需要经过论证,不能够一下子就大规模铺开。”

“确实正在同某些景区谈降价,其中一些还是全国知名景区。”根据内部人士消息,在省内推动景区降价甚至免费,确实存在阻力。

李东方介绍,4月12日,山东省物价局已经对改革景区门票定价机制、促进精品旅游产业发展做了具体安排部署。“就在最近一段时间,省物价局还将出台《发挥价格职能作用推动全域精品旅游的指导意见》。积极推进各市县整合当地旅游资源,适时适度降低部分景区偏高门票价格,优化整合景区联票价格,积极推行一票多日游,不断深化景区门票价格改革。”

未来,山东省希望在各个城市形成“全域游”“深度游”格局,即游客不再仅仅盯着城市里的一两个景点,而是能够留下来住一晚,在大街小巷走一走,在茶馆饭店坐一坐。

2017年,大明湖景区免费开放,一度吸引了全国人民的目光。未来,这种免费开放的景区有可能越来越多。李东方表示,省物价局鼓励有条件的地方对景区门票逐步推行免费开放。参照国家对宣传部门、文物部门直接管理的博物馆、纪念馆等实施门票免费的政策,鼓励有条件的地方,对当地景区门票逐步推行免费开放。“不能免费开放的,能降低门票价格的尽量降低价格,在保障景区正常运转所需经费的基础上,更加充分考虑群众的消费水平,科学合理制定和调整政府定价门票价格。”

相关新闻

大明湖免费4个月 游客增长近5倍

本报记者 高寒
实习生 温珊

2017年1月1日,济南大明湖景区全面免费,彻底成为“城中湖”。根据相关数据,免费仅4个月,景区游客增长率就达到472%,其中外地游客增长180%,景区内收费景点超然楼游客量增长225%,景区内及周边餐饮、购物等也增长明显。要知道,超然楼门票为40元,大明湖免费前门票则只为30元。

免费后,大明湖景区的租赁项目被重新定位,侧重打造个性化博物馆、品茶室、曲艺馆、泉水文化主题客栈、书吧等文化产业场所,进一步丰富景区经营业态;现有经营场所统一整治,在店面布置上体现中国风,与景区大环境相呼应,更取缔利润高但油烟大、对环境有影响的产品,推出明湖宴、雨荷大杯茶等具有老济南特色的餐饮美食;积极与国际知名餐饮休闲品牌商谈,目前已达成合作意向。

同时,景区减免票价也离不开当地政府的支持。天下第一泉景区负责人介绍,大明湖免费后,目前景区本身的收入尚不能弥补损失的门票收入。济南旅发委在大明湖免费上的方针,就是通过大明湖一个景点的免费开放,带动整个济南市旅游的转型升级。

bianjikuai ping
编辑快评

“三孔”降价更应看重示范效应

10元的降价幅度还不够过瘾?与其在这10元上纠结,不如以长远眼光来评判景区降价的效果。作为山东省内最优质的旅游资源之一,“三孔”景区率先降价起到了示范带动效应,有了“龙头”,我们自然有理由期待更多的景区加入到降价行列中,甚至有更大幅度的降价。

推动景区降价有多重因素叠加。首先,旅游行业面临转型升级,打破门票经济的藩篱,已经成为转型之需。其次,国家已经作出了相关部署,放眼全国,降票价是大势所趋。再次,景区降价是民之所盼,部分景区门票价格高,有的超出了普通家庭的承受能力。综合看来,降价的脚步不能停。

对于这次降价不解渴的呼声,我们应该保持理性的思考。站在游客的角度,降票价大受欢迎,降得越多掌声越热烈,因为他们考虑的是钱包的鼓瘪。但是站在景区和行业的立场,降多少,需要各界通盘考虑周全决策,不能因图一时之快伤筋动骨。诚然,从“门票经济”转向“产业经济”是痛苦的,面对既有利益,景区和行业都想护住这块“大蛋糕”,但是转型的决心还是要下,阵痛还是要经历。囿于传统思维,老想过安稳日子,就会丧失转型的机遇,看似保住了眼前,实则丢掉了长远。

数字不会骗人。有统计显示,旅游产业链效益约为门票价值的7倍,包括食宿、交通、购物及间接创造的社会财富。远有西湖的例子,景区免费开放后带活了整个杭州。近有大明湖的例子,免费看似让大明湖亏了,可是整个济南赚了。

“一花独放不是春,百花齐放春满园”,“三孔”景区起了个头,我们期待更多的景区加入门票降价行列,让降价的幅度大些再大些。(张琪)