

热点事件：景区“票中票”岂能无解

一、热点概述

“飞流直下三千尺，疑是银河落九天”，李白诗中描绘的庐山瀑布令人神往。然而，近日有游客发视频吐槽称，花 160 元买了江西庐山景区门票，结果看瀑布时还要再收费 35 元，视频发出后立刻引发争议。

从游客的角度来看，“游庐山，看瀑布”应是整体，将某瀑布单独拿来收费，不甚合理也容易误导游客。有游客分享旅游经历时提到：“与通票一同买的观光车，‘五一’期间因限流停在收费景点门口”“山下有司机揽客，称内部渠道买通票可以省钱”。网络上不少“避雷攻略”直接将庐山大口瀑布等部分收费景点称为“雷”。也有游客带着“只缘身在此山中”的心态来，尚未识得“庐山真面目”，却花了不少冤枉钱。

2010 年国家发改委就曾发文，要求景区落实门票价格“一票制”规定，单独设置园中园门票及联票需实行公示。近年来，国内多家景区实行“一票制”，当前庐山包括五老峰、三叠泉等在内的“核心景区”实行 160 元/人的通票，亦是在响应这一号召。

二、答题素材

1. 事实（举例）论证：

(1) 旅游经济不是单一的门票经济，而是一个综合性产业。景区的吸引力，不仅在于好风景，也包括游客的体验和感受。如杭州西湖每年接待游客约 3000 万人次，按照 100 元一张门票计算，可能会损失 30 亿元门票。可根据 2019 年的官方数据，杭州的旅游收入高达 4236 亿元，不收门票的西湖通过自身影响力辐射周边，至少带来了一半的收益。

(2) 在门票收费之外，有的景区适时开发一些“二次收费”项目原本无可厚非，但像庐山这样将整个景区人为切割为山上和山下不同区域，分多个景点进行收费的做法实属鲜见，这不仅会极大破坏游客的游览预期，也极易给当前日趋火爆的旅游市场带来不可预估的负面影响。而这般收费景象之所以频现，说白了，无非还是门票依赖症在作祟，不客气地讲，就是不让游客“白看”。

2. 道理论证：

(1) 美丽的风景当然很重要，但并不是唯一选项，与游客紧密相关的场景，已成为更关键要素。如果相关服务和治理跟不上，无法让游客感觉票有所值，再好的风景都可能失色。有关部门发展旅游还是应跳出“门票经济”思维，要少些短视思维，多些长远考虑，**要学会算旅游经济大账**。适应旅游发展大势，切实提升旅游经济发展能力和综合管理能力，在突出服务品牌上多下真功，多一些实招，如此，旅游经济方能发展得更为生机勃勃。

(2) 景区门票价格“一票制”是有利于旅游发展的，但一些旅游从业者思想认识不到位，加上地方相关部门对景区执行政策情况掌握不全面，监督不到位，导致一些景区变相涨价、多重门票等问题。

要想解决相关问题，还需多措并举、多方发力，发改、市场、商业、文化、宣传等多部门和景区联合，深入挖掘，创新旅游产品和服务项目，切实完善衣食住行玩各个环节旅游体系，满足群众旅游需求。

三、出题方向

(一) 你怎么看？

1. 近年来，随着旅游市场的爆火，一些“园中园”“票中票”的旅游乱象也逐渐被推上风口浪尖，例如：交了160元景区门票后，想看瀑布还要再交35元；最佳观景点被圈起来，想去赏景要交费10元……对此，你怎么看？

◎**审题判断——你怎么看？（热点现象类）——答题结构【点题/破题-影响-原因-对策-总结结尾】**

◎**解题思路**

第一步——点题/破题：

一些景区出现的“园中园”“票中票”问题，是观光旅游时代的后遗症，是变相涨价，更是一种竭泽而渔的做法……

第二步——影响：

一是**影响消费者旅游体验**。游客在支付了门票费用后，本应享有的是自由畅游的权利，而不是在景区内被频繁收费的束缚，这种收费模式使得本应是愉悦的游览过程变得琐碎而复杂，不仅削弱了游客的体验感，也违背了旅行的本意……

二是**不利于景区长期发展**。现实中不合理的收费和各种“园中园”“票中票”，看似“增收”，实则成为短视的一锤子买卖。如今，游客早已不满足于简单的打卡、拍照，而是更重视旅游过程中的体验。景区层层“设卡”、处处收费，反倒不如通过完善观景体验、提升服务水平更能获得收益……

二是**严重违法相关法律**。我国旅游法明确规定，“利用公共资源建设的景区的门票以及景区内的游览场所、交通工具等另行收费项目，实行政府定价或者政府指导价，严格控制价格上涨”。景区管理与经营属于市场行为，但不能与最基本的法律法规相违背，这是常识也是底线……

第三步——原因：

第一，景区的竞争压力大。为了在竞争激烈的旅游市场中生存和发展，一些景区可能选择降低门票价格来吸引更多游客，但为了弥补由此造成的收入减少，就可能采取增设附加项目、收费景点的方式，以增加总体盈利。

第二，景区的管理不善。有些景区可能由于管理水平不足，缺乏有效的内部协调和监管机制，导致景区内部各部门之间的信息传递不畅，造成费用设置和收费方式的混乱；另外也存在一些景区为降低建设和运营成本，将部分景观和项目外包导致“二次收费”。

第四步——对策：

第一，**提高价格透明度**。通过官方网站、宣传册和入口处清晰明了地列示门票所包含的项目和服务，同时详细说明任何额外费用或活动，游客在购票前就能充分了解他们所支付的费用，并能够作出知情的决策……

第二，**加强监管与规范**。建立更为明确和全面的法规和标准，规定景区的收费方式、项目设置，旅

游监察等部门要对各景区门票价格进行全面核准，开展专项整治行动，对于“票中票”、变相涨价等问题严肃查处，并问责相关负责人，以形成强有力的震慑……

第三，建立有效的消费者投诉举报机制。如官方网站、手机应用程序或投诉热线，鼓励游客提供各种反馈意见……

第五步——总结结尾：

江上之清风，山间之明月，此为“造物者之无尽藏也，而吾与子之所共适”。面对美景，面对消费者的期待，旅游行业需要思维上的转变，深入挖掘，创新旅游产品和服务项目，切实完善衣食住行玩各个环节旅游体系，满足群众旅游需求……