

## 多地景区违规涨价 **【现状】**

根据国家发改委2007年发布的《关于进一步做好当前游览参观点门票价格管理工作的通知》，门票价格在50元以下的，一次提价幅度不得超过原票价的35%；50元至100元的，一次提价幅度不得超过原票价的30%；100元至200元的，一次提价幅度不得超过原票价的25%；200元以上的，不得超过原票价的15%。

据不完全统计，今年以来，福建清源山、南京莫愁湖等7地近20家景区均提高了门票价格。根据甘肃省发改委近期做出的正式批复，从今年10月10日起，麦积山风景区的门票价格将从70元上调至旺季110元，上涨达57%。

除了直接超标涨价，有些景区通过“打包加价”等方式变相涨价。今年7月21日开始，莫高窟(右图)的门票将从160元上涨为200元。然而记者调查发现，从5月8日起，原本游客可以自行选择的60元“数字展示中心”游览项目，被“打包”进莫高窟统一门票，即门票变为260元。

## 地方政府的收入冲动 **【原因】**

2014年8月发布的《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》指出，利用风景名胜区、自然保护区、文物保护单位等公共资源建设的景区门票等项目要实行政府定价或者政府指导价，体现公益性，严格控制价格上涨。而针对景区违规上调门票价格等行为，国家和地方发改委也曾多次发文规范并组织专项行动强化监管。

中国社会科学院旅游研究中心研究指出，我国大部分5A级景区都依托于自然和文化遗产，且由地方政府主导，这类景区作为准公共产品，却没有统一、明确、完善的价格管理制度，定价机制也不甚完善。记者调查发现，尽管不少景区在涨价前都举办“听证会”，却往往沦为“涨价会”，甚至提议的涨价幅度就已经大幅超标。

北京联合大学教授袁群认为，多地景区频繁涨价甚至违规涨价的重要原因，在于掌握了景区定价权的地方政府的收入冲动。“在地方政府眼里，景区门票收入虽不算多，但却是真金白银。就像‘印钞机’，每天都有进账。”

专家建议，亟须制定规范，明确景区门票收入的使用方式，避免公共景区沦为地方政府的“小金库”。

端午小长假期间，外出旅游的人数增加，景区门票价格又一次受到关注。据不完全统计，今年以来，至少有7地超过20家景区悄悄涨价，其中不乏公开违规涨价，有景区为了规避监管则实行“打包加价”。

记者调查发现，在多地景区票价不断上涨的同时，一些地方的门票收入流向不够透明，有些并没有完全反哺于景区的维护和建设，有的被用于与景区没有直接关系的政府工程，甚至支付当地发展旅游业的广告费。

## 端午小长假你感受到了吗 多地景区门票悄悄涨价 莫高窟再涨百元达260元

# 那么多门票收入 都去哪儿了



## **【调查】** 门票收入去哪儿了

近年来，每逢景区票价调涨，相关地方部门便往往以“成本压力”为由。但从公布门票业务的上市公司财务数据看，门票业务的收益十分可观。比如，2014年峨眉山A的游山门票业务毛利率达43%，以门票收入为主的大连圣亚的毛利率达到55%，同样以门票收入为主的宋城演艺旗下的杭州宋城景区毛利率更是超过了75%。

大笔的门票收入去哪儿了？据峨眉山A的年报披露，游山门票扣除各项税费后的50%左右要上缴峨眉山管委会，此外还需从门票总收入中提取1.5%和3.5%作为“景区新农村建设资金”和“景区专项资金”，其余的才计入景区门票收入。

专家介绍，我国还没有专门的就门票收入使用范围进行约定的法规性文件，只有少数地方性法规对此作了简单规定。比如，2011年颁布的《湖南省风景名胜区条例》规定，风景名胜区的门票收入和风景名胜资源有偿使用费应当专门用于风景名胜区保护管理以及对风景名胜区内财产的所有权人、使用权人造成的损失进行补偿。

那么，在实际中，门票收入是否主要用于风景名胜的保护和必要的损失补偿了呢？以湖南张家界景区公布的数据为例，在武陵源核心景区180元的门票中，除了36.5元的“资源有偿使用费”，市、区、国家森林公园管理处三级单位要提取共计51元的“基础设施建设费”，真正用于景区的“运营维护成本”仅71元，占比不到40%。此外，市区处三级单位还提取了8元的“价格调节基金”。总计交给政府部门的费用超过了票价的一半。

据了解，在安徽九华山风景区，九华乡和九华镇的民生工程建设资金也要从景区门票收入中“挤出来”。安徽某5A级景区相关负责人透露，作为自收自支的事业单位，“景区管委会每年需要多少经费便从下辖景区拿多少，有时并没有固定比例”。

除政府部门外，相关企业也会从门票当中“抽成”。比如，张家界旅游开发股份有限公司和峪园公路建设有限公司还要分别从张家界的门票中提取2.5元的索张公路建设费和7元的峪园公路建设费，这两条道路并非景区内内部道路。省澧水公司还要抽走2元的“防洪水利建设费”。

以“发展旅游经济”为名，一些地方还将巨额广告费用摊到游客身上。广东省韶关市物价局发布的《关于调整丹霞山景区门票价格的听证报告》显示，自2010年成功申遗后，丹霞山景区共投入1551万元宣传经费，这也成为调价的理由之一。(新华)

厚积薄发 担当责任 —— 永基大行动

## 寻访老状元 激励新学子 高招咨询会 助您选志愿

高考结束，对高三学子来说仅仅完成一项规定的工作，因为“考得好，更要选得好”，能否正确填报志愿，关系着学子能不能迈进理想的大学和就读心仪的专业。志愿填报有多重要？曾经有一个形象的比喻：一字之差，咫尺天涯。

为了帮助学子正确填报志愿，让老状元新学子充分交流，平顶山晚报、平顶山日报社新媒体中心、永基地产发展有限公司联合举办高招志愿填报咨询会，特邀我市重点高中毕业班优秀班主任和国内部分知名高校招生人员，为学子传经送宝，答疑解惑。

行动⑤

当年的班主任，我想再握握您的手  
——老状元感恩母校行

行动④

学弟学妹有难题，见面会上尽管提  
——举办老状元、新学子见面会

行动③

选择学校与专业，名牌高校来支招  
——邀请国内部分知名高校参加高招咨询会

行动②

考得好，更要报得好  
——邀请我市重点高中优秀教师举办高招咨询会

行动①

鹰城老状元，请您常回家看看  
——寻访十年来的高考状元回鹰城

永基 | 九锦 | 一中旁  
HONGJI JIUJIN | 书香传家  
——一中旁MINI售楼公寓

咨 / 询 / 电 / 话

8022222 4973505 4373585