# 破除门票依赖 为旅游市场发展注入更多活力

门票免了，收入却不降反升。以“大旅游”“新旅游”或深度旅游的视角进行观察，这种现象符合旅游市场发展的规律，符合游客的需求和旅游产业发展的需求，具有明显的多方共赢属性。部分景区在门票免费后实现收入不降反升，是破除门票依赖的有益实践，开辟了旅游发展的新路径，具有非常积极的示范引领意义。

李英锋

2月16日至3月31日，河南226家景区的首道门票对游客免费。近两年来，全国多地陆续推出景区门票减免活动以提振文旅消费。部分景区门票免费后，收入不降反升。目前，很多景区正在探索摆脱门票经济，大力发展索道、攀岩、演艺、文创产品等多种二次消费产品。（据2月20日《工人日报》报道）

门票免了，收入却不降反升。按照传统的门票依赖或门票经济思维，这是一种反常的现象，但以“大旅游”“新旅游”或深度旅游的视角进行观察，这种现象却是正常的，符合旅游市场发展的规律，符合游客的需求和旅游产业发展的需求，具有明显的多方共赢属性。部分景区在门票免费后实现收入不降反升，是破除门票依赖的有益实践，开辟了旅游发展的新路径，具有非常积极的示范引领意义。

一直以来，不少景区都对门票收入高度依赖，把门票收入当成主要收入来源，始终保持着较高的门票价格。但门票价格具有矛盾性，是柄双刃剑，如果门票价格偏高，势必会加重游客的旅游负担，在一定程度上影响人们的出游意愿。如此，算小账、算眼前账，保持高票价可能会给景区带来可观的收入，但算大账、算长远账，景区可能已经损失了转型升级的发展动能和潜能，损失了发展空间。

而景区转变观念，在门票上做减法，在综合旅游效益上就做了加法。近年来，游客的旅游理念在不断转变，很多游客已经不再满足于到某景区纯观光、纯打卡，不再满足于“到此一游”，而是倾向于综合体验、多元体验、深度体验。如果景区能够以门票降费、免费等方式降低游客的进门门槛，并顺应游客的旅游新需求，积极开发旅游二次消费产品，不断丰富游客的消费选择，提升游客的旅游质量和体验，就会吸引到更多游客，促进游客的多元消费。游客在门票之外其他环节的消费能让景区“堤内损失堤外补”，甚至让景区获得高于门票收入的综合收益。

部分景区在门票免费后的收入不降反升，有力地印证了这种旅游发展模式的合理性、有益性，印证了破除门票依赖的必要性。实际上，破除门票依赖不仅有利于景区的狭义发展，也有利于与景区关联的交通、餐饮、住宿、购物等产业的广义发展，有利于地方经济的综合发展。就此看来，景区门票降费、免费能产生广泛的社会效益，一些地方对门票减免费的景区提供补贴，是非常值得的。

部分景区在门票免费后实现收入不降反升，让我们看到了旅游市场从门票经济的旧赛道切换到新赛道的路径和希望。近年来，国家发展改革委已经主导了多轮景区降价行动，期待着各地景区能够由部分景区门票免费的积极效应催生出门票降费、免费的“内动力”，在破除门票依赖上拿出更大的诚意，迈出更大的步子，把更多的创收心思用到门票之外，用到多元开发旅游产品上，用到保障旅游服务的质量上，用到提升游客的旅游体验上。

需要强调的是，景区在首道门票降价或免费后，对相关二次消费产品的定价也应做到公平、合理、诚信，也应严格遵循明码标价等法律规则，严控变相涨价、无序涨价，不能利用二道门票或二次消费产品等过度薅消费者的“羊毛”。对此，文旅、市场监管等部门也应加强监督，规范景区营销行为，确保景区的门票降价或免费给游客带来真正的实惠，给旅游市场的发展注入更健康、更强劲、更持久的活力。

中国消费者报2022-2-2