

会员专供 注意保存

风景工作参考

主办单位：中国风景名胜区协会

(总第147期)

本期要目

- 国家发改委：一年内各地景区门票原则上不得涨价
- 景区住宿乱象：黄山“天价房间”过一夜要万元
- “互联网+景区”：现实到理想之路有多远
- 想坐手划船游西湖？去哪儿船工说了算
- 景区票价事关旅游业转型
- 入选“世遗”，责任大于荣誉
- 零掩埋运动风头正盛，国家公园跃跃欲试

2015年9月12日

(所载内容不代表本编辑部观点)

目 录

热点关注

- 国家发改委：一年内各地景区门票原则上不得涨价 -----3
- 景区住宿乱象：黄山“天价房间”过一夜要万元 -----5
- 解密国家公园“九省试点” -----8

新闻摘要

- “互联网+景区”：现实到理想之路有多远 -----12

社会纵横

- 想坐手划船游西湖？去哪儿船工说了算 -----16

时事评论

- 景区票价事关旅游业转型 -----20
- 摆脱门票经济 学学故宫创意 -----22
- 刻字纪念林彰显管理智慧 -----24

世界遗产

- 入选“世遗”，责任大于荣誉 -----25

环球博览

- 零掩埋运动风头正盛，国家公园跃跃欲试 -----27
- 外国景区票价为何低廉？ -----30
-

国家发改委：一年内各地景区门票原则上不得涨价

【新华网2015年9月8日】9月8日，国家发改委、国家旅游局联合发布《关于开展景区门票价格专项整治工作的通知》，相关部委将从今年9月起开展为期一年的门票价格专项整治工作，其间，对实行政府定价、政府指导价的景区，各地原则上不出台新的上调门票价格方案。

通知强调，在国庆等法定节假日期间，将加大旅游市场巡查力度，对各类价格违法行为快速反应、即时立案、及时处理。“新华视点”记者调查发现，近期多地景区门票价格上涨或者准备上涨，其中不乏违规调价。

发改委通报莫高窟等景区价格违规行为

新华社“新华视点”栏目6月22日播发的《透视多地新一轮景区门票涨价的背后》，报道了甘肃省敦煌莫高窟、麦积山以及河北省秦皇岛长寿山—五佛山景区在今年的门票价格调整过程中存在超限调整、未按规定公示等问题。

对此，国家发改委通报，今年4月1日，河北省秦皇岛市将该市长寿山—五佛山景区门票价格由60元调整至80元，涨价幅度为33%，违反了《国家发展改革委关于进一步做好当前旅游参观点门票价格管理的通知》中“门票价格在50元到100元的，一次提价幅度不得超过原票价的30%”的规定，而其调价于当日执行，违反了相关文件中“景区调价提前6个月向社会公布”的规定。

通报还指出，甘肃省原计划于今年10月10日起将麦积山门票价格从70元调整为110元，一次性调涨幅度达57%，也违反了上述规定，莫高窟将数字展示中心门票打包进入景区门票，违反了“相邻的参观点门票合并成联票，应低于各参观点价格相加总和”的规定。

记者近日了解到，这些景区已积极整改。甘肃省发改委对于莫高窟、麦积山等景区的门票价格调整方案进行了修改，莫高窟数字展示中心门票不再并入景区统一门票，由游客自由选择；原本准备由70元调整至110元的麦积

山景区门票将下调至90元，涨价幅度降为28.5%。

河北省秦皇岛物价局已于日前废止了4月印发的长寿山—五佛山景区门票调价文件，恢复到调价之前的价格水平，并在国家政策规定的范围内重新制定价格调整方案，向社会公示。

发改委表示，将从今年9月起开展为期一年的门票价格专项整治工作，重点整治经营者不执行价格政策、政府有关部门制定门票价格过程中违反定价规则、程序规定的行为以及门票价格虚高等问题。

通知要求，实行政府定价、政府指导价管理的景区，不严格执行规定的价格水平或浮动幅度，擅自增设收费项目、提高门票价格，通过违规设置“园中园”、临时门票、不同景区联票等形式变相提高门票价格，不落实门票价格减免优惠政策，或采取价格欺诈等形式侵害消费者合法权益的，应立即纠正，并依法予以处罚。

景区涨价潮正在路上 违规调价时有发生

记者8日登陆湖北、浙江等地相关政府网站发现，一些正在公示的景区调价方案涉嫌违规。比如，绍兴市兰亭景区门票价格将上调为80元/张，比现价40元/张上涨了一倍；湖北省钟祥市黄仙洞景区拟将景区门票价格从60元调升至80元，涨幅为33%，也超过了30%的上限。

一波景区涨价潮正在路上。经历了6个月公示之后，上海欢乐谷于7月1日正式调价，从原来的200元/人次调整为230/人次；东方明珠电视塔于近日发布公告，将于明年3月1日起执行240元/人次的新价格，比现价高出20元/人次。而今年11月1日和12月8日开始，上海海洋水族馆和上海野生动物园的门票也将先后上调30元/人。

进入9月，多地价格主管部门还将举行多场关于景区门票价格的听证会。比如，浙江桐乡市物价局将于9月下旬召开调整乌镇景区门票价格听证会，安吉县发改委物价局近日发布公告称，将就“中南百草原”景区门票价格的调整进行听证；河南鹤壁市下辖的淇县已经着手组织听证会，就云梦山景区门票价格调整事宜进行讨论。

发改委通知强调，自2015年9月至2016年8月专项整治期间，对实行政府定价、政府指导价的景区，各地原则上不出台新的上调门票价格方案。

通知要求，未严格执行国家有关景区门票价格调整间隔期、幅度规定

的，应恢复至上调前的价格水平，或按规定重新核定、相应降低价格水平；除法律、法规明确规定外，将门票收入用于景区正常运营以外其他开支以及门票收入超出景区正常运营需要的，应相应下调门票价格水平。

发改委将对景区门票实行成本监审

大多数景区调价都以“成本压力”为由。发改委表示，对实行政府定价、政府指导价管理的景区，将开展定价成本监审，监审时，应扣除维持景区正常运营以外的其他开支，并主动公开成本监审结果。对实行市场调节价的景区，门票价格明显偏高，社会反映强烈的，由价格主管部门开展成本调查，引导其适当降价。

对于社会广泛质疑的听证会“逢听必涨”，北京旅游学会副秘书长刘思敏认为，听证会只是目前价格调整的一个法定程序，但只有建议权，没有决策权，很多信息也不够透明。对此，发改委表示，对实行政府定价、政府指导价管理的景区，各地价格主管部门要按照价格法、旅游法以及国家有关政策要求，依法履行价格成本监审、听证、信息公开等程序，充分考虑群众承受能力，听取社会各方面意见。各地价格主管部门在定调价过程中，未依法履行门票价格成本监审、信息公开等程序的，应在依法履行各项规定程序基础上，审核现行价格水平的合理性，并做出相应调整。

广东财经大学旅游管理与规划设计研究院院长张伟强认为，目前各地对门票涨价的依赖，产权不清晰也是重要因素。应针对不同的产权归属情况，制定相应的管理政策，国有景区应承担相应的社会职责，而纯私有化景区定价则不应由政府定价，而是市场自由选择，群众可以用脚投票。

专家认为，地方政府应切实转变“门票创收”的思路，适当跨越门票经济的低级发展阶段，真正优化游客情景体验，深入带动发展旅游要素和关联产业，把旅游产业链做长，把旅游产业做大，从旅游经济中获取更大的整体效益，缓解景区门票涨价的冲动。

（记者：罗政、安蓓）

景区住宿乱象：黄山“天价房间”过一夜要万元

【中国经济网2015年8月28日】近年来，旅游产品的不断丰富，价廉质

优的旅游项目不绝于市，新近发布的2.5天假期模式说明政府对于激发旅游消费热情、扩大旅游消费规模的坚定信心，中国的旅游及消费市场正逐步成为一把越烧越旺的经济增长篝火。

然而，每逢假期出游都有可能要面临一个很严肃的问题，越来越多知名景区酒店暗暗涨价，尤其一些山水景区，仰仗极佳的观景位置，小宾馆甚至呈疯狂涨价状态，令人咋舌。9月3-9月5日三天小长假，中国经济网记者对黄山、泰山两家著名的风景区进行调查后发现，靠近山顶的部分酒店标准间千元以上已成普遍，甚至还有万元一晚的“天价房”。而市区内百元以内招待所级别的小宾馆，到了景区则摇身一变，在节假日价格至少涨三倍至千元以上。

黄山：“天价房间”一夜要万元 比北京市中心五星级同等房贵一倍多

黄山于去年10月因景区有酒店价格疯狂乱涨而被央视焦点访谈曝光，中国经济网在此次调查中再次对黄山“翻牌”发现，标价依然疯狂。以黄山山上人气火爆的五星级酒店“黄山西海饭店”为例，房型为“至尊套房”的100平豪华套间标价高达9000余元，住宿一晚接近1万元，且不含早餐等餐费。对比首都北京市中心王府井的希尔顿酒店，同等级的100多平米的豪华套房网络标价为有4156元，不及黄山这一酒店一半的价钱。

小宾馆标价动辄千元以上 网友：要在市区也就三五十元

除了这类五星酒店，普通小宾馆标价也不低，中国经济网记者查询9月3日此类宾馆价格，未达到三星标准的宾馆“黄山白鹅山庄”标准间标价为1140元，名为“黄山光明顶山庄”的宾馆标准间标价1280元、三人间1324元。然而高昂的标价却与服务质量及住宿条件不成正比。

网友“海狼D”在携程网上如此评价：“设施简陋，440元的房间没卫生间，开水也是用热水瓶自己灌。而且看完日出就被要求退房，说游客很早就来住，和别处不能一样（一般是12-2点退房），快餐要50元一份。”网友“M20196****”表示：“八百多元的特价房，没有卫生间，也就是在黄山顶，要是在市区也就三十、五十的吧，不能称之为宾馆，小旅店或招待所的条件吧。”

窥一斑而见全豹，景区设施简陋的小宾馆普遍存在不合理高价和差强人意的服务质量。然而游客在这种大环境下只能接受，中国经济网记者总结网

友评语中的高频词为：贵！脏！乱！差！

泰山：招待所逢假日标价至少涨3倍宾馆单人间超2000元

除了黄山出现了“天价房间”外，著名风景区泰山的房间价格也颇为离谱。

泰山顶观看日出景观位置极佳的三星酒店“泰山之巅—神憩宾馆”，在8月27日这种非节假日标价为：双人间860元、三人间960元、26平方米的加大间为1260元、20平方米的单人间1500元。到了下周假日9月3日，价格全部上浮，双人间1680元、三人间1880元、加大间1880元、单人间2180。双人间和三人间价格直接涨一倍，单人间也超过了2000元。山顶上类似档次的宾馆双人标间1500元的不在少数。

小小招待所不止奇贵，标价在非假日和假日间更是随意切换，差价竟达3倍之多，定价标准“任性”到了极致！据中国经济网记者调查了解，以其中人气和环境卫生较佳的“泰山空军宾馆”为例，该招待所在8月27日这种非节假日，双人间标价198元、三人间标价228元、普通四人间238元。到了9月3日，将分别涨为：688元、738元、798元，在去哪儿网上普通四人间还有1500元选项，价格均涨三倍以上。山顶上不及“泰山空军宾馆”档次的宾馆“泰安电台宾馆”“泰山顶迎旭宾馆”等等一众宾馆，房价也同样贵到离谱。

而这些招待所级别的昂贵房间，和黄山一样，被游客认为极其“坑爹”，脏乱差一样不少，贵倒是相当的一致。

亟需制定“天花板价格”

随着《旅游法》的颁布，我国的旅游市场逐步规范，市场恶性竞争、旅游资源屡遭破坏、旅游景区和活动管理混乱等问题较为突出的问题也到了比较合理的解决，特别是“零负团费”、黑导回扣、强迫购物、景区门票大幅涨价、景区超载、旅游公共服务不足等也在法律上得到了有效的约束。然而问题并没有一扫而光，类似于黄山泰山这样的住宿价格问题依然存在管理死角，乱涨价、瞎标价的现象在知名景区愈演愈烈，希望当地旅游部门及物价部门应限制涨价空间，制定“天花板价格”，切勿让“天价住宿”伤了老百姓的钱包还伤心。

（作者：宋雅静）

解密国家公园“九省试点”

【瞭望东方周刊2015年8月23日】“国家公园不仅是森林及河流的源泉，更是生命的源泉。”美国国家公园之父约翰·缪尔说。2015年的夏天，这股源泉开始在中国汇聚成河，中国国家公园的推进正在各地紧锣密鼓地进行。

8月5日，黑龙江。据当地媒体报道，伊春市国家公园体制试点工作启动，成立了伊春国家公园体制试点工作领导小组。

7月31日，浙江。当日上午，仙居国家公园管理委员会揭牌成立。

试点省市没有四川、海南等

2014年12月，本刊独家推出的《寻找中国国家公园》报道中透露，“建设国家公园体制的思路和方案正由中国国家发展改革委社会发展司牵头制订，预计2015年将推出国家公园试点。”

半年后，国家公园试点“如约”启程。

2015年6月9日，《人民日报》报道称，“记者从国家发展改革委获悉，我国已选定北京、吉林、黑龙江、浙江、福建、湖北、湖南、云南、青海等9省市开展国家公园体制试点。”

本刊记者获悉，2013年底，中共十八届三中全会通过的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》的文件中正式提出建立国家公园体制后，2014年底国务院正式批复了《建立国家公园体制试点方案》（以下简称《方案》），2015年1月该方案下发到各省市。《方案》中，9个试点省市会各自选取1个区域开展试点，试点时间为3年，2017年底结束。

国家发改委社会发展司工作人员袁昊告诉《瞭望东方周刊》，“发改委将于2015年底，对各省的国家公园试点方案进行批复。”

据悉，试点省份在选择具体试点区域的部分要求如下：该区域要有代表性，要满足保护对象保护要求；要有典型性，要有可推广可复制的可能性，以及保护问题比较突出的区域，可作为重点选择对象；要有可操作性，也就是说，地方政府要有积极性；区域相对集中，边界清晰，土地类型适宜资源有效保护和合理利用，国有土地、林地面积应达到一定比例等。

国务院发展研究中心研究员苏杨此前接受媒体采访时认为，在试点选择

上只选了9个试点省市，回避了资源价值高、保护问题多的四川、海南、广东等，这是一个遗憾。

本次试点，中央没有补贴

“九省试点”启动，是自2013年底中央正式提出建立国家公园体制后所跨出的一大步。

有趣的是，本次试点，国家财政没有专项资金补贴。“这次试点中央政府一分钱不给，地方政府只能八仙过海。很多省有高度自觉性，想了很多办法，且各省模式不一。不过可以肯定，对于国家公园建设，日后中央必然会出台专项资金支持。”苏杨告诉《瞭望东方周刊》。

据本刊记者了解，本次试点的申报采取了自愿模式。

《人民日报》在关于9省市开展国家公园体制试点的报道中同时披露，国家发改委和美国保尔森基金会签署《关于中国国家公园体制建设合作的框架协议》，启动为期3年的中国国家公园体制建设合作。

根据该协议，总部位于芝加哥的美国保尔森基金会将在资金、技术和能力建设等方面为中国国家公园体制建设提供支持。

美国保尔森基金会环保总监牛红卫告诉《瞭望东方周刊》，对于试点省份的选择流程，她并不太清楚。但据她了解，此次试点的筛选是由下而上进行申报的，试点省份的选择采取自愿原则，“发改委鼓励各省自行申报并提出试点方案，最终确认了目前的9个试点省市。”

苏杨说，在中央没有专项资金支持的情况下，让省级地方政府主导的改革直接一步到位体现全民公益性，地方政府不仅无心也无力，“这就是若干试点省在试点文件发布后参与热情不高的直接原因，有的重要遗产地（如湖南张家界）甚至因此不愿被列为试点单位。”

地方理解的偏差

在苏杨看来，国家公园试点并不能直接带给中国几个成型的国家公园，国家公园试点并不等同于国家公园，两者在区域划分和功能职责上存在区别，前者只是一种尝试。

比如，“九省试点”中允许各地国家公园试点存在不同的形式和模式，而将来的国家公园应该有一个统一的全国标准，各地在资金机制、管理机制、经营机制、监督机制等方面应严格遵守这个标准。

这意味着，目前进入试点的区域并不一定就能被划分为国家公园。对当地而言，进入“九省试点”并没有上了“国家公园的保险”。

然而，即使在上述情况下，各省对国家公园试点建设依然充满热情，这与其所带来的经济效益有关。

“在中国，对于国家公园的尝试，许多地方的动机不是百分之百为了保护生态、保护环境以及保护生物多样性。其初衷可能更多为了带动旅游发展，借‘国家公园’响亮的牌子让旅游景区名声鹊起。”牛红卫说。

2015年6月，生态文明贵阳国际论坛2015年年会上举行了国家公园分论坛，国家林业局动植物保护与自然保护区管理司司长张希武在发言中表示，建立国家公园体制必须把握正确方向，如果以旅游开发为主要目的将严重背离中央决定精神，导致对自然生态系统和野生动植物的干扰和破坏，“正如前不久保尔森基金会所提出，在中国目前的条件下，一个国家公园的建设变成了旅游开发区，那将是灾难。”

就像本刊在2014年12月刊发的《国家公园经济学》报道中所说，在前期竞争中占有优势的国家公园，的确从这块金字招牌中得到了可观的经济效益。

比如，云南普达措国家公园2006年8月1日试运行后，2007年收入1.05亿元。在此之前，被整合进入普达措国家公园的两个景区——碧塔海和属都湖的总收入不过几千万元。

截至2012年底，云南已建立8个国家公园。据统计，2008-2012年，云南国家公园总游客量达到1624.49万人次，门票等直接旅游收入达到16.85亿元。

而在黑龙江汤旺河国家公园获得批复的2008年，其当年的门票收入就达到180万元，是前一年的3倍。2009年，公园所在地黑龙江省伊春市汤旺河区区长刘学进估计，汤旺河区当年的旅游收益可以达到6000万元。

发改委社会发展司司长彭福伟指出，在国家公园体制建设中，一些地方对中央的战略意图理解有些偏差，只着眼于国家公园的金字招牌，仍希望通过争牌子、打广告达到创收目的，而忽视了体制与机制的创新。

“不仅某些试点省市存在这个问题，一些没有纳入试点的地方也纷纷造势，没有领会到中央提出建立国家公园体制真正的意图。”在不久前刚落幕

的贵阳国际生态论坛上，彭福伟说出了这段话。

十三部委建立协调机制

同样在这次演讲中，彭福伟透露了相关改革的阶段性成果。

其中，就目前建立国家公园体制进展情况而言，他谈到了发改委在三方面取得的成绩：研究并提出建立国家公园体制的试点方案；确立了2015年国家公园体制试点的主要工作，编制并印发了《国家公园体制试点实施方案大纲》；经中央批准的试点方案要求，发改委同财政部、国土资源部、环境保护部、城乡建设部、水利部、农业部、林业局、旅游局、文物局、海洋局等部门和单位正式建立工作协调机制，成立了由国家发改委牵头的领导小组和工作小组。

北京林业大学自然保护区学院院长雷光春告诉《瞭望东方周刊》，“所谓国家公园体制建设，关键在于突破哪些方面的限制，也就是说，要突破‘条、块’的限制。‘条’是指各部门，‘块’则是指行政区。目前由发改委牵头的工作小组在‘条’上已经取得突破。”

彭福伟指出，国家公园是保护地体系的一种类型。未来的保护地体系如何分类，目前部门和学界还存在一些争议。

如有的建议将所有的保护地都整合成国家公园；也有观点认为中国的风景名胜区分就是国家公园，可以直接改名；但有观点则认为应该以资源保护区为主体来建立国家公园。

四个具体项目的启动

目前，国家公园试点建设工作依然在体制改革的初级阶段。

据本刊记者了解，美国保尔森基金会与发改委签署的关于国家公园体制建设的合作框架协议中，未来三年基金会将协助发改委开展一些与顶层设计有关的研究项目、支持部分省市的试点工作，并开展培训和能力建设活动。

“合作的第一年将启动四个具体项目，两个面上的，两个点上的，”牛红卫介绍。

项目之一是国际案例研究。发改委和保尔森基金会共同在全球选取了7个有代表性的国家作为案例研究样本，分别是美国、巴西、德国、南非、新西兰、日本和泰国。

自1872年美国黄石国家公园建立后，全球有100多个国家纷纷效仿，建

设了自己的国家公园体系，国际案例研究可以帮助回答一些中国在试点阶段需要解决的主要问题。

另一个宏观的项目是制定并出台国家公园体制建设的技术指南。因为在体制建设过程中，有许多技术上的细节需要统一、规范，出台一个较完善的技术指南，用于具体指导9个试点省市开展国家公园体制建设非常必要。

而两个点上的项目都在福建武夷山，一个偏重于体制机制和政策研究，另一个侧重于技术和空间规划研究。

大武夷山地区有5个不同保护地类型：跨江西和福建两省的国家级自然保护区，国家级风景名胜区，国家森林公园，国家级文物保护单位，以及世界自然和文化双遗产。这属于众多自然保护地交叉重叠区域的典型案例，选取它作为试点和整体研究，对指导中国国家公园体制建设有重要的借鉴意义。

不过，从执行角度而言，中国的保护地体系庞大复杂，分属十多个不同的政府部门管理。因此，如何在空间布局、功能区划、管理体制和政策等方面处理好原有的各种保护地与新的国家公园间的关系，是个棘手问题。需要在试点阶段进行科学、系统的调查和研究。

苏杨认为，中国建设国家公园的过程中面临的建设难点是地和人，“美国国家公园7%的土地直接属于国家公园管理局，而武夷山风景名胜区64平方公里的范围内，只有500亩土地属于管委会，地权不在政府手上。”

武夷山地区的土地权属也比较复杂，60%的土地属于集体林地。如何处理好资源的权属关系和各方的利益平衡，将成为这个试点成功的关键。

（作者：骆晓昀）

新闻摘要

“互联网+景区”：现实到理想之路有多远

【中国文化报2015年9月12日】继“互联网+”概念后，“旅游+”概念

近日成为国内旅游业的热门话题。国家旅游局局长李金早在近日发布的署名文章中提出，我国正在迎来一个“旅游+”新时代。互联网以其无处不在的技术力量，通过“互联网+”全面深刻地改变世界；而旅游则以其强劲的市场开拓力量、美好生活追求动力及人文交流优势，通过“旅游+”给中国旅游业带来深刻影响。

景区作为旅游业重要的组成部分，在“互联网+”和“旅游+”的碰撞下，又将面临怎样的机遇和挑战？回望近年来国内互联网+景区的建设，又有哪些实际的困难亟待解决，哪些先进的模式和经验值得借鉴呢？

门票和移动网络只是开始

在“互联网+”概念诞生前，景区拥抱互联网，更多地被称为智慧旅游建设或信息化建设。在多年的智慧旅游建设和发展后，国内景区是否“智慧”呢？

易观智库在此前发布的《中国“互联网+景区”专题研究报告2015》中，将景区的“互联网+”道路分为三步走：第一步是在线门票时代，以在线旅行社主导的门票销售在线化为特征。第二步是当地玩乐时代，对目的地进行打包在线销售。第三步就是O2O（线上到线下）升级时代，景区主导进程，进行多元化的“互联网+”。

从游客角度来看，“智慧”的景区至少应满足两点：在线预订门票、移动网络全覆盖。通过电脑端或者移动设备端预订门票，省去了排队买票的痛苦的同时，许多景区如北京故宫博物院还实现了刷身份证即可入园，无需再排队换取纸质门票。而在南方许多景区，如四川剑门关古道景区，随处可见的无线网络指示牌让游客在游览景区的同时，也能够朋友圈晒出美丽的风景。

易观智库认为，在经历寡头格局初定的在线门票时代和风起云涌的当地玩乐时代后，“互联网+景区”从2014年起迎来了O2O升级时代。不过，去年底同程网发布的《2014年度中国景区移动互联网行业报告》显示，虽然网络预订同比增长率超过100%，但在线门票渗透率目前只达到10%。对此，多位旅游从业人士表示，这是因为国内景区的“互联网+”发展水平参差不齐。

例如，在电子商务发达的浙江省，当地“互联网+景区”建设就十分领

先。浙江省旅游局党组书记王文娟告诉记者，截至2015年第一季度，浙江全省85.48%的景区实现了4G信号覆盖，绝大多数产品实现了电子商务化，90%以上的旅游企业建立了官方微博、微信等自媒体营销平台，在线旅游交易额超过300亿元。

“目前，浙江省有10余个县市区、500多家旅游企业开通了网上旗舰店，80%以上的景区实现了电子门票，30%以上的景区自建了电子商务分销系统。”王文娟说。

“互联网+景区”驶入“快车道”

不断出台的利好政策，正在驱动着“互联网+景区”快速发展。记者从国家旅游局了解到，在“旅游+”概念之前，今年1月，国家旅游局出台了《关于促进智慧旅游发展的指导意见》，鼓励引导智慧旅游模式业态创新，特别是融资模式创新。例如，该文件中首次提出将采用PPP模式建设国家智慧旅游公共服务平台，将公私合作的项目融资模式纳入智慧旅游公共基础设施建设中。而今年8月国务院第62号文中，积极发展“互联网+旅游”也成为促进旅游投资和消费市场的七大内容之一。

大地云游CEO王亚博表示，制度红利的释放，让“互联网+景区”迎来新机遇。“目前，百度和大地风景国际咨询集团在‘大数据+旅游’领域已经达成深度合作，推出了旅游领域的大数据产品。”

“互联网+景区”的发展中，相比景区，发展迅速、嗅觉敏锐的互联网企业走在了前面。记者了解到，互联网界BAT均投身“互联网+景区”建设。王亚博所提到与百度的合作，即百度面向景区推出的“直达号”产品，以“智慧旅游+大数据”打通景区O2O链条，开启了互联网旅游营销“直通车”。

去年11月，浙江杭州西湖景区率先上线百度直达号。随后，福建武夷山景区、广西桂林核心景区、甘肃敦煌鸣沙山景区等纷纷入驻。游客在手机百度客户端或网页上查询攻略、购票、获得相应二维码后，在景区入口处机器扫描手机中电子二维码就能完成入园，还可享受免费导游等信息服务，游玩结束后可同步对服务进行评价、社交分享。百度直达号打造的这一行前、行中、行后电子门票闭环体验，推动了景区O2O的升级。

阿里巴巴在这一领域也有自己的“玩法”。王文娟介绍，除了产品进驻

淘宝网售卖，目前浙江省景区正在与支付宝深度合作，将无线支付工具拓展到景区内及景区周边的商户，让游客拿着手机就可以玩遍景区。为此，支付宝钱包客户端也开通了“浙江旅游”服务窗，还设置了旅游商城、旅游资讯、定制明信片等服务功能。

而另一互联网巨头腾讯则以微信为入口，与四川、福建等省政府部门携手构建互联网+智慧旅游，再加上“互联网+金融”助力构建互联网景区生态圈，截止到2015上半年，各大景区通过+X的方式使得旅游朝着多元化互联网的趋势发展。

王亚博认为，这一轮“互联网+景区”投资热背后，是进入散客时代的景区必须拥抱互联网的大势所趋，旅游消费模式正在由卖方市场转向买方市场，“互联网+景区”能够有效满足大众旅游时代下国内游客的个性化、多元化旅游需求。

对此，劲旅网总裁魏长仁也表示，此前景区以团队游客为主，只需维护好旅行社客源渠道，再适当在散客渠道进行营销，即能保证客源充足。但在散客化时代，渠道变得分散，尤其是近年来游客养成了网上订票的习惯，倒逼景区加快发展“互联网+”。

诊脉开方 难点、痛点如何击破

然而，有业内人士直言，大部分景区的“互联网+”体系就是一个官方网站、一个官方微博和一个官方微信，空壳工程让互联网上的景区成了摆设。

如何让景区“互联网+”真正发挥作用？王文娟告诉记者，浙江省通过整合全省12301旅游热线、各市县旅游咨询队伍及部分专业从事旅游信息咨询服务机构的力量，建立了一个以微信企业号为支撑，以微信服务号为载体的“协同答复”式旅游公共信息咨询服务体系，打造满足不同游客需求的旅游资讯一站式服务平台。“2015年一季度，浙江省接到旅游咨询和投诉1.2万起，其中微信平台受理量占近80%。”

魏长仁告诉记者，景区“互联网+”建设不仅解决了景区营销、销售和景区服务等问题，也有益于景区管理，如游客信息的收集、整理，自然型景区水文、空气等的监测，游客安全预警和疏导，旅游满意度、口碑的提升等。

此外，作为目的地的核心吸引物之一，在魏长仁看来，景区也是“旅游+”的重要节点。游客到达目的地后，除了游览景区，也会综合带动相关周边休闲、娱乐、购物产业。“互联网+”战略在提升景区实力的同时，也助力了当地“旅游+”的发展。

“对于景区来讲，虽然发展‘互联网+’意识已基本建立，但像上述这样系统、综合地发展‘互联网+’，需要一定的综合能力，如资金、技术、人才等，景区本身的体制、机制也有待提高，现实中大部分景区很难全部满足。”

魏长仁举例说，民营类景区如宋城集团旗下的景区，以及资金实力雄厚的旅游国企，如华侨城集团旗下的景区，其“互联网+”发展速度和水平均处在行业前列。“这些景区大多地处发达城市，既有人才支撑，企业也有足够的资金实力，能够很好地解决上述问题。”

魏长仁指出，和单体酒店做直销一样，景区发展“互联网+”最大的困扰，就是投入少没有效果，但投入多其效果也不一定成正比。不过，在资本助力下，技术公司原本高企的投入费用正在降低，让很多景区能够负担得起这笔费用。在线旅游网站在烧钱圈地的过程中，通过与景区的合作，也加快了景区拥抱互联网的速度，综合地促进景区的信息化发展。因此，景区从单一互联网化转为产业互联网化，实现真正意义上的互联网转型，已经是可预见的未来。

（记者：鲁娜）

社会纵横

想坐手划船游西湖？去哪儿船工说了算

【今日早报2015年9月5日】正逢小长假，不少外地游客来到杭州西湖游览，手划船的生意好得不得了，可是一些船老大却打起了自己的小算盘，正好让何阿姨给碰上了。

“我带着外地来杭的侄女坐手划船，讲好150元一小时，上了船，湖心

亭、三潭印月都不给去，船老大只往断桥那里兜了个圈子，还说大家都是这么走的。”何阿姨抱怨道，“什么时候坐手划船游西湖成固定线路了，而且一圈兜下来只有半个钟头，还不如自己逛一逛北山路呢。”

情况果真如此吗？昨天下午，记者也来到西湖边体验了一把。

现状：西湖手划船生意火爆 游船线路由船工决定

4日下午，微微有点阳光，虽然不算凉快，但湖面上时不时袭来的风，让人感觉非常舒适。这样的天气下，西湖边必定是游人如织。

记者一眼望去，在杭州市青少年活动中心前的湖面上，几乎“堆”满了船只，有电动船、自划船、手划船，还有大型的游船等等。不过，其中最吸引人的就属手划船了，有船工摇着桨载着你去往湖面深处，换个角度看湖光山色，想想都妙不可言。

而记者发现，手划船的生意也的确是最火爆的。

下午2点，在西湖六公园附近的一处停靠点，平均每分钟就有四五艘手划船靠岸。船上游客一下船，在岸上的游客就紧接着上船，不用一分钟，这艘船就完成上下客，再次驶入湖面。

不过，在六公园附近站了半小时，记者就发现，这里出发的手划船全是朝着断桥的方向而去，沿着北山绕一圈后再回到原点。

而在湖滨三公园的停靠点，记者问了一下线路，船工们都表示，从这里上船后，绕着音乐喷泉转一圈就回来了。

那湖心亭、三潭印月去不去呢？不去不去，每当有游客提出这些“标配”外的景点路线，船老大都会不耐烦地摆手，原因是“不在线路范围内”。

至于坐船的价格和时长，记者注意到，其实游船上都有明码标价：“手划船150元/小时/船；摇橹船180元/小时/船（不以乘坐人数计费），1小时起租。超出1小时，按半小时为单位计费（即手划船75元/半小时/船；摇橹船90元/半小时/船），节假日收费标准不变。”

但是，当岸上游客在询价时，不少船工却故意讲得很模糊，只强调每船150元，闭口不提具体时长。

亲历：时间缩水一半，对游客要求置之不理

下午2点48分，记者和另外几名游客拼船，在六公园的停靠点上了一艘

手划船。上船前，记者一行人曾经问过路线，“这艘船最远只到断桥、白堤那儿，然后就返岸。”船工说。

2点50分，船被推离岸边，慢悠悠地向着北山路的方向驶去，“坐这个手划船，就是让你们感受下在西湖里游船的感觉。”船工一边说，一边划桨下劲，手划船随即微微晃动起来。

没多久，船工手里的桨就慢了下来，船速自然也慢了，船行进的路线几乎与北山路平行，朝着断桥而去。记者张望四周，左侧看到的风景与在北山路上走看到的并没有什么不同，而右侧就是相距不远的北山路，满眼是攒动的人头和川流不息的车流。

尽管师傅划得很慢，但手划船还是在10分钟内就靠近了断桥。同船的外地游客有点小兴奋，以为可以体验一下穿越桥洞的感觉，但是船在离断桥不到50米的湖面时，突然掉头了。

“不能穿桥洞吗？”记者问。师傅像是没有听到，仍旧单手划桨继续掉转船头。这时身边的游客也一脸失望地跟着问，“不能穿桥洞吗？”

“不能。”师傅很简短地回了两个字，此时两艘游人租借的自划船正穿过断桥桥洞，向我们划来。

3点03分，手划船转头返航，记者以为船会再沿着白堤小绕一圈，可是手划船却与白堤渐行渐远。

“我们不能再往白堤那边靠一靠吗？”记者再次询问，可是手划船在船工的掌控下，毫不犹豫地按着即定路线而行，一船的人眼睁睁看着断桥和保俶塔渐行渐远，最后只剩下近处的湖水，波光粼粼的虽然很好看，但也有些单调，而远景的角度与你在岸上看也差不了多少。

3点20分，这艘手划船回到圣塘闸南侧手划船的停靠点。记者算了算，整趟手划船之旅也就半小时。

游客给船工打分，填表其实暗藏猫腻

记者事先了解到，有关部门曾要求，每名船工在完成一次服务后，要让游客填写意见反馈表，给船工打分，以监督服务质量。

而记者这趟泛舟体验行将结束之前，也的确拿到了船工递过来的一张意见反馈表。

这张表上，不仅提示了手摇船的可乘坐人数和收费标准，并告知了可能

出现的欺诈消费事项。更重要的是，需要填写手划船的船只信息和此次旅程的起止时间，还要给这次的手划船乘坐之旅评分。

表上已经填上了这艘船的船只信息和上船时间，显示为2点40分，但实际出发时间为2点50分，提前了10分钟，下船时间这一栏是空着的。

记者当即翻看了今天的游客乘船记录，发现上船时间都填上了内容，但有几张表格的下船时间却是空着的。

表格上对手划船的评分也极为简单分明，“满意”和“不满意”。记者发现，大多数人都填写了满意。

记者在船工的注视下，写下了名字和评价后，船工一把接过，说“可以了。”

当再问及船工，为什么不能像手划船那样，去远一点的湖心亭看一看时，“坐手划船绕西湖一圈需要5个小时，谁有这么多时间来慢慢坐船游西湖呢？”船工板着脸反驳。

记者忍气吞声地结束了这趟不开心的泛舟之旅，不过接下来就发现，并不是所有游客都愿意吃下这个闷亏。

在湖滨三公园停靠点，记者正好遇上两拨拼船的游客下船付钱，游客只付了75元，理由是只坐了半小时的船。于是，船工和岸上的老板跟游客吵上了。“上面明码标价写着一小时才收150元，不然就按半小时计费。”在游客的据理力争下，船工没了声音，但老板望着游客远去的背影，骂骂咧咧：“你们这种人花不起钱，下次就不要来坐游船。”

记者注意到，在接下来的揽客时间里，这位老板直接就跟问价的游客说，“坐我们的手划船，就是二三十分钟，价格就是每艘150元，就是带你简单转一圈。”

而当有乘客根据张贴的“150元一个小时”提出质疑时，老板一下子就变脸，摆出一副你爱坐不坐的态度。

管理部门：手划船游览路线无固定，服务缩水可投诉

昨天下午，记者在西湖边的多个停靠点采访了不少乘坐完手划船的游客，询问他们乘坐时间是否足额到一个小时。除了个别游客表示没有留意之外，其他游客几乎都很肯定地表示，根本没有满一个小时。

游客费女士说，“不要说一个小时了，我觉得从头到尾撑死半个钟头，

其实也没看到什么特别的风景。不过一家人难得来杭州玩一趟，也没有和船工去计较，就把钱付了。想想算了，万一吵起来，搞得大家心情都不愉快。”

周先生是一位老杭州，平时逛西湖时，他也注意到，现在湖面上的手划船都是按固定路线在走，他对此很是不解。

“早些年，陪一些外地亲戚逛西湖，我们也是坐过几次西湖手划船的。那时候，我记得船是划得很远的，湖心亭是肯定要去的，三潭印月的三座塔也去绕过。反正想去哪里，跟船工说一声好了，按时间付钱嘛。现在不晓得啥个情况，旁边随便转一圈就完事了。这种游船有什么好坐的，时间短，风景也不好看，这不是倒西湖游船的牌子吗？”

记者昨天从西湖景区相关管理部门了解到，这类可容纳6名乘客的手划船，在游览范围上没有具体的限制，完全按照服务时间来计费。

“游客想去三潭印月都是可以的，哪怕你要上岸到湖心亭上去看看都没有问题，船工必须停在岸边等你。”工作人员说，“不过，现在因为生意好，很多船工都不愿意划到湖心亭那里去。”

而对于游客们普遍反映的手划船乘坐时间严重不足的问题，工作人员表示的确存在这种情况。“还是因为生意太好，他们就想每一趟少花一点时间，这样就可以多接几趟生意。”

工作人员表示，乘客一旦发现乘坐时间缩水的问题，可以记下违规游船船身上的编号，拨打杭州市物价局监督电话、景区监督电话进行投诉，管理部门会对情况进行处理和反馈。

（记者：詹程开、金洁璐）

时事评论

景区票价事关旅游业转型

【人民日报2015年8月25日】门票涨价，服务缩水，已经成为我国旅游

业转型升级的障碍之一。景点不能仅盯着门票收入，更要着眼于行业整体水平提升之后的收益。

“李白游不起，徐霞客也要变宅男”。国内一些景区票价高、服务差，历来备受公众诟病。憋了三年不涨价，明年又到“解禁年”。有媒体近日发现，一些地方刚入选“全国旅游价格信得过景区”，也迫不及待宣布即将涨价，令人大跌眼镜。门票价格究竟该不该涨，怎么涨，再次引发争议。

对一些景点来说，涨价并非没有理由。扩建园区、升级基础设施、抑制过多客流，某种程度上需要通过提高票价实现。如果说门票涨价能带来旅游体验的升级，大部分游客也并非不能接受。然而，对那些习惯了“靠山吃山”的景区来说，门票收益无异于一块旱涝保收的“自留地”，更是地方财政的重要来源。靠提升软硬件质量吸引客流，带来经济收益？费那个劲干嘛，门票收入不就是“金饭碗”吗？这正是一些景区“解禁必涨”的内在逻辑。

门票涨价，服务缩水，已经成为我国旅游业转型升级的障碍之一。很多游客最直观的体会，莫过于花了更多的钱，却享受不到优质的旅游体验。景点门票必须“打包”购买、景区餐饮店漫天要价，厕所脏得难以下脚、几公里难觅一张休息的座椅……这样的景区，即便风景再好，又能吸引多少人故地重游？“唯涨价论”和公众旅游体验之间的落差，暴露了旅游业发展进程中的诸多缺陷，也是行业发展不够成熟的表现。

“旅游业是我国经济社会发展的综合性产业，是国民经济和现代服务业的重要组成部分。”不久前出台的《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》，给予旅游业转型升级很高的期待，也为旅游业发展提供了良好契机。从这个意义上说，景区的门票虽小，却牵连着整个产业的未来。尤其要看到，旅游业具有很强的产业关联性，只要找到对路的发展节奏，火的将不仅仅是一山一水，还可以和周围的餐饮、娱乐、交通、住宿等服务行业产生良性互动，以景区“小经济”盘活区域“大经济”。

因此，拨开景区门票涨价的表面争论，凸显的是如何提升旅游业现代化水平，让旅游业成为国民经济和现代服务业发展的更重要动力。GDP增长贡献率超过10%，市场规模38亿人次，经过几十年的孕育，旅游业已然成为国民经济的重要推进器。作为一整套改革的重要组成环节，景点在门票价格

等方面要取信于民，彰显自身的公益性，同时要通过整体旅游服务环境的优化，更好满足公众日益增长的休闲度假需求。

对景点而言，眼睛不能仅盯着门票收入，而要着眼于行业整体水平提升之后的收益。西湖景区免费开放13年，换来了城市第三产业的蓬勃发展；美国黄石公园，门票收入占公园全部收益不到7%，价格仅占国民月平均工资不到1%，其成功的管理模式被许多同行学习借鉴。即便是确有必要涨价的，也要借此机会提升管理水平，用好听证会等民意沟通平台，把收支账本做得明明白白，把每一分钱都用到提高群众旅游满意度上。

如今，中国的旅游业正在迎来一个前所未有的好时期。政策法规日益健全、带薪休假逐渐普及、小短假带来新的增长点……在这一背景下，地方政府和景区管理者需要“风物长宜放眼量”，摒弃急功近利的思维定势，在促进旅游业转型升级上多下功夫，从而带给游客更好的旅游休闲体验，推动区域经济社会更有质量地发展。

（吕晓勋）

摆脱门票经济 学学故宫创意

【广州日报2015年8月26日】填色书风靡全球，这一受欢迎的西方舶来品目前已快速被本地化，据悉，最快今年10月，《点染紫禁城》系列填色书将上市。这已经不是故宫博物院的文创品第一次上新闻。近年来，故宫博物院陆续不断推出的文创产品常常让人眼前一亮。据报道，目前故宫的文化创意产品已经超过7000种，2014年给故宫带来9亿元的收入，高出故宫门票收入2亿元左右。

而反观国内的许多景点，一直无法走出“门票经济依赖症”。景区扩容升级要涨价，人力成本上升要涨价，保护环境限制客流要涨价……似乎要维持景区的正常经营只有华山一条路——涨价。在这种思路下，也就难怪自国家发改委规定“三年不能再次调价”后，解禁年“到期就涨”已经成为景区的一种奇特现象，近期，全国一大批景区门票又将因解禁而准备涨价，让大众嘘声一片。

景区发展必须要摆脱门票经济，事实上早已是业内共识，也有的景区先

迈出了步子，尝到了甜头。最典型的例子就是杭州西湖景区，自2003年免费后，每年因此减少门票收入2500多万元，但公园免费带动了景区商业网点经营价值的提升，不仅抵补门票收入，而且使景区管理部门增收逾亿元，带动了杭州旅游产业新增经济效益上百亿元。

许多景区对此不服气，认为杭州是一个商务旅游城市，在吃、住、行方面有比较大的消费需求，这种模式不可复制。可是，从故宫文创纪念品的成功却不难看出，博物馆更是一个没有吃、住、行消费需求的景点，却仅靠在纪念品上的创意与创新，其收入就超过了门票收入。

目前国内绝大多数的旅游纪念产品都缺乏新意，千篇一律，质量也很差，让人提不起兴趣。许多景点虽然没有故宫那么馆藏丰富的文化资源，但不少景区也是位列世界遗产名录，有其独特的历史与文化价值。可是，却在这方面深耕不足，没有产出，白白浪费了大好资源。如何根据自身景区的特点，把纪念品做出特色来，让每个游客都愿意在这里消费，在这方面许多景区完全是大有可为的，要走出门票经济依赖的困局，他们更需要的是观念上的变革。

故宫文创品成功的经验，并非不可复制，其成功的原因，无非是抓住了游客的消费心理和消费需求，不断推陈出新，进行转型。一是产品的转型。以前博物馆的纪念品多是馆藏复制品，虽然有特点，但不接地气，价格高、体积大、实用性不强。而目前多是与人们生活密切相关的，比如手机壳、行李牌、冰箱贴等，不仅体积小、实用性强，而且价格也不贵，任何人花上十几二十元，就可以把“故宫文化”带回家。二是营销方式的转型。除了进入故宫参观可以买到这些萌萌的纪念品外，还有淘宝网店，在首都机场和主要的商业中心都有销售。日前，故宫博物院院长单霁翔宣布将在神武门外建两条街卖“文创”产品，为那些没买门票进入故宫参观，但却想买纪念品的人提供方便。三是全方位的推广故宫文化品牌，树立亲民形象，让更多的人愿意来故宫参观。2014年，故宫还开发了一款名为“皇帝的一天”的游戏APP，专为9至11岁儿童设计，拉近故宫与孩子们的距离。

据世界旅游组织统计，2015年中国将成为全球第一大旅游目的地。在发达国家，旅游购物要占到旅游经济的40%—60%，而在我国却不足20%。要摆脱门票经济，不妨学学故宫在创意上多做文章。将旅游纪念品做出特色来，做

大旅游购物市场，而不是只盯着涨价，这样才能更好地发挥旅游对经济的带动作用。

(谭敏)

刻字纪念林彰显管理智慧

【广东建设报2015年8月31日】据媒体日前报道，近几年，每到夏季，四川竹海旅游的高峰期，平均一天有约10根竹子因被游客刻字而“受伤”。现在，景区专门设立“刻字纪念林”，这片竹林以楠竹为主，楠竹生命力旺盛，游客在表层刻字，不会对楠竹生长带来不良影响，一次刻个爽。

游客在景区乱刻乱画，已成一种陋习。而在以往，对于这种陋习，相关管理部门采取的措施便是一味地“堵”，如批评、处罚、曝光、入“黑名单”等等。然而，封堵之后，“到此一游”乱象，非但未能销声匿迹，反而有增无减。相形之下，四川竹海景区开辟“纪念竹林”，专门供游客刻字，“到此一游”乱象得到了有效遏制。可见，对于不文明行为，堵不如疏。

事实上，一些游客习惯于在景区乱刻乱画，除了自身素质和品行使然之外，更多的则是内心情感的一种表达方式。游客到某名胜古迹游览，在人生当中也许就只有这么一次，是个值得纪念的日子，在景区涂鸦一下，留下自己的“手迹”，乃人之常情，并非恶意。再者，游客欣赏祖国壮丽河山，既是一种休闲娱乐，更是一次人生经历，总会有一些情感与体会想找种方式抒发一下，而在景点现场涂鸦，显然是抒发感情最好的方式。问题是，景区没有供游客“抒发感情”的一席之地，导致一些游客不得不在景区的景物、设施、甚至文物上涂鸦，既留下了不文明的证据，又折射出了景区管理服务的缺位。

一些景区似乎意识到了这一点，便在景点设置了专门的“涂鸦墙”，供游客尽情“抒发感情”。殊不知，这种实体“涂鸦墙”，虽然解决了游客涂鸦之需，但与景区的自然景观极不协调，显然破坏了景区的整体美感。再者，由于游客素质参差不齐，有的游客留下的“手迹”内容低俗不堪，不仅污染了视觉，也损害了景区文明。相比之下，四川竹海景区开辟“纪念竹林”，游客涂鸦的“作品”，可同楠竹一起“茁壮成长”，彰显出了景区的

管理智慧。

事实上，游客在出游途中文明还是不文明，除了自身素质之外，关键是受外部环境的影响。换言之，游客的文明和不文明，实际上站在同一起跑线上，就看景区管理者如何去进行正确的引领。

（张西流）

世界遗产

入选“世遗”，责任大于荣誉

【天津日报2015年8月26日】申报世界文化和自然遗产，对我国的文化传承和自然景观保护本来都应是一件好事，但是，有些地方“申遗”其意不在保护，却在想着靠“世遗”捞金，重申报、轻普查，重效益、轻保护，这样的现象屡见不鲜。

随着老司城遗址在第39届世界遗产大会上被列入《世界遗产名录》，我国申遗热进一步升温。

申遗成功，自然令国人振奋——它证明了，中华民族五千年的文明积淀和丰富的自然文化遗存，是世界文明无法割舍的珍贵成员。不过，对日趋成熟的中国遗产保护事业来说，在高兴之余，更需要冷静和思考。入选“世遗”，是一种荣誉，更重要的是一种责任。

如今全世界有一千多处世界遗产（包括自然和文化双遗产），因为一个国家每年只能申报一项文化遗产、一项自然遗产，所以不仅在国际上，就是在我们国内世界遗产申报的竞争也很激烈。按说，好不容易争得的荣誉，应该好好珍惜，但在我国，遗产保护的通病是重申报、轻普查，重效益、轻保护。

一些地方热衷于申报，其意不在保护，却是要争取国家下拨的保护经费；有的为了申报遗产名录，强行制造“民俗”；还有的地方申遗是为发展当地旅游产业，把遗产开发成一个个旅游项目，以民俗风情为卖点的旅游项

目遍地开花，使许多“文化”走了形、变了味。可以说，在不良政绩观的驱动下，必然会出现“重申请轻保护”的现象。靠“无底线”地搞旅游开发来换取经济利益，有这种急功近利的做法，即便申遗成功，一些世遗终将难逃被毁的命运。

为维护世界遗产“权益”，联合国教科文组织于1972年通过的《保护世界文化和自然遗产公约》将“严格保护、合理利用”放在首位，同时建立了监测机制，“世遗”一旦受到某种严重威胁，可列入《濒危世界遗产名录》，甚至除名。每年，世界遗产专家委员会都会有选择性地对“在编”者的保护状况进行检测，没有通过者将给予“黄牌”警告，如仍无改善，最终将被踢出名单。就在2007年第31届世界遗产大会上，包括三江并流等在内的我国6处世界遗产被列入检测项目，这是一种善意的警告。尽管这6个项目都顺利通过了检测，但是，结论还是留下了一个尾巴——“希望中国政府继续关注并完善保护措施”。

要知道，传承着的文明能够入选世界遗产，证明了世界对该文化保护现状的认可，但是，我们绝不能忽视对其进行继续保护。此外，申遗成功给我们带来的，不应该只是平民的欢庆和政绩的满足，更不能是接踵而来的不恰当的商业旅游开发，我们真正需要做的是反思这些遗产所留给我们的人生哲学和生活伦理，并思考如何将它们完整地传给子孙。

在我看来，在保护文化和自然遗产的过程中，有两个问题必须要引起社会的重视。

一是，任何文化都不是独立存在，文化和文化之间会组成“文化链条”。这条“链条”上的每一个文化节点都非常重要，如果没有“文化链条”上其他文化的支撑，不一定能申遗成功。所以，自然和文化遗产保护是需要统筹和整体规划的，单兵作战、各自为政，都难以取得良好的保护效果。

二是，国人常希望得到世界的认可，好像只有世界认可了，把你登记在册了，你的这个东西才是好的，才能名正言顺地去保护它，否则就会缺少保护的動力。其实，无论是否“登记在册”，我们的自然和文化遗产都值得每个人去珍惜，因为它们是我们与自然共同创造的美好，是民族的记忆。保护好它们是需要每一位时代的参与者、见证者，随时随地持续努力的。当每个

人，在欣赏这些遗产时，不仅是充当旁观者和消费者的角色，当我们每一个人能够扪心自问“我们还能给后代留下什么”时，当责任感深深刻进每个人心里时，社会上破坏自然环境、古迹的恶行自然会随之减少。

希望“申遗”成功之日，也是遗产保护的“新生”之时，如此，“申遗”才有实质的意义。要认识到，申遗成功，并非一劳永逸，可以“洗了睡了”，还要继续“俯卧撑”，要制定对自然和文化遗产保护的远景规划和长效投入机制，并严格执行。要铭记，我们对自然和文化遗产的责任，不仅是关注、利用、开发，而是更好地保护！

（作者：云卿城）

环球博览

零掩埋运动风头正盛，国家公园跃跃欲试

【国家地理中文网2015年8月26日】导语：作为美国的标志性旅游景点，约塞米蒂（Yosemite）、德纳里（Denali）以及大提顿国家公园（Grand Teton）每年都会迎来成百上千万游客，随之产生的垃圾也已达上千吨。日前，三座国家公园计划将垃圾分类后再利用，或进行堆肥处理。

国家公园是美国原野最质朴的象征，每年会吸引数百万游客纷至沓来。

然而，在备受欢迎的同时，国家公园意外陷入了窘境：游客每年制造的垃圾多达450吨，其中绝大多数被就地掩埋。

2016年，国家公园管理局将迎来100周年纪念，为此，约瑟米蒂、德纳里以及大提顿国家公园纷纷许下承诺，决心清除园内所有的掩埋垃圾堆。公园将对垃圾循环利用或进行堆肥处理。

近十年来，“零掩埋”运动十分活跃，吸引了许多大型公司加入，从耐克到沃尔玛，再到食品业巨头卡夫和雀巢，就连博尔德和旧金山市政府也加入了运动大军。垃圾掩埋场越来越多，海洋承载的垃圾负荷日益加重，是时候重新考量垃圾的处理方式了。

斯巴鲁汽车公司自2004年起投身零掩埋运动，如今已成为这一领域的翘楚，公司不断向三座国家公园提议，并与国家公园保护协会合作，驱动了清除计划的进行。

与斯巴鲁在印第安纳州的制造厂不同，国家公园对进出园区大门的物品并无多少控制权，基本上由附近的回收厂操控，而这些回收场大多缺少处理大批垃圾的设备。

要想实现真正的“零掩埋”需要做好长期作战的准备，但公园负责人信心满满，表示一定能圆满完成任务。

“为完成零掩埋任务，各个公园都有不同的难题要攻克。”国家公园保护协会的可持续发展顾问Julie Klein说道，“零废弃领域专家认为这是一项综合任务。”

如果这三座试点公园获得成功，其它公园就会群起效仿，他说道。

杯水车薪

为抗击气候变化，国家公园制定了一系列应对措施，零掩埋运动只是其中的一项。去年的一项研究指出了国家公园内的“极端”气候变化，如天气变暖，冰川消融，干扰野生动物以及海平面上升。该研究发表一年后，零掩埋运动正式开启。

虽然能源利用以及燃料消耗是造成气候变化的两大元凶，但垃圾掩埋场的威力也不容小觑，它排放的甲烷气体占甲烷总排放量的20%。甲烷是一种比二氧化碳更具破坏性的温室气体，其温室效应是后者的25倍。

“我们所做的努力对整个地球环境而言可能是杯水车薪，但对国家公园而言意义重大。”国家公园保护协会主席兼执行董事Clark Bunting说道。

清除掩埋垃圾任重而道远。三座国家公园均面临着巨大挑战。

阿拉斯加州的德纳里国家公园与其附近最近的回收中心相距80多公里，但这家回收中心不能处理大宗垃圾。去年，有一家回收中心被迫关闭，因为公园的餐饮垃圾过多，处理设备不堪重负，最终瘫痪。

这就是德纳里国家公园要将80%的垃圾掩埋地下的原因了。

一年中，德纳里国家公园接待游客的天数只有约100天，而在这100天里要处理的垃圾太多，即便设备再好也没多大效用。

约塞米蒂国家公园毗邻旧金山湾区效率最高的垃圾回收与堆肥中心，公

园每年的垃圾掩埋率只有30%。即便如此，园内的填埋区也已接近饱和，最终还得将垃圾运到更大更远的回收中心处理。

大提顿国家公园垃圾的回收利用率还不到30%，也没有任何堆肥处理，绝大部分垃圾都被运到了140多公里之外的掩埋场。

清除之路阻碍重重，任何公园都不能独善其身，只有合作才有出路，Klein说道。

众志成城

所以，公园管理局开始寻求斯巴鲁和其它伙伴的帮助。

斯巴鲁在十多年前就已踏足零掩埋领域，“我们以搜遍垃圾箱为起点。”斯巴鲁公司环境与安全部经理Denise Coogan说。“将垃圾进行全面盘点并追溯来源后，公司对废物的分类和回收效率大大提高。更可喜的是，很多回收公司向我们抛出了橄榄枝，过剩的钢材、塑料、玻璃和其他耗材都有了好的归宿。”

公司连续出台多项措施，比如禁止过度包装、选择可重复利用的包装材料、削减汽车零部件，成效显著，余料减少了50%。

今年春天，公园管理局在斯巴鲁公司的指导下开始进行垃圾盘点。弄清游客会制造哪种垃圾后，公园将制定相应的对策。

据Coogan讲，公园与各方利益人之间必有一场激战，比如食品供应商西斯科公司和美国食品公司、地方垃圾回收中心、旅游公司。我们的目标是将流入公园的垃圾量降到最低，这样一来，需要处理的垃圾就会减少。

“公园与各利益相关方的协商并不顺利，但我们还是希望最终能达成一致，只有这样才会带来巨变。”德纳里国家公园副主管Eric Smith说。

“我之所以喜欢这种公私合作关系，是因为它将个人成功与公共需要结合了起来。”国家公园保护协会的Bunting说。

这并不是国家公园与企业的第一次合作。

在国家公园管理局正式成立前，铁路公司一直负责游客交通。北太平洋铁路公司在1883年建起了“公园支路”线，游客可以乘这趟专线到达黄石公园。

“我们的第一任主管Stephen Mather非常渴望公园能吸引更多美国人的关注，为此他做了不懈的努力。”国家公园管理局首席历史学家Robert

Sutton说。

如今，各个公园每年接待的游客总数已达2亿7千多万，Mather的愿望终于成真了。但他的成功不仅带来了人气，也带来了垃圾，现在国家公园仍在忙着清理。

（撰文：Greta Weber 译者：陌上花开）

外国景区票价为何低廉？

【中国日报网2015年9月7日】正值十一小长假来临前夕，多个4A、5A级景区接连宣布涨价或公布涨价时间表，令许多网友感到“扫兴”。中国国家发改委在2007年时曾下发通知，规定旅游景区门票价的调整频次不得少过三年。政策出台后，每到“解禁年”，就有一批景区涨价。今年恰巧到了又一个“解禁年”，于是，“3年不涨”刚到解禁期，多地景区立马宣布涨价。

有过出国经历的人可能对国外景区低廉的票价深有感触，在欧美日韩等国家，包括世界遗产、国家公园、博物馆等在内的知名景区门票价格大多低于中国同等类型的景区，相当一部分还实行免票政策。那么国外景区票价为何相对低廉？国外景区门票又如何定价？

美国：景区票价上涨需公示一年

据新华社，美国人的月均收入约3000美元（约合人民币1.9万元），而美国很多规模很大的国家公园门票统一维持在20美元（约合人民币127元）左右。

游览自由女神像的票价为成人18美元、62岁以上老人14美元、4岁至12岁儿童9美元、4岁以下免票。美国最早的国家公园黄石国家公园、科罗拉多大峡谷国家公园的7日通票价格均为30美元。著名的纽约中央公园不收门票，没有围墙和铁栅，市民可以自由出入。美国的国家公园还出售定价为80美元的年票，可以用它游遍300多个国家公园和纪念公园。

据国家公园管理局官员介绍，国家公园管理局根据立法确立的原则制定门票定价指南。国会有专门的立法，确定了哪些地方不能收费，收费的地方应遵循什么样的原则，有的还确定了最高限额。

现行的定价指南是根据国会1996年立法制定的，各公园每年都可以向国

家公园管理局申请对门票价格进行微调，但需要出具足够的理由，最主要的理由是物价上涨。美国的法律对于国家级的旅游景点票价有着严格限制，如果有哪个景点需要涨价，必须向管理部门进行书面申请，而即便获得批准也需要在公布的一年后才能实行。

法国：财政拨款、压低票价

法国有着丰富的旅游资源，教堂、公园、博物馆和城堡不胜枚举。首都巴黎更是世界旅游收入最高的城市。法国政府坚持“以人为本、着眼未来”的管理原则，普遍压低门票价格以让所有人都拥有受教育和受熏陶的机会。

在法国，大多数国立博物馆的票价由政府机构“国立博物馆联合会”制定，根据规模和功能分成五等，并分别定价。

法国所有公园一年四季免费开放，公众可以在开放时间自由进出。巴黎圣母院、凯旋门都免费对公众开放。最负盛名的几大博物馆均为国立博物馆，一般不免费，但门票收入远不及运营和修缮费用。法国首都巴黎著名景点卢浮宫博物馆的票价为：常设展览门票10欧元（约合人民币70元），常设展和特展通票14欧元（约合人民币99元）。据了解，卢浮宫每年的经营及维修费用高达5.6亿欧元，而每年门票收入仅为8000万欧元。其中的差额多靠国家财政拨款维持。

此外，法国大多数人文景观都对记者、教师、艺术工作者、未成年人、残障人士、失业者等社会特殊群体免费开放。

意大利：财政、彩票、捐赠齐上阵

意大利最贵的景点门票也不足当地人均收入的1%，而其用于保护、修缮旅游景点和文物古迹的资金中，约有65%来自政府财政，其余的则通过发行彩票、接受捐赠等途径获得。

只有在景点的历史价值及建筑与展品的历史和艺术价值发生变化，维持景点正常运转的水、电、能耗明显改变，以及环境因素所导致的维护成本发生变化等情况下，才能考虑调整景点门票的价格。如确需调整景点门票价格，各地政府主管部门必须充分酝酿，并提出建议报文化遗产部价格管理委员会审批。

日本：公共资源票价低廉、实现公共利益

日本自然、人文历史等公共资源景区票价很低，主要实现公益目标，而

非用以牟利。

世界文化遗产日本富士山自2013年夏才开始收费。原则上每名登山者1000日元（约合人民币53元），但并不做强制。日本京都的清水寺、二条城、金阁寺，奈良的东大寺、唐招提寺、平城宫遗址以及日光的东照宫等世界文化遗产的门票，都在300日元至1000日元之间。其他日本国家级文化遗产的门票在200至500日元之间。日本国宝级文物“镰仓大佛”的门票为200日元。东京的浅草寺免费对公众开放。

埃及、印度、俄罗斯：本国人外国人收费“双重标准”

在埃及，本国人在参观各景点和公园时所需门票价格通常仅为外国人的十分之一，甚至是二十分之一。其门票公示牌上也只有针对外国人的价格。埃及国家博物馆目前对埃及和阿拉伯国家成人票价4埃镑（约合人民币4元），埃及和阿拉伯国家学生票价1埃镑，非阿拉伯国家的外国人60埃镑，非阿拉伯国家的外国学生30埃镑。6岁以下儿童免票。包括外国记者在内的新闻记者、考古和导游专业学生均免费。

为了保护文物古迹，胡夫金字塔将每天的参观人数限制在300人以内。目前，旅游业已成为埃及四大外汇收入来源之一，每年700多万名外国游客给埃及带来约40亿美元的收入。

除埃及以外，印度、俄罗斯也实行“双重标准”。印度泰姬陵对外国人收取高额门票费，但对印度本国人仅收取象征性的20卢比（约合人民币2.5元）。俄罗斯本国成年人参观一次克里姆林宫博物馆需要150卢布（约合人民币14元），但外国成年人则需要350卢布（约合人民币32元）。

（张同彤）

编辑：中国风景名胜区协会《中国风景名胜》编辑部

网址：www.fengjing.com E-mail：china_fjms@163.net

电话：010-88315330 88315324 传真：010-88315325（F）

地址：北京市海淀区三里河路7号新疆大厦B座11层

联系人：张立 陈晨 邮编：100044
