

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207期)

本期要目

- “普陀山” IPO争议背后：佛教商业化乱象面临正本清源
- 谁在“专营”普陀山？
- 文化类景区门票消费攀高：迈向文旅融合新时代
- 商标被广东茶商注册 虎丘“白云茶”能否重回原产地
- 中国国家公园发展进入新纪元
- 澳学者呼吁重视数字时代世界遗产保护
- 菲律宾长滩岛旅游超负荷封岛治理

2018年4月16日

(所载内容不代表本编辑部观点)

目 录

热点关注

“普陀山” IPO争议背后：佛教商业化乱象面临正本清源	-----3
谁在“专营”普陀山？	-----9

新闻摘要

文化类景区门票消费攀高：迈向文旅融合新时代	-----20
-----------------------	---------

社会纵横

商标被广东茶商注册 虎丘“白云茶”能否重回原产地	-----22
--------------------------	---------

时事评论

中国国家公园发展进入新纪元	-----23
文旅融合不负“诗和远方”	-----29

世界遗产

澳学者呼吁重视数字时代世界遗产保护	-----30
-------------------	---------

环球博览

菲律宾长滩岛旅游超负荷封岛治理	-----31
-----------------	---------

“普陀山” IPO争议背后：佛教商业化乱象面临正本清源

【经济观察报2018年4月15日】随着普陀山上市的步伐不断推进，4月2日发布更新后的招股书后，佛教名山排队上市再次引发争议。

4月11日，在中国佛教协会官网“会务资讯”栏目刊载一篇署名为“奘真”的文章称，以“普陀山”名义上市，难脱将佛教商业化之嫌。并称“‘普陀山上市’事件，无疑关系到中央政府政策法规的权威，关系到佛教、道教健康发展的未来。希望有关政府部门高度关注，及时妥善处理。”

4月13日，记者就此给中国佛教协会发送采访需求，但截至发稿并未收到回复。

有关普陀山上市的争议，核心是宗教与商业的关系。越来越多的迹象表明，宗教与商业的关系正处在正本清源的关键时点上。

普旅股份的争议

目前，许多佛道胜地的旅游资产，早已走到证券化的阶段。此次普陀山上市的争议只是最新的一个案例。

2017年6月，普陀山旅游发展股份有限公司（以下简称“普旅股份”）向证监会提交招股说明书，等待九个月后，2018年4月2日，普旅股份根据证监会意见，发布了更新后的招股说明书。招股书显示，普旅股份拟在上交所以每股1元，发行不超过1.42亿股，计划募集资金约6.15亿元。

实际上，这并不是普旅股份第一次进击资本市场。2012年，普陀山曾经进入上市预备辅导期，并表示争取两年内上市，后因改制原因，上市进程缓慢。

值得一提的是，作为我国四大佛教名山之一，普陀山并不是第一个吃螃蟹进行IPO的名山。在此之前，峨眉山A早在1997年上市，九华旅游于2015年上市。山西五台山文化旅游集团也在2017年3月公开招募律师事务所、会计师事务所及评估机构，明确表示筹备IPO。自此，四座佛教名山在资本市场相遇。

普旅股份布的招股书显示，2017年其归属于母公司所有者的净利润为1.13亿元。普旅股份实际控制人为舟山市国资委监督管理委员会，依托普陀山风景名胜区，其主营业务有旅游客车客运、旅游索道客运、旅游水路客运、香品生产销售、旅游商品销售、旅游配套服务等。

这些旅游资产的上市，当地政府及国资部门往往持支持态度。对于普旅股份的上市，4月12日，浙江省舟山市财政局官网上“政务信息”一栏发布题为《市国资委专题研究普陀山旅游发展股份有限公司申报上市相关事宜》的文章，其中称普旅股份申报上市是“深化我市国资国企改革发展的重要举措”，上市资产纯属企业经营性资产，不涉及任何宗教资产，生产经营活动也不涉及任何宗教场所。并称，普旅股份目前尚处于上市申报审核阶段，如上市审核通过，在提交股票名称审核时，将充分考虑各方关切，不以“普陀山”作为股票名称。最后一点称，普旅股份坚决反对利用宗教进行商业炒作。

中国佛教协会官网对该文进行了转载，出现在“会务资讯”一栏，标题改为《浙江舟山市国资委：坚决反对利用宗教进行商业炒作，认真执行国家12部委文件精神》。

普旅股份是舟山市国资公司、普陀区国资公司与普旅集团以发起设立的方式成立的股份有限公司，舟山市国资委是其实际控制人，经营范围包括旅游项目开发经营，旅游索道服务、旅游客运服务等。

4月2日，普旅股份发布更新后的招股书，此次IPO拟募资6.15亿元，将主要投入索道、船舶、立体停车库等项目。

普旅股份主要收入来源为旅客的运输服务，占比接近总收入的85%，主营业务中并无门票收入，消费者购买门票的收入入账公司名为“舟山市普陀山大数据发展有限公司”，该公司同属舟山市国资委管辖。

2018年1月，证监会发给普旅股份的IPO申请文件反馈意见中并未提及佛教商业化的问题。

一位北京的律师对记者称，从经营范围来看普旅股份是一家旅游公司，只不过这个旅游资源恰好和宗教密切相关，经营时要注意规避发改价格（2008）905号文第四条。（这条主要内容如下：对依托国家资源的世界遗产、风景名胜区、自然保护区、森林公园、文物保护单位和景区内宗教活动

场所等游览参观点，不得以门票经营权、景点开发经营权打包上市。游览参观点内缆车、观光车、游船等交通运输服务，逐步实行与游览参观点一体化管理，防止部分企业利用国家资源获得不合理收益，损害游客利益。)

一位券商的准保荐人对记者称，普旅股份出现这样的争端会向证监会解释，至于会不会影响上市具体要看证监会的看法。

前述中国佛教协会官网刊登的《谁在将佛教商业化？——普陀山上市的忧思》中称，此次“普陀山旅游发展股份有限公司”拟将普陀山景区旅游客运、香品生产销售、旅游商品销售、租赁餐饮等业务打包上市，虽然表面上未涵括寺院等佛教资产，但佛教是普陀山旅游的最大特色和核心资源，佛教寺院、圣迹及观音信仰的感召力，是支撑其上市业务的最重要前提，也是“普陀山上市”的最大“卖点”和“保障”。普陀山“上市”，显然有捆绑“佛教”上市之嫌，不可避免地会使佛教背负庸俗化、商业化的恶名，严重伤害佛教及信众的合法权益。

“老板寺庙”问题待解

一位游览过多地的佛教信徒对记者称，“普陀山的商业化比九华山和峨眉严重，因为灯油钱一百，游客跟风一路买，还挺贵的”。

佛教与商业化的冲突早就显现。2013年山西五台山查封两个非法敛财“黑寺庙”、2014年千年古刹潭柘寺内“功德箱”鱼目混珠变成上市公司“小金库”等，佛教商业化乱象频被曝光。将名山古寺“圈”入文化旅游景点，从而抬高门票价格，非宗教活动场所大肆兴建庙宇宫观，耗资巨大滥塑大型露天宗教造像等做法受到了社会批评。

知乎上，资料介绍是一个普通的和尚的枯荣在佛教商业化话题下称：“寺院内或者寺院附近，都有卖一些佛珠说开过光的之类的，售价不菲，这都属于骗子！东西也许开过光，但是价值绝不值那么多。那游客买了东西，回去的时候才发现被坑了，因为在寺院内买的，所以还是骂寺院。骂，寺院又有什么办法？”

在商业化问题中，由于佛教活动场所法律地位与不动产权归属不明确等主客观原因，佛教界往往处于受裹挟、不情愿又无可奈何的被动地位，但是因为商业化问题发生的地点、表现的形式都是在佛教活动场所、都披着佛教的外衣，因此佛教界常常成为社会诟病佛教商业化的众矢之的，不由自主地

成了佛教商业化问题的“背锅侠”。

2017年两会上，十一世班禅曾谈到佛教受到商业化冲击时举例，“有一些假活佛、假僧人用一些似是而非的理论‘宣讲佛法’，骗取钱财。以上种种乱象虽不能代表佛教主流，却造成了极坏影响。”

对于宗教商业化问题，亦有一些文件规范。2012年，国家宗教事务局、中国证监会等十部委联合发布的《关于处理涉及佛教寺庙、道教宫观管理有关问题的意见》中明确规定，“不得以任何方式将寺观搞‘股份制’‘中外合资’‘租赁承包’‘分红提成’等。”

2017年，国家宗教事务局、中国证监会等十二部委联合发布的《关于进一步治理佛教道教商业化问题的若干意见》，目的为进一步治理佛教道教商业化问题，提出了依法依规处理佛教道教商业化问题等10条建议。《意见》明确“禁止将佛教道教活动场所作为企业资产打包上市或进行资本运作。”

《意见》发出后，国家宗教局表示将会同有关部门对佛教道教商业化问题开展督查，中国佛教协会、河北省等省宗教工作系统组织学习贯彻，山西省宗教工作领导小组等制定出台贯彻落实的工作方案，陕西省佛教协会和陕西省道教协会联合发出《关于抵制和防范佛教道教商业化问题的倡议书》，文中称坚决反对、抵制和纠正各类商业化行为。

2017年11月23日，中国佛教协会官网的会务资讯一栏连发三篇佛教商业化文章。在此之前，佛教商业化的文章讨论数量较稀疏。2016年有两篇，2015年有一篇。

在这三篇文章中，其中一篇是12部委的《关于进一步治理佛教道教商业化问题》的全文刊登，这篇文章入口仍在其官网首页上端。另一篇《学习贯彻《关于进一步治理佛教道教商业化问题的若干意见》自觉抵制商业化不良影响》，文中提到“中国佛教协会代表佛教界通过多种途径向有关部门反映问题，表达佛教界的合理诉求，提出治理商业化问题的意见建议。”

现在，要求治理的呼声和力度均有加强的趋势。

2018年2月1日，新修订《宗教事务条例》正式施行。明确规定，“禁止投资、承包经营宗教活动场所或者大型露天宗教造像，禁止以宗教名义进行商业宣传。”

今年3月，中国佛教协会官网刊登学诚法师观点——推动佛教现代化转

型，是抵制商业化的根本之道。

2018年全国两会期间，中国佛教协会副会长心澄法师和宗性法师作为两会代表，均提出了治理佛教商业化的建议。

链接：《谁在将佛教商业化？——普陀山上市的忧思》——樊真

4月2日，中国证监会官网发布一份《普陀山旅游发展股份有限公司首次公开发行股票说明书（申报稿）》。《说明书》显示，“普陀山旅游发展股份有限公司”已正式向中国证监会提交在A股发行股票的申请。这是该公司2017年6月21日首次报送发股申请后，第二次提交申请。“普陀山上市”的消息一出，舆论哗然，小僧也着实震惊！

能用“普陀山”的名称上市吗？作为佛教圣地的名称显然不行。普陀山与佛教不可剥离，明眼人都可以看出，以“普陀山”名义上市，难脱将佛教商业化之嫌。

普陀山，是世界佛教徒的信仰圣地、中国佛教四大名山之一，是中国佛教乃至中华文化的象征符号，在海内外具有广泛的影响。山名中的“普陀”二字，源自佛教《华严经》“Potalaka”（普陀洛迦或补怛洛迦）的音译，该经记载“普陀山”为观自在菩萨（观音菩萨）的住地。可见，普陀山的宗教人文意义，远大于其地理的意义。作为普陀山的精神文化内核，佛教与普陀山是无法剥离的整体。

此次“普陀山旅游发展股份有限公司”拟将普陀山景区旅游客运、香品生产销售、旅游商品销售、租赁餐饮等业务打包上市，虽然表面上未涵括寺院等佛教资产，但佛教是普陀山旅游的最大特色和核心资源，佛教寺院、圣迹及观音信仰的感召力，是支撑其上市业务的最重要前提，也是“普陀山上市”的最大“卖点”和“保障”。普陀山“上市”，显然有捆绑“佛教”上市之嫌，不可避免地会使佛教背负庸俗化、商业化的恶名，严重伤害佛教及信众的合法权益。

“普陀山上市”有违国家刚刚出台的宗教法规和政策。

近年来，佛教“被上市”“被承包”，借佛敛财等佛教商业化问题，饱受社会争议，遭到佛教界一致谴责和反对。前些年，峨眉山、九华山被打包上市，已经引起社会舆论广泛诟病，也成为佛教界之痛。由于未及时处理，其负面影响一直发酵，造成一些名山纷纷效仿。

2012年，国家宗教事务局、中国证监会等十部委联合发布的《关于处理涉及佛教寺庙、道教宫观管理有关问题的意见》中明确规定，“不得以任何方式将寺观搞‘股份制’‘中外合资’‘租赁承包’‘分红提成’等。”2017年，国家宗教事务局、中国证监会等十二部委联合发布的《关于进一步治理佛教道教商业化问题的若干意见》亦明确“禁止将佛教道教活动场所作为企业资产打包上市或进行资本运作。”2018年2月1日正式施行的新修订《宗教事务条例》明确规定，“禁止投资、承包经营宗教活动场所或者大型露天宗教造像，禁止以宗教名义进行商业宣传。”借与佛教高度关联的“普陀山”名称上市，显然脱不了商业宣传的干系。

在全国上下大力贯彻落实《宗教事务条例》、处理佛教商业化问题的背景下，普陀山谋求“上市”的行为显得尤为“刺眼”，是对《宗教事务条例》、国家十二部委《意见》等中央文件的严重挑战。其以发展旅游产业之名，行“捆绑”佛教上市之实的行为，明显违反了党的宗教政策和国家相关法律法规，必将使“普陀山”神圣形象蒙灰，严重损害佛教清净庄严的形象，严重伤害广大佛教信众的宗教感情。

以信仰之名“上市”是整个社会的悲哀，对中国民众的社会心理将产生深远影响。

近年来，“老板寺庙”的现象屡见不鲜，佛教名山、景区“上市”的传闻不绝于耳。利用宗教信仰谋取经济利益，不仅背离了宗教的根本精神，也突破了社会的基本价值底线，是整个社会的悲哀。

信仰“上市”，不仅仅关乎某一宗教的健康发展，更关乎一个社会、民族的文化涵养和精神高度。让信仰归于信仰，留给宗教一片清净的空间，是一个成熟、文明社会的基本特征。习近平总书记曾指出，中华优秀传统文化是中华民族的根和魂，积淀着中华民族最深层的精神追求，代表着中华民族独特的精神标识。作为中华优秀传统文化的重要组成部分，佛教将会由于社会商业资本的不断入侵，逐步改变其在信徒中的神圣庄严形象，进而冲击中国广大民众千百年来形成的社会心理价值倾向，改变中国民众的信仰格局。

此次若以“普陀山”的名称上市成功，还会产生示范和连锁效应，诸如五台山、鸡足山、梵净山、武当山、龙虎山、三清山、青城山等佛教道教名山难免会陆续效仿跟进，届时股市将出现佛教道教板块的怪异景象。

“普陀山上市”事件，无疑关系到中央政府政策法规的权威，关系到佛教、道教健康发展的未来。希望有关政府部门高度关注，及时妥善处理。

（郑清心）

谁在“专营”普陀山？

【新京报2018年4月16日】一篇发自中国佛教协会官网的文章，令一座佛教名山走到风口浪尖。

这一发布于4月11日的文章称，普陀山（指正在冲刺上市的普陀山旅游发展股份有限公司，简称普旅股份）“上市”不可避免地会使佛教背负庸俗化、商业化的恶名，迅速引发外界关注。4月13日，浙江省舟山市国资委迅速回应，上市资产纯属企业经营性资产，不涉及任何宗教资产。

和其他行业相比，景区由于具有高现金流的特点而为各界所关注，2017年，普陀山景区共接待游客857.90万人次，实现门票收入超8亿元，创下历史新高。

受限于政策，作为景区最为重要的收入组成部门，高额的门票收入并不归本次拟上市的普旅股份享有，其背后有着普陀山旅游集团的影子。此外，新京报记者注意到，在景区“大门票”之外，普陀山各寺庙的小门票（即“香花券”）则归普陀山佛教协会。

尽管无法像早年上市的峨眉山A一样取得景区门票收入权，普旅股份在当地政府支持下，享有了景区内索道等主要服务业务的垄断权，并创造了远超同行业的毛利率。新京报记者发现，多项“专营”之下，其近年业绩并不理想，上市前业绩对“卖房”依赖性较大。

遭佛教协会公开质疑

国资委表态不用“普陀山”之名上市

4月11日，中国佛教协会官网上刊载了一篇标题为“谁在将佛教商业化？——普陀山上市的忧思”、署名为“樊真”的文章称，以信仰之名“上市”是整个社会的悲哀。

文章指出，前些年，峨眉山、九华山被打包上市，已经引起社会舆论广泛诟病，也成为佛教界之痛。由于未及时处理，其负面影响一直发酵，造成

一些名山纷纷效仿。

就公司是否还将继续推进上市进程，普陀山旅游4月13日在邮件中回复新京报记者称，公司严格按照证监会的相关规定履行信息披露义务，相关问题均以证监会网站公开披露的信息为准。

在此之前的4月2日，普陀山旅游在证监会官网更新了招股书申报稿。

公开信息显示，普陀山旅游于2008年11月成立，是一家为景区提供服务的国有旅游企业，主要经营旅游客车客运、旅游索道客运、旅游水路客运、旅游商品生产销售、旅游配套服务等业务。

据报道，2017年普陀山景区共接待游客857.90万人次，比上年同期增长108.20万人次，增幅达14.43%；实现门票收入87799.42万元，增收7468.72万元，增幅达9.30%，再创历史新高。

4月12日，浙江省舟山市国资委在舟山市财政局的官网上发文表示，普陀山旅游发展股份有限公司目前尚处于上市申报审核阶段，如上市审核通过，在提交股票名称审核时，将充分考虑各方关切，不以“普陀山”作为股票名称。

招股书显示，普陀山旅游2017年的收入来源中，客车客运收入占比最大，占比33.16%，金额12386.54万元。第二大收入为索道客运，11304.55万元，占比30.26%。第三大收入为水路客运，6995.28万元，占比18.72%。

除此以外，香品销售和商品销售金额分别为3215.76万元和1282.08万元，占比分别为8.61%和3.43%。

这一收入结构，和已上市的峨眉山区别较大。

作为首家佛教名山上市公司，门票收入在峨眉山A的总营收中一直稳居首位。

新京报记者梳理历年财报发现，峨眉山A的门票收入在总营收中一直保持着40%左右的比例。以2017年为例，游山门票收入占营业收入的42.44%，为第一大收入来源，此索道收入占营业收入的26.92%，宾馆酒店收入占营业收入18.53%。

有报道称，由于峨眉山A上市时间早，不受2006年国务院出台《风景名胜区条例》的约束，将门票收入纳入上市公司体系。

年超8亿的门票钱被谁收走了？

一位景区业内人士告诉新京报记者，国内景区收入里面，门票是绝对的大头，而且是现金，所以门票归谁收大家都很关心。“现在的政策是门票要归景区所在地政府来收，收的钱用于景区的保护、基建。”

2017年1月，安徽省政府曾发布消息，由于大龙山景区违规将门票收入等职责交由企业行使，违反了“进入风景名胜区的门票，由风景名胜区管理机构负责出售”规定而被要求整改。

那么，谁拿走了普陀山的一年超8亿元的门票收入？

公开信息显示，2006年，国务院出台《风景名胜区条例》（国务院令第四74号）指出，进入风景名胜区的门票，由风景名胜区管理机构负责出售。

据媒体2012年报道，普陀山风景名胜区管理委员会（简称普陀山管委会）副主任丁宏斌表示，“普陀山门票是政府管的，也是管委会下属的一个事业单位”。

普陀山管委会官网显示，其负责区域内旅游资源、自然生态环境的保护和管理；合理开发利用风景名胜资源。

据普陀山管委会介绍，其官方购票平台是“鱼小陀”，其官方微信信息显示，账号主体为舟山市普陀山大数据发展有限公司。工商资料显示，普陀山大数据发展有限公司的大股东为舟山市普陀山旅游集团有限公司。

本次试图上市的普陀山旅游发展股份有限公司和普陀山旅游集团虽然名称相似，且均为国有企业，但背后的具体“东家”不同，招股书显示，前者背后是舟山市国资委，而后者背后则是舟山市普陀山国有资产管理委员会。

“鱼小陀”购票平台显示，1月份、12月份为淡季，普陀山门票140元/人次；2月份至11月份为旺季，门票160元/人次；五月一日至三日等期间上浮至200元/人次。

新京报记者注意到，获得巨额门票收入的地方政府，通过“政府补助”的形式“反哺”无法获得门票收入的普陀山旅游。

招股书显示，2015-2017年，普陀山旅游获得的政府补助金额分别为77.43万元、77.6万元和230.73万元。在递延收益项下，截至2017年底的政府补助为1332.88万元，其中包括旅游基础设施建设国债补助414.29万元、蜈蚣峙旅游交通集散中心配套设施一期项目补助414.29万元、二期项目补助428.57万元等。

新京报记者注意到，没有门票收入的普陀山旅游所获得的政府补助金额远超过存在门票收入的峨眉山A。2017年，峨眉山A所获政府补助为80.6万元，远低于普陀山的数百万规模。

与普陀山旅游类似，未享有门票收入的九华旅游所获政府补助更高，占有净利润的相当一部分。年报显示，九华旅游2016年所获政府补助为537万元，2017年为421万元。同期，九华旅游净利润分别为7404万元和8288.8万元。

地方政府并非普陀山巨额门票收入的唯一“垄断者”。

4月12日，一位曾在2017年前去普陀山旅游的游客告诉记者，除了普陀山门票外，在普陀山各个寺庙等景点游玩还需另行购票，大约5元不等。

新京报记者在舟山市发改委官网查阅到的今年1月召开的普陀山门票价格调整听证会会议纪要显示，听证会参加人提出取消各寺庙收取的小门票，未予以采纳。普陀山各寺庙收取的小门票实为“香花券”，由普陀山佛教协会收取。今后“香花券”是否取消由普陀山管委会与普陀山佛教协会协商决定。

根据普陀山佛教协会官网介绍，该协会是普陀山佛教界联合的爱国团体和教务组织，是全山寺院的统一领导管理机构，经费来源包括各寺院收入、社会捐赠以及其他合法收入。

靠山吃山 在景区拥有多项“专营权”

新京报记者发现，与峨眉山A不同，普陀山旅游未被要求缴纳风景名胜区资源有偿使用费。

根据《风景名胜区条例》有关规定，风景名胜区内的经营者应当缴纳风景名胜资源有偿使用费。而普陀山旅游招股书显示，根据浙江省财政厅、浙江省物价局《关于征收普陀山风景名胜区资源有偿使用费的批复》（浙财综字〔2008〕114号）及普陀山管委会的书面确认，暂不征收普陀山风景名胜区资源有偿使用费。

峨眉山A发布于2017年的公告显示，根据2015年7月峨眉山管委会相关文件规定，从2015年1月1日起，每年从景区门票总收入中按照8%的比例提取风景名胜资源有偿使用费作为峨眉山旅游风景资源保护基金。

除此之外，峨眉山A还需实施门票分成。根据前述公告，1997年5月公

司与峨眉山管委会签订协议，按游山票收入扣除游山票制作费、游山票房全部管理费用、游客人身保险费、峨眉山旅游风景保护基金等并交纳营业税后的50%支付给峨眉山管委会。

除了无须缴纳风景名胜区资源有偿使用费外，普陀山旅游还获得了景区内多项服务业务的“垄断”权。

招股书显示，2017年1月，普陀山旅游子公司客车公司、客运公司、索道公司分别与普陀山管委会签署了相关业务经营协议，经营期限自2017年1月1日至2036年12月31日。根据前述经营协议，发行人拥有普陀山景区内道路客运班线业务专营权、普洛线客运和货运业务专营权、索道业务专营权，并且普陀山管委会同意不再授予或批准任何其他第三方经营或开展上述专营权涉及的业务。

作为垄断经营者，普陀山旅游为当地国有控股企业，并长期获得政策支持。

招股书显示，2010年，舟山市政府原则同意以普陀山旅游作为上市主体，整合朱家尖蜈蚣峙旅游交通集散中心、息耒小庄、索道公司、客车公司、吉祥香厂和客运公司、海华客运的资产实施上市。

舟山市政府官网显示，2011年10月，为进一步推进我山企业上市工作，促进我山经济又好又快发展，决定成立普陀山企业上市改制工作领导小组，组长为普陀山管委会主任蒋志伟。

在筹备上市期间，普陀山旅游还取得了浙江省属国企的支持。

招股书显示，2009年12月，普陀山旅游引入战略合作伙伴浙旅集团资金4900万元实施股权重组，从而增资至1亿元。截至上市前，浙旅集团股权已经划转至其全资子公司浙江中旅会展，持股比例28.17%，为第三大股东。

据官网介绍，浙江省旅游集团是省委、省政府确定的全省唯一一家以旅游、健康为主业的省属国有大型企业，曾多次入选中国旅游集团20强。

截至上市前，普陀山旅游股东为浙江普陀山发展集团（持股比例58.04%）、浙江中旅会展有限公司（持股比例28.17%）、舟山市汽车运输有限公司（持股比例13.79%）。

其中，普陀山发展集团的大股东为舟山市国资委，舟山海星轮船有限公司背后股东穿透后为舟山市国资委。

从股权结构来看，普陀山旅游和峨眉山A、九华旅游较为类似，均为国资控股。

对于当地政府的倾力支持，国家旅游局规划专家王兴斌告诉新京报记者，对政府而言，上市的意义在于增加财政收入，并且享受股份分红，最根本的还是通过上市增加GDP，何况还是绿色GDP。

主营毛利率超同行 “专营”服务频提价

凭借当地政府赋予的垄断地位，普陀山旅游的主营业务毛利率处于高位。2015-2017年，普陀山综合毛利率分别为70.53%、64.79%、66.83%。

据招股书披露，在客车客运业务领域，普陀山2015-2016年度的毛利率分别为62.35%、61.52%，相比而言，长白山为58.57%和53.17%，九华旅游是45.01%和41.11%，张家界是60.01%和56.71%。

除客车客运外，普陀山旅游的索道客运、水路客运这几大主营业务的毛利率均超过同行业。

比如索道客运业务，普陀山旅游2016年毛利率为86.27%，而黄山旅游是83.10%、峨眉山A是73.09%、九华旅游是82.64%、张家界是50.94%。

普陀山旅游表示，这是因为公司索道设备于1998年投入使用，报告期内已提足折旧，且无重大资本性设备更新投入，因而折旧费用较其他可比上市公司较小。

普陀山旅游不仅拥有高于同行业的主营业务，其还有着另一特殊收入——香火钱。

招股书显示，普陀山旅游的香品销售业务在2017年贡献了3215.76万元，是客车客运、索道客运、水路客运之外的第四大收入来源，占比达8.61%。

新京报记者查阅峨眉山A和九华旅游的2017年报，未看到香品销售业务这一相关项目。

普陀山旅游的香品销售业务在2015年、2016年的毛利率分别为58.90%、59.79%，远超过同行业的古城香业，后者同期的毛利率分别为42.18%、41.81%。

对此，普陀山旅游在招股书表示，毛利率高于古城香业，主要系公司香品销售面对的主要客户为特定旅游景区内的游客，香品主要用于在普陀山礼

佛敬香，旅游专业服务附加值较高。

吉祥香业的公司官方网站上，公司概况中也提到主要产品“是普陀山佛教协会唯一指定礼佛用香”。

4月12日，吉祥香业方面人士告诉新京报记者，普陀山是文明敬香的试点，文明试点的要求就是使用吉祥旗下的环保香。但“唯一指定”并不具备强迫性质。

据此，在无法获取巨额门票收入的情况下，普陀山旅游凭借其在景区多项业务中的垄断经营地位，主营业务享有超过同行业的毛利率。

国家旅游局规划专家王兴斌告诉新京报记者，普陀山旅游这些业务毛利率高的原因在于垄断性。与很多景区或人造景点不同，普陀山“是对国家最有名景区景点的垄断经营”。

经济学者叶檀曾撰文称，虽然政策规定门票不能作为收入来源，但旅游公司大可把门票分散、潜藏于其他收入中，这是很多中介机构与公司的拿手好戏。

新京报记者注意到，在景区内享有多项专营垄断地位的情况下，普陀山旅游近年来多次提价：比如水路客运业务，据招股书披露，在2014年底之前，其普洛线水路客运的票价为常规轮23元，高速轮28.5元；2015年之后，常规轮26元，高速轮33元。此外，朱普线、沈普线两支航线根据2013年当地物价、交通部门核定的票价分别为25元/人次和28元/人次，2017年9月1日起，统一上涨至30元/人次。

就近几年相关服务的涨价情况，普陀山旅游方面未对新京记者的提纲进行回复。

高毛利下业绩下滑 卖房贡献大

相比于超高毛利率，普陀山旅游的整体业绩金额并不高，甚至出现下滑。

招股书显示，普陀山旅游2015年-2017年的营业收入为3.57亿元、4.32亿元、3.86亿元，归母净利润为9510.1万元、11432.65万元和11334万元。

根据非经常损益表，普陀山旅游2016年非流动资产处置损益为2907.48万元，房产处置损益2838.85万元（占当年利润总额的比例为17.50%）。

普陀山旅游的资产结构中，房产占比较大。

招股书显示，2015年末、2016年末、2017年末，公司投资性房地产账面价值分别为17646.88万元、14445.51万元、21566.67万元，分别占当年末非流动资产的36.60%、30.93%、33.63%。

根据招股书披露，普陀山旅游自建的舟山市蜈蚣峙旅游集散中心配套设施8-9幢及6幢一层商业用房，出售面积9975.22m²，购买方为舟山自在慈航广场商业有限公司，合同总价7617.67万元。仅这一项资产出售，就占到普陀山2017年全年净利润的一大半。

工商资料显示，舟山自在慈航广场商业有限公司的股东为自在旅业集团有限公司，其控制人为方海平。据官网介绍，自在旅业集团是集合了旅行社、旅游集散、场站、客运、目的地服务、酒店、地产、电子商务、旅游商业在内的一站式旅游服务综合体。

新京报记者注意到，在此次收购普陀山旅游的房产之前，自在慈航长期以来是普陀山旅游房产租赁业务的第一大客户。比如2017年，自在慈航的销售金额1024万元，为普陀山旅游贡献了2.66%的营业收入。

“名山”上市后都在忙什么？扩张、跨界、炒股票

普陀山旅游未来股票简称如何尚待确定。对其而言，上市意味着其敲开了资本市场的大门，在融资等层面获得更便利的支持。

招股书显示，本次普陀山旅游拟通过IPO募资6.15亿元，新增海洋水疗、海洋温泉和美丽乡村等主题休闲旅游服务，优化产业结构，推进旅游新业态建设，打造高端旅游项目和产品，从而实现普陀山风景名胜区及舟山群岛旅游产业的转型升级。

比如一大投资项目普陀山客运索道及附属配套工程升级改造项目，其投资概算1.2亿元，项目内部收益率为23.43%，全部投资回收期5.61年。

本次募投项目中金额最大的为朱家尖旅游配套立体停车库项目，其投资额2.5亿元，拟建停车位3287个，项目内部收益率为5.04%，全部投资回收期11.36年。

已上市“前辈”峨眉、九华近年来增速下滑

在普陀山旅游之前，另外两个佛教名山峨眉山A和九华旅游分别于1997年和2015年实现上市。在中国旅游业爆发的大环境下，其收入也实现了较大增长。

峨眉山A方面，东方财富网数据显示，在2009-2011年，峨眉山A的营业收入增速连续三年保持在20%以上，分别达53%、22%和23%，自此之后，其营收增速仅有在2014年超过20%，为20.3%。2015年-2017年，峨眉山A的营收增速分别为7.23%、-2.25%和3.59%，发展速度明显不如早前。

2015年-2017年，峨眉山A的净利润为1.96亿元、1.91亿元和1.97亿元，维持微弱增长态势。

九华旅游2015年上市当年营业收入4.01亿元，2016年营业收入仍然是4.01亿元，2017年增至4.46亿元；净利润则从7067万元增至8289万元。

不过，根据2018年第一季报，九华旅游实现营业收入1.13亿元，同比下降7.16%；净利润3036.74万元，同比下降18.41%。

普陀山旅游招股书显示，中国旅游业总收入仍在爆发，2009年1.29万亿元，2011年2.25亿元，2017增至5.4万亿元。

九华旅游忙投资、并购 峨眉山A炒股、卖酒

上市之后，九华旅游展开对外扩张。公开信息显示，2017年上半年，九华山精品街项目和花台栈道投入使用。同时，九华旅游与石台县政府签订《石台县牯牛降景区战略合作框架协议》，计划对牯牛降景区进行共同投资开发，并于2017年9月出资7623.51万元共同设立安徽石台旅游发展股份有限公司。九华旅游在2017年年报中指出，公司将利用并购重组、出资入股、品牌输出等方式，推动九华山、池州乃至周边地域优质旅游资源的整合开发。

峨眉山A则频频跨界。

公开信息显示，2015年9月，峨眉山A与控股股东四川省峨眉山乐山大佛旅游集团总公司共同出资5000万元成立雪芽酒业，进军酒类、预包装食品销售；2015年12月，峨眉山A投资2000万元设立峨眉山环球智慧旅游文化有限公司，从事旅游咨询业务；2016年3月，峨眉山A向四川峨眉雪芽酒业有限公司增资5000万元，拓展业务规模；2016年5月，峨眉山A又投资6000万元设立德宏州天祥旅游开发有限公司，进入辣木的研产销领域。

峨眉山A的多元化布局效果尚不明朗。

根据2017年年报，峨眉山A的多元化产业不少均处于亏损状态，比如洪雅峨眉雪芽茶叶有限公司的净利润约为-370万元；德宏州天祥旅游开发有限公司的净利润约为-483万元；四川省峨眉雪芽酒业有限公司的净利润约

为-210万元。换言之，上述提到的业务中，除了峨眉山环球智慧旅游文化有限公司，其他均处于亏损状态。

根据不久前发布的2017年年报，峨眉山A前期定增募投项目全部没有达到预期效益。

早在2013年8月，峨眉山宣布定增募资4.8亿元用于投资峨眉山旅游文化中心建设项目等。

2017年年报显示，三大募投项目分别为峨眉山旅游文化中心建设项目、峨眉雪芽茶叶生产综合投资项目和成都峨眉山国际大酒店改建项目，募集资金承诺投资总额合计4.8亿元，截至期末累计投入金额为2.4亿元，本报告期实现的效益为-267万元。在“是否达到预期效益”一栏，均显示为“否”。

主业不佳而频频跨界的同时，峨眉山A还将目光转向炒股。

根据2015年第三季度报告，峨眉山A共买入6只上市公司股票，分别是用友网络、郑煤机、浩物股份、太安堂、中信证券和中国重工，然而深度调整过后，公司所持股票仅一只赚钱。

2015年年报显示，峨眉山A所持股票增加到19只，报告期损益为-10.57万元。2016年报显示，其所持股票减少到8只，报告期损益-8.5万元。

2017年年报中，峨眉山A表示，报告期内不存在证券投资。

对话王兴斌：“普陀山上市”是擦边球，高毛利源自垄断性

王兴斌 1941年生，1993年获国务院突出贡献专家津贴，国家旅游局旅游规划专家，主持编制多地旅游发展规划。

新京报：“普陀山上市”，为什么引发了这么多的争议和质疑？

王兴斌：现在政策强调，公共资源主要是事业，而不能搞企业化。景区应当突出其公益性，而非商业性。将来像普陀山这样的景区，大体要归入国家公园体系内。国家公园是不可能以商业为主的，这个已经明确。

普陀山上市公司的这些索道也好，公司也好，不只是用了普陀山的名声，这种无形资产是不能分开的。如果索道不在普陀山，它就不可能有这种经济效益。

如果前一二十年这么做（指上市），还可以理解。但国家宗教局去年11月发文，关于进一步治理佛教道教商业化问题的若干意见，现在禁止将佛教道教活动场所作为企业资产打包上市或进行资本运作。

新京报：舟山市国资委最近表态，普陀山的上市资产不涉及任何宗教资产，生产经营活动也不涉及任何宗教场所，如果上市通过，不以“普陀山”作为股票名称。

王兴斌：把普陀山作为上市公司的名字是欠妥当的。普陀山不是普通的地名，本身就带有历史文化遗产的标记。上市公司尽管不纳入寺庙等宗教场所，也剥离了门票收入，但还是依靠普陀山这一宗教文化胜地的品牌、靠这一无形资产来经营其有形资产，它是在打擦边球。

新京报：我们都注意到，作为景区主要收入的普陀山门票收入并未计入上市主体。

王兴斌：普陀山是一个国家级风景名胜区，门票象征着管理权，如果把门票打包进去，就意味着把国有资源、全民财产作为公司资本，这违反了国家规定。

新京报：峨眉山A也是上市公司，其门票收入也是收入来源之一。这是特例吗？

王兴斌：峨眉山的情况，是因为上市早，后来国家才出的政策。

新京报：门票不归上市公司，那门票收入归谁？

王兴斌：归政府财政，用于道路、水电、寺庙维护等等方面。

新京报：峨眉山A的年报显示，公司每年从景区门票总收入中按照8%的比例提取风景名胜区资源有偿使用费作为峨眉山旅游风景资源保护基金。8%的比例算高还是算低？

王兴斌：这个比例很难说，无法判断高低，没有标准。

新京报：是不是说，如果享有门票收入，那这一主体就必须承担寺庙等的文化保护职能，如果不享有门票，那就不用承担？

王兴斌：对。公共资源不能企业化。最近国家明确规定宗教场所不能商业化运营，更不能交给企业运营。

新京报：有观点认为，门票虽不能纳入收入，但企业可能会把门票分散、潜藏于其他收入中。这如何理解？

王兴斌：比如车票涨价、索道涨价。

新京报：国内佛教名山上市都曾得到政府的支持，地方政府为什么会热衷于支持他们上市？

王兴斌：景区上市一般都是国有控股，对政府而言，上市的意义在于增加财政收入，并且享受股份分红，最根本的还是通过上市增加GDP，何况（这）还是绿色GDP。

新京报：从普陀山上市公司的股权结构来看，浙江中旅会展有限公司持股比例28.17%，其背后是浙江省旅游集团，这是浙江省属国有大型企业。为何引入省属国企？

王兴斌：很简单。第一争取更高层级的支持，第二，持股是为了产业链合作。浙旅集团是旅行社业务，从产业链的角度看，旅行社经营景区是应该支持的。

新京报：最近几年，峨眉山A、九华旅游的业绩并不理想，普陀山也有很大波动，这些佛教名山等景区的收入结构一般是怎么样的？

王兴斌：一般而言，景区的大头还是门票。第一是门票，第二是宾馆，第三是索道，索道是个暴利行业，带来的收入和门票差不多。

新京报：除了这些基本收入外，增收的主要方向都有哪些？

王兴斌：一般而言，多元化经营的主要方向是餐饮服务，露营地、宾馆等住宿服务，文艺演出以及文化创意产业，比如工艺品、纪念品等。

新京报：招股书显示，普陀山客车客运、水运客运、索道等各项主营业务的毛利率一般都高于其他可比上市公司，这个是什么原因？

王兴斌：原因在于垄断性。很多景区，很多人造景点并非都是垄断性经营，而普陀山这里是对国家最有名景区景点的垄断经营。

（记者：赵毅波、阎侠）

新闻摘要

文化类景区门票消费攀高：迈向文旅融合新时代

【中国网2018年4月8日】8日，中国旅游研究院联合驴妈妈旅游网发布《2018年清明假日旅游及景区消费报告》（以下简称《报告》）。《报告》

显示，清明假期旅游消费高涨，文化需求活跃，全国国内旅游接待总人数1.01亿人次，同比增长8.3%；实现旅游收入421亿元，同比增长8.0%。其中，景区是旅游消费的重要领域，全国各大景区迎来春季客流高峰，整体市场同比增长35%。值得关注的是，文化类景区门票消费同比增长58%，文化展演吸引游客人次较去年同期增长12%，旅游迎来文化、休闲融合发展新时代。

《报告》指出，清明假日期间，近郊祭祀扫墓、踏青、赏花是居民出游主要动机，以博物馆、文化遗产、文化展演、宗教祈福等为代表的民俗文化旅游走热，参观文化场馆和游览名胜古迹的游客占比达38.1%。文化展演吸引游客人次较去年同期增长了12%，主打文化IP的景区逐渐赢得游客喜爱。

博物馆方面，故宫博物院、青岛啤酒博物馆、上海中国航海博物馆、湖北省博物馆、上海汽车博物馆、杜甫草堂博物馆、景德镇古窑民俗博览区、天一阁博物馆、三星堆博物馆、金沙遗址博物馆等具有当地历史文化特色的景区成为十大热门博物馆。

世界文化遗产景区方面，都江堰、黄山风景区、故宫博物院、鼓浪屿、明孝陵、秦始皇陵兵马俑、庐山风景名胜区、青城山、拙政园、宏村是十大热门世界文化遗产景区。被列入首批国家非物质文化遗产名录的都江堰放水节，通过《礼祭先贤》《敬祈福愿》《拜水大典》三幕实景画卷，将都江堰的历史文化精彩呈现，引各方游客点赞。

文化古镇方面，乌镇、南浔古镇、宁乡炭河古城、阆中古城、朱家角古镇、周庄古镇、古北水镇、绍兴古城、平遥古城、苏州同里古镇是最受游客喜爱的十大文化古镇，具有浓郁民俗风情的江南古镇、古城最具有代表性。

此外，在文化IP方面，以印象系列为代表，《印象刘三姐》山水实景演出、杭州印象西湖、东京梦华表演、武夷山印象大红袍实景演出、长恨歌、印象澜沧江游轮、南京大报恩寺实景演出《报恩盛典》、海棠湾水稻公园《田野狂欢》大型实景演出、印象丽江表演、印象普陀实景表演是深受游客喜爱的十大文化展演。

值得一提的是，在清明这个特殊的节日里，祭祖显得尤为重要，有不少人喜爱登高祈福，缅怀先人，为亲人祈福。其中，峨眉山、灵山大佛、衡山、三清山、寒山寺、舟山普陀山风景区、海南南山寺、塔尔寺、九华山、

武当山在祈福类景区中排名前十。

(伍策、高峰)

社会纵横

商标被广东茶商注册 虎丘“白云茶”能否重回原产地

【中国江苏网2018年4月11日】冬藏春发，虎丘云岩茶清新上市。历史上曾名为“白云茶”却因商标被注册而不得不更名一事再度被提及。为了追溯“白云茶”悠久历史、完善其文化内涵，近日，虎丘山风景名胜区管理处奔赴广东台山市，启动“白云茶”商标重回原产地工作。

眼下正是春茶飘香之季，虎丘景区的冷香阁、云在茶香茶室也吸引了众多茶人和游客休憩品茗。这里出售的虎丘云岩茶，就产自虎丘景区内的15亩茶园。云岩茶原名“白云茶”，自宋代就声名远播，《苏州府志》有记载，“虎丘金粟山房旧产茶，极佳。烹之，色白如玉，香味如兰，而不耐久，宋人呼为白云茶。苏轼书以为精品也。”“白云茶”产量极少，名人极爱，多方索取，却又为“官司所据”，让虎丘寺院苦不堪言。明朝万历年间，“寺僧苦大吏需索”将“白云茶”茶树剔除殆尽，一代名茶从此绝迹。但幸运的是，虎丘茶的制作技艺保留了下来，由虎丘山僧大方传到了安徽。

虎丘景区管理处相关负责人告诉记者，十多年来，虎丘景区着力恢复、延续“白云茶”历史，从东山、光福等地引进万株良种茶树，扩大茶园面积，还在茶园四周栽种了白玉兰、梅树和桃树，为恢复“白云茶”创造有利条件。2004年3月，景区管理处特地邀请了光福的采茶女到茶园采摘清明前的第一批白云新茶，并从安徽请来炒茶高手现场炒制，产了50来斤精品茶叶，在冷香阁、云在茶香茶室对外销售。

早在2004年大规模炒茶之前，虎丘景区就已提出注册虎丘“白云茶”商标的申请，2003年被驳回，2004年6月申请“虎丘云岩”商标，2006年4月核准注册。据管理处工作人员介绍，注册虎丘“白云茶”商标被驳回，是因为

该名称已被广东省台山市的茶商注册。说起台山市的白云茶，也有着悠久历史。当地古兜群山中出产品质优良的野生白云茶，台山人爱饮白云茶的说法在明清时已广为流传。这些在《新宁县志》中均有记载。

虎丘景区管理处工作人员表示，近年来，景区茶文化主题活动层出不穷，品牌影响力也日益扩大，为了完善虎丘茶的历史文化内涵，保护本地品牌文化，管理处启动“白云茶”商标重回原产地工作，奔赴广东台山市了解白云茶商标的使用情况。

（记者：张丫）

时事评论

中国国家公园发展进入新纪元

【中国绿色时报2018年4月2日】在国家林业和草原局加挂国家公园管理局牌子，将自然保护区纳入统一管理，建立以国家公园为主体的自然保护区体系，这一重大举措必将在自然保护区领域带来一场深刻的历史性变革。这是以习近平同志为核心的党中央站在中华民族永续发展的高度做出的生态文明建设的重大决策，将对中国的自然保护区事业乃至美丽中国建设产生深远的影响。这次改革，从时间维度看，使自然保护区运动在生态文明建设新时代直接进入2.0版；从空间维度看，将所有自然保护区纳入统一管理，将解决保护区空间规划重叠的问题；在管理体制上，将从根本上解决“九龙治水”、交叉重叠等顽疾，改革的力度前所未有。这是中国国家公园发展进入新纪元的标志性事件，在自然保护区领域具有里程碑式的划时代意义。

保护自然生态系统是我们的历史重任

国内外经验表明，保护意识和行为的产生往往是破坏的行为结果倒逼出来的。在漫长的历史长河中，人类享受着自然的供给，人们对自然资源的索取没有超过自然界自我恢复的阈值，人与自然相对相安无事。随着人类数量的增长以及利用自然手段和能力的增强，特别是工业化以来的200多年来，

资源的短缺和环境的退化现象从局部蔓延到全局，生态环境问题成了全球性问题。具有5000多年文明史的中国发展到今天，遇到了前所未有的资源趋紧、生态退化、环境污染加剧、生物多样性锐减的严峻局面，我们赖以生存的自然环境面临严重威胁。保护原生自然生态系统、修复退化生态环境，成了我们这几代人的历史重任。相比破坏了再来投入资金修复（有的生态系统一旦破坏就无法修复），投资自然保护能够获得最大化的费效比，因此，国家十分重视自然保护事业。

建立自然保护地是保护自然生态系统的理想模式

自然生态系统是人类赖以生存的生命支持系统，既是人类的生存空间，又直接或间接地提供了各类基本生产资料。构成自然生态系统的水、空气、土壤和动植物等生态要素，是人类须臾不可离开的物质条件，保持一个完整的、健康的自然生态系统，直接关系到经济社会可持续发展，事关国家兴衰和民族存亡，是国家安全的重要组成部分。世界上公认，建立自然保护地是迄今为止最有效的保护自然生态系统、维护生物多样性的理想模式。

我国自然保护成绩显著 诸多挑战亟待改革突围

新中国成立以来，特别是改革开放以来，我国的自然生态系统和自然遗产保护事业快速发展，取得了显著成绩，建立了自然保护区、风景名胜区、森林公园、地质公园等多种保护地类型，数量达10369处，面积约占陆地国土面积的18%，基本覆盖了我国绝大多数重要的自然生态系统和自然遗产资源。

但同时，自然保护地存在的问题也相当突出，一是缺乏统一的空间规划。从“条”方面看，各类自然保护地分属林业、环保、国土、农业、水利、海洋等部门管理，交叉重叠，有的自然保护地同时挂着自然保护区、风景名胜区、森林公园、地质公园、自然文化遗产地、A级旅游区等多个牌子，面积重复，数据打架，各自为政，效率不高。从“块”方面看，完整的生态系统被行政分割，碎片化现象突出。二是产权不够明晰。全民所有自然资源产权人缺位，同一个自然保护地多部门管理，社会公益属性和公共管理职责不够明确，土地及相关资源产权不清晰，保护管理效能不高，盲目建设和过度开发的“公地悲剧”现象时有发生。三是管理机构重叠、职责交叉、权责脱节。建设管理缺乏科学完整的技术规范体系，保护对象、目标和要求

还没有科学的区分标准。

这些问题的存在，使自然保护领域出现了一些怪现象：自然保护区管理人员不买景区门票就进不了保护区巡山护林；同一块土地，林业和国土部门土地分类标准不统一，土地台账对不上；一些城镇划入了自然保护区，区内人为活动与管理条例发生冲突，矿产资源管理部门在自然保护区颁发矿产勘探和开采权，风景名胜区和自然保护区重叠，利用和保护发生矛盾；执法部门难以执法到位，社区贫困，群众诉求难以满足；有的自然保护区权衡利益后“跳槽”，时而归A部门管理，时而归B部门管理；检查过多，地方难以应付，有些问题却迟迟难以解决；协调工作量大，出台一个国家公园试点的文件，需要13个部委局盖章，等等。问题和矛盾不断积累，出现了新疆卡拉麦里山自然保护区10年6次调减面积超过6000平方公里，野生动物为开矿让路，以及甘肃祁连山长期破坏自然保护区资源问题得不到及时解决等典型事件，触目惊心。现状已经适应不了生态文明建设的需求，问题已经到了非改不可的时候。

建立国家公园体制是时代的呼唤、历史的重托

国家公园是人类文明发展到一定阶段后的必然产物，它的出现推动了自然保护事业的兴起和发展，不仅创造了人类社会保护自然生态环境的新形式，也引发了世界性的自然保护运动。自1872年美国黄石国家公园诞生以来，国家公园这种自然保护地的模式已经在全球200多个国家通行。

中国将国家公园定位为自然保护地最重要类型之一。国家公园是指由国家批准设立并主导管理，以保护具有国家代表性的大面积自然生态系统为主要目的，兼有科研、教育、游憩等功能，实现自然资源科学保护和合理利用的特定陆地或海洋区域。将最具有生态重要性、国家代表性和全面公益性的核心资源纳入国家公园，实行最严格的保护，属于全国主体功能区规划中的禁止开发区域，是国家国土生态安全屏障的主要载体，是全民整体利益的组成部分，用国家意志和国家公权力行使管理权，是统筹国家利益和地方利益的载体，也是中央规范地方行为的工具。与一般的自然保护地相比，国家公园范围更大、生态系统更完整、原真性更强、管理层级更高、保护更严格，突出原真性和完整性保护，是构建自然保护地体系的“四梁八柱”，在自然保护地体系中占有主体地位。通过建立国家公园体制，改革自然保护领域存

在的问题，建立以国家公园为主体的自然保护地体系，恰逢其时。

改革是脱胎换骨的系统工程、科学工程

建立国家公园体制，是践行生态文明战略的重大部署，改革成败与否，关系着占国土面积1/5的高价值生态空间的安全性，关系着能否持续不断地提供生态服务功能和生态安全庇护，其意义十分重大。因此，这次改革绝不是修修补补、小打小闹，而是脱胎换骨，具有系统性和革命性。应该说，对于自然保护地多头管理、权责不明等弊端，人们都深有感触，对于怎么改，也都有些倾向，但一把部门利益甚至个人利益摆进去，就会影响判断力和客观性、公正性。

中央对此有着深邃的洞察和清醒的认识，习近平总书记多次强调，要建立统一行使全民所有自然资源资产所有权人职责的体制，使国有自然资源资产所有权人和国家自然资源管理者相互独立、相互配合、相互监督。山水林田湖草是一个生命共同体，由一个部门负责领土范围内所有国土空间用途管制职责，对山水林田湖草进行统一保护、统一修复是十分必要的。他还特别指出，要着力建设国家公园，保护自然生态系统的原真性和完整性，给子孙后代留下一些自然遗产。《生态文明体制改革总体方案》明确要求，中央政府主要对石油天然气、贵重稀有矿产资源、重点国有林区、大江大河大湖和跨境河流、生态功能重要的湿地草原、海域滩涂、珍稀野生动植物种和部分国家公园等直接行使所有权。《建立国家公园体制总体方案》提出，优化自然保护地体系，建立统一事权、分级管理体制，建立统一管理机构。《深化党和国家机构改革方案》明确，将国土资源部、住房和城乡建设部、水利部、农业部、国家海洋局等部门的自然保护区、风景名胜区、自然遗产、地质公园等职能整合，组建国家林业和草原局，加挂国家公园管理局牌子。国家公园管理局作为全民所有自然资源资产所有权人的代表，将承担生态保护功能的自然生态空间和自然资源资产统一管理起来，从而实现真正意义上的严格保护、系统保护和整体保护。

在党和国家机构改革的方针下，在自然保护领域自上而下做好了顶层设计，坚持一类事项原则上由一个部门统筹、一件事情原则上由一个部门负责，加强相关机构配合联动，避免政出多门、责任不明、推诿扯皮。在空间上统一规划，把所有的自然资源统一归自然资源部确权登记，把分散在各部

门的自然保护地全部纳入新成立的国家公园管理局统一管理，这将从根本上解决九龙治水的问题，体现了在自然保护领域管理体制改革的先进性。

统一高效的国家公园体制在全球范围都具有先进性

经过上百年的探索实践，国家公园的理念和发展模式已成为世界上自然保护的一种重要形式。全球已有200多个国家和地区建立了上万个国家公园，总保护面积超过400万平方公里，占全球保护面积的23.6%。

总体来看，国外国家公园主要有3种管理体制。

一是自上而下的垂直管理体制。这种体制最为普遍，实行的国家最多，包括美国、巴西、阿根廷、澳大利亚等。作为世界上第一个国家公园的诞生地，美国国家公园走过了140多年的曲折历程，建立了成熟的国家公园体系，国家公园管理局管理着59个国家公园，以及国家历史公园等20多种类型共417处国家公园管理单位，总面积为34.2万平方公里，约占国土面积的3.6%；由于美国的自然保护地体系由国家公园管理局、林务局、鱼和野生动物管理局、土地局等部门分别管理，不是“大部制”管理，相对分散，各行其政，完整性仍然受到影响，彼此之间也有难以协调的问题。巴西是生物多样性大国，其国家公园的管理模式为中央集权型管理，自上而下实行垂直领导并辅以其他部门合作和民间机构的协助，管理体系健全，层次清晰，职责划分明确，值得参考借鉴。阿根廷国家公园历史悠久，1934年成立国家公园管理委员会，正式确立了国家公园为主要的自然保护体系。阿根廷的自然保护体系以国家公园为主，此外还有自然保护区、濒危物种保护区、人类文化和自然遗产保护区等。国家公园管理局隶属于阿根廷环境与可持续发展部。国家公园管理局是阿根廷国家公园及其他保护地的管理机构，不仅负责对全国国家公园的管理，同时也要负责自然保护区、世界遗产、国家纪念地等的管理，内设机构简单明了，部门设置科学，职责划分合理。

二是自上而下与地方自治相并行的管理体制。最典型的是加拿大和日本。加拿大的管理机构建立最早，经过100多年的发展逐步形成，内设机构健全，分为国家级和省级国家公园，国家级国家公园由联邦政府实行垂直管理，省级国家公园由各省自己管理，两级机构没有交叉也不相互联系。

三是地方自治型管理体制。采取这种体制的国家较少，代表性国家是德国。德国国家公园的建立、管理机构的设置、管理目标的制定等一系列事

务，都由地区或州政府决定，联邦政府仅为开展此项工作制定宏观政策、框架性规定和相关法规，基本不参与具体管理。

在借鉴国际先进作法和经验的基础上，结合中国自然保护区实际，以加强自然生态系统原真性、完整性保护为基础，以实现国家所有、全民共享、世代传承为目标，理顺管理体制，创新运营机制，健全法制保障，强化监督管理，构建统一规范高效的中国特色国家公园体制，建立分类科学、保护有力的自然保护区体系。国家公园管理局负责管理以国家公园为主体的自然保护区体系，肩负着守护者、管理者、使用的监管者、生态产品的供给者、生态文化传播和对外交流的使者等角色，以构建生态安全屏障、保护野生动植物、维护生物多样性、满足人民认识自然和亲近自然的精神文化需求、确保国家的重要生态资源全民共享、世代传承的职责，以建设美丽中国、维护中华民族永续发展的生态空间为使命。成立国家公园管理局的做法与国际上绝大多数国家做法相近，又结合中国国情，体现了中国特色，具有科学性和前瞻性，一旦实施，将在全球自然保护区体系治理方面独树一帜，为发展中国家保护自然生态环境提供中国经验。

建立自然保护区体系是千秋伟业。构建国土空间开发保护制度，科学划定生态空间、生产空间和生活空间，按照主体功能区分别制定配套政策，严格保护生态空间，适度控制生产空间，合理利用生活空间，实现生产发展、生活富裕、生态良好的可持续发展目标。其中，将由不同层级的自然保护区组成的完善的自然保护区体系，纳入生态红线管理，实现系统保护、完整保护、严格保护，是美丽中国建设和中华民族永续发展的基础。按照规划，中国将在2030年建立起完善的自然保护区体系。笔者预估，届时我国的自然保护区面积会超过陆地国土面积的20%，其中大部分重要的生态空间将被纳入国家公园，用国家意志和国家力量来进行永久保护，这是一项功在当代、利在千秋的伟大事业。

以“功成不必在我”精神推进改革

改革是对权力的再分配和利益格局的再调整，必然伤及一些既得利益方。这次调整，中央的方针非常明确，态度非常坚决。一些部门将移交自然保护区的管理职能，国家公园管理局将承接一些新的职能，这对利益相关者是一个考验。我们必须坚持正确改革方向，增强“四个意识”，坚定“四个

自信”，坚决维护以习近平同志为核心的党中央权威和集中统一领导，把握好改革发展稳定关系，抓住机遇，有重点地解决阶段性突出矛盾，以“功成不必在我”和自我革命的精神，把工作做深做细，不折不扣把深化机构改革的要求落到实处。一是组建精干高效的国家公园管理局，立足长远设置内设机构。二是选好配强干部队伍，组建专家委员会。正确的路线确定以后，干部就是决定的因素，自然保护专业性强，从业人员的专业经验尤为重要。三是尽快制定标准和技术体系。四是加快制定《国家公园法》。五是开展自然保护地分类，制定国家公园发展规划。

在历史上，美国的西奥多·罗斯福、约翰·缪尔等人因为大力推动自然保护运动而被后人铭记。以国家公园体制建设为标志，中国正在掀起一场新的自然保护运动，这场新时代的国家公园和自然保护运动站在了新的起点和高度上，这既是新时代生态文明建设的现实需求，更是中华民族永续发展的千年大计，其规模和影响力更加巨大，是关乎13亿人生态空间的大事，必将产生更加深远的历史意义。中国构建以国家公园为主体的自然保护地体系，必将在中国历史上留下一座生态文明建设的丰碑。

（唐芳林）

文旅融合不负“诗和远方”

【新华网2018年4月8日】4月8日，新组建的文化和旅游部正式挂牌。网友们感叹，“诗和远方终于在一起了”。

诗和远方在一起，是国家文化事业和文化产业发展的需要。文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体。从本质上说，旅游是一种文化体验、文化认知与文化分享的重要形式。而文化又需要通过旅游这一载体加以传承和创新。整合文化部、国家旅游局的职责，组建文化和旅游部，将更有利于统筹文化事业、文化产业发展和旅游资源开发，提高国家文化软实力和中华文化影响力，推动文化事业、文化产业和旅游业融合发展。

诗和远方在一起，折射出人民群众对更美好生活的向往和期待。生活不止眼前的苟且，还有诗和远方。诗和远方，代表的是期待、是渴望、是梦想、是追求。从浅层的观光到深度的文化体验，从简单地看风景到感受历史

的笔触，人们更高的精神需求将会得到更好满足。

诗和远方在一起，并不是简单的相加。专家提醒，文化和旅游的融合绝非简单的“换个招牌”。如果文化和旅游“两张皮”，就会造成文化内容冰冷空洞、旅游体验千篇一律。只有真正从系统思维上、内容挖掘上、项目运营上等各环节有机结合、深度融合，文旅发展方能不负“诗和远方”的期待。

（记者：胡浩）

世界遗产

澳学者呼吁重视数字时代世界遗产保护

【中国社会科学报2018年4月2日】3月29日，澳大利亚墨尔本大学澳大利亚建筑史中心博士后研究员克里斯蒂娜·夏杜诺·弗里曼于“对话”网撰文表示，当下许多人通过数字方式接触世界遗产，这意味着人们不必到现场就能领略世界遗产的风采。

联合国教科文组织下属的世界遗产委员会是保护世界自然与文化遗产的最高机构，被世界遗产委员会列入《世界遗产名录》的地方能够得到世界的关注与保护。自悉尼歌剧院被列入《世界遗产名录》后，其游客人数大大增加。弗里曼表示，目前对悉尼歌剧院进行数字参观的人数已经超过了实地参观人数，比例达到16:1。但列入《世界遗产名录》带来的是对遗产地保护要求的提高，这意味着悉尼歌剧院要进一步保护好自身。

弗里曼认为，随着互联网逐渐成为人们的日常生活所需，人们通过数字方式接触世界遗产的趋势理应受到重视，目前已有相关机构开始研究数字游客产生的社会与经济效益。通过对网络发帖与网络活动的研究，弗里曼发现，有相当一部分人对悉尼歌剧院产生浓厚兴趣，他们通过网络分享自己关于悉尼歌剧院历史的了解与现实见闻。

研究同时表明，互联网的发展使得人们将悉尼歌剧院融入日常生活，人

们通过大众文化进行参与，在一定程度上为维护歌剧院作出了贡献。

互联网发展也为悉尼歌剧院等世界遗产保护带来了挑战，如遗产知识产权保护、给当地旅游业带来的压力等。弗里曼表示，在这个日益数字化的时代，人们在世界遗产保护中扮演何种角色，还需进一步研究。

（编译：王俊美）

环球博览

菲律宾长滩岛旅游超负荷封岛治理

【界面新闻2018年4月8日】菲律宾当地媒体《菲律宾商报》近日报道，菲律宾总统杜特尔特已经批准了由环境部、旅游部及内政部提出对旅游胜地长滩岛进行改造的建议。长滩岛将从4月26日起为期6个月封岛，不再接待游客，以便整顿岛上环境。

据报道，菲律宾内政部调查组关于长滩岛整改的报告显示，如不关闭长滩岛，每天上岛游客将有3至4万人，加上本地岛民，每天海岛要承载约6.5万人活动。这些人为活动产生的固体垃圾和液体污染，将直接倾斜到海水中，造成长滩岛的环境问题。

菲律宾总统杜特尔特曾在今年公开形容长滩岛已沦为“化粪池”，透露将封岛整顿的意向。封岛期间，长滩岛将安装净化排放系统，改善交通网，建造垃圾处理设施，拆除违章建筑，扩宽道路等。

长滩岛是菲律宾中部岛屿，也是近年来的旅游胜地之一，去年有超过200万游客到访，为岛上居民带来经济收益。

当地旅游业者预测，全面封岛将导致3.6万人失业，旅游收入损失超过560亿比索（约合人民币67.8亿元），相当于全菲律宾旅游收入的两成。整顿期间，政府将为暂时失业的长滩岛居民提供生计，例如优先雇佣居民进行岛上的整顿工程。

长滩岛近年已成为中国游客出境海岛游的热门目的地。据统计，2017

年前往长滩岛的中国游客人数达37.5万人次，在长滩岛外籍游客中占比达18.7%，超过韩国成为长滩岛最大客源国。

处于环境保护而封岛的做法，在东南亚海岛中并不鲜见。去年5月，泰国斯米兰群岛宣布关闭5个月，期间增派工作人员在其中的多个国家森林公园进行检查，禁止旅行社在季风季带团旅游，同时也防止非法捕鱼者，保护海洋资源与环境。今年斯米兰群岛预计开放至5月15日。

2016年，泰国国家野生动物与植物保护公园管理局宣布，无限期封闭攀牙府达柴岛海滩区域及绕岛珊瑚礁，以恢复海岛生态，两处深潜区除外。这个仅12平方公里的旅游热门海岛于2010年起开始正式接待旅游，由于日益增加的游客超乎负荷，其环境和资源受到破坏，出现近岸珊瑚礁白化、岛上遍布垃圾的问题，当地的黄金淡水蜗牛和寄居蟹两个物种也受到较大影响。在此前“不准游客过夜”“不准穿鞋登岛”等措施不起作用的情况下，当地管理者决定使达柴岛进入修养期，并对岛屿状态跟踪调查。

海岛发展旅游业的核心资源在于其自然环境，其旅游开发与环境保护的平衡成为重要议题。资料显示，印度尼西亚的巴厘岛曾为保护岛上生态，强行规定岛上建筑物不得超过四层；泰国普吉岛曾关闭岛上所有锡矿厂；马尔代夫的旅游管理部门每年对其进行两次检查，不达标的度假区将被罚款或关闭。

（郑萃颖）

编辑：中国风景名胜区协会《中国风景名胜》编辑部

网 址：www.china-npa.org 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
