会员专供　注意保存

風景工作參考

主办单位：中国风景名胜区协会　（总第228期）

本　期　要　目

- 岳麓书院“门票门”：教授与发改委法庭激辩收费批文是否合法
- 泰山景区门票总价降至115元
- 景区掘金夜经济的三大套路
- 避免昙花一现“网红”景区需做好长远规划
- 印尼为保护巨蜥或关闭国家公园 科学家对此表示异议
- 在加拿大班夫国家公园，动物们如何过马路

2019年2月28日

（所载内容不代表本刊观点）

目　录

热点关注

岳麓书院“门票门”：教授与发改委法庭激辩收费批文是否合法 --------3

新闻摘要

泰山景区门票总价降至115元 ----------12
丽江古城发布经营项目准入退出管理暂行办法 ----------15

社会纵横

景区掘金夜经济的三大套路 ----------15

时事评论

避免昙花一现“网红”景区需做好长远规划 ----------17
借鉴故宫运营模式的创新价值 ----------20

世界遗产

印尼为保护巨蜥或关闭国家公园 科学家对此表示异议 ----------21
大峡谷国家公园被曝多年来向公众隐瞒其存放放射性物质 ----------23

环球博览

在加拿大班夫国家公园，动物们如何过马路 ----------24
世界各地景点用旅游税驱逐“低价值游客” ----------26
哥斯达黎加11家国家公园将向游人提供免费WIFI ----------27
世界各地灯光秀 如何各展风情？（节选） ----------28

热点关注

岳麓书院“门票门”：教授与发改委法庭激辩收费批文是否合法

【澎湃新闻2019年2月24日】作为世界上最古老的学府之一，座落于湖南长沙岳麓山下的岳麓书院，如今具有三重身份：教学意义上的湖南大学内设机构、文物意义上的全国重点文物保护单位、旅游意义上的国家5A级旅游景区。

自2018年12月以来，岳麓书院50元门票收费因为一名法学教授的质疑，引发了一系列的关注：由高等教育机构（湖南大学）收取5A景区门票是否合适？门票收入去了何处？“书香”有无被“铜臭”污染？

作为法学教授，倪洪涛认为还应当关注：政府机构的一纸收费批文，是否就证明了湖南大学收费的合法性？他和律师张丕穆随后起诉了批准岳麓书院收门票的湖南省发改委。2月22日上午，长沙市天心区人民法院开庭审理了该行政许可案。

澎湃新闻从庭审现场获悉，庭审持续了三个多小时。被告认为，他们并非“许可”岳麓书院收取50元门票，只是为其制定了50元“天花板”价格的门票规定，岳麓书院完全可以以更优惠的价格销售门票。

湖南大学作为第三人参加诉讼，并称，他们是严格执行发改委的文件，只收50元的门票。

中国宪法学研究会副会长、武汉大学法学院教授秦前红对澎湃新闻表示，该案的一个重要意义是，切实影响到老百姓“钱袋子”的政府定价行为，能否以及如何纳入现有行政诉讼框架，接受司法审查。该案的判决结果，将具有一定的示范价值。

“师生对抗”，发改委主要负责人均未出庭

作为湖南师范大学法学院教授、博士生导师，倪洪涛教了十几年法律，没想到跟自己的学生坐在了原、被告席上。不过，一开庭，倪洪涛便对学生代表湖南省发改委的出庭资格提出了质疑。

湖南省发改委出庭应诉的是其法规处和价格处两名工作人员。其中一名工作人员表示，“我委主要负责同志有公务活动。”另一名工作人员坦言，“原告质疑我的身份，其实我可以向法庭说明，原告倪洪涛老师是我本科时的班主任，我是他的学生，我们认识十多年了。”

倪洪涛与张丕穆两原告则认为，“根据规定，行政机关负责人不能出庭的应当说明理由，拒绝不说明的，人民法院可以向监察机关、上一级行政机关提出司法建议。”

审判长表示，“行政机关负责人不出庭并不能阻止案件审理，相关司法建议待合议庭庭后酌情考虑。”庭审随后进入实体审判。

据起诉状，原告于2018年12月12日购买了一张岳麓书院参观券，花费50元，券面盖有湖南省税务局发票监制章和湖南大学岳麓书院文物管理处的发票专用章，收款单位为湖南大学岳麓书院文物管理处。

经查，许可岳麓书院收取50元/人次门票的文件，是湖南省发改委2012年作出的湘价函（2012）77号文（以下简称77号文），该许可期限至2015年底止。期限届满前，岳麓书院向湖南省发改委报送了申请继续执行上述文件的报告。2015年12月28日，湖南省发改委作出了湘发改价服（2015）1109号《关于岳麓书院和中国书院博物馆门票价格的批复》（以下简称1109号文），决定将许可期限延至2018年底。

原告认为，发改委作出1109号文时并没有按照《湖南省服务价格管理条例》和国家《价格法》相关规定，开展价格、成本调查和是否有必要延续许可举行听证，涉嫌违法，侵害了购票参观岳麓书院市民的合法利益。而被许可人岳麓书院在获得1109号批复后，交由另一单位湖南大学岳麓书院文物管理处向游客收取门票费，涉嫌违反《行政许可法》相关规定。

据此，原告诉请法院确认被告湖南省发改委作出的1109号文无效，要求湖南省发改委赔偿其经济损失50元。

庭审中，原告还提出，1109号实际是77号文的延续，而证据显示，2012年77号文将岳麓书院门票从30元一次性提高到50元，涨幅达66.67%，并未举行听证，违反程序，涨幅过高，违反了国家相关文件精神。

“批复”是行政许可吗？

被告的首轮答辩，直接引出了本案庭审焦点：湖南省发改委作出的1109

号文的法律性质——政府定价行为，是否属于行政许可行为？

秦前红告诉澎湃新闻，行政许可行为是《行政诉讼法》明确规定的受案范围，而政府定价行为，并没有被明确列为是可诉的或者不可诉的行政行为。对于原告来讲，有面临被法院驳回起诉的风险。

湖南省发改委辩称，该委作出的1109号文作为一个行政行为，不是行政许可行为，而是政府定价行为。“我委作出的定价行为，是依职权启动、依法制定或者调整实行政府指导价、政府定价的商品和服务价格水平的行为，属于价格宏观调控政策范畴。”

庭审中，被告多次重复这几个关键词，50元门票是“政府指导价”、“价格宏观调控”。被告还强调，1109号批文，虽然此前有湖南大学的申请报告，但是，湖南省发改委是“依职权”按照《政府定价目录》规定的范围对其定价。“虽然我们批复岳麓书院门票价50元，但其完全可以更优惠的价格销售门票”。

所以，他们认为1109号批文是政府定价行为，不属于行政许可范畴。这种政府定价行为，是一种非行政许可审批权，是有别于行政许可权的“其他行政权力”。

庭审中，原告认为被告作出的1109号文是行政许可行为。理由是，2014年4月14日《国务院关于清理国务院部门非行政许可审批事项的通知》（国发〔2014〕16号）规定，将面向公民、法人或其他组织的非行政许可审批事项取消或依法调整为行政许可，将面向地方政府等方面的非行政许可审批事项取消或调整为政府内部审批事项，不再保留“非行政许可审批”这一审批类别。

2015年5月10日《国务院关于取消非行政许可审批事项的决定》（国发〔2015〕27号）进一步规定：今后不再保留“非行政许可审批”这一审批类别。各地区、各有关部门要认真做好取消事项的落实工作，加强事中事后监管，防止出现管理真空，且不得以任何形式变相审批。

“据此，自国发〔2015〕27号文件始，除了行政机关内部审批外，含价格许可在内的所有外部审批行为均已是行政许可行为，即受《行政许可法》的规范与调整。1109号文的作出时间是2015年12月28日，该文件申请人为湖南大学岳麓书院，其与湖南省发展和改革委员会并非隶属关系，排除了内部

行政行为，即为对外的行政许可行为。”原告张丕穆说，“如果岳麓书院没有得到被告的允许，就不能向游客收取50元门票。显然，被告的价格行为就是一个行政许可。”

法庭辩论中，原告问：“如果不是行政许可，1109号文以‘批复’作出的依据是什么？”被告答：“用‘批复’二字，只是行文惯例，并不代表文件的性质是许可或者审批。客观上，1109号文就是一个政府定价，而非行政许可。”

定价批文能否被起诉

答辩中，被告还提出，1109号文不但不是行政许可行为，原告不能根据《行政许可法》来审查其合法性，而且，1109号文根本上不是一个具体行政行为，而是抽象行政行为，属于规范性文件。

根据《行政诉讼法》，如果1109号文被认定为规范性文件，这就意味着原告与被告之间必须发生行政相对关系，才能起诉被告。被告认为，原告购买岳麓书院景区门票的行为，只是与岳麓书院发生民事关系，不能认定为与被告发生行政法律关系，被告没有对原告的权利义务产生影响，因而不属于行政诉讼的受案范围。

《湖南省规范性文件管理办法》中，规范性文件是指除政府规章外，行政机关和法律、法规授权的组织制定的，涉及公民、法人或者其他组织权利义务，在一定时期内反复适用，具有普遍约束力的行政公文。

被告认为，“1109号文表面上看是特定时间内对景区提出了禁止性要求，景区不得超过50元出售门票，深层次看是向不特定消费者发出通告，如果景区超过政府制定的‘天花板’价格收取门票，消费者可以据此向旅游、价格、市场监管等部门寻求救济，该批复是可以反复适用、具有普遍约束力的规范性文件，属于抽象行政行为。”

当庭被告还提交了一份证据：湖南省司法厅发给湖南省发改委，确认单个项目价格批复文件属于规范性文件。

原告反驳，“作为一个批文，1109号对象特定，批复给岳麓书院；批复事项特定，即许可其对外收取门票；行为时间特定，三年期间内有效；具有直接的执行力，即其可对外收费，这是典型的具体行政行为。对于申请者岳麓书院而言，1109号文就是一个收费许可行为，是具体行政行为；怎么对于

消费者而言，又变成了抽象行政行为？抽象行政行为作为一个学术概念，与具体行政行为相对。同一个行政行为，只有一种性质，不可能既是抽象的，又是具体的。”

原告也提交了一个司法判例，（2001）京高行终字第39号，乔占祥诉铁道部票价上浮案，法院认定铁道部对铁路旅客票价实行政府指导价，所作的是具体行政行为，旅客与该行为有法律上的利害关系。这说明，政府定价是一种具体行政行为。

《行政诉讼法》第25条规定，行政行为的相对人以及其他与行政行为有利害关系的公民、法人或者其他组织，有权提起诉讼。“我们作为岳麓书院的游客，无疑是消费者，被告许可岳麓书院向游客收取门票费，该许可行为对岳麓书院和游客均有行政法律上的权利义务关系，我们属于《行政诉讼法》第25条中的‘利害关系’人。”原告说，“道理很明显，你批复对方收50元门票的行政行为，实实在在影响到了我的钱袋子，为何我不能告你呢？”

湖南大学是否有权收取5A景区门票

作为中国古代著名的四大书院之一，1979年，湖南省政府委托湖南大学对岳麓书院进行修复管理。

庭审中，原被告及第三方都认可，现在的岳麓书院具有三重身份，即教学意义上的湖南大学内设机构、文物意义上的全国重点文物保护单位、旅游意义上的国家5A级旅游景区。

在法庭上，作为工作生活在湖南大学隔壁的湖南师范大学职工，倪洪涛问第三人湖南大学：岳麓书院对湖大学生免费，而对师大学生不免费，其法律依据是什么？第三人答：“不需要法律依据。我从家里的客厅到卧室去要收费吗？岳麓书院是湖大的二级学院，我们当然可以宣布湖大学生免费。”

然而，当被问到被告是根据岳麓书院的何种身份来批准定价时，被告答，“根据其5A级景区身份作出定价”。

《旅游法》第43条规定，利用公共资源建设的景区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。

原告指出，被告将岳麓书院的门票定位为经营性收费，将面临一个湖南

大学没有收费资格的法律问题。因为国务院和湖南省的《风景名胜区条例》规定，风景名胜区的门票由风景名胜区管理机构负责出售，湖南大学这一教育机构无权出售门票。因为湖南大学仅仅是文物保护意义上的岳麓书院管理者，而非获得租赁经营或特许经营权的合法市场主体。

据此，原告认为，被告1109号文批复湖南大学收取门票的行为严重违法。

“我们并不否认湖南大学有收门票的权力。比如，湖南大学基于保护岳麓书院这个文物的需要，可以依照相关规定，在提供特定公共服务过程中，向特定对象收取费用。但是根据《行政事业管理办法》，其收费不但应当获得价格部门批准，还应当经过省级财政部门批准。”原告倪洪涛说。

“大学能否作为旅游经营者经营旅游业？岳麓书院作为国有财产，其门票收入是政府收入还是湖南大学的收入？在国有财产利用过程中，是否存在国有资产流失的问题？”倪洪涛表示，这一问题值得重视。

法庭上，原告还提出，1109号文件存在适用法律错误，适用了已废止的法律；将不是5A景区的中国书院博物馆与岳麓书院捆绑收费，减损游客权利；文件制定未依法进行价格、成本调查等情况，“总之，这些情况属于重大明显违法，依法请求法院认定1109号文无效。”

政府定价能否接受司法审查

庭审接近尾声，被告发言说，“1109号文已经实施三年，从没有人提出过问题，如果有问题，难道之前的游客都不正常，只有二位原告是对的吗？”

被告表示，“我们希望原告与行政机关不是对立的，相关情况可以直接跟我们沟通，而不是发起这场诉讼，浪费行政资源、司法资源、媒体资源。这些资源用在行政机关为人民服务上，可以作出更多成果。”

针对原告再次提及的行政机关负责人没有出庭应诉，被告还补充道，“我们发改委很多工作是很重要的，尽管原告认为该案社会关注度高，但领导有更重要的事情要做。”

第三人湖南大学则发言：同意被告湖南省发改委的观点，湖大严格执行发改委的批文，只收取50元的岳麓书院门票。

庭审持续三个多小时后，审判长宣布，由于行政诉讼不适用调解，法庭

将择期宣判。

澎湃新闻此前报道，2018年12月，倪洪涛在网上实名发文质疑岳麓书院收费缺乏合法性和必要性，持续引发关注。北京大学教授姜明安、武汉大学教授秦前红等行政法学权威也关注研讨该案。

“岳麓书院属于公共性的文化资源，一般应对社会免费开放。但基于某种必要性进行收费时，就需要对收费的合法性、合理性进行审查。目前来看，岳麓书院收费的最大问题是收费主体、收费额度、收费适用方式上存在一定问题，可能损害到消费者正当权益。”秦前红告诉澎湃新闻。

1月29日《湖南日报》旗下公众号“湘伴”报道，湖南省发改委主任胡伟林在接受采访时称，“为了让人民群众有更多获得感，当前，发改部门正在研究大幅降低湖南省景区门票价格，向周边省份学习看齐对标。1月30日，湖南省发改委在长沙举行降低岳麓书院（含中国书院博物馆陈列馆）门票价格听证会，征求社会各界及有关方面的意见。这是湖南省实施《价格法》20年来，第一次召开降低价格的听证会。根据听证方案，拟将其普通门票价格从每人次50元降低为每人次40元，降价幅度20%。

2月22日庭审后，倪洪涛对澎湃新闻说，“与胜败结果相比，我更希望通过该案的审理，厘清发改委政府定价行为的法律性质。被告认为他们批复行为属于‘非行政许可审批’，这是一种偷换概念的‘脱法’行为。因为‘非行政许可审批’不受《行政许可法》规制，归入这类行为意味着政府的这类权力不被司法审查。我们认为，政府定价行为应当接受司法审查。相信法院能解决好法治建设进程中的这一技术细节问题。”

秦前红认为，该案之所以引发广泛关注，其中的一个重要意义是，切实影响到老百姓“钱袋子”的政府定价行为，能否以及如何纳入现有行政诉讼框架，接受司法审查的问题。值得重视的是，该案中所呈现的争议焦点，已走上司法诉讼的轨道，其最终的判决结果，将具有一定的示范价值。

链接：降价10元能否平息收费风波？

1月30日上午9点，岳麓书院（含中国书院博物馆）门票价格降价的听证会在长沙鑫远白天鹅酒店三楼会议室举行，除了会议的组织者之外，还有11位由消费者协会推荐的社会人士参加。至此，岳麓书院收取门票费一事正式摆到案前。

湖南发改委：建议对门票价格进行调整

本次会议上，围绕最近关于岳麓书院门票价格的社会质疑，湖南省发改委首先做出对门票价格调整的建议，由原来的50元变成40元，降幅20%。

调整的依据有三：首先是基于湖南省价格成本调查队对岳麓书院（含中国书院博物馆陈列馆）2016年和2017年度两个完整会计年度的成本情况进行监审，经核查直接运行单位成本为44.83元。其二是因岳麓书院不在国家相关部委公布的免费开放博物馆、纪念馆等名单中，公共财政对其的保障机制也未到位，岳麓书院仍然需要依靠收取门票来弥补正常运转，维护经费缺口。其三，秉持旅游为民、旅游惠民理念，充分体现公共资源建设的国有景区公益属性。基于以上三点考虑，岳麓书院需要在旅游业经营性收费和文物保护的公益事业性收费之间寻求平衡，对门票适当调整。

湖南省发改委相关负责人表示，降低门票价格直接减少了游客的旅游支出，对游客的影响是积极的、正面的，更重要的是降低门票价格对优化湖南省旅游环境，充分释放旅游消费需求，加快推动旅游业由门票经济向产业经济，小众旅游向大众旅游，景点旅游向全域旅游的转型升级，形成旅游业供给结构优化和总需求稳步扩大的良性循环，有着重要的促进作用。

声音一：维持原价或缩小降价幅度

在最重要的听证环节，受邀的各界代表进行了发言。

学者王林认真分析了岳麓书院的政府投资模式并从经济学和管理学两个角度提出了自己的建议，即同意发改委降价的决定，但认为降幅10%更为合适。

王林说，首先岳麓书院没有国家足够的资金投入，仍然需要依靠门票进行维护发展。其次，经济学上说“免费的即是最贵的”，门票其实是一个门槛，他可以让一些没有需要、没有兴趣的看客离开。再次，从管理学角度说，岳麓书院不能赚钱但是也不能亏钱，亏钱就是亏质量，因为好的质量是由好的价格成本来支撑的。如果成本是44.83元但是只收40元，入不敷出或许会导致岳麓书院维护文物的质量降低。

湖南民族职业学院的心理学教师刘子弘表示支持王林的观点，并强调：“岳麓书院不仅是湖湘文化的名片，更是传统文化发扬的基地，做这样的传承需要一定的经费开支。”她提到，岳麓书院曾邀请哈佛大学前校长来演

讲，自己在网上报名并免费参加了讲座，十分受益。她希望政府能够给岳麓书院一定的财政支持，如果没有，那么就可以原来的票价继续经营，支持发展文化事业。

音乐人刘新宇建议维持50元的票价，他认为在处理文化惠民和旅游惠民的问题上，更应偏重文化方面。他说：“对待岳麓书院的发展，我们应像对待孔子学院一样，用开放的态度对岳麓书院提出更高的要求。考虑书院未来的影响，考虑书院的精神传承。”

岳麓书院的职工代表在听取这几位发言人的意见后，对岳麓书院的经营和管理情况进行了简单说明。

湖南省发改委的成本调查只限于围墙之内，而围墙之外的成本则没有计入，这是因为围墙之外由湖南大学无偿支持。比如说，围墙以外包括路上的安全保卫、道路维护、环境卫生，以及大家最能感同身受的停车服务等都是由学校进行管理的。而在文化传播方面，岳麓书院近年来举办的岳麓讲坛、祭祀活动等重大文化活动，都是免费向公众开放的。2018年，岳麓讲坛开设了119场，汇集线上线下的听众有六七百万人次，远超游客数量，而这些活动也需要大量人力、物力和财力支持。最后，他表示，不管采用什么样的定价方式，定出什么样的价格，岳麓书院都将保证不会放松开放式管理，不会放松文物保护工作，也不会放松文化传播的社会责任。

声音二：门票应进一步降价

教师代表刘勇华提出几点质疑：第一点，为什么发改委在报告中只列举了2016年和2017年两个年度的成本计算数据，这两个年度是否有代表性？第二点，岳麓书院到底是国有资产还是湖南大学的岳麓书院？第三点，为什么岳麓山风景区的其他景点都不收费，属于其中的岳麓书院却要收费？第四点，《文物保护法》中说文物保护囊括在财政预算之中，但是据了解岳麓书院是没有财政支持的，为什么？

律师罗承平针对门票降价的合法性也提出了三点思考。首先，岳麓书院为什么收费，要公开理由。第二，怎么收费，要公开程序。第三，钱花在哪里，要公开透明。他认为问题的核心不是收不收钱、降多少钱的问题，而是解决合法性的问题。同时，他提出两点质疑，一是门票价格无法弥补正常支出，这个缺口如何解决。二是门票收益的详细支出条目并没有看到，希望有

关部门能够把公开透明的原则加以贯彻。

消费者代表、律师朱瑶首先赞成岳麓书院收取门票的提议，但建议：“在降价20%的基础上进一步下调门票价格。”依据是旅游法第43条规定：公益性的城市公园、博物馆、纪念馆等，除重点文物保护单位和珍贵文物收藏单位外，应当逐步免费开放。另外，根据2018年国务院《政府工作报告》和国家发改委《关于完善国有景区门票价格形成机制降低重点国有景区门票价格的指导意见》的要求，门票降价是顺应行业发展趋势之举。

数据表明，截至2018年12月底，湖南省已经有44个景区实行了降价政策，包括5个5A级旅游景区，平均降幅在20%左右。

朱瑶说，岳麓书院应通过加强管理优化效能、降低成本，并逐步降低票价，这也是广大消费者的共同心愿。最后，他提出了两个问题，一是2017年12月28日，岳麓书院已经成立了发展基金，该基金的资本有没有用于岳麓书院的发展建设？二是岳麓书院的收入渠道能否扩宽，摆脱门票经济，从而降低门票价格。

湖南省人民政府法制办公室依法行政指导处处长李莲贤在会议尾声表示：“代表们素质非常高，都做了充分的准备，谈的意见都很中肯。”他表示，很欣喜听证会这一形式在政府决策方面推广力度越来越大，也起到了很好的效果。

（谭君、田美琪、高慧）

新闻摘要

泰山景区门票总价降至115元

【齐鲁晚报2019年2月27日】2月27日，泰山景区门票降价新闻发布会在泰山会展中心新闻发布厅召开。

记者从发布会上了解到，根据鲁发改成本〔2018〕1445号和泰发改成本〔2018〕282号，3月1日起整合降低泰山景区门票价格，将泰山景区内的泰

山、彩石溪、玉泉寺、普照寺、红门宫、王母池、岱庙等7个景点门票进行改革整合，泰山景区所有门票总价格由240元降为115元，3日内有效，有效期内不限制游览次数。此外，彩石溪、玉泉寺、普照寺、红门宫、王母池等5个景点免费游览，岱庙保留单票，票价20元。

五景点免费游览 岱庙保留单票

据介绍，新的泰山门票价格实行后，游客购买115元普通票或57元学生票后，可同时游览泰山和岱庙。同时为只游览岱庙不进山的游客保留岱庙单票，票价20元/人，学生票价10元/人。为给游客提供方便，在岱庙售票点同时出售景区大门票（含游览岱庙）。

记者了解到，泰山景区高铁售票点在现有公交专线的基础上，增开高铁—中天门的直通往返专线车，游客可以在高铁站内的景区售票点购票后，乘车直达泰山中天门，游览景区后可在中天门购票乘车返回泰安高铁站。

新票价实行后，泰山景区继续对现役军人、军队离退休干部、退休士官、残疾人、60周岁以上老年人、6周岁以下或身高1.4米以下儿童、记者、中国摄影家协会会员、山东摄影家协会会员、持“山东惠才卡”和“泰山人才金卡”的高层次人才等实行免票；对6-18周岁未成年人、全日制本科及以下学历学生实行57元/人的票价；对教师、省部级及以上劳模、英模实行100元/人的票价。

“实名制+人脸识别” 景区建设全网售票系统

新票价实行后，如何确保游客是在三天有效期内游览呢？泰山景区相关负责人表示，将以此次门票价格调整为契机，快速推进实名制购票和全网售票工作。游客、旅行社、旅行商等，可在景区各售票窗口或者通过景区官方微信、小程序、自助售票机、OTA电商（同程、携程、美团、驴妈妈等）等途径实名制便捷购票。对于未携带身份证的游客，景区各售票处同时保留适量人工售票窗口，销售带有信息码的纸质门票。

游客游览时在检票闸机直接刷身份证或纸质门票进山，系统自动对游客人脸进行信息采集并与门票捆绑。门票有效期内游客多次进山时，闸机利用首次进山采集的人脸信息自动识别，确认是游客本人后放行。目前，全网售票系统正加快建设，预计2019年6月投入使用。

因景区智慧票务系统投入使用尚需一段时间，在新系统未投入使用前，

自3月1日起，景区通过“身份证及条形码进山凭证”等绑定方式确认游客身份。携带身份证游客，可通过景区官方微信服务号、OTA电商（同程、携程、美团、驴妈妈等）或售票窗口购票，并持身份证检票，检票人员识别确认后放行，游客在有效期内持身份证再次进山时检票人员识别确认后放行。未携带身份证的游客需到售票口购买条形码进山凭证并现场采集人像。游客进山时持进山凭证检票，检票人员对人脸信息进行识别，确认后放行。游客在有效期内再次进山时，检票人员对存储的人脸信息进行识别，确认后放行。

“为方便游客购票，减少排队时间，建议游客尽量携带身份证，通过景区微信服务号‘泰山风景名胜区’网络购票进山。”泰山景区相关负责人说。

（记者：薛瑞、王雅春 实习生：张晨）

丽江古城发布经营项目准入退出管理暂行办法

【春城晚报2019年2月25日】2月21日，丽江古城保护管理局发布《丽江大研古城市场经营项目准入退出管理暂行办法》，该办法自2019年4月1日起施行，有效期至2022年3月31日。办法对限制准入类、禁止准入类等进行了明确。

办法中，分限制准入类（适时调整）、禁止准入类（适时调整）两类开出了《丽江古城内经营项目负面清单》。其中，餐饮，手鼓，酒吧，珠宝、玉石、玉器、蜜蜡、琥珀，农贸市场，茶吧，化妆品等7类被归入限制准入类。禁止准入类则包括明火烧烤、网吧、数码产品、现代服饰销售等16类。

办法中，对不鼓励类经营项目进行严格控制，原则上不再审批；本办法实施前原已办理了《世界文化遗产丽江古城经营项目准入证》或《风景名胜区丽江古城准营证》的经营者，逐步对其规模、数量进行压缩，严格控制经营数量和规模，逐步引导其转项经营。

禁止在大研古城范围内经营的项目，在本办法实施前已有但未及时转项经营的，由古城保护管理机构及有关行业主管部门共同引导其转项经营或从古城内退出经营。

办法中指出，经营者在本办法管理范围内从事经营活动的，严禁采取不正当手段竞争客源以及拉客、宰客、欺客等违法违规及扰乱古城旅游秩序、经营秩序的行为。

此外，针对经营场所装修装饰风格也做了明确。店铺格局样式必须遵循丽江古城传统商业店铺的基本形式，对原有民居进行修缮时，不得破坏传统建筑风貌；经营场所招牌的标注应标记有中文、英文和东巴文字，应当符合相关规定，色彩文字格式等要规范化，做到一店一牌；店铺内不得有影响古城风貌的悬挂物及粘贴画等物（小黑板、小布旗、指示牌）。

（记者：木晓雯）

社会纵横

景区掘金夜经济的三大套路

【北京商报2019年2月26日】近日故宫94年来首次开放夜场，一时间让“紫禁城上元节之夜”成为夜间旅游的爆点，夜间旅游再次升温。北京商报记者发现，近一段时间以来，国内不少企业也都针对夜场旅游进行过尝试。今年1月，三亚海昌梦幻海洋不夜城便试水街区24小时全天候运营制。此外在成都、重庆、广州等夜经济发达的城市，都可以看到夜游产品的身影。中国旅游研究院副研究员吴丽云指出，夜间旅游市场方兴未艾，业态主要涵盖夜游景区、节事活动、旅游演艺、夜市街区几大类。此外，国内夜间游在发展的过程中，还存在产品设计不够丰富、业态不够完善等问题，整个市场潜力有待进一步释放。

套路1：打造夜间IP吸客

事实上，通过打造节事热点IP、丰富夜游产品等加码夜场经济，已经成为很多主题公园和特色小镇解决“留客难”问题的重要手段。例如，北京欢乐谷主题乐园此前推出的“日观演夜赏灯”系列活动，其夜游灯会项目融合传统老北京文化及“猪猪侠”国产动漫IP，在浓浓年味中吸引更多年轻客群

和亲子客群参与。而作为“长城下的星空小镇”，古北水镇的提灯夜游司马台长城活动，也已成为其核心夜游IP项目，另外该项目还配有夜游船、夜市等夜间活动。

“对于以夜游IP内容为核心的主题公园或小镇，产品的丰富程度和创造力是非常重要的。”吴丽云指出，内容为王，高质量的旅游产品才能吸引更多客群。此外，夜间主题旅游还应该做好配套设施和服务。企业应该和政府做好协调，或者通过自身投入为消费者做好公共交通服务的供给。例如欢乐谷的夜游活动主要为观赏体验，夜场活动与地铁、公交等城市交通时间贴合，可保证游客返程便利；而古北水镇则在京郊地区，游客普遍多会选择过夜，因此古北水镇就需在丰富完善夜游产品的同时，持续提高园区酒店住宿、餐饮服务质量，对景区客流量进行合理把控。另外，主题公园及特色小镇在发展夜游业务的时候，需要根据实际情况调研夜间客流量能否支撑夜间投入，衡量好能否向时间要效益。

套路2：引入夜市街区概念

除了打造夜间IP，景区或主题公园打造夜市街区吸引客流成为一种新的探索旅游夜经济的模式。

日前海昌在海南三亚落地首个“梦幻海洋不夜城”开放式园区，便是对旅游夜经济的一种尝试。区别于封闭式园区“一价全包”的主题公园，海昌梦幻海洋不夜城实行24小时免费开放园区、内部自营及招商项目单独收费的运营模式。

海昌海洋公园行政总裁王旭光表示，这种综合体项目的模式易于拉拢散客和团体客源，释放园区游客消费能力，同时也改变了“大门票”的营收模式。在体验消费和场景消费越来越被看重的当下，非门票收入将成为主流。

对于这类服务为主的热门夜市街区，服务设施本身的吸引力是重点。吴丽云认为，夜市街区需要打造特色品质，从而能够形成集聚效应。对于本地游客来说，夜市街区的周边设施配套和城市公共服务体系健全完善很重要。而像海昌梦幻海洋不夜城，消费客群多为外来游客，应该与政府协调，做好景区和酒店之间的公共交通设置，保障游客在夜间旅游的出行便捷和人身安全。

套路3：捆绑旅游演艺卖票

常在下午和夜间开场的旅游演艺，也是当下夜间旅游的主流项目。据了解，印象、山水盛典、千古情是国内三大旅游演艺系列，近年来不少游客会为了观赏知名的演艺IP而选择旅行目的地。以三亚千古情为例，采用“主题公园+旅游演艺”的方式，其中演出一天分为多场，以门票为主要收入模式，此外，景区内还售卖餐饮、纪念品等。此类演艺主要作为旅游观光的延伸，比较依赖旅游团客，难以脱离景区独立生存。且高额的人力成本和快速的设备消耗也对旅游演艺的运营抛出更高门槛。有数据显示，国内当前约有300个旅游演艺项目，真正盈利的大约不到9%，11%处于收支平衡的状态。旅游演艺作为夜间旅游的其中一环，团客向观众的转化率成为存活的关键。

对于捆绑演艺掘金夜经济的这类景区，吴丽云表示，演艺类项目的核心内容是行业竞争点，高品质的产品配合良好的宣传可以吸引游客选择夜间演艺。部分旅游演艺项目的入场券会和景区门票绑在一起，通过景区现有客群带动夜间演艺的运营；而和景区门票分开的演艺项目如果具有高口碑和高知名度的节目IP，就可以起到聚拢客群推动园区二次消费的作用。业内人士指出，此类项目适合在淡旺季并不明显的海南运营，一方面可以保证全年客流的平均，另一方面在度假城市，夜晚休闲生活相对单调，而夜间演艺类项目可以起到丰富休闲产品的作用。

（记者：武媛媛）

时事评论

避免昙花一现“网红”景区需做好长远规划

【中国旅游报2019年2月22日】春节期间，马蜂窝平台上有游客留言：“去过那么多所谓的‘网红’景点，多数还是失望的”。搜狐一作者也发文说，青海某“网红”景区“网络上的照片确实是美轮美奂，犹如仙境一般。实际上，并没有照片中拍摄得那么好。”

“网红”景区走红自然不能靠美图与炒作，但要真做到名实相符也没有

那么简单，尽管信息技术改变了时代，成名变得比较容易。美国艺术家安迪•沃霍尔曾经预言：未来，每个人都有可能成名。这句话套在旅游景区身上就是：未来，每个景区都有可能成名。当然，前提是景区本身必须具备知名度与美誉度相应的条件，并善用传播。以体验高度、速度与激情为特点的重庆奥陶纪景区，随着电影《流浪地球》火爆上映，成为春节全国最热的亲子游旅游目的地之一。该景区在春节走俏，还归功于抖音“网红”——在蹭热点的同时，也炒热了景区。其自身策划也很重要，如年前推出了悬崖秋千“后悔药”，从而登上百度热搜榜第一名。

“网红”景区与“网红”现象类似，其个性化、娱乐化标签迎合了网民特别是年轻一代网民的兴趣。互联网与移动互联网的发展，推动了人们价值观念、审美观念的变化，旅游消费体验随之转变。如今年春节大热的景区，有些地处偏僻，像“天空之境”“粉红湖”等走红，社交媒体作用不可忽视。实际上，现在人们不再跟随观光时代的惯常思路，在新型传播方式下，更倾向于社交圈子的信息来源。非商业性的个人信息来源成为主流，网络间的消费交流在更大程度上影响着人们的消费决策。

尽管如此，“网红”景区仍要依照“网红”经济的发展规律进行长远规划。否则一旦失去游客信任，就会变成明日黄花，所谓的“网红”仅仅是昙花一现罢了。

第一，建立新的商业模式与发展机制。网友的偶然发现与不自觉的传播，对于景区成名自然是良好契机，但景区成名不能光靠运气。地方政府的行政手段以及民间资本力量如何巧妙介入，就是一种旅游策划技术了。“联合传播+专业策划+吸粉”是可借鉴的模式。西安在春节前策划发起了大规模的活动。“西安年•最中国”借力新媒体传播，引发游客兴奋点。永兴坊摔碗酒、古城墙灯展、曲江大唐不夜城等，就是整合产品体系与传播体系，通过微博、微信和抖音直播，获得媒体巨大曝光量。笔者从百度指数查到，截至2月17日，近30天以西安或西安市为关键词的百度搜索指数，同比环比都有大幅增长，且以移动搜索为主，同比增长5%，环比增长42%。其影响力自不待言。

第二，善用二步式传播。“网红”景区的形成与巧妙使用二步式传播有关。与大众传播不同，自媒体是一种人际传播与社群传播，它通常在某个圈

子内流行，借助于综合型社交平台、图文社交平台、音频社交平台、视频录播平台以及直播平台等。“网红”景区需要运用“网红”、名人的传播，通过这些意见领袖引发二次传播。有“中国最美的旅游洞穴”之一称号的贵州织金洞，今年春节假期游客同比大幅增长，就是善于运用意见领袖进行二步式传播的范例。早在去年年初，相关部门就策划了“毕节花海网红节”，吸引了大量“网红”，在社交媒体上不断被刷成热门话题。

第三，推动“网红”景区IP化。传统的IP是“知识产权”，在旅游景区中可以是独特的品牌形象与个性特征。推动“网红”景区IP化可以实施以下策略：首先，应保持“网红”景区形象与产品体验一致。有研究表明，“网红”景区形象与产品体验一致性，作用于消费者认同感，会正向影响购买意愿。其次，要加强“网红”景区文化附加值。“网红”景区如何由外在颜值向内在文化层面过渡，是一个较难克服的问题。故宫就是将“网红”景区的个性、品质发挥到相当水平，既加强文创附加值，又注重营销方式。其中，差异化定位是关键，个性文化构成独特竞争力。再次，有赖于完善产品体系与整合营销传播。一旦成为“网红”景区，景区的旅游设施、后续服务和管理都得跟上。去年春节，绍兴诸暨就有一“网红”景区因为设施不足等问题而主动闭门谢客。今年没有类似的新闻，是否说明“网红”景区这些问题都得到解决了呢？另外，整合传播的宗旨是，要四面出击也要五指合拢，运用合力打造鲜明个性。

第四，加强对社群传播与营销的研究。“网红”景区要有一套影响粉丝群形成与互动的方法，这缘于在“网红”景区传播效应中受众的分享是关键环节。在分享过程中，不易控制其传播效应。受众在分享时可以加上个人见解与评论，信息传播可能受到噪音干扰。克服这些干扰，除了要运用“网红”去影响圈子里的粉丝，还要善于制造话题，引发粉丝持续关注和正向互动，使其成为品牌传播的节点。此外，传播要有目标性，要重视运用大数据进行粉丝画像与游客画像。如重庆一些“网红”景区与“重庆旅游云”携手，依托大数据、人工智能、云计算、物联网等智能化技术进行游客画像。早在去年5月，“重庆旅游云”就开始为洪崖洞景区定制智能化运营系统。大数据分析的介入，有助于确定目标粉丝与目标游客，实施“网红”景区的精准营销。目前不少景区的智慧化系统与传播渠道还是“两张皮”。如何把

粉丝群体转化为现实游客，对于“网红”景区来说，还有很长的路要走。

（评论员：张苗荧）

借鉴故宫运营模式的创新价值

【经济日报2019年2月28日】近年来，故宫通过包装营销、管理提升、挖掘潜力、文创开发等措施，成功地将自己打造成“网红”，吸引了众人的眼球，也为自身带来了巨大的流量收益。一时间，故宫成为各文化类景区争相模仿和学习的对象。不过，是否每个文化类景区都能借鉴故宫模式，需要作深层思考。

先来看看故宫做了什么。

首先是挖掘潜力。其中，最重要的举措就是扩大开放面积，随着开放面积达到80%，故宫大量的空间被清理出来，让拥挤的游客有了分流空间，并让很多沉睡在库房的文物有了展出机会，更让故宫在常规展览之外依托更多资源和空间策划更多的展览。

其次是提升管理。故宫观念以管理保护为主转变以服务公众为主，开始致力于提升公众参观游览的体验度，修整地面、设置休息长椅、开设餐厅咖啡馆、理顺购票安检流程、科学配置厕所等，这都有利于公众在参观游览时感受到温馨和便捷。

最后是营销包装。借助互联网和自媒体，故宫经过一系列包装策划，用萌萌的形象迅速成为“网红”，由此带出了故宫文创产品的大卖。在这个过程中，重视新技术和新渠道是成功的经验，文创产品开发也注重彰显故宫特色，体现了差异化，让公众眼前一亮，流量变现的过程也就顺理成章。

故宫这些经验，很容易被大家误解为故宫的特殊性。北京的地理位置、完整的建筑保存、数量庞大门类齐全的藏品、皇家属性的独特禀赋、无数宫闱故事的演化地，其特殊性让故宫从诞生那一天起就不可替代，这种核心竞争力是其他文化类景区缺乏且短时间内无法获得的。

可以说，故宫的特殊性给故宫经验带来很多不能被简单复制的内容。先说挖掘潜力，其他文化类景区一来没有故宫如此大的面积，二来没有故宫如此多的藏品，深挖资源本身的潜力并不大。再说管理，除了故宫，很少有文

化类景区需要参观游览者花费5个到6个小时，也很少有如此大的客流量，管理提升的压力及管理对流量增加的引致效应并不明显。最后说营销，其目的是让更多的人知晓，但故宫早就深入人心，故宫成为IP并不是因为卖萌宣传才产生的，而是一直存在的，卖萌营销只不过让大家重新认识故宫。相比之下，其他文化类景区未必有如此大的吸引力，吸引流量是摆在流量变现面前的挑战。

尽管如此，仍要看到故宫运营模式的真正价值并不仅仅在于上述三方面，更在于相关经验背后的创新理念。正是因为有了创新，才让故宫一改多年来庄严肃穆的形象变身为萌萌哒的可爱宝贝，让故宫从拒绝餐饮服务、不食人间烟火变身为网红咖啡馆、最好吃的烤鸭聚集地。相比起来，这种创新理念更值得推广复制，也才是文化类景区转型升级的根本之策。

所以说，学习故宫运营模式不能仅仅停留在表面上，更要深入内里，结合自身特点，因地制宜，在创新中服务，在服务中发展。

（高源）

世界遗产

印尼为保护巨蜥或关闭国家公园 科学家对此表示异议

【中国科学报2019年2月1日】旅游业正在危及世界上最具代表性的蜥蜴物种吗？印度尼西亚的科莫多国家公园是“科莫多龙”的故乡，1991年,被列入《世界遗产名录》。近日，该公园宣布将对游客关闭一整年。这一出人意料的消息似乎印证了之前的说法。

然而科学家对此却感到困惑。他们说公园里的科莫多巨蜥一切正常。一些人认为，印尼不应将游客拒之门外，而应采取更多措施保护生活在公园外的科莫多巨蜥。

科莫多国家公园由一群岛屿组成，陆地总面积为407平方公里。其中两个最大的岛屿是科莫多岛和林卡岛，那里是科莫多巨蜥的故乡，并且对游客

开放。2018年大约有16万人来到这里，其中大多数是外国人。

据该公园所在地东努萨腾加拉省省长Viktor Laiskodat介绍，旅游业使科莫多巨蜥变得“温顺”，并且不太愿意捕猎了。此外，Laiskodat最近宣称，猖獗的非法偷猎减少了东帝汶鹿的数量，后者是科莫多巨蜥的主要猎物，结果造成这些“龙”的体型变小了。

Laiskodat于1月18日表示，为了“管理科莫多巨蜥的栖息地”，科莫多岛应该对游客关闭一年。

然而，这一举措必须与该国环境和林业部协调，后者很有可能表示反对。该计划同时遭到了旅游业界的强烈批评。

负责该公园生态系统监测的科学家Maria Panggur说，没有必要关闭公园。根据印尼政府数据，科莫多国家公园在2017年拥有一个由2700多只健康科莫多巨蜥构成的种群，其中1000多只生活在科莫多岛上。印尼登帕萨市科莫多生存计划（KSP）的Deni Purwandana及其同事进行的一项研究发现，在2002年至2014年间，科莫多岛和林卡岛上的科莫多巨蜥种群数量保持相对稳定。Panggur说：“我可以说，国家公园范围内的一切都在控制之中。”

人类活动确实对科莫多巨蜥的种群数量产生了一些影响。Purwandana于2018年进行的一项研究表明，与其他地方的科莫多巨蜥相比，暴露在那些投喂食物的游客环境中的巨蜥体型更大、更健康，同时警惕性也更低、生存几率更高。但游客只能参观约5平方公里的公园，Panggur说，95%的科莫多巨蜥都没有接触过他们，所以受到的影响很小。

此外，虽然Laiskodat的说法是对的，针对东帝汶鹿的非法捕猎似乎很普遍。例如，在2018年12月，印尼警方截获了100只死鹿，它们被装船运往附近西努萨腾加拉省的一个港口，但目前还不清楚将游客拒之门外如何能够解决这一问题。KSP首席科学家Achmad Ariefiandy表示：“没有统计数据证明鹿群的数量在下降。”（最新的官方数据记录了国家公园里有3900只鹿）印尼当局正试图阻止非法狩猎；在西努萨腾加拉省也有一个养鹿项目，目的就是为了在不狩猎的前提下满足当地对鹿肉的需求。

Panggur表示：“如果省长真的想要保护科莫多巨蜥，他就应该开始关注弗洛里斯岛。”弗洛里斯岛是该省的主要岛屿。澳大利亚瓦恩池市迪肯大学整合生态学家、KSP科学顾问Tim Jessop指出，弗洛里斯岛北部生活着数

量未知的科莫多巨蜥，这种巨蜥“对于灭绝更为敏感”，因为它们更靠近人类，而且缺乏保护资源。当地有一些报道称人们杀死科莫多巨蜥是因为它们会攻击牛。

弗洛勒斯岛的科莫多巨蜥种群被认为是非常重要的，因为“它们在历史上一直与西部种群相隔离”。Jessop说。2011年，雅加达市印尼科学研究所进化生物学家Evy Arida进行了一项线粒体脱氧核糖核酸研究，证实它们从遗传学角度与科莫多岛和林卡岛上的巨蜥种群有很大不同。对于该物种应对气候和栖息地变化的能力而言，“保持这种生物多样性是极其重要的”。Jessop说。

科莫多巨蜥是已知现今存在的最大蜥蜴。它们大多凶猛，成体吃同类的幼体，有时吃其他的成体，能够迅速移动，偶尔攻击人类，但主要以腐肉为食，每天会出洞到几千米以外的地方觅食。

（赵熙熙）

大峡谷国家公园被曝多年来向公众隐瞒其存放放射性物质

【环球网2019年2月20日】俄罗斯“今日俄罗斯”网站2月19日报道，一名在美国大峡谷国家公园工作的爆料者称，该公园曾一度向公众隐瞒该公园存在强放射性铀矿石的事实，尽管这些铀矿石目前已被移除。

美国大峡谷国家公园主管安全、健康和福利工作的经理埃尔斯顿•斯蒂芬森（Elston Stephenson）爆料说，在大峡谷的博物馆大楼内，有三大桶的铀矿石曾被存放18年之久，而公园管理高层当时利用了一项“保密条约”掩盖了这一事实，令该公园的雇员和包括儿童在内的游客都曾暴露在危险的辐射水平中。

斯蒂芬森称，他曾试图说服公园管理高层让其向公众发布警告，提醒大家自2000年以后任何曾在此工作或游玩过的人都可能已经受到辐射影响。据他估测，这一辐射量已远远超过美国核管理委员会所规定的“安全”水平，可能超出规定儿童可承受水平的4000倍，超出规定成人可承受水平的400倍。但是公园的管理高层对此未作出回复。他认为管理高层这种不告知公众危险情况的行为违反了美国法律。

据报道，美国联邦政府官员在2018年了解到，大峡谷的博物馆大楼内有三个5加仑（约19升）的桶中实际上装满了强放射性的铀矿石。2000年博物馆大楼对外开放时，这些装满了铀矿石的桶被搬到了博物馆内一个标本陈列室旁，而前来参观的孩子们经常在此停留观看展览。斯蒂芬森表示，儿童在桶边站立三秒钟所受到的辐射量就已经超过了美国联邦安全标准，即使是成年人，站立三十秒也会受到超出安全值的辐射量。

斯蒂芬森表示，这些放射性物质最早是被一位少年在参观博物馆时用盖革计数器发现的，但是这一丑闻很快被掩盖了。他补充说，技术人员曾将铀矿石倒入大峡谷附近的一个旧矿内，但在清理铀矿石的过程中向他隐瞒了仪表读数。斯蒂芬森对这种不专业行为感到震惊，并向美国职业健康与安全管理局致电举报。然而该管理局经过调查只发现了“莫名其妙回到博物馆”的空桶，而这些空桶仍然能测出微弱的辐射读数。

对此，该公园的公关人员声称，“园区内的员工和游客目前不存在辐射风险”，但该公关工作人员承认这些铀矿石自那之后已经被移除，并拒绝再对斯蒂芬森的其他指控作出回应。

（实习编译：刘雅阁）

环球博览

在加拿大班夫国家公园，动物们如何过马路

【人民日报客户端2019年2月25日】加拿大公园管理局的安德鲁•埃文斯至今仍记得高中毕业的第一份工作：负责清理县里的高速公路和乡村公路的路障，整个夏天，埃文斯处理了无数被汽车撞死的鹿和浣熊的尸体，感觉简直糟透了。

随着汽车的普及，遭遇“公路杀”的动物数量在日益递增。每年，班夫国家公园有350万游客专程来参观，450万游客从穿班夫国家公园而过的横贯公路上驶过，对生活在这里的动物们造成了很大威胁。

为了解决这个问题，班夫国家公园首先在高速公路两旁设置了围栏，阻止动物横穿车流穿息的公路。

1996年，公园管理局尝试在从班夫到Castle Junction30公里长的高速公路上建造了两座天桥，很多人质疑这是“浪费纳税人的钱”“动物们怎么走天桥和地下通道”？但效果不错，混凝土还未干，就已经出现了动物的足迹。至今，他们共搭建了六座天桥和38个地下通道，允许140,000多只野生动物通过。

据蒙大拿州立大学的托尼•克莱文格博士表示，有的动物很快学会使用生物廊道，土狼、黑熊和美洲狮的学习速度最快；其次是鹿、麋鹿和驼鹿；灰熊和狼的学习时间最长，它们可能需要五年时间才能确认新建的廊道是安全的；猞猁和狼獾的学习能力也一般。总体来说，食肉动物的适应速度比食草动物的慢，因为它们更有能力爬过高速公路围栏。

针对这一现象，有人曾指出，将如此多的野生动物引入一些桥上和隧道就像为动物制造陷阱，给捕食者提供了一顿大餐，但研究表明情况并非如此。“过境点”周围的杀戮不比公园里的任何其他地方多。

令更多人好奇的是，作为生物廊道的地下通道和汽车经过的地下通道是否一样？埃文斯表示完全不一样，因为动物经过的地下通道自然又安静，很像一片林地。

同时，专家指出，并非所有的生物廊道的效果都一样，天桥比地下通道要好。克莱文格还指出，除了两种大型哺乳动物之外，所有大型哺乳动物都更愿意使用天桥而不是地下通道：其中，黑熊使用天桥和地下通道的机会均等，山狮则更喜欢穿过狭窄的地下通道。克莱文格还研究了通过生物廊道的动物繁殖成功率，结论是生物廊道有助于维持公园内灰熊和黑熊的种群健康遗传。

道路的危害不仅仅是有过往车辆撞击野生动物，它们还会破坏栖息地并切断物种的关键迁徙路线。据估计，到2050年全球将建造2500万公里的新公路，大多数国家必须面对高速公路对生物多样性的影响。

由于班夫生物学家所做的工作，工程师现在已经清楚了解如何让灰熊、美洲狮或狼使用生物廊道。但像南美洲要面临的是一只美洲虎需要多大的地下通道；中美洲伯利兹需要解决的是重达230公斤的貘的迁徙；美国需要解

决的是麋鹿如何从大提顿国家公园中的高速公路上安全过境？

（责任编辑：高进宁）

世界各地景点用旅游税驱逐“低价值游客”

【中国日报2019年2月20日】对普通游客来说，外出旅游能省则省，尽量少花钱；但是对于旅游景点而言，最怕的是景点挤满了游客、面临过度旅游困境，而游客消费又达不到他们的期望值。为此，世界各地景点陆续推出旅游税，试图逼退那些消费少的“低价值游客”。

通常来说，国家和城市都是鼓励旅游的，前提是来度假的游客和他们的消费能刺激经济增长。

在这个过度旅游的时代，一些热门景点的接待能力已经超负荷。市中心挤满了寻找美食的吃货，历史景点被大群自拍游客破坏，本地人则因为旅游业兴旺催涨房租而租不起房。更讨厌的是，许多游客的消费都不高：他们借助应用程序制定超划算的攻略，在游轮上吃饱了肚子才下船游览，然后又返回游轮吃自助餐，不住酒店而选择廉价的民宿。

这就是为什么世界各地的景点都陆续开始征收旅游税。在历史上，旅游税是用来给旅游局、酒店行业组织和景区营销活动提供资金的，目的是在未来吸引更多人来本地旅游。

然而，威尼斯、阿姆斯特丹、巴厘岛、爱丁堡和新西兰的新旅游税却是为了达到相反的目的：他们征收旅游税既是为了帮景点控制过度旅游造成的不良影响，也是为了逼走某些类型的游客。

《超售：旅游业的迅猛发展》的作者伊丽莎白•贝克说，这些税种的兴起意味着政府开始意识到，旅游业太兴旺也可能好事变坏事。贝克说：“控制游客数量的旅游税是几年前才开始出现的。这是因为越来越多景点意识到接待能力终归是有上限的。”

她说，景点的许多措施不光是要减少游客人数，而且还要吸引“对环境影响更小、价值更高的游客”，最好就是多多花钱、少占用资源、不把景点挤爆的游客。她以威尼斯为例，多年来威尼斯几乎没有采取措施来阻挡游客挤走本地人的趋势。如今，除了新旅游税，威尼斯市长还出台了多项新措

施，旨在调节游客及其行为对城市造成的影响。

那么这些新税收要如何能够赶走“低价值”旅游人群呢？阿姆斯特丹在一月初做了一个示范：向每位游客每日征收8欧元（61元人民币）的旅游税。大约一周后，两家游轮公司宣布将不再在该港口停靠，二月份又有两家游轮公司相继效仿。这些游轮上的“一日游游客”不会住酒店，也不会在本地餐厅消费太多（如果游轮上就有自助餐厅，谁会花这个钱呢？），而且通常在到达后很快就会离开。尽管这项税的金额不多，不过是一两罐啤酒的钱，但足以吓退那些对价格极度敏感的游轮公司。阿姆斯特丹人用这种有效的方式告知他们：感谢你的到来，不过请你别来了，谢谢。

不过，也不是所有旅游税都是为了彻底赶走游客的。自从伊丽莎白•吉尔伯特的旅游回忆录《美食、祈祷、恋爱》在2006年出版后，书中对巴厘岛的描写就吸引大量游客蜂拥而至。如今，瑜伽会所和巴西莓碗餐厅泛滥的巴厘岛也在考虑推出旅游税，这项10美元（68元人民币）左右的税收将用来保护巴厘岛的环境和文化。《雅加达邮报》报道说，当地官员不是想赶走游客（多数来自澳大利亚和中国），而是希望游客也能为当地文化的保护“尽一份力量”。

贝克指出，过度旅游经常被看得太简单了，人们很容易将问题归咎于游客自身或爱彼迎等扰乱行业秩序的企业。然而，廉价航班的兴起、游轮产业的发展，以及一些政府未能限制旅游业过度发展，这些因素的作用经常被轻描淡写。

伴随着旅游民主化的进程，各地官员将继续面临同样的难题：一个景点能否既受益于游客，又不让游客完全毁掉最初的美好呢？

（陈丹妮）

哥斯达黎加11家国家公园将向游人提供免费WIFI

【中国新闻网2019年2月22日】据南美侨报网报道，作为“哥斯达黎加独立二百周年4.0数字化转型战略”的一部分，“线上公共空间”计划正在有序实施中。该计划的融资方为哥斯达黎加国家电信基金。

据报道，“线上公共空间”计划将在哥斯达黎加全国范围内建立515个

互联网免费接入区，许多公园、广场、车站、图书馆、市民中心等公共空间的互联网问题将由此得以解决。

哥斯达黎加政府意识到，国内的动物保护区每天都会迎来成百上千名游客，是有助于国家经济发展的重要产业之一。因此，环境和能源部、科技和电信部、国家保护区系统、电信监管局签署了一项合作协议，目的是在国家公园内向游人提供免费上网服务，以便让他们获得最佳的旅游体验。

以上4家公共机构签署的这份协议有效期为7年，所涉及的国家公园有圣罗萨、林孔德拉别哈火山、特诺里奥火山、阿雷纳尔火山、托尔图格罗、卡维塔、波阿斯火山、伊拉苏火山、卡拉拉、曼努埃尔安东尼奥，以及马里诺巴耶纳。

到2021年，以上11家国家公园将全部设有覆盖面积为75平方米的免费WIFI区域，可供约100人同时使用，上传和下载速度均为6Mbps。该服务将每周7天、每天24小时向游人开放。“为哥斯达黎加国内各地带去网络连接十分重要，而国家公园是一个能够将旅游、环保和数字化融为一体的地方。”哥斯达黎加科技和电信部长索利斯说。

哥斯达黎加环境和能源部长埃昌迪表示：“在强化野生动物保护区的综合管理方面，我们设定了一系列目标，其中之一是将国家公园提升至‘第一世界’等级，让外国游客在游览我国丰富自然美景的同时，享受周到的基础服务。我们所有人都对这项跨机构合作项目感到非常满意。我相信，免费的互联网服务将让每年来到我国野生动物保护区参观的约200万名游客，拥有更美好的体验。”

（编辑: 刘丹忆）

世界各地灯光秀 如何各展风情？（节选）

【北京青年报2019年2月28日】上元佳节月上柳梢头之时，故宫点亮华灯，明清两代的皇家宫殿首次在夜间开放，供市民参观。“紫禁城上元之夜”文化活动在2月19、20日两天举行，网络票务预约甚至出现万人同抢一张票的盛况。

纵观几个主要展览，不管是“紫禁城里过大年”特展、东雁翅楼的民乐

演奏、东南角楼播放的虚拟现实影片《角楼》，还是东华门城楼的“营造之道——紫禁城建筑艺术展”、畅音阁戏曲表演以及东北角楼至神武门的《千里江山图》屋顶投影，灯光都在其中发挥了重要作用，这次的上元之夜也就成为了一场前所未有的故宫灯光秀。

放眼世界，灯火与建筑的呼应同样十分流行。各式各样的灯光秀在夜晚将城市点亮，著名的古迹与地标性建筑身披炫彩的灯光，绽放与白天不一样的风采。其中有在神秘古迹中上演的神话奇幻秀，灯光与焰火并行的焰火灯光秀，也有浸没式体验灯光秀。

神话奇幻篇：千年故事与光影盛宴交相辉映

作为一种新的表演手段，灯光不仅是逢年过节的喜庆装点，还被世界各地的古老遗迹所青睐。各种灯光秀常以千年的故事与亘古的传说来向游人呈现光影盛宴。

犹太教经典中记录，“世上若有十分美，九分在耶路撒冷”，世人以“世上若有十分哀愁，九分在耶路撒冷”回应。在人类文明的最早起源地，在承载了半部世界史的耶路撒冷老城，灯光秀成为了讲述历史的主要方式。“大卫塔灯光秀”用高科技的光影，向游人展示一座城池数千年的历史变迁。以色列王国、亚述帝国、波斯帝国、马其顿帝国、罗马帝国，穆斯林与基督徒，千年的历史和人物的群像化身为遗迹石头上的投影故事，在光影中缓缓流淌。

“大卫塔-耶路撒冷历史博物馆”的官方网页，向世界各地的游客介绍了这个独特的灯光秀演出：以古迹景观“壁垒”为背景，20台投影机和14个立体音响，让游人在40分钟的演出中，身临其境地了解耶路撒冷的历史文化。两个循环展示的节目包括讲述文化、宗教、统治者和古代耶路撒冷传说故事的《晚间奇景表演》，以及作为最新的晚间表演推出的《大卫王》，它讲述男孩大卫如何成为一个勇敢的战士、诗人和天才音乐家，后来成为了以色列的国王和一个足智多谋的领袖的辉煌一生。

根据官网公布的价目表，这场灯光秀的价格也比较亲民，以一张普通成人票为例，65谢克尔的价格约合121元人民币，此外主办方也给予儿童、学生和残疾人不同程度的优惠。而博物馆和灯光秀的套票则更加划算，一名成人仅需80谢克尔，约合149元人民币。

遥远的非洲大陆上，埃及的金字塔灯光秀也在缓缓地述说着古老国度的历史文明。前去参观游览的旅客，在社交媒体上用“震撼”来形容眼前的景象。露天的大广场上，观众在椅子上依序坐好，以狮身人面像和三座大金字塔为背景的灯光盛宴缓缓拉开序幕。

这出讲述古埃及法老神秘故事的灯光秀，以狮身人面像为讲述人。随着灯光亮起，狮身人面像的脸孔显露出来，它说道：“每个黎明我都看到，太阳神在遥远的尼罗河畔升起，他的第一道光线照耀在我的脸庞。5000年来人类所看到的日出，我一次都没有错过。我目睹过埃及历史的光辉，一如明天会在东方看到炙热的火焰。我是君主陛下脚下忠诚的守护神，如此忠实机警，与他如此接近。所以他赋予我与他相同的面容，我是法老王的化身，经历无数年代，崇拜我的人赋予我许多名字。”

由于灯光秀现场没有中文字幕的解说词，当地导游会特别给予华人游客纸质版的剧本对照观赏。在网友晒出的字幕解说中，我们也可窥得这场灯光秀的内涵。“随着时间的流逝，人类的成就会灰飞烟灭，但造就出这些古迹的精神永远不会消失。”

坐落在柬埔寨的吴哥窟被誉为“高棉的微笑”，作为世界著名的文化遗产，吸引了世界各地的游客。这里最著名的灯光秀名为《吴哥的微笑》，诞生于2010年，不同于前面两种通过石壁背景与光影述说故事，吴哥窟灯光秀加入了人的表演。

全长70分钟的演出里，问神、辉煌的王朝、复活的众神、搅动乳海、生命的祈祷和尾声几个部分，吴哥王朝的辉煌历史、浮雕神像背后的故事在光影中一一浮现。以吴哥窟中神秘的微笑脸庞为背景，这场生动的灯光秀表演被观众称为“柬埔寨鲜活的文化艺术博物馆”。有趣的是，这场灯光秀是由中国文化部和柬埔寨文化部共建的文化旅游产品之一，自2010年来已经公演千余场，接待观众超过110万人次。

激情瑰丽篇：灯光串联创意与欢笑　尽显城市风情

说起俄罗斯，总能让人联想到贝加尔湖的平静壮阔或莫斯科红场的万丈豪情，而属于战斗民族的灯光秀，同样也十分壮观。一年一度的莫斯科“光之环”国际灯光节着实惹人注目。2018年的莫斯科灯光节为期共5天，在查理金诺庄园和卡洛明斯科娅庄园等莫斯科市内的七个公园和广场举行。展出

内容融合了镭射激光、音乐、烟花以及虚拟影像等多种元素，包括里津诺宫殿外立面展出的凤凰鸟“流浪宫”历史和关于未来世界的视听剧、胜利博物馆外立面展现的莫斯科军事轻小说和战争年代的歌曲、博物馆保护区的海市蜃楼童话秀等等。“光之环”灯光节的最大特色在于，居住于不同地点的市民都可以看到不一样的灯光景观，更有游人为观赏灯光而不停转换场地。

大洋彼岸的澳大利亚，“缤纷悉尼”灯光音乐节也迎来了举办的第10个年头。作为世界上首屈一指的灯光、音乐与艺术盛典，灯光节在2018年的5月25日至6月16日，为期23天内，将海滨区的皇家植物园、达令港、塔龙加动物园和巴兰加鲁，用灯光串联起来，伴随着艺术雕塑与音乐共同狂欢。

灯光节中最为刺激的观赏挑战项目也吸引着全世界的目光。悉尼海港大桥之巅化身为舞台，来自世界各地的攀登者身着闪烁迷人光彩的缤纷攀登背心，在绚丽的灯光点缀下，一步步登上悉尼海港大桥的顶端。伴随着现场游客的助威与欢呼，此时的大桥之巅变身为闪烁着70年代风格的多彩舞台，让攀登者伴着星光与灯光，在大海之滨热烈绽放。

浸没体验篇：从灯光秀的观赏者转变为参与者

除去光影变幻的表演与展示，还有一种灯光秀则注重游客的参与体验，利用灯光效果增添游览项目的趣味性。

泰国的阿瑜陀耶（当地华人称：大城）距离曼谷仅有80公里路程，这个并不算热门旅游地的城市，却是历史悠久的文化名城。为躲避暴发的天花，乌通王在1350年建立了阿瑜陀耶王城，几经战乱，王朝更迭，当时留下的王国遗迹，成为了今天的世界文化遗产——阿瑜陀耶历史公园的所在地。

每年12月中旬，大城世界遗产节的灯光秀，主打欢乐体验牌，让游人置身于古代夜市，借助古迹与灯光亲身感受当地的文化。每年遗产节灯光秀的日期并不固定，2018年定于12月7日-6日，为期10天，主会场位于古迹玛哈泰寺周围。

在旅行博主“QQ的懒骨头”的旅行日志中，详细记述了遗产节灯光秀的热闹场景。主会场外各色泰式小吃摊，可供游人乘骑的粉色大象，以及灯光点缀的游人通道，吸引游人纷纷驻足。进入活动会场后，则以古代泰国王城的生活方式为主导，“贝”是场内流通的唯一货币。一枚带有特殊花纹的流通“贝”，价值10泰铢，活动现场设置的多个兑换处都可兑换。

换到货币之后，游人就可以在场内体验不同种类的活动，包括：购买身着传统服饰人员售卖的传统小吃，换上传统服装拍照留念，观赏美丽的灯光鲜花布景，也可以和三五友人坐在古塔下空地的木桌上，欣赏乐队演出，在灯光流转下，享受热闹的夜晚。遗产节灯光秀中，不仅舞台、布景和古迹被点亮，就连活动场地内的树上都挂满了泰式灯笼。

体验式灯光秀在日本同样十分流行，其中有代表性的包括“二条城夜樱灯光秀”和“相模湖森林灯光秀”。

二条城位于日本的千年古都——京都，建于江户德川幕府时代，并在明治时期迁都东京后，一度成为皇室家族的离宫。如今的二条城褪去了皇室光环，但仍是日本引以为傲的世界遗产之一，一直以来都是国内外旅客的热门观光景点。

樱花花期到来之时，二条城就会推出绚丽的樱花灯光秀活动。2017年首次举办，就有超过30万人次前往观赏，2018年的展期从3月23日到4月15日。展出中，旅客不仅能欣赏白天与夜晚的静态樱花，还有光影及音乐交织演出的动态现代艺术。另外，染井吉野樱、八重红枝垂樱等超过50种300多株名贵樱花，加之夜间亮相的光雕投影秀，给国内外游客呈现出视觉盛宴。根据网友游记中的记录，一名成人夜间赏樱的门票价格是400日元，约合25元人民币。

（武冰聪）

编　辑：中国风景名胜区协会 编译中心
联系人：陈 晨 张 宇 李简西
地　址：北京市海淀区三里河路7号新疆大厦B座11层，100044
电　话：010-88315330　88315308
传　真：010-88315325
网　址：www.china-npa.org
E-mail：china_fjms@163.net
微信公众号