

景区免门票 旺丁又旺财是关键



暑期是贵州黄果树景区的旅游旺季 本报记者 陈晨 摄

进入6月以来,包括陕西华山、江西庐山、吉林长白山、贵州黄果树瀑布等在内的多个知名5A级旅游景区实行免门票活动。同时,针对暑期市场,还有不少景区相继推出针对学生免门票或其他优惠措施。这些举措有效聚集了人气,提振了市场信心。

景区免门票,是一个常说常新的话题。在当前疫情防控常态化背景下,跨省游“熔断”机制进入更加精准化的阶段,什么样的景区适合免门票?免门票之后,景区怎么办?摆脱门票依赖,需要回到那个根本性的问题——景区要靠什么赚钱?

免门票是特殊时期的特殊手段,旺丁又旺财是关键,破除门票经济,产品和服务创新始终是景区提升旅游吸引力的重点,也是应对困难局面的良策。

□ 曹燕

陕西华山景区5月30日发布公告,6月1日至6月30日,面向全国游客实行免门票,游客需要提前一天预约。原价480元的景区大巴加上北峰索道的往返票,优惠至190元/人。贵州黄果树景区5月27日发布公告,6月1日至30日,针对全国游客免景区门票。江西庐山景区6月3日发布公告,6月6日起至6月30日,面向境内外全体游客采取免收门票措施,免票范围包括三叠泉、白鹿洞书院等景点。

对于华山景区来说,这是多年来第一次免门票。6月3日端午假期首日,华山景区虽然限流1.5万人次,且需要提前一天预约,但景区当日接待游客量达到1.2万人次。可见,知名景区免门票的号召力不容小觑。

无论从初衷还是从结果看,免门票让一些景区收获了良好的社会效益和品牌口碑。日前,“上海海昌海洋公园免门票8天”——这条新闻在行业内外引发高度关注。据了解,上海海昌海洋公园官微信息阅

各地推出的景区免门票活动,不少贯穿整个暑期,甚至延续至年底。山东省筹集资金3000万元,支持全省国有国家A级旅游景区,开展为期4个月的门票减免活动,增加文化旅游综合消费;6月1日起至8月31日,湖南张家界市武陵源、天门山、九天峰恋、黄龙洞、宝峰湖等景区对学生免票。其中,武陵源、天门山、九天峰恋景区,对旅行社组织的团队游客实行景区门票“买一送一”优惠。

游客曲女士算了一笔账,通常情况下,崂山景区不同的游览线路门票价格100元左右、青岛海底世界的通票价格170元、青岛啤酒博物馆门票60元。“听说今年青岛这些景区都免费到年底了。等疫情平稳些,一家人去青岛旅游,门票能省下不少钱。”

暑期游对景区经营收入的重要性不言而喻,这也是众多景区加入免门票活动的重要原因。一位山东省的景区业者说:“暑期对景区太重要了,是一年中的旅游高峰期之一。”受到最近疫情好转和一些省份“跨省

门票收入,对于大多数景区来说,依然是经营收入的主要来源。以海昌海洋公园为例,根据海昌海洋公园2021年报,2021年度海昌海洋公园门票收入约占公园收入的63%。这一数据被不少景区业者羡慕,“虽然中国主题公园依然存在一定程度的门票依赖,周边商品和餐饮消费比不占国际知名主题公园,但放在国内旅游市场,海昌海洋公园的经营成绩仍然可圈可点。”一位主题公园业内人士丝毫不讳言,尽管“摆脱门票经济”这一命题被旅游行业提及多年,但绝大多数主题公园及景区还是倚重门票收入。

郑芳还提到,“主题公园较少使用免门票这一举措,因为运营成本高企”。本次上海海昌海洋公园免费活动截至目前,已投入累计超千万元,上海海昌海洋公园的3万余只珍稀海洋动物、数千名员工、场馆设施设备等各类成本较高。

收获社会效益和品牌口碑

阅读量破百万,相关话题多次登陆全国和同城热搜榜,累计话题阅读量高达4.53亿。

为什么免门票?海昌海洋公园副总裁郑芳说:“上海度过了一个艰难的春天,广大游客亟须一个舒缓、放松的空间。上海海昌海洋公园作为本土主题公园,拥有沉浸式的海洋文化场景及资源,希望以绵薄之力,温暖大家。”从提振行业信心的角度,上海海昌海洋公园也希望助推临港新片区乃至整个上海旅游市场发展提质增效。郑芳还提到,8天的免费活动,刚好给景区营造了一个调整的时机,及时进行物资补充、调动员工状态等,迎接“正式复乐园”。

在疫情防控常态化背景下,免门票活动的推出需要景区进行统筹安排。以华山景区为例,本次免票区域为华山主峰区,西岳庙景区不参与其中此次活动,仙峪景区暂不开放。同时,

为确保活动安全有序开展,景区严格落实“限量、预约、错峰、实名”要求,每日限流1.5万人次,因华山峪基础设施维修华山门(步行登山)每天限流1000人次。

本次“上海海昌海洋公园免门票8天”活动,每日限量免费游园5000人次,兼顾游览安全及游客体验舒适度。相应地,游客抢票难度也有所增加。据了解,6月4日首日免费特惠票在开票10秒内即被抢空,可见公众游园的愿望热切。

免门票给景区管理带来了压力。据介绍,6月4日,上海浦东公安分局临港新城派出所民警早早就守在公园入口,与景区工作人员一起维护现场秩序:量体温、场所码核查……严格的防疫要求下,众人通力配合开展查验,设置排队缓冲区和临时处置点以应对突发情况。

需要指出的是,各地景区免门

要让游客花钱物有所值

游”恢复的鼓舞,他依然对今年的暑期游“谨慎乐观”。

为什么是“谨慎乐观”?因为去年暑期的旅游市场受疫情影响大,景区客流量少,经营较为惨淡。“但目前阶段,景区最需要的就是人流,免门票会带来一定客流量。景区经营不亏、少亏,对我们来说就是赢。”这位业者的回答颇为苦涩。他希望通过免门票,带动景区二次消费。

一些景区早就未雨绸缪。河南云台山景区之前参与了多次免门票活动。景区营销负责人介绍,云台山景区从2015年左右就在不断推进各种项目建设,积极探索转型发展。攀岩、夜游、球幕影院、住宿、餐饮等多种二次消费项目不断丰富,而且,还通过汉服花朝节、音乐节等主题节庆活动,吸引年轻人的关注。“2021年虽然我们做过两次免门票活动,但景区整体收入较2020年是有增长的。”免

门票后,云台山景区二次消费有了提升。这也说明,景区门票收入在经营收入中的比重在降低。

郑芳介绍,上海海昌海洋公园对客群进行细分,对二次消费进行产品供给和价格分层,如推出美人鱼餐厅、开展“海的私宴”高端定制私宴等,同时推出“票+餐”等多种组合优惠,充分满足游客分层需求,提升园区营收能力。同时,对衍生消费品进行精细化管控,不断提升毛利率。酒店管理方面,完善预订渠道,引入弹性定价机制,提升酒店入住率。

河南芒砀山景区营销总监罗帅提及,近年来,芒砀山景区加强对文化、文物的创造性转化,通过好的创意提升旅游产品吸引力,增加汉文化传播的附加值。近两年,芒砀山景区培育打造了“汉宫喜堂”“寻圣夫子山”等沉浸式体验消费项目和夜游项目,受到游客欢迎。

免门票不是万能药

运营成本高,是众多景区业者的心声。罗帅提到,比如近两年兴起的景区沉浸式演艺项目,演员的开支、设备的消耗等都是运营成本。如果不长期聘请这些演员,市场一旦好转,很难快速组织一支成熟的演员队伍,这对景区是一个极为严峻的考验。

毫无疑问,从短期来看,一些知名景区免门票活动,降低了游客出游成本,也为景区带来了一波客流量。但石培华也同时提醒:“免门票摊薄了企业利润,同时也让本身就接近白热化的旅游市场竞争进一步加剧,未来还可能因为景区服务质量和监管能力的弱化,对旅游市场秩序带来一定的扰动风险。更重要的是,知名旅游景区相继宣布免门票,会

不会给当地中小景区、城市文旅新业态带来竞争压力?”

中国策划研究院旅游分院常务副院长孙震表达了同样的担忧。他说:“如果一个景区有足够的餐饮、住宿、娱乐等业态支撑,而这些业态也需要流量,免门票未尝不是一个好办法,会带动景区二次消费。但对于中小景区来说,即便是免门票,要想取得营收效果,比较难。”

据了解,参加免门票活动的景区多为国有A级景区,一些省市对自愿参加减免门票活动的景区,由当地财政部门给予一定补贴。

到底什么样的景区适合免门票?中国社科院旅游研究中心特约研究员吴若山认为:“不同收入模式的景区对门票的依存度不同。对高度依赖门票收入的景区而言,落实

票活动,通常只针对景区第一道门票,不包括景区交通、娱乐等二次消费项目。河南老君山景区营销总监介绍,老君山索道收费100元,游客乘坐量大,对于景区而言是一笔重要的收入。

在南开大学现代旅游业发展省部共建协同创新中心主任石培华看来:“众多知名景区在端午假期之前纷纷宣布免门票,是对文化和旅游部办公厅印发的《关于加强疫情防控科学精准实施跨省旅游“熔断”机制的通知》的积极响应。这也表明,旅游业界对节后特别是即将到来的暑期旅游消费恢复充满期待,并试图通过免门票增强景区吸引力,积极作为争取市场。”

中国社会科学院旅游研究中心名誉主任张广瑞认为:“目前一些景区免门票是临时对策,旨在疫情相对稳定之后聚集人气,为景区正常运营预热暖场,打破较长时间封闭造成的市场沉闷。从某种意义上讲,这也是一种营销手段。”

品牌认知也是景区引导游客进行二次消费的重要因素。一个拥有IP的景区,将创造景区消费新场景,提升游客黏性。一位景区业者认为:“在打造IP方面,多数景区还有很长的路要走。”

当下,游客消费体验正在从“卖门票”升级到“卖场景”。张广瑞说:“最近这段时间,露营成为热点,景区也应当从这个角度开拓思路,开发创新产品和体验项目,吸引人、留住人,增加重访客,增加消费。”

在中国社会科学院财经战略研究院教授魏翔看来,“近年来,景区减免门票成为大势所趋,景区门票经济亟待转型。这也说明,打造非门票经济的开放式景区、街区,为游客提供休闲度假高品质产品和服务是旅游业未来发展的方向”。他强调,从长远来看,彻底破除景区的门票经济,通过业态涵养和全域扩散实现综合效益的提升是旅游产业发展的趋势。“游客对景区体验的满意度是用脚投票的,让游客愿意反复前来消费很重要。”总而言之,要让游客花钱物有所值。

严格的疫情防控和客流管控措施是重要的成本支出项,减免门票会造成景区营收的压力。”另外,他也担心减免门票等优惠措施较可能会形成“一拥而上”的效仿态势。

魏翔认为:“免门票不是万能药,景区需要统筹规划,因地制宜。”另外,免门票活动要与景区服务质量的优化和管理水平的提升相结合。石培华提到,“疫情防控常态化背景下,旅行机会变得珍贵,游客在心理上也格外珍视旅游体验,对旅游质量的敏感度有所提高,不能因为免门票降低了服务品质,反倒损害了景区口碑”。

免门票,是特殊时期的特殊手段。孙震提到,对于景区而言,需要考虑的重点是如何结合自身情况,求真务实,加快景区转型,提高抗风险能力,实现景区的自我造血功能,开拓多元化的生存之路——这也成为众多景区业者的共识。

不只免门票 崂山景区提供增值服务

□ 本报记者 肖相波

5月30日,崂山风景区管理局宣布,自6月1日起到12月31日,崂山景区将面向全国游客推出免门票措施。一石激起千层浪,一些游客顾虑:“免门票后,游客体验会打折吗?”带着疑问,记者近日走进崂山景区,发现不只是免门票,崂山景区在消费惠民、优化环境方面还为游客提供了增值服务。

惠民奖补

据崂山区文化和旅游发展委员会后台统计,免票首日,崂山景区游客量比往常有明显增长,进山预约数为4604人次,是免门票措施实施前一天的6倍多。

记者在走访中发现,崂山景区除了免收门票,在消费服务方面还做到了许多“惠民惠企”的工作。

6月1日起,崂山区文化和旅游发展委员会开始发放2022年度崂山风景区“景社融合”惠民消费券。消费券分为两类:一类主题为“纾企困,提品质”,面向景区内的餐饮、住宿经营业户发放,鼓励他们为游客提供高品质的消毒餐具和布草;另一类主题为“促消费,惠民生”,面向游客发放,游客只需在崂山区各游览区的客服中心扫二维码,就可领取到两张总价值为300元的消费券,游客在景区内的餐饮、住宿等会员单位消费都可凭券抵扣。消费券发放时间为6月1日—9月30日,活动期间将累计发放总价值约200万元的消费券。

九水乡著民宿负责人孟祥雯说:“崂山区文化和旅游发展委员会的惠民消费券发放活动很实在,而且政府还给我们补贴,让我们练好内功,提升服务品质,增强对游客的吸引力。”

精细服务

记者注意到,免门票措施实施后,为了保障更多游客安全,崂山景

区持续强化“三级查验 多向分流”管控措施,通过门票预约、岗位前置等方式,精准查验游客的健康码、行程码,落实体温检测,强化一米线、佩戴口罩、消毒通风等常态化管控措施的落实,引导游客有序游览。

崂山区文化和旅游发展委员会文化和市场处副处长杨媛媛说:“我们已经做好了暑期迎接大量游客的准备。景区将在坚持落实疫情防控不放松的前提下,为游客献上最贴心、暖心的服务。”

优化环境

崂山景区北线仰口至垭口区域的道路,既是青岛重要的山海风景线,又是沿线6个社区居民出行的唯一主通道,在景观价值、地理位置、旅游资源等方面具有独特的生态优势和发展魅力。如何让游客玩得开心,让居民住得舒心,道路环境的改造很重要。今年,崂山景区结合崂山区乡村振兴工作,对这部分路段进行了全面的环境整治。

据介绍,该工程实现了包括空间视觉优化、道路宽度优化、村庄道路出入口优化、环境景观优化、空间安全优化在内的5个优化。经过专业的规划和改造,出行道路焕然一新,让社区居民的居住环境有了质的飞跃。

“以前,住在景区里的居民最害怕的就是旅游旺季。随着游客越来越多,道路变得更窄了,司机在会车时稍不注意就容易发生拥堵。今年,这段路改造完成后,实现了人车分离,再也不用担心这种情况发生了。路两旁一边是山一边是海,景色怡人,安全又舒服。以前的垃圾堆现在变成了口袋公园,居民都喜欢在栈道上散步,幸福感一下子提升了!”景区内返岭社区党支部书记刘元革高兴地说。

崂山区文化和旅游发展委员会规划建设处处长李新萌说:“我们做品质提升工程的最终目标,就是让景区内居民的笑脸和质朴的笑声也成为崂山的一道风景线。”

南宁青秀山挖掘“赏花经济”

□ 李志雄 黄晓英 邝伟楠

立足独特的生态环境和花卉资源,广西壮族自治区南宁市青秀山景区以科技种出百花、以美学塑造风景、以活动打响品牌、以创新拉长链条,做大做强“赏花经济”,取得了良好的社会效益和经济效益。

以美学塑造风景

近期,青秀山景区绚兰花田里的十多亩向日葵灿烂开放,吸引了一拨又一拨游客前来打卡。“这里的向日葵观赏效果强、拍摄效果好,我们不虚此行。”伍女士与好友从柳州来到青秀山游玩,到绚兰花田赏花拍照,开心不已。

绚兰花田贯彻园林美学理念,依山而建,采用梯田层叠的形式,同时,在花间铺设步道,既方便游客赏花拍照,又能有效保护花卉,达到了“人在花丛中,又成花中景”的审美效果。“青秀山的每个赏花场景都按照园林美学的要求精心打造。”青秀山旅游开发有限公司副总经理张磊说。

在东盟友谊园大草坪的四周,景区设置了“只此青绿”“星辰大海”“万事如意”等十多组园艺小品。走近“万事如意”园艺小品,只见一簇簇鲜红的凤仙花环形而开,铺就了一个大“心”字造型,花间安放两尊动物雕塑,景观别致、寓意美好。

青秀山景区还利用叶子花柔韧可塑的特点,营造了长达14.5公里的叶子花围墙,形成“醉美花道”;建设了叶子花专类园,在入口处搭建花墙和廊架,融入浪漫元素,利用视觉透视效果布景,打造年轻人的打卡胜地。

今年2月,青秀山景区250亩黄花风铃开满山头的景色,火爆南宁人的朋友圈。而风铃谷中新修建的白色廊桥,成为“明艳黄”中的“一抹白”,一跃成为人们热爱的网红打卡点。

以活动打响品牌

花卉是青秀山景区的旅游核心吸引物。近年来,青秀山景区充分挖掘花卉资源,举办各类赏花活动,持续打造赏花品牌。其中,景区每年举办的桃花节、春季兰花展、水生花卉节、菊花展等活动,打造一年里流动的花卉盛宴,深受市民游客喜爱。

“今年春季,兰花特展也成了网红打卡点。”青秀山旅游景区管理委员

会旅游和经济发展局副局长廖蓓说,景区通过架构艺术、植物组合造景等手法,在春季兰花特展上打造出《锦屏兰艳》《石趣幽兰》“兰”“精灵”等6组新颖别致的园林小品。

“接天莲叶无穷碧,映日荷花别样红。”夏季的水生花卉展是青秀山赏花地图中的一大亮点。游客不仅能欣赏花卉在水中摇曳的美景,还可以在工作人员的协助下爬上“叶大如船”的王莲,体验“叶上站人”的“奇迹”。

青秀山景区还依托新媒体平台,加大赏花活动的推广力度,开展“云上赏花慢直播”,精心打造网红打卡点,春季花卉观赏季相关话题单个社交平台播放量超250万次。

以创新拉长产业链

青秀山景区坚持创新发展,通过“赏花+文创”“赏花+美食”“赏花+研学”“赏花+露营”等形式,拉长“赏花经济”链,不断做大“赏花经济”蛋糕。

青秀山压花工作室是广西唯一一家专业压花单位。近年来,压花工作室以青秀山兰花、桃花等花卉为素材,设计出团扇、钥匙扣、压花镜子、压花项链等文创产品,积极延伸景区“赏花经济”链条。

在青秀山职工食堂直营店,一位游客买了一些石斛肉包和石斛鲜汁,“这肉包和饮料都是用兰科石斛做的,平时很难吃到,带些回去给家人尝尝”。近几年,景区围绕花卉资源和赏花活动,开发出系列花卉美食,如春季的石斛馒头、石斛肉包、郁金香玛芬蛋糕、夏季的荷花酥、莲子羹,秋季的菊花酥、菊花糕点、桂花奶茶等特色美食,受到市民游客的欢迎,拓展了景区的二次消费。

当下,面对人们日益增长的露营需求,青秀山景区专门兴建了星空露营区域,配套完备的露营生活设施,增设夜游、露天森林影院等项目,形成白天赏花、晚上露营的“微度假”模式,也带动了景区消费。“今年五一和端午假期,景区露营基地游客非常多,游客在星空、花香下体验夜生活的迷人。”青秀山旅游开发公司旅游服务部导游何雯婷说。

赏花不仅为青秀山景区带来了客流,还拉动了消费。据统计,今年两个月的赏花期內,青秀山景区总收入近2000万元。