

洛阳旅游年票的现状及其影响研究

张锋荣 张丽 胡光伟 夏芬

(1.西华师范大学国土资源学院 四川 南充 637002)

(2.湖南师范大学资源与环境科学学院 湖南 长沙 410081)

(3.湖北大学资源环境学院 湖北 武汉 430062)

摘要: 洛阳是全国较早发行旅游年票的城市,年票的发行使洛阳市民得到了真正的实惠,同时带动了洛阳旅游业的发展。本文从洛阳旅游年票发行的背景出发,着重分析了洛阳旅游年票的特点及其影响,由此提出了促进其健康发展的措施建议。

关键词: 洛阳 旅游年票 现状 影响

中图分类号: F592.7

文献标识码: A

文章编号: 1672-3309(2010)01-0013-03

从2006年7月1日起,河南省洛阳市开始正式发行旅游年票。近3年时间里,洛阳旅游年票受社会关注和人们青睐的程度大大超出了预期,它已经成为开启洛阳人文化生活新内容的一把“钥匙”,成为推动“洛阳人游洛阳”和洛阳市旅游业可持续发展的强大动力。

一、洛阳旅游年票推出的背景及步骤

洛阳作为著名的历史文化名城和“十三朝古都”,旅游资源丰富,文化底蕴深厚。全市有旅游景区(点)107处,但因票价高,市民长年守着家门口景区却无缘游览。几乎每年洛阳市“两会”期间,总会有很多人大代表、政协委员提出议案,希望景区能够对本市市民实行优惠。

2004年5月,按照洛阳市委、市政府的要求,洛阳市旅游局开始就洛阳推行旅游景点年票开展调研工作。2005年,洛阳市旅游局初步起草了《洛阳市旅游景区(点)实行年票工作方案》,并两次公开向社会征求意见,每次都有数千名市民参与到活动中来。2005年11月,首个“河南文化遗产”日期间,据河南省旅游信息中心统计,两天时间洛阳市15处历史文化景区共接待游客达110万人次,其中龙门石窟景区接待游客达50余万人次。在洛阳市委、市政府的强力推动下,成立了洛阳市旅游年票管理办公室,并于2006年7月1日成功发行了洛阳旅游年票。

二、洛阳旅游年票的概况

1.入网景区。洛阳旅游年票最初的加盟景区有20个,目前已经增加到33个,约占洛阳市全部旅游景点

(区)的1/3。其中,包括龙门石窟、白马寺、关林、王城公园和白云山等知名景区。

2.购买和使用资格。洛阳市市民、市内院校、中小学学生,在洛阳工作、长期探亲的外地人士,在洛阳的外国友人、港澳台人士等凭相关证件均可以办理。

3.发行和使用。洛阳旅游年票实行分区代理,全市按照行政区划的1市6区8县分别按申请设立发售点。目前,发售点数量已经由最初的30个增加到103个。同时,洛阳旅游年票实行“一人一票”制度,一年零六十天“可以不限次使用”。

4.时效性。洛阳旅游年票的有效期为一年零六十天,即从现场办理或网上注册成功之日起的第5天起,一年零六十天内有效。其中,在洛阳市牡丹花会、河洛文化节及森林公园冬季防火闭园期间,年票暂停使用。

三、洛阳旅游年票的特点

目前,全国范围内发行年票的省市有陕西、北京、河南、洛阳、开封、三门峡、西安、湖南、山东等。洛阳旅游年票有其自身的特点和优势:

1.小区域性。洛阳旅游年票包含的旅游景点全部在洛阳市所辖的1市6区8县内,平均车程不超过1小时。与其他地域跨度大,景区相距较远的旅游年票相比,更适合周末和假日出游,对市民更具吸引力。

2.景点含金量高,类型多样,多分布于市区。在洛阳旅游年票的景点中,国家4A、3A级景区占到半数以上,不仅涵盖了河南省惟一的世界文化遗产——龙门石窟,著名景区白马寺、王城公园和白云山等,而且

表1 河南省部分市、区旅游年票对比

	对外名称	开始时间	含景点/区(个)	使用时限和次数	价格(元)	发行对象	类型
洛阳	洛阳旅游年票	2006.7.1	20	14个月(除牡丹花会、河洛文化节),不限次数	60	市民、学生,在洛工作、长期探亲的外地人士,在洛外国友人、港澳台人士	个人型
开封	开封年票	2007.1.1	18	13个月(除菊花花会期间前15天和“五一”、“十一”黄金周)	60	市民及在汴工作、学习人士	个人型
三门峡	三门峡市旅游一卡通	2007.9.18	23	1年	50	市民及在三门峡工作、学习人士	个人型
河南	一卡通河南	2006.7.1	56	1年(除“五一”、“十一”黄金周)	100	省内居民、学生、外地长期居住河南人士	个人型

资料来源:根据洛阳年票网、开封年票网等相关资料整理所得

非常注重自然景观和人文景观的搭配。像西泰山、龙峪湾国家森林公园、花果山国家森林公园和龙潭大峡谷等均在前列。同时,王城公园、西苑公园、洛阳博物馆、民俗博物馆和都城博物馆等均在市内,更方便市民平时和周末休闲旅游。

3. 社会福利性。洛阳旅游年票票价是每人每年60元,按每人每年1个景点去1次,其门票总额就为544元,其中仅龙门石窟门票就为80元。同时,在牡丹花会期间持洛阳旅游年票的市民到神州牡丹园、洛阳国花园、洛阳牡丹园、国家牡丹园和洛阳国际牡丹园赏花观光时,还可以享受门票五折优惠。因此,洛阳旅游年票体现了很强的社会福利性,体现了洛阳旅游业让利于民的精神,是一项真正的“民心工程”。

4. 政府主导性。洛阳旅游年票的发行是政府主导,企业参与的行为,具有很强的政策导向型。从关于旅游年票的调研到《洛阳市旅游景区(点)实行年票工作方案》的出台,再到洛阳旅游年票的发行和《洛阳市旅游年票管理办法》的出台。政府的决策和意志都处于绝对主导地位。

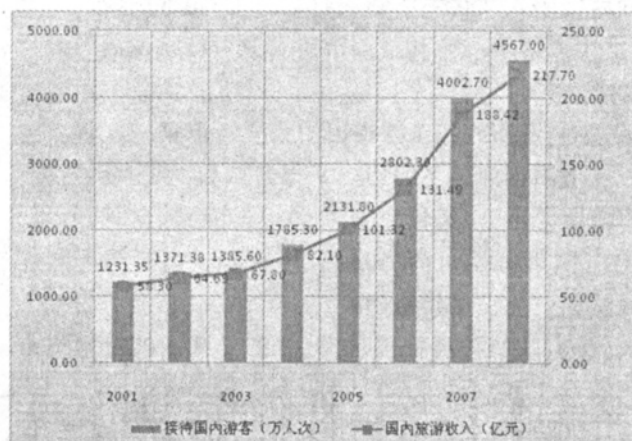
5. 收益分配兼顾各方利益。洛阳旅游年票的收入全部上交财政,再由财政返还。其中,1/3 返还景区,2006 年龙门石窟仅此就返还了147 万元;1/3 作为景区建设资金补助,景区搞基础设施建设和规划等可以申请资金补助,立项评估符合相关要求后,给予资金补助;1/3 用于旅游促销经费^[1]。

四、洛阳旅游年票发行以来的影响

1. 推动了“洛阳人游洛阳”,本地客源市场得到有效开发。旅游年票的发行大大激发了“洛阳人游洛阳”的热情。两年多来,平时每天市民持年票进入景区游览均在3000 人次左右,双休日平均5000 人次左右。截止2007 年11 月,洛阳旅游年票累计发行23 万张,

洛阳市民持年票游览景区超过160 万人次。不少人除了自己够买年票外,还将年票作为表达情感的礼物送给家人和朋友;不少家庭集体办理年票;不少单位把旅游年票作为福利,集体为职工办理;不少商家将赠送年票作为新的促销手段。在这股巨大热情的推动

表2 2001—2008 年洛阳市国内旅游发展情况



数据来源:2001—2008 年洛阳市国民经济和社会发展统计公报

下,2006 年洛阳国内旅游人数同比增长30.5%,2007 年更是比2006 年同比增长了42.6%,参见表2。

2. 分流客源,非知名景区/点游客人数增加。以往,牡丹花会、河洛文化旅游节和“十一”等旅游旺季,外地和本地游客纷纷涌入景区。一些知名景点,如龙门石窟、白马寺等,人满为患,游览质量低,游客满意度下降。同时,一些非知名景点,如龙马负图寺、八路军驻洛办事处等人数稀少,游览设施和工作人员闲置。而洛阳旅游年票在牡丹花会和河洛文化旅游节期间暂停使用,一定程度上避免了本地人和外地人“争抢”旅游资源的现象,同时保证了景区的收入和正常运

转。在这期间,洛阳市民可以选择其他免费景区,如洛浦公园等或者等待节后出游。在旅游淡季,持年票市民会在平时和双休日选择就近出行,像龙马负图寺和千唐志斋博物馆等非知名景点的游客人数有所增加。

3.旅游产业链得到延伸,并带动相关产业发展。洛阳旅游年票发行两年多来,拉长了洛阳市旅游产业链条,带动了餐饮、住宿、交通和旅游商品等相关产业发展。发行年票以来,洛阳市游客服务中心、旅游年票俱乐部、华龙旅游汽车公司、阿普旅游汽车公司、众望旅游公司等都开通了年票直通车,经济效益明显增加。比如,洛阳市旅游客车在旅游年票发行的头1个月就增加了60台,上座率同比增长了35%^[2];景区农家宾馆和一些县城宾馆在节假日经常客满,各景区旅游商品销售额也大幅增加。同时,与旅游相关的电信业、演艺业和景区服务设施等方面的经济效益都得到了较大幅度的提升。

4.加速了洛阳市旅游从门票经济向产业经济的发展。以往,洛阳市各旅游景区/点的收入大部分来源于门票。洛阳旅游年票的发行,使一些知名景区,如龙门石窟的门票收入相对减少。这就促使景区转变观念,不能把眼光盯在门票上,还要在其他旅游要素上下功夫,从而促进洛阳旅游从门票经济向产业经济转变^[3],进一步做大产业规模。旅游产业包括食、住、行、游、购、娱等要素。市民到景区游览,不仅要买门票,还要食、住、行、娱、购等,这些消费远远高于门票消费。

5.旅游经费增加,扩大旅游宣传。洛阳旅游门票发行前,洛阳市各景区均是各自宣传促销,钱花了不少,效果不佳。目前年票收入的1/3专门用于旅游宣传,这既增加了旅游经费,又便于整体旅游营销。比如,2007年洛阳市先后举办的中博会、海外旅行商洽会、河洛文化旅游节、旅行商采购大会、世界风情巡游活动的部分经费就来自于年票收入。

五、加快洛阳旅游年票可持续发展的对策建议

1.打造类型多样,可选择的年票套餐。目前洛阳旅游年票为个人型,也就是仅限居民个人使用,不得转借,包括家庭成员之间。这样,虽然方便管理,但在一定程度上忽视了不同市民的多样化需求。据调查,多数群众希望能够推出多选择的家庭票、情侣票等年票套餐^[4]。因此,应该在充分调研的基础上,适时推出多样化选择的年票套餐。

2.细化《洛阳市旅游年票管理办法》,在使用时段

上作出详细规定。现行的洛阳旅游年票在牡丹花会(4月10日-5月10日)和河洛文化旅游节(9月27日-10月27日)暂停使用。这两个旅游节活动点多、时间跨度长,但来洛阳旅游的外地游客分布较为分散,除个别主要景点外,很多年票入网景点很少会出现爆满和拥挤的情况。年票的暂停使用,在一定程度上抑制了本地人的旅游热情^[5]。因此,有关部门应该在深入调研、制订预案的基础上,进一步细化《洛阳市旅游年票管理办法》,在这两个节庆活动期间适时分景点、分时段,有选择地恢复年票使用。

3.适时扩大受惠地域。随着西安、洛阳等城市旅游年票的发行成功,洛阳周边城市,如开封、三门峡等也开始推行旅游年票制度。洛阳旅游局等相关部门应与西安、郑州、开封、三门峡等周边城市联合,适时推行“一卡通”服务,并择机进入旅游年票网络,让持旅游年票的洛阳人在外地也能享受到超值服务。

4.关注其他旅游要素的开发,扩大产业规模。发行旅游年票会使部分景区门票收入减少,但同时游客数量会猛增。人流的增加带动了物流、信息流、资金流和相关产业的发展。因此,洛阳市各景区应该在门票以外的旅游要素上投入更大的开发力量。比如:在“吃”上,可以开发更多的特色小吃,吸引游客消费;在“行”上,可以开发景区内部的交通系统,既方便游客,又增加收入。其他旅游要素的开发,必然会促进旅游产业规模的进一步扩大。

总之,在洛阳旅游年票推行近3年的时间里,洛阳市民得到了实惠,洛阳旅游产业链得到了延伸,真正起到了推动“洛阳人游洛阳”和洛阳旅游业从门票经济向产业经济发展的作用。

(责任编辑:郭士琪)

参考文献:

- [1] 张亚斌.年票杠杆“撬动”了什么? [N]洛阳日报,2007-11-02.
- [2] 郑宝亚、李江涛.旅游年票带旺洛阳淡季旅游[N].中国旅游报,2006-09-08.
- [3] 韩灵梅.洛阳旅游业发展现状及其作用分析[J].消费导刊,2008,(06).
- [4] 王伟江、曹新向.旅游目的地推行年票的可行性及对策研究——以“一卡游河南”为例[J].旅游科学,2007,(01).
- [5] 陈德广、苗长虹.基于旅游动机的旅游者聚类研究——以河南省开封市居民的国内旅游为例[J].旅游学刊,2006,(06).