

西南边疆山地区域开发开放协同创新中心研究丛书

钟昌标 主编

旅游景区门票价格 优化研究

云南案例实证



A STUDY OF THE OPTIMIZATION OF THE TICKET PRICES OF TOURIST ATTRACTIONS
Case Studies of Yunnan Province

朱晓辉 符继红 / 著



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

非外借

西南边疆山地区域开发开放协同创新中心研究丛书

钟昌标 主编

旅游景区门票价格 优化研究

云南案例实证



A STUDY OF THE OPTIMIZATION OF THE TICKET PRICES OF TOURIST ATTRACTIONS

Case Studies of Yunnan Province



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

旅游景区门票价格优化研究:云南案例实证 / 朱晓辉, 符继红著. -- 北京: 社会科学文献出版社, 2017. 4
(西南边疆山地区域开发开放协同创新中心研究丛书)
ISBN 978-7-5201-0264-3
I. ①旅… II. ①朱…②符… III. ①旅游区-门票-价格-研究-云南 IV. ①F592.774
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 009436 号

· 西南边疆山地区域开发开放协同创新中心研究丛书 ·
旅游景区门票价格优化研究: 云南案例实证

著 者 / 朱晓辉 符继红

出 版 人 / 谢寿光
项目统筹 / 宋月华 杨春花
责任编辑 / 周志宽 周晓静

出 版 / 社会科学文献出版社·人文分社(010) 59367215
地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029
网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心(010) 59367081 59367018
印 装 / 三河市尚艺印装有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16
印 张: 19 字 数: 195 千字
版 次 / 2017 年 4 月第 1 版 2017 年 4 月第 1 次印刷
书 号 / ISBN 978-7-5201-0264-3
定 价 / 89.00 元

本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心(010-59367028)联系

 版权所有 翻印必究

前 言

旅游作为人们生活的一种休闲方式，正越来越受到社会大众的关注。截至 2015 年 12 月 15 日，国务院共批准设立国家级风景名胜区 225 处，面积约 10.36 万平方公里；各省级人民政府批准设立省级风景名胜区 737 处，面积约 9.01 万平方公里。风景名胜区总面积约为 19.37 万平方公里，占我国陆地总面积的 2.02%，基本覆盖了我国各类地理区域。随着旅游发展理念的不断深入，新型旅游发展形态出现了较大变化。然而，旅游景区依然是旅游资源的富集地，是游客出行的主要吸引媒介，以龙头景区带动区域旅游的一体化发展，推动旅游业与相关产业的融合依旧是各地旅游发展的主要模式和路径。

本书研究的主要目的在于通过对旅游景区相关概念、理论及研究进展的梳理，以云南省旅游景区门票价格现状为实证进行分析，总结门票价格管理的经验，发现其中存在的问题，并对旅游景区门票价格上涨原因进行剖析，进一步探究云南省旅游景区门票价格形成机制和价格管理体制，并针对目前云南省旅游景区门票价格现状中存在的问题，优化、构建一种“既

能促进旅游支柱产业形成和发展、保护性地开发旅游资源，又能兼顾旅游者、景区经营者、当地群众和政府各方利益，与资源价值相符并能反映供求关系、能够动态调整、有升有降”的门票价格形成机制。合理制定旅游景区门票价格，有助于改善随意定价、盲目攀比、价格偏高的状况，使景区门票定价更趋于合理、科学，有利于旅游业的长远发展。研究成果在一定程度上可以丰富国内旅游景区门票价格的研究理论，对旅游景区如何制定合理的门票价格进行理论探索，能够为开展相关研究提供理论支撑。

《旅游景区门票价格优化研究：云南案例实证》一书，是大学研究机构和政府部门通力合作的结果，凝聚了专家、学者、政府部门领导的智慧及经验。本项目在研究过程中，获得了云南省发展和改革委员会相关部门的支持和帮助。云南财经大学旅游文化产业研究院、云南师范大学旅游与地理科学学院及云南旅游职业学院的部分师生参与了项目的研究工作。此外，本书成书也得到了云南财经大学西南边疆山地区域开发开放协同创新中心的大力赞助。在本书付印之际，谨向所有关心和支持本研究工作的有关专家、相关部门领导及研究人员表示衷心的感谢！书中难免有不妥之处，恳请广大同行和读者批评指正。

目 录

绪 论	001
一 问题缘起	001
二 研究价值	004
三 研究方法和路径	004
 第一章 旅游景区门票及相关概念辨析	006
一 门票与旅游景区门票的辨析	006
二 门票价格、景区门票价格的辨析	026
三 景区门票的概念及类型	035
四 旅游景区门票价格的发展现状	040
五 旅游景区门票价格研究的重要性	047
 第二章 旅游景区门票价格的基础理论研究	054
一 旅游景区的研究	054
二 关于旅游景区门票价格的研究	064

三	旅游景区门票价格机制的研究	086
四	关于旅游景区门票价格模式的研究	112

第三章 旅游景区门票价格机制优化的理论分析 117

一	优化的理论基础	117
二	旅游景区门票价格形成的基本原则	122
三	旅游产品价格形成机制探讨	124
四	发展的模式分析	131

第四章 云南省旅游资源特征及景区管理分析 137

一	云南省旅游业发展现状	137
二	云南省旅游资源特征分析	148
三	云南省景区管理体制与运行机制	151

第五章 云南省旅游景区门票价格管理现状及其
分析 157

一	云南省旅游景区门票价格管理历史沿革	157
二	云南省旅游景区门票价格管理现状及经验	160
三	云南省旅游景区目前门票价格水平分析	170

第六章 云南省旅游景区门票价格定价机制分析 176

一	云南省旅游景区门票定价及门票调整的基本做法	176
---	-----------------------------	-----

二	云南省旅游景区门票价格上调的动因分析	185
三	云南省旅游景区门票定价机制存在的主要问题	189
四	云南省旅游景区门票定价机制优化的必要性	192

第七章	云南旅游景区门票价格形成机制的优化	194
一	定价目标的优化	194
二	定价范围的优化	199
三	定价主体的优化	200
四	定价类别的优化	202
五	定价方法的优化	207
六	定价程序的优化	237

第八章	云南省旅游景区资源补偿机制的优化	242
一	旅游景区生态补偿案例——以红河哈尼梯田为例	242
二	景区相关利益主体补偿案例——以西双版纳傣族园、 丽江玉龙雪山景区为例	248
三	旅游景区补偿机制的优化	254

附 录		262
-----	-------	-----

参考文献		279
------	-------	-----

绪 论

一 问题缘起

随着社会经济的迅猛发展，尤其是第三产业在 GDP 中比重的不断提升，我国经济增长方式发生了深刻变化。旅游作为人们生活的一种休闲方式，正越来越受到社会大众的关注。国家旅游局统计显示，2015 年，我国国内旅游突破 40 亿人次，旅游收入过 4 万亿元人民币，出境旅游人次达 1.2 亿人次。中国国内旅游人次、出境旅游人次和国内旅游消费、境外旅游消费均列世界第一。国家旅游数据中心测算数据显示，我国旅游就业人数占总就业人数的比重为 10.2%。

随着改革开放的逐渐深入，我国人均 GDP 也呈逐年上升趋势：国家统计局相关统计显示，2012 年人均 GDP 达到 6100 美元，2013 年人均 GDP 达到 6629 美元，2014 年人均 GDP 达到 7485 美元，2015 年人均 GDP 达到 7904 美元，年平均增长率达到 7.39%。根据一些发达国家旅游业发展的规律，当人均 GDP 超过 4000 美元时，国民的旅游意愿会显著增强，将出

现大规模的旅游需求。当前我国人均 GDP 已超过 7900 美元，旅游业处于黄金发展期，前景极其广阔。

根据住房和城乡建设部统计，截至 2015 年 12 月 15 日，国务院共批准设立国家级风景名胜区 225 处，面积约 10.36 万平方公里；各省级人民政府批准设立省级风景名胜区 737 处，面积约 9.01 万平方公里。风景名胜区总面积约 19.37 万平方公里，占我国陆地总面积的 2.02%，基本覆盖了我国各类地理区域。此外，截至 2016 年 7 月，我国已拥有世界遗产 50 项，名列世界第二，其中，世界自然遗产 11 项、文化遗产 30 项、自然与文化双遗产 4 项、文化景观遗产 5 项。据不完全统计，截至 2015 年，各项世界自然遗产共为其所在地区的居民提供就业岗位 9 万余个，帮助当地社区完成道路交通项目 180 余项。2015 年，我国各项世界自然遗产地共接待游客 1.8 亿人次，为地方带来直接收入 70 多亿元。旅游景区的建设和发展，为我国旅游业的发展提供了极其重要的支撑。

然而，在我国旅游业高速发展的背景下，一些地方过于注重景区的经济功能，片面强调旅游开发，收取高额门票，出让或转让经营权，严重影响了景区的公益性；在经济利益的驱动下，一些地方不顾风景名胜旅游资源的不可再生性，违规建设，错位开发，导致风景名胜旅游资源遭到严重破坏。尤其是一些旅游景区门票价格的不断上涨，已引起了社会各界的广泛热议。为此，全国人大常委会于 2013 年 4 月 25 日通过了《中华人民共和国旅游法》，明确要求严格控制景区门票价格上

涨，对公益性的景区景点逐步免费开放。

借 1999 年昆明世博会成功举办的良好契机，云南旅游业在 20 世纪 90 年代末 21 世纪初迅速崛起，一度成为我国西部地区旅游发展的“龙头”和“标杆”。然而近年来，随着周边地区的迅速发展，至 2015 年，云南旅游总收入在西部地区的排名已跌至第 3 位，位居四川、贵州之后，在全国的排名跌至第 17 位。作为旅游大省，如何抓住“把云南建成我国面向西南开放桥头堡”的战略机遇，为实现云南旅游强省建设提供重要的支撑，打造和开发以精品旅游景区为核心的旅游目的地，是景区管理部门义不容辞的责任。自 2012 年国庆“黄金周”至今，为扩大内需、刺激国内消费，让全民共享改革开放的“红利”，云南省价格管理部门要求全省实行政府指导价或政府定价的景区一律下调 20% 的门票价格，让利于民，这一举措引起了社会各界的普遍好评，其他省份也纷纷借鉴。

面对上述问题，景区价格管理部门、景区经营者必须思考以下问题：景区门票价格不断上涨的动因是什么？门票价格的本质是什么？云南旅游景区的门票价格水平如何？如何形成科学合理的门票定价机制？怎样通过门票价格形成机制推动景区的改造升级，从而为云南旅游强省建设提供“硬件”支撑？如何通过景区发展带动地方经济建设、带动群众脱贫致富？针对目前景区门票价格不断上涨的趋势，价格部门应该如何实施有效的监管？

二 研究价值

为解决上述问题，本书在总结国内外关于旅游景区门票价格形成机制的研究文献的基础上，阐释旅游景区门票价格的本质、构成以及影响因素，对云南省旅游景区门票价格现状进行分析，总结门票价格管理中的经验，发现其中存在的问题，并对旅游景区门票价格上涨原因进行剖析，进一步探究旅游景区门票价格形成机制和价格管理体制，并针对目前云南省旅游景区门票价格现状中存在的问题，优化、构建一种“既能促进旅游支柱产业形成和发展、保护性开发旅游资源，又能兼顾旅游者、景区经营者、当地群众和政府各方利益，与资源价值相符并能反映供求关系、能够动态调整、有升有降”的门票价格形成机制。

本书可以为合理制定旅游景区门票价格提供科学的指导，这将有助于改善目前随意定价、盲目攀比、价格偏高的状况，促使景区门票定价更加合理、科学，有利于旅游业的长远发展。对旅游景区如何制定合理的门票价格进行理论探索，研究成果在一定程度上可以丰富旅游景区门票价格的研究理论，为开展相关研究提供理论支撑。

三 研究方法和路径

本书主要采用文献资料分析法、案例实证分析法和多学科综合研究法等研究方法。在研究过程中，针对研究的主要问

题,搜集国内外相关的文献资料,初步形成研究的理论基础,同时通过对历史文献的系统梳理,构建本研究的基本框架和思路;重点对云南省景区门票价格进行研究,探寻影响门票价格制定的因素并进行合理性分析、归纳总结,探讨制定景区门票价格的科学性、合理性问题。由于景区门票的定价涉及经济学以及生态保护和开发等学科,为全方位探讨和优化价格的形成机制,本书还运用多学科综合研究方法,从实践层面到理论层面重点探讨景区门票价格的构成及影响因素、科学的定价机制及对策等问题。

在研究的调查阶段,对相关文献研究进行检索并对典型景区进行实地调查,通过开展实地考察、深度访谈、数据收集等工作,为研究提供基础性材料。在数据分析与报告撰写阶段,根据已获得的数据进行统计分析与处理,对假设理论进行验证,对价格形成机制进行比较研究,提出优化对策。

第一章 旅游景区门票及相关概念辨析

一 门票与旅游景区门票的辨析

（一）门票的定义

门票，通常是由商业活动的主办方或者旅游景点的管理方负责发行制作、销售并监管使用的一种有价票证，如公园、博物馆、体育场等，一般是一次性的，而且需要花钱购买，有时被称为入场券，《现代汉语词典》中对门票的解释为：公园、博物馆等的入场票。门票，顾名思义，是进入各种场所的凭证。具体是指供公众游览、参观、娱乐的场所印制的带有宣传、留念等性质的入门凭证。门票主要产生于各地观览景点，娱乐场所以及纪念、节庆、展览活动场所，是契约式凭据。所以门票有旅游门票，体育比赛门票，旅行文艺演出门票，娱乐活动门票，展览门票以及具有门票性质的请柬、观礼票、出席证、入场票等。

门票从字面上来解释，“门”即建筑物的出入口上能开关的设备，“票”即作为凭证的纸条。两者结合，门票就是进出建筑

物出入口作为凭证的纸条。简单地说，门票就是进入风景名胜区、公园、纪念馆、博物馆、展览馆、影剧院等旅游观光、文化娱乐场所的入场券，或者凭证。门票具有实用性和艺术性两个方面的属性。前者着重满足人们的实用需要，具有一定的价值和人身保险系数；后者着重满足人们的审美需要，属于视觉艺术。

关于门票还有其他的定义，比如，“资费说”认为门票是经过交费后取得的有效凭证；“条件说”认为门票必须具有两个条件，一是旅游景点的，二是有价证券。也即是说：门票是必须花钱购买的旅游景点的凭证。以上关于门票定义的区别主要在于，到底门票是“入门凭证”还是“资费凭证”。

“入门凭证”与“资费凭证”是不完全相同的两个概念。前者的立足点是“入门”，只要能入门，什么样材质的东西作为凭证都可以，如字条、纸片、木牌、塑料牌、画片等，不存在是否交费的问题（如赠票）；只有一个条件，即经景区单位认定可以作为入门凭证。现在的门票就是这种“入门凭证”，它不再只是收据，它不仅从面貌上而且从本质上演变为多功能的艺术品。虽然，观光者、旅游者中的多数人是出资购买门票的，但是不容忽视的事实是有些门票并没有标明收费多少，甚至有的门票就仅仅是一张小画片，因为它并不代表收据，无须证明收了多少钱。这就足以说明它是“入门凭证”而不是“资费凭证”。^①

① 李克定：《门券收藏散论》（内部资料），2001。

（二）门票的历史

随着我国旅游业的迅猛发展，旅游门票的种类更加多样，正以绚丽的风采展示在世人面前。穷根究源，在华夏五千年文明史中，门票的凭证功能和装饰功能延续至今，范围涉及从政治、军事到经济、文化各个方面，从帝王将相到平民百姓各个阶层。

中国有可能是世界上最先使用门票的国家。我国门票的起源，可追溯到夏朝的青铜冶炼技术。《中国通史·先秦》中提到，当时不但可以制作工具、兵器，而且可以制作工艺复杂的铜爵、铜铃、铜牌饰等。^①《辞海》对“牌”的解释是“用作凭证的小木板或金属板”。^②所以，就现在门票的基本概念而言，铜牌饰正是门票的源泉。门票从诞生起，就兼有凭证和装饰的功能。奴隶社会时期，其装饰功能比凭证功能还要强些，与玉佩、冠冕等一样，同属服饰文化的范畴。封建社会时期，门票从服饰文化中逐渐分离出来，虽然其在很长一段时期内还被挂在腰带上，还具有装饰性的特征，但其凭证作用日益增强，在国家管理中扮演着重要角色，如调兵遣将的兵符，外交使者的旄节，随身的鱼符、牙牌等。

跟门票最早有关联的，当属符节，大约出现在春秋时期，

① 范文澜等：《中国通史》，人民出版社，2004。

② 《辞海》，上海辞书出版社，2002。

战国时期开始普遍使用。当时有的国家称它为符，有的称它为节，后通称符节，符节是国君颁发的信物，是君主权力的象征。符节质料各异，种类甚多，符有兵符、虎符、传符等，节分龙节、元节、马节、节牌等。双方各执一半，合之以验真假。后来演变成的门票有正票和副票之分，正票由本人保存，副票备管理人员查验。

对于门票的产生，关键还要从邮驿谈起。邮驿是古代政府为传递文书，接待使客、转运物资而设立的通信和交通组织。也就是说在古代，以首都为中心建立起辐射全国的驿道（相当于现在的国道），在这些驿道的旁边隔一段距离建一个驿站，这些驿站起两个作用，即喂养用于驿传的马匹和供驿传人员吃饭住宿。当然在每个朝代，驿传的方式、名称、设置等有所不同，但是，其肩负的主要使命都是一样的，就是将中央的文书由驿传人员经过一个个驿站下传到地方，将地方的重要禀报奏书经过一个个驿站上传到中央。因此可以看出，古代的驿传肩负的使命是十分重要的，驿传在国家统治中占有重要的地位，所以每个时期的统治者大力发展和保护驿传也就不足为怪了。我们今天的门票涉及“行、娱、食、宿、购、游”多个方面，其中的“游”产生的就是现今的旅游门票；而古代邮驿门票则主要涉及“行、食、宿”三个方面。

在古代邮驿系统中，统治者为了充分发挥驿道的作用，在驿传的各个环节，如驿传文件的急缓程度、驿站的使用等方面使用多种多样的通行证，与我们今天所说的门票有很多相似的