



更多精彩内容
请登录本报新媒体平台
或拨打热线互动 报料
0551 65179666

景区免门票

福建武夷山、山东崂山等景区
纷纷出台免门票政策

通读
览天下

11

多地景区免门票政策观察

国庆节期间,福建武夷山景区游人如织。“在网上做攻略时发现武夷山主景区免门票,立马订了机票。”来自辽宁的陈女士说。今年以来,福建武夷山、山东崂山、陕西华山、湖南张家界大峡谷和七星山等景区纷纷出台免门票政策,推动旅游市场复苏,提振市场信心和活力。这些探索为旅游业打破“门票经济”、提升旅游产品供给质量提供了思路。

多地推出免门票政策 吸引大量客流

自6月18日免门票政策实施以来,截至9月30日,武夷山主景区已接待游客118.26万人次,较2021年同比增长109.38%。在免门票政策带动下,国庆长假期间,武夷山市旅游市场强劲复苏,累计接待游客23.22万人次,同比增长209.6%;累计实现旅游收入3.02亿元,同比增长265.45%。

自今年6月1日至今年12月31日,崂山风景区面向游客实行免景区门票政策。免门票政策实施以来,景区预约火爆,节假日期间更是“一票难求”。“这次我们选择了崂山南线游,如果没有免门票政策,南线门票加观光车票每人要130元。这次,我们一家四口一共才花了80元的观光车费,省了好几百元。”国庆期间从济南来崂山旅游的刘女士说。

华山景区有关负责人表示,景区决定在严格执行常态化疫情防控措施的前提下,于6月1日至6月30日面向全国游客免门票。政策实施后,客流迅速回升。景区进一步将政策延长至7月底,同时将每日最大接待量增加至2万人次,步行登山限流调整为6000人次。

免门票的两个月,华山景区接待游客量57.53万人次,占今年前七个月游客接待量的83%;旅游直接收入约2.1亿元,占今年前七个月景区旅游直接收入的85%。

统筹疫情防控与旅游服务 积极推出促消费活动

面对迅速增长的客流,各地景区积极统筹疫情防控与旅游服务,为游客创造安心与舒心的环境。

国庆长假期间,武夷山市多部门联动,守牢远程订票、交通卡口、景区入口、住宿“四关”,保障人员流动安

全有序。在高速公路出口、火车站、机场、长途汽车站及高速公路服务区设立了13个便民服务免费核酸采样点,对外省入(返)武夷山车辆和人员积极劝导实施“落地检”。在景区入口,7台智能闸机帮助验证游客健康码,把住游客进入景区的“入园关”。

客流量随时掌控、无接触刷脸入园、大数据实时分析、景区WIFI全覆盖……在崂山风景区,科技的力量让游客畅通无阻。景区借助天网及景区监控系统全面掌握交通状况,科学研判车流客流,统筹调度处置,并主动联合街道派出所、交警、蓝天救援队及周边社区有效维护秩序。崂山风景区管理局有关负责人表示,崂山风景区的官方微博联合当地媒体微博和新媒体发布平台,实时发布景区预约情况和当前游客量,让游客第一时间掌握景区有关信息,合理安排游览计划。

在实施免门票政策的同时,一些景区还积极推出文旅促消费活动,引领消费热潮。

华山景区联合互联网平台举办了“人在华中游”云端推介会,发放总价值2.67亿元的消费券,消费券类型涵盖酒店住宿、导游讲解、餐饮购物等多项服务,提高游客消费转化率。

在崂山风景区,自6月1日至9月30日旺季期间,游客只需扫描二维码,就可领取两张总价值300元的消费券,在景区内餐饮、住宿等会员单位购物消费可获得相应抵扣。崂山吾舍民宿负责人武鑫说:“游客出示景区发的惠民消费券来消费,满200元减100元,满400元减200元,非常划算。发放惠民消费券,不仅让游客省钱了,我们经营户也受益,接待客流量有显著增长,拉动了消费。”

加速旅游业高质量转型升级

“多家景区免门票的尝试,为我国传统景区探索旅

游业态和经营模式转型升级、摆脱‘门票依赖’提供了具体案例。”陕西省社会科学院文化旅游研究中心主任张燕说。

在多位景区负责人和文旅行业从业者看来,景区是否应该实施、如何实施免门票政策,需要经过全面分析和研判。武夷山市文化体育和旅游局局长王晓军表示,武夷山市正在着手研判免门票政策对景区自身运营和周边县市社会经济发展的影响,研究进一步优化免门票政策、调整景区发展思路,从而实现社会效益与经济效益的协同发展。

免门票政策的成本如何消化?能否丰富旅游产品提高游客二次消费欲望?……这些问题成为判断政策实效的关键。

一些景区已经在积极探索。例如,为催生新业态、延伸产业链,华山景区推出数字藏品、文创产品、休闲旅游项目,提升旅游体验感,让游客在山巅之上“变装”大侠、喝华山咖啡、吃文创雪糕;并以华山为核心,辐射周边打造康养中心、冰雪世界、潼关古城等多个重点项目,推进旅游与养生、体育、文化等产业深度融合。

此外,多位受访者提出,景区门票政策应公开透明,坚守诚信,防止免门票沦为消费套路。有游客反映,有景区在免门票的同时悄然将旅游车费上调,还有部分景区在免除景区门票后设立“二道门”“园中园”等收费项目,引发游客不满。

福州大学经济与管理学院副教授杨宏云分析表示,旅游业往往承担着拉动地方经济发展和塑造地方品牌影响力的作用。让旅游业产生更大的经济效益,需要从整个产业体系中去进一步挖掘潜在价值。“未来旅游业要与农业、工业、餐饮业等行业实现深度融合,实现绿色、可持续的高质量发展。”

新华社北京10月10日电

亳州彩民复式投注双色球喜中一金四银

金秋十月,福运满仓。仅隔两期,双色球大奖再度喜降安徽。10月9日晚,亳州彩民揽得1注530万元双色球头奖。这是今年我省彩民中得的第29注双色球一等奖。

据悉,当晚双色球第2022115期开奖,全国共开出33注一等奖,单注奖金530万多元,这33注一等奖花落11地,广东12注,四川10注,河南、浙江各中2注,安徽、辽宁、吉林、福建、山东、贵州、云南各中1注。据检索,我省大奖出自亳州市南部新区中央公园小区东南角5号楼104-2第34170111号福彩站点,中奖票系一张10元自选“6+5”复式号码票,中得1注一等奖及4注二等奖,总奖金561万余元。

该中奖彩票为一张“6+5”复式号码票,是从红球01~33中选择6个号码,从蓝球01~16中选择5个号码,组成了一组复式投注号码。若开奖号码全中,可中得1注一等奖和4注二等奖。复式投注的最大特点是省时省力、中奖几率大,活用小复式投注更是惊喜多多。

胡婧炜

兴业银行合肥分行 持续开展金融知识普及月活动

为进一步提升公众金融素养、共建良好金融生态环境,近日,兴业银行合肥分行围绕“反假币”“防赌反诈”“网络安全”等主题,积极开展“金融知识普及月金融知识进万家争做理性投资者争做金融好网民”系列金融宣传活动。

守好网点阵地 营造良好宣传氛围

兴业银行合肥分行围绕宣传主题精心设计制作了宣传折页、海报、横幅和手册等。活动期间,该行营业网点布放系列活动海报及宣传折页,在厅堂内LED显示屏等机具循环播放宣传内容。同时每天定时开展厅堂微沙龙,向等候区客户开展小型金融知识讲座,主动向厅堂消费者宣讲相关金融知识,为活动开展营造良好的宣传氛围。

紧扣宣传主题 优化老年金融服务

兴业银行合肥分行在各网点设置了老年客户便捷窗口、爱心座椅、语音播报点钞机等。同时配备“老年客户服务专员”,优

先为老年客户解决操作中遇到的问题,积极帮助指导老年人熟悉掌握手机银行、网上银行、自助智能设备等相关操作。在业务办理上,该行提供老年客户叫号优先服务,进一步优化了老年群体的业务办理体验。

强化外部联动 共促金融政策巧传递

兴业银行合肥分行联动相关单位,开展了“学金融消费知识,游红色安徽景点”客户有奖答题活动,将党史学习与金融知识宣传相结合。联动同业机构打出金融助企服务政策、新市民金融安全知识宣传“组合拳”,提升了安徽省内广大金融消费者的金融素养,帮助中小微企业对金融助企纾困政策的了解。

金融知识普及及工作任重道远,兴业银行合肥分行将继续积极履行社会责任,不断开展形式多样的金融知识宣传普及工作,创新宣教方式、拓宽宣传渠道,为构建安全和谐金融环境贡献兴业力量。

何小兴

7天 5.5 亿元！ 国庆黄金周蜀山区消费市场红红火火

今年国庆黄金周,在落实常态化疫情防控基础上,蜀山区围绕重点街区、商圈、车企等消费领域,开展“乐购”“乐享”“乐品”等系列活动,打造线上线下联动的消费热潮。

据监测,节日期间,各商业综合体和大型商场等累计实现销售收入3.6亿,“新零售”企业销售额约5000万元,汽车企业销售额约1.4亿元,累计实现销售额约5.5亿元,同比增长10%。

“十一”期间,蜀山区内各大综合体和街区推出复古家电嘉年华、后备箱市集、篝火晚会等系列活动,吸引众多消费者前往,日均客流量达55万人次,国庆七天客流量超380万人次。

汽车消费作为稳定消费的压舱石,在国

庆黄金周期间也迎来又一轮销售高峰,“十一”期间,蜀山区汽车销售企业订单达到1341辆,拉动消费约1.4亿元。

线下消费火热,线上直播不停歇。国庆期间,区商务部门联合辖区内七家综合体和企业开展“缤纷蜀山购金秋消费节”直播系列活动,两大平台、七场直播,开启线上狂欢,活动期间直播累计观看达30万人次,带动销售额约800万元。

激活假日消费的同时,蜀山区内各大公共场所紧绷常态化疫情防控弦,严格执行疫情防控各项措施,切实把牢公共场所“入口关”,让市民逛得安心、买得舒心、玩得开心。

魏娜 叶彤