

# 又一批景区门票降价了 有些景区被吐槽：服务也“打折”了

国务院办公厅近期发布关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见,要求继续推动国有景区门票降价。记者国庆长假期间调查发现,国有景区门票降价工作开展一年多来,各地景区门票降价力度、降价范围不断加大。但与此同时,仍有个别景区降价政策执行不到位。尤为值得关注的是,在降价已成趋势的情况下,一些景区的管理没跟上、服务不便民,影响游客体验。针对部分景区降价落实不到位的问题,专家建议相关部门进一步加强门票价格监管,推动国有景区门票价格逐步回归合理区间,降低游客出行成本,促进景区及旅游产业持续健康发展。

## 有的景区一降再降甚至免费开放 个别景区执行不到位

国有景区门票降价工作2018年启动。记者注意到,随着工作不断推进,各地景区门票降价力度进一步加大。今年10月1日起,福建省共有包括连城冠豸山、武夷山大安源等在内的20个景区实施降价,平均降价幅度达21.55%。苏州七里山塘景区取消原价45元的门票,免费向游客开放。

还有的景区在去年降价的基础上,开展二次降价或其他购票优惠政策。洛阳龙门石窟景区对周边区域及全国各省份执行指定时间段的分时、分期优惠活动,优惠期内门票从90元降为60元。今年“十一”前夕,安徽省38个政府定价的4A级国有重

点景区降低门票价格。其中,滁州琅琊山、宣城桃花潭等19个景区在2018年降价基础上进行了二次降价。安徽省发展改革委初步测算,降价后每年将惠及游客数350万人次,减少游客旅游门票支出3000多万元。

不过,也有景区宣布降价后却未执行到位。国家5A级景区——河南龙潭大峡谷景区去年10月宣布,将门票价格由85元降为80元。但记者近日通过景区官网和官方微信公众号购票时发现,购票页面仍显示票价为85元。为何降价一年之后,网购门票的价格却还没降下来?记者就此向景区运营部门咨询,工作人员表示“不了解情况”。

## 降价后人气看涨 有景区被吐槽卫生脏乱、管理无序、支付不便

一些景区在打出“降价牌”“免费牌”后,人气看涨。山东济南五龙潭公园今年9月底取消门票,公园与大明湖等景观连为一体,形成一条更为完整的泉水旅游线路和景观。免费开放后的首个国庆长假,五龙潭共迎客19.5万人次,相比去年同期增加一倍多,人气带动效应明显。

门票降价后游客增加,如何保证服务质量不“打折”?这是众多景区在“后门票时代”面临的挑战。记者“十一”期间走访发现,有的降价景区因价格优惠吸引了大量客流,但因管理能力并没有相应提高,导致客流超载、卫生脏乱、游览无序,被游客吐槽体验不佳。

4A级景区河南开封龙亭公园2018年调整门票价格后,票价由45元降为35元。记者10月4日上午在景区内看到,冒雨游览的游客较多。公园部分路段因下雨泥泞不堪,通往龙亭大殿的石阶上还有不少烟头、塑料袋等杂物,周边既没有设置垃圾桶,也没有工作人员打扫。南京游客罗

女士说:“看着这么多垃圾,一点游览兴致都没了。”

山西晋祠景区2018年按照上级部门统一要求,门票价格降价15%。国庆期间记者在这里看到游人如织,而景区内有不少“黑导游”“黑讲解”公开招揽生意,但讲解质量不高。一位“黑导游”称,他们都是来赚外快的周边居民,讲解词是从网上找来的,随便对付一下就行,“反正景区也是睁一只眼闭一只眼”。

社交网络上,不少游客吐槽一些著名景区服务便利性不足,售票窗口只收取现金,耽误游客时间,增加拥堵。

“真没想到现在移动支付这么普及了,景区售票处还只收现金!”记者10月3日在平遥古城售票处看到,几个窗口前排着长队,但工作人员只收现金且事先没有提示。浙江游客丁先生说,他排队时已经提前打开微信支付的付款码,原本以为几秒钟就可以买完票,但等排到窗口才被告知只收现金,无奈只能到处找人兑换零钱重新排队买票。(据新华社)

## 全国汉服产业规模初步估算超过10亿元—— 汉服为啥越来越火?

齐腰襦裙、琵琶飞袖、点绛红唇……今年中秋与国庆期间,在城市游园、热门景区以及大学校园,越来越多身着汉服出行的年轻人闪亮登场,让喜庆的节日多了几分传统文化的古色古香。

近年来,汉服文化在中国城市年轻人中形成一种新的风潮。据初步估算,目前全国汉服市场的消费人群已超过200万人,产业总规模约为10.9亿元。汉服为何如此火爆?汉服文化究竟有着怎样的魅力?汉服走红背后又有哪些值得关注的因素?

### 穿汉服成时尚

——不仅包含着工艺和美学,更是传统文化和民族精神的重要承载物

如今,走在大学校园、旅游胜地或者繁华的商业街上,偶尔能看到一些姑娘三三两两地走在一起。她们穿着一身仙气十足的汉服、梳着古典的发型,显得与众不同。在社交网络上,有关汉服的话题讨论一直热度不减;在各大短视频平台上,汉服主题的短视频也深受网友们的喜爱,B站上一些以汉服为主题的视频播放量更是超

过百万。

广东省传统文化促进会汉服文化委员会会长汪家文表示,2017年全球汉服文化社团大概是1300家,到了2019年有2000多家,两年时间增加了46%。另据相关机构估算,目前全国汉服市场的消费人群已超过200万,产业总规模约为10.9亿元。

据介绍,汉服是汉族几千年来的传统服饰,它

不仅包含着汉族的染织绣等杰出工艺和美学,更是传统文化和民族精神的重要承载物,是中华民族审美情趣、风俗习惯的重要外在表现之一。

随着市民对古风文化的接受程度日益增高,很多人喜欢上了这种独具魅力的服饰,不少人纷纷入手一套作为珍藏,有的爱好者甚至将汉服作为日常服饰每天穿着。

### 多重原因下的“汉服热”

——社交媒体和影视作品助推汉服文化向大众渗透

越来越多的年轻人穿上汉服走上街头,向人们展示汉服之美,这背后有多重原因。

首先,社群“同袍”推动汉服文化发展。据了解,很多汉服爱好者会把汉服当作结交新朋友的媒介,而“同袍”就是汉服圈内对同为汉服爱好者的称呼。在一个汉服交友网站上,有大量汉服爱好者在上面发布自己的信息,寻找有共同爱好的约会对象,或者结交一同穿汉服外出逛

街的朋友。

其次,青年群体中各大汉服社团也在为汉服文化发展助推。据曾运琪介绍,中国人民大学汉服社每年都会举办几场有关汉服的大型活动,主要包括成人礼、中秋拜月活动、国际文化节、“萌之韵”汇报演出等,有时还会组织一些制作小饰品的手工活动。

很多汉服爱好者表示,现代汉服能很好地满足其对于高雅审美情趣的需要,又是他们凸显个性

的较好选择,而其本身就成为了独特的象征。

此外,抖音、微博等社交媒体的兴起与《琅琊榜》《三生三世十里桃花》等影视作品的走红不断助推着汉服文化向大众渗透。随着短视频平台的崛起,这种中华民族传统服饰的热度也越来越高。在抖音搜索汉服,相关话题视频累计播放超过180亿次。在微博上检索“汉服”,也可以发现非常多的网友晒出自己的汉服照。

### 受热捧的不仅是形式

——汉服受到越来越多关注,体现了青年一代文化自信的增强

“汉服热”升温也带动了相关产业的发展。很多汉服爱好者通过手工制作一些古风首饰、开设淘宝店或实体店等方式,将业余爱好发展成了事业。

今年3月,淘宝网在“淘宝新势力周”期间发布的《2019中国时尚趋势报告》显示,在时尚搜索关键词趋势TOP10中,汉服位列女装排行榜的第三名和男装排行榜的第十名。天猫发布的《2018汉服消费人群报告》指出,2018年购买汉服的人数同

比增长92%,在购买汉服最多的城市TOP10中,成都排名第一。

分析人士指出,古风汉服市场才刚刚兴起,背后的可挖掘空间非常巨大,蕴藏了千亿级市场体量。越来越多人投入到汉服的消费市场,与汉服相关的产业也随之兴起,成为新亮点。从汉服周边配饰,到汉服租赁、汉服体验馆等店面如雨后春笋般涌现。

位于北京市丰台区的一家汉服体验馆老板李纳对笔者说:“店里的汉服价

格从几百元到几千元的都有,而租赁一套汉服加上古风妆发的价格是368元,同时还可以额外提供摄影服务。平时会有很多初阶的汉服爱好者来这里租一套汉服到附近的大观园景区拍照,也有很多资深的汉服爱好者来这里拍照。”

多位业内人士表示,除了经济效益,汉服受到越来越多关注也具有重要的文化意义,体现了中国青年一代文化自信的增强。(人民日报)