

价格偏高、超时“向上取整”、禁行区域多、还车点不足——

景区电瓶车,莫让租车变“租气”

史志鹏 单婧怡

“原本是为了带孩子轻松逛公园，最后却时刻想着去哪儿还、什么时候还车。”为了方便游客节省体力、提高游览效率，不少景区、公园推出电瓶车租赁服务，然而实践中，其计费规则屡遭吐槽。

前不久，一位网友发帖称，在浙江温

州一园区租借电瓶车游览，6个半小时花费410元，引发热议。近年来，在景区租用电瓶车，价格偏高、超时“向上取整”、禁行区域多、还车点不足等问题屡见不鲜，在很大程度上影响了人们的出行游玩体验。

价格高仅因“成本高”？

一到周末，北京通州的王女士喜欢带孩子逛公园。“园区比较大，孩子走走就累了。一次，我顺手扫了一辆电瓶车，上面玩具还能吐泡泡，小孩比较喜欢。”王女士介绍，逛了一圈，结账时发现50分钟花了138元，“因为我们不是一直开，走到好玩的地方孩子就下来跑会儿，总共也就用了20来分钟，付完款感觉有点亏。”

走进大兴一公园，记者了解到，一辆四人电瓶车，1小时180元，三人的为150元，超时按每分钟2.5元计。如果还车点不对，还将面临100至200元的调度费用。

租用景区电瓶车，价格为何不低？

中国人民大学创意产业技术研究院副院长宋洋洋认为，价格高不必然违法，但价格高得是否合理、合规，值得讨论。

从运营角度看，景区电瓶车存在一定成本，包含车辆购置和折旧、电池更换、保险、维修、人员调度、充换电、后台系统、电子围栏及安全管理等。同时，景区旅游消费有

淡旺季差异，节假日客流集中，运营方需用有限的经营时间覆盖全年成本。

“可如果1小时动辄上百元，逛一趟大几百元出去了，仅用‘成本高’就不足以解释了。”宋洋洋说。城市里的共享单车、网约车等服务，消费者可通过不同平台进行比较选择，而进入景区后，游客面对的选项大幅减少，有的景区只有一家电瓶车运营商，游客也只能接受这一价格。

“这种情况下，名义上是市场化服务，实际上具有一定的‘场景独占性’。”宋洋洋表示。

中山大学管理学院副教授罗浩在暑期开展过相关调研。他分析，一方面，一些景区的自助代步工具收费没有被列入政府指导价或政府定价目录，而是在市场调节价目录中；另一方面，部分景区实行排他性经营，只允许指定商家投放车辆，其他共享平台无法进入，客观上造成竞争不足、高价垄断。

据介绍，目前景区电瓶车大致存在三种运营模式：景区自营；景区将经营权通过招商、采购或合作经营等方式交给第三方；由设备企业提供车辆、定位、软件和计费系统，

当地企业或景区负责现场运营，双方按合同分成。运营商收入主要来自按次、按时、日票等租赁费用，同时还承担场地使用费、保底经营额或收入分成等。换句话说，游客支付的不仅是“骑车钱”，还包括其他一系列成本。

不少城市近来持续推动公园、公共文化空间免费开放。本意是让更多人共享公共资源，但门票取消后，景区内的交通、租赁等配套服务费却不断增加。“不能把‘门票经济’从前门赶出去，又让它从电瓶车、摆渡车、二次消费的后门溜进来。”宋洋洋说。

罗浩表示，公园、公共景区是提供给大家的福利性、公益性场所，“以高价代步补充免费门票”在一定程度上抵消了这些场所的福利、公益性质。老人、儿童、残障人士等往往是代步的刚需群体，价格过高最终可能从事实上抬高游览门槛，违背初衷，损耗信任。

超时计费成为“向上取整”？

如果说租用价格偏高让游客感到“不值”，那么不合理的计费规则，则更容易让人直呼“不明白”“不舒畅”。

今年4月，来自河北的刘先生一家去秦皇岛北戴河游玩。“我们带着老人、小孩，酒店门口就有电瓶车。1小时48元，价格能接受，可没想到的是，最后超时的几分钟，竟又按1小时收费。”刘先生无奈地说。

在大兴一公园，记者走进园区，各式电瓶车整齐停放。超时计费规则为：续租不足15分钟的，按15分钟计。也就是说，如果超1分钟，也要按15分钟收费。

据此前报道，深圳市民陶女士也遇到类似“闹心事”。在一景区游玩时，使用电瓶车时长2小时13分，13分则按半小时收费。“租车时工作人员未主动说明超时收费规则，仅告知扫码进入小程序。”现场图示中，“超过5分钟按单位时段计算”这一条款用绿色小字标注，颜色与背景板色调相近，难以辨认。

“车能停到哪儿”同样困扰着游客。一些景区内，电瓶车只能在划定区域内行驶，但禁行范围游客可能并未知晓，有时几个园区



▲ 北京大兴一公园,各式电瓶车整齐停放。

间不能自由“串门”，骑到禁行区只能绕路，如果反应慢一点、不及时折返，电瓶车会自动断电。此外，还车点集中于大门处，数量少、位置隐蔽也饱受诟病，游客为了找还车点时常产生额外费用。

还有一种情况更易引发争议：因系统故障等非消费者原因致使车辆无法及时归还。

“有一次我们开着开着没电了，还车点就在眼前，怎么办？”刘先生回忆，“我和爱人果断下车，顶着太阳，推着就往还车点冲，生怕超时。”

“景区电瓶车的种种计费乱象，有时简单归为消费者自己没看清，这是不合理的。”宋洋洋说，对于未显著告知、实际收费与公示不一致，以及系统原因产生额外费用等状况，不能因有了“既然扫码了只能认”的心理，就认为收费规则当然有效。

电瓶车投诉该找谁？

一位在广西桂林某景区游玩的网友反映，就景区电瓶车租价过高曾咨询相关部门，市场监管局工作人员表示，若已明码标价，则不在其管辖范围。景区游览车定价归属发改委。发改委则称，只参与制定门票价格，电动车租赁是商家按市场行情自主定价。

由此，游客反映的电瓶车问题在不同部门间“踢皮球”。

宋洋洋表示，这背后反映出新业态发展速度快于传统监管边界调整。景区电瓶车横跨景区管理、交通服务、车辆租赁、平台经济和消费服务等多个领域，传统的“按行业划线”，容易出现职责交叉和监管空隙。

据了解，价格法确立的原则是，大多数商品和服务价格实行市场调节价，极少数商品和服务价格实行政府指导价或者政府定价。旅游法规定，利用公共资源建设的景区，其门票及景区内游览场所、交通工具等另行收费项目，实行政府定价或政府指导价，并严格控制价格上涨；利用公共资源建设的景区，不得通过增加另行收费项目等方式变相涨价。

业内人士指出，不能笼统地说景区电瓶车都是商家自主定价。判断其属于哪种价格

属性，不能只看运营商把它称为“电动车租赁”还是“共享电动车”，更应看它所处的景区性质及所提供服务的实际属性。

站在游客角度，一次游玩不应变成一场“监考知识考试”。

宋洋洋表示，公共治理不能把专业判断成本转嫁给消费者。游客只需知道自己在什么地方用了车、遇到了哪些问题即可。至于这是价格问题、合同问题，还是景区经营管理问题，应由政府部门进一步判定。

怎样设计更合理？

如今，许多景区已实现扫码租车、电子围栏、自动计费、线上还车。数字化让企业能精确计费，也理应让消费者精准付费。

宋洋洋建议探索更合理的计费机制。如缩短最小计费单位，超时计费更精准，设置费用封顶；车辆进入禁行区域、系统发生故障，或因非消费者原因无法还车时，应自动暂停或减免计费。

“选择运营商时，要把价格、服务质量、车辆完好率、投诉率、低价基础服务保障等纳入评价指标。”宋洋洋坦言，如果一个经营权项目给景区贡献了很高的租金和分成，却要靠游客承担异常高的终端价格来维持，这种商业模式值得重新评估。

对消费者而言，在扫码租车前，要留心几个关键问题：怎么算时间？停车是否继续计费？超时怎么计费？有无封顶？哪些区域不能骑？在哪儿还车？若遇到无法还车、系统持续计费等情况，及时截屏、录像并联系运营方。发生争议时，可通过12315、12345等渠道及向景区主管部门等反映。

宋洋洋建议推行“一口受理、内部流转、联合处置、统一反馈”机制。对于景区电瓶车等跨领域新业态，由属地政府推动文旅、发改委、市场监管及景区主管部门建立联合认定机制，先明确服务性质，再厘清谁定价、谁监管、谁负责投诉处理。

罗浩也提出，对公园、公共资源建设景区中的电瓶车、摆渡车、观光车等服务，要明确其属于政府指导价、政府定价还是市场调节价，及时向社会公开并接受各方监督。

“一二！一二！”“加油！加油！”前不久，济南市钢城区大汶河公园里，钢城区第二届“村拔”擂台赛冠军赛激战正酣，现场的热情达到沸点，台上选手的号子声交织着台下观众的呐喊声，激荡在大汶河畔。

8支进入决赛的队伍两两对阵，向着这场村级拔河比赛的冠军发起冲击。最终，陈家庄社区队与里辛村队闯入决赛。

裁判哨声一响，麻绳瞬间绷直，两支队伍攻防交替、来回拉扯。整齐划一的号子声中，绳索中间的红线来回移动，每一丝进退都牵动着全场观众的心。一番激烈角逐后，陈家庄社区队以2:0夺得冠军。

去年夏天，钢城区创新打造了覆盖辖区所有社区（村）的“村拔”系列赛事。今年是第二次举办“村拔”，历时74天，共吸引191支队伍、4000多名群众参赛，线下超30万人次到场观赛。“村拔”的参赛队员有农民、工人、个体户、返乡大学生，一条长绳把同一个村里不同身份的群众拧成并肩作战的集体。这不只是体力的较量，更是对团队协作、耐力与韧劲的极致考验。

里辛村队邀请专业拔河队队员李绪伟执教。队伍组建初期，队员发力方式参差不齐。李绪伟耐心教学，逐项示范拔河动作，细致拆解发力要领，硬是将一群零基础的村民培养成一支劲旅。

李绪伟说，队员们白天要干活，晚上还要训练，通过比赛极大提升了意志品质。这股精气神，正转化为乡村治理的合力。此前，里辛村村民参与集体事务的积极性不高。如今，村里修路、环境整治，队员带头冲锋，村民积极跟上。

乡土赛事既是体育比拼的擂台，也是涵养文明乡风、赋能基层治理的生动舞台。参赛队员有的是夫妻，有的是邻居，在并肩拼搏中增进理解、互谅互助，让家庭、邻里和睦成为乡村善治的微小单元。

“‘村拔’拔的是人心，聚的是乡情。”陈家庄社区党支部副书记王学华介绍，自从社区组建拔河队以来，大家朝夕训练、互帮互助，凝聚力和向心力都提升了很多。一场拔河比赛，让陈家庄社区居民的人心紧紧拧在了一起。

钢城区受访干部认为，“村拔”这项扎根于群众的赛事，将体育精神转化为基层治理的内生动力，让团结拼搏、实干奋进的新风尚浸润乡土大地。钢城区以拔河赛事为纽带，实现了聚民心、促治理、兴产业、润文明的多重效应。

南下冶村党支部书记、村委会主任闫声亮坦言，一场“村拔”比赛让村民消弭隔阂、干劲倍增。“村民的心齐了、劲足了，接下来我们将盘活村内存量资源，凝心聚力壮大乡村产业、改善民生福祉，让乡亲们日子越过越红火。”

（新华社济南电 记者陈国峰、张昕怡）

江苏无锡新吴区：

把民生事办到老百姓的心坎上

陈 燕 柴逸扉

中午11时，江苏省无锡市新吴区江溪街道春暖第二社区“邻里客堂间”，70多岁的陈阿婆和几位老邻居围坐一桌，面前是青菜百叶、肉末茄子和一份红烧鲫鱼。

“我和老伴年纪大了，出门买菜不方便，现在从家里出来走几步就能吃上热乎饭。”陈阿婆说。

这个600多平方米的社区食堂，自去年底开张后就成了周边居民的“公共客厅”。社区采用“社区供地、第三方运营”模式，将空置区域改造成全龄友好餐厅，群体面向老年人、残疾人、退伍军人及外卖骑手、快递小哥，并分别推出优惠价格。

全龄友好，在江溪街道越来越常见。今年初，

“栖溪里”友邻共享空间试运营。总面积1528平方米的综合体，围绕“食、助、育、养、创、乐、学”七大功能布局。空间内，全龄友好餐厅菜品整体售价低于市面三成，每周三为敬老日，每位老人掏8.8元，即可享用爱心套餐。与餐厅相连的，还有康养体验区、休闲咖啡厅、共享阅读区。

养老服务不只停留在“吃”上。今年上半年，银发生活体验馆——山月轮秋·银发商城在景渎社区试营业，里面汇集了500余款适老产品。作为康复辅具租赁定点单位，符合条件的老人到店即可享受租赁补贴。在“AI+全域康养产业融合发展试验区”，以照护楼为主阵地，向社区和居家延伸，形成了15分钟服务圈，AI康复机器人、智

能床垫监测系统、可穿戴设备等已投入试用。

服务触角还在持续延伸。据介绍，江溪街道便民服务中心完成扩建，服务窗口从28个增至43个，社保医保、市场准入等高频事项实现“一窗通办”，“溪小二”帮办代办为老年人全程引导；春阳第二社区盘活门岗闲置空间，打造暖“新”门岗，提供休憩、手机快充服务，并绘制骑手专属楼栋指引图；针对双职工家庭和新业态群体子女，卫星社区开设“爱心暑托班”，除课后辅导外，还开设安全教育、科学实验等课程。

从一餐热饭到一个智能床垫，从骑手驿站到便民大厅，只有紧盯群众需求，才能把事办到老百姓的心坎上。



近年来，贵州省黔东南苗族侗族自治州施秉县政协在群众家门口搭建“开展院坝协商·建设和美丽乡村”协商议事平台。

图为施秉县甘溪乡高碑村，县部分政协委员、村“两委”成员、村民代表围绕移风易俗、人居环境整治等议题开展院坝协商。

磨桂宾摄（人民视觉）