多地景区密集免票
“门票减法”能否换来“消费加法”

■中国城市报记者 张亚欣

多地景区密集推行的免票政策，在拉来成倍客流的同时，也直接切断了最基础的门票收入。

进入11月，全国百余城市中小学陆续迎来秋假，安徽黄山、浙江千岛湖、江西庐山等地顺势抛出免票或降价政策。黄山市15家4A级以上收费景区面向全国18周岁以下青少年免收首道门票，覆盖黄山风景区、西递、宏村等地，其中三处景区延至12月31日；千岛湖中心湖区、东南湖区大门票全免至2027年3月底，游船艇票打7折；庐山对多个省份18周岁及以下学子免核心景区大门票，每人还可带2名亲属半价同行。此外，山东沂山、四川毕棚沟等地陆续跟进，西藏第九轮“冬游西藏”也已开启了多个A级景区的免票。

去哪儿旅行数据显示，11月，31岁至50岁用户预订门票订单量同比增长107%。客流的大量涌入，让如何填补“门票归零”留下的财务缺口、把消费者留在住宿餐饮和体验环节，成为多地景区必须算好的一笔细账。

门票退场后的商业考验

据相关测算，每减免1元门票，平均能撬动6至7元的周边综合消费。中国旅游研究院院长戴斌多次谈到，国有重点旅游景区门票降价、免费开放是大趋势。门票免了，治安、保洁、解说这些公共服务的成本要有出处，出路就是把景区变成引流的入口，用餐饮、住宿等收入反哺。按照上述测算，免票换增量，账面上看似乎稳赚不赔。

盘古智库高级研究员余丰慧在接受中国城市报记者采访时分析称，景区免票背后有一笔严苛的财务账。“以门票收入占总收入五成的景区为例，免票后要让总营收不降，游客量至少要翻一倍，且每位游客的二次消费金额还得达到原门票价格的3到4倍。”面对如此高的门槛，他直言：“缺乏成熟商业配套的传统景区，几乎迈不过去。”

在余丰慧看来，账只在两类景区算得过来，一类是二次消费占比已经拉到六成以上的，比如河南万岁山，实景演出、NPC互动等成熟业态能把流量接住；另一类是山下配套齐全的，比如广东西樵山，游客省下的门票钱能就地变成住宿和餐饮消费。

今年“五一”假期，四川西岭雪山对后山滑雪场景区免票，叠加新场景与新内容。据景区公布的数据，二次消费收入同比增长30%，酒店预订率冲到90%。免票的真正含义随之清晰：门票退场成了一道引流的入口，收入的重心则转向了别的消费。

免票的转化上限取决于区位与客群

位于广东省佛山市南海区的西樵山，于2024年10月1日起免门票。据佛山市委宣传部发布的数据，2024年10月至2025年10月，景区年客流量达420万人次，同比增长127%。游客平均停留时间从此前的1.5天延长至2.8天，过夜率提升四成，餐饮、体验项目、文创产品的二次消费营收占比从35%抬升至68%。开在石燕岩采矿场遗迹里的“回响空间”咖啡馆，把原生态的岩洞变成了吧台，日均卖出1000到1500杯咖啡饮品；夜间光影项目“一梦星河·幻彩樵山”在2025年国庆假期仅一个夜游时段就接待了6万人次；面向青少年的考古体验课也一并推出。

“西樵山之所以接得住客流，关键在于周边两小时自驾圈内人口密集、消费能力强，居民平时就有周末和亲子出游的习惯，休闲、夜游、餐饮等消费有现成的投资回报空间。”南开大学旅游与服务学院副教授于海波在接受中国城市报记者采访时表示，淡季免票，反而把周边居民的重复到访率进一步撬动起来。她建议，传统景区免票后的第一步，不妨从节庆型演艺、亲子活动和市集做起，用小体量的体验项目去试探市场的反应。

今年4月，吉林长白山面向全球游客免北、西景区门票。据长白山管委会公布的数据，3月31日至4月30日景区接待游客7.12万人，同比增长54.78%，其中长三角、珠三角客源同比增幅最高达69.03%。但客流量的大幅增长，并未带来预期的营收增幅。景区这些年虽然主推“不止天池”转型，建成了云顶市集、恩都里休闲度假商旅社区等夜间场景，但山下体验业态仍在爬坡，山上观光与山下消费尚未形成有效衔接。

在于海波看来，长白山的客群呈典型的“相反走势”：观光客对价格敏感，免票对他们有吸引力；度假客更看重时间成本，对票价本就不敏感。对前者，免票能换来美誉度；对后者，门票让利几乎不起作用。她还谈到，边远型、气候所限的景区，并不具备仿效西樵山的条件。长白山不妨把功夫下在科普体验课上，用火山动力模拟、植被垂直带游戏等参与式产品，跟免票的美誉度形成合力，把游客的停留和消费一起延长。

免票潮带来运营大考检验持续变现能力

“免票吸引来的不少是价格敏感型游客，冲着‘零门槛’而来，消费意愿本就不高。”余丰慧提醒，更棘手的在于，免票一旦形成市场预期，票价再想恢复就难了，等于把未来几年的门票收入提前透支。

今年秋假，辽宁丹东凤凰山因免票叠加客流超预期，游客排队3小时才等到下山摆渡车。一旦客流超出服务承载力，前期积累的美誉度很容易遭到反噬。于海波给出的办法是，免票必须先预约、预判客流，与平台协同做周边“热力图”，对潜在高峰制定应急机制。她进一步称，服务质量和保障底线才是景区与目的地的“口碑地基”。

文化和旅游部统计公报显示，2025年末全国A级景区16994个。另据不完全统计，今年以来22个省份的100多家A级景区被摘牌。余丰慧认为，免票是一道分水岭，有能力做业态升级的景区，能把免票当作流量入口和转型契机；没有运营能力、靠门票续命的，免票就成了压垮它的最后一根稻草。“免票之前先补齐停车场、接驳车、餐饮、文创等基础品类，再和本地商户建立利益共享机制，用联营分成替代自营投入。若业态跟不上就免票，等于自断现金流后路。”余丰慧说。

南京师范大学文旅融合和智慧旅游研究院副院长葛军莲对江苏景区的调研显示，行业的分化已经成形，约两成景区搭起了科普、演艺、夜游、餐饮、文创等二次消费链条，有机会做到免门票不减收入；约八成市县中小景区二次消费薄弱，游客大多待上小半天就离开，免票更多是短期的“流量急救”。

受访专家认为，免去一张门票的真正价值，在于能否转化为游客更长的停留时间与更多的二次消费——用免费机制将客流引进门，再依靠停留期间的消费场景完成变现。经过这轮免票潮的检验，多地景区在商业转化能力上的差距或被加速拉大。

城讯

黑龙江冰雪旅游“百日行动”全面铺开亿元消费券加码揽客

本报讯（记者张亚欣）当前，黑龙江冬季冰雪旅游“百日行动”正在火热进行中。本次活动将持续至2027年2月28日，围绕“冰雪世界·燃情龙江”主题，全面升级产品与服务供给。

在核心产品端，哈尔滨冰雪大世界携手“迪士尼中国”打造《冰雪奇缘》主题片区，新增7条400米长冰滑梯；亚布力持续优化“三山联网、一卡畅滑”；中国雪乡将推出非遗高跷、大秧歌等民俗展演。为丰富消费业态，黑龙江以“冰超”“雪超”赛事为牵引，通过票根串联观赛、餐饮与住宿等体验，计划发放1亿元冰雪消费券，推出景区门票减免等惠民举措。

在基础保障上，全省依托哈伊高铁、哈大齐高铁推出“车票+门票”联动优惠，加密重点客源航班，并升级“一键玩龙江”小程序。服务方面，交通枢纽与核心景区设立暖心服务驿站，全面推行“五个一”服务；上线“Joy Longjiang”入境旅游平台，完善多语言标识与外币支付。此外，黑龙江深入开展“十大监管护游行动”，严打不合理低价游、价格欺诈等行为，保障冬季旅游市场规范有序。

江苏文旅市集“走”进中国传媒大学

日前，2026“水韵江苏·‘潮’有趣”北京文旅推介活动在中国传媒大学举行。江苏省13市文旅资源集体进京，将水韵江南的沉浸式体验与特色市集搬进高校校园。现场不仅设置了趣味互动游戏，还集中发布了“冬季江苏惠游”政策及23场演唱会等重磅推介内容，各地市同步开启的文旅与美食市集人气火爆。活动以更年轻化的表达精准触达高校客群，为“水韵江苏”品牌在青年群体中的传播与冬季文旅消费增添了鲜活内容。图为在徐州文旅展位前，工作人员推介带有“国潮汉风”元素的特色文创产品与红扇。

中国城市报记者 张亚欣摄

