



# 游客买了门票还要“被迫”买车票 部分景区摆渡车载客变宰客

来源：工人日报 2023-07-23 16:05

分享

## 阅读提示

与门票捆绑销售、起点和终点规划不合理、分段乘坐……近来，针对景区摆渡车的差评不断，引发关注。摆渡车为何载客变宰客？专业人士建议，景区摆渡车应该算大账，开发更多优质文旅产品，促进公共服务便利共享。

“买了门票，还被强制购买摆渡车票，明明摆渡车可以直达景点目的地，却被分成3段乘坐……”近日，一段吐槽国内某知名景区摆渡车设置不合理的视频，引发关注。

摆渡车是大多数景区的标配，在旅游分流、交通疏导等方面为游客提供便利。然而，记者采访发现，一些景区摆渡车问题重重、差评不断，背离了设计初衷。

## 有景区将门票与车票捆绑销售

6月，重庆市民蓝先生带家人在合川一景区游玩，自驾到游客中心购买门票后，被告知还需统一乘坐摆渡车，车票是每人单程10元。

## 专题



2023中国新媒体大会



世界看大运



高校毕业生就业



第十四届夏季达沃斯

## 最热新闻

我国首款使用柔性太阳翼的平板式通信卫星升空

游客买了门票还要“被迫”买车票 部分景区摆渡车载客变宰客

工作人员解释称，景区山路崎岖，私家车进入，容易造成拥堵。蓝先生遵守规定，购买了摆渡车票，但是当摆渡车抵达终点时，他发现，所经路段大多较为平坦，和工作人员提及的“崎岖山路”大相径庭。此外，摆渡车只是把游客送到景区大门口，里面的景点还是需要步行游览。

记者了解到，与蓝先生类似，一些游客也有过买了门票又“被迫”买摆渡车票的遭遇。

“不允许游客把车开进景区，却把停车场建在离景区入口很远的地方，线上购票就只有‘门票+小交通’联票一种选择。”有游客吐槽道，“游客中心跟景区大门相隔10公里以上，走过去就已经精疲力尽，还怎么玩？”

一位自驾到吉林某景区游玩的游客表示，抵达景区附近的停车场时，被告知需要返回30多公里的镇上买门票，再统一乘坐摆渡车参观。

中国旅游研究院专家库成员牟红表示，景区摆渡车为方便游客游览而设立，如果经营管理者为追求利益最大化，将其发展为一种盈利模式，即便有收益，也会因为景区口碑受影响而得不偿失。

**摆渡车停车点在商业街而非景区出入口**

除了“花式”诱导游客花钱乘车，有的景区摆渡车还有其他套路。北京的李女士告诉记者，近日，她在贵州安顺某景区旅游时发现，乘坐的摆渡车停车点不是在景区出入口，而是在商业街，下车后必须穿过商业街才能进入景区。“还没看到风景，反倒先让人购物”。

去年暑假期间，蓝先生带孩子在渝东南一个森林公园景区游玩时，同样也遭遇了摆渡车套路。“景区最出名的是一段登山梯，但是从景区大门到登山梯入口，有5公里的路程，购票时，工作人员提醒，最好选择摆渡车前往”。

考虑到孩子可能走不了这么远的路，蓝先生购买了往返20元的摆渡车票。但是进入景区后，他发现，5公里的路被划分为3段，设置了3个摆渡车始发点，每段都需要走几百米才能坐下一趟摆渡车，“几乎有三分之一的路段是靠步行，体验非常差”。

记者联系该景区得知，这段5公里的路有几处较长的陡坡，摆渡车的动力无法通过，需要游客步行。蓝先生却认为：“购买车票时，工作人员并未事先告知需要多次换乘，同时，平路靠车，陡路步行，摆渡车也失去了原本的价值。”

云南财经大学旅游文化产业研究院首席教授明庆忠认为，部分景区将大门、游客中心等外移，移至“山那边”“河那边”，把交通工具当作“摇钱树”，让游客不得不坐，这种引导不利于行业良性发展。

**景区应坚持“算大账，不算小账”**

西安通报“回流生”事件进展：警方抓获6人，刑拘5人

年中消费观察 | 资金活水 为扩大消费添动力

早稻收割抓紧开展 多项举措稳面积、促增产、提效率

载人登月稳步推进，火箭主发动机试车再成功

暑运期间预计运送旅客1044万人次 首都机场多措并举保障旅客顺畅出行

上半年最终消费支出对经济增长的贡献率达77.2%，明显高于去年

**精彩推荐**



经济胁迫

近年来，随着游客对旅游质量和体验感日益重视，摆渡车套路降低了游客的舒适感和满意度，无疑是堵了景区自身出路。

其实，早在2008年国家发改委等8部门联合发布的《关于整顿和规范游览参观点门票价格的通知》中，就明确提出游览参观点内缆车、观光车、游船等交通运输服务价格应单独标示、单独销售，不得与门票捆绑。

旅游法第四十三条也明确，利用公共资源建设的景区的门票以及景区内的游览场所、交通工具等另行收费项目，实行政府定价或者政府指导价，严格控制价格上涨。拟收费或者提高价格的，应当举行听证会，征求旅游者、经营者和有关方面的意见，论证其必要性、可行性。

明庆忠建议，景区推出摆渡车等产品时，应坚持“算大账，不算小账”，开发更多符合市场需求的优质文旅产品，促进公共服务便利共享。

也有业内专家指出，一方面，景区摆渡车行车路线设计应更加合理，满足大多数游客的需求；另一方面，景区向游客推荐摆渡车的方式应更加坦诚，不应单纯以利益为导向。

牟红认为，目前，大众旅游消费方式、消费观念都在发生变化，这也倒逼景区往高品质良性方向发展。“景区经营管理者应注重创新旅游业态，赢得游客青睐，让游客主动、自愿二次消费，而非被迫掏钱。只有如此，类似摆渡车的问题才会越来越少，景区也才能留住游客的心”。（记者 黄仕强）

【责任编辑：胡晓珊】



CHINADAILY.COM.CN

关于我们 | 联系我们

首页    时政    资讯    财经    生活    视频    专栏    双语    独家    招聘

地方频道：    北京    天津    河北    山西    辽宁    吉林    黑龙江    上海    江苏    浙江    福建    江西    山东    河南    湖北    湖南    广东    广西    海南    重庆    四川    云南    贵州    西藏    陕西    新疆    深圳

友情链接：    央广网    中国西藏网    中国新闻网    中国台湾网    中国经济网    中国青年网    光明网    国际在线    央视网    中国网    新华网    人民网



2014.4.29  
首都网络安全日

违法和不良信息举报    互联网新闻信息服务许可证10120170006    信息网络传播视听节目许可证0108263号

京公网安备11010502032503号    京网文[2011]0283-097号    京ICP备13028878号-6

中国日报网版权说明：凡注明来源为“中国日报网：XXX（署名）”，除与中国日报网签署内容授权协议的网站外，其他任何网站或单位未经允许禁止转载、使用，违者必究。如需使用，请与010-84883777联系；凡本网注明“来源：XXX（非中国日报网）”的作品，均转载自其它媒体，目的在于传播更多信息，其他媒体如需转载，请与稿件来源方联系，如产生任何问题与本网无关。

版权保护：本网登载的内容（包括文字、图片、多媒体资讯等）版权属中国日报网（中报国际文化传媒（北京）有限公司）独家所有使用。未经中国日报网事先协议授权，禁止转载使用。给中国日报网提意见：rx@chinadaily.com.cn