

南京玄武湖景区免费准人体制的效益分析

朱明远¹,张 岚²

(1. 南京广播电视大学工商管理系,江苏 南京 210002)
(2. 上海师范大学商学院,上海 200234)

[摘要] 公益性景区的扩大是实现旅游业加速发展的重要举措,2010 年,在国内部分景点调高门票价格的同时,南京市在“以人为本”的城市经营理念指导下,还湖还景于民,将玄武湖公园这一标志性景区实行免费开放.景区免费开放后,为游客、市民带来了福祉,也拉动了相关产业的发展,在经济效益、社会效益、环境效益等方面都实现了和谐发展.

[关键词] 玄武湖,免费准人体制,效益分析

[中图分类号] F590.8 [文献标志码] A [文章编号] 1001-4616(2013)01-0111-05

Benefit Analysis of the Scenic Free Access System of Nanjing Xuanwu Lake

Zhu Mingyuan¹, Zhang Lan²

(1. Department of Business Administration, Nanjing Radio and TV University, Nanjing 210002, China)
(2. School of Finance and Business, Shanghai Normal University, Shanghai 200234, China)

Abstract: The expansion of public welfare scenic spots is an important measure to accelerate the development of tourism industry. In 2010, the ticket prices of some domestic scenic spots were raised, while Xuanwu Lake, as an iconic scenic spot of Nanjing, opened to the public free of charge, which is guided by the city management idea of putting people first and giving the lake view back to the citizens. The free of the scenic spot brought welfare to the tourists and citizens, and boosted the development of related industries, which realize the harmonious development in the area of economy, society and environment.

Key words: Xuanwu Lake, free access system, benefit analysis

2010 年 10 月 1 日,南京著名的 4A 级景区玄武湖公园正式向海内外游客免费开放,这是南京市政府在酝酿多年的“还湖于民”政策之后实施的一项重大民生工程,受到广大游客和市民的热烈拥护,中央电视台 1+1 栏目组还对此做了深度报道.公益性景区的扩大是实现旅游业加速发展的重要举措,这一举措已对南京市旅游业的发展产生了积极的影响.

1 玄武湖景区门票收入概况

玄武湖位于南京市东北城墙外,是南京市标志性景点,1909 年辟为公园,现为国家 4A 级景区.玄武湖占地面积 437 hm²,水面约 368 hm²,湖岸呈菱形.湖内有 5 个岛——环洲、梁洲、翠洲、菱洲、樱洲,把湖面分成四大片,各岛之间有桥或堤相通,便于游览.没有免费之前,玄武湖淡季门票价格 20 元、节假日 30 元,年门票收入约 1 600 万元左右(见表 1).

表 1 南京市玄武湖景区近年价格变化表
Table 1 Nanjing Xuanwu Lake scenic area's price change in recent years

						元/人
						RMB/person
年份	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年
价格	10	20	30	30	免费	免费

收稿日期:2012-04-26.
基金项目:区域经济协调统计研究(2009LY041).
通讯联系人:朱明远,硕士,讲师,研究方向:旅游管理. E-mail:mingyuanzhu@sina.com

2010 年 9 月 29 日,南京市政府组织召开新闻发布会,公布自 10 月 1 日起,玄武湖景区免费开放.一年多过去了,这一举措已对南京市旅游业的发展带来了积极的影响.

2 玄武景区免费准人体制的效益分析

旅游产业链杠杆效应显著,对相关行业带动性较强^[1]. 玄武湖景区免费开放后,在经济效益、社会效益、环境效益等方面都实现了和谐发展^[2].

2.1 可观的经济效益

南京市旅游局统计数据显示,玄武湖景区免费开放后虽然减少了门票收入,但带来了旅游单位综合效益的提升.

2.1.1 景区接待量上升,营业收入大幅增加

2010 年国庆黄金周,玄武湖景区开放后的第 1 个长假,7 d 共接待游客 68.5 万人次,平均每天接待 9.6 万人,是以往同期的 4~6 倍. 1 h 经济圈内的游客数量较 2009 年同期陡增了 2~3 成. 公园的商业销售、游船、商品销售收入均较往年有了大幅增长,景区的综合收入达 182 万元(见表 2). 2011 年上半年,玄武湖接待游客 384.3 万人次,是 2010 年同期的 4.5 倍,仅游船 1 项就收入 487 万元,是 2010 年同期的 4.7 倍. 景区其他各项营业收入同比增长 97%.

2.1.2 来宁旅游总人数上升,平均逗留天数增加

玄武湖景区免费开放后,南京市其他景区人数与往年相比也有明显增长. 2010 年国庆首日,玄武湖景区接待游客 12 万人次,中山陵景区接待 2.25 万人次,雨花台、夫子庙景区分别接待游客 3.34 万人次、16 万人次,另外,10 个市属公园共接待了游客 20 多万人次. 黄金周 7 d 南京市共接待国内旅游者 416 万人次,较 2009 年同期增长 18.27%,实现假日旅游收入 33.96 亿元,较 2009 年同期增长 20%(见表 3). 同时,来宁游客的平均逗留时间由以往的 2.2 d 增长为 2.4 d,人均花费也“水涨船高”.

2.1.3 相关行业迅速协调发展,旅游产业结构优化

景区的免费开放使得大量游客涌进南京,带动了食、住、行、购、娱等相关产业.

旅行社接待人次上升,收入增幅明显. 免费景点多了,旅游产品成本下降,报价也更具吸引力. 目前,很多网站上团购的“南京一日游”产品,报价在 90~180 元之间,包含中山陵、玄武湖、莫愁湖、夫子庙等景点. 免费开放以来,全市旅行社收入增幅明显,接待人次也大幅上升(见表 4).

表 4 2010 年~2011 年全市旅行社收入及接待情况

Table 4 Travel agencies revenue and reception in Nanjing during 2010–2011 year

年份	营业收入/ 亿元	同比 增长	组团国内人数/ 万人次	接团国内人数/ 万人次	外联入境人数/ 万人次	接待入境人数/ 万人次
2010 年	54.55	53.32%	335.4	177.4	9.9	28.3
2011 年	69.64	26.92%	294.1	215	13.78	27.76

交通客流增加,客运收入上升. 交通客流主要由休闲购物游、旅游观光和探亲访友客流组成,其中旅游观光客流对客运收入的影响特别明显^[3]. 例如玄武湖一天 15 万人次的游客量,大多数游客都会坐公交车或者地铁来,至少产生了几十万元的市内交通费. 2010 国庆黄金周 7 d 南京市公铁航共发送游客 188.64 万人次,同比增长 9.89%.

表 2 2010 年国庆以来各黄金周市场玄武湖景区接待基本情况

Table 2 Xuanwu Lake scenic's basic situation of
Golden Week reception since 2010 year

黄金周 时间	人次/ 万	同比 增长	营业收入/ 万元	同比 增长
2010 年国庆	68.5	243%	182	40%
2011 年春节	45	200%	95	32%
2011 年五一	27.5	85%	100	150%
2011 年国庆	73	6.56%	203	12%

表 3 2010 年以来各黄金周南京市接待国内旅游者人次
及旅游总收入情况

Table 3 Nanjing reception domestic tourists trips and total
tourism revenue in Golden Week since 2010 year

黄金周时间	接待国内旅游 者人次/万	同比	旅游总收入/ 亿元	同比
2010 年春节	239	17.73%	20.74	18.65%
2011 年春节	288	20.5%	25.2	21.6%
2012 年春节	316	9.7%	28.71	13.9%
2010 年五一	248	18.1%	17.94	20.4%
2011 年五一	300	20%	21.89	22%
2010 年国庆	416	18.27%	33.96	20%
2011 年国庆	489	17.5%	40.86	20.3%

旅游饭店客房出租率上升,收入增加.2010 年国庆 7 d,南京市旅游宾馆的平均客房出租率达到 81%,部分城市中心商业区或景区周边的宾馆达到 90% 以上,2010 年全年的平均客房出租率也远远超过了 2009 年的 61.52%.2011 年全市旅游饭店实现营业收入 49.45 亿元,同比增长 17.96% (见表 5).

表 5 2010 年~2011 年全市旅游星级饭店收入及客房出租情况

Table 5 Nanjing tourism-star hotel revenue and room occupancy in Nanjing during 2010-2011 year

年份	营业收入/ 亿元	同比增长/%	客房收入/ 亿元	餐饮收入/ 亿元	其他收入/ 亿元	利润总额/ 亿元	平均客房 出租率/%	平均房价/ (元/间天)
2010 年	41.92	5.73	16.16	19.35	6.41	1.54	66.82	333
2011 年	49.45	18.16	19.24	23.38	5.33	2.38	67.95	378

商业街区人流量增加,各大商场销售增幅明显.大量外地游客的涌入,使得南京市主要商业街区人流量剧增.自 2009 年以来,来宁游客的人均花费中,购物花费逐年上升(见表 6).2010 年国庆黄金周 7 d,全市重点商贸企业实现销售 27 亿元,同比增长 12%.旅游者花费构成中,门票收入所占比重由 2009 年同期的 15.9% 下降至 12.56%,而购物所占比重较 2009 年同期有明显升高.

表 6 2009 年~2010 年来宁游客人均花费构成

Table 6 Domestic and international tourists per capita spending constitutes in Nanjing during 2009-2010 year %

年份	长途交通	住宿	餐饮	景区游览	娱乐	购物	市内交通	邮电通信	其他杂费
2009 年	14.71	19.89	17.19	14.26	6.08	20.19	4.57	0.67	2.4
2010 年	13.59	16.75	15.91	12.08	5.48	30.86	2.83	0.61	1.89
2011 年	12.11	16.62	16.89	9.69	6.39	26.98	4.64	0.67	6.01

2.2 良好的社会效益

2.2.1 提高城市美誉度,增强竞争力

上海世博会的集聚效应带动了南京的近程与远程客源市场,沪宁高铁的开通及调整运营方案极大地方便了长三角地区的游客出行,玄武湖景区免费开放更加展示了南京大气、宽容、博爱、厚道的“城市胸襟”,使得南京作为长三角旅游城市的吸引力大大增强,对城市形象营造和宜居环境建设产生了积极的作用,“博爱之都”这一旅游形象已经树立起来.同时也为南京两大核心景区的资源整合,打造极具品牌优势和震撼力的城市中央公园奠定了良好的社会舆论基础.

2.2.2 提高游客的满意度,扩大旅游支出

在南京,公益性景区如今扩大到 60 多个,2010 年国庆期间,各类免费开放的公益性景区接待量达到 260 万人次,占南京市主要景区(点)国庆接待总量 50% 左右.玄武湖景区的免费开放使来宁旅游者购物、娱乐等支出上升.由于购物、娱乐等项目属于旅游花费中弹性较大的主动性和享受性支出,其比重的扩大必然相应提高来宁旅游者舒适度和满意度^[4].同时,景区免费开放拉近了游客与旅游市场之间的距离,让更多的市民及游客感受到景区资源整合和城市建设的崭新成果,实现了经济效益和社会效益的双赢.

2.2.3 增加旅游业就业机会,带动中小餐饮企业发展

节日期间,玄武湖景区周边酒店餐饮、住宿爆满,地铁玄武门站单日客流从 1 万激增 5 万,同时,景区附近的停车场、社会餐饮收入都有较大幅度的上升.各类经营摊贩明显增多,其中大多数摊点同期的销售量比以往增加了 30% 以上,从业人员平均新增 2~3 人.走访玄武湖景区周边多家店铺发现,1/3 以上的店铺认为景区免费开放以后效益增长明显.

2.3 和谐的环境效益

玄武湖景区分布着各具特色的五块绿洲,五洲之间桥堤相通,山水城林相融之美彰显.在南京市内,这种“水、陆、岛”于一体的城市内湖公园仅玄武湖一个,因此在区域旅游业中具有良好的前景和绝对的竞争力.同时,玄武湖内历史古迹众多,且 600 年高龄的明城墙等都是国家重点文物保护单位,这些都是不可再生资源.为保证玄武湖免费开放的质量,在玄武湖免费开放前,南京市园林局就制定了《南京市玄武湖景区保护条例》和《南京市玄武湖景区保护条例行政处罚自由裁量规则(试行)》.景区也从保护景区生态环境出发,把经营和游客需求结合起来,实施可持续发展策略,推进公园景区综合环境整治.

2.3.1 推进绿化工作

以全面消除公园景区黄土裸露为目标,增植、改造不同类型的地被植物、草坪和各类铺装;以维护景区

环境秩序为目的,增加保洁人员,组成环境督查组;以改善水质为目的,组织“捞草队”,清理水面上过多的水草和垃圾.

2.3.2 对园林建筑进行整治出新

合理调整园林景观,进一步挖掘玄武湖“皇家园林”底蕴,推出黄册库、湖神庙等一批“园中园”.提高景观的艺术性和观赏性,提升景区的社会影响力.

2.3.3 加快人性化游览服务设施建设

完善标识、休息座椅、垃圾箱、公厕、停车场等游览设施,提供多项免费人性化服务.例如强化旅游接待中心的服务接待功能,提供 24 h 服务,免费供应饮用水等.

2.3.4 启动客流视频智能统计系统

景区分别在玄武门、解放门、翠洲门、太平门、和平门 5 个出入口,安装了 9 个摄像头.通过检测和分析采集游客头顶和肩膀的运动方向,从而对不同方向的游客数量进行精确统计.滚动播放客流信息,帮助游客们了解当时的景区总入园量、总出园量和景区内停留的客流量,合理安排游玩计划.

通过这些举措,景区培育了优质的文化氛围和良性互动的旅游环境,形成各方参与共同保护景区环境、传扬本土文化的机制,促进了景区的绿色发展和低碳运营.

3 玄武湖景区免费开放后存在的不足及对策

3.1 存在的不足

免费开放后,大量人群的集中涌入,对玄武湖景区是一个严峻的考验.虽然景区管理机关在人力组织和措施准备上精心筹划,但仍存在诸多不足之处.

一是旅游设施不配套.玄武湖免费开放前的整合整治,只是完成了景观改造、部分基础设施的建设、文化内涵的挖掘,还有一批经营性的设施还没有配套完成.各个游客服务区人满为患,无法满足游人放松休闲需要.虽然开放了 6 处游船码头,新增了 20 条游船、1 条大船,但全部是满负荷运转,游人坐船游览不得不排队.

二是无停车场,不方便停车等.免费开放使游人大量涌入景区,周边停车位全面吃紧,地铁玄武门站较平常多出站 3~4 万人次.黄金周期间,市交管部门在景区主入口道路——玄武门路、洞庭路、鸡鸣寺路实行了交通管制,所有车辆在 8:00~17:30 禁止驶入.

三是游玩项目不够丰富,游客不尽兴.例如陆上儿童乐园与梁洲游乐场的拆除、鸟园的关闭,都使亲子家庭出游的客人深感游玩不尽兴.

四是游人滞留时间过短.根据主要出入口分时段入园出园人流量的统计显示,黄金周期间,在上午 9 点左右入园人数开始走向高峰,基本是进 4 出 1,在 12 点左右进出人员开始趋于平衡,下午基本是出多进少了.游人在景区滞留时间偏短,与目前服务功能不够完善,游玩项目不够丰富有密切关系.

3.2 对策

针对以上不足,景区要打破原有的门票经济意识,围绕免费开放,转变思想观念,树立全新的服务经营理念^[5],深入挖掘经营潜力,尤其是水上游览的经营潜力.

3.2.1 加快旅游设施提档升级,提高景区的经营能力

更新、更换一批游览船只,提升水上运营能力;加速五洲经营配套设施的建设,满足游人需要,延长游客在景区的逗留时间,从而增加景区在购物、娱乐、休闲、餐饮等多方面的收益.例如可在东北湖岸建设休闲商品街、在菱洲建设大型游艺项目、在翠洲建设高级休闲会所,同时会结合民众的需求,引进高级餐馆与大众化快餐.

3.2.2 对景区进行科学的功能分区,合理规划停车场地和车位

随着散客市场的发展,自助游、自驾游的比例不断上升.停车难限制了很大比例的自驾游客人,所以必须科学设计规划停车场地,让游客进得来,散得开,出得去.

3.2.3 挖掘景区潜力,不断开发景区产品

除了已有的“夜游玄武湖”项目外,还要考虑增加一些水上项目,例如激流勇进、水上飞机、帆船等,将来还可以开发水上婚礼、水上会议接待、商务活动等.

3.2.4 强化旅游接待中心的服务接待功能,细化其服务内容

中心提供 24 h 贴心服务,做到与环湖路全天候开放相配套,与五洲闭园后的经营相衔接,从而实现在景区“有困难找中心”。

3.2.5 加大旅游团队营销

重新调整和设计团队旅游线路,推进日游、夜游玄武湖的旅游组织,开辟山水城林赏析游、十里长堤环湖游、历史人文典故游、情侣文化深度游等项目。

[参考文献]

[1] 覃文乐. 深化景区门票价格改革,推动旅游产业转型升级[J]. 价格理论与实践,2010,30(7):17-19.
[2] 滕玮峰. 对景区价格体制创新的探索与思考——杭州西湖景区免费准入体制的效益分析及启示[J]. 价格理论与实践,2008,28(3):23-24.
[3] 杨卫东. 浅论商业性旅游景区门票价格与客流的关系[J]. 价格理论与实践,2007,27(7):26-27.
[4] 《桂林旅游景点价格的调研与思考》课题组. 桂林旅游景点价格的调研与思考[J]. 社会科学家,2005,20(3):199-205.
[5] 郭燕,陈国华,黄大志. 连云港旅游景区管理存在的问题及对策研究[J]. 江苏商论,2010,29(3):65-66.

[责任编辑:丁 蓉]