

共青团上海财经大学委员会简报

——2013 年暑期社会实践简报专刊第三十九期

[编者按] 上海自古繁华，市列珠玑，户盈罗绮。而近几十年经济的腾飞，更使它热闹非凡。在这样一个魔幻炫丽的城市周围，却安睡着千年的古镇，为都市一族提供休闲放松之地。目前，江南的旅游业正日以快速的发展着，经济模式渗入到古镇的发展之中，门票价格成为影响游人参观游玩的又一重要因素。面对这一现实影响，经济学院的实践小队给我们带来了全新的课题研究。

[浮光掠影]

门票暗战——当旅行遭遇涨价

2013 年 4 月 1 日起，经济学院的暑期社会实践团队在上海及其周边的各个地区开展了他们独具特色的实证研究活动。本次研究活动着眼于挖掘并量化上海周边古镇景区门票价格变化带来的影响。小组的研究灵感来自于 2013 年 4 月开始的国内旅游景点门票涨价潮，例如凤凰将古城景区和南华山神凤文化景区合并之后，票价飙升至 148 元。虽然当地县委、县政府表示新政策实施后“游客来凤凰旅游花相同或更少的钱，将得到更多和更优的旅游体验”。然而在此之后的当地旅游业显著衰退，引发了社会的普遍质疑。

在掌握了一定的经济学知识和相关的研究方法，并具备一定的数理统计能力的基础上，研究小组决定以“票价”与“游客”为主体开展调研。在 2013 年 4 月 1 日—2013 年 5 月的项目申请期间，小组成员阅读了大量的旅游经济相关论文，查阅有关定价机制方面的文书和法律条款，深入了解古镇旅游业的现状和古镇景区定价机制的组成，并且亲临古镇进行游览，对古镇的游览质量有了直观的体验。通过内部讨论，问询有经验的指导老师和学长，确定了调研主题与方向，定下以问卷为载体的调查框架流程。出于对提高门票是否会保证景区资源和设施维护的质疑，小组在问卷中着重调查游客对这个问题的看法。

在问卷以及答谢礼品准备完毕之后，研究小组于 2013 年 8 月 24 日周末人流众多之际，前往徐家汇发放问卷，开始正式调研。问卷由两部分组成。问卷第一部分主要涉及受访者的年龄区间、性别和婚姻状况以及他们在古镇景区的消费倾向消费习惯和对于门票的选择情况。问卷第二部分着重于考量被访者对古镇旅游和古镇门票对其旅游业影响的主观感受和预期。选取效率最高的午间用餐时段——

此时港汇广场排队等位的人非常多，也愿意抽出时间填写问卷，很好地保证了问卷的质量。因此后期数据处理、论文撰写、答辩准备也得以在八月迅速开展。

被调查的92人中有79人在“自助游”和“跟团”中选择“自助游”这一旅游形式。可见选择古镇作为旅游目的地的游客多偏爱自助游这一有更多机动性，更少强制性的旅游模式。在调查所涉及的相关古镇的门票购买方面，58%的被调查者都表示门票价格高于自己可承受的100元以下的心理价位，这一结果与59%的被访者选择购买门票而不是景区联票不谋而合。

根据从问卷得到的结论和组员们之前参考的相关文献，景区门票价格与景区级别、产品类型、景区面积相关度较高。景区内部自身因素相对外部环境因素与门票价格的相关程度更高，而外部环境因素主要通过影响内部自身因素对门票价格水平发生影响作用；景区内部自身因素中，景区级别和管理体制与门票价格水平的相关程度较高，产品类型和景区门票价格的关系则是适当浮动。在此基础上，成员们首先大胆猜测：是景区的基础设施直接和间接地影响景区的门票价格。景区的基础设施质量应当是与门票价格有正相关的关系，同时也直接影响游客的游览体验，从而影响景区的门票价格。从调查中可以发现，只有38%的被访者对所列出的景区的基础设施感到认可，余下46%的游客都认为一般，另有16%的被采访者表示基础设施有待提高。

基于凤凰古城门票涨价导致散客骤降的事实，队员们又猜测景区门票价格上升会对游客的数量有一定的影响。问卷的结果显示，40.66%的被访者表示景区门票价格会对他们选择旅游目的地有所影响。可见，景区门票价格是决定游客旅游目的地的一个不可忽略的因素。然而在进一步探究中发现，有高达70%的被采访者认为门票价格对个人选择的影响较小。门票价格对游客旅游目的地的选择影响程度并不大。

队员们通过多方面的研究证明：游客对景区门票价格提高并不敏感，不会由于景区价格的小幅度提高而不去或少去该景区参观。决定游客的游览意愿以主观因素为主，辅助因素有景区的卫生情况，基础设施建设，景区内商家的质量和种类以及交通便利程度。而游客反对门票价

[心海拾贝]

事实上，在实践过程中，我们发现获得数据非常困难。即使是某个景区譬如周庄的10年的门票价格也很难得到。其他的景区如西塘，同里，甬直的数据则更加难以取得。旅游局的网站不曾把这些数据披露出来，电话联系相关人员也屡次失败。但是在我们小组成员的同心协力，坚持不懈之下，我们成功地完成了数据的收集工作。我为在这样一个小组中工作而感到幸运且自豪。

——祝晨宁

由于7月份小组成员课程和考试安排的原因，我们小组实地调研的时间比预计活动时间晚，导致在实际调研的过程中发现准备工作依然是有待完善。但前期准备的不完美，更磨练了我们的处事能力，提醒了我们做事的态度，鞭策着我们更加充分并且出色地完成工作。

——任童童

格上涨则主要针对门票价格的上涨幅度。事实证明，在确保基础设施完备的情况下，小幅度“悄然”涨价是能够被接受的。

由此，研究小组得出结论：在如今的市场经济环境下，门票价格变动是正常的、绝对的，门票价格稳定才是相对的。所以游客应适应门票价格变化的客观规律，理性地看待门票价格的变动。而景区管理部门也应该注重从自身不足做起，以基础设施服务的升级体现新票价的价值，不负消费者的期望。

[队员日志]

古镇情韵，一脉相承

——阎婧予

这个暑假，我们小组进行了对于上海周边古镇门票定价的调查，以了解其对游客消费心理的影响，从而为景区的发展提供一定的参考。我相信，我们这项实地调研活动，在理论与实际的双重标准下对于门票价格的制定都有一定的意义。

发放调查问卷是调研活动必不可少的内容。我们在8月24日前往徐家汇人流集中处发放问卷。当天共准备100份问卷，发出92份，拒访率比较低，在发放问卷过程中被阻拦或赶出的情况也比较少，我想这也得益于我们小组沟通能力的提高。

在这次问卷调查中，受访者大多是年轻人，与古镇的消费人群基本相符。从对这些受访者的调查中，我们得出了一些结论，也发现了一些问题。

首先是旅游方式的选择。我们发现大多数人偏爱自助游，因为自助游能更轻松自主地安排时间，而且不受旅行团队游玩的各种限制，这也与当下社会自助游风尚相符合。在调查当中，去过上海周边古镇的人并不多。但在去过的人当中，选择自驾游的占相当一部分。

再者是游客在旅游过程中的花费问题。在交通方面，由于各自的选择不同，游客对于交通的花费也不尽相同。在古镇景区游玩时，大多数人的花费主要用于饮食，住宿，与景区门票上。大部分人认为占花费相当一部分的门票价钱偏高，合理价位应在100元以内。

而在景区的发展与景区管理这方面，大家也发表了自己的看法。对于景区的基础设施，大部分人表示满意，但是约半数的人认为景区的发展不是很成熟，容易导致不愉快事情的发生。通过这些评价

我们可以看出，虽然古镇景区已经取得很大发展，但是还有一些问题亟待解决。此外，有些景区急于牟利，制定高价门票，而景区内一些管理又没有及时跟上，引起了一些游客的不满。

同时，对于没有去过古镇的受访者，他们当中较大一部分认为门票价格会对他们的选择产生影响，当然也会对游客数量产生一定的影响。受访者当中大部分人对古镇的旅游模式感兴趣，说明古镇的旅游发展还是具有相当潜力的。相信通过对门票价格进行的适当的调整，对景区内服务进一步的管理规范，和对古镇形象进行的有效的宣传，古镇可以提高其知名度，影响力，和旅客数，使其自身所携带的文化底蕴与人文情怀能继续传递下去，传递给更多的人。

成长源于实践

——任童童

在这次暑期实习期间，我们小组就古镇门票的定价问题，考察了上海周边的若干古镇，研究了游客对于古镇历史价值的感受及其门票定价的偏好，并由点及面地考察了古镇经济模式下的门票定价模型。通过整个暑期实践，我们走出了象牙塔，得以在生活中学习，在现实中观察。这次实践对于我们自身的成长，起到了不可磨灭的作用。

首先来谈谈我们调查研究的整个过程。

为了使调查结果更贴近实际，更为准确地了解游客们对于古镇门票定价的偏好以及承受能力，我们小组准备了上百份的问卷，前往了不同古镇，进行问卷的发放和收集过程。原本我们组员都以为这只是一个非常容易的过程，但只有真正尝试了之后，才发现这看似简单的事情，其实并不像我们想的那般容易。在游客密集的古镇区域，选择合适的受访者地点、访问时机非常重要；怎么样取得受访者的信任，从而让他们愿

[心海拾贝]

我们欣喜地发现，问卷发放情况很好。

2013年8月24日（周六）我们前往徐家汇人流集中处发放问卷，时间从早上9点至下午6点，当天共准备100份问卷，发出92份，拒访率7%，效率最高峰是在中午用餐时段。此时港汇广场排队等位的人非常多，也愿意抽出时间帮我们填写问卷，敷衍了事的可能性较小，很好地保证了问卷的质量。

——阎婧予

出乎我们的意料，古镇门票价格实际变化都不大，不会像之前倍受关注的凤凰古城那么夸张。因为受到许多政策性因素的影响，此次实证比较难证明我们的观点。不过，我还是十分感激这次实践活动，有许多事情，没有亲身经历过，没有实地调研过，是永远不会浮现出它真正的面貌的。实践出真知！

——祝晨宁

意花费时间参与到我们的活动中来也是需要技巧的。在这个过程中，我们很好地锻炼了与人沟通的能力。

在整个暑期实践的过程中，另外值得一提的是我们组员之间的通力合作和互帮互助。如果要用两个词来评价我们这次暑期实践的团队工作，我们会用合作和高效来形容。平时我们在学校里学习知识，更多锻炼的是我们独自吸收信息、消化知识的能力，但是在校外这个更为广阔的天地里，仅仅靠单打独斗就想取得很好的结果显然是不现实的。更多的，我们需要学会怎么去合作，怎么支持自己的伙伴，以及怎么沟通。而我们这一次无疑采用了合适的合作方式，取得了很不错的合作效果。

最后，我们还非常想感谢一下在整个过程中给予我们支持和指导的老师，协助我们完成考察的同学，以及在活动中给予我们帮助的好心人。真是因为有了大家的帮助，我们的调研活动才会进行得这么顺利，从而得出一个让团队满意的结果。我们从你们的善的给予当中也学会了如何付出，懂得了“送人玫瑰，手有余香”。

