

又到十一黄金周 景区门票再涨价

国内5A级景区门票均价过百元



十一黄金周来临前一个月,国内多家知名景区宣布上调门票价格。其中,丽江玉龙雪山门票由105元涨到130元,广东丹霞山门票由160元涨到200元。统计显示,国内5A级景区平均票价已迈入“百元时代”。

多家景区上调门票

进入9月以来,国内多家景区纷纷上调门票价格。9月1日起,广东丹霞山景区门票价格由原来平日160元、节假日180元统一调整为200元;9月3日,保定涞源十瀑峡景区调价方案获得通过,门票从35元上调至50元。

此后9月16日,国家5A级景区之一的丽江玉龙雪山景区发布调价公告,宣布门票价格将从105元/人次调整为130元/人次,执行时间为2015年5月10日起。

这只是今年以来新一轮景区门票涨价的缩影。6月10日起,“中国最年轻火山岛”北海涠洲岛火山国家地质公园门票价格由90元调整为115元;7月1日起,云南大理苍山景区票价由30元涨

到40元,同日,苏州园林主要景点门票价格也进行调整,其中,拙政园旺季票价由70元调整至90元,虎丘从60元调整至80元。

此外,宜昌三峡大瀑布景区8月份举行门票价格调整听证会,提出目前门票价格偏低,拟将门票价格由98元/人次调整为128元/人次或130元/人次。

值得注意的是,随着各地景区门票价格的频频上涨,国内5A级景区平均票价已超过百元。中国社会科学院旅游研究中心去年发布的《2013年我国4A、5A级旅游景区门票价格分析报告》指出,中国所有5A级景区平均票价为109元,52.94%的景区门票价格在100元-200元之间,7.19%的景区门票价格在200元以上。

门票上涨“两头叫苦”

2007年,国家发改委曾下发通知规定“旅游景区门票价格调整频次不低于3年”,但景区门票似乎落入了“3年必涨”的怪圈,往往3年时间一到,景区调价的消息就不绝于耳。

面对不断上涨的景区门票价格,一方面,民众叫苦不迭,发出“玩不起”的感叹;另一方面,景区面对民众对高票价的不满,也以自身运营压力大为由而大倒苦水。

西湖经验可以借鉴

杭州市采取的西湖免费举措经验就可以借鉴。西湖自2003年开始实行免费,数据显示,景区每年因此直接减少门票收入2530万元,但公园免费带动了景区商业网点经营价值的提升。通过拍卖、出租或承包景区商业网点经营权等市场化手段,不仅抵补了损失的门票收入,而且使景区管理部门增收逾亿元,带动了杭州旅游产业新

如此番涨价的玉龙雪山景区就在听证会上指出,玉龙雪山景区目前经营状况不佳,过去的3年门票收入减去支出是负数,25元的涨价幅度是合理的;丹霞山旅游投资经营有限公司副总经理张文彬也向媒体诉苦说,员工的工资要涨、景区的设施要完善,仅用于申遗和创建5A就投入了1.5亿元,虽然政府支持,但资金缺口仍非常大,现在每年需要向银行偿还千万元以上的贷款本息。

增经济效益上百亿元。

旅游专家表示,国内旅游业虽然一直在提倡摆脱“门票经济”,打造旅游产业链,但是旅游直接的经济收入还是被看得太重。景区应大力谋求转型升级,把吃、住、行、娱乐、购物和交通6个要素充分利用起来,将“门票经济”转变成产业经济。

据《北京晚报》

中国首例冷冻胚胎继承权案终审 4名失独老人共同处置冷冻胚胎

据《法制日报》江苏宜兴一对双独年轻夫妻不幸车祸身亡,小两口生前在南京鼓楼医院留下冷冻胚胎。为争夺胚胎保留香火,男方、女方父母对簿公堂。一审驳回后,这起中国首例冷冻胚胎继承权纠纷案前天在无锡中院二审落槌,法院最终支持双方老人共同处置4枚冷冻胚胎。

沈某和妻子刘某2010年结婚,一直未有生育。2012年8月,他们前往南京鼓楼医院,准备做体外受精——胚胎移植助孕手术。医院原定于2013年3月25日为他们进行胚胎移植手术,岂料3月20日,两人不幸遭遇车祸。

据了解,夫妻二人都是独生子女,4位孤独的老人悲痛之余,想起了在鼓楼医院冷冻的4枚受精胚胎。双方老人和鼓楼医院交涉,希望获得胚

胎的处置权。

鼓楼医院感到十分棘手,在同情之余最后还是拒绝了他们的要求。医院认为,冷冻胚胎取出来后,只能用来代孕,而这是国家明令禁止的,医院给了胚胎,就等于某种程度上,去帮助这家人实现代孕,这对医院来说,是突破底线的。

男方父母无奈将女方父母刘某夫妇连同鼓楼医院作为第三人,一起告上法庭,要求判令受精胚胎归他们监管处置。但宜兴法院驳回了诉讼请求。双方父母提出上诉。

17日终审判决的大逆转让不少人感到意外,也引起法律界人士热议。江苏省人大法制委员会副主任委员刘克希评价,这一判决是近10年来值得一提的好判决,既合法,又合情、合理,符合伦理道德。

上市公司巨额公关费 股民买单 成为不能说的贪腐渠道

借“公关”之名敛财数十亿元,涉及上市企业数百家……近日,被查的21世纪网及上海润言等“黑公关”窝案,揭开了A股上市公关费的冰山一角。

A股有2500余家上市公司,每年想上市的企业数百家。“新华视点”记者调查发现,10年来,上市公关费快速上涨,但却是一笔不小的“糊涂账”。原本用于广告、宣传的正常公关开支,有不少成了滋生利益输送、权钱交易的温床。

上市公关费10年间涨了10多倍

在A股上市,公关费本是一项正常支出。按照《上市公司执行企业会计准则监管问题解答》等文件,上市企业通常会付出广告宣传、刊登公告及路演酒会等一系列公关支出,用于吸引投资者认购。不过在实际操作中,这一原本正常的费用支出,却逐渐陷入“灰色交易地带”。

仅2006年至今,有1227家企业通过A股上市,还有数百家企业在“排队”。从个别企业的披露看,公关费行情10年间涨了10多倍。

比较几年前几家募资规模相当的企业在上市时发生的变化,就可以发现这一点:1997年,南风化工在上市时只花了60万元公关费,仅占发行费用的0.53%,几乎可以忽略;而募资规模几乎相同的公司在2000年后,披露的路演公关费动辄四五百万元;到了2010年,有的公司财经公关类费用竟达741.37万元。

业内人士透露,广告、公告等“刚性”支出通常只占公关费极小的部分,近年大幅增加的,多是“不能说”的关系花销。在国星光电、安科瑞、怡球资源、海伦钢琴等上市公司近年财报科目中,已被查的上海润言这一“黑公关”频频现身;企业支付的公关费少则一两百万,多则600余万元。

连年上涨的公关费由谁来买单?“当然是股民!”业内人士说。以今年在A股上市的78家公司为例,共融资378亿元,各种发行费用总计31.63亿元,占募集资金的8.37%——相当于股民每买100元股票,就有8元多用于承销和公关等各种上市费用,这一比例是2007年时的5倍多。其中,公关费是发行开支的大项。

“黑公关”如何收人钱财替人消灾

各种类型的“黑公关”开支是如何“收人钱财、替人消灾”的呢?

——删帖。被负面消息拉低股价,是上市公司的大忌,为千方百计封堵“不光彩”信息,企业往往不惜代价,“删帖”由此成为“黑公关”的一桩“大买卖”。

记者获得的“润言财经公关第三方费用说明”宣称,上市公司每天花3万元的费用,可在东方财富网获得“口碑营销”,即由润言提供有偿发帖及删帖。“一些负面消息就是公关公司自导自演的,然后通过讹诈企业收取‘删帖费’。”陕西一家上市公司董秘透露,仅删帖费一项,该企业一年曾支付上千万元。

——包装。刻意协助上市公司“诱惑”股民,是公关费的另一项用途。上海一家财经公关公司的报价单宣称,可以“搞定”北京、上海、广东、重庆等地12家主流财经媒体,如果发布千字左右鼓吹股价或利好性文章,公关收费每篇2万元。

——行贿。“公关费还形成一个隐秘的贪腐渠道。”证券维权律师、上海华荣律师事务所合伙人许峰说,近年来,A股频频爆出监管机构、公司高管利用公关机构走账规避监管,行行贿之实。

据新华社电

