

2013 年山东公务员考试《申论》B 卷

一、注意事项

1. 申论考试与传统的作文考试不同，是分析驾驭材料的能力与表达能力并重的考试。
2. 作答参考时限：阅读资料 40 分钟，作答 110 分钟。
3. 仔细阅读给定的资料，按照后面提出的“作答要求”依次作答在答题纸指定位置。
4. 答题时请认准题号，避免答错位置影响考试成绩。
5. 作答时必须使用黑色字迹的钢笔或签字笔，在答题纸有效区域内作答，超出答题区域的作答无效。

二、给定材料

材料 1：

众所周知，旅游景区景点在旅游业的发展中具有非常重要的地位和作用。它既是旅游业重要的生产力要素，是旅游业创收的重要来源，也是旅游者参观游览的目的地，是旅游吸引力的根本所在。旅游景点的资源品位、服务质量、环境气氛、管理水平等，既是旅游业形象的总体体现，也是旅游者是否满意地实现旅游目的的关键因素。在我国居民总体收入水平状况下，旅游价格是影响其出游选择的一个重要因素，而旅游景区景点的门票价格作为旅游总体价格的一个重要组成部分，对居民出游意向影响更大。旅游景区景点的门票价格是否合理可行，在影响居民出游选择和满意程度的同时，也牵动着经营者的经济利益，决定他们最终的盈利空间。

材料 2：

多年来，我国旅游景区门票价格上涨已成为一种常态化现象。为了遏制旅游景区盲目涨价，国家发展改革委于 2007 年下发通知，规定旅游景区门票价格的调整频次不低于三年。国内许多景区的最近一次价格调整时间是 2009 年，到 2012 年恰逢“解禁年”。舆论普遍认为，第二个“解禁年”已成为景区涨价的借口，成为涨价的推动力，旅游景区景点票价已经入“三年必涨”的怪圈。据有关部门统计，2012 年“五一”期间，136 家 5A 级景区半数门票价格超过百元，价格在 100 元至 200 元的 5A 级景区占比最多，达 35.38%。其中，武当山、张家界、黄山、九寨沟等 14 个著名景区门票价格甚至高于 200 元，占比超过 10%。除了知名景区，一些和市民生活相关的城市公园也进入此轮门票涨价的行列。如某市植物园的门票由 30 元/人次调整为 40 元/人次，另一座城市动物园门票也由 40 元/人次调整为 50 元/人次。一项调查显示，超过九成网友可接受的 5A 级景区门票心理价位在 100 元以内，约 61%的网友认为门票价格应在 60 元以内，超过 200 元的门票价格几乎没有人接受。2012 年 3 月 14 日中国旅游研究院发布《中国休闲旅游客户需求趋势研究报告》，其中有关旅游费用支出的调查结果显示：游客在景点门票、交通方面的花费最多，分别占 21.92%和 20.92%，其次才是购物、餐饮、住宿和文娱。门票价格已成为国内旅游的最大一笔开支，另据有关专家统计，以 2011 年城乡居民平均收入数据计算，我国 5A 级景区门票价格已占到城镇居民人均月收入的 5%。农村居民人均月收入的 14%，大大高于国际水平。

某晚报记者算了一笔账。如按旺季（或黄金周）票价计算，玩遍国内 136 家 5A 级景区平均一个人门票花费需要 19085 元（部分景区票价包含了必付的观光车费等）。如果加上“园中园”门票费用以及索道、观光车、游览船票等交通费用等，总开销还要增加。该报道引发了社会各界对旅游景区门票价格问题的热烈讨论。很多人说，风景名胜作为公共资源，人人有权享用。适当收取门票费用维持景区正常运转也可以理解，但价格如此离谱，实在有些不正常。对此，一些景区管理者也陆续发表意见，特别就门票价格问题作出了回应。

例如武汉黄鹤楼公园负责人给出了调价的三点理由：首先，2008 年黄鹤楼由 4A 级升为 5A 级，是四大名楼中唯一的 5A 级国家景区，在全国首批 66 家 5A 级国家景区中，黄鹤楼票价最低。其次，黄鹤楼面积扩大，建设任务繁重，资金紧缺。据物价部门核算，随着园区扩容，黄鹤楼管

理成本如按门票价格平摊，一张门票应为 70 元。若仍维持原价，则将制约黄鹤楼景区发展，故门票价格由 50 元调整到 80 元。第三，有人提到故宫博物院门票仅 60 元，低于黄鹤楼的 80 元。但故宫属于文物景点，有国家财政支持，而黄鹤楼是园林景点，没有国家财政支持，需自负盈亏，两者之间没有可比性。

以天池、原始森林、火山地貌、垂直景观为主要特点的吉林省长白山属于著名国家 5A 级旅游景区。依据吉林省物价局 2011 年核准的《关于调整长白山自然保护区门票价格的批复》，长白山景区门票价格由原来的每人 100 元上调至每人 125 元。长白山景区管委会有关负责人对媒体解释称：长白山是中华十大名山之一，每年有很多游客到此游玩，但是长白山旅游开发必须遵照保护生态、保护环境的原则，来长白山的游客不是越多越好。如果不限人数，长白山搞生态旅游就是泡影。要发展生态旅游和休闲度假旅游，就要适当提高价格，逐步向高薪人群发展。此外，长白山景区面积比较大，每年需投入大量资金用于景区运营维护，现行门票价格难以支撑正常的运营支出。

材料 3:

杭州西湖位于浙江省杭州市的西南方。它以其秀丽的湖光山色和众多的名胜古迹而成为闻名中外的旅游胜地，并被世人赋予“人间天堂”的美誉。作为中国首批极少数免费对外开放的国家重点 5A 级风景名胜区，西湖凭借着千年的历史积淀所孕育出的特有江南风韵和大量杰出的历史文化景观而入选世界文化遗产。它是中国在《世界遗产名录》中唯一的一处湖泊类文化遗产，是自然景观与人文景观融合最好的旅游景区。出现于人民币壹圆纸币背面的西湖三潭印月景观，体现着西湖在中国风景名胜中的特殊地位。

随着 2002 年杭州市政府提出“还湖于民”的口号，西湖大部分景区免费开放至今已经十一年。杭州市政府有关领导曾表示，“西湖免费开放，我们每年少收入 2000 多万元门票收入。但西湖免费开放，游客增多了，很多人就是冲着免费来的，这样一来，旅游收入增加了，综合效益也提高了。”需要澄清的一点是，西湖景区其实并不是全免票，而是“收费”与“免票”景点的合理搭配。据统计，杭州西湖风景名胜区管委会管辖范围的 103 处公园景点，免费开放的 84 处，基本分布在西湖四周的开放区域中。收费景点 19 处，以各级文物保护单位为主，如灵隐飞来峰、岳王庙（墓）、六和塔、三潭印月、郭庄等。这种“免费为主、收费为补”的经营模式，使得部分门票收入成为西湖景区日常管理经费的重要来源之一。另一方面，通过拍卖、出租或承包景区商业网点特许经营权等市场化手段，用市场运作而来的收入也可以抵补损失。以西湖景区南线为例，取消门票后，仅沿线商铺拍卖总收入当年就达到 700 万元。到 2006 年，西湖景区内的商业网点、各类游览车船等旅游服务设施的年租金总收入达 5500 多万元。这些经营所得不仅弥补了西湖景区因免费景点增加、面积扩大而增加的 2500 多万元养护管理支出，还回补了门票损失。

西湖景区免费旅游的举措带动了杭州市在食、宿、行、游、购、娱等相关服务业的发展。免费西湖不仅没有让杭州旅游亏本，反而给这座城市带来了意想不到的经济收益。由于游客数量逐年增加，逗留时间延长，使杭州市餐饮、旅馆、零售、交通等服务业获得了新的发展空间，促进了城市经济的发展。杭州虎跑路附近的四眼井村原来很不起眼，但这个位于西湖景区内的小村却以青年旅馆闻名。“做的都是游客生意。”村民付家胜说：“西湖免费后游客经常一住就是三四天，每到旅游旺季，村里几乎全是外地旅客，餐馆、旅店的收入是免费前的两倍。”免费西湖还提升了景区周边以及整个杭州市商贸业和娱乐业的发展品质。市政府每年拨付近 5000 万元用于扶持茶楼、餐饮、保健、养生等旅游衍生的行业，推动整个城市从观光游向商务会展游和休闲度假游转型。

在西湖逐步增加免费景点的 10 年间，国内景区正经历着多轮门票价格上调，几乎每有景区涨价，人们就会想起西湖的免费模式。作为全国第一个、也是为数不多的免费开放的 5A 级景区，这个“淡妆浓抹总相宜”的西湖总能引起人们太多的遐想。2012 年，记者专门采访了杭州市旅游委宣传处 H 处长。他介绍说：“西湖免费开放需要旅委、园文、建委、发改委等多部门协调联动，这得市委、市政府主要领导甚至一把手来主导。”西湖风景名胜区管委会网站公布的一份 2011 年财政报告显示：景区财政收支平衡面临较大压力，财政收支形势仍然趋紧。但是在 H 处

长看来，西湖放弃的门票收入在其他方面得到了补偿。“西湖免费开放后，门票减收和运营维护增支存在的资金缺口，由市政府的体制性补贴加上市场化运作收入基本就填上了。市政府每年对西湖景区还有 8 亿元专项投入，主要用于绿化养护、文物保护、西湖环境综合整治以及日常运营等。”在《杭州市旅游发展总体规划》中，由于西湖景区与城市融为一体，西湖被定义为“大西湖”。H 处长将其理解为“跳出西湖经营西湖。即将免费开放的西湖作为一个品牌，吸引更多人到杭州旅游，促进城市经济发展。”他进一步指出，利益如何再分配是一个关键。“比如旅游牵涉部门较多，在西湖免费开放过程中，西湖风景名胜区管委会属于吃亏的一方，杭州市旅委则属于得利的一方。市政府采取对西湖财政拨款措施，保证了管委会的利益不受损失。”利益的协调在西湖风景名胜区管委会内部同样存在。西湖景区去年的门票收入为 2.8 亿元，各景点之间效益有好有坏，收益上同样需要协调平衡。据 H 处长介绍，西湖风景名胜区管委会属于杭州市政府派出机构，与杭州市园文局实行“两块牌子、一套班子”的管理体制，整个西湖景区 60 平方公里范围内的保护、利用、规划、建设职能都由其负责。“类似区一级政府，包括了公安、工商、行政执法等多个部门。”在采访即将结束时，H 处长特别自豪地对记者说：“生态环境是招徕游客的重要因素。免费西湖实施的十年，也是推动西湖综合保护和环境整治工程的十年。经过十年的努力，我们恢复了‘一湖双塔三岛三堤’的西湖历史格局，拆除了影响西湖景观的 60 万平方米建筑，搬迁了景区内 265 家单位、2791 户居民，恢复、重建、修复了 180 余处人文景观。‘还湖于民’不是要还人民一个破破烂烂的西湖，而是一个漂漂亮亮、干干净净的西湖，这些，我们都做到了。”西湖模式的成功，提升了杭州的城市形象，带动了杭州市大旅游产业的发展，增强了杭州城市的经济实力和综合竞争力。

材料 4:

有专家指出，旅游景区门票价格上涨客观因素在于国内旅游需求旺盛，但景区门票集体涨价背后却反映出景区收入来源单一的现状，这种短视行为也与目前景区经营模式有关。由于很多旅游景区与周边区域经济的关联度低，特别是诸如九寨沟、张家界等离城市较远的单个景区，虽说降低门票价格能促进周边经济发展，但景区并不能从后续的城市旅游收入中得益，其结果是这些景区只能依赖门票收入。毕竟游客在城市的交通、餐饮、娱乐等消费与景区收益没有直接关系，加之目前我国大多数景区在旅游娱乐、深度游等衍生品开发方面滞后，门票提价便成为主要的收益方式。数据显示，目前我国部分世界遗产和国家 5A 级风景名胜区中，门票收入占其总收入的比例已达到一半以上，个别景区高达 90% 以上。针对这种主要依赖门票涨价赚钱的“门票经济”发展模式，部分业内人士认为这是旅游业发展经历的初级阶段，也是景区市场化的必经阶段。名义上景区管理是一种特殊的政府行为，但实际上景区管理机构有明确的盈利目标，自负盈亏。法律、法规虽然赋予了景区管理机构统一管理权力，却没有充足的财政资金支持，管理机构需要自筹资金，主要筹措方式就是利用景区资源进行旅游服务经营获取收入，景区门票的涨价、景区内的各种违规经营便难以避免。而且随着市场经济的发展，人工、硬件等各项运营成本的提高，门票涨价就成为必然趋势。特别是针对某些知名度不高的旅游景区，可供游客参与体验的观光和休闲娱乐项目不多，旅游产业链不长，更多地依赖门票收入也是迫不得已。还有一些专家指出，旅游景区无论是政府直接经营还是授权或委托企业经营，地方政府与旅游经营收入往往息息相关。以旅游开发公司名义经营的景区，地方政府通过三重渠道取得回报：一是景区门票收入的分成，二是收取企业营业税和所得税，三是企业盈利分成。这些收入往往成为地方政府的“预算外收入”。“门票经济”盛行的背后实际体现的是千丝万缕的利益关系。据统计，我国旅游景区门票价格，西部地区明显高于东部地区，中小城市明显高于北京、上海等大城市，这恰好反映出旅游业欠发达地区门票收入占据了旅游收入的很大部分，购物、娱乐、餐饮等“弹性消费”比重较低，旅游经济几乎等同于“门票经济”。一些旅游景区在抬高票价的同时并不能提供与高票价相对应的优质服务，更有甚者，许多景区门票价格本已很高，景区内各景点却还要分别收费，“园中园”、“票中票”现象在一些景区广泛存在，备受游客诟病。这些都暴露出增加旅游收入的技穷与乏术，反映了旅游经济低层次发展的阶段性特征。

材料 5:

钟山风景区是古都南京著名的风景游览胜地，是国务院公布的 44 个风景名胜区之一，位于南京市东北郊。全区包括 50 多个可供观光游览的景点，其中著名的有紫金山、玄武湖、北极阁、鸡鸣寺等，其特点是山光与水色齐收，山、水、城、林融为一体，相得益彰。自钟山远眺，玄武湖五洲烟柳，十里春风，景色优美。玄武湖古名桑泊，至今已有一千五百多年的历史。它位于南京城中心区域，是紫金山脚下的国家级风景区，江南三大名湖之一，被誉为“金陵明珠”。巍峨的明城墙，秀美的九华山，古色古香的鸡鸣寺环抱其右。六朝时期为皇家园林，明朝时为黄册库，系皇家禁地，1909 年辟为公园。玄武湖总面积为 4.72 平方公里，水面面积 5000 亩，有多处文化古迹。现有国家级文保单位 1 个，市级文保单位 4 个。自 2010 年 10 月 1 日免费开放后，玄武湖年游客接待量由原来的每年不到 200 万人次上升到 600 万人次以上，截至 2012 年底，两年来游客总人数突破了 2000 万人次。

近年来，南京市委、市政府制订城市“十二五”发展规划，提出要把紫金山和玄武湖打造成人文内涵深厚、自然生态优美、旅游品质优良、功能服务配套的城市中央公园，促进南京大旅游产业进步发展。市政府还出台相关政策，积极鼓励资本参与城市中央公园项目的建设与发展。

玄武湖的品牌知名度不如西湖，但两湖所处城市地理位置相仿，均在中心城区。南京与杭州在城市地位、经济实力等方面也不相上下。近日，南京市有关方面组成考察团，专门赴杭州学习调研。南京市提出“学杭州之长，创南京之新”，拟深入研究学习西湖模式和杭州旅游发展的经验，结合自身特色，探索南京市旅游发展的新路径。

材料 6:

在美国黄石国家公园、科罗拉多大峡谷国家公园等“世界遗产”级别的旅游景点，门票更多的时候是按车收费，而不是按人收费。一辆车花费“入门费”10 美元到 25 美元，一个家庭三四个人，买一张票就可以在 7 天内自由进出景区。以著名的黄石公园为例，1872 年，该公园成为美国历史上第一个国家公园，它的门票价格 1916 年时定为 10 美元一辆车，这一价格直到 1996 年才被改变。如今，黄石公园的票价涨到了 25 美元一辆车，但可以同时游览附近的大提顿国家公园。如果步行进入公园，门票是每人 12 美元，16 岁以下免票。据统计，美国普通家庭平均年收入大约是 5 万美元，黄石公园的门票价格大约只是他们平均月工资的 1/200。美国全国国家公园还出售统一定价为 80 美元的年票，如果爱旅游的人，可以花 80 美元游遍 300 多个国家公园和纪念公园。美国实行国家公园管理制度，国会制定适用于各州的国家公园管理法规，国家公园统一由国家公园管理局负责管理，该局隶属于联邦政府内政部，有两万多名工作人员和 14 万名志愿者，联邦政府的财政拨款一直是国家公园运营费用的主要来源。国家公园管理局专注于自然文化遗产的保护与管理，不从事以盈利为目的的经营活动。国会有专门的立法，规定国家公园的具体收费项目，明确哪些地方可以收费，哪些地方不能收费，并确定了最高收费限额。按照立法规定，各公园的门票与娱乐项目收费 80% 可以留在公园，用于支付公园的维护和管理开支，其余 20% 上交国家公园管理局统一支配，用于“援助”不收费的公园。法律还对门票提价有严格的规定，新价格确定后必须在公布一年后才能生效。

日本是一个高物价的地方，但参观门票的价格却不贵。日本的门票主要分为三大类，一类是以东京的迪斯尼乐园、大阪的国际影城等为代表的游乐场所，这些地方的门票按照市场价格定位。第二类就是各类公园和风景区，这类门票价格很便宜，很多地方甚至不收费，如著名的赏樱胜地，上野公园就不收门票，就连大名鼎鼎的富士山也没有门票，只是按照每辆车的型号，收取进山道路费。第三类就是一些科普场所和博物馆，这些地方也多是免费或是低票价的。当然日本也有一些入场费较高的地方，比如一些商业性的演出、展览、比赛等，但总的来说，在日本较少有如国内动辄数百元的景区门票。

意大利是一个旅游业十分发达的国家。拿罗马来说，处处都是景点，但收费的仅限于博物馆和部分重要历史遗迹。只有少数景点，如梵蒂冈博物馆、斗兽场的门票才会超出 10 欧元。梵蒂冈博物馆每月最后一个周末供人免费参观，而像万神殿、真理之口、圣彼得大教堂等知名旅游地则是完全免费的。意大利很重视古迹的维护，但此举并不依赖于门票收入。意大利政府对旅游景

点的管理十分严格，门票收入上缴国家财政后统一从库中支取。目前，意大利用于保护、修缮旅游景点的资金中，约 65%来自政府，其余则通过发行彩票等途径获得。

材料 7:

2013 年 3 月，国务院发布的《国民旅游休闲纲要(2013-2020)》提出要“稳定城市休闲公园等游览景区、景点门票价格，并逐步实行低票价。”我国 5A 级风景名胜区中一半以上是自然风景名胜，如何让这些公共资源体现出更多的公益性，是实现《纲要》提出的建设“与小康社会相适应的现代国民旅游休闲体系”的重要目标之一。

作为确立了国家公园发展理念的美国总统罗斯福曾经这样写道：“我们不是为了一时，而是为了长远。作为一个国家，我们不但要想到目前享受极大的繁荣，同时要考虑这种繁荣是建立在合理运用的基础上，以保证未来更大的成功。”

三、作答要求

一、结合“给定资料 2”和“给定资料 4”，分析概括国内部分旅游景区“门票经济”发展模式产生的原因。（15 分）

要求：概括准确，内容全面，条理清晰；不超过 300 字。

二、“结合资料 6”提到国外旅游景区运营管理的一些做法。请简要分析这些做法对我们的启示。（20 分）

要求：分析到位，言简意赅，具有针对性；不超过 400 字。

三、假设你是南京市政府相关管理部门的工作人员，请结合“给定资料 3”和“给定资料 5”，起草一份上报市政府的文件，就如何学习借鉴“西湖模式”的成功经验，提出促进南京大旅游产业进一步发展的思路 and 措施。（25 分）

要求：格式规范，思路清晰，措施得当，结构完整；不超过 600 字。

四、请结合对全部“给定资料”的理解与思考，以《谈“算帐”》为题，写一篇文章。（40 分）

要求：观点鲜明，内容充实，结构完整，语言流畅；900 字左右。

2013 年山东公务员考试《申论》B 卷（解析）

一、参考答案：

“门票经济”指的是主要依赖门票涨价来赚钱的发展模式。其原因有：

一、客观原因：1. 旅游经济处于低层次阶段性发展的初级阶段，是市场化的必经阶段；2. 国内旅游需求旺盛。

二、主观原因：1. 建设任务重，运营、维护成本高，投入大；2. 缺少财政支持，需要自负盈亏，自筹资金，景区涨价、违规收入难避免；3. 景区收入来源单一，与周边区域经济关联度低，无法从后续的城市旅游收入中得益；4. 旅游产业链不长，衍生品开发滞后，观光和休闲娱乐项目少，只能提高门票；5. 任何经营模式，地方政府都与旅游经营收入有利益。

二、参考答案：

国外旅游景区的管理对我国有以下几点启示：

美国：1. 对世界遗产级别景点，实行国家公园管理制度，制定管理法规，由专业机构统一管理；2. 重视文化遗产保护和管理，不以盈利为目的；3. 立法明确收费项目和收费限额，收入用于公园维护和管理；4. 明确公园提价的生效期限；5. 门票按车收费，票价低廉。

日本：对门票分类定价，游乐场所按照市场价格定位，公园景区不收门票，科普场所和博物馆免费或是低票价。

意大利：1. 多数景点免费，少数收费；2. 重视古迹维护，资金来源多元化，主要依赖政府；3. 管理严格，门票上交国家财政统一支取。

三、参考答案：

借鉴“西湖模式”促进我市旅游业发展

市政府：

为探索我市旅游发展的新路径，“学杭州之长，创南京之新”，对“西湖模式”成功经验总结基础上，提出我市旅游业的发展思路和措施。

一、“西湖模式”的成功经验

- （一）“还湖于民”，免费开放西湖景区，增加旅游收入和综合效益。
- （二）采取“免费为主，收费为补”的经营模式，同时引入市场化手段。
- （三）发展旅游衍生产业，通过免费带动相关旅游、餐饮等服务业发展。
- （四）注重多部门协调联动，市级主要领导主导。
- （五）理顺管理体制，协调好部门和景区之间利益分配关系。
- （六）重视环境保护和综合治理，保护自然环境，恢复历史景观。

二、促进南京大旅游产业进一步发展的思路和措施

（一）立足文化，形成品牌：重点挖掘钟山景区的文化、历史内涵，加大宣传力度，提升知名度，形成品牌效应。

（二）免费策略，深化产业：免费开放部分景点，比如紫金山、玄武湖等景点；加大财政投入，扶持旅游衍生产业，完善功能服务配套，强化服务质量。

（三）市场运作，增加盈利：学习杭州通过拍卖、出租或承包景区商业网点特许经营权等市场化方式增加收入。

- （四）重视生态环境：重视人文景观综合保护和环境整治。
- （五）市级主要领导主导，加强多部门协调联动。
- （五）协调好部门和景区之间利益分配关系。

南京市旅游局

××××年××月××日

四、参考答案：

谈“算账”

“涨”字诀似乎成了国内众多旅游景点的生财利器。不断攀升的票价，表面看起来，确实是打的一手好算盘，算的一笔“聪明”帐。但涨价这种短视的行为，对于旅游业来说，无异于自毁长城。

旧账已出问题，新帐还有待梳理。如何算好旅游这笔帐，实现旅游业健康、稳定、持续发展，值得我们深思。

要算好帐，得首算一笔“人心帐”。目前门票价格已成为国内旅游的最大一笔开支。据调查结果显示，半数 5A 级景区的门票价格超过百元，与九成网友可接受的百元内心理价位严重不符。那么，当门票的价格超过“百元红线”后，何人会来问津？因此，门票价格的制定必须考虑到消费群体的心理预期和经济承受力，一味靠提升门票来，只能是竭泽而渔，最终无以为继。

要算好帐，得多算一笔“综合帐”。门票收入对于处于低层次阶段的国内旅游业固然重要，但绝对不是唯一的出路。“西湖模式”的成功给国内的其他景区上了很好的一课，杭州以“免费带消费，旅游带服务”，提升了整个城市的商贸业和文娱业的发展品质。因此，地方政府必须持续加大对茶楼、餐饮、保健、养生等旅游衍生产业的扶持力度，在政策上予以倾斜，加快旅游业转型升级，从而推动城市发展，增强城市的经济实力和综合竞争力。

要算好帐，要少算一笔“糊涂账”。“门票经济”的背后，隐藏着各方面千丝万缕的利益关系，糊里糊涂，夹缠不清，而这其中的一方即是地方政府。地方政府从景区中获得的收入往往会成为“预算外收入”，也就是俗称的“小金库”。这就使得地方政府在某种程度上会默许甚至纵容景区对门票的恶意提价。因此，遏制门票经济的前提是地方政府必须明确自身定位，加强对权力的监督和制约，切实履行政府职能。

要算好帐，需多翻看“外来帐”。我国旅游业发展时间短，成熟度不高，但是这并不意味着就必须黑灯瞎火跌跌撞撞。将眼光放到世界范围内，远到万里之遥的欧洲北美，近到一衣带水的日本，发达国家积累了旅游业发展的宝贵经验。例如：日本对游乐场所、公园景区、科普场所进行的分类定价，这在满足群众对景点刚性需求的同时，又通过对游乐场所的收取高价门票弥补了低价和免费景点的损失，这些弥足宝贵的经验值得我们学习。

美国总统罗斯福有句话：我们不是为了一时，而是为了长远。旅游业的发展要想要做的长远，必须看得长远。请停下票价“飞奔”的脚步，好好算算“长远”账。