

# 景区摆渡车，不能变成搂钱的“长途车”“套娃车”

在离景点40公里的地方，你就得下车进入景区大门，先花100多元乘坐景区大巴，再掏钱买电瓶车票前往景点。如果还想进入景区深处，对不起，请再支付价格不菲的骑马费……

一位网友在某景区的这段经历，引发了众多网民跟帖热议，相关话题多次冲上社交平台热搜热榜。景区摆渡车收费，成为今年“五一”假期的吐槽重灾区。

假期之前，主管部门点名通报多家景区摆渡车存在线路不科学、价格不合理等问题。但面对蜂拥而来的游客，摆渡车顽疾依然没有解决。景区要在“景”和“服”上下功夫，不能把服务延伸的摆渡车，变成景区接钱的“长途车”“套娃车”。

## 一

近年来，一些景区以生态保护、安全管理等名义，把景区大门建得越来越远，核心景点甚至远在数十公里之外，游客得换乘多次摆渡车。从景区到景点，成了变相的“长途游”。

“五一”前夕，文化和旅游部点名整治一批问题多发景区和一批景区摆渡车问题。摆渡车线路不科学、价格不合理、排队时间长、服务态度差等问题比较多的景区，包括江西龙虎山、吉林长白山、安徽天柱山、四川稻城亚丁、山东崂山等。

一位兰州的游客说，自己今年“五一”假期曾去过的一个景区，其入口距离核心景点40公里左右，景区大巴120元，强制坐没得选。下了大巴后，去下一个景点还要买近百元的电瓶车票。到了电瓶车终点，还得再花300元，才能骑马游览更多景点。

“大巴换小巴、小巴换骑马，一条路后面套着另外一条路。”网友吐槽说，交通费超过了门票价，还没有自驾选项，



是妥妥的“分段割韭菜”。

更糟心的是，游客花了钱，服务还没跟上。一些景区摆渡车调度混乱，车辆不足，游客需要排队一两个小时。满心期待的观景之旅，往往沦为了一场“遭罪之旅”。

## 二

近年来，相关部门持续加强指导管理，遏制地方景区门票涨价冲动。门票不让涨，就在摆渡车上动心思。于是，景区大门越修越远，摆渡车“套

装”越来越多，价格也一路看涨，从一二十元飙升到100多元。本来是景区的配套延伸服务，却成了创收的主要来源。

记者了解到，部分景区债务包袱重、运营压力大，面对创收的硬性任务，相比深耕旅游资源、创新服务体验，他们更愿意采用吹糠见米的短平快手段，先依靠资源吸引游客到来，再设置垄断项目层层收费。

一些景区为规避责任，将摆渡车业务外包给第三方运营。自己坐收承包费，对收费标准、服务质量、运力调配等，

则睁一只眼闭一只眼。

其实，游客并非一味反对摆渡车收费。大家真正反感的，是变相的强制、虚高的定价以及低品质的服务。

景区摆渡车要放下眼前的算计，不再玩“先设路障、再卖拐杖”的套路，加大运力投入、优化调度管理，把选择权真正交还给游客，做到收费合理、公开透明，让游客少排队、快乘车，赢得游客认可和口碑。

## 三

群众外出旅游，吃、住、行、娱、购、游，哪个环节能绕开消费？不少地方早就摆脱了“门票经济”的依赖，推动旅游迈上全链经济、全域经济的新阶段。

随着经济社会的发展，游客的需求，也加速从基础观光向深度体验、文化内涵与高品质服务转型。还把目光盯在摆渡车等浅层次需求上“薅羊毛”，暴露出景区经营模式的老套以及地方谋划旅游相关产业的短视。

整治包括摆渡车在内的旅游乱象，不能头疼医头、脚疼医脚。要从整体谋划上推动旅游产业提质增效，摆脱对门票涨价、摆渡车“套娃”等低端营销的依赖，着眼于游客，创新产品和服务深度融合，在打造更高水平的消费体验上下真功夫。

丰富的产品、优质的服务，才能留住游客。要持续创新打造文旅消费新场景，注重在细节上让游客感受到温暖和真诚；挖掘地方特色文化IP，打造具有高辨识度的沉浸式体验产品；延长产业链条，因地制宜发展研学、夜游、户外体验、特色文创等可持续业态，从观光游转向全链条体验游、休闲游。

面对摆渡车乱象，监管部门要加大力度、从严整治，把服务质量与景区等级评定直接挂钩，对整改不力、变相强制、胡乱涨价的景区，该处罚就处罚，该降级就降级，该摘牌就摘牌，倒逼景区告别粗放增长，走上品质优先、高质量发展的道路。（据新华社）

·公益广告·



# 2026 5·19中国旅游日

乐享品质旅游·共赴美好山河



《名城早報》编辑部 宣