

景区门票为何难降：毛利率可超 60% 比房地产还暴利



5A 级景区平均门票超过百元、花 101 元就看了几块石头……这个十一黄金周，关于“景区门票贵”的话题引发热议和吐槽。

究竟是什么原因导致景点的高门票和频繁调整？近两天，记者统计 A 股市场上的 7 家景点类上市公司发现，近十年来，峨眉山 A、黄山旅游、丽江旅游均调价两次，接近国家发改委规定的三年一次的“上限”。财报数据显示，调价后，几家主要的景点类上市公司营业收入、净利润率都有所增长，部分景点类公司的毛利率甚至超过 60%，高于房地产等其他暴利行业。

比如玉龙雪山，乘坐索道的游客数与雪山浏览数基本相当，索道业务是其主营板块，其毛利率均高于 80%，比地产等行业更“暴利”。

2000 年上市的“桂林旅游”，5 年来漓江价格未变(210 元)。象鼻山则调价 2 次，上涨 200%。2010 年象鼻山首次调价后，公司营收激增 6 成，净利润同比翻番。