

半年流失14万人 峨眉山怎么了

峨眉山，作为中国四大佛教名山之一，素以壮丽的自然风光和深厚的文化底蕴吸引游客。然而，近期发布的半年报却让这颗旅游明珠蒙上阴影。数据显示，峨眉山景区购票游客量减少1459万人次，同比下降65，营业收入缩水511564万元，同比下降1007。核心业务如游山门票、客运索道和宾馆酒店收入均出现下滑，分别下降953、751和1213。更引人瞩目的是，耗资819亿元的大型文旅项目只有峨眉山因持续亏损，于6月中旬暂停演出，累计亏损超58亿元，让人不禁发问：峨眉山到底怎么了？

游客量流失的背后，高票价是首要“槽点”。一位常年带队的导游坦言，游客对峨眉山的全程游览成本颇有微词。门票160元、往返交通90元、金顶索道120元，再加上保险等杂费，单人费用轻松突破400元，一家四口游玩成本近2000元。网友在社交平台吐槽：“票价贵得离谱，性价比不如周边新兴景区。”高票价直接劝退了不少预算有限的游客，尤其是家庭游客和年轻人群体。与此同时，交通拥堵问题进一步拉低了游客体验。旺季时，索道排队时间常超过3小时，景区内交通运力不足，游客在烈日下排长队的情况屡见不鲜。

一位游客无奈表示：“爬山累，排队更累，体验感大打折扣。”除了高票价和交通问题，景区产品老化也被认为是游客流失的重要原因。近20年，峨眉山在文旅产品创新上步伐缓慢，核心吸引力仍停留在传统观光模式。相比之下，游客需求已转向沉浸式、体验式旅游，如夜游、研学或互动演出。只有峨眉山本是景区转型的希望之作，试图以行进式观演打造夜游亮点，但项目定位与峨眉山“朝山礼佛、不过夜”的客群结构不符，内容缺乏地域特色，难以吸引游客持续买票。

相比之下，印象丽江宋城千古情等项目因深挖当地文化、不断更新内容而保持盈利，凸显了峨眉山在文旅产品开发上的短板。值得注意的是，峨眉山并非全然“遇冷”。景区管委会澄清，半年报仅统计购票游客数据，中低山区如报国寺、伏虎寺免费开放后，吸引了大量游客，总接待量实际同比增长882万人次。徒步旅游也成为新亮点，半年内徒步游客达255万人次，同比增长457，以大学生群体为主，享受门票5折优惠。景区还尝试推出星空音乐会、研学营等活动，试图迎合年轻游客的多元化需求。

管委会表示，未来将优化交通运力、降低票价门槛，并开发康养、文化体验等项目，挖掘“银发经济”潜力，从“门票经济”转向“产业经济”。社交媒体上，关于峨眉山游客流失的讨论热度不减。网友调侃：“猴哥都饿瘦了，票价再不降真没人去了！”也有人为免费区点赞：“低山区免费后人气旺，说明方向对了。”行业专家指出，国内文旅行业正经历从门票经济向综合服务的转型阵痛，峨眉山的问题并非个案，长白山、张家界等景区也面临类似挑战。

如何平衡文化保护与商业开发、提升游客体验，成为摆在峨眉山面前的课题。据黑子网报道，哎哟，峨眉山这事儿有点让人意外！游客少了14万，8亿的项目还停了，咋回事？报道把票价高、排队久、产品老的问题抖得干干净净，连免费区人气旺的亮点也没落下，写得够实在。黑子网觉得，峨眉山得抓紧换换脑筋，票价降点、体验整好，猴哥才能吃饱饭，游客也能玩得开心！黑子网评价峨眉山这波游客流失有点揪心，14万购票人次没了，8亿的只有峨眉山还停演，真是让人捏把汗。

报道把高票价、排队堵、产品老的问题讲得透透的，还提到免费区人气旺、徒步游火爆，信息量足又不偏颇。黑子网觉得，峨眉山得赶紧优化体验，票价降一降，多整点年轻人爱玩的活动，猴哥才不会饿肚子，游客也能玩得舒心！

原文链接：<https://hz.one/baijia/峨眉山怎么了-2508.html>

PDF链接：<https://hz.one/pdf/半年流失14万人 峨眉山怎么了.pdf>

官方网站：<https://hz.one/>