



# 一个热点问题，一文说清『一生之约』

甘孜州『终身门票』制度权威解读：

全媒体记者 兰色拉姆 文州文化广播电视和旅游局图



1月28日，甘孜州正式发布全国首创的景区“终身门票”制度，这一打破传统旅游消费模式的创举，迅速引发社会各界的广泛关注和热烈讨论。作为一项涉及面广、创新性强的系统性工程，该政策在带来“一次购票、终身畅游”便利的同时，也让不少游客对运行机制、权益边界、退改规则等细节产生了诸多疑问。

为确保政策红利落到实处，切实保障消费者合法权益，针对社会各界及广大游客普遍关切的核心问题，州文化广播电视和旅游局就“终身门票”制度的运行机制、产品细则、配套服务及风险保障等方面，进行权威政策解答。

一、甘孜州为什么要推出旅游景区门票“终身卡”？

答：甘孜州推出全州14个4A及以上景区的终身门票卡是州委、州政府为贯彻落实中央及习近平总书记关于推动文旅产业高质量发展系列指示和要求，切实推动省委十二届七次全会精神指导甘孜全域旅游高质量发展，紧扣州委“三篇文章”产业格局，加快推动全州“十五五”文旅发展向产业全链化，供给多样化，消费多极化转型，推动全州景区从“门票型经济”向“消费型经济”转变，培育景区市场竞争能力和二销、三销转化力，进一步提升游客的体验感、复购率和单销额，真正将“圣洁甘孜大美无言”的品牌越擦越亮，越叫越响，越来越旺。该制度以“一次购票、终身游览”为核心理念，旨在突破传统景区依赖门票的经营模式，推动景区由单一观光功能向复合型消费体验场景转型。这不仅是经营模式的转变，更是推动文旅深度融合发展、培育新质生产力的具体实践。

二、甘孜州旅游景区终身门票有哪些产品，售价分别是多少？

答：甘孜州旅游景区终身门票目前推出了以G317高原丝路文化走廊为主题的州花系列“贡嘎海棠卡”；以G318中国人的景观大道为主题的州鸟系列“贡嘎金雕卡”和以14个加盟景区各自为单元的“景区畅游卡”三种产品。三种产品的售价分别是：贡嘎海棠卡317元/张，贡嘎金雕卡318元/张；景区畅游卡的价格为每个景区的实际门票价格。

三、“终身卡”涵盖了哪些景区？

答：涵盖了甘孜州全域14个4A级及以上景区（13个收费景区，一个零元购优惠景区），海螺沟景区、稻城亚丁景区、康定木格措景区、康定木雅圣地景区、丹巴甲居藏寨景区、泸定桥景区、九龙伍须海景区、道孚墨石公园景区、道孚亚拉雪山景区、理塘勒通古镇景区、巴塘措普沟景区、新龙红山景区、德格印经院景区、德格玉龙拉措景区。其中5A级景区2个，4A级景区12个。

四、购买双卡产品后，景区附属服务（例：观光车、接驳车、体验项目、餐饮小食等）及机票酒店配套服务能否享受专属折扣或“买一送一”等形式优惠？

答：甘孜州终身门票制分三个阶段来推进，第一阶段为推出终身门票产品将全州优质景区的门票整合在一起，实现圣洁甘孜与世界游客的“一生有约”；第二阶段将链接交通、住宿、娱乐等全链条服务，打造“一卡通”生态，为游客提供更加方便快捷的一站式服务；第三阶段目标是实现全州收费旅游项目全覆盖，打通“吃住行游购娱”的全生态链接。

一张“终身门票”，不仅是一份“长期邀约”，更是甘孜州深化旅游供给侧改革、推动产业转型升级的生动实践。未来，甘孜州将继续秉持“以游客为中心”的理念，不断完善配套服务，丰富旅游业态，让每一位选择甘孜的游客，都能乘兴而来、满意而归。

五、购卡后，后续若州内新增A级旅游景区，是否会包含进该卡？若不包含，是否有专属折扣权益？

答：后续有新的A级景区在符合条件的情况下，我们都会争取纳入到终身门票活动中，具体是否会纳入现有的产品中，要根据景区加入的成本来考量，但一定会参照现有的模式推出优惠折扣，有新景区加入的我们会在第一时间通过媒体向社会发布。

六、该卡产品为2026年试运行产品，若2027年该卡产品不再运行，是会采取全额退款形式还是该卡产品权益继续终身执行？

答：若2027年甘孜州终身门票不再执行，2026年购买的产品我们都会按照《甘孜州旅游景区终身门票退票退费管理办法》保障购卡客户的权益；如已经在平台注册绑定生效的卡，注册绑定客户都会享受终身免费进入14个加盟景区的权益，不会因为产品停止而受影响。

七、作为甘孜州文旅重磅项目，购买该卡后，是否有专属纪念产品（例：实体证书、奖牌、挂件、摆件等；虚拟社交媒体认证、专属拍照打卡水印等）彰显该产品独特性和稀缺性？

答：下一步推出配套的系列文

化创产品，具体请以官方平台推出的产品和购买方式为准。

八、该卡产品是否会有实体卡？

答：有，但只是纪念卡，没有刷卡入园的功能。需要实体卡的客户可以到官方平台申请。具体请以官方平台的购买方式为准。

九、购买平台为聚合平台还是各个OTA平台单独售卖？

答：通过官方指定平台（如“甘孜州旅游景区终身门票官方平台微信小程序”、授权OTA抖音等）、合作旅行社及加盟景区线下窗口销售。我们将会根据市场情况逐步拓展线上线下渠道方便大家购买。购票时需实名认证并阅读同意协议。入园时，凭本人身份证在景区闸机进行人脸识别核销。

十、家庭用户可以一次性购买多张产品吗？还是说只能一号一绑定购买？

答：用户是可以一次性购买多张卡的，更可以当成一份特别的礼物赠送亲朋好友。但注册绑定启用时只能是一证（身份证）一卡的绑定使用。一证多卡，一卡多证的方式都是不能允许和不能使用的。

十一、是否有家庭套票（两大两小、两大一小等组合形式）？

答：终身门票都是一证一卡绑定的。所以没有家庭套票。

十二、未成年人\学生购票按照半价购买还是原价购买？若未成年人\学生以半价购买，成年后\结束学生身份，还需补齐费用吗？若原价购买，在未成年人\学生期间不使用该卡，按照半价\免票进入景区，成年后\结束学生身份再使用该产品吗？

答：终身门票项目只针对成年人的客群，未成年人、学生票等，可享受相关优惠政策的客户，以各加盟景区执行的免费或优惠政策为准。

十三、如果合作景区中途退出，持卡人的权益如何补偿？

答：包含的目标景区因政策调整、自然灾害、拆迁等原因暂时或永久关闭，此属不可抗力因素，不承担赔偿责任。若景区因其他原因退出，参照《甘孜州旅游景区终身门票退票退费管理办法办理》执行。

十四、门票卡是否支持退款？退款的条件和流程是什么？

答：在官方购票平台，我们有提供购票须知，里面有全面的退费退票详细流程，可前往官方平台了解。

十五、三卡产品含有保险吗？

答：三卡产品均不含保险，但我们正在对接保险公司开发相关保险产品，一旦产品成熟上架，我们会在“甘孜州旅游景区终身门票官方小程序”公布和推出，届时欢迎广大游客朋友另行购买。

十六、可以通过哪些渠道购买门票卡？线上线下有没有便捷的购票窗口（比如官方公众号、线下网点、合作平台）？

答：目前可以在“甘孜州景区终身门票官方平台”公众号、抖音号；线下授权的合作景区、旅行社等官方授权机构正规渠道实名购票。下一步我们会根据销售情况逐步开放更多的售票窗口和渠道，方便广大游客朋友购买。

十七、会不会出现“持卡入园却被限流”“景区额外收费”等问题？

答：除遇不可抗力原因外，均不限流进园。三卡产品只包含加盟景区的入园门票，景区内所有的消费项目，如观光车、索道、体验项目等不在本门票权益范围内，需另根据游客实际需要进行付费购买。

十八、未来是否会新增合作景区？有没有明确的扩容计划和时间节点？

答：此卡不针对特殊群体游客。关于特殊人群的优惠政策请以各加盟景区对外公示的优惠政策为准。

十九、有没有针对特殊群体（比如残疾人、退役军人）的优惠政策？

答：此卡不针对特殊群体游客，具体以各景区制定和对外公示的减免政策为准。

二十、入园时的核验方式是什么？是刷实体卡、电子码，还是人脸识别？会不会出现核验排队过长的情况？

答：景区入口采用“人脸识别+二维码+身份证件”三重核销模式。设立专用通道。

二十一、针对老年人、儿童等不擅长使用线上工具的群体，有没有专门的购买和使用指导服务？

答：可以通过官方平台人工指导完成。

二十二、如果持卡人在使用过程中遇到问题，应该通过什么渠道反馈？处理时效是多久？

答：设立专项客服热线：0836-6998317、6998318，及微信公众号在线投诉入口，承诺24小时内响应游客咨询与投诉。

二十三、真的是“终身”有效吗？有没有隐藏条件？

答：在制度持续执行的前提下，持卡人终身享有权益。核心条件是“仅限本人使用”，实行实名绑定，不可转借、继承或转让。入园需进行“人脸识别+身份证+二维码”三重核验，确保人证合一。

二十四、限量100万张是什么意思？以后还会卖吗？

答：100万张限额仅针对试运营期（2026年）的“双卡产品”。这是为了控制初期客流、保障游览体验进行的压力测试。2027年及以后是否继续销售，以何种形式销售，将根据2026年的运营评估结果决定。因此，2026年是购买“限量版”终身卡的唯一窗口期。

二十五、景区会不会因为“终身卡”太多而服务质量下降？

答：制度设计已充分考虑此问题。首先，通过限量发行控制潜在高峰客流。其次，景区收益分配与持卡人实际入园客流挂钩（“2+8”分配机制），景区服务越好、吸引力越强，获得的结算费用就越多，这激励景区提升服务品质。部分渠道费用还将注入旅游基础设施基金，用于整体提升。

二十六、这个制度对甘孜旅游长远发展有什么好处？

答：这是从“卖门票”向“卖服务”“卖体验”转型的关键一步，拥有以下长远意义：一是引流锁定客群，吸引海量游客首次和重复到访。二是带动综合消费，游客节省门票支出后，将更多用于住宿、餐饮、购物、文化体验等，全面提振旅游经济。三是倒逼产业升级，促使全行业从依赖门票转向业态升级、服务提升，体验丰富。

二十七、如何防止“黄牛”倒卖？

答：这也是我们最关注的重点问题。一是强化对销售渠道的动态管理，统一市场控价，售价透明化宣传，全网透明销售并开通有奖举报电话，一经发现严厉打击；二是通过“强实名”（购票、入园均需本人身份证）、“人脸识别”核验，以及“不可转让、不可继承”的协议约定，从技术和规则上根本杜绝黄牛空间。任何转让行为均无法通过核验。三是科学合理设置渠道费用，让“黄牛”无利可图，无差价可赚，用市场手段来杜绝倒卖。

二十八、下一步还有什么计划？

答：本次改革分三步走。第一阶段（当前）是门票整合；第二阶段将链接交通、住宿、娱乐等全链条服务，打造“一卡通”生态；第三阶段目标是实现全州收费旅游项目全覆盖。

从“门票经济”向“产业经济”转型，从“流量思维”向“留量思维”转变，一张“终身门票”，不仅是一份“长期邀约”，更是甘孜州深化旅游供给侧改革、推动产业转型升级的生动实践。未来，甘孜州将继续秉持“以游客为中心”的理念，不断完善配套服务，丰富旅游业态，让每一位选择甘孜的游客，都能乘兴而来、满意而归。



草原上的欢聚。



山与湖的对应。



丰收藏家乐。



雪山秘境。

06  
甘孜日报

文旅周刊

2026年2月2日  
星期一

责任编辑 王朝书  
编辑 泽仁正光  
校对 泽央  
版式编辑 边强

新闻热线  
0836-7777385  
投稿邮箱  
garb@gzznews.com