旅游产业如何跃过新冠肺炎并实现持续发展----以甘肃省为例

任源 戴佳

兰州现代职业学院，山东大学

**摘要**：2020年年初的这场突如其来的新冠肺炎，让旅游业进入了一场寒冬。甘肃旅游业也受到的沉痛的打击。这是旅游目的地的一场危机，通常旅游危机发生后，一个地区的旅游业往往需要很长的时间才能恢复到危机发生之前的水平。并且，当地旅游业相比于其它地区的旅游业将会更加脆弱，在发生一点点的负面事件都会导致当地旅游市场一撅不振。如何有效规避和减少对旅游业的影响, 最大限度地规避风险和减少损失, 已经成为目前政府、业内专家和企业共同关注和亟待解决的问题。

**关键词**：新冠肺炎；甘肃旅游；持续发展

在新丝绸之路、新媒体文化、西北旅游热潮等方面的影响下，甘肃省的旅游业近几年稳步持续发展。在2015年—2019年，旅游产业呈爆发式增长，而在2018年文旅产业收入在全省GDP的占比已经超过7%，推动了全省经济的持续上升。据统计，2019年春节期间，甘肃旅游收入达到79亿元，增速为22.5%，游客人次达到了4011万人次。春节档旅游很明显已经成为了众多游客选择，众多企业规划的一个重要节点。

而2020年初的新型冠状病毒无疑使这次春节旅游季化为了泡影。

图片包含 屏幕截图

描述已自动生成图片包含 屏幕截图

描述已自动生成

根据上述的统计分析结果，可以看出2020年旅游人数将会遭遇断崖式下滑，这无疑会对未来一年内的旅游业造成重创。甘肃旅游业也不列外，对文旅品种造成了一定的影响。

一、中小旅游企业面临洗牌

旅游企业靠现金流维持的特点明显。这场重大疫情使得很多企业现金流出现断裂，游客退款、银行断贷、员工工资社保支出等都对企业造成了致命的打击。很多企业都只能维持一个月，最多不过三个月。

二、旅游收入跌入冰点

旅游业的发展已成为带动甘肃经济发展的有力抓手，这场措手不及的重大疫情的到来，使得全省各地旅游景区面临了“零”游客，“零”收入。这无疑是对旅游业的一次重创。

三、文旅品牌受到影响

“一会一节”成为文旅融合典范、春绿陇原”文艺展演好戏连台、“非遗+扶贫”创出新路子、“丰收了·游甘肃”等甘肃特色的文旅品牌顿时为无人问津。所以旅游业如何平稳度过新冠肺炎，在疫情后迎接春天，这将会成为大家需要共同探讨的主要议题之一。

**一、平稳度过危机，政府企业联动进行**

1.现行政策援助企业

对于一些规模性较小、可使用现金流较小的旅游业企业而言，这次的疫情对于它们将是一个艰难的寒冬。所以政府相关的扶持性经济政策将会成为旅游业回暖的重中之重。在疫情期间，国家为减轻疫情带给企业的损失采取了众多举措。文化和旅游部决定向旅行社暂退部分旅游服务质量保证金，财政部延长授疫情影响较大的困难企业的最长结转年限、加大对受疫情影响个人和企业的创业担保贷款贴息支持力度、减税降费，国务院决定阶段性减免企业社保费等等。同样甘肃省文旅厅也通过健全机制、创新引导（建立艺术栏目宣传）等方式完善疫情期间的文旅工作。这些经济政策都是为了可以迅速且最大程度上缓解企业在资金运转，收入来源等方面的问题。所以在未来，企业可以结合政府政策，寻求相应的扶助。而政府也可以有针对性地，精准地为旅游企业提供帮助，加大地方旅游业的宣传。例如：2月2日苏州出台的针对中小企业的十条政策意见和澳门特区政府的经济复兴计划都是可以值得借鉴的。

2.可行性战略辅助企业

在疫情期间，政府需要做好突发事件的应急处理。首先政府需要筛查每个企业的现实状况。即企业中是否仍有未完成的旅游项目，企业的现金流有多少这些问题。其次可以制定一些具有针对性的举措来缓解旅游行业的压力。例如：旅游业企业在新冠肺炎开始以来都或多或少遭遇了现金流短缺的困境。所以对于地方旅游企业，政府除了暂退保证金等方式同样可以采取其他一些方式，比如说减租免租、免除旅行社企业的门票费等来进一步为旅游业企业提供喘息的机会。最后政府也要提出一些具有吸引力的旅游惠民政策来为疫情后的旅游景区进行宣传。譬如说减免部分景区费用，为医疗工作者提供较多的实惠等等。所以甘肃可以结合地方特点、企业状况等方面为旅游业企业提供相应的扶持政策。

在疫情中后期，和疫情后，政府可以思考新建和完善旅游体系，做好整体全面的市场、企业、政府的分析和联动建设工作，寻求甘肃旅游的新模式和新的发展战略。可以结合甘肃新丝绸之路的特色，充分发挥甘肃狭长的地形特点，建设一套全新的旅游体系，完善交通、住宿、景区等基础设施建设，大力宣传西北旅游的特色。同时在现阶段的网络媒体高度发达的状况下，政府、企业都要充分意识到新媒体时代，市场营销的重要性。地方企业应该在政府的政策引导下旅行社应积极促使形成政府、企业、专家学者和新闻媒体的连动系统，重塑旅游新市场，开辟新的生存之路。

3.发挥地方特色优势振兴旅游业

在《孤独星球》亚洲最佳旅游地的评选中，甘肃名列首位。由于地形狭长且几乎位于中国地理中心，甘肃的地理环境拥有着其他省份都不具备的省内区域具有巨大自然地理差异这一显著特色。所以在甘肃，可以看到三大自然区的地理特征。因而近来，西部旅游也逐渐地成为了一种热潮。

为了在疫情后的旅游市场上可以得到迅速稳定的发展，甘肃地方政府则需要考虑以下几个方面：

1）充分发挥地理特点，打造自然美景旅游标志

甘南的草原，张掖的丹霞地貌，民乐的油菜花，敦煌的玉门关等等都是难得的自然美景。所以地方政府和企业应该加强对甘肃旅游特色的宣传，将与众不同的西北游根植于游客心中。同时，地方政府也要根据自身特点打造出一套适合自己的旅游体系，与专家和媒体加强联系，真正地将地方优势展现出来

2）结合千年文化背景，重点推向目标游客市场

现阶段越来越多的人开始意识到了文化内涵的重要性，所以精品文化旅游路线也将会成为越来越热门的旅游方向。都说8000年文化看甘肃，因此西北重镇-甘肃也应该充分发挥文化背景优势，打造文化旅游市场。无论是敦煌莫高窟，还是麦积山石窟，又或是大佛寺等等，甘肃拥有着太多值得去认识和欣赏的地方。所以在旅游淡季和疫情后，甘肃都可以主要发展文化旅游这一方面，将博物馆、文化景点作为主要的宣传项目之一。

3）利用怡人气候环境，吸引国内外“避暑游客”

疫情结束后可能首先面对的就是“五一”旅游季或者暑期旅游。那么甘肃就要充分发挥甘肃气候优势，向游客展示出避暑圣地的可能性。中国旅游研究院在2019年做的《2019年中国避暑旅游预测报告》中，2019年十大避暑人气目的地里面，兰州排名第四。这充分体现了甘肃暑期旅游已经在吸引大量的游客，所以甘肃应该充分利用这一特点，在暑期推出可能的旅游产业链。

4）推动创新创造思维，协助产业反弹式恢复

创新对于政府而言是非常重要的。如何从现有的旅游产业状况发展出新的东西，这是非常值得探讨的一个问题。甘肃政府必须要创新的理由有以下几个方面：首先新型冠状病毒势必将会减少游客量，这无疑给地方旅游产业带来巨大压力；其次，在经济恢复过程中，旅游企业面对着太多挑战和选择；最后，甘肃地方旅游产业面临着与其他地方旅游竞争的局面。因此，甘肃必须要采取创新旅游的方式来带动旅游业的发展。具体措施，笔者认为可以采取以下几个方面：

一方面，地方政府应该与企业共同发展，将科技化创新带入市场，比如说开展VR体验馆、人工智能服务等等。另一方面，地方政府应该采取多渠道，多元化发展，不局限于某一个特定市场和特定群体。比如可以为老年人打造生态旅游、锅庄旅游文化体验；为青少年提供运动旅游、体验旅游、新潮旅游等；为中年人提供风景旅游、文化旅游等。同时要根据这些不同的目标市场建设丰富的旅游体验。对于国内游客、省内游客、国际游客采取不同的优惠政策和宣传模式来吸引游客。用创新的思维模式、创新的手段贯彻落实不同层次的旅游模式。只有真正地将创新体验连入旅游业建设，甘肃的地方旅游才能进一步发展

**企业度过危机，持续发展**

作为旅游市场上的关键一环，企业的运营对于旅游市场非常关键。疫情以来，旅游业一直呈现出一个低谷。尤其是原本的春节旅游热潮受到疫情彻底的影响，旅游业仿佛在寒冬中冬眠，陷入了巨大的困境。而这些困境主要可以总结为以下几个方面：1）现金流危机2）客流量危机3）投入成本难收回危机4）维持危机5）发展危机。那么针对这些危机，作为企业又该如何灵活应对呢？企业如何度过新冠肺炎难关并且继续发展呢？

1.积极面对，加强自身管理

对于大多数旅行社而言，现阶段的现金流受到严重影响，且一些中小企业甚至面临着生死存亡的危机。这主要是因为企业面临着退款、工资、租金等资金需求压力。那么就这些问题而言，企业就需要考虑如何缓解危机。首先，笔者认为很重要的就是内部资金管控，节约成本，加强环节的管控，尽可能地缩小资金短缺造成的影响；其次，企业可以选择一些预售产品的发售，由此来获取资金来缓解部分压力；同时，企业还需要紧密结合政府的相关政策，充分利用政策，让其对企业的帮助实现最大化；最后，企业需要根据自身状况，制定切实可行的临时性战略，使企业可以维持经营状况。

而疫情后，企业也要通过疫情认识到企业发展的不足，建立危机管理制度。对于每一个企业而言防微杜渐远比亡羊补牢行之有效。

2.树立信心，加快企业转型

对于规模化企业，在这次突发事件中承担的风险相对于中小型企业较小。因此，中小型企业需要在这次疫情后意识到企业规模化经营的优势，并努力转型为一个有较强风险承担能力的企业。这次疫情对于旅游业的影响可能会一直到5月份乃至一整年。因此企业就需要利用疫情期间的这些时间做好快速转型的准备。笔者认为，无论是大型企业，又或是中小型企业，最为重要的转型就是创新型转型。这是指企业的定位，包装，宣传整体的转变。企业在未来不能够仅仅依靠旅游景点自身的吸引力，真正需要企业去完成的，是企业的团队创造力，是企业如何通过营销手段打造出真正吸引顾客的产品。对于甘肃的地方旅游业企业，转型必不可少。甘肃旅游业企业需要意识到创新这一因素对于现阶段的市场竞争的重要性，从而进一步提升自己的服务、转变自己的观念、加强规模化和精品化的建设。一定要从最简单原始的单纯依靠生态环境来吸引游客的方式转型为依靠多方面、多层次内外共赢的角度，充分利用和发展科技的力量。

3.科技创新，建立多元战略

近些年来，许多企业已经充分认识到了不能只依靠企业“去想”，要充分联合市场需求，发展相应的产品。小米的成功很重要一点就是与市场的沟通和交流，而许多旅游企业也推出了类似于旅行日记的东西，来与潜在的客户群体交流。那么在疫情中后期和疫情结束后，企业就应该及时的做好市场调查，与目标客户建立联系，充分发挥互联网的作用，做好市场企业的过渡。

首先，笔者认为，企业为了疫情后的游客量能够下降得较为缓慢，应该采取降价促销，预售宣传，精品VIP服务等多种方式来吸引顾客群体；其次，企业应该做好前期的类似于问卷调查之类的市场调研工作，根据不同的年龄段，不同的社会群体来构造不同的战略体系；最后，企业可以采取各种新模式、新方法来实施战略。

无论是政府还是企业，在这次疫情中和疫情后的旅游业的维持和发展都将发挥着重要的作用。而在这次疫情过后，值得政府和企业重新思考的，就是如何更好的做到突发事件的危机管理工作，和如何避免疫情带来的损失，以及最重要的如何预防疫情带来的这些伤害。

参考文献

[1]刘春玲,郑艳侠.旅游危机对旅行社行业的影响及应对策略研究——以“非典”事件为例[J].商场现代化,2007(04):237-238.

[2]《巅峰智业》，https://mp.weixin.qq.com/s/FqfO74K-Zzy1qrSMkKnkrA，2020年2月16日