



旅游

中国旅游研究院（文化和旅游部数据中心）

沧海横流 方显英雄本色 ——中国旅游集团发展报告（2020）

宋子干 研究员

2020年12月13日 北京

|| [沧海横流] ||

至暗时刻已经过去，消费信心稳步复苏



疫情初期

有组织的旅游活动全面停滞

一季度，国内旅游人次和收入同比分别负增长83.4%、87.0%，旅游经济指数创历史新低。

疫情中期

统筹疫情防控和有序复工

旅游企业开始逐步从看不到未来的恐惧中缓过劲来，信心得以重新积聚。

疫情防控常态化新阶段

国内旅游全面复业

上半年，国内旅游人数和收入同比分别负增长69.7%、77.3%，下降幅度明显缩窄。国庆假日期间，国内游客接待总量、国内旅游收入按可比口径，同比分别恢复79.0%、69.9%，旅游市场持续稳定恢复。



只要土地还在、人还在，少了一年半载的收成，没什么要紧的。



在过去的一年里，我们失去的只是一定时间的消费市场，但收获了宝贵的应对经验，更聚集了战胜危机的勇气和能力。对于历经危机的旅游集团和一线旅游企业来说，已具备足够的信心和勇气，并能够在任何困难面前从容应对。



英雄本色

旅游抗疫一直在场，服务品质从未离线



A

在疫情发展初期，旅游集团率先停止有组织的旅游活动。

在自身业务停摆且损失巨大的情况下，第一时间响应国家号召，快速推出“无损退订”和免费取消服务。正是由于旅游集团企业的主动承压，广大游客加深了对政府应急决策的认同和旅游服务品质的认可。

B

进入“严格防控、有序复工”的疫情防控新阶段后，旅游集团积极开展行业自救和复工复产。

包括开拓新业务、组织新活动、学习新知识、扶助供应商等。

C

疫情防控进入常态化阶段后，旅游集团加速推进资源整合和产业升级。

把疫情的冲击变成再出发的契机。



D

疫情倒逼旅游企业寻求创新突破，科技新动能加速商业模式创新和产业格局重构。

旅游集团纷纷加速数字化转型和基于新技术的业务创新。

E

资本市场继续看好旅游业长期稳定发展。

在2020年中国服贸会特别设立旅游投融资大会上，签约总额仍达到 157.1 亿元人民币。疫情期间，海南省新增注册旅游类企业达4000余家。

F

企业家精神引领旅游集团开拓进取。

自行垫资提供无损退订和免费取消服务，亲自直播带货以私域流量带头企业自救，众多旅游企业领导人敢于作为、勇于担当，为行业信心恢复和全面复工复产贡献了重要力量。

|| [文化强国] ||

旅游集团战略引领，市场主体责任担当



文化是一个国家、一个民族的灵魂。文化兴国运兴，文化强民族强。



党的十九届五中全会
明确提出到2035年
建成文化强国的战略目标。

要健全现代文化产业体系，
促进和提升社会文明。



在旅游集团的成长中，
文化扮演的角色越来越关键。

这是对旅游业的政治要求，
也是旅游集团的责任与担当。



旅游业兼具经济属性和文化属性



经过改革开放40余年的发展，旅游业已经成为国民经济的战略性支柱。但是旅游业不只具有经济属性，它同时还具有很强的文化属性。

- 旅游是修身养性之道，旅游发展有效满足了人民群众不断增长的精神文化需求。
- 特别是旅游成为人们日常生活重要选项之后，旅游业的文化属性进一步增强。



旅游业是现代服务业的重要组成部分

《建议》强调加快发展现代服务业，其中就包括推动生活性服务业向高品质和多样化升级，加快发展旅游等产业。旅游业作为国民经济的战略性支柱产业和现代服务业的重要组成部分，其地位没有也不会随着机构改革而下降，相反，在“双循环”新发展格局下，旅游业在促消费、稳就业、保增长等方面还可以发挥更大作用。

旅游业在健全现代文化产业体系中承担重要使命

《建议》提出推动文化和旅游融合发展，建设一批富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区，打造一批文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区，发展红色旅游和乡村旅游。从现代文化产业体系的角度来看旅游业的发展，最重要的就是要提升旅游发展的文化内涵，让旅游成为人们感悟中华文化、增强文化自信的过程，让人们在领略自然之美中感悟文化之美、陶冶心灵之美。

文化正在成为现代旅游业最为活跃的生产要素

首先人民群众有需要，其次是旅游集团有自觉，再次是各级政府有支持。新时代的旅游线路、旅游产品和旅游体验，应当也可以让人们在旅程中领略文化之美，增强文化自信。

文化推进旅游业高质量发展的现实路径

通过提升文化内涵，可以促进传统旅游要素转型升级；通过主动对接市场，可以将文化资源转化为旅游要素；通过发挥文化感召力，可以扩大旅游影响力。当且仅当以社会主义核心价值观和先进文化武装起来的旅游集团，坚持社会效益与经济效益相统一的文化事业、文化产业，两者为了人民的美好生活相向而行的时候，文化和旅游融合的高质量发展目标才可能真正实现。



|| [科技创新] ||

升级当代智慧旅游，构建现代产业体系



科技支撑是旅游业发展的客观规律

过去20年，在互联网、大数据、云计算、物联网、人工智能等信息技术推动下，旅游数字经济快速发展，为旅游业走向现代化提供了方向。



要大力提升旅游集团的科技创新能力，加快推进旅游集团的数字化进程，对旅游业高质量发展形成有效支撑。

旅游业现代化需要旅游集团现代化





“互联网+旅游” 政策助力

10月30日，文化和旅游部、发展改革委等十部门联合发布《关于深化“互联网+旅游”推动旅游业高质量发展的意见》，明确了新发展阶段智慧旅游的产业数字化和消费场景化的战略导向，部署了加快建设智慧旅游景区等十项重点任务，提出到“十四五”期末实现重点旅游景区和度假区智慧化升级等目标。



以实验室经济为依托，通过大数据链接供需，研发形成市场需要的时尚、有感的新元素和新产品，将为文化和旅游高质量融合提供崭新模式。

实验室经济提供新模式



|| [展望2021] ||

主客共享新空间，融合发展高质量



**从中长期发展来看，
支撑旅游业发展的中国
经济基本面不会改变，
持续增长的大众
旅游基本面没有改变，
旅游市场持续向好和
稳定发展格局没有改
变。**





[壹]

新发展阶段的旅游集团要服务国家大局，与经济社会发展同进步，共成长。

只有把企业战略和国家战略有机地结合起来，旅游集团才能获得最强大的助力和更好的成长机会。

[贰]

新发展阶段的旅游集团要满足人民美好生活需要，着力发展高品质旅游。

大众旅游在未来一段时间仍将占据主体，但小康旅游正在快速兴起，二者统一在高品质旅游当中。

[叁]

新发展阶段的旅游集团要强化文化引领，进一步明确并坚守以人民为中心的旅游行业价值观。

要牢固树立意识形态安全意识，坚持经济效益和社会效益相统一，采取负责任的旅游开发经营活动，将“以人民为中心”的发展思想贯彻到产品开发、服务提供和经营管理当中。

[肆]

新发展阶段的旅游集团要加强先进科技应用，率先提升旅游业现代化水平。

要直面旅游业发展的主要矛盾，坚持以满足人民群众对美好生活新期待为导向，面向游客品质化、生活化、个性化的旅游消费需求来开展科技创新活动。

[伍]

新发展阶段的旅游集团要巩固壮大实体经济根基，提升企业持续发展能力。

不是说炒概念、造平台、资本运营、房地产开发等不重要，而是说这些必须建立在游客可体验的产品和服务基础上，建立在满足人民美好生活新期待的基础上。



回顾2020，既是沧海横流的一年，也是英雄本色的一年。

展望2021，将是大众旅游的新时代，小康旅游的新阶段，还是文化引领的新理念，科技创新的新格局。