后疫情时代湖北旅游产业高质量发展研究

彭雪婷 罗伟 陈思远 肖洁 周颖¹

(武汉轻工大学 经济与管理学院, 湖北 武汉 430023)

【摘要】: 2020年伊始,一场突如其来的新冠肺炎疫情使湖北旅游业几乎停滞。研究表明,新冠疫情给湖北旅游业带来了诸如旅游企业运转困难、旅游形象受损但知名度上升、线上旅游营销兴起和旅游消费需求转变等多方面影响和变化。后疫情时代,湖北旅游产业要想实现高质量发展,政府层面需陆续加强旅游扶持,推出激励政策,完善基础设施建设,加大旅游宣传与营销,加大人才培养力度,推进科学技术助力旅游发展;企业层面要提高疫情防控重视力度,调整和优化企业经营策略,提升软实力与硬实力,加强行业互助与合作,进而实现湖北旅游产业振兴。

【关键词】: 后疫情时代 旅游业 影响与对策

旅游业是敏感性的行业,对外部环境具有与生俱来的依赖性,尤其是危机事件易对旅游业造成严重影响。新冠疫情是新中国成立以来传播速度最快,感染范围最广的一次重大突发公共卫生事件。2020年中国旅游业迎来一场“寒冬”,疫情的全球化蔓延对国内以及国际旅游市场产生了极大的负面影响,各类经营式数据呈现断崖式下滑,作为第三产业的旅游业在疫情之下面临着空前的挑战和前所未有的危机。据中国旅游研究院预计,2020年一季度及全年,国内旅游人次分别负增长56%和15.5%,全年较上年减少9.32亿人次;国内旅游收入分别负增长69%和20.6%,全年较上年减收约1.18万亿元。

随着疫情进入常态化防控新阶段,旅游业复工复产工作取得了有效进展,旅游市场得到了有力的恢复。截至目前,多地已经下调重大突发公共卫生事件应急响应等级,坚持常态防控和有序恢复,跨省旅游已经恢复,景区最大游客承载量现已可调至75%。根据飞猪国庆出游报告,武汉跻身“国庆假期热门目的地排行榜”前十,又入围“热门客源地排行榜”前十,足以彰显武汉的文旅号召力。国庆、中秋超长黄金周,湖北接待游客5228.59万人次,实现旅游综合收入348.29亿元,分别恢复到去年国庆假期的82.74%和72.26%。当前湖北旅游业复苏发展不断向好,笔者基于对新冠肺炎疫情的影响分析,提出相应的对策和建议,以期对后疫情时代湖北旅游业高质量发展参考和借鉴。

1 新冠疫情对湖北旅游业的影响

1.1 湖北旅游企业运转困难

据世界旅游联盟3月发布的《2020年上半年中国国内旅游市场景气报告》显示,2020年上半年中国国内旅游市场景气指数断崖式下滑至-121,达历史最低。疫情发生在春节期间,旅游企业前期为春节旅游市场投入高额营销成本,由于疫情预定不得不取消,前期投入颗粒无收,垫付的资金打水漂。一项3月下旬对275名湖北省旅游从业者(82.9%是中高层管理人员)的线上问卷调查显示,企业运营成本压力大(占59%),资金周转存在困难(占45%)。疫情期间实行交通管制,企业停工停业,人员流动性降低,旅游产品销售渠道受阻(占41%)。湖北省旅游出行几乎停止,直至7月18日才恢复跨省(市、区)团队旅游,出入境游目前暂未恢复。

作者简介: 彭雪婷(2001-),女,湖北荆州人,在读本科生。

罗伟(1984-),男,河南信阳人,博士,副教授,研究方向:乡村旅游与旅游规划。

基金项目: 武汉轻工大学2020年大学生创新创业训练计划项目“后疫情时代湖北旅游产业高质量发展研究”(项目编号: X202010496052);武汉轻工大学校立科研项目“共生理论视角下武汉市乡村旅游产业整合发展研究”(项目编号: 2016y37)

1.2 湖北旅游形象受损但知名度有所提升

据维度统计“湖北省旅游意向调查”显示，与疫情发生前相比，受访者疫情结束后到湖北省旅游意向下降 43%，过半受访者（53%）认为疫情对湖北省旅游形象产生负面影响，甚至存在少部分人（2%）因此对湖北居民产生偏见。疫情期间，几乎整个中国目光都聚集到了湖北武汉，湖北为全国抗疫所做出的突出贡献受到国人称赞，“武汉是英雄的城市，武汉人民是英雄的人民”已经成为了全国人民的共识，疫情期间武汉人民的乐观与大爱，以及各行各业对抗击疫情的无私奉献，让湖北赢得了更多的赞颂，知名度和美誉度大幅提升。

1.3 线上营销将更加受欢迎

疫情期间，人们出行受限，也直接导致了互联网在旅游行业的应用飞速发展，一些平台纷纷推出“云旅游”“直播推介”等新颖的线上营销活动。线上旅游营销具有方便、快捷、人与人之间零距离接触等特点。疫情之后，为响应国家“少出门、不聚集、不扎堆”的号召，线上营销将更加受欢迎。后疫情时代湖北省旅游行业以网络直播、知名 App、微信、微博等为载体的线上旅游营销活动受到大众的普遍欢迎。

1.4 旅游消费需求发生重大改变

受新冠病毒高死亡率、高传染率特点的影响，人们的健康意识和卫生意识大为提升，今后的旅游偏好会更偏向于康养旅游、度假休闲等，追求放松身心的同时期待自己的身体更加健康。为此，后疫情时代，湖北旅游业会更加注重田园风光、休闲度假、温泉疗养等旅游类型的发展。在经历数月封闭后，人们对出游有更强烈的欲望，疫情也刺激人们的旅游需求得到释放，但是考虑到安全问题，更多的人会选择周边游、短途游。

2 湖北旅游产业高质量发展的对策与建议

2.1 政府层面

2.1.1 进一步推出疫后旅游扶持和激励政策。

在新冠疫情背景下，湖北旅游行业正处于转型升级的重要关口，政府应大力推出扶持和激励政策，帮助各旅游企业渡过难关。政府已经推出了很多政策，例如市政府出台的《支持文化旅游产业恢复振兴若干措施》提到企业纾困帮扶力度越来越突出，加大产业融合发展力度、加大项目建设推进力度、加大市场扩容提质力度等五大方面措施。基于这些政策湖北省推出了“与爱同行，惠游湖北”的全国游客免费政策，医护人员免费游湖北等活动，但是仍需注意的是政府应该加强对旅游者消费信心的重建、不断优化旅游营商环境、确保所推出的政策具有针对性和准确性并根据反馈更改政策使得其更加有力。例如，尽快落实湖北的 2.5 天休假模式，促进居民的休闲度假旅游、积极引导各企业建立疫后应急管理与安全预警机制、根据市场结构的改变及时的修订法律法规，使其助推旅游业发展。

2.1.2 进一步完善旅游基础设施的建设。

虽然疫情对旅游产生了很大的负面影响，但随着大众旅游时代的到来，后疫情时代的旅游需求释放势必会带来新一轮的旅游快速发展，对旅游基础设施提出了更高的要求。首先要加强景区内部的基础设施的建设，如交通、厕所、餐饮、停车场、免费 Wi-Fi 等，有助于提高游客的旅游体验；其次，要充分发挥湖北省的水资源，大力发展水上交通与旅游相结合的特色模式，例如每年都有大量的中外游客以水路的方式来到赤壁古战场；再次，完善各城市、各景区之间的交通设施，加强各个景区的联系，尽可能让游客游玩的得久一点；最后，作为政府和相关企业应该强化农村各方面的保障水平，如交通、水电、旅游服务等，

进一步促进乡村旅游发展和乡村振兴。

2.1.3 进一步加大湖北旅游形象的宣传与营销。

受到疫情影响，湖北的旅游形象受到损害，政府应该加大宣传力度，快速恢复城市形象。目前湖北省推出的对抗击疫情勇士们免费旅游的关怀措施、各类新型的旅游活动对湖北形象已经有了一个很大的提升。湖北政府可以创新湖北文旅主题形象宣传片，比如以故事的形式拍摄宣传片、利用特效使宣传片更加吸引观众，并持续在央视黄金时段播出，也可以借助互联网平台增加浏览量，各地方的旅游局可以持续更新微信公众号，推荐游玩线路，展现湖北“山河无恙、感恩迎宾”形象。借助媒体传达游客的游后感，形成以“游客评价”为主的反馈体系。对省内文旅企业开展湖北文旅宣传推广给予品牌激励和资金奖补。以内容为王，以创新为魂开展全媒体、全产业、全用户旅游营销。

2.1.4 进一步加大旅游人才的培养力度。

虽然旅游业是中国新兴的支柱产业，但是一直存在人才短缺的问题，为推动湖北旅游业高质量发展，政府应该加大旅游人才的培养。一是培养具有创新思维的人才，当前旅游业要跳出传统的旅游模式，就要为旅游业注入新鲜有活力的血液；二是培养具备高科技能力的人才，旅游与技术的结合已经越来越紧密，技术型人才越来越被需要；三是培养管理人才，疫情后，旅游景区的管理越来越严格，要求越来越高，对景区管理者的能力要求也越来越高；四是培养领导人才，对突发事件的应急反应和处置能力显得尤为重要，能够快速准确地做出决策的领导者会减少旅游业的损失。

2.1.5 进一步加大科学技术助力旅游发展。

在智慧经济时代，普通旅游似乎已经不能吸引游客了，所以旅游业也要跟上时代的步伐，借助科学技术推出更符合新时代游客审美的旅游方式。目前，湖北省已经推出了26个夜游项目，借助灯光展现了不一样的景区，揽客效果明显；疫情期间各博物馆、纪念馆也开展了“云旅游”；武汉在今年10月起开始了为期两个月红色场馆网络直播和线下场馆打卡活动。在今后的湖北旅游业高质量发展中要加强旅游与科学技术的融合，例如，借助VR技术设计3D旅游；借助互联网简化购票、景区导览、讲解等；借助全息影技术再现各种场景；借助人工智能实现无接触服务等。

2.2 企业层面

2.2.1 进一步提高疫情防控重视力度。

现阶段，疫情迎来了观察期，各类旅游企业复工开园心切，容易出现旅游市场秩序和服务质量问题。要从现在就重视起来，各级政府部门须要求明确，下级部门要监管落实到位，确保全行业在恢复期不出问题。即使专家预测今年冬季疫情发生的可能性较低，但是企业仍要落实日常消毒工作，切忌侥幸心理；各景区要严格按照《旅游景区恢复开放疫情防控措施指南》开展疫情防控工作，限制每日客流量，避免游客堆积；要求游客出示健康码，对没有健康码或有潜在感染风险的游客进行进一步健康检查；落实游客时刻佩戴口罩，并在景区内保持1m间隔；联合各部门做好应急预案并确定其可操作性，时刻准备面对疫情反弹。

2.2.2 进一步调整和优化企业经营策略。

疫情是一场大考，在这场疫情中许多中小企业已经严重人员流失，负债累累，如果放任这种现象，疫情结束后企业将很难打开局面。所以企业在疫情期间应该尽可能减少不必要开支，并进行有可能的营销，例如五星级酒店买早餐、武汉推出秒杀购物消费券等。企业要认识到危机只是暂时的，疫情之下中国经济的基本面没有变，引导旅游经济发展的产业基本面没有消失，

旅游业自我修复和研发创新的动能正在集聚，旅游消费存在触底反弹的很大可能性。帮助员工树立信心，和员工一起挺过难关。稳住优质顾客，帮助我们迅速打开市场。疫情是危也是机，各企业应该深度思考疫情结束后的恢复之路。

2.2.3 进一步提升软实力与硬实力。

一直以来旅游产品都存在同质化、低端化等问题，旅游企业可以借助这次机会整顿行业风气，提高自身软实力与硬实力。一是创新旅游项目，现在旅游消费者对旅游产品的质量要求越来越高，传统旅游模式难以满足他们的期望。企业可以开发新奇的主题，如改造老厂房、邮轮上赏长江夜景等比较新奇的产品。二是旅游管理服务水平。此次疫情对于旅游目的地的公共服务水平提出了更高的要求，包括旅游公共服务的卫生防疫水平、安全水平、人文关怀度等，这些软实力必然成为旅游者选择目的地的重要参考指标。三是加速旅游产品供给优化，以“质”取胜。由于疫情游客的旅游偏好更趋向于康养、体育、度假类型的旅游，企业要联合医疗专家打造全健康的概念，提高安全卫生标准。整合食住行游购娱，严格把控食品供应链，提供多元化的旅游产品，以此满足不同消费者多样化的消费需求，增强旅游市场的活力。四是持续推进新型热门项目。湖北省多地旅游景区在国庆开展各式演出、晚会、主题活动节、灯光秀、烟花秀等，吸引了大量游客。各企业应与政府合作，趁着热门项目加速湖北旅游业的恢复。

2.2.4 进一步加强行业互助与合作。

新冠肺炎疫情给湖北旅游企业造成了重大的打击，关键时刻，湖北旅游企业要抱团取暖共克时艰。各个旅行社可以形成旅行社联盟，以采取集体采购，资源共享的形式一起推出旅游产品。各企业也可以形成抗击疫情联盟，协同制定疫情应急预案，相互监督，相互促进。受疫情影响较弱的OTA可以发挥其作用联动旅游业上下游企业，例如携程所推出的“同袍”计划投入10亿支持基金、百度提出的“共度”计划多项服务免费。互助、合作与共赢将是疫后旅游行业发展的主旋律。

3 结论

经过这次疫情的大考证明，旅游产业高质量发展和旅游强国之路的建设还任重而道远。从辩证的角度来看，新型冠状病毒肺炎疫情的爆发所带来的影响既包括危机也包括机遇，危机主要表现在它直接导致了旅游景区经营停滞、游客出游恐慌心理、湖北形象受损等诸多问题；机遇则表现在政府在疫后出台了大量的旅游复苏政策促进旅游产业的发展、打开了线上线下双向重新结合的向好模式、今后游客的旅游偏好更加明显等等，促使疫后旅游产业的品质升级。

在后疫情时代，我们应该如何走好湖北旅游产业高质量发展的长征路呢？需要政府与地方企业的双向结合来实现。政府层面需要进一步推出扶持和激励政策，进一步完善基础设施建设，进一步加大湖北旅游形象的宣传与营销，进一步加大旅游人才的培养力度，进一步加大科学技术助力旅游发展；企业方面，进一步提高疫情防控重视力度，进一步调整和优化企业经营策略，进一步提升软实力与硬实力，进一步加强行业互助与合作，在全国疫情稳步恢复中实现旅游产业振兴，在振兴中更好地推动湖北旅游产业的高质量发展。

参考文献：

[1]戴斌. 高质量发展是旅游业振兴的主基调[J]. 人民论坛, 2020(22):66-69.

[2]“惠游湖北”客流逾1800万人次[N]. 湖北日报[2020-09-16], https://epaper.hubeidaily.net/pc/content/20200916/content_53787.html.

[3]黄福彭, 吴莉. 静待“疫”过天晴: 疫情对湖北省旅游业的影响分析[EB/OL]. [2020-05-07] <https://ishare.ifeng.com/>

c/s/7wHfrC86hWI.

[4]彭顺生. 新冠肺炎疫情后旅游的八大新变化[N]. 人民日报, 2020-03-11.

[5]崔翠. 疫情之下的旅游业如何在困境中破茧成蝶[J]. 中国旅游评论, 2020(01):10-14.

[6]高舜礼. 后旅游复苏或更要自我唤醒[EB/OL]. [2020-03-11], http://www.360doc.com/content/20/0311/23/56679681_898531109.shtml.

[7]罗伟, 靳梦婷, 林雅慧, 等. 危机与振兴: 新冠肺炎疫情后我国乡村旅游产业发展研究[J]. 武汉轻工大学学报, 2020, 39(02):73-79.