

张家界旅游业疫后振兴的思路与对策研究

汤月婷 蔡建刚 童思野¹

(吉首大学 旅游与管理工程学院, 湖南 张家界 427000)

【摘要】: 新冠肺炎疫情对张家界旅游业产生了巨大冲击, 疫后振兴张家界旅游业的总体思路是“两调整、两提升”, 即调整客源战略、调整产业结构、提升应急能力、提升科技含量, 具体对策有: 开拓本地游、周边游、跨省游等国内旅游市场, 激发旅游消费; 整合资源培育新业态, 抢先布局智慧旅游产业; 塑造安全可靠、文明有爱的旅游形象, 重振旅游信心; 建立旅游危机防范、评估与处理机制, 加强危机管理。

【关键词】: 旅游业 新冠肺炎疫情 疫后振兴 张家界

【中图分类号】: F2 **【文献标识码】:** A

在近几年的旅游业发展中, 无论是旅游新产品、新业态等的推出, 还是旅游营销、传播手段等的更新, 张家界总有一席之地, “张家界旅游”已成为我国旅游业的一张重要名片。过去 30 余年, 张家界旅游业始终保持快速的发展态势。2016 年至 2019 年, 张家界旅游总收入、旅游接待人次和人均旅游消费年均分别增长 26.91%、9.43%、15.98%; 2019 年, 全市境外客源市场达到 133 个国家和地区, 接待入境游客达 137.04 万人次, 实现旅游外汇收入 8.02 亿美元, 外汇收入比上年增长 209.7%, 旅游龙头地位更加突出。然而, 这一良性发展态势被新冠肺炎重大突发公共卫生事件切断。疫情对以“流动经济”为基本特征的旅游业产生了巨大的冲击和深远的影响, 以旅游业为绝对主导产业的张家界更是受到了前所未有的重创。目前, 疫情防控虽已进入常态化阶段, 但张家界旅游业的恢复还任重道远, 振兴旅游业成为后疫情时代张家界经济高质量发展的首要工作和重要保障。

1 疫情对张家界旅游业的冲击

新冠肺炎疫情爆发恰逢我国居民出行高峰与旅游的黄金时期。疫情爆发后, 人口流动戛然而止, 全国旅行社与相关旅游企业也按要求停止了旅游活动经营业务。直到 2020 年 3 月 1 日, 张家界天门山、大峡谷等景区才有序恢复对外开放, 全国跨省游业务更是到 7 月才宣布开放。如此, 疫情对张家界旅游业的冲击直接表现为国内旅游市场重创, 出入境旅游市场停摆, 旅游人次与旅游收入骤减, 旅游经济损失惨重。

首先, 对于旅游经济而言, 张家界春节旅游热“不复存在”, 这直接导致 2020 年 2 月旅游人次与旅游收入呈现断崖式下跌, 与 2019 年同期相比, 旅游人次减少 518 万人次, 旅游收入损失近 60 亿元。疫情对旅游业的冲击并未止步于春节, 如图 1 所示, 与近 3 年相比, 2020 年上半年游客规模大幅缩减, 在暑期迎来较好的增长形势, 但并未出现业界人士对疫情结束后旅游迎来井喷式或报复性增长的美好期望; 12 月虽有大幅度反弹, 但全年旅游人次仅 4949.206 万人次, 旅游收入为 568.95 亿元, 比 2019 年分别减少 3100.104 万人次、336.64 亿元。特别是接待入境游客仅 3.09 万人次, 实现旅游外汇收入仅 1154 万美元, 与 2019 年相比分别下降 97.74%、98.68%。

¹作者简介: 汤月婷(1997-), 女, 浙江嘉兴人, 硕士研究生, 研究方向: 旅游经济与管理;

蔡建刚(1984-), 男, 浙江诸暨人, 博士, 副教授, 硕士生导师, 研究方向: 旅游经济与管理。

基金项目: 湖南省教育厅科研重点项目“重大突发事件影响下旅游城市综合应急管理能力提升研究”(20A403); 生态旅游湖南省重点实验室开放基金项目“新冠肺炎疫情对生态旅游区的影响及危机管理研究”(STLV2008); 吉首大学研究生科研创新项目“新冠肺炎疫情对张家界旅游经济影响的实证研究”(JGY202002)

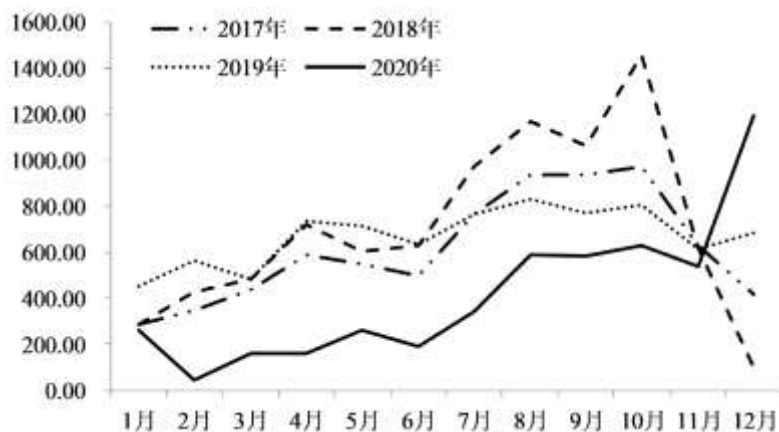


图1 张家界2017-2020年旅游接待人次(单位: 万人次)

其次,对于微观个体而言,景区公司、OTA平台、旅行社、酒店、旅游演艺企业、旅游购物企业、餐饮企业等旅游企业全线受损,新产品开发与投资、营销与宣传推广、人员聘用与调整等均受到影响,不少企业关门歇业、破产倒闭。旅行社作为现代旅游业的三大支柱之一,其良性运营是旅游业高质量发展的重要基础。然而,在疫情影响下,张家界市旅行社“苟延残喘”。数据显示,截至2020年6月30日,张家界旅行社行业共造成失业人员约58000人,其中导游11000人,涉及旅行社210多家;正式复产的只有45家。可见,本次疫情对张家界旅游业的影响之大、持续时间之长。

2 张家界旅游业疫后振兴的总体思路

疫情对张家界旅游业来说是一场危机,更是一场灾难。但“危”中有“机”,如能顺应后疫情时代旅游业发展的新变化、新趋势、新要求,明确发展的方向和思路,在危机中育先机、于变局中开新局,则张家界旅游业将迎来崭新的一页。振兴张家界旅游业的总体思路是“两调整、两提升”,即调整客源战略、调整产业结构、提升应急能力、提升科技含量。

(1) 调整客源战略。

开拓境外客源市场、提升“国际张”品牌知名度一直以来是张家界旅游工作的重心,“韩流”一直是张家界旅游业的重要现象。特别是“十三五”时期,张家界在哈萨克斯、俄罗斯、捷克等“一带一路”沿线国家建立了13个“丝路驿站”,并赴东南亚、欧美等多个国家和地区开展了友好交流。然而,在全球疫情肆虐下,入境旅游几乎成为泡影,调整客源战略、大力开发国内市场特别是周边市场成为现实之举。党的十九届五中全会将“加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”纳入“十四五”时期经济社会发展的指导思想中,并强调“坚持扩大内需这个战略基地,加快培育完整内需体系”,这也要求张家界旅游业立足国内大市场,调整并优化客源结构。

(2) 调整产业结构。

旅游业是我国的战略性支柱产业,改革开放以来获得了长足的发展,2019年全国人均旅游已超4次,以致有学者一度将旅游视为一种“刚需”。然而在疫情影响下,旅游业是脆弱的、敏感的特性再度呈现,旅游依然是一种弹性需求,是人民对美好生活的一种向往,并非缺一不可。张家界高度依赖旅游业的发展,2017年以来,旅游总收入就远超地区GDP,产业结构十分单一。张家界旅游业“吃、住、行、游、购、娱”六大要素的结构比例也极不协调,门票经济(旅游要素)较为突出,而购物和娱乐两大弹性要素的收入占比太低,旅游产业的效益不明显,还停留在粗放的游客人数规模扩张阶段,消费质量不高。此外,旅游要素早已呈现独立发展态势,调整产业结构,加强购物和娱乐消费,并“去旅游化”发展成为当务之急。

(3)提升科技含量。

张家界旅游业发展虽然取得了举世瞩目的成绩，但依然停留在以游览观光为主的发展阶段，在 5G、大数据、云计算、物联网、区块链、人工智能等新技术的研发与使用方面相对欠缺，旅游产品的科技含量不高、体验不足。即便是技术应用较为普遍的旅游演艺和展览馆等项目，也还停留在“声光电”初级阶段，科技特效与视觉、听觉等冲击力方面有待进一步加强。此次疫情促使人们更加关注公共卫生与公共安全，同时极大地改变了人们的消费模式与企业的经营模式，“云旅游”、无接触式服务模式等新业态、新形态陆续产生。因此，在未来的发展中，张家界旅游业应更加注重科学技术的研发与应用，不断提升科技含量，使生产和服务变得高度自动化、高度信息化、高度数字化和高度网络化。

(4)提升应急能力。

张家界自 1988 年建市以来，旅游业发展从未受过如此冲击，战乱、恐怖活动等重大突发事件从未有之，金融危机和非典疫情虽有影响，但影响不大。同时，张家界在现代旅游治理体系探索、建设与实践方面虽有重大突破，但在重大突发公共事件的应急管理方面还很不足，城市的综合应急管理能力有待进一步提升。习近平总书记在第十九届中央政治局第十九次集体学习时强调，“应急管理是国家治理体系和治理能力的重要组成部分，承担防范化解重大安全风险、及时应对处置各类灾害事故的重要职责，担负保护人民群众生命财产安全和维护社会稳定的重要使命”。为此，张家界要更加注重应急管理能力建设，为旅游业的疫后振兴和未来应对重大突发事件“保驾护航”。

3 张家界旅游业疫后振兴的对策措施

张家界旅游业的疫后振兴需紧紧围绕“两调整、两提升”的思路，并做好以下四项工作：

(1)开拓本地游、周边游、跨省游等国内旅游市场，激发旅游消费。

一是要调整产品结构，创新旅游业态，开发满足本地、周边地区、国内其余地区居民多样化需求的产品，尤其是要抓住乡村振兴战略实施机遇，高质量推进乡村旅游，延伸本地游、周边游旅游消费链，激发旅游消费欲望。二是要大力发展旅游商品产业，增强旅游业的创新能力和制造能力，优化旅游业六要素结构比例，切实提升旅游消费层次。与此同时，通过政府补贴、发放消费券、旅游折扣等方式将潜在的旅游需求转化为现实的旅游消费，力促张家界旅游市场短期内复苏。

(2)整合资源培育新业态，抢先布局智慧旅游产业。

一是要整合张家界全市旅游资源，积极培育休闲康养等新产品、新业态，塑造张家界“回归自然·拥抱健康”的旅游新形象，以新兴产业推动消费需求与产业转型“双升级”。二是要强化云计算、人工智能等高新技术的应用，构建旅游智慧应急信息共享体系，实现旅游安全管理防范前置；推动景区智能化建设，实现“闪入园”“云排队”，为无接触式旅游提供可能。三是要重视 5G 技术的融合应用，推广“5G+VR”“5G+AR”“5G+AI”等项目，丰富景区旅游体验，提升企业服务水平，增强公共服务能力。

(3)塑造安全可靠、文明有爱的旅游形象，重振旅游信心。

一是要持续强调张家界“本地安全”，并全面介绍应对疫情所采取的紧急措施、防控工作等，这种强调与介绍胜于任何景区的促销宣传，有利于消除疫情危机“威胁”与居民恐慌，恢复旅游信心。二是要加强与旅游者的沟通交流，传递关心关爱，将安全健康、负责的理念更好地融合在旅游服务之中，同时要强化公共卫生检查程序与景区预约、人流管控，做好重大流行疾病的防控工作，这不仅有利于赢得旅游者信任，也有助于提升旅游企业信心。

(4)建立旅游危机防范、评估与处理机制，加强危机管理。

一是要树立危机意识，建立平常和特殊时期两套应急治理机制，提升处理突发事件的水平和能力，及时有效地作出危机预警、危机处理和危机评估及协调，形成专业化的应对与管理制度，切实提升重大突发事件的应急管理能力。二是构建符合张家界市旅游业发展实际的应对重大突发事件的现代旅游治理体系，进一步完善政策体系，并将应急管理规划纳入旅游城市整体可持续发展和营销管理战略，为疫后旅游流量获取与市场动态把握抢占时机。

参考文献:

- [1]Cooper, M. Japanese tourism and the SARS epidemic of 2003[J]. Journal of Travel & Tourism Marketing, 2006, 19(2): 117-131.
- [2]傅勇林. 疫情防控常态化前提下我国旅游业的振兴与发展[J]. 中国政协, 2020, (9):38-40.
- [3]陆明明, 石培华, 翟燕霞, 等. 疫后旅游振兴动力系统及经济生态圈构建[J]. 未来与发展, 2020, 44(8):70-78.
- [4]彭顺生. 中国旅游业: 后疫情时代恢复与振兴研究[J]. 扬州大学学报(人文社会科学版), 2020, 24(5):54-66.
- [5]申军波, 徐彤, 陆明明, 等. 疫情冲击下旅游业应对策略与后疫情时期发展趋势[J]. 宏观经济管理, 2020, (8):55-60.