

疫情常态化背景下山西旅游业发展路径研究

杨西 孙小贝 屈朝辉

(太原工业学院 山西省 030008)

摘要: 2020年至2022年,中国处于常态化疫情防控阶段,旅游业在此期间处于相对萧条状态,甚至由于突发的反复性疫情进入停滞状态,2022年12月7日国务院联防联控机制综合组发布了优化落实新冠疫情防控“新十条”,标志着疫情全面放开。但这不代表疫情的结束,甚至由于彻底放开,在2023年1月多地迎来疫情感染的高峰,如何在疫情常态化下和后疫情时代恢复发展旅游业具有重大意义,本文以山西省为例,探索在疫情常态化下其旅游业发展的新路径。

关键词: 新冠疫情; 常态化; 山西旅游业

一、研究背景

2019年底,新冠疫情在全球范围内爆发,给全球经济社会带来重击。其中,传统的旅游业作为对外部环境具有与生俱来的依赖性的一种行业,是非常敏感的,各类突发性的危机事件极易对文化和旅游公共服务相关行业造成严重影响,2003年的非典疫情、2008年的金融危机、汶川地震都较深地影响了国内旅游业的发展,此次新冠疫情的影响程度远远大于非典,对旅游业来说无疑是一次急刹车,甚至很多旅游相关行业破产停业,旅游业的脆弱性和局限性的问题也随之显露出来。

一直以来突发危机事件对文旅行业的影响是国内外学术界关注及研究的重要话题。疫情背景下国内外关注旅游的研究重点主要集中在以下几方面:一是旅游需求的变化;二是影响旅游需求变化的内外部因素;三是政府、产业和企业等对旅游需求的引导和管理;四是旅游需求预测。^[1]

1. 国外研究现状

国外对于文化和旅游公共服务相关危机管理研究起步较早,通过比较相关文献资料发现,随着旅游危机事件的增加,相关研究也日益增多,尤其是21世纪以来,内容主要是围绕恐怖主义、金融危机、传染病、政治动乱、战争及自然灾害等突发事件所引起的旅游发展危机展开研究,其中对单个孤立事件的旅游危机所产生的影响研究较少。Khan H等分析了2001年亚洲瘟疫对新加坡旅游业的影响;Huang JH等对2001年台湾地震后旅游业的发展进行了研究。Codich及Blake A & Simmar T M分别就“9.11”事件对美国旅行和旅游业的影响进行了分析。Bob McKercher等结合重大公共卫生危机事件对旅游所产生的影响,探讨了旅游业对SARS疫情的应对以及亚洲旅游业遭受的重创。Annelies Wilder-Smith从更加全面的角度研究了SARS对旅行和旅游业的影响,Hsiao等采用自回归滑动平均模型和外生(ARMAX)模型来研究了SARS和禽流感等传染病对亚洲国家国际旅游需求的影响。Jenier等评估了SARS疫情爆发后日本赴中国台湾地区游客对台湾旅游业的影响。学者们探讨了众多关于如何应对这些危机的研究,提供了众多宝贵经历。对于新冠疫情这一全球性危机性事件,目前国外学者也展开相关的调研报告,对文旅公共服务相关行业影响也展开了相关调查,这一行业在全球处在一个相对停滞状态,甚至脱节、破产,如何应对方面学者们也做出了初步探索。

2. 国内研究现状

国内相关方面研究起步较晚,主要是在2003年“非典”疫情发生之后引发了对旅游危机的关注和研究。其中,具有代表性的文献有:朱迎波和李锋回分别利用双变量ARIMA模型和旅游本底线法(TBLM)对2003年SARS事件对我国入境旅游造成的影响进行了分析。侯国林分析了SARS疫情对旅游业的影响特征,研究了疫情后人们旅游需求的变化,并对旅游业危机管理

系统模型和疫情后旅游业发展的新思维做了探讨,对旅游危机管理机制的建立和后来的旅游业发展具有借鉴意义。石培华等学者论述了旅游经济的几个特征,从四个方面对“非典”后旅游经济重建问题提出了具体措施,从宏观层面考虑旅游业的风险管理。曾本祥通过回顾总结世界各国短期事件对旅游产生的影响并重点分析了2003年SARS疫情对中国旅游业带来的影响和疫后旅游恢复情况,认为旅游业在短期危机后能迅速复苏,其间适当的危机管理措施和有效的恢复策略不可或缺。宋洪波、吴其付从旅游企业的角度论述了如何建立和完善旅游危机管理机制。

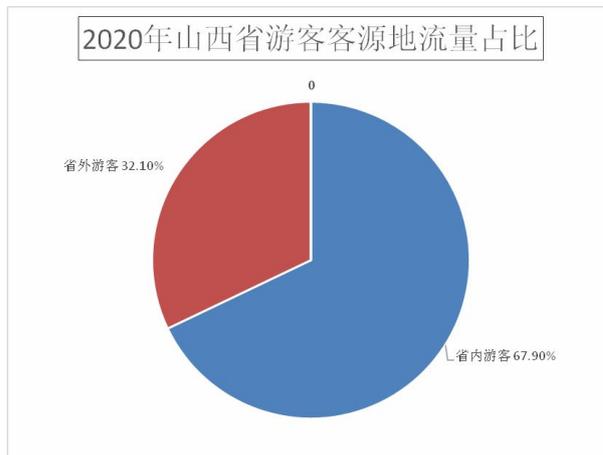
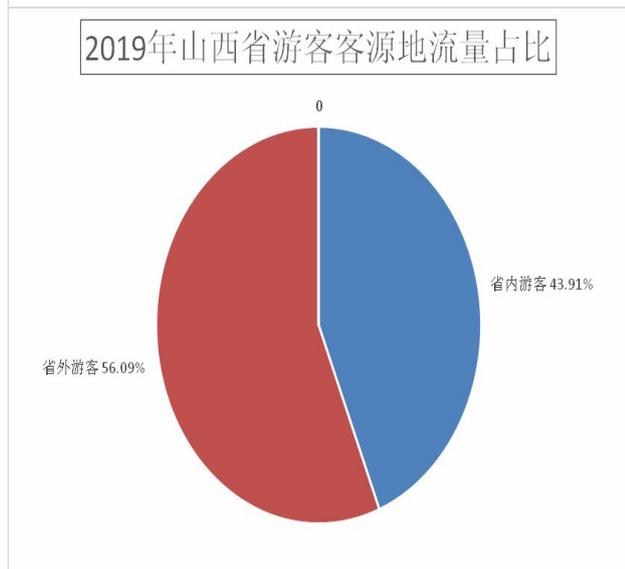
目前国内关于新冠疫情对文化和旅游公共服务相关行业冲击,主要有研究云南省、江西省等省份。魏敏、魏海湘、黄海玉(2022)分析了疫情影响下对旅游经济韧性的迫切需求,探讨了提升韧性、推动旅游产业高质量发展的路径:技术引领、需求导向、政策保障。^[2]邹开敏、庄伟光(2022)分析了常态化疫情防控下旅游消费的新变化,提出针对此变化的对策,如:重视本地游与偏远地区生态旅游目的地的打造,细分旅游出行市场,大力推动房车露营和自驾游旅游,提升旅游在线预订服务,加快景区数字化转型,重视高端旅游产品与服务供给,承接外溢高端消费,建立常态化、全程式的旅游应急管理体系等。^[3]陈岩英,谢朝武(2021)认为新冠疫情的暴发和常态化给旅游产业带来结构性的挑战和压力,但也为旅游产业的结构调整带来新的机遇,如重塑产业竞争格局、加速数字化进程、旅游产品革新、提升高质量周边旅游需求、强化旅游产业的危机应对能力等。^[4]郭艳萍(2021)分析了新冠疫情对山西旅游景区的直接影响和间接影响,提出了抓好卫生防疫工作、构建以本地及周边市场为主体的客源市场、加快旅游产品的升级换代和旅游要素的相互支撑、加强利用新媒体扩大宣传、调整旅游投资结构、加快智慧景区建设、推动旅游服务水平升级、加强导游队伍建设等对策。^[5]洪群联、李子文(2022)认为生产性服务业复苏面临的主要难题有人员流动和聚集反复受限、生产性服务需求被压缩、企业存在大规模失业性风险,指出要做好疫情精准防控、加快涉企纾困帮扶政策力度、引导生产性服务企业加快数字化转型、做好稳岗稳就业工作等。^[6]郭晓东、侯可、李强(2020)对疫后山西文化旅游发展提出了提升服务品质、加快发展智慧旅游和公共文化云服务、推动旅游和健康产业融合发展、重点开展主题旅游活动、鼓励支持旅游企业积极开发新产品新业态、创新山西红色旅游、建议设立旅游发展补助基金、开发电子文创产品等对策建议。^[7]姚强(2020)提出应把重点转到实质性深化结构性改革上,由单纯的粗放式大景区旅游向集文化、旅游、康养、教育、购物、娱乐、度假等为一体的综合性精细化全域示范区转移。特别要针对山西省一些历史文化名城、名村、古驿道、古渡口、古村落、古庙宇、

古戏台等推出政策举措。^[viii]

二、疫情期间山西省旅游业发展状况

山西是华夏文明起源的中心区域之一，是东方艺术的博物馆，素有五千年文化看山西的美誉，在悠久的历史发展长河中，形成了独特的三晋文化。疫情防控常态化下，山西省的旅游业虽然开始复工复产，但发展仍处于较低水平，疫情反复爆发也给旅游业的恢复发展增加不少困难。

根据 2021 年 2 月山西省文化和旅游厅发布的《2020 年山西省文化旅游业大数据报告》显示，2020 年山西省全年共接待国内游客和入境过夜游客 33253.52 万人次，其中国内游客 33251.87 万人次，入境过夜游客 16529 人次，实现国内旅游收入 2919.71 亿元，旅游外汇收入 605.12 万美元。相比 2019 年的旅游总收入 8026.92 亿元，呈大幅下降趋势，这个数字甚至与 2014 年的旅游总收入相差无几。同时，2020 年山西省旅游总接待人次也有所下降，且 2 月全省接待人次最低。随着疫情防控形势持续向好，山西省文旅厅指导文旅行业复工复产，从 3 月开始，全省各月接待游客人次呈逐步上涨态势。2021 年山西省重点监测景区的接待人数为 3991.5 万人次，比上年下降 0.1%，门票收入 11.2 亿元，增长 44.7%，经营收入 42.7 亿元，下降 8.8%。



从客源情况来看，2020 年山西省省内、省外游客量分别占 67.9%、32.1%，其中，与 2019 年相比，2020 年省内游客占比明显上升，增加了约 24%。从客源类型结构上来看，客源年龄段主要集中在 19 岁到 55 岁之间，中青年依旧坐稳出游主力地位。从旅游时长来看，游客停留时长以 1 天至 3 天为主，12 小时以下游览占比最高。依据国内抽样调查数据，国内一日游游客占比为 52.20%，过夜游客占比为 47.80%。相较 2019 年，过夜游客比重下降了 13 个百分点。受疫情影响，游客出行距离以中短途（300km 以下）为主，占比 69.5%，自驾游与周边游等旅游方式成为主流。

依据银杏商户大数据，2020 年文旅消费总额相较 2019 年有所下降，3 月文旅消费最低。多城市文旅消费能力有所上涨。2020 年，游客在太原市的文旅消费占比最高，达 14.49%；其次为临汾市和晋中市，分别占比 13.35%和 13.13%。游客的旅游消费中，交通消费占比最高，其次为餐饮消费和住宿消费。

《报告》显示，A 级景区总量稳步增长。截止 2020 年年底，全省 A 级景区共计 237 家，晋中市 A 级景区最多，其次是太原市，全省新增 A 级景区共 20 家。

从百度搜索指数日均值来看，各大景区搜索热度 TOP5 依次是五台山、平遥古城、壶口瀑布、雁门关与云冈石窟。旅游热点城市的搜索热度 TOP5 依次是太原市、大同市、运城市、忻州市和临汾市。

通过对山西省 2661 家酒店线上游客消费抽样分析，游客在山西省酒店消费主要集中在 300 元以下，占比 84%；300 元—600 元的消费占 13%；600 元以上消费占 3%，集中分布在太原市、晋中市和忻州市。根据 OTA 平台各市酒店实时最低报价，各市平均房价较 2019 年大部分有所上涨。

疫情期间，山西省政府、山西省文旅厅多次出台相关补贴扶持政策，帮助企业从中纾困并取得成效；2020 年 2 月，山西省人民政府出台《山西省应对疫情支持中小企业共渡难关若干措施》降低微小企业融资成本等措施，以支持文化旅游企业恢复生产；从 2020 年 4 月 1 日至 6 月 30 日山西省文旅厅在全省范围内开展为期三个月的“山西人游山西”旅游惠民活动，配套实施了联合宣传推广、加大对旅行社奖励力度、实施公益帮扶行动、推出系列惠民举措、加强文旅品牌建设五个方面的推进措施；2020 年 7 月，山西省税务局、财政厅落实国家减免税政策，免征公共交通运输、餐饮住宿、旅游娱乐、文化体育等服务增值税；2022 年 4 月，山西省政府在《促进服务业领域困难行业恢复发展的若干措施》中提出加强银企合作，建立健全重点旅游企业项目融资需求库，引导金融机构对符合条件的、预期发展前景较好的 A 级旅游景区、旅游度假区、乡村旅游经

营单位等重点文化和旅游市场主体加大信贷投入,适当提高贷款额度。

2022年12月7日,国务院联防联控机制综合组发布《关于进一步优化落实新冠肺炎疫情防控措施的通知》,不再对跨地区流动人员查验核酸检测阴性证明和健康码,不再开展落地检,除养老院、中小学等特殊场所外,不要求提供核酸检测阴性证明。“新十条”的出台,让旅游市场迎来利好,山西省各大景区已逐步恢复开放,旅游市场复苏趋势明显,出行市场预期回暖。

三、山西旅游业发展具体举措

(一) 政府主导

山西省文旅厅厅长王爱琴提到,“山西是可以触摸的‘没有围墙也没有屋顶的博物馆’”,游山西就是读历史,要想尽快恢复这座古城的旅游业,山西省政府应发挥主导作用,联合旅游相关企业、旅游行业协会,从宏观上给予鼓励政策和帮扶措施。省级、市级及地方行政主管部门共同助力,从资金、政策、税费、补贴上入手。

发放旅游消费券与旅游联名卡。其作为扩大旅游内需的重要方式,与旅游供给侧改革相辅相成。山西省应继续面向全省人民发放文旅消费券,引导、鼓励、刺激民众增加旅游消费。2020年首批“晋情来消费”政府电子消费券在太原、长治发放,2021年亿元山西省政府消费券的发放,2022年太原市、晋中市、运城市等多地发放了文旅消费券,这一系列消费券的发放,带动了文旅消费,为旅游市场带来了活力,在刺激消费、改善民生、引导习惯方面取得较大成效。此外,发行旅游联名卡,推动与银行、加油站等单位合作,鼓励旅游消费,上线旅游消费积分兑换油卡等活动。要放大精准消费券,规范旅游联名卡的使用,平衡公平与效率,严防消费券用于交易获利,带动旅游市场升温,最大限度助力常态化疫情下的消费升级。

发挥政府监管作用。保证绿色化发展,按照“双碳”目标与要求,在抓好全域的情况下,因地制宜,抓好区域旅游。构建完整的文化文物资源活化利用体系,限制企业的无序扩张,确保公平与协调发展,提升山西文化旅游的知名度和美誉度。

推动文化惠民。2020年上半年,文旅厅开展为期三个月的“山西人游山西”的旅游惠民活动,推出联合宣传推广、加大对旅行社奖励力度、实施公益帮扶行动,推出系列惠民举措、加强文旅品牌建设五大措施。2020年下半年周一至周五工作日期间,山西130家A级旅游景区向全国游客免首道门票。《2020年山西省文化旅游业大数据报告》显示,2020年,以群众文化服务品牌、乡村群众文艺队伍(文艺小分队)、乡土文化能人艺人、乡村文化带头人开展的活动量均超任务总量,分别开展活动2164场次、123280场次、26126场次和51573场次,取得了可观成效。

密切省外城市区域旅游合作。拓展跨省旅游业务,创新合作方式,整合旅游资源,共谋经济发展,形成多向流动的旅游客流,从而加快建设山西知名旅游目的地。“2020京津冀房车巡游暨文化旅游精准扶贫活动(山西站)”于2020年8月15日在山西忻州市启动,50辆房车从北京房车世界露营公园出发,途经天津静海、河北灵寿、阜平,山西忻州、雁门关等地,全程9天,单程巡游1200公里,途径30多个县市。此次活动依托房车巡游活动挖掘宣传沿线文旅资源,提高了山西文旅在北京、天津、河北等地的知名度与美誉度。密切与省外其他城市地区旅游合作,助力精准扶贫,可推动文化与旅游产业融合,在疫情常态化下恢复旅游经济具有提质增效的带动作用。

发展研学旅行行为代表的“旅游+教育”新业态。研学旅行是

素质教育发展的重要尝试,政府部门应提供专项资金培养“旅游+教育”复合型专业人才,从政策上规范行业文明,完善监管机制与质量保证体系,搭建研学旅行合作共赢创新平台、形成行业与主管部门之间桥梁纽带。监管相关单位抓好研学旅行课程的开展、研学旅行基地的建设、研学旅行体系的设计、研学旅行支撑系统的开发、研学旅行师资以及配套政策的完善,协调行业内部各机构和旅行社进行资源整合。

(二) 企业主体

旅游企业应发挥主体作用,紧跟时代发展潮流,危机中求生存,适应新形势,利用多媒体、电商、网络平台,借助大数据、小程序等途径寻找突破。

密切国外相关行业伙伴。与国外相关行业伙伴保持密切联系,通过网络会议、直播等形式举办旅游专家交流、旅游学者培训、开发新兴项目,如让山西游客“云游海外”,让海外游客“云游山西”,及时沟通双方实时疫情状况与防疫措施,为后疫情两地游客能够从“线上转为线下”成为可能,打好基础,做好宣传。

推动自驾游、露营等旅游新业态升级。在疫情常态化下,自驾游和露营以其自由、时尚、灵活等特点,越来越受到大众青睐,已然成为游客最为喜爱的出游方式。相关旅游企业应提升山西房车旅游的吸引力、影响力和竞争力,致力于打造成熟的房车旅游精品线路与规划,提供房车配套服务设施。优化露营产品供给,在营地周边开展多种运动项目,如登山、徒步、垂钓、骑行、马术等,完善配套户外运动设施及服务设施,做好水、电、垃圾处理等基础设施建设,从而推动自驾游、露营产业的可持续发展。

打造具有本地民俗特色的体育旅游。“体育+旅游”作为国内一项新兴旅游产品,近年来融合发展加速、热度不断上升,成为旅游市场新的增长点。山西旅游企业应以山西本地特色运动项目为核心,把握机遇,紧跟潮流,扩展元素,创新模式,依托山西自然、人文、民俗特色等资源优势,加大对体育旅游业的项目开发,开展如攀岩、登山、越野、徒步、溯溪、马术经典体育旅游线路规划。

长风破浪会有时,直挂云帆济沧海。在疫情常态化下,山西传统旅游业不仅要谋生存,还要力转型,为今后的发展谋取更大的机遇和空间。

参考文献:

- [1]王瑞婷,宋瑞,胥英伟.新冠疫情背景下旅游需求新趋势——基于国内外文献综述的发现[J].资源开发与市场,2022
- [2]魏敏,魏海湘,黄海玉.疫情下旅游经济韧性与高质量发展[J].旅游学刊,2022,37(09):5-7
- [3]邹开敏,庄伟光.常态化疫情防控下提振旅游消费的路径探究[J].中国国情国力,2022,(10):10-13
- [4]陈岩英,谢朝武.常态化疫情防控下的旅游发展:转型机遇与战略优化[J].旅游学刊,2021,36(2):5-6
- [5]郭艳萍.新冠疫情下山西旅游景区高质量发展对策研究[J].晋城职业技术学院学报,2021,14(05)
- [6]洪群联,李子文.统筹疫情防控和生产性服务业发展的经验做法和政策建议[J].中国经贸导刊,2022,(8):59-61
- [7]郭晓东,侯可,李强.后疫情时代山西文化旅游发展对策研究[J].戏友,2020,(04):51-55
- [8]姚强.新冠疫情对我省文旅行业影响及建议[J].山西财税,2020(07):51-53