

后疫情时代旅游危机影响及对策

肖美娟

云南旅游职业学院 云南昆明 650221

摘要: 突如其来的新冠疫情对城乡居民的休闲旅游活动造成了影响,对休闲旅游业的可持续发展带来了挑战。后疫情时代,旅游产业开始复苏,新一代信息技术的运用为旅游产业发展提供了新动能,催生了旅游业发展新模式和新业态。本文在分析新冠疫情对旅游者、旅游企业、旅游目的地、旅游从业人员、旅游消费模式影响的基础上,提出后疫情时代休闲旅游发展新模式:旅游服务智能化、智慧化,休闲旅游多样化、多元化、互动化趋势日益明显;转变休闲旅游目的地运营模式,旅游体验沉浸化正成为休闲旅游的新范式;打造休闲旅游新场景、新业态;优化休闲旅游服务环境。

关键词: 后疫情时代;旅游消费;休闲旅游;旅游新模式

Impact and Countermeasures of tourism crisis in post epidemic era

Xiao Meijuan

Yunnan Tourism Vocational College Kunming 650221 China

Abstract: The sudden COVID-19 has affected the leisure tourism activities of urban and rural residents and brought challenges to the sustainable development of leisure tourism. In the post-epidemic era, the tourism industry began to recover. The application of a new generation of information technology provided the new driving force for the development of the tourism industry and gave birth to a new model and format of tourism development. Based on the analysis of the impact of the COVID-19 on tourists, tourism enterprises, tourism destinations, tourism practitioners, and tourism consumption patterns, this paper puts forward a new model for the development of leisure tourism in the post-epidemic era: intelligent tourism services and interaction and diversification of leisure tourism are becoming increasingly obvious; Changing the operation mode of leisure tourism destination and immersing tourism experience is becoming a new paradigm of leisure tourism; Creating new scenes and new business forms of leisure tourism; Optimizing the leisure tourism service environment.

Keywords: Post epidemic era; Tourism consumption; Leisure tourism; New tourism model

引言:

新冠肺炎疫情的大爆发促使全球各国政府和当局以前所未有的规模对交通和出行实施限制。作为以人的移动性和聚集性为特征的旅游业,在此次疫情中供需两侧双双受到巨大冲击影响。疫情发展仍处于不确定阶段,部分地区和国家已启动或计划放宽人员流动限制,不少地区疫情仍很严重。在疫情对旅行社产生了巨大冲击的背景下,我们需要对旅游危机管理投入更多的思考与重视。在面对新冠肺炎疫情之类的旅游危机事件时,旅行社需要有效应对,加强和完善危机预警和管理能力,确保信息通畅,行动协调。基于此,本研究以旅行社为研

究对象,深入挖掘其在新冠肺炎疫情下面临的问题,为疫后旅行社的自救自强提出有针对性和有效性的措施。

1 旅游危机对旅行社的影响

1.1 后疫情对游客的影响

后疫情时代,旅游目的地和旅游产品选择受限,不少学者研究旅客需求,提高旅游项目吸引力,增强旅游目的地竞争力。景区的服务能力、服务态度、旅游安全感、审美寻求感、亲情联系感、出行交通便利程度等均会影响旅客的旅游意愿。疫情后旅游者的消费习惯发生了改变,周边游、散客、定制游逐渐增多,公共卫生安全和自驾游成为首选,发展智慧旅游、建设旅游综合体

可以提高游客满意度。

1.2 缺乏危机管理意识

由于危机事件的突发性以及其负面影响的延续性,之前的非典疫情、汶川地震等灾害都对旅行社带来了巨大的冲击,但是旅行社并没有认识到企业危机管理机制的欠缺,没有防微杜渐。受新冠肺炎疫情的影响,出现退团费、赔偿费等情况,导致旅行社不堪重压。旅行社没有及时解决这一问题,正是其没有重视旅游危机,没有制定预警和预防机制来降低危机带来的损失。因此,旅行社应提升应对危机的能力,树立危机管理意识^[1]。

1.3 旅游发展新模式

后疫情时代,一些学者基于疫情防控常态化给旅游业发展带来的机遇与挑战,对未来旅游发展新模式进行展望。提出,应加速推动旅游产品体系的创新升级与优化。通过产业融合、跨界合作等方式,创新和丰富旅游产品体系,打造多元融合的旅游产品发展格局;加快实现旅游企业数字化转型。提升旅游企业管理、服务、营销的数字化和智能化运作水平,推动数字旅游企业的创新与形成。从旅游景区类型的多样化、功能的高级化、空间的骨架化、联系的网络化和产品融合化等5个方面提出了景区旅游发展转型的建议。提出后疫情时期其发展的策略建议,包括通过保护生态环境和文化遗址促进文化遗址与旅游的融合;构建遗址特色文化空间,促进区域文化旅游产业集群化发展;打造遗址特色文化旅游产品。

1.4 交通运输业的影响

疫情爆发最先影响的就是旅游业的上游产业—交通运输业客流量的急速下降。交通运输部门便开始了对武汉的疫情防控政策,民航局削减了疫区航班数量,铁路局也延长了线上办理免费退票手续的时间。与2019年的春节假期相比,今年的旅游交通基本处于停运状态,国内交通因防控疫情基本停止运行,出入境旅游的航班也由于出入境管制大面积停飞。新冠疫情暴发之后,大部分航空公司都取消了中国的航班,所有的旅游活动就此中断^[2]。

2 旅游业应对新冠疫情采取的措施

2.1 政府加大政策支持力度

政府应加强对旅游行业的引导,将企业被动承受疫情转化为主动完善应对疫情的逻辑顺序,将应对措施与疫情暴发阶段相结合,分阶段对抗新冠疫情带来的冲击,主要对疫情严重地区和地区经济高度依赖旅游产业的地区进行大力帮扶。这一观点的提出使得政府在出台帮扶政策时更具有针对性,多方案、分区域应对冲击。应积

极利用人力资源社会保障部所给予的政策扶持(疫情期间企业组织员工培训纳入培训补贴范围),在疫情期间组织线上技能培训,提升企业员工整体素质。企业依赖于高素质员工才能焕发生机成为活水,与人力资源相关的政策扶持在疫情期间必不可少。新冠疫情期间帮助企业生存下去应排在优先地位,特别是依赖生态休闲农业、特色民宿而经营的小微企业,面临的资金压力较大,应在低息贷款、税款减免等各个方面给予重点扶持。蔡春林和何焯结合广东省实际情况,提出了将旅游与粤港澳大湾区的建设相结合,这一观点的提出更加有助于对旅游业扶持政策贯彻落实^[3]。

2.2 旅游行业实施积极主动的自救措施

政策层面只能做到从外部对旅游业予以引导,实现旅游行业转危为安、化危机为机遇还要靠行业自身努力。一方面,旅游企业应积极“抱团取暖”。当前业界遇到的困难是复合性的、全局性的,无法单凭个别企业的自我脱困,少数受到冲击较小的企业,也无法在行业衰减周期中独善其身,因此,必须积极推动旅游成员企业之间的“大联盟”。这种联盟关系一是要体现旅游目的地和旅游客源地的积极合作,实现面向目标客户群体有针对性的旅游资源特色化打造、旅游形象特色化推广,并能够从客源组织上予以协力、协同;二是要体现旅游目的地经营者之间的取长补短,实现联合经营。值得注意的是,经营实体间并不完全是合作关系,在合作过程中必然会有竞争存在,但无论是市场领先者还是追随者,都应该认识到在当前环境下共存才能共生,共克时艰才可避免系统性风险,这无疑对联合经营的管理能力提出了更高的要求。另一方面,行业协会的角色不可缺位。行业协会不单单是一个行业的管理者和监督者,更应该成为该行业当中的协调人和引路人。行业协会应该充分利用自身力量,在政府与企业间、企业与企业间充当中介。这需要行业协会充分理解政策制定的用意与原则,充分了解企业共同的意见与诉求,不但善于向协会成员传递政策方针,更善于广泛收集会员单位之呼声并向政府反馈,以期政策的最终制定能够尽可能兼顾多方利益。行业协会也要成为旅游业发展的动力来源之一,作为旅游企业的“智库”积极融入旅游新市场的发现、旅游新要素的拓展。

2.3 提升景区服务质量

一是运用智慧旅游系统实行旅游景区流量分控。根据景区实际承载量在不同季节、节假日、当日具体时间采取旅游者分流措施,预测和控制景区实际人流量。二

是采用智慧交通系统。利用互联网、人工智能、自动控制等技术,通过高新技术汇集交通信息,对景区方圆5公里的车辆进行管控支撑,与导航系统相连,实时提供游客所在位置的景区最近最优的停车位并自助缴费,节省游客寻找停车位的时间,提高出行便捷度,也避免景区堵车现象。三是完善游客服务中心管理能力。游客服务中心配备电子人流实时监控器,方便游客了解不同时间段景区内各个位置的人流状况和生活服务情况,帮助旅游者在景区内游玩做出更明智的选择和判断。应配备电子实时导览设备,及时播报游客游览所在区域的背景、相关知识、公告及警示信息,以便游客及时了解所在区域的情况。同时,在游客服务中心配备母婴室、游客休息室、医务室、残疾人特殊服务等自助便民设施,加强科技赋能服务水平。四是明确景区工作人员“游客至上”的管理理念,以贴心的服务、热心的工作态度让游客有“宾至如归”的感受^[4]。

2.4 提升品质

旅行社决策者明白,为了在后疫情时代生存下来,需要适应新冠肺炎疫情所改变的旅游格局。疫情不仅改变了人们的消费习惯,同样也改变了人们的旅游方式。从复工复产以来的情况来看,自驾游、周边游的趋势比较明显,高品质的本地周边游获得青睐。这种改变既是人们的消费升级,又是旅行社的经营升级。定制游是关注度比较高的旅行方式,通过定制游产品的开发,旅行社既可以满足市场和游客的需求,又可以与竞争对手的旅游产品拉开差距,提高企业利润。在提升旅行社产品品质的同时,也要做好旅行社员工培训,把员工知识和技能的开发加入其长期发展战略。通过对旅行社企业文化的塑造,加强员工对公司的认同感,增强凝聚力。

2.5 建立危机防范机制

旅行社行业正面临着一系列的长期危机诸如气候变化、全球经济衰退,广泛的政治不稳定等高度复杂的影

响,这就需要决策者和从业人员必须建立新的危机防范机制,以应对当前和未来的大流行病危机。当危机来临时,需要迅速反应,有效应对,确保信息能够畅通,行动能够协调,政策能够保障,也需要在全球范围内实现政府和业界的广泛合作。为了实现旅行社可持续发展,在发展的过程中也避免不了各种风险的存在,所以组建危机管理小组,根据旅行社自身的需求来制定出更加完善的旅游危机预警机制体系,有利于旅行社能在危机发生之时做出应急处理,减少不必要的投诉、经济损失及人员的情绪波动^[5]。

3 结束语

公共卫生危机必然会结束,对于旅游业而言,危机之下应尽之责任并不仅仅是要如何应对危机,更应该从认识危机的影响机理入手,在风险之中回避风险,在危机之中寻找机遇。故此,本文在对新冠肺炎对旅游行业影响进行客观分析后,提出了救助与自助相结合、国内与国际相匹配的振兴策略,并提出了后疫情时代旅游产业转型之可能。在未来的研究中,希冀能够结合更客观的数据,对相应主题进行量化研究,以期形成更为成熟的理论体系。

参考文献:

- [1]曹福荣.旅游业敏感性及其危机管理的适当解读——冷静后的再研究与实证分析[J].旅游学刊,2020,(7):44-52.
- [2]明庆忠,赵建平.新冠肺炎疫情对旅游业的影响及应对策略[J].学术探索,2020,(3):124-131.
- [3]夏杰长,毛丽娟,陈琳琳.外部冲击下旅游业的演化与变革[J].新疆师范大学学报,2020(11).
- [4]党红艳.重大疫情中旅游危机的演化机理及应对策略[J].宏观经济管理,2020(05).
- [5]侯国林.旅游危机:类型、影响机制与管理模型[J].南开管理评论,2020(01).