

doi:10.14089/j.cnki.cn11-3664/f.2020.03.001

引用格式:夏杰长,丰晓旭.新冠肺炎疫情对旅游业的冲击与对策[J].中国流通经济,2020(3):3-10.

# 新冠肺炎疫情对旅游业的冲击与对策

夏杰长,丰晓旭

(中国社会科学院财经战略研究院,北京市100028)

**摘要:**2020年新冠肺炎疫情的爆发和蔓延对我国旅游业造成了巨大冲击,但这只是阶段性的,不会改变我国旅游业敏感却不脆弱的基本预期和判断,疫情过后我国旅游业仍将极具韧性地呈现快速复苏势头。与2003年非典型肺炎疫情影响相比,2020年新冠肺炎疫情对我国旅游业的影响更加严重,一定要在高于非典型肺炎疫情影响的预估下,客观吸取非典型肺炎疫情影响时期经验教训,更加充分地考虑应对之策。对政府而言,既要充分加强危机管理,引导企业自救,强化政策支持,又要分预案、分区域、分市场提早谋划;对旅游相关企业而言,既要积极担当,为疫情防控贡献力量,又要积极开展经营自救,对疫情结束后旅游市场的需求变动进行分析和预测,为在产业复苏中抢抓机遇做好准备。此外,还要重视新冠肺炎疫情在创新应用、供需对接、旅游管理等方面催生的改革机遇,化危为机,推动旅游业进一步改革升级。

**关键词:**新冠肺炎;非典型肺炎;旅游业;危机管理

中图分类号:F590.8

文献标识码:A

文章编号:1007-8266(2020)03-0003-08

2020年春节前后爆发的新冠肺炎疫情迅速在全国范围内蔓延,对我国经济社会发展和人民生活造成了严重影响。面对突发的疫情,全国上下一心共同抗疫,已经取得初步成效。重大突发事件对旅游业的影响是旅游研究领域的一个老问题。疫情对旅游业的影响既包括众多旅游企业及相关从业人员实实在在的直接损失,也包括旅游业各关联行业的间接损失。在积极配合并主动参与疫情防控的同时,如何积极应对疫情冲击下面临的现实困难,认真研判其影响与形势,理性寻找

疫情影响的应对之策,是旅游业界和研究者无法回避的重要问题。

## 一、客观比较两次疫情的影响仍有意义

分析2020年新冠肺炎疫情对旅游业的影响,可回顾借鉴2003年非典型肺炎疫情影响、经验与教训。尽管两次疫情的情况存在明显区别,但两者均属于突发公共卫生事件,在评估新冠肺炎疫情对旅游业的影响时,以往经验教训对我们客

收稿日期:2020-02-18

基金项目:中国社会科学院创新工程项目“‘十四五’时期服务业升级战略与重大政策研究”(2020CJYB003)

作者简介:夏杰长(1964—),男,湖南省新宁县人,中国社会科学院财经战略研究院副院长,中国市场学会会长,研究员,经济学博士,主要研究方向为服务经济与旅游管理;丰晓旭(1985—),男,山东省曲阜市人,中国社会科学院财经战略研究院博士后,经济学博士,主要研究方向为旅游经济与服务业改革。

观分析问题仍然具有现实意义,应当予以充分重视。这有助于我们在高于非典型肺炎疫情影响的预估下,借鉴经验,总结教训,更加充分地考虑应对之策。

#### (一)2020年新冠肺炎疫情更加严重

目前,两次疫情本身主要存在两方面的差异。一是新冠肺炎感染人数更多。截至2003年底,我国内地累计报告非典型肺炎临床诊断病例5 327例;而截至2020年3月6日,我国31个省(自治区、直辖市)和新疆生产建设兵团累计报告确诊病例已达80 651例。二是新冠肺炎蔓延范围更广。2003年,我国内地先后有24个省(自治区、直辖市)出现非典型肺炎疫情;2020年,新冠肺炎疫情很快就扩散到了全国每一个省(自治区、直辖市)。<sup>①</sup>从感染数量和影响范围上看,2020年新冠肺炎疫情比2003年非典型肺炎疫情影响更加严重。

当前最关键的问题就是抗击疫情,从目前疫情相关数据的走势来看,我国在此次抗击新冠肺炎疫情中已经取得了较好的成效,但仍然处于疫情抗击的攻坚期。以人的空间移动为特征的旅游业对重大突发事件的反应是高度敏感的,所遭受的损失和影响也是即刻显现的,但在恢复进程上,旅游业要滞后于其他产业。疫情解除的时间直接决定着旅游业受影响的程度。换句话说,疫情早一天解除,人们就能早一天恢复正常的生产和生活,旅游业的复苏就能早一些开启。

#### (二)旅游业变化巨大

与2003年相比,2020年我国的旅游业无论在数量上还是质量上都产生了巨大的飞跃,旅游需求数量与结构、供给内容与方式、经营业态与模式等发生了很大改变。具体而言,至少包括以下几个方面:

一是旅游休闲需求基础更加深厚。经过长期的积累和发展,我国出境、入境、国内三大旅游市场在规模和结构上已经发生了很大的变化。2003年非典型肺炎疫情影响爆发时,我国对出境旅游市场的政策定位正在由适度发展出境旅游向规范发展出境旅游过渡。经过十多年的发展,我国居民出境旅游规模稳步扩大,为世界旅游业发展做出了巨大的贡献。但评估疫情对中国旅游业的影响,

最主要的还是考虑入境旅游和国内旅游两大市场。我国对入境旅游市场的发展一直非常重视,其政策定位始终保持连续性稳定性,入境游客数量从2002年的0.97亿人次增加到了2018年的1.41亿人次。<sup>②</sup>而随着我国居民收入水平的不断提高和整体旅游休闲需求的不断增加,我国国内旅游休闲消费越来越成为现代生活消费的重要内容,国内游客数量从2002年的8.78亿人次发展到了2018年的55.39亿人次,旅游总花费也已经从2002年的3 878.36亿元增加到了2018年的51 278.29亿元。具体参见表1。而且,这种强大的旅游休闲需求已经形成消费惯性,短期内疫情的持续不会对其增长能力造成太大的影响。疫情解除后,国内旅游市场将首先发力,开启我国旅游业复苏与恢复进程,这能够在一定程度上增强旅游企业及旅游从

表1 2002—2018年国内游客人次及旅游总花费

年份	国内游客/万人次	国内旅游总花费/亿元
2002	87 800	3 878.36
2003	87 000	3 442.27
2004	110 200	4 710.71
2005	121 200	5 285.86
2006	139 400	6 229.70
2007	161 000	7 770.60
2008	171 200	8 749.30
2009	190 200	10 183.7
2010	210 300	12 579.77
2011	264 100	19 305.39
2012	295 700	22 706.20
2013	326 200	26 276.12
2014	361 100	30 311.86
2015	400 000	34 195.05
2016	444 000	39 390.00
2017	500 100	45 660.77
2018	553 900	51 278.29

数据来源:国家统计局网站。

业人员面对短期冲击的信心。

此外,近年来我国私家车保有量逐年增加,2019年底我国私家车保有量首次突破两亿辆,<sup>[1]</sup>使得主要依靠私家车进行的自助旅游占据了旅游休闲市场的很大份额。而这类游客将成为疫情解除后带动出游活动复苏的主力客源,能够率先为疫情持续期间苦苦支撑的旅游接待行业带来转机。可以说,只要疫情防控取得彻底胜利,旅游休闲相关需求就会迅速得到释放,甚至有可能出现爆发式补偿性消费。因此,从需求的角度看,面对疫情的影响,如今的中国旅游业将更具韧性。

二是旅游休闲供给更加丰富。从我国旅游供给发展的实践经验来看,我国旅游业的供给体系是在需求和政策的不断影响下,依靠旅游业界创新发展与共同努力积累出来的。从需求的角度看,除需求量稳步增长外,市场对旅游休闲产品与服务多样性的要求也越来越高,而这直接决定了当前旅游休闲产品与服务类型多样化的现实。进一步讲,在这些多样化的产品与服务背后,是广大定位不同、规模不同、所有制形式不同的旅游市场主体。从政策的角度看,随着综合环境的不断改善,近十几年来旅游业在政策层面越来越受重视,旅游业被赋予的引领和关联定位日益凸显,旅游产业融合发展模式越来越完善。从市场创新的角度看,在技术与模式创新应用的大背景下,通过业内和跨界市场主体的不断努力,旅游业引导的新业态创新也层出不穷。总之,当前随着中国旅游业的旅游休闲供给越来越丰富多样,旅游业的边界越来越模糊,与旅游业关联的行业越来越多,在一定程度上增强了疫情对旅游业影响的复杂性。除关注吃、住、行、游、购、娱传统旅游六大要素相关企业所受到的直接影响外,还要关注更多的引致冲击,避免新的旅游要素遭受重创。

三是旅游在线服务更加便捷。受信息通信技术变革影响,随着智能手机的普及和第五代移动通信技术(5G)的广泛应用与铺开,旅游+互联网的发展水平已经产生了质的飞跃,出现了很多创新型在线旅游服务企业。这在疫情爆发之初表现出了一定的两面性:一方面,由于在线预定率较高,导致需要处理的“退改停”订单增多,相关企业承

担的成本和压力加大;另一方面,尽管“退改停”业务普遍存在,但在线旅游服务在业务处理上的便捷化优势凸显。值得注意的是,除提供专业化乃至精细化旅游服务的在线旅游企业外,受技术创新应用、市场潜力吸引、业务相关性等因素影响,还有很多生活服务类在线平台企业涉足旅游服务业务,并在本次应对疫情的过程中,因其多元化的经营业务范围而显得更加主动。

(三)旅游业受疫情冲击的程度前所未有,但韧性十足

根据前面的分析,疫情和旅游业本身都已经发生了变化,自然也就形成了2003年非典型肺炎疫情影响对当时旅游业的影响和2020年新冠肺炎疫情对如今旅游业的影响两组关系,加之旅游业外部经济社会环境也发生了变化,更加不能将两个问题简单地混为一谈。也正是因为此次新冠肺炎疫情更加严重,才更需要借鉴以往经验,做好比应对非典型肺炎疫情影响标准更高的预案和准备。2003年,在外界普遍看长旅游业恢复期的情况下,我国旅游业在半年后就实现了恢复性的反弹。这既与我国日益增长的旅游需求直接相关,也离不开多方的共同努力。为应对2003年非典型肺炎疫情影响,在政策层面,中央与地方政府在财政补贴、税费减免、贷款贴息、质保金暂退等方面及时出台了一系列政策措施,对旅游业的恢复起到了非常明显的作用。此次新冠肺炎疫情爆发后,政府已经看到了政策引导在稳定预期、增强信心等方面的作用,并随之密集出台了针对受损行业企业的支持性政策与措施。比如,对受疫情影响较大的批发零售、住宿餐饮、物流运输、文化和旅游等行业不盲目抽贷、断贷、压贷,对受影响严重的企业予以展期或续贷,两年内对旅行社暂退80%的旅游服务质量保证金,对交通运输、餐饮、住宿、旅行社服务、景区等受影响较大的困难企业调整结转年限等。地方层面也随之围绕金融支持、税费减免、用工保障等出台了许多缓解企业压力的政策,有些地方已经开始设立专项扶持资金。<sup>③</sup>这些政策措施的及时出台对旅游企业而言,可谓是雪中送炭,缓解了燃眉之急。

随着本次新冠肺炎疫情的爆发,疫情对旅游

业的影响逐步显露。基于疫情防控需要,本应在春节假期井喷的旅游行业被按下“暂停键”,而在此之前,旅游企业大多已经为迎接假期的消费高潮做足了前期准备与投资。一时间旅游企业被动应对,旅游服务订单“退改停”问题凸显,景区自春节开始基本处于零收入状态,餐馆、酒店、线下娱乐的经营活动基本停止。旅游企业面临的成本压力主要表现在员工工资支付、贷款偿还、先期投入、订单退款、建设项目中断等方面,短期内旅游企业和旅游从业人员压力陡增。2019年春节期间,全国旅游接待总人次为4.15亿,实现旅游收入5139亿元,增长速度均超过7%。<sup>④</sup>可通过这组数据在一定程度上联想本次新冠肺炎疫情对我国旅游业造成的直接既成影响,而旅游业后续受冲击程度与抗击疫情的进度和形势直接相关。

面对疫情已经造成的影响及其难以预测的走势,我们既不能过于悲观,也不能盲目乐观,既要考虑旅游业受新冠肺炎疫情影响的复杂性,也要对我国旅游业的发展韧性充满信心。我国旅游业敏感却不脆弱这一基本预期和判断并没有改变<sup>[2]</sup>,毕竟旅游业的突然停滞及其引发的影响是阶段性的,疫情防控胜利后,尽管我国旅游业不会立即恢复到原有水平,也会极具韧性地呈现出快速复苏势头。

## 二、政府引导扶持与提早谋划必不可少

无论从数量和规模上,还是从产业综合影响上,如今旅游业都已经成为我国国民经济产业序列的重要组成部分,在贡献产出、融合发展、带动就业、城乡建设、资源保护以及开发和满足人民群众需求等方面发挥着积极而明显的作用,是实现我国经济社会发展总目标的重要有生力量。我国旅游业受新冠肺炎疫情冲击严重,上述功能和效应短期内势必会减弱,政府有责任引导各方力量积极应对,尽量将疫情造成的影响降到最低。

### (一)加强危机管理,引导旅游业化被动为主动

从旅游业危机管理的角度看,一般认为,评估疫情对旅游业的影响需要关注突发事件发展的逻辑线,即把握疫情爆发初期、疫情对抗中、疫情解

除后三个基本阶段。<sup>[3]</sup>在疫情爆发初期,旅游业需要配合防控需要,严防由于旅游活动造成的疫情扩散,业界也必须做好承受压力和遭受损失的准备,并迅速做出调整和反应,尽量降低成本、减少损失、规避风险,政府在此时更要注重对旅游企业的扶持,引导旅游企业开展自救。随着疫情防控的积极展开,疫情会逐步得到控制,人们的出行会逐渐放开,如何在这一关键时期加强对旅游业的引导和管理至关重要,这既关系着众多旅游相关企业的生存问题,也关系着众多旅游从业人员的生计问题。疫情彻底解除后,旅游业将迎来全面复苏,政府的工作重点就会转移到振兴市场上,其中国内旅游市场将首先发力引领复苏,而出境旅游市场和入境旅游市场会滞后一段时间。疫情解除后,在旅游业启动复苏的前期,旅游运行管理最为关键,只有真正做到旅游经济的安全运行,才能使国内外旅游者和旅游企业重拾信心,而这份信心的坚定程度直接影响旅游业整体恢复速度。当前,新冠肺炎疫情防控工作正处于关键的攻坚时期,政府要密切关注疫情防控态势,审时度势,强化危机管理,引导旅游企业积极做好应对工作,蓄势待发。

### (二)加大政策支持力度,为旅游企业排忧解难

旅游业的发展离不开政府政策的支持,特别是在当前遭受新冠肺炎疫情冲击的特殊背景下,更要及时、主动地制定有效扶持政策。

一是旅游相关主管部门要引导所在地旅游企业在运力补充、住宿保障、场所提供、安全管理等方面为疫情联防联控做出应有贡献。在重大突发事件面前,抗击疫情是所有工作的核心,政府引导有利于充分利用市场资源解决疫情防控期间面临的现实困难,往往能够取得双赢的效果。

二是要针对旅游相关企业面临的困难做好相应的服务工作,助力旅游企业特别是小微企业减损失、降成本。<sup>[4]</sup>现金流是旅游企业目前遇到的最大问题,它决定了旅游企业能够支撑的时间。尽管当前疫情防控工作取得了一定成效,但由于旅游业复苏仍然需要反应时间,政府相关部门仍然需要面向旅游企业和旅游从业人员在税

费减免、利率优惠、用工保障等方面出台灵活而及时的扶持措施。地方政府可根据国家政策文件精神与当地实际出台对接地方发展诉求的实施细则,为当地旅游企业和旅游从业人员组建政策工具箱,开展精准扶持服务。近年来,适应旅游休闲个性化趋势,不少“双创型”小微旅游企业成长起来,在丰富旅游产品供给、延伸旅游产业价值链等方面发挥了重要作用。但这些小微旅游企业无法像大型旅游企业那样,较为弹性地控制和调整受疫情影响业务的经营成本,并依靠海外板块或其他受影响较小的业务实现造血补血,相比之下,小微旅游企业更需要政策工具箱的支持,而这也是保护和巩固地方旅游业“双创”成果的应有之意。

三是相关部门应充分关注旅游业用工与就业问题,避免出现“失业潮”,在调整社保费率、延迟社保缴费、留岗留薪补助等方面做好灵活安排。旅游业是劳动密集型产业,是吸纳劳动力就业的主要渠道。本次新冠肺炎疫情对就业的影响很大,加之春节时段经常会成为企业大量招工的节点,由于疫情防控需要导致的开工不足和到岗延期问题普遍存在,可能会出现劳动力市场在数量上和空间上供需对接失衡的问题。避免较大规模失业,是政府义不容辞的责任。企业固然需要创新思路实施自救,但如果政府能够在企业脆弱的时候及时出台强有力的政策予以“搭救”,结果将变得完全不同。此外,除关注传统旅游企业员工的利益外,还要关注那些为文化和旅游创新发展贡献力量的创业人员。在旅游业高度关联与产业深度融合的今天,疫情对旅游业的影响既可能波及因参与生态休闲农业而改善生活并脱贫的农民,也可能波及尚处于创业初期参与地方特色工艺品和旅游纪念品开发的小团队,还可能波及经营特色民宿且尚待收回投资成本的年轻人等。他们作为促进文化与旅游融合及旅游创新发展的重要力量,也需要各级文化和旅游主管部门用心引导与扶持。

(三)分预案、分区域、分市场提早谋划,蓄势待发

一是要做好多预案的应对准备。要根据疫情

防控进度与形势,分别做好乐观和保守两套估计和预案,把引导工作做到位,增强信心。地方政府需要灵活落实扶持政策,协助企业开展经营自救,组织和帮助区域内相关联企业实现互利互助,尽可能减少旅游企业损失,降低旅游从业人员压力。此外,还要引导区域内企业积蓄力量,做好复苏后的工作计划和准备,抓住未来可能出现的市场机遇。

二是要关注疫情比较严重的地区和对旅游业依赖程度较高的地区。这两类地区的旅游业受疫情冲击相对更大。具体来看,疫情解除后,疫情比较严重的地区需要一段时间的缓冲来恢复基本的生产生活秩序,其旅游业重启可能会滞后一些,恢复速度可能会慢一些。但越是这种情况,越要认真对待,安全稳定的旅游市场起步最为关键。对旅游业依赖程度较高的地区,由于产业结构单一导致其受影响的风险加大,特别是那些依靠发展文化和旅游产业实现脱贫的重点地区,都要予以重点关注。2020年是我国全面建成小康社会的收官之年,新冠肺炎疫情的影响无疑提高了完成任务的难度。

三是要分市场提早做好谋划。疫情解除后,除起决定性作用的旅游休闲需求能得到释放外,政府引导和刺激政策对旅游市场的恢复也能发挥重要作用,但应分别针对国内、入境、出境三大旅游市场所面临的具体问题进行具体分析。对于会最早复苏的国内旅游市场,确保国内旅游市场健康安全运行最为关键,一定要强化安全意识,加强监管,为旅游市场迎来全面恢复与繁荣保驾护航,毕竟只有在确保安全的前提下,才有提振市场的可能。可充分关注疫情解除后的法定节假日等全民旅游休闲时间节点,适时推出促进措施,并切实做好引导宣传、安全监管、秩序管理等服务保障工作。各地也可从振兴当地市场开始,引导企业有针对性地制订灵活的营销计划,并以此为抓手进一步提高产品与服务的供给能力和水平,优化地方产业链条,恢复并放大旅游业对当地发展的综合效应。对于国家一直积极发展和大力振兴的入境旅游市场,需要关注旅游形象宣传工作,以真诚沟通的心态重塑旅游安全形象,积极透明地向国

外客源传递信心。各地也应当有针对性地尽早谋划营销方案,推出凸显本地优势与特色的旅游产品组合。对于出境旅游市场,需要在旅游便利度与出行安全保障方面优化服务,继续确保其有序发展。

### 三、企业自救要有针对性

旅游企业受新冠肺炎疫情冲击很大,将在业务范围、经营模式、管理水平、变通能力等诸多方面接受危机的检验与挑战。面对疫情造成的影响,旅游企业能做的只有理性接受与积极应对。

#### (一)要积极有担当地为疫情防控贡献力量

目前,我们正处在抗击疫情的关键时期,疫情防控仍然是首要任务。在抗击疫情的战斗中,很多优秀的旅游企业积极配合疫情防控需要,为联防联控做出了重要贡献,完美地展现了中国当代旅游人勇于担当的精神。比如,提供旅游服务的企业响应国家防疫要求,为游客做好“安心退”服务,妥善安排在外滞留游客,将一大批酒店临时用作医学隔离观察点和医疗援助队伍住宿点,及时封闭景区并配合做好安全防范工作等。

#### (二)积极开展经营自救工作

旅游企业作为市场主体,在经历旅游业阵痛的关键时期,需要客观评估已有损失以及后续可能受到的冲击,从人流、物流、现金流、信息流等方面入手理清自身可以利用的资源,结合自身实际有针对性地谋划自救方案。一般来讲,面对突如其来的损失和成本压力,旅游企业需要灵活降低经营成本,根据自身业务优势,做好业务调整与提升工作,既可以充分利用在线办公改善管理效率,也可以强化人员培训凝聚士气提升能力,还可以探索延伸在线服务业务拓展赢利空间等。值得注意的是,旅游企业要密切关注相关政策,在予以积极配合的同时,申请并争取符合条件的优惠与扶持,尽量降低自身损失。

#### (三)积极对接疫情解除后旅游市场需求变动

疫情解除后,旅游市场需要一个逐步复苏的过程。一般认为,国内旅游市场是旅游业复苏最可靠的力量,复苏之初,将以亲友自助游、自驾游

为主,在距离上也会由近及远地发展,会重视旅游产品健康安全等问题。根据以往经验,入境旅游市场的复苏会存在滞后的情况,一般需要一段时间的恢复。以上都是针对疫情解除后旅游市场比较合理的预测,但企业的分析应该更有针对性,无论是传统的旅行社、酒店、景区,还是在线旅游服务平台企业、旅游综合体、特色民宿,都需要结合自身经营优势,积极对接未来可能出现的市场需求,并将其细分,以此为契机有针对性地优化资源配置,调整产品开发方向,整合服务供给能力,为自身在产业复苏中抢抓机遇早做准备。

### 四、要重视疫情催生的改革机遇

新冠肺炎疫情爆发后,旅游业界面对危机做出了很多的努力和改变,这些做法为我们进一步分析疫情的影响拓展了思路。尽管新冠肺炎疫情对旅游业造成了很大的影响,但危中有机,本次疫情的突发也许会成为旅游业进一步改革升级的重要契机。我们既要看到疫情造成的巨大损失,更要在接受现实的前提下理性分析疫情催生的改革机遇,努力化危为机。

(一)新技术、新模式在旅游业的应用有待进一步加强

新冠肺炎疫情爆发之前,旅游业界已经为即将到来的春节假期的旅游消费进行了充分的准备,但在疫情面前却不得不取消,往年的人流高峰没有如期出现,旅游企业只得紧急被动调整。在人流物流受到限制的情况下,以新技术应用为支撑的线上活动得到广泛应用,线上购物、线上办公、线上游戏、直播娱乐、付费影视、线上咨询、远程医疗、在线教育等数字经济消费短期内受到广泛关注。这种变化在旅游业也得以体现,如许多旅游地和景区企业开始逐渐加码线上主题策划、宣传普及等内容,云观展、云旅游、云直播受到关注,一些在线旅游企业(Online Travel Agency, OTA)也积极联合相关企业灵活拓展企业经营边界,通过线上业务的拓展来降低损失等。这些变化推动了观念认识与技术应用的实践,如果能够把这种短期的线上应用效应放大,可在一定程度

上加速传统旅游产业数字化融合进程,有利于促进我国旅游产业高质量发展。

尽管线上营销的美景画风仍然不及身临其境的体验有温度,但这种积极尝试和广泛关注已经或多或少地引起了业界的重视。如果我们能够再接再厉,之前流于形式、缺乏动力的线上基础设施建设也许就能够进一步完善,由此带来的便利化服务也许就能够进一步优化,这对处于技术革命与产业变革大潮的中国旅游业而言,是一件幸事。

2019年中国社会科学院财经战略研究院和美国团研究院联合发布了景区旅游消费便利度指数(Travel Convenience Index, TCI),其主要目的就是要促进线上服务与线下实体的融合,让游客的旅游休闲消费变得更加便利。<sup>[5]</sup>强化以新技术应用为代表的新型旅游服务业态在长期层面的增长潜力是旅游业供给侧结构性改革的重点发展方向,可为中国旅游经济带来强劲的创新活力。

(二)旅游业对接市场的能力和水平有待接受检验

新冠肺炎疫情爆发以来,关于疫情解除后可能会受到欢迎的旅游休闲方式和景区类型引起了业界关注。如前文所述,短期内旅游休闲需求类型和旅游方式会有所偏重,这既能在一定程度上影响旅游企业恢复期的业务调整方向,也能给旅游业规划与管理者划出疫情解除后的工作重点,后期城乡旅游休闲接待体系完善与旅游产业链恢复与拓展工作需要予以重点关注。可以说,旅游需求在短期内的现实变动将提高旅游业对接市场的敏锐度和产能弹性。

除此之外,在疫情解除后旅游业的恢复过程中,还要重视提升旅游产品质量与旅游服务水平,因为只有高质量高水平的供给,才能真正实现与需求的对接,而这同样是旅游业供给侧结构性改革的重要方向。

(三)产业升级压力下的旅游业管理能力有待提高

在抗击新冠肺炎疫情的过程中,为向一线的医护工作者表达敬意,很多景区自发或联合推出了面向全国医护工作者免票的政策,随后又有很

多旅游地开始跟进公布类似的政策。这种做法值得称赞,能够在表达敬意的同时,向社会传递我们战胜疫情的决心。疫情解除后,各地都会适时出台旅游业促进计划和许多优惠政策,但这只是振兴旅游市场的第一步。如何在吸引旅游者的基础上,重启和优化旅游休闲配套服务,激活和促进旅游休闲业态体系整体运转,确保旅游产业高附加值与综合发展质量,是旅游恢复期更加需要深入思考的现实问题。值得肯定的是,我国旅游业对重大突发事件的反应速度和表现还是令人满意的,在疫情造成的损失和冲击面前,旅游主管部门及其他相关部门能够配合疫情防控需要积极安排部署,旅游企业大多也迅速反应,主动开展自救和互助工作,而相应的应对政策也在密集出台,这更进一步增强了我们战胜危机的信心和决心。当然,短板和不足肯定存在,经验和教训必须总结,相信被动的局面终将成为过去。

旅游业作为五大幸福产业之首,既是满足人民日益增长的美好生活需要的重要产业,也是助力我国脱贫攻坚事业圆满完成的重要支撑产业。新冠肺炎疫情来临时,旅游业因其高度敏感性特征受到直接冲击,尽管损失在所难免,但这种阵痛只是暂时的,中国旅游业历经改革开放四十多年的发展,已经韧性十足,暂时的困难改变不了其蓬勃向上的大趋势。面对新冠肺炎疫情造成的影响,我国旅游业只要上下通力合作,守望相助,积极应对,共同努力,一定可以渡过难关。

注释:

①数据来源:2003年数据来自《中国发展报告(2004)》(卫生部统计信息中心.2003年我国非典防治情况[M]//国家统计局.中国发展报告.北京:中国统计出版社,2004:153);2020年数据来自国家卫生健康委员会官方网站(<http://www.nhc.gov.cn>)。下同。

②由于旅游业对重大突发事件非常敏感,故选用非典型肺炎疫情和新冠肺炎疫情发生前的年度数据来表现两个时期我国旅游业的发展状况。数据来自国家统计局官方网站(<http://www.stats.gov.cn>),因2019年全年统计数据未出,暂用2018年数据。

③此处的政策举措主要参考了中国社会科学院旅游研究中心官方微信公众号(casstrc)发布的旅游业应对疫情信息

汇编。

④数据来源:文化和旅游部官网(<https://www.mct.gov.cn>)。

#### 参考文献:

- [1]张璁.全国私家车保有量首次突破2亿辆[N].人民日报, 2020-01-08(4).  
[2]宋瑞.旅游业要积极应对疫情,也要及早谋划恢复发展 [EB/OL]. (2020-02-09) [2020-02-10].[https://h5.newair-cloud.com/detailArticle/10448130\\_49027\\_zglyxw.html?](https://h5.newair-cloud.com/detailArticle/10448130_49027_zglyxw.html?)

from=singlemessage&source=1.

- [3]魏小安,付磊.旅游业受“非典”影响情况分析及对几个相关问题的辨析[J].旅游学刊,2003(4):14-23.  
[4]魏翔,夏杰长.减损失降成本助中小企业渡难关[N].经济日报,2020-02-09(4).  
[5]中国社会科学院财经战略研究院,美团研究院.中国景区旅游消费便利度指数报告[R].2019.

责任编辑:陈诗静

## The Impact of Novel Coronavirus Outbreak on Tourism Industry and the Countermeasures

XIA Jie-chang and FENG Xiao-xu

(National Academy of Economic Strategy, CASS, Beijing100028, China)

**Abstract:** Though the novel coronavirus outbreak has very serious impact on China's tourism industry, the impact is periodical. It will not change our expectation on China's tourism industry, which is sensitive, but not fragile. After the novel coronavirus outbreak, China's tourism industry will be still resilient, and rapidly recover. Comparing to the impact of SARS, the impact of the novel coronavirus outbreak will be more serious. So we should not only objectively learn the experience of SARS,

but also fully consider the countermeasures for this time. The government should pay more attention to strengthening crisis management, guiding enterprises to save themselves, strengthening policy support, and planning ahead of time in terms of plans, regions and markets. While contributing to the prevention and control of the novel coronavirus outbreak, tourism enterprises should also actively carry out self-help operations, analyze the changes in tourism market demand after the novel coronavirus outbreak in advance, and make preparations for seizing the opportunity in the recovery of tourism industry. In addition, the enterprises should also pay more attention to the reform opportunities generated by the novel coronavirus outbreak in terms of innovative application, the linkage of supply and demand, and the management of the tourism industry, change the crisis into opportunity, and promote the reform and upgrade of this industry.

**Key words:** novel coronavirus pneumonia; SARS; tourism industry; crisis management