

# 疫情下中国旅游业的坚守与突围

本报记者 沈慧



图① 位于北京市密云区的古北水镇景区一角。(视觉中国)  
图② 第八届乌镇戏剧节期间举行的古镇嘉年华“踩街”表演。新华社记者 徐昱摄  
图③ 游客在甘肃省敦煌市鸣沙山月牙泉景区游览。张晓亮摄(中经视觉)

经过反复考量,开元旅业集团创始人陈妙林最近忍痛关闭了旗下的一家酒店。2021年,开元集团在营的400多家酒店,只有两家森泊度假乐园略有盈利。“目前,我们正考虑关闭其他几家酒店。”在酒店行业摸爬滚打了30多年的陈妙林说。

疫情之下,开元集团仅是中国旅游业的一个缩影。停摆—重启—停摆……走走停停的中国旅游业度过了极不平凡的两年。在这场尚在持续的“持久战”中,各市场主体目前境况如何?历经艰辛困顿,他们如何危中寻机?对于未来,他们有何期待?新春伊始,让我们一起听听旅游人的心声。

## 现实

事实上,2021年开元酒店并非“颗粒无收”,尴尬在于即便营收同比增长8%,情况依然比2020年更艰难些。

陈妙林对比了2020年和2021年的情况。2020年前4个月,开元集团管理的大部分酒店关闭,人力、能源成本大幅减少;2020年5月,复工复产后迎来了一波报复性消费;各项利好政策的出台如同“雪中送炭”,帮助企业稳住了阵脚——社保基金免缴、缓缴7000多万元,加上房地产返还等政策性优惠,2020年开元酒店获得了约1.3亿元的政府补助。2021年,时断时续的疫情让开元酒店与春节、“十一”等旅游黄金周失之交臂,部分帮扶政策不再延续,多重因素叠加影响下,2021年亏损较2020年大幅扩大。

其他酒店的情况亦不容乐观。“现阶段全国酒店业的平均负债率为75%,2020年的资产回报率低至4.2%,2021年预计低于4%。”陈妙林分析,很多酒店可能会入不敷出,抵不过银行的贷款利率,尤其是地产企业委托管理的酒店,大概15%会倒闭。

疫情冲击的不只是酒店行业。数据显示,2020年至今,全国共有1.1万家旅行社歇业;国内民航业累计亏损达1650亿元,其中航空公司累计亏损1300亿元,占比高达80%。

春秋航空亦未能幸免。春秋航空股份有限公司副董事长王煜说,春秋旅游、春秋航空积极响应国家号召,第一时间无条件为旅客“退团、退款”,累计承担退款损失41.32亿元。

“春天来了,这是最后一个难熬的年份。”顶度集团有限公司董事长、总裁陈向宏不厌其烦地给下属加油鼓劲。这两年,受疫情影响公司管理的景区开开关关。“国内景区中,

乌镇和古北水镇的情况还算比较好的,但和疫情前也无法相提并论。”陈向宏笑着摇摇头。

而与锐减的游客量和效益形成鲜明对比的却是“四个增加”:成本增加、负债增加、贷款难度增加、稳定员工难度增加。

感同身受的还有无锡灵山文化旅游集团有限公司董事长吴国平。“恢复态势低于预期,国内旅游人次及收入大体回缩到2014年水平。”吴国平说。2021年,旅游企业不断关停重启,吴国平一直期待的报复性消费反弹却迟迟没有出现。据中国旅游研究院统计,2021年国内旅游出游人数为34.31亿人次,旅游收入3.02万亿元,同比增长19%和35%,分别恢复至2019年同期水平的57%、53%。

## 寻机

吴国平用“在深淵里仰望星空的人”来形容2021年的旅游从业者。“守住本心、树立信心,克服畏难心、恐慌心。”吴国平说,旅游业本身长期存在供需错配、结构失衡、投资低效等现象,疫情放大了旅游业面临的问题。眼下,时代倒逼旅企转型,疫情倒逼旅企转型,市场倒逼旅企转型。

面对复苏之路,70岁的陈妙林从没想到放弃,“疫情总有一天会结束,我们不能改变大环境,但可以改变自己”。

2021年,开元集团在营的400多家酒店出现亏损,但有两家森泊亲子度假型酒店实现盈利。“这说明消费需求还是有的,只是旅企需要转型。”如今开元集团管理的多是商务型酒店,陈妙林计划着将其中的一部分改造为城市微度假酒店,“能不能成功暂时还说不清楚,但我们愿意做一下尝试”。

相比陈妙林的审慎,王煜表现得更为积极,“国内旅游恢复整体向好的趋势没有改变”。

信心源自颇有成效的尝试。持续加大投入,近两年春秋航空新增引进20架飞机,新开30多个航点,2021年运输旅客2200万人次,同比增加14.5%,恢复至2019年水平。“国内庞大的出行市场以及超强的经济韧性为旅游行业复苏提供了机遇,这让我们备受鼓舞。”王煜称。

他说,面对疫情考验,春秋航空着眼市民和游客在文化性、生活化、求知欲以及体验感等方面的共同需求和碎片化旅游时间,大力开发“低价高频”的本地游市场,为常态化疫情防控下纾缓资金压力、稳定员工队伍、创新发展模式作出积极探索。

比如,春秋航空推出的“微游上海”系列产品,在2020年3月上海恢复本地游时占得发展先机。根据市民和游客的体验反馈和需求变化,产品不断更新,2021年9月推出的“建筑可阅读专线车”通过“观光车+微旅游”形式,将上海特色建筑转化为旅游资源,大大提升了微游频次,深受市场欢迎。

“今后,传统‘跑马圈地’的粗放发展模式将难以维系。”吴国平说,疫情改变生活,改变消费行为,也改变了旅游市场,以本地游和近程游为代表的“近出行、浅需求、低消费、短时长”已成为旅游业赖以生存的基础市场。他的判断也是业界不少企业家的共识。

中国旅游研究院发布的《2021年旅游经济运行分析与2022年发展预测》显示,2021年国庆节假期期间,城乡居民平均出游半径为141.3公里,同比减少71.7公里,降幅达33.66%;目的地游憩半径为13.1公里,同比减少7.7%。

面对错综复杂的变化,旅企转型迫在眉睫。“经过疫情的冲击,我们绝不能够再追求粗放式的外延发展,必须更多追求内涵式的发展。”中国旅游协会副会长康国明说。

陈向宏对此深表赞同,在他看来,旅游行业的恢复不是一种简单的恢复,疫情影响下,游客的出行方式、选择方式、消费方式等都在发生改变,从业者要在自己的领域大力创新。乌镇景区自去年开始利用自有酒店的设备与技术,为高收入的家庭提供家政服务,为一些大企业提供上门餐饮和培训服务,同时也向其他企业输出部分员工。

“过去我们老说‘诗和远方’,疫情来了以后就是‘诗和近方’。”陈向宏说,文旅融合不是一句口号,而是要真切地给游客提供一种新的感受和体验,没有创新就没有出路;没有创新就适应不了疫情后旅游行业的变化。

## 期盼

疫情何时结束尚未可知。但来自退改、赔付、员工工资、场地租金等各类运营成本的挑战,都可能压垮一家旅游企业。

“我们在乌镇景区有4000名员工,古北水镇景区有3000名员工,只发基本工资,员工承受不了,我们也于心不忍。所以我们一方面发工资保障员工生活,另一方面通过调休还休的方式保障公司利益,如此才能熬过来。”即便如此,陈向宏依然倍感压力,“原来这两个景区没有很多负债,目前负债率比原来有所上升”。

在陈妙林看来,疫情常态化防控下,旅游

企业在关停与重启之间频繁切换已是家常便饭,由此带来的成本大大增加。此外,消费者在一定程度上也减少了旅游消费的支出。“2021年11月份开始,我们酒店所在的几个地方疫情解除,但旅游消费大幅度减少。”陈妙林说。

更让他担忧的是愈发艰难的贷款。他坦言,过去旅游市场欣欣向荣时,不少银行主动找上门,现在行业不太景气,大家都谨慎了许多。

当各种挑战接踵而至,除了“自救”,纾困政策也成为旅游企业关注的焦点。

“从历史经验来看,每一次危机过后,都需要政府、市场、行业等各方多管齐下,以此推动旅游业的全面振兴。”吴国平建议,根据旅游业各细分领域的复苏情况,分类施策、精准施策,更有针对性地进一步延续2020年的税收、人力等扶持减免政策;进一步加大对旅游中小微企业的金融政策扶持力度,鼓励其找准市场定位,创新旅游产品,创造盈利模式,实现自身的转型升级。

陈向宏则希望能解除或临时解除一些过去对旅游行业的限制,比如对一些政府会议召开的限制政策可以更加灵活。

“旅游业产业链长、对经济带动效应强、就业吸附能力大,对经济刺激见效快。”王煜介绍,积极帮助旅游业应对困难,法国设立团结互助基金,符合要求的旅游业中小企业或个体经营者均可申请补助,免除各项租金费用。西班牙政府有专项贷款担保,专门用于受疫情影响的旅游和相关运输企业的流动性需求。意大利政府紧急拨款用以重点扶持受重创的旅游业。此外,很多国家政府拨付款项,为旅游业雇员每月发放工资补贴。

“从2020年开始,各地政府向旅游业提供了大量行之有效的纾困政策。”王煜期待,可以进一步延续、完善旅游业纾困政策,包括中期银行贷款、发债增信等资金支持,继续发放纾困补贴、稳岗补贴,延续相关优惠政策等。同时希望有关部门可以尽快制定疫中持续应对、疫后刺激复苏的产业发展规划,让更多旅游企业能够坚持到胜利的到来。

“2022年,疫情仍将是影响旅游业复苏最大的不确定因素,但旅游业复苏向上的进程不会停止。”不久前发布的《2021年旅游经济运行分析与2022年发展预测》这样说。

“这次疫情,只不过是历史的一朵浪花,挡不住中国文旅行业蓬勃发展的滚滚浪潮。”吴国平相信,在业界同仁的共同努力下,旅游业一定能够尽快走出阴霾,迎来美好的明天。



## 观澜 酒店业借势谋复苏

新的利润增长点,不少酒店跳出“洗、息、睡”的传统运营模式,危中寻机、谋求创新,走上融合发展之路。

人们对健康生活的追求和向往,让“酒店+体育”成为业内新的增长点。成都老牌五星级酒店家国际酒店成立了网球体育运动公司,2021年为酒店增收400万余元。还有酒店利用空地建起篮球场、游泳池,对外承接体育活动和赛事,吸引住店客人以外的客源,可谓独辟蹊径。随着人们对健康的关注度不断提高,体育运动带给酒店业的红利将愈发明显。这种业态为消费者创造出了更深层的体验感受,建立起了更为牢固的消费依赖。

就近旅游、就地过节趋势,让酒店业开始积极与乡村游、观光农业融合发展。携程发布的《2021用户旅行新趋势洞察》显示,2021年三季度,携程省内酒店预订量较2019年同期增长约35%。人们将更多目光投向了城市周边的近郊目的地。随着乡村振兴稳步推进,有地方积极引入优秀的民宿运营企业,不少农村改造农房、整修田地,搭上了乡村游的快车。这类民宿和乡村酒店应当注重服务精细化、景观多元化,实现规范、标准运营,以良好

刘  
畅

品质在市场竞争中胜出。

与新兴文化业态相融合发展,酒店业还打出了“主题牌”。2021年,电竞酒店相关企业年度注册数量达1600余家,同比增长60%。成都武侯祠附近有酒店主打“床榻”主题,在各个房间放置了有百年历史的老床榻。峨眉山风景区附近则有酒店主打禅意和太极。越来越多的年轻消费人群选择“就近玩”“玩新鲜”“玩开心”,助推了主题酒店的蓬勃发展。对相关从业者而言,应致力于打造具有可持续竞争力的产品、避免昙花一现。

“十四五”时期,我国将全面进入大众旅游时代。这是酒店业难得的黄金发展期。马蜂窝近日发布的数据显示,住宿是“80后”“90后”衡量旅居度假品质的第一标准,住宿消费在整体旅居花销中占比达39%,76%的用户愿意为“住得好”花更多钱。惟有摸准消费者脉搏、不断升级业态、创新产品和服务方式,酒店业才能真正乘势而上。

## 老巷浓缩百年山城神韵

本报记者 吴陆牧

漓尽致,吸引大量市民和游客前来“打卡”。

在山城巷金马小学旧址里,重庆市文物保护志愿者服务总队开设了一家山城故事馆,通过老物件的陈列以及捐赠者的讲述展现重庆的城市变迁。“10多年来,文物保护志愿者们在山城老街里走街串巷,探寻古迹,保护文物。”重庆市文物保护志愿者服务总队负责人吴元兵说,开办这个展馆就是希望感染、带动更多人传承和弘扬历史文化,留住更多历史记忆。

“一条山城巷,浓缩百年山城时光。”见到黄庆泉时,他正与朋友在山城巷的一家老茶馆喝茶聊天,但凡有外地朋友来重庆旅游,他都会带着朋友来这里走走看看。“山城巷是重庆文化旅游的一张名片,在这里,不仅能体验山城重庆3D魔幻的地理特征,更能体味到原汁原味的老重庆风土人情与建筑艺术。”黄庆

泉笑言。

在渝中区,像山城巷这样的百年老巷还有不少。渝中是重庆的“母城”,是巴渝文化、抗战文化、红岩文化的发源地,历史悠久、文脉厚重,当地的文物数量占到重庆市的三分之一。近年来,依托丰富且独特的文旅资源,渝中区着力打造城市精品文旅项目,丰富文旅产品供给。

活化历史文物,开发街巷步道是渝中区推动文旅融合发展、提升文旅消费水平的重要举措。“一方面,统筹修复、活化利用全区文物资源,将戴家巷、胜利巷等传统老街巷打造成文化旅游集聚区;另一方面,大力发展山城特色步道旅游,步道定向赛、步道文化体验等,推出十八梯、山城巷、戴家巷等山城特色步道。”渝中区文化旅游委副主任卢永军说,通过构建特色文化旅游场景,植入文化创

意、演出演艺、休闲娱乐等业态,吸引游客和市民来渝中区消费。

位于渝中区较场口的重庆十八梯也是一条百年老街巷,经改造升级于2021年10月正式对外开放。记者在重庆十八梯传统风貌区采访时看到,曲折绵长的青石板路,依山而建的吊脚楼等历史风貌完整保留,街巷里古韵悠悠,人流如潮。

围绕“城市观光”“非遗传承”和“文创体验”等定位,重庆十八梯传统风貌区规划布局了传统文化体验区、国潮文创体验区、国际交流区和生活方式区四大特色主题区域,实现“文化+旅游”“文化+创意”“文化+跨界”的全景体验发展。

一条条焕发新生的传统街巷,让“街巷游”成为渝中区文化旅游产业发展的热门主题。近年来,渝中区先后获评国家全域旅游示范区、国家文化和旅游消费示范城市,出台了《渝中区深化国家文化和旅游消费示范城市建设工作实施方案》。2021年上半年,该区接待游客2410.2万人次,实现旅游收入202.4亿元。

“让历史文化活在当下、服务当代,让城市看得见山、看得见水、记得住乡愁。”李嘉婧说,渝中区正充分发挥山水、都市、人文资源禀赋优势,加快文化资源向旅游转化,旅游业文化内涵提升,推动文旅商深度融合。