

有人等不到明天就被淘汰：

旅游业疫情后如何“洗牌”？

面对困局中的旅游业，不少人都认为疫情结束后行业会面临“洗牌”，但究竟哪张牌会被洗掉？从业者们预判2020年旅游业的发展，省内短途游成了大家看好的选择。

对标2003年，行业会出现想象中的“报复性消费”吗？大家都认为疫情给旅游业带来“重创”的同时，也带来了“机遇”，如果真有“机遇”，又该如何抓住？

□东方今报·猛犸新闻首席
记者 肖萌 记者 刘冠杰/文
沈翔 李新华/图



省内游率先恢复 2020年周边游被看好

随着越来越多景区、酒店恢复开放，旅行社盼望已久的复工也悄然到来。3月19日，河南省文化和旅游厅发布《关于恢复旅行社企业部分经营活动的通知》，其中提到：各旅行社及在线旅游企业暂不得经营跨省和出入境的团旅游业务及“机票酒店”旅游业务。

河南万象国际旅游有限公司总经理陈静预计，10天左右时间，自己公司应该能复工。但至于何时能开

展国内跨省的长线旅游，她认为30天内，“窗口”或会打开一些。

相比之下，专注短途省内游的赵丽，已在着手组织3月底的省内自驾游了。当下，她的河南海华国旅可以开始向省内景点发团了，但由于长途大巴的上座率及大家跟团游的“恐惧心理”等原因，发团会造成成本急剧增高，她还是决定再等等。

在出境游受到影响的情况下，

国内游、省内游今年机会是否更多呢？“可能会有更多机会。”清明上河园营销总监石占良说，国家高速免费到6月底，这也给大家更多错峰出游时间，对于景区来说是个机会。

“各省短途内部旅游，应会很火爆。其实景区开到河南是一件幸福的事，河南人口多，释放力强。人们在家憋的时间长了，一般都会先去周边‘探探风’，不会马上就跑得特别远。”栾川蝴蝶谷景区负责人赵柯说。

旅游分级消费形式将出现
“专业游”、乡村游或成增长点

虽受重创，但文旅产业有一条基准一直不变，那就是游客对好的产品、好的服务、好的品牌的需求和热爱。

“旅游消费整体不会缩水，自然、健康、家庭游未来会更火爆。疫情期间，旅行社和景区的业务能力、服务意识都得到了很大提升，这自然会改变消费习惯。”滑蕾说。

耿云鹏认为，未来旅游分级消费形式将出现，因为不少人通过这次疫情对生活、精神有了新的思考，从而消费习惯也会改变。而旅游行业能不能提供这种分级服务很关键。“比如很小众的，抓住博物馆，就全世界的博物馆游，抓美食，就做全世界的吃，歌剧、体育、艺术等等细分领域旅游市场都可以做。未来旅游不再是大而全，而是小而精，你能提供专业的服务，人们就愿意为你的专业买单，让旅游产生更大价值。”耿云鹏说。

“疫情也让传统文旅产业发展暴露出了一些问题：管理机制单一、运营效率低等等。”杨建国说。

他认为，作为河南经济发展的重要产业，后疫情时期，政府和目的地不仅要发展观光产品，更要重视目的地资源的深度挖掘，以文旅产业招商引资为抓手，通过龙头企业和重点项目来带动文旅产业转型升级。

3月20日，河南省委书记王国生到河南省文旅厅调研座谈，在调研中强调，要把文旅融合发展与脱贫攻坚、乡村振兴结合起来。

这也让杨建国注意到，未来乡村游将是河南旅游业大的增长点。“文旅产业与乡村振兴结合将成为河南旅游业发展的另一主要方向。美丽乡村建设为基础，不断升级乡村旅游，整合资源推动乡村旅游产业，形成农旅文三产融合发展的态势和局面，把全域旅游与乡村振兴、农民增收结合起来，将成为河南乡村振兴建设和文旅产业升级的又一个重要突破口。”杨建国说。

对标2003年旅游业 今年会出现“报复性消费”吗？

从业者们观察今年旅游业发展的同时，更关注这个行业未来的走向。2003年7月，“非典”结束，全球旅游市场在同年暑期迅速复苏，模式也发生了改变。一个7月，携程机票订单成交量同比增长200%，当年线上订票、订酒店、订团、自助出境游更是爆炸式增长。

旅行故事创始人、大漠商学院院长耿云鹏说，旅游行业涉及“吃住行游购娱”，与2003年“非典”不同，此次疫情对上述全链条都造成了断

裂。“客观讲，旅游行业短期内很难有报复性增长，我们预测出境游短期甚至全年都可能是‘梦想’。”

老君山景区营销经理周向毅也认为“报复性”并不可能，“人们恐惧心理是一方面，另外因为孩子们的开学、暑假都是未知数，因此如果暑假出现调整，家长们出行欲望降低，景区将再受影响，今年的旅游业还会再受冲击。”

石占良坦言，他相信旅游业的信心在短时间内会实现，但“报复性

增长”不太可能，他预计清明上河园能在10月份恢复到往年客量正常水平，就已经很理想了。

“未必有‘报复性’出现，旅游和餐饮业、影院行业不同，旅游的消费更高，时间、空间都有要求。”赵丽的身边已有不少同行转行了。在旅游行业，导游的收入取决于带团的数量，这是一个基本无底薪保障的工作，而带团又与传统旅行社的生存息息相关。因此迫于生活压力，有人不得不离职，转行另谋出路。

旅企迎来数字化机遇 今后仅当“中介”远远不够

中汇文旅集团董事长李孜敏和团队连日来一直在对比“非典”后行业的发展，以及行业中头部企业的做法。

“2003年，淘宝网改变人们至今，而今年线上教育、线上会议、线上办公爆发，大家线上消费习惯进一步加强，旅游业也面临洗牌。未来怎么样让我们的产品向轻资产上靠，是我们思考的。而知识、商学院可能是我们轻资产的方向。”李孜敏告诉记者。

“每一次大的突发事件后，都是大的洗牌，大家要做的是改变思维模式，尽快从困境中脱离，千万不要等。疫情前期很多旅行社都很慌乱，都在等政府救，政府确实做了很多，但他们自身要及时调整，通过线上项目拓展业务，想办法尽快回笼

资金，千万不要等。”河南省旅游协会秘书长滑蕾说。

2003年造就了携程、去哪儿网，不少人相信今年疫情也会让行业有思考。中国产业集聚研究专家、老杨会客厅创始人杨建国认为，线上线下的融合，特别是以大数据、人工智能、5G等新技术手段，来引领文旅产业转型升级将成为旅游业发展的长期趋势。

这方面，河南省文化和旅游厅已有了进展。过去一年，河南制定了全国首个《智慧景区建设评价规范》并成为河南地方标准；河南省利用高德地图发布河南旅游地图，覆盖全省53个县的2032个景点及相关信息；河南也已连续三年拿出2000万财政资金，推动景区进行智

慧化改造……

除了线上技术对景区、旅游地的运用，耿云鹏认为旅游行业将迎来真正的行业细分。

“比如文化游、场景游、研学游学业态可能会变化。变化会牺牲掉一部分企业，有的企业习惯了原有思维，会不适应转变。”他举例，自己创建的“旅行故事”和大漠商学院三四年前就已开始转型，把户外行走、户外场景对标企业经营管理，对标孩子生存成长教育，增加了旅游本身的附加值。

前些年旅行社和一些旅游企业，更多是扮演“中介”角色，疫情后大家都要思考转型问题，今后传统旅游从业者只提供中介服务已远远不够。