

SARS 型旅游业危机及危机后旅游业发展新思维

侯国林

(南京师范大学地理科学学院, 210097, 江苏, 南京)

[摘要] SARS 给旅游业带来了巨大损失, 通过 SARS 型危机对旅游业影响的研究, 了解其影响特征和规律, 寻找对抗危机的措施, 促进旅游业健康持续发展. 文章分析了 SARS 危机对旅游业影响特征, 研究了危机后人们旅游需求的变化, 对旅游业危机管理系统模型和危机后旅游业发展的新思维进行了探讨.

[关键词] SARS 旅游业, 危机, 旅游需求, 新思维

[中图分类号] F590, [文献标识码] A, [文章编号] 1001-4616(2004)03-0097-04

0 引言

旅游业的敏感性决定其极易受外界影响而出现波动, 自然灾害、战争、社会动乱、经济危机、疫病等因素, 都可能引发旅游业危机. 所谓危机, 世界旅游组织阐述为: “影响旅行者对一个目的地的信心和扰乱继续正常经营的非预期性事件”^[1]. 一旦出现旅游业危机, 将给旅游业带来巨大损害.

SARS 作为一种突发性公共卫生事件, 给我国旅游业造成巨大损失, 旅游业由欣欣向荣瞬时进入“冰期”. 我们将这种由 SARS 引发的, 并对旅游目的地旅游业产生巨大影响的危机事件, 称为 SARS 型旅游业危机. 2003 年末到 2004 年初在我国广东出现的 SARS 零星病例和在亚洲诸国流行的“禽流感”, 若处理不当, 同样会引发相应的危机事件.

1 SARS 型旅游业危机的影响分析

1.1 影响的全面性、彻底性

旅游业是所有行业中较早受影响, 且影响最彻底的行业. SARS 对经济的影响机制是, 从减少人流开始, 按照人流——物流——资金流的相继减少顺序削弱经济活动的频率, 进而使经济增长势头受到抑制^[2]. 因此, 旅游业首当其冲受到影响, 这种影响是全面而彻底的. 2003 年 4、5 月, 我国的入境旅游、出境旅游、国内旅游皆陷入停顿, 旅行社全面停业, 旅游饭店、旅游景点接待人数为历史最低, 旅游业陷入历史最低谷. 由于 SARS 的影响, 2003 年旅游业增长目标不仅未能实现, 且比 2002 年有较大幅度下降. 以入境旅游为例, 2003 年入境旅游人数 9 166.21 万人次, 比上年下降 6.38%, 2003 年全国旅游外汇收入为 174.06 亿美元, 比上年下降 14.61%^[3](图 1、图 2).

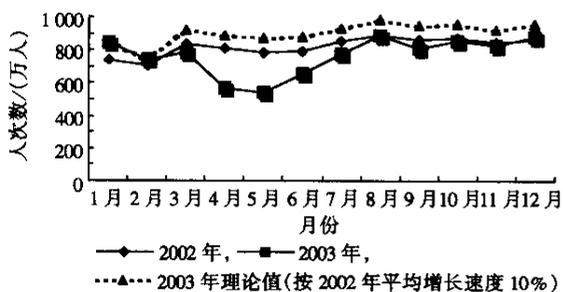


图 1 2003 年 SARS 影响下的中国入境旅游人数

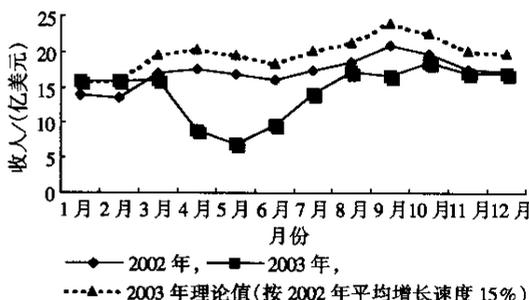


图 2 2003 年 SARS 影响下的中国旅游外汇收入

注: 根据国家旅游局 2002、2003 年入境旅游接待收汇情况公报绘制

收稿日期: 2003-11-10.

基金项目: 国家社会科学基金资助项目(04CJY022).

作者简介: 侯国林, 1975 - , 南京师范大学地理科学学院讲师, 博士生, 主要从事旅游管理与旅游规划的教学与研究.

E-mail: hougoulin@njnu.edu.cn
万方数据

1.2 影响呈现“由远及近”,恢复呈现“由近及远”态势

旅游产品的敏感程度存在一定差异,一般来说,客源地与目的地之间距离越远,其风险就越大,敏感性越高.受危机影响最大的是入境旅游、出境旅游,其次是国内长程旅游、跨区域旅游业,最后是周边、环城、郊区旅游业.由于国际旅游者对旅游目的地具体情况了解相对较少,接受信息的渠道单一,出游决策往往取决于旅游目的地的整体形象.加之国际旅游业受政治、经济、文化等因素的影响更大,所以国际旅游者对危机更为敏感.短程旅游业由于游览时间短、流动范围小、接触人员少、自助性强,具备一定活力.在旅游危机事件结束后,旅游的恢复过程与影响过程恰恰相反,即最先恢复的为周边、郊区游,其次是国内跨区域游,最后才是出境游和入境游.并且国内旅游恢复过程短,国际旅游恢复过程较缓慢.

1.3 危机后,旅游业的复苏取决于危机控制程度和人们旅游信心的恢复

危机控制程度是旅游业复苏的关键,这影响到人们旅游信心的恢复.2003 年 SARS 疫情在 6 月已得到有效控制,超出人们的心理预期,人们对旅游业前景普遍乐观,旅游信心恢复较快.据北京青年报和上海市场研究公司舆论研究部 2003 年 6 月 6 日至 6 月 9 日采用配额抽样的方法对京、沪、穗的 619 名当地居民的联合调查得知^[4]:有超过两成(22.8%)的受访者在下半年出门旅游,还在犹豫的人为 33.4%.而不打算出门旅游的人为 43.8%(图 3).由此可看出,有 56.2%的居民下半年可能外出旅游.2003 年下半年,正如许多人预期的,人们很快走出了 SARS 的阴影,旅游业又走上了正轨,基本弥补了 SARS 带来的损失.

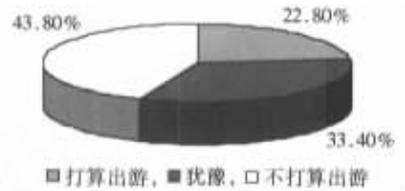


图 3 京、沪、穗居民 2003 年下半年出游计划

2 危机后,游客旅游需求分析

2.1 旅游更注重安全与健康

经过危机的洗礼,人们认识到健康和安全性的重要性,赞同积极健康的生活方式和保持良好的卫生习惯.游客对旅游目的地的公共卫生条件及其防疫防范服务配套设施设备的要求和选择将会变得比较挑剔.安全顺畅旅游、健康卫生旅游、文明有序旅游的基本将会明显地成为旅游者选择旅游项目活动的第一位要求.对旅游目的地的植被覆盖、大气质量、水土清洁、卫生管理、法制保障以及居民的文明程度等生存、生态环境条件的基础性要求将会有明显的提高^[5].

2.2 绿色旅游、生态旅游成时尚

疫情带来人们生活方式的改变和对健康的重新认知,认识到摒弃陋习、保护环境,倡导健康生活方式的重要性.因此,以强身健体为目的的健身旅游、不以破坏环境为代价的绿色旅游、以亲近自然为特色的生态旅游将在未来旅游中扮演最重要的角色.以选“生态、健康”为特色的旅游方式将成为人们的最爱.

2.3 自助旅游、家庭旅游普遍受欢迎

危机促使游客出游方式加快转化.大规模的团队出游将变得较少,中短程旅游散客将成主体.尤其是随着汽车进入家庭和汽车租赁业务的开展,以家庭、朋友为主体的自驾车这种既健康又新颖的旅游方式正蓬勃发展.对于远程旅游,小包团旅游也越来越受欢迎^[6].家庭、朋友、同事组合的自助式旅游,也有较大增长.

对于旅行社来说,未来的经营业务和范围就必须要进行一定的调整,来迎合市场,例如组织自驾车队、提供租车服务,代订住宿,以及加大对企业的团队营销等等^[7].

2.4 对旅游服务的个性化需求得到强化

游客对于旅行社的依赖会越来越弱,旅行社必须将业务细分,将服务做细,才能最大程度地赢得顾客.旅游经营者能否公开保证、按照承诺、及时提供符合游客人身安全、卫生要求的保障服务和文明服务,将作为旅游者消费选择中的基本要素.

2.5 网络旅游、网络中介倍受关注

在 2003 年“五一”期间,众多旅游网站点击率创下记录.不少游客,尤其是年轻人已经习惯将旅游网站作为旅游信息的来源和旅游交流的舞台.并通过旅游电子商务平台在网上订机票、订房间,享受较大的价格折扣.在经历 SARS 后,率先活跃的散客旅游将推动网络中介的发展.

3 危机后 旅游业发展的新思维

3.1 实施危机管理 制定旅游危机预警、处理和评估机制

危机管理是旅游地对旅游开发、经营过程中可能产生的风险因素采取预防或消除措施,以及在危险发生后采取弥补措施的科学管理方法,它包括对旅游危机的识别、评估、预防和处置^[8]。通过成立旅游危机管理机构,制定旅游应急预案,实施危机管理,统筹部署,建立危机预警机制、危机处理机制和危机评估机制。在不同的危机阶段,采取相应的危机管理措施,将危机损失降至最低(图4)。

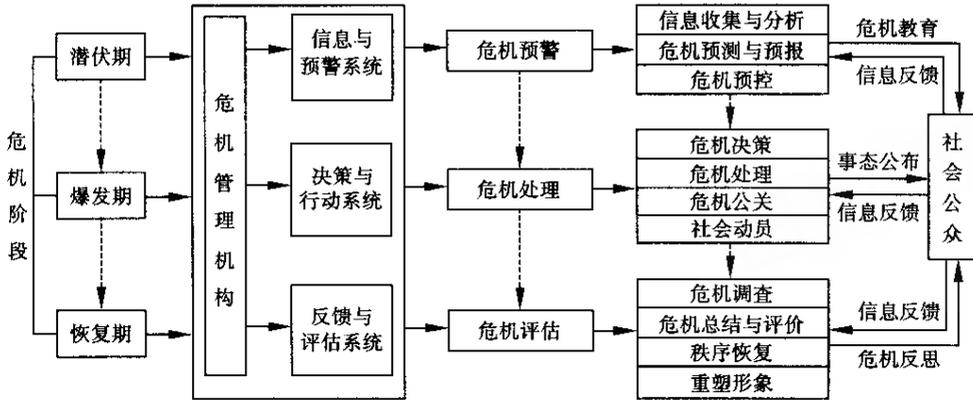


图4 旅游业危机管理系统模型

3.2 建立扶持和救助旅游业的保障体系,完善相关政策和制度

增加旅游发展基金,设立“旅游紧急救援基金”,以应付危机情况的应急处理和扶持困难的企业^[9]。政府有必要对旅游企业遭受的经济损失给予一定的政策优惠扶持,为旅游企业添置防护设备、设施,设立紧急医疗救护点,配备必要的药品提供经费支撑。

采取风险控制策略,建立和完善旅游赔偿制度与保险制度,以求改变风险或降低损失。建议保险部门尽快设立针对旅游遭遇特殊灾害性损失后可以进行保险理赔的新险种,完善社会保险机制,对旅游企业遭遇不可预见的危机性损失给予社会保险理赔。

3.3 加快旅游行业整合,走多元化发展道路

旅游企业在SARS危机期间的表现,表明中国旅游企业小、弱、散的特点是抗危机能力差的重要因素。旅游企业加强自身建设,努力壮大自身,同时加强旅游行业整合,形成一批有较强抗危机能力的旅游企业集团。如旅行社应改变“大而全”、“小而全”的分工体系,定位和分工更加明确。大旅行社加强品牌建设,建立连锁集团,扮演旅游批发商的角色,而众多的中小型旅行社则根据自己的实际情况,走专业化的道路,成为大型旅游集团的代理商,从而形成规范的批零网络。

危机下的旅游业惨淡景象,使人们认识到多元化发展的重要性。“不要把鸡蛋放在同一个篮子里”、“堤内损失堤外补”,国外旅游企业非常重视多元化战略,抗危机能力较强,而我国旅游业多元化发展尚未有明显成果。经过SARS危机,将促使旅游业加快多元化发展步伐,通过“横向多元化”、“纵向多元化”以增强抗风险能力。

3.4 发挥行业自力作用,实现旅游企业间互助合作

国内旅游业竞争一直非常激烈,缺乏相互合作的土壤和机制。危机后,若能发挥行业自力作用,开展互助协作,会大大提高整个行业的抗危机能力。应发挥旅游行业协会的作用,推动旅游企业之间的互助合作,共同促销,降低成本,吸引游客。例如,在SARS肆虐期间,香港旅游同业之间表现出精诚协作、共渡难关的精神。香港旅游、饮食行业和国泰航空公司2003年5月联合推出“黄金月”促销活动。活动内容为:市民参加香港本地游消费并在指定餐厅消费,在一个月内只要累积满1000港元,就可以凭单据到指定航空公司买到价钱具有震撼力的特价机票,如400港元往返台湾,1000港元飞日本,1800港元飞加拿大等,许多航空公司都有兴趣参加这项活动。这并不是政府行为而是企业行为,不是政策“托市”而是同业之间自救互助^[10]。

3.5 构建新型公民休假制度,引导民众形成新的旅游休闲观

国家实行的“五一”、“十一”、“春节”长假制度,促使人们利用长假出游,一年形成三个旅游高峰.在长假期间,往往是价格上涨,而旅游质量下降.加之短时间、高密度、大范围的人员流动为传染病的传播、流行创造了条件.没有灵活的假期,对我国旅游业的健康发展是有害的.应着手构建新的休假制度,如积极推行“带薪假期”,引导人们尽量避开高峰期出游,既保证了出游的质量,提高了游客满意度,又缓和了出游高峰,降低疾病的流行概率,促进旅游业的持续健康发展.

[参考文献]

- [1] World Tourism Organization. Crisis Guidelines for the Tourism Industry[R]. [http://www.world-tourism.org/market_research/recovery/Crisis and Disaster Management Guidelines.pdf](http://www.world-tourism.org/market_research/recovery/Crisis_and_Disaster_Management_Guidelines.pdf)
- [2] 齐建国,刘戈平.非典考验经济实力[J/OL]. http://www.zgjxx.net.cn/X203_11/14.html
- [3] 国家旅游局.2003年12月份我国入境旅游接待收汇情况公报[R].中国旅游网.<http://www.cnta.gov.cn/32-lydy/2003/12.htm>
- [4] 李佳,纪秋发.非典过后百姓消费会“井喷”?[J/OL]. http://news.xinhuanet.com/newscenter/2003-06/14/content_919567.htm
- [5] 悦克伶.关于我省旅游业抗“非典”促发展的对策建议[J/OL]. <http://www.sxta.com.cn/lylt/ykl.htm>
- [6] 葛文,孙卫.走出低谷,旅游业复苏彰显个性[N].南京日报,2003-06-03(4).
- [7] 黄薇.“非典”之后旅游会怎样?[J/OL]. http://www.scol.com.cn/nsichuan/sccj/20030522/20352201639_hx.htm
- [8] 刘锋.旅游地灾害风险管理初探[A].上海灾害防御协会.灾害风险评估研究——全国首届灾害风险评估研讨会论文集[C].北京:地震出版社,1997.
- [9] 刘朝霞,赵珣.非典重创广东旅游行业,本报牵头研讨救市良方[J/OL]. http://www.ycwb.com/gb/content/2003-05/22/content_532166.htm
- [10] 向东.SARS改变旅游之六大猜想[N].南京日报,2003-05-27(4).

SARS-type Tourism Crisis and the New Thinking on Tourism Development After the Crisis

Hou Guolin

(School of Geographical Science, Nanjing Normal University, 210097, Nanjing, China)

Abstract SARS-type Crisis brings great damage to tourism industry. By studying the influence of SARS-type Crisis on tourism industry, knows its influencing characters and principles. Finds ways to overcome the crisis, promotes the tourism industry developed healthy and sustainable. This paper analyzes influence characters of SARS-type Crisis on tourism industry, studies the changes of people's tour demands after the crisis. At last it builds a model of tourism crisis management and discusses the new thinking on tourism development.

Key words SARS tourism industry, crisis, tour demands, new thinking

[责任编辑:陆炳新]