

# 疫情后中国酒店旅游文化行业发展困境与解决对策

刘锋华

江西财经职业学院,江西九江 332000

**[摘要]** 史无前例的新冠疫情对整个世界产生了巨大的影响,社会经济环境发生了对中国酒店行业而言重大不利影响,中国酒店行业发展举步维艰。为了走出困境,酒店行业必须做出改变,实施行之有效的措施,通过增收减支、服务升级和改革营销模式等手段,战胜困难,抓住机遇,实现酒店行业的可持续发展。

**[关键词]** 新冠疫情;酒店行业;发展困境;有效措施

**[中图分类号]** JF590

**[文献标识码]** JB

**[文章编号]** 1671-7740(2020)26-0055-02

从2019年末开始,一场突如其来的疫情在武汉率先爆发,继而蔓延至全国乃至全世界,给全球经济带来重创,多个行业遭受重大打击,其中又以酒店行业为甚。根据中国饭店协会相关报告,74.29%的酒店和民宿选择直接闭店,平均闭店天数达到27天,公今年前两个月,住宿类企业营业额损失超过670亿元。疫情期间,武汉的某个五星级酒店甚至于营收下滑九成,酒店行业可谓伤筋动骨。

当前疫情逐渐得到控制,经济生活开始恢复,酒店行业如何扭转不利局面,是摆在每个酒店人面前的一道必答题。

## 一 疫情下酒店行业面临的困境

根据国家卫生健康委员会公告,将新型冠状病毒感染的肺炎纳入《中华人民共和国传染病防治法》规定的乙类传染病,并采取甲类传染病的预防、控制措施。2020年3月26日,中华人民共和国外交部、国家移民管理局发出《关于暂时停止持有有效中国签证、居留许可的外国人入境的公告》,暂时停止外国人持目前有效来华签证和居留许可入境,持外交、公务、礼遇、C字签证入境不受影响。这些政策会严重影响外国人入境,并进而影响酒店业来自于境外人员入住所获得的经营业绩。国务院应对新型冠状病毒感染肺炎疫情联防联控机制《关于进一步做好重点场所重点单位重点人群新冠肺炎疫情防控相关工作的通知》中要求,对于娱乐、休闲等集中密闭场所,审慎开放,原则上不组织涉及人群聚集性的活动。这类减少集聚的要求,无疑仍会较大程度地影响对酒店业通过提供与会议、展览、大型宴会等有关的服务获得的收入。同时,对文化旅游、餐饮及空间密闭且人员集中的场所,通过预约、分流限流等控制人员密度,全国性文体活动及跨省跨境旅游等暂不恢复。这些措施无疑会较大程度地影响中国内地境内旅游的开展,并进而影响酒店业相应的业务收入。

由于疫情影响的特殊原因,原本是交通运输高峰的春节假期,旅客发送数量明显下降,达到同期历史最

低,而酒店行业是与交通高度关联的行业,其后果自然是造成酒店行业成为无源之水,逐渐枯竭(见图1)。



图1 2019-2020年春节7天全国酒店客房收入对比表

可以预见,2020年的中国酒店行业将会是面临普遍的亏损。此外,酒店行业还是一个受外部环境影响行业,纵观历史,前几次的重创分别是2003年的“非典”、2008年的金融危机和2013年的限制“三公”消费。由于国内的酒店发展时间仍然较短,还未能有效地建立起风险防控机制,所以遇到此次大疫,多数酒店表现得不知所措,承担风险能力很弱,最后承受了巨大的损失,甚至在破产边缘徘徊。

## 二 酒店行业突围路径与发展策略

疫情下,酒店行业应采取有效措施,通过如下几个途径,去化解此次困境。

### (一) 想方设法增收减支

面对此次新冠疫情,国家各部委和地方各级政府,都纷纷出台各类政策措施为企业减负。包含融资政策、减免税费政策、延迟或减免用人单位缴纳社会保险等企业基础费用政策、各级政府性融资担保机构为无法及时还贷的企业提供履行代偿政策及对企业的信贷支持政策等。酒店行业可积极申请各项补贴或资金支持,帮助企业在困难时期减缓资金压力。另外,困难的酒店可以考虑寻求合作伙伴进行企

业并购重组,利用合并的规模效应、岗位调动优化、职工轮岗等策略,减少企业的刚性支出。例如酒店行业可以考虑与雇员协商按较低标准支付特定时间段的工资、与所租赁物业的出租人协商减免租金或延迟支付租金(基于国家颁布的优惠政策、公平原则等)或与品牌方、平台协商减免加盟费、平台费用等方式减少支出。由于此次疫情属于“不可抗力”,因此主张极有可能得到支持,由此来缓解当前的经济压力。

酒店还可以从酒店信息化方面入手来减员增效。在智慧酒店系统中,大堂作为交通枢纽的功能会弱化,面积减少;餐厅大堂也会缩小,相对应地增加小型包房,餐厅使用机器人用餐;客房可以直接在网上预订并生成虚拟房卡,客人直接到店不需要经过前台,即可进入房间,离店时也无需办理退房手续,即可自行离去,所有业务皆在网上进行。既提高了客人的满意度,又提升了效率,减少了员工数量,降低了成本。

### (二) 产品服务升级

疫情期间和疫情过后,人们的生活模式将发生巨大变化。大家对个人健康和环境卫生的关注会大幅提高,对健康饮食更加关注,野生动物可能会在相当长的一段时间里不再摆上餐桌,所谓的高档食材也将无人问津,而素食可能会大行其道。疫情期间人们广受教育,了解了大量关系传染病的知识,将会对空气质量要求更高,需要开窗通风换气,密闭式玻璃幕墙将被抛弃;电梯是病毒传播的死角,电梯及电梯井的通风将会加强;烟道、排气井、新风管道的过滤方式更新换代,增加消毒功能;低密度房间更受追捧等。在此客观情况下,酒店应当顺应时代,积极谋求转型升级,抓住机遇,提升自身的竞争实力。

疫情期间,大量人员聚集的宴会大大减少,宴会厅的使用机会急剧减少,为避免空置,应该更趋多功能化;在酒店的主体客房方面,家庭套间、院落套间、共享型别墅需求将相应大幅增加,客房面积会有所增大,同时,大力提升酒店的网路功能,做到WIFI全覆盖、千兆光纤直通以及增加流量基站数量,方便酒店住客一面度假,一面工作,届时客人居停的时间也会增长,带动客人在酒店二次消费,以增加收入;客人入住时长增加,有可能选择自行做饭,因此客房内厨房、书房等元素重要性提高。新的环境下,聚集型的社交型娱乐项目如KTV、棋牌室应当逐渐退出酒店,取而代之的是客房内网上娱乐、或采用更私密的方式,如带卡拉OK房或棋牌室的套间、别墅或行政楼层,酒店娱乐设施规模将会缩减,只为精准的小众客户提供,但是收费标准将提高;康体娱乐区域会取消公用设施如泡池、桑拿、更衣室、休息室等,改为全包房或到客房服务;为避免传染病的传播,独立

空调系统将取代中央空调系统,或独立新风;电梯是病毒传播的死角,电梯及电梯井的通风将会加强等。商务酒店的游泳池强调锻炼,增加水中健身设备,度假酒店游泳池从嬉戏为主改变为嬉戏与锻炼并重,增加锻炼泳道;健身区会更强调空气通风,从室内搬到半室内空间,增加室外健身设施,个别客房增加健身器材。另外,酒店与其他企业的跨界合作大幅增加,客房被用作产品展示厅的可能性升高,各种家具和家庭用品,在提供给客人使用的同时,也提供了体验服务,增加销售机会,尤其是做好房间内MINI吧的休闲食品和饮料的选择,是一个非常好的切入点。

疫情期间,将加大对入住客人的监控,无接触式的人脸识别技术将被广泛应用,大幅提高酒店传统入住登记、预付款、签单消费挂账、退房结账等环节的效率,前台、审计人员大幅缩减,实物房间钥匙和门卡将被淘汰。同时,酒店的软件会两极分化,高端酒店强调人对人的个性服务,倡导隐形服务及网上客服,量身打造的“服务”将越来越贵;而中低档酒店倡导无人服务或住客自助,服务更为标准化,价格则更为亲民。收费上,高端酒店采用套餐式,不管用不用,全部打包收费,房费包含早餐、洗衣、使用健身设施等;中低档酒店采用点餐式,按客人使用每项服务独立收费,连客用品也单独收费。酒店更追求体验感,增加与客人有形和无形的互动。酒店通过社交、短视软件及自有APP,与住客保持联系,并通过名人带货,建立粉圈,定制化产品投放市场,利用客人网上预订时点击的资料和入住历史资料,配合大数据预测客人喜好,为客人量身打造适合的产品;线上会员取代传统会员制度;住客对卫生的要求提高,自带旅游生活用品销量将有可能激增,酒店则将自身服务做到极致。

### (三) 酒店自身升级换代

此次疫情既是危机,也是机遇。将会有大量的酒店在这次“大考”中被淘汰出局,酒店行业市场进行大洗牌,实力强劲的高端酒店趁机大展拳脚。将会有大量星级酒店利用此次机会,跑马圈地,并购重组,扩充市场份额,同时可能会断开与酒店管理公司的合作,转而进行自主经营或者特许连锁经营,以进一步加强酒店业务的控制,进而降低成本,提高效率。

升级换代是机遇,但也要因地制宜。力量相对较弱的酒店,考虑到前期投入,可以立足现有设施、设备和信息系统,在客户历史需求和入住数据分析以及系统整合可行性分析的基础上,进行有限的投入和新技术的应用。而对于条件较好的酒店来说,可以直接建成智慧酒店,利用大数据,实施精准营

(下转第81页)

与,各类保护区都要依靠当地群众和社区来完成一些重要工作。而在规划开发生态旅游区的同时,当地居民不少都失去了赖以生存的土地,因此,政府应保护他们的利益且支持他们积极参与到旅游业的发展中来,形成社区共管、专业旅游经营公司与当地居民共同开发的经营管理格局。

#### (二) 借助黄河文化底蕴推进文化和旅游融合发展

在互联网云技术的快速发展时代背景下,利用互联网可以快速传播的优势,提高大众对黄河文化的“再认识”,尤其是年轻一代,他们是旅游事业不可忽视的潜在力量,总之,探索出一条符合河南文化特色的生态旅游发展道路。找准文旅结合点,推动文化创意、文化活动、演艺精品、文化体验、专家学者进景区,推动文旅深度融合。

#### (三) 加强沿黄地区生态旅游思路的宣传,推动黄河流域生态产品多样化与特色化

沿黄一带河南段的生态产品也要注意特色化,将河南厚重文化融入到生态旅游产品的开发上。

#### (四) 政府层面从宏观上要加强沿黄一带生态环境保护和治理

处于黄河中下游的河南省,保护黄河周边生态环境意义重大,只有保护好生态环境了,才有搞好生

态旅游的可能性,才能发展地方经济。

#### (五) 跨区合作,注重系统性、整体性发展

要想实现对黄河流域生态保护和高质量发展的目标,政府相关部门领导一定要在环境保护等方面加强与邻省及邻市的合作,在国家重大战略决策条件下有整体意识,各自找好找准本地优劣势,抓住机遇推动黄河流域生态保护和高质量发展迈出更大的步伐。

#### [参考文献]

- [1] 河南省社科院. 推动黄河流域生态保护和高质量发展 谱写新时代中原更加出彩的绚丽篇章 [N]. 河南日报, 2019-10-10 (8).
- [2] 黄委水资源管理与调度局. 把水资源作为最大的刚性约束推动黄河流域高质量发展 [N]. 黄河报, 2019-10-24 (1).
- [3] 河南省社科院. 推动黄河流域生态保护和高质量发展 谱写新时代中原更加出彩的绚丽篇章 [N]. 河南日报, 2019-10-10.
- [4] 黄委水资源管理与调度局. 把水资源作为最大的刚性约束推动黄河流域高质量发展 [N]. 黄河报, 2019-10-24.
- [5] 刘芳. 发展生态旅游 推动循环经济发展——评《旅游生态经济学》[J]. 广东财经大学学报, 2020, 35 (1): 116.
- [6] 唐榕. 湿地公园建设中的湿地恢复与生态旅游开发——以安阳漳河峡谷国家湿地公园修建项目为例 [J]. 绿色科技, 2020, (8): 22-24.

(上接第 56 页)

销,突出个性化和定制化服务,同时借助生态圈资源将部分服务社会化,为客人创造更好的旅居体验。

#### (四) 改变营销渠道

疫情期间,很多酒店都在尝试各种新的营销渠道和营销方式,比如:直播、餐饮外卖、非房费收入。营销是每家酒店都无法摆脱的话题,在酒店运营中我们需要有好的产品、好的服务、配套好的营销手段、不断增加流量。酒店的营销创新可以从四个方面开展,首先,可以利用微信群等社会 APP 来进行网络推广创新;其次,进行会员管理创新。很多酒店已经做了会员管理,但是反馈结果很多效果一般或者没有达到理想状态,酒店的会员管理创新更多是会员动态管理过程中精准数据的分析,然后根据数据做出会员管理的决策;再次,大力开展增量管理创新。即采取各种营销手段以增加新会员的数量,需要有精准的思维才能做到有的放矢。最后,酒店客户数据应用创新。在数据分析过程中了解客户数量变化原因及其价值,掌握客户动态数据,才能做到精准营销,减少成本和机会的浪费。

### 三 结语

酒店行业深受本次疫情影响,如果能够把握机会,通过暴露出的问题,发现会有很多新机会,在困局之中抓住机遇,定将迎来新一轮的发展。

#### [参考文献]

- [1] 吴清发. 谈酒店行业如何处理新冠肺炎疫情带来的中长期影响 [EB/OL]. <http://www.zhonglun.com/Content/2020/04-18/1353315510.html>, 2020-04-18.
- [2] 新浪新闻中心. 后新冠疫情时代中国酒店行业大趋势 [EB/OL]. <http://jiaju.sina.com.cn/news/s/20200511/6665550981725750219.shtml>, 2020-05-11.
- [3] 前瞻产业研究院. 2020 年中国酒店住宿行业发展现状分析 [EB/OL]. <https://bg.qianzhan.com/trends/detail/506/200511-c20222f0.html>, 2020-05-11.
- [4] 酒店高参. 疫情影响之下酒店行业投资影响调研报告 [EB/OL]. <http://www.hoteln.cn/inf/info?id=6208>, 2020.
- [5] 陈丹. 疫情后酒店业的发展困境及对策 [J]. 中国商论, 2020, (11): 57-58.
- [6] 何奇彦. 浅析入世后中国饭店业的发展形势与方向 [J]. 企业家天地(下半月刊), 2007, (3): 182-183.