

# Analysis on Ways to Promote the Development of Tourism by Informatization after the Epidemic

Wenli Geng

Harbin University of Commerce, Harbin Heilongjiang  
Email: gengwl@126.com

Received: Aug. 3<sup>rd</sup>, 2020; accepted: Aug. 18<sup>th</sup>, 2020; published: Aug. 25<sup>th</sup>, 2020

---

## Abstract

The outbreak of novel coronavirus in 2020 brought a great blow to the domestic and foreign tourism. Through the analysis of the tourism industry after the epidemic situation by SWOT analysis, which includes the strengths, weaknesses, opportunities and threats, we can see that the tourism enterprises in China is facing a decline in tourism, the tourism industry is vulnerable, but also facing the outbreak under control, consumers' intention, consumption idea change, so as to promote the tourism industry reshuffle, the challenge and opportunity are put forward to the information of intelligence, networking, big data and Internet of things after the outbreak of four directions to promote countermeasures and suggestions of travel industry revival, which provide a reference for the development of Chinese tourism industry after the outbreak.

## Keywords

Informatization, Tourism, Epidemic Situation, Big Data, SWOT Analysis

---

# 疫情后信息化促进旅游业发展途径分析

耿文莉

哈尔滨商业大学计算机与信息工程学院, 黑龙江 哈尔滨  
Email: gengwl@126.com

收稿日期: 2020年8月3日; 录用日期: 2020年8月18日; 发布日期: 2020年8月25日

---

## 摘要

2020年新冠疫情的突发给国内、外旅游业带来的重大打击, 通过对疫情后旅游行业的SWOT分析, 即:

优势、劣势、机会与威胁的分析, 得出我国旅游业虽然面临旅游人数减少, 旅游业受创的情况, 但是也面临着疫情得到控制, 消费者消费意向、消费观念发生改变, 旅游业行业洗牌等挑战与机遇, 提出了通过计算机技术, 将智慧化、网络化、大数据等途径, 实现旅游服务信息化, 促进疫情后旅游业新发展, 从而为我国旅游业在疫情后、乃至将来的发展提供参考。

## 关键词

信息化, 旅游业, 疫情, 大数据, SWOT分析

Copyright © 2020 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 旅游业发展状况分析

随着人们物质生活水平的提高, 精神层面的需求逐步提高, 因而促进了旅游产业的发展。中国是世界上旅游资源最丰富的国家之一, 资源种类繁多, 类型多样, 旅游景区不断开发, 旅游人数增加, 都为旅游产业的发展提供了必须的前提条件。根据中国旅游业统计公报对旅游业自 2010 至 2019 年的数据进行对比分析, 得出近 10 年的发展趋势图, 即: 人数和旅游收入呈逐年上升趋势。如图 1 所示。

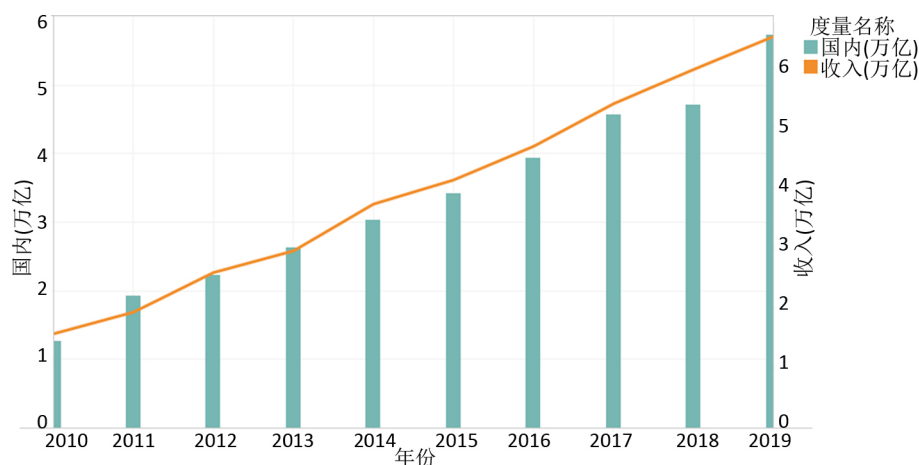


Figure 1. Chart of tourist numbers and income trends in china from 2010 to 2019

图 1. 中国 2010~2019 年旅游人数与收入趋势图

但是, 2020 年, 旅游产业却遭遇寒冬。随着新冠肺炎疫情在世界的蔓延, 旅游业业务量骤减, 营业收入减少, 企业面临现金流危机等。世界旅游组织报告指出游客会比 2019 年下降 20%~30%, 国际收入将减少 3000 亿~4500 亿美元, 亚太地区受到的影响较为严重, 预计行业产值损失近 8000 亿美元, 4900 万旅游从业者可能失业。据环球旅讯做的调查统计数据进行分析, 中国旅游业 2020 年面临的困难如图 2 所示。

虽然我国旅游产业经营受创, 但是随着我国经济的逐步恢复, 旅游产业也在适应新形势, 在危机中寻找机会, 利用优势进行发展。

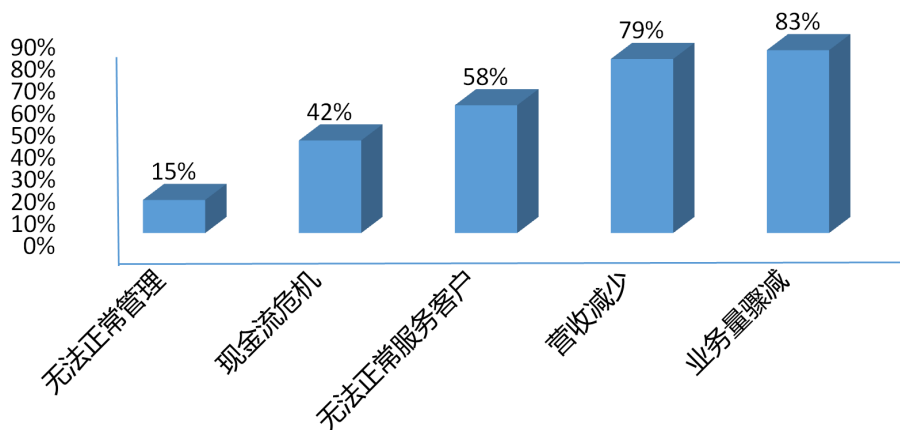


Figure 2. Chart of epidemic impact  
图 2. 2020 疫情影响图

## 2. 疫情下旅游业 SWOT 分析

1、优势(S)，从表面上看，疫情时景区闭门给旅游业带来极大损失，但是在常年旺季旅游中，因旅客众多，旅游景区不堪重负，旅游企业也忙于应付接待旅客而没有把旅游景区建设与旅游文化进一步深入提升，面对疫情，旅游业可以利用景区无人的时间内，加强内部管理，完善内部建设。在疫情后，有创新改变的旅游企业将在疫情后的竞争中占有优势，从而站在旅游业的前端，完成行业洗牌。再有，疫情后，我国旅游企业面临着比其他国家更优越的政治稳定、经济恢复及社会安全等优势，国内旅游人数将会随着国内游成为游客的首选而增加。

2、劣势(W)，劣势是因封城、人员隔离、交通限制等原因，游客减少，酒店入住率低，收入低，航空业、零售、餐饮以及第三产业旅游工艺品生产等因旅游业受到重创后，整个旅游产业链上相关行业的发展也受到严重影响[1]。再有，因疫情影响，人们的收入降低，从而使人们消费更加理性，有缩减未来旅游消费支出的倾向。

3、机遇(O)，首先，因为前期为防控疫情而采取的小区封闭等措施，导致人们长时间居家，压力增大，而旅游可以起到缓解压力，净化心灵的作用，因此，针对人们对户外活动的心理需求，在疫情后，旅游人数可能出现井喷式增加。其次，在疫情后，不符合卫生健康要求的旅游项目将会取消，一些实力较弱的、核心能力不强的企业由于经营困难，将出现倒闭、并购等现象，从而造成旅游行业的洗牌，这为很多旅游企业带来机遇。再次，由于各国封国策略的采用，全球旅游业因为中国游客的减少也“陷入窘境”，严重依赖中国旅游业的亚太地区更是因为中国游客缺失带来重大的损失，而欧洲和美洲部分地区旅游产业也受到波及[2]，中国游客对国外旅游安全的顾虑，会使更多的人会将旅游目光放在国内，对国内旅游企业来说是重大机遇。

4、挑战(T)，在疫情后，人们更加重视家庭和亲情，注重休闲养生，传统的观光旅游向休闲度假转变，在面对出现的旅游消费观念的转变，旅游企业应如何完善自身服务质量，提高服务策略，创新和改变旅游模式，保障旅游人员健康安全等问题，都是旅游业面临的挑战。疫情后，旅游业面临着行业洗牌，企业能否适应人们消费观念的转变，能否使企业实现可持续经营，对旅游企业来说都是挑战。

通过 SWOT 分析，我国旅游业将面临新形势下的机遇和挑战。基于人们消费观念、消费模式的转变，传统旅游方式已经无法在新形势下发挥良好作用，应改变传统管理模式、实现旅游业的管理模式的创新与提升，而创新与提升的实现要重要的手段是旅游信息化，即要通过旅游信息技术实现旅游业的复兴和发展，信息技术与旅游业的融合策略通常包含互联网 + 旅游、大数据 + 旅游和人工智能 + 旅游、物联

网 + 旅游这样四个方面。因此，旅游业的无接触式旅游新模式可以通过这四个主要途径来完成。

### 3. 新形势下旅游业发展途径分析

#### 1、以互联网 + 旅游，促进旅游业文化提升，提高文旅旅游服务质量

##### 1) 互联网“线上”培训，提高从业人员素质，实现无接触服务培训。

优秀的旅游信息专业技术人才一直是旅游业所急需的，该类型的人才不仅要懂信息技术，还应懂旅游和管理，对从业人员进行专业化培养过程是持续和不断升级的[3]，在疫情中，人们更多的生活和工作方式是线上方式，这种工作方式会在疫情后延续下去，针对人们喜欢的线上生活，充分调动旅游从业人员进行线上学习和培训，采用网课、直播、视频等多种模式加强业务人员素质，提升无人化、无接触服务技术的应用能力，最终提高旅游从业人员的服务质量和业务素质。

##### 2) 通过网络管理平台转变旅游企业组织结构

通过企业网络管理平台，实现旅游企业组织结构扁平化、开启智慧化管理模式，提高服务质量。通过以互联网为基础的企业管理信息化的实现，可以保证旅游信息的准确性、有效性、实时性，网络信息平台能够及时将数据反馈给管理者，加强景区的运营监管力度，实现运营数据的全展示；在旅游过程中实施监控措施[4]。将整个运营的数据过程全部展现出来。管理员可以对员工进行实时监督，优化员工的工作质量，同时，员工也可以更好的为管理者提供建议，从而实现企业扁平化管理，更有利于信息的沟通，这会对旅游业的服务带来优势，促进旅游业更快速的发展。

#### 2、以智能化 + 旅游，改变传统旅游商业模式，创新旅游产品

根据亚太旅游协会 3 月 13 日联合发布的《疫情过后游客出游意愿调研报告》显示，56% 的游客选择到国内其他城市或者景区旅游，因此在疫情后，国内游成为旅游重点，而在国内游中近郊旅游会成为各地旅游新热点，在旅游产品中自驾游将成为旅游首选，家庭游受到青睐。

1) 疫情会加速中国旅游业向高质量、智能化方向发展。国内旅游业通过旅游行业的洗牌，实现优胜劣汰，加速行业的转型和升级。将旅游行业通过旅游信息的共享，与互联网相结合，从需求端来看，旅游消费体验趋向分层化、复合化、散客化、个性化等方向转变，对应的企业需要通过智能服务，提供精细化、多元化、专业化的产品和服务。促进数字文化内容与互联网旅游、智慧旅游、虚拟旅游等新模式联动发展。旅游工作人员可以充分利用自媒体的传播特性，建立游客智慧旅游的项目或产品。如科普亲子模式下的“居家非遗手作”、“云上旅游”、“云上美食”等通过互联网实现的内容得到了市场的认可。要以人工智能、虚拟现实、物联网为基础支撑，实施“旅游 + 智能化”战略，推动旅游及相关产业融合发展，不断培育新业态。

2) 将旅游与移动通信技术相结合改善旅游者的旅游体验与质量，通过互联网实现线上的旅游新模式。在旅游之前，游客通常会根据网络查找出行路线制定旅游计划。这时候，旅游企业可以根据游客的访问信息自动分析，为游客做出提前安排，并提出具有吸引力的出行方案以此来吸引游客。游客根据实际情况对旅游企业提出合理需求，企业根据游客的规划为其提供合适的产品，为游客实现人性化的旅游体验。所以，发展沉浸式体验型旅游模式，引导和培育网络消费、体验消费、智能消费等消费新热点、新模式等。

3) 智能化营销模式的实现，促进旅游业线上业务的推广。在新形势下，通过在线平台，采用云旅游，区块链等信息化技术营造线上营销场景，通过 VR、CR 等智能化方式提升游客线上体验经历，从而扩大企业知名度。通过旅游平台、电商平台或者是直播平台推广旅游产品、文化产品，如：抖音、淘宝、快手等平台。

##### 3、依据大数据 + 旅游，增强旅游服务安全性

1) 大数据可以分析人们消费偏好,依据个人状况实现定制化服务。疫情后,旅游产品向健康旅游和高科技品质旅游两个方向发展,疫情改变了人们的消费行为和消费需求,消费者更重视健康和安全,重视旅游质量。因疫情影响,人们收入减少,人们会加大理性消费,也会更注重家庭、亲情等观念,因而旅游产品应向高品质家庭游方向发展,以满足高收入和稳定收入人员的需求。疫情后人们对健康的认识度提高,健康是目的,珍惜生命、提高生活品质的要求会提高,从而更增加了人们对健康旅游产品的需求,信息化技术中大数据的应用可以实现网上售票自动化、旅游线路推荐智能化、验票程序自动化及游客管理人性化等功能,为实现健康游、品质游提供保障。

2) 大数据可以实现旅游人数的自动监测。大数据通过数据采集、存储、分析以及可视化,可以为人们提供清晰、明了的数据展示。大数据在疫情期间对人员监测起到了重要作用,在武汉封城后 500 万人的动向问题,通过大数据分析得到人员流动图。因而国家快速定位流动人口去向,从而采取更有效的疫情监管策略,保障了我国疫情的防范与控制,从而为我国赢得了这场战役的胜利。所以,大数据信息化也可以应用在旅游人员流动控制上,从大数据中获取人员流动信息,保障人员安全,也通过大数据,对旅游人员层次,消费习惯,消费倾向等分析,从而为旅游业管理者提供相关信息。

#### 4. 结论

疫情后,旅游业重组与升级,有的企业面对的是危机,而给旅游业带来更多的是新的机遇,旅游业应抓住机遇,迎接挑战,加大信息化技术的投入,提高旅游从业人员的信息技术水平,完善信息共享机制,以互联网、大数据、人工智能和物联网等信息化途径带动旅游业向现代服务业转变,从而真正实现旅游业的升级和转型,并催生一大批新兴企业和投资、融合,从而带动旅游产业经济发展。

#### 基金项目

本论文是黑龙江省哲学社会科学研究规划年度项目“互联网与我省冰雪旅游产业融合发展对策研究”,批准号: 19JYE260 的阶段论文。

#### 参考文献

- [1] 郭玲霞. 大数据助力智慧旅游发展的研究综述[J]. 河北旅游职业学院学报, 2019(2): 50-54.
- [2] 余亚茜, 张冬婷, 何雨馨, 汪瑞. “大数据”背景下智慧旅游模式的机遇与创新[J]. 科技经济导刊, 2019, 27(14): 214-217.
- [3] 尹佳鑫. 大数据下的智慧旅游发展探析[J]. 大众投资指南, 2019(6): 235-236.
- [4] 张建涛, 王洋, 刘力钢. 大数据背景下智慧旅游应用模型体系构建[J]. 企业经济, 2017, 36(5): 116-123.