

突发性公共卫生事件对旅游业的影响及启示

——基于天目湖的案例分析

肖治宇, 刘春燕*

江苏师范大学商学院, 江苏 徐州
Email: *liuchunyan3@163.com

收稿日期: 2021年7月15日; 录用日期: 2021年8月5日; 发布日期: 2021年8月12日

摘要

2019年底发生的新冠肺炎疫情给我国旅游业带来了巨大的冲击, 旅游企业在疫情期间受到了严重的影响。本文以天目湖公司为分析对象, 具体分析天目湖公司应对突发性公共卫生事件新冠肺炎疫情的策略, 该事件给天目湖公司经营业绩带来的影响, 为以后旅游业如何应对突发性公共事件获得一定的启示。

关键词

新冠疫情, 危机管理, 天目湖旅游公司, 影响及启示

Impacts of Public Health Emergencies on Tourism Industry and the Enlightenment

—A Case Study of the Tianmu Lake Tourism Company

Zhiyu Xiao, Chunyan Liu*

Business School, Jiangsu Normal University, Xuzhou Jiangsu
Email: *liuchunyan3@163.com

Received: Jul. 15th, 2021; accepted: Aug. 5th, 2021; published: Aug. 12th, 2021

Abstract

The outbreak of Covid-19 pandemic at the end of 2019 has incurred great impacts to China's tourism industry, and tourism enterprises have been seriously affected during this epidemic. This paper takes Tianmu Lake Company as the case company, analyzes the strategies taken by Tianmu

*通讯作者。

Lake company to cope with Covid-19 and the performance of Tianmu Lake during the epidemic period, and proposes suggestions on responding to unexpected public health events in the future.

Keywords

Covid-19 Pandemic, Crisis Management, Tianmu Lake Tourism Company, Impacts and Enlightenment

Copyright © 2021 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. 引言

从经济学角度看, 当某一事件具有外部性, 而人们又无法对这一事件的成本与收益的承担者进行明确的界定时, 就是所谓的公共事件(樊纲, 2003) [1]。如果该事件是突发的, 就是突发性公共卫生事件。随着国民经济发展水平的不断提高, 人们在基本物质资料得到满足后产生更多的精神需求。旅游作为调节自我状态并满足精神需求的方式被越来越多的人所接受, 旅游业的发展也呈现出欣欣向荣的态势。新冠疫情作为典型的突发性公共卫生事件带来的恐慌和为了防止疫情扩散采取的措施将严重影响旅游企业的运营活动和经营业绩。

2020 年年初, 新冠疫情开始在中国蔓延开来。2020 年 1 月 23 日, 武汉开始封城, 随后全国各省市也进行人员流动限制。受政府防控措施和隔离政策影响, 旅游业的运营受到显著影响。2020 年上半年国内旅游人数为 11.68 亿人次, 同比下降 62%, 国内旅游收入 0.64 万亿, 同比下降 77%。¹ 本文将以太目湖为例, 分析其对新冠疫情冲击的应对之策、新冠疫情期间的业绩表现, 最后为旅游业如何应对突发性公共事件获得一定的启示。

2. 新冠肺炎疫情对旅游业的影响

旅游业容易受到外界负面因素的影响, 这些影响会在一段时间给旅游业带来不可估量的损失, 即旅游危机。世界卫生组织把旅游危机定义为: “影响旅行者对一个目的地信心并扰乱企业正常经营的非预期性事件。这类事件可能以各种各样的形式在许多年中不断发生” [2]。旅游危机按内外部因素可以划分为内在型旅游危机与背景型旅游危机[3]。2020 年发生的新冠疫情属于背景型旅游危机中的突发性公共卫生事件。突发的新冠疫情威胁了人们的健康安全, 而且疫情的突发性使人们难以做出准备, 加剧了人们的恐慌心理, 使得人们出于安全考虑主动取消原来暂定的旅游行程安排, 并向旅游景区提出退票或改签等要求。为了防止疫情扩散, 很多企业停工停产, 消费者收入大量缩减, 伴随消费者收入缩减的是消费能力的下降。同时, 出于对接触风险的恐惧, 人们边际消费倾向下降, 消费欲望被抑制, 只有在公共卫生事件逐步得到控制时, 人们消费欲望才会逐步被释放(王永宁等, 2004) [4]。疫情带来的民众消费能力的下降, 消费心理和消费行为的改变将大大缩减旅游业的收入。

2020 年第一季度国内疫情新增确诊人数快速增长, 为防止疫情进一步蔓延, 在政府的指导下, 民众居家隔离, 很多景区陆续关闭且营运活动也暂时取消, 导致一季度景区游客接待量和收入显著减少。但是, 在景区停业期间, 旅游景区仍要承担必要的成本支出, 如保障游客安全投入成本、设备维护、人员工资等刚性支出, 这些成本支出给许多旅游景区造成了很大的财务压力, 现金流不足、经营状况本来就不好或者资产负

¹数据来源: 国家统计局。

债率较高的旅游企业更是难以生存。进入 2020 年第二季度, 疫情得到控制, 但政府仍然严格限制景区游客接待量, 使得 2020 上半年度游客接待量远没有达到 2019 年同期水平。疫情导致游客接待量的减少直接降低了景区门票收入, 同时, 旅游景区为了吸引旅客, 还采取免门票或降价的策略, 更让景区经营雪上加霜。

疫情发生后, 游客的旅游偏好发生了改变, 激发了旅游业转型。以往景区往往采取粗放型的售票制度, 然而基于疫情防控的需要, 景区采取限制游客流量和景区门票预约的措施, 倒逼景区与数字经济联合, 建立更为完善的网络门票预售模式。国内新冠疫情进入常态化后, 人们的恐慌心理逐渐减弱, 但偏向于健康、安全的旅游环境和旅游目的地。疫情还加速了游客旅游方式的变化, 疫情使得人们不愿进行中长途旅游, 互联网旅游成为人们欣赏异地风景的主要方式, 这既省去了对健康安全的担心、节省了外出旅游时间、降低了部分必要花费, 还享受了新颖的旅游体验。对于旅游企业来说提供优质旅游资源项目, 做好转型升级尤为重要。

3. 疫情期间天目湖的业绩表现

3.1. 公司简介

天目湖公司是一家民营景区龙头企业, 成立于 1992 年, 位于江苏省溧阳市, 于 2017 年在国内主板上市。公司通过多年的资源整合并积极开发旅游项目, 目前经营项目包括景区、主题公园、温泉、酒店、旅行社等, 在长三角地区具有一定的知名度。公司拥有专业化的景区开发管理团队, 旅游产品丰富, 具有较强旅游服务能力和竞争优势, 可以很好满足现有市场需求。公司的发展战略是扩大品牌影响力、提供更加综合、便捷的旅游服务, 通过对自身资源整合和对天目湖区域餐饮、酒店、购物等外部资源的配套整合, 以复合型产品、多元化市场和系统的旅游服务形成旅游集聚效应。

3.2. 疫情期间天目湖的业绩分析

1) 会计业绩

为更好地评价天目湖公司在疫情期间的经营业绩, 本文采取横向对比的办法, 选取了包括天目湖公司在内的 15 家国内景区上市公司进行对比分析²。

由于 2020 年 1 月快速传播的疫情使企业措手不及, 为阻断疫情传播, 2020 年第一季度大部分景区类上市公司暂停经营活动, 以天目湖公司为例, 公司自 1 月 24 日起一直到 3 月 19 日公司的景区、温泉、酒店均暂停运营。在不考虑政府补助、自身资产处置损益等非日常经营损益的情况下, 包括天目湖在内的景区上市公司的扣非净利润均为负(见表 1、图 1)。

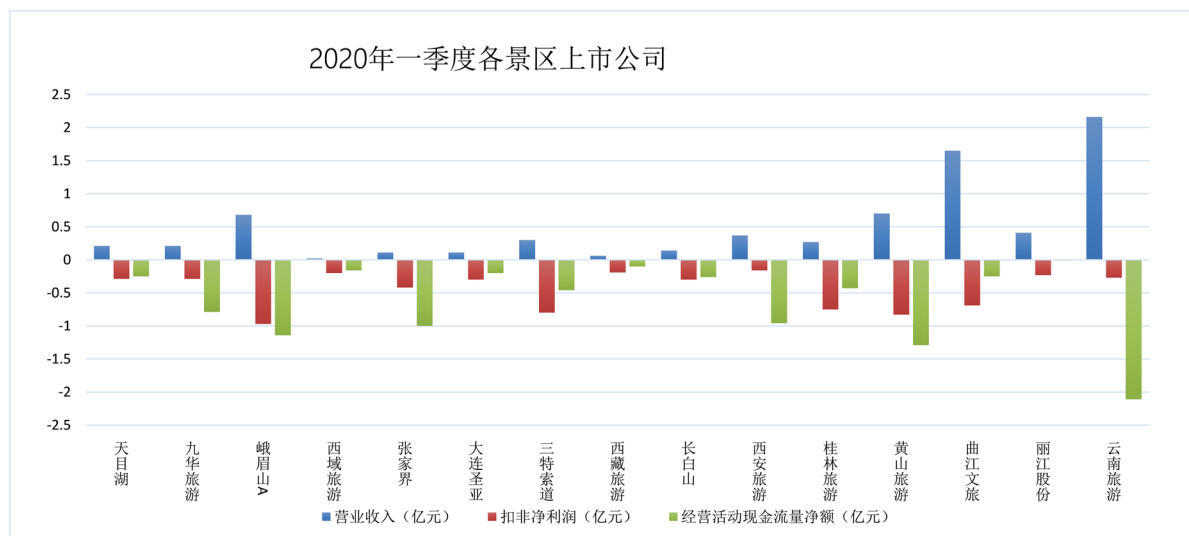
Table 1. Operating income, net profit before non-recurring gains and losses, and net cash flows from operating activities of tourism enterprises in Q1 2020

表 1. 2020 年第一季度旅游景区营业收入、扣非净利润和经营活动现金流量净额

	天目湖	九华旅游	峨眉山 A	西域旅游	张家界	大连圣亚	三特索道	西藏旅游	长白山	西安旅游	桂林旅游	黄山旅游	曲江文旅	丽江股份	云南旅游
营业收入 (亿元)	0.21	0.21	0.68	0.02	0.11	0.11	0.3	0.06	0.14	0.37	0.27	0.7	1.65	0.41	2.16
扣非净利润 (亿元)	-0.29	-0.29	-0.97	-0.2	-0.42	-0.3	-0.8	-0.19	-0.3	-0.16	-0.75	-0.83	-0.69	-0.23	-0.27
经营活动现金流量净额 (亿元)	-0.25	-0.79	-1.14	-0.16	-1	-0.2	-0.46	-0.1	-0.26	-0.96	-0.43	-1.29	-0.25	-0.01	-2.11

数据来源: 上市公司公告。

² 本文景区公司数据来自网易财经行情中心, 按照证监会行业(新)标准和公司收入构成, 提取了 15 家景区 A 股上市公司数据进行行业比较分析。



数据来源：上市公司公告。

Figure 1. Operating income, net profit before non-recurring gains and losses, and net cash flows from operating activities of tourism enterprises in Q1 2020

图 1. 2020 年第一季度旅游景区营业收入、扣非净利润和经营活动现金流量净额

疫情使景区企业经营进入空档期, 各大上市公司在公告中表示在空档期努力蓄势为恢复发展做准备并积极承担社会责任。通过各方努力, 三月底疫情被有效控制, 人们的出游意愿与需求有所增加, 各地政府出台各种政策促进旅游业恢复经营, 各上市公司也积极采取措施吸引人们购票旅游, 出游人数逐渐增加。经营活动现金流量净额反映的是企业的造血能力。企业在一段时间内亏损, 这并不一定会让企业倒闭, 但现金流断裂会影响企业正常运营, 甚至会导致企业破产。与其他公司相比, 天目湖公司二季度扣非净利润约为 0.12 亿, 在景区类上市公司中, 经营活动现金流量净额排第二, 低于云南旅游的 0.22 亿(见表 2、图 2)。

Table 2. Operating income, net profit before non-recurring gains and losses, and net cash flows from operating activities of tourism enterprises in Q1 2020

表 2. 2020 年第一季度旅游景区营业收入、扣非净利润和经营活动现金流量净额

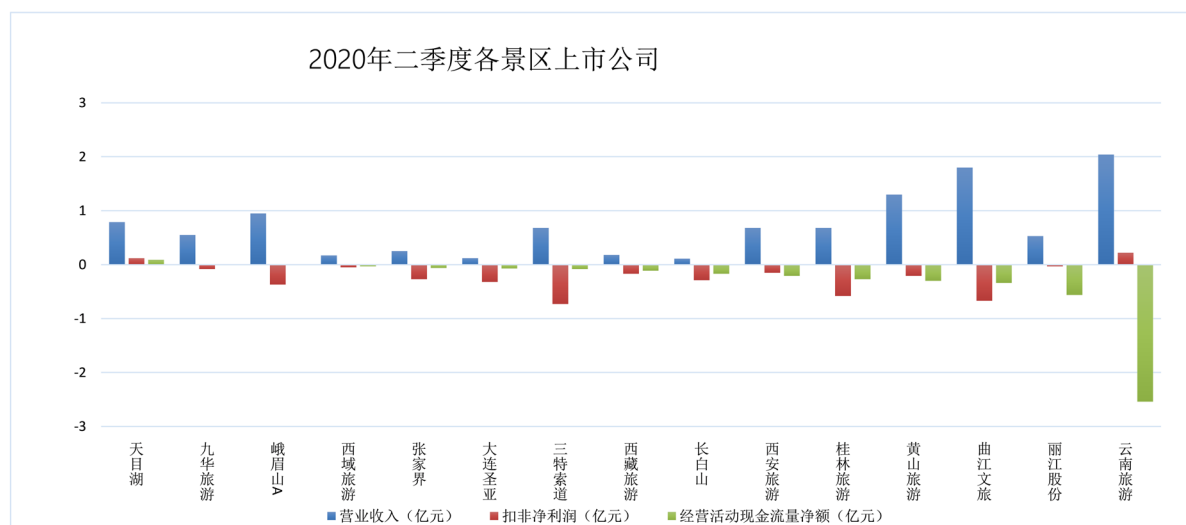
	天目湖	九华旅游	峨眉山A	西域旅游	张家界	大连圣亚	三特索道	西藏旅游	长白山	西安旅游	桂林旅游	黄山旅游	曲江文旅	丽江股份	云南旅游
营业收入 (亿元)	0.79	0.55	0.95	0.17	0.25	0.12	0.68	0.18	0.11	0.68	0.68	1.3	1.8	0.53	2.04
扣非净利润 (亿元)	0.12	-0.08	-0.37	-0.05	-0.27	-0.32	-0.73	-0.17	-0.29	-0.15	-0.58	-0.21	-0.67	-0.03	0.22
经营活动现金流量净额 (亿元)	0.09	0.01	0	-0.03	-0.06	-0.07	-0.08	-0.11	-0.17	-0.21	-0.27	-0.3	-0.34	-0.56	-2.54

数据来源：上市公司公告。

2) 市场业绩

市场业绩是指公司在股票市场的表现, 具体体现为股价或总市值。股价在一定程度上可以反映外界公众对上市公司未来发展潜力的信心。天目湖公司股价数据如表 3 所示。疫情影响下, 天目湖公司股价从 2019 年年末的 17.67 元, 跌至 2020 年 3 月 31 日的 14.30 元。随着 3 月末疫情得到控制, 人们对旅游方面的需求快速增加, 使得 4 月份股价明显回升, 但小范围的疫情仍让人们存在恐慌心理, 尤其疫情通

常会在人群聚集地爆发, 这直接影响了人们出游信心, 使得天目湖公司 5、6 月份股价波动明显。综合考虑公司发行在外的股票数量, 公司市值从 2019 年末的 20.50 亿跌至 2020 年上半年末的 18.56 亿, 公司市场价值有较大幅度的变动。



数据来源: 上市公司公告。

Figure 2. Operating income, net profit before non-recurring gains and losses, and net cash flows from operating activities of tourism enterprises in Q2 2020

图 2. 2020 年第二季度旅游景区营业收入、扣非净利润和经营活动现金流量净额

Table 3. Share price of Tianmu Lake Company

表 3. 天目湖公司股价数据

时间	公司股价(元)
2019.12	17.67
2020.01	15.09
2020.02	14.90
2020.03	14.30
2020.04	16.77
2020.05	15.03
2020.06	16.00

数据来源: 东方财富网。

4. 天目湖疫情期间采取的对策分析

相比于其他景区上市公司, 天目湖公司经营业绩与市场业绩在 2020 年上半年度均高于行业平均水平, 这离不开公司疫情期间正确的财务决策。根据 2020 年上半年资产负债表, 公司固定资产在总资产中占比约为 40%、货币资金约为 34%、在建工程约为 12%。公司为应对竞争日益激烈的旅游市场、避免同质化旅游产品, 积极开发新型旅游项目, 弥补公司现有旅游项目的不足, 故固定资产和在建工程的占比较高, 这一投资策略给企业未来发展提供了更为强力的内源增长动力。货币资金方面, 主要来源于公司 2019 年的营业收入与 2020 年发行的可转债募集资金; 在负债方面, 天目湖公司 2017 年以来资产负债率

大幅下降(见表4), 相比于行业平均负债率来说公司该项指标有明显优势。2020年度资产负债率为34.97%, 这主要是可转债发行导致负债资金增加所致。通过2020年公司年报可知, 公司通过发行可转债获得资金, 并将筹集的资金投资于南山小寨二期项目、御水温泉一期装修改造项目, 这都有助于天目湖在市场同质化竞争中提升公司的竞争力, 增加公司营业收入、提升公司内生增长动力和抗风险的能力。在疫情影响下, 天目湖拥有的资金使其有能力应对突发危机, 安稳度过“寒冬”。

Table 4. Debt-to-asset ratio of Tianmu Lake Company in 2013~2020

表 4. 天目湖公司 2013~2020 年资产负债率

年度	天目湖资产负债率(%)	旅游行业平均资产负债率(%)
2013	74.95	42.73
2014	75.70	40.66
2015	68.66	37.64
2016	62.38	41.14
2017	26.15	35.39
2018	20.23	31.36
2019	19.81	32.18
2020	34.97	34.35

数据来源: 上市公司公告。

总的来说, 在疫情爆发期间, 天目湖公司根据政府关于疫情防控工作的要求, 为抗击疫情成立专项领导小组, 对防控工作、公司资产安全、经营恢复工作等进行综合部署。疫情期间, 公司相关业务暂停运营, 利用公司经营空档期做好各类资源维护工作、积极推进产品研发、创新、项目投资工作, 并借助线上渠道进行产品营销, 全力保障全体员工的薪酬福利水平, 为复工复产做准备。

2020年第二季度开始, 疫情得到控制, 本地旅游市场得以恢复, 但公司传统业务开展仍受阻碍。公司立足于现有市场, 及时调整公司经营策略, 将公司高端体验项目、部分商业活动打包对外, 以提升公司整体业绩; 制定市场渗透战略, 扩大市场占有率; 组建营销团队来制定精准化的营销方案并为游客出行提供软硬件服务, 满足不同旅客的需求。此外, 公司还利用大数据与智能化安全服务以保障游客安全。

5. 旅游业应对新冠肺炎疫情的特点及启示

5.1. 旅游业应对新冠肺炎疫情的特点

为了应对疫情造成的影响, 政府、旅游景区及行业协会均积极采取应对举措。为应对突发的新冠疫情, 各级政府及部门均制定并发布了诸多政策。在疫情较为严重阶段, 为确保人民健康安全, 暂停了包括旅游企业在内的一些人群密集型企业的经营活动; 随着疫情发展得到抑制且防控工作取得成效, 为巩固抗疫取得的胜利成果, 政府发布景区疫情防控通知, 使旅游景区经营活动陆续恢复但同时限制了当日游客最大承载量。除此之外, 政府披露疫情防控工作进展情况, 并宣传相关知识与防护手段, 这反映了国家应对突发事件的快速反应能力。

景区积极自救。景区成立疫情防控小组执行旅游景区实时安全监控来应对疫情引发的危机并保障游客安全、恢复景区形象; 与合作伙伴、投资者联系、尽量延长贷款使用期限; 通过在线直播的方式让游客了解更多景区信息、促进游客旅游信心恢复。在履行社会责任方面, 景区积极安抚部分旅游业待业人员情绪并为员工提供工作补贴、为一线医护人员实施免票游览等, 通过上述措施恢复景区形象。

旅游景区协会采取提供资金、搭建平台、免除部分费用等措施增强景区风险应对能力,从各地实际情况与旅游业态特点出发帮助旅游企业解决问题,对从业者提供疫情防控培训,提振从业者信心;同时出台相关退改优惠措施,尽量降低游客的损失。此外,协会还提供关于危机应对的有效信息,为政府及企业决策提供依据,并助力旅游市场的复工复产。

5.2. 旅游业应对新冠肺炎疫情的启示

新冠疫情与旅游行业转型升级的阻力叠加给旅游企业持续经营带来了一定的压力。从新冠肺炎疫情经验来看,在获得有效、及时控制后,突发公共卫生事件短期内会对旅游业造成严重影响,但并不会造成长期影响。而促进旅游消费是景区经济发展的永恒主题。中国旅游业发展逐渐进入成熟发展阶段,市场需求类型越来越多、品质要求越来越高,具有良好的内源性增长动机。由于公司的长期增长动力仍在,并且旅游已成为游客的消费习惯,因此保障公司持续经营的关键是在于自身实力和提供符合市场需求的产品。

根据马斯洛需求理论,人们在安全需求得不到满足时很可能不会追求更高层次的需求。针对突发事件带来的重大危机,管理机构可以做好应急处理工作,分析并借鉴历史经验,尽量控制危机的蔓延,管理监控游客游览动态,与传媒机构合作及时披露危机信息动态,以做好旅游目的地安全评估工作,及时与游客沟通并消除景区负面影响,提振游客信心,增强景区企业的快速恢复能力。

疫情使得景区遭受较大冲击,但在冲击之下带给景区管理者更多思考的是如何在危机中生存以及寻求机遇,政府、景区行业及企业三个层面的共同努力可以构建出景区危机管理体系,一方面可以减少危机发生时的损失;另一方面可以为危机之后的未来发展指明方向,给行业以及生存发展提供必要手段。

参考文献

- [1] 樊纲. 危机应对的经济学原理[J]. 北京社会科学, 2003(3): 3-7.
- [2] 付磊. 世界旅游组织发布《旅游业危机管理指南》[N]. 中国旅游报, 2003-05-26.
- [3] 侯国林. 旅游危机: 类型、影响机制与管理模型[J]. 南开管理评论, 2005(1): 78-82.
- [4] 王永宁, 徐小钦, 贺双瑜. 类 SARS 危机对需求抑制的经济学分析[J]. 商业研究, 2004(12): 5-8.