

新冠肺炎疫情对河南省文旅企业影响 研究报告



郑州旅游职业学院

河南旅游研究院

二〇二〇年二月二十六日

新冠肺炎疫情对河南省文旅企业影响 研究报告

郑州旅游职业学院 河南旅游研究院

王少华¹ 魏国剑² 王璐³ 王梦茵⁴

中文摘要：为了厘清疫情对文旅企业带来的冲击和损失，正确看待疫情之下文旅企业的“危”与“机”及疫后修复。郑州旅游职业学院河南旅游研究院撰写了《新冠肺炎疫情对河南文旅企业影响研究报告》。本报告紧紧围绕“新冠肺炎疫情对河南省文旅企业造成怎样的影响？疫情之下，河南省的文旅企业是如何战‘疫’、如何‘自救’的？复工复产情况如何？疫情之后，文旅企业该如何逆风而行、如何‘自强’等关键问题进行分析。研究发现：从我省文旅企业应对疫情危机来看，近半数企业危机管理缺位，疫情应对能力不足；从疫情对我省文旅企业的影响来看，形势严峻、冲击巨大，相当一部分企业面临生死考验；从我省文旅企业当前复工复产情况看，大部分企业正在采取积极措施，部分景区渐次有序开放；从我省文旅行业市场前景来看，企业上半年将损失较重，超半数企业预计上半年营业收入比去年同期下降 50%以上；从我省文旅企业对政府及行业组织诉求来看，在防疫阶段，政府能在税收减免、银行贷款利息和五险一金延期支付等方面出台扶持政策，疫情结束后，政府给予高额度的促销补贴，能调整假期安排促进旅游消费。建议政府要做好应对疫情及疫后的顶层设计和政府兜底；文旅企业积极自救，不要有破产的哀鸣，而要有破局的胸怀；行业组织要担负起自身的历史责任，让企业在特殊时期紧密地团结在一起，抱团取暖，共渡难关。本研究报告为全省文旅企业的复工复产和下一步的运营提供参考，同时反馈行业诉求，协助政府相关职能部门制定针对性的行业扶持政策与办法。

关键词：新冠肺炎、疫情、文旅企业、研究报告

¹ 王少华，副教授，理学博士，河南省青年骨干教师，河南省教育厅学术技术带头，研究方向：旅游地理学，现任河南旅游研究院院长。

² 魏国剑，腾讯河南副总裁兼大文旅行业总经理、河南旅游研究院副院长。

³ 王璐，河南旅游研究院研究员。

⁴ 王梦茵，河南旅游研究院研究员。

第一部分 引言

新型冠状病毒疫情爆发后，作为一切经营都建立在“出行”上的行业，河南省的文旅企业遭受创伤，整个文旅行业基本停摆，行业面临严峻考验。当前最要紧的就是正确认识、分析研判、科学应对，厘清疫情对文旅企业带来的冲击和损失。

作为高校科研机构，为担负起高校科研工作的责任与使命，向河南旅游界同仁提供一个客观科学的河南样本，使大家正确看待疫情之下文旅行业的“危”与“机”及疫后修复，郑州旅游职业学院、河南旅游研究院经过前期的精心筹备与多方论证，于2月初开始制定文旅疫情相关问卷，并于2月15日，通过问卷星平台发放了“新型冠状病毒感染的肺炎疫情对河南省文旅企业的影响”调查问卷。

调查问卷获得河南省文旅企业的广泛响应和积极参与，共收回230家文旅企业样本，有效问卷228份，覆盖河南18个地市，涵盖景区、旅行社、酒店、民宿、旅游咨询与智力服务等多种业态。河南旅游研究院将调研情况系统梳理、统计、分析，撰写了《新冠肺炎疫情对河南文旅企业影响研究报告》（同时我院还通过问卷星平台发放了“新型冠状病毒感染的肺炎疫情对河南省居民出游的影响”调查问卷，研究报告另行发布）。

新冠肺炎疫情对河南省文旅企业造成了怎样的影响？疫情之下，河南省的文旅企业是如何战“疫”、如何“自救”的？复工复产情况如何？疫情之后，文旅企业该如何逆风而行、如何“自强”？河南省文旅行业又将呈现怎样的发展态势？文旅行业新的掘金点在哪？本报告拟对

这些问题进行分析，为全省文旅企业的复工复产和下一步的运营提供参考，同时反馈行业诉求，协助政府相关职能部门制定针对性的行业扶持政策与办法。

第二部分 调查结果及数据分析

一、样本基本情况

(一) 调查企业区域分布

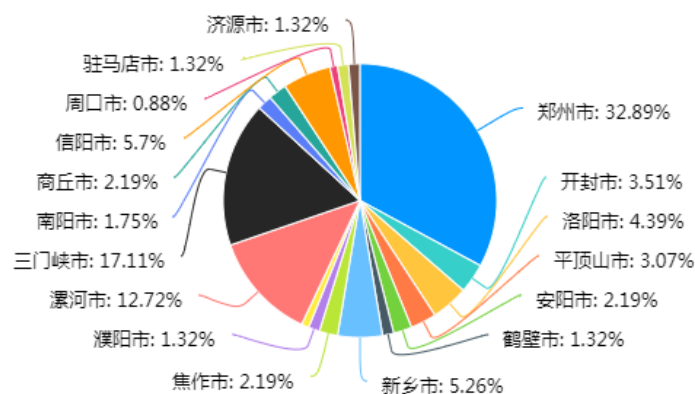
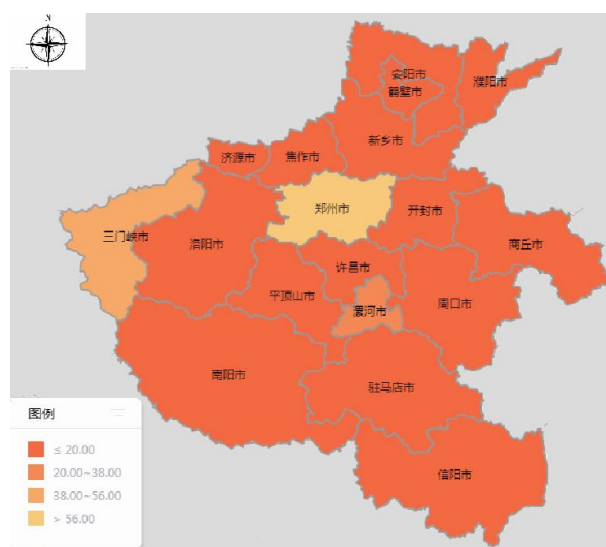


图 1 调查企业区域分布

本次调查涉及河南省 18 个地市共 228 家企业，其中郑州市企业

分布最广，为 75 家，所占比例分布为 32.89%。

（二）调查企业所处行业及类型

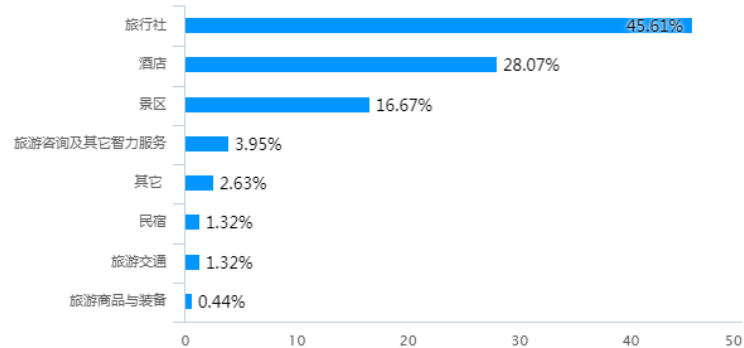


图 2 调查企业所处行业

本次调查企业主要来源于旅行社、酒店和景区三个行业。其中，在调查的 38 家景区中，4A 级旅游景区占比 52.63%；其次是 5A 级景区和 3A 级景区，分别占比 23.68% 和 18.42%，3A 级及以上景区所占比例达到 95.73%。4 星级酒店所占比例最大，为 46.88%，3 星级及以上酒店所占比例达到 82.82%。

（三）调查企业规模

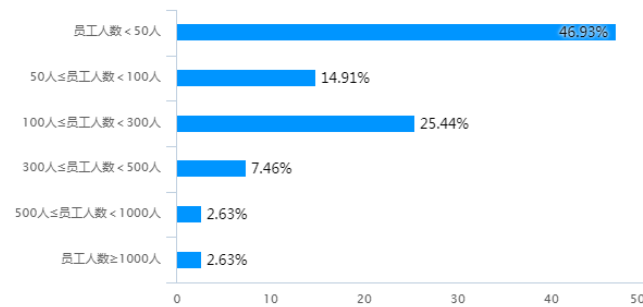


图 3 调查企业规模

本次调查以中小文旅企业为主，员工人数 100 人以下的企业占比超过一半，为 61.84%；员工人数超 1000 人的企业占比 2.63%。

（四）调查企业所属性质及业务模式

本次调查以私营企业为主，占比 75.44%；国有企业次之，占比

14.04%；其次分别为事业单位、混合所有制企业、中外合资企业等。在业务规模上，以线上线下混合经营企业为主，占比 62.77%；纯线下经营的占比 36.4%。

二、河南省文旅企业复工复产情况

（一）近八成企业尚未复工复产，计划 3 月及以后复工复产

据调查，16 家被调查企业已于 2 月 20 日之前复工复产；26 家被调查企业计划在 2 月 29 日之前复工复产；180 家被调查企业计划 3 月及以后复工复产；仅 6 家被调查企业在春节期间未停工停产。

（二）市场订单减少是企业复工复产面临的最大困难

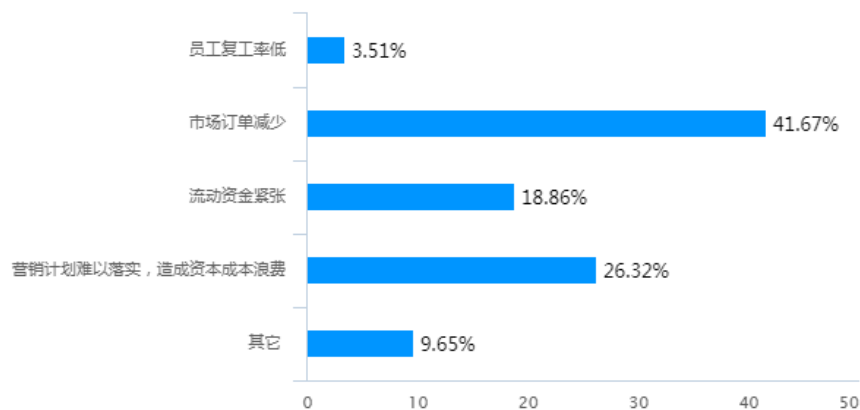


图 4 企业复工复产面临的最大困难

企业复工复产面临多种困难，其中 95 家企业表示市场订单减少是复工复产面临的最大困难；60 家企业表示营销计划难以落实、造成资本浪费是复工复产面临的最大困难；43 家企业表示流动资金紧张是复工复产面临的最大困难；仅有 8 家企业表示员工复工率低是复工复产面临的最大困难。

（三）大部分企业已采取多种措施保障复工复产

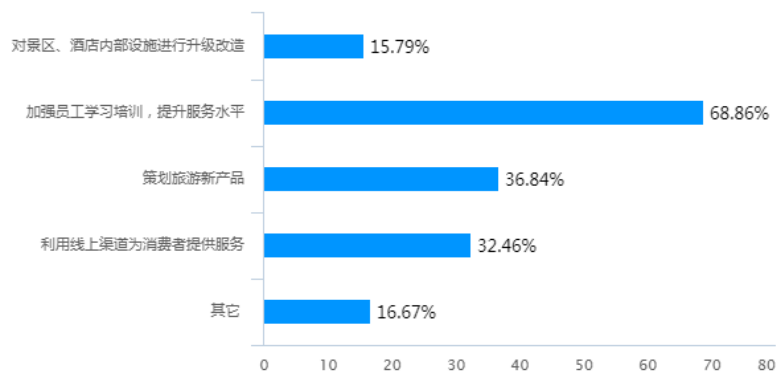


图 5 企业对复工复产所做的应对措施

大部分企业采取了多种多样的措施保障复工复产，157 家企业采取了加强员工学习培训、提升服务水平的措施；84 家企业采取了策划新旅游产品的措施；74 家企业采取了改变服务方式，利用线上渠道为消费者提供服务的措施；有 3 家企业未采取任何应对措施。

三、疫情对河南省文旅企业的影响

(一) 疫情对企业冲击大，最突出的表现是消费需求大幅萎缩

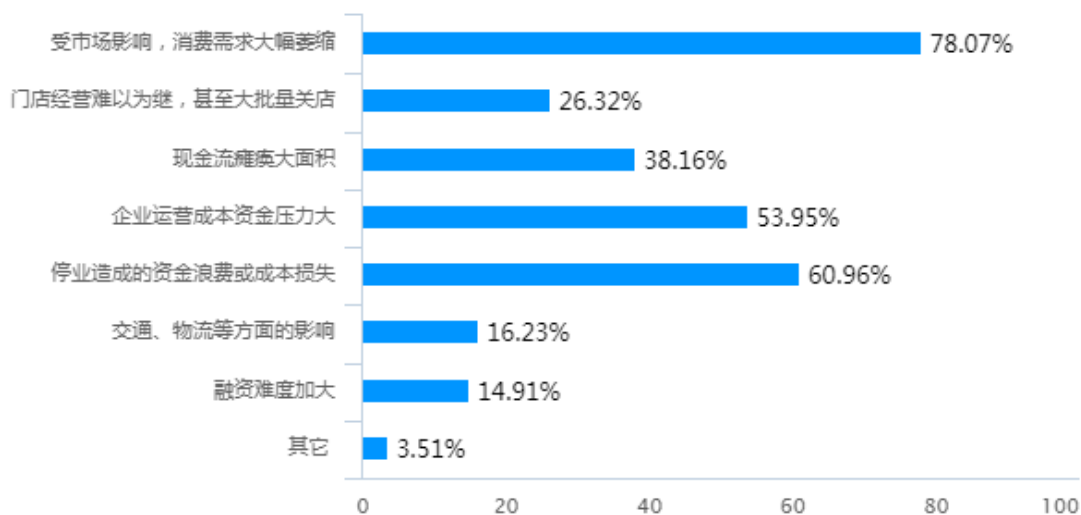


图 6 疫情对企业的主要影响

相比其他行业，河南文旅企业受疫情影响冲击较大，表现在多个方面，排名前三的是消费需求大幅萎缩、停业造成的资金浪费或成本损失、企业运营成本资金压力大；其次是现金流瘫痪、大批量关闭门店、

影响交通及物流；有 34 家企业表示疫情加大了融资难度。

（二）受疫情影响近半数企业经营暂时停顿

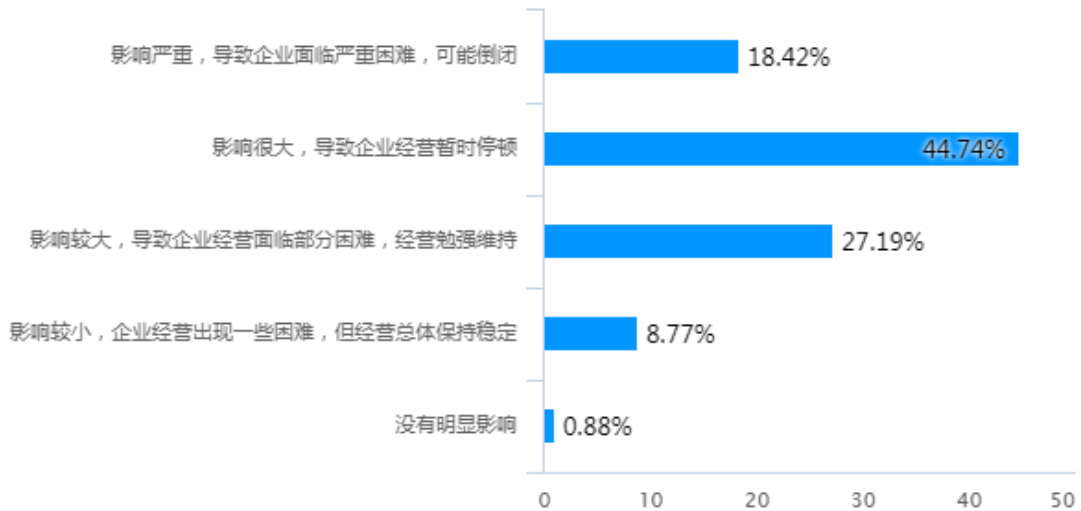


图 7 疫情对企业生产经营的影响

在疫情对企业生产经营的影响中，102 家企业表示疫情对企业影响很大，导致企业经营暂时停顿；62 家企业表示疫情影响较大，经营勉强维持；42 家企业表示影响严重，可能倒闭；20 家企业表示影响较小，经营总体保持稳定；仅有 2 家企业表示没有明显影响。

（三）受疫情影响逾八成企业流动资金紧张

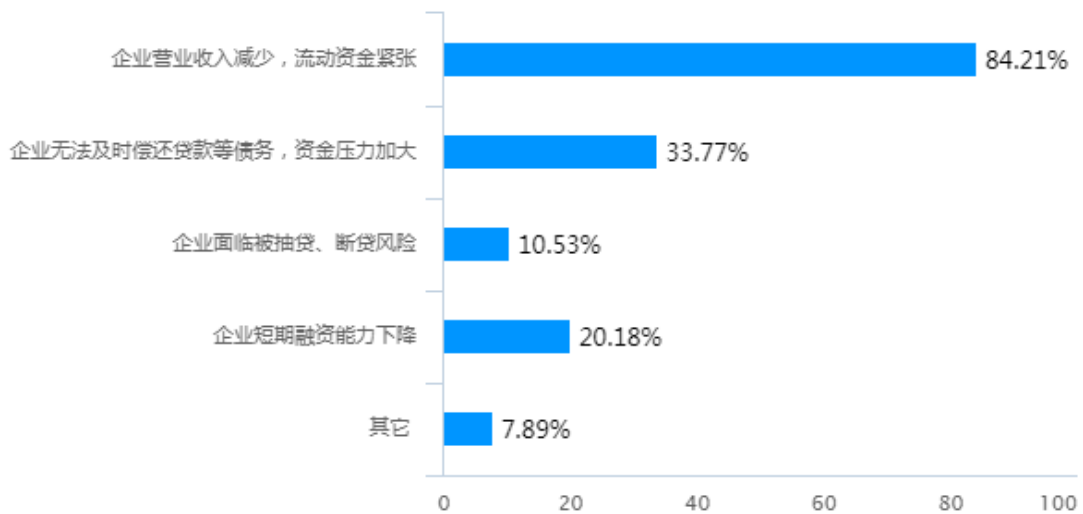


图 8 疫情对企业经营资金的影响

就疫情对企业经营资金的影响而言，192 家企业表示疫情造成企业营业收入减少，流动资金紧张；77 家表示受疫情影响企业无法及时偿还贷款等债务，资金压力加大；46 家企业表示受疫情影响企业短期融资能力下降；24 家企业表示受疫情影响将面临被抽贷、断贷的风险。

（四）受疫情影响近三成企业预计损失额超 300 万元，景区受疫情影响损失的营业额最多

据调查，85 家企业预计受疫情影响损失的营业额为 50 万元以下，占比 37.72%；60 家企业预计受疫情影响损失的营业额将超过 300 万元，占比 26.32%；82 家企业预计受疫情影响损失的营业额为 50 万元-300 万元之间，占比 35.97%。

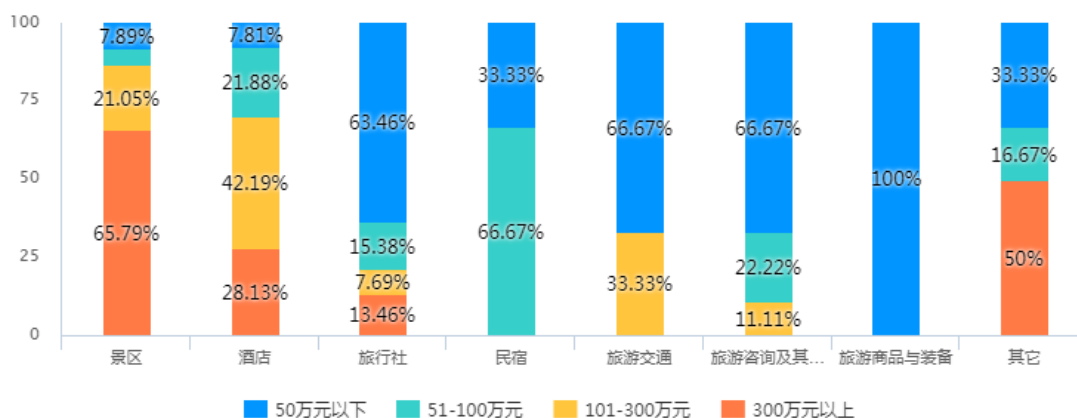


图 9 不同行业受疫情影响损失的营业额

38 家景区中，损失营业额超 300 万元的有 25 家，占比 65.79%；损失营业额在 100-300 万元之间的有 8 家，占比 21.05%；损失营业额在 51-100 万元和 50 万元以下的分别有 2 家、3 家，占比为 5.26%、

7.89%。

（五）受疫情影响不足 1 成企业现金流能维持半年以上

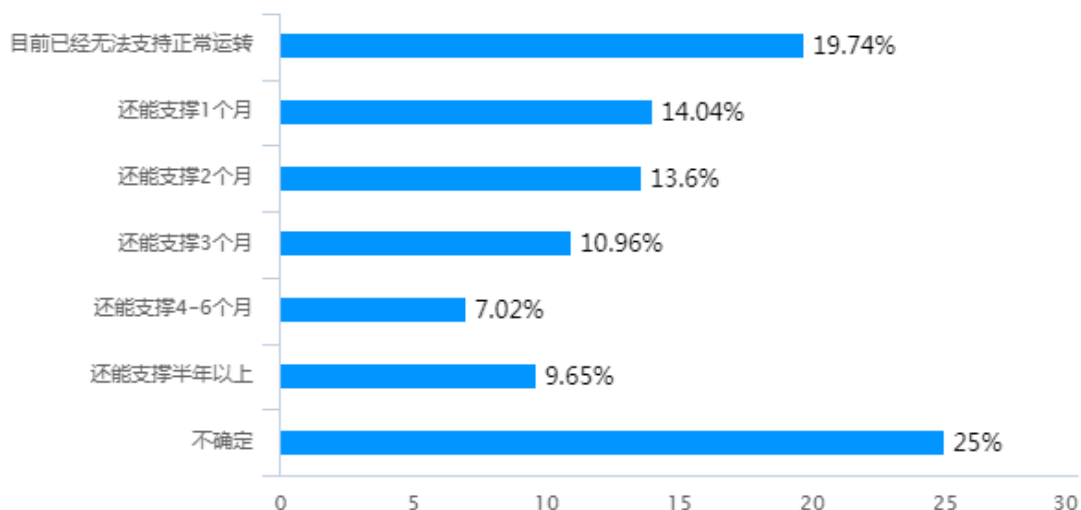


图 10 企业现金流维持时间情况

目前，疫情的结束期限尚不明朗，企业面临着严峻的现金流周转问题。根据调研数据，账面现金能维持半年以上的企业仅有 22 家；能维持 3-6 个月的企业有 41 家；能维持 1-2 个月的企业有 63 家；目前已经无法支持正常运转的有 45 家；有 57 家企业不确定企业的现金流能维持的时间。

四、河南省文旅企业应对疫情的情况

（一）企业危机管理缺位，疫情应对能力不足

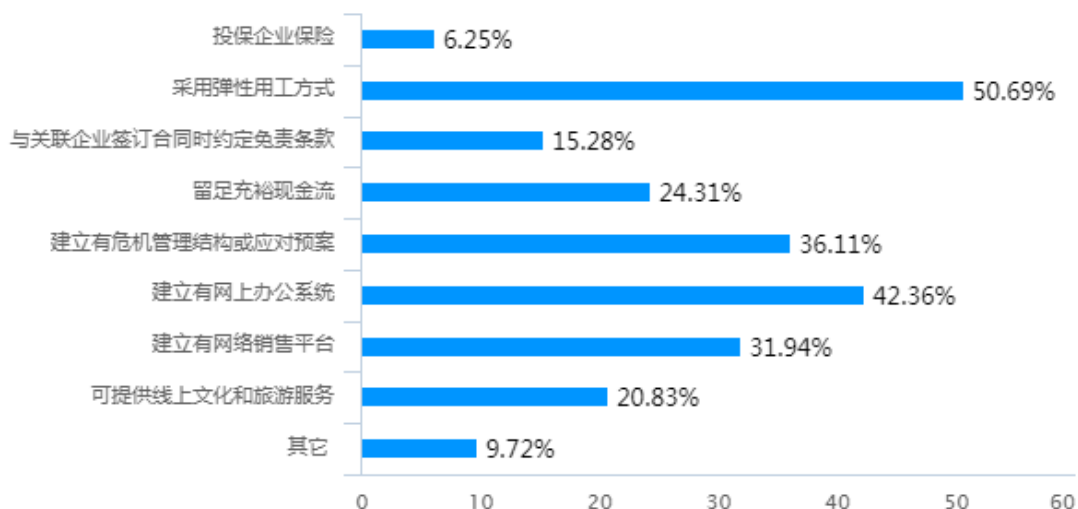


图 11 企业采取的危机管理或应对机制措施

据调查，228 家企业中有 44 家企业已建立危机管理机制，但是仍有 84 家企业尚未建立危机管理机制；在建立危机管理机制的企业中，有 77 家表示不确定企业的危机管理机制是否发生作用，63 家明确表示企业的危机管理机制发生了作用，10 家明确表示企业的危机管理机制没有作用；采用弹性用工方式、建立有网上办公系统、建立有危机管理结构或应对预案是企业采用较多的危机应对措施，而与关联企业签订合同时约定免责条款、投保企业保险是企业采用的较少的危机应对措施。

（二）疫情结束前，企业已采取多种措施止损，近半成企业采取研究疫后消费者的需求新热点、布局新市场来应对疫情

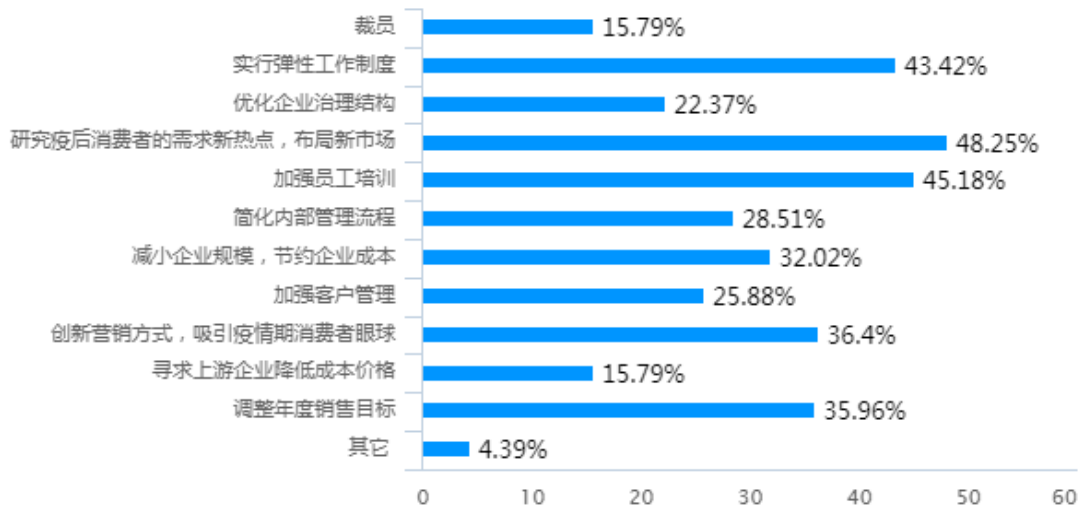


图 12 疫情结束前企业在经营上采取的止损措施

疫情期间，企业采用了多种措施降低受疫情影响造成的损失。从消费者角度，110 家企业采用研究消费新热点、布局新市场是的措施，59 家企业采用加强客户管理的措施；从员工角度，103 家企业采用了加强员工培训的措施，99 家企业采用了实行弹性工作制度的措施；从销售角度，83 家企业采用了创新营销方式的措施，82 家企业采用了调整年度销售目标的措施；从企业内部治理角度，73 家企业采用了减小企业规模、节约企业成本的措施，65 家企业采用了简化内部管理流程的措施，51 家企业采用了优化企业治理结构的措施，36 家企业采用了裁员的方式；除此之外，36 家企业寻求上游企业降低成成本价格的措施。

（三）疫情结束后，加强产品促销推广将是企业经营调整最主要的工作

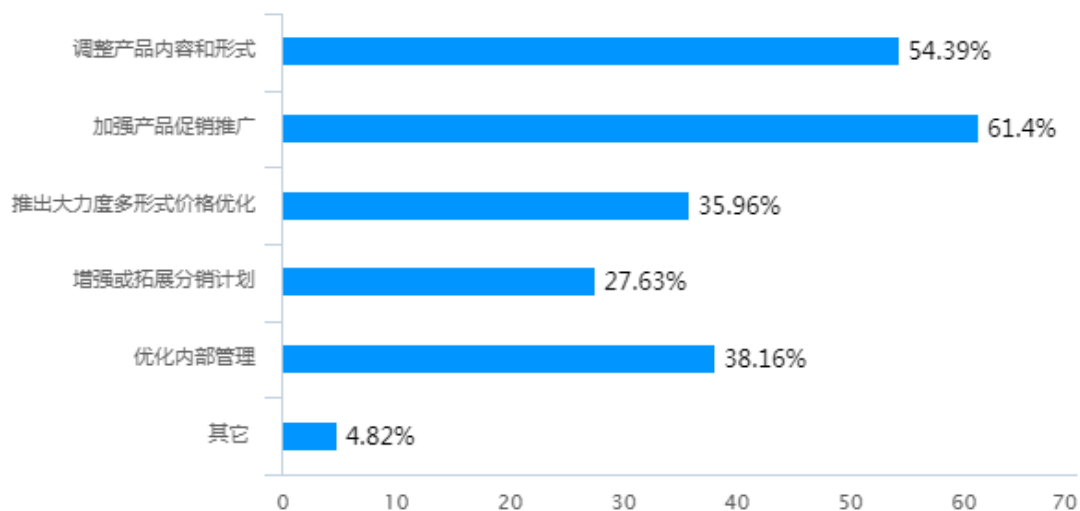


图 13 疫情结束后企业经营调整工作

140 家企业表示疫情结束后加强产品促销推广是调整经营的主要工作；124 家企业表示调整产品内容形式是调整经营的主要工作；87 家企业表示优化内部管理是调整经营的主要工作；82 家企业表示推出大力度多形式价格优化是调整经营的主要工作；有 63 家企业表示增强或拓展分销计划是调整经营的主要工作。

五、河南省文旅行业市场前景预测

(一) 逾九成企业认为要生存下去，疫情影响不能超过 5 月份

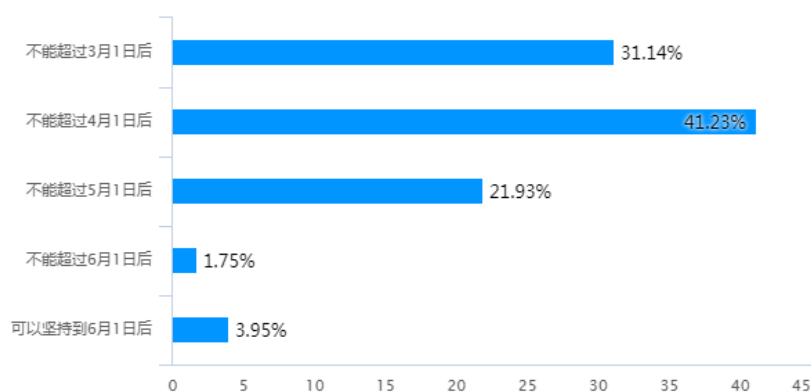


图 14 疫情影响下企业最长坚持时间

根据调研数据，在疫情影响下，仅有 9 家企业表示可以坚持到 6 月 1 日之后；有 71 家企业表示疫情影响不能超过 3 月 1 日之后；此

外，分别有 94、50 及 4 家企业表示疫情影响不能超过 4 月 1 日、5 月 1 日及 6 月 1 日之后。总之，逾九成企业表示要生存下去，疫情影响不能超过 6 月 1 日之后。

（二）企业上半年将损失惨重，超半数企业预计上半年营业收入比去年同期下降 50% 以上

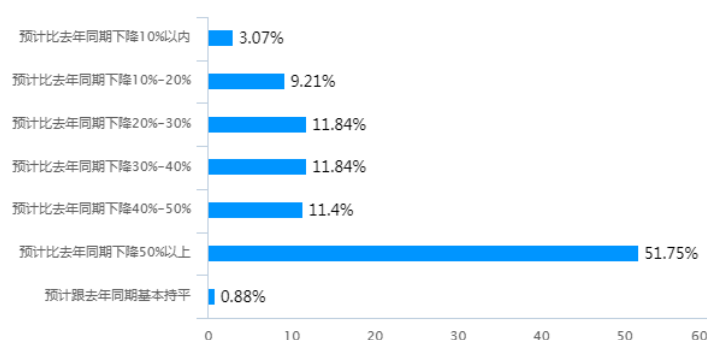


图 15 预计与 19 年同期相比企业上半年营业收入下降情况

与 2019 年同期相比，预计上半年营业收入下降 50% 以上的有 118 家企业；预计上半年营业收入下降 30-50% 之间的有 53 家企业；预计上半年营业收入下降 10-30% 之间的有 48 家企业；预计上半年营业收入下降 10% 以内的有 7 家企业；预计上半年营业收入持平的仅有 2 家企业。

（三）疫情结束后，逾六成企业预计将在半年内恢复正常经营水平

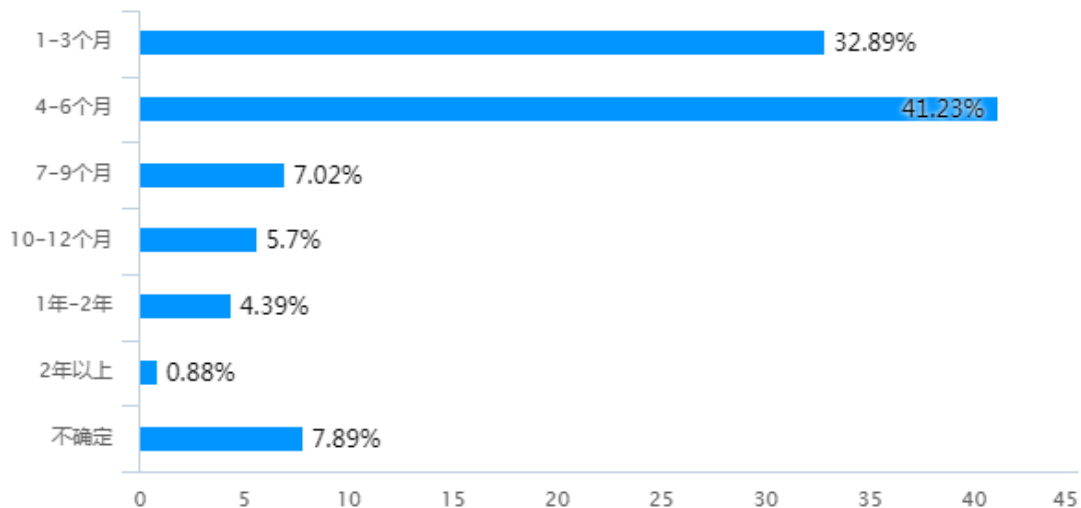


图 16 疫情结束后企业恢复正常经营水平的时间

就疫情结束后企业恢复到正常经营水平的时间而言，有 75 家企业认为将在 1-3 个月恢复正常经营水平，有 94 家企业认为将在 4-6 个月内恢复正常经营水平；有 16 家企业认为将在 7-9 个月内恢复正常经营水平；此外，分别有 13、10 及 2 家企业认为将在 10-12 个月、1 年-2 年及 2 年以上恢复正常经营水平。总体而言，逾六成的受访者表示疫情对企业的影响周期将不超过半年。

（四）疫情结束后，超半数企业预计继续从事旅游行业

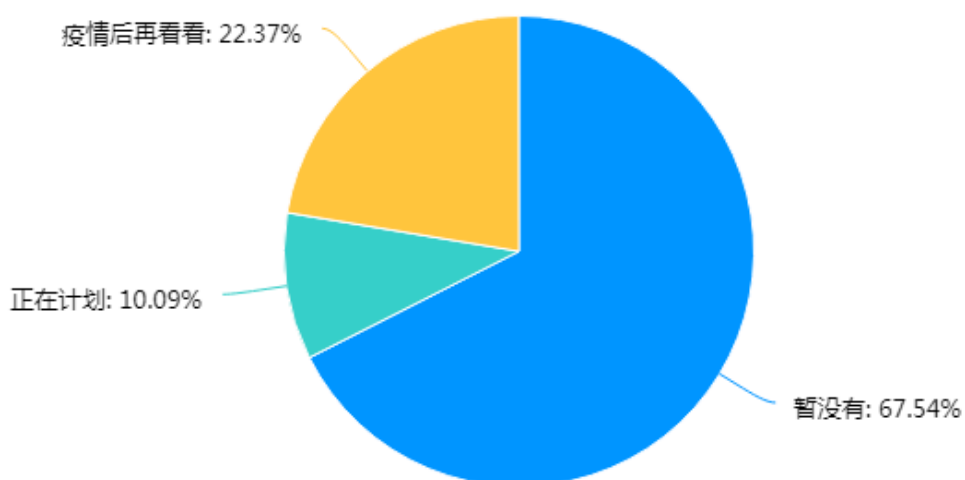


图 17 企业是否有转行计划

受疫情影响，有 23 家企业计划转行，有 51 家企业计划疫情后再确认，有 154 家企业暂时没有转行计划。

六、河南省文旅企业对政府及行业组织的诉求

（一）防疫阶段，企业对政府和行业组织的诉求及建议

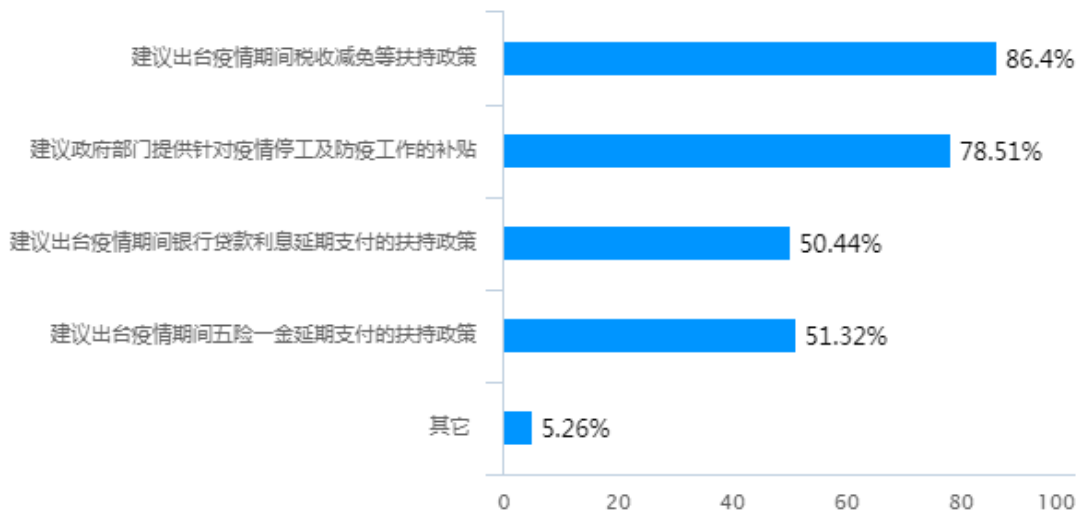


图 18 防疫阶段，企业对政府和行业组织的诉求及建议

根据调查，在防疫阶段，企业希望政府能在税收减免、银行贷款利息和五险一金延期支付等方面出台扶持政策，同时能提供疫情期间停工及防疫工作的补贴，此外，部分企业希望政府在社保、租金、员工薪资等成本支出方面给予补贴或减免。

（二）疫情结束后，企业对于政府职能部门和行业组织诉求及建议

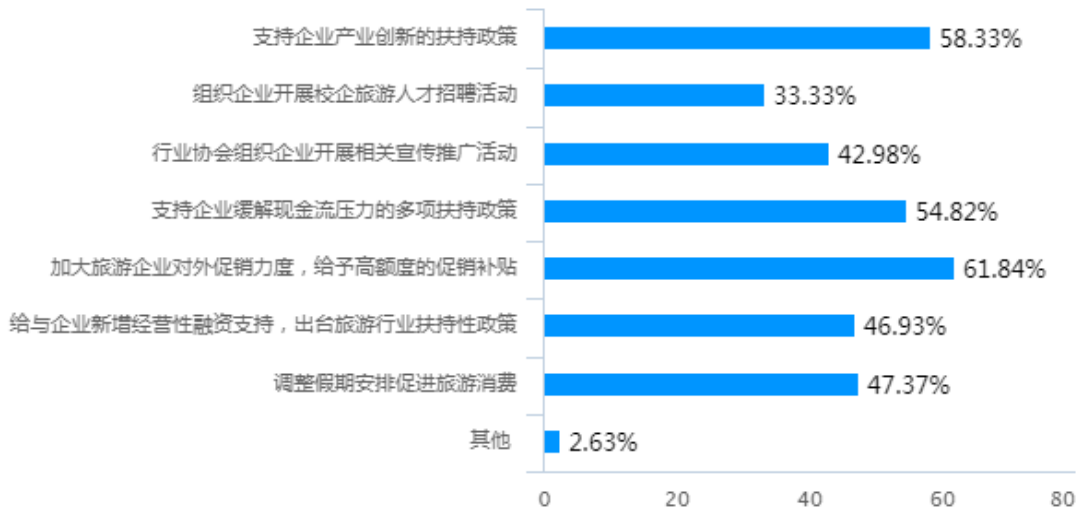


图 19 疫情结束后，企业对政府职能部门和行业组织的诉求及建议

根据调查，疫情结束后，企业希望政府相关主管部门能加大旅游企业对外促销力度，同时给予高额度的促销补贴；能对企业缓解现金流压力、开展产业创新和融资提供多项扶持政策；能调整假期安排促进旅游消费；能组织企业开展校企旅游人才招聘活动；同时希望行业协会能开展相关宣传推广活动。

（三）为减轻疫情影响，企业对政府主管部门和行业组织的其他诉求及建议



图 20 企业对政府主管部门和行业组织的其他诉求及建议

除上述建议外，为降低疫情对企业的影响，部分企业希望政府相关部门能在舆论层面和政策层面积极引导消费者出游；能鼓励保险行业未雨绸缪，推出化解文旅企业经营风险的针对重大公共卫生事件的保险产品；能适当补偿春节期间企业的损失；能加大对重点且在行业中具有标杆价值的旅游企业的扶持力度，以带动行业的快速复苏；能针对不同行业出台对应政策，扶持政策精准。

第三部分 结论与展望

一、基本结论

（一）从我省文旅企业应对疫情危机来看：

近半数企业危机管理缺位，疫情应对能力不足，缺乏突发应对机制，尽管一些企业采取多种措施降低损失，而与关联企业签订合同时约定免责条款、投保企业保险是企业采用的较少的危机应对措施。

（二）从疫情对我省文旅企业的影响来看：

形势严峻、冲击巨大，相当一部分企业面临生死考验。消费市场大幅萎缩，企业现金流吃紧，九成以上企业暂停运转或经营困难，旅行社、酒店和绝大部分景区经济受损严重。

（三）从我省文旅企业当前复工复业情况看：

大部分企业正在采取积极措施，部分知名景区渐次有序开放（如龙门石窟、云台山、清明上河园、老君山等），但消费市场较小，近八成文旅企业尚未复工复业，计划3月以后复工复业。

（四）从我省文旅行业市场前景来看：

文旅企业上半年将损失惨重，超半数企业预计上半年营业收入比去年同期下降 50% 以上，多数企业认为要生存下去，疫情影响不能超过 5 月份；疫情结束后，逾六成企业预计将在半年内恢复正常经营水平，大多数文旅企业预计会继续从事旅游行业。

（五）从我省文旅企业对政府及行业组织诉求来看：

希望在防疫阶段，政府能在税收减免、银行贷款利息和五险一金延期支付等方面出台扶持政策，提供疫情期间停工及防疫工作的补贴，在社保、租金、员工薪资等成本支出方面给予补贴或减免。企业希望疫情结束后，政府给予高额度的促销补贴，为企业开展产业创新和融资提供多项扶持政策，能调整假期安排促进旅游消费，能组织企业开展旅游人才招聘活动。

二、对策及建议

（一）从政府层面看，做好应对疫情及疫后顶层设计和政府兜底

一是认真总结，查漏补缺，尽快完善危机管理和应对突发事件的长效机制；二是进一步出台奖补帮扶政策，让受损的企业有看得见、摸得着的获得感，并积极宣传各项资助政策，做好服务，主动对接，确保帮扶措施落到实处；三是加强行业指导和监管，有序推进文旅企业复工复产；四是提前做好疫后文旅行业宣传和推介，谋划好几个大活动和大动作；五是平稳推进重点文旅项目的建设、支持重点文旅企业的产品创新和转型升级，培育行业发展新动能。

（二）从企业自身看，不要有破产的哀鸣，而要有破局的胸怀

一是“节流”和“开源”并重，强化自救，活下来是第一要务；二是

要吃透弄通从国家到地方陆续推出的系列政策，争取补贴，分享政策红利；三是要加强企业培训学习提升，苦练内功，升级思想，守正出奇，以待佳时；四是通过科技赋能、医疗赋能，创新研发，积极营销，重构未来核心利器、硬核产品。

（三）从行业组织功能看，让企业在特殊时期紧密地团结在一起，抱团取暖，共渡难关

一是积极响应，组织各专业分会，与包括各会员单位在内的众多旅游企业一起采取行动，积极应对疫情；二是发挥行业协会的协调作用，在自愿的基础上组织企业的生产、销售、价格、售后服务等方面的联合行动，以发挥集团军的优势；三是发挥行业协会的桥梁作用，摸清行业企业诉求，及时向政府建言献策，应对困难，帮企业解决问题。

三、讨论及展望

突如其来的“黑天鹅”事件带来我省文旅行业陡然“停摆”，给高速发展的大众旅游时代摁下了暂停键，使我省文旅企业形势严峻，面临生死考验。从行业类型看，旅行社、酒店业冲击特别大；旅游景区因类型、性质和基础不同，受损差异极不均衡（自然山岳类、避暑类受损小，人文类受损大），但整体上也遭受较大损失。从企业规模看，对国有大型企业，抗风险能力较强，对中小型民营企业冲击更大。

此次疫情和 03 年非典相比，其影响规模、广度、深度、烈度都要大的多，面临的宏观经济形势和国际社会环境也更为复杂，尤其是作为湖北的近邻，进入后疫情时期，我省文旅行业究竟是会像一些专

家预测的面临“报复性”增长，还是会面临“包袱性”增长，目前看还存在较多的不确定性，笔者认为未来会是一个艰难复苏的过程。根据当前我省的疫情控制情况，从时间维度来看，乐观的估计，五一可能进入复苏期，暑假可能达到复活期，十一达到正常水平；理性的估计，暑假可能开始复苏期，十一达到复活期，2021年春节达到往年正常水平。从市场结构来看，国内旅游先走一步，出境旅游、入境旅游的恢复期会更漫长。从旅游要素上来看，旅游交通、酒店业会率先突围增长，旅游吸引物会渐次跟进。从旅游业态上，经此一疫，老百姓的出游意愿、方式等也会发生变化，城郊乡村游、康养休闲游、家庭亲子游、家庭自驾游等户外自然型景区会更受青睐。近距离出行的周边游和中长距离的自驾游将成为未来一段时期游客的首选。同时，科技改变文旅，线上经济、指尖消费、云端工作正在颠覆我们的观念，重构我们的生活。疫情也加速了信息科技在文旅行业的渗透，数字化、在线化、社区化、智慧化文旅产品和营销成为我们应对危机面向未来的战略选择。

虽然疫情给全省文旅行业带来了巨大损失和暂时的阵痛，但大众旅游的时代潮流不可阻挡，人们对美好生活的向往不会改变，旅游人那种给点阳光就灿烂的本色叫“旅坚强”。沉舟侧畔千帆过，病树前头万木春”，等春暖花开时，我们一定会迎来文旅行业明媚的明天。