

疫情对旅游行业（旅行社）的影响调研报告

北京企业评价协会、北京旅游行业协会

北京民生智库

2020 年 2 月

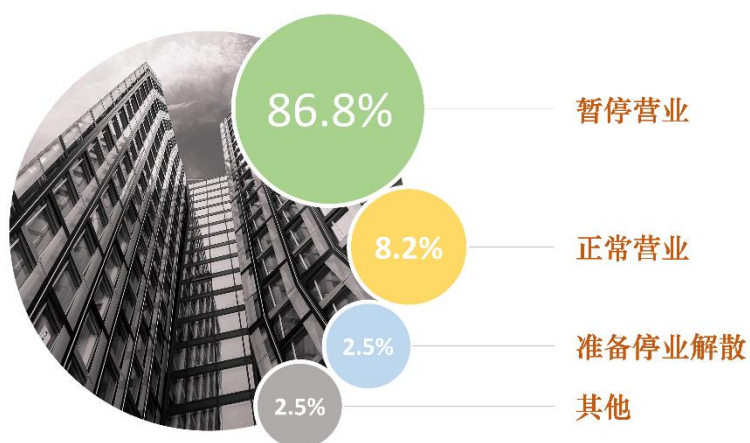
一、调研概况

为深入了解新型冠状病毒对旅游行业（旅行社）经营状况产生的影响，明确企业需求，为政府制定相关政策提供有效参考，北京民生智库科技信息咨询有限公司联合北京企业评价协会、北京市旅游行业协会共同开展“疫情对旅游行业（旅行社）的影响调查”。

二、疫情影响

1、企业经营近乎停滞，旅游业持续“停摆”

近 9 成旅游企业暂停经营。疫情爆发打乱公众春节期间出行计划，让提供相关服务的旅游企业猝不及防。全国旅行社及在线旅游企业服从国家大局，自觉遵守暂停经营的有关规定，近 9 成（86.8%）旅游企业处于暂停经营状态。



数据来源：民生智库

图：疫情期间旅游企业整体营业率

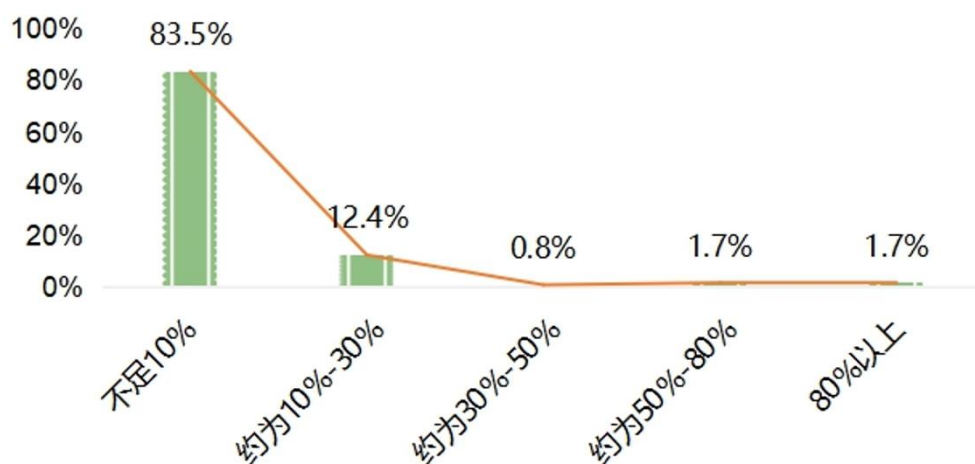
2、订单退改需求激增，全行业资金链吃紧



数据来源：民生智库

图：疫情以来旅游企业营收变化

超 8 成企业春节订单完成比例不足 10%。公开预测数据显示，2020 年春节长假预计将有 4.5 亿人次出游。受疫情影响，春节期间旅游订单完成比例整体较低，调研结果显示，订单完成比例不足 10% 的企业占比达 8 成（83.5%）。

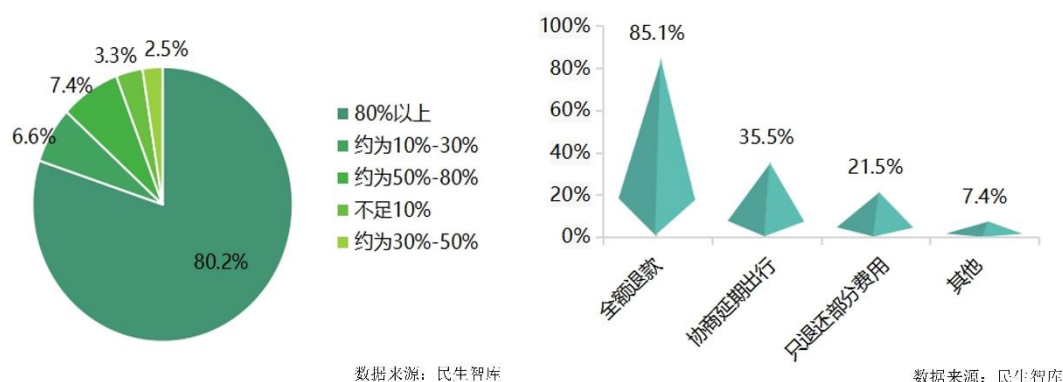


数据来源：民生智库

图：春节出行订单完成情况

订单退改率超 80%，企业迎来“退改潮”，集中退订致巨额垫资。疫情爆发后，8 成（80.2%）受访企业春节出行订单退改率达 80% 以上。受访企业竭尽全力响应消费者需求，通过订单全额退款（85.1%）、与旅客协商延期出行（35.5%）、扣除部分已发生费用退还余款（21.5%）

等方式处理后续事宜，退款难题正考验企业现金流。



图左：春节出行订单退改情况

图右：春节出行订单退改处理方式

各项损失中，酒店住宿类较为惨重。大量退款订单，给企业造成巨额损失，受访企业受疫情影响产生的退订平均损失约 609 万元，最大损失额达到 5 亿元。其中，退订费用最多的为酒店住宿类，在整体损失¹中占比近 5 成（48.2%），平均损失约为 190.4 万元。

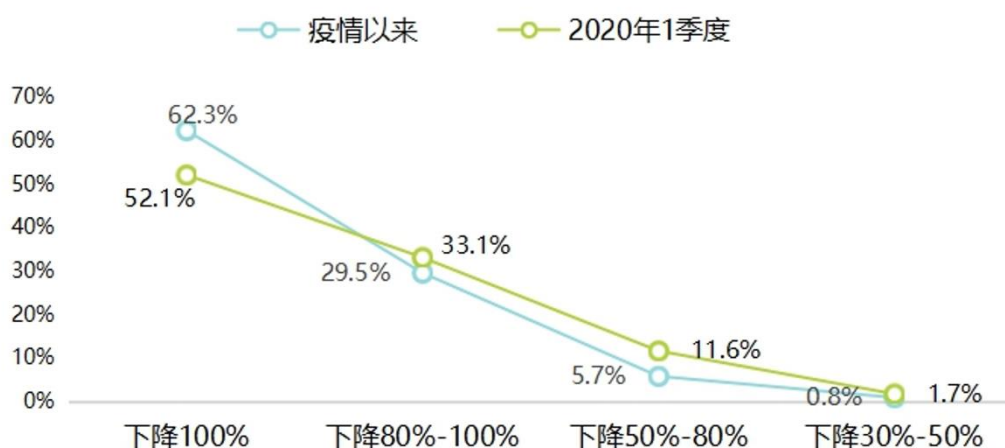
表：疫情影响产生退订损失的费用情况

损失费用	损失占比 (每项损失/整体损失)	平均损失 (万元)
酒店住宿费用	48.2%	190.4
机票、火车、大巴等交通费用	20.8%	183.1
地接社定金	16.6%	63.5
前期宣传成本（考察调研、线路整合、后期宣传）	14.1%	40.3
景区门票费用	0.3%	5.8

数据来源：民生智库

企业对当期、1 季度营收持悲观态度。受访企业对疫情以来、1 季度营收预期相对悲观。均超 5 成（62.3%和 52.1%）的企业认为疫情以来和 1 季度营收为零。

¹ 受访企业五项损失费用的总和

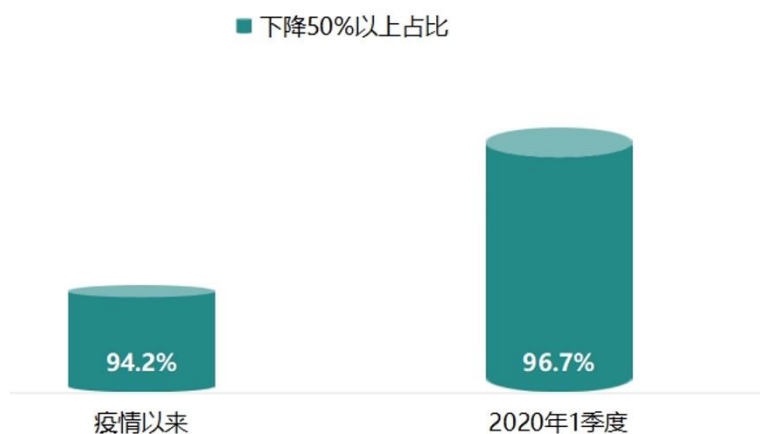


数据来源：民生智库

图：受访企业疫情以来、1 季度营收较 2019 年同期变化情况

3、净利润大幅度下滑，1 季度或将“颗粒无收”

当期及 1 季度预计净利润均下滑 9 成以上。调研结果显示，认为企业疫情以来和 1 季度净利润降幅均超过 50% 的比例均在 9 成以上，行业净利润呈全面下降态势。



数据来源：民生智库

图：受访企业疫情以来、1 季度净利润较 2019 年同期变化情况

旅游行业损失惨重，未来预期不容乐观。公开资料显示，2020 年春节期间整个旅游业的直接损失 5500 亿元左右。疫情爆发后，受访大型旅游企业平均退订损失 3068.8 万元，最高损失达 5 亿元，企

业预测 1 季度平均损失约 3.66 亿元，最高损失 70 亿元。

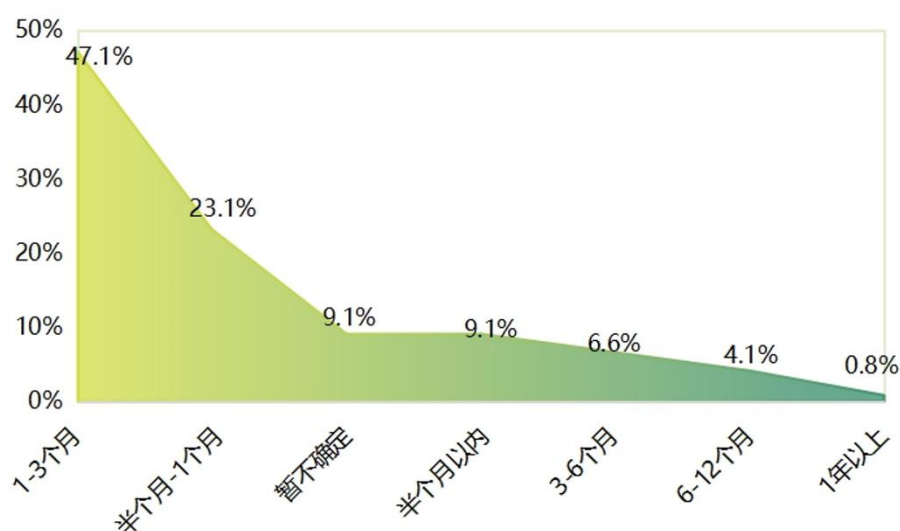
表：不同企业规模退订损失及 1 季度损失情况

大型企业	最大值（万元）	最小值（万元）	均值（万元）
疫情以来退订损失	50000	30	3068.8
预计 1 季度损失	700000	60	36588.7
损失变化			33519.9
中小微企业	最大值（万元）	最小值（万元）	均值（万元）
疫情以来退订损失	1500	1.5	122.1
预计 1 季度损失	4000	4	188.3
损失变化			66.2

数据来源：民生智库

4、行业恢复周期缓慢，企业现金流备受考验

退单量激增，营收和净利润双双下滑，企业现金流短期压力巨大，将面临生死抉择。业务停滞收入消失，房租、人员工资等刚性支出不减，现金流正在枯竭，近 8 成（79.3%）企业流动资金撑不过 3 个月。其中，47.1%被访企业表示流动资金可支撑 1-3 个月，23.1%的企业可支撑半个月至 1 个月。



数据来源：民生智库

图：受访企业流动资金支撑情况

5、旅游业短期遭受重创，危机推动行业模式变革

旅游业短期内遭受重创。若旅游市场持续低迷 2 至 3 个月以上，企业将面临资金链断裂乃至倒闭风险。超 8 成（85.1%）企业认为“主要经营业务暂停运营，资金不足支付运营成本”是短期内最直接的影响。同时，旅客出行意愿不足影响业务恢复。疫情结束后，旅客短期内仍会对人流聚集场合有回避、怀疑、恐惧等心理，旅客信心完全恢复预计会在疫情完全控制或消灭后的 3-6 个月左右，7 成多（76.9%）企业认为“旅客出行信心恢复慢，订单或业务量增长缓慢”。



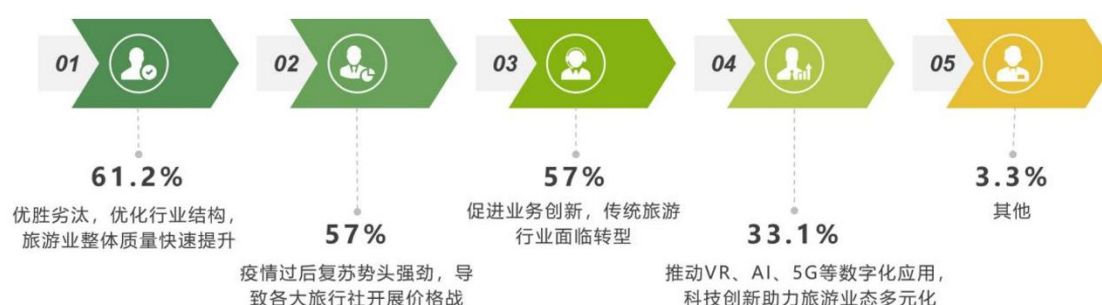
数据来源：民生智库

图：未来 2-3 个月疫情将产生的影响

危机推动行业模式变革。一是危机将引发行业洗牌。许多实力较弱、缺少保障机制的企业面临被吞并或淘汰，超 6 成（61.2%）企业认为疫情会优化行业结构，优胜劣汰，旅游业整体质量将有所提升。二是行业竞争加剧。疫情过后市场复苏势头强劲，行业内集中发力运营，各大旅行社开始降价促销夺取客源（57%），市场可能再一次以价格战的方式展开竞争。同时，公众出行需求或将在疫情结束后第一个长假充分释放，热门线路报价或因供需变化出现上浮，市场竞争加剧。三是传统旅游行业面临转型。由携程、去哪儿、飞猪、艺龙、同

程、途牛、驴妈妈、美团等企业构建起了庞大的在线旅行商业运营体系及竞争格局，危机也将倒逼传统旅行社创新转型（57%）。四是技术升级推动数字文旅更加丰富多元。线上展览、一机游等已然成为探索文旅产业转型升级的试验田，云看展、云讲座、线上娱乐、云景区、云旅游大放异彩，以数字科技为核心的消费模式有望带动在线旅游行业实现新一轮高速增长（33.1%）。

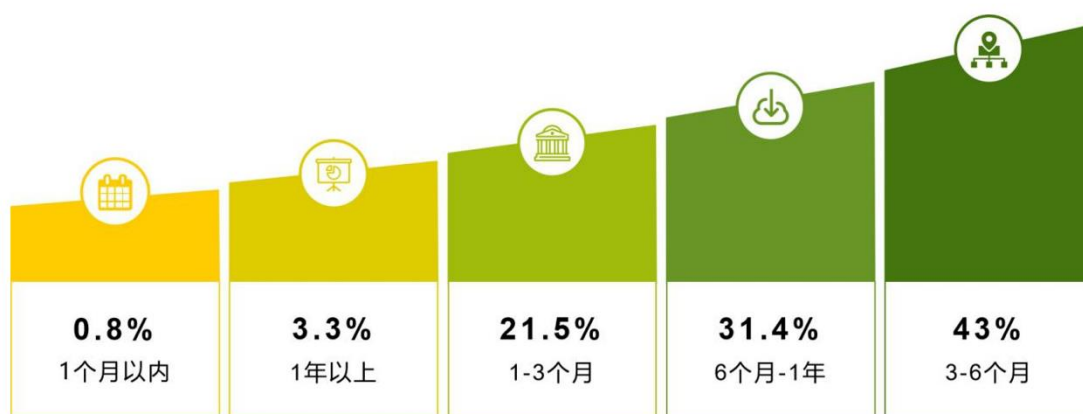
随着发改、财政、金融、商务、文化和旅游等宏观政策和地方政府具体政策效应的显现，旅游企业信心重新积聚，为旅游行业的逐步复苏释放了积极信号。



数据来源：民生智库

图：疫情对旅游业产生的长期影响

行业影响或可达半年。疫情对旅游业业绩影响持续时间长、具有一定滞后性，消费者出游意愿较难在短期内恢复。超4成（43%）企业认为旅游业需3-6个月恢复正常状态，31.4%认为需6个月至1年。



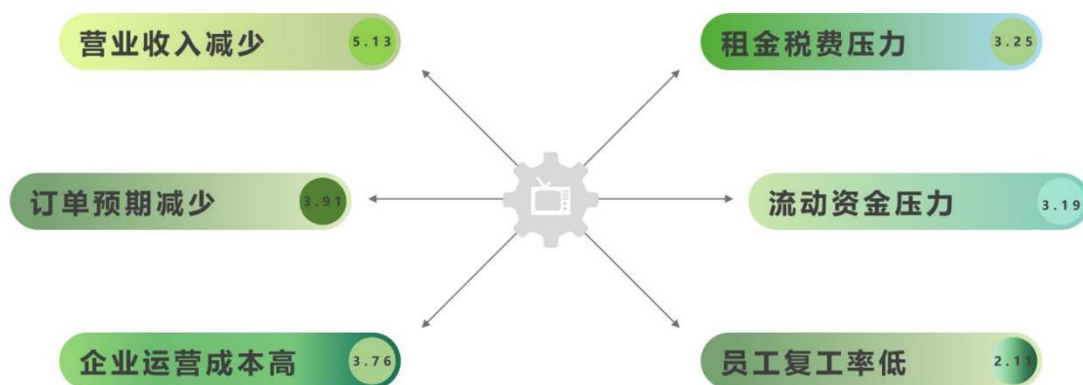
数据来源：民生智库

图：疫情对旅游业影响的恢复时间

三、企业困境与诉求

1、营收减少，成本高企是企业面临的主要困难

因疫情带来的订单持续减少给企业的营收带来巨大的压力，此次调查显示，营业收入减少的压力指数为 **5.13**，是企业面临的首要困难，其次是订单预期减少（压力指数 **3.91**）、企业运营成本高（压力指数 **3.76**）、租金税费压力（压力指数 **3.25**）。



数据来源：民生智库

图：企业面临的主要困难

2、获取资金支持是企业最大的诉求

疫情对企业造成的短期资金压力较大，获取资金支持是受困企业

最大的诉求，其中最迫切的诉求为降低贷款利率（52.9%）、放宽贷款用途及提供专项贷款（52.9%）、为中小微企业提供差异化金融优惠服务（51.2%）等。

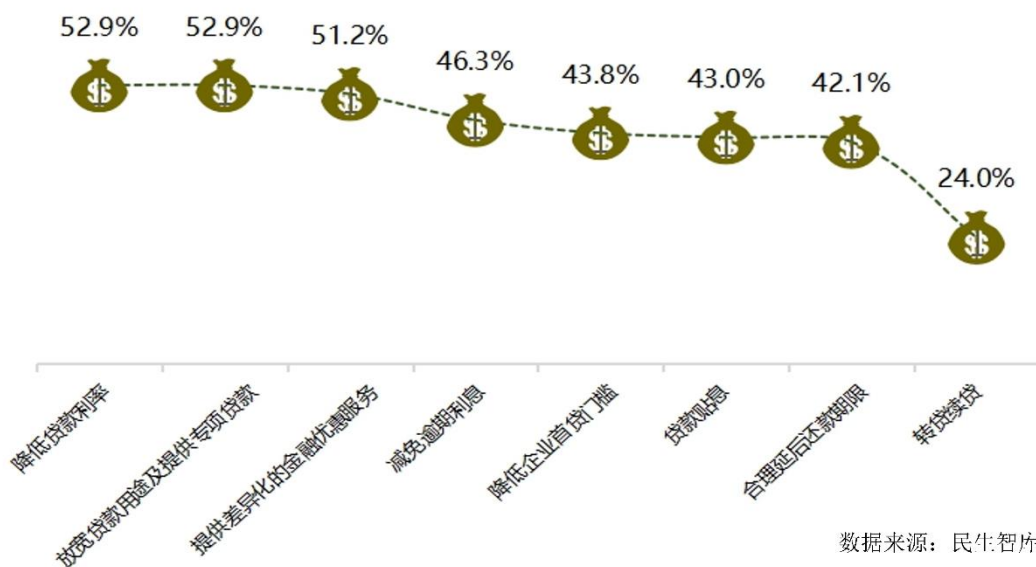


图 资金获取方面，企业希望获得的主要帮助

二、对策建议

（一）短期策略：精准施救，化危为机

1、实施差异化救助策略，政府施救与企业自救同步进行

旅游行业本身具有脆弱性，疫情发生政府施救必不可少，但旅游企业不能仅仅依赖政府的救助，必须积极开展自救，政府施救是解燃眉之急，企业自救才是行业复苏之本。

政府施救不能“一刀切”，要采取差异化策略，要找准着力点，使有限的政策红利产生最大的效用。首先，优先救助处于旅游产业链关键位置的企业，旅行社、OTA 平台等企业是资源和客源的整合者，承担着向产业链不同旅游企业输送客源的职能，是旅游行业恢复及成长的关键性因素，只要这些企业顶住了疫情的冲击，度过了难关，旅

游经济的恢复便有了市场基础，因此短期政策效应的重心应该放在对这些旅游企业的施救上；其次，**优先扶持最先恢复的旅游市场**，从历史经验看，国内旅游特别是短程旅游将在疫后率先恢复，出境旅游恢复需要一定的时间，入境旅游的恢复则需要更长时间，政府救助作为短期施救措施，优先扶持国内游市场，效率最高，撬动作用最大；最后，**根据不同企业的成本结构进行政策细分**，根据不同旅游企业的经营状况、业务特点和成本结构，有针对性政策施救，才会极大地发挥政府施救的政策效用。不同旅游企业由于其业务特点不同，成本结构不同，疫情形成的困难，造成的影响也是不一样的。对于一个负债相对少的旅行社，金融施救显然不是类企业的重点，相反，它对社会保障施救更加关注。

2、利用时机，实现市场出清，促进行业结构调整

从短期政策效用来说，政府施救不是救命，而是帮困，是帮助那些有质量、有生命力和免疫力的旅游企业走出困境，获得更大的、有质量的发展。一个有质量的旅游企业在非正常的市场环境下，是有一定的免疫力的，那些不具有稳定的旅游业务和获客渠道的旅游企业在重大公共危机关头遭到淘汰是自然而然的事。近年来随着我国旅游市场的高速发展，产业规模在不断扩大，产业素质却在不断下降，全行业产品内容和项目模式严重同质化，这是我国旅游市场乱象的根源，这种旅游发展的格局，不利于我国旅游产业高质量发展，借助于这次疫情的冲击，使劣质企业退出市场，形成市场出清，对于我国旅游业的行业机构优化、实现高质量长期发展是有好处的。

3、加强监管力度，维持疫后旅游市场秩序

疫情平息后，旅游业尤其是国内短程旅游将迎来一轮小高潮，各企业经过一段时间的沉寂，必将利用各种促销手段争夺客源，不可避免会有“价格战”的现象，这从市场预期中可以看出苗头，本次调查中，半数以上（57%）受访企业认为疫情后旅游市场的恢复阶段，企业可能会采取价格“拉锯战”，因此疫后复苏中，如何维护旅游市场秩序将是旅游主管部门的重要任务，建议主管部门密切监测市场动向，采取部门联合执法手段，对企业间竞争行为、产品报价进行严格管控，进一步完善旅游产业和旅游市场监管政策和法律法规，保持高压态势，推动旅游市场秩序持续向好。

（二）长期策略：立足长远，统筹规划

1、重新认识旅游业的价值定位，重构中长期发展规划

2009 年，国务院的“国发 41 号”文件中第一次把旅游业提升到了战略层面，并赋予了明晰的战略定位，但十年过去，对“战略性支柱”的精准解读仍然不成体系，对“现代服务业”的路径谋划，也仍然缺乏方案。

旅游业兼具经济、政治、社会、文化、空间、生态等六个方面的巨大作用，对任何一个现代国家的综合影响力都是巨大而长远的，而对中国尤其具有“事关民生大计”的更大更长远战略作用，这已是业内共识，甚至有学者建议把旅游业作为新一轮改革开放的突破口去研究和定位。在传统关于旅游业归属性的研究中，大多把旅游业划归为“生活性服务业”，这是从需求侧的角度来思考的，从供给侧角度看，

旅游业在国民经济体系中具有巨大辐射性、示范性、带动性。旅游业的发展可以引起多个行业同时互动、齐头并进，并进而共同成为围绕旅游活动的产业群系。日本于 2005 年提出“观光立国”的基本国策，足见旅游业在现代社会中的重要性。

目前我们在定位旅游业尤其是在制定相关宏观政策的时候，还是以旅游业对居民旅游需求的直接满足度、对社会经济增加值的贡献度、对稳定社会就业的贡献度等等几个常见经济指标为出发点，客观上容易让旅游业的发展政策长期受到局限、不成体系。因此应该利用此次疫情之“危”，更深入地研究探讨旅游行业的价值，共同推动提升旅游行业应有的地位和影响，推动旅游业中长期发展战略的重构。

2、推动旅游供给结构调整，大力发展入境游

自 2003 年开始，由于我国社会经济的高速发展，人民对非物质性服务产品需求的增加，我国的旅游发展的重心从入境旅游转向了国内旅游和出境旅游，特别是出境旅游的增长速度更是惊人，近 15 年年均增长速度达到 17%，2019 年出境旅游高达 1.5 亿人次，这种发展速度在世界上都是十分罕见的。相比之下，我国的入境过夜旅游人次和外国人入境过夜旅游人次，还处在一个比较低的水平上，特别是外国人入境过夜旅游人次低于日本，低于泰国，世界排位 10 名之后。

出境游市场的高速发展是中国社会进步的写照，是市场选择的结果，这是无可厚非的，然而从国家战略和核心竞争力的角度，入境游发展更具战略意义，出境游只能表现为国际社会对客源国经济的认同，而入境旅游规模化的发展，则从一个侧面表现出国际社会对一个

国家的文化认同。此次突发疫情，世界各国对中国及中国公民的表现充分说明了这一点，平时，世界各国为了争夺中国客源，提供了免签、落地签等各种旅游便利，一旦发生疫情，多数国家采取了十分严格的入境政策，中断航线、关闭海关，限制中国公民入境，充分说明了出境游是无根之木，国内游和入境游才是国家旅游发展的“根”。

另外，是否可以借各国限制我国公民入境之机，顺势抬高我国出境旅游消费门槛，以增加国内旅游机会、是否可以重提和实施刺激大消费增长的“国民旅游振兴计划”、是否重新构建和深化丰富“旅游下乡”政策……都是值得业界和主管部门思考的问题。

3、推动产业融合发展，布局“后疫情”旅游时代

建议政府可积极寻求新的消费市场，为旅游企业发展提供更多机会，增强市场抗风险能力。促进相关产业与旅游消费的有机融合，加大旅游与相关产业和领域的融合发展的力度，增强旅游产业功能和旅游服务功能。如上海市政府已成立市旅游发展领导小组，全市各部门、各行业、各区域联动发展、形成合力，构建旅游业与文化、商务、体育、工业、农业、科技、卫生、金融、交通、气象等融合发展的“1+10+n”大旅游产业体系，实施“综合产业综合抓”，将旅游产业发展融入城市建设总体布局，进一步丰富和优化旅游供给，旅游产业规模持续扩大，质量效益逐步提升。

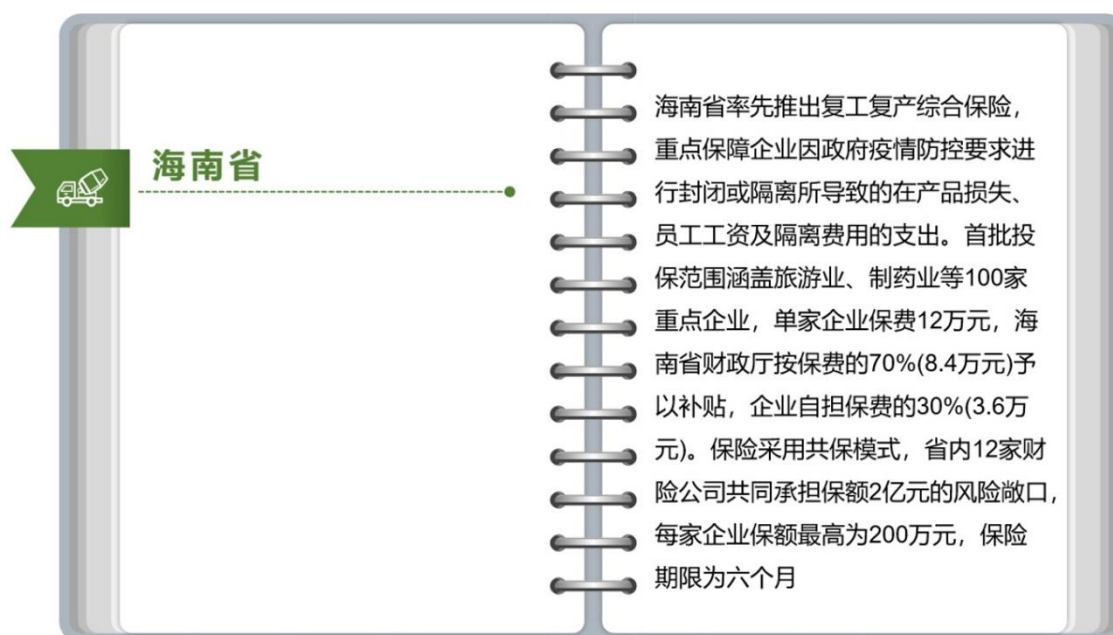
表：部分省市出台旅游业扶持政策

省份	概述	内容
河南省	13 个全域旅游示范区出台政策扶持旅游企业渡难关	近日，河南省济源、修武、新县 3 个国家全域旅游示范区巩义、嵩县、林州等 10 个国家全域旅游示范区创建单位，别出台应对疫情支持全域旅游和旅游企业发展的政策措施支持旅游企业发展，最大限度降低企业损失，为文化和旅游企业减轻疫情带来的冲击和影响提供坚强保障。
浙江省	浙江省文旅厅九项措施指导文旅企业用好政策共渡难关	2 月 12 日，浙江省文化和旅游厅下发了《关于全力支持文化和旅游企业战胜疫情稳定发展的通知》文件，全力支持文化和旅游企业战胜疫情、稳定发展。文件共提出九项政策，与当下防疫工作背景下的文旅产业发展有关。
山西省	五项措施支持文旅企业：发放奖励资金 减免疫情期间水电费	2 月 11 日，山西省文化和旅游厅为有效应对疫情影响，出及时发放奖励资金、暂退部分旅游服务质量保证金、强化策措施落实、帮助企业解决实际问题、增强企业复苏能力项措施支持文旅企业共渡难关。
海南省	出台六条措施支持旅游企业共渡难关	海南省人民政府办公厅印发《海南省应对新型冠状病毒肺炎疫情支持海南旅游企业共渡难关六条措施》（以下简称《措施》），支持该省旅游企业积极应对疫情带来的生产经营难，促进海南旅游业健康有序发展。《措施》指出，海南暂时全额返还旅行社质量保证金用于日常运转，对不裁员少裁员的参保旅游企业，返还单位及其职工上年度实际缴失业保险费总额的 50%。

数据来源：民生智库根据相关资料整理

4、构建旅游产业防护体系，提高行业抗风险能力

大多旅游企业属中小微规模企业，行业整体抗风险能力十分有限，以此次疫情为契机，构建以中长期的旅游产业防灾基金、小微企业防疫保险、旅游从业人员职业保险等为组成部分的产业防灾防护体系，对于以后应对此类突发公共危机具有很好的缓冲作用。有的地方在此次疫情中已进行了相关探索，如海南省鼓励保险公司开发针对中小微企业疫情风险的特定产品，利用防疫保险服务，一定程度上减轻出险企业经营负担，缓解企业受疫情影响下的支出压力。



数据来源：民生智库根据相关资料整理

图：海南省复工复产保险政策内容

寒冬总会过去，在复工达产逐步推进之下，各级政府关心扶持、文旅职能部门积极推进、企业自救的脚步正在加快。挑战已在眼前，但机遇就在前方，疫情后的旅游行业复苏已在路上。

附：调查样本概况

本次调研数据收集自2月8日至2月19日，主要面向旅行社展开，企业涵盖国内旅游(72.7%)、出境旅游(55.4%)、入境旅游(44.6%)、会议研学等(16.5%)业务范围，线上平台(2.5%)、线下门店(35.5%)、线上+线下(55.4%)等多种经营模式。以上年度营收1000万以下的企业居多(43.8%)，其中，上年营收不足200万的企业占比21.5%，营收超过1亿的占18.2%。中小微规模旅游企业占比81.8%，民营企业 and 国有经营分别占比91.7%和6.6%。