



1月24日,文化和旅游部办公厅下发《文化和旅游部办公厅关于全力做好新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控工作暂停旅游企业经营活动的紧急通知》,要求即日起全国旅行社及在线旅游企业暂停经营团队旅游及“机票+酒店”旅游产品。随后,北京、上海等多地出台具体细则,1月27日后包括出境游在内的所有团队游及“机票+酒店”服务全部暂停。随着新冠肺炎疫情的暴发,各地旅游系统通过取消活动、关闭景区等方式防控疫情,国内旅游业全面停摆,温泉旅游也随之陷入低潮。新冠肺炎疫情是对全国乃至全球的一次大考,关乎每一个个体,“惊涛骇浪从客渡,越是艰难越向前”,在抗“疫”防控特殊时期,温泉企业在积极抗“疫”的同时,更要坚定信心,同时调整自身,修炼好内功,蓄势待发,随时迎接市场新挑战。

励邦英雄：坚定温泉旅游信心 修炼内功蓄势待发

严冬过后 就是春天

外部环境持续看好,期待中国旅游市场。中国旅游与全球旅游息息相关,新冠肺炎疫情暴发对国内外旅游市场均有冲击,但中国旅游利好前景也让外部环境始终保持信心和期待。联合国世界旅游组织日前发表声明说,中国政府应对新冠肺炎疫情“迅速、坚决”,在这一挑战面前,世界旅游组织对中国旅游业充满信心。中国近年来已成为全球旅游业真正的领军力量,相信在中国从这场疫情中恢复的过程里,旅游业将成为中国经济尽快复苏的重要因素。

在业内看来,未来疫情逐步消除后,在今年大量国内游客取消了春节出游计划的情况下,被压抑的旅游消费需求将迎来集中释放期,我国旅游市场肯定会出现明显反弹。因此,当前旅游企业应充分利用好这一休养生息的时期,不断优化供给结构,苦练内功,争取在形势好转之时与旅游上下游产业链一同加速振兴市场。《以色列旅游部部长莱文:疫情无改我们长期看好中国旅游客源市场》一文提到:“新冠肺炎疫情对中国旅游市场的影响是暂时的,并不会改变以色列业界对中国作为旅游客源市场的长期看好。伴随以中旅游便利度不断提升,以方期待更多中国游客到访”。《泰国积极应对新冠肺炎疫情对旅游业冲击对中国战胜疫情充满信心》一文提到:“泰国旅游部门对中国战胜疫情充满信心,待疫情过去,泰国将会以更好的服务迎接中国游客。”

政府政策支持、护航中国旅游。旅游市场复苏和发展离不开政策的支持,疫情防控期间,政府相关政策也陆续发布,为中国旅游发展提供保障。2月26日,国务院联防联控机制就加大力度帮扶住宿餐饮、文体旅游等受疫情影响严重行业工作情况举行发布会,文化和旅游部相关负责人表示,新冠肺炎疫情发

生以来,旅游行业受到严重的影响,旅游企业也面临着经营困境,文化和旅游部高度重视,2月5日印发了相关的通知,决定向旅行社暂退部分旅游服务质量保证金,暂退的范围为全国已依法缴纳保证金、领取旅行社业务经营许可证的旅行社,暂退标准是现有缴纳额的80%。各地文化和旅游行政部门按照要求确定了专人专班,建立了工作台账,主要加强与各银行联络,为旅行社提供服务。据统计,全国有3.9万家旅行社,截至2月25日提出暂退质保金的共3.52万家,占旅行社总数的90%。应退保证金总额达到80亿元,现在已经退还了34.62亿元。从反馈的情况看,暂退质保金的政策有效地舒缓了企业现金流的压力。此外,文化和旅游部与多方共同努力为文旅企业纾困解难。一是推动出台扶持政策,文化和旅游部与国家发展和改革委员会、财政部、中国人民银行、人力资源和社会保障部、国家税务总局等部门密切沟通,积极推动惠及文旅行业的扶持政策出台,涵盖资金支持、金融政策、税费减免、降低成本、政务服务等五个方面,特别是针对文旅行业出台了延长旅游企业2020年度亏损的结转年限,对提供文化体育、旅游娱乐等服务所取得的收入免征增值税,城市维护建设税和教育费附加,不得盲目抽贷、断贷、压贷等专门政策。二是加大资金支持力度。2月6日,配合国家发展和改革委员会下达了文化旅游提升工程2020年度第一批中央预算内投资计划,安排了33.37亿元,共支持旅游基础设施和公共服务设施项目343个。三是丰富在线服务方式。为方便文旅企业及时了解中央和各地出台的纾困措施,文化和旅游部对这些政策在官方网站按照地区和类型的政策措施进行分类,便于企业查询。

睐;对健康养生的需求也会增加,养生项目、亲近自然等主题产品将再次成为热点;游客出行更重视卫生和安全质量,出游健康、吃得健康、体验健康、住得舒心,居住环境可能更注重独立性、小体量、空间主题、特色体验等;同时能够将传统文化与现代消费需求相结合的温泉旅游产品也将更受消费者青睐。

多种消费心理为温泉旅游带来信心。疫情结束后,消费者被压抑的消费需求终将释放,“报复性”“补偿”“看看”等消费心理需求凸显,这将为旅游市场带来机遇。“报复性”消费心理:以2003年“非典”疫情为例,疫情结束后,旅游行业呈现了“报复性”消费增长、“报复性繁荣”。“补偿性”消费心理:“疫情彻底结束后,我一定要约上几个好朋友吃火锅、看电影、逛街、旅游、狠狠玩个够。”随着商家逐步恢复营业,这种“补偿性消费”也将付诸行动。“看看”消费心理:“疫情结束后,我要去武汉看看,去湖北看看。”民众“出去”的欲望很强烈,“看看”旅游经济也可能会掀起一股潮流。以上种种消费心理,在市场需求下,在消费心理、消费行为、消费的内容和结构上可能发生改变或进一步深化,相关部门可在疫情过后组织景区、企业瞄准市场需求,采取多种措施开展旅游营销推广活动,举办各类文化和旅游节庆活动,刺激旅游消费。

温泉旅游近年来已成为追求健康、休闲养生、增进感情的生活方式之一,消费者更倾向旅游目的地可以同时满足健康、养生、休闲、项目丰富有趣等多种需求,所以温泉旅游度假村以健康养生、主题特色、配套完善、体验丰富、老少咸宜、功能复合等优势,一直占据市场一席之地。待疫情结束后,满足家庭游、自驾游、周边游、周末游等需求的温泉旅游将拥有一定的竞争优势。



疫情防控期间的珠海御温泉



珠海御温泉每天坚持保障环境卫生质量



珠海御温泉举行2020中国温泉诞“泉诞龙升”仪式,为行业祈福。



珠海御温泉关怀员工,解决留守员工理发问题。



珠海御温泉关怀员工,举办“三八”妇女节员工游乐活动。

修炼内功 蓄势待发

新冠肺炎疫情的暴发,对温泉企业而言是不可抗力,所以在疫情防控期间,更应把握好时机,修炼内功,蓄势待发,迎接挑战和机遇,从而再上新台阶。

面对市场的再造和再分,找准新定位。温泉企业应注重分析研究疫情结束后将面临的市场新变化、新机遇和新挑战,结合自身内部实际情况,及时调整,找准新定位;分析预测市场走势,推动产品结构调整升级,推动复合多元化经营发展,当“暂停键”或者“倍速键”开启时,做到“时刻准备着”,能够随时调整步调,紧跟趋势,促进自身发展,以更好的姿态迎接八方来客。

把握时机,进行内部硬件提升、改造、换代。新冠肺炎疫情的暴发,让温泉企业再次提高警惕,审视内部,进一步提升自身防风、抗风险和可持续发展能力。企业可利用疫情防控时期做好升级改造工作,一方面检查并加强内部安全设施建设,改造提升或者换代旅游硬件设施,从而加快推进提质升级工作。另一方面,对经营管理系统进行改造提升,引入先进技术,如“扫码付费”“非接触进园”等,提高管理效率,减少管理成本。

重视自身产品、服务优化、升级。温泉旅游对产品和服务不容忽视,把重点放在致力于产品创新、服务创新、运营模式创新、提升服务、提质扩容、狠抓安全卫生质量等方面,并进行优化设计,确保发展方向不偏离;企业可以在疫情防控时期结合内部情况进行“头脑”风暴,将优质市场资源重新整合,精心打磨市场主体需求产品、积累储备更多优质内容,确保在消费反弹中重新占据且占据更多的市场份额。

重视内部人员的培训与提升。温泉旅游离不开服务提供,而服务的重要一环在于人,温泉企业可以利用疫情防控时期梳理内部培训,加强全员基础培训,展开工作技能、服务提供与沟通、安全卫生质量等多方面专项学习与培训,甚至可以以以往经营过程中的薄弱环节提出来,进行针对性培训,逐一填补不足,全员整体提升,迎接新市场和挑战。

珠海御温泉一方面借助疫情防控期间的闭园时机,积极开展市场分析预测,及时调整季度、全年的营销计划,考虑景区自身的提质扩容,重点维护丰富提升项目产品,如温泉产品、特色住宿、大餐庙会餐饮活动等,以此增强企业自身市场竞争力,吸引消费者。另一方面,加强度假村的设施维护,关注员工,安排了系列学习培训,将企业文化、服务技能、卫生质量要求、消防知识、防疫知识等内容进行了线上培训,并以各部门为单位督促员工按计划学习,保持培育高质量旅游服务团队。时刻准备着,做到待“疫情结束”恢复营业时,能够充分保障景区的有序开放和有序管理。

珠海御温泉作为中国温泉旅游行业的翘楚,开业已有22周年,同时也经历过温泉旅游“零市场”时期、“非典”时期、金融风暴等困境时期,一直以积极乐观的心态面对诸多经营压力,坚持不裁员、不降薪、稳定人心,加强员工培训,时刻关怀员工生活,团结一致。珠海御温泉企业文化里有“阳光”因子,“心有阳光,前程灿烂”,困难是一时的,未来是光明的,就是这样的“阳光”信念支撑珠海御温泉与全行业共克时艰,为复工复产做好充足准备。

心有阳光 前程灿烂

温泉旅游前景广阔。旅游业在国内乃至全世界都属于朝阳产业,在第一二三产业中的占比越来越重,而旅游业的特殊性(天然的高关联性、多参与性、拥有突出的拉动社会消费能力、与文化、文创等产业广泛接轨等)是刺激消费的重要手段,也是各地政府拉动提升当地就业、当地经济的重要帮手。2019年国务院办公厅《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》反映了国家层面对激发旅游消费的期盼;2019年底,中央经济工作会议确定要着力推动高质量发展,可以预见,2020年国家对于旅游业的重视力度和支持力度还会不断加强。在政府部门大力支持下,旅游产业将迅速回归,继续发挥重要作用,温泉旅游也是如此。此外,从长远的角度来看,旅游市场仍将长期利好,而且旅游消费升级的大趋势不变,旅游已经成为民众的“刚需”,温泉旅游也早已成为消费的时尚和热点,所以疫情结束后,温泉旅游的“春天”指日可待。

多种消费趋势为温泉旅游带来信心。虽然受到疫情的冲击和影响,但温泉旅游具有得天独厚的自然优势,比如可持续发展、绿色健康等。励邦英雄认为,温泉的核心价值是滋润身心,通过温泉水滋养健康人的身体,与文化氛围营造结合,从而升华到愉悦人的心情,收获身心双重健康。泡温泉不仅是一项休闲娱乐活动,温泉还具有保健康养的功能。温泉水富含的矿物质可以调节皮脂分泌、改善皮肤状态,泡温泉时温泉的浮力、水压和水温也会使人体的血液循环更加顺畅,从而促进身体健康。温泉的独特功能迎合了现代人的度假休闲消费需求,随着休闲度假成为旅游行业的发展趋势,温泉旅游全季型产品提供、全年适合开放也为其增添优势。随着新冠肺炎疫情的结束,消费者将对带有一定康养功能的温泉旅游更为青

心有阳光 前程灿烂

御温泉 爱生活