

海南省旅游消费复苏的经验做法及建议

旅游业是海南省的支柱产业，多年以来，一季度均是海南旅游的黄金期，而今年突如其来的疫情严重影响了海南省旅游业的发展，带来了前所未有的挑战。面对复杂严峻的形势，海南省上下联动、多措并举，出台《海南省旅游业疫后重振计划——振兴旅游业三十条行动措施（2020—2021年）》等一系列政策，全力对冲疫情对海南旅游业的影响，推进旅游消费有序复苏。疫情期间，美团也积极参与海南省旅游业的复苏工作，通过技术、产品和资金补贴等多种方式，在确保安心消费的前提下，助力商户扩量增收，协同旅游业商家共迎“疫”后暖春。截至5月30日，海南省旅游商户复工率和消费复苏率已分别达到96.7%和59.3%。

一、海南省旅游消费持续回升的基本情况

（一）海南省旅游消费自2月下旬开始逐渐复苏

1月24日，文旅部发布紧急通知，明确要求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，暂停开放公共文化场馆、停止组织大型文化活动，国内旅游业随之陷入停摆，海南作为旅游大省，受影响程度尤为严重。从美团研究院研发的生活服务消费复苏指数来看，疫情暴发至2月中旬，海南省旅游商户复工率及消

费复苏率均跌入谷底（见图 1）。

随着海南省疫情防控应急响应级别由一级调整为三级，2月9日海南省发布《关于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的通知》，在做好疫情防控的同时积极复工复产，旅游消费复苏进程稳步推进，至5月底，海南省旅游商户复工率已基本恢复至过往正常水平。

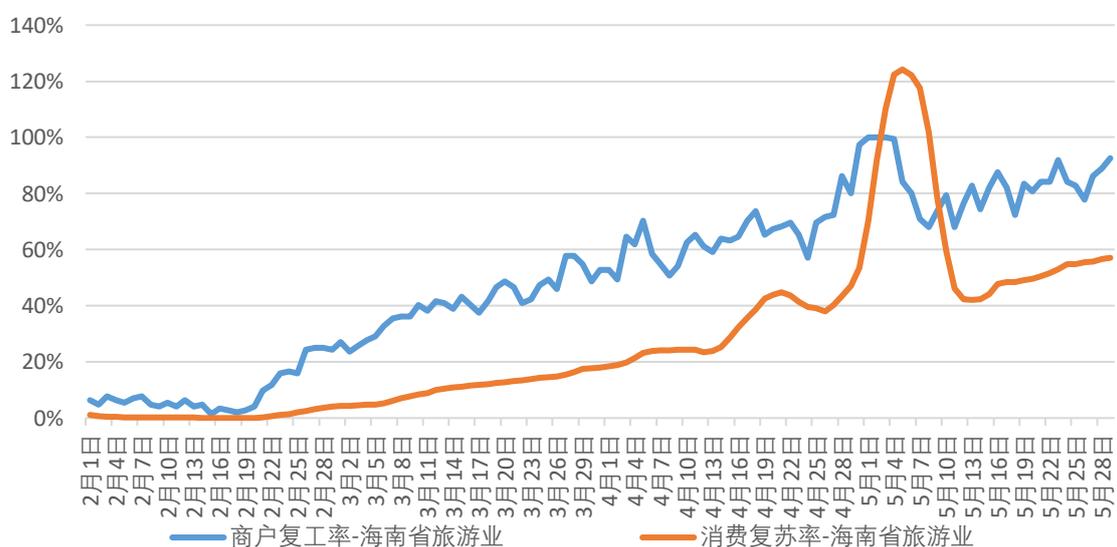


图 1 海南省旅游商户复工率和消费复苏率走势

数据来源：美团研究院“生活服务消费复苏指数”

（二）供给侧先行回暖，旅游消费信心正全方位恢复

自 2 月下旬开始，海南省旅游商户复工率开始波段式上升，旅游市场供给陆续恢复。但在复苏进程的早期，旅游消费复苏率基本上一直低于同期的商户复工率，二者之间“剪刀差”明显，说明在这一阶段，大量商户虽陆续开

门营业但营收水平仍不容乐观。3月20日，海南省人民政府发布《关于印发海南省旅游业疫后重振计划——振兴旅游业三十条行动措施(2020—2021年)的通知》，从加大财税金融扶持力度、促进旅游项目落地、加大推广营销力度、深入推进“旅游+”、提升旅游国际化水平、加大人才培养力度等六大方面，统筹推进疫情防控和经济社会发展，帮助旅游企业渡过难关。4月中旬开始，海南省旅游商户复工率与消费复苏率之间的“剪刀差”不断减小，五一小长假期间的旅游消费复苏率甚至超过了同期的商户复工率。

(三) 五一期间海南省迎来旅游消费高峰

“五一”期间，海南省推出多项针对性扶持政策，在确保疫情防控工作不松懈的前提下，鼓励旅游景区有序开放、积极促进旅游市场消费，进一步释放消费潜力。全省景区开放数量创疫情后新高，单日峰值旅游消费复苏率更是达到了124.2%（见图1），已好于2019年12月的平均水平。五一假期过后，海南省旅游商户复工率及消费复苏率均有所回落，但复苏进程仍稳步推进。

(四) 海口、三亚两市旅游商户复工情况相仿，但海口旅游消费复苏情况好于三亚

2月下旬开始，海口市、三亚市的旅游商户复工率开始逐步回升，且恢复进度基本相当，截至5月30日，均

已基本恢复至过往正常水平。3月末开始，海口市旅游消费复苏率基本持续高于三亚市同期水平，截至5月30日，海口市、三亚市旅游消费复苏率分别为87.8%和55.5%（见图2）。

五一节假日期间，两市旅游消费复苏率均快速提升。海口市旅文局发放3000万元旅游消费券，积极谋划“海南人游海口”活动，海口市旅游消费复苏率峰值更是超出了过往正常水平166.2个百分点。

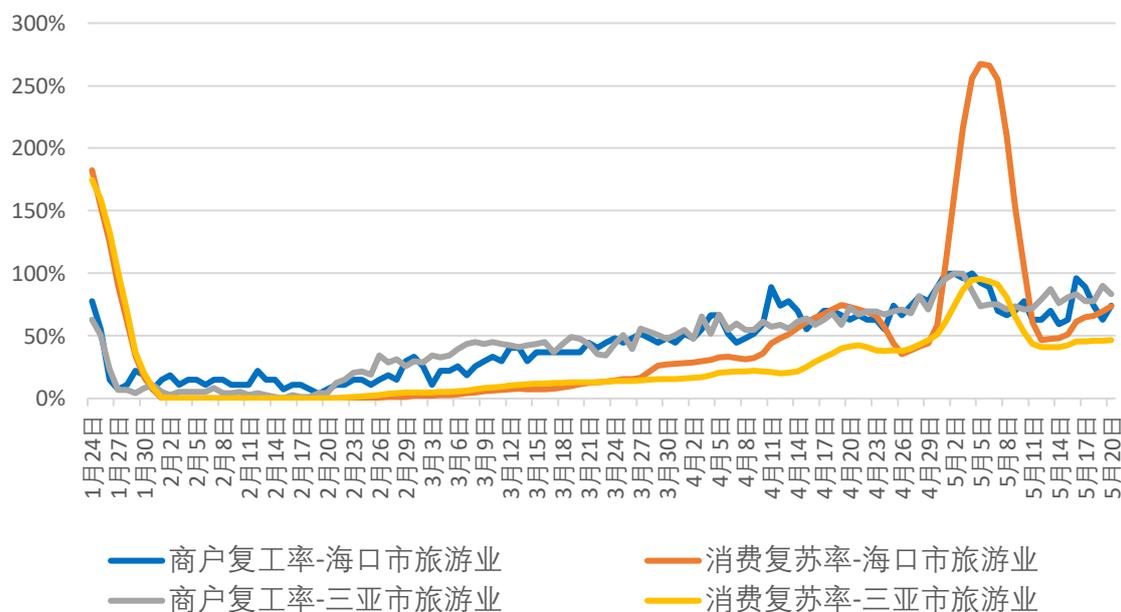


图2 海口市、三亚市旅游商户复工率和消费复苏率变化情况

数据来源：美团研究院“生活服务消费复苏指数”

二、海南省促进旅游消费复苏的做法和经验

为深入贯彻落实习近平总书记关于坚决打赢新型冠状病毒肺炎疫情防控阻击战的重要指示精神，全面落实党中央、国务院关于疫情防控的决策部署，在国内疫情逐渐

得到有效控制后，海南省出台了一系列政策（见表 1），从减轻企业负担、加强产业资金扶持、加大推广营销力度、加快旅游人才培养、政企合作营造安心消费环境等方面支持旅游企业加快复工复产，提振旅游市场消费信心。

表 1 海南省应对疫情影响促进旅游业复工复产的部分政策

发布时间	政策
2月9日	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
2月10日	关于明确暂退部分旅游服务质量保证金有关问题的通知
2月11日	关于贯彻落实应对新型冠状病毒肺炎疫情支持中小企业共渡难关缓解运行压力相关措施的通知
2月26日	关于阶段性降低海南省非居民用气成本的通知
3月8日	国家部委及海南省应对新冠肺炎疫情支持企业发展政策（摘编）
3月9日	关于做好应对新冠肺炎疫情海南旅游企业申报贷款贴息工作的通知
3月20日	海南省旅游业疫后重振计划——振兴旅游业三十条行动措施（2020-2021）
3月28日	海南省重点产业发展专项资金管理办法
3月30日	关于海南省酒店业人才培养实施方案的补充通知
4月27日	关于2020年重大节假日期间对非琼籍、非营运小客车实施免费过海政策的通知
5月18日	关于做好“旺工淡学”旅游人才培养项目2020年度招生宣传工作的通知

（一）减税降费，减轻企业负担，助企纾困

为配合疫情防控，各地出台居家隔离、取消各类聚集性旅游活动等措施，人们外出旅行数量骤降，大量旅游业商户主动或被动暂停营业，行业企业生存发展面临前所未有的考验。美团研究院在2月上旬开展的一次针对旅游业商户的问卷调查显示，近3/4的商户表示今年春节期

间与去年同期相比，营业收入的损失率达 80%以上。针对此种情况，海南省陆续采取减税、减免租金、阶段性降低水电燃气价等措施，减轻企业负担，稳岗稳就业。

截至 3 月底，海南省属企业减免缴纳房产税、土地税共计 1909.98 万元，省属企业对中小企业、旅游企业已落实减免租金 3254.55 万元，预计全部将减免租金 6131.94 万元。对执行一般工商业及其它电价、大工业电价的电力用户（除高耗能行业用户外），从 2020 年 2 月 1 日至 6 月 30 日，统一按原到户电价水平的 95% 结算，2-3 月份，全省 21.45 万户执行阶段性降价政策，共减免用户电费 5194.85 万元。海南省已铺设公共管网供气的海口、三亚、儋州等 10 个市县在 3 月底前均已印发当地阶段性降低非居民气价的通知，其中三亚每立方米下调 0.0935 元，海口每立方米下调 0.06 元，预计全省可为企业节省用气成本将近 6000 万元。

（二）加强产业资金扶持，提供定制化旅游保险产品，为行业复苏保驾护航

海南省将旅游发展专项资金等 16 项扶持产业的专项资金整合成重点产业发展专项资金，在产业培育和扶持、“一企一策”奖补、支持产业研发与创新、促进重点企业扩大产能、提升产业国际化水平、开展重大产业活动、产业投资基金政府出资等方面给予资金支持。后续还将从旅

游企业贷款贴息、股权投资、上市奖励、保险费补贴、入境旅游奖励、创优评级奖励等方面对旅游产业发展进行引导，促进产业发展。

同时，海南省还推出“海南游、疫安心”旅游综合保险产品，累计保额为 2000 万元，总保费 298 万元，由省财政厅全额补贴。该保险在全省范围内，为全渠道入岛游客提供不记名免费投保服务，每人保额 80 万元，保障范围全面。3 月 20 日，项目已成交公示，3 月 30 日省旅文厅与相关单位已签订合作协议，合作保险公司已正式出具保险单。

（三）加大推广营销力度，把握市场复苏节奏，适时推出针对性旅游产品

海南省实施全省旅游宣传“一盘棋”与市县“个性化”战略，按照“先省内后跨省、先国内后国际、先周边后远途、先商务后旅游、先散客后团队”的“五先五后”步骤，重点围绕“五一”、“端午”、“暑假”等时间节点，策划一批疗养、休闲、度假产品。充分利用工会资源，组织会员职工开展职工（劳模）疗休养等活动，通过抽奖发放“工会网上消费券”和“工会电子普惠券”等，开展“一线职工疗休养”、“五一欢乐游”、“欢乐春秋游”等线上普惠活动。为保证各项活动的效果，海南省还通过落实小汽车过海费用减免政策、离岛免税系列促销活动等手段，

为游客创造便利条件，为消费复苏提供实际支撑。近期，海南省还将重点做好国内市场宣传营销谋划，稳妥有序推出受疫情影响而暂缓的旅游节庆会展、群众文化体育、经营性演出和体育赛事等活动，快速聚集人气、提升旅游形象。

在一系列促旅游业发展举措的作用下，海南省旅游业客源结构也正在逐渐恢复，疫情刚得到有效控制后的一段时期以“海南人游海南”为主，到5月份，各景区购买门票的省外游客数量占比已超过一半（见图3）。

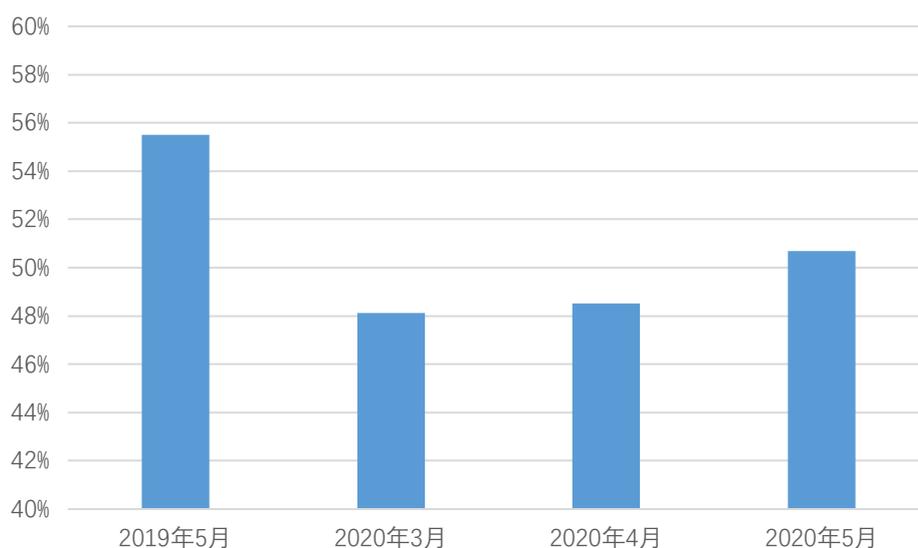


图3 海南省购买景区门票的省外游客数量占比变化情况

数据来源：美团平台大数据

（四）旺工淡学，加大旅游人才培养力度，提升旅游服务质量

海南省旅文厅、财政厅、人社厅、教育厅联合印发《关于印发海南省酒店业人才培养实施方案的通知》及补充通

知，将酒店业人才培养对象扩大至旅行社、旅游景区、旅游餐饮从业人员。目前已有 50 家旅游企业被确定为见习基地，今年已有 1581 人次享受见习补贴共计 227.83 万元。与此同时，海南省还在中职学校设立了导游服务、高星级饭店运营与管理、中餐烹饪与营养膳食、旅游外语等 4 个旅游服务类专业带头人工作室，以继续教育学分为抓手，构建中职教师培养培训体系，依托国家职业教育师资培养培训基地、职教集团龙头校等平台全面提升旅游服务类教师综合素质。

（五）广泛动员社会力量参与，联合美团通过“春风行动”、“安心消费节”等共促海南省旅游消费复苏

疫情期间，美团在海南各地推出“春风行动”商家帮扶政策，并不断升级。通过线上推出安心餐厅、安心住酒店、安心玩景区等产品功能，引导景区、酒店、餐饮等行业商户将员工测温、口罩佩戴、环境消毒等防疫安全举措流程化、标准化、线上化，并结合流量扶持鼓励优质商户线上公示安心服务，线下到店扫“安心码”，实现商户安全复工，用户放心消费。同时，启动“安心消费月”计划，向用户发放用户红包，推出安心预订、深折预售，出台外卖餐饮商户扶持政策，全品类上线、万物闪购，开通全国优惠贷款绿色通道，美团大学开展定制培训，推动海南省旅游业商家复工复产，助力消费复苏。

在此过程中，参与安心系列行动的旅游商户经营状况持续改善，截止5月底，安心玩景区的店均消费水平较1月份已增长64.9%，安心住酒店和安心餐厅的店均消费水平也分别恢复至1月份的八成和七成，且参与安心系列行动的旅游商户的经营状况持续好于未参与安心行动的商户（见图4）。

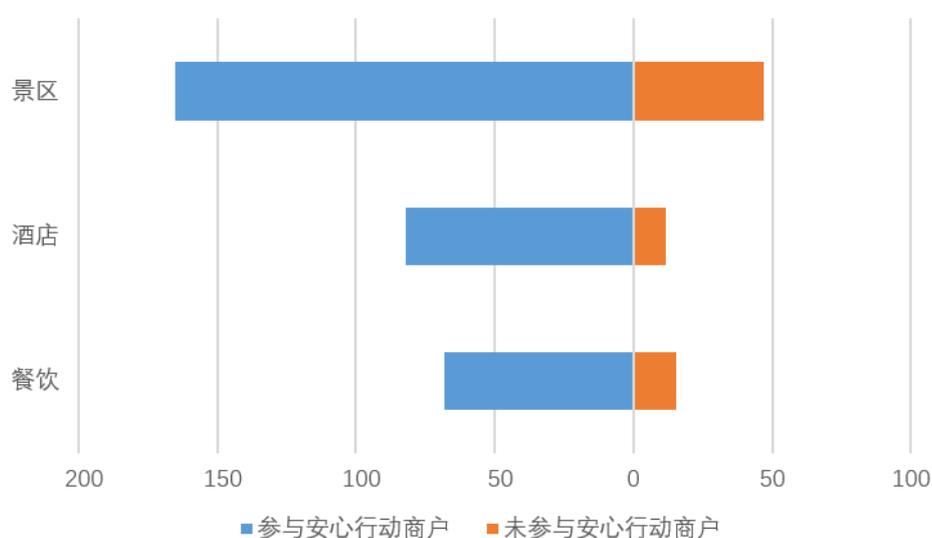


图4 海南省5月份安心玩景区、安心住酒店、安心餐厅与未参与安心行动商户店均交易额比较

数据来源：美团平台大数据

数据说明：景区店均交易额以2020年1月安心玩景区店均交易额为基准100换算；酒店店均交易额以2020年1月安心住酒店店均交易额为基准100换算；餐厅店均交易额以2020年1月安心餐厅店均交易额为基准100换算。

三、促进海南省加快旅游复苏、实现旅游高质量发展的政策建议

促进旅游业加快复苏、提升发展质量是事关海南省发展全局的重要任务。建议抢抓深入落实《中共中央 国务

院关于支持海南全面深化改革开放指导意见》和《中共中央 国务院关于海南自由贸易港建设总体方案》的有利契机，以打造“阳光海南，度假天堂—健康游、欢乐购”目的地形象为重点，加快推进文化和旅游新基建发展以及供给侧结构性改革，把海南建设成为旅游业高质量发展的示范区，并重视如下方面的工作。

第一，加强与在线旅游平台合作。紧密结合《海南自由贸易港建设总体方案》中聚焦平台载体，提升产业能级，以物联网、人工智能等为重点发展信息产业，通过新基建的助力，建设智慧海南的精神，充分发挥美团等 OTA 平台在互联网传播、用户连接、产品矩阵、大数据等方面的优势，推动海南文旅新基建业态创新发展。推出智慧景区、智慧文博馆、旅游大数据产品，为景区提供无接触购票、无接触入园、分时预约、数据分析等全方位运营管理工具，实现从个性化到数字化到智能化和智慧化整体目标，为政府打造“多级一体”的智慧管理体系，为游客打造“以人为本”的智慧旅游体验，为景区及周边商户提供“多维度全方位”的营销矩阵，共同构建海南智慧全域文旅新生态，打造智慧旅游岛。

第二，优化海南旅游形象塑造，推动旅游+定制。结合《海南自由贸易港建设总体方案》围绕国际旅游消费中心建设，推动旅游与文化体育、健康医疗、养老养生等深度融合，发展特色旅游产业集群，培育旅游新业态新模式的政策导向，

为海南量身打造与《方案》相匹配的“海南旅游旗舰店”和“海南城市名片”等在线营销产品，通过吃、住、行、游、娱、购等全场景产品整合和医疗旅游、海洋旅游、婚庆旅游、高尔夫旅游、马拉松旅游和游艇旅游产品版块打造，向全球展示海南国际旅游岛的全要素形象和全系列产品，通过大数据分析精准触达全球主力旅游消费人群，形成海南旅行一站式消费新体验，打造海南国际旅游氧吧新 IP。

第三，加大目的地营销力度。根据美团点评等互联网平台内的“必吃榜”“黑珍珠”等品牌，利用用户信用评分信息，建立具有公信力的旅游用户信息库，推出属于海南国际旅游消费中心的“必吃必住必玩”诚实守信、高端品质榜单，全面涵盖海南高端品质旅游产品。以节造势，开展系列海南特色的旅游节庆、会议展览、文化艺术、体育赛事等促消费在线活动，实现“中外互融、中外共乐、中外共享”的国际旅游盛会，将“品质海南”的概念推向全球用户。结合海南省免税相关政策，依托美团点评等互联网平台的大数据、庞大客户群体和多种营销手段优势，探索互联网平台与免税政策更加全面和紧密的结合模式。利用平台优势，推动与海南旅游酒店、乡村民宿深入合作，深入挖掘乡村旅游资源，打造精品乡村旅游路线和精品乡村民宿，共同搭建海南旅游目的地品牌，实现用“互联网+”助推乡村振兴。

第四，适时推出旅游消费券。目前，全国许多省份和城

市推出旅游消费券以刺激旅游消费。例如，浙江省推出总价达 10 亿元的文旅消费券和 1 亿元的文旅消费大红包。南京市推出 3.18 亿元的消费券，涵盖乡村旅游、信息、餐饮等 7 大类别。常州市推出 3000 万元“常州旅游消费券”，用于常州景区门票、餐饮住宿等旅游消费补贴。海南省可以按照“政府补一点、平台贴一点、商家让一点、消费者出一些”的思路，由政府拿出一些补贴，同时调动平台和商家跟进补贴，发挥政府补贴“二阶次放大”效应，撬动旅游市场复苏。虽然政府补贴发放消费券所能带动的消费规模是有限的，但可以发挥引导激励作用、帮助消费者和行业商户恢复信心、营造更好的消费氛围。