

doi: 10.16104/j.issn.1673-1883.2023.02.011

后疫情时代凉山旅游业发展的问题与对策研究

贺新宇^a, 刘运伟^b

(西昌学院 a. 教师教育学院; b. 资源与环境学院, 四川 西昌 615013)

摘要:新冠疫情从宏观的经济环境、中观的产业链到微观的涉旅企业等各个层面给凉山旅游业带来了极大冲击。随着我国疫情防控政策的全面放开,后疫情时代的凉山旅游应当在切实搞好顶层设计和规划布局、加大政策和资金支持的同时,立足现实、主动作为,通过完善危机管理机制、提升疫情防控科学化水平,有效协调好疫情防控与旅游发展的关系;通过优化旅游产业结构、丰富旅游产品供给,加快全州旅游企业的改革创新与转型发展,切实推动凉山旅游业高质量、可持续发展。

关键词:新冠疫情;凉山旅游;问题;对策

中图分类号:F592.771 **文献标志码:**A **文章编号:**1673-1883(2023)02-0074-06

Analysis of the Issues and Countermeasures for the Development of Liangshan's Tourism Industry in the Post-Epidemic Era

HE Xinyu^a, LIU Yunwei^b

(a.School of Teacher Education; b.School of Resources and Environment, Xichang University, Xichang, Sichuan 615013, China)

Abstract:The COVID-19 pandemic has a severe impact on the tourism industry in Liangshan from the macro-level economic environment and midstream industrial chains to micro-level travel businesses, resulting in serious negative consequences. With the comprehensive lifting of China's epidemic prevention and control policies, Liangshan's tourism industry in the post-epidemic era should focus on top-level design and planning, increase policy and financial support, and take practical initiatives to improve crisis management mechanisms and enhance the scientific level of epidemic prevention and control. It should also effectively coordinate the relationship between epidemic prevention and control and tourism development, optimize the tourism industry structure, enrich the supply of tourism products, accelerate the reform, innovation, and transformation of tourism enterprises in the whole region, and promote a high-quality and sustainable development of Liangshan's tourism industry.

Keywords:COVID-19 pandemic; Liangshan tourism; issues; countermeasures

经济学家将旅游业称为“无烟工业”,因其不需要生产性的原材料、燃料及动力的投入,又具备投资少、见效快、利润率高、污染小等特性。政府部门喜欢将其作为“支柱产业”,因其不仅仅带动GDP、就业率,还能带动区域文化品牌、环境生态价值、增加城乡居民收入、提升群众幸福感和满意度等,进而产生一系列良性的社会效应,对地方经济与社会发展的拉动作用比其他产业更全面、更明显^[1]。旅游业因而成为各级地方政府特别是凉山这一类自然或人文条件优越但经济欠发达地区“弯道超车”

促进社会经济快速发展的重要产业。但2020年爆发的新冠疫情,对全球经济、社会发展产生了重大影响。由于人口正常流动受阻、旅游消费需求放缓以及旅游景点断续关停等因素叠加,全国各地旅游市场所受到的疫情冲击远远大于其他行业,凉山也概莫能外。随着2022年12月国家疫情防控政策的全面放开、第一波感染高峰平稳过峰,中国社会正在进入一个新冠病毒感染的“后疫情时代”。鉴于旅游业在凉山经济发展的支柱产业、首位产业地位,客观分析后疫情时代凉山州旅游业发展存在的

收稿日期:2023-02-15

基金项目:凉山州决策咨询委员会2022年度课题:疫情常态化背景下凉山旅游业发展的问题与对策研究(凉咨委[2022]24号)。

作者简介:贺新宇(1969—),男,四川仁寿人,教授,博士,研究方向:教育管理、公共管理。

问题并提出针对性的对策建议,对帮助凉山旅游业有效克服、迅速走出疫情带来的发展困境,增强应对后续疫情冲击可能带来不利影响的韧性,实现全州旅游业的高质量发展具有重要的现实意义。

一、凉山州旅游业发展现状简析

凉山州是重要的文化和旅游资源富集地,开发空间巨大。《凉山州“十四五”文化和旅游发展规划》显示,全州现已查明的旅游资源总量为20658个,其中五级资源102个、四级资源422个,资源总数和四级、五级资源数量均居全省前列。截至2022年底,全州有A级景区61个,其中4A级景区15个;国家级生态旅游示范区1个,省级旅游度假区4个,州级旅游度假区6个;省级全域旅游示范区1个;国家级乡村旅游重点村2个,省级乡村旅游重点镇1个、省级乡村旅游重点村14个;天府旅游名县1个、候选县3个,天府旅游名镇3个。此外,还有国家级重点风景名胜区1个、省级风景名胜区8个、国家级自然保护区4个、国际级湿地自然公园1个、国家地质自然公园2个、国家历史文化名城1个^①。

2017年,凉山州委、州政府出台《关于实施全域旅游战略,加快发展旅游首位产业的决定》,实施全域旅游发展战略,推动景区转型升级,开发多元产品,实现旅游服务品质化、治理规范化、效益最大化,旅游知名度、游客满意度不断上升,有效推动了凉山旅游业的快速发展,“一核五区三带”^②的文旅发展格局正加快形成。旅游总收入和接待国内旅游人数实现稳步增长,相关数据在疫情暴发前(2019年)均创有记录以来的峰值。其中,旅游收入达到530.21亿元,占当年全州GDP的31.7%,是“十二五”末期的2.11倍;接待国内旅游人数达4824万人次,比2016年增长达19.66%。应该说,疫情暴发前凉山旅游呈现出非常良好的发展态势。

二、凉山旅游业发展面临的问题分析

如前所述,2020年之前凉山旅游业发展数据喜人、态势良好,但猝然而至的新冠疫情却给全州旅游管理部门和涉旅企业、从业者们上了深刻的一课。对凉山这样的欠发达民族地区而言,无论安宁河流域高质量发展还是老九县脱贫攻坚成果巩固拓展有效接续乡村振兴,都亟须旅游业加快发展以提供全方位的牵引和支持。

(一)新冠疫情对凉山州旅游业的影响分析

宏观层面,疫情全面重创凉山旅游经济。疫情暴发三年来,凉山州旅游经济受到了巨大的影响,

旅游总收入和接待国内旅游人数均较疫情暴发前出现了断崖式下跌。旅游总收入方面:2020年,全州旅游总收入为275.07亿元,较2019年下降超过48%^③;2021年,全州旅游收入为158亿元,较2020年再下降超过43%,较2019年的530亿元下降超过70%^④。接待国内旅游人数方面:2020年,全州接待国内旅游人数为2888万人次,较2019年下降超过40%^⑤;2021年,接待国内旅游人数为1728万人次,较2020年再下降超过40%,较2019年的4824万人次下降超过64%^⑥。2022年全年的数据目前还没有出来,但从前三季度的统计数据来看,无论旅游总收入还是接待国内旅游人数又较2021年有较大幅度的下降,其中旅游总收入同比预计下降达54.22%,接待国内旅游人数同比预计下降达21.32%^⑦。鉴于9-12月全州疫情持续多点爆发且于12月中下旬进入感染高峰,势必导致2022年第四季度全州旅游经济的宏观数据更不理想。

中观层面,疫情严重冲击凉山旅游行业。从旅游产业链的角度,新冠肺炎疫情暴发对旅行社、宾馆酒店、景区、餐饮、购物等各涉旅行业冲击巨大,各行业的经营业绩在疫情期间均呈断崖式下降态势。其中,旅行社全行业受到的影响和冲击最为直接和强烈。以2020年为例,凉山州旅游发展委员会发布的《2020年凉山州旅游接待和收入统计表》显示:全州旅行社接待国内旅游者人数较2019年下跌84.49%,主营业务收入较2019年下跌83.54%。到2022年,州内旅行社普遍面临资金和经营困难,少数甚至出现资金链断裂。为降低运营成本,很多旅行社相继关闭线下门店,只保留线上业务。住宿业方面,多数宾馆酒店因入住率大幅下降、收入大幅下滑而处于亏损经营状态。还是以2020年为例,凉山州住宿业接待国内旅游人数为2888万人次,较2019年下跌40.67%。景区景点方面,由于游客人数锐减,导致门票收入大幅减少,基本处于入不敷出的状态。此外,各类会议会展、体育赛事等活动也经常因疫情冲击而延期甚至取消。如被世界田联评定为“精英标牌赛事”的西昌邛海湿地马拉松已经连续三年中途取消或延期举办;精心筹备的首届“乡村振兴西昌论坛”也因为突发的区域性疫情,开了一半就不得不转为线上。这导致本应该成为凉山旅游品牌的活动不仅没有带来旅游营销的正面效应,反而极大地影响了相关参与者特别是旅游者的消费体验。

微观层面,疫情极大考验涉旅企业生存发展。受疫情的持续影响,凉山各类涉旅企业纷纷遭受巨

大损失。一方面要承受游客大幅减少乃至景区关停所导致收入锐减的巨大损失,另一方面还要支付员工基本工资、经营场所的租金、贷款利息等经营成本;此外,还需履行企业社会责任,支付疫情防控的人员、物资等相关支出。大一点的旅游企业、特别是政府投资建设的景区,因为其国有属性和财政资金的支持,在短期内尚可勉力支撑,但长期而言也可谓危机重重。中小规模的民营企业则纷纷因为无法承受疫情带来的巨大损失而面临资金链断裂乃至破产的风险。疫情三年里,如何“活下去”成为众多中小民营涉旅企业亟待解决的首要问题。而随着国家疫情防控政策的全面放开,人们开始释放积蓄已久的旅游热情,相关企业如“久旱逢甘霖”,在积极拥抱久违的游客潮的同时,期待着在科学疫情防控理念指导下“后疫情时代”凉山旅游业的全面复苏与可持续发展。

(二)凉山旅游业发展中存在的主要问题分析

凉山旅游近年发展中面临的困难虽然直接源于疫情的冲击和影响,但必须认识到,旅游业自身存在的各种短板、问题与不足,才是制约凉山旅游可持续发展、高质量发展的根本因素。

一是,基础设施建设滞后。由于地处西部偏远山区、经济社会发展水平低,凉山旅游的基础设施建设整体水平不高,尤其是交通基础设施不足。“行路难、多歧路”,“夏季泥石流、冬季雪封山”,是自然环境制约下凉山交通的现实写照。全州 6.03 万平方公里的广袤地域,迄今仅有一条贯穿南北的雅西高速和几条短途快速通道。2022 年底成昆复线开通动车,凉山交通的整体水平仍然与省内其他地区有很大差距。此外包括旅游宾馆、餐馆、商店等服务设施档次偏低,公交不达地方较多、旅游标识不清、网络信号不好、部分景区吃住不便等基础设施问题,仍然是制约凉山旅游发展的现实因素。

二是,缺乏数量充足、素质较高的旅游从业人员,专业的旅游规划、旅游管理、项目开发、市场营销、专职导游等人才匮乏。尤其是对凉山这样民族文化资源丰富的少数民族地区而言,还需要大量具备基本旅游从业人员资质,同时熟悉、了解民族文化、地域风情的“双技能”型人才。此外,部分宾馆、餐馆、商店基层服务人员缺乏基本的旅游从业人员职业道德素养,没有良好的环境卫生意识和工作习惯,与游客沟通交流存在障碍等,也是影响游客旅游体验的重要原因。

三是,未能有效解决特色化、差异化发展路径不清的问题。凉山处于川南攀西旅游线,周边同质

化的自然、人文资源众多,例如“民族文化牌”面临川西甘孜的康巴藏文化、阿坝的安多藏文化和嘉绒藏文化乃至羌文化的竞争,“阳光康养牌”则面临阳光资源同样丰富、以“英雄攀枝花·阳光康养地”为宣传语的攀枝花的竞争。再如“湖光山色牌”,甘孜州的稻城亚丁、木格措、新都桥、海螺沟、丹巴美人谷等雪山峡谷、高山湖泊特色景区,与阿坝州的九寨沟、黄龙、四姑娘山、达古冰山、若尔盖湿地、卧龙大熊猫自然保护区等地质变迁、物种演化特色景区,比凉山的诸多景区似乎更能给游客留下深刻印象。

四是,旅游产品缺乏创意,旅游营销手段单一,宣传力度不足。在旅游产品的开发方面,具有当地文化内核的旅游产品往往会成为树立旅游地形象的重要营销手段,但凉山旅游产品与地域特色、民族风情、历史文化、自然资源结合不足,主打的航天模型、彝族服饰、彝族漆器等旅游纪念品品种单一、创意不足,纯手工制作与现代化生产、个性化营销与规模化运作缺乏有效的整合,尤其是传统工艺品以手工制作居多,虽“原汁原味”但缺乏规模效应,导致生产成本居高不下,影响市场普及度。此外,在营销、宣传方面,强势媒体、高端论坛等旅游宣传载体还没有很好地渗透凉山旅游,网络营销未完全铺开,不成熟,外界特别是国内省外的旅游者对凉山还不太熟悉,旅游营销手段单一,客源市场拓展不够等,都是制约凉山旅游发展的客观因素。

三、后疫情时代凉山旅游业高质量发展的对策建议

新冠疫情减少了地方旅游收入,增加了旅游企业的生存压力,但也给凉山旅游业结构调整、转型发展带来了新的机遇。在疫情防控全面放开的后疫情时代,州委、州政府和全州各县(市)党委、政府需要坚持科学的疫情防控理念,顺应变革、勇于创新,争取以超常规的手段破解旅游业发展面临的短板、不足和问题,实现凉山旅游业的高质量、可持续发展。

(一)立足防控政策全面放开,做好凉山旅游业高质量发展的顶层设计

一是,围绕“一核五区三带”文旅总布局,充分挖掘民族历史文化和自然资源特色,高起点、高质量完善《凉山州全域旅游高质量发展规划》,坚持特色化、差异化发展思路,进一步优化景点景区布局。依托安宁河流域高质量开发,紧抓西昌、德昌、冕宁、喜德四县(市)同城化发展的机遇,开发安宁河

谷阳光康养资源。把安宁河谷建成全国知名的阳光度假、生态康养、农业观光和乡村休闲旅游极核,实现对全州旅游的引领作用。应加大规模文旅企业培育力度,有效实施、打造、培育抗击疫情等偶发事件冲击风险能力强的大项目、大品牌、大企业,全面提升凉山旅游的品牌形象和市场竞争力。

二是,围绕文旅融合主题,结合州委“打造四川省文艺副中心”战略部署和国际阳光康养休闲度假旅游目的地建设中心工作,出台《凉山州发展全域旅游推动文化旅游产业高质量发展的实施意见》,加强旅游目的地特色文化建设,推动文化与旅游相关业态深度融合,打造“彝族文艺高地”“世界彝族文化旅游中心”,为“后疫情时代”凉山旅游产品和消费的迭代转型与升级发展打好基础。

三是,强化组织领导,成立凉山州全域旅游发展领导小组,建立健全统一高效、权责明确、整体联动的统筹协调机制。健全完善自上而下、分级负责的旅游业发展考核机制,根据全州各县(市)发展定位、经济总量差异和州直部门工作职能、服务对象不同,建立科学化的考核体系。在开好全州旅游发展大会的基础上,紧紧围绕州委、州政府“建设新时代旅游强州”的决策部署集思广益、凝心聚力,将全域旅游高质量发展的美好愿景变为现实图景,为全面建设社会主义现代化凉山提供旅游这一绿色产业的强大支撑。

四是,从机制建设和基层管理层面努力提升疫情防控的科学化水平,协调好疫情防控与旅游发展的关系。首先要加强凉山州旅游业危机管理机制建设,构建现代化的旅游危机管理体系,全面提升政府、行业、企业应对新冠疫情等各类危机的能力,尽量减少危机爆发及处置不当给旅游业带来的负面影响。其次要在疫情防控的科学化、精准化方面下功夫,努力提升各级政府尤其是街道、社区等基层组织的疫情防控水平,避免再出现前期基层的过度防疫、层层加码和一刀切等行为给景区景点、涉旅企业正常运营带来的不利影响。各级政府应坚决按照中央统一部署、加强对疫情风险的科学评估和研判,及时优化、主动调整疫情防控政策,提振旅游意愿、释放消费需求,为凉山旅游市场的恢复提供消费动能。

(二)政策主导、统筹优化,加大对凉山旅游业发展的支持引领

针对疫情给我州旅游业特别是涉旅相关行业、企业带来的问题,应进一步修改完善《凉山州旅游产业高质量发展扶持补助办法》等文件,加大对旅

游业的资金、税收、贷款等政策支持力度,有效提升旅游企业的生存能力。州直部门和各县(市)对获得国家级、省级荣誉、发挥示范性作用的重点旅游企业和旅游项目,要制定完善并落实奖补办法和配套政策措施。

州财政每年应专项列支凉山旅游发展基金用于支持全州旅游事业发展。一是支持国有旅游企业做大做强,增强其核心竞争力和在文化产品创作生产、传播和繁荣市场等方面的主导力、带动力、影响力。重点扶持“专精特新”的文化演艺、旅游民宿、文创开发等新型文旅企业,鼓励通过资源整合、技术创新、品牌输出、跨界经营、兼并重组等方式做大做强,推动打造一批国内外知名的现代化旅游龙头企业集团。二是加大对中小微旅游企业的扶持力度,通过“一企一策”纾困解难,实现专业化、差异化发展,改变州内旅游企业小、弱、散的现状,全力打造一批“小而特、小而精、小而优”的特色旅游企业,推动向“专业化、特色化、创新型”转型发展,进一步激发市场活力。三是在旅游项目建设中大力推广PPP模式,推动财政资金、社会资本、金融信贷协同发力,持续破解旅游企业融资难、融资贵问题。

同时,要充分发挥好旅游行业协会作为政府、市场之外的第三种监督力量与组织形式,在疫情防控、行业自律和产业互助、政策落实等方面的协同、引领作用。首先,要充分发挥凉山州各类旅游行业协会的号召力和影响力,强化行业协会在信息收集和传播、政策协调和行为引导方面的作用,从而促进行业的可持续发展。其次,要建立健全行业合作机制,加强与各行业协会的协作、沟通,完善旅游景区和行业合作机制,完善旅游行业之间的合作机制,优化旅行社合作利益分配,优化互助服务,提高产业竞争力。再次,要创新行业人才供给模式,行业协会牵头组建第三方人力资源服务企业部门,利用互联网平台、协会资源和当地高校,建立人才库,对接有任务需求的企业,实施弹性的人力资源服务,满足旅游企业的用人需求。这样不但能节约企业成本,还可以有效应对后疫情时代包括疫情反复在内的各种不确定性因素的冲击。

(三)优化结构、丰富供给,推动凉山旅游行业高质量发展

深化凉山旅游业供给侧结构性改革,以高质量跨越式发展和全域旅游理念为引领,打造一批知名度高、影响力大、辐射带动强的景区和度假区,设计一批特色鲜明的旅游精品线路,是后疫情时代凉山旅游业实现高质量发展的关键。

一是,整合创新,优化产业结构。传统旅游企业单一业务模式存在的问题在此次疫情中凸显。以全域旅游理念推进产业融合发展,增强产业发展新动能,既是对冲疫情影响的应时之举,也是实现凉山州旅游业高质量发展的长久之策。要加快旅游与文化、农业、康养、体育等其他产业的有机融合,优化产业结构、创新产品业态,加快推进凉山旅游由传统景区旅游向全域旅游、由观光型旅游为主向观光康养休闲度假并举复合型旅游的转变,形成“后疫情时代”凉山旅游业发展的新动力。

二是,顺应消费需求,丰富产品供给。针对疫情所带来群众出游意识的变化和康养意识的增强,应依托凉山良好的空气质量、适宜的气候条件、独特的自然风光和特色民族风情丰富旅游产品和服务供给类型,通过“走出去”和“请进来”,大力开发自驾游、房车游、生态游、乡村游以及康养、医养等低密度、低接触类旅游业务,大力培育徒步穿越、登山攀岩、自行车赛、越野跑等运动项目,积极开发低空旅游、滑翔飞行、跳伞、山地直升机观光等新业态,把疫情的挑战有效转化为凉山旅游发展的机遇,促进凉山旅游业的特色化、多元化、高质量发展。

三是,紧扣高质量发展主线,积极推进特色品牌创建。要坚持民族特色、地域特色、事业特色、产业特色,立足于凉山州各类特色资源,深度挖掘资源价值,创新文旅体验模式,打造凉山旅游特有的名片和标记,实现凉山旅游差异化和特色化发展。应持续加大泸沽湖、螺髻山创建国家5A级旅游景区工作力度,积极推进木里色拉尼布、盐源公母山、金阳百草坡等景区创建国家4A级旅游景区,开展盐源县老龙头墓地、西昌市羊耳坡遗址考古发掘,推动会理皎平渡遗址、彝海结盟遗址群等建设,加强红色革命文物集中连片保护利用。支持冕宁、会理创建天府旅游名县,支持西昌市创建国家全域旅游示范区,力争“十四五”期间新创2~3个国家4A级旅游景区、8~10个3A级旅游景区,创建更多的天府旅游名县和国家全域旅游示范区。通过上述举措优化结构、丰富供给,推动后疫情时代凉山旅游行业的高质量发展。

(四)立足现实、主动作为,加快旅游企业改革创新与转型发展

面对后疫情时代疫情常态化的现实,应鼓励各旅游企业抛弃幻想、立足实际,积极加强内部管理、加快转型发展、强化产品创新、提升人员素质、打造品牌形象,进而有效提升企业竞争力,成功应对后

续疫情反复可能面临的考验并在“后疫情时代”做大做强。可从三个方面努力:

一是,要加快旅游企业改革创新,推动行业高质量发展。传统旅游企业发展模式存在的问题在此次疫情中逐渐凸显,旅游企业只有不断创新,才能更好地适应消费者需求的变化,提供更高品质、更好品质的旅游产品。要以全域旅游理念推进产业融合发展,增强产业发展新动能,既是对冲疫情影响的应时之举,也是实现凉山州旅游业高质量发展的长久之策。要加快旅游与文化、农业、康养、体育等其他产业的融合。通过整合创新,优化产业结构,丰富产品供给,创新产品业态,形成旅游业发展的新动力。

二是,要主动提升科技含量,加快科技应用,尽快实现旅游企业数字化转型。后疫情时代无疑将加大对人工智能、虚拟现实、增强现实等物理层面无接触、弱接触服务的需求,云旅游、云会展、云直播、云游文博、云剧场等线上业务迅速增长。要鼓励全州旅游企业积极拥抱互联网,提升自身管理、服务、营销的数字化和智能化运作水平,推动数字旅游企业的创新与形成。通过数字化转型实现数字技术与旅游产业的深度融合,既培育新业态、新产品、新服务,提升企业管理、服务、营销的数字化和智能化运作水平;又为线下旅游提供有效推广,激活线下潜在游客的旅游意愿,有效拓展旅游目标人群。各景区景点尤其要加码智慧管理,大力推广实名制登记、在线预约、线上购票、语音导览等非接触服务项目,最终全面提升景区智能化管理水平。

三是,要充分利用好本地地区的旅游优势和特色,加快旅游产品体系创新和优化。传统的旅游产业利润率低,市场集中度弱,抗风险能力差,投资回报期长,未来通过“旅游+”与“+旅游”的整合开发和融合发展,创新和丰富旅游产品体系,通过不断的产品创新和迭代升级,形成新的消费场景和生活场景,推动商业模式的变化,满足旅游市场的多元化需求。另外,疫情改变了游客的生活观念,要鼓励发展新业态,培育新产业。要更加关注疫情带来的消费者旅游需求变化,推动网络旅游、生态休闲旅游、亲子旅游、自驾游和房车旅游、户外旅游等创新发展,为市场提供更多样化和更高品质的旅游产品,以促进旅游业的新增长。

(五)转危为机、补齐短板,筑牢凉山旅游可持续发展的根基

随着新冠疫情峰值的逐渐远去,经济社会各领域正在恢复常态。节假日期间,各旅游景点又纷纷

重现疫情前人头攒动的热闹场面。但全州各级旅游管理部门应认真汲取此次疫情冲击的经验教训,充分认识解决好凉山旅游所存在问题的重要性,正视问题、主动作为,采取有效措施积极应对、妥善解决。如针对州内旅游专业人才的匮乏,应及时对接西昌学院旅规学院等省内外专业旅游学校、高校旅游专业以及各优强景区景点,建立旅游人才培养合作机制,通过培训、考级、评优、大赛、表彰等方式提升旅游从业人员素质;再如针对旅游营销方面的不足,应积极整合凉山宣传推广资源,围绕“五彩凉山·度假天堂”“风情凉山·阳光康养”“千里凉山·万般风情”等旅游品牌,以政企联合营销为抓手,构建

覆盖全媒体、全渠道的文旅推广营销体系;还可以建立和完善新媒体传播平台,加强在抖音、快手、“两微一端”等平台推出高点击量的文章、视频,不断提升凉山文旅形象和知名度;以及利用彝族火把节、大凉山戏剧节等重大旅游节庆活动大力宣传,发出凉山文旅最强音,等等。特别是要善于充分利用后期疫情反复可能导致景区关停、业务清淡的时机,加大旅游基础设施和公共服务体系建设、旅游从业人员培训、旅游产品宣传推广、旅游市场秩序整治等工作的力度,伺机解决好旅游业发展长期面临的瓶颈问题,从而补齐短板、实现“转危为机”,为筑牢凉山旅游业长远、可持续发展基础提供切实支持。

注释:

- ① 来源于凉山州人民政府《关于印发<凉山州“十四五”文化和旅游发展规划>的通知》。
- ② “一核”是指西昌文旅经济发展核心区,“五区”包括安宁河谷国际阳光康养休闲度假区、大凉山彝族文化核心体验区、大香格里拉生态旅游区、红色旅游融合发展示范区、环螺髻山阳光康养温泉度假旅游经济区,“三带”即南方丝绸之路文化旅游经济带、金沙江高峡平湖观光休闲旅游经济带、雅砻江黄金水上走廊旅游经济带。
- ③ 来源于凉山州旅游发展委员会《旅游统计主要指标季报表(2022年1~3季度)》。
- ④ 来源于凉山州旅游发展委员会《2021年凉山州旅游接待和收入统计表》。
- ⑤ 来源于凉山州旅游发展委员会《2020年凉山州旅游接待和收入统计表》。

参考文献:

- [1] 朱虹.试论旅游业在经济发展中的重要地位与任务[J].江西科技师范大学学报,2014(4):1-5.
- [2] 王红彦.科学精准防控疫情 促进旅游业健康发展[N].中国旅游报,2022-11-15(03).
- [3] 刘馨阳,张春萍.后疫情时代下中国旅游业发展路径及未来展望[J].经济师,2022(8):115-117.