

# Research on the Development Strategy of Small and Medium-Sized Travel Agencies in Gansu Province after the New Coronary Pneumonia Epidemic

Xiehong Song

College of Tourism, Northwest Normal University, Lanzhou Gansu  
Email: 694270870@qq.com

Received: Jun. 25<sup>th</sup>, 2020; accepted: Jul. 10<sup>th</sup>, 2020; published: Jul. 17<sup>th</sup>, 2020

---

## Abstract

Affected by the new pneumonia epidemic, the national tourism industry has been hit hard, and travel agencies have not been spared under the influence of the epidemic. Under such circumstances, most travel agencies in Gansu Province are facing problems in terms of funds, social insurance for personnel salaries, housing, water and electricity. The smaller travel agency has reached a critical moment of life and death. In this context, this article starts with the key problems faced by small and medium-sized travel agencies in Gansu Province due to the epidemic situation, studies the existing problems through questionnaires and targeted interviews, and proposes targeted development strategies for small and medium-sized travel agencies after the epidemic.

## Keywords

Gansu Province, Small and Medium Travel Agency, New Coronary Pneumonia Epidemic, Tourism Policy

---

# 新冠肺炎疫情后甘肃省中小旅行社发展策略研究

宋谢红

西北师范大学旅游学院, 甘肃 兰州  
Email: 694270870@qq.com

收稿日期: 2020年6月25日; 录用日期: 2020年7月10日; 发布日期: 2020年7月17日

## 摘要

受新型肺炎疫情的影响,全国旅游业遭遇重创,旅行社在疫情影响之下无一幸免。此种情况下,甘肃省内大部分旅行社面临着资金、人员工资社保、房屋水电等方面的问题。规模较小的旅行社到了生死存亡的关键时刻。在此背景下,本文从甘肃省中小旅行社受疫情影响面临的关键问题着手,通过问卷调查、针对性访谈等方法对存在的问题进行研究,并提出疫情后中小旅行社针对性的发展策略。

## 关键词

甘肃省, 中小旅行社, 新冠肺炎疫情, 旅游政策

Copyright © 2020 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

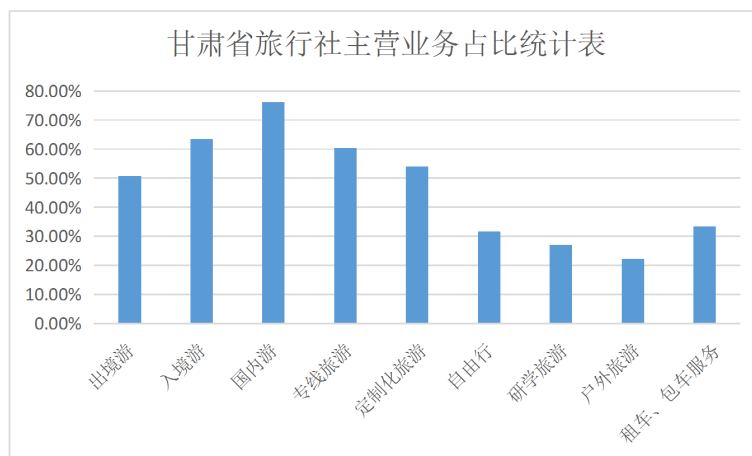
旅游业是世界上发展最快的新兴产业之一,被誉为“朝阳产业”。《国务院关于加快发展服务业的若干意见》提出,要围绕小康社会建设目标和消费结构转型升级的要求,大力发展旅游、文化、体育和休闲娱乐等面向民生的服务业[1]。由于旅游行业入门门槛低,国家近几年又将旅游行业列为第三产业的重要组成部分,受一带一路、丝绸之路(敦煌)国际文化博览会、敦煌行,丝绸之路国际旅游节影响及其国家全域旅游发展,在《甘肃省“十三五”旅游业发展规划》后我省大力发展旅游业,近5年内成立的旅行社占比达到一半以上,每年都有上百家旅行社成立,这些旅行社就业人员少,流动资金不足,属于中小型企业。截止2020年2月末,甘肃省共有2735家存续旅行社(含分社),其中国有企业58家(占比21.21%,含营业部),1985家(占比72.6%)的旅行社是成立1~5年的中小旅行社(含分公司)。可知,省内旅行社以中小型为主。此次新冠肺炎疫情,中小型旅行社受到的冲击最为严重。本文从甘肃省中小旅行社受疫情影响面临的关键问题着手,设计调查问卷,抽样进行调查,对问题进行分析研究,并提出疫情后解决中小旅行社问题的发展策略。

## 2. 新型肺炎疫情对甘肃省中小旅行社的影响

2021年是第一个百年目标的实现年,今年作为全面建成小康社会的“除夕”年,随着我国全面建设小康社会不断推进,中国旅游业迎来了重大发展机遇:中国经济持续快速增长,必将对旅游需求增长发挥基础性的支撑作用。但受新冠肺炎疫情的影响,国家文旅部在2020年1月26日已经下发了暂停旅游业的通知,十天之后国家财政部又将旅游业列为困难行业企业。对甘肃省国有企业和大公司,只要应对得当可以平稳度过疫情,但是对于中小旅行社来说无疑是雪上加霜。在3月底各省市逐步开放省内游,各大旅行社开始尝试省内1日和2日游,4月份随着国内疫情的逐步稳定,各大行业已经陆续复工,也给旅游从业者看到了旅游复苏的希望,但国外疫情的日益严峻,让今年出境游画上了句号;6月份北京丰台区的疫情,让国内游又一次按下了暂停键。

### (一) 对甘肃省中小旅行社入境旅游的影响

2018年中国国际旅游收入1271亿美元,比上年同期增长3%,其中外国人在华花费731亿美元,增长5.1%,中国香港游客在内地花费291亿美元,下降3.3%;中国澳门游客在内地花费87亿美元,增长5.5%;中国台湾游客在内地花费163亿美元,增长4.5%。中国甘肃凭借“鸡犬相闻”却又“与世无争”的世外桃源



**Figure 1.** Statistics of the main business proportion of travel agencies in Gansu Province

**图 1.** 甘肃省旅行社主营业务占比统计表

源，2018 年被《孤独星球》评选为亚洲最佳旅游地，还凭借壮阔的自然景观被评为亚洲十大最佳旅游地之首。疫情发生以后多个国家从湖北撤侨，并且多国拒绝有中国停留史的人员入境。中国国际旅游遭受到重大的打击，而且在一段时间内将长期保持低迷状态。在当前阶段，甘肃作为旅游资源大省，省内的旅行社在积极响应国家应对疫情的危机时，也应该思考在疫情结束后如何恢复甘肃的国际及其国内旅游发展。

#### (二) 对甘肃省中小旅行社相关产业人员就业的影响

旅行社业务作为一项综合性产业，涉及餐饮，住宿，交通运力，景区，观光演艺，农家乐等多个行业。根据图 1 (文中所列图表，图 7 来源于携程，其余调查数据采用问卷星网上调查，调查主要对象是甘肃省旅行社老板、负责人和旅游从业者)调查统计，甘肃省旅行社有 76.19% 主营国内旅游业务，甘肃因其自身丰富的旅游资源及其受制于省域辽阔，资源分散的影响，中小旅行社经营的甘肃省内旅游调动了全省十四个州市不同身份的人为旅游业服务，可以说疫情对于旅行社的经济效益影响要远低于对旅行社相关行业人员的就业影响，这其中受影响最大的以旅游景区或旅游目的地周边的农村居民为主。

#### (三) 对甘肃省中小旅行社自身的影响

受疫情影响，导致部分中小旅行社现金流中断，能否坚持到疫情结束都还是个未知数，更有甚者有中小型旅行社企业主直接宣布破产，往日岁月静好的局面在疫情面前支离破碎。

### 3. 新型肺炎疫情发生后甘肃省中小旅行社面临的主要问题

根据图 2 统计数据所示，疫情发生后甘肃省中小旅行社面临的主要问题主要是春节期间收入、房租水电支出、人员工资社保支出以及人员流失危机等。

#### (一) 春节黄金期退团损失严重，现金流入不敷出

由于甘肃省旅游业具有明显的季节性，国庆节后，旅游业便开始进入淡季。10 月底至春节以前，省内的地接社和中小旅行社便开始前往南方沿海洽谈客源合作，催收地接款项等。这期间，旅行社生意较为清淡，直至春节才迎来一个春节黄金周，尤以甘肃始发南方城市过年和出境海外过年游客居多。但今年，为应对疫情，春节期间前往外地和出境游客，全被劝退，这意味着往年的春节黄金周于今年而言却成为了寒冬。虽然受疫情影响，旅行社损失惨重，但是在这期间没有任何一家旅行社推诿扯皮。据统计，2 月 15 日前，甘肃省的中小旅行已主动为春节期间的游客办理相关退团费用。而在疫情发生后，旅游行业在第一时间捐款捐物。在泰国、芽庄等地的海外领队和导游、以沿街扫货的方式为兰州的定点医院背

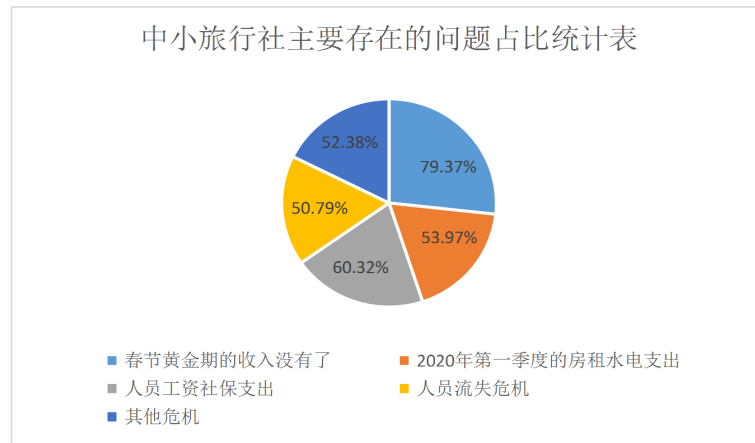


Figure 2. Statistics of the main problems of small and medium-sized travel agencies

图 2. 中小旅行社主要存在的问题占比统计表

回一批批防护物资，这种种事迹都体现了新时代文旅人的担当。

(二) 2020年春季的房租水电问题

由于旅行社特殊的行业限制，设立旅行社资格许可证需要固定的经营场所，要求是临街门市或者挂靠宾馆酒店，这也导致了在此期间绝大多数门市要承担高额的房租。因此，部分企业主在呼吁房东减免房租，虽然部分房东承诺减免，但这毕竟不是长远之计，房东减免是人情，不减免房租也是情理之中的事。

(三) 人员工资社保问题

从表中可以得知成立年限在 5 年以内的旅行社的从业人数多在 20 人以内，而这部分企业是面临最大生存挑战的企业，按照兰州市上年度社保最低缴费基数 3094 元计算，企业需要承担的养老保险单位缴费比例为 16%；医疗保险单位缴费比例为 8%；失业保险单位缴费比例为 0.7%；工伤保险单位按行业标准缴纳(旅游业 0.5%)；生育保险单位缴费比例为 0.5%；总合计为 795 元/人。疫情期间人均基本工资按 3000 元/人计算，一家从业人数 10 人的旅行社，每月工资和社保总金额 = (3000 + 795) \* 10 = 37,950 元。

据甘肃省文旅厅通知，为进一步做好文化和旅游行业疫情防控工作，支持旅行社应对疫情带来的经营困难，2月7日，甘肃省文化和旅游厅启动暂退旅行社旅游服务质量保证金工作。此次暂退全省 681 家旅行社旅游服务质量保证金的 80%，用于缓解疫情给旅行社带来的经营困难。<sup>1</sup>对于国内旅游的设立社，暂退的 80% 质保金为 16 万元，但是绝大多数设立社人数都在 10 人以上(如表 1)，在没有其他收入的前提下，用暂退的旅行社质保金支付人员工资社保可以勉强支撑 4 个月。也有部分门店和营业部因为没有质保金却要承担高额的房租以及人工费，已经到弹尽粮绝的地步。

Table 1. Cross-analysis table of the number of employees and the questionnaire report of the years of establishment of travel agencies

表 1. 从业人数与旅行社成立年限问卷调查报告交叉分析表

X\Y	1 年以内	1~3 年	3~5 年	6~10 年	11~15 年	15 年以上
1~9 人	0 (0.00%)	7 (58.33%)	3 (25%)	0 (0.00%)	1 (8.33%)	1 (8.33%)
10~19 人	0 (0.00%)	6 (46.15%)	5 (38.46%)	1 (7.69%)	0 (0.00%)	1 (7.69%)
20~49 人	2 (16.67%)	2 (16.67%)	3 (25%)	4 (33.33%)	0 (0.00%)	1 (8.33%)
50~99 人	0 (0.00%)	0 (0.00%)	3 (75%)	1 (25%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)
100 人及以上	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	3 (100%)

<sup>1</sup>来源甘肃省文化和旅游厅。

#### (四) 人员流失问题

相比资金缺乏引起的直接困难,最严重的是人员流失问题,绝大多数中小旅行社依靠核心员工支持。在疫情面前,员工一边面对本社的工资拖欠问题,另一边又面对一些大型旅行社乘机向这部分人才伸出的橄榄枝,对于中小旅行社来说可谓是迎头一棒。为求自保,还未复工的导游、计调等旅游从业人员做起了微商,卖保健品、护肤品和农特产等,还有优秀导游转行去房地产行业做销售,房屋中介以及保险公司从事保险销售等工作。

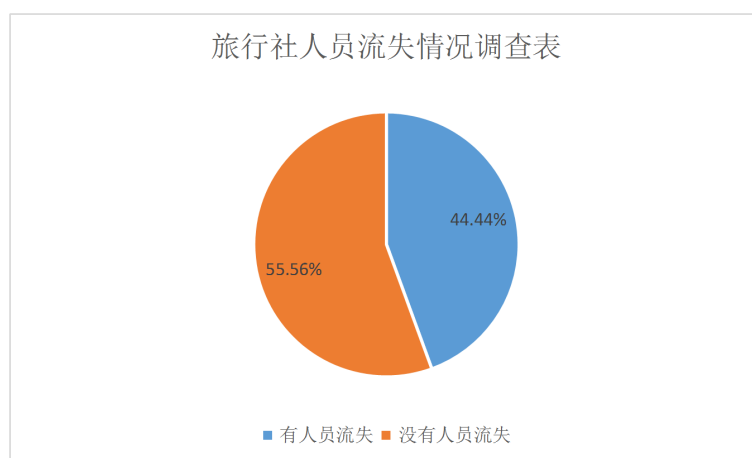


Figure 3. Questionnaire of travel agency staff turnover

图 3. 旅行社人员流失情况调查表

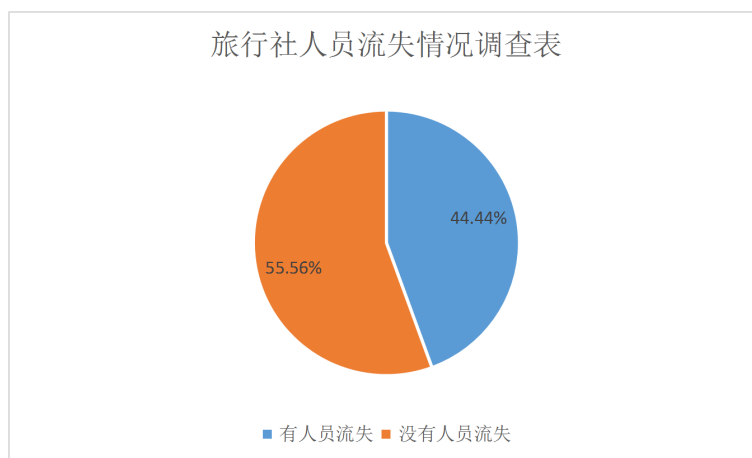


Figure 4. Questionnaire on whether travel agencies use layoffs to reduce business costs after the epidemic

图 4. 疫情后旅行社是否采用裁员方式来减轻企业成本调查表

根据图 3 和图 4 调查显示,在疫情期间有 44.44% 的旅行社发生了人员流失情况,还有 23.81% 的旅行社在疫情结束后考虑采用裁员的方式减轻企业成本。由此可见中小旅行社的人员流失除了外部压力和员工自身因素外,最大的因素还是企业内部的矛盾造成的。近期随着部分旅游企业的复工,部分大型旅行社开始发布招工信息,这已对中小旅行社敲响了警钟。

#### (五) 其他因素

旅游行业近几年处于一个蓬勃发展的时机,每年都有一批人进去,同样也有人在这个市场中出局,

尤其是近几年随着传统旅游的没落，每年都有一些依靠传统旅游服务的门店倒闭。天眼查数据显示，成立时间在 2015 年 1 月 1 日至今的旅行社，截止 2020 年 2 月 15 日已经注销的旅行社有 509 家(含门店，分公司，营业部)。可知，5 年来新设立旅行社 2494 家(含门店，分公司，营业部)，其中注销的就占比 20.4%，全省平均每年新设立 500 家(含门店，分公司，营业部)旅行社，却有 100 家注销。可见市场竞争的激烈程度，值此大洗牌之际，由于其他原因也不乏部分旅行社自动退出。

#### 4. 新冠肺炎疫情后中小旅行社应对策略

病毒无情，人间有爱。在疫情中甘肃文旅人表现出了应有的社会担当和责任，疫情面前我们和全国同甘苦，共患难。面对疫情我们没有后退，面对我们自身存在的困难我们也不退。第一步，国家文旅部已经了解我们的燃眉之急(上文提到的暂退 80%的旅行社质保金)，剩下的难关除了国家相关部门的帮助之外还需要企业自身改革发展。具体应对措施如下：

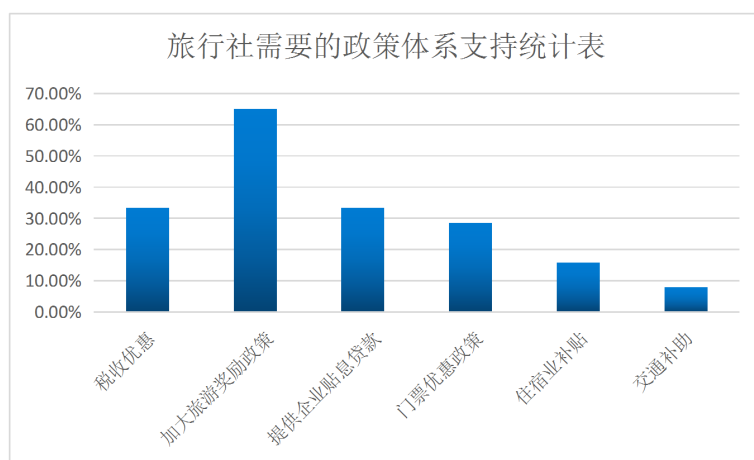


Figure 5. Travel agency's policy system support statistics table  
图 5. 旅行社需要的政策体系支持统计表

##### (一) 加大旅游政策奖励

根据调查分析(如图 5)，有 65.08%的旅行社希望加大旅游奖励政策。甘肃省传统的旅游奖励政策都是由各市州文旅局制定的，主要是一些针对人头的奖励，包机奖励，专列奖励等等。以嘉峪关市文旅局为例，针对旅行社的奖励为：对在 5 月 1 日至 10 月 31 日期间，通过旅行社组团方式组织境内外游客来嘉旅游，游览 2 个(含)以上收费景区且游客在我市至少住宿 1 晚，或游览 1 个收费景区且游客在我市至少住宿 2 晚的，给予每人 10 元的补贴；对在 11 月 1 日至 4 月 30 日期间，通过旅行社组团方式组织境内外游客来嘉旅游，游览 2 个(含)以上收费景区且游客在我市至少住宿 1 晚，或游览 1 个收费景区且游客在我市至少住宿 2 晚的，给予每人 20 元的补贴；上述 2、3 项通过旅行社组团方式，组织境内外游客来嘉旅游，游览 1 个(含)以上收费景区且游客在我市至少住宿 1 晚的旅行社，按照所对应补贴标准的 50% 给予补贴；经审核认定，对完成目标责任书的本市旅行社，当年地接人数累计超过 5000 人次的，奖励嘉峪关文物景区门票 100 张，每增加 2000 人，奖励嘉峪关文物景区门票 100 张；对经我市旅游部门同意设立的省内外旅游营销中心，组团入嘉人数超过 2000 人的，每年给予宣传促销补贴 5 万元；全市旅游景区针对旅行社组团购票制定不低于“十免一”的门票优惠政策；在 11 月 1 日至 4 月 30 日期间，嘉峪关文物景区执行 50 元门票优惠；对开通直达旅游包机的境内外旅行社，游览 2 个(含)以上收费景区，且游客在我市至少住宿 1 晚，或游览 1 个收费景区且游客在我市至少住宿 2 晚的，按照飞机座位数给予补贴，50 座

以上 120 座以下补贴 3 万元/往返架次；120 座(含)以上补贴 6 万元/往返架次。<sup>2</sup>以上奖励办法看似丰富，但是对于绝大多数中小型旅行社而言华而不实。首先是门槛太高，包机，专列这些个大部分旅行社几年也遇不到一个，人头奖励手续繁杂，形同鸡肋。受疫情影响，旅游业将持续处于低估，疫情过后何时恢复暂时是个未知数，这个时候地方政府如果能够采取一些更加操作便捷高效的奖励政策，对中小旅行社也是一个实实在在的硬菜。具体做法有：

- ①提高奖励标准
- ②改变奖励方式
- ③采取预约制，简化奖励领取程序
- ④现金奖励当场办结

#### (二) 政府部门提供税收优惠和社保延期缴纳政策

旅行社作为一个大型“中介”性质的单位，经常性现金流特别高，但是绝大多数现金流向了餐饮、住宿、交通运力、景区门票、保险等行业，真正留给旅行社的纯利润往往低的离奇，但是旅行社只要季度账上收入超过 9 万元就要全额缴纳相应的税收，在 2.7 日国家财政部已将旅游业纳入特别困难行业，因此税务部门应该出台针对旅游行业三年内相应的税收减免政策，以此鼓励中小旅行社挺过难关。国家税务局在 2019 年 1 月将社保征收正式纳入税务系统，因此，税务部门可以建立中小企业的社保一年内缓交政策，以此鼓励中小旅行社能够有充足的现金流度过难关。

#### (三) 提供企业低息或贴息贷款

疫情过后，影响企业存活的最大问题就是持续一段时间内没有资金收入或者收入低的问题，对于本地区的中小企业，微企等，政府可以适当提供低息或者贴息(无息)贷款，以解决中小企业的燃眉之急。

#### (四) 企业自身进行改革

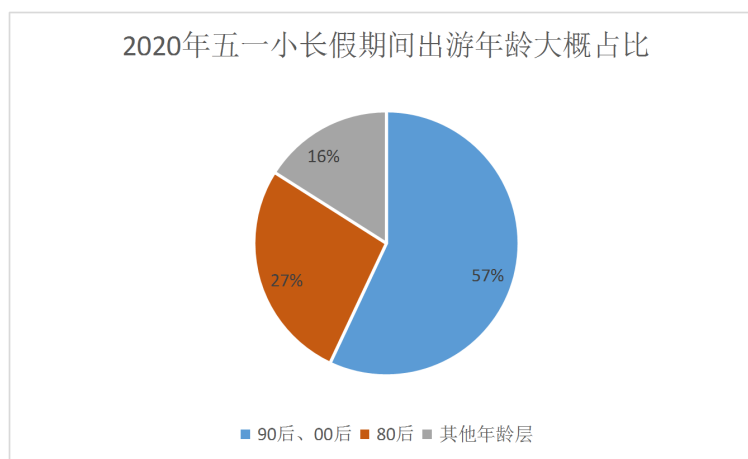
首先，在疫情期间，企业应该履行好做好自身的担当，尽到应有的社会责任，为疫情的防护起到积极主动作用。定期向隔离区的员工进行人文关怀和慰问，让员工感受到企业的温暖。其次，合理调整企业架构，本次疫情让很多企业深刻的意识到，有些岗位可以不需要，有些会完全可以不用开或者线上召开。第三，尽快恢复线上办公，让员工在家有事可做，进行线上视频会议，和员工一起商讨如何应对疫情，以及疫情过后如何发展，在众人的头脑风暴后，必将碰撞出智慧的火花。第四，采取停薪留人，困难时期更要对企业核心人物进行挽留。积极参加学校组织的春季双选会，部分岗位可以建立校企实习模式，加深校企合作，为今后人才储备发展做好准备。

#### (五) 产品转型

疫情过后，短期之内人们的恐惧心理还会存在，人群密集的行业受疫情的影响不会一下子消除。因此，疫情结束后，从旅游企业自身来看，应该大力发展智慧旅游，利用 AR 类的体验性项目来缓解疫情带来的影响。此外，要积极推进我国文旅产业的国际化发展，拓展全球产业链与市场空间，改善高度依赖内需的产业与市场可能形成的应激性风险。在本次疫情中，相对东部省份，甘肃省受疫情影响较小，其治愈率也较高，国家还将兰州中川机场作为第一入境地，甘肃的疫情防控表现在全国范围内是名列前茅。在河西走廊地区，疫情发生后至今无一例确诊患者，而甘肃的旅游目的地绝大多数处于河西一带，疫情过后可以将部分业务转型到围绕河西走廊一带的旅游产品。其次，传统的门店经营模式已经不能满足时代的需求，而且对旅行社的成本负担太重，尤其是近几年随着 OTA，B2B 平台的崛起，包价旅游市场占比已成日暮西山之势，而 OTA 平台的单体产品的市场却增长迅速，值此疫情之际，门店应该尽快入住 OTA、B2B 等平台。最后，随着以中青年为主的出游人次的递增(如图 6)，年轻人更注重旅游出行的差异化，个性化和精细化，这就要求旅行社必须要相当重视这个游客群体，在这个客户群体中传统的跟

<sup>2</sup>嘉峪关市文化和旅游局官方网站。

团游产品已经满足不了他们的旅游需求，在非跟团游产品中以定制游、自由行、小包团和私家团更受青年客户的喜欢。因此，中小旅行社可以从以上产品类型的调整或以销售模式的改变来尽快完成中小旅行社的业务转型。



**Figure 6.** Proportion of travel age during the May 1st long holiday in 2020  
**图 6.** 2020 年五一小长假期间出游年龄占比表<sup>3</sup>

不可抗力事件如疫病流行、自然灾害、战争、经济危机等等，都能对旅游发展产生负面影响。这种影响有时是短期的，但有时是长期的。一般而言，这些事件对旅游的影响十分突然，而且相当剧烈，尽管危机过后旅游通常能回复到原来的长期发展趋势[2]。但旅游复苏的时间长短取决于危机的类型、旅游系统的自身特点。甘肃省中小旅行社在新型冠状病毒 COVID-19 疫情后，除了政府的相关政策支持外，自身要积极应对疫情，在疫情后自身还要进行改革创新，进行业务转型，这样才能够在新的一轮的洗牌过程中屹立不倒。

## 致 谢

感谢欧阳正宇老师的悉心指导，感谢每一位被调查者和受访者的如实反馈和耐心解答，感谢引用的资料和文献，感谢各位的支持和帮助！

## 参考文献

- [1] 李慧. 基于点-轴理论的陕南汉江走廊旅游开发模式研究[D]: [硕士学位论文]. 西安: 西安科技大学, 2012.
- [2] 曾本祥, R.W. (Bill) Carter, T. De Lacy. 短期事件对旅游的影响: 以中国 SARS 危机为例[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2005(2): 30-39.

<sup>3</sup>携程《2020“五一”旅游消费新趋势大数据报告》。