

# 田贵君： 疫情当下，旅游人需要新的思考和突破

本报记者 王妍



新冠肺炎疫情暴发，影响了旅游的吃住行游购娱。在全国上下齐心协力、共克时艰的关键时刻，除了做好防控，如何复苏旅游业，成为政府部门、旅游业界乃至社会共同关注的一个热门话题。

近日，旅游周刊记者专访了原市旅游局局长、吉首大学原副校长级督导员、高级经济师、市旅游研究院院长田贵君。

■ 记者：面对新冠肺炎疫情给旅游业带来的严重冲击与严峻挑战，不少专家学者纷纷对疫情的破坏性与不确定性做出了各种预测。对此，您对我市旅游市场是如何预判的？

田贵君：新冠肺炎疫情暴发，给旅游业造成了沉重的打击，但我们不能过分悲观。因为疫情初期是我们旅游市场的淡季，所以说我们还是比较幸运的。对于疫情过后市场复苏情况预测，我们也要保持谨慎乐观。悲观没有用，盲目乐观也不现实。

疫情过后，我认为我市旅游接待人数和旅游收入较去年增长还是很有可能的，旅游业复苏也应该是自然而然，慢慢恢复的。但我不太认同部分学者所谈的“反弹”和“井喷”说，也不相信一般化的加大宣传力度、免票优惠政策以及营销层面上的一些“怪招奇招”会产生什么大效果。对于我的这个看法，大家只要把自己当一个旅游消费者，去看或去解读其它旅游目的地的营销方式，就应该会有同样的感受。

■ 记者：疫情过后，您认为我市旅游业发展走向会有哪些变化？

田贵君：这次疫情，对人们来说是刻骨铭心的一次经历。面对疫情过后的旅游业发展走向，我认为我们旅游人要最先去思考人们的旅游消费理念会不会发生变化？例如，主流的旅游消费需求是文化求知娱乐享受，还是健康休闲？

有学者认为，人生有四重境界：欲求、求知、道德、审美。对应这四个层次，张家界又是一个什么样的旅游产品呢？我认为应该是为人们审美服务的。

简单回顾一下，旅游最初只是少数文人雅士的游山玩水，探访名胜古迹，其实那已经是人生的最高境界——审美。到了上世纪八十年代旅游消费开始趋向于大众化。之初，人们的旅游活动，也还保留着较多的审美意义。渐渐地，旅游的审美意义趋于淡薄。

如果说疫情之后人们的旅游消费心理会有变化，我倒觉得旅游消费者会向“审美”回归。风景秀丽，空气清新、环境舒适、身心健康，都是美。于是我们便有足够的信心和理由为张家界本来的旅游产品属性（世界罕见的自然美）叫好。

■ 记者：您对旅游业复苏有什么好的想法或建议？

田贵君：谈到旅游业复苏，我第一要提的就是产品转型，第二是提升旅游服务质量。我们是否需要产品转型呢？如果要，又该怎样转？这也是值得我们思考的。

首先，我们知道有吸引力的观光产品是旅游的基本诱因。传统的旅游就是游山玩水，张家界因为开发举世罕见的山水资源，而成为观光产品，特别重要的是，张家界是不可再造、难以雷同、无法抄袭的世界一流的观光产品。基于这样的认识，曾经跟风的所谓“观光产品向度假产品转型”的提法，是不正确的。所以我依然是坚持我前些年向决策层提出的观点——张家界的旅游产品转型应该从观光单一型产品向观光度假复合型产品转型。

在张家界，观光产品属性是立世（市）之本。而片面提出“观光向度假转型”是不对的，即使是度假产品，还是得以风景美、环境美为基础性条件。所以我要讲单一型向复合型转型。其次，从这次疫情上来看，张家界发病率低，治愈速度快，这些反而更加彰显了我们的基础性资源在开发休闲度假、健康养生产品方面的优势。

前些年国家成立武陵山经济协作区，称武陵山区是中国生态绿心碳汇储备基地，而拥有国家首个森林公园和联合国“人与生物圈”网络

成员八大公山的张家界，我认为更应该是“绿心中的绿心”，不是自吹自擂，这是事实。同时这也是我们的旅游业开发高品质的休闲度假和健康养生产品得天独厚的基础性资源，何况，我们的观光产品已经举世闻名。

但是，过去我们在这方面着力不够，近些年无论是自然风景点开发还是人文旅游项目的开发，人们考虑的只是利用张家界的客源辐射效应，在其东西南北，开发更多的自然的或人文的观光产品，本来只有二至三日游的“观光客源蛋糕”，已不堪重负。

再次，本来正在兴起的旅居、慢游、短途度假、周末休闲等产品，经过这次疫情，将加快其发展速度，而打造相应的休闲度假产品来应对这一趋势，可以说，任务艰巨。尽管营销张家界这个观光产品是我们眼前的重要工作，但我们的宏观战略思维，是不能只停留在抢“观光客源蛋糕”上。在补上度假产品这个短板的论证中，有人认为张家界四季分明，既不适于避暑也不适于避寒。相反，我认为四季分明的地方才是最适宜人居的地方。社会的进步，科技的发展，已使人们的度假方式不仅仅是避暑或避寒。

但愿这次疫情，能带给我们旅游从业人员一些新的思考和举措，尤其是宏观战略性的思考和措施。

(上接1版)

目前，在旅游市场复苏各环节中，张建永尤为关注张家界的民宿业发展。民宿在帮助游客多角度理解、多层次感受张家界，缓解游客接待压力，带动精准扶贫、乡村振兴，提升当地就业率等方面有促进作用，他建议政府部门、金融机构等可以采取适当的措施帮助其度过困难时期。

乡村振兴和乡村旅游是必由之路

除了关注疫情后的旅游复苏，张建永还十分关心张家界的乡村旅游和乡村振兴。最近3年多来，他踏遍了张家界市、湘西土家族苗族自治州、怀化市、邵阳市、娄底市等地的400多个村子，深入考察研究各地的乡村旅游，行程逾30万公里。

发展乡村旅游，推进乡村振兴，首先要从宏观上厘清思路。张建永认

为，乡村文明、农耕文明与自然形成了天人合一的关系。

在当下，当意识到乡村被“丢掉”之后，我们必须选择新的路径，应该让乡村振兴起来，那么乡村振兴和乡村旅游就是必由之路。走好了这条路有利于打造新的经济增长点、增强政治意识、夯实文化自信、保护自然资源。发展的同时，还要注重对生态、传统的尊重和保护。

发展乡村旅游要留下业态

发展乡村旅游不能“村村点火、户户冒烟”，必须要实事求是。张建永认为，张家界的乡村旅游前景广阔，但必须要满足进入性（交通）、依托性（周边有没有大中城市、著名景点）、自然资源、人文资源等要求才可以因地制宜发展乡村旅游。

如果党委政府、群众、投资商都

有发展乡村旅游的积极性，张家界可以在观光旅游的总旗号之下拓展出度假休闲康养，这就需要独特创意和爆款产品。张建永建议，量入为出不能做综合体，一定要坚持可持续发展思路。

在他的授课案例中，怀化雪峰山景区的一个无边际泳池是典型代表。这是在他的建议下打造的泳池，如今成为了大受游客欢迎的爆款，泳池一年的收入就达上百万元。

发展乡村旅游，打造度假休闲，要有业态留在当地。张建永说，可以运用“美学+文化”来规划、改造乡村，并通过系统性的业态内容吸引客人留下来，增强客人体验性，让客人快乐、休而不闲。

实施乡村振兴要找准路子

随着精准扶贫进入攻坚决胜阶

段，乡村振兴的大幕也将徐徐拉开，在这个窗口期，张家界面临着什么机遇和挑战？

张建永认为，张家界的乡村振兴需要谋划好“国家、资本、投资商、创意大咖”四个方面的内容，今后的乡村振兴才大有可为。

首先要围绕项目积极准备不同乡村的振兴方案；除国家的政策性投资，还可以拓宽资本渠道推进乡村振兴；针对投资商，可以围绕实施乡村振兴战略的总要求招商引资；最后，要因地制宜，用好自身优质资源引入创意项目、人才实施乡村振兴。

凡是能做乡村旅游的地方，它的乡村振兴也将随之而起。张建永肯定地说，能够结合乡村旅游的乡村振兴，可以全面深入地完成各项振兴的使命。