

新冠肺炎疫情背景下旅游业研究热点与趋势分析

刘淑英, 宋丹瑛

(海南热带海洋学院 旅游学院, MTA 教育中心, 海南 三亚 572022)

摘要:新冠肺炎疫情对旅游业产生极大冲击的同时也带来了发展机遇。以中国知网(CNKI)中文学术期刊中疫情下旅游业相关文献为数据库,运用 CiteSpace 可视化工具分析疫情下旅游业的研究热点和发展趋势。研究表明,研究领域中作者间合作关系不紧密;研究热点可归纳为新冠肺炎对旅游业和潜在游客消费行为意向的影响、旅游业各参与主体应对新冠肺炎冲击的策略性研究;文旅产业在疫情影响下产生的新机遇、新方向及新问题成为研究发展趋势。最后从旅游业对新冠疫情的响应机制、高质量人才的培养、文旅产业变革 3 个方面提出研究展望,为未来旅游业可持续发展研究提供借鉴。

关键词:新冠肺炎;旅游业;CiteSpace;研究热点;发展趋势

中图分类号:F592.3 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-1807(2022)08-0232-09

世界卫生组织将新型冠状病毒肺炎命名为“COVID-19”^[1],简称“新冠肺炎”。感染新冠肺炎人数的激增使得 98% 旅游目的地实施边境关闭、出示疫苗接种和核酸检测证明等旅行限制^[2]。世界旅游理事会发布年度经济影响报告指出,2019 年全球旅游行业创造了 9.2 万亿美元 GDP 降至 2020 年的 4.7 万亿美元,直接损失 4.5 万亿美元;2019 年对全球经济贡献占比 10.4% 下降至 2020 年的 5.5%;2020 年旅游业失去 6 160 多万个工作岗位,降幅达 18.5%,全球旅游业备受打击^[3]。旅游业要恢复到新冠肺炎爆发前仍有较大的差距。面对前所未有的冲击,学术界涌现出大量关于旅游业与疫情相关的研究成果,对旅游业危机风险规避、行业信心建立、消费行为认知、旅游业革新等方面具有重要的意义。因此,基于中国知网(CNKI)数据库,运用 CiteSpace 知识图谱软件对新冠肺炎背景下旅游业当前的研究现状、热点和趋势进行分析,希望能为未来的旅游业可持续发展提供借鉴和参考。

1 数据来源与研究方法

1.1 数据来源及处理

旅游业作为第三产业的龙头行业,具备综合性强、产业链长、辐射面广的特征。为了使研究文献囊括更全面、更精准,综合《国家旅游及相关产业统

计分类(2018)》^[4]和旅游业“吃、住、行、游、购、娱”六大要素进行设置检索主题词。以中国知网(CNKI)中文学术期刊为数据库来源,通过高级检索页面,设置主题=(“疫情”+“新冠肺炎病毒”+“COVID-19”)* (“旅游”+“文旅”+“游客”+“旅行社”+“景区”+“酒店”+“民宿”+“康养”),运算符“*”为“与”关系、“+”为“或”关系。检索时间设置为 2020 年 1 月 1 日至 2022 年 1 月 31 日,共检索到 1 930 条中文学术期刊。

对检索结果进行二次阅读,删除会议论文、资讯、报纸、书评和作者信息不齐全、内容与主题不相干的非论文类型文献。每条数据包含题名、作者、摘要、关键词、年份等信息,最终经过人工筛选后得到 1 164 篇有效文献。

1.2 研究方法

科学知识图谱融合数据分析算法、科学计量学,通过可视化图像形式显示所研究范畴科学知识的结构关系、发展进程与演变规律^[5]。其中,CiteSpace 是由陈超美博士开发,用于识别大量科研文献并可视化显示研究领域现状、热点和科学前沿的应用软件工具。选取中国知网 1 164 篇有效文献数据以 Ref-works 格式导出,紧接着导入 CiteSpace5.8.R3(64-bit)版本的 data 功能里进行数据规范化处理。针对

收稿日期:2022-04-09

基金项目:海南省哲学社会科学 2021 年规划课题基金(HNSK(ZC)21-106);海南省自然科学基金(72RC596)。

作者简介:刘淑英(1994—),女,广东广州人,海南热带海洋学院旅游学院 MTA 教育中心,硕士研究生,研究方向为旅游管理、海洋旅游、邮轮旅游;通信作者宋丹瑛(1976—),女,黑龙江齐齐哈尔人,海南热带海洋学院旅游学院,副教授,博士,研究方向为旅游管理、海洋旅游、邮轮游艇旅游、环境政策。

文献进行作者合作网络分析、关键词共现、关键词聚类^[6],将时间切片设置为 1,Termsource、Termtype 均设置为默认值,调整阈值绘制相应的科学知识图谱。

2 结果与分析

2.1 作者合作分析

通过作者共现分析,能够识别出一个学科或领域的核心作者群及其之间的合作强度^[7]。根据赖普斯定律以最低发文量来确定核心作者^[8],公式为 $M=0.749 \times N_{\max}^{1/2}$ (M 代表最低发文量, $N_{\max}$ 代表有

效数据库中最高产作者的发文量)。由表 1 可知发文量最高的是中国社会科学院旅游研究中心宋瑞主任和南开大学石培华教授,各自发文 6 篇,所以 $N_{\max}$ 取值为 6,得到 $M \approx 1.83$,取整数 2。经统计,发文量达到 2 篇及以上的核心作者有 93 位,发文量合计 221 篇,占论文总数的 19%。只有核心作者发文量占总发论文的 50%才形成核心作者^[9],统计结果显示核心作者发文量占比的 19%与 50%仍有较大差距。因此,核心作者群比较分散。

表 1 高产作者及机构(发文量大于等于 3 篇)

作者	作者机构	发文量/篇	作者	作者机构	发文量/篇
宋 瑞	中国社会科学院	6	吴必虎	北京大学城市与环境学院	3
石培华	南开大学旅游与服务学院	6	王 婷	北京大学城市与环境学院	3
翟燕霞	南开大学旅游与服务学院	5	王 芳	华侨大学旅游学院	3
祝 铠	湖北文理学院资源环境与旅游学院	5	薛 涛	南开大学旅游与服务学院	3
夏杰长	中国社会科学院	4	谢 燮	交通运输部水运科学研究院	3
周晓梅	武汉职业技术学院旅游与航空服务学院	4	康 玲	湖北文理学院资源环境与旅游学院	3
陆明明	南开大学旅游与服务学院	4	王德刚	山东省旅游协会	3
王庆生	天津商业大学	4			

通过 CiteSpace 绘制作者合作共现图谱,图谱中作者名字节点数量和大小反映共现频次,连线数量和粗细代表作者合作关系和强度情况^[10]。根据 CiteSpace 运行得到图 1,共有 132 节点数、36 条连线,网络密度仅为 0.004 2,可以得知作者之间合作联系薄弱。从作者集群度看,发文较多的宋瑞(6 篇)、周晓梅(4 篇)等学者均为独立性研究。综合表 1 和图 1

明显看出合作较为突出的均来自南开大学旅游与服务学院的石培华、翟燕霞、陆明明、申军波的师生关系的合作;来自高校之间的合作,如北京大学的吴必虎和王婷、南开大学的薛涛、华侨大学的王芳。合作研究机构主要以旅游类高等院校为主力军,合作团体主要也是学校内部师生关系或高校与高校之间的合作。综上,作者之间交流并不紧密,合作较少。

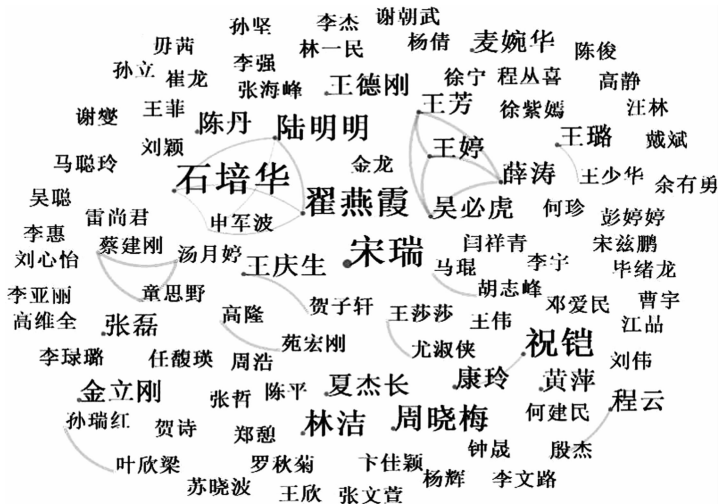


图 1 作者合作网络图谱

2.2 引文统计分析

被引频次评价是国际上公认的成果评价体系,被引次数越多,则说明该研究学术影响力越大^[11]。截至 2022 年 2 月 28 日,研究数据库中被引频数最高的 7 篇论文见表 2,最高引用次数达到 103 次。

这 7 篇论文主要关注经济、消费、产业等方面,多数发表在经济类期刊及高校学报。多位学者主要从消极与积极的角度分析新冠疫情作为突发性公共卫生事件从整体经济到局部产业的影响,并提出相应对策。从消极角度来看,宏观层面 GDP 下

滑、旅游产业链、社会生活秩序等受到影响,微观层面对中小微企业、旅游从业者、消费者消费行为等产生重大的影响;从积极角度来看,疫情暴露的

短板催生了新技术、新模式、新业态,促进旅游业变革。综合来看,主要为了推进旅游业复苏及可持续发展。

表 2 被引次数最高的 7 篇期刊论文

题目	作者	文献来源	被引次数
新冠肺炎疫情对旅游业的冲击与对策	夏杰长,丰晓旭	中国流通经济	103
新冠疫情对经济、资本市场和国家治理的影响及应对	罗志恒	金融经济	89
新冠肺炎疫情对我国产业与消费的影响及应对	李志萌,盛方富	江西社会科学	79
新冠肺炎疫情对旅游业的影响及应对策略	明庆忠,赵建平	学术探索	77
新冠肺炎疫情对河南省旅游业的冲击表征及影响机理研究	王少华,王璐,王梦茵,王伟	地域研究与开发	63
新冠肺炎疫情对文旅产业的冲击与对策——兼论文旅产业的敏感性与脆弱性	崔凤军	台州学院学报	36
新冠肺炎疫情对我国旅游业发展的影响及对策研究	祝铠	四川旅游学院学报	32

2.3 关键词共现分析

文献的关键词是作者对论文核心内容的高度概括和提炼,是文章内容的核心与精髓,高频次的关键词常被用来确定一个研究领域的热点问题^[12]。通过 CiteSpace 工具绘制对相互产生共引关系“疫情”与“旅游”的关键词共现图谱(图 2)。图中有 236 个节点、765 条连线,网络密度为 0.027 6。一个圆圈代表一个关键词,连线表示关键词之间的联系,圆圈越大代表关键词出现频率越高。从图谱可见,疫情下旅游业与其他相关词汇互动程度紧密,表明该研究文献系统性和关联性较强。

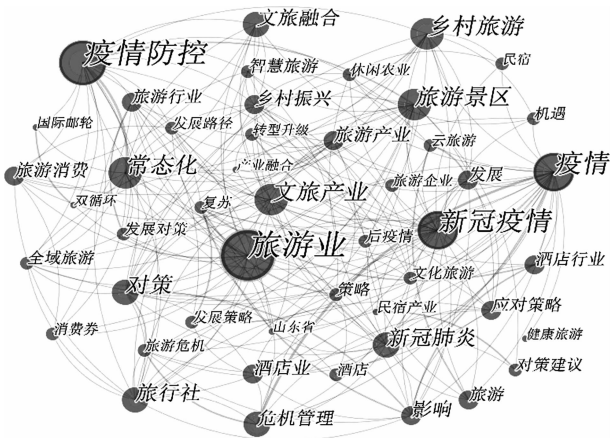


图 2 关键词共现图谱

2.3.1 疫情下旅游业与国家战略紧密结合

从图 2 中可以看出圆圈最大、词频连线强度最强的关键词为“新冠疫情”“疫情防控”“旅游业”,其次是“文旅融合”“全域旅游”“乡村振兴”“双循环”等国家层面战略思维。说明二者之间紧密连接,国家战略思维对疫情下旅游业复苏具有重要的政策支撑作用。

2.3.2 旅游产业链受疫情冲击影响范围大

图 2 中显示出众多旅游业市场经营主体和旅游

项目相关的关键词,如“旅游企业”“旅行社”“酒店业”“民宿业”“国际邮轮”“旅游景区”“休闲农业”“乡村旅游”“文化旅游”等。表明此次疫情导致旅游产业链受到旅游危机涵盖范围大、广度深。

2.3.3 旅游业策略性研究受到重点关注

“应对策略”“复苏”“危机管理”“转型升级”“消费券”“发展路径”等策略性关键词多次呈现。“产业融合”“智慧旅游”“云旅游”等词频,一定程度上体现疫情常态化下旅游业发展动向与趋势。表明策略性研究成为学者重点关注方向。

2.4 关键词聚类分析

共词聚类分析法是运用算法功能把概括文章内容的核心词汇聚集起来形成类团,表达学科研究结构与研究热点^[13]。因此,结合图 2 中联系紧密的关键词的共现频率,通过 CiteSpace 自动聚类功能,得到 6 个关键词聚类视图(图 3)。衡量图谱的绘制效果主要以模块值(Q 值)和平均轮廓值(S 值)两个指标。一般认为,Q 值在[0,1)区间内,Q 值越大,网络聚类效果越好。当 Q>0.3 时,表明聚类网络结构是显著的;当 S 值>0.5 时聚类是划分合理的,当 S 值>0.7 时,聚类是高效率且令人信服的^[6]。通过运行结果,得到 Q 值为 0.409 2>0.3、S 值为 0.733 1>0.7,表明绘制的关键词聚类图谱是显著且令人信服的。

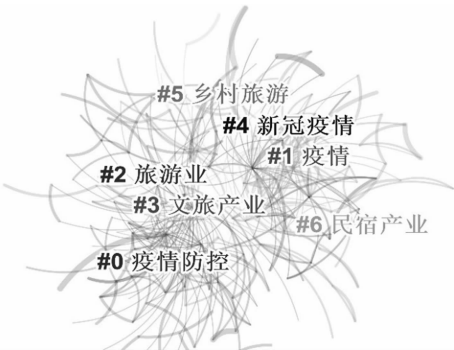


图 3 关键词聚类图谱

2.4.1 旅游危机影响与应对成为重要命题

“疫情”和“新冠疫情”内部关键词的高频词是影响、危机管理、发展困境、对策等，“旅游业”内部高频词侧重产业链、在线旅游、旅游意愿和体验。结合文献阅读，从中可以发现学者的关注点集中在认识旅游危机和危机应对两方面。在认识旅游危机方面，危机的“影响”是学者最关注的话题，包括对旅游业经济和游客意愿的影响；在危机应对方面，“困境”“策略”“建议”的关注度较高。

2.4.2 疫情防控措施加速文旅产业转型

聚类规模最大的是“疫情防控”“文旅产业”内部高频词是文旅融合、产业融合、文化旅游、智慧旅游、政策扶持等。经济受冲击程度取决于疫情防控能力的有效性^[14]，而疫情防控的有效途径是阻断传染源。因此，“少聚集”“居家隔离”的防控措施切断了旅游的必要条件——空间位移，促使学者重点关注运用5G、VR等线上新技术进行旅游新模式的探索。如云旅游、虚拟空间、网络直播等新业态，为文旅产业加快转型发展提供了契机。

2.4.3 乡村旅游优先复苏且意义重大

一方面，疫情唤醒全民生命意识，出游意向发生了较大变化。旅游业优先复苏紧密依托资源禀赋的农村、农业、农民的乡村旅游，乡村旅游、康养旅游将会成为老百姓出游的优先选项^[15]。另一方面，乡村旅游是促进文化与旅游消费的重要途径，更是助力实施乡村振兴战略的重要渠道^[16]。而民宿产业的高质量研究是作为乡村旅游转型升级的重要途径，有助于完善精准扶贫、区域协调发展战略等理论体系^[17]。

3 研究热点与趋势分析

基于对高产作者文章、高频次被引文章、关键词共现和关键词聚类可视化热点的分析，然后研读相关高质量文献，结合文献研究内容进行梳理和归纳。为进一步更清晰地呈现疫情下旅游业热点与趋势研究脉络，尝试构建基础研究框架(图4)，重点聚焦于新冠肺炎对旅游业和游客消费行为的影响、旅游业各参与主体采取的应对策略、文旅产业在后疫情时代的发展趋势的研究。

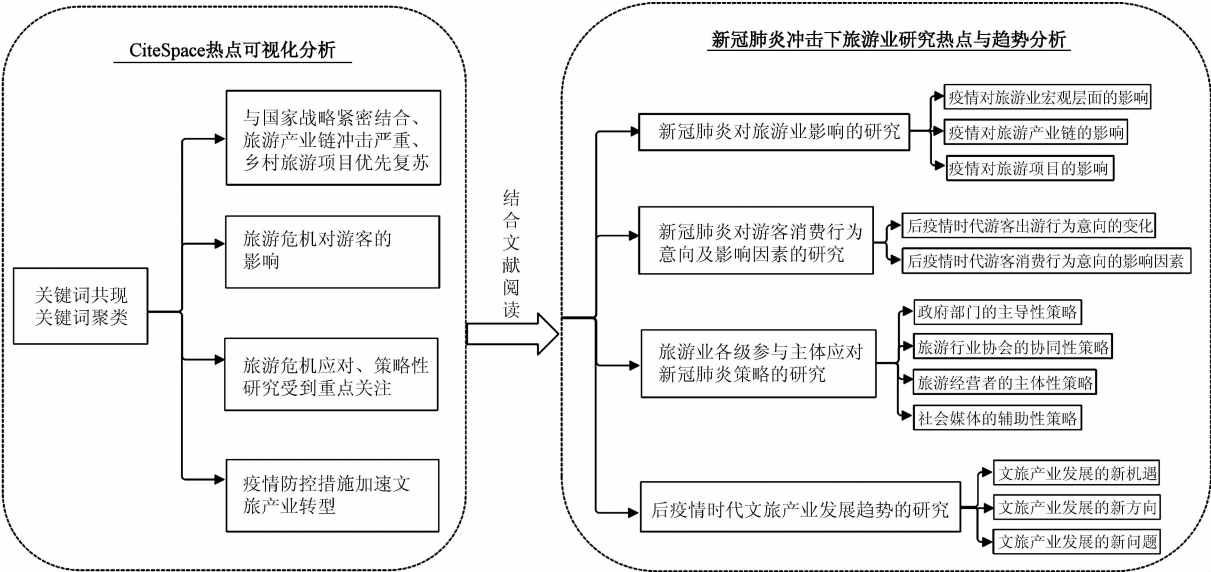


图4 新冠肺炎冲击下旅游业热点与趋势研究框架

3.1 新冠肺炎对旅游业影响的相关研究

新冠肺炎对具有流动性鲜明特征的旅游业带来沉重的冲击与考验。疫情对旅游业产生的影响，学者们主要从以下几个方面展开研究：

1)疫情对旅游业宏观层面的影响。主要涵盖宏观经济、社会民生、国家战略、国家治理。旅游业受到的冲击前所未有，但复苏与发展整体趋势向好、韧性十足。①从总供给和总消费看宏观经济影响。从总供给端看，服务业和工业增加值大降；从

需求端来看，消费、投资、出口受到严重冲击，物价会随着疫情恐慌性而波动^[18]。②从中小企业和农村经营户看社会民生影响。经营灵活和技能要求低的中小企业是未来扩大就业的主要增长点，是维护社会稳定发展的根基。而受疫情冲击，中小企业为减少经济损失采取轮班、裁员、歇业等措施^[19]。农村居民户以经营餐饮、零售、住宿、乡村旅游等生活性为主的服务业，经营收入减收风险较大^[20]。因而，不利于稳就业、惠民生的社会大局以及不利于

稳固全面建成小康社会、脱贫攻坚的成果^[21]。③国家战略布局为旅游业保驾护航。“一带一路”“双循环”对外开放新格局的持续推进和“十四五”规划、“乡村振兴”等国内消费升级战略,系统地推进旅游业复苏^[22]。④疫情防控暴露的不足促进国家治理体系完善。疫情前期响应反映出部分地方政府在信息公开、应急医疗、城市管理等方面的不足,将激发政府组织协调配套能力的提升,创造更好的旅游公共服务条件^[18]。

2)疫情对旅游产业链的影响。疫情冲击下具有环境敏感型、人群集聚型特征的旅游产业链最先遭受冲击,主要包含消费市场和经营压力。①消费市场客源国和旅游目的地的限制。国内旅游因疫情防控措施全面阻断,断崖式下降;出境旅游市场因游客签证、旅行限制也受重创;入境旅游市场因国外疫情严重导致基本停顿,影响最深远^[23]。②旅游企业经营压力大,收支难以平衡。旅行社、在线旅游平台、酒店、民宿、景区停业,并提供免费退改签服务,导致中短期内需要垫付巨额退票资金;餐饮业遭遇“寒冬”,各类聚餐和婚宴等几乎全部取消;线下电影院线、演艺节庆等文化行业受到重创,电影行业2020年春节档近乎颗粒无收,票房收入预计损失70亿元;交通运输行业,由于“封城封路”或响应“就地过年”,物流不畅,民航、铁路的出行人次减少^[14,18,24-25]。

3)疫情对旅游项目的影响。涵盖冲击力强、恢复力强和具有潜力的项目。①以体育旅游为代表的具有线下体验和集聚参与特征明显的旅游项目受疫情冲击影响严重。体育旅游主要以体育赛事和群众体育参与两大类为主。体育赛事受疫情影响导致赛事延迟或停摆导致经济损失、赛事筹办工作变数增加、赛事资源配置产业链断裂、疫后赛事管理服务难度加大^[26]。由于体育旅游仍处于起步阶段,群众体育参与型的经营主体以中小微企业居多,资金不足的企业抵御疫情冲击风险的能力较弱,面临淘汰停业、并购重组、业态升级等调整^[27]。②疫情推动以自然生态旅游为代表的恢复力强的旅游项目转型升级。一日游、自驾游、亲子游等乡村旅游特性迎合了疫后田园风光、休闲养生的旅游需求;后疫情时代政策扶持、乡村基础设施建设完善、农村公共服务水平提升,促进乡村旅游健康发展^[28]。③疫情下加速发展以“云旅游”为代表的新兴数字化潜力项目。“云旅游”具有模式新颖、不受时空限制、接受度高的特点;网络无接触式观赏与

体验推动了文旅产业价值的深度融合与再造,实现可观的经济价值和分享便利化的社会价值^[29]。

3.2 新冠肺炎对游客消费行为意向及影响因素的相关研究

新冠肺炎重大突发公共卫生事件不仅对国民经济造成重大损失,也严重影响了游客心理健康及旅游消费信心。游客消费行为意向是决定旅游计划和决策的基础,对潜在消费者的旅游行为意向及其影响因素的研究,有助于疫后旅游市场扩散和复兴。

1)后疫情时代游客出游行为意向变化。疫情常态化防控下,尽管人们对疫情的恐惧焦虑的防范心理一定程度上抑制游客的出游欲望和延迟出游计划^[30]。但基于马斯洛的需求与动机理论,游客对旅游公共卫生安全逐渐具有清晰理性的认知,近期旅游计划虽暂时延迟或取消但旅游意愿仍然强烈^[31]。由于新冠肺炎具有传染性特征及疫情带来的不确定因素,居民出游更加关注旅游目的地地方治理和人身安全^[32]。为降低游客自身感知风险,游客出游行为意向产生了显著影响:主要以家庭为单位、以私家车为主要交通工具的自驾游成为大众首选;旅游距离偏向于选择省内周边游、近程游;旅游目的地产品选择主要以自然环境密切接触的自然风光类型,较为拥挤的游乐园、主题公园会谨慎选择;基于安全卫生情况考虑会优先考虑星级酒店,民宿产业面临危机^[33-35]。

2)后疫情时代游客消费行为意向的影响因素。主要涵盖公众焦虑心理、目的地旅游沟通、游客风险承受力。①降低公众焦虑心理利于提高公众出游意愿。公众焦虑心理会显著负向影响旅游业恢复信心和出游意愿,旅游业恢复信心显著正向影响游客出游意愿。所以,突发公共卫生事件发生后要降低大众的负面情绪,并制定旅游业恢复振兴计划^[36]。②良好的旅游沟通(旅游安全、吸引物、公共服务、文化及形象的沟通)提升游客消费意愿。良好的目的地旅游沟通能够降低游客决策的不确定性,不确定性降低正向影响旅游消费意愿。所以,当地政府、旅游经营者、旅游从业者要把握沟通时效与沟通内容,掌握话语权和主动权^[37]。③提升潜在游客风险承受力利于出游意愿。情感意象对潜在旅游者风险承受力具有正向作用,风险承受力对出游意愿具有正向作用,熟悉度在风险承受力与出游意愿之间具有调节作用。所以,要加强旅游公共卫生安全管理、利用文化传播媒介唤起游客与目的

地的情感共鸣、多渠道传播信息以提升游客对目的地熟悉度,增强游客出游信心^[38]。

3.3 旅游业各级参与主体应对新冠肺炎策略的相关研究

当经济遭受“黑天鹅”事件冲击后,为维持经济增长和保障社会稳定,政府部门、旅游行业协会、旅游经营者、旅游媒体各参与主体在旅游危机恢复期应对方向的策略成为研究重要命题。

1) 政府部门的主导性策略。主要包含政策扶持、危机管理、恢复振兴计划等方面。①宏观政策起调节作用。为实现“扩大需求、稳增长、稳就业”经济恢复的现实目标,政府部门出台实施保供稳价、社会保障、减税降费、复工复产、租金补贴等振兴旅游市场政策^[39]。其中最有效的措施是实施积极的财政政策,增加基础设施投资,建设大力发展5G、智慧旅游城市、工业互联网、人工智能、数字经济、医疗等新型基建,完善和提升公共基础建设,旅游业才能持续发展^[40]。②危机管理起防范作用。编制旅游危机管理规划,树立和恢复“安全旅游目的地”形象^[41]。组建旅游危机管理平台,构建旅游危机联动和预警机制、危机决策和行动机制、危机反馈和评估三大机制^[42]。③旅游业振兴计划促消费。针对疫情后旅游反弹性消费和持续发展,制订其发展战略、业态发展、产品创新、营销推广等支持保障旅游业恢复振兴行动计划,加强顶层设计与制度保障^[39-41]。

2) 旅游行业协会的协同性策略。旅游行业协会作为政府、企业、消费者的沟通桥梁,发挥不可替代的作用。为政府提供旅游市场调研、损失评估、趋势预判的决策依据^[43];引导企业自救、恢复生产,协调处理企业纠纷,组织旅游从业者职业技能培训等;为消费者投诉提供法律援助等需求^[44]。

3) 旅游经营者的主体性策略。企业自救主要体现在用好政府扶持政策、关注消费者需求变化、员工培养等方面。①用好政府扶持政策,努力平衡收支。密切关注并申请政府各项扶持政策,如税费减免、金融支持、社保缓交等;配合做好复工复产疫情防控措施,优化并控制营业成本、管理成本、财务成本;同时制定景区门票优惠、发放旅游消费券等响应政府提振旅游消费的举措^[21,45]。②迎合消费者需求变化,创新提升品牌价值。在产品创新上迎合潜在消费者偏好,开发打造疫后大众喜爱的旅游产品类型;在营销创新上充分运用互联网新平台(抖音直播等)、新模式(云旅游等);在服务创新上

开发购退票、语音导航、景区介绍、人流量监控、突发事件预警上报等一站式信息化平台,实现并注重服务过程的改造^[45]。③关注员工动态,提升业务技能。后疫情时代科技发展促使旅游业服务更加智能化、精细化,增强员工敏锐的感知能力,提升员工对客人个性化和定制化服务的能力^[16]。

4) 社会媒体的辅助性策略。在信息化背景下应对旅游危机,必须构建“官方媒体-普通媒体-自媒体”的良性互动系统和建立“政府—媒体—公众(旅游者)”的高效沟通系统;在信息公开和舆论引导层面,及时、科学、客观准确公开疫情防控、国家政策、专家建议、景区开放情况等相关信息,免受谣言干扰,正面引导舆情走向,增强旅游经营者、旅游从业者、消费者信心,缓解焦虑心理^[46]。

3.4 后疫情时代文旅产业发展趋势的相关研究

旅游回归文化是旅游产业发展的高级阶段和高级形态^[47]。学者对文旅产业救助从“政府政策救济”“行业自救”等短期应急措施聚焦中跳出来,而是基于“常态化疫情防控”空间结构约束的条件催生文旅产业的复苏与重构。文旅产业发展的新机遇、新方向与新问题成为学者重点研究趋势。

1) 文旅产业发展的新机遇。主要体现在新发展格局、文旅融合国家战略思维的引领。①以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局看文旅产业发展机遇。从国内大循环来看,消费需求受到压抑形成释放、应对疫情机制和经验做法完善,达成流向、流量与流速的内循环条件已经完全成熟;内循环战略将会成为文旅产业提升、稳定国民经济“六保六稳”的重要推动力,为文旅产业提供发展新机遇的信心^[48]。从国内国际双循环来看,以全球疫情的刺激为契机,充分利用互联网无国界的属性,提升包容性、开放性、改革性的文旅全球化能力建设,把握文旅产品供给市场机遇^[49]。②文旅融合战略思维催生新业态。根据“宜融则融,能融尽融”的原则性要求,文旅融合路径将是以“文化+旅游+其他”为形态(如与农业、金融、地产、养老、教育等多个产业深度融合)的产业跨界的融合,形成文旅新业态,推动消费场景和生活场景商业模式的变化^[50]。伴随“云旅游”“云演唱会”“云展览”等新模式以直播、短视频的形式在全球的兴起,凸显了“云文旅”在更广的范围内进行文旅资源全球配置的新机遇^[49]。

2) 文旅产业发展的新方向。主要包含文旅与科技、文旅与数字经济的发展趋势。①科技推动文

旅业态创新,提升文旅治理体系。一方面,科技为文旅产业赋能。依托5G基站、人工智能、大数据中心、工业互联网等新型基础设施建设的有力支撑,智能硬件打破时空限制,为文化演艺、博物馆、乡村旅游等文化旅游新业态发展提供良好空间^[16]。另一方面,科技为文旅提升数字化治理。借助大数据平台和数字技术,政府部门之间联动监控、企业之间研判文旅市场走向、居民与游客之间互相监督,实现多元统筹、多方共建的文旅健康发展格局^[51]。

②文旅与数字经济促进产业改革。在数字经济变革背景下,数字经济不能只是从概念到概念。旅游业的本质是体验经济,所以数字经济应以市场为导向,形成有效的商业模式,促使文旅产业改革^[52]。文旅产业依托“数字化辅助”能够实现数据驱动的客户精细化运营,提供个性化的快速响应与及时交付,有利于文旅产业创新更多体验式应用场景;以体验型经济模式的新供给方式迎合消费者的需求,拓展品牌产业链^[53]。

3)文旅产业发展的新问题。一方面是文化和旅游融合体制机制的问题。发展诉求的差异:文化强调社会效益优先、旅游强调市场经济规则;发展内容的差异:文化以事业属性为主导,旅游以产业为发展方向;发展方式的差异:文化以长期性教化功能,旅游以短期趣味性的体验;发展主体的差异:文化以政府单位公共性为主,旅游则以利润盈利为主;发展动力的差异:文化强调保护优先的本体价值,而旅游强调开发的现实价值^[54]。另一方面是数字文旅产业发展的问题。主要体现在信息数据分散化、碎片化较为严重;线上旅游服务单一且不及时,线上产品不成熟;数字化产业人才短缺、创新型人才培养滞后;区域及城乡发展不均衡、信息建设不完善;行业差异大,住宿、交通信息化程度高,景区游览、管理相对较低^[53]。

4 结论与展望

4.1 结论

通过上述研究,基于CiteSpace可视化知识图谱分析和对文献内容分析,新冠肺炎疫情环境下旅游业研究的热点和发展趋势归纳总结为以下两点:

1)研究领域内作者间合作关系不紧密,合作研究机构主要以旅游类高等院校为主。建议相关研究者可通过跨机构、跨学科、跨地域的科研合作,更好融汇思想,拓展思路。

2)结合高频被引文统计分析和关键词科学图谱分析得出,研究热点和发展趋势主要体现在:

①新冠肺炎对旅游产业链影响范围大、冲击程度深。旅游项目受到的冲击危中有机,表现突出的是乡村旅游和云旅游。在国家战略思维保障支持下,旅游业复苏与发展整体趋势向好、韧性十足。②后疫情时代潜在游客出游计划虽暂时受到抑制但旅游意愿仍然强烈,出游意向倾向更理性、更向往自然、安全卫生意识增强。其背后影响因素主要体现在公众焦虑心理、目的地旅游沟通、游客风险承受力。③在疫情暴发后,各级参与主体对旅游业振兴策略性研究占比大。政府部门主要针对政策扶持、危机管理、恢复振兴计划的主导性宏观策略;旅游行业协会主要协调政府、企业、消费者协同性的策略;旅游经营者主要利用政府扶持政策进行自救、关注消费者需求变化促进创新转型、员工培养的主体策略;社交媒体在信息公开和舆论引导的辅助性策略。④在常态化疫情防控约束下,文旅产业发展在国家战略思想引领下产生新机遇。文旅与科技、文旅与数字经济是未来文旅产业发展的新方向,同时也存在文化和旅游融合体制、数字文旅产业相关人财物跟不上等新问题有待解决。

4.2 展望

总体而言,现有文献揭示了新冠疫情冲击下旅游业(游客)的影响、应对策略、发展趋势等相关研究的现状。基于前人丰硕的研究,建议疫情冲击下旅游业未来研究和实践可重点关注以下3个方面:

1)旅游业对新冠疫情的响应方面。现有文献研究评估疫情对旅游业影响的数据来源主要是政府部门或行业协会公布的旅游产业链经济收入的数据。未来可以考虑利用大数据平台构建疫情影响旅游指数,分别从一二三四五线城市地理空间建立疫情影响数据库,将新冠疫情对旅游业的冲击从无到有再到恢复的动态变化过程进行量化刻画。以得到不同经济水平层次的城市监测疫情对旅游业的影响要素、恢复时长、应对措施等,形成分阶段、针对性、模式化的经验做法及时应对疫情常态化对旅游业的冲击影响。

2)旅游高质量人才培养方面。入境旅游会随着疫情的有效控制而逐渐回温,且疫情期间催生融合了人工智能、虚拟现实等多种技术的数字化文旅产业,传统服务型的旅游从业者跟不上旅游业迈向国际化的脚步。高质量人才培养对象侧重于在校和在职工人员。设有旅游专业的高等院校在完成基础课程的同时建议增添技术类、语言类学科,培养全方位高端人才。已就业的旅游从业者,建议政

府部门加大培训力度,紧跟新兴产业所需具备的技能要求。

3)文旅产业改革方面。疫情给全球旅游业带来多方位的巨大变革,线上演出内容输入的监管、文旅 IP 知识产权的忽视、产业发展中政府与市场的关系、文旅+其他因素融合的凸显问题等都是产业变革需要探讨的内容。

参考文献

[1] 赛岱安. 新型冠状病毒及新冠肺炎英文名确定[J]. 中国科技翻译, 2020, 33(1): 55, 24, 36.

[2] World Tourism Organization. New COVID-19 surges keep travel restrictions in place[EB/OL]. [2022-02-28]. <https://www.unwto.org/news/new-covid-19-surges-keep-travel-restrictions-in-place>.

[3] World Travel and Tourism Council. Economic Impact 2021[EB/OL]. [2022-02-28]. <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>.

[4] 统计局. 国家旅游及相关产业统计分类(2018)[EB/OL]. [2022-02-28]. http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2018-12/31/content_5427567.htm.

[5] 陈悦, 刘则渊. 悄然兴起的科学知识图谱[J]. 科学学研究, 2005(2): 149-154.

[6] 陈悦, 陈超美, 刘则渊, 等. CiteSpace 知识图谱的方法论功能[J]. 科学学研究, 2015, 33(2): 242-253.

[7] 胡泽文, 孙建军, 武夷山. 国内知识图谱应用研究综述[J]. 图书情报工作, 2013, 57(3): 131-137, 84.

[8] 钟文娟. 基于普赖斯定律与综合指数法的核心作者测评: 以《图书馆建设》为例[J]. 科技管理研究, 2012, 32(2): 57-60.

[9] 邱均平. 信息计量学[M]. 武汉: 武汉大学出版社, 2007: 192.

[10] 李先跃. 中国文化产业与旅游产业融合研究进展及趋势: 基于 CiteSpace 计量分析[J]. 经济地理, 2019, 39(12): 212-220, 229.

[11] 王晓芳, 王健, 袁广林, 等. 基于布拉德福定律的 Web 被引频次分析[J]. 计算机科学, 2012, 39(S1): 328-330.

[12] 奉国和, 吴敬学. 国内机构知识库研究文献的可视化分析[J]. 图书情报工作, 2011, 55(22): 95-100.

[13] 钟伟金. 共词分析法应用的规范化研究: 主题词和关键词的聚类效果对比分析[J]. 图书情报工作, 2011, 55(6): 114-118.

[14] 李志萌, 盛方富. 新冠肺炎疫情对我国产业与消费的影响及应对[J]. 江西社会科学, 2020, 40(3): 5-15.

[15] 王少华, 王璐, 王梦茵, 等. 新冠肺炎疫情对河南省旅游业的冲击表征及影响机理研究[J]. 地域研究与开发, 2020, 39(2): 1-7.

[16] 李凤亮, 杨辉. 文化科技融合背景下新型旅游业态的新发展[J]. 同济大学学报(社会科学版), 2021, 32(1): 16-23.

[17] 陈瑾. 乡村旅游转型升级下我国民宿经济高质量创新

[J]. 企业经济, 2020, 39(12): 69-76.

[18] 罗志恒. 新冠疫情对经济、资本市场和国家治理的影响及应对[J]. 金融经济, 2020(2): 8-15.

[19] 徐玉德. 全球疫情冲击下中小企业面临的挑战及应对[J]. 财会月刊, 2020(12): 114-118.

[20] 刘佳, 芦千文, 高鸣, 等. 新冠肺炎疫情对农村居民收入的影响与建议[J]. 农村金融研究, 2020(4): 47-50.

[21] 严伟, 严思平. 新冠疫情对旅游业发展的影响与应对策略[J]. 商业经济研究, 2020(11): 190-192.

[22] 宋瑞. “十四五”时期我国旅游业的发展环境与核心命题[J]. 旅游学刊, 2020, 35(6): 1-3.

[23] 田里, 马玉. 常态化防控下的旅游业发展挑战与机遇[J]. 社会科学家, 2021(12): 60-64, 7.

[24] 翟燕霞, 石培华, 陆明明. 新冠疫情对旅游业的影响与振兴路径[J]. 开放导报, 2020(5): 93-99.

[25] 吕宛青, 窦志萍, 张冬, 等. 新冠肺炎疫情对区域旅游发展影响及恢复发展应对策略研究: 以云南省为例[J]. 旅游研究, 2020, 12(3): 1-12.

[26] 黄海燕, 刘蔚宇. 新型冠状病毒肺炎疫情对体育赛事发展的影响研究[J]. 体育学研究, 2020, 34(2): 51-58.

[27] 张晓磊. 新冠肺炎疫情下我国体育旅游产业困境应对与高质量发展前瞻[J]. 沈阳体育学院学报, 2021, 40(1): 16-22, 78.

[28] 王安平, 杨可. 新时代乡村旅游业与乡村振兴融合发展途径研究[J]. 重庆社会科学, 2020(12): 99-107.

[29] 李珊珊. 新冠肺炎疫情背景下“云旅游”价值评估及对策建议[J]. 价格月刊, 2021(3): 89-94.

[30] 冯晓华, 黄震方. 疫情常态化防控下游客旅游行为意向研究[J]. 干旱区资源与环境, 2021, 35(4): 203-208.

[31] 王东林. 困境·复苏·提振: 对后疫情时代海南旅游业发展的思考: 客流量视域下基于需求与动机理论的分析[J]. 四川旅游学院学报, 2021(2): 90-93.

[32] 汤月婷, 蔡建刚, 童思野. 重大突发公共卫生事件下我国居民的出游意向及其影响因素研究[J]. 商业经济, 2021(5): 4-6.

[33] 王庆生, 刘诗涵. 新冠肺炎疫情对国内游客旅游意愿与行为的影响[J]. 地域研究与开发, 2020, 39(4): 1-5.

[34] 石京, 龙昱茜. 新冠疫情对居民休闲出行影响研究[J]. 中国公路学报, 2022, 35(1): 238-251.

[35] 康玲, 祝铠. 新冠肺炎疫情前后游客行为意向变化的实证分析[J]. 厦门理工学院学报, 2020, 28(2): 41-47.

[36] 王金伟, 王国权, 王欣, 等. 新冠肺炎疫情下公众焦虑心理对出游意愿的影响研究: 旅游业恢复信心的中介作用[J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版), 2020, 41(11): 220-227.

[37] 于立新, 许越. 后危机时期目的地旅游沟通对旅游者消费意愿的影响: 以疫情后武汉市旅游业的恢复为例[J]. 陕西师范大学学报(自然科学版), 2021, 49(6): 21-29.

[38] 王婷, 吴必虎, 王芳, 等. 重大疫情下潜在旅游者风险承受力对出游意愿的作用机制: 基于音乐视频地方意象的前因影响与熟悉度的调节作用[J]. 西南大学学报(自然科学版), 2020, 42(9): 1-13.

[39] 申军波,徐彤,陆明明,等. 疫情冲击下旅游业应对策略与后疫情时期发展趋势[J]. 宏观经济管理,2020(8): 55-60.

[40] 廖茂林,张明源. 新冠肺炎疫情对中国经济增长的影响[J]. 福建论坛(人文社会科学版),2020(4):25-33.

[41] 明庆忠,赵建平. 新冠肺炎疫情对旅游业的影响及应对策略[J]. 学术探索,2020(3):124-131.

[42] 徐宁,宋竹芳. 新型冠状病毒事件下我国旅游危机管理机制研究[J]. 延安大学学报(社会科学版),2020,42(2): 30-34.

[43] 崔凤军. 新冠肺炎疫情对文旅产业的冲击与对策:兼论文旅产业的敏感性与脆弱性[J]. 台州学院学报,2020,42(1):1-5,48.

[44] 贺小荣,彭坤杰. 新冠肺炎疫情对我国旅游业的影响:预测与对策[J]. 四川旅游学院学报,2020(4):65-71.

[45] 吴开军,扬州,郭莹莹. 新冠疫情对粤港澳大湾区旅游业的影响及对策研究[J]. 特区实践与理论,2021(3): 87-93.

[46] 党红艳. 重大疫情中旅游危机的演化机理及应对策略[J]. 宏观经济管理,2020(5):43-50.

[47] 马波,王嘉青. 常态化疫情防控下的旅游产业新走向[J]. 旅游学刊,2021,36(2):1-3.

[48] 魏小安. 新战略与新机遇[J]. 旅游学刊,2021,36(1): 1-3.

[49] 夏春红,章军杰. 全球疫情冲击下我国文旅全球化能力建设研究[J]. 山东社会科学,2021(9):188-192.

[50] 钱建农. 后疫情时代的文旅变局[J]. 旅游学刊,2020,35(8):3-5.

[51] 人民论坛杂志社课题组,唐佩佩,石晶. 后疫情时代公众对北京文旅融合发展的新期待[J]. 人民论坛·学术前沿,2021(13):136-142.

[52] 任劲劲,郭慧娟,董秋源,等. 疫情危机下的旅游企业困境与数字化营销创新策略[J]. 武汉商学院学报,2020,34(2):23-27.

[53] 郑慧. 加快推进数字文旅产业高质量发展[J]. 宏观经济管理,2020(12):63-68.

[54] 曾博伟,安爽. “十四五”时期文化和旅游融合体制机制改革的思考[J]. 旅游学刊,2020,35(6):3-6.

Analysis on the Hot Spots and Trendsof Tourism Research under the Background of COVID-19

LIU Shuying, SONG Danying

(MTA Education Center,School of Tourism,Hainan Tropical Ocean University,Sanya Hainan 572022,China)

Abstract: While COVID-19 has had a huge impact on tourism, it has also brought development opportunities. The relevant literature on tourism industry under the epidemic in the Chinese Academic Journals of CNKI is taken as the database, the analysis of the research hot spots and development trends of the epidemic on tourism is conducted by adopting the CiteSpace visualization tool. According to the research results, it indicates that the cooperation relationship between authors in the research field is not close. The summary of the research hot spots is the impact of COVID-19 on tourism and potential tourists’ consumption behavior, and the strategic research on the various participants in the tourism industry to cope with the impact of COVID-19; as well as the research and development trend generated by the new opportunities, new directions and new problems of cultural tourism industry under the influence of COVID-19. Finally, from the perspective of three aspects,including the response mechanism of the tourism industry to COVID-9, the cultivation of high-quality talents, and the transformation of the cultural tourism industry, the reference can be provided for future research on the sustainable development of tourism.

Keywords: COVID-19;tourism;CiteSpace;research hot spots;development trends