

主题演讲

北京旅游学会会长安金明

社会责任是支撑旅游产业发展的正能量

无论是住宿业还是旅游目的地,旅游产品的种类太多。而此时旅游企业能否提供优质的服务,就需要强调旅游企业的社会责任。对于旅游品牌来说,旅游者是否理性消费,依法维护旅游消费权益是需要其关注的。另外,对于投资人来说,社会责任也是最为重要的。非野蛮的扩张与非泡沫的投资是实现品牌化的重要因素。

在北京市旅游委推动公共服务时,能否包容来自各地的游客是旅游行业发展中十分重要的因素。只有这样,游客的满意度才会提高。同时,高品质旅游与旅游主体的社会责任归纳为十个方面:

第一,旅游产品服务规划及创意的生态、环保的社会责任;

第二,旅游主体应担负社会责任。在政府推动行业监管和服务过程中,发展更多优质的旅游产品,进而做到更大更强,主要来源于政策层面,以及相关的行业监管方面给予的更多支持,这是政府的社会责任。“如果没有政府更多的引导以及更多的监管,劣质的旅游产品,会形成市场的无良秩序。”

第三,不管是住宿业还是旅游目的地、旅行社、景区,线上线下旅游产品种类过多。对于各类旅游企业,能否提供优质的旅游服务,愿不愿意提供优质的服务还是一个问题。

第四,也是最核心的,就是每个住宿业和目的地旅游从业人员的优质服务,其实来源于他们发自内心



的灿烂的微笑;能够接待游客,这种社会责任才是真正发自内心的优质服务,否则不会形成品牌”。

第五,旅游品牌与旅游者的关联最为紧密。其中,旅游者是否理性消费,是否依法合理维权等问题都是值得关注的。

第六,对于旅游投资人而言,社会责任非常重要。一是非野蛮扩张,二是非泡沫投资。“野蛮扩张、泡沫投资,还能成为品牌吗?过去的酒店业,对酒店的现金

流能够盈利,以及地产升值抱有过多的希望。而现在的民宿,或者说现在的住宿业,主题酒店产权并不属于你,就导致资产的升值跟你没有关系。此时,如果不做品牌肯定没有出路。所以,投资人的非理性扩张和非泡沫化投资就是他的社会责任。”

第七,现在的媒体99.99%都设置有旅游板块,而旅游媒体正能量的发布就是一种社会责任。若过多发布负能量,反而引起旅游行业的混乱。

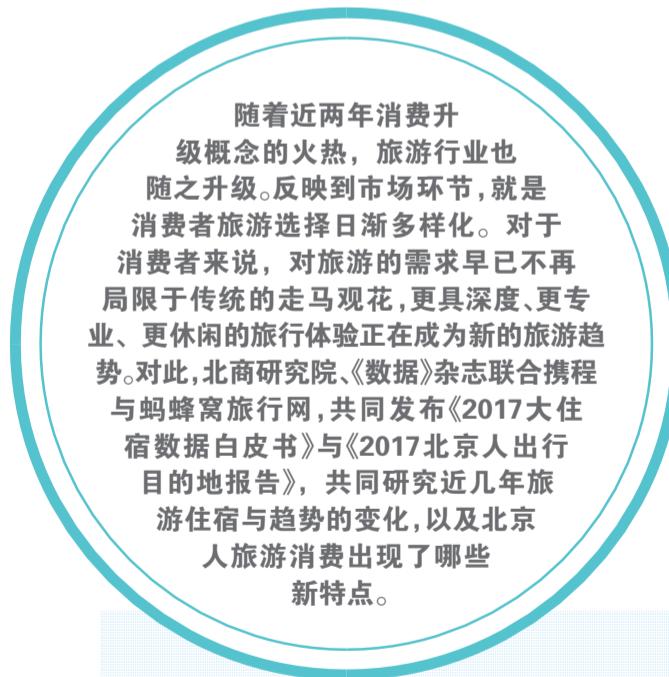
第八,旅游专家应该讲良心话,应该拥有做良心规划的社会责任。“我们在座的有中国旅游协会或者中国民宿协会的会长,如果他有社会实践,那么他就是一个讲良心话、做良心规划的专家或者一个机构。前不久在革命老区的一个古村落,有人免费给村进行规划,还引导投资人投资旅游项目,那就是扶贫。现在旅游专家讲良心话真的很重要。但事实上,现在很多规划都出现了同质化现象,在这个现象的背后却证明了这个规划并不是一个良心的规划。而这就是专家和机构的社会责任。”

第九,在北京旅游委推动旅游公共服务的时候,将社会责任作为当今居民的一个指标,北京当地居民的包容、融合、共享就是社会责任。“我不喜欢你,不给你微笑,不给你提供其他的公共服务,你说游客能满意吗?品牌目的地的满意度、忠诚度会高吗?肯定不会。”

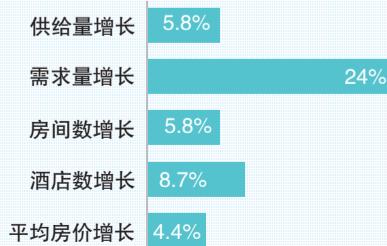
第十,旅游人要做热爱旅游、感恩旅游的终身旅游人的社会责任。

数据报告

以“大数据”把脉旅游业发展



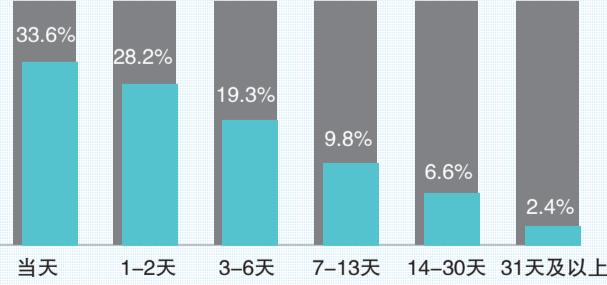
北京酒店供给与需求量增长



北京酒店入住天数分析

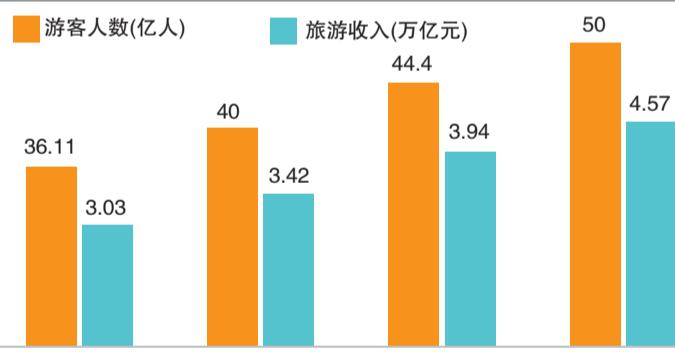


北京酒店提前预订天数



数据来源:携程

2013-2017年国内旅游市场变化趋势



数据来源:蚂蜂窝数据研究中心