

田园式旅游消费推升热度 专业化乡村民宿渐成热点



民宿休闲度假已经成为我国旅游市场发展的重要方向。在实施乡村振兴战略背景下,乡村民宿逐渐升级为集住宿、体验、休闲等于一体的“微旅行”目的地,尤其是提供度假体验的品质特色民宿受到越来越多的消费者青睐。业内人士预测,未来一段时间,我国乡村民宿行业规模还将持续扩张,尤其是高品质民宿成长可期,最终将成为更清晰的产品梯队,这其中蕴藏着巨大的成长机会。



**预订火爆
高品质民宿受欢迎**

木鸟民宿在今年国庆前发布的《2022 国庆民宿市场预测报告》里预测,“十一”黄金周订单达到 2019 年同期的 1.7 倍。当时,从一家线上平台查看北京、上海、杭州、长沙等地国庆节民宿预订情况,发现多地网红民宿显示多房型售罄,一些提供农耕采摘、篝火派对、露天电影、骑行、垂钓等项目的高品质乡村民宿热度较高,呈现出高质民宿更受欢迎的特点。

在贵州白岩村,来自广州的游客白郁林对位于层层梯田之上的“牧云涧”民宿赞不绝口:“梯田风景非常美,在这里吹风、听虫鸣,喝下午茶,真觉得心旷神怡。”原生态的人文自然环境,让牧云涧有了不小的名气,在盛夏时节吸引各地游客慕名前来休闲避暑,也让店长刘会杰忙了起来。“很多游客都是看中民宿有不同于酒店的住宿体验,在我们这里,不仅能欣赏风景,还可以体验稻田抓鱼,感受苗族民俗、餐饮和文化。”刘会杰说。

为一间房,赴一个村,乡村民宿不再只是旅途中的歇息之地,而成为游客踏上旅程的最初因由。相较于普通酒店,乡村民宿更具风俗气息,风格多样,无论是美食打卡、生态观光、文化研学还是康养度假,都可以暂别城市的喧嚣,体验与大自然亲密接触的慢节奏生活。

“这两年的新冠肺炎疫情改变了人们的出游方式,短途游、周边游替代长途旅游成为主流,随着夏日旅游市场回暖,城市周边乡村旅游升温,乡村民宿市场也热度不减。以乡村民宿为重要产品的乡村经济综合体,已逐步成为乡村经济发展的新引擎。”途家民宿副总裁胡阳表示。在他看来,更能适应消费者需求的乡村民宿极具发展潜力,品牌化、高端化、个性化的民宿将迎来爆发式增长。从途家民宿平台数据看,今年“五一”小长假期间,乡村民宿的订单量占比超过城市民宿,达 51%,较去年提升 20%。7 月,平台民



近年来,越来越多的乡村民宿由单纯的“卖客房”向“民宿+”度假综合体转型升级,在餐饮和住宿的基础上,结合地域文化和休闲体验,以套餐打包的方式提供综合的度假方案。

在携程集团副总裁、携程研究院乡村振兴研究中心主任李珍妮看来,国内民宿行业分水岭发生在 2016、2017 年左右。从这个时间往前看,“低配版”农家乐居多,而品质民宿分布围绕着景区或者城市周边,如莫干山、丽江和大理等。在这之后,主流消费群的消费特征和消费需求出现了明显变化,乡村民宿快速增长,开始呈现出三方面的明显特征:

第一,乡村民宿分布出现目的地的下沉态势,秘境、小众民宿概念兴起,比如河南的王屋山景区就因为风景非常优美,吸引了很多民宿创业者。第二,乡村民宿与度假场景融合,人均客单消费大增,安全性、卫生条件等的整体品质快速提升。第三,经营模式和商业逻辑改变,从业者从追求“主人文化”的家庭作坊式的个体经营者,到集团式运营的“专业玩家”,年轻一代入局带来的互联网思维、流量营销使得行业产生了质变。

“我们这里很多村民都做起了民宿管家,为客人提供定制化服务。”在天津蓟州区西井峪村,石美丽是途牛桐画精品民宿项目的民宿管家。这几年,村里旅游业迅速发展,很多年轻人选择回乡,石美丽也动了心,“不仅能在家门口谋得一份工作,还能掌握一项技能。”石美丽说。

随着乡村民宿快速发展,对专业人才的需求也日渐升级。美团数据显示,2022 年,“00 后”民宿从业者数量猛涨了 75%。近日,人社部公布的 18 个新职业中,民宿管家在列,对众多旅游从业者来说是振奋人心的消息。

民宿管家作为民宿的从业和管理人员,将专业、标准和高品质的管理营销方式带入乡村,同时也带动当地村民积极参与乡村旅游事业发展。

在专家看来,在经营管理、旅游发展理念、如何利用资源禀赋、如何加强基础设施配套等各方面,专业人员带来的理念尤为重要。

对于《意见》提出的“防止大拆大建、盲目复制”等要求,崔莉认为,这需要经营开发者对相关法律法规、旅游者需求及自身美学设计能力有清晰的认识。只有做好整体规划,才能防止大拆大建,促进差异化发展,这需要旅游主管部门引导培训,也需要引入专业人才,如驻村规

划师、民宿管家等,为研究当地文化、消费需求和法律法规等提供思路。

“在人才培养方面,要整合行业协会、职业院校、社会企业等力量,充分发挥乡村文化和旅游带头人作用,定期开展各种类型的培训,加大人才返乡创业扶持力度。”南开大学现代旅游业发展省部共建协同创新中心主任石培华说。此外,针对乡村民宿当前存在的软硬件设施配套等方面短板,要加强政府引导和统筹规划,提升乡村民宿在治安、消防、食品、卫生、环保、服务等方面的标准。石培华指出,要找准乡村民宿发展定位,从硬件和软件上发力,构建完善的乡村民宿基础设施和公共服务设施体系,进一步完善垃圾、污水等处理设施,加强乡村民宿信息化和数字化建设,提升乡村民宿软实力,打造能体现当地独特人文特色的高质量服务。

赖君杰也表示,近年来乡村民

宿的商业运作更为成熟,一批规模化、标准化、连锁化的品牌诞生,产品更加多元,同时,大型旅游企业的入局也带来了全新的思维、技术和方法,提升了行业整体水平。如途牛在天津市蓟州区渔阳镇西井峪村打造乡村旅游品牌 IP“桐画精品民宿”。

“乡村民宿行业远未到顶点,未来一段时间规模还会扩张,尤其是高品质民宿会长期处在成长期。”李珍妮预测,目前乡村民宿行业结构还远远不够丰富,未来运营会更趋于专业,形成更清晰的产品梯队,其中蕴藏着巨大的成长机会。

民生证券分析师饶临风也认为,针对未来中产阶级的休闲度假需求,基础设施、服务品质改善的精品乡村民宿将会是未来一段时间旅游消费中的结构性增长点。

(本版文字根据新华社、光明日报、21 世纪经济报道等相关报道整理而成,文字整理:贺梦娇)

【延伸】

资本市场的“香饽饽”

近年来,“民宿热”一直存在。根据智研咨询发布的数据,在疫情暴发之前,国内的民宿行业正值高速发展期,行业规模初步成型,2019 年中国民宿市场规模达 225 亿元,较 2018 年增加了 60 亿元,同比增长 36.36%。

前两年这一势头暂时被打断,但随着市场复苏,民宿市场再次繁荣起来。消费市场的火热,也让民宿成为了资本市场投融资“风口”。截至 2018 年民宿产业资本基金规模达 1000 亿元,专业机构达 50 余家,包含业内顶尖资本机构。早在 2017 年在线民宿平台行业融资总额超过前三年之和,达到 36.9 亿元人民币,其中有多家融资轮次过 E 轮的企业。

民宿经济快速奔跑的另一面,是区域性的发展不平衡,民宿主要集中于自然环境优美、文化特色鲜明以及消费客群集中的区域,如长三角地区、闽粤地区、环渤海地区以及云贵川地区。据业内人士透露,“在国内局部地区,民宿市场处于同质化竞争、冷热失调状态,仅在上海市崇明岛地区,有数据显示,实际在运营的民宿就有 900 多家。”

随着市场竞争的加剧,民宿建设投资的费用也水涨船高。根

据《民宿蓝皮书:中国民宿发展报告(2020-2021)》指出,民宿建设总投资中,18.32%的民宿主投入额在 101 万~200 万元,25%的投入额在 201 万~400 万元,11.83%的投入额在 401 万~800 万元,800 万元以上的占了 22.14%。可以看出,近 60%的民宿投资在 200 万元以上,投入资金的来源有 76.34%为自有资金。

“这些民营资本的加入,甚至手中自有闲散资金的个人也在民宿投资中占据了一席之地。”冯学钢指出,“运营一家民宿的成本不仅含括前期房源成本、建设成本、装修成本等静态投入外,还有后期运营等动态成本,整体投资对于个体来说并不是一笔小的投入。”

业内人士解释道,对于这些小投资者,投资回本的压力就被摆在桌面上。从心态而言,他们会对预期要求过高,同时希望投资回本时间越短越好。但实际上,民宿投资偏高且回报周期较长。

据《蓝皮书》调研结果显示,即使是在发展条件比较好的头部区域,其收回投资也需 8~10 年时间。从民宿经营实际情况分析,民宿运营最初的 2~3 年,是能否生存下来的关口期。