

发展民宿经济与提升乡村旅游品质研究

——以江西省为例^{*1}

陈瑾

【摘要】：作为乡村旅游供给侧结构性改革的新业态，民宿经济不仅引领了一种全新的生活方式，而且在精准扶贫、美丽乡村建设与农村产权制度改革等领域作用彰显，更是大众创业、万众创新伟大实践的探索。近年来，在“建设旅游强省”目标的指引下，江西乡村旅游升级呈现出迅猛扩张态势：非标民宿渐成新宠、客源市场圈层外拓、供需双改结构优化、品牌塑造婺源为先、全域旅游初见成效、融合趋势方兴未艾。但是，发展民宿经济也面临诸多挑战。因此，从政府和经营者层面，协同局域发展与全域旅游布局、打造最美乡村旅游“江西样板”、创新民宿业态多产融合新模式、优化民宿经济公共服务体系、构建利益相关者冲突解决机制，是实现江西乡村旅游可持续发展的必然路径。

【关键词】：民宿经济；乡村旅游；品质；江西省

【中图分类号】：F590.7 **【文献标识码】**：A **【文章编号】**：1006-5024(2017)08-0142-06

DOI: 10.13529/j.cnki.enterprise.economy.2017.08.021

一、引言

乡村旅游，始于农家乐，进而民宿游。如果说农家乐是乡村旅游的初级版，那么民宿游就是乡村旅游的升级版，是一种深度、休闲、度假的乡村旅游。我国旅游业未来发展的重要增长极在乡村。近年来，在快速发展的城镇化进程中，乡村被重新定义并赋予了新内容。作为乡村旅游的新名片、新亮点的民宿产业，因为集旅游、休闲、住宿、文化于一身，故被称为有温度的住宿、有灵魂的生活而备受社会关注。在互联网时代，民宿经济作为多产融合的业态，可充分释放“分享经济”、“数字经济”等新经济红利，被认为是一种有情怀的文化旅游投资领域。

尽管我国乡村旅游兴起已有 30 多年历史，但是民宿经济仅于 2013 年才开始起步，在大多数地区它还处于发展的初创阶段。发展民宿经济与提升乡村旅游品质，是践行习近平总书记“绿水青山就是金山银山”两山理论的重大举措。江西约有 80% 以上的旅游资源集中在乡村。发展民宿经济，提升乡村旅游品质，对江西加快实施旅游强省战略、推动扶贫攻坚、实现与全国同步全面建成小康社会都具有战略性重大意义。当前和今后一个时期，应是江西发展民宿经济、提升乡村旅游品质的重要机遇期。因此，开展本研究，对牢牢把握“创新引领、绿色崛起、担当实干、兴赣富民”的十六字工作方针，大力实施全域旅游战略，打造生态文明建设的“江西样板”意义非凡。

二、乡村旅游发展和民宿经济缘起

¹ **基金项目**：江西省社会科学“十二五”（2015 年）规划项目“互联网金融模式 P2P：江西实证研究”（项目编号：15YJ09）；江西省社会科学院理论创新工程重点课题“发展民宿经济与提升乡村旅游品质研究”（项目编号：16CX055）

作者简介：陈瑾，江西省社会科学院研究员，研究方向为金融经济、区域经济。（江西南昌 330006）

（一）发展乡村旅游评述

1. 关于乡村旅游定义

关于乡村旅游概念，在不同国家其内涵存在差异。欧洲联盟（EU）和世界经济合作与发展组织（OECD，1994）将乡村旅游（Rural tourism）定义为发生在乡村的旅游活动。在国内，学者们也从不同的视角对乡村旅游作出了定义。但大家比较认同的是中国科学院地理科学与资源研究所郭焕成学者在 2010 年对乡村旅游作出的定义：乡村旅游，是指以乡村地区为活动场所，利用乡村独特的自然环境、田园景观、生产经营形态、民俗文化风情、农耕文化、农舍村落等资源，为城市游客提供观光、休闲、体验、健身、娱乐、购物、度假的一种新的旅游经营活动。

2. 乡村旅游演化历程

现代乡村旅游起源于 19 世纪 30 年代欧洲。20 世纪 60 年代西班牙开始发展现代意义上的乡村旅游。随后，英国、美国、日本、波兰等先后推出乡村旅游产品，乡村旅游便逐渐发展起来。20 世纪 80 年代后，欧美发达国家乡村旅游已颇具规模，并走上规范化发展道路，彰显出巨大的发展潜力。但我国真正意义上的乡村旅游起源于 20 世纪 80 年代末深圳的“荔枝节”，主要目的是为了招商引资。进入 20 世纪 90 年代初，乡村旅游被当作脱贫和农业产业结构调整的一种形式，在四川成都郊区——龙泉驿书房村桃花节成功示范效应的带动下，全国各地才掀起乡村旅游热潮。并且，为加快休闲农业和乡村旅游发展，从 2010 年开始，农业部和国家旅游局开展了全国休闲农业与乡村旅游示范县和全国休闲农业示范点的创建评选活动。到 2015 年底，我国评审通过了 6 批共计 254 个示范县（见图 1），极大地推动了我国乡村旅游发展、经济结构调整和生活水平提高。

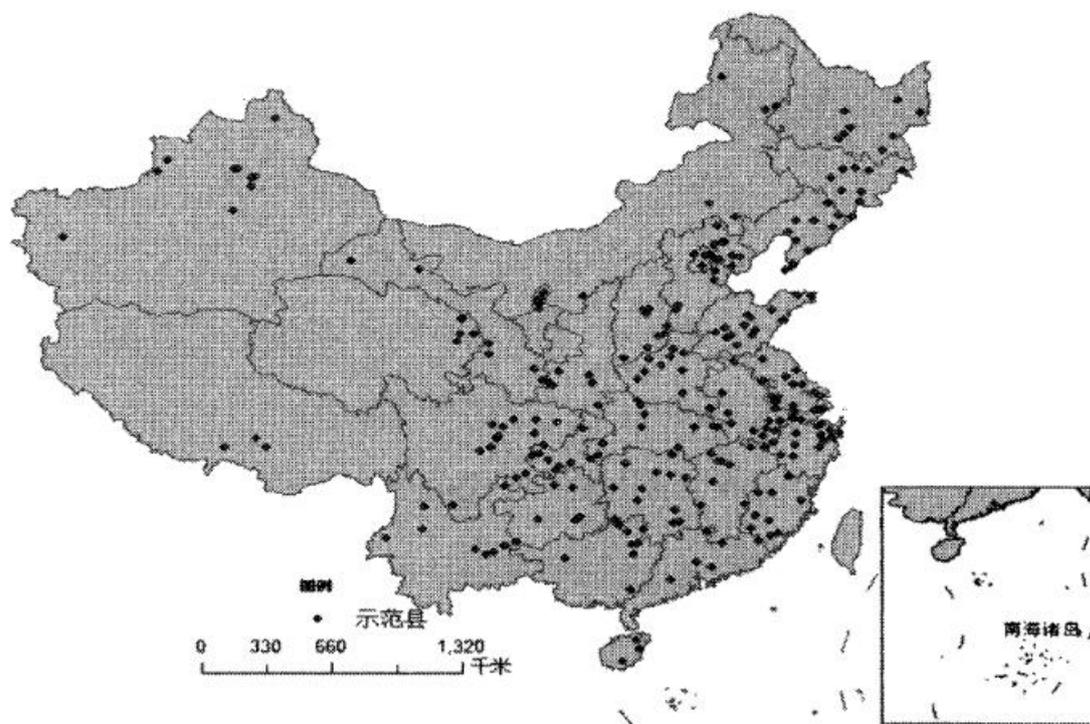


图 1 国家级休闲农业与乡村旅游示范县分布

（1）从乡村旅游发展进程而言，自 20 世纪 80 年代中期到现在，我国乡村旅游历经初创期、发展期、扩张期和升级期四个阶段。尤其 2016 年是我国乡村旅游发展具有里程碑意义的一年，是乡村旅游从过去的小旅游、中旅游进入到大旅游时代的

元年，乡村旅游达到 13.6 亿人次，平均全国每人一次，是增长最快的领域；乡村旅游发展规模大、投资大、影响大，已成为人们新的生活方式。通过大数据推演预测，未来我国乡村旅游热还将持续 10 年以上，2025 年达到近 30 亿人次。

(2) 从乡村旅游集聚区域而言，分析上述我国乡村旅游示范县的地理分布，主要有三种类型：①集中在大中城市近郊的示范县，交通通讯便利，进入性强，开发乡村旅游潜力大，投入成本较低。例如，京津冀地区和沪宁杭地区，为城市居民提供观光和游憩的功能，这种示范县目前较多。②在长三角地区和西南地区，这些示范县利用知名度高、影响力大的景区区位开发乡村旅游，在景区的辐射作用下，与景区资源形成衍生组合。③在少数民族聚居的西部边远地区，这里民族乡土风情差异明显，这些示范县可以根据不同区域的民俗文化、民族文化、传统文化进行乡村旅游的形象定位，提升乡村旅游的文化内涵与品质要求。

(3) 就乡村旅游发展成熟度而言，根据中国社科院舆情实验室发布 2016 年《中国乡村旅游发展指数报告》显示，瑞士、法国和西班牙分别位于第一、第二、第三位，亚洲则是日本发展水平最高。从国内看，浙江排名第一，陕西排名第二，四川排名第三位，随后名次是云南、江苏、河南、山东、福建、安徽等。乡村旅游发展成熟度有以下四层分类：①单一型，主要以乡村特色风光、餐饮为主要吸引物，游客主要是周边城市居民，或参加旅游团游玩，或自驾车一日游；②多元型，在农家乐和观光游基础上增添了住宿、购物等，游客范围进一步扩大；③度假型，更多地融入了文化与休闲要素，以精品民宿、乡村度假特色小镇为代表，附加娱乐等设施，满足跨区域的消费者；④国际型，具有成熟的设施和较高知名度、品牌力，能吸引中远程的国内游客以及境外游客，国际化是此类型的核心。由此可见，民宿经济是乡村旅游发展成熟阶段的重要组成部分。

(二) 民宿经济缘起分析

1. 民宿经济定义阐释

世界各地会因环境与文化生活的不同而对民宿这一业态的认定有所差异。欧陆地区的农庄式民宿(Accommodation in the Farm)、加拿大的假日农庄(Vacation Farm)、美国的居家式民宿(Homestay)、英国的 B&B (Bed and Breakfast) 等，在行业界定上各不相同。在我国，民宿的定义目前也没有一个权威而准确的概念。在研究民宿相关问题时，出现了“民宿”、“家庭旅馆”、“农家乐”、“民居客栈”等各种提法。总结国内对于“民宿”及相关概念的定义，主要来源于两方面：一是偏重住宿的“家庭旅馆”；二是偏重餐饮的“农家乐”。本文的“民宿”，是指利用自用或租借的住宅空闲房间，结合当地人文、自然景观、生态环境资源及农林牧副渔等生产活动，以经营方式为旅客提供乡野生活的住所。民宿本身按照类型和功能又可以分为农家乐、乡村别墅等多种类别，和酒店最主要的区分点在于民宿具有由“主人文化”带来的当地特色化体验，住宿空间高度个性化、体量小而美。可见，民宿经济是“住”的经济。“民宿”一词发源于英国、日本和我国台湾地区，我国大陆之前很少使用这个词汇，但它作为一种旅游业态却早已存在。目前我国台湾民宿特色最为突出，其种类繁多，入住价格从几十元到几千元不等，民宿经济是台湾自由行的最大亮点。

2. 民宿经济与乡村旅游关系

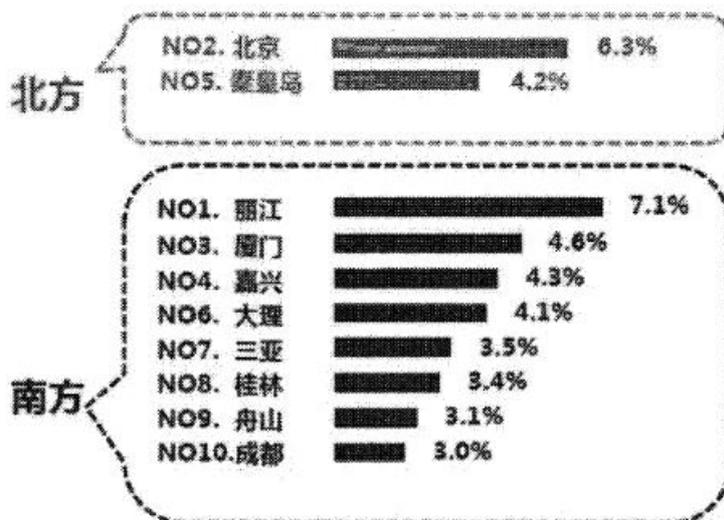
随着对乡村旅游市场的不断开拓与挖掘，乡村游客需求日益呈现出从观光式旅游向度假式休闲体验过渡的态势。在消费需求日趋个性化背景下，农家乐越来越呈现出其趋同性和对城市娱乐的模仿性，已到了转型升级的关键期。因此，民宿经济是我国乡村旅游产业升级的必然阶段，如同农家乐是乡村旅游业的重要组成，它在乡村旅游中占有不可替代的地位，对乡村旅游业发展起到了推动与延展的重要作用。传统的农家乐就是我国民宿业的初级版。随着游客需求的不断提升，传统的农家乐版民宿已经满足不了市场的新需求，由此催生了以洋家乐、乡村精品客栈为先的现代版民宿，尤其是从浙江德清开始，逐步风靡全国。现代民宿是农家乐的升级版。这主要体现在三个方面：一是供给产品层次不同。农家乐是适应城市假日经济的产物，是满足游客短程、短时消费需求的一种乡村旅游产品。而民宿经济是游客对田园生活向往与需求的产物，是以满足游客的个性化为基本消费特征的乡村旅游产品。二是经营理念高度不同。农家乐更倾向于为游客提供丰富的物质需求，以经济收益为导向。而

民宿经营的是一种生活状态，以满足游客精神需求为导向，提供更高端的服务。三是经济效益存在高低之分。因此，可以说，民宿是一种更高形态的乡村旅游。

3. 当前总体发展态势

(1) 发展规模：近几年随着我国乡村旅游迅猛发展，民宿经济异军突起。据统计，截至 2016 年，中国广义上客栈民宿总数已达 48070 家，民宿经济国内整体市场规模达 200 亿元，正以每年 10%-20% 的速度快速增长，势头正猛。在增幅方面，2016 年上海、重庆、江苏、广东、陕西等省市民宿数量较 2015 年的增长速度最快，其中上海达 39.12%，成为 2016 年全国民宿数量增长速度最快的地区。民宿加上原来的农家乐，这两类农村的旅游住宿设施，现在大约已经达到 15 万家，形成了巨大的市场规模与发展潜力，我国民宿经济由此获得千载难逢的发展机遇。

(2) 分布地域：民宿主要分布在旅游资源丰富的南方著名景点和旅游目的地城市，如丽江、大理、阳朔、杭州等地。根据携程网数据库显示，截至 2016 年 9 月，我国民宿数量排名前 10 强是云南、浙江、北京、四川、山东、福建、河北、广东、广西、湖南。这些省市区具有天然的“地利”，近年来民宿数量增长较快，品质中高端。其中，云南以 7392 家民宿客栈的数量位居全国第一。民宿客栈的分布集中于旅游业比较发达的区域，这一现状与整个旅游业发展格局是匹配的。



数据来源：易观智库。

图 2 中国民宿分布图

(3) 市场价格：从我国主要的旅游网站住宿预订的数据分析来看，当下我国每间民宿的单日定价集中在百元至数千元不等。据唐人智库编制的《2016 年中国民宿发展研究报告》显示，在 2015 年民宿客栈平均房价上，大理、杭州、西塘客房相对较高，700 元以上客房占比分别达 19.1%、14.1% 和 15.6%；大理是全国平均房价最高的地区，平均房价接近 400 元；成都全年最为稳定。从全年平均价格来看，2 月（春节）与 10 月（国庆）期间民宿客栈房价最高。然而，从价格方面来看，我国大陆的民宿还是属于较经济的住宿产品，65% 的客栈民宿价格低于 200 元，离民宿发达的国家相比差距仍较大。

(4) 经营效应：民宿经济火爆，经营两极分化。目前，民宿经济的投资已出现过热现象，二八定律开始显现：一方面，以莫干山、丽江、大理、阳朔等为代表的 20% 早期民宿发展区，依托成熟的区域市场和强大的品牌效应，表现出方兴未艾的发展动力，定价堪比星级酒店仍异常火爆，全年无淡季；另一方面，80% 的新晋民宿经营者，却因为定位失准、客源不稳等而惨淡经

营，在日益激烈的竞争中举步维艰。

面对民宿经济所呈现的“冷热不均”格局，怎么创新业态，吸引客源，增加盈利点，就成为了民宿经济发展与乡村旅游品质提升的新挑战。

三、江西提升乡村旅游品质主要特色

近年来，在“建设旅游强省”目标的指引下，江西乡村旅游呈现出迅猛扩张的势头，“梦里老家”婺源先后获得首批中国旅游强县、国家乡村旅游度假实验区，成为全国乃至世界知名的乡村旅游与民宿经济的品牌。以西冲院、明训别院、将军府、九思堂等为代表的婺源精品民宿日益形成了巨大的产业集群效应，成为婺源文化的载体与窗口，不断加快推动乡村旅游产业的转型升级，成为江西乡村旅游发展中的特色品牌。同时，还先后涌现了大余、靖安、资溪等一批乡村旅游发展典型县域。2016年，江西省乡村旅游接待人数比上年同比增长38.53%；乡村旅游总收入同比增长29.25%，两项指标持续保持高位态势，与全省旅游人次和收入相比，占比均接近50%。2016年，全省共有省4A级以上乡村旅游点110个，其中5A级5个，各类乡村旅游景区(点)星罗棋布。在地市的数量分布上，抚州、南昌、宜春、萍乡、吉安及赣州位居前6。同时，基于“民宿”良好的经济效益、社会效益，江西省提出把发展民宿作为推动乡村旅游产业转型升级的重要抓手，按照“品牌化、规模化、差异化、规范化”的思路，大力发展民宿经济，构建全域化乡村旅游休闲度假新格局，打造我国民宿产业的江西样板，带动农民增收致富。并且，江西省积极鼓励社会资本参与乡村旅游和民宿建设，全年累计完成投资近400亿元，是增长最快的领域。其中，民间资本投资约占7成。近年，尤其是许多混合所有制改革企业也大量进入乡村旅游和民宿这些富民产业。

（一）非标民宿渐成新宠

目前江西乡村旅游已形成了涵盖休闲、度假、疗养、养殖、民宿、体育、节庆等多种业态深度融合的良好格局。以民宿为代表的非标住宿业态逐渐成为市场的新宠。据不完全统计，目前婺源民宿已达570多家，提供5600多间客房，房价从300元至数千元不等。经抽样调查分析，以婺源为代表的民宿业在游客中的认可度高达70%。

（二）客源市场圈层外拓

城郊游是江西乡村游的“第一圈层”，省内游是江西乡村游和民宿游的“第二圈层”。随着婺源、大余、萍乡、瑞金等一批乡村旅游品牌具备吸纳全国各地和境外海外等远程客源市场的能力，江西乡村游和民宿游正向“第三圈层”迈进，游客呈现出明显的圈层分布特征，辐射半径日益增大。从客源看，江西乡村旅游发展从以城市客源、省内客源为主逐步向省内、国内和境外客源协同拓展转变。

（三）供需双改结构优化

针对低端产品多、高端产品不足的问题，江西乡村旅游转型采取“扩大总量、调整存量、优化增量、提升质量”的新措施，从供给侧和需求侧两方面进行改革和创新，积极探索去产能、调结构的新路。在供给侧上，积极推动乡村旅游的产品创新，在民宿、节庆、主题度假、户外探险、健康养生等新业态上形式多元化，从而增加了乡村旅游的有效供给。在需求侧上，一方面激励旅游景区顺应市场需求的变化，实施淡旺季门票浮动价，低门票、免门票；另一方面鼓励单位和企业根据实际情况，将带薪休假与本地传统节日、地方风俗活动结合起来，安排错峰休假，消化市场存量。

（四）品牌塑造婺源为先

根据对携程网几万条大数据信息的分析，省内外游客对江西搜索量排名前10的关键词为：婺源、庐山、三清山、自驾游、

南昌、景德镇、九江、龙虎山、井冈山、武功山；以最美婺源油菜花的市场认可度最高。一方面说明其在全国知名度较高的声誉，另一方面说明江西乡村旅游和民宿游集群均以婺源独秀为先，现在尚未形成成熟品牌高度集聚的大格局。

（五）全域旅游初见成效

在全域旅游发展中，旅游业与各行业息息相关，通过要素整合、功能叠加、价值放大、利益共享、产业融合，形成新的生产力，打造产业核心竞争力。从全省空间格局和发展态势来看，现有的几百处乡村旅游景区（点）散布在全省境内，江西乡村旅游对全域旅游的推手功能开始显现。在空间格局上，江西乡村旅游点的分布呈现出“环城”、“临景”、“沿路”、“全域”四大特征。聚焦交通主干线，形成了两横两纵“井”字型的空间格局，呈现出串珠成链的全域发展新趋势。江西乡村旅游逐渐从赣中、赣北半壁江山发展为赣西、赣南异军突起，全省遍地开花，基本形成了赣北、赣东北、赣中、赣南、赣西五大乡村旅游和民宿集聚区。

（六）融合趋势方兴未艾

乡村旅游的融合发展体现在“乡村旅游+农、林、牧、副、渔”等方面。2016年，江西乡村旅游的融合发展趋势方兴未艾，在已形成的婺源油菜花游知名品牌的基础上，又涌现了诸如南丰的蜜桔游、赣南的脐橙游、凤凰沟的樱花游、篁岭的晒秋游、军山湖的品蟹游、上犹的油茶游等多业跨界融合发展的乡村旅游和民宿经济新典范。

四、乡村旅游升级下民宿经济发展路径

发展民宿经济，是践行习近平总书记“两山”理论的重要举措，是促进农民持续普遍较快增收的有效方法，适应了正在逐步兴起的大众旅游消费升级的客观需求。虽然我国民宿经济兴起的时间不长，但是在其近几年的快速增长中瓶颈问题也逐步凸显，目前已到亟须认真研究、完善提升阶段。因此，本文从政府和经营者层面，提出以下对策建议：

（一）协同局域发展与全域旅游布局

在鼓励和推动江西民宿经济发展进程中，既要通过民宿经济局部环境的打造，推进美丽乡村、美丽江西乃至美丽中国的建设；又要通过加快全域旅游建设，促进乡村民宿经济发展。江西省提出在“十三五”期间，完成100个左右特色鲜明的旅游风情小镇建设。通过发展乡村旅游，实现贫困地区农民一半收入来自于乡村旅游。因此，首先，各级政府要确立全域大景区建设理念，围绕功能提升、业态延伸和转型升级三大主题，开展旅游产品、旅游项目、旅游线路的规划和设计，把江西婺源、丫山、梅岭、温汤镇、景德镇、三清山、庐山、南丰和靖安等典型民宿集聚区从选址、设计、建造、管理、运营、投资、人文、激励政策等多元素统一考量，纳入全域旅游规划中。其次，各级政府应充分考虑区域自然、人文、地理、交通、通讯等条件，与新农村建设、特色小镇建设以及乡村旅游规划等有机结合，按照“一村一策，一村一品”原则，科学布局，构建稳健有序、可持续发展的大乡村旅游时代的新格局。

（二）打造最美乡村旅游“江西样板”

“中国最美乡村”、“中国最美符号”、“油菜花”等为代表的江西乡村旅游在全国具有较高的知名度。但是，目前江西乡村旅游市场仍以省内游客为主，省内游客占全部游客之比是11.6%。这表明，省外游客入赣旅游的重点不在乡村游，而是以景区游和城市游为主，影响力极其有限。因此，江西亟待充分发挥清婺源“最美的山”、“最美的乡”、“最美的镇”，龙觉龟“中国山岳旅游示范区”，赣西大武功山板块“户外游憩、月亮文化”，中央苏区以及罗霄山脉、武夷山脉、南岭等山岳资源比较优势，打造2-3个全国性著名乡村旅游“江西样板”，增强对长三角、珠三角、中三角和京津冀市场的辐射吸引力。

当然，在塑造江西乡村旅游品牌的过程中，核心是在于文化继承和创新。文化是民宿经济的核心要义。因此，各地政府要加强对乡村旅游和民宿经济的引导，加强文化的继承与挖掘，注重把当地手工制作、农事耕作、果蔬采摘、特色小点、酿酒制糖、民俗风情、文化遗迹、名人故里、文艺舞蹈等多文化元素汇聚民宿之中。同时，重视文化创新，加强民宿文化人才培养，结合民宿主人的个性特长和爱好，有机融合现代文化元素，形成忠诚的客户消费群。

（三）创新民宿业态多产融合新模式

创新是民宿业项目取得成功的第一要素。未来观光旅游、休闲旅游和度假旅游将成为主流。民宿经营者一定要通过调整产品结构、渠道结构、营销结构做足文章；推进乡村旅游与农、林、牧、副、渔等产业的深度融合，形成以旅游为平台、跨界整合、多产融合的大乡村旅游新业态；善于将山水风光和基础设施、美味佳肴和舒适居住、文化传承和现代文明综合集成并加以整合，消除服务中明显的“短板”；构建差异化细分市场体系，开展各类针对性营销，扩大品牌影响力。政府应充分运用行政资源，加强与新媒体合作，进一步创新平台；采取政府购买服务方式委托当地民宿行业协会，统一建立具有权威性的专业民宿网站，加强网上营销；出台鼓励政策，推动农业创意、服务创意、智慧技术、生物技术、基因工程等新技术与乡村旅游的融合。

（四）优化民宿经济公共服务体系

从民宿供给侧而言，当前部分地区存在的主要问题是无序开发、盲目上马、千宿一面，同质化现象严重；有的民宿不讲品质，存在治安、卫生、消防等诸多隐患。从民宿需求侧而言，选择民宿的对象有的是城市退休职工，到乡间避暑度假。有的是知性青年、背包客结伴旅游，他们追求生活体验。在发展民宿经济过程中，政府有关部门既要重视对供给侧的规划、规范和服务管理，尤其是对民宿要达到的最基本的设施要求、安全标准、环境保护、服务内容、服务流程等作出明确规定，确定民宿协会作为游客纠纷解决的仲裁机构和监督机构，并以相应的保险机制进行配套，用法规性、标准化的公共服务体系建设促进其健康发展；又要按照市场经济规律，加强对需求侧的分析、研判、预测，努力达到供需平衡或基本平衡，确保民宿业健康发展。

（五）构建利益相关者冲突解决机制

在乡村旅游转型升级中需要处理多利益主体的矛盾关系，包括本地村民间的利益关系，本地村民与外来经营者的关系，村民、本地或外来经营者与村干部、当地的关系。除了利益关系，还包括发展理念、价值观的调和等。发展民宿经济，应鼓励多元模式，重视引进和发挥工商资本作用和优势，但同时必须兼顾好农民合法权益。各地政府既要坚持市场主体，依法加强监督管理，又要重视引导工商资本发挥引领作用，坚持把维护原住民合法权益放在重中之重的位置，构建利益相关者冲突解决机制，确保原住民在发展民宿经济中有获得感，致力于共同富裕。

参考文献：

- [1] 杨义菊.我国乡村旅游产品转型升级策略[J].合作经济与科技,2016,(1).
- [2] 雷恺.中国社会科学院发布《中国乡村旅游发展指数报告》[EB/OL].央广网,2016-10-29.
- [3] 蒋佳倩,李艳.国内外旅游“民宿”研究综述[J].旅游研究,2014,(4).
- [4] 张广海,孟禹.国家级乡村旅游示范县的空间结构特征分析[J].中国海洋大学(社会科学版),2016,(4).
- [5] 王琼英,冯学钢.乡村旅游研究综述[J].北京第二外国语学院学报,2006,(1).

-
- [6] 左登基, 李志刚, 等. 乡村旅游发展再迎重要机遇[N]. 中国旅游报, 2017-02-10.
- [7] 徐潇. 民宿, 一个有情怀的产业[N]. 工人日报, 2016-10-26.
- [8] 江西省旅游规划研究院. 2016 江西乡村旅游发展提升大数据分析报告[R]. 南昌: 江西省旅游规划研究, 2017.
- [9] 张宝玲. 浙江: 民宿经济刚刚起步要处理好八大关系[N]. 浙江日报, 2017-03-21.
- [10] 吴文智, 张琰. 中国大陆地区民宿行业发展的探索与思考[A]. 宋瑞. 2016-2017 年中国旅游发展分析与预测[C]. 北京: 社科文献出版社, 2017.
- [11] 郭焕成, 韩非. 中国乡村旅游发展综述[J]. 地理科学进展, 2010, (12).