

民宿经济促进政策对农民增收的效应研究

——以宁波 142 个村为例

张雪晶 林秋颖 郑洁民 杨宇庭 喻雯波 何丹君¹

(浙江大学 宁波理工学院商学院, 浙江 宁波 315100)

【摘要】:近年来,我国乡村旅游呈现上升发展态势,其中民宿行业的发展也是极为迅速,满足了现代消费者旅游个性化、情怀化的需求,我国各级政府都出台了促进民宿业发展的相关政策。在乡村振兴战略的背景下,民宿经济促进政策是否能够促进当地农民增收,以及增收效应的具体情况如何值得我们去研究。本文以宁波 142 个发展民宿的村为调研地,通过问卷和访谈发现,当前民宿经济促进政策对农民的增收效应并不十分明显,工商资本获得的政策红利大于普通农民,具有先发优势的民宿主增收效应明显,产业链越长的增收效应越明显,现代经营能力强的增收效应明显。本文从工商资本引资程度,农民创业培训,区域资源互补,政府标准化战略等方面提出了相应的对策。

【关键词】:乡村旅游 民宿经济 农民增收

1 引言

民宿经济作为乡村旅游的重要抓手,在其发展过程中,当地农民的参与方式与增收途径问题,关系到社会的公平和谐以及旅游的可持续发展,一直是党和国家关注的焦点问题之一。

根据课题组在 2018 年 5 月-7 月对宁波 142 个村的问卷调查,以及经营者的访谈,发现民宿经济的发展对农民收入的促进效果并不理想。

2 民宿经济促进政策下农民增收现状

2.1 不同投资主体民宿获益差距大:工商资本鹤立鸡群

目前的民宿可以归为两大类,即有工商资本参与的和没有工商资本参与的。有工商资本投资的主题民宿、精品民宿在营销手段上较为先进,除常规营销外,还会运用微信公号、朋友圈的软文进行推广、营销,相比普通民宿绝大多数靠口口相传的传统方式高效得多;在管理上,工商资本运营中采用现代管理经验,企业化运作的方式,工作效率非常高;在经营主动性方面,工商资本受到租赁成本压力的影响,在市场开拓、客户关系维护等经营方面具有更强的主动性,而普通民宿业主是农村家庭主妇利用自身的闲置劳动力。多种原因导致工商资本在市场化运作的时候效率更高。且越是连锁的,越是具有规模经济优势,获得的收益越多。在工商资本介入的模式中,农民被雇佣出卖劳动力获得工资性收入,平均每人 2000-4000 不等,工作多为保洁、园艺、保安等低技术含量的工作。

¹作者简介:张雪晶(1979-),女,河南新乡人,硕士,研究方向:乡村旅游政策。

基金项目:浙江省教育厅一般课题项目“浙江省民宿促进政策有效性评估及优化提升研究”(编号:Y201737730);宁波市软科学项目“宁波市民宿创业现状与精准扶贫对策研究”(编号:2017A10079);国家级大学生创新创业项目(编号:201813022026X 益旅兴村)。

2.2 不同依托条件民宿收入差距大:先发优势得天独厚

作为旅游产业的一种类型,民宿经济必须按照市场规律运作,它可以带动乡村地区收入总量的增加,但无法解决民宿收入在个体间公平分配的问题。乡村旅游收入在农村人口中并非平均分布,民宿经济也是如此。市场机制将大量游客自动配置给了依托景区、毗邻优质自然资源、拥有较多资产和较高服务技能的民宿,这一群体由于位置好,资源好,有得天独厚的先发优势资源,因此在民宿经济发展初期就吸引了大量游客,不仅获得了良好的口碑和市场声誉,同时也收获了较多的旅游收入和政府奖励,他们利用先发优势不断提升服务水平和管理水平,与后发展起来的民宿逐渐拉开距离,而且后期会呈滚雪球式加速发展。对于财政资金使用效率来说,补贴给具有优质资源的先发地区具有较好的投入产出比,但从惠民富民和社会稳定的角度来看,后发地区更需要财政资金的支持。

2.3 不同学历和经历的业主收入差距大:经营能力参差不齐

根据调查宁波乡村民宿经营者 74%具有高中学历,年龄在 36-60 岁,中年男性占 54%,女性经营者占 46%(营业执照登记中为男性,实际经营为女性的也占有相当比例。民宿经营者当中农村妇女占有绝对的优势)。83%是利用自家房屋改造而成,17%的经营户是租借别人土地经营;53%的经营户没有做生意的经验,近六成经营者没有管理经验,64%的民宿经营年限在 2-3 年。

在民宿业主中女性经营者以及中老年从业者的比例明显高于其他服务业态,她们大多学历不高,又缺少经商和管理能力,经营手段较为落后,服务水平不高,这直接导致经营性收入不高。

而少量具有大学本科学历的经营者,善于把握市场,纯利润可以达到几十万元。

2.4 不同经营范围业主收入差距大:产业链条愈长越好

在访谈中发现少数业主的“经营业务”除住宿餐饮外,兼做其他业务,如有 18.6%业主出售旅游纪念品,有 23.8%业主还提供出售简单客用品的业务,有 35.9%的民宿业主并不以民宿经营为主业,经营民宿之余还经营如采摘、禅修、玉器、土特产等为主。调查显示,经营内容越多,范围越广的民宿业主其收入也越多。这也不难解释,旅游者出游需要的是多种需求的满足,如果仅仅提供住宿服务,会出现“夜间空白”和“无事可做”的现象。

3 民宿促进政策促进农民增收存在的问题

3.1 工商资本介入过多,农民利益边缘化

大规模民宿开发所需要的资金实力、管理能力和市场渠道等都是普通农民所缺乏的。鉴于和农民打交道过程中的信任危机,越来越多的工商资本选择和政府或村委会打交道,避开和单个农户发生租赁关系,以获得更低的租赁成本和沟通成本。外界资金、人才的大量进入,不仅会形成收入、就业机会的严重漏损,而且会削弱乡村旅游的本土性,使当地农民在民宿经济发展中面临被边缘化的危险。大多数本地农民不但不能从民宿经济发展中获取更多利益,相反还要承担旅游发展产生的环境污染、道德退化、物价上涨、地位下降等负面影响。

在这种的状态下,当地农民即使在旅游景点就业,也可能处于非常不利的地位,他们通常只能徘徊于低位,承担绿化、养殖、保安、服务等工作,并且可能受到来自城里的管理人员和来自外地的务工人员的双重挤压。因为在管理者看来,相对于本地农民,外来务工人员对待遇的要求比较低,且更吃苦耐劳。因此农民可获得的就业机会少,工资性收入也比较少。

3.2 民宿创业意愿强烈,经营收入理想化

根据调查,宁波农民民宿业主 72%选择个人自主创业经营,说明农民想自己当老板的意愿比较强烈。但需要指出的是,农民常有的保守心态,使得他们表现出怕吃亏、怕风险、好攀比、好跟风的问题。例如农民愿投入资金、人力进行运营的提升,例如象山县沙地村大多数民宿是农民自有房屋,无论从建筑风格还是内部装修都已经陈旧,但多数农民不愿意改造升级,而是固执地认为“房子还可以”,“我还有客源”。依赖上海客源市场的支撑,沙地村曾经达到户均年接待量 8000 人的高峰。对于市场的变化,游客需求的变化,农民的嗅觉不够灵敏。随着周边民宿业的兴起,客源市场慢慢被稀释而又缺乏民宿产品的更新迭代,导致吸引力降低,客人日渐稀少。

4 影响农民增收的原因分析

4.1 重硬件投入,轻氛围营造

民宿是进入乡村旅游时代民居功能的延伸而非替代。与乡村酒店、度假村相比,民宿的灵魂在文化、功能在生活,民宿建设必须体现它的“本地化”,是与地方文化的情感联结,是一种触媒或者连接器。而目前,民宿的建造在材质、外观上差异不大,内部的氛围营造也多由物件承担,当下的民宿仅仅做到了“见人,见物”而未见“生活”。

4.2 重住宿享受,轻文化体验

民宿应该是一个小体量的住宿设施,设计应该体现当地的风土民情,服务应该是直接的“人对人”模式。民宿体现着主人的生活和品位,无论是雅致的、天然的、温情的还是幽默的;民宿经营是生活态度的分享,是人情味及渲染主人魅力的温情产业,是创造幸福与感动的地方。民宿的价值就在于它的生活气息,能让你深入体验当地生活,这种独特而深入的当地体验正是民宿的魅力所在。而在调查的民宿中,不少民宿仅仅是一个提供住宿服务的场所,甚至民宿主不参与经营和接待,更谈不上主人文化的营造。

4.3 重口口相传,轻现代营销

根据调查,68%的民宿主采用传统的经营模式,即依靠游客口口相传的口碑,采用互联网平台、微信、公众号软文营销的总共 32%,因调查的地方都为村庄,因此基本能够反映农民在经营民宿时营销手段的落后。多数由农民经营的民宿存在“等客”的现象。

5 提升农民收入的政策建议

5.1 因地制宜,资源互补形成产业链

从民宿的生长土壤和持续性层面而言,民宿不可能遍地开花,应该在真正有资源、有客源的地方去发展。比如自然环境优美、生态景观良好的村落;乡土文化和整体风貌保留完整的小镇;非物质文化留存丰厚的小城;名人宅第、古建院落或传统民居遗存较多的历史文化名镇;风景区周边或其他休闲度假业态集聚的乡村,等等,让适合做民宿的地方做民宿。资源禀赋不够好的村落,可以根据自身的资源特点,开展特色农作物种植,采摘,农产品加工,手工艺品制作等产业链上延伸的项目,和民宿聚集村落形成休闲全天候、全季节的乡村休闲产业链,刺激游客的多次消费,实现不同禀赋资源村落的共同富裕。

5.2 适度引资,强调本地农民利益

在招标过程中,除了考虑投资方的报价以外,还要综合考虑旅游企业的使命和区域发展战略,以此作为重要的定标指标之一。在与投资方具体谈判和订立协议的过程中,应该保证本地居民有优先被雇佣的权利,在物质原料方面也要尽量争取由本地供应。

在企业经营过程中,应充分保证本地雇员的决策参与权,并建议企业加强对农村人口的经营教育和培训。

5.3 广纳贤才,内育外引储备人才库

一是吸引具有良好素质的投资者。一个好的民宿从培育期到成熟期需要较长的过程,有可能前期的投入要在5年甚至更久的时间才能收回成本。民宿一定是有情怀有文化的,民宿主应是热爱民宿所在地文化,喜爱大自然,有丰富人生经验,喜欢交朋友,会享受生活,且热衷于为人服务的人。因此在招商引资做民宿时,应该有条件地筛选投资者,具有艺术背景、生活阅历、高文化层次的投资者应当是首选,这种投资者除了打造带有自身和当地印记的民宿,还应该是愿意传习、发展传统的文化和智慧的新一代村民。

二是促进农民的人力资本积累。要想促进农民的人力资本的积累,就必须让他们多接触新思想、新观念,并接受更多的再教育。但仅靠农民自身的努力是远远不够的,毕竟人力资本积累的过程也是人力资本投资的过程。因此,应该继续加强对农民在经营、服务和管理方面的培训。

三是培育农民的组织力量。要通过村镇社区组织和旅游协会将农民组织起来,成为他们从事社会活动的后盾,调和各种经济和社会冲突,使农民在同商人和金融业主打交道时处于较为有利的地位。受人力资本和经济基础的局限,一些家庭无力进行独立经营,因而,非常有必要培育农村社区组织,改变农民组织松散、缺乏凝聚力的现状,以利于他们争取到更多的权益。村两委、准公共服务组织和社区都可以在其中发挥积极作用。

参考文献:

- [1]李乾,芦千文,王玉斌.农村一二三产业融合发展与农民增收的互动机制研究[J].经济体制改革,2018(04).
- [2]张雪晶,傅叶挺.优化提升宁波民宿经济促进政策的若干建议[J].宁波经济(三江论坛),2018(03).
- [3]刘明辉,刘灿.人力资本积累对农民增收的门槛效应研究[J].软科学,2018(03).
- [4]姜长云,芦千文.当前农民增收的形势、难点及对策[J].宏观经济管理,2017(10).
- [5]曾福生.发展新产业新业态破解农民增收困境[J].湖湘论坛,2017(05).
- [6]王敏.基于收入结构视角的民族地区农民增收问题分析[J].中南民族大学学报(人文社会科学版),2017(02).
- [7]刘恒.农民增收视角下的城乡发展一体化问题[J].中国统计,2015(11).
- [8]朱舜.农民增收“潜力空间”到“现实空间”的创新路径——基于东部省域视角[J].社会科学,2014(06).
- [9]李子联.中国农民增收:困境与路径[J].社会科学,2014(06).