品牌化发展推动洑西民宿提质升级

王睿郁 刘洋 陈和 吴嘉点

江苏省农业宣传教育与文化体育中心

江苏省宜兴市湖父镇近年来紧紧围绕美丽乡村建设,因地制宜,依托周边宜兴竹海、张公洞、善卷洞等自然山水资源,大力发展民宿产业。2017年全镇共建有民宿152家(不包括农家乐),年接待游客56.5万人次,年营业额8250万元,其中最高一家320多万元。该镇洑西村目前有民宿58家,床位1600个。

类型多环境美洑西民宿集群发展

民宿类型。

一是家庭自营式。经营者为当地原住民,通过对自有住房改造、翻新,一般可提供普通客房15间左右,如陈家大院、竹林友舍等。餐饮以当地时令特色土菜为主,如春季的团子、乌米饭,夏季的杨梅、百合,秋季的板栗、大闸蟹,冬季的冬笋、咸肉。服务人员多为经营者本人及其亲友,较少雇用专职服务人员。二是房屋租赁式。经营者租赁村民住房重新装修,从事民宿经营,产权所有人不参与实际运营,如原乡客栈等。租赁期限一般为15~20年,房间数量15~50间不等。提供餐饮种类较为丰富,部分拥有会议室、棋牌室、KTV等附属设施,可承接企业、机关小型会议。三是家庭自营+专业服务式。经营者拥有房屋所有权,一般有专业酒店工作经历,经营现代民宿的理念新颖,思路开阔,如唯时光等。房屋设计元素丰富,能够带给游客较高品质的住宿体验。这类民宿的改造成本普遍较高,如“唯时光”的房屋改造、装修费用高达600万元。四是园林酒店式。酒店类似传统宾馆,但内部设计富有创意,布局简洁空灵,极具审美情趣,如篱笆园深氧墅酒店。该酒店大堂设有茶席,二楼设陶艺工作室。酒店客房多,拥有专业的酒店服务人员,能够满足大规模团体住宿要求。

民宿特色。

一是类型多样。目前,洑西村民宿类型多样,规模档次不一,能满足大多数城乡居民休闲旅游要求。定价区间在200~1500元/间。民宿村背靠竹海,风景宜人,尤其适合高温季节避暑。当地面向“候鸟避暑族”开设暑期长包房业务,很受消费者欢迎。二是集群发展。洑西村位于阳羡生态旅游核心区,自然条件得天独厚。2015年曾获得“中国最美休闲乡村”称号。为了打造民宿村,当地政府先后采取关停污染企业、刷新农户房屋、增加村域绿化等环境综合整治措施。当地约70%的村民直接或间接参与民宿产业发展,已初步实现民宿产业集群发展,形成民宿村品牌。三是体验式服务。宜兴茶文化、紫砂文化源远流长,当地不少民宿除提供住宿、餐饮服务,还推出茶园采茶、竹林挖笋、动手制陶等活动,让消费者实地感受当地农耕文化和风土人情。这些体验式服务已经成为当地民宿产业推销宜兴土特产,做长产业链,拓宽民宿收入来源的一个重要途径。

发展趋势。

一是民宿体量不断发展壮大。随着前期民宿产业的发展,致富典型的头雁效应明显,未来洑西村的民宿体量将会持续增加。二是民宿品质不断提升。越来越多的民宿在装修装饰、文创产品、配套服务、品质提升上下功夫,吸引游客。三是民宿产业联合运营共享模式成为新趋势。随着民宿体量的不断上升,民宿发展呈现集群化、连锁化运营的特点。

品牌弱人才缺同质化发展成瓶颈

民宿经营者素质参差, 服务标准不统一。

当地民宿经营者主要由本地村民和外来经营者组成。本地村民愿意在硬件升级上做文章, 在提高服务质量、打造自身特色方面下功夫较少; 关心自己经营状况, 不关心整体环境打造。外来经营者懂营销, 但缺乏对本地区文化底蕴、民俗特色的了解。这样的从业人员结构易造成民宿业的无序竞争, 不利于整体行业发展。此外, 民宿多以个体形式建设, 没有相应的行业标准, 配套设施、卫生标准、服务质量水平参差不齐。

淡旺季差异明显, 民宿服务性人才缺失。

湖父镇每年春秋两季为旅游旺季, 但受“假日经济”影响明显。周一到周四鲜有客源, 周五至周日又扎堆爆满。民宿雇用服务人员成本较高, 淡季无事可做, 造成资源浪费, 若不雇用人员, 接待能力又无法满足旺季的需求。本地缺乏专业从事民宿的社会化服务队伍。

民宿品牌不响, 地域文化内涵不足。

民宿经营者各自为政, 客源多来自于微信朋友圈推广、老客带新客。携程、美团、去哪儿等旅游网站, 需要向经营者收取 15% 的佣金, 并且平台旺季涨价自由度高, 容易与消费者产生交易纠纷。沭西村民宿的创新能力明显不足, 商户之间无论是建筑风格、室内装潢, 还是服务内容都如出一辙, 产品同质化影响民宿产品的吸引力。

提内涵强服务促民宿产业规范发展

加强行业管理, 规范经营行为。

引导扶持成立民宿行业协会, 加强对民宿规范管理。一是制定民宿行业标准, 在餐饮、消防、民宿服务等方面形成统一规范, 提升民宿行业整体服务质量。二是提供行业发展指导服务, 为各地民宿发展模式、运营管理、社会服务等提供业务指导和咨询服务。三是对民宿产业认定评级, 参照酒店定级模式, 制定民宿星级标准, 结合消费者体验, 从经营规模、餐饮住宿、配套服务等方面, 对民宿进行评估、定级。四是建立能上能下的考核机制, 对网评较差者责令其停业整改。

加快人才培养, 打造服务平台。

充分利用市县农广校、互联网等平台, 加大民宿人才培养力度。一是在有意愿、有文化的农民中, 有针对性地培养一批创意设计、管理经营人才。结合民宿发展需求, 培育具有接待、保洁、厨艺、水电等方面技能的服务人才。二是结合民宿区域特点和运营推广需求, 有针对性地培养文创人才。三是建立市、县两级联动民宿人才供需调剂平台, 通过发布用工供求信息, 为当地民宿产业提供用工调剂服务。

聚力宣传推介, 形成区域品牌。

重点加大民宿产业集聚区的宣传推介力度, 形成区域品牌。一是利用自然山水、历史古迹、特色产业等资源, 因地制宜发展民宿。让民宿产业集聚区有故事、有品位, 既能品生活, 亦可话乡愁。二是聚力媒体宣传, 利用报纸、电视、广播、网站、微博、微信、移动客户端等传播渠道, 形成宣传合力, 树立特色民宿的良好口碑。三是建立省级休闲观光农业宣传服务平台, 面向城乡居民, 集聚全省休闲观光农业、特色民宿、古村古镇、美丽乡村等休闲观光资源, 提升民宿产业知名度, 打造休闲观光区域公用品牌。

加大扶持力度,助推链式发展。

民宿品牌的成长与农民增收密切相关,民宿村的升级改造涉及到村容村貌、污水综合治理、农村厕所革命等。一是完善基础设施建设,推进水电气、污水处理、道路硬化、公共交通等设施建设,夯实民宿发展基石。二是借鉴外省民宿消防管理规定,制定适合当地民宿产业的消防管理条例,确保民宿安全经营。三是以民宿为载体,提供农事体验。在传统住宿餐饮的基础上增加陶艺制作、采茶制茶等农事体验,发展特色农产品、文创产品和创意农产品,突出民宿休闲养生、健康养老功能,打造深氧民宿小镇。同时将民宿集聚区作为特色农产品联展联销的橱窗,实现民宿产业链式发展。