

乡村旅游民宿业的发展与思考——以南京市江宁区为例

王诗露 宋费佳

【摘要】乡村旅游民宿业是乡村振兴的标志性产品，也是后疫情时代最具潜力的旅游板块。近年来，南京市江宁区围绕“打造集聚化、品牌化、特色化、规模化的旅游民宿发展江苏样本”，多措并举促进乡村旅游民宿业发展迈上新台阶。

【关键词】乡村旅游；民宿业；高质量发展

自新冠肺炎疫情发生以来，我国经济发展尤其是旅游服务业遭受前所未有的冲击和影响，为了平衡出游与安全的综合需要，都市周边短途游逐渐成为当下热门的出游方式。民宿作为其重要载体，成为旅游板块中最具希望的亮点，在一定程度上给后疫情时代的乡村民宿产业带来了发展机遇。南京市江宁区作为“国家全域旅游示范区”“国家生态文明示范区”，依托丰富的旅游生态资源，民宿产业集聚度高，民宿产品深受消费者青睐，有效拉长了江宁乡村旅游的产业链、消费链。

一、江宁区乡村旅游民宿业发展现状及特点

近年来，江宁区深入践行“绿水青山就是金山银山”的发展理念，依托区域内卓越的山水资源和毗邻南京大都市的便利条件，美丽乡村建设从最先的“五朵金花”，到后来的“十小金花”，再到眼下次第绽放的乡村旅游综合体、特色文旅小镇、特色田园乡村，可谓“全域有景，处处皆景”。为进一步用好用活文旅资源，提升文旅消费品质，江宁区打造了“红色·记忆”“泉韵·园博”“天阙·怀古”“美宿·田园”“亲子·野趣”以及“都市·夜景”6条精品文旅线路，“来江宁织造幸福”城市品牌效应不断放大。2021年，全区接待游客3521.10万人次，同比增长18.9%，实现旅游综合收入294.40亿元，同比增长23.6%（数据来源：《南京市江宁区国民经济与发展统计公报》）。江宁龙尚村漫谷漫心民宿、公塘头民宿、云水涧民宿获评首批“南京市职工疗休养基地民宿村”。目前，江宁区共创建“龙乡·双范”“乡伴苏家”等市级民宿村8个，运营乡村旅游民宿（含乡村精品酒店）154家，拥有3000余张床位。

（一）村企联建民宿集聚效应显著

企业有动力、乡村有需求、市场有空间。江宁区依托乡村振兴总体布局，积极推动村企联建，探索构建了“国企先试先行、民企全面介入、农民积极参与”的多元格局，通过资本注入、街企合作，有效盘活乡村资源。其中，江苏省首批特色田园乡村徐家院就是村企联建的典范，通过引入社会资本，盘活闲置民房8处共计1200平方米、集体建设用地2500平方米，建设若谷精品民宿、拾穗·徐家院民宿、台湾玺舍民宿等项目，每年可为社区增收180万元，释放出了美丽经济的显著效益。目前，江宁乡村旅游民宿业主要依托区内东部温泉资源、中西部山水资源形成多个民宿集聚群。东部片区，共35家民宿，主要位于享有“世界温泉小镇”之称的汤山镇，占江宁民宿总量的23%；中西片区，由区属国资平台旅游产业集团打造的民宿共28家，占比18.2%，主要依托江宁中西部的溪田、云水涧、钱家渡等自然山水；横溪街道有25家，占比16.2%，主要位于石塘人家、江宁美丽乡村西部片区核心区以及七仙大福村周边；江宁街道有18家，占比11.7%，主要依托黄龙岷茶文化村。

（二）“微度假”式本土消费强势崛起

近年来，家庭组团式的近郊自驾、村居民宿、露营野炊等休闲方式明显增加，江宁区乡村旅游民宿运营呈现出“火热”态势。2021年，江宁区民宿主要接待客源75.81%来自南京市内，上海游客占3.78%，苏锡常游客占5.22%，安徽游客占5.46%，游客“本地化”特征较为明显。其中，江宁区各乡村旅游民宿接待主体主要是家庭结伴旅游，其中亲子游占比高达60%，成为乡村民宿的消费主力。2022年“五一”期间，江宁乡村旅游民宿共125家营业，房间数1800间，床位数2500张，共接待游客10540人次，旅游收入501.33万元，平均入住率达84%。在秣陵“乡伴苏家”、汤山“龙尚村”、江宁“黄龙岷”、谷里“徐家院”、横溪“石塘人家”等乡村旅游民宿热点较高区域，每日客房均呈爆满状态，乡村旅游民宿作为“微度假”首选载体的功能越来越凸显。

（三）民宿个性化发展空间广阔

都市“一小时”消费圈的游客口碑不断汰劣显优，面对市场压力，江宁乡村旅游民宿从业者立足自身资源禀赋，深入研究分析目标客群的服务需求，在装修风格个性化、市场定位细分化、经营内涵特色化等方面精准发力，进一步提升市场竞争力。目前，江宁区平均价位在1000元/天以上的高端民宿占比5.26%，301—1000元/天的中高端民宿占比约为58.77%，主打产品类型包括：休闲康养型、精英休闲型、亲子度假型、团建聚会型等。立足精品化发展思路，江宁已形成主题鲜明、能够满足个性化、多样化需求的特色精品民宿接近100家，“江宁百宿”的知名度和吸引力不断增强。

（四）行业洗牌民宿运营愈加规范

疫情对旅游民宿业进行了一次重新洗牌，政府的扶持与规范促使民宿行业进入了一个规范化运营阶段。2021年，江宁区先后制定《旅游民宿开办安全指导手册》《江宁区民宿产业与文旅融合发展资金管理办法》等政策文件，进一步规范民宿审批、日常监管、文旅融合发展等工作，推动民宿高质量发展。截至2022年5月，江宁区取得营业执照的民宿153家，占比99.35%；取得食品经营许可证的民宿138家，占比89.61%；取得卫生安全许可证的民宿97家，占比62.99%；取得特种行业许可证的民宿76家，占比49.35%；“四证”齐全的民宿有61家，占比39.61%。

二、江宁区乡村旅游民宿业发展存在的问题

（一）假日经济依然明显

江宁民宿业依托江宁乡村旅游业发展而起步，受季节性影响较大，普遍存在“旅游旺季人满为患、旅游淡季关门打烊”“节假日一房难求、工作日一房不售”的不平衡现象，淡旺季乡村民宿入住率相差高达72个百分点。如春节档以温泉吸引游客的汤家家村，2022年“五一”期间民宿入住率只有40%左右，究其原因：一是主打产品单一，以泡温泉为主；二是周边自然山水风景缺乏，休闲配套功能不足。

（二）文化内涵挖掘不深

追求民宿特色化、个性化发展已成为江宁民宿从业者的普遍共识。在实际发展中，江宁区虽有大部分民宿也在极力凸显自身特色，但仍有不少民宿在装修、产品、服务营销等方面又逐步趋同。个别民宿集聚区在“民宿+文化”“民宿+农业”上进行了挖掘，如淳化马场山的民宿挖掘“三国”文化建设田园客栈，石塘人家的民宿规划周边区域开发田园采摘；但在深度上挖掘不够，缺乏与生活习俗、生态资源、农业生产

等的深度融合，文化内涵不够深，不利于民宿的可持续发展和品牌建设。

（三）营销能力有待提升

从营销效能来看，江宁区乡村旅游“微度假”市场潜力还有很大的挖掘、提升空间。自江宁区民宿业发展以来，一些精品民宿经营者都采取积极的手段进行营销推介，除传统手段如报纸、杂志、电视等平台外，近年来民宿宣传深度融合“互联网”思维，如在江宁文体旅、江宁发布等微信公众号、南京智慧旅游大数据平台、携程、美团等线上平台进行宣传，部分知名民宿还建立了自己的品牌公众号；但讲好民宿故事的能力参差不齐、现代传媒使用的覆盖面还不够广，经营理念亟待更新。

（四）行业管理尚存在壁垒

民宿管理实际上是一项系统工程，涉及部门较多，比如公安、卫生、消防以及文旅等。目前，江宁在区级层面已基本厘清了民宿管理责任，由区文旅局牵头成立区乡村民宿发展综合协调领导小组办公室，建立民宿产业及文旅融合发展联席会议制度，有效弥补了过去民宿在审批、监管、推介、扶持等方面各自为政的短板。但在证照办理方面，尚存在一定困难。完善的民宿证件包括工商营业执照、卫生许可证、食品经营许可证以及特种行业许可证四大证件。而大部分的民宿设计构造不同于普通城市酒店，尤其农民自有房屋改造的民宿很难通过消防验收。目前，江宁尚有60%的民宿没有特种行业许可证，“办证难”导致部分品质较高的民宿不能参与全国甲级民宿评定，限制了乡村旅游民宿的品牌发展。

三、推动江宁区乡村旅游民宿业高质量发展的路径

（一）重视顶层规划，强化政府引导

一是完善规划布局，注重乡村旅游民宿的可持续发展。在民宿建设过程中，特别要注意保护乡村及其周边自然环境的完整性、协调性和功能性，不仅要考虑对山水生态的保护，还要兼顾乡村社区居民的生活空间。二是以“精品民宿”发展理念，挖掘增量做优存量。结合江宁生态文化资源优势，在规划布局、基础设施建设、财政转移支付等方面强化政策引导，进一步推进旅游民宿集聚区发展，放大资源集聚优势，搞活乡村经济。完善用地、税收、保险、融资、信贷等各方面的支持政策，营造良好的营商环境，吸引更多优质品牌民宿落地生根，促进本地特色民宿快速成长。三是加强部门协调，形成民宿发展合力。严格落实监督管理的属地责任和部门责任，通过联合审核、一站式办理、多证合一、以备案代替发证、告知承诺制、信息共享等方式，优化证照办理流程，为乡村民宿经营者提供便捷、规范的证照办理服务。

（二）加强能力建设，提升经营水平

一是做好疫情防控与民宿纾困的统筹发展。在做好常态化疫情防控举措下，政府要进一步了解民宿业发展需求，通过信贷扶持、培训扶持、资金扶持等诸多措施加大助企纾困，帮助民宿从业者在新的市场环境下寻找到新定位。二是提升民宿标准化、规范化水平。江宁民宿中家庭化、个体户式民宿占比较大。因其经营成本低、市场定价不高、投资风险小，受到追捧，但其在经营上专业度不够。对此，政府要加强政策宣传引导，帮助中低档民宿转型，大力发展中档民宿，引导高档民宿走精品路线，对于不符合标准的低档民宿，或进行转型升级或合理退出，提升江宁区民宿业整体品质。三是发挥行业协会作用，促进行业自律。在人才、宣传、产品等方面，要联合文旅部门加大民宿跟踪指导力度，提供业务培训课程，推动乡村旅游民宿标准化、规范化、特色化发展。

（三）促进文化赋能，拓展业态功能

一是注重民宿与乡村物产融合，塑造产品特质。将民宿打造成乡村物产的展示空间、体验空间、消费空间，使得民宿的消费群体在消费后仍能回忆起这个民宿、这个乡村，促进对乡村物产的持续消费、民宿的再消费。二是注重民宿与本土文化融合，增强文化品位。结合江宁自身的资源特色，创造性转化以农耕文化、民俗文化、历史文化、节庆文化、美食文化等一体的长江文化资源宝库，积极探索“民宿+美食”“民宿+演艺”“民宿+非遗”“民宿+康养”“民宿+休闲”等多元业态融合发展模式。如黄龙岷茶文化村的“西部客栈”民宿，除与千亩茶园为邻，还一直保留了炒茶坊，让游客体验茶农乐趣。三是树立“破圈”思维，开发民宿新功能，扩大消费群体。可联合全省甚至全国的自驾游平台、亲子机构、老年康养机构共同开发乡村自驾游、研学游、老年康养游等旅游产品，提高在非周末、非法定节假日的入住率；亦可联合高校、培训机构、教育机构，在寒暑假期间举办冬夏令营、远足活动、生态体验等适合大学生、青少年参与的培训、体验和实践活动，与日常民宿消费群体形成错时消费。

（四）创新营销策略，增强品牌影响

一是加大政府推介力度，增强本地消费者黏性。在报纸、电视台、“江宁发布”微信号或者“学习强国”江苏平台、南京平台等开辟江宁民宿介绍的小专栏，用“微新闻”“微推广”“微故事”的方式介绍有特色的江宁民宿；通过举办民宿论坛、民宿品牌活动推介等，打响江宁民宿品牌。二是加大第三方平台推介，增强区域品牌影响力。在携程、美团、小红书等第三方合作平台，利用搜索引擎优化技术、电子优惠券、内容营销、口碑营销、会员制营销等策略开展形式多样的民宿促销活动，运用抖音等短视频平台直播带货方式进行线上推介，注重区域化品牌的整体集体营销，避免宣传的碎片化。三是积极运用现代营销策略，提升游客体验感。可运用体验管理和关系营销等现代营销策略，利用旅游信息平台，建立乡村旅游交通预警智慧功能，避免交通拥挤。一些高档民宿可以提供专车接送、个性化定价、差异化服务等，提升游客的体验感。

参考文献：

[1] 文化和旅游部、公安部、自然资源部等. 关于促进乡村民宿高质量发展的指导意见 [EB/OL]. http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2022-07/19/content_5701748.htm

[2] 谷云华, 沈彩云. 后疫情时代长三角地区旅游民宿发展策略研究[J]. 商业经济, 2020 (5) .

[3] 李凌. 后疫情时代乡村民宿市场发展的思考[J]. 中国市场, 2021 (17) .

本文系江苏省党校系统调研课题“后疫情时代江宁区乡村旅游民宿业的发展与思考”（编号 XT21032）的阶段性研究成果。

（作者单位：中共南京市江宁区党校）