

2020年民宿业回顾

寒冬过后是暖春

2020年,我国的民宿行业经历了冰火两重天,从营业收入的谷底到被周边游带火后的销售高峰,民宿业加速进入洗牌期。

□ 本报记者 王玮

1. 迎难而上

从客房预订率100%到暂停营业,2020年春节假期前夕那场席卷全国的新冠肺炎疫情让许多民宿经营者损失惨重。

2. 政府助力

民宿的发展与乡村振兴和乡村旅游建设息息相关,一直以来,民宿行业的成长得到了各级政府部门的关注和支持。

3. 严格规范

从零星发展到星火燎原,民宿行业已经进入到一个快速发展的周期。为保证民宿发展健康可持续,规范管理必不可少。

围绕制约民宿发展的瓶颈问题,一手抓促进发展、一手抓规范管理,积极推动民宿行业健康发展。

乡村民宿方面,2020年6月24日,广东省市场监督管理局发布了《乡村振兴民宿服务规范》。

4. 把握市场

因新冠肺炎疫情暴发造成的长时间业务停摆对民宿经营者的打击是致命的。一波“退圈潮”后,留下的大部分人,都因把握住了变化中的市场机遇。

在全力做好疫情防控细节工作的同时,改造设施、升级产品、推出各类特色活动、将民宿产品和旅游产品用更优惠的价格进行捆绑销售。

入住体验通过小红书平台精准、有效地传递给潜在用户。民宿预订平台也纷纷加入了这场争夺战。

5. 扎根乡村

2020年,用“小”民宿撬动“大”旅游的故事依然在继续。2020年7月,浙江首批民宿助力乡村振兴改革试点名单出炉。

一直以来,民宿让“城里人”对乡村生活有了更多遐想,也成为乡村文化的传递者和乡村旅游的推动者。

不经历风雨怎能见彩虹

□ 张晓军

过去数年,民宿作为一个新锐的扶贫力量和一种全新的旅游住宿产品,其综合效益得到了充分显现。

2020年10月-12月开展的一项民宿行业景气度调查表明,认为民宿行业2021年会比2020年更好的受访者高达83.78%。

预计2021年,全国民宿行业的发展趋势是:

一、政府对民宿的支持力度持续加大、支持方式由虚入实

2018年以来,中国的民宿产业发展进入了政府和市场双主导的新时代。文化和旅游部2018年在浙江湖州安吉、2019年在四川成都郫都、2020年在甘肃兰州榆中连续3年召开民宿工作现场会。

给各地以巨大的启发和示范。随着政府主导力度的持续加大,主导内容的空前充分和政策红利的持续释放,民宿企业的营商环境、法律保障、发展机遇也是空前的。

二、审慎进入,民宿投资更加理性

新冠肺炎疫情是压缩机,挤去了过去5年来民宿领域积累的资本泡沫。去年以来,有大量投资型资本快速离场,但随着疫情防控的进展和民宿消费市场的快速恢复和增长,又有很多中小资本看到了民宿发展的美好明天。

三、需求井喷,民宿消费市场发生巨大变化

被压抑的民宿消费在2020年暑期、十一假期和2021年元旦得到了井喷式的释放。疫情防控常态化下,出境旅游消费转为国内游,部分国内游由异地缩短为本地,由旅行回归为生活。

四、数量增幅下降,民宿自身在悄然快速变化

截至2020年12月31日,全国民宿企业总数为103139家。2020年民宿企业数量比2019年增加了31727家(2019年增长30860家),虽然数量依

然增长,但是增长幅度开始大幅下滑。预计2021年民宿企业数量将进入负增长阶段。

民宿企业数量的空间分布呈现巨大的省域差异。浙江省的民宿企业数量在全国遥遥领先。

民宿企业经营管理水平的不提高和经营管理业绩的差异,导致民宿本身快速异化。一是民宿头部品牌转型为规模化、标准化、连锁化的乡村酒店或精品酒店。

五、由住到N,民宿营收模式多元化

2020年初疫情暴发以来,很多民宿企业关店不停业,由线下转为线上,通过“直播带货”大力开发土特产、本地食材销售等新型电商业务。

六、依法依规,民宿社团的作用将进一步彰显

一个地方民宿行业的发展水平

七、民宿产业空间格局进一步均衡

新的民宿区域在快速崛起,西部如甘肃、宁夏成为新的民宿投资与消费高地。甘肃定西“狄道乡韵”民宿文化旅游村通过“点亮夜韵”,使得过夜游客大幅增长。

八、跨界融合,民宿业态创新

需求牵引供给。需求侧结构性改革将深刻影响民宿业态的创新。研学旅行、康养旅游需求旺盛,红色旅游高速发展,既是民宿的新消费点,也会催生民宿的新业态。

九、品牌故事

“在海南一家酒店,客人走的时候跟服务员说,你千万别把我的微信删掉,我还要回来。这件事给我留下了非常深刻的印象。

品牌故事

君澜:用优质服务转动品牌提升的“金钥匙”

□ 靳畅

“在海南一家酒店,客人走的时候跟服务员说,你千万别把我的微信删掉,我还要回来。这件事给我留下了非常深刻的印象。

20多年前,以高星级酒店、酒店式公寓、高档商务写字楼为主要管理对象的君澜酒店集团在江西湖畔诞生。作为一家本土酒店集团,君澜酒店集团始终以文化内蕴、优秀素质、差异个性服务取胜。

献爱心,“关爱”彰显品牌内蕴

每年正月二十九是福州特有的传统民俗节日“拗九节”,被称为当地的“孝顺节”“感恩节”。

2020年2月22日(农历正月二十九),君澜酒店集团旗下的武汉万科君澜酒店为表达对福建驰援医疗队的感谢,践行“更多的关爱”品牌服务理念。

事实上,“更多的关爱”这一服务理念由来已久。2007年,君澜酒店集团将原“世贸”品牌向“君澜”等酒店品牌过渡。

王建平表示,“君澜”更多的“关爱”服务理念不是简单提高对客服务标准,而是在充分了解客人消费诉求的基础上。

铸匠心,“节约”助推品牌升级

在客人点菜时,引导其适量点餐;在客人用餐结束后,引导其打包食品,并提供免费打包服务……

“酌情取食,杜绝浪费”提示牌,在水果区放比较小的餐盘,各类食品少出、勤出,在保证出品质量的同时减少浪费。

今年8月,君澜酒店集团发布《厉行节约、反对浪费》倡议书,从创新经营服务方式、营造酒店勤俭节约良好氛围、遏制浪费陋习、鼓励“光盘行动”、构建4D食品安全和现场管理厨房等方面。

数据显示,自开展“光盘行动”、采取节约措施以来,君澜酒店集团餐饮成本降低约10%,剩菜比例不超过8%,厨余垃圾减少近30%。

“我们要求每天对成品菜品的产出量进行控制,一方面避免食物浪费,另一方面也保证食材的新鲜,在对成本做‘减法’的同时,也要对服务做‘加法’。”

守初心,“有礼”体现品牌特色

坐落于浙江湖州太湖南岸的太湖君澜温泉水度假酒店是一家五星级全功能度假酒店。

取得如此成绩的重要原因之一,依旧是“服务”。如今,在携程旅行平台上,太湖君澜温泉水度假酒店的评分已由翻牌前的4.3分升至4.8分。

一直以来,君澜对于服务的追求不仅停留在质量上。凭借对中国式服务和本土文化的深刻理解,君澜有机结合“中国各地地域文化、民族文化和特色文化”,让中式文化礼仪渗透到每一个君澜人身上。

王建平说:“君澜服务不是简单的规范品质,而是一种生活品质。我们的未来定位,第一是具有中国文化,第二是保持休闲度假特征,第三则是对高端生活品质不懈追求。

博雅方略文旅集团 BOYA STRATEGY CULTURE & TOURISM GROUP 幸福产业引领者 管理咨询/旅游规划/旅游投资/景区运营/智慧旅游