

旅游企业转型之路系列报道

## 疫情反复 西安酒店市场表现“可圈可点”

□ 本报记者 任丽

今年下半年,疫情反复促使酒店行业进一步、多方位深刻变革。记者走访了西安多家酒店发现,长期保持消毒和严格的卫生措施、减少酒店员工与客人接触、支持客人体验个性化的非接触式技术等,已逐渐成为酒店运营的常态。

10月底发生的新一轮疫情让西安的差旅流动性客源普遍减少,酒店客房收入不稳定成为今年市场普遍表现。虽然面临种种困难,但记者在采访中,发现西安不少酒店在业务拓展、产品服务、销售渠道等方面一直根据消费群体和需求的变化做调整,不断创新,其表现“可圈可点”。

## 拓展业务 做好宣传

面对疫情对旅游市场的不断冲击,酒店如何调整策略来应对市场困境?主要发力点集中在哪些方面,之前是否已取得成效?多家受访酒店给出了答案。

在业务拓展方面,西安高新希尔顿酒店管理层的积极应对,并从两大方面作出了调整:一方面是“多渠道+多产品”,拓展潜在客源。强调线上渠道的拓展和开发,在原有线上平台的基础上,开发全新适合现状的产品,尤其加强了组合产品的推出,如在“双11”的契机下加推预售、大规模促销等。另一方面是加强餐饮销售的新模式“外卖”,带动周边生意及客群。记者了解到,今年以来,西安高新希尔顿酒店将拓展的重点转移至餐饮类产品。该酒店运营总监拓富荣表示,去年疫情严重的时期,酒店开通了外卖

服务,将五星级的餐饮产品售卖到周边的客群中,不但提升了酒店品牌的知名度,也获得了点餐客人的好评。如今,酒店推出了更加多样化的中西餐品,不断满足客人的需求。

疫情考验的是酒店的抗风险能力,相对连锁酒店来说,单体酒店的经营风险在疫情之下更易暴露。西安蓝溪国际酒店总经理何丽娜表示,受疫情影响,酒店业务不稳定,影响职工收入和职业发展,一定程度上造成了人才流失,这对酒店未来发展有较大影响,对于一些收入较低的客房部服务人员来说影响更大。面对这种情况,酒店积极研究对策,寻求创新。下一步,蓝溪国际酒店将植入新产品,策划打造“酒店+”系列产品,如“酒店+艺术”“酒店+娱乐”“酒店+科技”等,充分发挥酒店员工的积极性和创造力,让员工感受到酒店也是可以挖掘潜力,成就事业的地方。

又到了年末,通常酒店业年底生意很被看好,但疫情的影响增加了不确定性,西安的酒店业者也在准备预案,希望在这段时间有个好的收益。比如西安高新希尔顿酒店以线上渠道销售策略为主,增加线上产品的购买价值以及产品种类,以此提高购买率并更有效果的转化率。同时,加强酒店官方平台宣传,积极引导全民销售的概念,提高产品曝光率,加强对客户的关怀度,维持密切的客户关系。

## 营销创新 加强预售

疫情下很多酒店都在尝试各种新的营销方式,比如“双11”的让利促销和预售、餐饮外卖、非房费收入等,

还有一些酒店开通了直播。采访中所有受访酒店均表示,“会推动销售渠道创新,增加渠道多样性”,认为营销创新将是未来酒店业的长期方向。“坐落于华清宫景区九龙湖南侧的西安华清御汤酒店,依托6000年的御温泉和旖旎的骊山风光,打造了集旅游观光、文化演艺、商务宴请、度假养生为一体的国际性精品酒店体验目的地。”该酒店负责人表示,10月疫情并未打乱酒店的运营节奏,因为酒店与华清宫景区共享疫情防控经验,再加上酒店管理层及时布控,积极调整,防疫成果和销售成绩都令人满意。

记者了解到,该酒店紧抓社群营销+多元产品,在原有线上平台的基础上开发全新的适合目前环境的产品,尤其加强了组合产品的推出,且在“双11”的契机下加推预售和优惠,同时开拓达人直播带货渠道,将活跃用户转换为付费用户,使销量打破市场僵局,实现有效增长。打造沉浸式商品转化场景,并在平台智能推荐算法的加持下,精准捕获高转化率人群。

此外,为了维持酒店的整体运营,该酒店在餐饮销售方面,将拓展的重点转移至餐饮预售上,一方面客人可根据自身情况方便地选择产品,另一方面酒店可以根据预售销量进行评估,方便调整人员配备和菜品准备,在带动餐饮销售的同时能更好地提升客人满意度。

西安盛美利亚酒店毗邻大唐芙蓉园景区,去大唐不夜城也只需10分钟路程。优越的地理位置让该酒店客房和餐饮销售一直保持不错的成绩。盛美利亚是一家商务型酒店,疫情发生之前,酒店以接待商旅客人为

主,但目前入住的客人中本地客人占了绝大多数,这反映了疫情给酒店行业带来的直接影响。该酒店市场资讯部经理李星介绍,面对客源的变化,酒店的业态、特色产品、服务等都在根据消费群体和需求的变化进行调整,推出更多适合本地人的“微度假”产品,如针对周边亲子游、周末游市场推出优惠套餐等活动,吸引本地客人到酒店休闲度假。

## 严格制度 防范风险

本轮疫情虽然已接近尾声,但酒店防疫毫不放松。

“按照地方防控要求保证每周一次全员核酸检测。”西安天疆君廷酒店总经理陆正明表示,酒店关闭不必要的通道,仅保留酒店正门一个出入口,严格执行扫“双码”(大数据行程卡、西安一码通)、测温、戴口罩,以及查验48小时核酸证明。每日对空调新风设备、出风口进行消毒,对酒店公共区域进行不少于三次消毒。加强食品索证要求,严格执行“三证一单”,暂时停用任何进口冷链食品采购。

“我们酒店组织高管层进行了学习和讨论,要求酒店上下时刻保持高度警觉,扎实做好整体‘防火墙’。”西安蓝溪国际酒店总经理何丽娜表示,酒店从严从紧落实防疫政策,取消了很多会议,延后了多家婚宴等聚集性活动,并在酒店多个部门增加了急救箱、口罩等物品,增加了员工核酸检测频次及内部全面卫生消杀次数,对于每一位到店的客户,严格检查其行程码、测温及按要求查验核酸证明等等,目的就是有效防范潜在疫情风险。

厦门融通白鹭公司:

## 防疫经营“两手抓” 自救转型“两不误”

□ 李金枝 邓卫中 谭壹

近日,厦门融通白鹭宾馆有限责任公司(以下简称“融通白鹭公司”)喜讯连连,一是公司旗下的森海丽景酒店收到思明区疫情防控指挥部颁发的《荣誉证书》;二是与去年同期相比,公司总营收增长60.4%,超额完成既定指标任务。

新冠肺炎疫情使酒店行业发展受到影响,融通白鹭公司坚持防疫与经营“两手抓”,确保自救和转型“两不误”。

## 积极抗疫显担当

“马上召开开业典礼,原先已预订的会议和客人,立即安排对接退订……”7月下旬,森海丽景酒店正紧锣密鼓准备8月1日开业典礼,突然接到厦门市疫情防控指挥部通知,将酒店征用为疫情防控临时集中医学观察隔离点。中国融通旅发厦门第一党总支书记、融通白鹭公司筹备组组长王建波立即发出指令,要求做好退订工作并成立工作专班落实疫情防控。

## 亳州市智慧旅游建设取得长足进展

2021年,安徽亳州市文化旅游体育局高度重视智慧旅游建设,积极开展相关工作,取得长足进展。一是全力推进“游安徽”三级联建工作。按照安徽省文化和旅游局工作部署,亳州市文化旅游体育局立即行动,全市9家4A级景区、34家3A级景区全部接入安徽省文化和旅游局旅游景区视频监控平台,实现实时监控、科学引导、智慧管理目标。亳州市旅游景区智能导览图涵盖了全市所有3A级以上景区(点),为游客提供了更多的便利。二是积极开展社会保障卡在文化和旅游领域“一卡通”应用工作。全市21个纳入社保卡“一卡通”应用的文化和旅游场景中,19个实现了三级应用,100%实现了一级应用,80%的场馆实现了二级应用,游客可凭实体社保卡或电子社保卡作为身份凭证进行实名预约购票。三是大幅提升旅游景区智慧服务水平。亳州开通了闸机购票功能,游客可以直接在闸机进行支付并验票入园,提升了景区智慧化管理功能。针

(孙甜甜 李远峰)

对65岁以上的老人、残疾人、军人等人群提供便民政策,可以通过人脸识别终身无限次畅玩畅游亳州,这在全国景区尚不多见。四是切实做好网络安全保障工作。“游安徽”三级联建系统、亳州旅游App管理系统、亳州文化云数据系统3个网络系统,均在亳州市公安局进行了二级备案。对自建网络系统、局网站等进行一年4次的网络安全检测,并在重要活动期间进行24小时网络安全监测和维护,确保网络安全零事故。2021年9月17日,亳州市文化旅游体育局开展了一次网络安全应急演练,大大提高了网络安全工作的水平。五是充分利用互联网开展网络宣传营销。亳州市文化旅游体育局拥有的主要网络平台有官方网站、微博、微信、抖音等。官方改版于2008年建设开通,经过多次改版和升级,成为发布亳州与旅体资讯的重要平台,其他平台均获得好评,成为亳州市文化旅游体育局开展智慧营销的手段之一。

酒店。”受领任务后,宾馆立即成立了服务保障专班,启动疫情防控应急预案,竭尽全力做好入住医护人员、员工的食宿保障和员工的安全防护工作。融通白鹭公司筹备组副组长徐桂荣说。

此外,融通白鹭公司还推出了《开业复工100条“硬核”防护措施》,内容涵盖客人及员工从进入宾馆到离开后的每一个环节,确保做到防护无死角。这一做法被不少同行企业学习借鉴。

## “苦练内功”促增效

面对疫情,融通白鹭公司设有坐以待毙,而是积极抢抓市场机遇,围绕产品创新、客户体验、运营效率等方面“苦练内功”,推动酒店提质增效。

“根据相关部署,2019年,公司现所属的6家宾馆、酒店由军队统一移交给中国融通资产管理集团管理。限于历史原因,这些宾馆、酒店的各种硬件设施严重陈旧老化,‘提质增效’成为公司发展的首要任务。”王建波介绍,2020年以来,公司先后投入2800万元用于白鹭宾馆、金沙湾宾馆、森海丽景酒店装修改造和安全改造,优化服务内容和方式,积极适应市场和消费者的需求。白鹭宾馆投入300万元改造的21间精品客房,满足客人女性专属、亲子关怀等特殊需求,受到市场欢迎。融通白鹭公司市场营销部经理邓化福介绍,这些客房自今年9月18日正式投入使用以来,截至11月12日,已接待560余人次,客房收入32万元。

酒店餐饮的成败对酒店的最终效益起着关键作用。“过去餐饮缺乏特色,存在坐店经营、等客上门的现象,一直处于亏损状态。”王建波说,去年10月,公司把抓好餐饮扭亏作为一项重点工程,找准亏损原因并采取了三项举措。

一是“借船出海”。白鹭宾馆引进厦门农膳餐厅,将主楼13楼餐厅打造成原生态农膳餐厅;引进厦门怡悦酒楼,将综合楼一楼餐厅打造成鲑鱼川菜餐厅,推出漳州招牌美食江东鲷鱼吸引客人。二是合作经营。金沙湾宾馆、森海丽景酒店与厦门市厦金湾渔村餐饮有限公司、海角九号餐厅等进行合作经营,餐饮收入按相应比例分成。三是完善激励。从2020年10月起,公司全面实行绩效挂钩,对宾馆酒店的餐饮

部实行经营目标管理责任制,员工收入与餐饮等收入挂钩。餐饮部可根据市场行情自主决定餐饮特色、物资采购和餐饮价格。每个月月底,餐饮部可在扣除成本费用后按不同比例奖励员工,上不封顶。

“‘三招’落地后,尽管受到疫情影响,但1至10月,白鹭宾馆、金沙湾宾馆、森海丽景酒店等三家正常经营宾馆的餐饮均实现扭亏目标,餐饮收入占到宾馆酒店主营收入的35%,员工工资平均每月增加700元左右。”融通白鹭公司总经理助理李兴美介绍。

此外,酒店还采取岗前培训、在岗轮训和脱产培训相结合的方式,大力提升员工的服务技能和水平,使“情满白鹭”成为宾馆特色服务的品牌,越来越多的“回头客”变成“回头客”。

## 多元营销拓市场

面对疫情的冲击,融通白鹭公司不等不靠,主动抓生产自救,开展多元营销,千方百计开拓新客源,多措并举提高市场占有率。

融通白鹭公司按照“一体化管理、差异化经营”总体思路,对旗下的6家宾馆酒店进行重新整合定位。其中,白鹭宾馆作为厦门有影响力的“老字号”宾馆,主要突出高端会议接待业务;金沙湾宾馆地处美丽的环岛路,重点打造为海滨度假酒店和婚纱摄影基地;森海丽景酒店毗邻火车站及繁华商圈,出行便捷,主要以接待旅行社团体、散客为主。

为了开拓市场,公司制定差异化营销方案,重点突破线上增量营销,不断丰富线上营销活动,加强与携程、美团、飞猪等OTA平台合作,不断提高酒店的人住率。据统计,今年1至10月,客人通过网络预订宾馆客房间数比去年同期增加39.8%。

为吸引省内外出游客,自2020年9月起,融通白鹭公司推出了“住宾馆免费植物园”“住客房、享升级”等系列促销活动;推出了“融旅汇”会员计划,提供会员权益、会员积分等。目前,融通白鹭公司“融旅汇”会员已达到了4850人。

此外,公司还通过公开招聘、竞聘上岗、外部引进等方式,新聘了10名急需的经营管理、营销网络、工程建设人才;通过交流轮岗、岗位培养等方式,提高人才队伍专业能力和整体效能,为公司发展提供强大的人才支撑。

编者按:

日前,全国旅游标准化技术委员会发布了《关于甲级、乙级旅游民宿的公告》。这标志着等级旅游民宿这一住宿新业态品牌的“炼成”。开展等级旅游民宿评定是助力乡村振兴战略的重要举措。以此首次首批甲级、乙级旅游民宿发布为契机,即日起,本报推出系列评论为行业深入推进旅游民宿行业标准实施,助力等级旅游民宿品牌打造带来更多启发与思考。

## 旅游民宿等级评定是旅游标准化的新标杆

□ 郭志平

自1995年原国家旅游局成立全国旅游标准化技术委员会以来,旅游标准化工作取得了突飞猛进的发展,形成了较完整的旅游标准化体系。旅游标准化工作的推进,加快了我国旅游行业规范化、国际化、专业化进程,特别是《旅游饭店星级的划分与评定》《旅游区(点)质量等级的划分与评定》两项国家标准成为旅游标准实施的标杆,为旅游业跨越式发展作出了重要贡献。

中国旅游标准化工作的实践证明,旅游民宿标准将通过实施获得新生命,对行业具有重要的指引意义。

旅游民宿标准的实施将帮助民宿业者展现新形象。旅游民宿业者追求达标的过程,就是自我品质提升的过程,获得的等级标牌标识,是民宿的品牌和形象,是公众的识别卡和通行证。旅游民宿标准的实施,有助于民宿提升知名度和美誉度,展示新形象。

旅游民宿标准的实施将助推民宿行业获得新提升。民宿标准在制定过程中,考虑了方方面面的因素,结合了民宿理论和实践,代表了民宿管理的较高水准和正确导向,为集行业大成之作。旅游民宿标准的实施,让民宿行业有了追求的目标和方向,先达标的民宿业者用事实说话,起到更好的示范和引领作用,有助于在民宿行业营造出“比学赶超”的氛围,推动整个行业高质量发展。

当前,旅游民宿已经成为旅游产业的重要组成部分,是乡村振兴不可或缺的有生力量,城乡居民实现共同富裕的重要途径。在评定工作中可以看到,民宿业者对等级评定工作积极性很高,寄予了厚望。《旅游民宿基本要求与评价》标准的实施可谓正当其时,必将成为我国旅游标准实施的新标杆。

开展民宿等级评定工作,在宏观层面可以从以下几个方面把握:

第一,合法性是旅游民宿的前提。标准化工作中的等级评定虽然不是一种水平许可,但它是一种专业机构实施的水平评价,具有较强的社会公信力。旅游民宿虽然提供的是服务,但只要是对人提供服务,就必然涉及卫生、消防、治安等人身、财产安全问题。因此,作为具有公信力、涉及安全性的民宿等级评定工作,也应当符合卫生、消防、治安等有关规定与要求,取得当地政府要求的建设证、公安部和原国家旅游局联合印发的《农家乐(民宿)建筑防火导则(试行)》(以下简称《导则》),解决了民宿在消防、建筑等方面长期存在的问题,降低了民宿的准入门槛,有力地促进了民宿的合法规范发展。在民宿评定过程中,应该准确把握《旅游民宿基本要求与评价》和《导则》之间的关系,正确领会和适用相关标准,既不扩大法定要求,又不降低法定标准,做到既合法合规,又合情合理。

第二,人民性是旅游民宿的本质。民宿依托“当地民居等相关闲置资源”,依靠“主人参与接待”,因民居和居民而产生,以“民”立宿、为“民”而宿,民宿这一名称就是对其本质特征的最好诠释和最佳概括,人民性是对民宿的本质要求。随着我国旅游业的发展,民宿的主人不再单是原住民,也出现了新居民。评定标准部分尊重了我国民宿发展的客观事实,虽未再完全硬性要求“主人”必须是原住民,但“利用当地民居等相关闲置资源”和“主人参与接待”仍是旅游民宿的核心内涵。

第三,特色性是旅游民宿的生命。体验和感受不同的景观和文化是游客选择入住民宿的主要动机。旅游民宿本身是否具备文化代表性、地域特殊性等,将直接影响着民宿的吸引力、竞争力和生命力,旅游民宿标准也明确要求民宿具有“为游客提供体验当地自然、文化与生产生活方式”的功能。在建筑外观、室内装修、客房、餐饮等方面都强调“主题”和“特色”。在旅游民宿等级评定中,要防止旅游民宿标准化导致民宿模式化的错误倾向和错误言论。旅游民宿标准明确的只是合法性、安全性、服务性等基础功能和要求,民宿标准化不是模式化的标准化,而是特色化的标准化。开展旅游民宿等级评定不是要民宿变得千篇一律,而是要民宿呈现千姿百态;不是要民宿百鸟朝凤,而是要民宿实现百花齐放、百家争鸣。

第四,社交性是旅游民宿的灵魂。“主人参与接待”也是民宿“社交性”“参与性”特征的具体体现。民宿创造的是一种有温度、有情感、有文化的旅居产品,提供的是一种新型的生活体验方式,营造的是一种主客共享、情景交融的社区和空间,让游客享受的是一种家庭式的住宿氛围和住宿服务。民宿没有了主人的参与、没有了主客交流,就失去了灵魂。

第五,小型化是旅游民宿的导向。无论对民宿的起源还是国家对民宿业的政策考量,民宿特别是乡村民宿的重要意义在于优化配置了现有闲置民居等住宿设施资源,更好地解决了旅游淡旺季问题,满足了游客文化体验需求和旅游发展需要,而且民宿经营作为居民家庭主业的重要补充,促进了共同富裕和乡村振兴。因此,《旅游民宿基本要求与评价》和《导则》都强调,民宿是“不超过4层、建筑面积不超过800㎡”的小型化住宿设施,防火等级还要求不超过14个标准间。我国台湾地区作为民宿业发展的先驱,要求民宿的客房数在8间以下,客房总楼地板面积在240平方米以下。总之,大型酒店化发展和完全新建的民宿,无论从土地资源看,还是从旅游资源配置看,都不是国家鼓励发展的方向。

在本次旅游民宿等级评定工作中,笔者发现个别民宿业者和管理者对民宿的认识还存在偏差,在民宿经营管理中还存在一些问题,建议地方文化和旅游部门给予关注,可从以下几方面着手加以解决。

第一,加强对旅游民宿管理制度的协调。为解决民宿长期以来难以合法性的难题,《导则》明确规定,在导则颁布前建好的、经营用客房数量不超过14个标准间(或单间)、最高4层且建筑面积不超过800平方米的农家乐(民宿),不纳入建设工程消防监督管理和公众聚集场所开业前消防安全检查范围。目前,已有北京、上海、广东、广西、浙江等十多个省份出台了民宿管理办法或者指导意见,特别是广西明确规定:“旅游民宿建筑不需要办理建设工程竣工验收备案和公众聚集场所投入使用前消防安全检查合格证。”实践中,由于部分地方没有出台细化规定或者消防部门不了解上述规定,对消防标准的认识存在偏差,认为导则规定范围内的民宿也适用旅馆建筑和防火规范,应取得消防安全检查合格证或者特行证,导致消防证明成为民宿合法性的瓶颈。对此,建议相关地方加强与消防部门的协调,争取在省级层面出台民宿管理规范,让民宿取得合法资质不再成为难题。

第二,加强对旅游民宿评定工作的指导。旅游标准化的实施是一项系统工程,旅游民宿评定与已实施多年的A级景区、星级饭店评定工作不同,今年刚刚启动首批评定工作,从主管部门、评定专家到业者都处于探索阶段,都需要在评定工作中不断总结经验,更需要各级文化和旅游部门统一认识、共同努力。从本次评定情况看,部分地方对旅游民宿标准的学习领会还不够深、不够透,对旅游民宿经营业者的事前评定指导还不多、不够准。建议各地进一步加强对旅游标准的学习和对旅游民宿业者的指导,通过推动旅游民宿标准实施,提升旅游民宿的服务质量和发展水平,将旅游民宿等级评定打造成旅游标准化实施的新标杆,将旅游民宿等级标识打造成民宿的金字招牌。

第三,加强对旅游民宿产业发展的引导。民宿与传统的饭店不同,民宿的客户群体以游客为主,而非商务旅客,人民性、特色性、社交性、副业性、小型化是旅游民宿发展的导向。在此次评定工作中,笔者发现个别民宿已脱离民宿本真,呈现出资本化、规模化、大型化、连锁化、管家化的趋势,这也是其无法获得合法性或者无法被评定为等级旅游民宿的重要原因之一。由此,建议地方文化和旅游行政部门进一步准确把握国家层面关于旅游民宿产业发展的政策规范要求,加强对旅游民宿产业发展的事前引导,尽量规避民宿失序、失范、失真等问题。同时,建议地方文化和旅游行政部门进一步准确把握国家层面关于旅游民宿产业发展的政策规范要求,加强对旅游民宿产业发展的事前引导,尽量规避民宿失序、失范、失真等问题。同时,建议地方文化和旅游行政部门进一步准确把握国家层面关于旅游民宿产业发展的政策规范要求,加强对旅游民宿产业发展的事前引导,尽量规避民宿失序、失范、失真等问题。

第四,建议地方文化和旅游行政部门进一步准确把握国家层面关于旅游民宿产业发展的政策规范要求,加强对旅游民宿产业发展的事前引导,尽量规避民宿失序、失范、失真等问题。同时,建议地方文化和旅游行政部门进一步准确把握国家层面关于旅游民宿产业发展的政策规范要求,加强对旅游民宿产业发展的事前引导,尽量规避民宿失序、失范、失真等问题。同时,建议地方文化和旅游行政部门进一步准确把握国家层面关于旅游民宿产业发展的政策规范要求,加强对旅游民宿产业发展的事前引导,尽量规避民宿失序、失范、失真等问题。

第五,建议地方文化和旅游行政部门进一步准确把握国家层面关于旅游民宿产业发展的政策规范要求,加强对旅游民宿产业发展的事前引导,尽量规避民宿失序、失范、失真等问题。同时,建议地方文化和旅游行政部门进一步准确把握国家层面关于旅游民宿产业发展的政策规范要求,加强对旅游民宿产业发展的事前引导,尽量规避民宿失序、失范、失真等问题。同时,建议地方文化和旅游行政部门进一步准确把握国家层面关于旅游民宿产业发展的政策规范要求,加强对旅游民宿产业发展的事前引导,尽量规避民宿失序、失范、失真等问题。

第六,建议地方文化和旅游行政部门进一步准确把握国家层面关于旅游民宿产业发展的政策规范要求,加强对旅游民宿产业发展的事前引导,尽量规避民宿失序、失范、失真等问题。同时,建议地方文化和旅游行政部门进一步准确把握国家层面关于旅游民宿产业发展的政策规范要求,加强对旅游民宿产业发展的事前引导,尽量规避民宿失序、失范、失真等问题。同时,建议地方文化和旅游行政部门进一步准确把握国家层面关于旅游民宿产业发展的政策规范要求,加强对旅游民宿产业发展的事前引导,尽量规避民宿失序、失范、失真等问题。

第七,建议地方文化和旅游行政部门进一步准确把握国家层面关于旅游民宿产业发展的政策规范要求,加强对旅游民宿产业发展的事前引导,尽量规避民宿失序、失范、失真等问题。同时,建议地方文化和旅游行政部门进一步准确把握国家层面关于旅游民宿产业发展的政策规范要求,加强对旅游民宿产业发展的事前引导,尽量规避民宿失序、失范、失真等问题。

第八,建议地方文化和旅游行政部门进一步准确把握国家层面关于旅游民宿产业发展的政策规范要求,加强对旅游民宿产业发展的事前引导,尽量规避民宿失序、失范、失真等问题。同时,建议地方文化和旅游行政部门进一步准确把握国家层面关于旅游民宿产业发展的政策规范要求,加强对旅游民宿产业发展的事前引导,尽量规避民宿失序、失范、失真等问题。

第九,建议地方文化和旅游行政部门进一步准确把握国家层面关于旅游民宿产业发展的政策规范要求,加强对旅游民宿产业发展的事前引导,尽量规避民宿失序、失范、失真等问题。