

● 聚焦助企纾困 推动高质量发展

用好纾困政策 做好项目运营

乡村民宿业者在困难中争取突围

五一假期临近,对于乡村民宿主来说,依然是喜忧参半,有些周边游较为发达的地方已经步入了“旺季”,但一些地方的乡村民宿却因疫情影响没能等来客人。今年,不断波动的本土疫情让旅游市场的情况变得更加复杂。尽管“离场”已成为一些民宿投资人的选择,但更多民宿主在想办法适应市场的新变化。为了“活下去”,他们不断进行新的探索与尝试。



游客在乡博博风鸣四季民宿 民宿供图

□ 本报首席记者 王玮
见习记者唐伯依

“我在4月初就提前订了一家民宿,希望五一假期能到郊外放松一下。这家位于半山腰的民宿,很有意思。在这里可以和家人一起品茶、赏花、看星星。”没有出门计划的浙江游客周女士计划在周边的民宿度假期。

在四川大学旅游学院教授李原看来,由于疫情防控和旅游消费意愿的抑制,今年五一假期长距离、长时段的旅游大概率不会成为主流,但短途、短期化、高频化的休闲市场,即周边游则有可能为旅游市场带来些许暖意,这主要指的是,度假时间在两至三天,行车距离在1至3小时范围内的休闲旅游消费行为,而民宿恰恰是针对这种消费最适合、最具满足度的产品形态。

“我们的民宿在4月中旬,出租率就达到了95%,最近基本处于满房状态,但受到近期北京局部地区疫情的影响,也有部分客人在电话咨询退订的事情。”北京乡博博文化发展有限公司(以下简称“乡博博”)创始人张海龙介绍,乡博博已在北京平谷落地了32个民宿项目,为迎接五一假期,民宿内的主题活动也在不断上新。“五一假期正是平谷区桃花盛开的季节,我们提前设计了赏花线路和体验点,将采摘园和周边景点包含其中,让客人有的看、有的逛、有的玩。眼下国潮风盛行,我们还为年轻游客组织了汉服打卡活动。”

此外,记者了解到,位于北京延庆、房山隐居乡里品牌旗下的山楂小院、老马回乡、左岸花园等民宿目前均处于满房状态,甚至端午假期的民宿房间也已订出了约60%。老马回乡民宿特意为了前来度假的孩子们安排有“奥特曼带你去春耕”活动。“但是,目前北京出现的疫情是否会让市民的假期行程发生改变,还要看各区域的疫

情防控要求。我们也做好了随时处理‘退订’的准备。”一位北京民宿主说。

成都市蒲江县麟凤村枣子宿主人刘静经过观察发现,如今客人在出游时越来越配合当地的疫情防控要求,会认真地事先做好核酸检测等工作。“我们五一假期将推出针对亲子家庭的石磨豆花、窑烤披萨、采茶制茶等研学体验项目,不住宿的客人也可以预约体验活动,这样可以为民宿引流。”刘静说,虽然,这个五一假期民宿的生意没有几年前般火热,但采摘等特色体验活动还是比较受到城市客人青睐的。

事实上,国内已经有一些地区的民宿受本轮疫情的影响,未能盼来假期预订热潮。

宁波高源文旅首席执行官、心宿品牌创始人徐恒勇介绍,五一假期的民宿预订情况基本上是2019年的40%

至50%,目前的客源主要还是以城市周边游客为主,亲子家庭依然是主力。“为了增加营收,我们再一次在社交媒体平台的直播间开始预售套餐,当地文旅主管部门和相关协会也在协助我们推广。”

“五一期间的民宿预订依然不太乐观,往年这个时候,五一假期的客房基本订满了,但今年,预订量减半不说,还有很多客人因疫情的不确定性,选择‘退订’。我们周边的一些民宿情况也差不多。”位于旅游城市大理的漫山民宿同样受到疫情影响,该民宿主孙红革说:“与以往发展周边游客群的乡村民宿不同,一直以来,大理民宿的客人主要来自北上广深等一线城市。但是,现在能来的主要是云南本地的客人,入住率断崖式下降是必然的。为了应对这种惨淡局面,我们尝试降低房价,开展预售活动,但效果并不理想,主要是游客目前对于远距离旅行的信心不足。”

产养殖基地等合作,围绕民宿周边游设计亲子、研学产品,盘活当地资源,让客人感受乡土文化和渔村文化。”

“通过产品创新,提升形象塑造与强化市场黏性是民宿克服市场疲软、谋求生存的良好策略。”在李原看来,民宿此时应开展创新性工作,创造出独特的“语境”与客人交流。比如,在充分了解客源地市场消费需求的基础上,以“主题化”的方式,组合民宿周边的资源,形成“线路”产品,让民宿成为“微度假目的地”。同时,民宿应该把主要精力放在产品的创意设计,做到服务的“场景化”,让民宿空间灵动、饱满,充满欢声笑语。

“疫情常态化防控给旅游业带来了调整的机会,危与机并存。疫情影响下,市场需求从‘观光型’转向‘度假型’,乡村体验型民宿消费成新趋势,消费者越来越注重旅游品质和出游体验。那些品质优、拥有更多体验的高端民宿成为热门,且增速最快的一个市场,是最被看好的一片‘蓝海’。”胡阳分析道。

静建议,可以多做一些民宿内容的产出,尤其是客单价相对较低的体验项目,建立二次销售场景,比如建立咖啡厅、茶室等。“民宿一般规模不大,且运营风险较低,因此抗风险的能力相对高,可以结合当地资源实现最优配置。”刘静说。

北京第二外国语学院旅游科学学院教授、区域旅游研究与规划中心主任唐承财认为,民宿项目想要增加抗风险能力,可以深度挖掘周边文旅资源,强化周边产品的打造和配套设施的建设,完善自身的产品服务体系。

的确,项目是否健康,与投资人后期是否精心运营有很密切的关系。刘

五一市场冷热未定

“躺平”“谋生”一念之间

内,而是在周边的露营地享受下午茶。为了丰富民宿的产品内容,抓住消费者热点需求,这些民宿主不停地探索。

受本轮本土疫情的影响,经营无业绩、房租得支付,员工要养活……一部分以外省游客为主要客源的民宿主不得不面对困难。“没有客流就没有市场活力。此时,我们只有静下心来等待市场复苏。”在接受记者采访时徐恒勇平静地说,重压之下,很多同行选择了转行。“但我们依然选择借助这段相对‘静态’的时期修炼内功,进行硬件修缮,比如培训员工、创新服务内容、尝试跨界合作等。疫情影响下,民宿经营更应重视策划、品牌和品质。通过抖音、小红书等社交媒体,给消费者‘种草’,扩大品牌知名度。”

“日子再难总要过去,不如活在当下,做点力所能及的事。”尽管

“机遇”“风险”重在把握

以及经营服务的规范性等。

“虽然民宿经营中的不确定性加大,但市场对于民宿高质量发展的要求不会降低,投资人要客观评价市场,做好民宿的设施设备维护,量力而行。”首都经济贸易大学旅游研究中心主任、工商管理教授蔡红说。

“以途家平台为例,疫情之下,平台上乡村民宿房源总量不降反升,今年五一假期乡村民宿订单占比首次超

过了城市民宿。但作为投资者而言,最重要的是后期的精细化运营,民宿投资是长期项目,需要做好全面风险评估。”胡阳建议,乡村民宿应抓住疫情带来的机遇,做好民宿服务的提质升级,做大增量,加强抵御风险的能力,同时也为疫情过后的发展做好准备。

的确,项目是否健康,与投资人后期是否精心运营有很密切的关系。刘

枣子宿民宿组织小朋友们参与采茶、制茶活动 民宿供图

发布的五一出游趋势显示,乡村民宿预订量不降反增。截至4月22日,五一期间乡村民宿的订单量占比达到51%,较去年占比提升20%,这也是乡村民宿订单量首次超过城市民宿。

乡村民宿价格也相对平稳。途家数据显示,今年五一期间,平台民宿每间夜预订均价达到1362元,每间夜均价超过1000元的民宿订单占比超过了一半。“乡村民宿是疫情后增速最快的一个市场。”途家民宿副总裁胡阳介绍,目前跨省游受到限制,近郊游和更宽松的扶持政策都有利于乡村民宿的发展。各地乡村民宿价格整体稳中有升。一方面是因为其在软硬件上有较大幅度升级,另一方面是因为疫情发生后,大家更愿意在有山有水的地方消费,这也支撑了乡村民宿较为稳定的价格。

五一市场冷热未定

那么,在乡村民宿又有什么好玩的?游客王先生表示,在乡村民宿能住得更久一点,玩得更多“野”一点。今年大热的露营、房车、烧烤,样样不少。途家数据显示,五一期间,提供房车、帐篷、营地等露营相关服务的民宿预订量较去年同期猛增4倍。

据了解,近段时间,露营型民宿快速兴起,主要房型有帐篷、房车两类。露营帐篷能够住2-4人,帐篷内一般只有简单的寝具和家具,卫生间、厨房、客厅等功能一般需要在营地的公共空间里实现。房车内部条件比帐篷要好,一般有寝具、沙发、盥洗室、简易厕所等,部分豪华房车还配有无线网络、微波炉、空调、电视、冰箱等,能隔出卧室、客厅、洗手间等不同空间,堪比一个小型酒店套房。“选择露营型民宿的消费者,看重的是一种回归自然的体验,而不仅是舒适性。”胡阳介绍,这些露营地更为吸引人的是周边优美的景色、开放的公共区域、丰富的活动。目前,烧烤设备、小型儿童游乐场、户外桌椅等都已经成为营地标配。一些民宿还会组织游客开展周边登山徒步、溯溪、采摘、观星、篝火等活动。

“聚焦星级饭店人才发展

规范行业界限 坚持砥砺前行

《三年培训计划》促服务品质提升不断档

□ 黄宁

行动中的定位更准确,前进时的方向更清晰。

事实上,河南郑地奥体建国饭店一直在探索如何做好员工培训工作,从筹备期就建立了四级培训体系,形成了“让学习成为一种习惯”的良好风尚。在经营管理过程中,采用形式多样的培训方式,对员工进行不间断的职业技能培训,严格贯彻星级及标准化管理模式。通过加强培训开发员工的素质和潜能,使员工掌握产品和服务知识,熟悉岗位应具备的技能,做到胜任岗位、认同企业的文化和理念,从知识、技能、素质、创新等方面适应企业的发展要求。

河南郑地奥体建国饭店在实践中也注意到,对星级饭店从业人员进行培训时需要注意两个方面,一是提高思想认识,端正学习态度,深刻理解培训的重要意义;二是珍惜学习机会,加强切磋交流,力求培训收到预期效果。只有这样,才能扎扎实实培养出一支综合素质高、业务技能强的高素质员工队伍,提高企业整体服务水平和接待水平,持续打好酒店接待工作“持久战”。

在疫情常态化防控下,行业对饭店从业人员各方面综合素质的要求将更加严格。因此,要以系统培训为抓手,重塑全行业的文化自信;以观念转变为目的,强化全行业的质量意识;以星级标准为为主线,推进全行业的素养提高;以层级责任制划分为手段,调动全行业的组织创新。

一年之计,莫如树谷;十年之计,莫如树木;终身之计,莫如树人。在今后的工作中,星级饭店从业人员要从自身做起、不忘初心、砥砺前行,为饭店业高质量发展注入源源不断的动力。

(作者系河南郑地奥体建国饭店总经理)

《三年培训计划》明确,从2022年开始,有计划、分层次、有侧重地开展星级饭店从业人员培训工作。三年内,线下培训实现各级文化和旅游部门星级饭店行政管理人员、星评员、监督员、星级饭店高级经营管理人员培训全覆盖,文化和旅游部组织线下培训不少于1000人次,各地文化和旅游行政部门组织线下培训合计不少于10万人次,线上培训全国合计不少于100万人次,培训任务按各地星级饭店数量比例分配。通过培训,能够使从业人员在思想上的准备更充分,

本报常年法律顾问:
北京市岳成律师事务所
网址: www.yuecheng.com
电话: 010-84417799
微信: beijingyuecheng
地址: 北京市东三环北路丙2号天元港中心A座7层

本编辑: 武霞 电话: 010-85168155 E-mail: ww@ctnews.cn