

旅游民宿发展的现状、问题与对策

技术与运营并举 服务好三类用户

——基于“一部手机游湖北”建设和运营的思考

□ 张艺弛

□ 张启骏 樊后涛

大众旅游时代来临,传统的旅游住宿产品难以满足人民群众对美好生活的多样化需求。旅游民宿作为个性化的住宿产品,承载了丰富住宿产品类型、推动住宿业转型升级的重任,既是文化和旅游融合的重要载体,也是乡村振兴的助推器,是促进文化和旅游消费、推动文化和旅游产业高质量发展的主要支撑。近年来,国内旅游民宿在各地快速发展,受到市场热捧,各级政府也纷纷出台鼓励旅游民宿产业发展的政策文件,助推了市场的有序发展。

为摸清全国旅游民宿家底,了解全国旅游民宿产业发展现状,文化和旅游部旅游质量监督管理所组织课题组开展了全国旅游民宿发展情况调研工作。此次调研主要采用现场走访、电话访谈、问卷调查、网络大数据分析等方式。课题组对调研过程中收集的各类型资料进行了综合分析,形成如下报告。

一、旅游民宿发展现状

据不完全统计,目前全国旅游民宿约20万家。其中,四川、云南、浙江、山东、贵州、广西六省区排位靠前,均超过1万家,四川省最多,达到4万家。

从地域分布来看,全国各地差异明显。总体上,西南地区旅游民宿较多,如云南、贵州等地。东部地区以浙江为最,中部地区湖南、湖北较多,西北及东北省份较少。

从城乡分布来看,80%的旅游民宿分布在乡村地区。大部分集中在知名景区附近及乡村旅游发展较为成熟的地区。主要有景区依托型、乡村体验型、文化特色型、康养旅居度假型等类型。

从建筑属性来看,大部分旅游民宿是通过对原有民居的改扩建而形成,占比达47.81%。由传统老宅、废弃厂房、旧学校等的提升与改造而成的占比也较高。总体来看,对老旧房修缮和改扩建形成的旅游民宿占总体用房的比例达到84.7%。

从投资方面看,投资50万元以下的旅游民宿占比10.35%,投资50万元以上的,500万元以下的占比为55.79%。投资1500万元以上的占比13.44%。

从旅游民宿经营性质来看,有53%的旅游民宿使用自有房屋经营,通过租赁方式经营旅游民宿的占比41%,与房主共同经营的较少,占总样本的6%。

从经营情况来看,以自有房屋开展经营的民宿营收稳定,投资500万元以下的已经形成品牌的旅游民宿营收情况较好,投资1000万元以上的旅游民宿经营压力较大。

在旅游民宿投资资金来源上,主要为民宿主自有资金,占比高达76.32%,合伙人共同筹资的占比19.74%,其他主要是银行贷款。

在旅游民宿的宣传渠道方面,62.32%的旅游民宿主通过抖音进行宣传。在问卷的多项选择中,通过口碑传播、微信公众号进行宣传的旅游民宿占比也较大,分别为47.75%、46.34%。把小红书、政府官方平台、快手作为主要宣传渠道的旅游民宿分别占比29.53%、22.55%、19.52%。

在旅游民宿的销售渠道和平台选择上,携程是最主要的销售渠道,占比68.28%,选择美团作为主要销售渠道的旅游民宿占比50.79%,部分旅游民宿是两大平台均有选择。

二、发展中存在的问题

通过对产业发展和管理现状进行综合分析,课题组认为,旅游民宿发展目前主要存在以下问题。

(一)管理机制不顺畅

由于民宿概念边界较为模糊,许多非标准化住宿设施缺乏对应的称谓,被统称为旅游民宿。在不同的省份,这些住宿设施分属于不同的部门进行监管,且各行政管理部門职责分散,常缺乏监管主体,出现监管真空。

(二)合规经营有障碍

部分旅游民宿由于房屋产权不清或者面积达不到消防安全要求,或土地使用存在争议,或建筑改造不合规、缺乏建筑安全鉴定等问题,导致无法办理相关证照。目前,除了文化和旅游部组织评定的等级旅游民宿,其他为游客提供住宿的许多民宿存在证照不全的情况。同时,外来投资者多以租赁方式使用民房,在旅游民宿发展壮大以后,房东常因房租等问题与经营者发生纠纷,导致经营者利益无法保证,影响旅游民宿可持续发展。

(三)公共服务显不足

乡村公共基础设施配套相对薄弱,许多民宿所在区域交通、水电、通信、医疗等基础设施和公共服务配套不完善。不少乡村旅游民宿“最后一公里”不畅通,同时道路缺乏规范标识等。配套公共服务设施也比较缺乏,如缺少旅游厕所、停车场、医务室、生活超市、便利店及其他公共活动空间等配套设施,导致旅居度假游客生活不便。

(四)食卫安全存隐患

由于很多旅游民宿处于乡村地区,地广店稀,综合监管明显不足。垃圾处理、污水排放等存在不规范问题,食品安全、卫生防疫等监管不完善。一些民宿建筑耐火等级低,消防设施配备不足,用火用电用气疏于管理,灭火和应急疏散准备不足。治安管管理也存在入住人员登记不全、视频监控不足、防盗设施欠缺等隐患。

(五)文旅融合待深入

大部分旅游民宿对地域文化深度挖掘不足,历史文化、红色文化、民族文化等与旅游融合不够,文物活化利用不充分,非物质文化遗产

生产性保护与开发欠缺,文创产品开发水平参差不齐,旅游民宿的文化内涵有待进一步提升。

(六)产品业态待丰富

部分旅游民宿产品较单一,体验方式较单调,与其他产业的联动开发不足,没有形成“旅游民宿+”“+旅游民宿”的产业链,融合业态不充分。除了住宿,其他体验活动比较欠缺,游乐活动不足。产品缺乏特色,存在同质化现象,导致旅游民宿缺乏持续的市场吸引力。

(七)服务水平待提升

大部分旅游民宿服务人员是本地人,对服务的专业度认知不足,生活习惯和审美品位与客人有一定差距。由于缺乏专业服务技能,服务质量难以满足游客高品质诉求。服务人员从业技能和服务意识均有待提升与规范。

(八)人才培养待加强

旅游民宿产业近几年发展迅猛,专业人才需求旺盛。但目前鲜有高等院校开设旅游民宿相关专业,也较少有专门的培训机构规范化开展旅游民宿服务领域的系列培训。现有旅游民宿从业人员主要从其他行业转型而来,甚至是从未有从业经验的当地村民,对旅游民宿设计、建设、运营、管理、服务等缺乏专业素养,且流动性很强。专业人才欠缺成为旅游民宿发展的最大瓶颈之一。

三、旅游民宿发展对策

为了促进旅游民宿高质量发展,针对上述问题,课题组在管理、政策、融资、设施、产业、宣传、人才等方面提出对策建议。

(一)优化管理体制

厘清各部门监管边界,明确各部门职责,统筹做好旅游民宿行业监管。加强对旅游民宿的食品安全、社会治安、污水排放、消防安全、应急救援、市场秩序等方面的综合管理。联合住建、公安、应急管理、消防救援、市场监管、卫健等相关部门围绕旅游民宿开办和审批服务开通绿色通道,打通旅游民宿住宿实名登记系统接入、卫生许可证、食品经营许可证、消防安全检查和特种行业许可证办理等方面的“最后一公里”。

(二)完善政策配套

着力推进农村土地制度改革,解决由于产权纠纷导致的旅游民宿用地瓶颈,探索利用村集体土地灵活解决公共服务配套用地等问题。出台政策进一步明确旅游民宿治安、消防安全条件和特种行业许可证的审核发放程序。鼓励地方制定推动民宿发展的资金奖励、税费减免和人才下乡等优惠政策。

(三)加大金融支持

引导金融机构和旅游民宿创办主体开展银企对接活动,引导社会

资金投资旅游民宿。加大旅游民宿产业信贷支持,放宽贷款抵押门槛,在贷款利率上给予适当优惠。通过国有参股、农户以房屋作价入股或租赁经营等形式,组建旅游民宿经营管理公司,构建资源整合和融资运作平台。

(四)夯实公共配套

大力推进农村人居环境整治,提升旅游民宿所在村庄的景观效果。改善旅游民宿可进入性等交通基础设施条件,加快打通旅游民宿所在地“毛细血管”道路连接,在民宿集聚区加强消防给水设施和治安巡防、志愿消防组织建设。增加旅游厕所、停车场、游览步道、骑行绿道、健身设施、生活超市、快递点、便利店等生活配套服务设施建设,为旅居度假游客提供便捷的生活服务。围绕数字乡村开展主客共享的乡村智慧化公共服务提升。

(五)丰富旅游民宿业态

围绕旅游民宿提升周边休闲游憩的整体吸引力,围绕产业融合丰富游客的参与度和体验感,开发农业观光、农事体验、非遗工坊体验、户外运动、体育健身、特色研学、文娛活动等,在旅游民宿周边形成3—5条长短不一的旅游线路,丰富游客体验,增加游客停留时间。

(六)加大宣传推广

树立旅游民宿品牌理念,加大对旅游民宿品牌的宣传力度。加强等级旅游民宿的品牌塑造与宣传推广,使等级旅游民宿成为旅游民宿建设的标杆与示范,成为游客心心念念的向往之地,引导更多潜在消费者认可等级旅游民宿品牌。扩大等级旅游民宿在整个旅游市场的品牌号召力,树立个性化住宿典型样板,进一步带动住宿产业转型发展和微度假目的地建设。

(七)坚持文化引领

深入挖掘本土文化,将当地人文典故、乡土民俗、传统工艺、非遗产品、传统体育项目等融入旅游民宿,培育一批凸显地域文化特色的优质主题旅游民宿。推动“非遗+旅游民宿”“手工艺+旅游民宿”“节庆+旅游民宿”“地方美食+旅游民宿”等产业创新与文化引领融合发展模式。

(八)创新人才培养

鼓励地方院校开设民宿管理与运营、旅游民宿管家等相关专业,大力培养旅游民宿运营管理人员。定期举办全国性旅游民宿经营管理人才培训。发挥行业协会作用,定期组织专家开展地方旅游民宿品质提升现场指导工作。开展旅游民宿管家服务技能大赛、旅游民宿直播人才选拔赛、旅游民宿伴手礼设计大赛等,以赛促学,为旅游民宿培养新型综合性人才。

(作者单位:文化和旅游部旅游质量监督管理所质量处)

2021年以来,为推进湖北文旅产业高质量发展,“一部手机游湖北”(以下简称“一机游湖北”)智慧文旅综合服务平台开展了一系列文旅数字化探索。湖北数字文旅集团作为平台建设运营方进行了大量实践,在省级“一机游”平台运营方面积累了一定经验,在此与业界同仁分享。

一、坚持谋定后动,强化顶层设计,厘清运作模式

强化顶层设计。“一机游湖北”自诞生起,运作模式即带有鲜明特色。启动建设前,湖北省政府便确定了“政府主导、企业主体、市场运作”理念和“合作共建、委托服务”模式,即由湖北省文化和旅游厅与湖北文旅集团共建,并按照“轻投入、重运营、有特色、可持续”原则建设,功能包括面向政府部门(G端)的监管决策功能、面向文旅企业(B端)的集散工具功能、面向游客(C端)的综合服务功能。“一机游湖北”以市场运营为主、兼具公共服务属性,湖北文旅集团先行投入建设运营,再由主管部门向平台建设运营方购买公共服务。

厘清运作模式。对湖北而言,“一机游湖北”是文旅产业复苏振兴的抓手、“引客入鄂”的窗口、数据监测的来源、中小房企的工具。对湖北文旅集团而言,“一机游湖北”是工具和产品,要满足企业自身经营需求,如,加强景酒资源营销、发挥场景流量优势、消除数据管控孤岛、沉淀集团私域会员等,同时也要能经受市场考验、对行业有价值,可以实现持续发展。由此,平台建设运营方提出“双轮驱动”和“三驾马车”理念,“双轮驱动”即“技术”和“运营”并举,“三驾马车”即C端、B端、G端三端共同发力。

确保执行落地。新形势下,大型文旅集团需要行业属性、科技属性双突出的企业作为推动“一机游湖北”运营和数据化转型的抓手。“一机游湖北”由湖北文旅集团全资子公司湖北数字文旅集团落地执行。湖北数字文旅集团定位为“数字文旅综合服务商”,拥有在线旅游供应商、区域平台运营商、数旅技术服务商三重身份,目前已成为以“一机游湖北”为产品主线,以在线旅游运营、智慧景区建设、文旅大数据服务、目的地平台建设运营等多业态并存的数字文旅企业。

二、坚持建设先行,打造产品矩阵,夯实发展底盘

打造产品矩阵。经过两年建设,“一机游湖北”已拥有政府端、企业端、游客端产品矩阵,如,服务于政府的产业监管决策平台、文旅场所分时预约平台、文旅节假日市场分析平台;服务于文旅企业的分销平台及景管、酒管平台等十多个“一机游湖北”子平台;服务于游客的“游湖北”APP和全平台小程序等。湖北文旅大数据中心、湖北文旅混合云平台等也在陆续建设和迭代。

提供数据服务。依托海量涉旅数据,挖掘数据沉淀价值,为各级文旅主管部门出具节假日旅游市场报告、文旅专项活动报告,数据服务成为新业务增长点。

围绕文旅行业监管,首次主导发布了文旅行业数据地方标准和企业标准;与主流媒体联手发布湖北文旅消费大数据报告、湖北热门露营地榜单等。在湖北省节假日文旅市场监测中,“一机游湖北”始终作为主力军提供支撑。

下沉业务触角。针对地方文旅主管部门需求,从省平台下沉延伸触角,承接恩施土家族苗族自治州文旅大数据平台项目和武汉、襄阳文旅数据服务项目;拓展“一机游”市州项目,与部分市州文旅主管部门和龙头文旅企业共建平台,寻求建设、运营、数据服务合作;按照体旅融合要求为湖北体育产业集团搭建的“鄂体通”平台,获“2022湖北省体育产业创新创业大赛”金奖。

发力文旅基建。针对文旅行业需求,湖北数字文旅集团获得建筑智能化专项设计、电子与智能化工程专业承包、城市及道路照明工程等多个资质,承接了智慧文旅建设项目40多个,为景区提供一站式、全流程数字化建设服务。产品包括智慧景区综合管控平台、大数据平台、目的地运营平台及电子票务、收银、商品零售、酒店管理、综合安防、车船调度等系统。

三、坚持运营为王,强化资源优势,提升平台质效

运营是发挥资源优势和在线旅游优势的核心抓手,一年多来,湖北数字文旅集团利用“一机游湖北”狠抓核心资源拓展,平台影响力全面提升,核心资源引入量、自营收入和集团外收入占比等指标屡创新高。目前,“一机游湖北”平台注册用户近1200万,最高日活跃率突破30万,新媒体粉丝过百万,景区、酒店、旅行社资源基本做到省域全覆盖,2022年“一机游湖北”平台交易额近3亿元。企业对于渠道商的依赖持续下降,盈利水平稳步提高,私域流量正在发挥更大作用。

承接惠民政策。“一机游”作为省域官方平台,具有承接文旅惠民政策的天然优势,能有效提高客户黏性。“一机游湖北”连续数年通过竞标成为“惠游湖北”文旅消费券发放官方平台,先后发放政府和企业配置的文旅消费券累计过2亿元。“一机游湖北”强化官方平台定位,结合企业营销活动,发行湖北文旅集团“一起游湖北”、“美好生活”亿元消费券,效果良好。此外,发行“湖北旅游惠民卡”30多万张,把旅游一卡通变成平台龙头产品。

深耕区域平台。湖北数字文旅集团与地方政府和文旅主管部门、文旅集团合作,推动“一机游”在恩施、黄冈、随州等地启动建设,在沔阳小镇、梁子湖、东山小镇等景区和文旅小镇开枝散叶,多点开花,形成了省、市、县、点多级“一机游”体系;围绕建设神农架世界级旅游目的地战略,试运行上线“一部手机游神农架”。

开展异业合作。湖北数字文旅集团整合拓展互联网、快消、通信、金融、保险、能源、交通等领域数十家单位,如东航、南航、中信、平安、长江财险、武汉地铁等,促进“游湖北”用户提升及文旅消费转化,做大做强“旅游+”经济。

(作者单位:湖北数字文旅集团)

旅游职业教育是现代职业教育的重要构成。2023年7月,教育部办公厅印发《关于加快推进现代职业教育体系建设改革重点任务的通知》,发布了11项现代职业教育体系建设改革重点任务,其中之一是“开展职业教育优质教材建设”。插图是教材的重要组成部分,是职业教育教学中的重要学习资源。近年来,社会各界对教材插图“美感度”和“正能量”问题给予了高度关注。随着“图像时代”的来临,图像对旅游知识生产和旅游专业学习的影响日益明显。重视优化中职旅游专业教材插图系统及其教学应用,对于提升中职旅游专业教材质量和人才培养质量具有重要意义。

一、中职旅游专业教材插图的功能

补充教材信息,引发学生兴趣。现有中职旅游专业教材大多附有各类插图,分布在教材的“情景导入”“相关知识”“知识链接”等板块。教材插图与知识点相辅相成,可以增加教材的信息量,激发学生的好奇心,帮助其认知丰富多彩文化和旅游现象。教师可以通过图文并茂、图文互补、以图激趣的方式,在课堂教学中调动学生学习旅游知识的积极性,引导学生从对插图的好奇转向对旅游知识的理解。

拓展教学资源,创设旅游情景。中职旅游专业教师在日常教学中熟练运用教材插图,有助于拓展教学资源。教师可以依据插图的呈现形式、类型、位置等,采取直接观察、口头介绍、多媒体课件展示等形式呈现插图,

还可以利用插图为学生创设某种旅游情景,并利用插图开展情景模拟、角色扮演等教学活动,引导学生在情景中提升对旅游现象的认知。

提供情感教育载体,传承中华文化。教材插图不仅是传递旅游知识的载体,也是提供情感教育的载体。中职旅游专业教材插图可以植入大量中国文化元素,继承中华优秀传统文化,体现社会主义核心价值观。有些插图不仅有反映丰富旅游要素和多元旅游业态的内容,还有涉及学生日常学习和休闲生活的相关内容,可以反映社会文化的民族性与时代性。学生借助教材插图可以增进对中华文化的理解,加强对中华文化的认同,自觉传承中华文化。

二、优化中职旅游专业教材插图的质量

插图是教材的“第二语言”,插图质量会直接影响教材信息传播,是教材质量的重要体现。好的教材插图有助于学生更加轻松地理解和吸收教材知识,而不好的插图会对学生学习产生消极的影响。笔者调查发现,中职旅游专业教材插图存在图文不匹配、时效性不强、构图色彩单一等问题,质量有待提升。

一是增强教材插图的视觉感染力。从视觉传达的角度来看,文字、色

彩和图像等均属于视觉符号的范畴,它们是作品信息传达成功与否的关键。教材作为视觉艺术作品,正是通过这些视觉符号的灵活运用,传递各种有价值的信息和情感。在设计和编排教材插图时,一方面要以确保插图清晰为前提,充分考虑插图的物理特征,如插图的色彩使用红、黄、蓝、绿等色彩,以期对视觉神经进行有效刺激;而对于某些可以激发学生想象力的插图,不妨选择对其进行适当“留白”。另一方面,可采用各种方法设计安排插图画面的空间布局和色彩布局,妥善处理局部细节与整体氛围渲染的关系,从而产生良好的视觉感染效果。

二是增强教材的图文契合度。双重编码理论认为,人类大脑会以图像而不是文字的方式更好地学习和保留信息,因此,视觉资源能够比文本内容产生更大更深远的影响。一般来说,中职学生可能会遗忘教材的文本信息,而对教材插图的记忆却相对持久。中职旅游专业教材插图要注意绘图选取,力求科学准确,突出插图的文化表达和价值传递,增强插图和文本内容的契合度。教材插图编编人员应具备较高的专业素养和文化素养,既要熟悉教材知识点,又要掌握插图相关理论知识。教材插图应增强阅读感染力,将形象语言与生动绘图相结合,着重突出插图的形象性。教材插图还

应加深学习认知,这就需要插图凸显某种物象的局部和细部,着重突出插图的正确性。

三是增强教材插图的时效性。一般来说,旅游行业发展速度较快,而中职旅游专业教材的更新速度相对较慢,教材文字内容和插图相对行业发展略显滞后,这就要求教材插图要注意增强时效性。一方面,教材编写人员要坚持与时俱进,选择运用新颖的插图。教材插图要紧密结合旅游发展现状和趋势,体现鲜明的社会时代特点和旅游业发展的最新成就,并与当下中职旅游专业学生的特点和课堂教学现状相契合。另一方面,教材可以提供网址、二维码等信息,并在相关学习资源平台上及时更新相关图像信息,反映当前文化和旅游发展的最新动态,这有助于提高教材插图的更新率。

三、优化中职旅游专业教材插图的教学应用

在具体教学中加强教材插图应用,是发挥教材插图功用的重要环节。在中职旅游专业教学中,教师往往缺乏教材插图开发和利用的意识,对学生“读图”和“解图”能力的培养不够,这导致中职旅游专业教材插图的教学应用情况不佳。在今后的中职旅游专业教学中,有必要加强教材插图

的应用。

一是增强插图开发意识。中职旅游专业教师应提高对教材插图的重视程度,强化自身的插图教学理念。教师要将教材插图作为重要的教学资源来看待,主动识别、筛选和利用各种插图资源;要强化教材插图开发意识,整合利用教材中的各类插图资源和教材之外的图像资源。教师不仅要开发与教材知识内容相匹配的插图,还要对教材插图背后的思想、情感等进行深入挖掘,最大程度利用教材插图。在中职旅游专业教材插图开发过程中,要充分挖掘专业学生在实训过程中的事例或场景,以图像形式进行记录保存,对教材插图进行补充或纠正,并将其直接应用于课堂教学。

二是提高插图教学技能。新时代的中职旅游专业教师要把综合思维、领域认知与专业实践能力训练渗透于日常教学中。中职旅游专业教师不但要提升旅游专业水平和基本教学技能,还要丰富插图相关理论知识,提高插图讲解能力,提升制图和用图的技术水平,从而在整体上提升插图教学技能。教师要善于利用插图来引导学生学习,巧妙运用插图来增强学生对旅游专业的兴趣和认知,提升旅游专业课堂教学效果。

三是培养学生读图能力。中职旅游专业教师要重视引导学生认识、理

解和利用插图,加强培养学生“读图”和“解图”能力。例如,通过视觉传达设计,对插图进行讲解展示,让学生眼看插图,耳听讲解,形成教师、学生及教学内容三者之间的高效沟通。同时,针对与教材内容密切相关的插图,让学生将其与文字相对照,从插图中寻找异同,培养学生的观察力;针对有启发性的插图,要让学生认真联想和想象,把画面信息转化成文字内容,使学生逐渐养成良好的读图习惯,提升学生的插图学习能力。教材中每一种类型的插图所表达的含义有所不同,教师在教学时要使学生学会认识不同类型和特点的插图,结合教材知识点理解插图中隐含的信息,引导学生对文化和旅游现象作出进一步的思考。

教材插图不仅是旅游知识传授的重要途径,也是旅游专业教学资源的重要组成部分。中职旅游专业教材可以考虑适度增加插图的数量,提升插图的内容质量,增强插图的审美效果,优化插图在教材中的布局。中职旅游专业教师要加强教材插图的开发和课堂教学应用,通过教材插图深化学生对旅游现象的认知,培养学生从事旅游工作的能力,提升学生的文化传承意识和审美能力,进而提升中职旅游专业人才培养质量。

(注:本文系河南省教师教育课程改革研究项目“专业学习社群视角下智慧教学虚拟工作坊机制构建与应用”[2023-JSJYYB-007]的阶段性成果。)

(作者单位:郑州市财贸学校,河南大学中国旅游研究院文化旅游研究基地)