

2017以来,国内民宿市场进入新的发展生态,不仅国外民宿巨头宣布加入战场,国内民宿平台也如雨后春笋,希望在旅游这个高速壮大的蛋糕中分得一杯羹。

民宿之热,得益于丰富的旅游资源,更得益于个性化需求的扩张。民宿,作为一种极富温情的产业,将商业与人文实现了完美的结合。“去开一家民宿创业”也成了越来越多年轻一代正在行动或规划的创业方向。

青年报记者 陈颖婕 见习记者 明玉君



# 民宿热背后：一场遇见自己的创业“修行”

## 内容定制成民宿吸引眼球抓手

从杭州的西子湖畔出发,一路向西,就到丽水,翻过云雾缭绕的翠山,忽见不远处有散落在青山下星星点点的黄泥屋。80后民宿创业者吕茵打造的“诗里”民宿,就坐落在这个村子风景最好的地方。

曾经做过十多年企业HR的吕茵,在一次徒步旅程中,开启了她对于自我成功的追寻:在朋友的介绍下,她开始接管一家位于丽水的民宿,在情怀背后,开始了一场寻找成功的创业“修行”。

“民宿的竞争在近两年尤为激烈,如果不在民宿的装修和内容上做出一些别出心裁的创新,很难在业内站稳脚跟。”2016年初,吕茵开始着手打造这家位于丽水、海拔860米高处的民宿。她将自己的田园梦放进了此地,把原本普通的小学房设计成一间充满乡土情怀和乡愁情结的民宿。“外观是黄泥墙,与周边房屋浑然一体。但这个看似普普通通的黄泥墙并不一般。”吕茵说,一定要用稻草混合调制出的黄泥去糊墙,这样的墙才不会潮湿。

在民宿的装修上,吕茵花了极大的心思。走进民宿,庭院里池水流转,池中木船,鲜花盛开,绿意盎然。室内的家具装饰都取自于当地,船板制作的茶桌、农具布设的花盆、杂木围成的栏杆,每一样都向游客诉说着当地的文

化。房间内,木头质感的吊顶,民族气息浓厚的藤编吊灯,暖黄的灯光打在透明的餐桌上,温暖的感觉便在心里荡漾开来。

一年多的打拼,让吕茵渐渐发现,仅仅通过特色的装修,已经“抓”不住游客的胃口。越来越多的网红民宿开始占据各大自媒体和网络传播渠道,而烧钱式的营销,并不是每一位民宿创始者都能承担的。吕茵开始思索,客户之所以选择入住民宿,而非酒店、度假村,他们想要得到的是一种怎样的体验?

与大自然的无缝连接,深入当地人家、田园间的深度体验,这才是民宿住客的真实诉求。“如果只是一味地将精力放在装修上,即使格调再梦幻,但冷冰冰的感觉,住客是不会喜欢的。”吕茵清晰地知道,要从经营和内容上,开辟出一条不寻常的路,让游客真正爱上自己的民宿,并且能与更多的人分享别样的民宿体验。

在做了大量的功课,她将自己的民宿定位成一家“森林学校”,她希望通过自然生活的主题,为来往的游客们提供更多与自然链接的机会。“大家来到这里,可以亲近自然,体验农耕,制作自然笔记,学习植物手作,用心灵去感受大自然的美好,吸收来自自然的能量。”

## 前期运营成本高 回本至少3至5年

民宿的主人一般有两种人:一种是土生土长的当地人,另一种便是被当地景色及休闲方式所吸引,并从中发现商机的创业者。对于民宿创业者而言,有人说,这是一场遇见自己的修行;也有人将民宿创业形容成“当真诚遇见美好”。因为,这种“民在前、宿在后”的体验,已经逐渐颠覆了传统酒店和度假村的固化概念。

而像吕茵一样,用心经营,让游客体验当地人生活的创业者不在少数。曾经在张家界、西藏拉萨有过两段民宿创业经验的于杨梦馨说,对于民宿有着一种“别致”的情怀。

当夜幕降临,搬一个小板凳坐在民宿内的花园里,即可见点点星空,在共享式的会客室,与新朋友们凑在一起聊天、品茗,与当地人大地交流沟通……于杨梦馨说,这些都是在传统酒店、度假村里无法感受到的。

“但想要开设一家民宿,前期准备远比想象中辛苦得多。”作为过来人,于杨梦馨说,这就相当于开设了一家小型酒店。从房源选址、租金谈判、房屋装修、设施配套、水电物管、维修保养,到之后的房源上线、推广、接单等等。深夜11、12点依然在接受入住的客人,早晨6点30

分起床为客人准备早餐,带客人游玩景点,为客人定制徒步攻略……于杨梦馨说,这些接踵而至的工作,累得让她偶尔会“怀疑”人生。

因此,有人将经营民宿比喻成“美丽的牢笼”,但于杨梦馨说,她真的是累并快乐着,这种被游客认可、品牌得到口碑推广的过程,是她最感动、最欣慰的时刻。

于杨梦馨也表示,在民宿创业中存在一些“地雷”,创业者需要警惕。比如,房东、房源的素质良莠不齐,他们的沟通能力也是一个较大的考验。有不少人开设民宿,更多的只是为了分享出租房赚钱,而对于房间设计、房间配置、接待流程等都是空白。

“此外,经营民宿的前期运营成本极高,至少需要3至5年时间,才可以收回成本。”于杨梦馨表示,要想要入行的创业者一定要做好充分的资金、资源等准备工作。“由于民宿前期的房源数不会太多,房间购置的所有东西均无法批量采购,前期投入的人力和物力成本都较高,尤其以维修保养费用为最。”她表示,只有真心热爱这个行业,才能真正为客户着想,执着地将民宿创业进行到底。



近年来,国外民宿“火热”迅速带动了国内民宿业的发展。

## 聚会、演唱会 多形式提升民宿消费频次

公开的统计数据显示,2017上半年入住最多的民宿目的地城市中,国内除北京、青岛以外,其余城市全部为南方城市。业内人士指出,南方的气候宜人,旅游类型多样,民宿也成为去南方旅游住宿的最佳选择。如成都、重庆、上海、杭州等城市与周边形成了大的旅游生态圈,吃喝玩乐游购娱各个方面相对成熟,不仅很多北方人因为气候等因素选择去南方旅行,当地的消费者周边游玩现象也比较明显,大家比较喜欢在

短假期、周末去隔壁城市或景区游玩,而住民宿成为许多家庭和年轻人聚会的不二选择。在海外市场中,2017上半年入住最多的民宿目的地城市中排名前五的依次是:大阪、香港、东京、普吉岛、台北。业内人士指出,这几个城市由于居住资源紧张,酒店相对来说比较昂贵。民宿因发展较为成熟,其性价比、覆盖率高,具有当地特色,受到了大部分游客的青睐。

将民宿产业延伸至国外,林璐就是这样一位创业者。三年前,在共

享理念的推动下,林璐创立了KEYS潮宿,整合闲置房源并向人们提供“融入本地,精选潮流文化气质”的住宿体验。在他看来,民宿行业是随着国内民宿的日渐成熟,今年起,是满足供需要求的体现。“消费者不再满足于传统的千篇一律的酒店住宿,而更加注重个性化的体验过程。同时,闲置的存量房源越来越多,房东希望不断变现。”

与普通的宾馆和传统的民宿不同,KEYS潮宿主要为房东提供优质的管家服务,如房间的管理、打扫、保洁等。另外,在为消费者

提供标准化服务的同时,也会满足他们一些个性化的需求。“让入住的房客有一种家的感觉。”林璐说,是随着国内民宿的日渐成熟,今年起,KEYS潮宿的业务将扩展到海外,尤其是泰国的普吉岛、日本的北海道等游客集聚地。

谈及国内外民宿的区别,林璐认为,国外的民宿兴起较早,发展也较为成熟。“国外的民宿可以是千家万户。所以,在国外,房客与房东一起居住的情况比较多,而这种情况在国内就比较少见。”在他

## 声音

### 房东 未来希望打造自己的民宿品牌

目前,在KEYS潮宿平台上有近200多万的房东人数,刘珂臣就是其中的一位房东。

谈到其中过程,刘珂臣坦言全因兴趣。喜欢旅游的他,在某次旅游过程中,入住了当地民宿。“那次的体验非常好,房东叫了管家来接我,服务很贴心。我不仅体验到了跟酒店一样的住宿服务,又感受到了当地的风情。”

自此之后,民宿就成为了刘珂臣旅游入住的首选。同时,他也萌生了做民宿的想法。将自己的闲置房源进行精心设计,融入当地特色。“我的房源主要都是一

些老洋房,比较有上海特色,希望能把这些体验分享给更多来上海旅游的游客们。”

做民宿房东一年多,刘珂臣坦言,将闲置房源进行合理利用的同时,自己除获得一定的经济收益之外,还拓展了人脉,通过民宿结交了很多各行各业的朋友。

出于对民宿前景的看好,刘珂臣表示,将面向中高端客户群体及商旅客户,整合更多的闲置房源,打造自己的民宿品牌。“希望将这些房源融入自己的创意、想法和情怀,为房客提供更好的服务和个性化的体验。”

### 投资人 这是一次有情怀的投资

民宿投资人崔强最为满意的“投资作品”,是一家坐落在中国的桐庐青龙坞的“天方夜谭”的民宿项目,主打“过与城里人不一样的生活”。

在崔强看来,随着人们生活水平的提高和消费不断升级,越来越多的都市人,开始追求一种返璞归真、更加舒适和个性化的生活方式。“我本人也非常喜欢民宿,喜欢民宿的生活方式,这是一次有情怀的投资。”崔强说。

有数据显示,在选择入住民宿的旅游场景中,55%的游客在筹划周边游时,选择入住民宿,而家庭出游选择民宿率也达到50%。袁凯、短期过渡、差旅、团建都成为了外出住民宿的重要场景。从价格来看,2017年上半年国内民宿平均价格为371元/晚,按月来看,1月份和4月份均价最高,分别为456元和364元。3月份为上半年价格低点,平均为324元。高峰期比淡季价格上涨幅度为40.7%。

### 民宿学院院长 民宿要“接地气”

上海交大梵合民宿学院院长乐童将民宿总结为六个字:“好看”、“好玩”和“有趣”。在他看来,民宿除了满足不同人群对于住宿的个性化需求之外,也逐渐成为了不同行业之间交流社交的大平台。“民宿拉近了人与人之间的距离,起到了沟通交流的作用。”

乐童指出,目前所看到的民宿主要集中在城市民宿和乡村民宿,而乡村民宿又分为远郊民宿和近郊民宿。他强调,今年比较流行的主题民宿,如动漫主题、HELLO KITTY主题、“三生三世”主题等,“创业者可以结合当下时兴的潮流,在主题方面下一些功夫,需要进一步完善和规范化。林璐同时表示,民宿属于低频次的消费,在发展速度方面远远比不上共享单车等共享经济项目。所以,虽然最初民宿从旅游切入,“未来,我们希望能够多多面向差旅、群体聚会、演唱会、会议等,通过多种方式提高民宿的消费频次。”

“民宿除了整合闲置房源外,还要注意定位和选址,这是综合性的复杂考量。”崔强强调,如果最初民宿从旅游切入,“未来,我们希望能够多多面向差旅、群体聚会、演唱会、会议等,通过多种方式提高民宿的消费频次。”

址则应放在旅游景点附近。“总之,民宿创业,首先要考虑民宿主人自身的定位和主人文化,然后再确定民宿选址。同时,还要注意各方面资源的整合是否与之匹配。”

考虑到很多创业者都是第一次接触民宿,乐童建议,民宿首先要“接地气”,其次要关注民宿的驱动力,即所能驱动的人群范围和层次。再次,民宿创业还要注意对风险的把控,即风控。“尤其要注意民宿周边配套设备的完备,如急救、食品安全卫生等,保证房客的安全。”

如今,民宿正在如火如荼地发展中。未来,崔强对于民宿的市场前景非常看好,但他也坦言,竞争也会异常激烈。崔强提醒创业者,如果想在众多民宿中脱颖而出,除了突出个性化与贴心的服务之外,“还要往高端精品和规模化两个方向发展,突出自身的竞争优势。”