

与暑期文旅大热截然不同,今年的民宿行业旺季遇冷。据媒体报道,民宿经营者普遍反映“今年暑期旅游旺季的民宿单价是平常的半折,客流大幅减少”。据企查查数据显示,今年前8个月已注册民宿相关企业6.97万家,同比增长18.11%。民宿赛道新进者的增多为消费者提供了更加丰富的住宿选择,但也加剧了行业内的竞争,现下高品质、优服务的消费需求也为民宿从业者带来了新的挑战。

行业观察

现状

民宿住不满是普遍现象

“往年暑期一般从7月初开始,到8月底结束,其间房价可以提升3倍。但今年却旺季不旺,到了7月中旬才开始有了点热度,仅仅一个月左右,房价也只敢维持50%左右的涨幅。”位于重庆缙云山风景名胜区的“山间民宿”主理人刘彤说,眼看中秋将至,但预订量还不足去年同期的10%,恐怕今年连回本都不够。

“我们的民宿床位房最低一晚38元,特色民宿一晚的房价一般在100元-300元。”位于重庆涪陵的美心红酒小镇景区相关负责人说,中秋、国庆将至,目前景区正规划修建更多不同主题风格的民宿,也将联合附近村民打造一批生态农家民宿和康养民居,让民宿也成为一道亮丽的风景。

重庆人刘华在三亚西岛经营了多年的民宿,深刻感受到了市场的变迁。“暑期游客更偏向于云南、西藏和新疆等地,而不是酷暑难耐的海南。再加上外界对三亚旅游‘昂贵’的印象,使得不少潜在游客望而却步。”刘华说,西岛的民宿数量从2021年的十几家激增到了现在的150多家。激烈竞争导致的价格战无可避免,去年的暑期还能保持三四百元一晚的房价,而今年却不得不降至两百元左右,甚至更低。打价格战虽然短期内吸引了一些客源,但却让盈利空间极大压缩。

受电影《去有风的地方》影响,戴晴爱上了苍山洱海的诗与远方,前往大理开了一家“有风小院”民宿,经营了不到一年,她便打算国庆之后就转手了。“主要是生意太差了,这个暑期虽然每天都有客人,但价格比平时没高多少,整体入住率不到一半。”她说,如今在大理,民宿住不满是普遍现状,在社交平台上很多民宿主理人都在发帖感叹生意难做。

记者从云南大理州官方近期公布的数据看到,全州民宿数量接近全国总量的5%,居全国前列。据不完全统计,现有酒店与民宿达8952家、房间11.85万间、床位18.21万张、从业人员近17万人。

分析

市场对经营要求越来越高

近年来,在城市更新和乡村振兴的“双轮驱动”下,民宿成为国内旅游业增长最快、普及最广的新业态。中研网发布的数据显示,2023年中国民宿市场规模已经突破300亿元。企查查数据显示,国内现存民宿相关企业29.93万家。截至目前,今年已注册7.2万家民宿相关企业,其中前8个月注册6.97万家,同比增长18.11%,今年民宿相关企业的注册量有望突破10万家。

民宿行业发展到今天,已不仅仅是提供“一间房,一张床”的住宿空间,而是以民宿为核心,衍生出丰富、多元的体验场景和消费空间,成为一个具有文娱功能的复合型度假社区。

“暑期民宿的预订率在90%左右,有不少来自重庆、上海、广东的客人,基本上会住两晚或更长时间。其中,亲子客人大概占比60%。整体情况还是不错的。”贵州绥阳县十二背后双河客栈主理人刘得章说。

刘得章认为,现在民宿单靠卖房间和做好空间装饰设计,已经很难吸引到客人了。客人在关注性价比的同时,更在意民宿是否具有当地特色。“对于我们客栈来说,已经不是单纯卖房间,而是卖有情绪价值的活动,活动核心点就是酷和潮。为此,在产品包装方面可以弱化民宿本身,突出活动+体验+民宿的组合。”刘得章坦言,市场对于民宿经营要求越来越高,除了要在产品设计上有特色,营销也要做好。

重庆涪陵的美心红酒小镇景区多年来以红酒文化为主线,糅合中西方建筑特色,打造出风格各异的民宿集群,有地中海风情古堡民宿、老式绿皮火车车厢改造的怀旧风火车民宿、犹如五彩积木叠拼的欧式城堡彩色酒店等十几种住宿产品。这些民宿因造型独特、环境优美、平价实惠而频获游客好评。

“这里环境很好,有山有水,推开窗就能看见长江。孩子住进古堡民宿特别开心,拍照打卡也很出片。下次计划再去体验一下山上的四合院民宿,听说也很有意思。”带孩子来游玩的刘女士说。

方向

民宿行业亟待创新突破

民宿遇冷,不仅仅是行业市场的短期波动,究其根本,是部分民宿满足不了消费者日益增长的住宿需求。随着民宿市场的发展,消费者对民宿的要求也越来越高,他们不仅仅满足于别致的装潢或亲民的价格,更渴望获得个性化与性价比兼顾的住宿体验,过去那种单纯依靠“颜值”等噱头吸引消费者的模式已不再奏效。在同等价格条件下,大部分消费者会毫不犹豫地入住智能化酒店,这就要求民宿企业必须投入更多的成本,不断升级设施、优化服务,才能吸引更多的顾客。

“民宿需要与时俱进,不断探索,找准市场定位和自己的特色。”中国旅游研究院院长戴斌坦言,民宿是简单的体验,还是一个长期居留的体验?产品在设计推广时的定位就不一样。住宿市场还是旅游市场?这都值得思考。

据了解,连锁酒店拥有成熟的管理体系和运营团队,能够确保预订、退订、价格等各个环节的透明和规范。而民宿则多为个体经营,管理模式多样。另外,预订政策的模糊、退订扣费的不合理、价格变动的随意性等,极易引发客人的不满和投诉。

“当前,民宿产业呈现出泡沫化、空心化、同质化等特征,不少民宿产业效益腰斩,投资血本无归。未来,民宿产业要实现创新突破,必须进一步细分市场,差异化、定制化、精准化、个性化是其发展方向。”重庆工商大学成渝地区双城经济圈协同发展研究中心研究员莫远明说,民宿产业是一种文旅经济新业态,应注重与文旅融合发展,与乡村振兴新赛道同频共振,从而寻求高质量发展。

小猪民宿CEO王连涛认为,民宿行业的竞争压力还将进一步加剧:“卷”价格、“卷”内容、“卷”创新,对民宿主理人提出了更高要求。

记者在采访中发现,连锁化与品牌化并非牺牲个性,而是在确保基础服务标准的同时,鼓励各门店或房源展现独特的地域风情与文化特色,形成“标准化+个性化”的共赢模式。

重庆资深民宿经营者张少珂认为,短期的遇冷并不意味着民宿已经走到尽头,他在经营中就不断尝试“民宿+研学”“民宿+旅拍”“民宿+非遗”“民宿+文娱”等,来丰富民宿的体验内容,创造了民宿服务的较高溢价价值。

“不想在守望‘低价内卷’中被边缘化,就必须在‘高级内卷’中大胆创新,或许才能成为‘民宿遇冷潮’中的幸存者。”张少珂说。

本报综合

受多重因素影响 民宿行业面临新挑战