

# 丽水民宿发展的路径研究

王程娜

(中共丽水市委党校)

**摘要:** 本文阐述了丽水民宿发展的现状、困难,并在此基础上研究了丽水民宿的发展路径。丽水民宿有禀赋、有交通、有市场、有底蕴,但是缺标准、缺管理、缺精品、缺人才。同时,民宿最大的特点应当是有灵魂的,民宿的打造应当是面子农村化、里子城市化、观念后现代化。“互联网+”时代,政府在民宿发展方面大有可为,要加大规范引导的力度,避免民宿的发展千篇一律,以探索出一条具备“丽水性格”的民宿发展之路。

**关键词:** 民宿、发展路径

民宿,国外称之为“bed and breakfast”(住宿+早餐),已经有数百年的历史。欧洲自文艺复兴开始,令人闻风色变的黑死病终于走进尾声,于是大量的宗教信徒开始前往圣地进行朝圣活动。教徒大都留宿当地民家或寺庙,以解决饮食、住宿问题,这便是民宿的雏形。在美国,民宿出现的背景是疯狂的西进运动。大量的新移民,抱着一夜暴富的梦想,从东部涌入广袤的西部淘金。逐渐的,人们开始在淘金的路上修建房屋,给淘金客提供过夜的地方。那时的民宿就像英文的字面意思一样,仅仅是提供一张简陋的床和一份简单的早餐,以适应人们普遍低下的消费能力和快节奏的生活状态。应该说,当时的民宿和现在所说的民宿,是两个不同的概念。前者是简陋快捷的,类似于旅馆业的“快餐”,后者则是工业化时代自我反思的成果,是一种返璞归真的产物。

最近几年,民宿经济已展现出巨大的市场潜力和经济价值,尤其在浙江省,民宿的发展更是如火如荼。可以说,乡村民宿经济和农村电商是改革开放以来,继农村家庭联产承包责任制、乡镇企业之后,第三次“改革红利”的大释放。丽水是养生福地、长寿之乡,是瓯江之畔的一颗明珠。如何抓住发展民宿经济的机遇,对于我市深入践行“绿水青山就是金山银山”绿色生态发展之路具有重要的理论意义和现实价值。同时,民宿经济的勃兴,也带来了行业发展无序、市场不规范等等,这就需要我们对民宿经济进行深入研究,探索“丽水性格”的民宿发展之路。

## 一、丽水民宿有什么?

丽水民宿有什么?这是我们的“家底”。在笔者看来,丽水民宿的既有优势和特色是我们研判发展路径的大基础和大前提。

首先,有禀赋。丽水的景观型山水在全国来看,不算最好。因为我们不像杭州有西湖,不像北京有长城,既没有西双版纳的热带丛林,也没有西北高坡的黄土风情,更没有东北的冰雪世界。但是,丽水有自己的特色,那就是休闲型山水。这首先体现在绝佳的生态环境上:水质常年维持在二类水的标准,空气质量更是在历次排名中均名列全国前十。丽水的山水田园不以奇胜、不以靓胜,却以其幽静淡雅散发出独特的魅力。如果说景观型山水是“走马观花”式的消费,那么休闲型山水则更“耐看”、更“耐品”,适合慢生活、慢旅游的节奏。毫无疑问,这样的生态禀赋最适合民宿的发展。

其次,有交通。虽说“桃李不言,下自成蹊”,真正好的民宿不担心“藏在深闺人不识”,但是毕竟“酒香也怕巷子深”,良好的交通条件绝对是民宿发展不可或缺的支撑。金丽温高铁的开通,意味着丽水进入大交通起飞的时代,真正与长三角经济圈无缝对接。

再次,有市场。民宿,从本质来讲,是居住在都市的人们对乡愁的一种物化寄托。都市人群厌倦了水泥森林和快节奏的工作生活状态,他们急切需要一种释放自我、回归本真的空间。民宿的消费群体一般是都市白领,有较强的消费意愿和能力。在这点上,丽水恰恰紧邻沪杭温等实力极强的经济板块,潜在市场巨大。尤其是温州的消费群体,多以私营业主为主,他们与工薪白领相比,可自由支配的时间

更加充足,使民宿的发展不至出现“周末高峰平时低谷”的尴尬。

最后,有底蕴。文化是软实力,是一个地方的活的灵魂。民宿的发展有了文化的助力,民宿才能显出“精气神”。丽水九个县市区,每一个都具备独特的文化定位。青田是石雕文化和华侨文化,缙云有黄帝文化,松阳是茶文化,庆元有廊桥文化和香菇文化,景宁是畲乡文化,龙泉有剑瓷文化,等等。民宿与所在地的文化相结合,必然更加丰富多彩而又各有“性格”,更能吸引八方宾朋。

## 二、丽水民宿缺什么?

首先,缺标准。究竟何为“民宿”?据笔者观察,国内尚无统一的概念界定。考诸国外,每个国家的标准也不一致。管理界有句名言,“三流企业做产品,二流企业做品牌,一流企业做标准”。丽水如果满足于在民宿发展的大潮中分一杯羹,那么自然无需在概念标准上深究;但若立志成为此领域的引领者和弄潮儿,那么就必须对民宿的标准拿出清晰的界定。简单的以房间数量、面积大小或装修程度来界定民宿,很难把握其本质。2019年12月10日,在首届中国民宿区域公用品牌大会上,丽水发布了《“丽水山居”民宿服务要求与评价规范》,这可以说是在市一级的标准上向前推进了一大步,但距离成为行业翘楚,仍有很长的路要走。

其次,缺管理。目前,我们缺乏一个健全的体系来对民宿进行统一协调与管理。如民宿的安全(包括消防)、卫生、环保等问题,都成为制约民宿发展的重要瓶颈。据笔者了解,民宿的建设一般比照农村村民建房来实现。这就使得民宿在消防、卫生和环保等多个方面出现监管漏洞。政府主导作用没有充分发挥,宏观管理力度差,造成利益方各自为政的现象。

再次,缺精品。不独丽水,其他地方的民宿发展也出现一窝蜂上的势头,有“赶潮流”的嫌疑。在这种背景下出现的民宿,短时期内确实在数量上有大的突破,但是质量不敢恭维。民宿不是简单的乡村+住宿,更不应该千篇一律,它应当是带一点情怀、带一点创意的作品,不同的民宿主人赋予它不同的内涵,从而有各具“性格”的呈现。

最后,缺人才。民宿的经营业主多数是将民宿混同为酒店或者旅馆,因而在经营模式和营销模式上流于平庸。至于本土村民开的民宿,理念上更是很难与当下的民宿理念相契合。笔者在农村调研的时候,就曾与村民讨论过经营民宿的事情。在多数村民的概念里,好的民宿就应该是漂亮的水泥楼房,至于“小木屋”之类的建筑则是嗤之以鼻的。

## 三、丽水民宿怎么办?

综合以上分析,笔者认为,丽水民宿发展要在以下几个方面着力。

首先,要对“民宿”这个概念有清晰的界定。有必要考虑如下四个方面。第一是民宿外观要有特色。民宿不是普通的旅馆,而是都市人群寄托乡愁、寻觅一份净土的乡村港湾,因此民宿在外观上要满足都市人对乡村生活的所有向往。第二是民宿的规模不宜过大。规模太大难免流于一般商业性酒店,更无法释放情怀。第三是民宿要“得其

(下转第3页)

沟通是实现企业管理的必要手段,想要促进企业管理工作的高效进行,建立良好的沟通与反馈机制十分关键。作为企业管理人员,不仅需要与上级领导进行沟通,还需要及时将各项工作安排与要求传达给下属。在实施激励机制时,全面掌握员工的内心想法,才能及时地发现问题并做出合理的应对,保证激励策略的针对性与有效性。同时,员工的想法和建议和通过沟通与反馈机制,及时地反馈给企业管理者,对于提升员工对于企业管理的满意度起到重要作用。

比如:分析企业管理需求,根据实际情况组织研讨会,由企业高层管理者和新老员工代表一同参与。其中,可以选出优秀员工分享成功经验,并针对企业的管理情况、工作环境以及自身的需求各抒己见,通过对各种想法和建议的汇总,定期对激励制度做出适当的调整。除此之外,除了利用开放式的沟通与泛扩方式之外,还可以设立匿名反馈通道和“一对一”交谈等方式,为员工表达看法提供全方位的便利条件。只有从实际出发,切实保证激励机制的针对性,才能最大程度地发挥出激励机制的作用优势<sup>[5]</sup>。

总结:综上所述,激励制度在企业管理中的应用,对于提升企业管理工作效率起到关键性的作用。在具体的工作中,企业需要结合自

(上拉第1页)

主”。好的民宿往往是因为有一个好的主人,这个主人有想法、有创意、有坚持、有梦想、有情怀,更重要的是,这个主人还要有故事。这是民宿区别于普通旅店的最大特色。第四是民宿要有良好的周边环境。良好的环境意味着山水生态的悠游舒畅,也意味着良好的可进入性。

其次,政府要加大规范引导的力度。第一是要明确民宿的管理机构,理顺管理机制,加强管理力度。要从消防、安全、卫生、环保等多个方面明确民宿开业经营所必须具备的条件,以便申请开业者做相应的申请准备。第二是要在信贷、税收等政策方面对民宿业主进行倾斜。民宿经过近几年的发展,仍有其脆弱不成熟的一面,有必要对其加以扶持。第三是要在供地机制上给予创新。丽水的基本农田非常紧张,如何在土地资源极为稀缺的情况下发展民宿,是需要破解的难题。可以考虑结合农家乐提升工程,抓住中心镇、中心村建设的契机,做好原有的旧学校、旧办公楼、空闲民居等闲置资源的再利用。同时,可以根据实际需求采用点状供地模式进行项目开发。还可以借鉴集装箱公寓、裸心谷“吊脚楼”的钢结构架空建筑方法、以及福建云顶景区QQ蛋居的建筑模式,在不破坏生态、不改变土地性质的前提下实现土地资源有效利用。第四是要加大基础设施的投入,使得民宿的可进入性较好。丽水是浙江绿谷,是天然氧吧,但是好山好水往往无路可通,加大基础设施的投入就是要打通进入这些“秘境”的通道,为整个民宿产业的发展“活络筋骨”。最后是要对民宿村落进行“活态保护”。民宿民宿,“民”在“宿”前,这意味着村落应当是有“炊烟、学童、鸡犬、牧歌”的,而非一个任人打扮的空心村。这还意味着村落应当保留有其古老的文脉,有自己的语言、自己的手艺、自己的传统、自己的风俗。这些都需要政府花心思去维护。

再次,要对民宿业主进行提升。笔者对这个群体进行大致的两分法:其一是乡村创客型,其二是生意打理型。前者如“云上5天”的业主武晓芳、“懒猪窝”的业主林海等。他们年轻而又不失都市阅历,对生活有细致的观察又不失自己的态度,有恬淡归隐的情怀又有捕捉商机的敏感,对文化创意有天然的亲近感和使命感。这样的民宿业主是“韩信带兵——多多益善”。应当加强这方面招才引智的力度。另一方面,生意打理型的业主是这个行业的主流群体。他们只是拿民宿当作一份职业、一个饭碗,保证客人有吃有喝有睡的地方就行。无疑,这样的民宿是没有办法吸引到足够多的客人的。有必要对生意打理型业主进行定期培训,政府也要通过各种措施,对其加强引导和规范。

第四,民宿的发展要避免千篇一律。民宿应当是有性格的,要因

身实际情况,准确把握激励制度构建原则、采取多样化的激励方式、合理完善绩效考核制度以及建立良好的沟通与反馈机制。只有切实提高对激励制度应用的重视程度,才能在提升企业管理效率的同时,推动企业的持续稳定发展。

参考文献:

[1]涂德志.激励机制在企业管理中的应用[J].合作经济与科技,2018(24):140-141.  
 [2]方登科.简析激励机制在企业管理中的应用[J].商场现代化,2018(15):61-62.  
 [3]杜晓哲.华为公司激励理论在企业管理中的应用[J].中国商论,2018, No.752(13):94-95.  
 [4]顾红球.浅谈激励理论在企业人员管理中的应用[J].现代国企研究,2018, No.130(4):35.  
 [5]潘正辉.激励理论在企业管理中的实际应用分析[J].经贸实践,2018(5X):240-240.

地制宜,突出差异化、突出针对性、突出个性化、突出品牌化。差异化,即要与周边区域的民宿形成差异竞争,定位要有所不同。比如德清民宿和长兴民宿,前者侧重高端路线,后者的性价比则更适合普通消费者。丽水民宿在浙江的民宿版图中也要突出自身的差异化,真正打造好“丽水山居”这一品牌。针对性,即要明确目标市场的区分,明确丽水民宿所要针对的消费群体。高铁开通后,丽水上承长三角经济圈、下接海西经济区。对此,要以这两个区块的消费者群体为主要考量对象,“对症下药”。个性化,即要突出因地制宜,充分挖掘本土元素。如莲都以“莲”为主题,景宁以畚乡风情为主题,青田以侨乡为主题等等。品牌化,即要打造精品,打响品牌、形成口碑、塑造灵魂。

最后,这是一个“互联网+”的时代。“互联网+民宿”,意味着需要谋划“智慧民宿”的概念。首先,自媒体时代意味着每个人都可以成为信息的传播者,都具备了话语权。因此要充分利用信息化高铁,扩大知名度。人是理性的动物,但做决定往往凭的是感性认知。因此,民宿需要第一眼的“形象力”,往往一张照片就可以改变一个地方,带动一片市场。如云和梯田,再如小舟山的创意油菜花,都是几张抓眼球的照片在网络上掀起了关注狂潮,然后形成了多米诺骨牌效应。同时,单个民宿的资金和技术等都有限,还可以考虑成立区域性的民宿群网站,统一对外公布信息,在介绍、预定、执行等方面形成规模效应。其次,“智慧民宿”使得民宿更加亲民、便民。可以通过互联网实现房间网络预订、门禁管理、自助入住,从而打造无前台智能民宿;还可以通过中央智能集成系统,实现智慧房间服务,如温度、灯光、音乐智能控制,再如电视节目智能点播、订餐、定位子、订车智能服务等等。

参考文献:

[1]薛培琼.乡村旅游视角下河南乡村民宿发展对策探讨[J].当代旅游,2021,(3):44-47.  
 [2]章万清.民宿爆炸式发展下的现状和设计对策研究——以浙江省为例[J].设计,2021,(3):129-131.  
 [3]熊友平.乡村特色民宿产业发展策略研究——以德清县为例[J].现代商贸工业,2021,(7):9-11.  
 [4]陈健平,何永达.地域特征视角下的山区民宿发展研究——以浙江省丽水市为例[J].企业经济,2021,(1):102-109.  
 [5]吴文智,崔春雨.乡村民宿外来经营者投资动机探析——以浙江省莫干山地区为例[J].上海农村经济,2021,(1):39-42.