

推动民宿品质提升 打造品牌集群效应

区知联会

北京华源方达文化发展有限公司总经理 杜晓东

各位领导，各位委员：

我区民宿产业虽然起步晚，但发展势头迅猛、后劲足，但与打造国家级全域旅游示范区的要求相比，仍有一定差距和不容忽视的问题。

一是对民宿概念理解模糊，品牌意识不强。我区大多数的民宿缺乏独特的品牌形象和知名度，特别是不少小型民宿业主缺乏品牌建设意识。大多数民宿相互效仿，只注重硬件建设，在服务意识和文化设计等方面重视不足。

二是产品缺少特色，内涵禀赋和种类单一，未能有效链接利用周边资源开发服务项目。产品内容单一，一部分停留在农村客栈，一部分停留在乡村旅馆，还有的是“旅馆+一点休闲”，“民宿+”内容匮乏。消费者是多样化需求，需要民宿拓展更多的消费场景，做好资源整合，除了提供休闲空间之外，要尽可能满足个性化需求。

三是缺乏专业的市场推广能力、渠道和手段，市场竞争力弱。部分民宿投资者仅凭一腔情怀，跟风进

进入该领域，对民宿行业认识不足。部分民宿经营者更多关注投资成本，过度追求高价格，对服务质量重视不够，所以不能以目标市场为导向，未能产生理想的品牌效应。

为此，提出推进我区民宿产业发展的对策建议。

第一，结合灾后重建，尽快制定出台针对我区民宿高质量发展的指导意见

根据区情，结合灾后重建，及时调整战略布局，出台有关扶持政策，结合各乡镇域的自然资源和文化特色，对环境安全风险、建筑风格、软装设施、服务标准等方面应设置指导原则和标准，推动民宿特色化、个性化、差异化发展，打造有一定规模和数量的民宿品牌集群。

第二，推动民宿行业联盟，制定行业规则和市场约定

积极探索合作发展模式，提高产业竞争优势，推动产业发展和创新。比如，可以在区域内实现同类型的顶层协作，形成更加系统化和规模化的商业模式，实现各方共赢。建议政府相关部门制定民宿行业标准，以行业龙头为核心，形成业内自律组织，规范竞争秩序，维护长远发展利益，推动整个行业的健康发展。

第三，提升整体民宿经营者的品牌和市场意识，在经营理念和服务细节上下功夫

民宿业主要注重市场调查和分析，从客群需求出发，开发个性化、多样化的旅游项目，并将自己的人文情怀、审美情趣和生活态度融入到民宿经营中。同时，民宿经营者要根据所处的区域环境，提供各种特定的体验项目，用以吸引游客，又能将当地文化融入到民宿中。

第四，建立以提升用户体验为导向的营销模式， 树立自主特色品牌

针对目标客户，制定相应的定位方案。同时，还需关注周边竞争民宿的定位和特点，进行优势与不足的分析，来确定自己的差异化品牌策略。以不同时节、不同活动、不同价格为游客提供丰富多彩的民宿产品，从而完善民宿服务功能。在市场推广方面，打造“民宿+”组合产品，更多借助新媒体平台，通过建立和维护社交媒体平台，与公众更直接地进行沟通，吸引潜在客户。