

乡村振兴视域下的京郊乡村民宿旅游市场探析——以车耳营村为例

吴若云¹, 张然², 马宝建^{1*}

(1. 北京林业大学园林学院, 北京 100083; 2. 首都师范大学资源环境与旅游学院, 北京 100048)

摘要 民宿旅游是乡村振兴的重要抓手, 针对仍延续“农家乐”发展模式的京郊乡村民宿, 以车耳营村为案例地, 从游客需求出发探讨其转型升级的主要方向。提出可将商务市场作为主要的客源市场, 主打商务民宿品牌, 借助中关村的科技优势, 提升整体民宿氛围。同时提出商务市场极有可能成为京郊民宿继亲子、家庭两大旅游市场之后的另一重大客源市场。

关键词 乡村振兴; 乡村民宿; 乡村旅游; 民宿旅游

中图分类号 F 590.75 文献标识码 A

文章编号 0517-6611(2019)08-0140-03

doi: 10.3969/j.issn.0517-6611.2019.08.036

开放科学(资源服务)标识码(OSID):



Research on the Rural Homestay Tourism Market in Suburbans of Beijing under the View of Rebirthalization—A Case of Cheerying Village in Beijing

WU Ruo-yun¹, ZHANG Ran², MA Bao-jian¹ (1. School of Landscape Architecture, Beijing Forestry University, Beijing 100083; 2. College of Resource Environment and Tourism, Capital Normal University, Beijing 100048)

Abstract Homestay tourism is an important approach to rural revitalization. In view of the rural homestay in suburbans of Beijing that still continue the development mode of “farm stay”. This paper discussed the main direction of its transformation and upgrading from the perspective of tourists’ demands with the case of Cheerying Village. It was proposed that the commercial market can be taken as the main customer market. It should focus on the commercial homestay brand with the help of the scientific and technological advantages of Zhongguancun. Simultaneously, it could improve the overall homestay atmosphere. At the same time, the business market is very likely to become a major tourist source market after the Parent-child market and family market.

Key words Rural revitalization; Rural homestay; Rural tourism; Homstay tourism

随着人们“看山望水忆乡愁”的需求日益旺盛, 传统的乡村旅游亟待探索新的“打开方式”^[1]。实施乡村振兴战略正是解决人民日益增长的美好生活需求和不平衡不充分的发展之间矛盾的必然要求。休闲农业和乡村旅游的发展, 正是乡村振兴战略的重要抓手, 而民宿旅游则是乡村旅游的高级发展模式^[2]。自 2015 年起, 连续 3 年中央一号文件都提到要发展乡村民宿, 可见民宿业正迎来持续利好。民宿热在全国掀起的热潮席卷, 现已形成滇西北、川藏线、湘黔桂、海南岛、浙南闽北、珠三角毗连区、长三角毗连区等 11 个民宿群^[3], 小猪短租、新途家集团等民宿短租网站也渐渐兴起。

乡村民宿的出现正是乡村旅游从发展阶段走向深度开发阶段的一个标志, 它已经不仅仅是旅游容器, 而是发展成具有磁极效应的旅游吸引物^[4]。综合来看, 国外在 20 世纪 80 年代就开始了乡村民宿的研究, 其涉及多个学科领域, 并重点研究民宿市场的供需双方, Scarinci 等^[5]研究了在美国游客入住民宿的动机因素、满意度以及游客的信息来源。Stringer 等^[6]研究英国民宿主人参与民宿经营的动机。Kuo 等^[7]针对我国台湾民宿供应过剩、同质化的问题, 从业主的偏好以及独特的目标资源, 实施竞争性差异化战略。此外也有学者认为基于消费者动机的市场细分是商业推广最优价值的营销工具之一, 这一点同样适用于我国台湾的民宿市场^[8]。而国内关于乡村民宿的研究更多的集中于对需求方的研究, 范少花^[9]、范欧莉^[10]主要从游客的感知出发, 去研究对游客对民宿的满意度; 张培等^[11]则分析游客选择乡村

民宿的意愿倾向, 并据此得出民宿营销的启示; 侯思言等^[12]则借助品牌体验与感知价值的研究方法, 结合游客对环境的感知去游客的动机。也不乏有学者对民宿的经营管理成功关键之处^[13]及经营发展模式分类的研究^[14]。还有学者认为民宿建设要注重乡土保护, 要在保护传统村落的前提下, 打造独具特色的乡村民宿空间^[15]。

综上所述, 在我国实施乡村振兴战略的背景下, 探讨如何发展乡村民宿旅游是具有较为重要的现实意义的。据中商产业研究院统计数据, 北京民宿数量居全国第三位, 在数量上已初具规模。并且北京在发布的《北京市旅游条例》中也强调要加强对民宿经营的引导, 鼓励乡村民宿发展。根据佳乡民宿对北京民宿的统计, 至 2018 年 5 月 30 日, 单价在 500 元以上, 并且满足时下消费升级、有一定小资情怀的民宿共计 199 家, 其中由传统民居院落改造而成的占比 92%, 呈现出高度同质化趋势。多为满足家庭及亲子出游的需要而设计, 其风格以农家小院、乡村民舍为主, 建筑集中度较高的民宿占比较少^[16]。北京民宿版图呈现出差异化趋势, 延庆、怀柔 and 密云则为民宿聚集地, 而海淀区则民宿相对较少, 且大多以“农家乐”形式出现, 品质亟待提升。车耳营村是海淀区唯一的传统古村落, 且地理区位特殊, 背靠中关村科学城, 有发展成为中关村腹地的潜力。基于以上背景, 笔者选取位于海淀区的车耳营村为案例地, 从游客的需求出发, 分析车耳营村的民宿旅游市场, 并尝试针对车耳营村这种京郊乡村提出发展民宿旅游的相关建议, 以期对当前京郊乡村民宿的科学发展提供有益的支持。

1 研究对象概况及研究方法

1.1 车耳营村乡村旅游发展概况 车耳营村在 1998 年开始发展民俗旅游, 是海淀区第一批唯一入选的“北京市民俗旅

作者简介 吴若云(1994—), 女, 满族, 辽宁大连人, 硕士研究生, 研究方向: 文化及遗产旅游。* 通信作者, 副教授, 博士, 从事国家公园与保护地可持续、旅游基础理论、环境教育研究。

收稿日期 2019-03-05; **修回日期** 2019-03-13

游村”,2008 年度被评为年度“北京最美乡村”,2018 年度入选北京首批传统村落名录。20 年来,车耳营的民俗旅游经历了 2 个阶段,前 10 年是从无到有的阶段,而后 10 年却是从有到无的阶段。目前有村内共有民俗接待户 51 家。根据对民俗户的走访调查发现,现仍然从事民俗旅游接待的只有 23 家,并且延续着“农家乐”的发展模式,甚至有部分村民由经营农家乐转为从事房屋或者床位出租。虽然可提供住宿的客房数量及类型较多,有 5 种类型共计 295 间,但是其客房设施、服务及管理水平都相对偏低。

车耳营村虽然有独特的地理区位、丰富的旅游资源、良好的乡村民宿游基础以及有强烈发展乡村民宿游意愿的村民。但是其乡村旅游仍停留在“农家乐+农家饭+采摘园”的模式,这种模式已经不能满足市场对于民宿的需求以及对住宿品质的要求,其旅游供给与新时代游客的需求严重脱轨,这种发展模式亟待改造提升。乡村振兴正是其发展的契机,车耳营村要以旅游业为抓手,深化农旅融合、文旅融合,形成完整的产业链条。

1.2 研究方法 该研究采用定量的研究方法来分析游客需求。问卷调查环节于 2018 年 3 月 24 日—4 月 19 日,采用网络发放问卷的方式开展,重点调查了游客对车耳营民宿的需求和偏好。共发放 230 份问卷,根据填问卷所用时间筛选出

有效问卷 222 份,有效回收率为 96.52%。并运用 SPSS 20.0 统计软件,对调查问卷数据进行处理和分析。首先对调查数据进行了信度分析,信度系数为 0.916,大于 0.9,说明研究数据信度质量很高。之后采用卡方检验,分析游客对车耳营民宿的需求差异,为车耳营村的民宿旅游发展确定其核心市场。

2 车耳营民宿旅游市场分析

车耳营要发展民宿旅游,要对“农家乐”的发展模式进行改造提升,首先要确定其提升方向,而游客对于民宿的需求正是确定提升方向的关键所在。

游客社会特征分析结果显示,潜在目标客群占 98.20%,其中以北京市的工作客群居多,特别是 20~40 岁(72.47%)的有车一族(62.84%)的女性(65.14%)游客对民宿旅游更为喜爱。从游客对民宿形式的偏好来看,目标客群中将近 8 成更倾向于选择风景好、环境好的民宿,同时有超过 6 成的游客喜欢中式的传统院落或者是田园特色院落,也期望能有户外运动和田园活动的体验。

根据描述性分析结果,无法确定游客对于车耳营民宿的独特需求,因而该研究借助 SPSS 20.0 软件的卡方检验功能,分析了游客的社会特征对民宿形式的偏好的影响。结果见表 1。

表 1 游客的社会特征对民宿形式的偏好

Table 1 Social characteristics of tourists' preference for homestay

项目 Project	性别 Sex	年龄 Age	职业 Professiona	有无私家车 Private cars
选择民宿所考虑的因素 Factors to consider when choosing a homestay	0.286	0.063	0.023	0.115
民宿类型的选择 Choice of homestay type	0.061	0.001	0.691	0.568
民宿主题的选择 Choice of homestay theme	0.031	0.000	0.010	0.000
民宿活动的选择 Choice of homestay activities	0.029	0.024	0.020	0.058
民宿服务的选择 Choice of homestay service	0.214	0.483	0.032	0.125

注:表中结果均在 0.05 水平上呈显著差异

Note:The results in the table were significantly different at the 0.05 level

(1) 从职业角度分析,游客在选择民宿所考虑的因素($\chi^2 = 59.804, P = 0.023$)、对民宿活动的选择($\chi^2 = 117.345, P = 0.020$)、对民宿主题的选择($\chi^2 = 93.077, P = 0.010$)和对民宿服务模式的选择($\chi^2 = 38.381, P = 0.032$)上呈显著差异。工作客群会考虑距离较近的、设施档次高的、有情调有特色的,可以开展户外运动、商务活动和会议会展活动的民宿,喜好提供专业管家式服务的田园主题民宿。

(2) 从年龄角度分析,游客在民宿类型的选择($\chi^2 = 66.860, P = 0.001$)、民宿活动的选择($\chi^2 = 77.646, P = 0.024$)和民宿主题的选择($\chi^2 = 95.464, P = 0.000$)上呈显著差异。20~40 岁的游客更喜欢智慧生活体验型的民宿,以及可以进行室内活动、商务活动和会议会展活动,也喜好田园特色主题的民宿。

(3) 从性别角度分析,游客在民宿主题的选择($\chi^2 =$

16.878, $P = 0.031$)和民宿活动的选择($\chi^2 = 21.486, P = 0.029$)上呈显著差异。女性更喜欢田园特色院落,偏向于田园体验活动。

(4) 从是否拥有私家车角度分析,游客在民宿主题的选择上呈显著差异($\chi^2 = 34.933, P = 0.000$),有私家车的更偏好田园主题。

综合卡方检验的分析结果,可以从中提取出商务活动、会议会展活动、户外活动、智慧生活体验、田园体验、距离近、设施档次高、有情调特色 8 个需求关键词。根据关键词显示,可以将车耳营民宿旅游的目标客群确定为商务客群,主要是满足企业的民宿需求。

3 车耳营民宿发展建议

根据车耳营的民宿旅游供给现状以及上文中分析出的商务市场的民宿需求,可以将供给与需求进行对比,找出车

耳营民宿中供需不匹配之处,这也就是车耳营民宿未来提升发展的具体方向。车耳营民宿供需匹配程度见表2。

由表2可知,除了距离近这一点,其他几点游客需求与车耳营民宿的供给现状都不匹配。针对这几点,提出以下建议。

3.1 民宿市场的选择:主打商务民宿品牌,区别于京郊其他民宿 车耳营民宿需主攻商务市场,提供开展会议会展的场地及场所,同时配套高品质的设施及服务,此外提供桌游类、健身类的室内活动以及素质拓展等户外活动。其他京郊民宿多针对亲子及家庭市场,车耳营选择商务市场可在众多民宿当中一枝独秀。并且其他京郊民宿的入住时间多为周末和节假日,工作日期间基本为淡季,但车耳营选择的商务市场,可以在工作日也将民宿利用起来,降低空房率。

表2 车耳营民宿供需匹配程度

Table 2 Matching degree of supply and demand of Cheerying homestay facility

序号 No.	车耳营民宿旅游供给 Homestay tourism supply in Cheerying	匹配程度 Matching degree	车耳营民宿游客需求 Homestay demand in Cheerying
1	是北京城最近的山村	匹配	距离近
2	民宿设施档次较低	不匹配	民宿设施档次高
3	民宿服务较差	不匹配	民宿服务优质
4	有部分会议会展场地	不完全匹配	会议会展场地
5	农家乐+采摘园	不匹配	田园主题或智慧生活体验型
6	禅修、瑜伽	不完全匹配	室内活动
7	登山、采摘	不完全匹配	户外活动

3.2 民宿产品的创造:借助中关村科技优势,打造智慧生活民宿 根据车耳营毗邻中关村科学城独特的地理位置,可以结合中关村的科技优势,将科技作为车耳营民宿独特的吸引点。中关村科学城的科技企业中,有众多研发智能机器人、智能家居、无人摆渡车等一系列高科技产品的企业,一是可以将这些高科技产品引入车耳营民宿的室内装修以及室外导览系统,增添车耳营民宿的科技感;二是可以为研发这些高科技产品的工作人员提供封闭式开发场所或者营造创客社区空间,供其开发产品或交流心得,最终将车耳营民宿打造成为智慧生活体验的范本。

3.3 民宿环境的营造:提升整体民宿氛围,将民宿作为旅游吸引物 车耳营村是距离北京城最近的山村,其民宿旅游不能失掉山村的味道,因而田园主题仍是车耳营民宿的主体氛围。在提升车耳营科技感的同时,把握住车耳营村本身的田园特色,保留其部分果园以供进行田园体验。此外,对民宅的改造也应凸显出田园情调,将每一个民宿个体也作为旅游吸引物,例如日本合掌村的民宅就有自己独特的吸引力。

4 结论

基于车耳营村的区位以及游客对车耳营民宿的需求和偏好,可以将车耳营民宿旅游的核心市场确定为商务市场。

从游客的需求角度出发,车耳营村可以重点选择商务市场,主打商务民宿品牌,明显区别于其他京郊民宿。再者,车耳营村要借助中关村科学城的高科技优势,填补乡村民宿在智慧生活上的不足。此外,注重提升村内整体的民宿氛围,在改造村容村貌的同时保留住乡村的特色。

民宿旅游的发展在旅游产业中占据重要地位,也是乡村振兴的一大出路,对于乡村的转型升级也具有非常重要的现实意义。研究发现,游客对民宿的需求是有规律的。游客对乡村民宿的形式有不同的偏好,对民宿的需求有整体需求也有差异需求。各乡村发展民宿应从游客的需求角度,抓住差异需求来对民宿市场进行定位,有针对性地进行民宿旅游的开发,更利于民宿旅游的可持续发展。京郊民宿大多数和车耳营村处于一样的境地,有较好的旅游资源,有发展的基础条件,也拥有村民们的积极支持,因而只要能准确把握住游客需求,京郊民宿就有无限的发展潜力。根据对车耳营民宿市场的调研结果,发现商务市场是其极其重要的客源市场,其不但需求量大而且可以弥补民宿在工作日空闲的空缺。商务市场极有可能成为京郊民宿继亲子、家庭两大旅游市场之后的另一个重大客源市场。

参考文献

- [1] 于秋阳,冯学钢.文化创意助推新时代乡村旅游转型升级之路[J].旅游学刊,2018,33(7):3-5.
- [2] 瞿伟,应群颖,吴永龙,等.杭州皋亭山发展民宿旅游项目的可行性研究[J].现代城市,2011,6(3):25-27.
- [3] 朱明芬.浙江民宿产业集群发展的实证研究[J].浙江农业科学,2018,59(3):353-359.
- [4] 邓念梅,詹丽,黄进.鄂西南民族地区民宿旅游发展现状、风险及对策探讨[J].资源开发与市场,2014,30(7):880-882.
- [5] SCARINCI J, RICHINS H. Specialist lodging in the USA: Motivation of bed and breakfast accommodation guests[J]. Tourism interdisciplinary journal, 2008, 56(3): 271-282.
- [6] STRINGER P F. Hosts and guests the bed-and-breakfast phenomenon[J]. Annals of tourism research, 1981, 8(3): 357-376.
- [7] KUO C M, TSENG C Y, CHEN L C. Choosing between exiting or innovative solutions for bed and breakfasts[J]. International journal of hospitality management, 2018, 73: 12-19.
- [8] CHEN L C, LIN S P, CHUNMIN K. Rural tourism: marketing strategies for the bed and breakfast industry in Taiwan[J]. International journal of hospitality management, 2013, 32(1): 278-286.
- [9] 范少花. 民宿游客满意度调查研究:以厦门市为例[J]. 福建商业高等专科学校学报, 2016(2): 47-52.
- [10] 范欧莉. 顾客感知视角下民宿评价模型构建:基于扎根理论研究方法[J]. 江苏商论, 2011(10): 37-39.
- [11] 张培, 喇明清. 游客选择乡村民宿的意愿倾向及其营销启示[J]. 西南民族大学学报(人文社科版), 2017, 38(11): 132-140.
- [12] 侯思言, 马强. 传统村落民宿感知体验与游客动机研究[J]. 住宅产业, 2017(1): 58-64.
- [13] 胡敏. 乡村民宿经营管理核心资源分析[J]. 旅游学刊, 2007, 22(9): 64-69.
- [14] 张延, 代慧茹. 民宿分类研究[J]. 江苏商论, 2016(10): 8-11, 21.
- [15] 丁奇, 聂紫阳. 乡土保护视角下乡村民宿空间的营造策略:以浙江省传统村落民宿为例[J]. 遗产与保护研究, 2017, 2(6): 87-91.
- [16] 佳乡民宿. 调研报告:用北京 199 家精品民宿数据,解读北京民宿行业趋势! [EB/OL]. (2018-06-07) [2018-12-10]. http://www.sohu.com/a/234370215_438501.