

旅游业回暖

□ 本报记者 张雪

京郊民宿暂别高歌猛进——

# 市场转换中回归理性

在市场短期调整过程中，京郊民宿只能以变应变，做出自己的特色。虽然现在消费者的选择更多了，但是周末到京郊走走的需求还是存在的，要想想方设法吸引这些消费者住下来。

过去3年，北京郊区民宿一时“风光无限”。由于消费者假日出游半径缩短，消费需求集中在本地释放，依靠拥有超强消费能力的大城市，京郊民宿屡屡实现“量价齐飞”。

今年春节过后，随着跨省游、出境游日渐复苏，本地游客迫不及待奔赴远方，这让京郊民宿的发展进入新一轮调整期——降价、增值服务、“引流”……暂别高歌猛进，回归理性发展，京郊民宿正在适应新的节奏、尝试更多可能。

## 告别“躺赢”

“今年生意不太好做。”北京怀柔区一撤阳光民宿主人张晓荣说，“今天是周六，要是去年，咱们根本不可能像现在这样坐在客房里聊天，房间早就订出去了。”春暖花开之际，正是京郊民宿生意淡季的转换期，“五一”小长假的到来，通常会将预订推向高峰。

“过去两年，要预订我家周末的房间，基本要提前两周，‘五一’‘十一’假期提前一个月都不算多。”

2019年，张晓荣投资300万元，在北京怀柔渤海镇扎下根，按照心目中理想“家”的样子打造了这家民宿。他赶上了京郊民宿火得一塌糊涂的日子，“因为疫情，大家都出不了远门，人们都奔着京郊来了。”张晓荣回忆，最火的是2021年的暑期档，两个月时间不论周末还是平时，都基本满房。轻松赚钱的日子在今年春节过后不复存在。“疫情防控实行‘乙类乙管’后，人们都开始往更远的地方跑，京郊‘空’了，生意差不多下降一半。”

怀柔点翠客棧皮草小院民宿主人杨林也感受到了市场行情的变化。2018年，他在渤海镇开了第一家民宿，疫情期间又陆续开了两家。“疫情对旅游业整体影响很大，京郊民宿的生意在这3年反而很好。”杨林说，一到周末和节假日，院门口就停满了入住客人的车，通常是三四个熟识家庭一起相约来京郊度假。今年的生意明显淡了许多，“与前两年相比，周末客流量同比下降60%到70%”。

北京旅游业内有句话，“北京民宿看怀柔，怀柔民宿看渤海”，在拥有429家乡村民宿、451套院落的渤海镇，这里民宿主人们的感受颇能反映京郊民宿市场的变化。

对此，杨林有着理性的认识——京郊民宿的客源集中在京津冀地区，其中北京本地游客能占到七八成。过去3年北京的旅游消费大多留在本地，疫情期间，消费者更看重私密性，京郊民宿一般是整院出租，方便全家老



北京也舍民宿在门口设置餐车，为客人提供简餐、饮料等。(资料图片)

少及熟识朋友相聚，所以特别受欢迎。在跨省游、出境游重启后，“憋”久了的北京游客都往外走，京郊客流自然就减少了。对外地进京游客来说，京郊民宿并非首选，“外地游客喜欢住在市区景点集中的地方，民宿一般是自由行游客的选择，外地跟团游客到北京基本不会住民宿”。

怀柔区渤海镇旅游服务中心主任彭兴金也印证了这一点，“我们这里除了长城附近的部分民宿有机会接到集中的团客、外地散客外，京郊民宿几乎靠北京本地客源”。

## 回归理性

前两年市场红火，消费需求集中在本地释放，大城市消费能力强，这些因素的叠加让京郊民宿的价格一路走高。4间房的小院整租，平日4000元到5000元、周末及节假日7000元到8000元的价格并不鲜见。这让一些消费者不禁感慨，“这价格够去三亚住五星级酒店了”“明明是京郊游，却花了堪比出境游的钱”。

今年客流减少，降价成了不少民宿主的现实选择。张晓荣说，前两年自己的小院周末整租价格在5500元左右，今年周末的租金降到了4200元左右，平日只要3000元出头。

即使没有直接降价，也在变相降价。杨林说，他家原本只整租的小院今年开始打散按间出租，“以前基本没有民宿会包餐食，只提供基本的调料、餐具，消费者一般自己带食材、自己加工。今年我们要尝试把餐饮和手工制作等活动内容的价格都包含在房价中，其实就是降价”。

杨林认为，过去3年市场异常红火，价格确实有“水分”，有些民宿的服务和它的价格

并不相称。今年，京郊民宿的价格正在回归理性。

虽说如此，对于降价民宿主们也有无奈。北京也舍民宿主人桑也行承认自己并不愿意降价，不愿意的原因不是因为“好日子太多了”，而更多的是考虑成本问题。

杨林算了一笔账，随着民宿市场走热，像他这样到村里租房的“外来户”也多了起来，农民的房子出租给他们的价格逐年走高，最开始一个院子只要一两万元，现在位置好一点的要六七万元。除房租以外，装修改造民宿的成本越来越高。”张晓荣说，自己投资的300万元还远远没有收回成本，“这两年的流水金额都没到300万元”。

## 重新洗牌

市场转换之间，一些京郊民宿主们开始选择退出。

“原本2020年就该是京郊民宿行业发展的一个转折点，这3年市场井喷，让行业洗牌的时间延后了。”张晓荣说，首先被市场淘汰的民宿肯定是品质不行、陈旧落后的。

对于市场调整，杨林的看法是，经历3年的高速增长后，京郊民宿可能进入半年到一年的相对低谷期，之后会再度进入爬升期。周边游是市场刚需，过夜游能占到周边游的10%左右，他依然看好民宿行业的前景。眼

下，在民宿这个赛道中最重要的是做好自己。

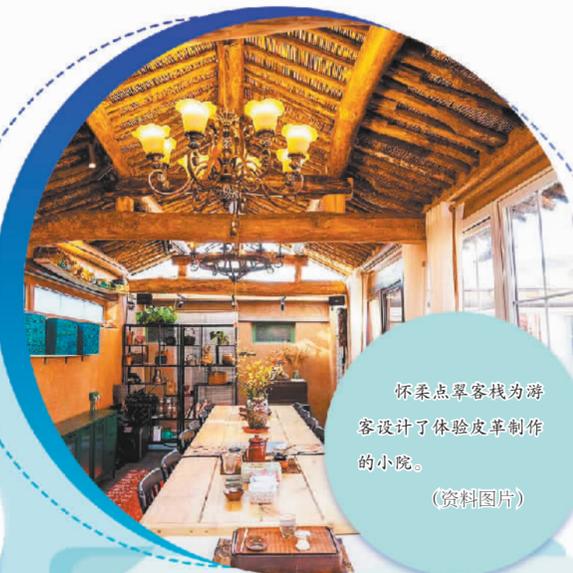
彭兴金表示，今年以来，因为市场变化而出现小低谷，此时更需要民宿主们通过转型做出自己的特色，提高服务品质，用文化内涵吸引客人，而不是坐等客人自己上门。他介绍，为了充实民宿产业内涵，渤海镇推出了慕田峪长城马拉松、古风文化节、公益绘画展等活动，希望通过文旅融合为当地民宿产业赋能。今年渤海镇民宿协会还与途家民宿一起发起了北京文创民宿节，推出丰富的互动体验和优惠活动，以达到吸引客流的目的。

杨林认为，在市场短期的调整过程中，京郊民宿只能以变应变，做出自己的特色。杨林说，民宿的特点是房间少、个性化强，突破点可能在亲子家庭这个目标群体上。他计划上新更多活动内容，如皮艺、木工、扎染、编织等，让孩子们近距离感受乡村生活的乐趣。

姚远是渤海镇民宿协会秘书长，他介绍，协会计划推动非遗传承人、艺术家与民宿展开合作，一方面降低双方的经营成本，另一方面丰富民宿体验，以达到为双方引流的目的。“虽然现在消费者的选择更多了，但是周末到京郊走走的需求还是存在的。我们要做的是想方设法吸引这些消费者住下来。”

桑也行找到的差异化定位在特色餐饮，“我自己原来就是做酒店的，有资源为住宿的客人定制中西餐餐饮服务，可以吸引一批客人前来聚会或是团建”。

张晓荣今年打算花更多精力“发掘”消费者，在互联网上尝试更多引流方式，让更多人看到自家民宿，“硬件的投入足够多了，今年的重心要转移到软件上”。



怀柔点翠客棧皮草小院为游客设计了体验皮革制作的小院。(资料图片)

近年来，随着百姓健康意识提升，健康消费需求迅速增长，从过去满足基本的衣食住行需求，到今天更关注健康，也更愿意为健康而消费。随着疫情防控形势持续向好，被抑制的消费需求和新的健康消费意愿进一步释放，我们将迎来健康消费热潮。相关部门、企业和消费者可以此为为契机，加快推动大健康产业发展，助力消费升级。

随着健康消费市场的发展，大量企业蜂拥而入，相关部门要加大市场监管力度，促进市场长期良性发展，用优质服务供给进一步满足健康生活新需求。一方面要完善商品监测体系，依法打击健康消费领域违法违规行为，保护消费者合法权益，打造清新的市场环境。另一方面要紧跟市场发展的步伐，完善行业标准和规范，引领市场发展方向，切实提升健康产品及相关服务的供给质量。

针对目前健康消费领域需求多样化、个性化、代际间差异明显的发展趋势，企业应加快产品研发创新更迭，更加精准地为消费者提供定制化的健康产品和服务。加速体育健身、健康家居、智能穿戴等新产品迭代，拥抱互联网、人工智能等新技术，推动在线问诊、远程医疗等新业态发展。此外，要借助新技术、新经济等现代生产方式和经营模式，扩大产品和服务的供给。

在健康生活理念和生活方式普及的大背景下，消费者也应主动学习健康新知，擦亮眼睛，甄别健康食品和营养产品，科学健身锻炼，做自己健康生活的规划者和管理者。公众应秉持正确的消费观，在健康类消费中理性投资。我们应该认识到，每个人都是自己健康的第一责任人，养成良好的生活习惯，管住嘴、迈开腿，才是文明健康的生活方式。

为了满足人们日益增长的健康消费需求，国家要大力推动健康产业发展，出台一系列促进健康产业发展的政策，进一步探索如何使产业发展从过去的分散、粗放状态变得更有秩序、均衡，推动行业竞争态势由“资源竞争”加速向“创新竞争”转变，推动资源投放由“优化配置”加速向“提质增效”转变。同时，放大健康产业的整体容量、涵盖领域和服务范围，打造一批知名品牌和良性循环的健康服务产业集群。

健康消费是消费市场最具活力的细分市场之一，健康消费市场的发展，不仅是人们生活水平和消费能力提升的见证，还具有拉动内需增长和保障改善民生的作用。期待各方形成合力，促进健康消费市场稳健发展，打造覆盖全生命周期的健康消费服务体系，满足人们的健康需求。

吴佳佳

市抢健康

“五一”期间累计接待游客116.77万人次，同比增长73.25%——

# 西藏旅游强劲复苏

本报记者 代玲

走在拉萨八廓街上，身着带有浓郁特色的藏装，画着精致的妆容，西安游客王莉拍了一组写真，花了300多元。“旅拍的消费很值。”王莉说，在这么美的地方，拍一套美美的照片留念，十分有意义。

来高原旅游，拍摄藏装写真成为近几年游客们热衷的项目之一。在八廓街核心街道上，每隔十来米，就有不同游客在摄影师的指导下，摆好姿势，拍照留下美丽身影。旅拍需求的旺盛，也让千年八廓街的商业业态发生了变化。在仅有两三百家店铺的八廓街主街道上，旅拍相关门店就占了10%以上。

“前几年，到拉萨的游客中，可能只有10%的人有拍摄写真的需求。现在，这个需求可能达到50%。”从2017年就专注西藏旅游写真业务的西藏咔咔视觉有限公司股东兼总经理薛天锐认为，高原独特的服饰、建筑文化，加之互联网平台的影响，让更多游客愿意体验藏装写真，也催动这个行业迅速发展，每天产生大量订单。“五一”期间，咔咔视觉要预约才能安排写真业务。“从目前旅游业发展状况来看，旅拍的前景还是不错

的。”薛天锐说。

今年以来，西藏全力打好恢复旅游业攻坚战，推动旅游业向高质量发展转型。在“冬游西藏”和本地旅游消费券等优惠促销政策刺激下，西藏旅游市场较快复苏。今年一季度，西藏全区累计接待海内外游客超255万人次，同比增长39.6%，实现旅游总收入20.3亿元，增长42.9%。“五一”期间，西藏旅游更是持续火热，全区累计接待游客116.77万人次，同比增长73.25%；实现旅游收入8.48亿元，同比增长61.52%。其中，4月29日至5月3日，仅布达拉宫就累计接待游客超2.7万人次。

夜幕降临，布达拉宫广场各入口处，长长的队伍仍摩肩接踵。在队伍中，四川游客田雨雯白天刚参观了布达拉宫，晚上就来打卡布达拉宫广场。

“假日期间，到拉萨旅游体验感还是不错的。机票、酒店价格都在合理范围内。虽然部分景点需要排队，但是等待时间并不长，让人感觉来对了地方。”田雨雯说。

作为西藏重要的旅游景区、景点，为迎接旅游旺季的到来，布达拉宫管理处提前部署了票务和服务等相关工作。布达拉宫管

理处处长贡旦介绍，当1号参观线日客流超过5000人次时，就会启用日接待量达2000人次的2号线。

每年5月1日至10月31日，是西藏旅游旺季。为让广大游客有更舒适的体验，布达拉宫管理处还将通过对现有票务系统进行升级改造，升级购票支付方式，在参观沿途安排兼职旅游服务人员维护秩序，免费提供热水、旅游咨询服务等措施，不断提升游客的旅游体验感。

“针对操作网络智能手机困难的老年人和特殊人群，每天在门票预订处预留了100张预约券，个人持身份证等有效证件赴现场即可预约门票。”布达拉宫管理处副处长贡嘎扎西说。下一步，布达拉宫还将适当延长开放时间，调整并优化参观路线，合理控制各时段客流量。

趁着旅游复苏的大好时机，西藏各涉旅企业也铆足了劲，在旅游消费市场上奋力拼搏。在拉萨市曲水县俊巴渔村，趣味皮划艇、乘坐传统牛皮船、欣赏国家级非物质文化遗产、野外露营等项目蔚然兴起。

5月2日，在拉萨八一学校上学的周熙

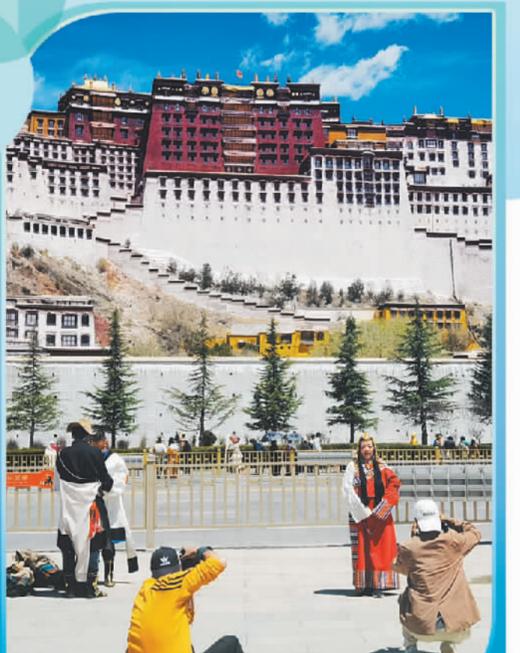
淳和同学来到俊巴渔村，感受皮划艇和露营的美好。

“孩子们玩得很尽兴。希望拉萨周边多一点这样的旅游项目和产品，让孩子们更好地亲近自然，丰富假期生活。”周熙淳的母亲李梅英说。

运营俊巴渔村皮划艇营地项目的西藏视野文化旅游有限公司法人潘华鹏介绍，“五一”假期，营地大概接待了上千人，皮划艇体验就有五六百人参与。

“没想到这么火！”潘华鹏说，下一步，要抓住西藏旅游复苏的契机，营地将进一步提升基础设施水平和服务接待能力，做好项目，让村庄活起来的同时带动村民通过旅游增收。

今年，西藏将发力本地游市场，打造更多优质营地，推动西藏特色旅游产品“林卡游”提质升级。记者从西藏自治区旅游发展厅了解到，西藏将坚持“一县一品、一县一韵”“县县景不同”的思路，建设具有区域特色、本地特色的旅游名县，不断增强旅游产业经济属性，提高市场化程度，壮大产业影响力。



游客在布达拉宫广场拍照留念。本报记者 代玲摄

本版编辑 李丹美 编夏祎