

乡村振兴战略背景下北京市乡村旅游的民宿品牌化建设研究

刘保莲 (北京农业职业学院, 北京 102442)

摘要 党的十九大提出实施乡村振兴战略, 实施乡村振兴战略是建设美丽中国的关键举措。乡村旅游是促进城乡融合发展、带动农民增收、满足城乡居民美好生活向往的重要民生产业。通过 PEST 方法分析宏观环境对目前北京民宿市场的影响, 立足北京市民宿品牌发展的现状, 提出提升乡村旅游产品文化内涵、打造民宿知名品牌, 提升品牌的知名度、美誉度的发展建议, 带动乡村旅游, 促进北京经济发展。

关键词 乡村振兴战略; 乡村旅游; 民宿; 品牌

中图分类号 F590.75 **文献标识码** A

文章编号 0517-6611(2023)09-0116-04

doi: 10.3969/j.issn.0517-6611.2023.09.029



开放科学(资源服务)标识码(OSID):

Research on the Branding Construction of Homestays in Rural Tourism in Beijing under the Background of Rural Revitalization Strategy

LIU Bao-lian (Beijing Vocational College of Agriculture, Beijing 102442)

Abstract The 19th National Congress of the Communist Party of China proposed the implementation of the rural revitalization strategy, which is a key measure to build a beautiful China. Rural tourism is an important livelihood industry that promotes the integrated development of urban and rural areas, drives farmers' income growth, and satisfies the aspirations of urban and rural residents for a better life. By analyzing the impact of the macro environment on the current Beijing homestay market through the PEST method, and based on the current situation of the development of Beijing homestay brands, this paper proposes development suggestions to enhance the cultural connotation of rural tourism products, create well-known homestay brands, and enhance brand awareness and reputation, so as to drive rural tourism and promote the economic development of Beijing.

Key words Rural revitalization strategy; Rural tourism; Homestay; Brand

党的十九大提出实施乡村振兴战略。实施乡村振兴战略是建设美丽中国的关键举措^[1]。北京市山区面积 10 200 km², 约占土地总面积的 62%, 平原区面积为 6 200 km², 约占土地总面积的 38%。系统治理山水林田湖草, 积极推进乡村绿色发展方式, 加强郊区农村的人居环境治理^[1]。共同建造北京市乡村发展新格局, 实现百姓富、生态美, 构建人与自然和谐共生。

2020 年 10 月 15 日, 北京市乡村民宿发展推进会指出乡村旅游是促进城乡融合发展、带动农民增收、满足城乡居民美好生活向往的重要民生产业。乡村旅游不能缺少“食住行游购娱”, 乡村民宿自然就成了是乡村旅游提档升级的重要牵引。在新形势下, 乡村旅游和民宿经济的作用价值更加彰显, 大力发展民宿产业势在必行。

乡村振兴战略还提出要实施农业品牌提升行动, 通过提升北京民宿品牌大力发展乡村旅游是该研究的重点, 旨在通过提升乡村旅游产品文化内涵、打造民宿知名品牌, 提升品牌的知名度、美誉度, 最大程度带动乡村旅游, 促进北京市经济发展。

1 北京民宿市场分析

乡村振兴战略背景下, 通过 PEST 分析目前宏观环境对北京民宿市场产生的影响与作用。P 是政治(politics), E 是经济(economy), S 是社会(society), T 是技术(technology)。

1.1 政治环境对北京民宿市场的影响 政治环境指的是从政治制度、政策法规、政府态度等方面对民宿市场产生的影

响。乡村旅游已然成为我国旅游消费的重点构成项目, 旅游离不开“食住行游购娱”, 从马斯洛的需求层次理论来看, 满足消费者需求的“食和住”就变得尤为重要, 而民宿恰恰承担了此功能。乡村民宿就成了乡村旅游的重头戏。从国家政策来看, 2015 至 2021 年, 国家不断出台积极发展、规范客栈民宿行业发展, 积极探索合理合法、高效一体的民宿行业管理政策, 推行行业许可经营制度, 建立统一的民宿审批与监管机制, 提高民宿经营的规范性与稳定性。并且提出要优化乡村旅游业, 聚焦重点区域、注重品质提升、实施精品工程、提升服务水平^[2]。从北京市来看, 2021 年 11 月 24 日, 由北京市文化和旅游局主办的“2022 年北京文旅重点项目融资推介会”中, 125 家投资机构、173 家文旅企业、16 个区文化和旅游局共 1 300 余人参加了线上会议, 对 10 大类 45 个项目引资引智, 而乡村民宿及精品酒店就是 10 大类中排在第 3 位的引资项目^[3]。从国家到北京市, 对乡村民宿发展在积极推进, 政策上给予大力支持。

1.2 经济环境对北京民宿市场的影响 经济环境是指居民的可支配收入水平、市场需求、失业率等经济因素, 而这些因素势必会影响北京民宿市场的发展。北京市统计局网站 2021 年北京统计年鉴显示, 城市居民 2020 年的人均可支配收入为 75 602 万元, 与 2019 年相比, 增长了 1 753 元。农村居民的人均可支配收入为 30 126 元, 与上年相比增长了 1 198 元; 城市居民人均消费支出为 41 726 元, 农村居民人均消费支出为 20 193 元。从消费支出看, 受疫情影响, 与 2019 年相比, 支出有所降低。人均可支配收入的上升, 为乡村旅游的发展提供了必备条件。

2021 年国庆黄金周期间, 随着“就地过节”的提倡, 北京

基金项目 北京农业职业学院 2021 年院级科研项目(XY-SK-21-03)。

作者简介 刘保莲(1981—), 女, 河北唐山人, 讲师, 硕士, 从事品牌塑造、农村经济发展研究。

收稿日期 2022-05-07

周边乡村游火爆,累计接待游客 381.4 万人次,按可比口径同比增长 40.8%,恢复到 2019 年同期的 85.1%;营业收入 53 943.9 万元,按可比口径同比增长 81.3%,比 2019 年增长 28.5%^[4]。可以看出,随着北京市民生活水平的不断提高,同时受疫情影响,“非必要不出京”等提议的出现,为北京郊区的乡村旅游发展提供了契机。

1.3 社会环境对北京民宿市场的影响 社会环境主要是人口因素和文化因素带来的影响。如人口规模、年龄结构、收入分布、文化差异等都会影响北京民宿市场的发展。从北京市统计局网站的北京 2021 年的统计年鉴来看,在 2020 年第七次人口普查中北京市的常住人口为 2 189.0 万人,其中城镇人口为 1 916.4 万人,乡村人口为 272.6 万人。从人口数量来看,乡村旅游的市场是庞大的。从年龄结构上看,0~14 年龄段有 259.1 万人,15~59 年龄段有 1 500.0 万人,60 岁以上有 429.9 万人。作为乡村旅游的主流市场 15~59 年龄段,在总人口中所占比例为 68.5%。完成旅游行为需要具备 2 个基本要素:金钱和时间。以 15 岁及以上人口的总数 19 301 588 人来看,北京市常住人口受教育程度普通偏高(表 1)。从人均可支配收入看,2020 年人均 69 434 元。北京市旅游市场强大,对民宿,尤其是中高端品牌、精品民宿的需求市场更加强劲。

表 1 北京市常住人口受教育程度统计

Table 1 Statistics of education level of permanent residents in Beijing

序号 No.	学历 Record of formal schooling	人数 Number of people//人	百分比 Percentage %
1	小学	1 282 027	6.6
2	初中	4 782 156	24.8
3	普通高中	3 842 637	19.9
4	大学专科	2 928 368	15.2
5	大学本科	4 771 427	24.7
6	硕士研究生	1 263 009	6.5
7	博士研究生	227 866	1.2

注:数据来源于北京市统计局北京统计年鉴 2021。

Note: The data is sourced from Beijing Statistical Yearbook 2021 by the Beijing Municipal Bureau of Statistics.

1.4 技术环境对北京市民宿市场的影响 技术环境是指科学技术发展对民宿市场的影响。随着科学技术的迅速发展,民宿配套设施的舒适程度和特色越来越明显,竞争力得到提升。北京市统计局、国家统计局北京调查总队发布《北京市 2019 年国民经济和社会发展统计公报》。《公报》显示,2019 年年底,北京市机动车保有量为 636.5 万辆,比上年末增加 28.1 万辆。民用汽车 590.8 万辆,增加 16.2 万辆。其中,私人汽车 497.4 万辆,增加 18.4 万辆^[5]。生活水平提高,汽车拥有量的上升,让城市居民自驾出游郊区,住特色民宿创造了更多的机会。

2 北京民宿品牌发展现状

北京市政府注重精品民宿的高质量发展,截至 2020 年,北京市有 6 000 余个星级民俗接待户,乡村民宿品牌有 699 家^[6]。从艾媒咨询的 2019—2020 年中国民宿房源统计信息

来看,北京市是民宿房源数量排名前十的城市之一,排名第一,数量为 4.2 万家^[7]。从供给市场来看,北京民宿市场竞争强劲。北京民宿在发展中,要注重品牌塑造,品牌承载着民宿的品质与价值,通过不断宣传,提高民宿的知名度和美誉度,让旅游者对品牌民宿产生好感,形成品牌忠诚度,使北京特色品牌民宿在激烈的市场竞争中占据一席之地。

2.1 品牌定位不清晰,盲目跟风现象存在 乡村旅游下的民宿大部分是当地农民自用的或是闲置的空闲房屋,具有当地乡村特色的房屋,同时结合了本区域内的人文和自然环境特点,融入北京文化特色,融合民宿主人独特构思,设计得出。能够提供给旅游者体验乡村式的田园生活,饮食极具本地特色。但是,乡村民宿不仅是简单的“餐饮+住宿”,还要接地气,充分利用当地的生态、旅游资源^[8]。北京的民宿市场需求量大,市场庞大,民宿经营者看到商机后,就依据自身优势,利用当地闲置资源,筹资建设民宿,积极参与接待。而在民宿的设计、装饰等方面出现了趋同化。还有些民宿走高端路线,玩创意、走新潮、重理念,价格高昂,价位虚高之下,民宿的管理与服务并没有与之匹配,消费者购买后的认同感不高,普通消费者又望而却步;某些民宿片面追求规模化、宾馆化,把宾馆中的便捷、舒适引入民宿,是可以的,但更要考虑民宿的特色与文化,与其完美地融合和渗透。否则,与民宿的本质就渐行渐远了。

2.2 塑造品牌意识不足,缺少相关理论专业知识 大部分民宿经营者依托郊区自有房屋优势,兴建和经营民宿。在经营民宿过程中,品牌塑造意识不足,缺少相关专业知识。2021 年 4—8 月对北京郊区的 78 位乡村旅游经营者进行了问卷调查,调查显示,从学历上看,中专或高中学历占了总人数的 32.05%;其中大专学历在总人数中的百分比是 56.41%;本科生的比例是 11.54%(图 1)。整体来看,民宿的经营者学历偏低。在民宿市场高度竞争状态下,民宿品牌化发展成了必然的发展道路。经营更应该了解品牌塑造的基本理论,并懂得如何通过品牌塑造打造自家民宿的品牌,通过文化赋能给予品牌内涵。让有深度有内涵的民宿品牌深入人心,提高品牌的知名度、美誉度,形成消费者对品牌的认可度。

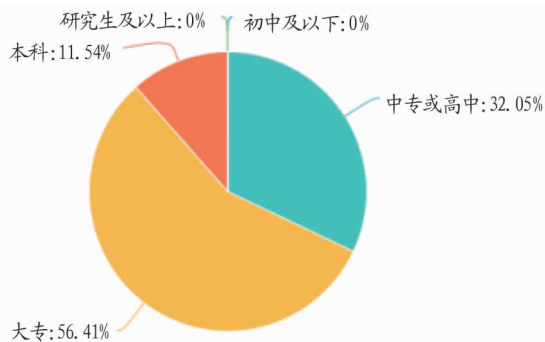


图 1 78 名乡村旅游经营者学历结构分布

Fig. 1 Distribution of educational background structure of 78 rural tourism operators

在对品牌相关知识的了解情况来看,参与调查 78 人中,

有 78.21% 的人对品牌塑造方面的内容不了解(图 2)。

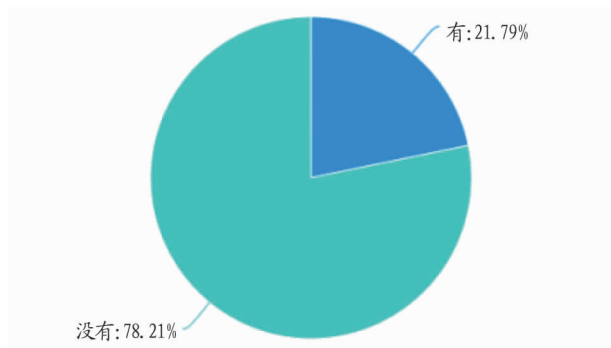


图 2 78 名乡村旅游经营者对品牌知识了解情况调查

Fig. 2 Investigation of 78 rural tourism operators' understanding of brand knowledge

2.3 品牌维护能力有限 民宿建立后,还需要经过逐步推广,使其成为市场品牌,市场品牌在广告、公关、口头传播、网络等品牌推广手段共同作用下,让品牌知名度和美誉度不断攀升,从而形成消费者对品牌的忠诚度。品牌维护在品牌塑造中至关重要。市场经济环境下,良好的品牌形象是助力民宿发展强有力的法宝。品牌塑造后,并不是一劳永逸的,还需要民宿经营者用心打造和维护。民宿拥有了自己的品牌之后,还需要通过一些手段去打磨和维护品牌。品牌维护要做好长期规划,功夫用在平时。民宿的经营者文化水平低,对品牌塑造方面的知识短缺,最终可能导致在品牌维护上出现短板。比如,有些经营者,没有与旅游者进行信息交流与沟通,导致买卖双方信息交流不对称。缺失民宿文化的传承及延续,就无法让消费者喜欢和支持。提升民宿经营者的品牌维护能力,就显得尤为重要。

3 北京民宿品牌化塑造的建议

从北京市文化与旅游局网站获悉,2020 年抽样调查中显示,北京市民出行中,京郊游占 44.2%,都市游占 35.8%,从数据比较来看,京郊游比都市游高了 8.4 百分点^[9]。新冠肺炎疫情在一定程度上改变了消费者出行的目的地及住宿习惯,人们更倾向于选择北京郊区的乡村民宿,远离城市的喧闹,享受田园的静美。在“非必须不出京,就地过节”号召下,北京周边游刚性需求大,特色民宿更受追捧,建议民宿经营者从以下方面塑造品牌,加强自身的市场竞争力。

3.1 精准的品牌定位与个性塑造 品牌定位是指为了自己的品牌在市场上树立一个明确的、有别于竞争对手品牌的、符合消费者需要的形象,其目的是在消费者心中占据一个有利的位置^[10]。北京民宿市场竞争激烈,民宿经营者首先应该有自己清晰的产品定位、价格定位、服务定位、品牌定位、风格定位等,塑造自身形象,突出品牌优势,提升其市场竞争力。

3.1.1 依据优势,确定个性。北京民宿在发展中,还要依托所在村、镇的现有优势,结合自身特点,形成鲜明的个性与特色,才能从激烈的市场竞争中脱颖而出。比如,门头沟爨舍,位于门头沟区斋堂镇的爨底下村,该村距离北京市 90 km,是中国的传统村落。爨底下村依山而建,依势而就,高低错落。

现存有清代民居 74 套、689 间^[11]。这些古民居建筑是宝贵的历史文物。当地居民积极发展乡村旅游,办民宿,爨舍民宿主人韩永聪是土生土长的爨底下人,大学毕业后在旅行社工作 10 余年后辞职回村创业,结合爨底下村古村落的特点,“爨舍”民宿属于中西风格结合的室内设计,拥有高端酒店的配置标准,有中国特色的传统字画、摆件进行搭配,让游客随处可见,身处院内能够深深感受到四合院文化、院主文化、爨文化的交融与融合,吸引了很多城市白领流连忘返^[11]。

3.1.2 品牌命名独具匠心。民宿的名称是品牌塑造中重要组成部分,它是最直接的信息传播方式,一个好听易记的名字,更容易给人留下深刻的印象,在品牌塑造过程中更容易给民宿企业以助力。民宿在命名时应注意以下内容:

(1)简单易记,便于传播。民宿名称可以使用不同的命名方式,比如有以数字命名,以植物命名,以地点命名,以人命命名等。但不管采用哪种命名方式,都应该简洁、独特、新颖,便于民宿经营者在经营过程中传递、更便于消费者记住的名称。比如在延庆区康庄镇有一家“悦舍”民宿,该民宿的经营者梁浩提到,“悦”字是开心、喜悦的意思;“舍”本意就是房屋,古代还特指客舍。他希望自己的民宿给大家营造“家”的感觉,在这里能收获开心和愉悦。

(2)寓意深刻,便于联想。好的名称,其本身就富含一定的意义,可以帮助旅游者进行联想和记忆。比如,门头沟爨底下村的“爨舍”,取名依托所在村名称中的“爨”字,据说该字最早见于战国,从外形上看,是一幅生火煮食图,所以字本义指烧火做饭。与“舍”字结合后,使人一来到爨底下村,就会想到这家“爨舍”。

(3)合理合法,便于保护。民宿的名称在命名时,应该最遵循我国的《商标法》,依法注册,通过法律的手段保护自己。因此在命名时就应遵循相关法律条款。第一种情况,有些品牌名称已经出现,为了避免恶性竞争,民宿主人应及时查询有关部门,避免名称雷同,适时进行调整。第二种情况,根据《商标法》第十条规定,中华人民共和国的国家名称、国旗、国歌等相同或者近似的,以及同中央国家机关的名称、标志、所在地特定地点的名称或者标志性建筑物的名称、图形相同的,不得作为商标使用^[12]。

3.1.3 产品品质是品牌的基础。民宿的产品品质是民宿长远发展的根基,是在激烈的市场竞争中获取的免死金牌。旅游中的民宿涉及人们的“食”和“住”,既是旅游者旅游体验的重要组成部分,又是民生中的大事。所以作为民宿的经营者更应该想游客之所想,急游客之所急,把民宿的产品品质放在第一位。比如,提供 24 小时优质的管家服务;针对养宠物的家庭提供温暖的针对服务;客房的一次性用品注重品质,让客人用得放心;对民宿周边历史概况、旅游景点、特色饮食的方面的简要介绍。

3.1.4 文化赋予品牌内涵。品牌文化(brand culture)是某一品牌的拥有者、购买者、使用者或向往者之间共同拥有的、与此品牌相关的独特信念、价值观、仪式、规范和传统的综合^[13]。民宿在塑造品牌时,应该用文化赋予品牌更大的内

涵,文化像血液一样让民宿富有了生机。比如门头沟“爨舍”,爨舍的主人韩永聪把打造传承“爨”文化与北方民宿四合院文化相结合,这就成为爨舍民宿的文化基调。民宿主人希望通过民宿的“主人文化”与本地的“在地文化”相结合,给客人一种“推开门,您就是院主”的回归感。民宿的“爨造社”围绕一个“爨”字,开发了一系列的文创产品,如民宿的吉祥物“爨小宝”,相应的书签、冰箱贴、台历、保温壶、笔记本等。游客在旅游中体验感知民宿文化的同时,将相应的文创产品带回家。小小的文创产品成为民宿与游客之间联系的桥梁和纽带。让品牌飞起来,动起来,让民宿文化更好地推广和传递。

3.2 线上和线下培训通力配合,增加品牌类专业培训 北京市政府部门和相关协会积极推进北京市乡村旅游的发展。比如北京市文旅局和媒体组织一同推出了全媒体推介京郊游。评选“最美乡村民宿”“最有故事乡村民宿主”等活动^[9],有效提升了京郊旅游的热度,为推进北京京郊民宿的发展创造了声势,做强了品牌。除此之外,政府部门和相关协会还组织培训,提高民宿经营者的能力和素质。通过与民宿经营者电话访谈,了解到培训内容主要偏向一些技能类,如厨艺培训、服务技能水平提升等培训偏多。在对 78 名乡村旅游从业者进行调查时发现,大家对品牌塑造方面的知识了解相对匮乏。

3.2.1 加大对品牌塑造知识的培训,让民宿主人懂得品牌塑造的重要性。学会打造民宿品牌的方法,能够赋予民宿品牌文化内涵,提升民宿的品牌竞争力。政府机构与相关协会可以联合举办一些品牌塑造类的课程,请民宿精品品牌做交流分享,通过线上或是线下的方式多管齐下。

3.2.2 积极利用网络大学的教学资源。目前高校建立了很多网络课程,可以把这些课程更好地普及,让资源惠及有需要的人,让民宿主人在民宿品牌的建设道路上走得更长走得更好。比如中国大学 MOOC 资源,可能因为信息的不对称,不为需要者所知,从而没有办法使用到平台的资源,建议相关部门加强信息的传递和推广,提升民宿主人打造品牌的意识和塑造品牌的水平。

3.3 北京民宿品牌维护与推广全方位模式 民宿品牌维护是指民宿主在基础产品做好后,针对市场环境的变化,为了保持市场竞争能力,维护品牌的知名度,开展一系列的品牌维护和推广活动,如可以通过公共关系、口碑宣传、网络平台等组合模式积极推广宣传民宿品牌,让更多的人知道和了解民宿品牌。品牌推广与维护的方式就像网络,相互关系相互作用。民宿可以通过开展一些公共活动,再借助微信、小红书、抖音、快手、微博等主要的网络渠道进行信息的传播。比如,爨舍定期会有院主巡山活动,普及爨底下村及爨舍的由

来及深厚的文化内涵及故事,让游客知道和了解这里,爱上这里。这就是以塑造品牌文化,传递品牌内涵为目的的公关活动,作为新闻事件,民宿的相关网络传播渠道就进行了传播。民宿可根据自身情况选择合适自己的品牌维护与推广方式。

4 结语

北京市作为全国政治及文化中心,其乡村民宿的品牌发展显得异常重要。北京民宿在发展中应明确定位,结合北京特色在传播中凸显自身文化背景,文化赋能发挥效应。北京的历史文化传承、文化价值体现都可以通过民宿更好地传播和推广^[14]。在乡村振兴战略背景下,有效提升乡村旅游中民宿品牌文化内涵、提升品牌的知名度、美誉度,形成消费者对品牌的认可度,最大程度带动乡村旅游,促进北京市经济发展。

参考文献

- [1] 新华社. 中共中央 国务院印发《乡村振兴战略规划(2018—2022年)》[EB/OL]. (2018-09-26) [2021-11-25]. https://www.rmzxb.com.cn/c/2018-09-26/2178050_1.shtml.
- [2] 民宿!《全国民宿扶持政策》汇总_发展[EB/OL]. (2020-07-12) [2021-11-25]. https://www.sohu.com/a/407241976_772595.
- [3] 北京市文化和旅游局产业发展处. 2022年北京文旅重点项目投融资推介会线上召开 10 大类 45 个项目引资引智[EB/OL]. (2021-11-24) [2021-11-25]. http://whlyj.beijing.gov.cn/zwgk/xwzx/gzdt/202111/t20211124_2544053.html.
- [4] 北京市文化和旅游局宣传处. 2021年国庆节假日文化和旅游行业七天情况[EB/OL]. (2021-10-04) [2021-11-25]. http://whlyj.beijing.gov.cn/zwgk/xwzx/gzdt/202110/t20211004_2507418.html.
- [5] 才丽媛. 截至 2019 年底,北京市机动车保有量 636.5 万辆[EB/OL]. (2020-03-05) [2021-11-25]. http://auto.ce.cn/auto/gundong/202003/05/t20200305_34403944.shtml.
- [6] 北京市文化和旅游局产业发展处. 精品民宿唱新曲、乡村旅游启新篇:北京市召开乡村民宿发展推进会[EB/OL]. (2020-10-16) [2021-11-25]. http://whlyj.beijing.gov.cn/zwgk/xwzx/gzdt/202010/t20201016_2113477.html.
- [7] 民宿行业数据分析:2019—2020年北京民宿房源数量为 4.2 万家[EB/OL]. (2020-07-02) [2021-11-25]. <https://www.iimedia.cn/c1061/72412.html>.
- [8] 知乎网. 浅谈“乡村”民宿[EB/OL]. (2020-06-16) [2021-11-25]. <https://zhuankan.zhihu.com/p/148756654>.
- [9] 北京市文化和旅游局研究室. 2021年北京文化旅游业统计报告[EB/OL]. (2022-07-08) [2021-11-25]. http://whlyj.beijing.gov.cn/zwgk/tzgg/202207/t20220708_2766556.html.
- [10] 李滨. 品牌策划与品牌维护[M]. 西安:西安交通大学出版社, 2015: 23.
- [11] 门头沟:古村文化之旅[EB/OL]. (2020-09-04) [2021-11-25]. <https://www.visitbeijing.com.cn/article/47QINPeWE61>.
- [12] 哪些标志不得作为商标使用和注册?[EB/OL]. (2020-01-10) [2021-11-25]. <https://zhuankan.zhihu.com/p/102176148>.
- [13] 百度百科. 品牌文化(名词解释)[EB/OL]. [2021-11-25]. <https://baike.baidu.com/item/%E5%93%81%E7%89%8C%E6%96%87%E5%8C%96/2448794>.
- [14] 北京市文化和旅游局产业发展处. 2020年北京首届乡村民宿大会在京召开[EB/OL]. (2020-12-02) [2021-11-25]. http://whlyj.beijing.gov.cn/zwgk/xwzx/gzdt/202012/t20201202_2155286.html.