体验经济背景下三亚民宿发展策略研究

朱俭
三亚学院旅游与酒店管理学院，中国·海南 三亚 512000

摘　要：体验经济时代，民宿业与其他旅游业态之间的融合性和协同发展也更加明显。民宿以其个性化、亲情化、高自用度等特点为旅游者的升级需求提供了新的体验选择。论文基于游客体验调查，构建顾客满意度服务指标体系。借鉴相关地区有关民宿的成功经验，结合三亚民宿存在的问题，为三亚民宿发展提出合理化建议，促进三亚民宿业的发展。

关键词：民宿；游客满意度；体验经济

Research on the Development Strategy of Sanya Homestays under the Background of Experience Economy

Jian Zhu
Sanya University School of Tourism and Hotel Management, Sanya, Hainan, 512000, China

Abstract: In the era of experiential economy, the integration and coordinated development between the homestay industry and other tourism formats have become more apparent. Homestays, with their personalized, familial, and high self use characteristics, provide new experiential choices for tourists to upgrade their needs. The paper is based on a tourist experience survey and constructs a customer satisfaction service indicator system. Drawing on the successful experience of homestays in relevant regions, combined with the problems existing in Sanya homestays, propose rational suggestions for the development of Sanya homestays, and promote the development of Sanya homestay industry.

Keywords: homestays; tourist satisfaction; experience economy

1 引言

体验经济是一种新的经济形态，是继农业经济、工业经济和服务经济之后的第四个经济发展阶段。它将“体验”作为经济商品进行销售，强调消费者的参与和感受，注重为消费者创造美好、独特的体验。在旅游业中，体验经济的影响尤为显著。游客不再仅仅满足于传统的观光旅游，而是更加注重旅游过程中的体验和感受。民宿业作为旅游业的重要组成部分，也需要注重提高游客的体验度，满足游客逐渐升级的高质量需求。

2 三亚民宿发展现状分析

根据休闲方式不同可以将三亚的民宿归类为以下三种类型民宿：分别为农家乐类型的民宿、旅游目的地类型的民宿、休闲度假类型的民宿。其中，休闲度假型视野开阔，风景秀丽，各种休闲娱乐设施齐全，房间空间和公共休闲设施空间都比较大。它不同于前两种类型的民宿，它不仅提供住宿，还提供全方位的服务，如海岸景观、娱乐度假等。目前，三亚民宿数量位于全省第一，占比 50.7%。其中，三亚的主要的民宿分布在三亚湾、亚龙湾、海棠湾、大东海以及后海村。据携程网统计选择上述地方的消费者分别达到了 22%、20%、14%、9% 和 7%。从宏观上看，三亚的民宿呈现了“小分散，多集聚”的特点；从微观上看，则主要集聚在三亚的滨海地区像海棠湾、三亚湾等，呈“倒八”字形分布，且自西向东慢慢延伸。从民宿聚集程度来看，总体西南方向民宿的聚集程度强于东北方向民宿的聚集程度。且主要位于天涯区和吉阳区，且逐渐向海棠区发展。从交通分布来看，大部分的民宿位于三亚市的交通主干道，三亚市的民宿有着沿交通主干线集聚的特点。

3 三亚民宿发展的顾客满意度实证分析

本次调研主要针对有过民宿消费经历的游客，采用问卷调查法和回访问卷调查的方法对被调研者的信息进行分析和处理，解读这部分消费者的行为特征，分析其消费习惯，进而还原真实的三亚民宿消费者市场面容。

3.1 三亚民宿满意度指标构建

本次调研主要选取了服务质量、基础设施、体验情况为一级指标，服务质量中包含员工仪容仪表、员工服务素质、员工服务态度、员工专业素养、员工答疑能力、投诉渠道畅通程度以及投诉后续处理 7 个二级指标；在基础设施中设立：民宿交通、民宿建筑、民宿娱乐设施、民宿生活设施、房间硬件设施和安全设施 6 个二级指标；在体验情况中设立：民宿环境、民宿卫生、旅游介绍、民宿价格、民宿体验、餐饮特点、餐饮口味和餐饮价格 8 个二级指标。

3.2 数据分析

3.2.1 总体满意度分析

从整体的满意度情况上来看，对民宿的整体满意度处于较高水平，平均分在 3.97（满分 5 分），说明游客对于三亚民宿的整体满意度较高，对于民宿的满意度，及整体基础设施的满意较低，平均分分别为 3.96 及 3.9。对于整体体验的满意情况较好，平均分为 4.01。综合来看，三亚民宿整体服务水平还进一步提升的空间，这与三亚市的服务型人才有关。另外，整体的基础设施有待加强，政府以及旅游部门应该给予相应的重视。

3.2.2 单个指标分析

①服务质量。

以员工仪容仪表、服务素质、专业素养、答疑能力及投诉渠道畅通程度和投诉后续处理来进行打分，其中各项平均分位于 3.85~3.99 分。不满意程度排名前三的为：员工服务素质 3.85 分，投诉渠道畅通程度 3.85 分，投诉后续处理 3.86 分。其他的指标平均分均在 3.94 左右。从服务量表中可以看出，三亚民宿的员服务素质评价不高，需要予以重视。另外，民宿的投诉方面需要进行加强。由于三亚民宿起步较晚，对于服务方面的培训和投诉渠道的建立还不够完善，要想提升游客对于民宿满意度，需要着重培养员工的专业素养，并打通服务渠道，及时反馈客户的投诉和建议。

②基础设施。

从基础设施满意度评价量表中可以发现：首先，游客最不满意的是民宿娱乐设施，平均分为 3.96，然后是民宿的安全设施，得分为 3.99。排名第三的是民宿生活设施，得分为 4.01。由于部分民宿都是私人运营的，为了减轻房租的压力，增加竞争能力，会将民宿设立在偏远的地区，娱乐设施配套不齐全导致满意度较低。其次，三亚的民宿发展还不成熟，在安全管制，安全教育和安全培训等方面存在着不足还需要进一步地提高加强。最后，由于民宿运营不同于星级酒店，部分的民宿设立在居民楼内，并且普遍是老旧小区，这些小区里的住房设施大多老旧，房间内的排水，排气等基础设施经常出问题，隔音也不太好，使得满意度下降。

③游客体验。

消费者对于民宿的各方面体验情况基本上都比较满意，在民宿的卫生，民宿价格以及餐饮价格上还有待提升。从体验情况指标满意度量表中可以发现，游客在民宿体验中最不满意的是餐饮价格，多数游客认为民宿内的餐饮价格偏高，性价比较低，由于民宿的主要经济来源为开房数量与餐饮服务，所以一些民宿为了达到较高的经济效益，会将民宿的价格以及餐饮的价格调高。这就会导致定价超过实际的价值，使得游客满意度下降。

由于民宿缺乏成熟的监管体系以及管理体系，导致外部监督组织对于民宿的卫生的监督和检查力度较少，加之民宿内部缺乏成熟的管理制度，并且大多数民宿都是个体经营在人力和设施方面比较匮乏，因此导致民宿卫生达不到游客需求的标准，因此游客的满意度较低。民宿价格方面，部分游客认为民宿的定价较高，有些游客表示，一些民宿的价格在 500 元左右，但是性价比不高，导致游客的满意度较低。

④信息获取及预定渠道。

手机网络预定、电话预定，电脑预定，现场预定是获取信息的主要来源，分别占比 69.35%、12.9%、10.84% 和 7.26%。手机网络预订平台以 69.35% 的占比超过其他渠道。加强民宿数字化营销，利用互联网 + 的模式推广民宿，完善多种民宿信息获取渠道。

⑤游伴类型及选择行为影响因素。

民宿游伴类型选择中，游伴为家人的占 20.16%，与朋友一起的占 56.45%。从调查来看，以与朋友、与全家人游为主，然后是和朋友一起携带家人，再就是与孩子去民宿消费体验的居多。基于此，住宿经营者可以在享受海南当地风情和民俗风情的同时，提供亲子房，蜜月房等不同类型的旅游住宿产品。开发具有地方特色的民宿的产品。随着游客需求升级，超过半数的游客因民宿更能体验当地民俗风情而选择。有温度具备地域特色，成为民宿较大的吸引力。

4 体验经济背景下三亚民宿发展策略

4.1 政府方面加强管理与监督

从长远来看，政府应首先通过加强对民宿行业的政策支持来促进民宿市场的发展。然后，设立有关民宿的相关规定，并在部门的管理下统一民宿市场，即使出现问题，也不会出现踢球的情况。由于目前三亚的民宿经营者主要由零散的个体组成，因此应该建立健全民宿的经营规范，服务标准，和监管机制。通过不同产业的相互融合完善使民宿的经营稳步健康的发展，实行民宿分级制度或服务质量认证制度，规范业主经营，鼓励和支持在该地区建立相关产业组织，提高自我管理和监督能力。促进民宿行业和民宿评级系统。制定法律和政策以更好地促进发展。

4.2 拓展多渠道投诉路径

畅通投诉渠道，发挥投诉效应。问卷显示，游客在对住宿不满的地方有投诉难，投诉问题难以解决等问题。针对上述问题首先将投诉管理体系进行完善，拓展多渠道的投诉路径，让顾客可以将问题有效地反映到相关的部门，并及时地对信访者进行反馈。首先要扩大投诉渠道，如相关部门投诉接待室、消费者投诉专用邮箱、官方微信微博、投诉热线、来信上访等，在投诉问题处理方面可以采用以下措施：其一，政府可以设立一个服务平台，将民宿统一管理，并建立独有的投诉机制与服务评价体系让游客可以快速方便地进行评价。并及时处理游客的投诉问题，不止局限于形式。其二，可以让地方民宿行业协会参与其中，健全监督机制，设立民宿相关问题投诉专线，采用回访制度，问责制度解决投诉难的问题。其三，相关部门定期对民宿进行评分，开设

相关公众号设立民宿红黑榜，将民宿信息透明化，并且扩大投诉渠道这样不仅能够提高游客的满意度，还可以提升民宿竞争力，将民宿产业发展壮大。

4.3 强化精品效应意识

若要将三亚民宿的整体品质得到提升，对于民宿管理者来讲不仅要利用自己的得天独厚的区位优势，更要在民宿设施和民宿服务方面补齐短板，使客人无论是在住宿体验方面还是服务感受方面都能享受到个性化，差异化服务。并且这种服务不仅要和传统的星级酒店有着一样的服务水准，更应该展现出每家民宿独特的文化底蕴和文化内涵。打造有温度，有人情味儿的民宿将是未来民宿市场的核心竞争力。通过借鉴台湾等民宿地区的相关经验可以看到，台湾的民宿将周边的优美环境、独有的人文情怀，以及个性化的配套内容都进行了完美的融合，所以三亚民宿在提高住宿体验的同时，还要融入有乡村色彩元素和农业生产等方面的活动，内部开展民宿的主题设计，外部要与周围环境紧密地结合更要将多元化的娱乐体验融入其中，只有提高消费者的参与度才会使民宿变得更加具有吸引力。可让顾客自己动手创作三亚当地特色的物件，打造顾客创作物件展览陈列，供前来住宿的消费者参观，更是提高了三亚民宿的社交气氛和文化气氛，让顾客与这座城市之间的交往更加密切，更能了解三亚这座城市的文化底蕴和内涵。开展野炊、采摘、爬山、漂流、画画教学等，体验乡村或现代的艺术文化，还可以提供康养、休闲聚会等场所提高民宿的品质。

4.4 加强品牌服务意识形象提升从业人员素养

通过调查并结合实际情况发现很多民宿在服务总体质量和服务环境不能达到顾客的满意，其主要原因是民宿经营者缺乏品牌理念，员工的素养不到位。首先，要打造个性化的民宿品牌，注入品牌价值，扩大宣传和推广，第一打造民宿产品的价值与魅力，第二要充分发挥三亚的区位优势，运用周边环境、地域文化、民族特色等元素，让顾客通过各个方面来进行感受和体验，拓展了销售渠道，既能让本土文化在中国其他地方传播，还能将其传播至海外，使国内外游客都能在体验服务的过程中了解民宿品牌，增强本土民宿品牌效应根据调查显示，人们更倾向于网络预订、电话预订、电脑预订，所以经营者更应该洞察到在互联网经济模式的背景下，要加大互联网宣传，与线上平台开展合作，增强民宿的宣传与推广并结合台湾民宿经营管理的相关经验，在提升人员素养方面一是要提升管理者的管理经验以促进民宿行业的稳步健康发展，二是从业人员素质参差不齐，虽然有管理人员受过高等教育和培训但大多数从业人员主要是风景名胜区附近的居民们，他们的商业知识和文化水平相对缺乏，鉴于目前的三亚民宿行业的员工总体水平较低，政府需要督促企业对员工的教育，以改善他们的视野和经营理念，并提高服务意识。鼓励员工积极参与指导和培训，提高民宿工作人员自主学习的能力。

4.5 加强三亚民宿建设社区参与性

在三亚建设全域旅游的背景下，全员参与是其中的内在要求，其内涵是要将三亚旅游目的地地区的社区居民参与进来，投入三亚民宿行业的生产经营中去，参与的方式和程度可以是灵活多变的。要想达到全员参与首先要加大宣传力度，向当地居民深度解析政府各项对于民宿的利好政策，民宿经济带来的经济效益和社会效益，提供优秀民宿成功案例，让当地居民在了解民宿行业，民宿经营方面有更加深入地了解。其次，邀请行业内的学者专家对于该地区进行合理科学的规划，合理布局，提出问题和指导意见，使三亚民宿行业在全域旅游，鼓励全员参与的前提下平稳有序的良性发展。最后，相关部门制定相应的市场规则，全员参与和民宿经济是三亚民宿项目运营的重要组成部分，所以就要在这样背景下建立有序的市场环境第一点在建立之前对相关人员进行培训，第二点在生产经营过程中实施监督，保证三亚民宿市场的平稳运营。

参考文献：

[1] 张海洲,虞虎,徐雨晨,等.台湾地区民宿研究特点分析——论中国大陆民宿研究框架[J].旅游学刊,2019,34(1):95-111.

[2] 王梦然,何雨,李芳.江浙沪旅游民宿市场需求偏好研究[J].当代经济,2019(1):88-90.

[3] 蒋佳倩,李艳.国内外旅游“民宿”研究综述[J].旅游研究,2014,8(4):16-22.

作者简介：朱俭（1982-），女，中国湖南怀化人，硕士，讲师，从事生态旅游和文化旅游研究。