诸家村

溧水诸家村民宿运营设计

张燕坪 林枫 章权

一方溧水，一隅山居，一品生活

溧水诸家村

01 乡村民宿研究

02 品牌定位

03 运营模式

04 营销策略

01

乡村民宿研究

诸家村

民宿的崛起

近年来，区别于旅馆与饭店的民宿发展势头迅猛，民宿经济蓬勃兴起。2014年8月，国务院发布《关于促进旅游业改革发展的若干意见》，明确提出要“大力发展乡村旅游”。这进一步助推了民宿的发展。

1.民宿和“互联网+旅游”双双呈井喷式发展。

客栈民宿作为特殊的住宿业态，和酒店行业的发展相差较大。和标准化的酒店相比，客栈民宿行业具有更多的个性化经营的特色。由于其具备更多的本地特色、丰富的文化和内涵、轻松的社交关系等，客栈民宿逐渐吸引越来越多的游客。而客栈民宿行业的这些特点也决定其将成为旅游资源中的重要环节。客栈民宿通常依托周边旅游资源提供具备当地特色的经营项目，与其他旅游产品具备较强的协同性和融合能力。

另一方面，进入信息数字与移动互联时代，“互联网+旅游”也迅速发展起来。2015年8月11日，国务院办公厅印发《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》，《意见》首次系统提出积极推动“互联网+旅游”。

旅游作为一个兼具经济与社会功能的综合性产业，互联网元素的融入让旅游业的发展如虎添翼。以最近的“十一”国庆长假为例，根据国家旅游局数据，假日前四天，互联网与旅游融合效应显现，游客网络预订增速迅猛，移动互联网预订比例上升，去哪儿、携程、马蜂窝等在线旅游企业假日订单增幅在100%~300%之间。

2.民宿经济刚刚驶上互联网高速公路，前景无穷。

民宿的迅速崛起，和互联网旅游经济的快速发展，为民宿经济的互联网化准备了条件，“互联网+民宿”开始逐渐发展起来。在移动互联网的大趋势下，自2011年开始，包括民宿在内的非标准住宿领域内的一些专业的预订平台开始集中出现。通过互联网，游客可以在出发前了解各个城市和景区的民宿情况，利用网络支付手段，提前预订客栈民宿，并安排好以民宿为中心或节点的旅游路线和计划，与原来通过互联网来预订机票、酒店、景点门票等一样方便。

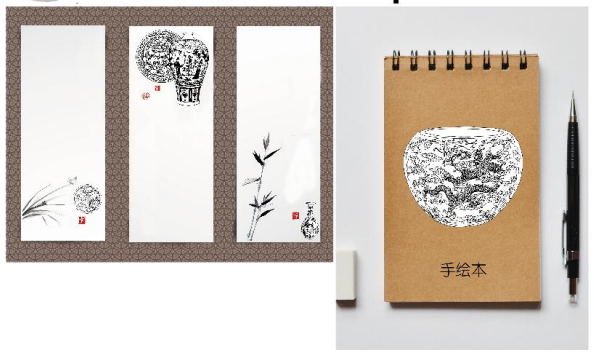
当前，中国在线客栈民宿预订市场正处于爆发式增长期，根据易观国际《中国在线客栈民宿预订市场专题研究报告(2014年)》数据显示，2014年第2季度在线客栈民宿预订市场规模达到1.3亿元，环比增长58.5%，同比增长333.3%。

从整个在线住宿预订交易市场来看，根据易观数据监测，2014年在线住宿预订市场交易规模达到522.6亿元人民币，较2013年的412.1亿元人民币增长了26.8%，在2014年OTA市场整体交易规模2798.2亿元人民币中占比达到18.7%。由此可见，在线住宿预订市场规模正在进一步扩大。这其中，作为非标准住宿的重要组成部分的民宿，占有相当大的比例。

02

品牌定位

经营与宣传Operation and publicity



副产品The by-product

网络订房
Online booking

品牌定位

推出浮色民宿主题的不同的线上产品，以及溧水的相关文创产品。

03

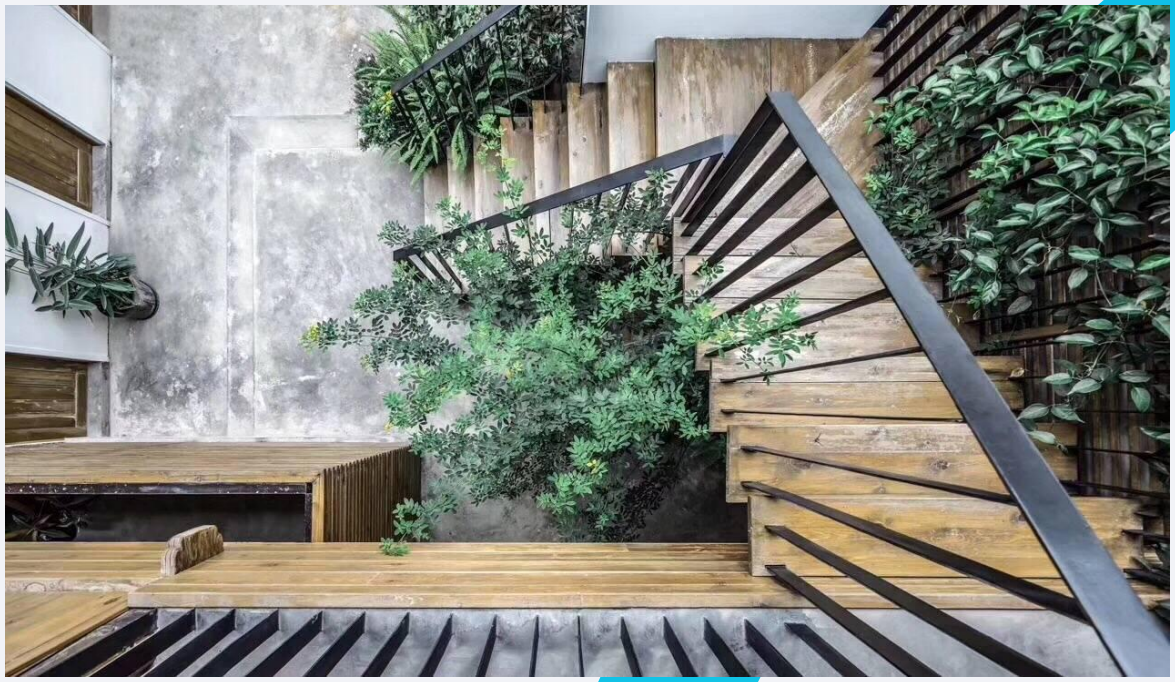
运营模式

运营模式

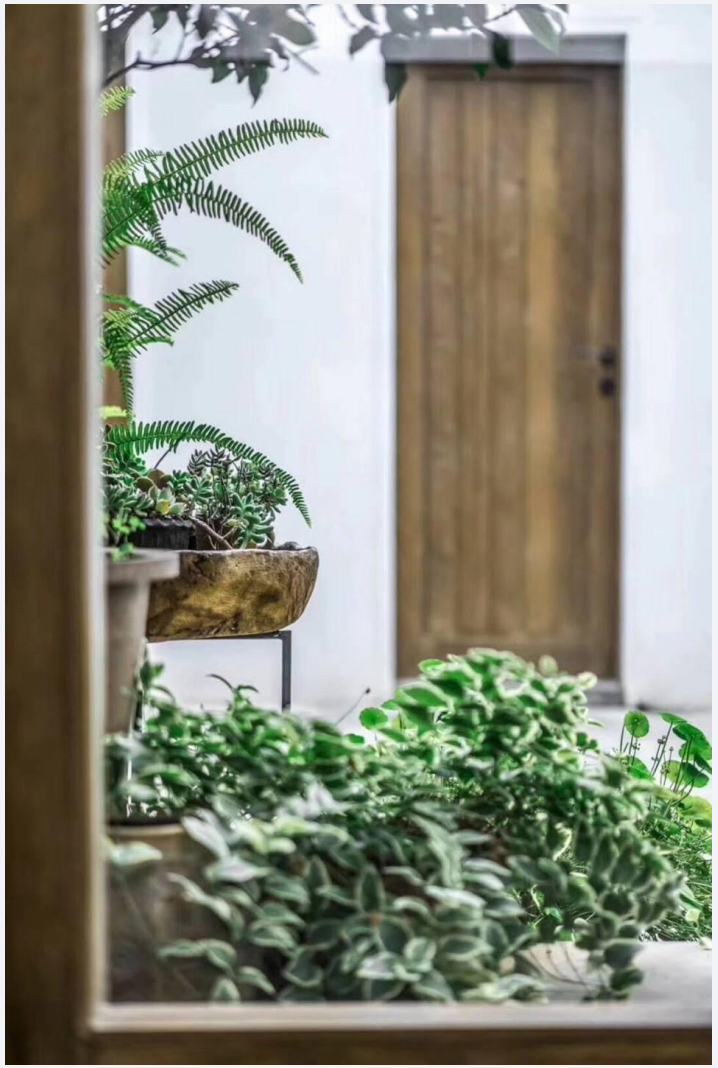
“互联网+民宿”八仙过海，各显神通

主要模式 1

类似Airbnb的C2C模式：例如小猪短租、蚂蚁短租以及爱日租等，这类平台上的房源以个人房源为主，通过信息展示而提供一个给房东与租客交流的平台。



运营模式



“互联网+民宿”八仙过海，各显神通

主要模式 2

以途家为例的O2O+B2C的创新模式，平台会涉及从房屋出租到交易结束以及售中售后的各项服务、线下的物业管理等各条生态链。这些平台的房源以开发商和经营者的空置房源为主。

运营模式

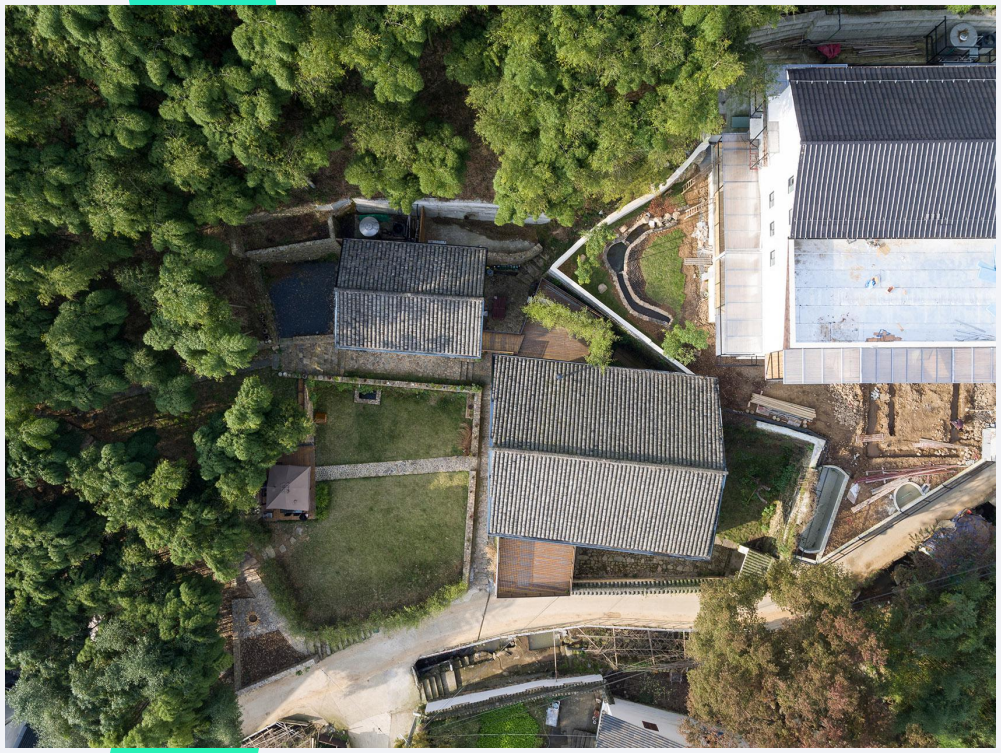
有机更新

04

营销策略

营销策略

1.扩大民宿的网络宣传力度。



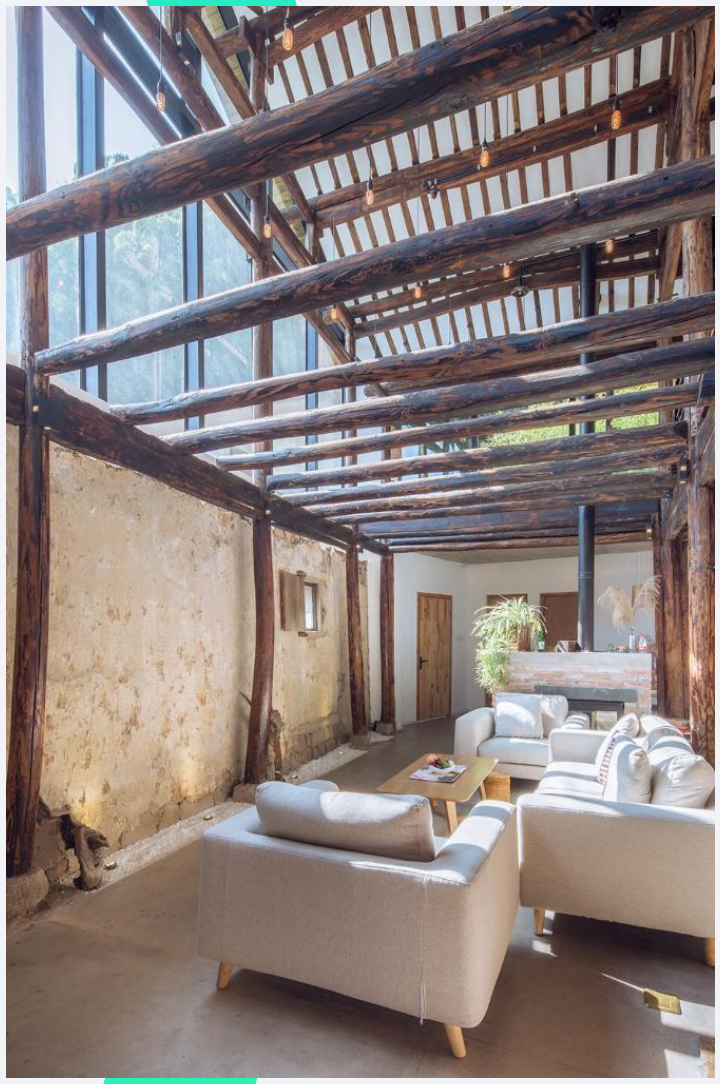
可以通过在知名网络社区的旅游版面，发布民宿的宣传信息，或撰写图文并茂的风景区旅游攻略与游记，并在文中适当介绍民宿的亮点。民宿经营者还可以自行建立微信公众号、微博账号，通过微信、微博的传播，扩大宣传力度，为更多用户所熟知。

营销策略

2.扩展民宿客栈与潜在客户之间进行沟通的互联网交流渠道。

民宿经营者可以通过网站、微信、微博等方式，利用图片、文字和视频，对酒店内各房间情况如报价，提供餐饮情况如特色菜肴、酒店位置和周边环境等进行展示，使得潜在客户可以自行获取大部分所需信息。此外，还可以通过网络论坛与Email等离线方式，腾讯QQ、微信群与Skype(主要面向国外游客)等在线方式与客户进行无障碍沟通。

营销策略



3.利用互联网运营商搭建的民宿预订平台，或自行建设互联网预订管理

个体民宿客栈的房间数量虽然有限，但由于预订信息较多，而且预订信息变更频繁，如客户因特殊原因修改住宿日期、取消订单等。民宿经营者可以利用已有的互联网平台，或自行开发建设具有后台数据库支持的网络预定管理平台，使民宿主人能随时了解房间的空余信息，同时也可以给游客提供24小时查询和预订的服务。民宿互联网营销平台包括这些内容和功能模块：民宿宣传信息(酒店外观、周边环境、不同房间信息、特色餐饮等服务等)、房间预订模块、在线交流模块、接站预约模块、意见反馈模块、游客交流论坛等。

营销策略

4.组织“民宿联盟”。

为规范经营，临近的若干经营状况良好的民宿可以联合组织类似“民宿联盟”的组织，由专业民宿或酒店经营团队管理，“民宿联盟”可以以统一的界面和服务面向客户，落实订单，再分流到具体的民宿。这种模式，可以给客户提供专业化的服务，并逐步淘汰违规经营的部分民宿或促使其整改，使得协会内的民宿进一步规划化。

运营模式Operation mode

Thanks For Watching