

2017年,随着民宿投资和品牌竞争进入白热化阶段,具有影响力的优质民宿品牌纷纷出走,抱团寻找新的绿洲,位于长三角腹地的南京溧水无想山南,因其良好的自然条件及深厚的文化底蕴,进入了民宿行业的视野。

无想山,距禄口国际机场14公里,由地铁7号 线直接连通,距南京主城区约40分钟车程。随着 2013年溧水的撤县改区,一系列新型城镇化建设 随之开展,溧水城南无想山,植被丰富,森林覆 盖率高,人文历史景点遍布,随着其艺术性,公 共性,可达性的提升,无想山也必将成为南京及 长三角都市圈周边游的目的地与新名片。

目前民宿行业所存在的普遍问题包括:产权 模糊,违约风险,选址分散,住宿类之外的业态 单一,难以形成综合产业生态以及更具纵深的用 户体验,从业者在产品,营销,运营等方面的专 业性亟待提升。

通过民宿品牌征集及落地实践,将为无想山 全域旅游提供非标住宿产品的基础支撑,更重要 的是在民宿行业的转型期,通过整体规划和景区 产业布局,为民宿品牌集群发展开辟了一条全新 路径,引导行业向专业化及有序化迈进。





民宿选址于**客源地能**级相耦合 民宿建筑风格与**场地资源**相耦合 民宿文化表达与**细节设计**相耦合 民宿投资量与**运营收益**相耦合 民宿软体与**乡土人情**相耦合



3、区位交通分析



周边的大城市:南京、上海、苏州等长三角城市群。

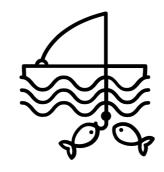
周边的景区资源:石臼湖,无想山,姚家水库。

主要到达方式:自驾,紧临省道341、246。

重要站点距离:距离无想山景区6公里,距离溧水站15公里,距离 机场15公里,距离南京市区60公里。



4、资源特色挖掘



运河:新桥河,这里的主要交通渡口,承载着村庄的发展与交流。

村庄:下刘家紧临韩家圩和上刘家,被稻田隔离,以小河相接。

农田(虾田):村边的虾田与稻田相间坐落,散发着村民们世世代代引以为豪的鲜香。

民俗:每年的正月十二,邻村的笪村庙会便会笙歌鼎沸、鼓乐齐鸣, 大家欢聚田侧,一起庆祝丰收的自豪与喜悦。

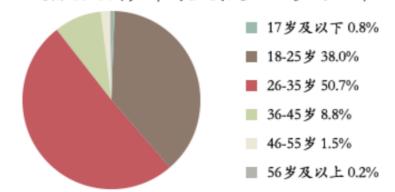




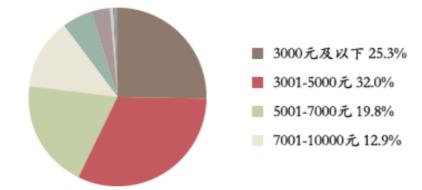
主流市场特征

体验慢生活的人群——关注放松释压、慢节奏、休闲娱乐、有品质的居住环境,关注性价比。 青年、家庭人群——18-35岁的用户占中国在线客栈民宿预订用户的近90%,家庭客群居多。





2014年中国客栈民宿预订用户近80%为7000元以下



价格与特色是民宿预订用户主要决策因素



数据来源:易观智库2014年《中国客栈在线民宿预订市场调研报告》



根据场地最具代表性的地景要素 - 水,提炼成民宿的主题。这里有田、有塘、有河,场地宛如被水包围的浮岛,与外一带相连。 根据主要客源特点,阅水之家应该是**精致化,中高端,小而美**的民宿,在这里会友,家庭周末,情侣度假都是绝佳选择。



阅水

览水

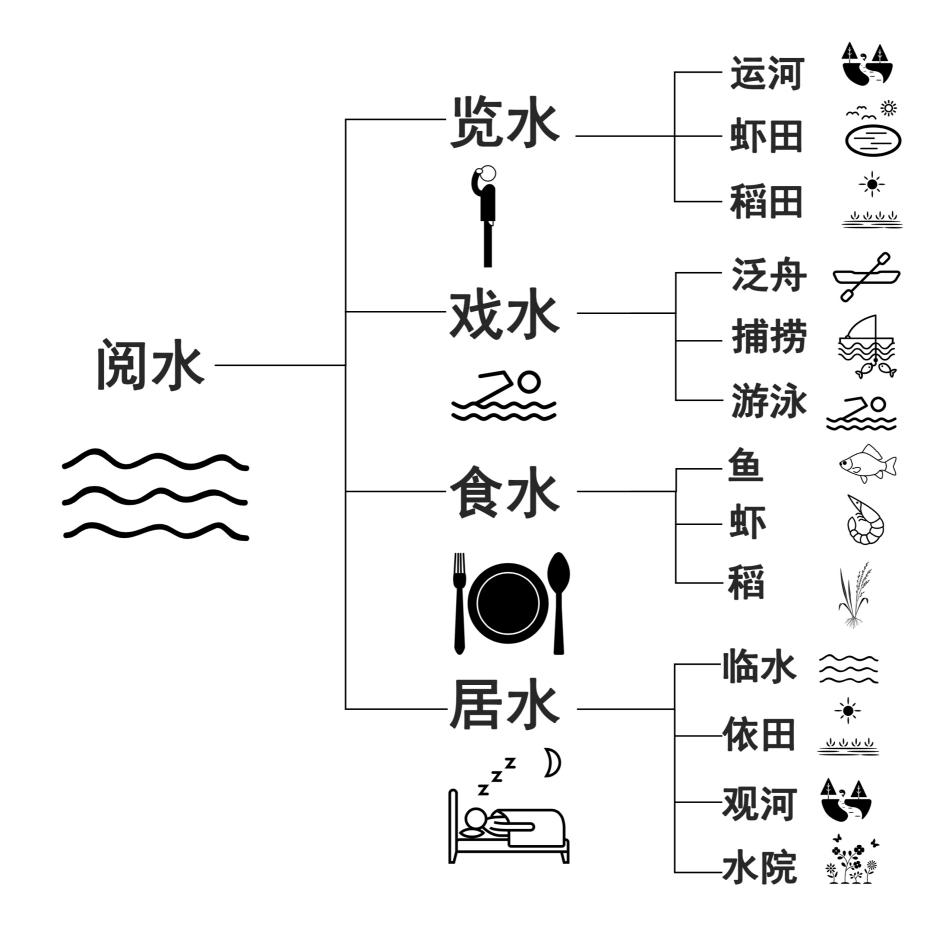
戏水

食水

居水



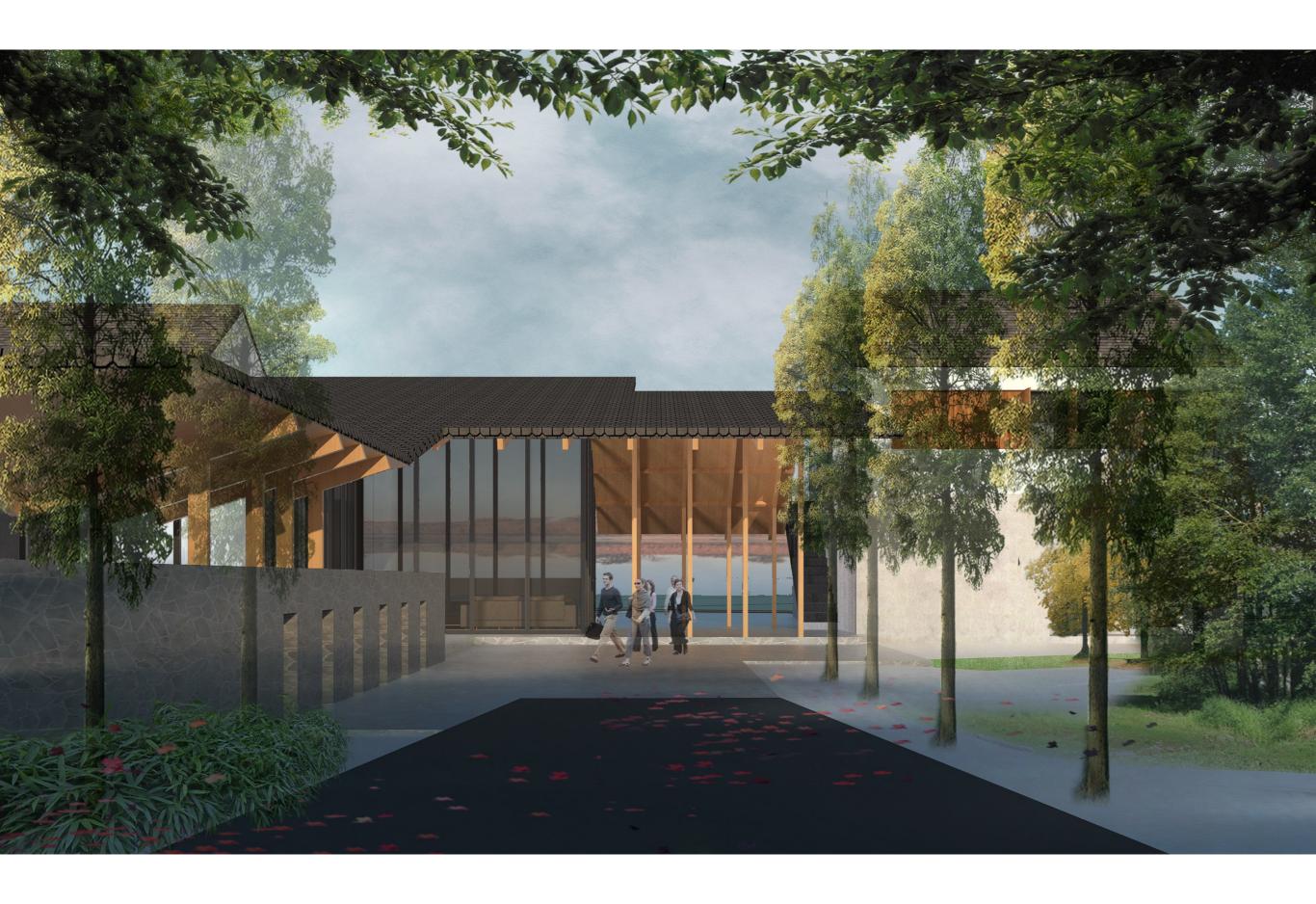






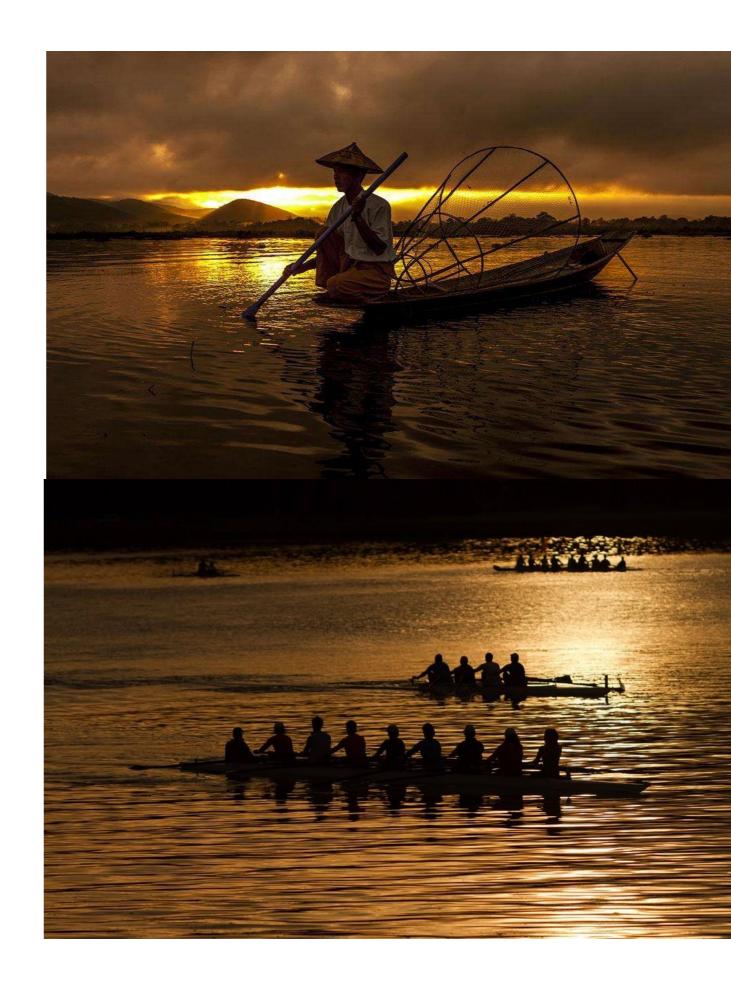
览水 虾田环绕,运河相依,稻田远眺





戏水

捕虾、捕鱼、插秧、采摘收获、划船、游泳等,这里可以提供多样化的与水相关的活动体验。其中大部分活动联合当地居民进行经营,互利共赢。包含:农业体验、加工体验、自然体验、民俗体验、运动体验。







食水

精品私厨+特色农饭+体验式餐饮精品私厨给民宿带来收益

特色农饭+动手式餐饮则给相邻村落带来一定收益,也让客人可以体验到原滋原味的地方生活和互动式的餐饮体验。

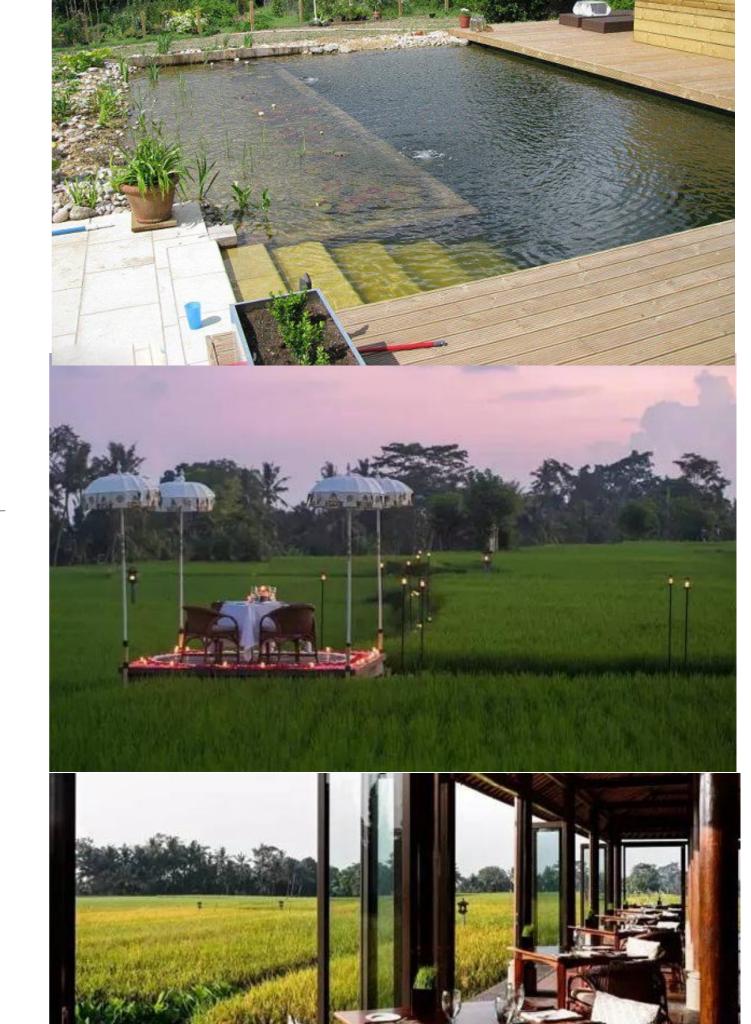




阅水 ◎

居水

居宿提供四种水主题客房 观河主题客房 依田主题客房 水院主题客房 临水主题客房







阅水

观河主题客房 依田主题客房 水院主题客房 临水主题客房 布草间及设备用房





阅水

- · 除了提供酒店住宿服务以外,民 宿海拓展提供:
- 私厨预定
- ・农饭待定

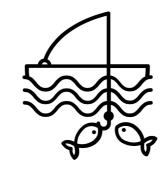
接机、租车、订票、导游等服务







9、运营管理 ❤️





土建投入

经济技术指标

用地面积: 10588 ㎡, 占地面积: 2361 ㎡, 建筑面积: 1600 ㎡, 客房面积: 1085

㎡(共20间),公共面积:515㎡,停车位:9个。

基建改造成本 建筑1000元\平方米,景观400元\平方米

室内装修成本 内装1000元\平方米

房屋租赁费用 由土建投资方确定

拆迁成本不计

合计: 1000x1600平方米 + 1000x1600平方米+400x8000平方米 = 6400000元

日常投入

客房易消耗品消费费用 按20元\天计算(入住率70%)

维修、保养费用 6元\平方米\月(1600平方米)

水电费 10元\天\间(20间)

员工工资 5000元\月\人

(计划雇佣10人,前台2、保洁2、咖啡师1、中餐厨师2、西餐厨师2、司机1)

其他费用 10万元\年(宣传费用、接待费用、车费等)

合计: 102200+115200+51100+600000+100000=968500元\年

客房定价参考

渴望释压、追求品质生活的中产阶级成为中高端民宿的主力客群

民宿供给品质升级、价格攀升VS不低的入住率反映出中产阶层的旺盛需求

连锁品牌-花间堂

价格: 480-1880

入住率: 平均65%

区域分布	价格区间
香格里拉	480-1280
束河古镇	480-1280
周庄古镇	680-1380
苏州市区	720-1880
杭州西溪	1220-1620
丽江古城	480-1880
四川阆中	880-1680
无锡阳山	580-1660
同里古镇	680-1180

连锁品牌-正福草堂

价格(自营): 380-1380

入住率: 52%

区域分布	价格区间
同里(自营)	480-1380
周庄(自营)	380-1080
丽江(转让)	120-580

单体-大乐之野

价格: 1200-2000

入住率: 60-70%

民宿区	价格区间
一号楼	1200-1600
二号楼	1600-2000
三号楼	1200-1800
五号楼	1200-1500
六号楼	1600-2000

收益项目

客房定价:

大床房: 600元\day(共11间)

家庭套房: 1000元\day(共6间)

独栋: 1200元\day(共3间)

入住率: 70%

客房收益: (600 x 11 + 1000 x 6 + 1200 x 3) x70%x365 = 4139100\年

扩大收入来源:

餐厅点餐: 200元\天\间x70%x365x20(房间数)=1022000\年

旅游服务、代购服务、包车服务(免费)

合计: 5161100元\年

运营方每年收益: 4192600\年(不含租金)

运营管理

由政府投资进行土木建设

成熟民宿品牌采用租赁的方式接管,并根据自己的品牌理念进行软装建设和人员培训。

民宿的服务人员尽量是当地的居民或者返乡青年。



10、推广及口碑 袋袋



网络: 主题官网, 微信平台, 旅行

app。

口碑:做好口碑才是重中之重,





依托无想山全域旅游

- 继阅水之家之后, 陆续推出
- 依田
- · 茶香
- · 望山
- 等一系列特色突出的连锁民宿。

