

# 从“大通铺”到“标准间”

——我国唯一海岛边境县的民宿经济学

□ 蔡训军 郭翔

“真对不起,我们‘十一’假期的房间已经全部订满了。”辽宁省长海县广鹿岛“朴宿”民宿经营者白冬云又在电话里婉拒了游客的订房需求,“今天已经婉拒了五六拨游客,建议至少要提前一周订。”

海岛民宿一床难求,是我国唯一海岛边境县长海县旅游高质量发展的一个缩影。从“大通铺”到“标准间”,从拼数量到拼质量,长海县的海岛民宿游从小做大,这个人口仅7万多的海岛县去年共吸引游客133万人次,旅游产业综合收入超过11亿元。

**“新”与“老”  
“不差钱”的游客差啥**

“1992年,30名游客来到我家问‘可以吃住3天不’,当时出于好奇就留下他们了,最后走的时候游客特别开心,每人留下了30元。”70岁的广鹿岛“田园闲居”民宿经营者刘玉堂是岛上最早从事“渔家乐”的渔民。

从每人每天10元~100多元,20多年间,刘玉堂的副业

“渔家乐”变成了主业,但他近几年却发现“渔家乐”不“吃香”了,不少游客甚至用下话:“我不差你钱,但你这就两个大炕,条件太差。”

住宿是“大通铺”、公共卫生间、吃饭要拼桌……4年前从大连来到广鹿岛投资民宿的王旭东直指当地“渔家乐”的痛点:“国人生活品质提高,对旅游的要求已不仅是看看景、拍拍照,吃住玩和服务都要适应游客的新需求。”他的“慢岛”民宿已经开了第三家店,店客满,有时候10个订单只能接下两个。

新需求催生新业态。“包吃住每人每天150元的传统‘渔家乐’生意越来越差,而新兴的每人每天四五百元的高端民宿却一床难求。”王旭东说,现实让海岛“渔家乐”经营者认识到不转型升级就面临被淘汰。

干净整洁的“标准间”、独立卫浴、分桌吃饭午餐晚餐7道海鲜菜品……刘玉堂去年下决心投入60万元把“渔家乐”升级为民宿,“价格从100多元提高到300多元,游客却更满意了,旺季天天满房,我今年就接待了不少去年来过的回头客。”

**“多”与“少”  
拼数量变提质量**

午后的“朴宿”民宿,掩映于乡野农家之中,进了屋才发现别有洞天,数米高的天棚上有光线透下来,古朴的客房都关着门,心似乎也突然静了下来。“7间客房全满,有些客人在休息,有些客人去海边了。”去年从外地来到广鹿岛投资民宿的白冬云说,“我们的经营是‘小而精’。”

“咱这每天接待五六百人,人家就接待20多人,为啥咱们1年赚不上三五万元,人家净赚20多万。”王旭东的3家民宿中每个店也只有七八间房,他说,常有人问他这个“一多一少,一高一低”的问题,“问题的根本是要拼数量还是提质量,岛上旅游质量提高了,效益的‘蛋糕’做大了。”

刘玉堂尝到了压缩“产能”的甜头:“过去‘渔家乐’可以同时接待50多人,升级为民宿后最多接待30人,人数少了一半,可是收入不降反增。”他算账说,过去即使客满,每天总收入不过1万元。现在客源多了,旺季客满30人,每天收入却超

过1万元。

“海水好、空气好、海鲜也好,不用打广告,客人发个朋友圈,马上就有人问这是哪里,客源越来越广。”白冬云说,高品质又能转化为客流量。今年长海全县旅游高峰日有4.2万人上岛,打破了以往3.5万人的最高纪录,广鹿岛的日上岛人数最高也达到近万人。

**“大”与“小”  
民宿做大的经济学**

民宿的出现和火爆,使当地越来越多“渔家乐”经营者认识到经济学不只是薄利多销,进而纷纷效仿,民宿产业在当地越做越大,仅仅两年多时间,广鹿岛的中高端民宿已经达到20多家。

“民宿规模都很小,大家竞争才能做大品牌。”最早在广鹿岛经营民宿的王旭东对竞争者的出现非常欢迎,对效仿他的经营模式的同行还经常进行指导。他认为,大海、海鲜、慢生活是属于海岛的稀缺资源,更多民宿的出现可以产生集聚效应,真正做大广鹿岛民宿旅游的品牌效应。

广鹿岛所在的长海县所辖区域均为海岛,长海县委县政府

2017年就出台政策,鼓励“渔家乐”提档升级,向规范化、精品化、特色化发展,以政府引导、业主主导、政府规划、业主实施、政府配套、自主经营为模式,分批次逐步引导海岛渔家乐发展特色民宿,实现旅游兴县的战略目标。如今不光在广鹿岛,长海县的各个岛都有“渔家乐”陆续变身民宿,引领长海县旅游产业迈向高质量发展之路。

“打造精品民宿、设立各项赛事及节庆活动,在增加长海旅游知名度的同时,更促进了海岛人转变思想观念,咱们小海岛也能够做好旅游产业大文章。”长海县文化和旅游局副局长傅萍说,下一步,长海县还将着力破解旅游旺季短、客源地单一等问题,打响“长海国际生态岛”名片。

环岛自行车赛、铁人三项赛、马拉松赛、开渔节、海钓大赛……长海县正通过一系列文化体育活动,打造具有文化内涵、区域特点的新形象,同时也为处于淡季的海岛旅游吸引新的客源。而经营民宿的投资者们则几乎众口一词地向人们推介自己的淡季:“9月1日开渔之后最好,人不多,海鲜全。”

观察

## 出境游里的新气象

□ 杜白羽

随着生活水平从温饱提高到小康,很多曾经的“奢侈品”对中国人来说变得日益平常,出境游正是其中之一。今年国庆期间,中国出境游客突破700万人次,出境游的中国游客整体上气象一新,一言一行中折射出国民素质的不断提高,映照出中国经济与人文的发展和进步。

出境游的中国游客日益展现出更高的文明素质。据中国文化和旅游部发布的调查结果,国外民众对中国出境游客文明素质的评价越来越高,中国游客在境外受欢迎程度也不断上升。中国游客的集体画像,不再是举止粗鲁的“土豪”——许多人在旅途中自带垃圾袋,在公共场合不高声喧哗,与外国友人交流时彬彬有礼,体现出一个大国国民应有的文明素养与内涵。中国古语云,仓廩实而知礼节,衣食足而知荣辱。随着中国变得更加富裕,其国民的素质也在不断提升。

出境游的中国游客越发展现出从容理性的精神气质。过去,“上车睡觉、下车拍照”、走马观花式的中国旅行团比比皆是,如今,很多中国游客不再注重“打卡”式旅游,而是更多地深入体验异国风光和文化。他们以闲适的步伐,徜徉于博物馆、歌剧院等文化设施。越来越多的出境游从“大而全”转向

“小而美”,海外游目的地更加丰富多元,捷克、克罗地亚、马耳他等小众目的地在线预订量同比增幅超两位数。同时,中国游客在海外的消费趋于理性。曾几何时,海外游一度沦为“购物游”,如今,将马桶盖、电饭锅背回国、蜂拥而上抢空货架的不雅之举已鲜有发生。

中国人的出境游也为世界带来更多分享中国发展的机遇。统计数据显示,2009年~2018年,内地居民出境10.5亿人次,仅2018年就突破1.6亿人次。如此庞大的旅游人群为世界各国带来巨大商机。不少国家采取便利签证、定制个性化产品等诸多措施,吸引更多中国游客。伊朗、斯里兰卡等国今年起对中国公民免签,希望通过提振旅游业带动经济发展。国庆黄金周期间,位于伊朗历史名城设拉子的著名景点“粉红清真寺”中国游客“爆棚”,数量比去年同期几乎翻倍。

周游世界,说走就走。中国护照“含金量”达到历史新高,已有72个国家和地区对中国公民免签或实施落地签,全球159个国家和地区成为中国公民出境旅游目的地,这反映出国际社会期待分享中国发展机遇,对中国国民素质认可度越来越高。在日益频繁的出境步履中,中国人体验着世界各国的文化和风情,世界也在感知一个不断进步、日新月异的中国。

资讯

## 京津冀逐步形成完整大数据产业链

三地政府分别制定并发布了相关指导意见

**本报讯** 正在河北石家庄举行的2019中国国际数字经济博览会上,《京津冀大数据与实体经济深度融合白皮书》(以下简称“白皮书”)发布。白皮书显示,京津冀大数据产业集聚逐步显现,逐步形成了完整的大数据产业链。

顶层设计上,三地政府分别制定并发布了相关指导意见,为京津冀大数据产业的协同发展提供保障,位于天津的“京津冀大数据协同处理中心”已成为京津冀大数据协同处理的重要基础设施,在廊坊建设的“京津冀大数据感知体验中心”已投入使用;管理体系上,京津冀在各自区域内推动建立数据资源管理体系,推进公共

基础信息共建共享,北京市六里桥市级政务云、天津市统一的数据共享交换平台、“云上河北”建设的投入使用,实现了政务资源的共享整合;基础设施上,初步形成了张家口、承德、廊坊等环京大数据基础设施支撑带,京津冀地区移动高速宽带网络基本实现全面覆盖,并从多个方面开展适应5G网络的升级工作。

白皮书还对京津冀大数据在工业、医疗、交通物流、旅游等领域的典型应用进行了分析。建议京津冀三地进一步强化数据连接整合、推动数据开放共享、促进数据深度应用、完善区域协调机制。

(秦婧)

## 长三角农产品产销尝试线上线下融合对接

涵盖粮、畜、水、花、果、蔬等类别500余个品种

**本报讯** 长三角特色农产品的区域产销对接又有新尝试。近日,江苏宿迁的500余种绿色农产品,在上海线下展销、零售平台和线上网络平台同时亮相,推动建立线上线下融合对接。

宿迁是江苏的传统农业市,农业比重较大,素有“粮油之乡”“花木之乡”“水产之乡”之称。其“宿有千香”农产品区域公用品牌,在长三角地区日益得到消费者的肯定和认可,确立了优质稻米、标准化果蔬、园艺型花木、农牧循环型生猪、精深加工型肉禽、生态河蟹等特色农业产业发展方向。

此次,宿迁在上海建立展销平台,推动农产品优质生产区与消费区的区域直通型对接。215家农民专业合作社、家庭农场、专业大户和企业推介

各自的优质农产品,涵盖了粮、畜、水、花、果、蔬等类别的500余个品种,包括泗洪大米、洪泽湖大闸蟹、泗阳鲜桃、八集花生、丁嘴金针菜等具有鲜明宿迁特色的品牌产品。同样是线下,“宿有千香”区域品牌在展会之外,还开出了在沪的首家农产品直营店,并与上海蔬菜集团等渠道达成长期合作协议,来自宿迁的30余种农产品今后将每天进入上海的农贸市场进行销售。

线下销售正在向线上延伸。展会上的消费者往往会问上一句:“以后想再买,可以网购快递吗?”宿迁已开始尝试开辟网上购物的绿色通道,消费者可通过京东“宿迁馆”、淘宝“宿有千香”等线上渠道,购买宿迁优质农产品。

(李荣)



## “冬游西藏”正式启幕 布达拉宫景区游人如织

10月15日,“冬游西藏”正式启幕。西藏自治区官方对外发布消息,决定在2019年10月15日~2020年3月15日期间,实施第三轮“冬游西藏”市场促进优惠政策。优惠政策涵盖旅游景区、旅行社、星级酒店等各个方面。在旅游景区方面,除寺庙景区外,全区国有3A级(含3A级)以上景区免费游览,国有3A级以下和非国有A级景区在淡季价格基础上减半。图为游客前往布达拉宫参观。

何逢磊 摄

相关报道

## 家庭小旅馆 藏乡致富路

截至2018年12月,冲康村贫困发生率降至0.39%,  
人均可支配收入14,354元、现金收入9760.7元

□ 王泽昊

冲康村是西藏林芝市朗县的一个江畔小村庄,依山傍水、风景怡人。赫赫有名的千年核桃林是村子靓丽的名片。近年来,这里也成了不少游客留宿观光、体验民俗的好去处。

穿过绿树掩映的村头,顺着水渠向西200米,新华社记者来到了其律家。藏式二层小楼白墙红顶,院里瓜果飘香,其律正忙着准备午饭。

“今天有个游客团要在我们家吃饭,我从一大早就开始忙了。”其律擦着汗说。25岁的其律,在2016年之

前从事壁画绘制工作。“以前我在林芝、米林周边一些地方画壁画,一天挣200元。有时一站就是七八个小时。”其律说。

近年来,冲康村依托旖旎风光和“千年核桃林”,走乡村旅游发展道路,村子基础设施等各方面建设有序开展起来。2016年7月,其律看准了时机,在冲康村办起了第一家“农家乐”——冲康明珠家庭旅馆。

其律把房子进行了改造装修。二楼改成了客房,单间3套,双人间3套,三人间2套,共15个床位,一个床位一晚50元。房间干净整洁,敞亮通风,屋外阳台上还摆放了藏式茶

几,供客人们喝茶聊天。一楼是会客厅、餐厅、厨房,还有一个采摘园。晚上,游客不仅能感受篝火晚会的热闹,还可以欣赏冲康村特有的“冲谐舞”。

其律说:“每到旅游旺季,我们家全部满房,有时我和阿爸忙不过来,客人们自己动手做饭吃,他们觉得这样更有意义。”

其律算了一笔账:自家家庭旅馆开业以来,每年收入有3万元左右;核桃和虫草每年卖2万多元;他还担任景区讲解员,全部加起来,一年起码有七八万元收入。

“以前我在外面画壁画,一年最多也只挣4万元,现在不用

出远门,挣的钱都比以前多,还能照顾阿爸,一举两得。”其律说。

看到其律的旅馆办得越来越红火,村里人开始效仿。“现在村里已经有4个家庭旅馆了。随着景区建设不断完善,还有不少家庭准备开小旅馆。”驻村干部陈顺治说。

政府资金的不断投入,使曾经破旧的冲康村焕发新生,停车场、游客服务中心、路灯等设施一应俱全。冲康景区现有正式工作人员5人,临时工作人员3人。2019年3月~6月,冲康景区建设吸收冲康村14人临时转移就业,创收19万多元。

“我们景区正在创建3A级

景区。如果创建成功,又可给村里增加4个就业岗位。”冲康村村委会副主任贡觉说。

此外,当地政府还在冲康村附近专设了摊位。村民出售的酥油核桃、水果、牛肉干等农产品深受游客和附近百姓喜爱,一个摊位一天收入可达400元。

截至2018年12月,冲康村贫困发生率降至0.39%,人均可支配收入14,354元、现金收入9760.7元。

“今后,村里还会建超市,基础设施建设也在不断加强。我们对未来越来越有信心。”其律说。