

话题



■ 廖木兴/图

定位模糊 监管不力 托管模式未成熟

城市民宿成行业爆点 “二房东”赚钱却不易

近日,民宿预订平台房源供应商斯维登集团收购了民宿托管平台“城宿”和“有家美宿”。可以看出,在共享住宿市场加速往头部聚集的过程中,民宿托管平台及个人这类“二房东”已成为城市民宿行业的主要参与者。与此同时,业内人士普遍认为,民宿仍有着巨大发展潜力,2016年—2017年,整个行业处于高速增长期,年增速在200%左右,将来仍可能会是100%的增速。

然而,缺乏明确定位和边界的城市民宿正备受质疑。而且哪怕行业发展如火如荼,“二房东”仍觉生存艰难,赚钱不易。

■ 新快报记者 郑栩彤

民宿火爆 托管平台多处于扩张阶段

由爱彼迎等预订平台传入国内的城市民宿,初衷是房屋主人将一套或一个房间分享给游客以获得小额利润,而民宿预订者则从本地特色的民宿及房屋主人处获得个性、温情的当地生活体验这种共享模式,是共享经济的一分子。

有业内人士认为,在我国,民宿创业仍处在红利期,未来五年仍有6到8倍增长空间。从渗透率来看,中国民宿的渗透率只有2.5%,相比英国的37%还有很大空间。

但有用户开始发现,在民宿预订平台上热情洋溢地介绍房子与个人生活经历的“房东”,实际多是拥有多套房源的房屋托管平台或者个体经营者。

新快报记者在爱彼迎APP上查找发现,在广州排名前五十的房源中,拥有5套以上和10套以上房源的“房东”分别占42%和20%。这些“房东”显然更可能并非业主,而是房屋托管平台或者个体经营者这类“二房东”。

民宿还是酒店 2.0? 规模化经营致定位模糊

在房屋共享理念向售卖房屋空间的商业模式转变的过程中,民宿的定位和核心竞争力正在变得模糊。有民宿经营者表示,规模化运营后,民宿“家”的氛围逐渐褪去,成为了酒店、公寓式酒店、短租房之外的一个同类型变种。经常有消费者抱怨,托管平台经营的民宿的接待方式颇为冷漠。

在广州运营20套房源的“二房东”Vickey向新快报记者表示,帮助住客解决问题占用了她每天绝大部分时间,由于自觉精力不足,她已停止扩充房源,“经营更多房源的人更难有精力花心思帮助住客。”

规模化运营的城市民宿在人性化服务方面有所缺失,那能否

有民宿经营者向新快报记者透露,通过租房渠道租到房源后,进行软装修再外聘保洁人员将房屋“包装”好,即可将房源上线至民宿预订平台开始做民宿生意。只要有一定租金储备,哪怕是个人,也完全有可能在一年时间内把手下持有的民宿做到五六十套甚至100套的规模。有房地产公司、装修工程队背景的经营者布局速度可以更快。更别提可以以公司运作的方式与大量房东签订合约的民宿托管平台了。

民宿托管平台如城宿、途家等都乐于强调托管平台在运营专业化和服务标准化方面创造的价值,如统一的装潢团队、智能锁的安装等。但是这样民宿与酒店的区分度似乎就不明显了。另一平台路客则强调自己旗下的民宿在装修上体现出来的个性空间。

截至目前,途家自营的民宿房源超过1.2万套,路客和城宿分别拥有2万和约1万套房源。大体量的民宿托管平台还处于扩张阶段。

在内部装修上扳回一局?旅行达人小H则向新快报记者表示,旧小区的“网红”装饰往往难掩破败的硬件设施,且装修风格与周围环境格格不入也容易给住客不好的体验。

“托管平台可能对房子爱惜不足,又限于经费压低装修成本,将房源批量交由设计师设计,‘网红’装修又往往缺少理念承载和实用性。”有业内人士也这样评价。

数据也佐证了城市民宿规模化运营模式的明显缺陷。榛果民宿发布的《2019城市民宿创业数据报告》显示,运营规模小于5套的小房东旗下房源入住率为公司化运营同行的2倍。

| 业界观察 |

“二房东”有多难?

行业游离灰色地带 成本高昂盈利少

除城市民宿定位不清晰的质疑以外,运营成本高、利润低下和政策层面的模糊亦成为促使不少经营者出局的“三座大山”。

优质房源成单率低 淡季退出者众多

在成都经营两间民宿的大鹏算了一笔账,其房源若选择出租,每套每月房租收入约3000元,若做民宿,这个数字可以提高到四五千元。但是除去水电费和清洁费用,也高不了多少了。Vickey也透露,她在广州的每套房源价格控制在250元/晚以下,订单量倒是不少,但总体收益不算高。

新快报记者在爱彼迎上看到,大鹏的房源属于爱彼迎认证的“优质房源”和“总被订满”。但大鹏却“吐槽”,由于竞争激烈,他的房源成单率其实只有3%,旅游淡季

也只能保持不亏本。他加入了一个民宿房东群,时常看到有经营不善的民宿转手,特别是淡季期间。在他看来,成都的民宿市场已接近饱和。

新快报记者在一个民宿经营交流群中看到,不少新手民宿经营者仍处于不赚钱或亏损的状态。部分房东的用电浪费行为时常会增加每天几十块钱的额外成本。由于竞争激烈,眼下到了春节旺季,“二房东”们也仅敢提价100元/天左右,但房源仍然供过于求。

物业与业主强势 小区房源难存活

对“二房东”来说,最大的不确定性还是来自政策层面。小区房民宿仍处在监管灰色地带。民宿经营者反映,民宿的消防安全许可证、特种行业许可证等难以办理。

据大鹏介绍,成都的民宿一般会在当地的居委会或派出所备案,但小区物业或某个不满外人频繁出入的业主若报案,警察势必会上门检查,频繁的查房行为会增加民宿经

营的难度,因物业或邻居反对而退出市场的民宿不在少数。

若有针对性政策对民宿进行规范管理呢?有悲观的经营者认为,办理相关资质手续和缴纳相应税额必然大大提升民宿运营成本。“小区房民宿的未来很不明朗,我也不确定在相关政策颁布前能否坚持下去。”大鹏如是说。

| 方向 |

定位细化 “小而美”民宿更吃香

业界认为,经过一段时间的粗放式发展,民宿经营者开始进入“精细耕耘”的状态。有民宿经营者选择退出装修空间小、经营不确定性大的小区,留在小区内民宿经营者则开始细化目标客户群体,以求在激烈的竞争中保有客户粘性。扩大规模、赚快钱已非民宿经营者的首要目标,“小而美”的民宿成为更现实的选择。

在成都,“二房东”开始会将房源定位为“网红”型、居家型等几种,并据此更改装修风格和功能。在广州,有民宿经营者也认为,旅游、本地人开房聚会、商旅、外地学生来广应试等多种需求同时存在,经营者应根据需求打造差异化的产品,才能获得

稳定客源。

Vickey和丈夫则计划逐渐减少小区房源,将重心转移至文化旅游区附近的私栋小楼。在新开的私栋民宿,装修的空间被更大地释放,住户可享受大玻璃窗、绿树环绕的幽静环境。Vickey计划将邻居的小楼也租下来,做一个民宿系列,“民宿相对不是一个模式化的事物,经营者需要找到适合自身的定位并在细节处钻研,才能长久发展。”

不少民宿经营者也开始通过知识和资源共享提高运营能力。新快报记者在民宿交流群中了解到,交流会和成本管控等课程正在定期举行。不少房东还在个人资源共享、地方特产入驻民宿等方面做出尝试。