

基于文旅融合视角的黄河流域民宿集群发展路径与策略

马继明

(山东旅游职业学院 山东济南 250200)

摘要: 民宿作为旅游业态产品,开始流行于旅游市场。而民宿集群化的发展,能够发挥协同效应,助力民宿产品提质增效。当前,在推进文旅融合的背景下,黄河流域民宿集群产业规模不断扩大,但是仍然存在供需不均衡的问题,导致民宿集群效应难以发挥。对此,紧密结合消费需求,展开产业统一规划,打造黄河流域文化特色,促进民俗集群产业的协调发展。

关键词: 文旅融合;黄河流域;民宿集群

引言

民宿作为高端的旅游产品,在文旅产业充分融合下,形成旅游上下游产业的链条,能够发挥集群效应,推动文化产业和旅游产业整体盈利能力的提升。当前,人们旅游文化需求呈现个性化特征。但与需求相对应的旅游文化供给不足,民宿产品和服务缺少特色,导致产业协同发展的效果达不到预期。对此,主动探究黄河流域民宿集群发展的新路径,促进集群效应的全面发挥。

一、文旅融合下打造黄河流域民宿集群的现实意义

民宿集群是指在一定的范围内,通过产业聚集、资源合理配置、统一规划设计,形成完善的民宿产业链条。并以民宿为核心,拓展产业发展空间,使旅游相关的上下游产业,例如茶室、餐厅、咖啡馆等,形成合作的关系,建立起旅游产业闭环。从而产生集群效应,吸引更多的游客前往,增强产业的竞争力,推动各个产业协同发展。在文化产业与旅游产业充分融合下,中东部地区旅游业的快速发展,为民宿集群的建设提供充足的支持。其中黄河流域作为我国生态建设的基准线,由黄河水系构建起的生态区域,能够孕育不同地区的水系文化,在黄河流域流经的九个省份中,黄河文化、农耕文化、行业文化、齐鲁文化等地域文化交融在一起,为旅游业的发展积淀丰厚的文化底蕴,也展示黄河流域的旅游特色,通过产业集群式发展,共同谱写黄河文化旅游的新篇章。

而在黄河流域建立民宿集群的产业形态,能够发挥资源优势、区域优势、成本优势,将原本相互分散的资金、劳动力、土地,进行集中化的配置,提升资源的使用效率,并扩大产业的规模,构建其完整的产业链。而由政府进行宏观的布局,可实现民宿集群内部各个产业的分工,产业内部低成本的运转,能够避免出现价格恶性竞争、无序发展、同质化产品的问题,提升各个产业的综合实力,发挥集群效应,吸引更多的游客参

与并消费,达到集群内部产业的协调运转。

二、文旅融合下黄河流域民宿集群建设的现实困境

美女融合的重点在于开发创新产业形态,而难点在于产业供应链条的建设。当前,黄河流域旅游需求呈现爆发式增长的趋势,但与需求相比的特色服务供给仍然存在较多的不足。一是产业供给能力不足,相互分工协作的效果达不到预期。当前在黄河流域流经的九个省份中,依托地区文化建设的特色民宿数量不足。很多民宿考虑开发成本,没有开发民俗特色服务,民宿的经营仍然处在低水平状态中,为客源提供的供给不足,导致很多民宿住宅住宅性质的状态中,出现资源浪费的问题。而在民宿集群内部,由于缺少相应的经营管理制度,导致民宿经营者之间存在隐性竞争,部分职能的重叠,导致个体民宿的实力不能完整的体现,共同面对风险的能力不足,导致分工合作的效果欠佳。二是缺少深度开发,出现同质化经营的现象。当前,黄河流域个省份的民宿集群,你住宿为主,经营的产品有着同质化的倾向,没有对产业链条中的休闲购物、娱乐、参观游览等产业进行深度开发。导致民宿基金产业呈现出季节性运营的特点,在旅游淡季民宿也效益低下,容易引发产业恶性竞争的问题,产业之间协调性不够,阻碍民宿集群式的发展。

三、文旅融合视角的黄河流域民宿集群发展路径

(一) 加强规划与引领产业链,优化民宿集群内部结构

在文旅融合背景下促进黄河流域民宿集群发展,应加强规划引领,认真梳理消费流线,引导错位经营,优化内部结构,借此来延伸好黄河流域的民宿集群产业链,打通上下关节,促进民宿集群发展。第一,坚持因地制宜、合理布局、有序发展原则,选择一批自然环境优美、文化底蕴深厚,且基础设施完善的区域率先开发。紧密结合实际情况,落实实地调研任务部署,组建专家团队深入当地进行实地考察,综合现实情况编制好民宿集群发展规划,在发展规划内部明确土地使用政策、基

基础设施建设改造要求、环境整治方向以及政策扶持措施,强化规划引领、调控和指导作用。第二,根据实际情况,引导错位经营,鼓励开发不同类型的文化旅游项目,包括家庭文旅项目、亲子文旅项目、商务文旅项目以及度假文旅项目,能够更好地吸引不同消费层次、消费类型的群体,全面发展面向不同消费目标客源的民宿。第三,紧密结合旅游者实际需求,完善民宿集群发展模式,建立融合饮食、住宿、出行、旅游、购物、娱乐为一体的产业链,加大黄河流域民宿集群各大产业领域的开发和拓展。通过原料采购开发本土化、特色旅游商品,使得黄河流域民宿集群产业链延伸到农业、林业、制造业和文化产业多个领域,进一步提高民宿集群发展的附加值,增加民宿集群内经营企业和居民的收入。第四,还应注重贴近自然,发挥黄河流域地域特征与环境优势,针对建筑风格、房间装修装饰、艺术陈设、特色食品开发等方面深度策划、精雕细琢,打造特色经营模式,增强群体吸引力。

(二) 融合黄河流域文化特色,打造品牌化的民宿集群

习近平总书记先后在甘肃、河南等地调研的黄河流域生态保护与经济发展现状,结合实际提出了“让黄河成为造福人民的幸福河”这一指导思想。在这一发展背景下,黄河流域的文旅发展融合迎来新机遇。为更好的在文旅融合背景下,促进黄河流域民宿集群发展,应注重深入挖掘黄河流域一带的特色文化元素,坚持以文促旅,从战略部署的高度出发,做好顶层设计,以实现黄河沿岸优质文旅资源创造性转化与创新性发展为目的,以实现民宿集群发展为目标,打造一批强劲有力的文化品牌,擦亮“黄河文化”底蕴深厚的旅游名片,做实做强文化与旅游产业深度融合,借助民宿集群唱响黄河文化,传播黄河故事,延续历史文脉。首先,应树立清晰的品牌定位,坚持以黄河流域民宿市场需求为导向,梳理整合自身文化资源,明确自身竞争优势,最后确定民宿集群发展品牌定位,使之成为民宿集群形象展示、集群项目开发的正确导向。其次,做好黄河流域民宿集群品牌设计,围绕品牌名称、装饰摆件、建筑物等有形识别物,以及民宿产品、服务等无形体验进行创意设计,多方位融合黄河流域文化,塑造特色文化品牌。其中,应建立在符合民宿集群品牌定位的基础上,以主题文化展示为导向,在民宿集群品牌名称、标识以及建筑外观等有形识别物的设计方面,应设计符合黄河流域文化特色的标志性媒介,使之能够从感官上给游客留下深刻印象。而针对民宿产品和服务的体验感知产品,应制定一系列标准规范,明确规定产品内容与服务

质量,力求优化游客感知体验。再次,应做好黄河流域民宿集群的品牌营销,充分利用电视、广播、杂志等传统媒介,融合互联网、微信、短视频等新兴媒体,大力宣传、推广黄河流域民宿集群品牌,打响民宿集群品牌知名度。同时,还可举办一系列节日活动,在重要节日举办民宿集群文化节,在各大新媒体与传统媒体进行广泛传播,能够引起社会公众的关注,形成有力宣传。最后,注重维护好黄河流域民宿集群品牌形象,在开发民宿集群过程中要注重保护和共享乡村资源,共同维护乡土文化特色。并加强民宿品牌整合力度,将差异化品牌打造与品牌整合有机结合,凭借区域品牌影响力,串联带动乡村民宿整体发展。以李家山村民宿品牌为例,在个性化品牌塑造中,便是依托李家山村历史文化名村效应,联合打造李家山村民宿品牌,融入黄河人家区域品牌形象,增强了民宿市场影响力。

结语

总而言之,在文旅融合的背景下,黄河流域各大省份构建以民宿为中心的产业链条,能够发挥集群效应,为各大产业创造更大的利益和价值。当前,在旅游需求不断增长的背景下,黄河流经的各个省份展开民宿集群建设,但是由于缺少经验,导致产业供应链不够完整,难以形成统一发展的合力。对此,需要深入挖掘去消费需求,确定民宿集群建设的目标。并开展统筹规划,完善民宿集群产业链的内部结构,并打造黄河流域文化特色,推动民宿集群品牌化的发展,从而发挥出民宿集群规模化效应。

参考文献:

- [1]郭峦,韦英花.乡村振兴背景下乡村民宿高质量发展模式及实现路径研究[J].武汉商学院学报,2023,37(01):78-83.
 - [2]蔡晓梅,卜美玲,吴泳琪,邹小丹.制造异托邦:大城市周边乡村民宿集群的空间演变与机制——以深圳市较场尾为例[J].旅游学刊,2022,37(11):27-39.
 - [3]孙艳芳.我国北方民宿产业集群化的经济效应研究——以北京市延庆区民宿集群为例[J].大众投资指南,2019,(13):214-217.
 - [4]秦立公,胡娇,朱可可.民宿服务供应链集成对民宿集群动态能力的影响机理——价值共创的中介和资源互动的调节作用[J].企业经济,2018,37(06):107-113.
- 马继明(1978-),男,汉族,山东济南人,硕士,副教授,主要研究方向:旅游企业管理等。

山东省社会科学规划研究项目(22CLYJ22)