

后疫情时代 民宿行业发展趋势 展望报告





前言

近年来快速发展的民宿行业，被疫情按下了暂停键。从短期来看，行业供需双双受挫。但从中长期来看，用户选择民宿的意愿并未减弱。面对疫情冲击，民宿行业的灵活性和韧性得以充分发挥。危中有机，疫情带来的行业洗牌，也将倒逼行业加快标准化建设和职业化提升，为行业提供整体升级的契机。

TABLE OF
CONTENTS
目录

- 01** 疫情对民宿业用户侧的影响
- 02** 疫情对民宿业供给侧的影响
- 03** 疫情后民宿业发展趋势展望
- 04** 疫情后民宿经营建议

+++
01

疫情对民宿业用户侧的影响

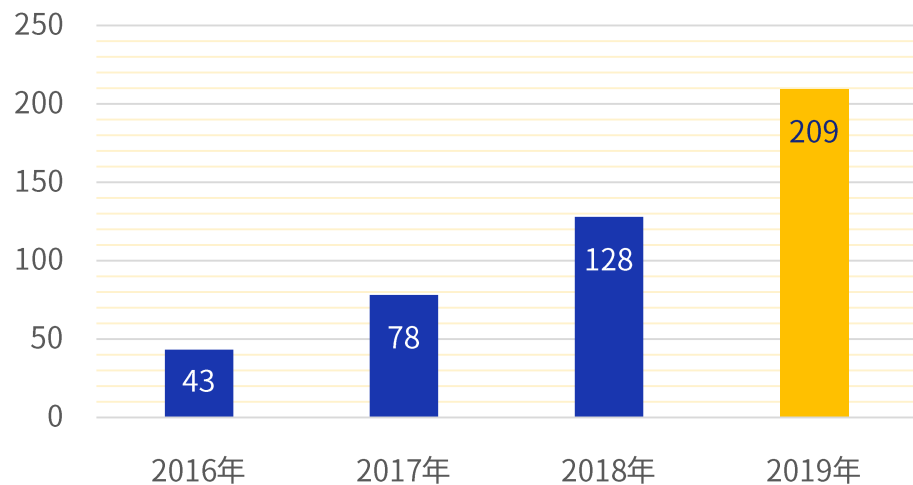
2016-2019年民宿业保持高速增长，用户对民宿已有较强认知

从交易量来看，Trustdata数据显示，2016-2019年民宿业线上交易额从43亿元增长至2019年的209亿，实现了386%的高速增长，其中2019年同比2018年有63%的增长。

从在线民宿活跃用户来看，前瞻产业研究院数据显示，2019年1-10月，在线民宿的月均活跃用户同比2018年有着20%的增长，平均每月达到587万人的活跃用户规模，且呈现持续上升态势，可见用户对民宿的认知程度以及接受程度都已有较坚实的基础。

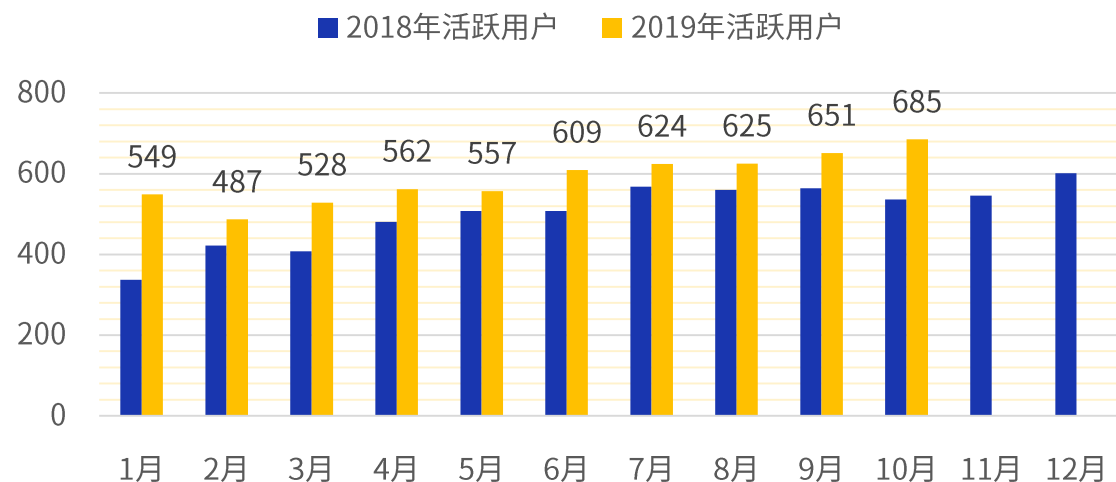
2016-2019年中国民宿线上交易额

(亿元)



2018-2019年在线民宿月度活跃用户数量情况

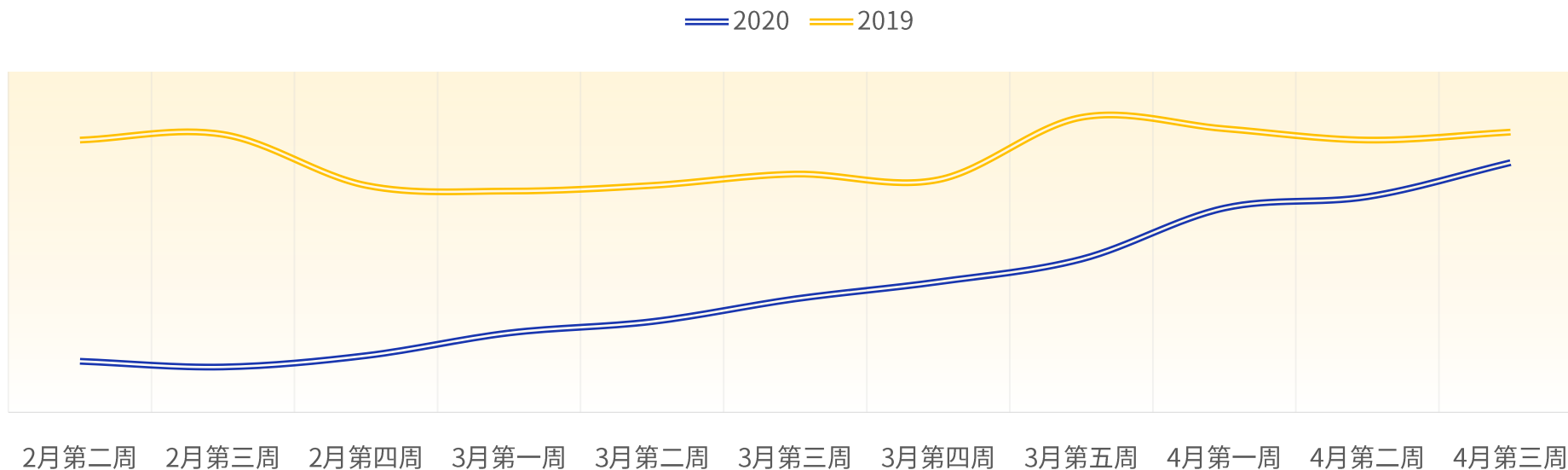
(单位：万人)



受疫情影响，民宿需求短期受重挫

受疫情影响，春节前后，人们被限制出门，旅游业整体均遭遇疯狂退单。2020年2月，民宿行业业务量跌至冰点。但随着疫情局势的整体好转，民宿行业的消费曲线呈现明显的上扬趋势，根据美团民宿提供的每周间夜数据来看，美团民宿2020年4月第3周的入住间夜已趋近2019年同期水平。

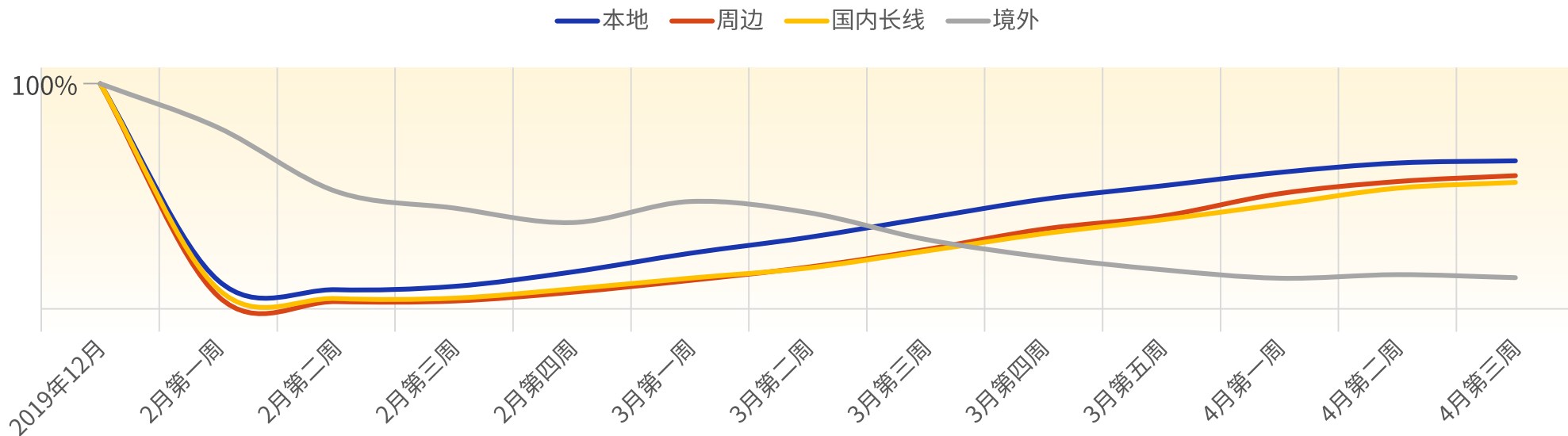
美团民宿2020年与2019年同期每周间夜对比



民宿业务复苏场景预期：本地>周边>国内长线>境外

伴随着防疫局势的稳定，本地及周边会成为一定时间内人们出游的主要场景。从不同场景的恢复趋势来看，本地是恢复最早、恢复状态最好的场景，目前本地订单量已经恢复至2019年12月的70%左右；其次是周边场景，周边订单量已恢复至2019年12月的60%；境外受疫情影响，恢复趋势暂不明朗。

2020年2-4月不同使用场景民宿预订较去年12月恢复情况



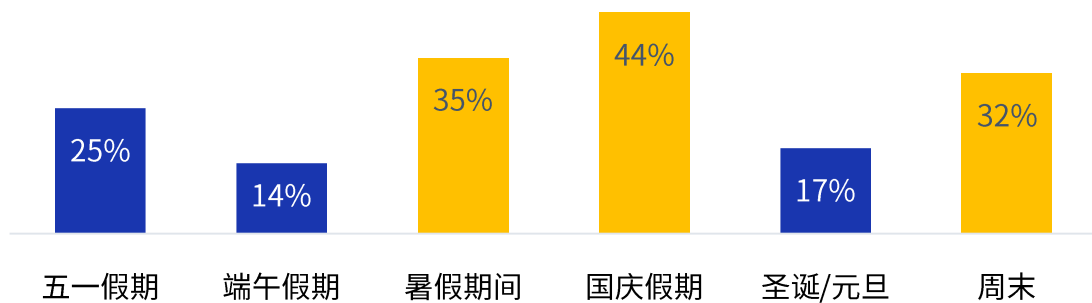
人们出游节奏被改变，周末出游成新潮流，暑假国庆或现高峰

从调研数据来看，用户出游意愿强烈，近六成消费者已有明确的出游计划，比起五一和端午，暑期以及国庆是消费者更为倾向的出游时间。防疫习惯的养成，使得周末分散出游或将成为未来消费者出游的热门选择。浙江、河北、江西、江苏（南京）、甘肃（陇南）等多地试行2.5天周末休息制，有望继续催热周末游。美团民宿提供的数据显示，自2月开始，周末入住间夜连续10周呈现上升趋势。

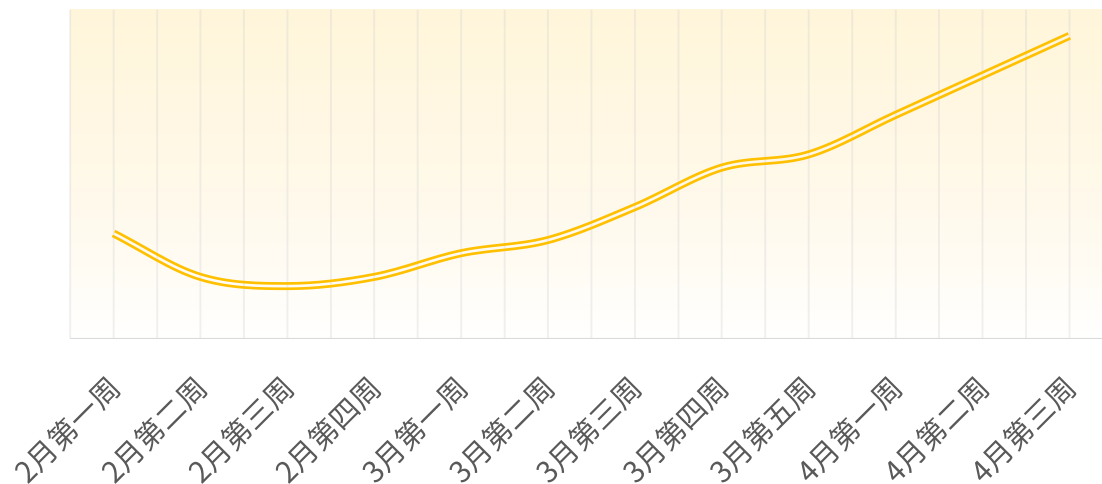
受访消费者未来出行计划



消费者出游时间计划



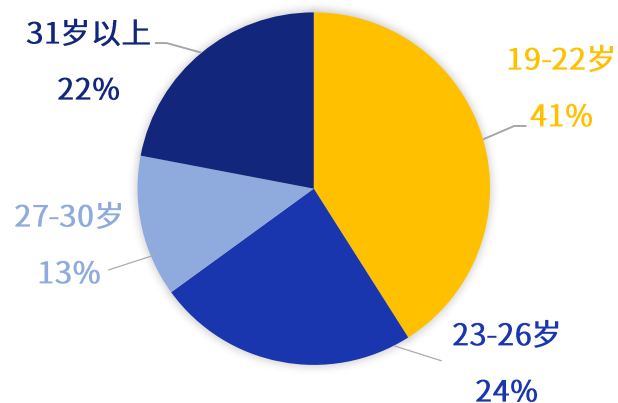
2020年2-4月周末入住间夜情况



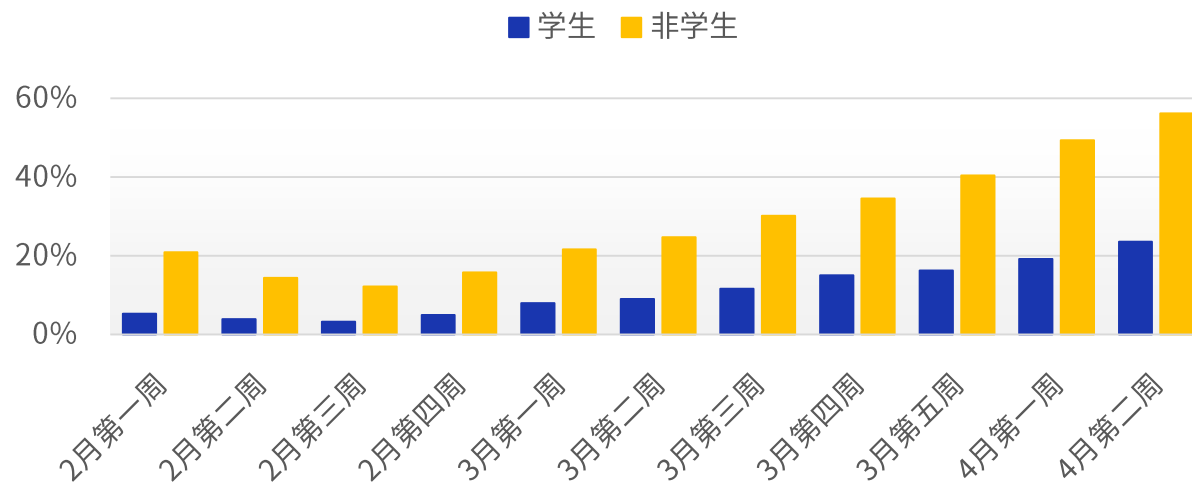
学生消费群体消费力暂未释放，中期或将迎来大学生民宿消费复苏潮

民宿消费者整体呈现年轻化的特点。在全国民宿用户中，26岁及以下用户占比65%，其中19-22岁的大学生群体是民宿最忠诚的消费群体之一。受疫情影响，全国各地高校延迟开学，民宿行业在需求上产生了一定的缺口。根据美团民宿提供的预订数据来看，目前学生用户订单只恢复到2019年12月的1/5左右。伴随着各地高校的开学、放假等节点的明确，学生群体的流动性将增加，民宿有望迎来大学生消费复苏潮。

2019年中国民宿用户年龄段占比分布



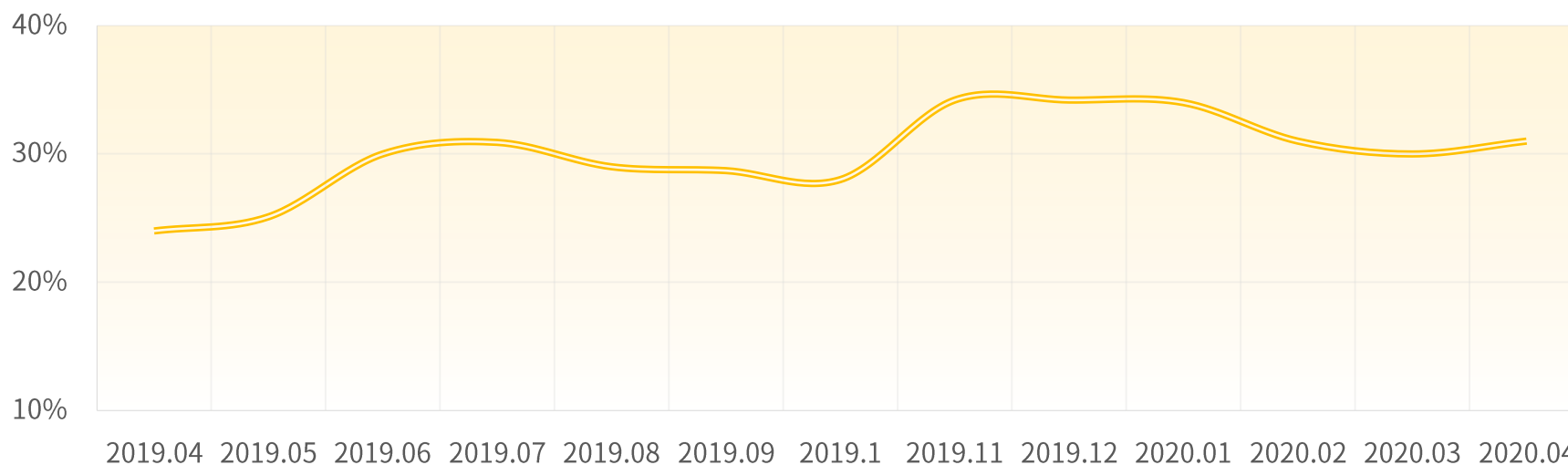
学生订单恢复情况



长期来看，消费者选择民宿的意愿没有因为疫情发生根本变化

美团民宿的数据显示，在同时看过酒店和民宿的消费者中，最终下单民宿的用户比例在30%-35%的区间浮动，用户下单意向相对稳定，并未因为疫情发生太大变化。而从最近一年的趋势来看，用户选择民宿的意愿是明显上升的，可见民宿在用户中已形成了一定的品类认知。

2019-2020年用户下单时选择民宿的比例



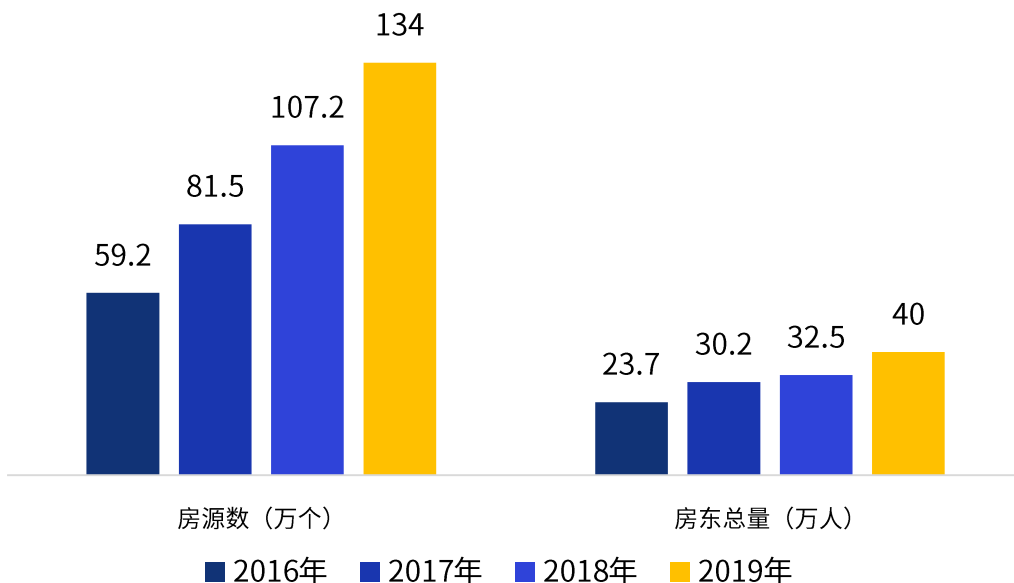
++02

疫情对民宿业供给侧的影响

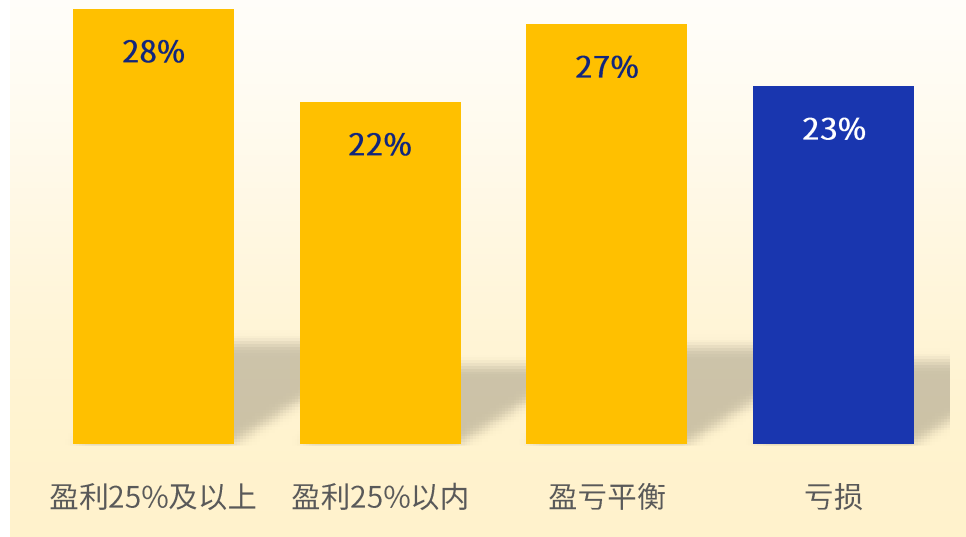
2019年民宿房源数较2016年翻倍，近三成房东盈利超25%

回顾2016-2019年，在线民宿房源数量规模由原来59万个增长至2019年的134万个，实现了127%的增长，而2019年房东总量较2016年也近乎翻倍。行业规模不断扩张的同时也伴随着不断加剧的行业竞争，但即便如此，民宿行业仍有着较为可观的盈利空间。美团民宿调研了近3000名房东，其中至少50%房东表示2019年经营民宿获得盈利，且有28%的房东表示利润率达到25%及以上。

2017-2019中国在线民宿房源数和房东数统计



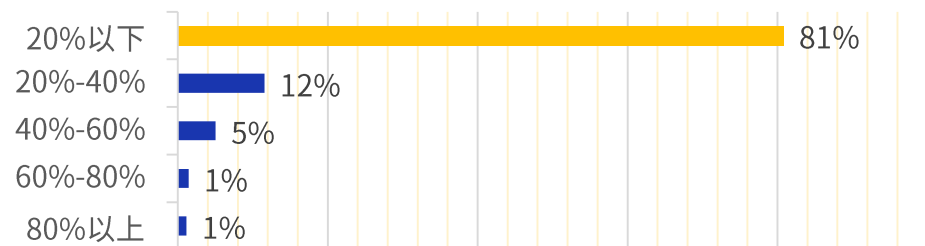
2019全年经营民宿的盈利情况



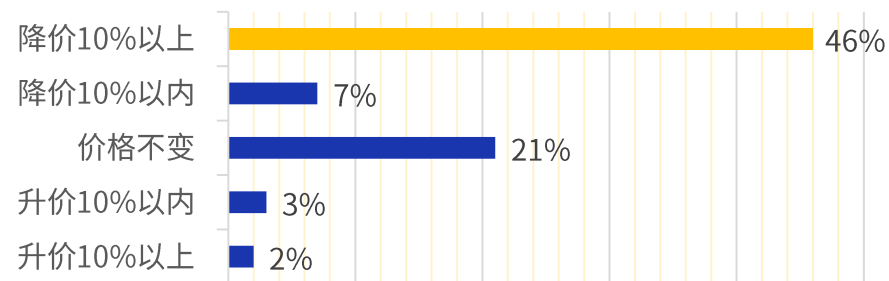
疫情导致行业收益骤减，部分房东退出经营，行业可售房源短期内呈现下降趋势

消费需求的冰封，也让民宿行业供给受到巨大影响。疫情期间，有超过八成的房源入住率低于20%；有近五成的房源降价超过10%。行业房东整体的经营收益大幅缩减，大量房源因无客可接而暂停经营，也有部分房东选择退出行业。行业内可售房源短期内下滑严重，但三月起供给侧可售房源呈现缓慢回升态势。

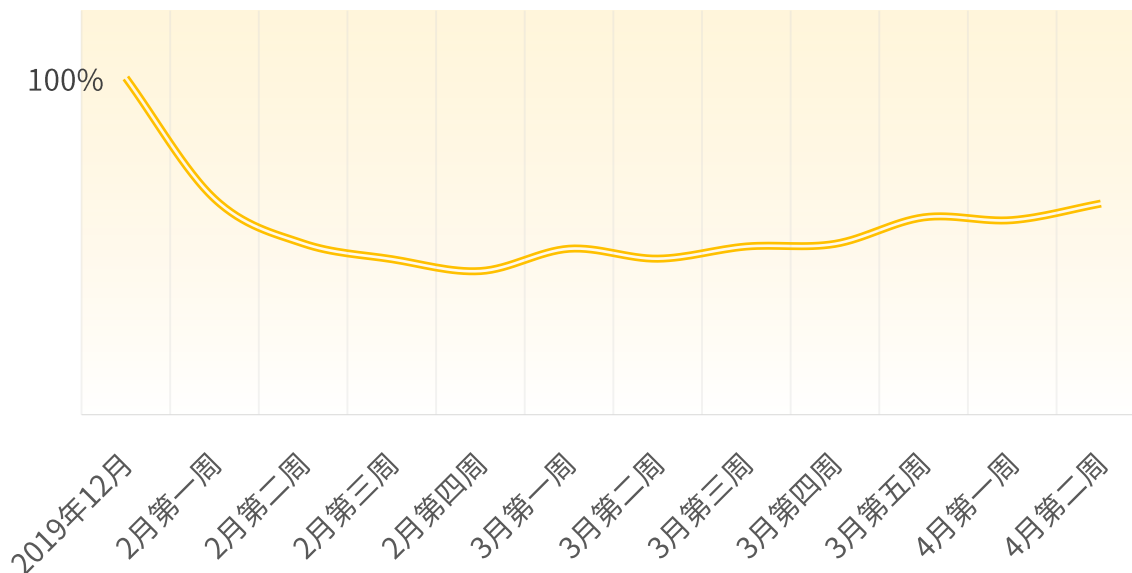
2020年1-3月民宿平均入住率



2020年1-3月民宿平均房价变化



民宿行业可售房源恢复趋势



伴随需求回升和供给更迭，供给侧或迎来利好信号

从行业中期来看，一方面，疫情加快了行业供给的更替，部分房东暂停经营乃至退出行业；另一方面，伴随着各地防疫局势的稳定，消费者的出行意愿在回升，在一定时间段、特定区域，行业供给或将出现相对性不足，从而出现新的机会点。此外，从中国房地产测评中心发布的各城市租赁价格指数数据来看，全国26个主要城市租赁价格指数环比二月有不同程度下跌，对于有意愿扩大经营规模的房东而言，客观经营成本将进一步下降。

2020年3月各城市租赁价格指数环比变化表

城市	指数	环比	同比
长沙	957.7	-0.24%	-2.50%
郑州	967.7	-0.21%	-2.17%
南宁	991.1	-0.20%	-1.18%
广州	1110.7	-0.19%	2.39%
深圳	1093.5	-0.18%	0.63%
厦门	981.5	-0.18%	-1.48%
长春	993	-0.17%	-0.81%
昆明	996.3	-0.16%	-1.27%
太原	985.6	-0.15%	-1.10%
合肥	976.7	-0.15%	-0.73%
兰州	975.9	-0.15%	-0.85%
沈阳	975.1	-0.14%	-0.94%
成都	1051.5	-0.13%	-0.14%
宁波	1013.6	-0.12%	-0.70%
福州	1014.5	-0.11%	-0.38%
天津	1031.1	-0.10%	0.07%
石家庄	997	-0.08%	-0.61%

2020年3月各城市租赁价格指数环比变化表

城市	指数	环比	同比
西安	988.3	-0.06%	-0.92%
南昌	983.8	-0.06%	-1.50%
西宁	996.7	-0.05%	-0.78%
银川	989.1	-0.05%	-0.35%
海口	999.1	-0.04%	-0.97%
乌鲁木齐	1074.8	-0.03%	2.01%
哈尔滨	989.3	-0.03%	-0.54%
北京	1176.5	-0.01%	1.42%
呼和浩特	1001.7	-0.01%	-0.56%
贵阳	957	0.00%	-1.32%
武汉	1018.1	0.00%	0.11%
大连	1070.3	0.07%	1.11%
上海	1111.6	0.13%	1.83%
南京	1045.5	0.14%	1.00%
济南	921	0.25%	-1.66%
青岛	999.1	0.40%	-0.01%
杭州	1055.6	0.46%	0.96%
重庆	1034.9	0.70%	1.63%

指数介绍：中国住房租赁价格指数，通过定期监测全国重点城市租赁的相关成交数据和市场调研数据，采用类似房屋重复交易法，计算35个城市月度价格变动趋势，在此基础上形成租赁价格指数。
基期时间和基点值基期：2016年1月，基点值：1000。

数据来源：中国房地产测评中心《2020年3月中国城市住房租赁价格指数报告》

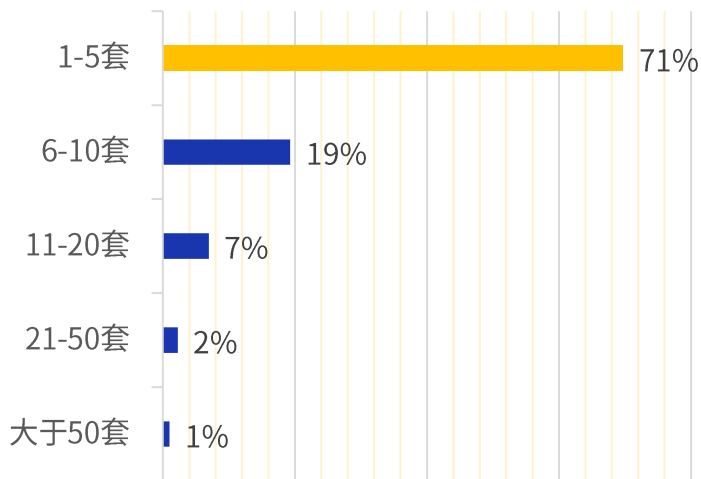
民宿经营极具灵活性，疫情对供给端的长期影响有限

相较其他行业，民宿行业有着“进出灵活”的特性，房东可以随时切换经营形态，这让疫情难以对行业供给侧造成长期影响。这种“灵活性”基于以下几点体现出来：首先，民宿业务开展的门槛较低，前期主要是租金和装修成本，以上海为例，只需2万元就能经营民宿，回报周期最快在3个月左右；其次，民宿成本结构较为单一，48%的受访房东表示每月经营成本在5000元以下，风险相对可控；再者，超四成房东都是以自有房源开展经营，且近九成是房源数在10套以下的小房东，对于物业、时间投入要求都较为灵活。

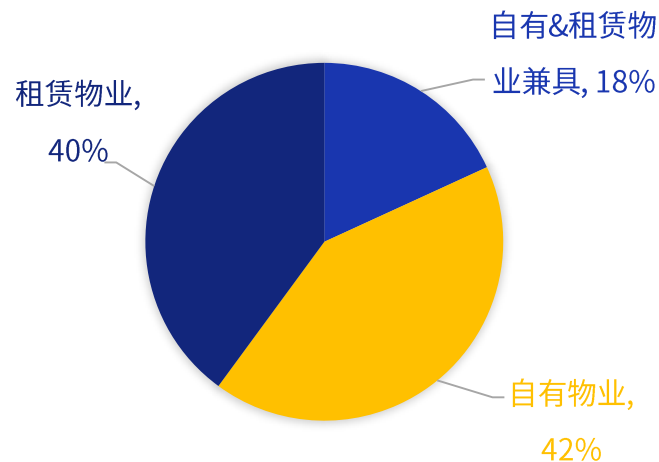
民宿每月经营成本



不同经营规模的房东占比



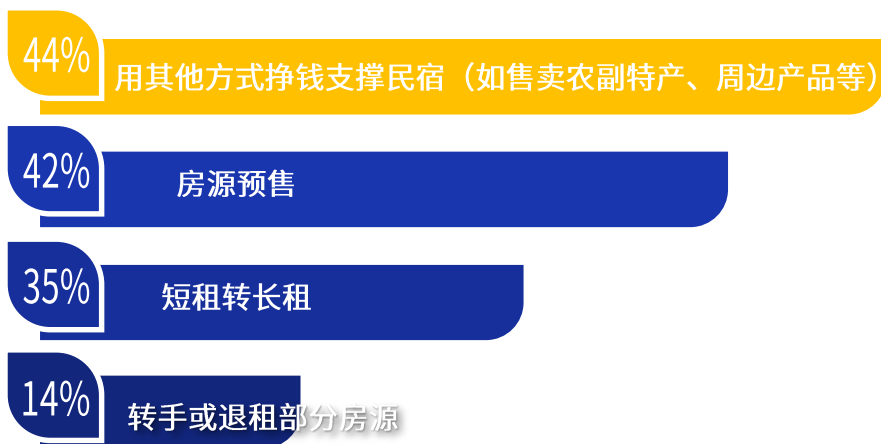
民宿房源物业形态



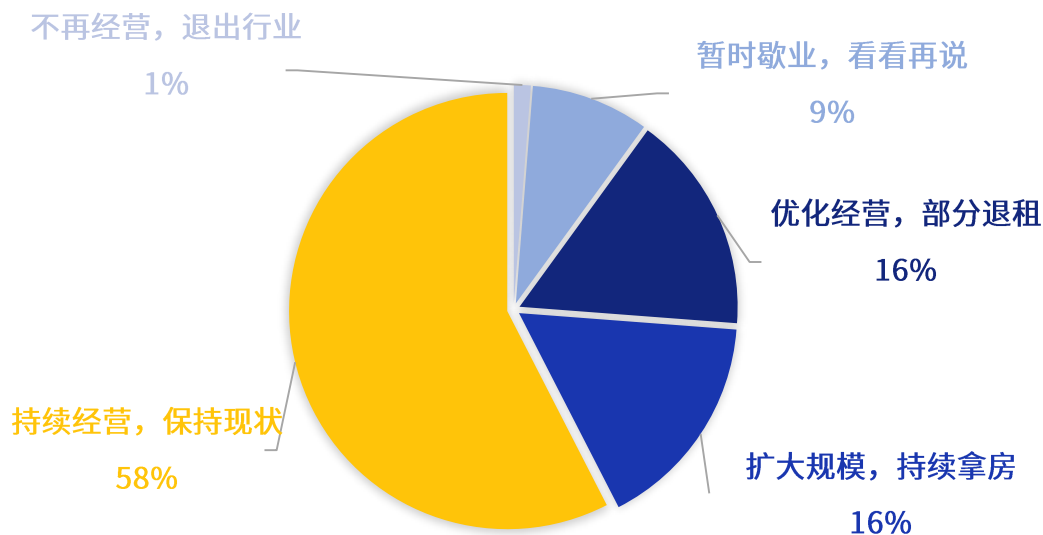
疫情冲击更显行业韧性，16%现有房东计划扩大经营

疫情冲击下，民宿经营灵活性高的优势被发挥出来，房东们通过房源预售、短租转长租、售卖农副特产、周边产品等多种方式继续经营，保障了一定的现金回流，为行业恢复做好准备。同时，民宿行业的韧性也得到显现。现有的活跃房东中，仅有1%的房东计划退出，有9%的房东选择暂时歇业，等到情况明朗或将恢复经营；值得一提的是，即使面临短期内民宿业务低迷的困境，但仍有16%的现有房东有扩大经营规模的打算。

疫情期，房东为应对现金流危机采取的措施



现有活跃房东未来经营规划



+++03

疫情后民宿业发展趋势展望

疫情后 民宿业发展趋势展望



房源标准化

民宿房源在清洁、服务、品质等方面的标准化有助于增强用户对于民宿产品优势的认知，更好地满足用户的住宿需求，从而扩大用户规模。



房东职业化

房东的运营专业能力决定盈利效率，市场红利向头部集中。



合规进程加速

房源监管合规化进程加速，各地监管体系有序推动，合规房源生存力更强。

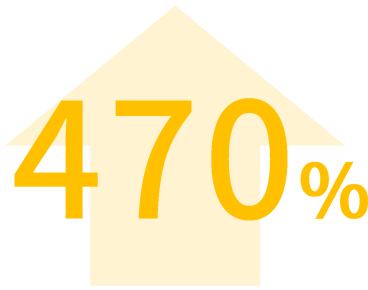
做好卫生安全保障，构建更完备的标准化体系

非标准化是民宿最大的痛点之一。在疫情之后，用户对更具安全性、稳定性的住宿体验有更高的需求，对于卫生安全的要求也变得尤为突出。美团民宿数据显示，用户近期在“卫生、消毒、清洁”等相关关键词上的咨询量比疫情前激增470%。消费者要求的改变，将倒逼行业做好卫生安全方面的标准化建设，并逐步推进民宿运营服务管理全面标准体系的构建。

标准化将有效提升用户住民宿的意愿。以美团民宿为例，针对用户需求，美团民宿在疫情期间推出了“安心住”活动，数据显示，参与“安心住”活动的房源订单量相比参与前有118%的增长，安心住房源的用户转化率是非安心住房源的2倍以上。

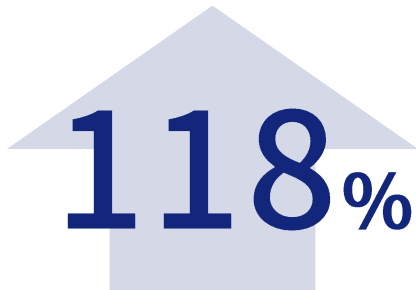
美团民宿“安心住”标准说明

- 1-《民宿房源卫生标准》参照18条细则，对卫生状态进行自查和更新；
- 2-卫生保洁公示，上传清洁实况图片，让消费者即时了解房源状况；
- 3-民宿卫生分级，结合消毒日志和用户评价，划分房源卫生等级，显著位置公示；
- 4-提供五大安心承诺，干净卫生、连住有优惠、无接触入住、服务有保障、免费疫情险。



470%

卫生、消毒、安全等关键词咨询量



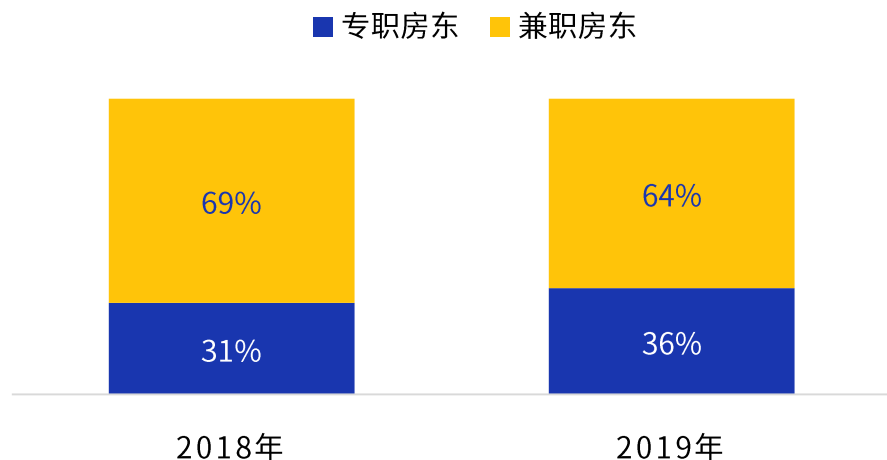
118%

“安心住”订单量

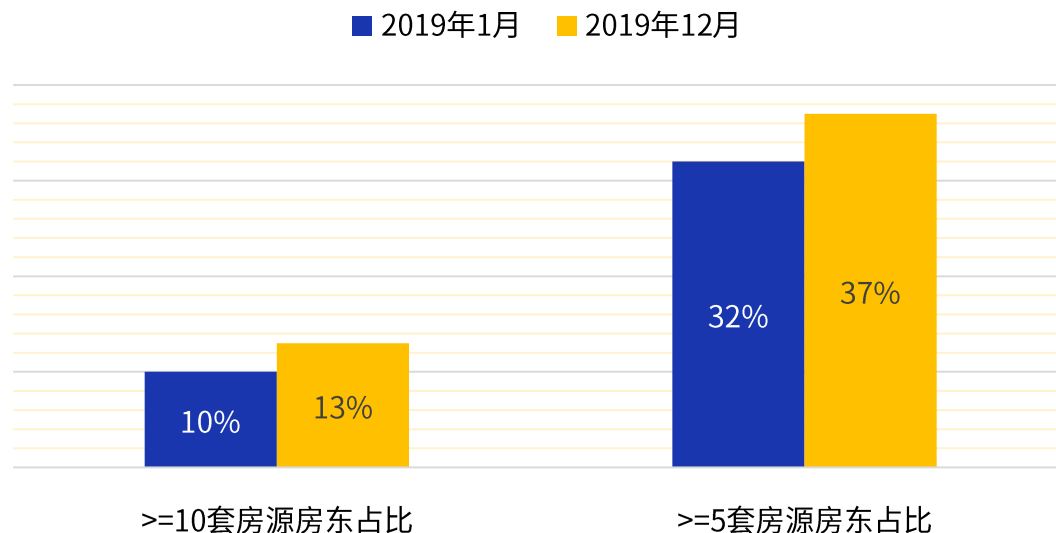
房东职业化水平逐步提升，运营专业能力决定盈利效率

民宿行业目前整体职业化程度较低。兼职房东或小房东普遍未受过专业化训练，存在信息接收不对称、经营非理性程度高的现象，导致服务水平参差不齐、服务质量缺乏保障。2019年，全职房东、大中型房东的占比均已呈现上升趋势。疫情后消费者的更高要求，将进一步倒逼行业经营者提升运营能力和服务水平，加速民宿行业的职业化进程。未来民宿行业红利的争夺，盈利效率的提升，将取决于房东的运营专业能力。

2018-2019年全职民宿房东与 兼职民宿房东占比



2019年经营5套房源&10套房源以上房东占比



民宿行业的合规监管体系将更完善

每个行业的繁荣发展都离不开完善的法律法规支持。而民宿行业目前尚未有一套完善的监管体系。合规化也是制约民宿长期发展的关键因素。在民宿合规性方面，不同地区的行政规定都有区别，一定程度上阻碍了民宿房东向职业化、集中化经营的转变。

虽然2019文化和旅游部发布了新版《旅游民宿基本要求与评价》(LB/T 065—2019)，但民宿产业距离真正的规范化，仍有很长的路要走。

民宿业是全民可参与的行业，对国家稳就业、促经济有积极影响。伴随着房源标准化的建设和房东职业化的发展，监管侧合规化也有望再加速。

民宿现有的行业自律标准：

2017年10月 《旅游民宿基本要求与评价》 (LB/T 065-2017)

2019年7月 《旅游民宿基本要求与评价》(LB/T 065—2019)

+++
04

疫情后民宿经营建议



节流

稳定好现金流 提前回笼资金
善用金融工具 合理寻求支持



开源

关注优势场景 调整经营重心
盘活私域流量 积极参加活动



蓄能

稳固核心竞争力 升级房源品质
升级运营能力 做好合规准备



调整经营策略，回笼现金

通过降价、预售、优化房源等措施，进行资金回笼，降低现金流压力。

稳定现金流，缩减开支

采取有效措施稳定现金流，优化成本结构，是“活下去”的关键。

使用金融工具渡过难关

合理使用借贷等金融工具，缓解因业务停滞带来的现金流危机。

合理寻求支持

合理寻求如业主减免租金、政府补贴等各方支持。



关注新趋势，优化经营重心

1

关注 优势场景

重点关注疫情后出现的新趋势，针对人们普遍存在的本地及周边的休闲娱乐需求，把握周末出游热潮，进行经营策略调整。

2

优化 经营重心

在资源有限的情况下，可以将主要经营重心放在本地及周边流量有优势的平台。

3

盘活 私域流量

不断提升私域流量池的活跃度，通过各种营销回馈活动，刺激老用户再消费，并鼓励老用户带动新用户消费，为迎接民宿业务复苏打基础。

4

积极 参与活动

积极参与各类平台营销活动，保持曝光度。

合理利用各种资源， 致力民宿品质升级

1

稳固核心竞争力

民宿作为住宿产品，核心竞争力在于位置、价格以及附加体验。需着力聚焦消费者核心需求（位置 and 价格），打造有地段优势、价格优势的产品，并补充更多附加体验，提升性价比，如增加投影仪、游戏机等娱乐设施。

2

升级房源品质

满足消费者对安全卫生的需求，积极完善防疫措施，提升房源的卫生安全执行标准，可有效提升消费者对民宿的安心度。同时借助闲暇时期，可对房源品质进行全面升级，进一步提升产品竞争力。

3

提升运营水平

顺应未来的职业化趋势，利用业务闲暇期，积极参加各类运营相关课程，主动升级自身运营能力，蓄力迎接业务复苏。

4

做好合规准备

研判当地的相关政策，积极配合各项合规要求，加强房源的合规化建设。

++ 结语

基于本次调研数据结果，我们可以看到民宿业的供给侧与用户侧并没有因为疫情而发生根本的变化。对于民宿供给侧而言，虽然短期内将面临业务断崖式下降、遭遇现金流危机等阵痛，但是民宿较为单一的成本结构对资金要求较低，且经营方式可灵活调整，决定了民宿业恢复元气的周期不会太长。且各主要城市房源租金下滑，出租率处于低位，也为房东进入行业以及扩充房源带来新的机遇。疫情阻碍了人们出行的脚步，但出游的意愿却未因此而消减，人们选择民宿的意愿也并未发生太大的变化。随着全国复工复产，国家政策对于旅游业的支持与倾斜，旅游业已经出现了显著的复苏信号，民宿业也会因为旅游业的复苏而重新步入正轨，获得更广阔的发展空间。

COPYRIGHT DECLARATION 版权声明

本报告为环球旅讯与美团民宿联合发布，报告中的文字、图片、表格等均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权归原著者所有。没有经过环球旅讯以及美团民宿书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传播。环球旅讯与美团民宿对任何未经授权使用本报告的相关商业行为，有追究法律责任的权利。



DATA COVERAGE 数据说明

本报告中的行业数据来源包括美团民宿提供的行业整体数据、美团民宿《2020民宿房东经营状态专题调研》、以及环球旅讯《2020民宿消费趋势专题调研》，通过对上述数据进行整理分析估算，获得本报告中的相关市场预测。由于本报告发布的调研结果受到调研方法及样本的限制，本报告所用数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考，受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

