海口火山口古村落博学村的民宿。 本报记者 张杰 摄

国办出台文件确定“身份”，要求多维度给予政策扶持

海南民宿，走出灰色地带？

■ 本报记者 许春媚

现今，来一场说走就走的旅行已经变得很容易，只要你有时间，约上朋友带上家庭，开着自己的爱车就可以随时出发。想要远离喧嚣的城市，短暂地忘记烦恼，最好的目的地就是大自然。正因如此，周边游火了，民宿火了。民宿，已经成为旅游住宿个性化发展的方向，成为乡村旅游品质化提升的产物，某种程度上也成为旅游业维系“乡愁”的寄托。

但是，由于我国现行法规中的一些障碍，民宿也一直处于一个灰色地带，这在一定程度上滞后了这一产业的发展。11月19日，国务院办公厅印发《关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见》，首次点名“积极发展客栈民宿、短租公寓、长租公寓等细分业态”，并将其定性为生活性服务业，将在多维度给予政策支持。这一指导意见的出台，引起了省内旅游业界人士尤其是一直致力于推动民宿旅游产业发展的业内人士的关注和热议。《旅游周刊》记者在走访省内相关旅游专家及民宿旅游行业从业人员时了解到，大家普遍认为，这是国家释放的一个积极的信号，将推动政府部门出台扶持政策，同时，在法规上有了明确“身份”后，也将激发更多有意于此的人士投身民宿旅游产业，推动海南民宿旅游的发展。

返乡者先行 促产业萌芽

在海南，提到民宿就必须提及一个人——陈统奎。1980年出生于海口市秀英区永兴镇雷虎村委会博学村的陈统奎，大学毕业后到广州媒体行业供职。“海南国际旅游岛建设国家战略让海南迎来又一次大的发展机遇。2009年我到台湾访问时体验了当地的民宿后，觉得旅游要真正‘惠’民就要让更多的民众参与进来，而乡土民宿旅游就是一条很好的道路。正是基于这样的原因，我回到老家和家人一起做起了民宿。”

陈统奎的民宿旅游产业梦想里，“平台”是一个很重要的概念，他首先的动作并不是盖民宿，而是引领村民们将博学村打造成一个生态村。2011年，陈统奎在当年和父亲挖树坑的那片荔枝园盖了一套民宿，叫“花梨之家”。

在花梨之家主人的带领下，一起去火山湿地坐船钓鱼摘野生空心菜，去火山口爬山下溶洞，去火山古村落逛村落砍椰子，玩累了回到民宿吃火山野鸡野鸭黑山羊黑猪肉农家菜清补凉……如今，在陈统奎二弟陈统夸一家人的经营下，“人情”和“趣味”兼具的“花梨之家”已经成为周末许多市民和游客休闲的理想去处。

从家庭旅馆转向 有故事的民宿

《旅游周刊》记者了解到，目前已经有不少返乡者纷纷加入到民宿旅游这个行业中来，云永悦这位文昌冯坡镇人就是其中之一。大学毕业后在深圳工作了7年的云永悦回到文昌创业，先是做起了旅行社的生意，在经营状况不理想的情况下，台湾兴盛的民宿旅游激发了他的灵感，2013年又转而投入创办“南洋兄弟”民宿，今年再接再厉，又新开办起了“足球的理想”民宿。

省资深旅游专家陈耀将这些返乡者称为“新农人”，民宿旅游的示范者、引导者。“民宿最大的特色是主人，它是一个专项的旅游产品，与酒店、旅馆最大的区别就在于此，民宿主人可以向客人分享他的趣味和理想，成为游客在当地旅游的参谋与向导。但是，农民要转变为民宿这种新型的旅游经营者，要学会管理、服务、导游等知识，需要很长的一段时间。这时候，有文化、有市场、有水准的返乡者、城市人加入到这个行业中来，经营精品型民宿，可以给农民介绍经验，当好示范，当好领头人，引导传统农民向新农人转化，让他们分享到旅游产业发展的好处。”

保亭三道镇布隆赛乡村文化旅游区的民宿。 本报记者 武威 摄

亟待政府 提供配套政策

“海南现在真正意义上的民宿不超过10家，刚刚处于萌芽阶段，政府政策的支持和保障非常重要。而目前政府对于民宿旅游的规划、管理这一块空白很多。”高高今年刚刚通过申请在琼中成立了民宿行业协会。

高高坦言，对于很多有意向投身于民宿旅游行业的城市“新农人”来说，目前最大的担心是“安全”。高高所说的“安全”，指的是房屋的产权和经营权分离的问题。

按照我国的《合同法》规定，房屋土地租赁期限最长不得超过20年。“很多民宿主人经营民宿都是将它当做一个家来打造，时间一到‘家’就可能因为租金、续约等问题而失去。”

同时，《旅游周刊》记者了解到，按照国内《旅馆业治安管理办法》的相关规定，旅馆经营者需要获得公安部门的《特种行业经营许可证》、消防部门的《消防检查合格证》、卫生部门的《卫生许可证》、工商部门的《营业执照》和税务部门的《税务登记证》等证件。对于个体的民宿经营者来说，这无疑是很难达到的要求。“希望有关部门能参考别的地区的经验，尽快出台相关管理规定。”高高说。

陈耀认为，海南应该按照国家政策要求，主动规划、引导和管理产业，并大力推进和鼓励民宿发展。指导意见的出台，将促进海南民宿旅游业的发展，这对海南今后旅游产品的多样化，打造百姓的幸福家园，旅游扶贫致富都有良好积极的推动作用，“以后的民宿不仅仅是一个旅游产品，它应作为一种专项的旅游产品发展成为海南的旅游吸引物，提升海南旅游的品质与个性。”

发展民宿，要从培养民宿主人开始

■ 本报记者 许春媚

民宿最终还得倚靠当地农民和返乡大学生来经营，因此他们的眼界和意识决定了行业的整体水平。这些民宿的主人是民宿旅游产业的灵魂，因此，除了急需政府提供相关产业政策扶持外，省内旅游业界人士认为，培养出一批合格的民宿主人是当下让产业走向兴旺之前最急需解决的问题。

今年琼中黎族苗族自治县曾组织了一次自然暨民宿论坛，当时来自台湾、日本等地的自然生态及民宿的专家曾就海南民宿的未来发展进行了探讨。论坛中，专家们就提出，民宿主人的培养将是海南民宿旅游发展过程中问题最多、周期最长、困难最大的挑战。专家们认为，当下比较合适的解决方案是政府主导、社会团体加入、专家培训指导、返乡人员参与的多方通力配合。政府方面应该出资营造环境，设置鼓励机制，补贴相关职业学校，同时鼓励当地青年掌握更多与当地传统文化生活相关的技能，使之成为高素质的具有现代视野的新型匠人。此外，专家还提出，政府部门应将培训相关事宜交还民间，充分调动民间力量的积极性，使大家都能参与其中。而专家与社会团体方面应该多支持大学生返乡创业，让他们以自己的家乡而自豪，更加自信地再造故乡。

民宿主人培养也是陈统奎一直关注的。“民宿的发展是需要年轻人，他们具有更加开阔的视野与更顺畅的语言技能，政府的扶持政策让民宿产业走出灰色，他们的参与加入会让民宿产业走向红色。”

看动向

我国将增设 海外品牌免税店

满足公众全球购需求

据《经济日报》报道，发展改革委规划司司长徐林近日表示，为了更好地满足居民的消费需求，进一步畅通进口的渠道，将增设一些免税店，使得消费者在国内就可以买到更多从海外进口的产品。

有数据显示，中国游客在英国每年消费3亿英镑（约合27.8亿元人民币），在伦敦的希斯罗机场，中国游客约占全部游客的1%，但却带来了25%的免税收益。

商务部研究院副研究员陈丽芬在接受记者采访时表示：“海外购物热的持续升温反映出国内消费需求升级，对商品品种和品质需求扩大和提升，国内无法提供相匹配的商品。再就是国内外同种商品存在价差等因素吸引国人出国购物。”

“我们的出境消费与入境消费是不平衡的，出境消费远远高于入境消费。”中国国际电子商务中心首席分析师郭召芬认为，我国海外消费规模持续扩张已经到了必须认真研究对待的时候。同时，应该积极培育中国自己的品牌，提升国内市场供给能力。

听观点

“卖萌”的博物馆 更接地气

□ 苑广阔

近日，故宫博物院再次成功通过花式卖萌吸人眼球，成为网友热门讨论话题。印象中严肃的历史人物，如雍正帝、鳌拜等集体卖萌；幽默搞笑的崇祯帝生平故事，竟然是销售广告。

无须否认，除了类似故宫博物院这种“重量级”之外，大多数博物馆参观者寥寥，这背后的原因很多，比如一些地方博物馆馆藏文物不够丰富，缺乏吸引力，民众还没有养成逛博物馆的习惯等等。

不过与实体博物馆这种寂寞冷清形成鲜明对比，“线上博物馆”却是热闹非凡，尤其是包括故宫在内的一些博物馆通过利用馆藏文物卖萌，开发和馆藏文物有关的衍生产品、旅游纪念品，在网络上吸引了无数的眼球，积累了大量人气。在博物馆卖萌方面的始作俑者，也是一直走在卖萌前列的，显然非故宫博物院莫属。据报道，故宫目前已有超7000种各具特色的文创衍生品，仅今年上半年文创产品销售额就已突破7亿元，超过去年全年销售总和。故宫手机壳、“奉旨旅行”行李牌、朝珠耳机、“朕就是这样的汉子”折扇、陶俑雨伞等品种，受到年轻人追捧。

而其他地方的博物馆也不甘示弱，比如杜甫草堂博物馆推出了“Q版杜甫很忙系列产品”，包括名片盒、手机壳、鼠标垫、杯垫等。三星堆博物馆去年研发了青铜面具形状的饼干，黄、绿、橙、黑四色分别对应黄油、抹茶、草莓、巧克力四种口味，还申请了国家外观专利。这些文创产品、卖萌商品的开发和销售，表面看上去只是一种商业和市场行为，却帮助博物馆创造了不菲的利润，更是博物馆贴近时代、紧跟潮流、主动放低身段接近百姓的表现。

在一般老百姓的印象里，博物馆太过“高大上”，除了懂行的、对历史或文物感兴趣的，普通人进去就是看个热闹。但是这些文创衍生品，却以日常用品或食品的形象，携带着历史和文化基因走进了我们的日常工作和生活，让我们不知不觉中就接受了历史文化的熏陶，并且在这个过程中培养了我们对博物馆文物以及文物背后的历史文化的兴趣。

比如说，吃着三星堆博物馆“出土”的青铜面具形状的饼干，可能有人想看看这个青铜面具到底是什么东西，背后有着怎样的神秘与传说？看着抛着媚眼、比着剪刀手的李清照，可能有人想了解一下这位宋代女词人的生平故事。而现在手机、网络又非常普及，很方便就可以找到自己想要的资料，这其实就是在普及历史、传承人文，不过是换了一种方式而已。

（中国旅游报）

热点汇

中国成为多国 最大旅游客源国

据《北京商报》消息，截止到今年9月，中国内地赴英申请人数在英国政府批准的签证中占比高达17.23%，超过印度和美国；中国由此也成为英国旅游最大客源国。

事实上，中国不仅仅是英国入境国际游客最大客源国，且已经成为多个国家最大客源国。

在亚洲，早在2011年中国就已经连续多年成为越南最大旅游客源国并首次成为马尔代夫最大客源国。相关数据显示，2012年到马尔代夫旅游的中国游客近23万人，再次成为马尔代夫最大客源国。2012年中国也成为泰国最大旅游客源国，当年超过270万中国游客进入泰国。2013年中国超过日本成为韩国最大客源国 ，今年上半年超过韩国成为日本最大客源国。

在大洋洲，根据澳洲旅游调查局发布的报告，截止到今年11月18日，中国也成为澳大利亚最大客源国，预计在未来七年内，中国有望赶超澳大利亚成为新西兰最大的客源国。在欧洲，中国连续多年稳居俄罗斯旅游第一大客源国。

非洲成中国公民旅游新宠

出境游增速最快

据中新网消息，非洲成为中国出境游市场增长速度最快的地区。据中国旅游研究院发布的《2015年度中国出境旅游发展报告》显示，2014年中国出境旅游市场中，非洲占9.4%，同比增速达到80.9%，是出境游增长最快的地区。埃及、毛里求斯、肯尼亚、南非、塞舌尔是中国公民赴非洲旅游的五大热门目的地。

据中青旅遨游网首席品牌官徐晓磊介绍，国人在非洲旅游目的地选择上，北非以埃及为重点，逐渐向突尼斯扩展；南部以南非为重点，逐渐向纳米比亚等国家扩展；中部以肯尼亚、埃塞俄比亚为重点，向海岛游的毛里求斯、塞舌尔等国家扩展的特点。中青旅遨游网的数据显示，从2010年至今，中国游客赴非洲旅游人数每年平均增长均在50%以上。

中国最大的在线旅游服务商携程旅行网最新数据显示，今年1至8月仅毛里求斯一地，携程就输送了一万多名中国游客。2015春节期间，携程曾输送近千名中国游客赴非洲的埃及、肯尼亚、南非等国家观光旅游。

中国邮轮产业发展迅猛

在线邮轮渗透率近二成

据人民网消息，艾瑞咨询近日发布的《2015年中国在线出境邮轮市场研究报告》显示，2015年全球邮轮游客人次达到2224.7万，相比2014年增长3.2%，全球邮轮产业经济贡献额估计可达396亿美元。2014年中国出境邮轮游客人次达到147.9万人次，市场交易规模达33.3亿元。

中国在线出境邮轮市场规模达到6.6亿元，携程、途牛、驴妈妈、同程、芒果网与遨游网的在线邮轮渗透率总计达到19.9%，相比全球市场，中国邮轮产业发展迅猛。

中国商旅市场持续增长

据《中国旅游报》消息，近日，由美国运通全球商务旅行部和上海旅游会展推广中心联合主办的第十一届中国商务旅行论坛在上海举行。会上发布的《2015 年度中国商旅晴雨表》显示，中国商旅市场持续增长，今年的差旅预算同比增长4.79%，并且紧跟“互联网+”趋势，移动端应用成为差旅的重要服务。

《中国商旅晴雨表》是一份统计中国商旅市场现状和预测未来发展趋势的年度报告。

报告显示，中国的商务旅行开始和企业发展目标更紧密地联合，有近50%的中国企业开始将差旅视为一种“投资”而非“必要的开支”，有74%受采访的企业表示，差旅采购将会结合公司的销售以及项目规划来决议，可见，中国的商务人士已经意识到奖励性旅游、大型企业会议以及活动展览等对于业务增长方面所起到的重要作用。

（李辑）