

# 共享民宿市场竞争进入“深水区”

□□ 本报记者 鲁娜

作为共享经济中的重要力量,共享民宿市场的一池春水近日再次被搅动——这一领域两大独角兽企业途家集团和小猪短租先后进行不同的新尝试,期望在共享民宿市场竞争中获得更大的市场占有率。其中,隶属携程系的途家集团的尝试,由其矩阵中企业蚂蚁短租推出,携程领衔投资,创立“舒适型”民宿品牌,提供一站式民宿短租经营解决方案,并构建智能化的众包服务网络,创新共享住宿平台模式。

共享民宿市场从平台化竞争转向品牌竞争,对此,蚂蚁短租CEO申志强认为,旅游住宿全面升级,作为这一领域重要组成部分的民宿短租,将从以依托平台流量为主的“草根民宿”时代进入由口碑传播主导的“品牌化”时代。

## 蚂蚁“筑巢”:孵化新品牌有家

专业的服务团队、丰富的运营经验以及来自携程系的支持,为有家民宿成为国内民宿著名连锁品牌提供强有力的保障。

在此前的途家集团2018年度战略发布会上,途家集团COO杨昌乐带领着基于新平台、新职能集合的新途家集团矩阵正式亮相。作为这一矩阵五大组成部分之一,蚂蚁短租被集团定位为针对年轻人群,重点推出高性价比的民宿业务。

蚂蚁短租在过去7年的民宿深耕中一直以“让旅行更美好”为使命。过去两年间,由申志强亲自抓的“蚂蚁优选”“房客安心计划”“蚂蚁保洁”“智能扫描入住”等项目都是为了更好地提

升用户入住体验。

“我们在推进这些项目的同时发现了更深层次的问题,大部分个人房东运营能力与服务水平都有待提升,大量民宿房源品质较低、设施不全,难以从根本上解决用户入住体验不稳定的状况。因此,我们决定孵化有家民宿。”申志强表示,有家民宿定位于“舒适型”民宿,旨在弥补当下中国短租民宿市场上中高端民宿产品不足的短板。

据介绍,有家民宿拥有国内一流的线上运营与线下服务团队,其中线上运营团队由蚂蚁短租核心团队组成,线下服务管家团队则拥有10年以上锦江、万豪等国内外高星级酒店服务经验。为保障入住品质,有家民宿推行“五星级民宿服务标准”,布草“一客一换”,智能门锁“扫描入住”,专业服务管家“随传随到”。

在户型上,有家民宿以2居至4居户型的分散式普通民居住宅为主。在功能上,有家民宿的房间内能做做饭、会客、洗衣服、聚会小聚,除享受酒店住宿的便利性之外,还拥有充分的自由空间和生活自由,为家庭出游、商旅短居、接待亲友提供了新的住宿选择。

为精准定位用户群体,有家民宿也将旗下民宿进行了主题式分类,例如,有家亲子民宿设有儿童房,配置亲子活动区,并提供绘本、玩具、儿童车等亲子设施;有家商旅民宿提供打印机、复印机、扫描仪、胶囊咖啡机、挂烫机等商旅人士常用设备,以满足不同类型用户的住宿需求。

作为途家集团的一员,有家民宿“先天条件”优越,拥有包括携程、艺龙、58赶集、芝麻信用、蚂蚁短租、途家等在内的中国在线民宿市场超70%的客户流量资源。申志强表示,预计2018年全年,有家民宿将在全国50多个城市,为超过200万人次提供“不同的城市,相同的有家”的优质体验。

## 小猪扩张:推新总部、新业务

陈驰认为,房屋共享未来还将进一步



有家民宿概念房近日亮相2018北京国际民宿产业博览会

步向二三线城市渗透,两者之间将产生积极的化学反应。

4月底,四川人陈驰带着他的创业企业小猪短租“回到”成都,将小猪短租全国第二总部落户成都市锦江区。数据显示,目前小猪短租的全球房源已突破35万,覆盖国内395个城市和海外225个目的地,拥有2800万活跃用户。去年11月已完成由云锋基金领投的1.2亿美元融资。

“成都是一座充满共享基因的城市,锦江区更是如此,拥有发展分享经济的肥沃土壤。第二总部的落户,将为小猪短租下一阶段的发展输送更蓬勃的动力。”小猪短租联合创始人兼CEO陈驰说道。锦江区2016年便提出了建设“新经济高地、国际化城区”的目标,出台多项新经济支持政策,并设立20亿元政府投资基金。

在4月10日博鳌亚洲论坛共享经济分论坛上,陈驰分享的小猪短租年度数据报告显示,2017年,平台上订单量增速最快的城市分别是天津(700%)、

重庆(520%)、长沙(480%)。“以滴滴出行、小猪短租为代表的中国共享经济独角兽企业,在一线城市通过构建适用于共享经济的基础设施、完善信用体系,为共享经济的发展夯实了基础,同时正加速向二三线城市下沉。”陈驰因此认为,共享经济是一个长期风口。

落户成都的同时,小猪短租同步推出全新业务品牌揽租公社,为房东提供一站式民宿短租经营解决方案,涵盖设计、软装、保洁、商城、物联网设备、智能化管理等环节,为用户创造更丰富的参与共享住宿的方式,并最大限度地降低房东的经营门槛。

“房源经营更智能、用户参与模式更灵活,是进一步解锁市场活力的关键。”小猪短租联合创始人兼COO王连涛说道:“依托于小猪短租成熟的平台生态体系,揽租公社所建立的智能众包服务网络,将开启共享住宿平台的新模式。”

揽租公社建立了一套闭环式的服务链条,不仅整合了小猪短租的保洁、摄影、智能门锁等优势资源,还将通过

物联网设备和数据化管理体系的使用,实现更智能化的房源运营。王连涛透露,揽租公社在正式上线前历经近半年的内测,每个环节都经过反复打磨,在为房东实现高收益保驾护航的同时,确保高品质的用户体验。目前,揽租公社已在全国展开合作招募,并在多个城市建立线下团队,深度服务用户。

“揽租公社的启动,扩大了小猪短租共享服务网络的边界。”王连涛指出:“通过提供更丰富的服务模式,小猪短租希望让更多人能够参与到房屋共享经济之中——无论是个人房东、设计师、保洁人员、智能设备开发者,都有机会享受其红利。”

## 共享住宿:如何“解锁”市场活力

虽然尝试方向不同,但蚂蚁短租和小猪短租都十分看重民宿产业链前端服务的优化。不同于小猪短租直接推出新业务,蚂蚁短租在其新品牌有家民宿的经营模式上进行创新,提出“合伙

经营、全程托管”模式,颠覆传统民宿托管业态。

记者了解到,在有家民宿的运营模式下,房东业主、民宿投资人只需提供闲置房产,全权交由有家民宿来负责,由其进行统一的托管服务。在运营期间所产生的水电等消耗,保洁、管家等人力成本以及品牌推广费用全部由有家民宿承担。

“每个人都向往着开一间民宿,面朝大海,春暖花开。但现实中经营民宿所耗费的时间与精力又让这些美好的愿景成为诗和远方。有家民宿就是想帮这些有‘民宿梦’的人们圆梦。让拥有一间属于自己的民宿成为美好的事情。”申志强说。

住民宿或者做着“民宿梦”的人确实越来越多。根据国家信息中心发布的《中国共享经济发展年度报告(2018)》,2017年我国共享经济市场交易额约为4.92万亿元,其中,共享住宿领域交易规模达到145亿元,同比增速达到70.6%,位列第三。

与巨大发展空间不匹配的,是目前民宿市场存在的种种乱象和运营的不规范,消费者对于高品质民宿需求的提升与现有品质民宿的供给之间不平衡是现阶段民宿市场面临的主要问题。

“连锁酒店用10年时间完成市场教育,诞生了像如家、7天、汉庭等家喻户晓的连锁酒店品牌。我们预计未来5年内连锁民宿将占据民宿市场大部分份额。有家民宿将致力于推动整个民宿行业的品质升级,让广大消费者花经济型酒店的钱享受中高端酒店品质的体验。”申志强如是说。

“近年来,随着共享模式深入人心,利用互联网平台经营自己的闲置房屋资源,已经成为潮流。但是,中国共享住宿市场仍有极大的潜力亟待开发。经营管理更智能化、用户参与模式更灵活的服务体系,将成为下一步解锁市场活力的关键。”王连涛表示。

## 追踪

# 《朗读者》第二季将开播 文化类综艺如何持续创新

□□ 本报记者 鲁娜

一股诗意与力量交融的“文化清流”,又将在春夏荧屏温暖流淌……去年收获口碑无数的央视文化类综艺节目《朗读者》,历经一年筹备后第二季终于回归。《朗读者》第二季于5月5日起,每周六晚在中央电视台综合频道播出。

书本只有完全翻开,才能让读者一览无余,看到更多精彩的内容。《朗读者》第二季制作人、总导演、主持人董卿介绍,新一季《朗读者》初心不改,并在读本、话题、嘉宾、朗读形式方面进行了升级。同时,备受关注的线下

朗读亭和“线上朗读亭”朗读者APP也已开启,邀观众再赴“朗读之约”。

## 延续美好“遇见”

身为过去一年来“全民阅读”风潮的荧屏引领者和有力推动者,《朗读者》掀起了一股持续火爆的文化现象。《朗读者》是董卿担纲制作人的处女秀,节目以个人成长、情感体验、背景故事与传世佳作相结合的方式,选用精美的文字,用最平实的情感读出文字背后的价值。

在4月底的《朗读者》第二季开播发布会上,记者了解到,《朗读者》节目

音频版收听量超6亿次,先后斩获第23届上海电视节“白玉兰”奖最佳季播电视节目奖、第25届“星光奖”电视文艺栏目奖。更值得一提的是,4月初,“WISDOM in CHINA”中国原创节目模式推介会登陆法国戛纳电视节,《朗读者》正是9个原创节目之一,标志着中国原创节目模式向海外迈出了重要一步。

“无声的文字,有声的倾诉”,为了延续和观众这段美好的“遇见”,一年来,《朗读者》节目组依旧像打造一档全新栏目一样精心筹备、细心打磨。

谈到新一季《朗读者》的升级和变化,董卿借用了书本的“开合度”一词表示,《朗读者》第二季的开合度更大,希望能给观众带来2.0版的惊喜:首先,《朗读者》第二季嘉宾阵容开合度更大,将有更多具有代表性的、意想不到的物类现身;其次,读本的开合度更大,有文艺读本也有中小学课文,有《牡丹亭》也有《哈姆雷特》;第三,节目话题的开合度更大,会关注到更多的社会性话题;最后,读者的呈现方式也更加多样。除了在台上朗读,节目中可能还会出现“跨时空”的朗读以及更多具有互动性的朗读。

据悉,《朗读者》第二季已确定录制的嘉宾包括姚明、李彦宏、贾平凹、余华、赖声川、胡歌等,节目的表现形式也仍是文学与人生、朗读与访谈的结合,嘉宾分享人生故事并倾情演绎美文;读本选择上,观众会看到有两位物理学家不约而同地选择了文言文,也有出现在中小学课本里的《故乡》,除了畅销书之外还会有相对严肃的文学作品。

## 强调情感共鸣

上一季,在13座城市设置的朗读亭被很多人形容为“城市中的一盏明灯”,即便24小时开放,亭外也常是排成长龙。虽然只有2.5平方米和一段3分钟的朗读,却讲述了太多动人的故事,彰显着平凡人生的情感浓度。

新一季节目开播前夕,记者了解到,朗读亭已正式开启,并会陆续落地北京、上海、广州、深圳、杭州、重庆、西安、南京、成都、银川、青岛、大连12座城市。除了线下朗读亭,新一季《朗读者》还开发了“线上朗读亭”产品:朗读者App。通过它,观众不仅可以观看节目视频、花絮,参与朗读亭录制,还可以录制与节目主题词相关的内容,并分享给朋友。

除了把线下朗读亭升级到了手机客户端,《朗读者》第二季还力邀中国戏剧家协会主席濮存昕,中央美术学院院长范迪安,作家、茅盾文学奖获得者毕飞宇,以及《中国诗词大会》第三季冠军“外卖小哥”雷海为担任“朗读大使”,号召更多观众参与到“朗读行动”中来。

对于文化类综艺如何持续创新这一问题,中国作家协会副主席李敬泽强调,《朗读者》要与观众产生情感共鸣。他认为,文学应该成为电视节目的资源,高品质的文学作品通过电视呈现本来是一个高难度的挑战,而如今这档节目找到了一种形式,“观众们的情感借由屏幕得到抚慰和启迪,这也是时代所呼唤的”。

中央电视台综艺频道总监、大型节目中心主任邱晨则表示,在“文化+综艺”已经成为电视综艺发展新趋势的今天,《朗读者》第二季的适时推出,既是综艺频道在主打国家舞台战

略基础上对文化内核的强化,也是寻求差异化发展的基调。以《朗读者》为代表的创新节目的有序研发和制作,则是确保频道荧屏活力和创新动能的关键。

## 视角

# 陶瓷工艺 发现艺术与生活之美

□□ 本报记者 郑洁

近日,由中国工艺集团有限公司主办的第三届中国工艺“致新奖”——陶瓷工艺品专项征集活动颁奖仪式在京举行。征集活动自2017年12月中旬开始以来,备受行业内外关注。

本届征集主题针对五行文化与陶瓷文化的结合,分为金、木、水、火、土五类。

“金”指的是历史典藏,精选历史上具有代表性的文物作为原型,开发衍生品;“木”指国礼重器,精选“一带一路”重大活动及近年国内重大国际活动(APEC等)的国礼作品;“水”意指日用之美,精选日常使用的茶具用品、餐具等具有使用价值的陶瓷作品,陶瓷办公用品、文房四宝等;“火”指能工巧匠,精选中国工艺美术大师、省级大师、业内优秀学生的具有代表性的创意作品;“土”意味着节庆风土,结合节庆、各地特色风土人情制作的创意作品,如礼品市场的生肖瓷、旅游市场的旅游纪念瓷、婚庆市场的婚庆瓷等。

截至2018年1月15日,共报名参评作品678件套。经初选后,合格入围现场评审作品422件套。经专家评审,最终从众多作品中评选出一等奖1件、二等奖3件、三等奖6件。

其中,荣获一等奖的《瓷母》工艺精湛,整个器物从上到下依次用出色地珐琅彩、松石地粉彩、仿哥釉、金釉(耳饰)、青花、松石釉、窑变釉等十几种施釉方法,共16种纹饰,颈部对称夔耳,腹绘12扇开窗图案。

中国工艺集团有限公司作为中国工艺美术行业的领军企业,长期深入发掘行业优秀作品和优秀人才,利用“中国工艺”的品牌优势和资本优势扶持行业优秀人才快速成长,助力中华优秀传统文化的传承、创新与发展。

中国工艺“致新奖”通过陶瓷系列工艺品征集活动和奖项,以期发掘能够体现中华优秀传统文化特色,或以当代艺术设计语言和手法表现,并且能够反映当代国人价值观念、符合当下国人生活方式和审美追求的生活美学作品。



朗读亭被很多人形容为“城市中的一盏明灯”