

2019 年 中国民宿行业概览

行业走势图



消费研究团队

曾亮 分析师

邮箱 : cs@leadleo.com

相关热点报告

- 休闲服务系列概览——2019 年中国度假村行业概览
- 休闲服务系列概览——2019 年中国精品酒店行业概览
- 休闲服务系列概览——2019 年中国高端酒店行业概览

报告摘要

民宿是指业主或房屋经营者利用空闲房间，融入房东个人特点或当地特色改造而成的，帮助房客体验当地文化、自然、生活方式的住宿产品。按位置和服务特点的不同，民宿可分为农家乐、青年旅社、乡村别墅、客栈、城市民宿、酒店式公寓、等类型。得益于中国经济的稳定增长，中国旅游业发展迅速，2018 年中国国内居民旅游花费已达到 5.1 万亿元，住宿作为旅游出行中的必要环节，民宿的市场需求不断上升。

热点一：居民消费水平提升，旅游需求不断增长

伴随着中国经济长期的稳定增长，中国居民收入持续增长，2018 年中国居民人均可支配收入已增长到 28,228.0 元。随着收入的不断增长，中国居民旅游需求不断上升，旅游业发展迅速。旅游业在中国经济中的比重持续增高，成为国民经济的重要组成部分，2018 年旅游业对 GDP 综合贡献占比达到 11.0%。

热点二：行业参与者不断增多，资本持续涌入

民宿行业广阔的发展前景吸引了众多企业跨行进入，吸引资本持续涌入，推动了行业进一步的成长。当前跨行进入民宿行业的企业主要为 OTA 平台企业、酒店企业等。资本持续涌入民宿行业中，帮助民宿企业扩大规模，提升竞争力。民宿行业的体量偏小，投资总量可控，市场前景广阔，因此民宿企业成为投资人理想的投资目标。

热点三：民宿概念不断普及，居民接受程度提升

在经济的高速增长下，中国居民生活节奏不断加快，居民对慢节奏的恬静生活愈发向往。民宿能够为居民在忙碌的工作之余提供一个缓解身心疲惫的休憩之地，得到了居民的广泛认可。而且中国 90 后、00 后的年轻一代群体，成长于物质丰富、网络发达的时代，对民宿的接受程度高，随着年轻群体的成长，民宿需求将不断增长。

目录

1	方法论.....	5
1.1	研究方法.....	5
1.2	名词解释.....	6
2	中国民宿行业市场综述.....	7
2.1	民宿的定义与分类.....	7
2.2	中国民宿行业的市场规模.....	8
2.3	中国民宿行业发展历程.....	9
2.4	中国民宿行业产业链分析.....	10
2.4.1	上游分析.....	11
2.4.2	中游分析.....	11
2.4.3	下游分析.....	13
3	中国民宿驱动及制约因素.....	13
3.1	驱动因素.....	13
3.1.1	居民消费水平提升，旅游需求不断增长.....	13
3.1.2	行业参与者不断增多，资本持续涌入.....	14
3.1.3	民宿概念不断普及，居民接受程度提升.....	15
3.1.4	盘活闲置住房资源，带动经济发展.....	16
3.2	制约因素.....	17
3.2.1	产品同质化严重.....	17
3.2.2	经营管理不规范，住宿乱象频出.....	18
3.2.3	行业监管不完善.....	18

4	中国民宿行业政策及监管分析	19
5	中国民宿行业市场趋势	20
5.1	民宿类型、服务多样化	20
5.2	城市民宿比例上升	21
5.3	专业化程度提升	22
6	中国民宿行业竞争格局	23
6.1	竞争格局分析	23
6.2	民宿企业分析	25
6.2.1	小猪	25
6.2.2	大象民宿	26
6.2.3	路客 Locals	28

图表目录

图 2-1 民宿分类.....	7
图 2-2 中国民宿行业市场规模, 2014-2023 预测.....	9
图 2-3 中国民宿行业发展历程.....	9
图 2-4 中国民宿行业产业链.....	10
图 3-1 中国国内旅游花费和旅游人次, 2014-2018 年.....	14
图 4-1 中国民宿行业相关政策.....	20

1 方法论

1.1 研究方法

头豹研究院布局中国市场，深入研究 10 大行业，54 个垂直行业的市场变化，已经积累了近 50 万行业研究样本，完成近 10,000 多个独立的研究咨询项目。

- ✓ 研究院依托中国活跃的经济环境，从旅游，酒店，共享经济等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ✓ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ✓ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。
- ✓ 头豹研究院本次研究于 2019 年 6 月完成。

1.2 名词解释

- **OTA:** Online Travel Agency, 在线旅游指旅游主体可以通过网络向旅游消费者进行旅游产品营销。OTA 行业中, 旅游产品的代理商通过 OTA 平台向旅游消费者提供旅游产品销售, OTA 平台向旅游消费者提供旅游信息搜索, 提供旅游产品信息。
- **边际成本:** 指每新增一单位的产品所增加的成本。
- **空置率:** 某一时间段内空置房屋面积占房屋总面积的比率。

2 中国民宿行业市场综述

2.1 民宿的定义与分类

民宿是指业主或房屋经营者利用空闲房间，融入房东个人特点或当地特色改造而成的，帮助房客体验当地文化、自然、生活方式的住宿产品。按位置和服务特点的不同，民宿可分为农家乐、青年旅社、乡村别墅、客栈、城市民宿、酒店式公寓、等类型（见图 2-1）。

图 2-1 民宿分类

类型	简介
农家乐	农家乐一般位于城市近郊或乡村地区，拥有美丽的田园风光，将乡村景观、民风民俗等融为一体，具有鲜明的乡土特色。农家乐的经营者主要利用当地的农产品、农村资源提供服务，帮助住户体验乡土气息，满足住户旅游、娱乐、度假等需求
青年旅社	青年旅社是针对旅友和年轻人的旅馆业态，具有实惠、强调交流、社群生活的特点。青年旅舍提供的是以床位为出租单位住宿空间，往往多人一间；青年旅舍注重公共交流空间，通常设有自助厨房、小卖部、放映室、游戏室、酒吧、餐厅、图书室等
乡村别墅	即位于在乡村地区的别墅，乡村别墅主要用户住户享受生活，满足第二居所的需求。与农家乐相比，乡村别墅提供的服务不多，主要是满足住户居家度日和休闲度假需求
客栈	指具有当地特色或者仿古的中小型住宿空间，主要满足游客度假需求。客栈一般位于景区周边或古镇之中，结合当地特色，具有复古特色，以销售客房和提供旅行度假配套服务为目标
城市民宿	即位于城市之中的民宿，主要由住宅小区房屋改造而成。城市民宿通常位于旅游城市、有文化底蕴的老城或者经济发达的现代化都市。城市民宿一般没有酒店中的高级设施，但具有鲜明的城市特点，能让住户体验当地风情，加深对城市的了解。城市民宿能起到替代公寓、酒店的作用，吸引了各类住户
酒店式公寓	严格来说，酒店式公寓属于城市民宿中的一类，但酒店式公寓既具有居家的格局，又能提供酒店式的服务。格局上，酒店式公寓会提供酒店没有的厨房客厅、书房等；服务上，酒店式公寓与酒店类似，包括入住与退房登记、家居清洁、送餐、衣服洗熨、叫醒服务等

来源：头豹研究院编辑整理

民宿作为非标准住宿，具有个性化、平民化、互联网化等特点：（1）个性化是民宿有别于酒店、公寓等标准住宿机构的最主要特征。民宿行业没有统一的标准和规范，其设计富有个性，主要体现房东个人特点或当地特色；（2）平民化。民宿大部分房源是个人房源，由当地的房东经营，房东能够帮助房客体验当地的美食、景色、民俗等，拉近民宿与房客的距离；

(3) 互联网化。民宿的房源分散，依托爱彼迎、途家、小猪等互联网平台可有效提高民宿的知名度和经营效率。随着共享经济的兴起，民宿房源依托互联网实现共享已经成为行业的重要特征。

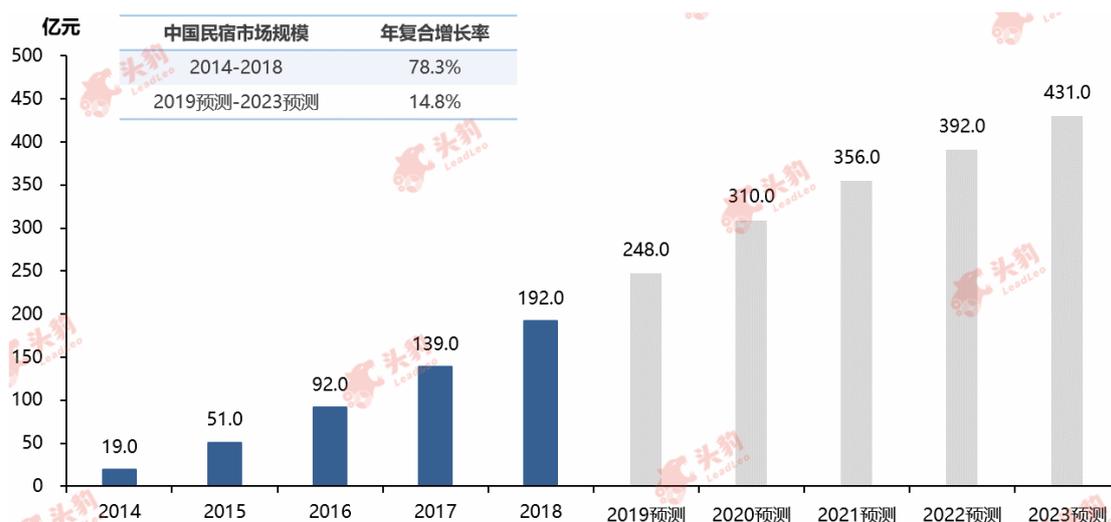
与酒店行业类似，民宿行业淡旺季区分明显。除位于热门景区的民宿之外，大部分地区的民宿受旅游淡旺季影响较大。以城市民宿为例，城市民宿的淡季为每年 10 月份到次年 3 月份，主要因为国庆节之后，公共假期减少，且北方地区的气候转冷，不适合出游。次年 3 月份左右，气候转暖，城市民宿逐渐迎来旺季，暑期为市场需求最旺盛的时候。

2.2 中国民宿行业的市场规模

得益于中国经济的稳定增长，中国旅游业发展迅速，2018 年中国国内居民旅游花费已达到 5.1 万亿，住宿作为旅游出行中的必要环节，民宿的市场需求不断上升。同时，大量资本涌入民宿行业，酒店企业、房地产企业等接连进军民宿行业，民宿行业内企业数量不断增多，相互促进发展，助推行业加速发展。此外，民宿在解决房屋闲置、促进地区经济发展方面能够发挥重要作用，受到了政府认可并获得国家政策的支持。

在市场需求增长、资本扶持、政府鼓励的情况下，中国民宿行业的市场规模从 2014 年的 19.0 亿元增长到 192.0 亿元，年复合增长率高达 78.3%。整体而言，中国民宿行业正处于高速发展期，行业中运营不规范、监管不完善等问题已逐渐显现。预测未来随着民宿行业法规的不断完善和经济的持续发展，中国民宿行业仍将保持增长，但增长速度将有所放缓，预计到 2023 年中国民宿行业市场规模将突破 400.0 亿元（见图 2-2）。

图 2-2 中国民宿行业市场规模，2014-2023 预测



来源：头豹研究院编辑整理

2.3 中国民宿行业发展历程

中国民宿的概念可追溯到古代的客栈，但现代所指的中国民宿行业开始于 20 世纪 90 年代的农家乐，中国民宿行业发展至今大致经历了三个阶段（见图 2-3）：

图 2-3 中国民宿行业发展历程



来源：头豹研究院编辑整理

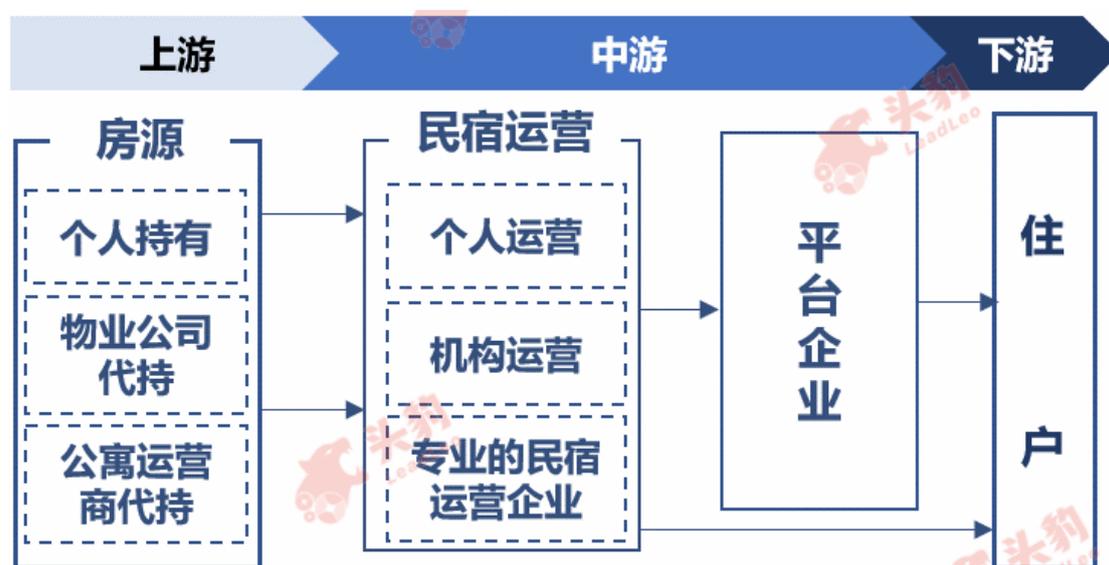
20 世纪 90 年代至 2010 年，行业处于萌芽阶段。此阶段的早期，民宿主要以家庭副业的形式经营，民宿类型以农家乐为主，主要满足客户的玩乐需求。之后随着中国旅游业的发展，民宿市场逐渐升温，投资客开始进入民宿行业，专业的民宿机构开始出现。民宿类型逐渐多元化，客栈、青年旅社等精品化、个性化的民宿出现。

2011-2014年，行业进入探索阶段。随着互联网的快速发展，行业中开始出现了众多互联网民宿平台。2011年6月，中国首家专注于短租、日租的在线预订平台爱日租成立，之后途家、游天下、小猪、住百家等平台陆续成立。但在此阶段，民宿概念尚未被广泛认知，市场中的平台企业尚未探索出成熟的商业模式。2013年，红极一时的爱日租倒闭，之后业内接连倒闭了十余家企业。

2015至今，行业处于快速发展阶段。2015年，国外领先的民宿平台爱彼迎正式进入中国，国内的民宿平台开始学习爱彼迎的模式，小猪、途家等平台快速成长。在此阶段，中国旅游业持续发展，居民对民宿的接受程度不断提高，民宿的市场需求增长快速。政府在2015年正式提出要发展民宿、短租公寓等多种业态，推动了民宿的发展。同时，大量民宿企业获得资本扶持，实力不断增强。

2.4 中国民宿行业产业链分析

图 2-4 中国民宿行业产业链



来源：头豹研究院编辑整理

中国民宿行业产业链上游环节参与者为房源供应方，包括个人房东，物业公司，公寓的管理机构等。中国民宿行业产业链中游主体是民宿企业，分为民宿运营商和民宿平台商，其中运营商负责民宿的日常运营和管理，平台商起到中介作用，负责对接运营商和下游客户。

中国民宿行业产业链下游为消费终端即客户，客户类型包括游客、商务人士、学生等（见图2-4）。

2.4.1 上游分析

中国民宿行业产业链上游参与者为房源供应方，包括个人房东，物业公司，公寓的管理机构等，其中个人房东是房源最主要的提供者。房源供应方将房源出租给民宿行业产业链中游的民宿企业开展民宿业务，房源的租金价格受多种因素影响。例如用于旅游度假的民宿，其租金受地理位置影响较大，热门景点的房源租金价格较高。

个人房东、物业公司、公寓管理机构等房源供应方对于租金有较强的议价能力，供应方根据房价市场行情而不断调整租赁费用。但随着中游运营商的品牌化、连锁化发展，以及平台商的整合，中游市场的集中度不断上升，中游民宿企业对房源的议价能力有望逐渐提高。

此外，一些民宿企业采取和房源供应方合作分成的方式获取房源。房源供应方只提供房源，且不向民宿企业收取租金。民宿企业负责民宿的经营管理，将运营收入与房源供应方分成。同时，不少房源供应方参与到民宿运营之中，既是行业上游的参与者也是行业中游的参与者。

2.4.2 中游分析

中国民宿行业产业链中游的主体为民宿企业，分为民宿运营商和民宿平台商。运营商负责民宿的日常运营，行业中民宿运营的参与者包括房源提供方以及专业的民宿运营商。个人房东是民宿运营最主要的参与者，但个人房东通常缺乏专业技能，管理水平参差不齐，运营中存不规范的问题；物业公司、公寓管理机构等机构缺乏民宿运营经验，通常采取和专业的民宿运营机构合作的方式，较少参与到民宿运营之中；专业的民宿运营商是专业从事民宿运

营的民宿企业，拥有丰富民宿运营经验，管理水平高。民宿运营需要投入大量人力、物力，民宿运营商的扩张速度通常较为缓慢。

平台商负责连接运营商和下游房客，业内的平台商经营模式有 C2C 模式、B2C 模式、C2B2C 模式等：

(1) C2C 模式：平台商不拥有房源，主要起到中介平台的作用。个人房东将房源上传至平台，经过平台审核后，即可在平台上发布出租信息。房客通过平台获取房源信息，在线与房东沟通并完成交易。平台商主要通过从中收取佣金的方式盈利，业内 Airbnb、小猪等平台商采取此经营模式；

(2) B2C 模式：平台商主要与开发商、公寓机构等 B 端客户合作。平台商通过合作分成的方式独占上游 B 端客户的房源，之后对房源进行统一的运营管理，对接下游房客；

(3) C2B2C 模式：平台商从上游个人房东获取房源，进行统一管理、运营，并直接对接下游客户。

发展至今，C2C 模式已经是平台企业最主要的经营模式，根本原因为平台商在此模式下不需要参与民宿运营之中，只需通过互联网整合碎片化的住房资源，扩张的边际成本低，具有轻资产、扩张快的优势。行业中不少民宿企业的业务均涉及运营和平台两方面。例如平台商途家、小猪等具有民宿运营业务；路客作为民宿运营为主的民宿企业拥有平台。

中国民宿行业存在房源分散，客户资源分散的特征，因此极为依赖平台商进行资源整合。对民宿运营商而言，其自身宣传和营销渠道有限，需极大的依赖互联网平台进行在线宣传、获得客户；对客户而言，客户需要平台集中住房资源，以便捷的完成民宿的选择、预订。

客户资源丰富的平台商在行业中将具有极强的议价能力，例如酒店行业中，平台商携程大幅领先其他平台商，其佣金比例在 15%-30%不等。但目前，中国民宿行业中平台商的佣金比例相对较低，普遍在 10%左右，根源是民宿行业尚未出现垄断格局，市场中爱彼迎、

小猪、途家、榛果民宿等平台的规模接近，相互制约。

2.4.3 下游分析

中国民宿行业产业链下游消费终端为民宿客户，包括游客、商务人士、学生等。民宿种类众多，能够满足不同房客的需求。根据头豹研究院调查，50%的民宿房客是游客，37%的民宿房客是商务出行人士，还有一定比例的民宿房客是走亲访友、异地医疗和异地求学的房客。

中国旅游业发展旺盛，根据国家旅游局数据，2018 年中国旅游人次已经达到 55.4 亿人次，未来随着经济的持续发展，旅游人次仍将继续增长，带动民宿需求增长。得益于经济的发展，商务人士的出行需求持续增长，民宿作为酒店的补充，逐渐成为商务人士的出行居住的重要选择。除游客和商务人士外，民宿还能满足多类客户的住宿需求。例如乡村别墅类型民宿能作为城市居民的第二居所；环境优美的民宿适合作为病患的疗养场所；城市民宿能成为走亲访友房客的暂住之地。未来随着民宿行业的发展，其客户范围将不断扩大。

3 中国民宿驱动及制约因素

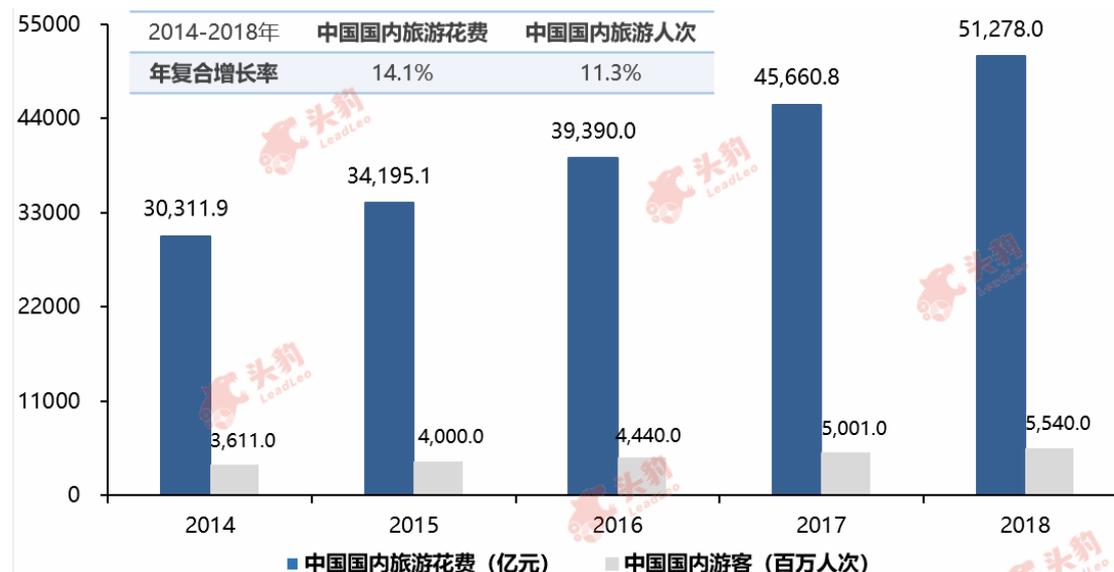
3.1 驱动因素

3.1.1 居民消费水平提升，旅游需求不断增长

伴随着中国经济长期的稳定增长，中国居民收入持续增长，2018 年中国居民人均可支配收入已增长到 28,228.0 元。随着收入的不断增长，中国居民旅游需求不断上升，旅游业发展迅速。根据国家统计局数据，2018 年中国国内旅游总花费已经达到 5.1 万亿，近 5 年的年复合增长旅游达到 14.1%，中国国内旅游人次也在 2018 年达到 55.4 亿人次，近 5 年的年复合增长率达到 11.3%（见图 3-1）。旅游业在中国经济中的比重持续增高，成为国民

经济的重要组成部分，2018 年旅游业对 GDP 综合贡献占比达到 11.0%。

图 3-1 中国国内旅游花费和旅游人次，2014-2018 年



来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

得益于中国居民旅游需求的快速增长，中国民宿行业发展迅速。不同于传统酒店千篇一律的装饰风格和管理模式，民宿通常与当地人文景色紧密结合，周边景色优美，能够帮助房客更好的体验当地特色，满足房客的旅游需求。而且民宿布置精致，具有个性化的家具，可以提供家庭影院、整体厨房、超大客厅等空间，满足游客的个性化需求，提升游客的出游体验。因此民宿逐渐成为中国居民旅游出行的首要选择，民宿行业得以快速发展。

3.1.2 行业参与者不断增多，资本持续涌入

民宿行业广阔的发展前景吸引了众多企业跨行进入，吸引资本持续涌入，推动了行业进一步的成长。当前跨行进入民宿行业的企业主要为 OTA 平台企业、酒店企业等。

OTA 平台企业中，携程、美团等头部企业均已进军民宿行业，并在民宿行业中拥有一定的影响力。(1) 携程在 2012 年投资了民宿平台途家，途家在发展过程中不断获得携程的流量支持、资金支持，成长为业内领先企业；(2) 美团在 2017 年推出民宿平台榛果，榛果借助美团的力量，迅速成为市场中的头部企业之一；(3) 期间，携程接连投资了旅悦、久栖连

锁客栈、罗望等民宿企业，大力布局民宿行业。

酒店企业拥有丰富的酒店管理经验和雄厚的资金，通过推出子品牌或收购的方式进军民宿行业。例如，(1) 如家酒店在 2016 年 3 月正式启动民宿运营，将符合条件的民宿业主纳入旗下品牌“云上四季民宿”；(2) 首旅酒店集团在 2015 年推出“首旅寒舍”品牌，布局民宿行业；华住酒店集团在 2018 年收购了民宿运营商花间堂。

与此同时，资本持续涌入民宿行业中，帮助民宿企业扩大规模，提升竞争力。民宿行业的体量偏小，投资总量可控，市场前景广阔，因此民宿企业成为投资人理想的投资目标。根据统计，中国民宿行业 2017 年完成的融资额超过 35 亿元，2018 年也有众多民宿企业获得融资。例如，(1) 小猪在 2018 年获得由云锋基金、尚城资本领投的 3 亿美元投资；(2) 千屿在 2018 年获得昆仲资本、元璟资本、高榕资本等机构的投资；(3) 路客在 2018 年完成 A 轮和 A+轮融资，获得顺为资本、洪泰基金等机构的数亿元投资。随着进入民宿行业中的企业与资本不断增多，民宿行业整体规模得以持续扩大，民宿企业的实力不断增强。

3.1.3 民宿概念不断普及，居民接受程度提升

近年来，随着民宿相关的电视节目的播出以及民宿活动的接连举办，民宿的概念得到了广泛宣传。2013 年，《爸爸去哪儿》开播，节目组为观众呈现了多个别具特色的景点，并安排明星家庭住在民宿之中；2017 年，湖南卫视推出《亲爱的·客栈》，节目组安排明星经营客栈；2017 年，在东方卫视推出的《青春旅社》中，节目组安排明星经营旅社。众多民宿相关的电视节目播出，让观众能够更加深入了解民宿的生活，感受民宿的魅力，电视节目不断为民宿行业培养出潜在客户。

除电视节目外，民宿企业和地方政府不断举办民宿相关活动。2018 年，长沙县推出“长沙县民宿活动月”，招募 100 名民宿体验官，免费试住当地精品民宿；2019 年，十余家民

宿品牌联合抖音举办“民宿预售活动”，为观众呈现优质的民宿短视频，吸引观众下单；2019年，张家界市人民政府推出“2019·张家界民宿旅游年”，推广张家界的民宿旅游。在民宿企业和政府的努力下，民宿的影响力不断扩大，中国居民对民宿的接受程度不断上升。

此外，在经济的高速增长下，中国居民生活节奏不断加快，居民对慢节奏的恬静生活愈发向往。民宿能够为居民在忙碌的工作之余提供一个缓解身心疲惫的休憩之地，得到了居民的广泛认可。而且中国90后、00后的年轻一代群体，成长于物质丰富、网络发达的时代，对民宿的接受程度高，随着年轻群体的成长，民宿的需求将不断增长。

3.1.4 盘活闲置住房资源，带动经济发展

民宿在乡村的发展可有效促进乡村经济发展，主要表现为：（1）民宿通过将农村闲置住房进行个性化改造，盘活了农村闲置住房资源；（2）民宿能够帮助城市居民体验乡村生活，带动周边餐饮、娱乐、休闲等消费，从而为农村居民增加就业和收入，起到推动乡村经济发展的重要作用。

如今北京、海南、上海等地均出台了促进乡村民宿发展的文件，以推动乡村民宿的发展。例如上海发布的文件称，支持具有专业化经营能力的企业法人参与乡村民宿经营活动。鼓励具有一定实力的农民专业合作社、农村集体经济组织通过投资、租赁等方式，参与乡村民宿的建设和运营。允许有条件的农户以注册个体工商户的形式，将自有宅基地农民房屋用作乡村民宿经营。

此外，民宿行业的发展也有利于解决中国城市住房空置率过高的问题。中国一线城市住房空置率达到17.0%，二、三线城市空置率超过20%，部分热门旅游城市的房屋空置问题尤为严重，如三亚的住房空置率高达84%。同时，随着国家对房地产市场的政策调控不断加强，中国房地产企业经营压力增大，开始寻求新的业务突破。通过与民宿企业合作，

房地产企业能开辟出新的业务，并缓解房源闲置问题。如今万科、中海地产、保利等房地产企业纷纷进军民宿领域，收购或租赁景点周边住宅，进行整体改造，统一运营。民宿行业在盘活闲置资源，带动经济发展上发挥重要作用，未来随着行业的不断发展，将获得政府更多的支持。

3.2 制约因素

3.2.1 产品同质化严重

民宿行业的进入门槛低，随着民宿数量的不断增多，行业中同质化现象逐渐加剧。一方面，房东的投入有限。例如一些位于偏僻乡村地区或者破旧程度高的房屋，其精品化改造的成本达到数百万元。当前，市场中大部分民宿是由房东将普通住宅略作改造而成，房源质量差，民宿产品无明显差异。另一方面，民宿对设计要求较高，需要融入当地人文、自然特色才能具备吸引力，但大部分房东设计认知不足、投入不多，导致市场中民宿设计趋同。

民宿行业在近年处在高速增长期，民宿企业过于重视规模扩张而忽视了民宿的质量。在一些热门景区，民宿增长速度已经超过游客的增长速度，民宿的入住率、收益率出现了下降。随着市场竞争加剧，民宿的同质化竞争容易引发价格战，引起服务质量下降，降低房客的回头率，给行业的可持续发展带来阻力。

民宿与酒店、公寓等标准住宿机构相比，其最大的优势在于其非标准化、个性化的住宿环境和服务。例如酒店的资金实力雄厚，运营效率高，成本抗压能力强于民宿，一些顶级酒店在环境上也优于民宿。因此民宿主要依靠其个性化的环境和服务与酒店竞争，但随着民宿行业同质化程度的加重，同质化的民宿将逐渐丧失竞争优势，民宿的生存空间势必将会受到标准住宿机构的挤压。

3.2.2 经营管理不规范，住宿乱象频出

中国民宿行业住宿乱象频出，影响到行业的健康发展。民宿主要由个人房东运营，但个人房东缺乏专业的管理服务能力，容易在经营过程中出现房客隐私保护不周、人员随意出入等问题。2017年，蚂蚁短租发生“租房被盗搬”事件，房东将其房屋放在蚂蚁短租平台商出租，却被未实名注册的用户将房内物品“搬家式”运走。此外，民宿行业中房东偷拍事件频出，仅在2019年，多个民宿平台被爆出偷拍事件：2019年3月，小猪平台下的民宿被房客发现电视上装有针孔摄像头；2019年5月，爱彼迎平台下的民宿，房客在路由器中发现针孔摄像头。偷拍事件、平台管理不力事件的接连曝光，严重影响民宿在房客中形象，降低房客对民宿的居住意愿。

同时，房客的素质参差不齐，业内房客违约、损坏房屋设施等问题屡见不鲜，给民宿经营造成困难。平台对房客权益有充分保障，面对房客的毁坏行为，房东在无直接证据的情况下，基本无法获得理赔，不少民宿因为房客毁坏严重而损失巨大，被迫歇业修缮，造成经营困难。房东面对房客、平台处于弱势地位，房客的行为若不能得到规范将会严重打击房东经营的积极性，影响行业中房源数量的增长。此外，不少城市民宿位于居民楼内，民宿房客众多，流动性大，引发小区居民的安全担忧。一些低素质房客存在扰民行为，更加深了小区居民对小区民宿的抵触心态，行业发展受阻。

3.2.3 行业监管不完善

虽然政府在国家层面鼓励民宿的发展，但具体到地方层面，民宿行业发展过程中依然面临法律地位不清晰、监管不完善的问题。当前，国家尚未针对民宿行业出台统一的监管政策，民宿的性质尚未得到明确，导致地方政府在具体监管中各行其是、标准不一。

部分地方政府对私有住房作商业用途尚未放开，导致民宿无法取得经营执照，无法获得

消防、卫生、公安、食品安全等方面的许可；部分地方政府则以社会旅馆的标准管理民宿，要求房东申请旅馆业特种行业许可证、营业执照、消防验收报告书、卫生许可证等资质材料，但此监管模式是线下的属地化管理，不适应民宿行业互联网化、跨区域运营的特点。

在民宿的实际运营中，监管机构力量有限，在未接到举报的情况下，难以全盘通查民宿的经营情况，而且平台对房源的审核并不严格，营业执照、特种行业许可证等并非通过审核必要条件，导致市场中民宿无证经营成为常态。此外，行业中缺乏法规对平台、房东、房客的相关权责进行明确的界定，一旦房东、平台、房客之间发生纠纷，监管部门难以有效处理矛盾。

在缺乏统一的标准和监管的情况下，基础设施不完善、存在安全隐患的民宿屡见不鲜。例如部分由破旧的老房源改造而成的民宿，房客在用电、用气等方面均存在安全隐患；部分民宿消防设备不完善，存在消防安全问题；部分民宿卫生环境差，未采取规范的消毒和疾病防范措施；部分民宿靠近山边、溪边，存在自然地质灾害隐患。未来，政府需要早日出台相关政策法规，加强监管力度，才能促进行业健康发展。

4 中国民宿行业政策及监管分析

中国对民宿行业持鼓励态度。2015年，国务院发布《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》、《国务院办公厅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》，鼓励共享经济，提出要积极发展客栈民宿、短租公寓等业态。2016年，国务院发布《关于落实发展新理念加快农业现代化实现全面小康的若干意见》，提出要大力发展休闲农业和乡村旅游，有规划的开发休闲农庄、乡村酒店、特色民宿、自驾露营、户外运动等乡村休闲度假产品。

中国民宿行业中全国性的规范性文件较为欠缺。2016年，福建省、浙江省分别发布《福

建省旅游条例》、《关于确定民宿范围和条件的指导意见》，对民宿行业进行规范。2017年，民宿行业迎来第一份全国性的规范性文件，国家旅游局在当年发布《旅游民宿基本要求与评价》填补了行业标准的空白。但《旅游民宿基本要求与评价》作为指导性的标准，不具备强制性，中国民宿行业在市场准入、合规性等方面的文件依旧欠缺，行业法规仍待完善，监管力度有待加强（见图 4-1）。

图 4-1 中国民宿行业相关政策

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《旅游民宿基本要求与评价》	2017-08	国家旅游局	明确规定了民宿行业标准，规定了旅游民宿的定义、评价原则、基本要求、管理规范 and 等级划分条件，填补了民宿标准上的空白
《关于确定民宿范围和条件的指导意见》	2016-12	浙江省政府	规范民宿，更在于拉长民宿产业链周边，带动整个乡村旅游的发展，实现最合理的社会分工
《福建省旅游条例》	2016-08	福建省政府	针对民宿法律地位不明确，在治安、消防、卫生等方面缺乏可执行的具体标准的问题，《条例》出台了相关规定，明确了民宿的法律地位
《关于落实发展新理念加快农业现代化实现全面小康的若干意见》	2016-01	国务院	提出大力发展休闲农业和乡村旅游，有规划的开发休闲农庄、乡村酒店、特色民宿、自驾露营、户外运动等乡村休闲度假产品
《国务院办公厅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》	2015-11	国务院	首次提出“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，将在多维度给与政策支持
《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》	2015-11	国务院	提出创新、协调、绿色、开发、共享五大发展理念，这是在国家级会议首次明确提出共享概念，并将共享经济写入党的全会决议中

来源：头豹研究院编辑整理

5 中国民宿行业市场趋势

5.1 民宿类型、服务多样化

民宿独特的装修风格和周边的环境是其吸引房客的主要原因，民宿企业需要积极创新民宿类型，才能保持竞争力。当前民宿行业中同质化现象较为严重，格调相似的民宿在市场已不具备竞争优势，民宿企业需要秉承多元化发展的理念，根据目标客群和地理环境设计住宿环境，推出更多具有创意的民宿才能持续吸引客户。

业内企业在增加旗下房源的同时，正在不断丰富旗下房源类型。平台企业小猪旗下的民

宿房源类型包括四合院、花园洋房、绿皮火车房、森林木屋、星空房等，并拥有众多媒体人、艺术家等创造力十足的房东持续为平台提供个性的房源；路客坚持精品化路线，为客户提供高端、精品的城市民宿。此外，中国幅员辽阔，自然资源丰富，还有众多别具特色的地区亟待旅游开发，随着中国旅游开发程度的不断提升，民宿行业中将会涌现更多具有特色的民宿。

住宿作为居民出行的核心环节，是重要的服务载体与流量入口，依托民宿整合周边资源，为游客多样化的服务将是行业未来的趋势。如今民宿企业在提供住宿服务基础上，因地制宜的为房客提供垂钓、烧火做饭、滑雪、划船、骑马、射箭等服务项目。但民宿服务仍有进一步丰富的空间，通过整合民宿周边资源，将不同的业态、配套功能汇聚，打造吃喝玩乐一条龙的产业链，民宿企业能够进一步提升民宿的竞争力，并带动区域经济发展。同时，随着民宿行业的发展，民宿平台将积累大量用户消费行为、选择偏好等数据，从而能够将服务延伸至社交、健康、养老、文创产业等增值领域，进一步扩大其服务范围。未来，坚持多元化理念的企业才能源源不断的为房客提供独特的居住环境和多样的服务，在市场中保持长久的竞争力。

5.2 城市民宿比例上升

随着民宿行业的不断发展，民宿已不再局限于景区、乡村地区，城市民宿在近年发展迅速，成为众多企业的布局重点。城市民宿具有改造成本低、经营风险低、客户范围广的优点，未来，城市民宿在市场中的占比将不断提升。

从成本、经营风险分析，城市民宿优势明显。乡村地区的民宿通常位置偏僻，房源质量不佳，需要投入大量资金进行水电、消防等工程改造，尤其是位于冷门景区的乡村民宿，房东不仅要改造房源，还要对景区周边配套设、交通等方面投入，改造成本可达到数百万元。除热门景点外，大部分乡村地区的知名度不高，客户资源有限，经营者还需要投入大量资金

进行推广，项目投资规模较大，成本回收周期长，整体的经营风险高。

相比之下，城市民宿的改造成本较低，城市民宿由普通的住宅改造而来，无需进行水电、消防改造工程，且周边设施完善，房东无需投入过多资金，改造成本通常在 10 万元以下，更低的成本投入意味着城市民宿能更快速的回收成本。城市民宿位于城市之中，客户范围广，选址失败的风险低，整体的经营风险低。

从市场需求分析，城市民宿的客户范围更广，市场需求增长迅速。乡村民宿主要服务于游客，而城市民宿可以起到代替酒店的作用，吸引到游客、商务人士、就医人士、求学人士等。城市民宿装修个性化、设计感强，且价格与普通酒店接近，生活便利，因此能够吸引到游客之外的其他类型房客。同时，城市旅游逐渐成为游客的重要选择，居民出游不再只是追求热门景点，而更多的注重旅游的深度和体验，通过城市民宿，游客能更深入当地的文化，增加对一个城市的了解程度。此外，中国城市中房屋空置率较高，对房东而言，开设城市民宿也是解决房屋闲置的重要方式。

众多优点驱使业内企业开始重点布局城市民宿。如今城市民宿在途家、小猪、飞猪、蚂蚁短租等平台上数量不断增多，行业中出现了路客、大象民宿等以城市民宿的为主的民宿品牌，未来，城市民宿在行业中比重将不断升高。

5.3 专业化程度提升

中国民宿行业中的民宿多为个人房东经营，因此存在着管理不规范、服务不专业的问题，行业整体的服务质量仍有提升空间。随着行业的监管逐渐完善，以及房客需求的变化，未来民宿的经营服务将趋于标准化和规范化，民宿将更多的由专业化机构运营。

在某知名民宿平台中任职的业内专家表示，民宿行业的专业化程度上升已是必然趋势，未来民宿行业中个体经营者将不断减少。原因主要有三点：（1）当前民宿行业监管力量弱、

进入门槛低，但随着监管加强，民宿的改造成本、经营成本势必上升，行业的进入门槛得到提高，将阻止部分个体经营者进入；(2) 个体经营者的资金实力弱，抗风险能力弱。个体经营者无法像专业机构一样拥有大量资金投入配套设施建设、装修设计之中，导致房源吸引力不足。在面对市场竞争或者行业淡季时，个体经营者更容易发生亏损而退出市场；(3) 市场需求在持续变化中，随着民宿的普及，房客对住宿体验的要求将日益提升。个体经营者的管理能力不足，服务水平低，面对市场需求变化时，个体经营者将难以满足房客日益提升的住宿要求，会逐渐退出市场。

行业中的企业正在努力提升行业整体的专业程度。路客、大象民宿等专业的民宿品牌发展迅速，为更多的个人房东提供专业的民宿运营服务；小猪、途家等平台企业接连推出运营服务，并建立其标准的服务体系，共同推动民宿经营服务的标准化、规范化。

6 中国民宿行业竞争格局

6.1 竞争格局分析

中国民宿行业的参与者主要分为平台商和运营商。平台商经过数年发展，市场呈现四足鼎立的局面，爱彼迎、途家、小猪、榛果民宿的市场占有率相对较高。

(1) 爱彼迎是全球共享住宿的先驱，坚持 C2C 模式，不持有房源，只为房客、房东提供交易平台。截止到 2018 年，爱彼迎在全球范围内房源超过 300 万套。爱彼迎在 2015 年正式进入中国市场，依托在国外积累的经验，迅速成为中国民宿行业的领先企业。

(2) 途家成立于 2011 年，早期以 B2C 模式为主，平台主要经营旗下民宿。之后途家不断发展 C2C 业务，旗下平台既有自有民宿，也有房东上传的房源。2016 年，途家并购了携程公寓及民宿业务，2017 年携程完成对途家的投资。途家在发展过程中与携程始终保持

紧密合作，获得了携程的流量支持和资金支持。发展至今，途家房源数量已超过 100 万套。

(3) 小猪成立于 2012 年，采取 C2C 模式的平台，发展至今，旗下房源超过 80 万套。2018 年 4 月，小猪推出“揽租公社”品牌，开始涉足民宿经营业务。2018 年 10 月，小猪获得了 3 亿美元的融资，

(4) 榛果民宿是美团旗下的住宿分享平台，为房客提供民宿住宿体验，为个人房东提供营销、售卖、线下保洁等服务。榛果民宿 APP 在 2017 年正式上线。借助美团的流量，榛果民宿成长迅速，已在三百多个热门旅游城市中拥有 35 万套房源。

运营商中，行业出现了一批知名的民宿品牌，如路客、有家民宿、大象民宿、城家等，但各民宿运营商规模有限，市场份额低。民宿运营商需要投入人力、物力到房源获取和民宿运营中，其经营扩张成本高，因此扩张速度有限，发展速度落后于平台商。但行业中运营商逐渐探索出新的发展模式，实现了快速扩张。路客采取了“路客投资人”模式，投资人只提供资金或者房源，路客负责提供包括选址、设计、改造、运营、营销在内全部运营服务，后期再从营收中抽成。截止到 2018 年底，路客在全球 60 多个城市管理超过 15000 套精品民宿。

从分布来看，中国民宿的分布不均匀，主要集中在旅游业发达或经济发达地区。北京、浙江东部、福建、广东以及云南、四川等地区民宿数量众多，西北地区以及东北地区的民宿数量偏少。其中北京地区的民宿数量居于全国首位，数量超过 3000 家。丽江、厦门、大理、嘉兴、秦皇岛、成都等城市的城市民宿数量也达到上千家。丽江、大理、嘉兴等城市的古城、古镇区域中民宿数量相对较多。古城、古镇所具有的文化特征气质与民宿特点较为契合，因此成为民宿选址的热门地区。

6.2 民宿企业分析

6.2.1 小猪

6.2.1.1 企业简介

小猪是北京快跑信息科技有限公司旗下为用户提供短租住宿服务的互联网平台，正式上线于 2012 年 8 月。小猪坚持 C2C 模式，致力于挖掘潜力巨大的房屋闲置资源，搭建一个诚信、安全的在线沟通和交易平台，为房客提供有别于传统酒店、更具人文情怀、更有家庭氛围、更高性价比的住宿选择。

发展至今，小猪已是中国民宿行业的领先企业。小猪在全球超过 700 多座城市中拥有超过 80 万间房源，在 20 多座城市中设有办公室。小猪的房源丰富多样，包括普通民宿、四合院、花园洋房以及特色鲜明的绿皮火车房、森林木屋、星空房等。

小猪自 2012 年成立以来经过了多轮融资，2018 年 10 月 10 日，小猪宣布完成 F 轮近 3 亿美元的融资，F 轮融资由云锋基金、尚城资本领投，新加坡政府投资公司（GIC）、愉悦资本、晨兴资本、今日资本跟投，小猪估值超过 14 亿美元。

6.2.1.2 竞争优势

小猪房源广泛，特点鲜明。小猪拥有 80 万间房源，分布在 700 多座城市中。房源类型包括普通民宿、四合院、花园洋房以及特色鲜明的绿皮火车房、森林木屋、星空房等，众多媒体人、艺术家、自由职业者成为小猪房东，引领住宿生活方式变革。

小猪积极采取措施保障房客的权益。小猪为住宿交易提供担保服务，若房东违约，小猪将会提供保障，协调房东解决或帮房客预订附近的其他住处，为房客找到满意的住所；若房屋实际情况与页面上的图片或描述严重不符，或承诺的设施不可用，或收取未注明的额外费

用，小猪也将会为房客提供保障。

小猪在 2015 年开始积极构建共享住宿服务生态体系，为房东提供摄影、信用、安全、住宿保洁等的基础服务。截止到 2018 年底，超过 5000 名保洁管家活跃在小猪平台，上千名兼职摄影师为房东提供拍摄服务，降低了房东的经营门槛。2018 年 4 月，小猪进一步推出了一站式经营服务品牌揽租公社，为房东提供包含房屋设计、装修、保洁、物联网设备、房屋管理在内的经营相关服务。依托于小猪平台的生态体系，揽租公社将最大程度地降低房东的经营门槛。

小猪重视用户的安全，不断加快技术创新与业界合作。2018 年 5 月，小猪将“刷脸入住”功能引入智能门锁，实现安全身份认证下的智慧入住，并迅速推广至全国 40 个城市。2018 年底，揽租公社在成都完成智能安全民宿的打造，智能安全民宿配备烟雾探测器、燃气报警器、防盗报警器等设备。小猪持续推动智能门锁的普及，计划在 2019 年实现试点地区覆盖率 80%。

此外，小猪也在发力其他业务，进行多元化发展。例如小猪与海南省旅游发展委员会合作开拓乡村民宿、与 Booking 集团旗下的 agoda 合作加码海外市场。

6.2.2 大象民宿

6.2.2.1 企业简介

大象民宿是象宿网络技术（北京）有限公司旗下的民宿租赁共享平台。象宿网络是一家“互联网+民宿”的高新技术企业，成立于 2017 年，注册资金 500 万，目前拥有专业的技术工程师团队 30 多人，资深的运营团队 40 多人。

大象民宿定位于城市精品民宿共享平台，是国内首家 C2B2C 模式的民宿运营平台，是阿里巴巴创新中心合作伙伴旗下标杆民宿品牌。C2B2C 模式下，大象民宿从 C 端房东或财

务投资者处获取房源，B 端大象民宿为房东或财务投资者提供房源筛选、设计改造、运营售卖等一站式全托管服务，负责民宿的日常运营，直接对接下游 C 端客户。大象民宿主要专注于民宿运营，旗下的民宿在其他民宿平台及 OTA 平台中上线。

发展至今，大象民宿遍布北京、重庆、厦门、西安、北海、桂林、三亚等 9 个热门旅游城市，打造了超过 3000 套特色民宿，已有 150 万人次入住。大象民宿致力于让每间民宿成为“有温度的民宿”，为房客提供有当地特色、有品质的城市精品民宿，创造放心、安全、愉悦的极致住宿体验。

6.2.2.2 竞争优势

大象民宿专注于发展城市精品民宿，避免了民宿行业中常见的管理不完善、产品同质化的问题。从一开始的装修设计到最后的交易完成，大象民宿坚持更高标准的服务。除了参与到装修设计环节，大象民宿还依托属地管家服务建立标准，并基于平台划分的城市板块，为房源匹配管家。其中一名管家可负责 10~20 套房源，提供咨询、入住、清扫等服务。全面提高房源管理效率和服务水平。

大象民宿推出了投资人计划，实现了规模化扩张。大象民宿通过招商，为每套房源匹配合适的投资人，投资人只需投入一定资本（包括房屋租赁、设计改装、物品采买等费用及平台合作服务费）即可，后期无需参与任何运营和管理，便可持续获得该房源扣除运营成本后的所有运营收入，目前已有上千投资人加入。

大象民宿团队的经验丰富，在地产、酒店、互联网等领域积累深厚。大象民宿创始人张士杰拥有 15 年地产经纪公司核心高管经验；COO 顾平拥有 13 年公寓式酒店运营经验，先后服务于两家国内超大型地产中介公司；VP 石晋曾任蚂蚁金服产品经理，拥有 9 年互联网从业经验，5 年首席产品官经历。

6.2.3 路客 Locals

6.2.3.1 企业简介

北京路客互联网科技有限公司成立于 2015 年 10 月，其创始人苏同民曾任铂涛集团高级副总裁、简约生活事业群兼 7 天酒店事业部 CEO，拥有丰富的住宿行业经验。路客致力于为房客提供有当地特色和品质保障的精品民宿，以避免民宿行业中房源品质参差不齐、卫生和安全无保障等问题。

路客虽然拥有在线预订平台，但其业务以运营民宿为主，依靠民宿运营获利。路客采取独创的全流程托管模式，不断吸纳路客投资人。路客投资人只需投入资金或者房源，路客为投资人提供选址、设计、改造、运营、营销全流程的服务，最终收取 10% 的费用。路客还积极与地产商自持物业合作，通过合作分成的方式获取物业公司旗下房源的民宿运营权。路客对接了携程、Airbnb、途家、飞猪等大型预订平台，房客可以通过多个平台的渠道，完成路客民宿的选择预订。

截止到 2018 年底，路客在全球 60 多个城市管理超过 15000 套精品民宿，2018 年路客接待入住人次 1500 万，全年入住率达到 82%，平均每晚每套价格在 550 元左右。路客已成为民宿行业中领先的民宿品牌运营商。2018 年，路客完成 A+ 轮 1 亿元的融资，由顺为资本投资。

6.2.3.2 竞争优势

路客开创了分散式民宿的规模化、品牌化运营的模式。民宿通常由房东运营，通过平台商对接下游客户，民宿行业呈现分散发展的特点。相比之下，路客不仅能提供平台交易服务，路客还为房东提供全流程服务，获取了房源的运营权，打造出城市精品民宿，从而推动了民

宿行业品牌化、规模化发展。路客在成立之后成长快速，目前已在消费者心目中建立起城市精品民宿品牌的印象，其模式得到了市场验证

路客团队以原 7 天酒店 CEO 所领导，整个团队拥有打造现象级连锁酒店的能力和丰富经验，并积累了丰富的住宿行业相关资源，有利于路客在民宿行业中快速成长。路客在成立 3 年内快速成长民宿行业中的知名品牌，未来借助团队的经验和资源，有望占据更多市场份额。

此外，路客计划建立“路客学院”，对民宿的服务人员进行全方位培训，向行业输送人才资源。随着房源的增加，为社会创造更多就业岗位。路客计划加强技术投入，打造“房源签约智能系统”和“智能接待交互系统”，前者将导入目标城市的房源详细信息，并为开发人员提供智能判断，作为签约房源的依据；后者则是把民宿房东、用户、民宿服务人员连接起来，实现订单的智能分配和管理。

头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家 B2B 模式人工智能技术的互联网商业咨询平台，已形成集行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务：

企业服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师外派驻场服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、奖项评选、行业白皮书等服务

园区规划、产业规划

地方产业规划，园区企业孵化服务



报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫右侧二维码阅读研报



图说



表说



专家说



数说

详情请咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生：13611634866

李女士：13061967127



南京

杨先生：13120628075

唐先生：18014813521



深圳

李先生：18916233114

李女士：18049912451