

# 民宿构建乡村新业态 规模化经营促消费

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

近日,浙江省农业农村厅公开发布关于做好“浙江千名乡村CEO培养计划”(以下简称“乡村

CEO培养计划”)组织工作的通知,表明正式启动实施系统化培养乡村经营人才的计划,并于今年招收100人。前不久国家发改委发布的“扩消费20条”中亦提到,要

推广浙江“千万工程”经验,建设宜居宜业和美乡村。其中,培育发布一批等级旅游民宿、打造一批品质民宿成为乡村经济新的着眼点。

民宿产业是住宿产业的重要

组成部分。据统计,从2016年开始的5年里,中国民宿数量增加了数倍。2021年,民宿的数量比2020年增加约30%。

河南省委文旅文创委员会常

务副主任梁兴认为,中国乡村缺的是乡村治理体系和产业生态建设。村庄的产业化发展首先要考虑到项目落地运营和产业转化,因地制宜打造乡村场景及其“一

村一品”工程,助力实现乡村振兴。再结合良性的乡村管理运营机制,充分调动村民积极性,发挥村集体的作用,保障乡村社会的可持续发展。

## 乡村新业态

以莫干山为代表的民宿发展模式正在被复制。

当下,周边游、近郊游正在推动农村特色农业、民宿业和消费业的发展。

“扩消费20条”中提到,要推动实施乡村民宿服务认证,培育第一批等级旅游民宿,打造一批品质民宿。此外,支持经营主体开发森林人家、林间步道、健康氧吧、星空露营、汽车旅馆等产品,因地制宜打造一批美丽田园、景观农业、农耕体验、野外探险、户外运动、研学旅行等新业态,拓展乡村生态游、休闲游。

业内专家指出,民宿深植于城乡社区,能够帮助广大消费者更好地与乡村产生情感连接,与农业、餐饮业等共同构建新的商业形态,满足消费者个性化、多样化、品质化的消费需求。

近两年,通过莫干山的示范带动,浙江桐庐等其他地市,包括全国各地都掀起一股民宿热,尤其是在乡村振兴战略下,民宿已成为带动乡村振兴发展的特色先导产业。据了解,今年一季度,莫干山民宿游客接待量超20万人次,春节期间,游客接待量超过3.5万人,是2019年同期的2倍。

在市场需求牵引下,德清民宿产业不断迸发业态创新动能,裸心生态村、银泰商旅综合体、之江实验室AI莫干山综合体等大型在建项目正加速推进。

梁兴认为,民宿产业的发展也将促使当地其他业态加速品质提

升、服务升级,因此要做好产业生态建设,首要考虑的就是如何因地制宜实现村镇的特色产业化发展。比如莫干山模式,抓住民宿业,聚力打造集观光、休闲、康养、旅居于一体的产业发展体系。

以莫干山为代表的民宿发展模式正在被复制。在临近德清县的安吉县,以“白叶一号”为代表的白茶产业是当地农业经济发展的支柱之一,以茶业为抓手,丰富“吃、住、游、购、玩”等休闲元素,强化产业链延伸。在与当地民宿集群相距不足1公里的地方,亲子主题乐园、艺术馆等项目相继落成。

华南理工大学公共政策研究院副院长、研究员林辉煌表示,特色镇和专业镇都有前期的产业基础,有相应的产业在乡镇集聚发



本报资料室/图

消费的同时又能感受水码头的传统文化。”

“扩消费20条”中还提到,实施文化产业赋能乡村振兴计划,保护传承优秀乡土文化,盘活和挖掘乡村文旅资源,提升乡村文旅设施效能。

对此,梁兴认为,乡村建设应遵循地域特色,需要避开“千村一面”,寻找差异化优势。结合到每一个乡村独特的历史和资源禀赋,包括农耕农业文化、节日节庆文化、手工手工艺、孝亲敬老文化以及人文景观特色等,抓住一个点形成村镇甚至民宿群的专属定位。

梁兴指出,乡村设计首先是乡村基础设施设计,包括村落整体改造、新村建设、乡村社区规划和美丽庭院建筑设计;然后是生活空间优化,涵盖农田大地艺术、乡村道路景观、非遗与农业文化遗产景区、农业公园和乡村生态景观设计;还涉及公共设施提升,包含旅

游相关设施如乡村民宿、农家乐,公共文化教育设施如村史馆、非遗展示馆。“一村一品”的发展还涉及农产品地理标志、乡村土特产品牌、文创产品、直播助农与绿色包装等设计。

在具体实施“一村一品”时,梁兴提出“IP六化”模式。即品牌化:围绕乡村资源,确立发展定位,整合品牌策略;形象化:挖掘乡村历史文化,打造鲜明的IP形象;农创化:将乡村土特产创新转化,提高产品附加值;内容化:运用网络平台,传递有情感链接的乡村故事;场景化:根据旅客需求,开发沉浸式体验项目;数字化:利用技术,展现丰富的乡村文化和景观。

然而,业内认为,国内的民宿产业仍面临法律规范不完善、行业协会力量较为薄弱、民宿经营服务不够精细化、专业管理人员短缺、国际化程度有限等问题。因此,借助成熟的经验模式成为重要共识。

## 人与土地的链接

林辉煌认为,从乡村整体产业的发展来说,更多的是走土地进一步集体化的道路。

蓬勃发展的乡村民宿产业为广大游客、当地居民与乡村“亲密接触”“深入交流”提供了新选择。如何实现民宿与村民互利共生的可持续发展模式,是乡村民宿发展必须探索的方向。

据悉,在土地政策上,莫干山民宿项目通过“点状供地”,出让投资者房屋落地的土地,减轻企业负担,减少土地浪费。

林辉煌认为,近郊游和周边游是城市化发展到一定阶段的产物,其休闲产品定位决定了市场的小半径,并不会对远距离游客产生吸引力,本质是微度假,因此不必成为标准化景区,更重要的是保留特色。“特色”的维系离不开在地的人。

对于人才政策方面,林辉煌提议,“一是尽可能地培育本地的专业人才,专业镇的形成跟本地人从事的产业有很大关系,不一定要过多吸引外地人才,因为往往专业镇不一定是在很发达的城市,要吸引外部的人是比较困难的;对于从外部引进的这些人,要有比较好的社会政策与配套措施,比如县城要有较好的教育资源或是教育政策的倾斜,使外来人才至少愿意长期在这里定居。”

记者梳理发现,“乌镇模式”作为国内更早民宿社区探索的成功案例之一,也很注重本地化特色

的运营。这种多元主题化的民宿产业,也形成了全国民宿产业的高地,历经外来人群投资、本地居民投资、政府引导发展三大阶段。

记者了解到,当下,乌镇民宿以“原住民”生活形态和起居风格为主旋律,用民风、民情、民俗和民生形态让服务更具亲密度。据悉,乌镇的“人家”则由招募的景区民宿房东打造,乌镇本地人在景区统一改造为民宿之后回来做房东,一家人住在景区里,用拿手菜招待往来的游客。

林辉煌认为,从乡村整体产业的发展来说,更多的是走土地进一步集体化的道路。他解释道,“这强调土地的集体统筹。就是把原来特别分散碎片化的土地进行集体化,重新做适度规模的经营,重视农业的机械化。但集约、集中起来不是直接给大资本和大老板,而是与本地的人种田或者就业的需求结合起来,使其在农村获得比较体面的生活。”

记者了解到,乡村职业经理人制度是浙江推进乡村振兴、探路共同富裕的重要手段。目前浙江正在引入懂农村、善经营、会管理的专业人才或团队参与乡村运营。在“乡村CEO培养计划”课程中,涉及开设村庄发展规划、农业产业布局、农业品牌建设、农村数字化管理、财务运作、产品营销策划等多类型特色课程。

# 回收牛奶包装再升级 光明乳业持续发力 引领低碳新风尚

7月15日,光明乳业“垃圾分类,光明未来”牛奶包装回收全国绿色大行动3.0版本正式启动。由光明乳业全国率先开展的牛奶纸盒回收行动,在持续开展第四个年头后再度升级,升级后的3.0版本除了可以继续回收牛奶纸盒外,首次加入牛奶塑料瓶包装进行回收;兑换礼品中加入再生纤维环保T恤,回收兑换种类更加丰富,兑换形式也更加便捷。

作为行业内率先开展牛奶纸盒回收绿色大行动的乳制品企业,自2019年起光明乳业便陆续在全国开展“牛奶纸盒回收”绿色公益大行动,创新建立垃圾分类新模式。每月的5日、15日、25日是光明乳业的“奶盒回收日”,不仅不分品牌回收牛奶纸盒,还让回收而来的牛奶纸盒以各种形式重获新生,从源头推动可持续发展。光明乳业将持续拓展社区回收点的广度,持续升级活动机制的力度,持续优化产业链绿色环保的强度,与全国消费者一起共建环保新风尚。

## 回收纸盒活动再升级

2023年6月28日,我国将8月15日设立为全国生态日。首个全国生态日当天恰好是光明乳业的“牛奶纸盒回收日”,居民可以带着任意品牌的牛奶纸盒或者塑料空瓶来“投喂”并领取积分。在“低碳生活”公益市集摊位上,光明随心订工作人员热情地向大家介绍光明牛奶包装回收行动,吸引了众多消费者前来了解和参加,现场还可以用旧塑料瓶、空奶盒免费兑换种子杯垫,用杯垫在大家心中种下一颗颗低碳环保的种子。

在为消费者提供新鲜、健康、高品质乳品的同时,光明乳业也思考如何做好后端产品包装的回收再利用,光明乳业将每月“逢五”的日子定为“牛奶纸盒回收日”,以上

海为原点辐射全国,不限品牌回收各类牛奶纸盒,创新建立垃圾分类新模式,开启了1.0版本的牛奶纸盒回收行动。2021年,2.0版本奶盒回收行动正式上线,新增预约上门回收的服务,并增加了数十种可供兑换的精美礼品,大大提高了消费者的参与热情,让践行环保省心又便捷。一个月前,“奶盒回收行动”升级为“牛奶包装回收行动”。在此次3.0版本的活动中,回收的塑料瓶包装将会被制作成各类环保礼物,消费者可以通过回收奶盒累积的积分在光明随心订APP进行兑换。

在这一过程中,市民们逐渐确立起对绿色消费的积极态度,使“攒奶盒”变成人们的自觉行动。每逢每月5日、15日、25日,人们纷纷拿着近期积攒的牛奶包装,在线下回收点排队等候光明随心订工作人员清点回收;光明随心订工作人员也热情地向市民们介绍活动内容,进一步传播绿色环保理念。

在活动现场,光明乳业的工作人员向大家展示了回收后的奶盒最终的产业走向,这些塑料瓶通过循环经济的长链链条,最后变成了一件环保T恤,此次光明乳业与上游环保企业联手,这些塑料瓶首先会变成颗粒,颗粒变为一根根纱线,纱线织成一块块面料,然后加入废弃的再生面料,变成一件成衣,最后再次回到了消费者的手中。

截至目前,奶盒回收行动已走过了4年,作为上海垃圾分类实践成果的样板案例,活动目前已累计覆盖全国90个城市,入驻全国5013个社区,累计执行落地活动超21万场,累计回收奶盒超882万只。此外,光明乳业还为低碳嘉年华打卡活动赞助了光明优加牛奶,以多种形式“花样”引导市民低碳生活。

市民集齐10个任意品牌牛奶包装(盒装、塑料瓶),便可至社区回收

点或在光明随心订APP预约上门回收,并兑换光明食品集团旗下优质产品。为便于市民兑换,上海地区奶盒回收在原有传统线下社区兑换(设摊)的基础上,新增2种回收方式,一是预约上门回收,市民可在光明随心订APP,预约5号、15号、25号,上门回收奶盒,在接到市民的申请后,送奶员将携带专用奶盒回收收纳袋上门回收奶盒。但市民需确认回收的奶盒符合环保要求,即外形基本完整、清洗干净无残留、压扁存储,同时数量至少为30个。

光明乳业表示,2019年,上海成为全国首个全面开展生活垃圾分类的城市,光明乳业从上海试点起步,成为行业内率先开展牛奶纸盒回收绿色大行动的乳制品企业。光明乳业将上海模式、上海经验成功复制推广至全国其他试点垃圾分类的城市,成为率先在全国推广牛奶纸盒回收行动的乳制品企业,通过这一创新的垃圾分类推广和激励模式,引领提高垃圾分类回收意识。

如今,面对新的消费习惯,光明乳业一边为消费者提供优质产品,一边坚持履行企业社会责任:一方面,将牛奶纸盒回收行动打造成公益环保新IP,以实际行动号召消费者为城市垃圾分类做出贡献。另一方面,不断优化产品包装设计,从源头推动垃圾减量。今年,光明随心订推出了900毫升大容量的可循环利用玻璃瓶装鲜牛奶,既可满足家庭消费者的饮奶需求,又能减少纸质包装,将垃圾分类、源头减量的公益新理念推广与产品生产营销有机结合,为保护生态环境贡献光明力量。

乳品行业关系民生保障、国民健康,光明乳业高度重视全产业链的可持续发展。在启动回收牛奶纸盒行动之前,光明乳业在绿色环保这条路上已经走了38年。38年

来,光明乳业始终坚持回收再利用玻璃奶瓶。作为百年乳企,光明乳业始终肩负社会责任,践行节能低碳理念,用实际行动传递光明力量。十年前,我国正式将“全国节能宣传周”的第三天设立为“全国低碳日”。在绿色低碳成为新风尚的大背景下,光明乳业也积极参与其中,于2019年在全国率先开展牛奶纸盒回收行动,回收各类牛奶纸盒。未来,光明乳业将继续与社会各界携手,积极探索推动企业践行绿色可持续发展的新途径,共同守护我们的家园。

## 将“上海经验”推向全国

海纳百川的上海一直有着先行者的勇气,作为垃圾分类试点“样板”城市,上海市民的垃圾分类意识高。作为生长在上海的企业,光明乳业致力于将上海模式、上海经验、上海成果成功复制推广至全国其他试点城市,在全行业起到示范引领作用。2020年,光明乳业联合江苏、济南、杭州等城市启动牛奶盒回收大行动;去年,光明正式宣布2022年全国牛奶盒回收行动再升级,将绿色理念传递给更多人。

2023年3月,光明乳业推出光明如实250g发酵乳方瓶。光明如实250g发酵乳方瓶盖单一聚烯烃材料,标签易分离的包装设计,可作为高品质聚烯烃再生塑料的原材料来源,提高了硬质HDPE和PP的回收再生价值,从设计端为行业带来了新的“可持续”灵感。上海花博园里156米的“最长观花长椅”由52吨回收再利用的牛奶纸盒作为原料加工而成,像一个巨大的环保低碳标识,展现变废为宝的神奇力量。从崇明花博会到青海果洛的校园里,光明乳业变废为宝的纸盒长椅带着环保使命奔赴全国各地,与全国消费者携手为绿色光明未来。



首个全国生态日,与每个公民的环保意识、每家企业的环保理念息息相关。从居民到企业,如何用巧思开出一朵朵绿色低碳之花,光明乳业的尝试和实践值得借鉴。该公司相关人士表示,未来将积极探索推动企业坚持践行绿色可持续发展的新途径,让绿色低碳成为经久不衰的“经典款”“常青款”,为推进生态文明建设、提高全社会文明程度贡献光明力量。

光明乳业始终坚持履行社会责任,与社会各界携手合作倡“绿”。未来,光明乳业将继续努力,进一步提高产品可持续性,号召更多市民参与到绿色行动中,为构建可持续的美好世界做出积极贡献,为推进生态文明建设贡献光明力量。