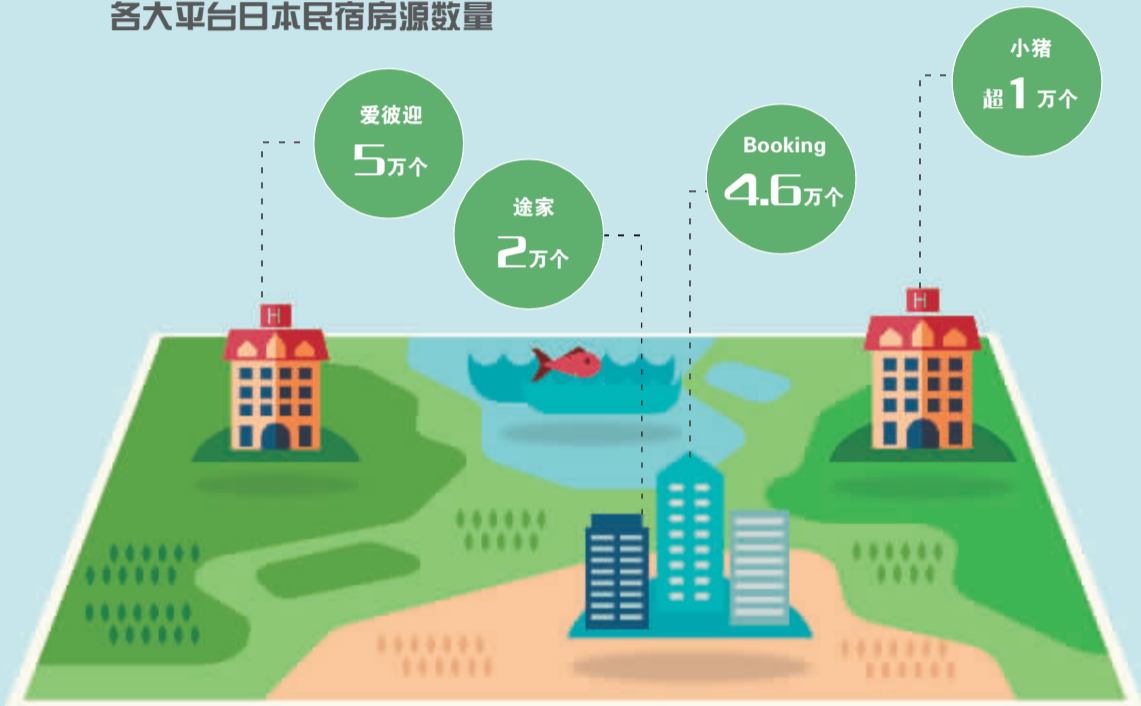




日本民宿业洗牌 中国旅企加速抢市

如今，越来越多选择自由行出行的中国游客已将民宿当做是旅途中的主要住宿方式，而这一趋势在日韩等短途旅游目的地尤为凸显。然而，去年，被业界称为“最严民宿法”的日本《住宅宿泊事业法》（以下简称《民宿新法》）的出现，着实震动了中外民宿业。在该政策实施满一周年之际，北京商报记者向爱彼迎、途家、Booking等多家民宿平台了解了过去一年日本民宿业的新变化。根据这些企业介绍，去年下半年日本民宿业确实出现了明显的收缩，整个行业格局出现大洗牌，大量中小型民宿被淘汰，但另一方面，该政策也直接为民宿短租挂上了合法化的标签，拥有稳定房源的连锁、大型中外民宿短租平台企业正快速地“瓜分”这一巨大市场蛋糕。

各大平台日本民宿房源数量



重新站上赛道

距离日本《民宿新法》实施已经满一年，在《民宿新法》的冲击下，各家民宿企业纷纷调整，重新站上民宿竞争的新赛道。

“过去一年中，无法取得合法许可证的民宿受到了明显的冲击。”途家相关负责人告诉北京商报记者，在这一过程中，确实有商户、企业出于成本考虑等因素选择退出市场，整个行业出现了一轮大洗牌。

此后，经历了一段时间的行业格局调整，大型平台企业逐步稳固了手中的房源，通过与日本大型房地产企业合作等形式迅速瓜分着这一重新建立秩序的市场。据爱彼迎相关负责人介绍，目前该企业在日本约有5万个房源，另有2.3万个酒店和传统客栈房源；而途家则是在东京、大阪、京都三个重点城市步入了超过2万个房源；与此同时，Booking在日本的民宿房源数量则有4.6万个以上。此外，国内企业小猪短租也有布局。小猪首席运营官王连涛表示，由于日本市场的酒店房间有限且价格不菲，另有大量的闲置房源可进入短租市场、具备可观的盈利空间，日本的民宿市场拥有良好的发展基础和健康的发展前景，这也是不少投资者都在加码日本市场的原因。

小猪短租副总裁潘采夫坦言，实际上，很多平台已经恢复到日本《民宿

新法》出台以前的房源水平，很多民宿投资者都已经通过机构获准重新进入市场。

在赴日旅游不断高涨的背景下，日本民宿市场就像一块巨大“蛋糕”，诱惑着众多民宿企业淘金。有数据显示，2018年赴日中国游客首破800万人次，同比增长13.9%，中国蝉联日本第一大旅游客源国。此外，有机构预测，东京奥运会期间，中国市场预计有超过50万游客赶赴东京，中国观众有望成为仅次于日本本土观众的最大观赛群体。

爱彼迎相关负责人表示，东京奥运会的到来，也将进一步促进中国游客赴日旅游，日本民宿市场将迎来新一轮商机。

市场经历洗牌

就在一年前，正在火热发展的日本民宿市场迎来了“洗牌期”。2018年6月15日，日本政府《民宿新法》一出，大批房源纷纷下架。

2018年6月，日本政府撤销了大量非法民宿，这些民宿约占总民宿的八成，大量民宿的撤销直接影响了Airbnb在日本民宿市场的发展，有报道指出，当时爱彼迎在日本的房源数量下降了近80%，只剩下1.38万个。有分析机构指出，由于新民宿法要求严苛，大量不符合规定的民宿直接被判定为“黑民宿”，确实一度造成日本民宿业急剧萎缩。

在新法案实施前，日本相关机构曾发布一项数据显示，在日本中介网站上注册公开的1.5万多家民宿中，仅有16.5%（2505家）的民宿获得了许可证，最少有30.6%（4624家）属于无证经营。严格的监管政策的实施，对当地民宿业的冲击显而易见。

一位日本民宿的运营商表示，在《民宿新法》出台之前，没有获得旅馆业法许可的违法民宿数量激增，也引发了环境等问题纠纷。近年来，在日本房产投资的人很多，为了提高房产经济效益，把投资的公寓楼用做民宿，而这些民宿并没有取得民宿合法运营许可。按照日本公寓管理规定，公寓楼只能作为居住使用，95%以上的公寓楼都不允许参与商业活动。

面对《民宿新法》给市场带来的冲击，国内民宿平台也开始应对。据途家日本业务负责人表示，自去年日本政府开始制定新法之日起，途家日本分部一直都在不断地学习日本政府的各项相关规定，并结合自己在国内市场的政府合作经验以及房东管理经验，提前准备各种应对措施，积极和房东进行沟通，普及他们对民宿新法的认知及配合度。截至目前，途家成为中国境内唯一一家受邀的民宿平台，并出任日本“住宅宿泊协会”理事，规范民宿经营。

新挑战在即

在“洗牌期”过后，中外旅企又重

新站上了日本民宿的赛道。市场迎来巨大发展机遇的同时，也将带来更多挑战。

亦有运营商表示，《民宿新法》还规定，日本除了东京都、大阪府等少数特区可以全年运营外，大部分地区的民宿只能运营180天，而不少中国民宿主投资日本房产用来做民宿，如此就多了限制，未来投资民宿的客群将收窄，如何增加房源数量也成为各家平台必须要思考的。

谈到国内民宿企业在海外的发展，有业内人士指出，对于国内民宿平台来说，很多房源都是中国房东运营的，在《民宿新法》下，监管趋严，一些房东并不了解当地的法律，比如什么区域可以运营民宿，什么区域是被禁止的，这些都需要国内的平台去加强教育，不过在教育的同时，也增加了沟通成本。此外，与国际化平台相比，国内企业国际化运营经验还不足，缺乏相应的国际化人才，这些人才必须既懂得国内民宿市场的需求，又了解当地的法律法规，在前期房源扩充阶段，需要企业加大投入。资深旅游专家王兴斌建议，为了能更有效率地抢占市场，与日本房地产商等本土企业深度合作是一条捷径。但也有专家认为，《民宿新法》出台后，中外民宿企业对于日本业务的把控力也将有所削弱，未来经营前景如何还很难预测。

北京商报记者 关子辰 蒋梦惟