

民宿应充分体现和发挥“主人”的价值

□ 杨建武

什么叫民宿？国家颁布的标准很明确：利用当地民居等相关闲置资源，经营用客房不超过4层、建筑面积不超过800平方米，主人参与接待，为游客提供体验当地自然、文化与生产生活方式的小型住宿设施。民宿主人是民宿业主或经营管理者。

这些年，我国民宿业发展得很快，但是快并不等于好。由于一些人的误导和盲目跟风，不少民宿偏离了方向、违背了本原。比较典型的负面问题有两个：一是贵族化倾向严重。规模越搞越大，装饰越来越奢华，价格越来越昂贵，让人望而却步、望而生畏；二是无主化倾向。有的民宿主人第一家民宿用心经营，成功之后到处投资复制，搞连锁经营，导致民宿失去了主人，缺失了应有的人情味和真情感。

“民宿姓民，既要为民惠民，更要民办民享。民宿有主，就要有主人，也要有主题。”那么，怎样才是真正合格的、优秀的民宿主人呢？笔者认为，应从“五个主”着手，真正实现“民宿有主”。

我的民宿我主创

民宿的开办前提是要有房子，主要来源有自家的住房、租借或新建的房子。不论哪种房源，都需要选址、设计和改造。在此过程中，主人们绝不能做甩手掌柜，简单地交给设计公司了事，从选址到设计到装修，必须自始至终参与其中，充分表达和体现自己的思想和意图，努力实现以下三个目标：

第一，传递生活美学。要通过建筑、庭院和装饰，为宾客营造生活美学空间和家庭温馨氛围。如浙江湖州十里银杏长廊的“泊心千寻”民宿，主人还在读初中的女儿以墙体为画板，画了很多水彩画，这些画背后传递的就是生活之美。

第二，传承地方文化。民宿的主题需因地制宜，契合当地文化。主人要在设计中植入在地文化元素，让非遗、民俗等特色文化走进民宿。如宁波余姚“稻田里”民宿，民宿主人老黑亲自设计、亲自敲打，将二十四节气元素融入客房门牌和各个节点中，打造了一家风格独特的文化主题民宿。

第三，传导主人的气息。彰显主人气质，把主人的生活经历、品位喜好、家族传承贯穿其中，融入其内，把积极向上的生活情绪传递给客人。安吉有一家民宿叫“坐云”，民宿主人翁璐把自家爷爷收藏的香烟壳、酒瓶，奶奶的嫁妆、缝纫机等老物件摆放在民宿中，并将自己在天安门当国旗手退役时留念的国旗和指挥刀在民宿里展放。

我的民宿我主待

待就是招待、接待、厚待之意。合格的民宿主人的待客之道不应仅停留在“参与接待”，而应提高主人翁意识，以精心精到精致的服务，着力营造富有人情味的游客在远方的第二个家。具体来讲，可从三个方面来营造：

第一，待之如亲人，迎来送往。要把客人当作亲戚。临安“美麓小筑”的民宿主人，在客人进门时，便会端上亲手制作的花糕，让客人免费品尝，给每一位到店客人留下了深刻而美好的回忆。



浙江丽水云上五天民宿 武晓芳 摄

第二，待之如家人，嘘寒问暖。客人住下来，不能不闻不问，要像对待远归来的亲人般关怀备至，要像对待返乡探亲的兄弟般体贴入微。开化县金星村是浙江民宿集聚的重点村，村民们总结出了“七个一”的民宿接待礼仪，朴实的语言通俗易懂，体现了浙江民宿人待客敬客的真情厚意。

第三，待之如友人，同欢共乐。在客人入住期间，要把客人当成久别重逢的朋友对待，除了谈天说地聊家常，还要把当地最美的景点、最鲜的美食、最好的特产推荐给客人。杭州西湖景区有家民宿叫茶香雨舍，入住这里，民宿主人会教客人几句杭州方言，烧几道拿手的竹笋菜让客人免费品尝，甚至带着客人沿着当年世界遗产专家考察的线路走一走、瞧一瞧，得到了客人的一致好评。

我的民宿我主宣

有句话说得好，“酒香也怕巷子深”。旅游是考验知名度的经济，在当今平台众多、网红泛滥的情况下，民宿主人要有“王婆卖瓜”精神，做到“能说会道”。

首先，要当好一名主播，加强自媒体营销。当今是互联网时代，人人都是自媒体，人人都可以是主播，可能成网红。民宿主人要借助这股东风，通过微信、抖音、小红书等自媒体营销渠道叫卖吆喝起来，推广自家的民宿，打响自己的品牌。

其次，要当好一个主讲，讲好民宿人的故事。每一家民宿都有自己的酸甜苦辣，都有自己生动的故事。如何把客人吸引来、留下来，需要民宿主人根据自身的经历和当地的文化，当好主讲人，讲出好故事。比如讲讲丽水的云上五天，大学老师与村干部的爱情故事被拍成了微电影，非常精彩。

最后，要当好一个群主，维护朋友圈。这些年来，许多深耕在山林间、成长在海岛边的偏远民宿，依靠着“口口相传”这种传统的宣传模式，吸引了客人，拓展了客源，带动了客流，成功地把客户群发展成朋友圈。一个朋友圈是否活跃，关键要看群主，这个群主就

是民宿主人。民宿主人要提高主动意识，加强联络，经常互动互通，精心维持好、呵护好自己的朋友圈。

我的民宿我主理

民宿虽小，却五脏俱全。作为一个经营实体，涉及方方面面。作为民宿主人，必须要具备三种能力。

第一，业务经理。经理经理，就是要懂经营会管理，民宿主人要会经营，除了住宿接待服务，还要通过推进文旅融合、农旅融合，不断延伸旅游上下游产业链，积极开发相关的文化产品和民宿伴手礼，组织丰富多彩的文娱和运动休闲活动。同时要统筹协调，管理好自己的员工，调动好管家、保洁、厨师的积极性。

第二，环境勤打理。细节决定成败，一家民宿，有时候门口的一堆杂物、床上的的一根头发、地上的一摊污渍，都会严重影响客人体验，从而影响民宿口碑和经济效益。所以，要勤于打理，经常打扫门庭，确保房前房后、院里院外干净整洁，让客人住得舒心。

第三，关系善处理。小民宿，大社会。任何一家民宿都不可能脱离社会遗世独立，成为传说中的世外桃源。因此，民宿主人要增强集体观念，主动与当地政府及相关部门保持经常联系，积极参与当地的公共活动，妥善处理和东家、村委会和当地老百姓的关系，特别是与邻居的关系，要做到睦邻善邻，友好友爱，创造良好的经营环境。

我的民宿我主责

主人是民宿的责任主体，既要管业务运营，也要管安全；既要当营销员，也要当好安全员，因此要亲临一线，亲自把关，切实担起一家之主的责任。

首先，责在安全运营。安全是底线，没有安全就没有旅游。民宿主人要重视消防安全、治安安全、饮食安全、游客出行安全等安全事项，注重消防设施、安全设施、厨房卫生设施等硬件建设，千万不能偷工减料、应付了事。同时，要建立健全安全管理制度，

做到有章可循责任到人。

其次，责在保护环境。民宿大多建在绿水边、青山间、古树下、花海里，都是环境最为优美的地方，但这些地方往往也都是环保基础设施难以覆盖、较为薄弱的地方，民宿主人一定要有守护青山绿水的理念，做到绿色生产、绿色运营、绿色消费，绝不能给当地生态增加负担、带来压力。仙居县淡竹乡民宿推行“绿色公约”，制定了绿色生活清单，列出7项“绿色货币”兑换条件，引导游客培养生态绿色消费理念，值得推广学习。

最后，责在振兴乡村。小民宿也要有大格局，助力乡村振兴、推动文化复兴是民宿主人家国情怀的体现。民宿主人必须当好文化的守护者、弘扬者和传播者，努力把民宿建成展示当地优秀文化的重要窗口；小民宿也是大产业，民宿主人不仅是乡村振兴的亲历者和见证者，还要乐在其中，要通过自身努力带动更多的百姓脱贫致富奔小康；小民宿也要有大爱，面对新冠肺炎疫情，浙江民宿主人以博大情怀集资捐钱支援湖北前线抗疫，利用多种渠道帮助当地村民销售农副产品，携手共渡难关；小民宿也要有大能量，不仅自家经营迅速恢复，还要充分发挥带动效应，助推乡村旅游兴旺。

“民宿姓民民为本，民心民意民所向；民宿有主主关键，主人业主主毋缺。”民宿主人是民宿的灵魂和核心竞争力。没有主人的民宿就像没有灵魂的躯体，只是一座缺少人情味的建筑，一张张没有温度的床，只是城市司空见惯的商务酒店的浓缩版而已。民宿主人是新时代表文旅战线奋斗在乡村的最可爱的人。同时，笔者也想呼吁文旅系统和相关部门，给予民宿主人更多关切和关爱。接下来，浙江省在精品民宿评定中，将坚持把有无民宿主人服务作为评分的重要条件乃至必要条件加以权衡，希望通过标准规范和评定引导促使民宿回归本位。

（本文作者为浙江省文化和旅游厅党组成员、副厅长）

实践中来

如此预售秒杀,酒店图什么?

□ 刘伟 文生

点评

案例

为了提高来年淡季酒店客房的销售数量,近期,A豪华度假酒店通过网络第三方分销平台搞了一次客房预售秒杀活动,将原价1088元的海景客房以699元的价格预售。由于该酒店在当地度假市场名气较大,又以如此有诱惑力的价格预售,很快,这次秒杀活动就给酒店带来了超过150万元的预订流水。

看到A酒店的促销活动如此成功,周边的酒店照葫芦画瓢,纷纷开展类似的活动,逐渐演变为该地区酒店行业的整体降价促销行为,其结果是该地区酒店平均房价环比下滑,且下滑趋势难以遏制,以至于第二年淡季到来时,A酒店不得不推出了658元(不含早餐)的特惠价。由于A酒店没有将平日与周末客房库存数量进行合理分配,导致购买了699元预售产品的客人经常预约不上。客人开始投诉,并要求退订,预售产品的退订率一度高达40%。最终,统计数字显示,虽然通过组织秒杀活动,A酒店客房入住率提高了15%,但整体收益却与往年基本持平。

根治“布草当抹布” 可从调整操作程序入手

□ 陈文生

近几年,酒店客房服务员使用客人用过的布草抹擦杯具和马桶的事件时不时被媒体曝光,不但让涉事酒店名誉受损,也让“布草当抹布”成为酒店行业难以根治的顽疾。

为此,多家酒店在强化服务员卫生意识和严格执行惩罚制度的同时,也加强了管理层的现场督导。然而,对于某些管理人员紧缺的酒店来说,采用这种全程跟踪的方法并不现实。即使有的酒店要求客房服务员做房时要带上摄影记录仪,然而实施中也发现了诸多问题,难以推广。

近日,笔者发现,某酒店尝试对客房部内部组织和操作程序进行调整,具体做法如下。

一、内部组织的调整:该酒店客房部下属总机、房务中心、制服房、楼层卫生班和酒店和PA(公共区域卫生服务)班。调整后,变化如下:

组织结构方面,将总机和房务中心合为服务中心,楼层卫生班分解成撤脏送净班和卫生整理班,制服房和PA班不变。

工作人员方面,总机和房务中心合并后,多出的人员转到撤脏送净班;原楼层卫生班划出部分人员进入撤脏送净班;制服房和PA班人数依旧。

工作职责方面,服务中心担负原来总机和房务中心的大部分工作。撤脏送净班负责在卫生整理班进入客房之前撤出脏布草和脏杯具,并在卫生整理班完成工作之后,将干净的布草和杯具送进房间。同时,

上述案例中,A酒店到底做错了什么?笔者认为,主要有以下三方面问题:一、淡季促销,A酒店仅以单房降价为卖点;二、在市场整体降价的情况下,A酒店跟风继续降价,而没有给出新的产品卖点;三、在产生预售产品退订潮时,A酒店没有采取补救措施,导致预售产品退订率高企。

对于酒店而言,互联网只是销售渠道和引流方式之一,通过互联网将优惠的产品卖出去之后,酒店应该更加关注客人到店后的线下体验,通过高品质的服务和产品来打动客人。

上述案例,对酒店管理者的启迪是:一、互联网渠道的淡季营销,不能只通过价格来吸引客户,产品设计与渠道的价格管理尤为重要;二、管理者要权衡酒店的品牌价值与价格策略,避免出现短期收益损害长期品牌价值的现象;三、酒店在互联网秒杀营销活动前,要考虑到可能会引起的市场连锁反应,避免出现损害市场和酒店未来收益的现象;四、互联网只是扩大销售与品牌影响力的方法之一,酒店应该更注重直销渠道和会员的拓展,通过更有吸引力的会员政策与权益,让外部客源沉淀为自身客户。

负责清洗消毒杯具、将脏布草与洗衣厂人员交接,并承担送物、借物、擦鞋、收送客衣等对客服务。卫生整理班职责基本不变,相比原来卫生整理班的职责,只少了一件撤出脏布草和脏杯具的工作。制服房和PA班职责不变。

二、楼层卫生两班工作程序安排:首先,由撤脏送净班根据服务中心所报房态,安排进房撤出脏布草和脏杯具,之后通知卫生整理班跟进;其次,卫生整理班完成工作后,要通知撤脏送净班将干净物件送进房间,由其完成收尾工作;最后,由撤脏送净班负责通知领班,进入房间检查。

据该酒店有关管理人员介绍,先撤走脏布草再允许卫生整理班进场的方法,排除了服务员使用脏布草抹擦杯具、马桶的可能,治理“布草当抹布”顽疾初见成效。

这位管理人员表示,新办法实施后,酒店一直适时地对有关方面进行调整或改进。比如,撤脏送净班与卫生整理班的人数,应当根据住房数的变化进行动态微调;对抹布的使用要重新安排,要求不同颜色的抹布在不同的地方使用,比如,以前只规定全房抹布“两湿一干”,现在则细化为卧室“一湿一干”、卫生间“两湿一干”,即清洁卫生间,一块湿布用于清洁水盆和浴缸或淋浴间,另一块湿布用于清洁马桶、地面和墙面。同时,酒店对于消毒间管理制度和操作规范等也做了修改和补充。

周宁云门村 农文旅新模式促乡村振兴

村产业发展;实施“艺术扶贫工程”,组织开展戏曲进校园和艺术启蒙教育等活动以及艺术扶贫专线汇报演出等,扩大艺术扶贫工作的社会影响力。

随着古田旅游业的不断发展,为了全面展示“千年临水 健康古田”的旅游品牌形象,古田依托福州三坊七巷古田银耳馆、古田高铁北站旅游集散中心两大宣传窗口进行旅游宣传推介;推出串联核心景区和乡村旅游点的精品旅游线路,古田“生态休闲旅游线路”被列入文化和旅游部推荐的全国乡村旅游精品线路;开展“高速+旅游”“邮政+旅游”等宣传促销活动,为古田旅游发展带来了“人气”,也带来了“财气”。(唐小莉 罗林峰)

南平游客量同比恢复7成以上

今年南平市推出“清新闽东北、健康武夷+”旅游市场全面复苏行动计划以来,通过带客奖补、全媒体传播、免门票优惠等举措,积极推进闽东北旅游文化、旅游产业快速复苏。据统计,今年1月—11月,南平市接待游客总人数为3950万人次,同比恢复74%;旅游总收入645亿元,同比恢复69%。

今年3月,南平市政府安排带客奖补300万元专项资金,对旅行社等进行促销奖励;牵头组织召开2020年闽东北协同发展区文化旅游工作会议,联手赴珠三角地区开展文旅推介,推出“清新养肺”等系列精品旅游线路,增强“世界遗产地 绿色生态城”城市名片影响力。

(李金枝)

宁德古田“十三五”旅游业交出亮丽答卷

“十三五”以来,古田县委、县政府高度重视旅游业发展,突出顶层谋划设计,站位全省旅游发展的大格局和旅游行业发展新趋势,定位福州旅游大市场,提出建设宜居宜业宜游省会后花园的目标;立足古田传统农业、生态环境和人文资源,提出以健康产业为引领,加快“建三圈 兴三业”,打造“千年临水 健康古田”发展品牌构想,建设环城、环湖、环白溪三大交通圈,完善旅游交通设施,发展休闲旅游业等三大产业;突出核心景区带动辐射全域旅游,加强临水文化旅游区、翠屏湖景区和四个乡村振兴战略示范点建设;强化以文塑旅、以旅彰文,发挥地方特色临水文化、圆瑛文化等在闽

都文化圈的影响力,融入旅游开发建设;从政策层面上加大互联网时代文旅产业引领力度,出台《古田县促进旅游产业发展十条意见》等,古田县财政每年安排1000万元,采取“以奖代补”的形式,全方位支持旅游产业链条多元化延伸发展。“十三五”期间,古田环翠屏湖、临水宫区域国家级旅游度假区项目成为宁德市唯一的福建省政府旅游重点项目,获得竞争性扶持重大旅游项目资金补助3000万元;新增旅游特色村12个;创建国家3A级旅游景区2家、全国乡村旅游重点村1个、文旅特色小镇2个、省级金牌旅游村2个。2019年古田县旅游接待人数由2016年的135万人次增长至453

万人次,年均增长47.1%;旅游总收入由2016年的8.1亿元增长至28.9亿元,年均增长52.7%,古田县“十三五”旅游业交出一份亮丽答卷。

近年来,古田县还将乡村旅游发展作为“旅游精准扶贫”的重点突破和有效推进途径,设立旅游产业发展专项资金,进行旅游扶贫引导。目前,全县共有11个建档立卡贫困村列入全国旅游扶贫重点村,截至2019年共获旅游规划和旅游基础设施建设资金补助合计383万元;古田县文体和旅游局积极指导旅游扶贫村申请旅游扶贫专项资金,2016年以来共争取到省市旅游扶贫资金合计300万元推进项目建设,带动乡

福建政和:“点亮”夜游经济促复苏

日前,福建省南平市文化和旅游局围绕“夜游”“夜娱”“夜食”“夜宿”“夜购”“夜行”等六大工程,编制出炉了《南平市夜间经济消费指南》,政和的石圳湾景区、福地商圈、然汐小筑民宿、东平小路美食等特色夜游产品名列其中,吸引了众多游客前来打卡消费体验,助力疫情防控常态化形势下政和旅游发展。

据了解,政和县高度重视夜间经济发展,成立了政和县夜间经济工作领导小组,建立“夜间区长”“夜生活首席执行官”制度,并出台《关于加快夜间经济发展的通知》,提出要开展“夜游”主题观光活动、丰富“夜娱”文化体验活动、推动“夜食”特色餐饮活动、繁荣“夜购”时尚消费活动、提升“夜宿”品质休闲活

动、打造山乡夜景观光带等,加快提升政和县夜间经济的活力和规模。

同时,围绕政和白茶、特色餐饮、特色民俗、娱乐体验等主题,总投资7.6亿元,积极推动建设了胜利洋文化消费集聚园区、西门综合类商圈、财富广场美食一条街、中国白茶小圳—石圳湾景区夜间经济综合体项目4个重点夜间经济

项目,不断丰富政和旅游新业态;不断改善提升城区夜景工程,推动串点成线,打造政和特色夜间旅游景观带;积极开展“点亮夜间经济、助力文化发展”活动晚会、夜游莲塘、白茶品鉴会、文化和旅游推介会,开通美食公交专线等,不断“点亮”政和的夜游经济。

(杨则生)