

## 旅游复苏主力军 休闲生活主场景

## 江苏民宿：创新求变 驶上复苏快速道

□ 邵子君

亲子露营、生日宴会、公司团建……刚刚过去的中秋假期，位于南京老山的侏罗山居入住率达到100%，游客在此入住户户有观景台的苏派现代建筑，回归到乡村的宁静之中。南京侏罗山居有限公司创始人许风表示，其实在今年暑期侏罗山居就表现出了非常好的复苏势头，暑期整体入住率达到90%，为近3年最好。侏罗山居只是江苏民宿市场稳步复苏的一个缩影。面对疫情防控常态化下民宿市场出现的新需求、新变化，江苏各地民宿立足自身特色，不断创新求变。日前举办的江苏民宿高质量发展大会也围绕疫情防控常态化下的民宿业态创新、民宿与乡村振兴、民宿与年轻化消费等等热点，深入探讨了江苏民宿高质量发展路径。

## 深耕周边市场

“疫情防控常态化下，本地乡村旅游和周边游仍是主流出游方式，乡村旅游的搜索热度有明显涨幅，这种旅游产品成为疫情下很多亲子家庭、学生群体休闲度假的首选。”分析今年暑期和中秋假期的江苏民宿市场，江苏省旅游协会民宿客栈与精品酒店分会会长邢葆青认为，本地市场对民宿行业快速恢复起到了强劲的推动作用。

江苏当地多家民宿的预订数据佐证了这一分析。许风坦言，在2019年前，侏罗山居接待南京以外长三角地区的游客占比达到一半以上，如今则只占10%，但本地客群把流失的市场填补了起来。“围绕本地、周边客群，我们不断丰富民宿体验，完善民宿设备，如今的侏罗山居就相当于一个小型度假场所，更受亲子家庭青睐。”

白天在无边泳池中畅游，夜晚在山野间观赏萤火虫，而后入住野奢木屋……今年暑期，位于常州溧阳的美界山野温泉度假村成为周边市民、游客度假的好去处。美界山野温泉度假村创始人仲春明介绍，今年暑期美界山野温泉度假村入住率超过95%。他认为，消费者的出游需求仍然存在，而在疫情防控常态化下，人

们对回归自然、到乡村度假的需求更加强烈，在城市周边找一处乡村民宿是大多数人周末出游之选。

“在乡村民宿，消费者可以实现城市不能实现的内容，因此，围绕自然、文化、美食等内容，我们坚持创新，不断优化产品，针对金秋市场，我们则结合自身优势，推出户外露营、徒步登山、自然教育等活动，相信10月份的市场也一定会继续火爆。”仲春明说。

淮安云沧海民宿创始人张小燕同样对今年的经营情况感到欣慰。“今年暑期市场回升明显，总体入住率达到80%，而且周一至周四都有客人入住。”张小燕说，云沧海的主要客群为年轻群体，因此，推出了写生、龙虾音乐节等配套活动，同时利用两辆废弃大巴改成了咖啡店，进一步迎合年轻群体的需求。进入秋季，气候宜人、周边景色也更好了，云沧海顺势推出小型美食节、新书发布会等特色活动。

## 创新经营业态

面对新市场，民宿产品的升级自然成为各家民宿的首要工作。无锡宜兴上川一舍民宿创始人黄亚云介绍，中秋假期，上川一舍22间客房入住率达到80%，而相较于入住率，她更欣喜地看到，民宿餐饮更加受欢迎，民宿有6张餐桌，每顿都要翻桌。

这样的场景还要归功于黄亚云在民宿产品、运营模式上的不断创新。黄亚云表示，近段时间民宿的主要客源还是集中在本地，本地游客可以选择白天游玩晚上回家，往往对住宿的需求不是很高，但是在用餐、休闲、娱乐等方面有着很强烈的要求。针对此，黄亚云首先想到的便是餐饮，她说：“3年前上川一舍开业，就致力于打造健康、有品质的餐饮品牌，3年的坚持，游客也越来越认可，民宿的黑猪肉香肠、笋干等产品甚至可以外送到家。同时我们还与周边民宿抱团发展，通过为周边其他高品质民宿提供餐饮服务的方式，让游客享受到私人订制的餐饮服务，从而延伸销售，实现多方共赢。”

除了餐饮，上川一舍还特别注重休闲空间的设置。黄亚云介绍，上川

一舍是一处园林式度假场所，游客在此都有足够充足、私密的休闲空间。这3年，上川一舍平均每年的营业额达到1000万元，比预期中好很多。“每个游客都有潜在的消费需求，我们要做的就是发现这些需求，打造相应的消费场景，同时提升品质，实现持续发展。”

位于苏州阳澄湖畔的村上湖舍民宿则成为不少公司团建的首选。村上湖舍品牌总监吴嘉昊介绍，今年暑期，村上湖舍70%的盈利来自团建活动。她认为，接待团建活动收入较高、服务成本相对较低。吴嘉昊说，疫情防控常态化下，游客对产品品质、体验度都有更高的要求，民宿也要常来常新，让人一来再来，才能持续运营。即将于今年10月正式开业的村上长溪里同样对团建市场，推出了“欢聚”品牌，同时打造了足够多的公共空间，并联动设计了不少品牌活动，吸引更多游客前来。

## 谋求长远发展

放眼未来，江苏民宿行业已经开始谋划更长远的发展目标。

江苏省原副省长、省旅游协会会长张卫国表示，民宿是丰富旅游产品供给的重要领域，是调整和优化旅游住宿业结构的重要形态，大力发展民宿势在必行。疫情防控常态化下，近程型旅游产品成为很多游客的首选产品，今年以来，随着各地疫情逐步得到控制，乡村旅游消



侏罗山居 民宿供图

费收入的总量还在继续攀高，乡村旅游的蛋糕越做越大，乡村旅游的发展之路也就越走越宽。江苏省民宿行业要充分借助近年来的政策利好，全面开启高质量发展的新阶段，让民宿成为产业发展的新抓手，在城乡民宿业态的不断演化和升级中，促进度假、健康疗养、生态农业等多种产业融合发展。

邢葆青认为，江苏有适于民宿发展的沃土，同时也有着强劲的消费需求，“民宿轻度假”已成为一种新消费模式。作为民宿行业组织，江苏省旅游协会民宿客栈与精品酒店分会成立以来，始终致力于架设企业与政府的沟通桥梁，传达企业心声，做好大家的参谋与“靠山”，助力江苏民宿高质量发展。

中国旅游协会民宿客栈与精品酒店分会会长张晓军表示，如今市场上已经出现了不少新需求，对此民宿开始通过增加露营、美食等业态，带来了新收入、找到了自己的方向，接下来要思考不仅是“活下去”，还要“活得好”，实现高质量发展。他建议，民宿在做好产品的同时，还应该用好直播平台做好营销。他说：“直播在未来相当长的时间里，都会是民宿传播最好、成本最低的营销手段，民宿要意识到直播对民宿的意义，同时，用好直播，在遵循直播规律的基础上，突出民宿自身的特色，展示民宿所代表的一种生活方式，从而实现订单增长和品牌推广。”

## 林州民宿：不断进取 蓄势再上一层楼

□ 刘欠

“民宿卖的是什么？”“房间？服务？环境……”近日，在河南省安阳市林州市的携程乡村振兴学院培训现场，民宿从业者激烈讨论着如何为客人设计制造惊喜体验。

前不久，携程集团联合林州市，落地了“红旗渠人家”民宿培训中心暨携程乡村振兴学院。林州，这座位于豫晋冀三省交界处，以红旗渠精神而出名的城市，正朝着“河南省第一民宿县”的目标努力。

## 从农家乐到度假农庄，一路进化的林州民宿

如果要用一个词来形容林州民宿近几年的发展，那一定是“起飞”。

数据显示，2022年4月，林州民宿已发展到679家，床位1万张。在紧邻太行大峡谷景区的林州市石板岩镇，日均接待人数更是达到2万人次，其中超过80%为康养度假需求。每逢周末和节假日，石板岩镇的高端民宿一床难求。

李海是刚成立两年多的林州市民宿协会会长，在他看来，林州的民宿起步早，但最近几年才突飞猛进。

在李海印象中，早在上世纪90年代，林州已出现农家乐。随后，提供餐饮的农家乐开始增加住宿功能，逐渐进化为农家院。2016年前的林州民宿，正是农家院迅猛发展时期。

2016年之后，随着太行大峡谷景区正式申报5A级旅游景区，当地的农家院开始迎来新变化。首先是依托景区，当地逐渐摸索出一条“旅游+写生基地”的特色产业链。与此同时，另一些人则瞄准消费预算更高的外地游客。

宋海鹰的桃花雅居于2016年开张。彼时，更多人对特色民宿的认知，还停留在“客栈”这一称呼。太行大峡谷景区的发展，带火了宋海鹰的

“客栈”，四五百元一晚的房间，旺季时供不应求。

进入2018年，河南省文化和旅游厅开始统筹全省资源，开展“民宿走进村”活动，将资源禀赋比较好的老房子、老宅子拿出来，吸引国内知名品牌民宿来投资、改建和运营，整个河南民宿进入加速发展期。

近两年，疫情虽然让林州民宿发展的速度暂时放缓，但也使其迎来了从量到质的升级，开始向规范化和高端化发展。2022年1月开始营业的携程度假农庄林州石板岩店，成了全省乡村民宿的新标杆，吸引了一批又一批更注重度假而非观光，寻求放松的游客的到来。

## 从跨省游到周边游，疫情下茂盛生长的乡村旅游需求

为何河南以及林州如此重视民宿？

事实上，相比其他省份，在乡村振兴的大背景下，地处中原四通八达的地理位置和拥有几千年历史积淀下的文旅资源，让河南在乡村旅游领域颇具优势。疫情则让各地的中高端游客将目光转向省内和周边目的地，“到乡村去，住乡村民宿”，逐渐成了疫情防控常态化下人们寻求慰藉和放松的一个重要方式。

家住郑州的春夏就有这样的需求。作为两个小孩的母亲，春夏将旅行视为消费必需品。疫情发生前，她和丈夫常带着孩子们去上海迪士尼、广州长隆游玩，而随着孩子年纪逐渐长大，她希望孩子们更多地去接触大自然，开始寻找可以媲美莫干山、长隆等高端酒店水平的本地民宿。

携程度假农庄，成为她带孩子在当地出行的首选。依山傍水，可以进行家庭露营，体验非遗、农耕和乡村美食的乡村度假生活，让她越来越高频次地选择周边游。相比以往跨省游，她的家庭在住宿上的预算甚至进

一步提高了。“感觉以前出门旅行是观光，住可以凑合一些，但现在出行，更希望不光能住好、吃好，小孩也能玩得好好。”

李海注意到林州的高端民宿用户近两年增长迅猛，除了像春夏这样的亲子游用户，另一类快速增长的乡村民宿用户，则是企业客户。“河南民宿的快速发展，离不开当地经济的提升和当地人收入的增长。林州是有名的建筑之乡，建筑团队超过1000家，生意遍及全国各地。不少林州高品质民宿的诞生，就源于本地企业家们为接待客户而自建的建筑。”李海说。

想要满足这一类高端客户的需求，民宿不仅在建设时就要考虑到相应的硬件配置，包括会议室、投影仪、户外休闲区域和露营地规划等，在服务上，也需要有相应的提升。这些服务既包括可以满足挑剔味蕾的餐饮服务，还包括各式各样的文化活动规划。宋海鹰的桃花雅居，接待的客人经常会有体验书法和国学方面的需求，而携程度假农庄推出的植物拓染、草编等非遗体验项目，则需要非遗传承人对农庄管家进行相应的指导和培训。提升民宿业主的经营管理能力，拓展民宿管家、厨师、客房服务人员技能点，已然成为满足客人多样化需求的必然趋势。

## 从一栋建筑到一座人才孵化营，稳扎稳打的产业根基

对旅游市场和当地旅游资源禀赋的清晰认知和科学开发，是近年来林州民宿得以起飞的重要原因，但林州民宿从业者并不满足于现状。在培训现场，有年轻的从业者表示，自己的民宿紧邻景区，主要想学习如何进行线上引流。一位女性民宿业主则表示，刚开业，想通过这次学习，把自己的民宿提升一下，做更好的产

品。如何做得更好是民宿主和当地政府共同的心愿。

“授人以鱼不如授人以渔，振兴乡村旅游的关键在于培养人才。”携程集团副总裁李珍妮说。

根据“红旗渠人家”民宿品牌的发展策略，林州市相关部门将建立民宿品牌进退机制，通过每半年组织一次等级评定，每年开展一次复核，以奖惩激励机制倒逼民宿业提高服务质量。力争到2025年，“红旗渠人家”品牌民宿达到300家，品牌民宿营业收入达到10亿元以上，将“红旗渠人家”从地区性知名品牌打造成为全国知名民宿品牌。

事实上，不管是提升单间民宿品质，还是打响“红旗渠人家”这一林州民宿集体品牌，都需要不断创造新的标杆，并拉高地区平均水平，与之相配套的“红旗渠人家”民宿培训中心，在一定程度上是林州民宿更进一步的必须产物。

像宋海鹰一样的当地民宿老板，迫切期待着携程乡村振兴学院培训项目的落地。“为了提高我自己的水平，光买设计建造、管理运营这类民宿相关书籍，我就花了1万元！”宋海鹰说。而像宋海鹰一样求知若渴参加培训，还有几十位民宿主。他们一边做笔记，一边提问和回答问题。当现场大屏上出现一条有启发的信息，他们则纷纷拿出手机拍照。除了接受行业专家培训，他们也希望通过培训，能接触到更多同行，诸如云台山、信阳等地的民宿主，与他们一起分享和交流经验。

从鼓励当地民众因地制宜发展农家院，到引进知名品牌打造全省标杆民宿，再到创建集体品牌，合作创办乡村振兴学院，不断进化已成了林州民宿留给外界的印象。而这一次，有了“红旗渠人家”品牌和携程乡村振兴学院的合作，林州民宿的目标是：全省第一，走向全国。

## “峡谷雅宿”：探索“民宿+”的更多可能

□ 董亮

九曲黄河，奔腾万里。在内蒙古高原勾勒出一个壮美的“几”字弯，将鄂尔多斯深情怀抱其中。“峡谷雅宿”就位于一日能看尽大漠长河的鄂尔多斯准格尔黄河大峡谷旅游区的核心位置。

“峡谷雅宿”依山而建，层层叠叠的窑洞将浓郁厚重的黄河风情、淳朴多彩的民俗民风融合其中，绘出了一幅多彩的山水画卷，让客人体会到别样的鄂尔多斯之美。2021年11月，鄂尔多斯准格尔黄河大峡谷旅游区“峡谷雅宿”获评全国首批甲级旅游民宿。

## 凭“雅”实力出圈

“峡谷雅宿”的“雅”，来源于文人墨客总是喜欢投身于自然山水之中，怡情养性。“峡谷雅宿”以传统的窑洞建筑为基础，所有建筑外观全部就地取材，优选当地黄片石砌筑，而室内却通过融合漫瀚文化、渔业文化、农耕文化、黄河文化及窑洞文化等主题，提升居住体验，既保留了建筑外观的原始古朴，又达到了室内居住的现代化，通过浓厚的乡村生活风貌，独特的民风习俗，在寻常朴实之间传递着传统文化。

“在峡谷与黄河间入眠，能带给人心灵的‘雅’，藏身山水间，耳无车马喧，远离城市喧嚣，可以享受回归大自然的宁静。”准格尔旗盛翔文化旅游开发集团有限公司董事长李彦聪如是说。

昭善酒店管理(山东)有限公司作为“峡谷雅宿”的顾问指导，曾在“峡谷雅宿”申报国家首批甲级旅游民宿的评定准备工作中给予专业建议。该公司董事长徐金印介绍，“峡谷雅宿”对应国家标准在环境建筑、基础设施、服务接待、特色管理等诸多方面达标，其最大的优势便是，环境太好了。不仅体现了鄂尔多斯当地文化、游客的参与性、体验性也强。

“峡谷雅宿”的窑洞式建筑给我留下比较深的印象，这些建筑依山而建，冬暖夏凉，有着浓郁的民俗风情和乡土气息。”来自西安的游客李文婷说，进入房间，给人一种新的视觉感受，原木和石墙的搭配，既清新又有格调。周边环境优美而静谧，走在乡间小道，总能勾起小时候的记忆。

“在‘雅’的探索上，‘峡谷雅宿’不仅是一个民宿，更是一个当地文化展示的窗口，让游客体验异地文化的新奇感。”李彦聪说，成功在于突出一个“雅”字，该民宿围绕“念好山字经、做好水文章”的理念，使民宿与景区相辅相成、融合发展。“峡谷雅宿”依托准格尔黄河大峡谷旅游区独特的自然风光、人文底蕴建设发展，同时，随着“峡谷雅宿”品牌的影响扩大，民宿从“寄生”走向了独立和反哺，成为自带流量的网红旅游目的地，也成为准格尔黄河大峡谷旅游区的旅游核心吸引物之一。

来自呼和浩特邓海陪家人入住“峡谷雅宿”。邓海说：“峡谷雅宿”的每间客房主题都有区别，但大多以简约舒适的风格为主。每个客房的吊牌标志充满文艺的清新感，每个客房的名字也起得很有特色。我很喜欢这种感觉，既可以感受当地的风土人情，又可以放松心情，让人不知不觉就进入了一种安静的氛围中。”

## 紧抓文化内核

在准格尔黄河大峡谷旅游区的规划中，民宿被定位为发展的新增增长点。黄河大峡谷旅游区在深入贯彻落实“乡村振兴”战略的基础上，结合全域旅游、全季节旅游思路，深化文旅融合，在探索“民宿+”上全力推动“峡谷雅宿”打造。



黄河岸边的“峡谷雅宿” 准格尔黄河大峡谷旅游区 供图