

青年旅舍的调性去哪儿了

□ 本报记者 唐伯依 首席记者 王 玮



北京景山公园附近的青年旅舍 本报记者 王玮 摄



新疆伊宁的青年旅舍 本报记者 陈晨 摄



西安湘子门国际青年旅舍 本报记者 陈晨 摄



北京北平国际青年旅舍 本报记者 唐伯依 摄

最近,青年旅舍(以下简称青旅)“火”了,热度不仅因其限制入住者年龄的话题,也在于其暑期预订量的快速增长。根据途家民宿的数据,今年7月,青旅预订量同比增长1.5倍。近几年似乎淡出大众视野的青旅,其实市场并不小。从20世纪90年代落地中国到现在,这一住宿业态经历了不同的发展阶段。“随着市场需求的变化,国内的青旅正面临着转型挑战。”此次走访中,多名受访者反复向记者提起这句话。既然不愁客源,青旅究竟在焦虑什么?

住宿者:与期待的体验有落差

直到现在,80后的综七柒仍然保持着出门遇到心仪的青旅必打卡的习惯。从2006年开始,她住过了全国90多家青旅。能在青旅里邂逅不少有趣的“灵魂”是最吸引综七柒的地方,她也收集了不少来自世界各地的故事素材。风花雪月、中隐于市、古宅烟雨、繁华静处……这是综七柒对这些青旅的归类。

大二那年,综七柒在云南大理,有了第一次入住青旅的经历。当时,她刚从一本国际导览书中知晓了青旅的概念。那一次入住给综七柒留下了不错的印象,此后,在丽江、平遥、南京、苏州……一家家特色鲜明、热情友好的青旅让她体会到了旅行的别样滋味。每次回学校跟室友分享自己住青旅的经历时,同学都投来羡慕的眼光,觉得她很酷。

2006年至2013年是综七柒最高频入住青旅的阶段。“那时的青旅多设立在大理、丽江等景色秀丽、人文特色鲜明的小城,或是历史古迹多的西安、平遥等地,住客有一部分是国外来的青

包客。”与来自不同国家的年轻人分享旅行体验,进行文化交流是综七柒热衷的。

“当然既能省钱,环境还好也是青旅的优点。特别是一个人在陌生的城市旅行时,一走进青旅就有种回家的感觉,安全感满满。”综七柒说,在当时看旅游攻略还需要翻书的年代,基本是靠青旅的朋友了解当地的深度玩法。很多青旅经营者自己就是驴友,喜欢到处旅游,跟他们聊一聊就能获得不少资讯。“当时,在青旅有很多招募旅伴和拼车的信息,而且很快可以成行。我也有好几次‘拼份’的经历。”

“更多时候我们是一拍即合的。”综七柒对在西安一家青旅的入住经历印象深刻。“当时已经是深夜,大家还在公区聊天,有位驴友忽然问了句‘明天谁想去华山?’我立马就回应了。因为这正是我接下来的计划。于是,第二天我们一起出发爬了华山、走了长空栈道,玩得很开心,这种突如其来的相遇与缘分非常奇妙。”在综七柒

心里,青旅承载了她太多美好的回忆,看李宗盛演唱会、打卡岳麓书院……都是缘起于驴友间的偶然相约。

在和记者交谈中,综七柒拿出了好几份她珍藏多年的青旅宣传册。“每一个宣传册都能讲出故事,早期青旅的册页都做得很用心,设计感满满。他们会将册页设计成符合青旅气质的不同形状,比如形似骨头、拖板鞋、树叶等,上面密密麻麻注明了各类信息,当地的交通、美食等内容都有。”综七柒说。

作为“资深住客”,综七柒还萌生过自己开青旅的想法,但思虑再三还是放弃了。“社会和自身的原因都有吧,青旅在近些年发展中有些‘变味’了,现在我自己住青旅的次数少了很多。入住时有青旅房间里鸦雀无声,公共区域也比较难融入。有一次,我习惯性地询问工作人员到某个景点怎么走,他只回复了我两个字:打车。”听到答案的一瞬间,综七柒有些失落,最终还是自己查询了公交线路。

在综七柒看来,青旅倡导的卫生、

环保、经济、友善等原则如今已经淡化了。客人结构的改变、人文环境的变化、规范性标准的缺乏、软性服务趋向于零,驴友所期待的深层次交流越来越少了,青旅发展似乎遇到了瓶颈。

对此,作为青旅新客人的黎怡君也深有同感。00后的黎怡君在四川大学读大一,专程趁暑假到北京游玩,选择了商圈附近的一家热门青旅入住。“这是我第一次来北京,期待值很高,也想在青旅里多认识些新朋友。但实际入住体验一般,比如淋浴设施不好用,反馈后店家拖了几天才修,虽是细节,也能说明问题。”

即便如此,在与这两位住客的交谈中,记者仍感受到她们对青旅的期待。“青旅应该被更多人了解,这是独自出游且预算不高旅行者的刚需住宿形态,而青旅也不该只被贴上‘便宜’的标签。青旅应当发挥自身优势,无论是提供暖心攻略,还是营造充满人情味的公共交流区域,如果能够做好,是很吸引人的。”综七柒说。

经营者:做文化的承载地并不容易

米哥说。

米哥回忆起过去,眼里充满了怀念。在青旅发展初期,在公共区域与大家聊上几句,分分钟就可以交到朋友。米哥称自己很幸运,经历了十多年前青旅发展的“黄金年代”。“人与人之间建立起来的信任感非常美好,在那时,青旅不是一个单纯提供上下铺住宿的地方,而是有着浓厚的社交氛围、文化气质,可以遇到志同道合的驴友,约到共同分担出游成本的旅伴。有驴友告诉我,青旅是他们看世界的渠道和窗口,除了旅游信息,更重要的是能够遇见不同的人、了解不同的生活,内心也会变得充盈,对生活的体验和对世界的认知更深入了。”

然而随着时间的推移,米哥发现市场的供给和需求都发生了变化。随着自助旅游人数的增多,前来咨询入住的不同年龄段的人 also 多了。“大量客流的涌入原本是好事,但也造成了青旅的困惑。原本只用围绕年轻人设计服务,现在要面对不同年龄层次、不同需求的客人,这给青旅的产品和活动策划带来了难度。有时候好不容易组织一场活动,入住者却缺乏兴致。”

米哥在那时意识到,是住在青旅里的客人变了。现在很多年轻人不再喜欢独自旅行,大多是结伴出游,即便住在青旅他们也不太愿意与陌生人交流,青旅的社交氛围大不如前。而且,客源结构也更复杂了,其中有不少人对于青旅文化没有概念,对青旅没有明确的认知,单纯地将其理解为价格便宜的客栈,入住只是为了降低差旅成本。米哥坦言,有时候他也感到迷惑,究竟自己做的是青旅还是旅馆?

那会放弃做青旅吗?当记者问出这个问题时,米哥毫不犹豫地回答:当然不会。“毕竟还有很多驴友和想体验青旅文化的客人们慕名而来,所以我们会继续坚持下去。”在米哥看来,青旅应当是文化的载体,是驴友触达城市文化内涵的重要一站。“拿成都来说,不只有宽窄巷子等旅游景点,还有更多值得挖掘的文化体验。相信世界各地的旅行者都有着与当地人的交流需求,对在地文化充满了好奇,而青旅正是他们了解当地风土人情和生活方式的一扇窗。大家在交流中感受生活的美好。”

如今,米哥已经是3家青旅的主理人。“我们要长久地生存下去,尽快做

好资金的回笼,把产品和服务做得更好、更精、更专。”

米哥将青旅原有产品进行了迭代升级,组织了户外徒步、音乐艺术鉴赏沙龙、颂钵音疗,安排了营地咖啡、地道四川火锅,他依旧想将青旅成为在地文化和生活方式的推荐者。

而由足迹遍及世界近100个国家和地区、背包客小鹏创立的背包十年青年旅舍,同样考虑着如何更好地焕发新生。该青旅营销负责人李先生告诉记者,品牌创立于10年前,如今已经进入到了2.0版本的打造阶段。“更舒适的硬件设施、更有趣的社交空间、更多元的时尚文化……青旅需要与时俱进,向着更高品质迈进,更好地贴近年轻群体的需求,让客人感受到青旅的舒适性、文化性和趣味性。”

然而,记者观察到,目前像这样希望创新的经营者的少,满足现状者多。也有经营者提出了拒绝35岁以上人员入住的限制条件,想用这样的方式来划定入住人群的范围,便于运营。当然这也遭到了社会各界的质疑。有业者坦言,青旅发展到今天,产品需要根据市场迭代升级,但怎么做?大家还在找答案。

无论挑战有多大,还是有人在坚持做自己理想中的事业。

盛夏的成都散发着迷人的气质,一半诗意、一半烟火。华灯初上,室外稍有凉意,驴友记青年旅舍的热闹刚刚开始。一个皮肤黝黑、一身户外运动装扮的人正声情并茂地讲述着自己在20多个国家旅行时的奇闻轶事,客人们围坐在四周,听得入神。不时有客人追问“然后呢”,大家的关系也在交流中变得更为密切。

“今天玩了什么、明天要不要一起,缺什么东西我拿给你”成了这家青旅中客人交流的高频词。

而这个喜欢讲故事、把大家聚在一起的人,便是铂泊客品牌、驴友记青年旅舍主理人米哥。米哥今年46岁,2004年,身为资深驴友的他在成都开了第一家青旅。在20年前那个网络并不发达的年代,青旅便成为旅行者获取旅游资讯的重要平台。“当时国内青旅市场规模不大,算是蓝海,客群结构也比较简单,主要是国内外的旅游爱好者。青旅除了能为驴友提供便利,还能聚集很多来自世界各地的有趣的人。这也是我当初想开青旅的原因。”

记者探访:那份住宿情怀变少了

口气预订了5个晚上的床位。不太会说中文的她,希望能在这里找到一起逛北京城的伴儿。可是她那“通常青旅盛产美好相遇”的惯性思维在这里被打破了。在遇到记者前,塞西尔已经住了3个晚上,全程找不到可以交流的人。她发现,大家看上去都很忙碌,白天出门,晚上回来后就洗漱休息了,要不就和自己认识的人聊天。几天下来,塞西尔依旧是一个人。

事实上,这家青旅的公共空间有好几处,还有配套的网红西餐厅和一个颇有情调的露台。不下雨的时候,露台每日19时会放映露天电影,住在青旅的客人是可以免费观看的。但是记者发现,可能是天热的原因,客也就两三位,都是结伴而来的。而青旅自己的公区虽然布置得很温馨,但是桌前坐着的大多是忙着敲电脑的人,“大伙儿围坐在一起交流旅游见闻”的场景始终没有出现过。记者问塞西尔,要不要去公区坐坐?她却表示,去了也不会有惊喜,还是在房间搞定明天要去的景区的门票预约更现实些。

在住过青旅后,记者体会到,米哥为何总提起如今的青旅客源结构越来越复杂了。其实这也是青旅变调的症结之一。在景山公园边上那

家青旅的6人间里,记者注意到,3位睡下铺的都是长住客人。年龄跨度从20岁到50岁,他们中有的是来找工作的,有的是在附近打工的,还有的是来参加企业培训班的。因为这家青旅没有长租报价,这几位住客需要每天等着OTA平台出现当日最低价时,点击续住。

尽管预订不是那么方便,他们依然愿意住下来,这是为何?“住在这么好的地段多难得,而且除了不能做饭,其他都很方便,不用付水电费,还有清洁阿姨每天打扫卫生,五六人一起住也不冷清。”从新疆来的玲姐已经住了4个月,她在询问大家都不用卫生间后,端着一盆换洗衣服来到水池边搓洗起来。其他住客则拉着床帘,在各自的铺位上忙着自己的事情。

“家人们,我回来啦!”住客梅洁的出现是带着“光芒”的,打破了这屋里的沉默,老客人热情地跟梅洁打招呼,新住客也好奇地掀开帘子。看到屋里有新人,梅洁连忙自我介绍:“我家就住在北京市海淀区。最近爱上了摄影,所以只要不出差每周日都会来这里住,是为了第二天清晨走几步路就能去景山公园拍日出。拍完我还可以休息一下,然后骑自行车去上班。”梅洁一口气的分享,带着她对生

活的热情,让屋里的气氛一下子活跃起来。大家从分享第一次住青旅的体验跳跃到对摄影的追求,最终又落在了这几天来北京的见闻。“与君初相识,似是故人归。”的感觉终于在下一刻被找到了。也许如今的青旅,缺的不是不愿与陌生人打交道的住客,而是像梅洁这样有感染力的人把大家带动起来。不过,记者发现,参与聊天的主要还是来旅游的住客,几位常住客人寒暄了几句就又各自忙去了。

在跟梅洁去平台收上周她洗完忘记收的衣服时,记者看到需要清洁的布草就随意堆放在平台门口。这家青旅免费的公共空间很小,走廊上弥漫着方便面的味道。“这里确实和普通酒店有差距,服务不专业,前台服务人员也大多是打工换宿的大学生。但是,青旅还是给人更加自由的感觉。”梅洁说,比如,有人深夜才决定来这里睡一晚,有人凌晨三四点就起床走了,而且一张床位的价格总比一间房的价格便宜,还不需支付押金。

“只可惜,现在青旅会讲故事的主理人和住客变少了,没有了那种热腾腾的住宿情怀。”梅洁惋惜道。从青旅达到到旅旅经营者再到记者探访中遇到的客人,大家都在感叹的这份缺失,究竟还能不能找回来?

专家:成长的焦虑用初心来缓解

是旅舍?是群租客?还是廉价招待所?因为少了那份情怀,因为客源结构变得复杂,青旅的定位开始有些模糊,如何继续向前发展?采访中,不少专家对记者表示,简单粗暴地通过一些“预订条款限制”来选择自己的客源明显是行不通的,青旅在成长中遇到的问题还是需要以“适应变化”的心态来找到解决方案。

“对于青旅而言,回归创设初心才是品牌可持续发展的前提。”北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院副教授吴丽云说。

那么,青旅的创设初心是什么?也许就是几位受访者反复提到的那份可分享的情怀。

“重构青年人社交平台,是青旅恢复其发展活力的重要方式。青旅创设之初,很重要的特点是青年人社交的场所。即便是在网络信息如此发达的当下,人们对于旅途交流的需求并未减少,社交场景打造应该成为青旅吸引客人入住的重要因素。”吴丽云建议,可以围绕住客的社交需求,打造不同主题的活动,让更多的人入住者有可以交流、分享的空间。

加快产品迭代是几位业者对解决当前青旅发展问题的一致想法。“青旅产品的迭代更新应朝着住宿设施升级,空间功能多元化的方向发展。”南开大学旅游与服务学院教授马晓龙说,如今,青旅住客呈现出不同职业、不同身份、不同文化背景的特征,需要青旅承接旅游者的多元化住宿需求。比如,既提供高性价比的床位出租,又有品质相对较好的单人间、大床房可供选择。当然,只这些是不够的,住宿只是青旅价值的一部分,想要实现品牌化发展,就要设法成为旅行文化的体验空间,甚至成为地方文化的展示平台。

在马晓龙看来,青旅最不应该改变的是其“信息交换、承载文化、旅游交流”的功能,但这一功能可以升级。成熟的青旅品牌甚至可以发展

记者手记

这个地方,永远年轻

“青年旅舍是一个盛产美好和分别的地方。这个地方,永远年轻。”曾经当过背包客,住过青旅的人们,听到这话都会有莫名的感触,感觉说到了自己的心坎上。

对于国内的住宿业来说,青旅是舶来品。1912年,世界上第一家青年旅舍在德国一个名叫Altena的废弃古堡中诞生。由于独特的经营理念和良好的社会效益,青旅从一开始就受到了年轻人的欢迎,很快在世界各地蓬勃发展,吸引着众多认同其文化理念的旅游者。1998年,青旅来到中国落户在广州,从此遍地开花。

提倡“安全、经济、卫生、隐私、环保”的青旅从一落地就呈现出与众不同的特征——室内设施简朴,配有高低床、带锁的储藏柜、小书桌,多人住一间,设置了公共浴室和洗手间,有的还配备自助餐厅和公共活动室等。这一布局一直延续到现在。“交朋友,听故事”“获取旅行资讯”“结伴旅行”是很多背包客爱上青旅的原因。

在受访的几位经营者的记忆中,国内青旅的高速发展是在十几年前。正因如此,对青旅有感情,恰恰是70后、80后,也就是现在35岁以上的那批人。“他们年轻的时候出门旅行就住青旅,听了很多奇闻轶事,也分享了许多自己的故事。有的人为了怀念和延续当时的情怀,到现在还有住青旅的习惯。这份执着非常珍贵,我们为何要将他们拒之门外呢?”在谈到对于青旅该不该设置年龄限制的话题时,一位经营者动情地对记者说。

餐饮、文创空间,举办艺术沙龙,先锋座谈会,设计品鉴会等活动,这种功能与价值的放大能够有效提升空间的活力。

“青旅在当下是有很大发展前景的。”吴丽云之所以做出这样的判断,是因为在她看来,无论是之前脱颖而出的特种兵式旅游还是当下流行的Citywalk(城市漫步),契合这部分旅游群体消费能力的青旅正在被需要,有需求就会有市场。而且这部分人群也是青旅最看重的。

“青旅的出现固然与当时背包客缺少更多信息交流渠道,试图通过这样的旅行住宿方式增加信息交换有关,但也是为了照顾这个消费群体在经济不宽裕的情况下能安心住下来。青旅的另外一个特点就是:物美价廉。所以,如何做出有品质又不贵的青旅显得尤为重要。”马晓龙又将一个问题抛了出来。

“价格有亲和力不等于廉价,也不是青旅可以不规范管理的借口。撕掉‘不卫生’‘没温度’的标签,才会有更好的发展。这背后需要青旅设法加强日常管理,提升服务水平,为青年人提供安全、整洁的住宿环境。”吴丽云说,而且营造分享、共享、交流的平台,也需要青旅从管理、运营上进一步优化和提升,包括管理和经营人员对于青旅理念的深度认同,都是重塑青旅品牌价值的重要前提。

上海星硕酒店管理咨询公司首席咨询官袁学斌认为,从第一家青旅诞生至今的100多年来,“安全、经济、卫生、隐私、环保”一直是青旅在国际上公认的标签,如果把这一点改变了,青旅的味道就变了。如何保持?加强管理十分重要。因此,除了青旅的自律外,还应将其纳入主管部门的重点监测范围中,既要有标准,也要有检查。这样才能避免一些安全、卫生的问题发生,遇到挑战才可以有效化解。“无论哪一种类型的旅馆,健康有序发展都是第一位的。”

而他的这一观点,也得到很多业者的认同。“青旅理应是不分国界、不论条件、不看年龄的,是多元和包容的,让大家在我们提供的平台中找到自己的价值感和存在感就够了,青旅就是客人在远方温暖的家。”背包十年青年旅舍营销负责人李先生说。

还有业者提出,对青旅限制年龄这一规定本身而言,无疑是管理惰性的体现,是想通过这样“一刀切”的措施来完成住宿管理、客诉处理。

当然,现在的确有一部分差旅人士投宿青旅就是为了便宜的床位费。每天晚上,旅游者们期待的“秉烛夜谈”,也许会被他们以“打扰休息”为由投诉,或者直接用高分贝的呼噜声盖过。但这些都那不是那些青旅用年龄限制拒绝一部分客源的理由。问题还是要从自身来找。比如,是否可以根据不同客人的背景和兴趣爱好做一些主题房间的分隔,是否可以让公区出现一种可以把大家情绪调动起来的“灵魂元素”……

青旅曾经是很多背包客的天堂,虽然现在有了越来越多并非单纯来旅游的住客,但经历漂泊岁月的他们依然是有故事的人,依然带着对生活的热情。此刻,经营者能做的不该是拒绝,而是如何让他们作为讲故事或听故事的参与者融入青旅的氛围,让青旅重新回到“大家一起有趣”的时刻。多么希望还能在评论区看到更多的留言:“谢谢所有住在这家青旅的人,带给我的快乐时光,谢谢你,陌生人!”