

## 左手烟火右手诗意 听她“宿”说待客之道

□ 本报记者 唐伯依 首席记者 王玮

有人说,最美的风景在乡村,乡村的魅力在民宿,而民宿的灵魂在于主人,特别是那些有温度、懂生活的女主人。“现在的女主人越来越懂得将情怀落地了。”这也是业界普遍的看法。一头面对的是越来越会玩的消费者,另一头面对的是越来越“卷”的市场,既不能不食人间烟火,也不能只顾精打细算,“老板娘”的确越来越不好当。在很多业者看来,寒冷的冬天,乡村旅游市场整体变淡,更考验女主人的多面性。近日,记者采访了几位仍在冬季坚持运营的女主人,听她们讲待客之道。



江苏花筑·宜兴湖父留住乡愁民宿里的老物件 民宿 供图



体验广东丹霞印象系列民宿 民宿 供图



客人穿汉服在陕西不舍·长安里民宿拍照 民宿 供图

冬季即淡季,几乎是所有民宿面临的问题,尤其是北方民宿。当看到记者提出关于“民宿如何过冬”的问题时,有的民宿女主人坦言:“我们也很想知道答案,现在经营挺难的。”而表示已经关张等来年春天再开的也不在少数。

在很多业者看来,在这个季节,能让北方民宿“热气腾腾”的女主人都有“两把刷子”,不然客人怎会不畏寒冷,跨越山水而来?那定是有新冬之约要赴。

“正是因为寒冷,才更能让我们感受到温暖的事物。”乐于在小红书分享的游客秋秋,对秦岭深处的一家民宿总是心有挂念,即便在“冻耳朵”的季节,也要带着家人去造访。“妈妈,住在民宿对面的朱鹮一家怎么过冬呀?”“这两天还真有点想念小薇他们做的有机山野炖和江湖火锅了。”……驱车前往位于陕西汉中洋县的“不舍·朱鹮溪谷生态度假集”的路上,秋秋的孩子和母亲各有惦记的事儿,而她最期待的,是山谷里带着甜味的空气,那叫一个凉;是进屋店家递上的刚煮好的

民宿女主人是民宿和客人之间的情感连接人,这种浓情细意体现在与客人相处的每一天。用部分民宿女主人的话说,每一次与客人的相处与交流都是升华感情的机会。

在江苏宝华山山下千华古村内,三十六季客栈的仿清小院错落有致,白墙咖木,柴门古石呈现出幽幽古韵,三十六季品牌创始人方艾正向客人讲述宝华玉兰树的传说。方艾在民宿的客房和公共区域中摆放了大量旅行照片、收藏品,以及从全国各地购买的纪念品。民宿的管家阿姨常常感慨,方艾是一个既懂生活也爱分享的民宿女主人。

在很多客人看来,方艾很大方,民宿里的很多藏品是客人可触及的。“好的东西就是要分享,我还会给他们讲述背后的故事,这样客人才能感受到我们的生活态度和民宿的温度。”方艾在日前举办的第九届全国民宿大会暨首届全国民宿女主人大会上分享道。她还为民宿设计非遗手工业、山歌表演、古村漫步等活动,开发玉兰花陶针、玉兰仙子书签等文创产品。“我常在思考,我们能为客人带来什么,是一

在与几位民宿女主人的交流中,记者发现,当前市场环境多变,想把民宿经营好并非易事,每个人都在找寻适合自己的经营经。

“想要做好运营首先要定好位。”广东丹霞印象系列民宿创始人符小密分享了自己的经验,做好民宿的定位,自始至终要有清晰的目标与主题,找到自己的细分市场和精准客群,然后围绕定位进行运营与营销,是可以把市场做得很深的。“我们做了几个主题民宿后发现,越是定位明确,核心竞争力就越明显。”值得一提的是,符小密还在孕期做了一家亲子主题的民宿,很多年轻的妈妈喜欢来住,觉得有归属感。“做民宿的过程就是在打造属于女主人的特色生活空间。”

对此,张亚男十分认同。民宿要根据市场环境不断重新定位和梳理,不能盲目跟风,比如花大投入建游泳池等。消费群体毕竟是有限的,民宿要根据自身特点找到合适的思路。“庭栖慧全民宿主要做的是会员。我已经与很多会员客户成了‘交心’好友。尤

## 把生意做暖

暖身茶,那是真的暖。”反差感最拿捏人。”在秋秋看来,这家民宿女主人李雪薇总能让人在炉火的温暖和美味的沸腾中享受冬日的美好。

谈及民宿在冬季能吸引客人的关键,李雪薇说:“让民宿做到同价位中体验感最好的,同样产品里体验度中最具性价比的。”

一进门便帮客人驱走寒气是很多北方民宿女主人会做的事情。不舍·宿集创始人、主理人马旖旎说,这个时候更考验女主人是不是足够细致,能不能通过一些小细节来调动客人的情绪。

“北方的冬天室外不能久待,但愿意临窗而坐,喝茶、晒太阳,偷得浮生半日闲的客人有不少。此刻,惬意、舒适的精致氛围感是需要女主人花心思营造出来的。”马旖旎说。

如果有民宿冬天的生意和夏天的一样好,一定是这里有什么是让客人牵挂的。北京昌平区庭栖慧舍民宿女

主人张亚男告诉记者,入冬以来,他们的生意好过2019年同期。

“我们的客群90%是北京本地客人。今年旅游旺季总体来说周边游没有长线游旺,我们的生意也受到一定的影响。反而到了冬季很多客人降低了出远门的频次,开始在周边找乐子,我们的人住率也上来了。”张亚男说,“当然,民宿要是没有吸引人的产品包,客人是不会来的。因此,我们在冬季不降价的同时,推出了一系列的产品包,包含茶艺、插花等免费课程,再加上半卖半送的下午茶等,70%的会员愿意预订。”

张亚男告诉记者,这类产品包他们只会在冬季推出,主要是为了消磨客人因为天冷不能长时间外出活动的闲暇时光。这个产品包是这两年张亚男带着员工一起打磨出来的,她从女性的视角出发,设计出不同年龄层女性客人感兴趣的活动内容。“毕竟现在

## 将情感做浓

场头脑风暴还是一次艺术熏陶,要让客人觉得物有所值,在民宿处处有惊喜,在不经意间被触动。”

与客人产生情感共鸣是民宿女主人引以为傲的点。“穿上精致的汉服,扮上古风妆造,在充满烟火气的街巷拍下美美的照片,来一场梦回长安城的浪漫体验。”旅行博主周日前在小红书分享了自己的不舍·长安里民宿的入住经历。周周说,这里全部是长安古风庭院,诗词房牌、古琴古乐、长安文化书籍应有尽有,文艺范十足,简直是古风爱好者的天堂。

“女人更懂女人,包括她们喜欢什么,在意什么。民宿里的人文关怀的味道越浓,越能与客人产生良好的情感交互。”马旖旎说。

如今的女主人更清晰地意识到,如果想从住客口中听到“这家民宿是有灵魂的”评价,就一定要将情感做浓。

张亚男也觉得了与客人的相处之道。她的民宿开设了内容丰富的女子

沙龙活动,涉及不同主题的各类读书会、分享会。记者发现每个年龄段的女性都能在这里找到归属感。“比如年龄偏大的客人,对家庭、教育等女性话题比较感兴趣;年龄偏小的客人则更倾向于户外运动,我们都涉及到了,客人可以选择自己喜欢的内容。”

“赠书和寄书也是我和客人密切联络的‘秘籍’。”张亚男分享道,自己喜欢看书,便在民宿中购买了大量不同类型的书籍。在与客人交流时,张亚男会主动询问其喜爱的书籍类型,然后给客人赠书和寄书。“大家对我选的书反馈还不错。我还和客人约定,如果一年之内把书读完,书由他们自己保存下来。如果一年内没看完,就把书寄回。这种互动过程其实非常有趣,客人笑称经常会收到我的灵魂拷问‘你的书看了没有?’但客人也喜欢这种‘监督’,感觉有了更多的共同话题。”

其实与客人的情感连接并非只是

## 让运营更精

其是稍微年轻的女性,她们是我们的高黏性客人,对于民宿活动参与度很高,也愿意和我们互动,因为她们在这里有了施展才华的机会,找到了自身价值。她们不仅自己会多次来,还会带着自己的朋友一起来。”

在张亚男看来,让客人愿意花时间在民宿进行放松和停留,民宿自然就有了生意且能良好运转。

感性的女主人往往对市场有着敏锐判断,随时调整运营内容。江苏梵净花开品牌创始人汤嫣认为,运营民宿需稳中求变,尤其是深入了解所在地客流量情况和倾向性后,及时调整经营思维,拓展新的客户渠道,不能过于依赖游客和OTA平台。

“社交媒体平台确实可以帮助民宿带去流量,但这也需要大量时间和精力去维系。房间看上去卖不出去,但如果核销率上不去,照样拿不到钱。而且这个赛道过于拥挤,有时房

间价格会被压得很低,反而达不到预期效果,不如把‘命运’掌握在自己手里。”张亚男对此深有同感,于是便开始在私域流量运营上下功夫。

还有民宿女主人概括了私域运营的“七龙珠”,即公众号、朋友圈、视频号、1V1私聊、社群、运营、直播,这些都是内容输出的渠道,民宿中所有运营人员都要加入流量矩阵,积极发布内容,循环导流,这样才会形成业绩。

“我们不刻意追求让客人在网络平台上给好评。”张亚男告诉记者,她已经明确告诉店员,只要客人对入住体验不满意,就请客人免费再住一次,对整个院子不满意,下次就包院入住。“我们不会对客人提出的异议,作过多辩解,而是尽可能展现出我们的诚意。很简单一个道理,如果因为一次不好的体验,我们失去了一个客人,挽回的成本远远高于及时补救的。”从不满意到满意的过程,也体现着民

住民宿的大部分决策者是女性,抓住她们的兴趣点很关键,这也是为何现在的冬季生意好过疫情之前的原因。”张亚男说。

浅冬生寒意,微光暖人心。在北京乡志民宿女主人林丹看来,暖的维度有很多,空间上的温暖只是其中之一。林丹经营的民宿离最近的滑雪场仅有50米的距离,冬季住在这里的客人多数是滑雪爱好者,“预订套餐里就包含雪票”“不用自备暖宝宝,民宿里有”“泡脚桶是一次性的,玩回来可以驱寒、解乏还卫生”……住过乡志民宿的雪友,觉得林丹是懂他们的。

采访中,记者注意到,这几家在冬季坚持开业且生意还可以的北方民宿还有一个共性——民宿附近仍有好玩的项目。比如,住在不舍·朱鹮溪谷生态度假集依然可以观察到野生的朱鹮等鸟类,住在庭栖慧舍民宿有私汤可以泡,乡志民宿就在滑雪场边上。在很多人眼中,区位优势再加上有一位谈吐风趣、颇有生活品位的女主人,就是可以在冬季去住一住的民宿。

通过办一场活动、聚一次餐,还可以有更多的方式,比如“我精心挑选的物件,正好打动了你”。

江苏花筑·宜兴湖父留住乡愁民宿是由百年老茶楼万盛楼改建而成的,民宿里摆放着5000多件大大小小、带有时代印记的老物件,是这家民宿女主人颜波一件一件收集来的。让颜波印象深刻的是一次与一位客人的交流。“当时那位客人看到我们收藏的烟灰缸后非常激动,一直询问能不能将其‘让’给他。对于他的执着我们有些不解,客人这才说,他们家原来有一个一模一样的烟灰缸,小时候他常帮父亲清洗,后来这个烟灰缸找不到了。如今父亲已经去世了10年,看到这个烟灰缸仿佛又回到了父亲还在的时光。”在跟记者回忆这段往事时,颜波依然很动情,她说,听完客人的讲述,她更清晰地意识到,民宿还可以承载很多人的情感,她坚持做的这件事是有意义的。

“我们希望通过古香古色的民宿唤醒每个人的童年记忆。”在颜波看来,与客人的情感连接,就体现在让客人成为民宿故事的一部分。

宿女主人对于做好服务的执着。

民宿卖的不是住宿,卖的是触手可及的无尽美景和人文情怀,吸引客人的可能是夜幕降临后的绚烂星空,是质朴的古村和绵延的远山,也可能是地道新鲜的可口饭菜,以及管家阿姨和保安叔叔暖心的笑容。一位民宿女主人动情地说:“民宿就仿佛一朵花,花朵本身没有过多价值,但是我们能赋予它故事,寄托更大的情绪价值。民宿自身要持续更新自己的主题活动和定制内容,还要利用好周边资源,可以把50公里内的景点都看作是民宿的资源,为客人提供更多的行程安排与游玩方案,创造更多可能性。”

对此有业者表示认同,她提到了“+民宿”的经营理念。“想要做好民宿,就不能只做民宿。乡村文化定位在哪里,民宿的着重点就在哪里,民宿只是乡村文化的载体。当客人喜欢这里的活动场景,从而产生了住宿需求,愿意留下来,这才是真正打通了渠道,让民宿能够在逆境中求得生存。”

不久前在山东淄博召开的中国文旅企业合作发展大会旅游住宿业项目对接会(简称对接会)上,共落地旅游住宿项目67个,其中招募饭店管理单位项目27个,吸纳国际国内连锁品牌饭店入驻项目31个,招引大型投资集团项目9个,为山东住宿业发展注入强劲活力。

近年来,山东为加快推进旅游服务质量提升,通过招商引资、吸引民间投资等方式培育壮大住宿企业,基本形成了高、中、低档配套,布局结构较为合理的旅游住宿服务体系。同时,山东通过多样化产品服务不断满足消费者新需求,通过探索发展民宿集聚区,助力全省旅游住宿业高质量发展。

## 做大产业

在27家国际、国内知名连锁品牌酒店集团负责人和项目对接团队等150余人参加的对接会上,洲际、希尔顿、锦江、万豪等酒店集团发布了在山东的发展规划。洲际酒店集团大中华区发展部副总裁曹斌说,目前洲际集团在山东省已经开业酒店33家、在建酒店45家。他们非常看好山东市场,希望通过这次大会,能够连接更多资源,找到更多合作伙伴。

近段时间,山东不断加码旅游住宿业市场,致力于打造档次齐备、覆盖全面、布局合理、特色鲜明的旅游住宿接待服务体系。

今年3月,山东省委、省政府出台《关于促进文旅深度融合推动旅游业高质量发展的意见》,提出开展“乐宿山东”提升行动。多部门联合制定《全省旅游住宿业高质量发展的实施方案(2023—2025年)》,对旅游住宿业发展明确具体路径和措施。8月,山东省政府又出台《关于促进全省旅游住宿业高质量发展的若干措施》,明确提出,山东将建设一批高品质度假酒店,加大高端品牌酒店建设引进力度,推进休闲度假酒店集群建设,到2025年全省星级酒店总量达600家以上、五星级饭店达50家以上,5A级旅游景区、省级以上旅游度假区实现高品质酒店全覆盖。

山东省旅游饭店协会会长何庄龙介绍,目前,协会正积极开展全省饭店转型升级改造行动,推进旅游饭店智能化技改提升,打造智慧应用新场景,深入实施“好客服务”全省旅游服务质量提升三年行动,统筹抓好高级管理人才、专业技能人才培养,提升旅游住宿业人才队伍素质。

## 做出精品

近年来,山东积极适应旅游市场新形势、新变化、新要求,通过引进高端品牌酒店、发展特色主题饭店、提升服务质量等方式,为游客提供更加优质、多元化的住宿体验,不断满足个性化、定制化旅游住宿消费需求。

济南出台了《扶持星级饭店发展的若干措施》,构建“1+3”星级饭店政策体系,连续5年每年拿出2000万元真金白银用于奖励扶持,指导推动旅游住宿业提档升级。目前,济南已成功引进凯宾斯基、希尔顿、香格里拉等一批国际化高端酒店扎根济南。

不仅是加大高端品牌产品供给,山东还大力支持青岛尚美数智科技集团、山东文旅酒店管理集团等本土连锁品牌发展,用连锁品牌管理服务标准筑牢行业发展基础。

“今年,山东文旅酒店管理集团充分利用双十大大促节点,通过预售+直播+全员营销的形式,多渠道发力抢收流量,销售额同比增长80%。”山东文旅酒店管理集团党委书记、董事长李浩介绍,假日经济已是消费大趋势,接下来,集团将组织元旦、春节等节假日活动,通过传统节日抓住流量。同时还将通过申报非遗美食、开展特色非遗展演,深化传统民俗与酒店的关联。组织山东手造、非遗、地方风俗等产品进酒店,通过创新更多有特色、有记忆点的服务,进一步满足消费者住宿多样化需求。

凭借“淄博烧烤”火遍大江南北的淄博,不单单只有烧烤。藏匿于淄

## 游客「乐宿山东」服务更见品质

□ 刘玉溪 李晶媛 杨倩

博潭溪山海拔800米处,一座宛若天成的悬崖酒店,同样吸引众多游客前来打卡。潭溪山景区负责人崔新程介绍,齐长城清川上酒店位于齐长城脚下,酒店依托齐长城文化,打造了洞穴酒店、崖壁酒店、高空酒店、矿坑酒店、森林木屋和穆野崖壁餐厅等,通过对山林地貌的探索,调动全新视角构建多维居住度假体验。

走进潍坊市第一招待所杨家埠木版年画文化主题酒店,首先看到的是酒店将年画用手绘、雕刻等各种形式所做的不同展示,营造出“步步见吉祥,处处见安康”的氛围。潍坊市文化和旅游局相关负责人说,潍坊市把赋能住宿业发展作为促进文旅融合的有力抓手,有效激活非遗创造力,展现非遗当代价值,拓展住宿业文化内涵。

## 做成模式

在乡村旅游发展中,民宿起到了不小的引领作用。山东的旅游民宿经过十几年的发展,早已遍布全省,成为乡村振兴重要助推力量,但同时也存在小散弱现象,全省发展并不均衡。随着大量资金、项目、人员涌入,不断出现亟待解决的新问题。对此,山东积极推动民宿集聚区建设。

经过多年的建设培育,以市场共拓、信息共享、客源互送为核心,实现了从相互竞争到抱团取暖的转变,山东形成了“政府认证、市场导向、多方参与”的民宿集聚区发展模式,先后建成济南九如山、泰山九女峰、泗水等闲谷、青州仁河谷、青岛沙子口山海仙居、费县青山忆等一批知名的旅游民宿集聚区。

前不久,中国文旅企业合作发展大会旅游民宿集聚区创新发展专题会在淄博召开。会上,国内民宿行业知名专家学者、省内外企业大咖齐聚一堂,为民宿集聚区精益化运营、精品化发展出谋划策,推动旅游民宿行业尤其是山东民宿集聚区创新发展。

“山东省提出民宿集聚区品牌概念,推出民宿集聚区创建路径,是推动旅游民宿可持续发展的前瞻性决策。”旅游专家孙小荣建议,优化消费环境,强化旅居度假,把民宿集聚区作为一种创意化、策展式生活方式来经营;营造发展环境,促进协同共生,把民宿集聚区作为一种能够衍生多元业态、输出多元价值的创新发展方式来推进;完善营商环境,促进城乡互融,把民宿集聚区作为一种推动乡村振兴,驱动地方发展向绿色产业、低碳经济转型的方式来培育。

山东省文化和旅游厅相关负责人表示,山东将坚持政策引领,实施乡村旅游精品工程,加强资金、政策支持,强化乡村人才引育,完善旅游服务设施,优化业态产品,帮助民宿经营主体,实现个性化、差异化发展,拓展更多的旅游产品与业态,打造更多具有市场影响力的产品,有效带动消费全面升级。



山东日照万平口景区周边喜来登、亚朵、世帆国际等品牌酒店林立

本报记者 陈晨 摄