2024年2月29日 星期四
CHINA TOURISM NEWS 中国旅游报

“+文化”吉林住宿服务更有质感

□ 刘冬雪 杨 浩 本报记者 刘玉萍

酒店门口，身着朝鲜族民族服饰的迎宾员热情地接待每一位客人；在从墙体、瓦片到烟囱都是由木头组成的满族木屋民宿里，游客坐在热炕头上吃着地道的东北菜……走进吉林的酒店、民宿，经常能看见当地特色民俗文化的身影。记者采访发现，不少酒店、民宿迈出了“民俗+”“非遗+”探索的步伐，将深厚的在地文化内涵与现代住宿相融合，让住宿产品呈现别样的美。

让建筑成为载体

木瓦片、木房梁、木墙体……在吉林省白山市抚松县漫江镇，长白山密林深处，有一个300多年历史的锦江木屋村。这里是目前长白山地区保护最完好的满族木屋群落之一，被称为长白山“最后的木屋村落”。

村里不见一砖一瓦，木屋从墙体、瓦片到烟囱都是由木头组成的，被当地人称为“木刻楞”。“咱村建房不用砖石瓦钉，都靠木头。”64岁的村民邹吉友热情地向记者介绍。

“锦江木屋村现已被列为省级重点文物保护单位，长白山满族木屋建造技艺也被列为省级非物质文化遗产代表性项目。”锦江木屋村讲解员小张介绍。村庄外观虽然保留着原始风貌，村民的生活却已发生了翻天覆地的变化。随着乡村振兴的推进，这里成了远近闻名的旅游景点，全国游客纷至沓来。村民们守着自家房舍和祖传手艺，开民宿、卖山货、搞民俗体验，日子越过越红火。这里不仅是民宿，更是弘扬长白山满族木屋建造技艺这一非遗的窗口和载体。

内涵丰富的非遗和民俗文化，为旅游住宿提供了新的可能性，吉林民宿努力通过文化赋能提高自身的吸引力和独特性。

查干湖被誉为“中国北方最后的渔猎部落”，冰湖腾鱼奇观每年都在这里上演。走进离查干湖15分钟车程的前郭县长山镇新庙村的渔猎部落民宿，首先看到的是一排排木房组成的农家小院，院内渔网做成的围挡让人第一眼就能感受到浓郁的渔猎文化氛围。推开门，木屋内摆放着渔网、鱼叉，以及各种鱼类制品，房间内布置着冬捕景观装饰，堪比一个小型渔猎文化博物馆。

“查干湖有着丰富的渔猎文化，查干淖尔冬捕习俗是国家级非物质文化遗产代表性项目。我们将查干湖的冬捕文化融入渔猎部落民宿建筑设计和屋内装饰中，让游客在入住的同时，就能直观地感受到地方文化的独特魅力。未来我们还计划在民宿中打造非遗鱼皮画体验项目，让游客将‘非遗’带回家。”松原市渔猎部落旅游开发有限公司总经理高志鹏说。

做加法提升品质

随着延边旅游在全网火爆，越来越多游客选择到延边游玩，并入住具有民族特色的酒店。其中，延边白山大厦以具有朝鲜族民族特色的亲情服务，让游客沉浸式体验朝鲜民族独特的民俗文化。

走进延边白山大厦，身着朝鲜族民族服饰的迎宾员就会微笑上前，热情接待。如果遇到对民俗文化感兴趣的游客，他们会耐心介绍延边的特色风土人情和景区景点，宣传展示朝鲜族的民族文化。此外，白山大厦在酒店内设置了朝鲜族文化宣传栏，并在酒店大堂放置了各式各样的朝鲜族民族服饰，免费供游客拍照打卡。

“白山大厦的工作人员很贴心，不仅提供包含了当地很多的景点、美食攻略的旅游指南，还帮我们挑选穿戴合适的朝鲜族服饰，并为我们拍照留念，在这儿的体验非常好。”来自江西南昌的游客蒋雯君说。

除了体验民族服饰，朝鲜族美食也是来延边的游客无法抗拒的。为了让客人能够品尝更多的特色美食，白山大厦聘请了专业的朝鲜族大厨掌勺，烹制色香味俱全的朝鲜族美食，自助餐厅采取明档操作，让客人可以现场观看朝鲜族打糕的制作过程。

白山大厦常务副总经理艾桂成介绍，酒店的每个房间都采用双语标识，让入住客人能够感受到浓厚的朝鲜族文化氛围。每逢节假日，还会组织朝鲜族歌舞表演和各类具有民族特色的文艺演出，丰富客人的休闲时间。近期，白山大厦开设了特产专柜，提供包括朝鲜族冷面、泡菜、打糕、粉肠、明太鱼、米酒等特产，让客人当作特色伴手礼馈赠亲友。

树品牌看重体验

“红太阳照边疆，青山绿水披霞光……”优美的歌声从远处传来。记者循着歌声走进延边光东村归心民宿，几位穿着朝鲜族服装的村民正伴着音乐翩翩起舞。

入住房间后，在辣白菜制作体验区参观并体验国家级非物质文化遗产代表性项目朝鲜族泡菜制作过程，中午品尝明太鱼等本地菜，晚上睡的是热乎乎的朝鲜族火炕，离开时还带走了光东村自热石锅拌饭、自热石锅酱汤……游客张宇分享了他的住宿体验。他说：“以前了解非遗都是走马观花、看个热闹，但在光东村归心民宿里，非遗是看得见、摸得着、吃得到、带得走的。”

以朝鲜族民俗特色为核心，光东村归心民宿充分挖掘历史文化、人文要素与民俗文化，给游客带去了住宿、餐饮、文化交融的全新感受。

“我们将非遗与现代化的生活方式相结合，将原本的农家房屋改造建设成民宿，其建筑、装饰融入了丰富的非遗元素。民宿在运营发展过程中同样与非遗深度结合，比如，我们持续开展非遗体验活动，为游客提供学习非遗技艺的场所，开展相关体验活动。”延边光东朝鲜族民俗旅游服务有限公司总经理杨丽娜介绍道。

热热闹闹的民俗文化体验，让不少客人慕名而来，在地特色文化与住宿业的融合，正成为金字招牌，为吉林带来源源不断的客流。

文化酒店如何消费者产生共鸣与

□ 谷慧敏 李哲

今年的中国酒店业在电视剧《繁花》绽放中迎来了怀旧的热潮。上海和平饭店、华亭宾馆、锦江饭店等酒店在剧情的跌宕起伏中开启了历史与现实的对话。正是由于这些回忆与触动，电视剧中主角常住的酒店客房成为新的旅游打卡地，相关的体验套餐也受到市场的追捧，让人有兴趣更深入地探索酒店的历史与文化。

怀旧情怀成消费热点

怀旧体验是指个体记忆被唤醒而产生的对过去事物、人物、地方等怀念的心理情感体验。在各行业对这一概念的实践与应用发展过程中，逐渐形成了消费行为。

酒店的怀旧体验为何会成为酒店消费新的热点？

怀旧体验消费在当下越来越受到市场青睐。在旅游业中，与怀旧体验相关的消费领域主要有旅游目的地、餐厅、主题公园和酒店等。其中，酒店的消费者可以通过参观、住宿体验过程中的感官感知、记忆唤起、情感引发、反思等进入怀旧体验。

酒店正在经历消费者从主要关注功能性需求向情感性需求的转变。人们不再满足于高质量的客房、精致的美食、完善的配套设施带来的方便、舒适，而是越来越追求情感价值。而那些具有深厚文化和历史底蕴的酒店便成为消费者青睐的产品。

消费者对同质化产品的厌倦催生了个性化的体验需求。随着社会越来越多元化，消费者也在追求更多的差异化产品。不少酒店的经典建筑、装饰装潢、传统美食、活动事件、历史人物等见证了时代变迁过程中，地区的经济发展、技术进步、文化认同、社会价值等，而当消费者看见这些独特的价值，此类酒店就拥有了更强的市场竞争优势。

强化产品塑造品牌力

借热度如何从网红变长红？互联网时代，酒店要抓住流量机遇，以自身独特的方式讲述故事和时代记忆。

首先要深挖酒店文化内涵，结合消费者需求，打造深度怀旧与文化体验产品。酒店要坚持以历史为基础，文化为底色，根据时代变化和市场需求以敏锐的眼光持续捕捉、不断洞察消费者的情感需求，调动消费者感官，打造沉浸式体验产品，引出消费者怀旧情感，让打卡不只是停留在简单取景拍照留念，而是通过一定方式让酒店与消费者形成双向互动。比如提升消费者住宿体验，提供具有文化创意的酒店产品，客房布置突出酒店历史特色等。

其次要创新酒店营销手段，借助新媒体方式，让老酒店有新发展。在新的时代背景下，酒店应该充分了解消费者群体画像，对酒店有科学的市场定位，及时更新营销手段，实现文化传承、利用、创新。根据酒店主题类型及具体发展历史，结合消费者社群特点及兴趣，选择适合的互联网新媒体运营平台，将“我是谁”以更直观、丰富、饱满的方式展现给消费者，以怀旧的方式唤起消费者集体记忆，产生共情。同时酒店应结合历史纪念日、节假日等，自主策划、举办多种形式的活动，适当引入新流量，如和知名品牌联名合作等。这样不仅可以为酒店带来流量，也会对酒店服务优化和品牌发展具有显著的推动作用。但需要注意的是，在发展过程中，随着酒店人流量的增多，应注意控制酒店文化资源的科学保护和合理利用之间的平衡。

最后要提升酒店服务质量，打造品牌长期价值，培养消费者品牌忠诚度。酒店也要根据不断变化的时代热点及时将产品与服务推陈出新，让酒店消费者时常有新发现和新体验，让酒店留得住消费者。通过历史事件、文化内涵、品牌形象等的运营管理，持续以多种方式展现有时代印记、文化印记的酒店核心要素，形成酒店品牌与消费者之间的情感连接，打造酒店独具特色的品牌文化，实现品牌增值。

（作者单位：北京第二外国语学院旅游科学学院）

观点

“酒店+非遗”该怎么做

□ 李 原

酒店是旅游业重要的组成部分，在现实生活中，酒店承担并发挥着人民群众美好生活参与者的作用，因此将非遗以艺术、专业、时尚的形式引入酒店，提升酒店的体验感是酒店高质量发展的重要举措，也是生活方式酒店创建的一种有效途径。

开发注重实用价值

非遗是人类几千年生活智慧与生产技能累积叠加而形成的宝贵财富，随着时代的发展，非遗产品的实用性功能衰减，导致其市场价值、艺术价值、生产价值下降，逐渐远离人们的日常生活需要，因此非遗的保护工程包含两个阶段即传承与开发。

传承是为了留住历史。开发则是赋予其新的实用价值，在现实生活中重新确立位置，重塑市场逻辑。

与研究非遗展示的相关机构更为重视非遗传承的“原真性”有所区别，酒店非遗产品开发在特色展现的基础上，更偏向于需求和实用性。因此，也就更强调打通非遗与现代消费之间的连接渠道，从而让非遗焕发出新的生命。

五个甄选项目原则

非遗作为人类文明的结晶，能为酒店注入新的产品活力，从而对酒店塑造鲜明风格和个性特色发挥重要作用。在酒店非遗产品开发中，非遗项目选择应注重以下原则：

一是项目在地性。目前我国共有43个项目被列入联合国教科文组织非物质文化遗产名录、名册，并构建起国家、省、市、县四级保护机制，各级累计认定非遗代表性项目超过10万项。文化的个性来自地域性，因此，在酒店非遗产品开发中，突出在地性原则，选择酒店所在地区的非遗项目进入酒店是塑造酒店个性化风格特色，实现酒店与所在地文化同频、形象同辐、发展同振的最佳方式。

二是内容趋同性。文化消费需要文化兴趣、文化品位、文化储备、文化消费能力做支撑，而酒店非遗产品开发是为了更好地服务于消费者，为消费者创造更多的美好感受与收获，因此，非遗项目选择应充分重视酒店客人的文化爱好、文化审美与文化消费习惯。认知产生兴趣，兴趣激发消费，酒店所开发的非遗产品能让客人产生更大的兴趣，才能产生最大的效益。

三是美学匹配性。美学个性是非遗的显著特征之一，因此非遗项目的特征与酒店空间调性、服务风格的匹配度决定着产品与酒店协调共生的程度，突兀、生硬的非遗产品无法形成消费共情，也就失去了生命力。

四是生产适合性。非遗产品开发是一种文化创意性活动，考验酒店的审美品位，检验酒店资源整合能力，衡量酒店产品转化与实现水平高低。因此，选择什么样的非遗项目进入酒店取决于酒店的审美能力，取决于酒店与非遗传承人的沟通协调能力，取决于酒店调动可用资源将传统非遗转化为时尚产品的能力，取决于酒店阐释、述说与推广非遗产品的能力。

五是品牌有利性。酒店非遗产品开发的目的在于希望凭借文化力，引发注意力，深化记忆力，培育竞争力，最终塑造品牌影响力。因此，非遗项目的选择应有利于酒店个性与特色形成，有利于产品体系的完善与品质提升，有利于消费者需求的激发与体验深化，有利于酒店经营与服务效益提高，有利于酒店市场影响力与品牌塑造，有利于地域文化传播。

产品创新尤为关键

酒店非遗产品开发是一项专业性极强的创新工作。一方面在展示环节，应尽量保持非遗原有的生产工艺、流程、材料与工具，以“活态”产品的形式宣传、传播非遗的特质，关注非遗产品的参与性、体验性、互动性，而趣味性是非遗产品产生吸引力的催化剂。另一方面在消费环节，非遗产品在推广过程中，应依据现实生活需要、审美需要和市场需要，在“物化”产品的层面关注非遗产品表现内容、材质、功能、形式、色彩等方面的创新发展，赋予非遗产品实用性、时尚性、市场性特质。喜好带来关注，实用性强化购买力。

这要求酒店非遗产品开发应关注几个“需”：一是非遗产品需与现代生活方式连接，从而弥补、提升、创新其实用性。日本著名民艺理论家柳宗悦在《物与美》一书中说：“即便为顺应古老的生活方式而生的器物，也能通过创造性的新用法重获新生。在新生的作品面前，人们能为它们一一创造用途。”比如，以创新的方式，赋予非遗产品新的实用功能是重塑非遗时代性、市场性的基础。

二是非遗产品需与现代审美连接，从而变革、提高、丰富其美学品位。因技术、材料、生活习惯与审美等要素的改变，传统的非遗技艺渐渐跟不上消费的演进速度。非遗转化为现代时尚需要国际化视角，需要年轻的思维，需要科技的手段，因此以更恰当材料、更新颖的内容、更现代的器象（是指物质产品形制设计的艺术性与制作工艺的审美感）赋予非遗产品时尚的美学品位。将非遗这一传统文化转化为现代的时尚文化是为非遗注入新的艺术生命，提升其社会参与性、分享性、收藏性的重要途径。

三是非遗产品需与酒店服务特性连接，从而给非遗展示一个新空间、新舞台、新渠道。同时，通过非遗产品开发在酒店物理空间中注入传统基因和文化灵魂，实现酒店空间属性的转变，使酒店由物质空间变身为文化空间，由功能空间切换为体验空间，在潜移默化中构建起酒店的别样滋味。

四是非遗产品需与特色商品开发连接，让非遗以特色商品的形式成为宾客可带走、可收藏、可传递的记忆。酒店用商品强化了非遗体验记忆，同时也有效延伸了酒店产业链，增强了酒店综合市场竞争能力。

综上所述，酒店非遗产品开发应坚持的基本策略是：非遗传播，国际视野；传统工艺，时尚审美；活态体验，物化收藏。

上海和平饭店外景 图虫创意 供图

体验项目增加吸引力

怀旧体验是部分老牌酒店具有的独特吸引力，这些酒店作为有历史、文化、艺术表现力的场景，能够唤醒人们的时代记忆，提供难忘的怀旧体验，它与怀旧体验具有相互依存、不可分割的关系。

一是怀旧体验是老牌酒店历史价值的重要体现。怀旧体验通常发生在对新与旧的对比变化感知之中，这恰恰形成了这类酒店的核心消费体验。怀旧体验的形成源于消费者在酒店中由于感官刺激等而唤醒的历史记忆，这就要求消费者要对酒店发展历史甚至是城市历史有一定的了解或者兴趣。老牌酒店主要通过有年代感的展览或其他能表达酒店历史的载体作为媒介，打造特定场景、营造氛围感等，来激活、唤醒、重现消费者的记忆，让消费者情不自禁地进入沉浸式怀旧状态。在睹物思人、触景生情的情感渲染下，消费者很容易与酒店“走得更近”，并可能产生进一步的品牌偏好。

二是怀旧体验是老牌酒店文化价值的重要体现形式。老牌酒店的核心要素是文化，怀旧体验是文化延续和传承的重要体现。这类酒店通过建筑外观、内部装潢、员工服饰、物件用品、纪念活动、历史文化陈设、展览讲解，给消费者带去记忆深刻的感受。消费者在参观、住宿、就餐过程中既能收获知识，又能有一种沉浸感和满足感。

三是怀旧体验是老牌酒店的独特竞争优势。酒店的消费属于具身性消费，需要消费者亲身到现场去体验、去感受。此外，酒店属于社区型生活服务范畴，具有重复消费的特点。酒店消费与其他消费相比具有鲜明的时间和空间联系特征，而这又会带来相应的时间记忆和空间依恋，进而成为独特的消费决策因素。比如，因《繁花》而出圈的老牌

山间特色民宿助力乡村发展

近年来，贵州省遵义市赤水市依托丰富的自然资源和独特地质景观，结合高山洞穴和原始森林发展特色民宿产业，打造乡村特色民宿集群，满足游客多层次消费需求，带动当地村民就业增收，助力乡村振兴。

图为赤水市丙安镇丙安村匠庐民宿。

视觉中国 供图