

东西南北中 民宿看点多

□ 本报首席记者 王 玮 本报记者 唐伯依

总结春节假期的“战绩”，多家OTA数据显示，热门旅游目的地的乡村民宿预订量大幅增长。论特色，“寻找年味”成为关键词。随着各地推出的民俗活动越来越丰富，民宿主人也加入了花式揽客大军。“春节期间我们的活动不重样”，是他们最常说的话，民俗、非遗体验成了最讨喜的项目。客人的需求变了，不再只满足于在网红民宿里拍照打卡。民宿预订平台上，有关体验的关键词搜索量同比增长了7倍。热闹的假

期结束了，市场出现的新趋势也让民宿主有了更多的思考。这几年，市场迭代得很快，不少人明显感到，稍不留神就有“跟不上”的压力。又到山花烂漫时，今年春季究竟要怎么做才能适应市场？

日前，记者分别采访了位于我国东、西、南、北、中部地区的5家全国甲级旅游民宿的负责人，请他们谈谈如何把握消费心理，做出更多有吸引力的好内容来。

“甜一甜”是“浙”里的味道

竹林片片、茶山环绕，赏景品茗、悠然自得。位于浙江湖州西塞山旅游度假区内的妙溪民宿，无论何时总给人偷得浮生半日闲的惬意之感，刚刚过去的春节假期，也不例外，还增添了几分乡村过年的热闹。“住在民宿的客人，常会被热情的村民邀请进家去‘甜一甜’。”妙溪民宿主理人小隐是吴兴区妙西镇本地人，她告诉记者，打小就是这样，一到过年，从村头到村尾，人们互相拜年，不管是否相识，都会请客人到家里吃块糖，并送上祝福，他们把这一习俗叫作“甜一甜”。在村民家中，客人还能喝到当地特产熏豆茶。这对于久居城市的人们来说，就是年的味道。

“在山水间，过传统年。”已成为许多游客选择在乡村民宿度新春的理由。妙溪民宿在今年春节假期满房了，客人中，有从澳门和沈阳赶来的。

“很多是老客人，也有老客人介

绍来的。”开业5年，小隐的手机里存着1万多个客人的联系方式。定期与客人互动，唤起他们在这里的时光记忆，是小隐持续做的事。从根据季节不同邮寄特色伴手礼，到邀请客人在淡季的时候来相聚，对于维护私域流量她一直很用心。这也是妙溪民宿一直保持吸引力的原因之一。

在很多人的看来，江浙一带的民宿因山水而自带灵气，在更多的体验者眼中，是因为遇到了有趣的人。一位客人入住妙溪民宿后，在OTA平台上这样评价道：“置身茶山和竹海之中，民宿主人的热情恰到好处……”

看到客人如此反馈，小隐满心欢喜。为客人提供“火候正好”的情绪价值是一门学问。

踩准了“种草”平台的节奏，妙溪民宿一入局就是小红书上的网红民宿，那时候很多客人抱着打卡的心态慕名而来。慢慢地小隐发现，随着新开的民宿多了，审美开始疲劳的客人

不再热衷打卡拍照，他们开始注重体验类的内容，希望在民宿里找到有记忆点的东西，期待有人带着他们去玩，并做好一系列的安排。

在小隐的小红书主页，记者注意到了这一点，原先的作品多数从美图的角度出发，最近的推文更注重对民宿活动的介绍，也有详细的周边游玩攻略。在小隐看来，做好活动的设计是将民宿运营好的一个关键点。“经营过程中，我们单纯住宿收入的占比在降低，很多客人更愿意为一次研学活动、一场非遗体验买单。”

赶在春茶采摘季到来前，小隐和当地研学机构合作，特意把学习点茶艺加入其中。“民宿的卖点要不断变化，才能让客人保持新鲜感。我们不仅要让民宿有温度，还要让民宿更好玩。”小隐说，作为新晋全国甲级旅游民宿，他们要以民宿为原点，做更多的好内容出来。

宿黔地探秘多彩自然

“春到人间人似玉，灯烧月下月如银。”嘘花竹筒喷射出开花火焰，数10名舞者赤裸上身将龙高高擎起，在银花火海中穿行、旋转，迎来阵阵喝彩……除夕夜，在贵州省遵义市绥阳县温泉镇双河村的十二背后双河客栈外，闪耀的嘘花与舞龙吸引了不少游客围观、参与。

十二背后双河客栈主理人刘得章告诉记者，“舞龙嘘花”是贵州的民间习俗，勇敢的舞者需在烟火中赤膊上阵舞动长龙，迎接嘘花的“洗礼”。“不少民宿客人被现场的氛围感染，主动参与到活动中。如今，客人很喜欢这类体验性强的文化活动，我们专门对此进行了设计。”

春节假期，十二背后双河客栈吸引了不少客人，入住率达到96%，高于2019年同期。刘得章观察到，如今，长线游的客人明显变多，他们的出游时间选择也更为精准。“选择住一晚就去其他地方的客人更多了，但人们的出游频次也更高了。而且客人的健康观念越来越强，民宿开发

的健康养生以及户外运动项目很受欢迎。”

在刘得章看来，当地的地理环境深深影响着人文风俗。“江南千条水，贵州万重山”，在高山连绵的贵州，凸显山地文化才是根本，才能展示出民宿的最大特色。“为此，民宿所有产品都是以此为基准设计而成的。”

十二背后双河客栈仿佛是一个黔北民居博物馆，游客可以看到依山而建的吊脚楼，了解建筑结构、空间布局，了解建筑和自然的环境关系。“我们希望把当地文化特色、生活气息直观地展现在客人面前。”刘得章说。

刘得章告诉记者，十二背后双河客栈背靠十二背后旅游风景区，经过多年的发展，旅游区内已经建成相对成熟的民宿集群。

如何让大家都拥有客群市场，而不是各自抢饭吃？“我们与景区和其他民宿联动，组建了专门的研学导师队伍，打造了一系列研学产品。比

如，整合农田资源，打造了养成类的体验项目；立足于山地和洞穴资源，设计了原始森林徒步、洞穴探险等项目。目前来看产品很有吸引力。”刘得章说。

自然大染坊、洞穴精灵、会飞的硝石矿、黔北民居之3D建模、彩虹树攀……这些趣味研学课程让孩子在自然情境之中一步步靠近自然、认识世界。

“接下来，即将迎来水稻的育苗期，我们准备开发休闲农业的体验项目，推出野奢、野宴，让亲子客人在农田中支起帐篷，寄情田间地头，耳边就是蛙叫与虫鸣。此外，植树、养蜂等项目也可以在民宿中体验到。”在刘得章看来，民宿的发展最重要的就是在地特色的挖掘，无论是自然资源、民俗文化，还是教育研学、养生体育，产业链条可以拓展得非常广。

对于未来，刘得章满怀憧憬。提升民宿的产品力、品牌力和服务力，凸显独一无二的地文化魅力。

住窑洞感受陇东风情

虽然春节假期结束了，但凤凰塬舍民宿主人苏丽叶依然很忙。“这不马上要到元宵节了，我们正在筹备猜灯谜的活动，这次的奖品是‘民宿+景区’的套票。出了正月，就到‘山花烂漫’时，客人正好可以来住窑洞赏春花。”苏丽叶说。

保留庆阳窑洞风格的凤凰塬舍民宿位于甘肃省庆阳市西峰区显胜乡毛寺村，周围有国家4A级旅游景区龙栖谷宾馆、陇东滑雪场等。苏丽叶告诉记者，这里的冰雪旅游发展得不错，春节假期吸引了不少来自陕甘宁的游客，民宿的入住率也同比去年上涨了1倍。

“很多客人是冲着住窑洞来的。”提到庆阳的窑洞，苏丽叶打开了话匣子，她说，不只是陕北窑洞名扬天下，陇东的窑洞同样有名。陇东高原是黄土最深厚的地方之一，而庆阳地处典型的黄土

高原区，居民窑洞十分稠密。走进庆阳，便能看到一排排、一孔孔窑洞庄院组成的村落。毛寺村是全国乡村旅游重点村。

凤凰塬舍民宿的魅力不止于窑洞。走进这里，具有当地特色的皮影、剪纸、农民画随处可见，客人还可以跟着非遗传承人学习庆阳香包、刺绣等的制作技艺。“我们希望每位客人都能在这里感受庆阳文化的魅力。”在与苏丽叶的交流中，总能被她的热情所感染，说到动情处，苏丽叶用家乡话告诉记者：“我就是地地道道的庆阳人。”

住在凤凰塬舍民宿的客人大多喜欢干一件事，就是与民宿管家聊天，听他们用庆阳本地话聊庆阳，仿佛更能感受到这高土高原上的陇东风情。

“我们这里的员工都是附近的村民，而且大部分是女性。”苏丽叶坦言，尽管村民对这份“家门口”的工作十分上心，但因为文化程度的不同，培训是一个挑战。如何让村民的服务达到标准？

苏丽叶意识到，如果只重复那些文字性的条条框

框，村民很容易“转不过弯”。于是，她就打了一个比方：“如果你家来了一个远房亲戚还带了很多礼品，你会怎么招呼？”村民一下恍然大悟：“招呼亲戚，我最擅长！”

“同样一句话，用家人的语气讲出来和用服务语术说出来，给人的感觉是完全不同的。民宿服务的关键就是把客人当家人。”苏丽叶说。

今年年初，凤凰塬舍民宿被评为全国甲级旅游民宿。在苏丽叶看来，这个“金字招牌”对于客人来说，在下单的时候会更安心；对管理团队来讲，就是要持续擦亮它。“不断提升服务品质很重要。我们现在的管理流程跟酒店是一致的。比如，将布草送去专门的洗涤中心清洗等。今年我们列了一部分资金，用于提升房间和公共区域的舒适度，让其更加适合客人的需求。”

在酒香也怕巷子深的当下，苏丽叶意识到营销的重要性，并找来了线上专业营销团队帮忙。她告诉记者，现在村民自发在新媒体平台上宣传的意识越来越强，接下来，他们也会搭上有关部门整体宣传的快车，多方发力，让更多人住窑洞民宿，体验陇东风情。

山城乡村更巴适更有趣

“连住3晚，一家人每一天都是不慌不忙的，欢声笑语，吃完饭逛果园，到山间转一圈，阳光很充足，围炉煮茶，惬意极了……”既白民宿主理人王绣华分享了民宿春节假期在客人们身上看到的“小美好”。既白民宿位于重庆市北碚区静观镇中华村，春节假期，民宿的9间客房都被订满了。

“除了一起放烟花、包汤圆、煮饺子，还可以做腊肉、采摘蔬菜做晚餐。绣华姐说，他们小时候过年就这样。重庆的山区‘麻辣味’没那么浓，但是喝茶‘搓麻’烟火气十足。”春节假期带家人在民宿住了3天的游客杨晓说。

既白民宿2020年7月起对外营业，由废弃矿山改建而成。“这几年民宿生意一直不错，年营业额超过了500万元。当时，为了进行生态治理和修复，我们在矿山上栽种李树、桃

树、樱桃树等果树，经过4年的努力，矿山换上‘绿装’，成为乡村旅游采摘点。游客多了，民宿也就随之建起。如今，户外采摘也成为民宿的特色项目之一。”王绣华说。

王绣华的身上有着重庆妹子的“干燥”，爽直。总结这几年的生意经，她说：“民宿一定要提供给客人住宿以外的更多价值，我们对民宿的定位就是能让客人‘慢下来’的乡村生活空间，既满足他们对高品质生活的期待，又保留山野间的乡土气息。”

为此，王绣华设计了一系列乡村体验活动，摘腊梅、找野菜、拔萝卜、挖红薯……带着一批又一批客人沉浸式感受乡村生活的趣味。“我们还邀请村子里的老人教客人打年糕、做糯米团子、画糖画，每次效果都不错。我们民宿也成为川渝群众日常会客、放松的巴适空间，不少人

约朋友来这里喝喝茶、聊聊天、看看景，很多生意也就这么谈成了。”

“我们把每一个来到民宿的客人都当成一个市场在经营，把每一位客人的体验感做到最佳，通过口碑营销，市场自然而然就有了。”王绣华说。

既白民宿在自身发展的同时，带动周边村民增收致富，盘活了村里的多项产业，吸纳了不少当地村民到民宿工作，也会帮助周边年纪比较大的村民售卖蔬菜。“民宿开业后，村子的马路通了，路灯亮了，还吸引了不少年轻人回乡建新房。”王绣华自豪地说。

如今，民宿的樱桃花开得正盛，王绣华开始为春季市场做起了准备。“当下，大众更注重健康，春季我们会推出健康素食制作、果园下午茶以及健康轻食课程。尽可能把客人带到户外，感受大自然的魅力。”

在最北的地方迎接客人

“来，把这小堆柴火帮我们抱到后院去，今晚有篝火晚会。”“‘好嘞，交给我。老公，快把我堆柴火的场景录下来，一会儿要发朋友圈，太好玩啦！”

“妈妈，看我这个窗花贴正了吗？”“特别棒！别动，妈给你拍一张……”

在拾叶知悠民宿，无论是做新春装饰，还是开篝火晚会，这“最后一步”总是需要客人来完成。并非民宿的人手不足，而是为了让客人更有仪式感。

拾叶知悠民宿主人邱小允告诉记者，很多客人是先订好了房间，再确定航班时间。其实，为一间房赴一个城已不是什么新鲜事了。但邱小允之所以说得这么自豪，是因为这家民宿是在我国大陆最北端的边境临江村落——北极村内，想要到达，需要辗转几次。

据新华社报道，今年，有超过1万人次游客来到位于黑龙江省大兴安岭地区漠河市北极镇的北极村过春节。

记者手记

当客人越来越看重体验

几家民宿在线预订平台在总结春节假期相关数据时均提到，特色体验成为吸引用户预订民宿的重要因素。这一点记者在与5位民宿主交流时，也被反复提起。

同样是预订咨询，以前客人的开场白是：“还有房吗？”现在客人会问：“有什么活动安排？”

需求的变化正在倒逼民宿做产品上的调整。有业者感叹道，此前，民宿大多追求网红“人设”，只要把场景搭建好，客人自己打卡拍照，把周边攻略设计好，客人自己就去玩了。但现在这样的服务已经满足不了客人，他们待在民宿的时间越来越长了，需要有更多的体验类的活动来消磨悠闲时光。

在春节假期，也有民宿主发现，“买买买”成为客人的消费喜好之一。上岁数的客群喜欢将当地的土特产当伴手礼带回家，年轻人则更喜欢个性化的文创产品，趣有“土味”越受欢迎。比如，拾叶知悠民宿用当地白桦树皮手工制成的发卡特别畅销。树皮自然的纹理，让其变得独一无二，年轻人就喜欢这份与众不同。由此可见，简单的带货模式已经不能给民宿带来更多收益，需要更花心思推创意商品。

谈到春季市场拓展，东西南北中的民宿主都提到了研学旅游，特别是挖掘当地农耕文化的民宿，更加强调在这一领域的拓展，并与专业的研学机构展开了合作，甚至把目光落到了老年研学上。也许，“民宿+研学”在今年会擦出更多的火花。

“这个市场更卷了”，是几位民宿主人的共识。“大家都使出浑身解数吸引客人，我们拿什么独树一帜？”“周围已经有商家开始打价格战了，我们的底线要如何守住？”对于这些疑问，有的民宿主已经有了答案。

“无论在哪，总有民宿一房难求，也有民宿是一间卖不出去。差距在哪？就看民宿的硬件设施、服务水平、给客人提供的情绪价值。如果一家民宿只考虑房价，只强调入住率，那么最后只能把客人都‘得罪’了。”有民宿主一针见血。也有业者在考察一些原本很网红，后来无人问津的民宿时发现，连摆在客厅花架上的烛台都积了一层厚厚的土，一定很长时间没有动过。“这就是其经营失败的原因，很多消费者有‘喜新厌旧’的心理。如果不能根据市场需求的变化常换常新，又怎么可能留住客人？”

今年春节假期，记者采访的这

几家乡村民宿的入住率都比较理想，有不少满房的。在问起经营之道时，多位民宿主提到了私域流量运营的关键性。

虽然在社交媒体平台进行引流拉新仍是他们的普遍选择，但也有业者认为，新媒体运营的订单转化率远没有原先高，在这样的情况下，做好老客户的维护和口碑营销显得尤为重要，因为运营私域流量，会让市场精准度更高。对于一些单体民宿来说，广撒网的成本投入较大，性价比比较低。所以把有限的资源和资金放在原先积累的客群上，进行更深一步挖掘，或许会有更好的市场回报。

采访中，记者注意到，很多民宿主的社交媒体账号，不再只是推荐自家民宿，而是更用心地分享民宿所在的乡村之美。“大家要把思路打开，设法把乡村的人气带动起来，住宿产品自然就卖出去了。如何将自己的资源和乡村其他资源深度融合是我们接下来思考的事。只有整个村子好，民宿才能更好。”有民宿主如是说。