2025年7月10日 星期四
CHINA TOURISM NEWS 中国旅游报

旺季来了 什么样的民宿受欢迎

□ 本报记者 唐伯依

炎炎夏日，不少民宿的生意也旺了。记者通过采访浙江、贵州、新疆、黑龙江、北京等地的民宿发现，这个暑期，具有沉浸式体验和能给客人提供独特情绪价值的民宿更受欢迎。民宿业者也从产品与服务的细节处着手，给客人留下独特的记忆。

黑龙江栖林·拾叶知悠民宿 受访者 供图

贵州榕宿客栈 受访者 供图

北京后院溜石港民宿 受访者 供图

消费特征如何

“近期民宿市场格外火热，我们民宿基本每天满客。”近段时间，浙江阿忠的家民宿主理人蓝晴霞特别忙，她告诉记者，除了江浙沪的客人，还有从北京、广东、黑龙江等地过来的，大部分会停留2至3天。“暑期客房能卖到1200元左右，客人觉得能在民宿吃好、玩好、住好，有比较好的体验感最重要。我们还是宠物友好民宿，携宠出游的客人也很多。”

位于暑期热门旅游目的地贵州的榕宿客栈也感受到了市场的火热。客栈创始人苏荣梅告诉记者，今年的暑期旺季来得比以往早。“以前是7月中旬才开始，今年6月就开始了。我们接待了不少来自英国、澳大利亚、新西兰、新加坡的学生。他们放假后就来了，参加民宿组织的非遗研学活动和自然教育课程。与往年相比，今年民宿的外国客人明显增加了。”

不少业者观察到，游客对于民宿的预订周期变短了。“以前会提前半年订房，现在提前半个月至一个月预订的比较多。”新疆伊犁哈萨克自治州遇见繁花民宿主理人张静告诉记者，现在客人对民宿价格相对敏感。6月底7月初亲子客人尤其多，为此，民宿增加了亲子房，一家人订一间房也能住得舒适，性价比也提高了。“现在年轻人有自己的喜好和审美，他们既在意民宿的设施、条件和位置，也想在短时间内感受到本地自然和人文的独特魅力。”

亲子客群集中出游是暑期民宿市场的特点之一，民宿也早早准备好了适合亲子家庭的娱乐项目。“三代人同游的比较多，通常在民宿住两晚。暑期来民宿避暑的北方客人比较多，主要来自山东、辽宁、北京等地，他们对民宿的桨板、钓鱼、采摘这些项目很感兴趣。现在漠河的温度还是非常舒适的，最高温度也就20℃左右。”黑龙江栖林·拾叶知悠民宿主人邱小允说。

北京后院乡旅联合创始人张鹏发现，这个暑期，民宿的消费客群愈发年轻化了，消费主力逐渐从80后向90后、00后转变。“年轻消费者更务实，更看重民宿的设计风格、周边环境，还在意娱乐餐饮配套的丰富性，看重性价比，倾向选择价格适中、体验多元的民宿产品。民宿主流客群还是北京本地客人，但近段时间我们也明显感觉到，他们对京郊民宿的兴趣有所减弱，更倾向于利用暑期开启国内的长线游。”

首都经济贸易大学教授蔡红分析，今年暑期民宿市场呈现出更加鲜明的消费分级与需求多元的特征，从市场表现来看，具备精准定位和体验创新的民宿仍保持强劲增长态势。文化研学、康养疗愈、宠物友好等主题民宿受到游客的欢迎，呈现出较高的溢价空间。具有微度假特质的民宿客人平均停留时间也有所延长。价格敏感与品质追求并存，市场分级分层更加凸显。经济型民宿普遍依托高性价比获客，其价格策略也更为灵活。

浙江旅游职业学院教授章艺认为，今年暑期民宿市场呈现“避暑+亲子、深度体验、结构性升级”特征。消费者更加注重民宿的质价比和体验性，追求深度的民宿体验，如选择民宿主人主导的特色活动、走进清凉世界、了解当地非遗等。随着旅游市场的消费升级，中高端民宿的需求增加，消费者对民宿的品质、服务和设施等方面也有了更高的要求。

频出特色产品

采访中，当被问及暑期产品设计的核心亮点时，业者们提到最多的词便是“情绪价值”，在他们看来，民宿产品要被游客喜欢，留下难忘的记忆，才能在市场中更有竞争力。

“午后，民宿管家化身向导，带我们去看层层叠叠的梯田，小朋友‘深一脚浅一脚’地感受农耕的乐趣。回到民宿，清凉刺激的水枪大战就开始了。夜幕降临，可以席地而坐看一场露天电影，还可以用天文望远镜观星。第二天清晨，沿着蜿蜒的小径深入村落，开始山洞探险之旅。离店时还收到当地村民手工研磨的玉米面伴手礼。这个周末过得特别充实，感受到了乡村生活的快乐。”上周，北京市民周芸带孩子入住了北京后院乡旅旗下位于北京市昌平区的后院溜石港民宿。

“我们希望能通过这一系列沉浸式体验活动，将山野风光与趣味互动深度融合，为游客带来独特的生活感受。民宿还升级了水上项目，提供消暑特制饮品等，都很受游客欢迎。”张鹏说。

在阿忠的家民宿，客人可以到竹林里挖笋，在菜园里挖青菜，体验溪边下午茶，吃用溪流冰镇的西瓜，还可以体验钓鱼、捉螃蟹、挖螺蛳。

“民宿是用我们自己的住房改建的。这是我成长的地方，我对这里特别有感情，因为和爸爸妈妈生活得很快乐。我的民宿叫阿忠的家，阿忠就是我的‘老爸’，是民宿的形象代言人。我把‘老爸’的爱好以及小时候他会带我玩的项目，设计成了民宿的体验活动。我特别想把我的快乐带给每个客人，让他们放松下来，到民宿会有种熟悉的感觉，民宿是他们在安吉的家。”采访中，透过蓝晴霞欢快的语调，记者能明显感受到她对民宿事业的热爱。

民宿能够吸引人多次复购，最重要的还是产品的不可替代性。榕宿客栈位于贵州兴义万峰林景区万福村山腰，由四栋布依族传统石木结构老屋改造，每个房间各有特色。“我们对室内空间进行了非遗再创，融入了非遗元素，用毛笔蘸蜡液绘制了几何图案，将蓝夹缬技艺融入家具软装。同时，依托百草园等生态资源开发自然教育课程，客人可以学到植物染色、刺绣等非遗技艺，不仅能学习和体验，还能把成果带回家。鉴于产品的独特性，民宿整体复购率还是很高的，不少客人上完基础课还想再上进阶课。”苏荣梅说。

栖林·拾叶知悠民宿位于黑龙江最北的北极村，夏季白昼较长。“我们就想着利用好这一优势，每晚8点到9点会组织落日音乐会。夕阳西下，草坪、湖面被镶上一层金边，客人可以边看落日边听音乐。这是我们能给他们提供的‘独家记忆’。”邱小允说。

除了把产品做出亮点，民宿也在做精服务上下了不少功夫，敏锐的业者们迅速捕捉到客人的需求。

蓝晴霞告诉记者，现在客人尤其是女性客人对“出片”的要求很高，民宿安排了专门的摄影师给客人拍照。“我们会赠送客人3张照片。不少客人会把摄影师拍的照片发到自己的社交平台账号，分享住宿体验，还会将自己的微信头像更换成满意的照片。她们会非常开心地跟我分享收获了多少‘点赞’和咨询。就这样，老客带新客，客人就源源不断地来了。现在线下客人能占到51%。我相信只要把服务做好，客人就会越来越多。”

邱小允的经验则是对客人“事事有回应”。“我们对客人做到了有求必应。从客人订房的那一刻起，我们就建立了与客人的微信联络群，他们有问题可以随时找到我们。把服务做到位能让客人忽略民宿的一些不足。比如，前几天民宿所在园区电路出现故障没办法上网，我们立刻给客人送上移动WiFi设备，还做了弥补措施，比如带领客人到户外游玩。”

紧跟市场变化

章艺分析，整体来看，今年暑期民宿市场既有机遇也有挑战。从机遇方面看，暑期计划出游人数较去年同期增长，为民宿带来了庞大的客源基础。从挑战方面看，民宿市场渐趋饱和、竞争加剧，消费者越来越成熟，对民宿甄别能力提升，一些缺乏内涵和创新的民宿可能面临较大竞争压力。

在这种情况下，民宿如何把生意做旺？

有民宿业者提出，要更新观念，跳出民宿只是单纯提供“一张床”的传统思维。“我们卖的不只是住宿产品，还有非遗再创教育产品和自然教育产品。”苏荣梅用了8年的时间，将贵州少数民族的染、织、绣技艺系统梳理，转化为可体验的教育课程，同时还在持续对产品进行升级和更新。“民宿就像是一个文化体验平台，初次体验的免费课程是为客人种下的‘一粒种子’，如今已吸引越来越多的客人专程来参加为期4天至12天的深度课程。我一直把民宿看成一个与在地有深度连接的旅游产品。”苏荣梅对在地文化精耕细作，使之成为民宿的核心竞争力。

“除了做好民宿产品本身，还要尽可能让民宿与客人产生更深度的连接。比如，为客人提供更多的旅游信息，将服务延伸至‘售后’。我们会关心客人从哪里来，下一站去哪里，并且为他们提供下一站的游玩建议，让他们有备而去。”邱小允说。

在民宿市场竞争愈发激烈的当下，民宿业者该如何应对？

“市场一直在变，但我却很有信心，因为我们的产品升级和更新速度足够快。在第一时间发现客人感兴趣的点后，我们就会尽快推出相应的产品，比如围炉煮茶、溯溪下午茶、打糍粑体验，只要是能与民宿相结合的元素和活动，我们都会吸纳进来。”蓝晴霞说。除了产品的更新，还有服务的升级。蓝晴霞举例，之前有客人问她民宿是否有隐形眼镜护理液，当时民宿并没有准备，管家马上去买。后来，这也成为民宿的常备用品了。“我们要求自己每天进步一点，客人获得良好的体验之后，认可了民宿的品质，这让民宿的价格能够持续‘坚挺’。”

张鹏说，民宿应当主动求变，及时挖掘客人潜在诉求，从入住到离店全程响应需求，在细节中创造超出预期的情绪价值。“自2016年开业至今，我们的民宿已走过9个年头，房间内设施逐渐老化，部分设备和装修在客人眼中显得陈旧了，这无疑成为运营过程中的一个问题。为改善这一状况，我们一方面加强清洁管理，确保每一处空间都整洁如新，为客人营造舒适的居住环境；另一方面，积极策划丰富多样的特色活动，如手工制作体验、当地文化导览等，提升服务的专业性与温度，通过软性服务的升级，弥补硬件设施上的不足，持续吸引客人。”

在章艺看来，暑期能够保持不错市场表现的民宿主要是做对了以下几点：一是精准定位目标客户群体；二是能够提供丰富的体验项目，为客人提供体验当地生产生活方式、非遗项目的服务；三是注重产品品质和情感交流，以主人服务打造亲情度假产品；四是线上营销推广较好，能够通过社交媒体、旅游平台等渠道进行宣传，有较好的知名度和曝光率。

文化内涵、服务温度与持续创新力所构成的“软实力”，成为暑期民宿市场持续保持竞争力的关键。“站在行业发展的角度来看，每一家民宿要做好自己，同时‘抱团取暖’，让民宿的品质得到整体的提升，这样才能给行业带来更好的口碑，赢得消费者的信任。”邱小允说。

理论与实践

创新思维推动民宿业提质转型

□ 马永恒

颠覆性创意、沉浸式体验、年轻化消费、移动端传播，近几年，这类强调创新思维的营销理念在旅游行业广泛使用。在这个过程中，民宿作为旅游住宿业的重要组成部分，其提质转型显得尤为迫切和重要。

实践中，洛阳民宿行业从多个维度提升品牌形象与市场竞争力，并积累了一部分经验，有关部门也做了一些尝试。

一是设置洛阳民宿孵化服务中心。作为民宿转型的孵化器，该中心将为民宿创业者提供一站式服务，涵盖创意策划、运营指导、品牌推广等全方位支持。二是推动民宿评级升级。多方助力创建更多全国等级旅游民宿和省级品牌民宿，带动当地民宿向高品质发展，提升洛阳民宿的区域影响力。三是让“洛宿好礼”入驻民宿。引入地方特色商品，打造民宿专属礼品，增强游客的文化体验感与情绪价值。四是浙洛民宿结对互助。携手浙江民宿促进会等相关部门，促成两地民宿建立结对合作关系，共享资源，互学互鉴，共谋发展。五是制定行业运营规范。出台《洛阳民宿行业运营规范》，为民宿标准化、规范化管理提供科学依据，提高整体运营水平。六是打造标准化实训基地。精选几家有特色、有代表性的民宿，在其内部建立标准化实训基地，为从业者提供实操培训与经验分享平台。七是培养运营指导老师队伍。实施区域负责制，培训一批具备实战经验的民宿运营指导老师，为民宿业主提供一对一指导服务。八是搭建综合民宿数字化平台。整合专业机构力量，开发集预订、管理、营销于一体的综合民宿数字化平台，提升运营效率与市场响应速度。九是做好阶段性专业培训。针对民宿主与管家，定期举办综合性专业培训，涵盖服务技能、市场营销、文化解读等多方面内容，全面提升民宿管理者的综合素质。这一系列举措从标准化品牌认证、数字技术赋能和政策扶持3个方面，推动行业迈入品质化与可持续发展的新阶段。

近年来，民宿市场规模有所突破、政策进一步支撑、金融资本大量涌入，民宿业逐渐转向兼具社会价值与商业回报的黄金赛道。民宿的变化也是跟消费者的需求改变关联的。当下人们既要草原山林上的星空，也要高速WiFi；既要逃离都市的喧嚣，又渴望社群归属感，在他们看来，民宿不再是简单的居住场所，而是一种生活方式，行业也将被重塑。

如何推动民宿产业提质转型？需要从以下几个方面入手：

第一、强化文化引领，挖掘品牌故事。民宿作为地方文化的载体，应深入挖掘当地的历史、风俗和人文故事，将这些元素融入民宿的设计、装饰和运营中。通过打造具有独特文化特色的民宿品牌，增强游客的文化体验和情感共鸣，提升民宿的品牌价值和市场竞争力。

第二、标准化发展，促进行业规范有序。依托国家制定的各项民宿标准和评价体系，推动民宿行业标准化发展，提升民宿行业的整体服务水平和管理水平。行业协会等相关部门应加强对民宿行业的培训和指导力度，提高从业人员的专业素质和服务能力，促进行业的健康发展。

第三、运用智能科技，丰富消费体验。随着科技的发展，智能设备和服务在民宿行业的应用越来越广泛。通过引入智能家居系统、智能导览等科技手段，为游客提供更加便捷、舒适和个性化的住宿体验。同时，利用虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等技术，在民宿内打造沉浸式的消费场景，让游客在享受住宿的同时，也能深入体验当地的文化和风情。

第四、创新运营模式，拓展市场空间。面对激烈的市场竞争，民宿行业应积极探索新的运营模式。通过线上线下结合、跨界合作、定制化服务等方式，拓展市场空间，吸引更多的游客。同时，利用社交媒体、短视频等平台进行宣传推广，提高民宿的知名度和影响力。

第五、优化服务内容，提升游客满意度。服务质量是民宿行业的核心竞争力之一，可以通过培训员工、提升服务技能、完善服务流程等措施，不断提升民宿的服务质量。同时，关注游客的需求和反馈，及时调整和优化服务内容，为游客提供更加贴心、周到的服务体验。

第六、注重生态环保，实现绿色发展。在民宿的建设和运营过程中，应注重生态保护，采用环保材料和技术，减少能源消耗和污染排放。同时，积极参与当地的生态保护项目，如植树造林、垃圾分类等，为游客提供一个绿色、健康的住宿环境，实现民宿产业的可持续发展。

第七、发挥协会等相关部门作用，赋能产业升级。通过定期举办专项培训、专题研讨会等活动，促进行业信息的流通与共享，为民宿经营者提供学习先进管理经验、服务理念和市场营销策略的机会，有助于民宿经营者拓宽视野，紧跟行业发展趋势，实现资源共享与优势互补。

第八、加强政策扶持，激励行业发展。建议有关部门加强对民宿行业的政策扶持和监管力度。通过出台相关扶持政策，如简化审批流程、提供财政补贴、完善法规体系等，鼓励和支持民宿行业的发展。同时，加强对民宿行业的监管力度，规范市场秩序，保障游客和民宿经营者的合法权益。

面对民宿行业从规模扩张向价值深耕的范式转变，需从品牌重塑、智能驱动、生态融合、文化赋能、社群连接与政策协同6个维度入手推动民宿提质转型。

（作者单位：洛阳旅游住宿业协会）

本报常年法律顾问：
北京市岳成律师事务所
网址：www.yuecheng.com
电话：010-84417799
微信：beijingyuecheng
地址：北京市东三环北路丙2号天元港中心A座7层

编辑：武葳 美编：王超 电话：010-85168155 E-mail：ww@ctnews.cn