

什么样的乡村民宿更有吸引力

去赛里木湖挤羊奶住哈萨克族毡房民宿，到篁岭的民宿中感受传统晒秋、品最美丰收图景，在普洱的民宿里和主人一同参与新米节，到湘西土家族民宿穿民族服饰挖花生、摘莲蓬、钓鱼……刚刚过去的国庆假期，不少乡村民宿迎来入住高峰期，尤其是有民俗、民族特色，体验性强的民宿更受欢迎。虽然近段时间，民宿市场备受挑战，但依然有一部分乡村民宿把生意做得风生水起，这些民宿究竟做对了什么？

民宿生意如何？

“国庆假期入住率基本与去年持平”“部分客人会临近假期才进行预订”“消费者更加理性了，预订前会询问很多问题”……笔者日前采访了多位乡村民宿业者，大家普遍反映，客人的需求和消费习惯在不断变化。

“国庆假期我们接了几批省内的客人。我发现，现在客人的决策期越来越短了，有的临近出发的一两天才下单。”海南省万宁市海角之花民宿主人朱海莲观察到了市场需求的新变化。

随着旅游产品不断细分，客源出现分流。游客可以选择的游玩方式、住宿品类越来越多，前几年只在周边游的客人，纷纷在今年国庆假期开启了长途旅行，这也让不少城市周边的民宿受到了挑战。

民宿市场的变化，除了跟消费者相关，跟供给端也有密切关系。“民宿行业的快速发展吸引了大量投资者和创业者，导致竞争加剧。”浙江旅游职业学院副教授沙绍举分析。

途家民宿的数据显示，县域民宿预订增速同比增长近五成。有一部分品质过关的乡村民宿在充满挑战的市场环境下，收获了不错的人住率。

“原本想提前两天再预订一瓢客栈的，这家民宿在北京门头沟的一座山上，环境特别雅致，是赏秋景的好地方，还可以泡汤泉。没想到，还有四五天，民宿假期的客房就全部订满了。我们只得改变计划。”在天津工作的韩女士略带遗憾地说。

去年刚被评为全国甲级旅游民宿的北京百花山社民宿主人刘岚告诉记者，每到节假日他们的入住率都能达到100%。这家民宿以户外、科普、观星等活动见长，这也是吸引客人的一个点。在离国庆假期还有一个月的时

候就有客人询问是否又有活动上新。

在采访中注意到，特色化、品牌化、个性化是民宿保持高吸引力的关键。

在云南澜沧县，拉祜族民宿业者扎努的国庆假期收获满满。今年4月扎努将自家老房子改造成以民族音乐为主题的乡村民宿。“拉祜族是一个能歌善舞的民族，我希望把快乐分享给更多人。”扎努每天都会带着客人一起唱歌跳舞，为他们表演自己创作的歌曲，并介绍拉祜族的历史和文化。这家新开张的民宿很快就获得了较高的人气。

当然，民宿生意好不好，还跟业者的专业度有很大关系。

在全国甲级旅游民宿甘肃省陇南市五福临门民宿创始人朱彦杰看来，民宿业者的专业素养是否得到有效提升，能否对以“民”为本的精髓理解透彻非常重要。做不到位就容易让游客认为住民宿只是“住在乡村”而已。

“不是民宿生意难做，而是市场对民宿业者的专业性、经营理念、与时俱进的市场敏锐度要求更高了。经营民宿有时是让生活艺术文化的一个过程，需要业者各显其能，而不是简单复制其他住宿产品的模式。”朱彦杰说。

客人关注什么？

“我喜欢住民宿，因为乡村民宿的选址大多很‘绝’，可以享受大自然的宁静，听潺潺流水，看闪耀的萤火虫。我能理解有些民宿建在村子里，配套设施不那么完善，这种情况下，就更希望民宿主人或是管家可以把活动安排好，而不是一过晚上7点就一片寂静，百无聊赖地过一晚。”消费者小山是00后，在他眼中，民宿要有内容和设计，这是他下单的关键。

消费者希望与民宿特别是民宿主人建立更为密切的情感链接。河北游客赛赛是民宿的常客，她分享道，住民宿有时体验非常好，但有时也会“踩雷”。“我有几次遇到了非常有热情和有力度的民宿主人，跟他们在一起聊天，参与他们用心设计出来的活动，感觉很好。但也有些民宿虽然房间设施很有品质感，但服务并不到位，管家态度冷漠，甚至我们全程不知道民宿主人是谁，工作人员对周边的旅游景点一问三不知，这样会让体验感大打折扣。”赛赛翻阅着微信“好友列表”，介绍了好几位与自

己熟识的“民宿老友”。

“现在年轻人常常说的‘情绪价值’，体现在民宿中，是民宿主人能够说出餐桌上每道菜的来历，对每个小物件如数家珍；是民宿中有适合孩子的‘放羊班’，家长能够短暂地脱离繁重的带娃任务；是有趣的民俗活动、沙龙论坛，让客人愿意放下手中的电子产品。”首都经济贸易大学工商管理学院教授蔡红分析，客人住民宿需要的不是泛酒店化的产品，而是想获取更多的情感元素和故事性的内容。

“我会‘货比三家’再下单，因为我和家人周末喜欢去民宿度假，去感受不同于城市生活的独特乡村居住体验。有段时间，一些民宿的房价很高，比一线城市中高档酒店房价还贵，但却没有达到同样的舒适度。这样的民宿我不会再去住了。另外，个别民宿的实际环境与网络上的‘精装修’完全不符，这样的货不对板也会让我们的好感度降低，甚至想直接给差评。”北京市民鲁先生说。

北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院教授吴丽云认为，对于消费者而言，他们倾向于选择多元化、有特色、有品质、有主题的民宿，或者是民宿主有较强感染力的民宿。如果民宿只能提供简单的食宿产品，在品质和特色方面毫无建树的话，就会在市场竞争中处于劣势。尤其是自媒体时代，产品和服务欠优的民宿，容易通过住客评价、自媒体曝光等多种方式被更多游客获知，从而丧失竞争优势。

如何跟上变化？

“民宿要在市场中持续屹立不倒，很重要的一点是提升消费者满意度，树立良好的口碑。”有业者说。

首先，想要提升复购率，取得消费者的信任很重要。“有些消费者对价格敏感，我们就将关注点放在价格上，注重合理性，及时与第三方平台沟通，根据相关数据，进行价格调整。如果民宿定价跟风、忽高忽低，会给消费者造成困惑。特别是旺季，要安排专人即时调度、查询房态，避免超额预订或是客人退订后房间长时间空置的问题。”刘岚说。

“价格平稳和服务优良是保障入住率的主要因素。”一位新疆的民宿业者坦言。

在退订扣费政策方面，民宿相对

于酒店来说操作更为灵活。“如果客人当天有突发情况需要取消，我们可以帮客人调期。”浙江省湖州市妙溪民宿的主理人小隐说。

吴丽云提到，好的民宿经营者应有诚信经营的理念，注重口碑效应，不为了一时的小利而毁约，不因为假期而追求暴利。

其次，民宿要把内容做得不可替代，做出特色。

吴丽云认为，即使是独立运营的个体也要塑造民宿的自有IP。同时，在民宿产品和服务方面，充分考虑当地特色，将本地的民俗、文化等融入民宿中，为游客深度体验旅游目的地提供独特的视角。民宿主应充分发挥个人的特色，将更具个性化的、更友好的、温暖的、淳朴的个人特色融入民宿经营中。

春天组织采茶制茶、挖笋，做竹筒野火饭；夏天组织溯溪摸鱼，聆听山谷的回响……每个季节，小隐都会设计出具有当地特色的趣味内容。“过来的大小朋友跟我都熟悉，我会和大家一起玩。现在秋天来了，栾树很美，我们推出DIY栾树风铃、栾树花艺等体验项目。‘卷’活动内容、‘卷’创意，要跟得上消费者的需求变化。”小隐说。

不断升级产品内容是民宿取胜的重要原因。“我们原本设计了宇宙探索营，后来发现大众对AI感兴趣，就把产品改为‘宇宙+AI’探索营。每次活动结束后，我们都会进行复盘，随时调整下次活动的内容，不断创新。”刘岚说。

最后，民宿要找准适合自己的赛道，明确定位，做好细分市场。

吴丽云建议，民宿要根据消费需求的差异和自身资源特色，针对不同年龄群体做市场细分，考虑不同年龄群体的消费需求；也可以围绕民宿特点，从文化、体育、娱乐、乡村、休闲、民俗等多个维度下功夫，构建民宿独有的特色。

小隐向记者举例，因为自己刚做妈妈，所以非常能与小月龄宝宝的妈妈共情。“这类宝妈一般会选择短途游，住宿时会优先考虑亲子设施。比如，是否提供婴儿床，以及是否有适合宝宝吃的东西都是她们在意的。为此，我们专门推出下沉式榻榻米的亲子房等，以及适合低龄宝宝食用的辅食。”

“成熟的民宿产品不再是单纯卖房间，而是关注沉浸式体验、在地生活方式以及细分人群的消费需求。”一位业者说。

(唐伯依)

重庆北碚 多措并举推动民宿产业高质量发展



重庆市北碚区从2023年开始通过“政府引导、村民自建”的方式，对缙云山北碚段片区三个镇街的70多户农家乐进行升级改造，并提供整体设

计、贴息贷款、民宿管家培训、基础配套和宣传推广等方面支持，推动当地民宿产业高质量发展，助力农户增收致富，提升游客对缙云山优质生态环境的

体验。

图为10月15日，重庆市北碚区澄江镇缙云村一民宿工作人员在整理鲜花。

王全超 / 摄

“古村落”焕发新生机 民宿带动火乡村游



天津市蓟州区渔阳镇西井峪村有“石头村”之称，历史上这里的村民曾用石头垒屋、铺路。近年来，西井峪村通过大力发展乡村旅游，形成了以精品民宿为主的特色旅游业态。据了解，该村现有60余家精品民宿，还有20余家在建。今年预计旅游收入超1800万元。

李然 赵子硕 摄影报道