



安徽省黄山市黟县塔川村一处乡村民宿内景。 新华社记者 刘勇贞 摄



在云南基诺山乡的一家民宿内，工作人员在打扫房间。 新华社发



在广西东兴，京族民宿经营者为客人介绍京族服饰。 新华社记者 金皓原 摄

# 从“歇脚处”变“心归处” 民宿经济何以持续升温？

新华社记者 张格 董小红 张梦洁

春和景明，踏青正当时。刚刚过去的清明假期，旅游市场持续升温，多地民宿凭借个性化、特色化、品质化的服务，火热走俏。多家在线旅游平台数据显示，假期期间，热门城市民宿预订量和搜索热度显著增长。民宿经济何以持续升温？

## 订单火爆，民宿经济“春暖花开”

赏花、露营、登山、采茶……明媚的春日带动出游热情，不少民宿人气暴涨，入住率持续攀升，清明假期一些民宿甚至“一房难求”。

走进成都市新津区的花舞人间景区，樱花如雪、海棠垂丝，绣球花海与紫藤瀑布交织成一幅春日画卷。传家合院民宿坐落在景区内，放眼望去尽是无边春色。民宿主理人钟伟告诉记者，清明假期，客房入住率飙升至

80%以上，比平时翻了一番。

位于湖南省张家界市武陵源区协合乡的栖漫悦林谷民宿，距离张家界国家森林公园仅2公里。“张家界旅游的快速发展，带动了周边民宿的生意。我们不仅清明假期满房，接下来‘五一’的房源也十分紧张。”栖漫悦林谷负责人李祥球说。

随着入境游市场持续升温，注重细节和人性化服务的民宿，受到越来

越多外籍游客青睐。

在栖漫悦林谷民宿，来自海内外的住客们慵懒地倚在座椅上，品尝着清新的明前茶，眺望远处青山与田舍，怡然自得。

“现在不少民宿已经变为旅游目的地。”李祥球表示，以慢节奏、亲近自然为特点的乡村民宿，不仅能为都市游客带来山野的新鲜感，还能让外籍游客领略中国乡村的独特韵味。

为了提升游客入住体验，不少民宿在经营内容上推陈出新。钟伟介绍：“除了做好‘花文章’，我们还在餐饮、活动上创新，如增加烤肉、举办篝火晚会和音乐会，让客人在星空下露营、枕着花香入眠。”

同程旅行数据显示，今年清明假期，城市居民对本地民宿的预订热度增长近三成，成都、三亚等目的地热度居前。

## 不止于住，“民宿+”拓展多元体验

“现在的民宿太会‘整活’了，一边涮火锅、一边赏桃花，太巴适！”在成都市龙泉山悦见云山民宿的桃林露台上，李女士和她的朋友围炉而坐。锅中红汤翻滚，花瓣随风飘落，李女士说：“这顿火锅吃出了‘仙气’！”

今年春天，这家民宿和海底捞合作推出“桃花火锅”快闪店，“桃花树下吃火锅”成为潮流。“将自然美景与火锅美食巧妙融合，为游客带来

了别开生面的消费体验。”悦见云山民宿店长黄阳介绍，清明假期日均接待上百人用餐、喝下午茶，房间几乎提前一周就订满了。

黄阳说：“春天赏花，夏天摘果，秋天露营烧烤，冬天围炉煮茶。在我们民宿，每个季节都有不同的玩法。”

在满足游客基本住宿需求之外，越来越多民宿开始探索与其他业态的融合，丰富游客体验。

走进位于上海市崇明区竖新镇大

东村的昊天小筑民宿，庭院里繁花似锦，村庄周围的油菜花、桃花等也开得正好。

为了让住客留下美好的旅行记忆，昊天小筑在清明假期邀请专业摄影师，推出旅拍服务。此外，小朋友们还能在花园里采摘花瓣和树叶，参加民宿组织的植物拓印帆布包体验活动。

“我们会结合时令，打造主题多样的体验活动，让客人常来常

新。”如今，昊天小筑在周末和节假日能维持90%以上的入住率，其中八成以上是老客。主理人陆成福说，民宿火热的秘籍，在于“用心把特色做足、把服务做好、把内容做精”。

“当下，民宿消费主力更注重情绪价值和文化体验。”湖南省旅游民宿协会执行会长李文彦说，民宿是一种文化性的创新旅游产品，内容需要不断迭代和优化，让民宿从“歇脚处”变为“心归处”。

## 体验为钥，做好特色文章

在河南洛阳，游人入住古风民宿后，能在水墨纱帘中沉浸式感受古都魅力；在北京延庆，露营风帐篷民宿让人既收获户外体验，又享有高品质住宿空间；在湖南浏阳，住客在民宿管家的带领下挖春笋、制作艾叶粄粄、缝制夏布香包……

“发展民宿经济，关键要做好特色文章。”成都市龙泉驿区民宿协会

会长赖云金说，现在人们在旅游消费中特别注重“松弛感”和“仪式感”，渴望在旅行中深入感受当地特色文化和生活方式，获得与众不同的体验。

有民宿经营者告诉记者，特色活动搞得越好，可以成为民宿的标签，游客们通过社交媒体分享活动体验过程，也能为民宿带来更多流量和曝

光度。

企查查数据显示，近十年，我国民宿相关企业注册量逐年增加，目前已达33.1万家。业内人士指出，与标准化的酒店住宿不同，民宿没有统一标准，注重个性化与体验感，其经营者往往能更敏锐感知潮流趋势，更快打造出适应消费者需求的特色产品。

民宿经济升温，引发社会关注。华东师范大学教授楼嘉军表示：“进一步提升民宿经济的活力，需要强化政策引导与制度保障，吸引多元主体参与协同发展。同时，民宿从业者也应当注重特色文化挖掘与数智科技赋能，深化服务培训、强化口碑意识，以此形成民宿的核心竞争力。”