

崂山精品民宿凭实力圈粉

本报记者 刘成

消费调查

在青岛市崂山区流清河畔的一处半山腰上，一座颇具欧洲建筑风格的古城堡矗立在山间，成了远近闻名的网红打卡点。“这座城堡耗时20多年，用了近20万块原石手工打造而成。”这座赵氏城堡的主人赵永生告诉记者，这里每年大概接待一万多人次，除住宿外，还承接生日派对、团建、婚宴等，城堡内的9间客房经常供不应求。

赵氏城堡是崂山精品民宿发展的缩影。2016年至2017年是崂山民宿发展的高峰期，虽然近年受到疫情影响，但发展依然迅猛，不断有新民宿加入，截至目前，数量比疫情前高峰期还多了20%。崂山精品民宿何以快速发展？

消费带着民宿“跑”

风景如画的崂山，过去住宿业一直停留在农家乐、渔家宴的层面。而随着莫干山民宿业的兴起，崂山的民宿业也进入发展期。从2015年开始，一批外来投资者聚集崂山，率先将民房改造成了有创意的民宿。

赵永生原本是做外贸生意的，建城堡纯粹是为了满足自己的城堡梦。但一次莫干山之行，让他看到了民宿市场的发展潜力。2015年，他将城堡逐步开放，从此民宿成了城堡日常经营的一部分。“6年来，我已来过多次赵氏城堡了，这里的每一个角落，每一瞥风景都让我心醉。”来自西安的游客朱勇说。

在最初的“崂山民宿潮”中，有着海外留学背景的孟祥雯也是最早一批下海者。开办民宿前，他是一名在银行工作的金融才俊，2015年辞职，用原本打算买房子的300多万元将北九水的几座老房子修缮成了一座座精品民宿。他带着记者来到一处鸟语花香的老庭院内介绍：“这是民国时期青岛市市长沈鸿烈的故居，我们保留了历史原样，只做了局部修缮，现在的它已经成了精品网红民宿。”

看着民宿越来越受消费者青睐，崂山的农家乐主人们也动了“升级”的心思。前不久，返岭村村民朱建英就通过自筹和银行借贷等方式投资了500万元，将经营了12年的渔家宴进行了改造升级。她笑称，此举完全是被“倒逼”的，“老客人们嫌我们的住宿条件跟不上时代发展”。

转变了经营理念的朱建英，将之前的渔家宴升级改造成了一座精品民宿。“我们不光在装修上进行了提质升级，在服务上也用起了专业队伍。”她说，“我们专门找来的第三方管理公司的运营人员，商谈了一套绩效加薪酬模式，带动全员融入营运。”成效如何？朱建英乐呵呵地表示，之前做渔家宴时管吃住，最多收280元/人，而改造升级成精品民宿后，光住宿价格就增加了5倍，周末和节假日期间天天客满。

美景加创意是重点

记者在采访中发现，美景和创意，是民宿最吸引消费者的核心要素。

在位于崂山流清河景区的文殊画坊民宿，

在青岛市崂山区，一座座精品民宿成为远近闻名的网红打卡点，即便是在近年受到疫情影响的情况下，依然发展迅猛。目前，当地正计划通过策划精品旅游民宿线路、举办特色旅游民宿推介会、创区域品牌等方式，为崂山民宿进一步高质量发展注入新的动能。



柿子小树民宿里，游客正在观赏海景。本报记者 刘成摄

崂山赵氏城堡民宿建筑颇具欧洲风格，成为网红打卡地。刘浩春摄(中经视觉)

走进露台，会感觉这里宛如一片欧式秘密花园，一派葱茏。移步室内，美轮美奂的英式古典便扑面而来。民宿主人杨放介绍：“文殊画坊我们装修了5次。这里吸引了一众与我们能够碰撞出思想火花的游客，大家彼此都成了朋友。”

在大学工作的吴春晖就是文殊画坊的挚爱者之一，“文殊画坊将崂山的休闲、文化、艺术、山海风光与欧式建筑完美地融为一体，令人耳目一新”。他告诉记者，前两天刚介绍了2个朋友来住，他们与自己一样，也成了这里的忠实粉丝。

颇为有趣的是，一些被美景、创意深度“迷住”的客人摇身一变也成了民宿主。今年初刚开业的柿子小树民宿主人周文钰就是其一。

周文钰原本是一家文化公司高管，受其他民宿启发，在人生过半之际，辞职跑到崂山和好友一起开起了民宿。“我因这片海而来。这里可以欣赏朝霞辉映下的旭日东升，你瞧，女儿岛就位于我们的右前方，离我们最近的还有野趣十足的‘三象石’。”周文钰说，在打造房间时，她将美景与文化做了结合。“这里海景和房景融为一体的装修风格，给我和朋友们留下了独一无二的体验，以后这里就是我的据点了。”从北京来此度假的房客刘晓亮说。

美景加创意，让许多崂山精品民宿一到周

末和节假日就爆满，但受疫情冲击，淡季表现分外明显。记者了解到，由于到崂山的外地游客锐减，周中客人稀少。如何改变这种现状？“或许可以引入更多业态，比如学习莫干山，配套专门的儿童游乐场、会议中心、SPA康体中心等，只有丰富场景、业态，才能激发出崂山民宿的更多活力，吸引更多游客一来再来。”崂山民宿协会秘书长张涵表示。

新业态开始显现

随着崂山民宿业的发展，一些新业态开始逐渐显现，以前单打独斗的单体民宿，开始有了专业管理机构进驻，规范化管理、系统化运作正走上舞台。

2020年5月1日，青岛啤酒文化传播有限公司将崂山山间和仙居崂山2个民宿接手过来，并成立了一支专业团队，对民宿进行全方位运营。

“两个民宿共计45间房，通过精准营销，旅游旺季满房率超90%，房间最高单价超4000元，还出现了一房难求的现象。”青岛啤酒时尚文旅崂山山间民宿副店长王凤莲介绍，相较于其他民宿，青啤自有资源为两个民宿的发展提供了便利条件。“我们有博物馆、研学游、旅行社等，收购这2个民宿后，可以形成吃住行游购娱闭环。”

“此外，我们还开展了东麦窑桂花节、海上

仙街古风市集等，为民宿服务增值。”王凤莲说，通过专业化管理，他们形成了线上运营、私域流量、团建等引流机制，使得旅游淡季也出现了客房爆满现象。

如此“淡季不淡”，在三季季民宿里也缤纷上演。王哥庄街道会场村有一片荒废的别墅群，它们被“90后”女孩刘春晓承包后打造成了一个轰趴馆，里面集合了KTV、电影、台球、桌游等相当丰富的娱乐设施，整栋向外出租，颇受团体聚会欢迎。

刘春晓介绍，根据多年从业经验，她摸索出了一套包含预订、客户管理、供销存、供应链管理系统的运营模式，实现平台化运营，还通过吸引团建客户打破了“淡季魔咒”。“去年虽然受疫情影响，但我们的利润却是从业以来最多的一年，这里面我们独立运营的户外拓展公司起了大作用。”她说，利用这套模式，公司还将民宿业务拓展到了威海等地。

成片经营、规范化管理、系统化运作，已然让崂山民宿经营者们尝到了甜头，但总体来看，它们还处于“各自为战”状态，如若能够合纵连横，抱团发展，势必能够在竞争激烈的民宿市场中闯出更大的一片天。据悉，崂山区文旅局、崂山民宿协会正在抓紧行动，他们计划通过策划精品旅游民宿线路、举办特色旅游民宿推介会、打造硬核视频、创区域品牌等方式，为崂山民宿高质量发展注入新的动能。

民宿业是近几年兴起的新产业形态，大多开在旅游景区和风景秀美的地方，因其把美景、创意、舒适融为一体，且千店千面，已经成为吸引游客的生力军，甚至不少游客就是冲着某个民宿而“到此一游”。

民宿对于旅游产业的影响是深层次的。

首先，民宿拉长了游客的停留时间。民宿有家的感觉，又与美景完美地融合在一起，在设计和布置上也各具特色，融入了民宿主办者的审美和情怀，可以说，住民宿就是与不同经历的人在心灵和思想层面进行深层沟通。许多游客喜欢在民宿长住就是基于这种直抵内心的情感共鸣。如何把人留下是许多城市和景区的“痛点”，而民宿恰好是治愈这个“痛点”的良药。

民宿是全域旅游的重要载体。现在很多城市都提出了全域旅游的概念，但概念落地情况却不尽如人意，一个重要因素是缺乏载体，而民宿无可争议地可担此任。民宿可在景区乃至风景秀丽之处的任何一个角落扎根，甚至可以成为风景的一部分，这样就可以把游客无限地分散到各个地方，无论是不是景区，都会成为目的地和打卡地。这种载体越多，全域旅游的概念就会越接地气，发展全域旅游就有多抓手。

民宿符合旅游消费升级的大趋势。目前，旅游消费正在从观光游向休闲游、从组团游向自由行、从走马观花向深层游发展。民宿正是满足这种消费趋势的最优选择。游客能够在民宿这个有创意且舒适温暖的“家”里，从容地欣赏风景，悠闲地放松心情，想热闹了就去核心景区看看，想清静了就泡一杯茶读书发呆，还可与三五好友开怀畅饮……民宿符合了人们心中对诗与远方的美好想象。

不过，民宿业的发展也面临着一些困境。譬如执照的审批。目前民宿业注册参照的是宾馆业的标准，但民宿大多是由民房改建的，与宾馆高楼大厦的建筑截然不同，如果民宿业与宾馆业套用一个标准，显然不太适合。要彻底解决这个问题，还是应该把民宿业单独分离出来，尊重实际情况制定相应的标准。

此外，在不少地方，民宿业主管部门迄今尚未确定。如果归入宾馆大类，应该是商务部门的主管范畴，但民宿大多数建在景区，文旅部门也应担负管理责任。主管部门不确定，民宿业的发展规划、市场准入、安全管理、政策支持等方面都会受到影响，从而影响民宿业的健康发展。要解决这个问题，还需要各地从民宿业对旅游产业发展的大局出发，主动作为，彻底破解。



赵氏城堡建筑一角。衣彦琳摄(中经视觉)

都市消费新需求——

快乐认种一块地

本报记者 童政



上图 认种者在试验田收获玉米。

赵钢摄(中经视觉)

下图 越来越多的消费者认种了稻田，体验农耕乐趣。

赵钢摄(中经视觉)

广西西林县西燕镇云桃村一派勃勃生机。村民覃忠翔家地里种的玉米已经成熟，水田里的稻苗绿油油的，长势良好。稻田被分成了一块一块的，前面都竖有一块小牌子，上面写着云桃村“网农”特色活动，以及农田的认种者、认种时间、认种规模等信息。

在农村电商越来越普及的今天，消费者可以网上下单采购全国各地的优质农产品。而在这里，农产品销售又有了新花样，消费者不但可直接采购农产品，还可直接认种一块地。

“白天摘玉米，晚上吃‘跑山鸡’。”来自广西南

宁市的玉米认种者苏莉兴奋地说：“有块专属农田，不但能上放心优质的农产品，还能利用休息时间带孩子来参与劳作，体验一茶一饭来之不易，可谓是一举两得。”

随着村里认种的水果玉米成熟后，城里人纷纷驾车前来采摘，地里不时响起欢快的笑声，原本宁静的云桃村渐渐热闹了起来。

“很方便很有意思，村里的合作社提供种子、肥料和浇水等全过程养护管理，我们在种植和采摘时过来体验农耕乐趣。平时就通过视频和照片观看护理过程，看到自己的玉米一天天长大成熟，感觉太棒了。”认种者黄金燕说。

把村民闲置的田地利用起来，将土地分成不同大小的地块，通过“认种”的方式吸引城里人前来“种地”，这种消费方式云桃村是怎么想到的呢？南方电网广西电网公司派驻云桃村的第一书记周开封告诉记者，今年中央一号文件把“订单农业”列为“合理保障农民种粮收益”的重要举措之一。为贯彻落实该文件精神，南方电网广西电网公司结合定点帮扶村——云桃村的农业产业资源，试点开展“订单农业”。

然而，订什么？怎么订？如何吸引客户？如何号召农户参与？

在做市场调查时，周开封发现，云桃村背靠大明山，周边有大龙湖、金莲湖等丰富的旅游资源。加上国家越来越重视中小学生劳动教育，除了欣

赏自然风光，不少城市家庭也有到乡村旅游、体验农耕劳动的需求。而水果玉米香甜可口，可谓“水果之王”“蔬菜之王”；高达2米的巨型稻天生具备“禾下乘凉，禾下抓鱼”的特点，具有文旅效应。于是，云桃村认种或认购巨型稻和水果玉米的“订单农业”就此启动。

“我们不走传统的订单农业路子，传统的订单农业主要由龙头企业给农户下订单，主打产品销售；也不搞单纯的观光农业或采摘体验，而是借助网络实现‘云耕种’，由家庭直接给农户下订单，而且将订单从产品延伸到稻田，将农耕与观光、采摘等有机结合起来，这样就更加切合都市人的需求。”周开封说。

村民覃忠翔的3亩玉米地和5亩良田是第一期订单的“试验田”。一个家庭认领一亩面积太大，周开封就将一亩分成20块，认种一块水果玉米地需要400元，认种一块巨型稻需要500元，覃忠翔负责日常维护。

“你是否见过2米高的巨型水稻？是否尝过具有‘蔬菜之王’美誉的水果玉米？是否想和孩子一起体验犁田插秧、‘禾下乘凉’，感受种养的乐趣和收获的喜悦？”为最大限度减少疫情影响，周开封通过微信群、朋友圈，定期向客户分享农作物长势。

作为后盾单位的南方电网广西电网公司也对云桃村水果玉米和巨型稻的“网农”活动组织线上

线下信息发布推广。一条条订单农业的分享信息通过南方电网广西电网公司的微信公众号、微博得到广泛传播，不到一个月时间，第一期订单就被全部认领。南方电网广西电网公司乡村振兴办副主任刘德文说：“我们大力支持云桃村结合实际创新开展订单农业，既为推进乡村振兴提供经验，也为提振消费开辟了新的思路。”

“我们家认种了一块稻田，长势很好，我们都好期待看到水稻比人高的样子，更想体验在我们的田地里‘禾下乘凉’，还要带孩子一起去体验丰收的快乐。”认种者郑文彬对稻田丰收满怀期待。

“过去每亩地最多收入3000元，现在每亩地收入可达8000元，8亩就是6.4万元，每周我还‘上电视’，做‘网红’。”说到订单农业，覃忠翔乐开了花，“现在还时不时有人打电话给我，要预订下一批次”。

在“网农”活动的带动下，到村里种菜、参观的人越来越多，有的客户在体验采摘乐趣的同时萌生出承租农家小院、打造民宿等想法，村里的闲置资产也有望逐步被盘活。通过订单农业项目以及未来合同收入，预计可为村民增收近20万元。

这些天，巨型稻种子和水果玉米种子销售商也主动找到云桃村洽谈合作。下半年，云桃村计划继续通过订单农业的方式，种植水果玉米和巨型水稻。周开封说：“接下来，村里准备进一步扩大订单，推进农文旅融合发展。”