

暑期消费

## 乡村民宿受游客追捧

## 民宿火 旅游旺

本报记者 代玲

暑假期间,正是西藏旅游最旺的季节,各大民宿生意火爆。在拉萨仙足岛,有着53间客房的拉萨原宿民宿几乎天天满房。老板关娟认为,这跟今年西藏旅游市场复苏的大环境密不可分。

数据显示,今年1月至7月,西藏全区累计接待国内外游客3634.76万人次,与2022年和2019年同比分别增长29.69%和60.26%,完成年度计划的93.2%;实现旅游总收入439.03亿元,与2022年和2019年同比分别增长11%和28.28%,完成年度计划的86.09%。

来自西安的游客王艳母女已经连续在原宿民宿住了两晚。价格适中,环境舒适,有特色是他们选择原宿民宿的原因。“原宿民宿主打登山文化,装修简约,看到介绍我们就心动了。”王艳说,近几年,自己出门旅游几乎都选择民宿,因为民宿里有城市的烟火气。

从今年2月起,原宿民宿的入住率就开始不断提升。市场需求的旺盛,也更加坚定了关娟持续投入的信心。今年4月,一家名为“浪咖”的咖啡馆在民宿院子里开张了。

“希望能给游客提供更舒适的休闲环境,完善旅游产业游购娱要素,提高民宿竞争力。”关娟说,今年年底,他们还计划重新装修一番。民宿有不断提升软硬件环境,突出特色,才能赢得市场青睐。

民宿在西藏的火爆,不仅体现在拉萨这样的中心城市。在偏远的西藏乡村,广大民宿经营者也尝到了甜头。

更换寝具、打扫房间……上午9点,当最后一位客人退房后,位于西藏昌都市八宿县然乌镇来古村的向多客栈就开始了新一天的忙碌。

“早点把房间收拾出来,好迎接下一批客人。”客栈老板向多杰乐呵呵地说,今年旅游形势特别好,尤其暑假期间,他的客栈每天满房。每晚每间房180元左右,4间房这两个月下来就能收入三四万元。

向多客栈所在的然乌镇是有“中国最美景观大道之称”的318国道的必经之地,还有来古冰川、然乌湖等丰富的旅游资源。近年

来,然乌镇大力发展旅游产业,在农牧民10条增收措施中,鼓励发展民宿就是其中一条重要举措。目前,然乌镇共有各类民宿酒店44家,床位近2300张。仅今年上半年,然乌镇就接待游客7.5万人次,旅游收入近2000万元。特别是进入6月以来,然乌镇的民宿酒店入住率迅速提升,暑期达到了峰值。然乌镇党委副书记吴启萌介绍,为了应对旅游复苏,今年然乌镇专门举办了2期民宿餐饮服务培训。

“民宿就是要办出特色,避免同质化竞争。”吴启萌说,这几年镇里引进了落地了几家中高端精品民宿酒店。因设施、服务、品牌等因素,这些民宿成为游客首选,暑期几乎“一房难求”。

市场是最好的老师。周边村民看到中高端民宿火爆的市场效应后,纷纷开始改造自家民宿,向巴多杰就是其中一位。去年,他将客栈重新装修,添置了热水器等设施。“如果条件和服务跟不上,民宿就没有客人入住。”向巴多杰说,平时他还积极参加镇里组织的民宿经营管理、餐饮制作方面的培训。对2009年就开始经营客栈的向巴多杰来说,今年生意的红火让他大受鼓舞。等攒够了钱,他还准备扩大民宿规模。

业内人士介绍,7月以来,西藏民宿酒店产品的预订量持续增长。仅线上酒店产品预订量就同比增长近40%。西藏旅游市场潜力巨大,民宿发展空间广阔,且发展乡村民宿能够有效带动乡村振兴。特别是现有民宿经济的蓬勃发展,也让一些资源优势明显、条件适宜的村庄开始谋划布局开办民宿。日喀则市亚东县帕里镇四社区,雪山连绵,草原广袤,风光十分优美。在西藏自治区旅游发展厅驻村工作队的带领下,目前正在筹划结合当地资源和旅游产业发展实际,打造高端精品民宿和露营地,以期带给游客不一样的体验。

今年,西藏还立足乡村旅游发展,推动实施了乡村导游、民宿老板等培养工程,提升西藏旅游整体素质,拓宽群众就业增收门路。



图为拉萨原宿民宿。

本报记者 代玲摄

## 感受乡村烟火气

本报记者 吴陆枚

傍晚,漫天云霞为重庆市城口县东安镇染上了艳丽色彩,连绵的青山下,一幢幢白墙灰瓦的民宿院落错落有致,道路两旁盛开着各色花卉。美丽迷人的山村美景吸引不少游客住进民宿小院,体验民俗风情,感受乡村“烟火气”。

记者在东安镇仁河社区居民杨国开的民宿里看到,房屋墙壁粉饰一新,室内装饰简洁清新,每间客房都带有独立空调,衣柜、书桌等基本设施齐全。“我家民宿刚刚开业不久,生意不错。”杨国开告诉记者,自家的老房子闲置了几年,今年他加入了仁河共享客栈,将老屋改造成民宿,“就算一年中游客只住3个月,也有5000多元的收入。地里的庄稼还能变成招待游客的菜,这又是一笔收入”。

东安镇仁河社区是高山易地扶贫搬迁的主要集聚地,住户大多常年外出务工,不少房屋无人打理。今年以来,东安镇将各家农户闲置的房屋进行改造提升,再交由旅游公司统一运营管理,打造出了仁河共享客栈。“为满足游客食宿需求,客栈专门推出了‘共享食堂’,每天提供10多种菜品,让游客既享受酒店的管理、配套和服务,又有家的感觉。”仁河共享客栈负责人袁金燕说,目前,客栈拥有各类客房105间,可同时容纳150余名游客入住。

地处大巴山深处的城口县,夏季平均气温21摄氏度,是众多游客消暑避暑的目的地。乘着“凉”资源东风,近年来,城口县一方面支持银行给有发展民宿意愿的村民贷款融资,政府贴息担保,分担风险,护航乡村旅游建设;另一方面引进重庆巴渝民宿经营有限责任公司、重庆智达旅游开发有限公司等经营主体,与村集体合作对闲置民房进行统一设计改造,打造出乡村民宿品牌“大巴山森林人家”。目前,城口县有“大巴山森林人家”2000余家,形成民宿

集群,培育出磐石山舍、遇见31洞等一批精品民宿,深受游客好评。

背靠幽幽山谷,门前清溪穿过,漫步城口县岚天乡磐石山舍民宿,黄土墙、青石板、木桌椅等乡村元素别有一番风味。“我们的民宿结合了大巴山民俗文化,保留乡土风情,营造出特色田园景观,入夏以来,客房天天满房。”磐石山舍民宿负责人张辉高兴地说。

“伴随着游客个性化需求越来越多样,城口通过打造乡村旅游集群片区、民宿酒店、自驾营地、露营地等差异化旅游产品,不断提升旅游吸引力。”城口县文旅委主任牟必韬说,今年上半年,城口县累计接待游客241万人次,同比增长21.49%,实现旅游综合收入5亿元。

在城口县河乡平溪村的农耕文化体验馆,除了特色民宿外,当地还修建了农耕博物馆、农耕文化广场、农耕体验馆等设施,定期组织举办抓鸡、摸鱼等丰富多彩的休闲娱乐活动,提升游客的体验感、参与感。“暑假带着家人来平溪避暑,体验了不少趣味活动,很有趣,我们以后还会再来。”来自重庆巴南区的游客李健说。

立足山地特色资源优势,城口县通过“民宿+特色美食”“民宿+民俗文化”“民宿+康养休闲”等模式,打造了多个集观光休闲、互动体验、餐饮住宿于一体的特色文化体验区,并在高燕、咸宜等乡镇建成草莓、蓝莓、核桃、蔬菜等采摘基地,既有完善的住宿设施,又有丰富的游乐体验项目,满足游客多元化需求,让流量变留量。

城口县副县长刘光明表示,城口县将进一步完善民宿集群配套设施,提升民宿运营服务水平,突出地方特色与文化品位,丰富民宿文化内涵,让乡村旅游产业成为助力乡村振兴的新引擎。

难度不大,月嫂家政中介遍地开花,质量参差不齐;与此同时,相关从业者鱼龙混杂、监管不力,也加剧了行业乱象丛生。

无规矩不成方圆。早在2016年《家政服务母婴生活护理服务质量规范》就已正式实施,将母婴生活护理人员划分为一级到五星级以及金牌级这6个等级,并依据学历、年龄、证书等制定了详细的评级标准。但有标可用、有标可依了,最终却没有落到实处。

具体到个人,如何才能挑选到一位比较靠谱的月嫂?一位资深月嫂建议,优先选择朋友推荐的,其次选择靠谱的家政服务机构,要求月嫂必须在该公司真实上门服务过,有客户微信截图评价。要亲自面试,一般来说多比较几个就能觉出高下。

“母婴护理师是一个勤劳而辛苦的行业,同时也是一个大有可为的行业。”在北京母婴服务协会秘书长王海波看来,当前这个行业的主要矛盾是母婴家庭的需要和产品、服务供给之间的矛盾。解决月嫂市场乱象,企业当加强自律,协会当努力赋能,从业者当提升技能。唯有如此,行业才能实现健康有序发展,消费者才能享受更优质的服务。

“雪糕,25元一支”,若是在普通超市,你或许会以为遇到了“雪糕刺客”,可要是换成景区、博物馆的文创雪糕呢,你会欣然购买吗?

这个暑期,随着旅游市场的复苏,很多景区、博物馆的文创产品卖得特别好。其中,又能消暑又能当作拍照道具的文创雪糕格外受欢迎。姑且不论文创雪糕的造型、口味如何,先来说说它的价格。以北京为例,故宫、颐和园、圆明园、天坛、北海等深受游客喜爱的景区都推出了自己的文创雪糕,便宜的十几元,贵的要二三十元。有网友不禁感叹:“雪糕怎么卖得比门票都贵?”

文创雪糕的走红可以追溯到2016年,北京玉渊潭公园在樱花节期间推出了一款樱花雪糕,独特的造型吸引了游客争相购买。之后,文创雪糕的“旋风”开始席卷全国,这两年更是“卷”出了新高度。

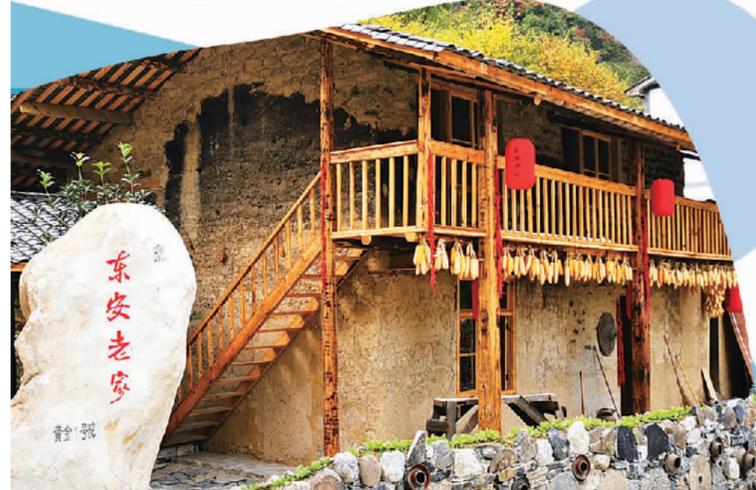
有的景区主打逼真的地标建筑,如黄鹤楼文创雪糕就堪称“雪糕雕塑”,原创建筑物上的瓦片和飞檐都被复刻得惟妙惟肖;有的景区特色动植物做文章,如圆明园荷花雪糕;还有的靠博物馆之宝、文博IP“出圈儿”,像国家博物馆的击鼓说唱俑、四羊方尊……化身雪糕的文物们端庄又不失俏皮,可爱又不失稳重。手中举着文创雪糕,和景区、博物馆里的雪糕原型来个合影,再发到社交网络上,如今这一套操作成了很多游客“打卡”的新选项。

和普通雪糕相比,文创雪糕多的是“文化味道”,高颜值、社交属性都是加分项,附加值高于普通雪糕倒是符合常理。从生产工艺和销售环节来说,文创雪糕通常造型特殊,难以用传统模具规模化生产,残次品率、损耗率比普通雪糕高;只能依靠景区、博物馆线下销售,又受季节因素影响,总体销量有限,难以摊薄成本……多重因素叠加,导致文创雪糕的成本确实超过普通雪糕。如此说来,文创雪糕贵有贵的道理。

随着消费升级脚步的加快,消费者其实越来越愿意为生活中“小确幸”带来的新鲜体验、情绪价值额外买单。不过,大家心里有杆秤,如果溢价太高,是普通同类商品的数倍,消费者恐怕就要掂量掂量值不值了。这几年,文创雪糕遍地开花,普通的平面压纹单色雪糕已是“大路货”,新鲜感褪去;受制于生产条件约束,文创雪糕的口味相对传统单一,和普通雪糕比并没有优势。动辄十几元、二三十元的价格,还会轻易俘获脚步匆匆的游客吗?

种种信号表明,文创雪糕的流量巅峰已经过去,制造爆款越来越难。想要突破瓶颈,恐怕还得“脑洞大开”,在创新上下功夫。一根雪糕棒清洗干净后就是一枚精美的书签;从“许仙白娘子”断桥相会的爱情传说汲取灵感制造雪糕CP;结合当地特产,在口味上推出特别定制款……一点点与众不同,或许就能让消费者找到物有所值的满足感。

这几年,随着人们对传统文化的热情被激发,文创产品火速升温。对于有志在此领域有所作为的景区、博物馆来说,不妨把眼界和思路再打开一些,提高IP运营能力,寻找承载文化内涵的新形式、新载体,创造更多像文创雪糕一样有趣、易携带可分享的好物,让消费者触摸到、品尝到、感受到“文化的味道”。



图为城口县东安镇兴田村由传统川东民居改造升级为民宿的黄金一号院。

王代军摄(中经视觉)

## 月嫂市场热度不减

本报记者 沈慧

随着居民生活水平的提升和母婴服务业的蓬勃发展,越来越多家庭选择请一位母婴生活护理员(俗称“月嫂”)帮忙照顾产妇和新生儿。去年,家住北京市石景山区的高丽成为一位准妈妈,考虑到第一次当妈妈缺乏育儿经验以及需要产后恢复,高丽和家人商量后决定找一位月嫂。

和高丽抱着同样想法的准妈妈不在少数,这从月嫂市场的紧俏程度可见一斑。根据58同城招聘研究院联合中国连锁经营协会发布的《中国生活服务业就业指数报告(2022)》,2021年居民和家庭服务领域就业指数TOP5职位,月嫂位列榜首。

伴随需求量的激增,月嫂薪资一路水涨船高。《2021母婴服务消费白皮书》显示,根据36个重点城市数据统计,全国月嫂的平均工资为13450元,远超当地平均工资,也超过了很多白领。

丰厚的待遇吸引着越来越多的年轻人

加入这个行业。《中国生活服务业就业指数报告(2022)》显示,2020年月嫂这一职业,45岁至55岁求职者占比最多,2021年35岁以下求职者比重大幅增长。

对此,多年从事家政服务工作的刘雯雯深有体会。“现如今月嫂正趋于年轻化,我见过从业年纪最小的月嫂是26岁。”刘雯雯告诉记者,雇主多喜欢40岁左右、育儿经验丰富的月嫂,但近几年一些年轻月嫂也颇受欢迎,因为她们育儿观念较新、更善于学习,与宝妈沟通起来也更顺畅。“越来越多的年轻人选择这份工作,看中的正是月嫂的客单价高,还有26天服务档期后的自我调整期。”

不过即便高薪,寻找一位靠谱的月嫂还是有些可遇不可求。“原以为打几个电话就能轻松敲定,没想到这么难。”去年,距离预产期还有5个月,高丽便将找月嫂一事提上日程。不曾想询问了十几位亲友,他

们推荐的月嫂档期早就满了。无奈之下高丽将目光投向家政服务公司,但其推荐的月嫂要么价格过高,要么没有缘分。“好在生产期间我在医院遇到了一位90年的小护工,别看年纪不大,育儿经验倒挺丰富,性格也不错,后来出院就把她直接带回家了。”高丽说。

相比高丽误打误撞的幸运,家住北京市丰台区的“90后”宝妈孟娟的月子坐得有些郁闷。“起初阿姨还算勤快,可没干几天就开始偷懒了。”孟娟告诉记者,有时宝宝的拍嗝巾用了好几天,阿姨也不主动拿去洗;月子餐也做得很单调。“一个月13800元,按照原计划要用两个月,后来宝宝刚满月,我们就让阿姨提前走了。”孟娟说。

不满的背后是野蛮生长的月嫂市场。简单培训即拿证书、所持证件来源不一、商家自评星级……业内人士表示,现实生活中,由于准入门槛较低、投入资金不高、开设



山东省枣庄市市中区总工会组织月嫂开展新生儿护理技能比赛。

孙中喆摄(新华社发)

本版编辑 李丹 美编 夏祎