

民宿如何提档升级？行业代表宝顶论道

□ 新渝报记者 侯小梅 何美林 文/图

随着国内旅游业不断升温，民宿产业成为旅游业发展的重点领域。3月16日，在大足石刻学术报告厅举行的大足区民宿产业招商推介会上，多名文旅专家、民宿企业代表齐聚一堂，共商民宿发展大计，赋能和推动民宿行业可持续发展。



重庆市文化和旅游协会副会长、重庆市文化和旅游协会旅游民宿产业分会会长 张涛

增加旅游产品互动 让游客感受文化氛围

随着乡村振兴战略的深入推进以及文旅融合的不断加速，旅游民宿产业迎来了前所未有的机遇与挑战，呈现出一些新的趋势。“十里不同风，百里不同俗。”张涛认为，民宿产品的未来将更注重产品休闲化、设计个性化、功能多样化。民宿应紧密结合当地人文风情与自然景观，突出地域特色。例如大足石刻附近的民宿可融入石刻文化，让游客感受文化氛围，增加旅游产品之间的互动。同时，还要增加休闲娱乐、文化体验等元素，提升游客参与感与体验感。

产业集群化。受疫情影响，单体民宿的脆弱性显现，集群化发展成主流趋势。合理布局与统一规划的民宿集群，可实现专业分工、业务互补、协同经营、整体营销与业务共享，形成规模经济集聚效应，增强核心竞争力与吸引力。

产业融合发展。民宿产业融合发展成未来重要趋势，应与乡村经济、全域旅游深度融合，形成可持续型乡村旅游产业经济共同体。民宿可与农业、手工艺、文化、体育等产业结合，打造地域特色旅游产品，拓展功能与业态，为乡村经济发展带来新机遇，推动乡村全面振兴。

消费年轻化。“Z世代”成旅游市场消费主力军，对民宿个性化与多样化要求更高，更倾向于选择有独特文化氛围与休闲体验的民宿。民宿设计与运营需充分考虑年轻消费者需求与偏好，注重产品休闲化与功能多样化，同时消费价格应多元化，满足不同消费群体需求。

人才专业化。民宿的运营管理需要培养“民宿管家”等专业复合型能力的人才，不仅要具备酒店管理的基本技能，还要懂得分享、策划活动、进行网络营销等，能够为游客提供全方位的服务体验，让游客感受到民宿的温度与情怀。

经过前期的充分调研，张涛建议，一是做好产业顶层设计，明确行业发展规范。明确政府主管指导部门、统一民宿称谓与标志等。二是做好政策扶持，支持产业融合发展，出台鼓励政策奖励优秀企业，给予补助用于消费券及宣传推广等。三是重视人才培养，确保持续发展，鼓励返乡创业、开展专业培训，不断提高行业运营管理水平。四是鼓励多元化研究，学术实践并行，紧密联系市场和实际现状，盘活乡村资源，为旅游民宿高质量发展提供理论与实践支持。



四川美术学院建筑环境艺术学院副院长 黄红春

“地标+场景+体验”三重驱动满足游客深度体验需求

近年来，随着旅游业的蓬勃发展，民宿行业迎来了快速增长。然而，在繁荣的背后，民宿设计领域也暴露出一些亟待解决的痛点问题。一是文化表达浅层化，许多民宿仅仅堆砌了一些表面符号，缺乏深度体验的设计感；二是形式风格同质化严重，市场上70%以上的民宿都集中于“网红风”“侘寂风”等几种设计风格，缺乏独特的文化辨识度，导致了低价竞争的恶性循环；三是功能体验割裂化，民宿中缺乏文化体验的内核与载体，有形而无实，难以给游客带来真正的沉浸式体验。

那么，如何解决这些问题呢？黄红春提出了“地标+场景+体验”三重驱动模式，为民宿设计提供了新的思路。她指出，地标是视觉传播的形象美学记忆点，赋予民宿独特的标识和骨骼；场景是空间营建的生活体会记忆点，让民宿生长出丰富的血肉和内涵；体验则是场景塑造的文化感知记忆点，为民宿灌注灵魂和生命力。这三重驱动模式实质上构建了民宿的空间叙事能力，使其成为一个有故事、有情感、有文化的空间。

“从欧洲的农家接待到现代化的民宿，民宿一直在不断进化和发展。时至今日，民宿已从以往的临时住宿场所，逐渐演化为生活体验和情境营造的空间。”黄红春说，如今的民宿不再仅仅是为游客提供一张床、一顿饭的简单功能，而是通过精心设计的环境，融入地方文化的活动以及独特的服务，让游客在民宿中体验到不同的生活方式。

“地标赋予骨骼，场景生长血肉，体验灌注灵魂。”黄红春表示，未来民宿设计应注重文化内涵挖掘和体验价值提升，通过地标、场景和体验的三重驱动，将民宿从临时住宿场所转化为承载文化、传递情感的空间，满足游客深度体验需求，推动行业高质量发展。



重庆好多朋友文化旅游发展有限公司总经理 闫成强

EPCO全程参与运营

传统EPC模式以工程交付为终点，运营脱节，导致民宿空置率高、投资回报低……为什么当前民宿行业很多项目投资大但收益甚微，无法有效运营？归根结底是项目没有真正做到运营全程参与。

闫成强认为应将长效运营加入环节中，通过EPCO模式，即Engineering（设计规划）、Procurement（供应链整合）、Construction（工程建设）、Operation（长效运营），解决传统模式的弊端，实现项目从“输血”到“造血”的转变。模式的转变应以运营为核心，从项目规划、设计到工程建设均围绕运营展开，确保项目建成后满足运营需求，实现规划设计、工程建设与长效运营有效合一。同时，EPCO模式强调运营前置，通过运营团队全程参与，从前期策划到建设施工，再到后期运营，实现项目全生命周期的高效管理，提升项目整体效益。

他认为，EPCO模式在民宿行业的应用中具有显著优势。专业运营团队参与设计与建设，确保民宿项目在建筑风格、功能布局、服务设施等方面与市场需求精准对接，提升项目品质与竞争力。同时，运营团队提前规划民宿的文化内涵与特色体验，打造具有独特魅力的民宿品牌，满足消费者日益多样化的需求，吸引更多客源。此外，EPCO模式实现设计、采购、施工一体化，减少中间环节和协调成本，提高项目效率，缩短建设周期，降低项目总体成本。

随着民宿行业的发展，EPCO模式也在不断进化。从传统EPC模式在工程建设领域的起源，到民宿行业的初步实践，再到“EPC+O”模式的初步探索，最终发展为成熟的EPCO模式。这一过程中，运营前置与全流程统筹的实现，让EPCO模式在民宿行业的成功应用成为可能，打造了一批高品质、高效益的民宿项目，成为行业的示范标杆。

他表示，EPCO模式为民宿行业的发展提供了一种全新的思路 and 解决方案。通过运营前置、全流程统筹、平台化运作和数字化赋能，EPCO模式能够有效解决民宿行业存在的痛点和挑战，推动民宿行业向高质量、可持续发展方向迈进。在未来的民宿市场中，EPCO模式有望成为主流，为消费者带来更多优质、独特的住宿体验，为民宿从业者和投资者创造更大的价值。



重庆两江国际经济合作中心副主任 谢旭

以民宿新体验助力乡村振兴

参观完大足民宿产业后，谢旭注意到，大足创造性地将宋代美学中的宋宴、点茶、挂画、古琴等元素植入现代乡村生活，打造出了一座既有历史底蕴又具现代品质的生活方式。这种融合不仅能够提升乡村的文化吸引力，还能为游客提供独特的沉浸式体验。

“这种融合离不开对乡村传统建筑的保护与再利用，在乡村建设中，民宿的设计也应注重对老建筑的保护与再利用。”谢旭说，每一座老房子都是一段历史，原石、土墙、小桥、流水等元素应被巧妙地融入民宿设计中，为它们再次赋予新的生命。这种设计不仅体现了对历史的尊重，也符合绿色环保的理念，为民宿增添了独特的文化魅力。

“另外，民宿运营应注重降低能源消耗，做好绿色建筑，解决生活排污问题，保护乡村的绿水青山。”谢旭表示，只有实现可持续发展，民宿才能真正成为乡村活力的源泉，为游客提供健康、环保的居住体验。

谢旭认为，在民宿的运营中，让周边原住民积极参与不仅是提升服务质量的关键，更是实现乡村振兴使命的重要途径。通过吸纳当地居民参与民宿的日常管理、餐饮服务、文化讲解等工作，不仅能够为村民提供稳定的就业机会，还能让他们在参与中增强对本土文化的认同感和自豪感。此外，民宿可以收集村民的手工艺品，如编织品、陶器、木雕等，用于室内装饰，并标明价格售卖给游客。这些手工艺品不仅让民宿的装饰更具在地性和独特性，还能为村民带来额外的经济收入。

展望未来，谢旭表示，民宿将以更加多元、开放的姿态，连接历史与现代、城市与乡村，为乡村振兴注入源源不断的活力，让乡村成为承载记忆、传递情感、创造未来的美好家园。



重庆中乙文创文化传播集团股份有限公司董事长 朱雪峰

个性化和体验感才能拥有人气与流量

中乙文创是一家复合型“文化投资、文化传播、文化经营、文化活化”上市公司，已经有近20年的发展历史。推介会上，朱雪峰分享了公司在民宿领域的一些探索与实践。

首先，做文旅项目，尤其是民宿投资，在项目前期必须要做好充分的调研和规划，确保项目的合法性和可持续性。很多项目在推进过程中遇到的问题，或是受到政府政策的限制，或是合作伙伴的问题，或是项目本身的条件不足。同时，在项目选择上，要注重产权的清晰和合法，通常直接购买资产可以更好地保证项目的合法性和对项目的可持续控制。

其次，论运营的重要性。投入大量资金打造的民宿项目，其运营过程必须严格遵循相关法律法规，才能保证项目的顺利推进和长期稳定运营。在运营过程中，要注重环境、服务、出品和文化的整合，形成品牌的独特亮点。在品牌推广中，可通过品牌定位、传播推广、制作网综、拍摄电影、开办民宿论坛、举办民谣音乐节等多种方式为项目前期造势，打造拥有自己人气及流量的酒店及民宿。

朱雪峰还通过案例提到在项目打造上，注重个性化和体验感；在建筑设计中，尊重当地民居建筑历史，采用历史建筑形态元素，让新建筑具备灵魂；提供丰富的功能配套，如景观平台、上山园路、林间烧烤吊床、蔬果生态采摘园、农业科普馆等，为游客提供全方位的休闲体验等方法形成项目流量点。

在当天考察完大足民宿点后，他认为，大足的文旅发展前景广阔，希望能与地方和企业深入合作，共同打造更多优秀的文旅项目，为推动当地文旅产业发展贡献力量。



重庆文化和旅游协会旅游民宿产业分会副会长、万盛经开区栖林楠苑民宿总经理 杨增伟

以品牌效应激发民宿“新活力”

民宿产业作为乡村旅游的新业态，是推动文旅融合与乡村振兴的重要抓手。“作为万盛经开区栖林楠苑民宿的总经理，我在甲级民宿创建的过程中深刻体会到，民宿不仅是旅游产业的重要组成部分，更是乡村振兴的重要推动力。”杨增伟说。

在创建甲级民宿的过程中，栖林楠苑始终坚持高品质服务为核心，注重细节与体验的打磨。“我们通过优化住宿环境、提升服务质量，融入地方文化特色，成功打造了一个独具魅力的民宿品牌；未来，我们计划利用甲级民宿的品牌优势，进一步延伸产品线，探索加盟模式，将成功的运营经验推广到更多地区。”杨增伟表示。

这种品牌效应为民宿带来了更多的客源和更高的市场认可度，也为乡村注入了新的活力。“我们通过民宿的品牌效应，吸引了更多游客来到万盛经开区，带动了周边餐饮、交通、文化体验等相关产业的发展。”杨增伟说，他们目前还在积极探索“民宿+农业”“民宿+文化”等模式，将民宿与地方特色产业深度融合，形成一条可持续发展的产业链。

杨增伟表示：“未来，我们将通过甲级民宿的引领和示范，继续探索更多‘民宿+’的可能性，带动更多乡村提升旅游品质，挖掘文化资源，发展特色产业，为乡村振兴贡献更大的力量。”



重庆挽草堂民宿总经理 黄露

民宿要有故事、文化内涵

成都市明月村是全国乡村振兴的示范村之一。因其地理位置优越，靠近成都，市场潜力巨大。然而，随着周边民宿增多，市场竞争加剧。2017年，黄露加入成都明月村，成为一名新村民，参与当地的民宿建设。他将工作场地转移到工业城，吸引创作和设计人才，开始探索新的运营模式，着重解决工作日客源不足的问题。

有了运营经验后，2020年，他回到家乡重庆巫山，参与了“三峡理念”民宿项目。他介绍，该项目以产业为基础，结合当地自然和文化资源，采用民营企业、平台公司和合作社三方合作的模式。“我们对16栋民房进行改造，历时228天完成项目建设。”在运营中根据四季特点打造特色活动，如春季李花节、夏季采摘、秋季美容品和冬季周边游，实现了全年稳定运营。

期间，黄露还尝试了其它类型的民宿项目，如纯夯土墙的四合院民宿。这个项目虽然短期内难以盈利，但其背后的故事和文化价值吸引了众多游客，“不想却成为我最盈利的产品”。他相信，民宿项目只要有故事、有文化内涵，就能吸引游客。每个项目都有其独特之处，需要根据实际情况制定不同的运营策略。从设计、后期运营到宣传推广，每一个环节都需要精心策划和执行。

随即，黄露表达了对大足区厢子沟田园民宿项目强烈的参与合作意愿，并希望与当地及百姓合作，共同打造具有特色的民宿项目。



重庆文旅协会旅游民宿产业分会专委会主任 刘小红

用现代传媒打造一眼千年的石刻恋曲

近年来，随着文化旅游的兴起，越来越多的游客开始追求深度体验和独特的文化感受。在这一背景下，大足作为重庆重要的文化旅游目的地，凭借其丰富的文化资源，尤其是世界文化遗产大足石刻，正逐渐成为国内外游客关注的焦点。然而，如何将大足的文化资源优势转化为品牌影响力，成为摆在当地文旅产业发展面前的重要课题。

对此，刘小红认为，大足拥有得天独厚的文化资源，尤其是大足石刻这一世界文化遗产，应通过创新宣传和现代传媒手段，将其打造成为具有全国乃至全球影响力的品牌。

“大足文旅品牌的宣传需要突破传统模式，采用更具创意和冲击力的方式。”刘小红提议，可以打造“跟着短剧去旅行”的新模式，通过拍摄系列短剧，将大足石刻的历史故事与文化内涵以生动、直观的形式呈现给观众。这些短剧不仅要有人入胜的情节，还要融入大足的自然风光与人文特色。通过短剧的传播，游客可以更深入地了解大足石刻的文化价值，从而激发他们的旅行兴趣。

此外，刘小红还呼吁发动全民积极参与文旅品牌的传播，让广大市民游客、自媒体从业者、全区各个行业人员充分发挥自身特长，将大足文化旅游资源通过各种方式向外宣传展示，形成多层次、多维度的传播网络，进一步提升大足文旅品牌的知名度和影响力。