

# 双城周刊

## 打造“巴蜀名宿”，重庆民宿如何发力？

□本报记者 彭瑜

共谋民宿发展良策，共建民宿产业未来。前不久，成渝地区双城经济圈民宿产业发展联盟在江津区四面山成立。成渝两地将通过业内培训、异地交流、联合开展活动等方式，倡导共同的特色民宿标准，携手打造具有辨识度的“巴蜀名宿”，建成成渝地区双城经济圈民宿产业集群和增长极。

打造“巴蜀名宿”，重庆民宿如何发力？连日来，记者采访了部分重庆民宿创办人和川渝民宿专家。

### 关键词 提档

#### 农家乐提档升级发展民宿

11月12日清晨，北碚区缙云村石华寺组，清欢渡民宿主人孙德红早早地烧好开水、备上茶，插好花，等待客人上山休闲。

“过去可没这么清闲。”石华寺组地处缙云山景区，孙德红早前卖过豆腐脑，1998年把家里的房子改造成农家乐。每天，孙德红既要到景区门口追车揽客，还要张罗客人的吃住，一天忙得脚不沾地。她说，“那时每间房费100块钱，包吃包住，全家人一年忙到头只有一二十万元收入。”

2018年，当地政府引导农家乐提档升级，组织农家乐老板到外地考察乡村旅游。孙德红回来后投入400万元，请来专业团队设计施工，将30间客房改造成13间民宿，把腾出来的地方设计成公共区域、文艺书房，院落里大面积种植绿植，把农家乐改名叫“清欢渡”。

“提升‘硬件’，又升级‘软件’，孙德红每天对着镜子练习微笑、说话语调，还学会了插花、茶道、甜点制作等新技能，游客的休闲方式则从过去的唱KTV、打麻将，变成了插花、品茶、采摘、亲子活动等。

“房间少了，客人却多了。”孙德红告诉记者，农家乐升级为民宿后，居住品质提高，环境更加优美了，单个房间价格涨到400至1000元，她再不用去景区门口拉客了，还没到周末，预订电话就接个不停。她告诉记者，“改建后第二年，民宿经营利润翻了好几倍。”

两侧青山环抱，远方群山苍苍，静坐在白墙黛瓦的清欢渡，品茶看山观云，成了客人最惬意的事情。“清欢渡”很快成了网红民宿。

随着消费升级迭代，市民休闲需求呈多样化发展。记者了解到，我市不少农家乐都和孙德红一样正在转型升级发展民宿。以江津四面山景区为例，目前有中高端民宿、酒店、农家乐400余家，当地正推动农家乐提档升级，目前已有近20家农家乐申报提档升级发展民宿。已经完成提档升级的5家民宿，虽然客房数量减少了，入住率却大幅度提升，收入普遍翻了两倍。

从2016年开始，四川青城山就推动2000多家农家乐向民宿转型升级。“民宿不只是提供吃住，更是提供一种生活方式。”都江堰民宿协会青城山分会会长钟国伟告诉记者，从基础装修到服务投入，民宿都要做足、做精、做细私人空间，满足客人休息、喝茶、阅读、聊天等多元需求，提供有温度的服务。“农家乐转型升级成为民宿，就是要提高附加值，让客人感受到房价从200元提升到1000元，物有所值。”

### 关键词 品牌

#### 培育品牌引领民宿产业发展

“发展民宿，既要提升品质，更要打造品牌。”成都旅游住宿业协会会长安茂成称，有品牌就有影响力，才能吸引人才、促进发展。他说，打造具有辨识度的“巴蜀名宿”集群，关键要发挥品牌民宿的标杆作用，引领民宿产业发展。

这两年，江津四面山陆续引入了莫干山·大乐之野重庆首店、山墅·星空民宿·派·晚居民宿等高端民宿品牌，带动大四面山景区全力打造四面山·宿集。

记者在大乐之野·四面山民宿看到，该民宿位于半山腰，坐东朝西，依山而建，白墙、灰瓦、红色楼梯，在青山延绵中格外醒目；整个民宿围绕建筑与山体的关系，设计建造了观山房、倚山房、隐山房等高低错落的三组建筑。

“整个项目有10多个网红打卡点。”大乐之野·四面山民宿主人王嘉威介绍，观山房的公区与客房之间的折返楼梯，与5个标高层相通，极具山城趣味；客房内设置独立的私汤泡池，可以满足游客冬季度假需求；特别是二层咖啡吧的无边泳池，拥有180°山野视角。“云山、雾海、森林、新竹、晨曦、日落等尽收眼底。”

今年6月，大乐之野·四面山民宿试营业，短短4个月接待游客4000余人次。王嘉威坦言，除了依托四面山旅游资源 and 民宿特色设计、温馨服务外，品牌效应也发挥了重要作用。

品牌的价值不只在吸引游客，更在于带动更多农家乐、民宿提档升级，整体推动民宿产业高质量发展。现在，大乐之野·四面山民宿不只是吸引游客打卡，当地的很多民宿主，甚至外地民宿从业者也纷纷前来考察学习。

过去，江津人贺思明与弟弟一直在外打拼。2020年，兄弟二人回到江津四屏镇青堰村创办青堰美宿。“之前以为民宿就是诗和远方。”参观了大乐之野·四面山民宿后，贺思明认识到，做民宿产业，不能只凭一腔情怀和一身干劲，还要考虑自身定位是否清晰、客户群是否明确、资金使用有无规划、营销、培训等方面是否跟得上。

受到启发的兄弟俩开始对青堰美宿进行软装升级，打算依托富硒水、双生文化和当地的插旗山、天眼、盐茶古道等资源，挖掘更多有文化内涵的景点。开辟独立的休闲区，培训提升服务人员，加大对外推介力度，希望更多合作伙伴共谋发展。

“既要把品牌民宿请进来，也要培育本地民宿品牌带动产业发展。”安茂成认为，“巴蜀名宿”不只属于成渝两地，还应打造成整个西部地区认可的品牌，走向全国。

### 关键词 人才

#### 亟待培养专业民宿人才

采访中，我市民宿经营者普遍向记者表示，民宿产业人才缺乏问题突出，目前民宿品鉴、维保、培训、宣传推广、供应链服务等相关从业人员，以及对民宿拥有行业管理权的政府官员、村组干部、协会工作人员等，都需要培训提升相应能力。

梁平区竹山镇猎神村，地上有35万亩竹林，地下富含石膏矿。过去，当地人利用竹子造纸、开采石膏矿赚钱，严重污染了环境。

2017年，梁平区竹山镇猎神村一口气关闭5座石膏矿，转型发展乡村旅游。在外打拼多年的陈中明回村考察，见笋山关了，竹子也不造纸了，百里竹海打成了景区，他投资2000余万元，回乡整合7户村民的闲置院落，建起了梦溪溪园民宿。

“民宿好建，人才难求。”陈中明因为要忙苏州的工作，抽不开身来亲自管理民宿，管家、前台、餐饮、客房都要招聘。他说，“都不好招！年轻人不愿留在山里，老年人又不懂民宿经营。”

特别是民宿管家，陈中明物色了很久都未能到合适人选。最后，只好安排财务人员唐攒英暂时代理管家职务。

“民宿人才招不到、留不住。”唐攒英告诉记者，不只是民宿管家，包括前台、餐饮、客房等相关人员都一直招不齐，只好就近雇用当地上了年纪的村民。她不但自己边干边学打理民宿，还要手把手地教村民打扫清洁、整理客房、接待客人、准备饭菜。唐攒英分析，之所以民宿招人难，一方面因为乡村民宿偏远，客源不稳定以致待遇不高，对民宿人才特别是青年人才吸引力不够；另一个重要原因是，目前高校缺乏相关专业，尚无培训专业民宿人才的渠道。唐攒英说，“我现在是身兼数职，前台接待、餐饮服务、客房整理等，啥都干。”

记者采访了解到，民宿产业发展缺乏专业人才已是普遍问题，很多从业者都是“野蛮生长”，像唐攒英一样边干边学。

重庆市民宿产业协会副会长、江津区四面山民宿产业协会会长王鹏称，眼下，民宿产业涉及的山水资源运营、渠道开拓维护、柴火油盐经营等方面的人才都很稀缺，民宿管理需要更灵活、更有温度的服务，酒店行业的“空降兵”又不能解燃眉之急，因此培养培训民宿专业人才刻不容缓。他说，四川青城山创办民宿学院，通过不定期召开相应的培训课程，辅导青城山镇农家小院实现向民宿的转型升级，助力民宿实现特色化、聚集化、品牌化，这样的做法值得借鉴。

### 关键词 推介

#### 进一步讲好故事做足宣传

半卷竹帘、围炉煮茶、干果满盘、插花飘香、青石幽院、竹椅小坐……11月12日，又一个周末的上午，



四川省宣汉县巴山大峡谷景区民宿。(新华社发)



四川省成都市温江区岷江村的岷江书院。当地采用“合作社+农户+公司”等模式发展民宿等乡村旅游项目。(无人机照片) (新华社发)



渝北区玉峰山特色旅游民宿。记者 郑宇 摄/视觉重庆



大乐之野·四面山民宿无边泳池成了网红打卡点。(受访者供图)

南山鉴宽山房民宿主人曾亚又在微信朋友圈发“九宫格”了，并向好友发出游玩邀请。

鉴宽山房建于2015年，是重庆南山第一家民宿，由当地农民鸡舍改建而成。民宿除了13间客房，还有独立的茶舍、画廊、会议室、中餐厅、咖啡馆、沙龙空间。鉴宽山房离主城核心商圈20分钟车程，毗邻南滨路、洪崖洞、江北嘴等，地理优势十分突出。

“好酒也要勤吆喝。”打开曾亚的微信朋友圈，她几乎天天都要发帖，有时一天发好几条。她说，做民宿要重视私域流量的培养，增加客户黏性，培养认同自己价值观的忠诚粉丝，同时利用微信朋友圈、公众号、微信群等平台，和客户建立更多联系和互动，推动用户的转化、留存和复购。

在民宿众多的今天，客人为什么会反复选择同一家民宿？曾亚认为只有一点，那就是客户能在这里找到同频的磁场，待着舒服。所以，鉴宽山房在挑选员工时，会格外留意他们的生活观和世界观，这能给精准客群提供情绪价值。她说，民宿主或管家们的生活态度、价值观，是构建私域流量的重要方法。

“做民宿，既要会建设、管理，更要擅长宣传推介。”曾亚称，每一个场域，一定有主人的审美、认知、价值观，别人无法复制这样的气息。

沙坪坝区居尚人家创始人陈天贵称，重庆民宿之所以品牌不够响亮，主要在于包装不够、宣传不多、推广不足。他认为，重庆发展民宿产业，既要做精品，还要讲好故事。在民宿主做好私域流量培养，凝聚忠诚客户同时，民宿行业协会、民宿联盟等组织也要发声，与政府谈，争取政策支持、政策扶持；与联盟谈，整合上下游资源；与平台谈，为民宿业主推介、发声，争取更多的话语权、主动权。