



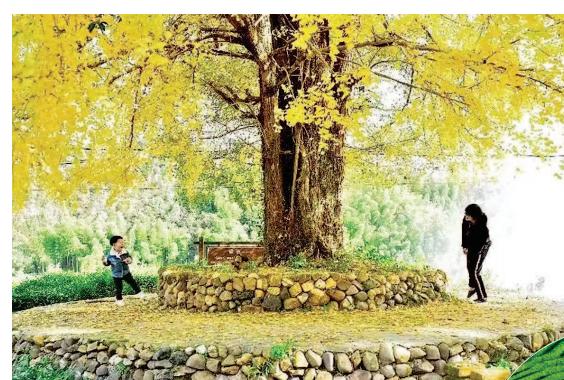
民宿遇冷、旅居遇热的背后

◆ 撰稿/顾林军

民宿曾是文旅市场中“诗与远方”的代名词，承载着人们对在地生活的美好想象。而如今，此行业却迎来“冰火两重天”：一边是大批传统民宿陷入闭店潮，价格战愈演愈烈，80%面临盈利难题；另一边是以武夷山六尚·水岸山色·祁门平里梅南渡等为代表的主题型品质民宿站稳脚跟，更催生出旅居这一走红的旅游生活方式，成为文旅消费升级的新风口。民宿与旅居的冷暖对比，折射的是旅游需求的深层变革，更是行业发展逻辑的重新洗牌。

国内民宿行业的发展，从最初的家庭式经营到资本涌入的规模化扩张，仅用十余年便完成了从蓝海到红海的转变。截至2025年底，我国现存民宿相关企业达38.3万家，热门景区的民宿密度堪比奶茶店，供给过剩直接引发恶性竞争，大理甚至出现70多元的床位价，连基础运营成本都难以覆盖。更关键的是，多数传统民宿仍停留在“住宿工具”的旧逻辑，网红模板化装修、服务参差不齐、卫生与体验无保障，让消费者逐渐祛魅，而标准化连锁酒店的性价比提升，更让这类民宿失去竞争优势。与之形成鲜明对比的是，武夷山六尚·水岸山色民宿依托武夷山水的稀缺景观，将茶文化融入空间设计与体验服务，打造从住宿到茶旅研学的闭环；祁门平里梅南渡民宿深挖徽州梅文化与茶旅资源，以在地故事和个性化服务打造情绪价值，这类民宿跳出单纯的住宿范畴，成为“体验容器”，也正是旅居时代民宿的核心生存逻辑。

民宿的进阶与转型，恰是旅居生活方式兴起的重要契机。二者同源于人们对“非标准化”旅游体验的追求，民宿是旅居的物理载体，而旅居则是民宿的价值延伸，将短期住宿升级为长期的生活融入。中国旅游研究院数据显示，20至40岁旅居者占比达60%，80后、90后更是以70%的占比成为旅居主力，出行1至3个月的旅居者占63.8%，云南去年更是迎来389万旅居者，平均旅居天数达80天。旅居不再是走马观花的打卡，而是深度的文化体验，江山市秀美耕读景区将田园风光与耕读文化结合，打造可居、可游、可耕的乡村旅居场景；云南大理则凭借慢生活节奏，成为数字游民、银发族的旅居胜地，今冬当地连续入住7天以上的旅居订单同比增长超10%，00后旅居订单更是激增27%，从银发候鸟到Z世代数字游民，旅居的受众边界正不断拓宽。



民宿遇冷与旅居遇热的背后，是旅游消费需求从“打卡式观光”到“沉浸式生活”的本质转变。传统民宿的衰落，并非业态本身的过时，而是多数从业者未能跟上需求变化，既无高端品质民宿的稀缺性与体验感，又无低成本轻运营民宿的个性化与人情味，陷入高不成低不就的尴尬境地。而旅居的走红，恰恰击中了当代人对慢生活、深度体验、身心疗愈的核心需求，更契合了乡村振兴与文旅融合的政策导向，国务院办公厅明确鼓励开发避寒避暑旅居产品，云南、海南、广西等省份更是出台专项政策，打造旅居村、康养综合体等配套设施。

从二者的发展脉络中，不难提炼出文旅行业发展的核心要素与保障理念：其一，在地性是核心竞争力，无论是民宿还是旅居，脱离本土文化与自然特色的同质化产品终将被淘汰；其二，体验感是价值落脚点，从单一住宿到“住宿+体验+服务”的闭环，才能满足消费者的情绪与精神需求；其三，专业化是运营基础，民宿与旅居的发展都离不开标准化的服务、系统化的运营，而非单纯的“情怀式”经营；其四，政策与配套是发展支撑，完善的交通、医疗、生活配套，才能让旅居从短期体验变为长期选择。

当民宿的赛道不断洗牌，旅居的舞台正徐徐展开，未来的旅

居，终将打破“目的地”与“居住地”的边界，成为一种无界的生活方式。它或许是“数字游民+乡村旅居”的融合，在江山市秀美耕读这样的乡村，一边远程工作一边体验田园生活；或许是“康养+旅居”的升级，在云南、广西的自然山水间，实现身心的双重疗愈；也或许是“主题+旅居”的定制，从茶文化到非遗体验，让每一次旅居都成为一场个性化的文化修行。而民宿作为旅居的重要载体，也将在这场变革中完成重生，唯有与在地文化共生、与旅居需求相融，才能真正成为人们奔赴诗与远方的落脚点。民宿与旅居的冷暖更迭，最终指向的，是文旅行业回归生活本质这一终极目的。

