



美豪集团开发部总经理马平告诉《新民周刊》，疫情期间他们通过餐饮、娱乐等附加服务留住了大批老客户。接下来，他们不再单一卖客房，而将重点发力社群服务，整合周边社区居民的就餐、健身、SPA 等需求，个性化定制产品售卖。而这一趋势，也将成为大多数星级酒店的发力方向，目的在于调整经营结构，将酒店资源利用率大幅提升。

## 民宿突围有点难

酒店率先复苏之后，民宿平台也“坐不住”了，趁机搞起了营销。7月27日，途家宣布推出“周末随心住”活动，用户只需花299元即可购买房源大礼包，内包含4张面值200元的房源优惠券，且周末可预订国内所有民宿房型，显然，这是民宿平台在暑期打的“促销牌”。

但促销并不是拯救民宿的最佳路径。楼嘉军在接受《新民周刊》采访时表示，事实上，由于周边没有稳定客源，民宿转型很难，遭遇挑战更大。民宿发展与市民高频率出行有关，当经常走改为少量走，高频率改为低频率，团队游改为不出游，主打薄利多销方向的民宿，重新吸引客流，转型升级，就举步维艰了。

德清的莫干山民宿群，因“小而精”的微休闲特色，受到游客的青睐。但受疫情影响，不少民宿客流一夜归零，经营遭受巨大冲击。老沈经营的这家名叫莫梵 Marvel 的洋家乐，坐落在莫干山脚下的仙潭村、江南碧坞景区附近。作为第一批涉足民宿的村里人，老沈自有一套经营思路。“先是老房子改建，又租了村民儿幢楼，五年时间，回了本，也算打出了品牌。”

老沈告诉《新民周刊》，2019年，大量民宿主涌入莫干山，租金成本不断飙升，资源接近饱和，不少人开始悄悄从民宿行业离场。如今，突然袭来的疫情又给民宿主们敲了一记闷棍，有的人不知所措，想快速找到出口逃离。但也有的民宿主没那么悲观，在他们看来，民宿出现过剩状态，是行业发展的自然规律。老沈是乐天派，属于后者。

“民宿里有五个管家，各有自己的本事，4月份旺季来临前，他们就拿着手机在微信、抖音上做宣传，拍住宿环境，拍时令蔬菜。”老沈说，自4月份复工以来，民宿进行了安心住的规模化管理，从绿码识别、一客一换到更换感应消毒设备。整个5月份民宿订单开始回温到往年的70%，六七月份，恢复到90%，8月份开始，和往年一样，降价促销，补贴门票等。“总共22个房间，这周五还剩下4个，周末全部满房了。”

暂时满房不代表没有危机意识，线上营销有门槛，抖音、微信老沈更是玩不转。民宿里70%的订单主要来源于微信群里的一万多个老客户，线上订单包括小红书上零零散散的订单，仅占据了30%。8月中旬，上海教委发布通知，原则上中小学、幼儿园师生员工应至少在开学前14天返沪。这直接导致了老沈的民宿一周之内集中退掉了七八间客房。

在小猪短租工作的王珂告诉记者，在民宿圈，乡村民宿一直被从业者视为“正统”，城市民宿多少有点被“嫌弃”，但其实它们的逻辑都是一样的。在城市，疫情发生后不少民宿主开始尝试长租，以此降低经营风险。杨娇，北京东二环一家四合院的老板，4月份，她从单位辞职，拿着积蓄一头扎进了民宿圈子，别人都认为她做了一个不理智的选择。“我并不认为民宿的未来是悲观的，四合院没有对标网红民宿，而是全季等快捷酒店，主打干净整洁。”

四合院临近簋街，人流客流还算不错，开业前，杨娇专门踩了点，瞄准了周边出国培训机构的学生群体，目前主要做长租。“一般最低半个月起租，租一天400元，包月会便宜很多，大概6000多元。”杨娇说，民宿整个8月份没有利润，装修花的28万元也还没回本，但她并不悲观，近期还开辟了新的经营思路。“入驻各大平台的促销预售，并不尽如人意，游客整体还处于观望状态，但四合院轰趴、胡同婚礼，可考虑衍生为今后长期稳定的客源方向。”

## 不要太悲观也不要太乐观

关于酒店未来的发展，楼嘉军有着自己的判断。目前，游客来源主要集中在长三角地区，中短距离比较多，以年轻化游客为主。预测今年下半年，旅游业的复苏都会比较缓慢，呈现

北京二环四合院的民宿目前主要做长租。。

