

在知谷能尝到正宗的崇明菜之外，还能听民宿主人畅谈崇明故事。刘庆认为，做民宿绝不仅仅是简单的装修老宅，也不只是解决住和吃的问题，民宿还应该成为展示生活方式的平台、分享当地文化的窗口，民宿主也可以是传播当地文化的践行者。

不光是山水

因为受委托设计民宿，董春方曾做过一些民宿调研。在他看来，民宿的选址很重要，离不开客观景观的映照。如果有山川湖海，民宿的“生长”就有了自然根基。

但如果没有绝美的山水风光，就做不了民宿了吗？当然不是。董春方表示，除了自然风光，民宿的发展和其依托的区域规划、人文历史、风土人情也有莫大关系，是一体化的。上海的民宿设计可以传递海派文化、江南文化，展示上海当地人的生活，一种与文化相融的生活方式。

董春方举例道，比如石库门建筑是上海的一大特色，除了外滩，国内外游客到上海深度旅行就去思南公馆、田子坊、新天地等，因为在这里能体验上海的特色，不仅仅是一座大都市，更是海派文化的形象展示。“我们是否可以改造再生石库门风格的上海民宿？这也需要管理者适当地打破常规、勇于尝试。”

再比如，黄浦江是上海的城市名片之一，顺着这条江可以生成一些特色的海派民宿。上海五个新城以及各郊区，都有各自的资源禀赋、产业特色、人文历史，以及非物质文化遗产，可以打造各有风味的民宿，为国内外

游客提供不一样的体验。

刘庆也有过类似的思考，崇明历来不是旅游度假目的地，在没有山水的情况下，怎么做民宿？这是对在崇明开民宿的人提出的一个课题，也是民宿想要真正成为行业必须要正面回答的问题。

刘庆目前的答案是，市场的需求是多元的，崇明可以做强农业和田园的融合，用自身的优势补齐山水的短板。崇明还可以强调生动的本地人文，来营造文旅度假目的地的氛围感。

“而且上海是一个有国际高度、人才聚集的城市。如果能将那些有才能的人吸引到岛上来生活、工作、创业，形成一个有活力的年轻社群聚集地，这本身就可以是一道亮丽的风景线。他们也能吸引更多志同道合的人来崇明看看，来消费。”刘庆表示。

但不得不说，交通的便利让人们从市区到郊区成为“一脚油门”的事情。采访中，一些受访者就提出，愿意到崇明、金山等郊区游玩，但到了晚上可能更愿意回家。

吴雪洪向记者讲述了她的观察。金山铁路刚开通的时候，她发现，游客是多了起来，但很多人都是自带便当，连饭都不愿吃，参观完后

就坐着火车回去了。到后来，品种多样、味道鲜美的海鲜美食是渔村的一大特色，人们也愿意留下来吃个午饭，甚至是晚饭，“但吃完还是会回去”。

如何让人愿意留宿，吴雪洪表示，依托景区优势尽可能为游客提供更多的游览内容。如今原来的老沪杭公路转变为海鲜一条街，沿线的海鲜饭店多达40多家，其他休闲业态更是多达70多家。景区还开放了8个具有海渔文化特色的展馆。其中，渔民老宅真实还原了渔民生活，渔具馆展示了100多件捕鱼工具及海鲜制作，舢板船博物馆展示了金山嘴渔村非遗舢板船，渔村彩墨则是一个艺术展区和画室体验区。

“我们在适当延长了展馆的开放时间之外，也增加了一些夜间经济，比如说夜景灯光、音乐喷泉等景观设施，还有一些休闲娱乐场所。”吴雪洪表示，民宿自身为了让客人待的时间更久一点，也在积极拓展更多消费场景，比如文创、运动、康养等民宿产品及业态等。

如今优质的住宿、餐饮仅是民宿的基础配置。除了要有优美的自然风光，还要有人文情怀，最好再有一些体验项目，比如扎染、泥塑之类的手工课，或者采茶、徒步等户外活动。采访中，多位受访者提出了类似的要求。由此可见，选择民宿的标准和住酒店是截然不同的，选酒店只看星级和地段，但对民宿的要求反而细致多了。

小猪民宿数据显示，今年国庆期间亲子房搜索热度环比增长217%，包含亲子旅拍、运动课程、研学旅游、儿童剧本杀、红色旅游等以住宿为载体的套餐类民宿产品，

2019年中国民宿市场规模达**225亿元**，较2018年增加了**60亿元**，同比增长**36.36%**。

下图：民宿自身在积极拓展更多消费场景，比如文创、运动、康养、露营等民宿产品及业态等。

