

“客人在这里一定是非常松弛的。我们除了提供应季的餐食之外，还会为客人提供丰富多彩的活动，如插花、手碟体验、制作柴窑烤披萨、线带编织等活动。”浦浦说，希望通过乡村花园、自然教育、应季美食、当地风物等体验活动，加深客人与乡村、与自然的链接。

不卖服务，卖空间

“80后”印刘琼2018年从上海回到崇明老家开办了“久居开心农场”。在朋友请她去住了崇明第一代知名民宿“知谷”后，她就萌生了自己开民宿的想法，“是时候让人们改变对崇明农家乐的刻板印象了”。在她看来，民宿不是只能吃饭、唱歌、打麻将和睡觉的地方。它应该有茶、有酒、有咖啡，还有健身娱乐设施，能够满足从老人到孩子等不同人群的不同需要。

彼时，印刘琼家里一共有三幢连着的老宅子，靠着村道的是叔叔一家的房子，里面是爷爷奶奶和她家的房子。印刘琼一口气整理出12间各具特色的客房，还专门配备了茶室、咖啡角、小酒馆，以及可以同时容纳上百人就餐的三层餐厅。2019年8月，久居开心农场对外营业。不过，当印刘琼把民宿每间房的售价定为800元一晚时，她的老父亲惊掉了下巴，“你这是卖给鬼呀！”

可一年后，当别人再向印刘琼的父亲询问是否有房源的时候，父亲已经理直气壮地回复：“一千元一间，你要不要？赶紧决定，后面还有人要订！”

印刘琼说，她从一开始就以年

右图：久居开心农场主打的就是“民宿+户外运动”的概念。



轻人的思路来经营民宿，“觉得住民宿没有高消费的人群，这本身就是一个认识误区”。

印刘琼透露了她的生意“秘诀”，其实70、80、90后的消费能力很强。抓住了小朋友，就抓住了一家三代人。而小朋友是最爱动的，所以久居主打的就是“民宿+户外运动”的概念。

不仅如此，久居在设置KTV、酒吧、餐厅、农产品展销区等民宿的普遍配置外，还与相关部门对接，斥资在民宿门口建造了“c-park”公园和自有农场，前者覆盖山地车泵道、越野赛道、专业级步道、露营区等休闲娱乐功能，后者可用来作蔬菜采摘，以及餐厅供应。

“我一开始就得到了体育局的支持，先后举办了野钓大赛、斗地主等线下赛事，还在努力申办‘小轮车基地’，从3岁的小朋友到80岁的老人，都能在这里找到适合自己的运动项目。周末两天绝对玩不够。”印刘琼说，通过这几年的经营，她发现不同的客人有不同的需求，于是又斥资租下周边的民房，打造了久居二期和三期项目。二期项目“久居·逸”由专门的设计公司进行了空间规划，主打亲子主题。其中，最亮眼的莫过于一个从二楼直接滑

到庭院的“时光隧道”滑梯。

每一名客人入住这里，都会拿到一张带有谜面的房卡，住客要解答谜题后，才能找到自己对应的房间名字。“这些设计其实特别契合90后、00后，他们喜欢开轰趴，我们提供无管家式服务，让他们想怎么玩就怎么玩。虽然有7个房间，但是空间灵活，可以随时改变功能，今年第一单接待的是35位韩国客人。他们的小孩子就是在一个大房间里一起睡榻榻米的。”

与此同时，印刘琼又开发了专门承接高端商务接待的三期项目。“其实民宿卖的不是服务，而是空间。”一栋楼一晚上动辄上万元的售价看上去有点贵，但在印刘琼的算法中，每平方米的单价其实也就十几二十元钱，“关键这个空间是非常私密的，烧烤、酒会、聚餐都可以。三期门前的桨板码头马上就要开工了，以后在这里还能玩桨板。对于商务客人来说，配套这么多休闲户外运动活动，性价比还是很高的”。

印刘琼认为，民宿发展到现在，首先一定要请设计师进行空间规划，这样才能凸显出民宿老板的个性和品味。民宿就是“老板娘文化”，体现的是主人的品味和趣味。近两年，崇明出现了自带网红泳池、儿