

抗擊 新冠肺炎

新冠病毒疫情，打亂了許多人的春節出遊規劃，也給原本滿房運轉的民宿行業按下了「暫停鍵」，從「接單接到手軟」到「退單退到心痛」，民宿主們的心情猶如過山車般起伏。然而，心痛過後，他們決定積極應對，抱團取暖，上爭政策支持，如延付貸款利息、商業用電轉收民用收費等，下練內功，學習營銷知識及為當地滯銷的農產品找出路以增加收入，部署即將到來的「消費井噴」。

■文：香港文匯報記者 俞畫 杭州報道
圖：香港文匯報浙江傳真

凱度諮詢數據顯示，有78%的被訪者對疫情過後的旅遊出行表達了強烈的消費慾望。「我還是很看好民宿行業的未來發展的。」內地民宿領域最大的SaaS服務商——「訂單來了」CEO沈愛翔認為，與主攻商務市場的酒店行業不同，民宿行業主攻的還是度假市場。「因此，面對疫情過後的旅遊消費市場，民宿行業會『切到更大的蛋糕』。」

「莫梵」春節損失20萬

「春節前後，我總共退掉了82個房間，損失在20萬元（人民幣，下同）左右。」沈蔣榮是民宿品牌「莫梵」的創始人，2014年，原本就是浙江莫干山山潭村人的他帶着在縣城裡打工攢下的錢，將自家的老宅打造成村子裡的第一間精品民宿。火爆的生意不僅讓他租下了隔壁的幾幢村宅，還引發了村民返鄉創業的風潮。「我們村裡共500戶人家，如今有145戶都開了民宿。」

如果沒有這場疫情，「莫梵」的26間客房早已被老客們預訂一空，甚至有人從年前訂到了年初五，打算帶家人來好好度假。「隨着疫情蔓延的消息愈演愈烈，莫干山鎮政府做出了民宿暫停營業的決定，為了保障村民和遊客的安全，我們在大年初一『苦口婆心』地勸走了最後一波客人，對整幢民宿進行了清掃和消毒。」



■莫干山民宿「莫梵」勸走了所有客人，對整幢民宿進行清掃和消毒。

莫干山勸退三萬客人

「你要說不心痛是假的，畢竟春節是我們民宿行業的黃金時段，七天的營業額甚至能佔到全年營業額的20%左右。」沈蔣榮告訴記者，為了抗擊疫情，今年春節期間，莫干山鎮的800多間民宿共勸退了近3萬人次的遊客，損失並不少。「但是大家都一致認為，與賺錢相比，人的性命安全要重要得多。」

據介紹，如今「莫梵」的26間客房均價在1,400元左右，2019年的入住率超過了50%，這在競爭激烈的莫干山民宿行業算是一個挺不錯的成績。「每年的2月、3月原本就是民宿行業的淡季，所以損失的主要就是春節期間（年三十至年初六）的收

入，到了年初七許多遊客趕着上班，入住率會有明顯的降幅，再往後基本就沒什麼人來了。」

看好「報復性消費」增長

在沈蔣榮看來，這次疫情造成的損失是可控的，如果能在「五一」黃金周前結束，對全年營業額不會造成太大的影響。「政府也一直在幫我們想辦法，包括與銀行談能否延緩繳付貸款利息，與供電局談能否在這幾個月裡把商業用電轉為居民用電收費等，大家都沒有坐以待斃，而是積極行動起來。」他稱身邊的同行都看好疫情過後的「報復性消費」增長，因此唯有先活下來，做好營銷和推廣，才能更好地「收割」這一波的出行紅利。

民宿多招自救 停業不停運

爭取政策支持 延付貸款利息 倡民用電收費

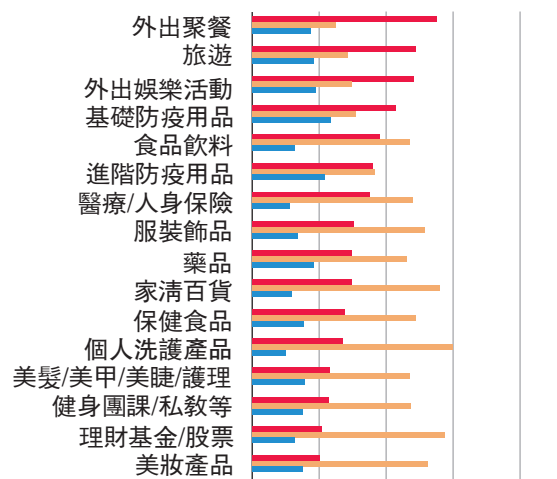


◀疫情來襲，建在竹林深處的民宿也受到影響。

▼遊客在莫干山安吉仲夏店閒適地看書。



疫情過後消費需求可能增加的種類



民宿主們怎麼看？

- ◆ **莫干山樓宿**：民宿本來就是賺慢錢的一個行業，一個春節或者幾個月的時間不會影響到整個行業的發展。
- ◆ **陽湖山雲舍**：民宿是酒店行業不可缺少的一部分，因為市場需求在那裡，船小好調頭，即使是給員工停薪，員工也更容易理解和接受，這樣省了最大的成本開支。
- ◆ **原鄉蘆茨**：（滯留員工）守店，維護好門店衛生和設備，做好客戶維持，拍照做素材，持續自媒體更新，隨時做好重新營業準備。
- ◆ **張家界大庸秘境**：參照2003年SARS的經驗，暑假後旅遊業會迎來報復性增長。雖然遺憾地錯過了正月的生意，但是租金成本不大、投資相對小的民宿容易輕盈上陣，稍作轉型是可以支撐到的。
- ◆ **杭州不是居**：非典後十年迎來了內地旅遊黃金期十年，相信這次的疫情影響也是。
- ◆ **新疆獨高客棧**：通過這次疫情，行業洗牌，一些投機的、低層次的所謂民宿倒閉、轉行，對民宿行業也許不是壞事。
- ◆ **廈門oneday設計師民宿**：希望經過這次事情也是給大家冷靜的一段時間，對民宿行業大家要理性投資，理性進入，讓民宿行業恢復健康的狀態。

▶ 新冠疫情令不少民宿從「接單接到手軟」變成「退單退到心痛」。圖為莫干山果樹凡舍店。

▼ 莫干山民宿業主們向村裡的老人宣傳防控防疫方法。



玩起抖音 賣農產品幫補收入

開拓收入

作為堯舜集團旗下高端民宿酒店連鎖品牌，堯珈在浙江安吉和貴州黃果樹共運營了四家精品民宿。堯珈運營總監柯其穩告訴香港文匯報記者，春節期間，安吉仲夏店退掉了近30萬元（人民幣，下同）的訂單。

春筍包郵到家 1晚賣3噸

柯其穩說，安吉最出名的農產品就是春筍，因此客人們前來住店，幾乎每次吃飯都會點一道有春筍的菜，有的客人離開時還會買些筍製成帶回家送人。「現在民宿不開，遊客不來，許多農家裡的春筍就出現了滯銷的情況。我

們店裡不少後勤阿姨都是周邊村裡的，她們的親戚朋友許多都是種春筍的農民，現在愁得不行，擔心再過幾天春筍就要爛在地裡了。」

得知這個情況後，堯珈聯合了30多家民宿同行發起了「助農賣筍」的活動，一份10斤裝的春筍128元包郵到家，這樣既能解決農村的農產品滯銷問題，又能在「宅」在家中的城市朋友們提供價廉物美的新鮮春筍。「僅僅用了一個晚上的時間，我們就賣出了近3噸的春筍！」

直播平台拉客 粉絲量急增

另外，堯珈早在成立之初就非常重視抖音營銷，還為此專門籌建了自己的短

視頻團隊，安排攝影師跟拍用戶。柯其穩介紹，疫情之下，線下業務幾乎停擺，原本負責店內服務的不少小夥伴也加入到線上的營銷團隊中來，學習抖音的拍攝和製作技巧。

「疫情期間，抖音對民宿主們有很多扶持政策，包括抖音企業號的免費認證、工作人員的免費指導等等。在這樣的背景下，我們有許多線下小夥伴做出了很好的成績，幾個新註冊的抖音賬號的粉絲數量從零漲到一萬多，拉新效果十分明顯。還有很多小夥伴自學了直播，在一些直播平台上向粉絲們介紹民宿的環境和內飾，獲得不少點讚，這些都可能轉化為新的遊客。」



▲ 廣自家民宿。香港文匯報浙江傳真
▲ 民宿業主們開了抖音賬號，線上推廣

自我增值



■ 沈愛翔認為疫情的困難是暫時性的，長遠而言依然看好民宿行業的發展。

重視營銷 競爭「把故事講好」

疫情令民宿停業，民宿業主這時候除裝修、消毒房間之外，據沈愛翔介紹，不少業主還自我增值，努力學習營銷知識。他認為，以前民宿是資本密集型行業，靠投資賺錢，投資越多，裝修越好，就越能吸引人去入住；但是現在的民宿已經是智力密集型行業，靠的是營銷能力，誰能把故事講好，誰才能吸引人去體驗。「這也是為什麼現在的民宿越來越重視在線營銷的原因。」

報讀課程激增十倍

在此基礎上，沈愛翔的「訂單來了」開

設了多種免費的在線營銷課程，疫情期間受到了民宿主們的追捧。「其實這些課程我們一直都有，但以前民宿主都會跟我講說太忙了，真的沒時間上課。現在疫情一來，各個都喊『閒得蛋疼』，天天找我要求學習，課程的報名人數也從疫情前的一兩百人增長到現在的兩三千人。」

「現在無論是哪個行業，在線獲客的成本都越來越高，而民宿因為其天生就具備內容屬性，很適合在線傳播。一般來講，人們出行住個連鎖酒店，肯定不會發朋友圈，但如果住在頗具特色的民宿裡，人們就會自拍打卡，然後晒在朋

友圈裡。住民宿，更像是一種生活方式的展現。」

吸引「宅」家人群青睞

「事實上，每個人都預期到了疫情過後的業務增長，現在拚的就是誰能搶到更多的紅利。」沈愛翔認為，疫情過後，人們會對民宿的衛生品質有更高的要求，因此如何保障民宿品質、提升用戶體驗感，如何吸引更多的流量，獲得「宅」家人群的青睞，都是疫情期間民宿主們需要思考和提升的地方。「困難是暫時的，總會有春暖花開的一天。」

不忘公益

大年三十的晚上，看到全國各地的醫護人員放棄家團聚奔赴武漢的新聞，不少民宿主的心裡都是五味雜陳。於是，莫干山民宿行業協會當晚便發起倡議，希望疫情過後，能邀請凱旋歸來的勇士們帶上家人來莫干山吃頓團圓飯，補過一個不同尋常的「春節」。隨後，一個名為「致敬」的微信群很快建立起來，莫干山的民宿主們開始絡繹不絕地掃碼進群。

擬邀凱旋醫護補過春節

「看着群裡的參與名單越來越長，我心裡是一種說不出來的滋味，既欣慰，又感動。」沈蔣榮說，以前大家是競爭對手，平時協會裡的活動雖然人們也會參與，但從未像現在這樣踴躍，真正有了一家人的感覺。「目前我們已經有300多家民宿報名，另外還有一些農場、果園也希望參加，他們說，雖然提供不了客房，但可以為醫護人員提供餐飲物資等等。」

「這段時間我比民宿營業還忙。」沈蔣榮扳着手指頭給記者算了算他每天的日程安排：為一線的工作人員籌集和運送物資、代表行業協會去鎮商討對策、向村裡的老人宣傳防疫方法、與自家民宿的店長策劃疫情過後的營銷方案。

談及為什麼在遭受損失的同時，仍要堅持愛心捐贈，沈蔣榮表示：「整個莫干山鎮有那麼多民宿，村裡的民宿如何脫穎而出？最大的優勢就在於本地化的服務和體驗。因此，唯有維護好鄉村的整體環境，民宿才能得到長遠的發展。」