

# 乡村振兴背景下文旅民宿营销模式创新与实践

李琳 王万平\*

广州工商学院, 广东 广州 510800

**摘要:** 乡村振兴是新时代中国特色的一个重要战略, 国家乡村振兴战略的出台为乡村旅游建设创造了机遇, 也推动了文旅民宿的发展。文旅民宿结合区域优势, 以文化为核心驱动力, 打造创新具有特色内涵的营销模式。文章以乡村发展政策的实践为背景, 探寻乡村背景下文旅民宿营销模式创新与实践对乡村经济繁荣的重要作用, 并以西南边疆的楚雄市紫溪彝村文旅民宿为例, 为乡村背景下文旅民宿营销模式创新与实践建言献策。

**关键词:** 乡村振兴; 文旅民宿; 营销模式; 创新

## Innovation and Practice of Marketing Mode of Lodging and Tourism in the Context of Rural Revitalization

Li, Lin Wang, Wanping\*

Guangzhou College of Technology and Business, Guangzhou, Guangdong, 510850, China

**Abstract:** Rural revitalization is an important strategy in the new era of Chinese characteristics, the introduction of the national rural revitalization strategy has created opportunities for the construction of rural tourism, and has also promoted the development of cultural tourism homestay. Literature and tourism homestay combines regional advantages, takes culture as the core driving force, and creates an innovative marketing model with characteristic connotations. The article takes the practice of rural development policy as the background, explores the important role of marketing mode innovation and practice of Literature and Tourism homestay in rural background to the prosperity of rural economy, and takes Zixi Yi Village of Chuxiong City in the southwestern border as an example, to make suggestions for marketing mode innovation and practice of Literature and Tourism homestay in rural background.

**Keywords:** Rural revitalization; Cultural tourism and homestay; Marketing model; Innovation

DOI: 10.62639/sspsstr09.20240106

### 一、文旅民宿的发展现状

#### (一) 主题文化民宿类型多样

当前, 在乡村振兴的背景下, 已经形成的具有文化旅游民宿的体系多种多样, 分别是自然传统、传统文化、民族传统、中华民族文化、汉族传统、少数民族文化、汉族人民的活动。时尚文化等。从整体上看, 主题文化民宿类型多样, 从地域上来看, 各个具体的领域用民宿的数目、区域辐射面有限。

#### (二) 文旅民宿分布广泛且乡村文旅民宿占主要份额

目前, 全国各地都存在文化主题的民宿, 其中, 长三角、京津冀、滇西北、黔东南等地的民宿文化特色显著。这些民宿分布较为密集, 展现出各自的独特风貌, 并具有一定的代表性和代表性。其中乡村文旅民宿占领主要份额, 乡村是文旅民宿的主要阵地, 而这些和乡村较为原生态的自然环境, 以及人文文化和场地等密切相关。长三角江沪浙的民宿区域, 特别是莫干山为核心, 其文化主题性较强, 大多以自然文化为主导。

### 二、文旅民宿发展存在的问题

#### (一) 文旅民宿外观缺乏亮点, 与周边景色融合度较低

民宿的形成主要依靠于得天独厚的地域优势, 如果民宿不能和当地的环境相互结合的话, 便会失去原有的地域性。现大多数的民宿都是当地居民利用自己的自建房, 在原有的基础进行简易的改造, 外观上基本保留了原有的模样。未能很好的利用民宿资源对当地的特色旅游文化进行很好的诠释, 没有展现充分的吸引力。游客来到当地旅游, 往往是对当地的人文景色充满着渴望, 在打造特色民宿时, 应该充分利用当地的自然元素与传统文化打造出符合人们向往的文旅民宿。

#### (二) 文旅民宿装饰缺乏特色, 文化内涵低

民宿的产生与衍生, 既是一种住宿形式, 亦是一种地域文化的展现与延续。而这种地方性文化和文化传承的载体则是民宿的显著特征。若客房没有对本地文化所进行的展示, 只局限于提供住宿, 则会极大降低它的体验感以及失去对文化的一种“活”态传承, 随着社会的变迁、消费水平的提升, 游客也更加青睐入住一些具有特色的民宿, 以满足自身对当地文化的求知欲, 所以在

(稿件编号: SSTR-24-6-1024)

**作者简介:** 李琳(1985-07), 女, 汉族, 籍贯: 湖南邵阳, 本科, 副教授, 研究方向: 应用经济学。

**通讯作者:** 王万平(1985-11), 男, 汉族, 籍贯: 湖南武冈, 本科, 馆员, 研究方向: 图书管理。

创建特色旅游民宿产品时,一定要充分理解客人的要求。并通过其需求选取适合的文化元素,向旅客传达当地的人文风情。

(三) 文旅民宿氛围缺乏温度, 游客归属感低

民宿与酒店的区别在于民宿具有温度性, 民宿能够给旅客提供人文温暖和特殊的情感体验。如果文旅民宿也跟酒店一样只是给旅客提供简单的基本生活设施, 并没有给旅客提供足够的情感上的交流, 那么民宿的温度性也会削弱。在打造民宿时应该加强民宿主人和旅客的互动, 重视旅客的需求, 让旅客在民宿中也能体验到“家”一样的温暖, 加强旅客的满足感和获得感。

(四) 文旅民宿开发缺少多样性, 游客新鲜感低

民宿在一定的条件下, 可以当作一个独立的旅游产品看待, 现大多数在经营上只是为了给游客提供住宿和吃饭, 缺乏与当地的特色多样化市场的结合, 导致游客难以产生共鸣。如果不能保持游客持续的新鲜感与好奇心, 便可能无法维持入住游客数量的稳定增长, 导致民宿的收入水平降低。

(五) 文旅民宿管理缺乏规范化, 品质保障低

民宿产业快速兴起的过程中也存在参差不齐的现象, 大多数民宿都是人们对自家的房子改建后的自给经营, 缺少专业的人才对民宿进行管理, 这就导致了一系列不太规范的问题出现, 如没有能够保护好消费者的切身利益, 安全保障问题与消费纠纷也时常出现。而这些存在的问题又成为制约民宿往更高质量发展的重要原因。所以在运营民宿时应该遵守行业标准, 打造有优良的产业, 保障好消费者的利益, 让消费者感到安心, 并充分体验。

(六) 文旅民宿产业的建立缺少协作, 市场推广渠道非常狭窄

旅游业是属于地方旅游经济的范畴的一部分, 与当地的其他产业共同主力当地旅游业的发展。如果只是民宿单一个体产业发展, 可能会失去全域旅游所带来的活力, 所以文旅民宿需要和其他产业合作共赢才可以通过各自的资源互惠互利, 创造更大的价值空间, 一起合作实现产业链结合发展的全域旅游。

### 三、体验视角下文旅民宿个性化品牌塑造的营销模式创新策略

(一) 融合地域自然风光, 树立品牌特色形象

民宿的品牌形象往往是该民宿能够在庞大的民宿产业中立足的重要因素, 一方面体现在民宿的外观以及它的内部装饰上, 另一方面是民宿不仅仅要提供基本的住宿服务, 还要通过结合当地的地域独特美打造出符合人们对当地人文景色向往的特色民宿形象, 特别是在设计时, 最好能用当代的自然之美点缀出文旅民宿的自然感

力, 树立融合地域自然风光品牌特色形象, 给予游客回归自然的体验感, 为民宿增添独有的乡土气息, 使文旅民宿散发出新的活力。

(二) 挖掘地域民俗风情, 创新运营管理模式, 构建品牌特色文化

如今, 国内文旅民宿的管理方式还不太成熟, 大多数还是由房屋的主人进行一手操办, 随着旅游民宿的个性化和专门化的需要, 应该创新运营管理的模式, 以一个专门的房屋管理者即管家的身份, 去为消费者提供更全面的服务, 而其他的维修问题则应该由另外的专业人员进行管理, 从而达到文旅民宿管理专业化, 以提高文旅民宿的人才供给, 构建出民宿品牌独有的特色与服务。另外, 应较为深入的挖掘地域民俗风情, 为文旅民宿烙印上地域文化, 使文旅民宿在文化的表达上更富有人文色彩, 也使旅游民宿的特色打造中又一次的升华, 在挖掘和民宿文化相吻合的文化元素的前提下, 再通过科技的手段对这些文化进行赋能, 将这些文化元素实体化, 让人们可以更切身实际感受到当地传统文化之美和体会当地极具特色的地域民俗风情。

(三) 培育品牌精神, 关注“民宿客人”个性化诉求

在文旅民宿的塑造上往往应该更加注重自身的品牌精神, 打造出一个能与消费者产生归宿感的“家”, 而不是一个没有感情的住所, 以满足游客对这种精神需求, 给予游客一个具有温度的“家”。关注“民宿客人”个性化诉求, 除了要提供基础的住宿服务, 还要切合当时的实际与住客的需求, 为住客量身定做一些他们需要的服务。如在每位游客入住前, 可以提前去了解游客的所喜所好, 为每一位游客量身定做房屋的装饰, 用一丝不苟的工匠精神去安排好每一次入住, 增加游客的体验感, 提高民宿的品牌影响力, 打造出独有的品牌精神。另外还可以在雷雨天气为住客准备雨伞与雨衣, 赠送旅游指南等, 从而提升客人的满意度。

(四) 借助周边文旅民宿区域的产业协同, 实现品牌联盟效应的发挥。

品牌联盟效应体现了价值需求, 对于区域优势的聚集具有显著作用。民宿的集群效应, 主要是指各部分与区域的和谐发展上。所以利用文旅民宿与其他产业品牌进行合作, 实现品牌集群效应, 发挥品牌效应“1+1”大于2的效果。如文旅民宿可以对周边优势资源进行有效的结合, 在实现基本设施的完善的同时, 与软装行业进行合作, 让民宿内的产品实现二维码标记, 当消费者体验时产生购买意向, 一键下单即可完成订单, 从而达到新零售和共享经济的实质意义。旅游民宿可以与旅游团、具有特色化的产业进行联姻, 而且各旅游民宿和具有特色化的产业结合在一起能够改善该地区的产业结构, 增强地区的整体形象, 并提高区域的知名度, 使得各产业在不同的领域更具优势, 加快了区域旅游产业的发展, 发挥产业合作后的集群效应。

#### 四、以西南边疆的楚雄市紫溪彝村文旅民宿为例

##### (一) 彝村民族传统文化丰富

楚雄市紫溪彝村利用自身丰富的建筑文化、节日文化、饮食文化进行文旅民宿的营销创新。

在建筑文化方面,在紫溪彝村的规划中,有五个主要的功能区域,分别为耕作区、养殖区、村庄区、旅游商业区和山林生态区。这些功能区域各自具有独特的个性和文化特色。其中最具民族特色的有村落区及旅游商业服务区,黄墙、灰瓦、红柱子,圆雕、彝鼎、图腾就是紫溪彝村民居的生动写照。这些富有个性的紫溪彝村建筑用浓郁的彝族风情勾动着游客的心,彰显了彝族的传统文化美,向世界展示一个富有建筑文化内涵的彝族。

在节日文化方面,火把节和彝族年是紫溪彝村的最为突出的两个民族传统节日。火把节被视为每年的六月二十四日至二十七日,彝族人群在这一天载歌载舞地来到火把广场庆祝节日。

在饮食文化方面,紫溪彝村村民因地制宜,大多数耕种作物为麦子、荞麦、玉米以及洋芋,同时,他们还饲养黑山羊和土猪作为畜类,此外,彝族人还擅长制作玉米自制的自烤酒。因此,这些生产出的独特风味的彝家包谷酒。

##### (二) 为游客提供特色彝族民宿

彝族的客栈大多都是客房主人利用自己的闲置的空间让旅客住下,把他们独特的民族文化展示给旅客的一种生活感受方式,笔者认为这是一种传承创新文化的新的方式。目前紫溪彝村内的文旅民宿最让人醒目的是其建筑内部的装饰,游客入住犹如置身于大自然之中,因为在民宿的内部可以看到花鸟虫鱼,飞禽走兽以及火图腾等彝族图腾图案,其色调鲜艳、明朗,在正墙上可见挂上三弦、葫芦笙以及羊皮鼓等传统乐器,同时床铺上还能看到彝绣制作的各种图案。彝族这种极具民族特色、彝族风情的文旅民宿非常符合新时代消费者对于个性化、自然生态化的追求,吸引许多游客的到来,促进了当地经济的发展。

(三) 实施“互联网+”文旅民宿项目,持续推进彝村振兴

“互联网+”模式是新时代背景下一一种资源延申和资源共享的新模式,它使得彝村当地的旅游业和农业可以结合起来。紫溪彝村依托得天独厚的自然资源和丰富的传统民族文化,充分利用“互联网+”传播速度快、范围广、效应大的特点,一方面带动了紫溪彝村特色民族文化的传播,另一方面激活了彝村旅游经济的活力,促进了当地农民收入的增加,带动了产业链联动民族文化的融合升级。

目前,紫溪彝村的乡村旅游被打造成乡村振兴的成功品牌,通过整合和利用楚雄独特的民族风情、衍生旅游附加产品、做好先进农业等已经成为楚雄市的经济发展的样板,经过政府的宣传与打造,从而形成了稳定的消费市场和消费人群;企业带动下,构建了“彝村旅游+”项目,拓展

了产业链布局,对各类资源进行深度整合,从而实现了特色产业与新型产业的深度融合和优化。

(四) 文旅民宿营销的创新增加了当地农民的收入

乡村振兴战略指出,构建美丽乡村是其核心目标,将乡村幸福生活作为检验农村居民生活质量的关键要素。紫溪彝村在积极推进旅游产业发展的同时,也在致力于塑造旅游生态环境,将自然景观视为外在的旅游资源。通过优化生态环境,以吸引游客。

通过乡村振兴战略,紫溪彝村创新的文旅民宿营销也给当地村民创造了很多创业条件,如有空闲房子的村民把房子打造成特色文旅民宿,增加了新的收入来源,而有旅游业发展带来的一系列产业链,也给予当地村民更多的就业岗位,进一步助力了乡村振兴和推动全面现代化社会的建成,此外,紫溪彝村旅游业的发展也把彝族的特色文化传承了出去,也算实现了对传统文化的保护。

#### 五、结论

相较于其他产业振兴方式,乡村旅游具备市场优势显著、产业活力旺盛、造血能力较强、带动效应突出等众多优势。我国农村自古以来的农村发展与政策引导,已经形成了快速进步的基础与力量,科技的进步也在不断缩小城乡之间的距离,互联网技术的进步缩小了城乡之间的空间距离,互联网技术的发展缩小了城乡间的空间距离。而乡村文化旅游、文旅民宿的发展与其自身的本土化有着极大的关联性,而乡村文旅民宿自身散发出了富有地域特色、集聚自然的气息也是其生命力较为强大的关键因素。

随着时代和消费的迅速发展,人们从生存资料购买到对成长物质商品使用与享受物质商品的不断追求,也是促进文化旅游发展的重要催化剂。以国家乡村发展的大背景,旅游民宿政策性的扶持,其自身具有山水记忆、文化传承、情感传递的切实载体等特点,非常适应当今旅游市场的需要,文旅民宿的营销模式创新与实践既促进了乡村经济的发展,通过从精神层面上满足人们对生活美学的向往以及情感共生的体验,该理念已逐渐成为旅游者追求的新风尚。这种理念使得旅行者能够更深入地体验旅行的魅力,并深刻领悟旅行的独特意义。

#### 参考文献:

- [1] 项文玉, 琚文威. 文旅融合趋势下环巢湖体验式民宿品牌个性化塑造研究 [J]. 中国商论, 2020, (23): 46-49.
- [2] 何有明. 乡村旅游可持续发展面临的问题及路径选择 [J]. 中国市场, 2019, (06): 66-67.
- [3] 文柳, 邹莎. 乡村旅游助推乡村振兴发展的对策探析 [J]. 黑龙江粮食, 2021, (07): 55-56.
- [4] 李肖沛. 民宿品牌化发展策略探究——以辽宁新宾为例 [J]. 明日风尚, 2020, (08): 7-8.
- [5] 李忠, 李凤林. 乡村振兴背景下民族村寨经济与文化发展研究——以西南边疆楚雄市紫溪彝村为例 [J]. 边疆经济与文化, 2021 (09): 72-74.