

# 线上带货推广农产品 引进文体丰富新业态 民宿多元化经营迸发出新活力



游客在大陈村拍照

天公作美,安排有序,今天迎来了春节后的第一个旅行团。4日,在前仓镇大陈村,铜院里民宿负责人孙晓丽看着院子里坐在一起有说有笑的游客,心里分外踏实,忍不住将美丽心情晒到微信朋友圈。

受新冠肺炎疫情影响,铜院里民宿恢复营业才半个月,还未开放全部业务,但咨询的客人已有不少。对于孙晓丽来说,因疫情而暂停营业的空闲时间成了她的充电时光,她静下心来思考民宿的发展方向。她觉得,如果注入一些新元素、新业态,民宿发展也许会迎来新的增长点。

记者 应柳依

## 复产加速度 逆势求突破

### 现象 暂停营业,民宿经济损失严重

近年来,我市民宿主要集中在前仓镇、石柱镇、西溪镇、舟山镇等地,依托地质景观、自然生态、红色革命、影视文化等资源,这些地方逐渐成为江浙一带比较热门的休闲度假场所。

孙晓丽经营的铜院里民宿是我市小有名气的主题精品民宿。为了打造心中的理想净土,她投入了大量的时间和精力,打造的民宿主要以铜元素为主题,一直很受游客欢迎,吸引了大批来自上海甚至国外的游客入住,而民宿里一些精美的文创手工艺品也成了游客追捧之物。

往年的春节小长假,就是铜院里生意最火爆的时候,会出现一房难求的情况。今年1月上旬,我们民宿的房间就已被预订一空。但疫情发生后,我们不得不取消订单,为客人办理退房手续。孙晓丽说,而在春节期间用来招待客人的各种水果、糕点等食物因一时无法消化,造成了不少浪费。

更让孙晓丽预料不到的是,暂停键一按就是两个多月。期间,铜院里不仅没有营收,还浪费了不少材料物资,造成的经济损失超过15万元。

事实上,在大陈村,不仅民宿受了影响,餐饮行业也受到了不小的冲击。原本春节假期也是村里餐饮店生意最火爆的时节,一般每天都有上百桌的稳定客源。因为疫情,今年我们度过了成为网红村后最冷清的一个春节。大陈村党支部书记陈建伟说,更让他头大的是,原本在春节最畅销的上千只土鸡,也因暂停营业一下子成了鲜有人问津的滞销产品。

陈建伟毛估估算了一下,受疫情影响,该村从春节到现在,已造成经济损失达600万元。虽然现在大陈村原有的业态已大部分恢复,但基于防控还没有松懈,疫情的后遗症仍在持续,村里民宿、餐饮市场的全面恢复尚需时日。陈建伟说。

### 破题 赋能业态,民宿经营蓄势待发

连遭春节、清明节两个黄金假期折损,以及失去一年中出行人数最高的第一季度,对我市个体民宿经营者来说,无疑是当头一棒。

如果纯粹依靠住宿盈利,这个行业在面临危机时是无比脆弱的。陈建伟认为,想要让民宿可持续发展,势必要改变单一的经营模式,尽可能拓宽营收渠道。

求生,是今年民宿行业的关键词;求变,则是经营者必须主动做出的选择。

记者了解到,各地民宿行业都已开始积极探索,浙江莫干山景区民宿经营者利用网络平台,发起了为困难笋农助销活动;广东肇庆与OTA平台进行深度合作,开展预售回笼资金;线上平台途家民宿与酷狗直播,上线云度假专栏,通过开启云热点、旅游,打造出了链接暂停营业的房东与足不出户的消费者的核心中枢。

他山之石可以攻玉。面对眼下的民宿发展困境,孙晓丽率先迈开自救步伐,做起了电商副业。这段时间,孙晓丽正在与政府有关部门、银行积极磋商,开启带货模式,将四川理县以及本地的名优农副产品放到线上营销,借此打造农业品牌,既做到了扶贫助农,又可以增加营收,借以度过民宿发展的困难时期。

事实上,在历年来的行业洗牌中,不少民宿经营者已早早意识到,民宿是旅游链条中的一环,但功能早已不仅仅限于向游客提供一张睡觉的床,而是可以将餐饮、交通、当地游、新零售串联在一起,打造成业态丰富的信息集散地。

卖农产品与民宿并不是毫无关联,民宿需要回归原生态,优势是推广当地风土人情和生活方式,如果能嫁接上本地的一些特产,就能让民宿在长远发展的路上走得更稳更远。通过吸取各地民宿疫情之后的复工经验,孙晓丽对铜院里的未来规划日渐明朗。

采访中,记者还了解到,我市不少民宿经营者跟孙晓丽一样,利用停业期自我充电,强化自家的特色标签,不断刷新存在感。从以往等客上门来,转变为通过抖音、微信朋友圈发布自制视频、图片,进行线上营销种草。

现在周边游已逐渐复苏,民宿的前景值得期待,真正的恢复潮极有可能在五一长假。陈建伟说。为了让大陈的形象更好地整装待发,该村已邀请全国锦标赛拳击冠军吕斌等入驻设馆,以此丰富景区内文体业态,提高危机到来时的抗压能力,从而加快实现产业联动,带动民宿产业发展。

## 每樘门市场起步价3万元 27省经销商 抢单 步阳 高端定制门

记者 王导

本报讯 记者日前获悉,步阳集团于今日正式推出SMIED系列高端定制门,每樘门市场起售价3万元,预计用3年时间完成省会及地区级城市的销售渠道建设。

尽管步阳集团推出的SMIED系列高端定制门售价不菲,但依然深受经销商的欢迎。来自全国27个省的经销商将在新品渠道签约会现场抢单,争当首批签约经销商。

据悉,SMIED作为德国门业品牌,在豪华产品安全结构、五金配件方面有强大技术支持。步阳集团在对其控股合作后,全面升级该品牌系列产品,打破传统思维局限,深挖消费新需求,从创新、智能、美学等多角度深入诠释豪华入户门个性化定制趋势。

以SMIED产品的T铜系列高端定制门为例,该系列产品由意大利设计师与中国手工艺大师合作推出,研发历时10个月,融入了中国传统美学中最受欢迎的树水纹设计元素。在拥有德国品质和精湛的安全结构工艺基础上,该系列门产品还结合擅长铜雕技艺的匠人手工制作技艺,并选取优质铜板等中国大宅的象征元素,堪称融合了德国、意大利、中国三个国家的顶级奢华工艺和东方美学高境界的巅峰之作。

记者了解到,随着SMIED系列高端定制门的推出,步阳集团还对品牌终端店面形象进行了升级,以全新姿态,塑造用户新体验,诠释对现代豪华趋势和当代客户需求的深刻理解。

作为专门面向高端群体的个性化定制产品,SMIED系列高端定制门成为了步阳集团产品结构优化升级的战略关键。

事实上,早在几年前,步阳集团就已经开始向高端定制门领域发力,细分市场层次,优化产品结构,通过进军更高层次的高端门领域倒逼企业生产的转型和品牌力的提升。

SMIED系列的成功推出,意味着步阳集团在高端定制门领域的战略发展取得了初步成功。

透过SMIED系列,步阳集团在定制门领域的下一步发展战略轮廓也已显现:从抓住高端消费者开始,自上而下传导步阳高端定制门文化,进而扩大品牌在市场的的影响力,开创一个面向不同消费群体进行产品定制的市场新格局。

产品领先、品牌驱动、全渠道经营是步阳的发展战略,产品是放在第一位的。未来,我们的产品将围绕安全、智能、美学三个维度进行延展开发,会给消费者带来越来越多高颜值、充满设计感,让人无法拒绝的好产品。步阳集团董事长徐步云说。