

民生观察

游客没少 民宿却不赚钱了

专家：红利期结束，机会属于差异化经营者

9月，暑期旺季刚过，云南大理古城街头依旧游人如织，但在当地经营民宿的熊女士却坦言，这个夏天的账并不好算。民宿越开越多，同质化严重，大家只能靠降价抢单，但房租、人工等成本一样没少，“即便留住了客人，利润也很薄。”

熊女士的处境并非个例。近日，记者采访多位民宿从业者、消费者和专家后发现，当前民宿行业正面临双重挤压：一边是同质化和低价竞争加剧，不少民宿挂牌转让，却鲜有人接盘；另一边是消费者愈发理性，比价更细致，对卫生和实际体验的要求更高。

数据也印证了这种变化。据《2025年民宿行业数据报告》，全国民宿相关企业从2016年的1.9万家猛增至2025年底的37.5万家，10年扩张近20倍。

9月8日，四川大学文化产业研究中心主任蔡尚伟指出，民宿行业不会简单地扩张或者萎缩，而是在持续洗牌调整。“民宿早已回归普通实业，过去那种流量、政策红利已经不在。”



8月13日在阿坝州红原县下哈拉玛村拍摄的村集体产业民宿酒店。新华社记者 王曦 摄

民宿主称利润越来越薄 行业面临持续洗牌

熊女士的民宿开业近3年，她坦言今年业绩明显不如去年。她告诉记者，作为知名旅游城市，大理旅游热度还在，街上看着游客不少，但民宿越开越多、同质化严重、都在拼低价，利润被压得很低。

从接待顾客的感受看，熊女士觉得游客的消费习惯也变了，不再单纯为网红滤镜、情怀买单，更看重性价比、卫生和实际体验。一部分人偏向选择标准化的连锁酒店，觉得售后更稳妥。

成本是更直接的压力。“房租、人工、日常运维还有合规整改，每一笔都是躲不开的固定支出。”熊女士说，哪怕用心做品质，收获了很多认可她的客人，但扣除各项开销后实际利润也比较薄。此外，线上平台抽成高、流量波动大，“个别差评就会干扰到后续客源。”

面对困局，熊女士也没有盲目重装民宿，而是打磨居住细节、灵活调价、拍短视频，稳住了一部分客人，“可以守住基础客流，却很难逆势增长，身边不少民宿在挂牌转让，但挂出去很久，也很难转让出去。”

一位经营过4家民宿、从业8年的业内人士告诉记者，现在的民宿普遍很艰难，在夹缝中生存，基本要做到第一梯队或者特色民宿才有机会。

熊女士也认为，只靠网红装修打卡引流已经行不通，行业会持续洗牌，长住旅居的占比会提升。



熊女士在大理经营的民宿外景。图据熊女士社交平台账号

消费者更注重性价比 有人钟意酒店有人在民宿长住

消费者的选择也在发生变化。重庆的杨女士(化姓)称，她旅行时民宿和酒店都住过，综合体验更偏向酒店。

从硬件环境来说，同一价位的酒店和民宿对比，酒店的硬件条件更好。例如在卫生上，杨女士觉得民宿的卫生条件往往很难保证：“有一次住了民宿以后，发现床底下都是灰尘，特别脏”，当然酒店也不排除会踩雷，但至少能要求重新打扫。

价格也是关键因素。“现在个性化的民宿也很贵，动辄一两千元，节假日更贵。”杨女士说，酒店涨价

相对理性，加上酒店行业搞活动的时候团购价格都较低，“反而算起来酒店的性价比更高，体验感更稳定。”

不过杨女士也提到，有一些民宿走特色风格和会员制的路子，主要做长期客源，对会员有专属服务，“这种强服务的民宿，体验感也比较好。”

成都的邱先生则是民宿的长住客。今年暑假，他带孩子到川西一家性价比高、提供包餐的民宿住了一个月避暑。“带孩子住，包餐省心，整体比酒店划算。”据邱先生了解，这种生意季节性很明显，过了暑期这一段，民宿生意就冷清不少。

文旅消费分层分化 专家：差异化才是出路

“从总体上看，当下文旅消费正呈现明显的分层分化。”蔡尚伟说，中国人口基数大，消费需求十分多元，民宿行业不会简单地扩张或者萎缩，而是在持续洗牌调整，最终形成多层次并存的行业格局。

蔡尚伟分析，面向普通游客的大众民宿，靠便利的位置、干净的环境、合理的定价稳住刚需基本盘；主打在地体验的高端文化民宿，依靠独特体验获得溢价；康养、研学这类主题民宿，则在细分赛道找到生存空间。

收益结构也要分层次看，大众民宿收入仍主要依靠房费，而高端、主题民宿来自餐饮、特色活动等增值服务。占比正在不断提高。“越来越多游客不再满足于一晚住宿，更愿意做较长时间的旅居，做好精细化运营、维护好熟客群体，就成了从业者很重要的功课。”蔡尚伟说。

他提到几类值得留意的新探索：云南安宁BCC美丽龙山数字游民中心更偏向一个共居社区，配套共享

办公、公共厨房，支持游客按月驻留办公，不少旅居者还会参与乡村共建；广东肇庆禄步喜园民宿把闲置的老电影院改造为民宿，保留建筑的集体记忆，让住宿空间延伸成乡村文化活动的载体。另一种思路是低干预的气候适配型民宿，多用本土建材，借鉴厚墙小窗、自然通风等传统营造手法实现被动温控，走出一条区别于过度装修、堆砌智能设备的改造路径。

对于想要入行的经营者，蔡尚伟提醒，成熟网红目的地要谨慎进入，很容易陷入恶性价格竞争。他建议，新入局者大致有三个方向：深耕垂直赛道，面向数字游民、宠物友好、康养、小型圈层团建等特定人群做定制化产品；发力旅居市场，推出周租、月租产品，缓解淡旺季落差；坚持轻资产起步，盘活闲置民居，把资金更多投入公共空间和在地体验项目。

华西都市报-封面新闻记者 罗田怡 杨金祝 实习生 郭月峰

11个新职业发布 开辟就业新空间

新职业是就业增长的“源头活水”。

9月9日，人力资源社会保障部等部门向社会发布11个新职业、23个新工种，调整变更农产品经纪人等6个职业(工种)信息。新职业新工种的涌现，呼应经济社会发展的新脉动，瞄准人民群众实实在在的新需求。

其中，新职业包括船舶岸基管理工程技术人员、数字孪生工程技术人员、具身智能机器人应用技术人员、工业产品数字建模师等，新工种包括社区工作者、低空物流员、适老化改造设计师等。

新职业新工种的发布，不仅有利于促进就业创业，为劳动者开辟更加多元的职业成长通道，也将引领职业教育和专业发展，实现人才供给与岗位需求的精准匹配。

此次发布的新职业包含5个数字职业、3个绿色职业。至此，我国发布的数字职业、绿色职业分别达到113个、142个。数字职业的持续扩容，清晰勾勒出产业数字化转型的核心方向；绿色职业的持续丰富，则是国家“双碳”战略在就业领域落地生根的生动写照。

“我们预测未来一段时期数字技术技能人才的缺口将会较大。随着新职业的设立，国家会进一步加大对数字人才的培养力度，就业前景广阔。”人力资源社会保障部职业能力建设司相关负责人说。

据介绍，此次发布的新职业新工种中，有不少与现代服务业相关。其中，既有服务于企业发展和产业升级的机场净空巡查员、智能体开发员等，也有回应人民群众美好生活需要的新能源汽车检测员、智能家居装调工、鲜切花加工工、冰雪雕塑工等。

这位负责人说，随着生产性服务业向专业化和价值链高端延伸，生活性服务业向高品质多样化和便利化发展，将有更多现代服务类职业涌现。

据统计，2019年以来，我国已累计发布8批121个新职业——

看职业分类，社会生产服务和生活服务人员、专业技术人员、生产制造及有关人员相关职业增加较多，占比分别为60%、17%、17%；

看行业领域，现代服务业、先进制造业两大领域的新增职业较多，占比分别为43%和34%；

看新兴产业和未来产业，数字职业和绿色职业逐年扩充，占比分别为48%和17%，人工智能领域和风电、氢能等新能源领域职业扩充明显。

“这充分体现了职业发展紧跟国家新质生产力培育的重点方向和战略布局。”这位负责人说，下一步，将根据经济社会发展新趋势、新模式，积极挖掘、培育新的职业序列，开发新的就业增长点，不断扩大就业容量。

人力资源社会保障部还将加快新职业标准开发，大力促进新职业从业人员能力提升，畅通人才成长成才通道，加快培养数量充足、结构合理的人才队伍，为经济社会高质量发展提供有力人才支撑。

新华社记者 张晓洁 王聿昊 (新华社北京9月9日电)