



民宿送出的“哈尔滨礼物”受到游客喜爱。

■实习生 魏诗睿 本报记者 李佳琪文/摄  
部分图片由受访者提供

「打造消费新场景,冰城内涵更出彩」系列观察之住宿篇

# 城市底蕴融入「一间房」,游客一住爱上冰城

去一座陌生城市旅游前,你会做哪些案头工作?“我住哪儿”是很多人出游攻略的重要部分。当下,游客对“住”有了更多的想法,期望即使“宿”,也能得体验、享互动、赏文化、寻历史。“旅游住酒店”变为“去酒店旅游”的美好经历,无疑成为一次旅行的重要加分项,并将被津津乐道很长一段时间。

携程平台数据显示,6月以来,哈尔滨酒店预订量同比去年增长27%,环比上月增长13%,越来越多的游客将哈尔滨作为暑期旅游目的地。如何瞄准游客的情绪价值、读懂旅游主力人群的消费心理,是冰城住宿业的长期命题。

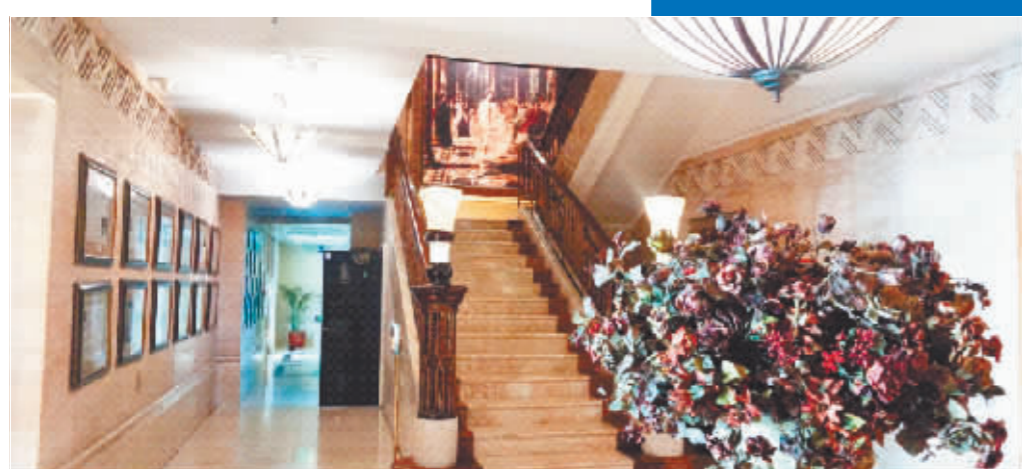
“久经沙场”的冰城商家反应足够迅速——搭建消费新场景、提供特色化服务,将城市内涵与地域特色融入“一间房”中、“一张床”上,让游客深切感受到住的不仅仅是酒店、民宿,而是住进了哈尔滨。



住进冰城特色民宿,“听”老建筑“讲故事”。



店家为住客准备的冰城文创产品。



哈尔滨国际饭店大堂独特装饰风格。



特色民宿。

## A 民宿“以旧复旧”,住进冰城老建筑感受历史、看城市烟火

“一直想在老洋房里住,看看岁月的痕迹,感受一座城市的历史……”最近,游客“玮”住进了开在哈尔滨一座老建筑内的民宿,她觉得民宿保留了老房子的“旧”,让自己看到了上世纪30年代哈尔滨建筑的模样。而且民宿身处居民区,少了一些商业气息,多了一些人间烟火气,可以让她将触角伸向哈尔滨市民的生活中,幻想着自己是个哈尔滨人,逛逛早市、和附近的大娘唠唠家常……一个住处,让“玮”实现了一次城市“深度游”。

“哈尔滨的老建筑流派众多,展示出多个国家的建筑艺术魅力。”道里区上游街与新开街交口的一家名为“1931洋房里”的民宿,特意以

建筑建造时间命名,彰显历史感。该民宿老板介绍,“1931洋房里”早期是苏联专家公寓,在改造为民宿时,她选择了“以旧复旧”的形式,为的就是让房客看看哈尔滨的历史建筑之美。

“哈尔滨留下了很多历史建筑,它们蕴含着这座城市独特的精神思考和文化底蕴,来哈尔滨旅游看看城市建筑,是对这座城市历史很好的回顾。”民宿老板告诉记者,房客中有很多人是冲着“老建筑”订房的,他们喜爱老建筑的艺术美,喜欢其中弥漫的哈尔滨欧陆风情。

意识到城市内涵的魅力,进行充分挖掘并放大,是哈尔滨很多民宿正在做的事儿。在道里区红专街25号大院里有一间“红专25

号民宿”,民宿主理人贺琳将爷爷、奶奶用过的“年龄”已有六七十岁的樟木柜子、木头箱子、四条腿包着防滑橡皮的凳子都留在了民宿中。“这栋楼是1927年建的,屋内依然保留着‘吊铺’、绿色的墙裙、老式衣柜及梳妆台,一些南方游客都觉得很新鲜,这就是老哈尔滨人小时候家的模样。”

屋内无论从构造还是摆设,都还原了上世纪六七十年代哈尔滨普通人家的生活。“房客喜欢这个民宿不仅仅是它的历史感,更是因为它周边的烟火气。”贺琳说,她的民宿附近是红专街早市,房客经常会带着她提供的在哈旅游攻略,深入街头巷尾,感受地道的冰城烟火气。



俄罗斯姑娘在店内表演。



旅舍的LiveHouse吸引了各地年轻人奔赴冰城。

## B 搭建场景:以城市底蕴为卖点,构筑游客体验“舒适区”

一个人的魅力在于灵魂,一座城的吸引力得益于文化底蕴。如何呈现冰城魅力的亮点?更多商家通过搭建场景来凸显氛围,并得到市场的热烈回应。

因历史建筑闻名的哈尔滨国际饭店,在“住”与“游”上有着更多的“思路”。在这座外观酷似手风琴的老建筑内,每一层都悬挂着哈尔滨老照片、以地标建筑为蓝本的俄罗斯油画……这里仿佛是一个老照片博物馆、俄罗斯油画博物馆。

“我们在今年2月份引入了俄罗斯民俗表演,既丰富了食客、房客的体验感,也呈现出哈尔滨中西交融的文化特点和音乐之城的魅力。”国际饭店销售部经理任洪艳介绍,表演分为中午、晚上两场,形式涵盖歌舞表演、手风琴及小提琴等乐器表演。“我们希望通过

搭建多种场景,来更好地呈现‘尔滨’。最近饭店经常处于客满状态。今年入住的境外游客比较多,其中不少是研学、旅游的学生。”

国内旅游业蓬勃发展,公众出游理念也在持续迭代。当下,追求消费特点、重视个人体验是国内主流消费诉求。现在,越来越多的境外游客向哈尔滨奔赴。如何在满足游客情绪价值的同时,更好地呈现哈尔滨的独特卖点?商家们瞄向了对城市底蕴的场景化运营。

比如,大公馆1903酒店在大堂设置俄罗斯服饰体验区,住客可免费穿着打卡拍照;马迭尔宾馆设置了小型“博物馆”,专门展示哈尔滨老物件以及西餐文化……深挖内容、深耕服务,越来越多的住宿主体以丰富的场景引客,用优质的住宿留客。

“哈尔滨是音乐之城。旅社在创立之初就搭建了舞台,为原创音乐人提供展示的平台,为住客提供欣赏音乐的空间。”位于道里区地节街的北方国际青年旅舍,左手边的走廊两侧摆放着桌椅,走廊的尽头是舞台,安装了专业的舞台灯光,舞台上摆放着架子鼓与麦克风。旅舍老板聂景轩告诉记者,LiveHouse(音乐展演空间)吸引了众多原创音乐人来表演,从2011年至今已举办了700余场演出,也因此吸引了全国各地的年轻人入住、观看演出。

“最近在研究提供哈尔滨地标建筑的木雕课程服务,希望来入住的客人将哈尔滨‘带走’。”聂老板说,旅舍设置有木雕工作室,让本是互不相识的年轻人,在闲谈、做木雕的过程中结成旅游搭子。



住客在大公馆1903酒店内体验俄罗斯文化。



老哈尔滨人小时候睡过的吊铺,如今成了游客打卡景观。

## C “住宿+”为城市“打CALL”,冰城底蕴“输出”的N种方式

北方国际青年旅舍这些年让住客带走了很多纪念品。“我们找了手绘画出哈尔滨旅游路线图,还制作了哈尔滨历史建筑故事以及展示地标建筑的特色明信片。”近些年,“盖帮”涌现,旅舍设计了带有“哈尔滨”字样的文创印章——哈尔滨元素不仅盖在本上,还印在了游客的心里。

地域元素是特色,也是游客体验冰城文化的窗口。“冬天的时候我们准备哈尔滨的特色食物,比如冻梨、冻柿子送给住客,夏季我们准备特色旅游纪念品。”蜜思呦民宿主理人

张馨元从民宿开业就一直在挖掘各类哈尔滨元素,前段时间,她定了一款带有城市地标建筑、著名景区的旅游纪念币。“最近已经发出50多枚了,住客们都很喜欢。希望住客能带着纪念币的景点‘按图索骥’,在哈尔滨多转转、多看看。”最近,张馨元正在调试客房的冰箱,准备把马迭尔冰棍装进去,让住客在炎炎夏日享受一下哈尔滨特色美食带来的清凉。

商家以“住”破题,想方设法提升游客体验价值,客观上也让游客留下了专属于这座城市的独家记忆。

“住宿业与当地文化的深度融合,可以让旅行者从住到玩感受全方位、沉浸式的旅游体验。”携程平台旅游专家在接受记者采访时表示,近年来,住宿业通过提供当地文化体验活动、挖掘当地多样化的旅游线路、搭建多业态场景等形式,帮助游客更加深入了解当地特色文化,客观上也实现了宣传城市的效果。另一方面,酒店在不断满足游客情绪价值、读懂消费心理的过程中,无疑是在提升自身竞争力,从而“反哺”当地旅游业,这是一场双赢的良性互动。