

“宿”在春天

本报记者 尹婕

赏风景、做手工、看演出……有着特色住宿环境、多样化体验的民宿，日益成为许多人出游的选择。经过多年发展，民宿正向着品质化、多元化升级，逐步成为一个融合多样玩法的休闲度假空间。

今年春游市场上，民宿也是重要的旅游

收获不一样的体验

境内的黄山而闻名的安徽省黄山区，每年吸引众多海内外游客前往观光休闲，巨大的游客量带动了住宿业的发展。近年来，当地民宿不仅升级硬件设施，也吸纳更多新业态。“美景+民宿”成为这个春天黄山区旅游产品研发的方向之一，将品质住宿与春景、春茶、美食、文化、农事体验等相结合，推出个性化、重体验的春游产品。例如，在汤口镇的黄山云上民宿，游客推窗可见高山、竹海；燕窝里休闲度假村推出国潮巡游，游客可身着古装，穿行于白墙灰瓦间，感受徽州文化韵味。

浙江省民宿产业发展起步较早，

2018年，《浙江民宿蓝皮书2017》出版，这是国内第一本关于民宿问题的蓝皮书，梳理了浙江民宿经济发展的成绩、举措和趋势等。如今，浙江已形成一批民宿集聚区，包括临安民宿、莫干山民宿、西塘民宿等。

茶叶是浙江的特色产业，近年来，茶旅融合成为旅游业创新发展的主要途径。杭州市临安区太湖源镇白水村有着良好的自然生态环境和高山野茶资源，当地的民宿据此推出春季“限定版”茶旅融合产品。在鱼乐山房民宿，游客既可以到茶园观光采茶，也可以体验摊晾、杀青、揉捻等制茶工艺，还有茶道研习项目供选择。“茶研学”“茶疗愈”等沉浸式体验项目，受到游客欢迎。据鱼乐山房民宿主人介绍，4月初以来，该民

宿已接待超过200名游客，还带动了茶叶等农副产品销售。近日，30多名来自俄罗斯、蒙古国、泰国的“汉语桥”教育工作者走进该民宿，深度体验茶文化之旅，感慨“大开眼界，这种体验很奇妙”。

为一家民宿赴一座城

中国旅游研究院院长戴斌表示，如今游客更加注重自我感受和生活质感，更多追求心灵上的快乐、满足和幸福感。深度游、慢旅行，日益受到游客青睐，这一点在住宿环节表现为：越来越多的游客将酒店（民宿）作为旅游目的地，“为一家民宿赴一座城”。

来自河北的游客郑艳体验过云南

大理、丽江的多家民宿，今年春天，她带着父母前往弥勒。弥勒有着丰富的地热资源，温泉水质上乘，是康养度假的好去处。吸引郑艳选择这里的另一个重要因素是“性价比”，“这里的物价更亲民”。

依托甸溪河湿地公园、太平湖森林公园，弥勒市太平街道发展民宿、旅居、农家乐等产业，打造小太平民族民宿村、三家村太和营旅居集群，推动形成“一宿一特色”“一村一品牌”，让更多游客留下来、住下来。弥阳街道梅花温泉社区则着力打造文旅康养示范社区，充分发挥地热资源优势，打造以温泉度假旅居为主的“乡村印象体验精品村”。目前，当地已建起多家民宿，并逐步从低端向中高端升级。

4月中旬的一个周末，家住河北廊坊的郭子茜带着孩子自驾前往北京市通州区唐大庄村，“来一次‘微度假’”。唐大庄村距离北京环球影城度假区开车仅需几分钟，因而被称为“环球影城最近民宿村”，村里的民宿经过专业设计和改造，将老屋旧址与现代审美相结合，既有乡村的古朴韵味，也能为游客提供完善舒适的服务。郭子茜介绍，这已是她第二次入住唐大庄村的民宿，第一次是为了去环球影城游玩，“这一次，我们打算在村里好好逛一逛”。

品牌带来更大吸引力

日前，山东省济南市文化和旅游局正式发布“今晚住济南”旅游住宿品牌，并围绕酒店（民宿），梳理发布第二批12条“济南酒店（民宿）15分钟城市漫游线路”。济南市文化和旅游局相关负责人介绍，为满足游客个性化、体验化、品质化需求，充



游客在新疆维吾尔自治区喀什古城景区的一家民宿内欣赏歌舞表演。

新华社记者 王菲摄



游客在西藏自治区林芝市嘎拉村唱歌。

两岸（福建）茗宿发展交流活动在南平武夷山市举行，吸引来自海峡两岸的民宿业者参加。南平茶文化资源丰富，近年来，当地着力推动茶产业与民宿产业融合发展，打造“武夷茗宿”品牌，通过提供茶空间美学、非遗体验、生态研学等特色服务，让游客不仅“住下来”，也能深入体验当地的文化和生活。南平市文化和旅游局相关负责人表示，南平市以环武夷山国家公园保护发展带建设为契机，大力推动“茶旅融合”向“茶宿共生”升级。据了解，目前南平市已培育17家“武夷茗宿”。

此前，河南洛阳通过“洛阳宿”民宿评选，推动城市民宿融入更多洛阳特色，展示地域文化，形成品牌效应，不仅丰富了游客的住宿选择，也有效带动了当地民宿集群的发展。



近年来，安徽省芜湖市繁昌区利用自然生态资源，着力打造乡村生态旅游，发展民宿等配套产业。图为乡村居民群与青山相映，构成一幅和美乡村的生态画卷。

邢朝明摄（人民图片）

世界·永康五金指数

2025年3月永康五金三大景气指数两升一降

截至2025年3月，永康五金三大景气指数呈两升一降趋势。其中，生产景气指数和外贸景气指数环比上升，市场交易景气指数环比下降。

一、永康五金市场交易景气指数小幅调整

截至2025年3月，永康五金市场交易景气指数收于94.03点，环比下降2.68个点。与2月相比，要素供给景气指数环比上升，市场需求景气指数、经营效益景气指数和总体判断景气指数均环比下降，四大分项呈“一升三降”格局。

二、永康五金生产景气指数环比上扬

截至2025年3月，永康五金生产景气指数收于99.51点，环比上涨3.30个点。与2月相比，市场需求景气指数、经营效益景气指数和总体判断景气指数环比上涨，要素供给景气指数小幅下降，四大分项呈“三升一降”格局。

三、永康五金外贸景气指数环比回升

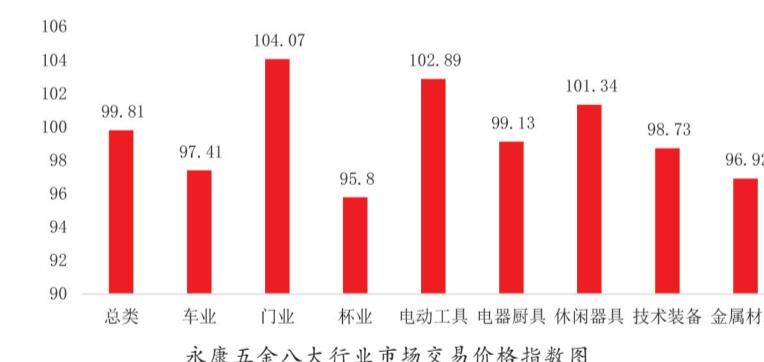
截至2025年3月，永康五金外贸景气指数收于97.52点，环比上涨3.98个点。与2月相比，市场需求景气指数、经营效益景气指数和总体判断景气指数环比上升，要素供给景气指数小幅下降，四大分项呈“三升一降”格局。

2025年3月永康五金三大价格指数略显波动

截至2025年3月，永康五金三大价格指数略显波动。其中，市场价格指数微幅上升，生产价格指数和外贸价格指数微幅下降。

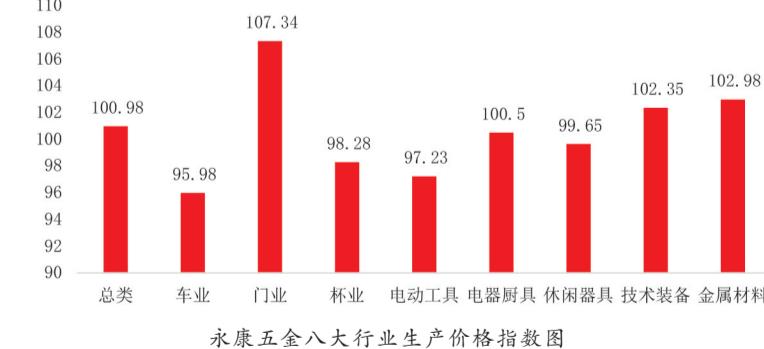
一、永康五金市场交易价格指数微幅上涨

截至2025年3月，永康五金市场交易价格指数收于99.81点，环比上涨0.50个百分点。与2月相比，门业、杯业、电动工具、电器厨具和休闲器具行业环比上升，其中，门业涨幅最大，环比上涨4.73个百分点；车业、技术装备和金属材料行业均有一定程度下降，五金八大行业呈“五升三降”格局。



二、永康五金生产价格指数轻微下落

截至2025年3月，永康五金生产价格指数收于100.98点，环比下降0.89个百分点。与2月相比，门业环比上升3.94个百分点；休闲器具行业保持不变；车业、杯业、电动工具、电器厨具、技术装备和金属材料行业环比下降，五金八大行业呈“一升六降一平”格局。



三、永康五金外贸价格指数略有下滑

截至2025年3月，永康五金外贸价格指数收于99.10点，环比下降0.64个百分点。与2月相比，门业、电器厨具和技术装备行业环比上涨，其中，技术装备行业涨幅最大，环比上涨4.39个百分点；车业、杯业、电动工具、休闲器具和金属材料行业环比下跌，五金八大行业呈“三升五降”格局。



2025年3月永康五金产业发展分项指数表现不一

截至2025年3月，永康五金产业发展分项指数表现不一。具体来看，永康五金电商指数和永康五金创新指数环比上升，永康五金产业链指数和永康五金物流指数环比下降。

一、永康五金电商指数微幅提升

截至2025年3月，永康五金电商指数为116.47点，环比上升0.37个百分点。其中，境内电商指数收于103.70点，跨境电商指数收于129.24点。

二、永康五金创新指数稳定上行

截至2025年3月，永康五金创新指数为121.46点，环比上升1.03个百分点。其中，创新投入指数为112.05点，较2月上涨1.50个百分点；创新产出指数为125.85点，较2月上涨1.17个百分点。

三、永康五金产业链指数小幅回调

截至2025年3月，永康五金产业链指数收于100.21点，环比下降1.27个百分点。其中，产业链规模指数为98.31点，产业链质量指数为101.06点，产业链稳定性指数为102.34点。

四、永康五金物流指数环比下调

截至2025年3月，永康五金一季度物流指数收于115.33点，较2024年四季度下降7.22个百分点。其中，物流经营指数为107.75点，物流流量指数为118.70点，物流支撑指数为119.70点。

