

南通民宿实现文创 IP 的路径研究

文 / 张季云



民宿是具有文化性的共享空间，不仅在客观物理环境上满足了人们的物质需求，同时还在抽象精神空间上完成了游客内心栖息。本文从大众媒体传播的角度，从拓展共享空间的叙事性来解读民宿的文化性，以南通民宿发展现实为例，着重从民宿精神内核的符号化确立，各种在地资源的文化性整合以及社区民众的持续介入和评判来试图实现叙事方式和民宿文创 IP 的新途径。

人类学家克利福德·格尔茨说人类是一种喜欢“象征性、概念性、寻求意义”的动物。在他看来，人是一种“不能生活在一个无法理解的世界中”的有机体。因此，人一直都在寻找生活的意义，在分析周边生活的环境和事物。在分析中发现，叙事能模拟现实又能以不同的洞察力吸引着人们，从没有文字的时代到有文字的时代，尤其在大众媒体的当下，人们会在快节奏的生活中产生故事，也会在故事中生活，并且人们讲故事的方式也更多样化，不再只依靠文字和语言，共享空间也成为人们讲故事的一种新方式。随着中国经济发展速度的放缓，中产阶级闲暇时间的增多，面对生存空间的日益恶化，逃离喧嚣，去寻找精神家园。民宿的诞生恰恰就是迎合了这个市场需求，成为家和办公室之外的第三个空间。这里不仅是个物理空间，是个商旅产品，更是有温度，有情怀，有故事的精神家园。

2020年3月，国家发展改革委、文化和旅游部等部门联合印发的《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实

施意见》明确提出，要推进文旅休闲消费提质升级，重点利用手机应用程序等方式，改善旅游和购物体验。近年来，各种民宿创业项目涌现，国内民宿市场在不断增长。根据移动大数据监测平台发布《2019年中国在线民宿预订行业发展研究报告》显示，2016年到2019年，民宿行业房源数量、线上交易额保持高速增长。市场总房源数量从2016年的59.2万套增长至2019年的134.1万套，而线上交易额2019年突破200亿元，较2016年增长四倍。而2020年受疫情影响，中国民宿线上房源数量及交易额增速均放缓，房源数量突破160万套，交易额破250亿元。感性和理性兼容培育的市场，

强化商旅度假产品的核心竞争力与增加体验式消费的路径，只有这样才能满足成熟型中产阶级消费群体，这个需要的不仅仅是满足物质要求，更需要满足精神追求的群体。

中国民宿的主要客源是80、90后，他们追求的不是奢华，而是寻求真实，沉浸式以及量身定制的体验，人类学家克利福德·格尔茨说，人类是一种喜欢“象征化、概念化、寻求意义”的动物。因此，民宿作为一个能真实兑现主题的“意境”是很重要的。一处成功的民宿是一个“意境”，一个“原乡”，是人们认识世界的新方式，更是一部叙事，人们认识故事，走进故事，住进故事里，体味故事，会发现自己就是故事的一部分。道德哲学家阿拉斯代尔·麦金太尔在其著作《追寻美德》中说，人类通过有意无意地提及他们所听过的故事来引发他们辨别事物重要性以及应该如何行动的感觉。如果不储备一些故事资源，我们将无法对任何社会产生认知，包括我们自己的社会。因此，叙事的胜利不仅是人类文明进步的表现，也是文化传承的一种方式。讲故事的形式有很多种，民宿就是其中的一种。民宿就是一种叙事的形式，在设计自由的空间内完成叙事的自由，虚幻的信念在这里可以落实。作为事实存在的民宿，不同的民宿主，不同的住客会对它进行不同的解读。在当下大众休闲时代，多种方式的表现，并没有离开注重体验的本质。而体验说到底就是人们不愿意在做旁观者，而是成为参与者，即故事的参与者，在参与中还能听到其他角色的故事，从而形成自己的全新故事。

民宿主通过民宿周边资源的整合、氛围的营造、品牌的打造，讲述着不同地区，不同民族，不同人的不同故事。住客愿意花更多的时间在一个特定的场景中去汲取别人的故事，在不知不觉中改变自己。民宿作为旅游中一种新的叙事方法，该如何讲故事，讲好故事？

一、以精神内核为依托的符号化确立

民宿中各种碎片信息、文化元素是靠待客理念为精神内核来连接的，在连接中完成各种意义的找寻和凸显，它以不易察觉的方式影响着人们对民宿的解读。民宿主是理念内核的符号化存在，当然也包括在民宿工作的从业者，将虚构的想象外显成客人的真情实感。在小体量的民宿中，主人为客人当司机、导游、厨师等，在频繁的接触中，分享自己的人生起伏、遭遇和经历，给客人留下深刻的印象，待客理念在这些具体外显中完成传递，即“客人是来家里做客的朋友”。既然是远道而来的朋友，主人就要热情的将家里的好酒好菜拿出来招待他们，这个是情谊；还要如数家珍的将家里特色展示给他们看，这个是体验。主人与客人之间的交流，是源于信任，这里有经济信任，更有文化信任和精神信任。主人的文化、心态、胸怀、生活理念都会在与客人的接触中传递出来。待客距离的远近，传递出来的理念和文化是有差距的，理念的实现需要实际行动和接触支撑，这也是信任的延伸。这是身份的认同，使想象群体在现实中变得可见。主人的文化、情绪都在影响着待客理念的实现，客人也在交互的情感消耗间完成入住体验。在民宿物质条件相差无几的情况下，待客理念就像电脑芯片一样，呈现出各种民宿的不同之处。润物无声，相处无行，于无声处叙述民宿故事，塑造民宿个性，实现“有温度的住宿，有灵魂的生活。”

近年来，南通在实施乡村振兴战略的背景下，坚持“以旅促农，农旅结合”为原则，以打造乡村旅游精品为主要抓手，全力推进乡村旅游高质量发展。目前已拥有3家全国乡村旅

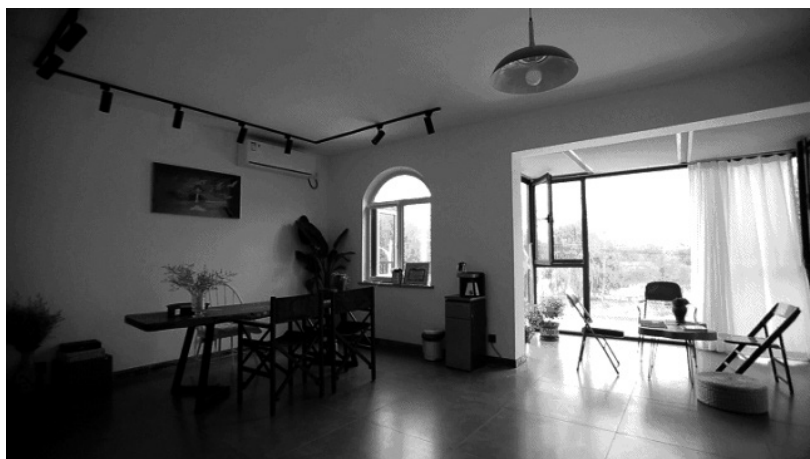
游重点村，8家省乡村旅游重点村，形成了一大批品牌形象明确，产品特色鲜明，深受游客赞誉的乡村旅游产品。乡村旅游成为推动南通农村经济发展的重要产业。南通民宿作为南通农村旅游产业的重要组成部分，在其中起到了重要作用。民宿主人在农旅融合感召下，积极主动发挥本地人优势，熟悉风土人情，更深谙南通文化，生于斯长于斯的民宿主，用自己的方式爱护着家乡，守护着家乡。通过调查，可以发现，他们都秉承着“回家的亲人”理念，让远游在外的游子，可以放下疲劳和负担。这里没有奢华的装潢，没有过于精致的菜品，没有奢靡的格调，有的只是民宿主的真诚，一杯清茶，一碗粥，一盘家乡的炒青菜，在菜籽油的味道中，找到了南通的烟火气。这里的民宿多半是民宿主自己经营，用忙碌的身影拉近了和游客的心理距离。南通启东圆陀角的寻海时光民宿，地处江海岸线，拥有黄金海滩，碧海银沙的优势，面朝大海，无论休闲娱乐还是度假观光都是好去处。

二、在地资源的横向空间整合，在经济性中凸显生活性

民宿，唯有院子和主人文化不可复制，有强烈的地方性和社会表征。尤其是乡村民宿，全面认识和把握乡村空间，是开展进一步打造的前提，在地资源是民宿选址的优先考虑因素，这里有物质空间，文化空间还有社会空间。在讲求体验经济的现在，民宿不仅要重视游客的功能体验，更要重视他们的心里体验和情感体验，在物质空间和社会空间中，拓展文化空间和情感空间。纵观目前中国民宿发展成功的云南、川湘、浙闽、徽南以及京郊地区，无论是民族特色代表的松赞还是徽派文化代表的澍德堂，民宿创始人在构建民宿之初，都是被当地的建筑文化，自然资源和社会文化所吸引，生活性的彰显是民宿的灵魂。在盘活当地闲置房屋和老宅后，精心巧妙设计，成为融设计与在地文化为一体的存在。例如，以自然风景为依托的“月墅”，以民族风情为典范的“松赞”，以传统文化为基调的“澍德堂”，山水间的民宿已然是风景

的组成部分，走进民宿就是走进风景。在地的资源风景是民宿品牌得以依托的支撑。南通启东的“寻海时光”民宿和“好望角”民宿也都秉承着这一原则，采用启东当地民居洋房的风格。中国近代洋房不仅是启东文化的一部分，更是中国近代史的见证，与江海金滩融为一体，成为圆陀角风景的一部分。

民宿的内部设计、装饰多是就地取材，于不经意处巧用设计，看似自然而成实际却是用心铸就。七八十年代的自制沙发，陈旧的手工小凳子，斑驳的老式台灯，旧物市场



淘回来的老式家具，老旧的织布机，凡此总总都在努力让客人走进民宿时，回到那个时代，贴近生活。来到这里，就是当地人，和当地人一样生活，一起享受这里的阳光和风雨，没有外来人，没有客人，有的只是回家的游子。南通蓝印花布的扎染成为民宿文化装饰的重点打造项目，南通几乎所有的民宿都会或多或少用到蓝印花布元素符号，走进蓝印花就是走进南通，走进南通文化，在交互作用的帮助下，南通文化也熏陶了民宿住客。



有的民宿会请蓝印花布的手艺人做客民宿，与游客一起扎染一块蓝印花布，一起描样，一起扎捆，一起漂染，在理论与经验的碰撞中摸索蓝印花布的奥秘。民宿的选址关系到在地文化的传播，在地资源的整合以及在地人民的共处。文化空间根植于物质空间和社会空间，在物质空间的活化中，在民众的参与中强化。文化空间是动态的，多元的，分散的，在有限的物质空间里，凸显在地文化，不得不说民宿确实为一个适合的表达形式，这里不仅有鲜明的地方性表征，人们的实践活动表述，还有人们的主观臆想。这里不仅可以被感知，还可以被构想，这里有实践，有体验，有生活，构成了民宿空间“三重模型”的整体性。仅从被动的客体来认知民宿，确乎有些表面，人们在空间里实践的同时，空间也影响着人们的社会实践。民宿在自然要素基础上，形成的具有人文要素的地理环境整体，这是社会空间，即人类凭借其社会行为所建构出来的空间，是次生空间。也就是说，民宿通过对土地利用，生态环境、建筑景观等物质要素承载，成为可以感知的物理空间，感知进而成为生活的空间和反映价值观念及主观精神的文化空间。通过感官物质空间，体味文化精神空间，这就是民宿的初衷。

三、发挥民宿触媒效应，扩大社区影响空间

民宿不仅要满足人们的物质需求，更要满足人们的精神需求。在提供住宿的功能之外，这里的活动，节目，文化项目都不能缺少当地人的参与，友好开放的社会环境也是民宿吸引人的重要因素之一。民宿不是容器，不是静止的，有限的，这里有人类的实践，有民众的参与，有游客的体验，因此这里是多元的，动态的，这里是具有能动性的主体存在。由于触媒效应，民宿的发展可以带动和激发周围社区的建设和发展，形成链式反应，引导后续开发。

入住民宿的游客要想体味在地文化，必须要与周围社区的民众发生接触，“乡愁”“集体记忆”仅仅在单独的民宿

中寻找，是不切实际的，必须与周围社区的接触中解读在地文化的本真。在某种意义上来说，民宿的概念不仅仅是空间的物理所在，更是一个“内蕴”过程，是以一个空间形式的物质，要超越民宿空间的狭隘。民宿存在于社区中，不仅物质的供应链需要社区，民宿的烟火气也需要社区。民宿为周围社区提供一个新的经营项目，新的经济业态，不仅让当地人体味到了共享经济的具象，还能在民宿主的积极引导下参与到民宿的经营中。民宿主在维持民宿内部有序性的同时，还要维护周边社区的交流沟通。周围社区民众参与其中，在获得经济收入的同时，还学习了民宿的经营管理，见识到最新的文化现象和风俗具象，与民宿主体形成多元并存。

民宿是社会发展的产物，经济物理的刚性存在只是其文化属性提升的基础，文化内涵的丰富和表象的完善才是民宿发展的根本。

本文系 2021 年江苏教改课题，课题名称：农旅融合视阈下的高职民宿管理人才培养研究，课题名称：2021JSJG42；本文系 2022 年南通社科项目，项目名称：礼俗文化下民宿旅游开发助力南通乡村振兴研究，项目编号：CNT037

【参考文献】

- [1] 罗伯特·弗而福德，著，李磊，译. 叙事的胜利——在大众文化时代讲故事 [M]. 南京大学出版社，2020.
- [2] 鹿苹平. 住民宿，体验慢生活 [N]. 人民日报，2017-05-01(007).
- [3] 赵旒娜，柳国伟，著. 无违南山：民宿与文旅 IP[M]. 吉林出版集团股份有限公司，2020.

【作者简介】

张季云（1979—），女，汉族，江苏南通人，学历：硕士研究生，职称：副教授，单位：南通职业大学，主要研究方向：乡村旅游、旅游文化。