

有 89 万粉丝的民宿老板娘活成“生活样板” 丽江轩姑娘 抖音“慢直播”月销300万元

都市时报全媒体记者 王海涛



轩姑娘和民宿客人一起吃饭



轩姑娘分享民宿经营心得 本版图片 供图

一壶清茶，鲜花簇拥，古朴庭院的木椅上，丽江民宿老板轩姑娘静坐开播——没有声嘶力竭的叫卖，没有倒计时的促单，只是和屏幕另一端的粉丝闲话日常：读到的某段文字、与住客的暖心邂逅，或是天边流云与山间夕阳。粉丝们则像老友围坐畅谈般，倾诉生活烦恼，分享内心向往。

一切仿佛都慢了下来。这个“反套路”的直播间却走出了独特的增长曲线。她的短视频与直播以“老板娘日常”为主题，围绕民宿生活、丽江风土、经营趣事及住客故事等内容，持续塑造温馨亲切的个人IP。通过“短视频种草—直播转化—口碑传播”的链路，其抖音号“丽江轩姑娘”已积累 89 万粉丝。2025 年加入抖音生活服务“老板抖出道”项目后，她的民宿月均交易额突破 300 万元。

轩姑娘今年 35 岁，真名徐丹艳，已经深耕文旅行业十余载，她用 10 年民宿经营经验证明：文旅行业的长久生命力，藏在温度与服务里。

内容种草 女性游客复购率高达 30%

轩姑娘在直播前，总有一段仪式感满满的准备时间：一个多小时精心化妆、搭配服饰。“客人风尘仆仆而来，得体的妆容和舒服的笑容，能消解他们的不安。”

在她心中，不管面对线上的粉丝还是线下的顾客，一定要以最好的状态去迎接他们，这也会让对方感到被尊重。

下午的时间都在直播中度过，然后她会和员工开会研究工作、复盘服务。直到外出的客人回来了，她就在大厅备好茶，准备水果、鲜花饼，邀请客人坐下聊天，有时兴起甚至会聊通宵。

睡前，她再整理拍摄素材，剪辑短视频。

这份对他人的尊重，也成了她人设的核心底色。从脚本创作、拍摄剪辑到配音发布，账号超过 500 条短视频均由她独立完成，而她最擅长的，是将个人魅力与审美融入内容，传递出明媚坚韧的女性力量。

这份力量，精准击中了核心客群——女性游客，她的粉丝和顾客中女性占比极高，复购率更是达到文旅行业罕见的 30%。不少女性游客因她而来，在丽江找到属于自己的独处时光。

轩姑娘清楚地记得一个已经成为好朋友的顾客。年过四十，是旁人眼中完美的贤妻良母，每年都会安排全家旅行。唯有轩姑娘听出了她心底的潜台词：她渴望拥有一段完全属于自己的旅程。一句“我知道你需要一段独处的时光，不用担心，云南有我在”，给了她挣脱惯常角色的勇气。一周后，她飞抵丽江，完成了人生的第一次独自旅行。

一年后，她再度归来，轩姑娘又给她推荐了梅里雪山的徒步路线。之后每年，她都会找机会自己外出旅游，今年，她还去了尼泊尔徒步，轩姑娘很开心地给她发去祝福。

一位来自河南的女士，今年 35 岁，也是三个孩子的母亲，偶然看到轩姑娘的视频后深受触动。了解到她的经济状况，轩姑娘贴心建议她避开暑假旺季，选择更实惠的 9 月出行。令人感动的是，后来轩姑娘甚至特意推迟了自己的出差安排，亲自为她梳妆造型，留下影像。

轩姑娘的客栈里，聚集了许多从未出过省的女性。她们的丈夫往往固守家乡，自己却深藏着“看世界”的渴望。她们常对轩姑

娘说：“你真美，真希望活成你的样子。”

一家民宿 提供“家一般的温暖”

轩姑娘的民宿之路，并非一帆风顺。负债起家，疫情期间旅游业惨淡，她都咬着牙撑了下来，直到疫情后，借助抖音短视频和直播，她的民宿爆火，销量连续多月稳居丽江民宿类前列。

那次爆火更像是一次偶然。当时她刚在佤族部落做了半个月公益活动，想到自己好久没有发视频了，看到夕阳很美，便随手拍了一段视频，连拍带剪只花了半小时。没想到视频一口气冲上了全国热搜前三，获得了 100 多万次点赞。第二天直播时，观看人数比以往翻了几倍，很多老粉丝都到直播间恭喜她。

那条视频的灵感来自电影《新龙门客栈》，她很喜欢张曼玉饰演的老板娘角色。轩姑娘常常觉得，自己也是经历了社会的打磨、情感的伤痛、事业失利的打击，才成为这样一个“百毒不侵”的老板娘。

10 多年前，23 岁的她工作不顺，感情受挫，感到很迷茫，不知道自己出了什么问题。听从朋友建议，她从上海辞职飞到丽江，也没有想要来做什么。她第一次见到冬天居然是这么多色彩的世界。待了一个月，她觉得整个身心都舒展了，她喜欢这座茶马古道上的重要城市的人文底蕴，人生似乎也不是只有做都市白领这一种选择。后来，她又遇到了现在的丈夫，两个人在这里盘下民宿，定居了下来。

前两年电视剧《去有风的地方》热播，许多朋友和粉丝给轩姑娘发消息，说这就是她，“一模一样”。轩姑娘看的时候也边看

边流泪，她理解大城市年轻人的不易，希望自己的客栈也能成为都市人的心灵驿站。

在丽江经营 3 家民宿，轩姑娘设计、装修、采购都是自己来，小到大堂的泡茶盖碗、每个房间的香薰香氛，都是她精心挑选的。轩姑娘喜欢花，她民宿的院子里种了远多于同行的花，精心养护，连残叶都看不到。民宿里的阿姨工资都高于同行，“必须找一个做饭好吃的”，只为给客人“家一般的温暖”。

想到自己旅行时，宁可多花些钱，也要有更好的体验，愿意为体验买单，轩姑娘推出模块化定制旅行服务，精准匹配粉丝需求，住宿团购套餐里，甚至包含了服装提供和拍摄服务。抖音直播间里，没人纠结价格，反而追问“带孩子怎么玩”“蜜月怎么玩”“一个人怎么玩”。

针对特殊需求，她更会一对一设计专属活动。有人在民宿办银婚纪念日，她专门购买鲜花水果，安排派对。还有一对年轻情侣，男生即将到边疆服役，她在玉龙雪山脚下，为他们设计了一场日照金山下的求婚。

今年以来，借力抖音生活服务“老板抖出道”项目，轩姑娘直播间团购产品销量迎来爆发增长。6 天 5 晚深度游套餐、4 天 3 晚常规套餐，覆盖不同客群，单场直播最高销售额达 78 万元。

民宿生意的底层逻辑 始终是真诚与温度

初入抖音时，轩姑娘虽勤奋直播，做出了很大声量，却因不懂运营陷入转化率低的困境。

和很多自媒体人一样，她曾被流量裹挟，每天想着怎么把房间卖出去。直到与粉丝、客人走得越来越近，互动越来越深，她

才慢慢摸清规律：对自己来说，核心不应是卖货，而是分享。

“抖音生活服务模式很适合诚信经营、重视服务的商家。”她感激平台带来的客流与信用背书，遇到想私下成交的粉丝，还会主动劝其在平台下单，保障双方权益，“不满意就给差评”。

从事文旅行业 10 多年，轩姑娘越来越意识到，大众的消费已经从原来的以性价比为主，过渡到现在更注重服务、体验以及情绪价值。丽江作为全国民宿行业的发源地，也有着独特的文化。在她看来，个性化和差异化就是自己脱颖而出的关键。

针对都市白领、宝妈、年轻情侣等不同客群，她定制专属旅行方案。女性客人多，她便免费提供各式特色服装给她们，告诉她们最适合拍照的地点、角度，或是介绍靠谱的摄影师。一些带老婆孩子旅游的男性不喜欢逛街，轩姑娘就请丈夫与他们在民宿院子里喝茶聊天。

这份对需求的精准把握，让她的内容不仅吸引粉丝，更是直接带动当地文旅发展——很多人因她的短视频看到雪山与旷野、古树与鲜花，才决定奔赴丽江。她希望更多人看到这片土地独特的美与生活方式。

优质服务换来 4.9 分的高分评价，住客自发拍摄短视频传播，形成口碑裂变。很多人还会在第二年问她有没有其他城市的定制服务。如今，她已计划将业务拓展至其他度假胜地。

眼下，轩姑娘正在筹备美食与民宿结合的新抖音账号，继续探索更多可能。从负债创业到月销 300 万元，她用 12 年时间证明：民宿生意的底层逻辑，从来不是流量套路，而是真诚的服务与有温度的连接。