

让消费热起来 让经济活起来

国内酒店集团深挖市场潜能

□ 本报记者 王玮

“不要以为我们只会线上做外卖,盘活现金流我们还有其他招”“预售仅3天,交易总额超过2000万元”“以前真不知道我们的员工个个都是KOC(关键意见消费者)”……随着文旅行业有序复工,多家酒店集团也把更多精力放在了如何尽快让消费热起来,让经济活起来的行动中,发掘出了不少酒店行业的消费潜能。

促进消费潜力释放

直到今天,酒店人的心弦依然是绷紧的,住宿消费和餐饮消费直线下滑的局面,让他们不得不另寻出路。在目前仍处于疫情防控阶段的背景下刺激酒店业消费复苏并不容易,唯有放下传统思维才能获得更多机会。

不久前,中国旅游集团酒店运营事业群带领集团旗下29家酒店举办了“众志成城·中旅酒店在一起”促销活动,集合各酒店80多个产品通过预售等方式为酒店增加了现金流。而这“短短24小时销售了数千间夜客房”的佳绩并非偶然,为了这场促销活动,这29家酒店的销售人员积极学习线上营销知识,优化各种预订界面,为打造各具特色的中旅酒店产品做足了准备。

看似简单的预售,也让不少酒店集团看到了更大的市场。近日,开元酒店集团不仅在“3·11开元超级品牌周”活动中预售了超过6万份的产品,获得了超过2000万元的交易额,还提前锁定了一批消费者的出行需求。

开元酒店集团相关负责人表示,目前销售出的产品中,近七成是来自开元芳草地乡村酒店、开元观堂酒店、开元森泊乐园的度假休闲类产品。由此可以看出,健康的旅游方式能给消费者带来“深入桃源,隐于喧嚣”的安全感。疫情防控结束后,家庭客群将会以自驾方式展开近郊度假游。

当然现阶段刺激消费潜力的方式不只是预售。这段时间,亚朵酒店集团的新零售部门就非常忙碌。他们研制出了一个新的销售方案,把集团旗下400多家门店近1.5万名员工变成了KOC。他们通过线上小程序,把亚朵生活馆内的商品推荐给身边的好友,拉动消费。

亚朵酒店相关负责人告诉记者,几年前,亚朵酒店集团就上线了亚朵生活馆,从洗护用品、床垫到毛巾,只要客人在亚朵酒店的住宿过程中看



邢子琦 绘

到任何喜欢的东西,打开手机登录亚朵生活馆,就能“所见即所购”。鉴于如今大部分消费者还是以居家办公为主,亚朵酒店集团对原先的产品进行调整,上线了全新的销售系统,并制定了员工激励政策,每位员工每成交一单都能获得奖励。新零售系统上线后,销售额持续上涨。

让加盟商看到希望

从各酒店集团公布的数据来看,首旅如家、华住等酒店集团旗下已有七八成门店开始复工。此前,为了帮助加盟商在业务几乎停摆的情况下活下去,多数国内酒店集团采取了减免加盟费用、联合金融机构推出专项金融支持等措施来缓解加盟商的压力。如今在行业仍未完全复苏的情况下,仍有部分酒店集团选择继续向加盟商“输血”。

日前,亚朵酒店集团携手携程金融推出了“驿启装”和“经营贷”两项金融产品,以此来解决加盟商因酒店重新装修或运营周转所产生的资金困难。这已是亚朵酒店集团推出的第六波加盟商金融支持措施。

记者了解到,首旅如家酒店集团也于近日向加盟商推出了“减免+金融扶持”双项措施。首旅如家联合多家金融机构,为特许加盟酒店提供40亿专项金融支持和定制化的多款金融

产品,同时对全国范围内所有开业的特许加盟酒店2月、3月、4月的酒店“总经理费”按七折收取。

事实上,这个时间段也是酒店集团“招兵买马”的好时机。为了吸引更多加盟商加入阵营,近日,华住酒店集团宣布在3月20日(春分节气)至4月19日(谷雨节气)的一个月内推出“春耕计划”。即只要加盟商在这个时间段签订华住酒店集团旗下品牌的投资意向书、缴纳意向金,并在6月30日之前正式签订加盟合同,且按照合同约定时间足额缴纳各项前期费用,在酒店开业后,即可享受意向金双倍抵扣及减免加盟管理费的优惠措施。

华住集团联席总裁金辉表示,国内大多数中小单体酒店势单力薄,抗风险能力弱,管理上也存在诸多问题,如果单纯依赖于疫情过后出现补偿性消费反弹,并不能解决根本问题。华住推出“春耕计划”,也是为了给加盟商增加信心,推动单体酒店的连锁化。

发现更多拓展空间

通过这段时间的历练,各酒店集团能否在行业逐渐复苏的风口上再出实招推动消费,华美酒店顾问机构首席知识官、高级经济师赵焕焱建议,一些度假类的酒店可以考虑与景

区联手推出旅游组合类产品,同时,也可以与养生领域的相关企业跨界合作推出相关产品。

事实上,已经有一部分酒店集团瞄准了康养市场。开元酒店集团总裁陈妙强说:“短期来看,我们也面临着现金流紧缺的挑战,但这不是坏事,相反,我们应该珍惜这个机会,充分利用接下来的几个月,调整节奏,梳理战略,把资源聚焦到度假、康养等核心业务上。”

“酒店康养产品的设计,绝不是简单的生搬硬套养生知识和养生食品,而是要有一套形成体系的产品,在美好情怀和经营效益间获得平衡。”有业者建议,酒店想要打造康养IP,就要在品牌定位、造景设计、主题活动策划、服务运营、衍生产品开发等方面下足工夫。

在略月酒店集团副总裁夏子帆看来,深耕细节也能帮助酒店获得更多流量。注意到客人在这个阶段对酒店的清洁消毒有更多的需求,略月酒店集团就适时推出了安全防护包,里面装有酒精棉片、一次性马桶套等,颇受客人的欢迎。“我们经营的是酒店,在任何时候都应该按市场需求出牌。在探索的过程中,我们也可以跳出酒店业,向其他行业企业学习更多的成功经验,开拓更大的空间。”

观点

当下酒店人应做好四项工作

□ 钱三毛

近期,旅游行业内多位专家学者发表文章,分析疫情过后行业如何尽快恢复。在此,笔者想聚焦酒店,谈谈处在危机中的酒店人如何苦练内功补齐短板,推动疫情后的中国酒店业稳中求进。

目前,业内不时出现对疫情后旅游市场“报复性反弹”的预测。所谓“报复性反弹”,是指疫情结束后旅游市场可能出现的火爆状况。对此,中国旅游协会副会长兼秘书长张润钢认为,疫情结束后,会议、婚庆等细分市场有可能出现较为强劲的反弹,“但就旅游行业整体而言,基本上就是恢复,而且是比较缓慢的恢复。”对于这一观点,笔者完全赞同。

笔者认为,从第二季度开始,旅游业将进入缓慢的恢复阶段,下半年旅游市场趋向正常,但很难弥补上半年造成的损失。分析此次疫情给酒店业带来的变化,笔者认为,有几点应该明确:一是市场供求关系并没有因为疫情而改变。二是消费者对于食品卫生和公共环境安全的要求会进一步提高。这就要求酒店餐饮从原料采购到加工实行全过程监管,尽可能地让消费者知情并可追溯。酒店空气质量、客房清洁及器皿消毒也要更加透明,通过新技术和人工防控相结合的方式,让宾客放心安心。三是酒店客房产品

是不可储存的特性以及餐饮成本高且品质控制难度大的特点,决定了短期内酒店业较难形成新的增长点。业者对此要有充分的思想准备,迎接更为严峻的挑战。

综上所述,酒店业者应做好以下四项工作:

一是抓好业务培训是当务之急。5月之前,客户数量增长相对较慢,酒店业者应采取线上培训与线下培训相结合的方式,利用这段时间加强业务培训。

二是抓好产品宣传推广至关重要。在疫情防控过程中,酒店承担的社会责任、献出的爱心需要宣传,企业的知名度和美誉度也需要提升。宣传形式应多样,渠道也要拓宽。酒店总经理

要重视宣传推广工作,传媒经理应善于挖掘企业的亮点与卖点,传播好企业文化、地域文化,形成独特的特色文化,使企业更具竞争力。

三是抓好卫生安全让宾客放心。在做好客房餐饮核心产品的同时,酒店业者应注重改善就餐环境。卫生与安全是一对组合,卫生不过关就谈不上安全。春节至今,笔者整理了两年前赴东南亚、欧美等七国的调研笔记,发现了一些可供借鉴的细节。比如,欧洲大多数酒店自助餐明档上都有玻璃隔断,可以有效阻挡客人取餐时咳嗽或打喷嚏溅出的飞沫。而在我国,自助餐明档上安装玻璃隔断的不多。建议酒店企业尽快行动起来,在自助餐明档上加装玻璃隔断。这项工程投入不大,没有什么难度,但是一定会受到消费者的好评。此外,中餐摆放公筷、公勺在星级酒店已成定式,但中低档酒店及社会餐馆却并未普及。这个问题看似不起眼,却关系着每个人的健康。习惯的培养需要环境和引导,业者更应重视类似细节。比如,厨房工作人员、客房清洁工等岗位佩戴口罩要常态化;重视空调管道的定期疏通和清洗、新风补给,在进风出口口加装空气净化设备等。

四是做好产品优化和合理定价刻不容缓。市场低迷时更应加强产品优化,特色产品、差异化的体验是宾客的首选。要在文化附加值上下工夫,在创新经营上做文章。疫情过后产品质量和价格要相吻合。定价要合理,要物有所值。

总之,在酒店经营艰难的当下,费用开支该节省的一定节省,但该花的必须要花。比如设施的维护保养、培训与宣传推广、局部硬件更新等,这些支出都是必要的。酒店行业要重塑并增强信心,要看到我们在市场需求方面的优势、在环境资源方面的优势以及疫情中酒店人形成的团队优势,这些优势会助力行业尽快走出困境,实现高质量发展。让我们为中国酒店人加油!

(作者系特色酒店联盟秘书长)

突破一房一床一餐模式

丹霞山民宿线上开拓新市场

□ 郑宏敏

非遗传承人教授手工编织技艺、山居美食达人首度公开私房菜谱秘籍、中医养生专家讲解健康生活……广东韶关丹霞山燕子呢喃依山民宿发起的“老家学艺”社群里,喜爱和专长花艺、烹饪、手作、自然科普等领域的人们每天在线上聚集,通过共同的兴趣爱好与民宿产生互动连接。

燕子呢喃依山民宿位于世界自然遗产广东丹霞山景区内,受疫情影响,该民宿1月25日起暂停对外开放。停业期间,较往年同期减少收入约30万元。”燕子呢喃依山民宿负责人丘丽华坦言:“说不焦虑、不郁闷肯定是假的。”

等待不是办法,敢闯才有出路。丘丽华带领民宿5人小团队开始想办法生产自救,最终通过建立线上平台找到新市场。“从2月15日开始,我们连续启动了6个主题6大社群建设。通过搭建线上学习社群、产品分销等方式,分享中国国画、美食、烘焙、中医养生、公益助农等主题,一个月链接用户近千人,还帮助农户销售滞销香菇近千斤。

现在,爱种花的管家小政哥几乎每天早上10点都会出现在网络直播间,分享每天的种花场景,让大家可以云监工燕子呢喃依山民宿的花草。通过网络直播种花的方式,既分享了民宿的闲适、惬意,也激发了消费者的兴趣,发展了潜在客户。

因为准确的定位和突出的实用性,社群的用户之间也都保持着

很好的互动。跟着非遗传承人学习手工编织是“老家学艺”系列主题的第一个社群,这个社群目前有161人,从2月15日开课至今,学员一直很活跃。“因为材料不足,有些学员甚至找出了家里的闲置尼龙绳、鞋带作为代替品,学习手工编织。”丘丽华说,也有不少学员表示,待疫情结束,想到丹霞山走走看看,近距离体验编织技艺。这些主题社群加强了民宿和客人的联系,也扩大了其用户圈。

早上在网络平台直播种植花草,下午开展手工编织线上课,晚上还有美食主题分享课……丘丽华说,民宿虽然尚未开始营业,但每天通过手机运营社群,与客人的互动却没有停下来。疫情防控期间,这个只有5人的小团队分工明确,有人负责直播种花和民宿日常房务管理,有人负责生产内容、推介好物并在社群上进行互动,这些线上活动稳定了团队成员的收入,有效留住了团队。

燕子呢喃依山民宿只是丹霞山脚下上百家特色民宿中的一家,这些民宿都因疫情影响而暂时陷入困境。燕子呢喃依山民宿的积极自救,折射出受到疫情影响的小微旅游企业的困境与突破。“这次从无到有的线上探索,虽是对疫情的自救行动,但其实是我們一直想做但之前没有专心做的事情。”丘丽华表示,通过这段时间的线上实践,更真切地感受到移动互联网对工作和生活的影响。作为小微旅游企业,乡村民宿要将更美好的生活呈现给用户,就需要不断升级各项服务,而不仅仅是线下一间房、一张床、一餐饭的体验。

全面推行分餐制行得通吗

□ 本报记者 王玮

根据世界卫生组织统计,食源性疾患的发病率居各类疾病总发病率前列,而在疾病的各类传播途径中,唾液是最主要的途径之一。会餐制下,好几双筷子在一盘菜里来回穿插,的确会增加不少疾病传播的概率。

分餐制究竟好在哪儿

“疫情防控过后,人们势必会追求更加健康和卫生的饮食方式。”在华美酒店顾问机构首席知识官、高级经济师赵焕焱看来,不够卫生的饮食习惯会带来很大的风险成本,通过分餐制来改变人们的饮食习惯,值得宣传和推广。

北京国贸大饭店副总经理仲勇认为,分餐制的好处不仅是卫生,而且也可以减少食物的浪费,消费者可以根据自己的食量和喜好来选择菜品和相应的分量。同时,这对餐厅服务人员的服务水准也提出了更高的要求,随着服务次数和服务内容的增加,服务人员可以更容易关注到客人的个性化需求,这对提升服务质量有很大的帮助。

星硕酒店管理咨询公司首席咨询官袁学娅表示,如今大多数高端酒店都推出了分餐制的服务,特别是在承接一些大型的宴会服务时,很多酒店使用的都是分餐制。而且,不少消费者在日常的聚餐中也会主动提出“分餐”的需求。

“金陵饭店从20世纪90年代开始全面实行分餐制。”南京金陵饭店副总经理花艳在接受媒体采访时介绍,早些年国内消费者还不习惯,如今宴会领域客人几乎全部要求分餐,零点餐厅要求分餐的客人比例也有50%。

近期,在中国旅游报微信公众号

近日,为了保障人们“舌尖上”的安全,北京、上海、广州、温州等多地发出了分餐制、公筷制或双筷制的倡议。事实上,在2003年“非典”疫情发生期间,分餐制曾被很多餐厅采用,但因为多方面的原因,这一措施未能坚持下去。这一次的推广,能否让分餐制真正走进我国百姓生活?

上做了一项关于“是否赞成餐厅广泛推行分餐制”的调查,结果显示有58%的网友投票表示“全力支持”。

全面推行难度有多大

“全面推行分餐制并没有想象中那么容易。”采访过程中,多位业者向记者表示。事实上,分餐制之所以在2003年被很多餐厅采用后又被放弃,除了消费者不够重视外,实施成本高也是一道坎儿。

分餐制的会增加餐厅菜品的制作成本、服务成本洗涤成本。仲勇举例道,原先厨师烹饪完一道菜装盘即可,但是如果施行分餐制,就需要增加专门分盘的师傅,无形中人员成本和时间成本都会有所增加。此外,如果使用分餐制的方式,按10位客人一桌计算,最起码要2—3位服务员,这要高出普通会餐制所需服务员的2—3倍以上。而且分餐制也会增加餐盘的使用数量,由此造成餐具洗涤成本的增加。如果这一部分的成本需要消费者来承担的话,那是相当高的。一位高星级酒店餐饮总监告诉中国旅游报记者,所在酒店中餐厅实行分餐制的餐标是500元/位,这样的费用普通消费者是接受不了的。“这也是为何近年来,分餐制大多数只在酒店高端宴会上出现,却很难在正常餐厅实现的主要原因之一。”

此外,中餐特色也是必须考虑的

因素。疫情防控期间,在家已经开始自行实施分餐的李女士,却对是否赞成今后全面实施分餐制有些犹豫。“俗话说一煲汤三鲜。可是当每份菜都分成小份端上桌后,很快就凉了,口感也差了不少。”

如今,分餐制多出现在西餐中,虽然现在很多餐厅已经实现了“中餐西做”,但是中餐菜品烹饪手法与西餐完全不同,这一点是不容忽视的。略月酒店集团副总裁夏子帆认为,中餐以热菜为主导,对菜肴的火候要求极高,讲求的是色、香、味俱全,由于分餐需要时间,的确可能影响菜品品质。因此,在推行分餐制时,也需要考虑到中餐文化的传统特色。

也有网友表示,聚餐的乐趣就是大家围坐在一起品尝着佳肴,说说笑笑,如果施行“每人每”的分餐制,各吃各的氛围就差了很多。

的确,改变中国百姓百年来的饮食习惯并非易事。在北京第二外国语学院旅游科学学院院长助理李彬看来,如果真要彻底改变大家的饮食习惯,不仅需要较长的时间,还需要更严格的政策、制度、措施来保障,并需要政府相关部门出面进行推动和监管,这需要一系列的办​​法和意见出台实施。

让倡导使用公勺公筷成为第一步

在现阶段,还有什么更易操作的方式让消费者的饮食方式更健康?