

江苏饭店业向融合、创新、发展要效益

雷琛辉

“2019年,江苏纳入统计的371家星级酒店实现营业收入135亿元,在近日中国旅游饭店业协会发布的‘2019中国饭店集团60强’名单中,江苏占据3席。金陵饭店荣膺‘江苏省省长质量奖’。目前,全省424家星级酒店复工率达95%,平均房价和出租率已恢复到去年同期的80%。”在近日举行的2020年江苏省旅游星级酒店高质量发展交流研讨会上,以上数据让江苏饭店业者对疫情防控常态化阶段饭店业的恢复发展有了底气。借助此次研讨会,江苏饭店业者还围绕“共谋融合创新发展 助推美丽江苏建设”的主题,研讨创新变革、品质提升、科技赋能,分享实战经验,探索疫情防控常态化下饭店业的可持续发展之道。

一份《发展报告》引领路径之变

研讨会上,江苏省文化和旅游厅发布了《江苏省星级酒店行业发展报告(2020)》(以下简称《报告》)。《报告》介绍了2019年全省饭店业总体情况,公布了2019年江苏省高星级酒店单项指标十强,其中,金陵饭店股份有限公司荣膺2019年江苏省星级酒店营业收入第一、南京绿地洲际酒店摘得每间可供出租客房收入(REVPAR)居首的桂冠。《报告》还对疫情影响下江苏省星级酒店的经营情况进行了调研分析。

据了解,今年“五一”小长假后,江苏省文化和旅游厅市场管理处组织开展了《江苏省星级酒店常态化疫情防控和复工复产经营情况》问卷调查,受访样本覆盖了全省13个地市。针对星级酒店面临的人力成本压力大、现金流短缺、市场营销及销售渠道拓展难等问题,《报告》提出了具体的发展建议,比如,要破除同质困境,注入文化元素;要注重卫生安全,提升产品品质;要引入智能科技,降低运营成本;要创新运营思路,追销售热点;要加强内部管理,做好企业培训;要坚持政府主导,凝聚核心力量。

“疫情正倒逼饭店业创新突围,转型再出发,这份《报告》为行业发展领航引路,也让我们认清了自己的优势和短板,为行业树立了发展信心。”南京山水大酒店集团董事长陆卫

良说,唯有永葆饭店人的匠心精神,通过对高品质、高素质、高效益的不懈追求,才能以不变应万变,逐步实现饭店业的高质量发展。

一场“头脑风暴”带来思维质变

《报告》落在纸上,思维则通过研讨的形式碰撞、升华。7大主题演讲和2个不同主旨的圆桌探讨,关注新局面下的新思维,饭店与文化、艺术品的融合发展,“互联网+”背景下的市场营销等热点领域,聚焦疫情防控常态化下旅游饭店的应对之策,数字科技助力饭店业转型升级等焦点话题,直击当前饭店业发展的要害。

研讨会上,“文化”“科技”成为高频词。书香酒店投资管理集团董事长朱巍坦言,从该集团旗下饭店复苏情况来看,主打文化牌的主题饭店或文化元素植入较多的饭店,平均房价更高、恢复更快。而金陵饭店股份有限公司运转总经理周蕾则说,文化是饭店业发展最强劲的引擎,金陵能够在“春雨战役”首战告捷之后,又在“夏季攻势”中实现端午礼盒销售比去年同期翻两番的业绩,很大程度上得益于金陵一直在坚守的企业文化。江苏省文联副主席、艺术品行业协会副会长陈国欢表示,艺术氛围也是一种文化服务,就连饭店早餐厅内外绿植和光影的设计,都可能影响到客人一天的心情。

科技正大力支持饭店业的复工复产。“您好!您去自助餐厅用餐吗?我可以带您去哦!”早上,走出常州武进九洲喜来登酒店一楼电梯厅,客人就能享受到智能机器人提供的指引服务。今年4月以来,无锡君来酒店集团借力互联网营销,每月在集团微商城平台开展“君来大家庭欢乐重相聚”超级品牌周等系列线上推广活动,1-7月微商城营收已是2019年全年微商城的近5倍。

江苏省文化投资管理集团副总经理朱国强认为,数据分析的底层逻辑是用好数据可帮助饭店提升客人体验,其核心不是技术本身,而是饭店人自己。饭店人要在充分分析市场和客人消费需求的基础上分析和处理数据,而非机械化的“拿来主义”。要打通“任督二脉”,实现原本碎片化技术的巧妙关联。比如,入住信息作为客史档案输入系统后,当客人二次入住时,所有的智能系统都要能反馈给每一位员工,包括机器人服务员,要能提前了解到客人

的喜好,并依此推荐餐食和消费项目。这样的服务和信息整合,或是未来饭店业实现科技赋能、打造美好生活体验的关键。

一份“光盘倡议”树立行业新风

“厉行勤俭节约,反对餐饮浪费”。如今,走进江苏的星级酒店,处处都能看到这样的提示牌。江苏省旅游协会于日前发出了“厉行勤俭节约,反对餐饮浪费”的倡议,全省星级酒店行业正积极开展行动,拒绝“舌尖上的浪费”,将“光盘行动”进行到底。徐州开元名都大酒店推出了“半份半价、小份适价”菜单,提倡服务员在客人点菜时根据用餐人数调整菜量,并主动提供打包服务。

不仅仅是“光盘”,向绿色发展要效益,也日益成为江苏星级酒店业的多赢之举。苏州金鸡湖大酒店将绿色饭店建设与ISO4004环境管理体系认证紧密结合,坚持使用绿色建筑建材,进行设备节能改造,全面实施绿色管理;南通文峰饭店在客房陈设上实行无纸化,并添置了环保垃圾桶;江苏欧堡利亚大酒店则开展了“我为酒店献一策”活动,从总经理到普通员工,群策群力挖掘节能降耗“金点子”并付诸实践,今年第二季度,该酒店能耗较第一季度减少了2.5%。

绿色发展一方面降低了成本,另一方面则与饭店业发展趋势密切契合。浙江君澜酒店集团总裁王建平说,人们出游归根到底是为了追寻一种向往的生活,而我们就是要努力营造体验品质生活的载体和空间,但这种品质已不再是传统意义上硬件的奢华,而是能够让客人感受到跨越空间的大地之美、人生之味。随着休闲度假市场的扩大,度假型饭店的发展“奢”就是与自然最舒服地亲近。该观点得到了大部分江苏业者的认同。

江苏省文化和旅游厅二级巡视员马龙表示,当前,全省上下正在深入贯彻省委十三届八次全会精神,扎实推进美丽江苏建设,努力打造美丽中国的现实样板。在文化和旅游融合发展的新起点上,饭店人要进一步把握未来饭店业集团化、品牌化、智能化、特色化的发展方向,做大格局、做强实力、做优品质,为行业发展提供更多鲜活经验和成功模板,助力“水韵江苏”旅游品牌提升,为“美丽江苏”建设增添靓丽文旅色彩。

多家集团集中“上新”中高端酒店市场再起硝烟

本报记者 王玮

8月以来,华住、首旅如家、亚朵等酒店集团纷纷推出新品牌,让业界将目光再次投向今年表面略显沉寂却又“暗流涌动”的中高端酒店市场。

提供有品质的服务

据悉,这次3家酒店集团亮出的都是酝酿已久的产品,也透露着各自在中高端市场的发展方向。

“睡在书店”对于一些喜欢住特色酒店和民宿的消费者来说,已经不是新鲜事了。但是,当大家面对上海爱琴海亚朵S酒店联合人文书店共同打造的阅读空间时,还是会觉得震撼——3楼公共区域高达10米的书墙、墙上共有8000多册书籍,包含19个阅读主题。这家酒店是亚朵集团在打造体育主题社区酒店和音乐主题社区酒店之后,对社区中心酒店的一次更加全面且有深度的探索,拥有众多藏书只是它的特色之一。

亚朵集团创始人兼CEO耶律胤说:“新开业的爱琴海亚朵S酒店对于亚朵的发展有着划时代的意义,我们此前对于公共区域社区化、房间生活化和线上线下智能化的探索,第一次在这家酒店进行了集中呈现。”

首旅如家酒店集团新推出的“璞隐”品牌酒店强调的是中式禅意。客人在新开业的建国璞隐酒店,除了能体验到常规中高端酒店的服务外,其独具特色的茶艺活动也让客人感受到“璞隐”品牌的个性。“不断带给客人深度体验感的服务,是璞隐未来长期坚持的方向,也是首旅如家建立未来中高端酒店时会坚守的品质。”首旅如家酒店集团总经理孙坚说。

8月7日,华住集团发布了桔子水晶“晶美人生”2.0版产品,桔子水晶品牌旗下第100家门店——桔子水晶北京国贸店同日开业。据桔子水晶酒店品牌CEO曹娟介绍,被华住集团收购后,历经两年的试炼和打磨,桔子水晶品牌已经完成风格的转变和功能的升级,从个性化酒店转向更有温度的中高端商务型酒店。2.0版的桔子水晶酒店将从多个维度为客人提供更专业、便捷的服务,包括0秒退房、机器人送物、自助健身或自助洗衣等。

运营能力成核心

“做中高端酒店,慢即是快,就像煲一锅好汤一样,需要材料配套,更需要时间来‘慢炖’。”孙坚的这番话道出了一个事实:中高端酒店的竞争,已经开始从规模扩张转向运营管理层面的竞争。目前,大部分酒店集团在开拓中高端市场时,采用的是轻资产运营模式。面对越来越精明的加盟商,品牌管理方如果不能帮助酒店提升运营能力,使加盟商获得较高的投资回报,则很可能被淘汰。

桔子水晶酒店算过这样一笔细账。桔子水晶2.0版新产品每间房平均造价约12万元,以位于某城市一级地段的该酒店为例,若酒店建筑面积为6600平方米,在年租金450万元左右、年平均出租率85%、平均房价500元的前提下,加盟约3.5年—4年便可收回成本。这个速度在中高端市场算是快的。那么,如何在其他前提条件不变的情况下,保证酒店年平均出租率和平均房价保持较高的水平?在曹娟看来,专业化与系统化的服务是关键,这就需要依托华住集团的大连锁优势,为加盟商提供包括中央采

购平台、专业化运营管理人才在内的一体化解决方案。

记者注意到,在向加盟商抛出“橄榄枝”的时候,桔子水晶和璞隐两个品牌管理方都提到了“一体化解决方案”。应该说,这两家都注意到了同一个问题,那就是传统的加盟模式让加盟商在酒店投资筹建等前端环节上很难与品牌管理方形成合力。于是,今年,首旅如家集团推出了投资加盟新战略,在加盟模式、金融支持、筹建开业、集团采购、运营管理等作为加盟商提供一体化解决方案,实现全供应链的高效管理,从后端支持向前端协作的角色转变。

邱雄光是建国璞隐酒店上海陆家嘴店的业主,他对中高端酒店的投资原则是降本增效又不失品质。在他看来,在投资筹建方面,品牌管理方在保证质量的条件下,加速整个施工工期,帮业主节约时间成本,可以让业主将更多的精力投入到开业经营中,这一点是业主比较看重的。

不仅如此,记者发现,与去年各酒店集团一味下沉三线以下城市中高端酒店市场的打法不一样,这几个品牌管理方都对加盟物业所处区位的经济实力有较高要求。比如,璞隐品牌管理方要求,物业的区位要在经济比较发达或GDP在3000亿元以上的城市,优先选择当地当地商务中心的物业。桔子水晶品牌管理方也计划落地在发达城市核心位置的物业,因为地理位置决定着酒店是否有足够的客源。

必争之地如何争赢

相关数据显示,在当前我国酒店市场既存的30多万家中高端酒店中,连锁化程度不到14%,而且有一大部分中高端酒店存量资产的运行效率相对较低。因此,中高端酒店市场存在大量机会。

“设计上简单、实用又好看,不一定非要多么奢华,但一定要有品质服务,这就是我对理想中的酒店的评判。”90后商旅人士司小姐的这番话,反映出部分年轻消费群体的真实需求。多项数据表明,进入疫情防控常态化阶段,有设计、有服务、性价比相对较高的中高端酒店颇受消费者的青睐。浩华管理顾问公司发布的相关报告也显示,在供需两端的推动下,新酒店投资呈现结构性转变,中高端酒店产品迎来了投资高峰。

孙坚表示,首旅如家旗下4000余家酒店中,经济型酒店占比会逐渐下降,未来他们将持续在中高端市场发力。2019年华住集团的财报数据显示,中高端酒店的增速明显高于经济型酒店。亚朵方面表示,截至8月3日,亚朵开业门店数达到了530家,分布于170个城市……这也说明,中高端酒店市场已成为各酒店集团的必争之地。

不过,单纯靠“跑马圈地”来争夺市场份额是不通的。在孙坚看来,中高端酒店市场的发展,不会像过去经济型酒店那样,一个品牌可以开1000家门店。他认为,做中高端酒店最大的挑战不是能有多大规模,而是能否把酒店的品牌和品质运营到位。

记者注意到,从目前来看,无论是首旅如家还是华住,或者是亚朵,在中高端酒店市场,采用的打法都是打造一个品牌矩阵,用几个不同定位的、有特色的品牌组合在一起,去分切市场蛋糕。那么,随着消费者对中高端酒店的要求越来越高,需求更加个性化,各酒店集团能否在这个市场“大展拳脚”,在战术和战略上可能都会采取更具差异化的方式,让我们拭目以待。

浪费可耻 节约光荣

江西“花”式倡导文明节俭用餐

本报记者 周晨

为制止旅游过程中的餐饮浪费行为,切实培养节约习惯,近日,江西省旅行社协会、江西省旅游饭店协会先后发布相关倡议书,号召江西省景区、酒店、民宿、旅游餐饮等提供餐饮服务的企业全面持续开展“厉行节约,杜绝浪费”行动。江西文化和旅游业界纷纷响应并行动起来,力求既让游客在旅行中体会勤俭节约之风,又大大提高餐饮食材利用率。

赣州大余丫山景区多家餐厅显著位置上都张贴了“文明用餐 杜绝浪费”等宣传标识,每张餐桌上都放有“勤俭节约”“光盘行动”提示牌。龙山食府餐厅主管吴燕表示,目前餐厅推出了三种点餐形式,按人点餐、按点数餐和自助餐。工作人员会根据游客的实际情况

提出点餐建议,比如根据大人小孩数量合理安排荤菜、蔬菜、汤等菜品,控制菜品总量。菜单经游客同意后再下单,如不够吃再加,若出现菜品剩余,餐厅免费提供包装袋供打包带走。“目前看来,大部分游客对这种按人点餐方式表示认同。”

连日来,一场“文明餐桌行动”正在江西南昌的餐饮界悄然铺开,南昌市4万余家餐馆饭店正通过“光盘族”打折、“半份菜”和“N减1”点菜法等措施,倡导文明就餐。赣江宾馆行政总厨刘杨勋表示,除了倡导客人文明就餐,酒店对食材成本也严格控制,充分让食材“物尽其用”,比如将水果拼盘余下的西瓜皮、做冬瓜汤剩下的冬瓜皮、西兰花梗等“边角料”食材制作成南昌特色菜“小炒西瓜皮”“家乡冬瓜皮”“腊味花梗”等菜肴,平时配菜的大蒜叶,酒店切下根部保留洗净,做成南昌人爱

吃的小凉菜,这样既丰富了餐桌菜谱又能大大减少厨余垃圾的产生,还降低了食材成本。

赣江宾馆从点餐入手引导客人在吃饱吃好的前提下杜绝浪费。该宾馆推行“N减1”点菜法,服务员会提示客人按照用餐人数减1的份数点菜,对5人以下的消费者推荐“半份菜”。宾馆还推出“凭‘光盘’,玩‘转盘’,勤俭节约常相伴”等趣味抽奖小游戏,倡导客人文明点菜,杜绝铺张,营造出和谐文明的良好用餐氛围。

此外,南昌铁路客运部门在部分运行时间较长的动车上也推出小碗菜服务,让乘客结合自身饭量和口味点餐,不多点不浪费。不少旅客表示,“暑期带着孩子出去玩,以前吃的都是大盒饭,两人吃一份吃不饱,如果吃两份,孩子吃不完又浪费,现在这个小碗菜挺好。”

全域旅游 吉林行(八)

吉林省延边朝鲜族自治州珲春市：打造跨境旅游集散中心和东北亚知名旅游目的地

2018年,国务院办公厅印发《关于促进全域旅游发展的指导意见》,全域旅游正引领着一个产业发展的新时代。吉林文旅与时俱进,务实笃行,充分利用自然资源和产业优势,使全域旅游成果在吉林省各地百花齐放。



美的自然景色、良好的生态环境和厚重的文化底蕴等得天独厚的旅游资源,全域旅游在这方土地正焕发着勃勃生机。珲春市位于吉林省图们江下游地区,与俄罗斯、朝鲜接壤,与日本隔海相望,连三国通五国,拥有多个国家级口岸,素有“雁鸣闻三国,虎啸撼三疆,花开香三邻,笑语传三邦”的美誉。以珲春市为中心,周围分布多个优良港口;A级旅游景区、生态景区、红色文化民俗博物馆等景区(点)遍布全境;边境游、跨境游、生态游、民俗游等产

品特色鲜明。为跳出传统旅游谋划现代旅游,跳出小旅游谋划大旅游,珲春市成立了由市委书记和市长挂帅的领导小组,建立健全联席会议、旅游专题会议、综合执法等工作机制。深化全域旅游综合管理体制改革,组建珲春市文化广播电视和旅游局(体育局),构建了全域旅游联动的旅游综合管理体制,成立综合执法监管办公室、旅游警察、旅游巡回法庭、文化市场综合行政执法大队四个专业旅游执法机构。珲春市文化广播电视

和旅游局(体育局)联合公安、交通、市场、应急等部门进行常态化旅游市场综合执法检查,以整合区域内经济社会资源、完善公共服务、对体制机制、政策法规、文明素质等进行全方位、系统化的优化提升。珲春市文化广播电视和旅游局(体育局)局长朴永虎说:“珲春市全域旅游规划是‘一核四区三带’,核心放在在市里,打造住、吃、购物于一体的综合体。”依托区位优势、生态、资源等优势,珲春市正积极构建以都市旅游发展为核心,以东部生态游、南部边境游、西部历史遗迹游、北部红色游为支撑的全域旅游发展新格局,努力打造跨境旅游集散中心和东北亚知名旅游目的地城市。

政策的支持,旅游资源的支撑,珲春因地制宜走出一条全域旅游新路径。据了解,珲春市旅游资源已经从过去传统的观光资源逐步拓展到休闲度假资源及生产生活资源。在全域旅游发展的新视角下,如何将现有资源进行整合、发展“旅游+”模式、形成新业态,也是珲春市发展全域旅游进程中始终思考研究的问题。

珲春市是中国唯一地处中国、朝鲜、俄罗斯三国交界的边境城市,不同民族、不同国家的文化在珲春市相互融合,独特的地域文化成为这座城市的



名片。打造一批反映地方特色的文化旅游景观、历史文化名镇,推进文物遗址资源向旅游产品的有效转化,促进旅游与文化产业融合,正是珲春推进“旅游+”的重要举措之一。充分利用珲春市丰富的森林资源,促进旅游与林业融合,打造一批森林生态旅游项目,通过森林景观与人文景观、休闲吸氧与生物探秘有机结合,促进人与自然的和谐共存,大力发展生态旅游。依托乡村民俗、乡村农业、红色教育等优势旅游资源,珲春市进行全新打

造,提质升级。九乡百村,一乡一品,让旅游成为农民又一收入来源,推进“农业+旅游”深入人心,让全域旅游的理念与模式融入百姓心中。

此外,珲春市致力打好“冬居三亚、夏住珲春”这张牌,促进旅游与养老产业融合;积极发展工业旅游,促进旅游与工业融合,形成珲春旅游新业态。

全域旅游路,别样珲春景。珲春市正以不停歇的脚步全力奋进,全域旅游在这方土地的成果将更加喜人。(文/叶梓 图/张明)