

五一的“爆满”能延续到端午和暑期吗？广州酒店跨界推新玩法

□ 陈熠瑞

今年五一假期，广东旅游控股集团（以下简称“广东旅控”）、广州岭南集团控股股份有限公司（以下简称“岭南控股”）旗下多家酒店迎来客流热潮。为延续五一热度，两家集团旗下酒店正千方百计跨界寻突破。

据广东旅控总会计师罗乾国介绍，五一假期，广东旅控酒店板块营收比2019年同期增长了5.6%；开房率增长了7.37个百分点；平均房价比2019年同期增长了1.5倍，酒店板块实现爆发性增长。而岭南控股旗下多家酒店单日营收创新高，酒店板块总收入较2019年同期增长了21%。岭南餐饮营收恢复到疫情前峰值水平，比2019年同期增长了50%。其中，广州花园酒店、南沙花园酒店、广州东方宾馆等酒店日均接待用餐均超过2000人次。

广州岭南国际酒店管理有限公司副总裁束菊萍表示，经过清明和五一，岭南控股旗下酒店企业对市场恢复持积极乐观态度，认为国内旅游市场上度假、休闲、商务需求强劲，相信在端午小长假及暑期，酒店住宿及餐饮还会迎来客流小高峰。

如何延续五一热度？据了解，2021年以来，两家集团旗下多家酒店推出了一系列潮流玩休产品，并结合周边的文化和旅游资源优势，强化酒店即目的地的概念，以丰富的文化体验吸引休闲客。

推出新产品组合。除常规的“客房+餐饮”“客房+景点”组合类产品外，岭南控股旗下酒店推出了多种新玩法。其中，广州岭南五号酒店推出了惊喜“盲盒”；广州花园酒店打造以“充电”为主题的元气创意市集，多种国潮文创艺术元素携手亮相，让市民在放松、休闲、自在的创意活动中感受花园酒店的多元魅力；南沙花园酒店推出的皮划艇野趣亲子套餐等“一站式”度假解决方案备受家庭游客欢迎。从5月开始，白天鹅宾馆联合广州公交集团客轮有限公司，利用酒店拥有



白天鹅宾馆联合广州公交集团客轮有限公司开发“珠江百年·听见花开”系列航线，为住店客人提供珠江一日游服务。

酒店供图

去哪儿网最新数据显示，5月中旬，北京、成都和杭州等地的酒店价格比五一假期前两天要便宜百元左右。这与五一假期酒店“价格上涨”“一房难求”的风向相比有了很大转变。虽然已是旅游旺季，但假期过后房价回落仍促使酒店业者寻找应对之策。为了激发消费者错峰出游的热情，不少酒店拿出了更高的折扣，表达满满的诚意。与此同时，更多酒店业者在思考，怎样才能进一步吸引客人，把“五一热度”延至端午甚至暑期。



开元森泊度假乐园 酒店供图

□ 本报首席记者王玮

“市场热度的主推者是谁？”这几乎是所有酒店业者在复盘五一假期时面对的必答题。

在产品服务和营销手段双重创新的驱动下，今年五一，“宅酒店”成为一种度假方式，其背后的消费主力军正是85后、90后，他们带动了休闲度假热度的提升。

在以家庭为单位的客群中，年轻父母的比重在加大。五一假期，来自在线旅游平台的一项数据显示，亲子游订单占比超过三分之一，亲子游家庭的消费在1.2万—2万元不等。90后成为旅游主力，占游客总人数的37%；其次是80后，占比27%。将两项数据

五一假期热度过后，随着房价和预订量的回落，不少业者也进入了冷静期。他们首先面对的一个现实问题就是，酒店真的盈利了吗？

“持续满房”是不少业者希望在五一假期能够实现。为此，大部分酒店不敢轻易提高客房的间夜价格，唯恐吓走了客人。采访中，多位业者表示，根据相关数据统计，今年五一假期酒店的客房营收水平恢复到了2019年同期的77%，但是，大部分酒店的平均收益仅达到了2019年同期的70%。而2019年在很多业者眼中是酒店业市场表现不佳的一年。“究其原因，还是跟市场需求仍不够强劲、酒店不敢轻易在节假日调价有很大关系。”他说。

不仅如此，用工短缺的问题也显现出来。

采访中记者注意到，很多酒店已经意识到市场的新变化以及面临的挑战，正在提前做准备，努力将五一热度延长至端午假期。

日前，地中海俱乐部对短途游品牌Club Med Joyview进行了全方位升级，通过玩转周末、非凡会奖、目的地婚礼3个特定场景的产品，为消费者提供高品质的贴心体验。

戴杰表示，面对即将到来的端午假期以及暑期市场，地中海俱乐部将从两个维度发力：一是持续强化家庭这一主要出行群体的度假体验，推出主题性节日活动；二是关注包括银发族在内的多元化客群的需求，比如，Club Med桂林度假村近期推出了针对老年群体的“养生乐游”“畅游（洛

“宅酒店”客群逐步扩大

叠加可以看出，亲子游市场的主力群体正是80后、90后。这类人群更愿意选择酒店为目的地去旅行。

华住相关负责人分析，年轻人的兴趣消费尤为明显，他们愿意利用节假日去全国各地打卡网红度假目的地，包括网红酒店。他们赴一座城的理由往往跟兴趣有关，有可能是一场音乐会，也可能是一杯网红奶茶，或者是一家网红酒店的某个场景。此外，由于决策周期逐渐变短，这部分年轻人

人的住宿需求即时性更强。假期里甚至有客人会视交通拥堵情况来决定住在哪儿。

地中海俱乐部亚太市场销售事业部首席执行官戴杰告诉本报记者，五一假期，地中海俱乐部中国区度假村的营业额创历史新高。“五一假期，家庭出游群体对于品质出游体验的需求日趋高涨，他们更希望收获丰富多样的度假体验。地中海俱乐部3家主打周边游产品的度假村平均入住率达到95%以

淡旺季均衡仍是难题

四川大学旅游学院教授李原观察到，不少酒店对于假期市场情况缺乏准确预测，没有做好相应准备。比如，受新冠肺炎疫情影响，去年，不少酒店压缩了员工配比，没想到今年五一假期客流激增，一时间酒店招不到那么多合适的员工，很多酒店都处于超负荷运行状态。

“五一假期，酒店出现的房价虚高现象值得关注。”知名收益管理专家组长生透露，五一期间，一部分酒店并非真的价格飞涨，而是在即将满房时，酒店在OTA上设置了一个远高于平常价格的房价，给消费者带来了房价飙升的错觉。而酒店的目的是不让消费者购买最后一间客房。因

为酒店在OTA上的浏览量很大程度上取决于其在平台上的排名，而导致酒店排名下降的关键因素就是关房，即满房后关闭预订选项。因此，酒店在即将满房时，会在OTA上至少留一间房，并设定一个虚高的房价，以此来避免排名下降。当然，很多酒店为此付出了代价，背上了“暴利”的骂名。而这一问题需要OTA和酒店携手，从完善制度的层面加以解决。

眼下，不少酒店依然面临淡旺季过于明显的问题。有业者认为，抓准细分人群的消费心理或许是解题方法。不过，很多酒店在这方面仍有不足。

“当年轻人逐渐成为酒店度假的消费主力，单凭住宿功能，恐怕难

多举措出新延续热度

洞)奇景”两款一价全包度假产品。

华住已经着手用数据引导门店，做好迎接节假日高负荷运营的准备。比如，为了争取更多流量，华住通过不同的时间维度、房型等需求的变化来预判客源结构，并将商圈流量以及时间节点数据分享给门店，在节假日前定时发送给相关人员，从而提前预知整个商圈的流量情况，即时优化营销方案。

华住相关负责人表示，端午假期因为时间较短，出行状况或许达不到五一的热度，但是有望好于清明假期。华住通过对清明假期的复盘，在

产品设置和营销策略上，将匹配更多有端午民俗特色的产品和活动。

杭州开元元都大酒店近日推出了桌面剧本杀、实景剧本杀、两天一夜式剧本杀3款线下沉浸式游戏。据了解，实景剧本杀是以酒店本身为故事背景，将玩家代入到推理和角色扮演的乐趣之中，增加玩家与场景之间的交互，让酒店成为年轻人的趣味玩乐空间。有专家表示，当酒店成为承载年轻人喜爱的空间时，即便非节假日，也能吸引年轻人的注意。

“旅游是一种生活方式，酒店便是

以形成核心吸引力。行之有效的引流方式应该是酒店与年轻人产生情感共鸣，这就需要酒店根据年轻客群的喜好，打造丰富多样的场景，并进行产品及服务内容体系的深化、生活方式的演绎，在地文化的浸润，但目前成功的案例并不多。”一位业者分析道。

有钱有闲的“银发族”一直是酒店淡季市场的救星。在伍零陆零科技首席执行官赵新宇看来，50岁、60岁以上的人群在旅游观念上更加多元，更加追求有品质的旅游体验，这就对酒店开发银发游产品和体验创新提出了更高的要求。

资深酒店品牌管理专家夏子帆提醒，新冠肺炎疫情防控工作任何时候都不能松懈。形成常态化的疫情防控流程是酒店工作的重中之重，尤其是建立健全消毒管理制度。

这种生活方式最好的诠释者。”李原认为，当假期“宅”酒店的客人越来越多，标志着追求身心放松的度假旅游时代已经来临，人们更关注旅游带来的体验感、给家庭带来的情感交流，酒店在区域旅游产品体系中的枢纽作用也越来越明显。

在李原看来，如今，酒店行业就应该关注市场、关注品质、关注员工、关注收益，要采取各种办法让行业由“非正常期”回归到正常状态。从经营层面改造产品，从服务角度提升品质。同时，酒店要树立“酒店即目的地”的意识，不断丰富产品功能，充实内容厚度，提升服务温度，形成适应时代的高品质产品，让酒店成为美好生活的“呈现者”。

第十四期全国旅游景区创A培训班火热报名中

“全国旅游景区创A培训班”是中国旅游报社策划组织，面向全国各级文化和旅游行政部门、A级景区以及旅游企业集团的全国性专业培训项目。自2006年以来，培训班已在长白山、武夷山、黄果树瀑布、华山、丹霞山、武当山、汶川、连云港、沂南、三门峡、万佛湖、皇城相府、安远等地举办了13期，累计现场培训3000余人次。全国旅游景区创A培训班已经成为旅游业界影响范围广、知名度高、具有权威性和专业性的品牌培训活动。

2021年6月16日至18日，由中国旅游报社主办、江苏省金坛茅山旅游度假区管委会承办、大地风景文旅集团协办的“第十四期全国旅游景区创

A培训班”，将在江苏省金坛茅山旅游度假区举办。本期培训班旨在为各景区全面掌握A级景区创建标准修订、了解创建工作流程和注意事项、景区动态管理机制，提供一个学习平台，同时解读国家面向旅游业新出台的法规、政策，提升管理和服务水准，打造精品品牌，为推动文化和旅游业高质量发展搭建一个广泛交流与合作的平台。有关事项如下：

一、组织机构

主办单位：中国旅游报社
承办单位：江苏省金坛茅山旅游

度假区委
协办单位：大地风景文旅集团
官方网站：中国旅游新闻网
二、培训时间
2021年6月16日—18日
三、培训地点
金坛茅山旅游度假区·茅山颐园
医养小镇

四、培训形式

1. 资深专家专题授课；
2. 知名景区介绍经验；
3. 专家学员互动交流；
4. 专业教材理论指导；
5. 创建经验实地学习。

五、招生对象

拟创建4A级、5A级的旅游景区和A级以上旅游景区有关负责人、各文化和旅游部门有关负责人及文化和旅游企事业单位有关代表等。

六、培训安排

6月16日下午：报到
6月17日上午：2021美丽中国·旅游高质量发展（金坛茅山）论坛暨全

国主流媒体采风活动

6月17日下午：实地学习
6月18日上午：第十四期全国旅游景区创A培训班开班仪式、专家授课
6月18日下午：专家授课、交流发言
6月19日：返程

七、承办地简介及实地学习线路

江苏省金坛茅山旅游度假区地处长三角区域一体化中心地带，坐拥闻名遐迩的道教名山——茅山。这里人文厚重，环境优美，峰峦叠嶂、云雾缭绕，有“第八洞天·第一福地”的美誉，因森林密布、流水潺潺，已成为江苏省“中国森林氧吧”，也是“中国名茶之乡”。这里山水林泉相依，盐茶药果共生，景观非遗相映，以优美的自然生态环境为基，以深厚的道家文化底蕴为魂，一座特色鲜明的休闲度假目的地城市正加速崛起。

面对全国范围内高质量、强竞争的旅游发展态势，金坛茅山旅游度假区紧紧围绕“高标准、精品化、特色化”的发展要求，坚持依托道家文化，

幸福产业引领者

管理咨询/旅游规划/旅游投资/景区运营/智慧旅游

- 中国旅游全产业链综合服务商
- 全域旅游行业推动者
- 多元化立体服务平台

24小时专家热线：1860092591 全国服务热线：010-82781426

拓伸“道养”理念，凝练“道养”主题，逐步明确“长三角首席道养休闲度假目的地”的发展定位，大力培育茅山“八重道养”产品与业态体系，先后建成东方盐湖城·道天下、花谷奇缘、茅山宝盛园、壹号农场、半山山下、仙姑美丽乡村等多个旅游景区（点），并配套完善“道养”主题特色的接待服务设施。该度假区主动创新发展模式，由政府主导逐步转化为政府服务型，企业成为旅游市场的主体，形成了以“龙头文化和旅游企业示范引导、中小特色项目深度融入、新型旅游业态持续涌现”的旅游产业新格局。近年来，金坛茅山旅游度假区在江苏省级旅游度假区年度综合考评中表现不俗，已经成为江苏省高品质度假区之一，更是常州市打造文旅休闲明星城的一张靓丽名片。

为加快度假区新一轮发展步伐，金坛茅山持续培育茅山“八重道养”体系，努力增强度假产品吸引力，全面完善公共服务配套，积极营造度假

旅游氛围，不断升级度假服务品质，全面启动国家级旅游度假区创建工作，以助力度假区及地区经济发展。

在“洞天福地”，情系山水胜境，感受“道养”之旅，畅享优质体验。金坛茅山旅游度假区正焕发新魅力。

实地学习线路：东方盐湖城——半山山下——茅山索道/茅山崇寿观——茅山金牛洞/保朴山房/茅山元阳观——茅山三清观——仙姑村——壹号农场——茅山宝盛园——野岭山野度假区——茅山颐园医养小镇——茅山茶海——金坛茅山游客中心——花谷奇缘——茅山肴·道家菜餐厅——东方盐湖城

八、报名方式

参加代表请登录中国旅游新闻网（www.ctnews.com.cn）下载报名表并于2021年5月31日前将报名表和汇款凭证发至 baoshuodong@163.com。会务组将安排有关接待。

报名热线：
010-85168185 010-85168197
010-85168190 010-85168195
中国旅游报社
2021年5月