

热点关注

海滨酒店客人的游泳安全谁来守护？

□ 本报首席记者 王玮

日前，一则“海南博鳌镇酒店住客和施救者在酒店旁海滩双双遇难”的消息引起了社会各界的高度关注，“酒店存在虚假宣传问题，曾称事发海滩为‘私人海滩’误导客人”“酒店的安全警示工作存在不到位的问题”等质疑声也随即传出。事实上，类似的事件在一年前的广东惠州市惠东县巽寮湾也发生过。一时间，滨海度假酒店客人的游泳安全谁来守护成为业界关注的焦点。

谁该担责 该担何责

“客人在滨海度假酒店紧邻的海滩或海域发生溺水事件，从法律的角度来看，酒店究竟需要承担什么样的责任？”在“复盘”此类事件时，多位业者向记者表示，首先要从法律的角度，对酒店的责任进行明确。

“游客人住酒店后即与该酒店产生服务合同关系。作为服务提供者，酒店对于住客负有三方面的义务。”高级律师凌斌分析道，一是保证游客安全义务，酒店应当保证其提供的商品或者服务符合保障人身、财产安全的要求；二是说明警示义务，酒店对于其提供的可能危及人身、财产安全的商品和服务，应当向游客作出真实的说明和明确的警示，并说明和标明正确使用商品或者接受服务的方法以及防止危害发生的方法；三是安全保障义务，酒店应当在合理范围内采取相应的安全措施，使游客免受人身、财产的损害。

事实上，此类事件的争议的第一焦点就在于酒店有没有尽到足够的提醒和安保义务。解析这个问题时，首先要分清酒店临近海滩或海域是公域的还是私属的。情况不同，所要承担的责任也不同。

“海滩的所有权归属于国家或者集体，个人或企业只能以履行法定程序的形式获得使用权。未履行使用权审批手续的，海滩只能属于公共区域，任何人或企业均无权将其标注为‘私人海滩’。”北京云通律师事务所主任闫兵在接受媒体采访时表示。此外，也有资深业者告诉记者，海域的使用权需要国家有关部门的审批，并定期复核。如今，几乎没有酒店再拥有海域的使用权，所以滨海度假酒店拉网划分自己海域的现象也越来越少了。涉事酒店在平台宣传上使用“私人海滩”存在虚假宣传问题。

如果客人是公共海滩发生溺水事故，酒店在没有虚假宣传并做好提醒义务后，是否会被追责？

北京第二外国语学院文化和旅游政策法规中心副主任王天星认为：不会。“因为公共海滩的安全保障职责属于政府有关部门。酒店在发现有人溺水后，如果经评估，认为自身救



游客在三亚海滨玩水 本报记者 陈晨 摄

援能力不足以保障自身安全，也无法将溺水人员救出时，可以选择报警，请求警方给予救援。也就是说，只要酒店在显著位置，如大堂入口、酒店大门出口、酒店房间的显著位置、门卡等地方，对于出海游泳安全事项给予充分的安全警示，且在发现有人溺水后及时报警，就已经履行了企业的安全保障义务，从而无须承担责任。”王天星解释道。

“需要明确的是，如果事发海滩属于公共区域，但酒店圈地自用，无论产权如何归属，酒店应承担相应的责任（如设置救生员、救生圈等），有可能也会被法院判决承担部分赔偿责任。”上海明伦律师事务所律师王智斌进一步分析道。

“如果酒店虚假宣传称其为‘私家海滩’，误导游客进入酒店，且安保措施不到位，导致入住客人在酒店近距离的海滩或海域因游泳溺水身亡等，酒店应承担一定责任。”王天星向记者表示，酒店经营应在合法的范围内，虚假宣传是第一错。

警示提示 做实做细

经常去三亚海棠湾度假的北京游客关小岑告诉记者，他在该区域入住过多家沿海酒店，发现每家酒店都会有类似“沙滩区域不属于酒店安全管理范围，海域水情复杂，请勿下海游泳”的安全警示牌摆放在酒店通往海边沙滩的明显位置上，有的酒店会在不同区域同时摆放这样的安全警示牌。

当然，放置安全警示牌不是滨海度假酒店保护客人安全工作的全部。

在资深酒店品牌管理专家夏子帆看来，即便是放置安全警示牌，也是有学问的。酒店首先要遵照海滩保护及使用方法，了解邻近沙滩、海域

的基本情况。如果属于观光型海滩（即不能下海游泳的海滩），要在一定范围内，间隔距离放置禁止游客下海的标示牌，并将海水深度与海域情况标注清楚，同时，安装高清摄像头，安保人员可以查看沙滩情况。酒店最好能在游客入住登记过程中就有相关的提醒。如果酒店邻近的海滩是可以下海游泳、戏水的区域，那就需要酒店在做好相关安全警示的同时，遵照公共海滨浴场的安全要求，和海滩管理方进行确认，比如，沙滩上是否加装救生员瞭望塔、配备救生员查看游客状况，随时准备救援，并在海上拉起色彩鲜明的标示浮线球进行警示，提示游客不能继续深入危险区域。此外，酒店还要配备相应的海域游泳安全警示卡，让游客了解海滨游泳的安全注意事项及自救的基本方法。

在杭盖旅业创始人顾晓春看来，海滨度假酒店要让游客在酒店所有公共区域和客房内明显的位置上都能看到相关安全警示，同时，也可以安排员工进行人工引导。

北京第二外国语学院旅游科学学院院长助理李彬认为，安全警示牌的内容既要简明扼要，也要突出重点，把客人尤其需要注意的问题突出出来。而且酒店还可以把这样的安全警示通过短信、微信等线上渠道提前发送给即将入住的客人。酒店在做好提醒的同时，也要做好全员培训，让员工了解提醒住客的重要性，并明确遇到突发事件的处理方法，一定要责任到人。

另有业者表示，酒店的相关负责人也要时刻关注海滩情况，尤其是在台风等极端天气下，一定要关注是否仍有住客还在海边逗留，并及时劝阻。

多措并举 守护安全

一份《我国海滩游客安全事故数

据库和事故特征分析》的报告显示，海滩游客安全事故的发生受自然、社会和人文等多个层面的因素影响。

在三亚某酒店担任过驻店总经理的秦先生告诉记者，现在三亚海棠湾、亚龙湾等几个主要的海滩有专业的管理公司负责，由他们来保障游客的安全，并提供相应的娱乐服务项目。周边酒店会跟管理公司进行合作，在协助其守护游客安全的同时，进一步丰富游客海边游玩体验，包括开展海上快艇、海上直升机、帆船、浮潜等项目。

“对于从内地去海滨度假的游客来说，想要亲近大海的心情有时是非常热烈的。如果度假酒店在做好提醒的同时，能够有更多安全好玩的海边游乐项目推荐给游客，可能大部分人都会选择在酒店的泳池亲水后，再到海边去体验其他海上娱乐项目，这样也能减少因为戏游泳而发生意外的风险。”山西游客竹女士建议道。

在顾晓春看来，虽然在一些海滨涉水事故中，酒店没有直接责任，但是尽可能保障客人安全是酒店不能放下的责任，滨海度假酒店应该有游客或路过人员落水后的应急预案。

夏子帆认为，如若发生住客溺水事件，酒店的危机公关能力也是相当重要的，一些酒店遇到问题，不积极解决，不给予重视，不深刻思考，而是一味推卸责任，只会让事态向更负面的方向发展。

另有数据显示，除海滩自然动力环境的危险性和管理体系的成熟度之外，海滩游客自身的安全意识也是十分重要的因素。有研究表明，海滩游客欠缺安全意识，是导致许多本可避免的事故发生的主要原因。因此，如何加强海滩安全知识的科普宣传，也是一项需要酒店协助政府部门一起来做的事情。

事实上，这个假期，白天鹅宾馆的姊妹酒店，位于广州城区中心的白云宾馆也推出了“城央度假”的理念，酒店设置了14间亲子套房，国庆假期天天爆满。“尽管数量不多，但对于白云宾馆传统的商务经营思维，是一次突破。”白云宾馆相关负责人表示。

美食餐饮成吸客法宝

国庆假期除了入住率火爆，酒店餐饮也迎来了爆发。白天鹅宾馆拥有3个米其林星级餐厅，得益于高品质的菜品和舒适的用餐环境，国庆假期多个餐厅出现了还未开始营业，就有客人排队等候的情况。由于不接受预订，晚到的客人往往要等上2个多小时，尽管如此，慕名而来的食客依然络绎不绝。

岭南集团旗下各星级餐厅以粤式早茶、家庭自助餐等套餐拉动餐饮消费市场。其中，广州花园酒店进一步丰富店内活动，并大力推广旗下米其林餐厅，提高客人的满意度，收入同比去年增长41%。中国大酒店推出美食DIY活动，吸引大量亲子客人前来体验。东方宾馆推出特色城央休闲旅行套餐，进一步满足客人多样化的餐饮需求。上述两个酒店国庆期间收入同比双位数增长。此外，四会岭南南方酒店深耕本地客源市场，适时推出特色农家菜品及国庆套餐，国庆假期前5天，该酒店的午晚餐入座率超过往日200%，餐饮收入提升76%，总营收超去年同期43%。

威海塔山宾馆：提供品质化的“中国服务”

威海塔山宾馆坐落于市中心，背靠塔山公园，对望刘公岛，环境宜人，空气清新，是一座集餐饮、客房、康乐于一体的庭院式四星级饭店。宾馆下设澜庭及龙湾两个分店，注册两个子品牌“塔山·喜福会”“塔山·八喜会”。

2020年，面对严峻的市场考验，塔山宾馆审时度势、快速反应，及时洞悉市场需求，将经营目标转向百姓市场，对宾馆的发展进行重新定位，对“核心产品”进行升级，全力打造“定喜宴，到塔山”的喜宴品牌，依靠自主创立的两大品牌，促进创新、绿色、低碳、健康发展。

“塔山·喜福会”婚礼主题：创新婚宴接待新模式

塔山宾馆打造“塔山·喜福会”婚礼品牌，实行一站式婚礼服务，以客人需求为导向，以专业团队为基础，以完美婚礼为目标，不断做优做强，得到了客户的广泛认可和肯定，先后荣获“中国礼仪庆典行业百强诚信品牌单位”“中国礼仪庆典行业最具实力知名企业”“山东省婚礼庆典行业最具影响力领导品牌奖”等荣誉称号。

（一）良好的硬件环境是基础保障。一是具有多功能大厅的优势。宾馆拥有格调高雅、布局合理、规格不一的四个多功能大厅，可接待量从十几桌到五十几桌，满足客人不同规格的婚宴接待需求，但不足之处是层高低柱子多。为此，宾馆引进了婚礼服务新概念，打造威海首家婚礼堂，用花艺造景打造浪漫花海，利用灯光幻变模式营造低调奢华的婚礼场景，将劣势变优势。二是具有婚庆设施设备优势。宾馆有高清LED大屏、独立的灯光及影音系统以及个性场景布置，可以满足中式婚礼、森系婚礼、轻奢金、梦幻蓝等不同主题风格婚礼需要。三是户外婚礼优势。宾馆积极创设婚礼潮流新地标，布景婚礼实景拍摄景观，利用花园喷泉广场的空间及天然草坪，打造自然清新的户外草坪婚礼；依靠塔山·澜庭临海的优势，打造“凭海临风，古藤红花绿树环绕”的户外海景婚礼；依靠“龙湾”靠近沙滩的优势，打造沙滩婚礼。

（二）贴心优质的服务展示良好形象。一是创新经营思路，实现“一站式”婚礼服务。宾馆增设实力雄厚的婚庆策划团队及婚纱摄影团队，特邀中国婚庆十大策划总监及策划精英团队、威海最大婚纱摄影楼新新娘·凯瑟琳婚纱摄影进驻。为更好地全方位地实现资源整合，不断拓宽思路，宾馆与婚礼链条上多家品牌开展跨界合作，覆盖婚庆策划、婚纱摄影、珠宝首饰、喜果酒水、喜服量体定制等多个领域，保障客人省时、省心、省力、省钱。二是专业化服务，让接待提档升级。提供“管家式”服务，饭店单设喜事部并制定了《婚礼接待服务的管理规范》，优化提升婚礼服务质量；提供规范化服务，不断完善接待的细节及服务流程，定制“塔山·喜福会”logo餐具及工装，结合胶东婚嫁传统打造私人定制新娘房，提升服务的附加值。

（三）精致化的菜品助力品质提升。一是“量身定制”婚宴菜单。宾馆结合威海本土特点及喜宴文化元素，适时对婚宴菜品进行创新，不断优化婚宴菜品结构，每场婚宴接待均由喜事部与客人进行沟通，资深厨师团队及专业的餐饮团队根据不同客人的就餐需求量身定制不同价格的宴会专属菜单，新鲜食材、优质的口感、亲民的价格得到了喜主的广泛认可。二是菜品充分体现“喜宴”特色。以主题婚宴为切入点，推出珠玉良缘宴、珠联璧合宴、龙凤呈祥宴等不同价格的婚宴套餐，在菜品的安排、数量、命名及器皿的使用上均体现胶东喜宴文化元素，推进主题饭店餐饮接待向更加专业化的方向发展。三是关注细节，为喜宴接待锦上添花。宾馆坚持“精心、精细、精品”的质量，实行“六常”标准管理，打造“阳光厨房”，从菜品的加工、出品、搭配及留样等环节环环把控，确保食品安全。为确保菜品的口感，酒店还在厨房部一楼、二楼均增设菜品保温房。

（四）营销传播提升品牌知名度。一是积极做好主题文化的宣传。注册“塔山·喜福会”独立商标，形成独立的业务板块；园区内增设大风车、皇家马车等婚礼主题标志物及“定喜宴，到塔山”的传播导旗，并对主营大楼的门柱进行软包，营造浓厚的婚礼主题文化氛围。二是策划多元化的营销方式。通过举办婚礼年货节、婚博会、相亲大会等活动，提升“塔山·喜福会”知名度，扩大“定喜宴，到塔山”的品牌宣传。三是推行全员营销模式。出台全员营销考核方案，充分发挥员工的主观能动性及销售积极性，进一步提升婚宴市场的占有率。

“塔山·八喜会”宴会主题：开拓市场新方向

“塔山·喜福会”婚礼主题品牌打响之后，塔山宾馆将婚宴客户资源进行充分挖掘，与人生的八大喜事结合，注册成立了“塔山·八喜会”宴会主题酒店，主要经营寿宴、年会宴等八大系列产品，专业服务有此类需求的客人。

（一）是充分挖掘婚宴客户资源。在做好主题婚宴接待的同时，喜事部针对每对新人建立史档案并根据时间节点对客户进行跟盯及回访，将婚宴客户转化为八喜宴客户，扩大八喜宴客源市场。

（二）是扩大异业联盟。考虑“八喜”所涉及的丰富业态，“塔山·八喜会”宴会主题酒店在八喜宴链条上进行延伸，与雨禾月子会所、十月妈咪孕婴摄影进行深度合作，实现资源共享。

（三）是实行专业化规范化服务。制定了《“八喜宴”服务流程》，对宴会管家的服务操作进行了严格规范，通过定制“八喜宴”专属餐具、私人定制菜品、强化菜品介绍等“关注式”服务，不断提升服务的标准化。

四是开展增值化的服务。该主题酒店在强化“八喜宴”接待标准化的基础上不断开发增值化服务，通过赠送洗合影照片、长寿面、背景音乐、主题氛围装饰等增值服务，提高服务的附加值。

“双减双升”行动：推进主题酒店规范化管理

宾馆结合威海市文化和旅游局提出的“双减双升”行动，不断强化管理措施，通过减少菜品数量和分量，提升菜品质量和餐饮服务质量等方式，进一步完善企业标准体系，推进规范化管理。

（一）“双减”提升标准化。针对婚宴、八喜宴建立制止餐饮浪费的长效机制，营造“厉行节约、反对浪费”的良好氛围，引导客人积极参与“光盘行动”。通过LED屏滚动播放宣传标语、餐厅显著位置张贴倡议书、餐桌摆放宣传牌、提供打包服务等方式，倡导文明用餐，厉行节约，反对浪费。推行“减量不减质、减量不降档”的用餐模式，在保证客人吃饱吃好的前提下对菜品进行量化，针对不同就餐形式制定不同的科学合理的菜单，满足不同客人的就餐需求。强化餐饮成本管理，厨房部设立边角料收集处，强化菜品边角料的使用，减少各环节浪费，提升餐饮毛利率水平。

（二）“双升”提升品质化。一是宾馆关注菜品质量，每年举办菜品创新大赛，定期派核心厨师团队外出学习新菜品，开阔厨师的眼界，提升菜品的色香味。二是提高规范化专业化服务水平，加强员工形体礼仪、服务意识及服务技能的培训，每年开展形体礼仪大赛及“中国服务”技能竞赛，以赛促学。三是提供增值化服务，如“想在宾客之前，满足宾客需求，追求宾客赞誉，赢得宾客感动”的服务理念，对客服务不断增值提升。

处于时代变革的浪潮中，塔山宾馆将继续深耕顾客的需求，打造专业化、品质化的“中国服务”，坚持做有文化、有沉淀的主题饭店，强化“双减双升”工作要求，推进品牌建设，为“精致城市，幸福威海”的建设贡献力量。

（本栏目文章选自文化和旅游部市场管理司编写的《星级饭店管理与服务典型案例汇编》）

靠精准服务创意活动，广东酒店迎来“小阳春”

□ 陈熠瑶

“我们都在忙着做‘满房’海报，没想到这个国庆假期会这么火爆。”服务于广东某酒店公关部门的林小姐一脸兴奋地说。国庆假期，广东省内多个酒店传来“满房”喜讯，其中既有城市中心酒店，也有度假酒店，它们都迎来疫情防控常态化下难得的“小阳春”。

携程发布的《2021年国庆假期出游总结报告》显示，今年国庆，受周边游热度进一步提升、城市IP持续深化影响，区域旅游比以往更为火热。以京津冀、长三角、大湾区、成渝为代表的都市经济圈旅游出行繁荣，选择城市休闲、宅度假和周边深度游的游客增多。广东本土酒店集团岭南集团、广东省旅游控股集团（以下简称“广东旅控”）旗下多个酒店都在这个假期取得不俗成绩。

花式活动满足周边游需求

岭南集团旗下酒店板块把握“周边游”需求旺盛的契机，主抓广州周边市场，做好酒店服务，主动吸引客源。南沙花园酒店精心安排各类亲子游玩项目，在大堂书吧开展各类教学互动，深受客人好评，国庆假期平均开房率近90%。蓝山源岭南南方酒店借助新产品宣传广告，多渠道同时推广酒店客房、餐饮、会议套餐，假期前两天接近满房，总营收比去年同期提升51%。美的鹭湖岭南花园酒店结合园区特色开展相关活动，提升酒店入住率及人均消费水平，开房率及平均房价均实现同比增长超10%，总营收同比增

长33%。新开业的广德园岭南南方精品酒店于10月2日实现首个满房。

另外一个迎来酒店入住率“井喷”的城市是珠海。得益于9月28日在珠海举办的第十三届中国国际航空航天博览会，参展参观人员和假日出行游客激增，呈现旺盛的酒店需求。

据珠海美华魅力酒店管理公司总裁唐伟良介绍，今年航展面对的参展商以国内公司为主，酒店积极调整策略，提前布局，成功吸引来大批参展客人。航展后3天就是国庆长假，普通游客增多，酒店根据需求对商务客人乘坐的专线巴士作出了调整和指引，保障了商务客人的出行，受到客人的认可。

受到零星突发疫情的影响，今年更多的广东游客选择了省内游。惠州龙门县因温泉资源丰富，而备受游客欢迎，多个温泉酒店都迎来了超高入住率，酒店也费尽心思来吸引游客。国庆假期，惠州市龙门县地派温泉森林度假区开展了一场本地文化展，非物质文化遗产龙门农民画在度假区进行了7天的展出，并有专业级非遗老师现场讲解，指导作画，受到了游客及小朋友们的喜爱。

据地派温泉森林度假区总经理李星凯介绍，为了让客人们拥有一个有意义的假期，酒店特意策划了丰富的国庆活动，将休闲度假与爱国主义教育相融合，通过小活动激发人们的爱国情怀。

贴心服务提升亲子入住体验

广东旅控旗下的白天鹅宾馆在国

庆假期连续多日收获入住满房、餐厅满座的好消息。白天鹅宾馆是广州的地标式酒店之一，凭借着科学的管理和一流的服务，赢得了国内外的美誉和良好的社会效益，成为广州旅游的打卡必选点之一。据了解，今年国庆假期，白天鹅宾馆推出的“住宿+餐饮”亲子套餐备受游客喜爱。此外，宾馆还结合周边景点“万国博物馆”广州沙面岛、珠江日游“广州红”游船等策划相应的旅游活动，延展游客的入住体验。

白天鹅宾馆副总经理林镇海表示：“我们密切关注新冠疫情的动态以及国家出台的相关出行政策，对客源结构进行调整，重新策划酒店组合产品。特别是以家庭出行为主的亲子系列更注重三代同行，因此，我们在策划酒店亲子组合体验产品的时候，既注重增加小朋友的体验元素，也考虑到了家长们的体验感。”

据林镇海介绍，为了满足亲子家庭的长者需求，白天鹅宾馆通过跨界合作，把一些高科技康养产品加入客房并进行严格的使用测试，如红外线加热按摩床、AI智能床垫、水疗智能马桶等，满足长辈们的康养需求。

细致的服务也是白天鹅宾馆的招牌之一。面对假期连续高开房率，客人办理入住时会出现较长的等候时间，白天鹅宾馆特地为需要等候的客人打造了一个创意体验空间，里面有白天鹅宾馆厨师团队精心准备的小点心和饮料，有适合小朋友活动的各种游戏和玩具，客人在温馨的亲子时光中愉快地度过等待时间。