

瞄准亲子客群 酒店深耕暑期市场

国务院联防联控机制日前公布了《新型冠状病毒肺炎防控方案(第九版)》，工信部宣布取消通信行程卡“星号”标记……近期，在多重利好推动下，消费者出游信心得到提振，业界普遍看好暑期旅游市场。有业者预测，今年暑期市场可以恢复到2019年同期70%以上的水平，这其中，酒店市场最被看好。

□ 本报首席记者 王玮
见习记者 唐伯依



绍兴诸暨芳草地度假酒店 德胧集团供图

说走就走 产品抓眼球

“机票和酒店价格持续上涨”已经有酒店客房预订不上了……近段时间全国多个旅游目的地迎来了四面八方的客人。去哪儿网数据显示，刚进入7月的这个周末，全国部分地区酒店的预订量已经超过了2019年同期水平。随着多地迎来旅游旺季，酒店市场复苏态势明显。然而，复苏态势是否可以覆盖全国并延续至暑期结束目前仍是未知数，在一部分从业者看来，除了受疫情因素影响，产品是否能够抓住消费变化也是一个关键点。

从向单位递交休假申请、抢购往返成行的特价机票，到收拾行李、和爱人的3岁儿子准时出发……北京游客苏女士只用了3天时间，而以往从决定出游到成行她需要花上半个月。在苏女士看来，现在出行变数太多，“说走就走”反而更容易成行。

“像苏女士这样的游客不在少数，经历了今年几轮本土疫情，比起往年，

消费者的出游决策周期大幅度缩短。”采访中，不少业者也注意到了这一消费变化。华住集团文旅事业部副总经理陈培欣告诉记者，他们在产品使用的灵活性上进一步提升，不仅没有“周末节假日除外”的使用限制，还可以灵活退改。

既要优惠也要有创意。德胧集团会员体系——百达星系推出了玩法不同的体验项目，客人可以通过延长在酒店逗留时间的方式，在百达星系APP累积“时光值”进行产品兑换，这种积分兑换法让很多亲子客人觉得好玩，也更愿意“宅”酒店。

如何进一步“点燃”消费热情？广州、佛山、英德、河源4个城市的10家希尔顿酒店联合推出儿童护眼项目体验，只要打卡其中1家酒店即可获得1枚印章，集齐5家不同希尔顿

酒店印章可兑换1份内容实在的亲子礼品，如集齐10家，则可以抽取房券盲盒。记者发现，儿童护眼项目的内容并不“敷衍”，涵盖了文化体验、美食制作、体能训练和自然探索等。

在为市场逐步恢复感到欣慰的同时，酒店人也清醒地意识到，产品光实惠是不够有吸引力的，不断推陈出新才是获得回头客的“硬道理”。

嘉兴市盐官芳草地房车营地(酒店)一直深受长三角地区客人的喜爱。“来这里过暑假，年年花样都不同，不仅白天可以带着孩子在大自然中各种‘野’，夜生活也不再单调了。”杭州游客姚女士是这家酒店的常客，她发现，夜幕降临后，除了篝火晚会和泡泡戏水池活动，酒店还新增了“黑眼圈后备厢集市”，网红冰激凌、小吃、玩具……在星光灯的点缀下，汽车后备厢成了孩子眼中的“宝藏”发现地。

德胧集团相关负责人告诉记者，除了每周前来打卡的散客外，截至6月底，嘉兴市盐官芳草地房车营地(酒店)已接待的旅游团队和签订协议的暑期团共26个，意向团12个，目前咨询量仍在逐日递增，部分周末甚至“一房难求”。

地中海俱乐部北京延庆度假村在这个暑期，除了户外骑行、排球、软式射箭外，还为客人新准备了当下最火的皮划艇、浆板等项目，让所有的产品都契合“潮玩户外乐享童趣山野假期”这一主题。“度假村7月的周末预订量已经达到70%以上，平日预订量也已达50%。”复星旅文执行总裁兼地中海俱乐部中国首席执行官徐秉璋介绍。

“虽然价格不便宜，也要去体验一下。”上海迪士尼乐园宣布恢复开园后，旅游达人酥酥第一时间注意到上海迪士尼乐园酒店新推出了唐老鸭欢庆主题房。但她在预订过程中发现，该产品很抢手，本周末该房型已经显示“库存不足”。

寓教于乐 做好“酒店+”

营地安排在酒店风景最好的位置上，备好各类美食、甜品、下午茶，再把各项配套户外活动安排妥当。这样才能照顾到既想体验露营趣味又对居住条件有较高要求的客人。

“酒店+景区”已经不是新话题了，但酒店和景区共拓“+露营”算是一个新尝试。这个暑期，盐官芳草地房车营地(酒店)不再局限于自有区域，而是同周边景区一起把目光放在露营配套活动上，除了组织夜光夜跑、百里钱塘骑行外，还筹划观潮音乐节，让“酒店+露营”产品对长线出游的青少年更有诱惑力。

剧本杀也是当下年轻人热衷的社交方式之一，宁波万达美华酒店在暑期推出“住宿+咖啡+剧本杀”套餐，让客人在工业风的酒店空间中探秘、穿梭。“蒸汽齿轮、宫殿式吊灯、24小时的咖啡厅……即使不住酒店过来玩也很有趣，天花板上都是‘戏’。”周末专程到酒店打卡拍照的“00后”凌女士说。

在资深酒店品牌管理专家夏子帆看来，“酒店+”被市场认可的关键在于酒店的产品组合是否满足酒店既有客群的需求。当然，推出产品并不是最后一步，酒店应根据市场经验与消费情况，进一步优化产品，这样才能有更好的“酒店+”产品出现。

如何让孩子在放飞自我的同时还能学到东西？采访中，记者注意到，希望产品带有“寓教于乐”特性已成为一部分家长的诉求，因此不少酒店今夏开启了以“学”引客的模式。

“勇者冲浪营、乘风破浪营、深海探索营、冲上云霄营……”可以选择的夏令营特别多，潜水、冲浪这些技能听起来就很酷，我已经和同学约好了，一放假就马上学起来。”三亚香格里拉酒店的暑期夏令营一经推出，在吉林读初中的林章就央求妈妈替他报名。从各大平台的数据来看，刚进入暑期，

店打卡拍照的“00后”凌女士说。

在资深酒店品牌管理专家夏子帆看来，“酒店+”被市场认可的关键在于酒店的产品组合是否满足酒店既有客群的需求。当然，推出产品并不是最后一步，酒店应根据市场经验与消费情况，进一步优化产品，这样才能有更好的“酒店+”产品出现。

如何让孩子在放飞自我的同时还能学到东西？采访中，记者注意到，希望产品带有“寓教于乐”特性已成为一部分家长的诉求，因此不少酒店今夏开启了以“学”引客的模式。

“勇者冲浪营、乘风破浪营、深海探索营、冲上云霄营……”可以选择的夏令营特别多，潜水、冲浪这些技能听起来就很酷，我已经和同学约好了，一放假就马上学起来。”三亚香格里拉酒店的暑期夏令营一经推出，在吉林读初中的林章就央求妈妈替他报名。从各大平台的数据来看，刚进入暑期，

三亚的酒店预订量就回到了2019年同期水平，学会一项户外水上技能是最吸引客人的产品。

文昌鲁能希尔顿酒店近日与中国航天科技国际交流中心联合，在酒店内打造了3个航天主题展区，参加活动的孩子可以化身小小宇航员，开启航天梦。对于陪同的家长，酒店厨师团队则端出航天主题的下午茶，同时将璀璨星空、宇宙银河、迷幻星球等元素融入各式甜品中。和孩子开启一段航空之旅，成为今夏文昌及周边城市许多家长愿意体验的文旅。

地中海俱乐部桂林度假村则充分运用在地自然资源，带孩子观察林间生物，认识珍稀香料和植物，体验草木染，探索书本之外的自然世界。除此之外，孩子还可以和家长一起探访玉湖村，了解古城故事、学习传统舞蹈、尝试东巴绘画，当一天快乐的当地人。

陈培欣建议，在寓教于乐方面，酒店也可以寻找合适的活动内容和合作方，或与开发研学定制产品的旅行社共同打造适合本地客群的相关产品。

细分市场 创新无止境

定制服务，满足客人需求。在此过程中，适配度决定了产品是否受欢迎。”德胧集团相关负责人分析道。

“当然，注重产品的延展性也是十分重要的。”在德胧集团相关负责人看来，即便是根据细分市场来设计产品，也要注重产品可持续延展的开发潜力。比如，针对低龄儿童研发的产品，要考虑到随着孩子年龄增长，是否有

新的、可衔接的衍生产品出现，这样酒店才有陪伴孩子长大的机会。当然提升产品的知识性、增加体验产品的仪式感都是非常关键的。唯有这样才能让孩子有炫耀的欲望，让家长有分享的冲动，也才能看出产品是否受欢迎。

“酒店只有满足暑期细分市场的需求，才能较好地提升吸引力和竞争力。”南开大学教授马晓龙建议，要明确酒店的定位类型、特色服务和环境优势，在酒店产品设计过程中，以这些基础条件作为暑期产品设计的出发点，为不同类型、不同档次、不同环境需求的客人提供多种组合的产品。

“找准亲子游、学生游等不同群体客人的诉求差异，做好市场细分和目标人群的针对性营销，酒店方可在行业竞争中脱颖而出”是多位酒店行业研究者的共识。当然，想要研发出受欢迎的产品，要做的远不止这些。

“酒店要持续创新，才能形成带有品牌烙印的产品和服务。”北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院副教授吴丽云说，比如，针对目标人群，在客房、餐饮、娱乐等方面进行产品创新。依托科技、设计、管理等，形成独具特色的服务，构建起有别于其他酒店的特色产品。针对潜在消费需求，通过融合创新形成新市场，并以此作为酒店新的发展方向，融入多样的生活方式。

在夏季帆看来，夏季气温较高，孩子怕热、喜水，酒店可以围绕这两点做文章。比如，可以将关注点放在室内产品的研发上，将酒店应用空间放大，从过去客房内的设施延伸到大厅活动区域，营造更多适合低龄儿童的玩乐空间，包括在室内引进一些游乐设施，打造儿童亲水空间，加强儿童营养餐的研发与落地等。

“就近取材”也是让酒店暑期产品更有吸引力的关键。“酒店开发暑期产品的发力点在于提升游客的体验度，有的酒店在这方面有着得天独厚的资源和条件。比如，杭州第一世界大酒店就把毗邻的游乐场项目延伸到酒店大堂和走廊，孩子可以跟随童话剧里的演员穿行于酒店和游乐场之间，一起玩、一起拍照。再比如青岛丽天大酒店，在大堂打造了儿童游乐区，家长在办理入住和退房时，孩子们可以在游乐园开心玩耍，大堂经理还会送孩子们酒店定制的小纪念品，这也成为这家酒店在平台点评区最叫好的项目。”杭盖旅业负责人顾晓春说。

虽然酒店市场的复苏发展仍面临着诸多不确定性，且游客的需求也在不断变化，但酒店业界始终直面挑战，时刻做着创新和创意方面的准备。

“当然，安全是第一位的，酒店要加强安全防护，虽然通信行程卡取消‘星号’标记了，但是各地的防疫要求并没有放松，孩子的免疫力相对较低，酒店要做好亲子家庭的卫生服务。”夏子帆提醒道。

40年情怀不变，粤港业者携手拓市场

□ 陈熠瑶

7月1日，是香港回归祖国25周年纪念日。广州与香港素来相亲，如同“走亲戚”一样，始终保持着交流交往。一直以来，广州酒店业发展与香港休戚相关，至今仍有不少香港同胞在广州酒店业发光发热、贡献力量。

20世纪70年代末正是改革开放之初，不少外商来我国考察，但设施简陋的招待所难以满足其住宿需求。特别是在毗邻港澳的广东，急需修建一批现代化酒店。当时既缺经验又缺资金的内地，迫切希望借助香港同胞的力量，加快现代化酒店建设。

1983年，由香港知名实业家霍英东与广东省政府投资合作兴建的白天鹅宾馆在广州市荔湾区开业，充满经典岭南元素的宾馆大堂令客人印象深刻。1984年，由多家港资企业联合打造的中国大酒店在广州市越秀区落成开业，开创了改革开放后穗港合作的先例，是中国首批粤港合作经营的大型五星级酒店之一。1985年，由香港爱国人士利铭泽投资建设的花园酒店开业，为中国培养了酒店人才，让世界看到了中国改革开放的信心和实力。其中，花园酒店先后由香港半岛酒店集团、利园酒店集团管理，将国际高水平酒店管理经验引入花园酒店，建立一套符合国际惯例的管理体系、制度和服务标准，浓郁的“港式”服务广受香港游客喜爱。

除了投资兴建酒店，不少香港企业家也积极投身于内地酒店事业之中。今年是广州东方宾馆总经理钟耀宗在广发展定居的第13个年头。早在20世纪80年代初，在香港酒店服务行业小有名气的他看到改革开放后内地快速发展的巨大机遇，便把事业重心从香港往广州转移。

钟耀宗十分热衷将自己积累的先进管理经验教授给员工。他很少待在办公室，常常一边在酒店转悠，一边思考哪里还做得不够好，哪些产品和服务可以改进、可以打造新营销热点。“感谢祖国给予我参与到这个大时代的机会，这是我的福气。未来，我希望与更多的有志青年一起，继续为大湾区奋斗。”钟耀宗说。

花园酒店房务部工作人员罗国文2016年来到内地工作。当年，他希望在工作中体验祖国的生活及文化，融入祖国的怀抱。在工作中，罗国文遇到很多来自香港的客人，他们无一不对花园酒店的白金五星级服务竖起大拇指，这让他对工作、对花园酒店这个大家庭感到很自豪。近年来，随着科技、交通、证件互认等便民服务的进一步发展，粤港两地交流互通比以前更频繁密切。罗国文希望，日后能有更多的香港年青一代走出香港、来到大湾区体验日新月异的香港。

80后的香港人林浩明2015年入职中国大酒店，目前担任饮食部副总监，日常工作主要是跟进宴会、移动餐饮以及节庆食品的销售等。林浩明希望把中国大酒店的餐饮精髓送到香港，让香港年轻人通过“消失的名菜”“粤宴中国”和中酒月饼等饮食了解祖国、了解大湾区发展。

作为一名95后，香港人钟鸣今年2月刚刚加入广州中国大酒店，目前担任宾客服务经理一职。钟鸣小时候曾在广州生活过一段时间，对中国大酒店热情好客的服务留下了深刻印象。在香港朗廷酒店完成管理培训生实习后，钟鸣便憧憬着有朝一日能以酒店人的身份重回中国大酒店。钟鸣表示，对当代香港青年来说，粤港澳大湾区建设是宝贵的历史机遇。在大湾区的政策和发展机遇如此优厚的今天，“情怀和发展机会都是我想要的。”

全国民宿社团共谋行业高质量发展

本报(见习记者 唐伯依)近日，由中国旅游协会民宿客栈与精品酒店分会主办的全国民宿社团联席会议第三次会议上，来自北京、河北、山西、辽宁、吉林等地的40余家民宿社团及部分民宿企业代表参会。

中国旅游协会民宿客栈与精品酒店分会会长张晓军在会上提出，全国民宿社团联席会议的举办是中国旅游协会民宿客栈与精品酒店分会工作机制的创新，建议由以往的每年举办一次调整为每年举办两次。各地社团要主动作为，尽快启动首届全国民宿职业技能(美食烹饪)大赛各地区的比赛，共同筹备第八届全国民宿大会等系列活；针对民宿企业需求，推进民宿管家职业化进程，参与“中国服务”旅游产品创意案例收集工作。建议具有独立法人资格的民宿社团加入分会，共同构建科学、高效的会员结构，形成全国民宿“一盘棋”。今后，中国旅游协会民宿客栈与精品酒店分会

将继续开展民宿社团综合测评工作，帮助各地社团提高运营能力、改善运营业绩，更好地为会员单位提供服务。

联席会议上，湖南省旅游民宿协会执行会长李文彦介绍了首届全国旅游民宿大会的筹备情况，广东省旅游协会民宿分会副会长兼秘书长李超、副秘书长徐灵枝介绍了广东省《民宿管家职业能力等级评定规范》社团标准的筹备、起草工作及认证计划，安徽省旅游协会民宿分会会长、黄山市徽州民宿协会会长陈熙分享了黄山举办“迎客松”杯民宿管家技能大赛的经验，中国旅游协会民宿客栈与精品酒店分会副会长曹一勇介绍了北京延庆开展“大厨下乡”、技能培训和新媒体营销的经验，河北省秦皇岛市北戴河区民宿协会会长刘建光分享了以培训助力北戴河民宿提升的做法，山西省民宿文化协会会长黄先民介绍了山西民宿的发展现状和内部建设情况。

以赛促训 青岛提升旅游饭店服务质量



近日，青岛市旅游饭店服务技能大赛在青岛酒店管理职业技术学院举办。大赛分为中式铺床、中式摆台、西餐摆台、厨艺、面点、前厅接待六个项目。经过一天的激烈比拼，最终评出团体奖9个、个人奖36个。

本次比赛由青岛市文化和旅游局、市人力资源和社会保障保障局等五部门共同举办。来自青岛40家旅游饭店的130多名选手参赛。相较往届，此次大赛首次增设前厅接待比赛项目。比赛中，参赛选手纷纷亮出绝活，在展示自身技艺和服务水平的同时，也展示出青岛旅游饭店业从业者的整体素质。

本报记者 肖相波/文 青岛市文化和旅游局供图



小客人在三亚香格里拉酒店参与勇者冲浪营 三亚香格里拉酒店供图