

行业关注

江苏酒店暑期市场热度口碑双赢

□ 邵子君

入住南京玄武湖景区旁的南京香格里拉大酒店,俯瞰南京“山水城林”相融之景;打卡常州中华恐龙园恐龙人俱乐部酒店,体验各具特色的恐龙主题客房;为一场流星雨赶赴淮安盱眙天泉湖金陵山庄,在酒店露营草坪上静候流星雨划过夜空……今年暑期,随着旅游市场的持续升温,江苏各地酒店房源也变得紧俏起来。

星级饭店保持复苏势头

南京市文化和旅游局数据显示,今年上半年,南京主城区高星级饭店平均房价比2019年同期增长3.3%,出租率达65.41%,比2019年同期增长11.05%。全市18家五星级饭店在携程平均综合得分为4.72分,网络“口碑”总体呈不断上升趋势。

这样的势头也一直延续到了暑期。南京金陵饭店作为携程平台“年度口碑榜”上榜酒店,超过1.1万人踊跃评价,均分高达4.8分。金陵饭店市场推广总监张琪介绍,2023年是金陵饭店40周年华诞,恰逢市场环境全面复苏,金陵饭店抢抓机遇,以扩大市场占有率为前提,提升重要宾客入住体验。截至7月,酒店客房收入超2019年同期,平均出租率达70%以上,平均房价超700元。此外,金陵饭店还联合南京市青少年宫、少儿马术机构、旅游景点等合作伙伴,联合推出各类亲子包价产品,丰富暑期产品,提升宾客入住体验,为饭店创收,从而实现双赢。

在会奖旅游市场表现不俗的南京国际青年会议酒店,今年上半年营收和利润取得了不错的成绩,其中,客房营收共计4976万元,完成预算的121%;接待各类会议宴会营收共计2910万元,完成预算的104%。

国际青年会议酒店总经理虞伟介绍,酒店会议营收对比2019年尚有10%的差距,但下半年整体已经在接

洽的会议需求还是比较旺盛的,如运动品牌的发布会、电商企业的年度培训会、企业高质量发展大会、政府招商引资会议等。“此外,国际青年会议酒店联动河西集团旗下的物业公司、会展公司,结合周边多个网红打卡点的公园、湿地公园,设计推出适合展览客群的‘酒店产品+X’产品,吸引更多的会奖及商务休闲客户。”

主题度假酒店“一房难求”

在星级饭店保持复苏势头的同时,江苏的主题度假酒店则在这个暑期迎来爆发,不少主题度假酒店“一房难求”。8月12日晚,淮安盱眙天泉湖金陵山庄的星空露营地,上千人翘首期待一场天幕大片——英仙座流星雨的降临。天泉湖金陵山庄当晚300多间客房全部客满。

类似的场景也发生在江苏其他主题度假酒店。比如位于南通森林野生动物园内的森迪部落酒店,酒店与动物园融为一体,拥有树屋房、星空房等不同类型的主题房。游客入住酒店,白天可以观赏来自世界各地的珍稀动物,免费观看国际大马戏,晚上则可以与小动物当邻居。今年6月,该酒店全新推出了“梦幻树屋岛”,34间树屋客房每间的间夜价超过3000元,依然“一房难求”。

江苏森迪文旅集团有限公司董事长助理王飞介绍,7月以来,森迪部落酒店包含34间树屋在内的总计105间客房每天都是满房,成为当地最难预订的酒店。与此同时,南通森林野生动物园也开放了夜公园,每晚开放至10时,满足了游客的夜游需求。

同样“一房难求”的还有位于启东市圆陀角旅游度假区的恒大海上海威尼斯酒店。酒店相关负责人汤海飞介绍,酒店临海而建,每间客房都配置10平方米以上的超宽观景阳台,靠窗客房推开窗即可见到海景,



常州武进九洲喜来登酒店户外活动受欢迎 酒店 供图

同时,入住酒店还可免费至碧海银沙海滨公园游玩。汤海飞说:“暑期是酒店的客流高峰期,得天独厚的海洋资源吸引了不少游客前来度假。暑期以来,酒店581间客房一直处于满房状态。”

精心谋划用心留住客人

随着暑期进入尾声,酒店市场开始积极谋划秋季产品,抢抓“金九银十”的机遇。常州武进九洲喜来登酒店总经理张名丹坦言,今年7月至8月底,酒店整体入住率达到76%。虽然酒店暑期全新推出的9间沉浸式亲子客房在整个暑期都处于满房状态,但由于不少家庭在暑期选择了长途游,亲子家庭群体接待量与往年相比有所下降。

不过张名丹预计,9月、10月的亲子家庭群体以及整体经营情况都将迎来上涨。“一方面,9月、10月选择短途游的游客会多于暑期,另一方面,随着沪宁沿江高铁9月开通,常州武进也将迎来更多周边游客群。”对此,酒店提前谋划,准备在9月启用酒店1500平方米的大草坪推出露营产品,并针对亲子客群推出包括儿童餐、下午茶、儿童乐园等在内的组合产品。此外,酒店还将发挥“常州礼遇”品牌示范店的带头作用,向客人推广常州旅游线路,并提供相应服务。

张琪表示,金陵饭店抓住酒店餐饮优势,以美食为媒,策划推出系列美食活动,同时不断推动团队打磨产品,创新研发,让宾客们足不出南京,便能畅享江苏美食。未来,金陵饭店还将坚持以经营发展为核心,以高质量发展为导向,努力打造线上营销平台,保持市场复苏良好势头。

陇上酒店尽心服务 暑期游客乐享旅途

□ 罗赞鹏

“最近客房都订满了,登记都忙不过来了!”暑期接近尾声,但是在甘肃省各地的星级酒店里,一批又一批来办理入住的宾客仍然显示着这个假期西北游的火热。会议团队多、外地游客多,就餐人数多、客房入住率高成了现阶段酒店员工最常说的几个关键词。虽是忙碌,但众酒店严控服务质量,创新提供产品,努力为客人营造安心住宿环境。

市场火热服务不打折

进入暑期,甘肃成为外来游客消暑避暑胜地。其中,兰州7月接待游客1268.1万人次,比上年同期增长431.92%,比2019年同期增长31%。上千万游客的涌入,让兰州众酒店入住率快速提高。

“今年,在省、市一系列强有力的宣传推介下,甘肃旅游旺季较往年来得更早一些,我们酒店的入住率从5月开始持续攀升,到暑期时400多张床位,几乎每天都是客满的。”兰州皇冠假日酒店传媒部负责人郭雯说。

甘肃省农垦宾馆五一假期首次取得连续5天满房纪录,自7月2日至今连续“满房”,创下自1988年开业以来的历史新高。“连续‘满房’期间,宾馆日均住客流量接近520人次,较2022年同期翻了一番,超过2019年水平。宾馆通过优化经营策略、加大市场拓展、动态管理房价、深耕潜在市场等具体措施,经营管理效益大幅增长。”甘肃农垦宾馆有关负责人说。“最近一直满房,为了能够保证宾客及时入住,酒店工作人员凌晨5点多就上班了,一忙就是一天。”甘肃农垦宾馆客房部负责人说。

面对如此火爆的景象,接待服务跟不上可不行。为力保宾客体验和满意度,甘肃省各级行政执法部门强化执法检查,监督各个酒店做好餐饮、住宿和旅游服务。检查中,他们将酒店的服务质量、设施设备安全、客房布草卫生及食品卫生安全等环节作为重点。如甘肃省阿克塞哈萨克族自治县市场监督管理局组织执法人员,对辖区宾馆酒店等场所经营使用的洗发水、沐浴露、洗手液、牙膏等用品进行执法检查,从小处、细处着眼,给入住的游客提供一个安全放心的住宿环境。

各地酒店从提升服务品质入手,在各个环节上做好服务品质把控,力求在旅游旺季也能做到住宿质量有保障、服务质量不打折。

“品质服务一直是我们酒店立身的根本。”郭雯举例介绍了兰州皇冠假日酒店在服务方面的举措。“很多游客对酒店的床品布草有着很高的要求,我们酒店在每一件床被用品里缝制了一个芯片,入住客人只要扫描床被上印制的二维码,就可以看到这件布草单品盥洗的流程工序和时间等信息,这样他们就会用得安心。”

“今年暑期的旅游热潮,给酒店服务提出了更高的要求,带来了更大的压力。”敦煌云博国际酒店总经理张海瑛说,“酒店服务人员满负荷运转,虽然酒店在疫情期间也承受过经营的困顿,但一直不曾裁员。因为有多年经验的老员工在,才能保持高水准的服务水平。同时,我们每两个月还会开展一次服务技能培训。”

面对旅游旺季造成酒店一线服务人员短缺的情况,甘肃农垦宾馆领导班子成员以身作则,既当管理员、又当服务员,以一线普通工作人员的身份,每月到客房和营销部门工作2天,与员工同操作、同服务,有效解决人手不足等问题。

特色服务赢客人好评

“兰州黄河岸边夜色真的好美,灯火琉璃,满是人间烟火。”这是一名网友入住兰州皇冠假日酒店后在社交平台分享的点评,配图是在该酒店29楼的空中花园上拍摄的黄河夜景,画面非常好看,收到了很多网友的点赞。

“我们酒店位于兰州市城关区北滨河东路,北依风景秀丽的国家森林公园,南临九曲蜿蜒的黄河之滨,毗邻甘肃大剧院、甘肃国际会展中心、马拉松主题公园。酒店的空中花园给游客提供了一处俯瞰兰州夜色的打卡点。”郭雯说,节假日里,酒店还会在空中花园举办特色主题活动,融合文化品鉴、美食享受、音乐秀等元素,让入住的客人在这里体验不一样的兰州夜生活。

“以前酒店早餐多为自助餐,今年我们进行了调整,早餐增加了现做的各类面食,尤其是厨师会在餐厅现



兰州皇冠假日酒店特色餐厅常常客满 酒店 供图

场制作敦煌特色臊子面,让客人在进餐的同时还能欣赏到地域美食烹饪制作的全过程,了解当地的饮食文化。”张海瑛说。

“我们酒店还推出自助小火锅,很多食材是甘肃本地的特产。小火锅的推出不仅受到住店客人的喜爱,还吸引了周边市民前来品尝,拓宽了酒店的餐饮营收路径。”郭雯说,酒店还联动周边景区开展夜游黄河、户外烧烤等特色活动,礼宾部会给前来询问的游客详细介绍当地特色游玩项目和路线,酒店的接待大厅还设置了文创产品展示售卖的窗口,黄河石系列文创产品是主推产品。

甘肃农垦宾馆也通过“微动作”“精举措”拓新提质,高考中考期间为考生精心准备了“静音房”和营养套餐,入夏以来设置服务岗讲解兰州出游“打卡点”,并免费提供行李寄存、避雨避暑、大厅小憩、免费饮水等服务,得到宾客们“点赞”。

布局未来力争创佳绩

面对即将到来的中秋国庆节市场,甘肃酒店业者预计,热度将持续升温。为此,省内各酒店宾馆抢抓机遇、借势复苏、乘势发展。

“今年市场表现已经超过了我们

投资酒店还会是笔好生意吗?有业者认为,随着旅游市场的复苏,不少酒旅企业的上半年业绩得到提升,酒店投资大有可为。也有业者表示,酒店市场竞争愈发激烈,经济大环境也充满挑战,投资回报率难达预期。如果不想出局,就得发挥资产的最大价值。那么,对于入局者来说,这条路究竟该怎么走?日前,锦江国际集团旗下的部分酒店管理方、酒店加盟业主对此进行了探讨。

一问:投资人有哪些新想法

“在新的市场环境下,酒店业还是值得投资的。尽管3年疫情给酒店带来了很大的考验,但大家都支撑过来了。只是接下来的投资选择会更加谨慎,关注点主要在区位、品牌还有运营情况。”锦江酒店(中国区)投资人代表马永红的一席话道出了不少酒店投资人的心声。

过去3年,酒店业受挫不小,当前市场复苏后,不少酒店业主有了重启发展的需求,也嗅到了更多的商机,但其投资行为也更趋于理性了。

“如今,消费者对性价比非常看重,而这也影响了投资人的行为,他们在选择投资标的时,就会对品牌、平台是否具有用技术手段实现降本增效的能力进行考量,这其实是对酒店提出了更高要求。”德勤中国德

量物业和下沉市场。对于下沉市场的物业考虑,还是要选好品牌。下沉市场确实有很多机会,但并不是所有品牌都适合下沉到四五线城市,要从商业模式综合考虑,同时还要控制好规模数量。”常开创说。

针对高端酒店板块,锦江国际酒店管理有限公司首席执行官唐鸣表示,现在存量资产很多,老酒店的翻新是一个大的课题,不能是单纯翻新,应该做到4个R,即Reposition(重新定位)、Renovation(翻新)、Rebranding(品牌再造)和Reborn(再生),最终让酒店品牌焕发新生。“存量资产改造是有很多内容可以做的,我们目前正在更新和制定改造方案。”

常开创提醒,在品牌做减法的过程中,要注意品牌个性化和标准化的平衡,标准化是品牌发展壮大基本条件,而个性化则是要关注当地的投资人和客群的需求。“其实,锦江全球采购平台的建立与改良,是做强供应链的过程,也是为了让个性化与标准化品牌更好落地,让整个流程更透明更开放,实现资源的优化配置,最终提升酒店的品牌价值。”

三问:怎样适应新的消费变化

酒店投资人除了要关注酒店自身的物业改造和供应链优化,更要

酒店管理多方人士齐聚——

共同关注酒店投资三问

□ 本报记者 唐伯依

勤研究合伙人陈岚分析。

锦江国际酒店管理有限公司项目业主代表朱培樑介绍,对已持有酒店的更新改造是未来计划投资的方向。“这主要出于两方面考虑,一是全服务酒店、高端酒店交易有难度,二是今年上半年与各省市的城投公司进行了接洽,其持有的大量酒店资产,正计划进行更新与提升。未来还是有很大市场的。”

在不少业者看来,想要把酒店品牌做好,把运营做好,其中重要的一点就是要找到品牌方和投资人的平衡点。“一定要明确酒店达标的定义,轻改、中改的标准是什么,怎样做到以客户体验为核心等。酒店的一切努力是为了让更多客人愿意过来住,而不是单一地追求品牌标准的高低和加盟商的收益,生意的本质是利他。”锦江酒店(中国区)首席执行官常开创提醒。

二问:如何向存量市场要发展

除了积极应对投资人的需求,酒店集团也在思考如何在新周期的市场竞争下更好发展,不断强调向存量市场要发展、要效益。

陈岚观察到,如今,酒店行业的竞争在不断加剧,存量时代,酒店集团纷纷进军下沉市场,而经济型酒店也在通过多业态的拓展向上抢占中端酒店的发展空间。“将来的趋势是增量的减少、存量的升级,而存量升级需要技术的驱动。”

“今年以来,锦江酒店(中国区)从高速发展迈向高质量发展,更加注重产品品质和运营体系的构建,其中存量物业的升级改造是重中之重,尤其是如何用更优的技术、更低的资金进行升级改造。”常开创介绍,一种是原有酒店物业,要考虑是否要转换品牌进而达到更高溢价,另一种是存量物业如何改造成酒店,在技术、品牌、供应链的创新方面,让供应商、投资人、品牌方做到有效沟通,从而达成一致意见。

解决存量物业也要对在地城市的实际情况进行考虑。“围绕高质量发展,进行品牌结构的调整,匹配存

专注于消费群体的需求变化。

有业者经过观察发现,如今,有不少95后、00后等消费群体涌入酒店,成为一些房价并不低的网红酒店入住主力。”甚至有不少年轻人在旅游城市的商圈提着箱子边走边逛,累了就在附近的酒店住下。

“这是非常值得酒店管理者和投资人关注的现象。年轻人注重多元化与个性化,追求潮流体验,对于他们来说,住个性化的品牌酒店,目的主要是为了拍照打卡,并及时在社交媒体上‘炫耀’,娱乐性更强。”在常开创看来,这类酒店确实有市场,轻改、中改的标准是什么,怎样做到以客户体验为核心等。酒店的一切努力是为了让更多客人愿意过来住,而不是单一地追求品牌标准的高低和加盟商的收益,生意的本质是利他。”锦江酒店(中国区)首席执行官常开创提醒。

“对于想入局高端酒店市场的投资人来说,想要‘上心’年轻人,重要的是如何更好地彰显品牌个性。从锦江品牌第一家锦江饭店开业到现在,已经有70多年的历史。我们在老品牌焕新的过程中,注重融合新的时尚和创新元素,同时,尝试把现代生活方式融入有着上百年历史的传奇建筑,这都能够引起年轻人的兴趣。”唐鸣说。

近几年,朱培樑对年轻一代的消费群体进行了不少研究。他发现,虽然走年轻化道路可以帮助酒店迅速吸量、吸粉,但不能因此提高酒店房间的租金,甚至房价还出现了下行趋势。“这其实是比较矛盾的点。对于年轻群体而言,他们的消费是去品牌化的,对于奢侈品牌没有太大奢望,但对于喜欢的内容或主题则会‘心甘情愿’地投入。如果酒店投资人能够精准地找到年轻群体的兴趣点,那么等将来他们具有强大的消费能力时一定是愿意买单的。”

在这次讨论中,记者发现,大部分投资人都将落点放在了酒店的高质量发展。“要花大力气提高产品质量,构建运营体系,提升项目的盈利能力,同时,关注消费者的需求变化,如此,才能让多方共赢,让酒店获得更大的价值。”一位投资人总结道。



图虫创意 供图