

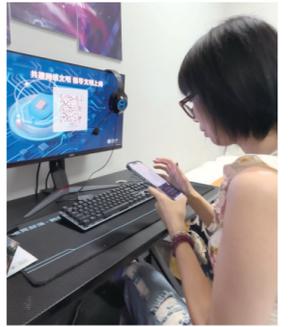
新规来了 电竞酒店步入发展新环境



锦囊泛娱酒店公共区域 酒店供图



创电竞酒店客房 酒店供图



在客房进行二次身份认证 子杨摄

专业电竞酒店和非专业电竞酒店的电竞房区域不得允许未成年人进入。前不久,文化和旅游部、公安部联合印发《关于加强电竞酒店管理中未成年人保护工作的通知》(以下简称《通知》),对日益引发社会关注的电竞酒店未成年人保护工作提出了规范要求。

几年间,电竞酒店经历了从野蛮生长到规范成长的过程。《通知》的发布,为电竞酒店的发展提供了强有力的规范引导。《通知》印发后,电竞酒店的执行情况如何,是否真正将未成年人“拒之门外”?要实现行业的规范发展,电竞酒店还有哪些地方需要突破?记者对此进行了走访。

未成年人还能进入电竞酒店吗?

□ 本报首席记者 王玮 记者 唐伯依

“严格落实设置禁入标志、履行告知义务、落实‘五必须’、实施网络安全技术措施、图像采集技术措施、建立日常巡查制度等防范未成年人进入电竞房的系列监管制度。”“通过电子商务平台等开展客房预订的,应当以显著方式提示消费者电竞房区域不接待未成年人。”……《通知》下发后,多位连锁电竞酒店的管理者告诉记者,他们第一时间逐字逐句研读通知内容,划重点、制定对应方案、向门店下达执行任务。如今,《通知》发布已近一个月,这些电竞酒店的执行情况究竟怎么样?非连锁的单体酒店是否落实到位?

平台预订、电话咨询、办理入住、网端身份核查、事中监管……禁止未成年人进入专业电竞酒店和非专业电竞酒店的电竞房区域,“设卡”的环节有很多,每一关《通知》都有明确的规定,但记者在走访中发现,部分环节执行情况并不乐观。

“入住必读:该房型不允许携带儿童入住。”上周末,记者在OTA平台上预订了北京环球度假区附近的一家电竞酒店,这家酒店是记者在今年3月下旬探访过的,在提交订单时,平台系统弹出了这样的提示,这是上次预订时没有的。记者搜索发现,在携程、美团等OTA平台上,绝大部分电竞酒店在入住必读里都有类似不接待未成年人的提示。那么,未成年人就真的进不了电竞酒店吗?记者发现并非如此。

入住前,记者电话咨询该电竞酒店

“现在这类酒店对防止未成年人入住似乎管得很严。”上周六约朋友到南京新街口区域的一家电竞酒店“开黑”的南京市民刘先生注意到,在酒店的前台新增了“未成年人严禁入内”的提示牌,房间电脑桌面也有相关警示语的展示。不仅如此,前台还提前告知他,酒店每天会有针对未成年人禁入的查房工作,核对入住人员。

“我们每周检查网络审计与图像采集设备是否正常运行。”“我们加强了总部监察、暗访机制。”“我们每间电竞房的床位均未超过6张,计算机数量和入住人员不会超过床位数。”“我们制定了信息网络安全管理制度和应急处置预案。”……当记者向上述几位连锁电竞酒店的管理者了解《通

近段时间,也有人问:“《通知》的下发对行业具有较强的约束力,是否会对投资热情有影响?”

“当然不会。相反,《通知》的出台给市场释放了积极的信号,因为越规范、越有序的市场,发展才能越长远。”张建爵告诉记者,“我们明显感觉到,在看到这个行业有了政策性的依据后,投资人对于电竞酒店项目的信心更充足了。发展初期,电竞酒店的业态属性一直没有明确,也没有相关的行业标准提供给投资人做参考,基本上各地都处在‘摸着石头过河’的状态。《通知》的发布,明确将电竞酒店归属为向消费者提供电子竞技娱乐服务的

个别环节有偏差

的工作人员:“如果有成人陪同,5岁的孩子可以入住电竞房吗?”得到的答复是:“可以。”该工作人员称,如果孩子是由监护人陪同入住,出示身份证即可。如果监护人不在场,只要把户口本拍照发来,再配上一条同意孩子入住电竞房的语音就可以。

到了入住当天,记者再次以类似问题询问前台,得到了基本一致的答复。记者注意到,从推门进入酒店直至经过走廊来到客房,一路上都没有看到任何“未成年人禁入”的标识,而这是一家专业电竞酒店。按照《通知》要求,这类电竞酒店不仅要在显著位置悬挂未成年人禁入标志,经营者还应当在消费者入住等环节明确告知不接待未成年

人。显然,这家电竞酒店没有达到《通知》要求。

好在在电脑登录识别系统这一环节,住客需要通过手机扫描二维码再次进行身份认证,这被称为防止未成年人“入内”的第二道防线。但也有业者表示,仅凭这一环节,是防不住沉迷游戏的未成年人的。

这家电竞酒店是个例吗?记者又前住向了位于中国传媒大学附近的一家专业电竞酒店,了解到的情况和上一家基本没有区别。还有另外一家在清华大学附属垂杨柳医院旁的非专业电竞酒店工作人员也向记者表示,只要有家长陪同,未成年人是可以进入电竞房区域的。

落地执行靠细节

知具体执行措施时,他们不约而同给出了非常细致的答复,并且都注意到了与征集意见稿相比,《通知》中新增的内容。

“这项工作的落地执行主要看细节。”锦囊泛娱酒店创始人罗结晶说。在网鱼电竞酒店全国开发负责人张建爵看来,管理是最核心的,这直接关系到门店店长的整体落实度,因此层层培训是不可缺少的环节。郭利娜向记者坦言,对于连锁品牌来说,门店越多,监管的难度越大,在日常质检和巡检以及每日例会中加入相关的报告以及检查结果,同时提前准备预案是比

较有效的方法。

几位管理者告诉记者,他们已将此项工作的执行和相关工作人员的绩效考核相挂钩,有明确的执行机制,一旦发现违规行为将严肃处理。

此外,目前各地电竞酒店对《通知》的执行程度也不太一样。有业者表示,这类住宿业态在各地发展本来就不均衡,现在《通知》刚出台也需要一段落地执行的时间,包括一些电竞酒店可能需要通过迭代一批产品来更好地实施新规。

《通知》中明确了地方各级文化和旅游行政部门、公安机关协同监管机

意义不止于“管”

新型住宿业态,与普通酒店的核心区别就在于更加严格地做好未成年人的保护,这就让投资人有了更明确的方向,自然投资热情就会更高。”

采访中,记者注意到,不少业者不仅读懂了《通知》坚持包容审慎的原则,也看到了其背后的行业助推力。

“电竞酒店消费水平较高,未成年人本来就不是电竞酒店的目标用户。如今根据《通知》的相关规定,在业务上、定位上,我们会进一步明确自己品牌的发展方向,满18周岁的年轻人人才

是我们真正的目标客群。由此,我们可以制定相应的有趣新潮的服务、符合品牌定位的价格策略和营销策略,实现更有品质的服务。”罗结晶说。

在创电竞酒店集团创始人谭骥看来,《通知》在保护未成年人的同时,也在推动电竞酒店为客人创造一个安全、健康的网络和住宿环境。“电竞酒店想在合法、合规的前提下实现更好的发展,就必须不断升级产品。不仅是基础设施、电竞设备、个性化服务的升级,还要引入更多元的生活方式内容,丰富产

品形态,将电竞酒店打造为新型的社交娱乐目的地。我们全新设计的3.0产品也将在今年9月正式对外发布。”

“任何新业态的发展都需要一个过程。”李彬说,电竞酒店市场面向的是年轻人,是对电子竞技游戏有热爱,甚至是致力于参与此类体育运动发展的群体。相对来讲,这部分人群对产品的黏性,以及群体之间的互动是很强的,他们对产品的规范性有较高的要求。“电竞酒店这些年发展,受到的质疑和挑战比较多。《通知》的出现,实际上是对电竞酒店进行了很好的界定,对其发展的规范和推动作用将会很明显。”

以品牌化增强产业竞争力。电竞酒店在经历了初期的野蛮生长阶段后,在《通知》的指引下,将进入重新“洗牌”、品牌化发展的新阶段。当前电竞酒店的连锁化率不到3%,迫切需要以标准和品牌为引领,提升行业发展的规范化水平。打造自有IP是电竞酒店品牌企业的必然选择之一。与此同时,市场也发展起来电竞、格林电

□ 吴丽云

争力。

以规范化夯实产业发展基础。电竞酒店在过去6年的发展,处于边界模糊状态,对于电竞酒店属于网吧还是酒店类的讨论一直未断,业态不明在产业发展之初或许无碍于企业发展,但随着行业规模的不断扩大,这个问题的负面效应也在不断放大。《通知》明确了电竞酒店的酒店属性和证照要求,明确了电竞酒店服务对象是成年人,明确了电竞酒店清晰的行业边界和消费群体,将无序发展的业态引入规范发展的路径,有助于电竞酒店业的健康发展。

以标准化提升产业运营水平。有了清晰的产业边界,电竞酒店的发展亟须步入以标准化提升产业运营水平

健康有序 引领电竞酒店规范化发展

2017年,我国首家电竞酒店出现,经过6年时间,电竞酒店已步入发展的快车道。数据显示,到2023年2月,全国电竞酒店门店数突破2万家,但在快速发展中也面临着业态属性不清晰,未成年人权益保护不足,监管主体不明确等问题,成为制约电竞酒店可持续发展的关键因素。此次文化和旅游部、公安部联合印发的《关于加强电竞酒店管理中未成年人保护工作的通知》,在充分调查的基础上,针对电竞酒店发展中的核心制约问题,给出了明确的业态界定和发展指引,对于营造我国电竞酒店健康、可持续发展的产业环境具有重要意义。

未来,电竞酒店可重点考虑从4个方面规范发展,提升行业的整体竞

市场观察

经营电竞酒店没有想象中容易

□ 本报首席记者 王玮 记者 唐伯依

投资电竞酒店赚钱吗?中国互联网上网服务行业协会日前发布最新数据显示,今年7月,全国电竞酒店门店数量突破2.1万家,入住率突破68.4%,入住房间突破2400万。“这几年电竞酒店发展得非常快,和传统的酒店项目相比,同样的物业,同样的基础条件,电竞酒店在盈利能力和财务指标上都有优势。”北京第二外国语学院旅游科学学院教授李彬评价道。但也有投资人感叹,随着入局者越来越多,这片蓝海开始转向红海,“投资100万元开个电竞酒店,1年半就能回本”的案例已经不多见了。眼下电竞酒店的市场环境究竟怎么样?

入住率高位保持背后

哪怕平日也可能出现满房是记者在今年春季探访电竞酒店时最大的感受。但到了暑期,很多在校大学生、年轻上班族选择外出旅行了,电竞酒店的生意还能那么好吗?

对于这个问题,记者从几家连锁电竞酒店的管理者那里得到了相似的答案:暑期也是电竞酒店的旺季,旗下门店在7—8月表现均不错,有一部分门店月出租率达到了100%、大部分保持在90%左右。

“旅游和玩电竞根本不冲突。”记者在上周末探访北京环球度假区附近一家电竞酒店时,遇到了两位从郑州来北京旅游的大学生,其中一位大学生小李告诉记者,他们预订时发现,这个区域电竞酒店和普通中高端酒店的价格就相差几十元。“虽然环境肯定还是普通酒店好,但我们依然选能玩游戏的电竞酒店。”

那么,在当下高入住率的背后,电竞酒店的客群跟过去3年相比,是否有明显变化?“几乎没有,还是以本地年轻的电竞爱好者为主。当然,热门旅游城市的门店在暑期游客会占20%—40%。”锦囊泛娱酒店创始人罗结晶说。这段时间,罗结晶正在对客群进行画像,他发现,客群的需求主要集中在住宿、电竞、社交3个关键词。除了游客外,大部分电竞酒店客人的到店停留时间非常长。因此,在这一类客群眼中,比较人性化的服务之一,就是酒店推出的“住足24小时”服务。

“其实,相较于去网咖的客群,电竞酒店的客人对住和玩的品质要求更高。”网鱼电竞酒店全国开发负责人张建爵告诉记者,现在入住他们酒店的主要客群是22岁到26岁的年轻人,比去网咖的客群年龄4岁左右。他们除了看重电脑配置外,对能否睡得舒服也很在意。

“尽管电竞是这类酒店的核心内容,但围绕体验内容拓展更多服务空间一定是个趋势。”李彬说。

回报期变长未必不好

当消费者开始把更多的关注点放到品质体验上,低成本打造的电竞房,竞争力将大不如前。在与记者谈到电竞酒店的投资回报率时,几位业者都有这样的感受,随着电竞酒店的规模越来越大,这个市场已经从蓝海走向红海,整个行业也正在经历从混沌到有序的过程。

“相关数据显示,今年上半年全国新增了2700家电竞酒店,其中有很大一部分是专业的高品质酒店。”在张建爵看来,除非在主要城市的个别核心商圈,从选址到定价再到运营,每个环节都做得非常好,否则电竞酒店想要1年半就回本很难实现。这其中的关键原因,除了竞争加剧外,为了更好地品质输出,增加投入也是一个方面。

记者了解到,目前,一家连锁中端

电竞酒店的客房造价在8万元/间左右,电脑设备的成本大概占25%,其他基本上就是酒店正常客房的软、硬装费用。

张建爵坦言:“以前,投资100万元,房间里放几台电脑,连个网线,放几张床,只要平均房价保持在200元、入住率达到70%,电竞酒店回本速度就会很快。但现在不一样了,随着市场对于这类酒店的产品、服务、运营、管理的要求越来越高,不仅投资成本上去了,这些略低端的产品也面临着改造升级的挑战。但是从整个市场环境来看,这未必是坏事。”

“如果大家都拿服务品质做竞争的‘筹码’,这个市场会越来越不好。”电竞酒店总经理郭利娜对此颇有感触。她发现,电竞酒店投资回报率不高的关键因素,一部分来自前期的固定成本和所选区位的引流功能,另一部分就来自于服务品质。“今年8月初,我们的南京总统府旗舰店刚开业,平均房价就达到了700元,高于周边同类酒店,入住率和OTA上的点评分也保持高位水平。根据业主测算,基本上两年之内就可以回本了。这就是一个不拿低价在市场‘卷’也能有好收益的案例。”

比经营普通酒店更难

在上周末的探访中,记者在北京一家中高端电竞酒店的入住登记区域看到了这样一个场景:前台正在给酒店另一位工作人员染发。这在传统酒店几乎是太不可能发生的。被定义为新型住宿业态的电竞酒店,如何更加符合行业规范,值得深思。

谈起这几年经营电竞酒店的心得,郭利娜提到一句话:“服务于电竞,专注于酒店。”在她看来,当经营者不再把电竞酒店单纯当作带床的网咖来打理,把更多的心思放在常规酒店服务上,客人会有更好的反馈。“比如,客用一次性拖鞋,品质好的和品质差的进价相差好几倍,但哪怕是客人‘踩在脚下’的物品,也值得挑选更舒适的。”也许就是因为这一点用心,我们的品牌会被客人记住。”郭利娜举例道。

哪怕电竞酒店的客人黏性很高,在越来越激烈的竞争中也是“不进则退”。有一部分业者已经在设法做私域流量。

“相比传统酒店的运营人员,我们新增了一个职位,是专门策划、组织社群活动的,与会员有更好的互动。”罗结晶介绍,他们刚对整个会员制度做了完善,在会员权益上做了调整,也更新了大量产品,提高会员的福利。

此外,定期举办相关赛事,也是电竞酒店客群的黏合剂。电竞更是把赛事从线下搬到线上,奖品大多是门店的体验券。在郭利娜看来,这对拉新有更大的帮助。此外,他们正通过线上直播,预售十一假期过后的产品,为的是不让长假过后的销售遇冷。

在张建爵看来,运营电竞酒店要比经营传统酒店难。比如,目前电竞酒店的客房数量一般在25间左右,因此不可能像拥有百十来间客房的传统酒店那样,在多个预订渠道中做批量房态管理。对于电竞酒店来说,每一间房的收益管理都很重要。在经营方面,电竞酒店对管理人才要求也比较高,比如,店长必须懂酒店,也懂电竞,才能把酒店管好、服务好。

“怎样做小房量酒店的合理运营和收益管理?如何让门店把卫生做好,把体验变好,让服务更有序?值得每一位电竞酒店的管理者思考,而酒店真正的价值也藏在这些地方。”张建爵如是说。