

宠她

让她心生欢喜 向美而行

□ 本报首席记者 王玮 记者 唐伯依

美丽的她,是引领潮流的都市丽人,也是面面俱到的家庭主力。如今,充满自信的她越来越愿意在旅途中展现自我、向美而行,期待在特色有趣的旅游体验中放松自我。行程中,酒店是她眼中的目的地、体验地,不同年龄、不同身份的她对酒店也有着不同期待。

“三八”国际妇女节来临之际,记者采访了Z世代、职业女性、“宝妈”“新老年”等处于不同年龄和扮演不同角色的女性消费者,听她们诉说对酒店的不同期待。与此同时,记者还找到多位酒店业者,请他们从多个视角探讨如何宠她、爱她、呵护她,满足她多样的新期待。

客人说——想要更自在的体验

“我希望酒店是有趣的、能让人放松的”“有品质的服务和有特色的体验是酒店的加分项”“酒店如果能让她开心了,我们全家就都满意了”……究竟什么样的酒店才能打动她,让我们听她说

朝气蓬勃的她:

在00后女孩依萌看来,选酒店第一要安全。“这是爸妈最担心的事,我每次外出入住酒店的第一件事情就是把位置和环境报备给他们。此外,酒店卫生条件要好,床品要足够舒适,客房要配备有品牌的洗护用品、吹风机,以及品质较好的咖啡、茶包。客房设施的新旧程度、智能家居的便捷程度、客房外的景观我也比较在意。味道也很重要,比如大堂香芬的味道是否好闻体现着酒店的品位。”

依萌告诉记者,她还很喜欢有沉浸式剧本杀项目的酒店。“我和闺蜜去过一家成都的酒店,那里的装修风格很复古,大家华丽换装后沉浸感更强了,用餐还原了当时的贵族用餐,实景搜证很有趣。我们边盘线索边做水疗,惬意得很,还拍了不少美美的照片,两天一晚过得很快。虽然是出门旅行,但也希望所住的酒店本身能有接地气又好玩的项目。”

“去一个‘种草’已久的城市,选一个位置好的酒店,点一堆特色美食,放开吃、刷刷剧,然后舒舒服服地睡一晚,享受短暂的自由,还不用考虑‘收拾残局’。”和依萌相似,这是正在读大学的小吕住酒店的状态。在她看来,相比于吵吵闹闹的宿舍,到酒店住一晚会让她放松很多。“我一般会选连锁品牌的酒店,这样安全、卫生和服务都能够得到保障。”

工作忙碌的她:

“旅游时拿了很多行李,酒店门口是否有服务人员主动帮忙?办理入住时,排队等候是否有人协调?这些会影响我对酒店的第一印象。”来自黑龙江的纬芳说。因为经常出差,她被同事称为“空中飞人”,也正因总是奔波在外,她比较重视酒店的舒适度。

在纬芳看来,品质高不高在于酒店对细节的处理,比如房间床品的舒适和整洁度等。女性对温度比较敏感,如果冬天去南方的酒店,客房空调提前打开,以及酒店热水器出热水速度快,会让她对酒店好感倍增。

纬芳在挑选酒店时会关注是否有洗衣烘干服务。“女性出行带的衣服比较多,衣物如果能快速洗好并烘干会比较方便。”

“酒店能打动我的首先是视觉和设计。评价一家酒店的品质不在于设施设备的高端,而是其是否有能吸引人的点。”在北京工作的邓香告诉记者。80后的她很懂生活,哪怕出差也要挑自己喜欢的酒店。

让邓香至今念念不忘的有两家设计感很强的酒店,一家是位于云南弥勒的酒店,另一家是位于贵州贵阳的酒店。“第一家酒店让人眼前一亮,城堡般的后现代红砖建筑很有设计感,酒店周边有艺术馆、博物馆,非常出片;第二家酒店在青岩古镇旁,活动非常丰富,有工作人员带着到古镇骑行、做手工,晚上可以夜游,酒店还有24小时餐饮供应。有时结束工作后,我会在当地多留一天,这种不用花心思做旅游攻略的酒店很打动我。”

带娃旅行的她:

“带娃出游时选酒店第一是安全,第二是卫生,所以我一般会选中高端酒店,这样至少住宿体验是有保障的。”来自山西的张晓,女儿两岁半了,张晓分享道,酒店能够满足孩子的需求是她选择的关键。“比如,是否有适合孩子的小型游乐场、儿童泳池,是否赠送小朋友洗漱用品、拖鞋等。如果酒店没有准备这些,女儿会问我‘妈妈,为什么没有我可以用的’。”

此外,酒店是否有丰富的活动也是张晓比较看重的。“尤其是文化类、手工类的活动,平时我还会专门带孩子去上这类课程,所以酒店有这些活动会对我比较有吸引力。”张晓说。

来自山东的“宝妈”曹晓婷告诉记者,在硬件设施方面,如果酒店在景区设置第三卫生间,会对亲子家庭比较友好。“儿子还小的时候去洗手间需要被照顾,如果有第三卫生间可以避免很多尴尬。”

曹晓婷还比较重视孩子对自然的探索与亲近。她告诉记者,在儿子上小学时每年暑假都会带他去北京房山的一家酒店。“酒店有树屋,可以喂养小动物。我们还会到酒店旁的树林漫步,让儿子特别津津乐道的是他能采到手掌那么大的蘑菇。”曹晓婷说,“等儿子再大一点,会带他到更多地方旅游,想让他有丰富的文体验。因此我会关注酒店是否有在地文化。”

银发优雅的她:

“我比较期待温馨舒适的酒店环境,比如带有香氛的无烟空间,几盆生长旺盛的植物,几张问候的卡片和纪念明信片,热情主动的工作人员,都是加分项。”来自河北的黄萍是60后,在已退休步入“有钱有闲”阶段的她看来,在自己不熟悉的城市,如果住到把关怀做到位的酒店会感到非常亲切。

黄萍告诉记者,在室外泳池上岸后及时递上温热的毛巾,工作人员主动帮忙排队购买当地特产,在办理入住时前厅赠送的小点心……这些都是酒店能打动她的点。

“现在的酒店越来越智能,但有些设施却感觉使用起来不够方便,比如开关灯总是需要调整半天。另外,女性的方向感通常不是很强,有的酒店很大,稍不留神就会多走很多冤枉路,希望酒店的指引和标识能够更加明确。”黄萍说。

“最能打动我的酒店是场景精致优雅、设计典雅有格调、带有文艺气息的,希望能在酒店体验到身心放松的活动,比如艺术品鉴赏、品茶、冥想以及感受在地生活方式的活动。”同样是60后的天津游客王青说。

王青发现,如今不少酒店会在前台摆放城市的景点地图供住客参考,但大多介绍内容比较简单。“有时离开后才发现酒店附近就有一些有意思的地方,没去成会感到遗憾。我们希望酒店可以推荐一些特色线路,包含酒店周边的景点,或者直接推出相关联的优惠套餐。”

业者说——用懂她的方式爱她

在业者的眼中,现在的女性消费者已经不一样了,更加自信,也更愿意从悦己的角度出发,为美好的事物买单。如何让业者懂得宠自己的她心生欢喜,业者有着各自的小妙招

他分享:帮她展现更好的自己

“现在,能很明显感觉到,即便是家庭出游,女性消费者也不再扮演陪伴的角色,而是更多地以她为中心。”浙江上东文旅有限公司总经理徐恒勇经营了十多年度假酒店,女性消费者的这一点转变让他感触颇深。

“此外,国风国潮正盛,消费者更愿意跟中国文化亲近,在这一过程中展现女性之美。她们还想学习跟文化相关的技能,比如参加一些手工活动,学习非遗技艺等。这也让她们在旅途中感到收获的乐趣。”徐恒勇说,酒店想要宠她们,就要设法帮助她们在放松的状态下,更好地展现自己。

当然,不同年龄段的女性消费者需求也大不相同,但这并不等于酒店就不能一并照顾到。“比如,在

绍兴的东山大观酒店单演出就有不同场次,年纪相对偏大的女性观众对越剧比较感兴趣,晚间的小众乐队表演则是年轻女性喜欢的。酒店茶室推出的茶道、香道更受年长的消费者喜欢,年轻女性则青睐带有时尚范的下午茶。这家酒店连小船都准备了两艘,一艘是传统造型的,另外一艘是简约造型的,不同年龄段的女性,可以选择不同款式的汉服‘泛舟水上’,也可以身着现代时装,拍出网红时尚‘大片’。”徐恒勇举例道。

如何才能让女性消费者在酒店驻足的时间更长?徐恒勇认为,酒店需要做好两个维度的事情,一是从照顾好自己的家人的角度出发去设计产品,看到家庭成员在酒店各得其乐,女性自然就愿意留下来享受

她的休闲时光;二是从酒店产品的丰富度出发,让女性在酒店获得更多的乐趣,有条件的酒店也可以尝试打破固有的空间,在适合户外活动的季节设计更多与自然相连接的产品,让女性的度假时光更加舒缓。

春天樱花树下品下午茶,夏天参加荷花节、秋天一起去登山、冬天在屋里开一场诗词大会……四季活动各不同会让女性心生期待,感受到酒店涓涓细流般的关照,心中常有回味和念想。

“如果这家酒店有很强的审美力,如果这家酒店的定制香氛十分清新怡人,如果这家酒店有拿手好菜且绿色健康,如果这家酒店的服务非常细致还有女性喜欢的体验项目……她们自然会常来常往。”徐恒勇说。

她分享:从女性视角宠她

“在度假公寓事业部,后端职能部门女性管理者占比达到了47%,酒店一线管理岗中,我们优秀的女性员工占比约34%。”在谈酒店如何更“宠她”这个话题时,锦江酒店(中国区)副总裁、度假公寓事业部负责人贺恒首先跟记者分享了这一数据。而这正是很多文旅酒店品牌被女性客人喜爱的原因之一。

在贺恒看来,女性在职场中更加注重细节和实施的过程,她们善于多任务处理和规划,并能有效地管理时间和资源。“最关键的是,女性管理者、设计师和服务者更懂女性消费者的需求。”

走进锦江酒店(中国区)旗下大多数度假酒店的客房,敏感的女性客人会马上注意到门厅处的行李架,容量足可以放下她们“把所有行头都装

进去”的大行李箱。当LED化妆镜、首饰盒、品牌吹风机、内衣专用洗衣液、旅行化妆包等看似细碎的物品被她们逐一发现时,对酒店的美好印象已经生成。“这些多数是我们以女性为主的团队共同设计的。”贺恒告诉记者,其中有不少想法是她们团队以女性消费者视角代入从而总结出来的。

相较于背着双肩包就能出趟远门的男性消费者来说,女性对酒店的生活化场景要求更高,无论是度假还是差旅,她们对客房服务的细节都非常在意,喜欢那份被照顾的感觉。“想要宠她,就要知道女性的核心需求是什么。”贺恒说。

除了让美的场景无处不在,舒缓女性客人的情绪是越来越多酒店尝试的事情。比如,在上海静安颐阁酒店可以通过颂钵音疗放松身心,在这家酒店的焕颜舒压房可以体验美肤和助眠两项功能。

“只做到这些还不够。”贺恒提醒,不要忽视安全和私密感也是所有女性入住酒店的核心需求。这其中,除了人身安全、食品安全,也包括信息安全等。另外,在公共空间设置女性专属区域或提供专属服务,正在被越来越多消费者所看重。

在贺恒看来,女性度假更注重个性化与品质,女性是撑起文旅消费的主力军,当酒店让女性消费者更舒适、更自由、更放松、更享受,那么,就能让她们有被宠爱的感觉。酒店也成为女性消费者的身心充电站。同时,酒店的女性管理者,若能把自己当成花木兰,就会有更大的创造力,收获属于自己的成就感。

● 实践经验

用精细化服务打动她

内有灵动生辉的雅致园林、兰花朵朵,外有沙面的欧式建筑、复古街道,去玉堂春暖餐厅品尝刚出锅的干蒸烧卖和虾饺,从窗口望出去就是一幅万国建筑博览图……有着闪耀过往和承载着满满情怀的白天鹅宾馆静静地伫立在珠江江畔,以其经久不衰的魅力吸引着人们入住打卡。

白天鹅宾馆的吸引力不仅在于被大众津津乐道的“老广情怀”,更在于其精细化服务。“特别是女性客人,她们对服务品质和服务细节更为在意,能够提供有情绪价值的产品和服务才能俘获她们的芳心。”白天鹅宾馆党委书记、执行董事黄芳说。

比如,在白天鹅宾馆升级的母婴室,给处于哺乳期的女性客人更完善的服务,确保其安全性和隐私性。再比如,在餐饮方面,考虑到女性希望多品尝少浪费的需求,提供

“半例菜”;在夏天用荔枝制成的甜品类荔枝冻充分考虑了女性的口味;对女性客人喜爱的榄仁萨其马进行减糖设计等。

黄芳发现,如今,随着女性对自我认知的变化,她们的消费动机也有所改变,新时代女性的社会角色是多维度的,对酒店的期待也更高。除了常规服务,她们更希望在酒店过得精彩,比如良好的运动康养体验,以及有格调的文化、艺术、非遗等体验。

为此,白天鹅宾馆与广东省立中山图书馆联合推出压花手作课程,5月计划与即将开业的大湾区艺术中心进行跨界联动,满足女性对美的追求。

“接下来,我们会继续拥抱‘她经济’,为‘她消费’创造良好环境,为女性打造更精致的消费空间。”黄芳说。

用最时尚色彩吸引她

“北京华尔道夫酒店的吸引力在哪儿?”

“酒店公共空间犹如艺术馆,可以拍出‘大片’的那种”“主题下午茶挺特别的,红丝绒蛋糕值得推荐”“酒店定制的香氛非常好闻,心一下就静下来了”“‘浪漫满屋’主题套房很适合过重要纪念日的时候去住,花艺陈列从客厅到卧室层层递进好似被‘繁花’包围”……

同样的问题,记者在对几位住过这家酒店的女性消费者采访中,得到了不同的答案。每个人因年龄、兴趣、阅历不同,视角也不一样。想要宠如此个性的她们,只做到面面俱到是不够的。

北京华尔道夫酒店总经理杨婷婷说:“身为女性,我就很感性。与大多数女性消费者一样,我愿意为自己喜欢的美好事物买单,并乐于在社交平台上传播这份美。”

如何营造美的氛围?

“在这家酒店过新年,满眼不是红色而是粉色,旋转楼梯上还有一条粉色的龙……”前不久,一篇在社交媒体上热度很高的分享帖给出了一部分答案。

杨婷婷告诉记者,在设计产品时,女性消费群普遍会关注细节以及可以带来情绪价值的内容。鲜花的点缀会让酒店的色彩更加丰满,而粉色是女性心中无法拒绝的颜色,所以今年酒店在新年期间,将常用的红玫瑰换成了粉色花卉,效果不错。“因此,在春季的产品中,我们会更加大胆尝试色彩的运用,比如,以‘春日花园’为灵感设计的下午茶,器具上蝴蝶结的颜色参照的就是今年流行的颜色。”

“吸引女性就要在小事物上让她们感受到时尚和美感。”杨婷婷告诉记者,每到夏天,户外炎热,但室内空调房里又凉,温差令人不适。酒店正在与时尚品牌合作,设计一款披肩,送给爱美的她。

用精致仪式感满足她

只要有客人走进丽江悦榕庄酒店,悬挂在酒店门口的马帮铃声就会响起,这是茶马古道上,马队传达信息确认彼此安全的一种方式,如今被悦榕庄借鉴成为让客人感到宾至如归的仪式。进入酒店,递到客人手中的热毛巾带着悦榕专属香氛的味道,这一刻对这一品牌的记忆更深刻了。喝下一杯生津止渴的热海棠果茶,感到甘甜的往往不只是味觉,很多人不由自主地心生欢喜。

“我们的女性客人占比超过了男性。”在丽江悦榕庄酒店总经理倪睿看来,女性的情感更加细腻,更容易从一些感官体验中获得满足感,并留下深刻的印象。这有助于提高她们的复购率。

每一家酒店都有自己的专属服务品牌标签。倪睿认为,取悦女性客人最好的方式就是让她们记住这个品牌所带来的难忘体验。

比如,Spa(水疗)是悦榕庄非常有