

外国客人多了 酒店服务再升级

□ 本报采访组

国家移民管理局7月15日发布公告,新增郑州新郑国际机场、丽江三义国际机场和磨憨铁路口岸等3个口岸为144小时过境免签政策适用口岸。至此,我国已有37个口岸实施144小时过境免签政策。据国家移民管理局最新发布的数据,上半年全国各口岸入境外国人1463.5万人次,同比增长152.7%。今年以来,我国推出一系列利好政策,持续拉动入境游增长,作为外国游客来华旅程中重要一环的酒店企业,如何服务好外国客人,让他们入住便利、消费便捷、感受舒适,是酒店人近期一直在做的事。

需求更加细化 青睐深度体验

“锦江酒店(中国区)今年1—5月在境外OTA渠道订单增幅明显,比去年同期增长超1.5倍。特别是上海的酒店,在免签政策的推动下获得了超4倍的订单增长。”锦江酒店(中国区)相关负责人介绍,今年,随着多国免签政策的推出,各酒店接待的外国客人数量有明显增加。截至6月中旬,锦江酒店(中国区)旗下酒店接待的外国客人数量同比增长超66%,外国客人占比同比增长约51%。

今年6月以来,位于新疆乌鲁木齐市的熙阁酒店管理(新疆)有限公司(以下简称:熙阁酒店)旗下的4家酒店迎来了大批外国客人。“外国客人总量相较往年有较大增长,主要来自巴基斯坦、哈萨克斯坦、新加坡、马来西亚、泰国等国家,他们大多通过旅行社进行预订。我们会按照相应国家的文化习俗提前做好服务准备工作。”熙阁酒店董事长李光明介绍,酒店接待的外国客人基本会入住1到2天,这些客人对周边的美食和特产非常感兴趣。

“今年上半年,酒店接待外国客人大幅增加,出租客房间夜数达到2.5万,占整个酒店出租量的54%。”湖南省张家界京武铂尔曼酒店市场

传讯总监陈银燕介绍,作为亚洲游客尤其是韩国游客十分钟爱的旅游目的地,张家界近几个月迎来了大批外国客人,“他们多数是以韩国为主的亚洲客人,平均年龄为55岁,喜欢当地美食,更喜欢深度探索中国文化。”

张家界华天大酒店今年上半年同样接待了大批外国客人,酒店客房出租间夜数达3.7万。“酒店接待的外国客人对家庭房、菜品、翻译的需求比较多。酒店为此专门配备了西餐厅并引进穆斯林特色餐厅。”酒店总经理丁坚兴介绍。

美食和中国传统文化对外国客人很有吸引力。

近段时间,入住广州岭南国际酒店管理有限公司旗下广州东方宾馆、广州岭南五号酒店、顺德岭南花园精品酒店的外国客人比例不断上升。这些来自欧洲、美洲、中东、东南亚的客人对酒店周边旅游景点和本地特色餐饮十分感兴趣,热爱中国文化,并喜欢探索本地特色。顺德岭南花园精品酒店从早餐开始就用顺德特色美食抓住客人的胃,如顺德双皮奶、顺德鱼蓉粥等。此外,酒店首层花茶茶室展示了新派茶饮及非遗香云纱等顺德特色文创产品,让客人感受岭南文化的独特魅力。广州花园酒店在装饰设计上融入本地文化元素,设置艺术文化打卡点,并提供金牌导游服务,让客人仿佛置身于岭南水乡之中,感受到浓郁的地域文化氛围。

西安华清御汤酒店近期外国客人占接待总人数的10%，“客人比较关注酒店的品质和服务质量,对华清御汤的唐风文化非常感兴趣,着迷于酒店唐式建筑风格,并愿意尝试唐风妆造等体验活动。”华清御汤酒店总经理索超介绍了酒店目前的接待情况,认为中国传统文化对外国客人的吸引力非常明显。

南京金陵饭店总经理周蕾向记者分享了一组数据,今年1—6月,南京金陵饭店接待外国客人15863人,占总数的7.7%。南京是六朝古都,人文历史资源丰富,是外国游客十分喜爱的目的地。周蕾介绍,酒店一直在打造旅游特色产品,加强文化宣传,比如在饭店内设置文化展示区或举办文化交流活动,展示中国传统文化和南京地方特色,让外国客人在住宿期间能够更深入地了解中国文化和历史。针对穆斯林客人逐渐增多的情况,金陵饭店打造了定制化餐饮服务,根据客人的不同需求,如饮食禁忌、口味偏好等提供个性化的餐饮方案。另外,酒店持续加强培训,让员工了解外国客人的不同文化背景,提供更有针对性的服务等。

北京东方君悦大酒店总经理韩方介绍,外国客人非常看重客房设施、入住环境的品质。北京东方君悦大酒店深受外国客人喜爱的原因是南面可以俯瞰长安街的繁华景致,北面可以看到中式古建筑庭院以及故宫远景,北京标志性的特色景观尽收眼底。“酒店目前接待外国客人占比约35%,主要来自东南亚、欧洲等地,他们大多是通过酒店官网和线上旅行社进行预订。由于我们酒店的属性,商务活动和休闲度假客群所占比重差别不大。这些客人的综合购买力比较强,品牌认知度比较高。”

万达酒店及度假村旗下的中高端酒店品牌万达美华酒店,在今年上半年接待的外国客人数量与2023年同期相比,实现了1.3倍的增长。其中,乌鲁木齐、成都、苏州等城市的酒店表现尤为突出,外国客人订单量增长显著。这些城市吸引的外国客人主要来自亚洲地区,以马来西亚和泰国为主。万达酒店及度假村相关负责人介绍,这些客人来中国旅游更青睐深度文化体验,追求个性化、沉浸式的中国之旅。为更好服务客人,万达酒店及度假村今年启动了旅行社业务,与各地酒店联动推出旅游产品,例如西宁富力万达文华酒店依托本地特色资源策划了多条深度体验线路。其中,塔尔寺一日游、青海湖一日游,以及西宁4天3晚的行程,受到外国客人的喜爱。

万达酒店及度假村旗下的中高端酒店品牌万达美华酒店,在今年上半年接待的外国客人数量与2023年同期相比,实现了1.3倍的增长。其中,乌鲁木齐、成都、苏州等城市的酒店表现尤为突出,外国客人订单量增长显著。这些城市吸引的外国客人主要来自亚洲地区,以马来西亚和泰国为主。万达酒店及度假村相关负责人介绍,这些客人来中国旅游更青睐深度文化体验,追求个性化、沉浸式的中国之旅。为更好服务客人,万达酒店及度假村今年启动了旅行社业务,与各地酒店联动推出旅游产品,例如西宁富力万达文华酒店依托本地特色资源策划了多条深度体验线路。其中,塔尔寺一日游、青海湖一日游,以及西宁4天3晚的行程,受到外国客人的喜爱。

提供便捷服务 提升接待能力

每年7、8月是欧美地区传统的休假时间。今年暑期,我国迎来了更多外国客人。为了让他们感受中国服务的便利,国内酒店做了充分准备,包括支持境外银行卡(如维萨卡、万事达卡、大莱卡、运通卡等)支付;优化酒店前台操作系统,支持多种外汇汇率的实时更新,让外宾实时掌握汇率信息;加强员工外语培训,保障沟通无障碍;深入了解外国客人文化习俗,提供定制化餐饮服务。

“如今,外国客人的登记流程更加便利了,酒店新添置了登记设备,扫描客人的护照,信息就可以直接录入系统。相比于国内客人,外国客人需要登记的信息更多,此前是手工登记,速度比较慢,现在速度明显提升了。”上海淮海公馆漫心府店长潘文莉介绍,“酒店前台聘请了一名来自欧洲的外籍员工,我们会根据每天外国客人的订单情况安排他的工作时间,让外国客人在办理入住、信息咨询时顺畅交流。”

“熙阁酒店旗下的4家酒店均配置了信用卡、支付宝、微信等支付工具。从接机到入住,酒店还会提供管家式服务。酒店还在明显的位置

设置完善的导视牌,并按需提供‘一对一’服务,帮助外国客人实现无障碍入住。为充分满足外国客人的饮食和购物需求,酒店在提供丰富多元餐饮服务的同时,还配置了便利店和自动售货机。”熙阁酒店董事长李光明介绍。

作为老字号品质商务酒店,广州东方宾馆有丰富的外国客人接待经验。为了更好地为外国客人提供便利服务,广州东方宾馆特别增加了二维码支付小程序的支付方式,并在酒店内设立自助外币兑换机。此外,为增强接待外宾能力,广州东方宾馆特别加强了前台服务人员的专业培训,包括语言培训、文化培训及服务技巧培训,让员工在具备英语、韩语、日语等多种专业语言能力的同时,了解不同国家的文化习俗、宗教信仰、礼仪规范等,避免因文化差异造成误解。在客人办理入住时,前台工作人员利用软件便可一键录入客人证件信息,无须客人费时填写相关信息,实现快速办理入住手续。

厦门建发旅游集团副总经理姚远远近几个月真切感受到了免签入境等政策带动的外国客人数量的增

长。姚远介绍,让外国客人入住顺畅,建发旅游集团旗下酒店在支付便利化、服务人员配置与培训、设置引导标识、提供特色餐饮、契合入境客人生活和消费习惯等方面,不断调整优化。通过招聘、培训等方式有效提升前厅人员外语口语表达能力,做好服务的第一步。此外,酒店设立了“外语支援团队”,成员涵盖前厅、客房预订和西餐厅等部门。在支付方面,酒店各收银点的POS机均已开放外卡支付功能,可以实现常见国际信用卡的结算业务,并开通了移动支付功能。此外,酒店积极提升员工的文化素养,了解尊重外宾宗教文化习俗,同时向外宾介绍酒店的特色文化、建筑风格以及周边的风土人情,不仅推荐好吃、好玩、好逛的地方,更着重推荐中国非遗项目在酒店大堂增设现场体验区域。

“金陵饭店为了迎接外国客人,进行了全面的准备和优化。如开通便捷支付方式、简化入住流程、提供定制化服务等,这些措施提升了酒店的服务质量和竞争力,为外国客人提供了更加便捷、舒适和个性化的住宿体验。”周蕾告诉记者,南京金陵饭店对前台、客服等关键岗位的服务人

员进行了多语种培训,特别是英语、日语、韩语等常用外语,以确保能够顺畅地与外国客人沟通。酒店还注重培养服务人员的国际礼仪意识,确保在服务过程中能够体现出对外国客人的尊重和关怀。

此外,金陵饭店还加强前台服务人员对于签证与入境政策的学习和了解,以便为客人提供准确的咨询服务和帮助。

韩方介绍了酒店近期在做好外国客人服务方面的一系列工作。在韩方看来,良好的沟通十分重要,因此酒店在服务人员配置方面,增加了精通英语、法语、意大利语、俄罗斯语等语言的服务人员数量,以便更好地与外国客人沟通和及时了解客人需求。服务细节上更加注重个性化,例如增加打印版本的菜单及客房服务指南,适应外国客人的阅读习惯。在契合外国客人生活和消费习惯上,酒店对客房服务设施介绍进行了调整,增加了电视频道中英文双语介绍功能,提高服务效率,让外国客人感受到宾至如归的舒适与便利。“酒店一直在通过各方面的努力,不断提升对外国客人的接待能力和服务质量。”

畅通预订渠道 打造特色产品

从多家酒店的外国客人预订数据中可以看出,随着144小时过境免签政策适用口岸的不断增加,以商务和度假客人为主的散客比重也在增加。万达酒店及度假村相关负责人介绍:“从今年上半年酒店接待的外国客人客群结构来看,商务散客和团队占据了过半份额,其中商务散客占37%,会议团队占14%,旅游团比例为13%,而其他休闲散客则占到了36%。从预订渠道来看,有超过70%的客房预订是通过酒店直接预订,另有8%的客人偏好使用海外预订平台,这些平台包括缤客(Booking)、安可达(Agoda)、亿客行(Expedia)等。其中,安可达的表现最为突出,贡献了最多的预订量,缤客则展现出了最强劲的增长势头,其同比增幅接近50%,还有约10%的外国客人通过携程预订。”

记者观察到,除了旅行社组织的团队游客外,大多散客是通过酒店官网和预订平台订酒店的。如何维护好网上预订渠道,让更多外国客人可以便捷预订、顺畅入住?

姚远认为,重新打通并搭建好预订渠道十分重要,集团旗下酒店在2023年初重新开通缤客、安可达等境外预订渠道,并根据酒店优势,针对主要海外客源国或地区进行了相应推广和促销。

锦江酒店同样加大了缤客等全球在线预订平台的上线酒店数量,推动旗下更多中高端酒店上线海外渠道,为外国客人提供更多高品质住宿选择,同时携手平台推出优惠促销活动。锦江酒店(中国区)相关负责人介绍,“在2023年,我们就启动了境外OTA渠道展示的优化,确保境外OTA渠道正常开放,政策信息及时更新。”锦江酒店针对144小时过境免签政策,引导各门店在境外渠道开展连住3日及连住5日促销活动,且实施连住5日优惠折扣大于3日的价格措施,增加长时客源。

除了预订渠道的畅通和便利,有特色的旅游产品对外国客人更具吸引力。

珍妮在澳大利亚从事旅游业务,也是一位“中国通”,汉语流利,到访过中国不少地区。她尤为喜爱北京、西安这样具有深厚历史的古都,

“感觉随处可见有历史的建筑,随手触摸的都有一段故事。”珍妮说。当然,广州美食和四川大熊猫也是她喜爱的。而这些都是具有鲜明特点的文化特色IP产品。

“结合酒店自身的独特卖点,为客人打造个性化的体验和产品是非常重要的。拿我们酒店来说,过去两年,酒店进行了设施的焕新升级改造。结合酒店标志性的地理位置,全新的室内空间以‘现代京韵’为主题,从酒店周围传统中式建筑、老北京的日常生活中汲取灵感,让京城生活的韵味走入酒店。四合院、胡同、精巧的鸟笼、风筝等,这些老北京常见的景物融入于酒店细节和艺术作品中,与现代都市的活力碰撞交织,融合成独一无二的全新感受,让下榻酒店的外国客人融入当地的氛围。酒店全新的设计风格也受到客人的肯定和喜爱,这为我们以全新面貌迎接更多外国客人增添了很大的信心。”韩方说。

广州岭南国际酒店管理有限公司旗下酒店依托在地特色文化,打造特色体验产品,吸引外国客人参与与活动。顺德岭南花园精品酒店设计融入佛陶、香云纱及醒狮等顺德本地特色,院士港岭南东方酒店以“水稻”元素为主线,向世界讲述黄埔故事,同时适当推荐当地美食及游玩攻略,让客人感受在地文化。

周蕾介绍,金陵饭店定期对外国客人的需求进行市场调研和分析,了解他们的住宿偏好和服务期望,为酒店的服务优化提供数据支持;建立完善的反馈机制,及时收集和处理客人的意见和建议,以提升客人的满意度。

厦门建发旅游集团从外国客人的具体需求出发,细分旗下酒店及周边消费场景,优化调整产品和服务,突出中国元素,特别是在地文化特色,满足外国客人要求,提供独特的消费体验,让外国客人对中国之行更加难忘。“酒店只有不断完善和提升自身水平,同时对国内外不断变化的旅游市场保持了解,才能在接待服务方面有更突出的表现,为客人带来更加满意的住宿体验。”姚远说。

(采访组成员:唐伯依 任丽 高慧 李金枝 陈熠珊 陈俊成 统稿:武薇)