

中国酒店缘何成功圈粉“老外”

□ 本报采访组

继“China Travel(中国旅游)”火爆出国后,“China Hotel(中国酒店)”成为海外社交媒体平台上新的流量密码。酒店是多数外国客人进入中国之后的落脚点,入住体验直接关系到他们对当地的第一印象。外国客人对中国酒店印象最深刻的点是什么?中国酒店如何借此机会讲好中国故事?记者对此进行了采访。

外国客人点赞“China Hotel”

外国客人眼中的“China Hotel”究竟有何特别之处?日前,中国旅游报记者采访了多位来自不同国家的客人,其中有普通游客、有商旅客人、有网红博主、有国外旅行社的领队,还有在中国开酒店的,他们向记者分享了在中国的旅游经历,也提出了相关建议。

干净便捷

在一些业者看来,酒店想要更加国际化,就要琢磨透什么样的服务是最能打动客人的。“很干净”“环境特别舒适”“服务非常好”……这3个关键词是此次采访中每一位外国游客都会提及的。

来自科特迪瓦的威尔弗雷德在中国做生意,佛山王府井紫薇港逸扉酒店是他常会推荐给朋友的酒店。“我对酒店比较挑剔,但是这家酒店我和我的朋友都觉得好。”威尔弗雷德说,酒店不仅干净,设施也很不错。“在很多国家的酒店,健身房是收费的,但是,中国的酒店这项服务基本是对入住客人免费的,这家酒店的健身设施尤其不错,这对于习惯健身的客人来说很有吸引力。此外,酒店的工作人员可以用英文顺畅交流,常常协助我们兑换外币、用打车软件叫车,这一点很重要。”威尔弗雷德说。

网红博主苏小小是白俄罗斯人,她去过中国很多地方,住过不少酒店。“我喜欢很多酒店的香氛,特别好闻,让人心情愉悦。”在苏小小看来,中国多数中高端连锁酒店的服务很到位,空间设计、灯光布局、氛围感营造都做得不错。高端酒店在美食方面更有优势,尤其是早餐,种类丰富还有中式和西式可以选择。这在外国客人眼中是非常贴心的服务。

来中国旅游的伊朗游客莎拉第一次到北京就遇到找错酒店的尴尬。“还好工作人员很热心,帮我找到了去酒店的正确地址。”就是这样一个举动,让莎拉觉得北京人非常乐于助人。她告诉记者,因为大部分时间在城市探索,留在酒店的时间很短,他们最在意的就是房间是否干净卫生。“让我惊讶的是,酒店每天都有客房清洁服务,而且打扫非常仔细。”



服务更用心

从智能语音控制系统到送餐机器人,从类别多样的中式美食到热情周到的高水准服务,中国酒店给外国客人带来一次次的惊喜与感动。除了提升支付便利性、让交流更顺畅、尊重客人文化习惯外,酒店还在做更多尝试,让客人感到更便利。

在南京金陵饭店,工作人员会根据客人预订信息或入住反馈,为其提供定制服务。“我们会根据外国客人的国籍和喜好,准备特色饮品、手工艺品等欢迎礼,调整房间布置,放置特定文化元素的装饰品,推荐周边游活动等。”南京金陵饭店总经理周蕾说。

记者了解到,不少酒店贴心地为客人送上地道的出行攻略,方便其深入了解中国文化和当地的风土人情。“我们会为外国客人提供详细的本地旅游指南,包括经典或网红景点、传统或新潮小吃、符合客人要求的购物地点以及近期本地热门活动等,礼宾人员也能帮助外国客人更好地了解中国文化和特色。我们还会根据客人的需求,制作‘最喜爱餐厅’推荐单,详细列出餐厅名称、特色、地址等,酒店大堂中英双语触摸屏还可以提供丰富的在线旅游信息,酒店就是要成为城市的名片和窗口。”上海银星皇冠假日酒店总经理韩祥元说。

在上海淮海公馆漫心府,酒店对客人提供一对一的管家服务,比如陪同办理入住、送客离店等。“之前酒店早餐以中式为主,随着外国客人的增

多,我们新增了西式菜品。酒店的洗衣房24小时营业,也是为了更好满足外国客人的需求。”上海淮海公馆漫心府店长潘文莉说。

值得关注的是,机器人送物、智能家居、无接触式自助入住等酒店数字化产品,也在一次次刷新外国客人对中国酒店的认知。在岭居创享公寓酒店(广州淘金店),公共厨房配套智能煮面机器人,公寓内的机器人管家24小时全天候在线,可提供快速递送外卖服务,进行夜间巡逻等。

“我们会与本地高校外国语学院保持合作,为一些小语种旅行团提供翻译服务,做到服务更贴心、交流无障碍,让中国服务深入外国客人内心。”福州聚春园集团总经理杨杰说。

首旅酒店集团总经理,如家酒店集团董事长、首席执行官孙坚说:“现在酒店对外国客人服务的便利性一直在提升,尤其是在支付便利和语言交流上,许多酒店前台工作人员借助翻译机,可以做到与客人的顺畅沟通。随着‘China Hotel’的火热,业界也开始关注酒店服务的国际化运营,我们也在加强这方面的人员培训,不仅是简单的语言培训,也包括让工作人员对酒店国际化运营有更深入的了解。此外,对于一些单体酒店在国际化服务上表现出信心不足的情况,我们计划把一些有效率的工具和应用分享出来,希望越来越多的酒店都能更好地提供服务。”

采访中,记者注意到,不少外国客人会被酒店的一些细节服务所吸引。前不久,带孩子从加拿大来上海度假的伊森住了锦江都城经典上海南京路步行街外滩新城饭店,每天用完早餐,他们会像其他客人一样把现磨咖啡装杯带出餐厅,还可以挑自己喜欢的味道。在伊森看来,虽然是件小事,但这家酒店想到了,就会让他们觉得体验很好。“酒店大堂还有一个百宝箱,里面有驱蚊水、创可贴、耳塞等物品,这在其他国家是比较少见的,体现了酒店对客人的重视。”

苏小小注意到,有些酒店会在客人入住时放一些纪念品或者水果、小吃,甚至还配有泡脚盆可以泡脚。苏小小最喜欢的纪念品是一只陶瓷制作的狮子,“把纪念品带回家,也让我记住了这些酒店,正是因为这些细节让我有很好的体验感。”

最让意大利客人菲奥拉万蒂·安德烈感到意外的是,南京金陵饭店的工作人员在他们办理入住的时候,还问他需要哪种枕头,一下把他们入住期待值拉满。不仅如此,在这家酒店的意大利餐厅菲奥拉万蒂还结识了一位意大利大厨。“他让我品尝到了家乡美食,很赞!虽然我与酒店工作人员并没有机会深入交流,但他们的热情、专业和贴心让我感觉像是认识了很久的老朋友。”菲奥拉万蒂说。

令意大利漫步旅行社领队玛尔塔托雷莉感动的是酒店工作人员的认真负责,比如,在他们团队到达前就已经把房卡准备好了,这让办理入住手续的效率高了不少。“我们离开酒店时是清晨5时,那个时间酒店还没有开始供应早餐。但是我们团队的每个人都拿到了由酒店精心准备的早餐盒,里面有三明治、酸奶、水果,真的很暖心。中国的酒店无论是硬件设施还是便捷度,已经超过了大部分国家和地区。最值得点赞是他们热情周到的服务。”玛尔塔托雷莉说。

借“China Hotel”讲好中国故事

在部分外国博主分享的视频中可以看到,中国酒店的智能设施和国际化服务让他们大呼“Amazing”。作为展示中国形象的窗口,酒店为接待外国客人进行了哪些准备?怎样才能持续凸显中国特色、讲好中国故事?

更有文化味

刻进中国人DNA中的中式审美,让外国客人在酒店可以时刻感受到中国文化的气韵所在。

锦江酒店(中国区)旗下的锦江都城3.0系列酒店的设计是以中国传统颜色绀字蓝、鎏璃金为主色调。“我们还在该系列酒店设计中融入石库门、扇子等海派文化元素,还推出鸿鹄主题文化IP房、敦煌主题房等,彰显民族美学。”锦江酒店(中国区)相关负责人说。

南京金陵饭店则是在酒店大堂、走廊、客房等公共区域布置具有中国特色的艺术品,如书画作品、屏风、窗花、木雕等,让外国客人在每一个细节中感受中国文化的魅力。“酒店还运用中国传统色彩,渲染出浓厚的文化氛围。”周蕾说。

除了在视觉上第一时间抓住外国客人的眼球,酒店也在提升文化内涵上下足功夫,让外国客人沉浸式感受中国文化。

组织闽菜大师烹饪技艺大讲堂,让客人亲手烹制闽菜;展示佛跳墙制作技艺,带客人参观闽菜博物馆;赠送茉莉花香袋、手串,邀请客人品尝茉莉花糕;融合中西方饮食文化特色,推出创新闽菜,举办美食节……近段时间,福州聚春园为了吸引外国客人的关注,推出了不少与美食相关的新玩法。“我们想将酒店打造为外国客人了解中国的文化窗口,让他们足不出‘店’即感受到中国文化的魅力。”杨杰说。

一些具有仪式感的服务是最

那么,中国酒店的哪些特色服务在外国客人眼中的加分项?

从电动窗帘到无线充电设施、从智能语音控制系统到智能送餐机器人,随着“China Hotel”的走红,中国酒店的智能化设备火了。威尔弗雷德已经习惯了从机器人“手中”接过他的外卖,伊森学会了扫码启动洗衣机和烘干机,莎拉体验了一回让机器人引路回房间……这些服务让外国客人觉得很有趣。

伊莎贝尔·帕斯卡是一名法国设计师,前段时间她入住了上海银星皇冠假日酒店,这是一家电影文化主题酒店。她告诉记者,她非常喜欢酒店的IP主题房,最爱的是“孙悟空”那间。另外,连接酒店和上海影城的通道也非常便捷。“他们在用我最需要的方式为我提供便利,同时,我在这家酒店感受到了与众不同的中国电影文化。”

苏小小发现在酒店就能感受在地文化。“有的酒店会在墙上,甚至天花板上做一些装饰,把当地标志性建筑呈现出来,还做了中英解释,让我们对城市产生兴趣,想要更深入地去了解,这一点在国外的酒店不多见。”苏小小说。

“我住的这家酒店历史很悠久,健身房由20世纪30年代的酒窖改建而成,里面还保存着当年的酒桶。”伊森兴奋地分享道,他还带孩子参与了酒店定制的城市漫步集章体验活动。“要不是有这个活动引导,我们还不知道上海有这么好玩的地方。”

菲奥拉万蒂在办理退房时,前台工作人员得知他对周边景点感兴趣,马上拿出了一份旅游攻略,上面不仅标注了必游之地,还附带了小贴士和最佳游览时间。“这对我了解这个城市太有帮助了。”菲奥拉万蒂说。

让外国客人感到惊喜的。锦江酒店(中国区)旗下的云居酒店设计了入住礼“迎客纳福”、奉茶礼“松涛烹雪”、开夜礼“扫花以待”、送别礼“折柳送别”,让客人全程体验充满雅趣的中式礼遇服务。“在酒店期间,客人还可以体验游墨点茗茶、戏舞弄琴乐等云居六艺,感受中国传统文化的深厚底蕴。”锦江酒店(中国区)相关负责人说。

让不少风尘仆仆到店办理入住的客人印象深刻的是,每家亚朵酒店都有一个非常有仪式感的“奉茶”环节,让他们进门就能感受到充满温度的待客礼仪。这些服务不仅被中国客人喜爱,在外国客人眼中也很特别。入住亚朵4.0门店(西安南门亚朵酒店)的美国客人莎莎告诉记者,原本预订这家酒店是因为它离陕西历史博物馆很近,没想到一进门看到了一棵古茶树,好奇的她随即向酒店工作人员打听这一设计的缘由,由此,她知道了在中国的云南有一个亚朵村。“有机会我一定要去那个美丽的地方看看。”莎莎说。

还有不少酒店端出了具有中国味道的特色美食,让外国客人直呼“很地道”。亚朵旗下每家酒店会充分考虑与在地文化的结合,比如在早餐环节为客人提供有当地特色的美食,武汉有热干面,成都都有担担面,苏州有小笼包,让外国客人对这座城市的了解从酒店的早餐开始。



各有特色

期待更好

采访中,多位外国游客还分享了一些对中国酒店的建议,期待今后的入住体验能更加完美。

威尔弗雷德经常会听他的朋友说,希望中国有更多酒店在提供早餐时,也有西式早餐可以选择。现在只有中高端酒店做得比较好,期待有更多其他类型的酒店提供西式早餐。

在莎拉看来,酒店工作人员乐于助人,也很尊重客人。“但如果他们不那么严肃就更好了。很可能问题出在缺乏沟通上,因为有一部分工作人员不会说英语,如果没有翻译机,在交流的时候他们就会很紧张,沟通也变得有些困难。”

“希望三四线城市的一些酒店可以为外国客人提供更多便利。”苏小小告诉记者,他们还是会遇到在OTA上预订了标注可以接待外宾的酒店,但实际入住的时候非常麻烦的情况。“酒店应该对工作人员进行培训,例如外国客人入住酒店后需要走哪些流程、填写什么样的资料等。而不是等我们到酒店了,工作人员仍会有较多疑惑,然后再打电话咨询。此外,除了加强语言沟通外,工作人员对于各国文化和习俗还是需要有大致了解,避免和客人在沟通的过程中产生误会。”

十多年前,来自美国芝加哥的布莱恩·戴尔·林登夫妇在云南大理喜洲古镇创立了喜林苑品牌,现在喜林苑旗下拥有5家精品酒店。在林登看来,目前,中国酒店在全球同行中算是环境最舒适、价格最合理的。他建议,酒店除了提供当地景点的介绍和指引信息外,还可以用更多方式引导外国客人沉浸式体验当地文化。现在不少酒店会推出具有当地文化特色的课程,例如本地菜烹饪、武术学习、非遗体验等,也可以在外国客人入住的时候推荐他们参与这些活动,让他们对中国的了解更加深入。(采访组成员:王玮 唐伯依 杨亮 杨丽敏 任丽 史晓宇 执笔:王玮)

呈现更多维

的跨文化沟通能力,善用国际化方式讲中国故事。

“讲好中国故事,‘China Hotel’是个很好的切入点。”孙坚认为,通过热情、友善、重礼仪的服务,可以让更多外国客人了解中国人诚挚好客、乐于助人的真性情。酒店是连接外国客人与本地特色文化的桥梁,中国地大物博、历史文化源远流长,每个地方又有很大不同,建筑美学、美食也各有风格。酒店就是一个非常好的宣传场所,把本地特色化的生活方式展现给外国客人,让他们能够体验更加原汁原味的中国文化。酒店发展是改革开放以来中国经济发展的缩影,这些年,酒店产品和服务品质持续提升,智能化、数字化应用不断延展,可以说,通过酒店的日常服务,外国客人可以感受到最真实的中国。

“想要更好地传播中国文化,不同类型的酒店可以有不同的侧重点。比如中高端酒店,尤其是全服务型酒店可以在展现中国美食文化上下功夫,让外国客人感受‘舌尖上的中国’的魅力。而旅游最大的要素是人与人的交流,对于提供有限服务的酒店来说,可以通过产品的专业性和服务的便利度来展现中国酒店人的效率,以面带微笑的热情态度展现中国百姓最日常的生活状态。”孙坚说。(采访组成员:王玮 李金枝 唐伯依 执笔:唐伯依)

上图:外宾在锦江都城经典新城饭店享用中式套餐 酒店供图
左图:如家酒店的智能送物机器人 酒店供图