

完善预订规则 应遵循这些原则

□ 杨宏浩

近几年,因酒店预订不可取消或免费取消时段过短引发的争议,频频登上热搜,成为舆论焦点。

近期,广东省消费者委员会开展的“在线旅游平台酒店预订规则调查”显示,在 160 家被调查酒店中,45.6%的酒店全部或部分房型为“不可取消”或“仅 15/30 分钟内免费取消”。

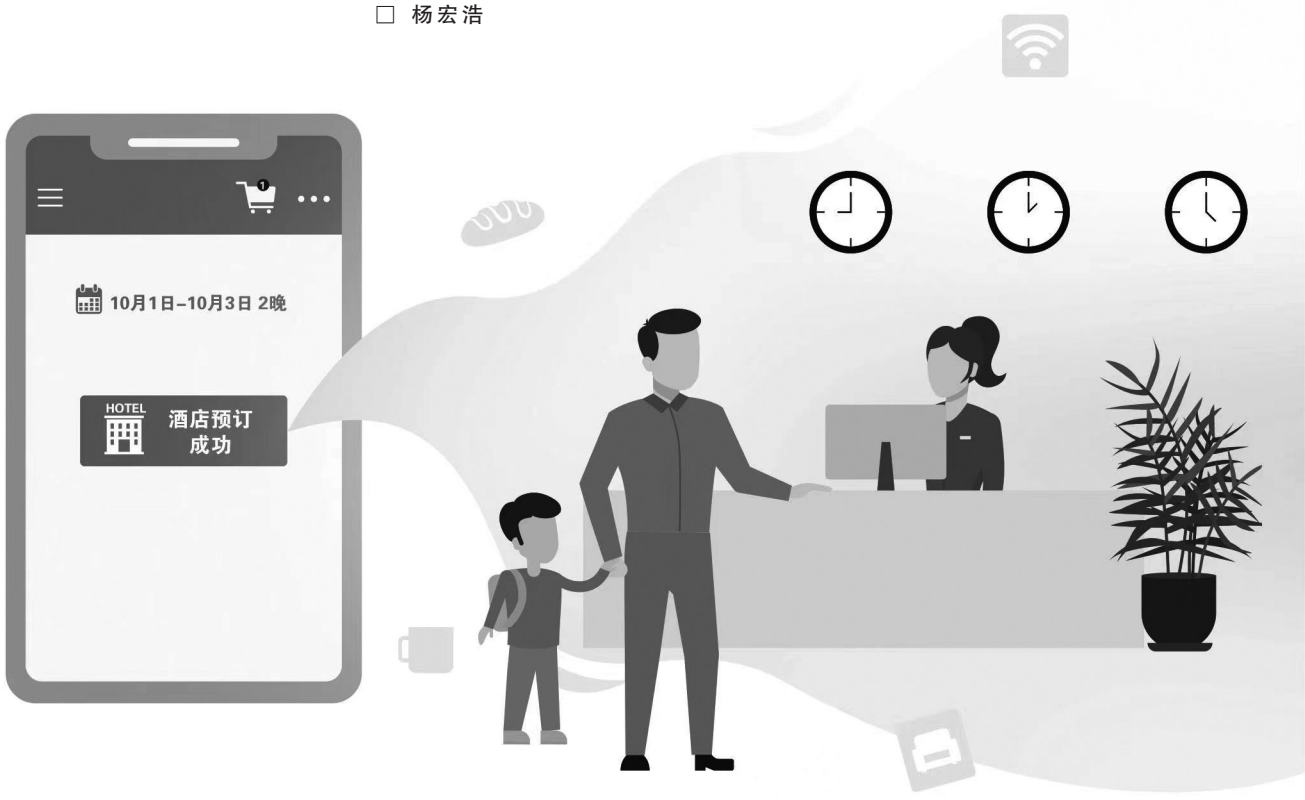
对于消费者来说,其在实际消费中因计划调整、行程变化等原因产生退订需求是客观存在的,而“不可取消”条款导致其无论出于什么原因、处在什么情形,都不能取消订单。此种做法,相当于将退订潜在风险当成实际损失全部转嫁到消费者头上,明显有失公平。

但从酒店方的角度来看,其本质上经营的是时间和空间的价值。客房是酒店的核心产品,具有不可储藏的特点。如果当天销售不出去的话,价值就会丧失。这就要求酒店必须十分重视客房销售,而提前销售是保住客房价值的重要手段之一,因为可以提前锁定客房收益,增强经营的确定性和可控性。但如果消费者随时退掉临期客房产品,这一产品又无法马上找到下一位预订者的话,酒店的损失就会很大。如何在酒店和消费者之间找到平衡,让酒店预订规则更加合理?

事实上,酒店预订行为是对酒店、消费者双方的合同约定,双方都应恪守契约精神。在此基础上,酒店应在维护消费者权益的前提下,完善预订规则。同时,消费者也应换位思维,在预订时审慎决策。

如何完善预订规则,酒店和消费者都应明确以下三方面内容:

首先,遵守预订规则对酒店和消费者而言,都是必要的。不论是通过 OTA、酒店官方网站还是旅行社等渠道预订客房,只要消费者预订下单,系统就认定酒店、消费者双方同意相关条款,相当于签订了订房合同,双方都应对自己的行为负责,一旦出现违约,违约方需要付出违约成本。不过,不



可抗力因素导致的违约除外。因此,消费者在预订时要慎重决策。试想如果没有相关规则约束,有可能会有频繁取消订单的情况发生,这将加大酒店客房销售和酒店运营的难度,甚至导致管理混乱。而一家管理混乱的酒店,势必会影响消费者的住宿体验。

目前,随着移动终端的普及,酒店预订决策期越来越短,有两三天的提前量已经算不错了。有些消费者提前一天,甚至部分消费者到了酒店大堂才预订,这就增加了酒店的运营难度。如果再出台预订无损退改措施,对酒店而言无疑更难了。换个角度来看,如果有消费者恶意退订,等于剥夺了其他消费者的选择权,也不排除节假日、重要活动期间热门酒店客房被“黄牛”操控,从而扰乱了市场秩序。

其次,酒店可以制订更为灵活的预订规则。酒店可以从以下方面入

手:参考机票和火车票退改措施。目前,机票和火车票都可以退改,但消费者要付出一定的费用。机票市场化程度较高,因而,退改措施对酒店而言更具有参考价值。由于机票类型多,有全价、特价、打折机票,还有普通经济舱、商务舱和头等舱票,退改操作规则更为复杂。因此,多数航空公司采取的是阶梯退款措施,被大部分消费者接受。消费者还可以购买机票预订退改保险。

最后,酒店可以参考国际上酒店行业的做法,设定免费取消期和收费期、阶梯退款和不可退款等规则,还有无理由取消险,保障自身和消费者的权益。国际上的一些通行做法,国内 OTA 平台已经有所借鉴。例如,一些 OTA 平台设置了免费取消时限,既为消费者修改决策留出了时间,也为酒店留出了一定缓冲时间,可以让酒店

较为从容地调整定价和经营策略。还有一些 OTA 平台设计了阶梯退改规则,可以在一定程度上弥补酒店的损失,也促使消费者谨慎决策。对于特价客房等产品,因消费者享受了特殊权益,故而预订不可取消。另外,还有一些 OTA 平台设置了“酒店取消险”。当然,该险种主要是为了保障消费者因“非主观”原因而取消行程所涉及的相关权益,非强制险。消费者不能直接将其理解为“可随意取消”,否则在理赔时就会面临理赔限制多、理赔过程难等问题。

综上所述,酒店预订是对双方的合同约定,在对酒店进行约束的同时,也应加强对消费者的引导。要通过制订灵活的预订措施、推出相关保险产品,维护多方权益,最终实现多方共赢。

(作者单位:中国旅游研究院)

国潮正当时 酒店如何跟上热度

□ 宋 杨 张 阳 李 彬

当下,国潮之风劲吹,不少年轻人被圈粉,带有国潮标签的酒店也备受追捧。这类酒店对中华优秀传统文化进行了多样化、时代化的诠释,实现了传统与现代的融合,是与我国特定文化主题相结合、充分体现文化特色的住宿业态。如今,越来越多的中高端酒店加入其中。那么,酒店如何贴上、用好“国潮”标签?



在绍兴东山大观酒店感受国潮风 酒店 供图

文化刻入服务

首先,依托民族文化,打造独特体验的秘境酒店。松赞酒店是由藏族入白玛多吉打造的以藏族文化为特色的度假精品酒店集团。旗下酒店选址于风光独特但隐匿的藏地乡村。酒店设计保留藏式建筑风格,是将在地自然、人文景观与精品山居酒店山居旅行完美融合的酒店群。

松赞酒店吸引人之处在于以体验为核心,所提供的不仅是服务,而且是一整套的旅行体验,包括当地风情、自然探索和民俗体验。酒店内部更像是一座诠释藏族文化的博物馆,摆放了很多藏族手制品和艺术品。

松赞酒店在保留藏式文化风格的同时,还为消费者提供定制化服务,关注消费者的个性化需求,有随行管家。通过和其他商业品牌合作,提高品牌知名度。

其次,融合传统文化,推出多个文化空间。闲庭酒店品牌定位于由艺术馆、生活馆、体验馆组成的文化空间。

目前已运营闲庭·山海关书法文化空间、闲庭·秦皇岛四艺文化空间、闲庭·北戴河香绿轩女性健康文化空间。

闲庭·秦皇岛四艺文化空间注重展现宋文化,将宋文化中的香、茶、画、花等生活方式融入酒店的产品、服务与空间场景。客房分别以宋朝雅士四艺中的“焚香”“插花”“挂画”“点茶”为主题进行装饰。

这一品牌的酒店强调消费者的艺术享受、文化体验,侧重于开展各类文化活动。闲庭·秦皇岛四艺文化空间还推出了多个研学课程,结合城市旅游与酒店文化体验,将宋风雅韵与生活美学有机结合。闲庭·山海关书法文化空间以书法篆刻为主,开办了以体验制笔、砖拓、碑拓、活字印刷、茶艺等传统文化为主的工作坊,吸引了很多消费者。

最后,挖掘非遗潜力,提供个性旅居生活方式。原拓酒店以“青春焕新,国潮创酷”为核心理念,推出了“赏、识、食、舒”国潮体验模块,创建了“原拓·非遗嘉年华”品牌活动 IP,与非遗

传承人、艺术创作者、文创品牌跨界联动,借酒店空间构建起传统文化与现代生活的连接。

在酒店设计方面,原拓酒店融合了传统文化元素与现代时尚风格,致力于为消费者提供丰富、多元、新奇的文化旅居体验,开启与城市亲密接触的潮趣文化之旅。

原拓酒店秉承“一城一设计”的原则,把酒店空间视作在地文化再表达的平台,运用数字化技术、充满潮流感的设计手法,在酒店公共空间中融入最具代表性的当地文化。

原拓酒店持续挖掘、联动国内外优秀创作者,将其创作作品、艺术装置“搬”入酒店空间,引导消费者通过艺术家的独特视角,感受传统文化。此外,原拓酒店还通过视频账号矩阵及直播等多种形式打造 IP,推出了城市文化与美食同城推广、短视频达人打卡探店等活动。

不生硬地融入

一是以文化为桥梁,用传统和经典拥抱创新。

国潮酒店在尊重和传承中华优秀传统文化的同时,应积极融入现代元素,将传统文化要素与酒店空间场景相结合,同时深入挖掘本地文化资源,将其融进酒店空间设计,打造具有浓郁地方特色的场景氛围。

国潮不是简单地将一些文化元素生硬植入酒店,而是在真正了解和挖掘文化要素的基础上,把文化精髓与酒店产品服务体系有机、系统地结合起来。

这类酒店会依托其文化内核的力量,但不会止步于外观设计美学,而是深入探索文化与场景融合,最终呈现一种高于消费者预期的生活方式。酒店可以定位于特定文化的“桥梁”或“载体”,连接来自不同地区和文化的消费者,提供既有本土文化底蕴又充满现代风格的独特住宿体验空间,进而增加人们对中华优秀传统文化的了解。

二是以体验为核心,引起消费者

共鸣。

国潮酒店可以结合本土文化,设计一系列的文化体验活动,让消费者在参与的过程中更深入地理解和感受在地文化的魅力,通过情绪价值产生与文化的共情感。这种体验不仅是住宿体验,更是一种文化和艺术的享受。比如,有的酒店通过开展有当地特色的舞蹈表演、手工艺品制作等体验活动,让消费者亲身参与,深入体验在地文化的独特魅力;有的酒店不仅限于满足食宿的酒店功能,更强调艺术享受、文化熏陶和知识体验,让消费者通过多种场景感受人生旅程,从而引发更深层次的思考;有的酒店深入挖掘非遗,邀请当地的代表性传承人到酒店讲解和示范,丰富了消费者的文化体验,让客人在享受服务的同时感受到深厚的文化底蕴。

总的来说,增强消费者体验感的方式不仅在于酒店的建筑设计、内部装饰等外在层面,还可以结合当地风情、特色民俗等开展文化体验活动。这样不仅可以增强消费者的体验感,还可以传承和弘扬中华优秀传统文化,有助于提升酒店的品牌形象和市场竞争力,吸引更多对本土文化感兴趣的消费者入住。

三是以科技为抓手,打造沉浸式数字文化新场景

科技可以赋予国潮酒店新的生命力,让传统文化焕发新光彩。例如,有的酒店运用智能化服务系统,借助数字化平台营销,提升数字化体验水平,建立社交媒体群组以优化客户服务;有的酒店专注于年轻一代,通过融合当代流行文化和科技元素,如 AI、VR 等技术,打造娱乐休闲和文化体验空间,同时通过构建社区和组织社区社交活动,吸引消费者,建立了向心力强的品牌社区。

总之,通过创新“文化+场景+科技+体验”的模式,为消费者打造深度沉浸式文化体验,可以让酒店更有国潮范儿。(作者单位:北京第二外国语学院旅游科学学院)

做好服务 这些细节需注意

□ 周劭斌

硬件方面

一、电视:电视应做到开机快速便捷,性能良好,信号和频道正常。避免遥控器过多或操作复杂。很多高端酒店设置了电视与取电卡联动的功能,客人进入房间插卡取电时电视会自动开机,显示欢迎画面,这是客人进入房间后首先注意到的东西,所以一定要重视开关机性能和展示的内容。

二、网络:确保客房网络信号畅通,网速快且稳定,并可以免费使用。现代人离不开网络,网络连接是否方便快捷、信号强度好坏很受客人关注,一旦处理不慎很容易引来差评。

三、隔音:客房的隔音效果一定要好,尽可能降低隔壁、走廊过道和电梯等噪音影响。筹建酒店时,应选择隔音效果好的装修材料,并且请专业人士对隔音功能做专业设计和测试。

四、热水:保证洗浴热水出水速度快且稳定,控制好水温上限,避免出现没有热水、热水限时供应、水温冷热不稳定或水流量小等情况。行业普遍要求水温 45 摄氏度、10 秒内出水,但实际上一些酒店可以做到 3 秒内出热水。如果超过 10 秒才出热水,就可能导致客人投诉或者差评。

五、空调:选择耐用且品牌可靠的空调,定期检查运行情况,及时更换制冷剂,确保在不同季节都能正常使用。中央空调的控制面板应简单易用,字体大小要考虑老年人需求。

六、插座:客房设计时应注重插座位置的安排,设置在方便客人使用的位置,如床头,方便客人边充电边使用手机。每个插座至少要有两个 USB 接口。

七、吹风机:选用性能良好的吹风机,放置在客房洗漱台的明显位置。酒店要有备用吹风机,以应对客房吹风机损坏的情况。

八、采光通风:尽量将有窗、采光好且通风好的房间留给客人,避免让其入住光线差、通风不佳有异味的房间。

九、浴室:通风系统要好,镜子需要做防雾处理。

十、床及床品:酒店的床上用品要舒适干净,床的设计高度需符合人体工程学,床屏不但要有还要靠着舒适;根据客人不同需求配置多种枕头,比如乳胶枕、荞麦枕等。

十一、窗帘:选择遮光性好的窗帘,两侧要留有墙垛,避免漏光。

十二、灯光:客房灯光要有舒适性和目的性,注意灯光的功能、瓦数大小、色温大小、摆放位置以及整个空间的照度与通透性,营造舒适的灯光气氛,减少用电视做背景墙。

十三、空间设计:客房空间的布置应有助于睡眠,色彩不宜过于复杂,空间要给人温馨、安逸的感觉,避免过多造型导致空间嘈杂。

软件方面

一、服务态度:员工应热情、友好、专业,主动为客人提供服务,及时响应客人需求。

二、特殊需求的满足:快速响应客人的特殊需求,如加床、儿童用品等应提前准备好。

三、快速办理入住和退房手续:

尽量缩短客人的等候时间,对于早到的客人,在条件允许的情况下可让他们提前入住,或者考虑升级房间。

四、主动咨询与关怀:随时关注客人的潜在需求,主动与客人沟通并关心他们,为老人、小孩、孕妇等特殊人群提供服务,比如优先办理、主动搬运行李、提供特殊菜单、提供轮椅服务等。

五、提供详细信息:通过各种方式,如 OTA 问答、酒店小程序等渠道,尽可能详尽地解答客人关于酒店交通、服务等方面的问题。

六、客房服务:打扫房间时尽量不打扰客人;及时处理客人对卫生、用品等方面的需求。

七、餐厅服务:保证餐品的口味和质量,服务态度要好,供餐时间要合理;在用餐过程中,及时为客人更换用完的餐盘,尽可能满足客人的用餐需求。

八、创造惊喜:在特殊节日或客人生日时,为客人准备小礼物,创造惊喜服务。

九、应急处理:遇到客人受伤等突发事件,做到第一时间联系医务人员,并安排车辆送医,安抚客人情绪。

十、离店服务:提供人性化服务,如适当延迟退房时间、主动为客人提供叫车、路线查询等服务。

十一、重视差评:看到差评要重视,回复要及时、诚恳,并提供问题的解决方案,减少差评对其他客人的影响。

十二、信息服务:提供并优化酒店 APP 服务,方便客人预订、信息登记、呼叫服务、查看会员权益和相关信息等。

当然,不同客人对酒店细节的关注点可能有所差异,酒店应根据自身定位和目标客户群体,有针对性地优化硬件和软件服务,提升客人的满意度和忠诚度。

