



近日,继“city不city”“China Travel”等热词出圈后,“China Hotel”再次在海外社交媒体上成功“圈粉”。根据相关报道,多位外国游客在社交媒体点赞我国酒店

“China Hotel”出圈背后藏着这些发展机遇

□ 李彬

近年来,我国酒店业快速发展,积累了大量经验。在新时代发展新质生产力背景下,新兴科技对酒店产品、服务和运营管理升级进行了充分赋能,给客人带来了科技感十足、体验感丰富的独特感受。当前,我国中高端、中端酒店,特别是连锁品牌酒店在硬件设备设施和数智化服务方面不亚于国外同档次同类型酒店,甚至开始出现了弯道超车,如人工智能在智慧客房、前台接待、客房清洁打扫、送物送货、数据中台建设等方面的广泛应用。“China Hotel”再

次在海外社交媒体上成功“圈粉”,是酒店提高涉外服务水平、增强国际竞争力,讲好中国故事的一次机遇,如何抓住当前机遇,有几个方面可以关注:第一,酒店既要注重数字化硬件打造,更要注重数智化服务和体验。从“China Hotel”到“China Service(中国服务)”“China Experience(中国经验)”,成为未来发展的重要趋势。此次火爆出圈的主要是酒店的科技产品。以数智化为代表的新科技赋能酒店的设备设施固然重要,也是中国技

术创新的重要表现,但酒店业本质上是服务业,因而业界更要注重如何将技术创新切实落地,落在提升服务质量、优化游客体验方面。

此外,还要平衡好针对外国游客和国内游客的服务重点,即在标准操作流程基础上尊重游客的文化、习俗和消费习惯,在入住体验细节中充分体现殷勤好客之道与当代服务精神风貌。

第二,酒店要做好跨文化沟通,在每项服务交互中开展文化交流,展现中国文化魅力,体现中国文化自信。“外事无小事”,酒店中看似平常的、微小的日常服务接待,却能够在外国游客的亲身体验中展现中国文化特色。例如,在酒店的大堂、客房、餐厅等场景氛围中增加中国文化主题要素,让服务人员的服饰彰显民族美学特色;在入住登记、餐饮服务、购物消费、休闲娱乐等服务流程中融入百姓日常生活的文化要素。例如,在入住登记时提供奉茶服务,在饮食和康乐服务中体现养生、休闲等生活方式。此外,开展更具国潮特色的体验活动,比如琴棋书画、非遗展示等,让外国游客在参与互动中感受中国文化的魅力。

第三,酒店要充分抓住当前机遇,继续推动转型升级,强化在国际市场上的知名度,并为“出海”加快国际化步伐做好铺垫。入境旅游的快速恢复、大量国内外游客的关注,为我国酒店业在提升涉外服务、加强国际市场营销推广方面提供了难得的锻炼机会。我国酒店业要主动拥抱和适应这一趋势,充分把握当前机遇,持续积累

经验和提升接待国内外游客的服务能力,做好营销推广工作,持续提高在国际市场上的美誉度,为今后跨国经营打下坚实的基础。

第四,酒店要加强国际化人才的培训与培养。伴随国际旅游的大力发展,酒店对于外语水平高、了解各国文化习俗、具备涉外接待经验的国际化人才需求将持续增加。尽管服务人员借助人工智能机器翻译可以初步解决语言问题,但想要体现更有特色的服务,就要提升服务人员的国际化水平。提升内容包括,前台的涉外登记入住的服务与语言培训、主要客源国的概况和文化习俗学习、对中国传统文化和现代化发展的了解、人文审美素养的提升、通过国际化的表达方式来讲好中国故事的能力。酒店可以与外国语大学、院系等进行战略合作,邀请专业教师进行定期授课和培训,也可以采用学生的实习、兼职等灵活用工形式。

第五,有关部门要出台更有针对性的政策和指导意见做好引导、支持工作,让外国游客入住酒店时,在登记入住、消费支付、语言标识、信息服务、国际长途等方面体验更为顺畅。同时,有关部门也要做好服务质量的监管工作,对国内外游客反映的服务投诉、意见建议等要建立反馈和解决机制与预案。此外,有关部门可以充分利用当前机遇做好涉外营销和宣传推广工作,提高目的地旅游形象在国际市场上的影响力。

总之,面向未来,“China Hotel”可以从此次现象中洞察到发展的机遇,在为境外游客提供的点滴服务中展现中国文化自信。



锦江都城经典新城饭店为外宾送上夏日特饮“老上海冰镇绿豆汤” 饭店 供图

适合银发族的住宿环境如何改造

□ 周劭斌

近年来,老年旅游市场发展迅速,越来越多的老年人走出家门,欣赏各地风景,体验不同的文化。然而,当前的住宿环境在很多方面并不能满足老年人的特殊需求。

一些老年人身体机能下降、行动不便,对住宿环境的安全性、便利性和舒适性有更高要求。例如,房间设施布局要考虑他们的行动能力,卫生间的设计要便于使用且有安全保障。此外,老年人对环境的适应能力相对较弱,对于陌生的住宿环境可能会感到不适。因此,为他们打造一个温馨、舒适的住宿空间就显得尤为重要。与此同时,酒店市场存在着大量因为设施落后面临经营困境的老旧酒店,业者一直在尝试存量改造,但并未找到一条真正可行的道路。事实上,可以尝试利用存量市场进行银发族客房改造,为老年人提供更加贴心、便捷和舒适的住宿体验,这对于酒店而言也是一次转型机会。具体可从以下五方面入手:

一、选择特定楼层进行改造。可以选择酒店的低楼层作为银发族客房改造区域。首先,从便于出行的角度分析,一楼最为便捷。尤其是对于行动不便的老年人来说,可以降低潜在风险。二楼、三楼虽然需要使用楼梯或电梯,但距离近、等待时间短,也能在一定程度上减轻老年人的负担。

其次,从应急救援方面看,低楼层便于救援人员更快地到达现场。一旦发生紧急情况,如老年人突发疾病或不慎摔倒,救援人员能够迅速响应,为客人争取宝贵的救治时间。

此外,低楼层通常更接近酒店公共区域,如餐厅、休闲区等。老年人可以更轻松地前往这些地方用餐、休闲和社交,提高活动便利性和舒适度。

二、房间指示牌换成大字。房间指示牌换成大字是银发族客房改造的重要内容。在指示牌选材方面,应选择清晰、耐磨且具有良好对比度的材质。例如,可以选用高质量的亚克力板或金属材质,确保指示牌长时间使用不易磨损、褪色。

在设计方面,字体要简洁明了,避免使用过于花哨或复杂的字体,可采

用楷书或宋体等常见且易于辨认的字体,同时加大字号,确保老年人在较远距离也能清晰看到。颜色搭配上,应选择对比度高的组合。

房间指示牌安装位置也很关键。如在房门显著位置标注房间号,方便老年人找到自己的房间。床头位置可设置紧急呼叫按钮的指示牌,让老人在需要时能迅速找到。卫生间内,马桶、洗手池、淋浴喷头等设施 的指示牌应安装在显眼处,如正对着使用者的视线方向。另外,房间内的开关、插座等常用设备的指示也不能忽视,可安装在设备旁边易于看到的位置。

三、卫生间的贴心改造。卫生间的改造对于银发族客房至关重要。首先是扶手的选择,建议采用防滑、耐用且触感舒适的材质,如尼龙材质或表面经过特殊处理的不锈钢材质。扶手的高度应根据老年人的平均身高和使用习惯来确定,一般来说,马桶旁的扶手高度在70厘米至80厘米左右,淋浴区的扶手高度在90厘米至100厘米左右,方便老年人起身或站立时抓握。

对于电话或紧急按钮的设置,应确保位置明显且易于操作。电话可以安装在马桶旁边的墙壁上,高度适中,方便老年人使用。紧急按钮则应设置在淋浴区和马桶附近老年人伸手可及的地方,并且要保证按钮醒目,有清晰的标识。

在安装过程中,要确保扶手和紧急按钮牢固可靠,能够承受老年人的身体重量和意外拉力。同时,为了保障老年人的安全,卫生间地面应采用防滑地砖。

此外,还可以在卫生间内设置一些辅助设施,如可调节高度的坐便器、方便放置物品的架子等,提升老年人使用卫生间的便利性和舒适度。

四、餐厅应提供适合银发族的食物。为了满足老年人的饮食需求,餐厅可以做出相应调整。例如,在菜品选择上,增加营养丰富、易于消化的食物,如鱼肉、豆腐、蔬菜粥等。烹饪方式应以清淡、少油少盐为主,避免过于油腻和辛辣。此外,考虑到部分老年人可能有特殊的饮食需求,如低糖、低盐、低脂等,餐厅应提供定制化餐饮服务。



老年夫妇在酒店客房 视觉中国 供图

务。在就餐环境方面,要保证餐厅安静、整洁,桌椅的高度和舒适度适于老年人使用,服务人员耐心、细心,能够为老年人提供周到的服务。

五、与周边社区或诊所合作,共用医疗资源。与周边社区或诊所合作共用医疗资源,对于银发族客房运营来说具有重要意义。在合作方式上,双向转诊是一种有效的模式。当老年人在客房内出现身体不适、症状较轻时,可由社区或诊所的医生前来诊治。若病情较为严重,则迅速转诊至附近的大型医院,确保老年人得到及时有效的治疗。

人才交流培训也是合作的重要方面。酒店可以邀请社区或诊所的医生,为客房服务人员进行基础医疗知识培训,提高服务人员处理老年人突发疾病的应对能力。同时,酒店服务人员也可以到社区或诊所学习一些基本护理方法,更好地为老年人服务。

这种双向合作的好处显而易见。一方面,能够为老年人提供更方便、及时的医疗服务,让他们在住宿期间感到安心。另一方面,也有助于提升酒店服务质量和专业形象,吸引更多老年人入住。

总之,酒店进行银发族住宿环境

改造,可以实现以下目的:一是可以提升老年人出行的便利性和舒适度,让他们能够更自由、更安心地享受旅游的乐趣。对于那些身体机能有所下降的老年人来说,贴心的客房改造能让他们在外出时不必担忧住宿问题,能够更好地放松身心,丰富自己的晚年生活。二是有助于促进老年社交活动。舒适且便利的住宿环境能够吸引更多老年人一同出行,他们在旅途中相互交流,加强情感联系,减少孤独感,提升旅游满意度。三是将促使更多酒店提升服务质量,满足老年人的特殊需求,从而带动旅游行业服务升级。

展望未来,随着老龄化社会的进一步发展,银发族住宿环境改造将成为旅游住宿业重要的发展方向。更多的酒店和民宿会加入进来,提供更加多样化和个性化的服务。

科技的不断进步将为银发族住宿环境改造带来新机遇。例如,智能化的健康监测设备、更加便捷的无障碍设施等。同时,与医疗、康养等相关产业的融合也将更加深入。未来,我们可能会看到更多的合作模式,为老年人提供一站式的旅游、医疗和康养服务。

对于当下的酒店来说,如果不会“讲故事”,市场吸引力就可能“减分”不少。这里提到的“讲故事”,并非忽悠,而是一种有效的传播手段。“故事”的听众大致分为两类:一类是资本市场,另一类是消费者。

资本市场喜欢上市公司“讲故事”,上市公司有时也需要通过“讲故事”的方式,来吸引更多资本注入。

资本市场上的“故事”内容各有不同,有的从宏观市场趋势讲到企业发展历程,有的则阐述产品的独特性及迎合消费者需求的战略战术。

其实,会“讲故事”并非坏事。“讲故事”是一种重要的沟通和营销手段,也是上市公司的一项战略任务。特别是在上市公司引进和发布新品牌、收购和并购其他品牌、升级换代存量资产、机会投资后从抛售品牌获利等,都是可讲的题材。“故事”的听众应该是机构投资者和股民,“故事”在不同媒体发表后,引起资本市场和业内关注的效果还是很明显的。但“讲故事”是否能够帮助上市公司提升市值和股价,主要看“故事”的内容和相关数据是否有说服力,答案并不相同。

酒店如何讲好“故事”?有几点值得关注。首先需要明确的目标听众,其次要有真实性,最后要有情感连接。这也是向消费者讲好“故事”的关键。

目前,很多酒店有自己的公众号、视频号、直播号、抖音号、小红书号等,有专人根据企业宣传需要,在不同的自媒体平台“讲故事”,有的酒店还邀请明星作为嘉宾参与“故事”的讲述。这一类型的“讲故事”,情节真实且有视觉元素加入,可以成功吸引当地或全国各地的消费者前去打卡,促进业绩提升。

电视剧《承欢记》,主要场景是在上海瑞金洲际酒店和上海苏宁宝丽嘉酒店拍摄的。电视剧播放以后,“国民奶奶”吴彦姝经常光顾的中餐厅“馨源楼”成了消费者青睐的打卡地,且不少女性客人身着旗袍,专门预订该餐厅一楼面对大草坪走道的座位,既享受美食,又可拍照留念。

对于酒店而言,用什么形式“讲

实践中来

浴缸的水为何有点绿?

□ 陈文生

案由

某天晚上,王先生打电话到酒店房务中心,说:“我房间浴缸的水怎么有点绿,请来看一下怎么回事。”

房务中心服务员答道:“我立即通知服务员到您房间看看,请您稍等。”很快,服务员来了。但她看了一眼,摇摇头道:“我找个人来看看,请您稍等。”

客房领班来了,同样摇摇头:“我找个人来看看,请您稍等。”

客房主管到了,也说不清是何原因。

客房主管请来了工程总监。此时,房间里挤了4名工作人员。

工程总监看了一眼,说道:“是光的问题。”

王先生巡视了一圈,说:“这里没有绿色光源啊。”

其他人默不作声。客房主管见工程总监不说话,于是建议王先生换一个房间。

“我估计再换一个房间,浴缸的

水也是绿色的。不换了,我淋浴好了。”王先生拒绝换房,然后不无责备地说:“你们是家高端酒店,按理说经验丰富。但浴缸的水发绿,怎么就说不出一个所以然呢?”

酒店几位工作人员面面相觑,然后低头离开。

点评

酒店浴缸里的水为什么是绿色的?一位工程专家解释道:“老酒店的热水管一般是铜管,久不通水易产生铜锈,铜锈溶于水便呈现出绿色。浴缸的水是绿色的,大概率是该酒店的热水管是铜管,而且很久没有客人使用浴缸的缘故。”

其实,即便新酒店使用的是不锈钢管,若久无客人使用浴缸,水质恐怕也会有变化。因此,建议酒店隔一段时间就要给浴缸通水,防止水管生锈。

此外,本案也提醒业者不断丰富业务知识,补充新的工作职责、完善工作流程是酒店提高服务质量的必然要求。

广西“缤纷一夏”精品剧目展演季精彩纷呈

今年7月至9月,由广西壮族自治区文化和旅游厅、南宁市政府主办的2024年“缤纷一夏”精品剧目展演季活动在广西壮族自治区南宁市举办。

此次活动主打“跟着演出去旅行”,结合“夏游广西”黄金季活动,通过“演出+旅游+商务”模式,在广西文化艺术中心大剧院、南宁剧场、三街两巷·人民剧院等专业剧场开展为期3个月的精品剧目展演。

本次展演季活动有50余部优秀剧目参演,涵盖舞剧、歌舞剧、儿童剧(校园剧)、戏剧、情景音画等。其中,儿童剧(校园剧)展演汇聚了国内外具有市场影响力的优秀作品,旨在为孩子们打造一个充满想象与乐趣的艺术世界。优秀舞台展演剧目精选了全国范围内的优秀精品剧目,为观众带来高水准的专场演出,满足不同年龄段观众的文化需求。

其中,由广州芭蕾舞剧院演绎的原创芭蕾舞剧《白蛇传》改编自中国民间传说,舞剧设置有惊蛰、游湖、琴瑟、安念、端阳、断魂、抉择、明心等情节,

采用轻喜剧手法创作,用诙谐幽默的方式传播东方文化。

为进一步拉动文旅消费,活动期间,各剧场均推出惠民票价等优惠措施,群众可通过各剧场微信公众号进行购票。

粉丝互动见面会也成为本次展演季活动的一大亮点。在人流密集的地方,活动设置了特装展,邀请展演剧目的主演与现场观众进行面对面互动,让粉丝们有机会近距离接触偶像,共同分享对艺术的热爱与追求。

举办精品剧目展演季活动,是快速补充演出市场产品、刺激文化娱乐消费、促进舞台艺术交流的有效方法。展演季通过南宁市区各专业剧场面向全国征集知名精品剧目,以市场为主、惠民为辅的方式,引进高质量演出资源,通过名剧、名导、名角效应,带动南宁的文化旅游消费,满足群众暑期文化旅游需求,进一步培育南宁旅游演艺市场,激发文旅市场活力,助推南宁经济发展,不断提升城市文化品位。