



# 年轻人爱上国宾馆 这些趋势值得关注

□ 本报首席记者 王玮

最近,关于“年轻人涌入国宾馆”的话题很火。眼下正是欣赏秋冬风光的好时节,不少00后、90后已经在“在国宾馆外墙上拍银杏叶”转变为“住进去细品秋意浓”。有网友甚至在社交平台留言:“住国宾馆,只有零次和无数次的差别。”“‘老’宾馆让我们有了新体验。”……

国宾馆是20世纪50年代到60年代,为了满足新中国外交及国际事务的需要,一些重点城市开始组建的宾馆,主要用于外事接待。随着改革开放的不断深入,这些国宾馆开始逐步走向市场化。因为之前“身份”特殊,在很多人的印象中,国宾馆带着些许神秘色彩。它们究竟有何魅力让年轻人如此着迷?

## 年轻人怎么评判值不值

对于年轻人来说,国宾馆究竟“香”在哪儿?“住厦门宾馆步行10分钟之内就能抵达中山公园”“花费几百元就能住进敦煌宾馆,还有机会打卡明星张曼玉和林青霞拍《东邪西毒》时的同款房间”“位于武汉的东湖宾馆的景致不逊于周边景区”……记者在搜索多个社交平台关于这个话题的讨论后发现,这一通“炫耀”背后,年轻人最在意的两个关键点是价格和景色。

喜欢穿汉服去旅行的00后上海女孩李茉告诉记者,因为刚工作,每次旅游预算都有限,她常花很长时间盘算住哪儿合适。既想住得位置好、有品质,又不想花费太多。直到前段时间她用不到600元的价钱“解锁”了坐落于瘦西湖畔的扬州迎宾馆,才发现是

“真香”。“原以为20世纪90年代就有的国宾馆应该很‘老’了,但当他们附赠我汉服旅拍,还包妆造和5张简修照片时,才发现是我的观念旧了。更关键的是,宾馆里的布景真的很‘抗打’。”茉茉说,从此她习惯去一个地方先搜当地的国宾馆能不能住。

“我们看重的是体验上的性价比。”前几天,去杭州旅游的小甄住进了间夜价堪比高端酒店的杭州西湖国宾馆,但她觉得超值。“单是酒店坐拥‘最美湖岸线’,不出大门便能游西湖,还不用人挤人,这一点就‘赢麻’了。而且,体验以前名人住过的地方对我来说很有吸引力。”小甄说,很多国宾馆因为很火又时常有重要接待任务,并不是想住就能随时订得到的,这也让他们更有去探寻的欲望。

一有时间便带娃出门旅行的90后北京游客郑梅告诉记者,她选酒店就喜欢找后面带“宾馆”两个字的,尤其是国宾馆。“这些酒店过去大多是当地的‘门面’之一,所以从地理位置到内部环境再到服务水平都是被‘严选’过的,在这些宾馆甚至能欣赏到独特的景致。这也是为何我们体验下来会觉得很有价值的原因。”

记者注意到,年轻人之所以会有这份喜欢,也因为很多国宾馆在与时俱进。

历经几十年的国宾馆难掩岁月的痕迹,对设施进行分批次改造是一些国宾馆的选择。比如,扬州迎宾馆在几年前对8号楼楼前进行了改造,五针松与白色背景墙相互映衬,禅意十足,让其成为不少酒店控一定要打

卡的地方。杭州西湖国宾馆也进行了大规模的升级改造,并很早就紧随数字化潮流引入智能机器人等,让客人感受老酒店也可以有时尚的魅力。

在中国旅游饭店业协会国宾馆专业委员会主任王志忠看来,不只是国宾馆,现在很多老牌酒店面临着转型升级的关键期,在改造经费有限的情况下,想要抓住年轻人的心,就要知道他们来住的目的是什么,在这个基础上,把酒店自身的亮点再放大。比如,客人在东湖宾馆不仅能欣赏到湖景,还能泛舟湖上,摇摇荡荡品茗、谈心,再拍上几张可以“炫一炫”的照片,他们核心需求被满足了,自然就会爱上这个地方,甚至自愿去做传播。“所以我们要去研究市场,把最大的优势发挥出来。”

## “胃”的妥帖有多重要

前不久,美团公布了这样一组数据,今年前8个月,“金牛宾馆火锅”搜索量同比上涨124%。金牛宾馆位于四川成都市,是四川省委、省政府政务接待基地,被誉为四川国宾馆。美团上搜索金牛宾馆的游客中,30岁以下的年轻人占比达31%。

不仅如此,在部分国宾馆中还有“黑珍珠”餐厅,比如,以杭帮菜为主的杭州西湖国宾馆内的紫微厅就是黑珍珠二钻餐厅。

“自从多年前跟妈妈来过一次后,每年来杭州旅行,都会到这里住一住。哪怕时间不够充裕,也一定要到紫微厅吃一份西湖醋鱼再走。这道菜如果许久不尝会十分惦记。虽然,餐厅的菜品种类‘小贵’,但味道都是美食,错过会可惜。”刚刚住过杭州西湖

国宾馆的朵儿在OTA上留下了这样一段评价。

在这代年轻人的消费观中,“该花花、该省省”的观念占据了比较重要的位置。到国宾馆一饱口福就是很多人认为不能省的。因为,餐饮是最能展现国宾馆服务特色的一个重要部分。比如,中华人民共和国成立后的第一次盛大招待会就是在北京饭店举行的。

在深圳工作的95后郭纪昌告诉记者,上次他去南京旅游,在南京东郊国宾馆尝到了能用“惊艳”来形容的盐水鸭。“上至宫廷肴馔谱录,下采民间风味小吃的国宾馆真的很有‘料’。”

采访中,记者观察到,接地气、有品牌、会营销是不少国宾馆的餐饮能“攻”入年轻人市场的关键点。比如,被认为是代表着扬州淮扬菜最高水平

的扬州迎宾馆,就成立了自己的餐饮管理公司,针对不同市场与人群,打造出趣园茶社、扬州宴、素慧餐厅等品牌,并借助多媒体渠道和网红达人进行传播,现在不少餐厅已成为网红,客人常常需要排队等位。

也有的国宾馆想到了用强强联手来引流。刚刚历经大半年升级改造的广东温泉宾馆就在前不久联手南京金陵饭店、杭州西湖国宾馆、广东大厦举办了为期一个月的江浙粤美食荟萃季。从社交媒体上的晒图中可以看到,很多早就垂涎这几家美食的年轻人“第一时间”赶去了,有的还带上了平时挑剔的爸妈。“对于我们的父辈来说,国宾馆是他们年轻时就想去揭秘的地方。”广州市民李薇说。

“在苏州南园宾馆的几餐,足以让

我对江南的餐饮文化有深刻的印象。”郑梅举例道,“比如主打面食的宴杨楼,保留传统苏式面点的精髓,同时又把地域饮食文化融入进去,以人文套餐的形式推给我们,让我们从一桌美食中品到了地道的‘苏式生活’。”

南京东郊国宾馆相关负责人认为,这正是国宾馆做餐饮的优势所在。“我们现在做餐饮早已超出了‘吃’的层面,单单厨艺精湛已满足不了好奇心重的年轻人,文化的传递有时更吸引他们。因为只有体会到了这些美食背后的故事,他们才会有仪式感。就像我们在做重要外事接待的时候,也会将我们的传统美食文化向宾客娓娓道来一样。”在这位负责人看来,这是所有老牌酒店在餐饮方面应该坚持做的事。

## 情绪价值从哪儿获取

“我住过几家国宾馆,常给我大隐隐于市的感觉。”90后的逸飞在上海的一家外企工作,平时“忙到起飞”的工作状态让她尤其看重度假时那份“悠然自得”的体验感。自带园林景观的国宾馆所提供的情绪价值,正是她选择入住的原因。

“其实,有一部分未来得及做改造升级的国宾馆,在装修风格和便利度上的确赶不上市面上客房产品的迭代速度。它的陈旧也会让我在入住时觉得没有那么方便,但是猪肝色的书桌、老式床头台灯、白色针织盖布所带来的那种怀旧情绪,让我仿佛沉浸在从未体验过的‘老干部’生活中,也就没那么在乎那些不方便了。”逸飞言语中带着对这类老牌酒店的包容,有一部

分原因是来自那股复古怀旧风带给她的情绪价值。

事实上,一些已经完成几次升级的国宾馆也能感知到年轻人的这份情绪。比如,苏州南园宾馆有苏式仿古建筑,也有布局严整的亭台轩榭、假山池沼。在其重新装修过的客房中,可以看到博古架、贵妃榻等样式古朴的家具,与屋外园林的风格更相和谐。在阳光好的时候,可以看到从窗外投射而来的斑驳树影,那一刻总有一种时光停滞的错觉。

酒店控小蒋是苏州本地人,但她仍会常常提起在苏州南园宾馆做一天“江南闲人”的经历。“入夜,从水榭之处传来的丝竹之音,足以将我拉入充满复古气息的江南梦境中。”小蒋说,被这家宾馆“圈”粉后,她的婚礼也是在这里办

的,还举办了很有仪式感的“出阁礼”。苏州南园宾馆总经理樊荣告诉记者,去年像这样客单价不低的复古中式婚宴,他们举办了40多场。

国宾馆对于“私藏”文化的展示也能让不少年轻人获得满满的情绪价值。在入住扬州迎宾馆的00后露露看来,迎宾馆的每一栋楼都有一段历史、一抹情怀。

在大多数人印象中,国宾馆有一个重要的身份就是“时代记录者”。很多国宾馆至今仍保留着一些知名人士过去生活的印迹以及一些历史故事,这正是打动想要“循迹”的年轻人地方。于是,用新方式讲老故事成为不少国宾馆在做的事。比如,北京饭店有专门的美术馆和记录酒店120多年历史的

时间廊;苏州南园宾馆有文化体验馆,每天带客人回味南园的“往事”。

“国宾馆给我的情绪价值更多来自于满满的安全感。”茉茉说,在一次入住北京饭店时,她了解到国宾馆的服务人员是经过严格、专业的服务培训的,他们既服务政务要客也服务寻常百姓。这一点让她非常安心。

事实上,不少国宾馆已经意识到专注于专业服务的输出是最能体现他们价值的地方。杭州西湖国宾馆至今仍在服务上不断加大加码,通过国宾师、如意管家等职位,让普通住客也能体验到“国宾之尊贵”。

在王志忠看来,包括国宾馆在内的老牌酒店唯有恪守自身文化,传承经典服务,才能吸引更多年轻人。

观点

## 国宾馆转型运作 在创新中致敬经典

□ 李彬 胡婷婷 毕媛媛

近段时间,具有独特历史地位和作用的国宾馆进入年轻消费者的视野。国宾馆的市场化运作成为焦点。国宾馆正从主要承担政务接待的酒店转型为商旅休闲型酒店和文化空间、网红打卡地,需要聚焦新兴消费群体需求,创新服务、经营和管理模式,从而适应新市场环境和消费趋势。

### 独特地位与作用

传统意义上的国宾馆一般是指由政府部门出资成立,负责接待领导人和来访外国政要的政务接待型酒店,这种类型的酒店一般位于城市的核心位置,能够提供高品质接待服务。

国宾馆所具有的独特性主要体现在以下4个方面:一是国宾馆是国家或地区形象的重要展示窗口,其历史延续的特殊地位和品牌形象与其所代表的国家形象紧密相连,容易让消费者产生国家认同感。二是国宾馆具有独特的历史文化传承与美学设计,很多是当地的地标性建筑。国宾馆不仅是现代接待设施的代表,更是当地历史文化的重要呈现者,它们承载着厚重的历史,是文化展示与活化的重要载体,为消费者提供了深刻的文化体验。三是国宾馆的国际化氛围吸引了众多外国政要、名人和文化学者,使他们在交流中增进对中国文化的理解和认同。四是服务细腻呈现典范魅力。国宾馆聚焦细节,提供全方位高端专业服务,涵盖礼仪接待、个性化服务等,确保客人有舒适的体验感。对于追求品质生活的年轻一代而言,国宾馆服务无疑具有很强的吸引力。

很多消费者选择入住国宾馆,不仅是为了体验高品质的服务,还希望从中获得独特的文化体验和情绪价值。

### 市场开拓全方位

国宾馆具有重要的政务接待使命,其中蕴藏在历史文化中的资源价值难以复制,且具有其他酒店业态无法比拟的独特资源。因此,国宾馆可以充分运用优势从以下几个方面拓展市场、开发产品。

一是在文旅深度融合发展背景下,国宾馆可以深入挖掘文化资源,系统整理国宾馆的建造史、成长史和接待史,包括建筑风格、艺术藏品、人文交流、历史故事等,坚持文化传承与创新,将文化历史资源转化为品牌资产和体验价值。例如,北京饭店和广东迎宾馆都曾接待过多位党和国家领导人,以及外国元首,它们通过举办纪念展和建设历史文化长廊,提供游览服务,系统展示辉煌的发展历程,成为许多年轻人想去体验的场所。

二是打造文化交流体验空间,举办文化展览、艺术展演等活动,展示中华文化的多样性和深度。例如,杭州西湖国宾馆将观澜阁开辟为历史文化陈列馆,展出G20杭州峰会期间的珍贵物品和照片,这样的举措不仅保护和传承了文化,也为国际友人提供了深入了解中国历史和文化的平台。

三是加强合作,与旅游企业、文化及教育机构携手,充分打造多元文化消费场景,创新文化传播形式,丰富消费者住宿体验,满足年轻消费群体对深度游、文化游的需求。例如,苏州南园宾馆推出系列文化体验活动,与非遗传承人联手开设非遗体验课程等,利用传统文化元素激起消费者情感共鸣。

市场化转型促使国宾馆不仅要继续承担政务接待任务,还要积极开拓新渠道、新客源,丰富商业模式进而实现市场化运作。这就需要国宾馆充分借助资源、IP品牌等的优势来实现。

一是可以凭借独特资源优势,抓住年轻消费群体需求来创新产品形态与结构,在提供高品质住宿服务的同时,继续拓展主题餐饮服务、开发会议服务、提供文化体验空间、设计City Walk旅游线路等。例如,杭州西湖国宾馆在餐饮方面既保留了传统杭帮菜,又创新融合菜,结合现代健康理念,适应多元口味。北京饭店则可以利用其独特的地理优势,为顾客规划5公里出游圈,方便游览故宫、天安门等景点,增强消费者参与度。

二是可以打造自有品牌IP,讲好独特的、专属的品牌故事。国宾馆在挖掘自身历史脉络、文化底蕴基础上,设计自己的IP形象、品牌调性等。比如围绕IP设计特色主

题房间及主题餐饮,开发与IP文化相关的衍生产品,如休闲游览线路、文创产品等。充分发挥“酒店IP+”作用,结合年轻人感兴趣的游戏、动漫、剧本杀等,与相关知名品牌或文化机构进行跨界合作。例如,广东迎宾馆推出了原创卡通IP“迎将军”,并将宾馆背景、文化拟人化、形象化,进而推出帆布袋、T恤等系列衍生产品。IP可以作为国宾馆的独特卖点,增强年轻消费者对酒店品牌的忠诚度。

三是可以充分利用新媒体营销拓展市场。通过微信、抖音、小红书等社交媒体平台开展内容营销和互动活动,提升品牌的社交影响力。比如,发布文化故事,以及特色服务介绍,鼓励用户参与并分享入住或活动体验,增加品牌的曝光度,利用直播平台进行线上导览,定期更新优惠活动和房源信息,吸引更多客人。

### 运营管理智能化

加快发展新质生产力背景下,智能化赋能的高品质服务是满足当下年轻消费群体需求的重要方面。国宾馆要紧跟时代发展,积极引进智能化产品并逐步构建数字化管理体系。

一是在经典的优质服务基础上满足消费者日趋个性化、多样化的需求,智能化产品和服务可以赋能服务模式创新。如智能客房控制系统、智能康养设施与服务、智能会议设施与服务、生成式AI的智能咨询与投诉处理等。这些智能产品、数字化的数据分析平台和管理体系,可以系统地提升客人体验和运营效率。例如,杭州西湖国宾馆引入智能客房控制系统、会议设备等,让住宿体验更舒适,服务环节更流畅。苏州南园宾馆利用数字化工具对服务流程进行优化,创造了更加时尚、科技感十足的变革性体验。这些国宾馆在数字化方面的应用走在行业前列,致力于通过科技提升酒店的精细化管理运营。

二是将数字技术融入文化体验,推动科技与文化融合。例如,杭州西湖国宾馆具有毗邻西湖的独特区位优势,蕴含深厚文化底蕴,可着力打造“西湖全景”的元宇宙产品。比如通过元宇宙技术打造国际高端会议接待场景,为消费者提供独特体验;也可以凭借独特的江南特色服务优势,为年轻消费群体提供文化主题服务,比如在公共区域设置生成式AI的智能体或人形机器人,开展互动活动,让年轻消费者了解国宾馆独有的特色建筑、园林景观、历史轶事、接待故事等,赋予客人科技感十足的体验。

新时代背景下的国宾馆正面临着转型升级的重要机遇期。国宾馆在面向新消费群体与新消费需求时,更需要通过充分运用自身独特资源,在商业模式、产品、服务和管理等方面进行创新,在向经典致敬中实现华丽转身。

(作者单位:北京第二外国语学院旅游科学学院)



杭州西湖国宾馆 视觉中国 供图