

海南三亚海棠湾茅台度假村开业 茅台涉足酒旅项目的内在逻辑是什么

■中国城市报记者 张亚欣

酒业巨头茅台跨界文旅产业的“一只脚”已落地。

近日,海南三亚海棠湾茅台度假村开业,这是茅台精心打造的首个滨海酒旅融合项目,也是茅台文旅一路向南延伸打开酒旅市场的第一步。

涉足酒旅项目,茅台所凭借的底气 and 优势是什么? 三亚海棠湾茅台度假村项目对茅台酒企本身而言将产生何种影响? 茅台作为酒企涉足酒旅项目究竟胜算几何? 其能否在高端酒店林立的三亚站稳脚跟?

茅台涉足酒旅 实属意料之内

贵州茅台,出黔入琼。

不久前,三亚海棠湾茅台度假村开门迎客,消费者不仅可以在度假村内感受三亚度假生活,还可以在度假村内体验茅台系列酒品鉴、茅台冰淇淋品尝、茅台宴品味等酒旅度假新模式。

中国城市报记者了解到,三亚海棠湾茅台度假村占地面积295亩,建筑面积达15万平方米,度假村内有奢华茅台尊品酒店、高端茅台珍品酒店、轻奢茅台精品酒店、旅居茅台精品酒店,共设有728间客房1128个床位。

同时,三亚海棠湾茅台度假村配备超4000平方米的会议空间,能同时满足3000人进行宴会及会议活动,海盐泳池、SPA、冲浪吧以及以“根植茅台文化,演绎历史传承”为主题打造的水上乐园等设施,可满足

商旅、亲子等不同旅游消费群体的需求。

茅台集团相关负责人称,“酒旅融合”已成为茅台集团三大主业之一。

实际上,白酒企业进军文旅产业并不稀奇,特别是酒店业,例如郎酒打造了集住宿、旅游体验为一体的郎酒庄园,古井贡酒成立了古井酒店集团等。作为白酒行业龙头的茅台涉足酒旅项目究竟有何优势?

职业投资人程宇在接受中国城市报记者采访时表示:“茅台跨界的最大底气是他的庞大现金流,从其主营业务来看,营销是非常重要的一环。而茅台酒的定位是高端酒,因此,也必须要有高端的营销符号来支撑其品牌定位,海棠湾本身是高级度假区,也是高档品牌林立的地区,茅台涉足于此,实属正常。”

在易居研究院智库中心研究总监严跃进看来,茅台集团在酒业是知名品牌,本身就带有IP属性,因此跨界到一些与酒类、文化旅游消费有关的业务,在逻辑上一定程度是互通的,此前茅台推出的雪糕等产品就是很好的例子。度假村这样的项目并不违背茅台商业零售的逻辑,在业务上也有关联性,尤其是从高端的角度更好理解。“茅台的客户群体偏向高端,这些客户群体也有休闲度假的需求,都是相通的。”严跃进说。

“海南是一片投资热土,茅台选择拥抱海南亦在情理之中。”逸香白酒首席专家欧阳千里告诉中国城市报记者,酒与旅游、餐饮等天然拥有着品牌

推广、产品消费的联系,所以投资文旅产业是茅台的必备功课之一。

度假村或将成为茅台 向国内外展示的新窗口

实际上,跨界文旅产业,茅台并非一时兴起,从拿地到开业,三亚海棠湾茅台度假村筹备了10年之久。

2012年8月,茅台集团以9.4亿元,竞得三亚市海棠湾C6片区D-3-6地块,投资约22亿元,占地300余亩,总建筑面积15万平方米,打造高端旅游度假村。该度假村由茅台集团的全资孙公司贵州茅台酒厂(集团)三亚特投资实业有限公司负责。2022年,贵州茅台酒厂(集团)三亚特投资实业有限公司注册子公司——贵州茅台酒厂(集团)三亚特投资实业有限公司海棠湾茅台度假村分公司,经营范围包括餐饮服务、住宿服务和酒吧服务等,负责度假村运营。

茅台方面透露,在三亚建造集住宿、餐饮、会议、旅游、亲子娱乐、休闲度假、文化展示、白酒品鉴等功能为一体的多元化度假酒店群,可为三亚建设国际旅游消费中心标杆增加茅台元素,向世界展示中国白酒文化。

“海南的酒类消费尚有很大增长空间。”闻旅CEO周海涛在接受中国城市报记者采访时表示,一方面,茅台度假村将成为茅台面向全国和全球游客的展示窗口;另一方面,现如今,海南正在建设中国特色自由贸易港,茅台此举亦是对国

际化以及多元化的探索。

实际上,早在2011年,茅台就明确提出了其多元化发展的战略。2012年,茅台集团成立全资子公司贵州茅台酒厂(集团)置业投资发展有限公司。2022年12月,茅台通过新成立的遵义文康置业发展有限责任公司,斥资10.54亿元拿下遵义的两宗商住用地,出让面积分别约15.7万平方米、12.6万平方米,商业建筑面积均不超过5%。

严跃进分析称,从业务类型看,茅台本次拿地或与大健康等领域关系较大,或许意味着后续此类地产开发会涉及到文旅大健康等范畴,特别是涉及到白酒相关的大健康概念。

高星酒店林立 站稳三亚并非易事

值得注意的是,茅台并未和酒店运营品牌合作,而是自己运营该度假村。项目所在的三亚海棠湾,相比三亚湾和亚龙湾,这里修建了众多高档酒店度假村,周边景点还包括著名的蜈支洲岛。

然而,想要在国内知名旅游城市三亚的酒店领域站稳脚跟绝非易事,首先要面对的就是激烈的高星酒店市场竞争。数据显示,三亚不到2000平方公里的陆地面积范围内云集了挂牌五星级酒店12家、四星级酒店22家、待评四五星级酒店23家。在众多高星酒店中,不乏JW万豪、丽思卡尔顿、瑞吉酒店、铂尔曼等知名五星级酒店品牌。

“白酒与酒店行业属完全

不同的两个领域,酒店产业早已进入充分竞争市场。”周海涛认为,除了吸纳专业的管理、运营和服务人才外,还要遵从酒店行业的内在逻辑,提供具有差异化的产品和服务,才有可能脱颖而出,真正站稳脚跟。

实际上,针对茅台跨界文旅、大搞酒旅项目,业内也存在不同看法。“从业务本身的成本和收益来看,跨界发展酒店有‘大炮打蚊子’之嫌。”程宇表示,在高档商业地段搞营销是正确的选择,但营销手段必须和主营产品密切相关,否则投入的成本就不能给主营产品营销带来明显增效。在他看来,茅台完全可以在海棠湾建专属定制的高端体验旗舰店,而不是去打造一个和主营产品不相关的酒店。“这种做法其实成了茅台酒向酒店输出品牌价值,而不是酒店向茅台贡献品牌价值。因此,这很可能和茅台做冰激凌一样,透支茅台的品牌价值。”程宇说。

茅台能否玩转酒旅项目,未来仍需市场给出答案。

城 讯

文化和旅游部:推进 文化和旅游深度融合

据新华社电(记者周 玮 徐 壮)实施新时代系列艺术创作工程、“公共文化新空间”行动计划、中华文物全媒体传播计划、美好生活度假休闲工程、文化和旅游市场“信用+”工程……在1月5日举行的2023年全国文化和旅游厅局长会议上,文化和旅游部部长胡和平明确2023年工作总体要求和重点任务,围绕全面贯彻落实党的二十大精神、推进文化和旅游深度融合提出一系列创新举措。

胡和平说,我们必须坚持以文塑旅、以旅彰文,坚持优势互补、相得益彰,让“诗”和“远方”在共创美好生活中“融”得自然、“合”得协调。

据介绍,在繁荣文艺创作方面,文化和旅游部门将开展建立年度优秀作品推荐机制,构建艺术传播推广体系;推动重点文艺院团建设,扶持濒临失传剧种戏曲院团等工作。在加快推进旅游业振兴发展方面,将有序开展5A级旅游景区、国家级旅游度假区等评定复核;推进全国旅游资源普查,推出第一批中国特品级旅游资源名录等工作。

北京:四大展览奉上文化盛宴

近日,4场新展览“祭如在——中国艺术研究院藏明清祖容像展”“松纳柴器——景德镇陶瓷柴窑烧造技艺展”“影戏人间:陕西非遗皮影展”“天地人文——刘恒甫公共艺术展”在中国工艺美术馆、中国非物质文化遗产馆展出,为观众奉上一场传统文化饕餮盛宴。

据中国工艺美术馆、中国非物质文化遗产馆副馆长苏丹介绍,“张灯结彩过兔年”2023年新春灯彩会也将在春节期间拉开帷幕,来自浙江、福建、北京、安徽等地的彩灯将齐聚一堂,营造强烈的传统年味。

中国城市报记者 全亚军摄

