

竞争升级,中高端酒店靠什么打动消费者

中国城市报记者 张亚欣

今年“五一”小长假的亮眼成绩远超预期,给酒店从业者打了一剂“强心针”。去哪儿大数据显示,今年“五一”小长假期间,热门城市酒店预订量超疫情前1.9倍,三四星级酒店预订占比提升,从2019年的39%提升至2023年的48%,上升了9个百分点。

中国城市报记者注意到,虽然市场迅速回暖,但随着竞争愈发激烈,企业的投资态度反而愈加谨慎。这不禁令人发问:在激烈的市场竞争之下,什么才是最能打动消费者的要素?现如今,酒店投资还是一门好生意吗?

竞争:

把每个细节都做到极致

日前,宏昆酒店集团首席开发官林沙在媒体沟通会上,介绍了以“新人”身份亮相酒店加盟领域的宏昆酒店集团。

尽管林沙将宏昆酒店集团自封为“新人”,但实际上,该酒店集团在酒店市场早已深耕多年。公开资料显示,宏昆集团成立于1993年,如今已发展成为业务领域覆盖五星级酒店、温泉会所、写字楼、物业租赁与商业地产开发等的综合企业。2022年,宏昆酒店集团全品牌矩阵华北地区新增超过100家。据林沙透露,宏昆的战略目标计划拓展至千城万店。

酒旅市场的迅速复苏,使得中端酒店市场的增长潜力进一步释放。厚海发布的《2022中国酒店市场品牌变更洞察报告》显示,在酒店定位档次方面,品牌变更酒店中以中档定位酒店为主导,占研究总量的69%;受最为核心的市场因素驱动,中端酒店成为品牌变更最为活跃的层级。

在日趋激烈的中端酒店赛道上,如何打磨出中端酒店市场更具竞争优势的投资模型?提供更适配年轻人需求的解决方案?这成为每一个酒店集团亟待思考的问题。

企查查数据显示,2023年第一季度,我国新增酒店相关企业8.8万家,同比增长24.0%,酒旅市场化、多元化趋势明显。携程商旅发布的商旅白皮书显示,差旅人士和企业对商旅复苏的平均信心指数达8.5分,其中,近九成“差旅侠”表达出较高的出差意愿,并且更渴望舒适、安全、高效的差旅体验。

对此,宏昆酒店集团核心品牌朗丽兹作为中高端连锁酒店品牌,秉承“有品位、很贴心”的品牌特色,在酒店的装饰装修设计以及服务上做到精益求精,把每个细节都做到极致。

“朗丽兹酒店为了给客人提供舒适的住宿体验,将设计和服务落在客人入住的每一个环节中,不断雕琢产品。”朗丽兹发言人张郁薇称,花洒能不能做到5秒内出热水?窗帘能不能一次合紧、不留缝

隙?下水道能不能通畅无阻、地面不积水?以及墙壁和门窗能不能做到超强隔音等都在他们的品控范围内。

此外,张郁薇介绍,朗丽兹在深刻理解消费者需求后,在标准的酒店产品上进行了诸多优化,比如浴室墙上多加一个置物架,住客可以放自己的洗漱品等。尽管上述优化看似细小,但对于商旅、情侣和对住宿细节有要求的消费者来说十分实用。

消费:

更年轻、更追求“性价比”

中端酒店市场的激烈竞争是业内人士有目共睹的。回顾过去一年酒店开业情况,相关数据显示,中端酒店几乎每月都领跑全品类,其连锁化率高达48.05%,远高于高端酒店和经济型酒店。换言之,中端酒店市场成为各酒店集团的战场,紧抓年轻化客群则似乎成为了核心要义。

宏昆酒店集团另一核心品牌慢曲则更吸引年轻群体的目光。除了延续宏昆酒店集团对旗下酒店品牌精致的设计和极致的服务要求外,慢曲更将音乐元素融至酒店的方方面面。

其实,品质和体验感是年轻一代消费者的重点考量因素。QuestMobile发布的《2022 Z世代洞察报告》显示,65.4%的Z世代用户在消费过程中关注品质,31%的Z

世代用户在消费过程中关注体验。Z世代消费群体崇尚“悦己”、追求“性价比”、注重独特体验。同时,他们不仅消费品牌的产品与服务,也消费品牌代表的气质和生活方式。

据慢曲酒店发言人龚舒萌介绍,慢曲酒店主张年轻态、文艺范,在酒店中打造沉浸式音乐文化体验。除了将音符和音乐元素融入酒店设计之外,消费者进入酒店房间,就可以通过床头的音乐旋钮和墙壁上的白噪音唱片机来享受疗愈、助眠音乐;而墙壁上挂着的吉他也常常被多才多艺的顾客在休息之余即兴弹奏。

运营:

注重差异化及数字化

现如今,在激烈的市场竞争下,酒店投资还是一门好生意吗?

“酒店投资仍然是一门有前景的生意。”财经评论员张雪峰在接受中国城市报记者采访时表示,对于酒店投资而言,最重要的是选对地点和管理团队。地点的选择需要考虑到当地的旅游市场、交通便利程度、周边配套等因素,而管理团队的素质则直接关系到酒店的服务质量和经营效益。

华美顾问机构首席知识官、高级经济师赵焕焱在接受中国城市报记者采访时也表示,疫情防控政策优化调整后

旅游业开始复苏,在合适的地段发展酒店仍是很有吸引力的投资方式。

慢曲酒店房山店投资人邱不语在沟通会上分享其投资历程时坦言,未来的消费主力军是年轻人,她更看好年轻化的市场。因此,在同步考察了多家酒店品牌后,她还是选择了宏昆旗下的慢曲品牌。“植根于慢曲的音乐文化及年轻态元素,品牌可以不断产出新的内容和消费者互动项目。”邱不语说。

此外,中国城市报记者注意到,尽管开放加盟便于酒店品牌扩张,但对于标准化、品控、品牌调性以及服务流程等而言则意味着更难把控。

“为解决把控难问题,宏昆聘请AMT流程咨询公司,建立更符合市场规律的流程与标准化经营方式,用IT工具固定下来,实现数字化运营。”林沙告诉中国城市报记者,宏昆以技术手段辅助酒店管理,把酒店管理需要的专业知识全部集合在一套IT系统中,节省运营和人力成本。

张雪峰建议,酒店在开放加盟的过程中,应加强对加盟商的管理和培训,确保加盟商能够按照标准化的要求进行经营,同时建立完善的监督机制,及时发现和纠正问题;另外,加盟前需要对加盟商进行严格的筛选和评估,确保其具备良好的信誉和经营能力,避免加盟商的质量对品牌形象造成损害。

院线电影《我的青春岁月》上映仪式在京举行

褚多锋

5月19日,由甘肃省委宣传部、中国小康建设研究会联合摄制的主旋律院线电影《我的青春岁月》上映仪式在北京举行。该影片总策划、中国小康建设研究会副会长兼秘书长李彬选主持活动。

十一届全国政协副主席张梅颖出席仪式,第十三届全国人大农业与农村委员会副主任委员、中国供销合作经济学会会长李春生,原文化部党

组成员、副部长励小捷,农业农村部总畜牧师、农村合作经济指导司司长张天佐,西安政治学院原政委刘强,国家广播电视总局机关党委副书记杨峥,影片出品人、甘肃博辉影视文化发展有限公司董事长左新郎,城市党刊代表郭宗海、赵文清,甘肃省庆阳市文联党组成员、副主席何岳阳等出席或发言。电影导演孙亮介绍拍摄情况。来自文化、媒体、企业界的近百名嘉宾参加了仪式。

影片《我的青春岁月》讲述了1934年陕甘边区南梁革命根据地面对艰苦的办学条件,克服重重困难创办陕甘边区教育的故事,展现边区来之不易的教育发展光辉历程。该片对于回顾党领导教育的历史、梳理我国教育发展史,讲好党的故事、革命的故事、英雄的故事,开展理想信念教育,激励人们建功新时代、奋进新征程具有积极意义。

据悉,影片《我的青春岁月》将于5月26日在全国公映。



电影《我的青春岁月》上映仪式现场。人民日报记者 赵树宴摄