

新时代背景下大湘西酒店业发展对策浅析

付琼, 汤容, 李策*

怀化学院商学院, 湖南 怀化

收稿日期: 2023年7月15日; 录用日期: 2023年8月16日; 发布日期: 2023年8月24日

摘要

双循环新发展格局背景下, 大湘西地区酒店业面临阶段性发展瓶颈。在调查大湘西酒店产业发展现状的基础上, 发现大湘西地区酒店业存在经营理念落后、产品结构单一、新媒体营销不足、品牌意识淡薄等问题。对此, 提出了差异化经营、创新酒店产品、加强新媒体营销、提升服务质量等建议, 以期为大湘西地区酒店业可持续发展提供理论参考和路径借鉴。

关键词

新时代, 酒店发展, 对策, 大湘西

Analysis of the Development Countermeasures of the Hotel Industry in Western Xiangxi under the Background of the New Era

Qiong Fu, Rong Tang, Ce Li*

College of Business, Huaihua University, Huaihua Hunan

Received: Jul. 15th, 2023; accepted: Aug. 16th, 2023; published: Aug. 24th, 2023

Abstract

Under the background of the new development pattern of dual circulation, the hotel industry in western Hunan is facing a phased development bottleneck. On the basis of investigating the development status of the hotel industry in western Xiangxi, it is found that the hotel industry in

*通讯作者。

western Xiangxi has problems such as backward business philosophy, single product structure, insufficient new media marketing, and weak brand awareness. In this regard, suggestions such as differentiated operation, innovative hotel products, strengthening new media marketing, and improving service quality are put forward, in order to provide theoretical reference and path reference for the sustainable development of the hotel industry in western Hunan.

Keywords

New Era, Hotel Development, Countermeasure, Western Xiangxi

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 前言

随着住宿业发展环境、市场格局、产业格局的巨大变化，我国酒店业正处在双循环新发展格局下谋求高质量发展的新阶段。受益于旅游业快速恢复和发展，2023 年第一季度全国星级旅游饭店共有 6324 家，星级饭店的各项经营指标均同比大幅增长，平均出租率恢复至 2019 年同期的 88.5% [1]。尽管住宿市场在 2023 年的端午和暑期有短时间的报复性反弹，但国内酒店业仍然面临市场竞争激烈、消费预期转弱、人工成本上涨等一系列挑战和困难。当前酒店业面临的关键问题在于，如何在不确定的市场环境下创新酒店业的产品与服务以实现酒店的生存和发展。大湘西地区作为湖南西部边陲地区，该地经济发展长期相对滞后，但该地区具有丰富的自然风光和民族文化，旅游业和酒店业发展潜力巨大。在新时代背景下，大湘西酒店业如何守正创新成为该地住宿业发展的热点之一。为此，本文从创新视角对大湘西酒店业进行分析，以期为大湘西酒店业快速恢复和健康发展提供路径参考。

2. 文献回顾

为了解学者对当下酒店业研究的概况，本文作者在 CNKI 数据库中，输入“住宿业”、“酒店业”、“创新发展”等关键词进行了检索。统计后发现，国内对酒店业创新发展的研究主要集中在 2018 年前后及 2021 年前后(见图 1)。在 46 篇期刊文献中，只有 2 篇核心期刊，2 篇 CSSCI 期刊，文献产出机构较零散，只有《旅游纵览》杂志有 7 篇产出，其余皆为 1~2 篇。这些文献研究内容主要集中在供给侧改革、财务管理、星级酒店、酒店管理等方面。

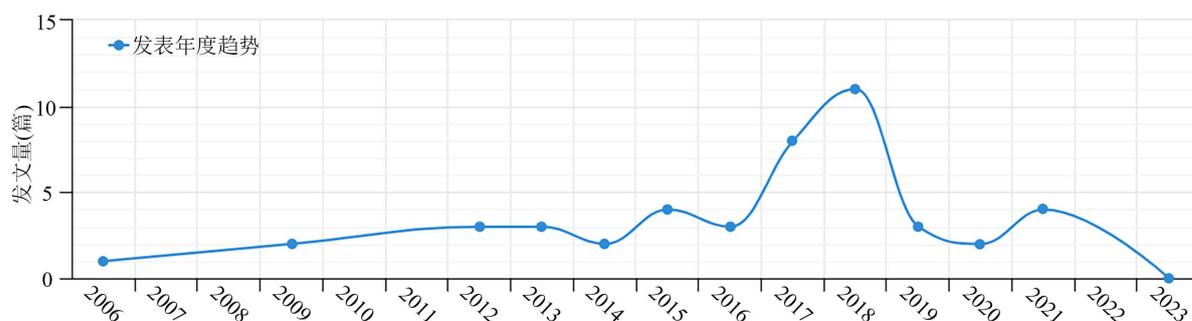


Figure 1. The general trend of research on innovation and development of the hotel industry

图 1. 有关酒店业创新发展研究的总体趋势

陈果等人(2022)指出疫情过后消费者的消费习惯和消费理念将发生深刻变化,更加注重科学饮食、卫生健康,餐饮企业要构建健康可持续发展机制[2]。杨宏浩(2022)指出疫情过后,住宿业应当以国内市场为主,扩大国内市场需求,同时人才和资金将是住宿业在未来一段时间发展需要储备的重要能量[3]。高杨等(2022)认为住宿业客房价格空间分布与到旅游吸引物、交通枢纽、商业中心、行政中心、高校科技园区、会展中心的距离以及酒店经营周期呈显著负相关;与企业规模、网络评分呈显著正相关。其中,内部影响因素中企业规模影响最为显著,外部影响因素中与到旅游吸引物的距离最为明显[4]。曾国军(2022)酒店业韧性建设使酒店能够更快地从危机中恢复,快速建立市场竞争优势,从而促进酒店的高质量发展[5]。通过文献分析可以发现,国内学者对住宿业相关研究在研究内容、研究视角等方面不断创新,获得丰硕的研究成果。但从新时代视角研究民族地区酒店创新发展的相关研究还较为匮乏。因此,本文以大湘西住宿业为研究对象,在文献分析和实地调研基础上,探索民族地区住宿业创新发展的新路径,为酒店业的优化经营以及民族旅游可持续发展提供理论指导与实践借鉴。

3. 大湘西地区酒店业经营存在问题

(一) 经营理念落后, 缺乏市场敏锐度

受经济发展水平和地理位置的制约,大湘西地区酒店的经营者的经营理念、管理水平、对政策和市场机遇的把握能力相对落后。酒店经营在整体上缺乏科学发展规划和准确的市场定位,具体表现在酒店存在客源以本土客源为主、空间布局老旧、客源不稳定、对市场应变能力差等问题。酒店经营理念落后严重阻碍了大湘西酒店业的市场创新和进军国内中高端市场的步伐,成为酒店业无法持续生存发展的首要障碍。同时,由于缺乏对市场的敏锐度,许多酒店无法及时地调整经营策略和产品结构,错过了市场机遇,导致市场份额逐渐萎缩。

(二) 产品结构单一, 深度体验不足

目前,大湘西地区酒店普遍存在产品结构单一,地域文化不突出等问题。酒店单一的住宿营收模式难以支撑酒店的日常运营,大湘西地区的酒店在配套业态中,缺少融合娱乐休闲、商务差旅、地产物产等业态,跨界与新零售、办公、教育、培训、商业等联动发展模式还未普及。大湘西少数民族风情浓郁,但是能够激发住宿游客购买欲望的酒店文创产品、农副产品等伴手礼较少,对地域特色未能充分挖掘和利用,趣味性和活动内容的丰富性不高,游客参与度也较低。当前的酒店产品和服务还不能满足游客对少数民族文化多样化的猎奇心理。

(三) 营销手段落后, 新媒体营销有待加强

随着大数据、物联网等新技术的快速发展,各类新媒体平台成为酒店重要的获客渠道。但受人才、技术、资金等因素的影响,大部分大湘西酒店的营销方式还是较为单一,在招揽游客的方式上,较为传统和被动,除了与旅行社、较大的OTA平台合作外,没有升级更为多元、主动的酒店营销体系。总体来看,大多数酒店对新媒体营销重视不够,具体表现在酒店在相关网络平台上的软文介绍和推广照片质量不够高,缺乏新媒体运营的管理知识,导致平台上的用户评价较低,不利于酒店的经营,从而影响酒店的经营效益。

(四) 品牌意识淡薄, 服务质量有待提高

“文化 + 品牌”是住宿业的发展方向,文化能有效提升住宿产品附加值和丰富消费者体验,影响着本土品牌的可持续性发展,目前,大湘西地区酒店还没有充分意识到品牌对酒店发展的重要意义,大部分酒店品牌建设还处于初级阶段。除此之外,酒店是典型的服务行业,酒店从业人员的服务意识与服务水平直接影响着客户的满意度与消费水平。与发达地区的酒店相比,大湘西地区酒店由于缺乏市场竞争意识和创新意识,酒店员工的服务意识和水平相对较低,削弱了酒店的市场竞争力和活力。除此之

外,酒店从业人员中专业人员比例非常低,大部分酒店员工只进行了基础的技能培训,缺乏系统的行业培训,这也使得酒店的整体服务质量无法保证。

4. 新时代背景下大湘西酒店业创新发展路径

(一) 转变经营理念, 差异化经营

为适应激烈的市场竞争,大湘西酒店要坚持“以服务为基础 + 客人至上”的经营理念,并把相关措施落实到实处。酒店的竞争力和口碑关键在于对客服务,因此,在对客服务中要充分体现细心、热情、周到、超值的服务精髓,实现延深服务,零缺陷服务,并在日常经营中根据市场环境变化,实现经营理念持续升级。

酒店要在满足大部分旅客的共性需求之外,还要通过数字化技术等记录个性需求,提供有人文关怀的服务体验。据《2022 中国旅游度假发展报告》显示,我国城镇居民休闲度假游占比持续提升,休闲度假已成为居民消费的重要选项[6]。大湘西地区有良好的生态环境和丰富的人文旅游资源,随着休闲度假市场的快速发展,该地酒店市场需求量巨大。因此,大湘西地区的酒店应当加强其品牌辨识度,提高对中高端休闲客群的吸引力,以生态旅游、民俗旅游为发力点,将休闲度假市场也作为其未来着重开发的市场。与此同时,酒店的硬件配备、产品(服务)设计、产品定价及市场营销也应围绕休闲度假客人的需求特点开展开。

(二) 创新酒店产品, 突出地域特色

目前,大湘西地区酒店房型以传统客房为主,随着消费者消费体验的增多和消费理念的转变,传统客房的生命力越来越弱。因此,为了适应市场需求的变化,酒店应及时优化房型结构,对收益贡献较大的双床房、行政大床房予以保留和维护,对收益贡献小的各类套房、大床房等取消或改造成各类主题客房,包括国风房、VR 客房、卡通房等以吸引更多的住客。随着城市微度假的兴起,酒店要加大对城市周边及本地客人的投入,包括餐厅菜品的研发、健身房营业时间、婚宴升学宴宝宝宴等服务,深度开发本地市场潜力。通过更新更适合本地市场的产品,实现收益多元化,加速酒店业绩的复苏。

除此之外,酒店是城市文化的输出口,大湘西地区有着丰富的少数民族文化。因此,酒店可以增加文化体验和文创礼品服务。一方面可以以开发少数民族习俗为基础的沉浸式互动体验项目,如蜡染、刺绣等;另一方面,酒店可以制作富有地域特色的团扇、抱枕、手机壳、冰箱贴等纪念品以及绣有酒店的 logo 丝巾、手帕和口罩。这些既可以当作伴手礼售卖,又可以当作积分兑换的礼品,既传播了酒店品牌,又奖励了忠实客户,还可以增加酒店收益,一举三得。

(三) 加强渠道管理和建设, 重视新媒体营销

随着消费环境和消费者消费习惯的改变,受众注意力开始长时间占据内容平台,以抖音、小红书为代表的新媒体用户迅速发展,酒店数字营销的力度也在加强。为了防止渠道价格混乱,对酒店品牌造成损害,大湘西地区的酒店要建立一套完善的渠道价格管控体系。对于直销渠道,酒店要保持最优的价格,尽量避免出现价格倒挂;对于 OTA 平台,如携程、飞猪等,酒店更多还是推套餐产品,并且要多用于一些特定的促销活动,比如 618, 双 11, 双 12, 以及酒店的周年庆等。OTA 的作用应该是引流和补充客源,不能过分依赖 OTA,酒店要努力把 OTA 客源转换成直客,提高客人对酒店的忠诚度。

与此同时,大湘西地区的酒店还要积极通过微信、微博、小红书、抖音等平台开展营销活动,加速搭建酒店垂直领域的自媒体矩阵,提高酒店品牌曝光度、引流量及流量转化率,重视线上点评数及点评分的提升。酒店要设立奖励机制,鼓励员工在各社交平台(如小红书、B 站、抖音等)通过吐槽、趣闻轶事、日常拍摄、文字记录、直播等方式推广酒店的客房、餐饮和文创产品,增加该地区酒店在互联网上的曝光度和热度。大湘西地区酒店要以“会议会展”、“休闲度假”两个目标客群为核心,从打造网红酒店、

到酒店公众号、再到抖音和小红书,实现从传播、种草,到流量转化的闭环,在达到品牌宣传目的的同时,也促进酒店收益的提高。

(四) 强化品牌意识,提升服务质量

大湘西地区酒店要树立品牌意识,系统提升酒店产品附加值、服务质量、口碑形象,注重活化利用,坚持创意创新,用湘西文化、生态讲好湘西故事,塑造品牌优势。同时,为进一步提升大湘西地区酒店员工的专业技能和服务质量,酒店要加强员工在客户服务技巧、沟通与协作能力、文化礼仪等方面的培训,使员工对行业标准和职业素养有深刻理解,为提供卓越服务打下坚实基础。除此之外,酒店还要建立完善的考核评估机制。评估内容要广、评估标准要高,从实际工作表现到客户满意度再到经营团队合作能力等方面进行全方位考核,以提高从业人员的整体素质、丰富其业务知识、规范其服务行为,确保向消费者提供文明规范、优质高效的酒店服务。

5. 结语

新时代背景下,酒店业面临着可持续发展、数字化转型、消费结构转变等一系列严峻的发展挑战。目前,大湘西地区酒店所处市场环境“危中有机”。一方面,国内庞大的休闲度假市场规模为大湘西地区酒店提供了良好的客源市场,酒店要适应市场、客人和环境的变化,不断进行产品和服务创新和改进;另一方面,双循环时代背景下,大湘西旅游市场迎来发展窗口期。大湘西地区酒店业可以通过转变经营理念、创新产品和服务,实现酒店业的可持续发展。

基金项目

怀化学院科学研究资助项目(22C0479)。

参考文献

- [1] 中华人民共和国文化和旅游部. 2023年第一季度全国星级旅游饭店统计调查报告[EB/OL]. https://zwgk.mct.gov.cn/zfxgkml/tjxx/202305/t20230510_943678.html, 2023-05-10
- [2] 陈果,张利,张澜君. 疫情防控常态化下酒店餐饮安全管理对策[J]. 食品与机械, 2022, 38(6): 237-240.
- [3] 杨宏浩. “双循环”格局下的住宿业高质量发展[J]. 旅游学刊, 2021, 36(1): 9-11.
- [4] 高杨,王朝辉,乔浩浩,殷鹏. 上海市旅游住宿业房价空间分异规律及其影响因素[J]. 地理科学, 2022, 42(8): 1391-1401.
- [5] 曾国军,林家惠. 疫情背景下酒店业韧性建设与高质量发展[J]. 旅游学刊, 2022, 37(9):10-12.
- [6] 中国旅游研究院. 度假正当时——2022中国旅游度假发展报告[EB/OL]. <http://www.ctaweb.org.cn/cta/gzdt/202208/d03783131d8048c1bc83582d2b42de36.shtml>, 2022-08-28.