

# 惠州文脉

新闻为眼·文化为脉

< 第 15 期 >

2020年4月10日  
农历三月十八日

【文脉导览】

去丰渚园除了看荷花  
还可感受传统文化之美

百年“江孝子亭”  
名字湮没 60 载  
何日能正名？

详见 A14 版

但凡历史文化名城  
多有古老而美丽的神话传说

千年惠州故事  
从“木鹅传说”开始

详见 A15 版

《西湖》副刊  
本期推出随笔专辑

详见 A16 版



爆料请扫码

设计统筹 杜卉



观湖书院立于西湖边，一楼为书吧

突如其来的疫情，给酒店业带来巨大挑战

## 阵痛之后， 如何涅槃重生？

统筹策划 / 马勇 陈晓鹏  
文/图 / 羊城晚报记者 林海生

突如其来的新冠肺炎疫情，打乱了原本正常的生产生活。除夕凌晨，惠州市文化广电旅游体育局(下简称“惠州文广旅体局”)发出紧急公告:全市景区关停，暂停文旅活动。战疫持续了一个多月，3月3日，惠州战场取得了阶段性胜利，62例确诊病患全部治愈出院。

如今已到阳春4月，草长莺飞，春暖花开。随着疫情的逐渐好转，各行各业都在有序回归正轨。惠州的文旅产业也按下了“重启键”，酒店、民宿等服务业慢慢回暖。

疫情对酒店业带来了巨大挑战。但惠州这座千年古城，经历了多场瘟疫战火动乱的锤炼，成就了当地人逆境求生、以危为机的乐观心态。疫情期间，惠州绝大多数酒店虽处于关停状态，但没有闲下来，而在抓紧时间苦练内外功。因为他们清楚地知道:疫情过后，业内将迎来一次大洗牌，好的产品、完善的配套、优质的服务等才是争夺游客的撒手锏。

### 壹 酒店入住率在缓慢“回暖”

“麻烦出示一下身份证、粤康码，再扫一下二维码，获取运动轨迹……”在惠州怡情谷温泉度假村大酒店(下简称“怡情谷”)前台，工作人员正在引导游客办理入住。入住前，游客除了要做以上工作外，还要配合工作人员完成个人信息的登记和体温监测，才可以领到房卡。

在刚刚过去的清明小长假，怡情谷入住率达到95%。该酒店销售副总监刘振良告诉羊城晚报记者，酒店入住率正在缓慢回升，平日恢复至疫情前的三成，周末可达六成。刘振良说，怡情谷紧挨着罗浮山等景区，游乐项目多，“游客既可以上山踏青，又可以到附近游玩，采摘农产品。”

祝屋巷因临近惠州西湖，成了特

色民宿簇拥地，观湖书院就是其中之一。该民宿共有三层，一楼为装修精致的书吧，楼上两层为住宿房间。房间内，游客可透过落地玻璃，观日出品落日，看群鸟飞舞，赏烟雨朦胧如画般的西湖。

观湖书院是惠州市爱树文旅投资发展有限公司(下简称“爱树”)旗下的民宿，据该公司市场运营相关负责人练宇珊介绍，目前公司旗下有3家民宿，“清明小长假期间，其他两家都住满了。”

据统计，目前惠州区域内的酒店入住率在缓慢“回暖”中，其中龙门县、博罗县、惠城区西湖周边的酒店相对恢复得较快。所有人员进入酒店、民宿等公共场所时，都要按要求亮“粤康码”绿码，并测体温。

### 贰 “闭关修炼”谋求转危为机

每年春节，惠州都会吸引大批游客。携程发布的《2019春节旅游账单》显示，惠州已成为全国到达游客数量增长最快的十大城市之一。据不完全统计，2019年春节七天假期惠州全市共接待游客538.23万人次，同比增7.53%。

2020年开年首日，惠州还特地启动了“请到惠州过大年”系列活动，

诚邀国内外游客到惠州过大年。但突如其来的疫情让计划落空了。除夕凌晨，全市文旅活动被喊停。随后，大量酒店开启退单服务。

位于巽寮湾金融街的仟玺度假酒店(下简称“仟玺酒店”)，拥有完整的亲子游乐配套。该店春节前接到了300多个订单，接到通知后，几天内就将订单全部退完。怡情谷仅在年初一

### 叁 催生无接触退房新模式

疫情期间，由于外面餐厅暂停堂食，外卖成为了市民王先生就餐的首选，他经常订的是西湖宾馆的外卖。他说，西湖宾馆的外卖味道好、配送快、折扣高，“性价比”高。

事实上，与西湖宾馆一样，从酒店餐厅供应到提供外卖的酒店并不在少数。春节前，这些酒店囤了大量食材，不料遇上了疫情，酒店无人住，食材消化不了，其间产生的人工、水

电、房租等成本在增加，无奈之下，酒店经营者只能开启“自救”模式。

除了美团、饿了么平台上线外卖外，怡情谷还另辟蹊径，开辟了线上平台，平台上除了提供门票、住宿等常规服务外，还新增了一个“地方特产”的生鲜页面。刘振良介绍，市民可以通过页面点外卖、买食材，目前已经取得了初步成功。

与此同时，惠州部分未全部关停

### 肆 联手景点设法留住过夜客

随着疫情局势的逐渐好转，惠州相继出台了不少政策，指导景区景点、旅行社、文体娱乐场所、星级酒店等文旅企业分级有序复工复产。

海公园海景度假酒店是惠州市惠东县首批复工复产的酒店之一。开业三周来的数据，让酒店负责人陈燕深多少松了一口气，刚开始只有几间订出，3月底增加到70多间，现在日均订单能达到40间。

从4月2日复工至今，仟玺酒店的订单量未见明显恢复。“不急，

也急不来。”廖开达说，他们正好利用这段空档期，思考一些升级改造的问题，比如如何完善亲子游乐设施，为游客提供性价比更高、更舒适的游乐模式。

“为啥惠州留不住过夜客？”廖开达在思考。他分析，惠州景区资源丰富，但分布较散，景区与景区之间联系少。顺着这个思考，他提出了一个设想：“如果酒店能提供中介服务，当游客入住时，为其提供周边景区游玩路线，比如说将巽寮湾、双月湾、天



疫情期间，酒店每天都要清洁消毒



民宿内，游客可以体验特色项目



在惠州民宿中，游客可以享受充满乡村味的烛光晚餐

到初八期间，就退掉1000多个订单。

回望2—3月这段时间，惠州大部分酒店虽都处于停业状态，但他们也并没有因此闲着。在停业的这段时间里，他们对内部的硬件设施来了一次“大检查”。仟玺酒店策划经理廖开达说，疫情过后酒店业也将迎来一次大洗牌，这是酒店重新“分档次”的机会，是“危”也是“机”，“要把握好”。

的酒店在此期间也推出了新的服务模式。像龙门地派温泉度假村就打造了“无接触”式入住模式，度假村关闭了温泉区、餐厅等人员聚集的区域，入住该酒店的游客，可享受到酒店餐厅提供的早、午、晚餐定制送餐服务，餐厅会按照指定时间，送餐到房间门口。离开时，客人可在线上办理退房手续，将房卡直接投放快速退房箱，无需等待。

后宫、冰雪乐园等景点串联一起，中间服务做到最实在、性价比最高，游客过夜的欲望是否会增加？”目前，仟玺酒店已与当地旅行社达成初步合作，现正在逐步摸索中。

刘振良告诉记者，目前怡情谷以酒店为中心，围绕惠州西湖、红花湖、罗浮山、新作塘村、航天农业基地等景点，针对不同年龄阶层顾客，打造了7条线路，供周边城市自驾游旅客选择。“初步效果很不错，接下来还会继续开发。”

### 【文脉众议】

## 进化求生，转危为机

特约撰稿 / 罗春彦

2019年12月以来，来势汹汹的新冠肺炎疫情让原本火热的春节旅游市场按下了“暂停键”。这场疫情是对文旅、酒店(民宿)餐饮等企业生存能力的挑战。在疫情艰难时刻，餐饮旅游业如何“重启”，把这场“寒冬”变成“逆袭”的好机会，值得我们深思。

#### 研判好形势下先手棋

“危机”之所以称为“危机”，只因“危”中还孕育着“机”。从“危”的角度看，受疫情影响，惠州的酒店、民宿等餐饮服务业首当其冲，企业营收普遍断崖式下跌。如何在疫情的“煎熬”中“活下去”是餐饮酒店服务业的集体诉求。从“机”的角度和长远来看，新冠疫情就像大浪淘沙，虽然淘汰了部分酒店餐饮等领域的企业，但同时也迫使部分企业不断进化求生存，从全产业链洞悉行业未来趋势，探索全新发展模式，做到化危为机，实现“凤凰涅槃”。

#### 在社会担当中铸品牌

疫情来袭，减少人员出行和聚集已成为社会共识，将直接影响市民对于出行、购物、餐饮和旅游的需求。同时，在房贷、车贷以及日常生活等刚性成本的压力下，市民现期消费信心不足，无法更理性地对自己的消费作出长期规划安排。而餐饮酒店服务业企业店铺的租金和银行贷款的利息支出等刚性成本则意味着，无论企业经营状况如何，这部分成本都需要承担。如果企业长期入不敷出，将造成资金链断裂，出现生存危机。

笔者以为，一家有社会责任感和使命感的企业，是值得市民尊重和乐于为它“埋单”的企业，同时无形中也会让企业品牌价值深入民心。此次疫情，让无数普通市民记住了一个名字——“雨衣妹妹”。“雨衣妹妹”刘仙是一名拥有几百家餐饮连锁店的民营企业，在疫情爆发后，她火速奔赴武汉，为武汉的医务人员提供每日的营养盒饭，她的事迹感动了很多人，“盒悦”这个餐饮品牌价值无形中也得到了极大的提升，将对未来的企业品牌营销产生积极的影响，这其中蕴含的哲理值得餐饮酒店等业界人士深思。

#### 相信疫情后消费会暴增

受疫情影响，短期内很多市民的收入具有不确定性，餐饮、旅游等消费意愿也会下滑。但从中期来看，被挤压的消费需求有望于疫情后释放，而且这种需求只会迟滞而不会消失。2003年的“非典”告诉我们:疫情过后，消费需求将迎来“报复性”增长。2003年，阿里巴巴受益于在家消费的需求，迎来了淘宝成单量的第一个大爆发;携程受累于出行需求的骤降，濒临破产，但还是等到了疫情结束的“报复性反弹”，迎来了订票量增长200%的那天。可以预见，只要熬过“寒冬”，餐饮酒店服务业也将迎来复苏的“逆袭”机会。

此次疫情，将给生产生活方式带来很多改变，惠州餐饮酒店等服务业各界纷纷开启“直播”“社群”等商业模式自救，如华贸大厦的三生滋本餐饮店，通过社群裂变让该店在疫情期间稳住了销量。如果传统行业不能与时俱进，中途夭折的可能性很大。因此，在想方设法“剩”下来活下去的同时，从业者也应作进一步沉淀与思考:疫情结束后的竞争，将是品质化和差异化等的多重竞争，要将安全、卫生、生命价值等关键字眼作为未来企业的战略着眼点，主动适应行业未来可能的发展趋势和变化，方能赢得主动，实现“逆袭”。

创新模式打动消费者

此次疫情，加剧了文旅等行业重新洗牌的速度，将出现结构性调整，并可能催生出一批新产品、新技术、新业态、新模式、新理念，成功的企业家总是在危机中找寻机会，拥抱变化，因时而变，与时俱进，实现转型升级。

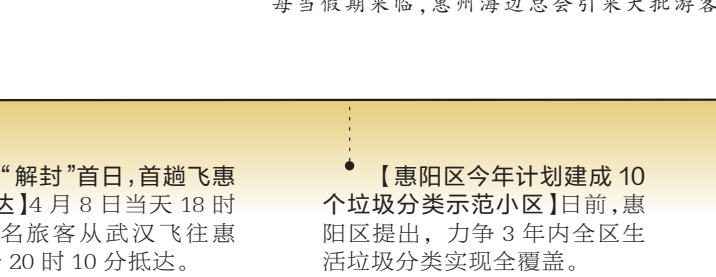
目前，惠州已有大小民宿300多家，产生了禾肚里稻田酒店、爱树山居、五合院等“网红”民宿。笔者以为，在疫情大环境下，“网红”民宿乃至传统的酒店经营者要充分发挥“网红”效应，蓄势待发，主动“抢占三微一抖”(微博、微信、微视、抖音)的巨大流量池，推出图文、短视频、直播类营销内容，通过建立与消费者的实时互动平台，传播更加趣味化、场景化的优质原生内容，提升消费者黏性。如薇娅、李佳琦、李子柒、罗永浩等带货“网红”应运而生，同程艺龙与快手达成战略合作等案例就是其中的典型。

机会总是留给有准备的人。有专家预言，很多老板前几年“凭运气赚的钱，今年将凭实力亏钱”。如果酒店、民宿、餐饮等面对生存危机，不能拥抱变化，及时转型升级，部分企业将在后疫情时代被淘汰。而主动求变，与时俱进，成功转型升级的，有望开启企业生涯一个新的“黄金时代”。

其次是要开源节流，这段时间，酒店民宿要实现赢利会比平时难得多，但也要在逆境中开源节流减少成本“自救”。酒店民宿可以考虑将部分房间改做长租吸引顾客，乡间、景区的酒店、民宿，也可捆绑土特产弥补下收入，就近的小酒店和民宿可资源共享，减少人工等各项成本。

再者是要吸收教训，谋好方向，通过这场疫情，酒店和民宿要意识到:不能单做住宿一项。惠州的酒店、民宿可以根据自己的区位优势，搞特色化经营，比如博罗乡间民宿可打造亲子农耕体验，巽寮的酒店可与海边婚纱摄影结合，在经营住宿的同时有其他品牌业务辅助经营，不至于遇到突发情况时颗粒无收。

另外，这段时间，景区无人游，客房无人住，酒店、民宿损失很大，当地政府若是能够积极提供税费减免、金融财政支持和经营政策扶持，也将有可能成为酒店、民宿撑下去的基础保障。



每当假期来临，惠州海边总会引来大批游客

### 【文脉一周】

【清明假期惠州迎来出行小高峰】清明节假期三天，西湖景区共接待游客数1.8万人次，其中4月4日首日游客约为1.4万人次。

【万城南山大健康文旅综合体项目4月7日落地龙门】项目投资达78亿元人民币，预计建成后年客流量可达300万人次。

【即日起至4月28日，惠州盲人可参加诗朗诵和散文创作大赛】参与方式主要为线上朗诵、创作。

【武汉“解封”首日，首趟飞惠州航班抵达】4月8日当天18时33分，97名旅客从武汉飞往惠州机场，于20时10分抵达。

【惠阳区今年计划建成10个垃圾分类示范小区】日前，惠阳区提出，力争3年内全区生活垃圾分类实现全覆盖。

(林海生)