

40年“老酒店”白天鹅成为时代“新宠”

一年365天,每天早上9点,广州白天鹅宾馆的临江餐厅,一桌桌琳琅满目的早点,与喜乐喧闹的食客互为映衬,折射出消费的热气升腾。这其中,有不少外地住店游客,也有许多本地街坊“老广”。

今年以来,服务零售行业复苏显著。国家统计局数据显示,1-10月份,服务零售额同比增长19.0%。在中秋国庆假期旅游的带动下,旅游及相关行业消费回升向好。“2023年,我们整体销售额预计达到4.9亿元,将创下40年来的最高峰。”广州白天鹅宾馆总经理林镇海表示。

在林镇海看来,这一方面得益于消费环境的整体复苏和政府促消费政策的有效拉动;另一方面,面对用户不断提升的“住着玩”消费需求,白天鹅宾馆不断与时俱进、创新经营,紧抓“本地”“异地”双客群,激活了吃住行游娱等一体化业态。

反映在消费者最佳生活消费指南的大众点评上,则是白天鹅宾馆连续四年入选“必住榜”,旗下“玉堂春暖”餐厅被评为“黑珍珠三钻”餐厅,白天鹅也成为了全国罕有31个“必住榜+黑珍珠”双榜酒店之一。

■新快报记者 郑志辉

乘“住着玩”东风,老酒店迎新高峰

1983年开业的白天鹅宾馆,诞生于改革开放初期,是中国第一家自行设计、自行建设、自行管理的现代大型中外合作酒店。

林镇海告诉记者,白天鹅的管理哲学是“守正创新”,定位“从容闲雅、品质生活”,40年间,三代员工在不同的时代里,始终积极拥抱变化、传承和创新,做到了极致,也做到了领先。

自大众点评上线,白天鹅的流浮阁



咖啡厅和其他餐厅就率先成为网站的首批在线商户,从主体白天鹅宾馆,到旗下7个系列,包括行政酒廊、风味餐厅、美食屋等,都在平台上向消费者全面展示和交流。

过去几年间,伴随着用户休闲度假需求的兴起,“住着玩”成为行业新趋势。对白天鹅这样的老牌五星酒店来说,既是机遇,也是挑战。

“很多市外、省外的客人,来到广州住白天鹅宾馆,希望有一次完美的体验,在体验里就涉及到客人的吃、住、游、行、玩乐的总体体验。如何给客人提供这样高品质的体验之旅?这就是白天鹅人今年努力去做和坚持做好的。”林镇海表示,酒店通过创新特色菜品、上线住玩套餐,推出主题活动、进行跨界联名等各项措施,为市民游客带来更多“住着玩”的新玩法。

今年4月,白天鹅联合省立中山图书馆粤书吧举办春季“押花”和汉服展示活动,弘扬本土非遗文化;7月,为纪念瓦格纳诞辰210周年举办的广州交响乐团2022/2023音乐季闭幕音乐会,宾

馆携手星海音乐厅与广州交响乐团推出多款客房+演出门票的套餐,将高雅的文化享受与优质的住宿体验串连。

而针对亲子游的体验,宾馆也和同样位于沙面的灯塔空间展览馆合作推出了恐龙世界IP亲子房+羊毛毡作品展门票套餐。餐饮方面,多次获评“黑珍珠”的大厨团队,结合季节、时令,不断为越来越注重养生的人们设计一些“美食+养生”的产品。

美团高端住宿华南总经理陈建鸿对记者表示,美团、大众点评和白天鹅其实干的都是同样一件事情——如何服务好消费者。点评通过7亿用户的数据、点评提炼,找到这些最值得推荐的酒店,因为用户是不会说谎的。

紧握文化传承主线, 白天鹅与年轻人“双向奔赴”

从高层客房的窗外俯瞰珠江美景,在玉堂春暖餐厅品味粤菜“天花板”,驻足展览室感受“改革开放”的时代印迹,走遍沙面尽览中西建筑的融合风

情……玩法丰富的“老牌”宾馆,迎来了越来越多的年轻人。

“年轻化是一个永恒的话题,白天鹅在80年代开业的时候做的是年轻化的客源,今年白天鹅开业40周年,依然是做着现代年轻人的生意,今年年轻人市场占了接近50%。不同的时段里经营理念是不变的,目标客源一定是以年轻市场为主。”林镇海说。

“但如何能够做到?文化的东西是千年不朽的,所以白天鹅一直以来紧紧握住文化传承这条主线,而且与时俱进,抓住市场的特点,抓住消费者的消费特点、需求,去设计好适合现代年轻人的消费产品、消费模式、消费内容。”

广州今年有四场中国文艺界的大咖到星海音乐厅表演,白天鹅用“四季雅乐集”这个活动理念把中华艺术放到宾馆里展现。在白天鹅故乡水的亭子上,张维良老师吹着长笛,穿着穿越的宋代衣服,为消费者很接地气地表演了一场艺术饕餮盛宴。

林镇海说,“这是我们在跨界融合上的飞跃,也是一个改变的过程。白天鹅的故事其实就是广东故事、中国故事,我们从一家酒店的发展来见证着中国改革开放的蓬勃发展。现在的年轻一族家长,是非常愿意让孩子在愉悦的旅途中充分地感受到中国文化吸取的过程。”

和白天鹅宾馆一样,顺应着用户需求的变化,不少有着历史特色的老酒店也正在焕发新潮,与年轻人达成“双向奔赴”。数据显示,必住榜上,1990年以来开业的总计有22家。今年以来,这些老酒店中,18-25岁的年轻人的预订量较2019年同期提升100%。

植根广州,放眼世界,秉承改革开放精神,迎来送往40年的广州白天鹅宾馆风采更盛。“我们也将不断讲好广州故事、中国故事,为中国酒店业的高质量发展趟出新道路。”林镇海表示。

开机默认全屏直播 智能电视回归“看电视”

新快报讯 记者陈学东报道

近日,话题“有线电视终端开机应默认全屏直播”与“有线电视机顶盒开机时间应不大于35秒”连续数日登上热搜榜,吸引众多网友拍手称赞的同时,也进一步彰显智能电视行业势必摆脱各类“套路”的决心。

实际上,自2023年初以来,伴随电视“套娃”收费、操作复杂等问题逐一曝光,智能电视被推上风口浪尖,并受到国家广电总局等相关部门的重视与整治,截至11月底,治理工作初战告捷,后续阶段的整治工作仍在持续开展中。

近年来,在彩电市场零售量接连受挫的态势下,电视的开机率亦随之下滑,公开数据显示,进入2023年,电视机的日均开机率已下降至不足30%。除了遭遇智能手机、平板电脑等移动终端的冲击外,电视体验感降低、操作复杂等种种“套路”也令消费者极为不满。仅以智能电视开机为例,开机缓慢、操作复杂、广告插播、遥控器

功能繁多等问题,直接拉低了用户看电视的念想。

从广电总局最新发布的《有线电视业务技术要求》等三项广播电视台和网络视听行业标准的通知来看,正是直击用户看电视痛点,根据要求,有线电视终端应提供“开机进入全屏直播”和“开机进入突出直播频道的交互主页”两种“开机模式”选项,系统默认设置为“开机进入全屏直播”。另外,有线电视智能机顶盒开机所需时间应不大于35s,以及相关机构在提供直播频道和时移电视、频道回看、视频点播等有线电视业务时,应确保界面简洁友好、操作方便快捷、节目优质传输等。

掐掉一个开机广告、减少一些乱收费而已,广电总局为什么要接连出手,乃至明文规定开机状态和时间?因为这是电视观众,尤其是老年观众的共同期盼,苦电视种种霸王条款者不计其数。以前,用户看电视的障碍,仅限于找不着遥控器在哪;现在,就算手握多台遥控器,也等不到想看的台。以前,电



视节目的利润,多集中于精彩一刻前插播的广告,用户在短暂的等待后,总能看到惊喜的明星和画面;现在,就连开机后的第一二秒,都得蹦出一段声音明显加大、商业气息浓厚的强行“安利”。

智能电视,不该考验观众智能,而应提供智能化的服务。开机“加戏”的把戏,让老年人望而却

步,让中年人一头雾水,赶跑的是最忠实的电视观众。电视是家庭娱乐的传统项目,若是总在用户观看节目前任性添堵,恐难聚住人气走得长远。看电视也是重要的消费形态之一,电视运营者如果不以观众为中心,不纠正企业的价值理念,光想“躺赢”,显然会失算,毕竟遥控器在用户手中。



一起了解更多
3C前沿资讯