

挖掘需求 创新供给 酒店业让宾客不仅为“一张床”埋单

2024—2025年酒店业经历了前所未有的“压力测试”，以广东省内酒店为例，既要面对全球经济环境的波动，又要应对线上远程协作替代商务活动的行为模式变更，更要解决传统客群的压缩及运营成本上升等之间的矛盾，凡此种种，让酒店业站在了“重塑价值观”的风口浪尖。

住客选择一家酒店住宿，除了体验感受“一张床”的时间与空间，业已对文商旅体验提出了更高要求，酒店业必须在精准定位、深耕市场、开发多元客源以及提供多元融合居停模式等方面交出全新业态答卷。

■ 采写:新快报记者 陈斌
■ 图片:受访者提供

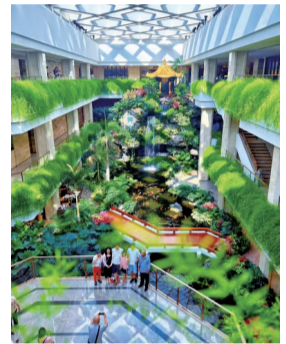
► 广州保利洲际酒店推出“恰餐厅及酒吧”夜间餐吧时段，通过高品质威士忌与现场爵士乐演出的模式将“餐饮+娱乐+社交”一体化。



■ 广州富力君悦大酒店与广州邮政、广州K11、来回咖啡等联动展开的“赤小宝通关计划”，从酒店到城市新中轴，解锁“全运”彩蛋。



■ 广州白天鹅宾馆开设非遗小课堂。



■ 广州白天鹅宾馆“故乡水”，已成承载海外游子乡愁和几代广州街坊集体情感的载体。

情感共鸣日渐趋重 消费态势呈多元化

“我们观察到消费市场正呈现情感化、在地化和绿色化三大趋势，以广州白天鹅宾馆为例，在“故乡水”前拍照打卡，构成了宾客某种代际传承的情感与文化记忆。”老牌本土五星级酒店广州白天鹅宾馆相关负责人表示。

消费者越来越愿意为情感共鸣和价值认同付费，与此同时，越来越多的宾客更希望能“沉浸式体验”原汁原味的在地文化而不再满足于走马观花。休闲旅游转向更注重成本与体验的错峰深度游，商务旅客则从“单一会展参与”升级为“有效拉动区域联动”的“会展+周边游”出行模式，酒店正从“传统住宿服务”向“体验式消费”转型。

“体验为王、场景融合、文化赋能，这是酒店近年来面对消费形态改变最明显的三点，消费者更追求有记忆点、可分享的沉浸式体验，也注重酒店空间是否能与自身生活方式产生共鸣、是否具备独特的社交与文化属性。”广州保利洲际酒店的相关工作人员告诉新快报记者，“产品+服务，强化个性服务与在地文化融合的同时，酒店也在同步拓展非住宿业态，提升整体体验价值。”

广交会威斯汀酒店则采取“锚定区位，激活供给”的策略面对新形势下的酒

店经营，如是展会期间，便聚焦全球参展商；如是非展会时段，则关注琶洲电商企业，激活本地和周末市场，“当前酒店领域的消费新亮点与体验式消费趋势，正从功能住宿向情绪价值转变，商务旅行则更追求健康与效率平衡，跨界融合从‘单打独斗’向‘生态共建’联动，酒店行业整体态势也正从规模扩张向价值深耕转换。”

同为琶洲板块的广州朗豪酒店总经理陈栩认为，宾客已从“住酒店”走向“体验酒店”；“健康”成为“标配”而非“选配”；文化体验“轻量化”呈现等，“现代酒店的价值在于能否成为宾客旅程中有价值的伙伴。”

从“功能满足”到“情感连接”，城中五星级酒店都在完成这样的侧供给，而非仅靠价格竞争。

应对客群及消费行为 融合跨界成为新常态

市场变了，消费客群与消费行为变了，经营者的核心自然也要“跟着变”，从经营“房间”到经营“场景”，从经营“生意”到经营“生活方式”。

“我们通过客户反馈和相关数据分析来预判市场趋势。”广州白天鹅宾馆工作人员介绍，如春节，酒店会提前几个月通过数据分析研判不同客群需求，家庭客群对团聚、仪式感的需求超过住宿功

能，年轻客群更看重文化身份认同等。故此酒店一方面守正，守住广府文化的根脉；一方面创新，将广府文化的底蕴转化为直接实在的体验，围绕“广式生活方式”设计沉浸式体验活动，如深挖广府饮食文化、开设非遗体验课程等，以多元方式共筑可供宾客自行选择、深度参与的“岭南文化盛宴”。

广州保利洲际酒店同样通过洞察宾客需求，在产品与服务两个层面上升级，酒店近期推出“恰餐厅及酒吧”夜间餐吧时段，通过高品质威士忌与现场爵士乐演出的模式，将“餐饮+娱乐+社交”一体化，提供超出住房空间的复合型体验服务，从满足“功能”到情感“链接”，匹配不同消费客群精神层面的价值升维。

文旅+康养亦成酒店业新业态之一，广东温泉宾馆作为温泉疗养的老牌康养基地，如今也通过战略合作与广东省中医院一起，在温泉与中医深度融合等领域探索尝试。

“酒店+X”的融合模式将越来越成为酒店业跨界融合的新常态，传统住宿服务商都在积极向“主题体验提供者”转变，保利商旅酒旅事业部市场传媒总监接受新快报记者采访时表示：“未来，酒店与文体、健康、教育乃至本土化、沉浸式等融合体验感等，都需要与价格高度匹配，甚至对实际价值的要求更高。”

专家建议

酒店业边界不断拓展 催生“酒店+”新业态

广东省酒店行业协会会长林镇海表示，新形势推动酒店业边界不断拓展并催生出“酒店+”的新业态环境及新服务场景。

他指出，“酒店+”可以是加文化研学，利用和发挥在地文化特色，吸引宾客专程前来；也可以是商务休闲融合，酒店要根据实际定制高效商务与品质生活无缝衔接的服务；还可以是加城市微度假氛围，让宾客不用远行，几公里范围内即可收获文化休闲体验；更可以是加绿色发展理念，将ESG战略从后台管理推向台前体验，构建“负责任的旅居”，深度链接持相同价值观的宾客。

借十五运会在粤港澳大湾区举办的契机，林镇海建议积极推动“食在广东”与文旅体的深度融合如联合名店、名厨打造“粤菜文化地图”，开展美食文旅线路推广；借体育赛事激活“住宿+体验”的体育经济；利用数字化平台，用智慧服务提升岭南待客之道等，同时也要密切关注政策扶持，积极通过行业组织发声，实现上下游区域多元联动。

企业创新案例

● 案例一

“消失的名菜”赋能 深挖广府在地文化

广州中国大酒店联手广州博物馆从2020年合作推出“消失的名菜”系列，通过博物馆藏老菜谱复刻出一道道消失的菜肴，并作为长期IP逐年推出新系列，借各种文化交流活动让粤菜成为新的“文化使者”。

每一季“消失的名菜”都会衍生自有文创产品，也会将酒店元素如鎏金壁画、灯笼仔等形象转化成文创商品，同时开办主题研学活动及课程，酒店也将此项目逐渐从美食扩展到粤剧、广彩等广府文化领域，打造立体多元文化体验体系。

● 案例二

联合多元跨界 动线打卡通关

广州富力君悦大酒店在多业态、新场景、一体化服务等方面提供新思路，通过酒店卡通IP形象“赤小宝”（一枚“长”得像“南国红豆”般的拟人化玩偶）串联起不同空间场景，令宾客与酒店发生互联。

近期酒店联动广州邮政、广州K11、来回咖啡等跨界品牌开展“赤小宝活力通关计划”，从酒店开始，沿城市新中轴花城广场等地标一路打卡，解锁“全运彩蛋”，生动活泼且十分贴合十五运会“动起来”的运动精神。



■ 广州保利洲际酒店推出“小王子主题客房”，以经典文学IP将亲子情感需求与空间设计融合。