

专访广州白天鹅宾馆总经理林镇海

文/羊城晚报记者 沈钊 图/受访者提供

老酒店焕新： 年轻化 and 数字化是永恒话题



广州白天鹅宾馆总经理林镇海

一江三岸，白鹅潭旁，广州老牌五星级酒店白天鹅宾馆已经静静伫立了40年。40年间，“四门大开”的白天鹅宾馆吸引了

无数中外游客。而今，这家老酒店连续四年登上了大众点评“必住榜”，成为了年轻人最喜爱的广州酒店之一。近日，羊城晚报记者专访了广州白天鹅宾馆总经理林镇海，了解老酒店焕新背后的故事。



广州白天鹅宾馆玉堂春暖餐厅

入驻多个平台
拥抱数字化就是拥抱消费者



广州白天鹅宾馆内的博物馆

记者留意到，在访谈的过程中，GMV、直播、营销、文旅融合等词汇不停地从林镇海的口中蹦出。这位在白天鹅工作了27年的总经理，在拥抱数字化方面显然有着独到的见解。这或许也与白天鹅能够在广州酒店“老四家”中脱颖而出，受到年轻人的青睐有着直接的关系。

林镇海表示，白天鹅拥抱时代、拥抱变化、拥抱创新、拥抱平台，“我们在新阶段里一定要拥抱新鲜事物，无论是消费者对需求、市场需求，还是消费者使用的平

者、年轻人的尊重。”

“除了大众点评外，我们在各种短视频平台上都是非常活跃的。”林镇海介绍，在过去几年，白天鹅宾馆的直播GMV、流量曾经做到单平台全国第一，在白天鹅宾馆自己的官方微信里，活跃粉丝超过10万人，一场直播两个小时能够做到近1000万GMV。

在林镇海看来，最好的口碑其实是来自消费者发自内心的分享和传播，因此他非常看重消费者的评价，“消费者好的坏的都会讲，很客观很实在。”据林镇海介绍，白天鹅宾馆光是粉丝群都有几十个，包括他自己在内的酒店管理者们24小时回复消费者提出的问题，“拥抱这个时代，就要知道在消费者的生活习惯，满足他们的沟通方式，否则就可能失去这个市场。”

林镇海预计，2023年白天鹅的营业额可以达到4.9亿元的水平，GOP可以到1.7亿元，净利润可以接近1亿元。“这样的水平怎么样呢？这创了白天鹅宾馆开业40年的历史新高，同时应该也是在全国酒店行业单体酒店中营业额位居前列。”林镇海说。

紧抓文化传承 “不惑之年”老酒店深受年轻人的喜爱

1983年，白天鹅宾馆开业。当时国内的住宿业还未成型，改革开放中得风气之先的广东饮到了“头啖汤”。林镇海介绍，白天鹅是全国首个“四门大开”的酒店。

彼时，普通市民要进一些高级宾馆，得开介绍信，单位先审查，看看这个人政治上有没有问题才能进入。当时白天鹅宾馆的投资者霍英东老先生认为，改革要放开，讲什么道理都没有亲眼看到有力，开放是什么样子，一看就知。这才有了白天鹅宾馆“四门大开”：对普通市民开放，不需要任何审查。历史资料记载，白天鹅开业当天，好奇的市民蜂拥而至。餐厅洗手间一天用掉了四百多卷进口厕纸，这样的情况持续了一个星期。

不仅如此，在广交会还未搬到如今的琶洲展馆的时候，白天鹅宾馆是接待外宾的著名代表酒店之一；截至目前，白天鹅宾馆已经接待了超过150名全球的政要。可以说，白天鹅宾馆是对外开放的“广州窗口”。而这样一家见证了四十年间广州发展与变迁的酒店，如今已经走到了不惑之年。

但就是这样一家带有历史厚重感的企业，却深受现代年轻人的喜爱。酒店数据显示，白天鹅宾馆的客源结构很均衡，有本地的也有外地的，有休闲度假的也有商务出行的，年龄层面上来看，老中青三代都有。大众点评数据

显示，在“必住榜”上，1990年以前开业的老酒店总计22家，其中白天鹅宾馆连续四年登上该榜单。今年，“必住榜”上老酒店年轻人的预订量较2019年同期提升100%。

关于白天鹅宾馆深受年轻人的原因，林镇海认为，这是因为文化的传承是千年不朽的，白天鹅一直以来都把握着岭南文化的主线，同时与时俱进，抓住市场和消费者的特点。在白天鹅宾馆里，故乡水、玉堂春暖、流浮阁咖啡厅这些经典的场景，是老广们耳熟能详的名字，而与此同时，酒店的硬件设施、服务标准也跟着现代人的需求不断提升改变。

“在不同的年代、不同的时段里，白天鹅都在引领着一种消费的理念、消费的潮流、消费的习惯。”林镇海表示，作为行业的领先进者和引领者，白天鹅正在通过这种引领来让大量的来宾感受到中国文化。在他看来，“40年过去，白天鹅并不是老了，而是风华正茂。”

无独有偶，美团高端住宿华南总经理陈建鸿也表示，随着年轻人对中国的文化自信越来越强，他们对一些有底蕴、有文化的酒店会更加喜欢，如最近几年爆火的西安大唐不夜城，包括大家对汉服的喜爱，都是消费者选择的变化，而白天鹅有“三江汇流”“外宾接待”“四十年历史”这些标签，很多年轻客户非常喜欢这样有底蕴的酒店。



胖丁青铜结晶像

广州K11开启宝可梦联名项目华南首展

广州这个商场开启宝可梦 联名项目华南首展

呈现多种形式的五十余件作品

文/图 羊城晚报记者 孙琦曼

近日，广州K11购物艺术中心（以下简称“广州K11”）揭幕全新展览——丹尼尔·阿尔轩（Daniel Arsham）与宝可梦（Pokémon）联名艺术项目“石炭高原的遗迹”华南首展，展出包括动画、绘画、雕塑、装置等形式在内的五十余件相关作品。

数座全国首次亮相的大型青铜宝可梦雕塑将广州K11装扮为时光穿梭机，让观众化身“时之旅者”，穿越至结晶化宝可梦雕塑的洞穴遗址，开启一场跨越时空的艺术对话。

据介绍，本次展览是丹尼尔·阿尔轩（Daniel Arsham）与宝可梦（Pokémon）的华南首展，将于2023年12月1日开展并延续至2024年5月20日。展览围绕“时间的涟漪”“未来遗迹”“出发吧训练家们”“宝可梦未来的当下”

四个篇章展开，呈现艺术家与宝可梦合作的五十余件作品。喜爱宝可梦的“训练家”们可以在时间的错位感中，发现皮卡丘、杰尼龟、小火龙、喵喵、胖丁等熟悉的宝可梦形象，亦可以在展览中近距离感受艺术家独一无二的“虚构考古”创作风格和美学造诣。

据悉，宝可梦诞生近三十年来，从游戏、动画衍生至时尚、艺术领域，逐渐成为影响不同文化背景和不同年龄段人群的现象级IP。作为宝可梦粉丝的丹尼尔·阿尔轩与Tiffany等一线大牌均有合作，也是首位获得宝可梦素材库支持的艺术师。丹尼尔·阿尔轩以独特的“虚构考古学”概念与时间侵蚀的设计，将其和宝可梦共创作《时间的涟漪》（A Ripple in Time）中的故事呈现至现实世界。

蒸、烤、炒三味， 帝王蟹也有预制菜了

文/羊城晚报记者 沈钊 图/受访者提供



帝王蟹预制菜

作为全球重要的贝类和甲壳类动物消费国，中国对帝王蟹及优质野生螃蟹的需求激增。中国水产流通与加工协会数据显示，2022年，中国从俄罗斯进口17783吨帝王蟹，同比增长16%。原本稀奇的帝王蟹，如今已成为了国内消费者餐桌上的“常客”，但由于帝王蟹的身形庞大且身上带刺，让其成为最难处理的海鲜之一。为了帮用户彻底解决吃帝王蟹难的问题，盒马近日上线帝王蟹预制菜，包括蒜蓉帝王蟹腿、港式蒜香风味帝王蟹块、黑松露芝士帝王蟹腿三种口味，且价格比整只活鲜帝王蟹更亲民。

除了不会做，很多消费者也不会挑选帝王蟹，相比个头更小的梭子蟹和大闸蟹，很难用掂重量的方式来判断帝王蟹是否肥美。蔡玉贵介绍说，由于帝王蟹在运输过程中不能进食，所以经历过长途运输的帝王蟹相比刚捕捞的时候要瘦。为了保证大家能吃到满肉的帝王蟹腿、蟹块，盒马此次上线的商品都是捕捞后直接在船上做好预煮和急冻，锁住帝王蟹的肥美和鲜美。经过预处理的帝王蟹再送到青岛的工厂进行分割、调味、包装，再经由冷链配送至全国的盒马门店，让消费者买到超高性价比的帝王蟹大餐。

“首批帝王蟹大餐主要是针对年末越来越多的聚餐场景。后续盒马还将推出更适合一人食的帝王蟹商品，从而打破海鲜只适合聚餐的场景限制，让帝王蟹从高端食材变成更多用户消费得起、吃得方便的家常菜。”蔡玉贵表示。

据盒马采购蔡玉贵介绍，新上线

广东116家酒店上榜2023“必住榜”

近日，大众点评发布2023“必住榜”，全国共计34个城市931家酒店上榜。广东省总计116家酒店上榜，在全国排名第二。广州、深圳、惠州、珠海、佛山分别有40家、35家、16家、13家、12家酒店上榜。其中白天鹅宾馆连续第四年入选该榜单。

上榜酒店中既包括国际连锁，也有国内大牌，有繁华商圈的地标酒店，也有不少深藏野径的避世美宿，呈现出了住宿行业的“多元”之态。在国际酒店集团中，万豪、洲际、凯悦等集团分别以102家、51家、33家上榜酒店酒店榜；在国内酒店集团中，德胧以20家上榜

酒店居首，万达、君澜各有8家上榜，紧随其后。在多个主题榜单中，广州的上榜酒店数量排名全国前列。在“城市美景”的主题榜单中，广州共有14家酒店上榜，仅次于上海；在“温泉泡汤”主题榜单中，广州8家酒店上榜，仅次于北京。（沈钊）

甜上心头的连州菜心来了

费市场。每年冬季，食用清甜无渣的连州菜心，是众多广州社区居民的指定动作。

连州菜心湾区推介走进广州，背后的目的十分明确：将连州菜心推向各大社区、高校、机关，将其打造为社区居民的“街坊菜”。活动现场，清远、连州相关部门、连州菜心协会与中山大学、黄埔区等共同举行了连州菜心走进粤港澳大湾区（进社区、进高校、进机关）启动仪式。据连州市农业产业高质量发展专班成员陈维江介绍：“目前进社区、进高校、进机关已同步启动，未来一个月，连州菜心将持续走进广州、珠海等地多个社区，通过送菜和促销等形式，让更多社区居民吃上连州菜心、爱上连州菜心。”

“这是清远、连州两级政府部门以市场引领、驱动生产，推动打造连州菜心百亿级农业产业的创新举措。”连州市委副书记、市长戴少枚表示，通过连州菜心企业现场推介、开展品鉴试吃、向消费者赠送菜心、娱乐表演等形式，能以接地气的方式向粤港澳大湾区市民展现连州作为中国长寿之乡、中国摄影之城的魅力，充分展现连州菜心卓越品质，助力提升连州菜心品牌美誉，提升连州菜心的曝光率和知名度，拓宽销售市场，“让粤港澳大湾区各大社区居民尽情享受连州菜心的霜赋清甜与脆嫩

口感，强化形成每年秋冬必吃连州菜心的高品质生活习惯”。

每年菜心“不够卖”

这不是连州菜心第一次到广州进行推介。此前，在广州对口帮扶清远指挥部的大力支持推动下，清远连州菜心曾多次走进羊城。特别是近年来在粤港澳大湾区辐射带动和广州对口帮扶协作的深入开展下，清远市“入珠融湾”的步伐不断提速，“广清一体化”进入全方位高质量融合发展新阶段。清远市政府副秘书长黄灶明表示：“我们携清远连州菜心企业，来到广州连续举办连州菜心推介活动，就是希望乘‘广清一体化’的东风，带动连州菜心走出清远，加速‘入珠融湾’，开拓市场，将连州菜心打造为广清对口帮扶协作的‘友谊菜’。”

据介绍，近年来为加快“菜心入湾”，清远、连州两级政府部门深化开展连州菜心“12221”市场体系建设，加速组建采购商、供应商2支队伍，开拓销区、产区2个市场，今年以来开展了连州菜心大播种、两项标准宣贯培训、连州菜心进地铁、进深圳、供港发车、采购商进连州、连州菜心产销对接交流等以及多场推介活动，并取得了良好的效果。2022年，清远连州菜心种植规模、产值规模、产

品价格均翻了一番。“今年菜心上市前就被大量订购，上市后甚至‘不够卖’。”据连州市当地供货企业负责人介绍，今年每公斤连州菜心田头价是6元，极大带动菜农持续增产增收。

戴少枚表示，接下来，清远、连州将持续到省内外推介连州菜心，借助各地朋友的力量，进一步开拓连州菜心销区市场，以市场引领，助力做大做强连州菜心优势特色产业，推动清远市连州菜心产业扩面、提质、增效。



连州菜心来到广州进行推介



连州菜心走进粤港澳大湾区（广州）推介活动在北京路商圈和多个社区举行

“喝着”山泉水、“吃着”有机肥长大的连州菜心，以口感清甜爽脆、多汁无渣而闻名，是清远市打造的五大百亿农业产业之一。12月5日，由清远市人民政府指导，清远市农业农村局、连州市人民政府主办的连州菜心走进粤港澳大湾区（广州）推介活动在北京路商圈和多个社区举行，将甜上心头的连州菜心，送到羊城街坊的手上。

打造社区居民的“街坊菜”

“新鲜连州菜心，扫码分享就能免费领取。”活动当天，连州市菜心协会会长陈洪辉与多家“三连一阳”蔬菜生产企业，一同在北京路开设展位，开展现场品鉴，并向社区居民赠送新鲜上市的连州菜心。连州市岭南现代农业发展有

文图 羊城晚报记者 许悦