

继“China Travel”之后 “China Hotel”缘何火到了海外



▲福州聚春园的闽菜相关活动（图源：中国旅游报）



▲“奥利弗”发布的视频(截图)（图源：人民网）



▲上海银星皇冠假日酒店推出的本地漫游向导服务（图源：酒店官网）



▲如家酒店的智能送物机器人（图源：首旅如家官网）



▲锦江都城经典新城饭店为外宾送上夏日特饮“老上海冰镇绿豆汤”（图源：中国旅游报）

从电动窗帘到无线充电设施、从智能语音控制系统到智能送餐机器人，中国酒店的智能服务设施让不少老外“惊呆了”。在国外视频网站上，一位名叫“奥利弗”的外国博主发布的一段视频

收获了数十万次观看，在他的镜头下，一家中端酒店的科技设施炫酷十足，让他连连感叹“Amazing”。

作为很多外国友人进入中国之后的落脚点，酒店入住体验如何，直

接关系到他们对中国的第一印象。“China Travel”爆火后，一些人带着“验证”的心态来到中国，酒店作为其中的必要一环，给他们带来的是一份额外的惊喜。

透过外国友人的视角，看到了“不一样的我们”

“China Hotel”被看见，是中国持续“加码”推进高水平对外开放的最新例证。一段时间以来，以“免签朋友圈”持续扩大为代表的入境便利化举措持续优化。数据显示，今年上半年，全国移民管理机构共查验出入境人员2.87亿人次，同比增长70.9%，其中各口岸通过免签入境外国人854.2万人次，同比增长190.1%。政策的暖意，让中国的“磁吸力”不断增强。

“China Hotel”被看见，既是意外之喜，也在情理之中。在政策驱动下，支付平台多举措提升境外来华人员等群体支付便利、多家景区落地国际版售票机、各大酒店推出新版服务清单……“中国欢迎你”不只是一句口号，早已融

入每一次的热情款待之中。

透过外国友人的视角，我们看到了“不一样的我们”。马路上随处可见的智能网联汽车、商场琳琅满目的科技产品、随处可见的移动支付二维码和酒店景区内的公益地图和行李寄存，这些引进消化吸收再创新的科技成果悄然引领世界潮流。“China Hotel”被看见再一次证明，勤劳勇敢的中国人民有能力把我们自己的事情做好。

外国友人的关注点赞既是肯定也是鞭策。酒店行业说到底服务性行业，也是外国友人感知中国形象的重要窗口。除了基础设施“高大上”，服务意识和服务质量也不能“拖后腿”。一方面，政府部门要加强分析研判、持续疏

通政策“堵点”；另一方面，各大酒店也要打磨服务细节、不断提升服务质量，提升游客的入住体验。

商务部等七部门近日联合印发的《关于服务高水平对外开放 便利境外人员住宿若干措施的通知》围绕依法依规经营、提升接待能力、加强行业自律、发挥平台作用、优化登记管理、畅通服务渠道、提升支付便利度、营造友好氛围八个方面，推动进一步便利境外人员在境内住宿。我们有理由期待，在各方共同努力下，更多工作会做得更加细致、更加周全，持续推动中国和世界更加频密的往来。

展现中式韵味，呈现需要更多维

“我们会为外国客人提供详细的本地旅游指南，包括经典或网红景点、传统或新潮小吃、符合客人要求的购物地点以及近期本地热门活动等，礼宾人员也能帮助外国客人更好地了解中国文化和特色。我们还会根据客人的需求，制作‘最喜爱餐厅’推荐单，详细列出餐厅名称、特色、地址等，酒店大堂中英双语触摸屏还可以提供丰富的在线旅游信息，酒店就是要成为城市的名片和窗口。”上海银星皇冠假日酒店总经理韩祥元说。

在上海淮海公馆漫心府，酒店对客人提供一对一的管家服务，比如陪同办理入住、送客离店等。上海淮海公馆漫

心府店长潘文莉表示：“之前酒店早餐以中式为主，随着外国客人的增多，我们新增了西式菜品。酒店的洗衣房24小时营业，也是为了更好满足外国客人的需求。”

值得关注的是，机器人送物、智能家居、无接触式自助入住等酒店数字化产品，也在一次次刷新外国客人对中国酒店的认知。在岭居创享公寓酒店（广州淘金店），公共厨房配套智能煮面机器人，公寓内的机器人管家24小时全天候在线，可提供送快递送外卖服务，进行夜间巡逻等。

“我们会与本地高校外国语学院保持合作，为一些小语种旅行团提供翻译

服务，做到服务更贴心、交流无障碍，让中国服务深入外国客人内心。”福州聚春园集团总经理杨杰说。

组织闽菜大师烹饪技艺大讲堂，让客人亲手烹制闽菜；展示佛跳墙制作技艺，带客人参观闽菜博物馆；赠送茉莉花香袋、手串，邀请客人品尝茉莉花糕；融合中西方饮食文化特色，推出创新闽菜，举办美食节……近段时间，福州聚春园为了吸引外国客人的关注，推出了不少与美食相关的新玩法。“我们想将酒店打造为外国客人了解中国的文化窗口，让他们足不出‘店’即感受到中国文化的魅力。”杨杰表示。

“火得快”更要“火得久”，酒店人该怎么做

在不少业者看来，酒店应更多维更全面地讲好中国故事，真正成为外国客人了解和爱上中国的窗口。

在北京第二外国语学院旅游科学学院教授谷慧敏看来，从业者要善用酒店场景中的小切口来反映中国文化的大主题，以细致入微的服务展现中国好客之道，通过日常服务中温润平实的小人物、小故事、小细节来诠释中国服务和中国文化的大道理，提炼和阐释中国服务理念、发展模式，传播中国品牌对世界的贡献。酒店要加强与当地博物馆、艺术馆、文化机构等的合作，充分利用酒店大堂、通道等服务空间展示中国文化，提升酒店文旅融合的水平。

让人才更适配也是酒店讲好中国故事的关键。南京旅游职业学院酒店管理教授马卫建议，酒店要强化员工培训，特别是提高文化敏感性。员工应了解并能向客人介绍中国的传统文化和现代发展，实现更多互动和交流。酒店还可以设置文化交流角，邀请外国客人讲述旅行体验和感受，让员工的视野更加开阔，也可以收集到更多外国客人的入住反馈，进而带动服务质量的提升。

对此，谷慧敏建议，要加强酒店文化人才的培养，提升酒店员工的艺术审美素养、才艺表现水平，加深对中国文化的理解。要加强酒店员工的跨文化沟通能力，善用国际化方式讲中国故事。

首旅酒店集团总经理，如家酒店集团董事长、首席执行官孙坚认为，通过热情、友善、重礼仪的服务，可以让更多外国客人了解中国人诚挚好客、乐于助人的真性情。酒店是连接外国客人与本地特色文化的桥梁，中国地大物博、历史文化源远流长，每个地方又有很大不同，建筑美学、美食也各有风格。酒店就是一个非常好的宣传场所，把本地特色化的生活方式展现给外国客人，让他们能够体验更加原汁原味的中国文化。酒店发展是改革开放以来中国经济发展的缩影，这些年，酒店产品和服务品质持续提升，智能化、数字化应用不断延展，可以说，通过酒店的日常服务，外国客人可以感受到最真实的中国。

“想要更好地传播中国文化，不同类型的酒店可以有不同的侧重点。比如中高端酒店，尤其是全服务型酒店可以在展现中国美食文化上下功夫，让外国客人感受‘舌尖上的中国’的魅力。而旅游最大的要素是人与人的交流，对于提供有限服务的酒店来说，可以通过产品的专业性和服务的便利度来展现中国酒店人的效率，以面带微笑的热情态度展现中国百姓最日常的生活状态。”孙坚说。

资料来源：人民网、中国旅游报