

消费降级+体验升级 酒店如何顺势而变

◎ 记者 王珏 实习生 张可

余莉(化名)是杭州一家休闲度假酒店的老总,今年春节以来,酒店业一派喜大普奔的大环境下,他却是一筹莫展。“酒店入住率比疫情期间还要差。”

据了解,这家位于西湖核心景区的休闲度假酒店,在疫情期间客房平均入住率也有40%,而今年客房平均入住率才10%。

“市场并不像大家所看到的那么好。”他说:“消费者消费能力的下降是很大的原因。”他不断地给酒店经营做复盘。

这家酒店位于杭州核心景区,环境优美,但是公共交通并不便利,而自驾游又过于拥堵。同时,酒店的品级又决定了酒店的价格无法靠低价来迎合市场。

“反而是疫情期间,大家更愿意来这里小住。疫情之后,大家可选择的余地大了,我们酒店环境优美的优势就减弱了。”

市场消费降级与酒店体验感不适



配,也许是当下很多酒店正面对的问题。

随着我国社会经济正从粗放型高速增长向精细化高质量发展转向,产业结构也面临从初级加工到高级创新的转变。在这一转型爬坡过程中,受全球政治经济不稳定,以及中美脱钩等内外部环境的影响,文旅产业也正经历剧烈变革,传统重资产酒店业自然避无可避。

根据文化和旅游部数据中心数据显示,以2023年“五一”假期5天为例,国内出游合计2.74亿人次,较2019年增长19.09%;但国内旅游收入1480.56亿元,较2019年仅增长0.66%,中秋、国庆情况类似,旺丁不旺财,增人不增收现象明显。

但同时,我们也可以看到文旅市场火热的一面。一边是高质量文旅产品供不应求,如哈尔滨冰雪、贵州村超、乌镇戏剧节、开元森泊亲子度假等特色文旅产品爆火,一票难求;另一边,则是消费需求多元化。例如,体育旅游、研学旅游、工业旅游等旅游产品百花齐放。

因此,我们在看到消费降级的同时,也应该看到体验升级的市场需求。

世界旅游城市联合会特聘专家王笑宇提出未来的酒店行业在产品开发、运营以及渠道建设方面或许可以在聚焦客群、重塑产业、跨界整合、主题消费几个方面尝试创新:

聚焦

细分客群,提供适配产品和优质服务

客群如何聚焦?未来酒店客群将越来越细分化、垂直化,其消费需求也越来越多元化、细分化。同时,根据客群细分需求定制化软件体验内容和硬件配套产品。例如,围绕莫干山体育旅游客群,天际森谷提供一站式数十项极限运动、户外拓展娱乐项目,同时在细化标准、提升服务品质的基础上,配套莫干山顶级特色民宿,形成了成熟的“体育+旅游”产品体系。

重塑

产业链及产品、服务标准,提供有安全品质保障且具性价比的好产品、好服务

品质如何保障?市场经济首先是信用经济,其交易的先决条件就是安全、品质。试想,经历每年315曝光的问题后,随着消费认知理性、成熟,大众越来越关注产品的安全性与品质感。

同时,要把品质、安全的追求作为企业价值观,对内部宣导、执行,以及对外宣布高于行业的企业安全、品质标准,让消费者彻底放心。这就是为何诸多餐饮企业设置透明厨房,广而告之其远超行业的卫生、安全标准;又如诸多制造企业设置消费者开放日,请其走近制造车间,监督企业开发与运营的安全条件、运营品质。

而细分渠道商,则需要在提供相关标准的前提下,指导、约束、重塑供应链,形成具有安全、品质且具性价比的新产品。至于是否自己立标打样,下场做安全、品质示范产品及服务,则需要看业务介入深度,供应商成熟度、产品弹性,以及自身的议价能力。



跨界

整合“刚性”消费产品与“弹性”文旅娱乐项目

酒店产品自身作为“弹性消费品”,受产业经济、收入水平、消费预期等因素影响,消费频率远低于餐饮、商业、教育等刚性消费。因此,酒店产品如果想拥有用户粘性,就需要跨界将“刚性消费”与“弹性消费”相结合。

随着我国大干快上的文旅投资告一段落,进入高质量发展阶段,存在大量的商业、物业、园区提升改造与优化运营机会,这些空间或在城市中心或在近郊,覆盖大量目标细分客群,也为“刚性”消费+“弹性”文旅产品跨界创新提供大量机会。例如,北京的首钢园、朗园等市中心或近郊的工业废旧厂房,就转型为餐饮+休闲文旅、商业+体育旅游、娱乐+度假产品等跨界组合试验田。

未来的“+文旅娱乐”产品,将不定义为纯文旅产品,在商业娱乐化、表演化的当下,为何餐饮、商业、教育及养老不能文娱化。以上在唐宴、文和友、尼山鲁园村以及荷兰养老公寓等项目,已经看出端倪。但是,我们需要更多的优秀跨界产品及服务,其未来也将更加满足安全、品质、性价比以及主体体验等功能提升与体验深化的消费要求。

主题

IP化、闭环型的跨界“+文旅”产品

目前文旅市场存在网红爆款产品频频,但同质化严重,主题IP吸引力缺失等问题。同时,还存在单点产品居多,闭环一站式消费的项目较少的特征。随着消费者越来越“懒”,文旅企业,要避免让游客去做攻略、做选择。

未来的文旅消费,除了依托优质文化、自然吸引物的寄生型产品外,目的地型产品一定要做到主题IP明确,一站式闭环消费便捷,同时满足安全、品质、性价比和优秀体验要求。这样既能做到根据主题IP定期迭代优化产品、内容,还能一站式闭环消费,如“购物+微度假”,等且“弹性”、“刚性”结合,解决文旅产品消费频次低、复购粘性差的问题。

