

多元化发展的北京精品酒店

所谓精品酒店,是指那些具有浓郁的当地文化特色和独特历史记忆,具有一个鲜明的与众不同的文化理念内涵的酒店。如今的北京精品酒店正在慢慢从青涩走向成熟,从量变走向质变。在保证服务质量和水平的同时兼顾特色与“个性”,北京精品酒店正在以良好的发展势头向世界展示独具北京特色的酒店文化魅力。



创意个性型

代表酒店:雅乐轩酒店

在精品酒店的各种特质中,“个性”显得尤为显著。酒店要做到保有自身的底蕴和文化,一定程度上的创意和个性化定制必不可少。

不同于传统商务型酒店,时尚定位的雅乐轩给人一种眼前一亮的感觉。走进酒店大堂,丰富的色彩、灵动的设计让人耳目一新。来到休息区域,只见粉色、绿色、棕色的沙发相间摆放;粉色、绿色、棕色的抱枕错落有致,在灯光的映衬下,这片区域静谧而又充满朝气。最具创意和个性的是酒店的客房,人称“乐窝”。乐窝里,宽大的落地窗让人心情愉悦,沙发的色彩丰富恬淡,粉红、粉绿散发着青春气息。乐窝里没有抽屉,酒店中一切的一切都体现着不拘一格的创意和个性。

时尚都市型

代表酒店:HOTEL G

在城市与城市间奔波,住酒店成为生活中的“柴米油盐”。行色匆匆间,酒店也就只是一个落脚的地方,很少有人再去关注它所带给人们的感觉。当住惯了千篇一律的商务式酒店,颇具设计感的时尚精品酒店或许正对你的胃口。潮流之地,繁华似锦,酒吧林立,行至巷中,峰回路转处,见时尚酒店。紫色外墙、红黑内饰、印象画派;走至大堂,环顾四周,精品设计的HOTEL G带给人们的感觉犹如置身好莱坞,区别于传统商务型酒店的千篇一律,它更能与时尚潮流挂钩,并将这种风格延续到除客房以外的餐厅、服务、经营理念等各个方面,成为一种独有的印记。

皇家气质型

代表酒店:颐和安缦、励骏酒店

皇家贵族般的生活居住方式一直令人心驰神往,而在北京的精品酒店中,这种愿望是可以实现的。颐和安缦毗邻中国皇家园林颐和园,在营业前,酒店对其院落中的古建筑进行了修复和保护。浓厚的明清建筑风格、大量使用传统材料,木屋顶的梁椽榫架一览无余,仿佛在向颐和园传统建筑风格致敬。身处颐和安缦,思绪飞往中国已逝王朝。慈禧太后的垂帘听政、维新派的改革变法,历经王朝兴衰政权更替的北京城,有着太多的故事和历史。

而励骏酒店则让人穿越回17世纪的法国。古典

主义三段式立面的结构,让这座高达76米的尖塔建筑越发立体。巨柱式垂直构图和叠柱式水平构图,搭配造型别致的檐口、复合线脚,创造出丰富的立体效果。酒店外围是古典庭院式园林景观,高耸的欧洲白蜡树为酒店增添了一丝灵气。蓝色、金色、黄色、白色、灰色,处处是瑰丽的法国宫廷色彩。这座宫廷式的酒店还在奥运会期间接待了来自全球22个国家的元首,以及来自56个国家和地区的奥运官员,其人气可见一斑。

胡同四合院文化型

代表酒店:秦唐府七号院、红墙花园酒店

说到最能代表老北京特质的事物,胡同和四合院一定位列其中,而开在胡同四合院中的精品酒店也可以算得上最能代表北京文化特质的去处了。来到南锣鼓巷,各种肤色的人都集聚在这儿。他们正好奇地四处打量,探寻着古老悠远的中国文化。沿南锣鼓巷前行一小段,拐进一处不起眼的小胡同里,你会看见一串红彤彤的灯笼挂在墙沿,这便是秦唐府七号院。

据考证,清中期,乾隆皇帝将这处赏赐给平定金川有功的二品武官图钦保;民国时期,与吴裕泰创始人吴锡卿齐名的徽商吴肇祥购得此宅。秦唐府七号院的大门处有4个门当,果然是大户人家。院门口的照壁处,水缸里放水有聚财之意,同时,它也是很好的消防措施。整个院落坐北朝南,为三进式住宅,兼有垂花门、正房、厢房、耳房、后罩房等,四周环以游廊。在这座有着300余年历史的老宅中,写满了时代变迁的诗句,见证了从清早期至当下的历史沿革。

如果说秦唐府七号院体现的是胡同四合院的悠远历史的话,那么红墙花园酒店所体现的则是另外一种胡同文化特质,那就是悠闲、宁静。在这个追求快速的年代,浮躁司空见惯地附着于任何事物。若在旅行的过程中,寻一处特别的住所,暂别平日里的喧嚣,那么红墙花园酒店就是这样一个去处。胡同幽幽,砖瓦红墙里,花草龟鱼袅袅;屋舍静静,露台百草间,清香甜梦萦萦,酒店内一切的事物都显得那么的安静祥和。酒店北、西、东三面主楼合围出中庭花园。园内中国红的灯笼、琉璃黄的门庭、长城灰的地面、玉脂白的饰面、国槐绿的植被、珍珠黑的廊架、原木米的窗棂交相辉映,令这座中式庭院花园似油画般被涂满瑰丽的色彩。庭院中,透明玻璃圆茶几零星散布,木藤椅环绕。宾客可坐于此处与人小酌,谈天说地,偶有微风拂面,颇有宠辱不惊之感。

北京商报记者 蔡培瀚 周妍

什么是真正的精品酒店

作为精品酒店,必然有一些区别于其他酒店的特点,这些特点也决定了精品酒店的“不俗”。

1 市场定位高端

精品酒店的资源特点决定了其目标客户群必然是具有殷实经济基础的高端消费群体。2003年,美国精品酒店的客房数量占整个行业的1%,总收入却占整个行业的3%。入住率、平均房价都高于传统酒店。

2 规模精巧别致

精品酒店一般规模不大,客房资源有限,很多酒店客房数量只有几十间,但面积宽敞。酒店的附加设施较为简单,规模精致,接待流量有限,服务和消费的私密性强。精品酒店这一特点,是许多社会名流显贵选择入住的最重要的原因。

3 服务体贴入微

为高端客人提供定制化、个性化与人性化的服务是精品酒店的追求。精品酒店在服务理念和服务方式上的体贴入微,起源于英国皇室的“贴身管家式服务”。专职管家能最大限度地满足客人个性化的需求,亲切、殷勤、真诚、专属的服务能让客人流连忘返、再次下榻,成为酒店的忠实宾客。

4 设计风格独特

精品酒店首先要有鲜明的个性形象。其设计体现在以下几个方面:1、建筑与室内设计。世界上许多著名的精品酒店都出自名家的杰作,荣获各种国际设计奖项;2、环境布置。为了充分营造艺术氛围,精品酒店的设计还延伸到室内环境布置;3、客用品设计。一些精品酒店的客用品,小到咖啡杯、笔、客房小闹钟都是极具设计感的工艺品,常令宾客爱不释手;4、设计理念与风格。精品酒店的设计理念中蕴涵着浓郁的地方文化特色或当地历史元素,有人称精品酒店是“看得见历史的房间”。

5 时尚与创新

作为定位高端的服务产品,精品酒店既迎合了市场由大众化消费向个性化、体验型消费变换的潮流,同时也引导了一种新的时尚消费方式。精品酒店的时尚与创新体现在环境、设施、服务、经营方式等各个方面,包括运用新科技增加服务产品的含金量,提高宾客舒适度与独特体验的感受。如一些精品酒店客房内设置不同的灯光模式,客房内配有触屏式IP电话、客房送餐电子点菜单、DVD客房影院系统等。

6 经营专业运作

精品酒店采用“资源外包”策略,即专门从事与自身能力相匹配的业务,尽可能以“外包”形式剥离非关键的生产经营环节,使有限的资源用于经营中的核心环节——客房产品上,将客房收入作为酒店利润最主要的来源。