
景区酒店发展的策略探究

——以丽江金茂凯悦臻选酒店为例

王倩¹

(河南大学 文化产业与旅游管理学院, 河南 开封 475000)

【摘要】: 景区酒店作为旅游景区度假型酒店的简称,就是在旅游景区及附近区域,通过建立自主品牌或者引进其他酒店品牌,区域内的酒店以接待休闲度假游客为主,为游客在旅游休闲活动之余,提供具有餐饮、住宿甚至观光等性质的服务的酒店,由此而成为旅游景区基础服务的重要载体。据已有资料显示,随着人们生活水平的提升,旅游景区的酒店不断涌现,且多设立在度假型旅游区,主要面对的是不断扩张的休闲度假市场。而旅游景区度假型酒店作为景区不可或缺的组成部分,已趋于成为其重要的经济发展支柱。

【关键词】: 景区酒店 策略 丽江 金茂凯悦

【中图分类号】:F27 **【文献标识码】:**A

1 案例酒店简介

荣登 2019 年第十一届中国“最佳旅游目的地酒店”榜首的丽江金茂凯悦臻选酒店(下文简称“凯悦臻选酒店”),为凯悦集团旗下高端生活方式品牌——凯悦臻选在中国的首个酒店项目。“凯悦臻选”是凯悦酒店集团推出的高端生活方式品牌,致力于为宾客打造独特的、富有故事性的全新体验。旗下项目以其悠久的历史、独特的地理位置、著名的建筑和设计、远近闻名的特色餐饮,为宾客提供别具一格的住宿体验。酒店坐落于丽江古城核心区域,共拥有 305 间豪华客房、套房及别墅,面积从 48 到 250 平方米不等。酒店将当地民族风格元素和现代舒适设计进行完美融合。游客下榻于此,推窗可见玉龙雪山奇景,步行可至束河古镇漫游,尽享丽江壮丽的自然风光,领略深厚的人文底蕴。另外,凯悦臻选的延伸——雪山酒店,位于玉龙雪山东麓海拔 3,100 米的甘海子草甸区。国家 5A 级风景区玉龙雪山终年积雪,是纳西民族的精神象征,被誉为“现代冰川博物馆”和“植物王国”。隐秘奢华、自然闲适、灵动安逸一直是酒店为打造传统文化居所所秉承的理念,因此,作为感受和体验世纪冰川凛冽之美的场地,此酒店为不二之选。蓝天白云,洁白雪山,纯净天空,酒店就是天然拥有这般美景;山水庭院,亭台楼阁,廊桥曲径,花木葱郁,柳树垂丝,中式奢华风格的酒店本身就是一个公园所在。

2 景区与酒店如何相融共生

首先,丽江优美的自然风光与保存较好的生态环境是凯悦臻选酒店先天的资源优势。丽江市地处低纬暖温带高原山地季风气候带,由于海拔高差悬殊大,从亚热带至高寒带气候均有分布,干湿季节分明。独特的地理区位及气候条件孕育了丰富的动植物资源及山地、水系分布。这些独特的自然景观,为凯悦臻选酒店营造了优质的环境背景。除了欣赏自然的馈赠,感受丽江独特的古镇风貌亦是诸多游客远道而来的目的。因此,大研古镇与束河古镇作为丽江古城代表,成为游客必游之地。但自然景区或古镇在满足游客观赏、游玩等愉悦体验的同时,无法完全独立地提供全面、周到的基本生活服务,而游客愈加多样、甚

作者简介: 王倩(1989-),女,河南南阳人,硕士研究生,研究方向:旅游经济。

至挑剔的旅游诉求必然对景区有限的配套服务能力提出了挑战。凯悦臻选酒店距离大研古镇及束河古镇单线车程分别为 6.4 公里、2.2 公里，路线便捷，酒店的可达性较强，在满足游客品质化生活需求方面具有明显优势。

其次，凯悦臻选酒店深入贴近丽江民族风貌。建筑群落从大堂到中心湖区分散布局、错落有致、曲径通幽，活泼而充满灵气，既有山城风貌，又有水乡韵味。外观材料较多地利用木质及石块，主体设计融合了当地典型的四合五天井、三坊一照壁的院落建筑风格，依山就势随意自然，水系环抱不失灵动，与周边古镇的建筑风格高度契合。另外酒店在内部陈设、人员着装、个性化服务、甚至餐食餐具等种种细节方面，都在尽可能大的程度上令住客感受丽江独一无二的民族风情及地域文化。

可见，酒店的入驻不仅仅是简单地解决旅游地有限接待能力这一燃眉之急，带动经济增长是显而易见的，特别是能够与周围景区独有的自然资源属性或文化元素积淀进行高度契合。这样既能够助力于丽江综合接待能力的提升，与此相伴而生的是对酒店自身，甚至是对旅游目的地文化品牌的强化与营销。

3 发展过程中的策略探究

值得注意的是，市场经济的繁荣带来的是竞争的加剧，白热化阶段的到来，难以避免的是同类型酒店如雨后春笋，遍地开花。那么，面对逐渐细分的客源市场，凯悦臻选酒店应该如何面对市场经济带来的种种挑战？

第一，酒店应树立大局意识。景区酒店与景区旅游业有着“一荣俱荣，一损俱损”的关系。在全域旅游的时代背景下，景区酒店不应被定式思维所束缚，必须要摒弃传统的小格局思想，具备大河无水小河干的忧患意识，注重所在旅游区域整体发展环境的维护与自身口碑的塑造，正确审视及处理景区酒店与整个旅游业之间的联系；在景区酒店之间，需要采用良性、公正的竞争模式，共同创造全域酒店的高品质服务，维护好酒店在游客心目中的形象。同时，还需要积极构建酒店在线预订、游客投诉受理中心以及质量监督等机构，完善服务职能，促使景区酒店能够得到系统的管理及良性的发展。

第二，酒店需要尽量避免形式大于内涵的现象发生，不能一味地照搬照抄或者元素堆砌。丽江的纳西传统文化历史悠久且有着独特的天然感、质朴感和神秘感，在酒店文创品牌形象的提升中，应该让文化的独特风格、内在精髓与酒店内核融为一体。通过组织东巴文化交流会、少数民族节日庆典活动等将文化元素与酒店进行完美互动，营造出一个无法被模仿且个性鲜明的景区酒店，以此帮助景区酒店树立自身的品牌形象，加深游客对酒店的记忆程度，形成自身的核心竞争力。此外，在融合旅游文化的过程中，同时还需要在景区文化中渗透酒店自身的文化，突显酒店的特色，才能让地域文化得到更好的传承发展，才能让酒店对游客产生长效吸引，同时也展现出更多的商业价值。

4 结语

随着社会经济发展水平和精神文化水平的不断提高，大众的旅游消费行为由传统的、单一的旅游观赏模式逐渐转变成成为多层次、宽领域的综合型度假模式，而现代消费者更加注重健康、环保以及追求高品质生活方式的理念，也使得旅游市场之前单一的客源结构发生了改变，游客类型愈加丰富，旅游需求愈加强调品质化。那么，景区与酒店“各自为政”的传统模式已不能适应当代消费需求。面对更加挑剔的市场需求及激烈的竞争环境，顺势共生、实现融合发展则成为景区及酒店行业的必然选择。在全域旅游的时代背景下，丽江金茂凯悦臻选酒店依托丽江丰富的自然资源，打造贴近天然风貌及古城人文气息的软硬件设施及特色服务，力图实现酒店的目的地化塑造，关于其中存在的问题及相应策略研究为景区酒店发展的路径探索提供了颇具意义的借鉴。

参考文献:

[1]梁曦. 旅游景区酒店强化经营管理的措施分析[J]. 企业改革与管理, 2019, (14):94-95.

[2] 丽江金茂凯悦臻选酒店[EB/OL]. <https://www.hyatt.com/zh-CN/hotel/china/jinmao-hotel-lijiang/ljggh>.