

中原酒店业华山论剑平面论坛,继续进行。老问题新说法,中原行业在不断的前行中,竞争与机遇并存,特别是2009年,经济危机加上外来大鳄的到来,行业中的拐点逐渐显现,“是激流勇进向好发展,还是逐渐走向价格竞争,”一时间的种种说法成为行业的焦点。而面对种种的疑云,业内人士同样有话要说。

晚报记者 谢宽/文 徐海淋/图

同而不同

中原酒店行业华山论剑(四)

栏目热线:67655031 13598836820

致力个性化 酒店发展应该“两条腿”行走



郑州市华联广州大酒店总经理 李保军

“中原酒店在发展的过程中,在整体的参与竞争力上表现不足。”郑州市华联广州大酒店总经理李保军认为:“这些问题表现在,首先是硬件设施不匹配,除新建的一些酒店外,很多酒店都有了一定‘年龄’,装修得老化、折旧相当大;其次软件服务欠缺,规范化、个性化的服务不鲜明;然后是参与市场竞争意识不强,一些是酒店体制的问题,一些则是管理层的问题,比如说在经济条件好的情况下,管理层并没有居安思危的意识,以至于出现经济危机时,解决办法不多,虽然有一些但是效果却不佳而且力度也不够。”

但从目前的现状来看,同质化现象非常严重,也可以说是“千店一面”的现象,这种现象不仅表现在同一级档的酒店,甚至相邻级档的酒店也普遍存在。这是因为,经营管理层没有跟

上现代的理念。

如何面对这些问题,如何面对接下来的竞争,李保军坦言,员工要统一思想,把工作落到实处,当管理层把办法推出后,上下要很好地落实,去实施。而且这个实施需要不断地坚持。而这只是第一步,“重要的是对于我们企业在大的方向上,必须学会两条腿走路。一方面拿出短平快的可行性营销举措,控制销售的下滑,而另一方面则是培养中长期的客户,让他们有一种家的感觉。”在李保军的心中似乎早已有了方向,他说:“所谓短平快的解决目前的问题,就是针对我们酒店早晚茶、月饼、元宵、粤菜等餐饮的优势为突破口,吸引散客、外地客人和常客,同时在餐饮和客房上,采取累积积分的方法吸引客人。定位上,我们原先定位商旅人群,现如今在旅游方面也加强了联系。”

而另一方面培养中长期忠实客户群体,我们也做了大量的工作,在硬件上更换中央空调、洗漱用品、床上用品、隔音玻璃、安装3G基站、点菜采用先进的电脑点菜等等硬件设施;在软件服务上提高服务效率,推出个性化服务——便签服务、温馨服务、体贴服务。服务员在客户入住的房间里,在床头都会留下包括天气温度,需要注意的问题等便签提示,在顾客生病时可提供顾客想吃的食物,在顾客需要帮助时,可以为其发传真、送信件等等。“可以说把服务做到细致入微。”李保军说:“我们最大的优势就是把火车站的订票点搬到了我们一楼,窗口与铁路大厅的电脑是全部联网的,直接出票相当的方便。除此之外,在产品的附加值上狠下工夫,为消费者带来更多的实惠。”

坚持多元化 用“金钥匙”开启顾客需求之门



河南省江河宾馆管理有限责任公司执行总经理 于海涛

“从目前中原酒店业市场的发展来看,经济型酒店的发展可谓是‘铺天盖地’,高端的星级酒店也是层出不穷,似有势不可挡之势;特别是一些高星级宾馆的管理引进了国际知名品牌的管理,在管理与服务方面均实现了与国际的接轨。”河南省江河宾馆管理有限责任公司执行总经理于海涛说:“国际品牌管理化的进入,对中原地区酒店管理与服务均提出了新的要求,同时也带来了新的挑战 and 机遇。品牌管理的介入对中原地区旅游饭店业是一个较大的促进,多方位的国际化酒店管理理念的不断渗透,给酒店业的管理提供了更好的学习与借鉴的机会。”浪来了,“会促使我们跑得更快,发展得更迅速,强化我们的国际竞争力。而经济型酒店的不断涌现将对低星级酒店带来一定的冲击,但市场的发展就是要有竞争,

只有竞争才能拯救市场,有发展就有竞争,有竞争才能有大发展。”

而就低星级酒店而言,怎样去面对经济型酒店的竞争和挑战,在他看来,需要客源市场上分得更多的“蛋糕”,就是要在练好自身内功的同时,充分利用自身优于经济型酒店的综合设施和配套的服务项目,去挖掘更多的客源。我们只有满足客人在经济型酒店所能得到的服务以外,引伸我们的服务,提高自我的综合管理能力,完善服务细节,优化服务环节,多提供具有个性化的服务,让客人真正得到超值的服务,定能在竞争中占据主导地位。

受经济危机的影响,目前消费市场也发生了较大的变化,顾客的消费导向也发生了变化,受其影响消费标准发生了下滑,消费频率减缓,

消费主题进行了整合。“而就江河宾馆,如何应对经济危机所带来的市场变化和消费主题的变化给我们经营带来的影响,那就要求我们要‘逆势而为’,狠抓内部培训,练好内功,积极加大与同行间的相互学习与交流,形成互补,相互促进。在产品上狠下工夫,不断研发新产品,满足客人的不同需求,在服务质量上做足文章,引入国际‘金钥匙’服务人员、服务理念,提供一些更个性化的服务,提供更多‘满意加惊喜’的服务,给客人营造一个更舒适、温馨的消费空间,让客人的每一次进店都能得到超值服务。”于海涛补充说:“之外,我们秉承‘人无我有’、‘人有我优’的原则,正在着力打造自助餐品牌,树立郑州北区的品牌,努力做得更好,让顾客满意,让社会认可。”

神秘客·在行动(三)

近期,本报神秘客陆续走进了更多的酒店,他们发现,一些中原酒店行业在坚持做好自己的特色服务、优势项目之外,还在菜式、服务、管理上也在不断的推新,他们永不停歇的行动,正是推动中原酒店行业健康快速发展的保证。

神秘客:你的变化 我愿意尝鲜

“广东厨房”移师郑州

天地粤海结合“土粤”,打造原汁原味粤菜盛宴



酒店:河南天地粤海酒店303号包间
时间:6月15日
地点:郑州市农业路东41号

岭南的粤菜在中国五千年的八大菜系中首屈一指,“口味清淡、注重营养”便是粤菜的特点。但是如何吃到正宗的粤菜,可不是一件容易事。也许有人会问何谓“正宗”,四川人称正宗就是“川人、川料、川菜”,如果按照这样推理,那么粤菜也要“粤人、粤料、粤菜”。而在郑州,记者通过多日搜寻拜访,打听到位于农业东路的天地粤海酒店符合这些条件。 晚报记者 谢宽/文 赵楠/图

粤菜的低调华丽 订制的美味极致诱惑

亲近融化在奢侈的感觉中,这正是“粤海”的极致之处。以浅暖为主的色调,雅致脱俗,为客人们营造一个静谧、舒缓的就餐环境。风格迥异的贵宾包厢里挂着价值不菲的装饰画,温暖的灯光里,和唯美风景只一个鼻尖的距离,这样的不期而遇,总是惊喜连连。高高的屋顶、华丽的吊灯映射出房间的空间感。舒适和谐呈现着低调的华丽,会发现在未饮食之前,亦“有迹可循”——温馨、亲切、融合。

据了解,严选的食材加上朴实的料理口味,融合了亚洲风情的经典粤菜,再加上“草捆牛肋骨”、“生煎多宝鱼”、“海皇粉丝”等众多的招牌菜,光听已经让人想入非非。据河南天地粤海酒店餐饮部行政总厨凌国君介绍:“天地粤海酒店与粤海世家酒楼合作,目的就是专门为广大的郑州消费者打造正宗粤菜盛宴。在这里,每一道菜都是我们的作品,而餐厅的厨师们最费心思的是要在这都市繁华处营造一种只可意会不可言传的‘饮食文化’。”

在他看来,粤式菜品繁复精致,品位却很实在,讲究食材,工序繁复,力求使食物的原味自然渗透和流露,它能让就餐成为一次风雅的经历。传统粤菜扎实的味道,融合了当代风味理念,在食客领略到粤菜料理研究“原汁原味”

的同时,也获得独具特色的国际风情。

粤式味蕾的哲学——“原汁原味”

为了做到“原汁原味”,食材、调料全部选择空投郑州,哪怕是一只鸡、一瓶酱油,都保证用料鲜活。凌国君说:“粤菜的原料新鲜,多以粗料精制,讲求原汁原味。为了保持原料的原味,粤西菜在烹饪上多以清蒸、煎的方法为主,并少放调料力求带出材料最原始的风味,令食客有越清淡越滋味的返璞归真感觉。这种做法和味道与传统粤菜以及潮州菜、客家菜等广东菜系相比,可谓自成体系,独具浓郁的地方风味。”

这只是一方面,在制作过程中,大厨便是正宗的“灵魂”。“在我们酒店的百人后厨中,广东来的厨师占有50席。”凌国君说:“这些广东的厨师对食材的掌握和‘习性’了如指掌,包括对海鲜的制作,火候的把握等。而且在制作过程中,也进行了严格的分工和把控,做鲍鱼的就有做鲍鱼的专门师傅,做牛肉就是做牛肉的师傅,这样可以保证菜品的口味始终保持良好的口感。”

除此之外,凌国君不断强调菜品的创新。他认为,粤菜毕竟是广东菜,来到河南也要不断融入本土特点,但这种融入并不是在粤菜基础上的改良,而是在当中搭配本土特色,丰富菜品,比如说胡辣汤炖过参皇,也有主食当中的烩面和酸汤面叶等。而另一方面,在菜品的装盘上,也突



出了创新,“每一个菜品的诞生,从制作到装盘,都是一个考究的过程。”凌国君说:“好的菜品就应该有好的卖相,比如说色彩的搭配,绿色植物的点缀等,更国际化、也更时尚。”

相关链接

市民眼中的“粤海”

随后,记者随即采访了一些就餐的消费者,不少消费者对天地粤海酒店的粤菜给予了很高的评价,感觉这是一场在“粤海中的冲浪”。其中一位姓陈的市民告诉记者:“天地粤海的粤菜很不错,经常过来商务洽谈之余,每次都要过来‘尝尝鲜’,无论是菜品的丰富度还是菜品的卖相,还是口感,都很不错,现在人都讲究清淡、健康,我觉得这里正符合我的口味。”

而另一位市民也评价:“单位经常在这里招待客户,因此也经常过来吃,但是每次都不会吃腻,特别是这里的草捆牛肋骨和海皇粉丝,非常好吃,也是我们每次必点之菜,而且除了这里,在外面基本上吃不到,很不错。”