

是“黯然失色”还是“重焕光彩” 单体酒店未来出路在哪？

面对纷繁复杂的酒店市场，有人悲叹，单体酒店“风光无限”时代悄然谢幕；有人感慨，连锁型酒店同样面临“群雄逐鹿”、“贴身肉搏”的惨烈竞争；有人认为，只有整合行业资源、突出差异化特色，才能够在低水平的“价格混战”中冲出重围……

通往罗马的路，从来不只一条。星报记者在调查走访中发现，无论是“绝处逢生”、突出主题特色的单体酒店，还是选择“涅槃重生”加盟连锁品牌，实行抱团作战模式，都应当在市场竞争中明确自身定位，用特色和服务找到市场蛋糕的“敲门砖”。

■ 傅丽 记者 董艳芬 见习记者 施超 / 文

故事1：“出差达人”陈磊的难忘经历

31岁的陈磊是合肥一家环保科技公司的项目经理，由于很多项目在皖北地区，一年当中，他有小半时间出差在外地，找宾馆成了每次出差的“必修课”。

“过去找酒店通常是根据路牌指示，现在这种顾虑已经不存在了。”陈磊笑着告诉记者，现在每到一个城市，自己都会在网上搜索项目所在地最近的酒店，然后在网上预订房间，经常是人还没有到，房间已经订好了。

“出差首选当然是7天、如家、格林豪泰等经济快捷酒店，人潜意识里好像对自己住过的酒店有感情，

特别是去了一个陌生的城市，看到熟悉的酒店会有亲切感。”陈磊对记者说，快捷连锁酒店价格适中，卫生相对干净，这是很多单体酒店没有的优势。

“宾馆标准化的服务很重要，但不少家庭式旅馆做不到这一点。”陈磊向记者诉说自己最“难忘”的住宿经历。几年前，他曾去亳州出差，因为没有找到连锁酒店，就在当地一家小旅馆住下了，没想到当晚就被跳蚤咬了，全身发痒。“那一次印象太深刻了，现在想想身上还痒痒，第二天宾馆把所有的被单被套都拿去洗了。”

故事2：“胶囊旅馆”的差异化经营

一张1米单人床、一张桌子、一个空调、隔开的微型卫生间……在合肥红星路上有这样的一个公寓宾馆，虽然条件简陋、设施陈旧，但最低每月580元的房租却让很多年轻的背包族心动。

“我们一共有50多个房间，你要看的580元一个月的房间今天晚上才能腾出来。”5月20日下午，记者来到公寓宾馆采访时，一位工作人员告诉记者。随后该工作人员带记者来到3楼的一间680元/月的单间。记者看到，5平方米左右的房间，占地面积最大的属1米的床位，靠近窗台是连桌的衣柜，电视、空调一

应俱全。紧靠床头，是隔开的狭小的卫生间。

“房间里有网线，空调也可以用，水电费得你自理。”该工作人员告诉记者，而且，毛巾、被单、枕头等个人生活用品也必须自带。

事实上，对外“包月”已经是很多中小宾馆的惯用伎俩。在经开区大学城附近，每到寒暑假经常能看到宾馆对外挂出的“包月”字样。“与餐饮业相比，住宿业投资成本回收周期更长，目前，在合肥投资一家快捷宾馆，每个房间的成本就要3万元。”业内人士透露。

故事3：加盟连锁店的“续集”

单体酒店加盟连锁店，好像成了单体酒店发展到现在的“续集”。

“除了经营理念，什么都能变。”同样的经营地址，面对“企业运营成本上涨”的共同困境，两家酒店经营的实际效果却有着天壤之别，其中奥秘何在？

“速8连锁酒店在接盘‘瑞庭’后，仅用了一年多的时间，全年营销总收入增长10%以上。”速8酒店合肥黄山路店长杨超说，速8酒店作为外来酒店的“舶来品”，最大的优势便是“除了经营理念，其他什么都能变”。他进一步解释说，速8连锁酒店拥有单体酒店所不具备的全国性会员资源，完善的市场化网络格局，同时提供了强大的网络平台支撑。

此外，和以前的瑞庭商务酒店相比，速8酒店合肥黄山路店更加注重产品服务和人员管理标准化。“这无形中提高了酒店运营效率，缩减了边际成本。”杨超说，全国范围的所有速8酒店实行统一门店活动，实现促销效益最大化。

“‘瑞庭’和‘速8’两者之间的转型之

变，是当前经济型酒店市场的一个缩影。”我省酒店业人士分析，事实上，从2008年开始，各经济型品牌连锁酒店再度加快了在省城扩张的步伐，“单体酒店加盟连锁店，已经成为越来越多经济型酒店的选择。”

专家观点：

小宾馆“散兵游勇”时代一去不返

“与单体酒店相比，快捷连锁酒店的优势太明显了，采购优势、人员培训优势、配送优势、网络预订优势和运营成本优势。”合肥工业大学经济教授张鑫分析称，对于还没有建立品牌、单体的老牌中端酒店而言，拥有一间房、一张床，房间配有电视机和洗漱用具，这些必备的用品用具和设施，的确满足住客的刚需，但还不够。“至少现在，于更多对入住体验有更高要求的住客而言，这些不太注重品质和体验的酒店，越来越难以满足需求。”

记者从合肥市旅游局获悉，截至目前，省城各类星级酒店数量已达到88家，而各类品牌连锁酒店近200家。对此，合肥市社科院相关专家表示，“本土单体酒店在这一竞争中毫无优势可言，随着酒店预订网络化和电子商务智能化平台的不断完善，越来越多的消费者选择网络订房，本土单体酒店终究是要退出这一舞台的，这只不过是时间问题。”

不过，张鑫教授却认为单体酒店会彻底从市场上消失。“未来的单体酒店一定要有特色，有当地人文特色文化，能够满足消费者个性化需求的酒店可能仍会很少的生存下去。”张鑫说，单体酒店主要面临的挑战在于想办法让潜在客人知晓并认可酒店的特色和服务，当然，这个得首先练好“内功”，小宾馆“散兵游勇”时代一去不返。

