

半年度数据“难看”，业内却“情绪稳定心里有数” 旅游饭店深 V 反转在即？

日前，无锡旅游饭店协会召开上半年度会议，全市旅游饭店亮出半年度“成绩单”。由于多方面原因，数据不太好看，但业内反应却一改年初的焦灼，情绪稳定但心里有数。

数据

成绩不佳，八成旅游饭店营收下降

会议发布的旅游饭店半年度经营数据以 69 家营业三年以上的饭店经营数据为样本。数据显示，今年上半年，只有 20% 的饭店营收有所增长。剩余饭店中，两成饭店营收下降 1-10%；五成下降 10-20%；一成饭店的营收

下降率达 20% 以上，有好几家饭店的营收下滑率达到了 30% 之多。逆势上涨的不仅数量少，上涨率也多徘徊在 1-5% 之间。

“近一年来无锡新开了 30 多家中高档饭店，与之相对应的，今年上半年来无锡

的商旅客人总量却明显减少，再加上会议市场的萎缩，旅游饭店经营不易。”市旅游饭店协会秘书长周明分析了总体市场成绩不佳的原因。市场“僧多粥少”局面的加剧，也让大部分饭店“吃不饱”。

反应

不忧反乐，业内笑言希望在明天

不过，一些业内人士不忧反乐，认为“希望在明天”。锡城某饭店负责人表示，大家之所以看到数据仍能情绪稳定，是因为“心里有数”。他说，数据的下滑，是压力也是动力，是危机也是转机，是考验也是“龙门”。不少饭店早在年初就已着手布局反转，

上半年的数据具有一定惯性，也是新举措未真正反映出实力。但积极应对的措施正在积聚能量，终会在某个时刻让数据“飞跃”，“到时可就真是‘鲤鱼跳龙门’了！”

无锡市旅游协会会长王浩平说，如今的旅游饭店已清醒地意识到，经营无老本可

啃、无懒可偷，否则将被市场惩罚与抛弃。此刻正是行业洗牌的时候，也是深 V 底端，谁守得住、谁转身快，谁就能最先迎来光明。从这个意义上来说，难看的数据能推动饭店自我反省和努力提高，对整个市场业态的发展和行业进步，是一个值得拥有的“阵痛”。

举措

办节事，推外送，挖特色

如果说，半年度数据具有惯性和延迟效应，那么，无锡旅游饭店真正的实力是怎样的呢？记者采访了解到，的确有不少饭店动作频频，依据自身的特点与优势，今年的旅游饭店“躺赢”模式不再，的确变得不一样了。

曾经知名度不高的山水丽景酒店，今年狂刷存在感。总经理范艳霞说，酒店坐拥鼋头渚和无锡影视基地两大重量级景区，曾经宾客盈门，完全不需要推广。可现在最惨的时候，酒店营收下滑 50%。他们放下架子去跑市场，员工带着宣传单去雪浪、大浮等地的社区做地推，打开大众市场。他们还请来扬中河豚文化非遗传承人孔庆璞，把无锡的湖鲜与江鲜相融合，根据花的季节推出相应的美食文化。今年首推了樱花江鲜节。“以前出租车司机听到去山水丽景都是一脸懵，不知道这家酒店在哪。现在，他们则会说，那里停车不太方便啊，因为人太多。”酒店总经理范艳霞说。

以品牌龙虾制霸市场的古罗马大酒店，今年的创举一出接一出。为了拓展市场，今年首次开设了品牌龙虾快递全国的外送渠道，抽真空外卖通过顺丰运到安徽、福州、深圳和大连等地，成为当地的自享佳肴和“社交礼品”。不仅如此，酒店还新开设卤菜外卖窗口。市民周先生就曾为母亲去排队买牛肉，结果排到时牛肉已售完，店方问“要不来点鹅翅”，哭笑不得的他想到母亲牙口不好，只好决定第二天再去。酒店总经理温佩玲更是亲自下场做微信营销，图片、小视频均上阵。她说，会场满、住宿满、餐厅满还有卤菜窗口满——“满”才是硬道理。

旅游饭店业内有句话是这么说的：周末翻台不稀奇，有本事平日两餐都翻台。两餐指的是午餐和晚餐时间。宜兴新芙蓉大酒店做到了。通过打造“宜兴味”地方特色菜和融入文化元素，紧紧抓住了游客的心。他家的“老味香葱面”年销量 8 万碗以上，去年 10 月

获得中国饭店协会颁发的“中国名点”称号，年销量 1 万多个的宜兴横山水库“鱼头泡饭”，今年 5 月荣膺中国淮扬菜大师邀请菜“江苏名菜”称号。饭店还有名家特别打造的《新芙蓉赋》和专属歌曲，充满文化底蕴和人文情怀。

原无锡华美达广场酒店的特许经营合作到期后，无锡蓝海御华大酒店进驻，成为今年无锡饭店市场的一股生力军。该酒店由蓝海集团受托接管 20 年，是蓝海进军苏锡常地区的第一家五星级综合性酒店，被业内人士认为是一家“不浮躁而深耕市场”的酒店。他们采用“美食 + 美居”的连锁化酒店经营模式，将自身创建的“中国民族酒店品牌”的“蓝海样本”带到了无锡，自主构筑起闭环的蓝海酒店产业链，做到从田头到餐桌的全产业链运营。这种经营模式引发众多锡城饭店深思。

此外，更多的饭店在不断摸索前进和转型的道路，如开创了酒店网上开店先河的江阴泓昇苑酒店等。

建议

旅游饭店要“自珍”

无锡市旅游饭店协会会长黄鉴中认为，酒店存量过大的旧泡沫尚未完成消化，新的泡沫又产生了。人们的需求在快速升级，但酒店却因为求生存而放任品质，每况愈下。酒店人在

“美好生活”的供求矛盾中迷惘。旅游饭店要少一些商气，多一些高誉，少一点“打工”意识，多一点“工匠”精神。文旅融合，要少一点文化空谈，多关注旅游者体验，让文化把旅游变雅，旅

游让文化变实。同时，旅游饭店也别总是“别家的饭香”，多一些基于自身的独立思考。要“自珍”，细挖自家的优势。换一种思维，或许别有洞天。
(晚报记者 金恬伊 / 文、摄)



一酒店为推出荷花节而布置的店内荷花元素。

下月起斯里兰卡对中国游客免签 市民赴斯热情再燃

本报讯 继伊朗驻华大使馆宣布自 2019 年 7 月 21 日起对中国公民免签后，热门旅游目的地斯里兰卡也加入了对中国游客免签的队伍，8 月 1 日开始实施，最长可停留 1 个月。记者昨天采访了解到，消息一出，锡城赴斯咨询量攀升，业内人士也颇为看好暑期出游行情。

斯里兰卡原名“锡兰”，语意为“光明富饶的乐土”，它拥有丰富的自然文化遗产和独特迷人的文化氛围，被誉为“印度洋上的珍珠”，曾多年名列世界最佳旅行国家榜首。有资料显示，中国是斯里兰卡旅游业的第二大市场，最近几年赴斯旅游人数呈快速增长态势，已达到每年近 30 万人次，酷爱旅行的无锡人也格外偏爱这个目的地。然而，4 月发生的严重爆炸恐怖袭击，让如火如荼的赴斯旅游一下跌入了谷底。此次免签政策的推出，再一次激起了无锡人的赴斯热情。

市民崔女士已打算 8 月走起。她说，她六年前的蜜月旅行去的就是斯里兰卡，那里有迷人的海岸、原始的生态、悠久的历史、珍贵的古迹、丰富的物产和众多参与性强的特色旅游项目，是一个旅游资源丰富、人民特别友好热情的国家。此次赴斯不仅能免去签证费，三口之家故地重游也别有

一番意义。市民孙先生正担心赶不及办理出境签证，一听斯里兰卡免签，立刻决定下单赴斯。记者从锡城多家旅行社了解到，自从爆炸事件后，斯里兰卡当地旅游严重受挫，锡城市场也一时偃旗息鼓。但经历了 3 个月的恢复期，加上免签政策的刺激，斯里兰卡旅游产品已陆续恢复，咨询的游客数量也逐渐增长，尤其是一些担心因临时办理签证赶不上出行计划的家庭，多“倒戈”免签国家，斯里兰卡热度很高。携程旅游平台相关工作人员表示，免签政策发布当天斯里兰卡跟团游、自由行产品的搜索量就增长了 200%，目前无锡地区的搜索量稳步上升中。

据了解，锡城市场当下推出的赴斯之旅不乏 6 晚 8 天的中长线行程，路线设置也有新意，除了有康提、加勒、香料园、茶厂和宝石博物馆等经典行程外，还能让游客获得多项独特体验，如乘坐《千与千寻》里的小火车、体验立约、于越野车内近距离和野生动物亲密接触、清早去尼甘布鱼市场感受满载而归的壮观场景等。随着签证和地接成本的降低，以及当地酒店的促销，暑期斯里兰卡旅游产品性价比非常高。去年赴斯跟团游人均价格为 8500 元左右，今年只要 6500 至 7000 元，最高便宜 2000 元。（金恬伊）