



## 国际知名酒店集团纷纷抢滩,海南成为中国高端度假酒店最集中区域 国际品牌度假酒店的“俱乐部”

■ 本报记者 杨春虹

### 亮点

#### 国际品牌酒店 扎堆海南岛

##### 2003年

国际知名酒店品牌喜达屋选择在亚龙湾开设了在中国的第一家度假酒店——三亚喜来登酒店

##### 2004年

万豪国际在中国的第一家度假酒店——三亚万豪度假酒店正式开业

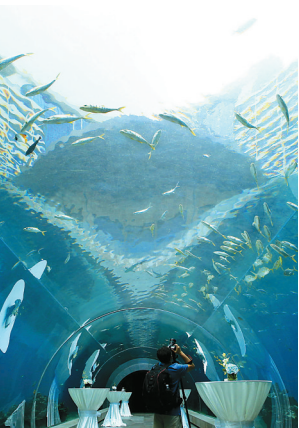
##### 2008年

法国雅高集团旗下铂尔曼品牌在中国的第一家度假酒店——三亚铂尔曼度假酒店正式开业

##### 目前

喜来登、希尔顿、万豪、雅高、洲际、温德姆、美高梅、凯宾斯基等21家国际知名酒店管理集团、38个饭店品牌进入海南省饭店业市场

海南成为中国高端度假酒店最集中的区域



三亚天房洲际度假酒店内景。本报记者 武威 摄

到海南旅游,不急于观景购物,而是待在度假酒店里,慵懒地泡在温泉里,躺在沙滩上,晒太阳发呆……这种流行于国外滨海度假胜地的“慵懒”旅游,早就成为了海南一种时尚旅游方式。

国际知名酒店管理集团纷纷将海南岛作为其进军中国庞大休闲度假市场的桥头堡。现在,喜来登、希尔顿、万豪、洲际、温德姆、美高梅、凯宾斯基等21家国际知名酒店管理集团、38个饭店品牌进入海南省饭店业市场,海南成为中国高端度假酒店最集中的区域。

“海南岛凭借自然资源和热带气候发展成了一个游客首选的旅游度假目的地,纯净的空气质量、舒适的热带气候和绿色的生态岛屿似乎已经成为海南的一张名片。”三亚万豪度假酒店总经理高锦洪说。

#### 国内度假酒店的启航地

坐落在海南岛美丽海湾的这些高星级酒店,洋溢着浓郁的热带海岛特色,宽敞、通透的酒店大堂,与商务酒店中央空调营造的封闭大堂形成了鲜明对比。

站在通透的酒店大堂,阵阵海风吹过。抬眼望去,酒店美丽的园林似乎与大海相连,融为一体,不少游客觉得就是仅仅逛一逛各个酒店的大堂和园林,就是一次惬意的海南休闲之旅。

但在1996年中国第一家高星级酒店出现在亚龙湾时,竟然因为酒店大堂没有安装中央空调,差点错失五星级酒店资格。

上世纪九十年代,度假休闲在国际旅游市场早已成为一种趋势,在国内却还是一个全新的概念。1992年,国务院批准试办首批12个国家旅游度假区,海南亚龙湾位列其中。但直到1996年1月1日“中国度假休闲游开幕式”在亚龙湾广场举行,亚龙湾甚至还还没有一家酒店。

同年8月,按照国际度假酒店理念设计建造的凯莱酒店正式开业,成为亚龙湾第一家酒店。这家酒店一开业就显得有些“另类”:虽为五星级酒店,却连个中央空调也没有,酒店老总到普通员工,上上下下都穿着随意的花衬衫。

国家旅游局组织的评星员一到这里就傻眼了。因为当时国内的酒店清一色为商务酒店,评定标准自然也是商务酒店的标准,要求大堂必须安装中央空调,必须全封闭;员工必须衣冠整洁……

当时的酒店老总——葡萄牙人彭雷,对评星员的反应觉得有些不可思议。他曾经在葡萄牙的滨海酒店工作,通透的大堂、员工的花衬衫,是为游客营造真正的度假休闲氛围。但在当时,评星员还是试图说服投资者,能否再花一笔不小的资金,把通透的大堂封闭起来以获得评星。

在海南方面一再争取下,凯莱作为特例,勉强评上五星级酒店,成为中国第一家五星级度假酒店,这个特例也促使我国开始着手制订度假酒店标准。

#### 国际品牌酒店的桥头堡

当时的评星员们或许不会想到,当年的一个特例,几年后会在亚龙湾蔓延开来。现在,亚龙湾已成为国际品牌酒店争相进入的地方,成为国内高星级酒店最密集之处。

世界顶级酒店集团喜达屋集团,把在中国区的

第一家度假酒店选择在亚龙湾;顶级奢侈品牌酒店丽思卡尔顿集团,把在中国区的首家度假酒店选择在亚龙湾;世界知名的酒店管理公司法国雅高集团旗下的铂尔曼酒店品牌,在亚太区的第一家度假酒店选择在亚龙湾……

这并非巧合。中国经济的快速发展,以及中国庞大的消费市场,吸引着这些国际品牌酒店。而要进入中国市场,分享正在兴起的中国度假休闲市场,选择度假休闲发展最为迅猛的海南岛,无疑是明智的选择。

英国人凯斯·达比的选择很有代表性。当年听说2007年三亚将与英国开通航线,这位正在广州惠州投资的英国商人,当即决定到海南投资酒店业,并在石梅湾兴建了超五星级的喜达屋艾美度假酒店。他说,看中的是海南旅游的未来。

曾经执掌三亚喜来登五年的意大利人那瑞帝,对海南度假市场的判断是:中国的度假市场正在进入高成长期,海南将成为高端旅游度假区。

所以,当几年后喜达屋集团又携旗下最顶级的品牌瑞吉进入亚龙湾,没有人会感到奇怪。

拥有悠久历史的瑞吉酒店是全球饭店业的经典。这家投资总额达25亿人民币、建筑面积约8万平方米的瑞吉度假酒店,是该集团瑞吉品牌在中国区的首家度假酒店,将成为该集团在中国的标杆性度假酒店。

#### 国际度假酒店的俱乐部

在亚龙湾,瑞吉与丽思卡尔顿、希尔顿、喜来登、万豪、皇冠假日等国际知名度度假酒店品牌连成一片,形成极具竞争力的酒店群。拥有如此众多国际知名酒店品牌的亚龙湾,也因此被称为国际品牌度假酒店的“俱乐部”,成为中国度假酒店的领跑者。

外国旅游专家说,一个好的度假地不一定产生好的度假酒店,但是一家好的度假酒店却能促使该度假地得到良好的发展。拥有众多国际知名酒店品牌的亚龙湾,现在成为中国度假第一品牌。

这种趋势快速向周边扩散。距亚龙湾不远的海棠湾,其风韵秀丽远在亚龙湾之上,现在,国际最大的单体免税店海棠湾免税购物中心已经开业,而免税购物中心周边,喜来登、凯宾斯基等众多国际知名度假酒店一字排开。中国第一家七星级酒店——“红树林费尔蒙酒店”在海棠湾开工建设,这将是继迪拜“帆船酒店”之后的第二座世界级高端酒店,也是迄今为止“费尔蒙”在全球挂牌的最高端酒店。

在海口西海岸、东海岸,琼海的博鳌,万宁的兴隆、石梅湾等地,都开始形成不同风格的高星级酒店群落。

如果说,海南岛是一块正在精心雕琢中的宝石,围绕它的是众多璀璨的玉石海湾,那么海湾上越来越



越多的高星级酒店,就是晶莹剔透的翡翠。

#### 本土品牌借势茁壮成长

在国际品牌酒店带动下,一批本土度假品牌在海南快速成长。大量国际品牌酒店入驻,本土度假品牌崛起,为海南国际旅游岛建设奠定了基础,吸引了众多的国际国内客源,也为酒店业带来新契机。

在去年中国旅游产业发展年会“年度发布”板块中,七仙岭君澜度假酒店被授予“2013中国特色主题酒店TOP10”而荣获“2013年中国旅游风云榜”。“君澜”品牌度假酒店在“洋品牌”扎堆的海南国际旅游岛已经分布了三家。“君澜”作为民族品牌的度假酒店在与“洋品牌”竞争中成长的经验值得推广。

“做足自己的特色,优化民族品牌建设,让更多的回头客成为我们的忠实客户,在市场中赢得一定的竞争力。”七仙岭君澜度假酒店总经理林琳说,“国际品牌酒店硬件条件好,有独立客户群体优势,但是我们结合中国传统文化的中医养生,发挥本地少数民族员工特色,强化服务特色,产品彰显本土文化,也是我们自己的优势。”

作为另一家本土品牌酒店,海航酒店集团在海南有12家酒店,其中,海南新国宾馆充分利用自身优越的海上资源,丰富酒店海上娱乐项目,推出更加丰富、适合市场的产品;同时大力推行酒店的在线手机预订系统——智能手机客户端APP,方便更多的客人便捷预订,享受会员服务。

#### 新起点再创新的辉煌

就在全国各地都在艳羡海南岛上拥有如此众多的高星级酒店时,作为中国休闲度假市场的领跑者,海南非常清醒自己将要面对的是超越曾经辉煌的重担。

“与海南有着类似自然条件并且发展更为成熟的巴厘岛、普吉岛等热带海岛旅游目的地也有大量高端度假酒店,并且酒店市场仍然在不断发展之中。海南酒店数量的增长也是市场不断发展的产物,更多的酒店开业也使客人有了更为丰富更为多样化的选择,酒店的房价也会随着酒店数量的增加而更趋理性化,因此海南整体上对度假酒店的需求还有上升空间。”三亚喜来登度假酒店驻店经理余露认为,目前在发展过程中也出现了结构性过剩的问题,许多酒店的产品过于单一没特色。

“海南建设国际旅游岛,酒店建设适度超前有其合理性,关键是业界形成合力做好市场拓展,避免恶性竞争。”海口观澜湖酒店运营副总裁任绍华认为,供过于求将会导致五星级酒店之间发生恶性竞争,降低服务质量。

林琳担心,目前仅靠高星级酒店已不能吸引真正的高端客户,国内高端客人的海外流失在增加。

“特色个性的主题酒店应该是发展方向,如台湾的民宿和云南的主题酒店。”省旅游发展研究会会长王健生认为,规划引领,科学发展,合理布局,解决不同层次和不同主题的酒店以合理比例分配。

(本报海口1月5日讯)

游客在保亭七仙岭君澜度假酒店享受温泉鱼疗。本报记者 王凯 摄

### 声音

喜达屋集团海南区董事经理 鲍博楚:

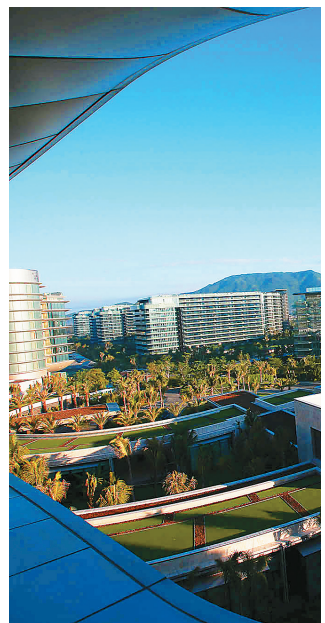
喜达屋为什么能在海南快速发展,与当初选择海南的理由是一样的:海南是中国唯一一个热带旅游度假目的地,有独特优美的环境,健康洁净的空气,还有随处可见的蓝天绿树,这是推动度假酒店发展最大的优势。

2012年,海南成为喜达屋大中华区的五个大区之一,现在整个区域作为独立的整体进行运营,海南对整个喜达屋集团的重要性不言而喻!

中国是一个快速发展的巨大市场,刚刚过去的十年也是中国休闲度假发展最快的十年。作为中国唯一的热带休闲度假胜地,海南岛当然是进入中国休闲度假市场最好的桥头堡。

喜达屋余下的3个品牌也将陆续进入海南,9个品牌会紧密联系在一起,共同塑造成功的喜达屋品牌。

(文/杨春虹)



陵水蓝湾绿城威斯汀度假酒店。本报记者 张杰 摄