

# 快捷酒店在烟“圈地”透视

## 一条南大街7家快捷酒店 “快捷”成酒店行业的“唐僧肉”

本报记者 秦雪丽



快捷酒店目前在烟台越来越多。 本报记者 李泊静 摄

恍惚一夜之间,烟台的大街小巷多出许多快捷酒店,增长速度让王师傅感到惊讶。时值旅游旺季,王师傅每天都会接送不同的客人,到达不同的酒店。让王师傅纳闷的是,尽管排队,很多游客还是会选择快捷酒店,而原本“体面”的星级酒店,相对过去,则少了几分热闹。

### □方便、舒适、省钱 更讨商旅人士“欢心”

“简单快捷,舒适省钱。”这是二马路如家快捷酒店大堂经理柳伟对快捷酒店的评价,快捷酒店的服务标准其实等同于三星酒店,能给消费者提供相对私密、舒适的休息空间,只是相比豪华酒店减少了娱乐、会议等附加功能,但价格比较平民化,这是快捷酒店受欢迎的原因之一。

柳伟介绍,2006年,如家快捷酒店在烟台二马路开设首家门店,截止到目前,在烟台已发展有11家店面,8家位于烟台市区,3家位于莱阳、招远等县市区。“从经营情况看,每家酒店的人住率都不错。”

“现在是旅游旺季,每天客房入住率几乎都达100%。”柳伟说,很多时候会出现房子满了,客人还陆陆续续来的情况。入住的客人也

有一个群体特征,多以商业出差人士、自由出行游客为主。

锦江之星烟台南大街店经理助理隋军称,快捷酒店拥有着自己客户群,由于价位平民,环境舒适,不少企业单位都与他们有着长期的业务合作,而每到旅游旺季,又会迎来一些旅游散客。一位业内人士透露,尽管快捷酒店与低星级酒店价格相差不大,但很多公司规定星级酒店住宿发票不给报销,这也促使很多商务人士由原来的低星级酒店,入住到快捷酒店。全国装修设施风格一体化的品牌效应,吸引着不少年轻人。不过,企业老总大都选择的是星级酒店。

随着旅游旺季到来,记者发现,快捷酒店的价格也开始抬头,普遍上涨20%左右。

### □投资成本低 快捷酒店在烟加速“圈地”

快捷酒店在烟加速“圈地”目前,烟台大小街头随处可见快捷酒店,大约有10多个知名连锁品牌。据烟台市旅游局一位工作人员介绍,烟台作为一个旅游城市,经济发达,吸引了不少外来品牌连锁酒店。

“投资成本低,是快捷酒店大肆扩张的一个重要原因。”烟台市旅游局质量管理科科长、烟台市旅游饭店协会秘书长张士波感叹道,相对于星级酒店的投资成本,快捷酒店无论是在硬件设施,还是人工后勤方面的投资,都非常的“节俭”。

张士波介绍,相对于传统的酒店,快捷酒店更注重过夜型,设施配置简单,但讲究睡眠休息舒适度,也不像星级酒店,需要配备餐厅、会议室等。“简约的构造设计,省去了不少

资金。”张士波称,另外,由于快捷酒店不提供餐饮服务,不需要太多的服务人员,省下了不少人工成本。

据某品牌快捷酒店一位负责人透露,店内大概有120个房间,客房常年入住率达75%左右。客房服务人员有7个,另有2个暑假兼职工,便可以轻松地完成每天客房清洁工作。一个客房人员可以包揽10个客房的打扫清洁工作。“服务人员少,省去不少成本支出。”

投资成本低,市场认可度与需求量增加,不少投资者看中了快捷酒店。采访中,记者了解到,目前,烟台市场上的品牌连锁快捷酒店,除了少数总部直营之外,采取的大都是加盟商的形式。不少品牌快捷酒店还在官网上打出加盟条件。

### □缺少监管部门 酒店行业或进入整合洗牌期

在张士波看来,快捷酒店在烟台从崭露头角,到迅速扩展,也就在短短五六年的时间。“如果没记错的话,火车站附近的速8酒店,是烟台最早的一批快捷酒店之一。”张士波说,相对于传统的酒店,这些全国装修设计一体化的酒店在当时看起来都很新颖。

速8酒店落户烟台后,莫泰168、如家、锦江之星、格林豪泰、汉庭、7天等知名品牌连锁快捷酒店也纷纷抢滩烟台市场。截止到现在,已有10多个外来的快捷酒店品牌入驻烟台,而本地品牌的快捷酒店也在迅速崛起。

记者登录各品牌酒店官方网站发现,每个品牌在烟台的分店都不在少数。比如,锦江之星在烟台市区有8家店,7天快捷酒店有5家门店,格林豪泰有6家,其中4家位于烟台市区。另外,如家快捷酒店在11家门店的基础上,下一步还将

在蓬莱、龙口、海阳、牟平陆续开设分店。

在营销模式上,快捷酒店业也有着共有的特性。张士波称,除了注重交通商圈因素之外,快捷酒店往往设立在星级酒店周边,凭借平民化的价格优势,截留部分客源。

面对各大品牌快捷酒店抢滩烟台市场,张士波也发出了自己的担忧,按照相关规定,旅游部门只负责监管星级酒店,而发展迅猛的快捷酒店却处于监管盲区,没有相应的监管部门。

据业内人士分析,快捷酒店的纷纷到来提高了烟台的整体接待能力,同时也加速了整个行业的洗牌,目前商务酒店遍地开花,但整个市场必然经过淘汰和整合的阶段,在客源一定的前提下,酒店不断提升自己的硬件和软实力有至关重要的作用。



烟台大小街头随处可见快捷酒店。 本报记者 李泊静 摄

#### ●相关链接

### 何谓经济型酒店

经济型酒店起源于上世纪70年代的美国,提供“床+早餐”的核心服务,由于高星级酒店的价格居高不下,低档招待所的设施陈旧,经济型酒店正好满足了广大中档消费者的需求。

30多年前美国南达科他州的公路边,Supers(速8)竖起了第一块招牌。从此,经济型酒店这一全新的酒店模式在世界各地迅速发展起来。如今,这股风潮已经刮到中国,无论在资本市场还是消费者那里,经济型酒店正大受追捧。

2006年10月26日,如家在纳斯达克上市,当日收报于22.50美元,比13.80美元的发行价飙升了63%,共融资约1.09亿美元。对于如家的成功上市,业界给予了极大关注。承销商美林证券认为,如家的上市是“中国+消费者”组合概念在美国资本市场的成功。除了国际资本的涌入,一些国内的投资机构已开始行动,在加大对经济型酒店的投资。