

长沙酒店叱咤风云的动力

“

在中国酒店业的星空,长沙从来都是其间的焦点和主角。

13家五星级酒店、入住率78%连续两年全国夺魁,知情人士透露,三年后将有15家国外高端五星酒店品牌进驻长沙。

“长沙酒店现象值得关注,她的任何一个孤立现象在全国各个城市都能找到原型,但当所有的元素集聚在一起,独特性便凸显出来。”湖南商学院旅游管理学院院长钟志平教授义正词严。

一路高歌猛进,长沙酒店业叱咤风云的原因何在?先哲有言:山不到我面前来,我就到山的面前去。让我们走近长沙酒店行业,在描摹概况的同时,去探究她能量爆发背后的真正动力。

■见习记者 潘海涛



夜景中的运达喜来登酒店。记者 童迪 摄

解读

商业崛起甲冠中部

(手握新特区牌子、推进长株潭一体化,特别是随着工程机械之都的打造、文化创意产业的繁荣、农业现代化的布局,“轻”、“重”产业结合的优势使得长沙更具实力,并一举在中部商业城市中拔得头筹。)

五星级酒店是衡量一个地区接待水准的首要条件,也是检测一个地区经济发展水平的标尺。中南林业科技大学旅游学院院长钟永德教授一语中的,一个城市是否拥有五星级酒店,与当地经济发展程度密切相关。

对此,著名旅游经济和管理专家魏小安曾发布过一个有关五星级酒店与城市容量的运算理论:建立一个五星级酒店要有1400个中小企业为依托。

无疑,长沙这块充满活力的热土,在高速前行的青春期,体内蕴藏的巨大能量也注入了酒店业。

长沙是国家“两型社会”建设试验区。随着“两型社会”建设的提速、全国高铁布局的交汇、产业格局的不断升级,长沙已成为中部最佳商业城市。2011年发布的《中国城市竞争力报告》同样是最好的注脚——长沙成为首个进入综合竞争力全国排名前10位的中部城市。长沙2011年GDP总量居全国省会城市第7位。在《福布斯》发布的2012年中国中部商业城市排行榜中,长沙更是一举夺魁。

钟志平教授更是进一步分析指出,近年来长沙会展经济的发展,特别是中联重科、三一重工等世界级工程机械企业的崛起,电广传媒、出版湘军等文化创意产业的蒸蒸日上,隆平高科、唐人神、新五丰等农业现代化的加速布局,这些产业升级带来的商务客流成为拉动高端酒店发展的关键因素。

娱乐休闲不夜星城

(要发呆你可以去厦门,要晒太阳你可以去大理,要诗情画意你可以去杭州。去长沙,就冲着那股娱乐消费的热闹劲:哪人多往哪站,哪洗脚盆多往哪蹭,哪辣不怕往哪啃,哪歌舞升平往哪扎堆……)

享誉全国的长沙“娱乐消费”城市品牌,从来都是光芒四射。

早在世纪之交,长沙就确定了“文化名城、休闲之都、创意中心”的文化发展定位。而今,随着歌厅、酒吧、足浴等系列产业的强势崛起,特别是在湖南卫视等电视媒体的强力助推之下,长沙俨然成为了中国中部的娱乐之都和休闲中心。

上海市民李娜在长沙的亲身经历显然更具说服力。半年前,慕名长沙夜生活已久的她第一次踏上长沙这块土地,晚上9点便迫不及待地打的前往长沙一家酒吧。而的士司机的一段话让刘娜至今记忆犹新:“9点太早了,2点再去吧,长沙夜生活是从12点一直到深夜的。”

以酒店预订为主营业务的携程网在中部其他地区业绩平平,长沙却空前红火的统计数据也是一个证明。省旅游饭店协会秘书长陈伏娇结合自身经历透露,她在北上广的不少朋友,因为热衷于长沙的娱乐消费文化,总是喜欢在周五打个“飞的”来长沙过周末。

越来越多的外地人爱上了长沙这座娱乐消费不夜城。2011年,长沙黄花机场完成旅客吞吐量1368.47万人次,旅客吞吐量和国际旅客吞吐量稳居中部第一。除了数据理性的分析,想要了解长沙对外地人的吸引力,从感官上看看街头川流不息的车流也可略知一二,除了“湘B”、“湘C”随处可见,京、沪、鄂、赣、闽、粤、贵、川等外地车牌同样也是

屡见不鲜……

旅游展示强磁吸力

(张家界武陵源宝刀未老,岳麓山橘子洲魅力不减,山城凤凰异军突起、声名显赫,红色旅游方兴未艾、蒸蒸日上……这是湖南旅游业现状的抽象描述,省旅游局局长杨光荣的介绍显然更为具体:今年全省旅游总收入有望跨越两千亿元台阶。)

当下社会,旅游不仅是生活方式的代名词,更因为能推动社会经济发展而被各地方视为宠儿。

刚刚过去的2011年,湖南旅游收入达到1782亿元。省旅游局局长杨光荣的介绍,今年全省旅游总收入有望跨越两千亿元台阶。

区位是影响旅游业发展的重要因素。处在湖南旅游资源和交通中心地带的长沙,毫无疑问成为这一经济雨露的最大受益者。在老长沙胡德军的印象中,以前的长沙外来人口并不多,这几年,在大街小巷里外地旅客随处可见。家住太平街的他,甚至也按捺不住张罗起旅游纪念品的小生意来。

旅游业的兴盛对带动相关产业的发展意义重大,最直接的显然是酒店业。陈伏娇坚持认为长沙旅游资源相对集中,特别是张家界、韶山两大全国乃至国际知名景点对长沙酒店业发展功不可没。

著名区域经济学家、湖南师范大学教授朱翔乐观地预测,独有的区位优势将使长沙成为中部地区旅游业发展中心和旅客集散中心,这无疑将推动长沙酒店业继续高昂前行。

本土消费火力十足

(“长沙人敢花钱!”如今这句话已经成为外地人谈论长沙的口头禅,当然还带着些许羡慕。超市、百货店、酒楼饭馆、歌厅酒吧……走在长沙的大街小巷,不难发现,在这座古城里面任何一个稍有名气的消费场所几乎都是人满为患。)

偶然一次机会来长沙出差的北京某公司高管陈坤对此深有体会。上午一下飞机,长沙分公司接待人员便将他安排到长沙运达喜来登酒店入住,中午在长沙芙蓉园温德姆至尊豪庭大酒店吃自助餐,下午来到通程大酒店喝茶,晚上在华天大酒店吃完夜宵后,又去足浴场所、歌厅酒吧娱乐休闲,直到深夜才回到酒店。

让陈坤惊异不已的生活方式,对长沙人来说却是司空见惯,当下的长沙,想在五星级宾馆办一场婚礼,至少需要提前半年预订。长期关注长沙餐饮行业的省食文化研究会秘书长李安鸣说得很形象,“长沙人是属于典型的把两块钱当一块钱花的群体,口袋里有十块钱的长沙人脑袋里第一个念头便是,先用五块钱买包白沙烟,再用剩下的五块钱买包槟榔。”

随着湖南第二、三产业的发展,外来消费力量对长沙酒店业的发展作用日益凸显,但在早期,本土消费是支撑长沙酒店业发展的脊梁所在。钟志平教授分析说,娱乐、休闲、消费的城市定位以及与之相对应的文化,造就了长沙的消费奇迹,与此同时也给高端酒店的发展开拓了广阔空间。

家有梧桐树,引得凤凰来。不仅仅是岁末,旺盛的消费热潮是长沙的一贯常态,尽管遭遇金融危机,长沙消费却始终逆势而上,不减反增。这是城市定位的魅力,更是自身消费文化的力量。消费理念的定格,消费环境的培育,就像擦亮了一根根火柴,必将点亮长沙经济,特别是长沙酒店业发展的璀璨星空。