

中国酒店进入豪华时代?



出不逊于建设地标建筑物、花园小区的热情疯狂地追逐那些豪华酒店。

这一波豪华酒店的升级热潮萌芽于本世纪初,北京申奥成功,上海获得世博举办权,广州也预定了2010年亚运会,大概自2005-2006年起,媒体上开始流传诸如“比尔·盖茨不来广州因为这里没有丽思卡尔顿,他不喜欢北京因为北京酒店都没有直升机停机坪”之类的传说,各大品牌国际酒店乘势开始在国内跑马圈地。

每天都有酒店新项目落地的消息,最狂热的是2006年某一天,洲际集团宣布与成都国际会议展览集团合作新开6家酒店,法国雅高索菲特宣布突进澳门,中国成为除法国外拥有最多索菲特酒店的国家,希尔顿集团则宣布了欲在北京建50家酒店雄心勃勃的计划,这些都发生在同一天。

海南三亚是另一个典型的泡沫所在地:无论在已具规模的亚龙湾、大东海与三亚湾,还是在正在开发建设的香水湾、福湾、海棠湾和清水湾,多达几十家国际品牌酒店正在紧张建设中,其中有5家号称“七星级”,皆以迪拜帆船酒店为模板。2009年5月同一天,就有10家顶级品牌酒店同时在三亚海棠湾动工。在浙江千岛湖,到今年为止,至少新开业了8家五星、超五星级度假酒店,1家四星酒店和4家三星酒店。杭州钱江新城板块,至少有5家顶级酒店品牌同时在建。

这几年来采访各酒店高层,有一些话语是人人要说的。除了宣布他们雄心勃勃的中国计划外,他们无一例外都会表示:“我们实在是缺人。”他们搓着手,“哪里都缺人,有没有人介绍?”一个酒店公关一年前在三亚,半年前跳槽去了上海,现在去了云南丽江,据他说,他还算守得住的。有人半年之内就跳槽了三次。

不仅是洲际、万豪、喜达屋这些大连锁集团,就连一向选址谨慎、营运精良的香港半岛、文华东方酒店也开始着急起来。为了在巴黎有一块风水宝地,半岛足足等待了30年,但这样的等待在中国是不可想象的。文华东方某人士私下透露,他们的高层其实相当羡慕香格里拉集团的战略眼光,所以,在近乎两年之内,他们在三亚、澳门与广州连开3家酒店。但行动太快难免导致动作变形。

4年过去了,这些酒店大多已经落成开始营业。到了2010年上半年,中国内地已拥有1.6万多家星级酒店,其中四星及五星级酒店比例由10年前的7.7%升至2009年年底的17.5%。除了北京酒店因2008年奥运狠狠地赚了一笔,上海酒店因世博正享受着蜜月,广州正为即将来临的亚运摩拳擦掌,其他酒店营运大多乏善可陈。根据《文汇报》援引全球酒店

行业市场调查机构发布的全球酒店业绩报告,2009年上半年,上海部分五星级酒店入住率不到一成,是亚洲酒店市场入住率最低的4个城市之一;同期,在50多家北京五星级酒店中,真正盈利的不过五六家。入住率低或许可以用经济危机来解释,但众所周知,中国并不是经济危机受创最严重的国家。奥运世博固然能赚得盆盈钵满,但下一轮奥运世博起码得轮到20年后,这20年日子怎么过?

缺人才,缺顾客,但从来不差钱。地方政府向来对这些豪华酒店项目趋之若鹜,不仅能提升地方形象,也能创造就业与GDP,所以批地批资金向来大开绿灯。酒店项目一旦烂尾,政府比谁都着急。去年上海新天地两个号称“七星级”酒店项目传出烂尾消息,上海市政府马上组织协调收购该项目。

更不缺地。海南环岛但凡景观好一些的滨海土地,已被地产商们瓜分殆尽。做住宅总是面临着复杂的宏观调控,聪明的地产商早早地想好了退路。富力地产仅在广州珠江新城,就起码有3个酒店项目在建或已经运营,连一向只专注于住宅地产的万科,今年也宣布于上海、深圳、西安与武汉开建酒店项目。高调宣称将于海南地区兴建4个红树林度假酒店的经典地产张宝全也坦言,再也不想做房子的事了,那个钱实在赚得太辛苦。

2010年开业的五星级酒店还有山西大同金地豪生大酒店,这也是山西省内第一家国际品牌五星级酒店;陕西榆林人民大厦,由榆中煤炭集团投资5亿元兴建;浙江温州乐清金鼎大酒店,是温州市号召产业转型后第一家五星级酒店。经济结构调整与产业转型过程中,越来越多的游资在寻找出路。

越来越贵的奢侈酒店

5年前,在北京上海,你还是能找到500元上下,位置相当不错的五星级酒店。当年三亚喜来登率先将三亚房价拉升至1000元水平,不少人士已惊呼天价。几年过去了,没有2000元起价,商务酒店都不好意思在京沪立足。而三亚的酒店房价,每逢节假日,已经用万元或十万元来度量。

无论在北京上海,或三亚杭州,一个不为人知的事实是:星级越高,报价越高,生意越好。永远也别低估了中国有钱人的消费能力,这些真实数据和中国的真实GDP、中国灰色收入有多少一样,是个不解之谜。刚刚过去的中秋假期,三亚鹿回头国宾馆的总统别墅报价是129999元。仅凭常识很难想象,谁会去花129999元去过这区区一晚?这个钱都够来回三亚某酒店,去加那比或地中海度假一个月了。三亚某酒店公关告诉我:“青花这个钱的住客通常护照都交上去了,不能自由出国,而且,这个

钱也不是他自己花,总有为他买单的人。”

当然你也不能忽视了那些新兴的经济酒店连锁集团,如家创立4年就在全国开设了260多家门店,销售额超过10亿元人民币,盈利能力一点都不比高端酒店弱。

中国的酒店业的新格局是:除了顶端的豪华酒店与低端的经济酒店外,那些已完全被经济型酒店替代的二星级、三星级、四星级酒店,正同时受到来自上下两端的挤压,除了靠低端旅游团支撑外,正过着生不如死的日子。

你可能也住过这样的酒店:有着恶俗的地毯,难看的尿黄色窗帘与因漂洗过度而硬硬的床单;热水要么很烫,要么根本没有;洗漱用品要么不提供,要么是硬得能让人牙龈出血的牙刷与牙膏;床头柜上有着暧昧的按摩中心小广告,旁边放着包装粗陋的不倒神油,安全套都是1块钱以下的。过去这些为了取悦大多数而中庸的产品,已经变得不合时宜。

美国人保罗·努内斯在《富裕的大众》一书中说,大众市场已不再局限于传统的中产阶级市场。“大众市场”已经转向了较高的收入人群(富裕的中产阶级)。与过去的大众市场所不同的是,这个“新兴的大众”是一批聪明、受过良好教育、善于在网络上搜索信息的消费群。这些人比以往更挑剔且见多识广,他们不会浪费钱购买毫无特色的温吞产品,只有两种产品能够打动他们:要么是购买质量合格、具备(且只具备)所需的基本功能、价格也很低廉的产品;要么是能够满足他们的情感需求,帮助他们实现梦想的产品,即使这样的产品价格昂贵。

所以你也很难用传统的年龄或收入来决定来判断现在的酒店客户的消费力:一个工作时只住7天和度假时选择悦榕庄的客人并不矛盾,一个外出度假的旅客在奢华酒店预订了房

间,却很可能乘搭廉价航空而来。我有个北京白领朋友,工资并不算高,尚未买房,出门还要搭地铁或公交车,却每月拿出5000元,四处寻觅有趣酒店去住;我亦认得那些身价亿万的企业家,入住酒店超过500元,他会认为那是抢钱。

因此,创办酒店或制定价目表,仅仅瞄准目标客户的钱袋子或工资单是无意义的;他或许有一个有钱的爹,再不济也有张信用卡。而且如今的酒店承载的,也早已不是住宿那一项功能了。作为一个汇集了休息、美食、娱乐、运动和社会功能的所在,酒店已经成为超越平凡生活的梦想之地。

如果想了解古人的生活成就,你可以去博物馆,如果想了解现代人的最高生活艺术,建议你酒店酒店。

据《新周刊》



(资料图片)

核心提示

许多人喜欢的安缦酒店集团官方网站上有一句话:我们并不认为我们是完美的。完美的酒店从未建造过,将来也不会有。正如甘地所言:许多创意永远不可能实施,因为他们惧怕不能实现。

和对伟大建筑、艺术品、诗歌和美好用品的探索一样,对完美酒店的追求,也是人类体验社会文明的一部分。

中国似乎身处一个酒店业的黄金年代:从一线到二三线城市,从CBD到风景区,各大品牌酒店正在大兴土木;我们也似乎身处一个酒店业的最坏年代:这些作品大多新意欠奉,草率敷衍,即使创意、设计与服务上小有所成,也难以得到业主与宾客的尊重与欣赏。

越来越多的豪华酒店

我敢说,在你身边500米范围之内,总有一个“五星级酒店”或“超五星酒店”或“豪华酒店”已在那里或正在建设。

这是这个处处上发了条的国度里的常见景观之一:从北京、上海到广州、深圳,从海南三亚、云南丽江到浙江千岛湖,政府与企业拿

是什么导致了社会阶层固化

在本土社会里,是否存在这样的可能:人们有平等的机会和上升空间,都可以凭借自身的才华和努力,改变命运?9月16日《人民日报》发表了长篇通讯《社会底层人群向上流动面临困难》,提出一个疑问:穷会成为穷的原因,富会成为富的原因吗?文章感叹,贫富差距加大的趋势日趋严重,阶层固化所导致的严峻社会现实已经摆在人们面前,再不可漠视。(11月03日广州日报)

社会学家波普诺曾言,在已知的所有社会中,人生来就面临着不平等,人们缺乏公平地获得社会所提供的理想事物的机会。对地位不平等的社会社会学解释是:社会存在分层。而阶层固化一定会阻碍社会底层向上层流动。近年来,“农民工二代”、“富二代”、“官二代”、“垄二代”(全家几代人都在国有垄断企业)的概念日渐清晰,人们感到改变命运的成本越来越高,渠道越来越窄。

不平等等并不是基于什么共同的价值观趋同或者什么社会需求,它是既得利益集团苛待无权无势人群的结果。是什么决定谁将得到那些理想事物,是特权。权力分配了那些理想事物。在现实语境中,人们愈来愈清楚,既得利益集团已经垄断了稀缺的社会资源,并千方百计地防止这些资源更广泛地扩散。“农民工二代”、“贫二代”社会参与的机会正迅速减少。

波普诺说,在各种分层体系中,人们从一种地位移向另一种地位的难度程度是不同的。相比较而言,在更为开放的社会里,人们能够达到一种使他们的天赋、才能和愿望都能适得其所的地位。一个开

放的社会可能并不是一个平等的社会。不平等的社会地位仍然存在,但这种地位基本上是由人们有无才能来决定、来安排。在一个相对封闭的社会里,美好生活拼的是爹妈,每个人都从出生,或在一定年龄,就被安排了一个地位。这种地位是不易改变的,寒门子弟砸锅卖铁受教育,参与分配理想事物的机会依然极为有限。就是说,在封闭社会中,个人行为往往改变了其现实社会地位。

不仅社会流动,而且社会分层、阶层固化和社会不平等都对每个人的生活产生极大影响。几乎没有人们的行为和思想发生如此强烈的影响。既得利益集团能够而且常常对理想事物的分配施加有利于他们自己的影响,即便是知识的力量,也不一定改变处在底层人们的社会地位,所以才会有“农民工二代”、“贫二代”、“富二代”、“官二代”等概念的出现。社会地位极大地决定着人们的生活机会,少数人生活机会的得到,即意味着更多人的生活机会的丧失。社会在封闭中运转,所谓营造一个有利于向上流动的社会环境和氛围,就沦落为了一种空谈。

一个社会要想文明、进步、和谐,要想公平公正,就必须具有某种途径,使出身低微而才智过人者能够替换那些通过先赋地位而获取社会理想事物的人。封闭社会正缺乏这样选择的余地。另外,封闭社会、阶层固化的社会极大浪费人力资源,它们不鼓励人们充分发挥其才干,因而,这样的社会也就必然地缺乏创造、创新的活力。

今语



曲美的“国家标准”不是免责盾牌

在召回“曲美减肥胶囊”、宣布不再生产后,面对舆论质疑,生产商重庆太极集团回应称:“曲美产品符合国家标准,因此此前长期服用曲美的消费者没有赔偿计划”。太极集团的回应可谓“掷地有声”。但几个疑团仍然待解:如此符合国家标准的产品,为何还要主动召回?企业可以拿国家标准自我免责,消费者又该找谁说理去?“曲美”之后,宛如新生,重现美丽本色,曲美当初的诱人广告是否名副其实?

国家标准被拿来当“免责盾牌”,已经不是第一次了。此前,某款洗发水被曝含致癌物,制造企业回应符合国家标准;麦当劳中被爆含问题添加剂,麦当劳表示符合国家标准……然而,“符合国家标准”就不用承担责任了吗?对那些确实给消费者造成损害的产品,所谓“符合国家标准”的免责盾牌果真坚不可摧吗?

相信某些喜欢拿“国家标准”说事的企业,一定熟悉《产品质量法》第四十六条:“本法所称缺陷,

是指产品存在危及人身、他人财产安全的不合理的危险;产品有保障人体健康和人身、财产安全的国家标准、行业标准的,是指不符合该标准。”但这些企业也一定是误解了该条文,认为只要符合“国家标准”,就不存在产品缺陷。这显然与立法精神不符,也同现实生活相悖。

害人匪浅的“三鹿”奶粉,据当初也是“严格按照国家标准生产”的结果又如何呢?三聚氰胺当初甚至都不归国家标准管,但企业因此就可以随意添加吗?新颁布的《侵权责任法》规定:“因产品存在缺陷造成他人损害的,生产者应当承担侵权责任。”对产品缺陷的判定,国家标准只是最低标准,如果产品存在标准难以预见的不合理危险并对消费者造成损害,即使它“符合国家标准”,生产者也不能免责。换言之,“符合国家标准”,只是免除了生产者的行政责任,但并不天然地免除生产者的侵权责任。

遗憾的是,一些企业虽然身处产业前沿,熟悉行业最新信息,

却总喜欢在底线边缘游走,热衷于钻国家标准还不完善的空子,并以此掩耳盗铃地“自我免责”。在物谈社会责任的今天,一个企业如果连自己的产品质量都不能保证,或者对消费者的权益不管不顾,其他方面的功课做得再多,恐怕也没有资格奢谈社会责任。

如果说企业紧贴“国际底线”是出于利益冲动,那么适时完善国家标准,守好安全闸门,监管部门责无旁贷。但从“三鹿”奶粉,到“美的”紫砂煲,再到“曲美风波”,纵观多起产品安全事件,本应起“警示灯”作用的监管部门却成为“救火员”,令人遗憾。作为公共安全的守护者、产品市场的执法者,监管部门如果不能未雨绸缪、提高预见能力,能提前主动评估、及时更新国家标准,不断促使产品安全升级,那么许多产品安全事件就不会发生。

每一次产品安全事件后,总会有人问:下一个“中标”的会是谁?要避免这种担忧不幸成真,企业和监管部门都应该从认真对待“国家标准”开始。 明义

QQ和360公司别绑架公众利益

11月3日晚些时候,QQ公司在其网站首页发布公开信,称将在“装有360软件的电脑上停止运行QQ软件”。随后,360亦发表声明,称将采取措施保证大家能够继续同时正常使用QQ和360软件。然而,戏剧性的是,昨晚360正式下线引起争端的扣扣保镖系列产品。

“为了用户利益”旗号的纷争,现在陷入了两家公司私利的深渊,本应得到利益保护的广大用户,着实实实在当了一回“炮灰”。对此,我们在深表遗憾的同时,更有必要认真真相,厘清规则,阐明道理。

首先需要看到,一个公司不管其有多么正当性的理由,也不管对手曾经用过多少“不正当竞争的手段”,其是否有权强行“在别人的电脑上停止运行自己软件”,仍然是存在争议的。尽管,软件企业和用户之间一般都签有协议,但是,如果因为竞争对手“违法”就终止软件的应用,是来自公司的自我认定,显然缺乏说服力。

据QQ公司自己发布的数据,截至2009年,QQ注册用户达到9.9亿,同时在线人数突破8000万人。QQ用户普遍性的事实已经证明,QQ软件已经远远超出了网络公司产品的商业意义,而成为现实社会最重要、最便捷的通讯工具之一。而360也声称覆盖90%的网络用户,也是当下维护网络安全的重要力量。从这个意义上而言,两家公司都必须重视其对于社会和公众的公共服务价值,而不能因为自己的私利,把亿万用户拖下水。

事件发展到现在,说明在互联网行业,很多中国企业仍然不懂如何处理竞争关系。这也是最近一系列恶性竞争事件的实质。其实,360和QQ本来可以通过司法诉讼来定纷止争,但让人遗憾的是,双方都似乎忘却了法律的存在,而是以牺牲用户利益和公序良俗的代价来对骂。尽管两家公司都在声明中强调要“抵制违法行为”,要反对不正当竞争,可它们的行为正当性的缺乏,倒无疑是一种反讽。

事实上,从9月27日纷争爆发至今,人们未见有关部门对这场恶性竞争行为作任何介入。而根据我国有关互联网和互联网企业的管理政策以及反不正当竞争法的规定,政府完全有权力有义务介入这种纷争,并对有关技术问题作出调查处理,同时防范矛盾的恶化。遗憾的是,有关部门的不作为,也催生了这次互联网公共道德危机。

解决竞争纠纷最终要靠法律,而不是靠发动网络民粹来获得舆论的支持,也不是凭借公司的强势来摆平。然而,更值得追问的是,在法治尚不完善的前提下,中国企业自我约束的商业道德与伦理,又在哪儿?或许很多企业还没有意识到,当恶性竞争激烈到把公众利益当回事的时候,公众其实也就不会把它们当回事了。

杰仁