





精品酒店熱

精品酒店的獨特之處，在於「人」味十足

以往，精品酒店的公認定義相當簡單直接——小巧、時尚、新奇——或三者兼而有之，總之一看便知與大型國際連鎖酒店力求統一的風格截然不同。

在今天的市場上，大型的酒店集團也相繼推出被標榜為精品酒店的項目，令精品酒店的定義更加廣泛，界線也愈發模糊。然而，業內專家一致認為，精品酒店的關鍵元素在於個人化服務，員工均熟知賓客的姓名和喜好，熱情款待，為客人帶來家庭式小酒店的親切感。

如果大型酒店要走精品路線，便必須摒棄集團式經營那種千篇一律的形象，例如以新穎時尚的大堂設計取代堂皇的雲石大堂、採用色彩豐富的制服，並鼓勵員工展現個性，憑直覺行事而非墨守成規。

在亞洲地區，精品酒店的發展起步較遲，但增長很快。目前，亞洲市場對精品酒店的需求與日俱增，三、四十歲的「X世代」旅遊人士尤其喜歡下榻無拘無束的特色居所，而不是那些在世界各地像有數十家「複製品」樣的酒店。

雖然姍姍來遲，但精品酒店在亞洲終於開始掀起熱潮，新酒店如雨後春筍般湧現。過去數年間，在國際級酒店林立的香港，一批各具特性的精品酒店相繼落成，迎合旅遊人士的不同要求。和記黃埔有限公司旗下鄰近舊啟德機場的8度海逸酒店，正是其中的表表者。

8度海逸酒店總經理程敏說：「我認為獨特個性是一家精品酒店的靈魂。我外遊



別出心裁的時尚設計也令精品酒店生色不少。

**8度海逸酒店的設計師梁景華採用奇幻的視覺設計，
讓賓客進入大堂後有一種傾斜八度的感覺**

時多喜歡入住小酒店，第二天醒來時還會遇見同一批員工，大家便開始熟落起來。我很喜歡這種感覺，因此希望在8度海逸酒店也營造這種親切溫馨的氣氛。精品酒店的賓客期待員工很快熟悉他們的臉孔和習性，因此熱情又能幹的員工尤其重要。」

別出心裁的時尚設計也令精品酒店生色不少。8度海逸酒店的設計師梁景華採用奇幻的視覺設計，讓賓客進入大堂後有一種傾斜八度的感覺，體驗有如意大利比薩斜塔般震撼的視覺效果。

不少世界知名的精品酒店都具有這種反傳統的大堂設計，而將這個概念發揮得淋漓盡致的包括美國設計師施拉格。這位現代精品酒店始祖曾參與設計風格狂放怪異的54俱樂部（Studio 54），成為多位名人的聚腳點，包括安迪華荷、米高積遜、艾頓莊、積琪蓮奧納西斯、貝蒂米勒和伊莉莎白泰勒等。施拉格還開創了不少在當時被認為奇特的設計理念，例如把酒店定位為遠離家園的渡假樂園和欣賞表演的劇院、把酒店大堂變成交際應酬的地方、開放式大堂、市區渡假勝地和市區水療中心等。八十年代中期，施拉格初試啼聲，設計紐約市Morgans酒店，隨後又設計Royalton和Paramount酒店，把酒店大堂變成賓客聊天暢飲的好去處。



如果說施拉格是精品酒店的始祖，那紀卡則可謂是開創亞洲海景精品酒店的第一人。他創立的安縵居酒店品牌以輕鬆悠閒的時尚風格見稱，摒棄傳統酒店的接待處，甚至沒有任何中央建築，賓客入住豪華的獨立泰式別墅，並可在布吉島的私家海灘消磨永晝、在羅馬式泳池中暢泳，或在高級餐廳大快朵頤。

該酒店一開業隨即大受歡迎，遊客十分欣賞這種高度隱蔽的

8度海逸必殺技

香港最新的精品酒店—8度海逸酒店—現已成為精明旅客的熱門居停。酒店鄰近舊啟德機場，擁有七百零二個客房，自去年開業以來，入住率保持高企，並榮獲廣東國際旅遊展頒發「二〇〇九年度最具風格設計明星酒店」大獎。

酒店總經理程敏說，酒店的大堂採用新穎大膽的傾斜設計，引人注目，加上舒適的客房和頂級服務，深受要求租金相宜而質素優異的賓客歡迎。

她說：「我相信旅客喜歡精品酒店，原因是酒店能提供稱心體驗，令人一試難忘，希望一再光顧。精品酒店不僅設計獨特，還提供優質服務。例如我們提供新鮮調製的咖啡，連麵包也是新鮮烘燴的。我認為這是全球酒店業的大勢所趨，旅客都渴望感受與傳統酒店截然不同的入住體驗。」

8度海逸酒店距離著名的尖沙嘴購物區僅二十分鐘車程，酒店更為賓客提供豪華穿梭巴士。程女士是資深業界人士，曾在澳門和香港的頂級酒店工作。她非常著重員工的服務質素，積極參與員工招聘活動，曾經從本地咖啡店發掘了一位態度友善和服務勤快的尼泊爾籍服務員，請他加入酒店工作。

程女士說：「我期望酒店以品質取勝，並為賓客帶來歡樂。我們提供一流的國際美食，而且注重品質，不會在自助餐桌上胡亂堆放大量食物，而會不斷補充新鮮美食。我們的甜點款式特多，並非只是大塊的朱古力蛋糕和芝士蛋糕。壽司均為新鮮製作，而牛肉麵也備受賓客好評，我們還自製XO辣椒醬。

「每家精品酒店都需要有自己的特色。8度海逸酒店肯定會令人一見難忘。酒店名字的廣東話諧音有『發達』的意思。我認為酒店設計師開創了一個十分出色的設計，令人一見難忘。」

8度海逸酒店設有一個宴會廳、兩家特色餐廳、商務中心、健身中心、室外游泳池和位處蒼翠園林之中的漂流浴池。酒店咖啡店還計劃開設露天茶座，這在土地匱乏的香港十分罕見。酒店周圍不乏物超所值的餐飲選擇，多家位於九龍城的著名泰式餐廳也只是咫尺之遙。



目前，酒店的賓客主要來自亞洲，尤其是中國、台灣、韓國和日本，預計日後會有更多來自其他地區如美國、歐洲、俄羅斯和印度的賓客入住8度海逸酒店。

私人空間，不惜花重金享受完全不受打擾的寧謐假期。繼安縵渡假村後，該集團陸續開設新酒店，並由最初的亞洲區拓展至全球其他地區。

在中國，精品酒店熱潮也觸目可見。北京的精品酒店不斷湧現，其中多家更採用傳統四合院的設計。

在上海，來自澳洲的關途海與來自美國的史葛巴瑞克引領潮流，以環保為精品酒店的設計主題。這兩位青年企業家創辦的Space Development公司，擅於把市區的古老住宅和辦公室改造為現代設施，業績彪炳。

關途海說：「公司的其中一個核心價值觀是實踐理念，因此所有員工均熟悉節能措施，例如以單車代步、搭乘公共交通工具、節約辦公室電力等。我們還制訂了培訓計劃，教導員工有關碳中和及可持續發展的知識和實務。」

香港理工大學酒店及旅遊業管理學院副教授鍾德偉認為，美國奠定了精品酒店的最佳典範。

他說：「我認為最先發展集團式精品酒店的是Kimpton Hotels and Restaurants，雖然他們稱之為休閒酒店，但卻為精品酒店下了最好的註腳。Joie de Vivre是另一家以三藩市為基地的精品酒店營運商。」

「精品酒店的獨特之處是甚麼？如果你接受『休閒』酒店的概念，那精品酒店的特色就是度身訂造的住宿體驗，也就是一對一的專人服務。酒店員工必須認識每位賓客、掌握他們的需要，因此酒店需要十分強大的數據庫系統配合運作。」

「然而，精品酒店的經營之道絕不單是了解賓客對設施的喜好，因為每個酒店品牌都會這樣做。更重要的是，我們要了解賓客的生活方式，竭盡所能以酒店所能提供的資源滿足他們的需要。Kimpton經營許多類型的酒店，其關鍵在於使『每家酒店都有自己的故事』。」

至於規模較小的精品酒店，不論是非洲的狩獵區旅館、泰國的度假村、或倫敦市中心的酒店，要是沒有市場推廣或廣告經費，則可選擇加入專門推廣特色酒店的機構。

旅遊網站Kiwi Collection亞太區高級副總裁Brad Cocks每年花大部分時間搜尋優質酒店，包括眾多精品酒店。在他的心目中，人性化是十分重要的考慮因素。

他說：「我認為多數精品酒店都能提供精彩的住宿體驗，而且融合最新的設計或科技趨勢，絕不會有千篇一律的感覺，這鮮明地體現了精品酒店的服務承諾，就是簡便、輕鬆、高效、有趣、大方。」

「酒店賓客都視基本設施如平面電視等為理所當然，因此只有注入人性化特色才能給他們留下深刻印象。鑑於精品酒店的規模不大，員工與賓客的比率較高，有助建立更親切的關係。」

「悉尼的建業飯店是精品酒店的絕佳典範。該酒店提供別具特色的客房，在狹長的房間裏，睡床斜放而非靠牆，房內配備各種先進的科技設施，飯店位置便利，毗鄰市內優質餐廳和酒吧。」

香港理工大學也計劃透過其管理的精品酒店，為旅遊業學生提供酒店服務培訓。

該教學酒店總經理海德指出，學生人數只佔這家酒店的整體員工數目的小部分，並會由資深員工提供指導。他說：「我們必須小心平衡，在顧及現實的商業需要之餘，更以細緻、真實的方式栽培學生。」

「我們的培訓餐廳和酒吧皆由專業人士經營，就像奧利弗在英國開設的15 Restaurant餐廳一樣。學生不會採用模擬練習，而會投入真實環境面對外來賓客。當然，酒店也有完全由資深團隊管理，專為酒店賓客服務的食肆。」

「一家優秀的精品酒店有何特質？我認為優秀的精品酒店應該設計時尚、擁有一流設施、員工服務勤快，有自信而又充滿熱情。除了摒棄集團式經營的心態外，精品酒店更講求獨立自主、反應靈活，讓服務團隊可以彈性滿足賓客的一切需要。」

精品酒店在香港和其他亞洲地區起步相對較遲，但也因此能夠為賓客提供較現代化的環境，以全面的科技設施滿足二十一世紀旅遊人士的需要、保持較高的員工賓客比率，以及營造親切溫馨的個人化服務，不負亞洲熱情好客的美譽。 (HKL)

一家優秀的精品酒店
應該設計時尚、擁有一流設施、
員工服務勤快，有自信而又充滿熱情

