

城市品牌

共创城市品牌 协力



[中国城市发展网](#) >> [城市品牌](#) >> [旅游品牌](#) >> [内容阅读](#)

厦门城市旅游人气指数不断攀升 快捷酒店急剧扩张

作者：汪长福 来源：海峡导报 添加日期：10年10月11日

“很看好快捷酒店市场，本来打算国庆节前开业，结果没赶上。” 槟榔东明路的一家快捷酒店正在装修，相关负责人蒋小姐叹息道，虽然没有趁着节前赚个开门红，但是他们看好今后的路子。

连日来，走访厦门多家快捷酒店发现，这些性价比较高的酒店业已成为市场香饽饽，国庆黄金周赚得钵满盆满后，他们正在悄然扩张。

节后扩张 向品牌靠拢

国庆黄金周刚刚落下帷幕，一家名叫来悦的快捷酒店就在忙着装修。记者发现，这家酒店的外观风格和一些知名快捷酒店很像。蒋小姐告诉记者，他们很重视硬件投入，一下砸入两三百万元，就是要向那些品牌的连锁店靠拢。

“我们的酒店数量在逐年增加，现在和我们商谈加盟的也是络绎不绝。” 如家福建总经理林先生表示，他们从2004年底进驻厦门后，短短几年，已经陆续开设了十几家分店。

对于快捷酒店的发展以及营收，锦江之星在厦门一分店的李经理坦言“创造了一个奇迹”。李经理表示，他们的位置原本不被看好，但是运营以来，日常90%以上的入住率让她不敢相信，“今年国庆节前半个月，150多间客房就已经被预订一空”。

扩张背后 人气很重要

不可否认，快捷酒店的扩张，与厦门人气指数的不断攀升有着密切关联。日前，中国旅游研究院和携程旅行网联合发布了2010年“十一”黄金周旅游市场盘点以及人气城市排行榜，厦门在人气城市综合排名上，仅次于上海、北京、广州、深圳、杭州、成都以及西安，位居第八名。

携程网厦门分公司的相关负责人吴榕菁向记者分析，厦门航空港的吞吐量连续几年呈现高速增长的态势，在酒店行业方面，房间数量更是每年增长高达20%-30%，以鼓浪屿最为明显。

吴榕菁表示，根据他们的调查，在最受欢迎海滨旅游目的地评选中，厦门已经超越了青岛，仅次于三亚。“人气指数的高涨，对厦门的快捷酒店等酒店行业来说，是一剂强心针。” 业内人士王先生说。

王先生分析，快捷酒店一般两三百元的价位以及不错的配套，是大部分来厦游客的首选，这也

推荐

城市

-
-
-
-
-
-
-
-

城市

促使快捷酒店出现供不应求的情况。

竞争加剧 品质很关键

面对越来越多快捷酒店的出现，如家福建总经理林先生明显感觉到市场竞争的激烈，“这些酒店从数量上来看很多，但是品质上却还不够”。

林先生分析，从理智的层面上看，厦门岛内也就思明和湖里两个区，而且酒店大多分布在思明区，现在据他所知，其他诸如汉庭、7天等品牌连锁店，已经多达50家左右。

因此，林先生认为，不能市场叫好就一味投入，而应该在稳健发展的过程中，不断提升品质，不断完善各种相应功能，做到标准化需求，这样才能稳中求胜。

录入：尹军 责编：钟欣

免责声明： 本文系转载相关媒体，仅代表作者个人观点，与中国城市发展网无关。其原创性以及文中陈述文字和内容未经本站证实，文章仅供参考。本站对其真实性、完整性、及时性不作任何保证或承诺。

城事

-
-
-
-
-
-
-
-

相关内容

- 厦门城市旅游人气指数不断攀升 快