

第五屆中國酒店品牌建設國際論壇

2012 年 6 月 20 日(星期三) 早上 9:00-10:30

三亞君瀾度假酒店大宴會廳

吳文學先生、吳坤雄先生、張潤鋼先生、田桂成院長、各位嘉賓、各位朋友：

大家好。首先，我要感謝香港理工大學及中國旅遊飯店業協會的安排，邀請這麼多業內好朋友出席今天的論壇。在海南這個旅遊經濟蓬勃、酒店林立的美麗海島分享酒店品牌建設之路，可謂別具意義。

品牌意識日漸提升

不經不覺，這個論壇已舉辦至第五屆。過去數年，中國的旅客數字以倍數激增，在經濟持續增長刺激下，本地遊的需求尤為龐大。而與旅遊業唇齒相依的酒店業，發展亦非常蓬勃，由本地品牌經營的酒店增長迅速，近年更有本地酒店集團接管原本由國際酒店品牌管理的酒店，我們身處的三亞君瀾度假酒店便是其中之一。

這個現象，顯示了中國酒店品牌的崛起以及品牌意識的逐步提升，如何把這個趨勢延續下去，推動行業的健康發展，相信也是在座每一位關心的課題。

中國酒店品牌發展空間龐大

今天論壇的主辦單位之一香港理工大學，多年以來肩負著培育業界專才的使命，其酒店管理課程多元化且具前瞻性，結合理論與實踐，多年來為業界塑造眾多高素質的管理人才，同時亦深入探討周邊行業的管理學問，舉辦許多的講座和論壇，邀請業界人士分享經驗，讓學術研究配合實戰討論，例如每年一度到不同的中國城市宣揚品牌的重要性，為業界構建了多角度的溝通平台。

我很高興見到，理大酒店及旅遊管理學系的課程躍升至全球排名第二位，而去年教學酒店的落成，更加為培訓業界人才邁向新里程。

開拓更高層次的品牌管理課程

我投資經營酒店業近四十年，深感品牌的重要性，亦不時與理大的專家學者交流，共同探討如何將課程進一步發展，因應社會進步，科技日新月異，增添創新意念的內容。若干年前，大家有感中國酒店品牌建設具有龐大的發展空間，對經濟發展乃莫大機遇。

以美國為例，當地人口只有約二億，卻孕育了多個舉世知名的酒店品牌，酒店集團特許經營的模式早已實行得很成熟，而我們中國有 13 億人口，經濟規模足以支持本地品牌去發展擴充。中國酒店業的未來發展離不開連鎖式酒店品牌，可以借助西方較成熟及有系統的特許經營酒店品牌管理模

式，這方面大學的專業管理教育正擔當重要角色。

隨著國家旅遊資源不斷增加、品牌意識的加強，大學需要有更廣闊的空間，與時並進的開拓相關較高層次的管理課程。品牌管理有別於酒店管理，在傳統的住宿、餐飲、旅遊、航空交通等運作外，還需兼顧全方位的戰略思維、品牌定位、市場營銷、形象推廣等範疇，因此必須培育更多熟知國情與行情、市場觸覺敏銳的專業精英，以迎接未來酒店業品牌的進一步發展。

品牌管理制度化與網絡化

自 70 年代起，我在香港及美國曾經投資及經營的酒店項目有數十個，早期我引入了「特許經營酒店」的嶄新概念到香港，當時香港人對於優質酒店管理缺乏經驗，需要借助西方國家已上軌道的酒店管理專業；隨後嘉華集團的酒店業務擴展至美國和澳門，同樣以此中西合璧管理模式在當地立足。

時至今日，嘉華旗下在中國內地、香港、澳門以及美國全資擁有的 20 多間酒店物業，部分以外國的酒店品牌經營，而我們多年來亦培訓出一班管理人才，發展自己的酒店品牌，包括銀河(Galaxy)、星際(StarWorld)及Stanford。縱然這些品牌已有一定的知名度與捧場客，要完全達到一個國際品牌的標準，則尚有一段距離。

成功塑造出品牌只是第一步，如何促進品牌的長遠持續發展，有賴整體管

理系統的制度化、網絡化，這方面必須要有長遠而富心思的規劃，更需要具備宏觀遠見及對業界發展有熱誠、具承擔的領導專才、抱持共同理念的團隊攜手構建。

品牌建設與人才培育息息相關

品牌乃酒店重要的無形資產，有助於酒店將自己區分於其他同業之外，同時創造出獨特的價值，能吸引認同那些價值的顧客。今時今日，旅客的需求日趨成熟，酒店並不只是製造標準產品，或只是傳遞服務，而是讓顧客有一個獨一無二、賓至如歸的難忘體驗。

近年，嘉華旗下的銀河娛樂於澳門投資發展娛樂休閒事業，便是以「亞洲心」作為服務理念，配以多項嶄新的會展商貿及娛樂渡假設施，如全球最大的空中衝浪池、人造沙灘、3D 電影院、文化藝術表演場地及會所等，務求能滿足顧客的多方面需要，因而受到世界各地游客歡迎，成為當地的娛樂度假新地標。

酒店品牌建立與人才培訓息息相關：硬件與系統可輕易複製，但人才卻需要悉心栽培，方可成為酒店品牌的表率，定位如何能保持顧客對品牌的信心、認同與忠誠，是一個持續而長遠的服務過程。一個成功的品牌可保留人才，亦能吸引人才加盟；一批富經驗又有歸屬感的員工是酒店最珍貴的資產，能帶動士氣，傳授知識和技能，讓酒店發揮及延續最大效益。

中國有條件建立屬於自己的超級酒店品牌

旅遊興則百業旺，中央政府十二五規劃亦積極加強發展旅遊的力度，促進旅遊資源及基建設施的開發，推動有特色和多樣化的旅遊產品，為市場締造潛力優厚的商機。

中國歷史文化源遠流長，是很具吸引力的旅遊景點，擁有眾多富歷史文化色彩的名勝古蹟以及優美的自然風光，加上日趨頻繁的商務會議展覽，推動到訪中國的旅客不斷增加。此外，國家的經濟以擴大內需為重點，中國人必須建立屬於中國自己的超級酒店品牌，因為我深信，只有中國人，才最清楚中國遊客的需要。

品牌建設之路，任重而道遠，有賴在座各位業界精英與專家進一步探討與實踐，配合政府的政策與大方向，我有信心，我們中國人發展的酒店品牌在國際市場佔一席位，指日可待。

多謝各位。

(2,112 字；約 12 分鐘)