

广州燕岭大厦专业实践总结

管理学院 伍剑琴

为拓宽自己的专业知识范围，提高实践操作能力，本人从 2019 年 7 月 15 日至 2019 年 8 月 30 日到广州燕岭大厦销售部进行为期一个半月的专业实践，在实践中实现了以下三个目标：

一、了解酒店的人员组织结构和员工管理模式，为酒店管理专业开设的管理类课程收集来自企业一线的真实案例和素材。

1. 广东省广垦旅游集团有限公司隶属于广东省农垦集团（农垦总局），2016 年 9 月由广东农垦旗下广东农垦燕岭大厦有限公司、广东绿色国际旅行社和北京赛达福出租汽车有限公司整合而成。

2. 广垦旅游集团主营酒店、旅游和出租车三大业务板块。作为垦区十大产业集团之一的旅游集团，近年来在省农垦集团“走出去”发展经营理念的指导下，大力整合垦区酒店、旅游、出租车资源，目前已将业务领域由广州辐射到茂名、湛江、汕头、揭阳等广东地市以及北京地区。集团属下拥有广东农垦燕岭大厦有限公司、广东绿色国际旅行社、北京赛达福出租汽车有限公司、茂名燕岭绿湖湾酒店、湛江燕岭翠园饭店、广垦（茂名）国家热带农业公园、北京国信达福汽车租赁公司等十多家法人单位，经营规模不断壮大。

3. 为旅游集团中高层管理人员、基层管理人员、一线员工举行系列培训班，全面提升酒店人员素质，受到企业员工及管理人员高度的评价。

二、了解和学习酒店的营销策略和营销手段，使自身的营销知识和营销管理水平得到拓展和提高，并为今后开展《酒店营销与策划》课程的教学与改革打下基础。

1. 酒店板块以燕岭大厦酒店为核心，对垦区内的酒店资源进行整合，打造广东农垦酒店品牌。

通过培育、提升燕岭酒店管理、服务品牌，形成一套成熟、完整的酒店运作机制和规范管理服务标准，建立合理的人才培养机制，打造一支具有较高综合素质和较强战斗力的经营管理团队，作为酒店品牌输出和人才输出的重要基础。

2. 旅游业务板块通过贴身经营管理绿色国旅现有业务，同时充分挖掘农垦优质旅游资源，将景区与旅行社结合起来，借此打造出特色旅游新路线和新产品，

共同打造农垦资源品牌，实现资源共享、互利共赢。作为旅游集团重点发展的景点景区业务，旅游集团将依托垦区绿水青山、田园风光，充分发挥农垦土地资源、科技资源和产业资源优势，加强统筹规划，推进农业与旅游、教育、文化、健康养生养老等产业深度融合，择优选择若干具备条件的农场进行试点，开发农业多种功能，发展农业新型业态。

以广垦（茂名）国家热带农业公园景区建设为抓手，大力发展农业休闲旅游和乡村旅游，建设一批国家级的农业园区，打造主题鲜明、具有休闲度假、旅游观光、养生养老、创意农业、农耕体验的特色农业园；发展特色小城镇，建设一场一品、一场一景、一场一园的魅力农场和宜游宜养的森林景区。的农场进行试点，开发农业多种功能，发展农业新型业态。

3.旅游集团目前业务领域已由广州辐射到茂名、湛江、汕头、揭阳等广东地市以及北京地区。广东农垦燕岭大厦有限公司；广东绿色国际旅有限公司；北京赛达福出租汽车有限公司；北京国信达福汽车租赁公司；广垦（茂名）国家热带农业公园；茂名燕岭绿湖湾酒店有限公司；湛江燕岭翠园饭店有限公司；湛江燕岭新园大厦有限公司；广东省揭阳市龙之泉出租汽车有限公司；广东省揭阳市南翔出租汽车有限公司。

三、了解校企合作对燕岭大厦经营管理的作用及效果。

广东轻工职业技术学院与燕岭大厦的校企合作已进入第八个年头。通过“燕岭班”，学生到酒店前厅、餐饮部、客房等进行专业实习，酒店安排资深的管理人员和经验丰富的老员工作为实习生师傅，进行专业意识的培养、专业技能的指导。企业设立专项奖学金、“优秀实习生”评比项目，奖励优秀“燕岭班”学生，起到良好的激励效果。

四、协助酒店开展形式多样的营销宣传活动；调查、了解燕岭大厦销售部基层员工的学历层次和知识构成，协助酒店有针对性地开展营销人员业务知识培训。

1. 本人实践期间为酒店提出了一些合理化建议，本人认为目前燕岭大厦在营销上面临的最大挑战是如何吸引年轻顾客，燕岭大厦有悠久的历史，客房以商务客源为主，餐饮是其亮点，这是其优势也是其劣势，优势是让其拥有不可替代的

竞争资源和一群忠诚的中老年顾客，但这部分顾客逐渐老去，其消费力也在减弱。如果不能吸引年轻人群并形成新的竞争优势，则原有的优势将会逐步弱化。相对于年轻消费人群而言，燕岭大厦的劣势有以下几点：（1）位置：燕岭大厦所在的燕岭路经过道路改造后，周边环境已经得到改善，6 号线就在旁边，交通方便，但道路狭窄，人流混杂，停车场严重不足，附近的商圈以批发市场为主，不是年轻人流行的消费场所聚集地；（2）客房设施设备经过前几年的重新装修有了很大的改善，餐饮产品价格实惠，性价比高，主要吸引周边小区的居民前往消费，高端客源市场有待开拓。解决问题的建议：（1）利用酒店邻近天河商圈的优势，开发吸引年轻顾客的客房产品，如通过客房改造，吸引年轻游客前往体验，鼓励游客在大众点评网上发布照片或点评，争取成为标志性的打卡地；开发餐饮产品，形成特色，拓展本地商务客人的消费档次。

教学案例

案例 1：以燕岭大厦为背景，将其老牌传统型酒店改造成精品酒店，请写出策划书，为酒店重新进行市场分析、市场定位，改造后的目标客源、营销策略等。（本案例适用于酒店营销课程）

案例 2：以燕岭大厦为背景，传统国企企业文化无法吸引年青员工的加入，请结束年轻酒店人的特点，重新设计并描述企业文化特征。（酒店人力资源管理案例）