

太原品牌 品牌强市

山西大酒店 多元发展重品牌



优质服务



舒心环境



宾至如归



简约精致



名店新篇

老品牌有新目标

在太原市区主干道迎泽大街和新建南路交汇处,一处风格别致的群楼格外引人注目,群楼中间的主楼高高突起,宛如一双张开的手,仿佛时刻恭迎五湖四海的宾朋。这是山西第一家四星级豪华型涉外饭店——山西大酒店。它诞生于上世纪80年代末,与中国改革开放几乎同步,也因为如此,30多年的时光荏苒,依然备受关注。

现如今,山西大酒店隶属于山西文旅酒店管理集团,因其交通便利,环境优雅,地理位置优越,赢得“前迎迎泽湖,后卫汾河景”的美誉,成为商旅客人始终如一的家。

从外看山西大酒店全貌,给人一种浓郁的年代感,但步入大厅,映入眼帘的旋转楼梯、华丽吊灯、优雅的茶吧……又让人耳目一新,庭院内绿树成荫,曲径迂回,还配有音乐喷泉,使宾客在繁华闹市之中亦可抛却琐事烦扰,享受片刻悠然平静。

1989年5月,山西大酒店开业,作为山西省首家四星级豪华型涉外饭店,从动工到开业仅用了三年时间。它的开业,填补了山西没有接待外宾场所的空白,标志着山西拥有了豪华涉外四星级酒店。然而,随着新业态乘势而来,新型酒店纷纷崛起,老品牌“老”的负面效应却日渐显现,设施设备老化,营销思路老旧,客源拓展老套等问题凸显。

去年春天,在山西文旅酒店集团的支持下,全新的

管理班子将酒店进行新的改造提上议事日程,并付诸实施。在改造中,重新规划三层所有区域,改建为多功能会议宴会厅和餐饮包间,在不停业的基础上,短短百天左右,三层摇身一变,成为拥有多功能会议宴会厅及若干包间的大餐饮区域。尤其是幸福里宴会厅,具有350平方米的无柱空间,3组超级大屏、十几组追光灯及不同主题婚礼场布等特点,满足300人左右大型宴会及各类会议的需求。2020年年底投入运营后,以此为亮点,带动房、餐、会议、宴会有机联动,效果显著。

此外,为提升客房性价比,增加宾客入住的新鲜感和体验感,致力于打造智慧化房间和酒店;同时在负一层布局SPA、KTV、酒吧、美容美发等项目,构建“吃、住、娱”一体化产品体系。



会议大厅

老味道有新服务

用胡萝卜雕成的红色长龙,昂首弓颈,前爪曲张,后爪用力蹬向后方,做飞腾状;长龙的身侧配以绿蔬制成的祥云,给人一种欲腾云而去的感觉,而在碟盘中央是两小盘金灿灿的鸡米花,四周辅以外皮晶莹剔透的翅中,色彩艳丽,香味扑鼻……这是山西大酒店餐饮部最新研发出的凤翅鸡米花,集传统与现代、中式与西式于一体,让食客赞不绝口。如今,通过不断的创新,山西大酒店在以高档粤菜、精品淮扬菜及新派晋菜为主打的前提下,推出新版皇家佛跳墙、滋补老火靓汤、国宴烤鸭、泉水煮羊肉、网红剔尖面等一系列具有自身特色及满足不同人群口味的“融合菜”。

在“老品牌、老味道”的基础上,山西大酒店尝试挖掘产品的多重属性,保持30年来出品精华,合理开发文创产品,并将自制食品、特色产品等包装化、产品化,线上、线下双渠道推广,形成特色品牌和规模销售。另外,为能让“品牌”走出去,下一步,他们将组织成熟的管理及技术团队,针对酒店、物业、餐饮、食堂等相关行业,输出“软实力”,增加新的利润增长点;他们还计划寻找合作伙伴,成立精品连锁店,将餐饮出品有效整合为标准化、成品化的精品,把餐饮产品推向更广阔的天地,最大限度地提升山西大酒店品牌。



多种经营

老地方有新思路

在营销方面,山西大酒店牢牢把握时代脉搏,与时俱进,开启线上、线下双轨运营模式。线上,主动出击与直客通、银联等线上平台合作,开展抢购、秒杀等产品促销,推出特惠房、轻奢套餐等活动,深度开发流量端口,拓展微信、抖音等社交新零售;打造线上矩阵,开拓营销市场。线下,全员营销,并邀请协议客户参观新改造的幸福

里大厅,推出婚礼秀活动,推广婚宴、寿宴及会议等,全力打造喜宴新亮点。

通过不断创新,山西大酒店永立潮头,而携程评出的“最受欢迎的酒店”,恰是宾客给其最好的礼物。山西大酒店经年沧桑,愈发显示出老店风采,它不仅曾是山西第一家四星级豪华型涉外饭店,更重要的是,其紧跟时代脉搏,历久弥新。



特色美食