

儷京汽車旅館之探討

篇名：

儷京汽車旅館之探討

作者：

林惠瑩。明道高中。綜二6班

李蓉佳。明道高中。綜二6班

張家瑋。明道高中。綜二6班

## 壹●前言

我們想藉由儷京汽車旅館，來探討汽車旅館的興起原因，及其發展的歷史和演變，為何水舞企業所經營的汽車旅館，能在眾多的競爭者當中，屹立不搖，歷久不衰，還能開創如此多家分店？消費者為什麼那麼喜歡到汽車旅館消費？是因為錢太多嗎？我想不是，一定是有什麼吸引人的地方，人們才會想去光顧，這就是我們想探討的原因。

## 貳●正文

### 一、台灣汽車旅館的理念

內部行銷與外部行銷的概念大家都有，但往往都在最後成本考量下打退堂鼓。業者與業者都在建構屬於自己的產業區隔，也不斷的透過許多方法來拉大產品的同質性，但最簡單的方法就是捨得，這種一體兩面的簡單問題與思考是要留給層峰決策者來做決定的。之前曾在中國生產力中心聽過薇閣精品旅館許調謀董事長上課學員討論時說出一種薇閣不敗的金三角模型，這個金三角分別代表著 1、好的行銷及口耳相傳讓大家知道 2、讓顧客進來體驗感受物超所值 3、顧客離開後還想再來。

如何讓行銷做的好一定要有豐富的內在及外在資源，更重要的是要有專業的行銷團隊及老闆的堅定理念。這中間當然有一個不可缺乏的基本因素那就是有效的管理，好的管理使一切館內的大小事情順利進行，說起來只有幾個字但是要做的事卻是三天三夜也說不完。

顧客透過品牌效益及行銷的鼓動來到本館消費一定要將最高雅齊備的備品，最細膩的服務以及最完善的設施呈現給顧客。顧客在經歷消費價位和體驗感受後一定要讓其產生物超所值的實際認同，如此一來顧客非要再來消費不可。仔細去思考這個環節一定對許多現有的掙扎點產生跳脫的釋懷感，每個業者所想的都是如何偷一點，如何省一點，只要背其道而馳，把想法變成如何給更多一點，如何使顧客覺得這是不可能的，讓進來的客人對他的這次消費是沒有怨言的只有驚訝。這樣就成功一大半了（業者要有一個心態：別人有我們要有，別人沒有我們更要領先）。

因此，如何建立一個品牌，以及如何使這個品牌有效的傳送出去，就是讓自己的汽車旅館立於不敗之地的最重要課題。切記，別把利潤一直看成利潤，也別把成本一直坎看成是成本。成本可以是利潤，而利潤也可能是成本。（一般的業主都是定出成本來讓自己綁手綁腳施放不開，聰明的業主應該是在生意量隨著改變時定出利潤來，讓多賺的回到成本去回饋顧客。）

## 二、台灣汽車旅館的興起

隨著國內旅遊風氣的盛行，以及週休二日的助益，再加上大家已經把到汽車旅館原先純為情愛需求的考量，變為目的地型的渡假享樂，這些改變可以從各種網站的討論區，以及坊間所販售的專書強烈的感受到。

台灣汽車旅館的興起，是由一位旅美歸國的王姓華僑於民國70年在台南市的五期重劃區內所興建的汽車旅館，這間名為芝柏園的汽車旅館不但名稱符合當時南部庸俗且務實的習性，而且他的建造方式就是現今台灣最常見的一樓車庫二樓房間的建築。此間旅館到目前為止還在營業，是台灣汽車旅館業的始祖。當時的主要客層是高層次的上流人士在做休閒使用。從77年台中市的加洲旅館開始，由於向農田水利會承租水利地，租金成本低，設計成仿美式易停車的汽車旅館。因新鮮感十足，一度成為全省各地旅館同業考察的對象。陸續再有比佛利、愛丁堡、紫羅蘭、高速等多家汽車旅館設立，由於業績差強人意再加上部份建築業者養地的需求，使得汽車旅館如雨後春筍般的出現。

## 三、汽車旅館的歷程

近年來台灣汽車旅館的業者為了市場上的競爭，紛紛提升了汽車旅館的品質，從簡易的裝潢到五星級飯店媲美的設施。有些業者更不惜重資，標榜坐擁十多種異國風情的主題套房，選用高級絲質床組，浴室不但有按摩浴缸還裝上液晶電視，規模也一家大過一家，但在價格上卻比五星級飯店低廉。

## 四、台灣汽車旅館的五個歷程時期（註一）

台灣的汽車旅館發展主要有五個時期是非常重要的指標，說明如下：

### 1、第一時期1981~1988（萌芽期）：

台灣汽車旅館給人需要隱秘性的考量從當時就已經具有。隨著台人的聰明、模仿能力的問題，汽車旅館的熱潮就在南部蔓延開來。這時期的產品都是非法經營，當時有貨櫃屋、小木屋、鐵皮屋等…只要能遮風避雨就可營業，為求得自我業種的保護、隱密性的需要，大部份都蓋在高速公路附近的邊陲地帶或農業區內，當時的管理方式也是從一般旅館延伸過來。這時期的業者平均投資一場30間左右的房間，成本大約在3千萬左右，回收期約6-10個月。此時期的汽車旅館數約在100家左右。

### 2、第二時期1988~2000（成長期）：

這時期的外觀主題設計令人眼睛為之一亮。功能性旅館需求更隨著經濟起飛和自

有車輛數目的提高，將早期設在偏遠地區的汽車旅館慢慢的移往省道邊、市區外環道上。甚至連名稱也出現汽機車旅館、商務汽車旅館等功能差異的主題。而北、中、南三地因地域的不同、土地取得的問題而有些發展分歧。因中部本身就是台灣的交通樞紐，更是新服務業的新興都會區，所以台中不只在酒店、舞廳、賓館等特種行業也非常的有其地方特色。南部業者在投資時是以回收考量為首要目的。但還是有業者投入數千萬元來創造高檔產品，例如國飛鷹堡、荷蘭村等。汽車旅館連鎖加盟的概念也是這時期開始由南部具體實現的，以名門關係企業的黃敏輝總經理最為知名。

從台中往北發展就比較有地域性的執法尺度影響，桃園縣拜台北市長陳水扁在任期間掃黃之賜而有今日汽車旅館的數量規模。當時的苗栗縣、新竹縣都只有零星幾家汽車旅館，桃園縣的一些社團仕紳因為對團隊經營、會議運作有深刻的體會，所以也發起合股連鎖的經營模式，像桂林、紳士等。這時期也因一些工安事件、旅館火災而造成一股適法性考量的衝擊，但業者也積極的配合各項法規朝向合法化。除了部份因消防法規無法過關和土地地目問題而無法取得執照的業者外，大部份的業者都以就地合法的方式取得合法資格。這時期的汽車旅館投資金額高低不一，不過一般的回收期都在20個月內。此時期的汽車旅館數約500家左右。

### 3、第三時期2000~2004（主題精品行銷期或成熟期）：

這時期主要是以薇閣桃園館與薇字輩和週邊同等級的旅館為對象。桃園薇閣在行銷模式上藉由許調謀董事長在建設公司的廣告行銷概念上搭配其獨到的創見，在媒體、報章雜誌、廣播都將汽車旅館化作是一種精緻的商品來行銷。北部有著豐富的媒體資源，所以這股行銷和主題結合的風潮就由北往南一路吹下去。

民國91年台北薇閣的開幕更是將精品旅館的熱潮掀到最高境界。自此後有許多類似產品在全省陸續開幕，而媒體也更具體的配合，如記者會的招開、電視節目的話題炒作、專門網站的興起、特殊情愛用品及設備的業者也發展起來。這時期投資的案子都要億元以上，回收期則看市場的需求、立地環境約在2-4年。這個時期的例子如薇閣、薇風、湖水岸等。此時期的汽車旅館數約650家左右。

### 4、第四時期 2004~2006（戰國時期或衰退期）：

這時期最容易讓人體會出濃濃火藥味、局勢的鬼魅。愛摩兒時尚旅館採取七星級的產品、服務以及上市上櫃公開營業績效的政策讓愛摩兒一開幕就被媒體注目，再加上有效利用公關行銷的戰術不斷讓自己的產品能在媒體露出。為了能在眾多精品旅館的市場中尋求差異化的市場區隔，更是利用情愛市場的領先品牌來做立基市場的第一。

當愛摩兒的總經理在媒體說出三個月可營收5千萬並在2年回收的同時薇閣也透過媒體透露EPS可高達4元，並已在2年內回收了。2005年可看見沐蘭、沐夏等更至於年底會加入戰場的台北戀館、卡莫等汽車旅館，2006年還有大直薇閣、新竹薇閣等競爭對手出現，尤其台中一級戰區更是進入價格的割喉戰。在2006年底全台灣汽車旅館數約達850家。業者興建的金額都是上億元以上的投資，回收期約3-5年。

#### 5、第五時期 2006~2010（整合時期或產業外移時期）：

汽車旅館的飽和量有一定的數目，以日人的人口1億2千萬來推算的話，一年當中新成年的男女共有300萬人，從可從事性行為的18歲到45歲的人數來看，人數就高達5千400萬人。如再加上高齡人口就是一筆高達6、7000萬人的大生意了。日本將情愛產業視為新興且重要的產業，而日本現在以旅館數量來說約有3萬5千間，房間數約70萬間。當然這個數字是流動的，目前還在增加中。假設一天當中一間房有四對情侶予以利用。而單純計算的話一天全國約有560萬的人會進入love hotel的房間，那一年的總收入就將近6兆日圓。

台灣的情愛產業一向都是師法日本，若以上述為例推估台灣會到汽車旅館消費的人口應近500萬人，那台灣的外宿產業則約近六千億日元的發展空間（約2000億台幣）。所以勢必會將第一時期、第二時期的產品淘汰，由第三時期、第四時期的業者來輸入價格戰及市場品牌整合的機制。

目前大陸的汽車旅館分為以歐美模式架構出的MOTEL主要以上海週邊為發展的大陸型汽車旅館（住宿費約150~400元人民幣）。以及由台灣業者投資的台灣版汽車旅館，目前可查到資料的有南京、廈門、蘇州、重慶、湖南等地（住宿費約200~900元人民幣）。所以在台灣有獲利及回本的業者可趁著整合期的風氣將資金轉往大陸另闢戰場，目前得知薇閣已在上海及其它城市陸續洽談相關事宜。

不管是那一時期都有表現出色的業者，只要秉持著提供好的產品、好的服務、合理的價格、創新的思維理念，站在消費者的同一陣線來感受事物的話就永遠不會被淘汰。COPY同業只能得到硬體和軟體的皮毛，唯有企業文化的養成和發自內心的真誠服務才是汽車旅館立於不敗的核心價值。

#### 五、水舞企業集團的歷史背景（註二）

儷京隸屬水舞企業集團下的旅館，於1999年被建造在台中市公益路上，水舞企業集團在台中區域擁有多家餐廳及精品旅館，每家都各有不同的主題風格，而儷京就是其中一家，經過了9年的時間，儷京至今還是旅客眾多，不管是什麼時段，客房幾乎全滿。



儷京汽車旅館之探討

1997年	康堤 MOTEL	2003 正式更名為麗緹時尚精品旅館
1999年	儷京 MOTEL	
2000年	水舞饌文心創始店	引爆台中冷飲茶市場新革命
	水舞饌公益店	
	麗心時尚精品旅館	突破傳統走向精品化空間設計先驅
2001年	水舞饌中港店	
2002年	湖水岸時尚精品旅館	為中部精品汽車旅館建起一個全新的標準
2003年	水舞饌崇德店	
2004年	水舞谷關渡假溫泉館	成為谷關溫泉區的新指標，水舞事業機構更向休閒觀光業跨出一大步
2005年	水舞生活會館	為台中都會區的消費者找到一個運動健身的都市叢林
	沐蘭時尚精品旅館	頂級 villa 渡假風格更在同業間投下一個震撼彈
2006年	水舞饌惠中店	
	水舞饌員林店(加盟)	
	水舞饌東山店(加盟)	
	頂級慕白 SPA	座落於台中七期豪宅聚落，以平價消費享受頂級奢華 SPA
2007年	東方龍中華真味料理	以創意台菜征服了所有挑剔的味蕾
	月荷古式養生館	為台中地區的消費者提供了紓壓的好去處
	水舞休閒購物網	讓水舞迷可隨時上網獲得便捷、超值的優惠

六、地理位置圖



儷京所在位置圖（註三）

地址：台中市南屯區公益路二段411號（國立台中特殊教育學校對面）

七、旅館簡介

悠閒的氣氛中多了份華麗，柔和的光線瀰漫在房間的每一個腳落，帷幔式床紗鋪陳出一地的浪漫~儷京每間套房都經精心規劃，建築、裝潢均採合法防火建材，配備有全頻道有線電視、浴室液晶電視、46吋電漿電視、大型情人按摩浴缸、水柱、自然花藝造景、精油、玫瑰花瓣浴…

特別引進日本協和溫泉，讓懂得經營享受的您，有一個浪漫、溫馨、安全、隱密的私人空間，使身心享受偷得浮生半日閒的解放！

八、客房介紹

1、AA 級臻愛套房

內容 房型	房價	設備	服務	餐飲
AA 型套房 (臻愛套房)	平日 4300 元 休息 700 元.	1、46 吋電漿電視 2、ADSL 免費上網 3、雙人大理石按摩浴缸 4、日本協和溫泉 5、浴室小電視 6、室內園藝造景 7、總坪數約 16 坪	1、提供情趣商品販售 2、供報紙 3、代客呼叫計程車 4、按摩服務 5、休息可代叫外送服務	免費提供 1、礦泉水 2、飲料 3、餅乾



（註四）客房內部景觀



（註五）46 吋電漿電視



(註六) 雙人大理石按摩浴缸



(註七) 室內園藝造景

## 2、A 級浪漫套房

內容 房型	房價	設備	服務	餐飲
A 級套房 (浪漫套房)	平日 3800 元 休息 650 元.	1、46 吋電漿電視 2、ADSL 免費上網 3、雙人或單人按摩浴缸 4、日本協和溫泉 5、浴室小電視 6、總坪數約 13 坪	1、提供情趣商品販售 2、供報紙 3、代客呼叫計程車 4、按摩服務 5、休息可代叫外送服務	迎賓 1、礦泉水 2、飲料 3、餅乾



(註八) 客房內部景觀



(註九) 客房內部景觀



(註十) 浴室小電視

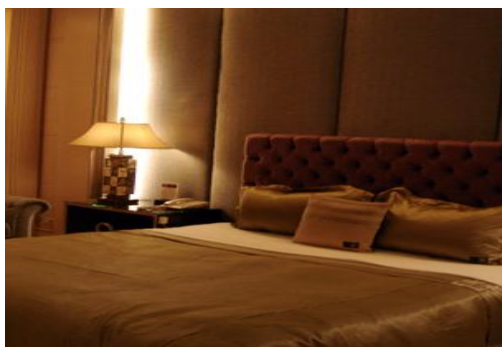


(註十一) 單人按摩浴缸

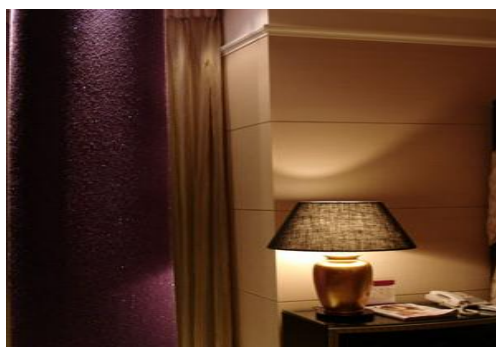


3、B 級雅緻套房

內容 房型	房價	設備	服務	餐飲
B 級套房 (雅緻套房)	平日 3300 元 休息 550 元.	1、46 吋電漿電視 2、ADSL 免費上網 3、雙人大理石按摩浴缸 4、日本協和溫泉 5、浴室小電視 6、總坪數約 9 坪	1、提供情趣商品販售 2、供報紙 3、代客呼叫計程車 4、按摩服務 5、休息可代叫外送服務	迎賓 1、礦泉水 2、飲料 3、餅乾



(註十二) 客房內部景觀



(註十三) 客房內部景觀



(註十四) 浴室景觀



(註十五) 雙人大理石按摩浴缸

九、旅館訂房、住宿之注意事項(表一)

1、以上價格如有變動，請以現場為準，恕不另行通知
2、平日住宿-六折，週五-七折，週六-八折
3、持水舞 VIP 卡·國民旅遊卡，另有優惠
4、農曆春節、特殊假日房價另行訂定
5、可使用信用卡消費/23 間房間

6、預約定房需前在住宿前十天內完成
7、禁帶小動物.每房只提供 2 為客人.訪客勿超過一小時
8、住宿提供早餐： A、房內用餐提供簡單餐點 <sup>ㄟ</sup> 三明治、奶茶 B、外用附有餐卷可至水舞饌享用自助式早餐

十、SWOT分析（註十六）

	Helpful 對達成目標有幫助的	Harmful 對達成目標有害的
Internal 內部(組織)	<p><b>Strength：優勢</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、位於市區所以交通方便</li> <li>2、客房設計具有特色</li> <li>3、環境隱密不易受外界干擾</li> <li>4、提供短暫休息服務</li> </ol>	<p><b>Weakness：劣勢</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、無法提供精緻飲食</li> <li>2、無法提供旅遊景點之簡介</li> <li>3、館內缺少休閒活動</li> <li>4、採光及排煙設施不佳</li> <li>5、無法提供會議場合</li> </ol>
External 外部(組織)	<p><b>Opportunity：機會</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、可增加休閒遊憩之設施</li> <li>2、客房有獨特的設計風格</li> <li>3、可提供當期雜誌、勵志書籍</li> <li>4、結合當地美食餐廳、提供優惠卷或是增設餐點外送服務</li> </ol>	<p><b>Threat：威脅</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、同業增加、競爭激烈</li> <li>2、景氣低糜導致客戶縮減</li> <li>3、順應節能減碳減少備品的浪費</li> <li>4、容易隱藏不合法之行為，導致司法人員查緝，以至於影響經營之契機</li> </ol>

參●結論

我們實地去探查了一遍後，發覺儂京的生意很不錯，進住率還蠻高的，可是卻有不少的缺點，其中就是房內非消耗被品的部份，大多過於老舊需要淘汰，排煙效果也不太佳，一進去就有濃濃的菸味，令人感到很不舒服，感覺床單也久久沒有清洗，或是沒洗乾淨，讓人覺得不太舒服，但是迎賓用的食物、水及飲料還不錯，內部的隔音效果也很好，不會吵到隔壁鄰居，可以在裡面盡情的大喊，按摩浴缸也蠻大的，可是水要放超久才會滿，如果要泡澡，可能要很有耐心，至於其他的設備都還算可以，如果有人待在家很無聊、沒事做，想要體驗一下不同的感覺，儂京其實是個不錯的選擇。

肆●引註資料

註一、摩鐵專欄

[http://www.twmotel.com/article.php?leaf=article\\_content&Article\\_sn=20](http://www.twmotel.com/article.php?leaf=article_content&Article_sn=20)。(檢索日期 2008/10/02)

註二、儂京/時尚精品旅館。

[http://sh2.yahoo.edyna.com/toponelife/item\\_cata.asp?cata\\_id=1030721](http://sh2.yahoo.edyna.com/toponelife/item_cata.asp?cata_id=1030721)。(檢索日期 2008/9/28)

註三、儂京 yahoo 圖片搜尋

<http://tw.info.search.yahoo.com/search/images?ei=UTF-8&p=%E5%84%B7%E4%BA%A C&fr=yfp&b=1>。(檢索日期 2008/9/27)

註四～註十五、同註三

註十六、SWOT 分析範例

<http://tw.myblog.yahoo.com/jw!wOmbiuidGyhFZ8H.wUqIkCFq/article?mid=2891>。(檢索日期 2008/10/02)