

业态创新视角下酒店月子中心实践研究[※]

付业勤 司婷婷 钱玲燕

(海南师范大学旅游学院 海南 海口 571158)

摘要:酒店月子中心是为刚分娩出院的母婴提供专业化生活护理、康复服务的营利性机构,是现代服务业产业融合、业态创新的典范,有助于构建生育友好、儿童友好与家庭友好型社会。与酒店月子中心实践的快速发展相比,该领域研究相对不足。文章基于业态创新视角,分析了酒店与月子中心的业态耦合性;介绍了酒店月子中心的发展现状与业态创新定位;女性自主需求、家庭结构变化、国家政策、资本追捧以及产业发展环境变化等,是酒店月子中心发展的影响因素;最后从经营模式、服务体系、服务质量、人员配置、空间设施和危机管理6个方面,提出酒店月子中心业态创新的实践路径。

关键词:酒店月子中心;业态创新;耦合分析;影响因素;实践路径

中图分类号:F719.2

文献标志码:A

文章编号:2095-7211(2021)01-0016-06

“坐月子”是我国传统生育习俗,以恢复健康为目的,强调产妇在产后一段时间休养需要遵循的禁忌规范^[1]。在科学理性改造和商业逻辑利用的双重作用下,“坐月子”习俗逐渐衍生出月嫂护理、月子中心等商业服务^[2]。月子中心的产后照顾模式更能满足现代女性自主决策、独立生活、渴望尊重和自我实现等心理需求,以及追求健康养生、高效修复、科学育儿和美丽修身等消费需求。同时,伴随我国“开放二胎政策”的实施,众多更需要得到精心照顾的高龄产妇出现,增加了月子中心需求^[3]。酒店业为母婴、儿童等新需求群体提供个性化服务,不仅是新冠疫情常态化背景下应对经营困境、产能过剩的突破口,更能体现酒店业的社会责任与产业担当。在社会需求与商业逻辑的共同作用下,致力为新兴母婴顾客群体提供科学、专业、高雅与个性化服务的酒店月子中心应运而生。

从现有研究看,酒店和月子中心的融合发展与业态创新研究还是空白。本研究基于业态创新视角,分析酒店与月子中心的业态耦合性、酒店月子中心发展现状和业态创新定位,探索酒店月子中心发展的影响因素;提出酒店月子中心业态创新的实践路径,有助于从理论上把握酒店月子中心这一新生事物,为进一步研究奠定基础。

1 酒店与月子中心的业态耦合性

1.1 文化特质的相通性

酒店和月子中心都以服务为核心,形成了以人为本、顾客中心、精益求精的服务理念、规范与标准,内化于人心、外显于物质载体。相通的企业文化让酒店和月子中心跨界合作拥有文化认同性,便于酒店员工更好地提供科学专业服务,月子中心人员也融入酒店环境,双方各司其职,共同为母婴创造优质服务和美好体验。

1.2 产品本质的同一性

在酒店月子中心产品中,酒店提供场所、设施、餐饮、住宿等基础产品,月子中心提供照顾护理、康复医疗等核心产品,本质都是直接面对顾客的高接触服务。目前,月子中心服务人群以中高端顾客为主,为了让顾客愿意支付高额价格,酒店月子中心更需要有一流的服务体验、产品信用和产品品质,编制详细的质量标准和服务清单,让顾客充分拥有知情权,促使顾客自发口碑传播,扩大酒店月子中心市场影响。

1.3 服务内容的互补性

酒店和月子中心本质都是为顾客提供居住款待服务,两者互补性体现在6个方面。第一,月子餐饮。月子餐饮注重食材质量、营养搭配,符合酒店餐饮的绿色健康趋势,酒店为月子中心提供餐

[※]基金项目:海南省高等学校教育教学改革研究项目“应用型旅游类本科专业学生创新能力培养的研究与实践”,项目编号:Hnjg2019-41。

作者简介:付业勤,男,博士,海南师范大学旅游学院副教授,研究方向:文旅融合与服务创新。

司婷婷,女,硕士,海南师范大学旅游学院讲师,研究方向:旅游消费者行为。

钱玲燕,女,海南师范大学旅游学院学生,研究方向:酒店管理。

餐饮服务可以提升餐饮服务的科学化、集约化水平。第二,美容护理。现代女性入住月子中心是以女性享受性消费为特征的“她经济”重要形式^[4],越来越多的酒店也将美容保养、水疗、运动健身等“她经济”作为营业亮点。第三,婴儿早教。月子中心的护理和育儿服务可以为酒店开发家庭亲子、研学旅行市场等提供指导。第四,健康护理。月子中心医疗修复、母婴保健、专业护理和巡房健诊等经验,可以为酒店开发康养产品提供参考。第五,服务人员。酒店的招聘培训、绩效管理和标准化服务等体系,都可以提升月子中心服务水平。第六,营销渠道。酒店的顾客资源、自建媒体和OTA媒介都可以为月子中心推广所用。

1.4 管理方法的互鉴性

酒店管理和月子中心管理本质都是服务管理。随着人才流失加剧,酒店员工的人性化和情感化管理开始盛行,同时,运营的数据化管理、顾客的精细化管理等理念方法值得月子中心学习。类似酒店高级管家的月嫂服务,对服务人员的人际交往、亲情礼节、忠诚爱心等都有较高要求;月子中心的环境卫生、杀菌消毒要求,有助于酒店形成医学素养、卫生习惯和工匠精神,扭转酒店服务质量下滑、忽略客房卫生的局面。

2 业态创新视角下的酒店月子中心概述

2.1 业态创新视角下酒店月子中心发展现状

业态创新是商业部门为适应市场竞争和需求变化等,通过人才、资本、技术、服务等要素组合,实现产品服务、经营销售和管理模式等方面的创新。酒店业态创新是酒店通过理念创造、技术引进等方式进行的产品创新、经营创新和跨界创新,以获得竞争优势的过程。基于酒店+医疗、康养、教育、美容、科技、文化等模式,将酒店打造成具有多元服务功能与社会职能的平台,酒店月子中心是其中颇具潜力的范例。据不完全统计,我国大陆已有希尔顿、万豪、洲际等国际酒店集团和香格里拉、万达、开元等国内酒店集团,与巍阁、国妇婴养源、爱悦阁等知名月子中心品牌以不同方式合作,在北京、上海、广州、天津、重庆、杭州、海口等省会以上城市,珠海、佛山、宁波等地级市开办了酒店月子中心,成为酒店新的市场突破口和利润增长点。

2.2 酒店月子中心的业态创新定位

从酒店方面看,业态创新包括4种类型。一是酒店与月子中心合作丰富了酒店服务谱系,属

于产品创新范畴;二是与月子中心合作可以采取酒店出租场地,可以引进月子中心品牌,也存在酒店自创月子中心品牌等方式,属于经营创新;三是酒店月子中心通过月子中心吸引高层次顾客消费,培养下一代忠实顾客,实现酒店市场创新;四是原属医疗保健、家政服务行业的月子中心与属于住宿接待、旅游休闲业的酒店合作。从月子中心看,月子中心业态有4种。第一,社区家庭型业态。由医护人员或月嫂转型创业,租赁改造居民楼作为场所,设施水平不高、专业化程度也有待提升,价格相对较低。第二,独栋园区型业态。自建或租赁独栋别墅,封闭式管理、环境幽静、设施设备齐全,避免外来感染,缺点是接待规模有限、周边配套不足、前期投入大^[3]。第三,医院附属型业态。由妇幼保健医院与商业机构合作建立月子中心,产妇生产后直接转入月子中心,护理人员由医院委派,出现状况随时处理,医院安排饮食,距离医院较近^[5]。第四,酒店服务型业态。直接利用酒店设施空间和人力资源,前期投入小、手续齐全;需要控制租金成本,酒店外来人员较多,日常经营产生噪音废气,不利于母婴健康。现阶段,社区家庭型和独栋园区型月子中心有较大份额,酒店服务型和医院附属型业态发展潜力大,要被市场接受,需要降低产品价格。

3 酒店月子中心业态创新的影响因素

3.1 现代女性需求升级

“坐月子”习俗最早可追溯至西汉,是我国女性产后必经的仪式行为,以协助产妇度过生理和心理转折的关键期^[1]。当今女性有不同于以往的产后需求和消费观,体现在4个方面。第一,年轻家庭价格敏感度降低,更关注产品服务品质;月子中心能提供良好的身心体验和专业护理方案,两者互相契合。第二,由于教育程度提高和新媒体普及,女性更推崇科学育儿,重视产褥期保健和产后康复,对月子照顾需求从传统的物质供应、生理照顾转向高层次的心理关怀、科学喂养和美容塑形等,这里可以结合需求层次理论(见表1),对产妇服务需求和空间需求进行分析。第三,由于母乳喂养的普及,开奶、催乳、吸奶等哺乳产品服务需求也在增加,具备多元化功能的酒店月子中心成为整体解决方案。第四,由于自我意识觉醒和职业竞争加剧,现代女性对产后形体和颜值有较高要求,“坐月子”期间更注重自我修复、自我

提升和体态管理,推动了产妇身材修复、护肤彩妆、营养保健等需求增长。

表1 基于需求层次理论的产妇服务需求与空间需求

需求层次	服务需求	空间需求
生理需求	饮食良好、睡眠充足、生理平衡	专业厨房、标间套房、环境舒适、专人照顾
安全需求	人身安全、财产安全、健康保证	空间便利、空间私密、母婴安全、医疗设施
社交需求	家人相处、人际交往、亲子互动	家人空间、会客空间、花园长廊、母婴空间
自尊需求	重获自信、被人尊重、获得成就	修复按摩、美容美体、心理咨询、环境档次
自我实现需求	解决问题、重回社会、创造价值	育婴教室、健康教室、运动空间、DIY空间

3.2 家庭成员结构变化

计划生育政策在我国实施多年,“4+2+1”结构的独生子女家庭在80后和90后年轻人中较为普遍,这些年轻人的父母步入老年,家庭成员较少、老龄化严重。产妇如果在家“坐月子”,年迈长辈照顾往往力不从心,且老一辈多以传统经验为参照,难免与年轻一代产生意见分歧,轻者心生抱怨,出现矛盾,重者引发产后抑郁,影响家庭和睦;聘请月嫂,居家空间有限,且优质月嫂数量少、价格昂贵^[5]。相反,在酒店月子中心可以得到专业化、科学化“一条龙”服务,免去后顾之忧,减轻家庭负担,有利于家庭和谐。年轻产妇也可以按照个人意志做好产后恢复、科学育儿,满足家庭不同利益主体诉求。因此,随着经济水平提高、老龄化加剧以及利益诉求多元化,酒店月子中心将获得更多家庭青睐。

3.3 二孩政策积极影响

自2015年我国“二孩政策”全面实施以来,每年新生儿中“二孩”占比在40%以上,稳定了我国的人口出生率^[6]。月子中心服务是构建“生育友好、儿童友好和家庭友好型”社会的重要保障^[7]。“二孩”父母年龄多在25~40岁之间,经济条件相较“一胎”家庭优越^[8],孕育“二孩”获得了更多的家庭开支,为酒店月子中心发展提供了需求动力。

3.4 商业投资前景看好

月子中心最早出现在20世纪80年代的我国台湾地区,在我国港澳地区和新加坡、美国、韩国等国的华人聚集区也有分布。我国大陆最早具有产后恢复功能的母婴保健机构于2003年开业,此后在上海、深圳等城市陆续出现月子中心,2011年后月子中心行业快速发展^[3]。截至2019年6月,上海月子中心达到1143家、北京976家、杭

州346家,市场规模125亿元。月子中心价格差异主要在建筑规模、室外环境、服务项目及不同品牌的服务差异。一线城市月子中心价格高昂,收费在4万~10万不等,人均消费最高的北京均价67992.6元,上海、杭州、深圳位居二、三、四位。热门城市中,天津、广州等城市月子中心的性价比较高。目前我国月子中心受经济水平和人口数量影响,区域分布不均;随着行业发展和中小城市接受度的提高,走差异化、规范化路线的月子中心会获得较大发展。总体上,在消费升级、行业标准和监管政策完善的情况下,月子中心会逐渐成为刚需,发展空间较大。

3.5 酒店发展环境变化

随着我国经济的结构调整和世界范围内的疫情常态化等因素影响,酒店行业的生存和发展受到多方面挑战。面对新形势,酒店业态创新成为重要脱困手段,如接待文化创新的奢华酒店,高新技术推动的智慧酒店、低碳酒店,开拓特定客源的康养酒店、养老公寓等。此外,近年来“全域旅游”和“文旅融合”等战略,将包括酒店在内的旅游产业与其他产业融合,促进新业态产生,发挥旅游的拉动融合、价值叠加、催化集成和业态提升的综合功能^[9],为酒店月子中心业态创新提供了良好的政策条件和社会环境。

4 酒店月子中心业态创新的实践路径

4.1 创新经营模式

第一,规模运营。月子中心需要规模化扩张,提升盈利能力,与客房数量众多的酒店合作,月子中心可以通过规模运营、集中护理、标准化服务控制成本,实现规模效应。第二,品牌塑造。通过汲取国内外生殖孕产、健康养生文化养分,形成酒店月子中心特色企业文化;引进母婴护理、产妇恢复

和婴儿抚育的先进技术;做好人才储备、员工培训,提高服务水平等方式塑造品牌。第三,市场营销。月子中心消费频率低,多为一次性大额消费,对市场营销提出高要求。酒店月子中心可以和妇幼保健医院、母婴用品店、亲子乐园等服务上下游合作,通过多媒体、门店、销售团队进行线上线下共同推广;利用酒店月子中心传播优生优育、科学养育的理念知识,为创建生育友好型社会贡献力量。第四,成本控制。在不降低服务水准的情况下缩减成本,摘掉“奢侈化”标签,提供不同价位和更加灵活的产品方案,使酒店月子中心处于竞争有利地位。

4.2 完善服务体系

第一,服务性质。酒店月子中心服务不仅包括住宿、餐饮、休闲、康乐等酒店服务,更要突出医疗、康复、护理、家政等特色服务。第二,服务模式。包括以月嫂为护理人员,采用中医调理的传统服务模式;以护士为护理人员,集中托管或倒班

的日韩服务模式;重视孕妇保健、婴儿成长、母婴接触的欧美服务模式。酒店可博取3种模式之长,形成全新服务模式。第三,服务对象。酒店月子中心在服务好母婴群体同时,对父亲、长辈等家庭成员、探访亲友、月嫂等陪护者,以及月子中心人员等提供接待服务,为酒店集聚人气、拓展市场。第四,服务周期。酒店月子中心服务可从产妇出院入住,拓展到婚介服务、婚礼庆典、蜜月度假、备孕调养、健康检查、孕期疗养、预产期辅助、月子服务、出院后跟踪服务、婴儿早教、游泳洗澡、艺术摄影、瑜伽健身、亲子游乐、研学旅行等服务,形成涵盖青年群体择偶、恋爱、婚姻、备孕、怀孕、临产、产后、恢复、亲子等婚育全周期,涉及酒店、餐饮、婚庆、医疗、健康、家居、亲子、教育、旅游、美妆等幸福产业的服务体系^[10],提升适龄生产家庭的婚育质量。基于以上理念,构建酒店月子中心服务创新体系(见表2)。

表2 面向幸福产业的酒店月子中心全婚育周期服务创新体系

服务类型	服务项目	服务内容
婚前服务	婚介接待	活动设计、现场布置、邂逅场景、相亲见面、互动游戏
	情侣接待	现场布置、桌面布置、背景音乐、氛围营造、烛光晚餐
婚礼服务	婚礼接待	婚纱摄影、婚礼化妆、婚车装饰、婚礼仪式、婚礼宴席、婚礼卧房
蜜月服务	蜜月接待	浪漫空间、烛光晚餐、管家服务、泳池戏水、水疗SPA、蜜月客房
备孕服务	生活指导	健康检查、餐饮指导、运动指导、作息指导
	饮食调理	培训指导、食谱提供、送餐服务、厨师上门
孕期服务	饮食起居	饮食辅导、孕妇服装、孕妇化妆、运动健身、营养保健品、孕妇写真
	培训咨询	心理辅导、抑郁消除、胎教课程、生产指导、无痛分娩、待产包准备
月子服务	医疗护理	产后体检、护理计划、实时监控、卫生清洁、伤口护理、乳腺疏通
	生活护理	专车接送、开奶催乳、起居协助、洗头沐浴、月嫂服务、哺乳指导
	婴儿护理	体温测量、发育监测、成长档案、疾病预防、习惯养成、早期开发、婴儿摄影
	月子饮食	饮食搭配、个性定制、点心水果、家人用餐、母婴商场、外卖服务
	美容保健	中药护发、面部护理、美容塑形、妊娠斑祛除、妊娠纹修复、纤体瘦身、瑜伽体操
产假服务	来访接待	客人消毒、体温测量、下午茶服务、钟点客房、餐饮服务
	附加项目	成长相册、生活光盘、儿童保健卡、育儿保健课程、满月晚会、满月宴会、商业保险
产假服务	母亲服务	育婴课程、营养讲座、产后美容、餐饮配送、宝妈沙龙、宝妈社区、职业培训、心理辅导
	婴儿服务	抚触按摩、体能训练、洗澡游泳、婴儿用品、奶粉辅食推荐
亲子服务	亲子服务	亲子客房、亲子教育、亲水活动、研学拓展、儿童乐园、开心农场

4.3 强化服务质量

酒店月子中心服务质量管理可从政府和企业两个方面探讨。政府层面,第一,明确月子中心的国民经济行业分类,便于经济统计和行业监管。第二,加强法律法规、行业标准落实,明确民政、市场、卫健、妇联、人力等部门职责范围。第三,由卫

健部门牵头、行业协会执行,对月子中心评星定级。第四,由卫健和人力部门牵头,设置月嫂、育婴师等从业人员执业和从业资格标准,专业认证、考核培训后持证上岗。企业层面,第一,卫生管理。对服务人员进行传染病防控培训,每年进行健康体检;制订酒店月子中心卫生清洁消毒制

度^[11]。第二,服务管理。完善服务流程、建立服务标准,形成完整的管理模式;根据顾客需求,设计不同套餐,提供个性化服务。第三,数据管理。利用线上线下途径,在预约、入住、离店、后续等不同阶段,搜集顾客生理、心理、需求和满意度等数据,完善服务和营销策略^[5]。第四,评价管理。构建酒店月子中心服务质量评价体系,从顾客、管理人员和第三方等角度评价,包括基于顾客视角的前台接待、服务流程、后勤服务、环境氛围、空间布局、房间布置、安全私密、卫生消毒、膳食口味、营养价值、服务水平、服务态度评价;基于管理人员的内部管理、人员培训、组织氛围、设备维护、服务流程评价;邀请母婴、酒店、媒体等第三方专业人士的市场占有率、网络口碑、知名度、美誉度、传播量、媒体报道评价。

4.4 优化人员配备

第一,完善人员配备。月子中心从业人员可细分为月嫂、育婴师、护士等日常护理人员,妇产科、新生儿科、中医、健康管理、心理咨询等医疗服务人员,产后理疗、催乳、针灸按摩、美容美发等理疗服务人员,营养师、厨师和面点师等餐饮服务人员,客房服务、清洁服务、安保、物业管理等后勤服务人员,产品销售、客户服务、运营管理、项目策划等经营管理人员。其中,理疗、餐饮、后勤等人员可以全部或部分与酒店共享,发挥酒店人员优势。第二,加强管理培训。建立酒店月子中心人员管理制度,定期开展政策法规、职业道德、专业知识、操作技能和问题场景等的教育、培训与考核。与专业机构合作或建立企业大学,形成涵盖技能培训、门店学习、持证上岗等的培训系统。第三,开展社会协作,实现月嫂、育婴师等专业人员的在线预订、选择、支付、评价,提高酒店月子中心人员的专业化、社会化和共享化水平。

4.5 完善空间设施

第一,功能分区。月子中心一般占据酒店楼层或独栋建筑,应在酒店大堂区域设置月子中心前台接待或指引标识,帮助顾客和探访者顺利到达,同时要减少干扰。月子中心分为月子房和婴儿室等私密空间,以及访客检测室、会客室、休闲场所、健身中心、理疗室、心理咨询室等公共空间,一般不与酒店共用。月子餐饮在保证食品安全情

况下,由酒店厨房提供,可设置专门的传输通道。第二,空间环境。酒店月子中心在建筑装修、空间设计和环境营造方面,需满足月子中心的通风、采光、整洁、安全、隔声降噪等要求,满足产妇审美、情感、实用、安全、社交等需求,为婴儿发育成长创造良好条件。第三,设施配备。酒店月子中心要配置血压计、体温计、血糖仪等医疗设备,应急药箱、氧气瓶等急救设备,紫外线消毒机、空气净化器等消毒设备,产后康复仪、婴儿床、婴儿抚触台、游泳池等母婴设施;制订设施设备和用品器具的定期检查、清洁消毒、维护保养制度^[11];未来可以与智慧酒店融合,开发基于云计算的智能酒店月子中心,建设婴儿房实时视讯、产妇床边系统,配置智能穿戴设备等,实施差异化的精准服务。

4.6 做好危机管理

第一,危机应对。早在疫情爆发之初的2020年2月,我国广州市、湖北省等地就相继出台月子中心应对疫情的防控指引和防控规范等标准文件,对疫情期间月子中心的健康检查、杀菌消毒、场所通风、母婴护理、人员健康、心理疏导和废弃物处理等进行严格规定,有效指导了月子中心服务运营与复工复产。很多酒店月子中心也在第一时间成立危机管理团队,采取措施维持现金流稳定基本生存,对疫情期间住店顾客采取更严格的保护,同时配合社区做好疫情防御与控制,巩固与社区和政府的关系,同时赢得顾客信任,恢复市场信心。第二,危机恢复。国家财政和税务部门对受疫情影响较大的酒店月子中心等中小服务企业税收减免,一些地方政府还出台了金融支持与奖励政策^[12],对酒店月子中心恢复发展起到促进作用。一些有条件的酒店月子中心在不影响正常业务的前提下,为医护人员提供餐饮服务,有的甚至将部分或全部酒店设施暂时交由政府管理,改造成疫情隔离和留置观察酒店等公益设施,纳入国家应急防疫体系,通过疫情考验,提升酒店月子中心的设施档次、医疗水平与创新能力。第三,未来发展。在疫情恢复期,酒店月子中心应严格做好清洁卫生与杀菌消毒,将安全卫生作为核心业务与营销卖点;把握疫情期间出现的线上消费机会,通过线上选“月子房”、线上娱乐、线上诊疗、线上教育、线上购物和线上点餐等形式^[13],满足顾客

需要;利用机器人服务、无人售货和智能物流等技术应用场景,减少服务人员与母婴接触,既符合“无接触”的服务趋势,也能提高酒店月子中心劳动生产率;利用直播带货、短视频营销,加强广告投放和品牌营销力度,为后疫情时代酒店月子中

心拓展市场提供支持;引领健康消费潮流,以重视健康、关爱生命为宗旨,将健康理念贯彻到产品设计、服务供给和运营管理全过程,将酒店月子中心打造成健康、和谐、幸福的母婴之家。

参考文献:

- [1]戴望云.改造“坐月子”:传统、科学与市场的角力[J].广西民族大学学报(哲学社会科学版),2019,41(5):93-100.
- [2]闫臻.月子中心消费叙事:从“代际情感交换”到“经济消费认同”的女性身体建构[J].中国青年研究,2018(7):13-18.
- [3]邱弘毅.月子中心,母婴市场孕育新机遇[R].广州:新三板智库,2017.
- [4]金祖旭.电子商务市场中“她经济”模式精准营销策略[J].商业经济研究,2017(23):59-61.
- [5]艾媒咨询.2019—2024年中国月子中心行业市场需求与投资规划分析报告[R].广州:艾媒报告中心,2019.
- [6]廉维亮.共谈老吾老同议幼吾幼:全国政协人口资源环境委员会第四次人口与发展座谈会综述[N].人民政协报,2016-10-10(008).
- [7]彭训文.让人们敢生愿生“二胎”[N].人民日报(海外版),2018-08-06(006).
- [8]但菲,郝爽,许智.“全面二胎”背景下二孩家庭父母教养行为调查研究[J].沈阳师范大学学报(社会科学版),2019(6):99-104.
- [9]宋瑞,周功梅.新中国旅游管理学70年[C]//黄群慧.新中国管理学研究70年.北京:社会科学文献出版社,2019:51-60.
- [10]夏杰长,周玉林.旅游业是最具发展潜力的幸福产业[J].社会科学家,2019(5):3-6.
- [11]刘玲,王建芝,魏永学,等.GB/T33855—2017《母婴保健服务场所通用要求》[J].标准生活,2017(9):32-35.
- [12]吴淼.新冠肺炎疫情之后饭店业的提升关键与措施[J].四川旅游学院学报,2020(3):10-12.
- [13]吴静,张凤,孙翊,等.抗疫情助推我国数字化转型:机遇与挑战[J].中国科学院院刊,2020(3):306-311.

Practical Research of Hotel Postpartum Nursing Centers from the Perspective of Business Format Innovation

FU Yeqin SI Tingting QIAN Lingyan

(School of Tourism, Hainan Normal University, Haikou 571158, Hainan, China)

Abstract: Hotel postpartum care centers are profit-making organizations that provide professional life nursing and rehabilitation services for mothers and newborns just after they were discharged from hospital. It is a model of modern service industry integration and business format innovation, which helps to build a reproduction friendly, children friendly and family friendly society. Compared with the rapid development of hotel postpartum nursing centers, the research in this field is relatively insufficient. Based on the perspective of business format innovation, this paper analyzes the business format coupling of hotels and postpartum nursing centers, introduces the development status and business format innovation orientation of postpartum nursing centers; women's independent needs, changes in family structure, national policies, capital pursuit, and changes in industry development environment are the influencing factors for the development of hotel postpartum nursing centers; finally, the paper puts forward the practice path of the business format innovation of hotel postpartum nursing centers from six aspects, namely management model, service system, service quality, personnel allocation, space facilities and crisis management.

Key Words: hotel postpartum nursing center; business format innovation; coupling analysis; influencing factors; practice path