



华住酒店管理有限公司参与高等职业教育

人才培养年度报告 (2023)

(合作单位：无锡商业职业技术学院)

一、认识华住集团

华住集团 (NASDAQ: HTHT; 01179.HK), 全球领先的酒店集团, 创立于 2005 年。“华住”是中华住宿的简写, 这简单两个字蕴含了公司的伟大愿景: 成为代言中华住宿业的世界级酒店集团。“华住”的标志在视觉上同时表达向外扩张和向内交汇, 不同的汇聚产生了强大的凝聚力, 并呈现蓬勃发展意象, 寓意在华住汇聚、相遇相知并凝聚彼此; 又代表不同的梦想汇合在一起变成一个大梦想, 寓意华住人紧密团结在一起, 共同成就美好生活。标志颜色的华住蓝象征伟大的梦想, 包容四海的精神和美好的未来。华住企业哲学是“求真、至善、尽美”, 初心是“一群志同道合的朋友, 一起快乐地成就一番伟大的事业”, 愿景是“成为世界级的伟大企业”, 价值观是“价值创造、平等共生、奋斗为本取法乎上、结果导向、美好生活”, 使命是“成就美好生活”。

2022 年 7 月, 华住集团调整了组织架构, 正式成立六大区域公司, 分别为华北、华西、南方、华东、华中、东北六大区域, 并任命 6 个区域 CEO, 直接向华住集团 CEO 金辉汇报。华住集团旗下经营 25 个知名酒店品牌, 覆盖从豪华到经济型市场, 包括禧玥、花间堂、诺富特、美居、桔子水晶、全季、星程、宜必思、汉庭、海友等。其中, 禧玥作为华住旗下传承中国世代风雅的高端酒店品牌, 致力于打造一座更懂中国人的理想府邸。禧玥立足于中国一二线城市核心区域, 以宋明美学为参, 汲取“静、空、少”设计精髓, 形成“出入世, 不离市”的整体概念。以新中式的设计理念, 多元的服务特色打造更符合中国人思维体系和生活方式的酒店空间, 共享源于东方文化的雅致生活。花间堂为华住集

团旗下知名高端度假酒店品牌。2009 年诞生于丽江，以独有的花间美学，蕴含中国家文化与地域性文创的品牌内涵，擘画出城市度假生活方式酒店、主题乡村俱乐部与超级度假村三款度假类型作品。诺富特酒店、套房及度假酒店旨在为人们提供舒适、充满活力的场所，让宾客可以轻松休憩，用心享受真正重要的时刻。诺富特品牌酒店布局广泛，以宽敞、标准化、自然直观设计的客房、全天候提供的平衡健康餐饮、专属的会议空间、细致主动的员工、专门的家庭儿童游乐区、多功能的大堂，以及便捷的健身休闲设备为商务和休闲旅客提供多重服务。诺富特在全球 60 多个国家和地区拥有超过 530 家酒店。美居品牌创立于 1973 年，作为领先的个性化中端酒店品牌，已在 55 个国家拥有超过 1070 家酒店。美居酒店融合了法式浪漫的感官优雅生活方式，也注重本地特色，彰显自身个性的同时也植根当地文化传统。通过标准化的“美居质量保证”服务承诺，为宾客提供多元化的愉悦体验。华住集团旗下中高端酒店品牌桔子水晶推出 2.0 版本，锁定中高端细分市场，以“四星”的价格赋能住客“五星”的品质体验。“新水晶”回归本质与纯粹，采用胡桃木、古铜、玻璃元素，打造更具质感和高级感的空间氛围。全季酒店成立于 2010 年，隶属华住集团，中国领先的中档酒店品牌。目前已覆盖中国 31 个省级行政区，开业超过 1300 家。从东方智慧中汲取人文精神，从当代生活中提炼价值内涵，全季通过亲朋服务创造优质体验，在东方土地上，让更多人感受东方的自然得体，为 4 亿中产人群提升旅途生活品质。品牌宗旨是“感受东方的自然得体”，品牌理念是“东方、适度、人文”。星程酒店是华住集团旗下本地特色精选服务酒店品

牌，创立于 2008 年，遍布全国 150 多座城市，已开业约 500 家酒店。星程酒店以温暖陪伴、品质服务、多样体验，打造独属于每座城市的本地头牌酒店。星程那碗面，从每天的早餐开始，以一程一味的本地特色，让每位旅人收获不期而遇的美好。宜必思酒店创立于 1974 年，隶属于法国雅高集团，是全球领先的国际经济型酒店品牌，足迹遍及约 70 个国家，超过 2000 多家酒店。宜必思创造了复合型公共空间、特色鸡尾酒、宜必思可颂等特色餐饮，以舒适、时尚、活力的品牌调性享誉全球。2016 年雅高和华住在中国成立战略联盟，华住成为宜必思品牌在中国大陆、中国台湾及蒙古国的独家主加盟商。目前国内宜必思已经有 270 余家酒店，遍布百余城市。汉庭酒店创立于 2005 年的汉庭酒店，是华住集团的起家品牌，定位为“专注服务中国人，打造平价可靠、好而不贵的国民酒店”，致力于实现“中国服务”的理想，走遍中国，始终相伴。全季酒店成立于 2010 年。隶属华住集团，中国领先的中档酒店品牌。目前已覆盖中国 31 个省级行政区，开业超过 1300 家。从东方智慧中汲取人文精神，从当代生活中提炼价值内涵，全季通过亲朋服务创造优质体验，在东方土地上，让更多人感受东方的自然得体，为 4 亿中产人群提升旅途生活品质。品牌宗旨：感受东方的自然得体，品牌理念：东方、适度、人文。海友酒店是华住集团旗下标准化平价酒店品牌，创立于 2008 年。目前，近 500 家海友酒店覆盖全国 60 余座主要城市的核心位置。海友酒店以超值、方便、友好为品牌理念，打造符合大众核心住宿需求的小而美客房空间与多功能大堂空间，提倡自助化服务、绿色住、环保巾类、袋装早餐等创新住宿体验。

2010年，华住在美国纳斯达克成功上市；2020年9月，华住在香港联交所主板实现二次上市。根据2019年美国《HOTELS》杂志公布的“全球酒店集团325强”（HOTELS 325）的最新排名，华住集团位列第9，并在酒店管理公司Top10榜单上名列榜首。华住旗下汉庭品牌连续六年蝉联BrandZ最具价值中国品牌100强。截至2021年12月31日，华住集团在17个国家经营7,830家酒店，拥有753,216间在营客房，拥有近14万名员工。华住集团旗下经营29个酒店及公寓品牌，覆盖从豪华到经济型市场，品牌包括：施柏阁/施柏阁大观、凤鸣宋品、禧玥、花间堂、MAXX by STEIGENBERGER、水晶、漫心、美仑/美仑国际、城际、美居、全季、桔子、星程、CitiGO欢阁、汉庭、宜必思、海友、你好、城家公寓等，另有合作品牌诺富特、美爵和馨乐庭公寓。华住已经成为全球发展最快的酒店集团之一。华住会作为华住集团推出的会员俱乐部，也是一个高效的酒店预订平台，正为1.9亿会员提供住宿和旅途服务。2022年11月28日，华住集团发布2022年第三季度业绩报告，三季度集团净营收40.9亿元人民币，较去年同期增长16.2%。三季度集团净亏损7.17亿元，2021年三季度净亏损1.37亿元，2022年上一季度净亏损3.5亿元。

二、与无锡商职院初结硕果，未来可期

华住集团与无锡商业职业技术学院于2021年11月即达成了意向协议，后因疫情管控，于2022年6月双方实质性签署的纸质协议顺利走完双方法律程序。2022年4月2日，教育部供需对接就业育人项目——无锡商业职业技术学院华住酒店集团“店长英才”项目正式立项，该项目为定向人才

培养平台，为人才培养和学生就业开辟了新路径。华住集团为特色班学生量身打造了校企数字化管理系统，跟踪每个学生的学习与实习发展，并且将校企系统数据与集团 12 万人的员工内部 HER 系统打通，这样对于每个特色班的学生管理时间线可以延伸至集团职场发展，从而形成一个长期的跟踪，再通过这样的一个长期跟踪倒推去调整特色班的教学与管理。每个特色班均采用双班主任制，由校内班主任以及企业班主任共同管理学生日常事务，非专业教学类活动由企业班主任负责执行，其中包括职场规划，企业文化课程，思政类课程，认知实训等。企业专业课程由华住集团内部专家提供，分为线上数字化平台课程与线下专家课程。华住集团线上教学数字平台，分为 PC 端与移动端，可以方便学生老师在不同场景学习。在该平台上，华住提供超过 1200 门在线学习课程，以视频教学为主，PPT 教学为辅。课程内容涵盖了从酒店前端开发市场到酒店营建以及酒店管理运营等各方面，以及酒店职业经理人所必须的包括法律，人事，财务，个人职业素养等内容。学生老师可以通过云课堂，进行教学，课程分类推送，考核，分数统计等，方便高效。华住企业线下课程，全部由华住在职专家担任讲师。截至到目前，华住集团一共为特色班学生量身打造了 65 门课程，400 余课时教学资源。课程目前分为十大模块，分别是酒店基础知识概论，酒店前台业务知识，客房业务与管理，酒店餐饮技能与实践，酒店工程安全知识，酒店销售营销，酒店服务理念，门店基础管理，职场管理技巧，职场提升技巧。每个模块下设若干课程方向，理论与实操并行。菜单式选课，与学校现有课程有机结合，兼顾高校人才培养体系与企业实践能力培养双需

求。

2022年9月首批25名毕业生已进入华住旗下各门店实习，他们将作为店长候选人接受系统的企业实践培训。第二批“华住班”因疫情原因，开班仪式将于2022年12月初线上启动。据预测，今年将有1100多万毕业生走向就业市场，在疫情态势多变的大背景下，企业步履维艰，但华住集团与无锡商院的合作坚不可摧，双方已达成共识，笃定前行。除毕业生就业工作，双方还达成了一系列人才战略合作意向，比如教师挂职锻炼、实验室建设、教材开发等。从这个角度而言，该项目未来着实可期。

三、问题与展望

（一）存在的问题

与无锡商业职业技术学院合作在困境中稳步推进，但仍然存在如下不可回避的问题。

1. 合作协调性粗放，需要细化

受疫情影响，双方交流受制于疫情防控大环境，诸多项目仍停留在意向阶段，双方职能部门要进一步对接，协商项目落地举措，细化合作细节；

2. 战略引领偏弱，亟待加强

目前该项目仅限于具体业务部门之间的接洽，双方高层互动较弱，需要进一步增加高层之间的互动，提高合作的战略指引；

3. 反馈机制欠缺，有待完善

目前首批定向培养的毕业生已经进入企业，但毕业生对该项目的各项反馈仅限于临时性企业调研，缺乏系统的调研反馈制度和调研问卷设计，科学性有待进一步加强。

（二）项目展望

该项目初期阶段尚属顺利，后期还有大量的工作需要双方戮力同心，迎难而上。

1. 高层互访，宏观决策

疫情防控允许的情况下，安排双方高层互动考察，为进一步深入合作奠定战略基础；

2. 以点带面，多措并举

在考察基础上，双方努力寻找科研、课题合作聚焦点，围绕教材开发范围和领域、人才培养标准体系开发理念和模式、数字化背景下管理模式创新等一系列问题分期进行研讨，逐一提前部署、谋划；

3. 立足长远，换位思考

在国际国内两个市场大背景下，仍要坚持人才国际化为导向，在政、企、校三方有机联动下努力寻求“师生、校企互哺共育”之路。具体而言，不仅要关注企业拓才、学生拓业，还要关注学校教师、企业员工的系统性培养，提高人才培养的互哺性，努力实现项目可持续、校企共成长，最终实现政、校、企三方可持续性共赢。