

于佘山国家旅游度假区风景区，毗邻景色优美的月湖，是一处远离城市喧嚣、适宜休闲度假的“世外桃源”，素来深受本地及外来游客的青睐。可以说，酒店从硬件到软件，都十分符合外宾接待任务的要求。

在上海酒店界，佘山茂御也是一块响当当的牌子，它的前身是开了12年的佘山艾美酒店，于2017年正式更名为“上海佘山茂御臻品之选酒店”。

“茂御”是世茂喜达酒店集团旗下的7个酒店品牌之一。世茂集团从2004年起涉足酒店行业，先后与万豪、凯悦、洲际、希尔顿缔结合作。2017年，世茂集团与喜达屋资本联合打造了国际化酒店集团——世茂喜达酒店集团，旗下包括御榕、茂御、茂御居、世御、凡象、睿选尚品和睿选7个酒店品牌，实现了从高端全服务到中端精选服务、从城市酒店到特色度假酒店、公寓产品，以及专为中国新生代量身打造的全新生活方式酒店产品的全面落地。

佘山茂御的更名“重生”，也是在世茂喜达酒店集团诞生的2017年，世茂对这家酒店倾注的心血不言而喻。2019—2020年期间，花费逾千万元人民币对佘山茂御进行了全面翻新，使得酒店的硬件设施达到最新国际化标准，与此同时，酒店工作人员都具有资深从业经验，在服务方面可谓尽善尽美。

在此次接待第五届进博会外国使节期间，佘山茂御客房内准备了极具东方文化特色的“御茶”礼盒，以及欢迎水果、定制点心礼盒，更有问候卡、上海旅行指南手册等物件，以暖心细节服务，诠释作为东道主的待客之礼。



左图：世茂酒店助理总裁、世茂喜达酒店集团总裁刘红波。

在疫情常态化背景下，佘山茂御还通过无接触式引导入住服务、高频次无死角消杀、员工自身预防等精准防疫措施，为外国使节筑牢安全防线。

在接待期间，佘山茂御收到多封表扬信，充分体现了各国使节的肯定与赞许，亦给了酒店持续精进服务品质的强大动力。

事实上，世茂酒店本就有着丰富的外宾接待经验——从2017年厦门金砖会议，旗下的厦门康莱德酒店作为指定接待酒店；到2021年四国外长访华，旗下酒店被选为指定

下图：位于人民广场的上海康莱德酒店。



接待酒店；再到此次进博会的上海佘山茂御臻品之选酒店，世茂酒店在见证大国盛会的同时，亦让世界看到中国民族酒店品牌的崛起。

抓住机遇， 在上海市场逆势增长

对于上海酒店业而言，2022年上半年十分惨淡。尤其是大上海保卫战期间，大多数酒店生意几乎为零。

位于人民广场的上海康莱德酒店，是世茂酒店与希尔顿合作的第十一家酒店，也是上海首家康莱德品牌酒店。

一些上海市民可能对酒店名有些陌生，其实它的前身是国内唯一一家皇家艾美品牌酒店，于2006年底开业，是当时的浦西第一高楼。

刘红波告诉《新民周刊》，在今年四五月份封控期间，上海康莱德酒店也做起了餐饮外卖，并积极联系了一些小区团长，售价88元的面包篮被抢购一空，连同预制菜、炸鸡、小龙虾等外卖产品，最终销售额达到35万元。这样既让酒店的库存食材发挥了用武之地并赚回了成本，也为全域静态管理期间的魔都人民送上价廉物美的五星级酒店美食，可谓一举多得。

酒店拥有多个风格迥异的餐厅——铜餐厅是一家现代法式小酒馆，主打简约的欧式美食美酒；尚呈中餐厅打造兼具传统与创新的中式佳肴，为饕客们带来经典粤菜和海派美食；十一弄全日制餐厅则以沪上美食为亮点，提供当季自助餐及零点餐饮；欧赛朵地中海餐厅及