

郑红福 将创意经济进行到底

郑红福,大学时代从网吧网管做起,开始频繁接触互联网,从此有了一颗互联网之心。2003年毕业之后,他毫无意外地走上了互联网之路,开过连锁网吧,做过电子商务,有自己的鞋厂,自己的手机品牌,自己的化妆品公司,深谙互联网模式和品牌的推广之道。

身为湖北人的郑红福,如今在深圳有自己的家,他不愁吃穿,但始终觉得自己的事业还未真正开始。

去年,梦泰(合肥)酒店管理有限公司在合肥成立,郑红福任总经理。今年10月,K&Q潮派创意酒店旗舰店将在合肥包河区开门营业,郑红福认为是时候大展宏图了。

“创意带动潮流”,郑红福和其团队一直践行着这个理念,而K&Q酒店仅仅是其团队创意的开始。

■ 星级记者 张华玮/文 记者 李超钰/图

爱玩一族的酒店情结

“涉足过的行业很多,有赚到钱的,也有吃过亏的。”郑红福说,“我一直在寻找,寻找一个结合创意,值得投资,并能长期经营和拓展下去的事业。”

进军酒店行业,是偶然也是必然。郑红福和其团队成员经常各地奔波,并且都很爱玩,“对于我们,住酒店是常事,星级酒店、精品酒店、快捷酒店、主题酒店、民宿,我们统统体验过。国外的酒店我们也住过很多。”

住得多了,也就有了自己的想法。“星级酒店太贵,快捷酒店有些服务不到位,国内的主题酒店和精品酒店,目前形式大于内容,重点不过是房间装饰。”郑红福说,“我更喜欢民宿那种家的感觉,但有的人则喜欢奢华。”

没有定位即是定位

何为创意酒店?能有什么创意?“这个世界唯一不变的就是变。”郑红福说,“没有定位即是定位,创意来源于变化。”

在K&Q潮派创意酒店中的某个房间,“只需一部手机或平板电脑,客户就能通过APP及指纹识别,实现自主预订、支付、入住、退房,甚至远程操控房间的音乐、电视、空调、窗帘,浴缸里的水温等。”郑红福介绍,“而另一个房间,可能就是完全的原生态,没有电器,有树、有花、有草,还有一张石板床。”

服务员着装和服务,也同房间的创意相契合,而房间的创意也会不断创新,甚至能为客户私人定制。

“情人节,推开房门,窗帘缓缓拉开,她最爱的音乐萦绕耳边,灯光格外温馨,床头、墙面都是她的照片,电视中播放着你想对她说的话……”郑红福表示,创意有时就来源于客户的特别需求。

谁不想做“K&Q”?

“梦泰,取梦想、安泰之意,但不够潮流,K&Q?”郑红福笑着说,“谁不想做国王或王后?谁不想当王子或公主?K&Q,King&Queen。”

因为先期的产业积累和互联网思路,K&Q潮派创意酒店的诞生,既是郑红福团队创意的实体展现,也是他们未来产业的重要一环。

“我们有自己的鞋厂,自己的手机品牌,自己的化妆品,能自拍电影、电视剧,能提供各式各样的服务和商品。客户有权利到淘宝、京东自由挑选,我们则会根据客户的特点,以及客户的需要,为其提供我们的私人定制,有些甚至是免费的福利和礼品,我们会有自己的电子商城。”郑红福表示,这些对于他们,是“手到擒来”的事。

“通过各类创意活动及多媒体互动,我们希望营造志同道合的人际圈子,可能是文艺范的,可能是运动格调的,又或者是现代科技一族……在K&Q、在梦泰,有无限可能。”郑红福对未来信心满满。

