

热点关注

9月11日,华住集团发布公告将赴港二次上市。2010年,华住已赴美上市,对于此番转战港股市场,多位业者分析,可能与中概股在美股市场的价值被低估,希望通过二次上市的方式来实现自身应有的价值有关。

赴港二次上市 华住加速市场扩张

□ 本报记者 王玮

华住集团(以下简称华住)赴港二次上市定了!9月11日,华住在香港联合交易所发布全球发售公告称,将在全球发售股份2042.2万股,香港发售204.23万股,国际发售1837.98万股,最高公开发售价为每股368港元,每股面值0.0001美元。股份预期于2020年9月22日上午九时在港交所交易。

据了解,华住已于2010年赴美上市,目前在美股市值为132亿美元,9月11日,华住美股的收盘价为每股40.78美元,折合316港元。华住此番转战港股市场,多位业者分析,可能希望通过二次上市进一步实现市场扩张。

补充“弹药”

2005年12月华住正式运营,从经济型酒店品牌汉庭起步。公开资料显示,经过15年的发展,目前,华住旗下拥有的酒店品牌从经济型到高档酒店,十分齐全。截至2020年6月30日,华住拥有在营酒店6187家。以经营的酒店客房数量计算,华住是国内第二大及全球第九大酒店集团。

日前,华住在香港联合交易所网站上了PHIP版招股书,其近三年的财务数据也浮出水面。数据显示,2017年—2019年,华住净收入分别为82.29亿元、100.63亿元、112.12亿元。在这3年期间,公司的经调整EBITDA(非公认会计准则)利润为23.79亿元、32.69亿元及33.49亿元,而公司经营活动产生的净现金为24.53亿元、30.49亿元及32.93亿元。

然而,今年受新冠肺炎疫情影响,第一季度,华住集团净收入为20亿元。尽管华住刚刚发布的二季度

财报中数据显示,相比一季度净亏损环比大幅收窄,但净亏损额也达到了5.48亿元。值得注意的是,截至2020年3月31日,华住集团拥有现金及现金等价物18亿元,资产负债率高达91.16%。有业者分析,近两年华住的长期债务和短期债务绝对金额以及占总负债的比例都大幅增加,此次赴港二次上市,无疑将缓解其资金压力。

华美顾问机构首席知识官赵焱焱预测,华住完成在香港二次上市后,则拥有了更加灵活的资本运作空间,优化股权结构,也给投资人更多机会,更有利于其融资发展。

扩张“野心”

“华住赴港上市成功后的下一步就是加速向下沉市场的扩张。”几乎所有的分析师都做出了这样的判断。

华住在招股书中,也披露了对于所募集款项的用途,约40%将用于支持公司的资本支出及开支,以加强公司的酒店网络包括新酒店开业以及现有酒店的升级及持续维护;约30%将用于偿还公司于2019年12月提取的5亿美元循环信贷融资的一部分;约20%将用于增强公司的技术平台,包括公司的华住会;约10%将用于一般公司用途。可以说,扩张和还债是这笔款项的主要去向。

数据显示,华住将酒店网络从2017年12月31日的3746家酒店扩展至2019年12月31日的5618家酒店,复合年增长率为22.5%。即便是在今年新冠肺炎疫情暴发时,华住也没有停下脚步,一季度新开业酒店的数量达到了296家,与第一季度相比,二季度又新增234家酒店,且尚有2375家酒店正在筹备中。

不仅如此,华住方面也多次表露出扩张的“野心”。在今年一季度财报中,华住方面表示,未来三年,公司旗下中高端酒店也将进一步下沉到中国更多的三四线城市,这些品牌包括禧玥和花间堂。在二季度财报中,华住再次强调,将维持2020年全年开业1600—1800门店的速度。季琦表示,市场整合将继续加速,华住已做好准备,将在疫情危机后继续下沉,扩大市场份额。

由此可见,下沉三四线城市,实施“千城万店”战略,已成为华住未来几年的发展目标。今年5月,华住再次调整组织架构,设立华住集团和华住中国两个管理架构,由金辉出任华住中国CEO,全权负责华住中国业务。季琦表示,华住的业务重心在中国,中国市场是华住的根本和主体,这次调整能够让金辉及其团队更好地聚焦中国,而他的未来工作重心将放在创新、变革、战略、探索等领域。

情怀依旧

事实上,除了华住,今年,包括网易、京东、百胜中国在内的多个中概股公司都选择回港二次上市。为何近段时间美股市场中的中概股出现了集体回流的现象?赵焱焱分析,2018年4月,港交所修改了上市规则,允许符合条件的内地企业在港二次上市。今年4月,在美上市的瑞幸咖啡自曝财务造假,股价大跌,由此引发了中概股股价在美股市场下跌,不少内地企业估值受到影响。因此有一批企业选择私有化或二次上市等方式,来实现自身应有的价值。

但也有分析师表示,华住所面临的挑战与京东和网易不同,旅游

板块在港股历来被低估,再加上受新冠肺炎疫情的影响,旅游业变重创,选择这个时机回港二次上市,对于华住而言是一个挑战。

“不过也许对于华住来说这也是修复疫情带来的阵痛、加速发展的机会。”北京第二外国语学院旅游科学学院院长谷慧敏表示,就目前的情况而言,作为酒店股来说,此时虽然未必会获得比较好的估值,但是从中国市场和企业整体发展来看,仍具有一定的市场潜力。特别是从全球市场来看,中国疫情控制较好,在此情况下,国内企业业务又率先恢复,这个时候即便有很多市场挑战,但未来的发展也是可期的。

目前,季琦持有华住33.53%股权。前不久,身为“大股东”的他谈到了酒店业的三个阶段。在他看来,酒店业的发展已从资产重、发展慢,不过是房地产业附庸和装饰的“钢筋混凝土”阶段,发展到了大部分世界级酒店集团都采取了轻资产模式,以规模、简约、亲切为特点的“钢结构”阶段。未来则是“合金”时代,华住要升级到品牌、流量、技术“三位一体”的“合金”军团,用复合材料打造一个未来型的酒店集团。季琦的比喻颇为用心,相比钢筋混凝土来说,钢结构的荷载大,自重轻,能够建造的建筑高度也高许多。而比钢结构更轻,单位荷载更大的复合材料,广泛应用于飞机、航天飞行器中。

“钢结构可以建造摩天大楼,可以到上百层。但是,复合材料制造的航空器、航天器可以飞上天,可以飞向太空。”这字里行间透着华住未来发展的愿景。赴港二次上市也许是一个新的开始,期待身为民族品牌的华住能够在资本市场讲出更多好故事。

锦江酒店拟定增50亿元

□ 本报记者 王玮

一场危机势必淘汰一批企业,但也会造就一批企业。进入疫情防控常态化阶段,酒店行业加速整合,一场酒店企业争夺发展先机的大幕已拉开。9月3日,锦江酒店(600754,SH)(以下简称“锦江酒店”)发布公告,公司拟非公开发行A股,募集资金不超过50亿元。其中,35亿元将用于酒店装修升级项目,另外15亿元则用于偿还金融机构贷款等。

公告显示,募集的50亿资金中,35亿将用于酒店装修升级项目,主要原因是公司认为中端酒店仍有较大成长空间,且多家酒店集团逆市布局市场,使得竞争加剧。15亿用于偿还金融机构贷款,主要系公司债务负担较大,2020年1月—6月,公司净利润为2.85亿,而利息支出为1.71亿。同期公司资产负债率为63.04%,远高于同行业平均值的40.48%,其中有息负债占比为67.20%,同样远高于同行业平均值的41.20%。15亿用于偿还贷款后,预计公司资产负债率将降至62.97%,但仍处于高位。

从募集资金的去向来看,中端酒店是重点投向。锦江酒店表示,为把握酒店行业发展机遇,巩固和提高公司行业地位,推进公司品牌升级迭代,公司拟将锦江系列部分酒店装修升级为郁锦香、康铂、凯里亚德、锦江都城、丽芮、丽怡、丽亭、丽柏、欧歌·地中海、维也

系列的中端品牌和白玉兰等经济型品牌。

据了解,锦江酒店对中端市场的觊觎由来已久,2013年开始重点布局中端酒店,此后通过一系列大手笔的并购,不断壮大在这一市场的规模。为了加快国内外中端酒店市场布局,2015年—2017年,锦江先后收购了法国卢浮酒店集团、铂涛酒店集团、维也纳酒店集团。如今,中端酒店已经占据了锦江的半壁江山。截至2020年6月30日,锦江酒店旗下共有3915家中端酒店,占其全部开业酒店的44%。锦江酒店2020年上半年财报显示,报告期内公司实现净利润2.85亿元,虽受疫情影响同比下降了49.75%,但二季度公司中端品牌铂涛和维也纳实现盈利转正,铂涛收入为5.42亿元,利润1.88亿元;维也纳收入为5.97亿元,净利润为0.34亿元。中端品牌的表现给锦江酒店带来了信心。

在大多数业者看来,目前中国酒店市场已处于供大于求的状态,在当前形势下急于扩张并非明智之举。但也有券商认为,疫情加速了酒店行业洗牌,国内酒店业将迎来优化升级,长期仍有市场空间。截至9月4日收盘,锦江酒店市值371亿元,定增后摊薄总股本比例预计为15.66%。目前锦江酒店实际控制人锦江资本持股50.32%,若按照本次非公开发行股票的数量上限1.50亿股测算,本次发行结束后,锦江资本持股比例将降至43.5%。

金茂酒店私有化计划获批

本报讯(记者 王玮)9月10日,中国金茂控股集团有限公司、金茂(中国)酒店投资管理有限公司发布联合公告称,金茂酒店私有化计划获批。根据公告,金茂酒店的公司股票将于2020年10月5日上午9时起,正式撤回在联交所的上市地位。

6月12日,中国金茂和金茂酒店联合发布了一则关于一项协议安排私有化金茂酒店及公司、建议撤回上市、成立独立董事委员会及恢复买卖的公告。公告显示,金茂酒店已发行股份合订单位为20亿个,其中要约人持有约13.35亿个股份合订单位,占已发行股份

合订单位总数约66.77%;要约人一致行动人士持有合共83.45万个股份合订单位,占已发行股份合订单位总数约0.04%。金茂酒店曾预测,该建议所需的现金总额约为31.905亿港元,包括向要约人一致行动人士及计划股份合订单位独立持有人支付的款项。

7月27日中午,金茂酒店发布2020年上半年业绩公告,公告显示,报告期内,金茂酒店实现营业收入6.11亿元,同比减少50%;其中酒店经营收入3.36亿元,同比下降62%。截至报告期末,金茂酒店净亏损1.57亿元,而去年同期则为净利润1.66亿元。

对话“天府旅游名县”

南充市政协副主席、阆中市委书记张斌:

把阆中建设成为世界古城旅游目的地

近日,“一年看变化”首批四川“天府旅游名县”集中宣传活动走进了远近闻名的古城——南充阆中市。南充市政协副主席、阆中市委书记张斌就天府旅游名县的建设提升工作进行了介绍。

笔者:获评首批四川“天府旅游名县”后,阆中市对文化和旅游产业的高质量发展是如何规划的?

张斌:获得“天府旅游名县”这块“金字招牌”以来,我们一直在思考如何进一步提升文化和旅游产业的发展动能。阆中的旅游资源非常丰富,拥有名城名镇、名山名水、名人名牌,但旅游发展不平衡、不协调仍然是我们需要解决的问题。

经过调查研究、科学论证,我们认为,只有把单一的游览转变为多元的体验,把单核支撑转变为全域格局,才能进一步推动文旅产业高质量发展。因此,我们在原有发展战略的基础上,进一步细化完善,确定了文化旅游胜地、医疗康养宝地、文教教育高地、生态宜居福地“四大主攻方向”。为了实现这一目标,我们谋划了三条具体路径。

一是下好规划先手棋。利用阆中的山水风光、产业基础和旅游资源禀赋,深入研判、周密论证,规划处处是风景,时时能体验,事事可融入,人人都参与的“一核三区两带”全域旅游格局。

二是构建项目硬支撑。把项目作为推动旅游发展的重要抓手,全力招引项目,科学布局项目,加快建设项目,用项目支撑起文旅产业发展。同时,聚焦文旅产业的整体联动,进一步完善交

通、教育等基础配套。

三是提升城市知名度。利用“天府旅游名县”影响力,精心组织对外宣传,高标准、高规格举办一系列赛事活动。同时,以创建全国文明城市、国家卫生城市为抓手,优化旅游软环境,不断提升阆中的知名度、美誉度。

笔者:创建成为“天府旅游名县”已经一年多,阆中的旅游业迎来了哪些变化?

张斌:说到变化,首先就是对文化和旅游产业的定位从立足国内向着国际发生转变。

一直以来,阆中都始终把高质量建设世界古城旅游目的地作为文旅发展的目标和追求,但因地域、名气等因素所限,来阆中游客更多地集中在周边省市。针对这个问题,我们不断更新营销策略,立足更高端的平台开展宣传、借力更精彩的活动造势热场。一年多来,我们打造出“春节发源地·阆中天下稀”旅游IP,在人民大会堂举行2020落下阆春节文化博览会新闻发布会,向全世界发出了“拜春节之源,到阆中过年”的邀请;高标准举办了天府旅游名县(阆中)北京行、古城国际马拉松、亚洲大学生摄影大赛“人文阆中”等大型文体活动,使阆中的知名度、美誉度、影响力得到全面提升。2019年,到阆中的游客量

突破1440万人次,实现了“两个最大”:一是与前几年相比增幅最大,二是省外、境外游客占比最大。这也更加坚定了我们着眼国际的信心和决心。

其次是文化和旅游产业的支撑从单核驱动向多极突破发生转变。

以前游客到阆中总是“来也匆匆,去也匆匆”。随着“一核三区两带”的打造,阆中的文化和旅游产业在空间上从古城向全域拓展,我们落地了以阆中水城、阆中赛城、古城文创园为代表的重大文旅项目,古城核心区全面提质,天官院传统文化度假区初见雏形,水上游乐带精彩纷呈。特别是城周“30分钟乡村旅游带”中,江天环线惊艳亮相,五龙田园生态度假区、桥亭康养小镇等新兴休闲旅游度假区成为游客的又一追逐、青睐之地,阆中文旅产业发展呈现出百花齐放、众星拱月的全新局面。在时间上,我们从白天向夜间延伸,推出了晨钟暮鼓、走更坐堂、昼巡夜游、情歌花轿等为主题的古城“新八景”,优化提升《奇美阆中》《阆苑仙境》等特色旅游产品,扩大“嘉陵江夜景”吸引力,夜游经济蓬勃兴起,过夜游客达到游客总数的67.7%,人均停留时长超过3天。在内容上,我们从旅游向文化充实,结合下沉历史名人文化传承创新工程,精雕细琢了以“年爷爷”为名称的落下阆卡

通形象,高标准打造了以“团圆”为核心意涵的全球最大灯笼广场,顺势推出了“千龙闹新春”“万人同品腊八粥”等一系列节庆主题活动,让游客到了阆中真正有玩点、有看点、有休闲点。

第三是文化和旅游产业的带动作用从单一产业向三产融合发生转变。

一年来,我们坚持把融合带动作为产业发展的重中之重。通过推动“文旅+工业”,食品医药、纺织服装、新能源新材料、家具建材四大产业集群不断发展壮大,打造产业集群主体、观光旅游、商务会展、文化创意等于一体的文化创意产业园。通过推动“文旅+农业”,东柑、西椒、南果、北药“一带三片”四大生态观光农业产业园区全面成型,特别是随着乡村旅游的快速兴起,又助推了高质量脱贫摘帽,实现了乡村振兴破题。通过推动“文旅+服务业”,我们吸引了多家知名企业到阆中投资兴业,明宇豪雅、明宇尚雅等多家五星级标准酒店入驻阆中。在融合带动模式下,不仅文化和旅游产业本身得到快速发展,也全面激活了县域经济的活力。

笔者:下一步,阆中将如何进一步做实、叫响、擦亮“天府旅游名县”金字招牌?

张斌:针对后天府旅游名县发展时代,阆中在本级召开的文旅发展大会上

作了全面分析。我们认为,应该围绕“世界古城·春节文化”这个定位,在高标准、高质量上下功夫,“优意识”抓文旅,奋力推动文旅融合发展再上新台阶、取得新突破。这个“优”,主要体现在三个方面。

一是做优项目布局,夯实文旅基础。我们将坚持把项目作为文旅融合的“强引擎”,紧紧围绕“一核三区两带”全域旅游布局,全力招引关联项目、加快推进在建项目,推动“文化+”“旅游+”“文旅+”融合发展,不断丰富旅游业态。

二是做优营销推介,拓宽文旅市场。我们将坚持把品牌推广作为文旅发展的“主方向”,精心组织对外宣传,通过加强与西北地区主流媒体、旅行社的交流合作,参加省市组织的国际国内旅交会和招商活动等方式,深度拓展大西北广阔腹地的市场;同时进一步深化与携程、同程、去哪儿等知名旅游网站的线上合作。

三是做优区域协同,开辟文旅新程。我们将坚持把文旅发展作为融入成渝地区双城经济圈的“硬支撑”,借势借力“天府旅游名县联盟”,抢抓成渝地区双城经济圈建设、阆(中)苍(溪)南



阆中古城中天楼 梁德/摄

(部)一体化协同发展等有利机遇,全面深化与成渝地区的文旅协作发展,进一步加强与川东北地区的协调联动,共同推动“巴蜀文化旅游走廊”建设。

应该说,阆中旅游大有可为、未来可期。我们将在四川省委、省政府的坚强领导下,全面加快文化和旅游产业的全域化、多元化、市场化、国际化步伐,高标准打造成渝地区双城经济圈旅游中心城市,努力建成世界古城旅游目的地。

(白桦/文 阆中市文化和旅游局供图)



阆中全景 哈奇明/摄