

市场恢复尚需时日 本土酒店集团都在忙什么？

“不敢躺平，加速恢复。”在很多人看来，这是对眼下国内酒店企业生存环境较为贴切的形容。再冲IPO、打出组合拳、转战新市场……面对疫情所带来的压力，有这样几家本土酒店集团在重重危机下为更好地活着而努力创新、升级、迭代，他们有一股不服输的劲头。

□ 本报首席记者 王珏



图虫创意供图

亚朵集团：更新招股书 再冲IPO

从两次冲刺A股无果到转战美股，计划在纳斯达克上市，亚朵集团的上市之路备受业界关注。记者了解到，日前，亚朵集团再次向美国证券交易委员会(SEC)更新了上市招股书。自去年6月首次提交赴美上市招股书后，亚朵集团在2021年8月和11月两度更新了招股书，这次主要更新了2021年全年的业务数据。

2021年，亚朵集团净营收21.5亿元，同比2020年增长37%，净利润1.4亿元，相当于上一财年的3.7倍；截至去年底，拥有745家酒店，客房数量超过8.66万间；会员数量累计超过3000万，贡献了近39.7%的间夜量……从这几项核心数据来看，增长成为亚朵集团本次更新内容的关键词。

疫情猛烈冲击下，交出这样的成绩单实属不易。仔细翻看这份最新招股书不难发现，每一条向上的曲线都是相互支撑的。

2021年，亚朵集团共售出约1800万间夜，复购率从去年的48.7%提升至52.8%。2021年有77.4%的间夜是通过直销渠道销售的，这背后离不开3000万会员的支撑。招股书提出：“A-Card(亚朵A卡)会员计划帮助我们建立客户忠诚度并减少对第三方在线预订平台的依赖，降低了我们的成本。”

“亚朵真不错，住一次就成会员了”“亚朵是我住过的酒店里，第一个给会员送耳塞的，细节太到位了”……记者登录亚朵酒店预订官网发现，会员对于亚朵的服务评价大多不错。今年6月，亚朵集团再次升级会员体系，亚朵A卡跳出酒店场景，将阅读、咖

啡、健身、新零售等方面的众多权益进行有机组合，给会员带去更多生活便利和实惠，也为自己带来更多回头客。

目前，亚朵集团收入由管理酒店、租赁酒店、场景零售业务和其他构成。根据招股书显示，管理酒店收入占总收入的一半以上。这个数据的增长意味着加盟店的增加。酒店业遭疫情冲击的这三年，并未让亚朵集团停下扩张的脚步。2019年亚朵加盟店数量为391家，到2021年已经增加至712家，截至2021年年底亚朵仅有直营店33家。对于这样的门店构成，也有业者提醒，如何与加盟商保持长期合作共赢的关系对于亚朵集团是一项挑战。要看到，加盟商一般是非常看重业绩的，从亚朵2021年的业务情况来看，各项经营指数较

2020年有所回升，但与2019年相比仍有差距，而且这一态势并未在2022年上半年得到明显改善。虽然这是行业的普遍情况，但是否会成为酒店持续扩张的隐患，还有待观察。

不过，近三年，亚朵集团零售业务和其他收入占总营收的比例不断提升，在2021年达到2.97亿元，占全年净收入的13.8%，零售业务产生的GMV(商品交易总额)达2.282亿元，同比增长112.9%。招股书称，亚朵集团零售业务和其他收入出现显著增长，是因为酒店网络的扩展和客流量的增加、自有生活方式产品类别的增多以及良好的会员基础。亚朵集团内部人士也曾向媒体透露，零售业务突破了酒店坪效的天花板，正成为亚朵酒店的第二发展曲线。当然，亚朵是否可以由此讲出更多更新的资本故事，助其冲刺IPO成功，还需看后市发展。

格林酒店动用了所有能用的资金支持加盟商。徐曙光说，这三年，为了让加盟商在不好过的日子里过上比较好的日子，格林酒店把能够提供的资源全部提供给正在“扛压”的加盟商。

有人说，潮水退去，才知道谁在裸泳。一旦行业受到冲击，企业竞争力的强弱就会显现。在徐曙光看来，对于一家连锁酒店集团来说，竞争力强弱不只在于规模大小，拓展速度快慢，也在于对加盟商利益的保护。他说：“从酒店集团的发展来看，加盟商起到的作用最大，同时也背负着较高的风险。因此，格林酒店要想想方设法让出力最多的人获得最大的收益，并尽可能地降低其风险。”

“酒店集团的大规模发展，要和能力相匹配。如果太过激进，不顾公司整体的经营状况，不顾加盟商的利益，最终得不偿失。”徐曙光在接受媒体采访时如是说。

立华中总部。对于接连设立新总部，马英尧在接受媒体采访时透露，尚美数智未来将在青岛、上海、成都、武汉成立四个总部。青岛总部负责华北地区业务，上海总部负责华东地区业务，成都总部管理西南地区业务，武汉总部管理华中以及华南地区业务。“之所以要从一个集团分出四个总部，我们是想把一个区域当作一个单独的市场来看待。”马英尧说：“从年初开始，尚美数智的新战略就提出去集团化。分区域设立总部便于我们扎根当地。我们准备在每个区域创立一至两个符合当地特色的新品牌，并跟当地的企业进行深度合作，共同经营当地市场。”

正如一位业者所说，虽然短期内酒店行业的发展陷入萎靡状态，但是市场需求一直都在，一旦旅游市场得到全面恢复，酒店业或许会迎来新一轮的高速发展。如果酒店管理者不在这个时候紧盯市场变化，为将来的发展做好充足的准备，可能会错失重要的商业机遇。

格林酒店：打出组合拳 保护加盟商

近段时间，业界对于格林酒店的关注点有二，一是“退市”传闻，二是其计划从集团控股股东手中收购两家餐饮连锁企业大娘水饺与鹿港小镇。

“退市”传闻并非空穴来风。2018年3月，格林酒店在纽交所上市，发行价为14美元/股，总体市值约为14.42亿美元。截至记者发稿日，格林酒店股价为4.03美元/股，总体市值约为4.15亿美元。上市四年，格林酒店市值蒸发了10亿美元。5月20日，格林酒店被美国SEC列入预摘牌名单。

格林酒店在资本市场低迷的表现，也让部分业者对其接下来的发展多了几分负面猜测。在不少业者看来，15年前，格林酒店曾与7天、如家和汉庭一同被称为中国经济型连锁酒店“四剑客”。如今，相比其他三家的市场表现，格林酒店似乎掉队

了。坊间也有“格林酒店将从美股私有化退市”的传闻出现。

对于传闻，格林酒店董事长兼CEO徐曙光在日前接受媒体采访时回应：公司要私有化的传闻是不实的。在谈到如何恢复资本市场信心时，徐曙光说：“未来，我们会聘请相关咨询专家、顾问，就公司在其他资本市场运作方面进行商议，给股东和投资者一个更优质的回报。”

面对疫情所带来的困境，格林酒店计划通过打出“酒店+餐饮+娱乐”的组合拳来增加营收，通过布局社区来提升多元化经营能力。收购大娘水饺与鹿港小镇便是第一步。根据格林酒店此前发布的公告，其将从控股股东格林豪泰酒店管理集团方面收购大娘水饺全部股权和鹿港小镇83.9%股权，此次收购以美元支付，约

合人民币3.998亿元，这两宗收购将在今年下半年发生。

在一部分业者看来，大娘水饺与鹿港小镇这次的买卖是格林系的“左手倒右手”。但是在徐曙光看来，收购餐饮企业是为了补充现有的酒店业务。相比之下，餐饮服务会为格林酒店带来更稳定的收入，也能让酒店进一步扩大业态。

“从去年下半年我们就明显地感觉到，客人对具有服务周边社区属性的酒店的需求增长非常快。”徐曙光意识到，酒店想做好经营管理，就要强化面向社区的服务，这其中客人对餐饮服务的需求是最稳定的。同时，餐饮加盟门槛低，接下来这两个连锁餐饮品牌也会从另一面帮助格林酒店拓展市场。

记者注意到，应对疫情的冲击，

尚美数智：进高端市场 推智能平台

日前，尚美生活集团宣布正式更名为尚美数智科技集团(以下简称尚美数智)。截至2021年12月31日，该集团旗下的酒店数量超过5800家，已开业门店数量为3979家，三四线城市酒店覆盖率达到100%，五线城市覆盖率90%，会员数量超1.23亿。就是这样的一家酒店集团决定要全面向行业智能化平台公司转型升级，目的是帮助投资人降本增效。

尚美数智自主目前研发的三款智能产品：智能门锁、智能中控屏及AI经营管家，已经完成上线。同时，尚美数智还与涂鸦智能、美团、腾讯云达成了战略合作。在此基础上，全新智慧酒店样板间将于7月底在尚美数智产业园开放，AI经营管家将拥有动态决策的智能定价能力，在腾讯云+企业微信开放平台基础上，将出现面向酒店全生命周期管理的人工智能物联网云平台。

尚美数智创始人兼董事长马英尧说：“2022年，尚美的关键词是升级。”

更名转型只是尚美数智今年的大动作之一。该集团日前在上海举办的品牌发布会上宣布，正式拉开进军中国高端酒店市场的帷幕。

据了解，经济型酒店起步的尚美数智于2009年创办了尚客优品牌，开启了经营酒店的征程。在发展过程中，消费需求的升级让其意识到市场升级的必然性，在开拓中端市场的基础上，开始向高端市场进发。

尚美数智副总裁张刚判断，未来酒店业的规模发展依然有较大的上升空间，但行业发展的重心正在从重视扩张速度转向规模与品质并行。酒店集团高质量扩张的阶段正式到来，高端酒店是未来高速增长的重要赛道。

7月11日，尚美数智与雅高集团

达成战略合作，正式将雅高集团旗下高端品牌瑞享引入中国市场。尚美数智也成为瑞享品牌在中国地区的独家战略合作伙伴，将全权负责瑞享品牌在中国市场的开发、筹建、运营和管理工作。

目前，瑞享品牌已覆盖全球27个国家，拥有150多家运营以及开发中的酒店和度假村。中国首家雅高瑞享酒店将于2023年落地青岛。通过本次合作，尚美数智与雅高集团计划在中国开设400余家瑞享智能科技酒店，客房总数超过6万间。在马英尧看来，这次与雅高集团的合作代表着尚美数智进军高端酒店市场的战略正式落地，也将为公司持续发展迎来新的增长曲线。

疫情冲击对于酒店企业是挑战也是机遇，很多酒店利用这段时间规划全新市场布局。继成都设立西南总部后，尚美数智又于近日在武汉设

洛阳推动星级饭店与民宿结对合作

本报讯(见习记者 唐伯依)7月12日，洛阳市旅游住宿业协会“提质富民行动”启动大会在洛阳市栾川县召开，旨在推动星级饭店与民宿结对合作、融合发展。

会上，洛阳市旅游住宿业协会会长、铂尔莱国际饭店总经理马永恒介绍，洛阳将以全市四星级及以上饭店及栾川县部分民宿为试点，推行“1+5”合作模式，即1家星级饭店与5家民宿进行结对合作。

合作内容包括：星级饭店以《旅游饭店星级的划分与评定》为依托，定期组织结对民宿员工进行标准化服务流程等方面的培训；定期组织民宿员工开展日常接待礼仪、房务规范、餐饮技能、电商营销、设施维护保养等方面的理论学习和实操培训；星级饭店为民宿员工提供不少于10个实习岗位，提供一对一帮带；星级饭店每月应安排不少于3名员工前往民宿，实地开展传帮带；鼓励有条件

的星级饭店代理经营闲置民宿，盘活民宿资源。

洛阳市文化广电和旅游局相关负责人表示：“作为旅游住宿业的重要组成部分，民宿的高质量发展离不开服务、卫生等方面的标准化管理，星级饭店转型升级也需要有特色化、个性化的服务意识。洛阳将根据全市星级饭店与旅游民宿发展实际，总结梳理出可复制、可推广的融合发展经验，切实推动全市旅游住宿业实现精

品化、主题化和特色化发展，推动乡村旅游提质增效，助力乡村振兴。”

此前，洛阳市旅游住宿业协会与栾川县文化广电和旅游局签订了《星级饭店与栾川民宿融合发展合作意向书》，明确推动星级饭店与旅游民宿融合、创新发展。意向书提到，星级饭店为结对的民宿的等级评定提供专业支持，定期组织结对民宿员工开展标准化建设、服务流程等方面的培训等。

● 聚焦助企纾困 推动高质量发展

湖南住宿业 创新产品迎暑期

□ 本报记者 高慧

6月29日，工信部宣布取消通信行程卡“星号”标记，为暑期旅游市场打了一针兴奋剂。以长沙旅游饭店业为例，7月10日，记者从长沙旅游饭店协会获悉，为吸引游客入住，长沙各大旅游饭店依托科技力量方便游客住宿，依托新媒体平台加大宣传促销力度，同时，在线下举办独具特色的吸睛活动，为暑期市场添柴加火。目前，长沙旅游饭店客房入住率达80%左右，市场正在逐步恢复。

新技术添彩住宿新体验

通过关注酒店公众号，在入口注册身份信息，录入人脸识别信息，就可以直接手机预订酒店房间，还可以选取自己喜欢的房间类型、房间朝向；到酒店后，不用去前台，可以直接刷脸进电梯，直达房间，房间总控开关自动通电启动，房内各项设施随时待命。此外，还有随叫随到的机器人服务、刷脸用早餐、手机结账……7月9日，在长沙延年洋湖公园酒店，记者体验了一把完全“零接触”的全数字化客控入住新方式。

该酒店总经理彭煜翔详细介绍了酒店这套智能入住系统：“这是湖南延年酒店有限公司10多家分店里第一个用上这套智能系统的，也将会普及到以后新建的分店里。当初之所以花费100多万元建设全数字化客控入住系统，就是想给游客一个新颖的入住方式。2021年酒店营业，这套系统十分受年轻游客喜爱。不过，因为疫情防控需要，我们暂时关闭了直接入住这个环节，游客要在前台登记防疫相关信息后，才可以享用人脸识别的各种方便。”

彭煜翔介绍，作为长沙目前唯一一家全智能化、全景纯湿地态生态高端精品景观酒店，进入暑期以来，160间客房几乎天天爆满。

记者了解到，受疫情影响的这几年，湖南各大旅游饭店铆足劲苦练内功，完善硬件，打造全新的智能化入住新体验，智能入住机、智能音箱、机器人等已经成为不少酒店的标配。

6月16日，在长沙万豪酒店举行的2022环球旅讯数智论坛(DIC)长沙站上，丽呈和一酒店管理集团总裁罗江华认为，未来智能化会成为酒店的标配。从投资人的角度考虑，智能化解决的是酒店的投入产出比，通过智能控件降低人力成本的同时，提升酒店运营效率。而从消费者角度而言，智能化已成为日常生活的一部分，便捷高效，可提升其在酒店的体验感。

善用平台吸引年轻客群

抖音等平台一定程度上改变了人们的生活方式，通过大数据分析实现了由人找货向由货找人的转变，根据游客自己的兴趣爱好，抖音会投其所好向部分喜欢旅游的人士推荐各种景区、酒店、民宿等文旅产品。

“五号山谷”作为湖南知名民宿品牌，在抖音平台有着数十万的粉丝，其负责人介绍，已经很久不在其他客户端售卖房源了。“一方面各平台佣金问题不断，另一方面自主性不够，平台给出的价格很可能扰乱市场。我们现在在抖音上开通了账号，做直播，卖风景，打造网红民宿，效果非常好，每到周末，房间都会售罄。”

拥有6亿日活的抖音成为酒店获取流量的必争之地。近年来，除精品民宿外，中高端酒店也开始在抖音投入大量精力。

作为度假酒店，湖南郴州莽山森林温泉酒店的无边泳池、温泉、山野民宿都是让抖音用户眼前一亮的场景。莽山森林温泉副总经理袁大鹏介绍，在流量时代，为了迎合用户需求，莽山森林温泉酒店在营销上正在“去酒店化”，尽量以场景度假的形式进行呈现。酒店产品能否获得市场认可需要满足一个等式，即酒店端场景+服务+内容=用户端时间+费用=心情+记忆+体验。“前者是交易交换过程，后面是评价与复购决策的起点，价值交换和评价反馈是否对等，就决定了等式是否成立。”

据介绍，自2018年建设抖音账号以来，截至目前，莽山森林温泉酒店在抖音形成了2个官方账号加N个素人账号矩阵模式，累计粉丝量超过200万。袁大鹏说：“最近一场直播的成交总额达到50万元。但是受疫情影响，目前旅游产品的核销率不高，仅50%，目前暑期到来，这种情况会得到改善。此外，随着抖音团购功能的加入，越来越多的团购带货达人参与进来，相信通过抖音等短视频平台，酒店释放的购买力会更大。”

除了抖音平台，今年6月，长沙顺天凯宾斯基酒店在微信公众号做了两次直播，酒店负责人介绍：“这两场直播播放效果超过预期，现场预订餐饮和客房的金额达到了五位数。将来，我们还会考虑通过这样的方式和客户粉丝互动。”

业务延展推动快速复苏

同程旅行显示，取消通信行程卡“星号”标记后，全国酒店搜索量较前日同一时段上涨220%。

在长沙，为吸引更多游客前来入住，各旅游饭店积极策划线下活动塑造品牌，增强吸引力，提高吸金力。

7月8日，湖南金叶神农大酒店上线升学季特惠活动，针对高考生和中考考生推出五大礼遇，凭高考证或中考证可以享受考分抵减餐费、享受特价套餐、立减现金等优惠。

长沙高考生小李看到推文后，立即告诉家长，家长在酒店定了一桌宴席。“每3分可折现金1元，在获得优惠的同时，也再次庆祝孩子取得的高考好成绩。”

7月6日，浏阳希尔顿欢朋酒店与相关旅游企业合作开启红色党建之行、亲子之旅，推出秋收起义纪念馆等线路，并打造亲子主题房间，游客不仅住得好，还可以唱红歌、学习红色文化，开启一段红色旅程。

浏阳希尔顿欢朋酒店负责人介绍，线路推出后，吸引了大批团队和散客前来体验，截至目前，182间客房几乎每天都有160多间房卖出去，特别是刚刚过去的这个周末，售卖客房173间。“红色党建之行会一直做下去，也会对线路产品进行进一步优化和补充。”

7月5日，随着长沙北辰洲际酒店“追风逐电，开心‘洲’游”的假期营销拉开序幕，推出含下午茶或小剧场演出的套餐，酒店客房自7月开始几乎每天都在满房状态。与此同时，酒店建设了特斯拉充电桩，绿色环保的举措助力电动车主安心自驾游。

进入7月，长沙各大酒店的活动如雨后春笋般出现。湖南旅游饭店协会负责人介绍，行程码去星、旅游专列开通、隔离时间缩短等利好信息正在刺激文旅市场快速复苏。酒店业积极策划线下活动，推出各种优惠措施吸引游客入住，有利于重塑旅游饭店品牌，提高旅游饭店消费潜力。从目前住宿市场反馈来看，这个暑期，湖南住宿市场会更加火热。