

业绩承压 国内酒店集团转投中高端市场

日前,主业在中国大陆的上市酒店企业均发布了2022年半年度报告。财报数据显示,只有华住、锦江酒店、首旅如家的营业收入超过了10亿元。营收过亿的酒店集团仅有8家,包括金陵饭店、华天酒店等“老字号”。面对业绩持续承压,酒店人不断探索创新,为生存,为突围,为下一站幸福的到来。

□ 本报首席记者 王玮

今年上半年,国内酒店集团“三巨头”可谓艰难前行,无一例外地出现了大幅亏损。

净利润下滑速度最快的是锦江酒店。报告期内,锦江酒店实现合并营业收入50.43亿元,比上年同期下降4.18%,实现归属于上市公司股东的净利润亏损1.18亿元,比上年同期下降2637.79%。

锦江酒店方面表示,营收及净利润下跌原因,主要系公司旗下境内有限服务型酒店运营受疫情影响较大。尤其受上海春季疫情影响,4月份,改集团境内酒店整体平均RevPAR(平均可出租客房收入)下降至2019年同期的54.35%。

首旅如家也同样出现“双降”的情况。据财报,首旅如家实现营业收入

其实,中高端市场的日子并不好过。对于金陵饭店、华天酒店、君亭酒店等以中高端酒店为主战场的酒店集团来说,今年上半年同样是各有各的难处。

金陵饭店在上半年实现了营业收入的小幅增长,以6.58亿元成为这三家酒店集团中营业收入最高的。然而金陵饭店也是利润下滑最多的一个,实现归属母公司所有者的净利润306.72万元,同比下降81.65%。对于利润同比下降的主要原因,金陵饭店在财报中作出了说明,除了受疫情反复影响导致客源下降等因素外,上半年,公司根据相关政策要求,对于写字楼、商铺等小微企业租户给予了三个月的租金减免,导致租赁收入较上年同期有所下降。

在今年4月收购君澜酒店及景澜酒店品牌的君亭酒店,今年半年度实

加大产品创新研发力度,开拓新的业务增长空间……有业者说,为了应对疫情下复杂多变的市场环境,酒店业在近三年几乎使出了十八般武艺。

前不久,君亭酒店发布2022年定增预案,拟向特定对象募集资金总额不超过5.17亿元(含本数)。本次募集资金扣除发行费用后拟投资于新增直营酒店投资开发项目和现有酒店装修升级项目。据悉,公司拟在未来三年内,在全国各大核心城市分三批次建设15家酒店,均为公司直营中高端精选服务酒店。

华住也于近日宣布,在品牌发展层面将聚焦高质量扩张路线,未来不再发展经济型板块的软品牌,并将在一至两年内加速退出经济型软品牌

□ 本报见习记者 唐伯依

今年中秋假期,不少游客选择了短途探亲游、郊区周边游,与此同时,关键词为赏月、星空、温泉等的度假酒店受到不少客人青睐,显示了游客对节日氛围感需求的不断增长。受到疫情影响,大众的出游半径大大缩短,微度假、“宅酒店”成为大多数人出游的首选,而这也催生了酒店更多的新玩法和新探索。

周边市场受青睐

中秋假期,在多地倡导市民就地过节的背景下,不少人选择以“市内微旅行”和城市周边郊野度假休闲的方式度过中秋假期。驴妈妈旅游网数据显示,IP主题酒店、滨海酒店、乡村特色民宿等在预订中表现抢眼。

北京金陵饭店总经理夏良告诉记者,从携程、美团两个平台来看,北京市区内的酒店预订量较低,郊区度假型酒店预订火热,消费人群主要是北京的市民游客,多为亲子、家庭类。

“今年中秋,客人多数持观望态度,提前预订的人数下降,主力消费人群集中在80后、90后,以露营、度假为主题的酒店更受欢迎,游乐园及景区周边的酒店热度比较高。德胧集团位于杭州市区及近郊的几家度假



图虫创意 供图

“三巨头”押宝中高端

23.31亿元,同比下降25.88%;归属于上市公司股东的净亏损为3.84亿元。

尽管华住在上半年实现了营业收入的增长,但却未能避免亏损。数据显示,2022年上半年,华住收入为61亿元,同比增长2.5%;归属华住集团的净亏损为9.8亿元,而2021年同期的净利润则为1.3亿元。

值得关注的是,国内疫情波动减弱后,“三巨头”的业绩都出现了反弹。比如,华住的RevPAR于6月恢复至2019年水平的86%,并于2022年7月进一步提高至90%。

短期来看“三巨头”的业绩承受着不小的压力,但与此同时,各家都在快

马加鞭进行市场布局,并将目光投向中高端市场。

财报显示,上半年首旅如家集中资源大力发展中高端酒店。截至报告期末,首旅酒店中高端酒店数占比提升至24.44%,受益于中高端产品占比持续提升,报告期内,首旅酒店中高端产品占酒店收入达到50.70%,较2021年全年增加3.82%。

有业者表示,休闲旅游成为新生代消费者的生活方式之一,加速布局休闲旅游新业态也成为头部酒店的竞争方法之一,押宝中高端酒店市场是不错的突破口。

华住旗下以人文特色为核心的精

“老字号”也有新思路

现营业收入1.40亿元,比上年同期减少4.08%,实现归属于上市公司股东的净利润1473万元,比上年同期下降43.77%。君亭酒店在财报中解释,第一季度,集团旗下酒店综合经营指标均较去年同期恢复较好,第二季度,由于受到上海疫情的影响,长三角的商旅出行受到限制,酒店平均出租率为42.77%。

华天酒店今年上半年实现营业收入约2.24亿元,同比减少26.62%,实现归母净利润-1.23亿元,与上年同期相比,亏损幅度收窄。对华天酒店来说,最大的危机在于近年来其主营业务几乎一直处于亏损的状态。虽然,2021年华天酒店营业总收入为5.94亿元,在营

业规模变化不大的情况下实现扭亏为盈。但从财报信息来看,实现扭亏为盈的关键在于华天酒店股权转让贡献的投资收益4.04亿元,与主营业务的运营情况并没有太大关系。

尽管业绩表现不佳,但是这几家酒店集团依然没有停下在中高端市场开疆拓土的步伐。不过,与三巨头相比,可以用“规模发展稳中有进”来形容。与此同时,记者注意到,金陵饭店和君亭酒店叙述报告期内主要完成事项时均提到了数字化转型。君亭酒店称,上半年,公司正式启动实施集团的数字化转型,完成集团下属酒店PMS的系统切换准备工作和君亭、君澜、景澜集团的会员体系融合方案,计划在第三季度

更考验核心竞争力

市场,增加优质品牌集中度,从而提升酒店网络中的整体酒店质量。

从上述信息已经可以明显感受到,布局中高端市场是各酒店上市企业早就谋划的战略,只是各家的方式不同,有的直接通过收购、并购,有的靠轻资产特许经营模式加速,还有的通过装修改造品牌旗舰店吸引加盟者,增加加盟费收入,实现小投入大产出。但在拥挤的赛道中,也有业者开始质疑到底能有多少赢家?

对于为何中高端酒店关注度越来越集中,北京第二外国语学院旅游科学学院教授谷慧敏解释道,之前,经济型酒店的投资回报较快,但是现在

随着市场的变化,经济型酒店的能源成本以及人工成本的优势被削弱,相对而言,中高端酒店的收益会更高一些。根据STR的样本数据,2021年高端和中档偏上酒店产品的GOPPAR(单间可售客房经营利润)达到了2019年同期的112%。此外,从融资的角度来说,中高端酒店在资本市场上的价值比经济型酒店更高。

事实上,目前中高端市场的连锁率还处于低位,在很多业者看来,确实有比较大的发展空间。当然这也跟消费升级和中产消费群体的快速扩大,以及经济型酒店和豪华型酒店的消费转移有关。如今摆在酒店集

此心安处是吾乡 双节市场重文化

览、打卡。

花好月圆人团圆

体验云里夜市,制作秋月团扇,看一出月下好戏,在星光下等圆月升起……中秋假期,杭州富春芳草地度假酒店推出了“月夜之下 芳草有声”主题活动,让客人沉浸式体验中秋文化之旅。

记者在采访中发现,像杭州富春芳草地度假酒店一样推出中秋主题性活动的酒店很受客人欢迎。相关数据显示,今年中秋假期推出“中秋”特色主题套餐的酒店民宿数量同比增加43%。比如,安吉帐篷客度假酒店推出了中秋主题活动,游客白天可以骑行、垂钓,享受山野之趣,晚上则可以亲水平台上赏月饼、品白茶、温酒吟诵,感受古人“对月而坐”的浪漫。

团圆是中秋节永恒的主题,针对作为出游主力的家庭客群,不少酒店拿出了契合主题的产品。

“中秋假期,很多客人都是带小朋友一起出行,对此,我们推出了中秋特惠的家庭房型。中秋节当天,我们还准备了各种口味的月饼,大家一起

品度假酒店品牌花间堂和旗下花间系列品牌正在着力拓宽高档休闲度假市场的发展路径。设计师品牌漫心则在近期迎来了第100家店开业。瞄准存量市场的美仑品牌也在积极挖掘更多物业翻牌机会。

“下沉城市蕴含着比一线城市更多的商业机会。”这已成为三巨头的共识。拓展中高端市场同样遵照这一法则。

比如,今年第二季度末,锦江酒店(中国区)在广西南宁开启主题为“老友相聚,邕城有戏”的投资人活动,其间,锦江酒店旗下中高端品牌锦江都城酒店展示了其在区域市场的竞争力和发展潜力。有业者分析,这两年,南宁酒店业迎来新的发展高潮。锦江酒店旗下的中高端品牌也想通过下沉市场,成为南宁酒店市场的一抹亮色。

完成会员融合。金陵饭店则聚焦电商、直销和集采,以特色定制化产品推动线上销售,促进数字化平台功能向效益转化。上半年,公司自建线上销售平台“尊享金陵”总销售额近5000万元,金陵贵宾会会员客房预订直销比例不断提升,成员酒店集采平台上半年采购额突破4800万元。

横向来看,这三家酒店集团都是以酒店经营与管理为核心主业,但相对来说,金陵饭店和华天酒店的业务更加多元一些,也让他们在多方承压的情况下,能有更多机会找到业务增长点。比如,华天酒店大力发展酒店商贸及洗涤、家政、物业、安保等生活服务业,2021年实现营业收入2469.88万元。截至今年6月底,公司生活服务业营收占总营收比例由2021年末不足5%提升至8.44%。

团面前的是如何做好高端酒店品牌的探索?这需要深度思考,精心运营。“酒店应精选理想的地点,精选细分的优势,确保具有持续的核心竞争力,才能够得到持续的红利,确保收益率。”华美顾问机构首席知识官、高级经济师赵焕焱分析道。

中高端市场究竟是蓝海还是蓝海,这些上市酒店企业又能掀起多大的浪花,新一季的财报或许会有所表现。

有业者分析,从长远来看,国内酒店集团品牌逐渐丰富、开店势头也比较强劲,在下沉市场的排兵布阵以及对休闲业态的布局都要快于国际酒店集团,随着各方面优势的凸显,接下来的绩效表现有望得到改善,并不断释放盈利空间,加之目前市场信心正在恢复,酒店市场或将迎来较大反弹。

积极抗震救灾 彰显大爱精神

——一位甘孜民宿经营者的爱与担当

□ 陈俊成 本报记者 白桦

“磨西,你的孩子回来了!”9月5日下午,四川省甘孜藏族自治州泸定县发生6.8级地震后,“古道别院”民宿的经营者谭丹哲采购了一车矿泉水和方便食品,火速从外地赶回泸定磨西镇,全力投入抗震救灾工作。

为救援专家提供住宿、协助开展房屋安全鉴定、解决救援人员吃饭问题……谭丹哲一刻也没有停下来,全力投入抗震救灾工作中,彰显了一位民宿人的大爱精神和社会担当。

彰显爱与担当

9月5日12时52分,泸定县发生6.8级地震。震中为磨西镇附近的海螺沟冰川森林公园。地震发生后,当地与外界的通讯一度中断,震中及附近部分水、电、交通等基础设施也受损。

地震当天中午,谭丹哲正在甘孜州道孚县,在安排好手头的工作后,谭丹哲立即采购了方便食品等物资,冒着余震不断的危险驱车赶往磨西镇。

抵达磨西镇后,谭丹哲赶往抗震救灾指挥部,主动请缨参与抗震救灾工作。因具备丰富建筑经验,他被分去协助开展鉴定房屋受损情况。随后,谭丹哲与甘孜藏族自治州住房和城乡建设局相关人员分成9个小组,对磨西镇的房屋进行摸底调查。

“大家都很累累,但眼睛里边透露出的坚毅。”谭丹哲说。

谭丹哲还迅速组织员工查验了“古道别院”房屋情况,仔细确定每一道梁柱和每一面墙体是否出现裂缝。“在打造别院时,我们是按照8级以上的抗震标准来进行修建,因此房屋没有受到此次地震的影响。”在确定“古道别院”完好无损后,他又受托负责部分救援队的100多名救援人员的物资和吃饭问题。其间,他和“古道别院”的员工们不惧艰辛、克服重重困难为救援人员及时提供食物。

9月7日晚,“古道别院”正式通电通水通网,成为当地住宿业中首家恢复正常运营的民宿。“古道别院”一切收拾妥当后,谭丹哲决定将它腾出来用于为参与救援的各方人员提供免费住宿、茶水、洗热水澡等后勤保障服务。

“自己淋雨也要为其他人撑伞,这是别院的使命,也是我对磨西这一年的感谢。这世外桃源,让我安心蜗居,希望磨西早日恢复如初。”谭丹哲说。

情系传统文化

“民宿为致敬茶马古道的历史而建。”谭丹哲的“古道别院”民宿位于磨西镇内,按川西穿斗式建筑风格打造。

“这块土地上有很好的文化土壤。”2006年,谭丹哲怀着对中国传统文化的崇敬,离开了学生工作长达十年的澳大利亚,回到祖国的怀抱。随后,他花了两年时间到全国各地观赏风景、体悟文化。

2014年,谭丹哲受邀维修磨西镇天主教堂。从事建筑业多年的他,在看到磨西镇的古建筑时,内心充满了震撼和渴望。“中国的建筑是力量感和美感并存的,值得我们去传承!”随后,谭丹哲决定留下来,做这些古建筑的传承和守护者。同年,他投资3000万元创立了甘孜州古道别院有限公司,踏上了高品质特色民宿打造之路。

“别院的主题是茶马古道上‘背茶人’的故事。”谭丹哲说,在随后的设计、施工时间里,他几乎天天扎在磨西镇,甚至连砖都是自己烧、木头都是自己扛。

2018年9月,“古道别院”正式面世进入运营阶段,以独特精美的建筑风格,吸引了大量国内外游客,并很快在当地形成了强大的带动效应,于去年获评全国首批甲级旅游民宿,成为海螺沟乡村振兴的优秀案例。

“民宿不是我的主要目标,我想把这种建筑文化传承下去。”谭丹哲说他并不追求火爆的人气。疫情之前“古道别院”每年能有150万元左右的营收。虽然近几年受制于疫情,但“古道别院”的总体收入并不比疫情前低。

立足长远发展

9月12日,四川省在甘孜州泸定县、雅安市石棉县同时举行悼念活动,深切哀悼在“9·5”四川泸定6.8级地震中遇难的同胞。同日18时起,四川终止省级地震一级应急响应,应急救援阶段转入过渡安置及恢复重建阶段。

“愿磨西再次绽放。”9月12日,在磨西镇参加完悼念活动的谭丹哲,在微信朋友圈写下自己对震区恢复的希望。

“甘孜州是康巴文化的主体和腹心,这片土地离自然很近,贴近自然本身的本质,我很喜欢这里,在这里能汲取到丰富的文化。”谭丹哲说,甘孜州立足长远与优质发展旅游业,让他十分看好当地的发展前景。

“希望更多有情怀的人能来到甘孜州,这片圣洁美丽的土地,值得我们如此付出。”谭丹哲说,他刚到海螺沟的时候,当地还只有几家农家乐和普通宾馆,现在已经成为高品质网红民宿的聚集地。“这说明甘孜旅游很有潜力!”

目前,谭丹哲再次投资且亲自操刀设计施工的另一家民宿“八美别院”正在甘孜州道孚县八美镇上拔地而起。“‘八美别院’将以民族文化为主题。主要是讲述当地世居民族的生活文化以及他们和自然共生的理念。”谭丹哲认为沟通是民宿的主要功能,“八美别院”同样采取精而美的理念来打造和运营,这样能够给入住客人提供更好的服务品质,大家也能更好、更深入地交流。

“这里有顶级的自然和文化资源,在这次抗震救灾和疫情防控中,我们看到了党和政府的强大组织力,社会各界团结抗震的大爱精神。甘孜一定会迅速恢复,旅游发展也会越来越好。”在与记者交谈中,谭丹哲笃定地说。

目的地深度攻略,同时叠加多种折扣优惠,助力酒店销售数据的转化。

此外,各酒店也在结合自身与在地资源优势,继续寻找新突破、开拓新产品。

杭州博奥开元名都酒店9至10月在接待培训类会议、各行业协会会议等参会商务人员方面发力,比如,结合杭州国际博览中心举办大型展览活动时的用房需求,提前与其周边的协议单位、国有企业、政府机关等进行联络,做好接待安排,进而提升酒店营收。

北京金陵饭店将推出价格在千元以内的一价全含打包产品,与周边景点进行联动,比如与北京798艺术区、中央美术学院美术馆、国家体育场、国家游泳中心等洽谈打包合作,丰富客人的假期生活。“此外,针对当前中小型会议需求量较大的市场状况,我们还将深耕商旅市场,推出‘中小型会议专家’服务产品,进一步优化商务客人的体验,满足其对办公及高品质住宿环境的需求。”夏良说。

有业者提醒,在当前和接下来的一个时期,市场仍存在不稳定性,各酒店应该以更高品质的产品取得更多消费者的信任,在强化疫情防控的前提下,继续做好开源工作,寻找更多机会。