



酒店业：变局与转型

丁明豪 梁伯宇

据世界旅游组织预测:到2022年中国将成为世界第一大旅游目的地国。整个东亚及亚太地区接待旅游者人数将达4.38亿,而中国至少在这一区域市场中占到31%,即每年将有不少于1.37亿的国际旅游者到中国旅游。

许多人认为酒店行业是一块大肥肉,是一个高利润的行业,然而2017年7月万达集团转让76个酒店项目成为业界的焦点,大家纷纷表示看不懂这背后有着什么样的隐情,也使得众多投资者望而却步。而王健林在接受媒体采访时表示,转让项目能大幅降低万达商业的负债,并进一步实现轻资产化运营。但这个说辞显然是不被大家接受的,那么酒店行业这块肥肉,我们是吃还是不吃?到底该怎么吃?

酒店行业进入调整期

近年来,中国经济下行,产业发展环境发生变化,国家出台反腐政策,导致酒店业业绩下滑、格局波动,酒店业遭遇寒冬,进入调整期。

截至2016年12月底,国内酒店市场仍以经济连锁酒店为基础,其占比为73%,中档超过高端,占比达7%。经济连锁酒店是中国住宿市场中发展最为成熟的类型之一,而且占据较大的市场比重。

然而,在消费者需求日渐多样化的今天,经济连锁酒店因品牌同质化等问题,发展速度每况愈下。根据国家旅游局数据显示,截至2011年底,全国星级酒店数量为11676家,其中五星级酒店615家,四星级酒店2148家,三星级酒店5473家。到2016年第四季度,共有10157家酒店通过省级旅游部门审核,包括五星级酒店809家、四星级酒店2367家、三星级酒店4937家。2013年星级酒店亏损20.88亿元,是除了2009年全球经济危机以外,近十年来的首次行业亏损。2014年业绩下滑更加严重,亏损达59.21亿元。另外,各星级酒店的盈利情况令人揪心:除了一星级和二星级酒店外,三至五星级酒店利润率一路下降,2014年五星级酒店利润率更是逼近负值,四星级酒店2013年和2014年利润率全为负值。中国酒店盈利和生存空间跌至生存线上下,市场需要做出调整。

并购整合联盟潮兴起

2015年,携程、去哪儿、艺龙三家整合在一起,让酒店业目瞪口呆。同年锦江与铂涛合作,超过如家+莫泰成为国内经济型酒店行业的第一大集团,让业内大吃一惊。万豪收购喜达屋,成为全球最大的酒

店集团,合作后的喜达屋拥有5000多家酒店,100多万间客房,比希尔顿多出1.5倍左右。万豪收购喜达屋不光引起了业内的轰动,更引起了全球消费者的关注。

2016年并购整合联盟潮继续兴起,如家、锦江、铂涛、首旅四大巨头纷纷合并,原来的六大金刚只剩华住与格林豪泰还在自主经营。但不排除未来华住与格林豪泰合并的可能性。2016年初,国内酒店上市公司首旅酒店并购如家,并购完成后,首旅酒店成为仅次于锦江+铂涛的国内第二大酒店集团。重组后的首旅进入全品牌布局。

其实并购整合联盟潮的出现并非偶然,近年掀起大宗住宿企业的合并,使得市场集中度大幅度提高,出现了强者愈强的马太效应。其结果是,经济型连锁酒店集团的平台效应显现,单体酒店、小规模酒店生存的环境更加困难。另外,大量平台的业务交叉重叠、企业之间的价格战竞争、野蛮扩张的企业法则,都导致了并购整合的产生。由此看来,酒店业的合并将成为我国现阶段中高端酒店不断规模化的一个重要路径。

酒店行业的品牌效应

从事酒店行业,品牌的选择尤为重要。截至2016年12月底,酒店市场中,品牌连锁酒店占比仅约10%,品牌化竞争尚未形成。

在这个看重品牌的时代,人们会有意识地选择自己信赖的品牌酒店。简单地说,一个有着好品牌的酒店会更容易在市场上立足。加盟者在选择品牌时,避免选择加盟费低且无品牌的酒店,应该选择快捷酒店市场上比较有影响力的品牌,虽然加盟费比较高,但是会使投资者减少很多麻烦。快捷酒店由于发展时间较长,拥有较高的品牌知名度和完善的连锁网络,前期就能获得不错的经济效益,连最头疼的酒店装修也不用发愁,便利酒店装修风格一致,会员多潜在客户也多。

但是这些大品牌的快捷酒店主要在一线城市开展加盟业务,单店规模也大,由此导致加盟者在加盟初期需要投入大量的资金。大城市便捷酒店的竞争激烈,快捷酒店的密度过大,也会影响新加盟店的入住率。针对部分加盟者有心投资快捷酒店却无力承担高昂的加盟费用,快捷酒店制定了一系列的措施大幅降低加盟者的加盟费用,为业主提供了全新的加盟选择。另外,虽然目前中档酒店市场潜力大,但却陷入有市场无品牌的困境。

新兴模式的兴起

为满足消费者的多元化需求,民宿、

客栈、共享住宿的市场需求迅速增长,新的发展趋势与格局正在逐渐形成。时下越来越多的游客更加青睐自主、个性的旅行方式,因此,在线租赁发展迎来了“风口期”。

非标准住宿(所谓非标准住宿,是有别于传统酒店,由个人业主、房源承租或商业机构为有旅游度假、商务出行及其他居住需求消费者提供的除床、卫浴外,更多个性化设施及服务的住宿选择。)并没有统一标准,拥有个性化程度高,价格、使用面积与设施成正比、性价比高的优点。据商务部发布的《中国住宿行业发展报告2017》显示,中国住宿类型市场规模占比最高的为包含民宿客栈与度假酒店等细分类型的“其他酒店”。

2017年初,金融分析公司海纳国际集团统计的数据显示,2018年全球民宿预订市场将达1060亿美元,将占全球酒店客房预订份额的19%。易观咨询数据显示,近三年来,民宿市场的增长率一直保持在60%,2017年市场交易规模预计突破120亿元。

而共享住宿的模式,旨在为旅行者提供低廉的住宿与融入当地的独特体验,由于共享住宿的性价比较高、当地空闲的房子也能部分变现,受到了游客和当地人的欢迎。国内多家共享住宿模式企业吸引了大量资本注入,市场表现活跃。共享住宿中,途家网、小猪短租发展较好。2015年7月初,小猪短租宣布获得由愉悦资本领投的6000万美元的C轮融资。2015年8月初,途家联合创始人兼CEO罗军宣布,途家完成了新一轮3亿美元融资。持续不断的巨额资本注入使“非标住宿”的未来发展不容小觑。非标住宿的兴起,可能会和经济型酒店形成竞争格局,争抢市场,从中远期看,酒店业的新兴模式还可能影响到中国部分传统品牌酒店的经济效益,对中国传统酒店造成一定的冲击。消费市场的萎缩,也会导致星级酒店自降身价抢客。

“互联网+”融入行业

近年来,“互联网+”已成为所有行业都绕不开的一个词。

互联网主要应用在酒店行业的销售环节中。第三方在线住宿预订平台的兴起,使得“互联网+酒店”的运营方式对住宿企业日益重要。据前瞻网信息显示:2015年第三季度,中国在线住宿预订市场交易规模达到249.83亿元人民币,环比增长28.0%,同比增长82.2%。据艾瑞咨询《2016年中国在线旅游行业监测报告》显示,2015年中国在线住宿市场规模达901.8亿,同比增长42.6%。(下转第六版)

主要酒店类企业 (部分)

(排名不分先后)

锦江国际酒店集团

上海锦江国际酒店(集团)股份有限公司主要从事酒店营运、管理与特许经营、餐厅营运、客运物流和旅行社等业务,锦江酒店于2006年年12月在香港主板成功上市。

如家酒店集团

如家酒店集团创立于2002年,2006年10月在美国纳斯达克上市,成为中国酒店业海外上市第一股。如家酒店集团旗下现有五个酒店品牌:和颐酒店、如家精选酒店、如家酒店、莫泰酒店和云上四季酒店。

华住酒店集团

华住酒店集团是国内第一家多品牌的连锁酒店管理集团,于2005年创立。2010年3月26日,“华住酒店集团”的前身“汉庭酒店集团”在纳斯达克成功上市。

铂涛酒店集团

铂涛酒店集团从出行与休闲生活体验和价值诉求出发,打造会员和品牌创建两大战略平台。目前,铂涛集团业务涵盖酒店、公寓、咖啡连锁、艺术品公益平台等。

格林豪泰酒店集团

格林豪泰酒店管理集团是由董事长徐曙光携手多家美国公司于2004年11月联手在中国创办的专业化酒店管理集团,是中国商务连锁酒店的领先品牌。

维也纳酒店集团

深圳市维也纳国际酒店管理有限公司创立于1993年,至今旗下已拥有10大子品牌,在全国100多个大中城市中拥有1000多家(在营及在建)分店。

尚客优酒店

尚美生活集团(原尚客优集团)是中国旅游住宿连锁品牌运营商,业务涵盖经济型酒店、中高端酒店、白领公寓、探索公园等产业。

东呈酒店集团

东呈酒店集团旗下共有8大酒店品牌和1个金融品牌。东呈秉承“以客为尊、合作分享、激情专注、结果导向”的价值观,努力跻身世界一流酒店行列。

首旅集团

首旅集团成立于1998年2月,经过多年发展,已成长为涵盖酒店服务业、旅游商业、餐饮服务业、旅游旅行服务业等业态的全国性、战略型控股投资企业集团。

住友酒店集团

杭州住友酒店管理有限公司定位为受年轻消费者喜爱的时尚酒店,旗下拥有布丁酒店、智尚酒店、驿佰居·布丁酒店、漫果连锁公寓4个酒店品牌。

(资料整理:本报记者张蕊)

