

国内酒店业寻找第二增长曲线 海外市场成亮点

文/《21世纪经济报道》记者 曹恩惠

如何抵御不确定性挑战,构建穿越周期的能力,成为必答题。

道阻且艰,行则将至。在当前的市场环境下,国内酒店行业无疑正在经历一场修行。

上半年,受疫情影响,本土酒店集团短期承压,业绩不佳。华住集团、锦江酒店、首旅酒店等国内酒店巨头企业陷入亏损,金陵饭店、君亭酒店虽然保住盈利,但净利润同比下滑。然而,面对阴霾,酒店巨头们并没有坐以待毙。如何抵御不确定性挑战,构建穿越周期的能力,成为必答题。

“面对外部环境的不确定性,我们一直专注于加强核心能力,建立一个能够跨越不同经济周期的弹性组织,并将继续关注可持续的高质量增长。”华住集团创始人、董事长季琦近日在业绩会上表示。

21世纪经济报道记者注意到,从营收数据上看,部分本土酒店集团保住了增长。而疫情对于整个酒店行业的考验,则使得本土酒店集团必须贯穿好长期主义的底层思维模式。

调整开店节奏

意料之中,受疫情影响,国内酒店集团上半年的业绩表现整体并不乐观。

华住集团报告期内的营收规模居首位,实现营业收入60.63亿元,同比增长2.52%。锦江酒店、首旅酒店紧随其后,上半年分别实现营业收入50.43亿元、23.31亿元,同比分别下降4.18%、25.88%。另一家上半年营收实现增长的酒店公司是金陵饭店,报告期内,该公司实现营业收入6.58亿元,同比增长

6.66%。而华天酒店、君亭酒店报告期内的营业收入均有所下滑。

“2022年第二季度以来,国内多地疫情反复,社服公司受到显著影响、业绩承压。分板块来看,旅游酒店等异地出行受到较大冲击。”中金公司餐饮旅游研究团队指出。

在疫情的扰动下,酒店行业的盈利表现整体不佳。

财务数据显示,上半年,华住集团、锦江酒店、首旅酒店等三大国内酒店巨头均陷入亏损——华住集团净亏损9.8亿元,2021年同期盈利1.3亿元;锦江酒店亏损1.18亿元,2021年同期盈利0.05亿元;首旅酒店则亏损4.26亿元,2021年同期盈利1.05亿元。

龙头酒店集团由盈转亏,这与其自身较为庞大的体量和一线城市占比较大不无关系。截至今年6月份,华住集团、锦江酒店、首旅酒店全球范围内的酒店数量分别为8176家、10975家、5942家。其中,在北上广深这四大一线城市,锦江酒店、首旅酒店开业数量分别达2279家、858家,而报告期内,这些一线城市均不同程度地受到疫情的冲击。

事实上,针对疫情带来的影响,本土酒店集团不得不坦然面对。华住集团首席执行官金辉便表示,第二季度,疫情严重影响了国内业务,特别是4月及5月多个城市的业务因防疫政策而受影响。但金辉也指出,自5月下旬以来,复苏已经显现——RevPAR(平均可出租客房收入)已开始反弹,于6月恢复至2019年水平的86%,并于7月进一步提高至90%。

不过,面对短期的经营压力,本土酒店集团还是不得不调整开

店节奏,来控制整体的资产体量,维持稳定的现金流。

今年上半年,锦江酒店新开业584家,净增开业362家,首旅酒店新开店数量则为342家。与去年同期相比,两家酒店集团开店数量均有所下滑。值得一提的是,锦江酒店、首旅酒店均下调了全年开店指引——前者全年目标降至1200家,后者降至1300~1400家。而华住集团也明确表示,未来一至两年内加速推出经济型软品牌酒店市场,并暂停提供或更新有关全年收入及开设酒店的指引,直至情况有所改善。

发掘增长曲线

虽然上半年本土酒店巨头业绩集体承压,但其海外市场的表现堪称为数不多的亮点。

当前,华住集团和锦江酒店在海外布局力度不小。根据财报,华住德意志酒店的RevPAR恢复呈现逐月上升趋势,二季度RevPAR同比上升233.3%,且7月份已经超过2019年达到103%。

锦江酒店上半年的境外业务整体平均RevPAR恢复到2019年同期的89.62%,其中2022年第二季度恢复到2019年同期的97.75%。与去年同期相比,今年上半年其境外业务的整体平均RevPAR比上年同期增长74.08%,7月份境外整体平均RevPAR是2019年同期的106%。

值得一提的是,为深入推进全球化战略,满足海外业务发展需要,锦江酒店拟发行GDR(全球存托凭证),赴瑞士证券交易所上市。此次GDR新增的基础证券A股股

票不超过2亿股,不超过此次发行前公司普通股总股本的18.70%。而所得的募集资金,将用于拓展及升级主营业务,进一步推进国际化布局,进行战略收购,补充营运资金和其他一般企业用途等。

除了海外市场,国内市场的品牌矩阵构建是当前的重点任务。这其中,发力中高端依然是本土酒店巨头们的共同选择。

今年上半年,首旅酒店集中资源大力发展中高端酒店。截至报告期末,该公司中高端酒店数占比提升至24.44%,且其中高端产品占酒店收入达到50.7%。

华住集团中高端品牌则迎来收获期。截至6月末,其中高档品牌在中国市场的在营酒店达445家,管道酒店229家。而在二季度,华住集团旗下中高端个性化设计酒店品牌漫心已经开出了第100家酒店;以人文特色为核心的精品度假酒店品牌花间堂和旗下花间系列品牌则着力拓宽高档休闲度假市场的发展路径;定位翻牌市场的美仑品牌,也在积极挖掘市场上的翻牌机会。

锦江酒店同样有所收获。依托资产置换和外延并购,该公司在中端市场的主力品牌维也纳、麗枫、锦江都城等多品牌,挤进连锁酒店中端市场前十;中高端品牌维也纳国际,三年门店复合增速则高达58%。

不过,随着中高端酒店市场竞争日益激烈,在力拓市场规模之时,如何确保可观的投资收益率,亦成为各大酒店集团发掘新增增长曲线的基础。

