

趋势篇

竞争扩围

- 国际酒店品牌加码中档
- 经济型酒店升级品牌
- 新进入者主打中档

前几年国际品牌的疯狂涌入，加之国内此前在高星级酒店上的加码投资，高星级酒店市场容量渐趋饱和。加之市场遇冷，国内外品牌在酒店行业的竞争已经渐渐由高星级酒店扩展至中端市场。希尔顿、洲际、喜达屋、雅高等国际酒店集团在中国市场上纷纷加码下沉品牌。

国内市场上，各经济型酒店纷纷在做升级品牌。与铂涛合体后的锦江也表示，未来5-10年，公司将消化、整合现有酒店，对各品牌进行系统化梳理，未来仍将发力中端酒店市场。华住除了做升级品牌全季星程外，还与雅高酒店集团进行合作，据报道华住此前表示，计划在未来五年内，新增雅高旗下美爵、诺富特、美居、宜必思尚品和宜必思五大品牌酒店350-400家，其中诺富特、美居、宜必思尚品均为中档品牌。

- 酒店中企全球排名刷新
- 酒店集团试水国际市场
- 地产商投资商瞄准海外

中企强势

国际品牌在中国市场鏖战转向第二战区的同时，中国酒店企业在全球的影响力也逐渐扩大，酒店集团和其他非酒店集团及投资者加码海外市场。

锦江合并铂涛，首旅私有化如家，合体后规模再次刷新全球排名。尽管全球来看，根据美国《HOTELS》公布的2014年度“全球酒店集团325强”排名，此前铂涛、锦江、如家、汉庭分别排到全球第七、第九、第十一、第十二的位置。但这几个酒店均为经济型酒店集团，影响相对有限。但合体之后不论是品牌序列的完整性还是酒店体量的继续扩大，都将有效扩大锦江和首旅的国际化影响。这一效果在最近锦江旗下卢浮酒店集团收购德国Nordic酒店集团下属的25家酒店翻番其在德国的酒店数量上得到了很好的印证，锦江正在强化自己的海外影响力。

事实上不仅仅是锦江和首旅，中国酒店企业走出国门扩大海外影响力也是未来的趋势之一。

2013年收购德国法兰克福原金郁金香饭店初涉海外市场，开元酒店集团的国际化也在酝酿之中，开元酒店集团总经理陈妙强今年早些时候也表示目前有其他境外项目正在酝酿，

- 凯悦、洲际再传被收
- 央企酒店资产或被并购
- 抱团对抗OTA和短租等产品

并购持续

万豪完成对喜达屋的世纪大收购后，酒店收购潮的说法也被业内认可，大洗牌时代，除了实实在在玩过一轮的万豪、喜达屋、锦江、铂涛等酒店集团，洲际、凯悦、海航也纷纷被传入局。

喜达屋被收购后，其创始人Barry Sternlicht曾向媒体表示，凯悦可能成为下一个被收购的对象。而洲际尽管多次否定，但在喜达屋被收之后仍屡传将被收购。万达也于近日被传以82亿元收购西班牙一度假村75%股份在进行谈判。海航集团在境外的酒店扩张也被寄予厚望。

从国内市场来看，今年上半年传得有声有色的锦江将收购维也纳一事，最终还未有明确结果。而前段时间中石油表示要剥离非酒店业务，赵焕焱表示，这也提起来了一个悬而未决的问题，2009年国资委提出的将中央企业的非主业宾馆酒店分离重组任务到目前为止并未完全完成，据悉，中石油华油集团旗下的阳光酒店集团有60

除了原有品牌发力中档外，酒店业的新起之秀也在争取中档市场。10月中旬，宝龙集团下属酒店集团成立，发布“艺悦”、“艺筑”两大品牌，主打中档。

“抢滩中端市场发展到目前，更多是向一种细分市场纵向深入。”江苏九州环宇商务广场管理公司常务副总经理方世宏说道，比如铂涛有十来个品牌，但是因为定位的不同彼此间不会出现较大的竞争，反而可能出现因为细分市场覆盖面更大而大于毕其功于一役的结果。

赵焕焱也分析表示，在酒店行业细分方面，中国市场标准化有余，多元化、多样化、特色化不足。低端服务简化有限，趋于雷同，高端品牌商务、度假、会议细分明确；而中端酒店介于二者之间，细分余地大，一定的利润空间也使得其在主题和服务上有更多创新，未来将会是一个百花齐放的状态。

而万达集团和海航集团则从未停止过在国际市场的扩张。据万达酒店官网数据显示，至2020年底，包括伦敦、马德里、芝加哥、悉尼、黄金海岸的万达文华酒店在内，万达酒店及度假村在全球持有并管理的酒店将超过160家。据悉，万达集团董事长王健林此前收编钱进为总裁，也是为领导和推动万达酒店及度假村的全球拓展计划。海航今年上半年收购红狮部分股权布局北美酒店市场，下半年收购英国路透社总部大楼。

除了专业的酒店集团在布局全球外，不少投资者和地产商也纷纷将目光瞄准海外。今年5月初，希尔顿国际确认，已将悉尼希尔顿酒店以4.42亿美元出售给中国投资富商控股的新加坡投资公司Bright Ruby，据悉，购买悉尼希尔顿酒店后，Bright Ruby还将以4亿美元报价洽购悉尼Westin。根据当时高力国际最新发布的《酒店报告》显示，在全澳洲的大型酒店交易中，来自中国的投资可能占了超过60%。今年10月，媒体曝出温商蒋贤云在韩国济州岛购置1000余亩土地，投资兴建济州奔马梨湖乐园，项目主体工程为七星级酒店。

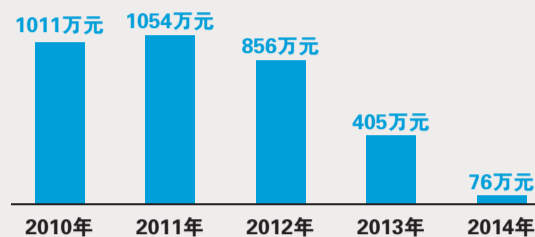
多家酒店，中石油透露有200多家宾馆酒店，还不包括各种招待所、疗养院，央企旗下非主业宾馆酒店资产总量可见一斑，而这一部分酒店未来将何去何从，业内表示，不排除会流入并购潮。

而更客观地讲，不管是Airbnb、小猪短租等短租产品对酒店业的冲击，还是中国市场上酒店努力争取与OTA合作中的话语权，以及不断被压缩的利润空间和议价能力，酒店也都倾向于抱团取暖。Barry Sternlicht此前也曾向媒体表示：“(与万豪)这一并购是为了向OTA发起反击——同时也是为了应对Airbnb可能带来的威胁。我们将继续看到全球酒店业的合并，这可能不是最后一笔交易。”

此外，赵焕焱也分析，相对来说，上半年频繁出现全球并购的原因在于，目前全球住宿业进入周期性波动的节点，对发展前景的看法产生分歧，资本实现利益最大化的动机致使并购活动方兴未艾。多米诺骨牌一旦启动，以后的并购案还有可能出现。

市场持续低迷

近五年平均每家五星酒店年利润总额



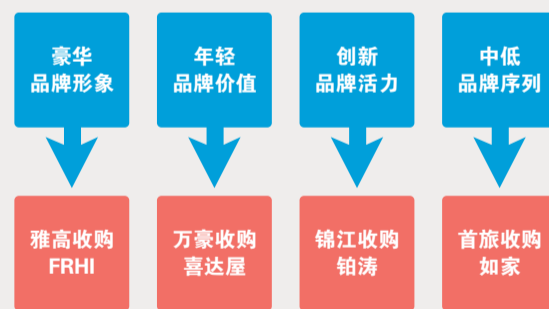
五年的样本数据分别为2010年595家、2011年615家、2012年640家、2013年739家、2014年745家。五年来，平均每家酒店年利润总额不断下滑，对比2010年和2014年数据，差距惊人。

近两年前三季度五星酒店RevPAR

- 三季度
 - 2015年 每间可供出租客房收入376.61元/间夜
 - 2014年 每间可供出租客房收入375.92元/间夜
- 二季度
 - 2015年 每间可供出租客房收入367.5元/间夜
 - 2014年 每间可供出租客房收入374.04元/间夜
- 一季度
 - 2015年 每间可供出租客房收入334.05元/间夜
 - 2014年 每间可供出租客房收入332.89元/间夜

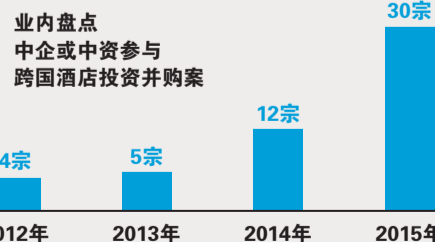
从今年前三季度每间可供出租客房收入来看，2015年与2014年的前三季度的平均每间可出租客房收入差别不大，仍然因陋就简。

收购价值在于品牌



除了布局市场扩大体量抱团取暖，值得注意的是，几大并购案并购方都比较看好标的酒店集团的品牌价值，雅高借助FRHI一举提升其在豪华酒店集团的定位；万豪也曾表示收购喜达屋是希望吸引更多的年轻用户；锦江则称铂涛创新活力为已缺；私有化如家，首旅则实现了高中低完整品牌序列。

中企中资在全球酒店市场愈发活跃



据不完全统计显示，中企或中企参与的跨国酒店投资并购案近两年迅速攀升，中资中企在国际酒店市场越来越活跃。