

·MICE·

外资意在开疆拓土 内资欲借力强化品牌

内外资酒店联姻掘金中端

继10月底希尔顿欢朋品牌正式落地中国、铂涛为其品牌运营商后,华住酒店集团(NASDAQ:HTHT,以下简称“华住”)与法国雅高酒店集团(泛欧交易所代号:AC,以下简称“雅高”)也于近日签署战略同盟协议,未来双方将共同拓展在华酒店业务。业内专家分析,灵活的本土民营酒店巨头与具有超强品牌影响力的外资酒店业的强强联手会对中国的中端酒店市场格局产生冲击。同时,其他酒店集团采取相同措施加以对抗则完全有可能。在市场竞争的压力下,内外资酒店联姻将成为行业趋势,中外资酒店品牌在中端市场的融合局面也将成为定局。



华住雅高将优势互补

根据雅高与华住的约定,在与华住结成同盟后,雅高则将继续主导其在中国奢华及其他高端品牌的发展,包括索菲特、铂尔曼、美憬阁和诗铂;华住将在上述品牌业务中持有10%的股份,凭借其在国内主要房地产投资者的密切联系,协助奢华及高端品牌的进一步扩展。同时,雅高将持有华住10%的股份,并获得一个华住董事会席位。

此外,北京商报记者在采访中了解到,今后在雅高授权区域内,华住将负责雅高旗下美爵、诺富特、美居、宜必思尚品和宜必思的经营与开发,并计划未来五年内新增350—400家酒店。即本土业者负责开发运营,外资业者提供品牌 and 标准。

“华住与雅高都奉行多品牌战略,拥有强大的分销网络和忠诚客户平台,扩展后的品牌和酒店网络也将吸引更多的客户。”华住酒店集团创始人兼董事长季琦表示。同时,雅高董事长兼CEO塞巴斯蒂安·巴赞表示,“这一重大举措对于我们的数字化转型起到了关键性的作用,同时也提供了分销能力的延展性”。

在华美首席知识专家、高级经济师赵焕焱看来,资本合作更保障双方利益

捆绑,有利于双方关系稳固,而这也是上市公司提升股价和市值的需要。同时,雅高可借华住在国内市场的影响力加速自身本土化,进一步适应中国市场。

联手发力国内中端市场

值得注意的是,不管是铂涛和希尔顿的牵手,还是华住与雅高的联姻,内外资酒店巨头的强强联手目前均集中在中国本土中档市场领域。

住友酒店集团副总裁章蔚在接受北京商报记者采访时表示,外资酒店品牌进入中国以来利润来源主要为管理高星级酒店所带来的管理费收入,中档品牌门店数量并不多,再加上其投资运营成本把控力不强,可以说其在中国市场的发展目前并无明显优势可言。

赵焕焱也表示,尽管雅高的客房总数在全球排名第六,但在中国市场还不具备门店优势。资料显示,雅高入华有30年之久,旗下8个酒店品牌均已在国内落地生根,但现存门店数量只有144家。因此,业内专家分析,在高端市场,外资酒店品牌一枝独秀;在低端市场,本土经济型酒店品牌势头凶猛;而在需要较强成本把控和高度灵活运营的中端市场,外资酒店品牌欲寻求本土合作伙伴实现其在中端市场开疆拓土的战略意图。对于

雅高而言,则可以借华住强大的会员体系和会员数量去加强自身分销能力,同时可以进一步适应中国市场。

尽管中国出境游消费持续升温,其他本土经济型酒店集团如铂涛、锦江等也相继通过收购和联盟等方式拓展国外酒店项目。此番华住与雅高的联姻似乎更为华住未来在海外的市场运作提供了便利。但谈及华住未来是否出海掘金时,季琦表示,“中国的人口红利和城市化进程为酒店业带来了庞大的市场。中国境内旅游人次在未来5—10年之内会达到6亿。本土酒店品牌正坐在一个大金矿上,惟一的课题是如何更好地挖掘国内市场的巨大潜力。若想到国际市场发展,首先要成为本土市场最领先的一个品牌。因此,对于华住而言,未来几年仍将坚持深耕中国本土市场,尤其是中端市场”。

“共生与竞合”成主流

业内专家分析,伴随着华住与雅高交叉股份共同开拓市场,以往内外资品牌于中端市场厮杀惨烈的局面或将有所改变。以往难以想象的中外酒店巨头间的深度合作已成事实,中端市场也不可避免出现内外资酒店品牌“共生与竞合”的局面。

尽管有声音质疑,在具体操作中如何规避合作方内部品牌竞争是个问题,但亦有不少业内人士表示乐观。一位经济型酒店资深经营者向北京商报记者分析,对于华住和铂涛而言,若他们在某些商圈已开设部分自家品牌的酒店,那么引入合作方的品牌布局既可避免市场的品牌单一性,又可获得可观的收益分成和股本回报。同时,由于雅高和华住自有品牌的定位存在差异化,雅高在各细分市场定位偏高,和华住旗下的汉庭、全季、禧玥等品牌形成了良好的互补,从而形成差异化闭环。

无论如何,灵活的本土民营企业加上具有品牌影响力的外资酒店业者强强联手不可避免会对其他酒店企业产生市场威胁和挑战。赵焕焱在接受北京商报记者时表示,在目前的市场格局下,其他酒店集团为打破局面而采取类似措施完全有可能。因此,为最大限度在市场竞争中取胜,内外资酒店品牌联姻会成为行业趋势,在华住和雅高联盟之后,并不排除国内其他酒店在未来会牵手其他外资品牌的可能性。种种趋势表明,酒店业已从单打独斗走向抱团取暖,而正处于蓬勃发展期的国内中端市场,也即将迎来内外资酒店品牌的大融合时代。

北京商报记者 程拓 张欣

美国中国之城圣诞活动传达祝愿

12月18日,一年一度由纽约州民主党主办的“给孩子们玩具”圣诞慈善活动正式召开,美国中国之城集团董事长李雪锐应邀出席。作为近年来广受欢迎的大型公益活动,“给孩子们玩具”每年都会引来数以百计慈善人士的热烈支持与加盟。今年,美国总统奥巴马也已于12月10日为此次活动率先做起宣传鼓舞。

活动中,李雪锐祝愿



孩子们,希望孩子们能够过上一个欢乐的圣诞节,将爱传递下去,让这个寒

冷的冬天变得格外温暖,并同时把公司员工集体挑选的圣诞礼物带到现

场分发。李雪锐表示:“这也恰巧迎合了美国中国之城集团开创至今的一贯宗旨,那就是把中国文化传至世界的每个角落,把爱延续四方。”负责今年活动主持的纽约州副州长凯西·胡克对于李雪锐的到来表示欢迎与感谢,同时也表示非常看好和支持汤姆森教育中心项目为推动纽约上州经济发展所做的努力。

汤姆森教育中心项目

作为一个开创东西方文化交流的国际平台,旨在为中美学生打造全方位电子化的教育设施和体系,还希望借此让学生在衣食住行的日常生活中体验到真正的美式生活。李雪锐介绍道:“该项目将会启用绝大部分萨拉文郡当地的企业以及员工,让学生们体验当地的风土人情,同时也为当地的企业带来商机,为当地的居民创造就业,为当地的经济带来增

长复苏。从最初的项目设计和施工阶段,就会有非常多的承包商及其公司和房产经纪人等工作机会。”据了解,当项目施工完成之时,提供的就业机会并不限于教授、讲师、学校书店员工、学校商店员工、厨师、园丁、清洁人员、维护人员等。也因此,项目发展至今,越来越多的当地政府部门、企业、供应商还有居民纷纷签字并给予协助支持。