



酒店：群雄逐鹿中端市场

2016年，国内酒店依然沿袭了2015年时投资并购的浪潮。在海外酒店品牌纷纷瞄准国内市场之际，国内酒店品牌也开始走向国际，“走出去”成为了本土酒店新趋势。而随着国内消费结构的不断升级和中产阶层群体的不断壮大，对酒店业的发展也提出了更多要求。与此同时，国内经济型酒店发展黄金期已过，相关酒店品牌正在纷纷寻求转型升级之路。在此背景下，各方势力开始角逐国内中端酒店市场。而民宿作为传统酒店业的补充，也开始兴起。



·现状篇·

关键词1 加盟商矛盾高发

今年以来，经济型酒店与加盟商的矛盾似乎进入了高发期。包括格林豪泰、7天、如家、华住等经济型酒店品牌，均出现了加盟商集体维权讨说法的情况。在双方矛盾背后，是经济型酒店进入薄利期的现实。

2015财年，如家前三个季度的营收均在下滑，一、四季度分别亏损3760万元和1310万元，而二、三季度净利润也同比下滑。2015财年内，如家净利润为1.67亿元，较2014财年大幅下滑67%，全年营收也出现了自上市以来的首次下滑。而在不久前公布的半年报中，锦江之星的业绩表现也在持续下滑。

2000—2009年间，经济型酒店诞生出了一大批酒店品牌和加盟商。但十年过去，市场环境发生了极大的变化，加盟模式却没有太大改变。据华美酒店顾问机构首席知识官赵焕焱介绍，目前经济型酒店的物业租赁成本和员工工资相比十年前上升了3倍。然而，经济型酒店的价格却没有随成本上升而上升，这无异于在持续压缩加盟商的利润空间，但酒店方却依旧旱涝保收。在没有盈利做支撑的情况下，加盟商与酒店方矛盾频发，并不意外。

关键词2 经济型酒店升级

经济型酒店发展黄金期已过。在经历飞速的圈地后，经济型酒店市场已经趋于饱和。目前经济型酒店无论是在平均出租率上，还是RevPAR等指标上，均出现了持续的下滑。在此背景下，经济型酒店迫切寻求转型升级，同时对原有经济型酒店品牌进行改造。

目前，华住已与雅高达成战略合作，由华住负责经营雅高在国内的中档和经济型酒店品牌。与此同时，华住也在积极对旗下经济型酒店进行品牌升级。除却华住，锦江也对经济型酒店品牌展开了升级改造。锦江之星再度宣布对品牌进行细分改造，发布了锦江之星、锦江之星风尚、锦江之星风尚三大子品牌。此外7天、如家等品牌也在积极谋求转型升级。有业内人士指出，早些年三四线城市经济型酒店布局已经完成，竞争力也已经形成，经济型酒店未来的方向来自于3.0产品的升级，哪个品牌最早形成产品升级，哪个品牌就更具战斗力。

关键词3 频现同业收购

今年以来，一批酒店收购案完成交易，新收购也不断出现。截至10月，今年国际大宗酒店并购活动至少有6起，交易总额超过160亿美元。

最受人关注的收购案无疑是万豪与喜达屋。9月，万豪国际集团宣布完成对喜达屋酒店与度假酒店国际集团的收购，万豪成为全球最大酒店集团。10月19日，中国人寿被曝投资了喜达屋在美国的多家酒店，总价值约20亿美元，被收购资产遍及美国40个州。

国内也频频出现酒店收购的消息。8月底，岭南控股宣布分别以15.25亿元和8.41亿元收购花园酒店和中国大酒店100%股权。锦江、香港佳辰资本、东瀛游等企业均陆续宣布收购酒店的消息。财政部发布消息称，经国务院批准，对进口清单中规定的监管要求给予一年的过渡期，推行一月有余的跨境电商新政正式暂缓。

·趋势篇·

关键词1 中端市场受瞩目

目前中端酒店市场无疑是受瞩目的酒店市场。包括国内外各大品牌，均在纷纷跑马圈地。其中，高档酒店和经济型酒店在中端酒店市场的竞争尤为激烈。目前国内中产阶层群体迅速壮大，随之而来的是更加高水平的消费需求。随着各大品牌纷纷入局，未来还将有更多势力角逐中端市场。

锦江方面表示，中档酒店连锁化、规模化、品牌化的红利存在巨大的成长与整合空间。目前锦江已经拥有了康铂和锦江都城两大中端酒店品牌。除却锦江，目前包括华住、铂涛等也纷纷向中高端市场转型。

与此同时，高端酒店也在积极向中端市场扩张。今年5月，洲际酒店开放旗下中端品牌智选假日酒店的特许经营，开始加速扩张。海航也引入了西班牙NH酒店集团旗下的中端品牌。此外，还有希尔顿、首旅酒店、港中旅等，先后加码中端市场。

关键词2 国际化凸显

随着国内酒店品牌的不断发展，国际化成为了本土酒店发展的新方向。投资并购海外酒店品牌和在海外开店，成为了国内酒店“走出去”的两大方式。近段时间，国内并购海外酒店的步伐明显加快，尤其以海航为代表。2014年，海航通过三次增资成为西班牙NH酒店集团第一大股东。2015年6月，海航收购了美国红狮酒店集团15%的股份。2016年，海航全资收购卡尔森酒店集团。除却海航，还有锦江收购卢浮、港中旅收购英国KGH等等。

在收购的同时，国内酒店业陆续开始进军海外市场。今年3月，布鲁塞尔唐拉雅秀酒店首次开业，成为海航第一家于海外开设的酒店。10月18日，港中旅酒店签约澳洲黄金海岸维景国际大酒店。而包括锦江、东呈在内的多家酒店，旗下经济型酒店品牌也在逐步向海外扩张。有业内人士指出，对于本土酒店品牌而言，无论是酒店自身发展的需求，还是受境外游的热潮影响，“走出去”已经成为了一个自然而然的选择。

关键词3 民宿兴起

近年来，国内民宿市场也开始逐渐受到关注，目前仍是蓝海。然而，现在也陆续有资本和大型企业开始进军这一市场。有报告指出，国内民宿投资回报率较高，在资本推动下，未来几年有望成为下一个风口。

2015年3月，首旅集团成立北京首旅寒舍酒店管理有限公司，布局民宿领域，并后续成立了北京首旅寒舍文化旅游发展股份有限公司。据了解，首旅计划在2016年底签约60个古村落资源。外婆家创始人吴国平也宣布计划投资6000万元建设民宿。此外，资本方也在民宿领域动作频频。2016年2月，一家民宿获得数千万元Pre-A轮融资；4月，态客获得千万元Pre-A轮融资；同在4月，KEYS潮宿获得3000万元A轮融资；更有部分民宿项目开展众筹，并获得了广泛关注。有业内人士指出，民宿能够贴合新兴消费群体的个性化需求，未来市场将大有可为。此前国内民宿多为农家乐，市场散乱。但可借助资本和品牌的力量对其进行整合。

北京商报记者 钱瑜 郑艺佳