

国内酒店集团业绩能否超过2019年

伴随着暑期旅游市场的火爆,锦江、首旅如家等国内酒店集团收获了一个营收、净利双增的三季度。随之带动的,是RevPAR(每间可售房收入)、ADR(已售客房平均房价)等经营指标赶超2019年同期。然而由于商旅市场尚未完全恢复,叠加三年来酒店数量增多,三季度上述酒店集团的Occ(出租率)不及2019年。依靠暑期游“扳回一局”的各酒店集团能否在四季度延续热度,进而实现全年业绩赶超2019年,商旅市场的恢复成为关键。



每间可售房收入超2019年

锦江酒店中国境内整体平均RevPAR为2019年同期的**112.58%**

首旅如家全部酒店RevPAR超过2019年同期的**16.6%**(不含轻管理酒店)

出租率恢复稍显逊色

首旅如家旗下酒店三季度出租率稳步恢复至2019年的**90%**

华住中国三季度酒店出租率为**85.9%**而2019年为**87.7%**

年前的暑期,自己的酒店能够接待部分入境游客入住,但今年以来,入境市场恢复速度较慢,这部分客群相比2019年同期有一定的减少,同时,虽然国内的商旅市场恢复速度很快,但目前整体情况同样不及2019年,而这些因素都会影响出租率。

四季度成关键

虽然各酒店集团经营指标恢复的程度不一,但整体业绩在不断回暖,三季度过后,各大酒店集团业绩能否赶超2019年,四季度则成为关键。

对于四季度来说,国庆假期是关键节点。据首旅如家财报,今年国庆长假期间,首旅如家延续了强劲的经营恢复势头,不含轻管理酒店的全部酒店RevPAR为251元,同比上升129.9%,并超过2019年同期18.5%。展望四季度,随着市场商务及休闲旅游需求的持续恢复,首旅如家将继续坚定推进核心战略,以实现高质量发展。此外,华住此前发布的数据显示,今年中秋国庆长假期间旗下酒店共接待了超734万人次,入住高峰是在10月1日-3日。

当前加速拓展中高端酒店数量、提升份额仿佛成为各酒店集团的共识。据了解,截至2023年9月30日,首旅如家中高端酒店数量为1654家,占比26.5%。锦江酒店旗下中端酒店开业酒店家数为6984家,占比提升至57.54%。在赵焕焱看来,布局中高端使集团内部酒店档次结构发生了变化,因此提升了平均房价,带动每间可供房收入上升,从而进一步提升业绩。

“展望四季度,国内整体酒店行业的营业收入和利润总额可以超过2019年水平,但各酒店集团因为自身条件、目标、战略等原因会有不一样的表现,另外,市场恢复情况也要看商旅市场的复苏速度。”赵焕焱谈道。

北京商报记者 吴其芸

不约而同提房价

暑期旅游市场高涨的热度,毫无疑问蔓延到了国内酒店市场,而这一情况也反映在各酒店集团的财报中。

作为国内酒店集团老大的锦江酒店首当其冲。据其财报,三季度实现归母净利润4.52亿元,同比增长169.28%。同样,国内三大酒店集团之一的首旅如家,其三季度业绩表现也可圈可点。根据首旅如家发布的财报,首旅如家实现归母净利润4.04亿元,同比增长3.47亿元,且较2019年同期增长5266.34万元。不约而同的,国内酒店集团业绩迎来了新一轮的回升。

增长的其实不仅仅是业绩,部分经营指标也实现大幅上涨,甚至赶超2019年,这其中就包括RevPAR和ADR。其中,锦江酒店中国境内整体平均RevPAR为2019年同期的

112.58%。首旅如家不含轻管理酒店的全部酒店RevPAR为208元,超过2019年同期16.6%,ADR超过2019年同期29.6%。另外,华住中国旗下酒店三季度日均房价为324元,而2019年同期为245元;平均可出租客房收入为278元,赶超2019年同期的215元。

北京一家知名五星级酒店的总经理谈到,今年以来,各家酒店房价都有所提升。一方面是积压了三年的需求在暑期集中释放,另一方面由于人工等各种运营成本的增加,使得各酒店不约而同地进行提价,从而导致房价的上涨。此外还有一个因素,2019年当时酒店市场普遍存在价格战,酒店市场存在相互竞价的情况,而这种情况在今年需求集中爆发下有所减弱。

“三大酒店集团三季度财报的数据在一定程度上反映了当前的酒店市场与运营综合现状。”南开大学旅游与服务学院副教授于海波说道,2019年时,市场呈现出酒店等文旅行业

的投资热,当时的酒店运营思路从估值和品牌角度出发,用低价赢得市场占有率,使得酒店客房低价是资本过热特殊阶段的产物。而随着市场的变化,当前酒店行业的人工等成本也在不断攀升,加之利润目标追求的运营逻辑转向使得ADR、RevPAR呈现一定增长。

商旅市场拖后腿

虽然房价不断走高,但在三季度经营指标中,出租率的恢复则稍显逊色。

据锦江酒店财报,三季度中国境内酒店整体平均出租率为71.67%,而2019年同期则为78.49%。同样,首旅如家旗下酒店三季度出租率稳步恢复至2019年的90%。另外,华住中国三季度酒店出租率为85.9%,与2019年的87.7%相差1.8个百分点。不难看出,今年三季度各大酒店集团的出租率均不及2019年同期。

谈及原因,一家大型酒店集团相关负责人解释,“门店数量是决定出租率高低的主要因素之一”。他进一步表示,与2019年相比,其实不少酒店集团的产品结构已经发生变化,更多地从经济型转变为中高端,同时门店数量也在迅速增长,导致摊薄了平均的出租率。

“平均出租率不理想是酒店整体供大于求的反映。”华美酒店顾问机构首席知识官、高级经济师赵焕焱也分析指出,近年来,很多酒店集团在寻求扩张,门店数量增加的同时,会在一定程度上导致供需不平衡,从而出租率会受到影响。

从外界原因来看,商旅市场也并未完全恢复至2019年水平。根据GBTA(全球商务旅行协会)预测,2023年全球商旅支出可以达到1.3万亿美元以上,同比仍有超过30%的增长,但距离2019年还有一点差距。

一名连锁酒店集团的加盟商坦言,在三

Market focus

国航南航争上游

随着三季度国内上市航司集体扭亏为盈,国航也打响了与南航的国内航司“头把交椅”之战。11月1日,国航在三季度业绩说明会上披露,国际运力年底预计恢复七成。这一预期数据要好于南航半年业绩说明会上的预估。并表山航、获得投资国泰收益后的国航,不但机队规模开始与南航交替坐上头把交椅,更是在三季度以更低的营收实现了更好的净利润。在国际航班加快恢复的背景下,国航与南航的竞争全面打响。



关键的国际航线恢复

对于一直以来在国际航班上颇具优势的国航来说,能否将业绩继续摸高,国际航线的恢复至关重要。

在业绩说明会上,中国国航董事会秘书黄斌对四季度和明年国际航线的恢复作出了展望:预计到今年年底,国航的国际运力将恢复至2019年的七成,2024年夏秋季则将恢复至2019年水平。

黄斌特别指出,根据中美双边的最新安排,11月1日以后,中美之间航班量达每周35班,为2019年的10%,国航略高于行业平均水平。

相比之下,南航的国际运力修复要更

慢。就在此前南航半年业绩说明会上,下半年国际客运航班量有望恢复至疫情前的60%-65%。

中国民航管理干部学院教授赵巍指出,国际航线和国际业务是民航业务的主要内容,旅客运输量占比大约10%,旅客周转量占比大约30%。而且国际航线体现了中国全球化的开放水平。只有国际航线全部复苏,才能算得上中国民航全面复苏。

反复被提及的运营效率

国际运力的恢复之外,效率成为两大航司无论是现实业务还是业绩说明会上被反复提及的。

其中,在被北京商报记者问及四季度传统淡季国航将如何提升业绩时,黄斌回应,无论旺季淡季,当前运力投放方面应投尽投,加强国航系主业业务协同,降本增效,挖掘成本潜力,提升公司经营品质。

运营效率更高这一点也体现在三季度业绩上:国航以相对更低的营收获得了更高的净利润。相比之下,南航虽然在上半年比国航亏损少,但在三季度净利润指标上却没有跑赢国航。

具体来看,三季度国航营收458.63亿元,归母净利润42.42亿元;南航营收476.61亿元,归母净利润41.95亿元。这也是国航在单季度扭亏后,净利润首超南航。

对于此次单季盈利的原因,国航在三季度财报中表示,一方面公司加大运力投入,另一方面在客座率和价格水平双升的带动下,营业收入大幅提升、大幅减亏增利。南航则表示是因为生产恢复,客运收入增加。

暑运期间国航大幅提升运力投入是其盈利超过南航的原因之一。根据航班管家数据,从今年暑运航司执飞航班量同比2019年的增幅来看,国航以23.1%居于三大航首位,东航为5.1%,南航仅为2.4%。显然,国航这一数据远超南航。

北京商报记者查阅了国航和南航分别在2023年、2019年的7-9月单月客运营力投入和旅客运输量(即载客人数)。根据查阅结果,国航在2023年7-9月单月客运营力投入相比2019年同期,分别增长了16.7%、18.9%和11.32%,而南航3个月的运力投入则均不及2019年同期,分别下降2.08%、2%和4.18%。

丰厚的投资收益

更好的运力修复与更高效的营收净利比之外,丰厚的投资收益也是国航有望在四季度反超南航、坐上航司头把交椅的因素。

在11月1日国航召开的三季度业绩说明会上,黄斌也透露,由国航控股的山东航空三季度依旧保持上半年的良好运营态势。他表示,国航山航并表更有利于加强两航司之间全方位、全领域的深度协同,提供覆盖更广阔的航线网络,降低运营采购成本,提升竞争力和运营效率。

山航之外,投资国泰航空同样为国航带来不菲的收益。根据国航2023年半年报,国航占国泰航空股权比例为29.99%。今年以来,国泰航空业绩恢复显著,上半年盈利超42亿港元。赵巍表示,国泰航空的扭亏为盈对于国航并表来说能够增加利润,体现正效应。

这也国航今年的半年报和三季度报中得到印证:国航今年1-9月投资收益22.4亿元。其中,包括上半年确认的国泰航空投资收益12.79亿元,而去年同期该投资损失4.23亿元。相比之下,南航的投资收益并不及国航。其财报显示,南航今年1-9月投资收益4.63亿元,2023年上半年为3.02亿元。

机队的规模之争

并表山航,除了带来业绩的扩容外,也让国航首次在机队建设上达到短暂的反超。尽管随后南航再次反超,在8月将机队

规模提升至901架,与中国国航的机队规模持平;并在9月再引进2架,以903架飞机超过国航9月的899架,但国航依然让外界看到了国航扩容的潜力。

针对接下来引进飞机的计划,黄斌在回复投资人提问时表示,目前仍按照2023年半年报发布的计划执行。根据财报,国航将继续在四季度引进A350、A320、B737等机型,并在2024年引进63架飞机,退出9架。

南航在2022年披露的2023年、2024年飞机引进计划显示,到2023年底的预测飞机数为952架,2024年将引进94架,退出39架,预计将达到1007架。不过,从9月的903架这一数据来看,四季度末南航要达到预测的952架,也存在一定难度。

赵巍表示,整体来看,飞机的引进节奏和航线复苏节奏同步,航空公司需要提前协调波音和空客的产能。

机队、运力与运营能力的建设之外,口碑建设同样会影响航司的业务。

近日来南航也因航空餐食、选座收费等问题被消费者频频吐槽,这对于其口碑、消费者体验等也会产生一定影响。

目前,四季度仅剩两个月。航旅纵横大数据显示,10月国内航司实际执行出入境航班量超过2.7万班次,国内航司出入境旅客量超过360万,均恢复至2019年同期的60%左右。

结合三季度国航在运力投入、旅客运输量方面的成绩,以及业内人士对四季度和明年的预期,尽管前三季度南航的累计盈利多于国航,但随着国际航线的提速恢复,国航对国内航司“头把交椅”发起冲击也未尝不可。北京商报记者 关子辰 牛清妍