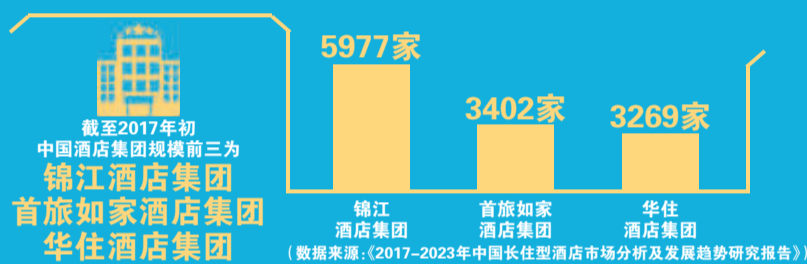
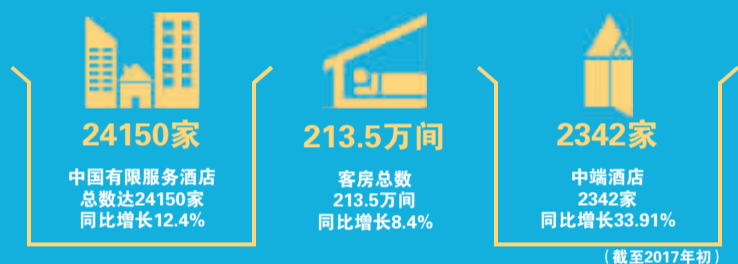


酒店：本土品牌精细化成长

2017年，中国经济发展趋稳虽然难以重现快速增长，但“稳中向好”的趋势日渐凸显，酒店行业也迎来了复苏态势。数据显示，2016年以来，北上广深等一线城市酒店入住率、平均房价、RevPar同步提升，二三线城市大多数入住率也都得到了同比提升。此外，供求关系失衡、竞争白热化、经营压力大等问题也随时制约着酒店行业的发展。在高端“整合”、中端“扩张”、低端“想撤”的大环境下，越来越多的酒店开始从自身发力，走个性化的发展道路。



·现状篇·

关键词 1 兼并重组

随着高星酒店市场的饱和，越来越多的高端酒店开始选择挂牌、转型、兼并、出售等“曲线救国”的方式发展或自保。今年7月，中粮集团拟将旗下位于苏州和南昌的两家凯莱酒店挂牌转让；12月底，北京金融街洲际酒店将以写字楼的名义继续亮相。

事实上，从2013年起，全国星级酒店虽全年营收维持在2000亿元大关，但净利润持续亏损，需求不足、非理性扩张、同质化竞争是当前中国高端酒店的普遍问题。一些实体酒店正依靠并购扩张与寻求资本并举的方式，在资本时代推动产业格局的深刻改变。就现在的情况来看，酒店业的收购与整合依然将成为趋势。

关键词 2 加码中端

随着高端酒店市场下滑，如今中端酒店已经成为各集团加码的重点，相关数据显示，在未来10-15年中，中国市场对中档酒店的需求至少有1万家。包括洲际酒店集团、雅高集团以及首旅如家等大型酒店集团在内，在中端酒店领域的竞争已经白热化。

相关数据显示，截至2017年1月1日，我国中端酒店增长幅度为33.91%；经济型酒店虽然达到了21808家，但增长幅度仅为10.52%，中端酒店增长量是经济型酒店的3倍多。在需求崛起、资本涌入的背景下，市场格局相对分散的中端酒店市场将迎来一轮迅速扩张阶段，三大经济型连锁巨头都纷纷加速在这一市场的布局。

关键词 3 跨界转型

随着商业办公、共享办公的不断发展，酒店业从2016年上半年开始尝试跨界，打造共享办公空间，或逐步开始转型成为商业写字楼。10月，首旅如家酒店集团打造共享办公空间。此前北京国际饭店、金融街洲际酒店等老牌五星级酒店也陆续完成商业写字楼或部分楼层商业写字楼的改造。

近年来，“泛酒店”的概念兴起，酒店已经不再局限于住宿、餐饮，而是当做一个空间，可以融合写字楼、现代超市、社交场所等其他功能，将这些业态与住宿关联起来，可以实现场所效益的最大化。事实上，酒店业的转型之路，需要越走越宽，也能够越走越宽。

·趋势篇·

关键词 1 智能科技引领

随着互联网、物联网和人工智能的不断发展，越来越多的行业开始与人工智能亲密接触，这其中就包括酒店行业。从酒店机器人的使用到首家“无人酒店”开业，再到阿里腾讯抢滩智能酒店市场，可以肯定的是，未来，随着消费的不断升级，智能科技在酒店领域的应用，以及越来越人性化的智能酒店，必将成为行业趋势。

以飞猪旗下的智能酒店“未来酒店”为例，官方数据显示，目前已有超过10万家酒店加入其“未来酒店”战略，可授信飞猪上2亿多会员使用未来酒店的信用住和全场景信用消费，在过去一年为用户累计节省300万小时的等候时间。

关键词 2 掘金二三线城市

今年以来，万豪、洲际、希尔顿等大型酒店集团纷纷加快了在华扩张的脚步。随着一线城市酒店市场竞争激烈和逐渐饱和，越来越多酒店集团开始转向二三线城市发展。

以维也纳酒店为例，目前酒店在北京有92家，广州86家，杭州84家，杭州的中端酒店实际上发展最快，预计在2017年底，总数将超越广州，成为中端酒店第四大市场。而在城市投资潜力方面，作为二线城市的杭州位列潜力城市榜首，其次为厦门、成都、合肥、郑州等地，都为二三线城市，一线城市基于酒店数量、物业存量以及成本等原因，并未进入五大潜力投资城市。

关键词 3 本土品牌崛起

随着世界经济形势的变化和国内酒店比例的改变，如今以首旅、绿地为代表的本土酒店品牌正在崛起。在政策支持和营销平台等多重因素影响下，万豪、香格里拉等传统的国际酒店集团优势正在减弱，作为“新生儿”的中国本土酒店品牌，正在获得更多的机会。

实际上，万达、碧桂园、富力、恒大、世茂等一批地产商在酒店产业领域中也进行战略布局。中国本土酒店品牌创设的时代已经到来，并且这一轮的品牌创设将更为理性、更为专业，也更加商业。

北京商报记者 王莹莹