

经济型连锁酒店研究报告

(雷志高 天风证券股份有限公司)

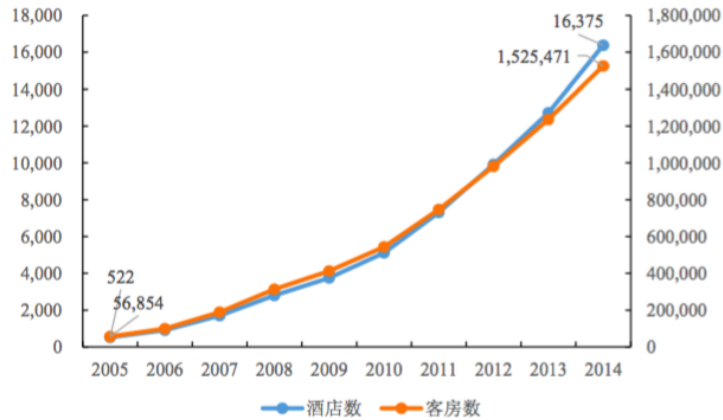
一、中国经济型连锁酒店行业概况

(一) 酒店行业的概况

我国酒店主要分为以下几种类型：星级酒店是由国家(省级)旅游局评定的能够以夜为时间单位向旅游客人提供配有餐饮及相关服务的住宿设施；连锁酒店是指以连锁经营模式运营的酒店，一般都具有全国统一的品牌形象识别系统、全国统一的会员体系和营销体系；单体酒店又称独立酒店，指由个人、企业或组织独立拥有并经营的单个饭店企业。单体酒店是传统酒店形式，其特点是单独、分散地存在于各个城市和地区，独立地进行营销活动和管理活动，不属于任何酒店集团，也不以任何形式加入任何联盟。

根据研究机构 IBISWorld 的市场调研结果，2014 年中国酒店行业收入 477 亿美元(约 3,000 亿人民币)，2009-2014 年复合增长率 9.3%。行业容纳 1.5 万家以上酒店并提供 232.7 万就业岗位。

我国酒店整体规模自 2005 年来保持高速增长势头。根据《2015 中国酒店连锁发展与投资报告》，2005-2014 年间，我国酒店连续高速扩张，全国有限服务连锁酒店数从 522 家增长到 16,375 家，年复合增长率达 46.6%；客房数从 5.7 万间增长到 152.5 万间，年复合增长率达 44.1%。过去十年是我国酒店业规模的高速扩张期。



数据来源:中国饭店协会《2015 中国酒店连锁发展与投资报告》

(二) 经济型连锁酒店的概况

经济型酒店行业隶属于服务业,以城市化为背景的内需增长是其实现高速增长的根本动力。一方面,城市化的加速发展和居民收入快速增长带来居民对于住宿的需求与住宿标准不断提高。据盈蝶酒店咨询调查显示,因公或因私出行住宿的平均费用在 200-300 元的占比 17.91%, 300 元以上的占比 14.94%。但是定价在 300 元以上的连锁酒店客房供应量仅为 4.63%。此外, 300 元以上的中档商务酒店进入与高星级酒店的竞争范畴,也是经济型连锁酒店品牌的升级产品,市场空间很大。因此,随着我国居民收入水平不断上升和城市化进程不断提高带来的城市人口增加,都将成为经济型酒店行业发展的重要动力。另一方面,大众旅游带动经济型酒店的进一步发展。历史数据表明,国内旅游市场指标与 GDP 高度相关,而且发展速度高于 GDP 增速。在过去 20 年中,国内旅游业收入占全国 GDP 的比重是 2.87%;在过去 10 年中国内旅游收入占全国 GDP 的平均比重是 3.04%。

2013 年 3 月,国务院办公厅印发《国民旅游休闲纲要(2013—2020 年)》。到 2020 年,职工带薪年休假制度基本得到落实,城乡居民旅游休闲消费水平大幅增长。健康、文明、环保的旅游休闲理念成为全社会的共识,国民旅游休闲质量显著提高,与小康社会相适应的现代国民旅游休闲体系基本建成。纲要的印发将极大地促进旅游酒店行业的发展。

二、经济型连锁酒店的市场规模

随着我国人均收入和休闲旅游需求的增长，商务出差、会展经济的持续发展是较长时期的现实，消费者对酒店的需求不断增加。与此同时，城镇化的快速推进、以高铁为代表的交通体系的不断发展和完善，也为酒店业的发展带来了较好的市场建设氛围和消费人群。另外，旅游行业发展的带动也给酒店行业发展注入充足的驱动力。

根据“十二五旅游业发展纲要”，未来五年中国政府将多策并举，把旅游业培育成国民经济的战略性支柱产业，十二五期间，中国旅游业总收入年均增长率10%，到2015年达到2.3万亿元。《国务院关于加快发展旅游业的意见》提出明确要求：到2015年，我国旅游市场规模进一步扩大，国内旅游达到33亿人次，入境过夜旅游9,000万人次，出境旅游8,300万人次。旅游消费稳步增长，旅游消费相当于居民消费总量的10%。经济社会效益更加明显，旅游业总收入年均增长12%以上，旅游业增加值占全国GDP的比重提高到4.5%，占服务业增加值的比重达到12%。旅游服务质量明显提高，市场秩序明显好转，可持续发展能力明显增强，力争到2020年，我国旅游产业规模、质量、效益基本达到世界旅游强国水平。根据《国务院关于加快发展旅游业的意见》，于2013年2月，国务院办公厅正式发布《国民旅游休闲纲要（2013-2020）》，进一步促进中国旅游休闲产业的健康发展。与旅游业息息相关的酒店行业也必将迎来一个快速发展的黄金时期。

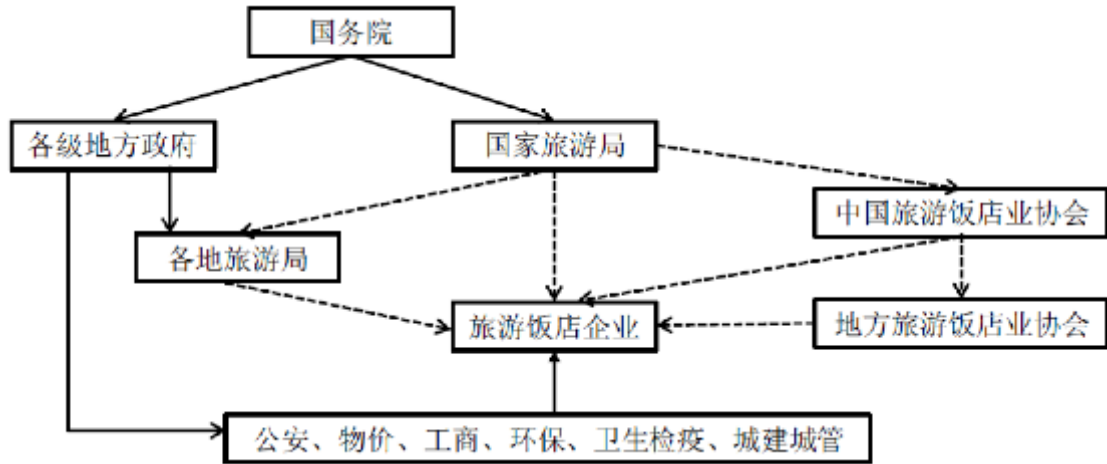
近年来，随着我国居民收入和生活水平的提高，我国旅游经济由大众观光式旅游的初级阶段向度假式旅游阶段过渡，中国旅游业持续强劲的增长态势、经济型酒店需求在酒店消费需求结构的占比提升均为未来中国经济型酒店发展提供了长足的驱动力。

三、经济型连锁酒店的行业管理体制

（一）行业主管部门

住宿业的行业主管部门为地方各级人民政府的旅游主管部门。鉴于住宿业的综合性，除了主管部门外，公安、工商、物价、环保、卫生检疫、城建城管等部

门也参与对各类酒店住宿企业的监管。目前，我国住宿业的行业管理体制如下图所示：



（二）行业自律性组织

住宿业的全国性行业自律性组织为中国旅游饭店业协会，主要从事制定行业自律规则、开展行业资质评审、行业培训、学术理论研究、国际交流合作等活动。

中国旅游饭店业协会成立于1986年，是我国旅游及酒店行业的自律组织，具有独立法人资格，其主管单位为国家旅游局，是中国境内的饭店和地方饭店协会、饭店管理公司、饭店用品供应厂商等相关单位，按照平等自愿的原则结成的全国性的行业协会。中国旅游饭店业协会的主要职能为：对行业数据进行科学统计和分析；对行业发展现状和趋势做出判断和预测，引导和规范市场；组织饭店专业研讨、培训及考察；开展与海外相关协会的交流与合作；利用中国旅游饭店网和协会会刊《中国旅游饭店》向会员提供快捷资讯，为饭店提供专业咨询服务。

（三）主要法律法规及自律规则

目前，我国住宿业的监管体系以行业标准、规则为主。《旅馆业治安管理办法》、《公共场所卫生管理条例》、《旅店业卫生标准》、《消费者保护法》、《环境保护法》、《商业特许经营管理条例》、《商标法》等法律法规在治安、卫生、消费者权益、环境保护、经营模式、商标等方面对酒店住宿行业进行规范。

《中国旅游饭店行业规范》由中国旅游饭店业协会制定，为国内酒店住宿行业的行业规范进行了约定。《旅游饭店星级的划分与评定》由国家旅游局制定，并由国家质检总局、国家标准化管理委员会审核，确定饭店的星级划分标准。

住宿行业主要依据的法律法规、部门规章和规范性文件如下：

序号	法律法规	主要内容	指定单位	颁布/实施日期
1	公共场所卫生管理条例	为创造良好的公共场所卫生条件，预防疾病，保障人体健康，本条例规定了一般性公共场所所需遵守的卫生管理标准和制度，并提出了相应的卫生监督措施	中华人民共和国国务院	1987年4月1日颁布
2	旅馆业治安管理办法	为了保障旅馆业的正常经营和旅客的生命财物安全，维护社会治安，本办法规定了旅馆业在开业、消防、安全、运营等方面的制度和相应的处罚措施	中华人民共和国公安部	1987年11月10日颁布，2011年1月8日修订
3	环境保护法	中华人民共和国环境保护法是为保护和改善环境，防治污染和其他公害，保障公众健康，推进生态文明建设，促进经济社会可持续发展制定的国家法律	第七届全国人民代表大会常务委员会	1989年12月26日颁布，2014年4月24日修订
4	消费者权益保护法	消费者权益保护法是为了保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序稳定，促进社会主义市场经济健康发展而制定的一部法律。该部法律主要明确了消费者享有各方面权利，强调了经营者的义务，并鼓励、动员全社会为保护消费者合法权益共同承担责任，对损害消费者权益的不法行为进行全方位监督	第八届全国人民代表大会常务委员会	1993年10月31日颁布，2013年10月25日修订
5	旅店业卫生标准	本标准规定了各类旅店客房的空气质量、噪声、照度和公共用品消毒等标准值及其卫生要求，适用于各类旅店	中国国家标准化管理委员会	1996年1月18日颁布
6	中国旅游	为了倡导诚实守信，强化饭店对客人的承	中国旅游饭	2002年5月

	饭店行业规范	诺, 维护客人和饭店的合法权益; 规范企业经营活动, 维护企业经营秩序。依据《中国消费者权益保护法》、《合同法》、《国务院关于计算外宾住房天数的规定》、《国际饭店新规程》及有关国际惯例制定了《中国旅游饭店行业规范》, 《规范》总共11章43条, 涉及饭店预订、等级、入住、饭店消费、保护客人的人身和财产安全、保护客人贵重物品、保护客人一般物品、洗衣物品、停车场管理等内容, 明确规定了饭店的权利和义务	店业协会	1日颁布
7	商业特许经营管理条例	为规范商业特许经营活动, 促进商业特许经营健康、有序发展, 维护市场秩序, 制定本条例。在中华人民共和国境内从事商业特许经营活动, 应当遵守本条例。条例内容主要明确了开展特许经营业务的条件, 约定了特许人和被特许人之间合同关系	中华人民共和国国务院	2007年2月6日颁布
8	旅游饭店星级的划分与评定	本标准规定了旅游饭店星级的划分条件、服务质量和运营规范要求。适用于正式营业的各种旅游饭店	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局; 中国国家标准化管理委员会	2010年10月18日颁布

四、经济型连锁酒店的行业壁垒

(一) 资金壁垒

我国经济型连锁酒店大约十年前开始起步。尽管国外连锁酒店品牌希望打入中国市场, 但其“管理+品牌”输出的方式在中国并不奏效。如家酒店、汉庭酒店、布丁酒店等一些本土品牌则结合当时中国国情实现了持续快速发展: 中国经济在飞速发展中留下了一定数量的旧厂房等存量物业, 酒店扩张时以较低的成本获取物业, 经过改造便可以成为新店, 因此扩张速度快、成本极低。但随着时间的推移, 首先, 我国存量物业资源日益减少, 供给下降; 其次, 酒店数目迅速扩

张，需求增加；第三，房价水平随房地产行业整体上涨。因此，目前的新建物业资金成本高昂。另一方面，酒店行业本身投资回收期长，难以迅速回笼资金。因此，行业目前对资金要求较高。

（二）经营能力壁垒

管理和品牌知名度是两个非常重要的行业因素。对新进入者来说，两方面均面临很大挑战。首先，连锁酒店需要成熟的管理体系控制成本、保证质量，这具有较高的专业性要求。其次，新品牌推广需要铺设营销渠道、打开知名度，但目前行业内已有历史较长、经营经验丰富、知名度高的几大品牌存在先发优势，新进入者抢占市场份额会面临较高的行业壁垒，因此经营能力是进入行业的壁垒之一。

（三）人才壁垒

人才是连锁酒店日常经营和规模扩张中不可或缺的要害。作为典型的服务行业，酒店对于管理人才的需求较高。若以直营的方式进行扩张，总部管理团队需要管理所有“零售点”并进行资源合理分配和市场快速拓展；若以加盟方式扩张，总部需要向加盟店输出管理理念和经营技术。因此无论哪种方式都要求高素质的管理人才。但连锁酒店的人才培养周期较长，一般需要 5-6 年，新进入者需要同时兼顾规模扩张和队伍培养，在现有的市场环境下难度较大。因此，人才也是连锁酒店的壁垒之一。

（四）品牌及影响力壁垒

目前我国连锁酒店行业已进入成熟阶段，几大品牌已经占有相当市场份额并形成较强的品牌影响力。首先，品牌企业规模领先，在各级城市广泛的网点布局对知名度的提升起到了促进作用；其次，各品牌在发展的过程中通过会员模式等积累了大量客户；此外，大品牌在管理服务、企业形象等方面树立了较好的口碑。因此，品牌及影响力对于新进入的企业来说是重要的壁垒。

五、经济型连锁酒店的投资风险

（一）行业竞争风险

凭借先进的管理经营理念和鲜明的品牌特色，截至本公开转让说明书签署之日，公司已成功在北京、上海、杭州、西安等大中城市获得不俗的经营业绩和良好的市场口碑，全国性的发展部署已取得初步进展。但目前公司在全国各地开设的门店数量还不够多，现有门店相对集中，公司仍需进一步完善全国性布局。公司未来将继续以长三角、珠三角、西南、华北等为重点发展区域，致力于发展成独具特色，模式领先的全国连锁酒店集团。

（二）营运成本上升风险

充足而稳定的资本是公司快速稳定发展的基础。近年来，公司规模迅速变大，以杭州为立足点，正着力向全国各地进行直营店的拓展，其对公司提出较高的资金要求，公司仍需要进一步提高自身资金实力，以提升自身的发展速度，应对日益激烈的市场竞争格局。

（三）消费者需求变化和服务质量稳定性的风险

在公司现有业务经营过程中，公司已建立了较为科学的人才梯队，为业务发展奠定了坚实基础。但是考虑到公司未来的发展规划，业务营销推广方式应更加多元化，对员工的执行力也要求更高，公司需进一步强化专业化人才体系，吸引和培养优秀人才，以增强公司的经营管理能力。此外，随着市场竞争的日益激烈，公司需相应推进人才引进及激励体制的建设，避免人才流失对公司经营的影响。

参考文献：

- 1、前瞻产业研究院，《中国酒店市场竞争分析及酒店管理企业核心竞争力提升策略研究报告》
- 2、《国务院关于加快发展旅游业的意见》
- 3、长江证券，《中国经济型酒店行业分析》
- 4、东吴证券，《关于我国旅游饭店业的研究概况》