

高层动态 | 要闻聚焦 | 全域旅游 | 文化旅游 | 红色旅游 | 对外交流 | 旅行服务 | 景区度假 | 规划投资 | 商品装备
地方关注 | 观点声音 | 乡村振兴 | 乡村旅游 | 市场监管 | 公共服务 | 酒店住宿 | 旅游交通 | 人才教育 | 视觉影像

您的位置: [首页](#) > [酒店住宿](#) >

国际酒店集团持续看多中国市场

时间: 2022-08-23 来源: 中国旅游报 作者: 首席记者 王玮 编辑: 武威 王莹

日前, 希尔顿、洲际、凯悦、雅高等多家总部在境外, 业务遍布全球的外资酒店集团(以下简称国际酒店集团)披露了上半年业绩数据。在被压抑的需求得以释放、消费者的信心开始恢复、旅游支出不断增加的情况下, “逐步复苏”成为财报的关键词。

时隔一年, 此次翻看国际酒店的半年报, 已不见数据下滑的惨淡, 核心业绩曲线均开始大幅上扬。在最新公布的财报中, 凯悦酒店集团上半年总收入同比上涨150.86%。洲际酒店集团上半年运营利润同比增长162%。雅高集团在今年第二季度, 业务表现首次好于疫情发生前, 所有区域市场和所有品牌的业绩都出现了反弹。在第二季度, 希尔顿集团全系统内RevPAR(每间可用客房收入)仅比2019年下降了2.1%。国际酒店市场开始变暖了。

成绩单可圈可点

从财报披露的数据来看, 欧美市场是推动此轮复苏的主力。酒店市场分析公司HotStats近日发布的数据显示, 今年6月, 欧洲酒店每间客房的营业利润达到95.28欧元, 略超出疫情发生前的水平, 第二季度每间客房的营业利润较去年同期增幅超过13倍。

“第二季度, 欧洲地区的RevPAR同比增长283%, 超过疫情发生前水平。亚太地区RevPAR相比2019年同期下降了39%。不过, 4—6月份, 中国市场的酒店入住率已恢复至60%左右, 相比2019年同期仅下降6%。虽然亚太地区整体复苏落后于欧美地区, 但我们仍然持乐观态度。”对于各区域的业绩表现, 希尔顿集团这样分析。

洲际酒店集团相关负责人同样表示看好中国市场。数据显示, 洲际酒店集团大中华区酒店7月上旬RevPAR已恢复至2019年同期的80%以上。目前看来, 景区周边与休闲旅游目的地的酒店业绩均已超出2019年同期水平, 恢复快于城市商务酒店。

在多数业者分析看来, 在商旅市场没有彻底恢复前, 全球旅游业的复苏和游客需求的增加, 是全球酒店业迎来反弹的关键。也有业者观察到, 短期休闲旅客在近段时间贡献的收入会更多。

重心向“下”找商机



从各国际酒店集团上半年的财报可以看出，疫情的冲击并未影响其在全球“开新店”的计划。

今年7月，希尔顿集团迎来了第7000家酒店开业。希尔顿集团总裁兼首席执行官Nassetta在与投资者的电话会议上说：“全球1/5的在建酒店客房都是希尔顿相关品牌的。”截至今年6月30日，希尔顿集团在在建酒店近2780家，客房数量超过41.3万间，创历史新高。希尔顿集团在中国新开业及签约酒店也保持增长态势，截至第二季度签约酒店数量近700家，约占全球数量的1/4。

不断加码中国市场的还有洲际酒店集团。数据显示，洲际酒店集团第二季度在中国开业的酒店数量较第一季度翻了一番，增长势头强劲，上个月还迎来了在华的第600家酒店开业。

亚洲（中国）酒店业发展报告显示，今年上半年亚太区酒店投资交易总额达68亿美元，较2019年同期增长11.9%。按投资数额排序，中国位列第三名，获得16亿美元的投资。由此可见，尽管有疫情的影响，中国酒店市场依然被投资者看好。从几家国际酒店集团在中国的“落子”趋势图来看，二三四线城市已成为布局重点。

前不久，希尔顿集团旗下高端精选服务酒店品牌——花园酒店宣布，在大中华区开业酒店数量预期实现三倍增长，并首次入驻厦门、石家庄、郑州、周口等地。花园酒店品牌方面称，“以城市为核心，全面布局高铁沿线”的发展战略得到业主认可和青睐。

事实上，提出相类似发展战略的不只是这一国际酒店品牌，洲际酒店集团旗下的智选假日品牌也曾立下了“要跟着高铁开遍中国”的目标。记者关注到，近年来，多位国际酒店集团中国区的负责人提出过这样的观点：“随着高铁网络的进一步搭建，二三四线城市已成为酒店市场的利润增长点。”

希尔顿集团大中华区及蒙古总裁钱进在接受媒体采访时提到，近年来，二线城市不断发展变化，其中一部分升级为新型一线城市，因此豪华酒店品牌或高端全服务酒店品牌同样适用于这部分市场。对于三四线城市来说，很多是位于一二线城市两小时内车程半径，并定位为一二线城市居民提供休闲度假服务的目的地。当下，周边游的火爆也让很多酒店投资人看到这部分区域的商机，一些以提供核心服务为主的精选品牌在这样的地方投资回报率会比较高。当然，国内还有一些位于下沉市场的旅游目的地其住宿需求更为多元化，比如在九寨沟，奢华品牌、高端品牌以及精选品牌均有布局。未来，随着县级市的进一步城镇化，也将为酒店住宿业带来更多商机。

下半年有望更好

“国际酒店集团的全球业务正在逐步恢复中。”在当前的财报季，雅高、凯悦、希尔顿、洲际等多家国际酒店集团相关负责人乐观判断，目前尚未看到全球住宿需求放缓的迹象。休闲旅游需求的持续攀升，团体客人需求的显著恢复，部分商旅业务的逐步回归，都是他们对未来市场保持乐观的原因。

但是通货膨胀所带来隐忧是他们不得不面对的。例如，美国酒店及住宿协会（AHLA）发布的数据显示，到今年年底，美国市场的酒店客房收入预计将超过1880亿美元，名义上超过了2019年同期水平。但是，经通胀调整后，每间可用客房的收入预计要到2025年才能超过2019年的水平。

另外，根据美国酒店及住宿协会的调查显示，97%的酒店表示他们正在经历人员短缺的问题。一些酒店不得不减少某些服务的提供，并限制了可用间夜的数量，通过上涨酒店房价来保持业绩。但仍有分析师提醒，人力短缺



的因素可能会对酒店业绩有所影响。当然，市场波动、能源价格上涨、运输成本上升、材料短缺的挑战持续存在，并减缓了国际酒店市场全面复苏的时间。

在中国市场，国际酒店集团除了要面对疫情冲击对市场的影响外，赛道拥挤也是他们不得不面对的。

日前，又有知名国际酒店品牌因为经营不善收到业主方发来的解约函，而且业主方明确表示，这家酒店不会因此关闭，与品牌方解约之后，业主方将对酒店进行升级，由委托管理转为自主经营。“随着国内酒店品牌管理经验的逐渐成熟，市场竞争更加激烈，国际酒店集团还得多花心思，拿出能让业主方愿意续约的真功夫。”有业者如是说。

早在各国际酒店集团下沉市场布局品牌时，就有不少业者提出，如何更接地气是这些酒店集团应该去思考的问题。有相关研究者判断，受疫情影响，目前酒店99.9%的客源来自中国，就算市场未来恢复正常之后，预计中国客人依然会占85%以上。记者注意到，“了解本土客人、服务本土客人”已成为一些国际酒店集团布局中国市场的重要理念。另外，国际酒店高层管理人才的本土化进程也在加速。毕竟对于一部分国际酒店集团来说，中国是其在全球的第二大市场，而且对于该市场的前景他们依旧看好。

“长远来看，中国的长期市场依然可期。”北京第二外国语学院旅游科学学院教授谷慧敏判断道，在旅游流动、商务活动逐步恢复之后，市场就会快速恢复到常态，而在疫情影响市场的这几年，经营效益不好、品牌不能够适应市场的企业已经被逐步淘汰，这也让国际性的大企业有机会迎来更好的发展。随着疫情防控措施的变化，旅游业会持续恢复，下半年中国酒店业的整体情况有望好于上半年。



DNA 2EU9I5BU

本文经[原创]原创认证，作者中国旅游报社，访问yuanben.io查询【2EU9I5BU】获取授权信息。

推荐



中国旅游报社党的二十大融媒体专题



【专题】学习宣传贯彻十九届六中全会精神

中国共产党第十九届中央委员会第六次全体会议，于2021年11月8日至11日在北京举行。全会听取和讨论了习近平受中央政治局委托作的工作报告，审议通过了《中共中央关于党的百年奋斗重大成...



【专题】奋斗百年路 启航新征程

2021年，中国共产党迎来百年华诞。百年征程波澜壮阔，百年初心历久弥坚。不怕牺牲、不畏艰难，中国共产党始终与人民站在一起，始终把人民的幸福记在心间。让人民生活更加美好，人的全面...



【专题】“百名红色讲解员讲百年党史” 宣讲活动

为庆祝中国共产党成立100周年，深入开展党史学习教育，近日，文化和旅游部启动了“百名红色讲解员讲百年党史”宣讲活动。此次宣讲活动，是贯彻落实习近平总书记关于用好革命文物、用好...



文化和旅游部

部直属单位网站

各省区市文化和旅游厅（局）

旅游协会及相关组织网站

国际旅游组织

《中国旅游报》社有限公司简介

中国旅游报 中国旅游新闻网版权所有 未经许可不得转载

京公网安备 11010102002887号 京ICP备05019093号-4

中华人民共和国互联网新闻信息服务许可证：1012006032

违法和不良信息举报电话：010-85168056