

公司代码：600258

公司简称：首旅酒店

北京首旅酒店（集团）股份有限公司  
2019 年半年度报告摘要

## 一 重要提示

- 1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读半年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 本半年度报告未经审计。
- 5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案  
无

## 二 公司基本情况

### 2.1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	首旅酒店	600258	首旅股份

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	段中鹏	李欣
电话	66014466-3846	66014466-3841
办公地址	北京市西城区复兴门内大街51号	北京市西城区复兴门内大街51号
电子信箱	dzpxx@sohu.com	lixin@btghotels.com

### 2.2 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	16,859,905,914.94	16,824,178,596.27	0.21
归属于上市公司股东的净资产	8,427,501,904.21	8,162,432,575.08	3.25
	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
经营活动产生的现	673,647,208.87	769,108,145.88	-12.41

现金流量净额			
营业收入	3,990,368,888.38	4,002,363,242.59	-0.30
归属于上市公司股东的净利润	367,630,342.68	339,960,164.83	8.14
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	335,667,578.29	316,002,243.12	6.22
加权平均净资产收益率(%)	4.41	4.54	减少0.13个百分点
基本每股收益(元/股)	0.3746	0.3473	7.86
稀释每股收益(元/股)	0.3746	0.3473	7.86

### 2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数(户)		23,767				
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)		0				
前10名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结的股份数量	
北京首都旅游集团有限责任公司	国有法人	33.68	332,686,274	157,275,016	冻结	3,267,613
携程旅游信息技术(上海)有限公司	境内非国有法人	15.29	151,058,735	151,058,735	无	
香港中央结算有限公司	境外法人	8.81	86,997,651	0	未知	
SMART MASTER INTERNATIONAL LIMITED	境外法人	3.67	36,280,964	36,280,964	未知	
南方东英资产管理有限公司—南方东英龙腾中国债券基金(交易所)	其他	1.49	14,756,609	0	未知	
全国社保基金五零四组合	其他	1.16	11,474,689	0	未知	
全国社保基金四一八组合	其他	1.14	11,302,230	0	未知	
铂金投资管理有限公司	境外法人	1.01	9,933,037	0	未知	
安徽省铁路发展基金股份有限公司	其他	0.91	8,958,938	0	未知	
全国社保基金一一四组合	其他	0.87	8,581,018	0	未知	
上述股东关联关系或一致行动的说	公司第一大股东和第二大股东之间及其与前十名其他					

明	股东间无关联关系，未知其他股东之间关联关系。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无

#### 2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

适用 不适用

#### 2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

#### 2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

适用 不适用

### 三 经营情况讨论与分析

#### 3.1 经营情况的讨论与分析

当前在全球经济多种变量的博弈和不确定下，复杂的外部环境构成了企业经营的主要风险因素，但同时也促发了行业内新的历史发展机遇。2019年上半年公司积极创新发展，在酒店产品消费升级的大趋势中，公司充分发挥品牌、规模、资源、管理、平台和技术优势，抓主业、调结构、上规模、提质量，坚定地发展中高端酒店产品，创新酒店经营场景，以“住宿+”为核心，将吃、住、行、游、购、娱、共享办公等资源连接起来，借力合作与并购，全力打造“如旅随行”的产业链和顾客价值生态圈。

##### 第一部分:公司主要重点经营事项

##### 1. 全新商业模式创立合资酒店品牌——“逸扉 UrCove by HYATT”

如家酒店集团与凯悦酒店集团已成立合资公司（宇宿酒店管理有限公司），本次合作实现了外资著名酒店品牌在中国发展的三个第一次突破，即双方均资金投入，品牌归属合资公司和新公司完全市场化运作。合资公司创建推出定位于中高端旅行市场的新品牌“逸扉酒店 UrCove by HYATT”将根植中国，博采双方所长，致力于满足年轻和频繁出行的旅客群体的商务和休闲需求，为中产消费人群提供更高质量的产品和旅行体验。目前第一批直营店（北京、上海）的筹备建造工作已经开始，预计将于2020年上半年开业。

##### 2. 激活交通枢纽圈的新酒店品牌——“嘉虹”旗舰店开业

公司与春秋集团联合打造具有航旅特色的空港连锁酒店品牌——“嘉虹”酒店，第一家旗舰店已于6月底在虹桥机场正式开业。“嘉虹”品牌依托临近交通枢纽的属性特色，着重融入航空主题的设计与体验，并提供与机场出行配套的便利服务，致力于满足广大商旅用户及航空机组人员的多样化需求，获得了客户及业内外的的好评。“Skybird Hotel Alliance 嘉虹酒店联盟”海内外门店也在同步落地。该合作项目充分发挥了双方的优势资源，打造航空、旅游、住宿、购物和观光巴士等资源融为一体的生态链，在服务品质提升、平台建设、会员体系和业务资源整合、营销推广以及人才培养等诸多方面实现互联互通、合作共赢，以全产业链集群效应助力打造以航旅住宿一体化为代表的交通枢纽经济新时代。

##### 3. 继续改造存量酒店，升级核心产品，以数字创新推动酒店整体变革，提升顾客体验满意度

抓主业、调结构、上规模、提质量，坚定地发展中高端酒店产品，创新酒店经营场景是公司酒店主业发展核心。截至2019年6月底，公司已完成如家经济型酒店NEO3.0改造286家，改造客房3.2余万间。如家NEO 3.0酒店的大改主要满足产品整体升级的需求，中改主要突出酒店的亮点，小改突出酒店部分公共区域的消费趋势变化。公司做好产品改造升级的硬件打造是酒店的经营基础，在酒店公共空间服务升级上积极引入全新的生活方式，为现代商务顾客提供共享工作空间和相对轻松的非正式环境，突出轻松、灵活、数字化、智能的商旅工作和休息环境。通过“睡眠礼盒”“如家这碗面”等提升服务体验，营造“好睡、好吃、好玩”的环境，为商旅宾客以及酒店周边消费群体打造“让酒店成为一个大家来享受的空间”。

#### 4. 合作龙珠IP——“漫次元”酒店主题空间产品深度推广

作为全国唯一官方授权的龙珠主题客房在上半年已经开放4款20间，主要由公司的2家YUNIK HOTEL及4家如家精选酒店的客房改造而来，分布在上海、北京、成都等地。酒店主题空间产品是公司极具代表性的酒店创新，是公司在互动式酒店空间的运营上结合新生代消费者对潮流风尚的追求，向年轻群体打造的动漫主题空间。在消费升级和体验经济的驱动下，公司在中端酒店里打造空间、场景和需求交织下的创新产品，以好玩、有趣味理念，将公共区域融入复合型功能，包括潮品销售、VR动感单车及电竞等娱乐设施、咖啡+办公场景、社交场地等，通过顾客相关活动触发客人在酒店中的其他消费点，给酒店带来较好的营收增长，提升酒店空间价值。

#### 5. 首旅建国中标北京大兴机场南航机组保障项目，开启专业高端酒店管理创新模式里程碑

北京大兴机场的正式竣工验收，揭开了京津冀区域旺盛的航空枢纽经济腾飞的序章，在预计2020年达到1.4亿，2025年达到1.7亿的航空客运需求下，北京大兴机场周边的酒店餐饮市场将迎来广阔的发展空间。首旅建国作为国内极具影响力的高端专业酒店管理品牌，其凝炼了中国服务精神与民族品牌的精髓，通过专业化、标准化、科技化、人性化、差异化的专业酒店管理的突出优势，一举中标北京大兴南航机组保障项目。该项目建筑面积17万平米，营运客房达2,200余间，这是北京未来5年内最大的酒店运营管理高端项目，后期衍生的市场商业机会远超当下。本次建国品牌的中标，拉开公司高端酒店品牌率先在国际大型机场的品牌宣传帷幕，在公司酒店品牌发展上具有里程碑式的意义，公司高端酒店品牌运营超越竞争思想意识，贴合新的市场需求，创立新的管理空间，由品牌核心价值获得了新业务发展空间。

#### 6. 打造“体育+文化+旅游”的南山品牌新动力

上半年海南整体旅游市场出现小幅下滑，但南山公司积极采取了一系列措施，实现了营业收入和经营利润的小幅增长，并荣获了全国、海南省和三亚市不同级别的旅游行业奖项。南山公司借助“资源通融、内容兼融、宣传互融、利益共融”的新型媒体，进行多方位宣传，创新营销模式，打造“体育+文化+旅游”的南山品牌，并通过贯穿全年的赛事活动，传播南山品牌，培育新动力。

#### 7. 积极研发及优化酒店管理系统，提高运营效率

收益系统、CRM系统、面对面系统，自助入住和智能电视等正逐步落地实施，通过建立、升级、完善等步骤，将为客人提供更好的服务，并提升公司的运营效率。

## 第二部分:公司整体经营情况

2019年上半年,公司整体经营在营业收入基本持平的基础上,保持了利润的平稳增长。

2019年1-6月,公司实现营业收入399,037万元,比上年同期减少1,199万元,下降了0.30%。公司营业收入的下降主要由于:一、酒店业务实现营业收入374,001万元,比上年同期减少1,823万元,下降了0.48%;二、景区运营业务实现营业收入25,036万元,比上年同期增加623万元,增长2.55%;公司营业成本、营业税金及附加、销售费用、管理费用、研发费用总计340,968万元,与上年同期基本持平。

本期公司财务费用 6,875 万元，比上年同期减少 1,843 万元，下降了 21.14%。主要系公司合理安排资金偿还贷款，贷款规模减少导致财务利息节约 1,960 万元所致；其他收益 3,611 万元，比上年同期增加 1,377 万元，增长了 61.66%，主要系收到的企业发展与扶持奖励基金上升，以及 2019 年 4 月 1 日增值税改革后新增的加计扣除进项税额；投资收益 2,234 万元，比上年同期增加 1,530 万元，增长了 217.11%，主要系因对逗号开曼公司的股权比例变化，将其由子公司变更为参股企业形成的投资收益 1,328 万元。

2019 年上半年公司实现利润总额 55,707 万元，比上年同期增加 3,094 万元，增长 5.88%。各业务板块实现利润总额情况：1、公司酒店业务实现利润总额 43,832 万元，比上年同期增加 2,353 万元，增长 5.67%。2、景区运营业务实现利润总额 11,875 万元，比上年同期增加 741 万元，增长 6.66%。

本期公司实现归属母公司净利润 36,763 万元，比上年同期增加 2,767 万元，增长了 8.14%；实现每股收益 0.3746 元/股，比上年同期增加 0.0273 元/股，增长了 7.86%。非经常性损益对合并报表归属母公司净利润的影响金额为 3,196 万元，比上年同期增加 800 万元，增长 33.41%。扣除非经常性损益后的归属于上市公司股东的净利润 33,567 万元，比上年同期增加 1,967 万元，增长了 6.22%；本期扣除非经常性损益后的归属于上市公司股东的每股收益 0.3419 元/股，比上年同期增加 0.0191 元/股，增长 5.92%。

### 第三部分：公司 2019 年第二季度酒店主要经营数据

#### 1. 品牌市场数据

截止 2019 年 6 月 30 日，公司酒店数量 4,117 家（含境外 1 家），客房间数 398,006 间。公司中高端酒店数量 755 家，占比 18.3%，客房间数 91,784 间，占总客房间数的 23.1%。

截止 2019 年 6 月 30 日公司酒店数据统计表

品牌	酒店数量			客房间数		
	2019 年 6 月末			2019 年 6 月末		
	合计	直营	特许	合计	直营	特许
<b>经济型酒店</b>	<b>2,676</b>	<b>703</b>	<b>1,973</b>	<b>268,390</b>	<b>79,785</b>	<b>188,605</b>
如家	2,188	556	1,632	221,815	59,890	161,925
莫泰	310	113	197	35,569	16,527	19,042
蓝牌驿居	81	-	81	3,642	-	3,642
雅客怡家	40	1	39	2,417	80	2,337
云上四季	35	16	19	2,948	1,824	1,124
欣燕都	22	17	5	1,999	1,464	535
<b>中高端酒店</b>	<b>755</b>	<b>163</b>	<b>592</b>	<b>91,784</b>	<b>23,037</b>	<b>68,747</b>
如家商旅	244	43	201	22,365	5,362	17,003
如家精选	192	52	140	19,488	6,416	13,072
和颐	176	39	137	20,794	6,349	14,445
金牌驿居	35	11	24	1,985	914	1,071
璞隐	4	2	2	653	309	344
柏丽艾尚	4	4	-	532	532	-
扉缦	2	2	-	244	244	-
Yunik	2	2	-	167	167	-

嘉虹	1	1	-	275	275	-
首旅建国	65	2	63	19,070	922	18,148
首旅京伦	23	1	22	4,920	601	4,319
首旅南苑	7	4	3	1,291	946	345
云酒店	330	-	330	18,131	-	18,131
其他	356	45	311	19,701	2,980	16,721
管理输出	307	-	307	16,537	-	16,537
公寓	47	43	4	3,032	2,848	184
漫趣乐园	1	1	-	96	96	-
如家小镇	1	1	-	36	36	-
小计	4,117	911	3,206	398,006	105,802	292,204

## 2. 品牌拓展数据

2019年第二季度，公司新开店数量为159家，其中直营店2家，特许加盟店157家。经济型酒店新开店数量为28家；中高端酒店新开店数量为43家；云酒店36家；其他52家，其中管理输出酒店51家。

截止2019年6月30日，公司已签约未开业和正在签约店为689家。

2019年第二季度新开店数据表

品牌	新开店数量		
	2019年4-6月		
	合计	直营	特许
经济型酒店	28	-	28
中高端酒店	43	2	41
云酒店	36	-	36
其他	52	-	52
小计	159	2	157

## 3. 品牌经营数据表

(1) 首旅如家酒店2019年第二季度经营数据：

2019年4至6月首旅如家全部酒店RevPAR 162元，比去年同期下降了1.5%；平均房价202元，比去年同期增长了1.3%；出租率80.2%，比去年同期下降了2.3个百分点。

2019年4至6月经济型酒店RevPAR 141元，比去年同期下降了3.9%；平均房价170元，比去年同期下降了1.7%；出租率82.9%，比去年同期下降了1.9个百分点。

2019年4至6月中高端酒店RevPAR 240元，比去年同期下降了6.7%；平均房价326元，比去年同期下降了6.8%；出租率73.6%，比去年同期增长了0.1个百分点。

2019年4至6月云酒店RevPAR 113元，比去年同期下降了9.6%；平均房价167元，比去年同期下降了3.2%；出租率68.0%，比去年同期下降了4.9个百分点。

2019年4至6月首旅如家酒店三项指标统计表

项目	RevPAR		均价		出租率	
	2019年4至	同比%	2019年4至	同比%	2019年4至	同比增减

	6月		6月		6月	百分点
<b>经济型酒店</b>	<b>141</b>	<b>-3.9%</b>	<b>170</b>	<b>-1.7%</b>	<b>82.9%</b>	<b>-1.9</b>
直营	128	-2.8%	162	-1.4%	79.3%	-1.2
特许管理	146	-4.5%	173	-2.0%	84.4%	-2.2
<b>中高端酒店</b>	<b>240</b>	<b>-6.7%</b>	<b>326</b>	<b>-6.8%</b>	<b>73.6%</b>	<b>0.1</b>
直营	263	-4.9%	346	-4.8%	76.3%	-0.1
特许管理	232	-6.9%	319	-7.4%	72.6%	0.4
<b>云酒店</b>	<b>113</b>	<b>-9.6%</b>	<b>167</b>	<b>-3.2%</b>	<b>68.0%</b>	<b>-4.9</b>
特许管理	113	-9.6%	167	-3.2%	68.0%	-4.9
<b>小计</b>	<b>162</b>	<b>-1.5%</b>	<b>202</b>	<b>1.3%</b>	<b>80.2%</b>	<b>-2.3</b>
直营	159	0.5%	202	1.9%	78.6%	-1.1
特许管理	163	-2.4%	202	1.0%	80.7%	-2.8

注释：不含公寓和管理输出酒店 RevPAR 数据。

(2) 首旅如家酒店 2019 年第二季度 18 个月以上成熟店的经营数据：

截至 2019 年 6 月 30 日，如家 18 个月以上成熟酒店共有 3,149 家。全部酒店 RevPAR 160 元，比去年同期下降了 3.6%；平均房价 197 元，比去年同期下降了 1.1%；出租率 81.3%，比去年同期下降了 2.1 个百分点。

2019 年 4 至 6 月经济型酒店 RevPAR 141 元，比去年同期下降了 3.9%；平均房价 169 元，比去年同期下降了 1.3%；出租率 83.1%，比去年同期下降了 2.2 个百分点。

2019 年 4 至 6 月中高端酒店 RevPAR 267 元，比去年同期下降了 3.2%；平均房价 361 元，比去年同期下降了 1.3%；出租率 73.7%，比去年同期下降了 1.4 个百分点。

2019 年 4 至 6 月云酒店 RevPAR 124 元，比去年同期下降了 5.1%；平均房价 172 元，比去年同期下降了 1.0%；出租率 71.9%，比去年同期下降了 3.1 个百分点。

2019 年 4 至 6 月首旅如家开业 18 个月以上酒店三项指标统计表

项目	酒店数量	RevPAR		均价		出租率	
		2019 年 4 至 6 月	同比%	2019 年 4 至 6 月	同比%	2019 年 4 至 6 月	同比增减百分点
<b>经济型酒店</b>	<b>2,538</b>	<b>141</b>	<b>-3.9%</b>	<b>169</b>	<b>-1.3%</b>	<b>83.1%</b>	<b>-2.2</b>
直营	703	128	-1.9%	161	-0.3%	79.3%	-1.3
特许管理	1,835	146	-4.6%	172	-1.7%	84.8%	-2.6
<b>中高端酒店</b>	<b>432</b>	<b>267</b>	<b>-3.2%</b>	<b>361</b>	<b>-1.3%</b>	<b>73.7%</b>	<b>-1.4</b>
直营	128	280	-4.5%	366	-1.1%	76.5%	-2.7
特许管理	304	260	-2.5%	359	-1.4%	72.4%	-0.8
<b>云酒店</b>	<b>179</b>	<b>124</b>	<b>-5.1%</b>	<b>172</b>	<b>-1.0%</b>	<b>71.9%</b>	<b>-3.1</b>
特许管理	179	124	-5.1%	172	-1.0%	71.9%	-3.1
<b>小计</b>	<b>3,149</b>	<b>160</b>	<b>-3.6%</b>	<b>197</b>	<b>-1.1%</b>	<b>81.3%</b>	<b>-2.1</b>
直营	831	154	-2.5%	196	-0.6%	78.8%	-1.6
特许管理	2,318	162	-4.0%	197	-1.3%	82.4%	-2.3

注释：不含公寓和管理输出酒店 RevPAR 数据。

#### 4. 酒店区域分布



地区	截至 2019 年 6 月 30 日开业酒店					
	直营酒店		特许管理及管理输出酒店		合计	
	酒店数量	客房间数	酒店数量	客房间数	酒店数量	客房间数
北京	47	6,561	220	26,337	267	32,898
上海	96	12,853	263	24,209	359	37,062
江苏、浙江、安徽	160	17,968	591	51,410	751	69,378
天津、山东、河北	158	16,859	676	56,406	834	73,265
珠三角（广州、深圳、珠海、佛山、惠州、东莞、中山、江门、肇庆）	54	6,712	80	7,293	134	14,005
四川、重庆	28	3,462	147	13,477	175	16,939
其他	368	41,387	1,228	112,872	1,596	154,259
<b>合计</b>	<b>911</b>	<b>105,802</b>	<b>3,205</b>	<b>292,004</b>	<b>4,116</b>	<b>397,806</b>

公司中国境内酒店家数 4,116 家，客房间数 397,806 间。北京，上海，苏浙皖，津鲁冀，珠三角和川渝地区的酒店总数 2,520 家，客房间数 243,547 间，占总数的 61.2%。

### 3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

适用 不适用

财政部于 2017 年颁布了修订后的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》等（以下合称“新金融工具准则”），并于 2019 年颁布了《财政部关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6 号）（“通知”），本集团已采用上述准则和通知编制截至 2019 年 6 月 30 日止 6 个月期间财务报表，上述准则和通知对本集团及本公司报表的影响详见财务报表附注五、41。

### 3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。

适用 不适用