

北京首旅酒店（集团）股份有限公司

关于 2018 年上半年度业绩现场说明会召开情况的公告

本公司董事会及全体董事保证公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

一、本次说明会召开情况

北京首旅酒店（集团）股份有限公司（以下简称“公司”或“首旅酒店”）于 2018 年 9 月 4 日上午 9:30 至 10:30 在北京唐拉雅秀酒店三层会议室举办了“首旅酒店关于 2018 年上半年度业绩现场说明会”，公司董事、总经理孙坚先生，副总经理兼财务总监李向荣女士，副总经理、董事会秘书段中鹏先生接待并回答了投资者咨询的问题。

(一)董事、总经理孙坚先生对公司当前市场情况及公司战略发展的说明概要

1、市场情况：

根据公司的长期经验，酒店行业有三个特征，一是有周期，二是有季节，三是受事件影响大。

从行业整体来看，市场还是很健康的。单个月份数据受单个事件影响比较大，单看月度数据意义不大。我们认为整体而言，增长是稳定的，没有太大的变化。

2、公司情况：

从首旅如家自身来看，我们继续沿着既定的战略方向往前走，整体经营表现是积极正面的。过去的半年和未来半年首旅如家经营发展可能的大的变动有两点：

第一，经过前面两年左右的多品牌扩张，到今天为止确立了核心家谱。目前

整个品牌体系有 20 多个品牌，包括两部分，一是标准化住宿产品，从高端到中端到中高端再到低端，对以如家精选、如家商旅、和颐至尊等为代表的中高端产品进行重点发展；二是非标准化产品，柏丽艾尚，漫趣乐园，如家小镇等，未来不排除还有一些新的探索，但主力已经形成。我们在不断细分市场，即使在中端领域，也在探讨一二线和三四线产品的不同。此外还有注重社交的 YUNIK 产品，目前经营效益非常好，但是还需要时间的验证和发展。

第二，在整体发展战略上，从自我发展、合作发展、并购发展三方面推进：

首先，自我发展方面：

加快中高端发展是主轴。到目前，如家和颐品牌+如家精选+如家商旅开店总数 424 家。近年来锦江集团并购了铂涛和维也纳两个集团，所以锦江集团旗下整体中高端酒店数量领先；华住收购桔子水晶之后也新增了 300-400 家中高端门店。就并购前原有的各集团，我们和各家的同类型核心中端产品的发展速度和规模基本相同。从今年 4 月份开始，我们重新对组织架构进行改造，在保持集团整体性的同时，对每个事业部发展的独立性更加突出，在过去的 4 个月，数据上也可看到各品牌发展速度有所提升。

加快轻资产化是长期趋势。首旅如家目前加盟比例为 75%，相比于其他几个竞争对手还有很大上升空间，今年比去年已有明显上升。

加快升级改造。今年首批 1 万间新的如家 NEO 产品升级换代已经完成，未来会继续进行第二批、第三批工程。今年首批被改造的产品推出后，经过 3 个月观察，经营数据的提升是非常可喜的，给公司充分的信心，未来投资更多的房间改造项目。在不同程度的改造试验中，也确立了准确的升级改造方式。

其次，合作发展方面：未来公司将结合上下游，探索带有主题化、有明确目标性的合作可能性。未来会看到有一些新的合作出来，都会充分加强对未来发展的机会和渠道。

此外，并购发展也是公司一直在关注的事情：如家和首旅在私有化的过程中，发生了桔子水晶、维也纳和铂涛三件重组事件，但当时公司处于重组期间，没有办法进行重组。过去也一直在关注，但是由于市场非常好，标的估价偏高，考虑

到长远的发展和股东的利益，公司没有并购。在当前资本市场发生下行变化的时候，可能会提供更多的并购的机会。

(二)副总经理兼财务总监李向荣女士对公司 2018 年上半年的经营数据进行了简要的说明

2018 年上半年集团整体收入 40 个亿，略有增长，利润总额增长 27.7%，归母净利润增长 41.2%。营收持平主要是因为战略原因，大力发展轻资产的特许业务，只把加盟管理费计入营收的加盟营收有较好提升，直营店有一些关店，而一家直营店的收入可能相当于 10 多家加盟店的管理费收入，所以收入的规模增长较慢。

如家酒店集团 2018 年上半年利润水平大幅提升。2018 年上半年如家酒店集团营收达 33.3 亿，基本持平，归母净利达 3.38 亿元 / +29.2%。

截止 2018 年 6 月 30 日，首旅如家酒店集团酒店数量为 3,788 家，房间数量 383,396 间；如家酒店集团酒店数量达到 3,631 家，房间数量达到 354,952 间。

归母净利润增长的动力主要是 RevPAR 的增长。如家集团 2018 年 1-6 月全部酒店 RevPAR 比 2017 年 1-6 月增长 4.9%，其中 ADR 增长 8.1%，较大提升了直营酒店利润率。直营酒店的经营杠杆较高，直营酒店利润的增长帮助总体利润率提升 129bps。此外，特许收入占比提升 1.4%至 18.8%，高利润的特许酒店收入增长帮助总体利润率提升 85bps。

成熟酒店 RevPAR 连续十一个季度保持增长，2018Q2 增速达 4.3%，主要得益于房价增长，2018Q2 ADR 增速达 7.0%。

首旅酒店存量业务稳步提升。南山景区入园累计人次较去年增长 6.4%，及北京地区酒店 RevPAR 在今年上半年保持高增长态势，推动利润增长。

2017 年 6 月底特许酒店占比达 72.03%，到 2018 年 6 月底是 75.21%，增长了 318bps。新开店速度也比去年加快，今年上半年总开店数 219 家。关店 143 家，其中 17%的关店是用来改造升级，52%是因为城市市政建设要求和租约到期关店，26%是经营不佳或不符合管理标准，剩下 5%是直营店转特许店。

待开业酒店储备数创近年新高，截止 2018 年 6 月 30 日已签约或待签约的未

开业酒店数达 612 家，增长快速，创近年来新高。

经营现金流稳定健康。2018 年 1-6 月产生经营现金流 7.7 亿元。偿还银行贷款 5.0 亿元，进一步降低财务费用。

会员发展迅速，过亿平台，自有渠道坚实。截止 2018 年 6 月 30 日，集团会员量达 10,433 万，通过自有渠道预订的比重达 81%。

二、说明会投资者咨询的主要问题及回复概要

1、公司 2018 年预计全年营收 87-88 亿，是否有变化？

答：目前保持不变。

2、全年改造目标如何？改造后对同店提升如何？

答：6 月底之前完成了 102 家，改造基本不会在旺季进行，所以 7-10 月旺季里不再进行改造，会在淡季改造，以减少对经营的影响。11 月之后会继续推动第二批如家 NEO 的改造，至少有 50 家店会在年底前开工。已经改造的门店表现非常不错，总体有约 15%的 RevPAR 提升，给予了公司充足的信心。

3、上半年到期物业压力大，下半年压力小一点收入趋势如何？

答：营收上半年做到 40 个亿，下半年因为有 3 季度是旺季，营收会高一些，整体趋势表现估计差别不大。

4、入住率略有下滑，这个问题怎么看？

答：二季度 ADR 上涨 8.1%，对 OCC 会有一些压力，公司战略是通过提升品质和服务来拉动价格，目前 OCC 还是在 85%左右，公司认为入住率水平还是不错，更加希望提升价格，做好收益管理，并做适当客源结构调整。

5、目前要加大并购是否是因为市场景气度下滑？

答：并购是个发展战略，但是不同市场环境有所区别。第一是估值角度来看，不同市场环境下买方和卖方对于估值的考虑是不同的，市场好的时候因为大家博弈空间很小，目前的市场可以看到估值上更加趋于理性。第二是经营市场角度而言，全球来看并购容易在市场下滑的时候发生，因为收购标的可能在经营上存在困难。从酒店行业本身来说，现在景气度还是稳定的。我们希望寻求在结构上互补，在覆盖广度和深度上有帮助的并购。

6、经济型升级完成后 ADR 能高多少？

答：升级改造优化会改善品质、体验度进而改善价格。RevPAR 大概有 10%-18% 的提升机会。

7、目前经济数据不太理想，假设未来经济增速放缓，酒店如何平衡发展？下半年和明年开店计划如何考虑？

答：从酒店目前表现来说，没有看到被经济下行影响的迹象。商务市场比较稳健，旅游市场表现强健。酒店投资者最终看的是投资回报率，酒店行业在过去十多年也遇上经济不好的时候，但并没有影响酒店投资者的信心，因为酒店的投资回报率还是比较高的，也比较稳定，现金流也好。经济型酒店即便在经济不景气时也有比其他行业略好的投资回报率，回报期 4-5 年，相比于其他很多行业还是具有吸引力的，这是一个同时期不同行业投资回报比较的问题。下半年和明年加盟开店计划还将努力提高。

8、上半年税率从 37%到 30%，是什么原因？是否可持续？

答：连锁酒店在全国各地都有门店，且大多是独立计税的法人实体，盈利公司需要缴税，亏损店的亏损不能合并抵税，造成公司的综合税率较高。上半年实现盈利的店越来越多，不能抵税的亏损店和亏损额越来越少，带来综合税率的下降。随着 RevPAR 进一步提升，综合实际税率还会继续下降。

9、后续的偿债计划情况？

答：上半年现金流 7.7 亿，资本支出主要用于改造、升级和维护，剩余资金主要用来偿债，下半年还会继续用自由现金流进一步还贷，财务费用会越来越低。

10、往后的资本性支出计划？

答：全年计划在 10 亿以内。

11、RevPAR 加速，二季度扣非净利增速相比一季度放缓是什么原因？

答：主要是一季度比较基数小，整个上半年增长趋势很好。

12、现在和加盟商接触心态上是否会有变化？

答：每年公司会有加盟商会，8 月初在青岛召开了关键 100 家加盟商会议，这些加盟商基本上都有 3-5 家以上的酒店加盟。每年会有两次交流，从目前来看，加盟商还是很积极的。在产品更新换代后看到收益是比较吸引人的。另外随着物业租金提升，以及产品品质对消费者体验和房价价格的影响都促使加盟商认可并

愿意花资金投入打造提高产品的品质。

13、根据 STR 数据，6 月份和 7 月份酒店供给增速略快于需求增速，这对未来行业的 OCC 和 ADR 会有什么影响？

答：中端酒店供给的增速肯定很快，大家都在发展这块。另一方面，高端酒店的发展也很快，大多数项目在 15、16 年开展，经过 2-3 年的建设期，会在 18 年显示出大量增加。需求六月和七月受今年部分省市放假时间延后和世界杯影响，需求延后，也临时影响了当月的需求增速。可能看一个稍长期间的比较会更合适些。

14、大家都在快速进军高端酒店领域，在一些三线城市扩张速度都很快。是否会担心短期内中高端酒店供给增速大于需求会有一定压力？

答：从商业角度而言：一个好的市场机会，在资本大力推动后必然会出现供给过快的问题。从地区而言：经济发达的地区和良好的位置抗风险能力强，低线城市抗风险能力弱。从产品品质而言：要看是纯粹为数量而发展，还是同时能保证产品品质和运营能力。可能三四年后回头看，当前发展起来的很多酒店并不属于中高端产品，质量并不达标。公司经历过经济型酒店高速发展和放缓的时期，有些地方并不适合开中高端酒店。目前主要市场上中高端产品还是比较稳定的，但如果过度开店而不注重品质把控，这种行为是应该警惕的。

15、上半年有 1 万间房间进行了装修，装修的固定成本有多少？下半年这些店开业后能否保证 200-300 的 RevPAR？

答：NE03.0 升级改造分为大改，中改和小改，上半年改造平均每间房的改造装修投入为 15000 元左右。开店前会产生租金和人工等在建费用。因为这些店都是开在全国不同地区，RevPAR 的绝对值不同，总体预计 RevPAR 会有 10%-18% 的增长。如果在 11、12 月开店，基本上当年不会产生收益，只有费用；如果在上半年开业，基本上新增的收益是可以覆盖其负面影响的，对全年的利润无负面影响。年底还会再改造一批店，这部分店就要到明年才能实现收入和利润贡献。

特此公告。

北京首旅酒店（集团）股份有限公司

2018 年 9 月 6 日