

北京首旅酒店（集团）股份有限公司

投资设立北京首旅寒舍酒店管理有限公司的可行性分析报告

一、 对外投资概述

1、投资设立注册公司名称：北京首旅寒舍酒店管理有限公司(以下称“首旅寒舍”)，公司名称最终以工商注册为准。

2、出资方式、出资额和出资比例：北京首旅酒店（集团）股份有限公司（以下称“公司”或“首旅酒店”）与山里寒舍（北京）旅游投资管理有限公司(以下称“山里寒舍公司”)共同出资1,000万元成立北京首旅寒舍酒店管理有限公司，首旅酒店出资人民币510万元，占注册资本的51%；山里寒舍公司出资490万元，占注册资本的49%。

3、双方约定于合同签订生效起三十日内，双方各支付应出资额的 40%，即首旅酒店出资 204 万元，山里寒舍公司出资 196 万元。其余注册资本金视公司运营需要，两年内出资到位。

4、公司与山里寒舍公司共同出资设立的首旅寒舍，不构成关联交易。

二、 投资协议主体情况

(一) 投资方公司名称：北京首旅酒店（集团）股份有限公司；山里寒舍（北京）旅游投资管理有限公司。

本公司与山里寒舍公司及其股东不存在任何关联关系，本次共同投资不构成关联交易。

(二) 山里寒舍（北京）旅游投资管理有限公司情况

1、注册地址：北京市密云县北庄镇北庄村华盛路 142 号政府办公楼 223 室-210

2、注册资本：9,999 万元人民币

3、法人代表：殷文欢

4、经营范围：室内装饰工程设计；风景园林工程设计；房地产开发；物业管理。投资管理；投资咨询；从事房地产经纪业务；服装模特大赛活动筹备策划；影视广告模特大赛，摄影广告模特大赛；组织文化艺术交流活动（不含演出及棋牌娱乐活动）；承办展览展示活动；设计、制作、代理、发布广告；会议服务；

舞台设备租赁；影视策划；家居装饰；销售针纺织品、服装、鞋帽、新鲜蔬菜、新鲜水果、未经加工的干果。

5、公司股权结构：

股东姓名	出资额（万元）	占出资比例%	出资方式
殷文欢	7,599.48	76	货币
赵丹宇	2,399.52	24	货币

6、营业期限：2014-03-13 至 2034-03-12

三、 投资标的基本情况

1、项目名称、项目产品：双方共同出资设立北京首旅寒舍酒店管理有限公司后，首旅寒舍将受托全权管理“山里寒舍”和“山里逸居”品牌酒店（以下简称“项目产品”）。

2、项目产品建设内容、规模、目标：

本项目受托全权管理山里寒舍（北京）旅游投资管理有限公司投资的“山里寒舍”和“山里逸居”品牌酒店。根据计划，“山里寒舍”和“山里逸居”品牌酒店在2015年开业10家（北京9家、苏州1家），2016年-2017年每年新开店10家，截止2015年2月中旬，已经开业项目3家（北京2家，苏州1家），分别为：北京密云干峪沟项目、北京密云黄崖口项目、苏州吴江黎里项目。

“山里寒舍”和“山里逸居”酒店2015年开店计划表

序号	名称	地点	院落	客房	预计开业时间	预计营业收入（万元）
1	山里寒舍干峪沟	密云 北庄 干峪沟	30	60	已开业	1154
2	山里寒舍山里逸居	密云 北庄 黄崖口	5	6 (加12)	已开业	255
3	山里寒舍山里人家	密云 北庄 营房村	1	12	2015-3-26	58
4	山里寒舍天河峪	怀柔 宝山镇 交界牌村	21	50	2015-3-28	346

5	山里寒舍	延庆 A 项目	40	80	2015-9-1	292
6	山里寒舍	延庆 B 项目	20	40	2015-9-1	146
7	山里寒舍	密云 A 项目	20	40	2015-10-1	110
8	山里寒舍	密云 B 项目	30	60	2015-10-1	165
9	山里寒舍	密云 C 项目	30	60	2015-12-1	55
10	水岸寒舍	吴江 黎里镇	5	9	已开业	100

3、项目提出的背景及建设必要性

北京行政区域土地面积 1.64 万平方公里，其中约有 62%为山区，七个山区区县的山区面积占 96%。据统计，2000 年我国有 360 万个自然村，到 2010 年减少到 270 万个，十年里有 90 万个村子消失了，等于一天消失 300 个自然村落，这其中包含不少古村落。很多古村落像很多中国农村一样，变成了只有少数留守老人的“空心村”，破败凋敝。苦于找不到发展路径，只能面临消失的惨痛命运。另一方面，这些“记得住乡愁”的古老村落，又是城里人渴望修养身心的最爱。那些有历史记忆、地域特色、民族特点的美丽乡镇可以通过本项目的建设得以留存，让农村里的古树、庙宇、老房子等风貌存活下来，受到了城市人群的欢迎。但现实情况是，在近 20 年的发展中，乡村旅游虽然日渐红火，乡村酒店的发展却一直差强人意，相对匮乏的酒店资源，低水平的农家乐，难以满足高端人群的需要。“山里寒舍”和“山里逸居”酒店以全新的姿态亮相市场，其质朴的外观，星级酒店的房间设施，让人耳目一新。

中央八项规定出台后，高档观光旅游接待受到一定程度影响，为了扭转下滑趋势，增加游客接待，各高档观光旅游企业纷纷转变经营策略，推出面向更广阔人群的平民化消费套系；各民俗旅游接待户在政府大力发展民俗旅游政策的扶持下一方面努力改善基础设施条件、提升卫生和餐饮服务质量，使接待户的硬件、

软件条件满足广大消费群体的需求；另一方面依托现有的资源，打造符合地域特色的民俗旅游文化品牌，吸引更多广阔的游客群体。这无疑促进了民俗旅游产业的高速发展。

从北京市政府的层面看，市旅游委、市农委一直倡导京郊旅游要“突破高端、发展中端、提升低端”，要从满足人民群众的一般观光游需求向满足休闲度假游需求提升，从旅游产业分散开发向整合资源、统筹开发提升，从简单追求旅游人次向大力提高人均消费能力提升，成为促进农村一、二、三产业融合发展的龙头产业，成为促进农民就业增收的引擎。山里寒舍项目服务高端小众，可谓正是突破高端、让京郊旅游提档升级的典范。

因此投资成立本项目，把“山里寒舍”和“山里逸居”酒店纳入到首旅酒店集团的品牌化经营中来，有着充分的必要性和可行性。

4、项目产品市场分析

(1) “山里寒舍”和“山里逸居”品牌酒店的概念

本项目的产品是“山里寒舍”和“山里逸居”酒店，其设计理念是“乐活、有机”，即共生永续，乐享生活，推广可持续的健康生活方式。项目的这个理念主要体现在：在建设过程中，坚守旅游开发不能破坏当地的环境和原居民正常生活的基本原则，不砍伐一棵树，最大限度地使用当地的石材、木料和瓦片等进行改造，保护民居的原始结构。最大限度地保护古树名木以及原生的乡土植物群落；在改造设施和室内装饰时，尽量使用环保材料和设备，比如采用石、木、棉、麻等传统材料，采用麦秸秆取暖炉等。村里的妇女、老人也参与到运营服务过程中，他们通过培训及指导，身体力行地保护环境和家园，使“乐活”的理念得到推广。

(2) 项目产品之一的密云北庄镇干峪村“山里寒舍”酒店情况介绍

干峪沟村户籍人口仅有 41 户 71 人，平均年龄超过 60 岁，常住人口不足 20 人。随着年龄结构逐渐老化，村里的青壮年和儿童纷纷迁出，到镇中或临村居住下来，就业、学习和生活。造成土地和山场无人打理，全村 43 处宅院，大多处于闲置状态，村庄凋敝的程度日益加深。2006 年始，受益于国家“村村通”政策，修建了乡级公路、国家电网覆盖，但整体上干峪沟的配套生活服务设施还十分薄弱，闲置和废弃的宅院以及耄耋老人成了这里特殊的风景线。2013 年 4 月，山里寒舍（北京）旅游投资管理有限公司来到这里，开创了以新兴休闲产业带动

山区新农村建设的新模式。干峪沟村借助本项目有机地利用了闲置土地和废弃的宅基地，以北庄镇干峪沟旅游专业合作社为主体，把这部分资产开发并经营，整合资源及劳动力，使之产生效益，从而给当地老百姓带来土地（宅地）租金、工资收入以及效益分红等几部分的收益，提高了百姓收入。村内先后完成了电力设施、河道治理、道路拓宽，还增加了路灯、照明设施和停车场等，原本破败不堪的农家小院和杂草丛生的田地，摇身一变成为古朴厚重、野趣天然的高端乡村旅游基地，走上了可持续发展之路。

(3) 相关“山里寒舍”和“山里逸居”模式已经推出和即将推出的可比项目分析

密云县旅游委紧紧围绕“国际绿色休闲旅游产业综合示范区”的区域定位，实施重大项目引领工程，推动高端旅游业高效发展。主要包括古北水镇、华润希望小镇、港中旅房车营地、张裕国际葡萄酒城等项目。

新农村建设与民俗旅游完美结合的典型——司马台新村

该村依托“古北水镇”项目实现了整村搬迁重建。司马台新村的前身是司马台村，该村是密云县民俗旅游发展、民俗商品开发及成立村级旅游合作社组织相对较早的民俗村。该村依托司马台长城景区的客源拓展民俗接待，村民的文化素质、文明程度及现代意识都走在了密云县民俗接待的前列。

司马台村位于密云县城东北部，距密云县城 60 公里，距北京市区 120 公里。村域总面积 18 平方公里，户籍人口 1,101 人（截至 2012 年底）。司马台村建设总用地面积 23.7 公顷。建设住宅楼 119 栋、592 户，其中：二层住宅 105 栋（3 种户型）、312 户；多层住宅 14 栋（4 种户型）、280 户。司马台村的发展定位为建设以长城为背景，融自然观光、民俗接待、休闲度假、文化体验等为一体的“北京最美乡村”。

依托景区发展民俗旅游的典范——古北口村

古北口村位于首都东北部，素有“燕京门户、京师锁钥”之称，全村共有 460 户，1,060 口人，分为五个自然村，有满、回等少数民族居住，少数民族占全村总人口的 35%以上，是北京市少数民族村。古北口村依托 2A 级旅游景区古北口文化文物旅游区，以民俗旅游为主导产业，目前，有民俗户 113 户，可同时

容纳 800 人住宿，1,000 人用餐。2012 年接待游客 10.4 万人次，民俗旅游综合收入实现 1,030 万元，在很大程度上带动了当地民俗旅游产业的发展。

古北口村按照“一个民俗村就是一个乡村酒店”的发展理念，全力助推民俗旅游业发展。在发展民俗旅游的过程中，古北口村充分注重长远及可持续发展，在保持民族特色的同时，坚持走规范化、品牌化、一体化的道路。将民俗“四化”——标准化、规范化、组织化和网络化要素植入民俗户。全面推进组织化建设，成立了古北口民俗旅游专业合作社，由旅游合作组织对民俗户实行统一组织管理，不断增强民俗旅游的活力。实现经营网络化，通过资源整合、建立村级旅游网站，并设专人管理和更新，有效的带动了周边民俗村的客源。

目前，由于古北口民俗旅游专业合作社管理规范，环境优美，旅游服务水平提升及旅游设施完善，吸引了市区八家旅行社与该村民俗旅游专业合作社建立了长期业务联系，切实拓展了农民增收致富及农民就业渠道。民俗旅游业的发展已成为古北口镇重要的支柱产业。

综上，民俗旅游业相继设计和推出了一些重点的特色工程，符合大众旅游对于景观审美和商业化消费的需求，促进和拉动了旅游消费，但也导致了游客出游的从众性、经营模式的同质性、旅游服务的粗放性。本项目对旅游消费人群进行了客户细分、兴趣细分、需求细分从而锁定客户目标为个性旅游、慢旅游、深度旅游和品质旅游的小众人群，实现了旅游产品在发展方式、经营方式和服务方式方面的转型和创新，具有独特的市场吸引力和竞争优势。

5、项目产品定位

(1) 产品主题定位

“乐活、有机”，即共生永续，乐享生活，推广可持续的健康生活方式。

(2) 产品功能定位

坐落在风光秀丽、植被丰富的山谷中，从外面看，还是村民原先的老宅样式，木门、木窗、椽子，石头墙围起来的院落；房间里面则变化巨大：融合古朴与现代的室内设计，五星级的客房及卫浴设施，中西餐厅，无限网络覆盖，木门、木窗内加衬了双层的塑钢玻璃门窗，青石板铺地，还安装了地采暖设施。屋里有卫生间、淋浴。另外，宅子里的家具摆设如，衣柜、条案、桌子，很多都是从村民手里淘来的老物件，保存着悠久的乡舍韵味。

（3）产品市场定位

本项目产品针对小众旅游需求的多样化，创新和优化旅游产品结构，让观光旅游向休闲度假转型，为高端小众提供更具品质的旅游生活。

（4）项目产品及规划设计定位

项目产品“山里寒舍”和“山里逸居”酒店的设计单位是参加过红树林酒店与798艺术区设计的规划设计者、中国著名建筑设计师王晖先生和他的“有限设计”工作室团队，经过其团队的精心设计，项目产品无论是从建筑的造型和结构，还是材料与设施，都实现了真正意义上的升级：结合当地的风光，利用石材、木料等传统建筑材料，在村落原本的建筑风格基础上，在许多细节处加以修饰和完善。同时大大强化了山里寒舍作为度假酒店的生活配套功能，最终，以古色古香的建筑之“型”为表现，以原汁原味的传统乡村文化为载体，以精雕细琢的装饰和装修进行完善，以乐享其中的功能配套设施进行串联，打造出“国家高端体验式乡村景观度假酒店”的产品定位。

（5）项目产品价格定位

“山里寒舍”和“山里逸居”品牌酒店的产品以“套院”形式出租，分为：乐活；乐悠；乐享；乐逸四种院落，价格区间为人民币1,988-8,800元/天/院。

（6）项目产品销售方式定位

本项目产品“山里寒舍”和“山里逸居”品牌酒店的目标客户群中既有追求乡野风情、个性旅游的普通城市工作者，又有以金融、IT等行业及外企、上市公司等高端商务人士。通过网站、会议、信件、电话甚至私人接触等方式与客户保持良好而持久的关系。并且推出积分会员卡及会费会员卡等会员模式。

（7）项目产品的经营管理定位

“山里寒舍”和“山里逸居”酒店以提供五星级饭店的服务为标准，为顾客提供高质量的管家式服务。另一方面，为促进本地劳动力就业，将农民组织了起来。安排社员、村民就业，进行土建维修、客房服务、安保巡逻、卫生保洁、农场耕作、果树管护等力所能及的工作。目前山里寒舍的客房部主管、餐饮部主管、大客户经理，都是北庄镇土生土长的子弟。也为游客提供了原汁原味的山村气息的服务。

6、项目产品营销策略

（1）宣传主题概念

“山里寒舍”和“山里逸居”以乡村酒店为核心，结合本地独特的历史人文资源，倡导褪尽繁华、返璞归真的生态休闲生活，让人们在欣赏淡雅幽静的田园风光的同时切身体会到浓郁的乡土风情，领略质朴的人文精神。

（2）卖点整合

人文特点，本项目产品“山里寒舍”和“山里逸居”酒店选址大多位于大山深处，拥有百年历史的古民居，民居皆以山石粘土和树木建造，古朴自然，村中人口稀少，而酒店周边充满着原始次生林使之成为天然的野生动物栖息地，野兔、狍子、山鸡随处可见，生长着野生杨树、野生丁香、山核桃、胡枝子、荆条、酸枣等自然植被，茂密丰富，红果、核桃以及山鸡产业是当地村民的主要经济来源。酒店院落房屋以古民居辅以现代装修，每个院落各有不同，使酒店环境冬暖夏凉、生活舒适。此外还有杏、桃、葵花籽和土鸡、土猪柴鸡蛋等丰富的乡村土特产和农家美食以及古城遗址等人文历史风景。

自然特点，“山里寒舍”和“山里逸居”酒店大多地处深山中的村庄，自然环境得天独厚，村庄被山林包围，周围是高山，山区环境幽静自然，清幽古朴，动植物资源丰富。离大城市仅百公里却全无大城市的喧嚣，春可赏花，夏可垂钓、狩猎，秋可登山、赏月、采摘，冬可玩雪。深处深山，满眼绿色杳无人烟，耳畔只有鸟鸣兽啼。有小天门山、清水河等自然风景让人有返璞归真、不知今夕是何年的身心体验。

酒店特点，“山里寒舍”和“山里逸居”酒店将整个古村落统一规划进行改造，将旅游业由观光型向度假型、体验型转型升级。在古民居改造过程中，同时推进公共交通、供水供电、垃圾和污水处理、通讯信息和劳动就业服务等体系的建设，使现代、文明的生活方式与农村田园牧歌式的传统生活方式得到有机的融合。开创了以新兴休闲产业带动山区新农村建设的新模式。山里寒舍既有酒店特质，拥有良好的服务设施和服务质量，确保安全和卫生，同时又有其独特的文化个性和优美的自然环境。她有两个特点：一是在接待档次和服务上，优于一般的农家乐和度假村；二是在环境配置方面，拥有城市酒店没有的纯自然生态，满足人们追求高品质休闲生活的需要。

（3）项目产品的优惠措施（以目前开业的密云干沟峪项目和黄崖口项目为

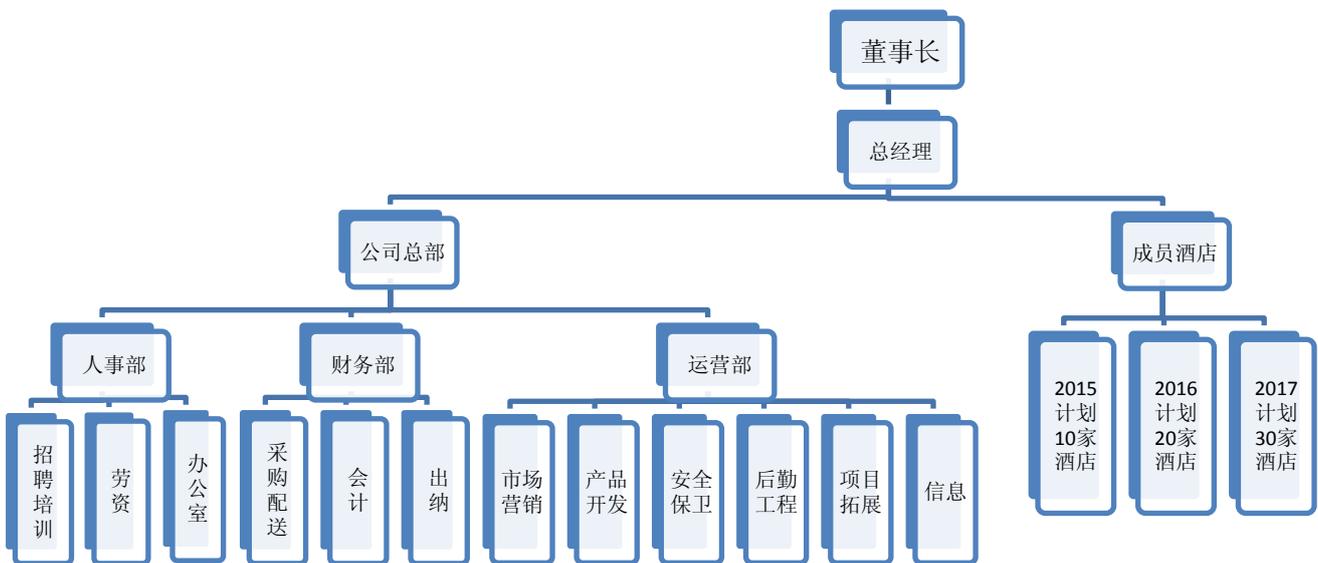
例)

会员有 3 种形式，分别为 5 年会员、10 年会员、和 20 年会员。会费价格区间为人民币 7 万-17 万，会员根据缴纳会费额度每年享有不同的免费入住体验等会员权益。另有积分制会员（不用缴纳年费，仅提供积分参加优惠活动）。

7、项目组织机构、盈利模式、投资估算和盈利测算

(1) 项目组织机构和人力资源配置

北京首旅寒舍酒店管理有限公司将根据业主方开店计划和管理公司发展情况调整人员编制。



(2) 项目盈利模式

采取固定收费模式，即每套院每月收取固定管理费 1,000 元，依据业主开店计划预计：2015 年投入营运的院落数为 202 套（截止 2015 年 2 月 27 日实际开业项目 3 个，院落数 40 套），2016 年和 2017 年的套院数量每年以 2015 年数量为基础成倍递增。

按套院数量收费		金额（元）		
收费项目	收费依据	2015 年	2016 年	2017 年
固定管理费	每套院收费 1,000 元/月/院	1,261,000	3,685,000	6,109,000

(3) 项目总支出测算

北京首旅寒舍酒店管理有限公司成立后第一年，2015 年预计营业成本、费用总计 2,415,975 元，其中人力成本 1,492,375 元，管理公司运营费用 923,600

元。

(4) 项目盈利测算

北京首旅寒舍酒店管理有限公司预计 2015 年亏损，在业主方能够完成三年开店计划的前提下，第二年和第三年盈利如下：

项目	2015 年	2016 年	2017 年
营业收入	1,261,000	3,685,000	6,109,000
营业成本、费用	2,415,975	3,040,890	3,924,327
营业利润	(1,154,975)	644,110	2,184,673

2015 年-2016 年项目现金流量表：

项目	行次	2015 年	2016 年	2017 年	合计
现金流入量：	1	1,261,000	3,685,000	6,109,000	11,055,000
管理费收入	2	1,261,000	3,685,000	6,109,000	11,055,000
现金流出量：	4	4,015,975	2,640,890	3,524,327	10,181,192
固定资产折旧及摊销	5	400,000	400,000	400,000	0
系统建设费一次性支付	6	2,000,000	0	0	2,000,000
经营成本	7	923,600	1,076,660	1,419,190	3,419,450
人工成本支出	8	1,492,375	1,964,230	2,505,137	5,961,742
净现金流量：	9	(2,754,975)	1,044,110	2584,673	873,808

四、 对外投资对上市公司的影响

本项目产品符合国家关于新农村建设的宏观政策，所处行业正面临着高速增长的历史机遇，若能顺利实施，将对首旅酒店集团品牌的整体发展起到十分重要的作用，将取得良好的经济效益和社会效益。同时本项目属于轻资产形式公司，不会对首旅酒店的财务状况和经营成果产生重大影响。

五、 对外投资风险分析

1、市场风险分析及应对策略

(1) 市场政策方面：2014年2月3日，国务院新闻办公室举行发布会，解读

《关于加大改革创新力度加快农业现代化建设的若干意见》(简称“一号文件”),指出延长农村经济产业链,开展各种各样的服务业,包括像旅游业、农家乐等,通过各种途径来增加农民收入。为响应“一号文件”的号召北京市社会主义新农村建设领导小组下发了《关于加快城乡发展一体化进程推进土地流转起来、资产经营起来、农民组织起来的意见》,进一步明确了“新三起来”即:“处理好农民与资源的关系、推动土地流转起来,处理好农民与积累的关系、推动资产经营起来,处理好农民与市场的关系、推动农民组织起来”。

(2) 市场发展方面:全国农村旅游业发展非常迅速,2014年,全国乡村旅游的游客数量达到12亿人次,占到全部旅客数量的30%。2014年全国乡村旅游收入3,200亿元,目前全国有200万家农家乐,10万个以上特色村镇。(资料来源:中国经济网)

据北京市统计局、国家统计局北京调查总队统计:截至2014年底,乡村旅游接待户1.7万户,同比增加652户,从业人员6.9万人,同比减少2%。接待乡村旅游人数3,825.4万人次,同比增长2%;乡村旅游收入36.2亿元,同比减少3.7%(由于散客等自助游客的增加消费有所下降)。北京市旅游发展委员会认定市级民俗村227个,共9,970户。(资料来源:北京市统计局)

因此,“山里寒舍”和“山里逸居”项目符合国家政策形势需要,在全国乡村旅游迅速发展的大背景之下本项目的发展前景也非常广阔。

2、行业风险分析及应对策略

近年来北京市政府为了加快实现城乡一体化进程,促进农村产业结构调整,增加就业机会等目标,大力倡导发展乡村旅游产业,各郊区县都在创新和推广各自的民俗旅游产品,民俗旅游业呈高速增长趋势。目前为止,在乡村旅游建设中已经完成了包括:海淀区“法兰西乡情-管家岭村”、丰台区的“地热温泉-南宫村”、门头沟区的“农禅合一-樱桃沟村”、密云县的“体验古镇魅力-古北口村”等一系列创意策划和实施。仅在密云县就相继推出了一些高端旅游的重大项目,包括:古北水镇、华润希望小镇、港中旅房车基地、张裕国际葡萄酒城等项目。这些民俗旅游项目更重视旅游景点外观和形式的建造,较多的通过美观的造型来吸引游客的眼球,商业化渲染使淳朴的民俗旅游缺少了原汁原味的乡土气息。“山里寒舍”和“山里逸居”项目区别于上述民俗旅游产品,将整个古村落统一规划进行改造,将旅游业由观光型向度假型、体验型转型升级。在古民居改造过程中,

同时推进公共交通、供水供电、垃圾和污水处理、通讯信息和劳动就业服务等体系的建设，使现代、文明的生活方式与农村田园牧歌式的传统生活方式得到有机的融合。开创了以新兴休闲产业带动山区新农村建设的新模式并获得了农业部评选的“2014年中国最美休闲乡村”称号。此称号是全国29个特色民居村北京唯一入选单位。

因此，“山里寒舍”和“山里逸居”项目在全国民俗旅游行业中具有的独特的发展已被业界认可，在行业竞争中具备独到的优势。

3、经营风险分析及应对策略

(1) 酒店开业时间的不确定性风险：各种不确定因素导致的本项目酒店未能按照计划时间开业，将影响酒店管理公司的收入水平以及经营计划。需要采取的应对策略是酒店管理公司积极跟进业主方投资建造酒店的计划和进度，及时调整经营策略。

(2) 生态、人文环境的变化：民俗旅游业的快速增长势必导致旅游地生态环境尤其是人文生态环境的恶化和衰退，需要采取的策略是在本项目未来的经营当中需要大力保护民俗旅游赖以生存的民俗文化和生态环境，杜绝糟粕文化和破坏生态的行为对民俗旅游产业的侵蚀和破坏。

(3) 同行业模仿跟风的风险：近年来民俗旅游业涌入大量资本，民俗村、民俗城纷纷上马。然而由于缺乏旅游开发经营，一些项目粗制滥造，相互模仿，低水平重复建设等现象增多，这增加了本项目的投资和经营风险。需要采取的应对策略是树立本项目品牌标准，加强品牌建设，实行品牌化经营。

(4) 当地原住民利益的保障：随着民俗旅游业的发展，当地村民对本地资源的旅游价值有了充分的认识，渴望从中获利。但是我国尚未建立旅游开发的利益相关者协调机制，原住民的利益难于得到有效的保障，容易产生村民和开发商之间的利益冲突，使品牌形象受损，旅游经济效益下降。需要采取的策略是酒店管理公司需要充分拥有项目开发的知情权，了解项目的可行性和论证，与开发企业建立良好的沟通，确保开发过程按规划的程序实施，尊重当地村民对旅游开发的意见和建议，尽可能地为村民创造旅游就业的机会，从而维护品牌的正面形象，确保品牌价值。

因此，本项目依托首旅酒店品牌，发挥首旅集团各大板块的资源优势，建立品牌化的经营模式，有利于其长期健康的发展。

4 、管理风险分析及应对策略

一方面，国家对乡村旅游产业的服务的管理还没有一个统一的标准，现有的标准不系统，覆盖面也不全面。例如在价格方面和食品安全方面始终是个管理空白点，特别是对“农家乐”的监管。这不利于行业的公平竞争和健康发展。需要采取的应对策略是发挥品牌优势，强化酒店管理公司对品牌标准手册的制定和执行，使品牌价值在行业竞争中发挥优势，逐渐成为行业标准的领头羊和制定者。另一方面，旅游本身带有很大风险性，特别是民俗旅游，酒店管理公司应进一步加强旅游应急机制，包括应急预案的制定、应急演练的实施和应急机制的形成等，以确保游客的人身安全和生产经营的顺利进行。

因此，民俗旅游行业对酒店行业经验丰富的管理人才和相关专业技术、制度的引进的需求契合了首旅酒店在管理上的资源优势，也符合首旅酒店品牌发展的整体战略。

北京首旅酒店（集团）股份有限公司

董 事 会

2015 年 3 月 4 日