

北京首旅酒店（集团）股份有限公司

关于 2017 年半年度业绩报告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。

北京首旅酒店（集团）股份有限公司（以下简称“公司”、“本公司”或“首旅酒店”）于 2017 年 8 月 31 日（星期四）9：30—10：30，在北京市民族饭店召开了“2017 年半年度业绩报告说明会”，公司就投资者咨询和关注的问题做了沟通和交流，具体情况公告如下。

一、本次说明会召开情况

2017 年 8 月 31 日，公司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出席了本次交流会。

会上，公司副总经理兼财务总监李向荣女士首先向投资者介绍了公司发展战略及半年度经营业绩概况。

（一）公司发展战略

首旅如家重组后，制定了“存量、整合、创新”的三大战略，公司全力积极地推进三大战略的落实，取得的成效将会逐步展现给市场和投资者。

从公司的中报数据，以及业内其它公司的数据看，酒店整体市场的回暖比较明显，经济型和中高端的 RevPAR 都在增长。公司取得业绩增长基于很多原因，既有市场整体复苏、消费升级，公司产品迭代因素，也有市场供给的增加更为理性，供给增速减缓的原因。

如家的酒店从 2015 年第四季度开始在行业里率先进入恢复阶段，至今已连续 7 个季度实现正增长。经济型酒店占公司总体数量的 85%左右，做为核心业务的经济型酒店 RevPAR 持续增长的势头，对公司业绩提升有很大帮助。特别是直营酒店，在行业复苏，RevPAR 上升时，会带来更大的利润弹性。二季度成熟经

济型酒店的 RevPAR 增长率比一季度更高。

2017 年公司中高端酒店市场亦显示出较好的增长趋势，中端酒店板块目前已经步入规模化的道路，开业酒店超过 350 家，将很快达到 500 家的规模，成为提高公司整体 RevPAR 水平的另一引擎。

公司三大战略的行动进展：

1、存量战略

对现有存量酒店进行改造升级，对外部单体酒店及小型连锁酒店进行整合，发力中端酒店，提升公司整体运营效率和利润率。公司升级改造提出了 3.0 计划，预计未来的 18 至 24 个月中，完成现有直营酒店 30%-40% 的升级改造。3.0 计划一是对如家的存量经济型酒店进行 3.0 版本升级。二是对首旅酒店原有的欣燕都进行升级改造，充分释放其在北京众多热门位置酒店的收益潜力。三是对首旅旗下的中高端酒店京伦、民族和前门酒店等进行更新改造。公司的产品不断优化迭代升级后，会释放出更好的业绩。

对市场上的外部存量酒店，公司于 2016 年推出云系列非标准酒店模式（素柏云，睿柏云和派柏云），以更轻的模式吸引外部单体酒店和小规模连锁酒店加盟，并为其提供会员流量和系统管理。加入的特许酒店都获得了经营业绩提升和更多盈利来源。目前，云品牌已开业酒店 134 家，已签约酒店 120 家，品牌至今覆盖 23 省，121 个城市，发展非常迅猛。

2、整合战略

公司在法人治理结构、酒店品牌全系列、信息系统全覆盖、会员系统全流通、人才培养一体化上全面实现合并后的协同效应，预订平台、酒店培训体系、会员管理系统、收益管理系统、PMS 系统等完成初步整合。

3、创新战略

公司在产品创新上建立“顾客价值生态圈”，围绕“吃住行、游购娱”要素，延伸对空间的利用、对顾客延伸价值的挖掘。首旅如家优选平台推进开发酒店客房与零售界的跨界合作，进行主题形式、跨界形式、全域形式的销售，与全聚德、东来顺、首汽租车（约车）等社会各界深度合作，进一步实现“乐游天下，如旅随行”。同时新产品频频亮相，上海漕宝路的和颐至尊旗舰店 5 月亮相；漫趣乐园主题酒店 6 月开幕；迷你综合体太湖如家小镇已经开工。

（二）公司上半年经营业绩概况

如家业务和首旅存量业务的利润都大幅提升。中高端酒店快速发展，房量占比持续攀升至 14.6%，收入占比上升到 25%。

现金流入健康增长，上半年实现自由现金流 5.1 亿，有助于公司不断降低财务费用。

2017 年上半年公司实现营业收入 398,825 万元，酒店业务实现营业收入 374,929 万元，占比 94%；其中：如家酒店集团 2017 年 1-6 月实现营业收入 333,234 万元，占比 83.6%。

2017 年上半年公司实现利润总额 41,190 万元，酒店业务共计实现利润总额 30,477 万元，占比 74%；其中：如家酒店集团以购买日可辨认资产、负债公允价值为基础进行后续计量实现利润总额 37,728 万元（其中：如家报表利润总额 39,845 万元、溢价摊销-2,117 万元）。

2017 年上半年公司实现归属母公司净利润 24,072 万元，实现每股收益 0.3320 元/股。

二、本次说明会投资者提出的主要问题及公司回复概要

1、从酒店行业的角度分析，预测本轮复苏周期可持续时间？

答：酒店行业的周期与经济周期的紧密相关，但重大事件如：奥运、世博会、G20 会议也会有局部刺激影响，当然也包括战争、疫情、自然灾害等。参考美国酒店发展经验，6 至 7 年是酒店行业变化的周期。目前中国的这一轮周期可能会持久一些，一是休闲旅游长期发展趋势；二是 2016 年行业恢复刚刚开始；三是消费升级带来持续性。因此公司对未来行业发展有充分信心。

2、公司门店升级改造每年的数量和 RevPAR 的提升空间。

答：公司目前改造是基于新的消费升级模式下进行的，将对 30%—40% 的直营门店进行不同级别的升级改造，每年大约有 200 家店。

3、以公司 1 至 6 月的开店速度，全面实现 400 至 450 家酒店拓展是否有压力。

答：公司开店速度全年有自身特点，基于气候，节假日等特点，一般上半年占全年开店的 30%，下半年开店速度会远高于上半年。

4、公司的 36 亿长期借款和 15 亿短期借款，如何规划减少财务费用空间？

答：长期借款主要是如家并购贷款，公司在今年四月把短期并购过桥贷款转换为 5 年期的长期贷款，利率为 4.275%。短期借款是集团内部各个公司的运营资金。今后公司会将自由现金流用于部分归还银行贷款。

5、公司限售股解禁情况。

答：公司有 1,000,098 股在 2017 年 12 月解禁，有 241,827,689 股在 2018 年 1 月解禁，有 295,234,965 股在 2019 年 12 月解禁。上述限售股减持均需要遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等文件规定执行。

6、关于公司更名进展。

答：公司更名事项已经公司董事会和股东大会审议通过。在后期办理中，公司房屋土地等资产过户需要按照有关法律法规规定执行，在办理中需要综合考虑各种因素，目前该工作仍在推进中。

7、公司的客户分类概况。

答：公司主要客户在 2015 年后变化不大，早期 70%为商务，现为 60%左右，休闲旅游消费者在逐渐变多。公司前 100 名的协议客户总体趋势变化不大，用房数量稳定。中端酒店客流越来越年轻化。公司在研发新的产品，针对 20 至 35 岁年龄层的喜好，预计将于今年年底推出市场。

8、如家酒店里的中高端酒店第二季度增速逊色于第一季度，主要原因是什么？

答：中端酒店整体 RevPAR 增速下降，主要是因为新开店速度较快，会冲淡老店业绩。成熟中端酒店 RevPAR 下降，主要是老店的个数还不太多，会受到个别店表现的影响。一季度 12%的增长是比较高的，因为之前开的店位置比较好，二季度 8%的增长是一个比较正常的水平。

9、公司关店的标准。

答：公司对关闭店是非常谨慎的，主要是对拟关闭店未来的经营要有全面的分析和前瞻预判，未来几年没有环境和客流明显改善的情况下才会考虑。

10、开店周期情况。

答：公司特许加盟店的开店时间很快。经济型建造周期在 4 个月，中高端在 6 个月。直营店中高端酒店周期比较长，从初步洽谈到开业平均周期在 1 年左右。

11、目前酒店行业整体 RevPAR 提升，对并购有否影响？

答：并购是公司规模发展的途径之一，在行业整体回暖之际会有收购溢价提升现象。公司对并购目标选择首先是对公司业务有很好的战略互补性，然后是估值的考虑。

12、公司会员与 OTA 会员的关系？

答：公司目前销售 15%左右来自 OTA，85%是自有渠道。OTA 的绝对会员数量多，公司保持与 OTA 的流动可以引进新的会员，从效率、成本上不断丰富公司的会员。

13、单体酒店加盟公司后与原独自在 OTA 上销售的优势？

答：公司与 OTA 的佣金是统一洽谈的，单体酒店加盟公司后会有更多规模效应和会员导流帮助。

14、公司“云品牌”的商业模式特点。

答：“云品牌”商业模式是快速吸收外部存量酒店的新加盟模式，也是公司在不断变化的市场环境下，针对市场上不同潜在加盟商的需求推出的。公司在保证加盟酒店的品质下，通过会员、培训、PMS 等线上轻资产模式，为外部酒店提供会员、营销、管理等更多附能，以公司综合的运营系统优势，对小规模酒店、单体酒店给予集约化支持，并提高这些酒店的 RevPAR 和多源盈利。

15、公司酒店在区域上渗透的规划。

答：公司最早在三、四线城市上布局，目前数量占公司总量 1/3。未来公司将大力在一、二线城市拓展酒店物业资源，并对合适的存量酒店做迭代升级。

16、首旅原存量资产的业绩概况。

答：首旅酒店存量业务中南山公司增加合并报表归属母公司净利润 1,940 万元。南山公司 2017 年 1-6 月份入园人数 264.63 万人次，比上年同期增加 52.6 万人次、增幅 24.8%。2017 年 1-6 月实现营业收入 23,895 万元，比上年同期增长 14.31%；其中门票收入 12,117 万元，比上年同期增长 20.6%。实现利润总额 10,713 万元，比上年同期增长 50.40%；实现净利润 7,970 万元，较上年同期增长 48.23%。2017 年 7、8 两月仍然持续高增长趋势，本年度入园人数将突破 430 万人次。

民族、前门和京伦饭店在扣除非经常损益因素后的经营利润均比去年同期有

较大增长。

最后，公司经营层感谢投资者及社会各界对公司一如既往地关注和支持，公司将不断创新与积极奋取，为广大顾客提供更多更满意的服务与产品，为广大股东创造更多的价值，并承担更多的企业社会责任！

特此公告。

北京首旅酒店（集团）股份有限公司

2017 年 9 月 2 日