

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  
2024 年年度报告摘要

## 第一节 重要提示

- 本年度报告摘要来自年度报告全文，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 [www.sse.com.cn](http://www.sse.com.cn) 网站仔细阅读年度报告全文。
- 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，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。
- 公司全体董事出席董事会会议。
- 毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案  
利润分配方案：以 2024 年 12 月 31 日的总股本 1,116,603,126 股为基数，拟每股派发 0.36 元（含税），公司本次不进行资本公积金转增股本。

## 第二节 公司基本情况

### 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
联系地址	北京市朝阳区雅宝路10号凯威大厦三层	北京市朝阳区雅宝路10号凯威大厦三层
电话	010-66059316	010-66059316
传真	010-66059316	010-66059316
电子信箱	dzpxx@sohu.com	lixin@btghotels.com

### 2、报告期公司主要业务简介

#### （一）宏观经济摘要

2024 年，国民经济运行总体平稳、稳中有进，高质量发展取得新进展，经济社会发展主要目标任

务顺利完成。根据国家统计局数据，初步核算，2024 年全年国内生产总值（GDP）1,349,084 亿元，按不变价格计算，比上年增长 5.0%。

2025 年，我国经济长期向好的支撑条件和基本趋势没有改变。按照中央经济工作会议的要求，经济工作要坚持稳中求进、以进促稳，守正创新、先立后破，系统集成、协同配合，要实施更加积极有为的宏观政策，大力提振消费，全方位扩大国内需求，创新多元化消费场景，扩大服务消费，促进文化旅游业发展。

## （二）旅游业整体概况

2024 年国内旅游需求整体向好。根据文化和旅游部发布的数据，2024 年，国内出游人次 56.15 亿，比上年同期增加 7.24 亿，同比增长 14.8%；国内游客出游总花费 5.75 万亿元，比上年同期增加 0.84 万亿元，同比增长 17.1%。春节、劳动节、国庆节等七个节假日和暑期、冰雪两季，国内出游人数和旅游总花费，均全面超越了 2019 年同期水平，其中，国庆节假期 7 天，国内出游人次 7.65 亿，按可比口径同比增长 5.9%，较 2019 年同期增长 10.2%；国内游客出游总花费 7,008.17 亿元，按可比口径同比增长 6.3%，较 2019 年同期增长 7.9%。

2024 年以来，一系列促进旅游行业发展相关政策出台并落地，为旅游行业的高质量发展创造良好环境。2024 年 5 月 6 日，为促进数字经济和旅游业深度融合，加快推进以数字化、网络化、智慧化为特征的智慧旅游创新发展，文化和旅游部办公厅等部门联合发布关于印发《智慧旅游创新发展行动计划》的通知；2024 年 6 月 7 日，为推进旅游业转型升级融合发展，促进文化和旅游消费，推动旅游业高质量发展，财政部发布《关于下达 2024 年旅游发展基金补助地方项目资金预算的通知》；2024 年 6 月 13 日，为培育和壮大消费新增长点，促进消费稳定增长，国家发展改革委等部门联合印发《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》的通知；2024 年 8 月 6 日，为促进国际旅游交往，规范外国政府旅游部门和政府间国际旅游组织常驻中国代表机构的设立及其旅游推广业务活动，文化和旅游部等部门联合印发《外国政府旅游部门常驻中国代表机构管理办法》的通知。

## （三）酒店业整体概况

2024 年，受市场环境多因素影响，国内酒店经营业绩有所承压。根据酒店之家统计的行业数据，全国各档次酒店 RevPAR 均有所回调，其中国内经济型酒店 RevPAR 为 87 元，同比下降 7.0%；国内中档型酒店 RevPAR 为 140 元，同比下降 10.2%；国内高档型酒店 RevPAR 为 182 元，同比下降 15.0%；国内豪华型酒店 RevPAR 为 334 元，同比下降 16.3%。分季度来看，行业第一季度表现平稳；第二、三季度受 2023 年高基数影响，价格承压明显；进入第四季度，受益于利好政策、入境旅游回暖以及稳定的商务需求，RevPAR 同比降幅收窄。未来随着经济持续回暖和国家扩内需、促消费政策逐步落地，国际入境的持续扩容，酒店行业有望迎来发展新机遇。

公司是全国三大连锁酒店集团之一，专注于中高端及经济型酒店运营管理，并兼有景区经营业务。

公司酒店业务包括酒店运营和酒店管理两种模式。第一，酒店运营业务主要指通过租赁物业来经营酒店。公司通过向顾客提供住宿及相关服务取得收入，并承担酒店房屋租金，装修及运营过程中的管理、维护、运营费用及相关税费后实现盈利。第二，酒店管理业务包括品牌加盟、输出管理和其他特许业务。其中：1. 品牌加盟指公司与加盟酒店业主签约后协助其进行物业设计、工程改造、系统安装及人员培训等工作，使加盟酒店符合集团酒店标准。2. 输出管理指公司通过对酒店日常管理取得收入。输出管理收入根据品牌不同分为按加盟酒店营业收入的一定比例收取，或按基本管理费加奖励（效益）管理费收取两种模式。3. 其他特许业务指公司通过给加盟酒店提供服务取得收入，包括软件安装维护服务、预订中心服务和公司派驻加盟酒店管理人员的服务。

酒店运营模式是把经营酒店的收入全额确认为公司收入，酒店管理模式则是把向酒店业主收取的品牌及管理服务费确认为公司收入。报告期内，酒店运营模式的收入占比为 65.37%，酒店管理模式的收入占比为 27.97%。截至报告期末，酒店运营模式的门店数量占比为 8.5%；酒店管理模式的门店数量占比 91.5%。由于酒店管理业务收入占比小，毛利率比较高，叠加公司重点发展酒店管理业务，公司业绩整体呈现出收入变动小，利润变动大的特征。

公司旗下酒店品牌丰富：如家、莫泰、蓝牌驿居、雅客怡家、云上四季、欣燕都、华驿、云品牌（派柏云、睿柏云、素柏云、诗柏云）、如家商旅、如家精选、Yunik、艾扉、金牌驿居、柏丽艾尚、扉缦、云上四季尚品、漫趣乐园、如家小镇、嘉虹、和颐、璞隐、逸扉、万信至格、建国铂萃、首旅京伦、首旅建国、首旅南苑、诺金、安麓等，覆盖了从经济型、中高端到高端奢华的酒店品牌。产品涵盖了标准及非标准住宿，可以满足消费者在商务出行和旅游休闲中对良好住宿环境的需求。

景区业务：公司海南南山景区运营主要通过景区的门票、餐饮、商品、住宿、园区内交通等获得收入和利润。公司控股 74.8%的南山景区为公司唯一经营的 5A 级景区。

未来公司仍将以住宿为核心，充分利用自身品牌、规模、资源、平台、技术优势，继续加大资源整合力度，将“吃、住、行、游、娱、购”等板块的资源连接起来，打造“如旅随行”的顾客价值生态圈。

### 3、公司主要会计数据和财务指标

#### 3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2024年	2023年	本年比上年 增减(%)	2022年
总资产	24,885,179,791.50	25,240,145,119.98	-1.41	25,507,810,884.22
归属于上市公司 股东的净资产	11,698,230,149.86	11,135,819,130.84	5.05	10,547,658,076.34
营业收入	7,751,223,528.97	7,792,924,439.00	-0.54	5,090,223,628.70
归属于上市公司 股东的净利润	806,313,276.29	795,072,731.99	1.41	-576,786,957.69
归属于上市公司 股东的扣除非经 常性损益的净利 润	733,233,784.31	719,393,462.54	1.92	-673,781,622.49
经营活动产生的 现金流量净额	3,370,866,578.48	4,013,777,901.35	-16.02	1,483,175,170.41
加权平均净资产 收益率(%)	7.06	7.35	减少0.29个百分 点	-5.31
基本每股收益(元/股)	0.7221	0.7120	1.42	-0.5167
稀释每股收益(元/股)	0.7221	0.7120	1.42	-0.5167

## 3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	1,845,458,817.94	1,887,564,036.43	2,155,730,561.76	1,862,470,112.84
归属于上市公司股东的净利润	120,562,905.79	236,969,471.51	365,651,880.63	83,129,018.36
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	97,386,085.14	225,902,824.58	337,711,167.40	72,233,707.19
经营活动产生的现金流量净额	596,236,020.36	895,549,279.98	1,208,023,393.02	671,057,885.12

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用 √不适用

## 4、 股东情况

## 4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

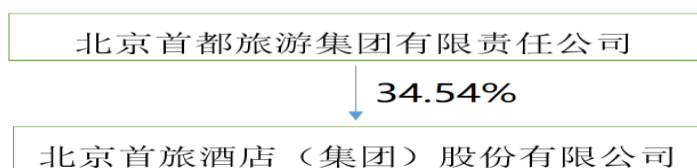
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）								42,648
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）								46,801
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）								-
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）								-
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）								
股东名称 (全称)	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 (%)	持有有 限售条 件的股 份数量	质押、标记或冻结 情况		股东 性质	
					股份 状态	数量		
北京首都旅游集团有限责任公司	-	385,677,344	34.54	-	无	-	国有法人	
携程旅游信息技术（上海）有限公司	-	136,866,331	12.26	-	无	-	境内非 国有法人	
香港中央结算有限公司	9,904,639	32,287,326	2.89	-	无	-	境外法人	
创金合信基金—北京国有资本运营管理有限公司—创金合信京鑫区域	22,442,489	22,442,489	2.01	-	无	-	其他	

优选单一资产管理计划							
全国社保基金一一零组合	-	11,608,090	1.04	-	无	-	其他
中国建设银行股份有限公司—中欧养老产业混合型证券投资基金	11,306,240	11,306,240	1.01	-	无	-	其他
中国工商银行股份有限公司—华安媒体互联网混合型证券投资基金	10,694,180	10,694,180	0.96	-	无	-	其他
前海人寿保险股份有限公司—分红保险产品	4,399,950	9,605,398	0.86	-	无	-	其他
中国农业银行股份有限公司—中证 500 交易型开放式指数证券投资基金	5,678,986	9,261,887	0.83	-	无	-	其他
前海人寿保险股份有限公司—分红保险产品华泰组合	2,100,000	8,295,757	0.74	-	无	-	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司第一大股东和第二大股东之间及其与前十名其他股东之间无关联关系，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						

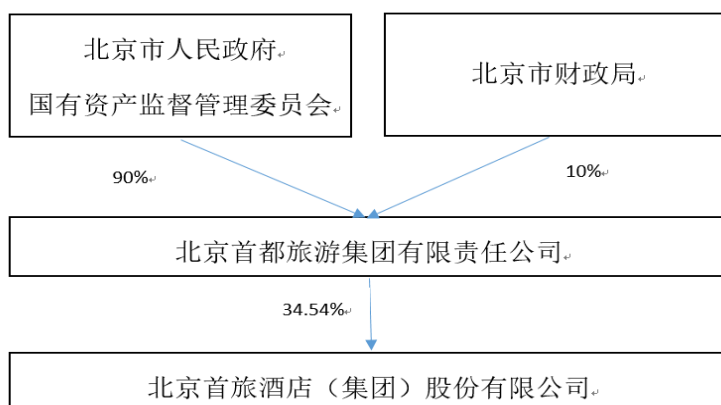
#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



#### 4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



#### 4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

#### 5、公司债券情况

适用 不适用

##### 5.1 公司所有在年度报告批准报出日存续的债券情况

单位:元 币种:人民币

债券名称	简称	代码	到期日	债券余额	利率 (%)
北京首旅酒店（集团）股份有限公司 2023 年度第一期超短期融资券	23 首旅酒店 SCP001	012382630	2024-04-09	400,000,000	2.55
北京首旅酒店（集团）股份有限公司 2024 年度第一期超短期融资券	24 首旅酒店 SCP001	012481850	2024-09-13	300,000,000	2.00
北京首旅酒店（集团）股份有限公司 2024 年度第二期超短期融资券	24 首旅酒店 SCP002	012482660	2025-05-30	300,000,000	2.15

##### 5.2 报告期内债券的付息兑付情况

债券名称	付息兑付情况的说明
北京首旅酒店（集团）股份有限公司 2023 年度第一期超短期融资券（简称：23 首旅酒店	于债券到期日兑付本息合计 407,524,590.16 元

SCP001；证券代码:012382630)	
北京首旅酒店（集团）股份有限公司 2024 年度第一期超短期融资券（简称:24 首旅酒店 SCP001；证券代码:012481850)	于债券到期日兑付本息合计 301,495,890.41 元

### 5.3 报告期内信用评级机构对公司或债券作出的信用评级结果调整情况

适用 不适用

### 5.4 公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

适用 不适用

单位：元 币种：人民币

主要指标	2024 年	2023 年	本期比上年同期增减 (%)
资产负债率 (%)	52.50	55.34	-2.84
扣除非经常性损益后净利润	733,233,784.31	719,393,462.54	1.92
EBITDA 全部债务比	37.99	36.68	1.31
利息保障倍数	3.93	3.62	8.56

## 第三节 重要事项

1、公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

主要经营情况具体分析如下：

公司秉承“发展为先、产品为王、会员为本、经营至上”等核心战略，对外保持高度的市场洞察能力，灵活调整经营策略以精准对接市场变化，在行业整体承压的背景下，收入规模整体保持稳定；同时，公司对内实施了一系列强化精细化管理的举措，有效管控成本支出，实现盈利增长。报告期内，公司实现营业收入 775,122.35 万元，同比微降 0.54%，实现归属于上市公司股东的净利润 80,631.33 万元，同比增长 1.41%。2025 年计划开展以下重点工作：

(1)全面提速开店节奏，全力发展标准管理酒店，创新发展模式

持续把握酒店行业发展机遇，加速战略布局。2025 年计划新开酒店 1,500 家，继续提升标准管理酒店及中高端酒店占比，通过“属地深耕”策略聚焦区域市场深度开发，加强精细化市场布局，推进全域覆盖；同时，持续优化开发政策，大力支持加盟商发展。开发团队方面，继续强化团队能力建设，完善从签付设计到验收筹开的全流程协同机制，全面提升开发效率和门店质量，同时保持开发激励力度，实现规模与品牌价值的双增长。

(2)持续打造酒店产品力，积极培育新品和推进存量产品升级迭代

加速培育创新型酒店产品，不断探索和持续丰富酒店场景下的新型业态，适时推出细分市场迭代新品；深化现有产品线升级焕新，维护和提升酒店产品品质，提高存量门店的经营效益，确保新品孵



化与经典产品迭代均深度契合品牌基因。保持产品和品牌一致性，从产品开发、设计、运营、营建等全流程构建标准化服务流程，打造年轻化、时尚化、智慧化的酒店品牌形象。

(3) 持续提升宾客体验，构筑差异化服务竞争力

坚持“放心、快速、友爱”的服务品质，夯实基础服务，持续深化“如家这碗面”“安心睡”“暖心服务”“724 快服务”“智能洗衣”“云自助打印”等一系列集团统一的特色服务内容，建立集团标准化服务质量。同时，公司将持续借助不同品牌的特色服务进一步打造个性化的品牌调性，为用户打造更为细致化的体验场景。此外，公司将加强网评分析与激励考核，形成用户体验反馈闭环，构筑差异化服务壁垒。

(4) 深化全域用户战略，构建多维增长引擎

在稳定会员的基础上，一方面强化公域流量精准获客能力，以用户全生命周期价值管理为核心，增强流量转化效率；另一方面加速私域流量池沉淀，依托会员体系创新与社交裂变机制，推动会员全域运营，提升用户忠诚度、黏着度和复购率，增加中央预定渠道的订单贡献。同时，公司将继续加大协议客户拓展，带动协议订单增长，并持续增强中介及新渠道的引流，加大流量运营。

(5) 经营至上，深化属地化运营和数字化管理，进一步优化管理效能

因时因势推出多样化的营销活动，多措并举加大核心客源的开发力度，通过数字化工具的运用，聚焦门店颗粒化经营，建立涵盖季节波动、竞争态势等多维度价格管理机制，提升单店运营效益。同时，公司将继续坚持提质增效，进一步优化管理效能。

(6) 组织与技术赋能，全面提升酒店发展与运营效率

为高效、精准支持发展战略，公司已完成组织架构变革，将运营架构由事业部制调整为属地化、集约化的运营体系，共设六个区域经营中心，分别为华北区、中部区、华东区、上海区、华西区、华南区，同步整合中台职能团队，2025 年将以更扁平化的架构全面提升运营效率，赋能门店的精细化管理。

公司将继续加深对 AI 数字店长的探索研究，推动 AI 工具在智能巡检方面的运用，提升酒店标准化运营管理水平，并不断优化 AI 在门店收益管理、人才培育等多方面的智能辅助功能，致力于通过 AI 数字店长的创新之举，构建酒店颗粒化诊断能力，提升经营及收益水平。此外，公司将继续推进数字化平台建设以提升线上流量协同，并持续打造私域、公域和官渠线上平台，赋能全域用户运营，提升核心客源贡献。

2、公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用