

股票简称：君亭酒店

股票代码：301073

浙江君亭酒店管理股份有限公司

Zhejiang SSAW Boutique Hotels Co.,Ltd.

（注册地址：杭州市西湖区学院路 29 号）



2022年度向特定对象发行A股股票 募集资金使用可行性分析报告

二〇二二年六月

一、本次募集资金使用计划

本次向特定对象发行 A 股股票拟募集资金总额不超过 51,700.00 万元（含本数），扣除发行费用后的募集资金净额拟投资于以下项目：

项目名称	实施主体	项目总投资 (万元)	拟使用募集 资金(万元)
新增直营酒店投资开发项目	拟新设立子公司	46,415.23	46,400.00
现有酒店装修升级项目	公司相关子公司	5,359.70	5,300.00
合计	-	51,774.92	51,700.00

在本次发行募集资金到位前，公司将根据募集资金投资项目的实际情况，以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后予以置换。募集资金到位后，若扣除发行费用后的实际募集资金净额少于拟投入募集资金总额，在本次发行募集资金投资项目范围内，公司将根据实际募集资金数额，按照项目的轻重缓急等情况，调整并最终决定募集资金的具体投资项目、顺序及各项目的具体投资额，募集资金不足部分由公司自筹解决。

二、本次募集资金投资项目的的基本情况

（一）新增直营酒店投资开发项目

1、项目概况

本项目拟在未来 3 年内，在杭州、北京、深圳、无锡等全国各大核心城市分三批次建设 15 家酒店，其中第一批建设 6 家，第二批建设 4 家，第三批建设 5 家，均为公司直营中高端精选服务酒店。项目拟建设酒店为租赁物业，由公司根据发展规划及公司在上述各大城市的市场布局，租赁适合的酒店物业进行投资经营，并根据所在地周围自然环境与人文环境特点进行个性化设计，建设具有市场竞争力的特色标杆酒店。

本次项目第一批建设的 6 家直营店为公司重点打造项目，品牌定位较高，包含超高端的“夜泊”及高端“Pagoda 君亭”等，并且装修设计高端、服务内容完善，将建成公司特色的标杆旗舰店，可起到品牌价值进一步提升的作用，

对公司的经营发展有重大战略意义。相关基本情况如下：

序号	酒店名称	拟设立酒店基本情况及意义介绍
1	杭州西湖区项目	该项目坐落于杭州市西部，是杭州西部区域云城科技的中心，周边产业发展、交通能级、生态环境等布局完善，不仅有良好的商业环境，同时也具有交流客源支撑，十分符合杭州地区发展方向。未来，该项目将成为“Pagoda 君亭”在杭州的旗舰店，成为接待考察和展示君亭品牌形象的重要项目，对于公司品牌形象提升等具有重大意义。目前，公司已跟业主方达成合作意向，酒店租赁周期长，租金相对实惠，能够确保项目顺利实施。
2	杭州滨江区项目	该项目坐落于杭州市滨江区成熟商圈，周边上市公司众多，商务差旅住宿需求较大，具备较强的盈利前景。通过该酒店建设，公司能够充分填补在滨江区市场的空白，辐射当地商务等重大客户，进一步提升公司品牌形象。
3	国际文化旅游学院项目	该项目将借助高校学术氛围、资源开展市场化运营以及酒店人才实践培训，与当地知名高校开展深度合作，为公司人才引进、规范化培养等提供重要帮助。项目建成后，该酒店将作为公司国际文化旅游学院式酒店旗舰项目，是具备特色的中高端商务酒店，亦是产品研发、技术创新、科技运用的前沿基地。此外，作为君亭酒店与院校之间合作的典范，项目的成功打造有助于公司形成良好的品牌展示窗口，给予目标客户更优质的服务体验，带来良好的市场口碑。
4	无锡项目	该项目位于无锡历史文化街区，酒店设计融合当地历史文化和江南风情，是具有主题特色的文化酒店。该项目是公司从存量市场上积极挖掘到的优质资源。整体来看，本项目具有较高性价比，酒店整体参照日本度假酒店式设计，公司后续仅需完成适度改造便可将其升级为君亭夜泊系列旗舰店。此外，该项目建成后将进一步补齐公司地域发展短板，《“十四五”文化和旅游发展规划》提出要推进大运河文化带、生态带、旅游带建设，将大运河沿线打造成为文化和旅游融合发展示范区域，该项目将成为公司直营酒店进入江苏省境内京杭运河沿线市场的关键节点。
5	北京项目	该项目坐落于北京市，是公司进入北京的首发项目，有助于公司打开京津冀及北方区域市场。酒店整体属庭院式酒店，建筑设计风格古朴自然，后续公司将积极盘活该目标酒店，进行小范围调

序号	酒店名称	拟设立酒店基本情况及意义介绍
		整，开展市场化经营。该酒店的成功设立具有重大意义。一是树立品牌形象，预计随着该酒店的成功打造，公司在北京地区的品牌形象有望进一步彰显，为后续公司在北京地区委托管理店的开拓提供重大帮助；二是客源优势，该项目地理位置优越，有望带来较大的市场流量，预计消费群体除了传统 OTA 客户外，还存在大量非传统商务客户等。
6	深圳项目	该项目坐落于深圳市，是公司进入粤港澳大湾区，打开大湾区区域市场的首发项目，符合君亭酒店区域直营加矩阵式发展的前端战略定位。该酒店整体参照国外一流酒店水平设计，未来公司将把该酒店打造成深圳地区的核心旗舰店。此外，酒店周边金融机构密集，是当地新的商务、休闲地标，具备显著客源优势。

2、项目投资概算

单位：万元

序号	投资项目	投资金额	占项目总资金比例
1	建设投资	45,237.38	97.46%
1.1	工程费用	35,719.46	76.96%
1.1.1	装修工程费	31,387.65	67.62%
1.1.2	设备购置及安装费	2,630.88	5.67%
1.1.3	预备费	1,700.93	3.66%
1.2	工程建设其他费用	9,517.92	20.51%
1.2.1	酒店物业租赁费	4,777.92	10.29%
1.2.3	其他前期费用	4,740.00	10.21%
2	铺底流动资金	1,177.85	2.54%
	项目总投资	46,415.23	100.00%

3、项目预计经济效益

本项目建成后，新增客房 2,384 间，全部达产后新增年均收入 40,197.38 万元、新增年均净利润 7,724.63 万元。公司经营规模将显著扩大，进一步巩固公司在行业的市场地位，提升核心竞争力，推动公司快速发展。

项目建设期 3 年，计划总投资 46,415.23 万元，其中建设投资 45,237.38 万元，铺底流动资金 1,177.85 万元。预计总投资利润率为 16.64%（税后），内部收益率为 19.55%（税后），税后静态投资回收期为 5.92 年（含建设期）。

4、项目涉及报批事项情况

中高端酒店设计开发项目不涉及土建、房屋等固定资产的投资和建设，无需履行投资备案手续。根据《中华人民共和国环境影响评价法》《建设项目环境影响评价分类管理名录》和《建设项目环境影响登记表备案管理办法》等环评法律法规的规定，发行人前述募集资金投资项目属于“对环境影响很小、不需要进行环境影响评价的，应当填报环境影响登记表”的建设项目，故不需要履行环评审批手续。公司将在建设项目建成并投入生产运营前履行环境影响登记表备案手续。

(二) 现有酒店装修升级项目

1、项目概况

本项目拟在未来 3 年内，分阶段对旗下 6 家直营酒店进行升级改造。通过针对性的进行修缮并更替老旧家居设备等，可以提高酒店生命周期，并保持整洁、卫生、安全的公共区域以及优雅、舒适的客房形象，从而增强用户住房体验，持续满足目标群体需要。此外，上述酒店的改造，有助于进一步体现公司品牌价值，深化用户印象，积极承接酒店行业复苏的重大机遇，扩大经营规模，为更多区域目标人群提供优质服务。

2、项目投资概算

单位：万元

序号	投资项目	投资金额	占项目总资金比例
1	建设投资	5,292.00	98.74%
1.1	装修工程费	3,916.29	73.07%
1.2	设备购置及安装费	1,123.71	20.97%
1.3	预备费	252.00	4.70%
2	铺底流动资金	67.70	1.26%
	项目总投资	5,359.70	100.00%

3、项目预计经济效益

项目建设期 3 年，计划总投资 5,359.70 万元，其中建设投资 5,292.00 万元，铺底流动资金 67.70 万元。预计总投资利润率为 13.77%（税后），内部收益率为 18.51%（税后），税后静态投资回收期为 6.17 年（含建设期）。通过本项目

的建设，可有效的优化现有酒店市场表现，公司盈利能力得到有效改善，推动公司快速发展。

4、项目涉及报批事项情况

现有酒店装修升级项目不涉及土建、房屋等固定资产的投资和建设，无需履行投资备案手续。根据《中华人民共和国环境影响评价法》《建设项目环境影响评价分类管理名录》和《建设项目环境影响登记表备案管理办法》等环评法律法规的规定，发行人前述募集资金投资项目属于“对环境影响很小、不需要进行环境影响评价的，应当填报环境影响登记表”的建设项目，故不需要履行环评审批手续。公司将在建设项目建成并投入生产运营前履行环境影响登记表备案手续。

三、项目实施的必要性和可行性

（一）项目实施的必要性

1、规模竞争是酒店集团发展的必经之路

近年来我国酒店行业发展迅速，出现了以锦江酒店、华住集团和首旅酒店等为代表的行业龙头民族酒店集团。由于酒店管理行业的特殊性质，特别是行业集团化发展下主流的轻资产模式，规模竞争是酒店集团企业发展的必经之路。规模化经营首先提升酒店企业市场份额、降低单位营运成本、扩大品牌影响力和客源基础，此外由于单店经营的酒店企业的规模限制使其很容易到达发展瓶颈，在未来数年内，中高端酒店行业将出现若干家具有领先规模优势的酒店集团或酒店品牌。因此，规模竞争将是公司实现中高端酒店行业的领军者和国际知名的民族酒店集团这一战略目标的发展必经之路。

相比国内龙头酒店集团，公司专注于中高端酒店细分领域且规模相对较小，相对传统酒店集团龙头企业排名相对靠后，本次募投项目建设完成后，公司将快速跻身国内民族饭店集团前列。

2、公司市场竞争地位与品牌影响力有待巩固和提升

公司于 2022 年 4 月收购君澜酒店及景澜酒店品牌，酒店品牌矩阵得到完善，公司业务由中高端精选服务酒店拓展至高端度假酒店，管理酒店数量快速增长，市场份额有效提升。目前，公司已形成“君亭”、“君澜”、“景澜”三大

产品系列近 10 个品牌的完整中高端品牌矩阵，实现了包括商旅及度假全服务酒店产品的覆盖。

但公司旗下已开业酒店数量在中高端酒店领域内与龙头酒店集团相比仍有较大差距。公司目前在中高端酒店细分领域具有较高的市场地位和品牌影响力，但是从行业发展趋势来看，公司的竞争地位和品牌影响力仍有较大的发展空间。在中高端酒店行业快速发展的大背景下，具有领先的市场竞争地位和品牌影响力将会极大提升公司的发展速度与发展质量。为达到上述目标并实现跨越式发展，公司必须不断投资建设新的中高端精选服务酒店，完善在全国范围内酒店布局并增强区域优势。通过本次募投项目建设，公司酒店区域布局将更加完善，酒店产品层次更加丰富，品牌内涵更加深化，市场竞争力将得到大幅提升。本次募投项目是推进公司发展战略的重要布局，公司将进一步提升全国市场占有率，酒店数量大幅增长，在国内中高端酒店的竞争地位快速提升，具有非常重大的战略意义。

3、直营酒店是公司战略发展的压舱石，公司需进一步提高盈利规模

直营酒店运营是公司主要的收入及盈利来源，也是公司在激烈的市场竞争中行稳致远的关键举措。通过多年的深耕经验与市场布局，公司旗下直营酒店“君亭”、“Pagoda 君亭”、“夜泊”等多品牌已经形成了成熟的选址、设计开发、运营体系与中高端连锁酒店投资模型，在中高端酒店领域形成了相对领先的市场知名度。尽管近年来受到新冠疫情等外部不利因素冲击，公司旗下的直营酒店通过灵活调整运营思路呈现了良好的抗风险能力，是公司盈利能力的关键保障及长远战略发展的压舱石。

此外，公司旗下的直营酒店已经成为公司布局各区域市场的旗舰店与桥头堡，为公司开发新品酒店及拓展酒店管理业绩提供了宝贵窗口效应与实践经验。

目前公司相对龙头酒店集团的盈利规模仍相对较小，公司需通过提升直营酒店规模及优化现有直营酒店盈利能力从而进一步提供盈利规模。

4、升级部分现有酒店装修及设施，增强公司持续发展动力

公司部分存量酒店门店数量开业较早。一方面，随着时间的推移，部分门店出现了基础设施设备有待更新、内部装修有待提升等问题。另一方面，随着

酒店市场需求特点的不断转变、客源市场的逐步细分，客人除对酒店的硬件设施有较高的要求外，对服务的感受也变得更加细致。此外，在新兴消费升级的趋势下，酒店运营管理对于新媒体、新信息系统、智能服务、卫生环保等要求与日俱增。上述需求客观上对公司酒店门店营业布局、店面形象、经营业态提出了更高要求。

本次募投项目实施后，将进一步推进公司酒店设施升级，增强公司持续发展动力，提升公司的市场竞争力及盈利能力。

5、疫情加速行业结构性调整，公司需保持相对竞争优势

从需求端而言，疫情使得居民旅游出行和商务出行模式及消费行为变化。居民旅游出行方面，潜在的出境游转向国内游，国内度假游趋向城市郊区和周边等短程旅游市场，休闲、亲子、度假等产品受到欢迎，住宿客人关注品质、安全、健康。另外，旅行出游日益大众化，随着我国社会经济的发展，人们在日常生活当中开始追求精神层面的享受，越来越多人开始利用节假日或者工作之余以旅游的方式来放松自我，短时旅居也成为近年来国人兴起的新兴生活方式。高性价比、有特色的内资精品酒店成为居民酒店消费的新趋势。商务出行方面，商旅出行对酒店智能化、无接触式服务需求的增加，酒店的功能配套、空间结构布局、服务流程都提出了新的更高要求。目前境内外间的度假旅行及商务差旅频次降低，由出境旅游转化国内旅游的这部分消费者，对住宿业态的创新和服务品质要求高，使得国内中高端酒店迎来新的结构性发展机会。

从供给端而言，本次的疫情危机又为行业整合与中高端酒店的发展提供了新的机会，落后、不符合发展要求的企业加速出清，酒店的品牌化率和连锁率将加速提升。同时，经历此次新冠肺炎疫情，酒店行业会加速洗牌和淘汰。疫情爆发以后，管理健全、防疫卫生条件好、综合实力强的中高端酒店集团则会获得更大的竞争优势。此外，受疫情影响，酒店优质物业及其租金价格等均会出现阶段性投资机会，有利于品牌酒店集团逆势扩张布局。

近年来，锦江酒店、首旅酒店、华住集团纷纷布局新设立中高端酒店，将存量酒店改造升级为中高端酒店，公司需要通过继续提高现有直营酒店数量规模而在中高端酒店领域继续保持相对竞争优势。

（二）项目实施的可行性

1、后疫情时代，旅游业将快速复苏

2022年1月20日，国务院印发《“十四五”旅游业发展规划》。针对旅游业中短期内的的发展，《规划》提出：深化旅游业供给侧结构性改革，注重需求侧管理；在疫情防控常态化条件下创新提升国内旅游，在国际疫情得到有效控制前提下分步有序促进入境旅游、稳步发展出境旅游；推动文化和旅游深度融合，建设一批富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区，打造文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区，加快红色游、乡村游等主题旅游发展。

根据文旅部公布数据，2021年全年国内旅游总人次约为32.46亿人次，同比增长12.75%，恢复至2019年同期的54.05%。国内旅游收入（旅游总消费）约为2.92万亿元，恢复到2019年的51.00%，比上年同期增加0.69万亿元。

在新冠疫情常态化的背景下，随着疫情防控的科学化及疫苗、特效药的逐渐普及，预计我国旅游业中长期仍将保持稳步的回升趋势。根据中国旅游研究院预计，综合考虑宏观经济、疫情影响和市场因素，预计2022年国内旅游人数39.80亿人次，国内旅游收入3.81万亿元，同比分别增长16%和27%，分别恢复至2019年同期水平近七成。预计出入境旅游人数同比增长达2成，恢复至2019年的2-3成。

此外，柏林国际旅游交易会（ITB Berlin）依据德国市场调查机构斯塔蒂斯塔（Statista）的移动市场展望（MMO）发布了未来全球旅游市场预测。预测显示，2023年以后全球旅游业将全面复苏，到2025年将比2019年增长23%左右，从而创历史新高。

2、后疫情时代的消费升级趋势为公司跨越发展提供前所未有的好时机

截至2020年我国人均GDP达到12,551美元，对比美日等发达国家发展历程可以看出人均GDP一万美元是一个重要门槛，我国居民消费能力的提高将使得消费需求，从过去粗放式重“量”轻“质”向更多元化、品质化、个性化的消费习惯转变。2021年全年人均旅游消费约为899.28元，较2020年同期增加125.14元，恢复至2019年同期的94.33%。随着经济的持续发展，我国已进入到大众消费的新时代，大众需求、平民消费成为这个时代最为突出的特点。受益于居民收入水平的提升，与过去消费结构相比，我国城乡居民消费结构正在

由生存型消费向精神型消费升级、由物质型消费向服务型消费升级、由传统消费向新型消费升级，并且这一升级的趋势越来越明显，速度越来越快。在消费升级的推动下，消费者对于住宿消费同样在不断升级，消费者越来越看重基础住宿功能体验之上的附加价值。主流消费群体消费需求的改变带动了酒店业的转型升级，推动了酒店业围绕消费升级进行酒店产品、服务和品牌的全面升级。

当前，虽然国际疫情形势依然严峻，但我国已进入防疫正常化阶段，未来随着经济的稳步复苏以及正常商务、休闲活动的展开，我国酒店行业有望走出疫情影响，重回增长状态，根据 Research and Markets 数据显示，预计我国酒店行业市场规模将从 2020 年的 576.2 亿美元增长至 2027 年的 1,311.5 亿美元，2020-2027 年的复合增长率达 12.47%，增量上涨空间巨大。

3、民族酒店品牌崛起大势所趋，精品内资酒店成为“新国货”

疫情中断国际外循环，文化自信增强，国内新兴客源体系正逐步打破国际品牌会员体系垄断。2020 年疫情影响下，中高端客流中的国际客流和商旅客流呈现断崖式下跌，国际外循环被切断，对国际品牌的优势领域形成冲击，同时在国内经济内循环的大背景下，新兴的客源体系逐步形成，给本土酒店品牌发展带来机遇。长期角度，随着消费代际的转换，民族文化自信更强的 90 后、00 后的消费群体逐步成为市场主力，更愿意尝试带有本土文化特色的本土酒店品牌。

相对于传统的外资星级酒店，精品内资酒店在服务客户需求方面更加灵活更加贴近国人个性化需求，在投资开发方面运营效率及投资成本上具备比较优势。从中长期来看，民族酒店品牌崛起是大势所趋。

4、公司具有丰富的人才储备及酒店设计开发经验

在人才储备方面，公司自成立以来就非常重视人才团队的建设工作，目前的管理层及一线团队具有多年中高端酒店设计、开发、运营、投资方面的经验，在中国酒店业具备良好的口碑形象，且团队经历了长时间的磨合发展，相互间合作高效。团队成员对中高端酒店的深耕使得公司的产品设计、服务设计、平面功能布局一直处于业内较高水平。

在酒店开发经验方面，公司深耕中高端精选酒店领域多年，目前已经形成

了“传统星级酒店改造”、“城市高端商业综合体及社区商业配套酒店”、“城市文化街区及特色小镇配套酒店”等酒店开发技术，具备定制化的项目设计、开发能力，可充分提高物业投资回报。同时，公司在酒店项目产品开发过程中，创新性的推行酒店品牌溢出、高坪效设计、传统物业整体升级改造、目标消费者需求定制设计等理念，得到酒店业主、同业和消费者的较高认可。

5、公司具备良好的客户资源及品牌优势

公司以长三角城市群为核心发展区域，并逐步向全国范围重点城市有序拓展。公司以高品质酒店“服务至上”为关键特征，形成了“产品精选、文化精选及服务内容精选”的服务体系，凭借酒店开发设计优势、服务体系优势、酒店集团品牌优势、客户资源优势和管理团队等核心竞争优势，位列中国酒店集团 10 强、世界酒店集团 50 强。

目前，公司已形成“君亭”、“君澜”、“景澜”三大产品系列近 10 个品牌的完整中高端品牌矩阵，实现了包括商旅及度假全服务酒店产品的覆盖。公司凭借君亭酒店品牌优势和“产品精选、文化精选及服务内容精选”的君亭式服务体系已经积累了大量的客户资源。公司在集团协议客户、会员客户及在线旅游渠道（OTA）等方面都积累了大量的资源。在集团协议客户方面，在与阿里巴巴、携程等大客户强化合作的基础上，积极与广发银行、滴滴、春秋航空、英孚、南航、万达等进行会员推广合作；在会员客户方面，公司自建的“君亭四季会”会员体系已经开始为公司快速积累忠诚度客户。公司目前已经积累了较大规模的客户资源，这对公司的可持续盈利能力提供了有力的保障。

四、本次发行对公司经营管理、财务状况等的影响

（一）对公司生产经营的影响

公司本次募投项目围绕主营业务，并结合未来市场趋势及公司业务发展所需展开。本次募投项目投产后，公司能够提升直营酒店市场份额，进一步完善品牌及市场布局，满足市场需求，提升盈利水平，提高公司的行业地位和市场份额。

本次募集资金投资项目符合国家相关产业政策及公司未来整体战略发展方向，有利于提升公司的核心竞争力和持续发展能力，维护股东的长远利益。

本次募集资金应用于扩大公司直营酒店规模及市场份额，公司采购销售服务等主要业务模式不会发生重大变化。

本次募集资金投资项目实施后不会产生同业竞争，亦不会对公司的独立性产生不利影响。

（二）对公司财务状况的影响

1、对公司财务状况的影响

募集资金到位后，公司资产总额、净资产规模将有所增加，资产负债率水平得到降低，有利于优化公司资本结构、增强公司的偿债能力及抗风险能力。

2、对公司盈利水平的影响

募集资金到位后，由于募集资金投资项目的建成投产并产生效益需要一定时间，短期内公司净资产收益率及每股收益或将有所下降。但随着募投项目的达产和业务的拓展，公司市场占有率将得到进一步提升，公司整体盈利水平和盈利能力将相应提升。

五、结论

经审慎分析，董事会认为：本次向特定对象发行股票的募集资金投资项目符合国家产业政策和行业发展方向，有利于推进主营业务的持续稳定增长，提高公司盈利能力，提升公司核心竞争力。因此，本次向特定对象发行 A 股股票的募集资金运用是必要、可行的。

浙江君亭酒店管理股份有限公司

董事会

2022年6月7日