

## 8 行业调查 Industry Surveys

## 五星级酒店在华频亏 或面临行业重组洗牌

■ 高江虹 报道

近日,北京市财政局转发了财政部对外发布的新版党政机关会议定点管理办法,和过去相比,该办法更加强调厉行节约反对浪费。其中明确规定,会议定点场所所有权拒绝党政机关提出的超出协议的服务项目和要求。

此前,北京市完成了市级行政事业单位2014-2015年度会议定点政府采购项目,通过公开招标,确定了318家会议定点单位。其中,具备接待大型会议能力的39家,具备接待中小型会议能力的260家,只提供会议场所不安排食宿的“节俭版”纯会议场所19家。而五星级酒店等高档场所,已不再纳入会议定点政府采购范围。

这对以会议为主营生的多家北京五星级酒店来说,不啻为当头棒喝。

自1985年长城喜来登开业,中国五星级酒店发展进入第三十个年头。目前全球各大酒店集团的高端酒店均已云集中国,华美酒店顾问机构首席知识官赵焕焱指出,受供求关系失衡等多方原因,2015年五星级酒店的利润或首度告亏。

## 供过于求的困境

近期,国内高端酒店业的坏消息一个接一个。

据国内媒体报道,近日,东莞一家山水式五星级酒店莲花山庄决定向“农家乐”转型,酒店内辟出数十块菜地出租给市民种菜。

而更早之前的2014年12月,因资不抵债,无法偿付到期债务,宁波慈溪雷迪森广场酒店便宣告破产,成为国内第一家破产重组的五星级酒店。

雷迪森广场酒店破产的重要背景是宁波五星级酒店严重的供过于求。据了解,宁波有22家五星级酒店,20多家按五星级标准建设并已经开业的酒店,近30家待建、在建的五星级酒店,这意味着不久的将来宁波将拥有70多家五星级酒店。

1985年北京喜来登长城饭店开业,喜来登成为第一家进驻中国的国际五星级连锁酒店。此后三十年,所有国际酒店巨头的高端酒店品牌陆续登陆中国,中国本土的五星级酒店亦发展得如火如荼,但发展到了而立之年的五星级酒店,却开始遭遇多重困境。



北京市旅游局的统计信息显示,截止到2014年底,全市共有星级酒店554家,其中五星级酒店65家。而且,2015年全国新增的62家五星级酒店中有三家将落户北京。

北京是国内最富盛名的会议城市,即使少了政府的会议需求,还有众多公司会议和专业会议弥补。可在其他城市,受政府采购需求锐减,五星级酒店只能陷入经营困境。

宁波市场的严重过剩,仅仅是五星级酒店区域现状的一个缩影。据国家旅游局的统计,截至2014年年底,我国共有约1.35万家星级酒店,其中五星级酒店850余家。

据迈点旅游研究院对国内酒店开业情况的不完全统计,2014年1月至12月,全国开业的五星级酒店数量为153家。而按照各大酒店集团的计划,2015年全国还将新增62家五星级酒店。

数量激增的同时,五星级酒店的营业利润,每间可供出租客房收入(RevPAR)却逐年下降。

赵焕焱指出,2010年,595家五星级酒店的RevPAR为401.59元,2011年,615家酒店为430元,但到了2014年第四季度,783家五星级酒店的RevPAR仅为381.78元。

赵焕焱向记者提供的另一组数据显示,2010年,全国星级酒店共11781家,当年这些酒店的总利润为50.70亿元,2011年,行业利润达到巅峰的61.43亿元,但此后随着五星级酒店日益激增,星级酒店总利润未见好转,反而恶化至亏损。

2012年,全国星级酒店利润降至50.46亿元,2013年,酒店行业收录亏损20.88亿元。由于五星级酒店的利润贡献率一直占全国星级酒店总额的90%以上,行业业绩录入亏损的主因在于五星级酒店的利润暴跌。

2013年,全国739家五星级酒店共有26.11万间客房,利润仅为29.96亿元。赵焕焱预计,受大量新开五星级酒店的业绩影响,2014年全国五星级酒店的利润更将降至仅为几亿元,而2015年五星级酒店更可能首度出现整体亏损。

## 出路何方?

中国旅游研究院院长戴斌向记者坦承,目前五星级酒店受国家政策和供求关系严重失衡的影响,正处于三十年来最低谷,预计走出这一低迷期尚需不少时日,或得2020年之后方有望获得恢复。

尽管国内五星级酒店已经呈严重过剩的状态,各大国际酒店巨头仍未停止在华新开五星级酒店的计划。

以喜达屋集团为例,旗下五星级酒店品牌喜来登在过去的30年中,共有67家喜来登在中国开业,现有40多家喜来登酒店正在积极筹备中,其中10家喜来登将于2015年开业。

国际酒店巨头继续加码中国市场的主要原因在于,酒店巨头只是获得高端酒店的管理合同,而无需参与酒店投资。赵焕焱认为,

正是因为跨国酒店管理低风险的轻资产模式和囚徒困境,导致跨国公司对酒店管理合同来者不拒,多多益善,再说,另一方面,中国现在是在全球酒店投资唯一没有控制的地方,酒店市场的投资目的多元化,包括地方政府的意愿、投资者的财务考虑、投资者提升楼盘价值的考虑,导致高端酒店项目蜂拥上马。无序的状态只能寄希望于同业公会来制定规则,但收效甚微。

喜达屋大中华区总裁钱进坦承,目前五星级酒店发展遭遇严重过剩危机,但他否认是国际酒店集团的轻资产模式和囚徒困境导致如此境地,而是过去三十年高端酒店业的发展被介入太多非市场因素。

戴斌认为,过去由公务需求推动的高端酒店发展势头,并不健康,随着“八项规定”、“六条禁令”的颁布,酒店行业经历阵痛后必须重新研究市场,重新定位,去政务化。新兴的需求将聚焦于正在蓬勃发展的国民大众旅游需求。

据国家旅游局今年初公布数据,去年国内旅游人数达36.5亿人次,预计今年会超过40亿人次;而到了2020年,我国国内旅游人数还将达到破纪录的60亿人次,可见国内旅游市场需求仍在爆发,国民收入的增长也相应会增加在五星级消费的能力。

因此戴斌对五星级酒店未来的发展仍保持乐观的态度,他认为只要行业内控制好酒店发展节奏,并积极开辟新增需求,料会走出行业低迷。

钱进亦认为,五星级酒店或可能在未来一段时间内面临亏损和行业重组洗牌,但是前景依然看好。

记者还了解到,为了让酒店投资收益更趋市场化,酒店大数据市场需求十分紧俏,3月25日,携程宣布其麾下全资子公司中软好泰与原慧评网重组成立众荟信息技术有限公司,计划建设中国首个酒店业全数据平台,融合酒店行业大数据以及云计算技术。

携程董事长梁建章向记者表示,之所以开拓该业务,是因为近年来,酒店业整体经营情况面临着巨大考验,供求失衡、恶性竞争等问题导致大量酒店出售和破产。在行业剧烈变更的市场中,酒店更需要推出差异化的产品和服务,在多面夹击的竞争环境中占据一席之地,因而众荟或可为酒店提供更好的决策参考。

## 行业趋势

## 余额宝可以买房了 房地产行业“触网”大势所趋

■ 荆宝洁 报道

在经过了17次的修改方案、47天的产品研发、24次的沟通会议、603封电子邮件、27277公里的奔波交流之后,方兴地产与淘宝网达成了一项合作。

3月21日,双方公布了合作计划。内容是,客户买房兴产品的首付款在余额宝里面,可以获得收益;货到付款交房的时候,余额宝把钱划给方兴地产,而余额宝支付的用户则获得了方兴地产的独家折扣。方兴地产调动旗下包括10城15个项目共计1132套房源,货值达32.34亿元,总优惠力度达2亿元。

在合作计划宣布后的72小时发生了什么?据记者了解,在淘宝的手机端,发布了方兴和淘宝合作的消息后,一天有超过17万次的流量关注。“有流量的地方就有人,这样已经远远超过了传统的营销方式带来的效果。”方兴地产相关负责人说。虽然不是每个人都会成为买家,但亦可以做一些口碑积累。

某房地产电商平台迅速组成一个六人小组,研究淘宝与方兴的合作模式。比如,淘宝是如何实现转账和支付的。传统的房地产电商平台拥有自己的驻场人员,他们从线上邀请到购房团,在线下还会接待;但在淘宝,所提供的服务都是虚拟的。传统电商要在销售额中提取佣金,但淘宝是免费的。

前述方兴地产相关负责人对记者说,开发商会越来越倾向于不花钱的合作。互联网让买家和卖家之间的沟通成本更低。开发商打造样板间可能数千套、售楼处园林动辄上千万。未来如果交易可以通过互联网来完成,营销费用可以节约许多。

听闻方兴地产和淘宝的合作后,京城某大型开发商的一位中层告诉记者说,“年初淘宝房产也找过我们合作,但这个方案可能更适合方兴而不适合我们。”他分析说,方兴地产的大部分房源都已经达到了准现房和现房状态,而对于强调快速周转的房地产企业来说,应收账款被冻结在余额宝里,会影响现金流。

与在传统购房流程中客户签约完成后需立即支付房款(首付款或全款)给开发商不同,本次方兴地产的线上购房流程是,购房者签约完成后,将房款冻结在自己的余额宝当中,期间收益全归购房者,直到约定回款期或交房期到时,才将余额宝冻结的房款打给开发商。数据显示,目前余额宝年收益稳定在4%-5%之间。

之所以需要反复沟通,是因为合作已经触及了财务部门的底线。作为上市公司,方兴地产有严格的回款制度。以往各种创新和促销仅限于营销部门,但此次为了和淘宝合作,方兴更广泛范围内调动了资源。

淘宝房产负责人江沙也评价了去年8月份和万科的合作。他称,和万科的合作主要是在营销推广方面,而此次和方兴的合作则是在支付环节上,有了进一步的突破。

事实上,房地产企业拥抱互联网已经成为大势所趋。继去年8月的首次合作,去年“双十一”万科与淘宝再联盟,联合集团18个城市的分公司,数百个楼盘共同参与,是有史以来最大规模的“触网”行动。

万科与淘宝天猫平台合作,借助淘宝理财产品进行线上资源整合,锁定目标客群,并在淘宝天猫平台专设“万科购房专区”,售卖万科18个城市的特价房认购资格,而购买则需要通过余额宝在网上完成。购房者通过余额宝成功认筹后,将收到万科天猫购房专区发送的确认短信,凭借短信到售楼部现场,即可享受以特价购买指定房源的权利。方兴地产也在去年“双十一”,借助淘宝,实现42.68亿元的单日销售额。

在看到成效后,许多房企也快速开设网络销售渠道。“双十二”期间,碧桂园将售楼部直接搬到了淘宝网。像淘宝上其他店小二一样,他们为旗下的兰州、南京、沈阳等多个城市的项目开设网店,并让这些项目所有房子都在网上销售。除淘宝网外还和京东商城合作。

这些合作都是依靠互联网平台来导入客流。在前述总部在北京某大型公司的高层看来,互联网对地产商的正改变在于必须站在客户的角度想问题,更看重用户体验。

3月21日,方兴地产营销管理部总经理李伟透露说,目前新的市场格局已经形成,新常态环境下,方兴要做三件事:

第一,去库存。通过变革找客户的模式,提高执行力,管理层善于配备人员职能,提高销售业绩。第二,搞服务。产品定位不仅要为企业主进行调研,还要邀请业主全程参与其中,在售前、售中、售后,都要给客户安全感。同时,搭建客户生活平台,提供更多生活方式。第三,做创新。运用互联网思维,但不是一蹴而就,要慢慢的学习、探索。

据了解,和淘宝网“货到付款”的合作结束后,方兴地产还准备尝试新的创新。但每一次创新的难度都在加大,而不是只过去模式的重复。

## 医药电商迎重大利好 市场规模将达3000亿

■ 朱萍 报道

在“互联网+”概念迅速蔓延的情形下,互联网巨头、药企、零售商等纷纷切入电商领域,并看好未来市场发展。而即将公布的《互联网食品药品经营监督管理办法》则把医药电商进一步推到了风口。

数据显示,2013年我国网上药店销售规模约42亿元,较2012年翻了2倍,预计2015年我国医药电商的交易规模将达到百亿。

“现在很多企业都在积极布局电商平台,为未来抢夺市场谋一席之地,尽管一些企业具体发展思路可能并不清晰。”一位上市公司药企董事长向记者坦言,医药电商目前还仅仅是概念阶段,并不能起到业绩支撑作用。

兴业证券认为,虽然中国药品电商理论空间大,未来至少有3000亿元的市场空间,但药品电商要获得实质性发展仍然要面对较多的挑战,业内分析人士总结为处方来源、医保支付、物流配送等。

## 各路资本角逐医药电商

Wind数据显示,目前我国处方药市场约8000亿元,非处方药只有2000亿元。兴业证券认为,按照网售药品占市场份额的30%来计算,医药电商伴随着政策的放开将释放出至少3000亿元的市场空间。

另有药品网购意愿调查显示,未来肯定或很可能网购药品的消费者合计占比64%,大多数网购消费者能够接受网络购买医药产品的方式,潜在消费群体规模巨大。

正是因为看到了未来潜在的巨大市场,资本纷纷涉足医药电商领域。

阿里系的天猫医药馆已领跑其他同行,成为国内规模最大的第三方医药电商平台。而其收购中信21世纪有限公司并改名阿里健康后,拥有了国内首个可开展互联网药品销售(B2C)的第三方平台试点牌照,诸多药企开始入驻阿里健康平台。

2011年,京东宣布注资医药流通企业九州通旗下网上药店“好药师”,借助九州通的行业优势进军医药电商领域。双方以合资的形式运营“京东好药师网”,九州通负责仓储,京东负责配送。后双方因股权问题产生分歧,2013年京东撤资终结了这一合作。

但京东并未放弃这块市场。2014年京东又开始“卷土重来”,“营养保健、医药”被升级为经营大类,并如愿以偿于2014年底获得互联网药品交易资质。

在互联网巨头引领电商潮后,各医药商业企业、药品流通企业以及传统电商企业也开始纷纷“触网”。

目前,国内A股布局医药电商的上市公司有上海医药、九州通、第一医药、康恩贝、康美药业、国药股份、一心堂、以岭药业、嘉事堂、太安堂、海虹控股、英特集团等10余家上市公司。

上市公司涉足医药电商后,立即受到市场青睐。如3月9日晚间,上海医药发布公告称,出资7000万元人民币与自然人季军共同投资设立上海医药大健康股份有限公司,涉足医药电商。公告发布次日,股价并不活跃的上海医药股价在高位开盘,并拉至涨停。

## 三大瓶颈待突破

在资本竞相进入,经过几年的布局后,国内医药电商已形成了多种模式:

一是以嘉事堂、一心堂、国药股份、第一医药、九州通、上海医药、英特集团为代表,这几家医药商业领域的上市药企,具备线下连锁药店、药品配送能力;二是以岭药业、太安堂、康恩贝、康美药业、同仁堂这类药品生产企业进军医药电商,此外还有传统医院、传统企业和HIS厂商的整合;三是搭建第三方药品销售平台,例如天猫医药馆、京东医药城、1号店;四是以华润集团健一网、七乐康为主的独立垂直电商等。

一位业内人士向记者介绍,目前网上药店主角的并不是药品,而是医疗器械。如天猫、京东等传统电商主要销售医疗器械、保健药品,非处方药也只占总体重的20%;而其他药企自建电商又面临流量的提升问题。

在北京鼎臣医药管理咨询中心负责人史立臣看来,目前医药电商面临的规模局限及盈利问题,主要是受医药电商自身发展瓶颈所致,如需要面对处方来源、医保支付、物流配送等问题。兴业证券也表示,药品电商要获得实质性发展仍然要面对较多的挑战。

兴业证券分析认为,政策困境是中国药品电商所面临的最大问题之一。目前,政策困境是网上限售处方药、医药不分开处方外流、医保不能线上支付、医保统筹账(医保占比最大部分,只在医院使用)不能用于零售终端支付。

上述问题的解决并非一蹴而就,兴业证券分析认为,这涉及整个医疗生态圈的改变,需要协调多方利益,而这类社会是一个较为缓慢的过程。

如阿里健康对接医院处方的计划也并非



一帆风顺。据了解,阿里健康原计划打算直接联通医院信息系统,医生开药后直接将处方上传到阿里健康,再让零售药店来抢单。2014年5月,马云亲自与河北省相关负责人洽谈,但最终效果并不理想,只换来河北省卫生计生委下属处室建议医院配合的文件。

“事实上,在医药不分开的前提下,处方药方是很难流出医院的。很多医院为防止处方外流还采取了一系列的措施,如电子病历不经过患者,直接存储医院电脑生成。”上述业内人士向记者表示。

医院攻关不顺,阿里只得另找出路。据21世纪经济报道从阿里健康相关负责人处了解到,近期阿里健康与北京军区总医院已经建立了合作,阿里健康的电子处方平台已经在北京军区总医院试点,先锁定慢性病中的高血压和高血脂两个病种,主要针对自费患者,暂时绕开医保的复杂问题。

在史立臣看来,如果失去了医保这一环,医药电商不可能放量。上述上市药企董事长向记者直言,在这场市场盛宴中,医院是一座无法绕过的堡垒。

医药电商发展还需要解决“最后一公里”即药品配送的问题。2013年,国家食品药品监督管理局总局出台了《关于加强互联网药品销售管理的通知》规定:连锁企业通过互联网

销售药品时,应当使用本企业的药品配送系统自行配送。

但一年多时间过去了,受成本太高及自身配送能力限制等影响,医药电商真正做到自行配送的并不多。

如此前北京同仁堂广州药业连锁有限公司也开通了同仁堂全国首个网上药店,但由于受到“自行配送”规定的约束,只能在其网页上注明:“本商城药品的配送范围仅为广州市内9家实体店方圆约2公里内。”

另外,金象网上药店也推出过“金象一小时”,即在北京城区,工作日每天上午9点到下午5点前成功下单均可在当天1小时内送达,可配送的产品为100种。但这种自行配送模式还是以失败告终。

而第三方物流进行药品配送需要取得相关牌照。因为药品作为特殊的产品,对物流条件要求相对较高,整个仓储、运输、配送等物流领域都必须在符合国家《药品经营质量管理规范》(GSP)的标准下进行。而普通快递公司根本达不到配送要求,目前绝大部分物流企业不具有配送药品的资质。

据了解,圆通、顺丰在内的多家快递公司都曾向监管部门咨询过相关药品配送资质认证事宜,但因为涉及不同区域监管部门认证等问题,目前申请仍在搁置中。