

B4 YINGXIAOSHICHANG | 赢销市场

星级酒店过剩危机渐显 发力争夺“奢华客”

□ 叶碧华

广州珠江新城 CBD 地段,继希尔顿酒店旗下最高端品牌康莱德落户后,以迪拜超豪华帆船酒店著称的卓美亚集团也将入场,而在周边一公里范围内,已经站立着四季、丽思卡尔顿、君悦、德国国际、地中海、皇家国际等多家高星级酒店。

“由于投资者对中国房地产价格有持续上涨的预期,导致很多业外资本,主要是房地产行业资本、房地产投资基金等财务投资者,纷纷进入中国的酒店业。”华美酒店顾问机构首席知识官赵焕焱认为,这是导致酒店业供给增长的一个重要推动因素。

过剩危机

2001 年至 2009 年,中国 GDP 年均增长 10.5%,与之相呼应的是中国酒店业的投资增量。据统计,1999 年到 2007 年,中国酒店业每年的投资额从 78.46 亿元上涨到 92507 亿元,年均增长 36%。2000 年到 2008 年,五星级酒店年投资额增长更高达 361%。

中国旅游饭店业协会最新公布的五星级酒店名录显示,单个城市中五星级酒店超过 10 家以上的依次为:北京 62 家、上海 53 家、广州 23 家、杭州 20 家、东莞 20 家、重庆 19

近年来,酒店行业受地产酒店投资的驱动,新增酒店集中放量。根据世邦魏理仕(CBRE)研究报告,在 2011 年的亚洲酒店投资中,中国内地地区投资量占整个亚洲地区总投资的 31%。去年中国酒店客房总数为 200 万间套,预计 2016 年可达到 500 万间套,目前中国还有 1700 家星级酒店正在建设中。

家以及深圳 17 家。

业内人士预计,今明两年新增高星级酒店的集中放量,必将加重星级酒店供过于求的格局。

目前,洲际在大中华区的在建品牌酒店数量超过 150 家,是当仁不让的酒店老大;希尔顿在中国已开业的酒店有 31 家,在建酒店 47 家;喜达屋在华共有开业酒店和在建签约酒店约 150 余家;香格里拉谋划 3 年内将中国区 30 家酒店的数字翻倍到 60 多家,并拓展至三线空白市场;万豪也在如今 41 家的基础上今年将新开 18 家。

事实上,受“后奥运”、金融危机等一系列因素影响,我国高星级酒店曾在 2009 年遭受严重打击,部分酒店入住率不足五成,酒店被迫以降低房价等措施来维持经营,利润因此大受影响。

两年过去,星级酒店的出租率一

直在六成上下徘徊。去年 8 月,洲际位于东莞的富盈假日酒店在试业一年后以“分手”告终,尽管洲际方面强调是因为“与业主在标准方面存在分歧而终止合约”,但记者了解到,东莞作为广东省一个二线城市,高峰时期其五星酒店数量达 29 个之多,竞争之激烈可想而知。

争夺高端客

随着越来越多的高星级酒店进驻中国,未来中国星级酒店将继续分化发展,“五星酒店将往高端奢华方向发展,而四星级酒店无论在硬件还是服务上也会向五星酒店靠拢”。

赵焕焱指出,“高档酒店从计划期、准备期、建造期到开业期需要 4 至 5 年的时间。酒店投资一般要求自有资金占比 60%。酒店回收期普遍在 10 至 20 年(静态,不计利息),成功的



四星级酒店回收在 5%至 10%,五星级 7%至 15%。”

公开资料显示,2010 年底,我国四星、五星级酒店的比例由 10 年前的 7.7%升至 18.7%,2010 年我国星级饭店利润总额为 54.3739382 亿元,其中的 595 家为五星级酒店,平均利润总额为 1100242 万元。

而 Worldhotels 亚太区副总裁 Roland Jegge 说,在中国及亚太区,其旗下豪华系列酒店的销售占据了六成,而以全球性来计算,豪华系列酒店的销售占该集团总销售的四成。

洲际酒店集团大中华区首席执行官柏思远认为,中国的中上阶层正迅速壮大,“15 年内,中国的富裕人群以及中上阶层的规模将是美国的两倍,这将极大促进人们对休闲旅游业的需求”。

去年,定位在超五星奢华酒店的卓美亚喜玛拉雅酒店在上海开业,酒

店的价格趋于高端定位,全年平均房价在 1600—2500 元,高峰季节可达到五六千元一晚。

“除了上海卓美亚以及将在 2013 年底、2014 年初落成的广州卓美亚酒店外,集团已经与三亚、杭州、澳门及千岛湖等城市的相关旅游企业及部门签订了协议,卓美亚正打算在中国的高端酒店行业方面大展拳脚。”卓美亚酒店集团亚太区市场销售副总裁陆达维坦承,上海卓美亚去年入住率并不算高,但他对中国奢华酒店市场仍然充满信心,“今年我们的目标是达到 70%-72%的入住率”。

目前,中国高端酒店市场由国际酒店集团主导,十大国际酒店集团在这个细分市场占据了 46%的市场份额。洲际 2011 年三季报显示,全球平均每间酒店可售客房收入增长了 6.4%,而中国区平均每间可售客房收入增长最高为 11%。

斯柯达牵手张学友演绎非凡

航,在全国 53 个城市的 66 场演出中出色地完成了出行用车服务;今年,上海大众斯柯达又将双方的合作进一步向纵深推进,不仅继续作为 2012 年张学友 1/2 世纪演唱会中国内地巡演唯一全程指定汽车品牌为张学友及其团队提供用车服务,更冠名赞助了“斯柯达昊锐之夜——张学友 1/2 世纪演唱会”广州站及上海站。基于双方长期以来的友好合作,此次上海大众斯柯达品牌邀请张学友出任旗舰车型昊锐的代言人,可谓是水到渠成。

对于此次代言,上海大众斯柯达表示,与歌神张学友的合作不仅是基于相互的高度尊重与信任,同时也是源于彼此形象气质上的契合。张学友

是华语乐坛最具代表性的实力派巨星,以其非凡的舞台实力和唱功叱咤歌坛数十载,演绎了无数经典歌曲,深受歌迷们喜爱;与此同时,张学友个性随和,低调稳重,注重家庭,可以说,他不仅事业成功更有着优秀的人格魅力。这些都与斯柯达品牌及昊锐车型的价值理念与品牌个性高度契合。百年斯柯达进入中国时间虽然不长,但凭借旗下三款实力车型昊锐、明锐、晶锐的共同发力,在短短 4 年多时间里取得了稳健高效的发展,目前累计销量已经突破 65 万辆,2011 年销量更是一举突破 22 万辆,堪称实力品牌的典范。而作为斯柯达品牌旗舰车型,昊锐更是百年斯柯达造车理念及工程智慧的集大成者,它拥有

78 年的历史传承,有着深厚的豪华车血统,与此同时,它又融汇了斯柯达百年造车精华与大众汽车集团先进技术,外观大气典雅,空间宽敞舒适,驾控高效精准,在人性化的智能化配置以及安全性能上更有着出色的表现,堪称全能座驾,完美诠释了斯柯达品牌的智慧与人文关爱。自 2009 年 8 月上市以来,斯柯达昊锐凭借全面出众的产品实力赢得了业界和消费者的广泛青睐,截至今年 1 月,其累计销量已经突破 10 万辆。“气质典雅、内蕴实力”,可以说是张学友与斯柯达昊锐的共有特性,两者的合作可谓是珠联璧合。

(新浪汽车)

DHL 将曼联十九冠奖杯巡展带到上海

□ 宋杨 于丹

全球快递物流业的领导者、曼彻斯特联队官方物流合作伙伴 DHL 日前宣布,该公司将曼联十九冠奖杯运抵上海,并为其客户和员工奉上了一场特别的庆祝仪式。

来自 DHL 快递在华合资公司中外运敦豪和曼联的嘉宾出席了此次巡展活动。曼联传奇后卫罗尼约翰森和中场球员布隆基斯莅临上海站巡展,并在现场与大家分享了为全球最受欢迎的足球俱乐部——曼彻斯特联队效力的荣誉与激情。

作为曼彻斯特联队官方物流合作伙伴,DHL 在华员工将有机会与世界足坛最高荣誉之一的英超联赛奖杯合影。

中外运敦豪董事总经理吴东明表

示:“十九冠奖杯上海巡展活动为我们提供了一个独特的机会,向中外运敦豪的员工及客户展现 DHL 为曼联提供的幕后支持。我们很高兴能让我们

的客户和员工有机会与曼联传奇球员罗尼约翰森和布隆基斯会面,近距离接触英超冠军奖杯。”

曼联商务部主管 Richard Arnold 表示:“获得十九冠对曼联大家庭的每一个成员都是值得铭记的时刻,DHL 十九冠奖杯巡展活动,让全球 333 亿球迷有机会与我们分享这份荣耀。曼联球迷的忠实与热情闻名全球,在中国也不例外。”

作为官方快递物流赞助商,DHL 是曼联取得骄人成绩的幕后英雄,为其提供了重要的物流保障。此次由 DHL 赞助的曼联十九冠奖杯巡展旨在庆祝曼联上个赛季第 19 次蝉联英超

冠军。DHL 负责把曼联获得的英超冠军奖杯运送至 27 个国家和地区,行程将近 48000 英里。

由 DHL 与中外运集团合资成立的中外运-敦豪国际航空快件有限公司,在中国覆盖将近 400 个主要城市,在全国各主要城市设有近 200 个办公地点,拥有 6000 多名训练有素的员工,他们以高品质的服务和对本地市场的深入理解满足客户对于供应链的不同需求。

链接:

DHL 是德国邮政敦豪旗下的知名品牌,是全球物流行业的市场领导者以及“面向世界的物流公司”。DHL 致力于在国际快递、空运、海运、公路和铁路运输、合同物流及国际邮政服务方面提供专业化的服务。DHL 拥有覆盖全球 220 多个国家和地区的递送

网络。目前,DHL 在全球共有约 27.5 万名尽心尽力的员工,他们以高品质的服务和对本地市场的深入理解满足客户对于供应链的不同需求。

与此同时,DHL 也承担起了保护气候、灾害管理和教育等方面的企业社会责任。



DHL 将曼联十九冠奖杯巡展带到上海(从左至右:曼联传奇中场球员布隆基斯,中外运敦豪董事副总经理商强先生和曼联传奇后卫罗尼约翰森)

做大做强重点企业 促进重庆经济发展

——重庆市委常委、常务副市长马正其到上汽依维柯红岩调研指导

□ 文 / 李代元 图 / 李强

3 月 21 日,重庆市委常委、常务副市长马正其带领市级有关部门负责人到上汽依维柯红岩商用车有限公司指导调研工作,他充分肯定企业取得的发展成绩,希望企业加强整合,形成强势拳头,抓住机遇促市场,尽快做大做强,推动重庆实体经济又好又快发展。

马正其副市长一行在重庆机电集团总裁黄勇、上汽依维柯红岩顾耀辉等公司高管的陪同下,视察了总装厂

繁忙有序的生产现场,观看了公司产品样车,并认真听取了企业工作汇报。

上汽依维柯红岩财务总监顾耀辉着重从今年以来商用车市场发展总体态势、公司一二月份生产销售情况、产品结构及在市场上的竞争状态、年度生产经营目标、当前突出的困难与亟待解决的问题等几个方面进行了报告。

马正其对公司克服困难、持续发展取得的成绩表示充分肯定,并就

相关问题当场向随行的相关部门作了安排布置,对公司进一步发展提出要求:

一、希望公司一手抓好现生产工作,一手抓好企业后续发展。汽车工业依然是重庆的第一大支柱产业,有很大的发展前景。上汽依维柯红岩作为重庆的重点工业企业,要抓住重庆大开放、大发展机遇,尽快做大做强。

二、希望公司把量搞上去,千方百计扩销售、促市场。我国市场很大,要

按照市场需要,加快产品结构调整、提高生产能力,完成今年公司确定的产销目标。

三、希望公司整合好已有资源,统筹规划好两个基地,合理布局生产线和配套加工企业,增强综合发展实力。目前,新成立的大足区及双桥开发区发展得很好,并且建有不少配套厂家,公司要充分利用好这些现有资源,既能节约投资,又能支持地方发展,增强企业竞争实力。

