

在过去一年中，随着疫情防控放松、酒店业复苏来临，不少酒店业上市公司业绩均迎来回暖。然而，“春风”吹拂下，格林酒店(GHG.US)近日交出的“成绩单”却让人大跌眼镜：同比转盈为亏，全年累计亏损近4亿元。

自2018年在纽交所上市后，公司股价经历过3年时间的“不咸不淡”，随后自2021年下半年开始连续走跌，还曾一度被列入美国SEC预摘牌名单。截止目前，公司股价已连续3个月在4美元至4.5美元区间附近徘徊。

2022年12月，花旗分析师Lydia Ling将格林酒店的目标价由5.71美元下调至5美元，并维持对该股“买入”评级。这份来自机构的悲观态度，很大程度上来源于“看不见希望”的业绩走势。

昔日曾与7天、如家和汉庭并称为中国经济型连锁酒店“四剑客”的格林酒店，为何沦落到如此境地？面临酒店行业激烈的市场竞争，格林酒店又将何去何从？

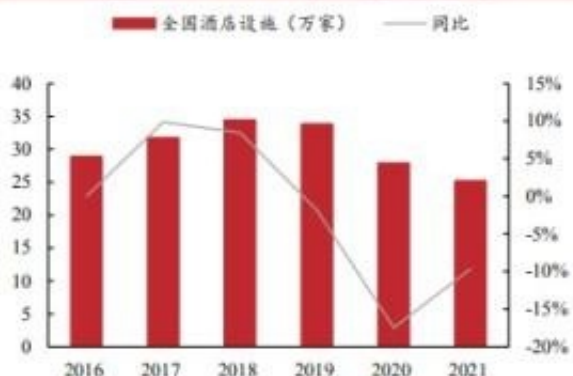
同比转盈为亏 运营数据多项下滑

格林酒店是一家大型专业化酒店管理集团，旗下拥有格林东方酒店、格美酒店、格雅酒店、格菲酒店、格林豪泰酒店、格林联盟酒店、青皮树酒店和贝壳酒店等多个品牌。

根据智通财经APP了解，从近年业绩来看，格林酒店收入波动较大，而净利润更是连年下滑，在2022年首次转盈为亏。这也是该公司上市以来首次亏损。

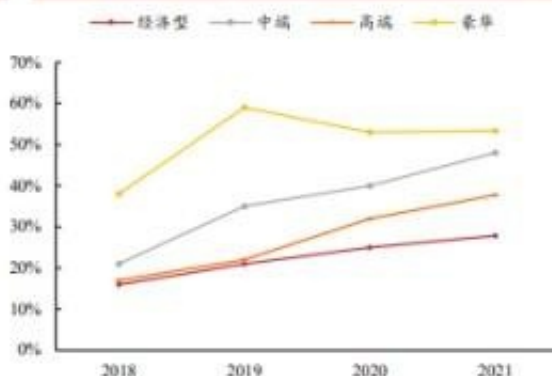
2017年至2022年间，公司营收分别为7.432亿元、9.056亿元、10.92亿元、9.3亿元、12.06亿元和9.451亿元，归母净利润则分别为2.735亿元、3.717亿元、4.427亿元、2.613亿元、1.174亿元和-3.764亿元。

图表21: 2016-2021年我国酒店数量



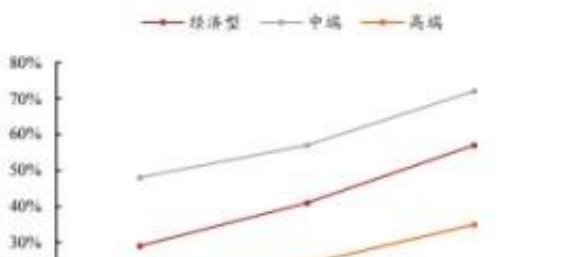
资料来源: 中国饭店协会, 东亚前海证券研究所

图表22: 2018-2021年我国分档次酒店连锁化率

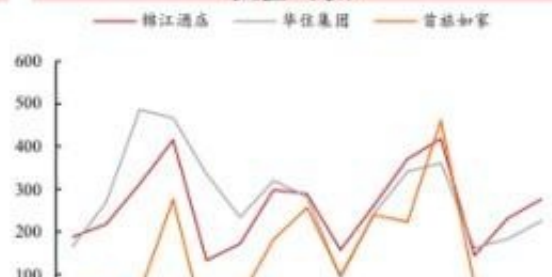


资料来源: 中国饭店协会, 东亚前海证券研究所

图表23: 2021年我国各档次连锁酒店品牌市场集中度



图表24: 2019Q1-2022Q3我国各酒店净开店数量(家)



展望2023年, 国内消费恢复将成为酒店业恢复性增长的动力。4月13日, 文化和旅游部办公厅印发了《关于组织开展2023年文化和旅游消费促进活动的通知》, 将围绕五一、中秋、国庆等旅游旺季开展系列促销费活动。

从需求端来看, “五一” 首日高铁跨省游搜索热度环比前一日增长323%; “五一” 期间出行的国内单程机票含税均价为1206元, 高出春节机票价格两成左右; “五一” 假期携程境内航班搜索热度已超过2019年150%, 跨境航班搜索热度较2019年同期也增长近40%。出游意愿、消费预期的不断上行, 将带动酒店集团业绩加速恢复。

据东亚前海证券分析, 对标日本全面放开疫情管控后的酒店经营数据变化, 我国酒店行业RevPAR将于2023Q2恢复至2022Q3(防疫优化前一期)水平, 2023Q3以后有望进入新一轮提升周期。

向中高端转型步履维艰?

酒店行业广泛存在的供需错配现象, 正推动全行业加速向中高端方向转型。根据公开数据, 2021年我国低收入人群占比62.14%, 经济型酒店占比81%;而中等收入人群占比32.15%, 中高端酒店占比仅为17%。

以锦江酒店(600754.SH)、首旅酒店(600258.SH)等三大酒店集团为例, 近年来各

家中高端酒店门店数量占比、品牌数量占比均持续上升，如锦江酒店近两年新开门店中90%以上为中高端品牌，君亭酒店(301073.SZ)则在收购君澜集团后由过去以直营为主转向加盟模式。