

暑期酒店消费量升价跌 布局下沉市场成趋势

证券时报记者 聂英好

步入7月,暑期旅游大幕正式拉开。携程数据显示,截至7月15日,今年暑期境内酒店的搜索热度,相较2023年同期增长约20%。

尽管个别旅游目的地出现下滑,但大部分热门旅游城市的酒店消费依旧火爆。国内避暑与亲子属性的出游,占据暑期游主导位置;在免签政策的利好之下,入境游今年增长强劲。

今年暑期酒店消费市场也呈现不少新变化,消费者进一步追求高性价比。在出境游与国内五线城市及县域等下沉市场的分流下,部分传统旅游目的地客流增速放缓,而酒店企业则加速拓展新兴旅游市场,华北、华南、西南成为布局重点区域。

入境游提升酒店预订

暑期旅游具有周期长、旅游需求旺、频次高的特点。叠加免签政策红利,今年入境游强劲增长,不少热门旅游城市酒店预订紧张,甚至重回预订量巅峰。同程旅行发布的相关报告显示,暑期入境游接待量较大的城市以北京、上海、深圳、杭州等为主,这些城市的酒店预订情况亮眼。

在免签政策和暑期家庭游的双重加持下,北京酒店的热度程度当前排名全国第一;哈尔滨暑期旅游订单同比增长55%,高品质酒店一房难求;新疆则不断有新的酒店开业和品牌布局;上海、杭州等入境游接待量较大城市的酒店,外宾预订量有较大增长。

携程酒店预订页面显示,以宝格丽为代表的北京奢华品牌酒店最低房价5800元起,北京悉昙酒店和颐和安缦最低房价约5000元以上,部分热门景点的整套精品民宿房价甚至达到16000元起。

君亭酒店董秘施晨宁向证券时报记者表示,公司酒店预订业务在暑假期间有望迎来增长,免签政策简化了外国游客来华的手续,直接增加了暑期酒店的客流量,特别是位于入境游热门城市的酒店,从君亭酒店旗下的上海中星君亭和北京华侨夜泊君亭的预订情况可见一斑。

施晨宁介绍,上海中星君亭预计暑期重点接待韩国、新加坡、欧美、俄罗斯、印尼客人,预定周期相对较长,为应对暑期游客,中星君亭已经通过多平台各种促销活动如季节性折扣、会员专享优惠等吸引顾客。北京华侨夜泊君亭酒店也在暑假期间寻找外团,在境外OTA平台(Booking、agoda、Expedia)上提前有针对性地上线房



图虫创意/供图 翟超/制图

型,参加暑期促销活动,因此量增较为明显。

临期订成新趋势

临期订酒店成今年暑期酒店市场新趋势。随着旅游行业供给和需求端的常态化回归,“越早订越便宜”的旅行常识被刷新,不少消费者担心提前订反而更贵,本周买票、下周出行的“说走就走”旅行愈发普遍。

去哪儿大数据研究院分析,今年国内酒店市场竞争更充分,消费者对酒店价格更为敏感,对酒店节假日价格涨幅容忍度降低。

施晨宁告诉记者,根据近两年市场情况来看,暑期游客呈现平均决策周期缩短、即时预订增多的特征。

“从君亭酒店角度来看,今年暑期的消费趋势更加理性,预订周期缩短,基本不超一个月,集中在提前一周预订,消费者更追求性价比,目前上海、川渝、浙江、北京区域预订情况更为积极。为应对接下来的暑期,君亭酒店将开展一系列主题活动推动休闲度假需求,持续做好酒店产品和服务创新。”施晨宁表示。

临期订酒店的背后,一方面体现消费者正在趋于理性、追求高性价比,另一方面也反映出酒店消费量升价跌的趋势。

从消费者层面来看,迈点研究院指出,面对多样化的选择,消费者倾向于临时决定出行,并通过多个平台比价,选择性价比高的旅游产品,而非单纯高消费的高端住宿。在价格因素之外,随着旅游消费观念的成熟,越来越多的游客开始注重旅行的独特体验而非单纯的物质享受,这也

是县域旅游出圈,反向旅游热度不减的核心原因。

“客人对于酒店性价比的追求,更体现在暑期客人对酒店配套服务的关注,包括酒店内部的休闲娱乐设施、餐饮服务水平,酒店是否与周边景区联动,是否有民俗文化展示点、网红展览馆、下午茶打卡地等合适的打卡景点。”浙江金华一家度假型酒店的负责人告诉记者。

酒店供给亦在不断增加,迈点研究院统计数据,今年6月奢华酒店开业环比增长500%,签约环比增长200%。随着政策效应与城市建设要求的双重影响,未来几年在国内核心大城市中,顶级酒店加持将成为一个必然趋势。

消费者心态变化叠加酒店供给持续增加,今年暑期酒店市场明显“量升价跌”,出现了暑期旅游市场活跃而个别传统热门旅游城市酒店却降价的情况,三亚就是最为典型的例子。据悉,三亚多家高端酒店打出“暑期不加价”招牌吸引客流,今年暑假刚开始不到两周,三亚的部分高星级酒店价格已同比降低四五成。除三亚外,杭州、南京等热门城市的不少酒店也均表示“暑期不加价”。

加速布局新兴市场

虽然暑期旅游火热,但不可否认的是,在出境游与国内五线城市及县域等下沉市场的分流下,部分传统旅游目的地还是出现客流增速放缓的情况。

从携程统计的预订数据看,上海、北京、成都、广州、西安、乌鲁木齐、杭州、重庆、南京、深圳、青岛是暑期国内

十一大热门旅游城市。但同时,五线城市及县域等下沉市场也表现活跃,五线城市旅游订单同比增长34%,县域旅游订单同比增长22%,增速均高于一线及新一线城市。

在此背景下,国内酒店纷纷加速布局新兴旅游市场。君亭酒店表示,2024年将继续贯彻选址策略,2024年将加大成都、重庆、杭州、广州等城市布局,积极拓展文旅优质商圈和城市市场。

据施晨宁介绍,君亭酒店集团旗下共有君亭、君澜、景澜三大品牌线,以直营投资为主的君亭系列品牌在深耕长三角地区的基础上,完成了华北、华南、西南三大区域的布局,新酒店项目相继在深圳、杭州、重庆、北京等一线城市和新一线城市开业;同时,君亭酒店高度重视扬州、佛山等二三线城市的发展潜力,积极拓展下沉市场。目前集团品牌在京杭大运河沿线、西南区域和珠三角区域,平均每家酒店拥有200间客房。2023年君亭酒店新签约50-60家酒店,开业约40家酒店,其中新开7家直营店,2024年直营与委管开店数量将延续去年的体量规模。

提早重点布局下沉市场、深耕中高端酒店,或是君亭酒店经营情况显著恢复的重要因素,其酒店主要经营指标已超越2019年水平。中国旅游饭店业协会统计数据显示,2023年君亭酒店营收增速为55.9%,仅次于亚朵和华住集团;君亭酒店RevPar(每间客房产生的平均实际营收)同比提升至332.8元,在国内酒店集团中仅

次于亚朵(377元)。

首旅酒店也曾在回复投资者时表示,在顺应国内酒店消费升级趋势,集中资源大力发展中高端酒店的同时,未来将重点推进中高端酒店在下沉市场的纵深拓展,加速中高端产品开店步伐,以提高公司的品牌知名度和市场占有率。

华住集团创始人季琦在2023年年底的华住伙伴大会上表示,酒店投资的又一黄金期到来,三四线城市大有可为。截至2023年,华住在营酒店在二线及以下城市占比为40%,相较2022年提升了2个百分点;城市覆盖数量达到1257个,相较2022年新增131个城市。

迈点研究院首席分析师郭德荣向证券时报记者分析,从长期来看,国内酒店行业未来的增长点主要有两个,下沉市场是其中之一,品牌连锁化空间较大,下沉市场当地渴望标准化的产品和升级化的品牌;国外市场则是另一大增长空间,尤其是中国游客较为集中的东南亚、韩日、共建“一带一路”国家,酒店出海再次被提上议程。

施晨宁坦言,存量市场的整合成为酒店集团发展的重要方式,中高端酒店是下一周期的主战场,商务结合休闲成为市场突围方向。在酒店连锁化、集团化的大趋势下,坚持“发展看趋势,趋势选优势”的原则,可以预见不同品牌的中高档酒店将会在未来十年异彩纷呈,但最终拥有核心竞争力优势的公司将引领行业发展。(实习生卢伊对本文亦有贡献)

暑期消费调查之酒店篇

鸡爪“比肩”牛肉? 旺季鸡肉价格或仍有上涨空间

证券时报记者 黄翔

近段时间,鸡肉产品价格悄然走高,“火箭蛋”、“鸡爪刺客”等频上热搜。“鸡爪价格直逼牛肉”的话题在网上引发热烈讨论。除终端产品外,上游的鸡苗、毛鸡等价格也在上涨。A股相关板块也有所反应,多家鸡肉板块上市公司股价大涨。

在当前行情下,养鸡企业着力推动引种以及种源国产替代工作缓解种源紧张局势。业内企业表示,随着三季度旺季到来,鸡肉价格仍有进一步上涨空间。

鸡爪价格直逼牛肉

今年以来,多种日常消费的生鲜食品迎来降价,“榴莲自由”“三文鱼自由”等话题广受大众热议。但与此相反,作为“国民级”小吃的鸡爪,却已悄悄涨至高位。

在网上有关鸡爪涨价的话题中,不少网友表示,身边商超生鲜鸡爪的价格涨了不少,有的达到30多元一斤,价格直逼牛肉。还有网友表示,一些卤味门店的鸡爪一斤卖到80多元,甚至近百元。

证券时报记者在几家大型商超的线上平台搜索看到,生鲜鸡爪价格普遍在30多元/斤,冷冻鸡爪约20多元/斤。

以大润发为例,记者在该平台搜

索到三款鸡爪产品。其中,湘佳食品冷鲜鸡爪售价为42.8元/500g,中慧冰鲜鸡爪为23.8元/350g,最便宜的冷冻鸡爪也需要20.9元/500g。而搜索鲜牛肉产品,最便宜的一款月盛斋巴西进口原切牛腩售价为35.8元/500g,另一款热销榜第二的澳洲鲜切牛腿肉块价格为39.9元/500g,此外还有多款鲜牛肉的价格在40元至50元区间(均为500g)。

记者在盒马、永辉生活等平台的搜索结果也大体类似。

此外,零食类的制成品鸡爪,如虎皮凤爪、泡椒凤爪、柠檬凤爪等,价格则更高。以盒马上售卖的王小卤去骨凤爪混合装为例,该产品原售价为39.8元/144g,折后价为31.8元/144g。换算下来,折后价竟然达到约110元/斤。

从原料端来看,鲜鸡爪价格在近两年也逐步上涨。农产品交易平台“一亩田”数据显示,7月16日,国内鸡爪的产地货源均价为18.33元/斤,去骨鸡爪的均价则为22.93元/斤。相较2021年的价格低点,鸡爪价格已上涨近50%。

供需格局出现变化

鸡爪价格上涨的背后,是产品供需格局的变化。

据了解,近年来,鸡爪的需求量呈现出增长态势。有数据统计,2022年凤爪的消费量达到了56.45万吨,

较2018年增加19.45万吨。

与此同时,鸡爪的供应量有所下滑。尤其是进口方面,海关数据显示,2024年一季度,我国共进口冻鸡爪10万吨,进口量同比减少三成。

除鸡爪外,“火箭蛋”也受到关注。从今年6月下旬开始,鸡蛋价格持续飙升,近半个月上涨近30%。

统计机构Mysteel数据监测显示,鸡蛋价格6月19日为3.48元/斤,此后开启一路上涨模式,在上周五(7月12日)达到4.52元/斤,上涨幅度为29.89%。另外,白羽鸡毛鸡价格也在1月内上涨10%。

终端产品价格价格上涨,以及产业链景气度的走高,近期A股鸡肉概念股迎来普涨。

7月16日,湘佳股份在前一日收获涨停后,当日盘中一度触及涨停,最终收涨4.14%。此外,天康生物、唐人神、民和股份、益生股份跟涨。

从产业链方面来看,养鸡行业景气度的高低起伏,一大影响因素来自鸡苗环节。

今年6月以来,白羽鸡苗价格触底反弹。据益生股份、民和股份的行情报价显示,目前最新报价为3.7元/羽,较月初上涨25%。

据了解,目前白羽鸡苗主要来自源于进口,自2022年5月份以来,受国际航班运输和美国禽流感等因素影响,我国祖代白羽肉种鸡的进口数量处于低位。正是由于鸡苗供需错配现象,

导致养鸡行业盈利产生大幅波动。

去年,鸡肉产品销售紧俏,业内上市公司赚得盆满钵满。而今年上半年,鸡肉产品价格持续下滑,相关公司业绩出现同比下滑。

随着行情再度走俏,业内公司经营向好。

如益生股份方面向证券时报记者表示,父母代白羽肉种鸡正处于上行景气周期,目前公司父母代肉种鸡报价70元/套,已连续两个月大幅上涨。但即便如此,公司父母代种鸡仍供不应求,今年9月份以前的父母代种鸡已预定完毕。

益生股份预计,从需求方面看,每年三季度有烧烤季、学校开学、中秋节、国庆节等节假日,通常为消费的旺季,会带动鸡肉价格上涨,从而带动养殖场毛鸡养殖积极性的提高和对商品代鸡苗需求的增加。

从商品代鸡苗需求来看,2022年5月以来,祖代白羽肉种鸡引种量的减少已经开始对今年商品代鸡苗的产量产生影响。益生股份预计,在需求向好和供给偏紧的双重影响下,预计2024年三季度白羽肉鸡苗价格较好。后续可关注鸡肉和猪肉的价格,如果鸡肉和猪肉的价格较高,则鸡苗反弹的高度会更高。

企业推进引种工作

在白羽鸡种源紧张的背景下,企

业聚焦推进引种工作。

日前,益生股份方面发布消息,公司从美国顺利引进1万套利丰祖代白羽肉种鸡,并计划于本月下旬再引进1万套祖代肉种鸡,这将是公司本月的第三批、本年度第十批从国外引种。

截至目前,益生股份今年祖代肉种鸡的引种量约占我国祖代肉种鸡引种量的30%多,是我国祖代肉种鸡引种数量最多的公司。

针对当前海外引种情况,益生股份相关负责人向证券时报记者表示,因为美国禽流感,目前只有俄克拉何马州可以给我国供种。

值得关注的是,当前,国内企业也在推进鸡苗种源国产替代。上市公司方面,圣农发展、益生股份均推出了自主种源产品。

“一个种鸡品种是否优良,不仅要关注种鸡的产蛋率等生产指标,还要关注商品鸡的肉肉比和出肉率等生产指标。”谈及当前鸡苗种源国产替代存在的瓶颈,益生股份相关负责人表示,种源研发单一指标的的提升不能以牺牲其他指标为前提,而是要看综合收益。

“无论是国内育种公司还是国际育种公司都在持续做选育工作,国际育种公司有一百多年的育种历史,国内育种公司想在短期内赶超国际公司难度较大。未来的进口替代关键还要看国内鸡的性能提升情况。”该负责人说。

“95后”入主*ST九有 称将赋能公司

证券时报记者 张一帆

*ST九有(600462)7月16日晚间公告,公司控制权将发生变动,1995年出生的袁硕将履新公司实际控制人。新控股方表示,后续将优化上市公司管理及资源配置,为上市公司业务发展赋能。

*ST九有表示,根据公司当日收到的裁定书,法院决定将被执行人天津盛鑫元通有限公司(简称“盛鑫元通”)持有的*ST九有6980万股股票,以8355.06万元的价格强制转移登记在买受人丽水市岭南松企业管理合伙企业(有限合伙)(简称“丽水岭南松”)。估算丽水岭南松本次受让*ST九有股份的每股均价为1.20元,较*ST九有7月16日收盘价有所折价。

丽水岭南松承诺,自本次司法拍卖的股票过户至其名下之日起,其持有的公司股票18个月内不进行转让。

本次权益变动后,盛鑫元通持有公司股份2555.09万股,占总股本的4.14%,目前均处于司法冻结和轮候冻结状态,丽水岭南松持有公司股份6980万股,占总股本的11.31%。据此,*ST九有表示,公司控股股东将变更为丽水岭南松,公司实际控制人变更为袁硕。

丽水岭南松介绍,本次权益变动是其基于对上市公司内在价值的认可,以及对上市公司投资价值的判断,结合自身在投资管理、产业规划等方面的优势及管理经验,将优化上市公司管理及资源配置,为上市公司业务发展赋能,改善上市公司资产质量,提升上市公司价值,为全体股东创造价值回报。

即将入主*ST九有的袁硕1995年生,今年29岁。根据简历,袁硕在2019年10月至2021年5月曾任壹玖柒零文化传播股份有限公司(简称“壹玖柒零”)集团副总裁,全面负责公司全国运营管理工作。近年来曾先后就任中食民安(北京)科技有限公司商学院院长、广州壹玖纵横管理咨询有限公司总经理等职务,具有市场开拓和企业运营管理经验,具备证券市场相关的法律意识及诚信意识。

企查查数据显示,上述袁硕曾履职的壹玖柒零等公司都与一名叫“袁国顺”的人士有关。企查查认定,袁国顺是壹玖柒零的实际控制人、受益所有人。公开信息显示,1970年出生的袁国顺,是壹玖柒零的创始人。公开信息显示,该公司致力于“打造中小微企业资源共享平台,以‘免费模式’为战略业务核心,帮助会员打造具竞争力的商业模式”。

中食民安(北京)科技有限公司则与港股上市公司中食民安(08283.HK)名字相近。2018年11月19日至2020年4月7日期间,袁国顺曾在中食民安担任联席主席、执行董事职务。中食民安自述,其在新加坡从事乘用车服务行业,中国内地拥有智慧厨房。截至7月16日收盘,中食民安报收0.094港元/股,总市值1.9亿港元。

此外,袁硕目前获认定为受益所有人的机构还有深圳市薰衣草企业管理合伙企业(有限合伙)(简称“薰衣草管理”),该合伙企业持有宏盛股份(603090)3%股份。2022年,薰衣草管理通过股份受让方式入股宏盛股份,不过彼时袁硕尚未出现在该合伙企业中——直至2024年3月袁硕才在薰衣草管理首次持股。

*ST九有当前处境困难。公司近三年连续亏损,且中兴财光华会计师事务所对公司2023年度财务报告出具了包含与持续经营相关的重大不确定性的无保留意见审计报告。在今年6月12日,*ST九有的股价还曾短暂跌破1元股的面值。在6月14日,丽水岭南松拍下*ST九有股份后,公司股价逐步走高,截至今日收盘*ST九有报收1.44元/股,上涨4.35%。

*ST九有曾透露,在2024年将进一步巩固现有业务及客户并积极开发新客户,同时优化管理、削减开支、控制成本、增加业务盈利能力,保证公司主营业务稳健运营,实现2024年度净利润扭亏为盈的目标。在专注于主业及新业务发展的同时,不断挖掘适合的收购兼并对象,公司将进行充分可行性论证并符合全体股东利益最大化的基础上,依托于资本市场,实施有利于公司发展的收购兼并。

