洲际酒店来了，万豪酒店来了，凯宾斯基也来了……

十家国际五星酒店抢滩长沙

餐饮消费下滑，酒店投资却逆势增长

经济观察

日前，省统计局公布2014年一季度湖南经济运行数据显示，湖南住宿与餐饮投资增长了42%。就在餐饮业绩连续下滑的背景之下，投资长沙的高端酒店却如雨后春笋。

据了解，凯宾斯基酒店将在7月开门迎客，洲际酒店将于9月开业，而万豪、希尔顿、瑞吉等多家高端酒店都已在长沙选址。

尽管长沙的城市规模在中部省会城市中并不突出，但长沙的五星级酒店却是中部的一支“虎狼之师”，数量居然与城市面积大一倍的武汉并列中部第一，比城市规模相当的南昌几乎多出一半。长沙到底有怎样的消费潜力以至于让这些酒店纷纷入驻，形成酒店行业的“长沙酒店现象”？

■三湘华声全媒体记者 侯小娟

■制图/杨诚

现象

外资高端酒店纷纷入驻长沙

当高端餐饮、酒店面临下滑之势时，湖南的住宿、餐饮投资却在不断增长，一季度湖南住宿与餐饮投资增长了42%。

这个数据也得到了事实的佐证。目前，已有多家高端星级酒店入驻长沙，或已经开门营业，或正在投资建楼。

就在今年7月份，中南地区首座德式五星级酒店——凯宾斯基将在长沙开业。在随后的9月，位于北辰三角洲的洲际酒店也将开门纳客。

不仅如此，高端酒店抢滩长沙之战已经硝烟四起。目前，瑞吉酒店、W酒店已经选址高铁新城核心区域的运达中央广场；豪生酒店相中了城南的华晨世纪广场；JW万豪选中了保利国际广场。在河西，希尔顿将落址滨江新区，瑞士酒店也将落址长沙市政府附近。

有人预测，到明年，长沙将有10家以上国际品牌酒店开业，3年之内，长沙将有20家高端酒店落户。

探析

入住率全国第一，市场并未饱和

如果说长沙高星级酒店的数量之多，还只是雄踞中部，那么酒店的入住率之高，则足以傲视全国。长沙市旅游局局长谭勇曾对媒体表示，2012年一季度长沙酒店平均入住率达79.22%，居全国第一，长沙多数四星级酒店最近的入住率甚至达到90%。

据悉，长沙运达喜来登酒店作为首家入驻长沙的国际五星酒店，自2007年开业以来单位面积的餐饮收入一直高居全球1000多家喜达屋酒店之首；酒店营业额以每年20%以上的速度增长。

长沙运达喜来登酒店的平均入住率在80%以上，长沙芙蓉国温德姆至尊豪廷酒店则为78%。“业内认为，在一个城市，如果高端五星酒店的平均入住率在70%以上，便可认为这个城市的高端五星酒店需求状况并未饱和。因此在长沙，高端五星酒店仍存在较大市场空间。”湖南运达酒店管理有限公司总经理杨玻说。

“沪昆高铁、京珠高铁开通之后，长沙的区位优势越来越明显，无论是产业投资还是旅游发展，都会有相应的增加，这就势必带动酒店市场的需求。”长沙市旅游局的一位郑姓负责人介绍，长沙娱乐产业的发展，演唱会越来越多同样会提高人们对酒店的需求。

经济能量支撑，市场潜力大

旅游经济和管理专家魏小安曾发布过一个有关五星级酒店与城市容量的运算理论：建立一个五星级酒店要有1400个中小企业为依托。

未来几年，长沙将有近20家顶级五星酒店的落户，意味着至少需要2.8万家中小企业才能将其支撑。

其实，早在2008年，长沙市已经有中小企业4.23万家，这些年一直呈递增的态势。按照这个理论，长沙目前酒店的饱和度还远远不够。

“本土的经济能量支撑着长沙的消费潜力。随着湖南第二、三产业的发展，外来消费力量对长沙酒店业的发展作用日益凸显。”湖南商学院旅游管理学院院长钟志平说，手握新特区牌子、推进长株潭一体化，特别是随着工程机械之都的打造、文化创意产业的繁荣、农业现代化的布局，“轻”、“重”产业结合的优势使得长沙更具实力，与此同时也给高端酒店的发展开拓了广阔空间。

记者手记

居高声自远

无论是长沙，还是北上广等地，已经被万豪、洲际等外资酒店“席卷”。面对他们的“围剿”，本土酒店的本地市场逐渐被分割，与此同时，他们并没有足够的实力去开拓外地甚至海外的市场。

华天集团董事长陈纪明相信，本土酒店的服务贴近本土客源的需求、更容易获得认同感和归属感。这是刚需旺盛之下，人们别无选择的结果。并且很多本土酒店都是国有背景，地方保护主义让他们有更稳靠的“靠山”，可是，市场并不相信“靠山”。

就数据看来，湖南的酒店上市公司，酒店经营板块的业务都是呈下降趋势。相比之下，商务客源已成外来酒店重要的利润来源。而他们强大的复制能力，正在让他们以最快的速度向全球扩张。

无论是软实力，还是硬实力，本土酒店都存在相应的短板，需要提升内在竞争力，并且在市场上打出自己的品牌。我们需要遵从本土的贴近感，更需要把手伸长，延伸外来酒店的“格式化”服务，从而赢得更大的生存空间。

■三湘华声全媒体记者 侯小娟

本土酒店之困

本土酒店老牌霸主地位不再

一边是“三公消费”的限制，一边是外来酒店的入侵，本土酒店的日子并不如想象中的好过。

上个月，华天酒店披露2014年一季报，公司营收和净利润分别为4.34亿元、-3811万元，同比分别下滑3.09%和267.13%。

事实上，华天酒店此次巨亏早有征兆。公司2013年酒店主业巨亏8474万元，华天酒店称这主要是因为受相关政策影响，公司高星级酒店及餐饮收入大幅减少。

不过有业内人士称，相比限“三公消费”政策影响，酒店同行们的夹击对业绩的影响更大，“这些内外资高星级酒店的抢滩登陆，分流了华天酒店的很多客源，华天酒店本土老牌霸主地位不再。”

另一家本土高端酒店品牌——通程集团的酒店板块也是软肋。数据显示，2013年上半年通程国际大酒店、温泉大酒店、麓山大酒店子公司分别实现收入同比增长-25.76%、-31.95%、-4.5%。

通程集团董事长周兆达曾表示，相比外资品牌，通程存在机制性功能不足、专业化水平偏低、保障体系没有跟上来等问题。

观察

市场化才是持久之道

自2005年以来长沙酒店业始终是赚钱的，这从长沙酒店极高的入住率可见一斑。

钟志平说，由于中国人特有的人脉关系，本土酒店与政府、企业有千丝万缕的关系，因而业务总能获得一定保障，这使得本土酒店具有较强的防御能力。

湖南旅游饭店星级评委郑宪春也指出，“许多政府会议都在本土酒店之中举办，这已经成了不成文的规定。”

不过，依靠这道“中国墙”就能保护本土酒店吗？省旅游局副局长刘之明认为，除了全球分销系统之外，与外资酒店相比，本土酒店在品牌打造、人力资源开发等方面都存在较大劣势。

钟志平也指出，要树立酒店的品牌，人力资源是关键，但这一点本土酒店显得尤为缺乏竞争力。“单说薪酬，本土酒店的成本中只有22%用于员工薪酬，而外资酒店达38%-40%。”

针对本土酒店的不足，周兆达说，在竞争日益激烈的环境中，必须要进行“管理转型”，做到中国企业难以解决的，也是必须解决的“真正市场化”问题，才能立于不败之地。