

利润空间逐年收窄,企业主动调整经营策略——

□ 本报记者 林火灿



# 经济型酒店升级品牌比拼中高端市场



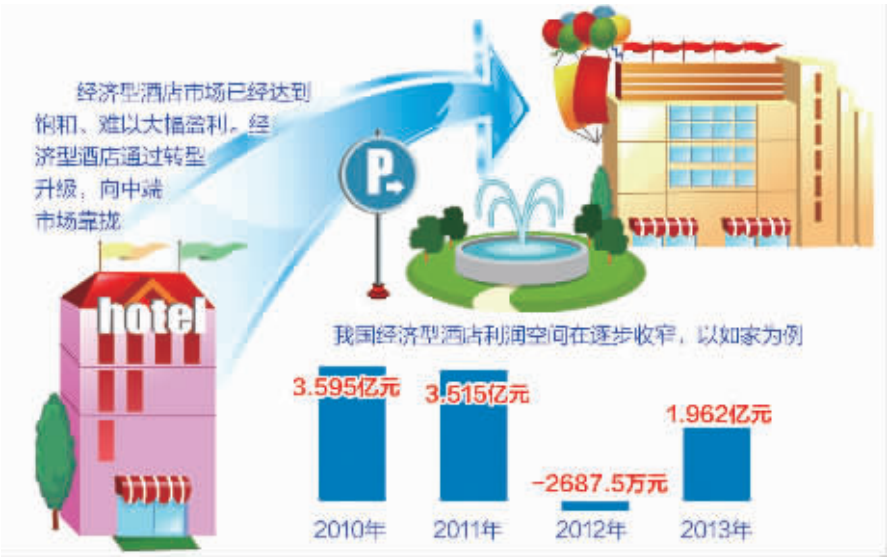
近日,如家酒店集团 CEO 孙坚对媒体表示,如家将把更多注意力放在中高端板块的扩张上;在未来进军海外市场的战略布局中,如家定位中高端的酒店品牌将成为“生力军”。

这意味着,主打“经济型、便利、快捷”的如家酒店,经过多年摸爬滚打之后,实施品牌升级的战略意图已经逐渐显露。用孙坚的话说,如家酒店的品牌升级,是“一种主动和被动双向作用的选择”。

近年来,我国经济型酒店快速发展。在激烈的市场竞争中,不少经济型酒店的利润空间也在逐步收窄。数据显示,2010年至2013年,如家的净利润分别为3.595亿元、3.515亿元、亏损2687.5万元、1.962亿元。

如家的盈利状况,在经济型酒店中并不算糟糕。但是,盈利水平的逐年收窄,却也反映了目前经济型酒店的窘境。根据媒体报道,目前一些经济型酒店的利润非常薄,大部分企业一间客房每天的利润只有几块钱,“利润和亏损只有一墙之隔”。

“经济型酒店最大的竞争优势在于其经济性。”中投顾问酒店餐饮行业研究员严明航分析说,经济型酒店的定价一般比较低,但是,近年来用工、租金费用等方面的成本不断攀升,致使经济型酒店的盈利空间受到严重挤压;同时,近年来,我国经



济型酒店遍地开花,良莠不齐,市场竞争激烈,导致酒店的利润大不如从前。

在经济型酒店的经济效益“一天不如一天”的背景下,不少酒店已经意识到,多年来纯粹的规模扩张已经很难形成规模效应,经济型酒店必须加快谋划新的出路,而品牌升级则被认为是一剂“良方”。

“相对而言,进行品牌升级是提高盈利空间的一条较优途径。”严明航分析说,品牌升级过程中,虽然经济型酒店起初会投入较高的翻新成本,但是其定价也将随之提高,整体而言盈利空间将扩大。如果经济型酒店不进行品牌升级,将陷入恶性

循环,不仅利润微薄,而且市场口碑也会较差。

孙坚也表示,经济型酒店经过多年快速扩张,目前市场已经饱和、难以大幅盈利。相比之下,中端市场则显得“发育不良”。因此,经济型酒店通过转型升级,向中高端市场靠拢,符合市场的竞争规律。

记者了解到,目前,锦江之星、7天、尚客优等经济型酒店已经迈出转型升级步伐。例如,7天与其他资本共同投资的铂涛酒店集团已经推出多个针对中高端酒店市场品牌;锦江之星也创立了锦江都

城品牌,并计划在未来几年内打造100家左右中端酒店。

有关专家表示,经济型酒店通过品牌升级,既解决了过去快速发展中存在的价格不经济、住宿条件一般、服务人员不专业等一系列问题,也可以利用升级的契机,更加突出酒店的特色元素,摆脱长期以来经济型酒店“千店一面”的格局,实现竞争优势的重塑。

不过,也有人担心,经济型酒店经过品牌升级以后,将不可避免地带来房费的增长,这可能会让不少消费者“望而却步”。而且,如果升级以后的经济型酒店与中高档酒店之间价差进一步缩小,也将有不少消费者宁愿再多掏点钱,选择入住中高档酒店。

“这样的担心不无道理。”严明航说,经济型酒店的快速发展,主要是因为其价格优势受到消费者青睐。但从长期来看,这种价格优势不可能长期保持不变,即便没有品牌升级,经济型酒店的房费也会逐渐上涨。但是,在当前市场格局下,如果经济型酒店不进行品牌升级,发展道路只能越走越窄,甚至把自己逼进死胡同。

业内人士预测,在今后一段时间,经济型酒店的全面升级将成为我国酒店行业的主流。不过,中端市场很难实现像经济型酒店那样的千店规模。在品牌升级中,经济型酒店不能贪大求全,而要进行更加精准的市场定位,使各个酒店保持自己独特的特色。

## 北汽新能源推出环保购车基金

**本报讯** 记者杨忠阳报道:北京新能源汽车股份有限公司5日携手多家单位在京启动“卫·蓝先锋”行动计划。该计划将面向北京市民征召500名环保先锋车主,分享北汽新能源提供总价为2550万元的环保购车基金。

北汽新能源总经理郑刚表示,此次活动旨在让消费者能率先体验纯电动车的节能环保,并通过这些“先锋”影响身边更多的人,把这种绿色出行理念带入千家万户。

## 清华紫光集成电路园落户天津

**本报讯** 记者武自然报道:天津承接首都资源的重点项目——清华紫光集成电路产业园项目,正式签约。项目建成后年产值将超过100亿元。

此次清华紫光集团与天津空港经济区的合作,是按照《国家促进集成电路产业发展纲要》的要求,整合并加快集成电路产业发展的重大布局。根据协议,项目将投资50亿元建设清华紫光集成电路产业园,打造以芯片设计为核心,产、学、研、应用为一体的集成电路产业基地。

## 中国网库面向中小企业电子商务

**本报讯** 记者李鹏翔报道:近日,中国网库发布了《“腾计划”2014年推进新思路》,在中小实体企业中普及电子商务应用的“腾计划”,并展示取得的成果。

据悉,该计划为期3年,预计总投入20亿元专项扶持基金,计划扶持1000个“专精特新”产业构建单品电子商务交易平台、10万家中小企业开展基于单品的电子商务应用,以及培训100万名实体企业的电子商务应用人才。

## 绿源发布世界冠军纪念版电动车

**本报讯** 记者肖尔亚报道:近日,中国电动车企业绿源在北京发起“绿领世界·源梦行动”的少年足球公益计划暨绿领世界冠军纪念版新车发布会。

创立17年的绿源电动车在产品开发上大胆创新,此次推出的11款绿源电动车新车以世界杯冠军元素为设计理念,以当下足球运动最流行的“4321阵型”为设计蓝本,邀请贝利来华,并选择在世界杯开赛前发布新品,实现了产品概念、设计、营销的一体化整合。

本版编辑 魏永刚 董庆森

# 创客,海尔新的核心词

本报记者 刘 成

创客,正在成为海尔新的核心词。何为创客?依记者的理解,就是创业者。但海尔定义的创客,却不仅仅是限于自己的员工,还扩展到海尔之外,无论你是不是海尔的员工,只要有新的创意,都可以借助海尔的资源来“创业”。对好项目,海尔及其联合的多家创投基金可以为你投资。当然,这需要你的项目确实有市场价值。

海尔把创客推为新的核心词,不是无缘无故的,而是其战略演化而来的。面对互联网时代的新形势,海尔探索的战略模式是“企业无边界、管理无领导、供应链无尺度”。这虽然符合互联网时代的特点,但怎样落地?经过探索,海尔找到了实现路径:企业平台化、员工创客化、用户个性化。企业无边界可以归纳为企业的平台化;管理无领导可以是创客化,每一个员

工都是一个创客;供应链无尺度则体现为用户的个性化。

海尔创客目前相对成功的案例,就是“雷神”电脑的横空出世。海尔3个“85后”员工,从网络上搜集了3万多条游戏用户对游戏本的抱怨,梳理后发现核心的“吐槽点”有13条,包括屏幕上有亮点、分辨率低等。他们找到游戏本知名代工企业蓝天集团,与他们一同研究产品的改进方法

和性能,并根据网友的喜好注册了新品牌“雷神”。首批定制的500台游戏本,3天时间便售罄了。

与此同时,他们通过QQ交流群、微信群、贴吧等交互平台,即时与用户交互,一旦发现体验不好的问题,就在第一时间提出解决方案。结果第二批3000台游戏本,20分钟即被抢购一空。仅5个多月,“雷神”在京东商城的销售量名列前茅。



李小文,中国科学院院士,北京师范大学遥感与地理信息系统研究中心主任,地理学与遥感科学学院教授、博士生导师。

华为坚持什么精神?  
踏踏实实向李小文学习。

在大数据时代,敢于像当年挖掘巴拿马运河、苏伊士运河那样的大视野、大战略、大决心,寻找大数据时代的“巴拿马”、“苏伊士”。

