

北京首旅酒店（集团）股份有限公司 关于 2021 年度业绩及 2021 年度利润分配预案 网络交流说明会召开情况的公告

本公司董事会及全体董事保证公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

北京首旅酒店（集团）股份有限公司（以下简称“公司”、“本公司”或“首旅酒店”）于2022年4月11日（星期一）15：00—16：00，在上海证券交易所上证路演中心举办了“首旅酒店2021年度业绩及2021年度利润分配预案网络交流说明会”，公司董事、总经理孙坚先生，副总经理兼财务总监李向荣女士和副总经理、董事会秘书段中鹏先生就投资者咨询和关注的问题做了回复，具体情况公告如下：

1、你好，关于北京全球影城开张，会对公司有所利好吗？

答：环球影城的开业将对北京市及公司酒店整体的业务产生积极影响。公司未来会积极增加环球影城周边地区的酒店投资与运营管理业务，为公司增加新的利润增长点。

2、请问在本轮疫情影响下，目前加盟商的意愿变化？

答：由于疫情反复，导致加盟商对疫情影响判断相对保守，当疫情好转仍存在很好的发展机会。公司亦积极推出扶持加盟商的政策，同时，公司探索出较成功的轻管理模式，其具有投资小，赋能高，回报快的特点，特别适用中小单体酒店，有利于降低加盟商投资成本和风险并快速获得赋能，共度难关，迎来整体行业的复苏。

3、公司在下沉市场的产品打磨情况，以及较竞对产品的优势？

答：公司以如家 NEO 为代表的经济型，以如家商旅、如家精选为代表的中端产品都在开拓下沉市场，同时公司轻管理模式亦主要在三线及以下城市作为核

心拓展区域，形成公司双模式并举的下沉发展策略。

4、请问公司未来在下沉市场的布局以及未来开店计划是怎么样的？

答：公司的轻管理模式本身专注于下沉，标准品牌则在各层级都有比较大的机会，包括如家 NEO 经济型产品及以如家商旅和如家精选为代表的中端品牌，在一二线城市的渗透率和覆盖率仍有提升空间，在三线及以下城市也有很大的发展机会，同时公司从产品上也在进行不断调整，使产品既能符合下沉市场投资回报的要求，又能满足该市场对产品高颜值的需求。

5、2020 年提出万店计划，根据年报至 2021 年年底共有 5916 家店，2022 年计划新开 1800-2000 家，如达到万店目标，且不考虑闭店情况，2023 年的至少新开 2084-2284 家，这样 2023 年新开压力是否过大？免税全球购，2021 年的经营数据如何，盈利水平如何？后期有啥计划？

答：截至 2021 年年末，公司已有酒店 5,916 家，储备店 1,791 家，2022 年计划新开酒店 1,800-2,000 家。发展为先是目前公司的首要战略，公司将进一步扩充开发团队，加大激励力度，抓住行业向龙头集中的历史机遇，加快开店步伐。此外，公司将通过推进“全系列多品牌”的发展，深耕存量区域，发展增量市场，加速拓展三至五线下沉市场，并进一步发挥轻管理酒店的发展优势，推动市场份额不断提升，努力实现三年万店发展目标。

公司推出的“首免全球购平台”是酒店行业首创的全球商品数字化贸易服务平台，拥有“全球正品”和“零关税到家”两大特征，以期为会员提供住宿以外的新价值。“首免全球购平台”自 2021 年上线开始试运营，2022 年计划将大幅丰富上线产品，发展方向上将致力于连接百姓日常生活与全球好正品，成为服务于社区的跨境电商展示与服务平台。公司希望通过“首免全球购平台”提供的高频产品和会员做更多互动，提升粘性和关注度，更加全面的为会员美好生活而赋能。

6、疫情对酒店有多大的影响吗？

答：目前疫情对公司短期影响较大，面对外部挑战，一方面，公司坚持疫情防控常态化管理，严格执行国家、地方等各级疫情防控相关规定，持续优化公司“放心酒店”产品；另一方面，公司将继续坚定不移地推进“发展为先、产品为王、会员为本、效率赋能”四大核心战略，同时严格控制内部成本支出，持续开

展各类降本增效项目，提升经营回报。

上述问题中 5 亦为征集问题期间内投资者邮件公司提出的相同问题，公司在本公告中予以一并回复。

感谢投资者积极参与公司本次举办的网络交流说明会，2022 年公司继续积极推进四大战略，做大做强主业，全力打造新时代精彩生活方式服务生态圈。

特此公告。

北京首旅酒店（集团）股份有限公司

2022 年 4 月 12 日