

上海锦江国际酒店股份有限公司

非公开发行 A 股募集资金使用

可行性分析报告

一、本次非公开发行股票募集资金使用计划

本次非公开发行A股募集资金总额不超过500,000.00万元（含本数），扣除发行费用后的净额全部用于以下项目：

序号	项目名称	项目投资金额（万元）	使用募集资金金额（万元）
1	酒店装修升级项目	373,458.20	350,000.00
2	偿还金融机构贷款	150,000.00	150,000.00
合计		523,458.20	500,000.00

为了保证募集资金投资项目的顺利进行，并保障公司全体股东的利益，在本次非公开发行股票募集资金到位之前，公司可根据募集资金投资项目实施进度的实际情况以自筹资金先行投入，待募集资金到位后按照相关法规规定的程序予以置换。若本次非公开发行股票扣除发行费用后的实际募集资金少于上述项目拟投入募集资金总额，募集资金不足部分将由公司自筹资金解决。

二、募集资金投资项目的的基本情况与可行性分析

（一）酒店装修升级项目

1、项目基本情况

近日，国家提出加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，新格局下消费升级将进一步促进我国酒店业快速发展。

在此背景下，为把握酒店行业发展机遇、巩固和提高公司行业地位，推进公司品牌升级迭代、提升酒店服务品质，升级酒店设施、增强公司持续发展动力，公司拟对锦江系列部分酒店装修升级为郁锦香、康铂、凯里亚德、锦江都城、丽

芮、丽怡、丽亭、丽柏、欧暇·地中海、维也纳系列等中端品牌以及白玉兰等经济型品牌。

2、项目的必要性

（1）把握酒店行业发展机遇，巩固和提高行业地位

中国目前有限服务连锁酒店主要包括经济型和中端两大类，其中经济型酒店的发展始于2002年，2006年到2015年的十年间经历了高速发展的黄金十年。中端酒店则肇始于2008年，2013年开始进入发展的快车道。

公司所处的细分行业即有限服务型酒店中的经济型酒店和中端酒店领域，经济型酒店由于近十年的投资高峰和数量增加后，竞争加剧，供求关系发生变化，目前经济型酒店正面临行业规模和结构重整双重挑战的竞争局面，行业集中度不断提升，以锦江之星、7天、如家、汉庭、格林豪泰等为代表的细分品牌龙头已经处于优势地位。目前对于一二线城市，大量的单店规模50间房左右的小规模连锁酒店还有一定的连锁化机会存在，对于三四线以下城市，酒店品牌连锁化程度相对较低，经济型酒店市场尚属刚需产品，中国城镇化过程中的酒店品牌产业升级还有较大的成长空间。

中端酒店受消费升级及高端转移推动增长势头良好，近年来迎来了发展高峰，目前中端酒店下游需求保持快速增长，行业供给规模和行业供给价格仍处在上探阶段。从竞争参与者角度来看，竞争者规模和行业集中度相对经济型和豪华型酒店而言仍较低，以维也纳、全季为代表的中端酒店头部企业领跑效应日趋明显，其中维也纳酒店门店规模已超1,000家，2018年市占率达到28.27%，稳居行业榜首，公司具有一定的先发优势。

本次募投项目实施后，将进一步优化公司在经济型酒店和中端酒店的布局，巩固和提高公司行业地位。

（2）推进品牌升级迭代，提升酒店服务品质

公司以“有限服务型酒店”为重点发展方向，按照“基因不变、后台整合、优势互补、共同发展”的方针，保持和强化“锦江都城”、“康铂”、“Campanile”、“郁锦香”、“Golden Tulip”及铂涛和维也纳优势品牌。进一步提升在“管理、

品牌、网络、人才”等方面的核心竞争力，深耕国内、全球布局、跨国经营，实现公司价值的最大化。

公司结合行业发展趋势和公司发展情况，按照上述发展战略和目标制定了相应经营计划，积极顺应市场变化和新时代消费趋势，在新零售变革中精准把握方向，从消费者和投资人的角度出发，梳理品牌发展计划，稳步推进各品牌升级迭代和新品牌孵化，更新和完善品牌体系，进一步明确各品牌的定位与内涵，优化消费者体验。持续推进中端酒店市场拓展及占比提升，加速核心区域战略布局。加快新技术、新媒介应用，打造新概念的商业模式，全力提升品牌核心竞争力和全球影响力。

本次募投项目实施后，将进一步推进公司品牌升级迭代，助推公司酒店服务品质提升及产品更新。

（3）升级酒店设施，增强公司持续发展动力

公司作为行业内龙头企业之一，存量酒店门店数量众多。一方面，随着时间的推移，部分门店出现了基础设施设备有待更新、内部装修有待提升等问题。另一方面，随着酒店市场需求特点的不断转变、客源市场的逐步细分，客人除对酒店的硬件设施有较高的要求外，对服务的感受也变得更加细致。此外，在新兴消费升级的趋势下，酒店运营管理对于新媒体、新信息系统、智能服务、卫生环保等要求与日俱增。上述需求客观上对公司酒店门店营业布局、店面形象、经营业态提出了更高要求。

本次募投项目实施后，将进一步推进公司酒店设施升级，增强公司持续发展动力，提升公司的市场竞争力及盈利能力。

3、项目的可行性

（1）政策可行性

近年来，国家先后出台了《关于加快住宿业发展的指导意见》、《关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见》、《关于促进全域旅游发展的指导意见》、《关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》等一系列直接或间接鼓励酒店行业发展的政策。国家出台的各项相关政策积极鼓

励、支持和指导我国酒店行业转型升级、面向大众消费、提升服务、差异化和特色化竞争等，从中长期看，将极大的鼓励和支持我国住宿酒店业快速发展。

本次募投项目的顺利实施能够促进我国酒店行业转型升级、面向大众消费、促进我国酒店行业服务、差异化和特色化竞争，符合国家产业政策。本次募投项目具备政策可行性。

（2）市场可行性

酒店行业发展与国家经济增长、居民消费水平、旅游业发展、商务出行等因素息息相关。

近年来，我国经济保持稳步增长的势头，2019年全国国内生产总值总量达99.08万亿元，同比增长6.1%；2019年，全国居民人均可支配收入30,733元，比上年名义增长8.9%，扣除价格因素影响，实际增长5.0%；2019年，全国居民人均消费支出2,559元，比上年名义增长8.6%，扣除价格因素影响，实际增长5.5%。直接受益于国家经济的快速发展与人民生活消费水平的提高，我国酒店行业规模持续增长，我国的酒店行业正逐步走向大规模、高质量的发展时代。

酒店住宿行业的主要客户来源于旅游住宿群体，酒店行业的经营状况与旅游业的发展具有密切关系。据文化和旅游部统计数据显示，2019年国内旅游市场和出境旅游市场稳步增长，全年国内旅游人数60.06亿人次，比上年同期增长8.4%；入境旅游人数14,531万人次，比上年同期增长2.9%；出境旅游人数15,463万人次，比上年同期增长3.3%；全年实现旅游总收入6.63万亿元，同比增长11.1%。整个旅游市场呈现国内旅游继续保持高位增长、入境旅游继续回暖、出境旅游回归理性的良好局面。2011-2019 年我国旅游总收入从2.25万亿元增长到6.63万亿元，期间复合年均增长率达到14.46%。旅游产业的长期健康发展也为有限服务型酒店行业的发展提供了良好的产业背景支持。

商务出行市场的持续增长同样也为有限服务型酒店行业的发展带来了巨大的发展空间和机遇。根据全球商务旅行协会基金会（GBTA Foundation）的数据，中国的商旅支出在2016年已凭借3,180亿美元超越美国，成为全球商旅总消费最高的国家。2019年，全球商旅支出1.45万亿美元，根据GBTA预测2023年将稳步

增长至1.8万亿美元左右。

综上所述，随着我国居民可支配收入和消费支出的稳步增长、旅游业的持续快速发展、商务出行市场的持续增长，我国酒店行业逐步走向大规模、高质量的发展时代，公司充分利用在“管理、品牌、网络、人才”方面的优势、在酒店行业的市场领先地位，推动本次募投项目的顺利实施。本次募投项目具备市场可行性。

（3）管理可行性

酒店专业化的管理能力对于单体酒店的经营效率、盈利能力和持续发展具有非常重要的意义。

公司有限服务型酒店业务是锦江国际集团整体酒店业务板块的一部分。锦江国际集团处于中国行业领先地位，在美国《Hotels》于2019年发布的“全球酒店集团325强”排行榜上位列第二位。锦江国际集团在全服务型酒店运营与管理、有限服务型酒店运营与管理、餐饮与食品等诸多方面具有协同管理的优势。这种整体品牌影响力及专业酒店管理背景将对锦江都城、铂涛酒店和维也纳酒店等品牌的后续发展提供更强的支持。

同时，公司紧扣全球人才战略目标，进一步加强全球范围的交流互派，促进多元文化优势互补。充分整合及利用培训资源，统筹实施人才培养规划，推进运营模式优化和人才资源打通，使各品牌酒店人力资源、培训资源多维度协同。优化人才资源配置，通过“引培并举”全面建设一支具备全球化视野的、高素质的市场化、专业化、国际化人才队伍，助推酒店服务品质提升及产品更新。

综上所述，公司依托于锦江国际在全服务型酒店运营与管理、有限服务型酒店运营与管理、餐饮与食品等诸多方面具有协同管理优势，以及全球化视野的、高素质的市场化、专业化、国际化人才队伍，推动本次募投项目的顺利实施。

（4）突出的品牌优势

酒店品牌具有统一的市场知名度和认可度，通过统一的广告宣传、管理制度得到更多客户的认可；其次，各品牌在发展的过程中通过“粉丝”等会员模式等积累了大量客户，这对于客房出租率、营业收入提升都有着重要作用；此外，大

品牌在管理服务、企业形象等方面能够树立较好的口碑。

经过若干年的努力，公司建立了在品牌方面的突出优势。凭借公司在酒店品牌方面的突出优势，公司荣获了中国饭店协会、亚洲酒店论坛年会、中国饭店金马奖评审委员会、迈点网等授予的若干重要奖项。公司进一步围绕“十三五”战略规划，坚持“资本经营、卓越运营”两轮驱动模式，按照“基因不变、后台整合、优势互补、共同发展”的方针，继续推动有限服务酒店板块深度整合，着力提升品牌、质量、效益，推动实现高质量发展。

综上所述，公司依托于自身在品牌方面的突出优势，积极顺应市场变化和新时代消费趋势，在新零售变革中精准把握方向，从消费者和投资人的角度出发，梳理品牌发展计划，稳步推进各品牌升级迭代和新品牌孵化，更新和完善品牌体系，进一步明确各品牌的定位与内涵，优化消费者体验，推动本次募投项目的顺利实施。

4、项目实施主体

本项目涉及对公司锦江系列多家现有酒店进行装修升级，分散在全国多个城市。

5、项目建设期

本项目建设期预计为3年，将根据公司实际经营业务发展逐步分批进行。

6、项目投资概算

本项目总投资额为 373,458.20 万元，拟使用募集资金 350,000.00 万元。具体构成情况如下：

序号	项目	金额（万元）	占比
1	设备及安装工程	163,840.50	43.87%
2	装修工程（含大堂、公区及客房）	127,431.50	34.12%
3	其他工程费用	72,818.00	19.50%
4	开办费	9,368.20	2.51%
合计		373,458.20	100.00%

7、项目经济效益

本项目预计税后内部收益率为 13.51%，预计税后投资回收期为 5.58 年，项目经济效益良好。

8、项目涉及报批事项情况

本项目涉及对公司锦江系列多家现有酒店进行装修升级，不属于需要核准或备案范围内的固定资产投资，无需履行备案手续。本项目无需做环境影响评价，项目建设内容符合环境保护的要求。

（二）偿还金融机构贷款

1、项目概况

公司拟将本次募集资金中的 150,000.00 万元用于偿还金融机构贷款。

2、项目的必要性

（1）优化资本结构，提高公司抗风险能力

报告期内，公司资产负债率、有息负债占比与同行业上市公司对比情况如下：

单位：%

指标	公司	2020/6/30	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
资产负债率	华天酒店	65.90	62.60	65.90	67.70
	岭南控股	33.07	42.54	43.22	41.92
	大东海 A	27.06	10.32	11.80	11.81
	首旅酒店	48.02	45.66	49.76	54.73
	金陵饭店	28.33	31.21	29.31	27.40
	同行业平均值	40.48	38.47	40.00	40.71
	本公司	63.04	63.07	65.62	66.45
有息负债占总 负债的比例	华天酒店	64.54	68.06	67.71	56.14
	岭南控股	10.51	18.57	17.06	19.78
	大东海 A	74.33	0.00	0.00	0.00
	首旅酒店	31.24	35.90	40.83	50.15
	金陵饭店	25.38	27.48	36.99	44.68
	同行业平均值	41.20	30.00	32.52	34.15

指标	公司	2020/6/30	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
	本公司	67.20	62.61	65.42	70.08

注：有息负债=短期借款+一年内到期的非流动负债+长期借款+应付债券。

2017 年末至 2019 年末，公司的资产负债率与有息负债占总负债的比例总体呈小幅下降趋势，2020 年 6 月末公司有息负债占总负债的比例有所回升。报告期内，公司的资产负债率与有息负债占总负债的比例显著高于可比上市公司的平均值。公司有息负债占比较高，偿债付息压力较大，一定程度上加大了公司的财务风险，制约了公司的发展。

本次发行完成后，能够优化公司资本结构及负债结构，有效降低公司财务风险，增强持续经营能力和行业竞争能力。

（2）降低财务费用，提高盈利能力

报告期内，公司有息负债具体情况如下：

单位：万元

项目	2020/6/30	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
负债总额	2,382,084.77	2,451,821.67	2,633,445.88	2,894,395.92
其中：短期借款	122,585.40	1,864.06	1,257.25	101,583.35
一年内到期的非流动负债	144,387.81	121,506.26	170,872.18	27,068.54
长期借款	1,333,798.08	1,411,641.28	1,550,754.18	1,899,676.62
有息负债合计	1,600,771.29	1,535,011.60	1,722,883.61	2,028,328.51
有息负债占比	67.20%	62.61%	65.42%	70.08%
项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入	408,997.31	1,509,902.45	1,469,742.00	1,358,258.36
财务费用	14,988.87	33,913.16	37,194.73	41,844.24
其中：利息支出	17,138.12	36,847.72	46,845.54	55,810.69
归属于母公司所有者的净利润	28,530.17	109,249.91	108,246.01	88,175.85

截至 2020 年 6 月 30 日，公司短期借款、一年内到期的非流动负债、长期借款等有息负债合计达 1,600,771.29 万元，占负债总额的 67.20%，债务负担较大。2017 年至 2019 年，公司利息支出分别为 55,810.69 万元、46,845.54 万元、36,847.72

万元。高额的利息支出给公司经营带来了负担，制约了公司盈利能力的改善。

公司通过本次发行募集资金偿还金融机构贷款后，可以改善和优化财务结构，减轻财务负担，降低财务费用率，提高公司盈利能力。

（3）增强投融资能力，提高未来发展潜力

公司较高的资产负债率对债务融资能力造成一定程度的制约，进而对公司长远经营与发展造成不利影响。通过本次非公开发行股票偿还金融机构贷款，公司资本结构将更加合理，可持续融资能力得到加强，有利于公司稳健经营，并为今后发展奠定基础。

3、项目的可行性

（1）本次非公开发行募集资金使用符合法律法规的规定

公司本次非公开发行募集资金使用符合相关政策和法律法规，具有可行性。本次非公开发行募集资金到位后，公司资产负债率将大幅下降，有利于降低公司财务风险，改善资产质量，提高盈利水平，为公司经营发展提供充足的资金保障。

（2）本次非公开发行募集资金使用具有治理规范、内控完善的实施主体

公司已按照上市公司的治理标准建立了以法人治理结构为核心的现代企业制度，并通过不断改进和完善，形成了较为规范的公司治理体系和完善的内部控制环境。

在募集资金管理方面，公司制定了《募集资金管理办法》，按照最新监管要求对募集资金专户存储、投向变更、管理与监督等进行了明确规定。本次非公开发行募集资金到位后，公司董事会将持续监督公司对募集资金的存储及使用，以保证募集资金合理规范使用，防范募集资金使用风险。

三、本次非公开发行对公司经营管理、财务状况等的影响

（一）本次非公开发行对公司经营管理的影响

本次募集资金投资项目符合国家有关产业政策以及未来公司整体战略发展方向，具有良好的市场发展前景和经济效益。项目完成后，一方面能够进一步提

升公司的盈利水平，巩固行业地位，增强竞争能力；另一方面有利于优化公司的资本结构，加强公司的偿债能力，改善公司的财务状况，进一步提升公司的综合竞争力和抗风险能力。

本次募集资金的使用符合公司实际情况和发展需要。

（二）本次非公开发行对公司财务状况的影响

本次非公开发行完成后，公司的总资产、净资产规模均将大幅度提升，募集资金投资项目实施后，公司营业收入规模及利润水平也将有所增加。由于募集资金投资项目建设周期的存在，短期内募集资金投资项目对公司经营业绩的贡献程度将较小，可能导致公司每股收益和净资产收益率在短期内被摊薄。

上海锦江国际酒店股份有限公司

2020年9月2日