

《公司 2025 年度“提质增效重回报”工作评估及 2026 年行动方案报告》

为深入贯彻党的二十大和中央金融工作会议精神，落实国务院《关于进一步提高上市公司质量的意见》的要求，维护公司全体股东利益，2024 年 2 月 19 日，北京首旅酒店（集团）股份有限公司（以下简称“公司”或者“首旅酒店”）发布了《关于推动公司“提质增效重回报”及控股股东自愿承诺不减持公司股份的公告》，与后续上海证券交易所《关于开展沪市公司“提质增效重回报专项行动”的倡议》保持高度契合并为后续工作推进奠定了坚实基础；因此，公司持续开展“提质增效重回报”专项行动工作，落实以投资者为本的理念，推动上市公司持续优化经营、规范治理和积极回报投资者，提高上市公司质量，助力信心提振、资本市场稳定和经济高质量发展，现对 2025 年度“提质增效重回报”专项行动工作情况进行评估，并制定 2026 年度行动方案。具体情况如下：

第一部分 2025 年度“提质增效重回报”工作执行情况

一、聚焦主业，促进高质量发展

2025 年，国内经济运行稳中向好，商务出行需求恢复仍呈现出渐进式复苏，而休闲旅游需求持续旺盛，公司秉承“发展为先、产品为王、会员为本、经营至上”等核心战略，坚持规模为先，标准管理酒店开店保持高增速，中高端酒店占比持续提升，坚持产品为王，打造年轻化、时尚化、智慧化酒店品牌形象，坚持会员为本，全方位拓展会员权益，坚持服务无止境，积极打造品牌特色服务，不断提升用户体验。

同时，公司深入推进 ESG 治理，全面运行治理架构，落实职责与权限，梳理并建立指标库，通过培训等方式使相关部门熟练使用指标收集工具，连续 3 年开展 ESG 年度报告披露，全力推进 ESG 理念融入管理。从而，促进公司在 2024 年实现多项评级提升显著，其中 Wind ESG 评级由 BB 提升至 AA 级，中证 ESG 评级由 B 提升至 BBB 级，促进公司提升可持续发展能力和整体实力，促进人与自然环境和谐共生和区域协调发展，充分体现国有控股上市公司的责任担当。

公司持续推进“发展为先、产品为王、经营至上、全域用户运营”等核心战略，对外继续加快市场拓展步伐，对内继续强化精细化管理举措，坚持提质增效，

不断提升宾客体验，在行业“弱恢复”的背景下，公司收入规模整体保持稳定，盈利实现稳健增长。其中公司实现营业收入 76.07 亿元，比上年减少 1.44 亿元，下降 1.86%；实现利润总额 11.39 亿元，比上年增加 0.19 亿元，增长 1.72%；实现归属于母公司所有者的净利润 8.11 亿元，比上年增加 0.05 亿元，增长 0.60%；公司资产总额 243.89 亿元，比上年末减少 4.96 亿元，下降 1.99%，公司负债总额 122.39 亿元，比上年末减少 8.26 亿元，下降 6.32%。公司年末资产负债率 50.18%，比上年末 52.50%减少 2.32 个百分点；公司股东权益 121.50 亿元，比上年末增加 3.30 亿元，增长 2.79%。其中：归属于母公司股东权益 120.73 亿元，比上年末增加 3.75 亿元，增长 3.21%。

二、科技创新赋能，加快培育新质生产力

在日益激烈的市场竞争中，公司深刻认识到高质量发展的本质是打造新的竞争能力，必须提升技术力、产品力、运营力助力酒店行业打造新质生产力

2025 年，公司继续稳步加大研发投入和技术攻坚提升“技术力”，研发投入 6,403.74 万元，占营业收入比例为 0.84%，运用 AI（人工智能）等前沿技术，进一步掌握了行业领先的在线化、数字化和智能化技术，建立了从开发、筹建、开业到运营的全线上流程管理系统，实现了宾客从线上到线下的全过程数字化体验，其中重点推进 AI 数字店长项目应用，成功覆盖大多数门店，稳步构建未来酒店行业新质生产力的核心部分。

公司深化 IP 和会员体系建设提升“产品力”。一方面持续升级改造并适时推出新产品及迭代产品，打造多元化 IP 体系，不断提升产品吸引力，其中在经济型酒店方面如家酒店 4.0 通过时尚焕新的设计、多元灵动的社交空间和客房质感的升级打造，深受市场喜爱，中高端酒店方面重点升级迭代了如家商旅 2.5 和璞隐 2.0，通过新材料新工艺的运用、家具模组化设计等多角度有效降低了单房投入成本，深化了“商旅人士舒心自在的极致体验”和“‘返璞归真、大隐于市’的心灵归宿感”等两种独具特色的品牌内涵。另一方面拓展会员权益孕育多元消费和“本地生活”体验。公司在“如 LIFE 俱乐部”会员体系与鸟巢官方、酷乐潮玩合作打造多元消费场景，通过联动京东快递邮寄行李，通过酒店企业微信提供“住前-住中-住后”全场景关怀提醒、服务信息推送等；在“首享会”会员俱乐部通过“精彩长安街·宝藏酒店奇遇记”主题人文体验活动等赋予极致尊享

体验等。同时，紧抓新一代文旅消费者生活方式的新趋势，针对主流旅行城市及特色旅行打卡地推出了一系列营销活动打造“本地生活”版块，累计举办超千场活动。

公司运用科技手段全方位提升“运营力”。运用在线化、数字化、智能化技术，在门店经营中全面上线 AI 数字店长，开展 AI 颗粒化诊断，深度解析门店经营、房型、客源及销售数据，生成自动化诊断报告，精准定位问题，通过 AI 生成可执行、闭环化整改方案，实现“问题发现-解决-追踪”全流程管理，驱动门店收益管理能力提升。在公司管理中全面引入首书作为在线入口，融合了企业管家宝移动应用，大大提升了穿透式管理能力和上下一致的执行力，同时运用各类管理信息系统，通过开展“泉水行动”即时响应客户需求变化，通过开展“天网行动”对各项成本实现“全覆盖、全监测”等；从而，全面实现降本增效。

三、持续稳定分红，共享高质量发展成果

公司上市以来，快速发展的同时，坚持以投资者为本，严格按照 利润分配政策法规相关要求，综合考虑行业特点、经营模式、所处发展阶段、盈利水平等因素，制定合理的利润分配政策，始终确保盈利年度现金分红，与投资者共享发展成果。2025 年 6 月，公司实施了 2024 年权益分配“每股派发 0.36 元(含税)”，现金分红占净利润比例达 49.85%，共计派发现金红利 401,977,125.36 元，引导机构投资者形成了良好的预期，较好发挥了引导资本市场“价格发现”作用。

四、坚持规范运作，持续提升治理水平

2025 年，公司董事会勤勉敬业，严格遵守国家法律、法规和其他规范性文件的相关规定，认真履行各项职责，执行股东会通过的各项决议。根据改革部署、发展需求结合企业实际加强公司治理体系建设并同步修订内部规章制度，以《公司章程》、“三会”议事规则、信息披露管理制度、投资者关系管理制度等为基础的公司治理制度已实现应建尽建。董事会促进公司法人治理架构不断健全，规范实施并不断提升董事会授权管理效能，“三会一层”运作规范高效，决策执行流程符合法律法规相关要求；董事会召开会议 9 次，股东会召开会议 4 次，会议审议事项全部获得通过，未有被否决的议案事项。同时，公司根据改革部署、发展要求结合实际加强治理体系建设，完成制度同步修订：

上半年，为切实推动上市公司提升投资价值，增强投资者回报，根据《公司

法》和《上市公司监管指引第 10 号——市值管理》等相关法律法规，公司制定了《市值管理办法》；为全面提升依法治企和风险控制能力，着力打造法治国企，公司制定了《合规管理制度》。

下半年，为了落实“监事会改革”工作部署，根据《公司法》、《上市公司章程指引》和《关于新配套制度规则实施相关过渡期安排》等，结合公司实际情况及需求，公司不再设置监事会，监事会的职权由董事会审计委员会行使，公司《监事会议事规则》不再施行，并相应修订公司《章程》、《股东会议事规则》《董事会议事规则》和《董事会审计委员会实施细则》等相关制度。为适应公司战略发展需要，进一步通过明确 ESG 事项职责和权限以及信息披露流程以利于提升治理绩效，维护各利益相关方权益，促进公司和社会的可持续发展；公司董事会战略委员变更为“董事会战略与 ESG 委员会”，职能变更为主要负责对公司长期发展战略、涉及 ESG 重大投资决策、可持续发展及 ESG 重大事项进行研究并提出建议等，组成成员仍为原六名董事及召集人为董事长李云女士不变；同时，相应将原《董事会战略委员会实施细则》修订为《董事会战略与 ESG 委员会实施细则》，并制定了《ESG 管理架构》、《环境、社会及公司治理（ESG）管理制度》和《环境、社会及公司治理（ESG）信息披露管理办法》等。

五、强化“关键少数”责任，提升履职水平

2025 年，公司持续与控股股东、持股超过 5%以上股东及公司董监高等“关键少数”保持密切沟通，重点关注内幕信息、关联交易、股份变动、信息披露等重要事项，持续关注监管政策变动，及时分享案例、传递资本市场监管动态，组织“关键少数”相关方参加了上海证券交易所和北京市上市公司协会组织相关培训和学习，每周普及最新法规信息和监管案例，在提升“关键少数”履职能力的同时不断增强其规范运作意识和责任意识，防止滥用股东权利、管理层优势地位损害中小投资者权益。

六、提升信息披露质量，保护投资者合法权益

2025 年，公司严格按照中国证监会和上海证券交易所的监管要求开展信息披露业务，按期完成了各期业绩报告及其他临时性信息披露工作，同时进一步严控内幕信息知悉范围，开展信息披露机制建设，分类管控信息。从而，确保社会公众及各方投资者能够及时准确完整地对公司经营管理信息进行全面了解，实现

重要信息高效、有效传递，做到信息平权。

七、增进投资者沟通，有效传递公司价值

2025年，公司坚持多渠道开展投资者沟通。公司通过投资者热线、电子邮件、上证 e 互动等平台，采取股东会、投资者说明会、接待来访、座谈交流、参加机构投资者策略会等方式，多维度听取投资者意见建议，及时回应投资者诉求。公司坚持高质量、常态化召开业绩说明会，欢迎投资者特别是中小投资者，以及行业分析师等相关方参加，确保公司总经理、董事会秘书、财务总监、全体独立董事及相关人员参会。公司积极组织品牌活动、强化媒体宣传以提升市场曝光度和美誉度等，积极与广大投资者全面及时有效沟通，使投资者充分了解公司发展战略与经营情况，还结合公司设立的投资者日常调研固定接待日工作制度进一步保持信息沟通渠道畅通。

第二部分 2026 年度“提质增效重回报”行动方案

一、加快主业发展

公司将继续从住宿业的本质出发，以“成为最值得信赖的专业住宿业管理平台”为愿景，以“用专业和技术为顾客和合作伙伴创造物超所值的价值”为使命，围绕发展、产品、服务体验、全域用户运营等核心战略方向，依托在线化、数字化、智能化技术系统，全面提升酒店运营效率与客户体验。

2026 年计划开展以下重点工作：

1、全面提速开店节奏，全力发展标准管理酒店，创新发展模式

持续把握行业发展机遇，加速战略落地。2026 年，公司计划新开酒店 1,600—1,700 家，全力发展标准品牌，持续提升中高端酒店占比，并深入拓展下沉市场。通过深化“属地深耕”策略，精耕现有优势市场，并以精细化市场布局推进全域覆盖。同时加快样板店布局与打造，打造标杆门店示范效应。公司将持续优化开发政策，大力支持加盟商发展。在开发团队方面，进一步强化专业能力，完善从签付设计到验收筹开的全流程协同机制，全面提升开发效率和门店质量，同时保持开发激励力度，实现规模与品牌价值的双增长。

2、持续打造酒店产品力，提升各品牌产品一致性

不断探索和持续丰富酒店场景下的新型业态，适时推出细分市场迭代新品；

深化现有产品线升级焕新，维护和提升酒店产品品质，提高存量门店的经营效益。从产品开发、设计、运营、营建等全流程构建标准化服务流程，扩大央采产品的产品标准及交付标准细化，保持各品牌的产品一致性，打造年轻化、时尚化、智慧化的酒店品牌形象，同时通过新材料、新工艺不断实现运营效率提升及成本控制。

3、提升宾客体验，构筑差异化服务竞争力

坚持“放心、快速、友爱”的服务品质，夯实基础服务，持续深化“暖心服务”“如家这碗面”“安心睡”“智能洗衣”“云自助打印”“宠物友好”等一系列集团统一的特色服务内容，建立集团标准化服务质量。同时，公司将持续借助不同品牌的特色服务进一步打造个性化的品牌调性，为用户打造更为细致化的体验场景。公司将借助 AI 技术升级 VOC（“客户之声”），形成用户体验反馈闭环，打造更精准、更优质、更具温度的服务体验。

4、推进全域用户运营，提升会员与协议客户贡献，优化公域渠道运营

公司以全域用户运营为核心，持续升级会员权益，巩固存量会员基础，并积极拓展 Z 世代及银发等新兴客群，通过企微全旅程陪伴等方式实现私域流量池沉淀，提升用户忠诚度与复购率，增加中央预定渠道的流量贡献。同时深化企业端客户拓展，加大协议客户开发力度，并持续优化与 OTA 等公域渠道合作，积极拓展新渠道，进一步提升公域流量运营能力。

5、经营至上，深化属地化运营和数字化管理，进一步优化管理效能

因时因势推出多样化的营销活动，多措并举加大核心客源的开发力度，通过数字化工具的运营，聚焦门店颗粒化经营，建立涵盖流量预测、市场机会（如演唱会、展会等）、季节波动、竞争态势等多维度价格管理机制，提升单店运营效益。同时，公司将继续坚持提质增效，进一步优化管理效能。

6、技术赋能，持续提升酒店发展与运营效率

公司将持续深化 AI 在门店收益管理中的应用，AI 数字店长已覆盖公司旗下多数标准管理酒店，在经营诊断、运营管理和收益管理自动化方面达成较好应用效果，并将继续提升使用率和使用效果，赋能酒店日常经营。公司将继续聚焦组织管理与组织提效，加深 AI 在产品闭环、经营闭环、发展闭环和用户运营的场景探索，实现 AI 和组织的融合赋能与提效。

二、加快发展新质生产力

2026年，公司将坚持提升技术力、产品力、运营力助力打造新质生产力。公司将进一步根据文旅市场发展和经营管理需求合理加大科技类投入，运用现代科技加强在线化、数字化、智能化能力建设，提升实用性、先进性、经济性、安全性与可延展性，和加大技术攻坚工作力度提升“技术力”，运用AI（人工智能）等前沿技术，持续打造智慧酒店，稳步构建未来酒店行业新质生产力的核心部分；进一步深化IP和会员体系建设提升“产品力”，持续升级改造并适时推出新产品及迭代产品，打造多元化IP体系，不断提升产品吸引力，积极拓展会员权益孕育多元消费和“本地生活”体验；进一步运用科技手段全方位提升“运营力”，提升AI数字店长、首书等信息系统技术效能。

三、提升公司治理效能

2026年，公司将面向高质发展和治理效能提升需要，持续加强治理运营、风险管控、可持续发展等能力建设，推动治理效能和管理效率不断提升。

1、根据新公司法和《上市公司章程指引》，全面修订治理制度，优化公司治理架构设置；持续强化外部董事履职支撑保障，充分发挥外部董事特别是独立董事作用。强化董事会战略引领及创新、决策、执行及监督能力，全面提升决策效率和运作效果。

2、聚焦重点领域、重点问题，健全完善合规管理体系，加强风险监控预警，筑牢重大风险管理防线，强化审计监督，提升审计问题整改质效。强化国家安全风险隐患排查，着力防范化解重大风险，提升“大安全”管理能力，坚决守好红线底线，全面提升合规运营管理水平。

3、凝聚发展共识，前瞻谋划“十五五”。以需求为导向，强化专题研究，增强规划的
战略性和前瞻性，为更好发挥规划牵引作用奠定基础。

4、建立健全上市公司长效市值管理机制，将公司市值目标与整体经营管理体系全面融合贯通，科学统筹开展市值管理，全面提高经营质效。

四、强化“关键少数”责任

2026年，公司将持续加强与“关键少数”的沟通交流，持续组织上述相关方参加证券交易所、证监局等监管机构举办的各类培训，定期传递法规速递和监

管动态等资讯，加强“关键少数”对资本市场相关法律法规、专业知识的学习，不断提升其自律意识，共同推动公司实现规范运作，实现对中小投资者权益的保护。

五、重视投资者回报

2026年，公司将高度重视对投资者的合理投资回报，通过努力抓好经营管理、改革发展，不断提升公司自身价值创造能力，提升资产回报水平。公司将综合考虑企业自身盈利水平、资金支出安排，兼顾投资者回报和公司发展，健全公司常态化分红机制，通过持续稳定的现金分红，不断增强投资者获得感。

六、提升信息披露质量

2026年，公司将坚持高质量信息披露，持续提升信披质效。围绕监管机构工作要求结合公司发展实际情况，以信息披露为核心、以规范运作为重点，严守公平披露原则，不断夯实信息披露工作细节，以投资者需求为导向，持续提升信息披露质量；迅速适应不断提升的信息披露要求，持续优化定期报告及各类公告编制的工作机制，丰富信息披露形式，高效精准地向投资者传达公司经营成果、财务状况等重要信息，提升信息披露的可读性和易懂性。同时，聚焦绿色发展，持续发布 ESG 报告。公司将积极对标国内领先上市公司 ESG 专项报告参考指标体系，主动适应上交所发布的可持续发展报告指引，不断拓展公司 ESG 信息披露的深度与广度

七、优化投资者关系

2026年，公司将高度重视投资者关系管理工作，持续与境内外投资者保持主动、专业、高效的沟通，充分有效地向资本市场传递公司价值。公司将继续以投资者需求为导向开拓多元沟通方式，通过业绩说明会、经营跟踪交流会、大型线下交流活动、券商会议、上证 e 互动、投资者热线、IR 邮箱等多种形式与投资者进行良好有效的沟通互动，并通过“首旅酒店”微信公众号及小程序及时传递公司最新资讯、最新动态。

八、风险提示

本次“提质增效重回报”行动方案是基于公司目前的实际情况而制定，不构成公司对投资者的实质承诺，未来可能会受到政策调整、国内外市场环境等因素影响，具有一定的不确定性，敬请广大投资者谨慎投资，注意投资风险。

2026年3月31日