

北京首旅酒店（集团）股份有限公司

关于 2026 年度“提质增效重回报”行动方案的 半年度评估报告

为落实国务院《关于进一步提高上市公司质量的意见》等相关要求，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”）积极响应上海证券交易所《关于开展沪市公司“提质增效重回报”专项行动的倡议》，深入践行以投资者为本的理念，着力提升公司质量与投资价值，更好保障投资者特别是中小投资者合法权益，公司于 2026 年 3 月 31 日发布了《2025 年度“提质增效重回报”工作评估及 2026 年行动方案报告》（以下简称“行动方案”），自行动方案发布以来，公司积极开展和落实相关工作，现将主要进展及工作成果报告如下：

一、聚焦主业，促进高质量创新发展

2026 年是“十五五”开局之年，上半年，国民经济运行在合理区间，发展韧性持续彰显，商务出行需求保持渐进式复苏，休闲旅游需求持续向好；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，对外继续推动规模化发展，对内继续强化精细化管理举措，坚持提质增效，盈利实现稳健增长，实现营业收入 357,978.47 万元，同比下降 2.22%；实现归属于上市公司股东的净利润 44,073.64 万元，同比增长 10.98%：

（一）规模为先，全力发展标准管理酒店，持续推进结构升级

公司新开店数量 606 家，其中标准管理酒店新开店 300 家，占全部新开店比例 49.5%，当期拓店节奏出现阶段性放缓，主要受今年春节较晚带来的筹建周期延后及市场环境分化影响；储备店签约则持续保持积极态势，储备店为 1,641 家，其中标准管理酒店数量 1,211 家，同比增长 4.6%，储备店中标准管理酒店结构占比 73.8%，同比提升 7.6 个百分点，为 2026 年全年规模扩张及结构优化奠定坚实基础。同时，公司新开业轻管理酒店 302 家，占全部新开店比例 49.8%，同比增长 5.6%，并致力于持续提升轻管理酒店发展质量与运营水平；并且，公司始终贯彻以特许加盟店为主的扩张方式，紧抓下沉趋势提升对三线及以下城市的开

店拓展，通过特许加盟方式新开店 604 家，占全部新开店比例 99.7%，全部特许加盟方式运营的门店比例提升至 93.4%。

（二）产品为王，稳步推进品牌升级，持续向年轻化和时尚化迭代

公司在通过一体化供应链与品控管理以保障产品一致性的同时，对存量酒店坚持“常用常新”，通过持续的维护与焕新来维持和提升产品竞争力。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，如家 3.0 及以上产品占如家品牌店数比例从 2025 年期末的 81.5% 提升至 85.3%；在中高端酒店方面，如家商旅 2.5、如家精选 4.0 通过客房、家具、智能设备等持续优化升级不断提升宾客体验，逸扉则以生而社区化为核心理念打造时尚松弛的中高端生活方式酒店等；在高端及奢华酒店方面，通过有序推进升级改造和稳步发展新项目继续打造具有国际品质和我国特色的本土高端和奢华品牌。

（三）全域用户运营，拓展协议客户贡献，优化公域渠道合作

公司积极推动全域用户运营体系的战略升级，通过权益升级优化、细分客群需求个性化服务等举措提升会员活跃度与复购意愿，巩固存量会员基础，“如 LIFE 俱乐部”和“首享会”两大会员体系整体规模达 2.2 亿。其中如 LIFE 俱乐部针对 Z 世代与银发群体分别推出“青春卡”与“老友卡”，为高频入住客人推出“单店 VIP 项目”服务体验，持续引入年轻人喜爱的鸟巢演唱会包厢门票兑换等；首享会通过赋予会员极致尊享体验和延续“精彩长安街”主题活动等持续打造具有文化厚度的品牌形象。同时，公司持续加大协议客户拓展力度，优化与 OTA 及新渠道的合作，推动用户规模与订单贡献稳定增长。并且，公司通过融合“本城、本地、本店”特色积极打造“本地生活”版块内容，落地活动超千场、累计参与逾 4 万人次，同步联动滴滴青桔、机车赛事等资源开展跨界合作，延续举办文化艺术节等。

（四）服务无止境，积极打造品牌特色服务，不断提升宾客体验

公司通过 VOC（“客户之声”）数据采集和分析系统实现服务品质的持续精进与体验增值，在各 OTA 平台用户评分均稳步提升。一方面持续夯实基础服务，持续推出“暖心服务”“健康牛奶”“迎宾咖啡糖”“如家这碗面”“智能洗衣”等一系列集团统一的特色服务内容；另一方面还借助不同品牌的特色服务进一步打造

个性化的品牌调性，其中璞隐酒店打造了“一城一璞隐，一店一非遗”服务，塑造“中式文化”品牌标签，先后落地多轮全国门店非遗体验活动，将门店从单纯住宿场地升级为非遗活动主理场所等；从而，为用户打造更为细致化、个性化的体验场景，不断提升用户粘性。

同时，公司控股股东北京首都旅游集团有限责任公司（以下简称“首旅集团”）积极推动资本市场承诺履行，全力支持公司高质量发展，其中在北京诺富特和平宾馆（Novotel Beijing Peace）管理合同到期后，及时完成将该宾馆交由公司全资子公司管理合同签约工作，已进入正常经营；并且积极推进其他同业竞争承诺相关事项。

二、科技融合赋能，加快发展新质生产力，

公司继续稳步加大研发投入，研发费用 2,901.93 万元，占营业收入比例为 0.81%，坚持在线化、数字化和智能化的技术战略，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能力，为宾客提供预定、入住、离店等闭环高效体验；从而，通过提升技术力、产品力、运营力助力打造新质生产力：

在线化方面，公司将宾客在线和员工在线作为实现全面管理在线化的重要组成部分。宾客在线方面，公司全面对接了线上渠道，实现国内外主流渠道直连，并积极开拓新渠道，实现了与抖音、高德、腾讯、快手、京东等新流量渠道直连，拓展线上引流能力；借助强大的会员 CRM 及基于企微的 SCRM 系统，开展会员深度运营，提升会员活跃度和订单贡献。员工在线方面，公司通过首书、企业管家宝的常态化运营，不断提高员工在线活跃度，保障了穿透式管理能力和上下一致的执行力。

数字化方面，公司经过多年研发投入和技术攻坚，实现了基于大数据的中台数据统一管理，成功落地了多个数字化产品，包括 PRI 官网推荐指数、“天眼”风险管理系统等，促进公司管理效率再上新台阶。此外，公司持续完善会员平台建设，不断投入建设集团统一的 CRS（“中央预定系统”）以及高星会员系统，实现线上流量贡献的持续增长。

智能化方面，公司创新应用大数据与 AI 模型，构建颗粒化诊断体系，有效辅助门店优化服务并提升收益能力。在收益管理方面，通过调价模型的持续优化，

有效提升调价频次和收益管理效果；在运营管理方面，系统可对门店经营数据进行深度解析，围绕差评整改、运营回顾等场景，自动生成整改方案，实现“发现问题—解决—追踪”全流程闭环。在服务端，自助前台、送物机器人、智能客房、AI 客服等智慧场景全面落地，实现宾客服务的一键触达与响应，显著提升服务效率与体验满意度。

公司积极响应国家政策法规，加强数据安全、网络安全、个人信息保护体系的建设，不断修订和完善相关管理制度，为公司安全经营保驾护航。

三、优化公司治理，筑牢高质量发展根基

公司按期组织召开 3 次股东会、5 次董事会、独立董事专门会议以及各专门委员会会议，审议决策公司治理相关事项。同时，深化合规管理建设，修订完善公司内部管理制度，优化公司治理架构设置；根据《上市公司募集资金监管规则》等法律法规修订了《募集资金管理及使用办法》；根据《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》等法律法规制订了《内部控制管理制度》和《战略管理制度》等，从而，进一步强化了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。

四、强化“关键少数”责任，提升履职质效

为贯彻落实《上市公司治理准则》和根据《公司章程》等相关规定，公司董事会、股东会审议批准了《董事及高级管理人员薪酬管理制度》，进一步深化了董事及高级管理人员薪酬与经营业绩紧密挂钩的动态匹配机制和绩效薪酬追索扣回机制等，进一步强化了薪酬激励的约束性与合规性；同时持续组织董事和高级管理人员参加证券交易所、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，进一步提升自律意识与合规管理能力，强化了对中小投资者权益的保护。

五、重视投资者回报，共享企业发展红利

公司根据《公司市值管理办法》制定并逐步落实各项具体工作。公司继续锚定企业经营作为市值管理的核心，重视可持续发展和股东的长远利益，深入推进 ESG 治理，全面运行治理架构落实职责与权限，不断提升 ESG 治理效率和质量，促进公司在 2026 年保持较好评级，其中万得（Wind）发布 2026 年度上市公司 ESG 评级结果为公司再次获得 AA 评级，从而，持续推进高质量创新发展；围绕

价值实现多措并举不断深化资本市场形象，建立健全市值管理指标体系并保持动态监测和分析，持续关注并购重组，全方位提升信息披露和投资者交流工作质量，完成 2025 年度现金分红等。未来，公司将进一步依托扎实的战略、稳健的财务与积极的 ESG 治理，将市值管理纳入“十五五”发展战略的核心要素，持续优化股东回报机制，灵活运用资本市场工具，推动公司内在价值释放与市值的长期稳健增长。

公司牢固树立回报股东核心意识，坚持盈利年度分红，完成 2025 年度利润分配，向全体股东每股派发现金红利合计 0.45 元（含税），共计派发现金红利 502,471,406.70 元，占公司 2025 年度合并报表实现归属于上市公司股东净利润的比例为 61.95%；未来，公司将综合考虑经营情况、财务表现、现金流状况、投资需求及未来发展规划，落实“长期、稳定、可持续”的股东价值回报机制，实现公司价值和股东利益最大化。

六、深化信息披露能力，赋能高质量发展

公司进一步围绕监管机构不断提升的信息披露工作要求，结合业务发展实际情况，以投资者需求为导向；规范董事会及其专门委员会、独立董事专门会议和股东会等运作，不断夯实信息披露基础；持续优化定期报告及各类公告编制的工作机制，确保真实、准确、及时、完整地披露了 2025 年度报告、2026 年第一季度报告、其他临时公告等重大信息，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，促进信息披露质效提升。同时，聚焦绿色发展，连续三年发布年度 ESG 报告，认真执行《环境、社会及公司治理（ESG）信息披露管理办法》等，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，有效传递公司价值

公司进一步加强投资者关系管理，以投资者需求为导向开拓多元沟通方式，按季度举办业绩说明会，热情、专业解答日常电话咨询，并持续通过上证 e 互动和 IR 邮箱等多种方式与投资者保持有效沟通，还通过“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；从而，使投资者充分了解公司的发展战略与经营情况，充分有效地向资本市场传递公司价值。

八、其他事宜

2026 年下半年，公司将持续关注投资者反馈，结合实际情况及投资者关切，不断优化行动方案并推动各项重点举措落地，持续评估执行情况并及时履行信息披露义务。

公司将专注主业，努力提升公司核心竞争力、盈利能力和运营管理能力以及风险管理能力；通过良好的经营管理、规范的公司治理、积极的投资者回报等，切实维护投资者合法权益和忠实履行上市公司责任与义务，以优良业绩回馈投资者信任；从而，维护公司良好资本市场形象，促进资本市场平稳健康发展。

公司 2026 年度“提质增效重回报”行动方案后续执行可能会受政策调整、国内外市场宏观环境变化等因素的影响，具有一定的不确定性。本评估报告是基于公司目前的经营发展情况而制定，不构成公司对投资者的实质承诺。敬请广大投资者谨慎投资，注意投资风险。

北京首旅酒店（集团）股份有限公司董事会

2026 年 8 月 29 日