



ГОСТИНИЧНАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ | МОСКВА
MARKETBEAT

Отдел гостиничного бизнеса и туризма Cushman & Wakefield

IV КВАРТАЛ 2015

ПРЕДЛОЖЕНИЕ (1/2)

КАЧЕСТВЕННОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ГОСТИНИЦ МОСКВЫ ПО ИТОГАМ 2015 Г. НАСЧИТЫВАЕТ 16,4 ТЫС. НОМЕРОВ*

Доля качественного номерного фонда в общем предложении Москвы составляет 32%.

6,3%

Фактический рост гостиничного предложения за 2015 год

8,0%

Планируемый рост гостиничного предложения в 2016 году

В 2015 году качественное гостиничное предложение Москвы увеличилось на 972 номера (на 6,3%) за счет открытия 5 гостиниц. Две из них относятся к высокому ценовому сегменту (Upper-Upscale, 339 номеров), одна – к среднеценовому (110 номеров) и еще два – к экономичному формату (523 номера).

В 2016 году планируется открытие 7-ми качественных городских гостиниц общим номерным фондом 1549 ед. Кроме этого, планируется открытие 2-х приаэропортовых отелей общей вместимостью 682 номера. Среди операторов абсолютным лидером по числу новых отелей в 2014-2016 гг. является оператор Ассог (7 гостиниц, 1414 номеров).

Одновременно, строительство новых отелей сопровождается выбытием старого номерного фонда. Холидей Инн Селигерская представляет собой проект редевелопмента Ирис Конгресс отеля (201 номер, 1991 г.). А к 2017 году планируется реконцепция отеля Белград (230 номеров, 1973 г.) в Азимут Смоленская (474 номера).

Таким образом, качественное гостиничное предложение по итогам 2016 года должно увеличиться на 8% и составить 17,7 тыс. номеров.

* Без учета хостелов и мини-отелей, а также приаэропортовых отелей Источник: Cushman & Wakefield

НОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ 2015 и 2016 ГОДОВ

НАЗВАНИЕ	СЕГМЕНТ	НОМЕРОВ
2015		
МАРРИОТТ НОВЫЙ АРБАТ	UPPER-UPSCALE	234
СТАНД'АРТ БУТИК-ОТЕЛЬ	UPPER-UPSCALE	105
ХЭМПТОН БАЙ ХИЛТОН СТРОГИНО	ECONOMY	206
DR ПАРК ИЗМАЙЛОВО	MIDSCALE	110
ИБИС ДИНАМО	ECONOMY	317
		972
2016		
ХЯЯТТ РИДЖЕНСИ ПЕТРОВСКИЙ ПАРК	UPPER-UPSCALE	298
ХОЛИДЕЙ ИНН СЕЛИГЕРСКАЯ	MIDSCALE	201
НОВОТЕЛЬ КИЕВСКАЯ	MIDSCALE	250
ИБИС КИЕВСКАЯ	ECONOMY	300
ИБИС ОКТЯБРЬСКОЕ ПОЛЕ	ECONOMY	242
ИБИС БАДЖЕТ ОКТЯБРЬСКОЕ ПОЛЕ	ECONOMY	108
АДАЖИО КИЕВСКАЯ	MIDSCALE	150
		1549

ПРЕДЛОЖЕНИЕ (2/2)

НАИБОЛЕЕ АКТИВНО РАЗВИВАЕТСЯ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ФОРМАТОВ UPPER-UPSCALE И ECONOMY

Такое направление развития объясняется относительно небольшим объемом предложения в сегменте upper-upscale (доля рынка - 8%), а также хорошими рыночными результатами новых отелей экономического сегмента.

23%

Плановый рост предложения класса Upper-Upscale в 2016 году

52%

Доля сегмента Midscale-Economy в 2016 году

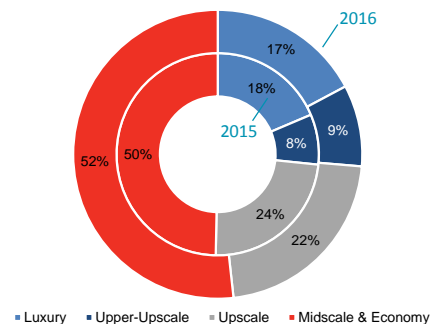
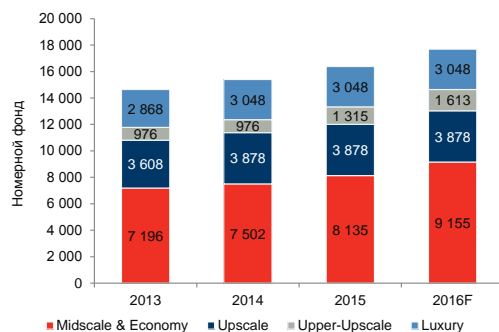
За 2014-2015 года было введено в эксплуатацию 939 номеров среднеценового и экономического класса, в 2016 году предложение этого формата увеличится еще на 1020 номеров. Таким образом, расширение сегмента за период 2014-2016 гг. составит 27%.

Рыночная доля сегмента в качественном предложении Москвы составит к концу 2016 года 52% (в 2014 г. – 49%).

Рост сегмента Upper-Upscale за 2015 год составил

35%, за 2016 г. планируется его увеличение еще на 23%. Его доля на рынке при этом увеличится до 9% (с 6% в 2014 году).

Отсутствие новых гостиниц в сегментах Luxury и Upscale в 2015-2016 г. приведет к снижению их доли в качественном предложении Москвы (на 1,4% и 1,8% соответственно). В то же время, учитывая текущую ситуацию, можно ожидать переноса ввода в эксплуатацию ряда гостиничных проектов.

ДИНАМИКА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Источник: Исследование Cushman & Wakefield

СПРОС (1/2)

ЦЕНА РАСТЕТ ТОЛЬКО В ЛЮКСОВОМ СЕГМЕНТЕ

Остальным отелям в конкурентной борьбе приходится снижать ADR

33%

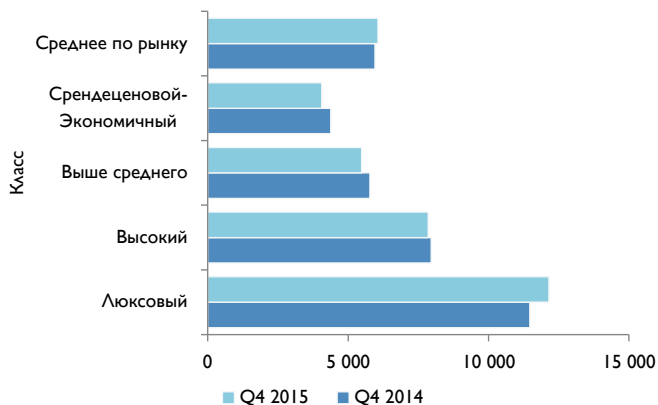
Снижение средней долларовой цены размещения за 2015 год

6%

Рост средней цены в люксовых отелях в рублях

Итоги 2015 г. подтвердили наши прогнозы: средняя цена по рынку незначительно выросла, составив 6000-6100 руб. Локомотивом роста стало люксовое предложение города, спрос на которое менее чувствителен к цене (к тому же, в долларовом выражении она снизилась на 33%). Вместе с тем, в остальных сегментах цена размещения снижалась даже в рублях.

ADR ЗА 2014-2015 ГГ. (РУБ.)



Наиболее устойчивым к кризису стал сегмент Upper-Upscale, в котором рублевый средний ADR снизился всего на 1,4%, главным образом, по причине заметного роста конкуренции со стороны нового предложения (в начале 2015 года открылся отель Marriott Новый Арбат на 234 номера).

В сегментах Upscale и Midscale, более чувствительных к цене, снижение ADR составило уже 5%.

Снижение цен в сегменте Economy, в котором цена упала на 10%, связано с высокой долей в его составе достаточно старого или не имеющего профессионального управления номерного фонда (почти 70% номеров) и, как следствие, перетеканием спроса в более высокий ценовой сегмент предложения, размещение в котором стало доступнее. В то же время, уровень ADR уступал показателям 2014 года только в январе и мае-июне, в остальное время года средняя цена превышала уровень 2014 года. Наиболее заметным стал скачок цены в августе - +11% к ADR августа 2014 г., после которого до конца года цены сохранялись на уровне не ниже, чем в 2014 году (в разрезе месяцев). Такая динамика стала возможной благодаря заметному росту туристического спроса с июля 2015 г.

СПРОС (2/2)

РОСТ СПРОСА НА ФОНЕ КОРРЕКЦИИ СТОИМОСТИ

2 пп.

Рост средней загрузки гостиниц Москвы за 2015 год

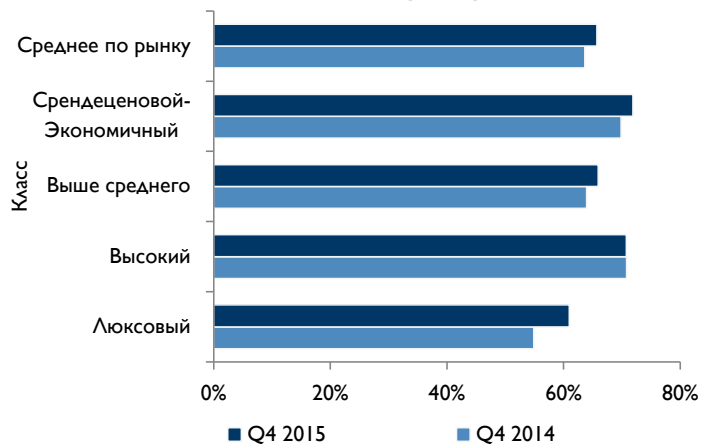
6 пп.

Рост средней загрузки люксовых гостиниц за 2015 г.

По итогам 2015 года Москву посетило порядка 6,1 млн. иностранных туристов*, что на 7% превышает показатель 2014 года (5,7 млн.чел.).

Средняя загрузка качественных гостиниц Москвы по итогам 2015 года попала в верхнюю границу спрогнозированного нами год назад диапазона (62%-66%), составив чуть менее 66%.

ЗАГРУЗКА ЗА 2014-2015 ГГ. (РУБ.)



Источник: Исследование Cushman & Wakefield

Наиболее активно при этом шел рост загрузки отелей люксового сегмента (+6пп.), которая достигла по итогам года немногим более 60%, несмотря на увеличение цены размещения.

Сегменты Upscale и Midscale-Economy, за счет снижения цены на 5% и 7% соответственно, прибавили по 2 пп. к загрузке 2014 года.

При этом загрузка отелей экономичного класса, несмотря на снижение цены на 10%, выросла всего на 1 пп.

Среднеценовые гостиницы, снизив цену на 5%, продемонстрировали рост загрузки на 2-3 пп.

Среднегодовая загрузка в сегменте Upper-Upscale не изменилась, оставшись на уровне 71%, что связано с отмеченным ранее заметным ростом предложения в этом сегменте.

С мая 2015 г. наблюдается превышение среднерыночной загрузки гостиниц Москвы над уровнем загрузки соответствующего периода 2014 года. Особенно активно рос спрос на размещение в 3 кв. 2015 г. (на 10-13 пп.), средняя загрузка качественных отелей в сентябре составляла 80%. Число занятых номеров за 2015 год в целом выросло на 7,8%. Это означает, что растет доля посетителей, выбирающих качественное гостиничное размещение (ставшее более доступным), а также растет длительность пребывания в гостиницах (за счет роста прибытий с туристскими целями).

ТЕНДЕНЦИИ ЦЕНА И СПРОС В 2016 ГОДУ БУДУТ РАСТИ УМЕРЕННЫМИ ТЕМПАМИ

5 %

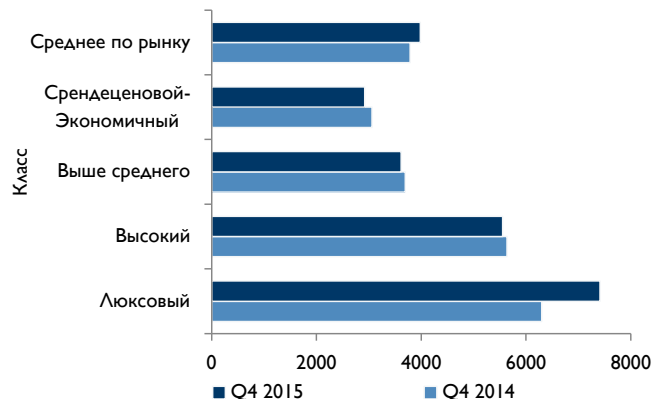
**Рост средней
доходности на номер
в рублях за 2015 год**

18 %

**Рост средней
доходности на номер
в рублях гостиниц
класса Luxury за 2015
год**

Средний уровень доходности на доступный номер составил по итогам 2015 года почти 3 900 руб., что на 5% выше результата 2014 года. Вместе с тем, учитывая уровень инфляции (12,9% по данным Росстата), это означает фактическое снижение доходности гостиниц Москвы. А значит, на фоне наметившегося роста спроса, в 2016 году отели Москвы будут пытаться компенсировать упущенную в 2015 году прибыль ростом цены.

RevPAR ЗА 2014-2015 ГГ. (РУБ.)



Рост рублевой доходности на номер продемонстрировали только отели класса Luxury (на 18%, до 7,4 тыс. руб. на номер). Остальные сегменты демонстрировали падение доходности за счет снижения цены номера. Наиболее существенным стало снижение RevPAR в сегменте Economy (-8%). Гостиницы класса Upscale показали снижение RevPAR на 2%, а Midscale и Upper-Upscale – на 1,5%.

В 2016 году мы ожидаем продолжение тренда, заложенного 2015-м годом, а именно:

- Умеренный рост загрузки за счет роста потока внутреннего и внешнего туризма в Москву – на 2-4 пп. (до 67-70% в среднем по рынку);
- Рост цены размещения на 1-4% (до приблизительно 6100-6300 руб. за номер);
- Перераспределение потоков туристов и доходов из менее качественных отелей в более качественные; редевелопмент устаревшего номерного фонда, переход к профессиональному управлению в независимых отелях после реновации;
- Продолжение процесса оптимизации издержек, импортозамещения продуктов и расходных материалов.

ОТДЕЛ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА И ТУРИЗМА КОМПАНИИ CUSHMAN & WAKEFIELD



МАРИНА СМИРНОВА

Партнер,
Руководитель отдела гостиничного бизнеса и туризма

Marina.Smirnova@cushwake.com



МАРИНА МЕЩЕРЯКОВА

Директор

Marina.Meshcheryakova@cushwake.com



ИРИНА АКУТОВА

Ведущий консультант

Irina.Akutova@cushwake.com

*Информация об отделе
гостиничного бизнеса и
туризма и публикации
доступны на
CWRUSSIA.RU*

По вопросу предоставления дополнительной информации просьба обращаться к

Ирине Акутовой

Информация, содержащаяся в данном отчете, предоставляется исключительно в информационных целях и не может быть использована без предварительной независимой проверки. Использование полностью или частично информации из данного отчета допускается только с письменного согласия Cushman & Wakefield. Информация, содержащаяся в данной публикации, может быть процитирована только после получения соответствующего согласия.