



迪拜帆船酒店的软文营销

案例编号：TJVI-S&M-024

案例名称：迪拜帆船酒店的软文营销

发生部门：市场销售部

案例描述：

《北京青年报》2010年8月9日报道“迪拜七星级酒店六成中国人，消费能力让人吃惊”如下：

阿联酋迪拜的帆船酒店是世界上唯一的七星级酒店

迪拜危机究竟会给曾经“繁花似锦”的迪拜带来怎样的影响？曾经炙手可热的迪拜房地产市场在危机之后现状如何？“迪拜危机对迪拜经济的影响还是很大的，现在迪拜的住房空置率高达50%，很多写字楼都是空的。”新华社驻阿布扎比记者安江告诉记者，从迪拜的房地产市场最能看出迪拜目前的经济状况。

象征迪拜最为繁华的商务区——七星级帆船酒店附近的地区一套四层别墅一年的租金为20万迪拉姆(1迪拉姆=1.86元人民币)，这已是房地产鼎盛时期的一半。已在迪拜呆了多年的导游胡先生向本报记者表示，迪拜目前的房价已暴跌了50%。“最鼎盛时期在迪拜做房地产的一名销售员可以毫不含糊地坐公务舱任意来回世界任何地方。在老城贸易区，一个10至20平方米没有洗手间的单间月租金相当于人民币7000元，现在月租金在5000元左右。”

七星级酒店六成是中国客

在楼高321米，外形犹如帆船的迪拜标志性建筑——七星级帆船酒店金碧辉煌的大厅里，记者看到不少中国人在这里闲逛。据新华社驻阿布扎比记者安江透露，中国人目前已成为帆船酒店的主要客源之一，这里有六成客人是中国人。在阿联酋约有20万华人，其中迪拜就有15万华人。尽管帆船酒店的房间有170至700多平方米不等，但酒店房间每晚最低9000迪拉姆(相当于2000美元)的费用似乎并没有吓到中国客人。

曾经在帆船酒店做服务员的江苏籍姑娘露露告诉记者，以往帆船酒店对于入驻酒店有很严格的筛选，旅游团客人概不接待。迪拜危机后，酒店开始有选择地接待旅行团。中国客首当其冲，成为帆船酒店新的入住客生力军之一。

中国人“豪迈”的消费能力常常令帆船酒店的服务员感到吃惊。今年春节，入住帆船酒店的客人中有10%是中国人。往来北京、上海、广州至迪拜的航班似乎更能说明问题，据已

企业案例

制作单位：天津职业大学



在迪拜工作了三年的阿联酋航空中国籍空乘张立坤介绍，中国往返迪拜的航班几乎班班都是满的，其中经济舱的客人大部分是中国人，公务舱则有一半是中国客人。

迪拜很多项目停工

就在记者到达迪拜当天，阿联酋资产最大银行国家银行 NBD 银行公布的其上半年业绩报告显示，该银行上半年总收入为 48.7 亿迪拉姆，同比下挫了 11%；净利润为 15 亿迪拉姆，与去年同比暴跌了 28%。第二季度 NBD 银行净利润为 4.03 亿迪拉姆，同比更是深跌了 53%。

据新华社驻阿布扎比记者安江介绍，金融危机令世界不少在迪拜投资的商人中途撤资，导致很多项目一直停滞不前。不过，当地导游表示，不少中国参建的项目依然在进行。不过在迪拜机场，令记者赶到惊讶的是，任何柜台都有中国籍导购员。即便是在迪拜最大的购物广场迪拜摩里，一些奢侈品牌店里也不乏中国籍导购。

案例分析：

迪拜的帆船酒店 2007 年后重点拓展中国市场，没有投一分钱在中国做广告，只是在国内的几家报纸类似媒体上面做了几篇系列软文，就起到了很好的宣传效果。

后续跟进：

这篇文章的核心内容被新华网、人民网、搜狐、腾讯等各大门户网站争先转载，被其他平面媒体报道引用。结果帆船酒店成了国内富商、明星等争相参观的景点，以及入住的首选。

案例反思：

传统的营销工具主要有：广告、人员推销、销售促进、公关关系，不管是那种工具所花的费用都非常高。在互联网迅猛发展的今天，网络媒体、博客、论坛、微博、微信已经深入了人们的生活。营销工具也需要在新的媒体中进行改进。软文营销因为载体的变化也迎来了新的改革，软文营销整合平面媒体、网络媒体和自媒体（微博、微信、博客等），通过软文关键词的植入，在搜索引擎中的检索效果也越来越强。

案例启示：

软文可分为传统软文和网络软文。传统软文以杂志、报纸、海报、书籍、信函、宣传册等为主；网络软文基于互联网的形式存在，可以演变为博客、论坛、微博、微信、QQ 留言、E-mail、网络签名、电子书、百度文库、百度问答等。