



## 自谋“华”系

**案例编号：**TJVI-S&M-027

**案例名称：**自谋“华”系

**发生部门：**市场销售部

**案例描述：**

近日，一则重磅传闻在成都酒店圈内不胫而走——万达集团准备将成都索菲特万达大饭店售出，接盘者将是四川本土房企泰合集团。

成都商报记者 2014 年 3 月 17 日从索菲特万达大饭店了解到，目前酒店仍归属于万达集团，不过据一位知情人透露，泰合集团已经派高层作为业主代表就转让一事处理相关交接手续，最快本周内最慢本月底可能就会有结果。

“索菲特万达大饭店”在成都耳熟能详。这家五星级酒店是成都最早的五星级酒店之一，也是大连万达集团在西部设立的第一家五星级饭店。目前，这家酒店正面临被出售的命运。

知名度颇高的索菲特万达为何会被转让？索菲特万达公关部表示，在雅高集团经营下，酒店业绩并没有出现任何问题，与万达的合作也非常顺利。而上述知情人士透露，万达集团企图出售索菲特万达并不是因为资金紧缺，也不是因为酒店管理方雅高集团与万达合作出现问题，“王健林对这家酒店其实很有感情，每年春节都在这里住，今年春节都住在这边。”目前索菲特万达大饭店市场营销部工作十分紧凑，有业务员在接听电话时表示酒店将涨价或已没有房间。

早在 2012 年底，索菲特万达大饭店就曾传出更名传闻。酒店业主方万达集团和管理方雅高集团签订的管理合同期限为 10 年，若以索菲特万达大饭店的开业事件估算，合同到期时间为 2013 年年底或 2014 年年初。当时有业内人士猜测，万达集团很可能会收回经营权，开始自主经营万达自有酒店品牌，毕竟该酒店是成都目前经营业绩最好的五星级酒店之一。但此次传出万达集团可能会出售索菲特万达大饭店的消息，多少让业界感到意外。

**案例分析：**

万达之所以出售索菲特万达，原因或是其正在成都打造的自有酒店品牌。公开资料显示，距索菲特万达仅一墙之隔，就是万达集团 2013 年底刚以 5.78 亿元价格拿到的地块，面积为 13.44 亩。万达集团将在索菲特万达旁边建立一家拥有万达自有品牌的“七星级酒店”。万达集团旗下目前拥有五星级酒店品牌万达嘉华、超五星级酒店品牌万达文华及顶级奢华酒店品牌万达瑞华三大品牌。从万达集团酒店营销策略来看，它准备在中国自谋本土品牌，打造属于自己的酒店“帝国”，这是它品牌营销的一种表现。

**后续跟进：**

企业案例

制作单位：天津职业大学



万达集团官网透露，2014年万达酒店建设公司新开业18个五星和超五星酒店，新增客房5485间，累计开业酒店72家，酒店管理公司收入47.8亿元。据《第一财经日报》报道称，在万达今年新开业的18个酒店中，有17家为自营品牌，1家为委托经营。

万达集团目前旗下拥有五星级酒店品牌万达嘉华、超五星级酒店品牌万达文华及顶级奢华酒店品牌万达瑞华三大品牌。前不久，北京万达铂尔曼酒店已更名为“北京万达嘉华酒店”并进行自营。

#### **案例反思：**

面对目前酒店业激烈的竞争，各家高星级酒店在硬件和服务上的差别正变得越来越小，酒店间最大的差别就是品牌所带来的差别。可以说，在未来的酒店业竞争中，得品牌者得市场，得市场者得天下，品牌培育与提升已成为酒店生存与发展的重中之重，是酒店核心竞争力的外在体现和来源。

#### **案例启示：**

现代企业的竞争是形象竞争、品牌竞争。一个品牌的诞生、发展及成熟，直至深入人心，远不是靠在感观上做文章所能解决的问题，它与企业的全部生产经营活动息息相关。没有品牌战略，就难以形成持久的企业核心竞争力；没有核心竞争力的企业则必然是没有品牌战略的企业。