

瑞吉强化全球市场布局 酒店总数将超 40 家

喜达屋瑞吉酒店及度假村和豪华精选全球品牌负责人罗健表示，未来，计划将品牌继续拓展至世界各地，瑞吉酒店总数将超过 40 家。



图/ [喜达屋](#)瑞吉酒店及度假村和豪华精选全球[品牌](#)负责人罗健(Paul James)

喜达屋酒店集团旗下奢华品牌瑞吉酒店，7 月 13 日至 15 日，在深圳举办瑞吉酒店品牌推广会。喜达屋表示，将持续强化瑞吉品牌在全球市场的布局，而中国在既有的五家瑞吉酒店外，还将在长沙、成都、丽江、珠海等地开设新酒店。

喜达屋瑞吉酒店及度假村和豪华精选全球品牌负责人罗健表示，未来，计划将品牌继续拓展至世界各地，瑞吉酒店总数将超过 40 家，进驻城市包括了北美和南美地区的美国拜耳海港、墨西哥里维埃拉玛雅、阿根廷布宜诺斯艾利斯，还有欧洲、非洲和中东地区的阿联酋阿布扎比、约旦安曼、埃及开罗、卡塔尔多哈和毛里求斯，以及亚洲的印度诺伊达、马来西亚吉隆坡，和中国长沙、成都、丽江、珠海等地。

据了解，2011 年瑞吉酒店总数达近 30 家，其中包括位于中国北京、天津、三亚、深圳和拉萨一共 5 家。

喜达屋奢侈品牌的定位，乃顺应宏观趋势推动奢侈品牌行业增长。在谈到喜达屋奢侈品牌的战略时，罗健[分析](#)到，目前奢侈品行业有三大主要趋势，分别为经济格局的新兴市场和财富集中现象的增长、奢侈消费主体的婴儿潮一代的力量和 Y 一代消费者的出现，以及奢侈品偏好的更加专注于消费者体验、质量和个性化。

因此，定位为超越期待的瑞吉品牌与奢侈品趋势的联系主要分为三方面，1. 新兴市场。此部分的传播渠道 100%都是在北美地区之外。2. 新增奢侈品消费者。也就是说集中吸引 Y 一代，同时，透过品牌历史吸引婴儿潮一代。3. 体验与个性化，以象征个性化的[管家服务](#)，以及家庭传统项目为主。