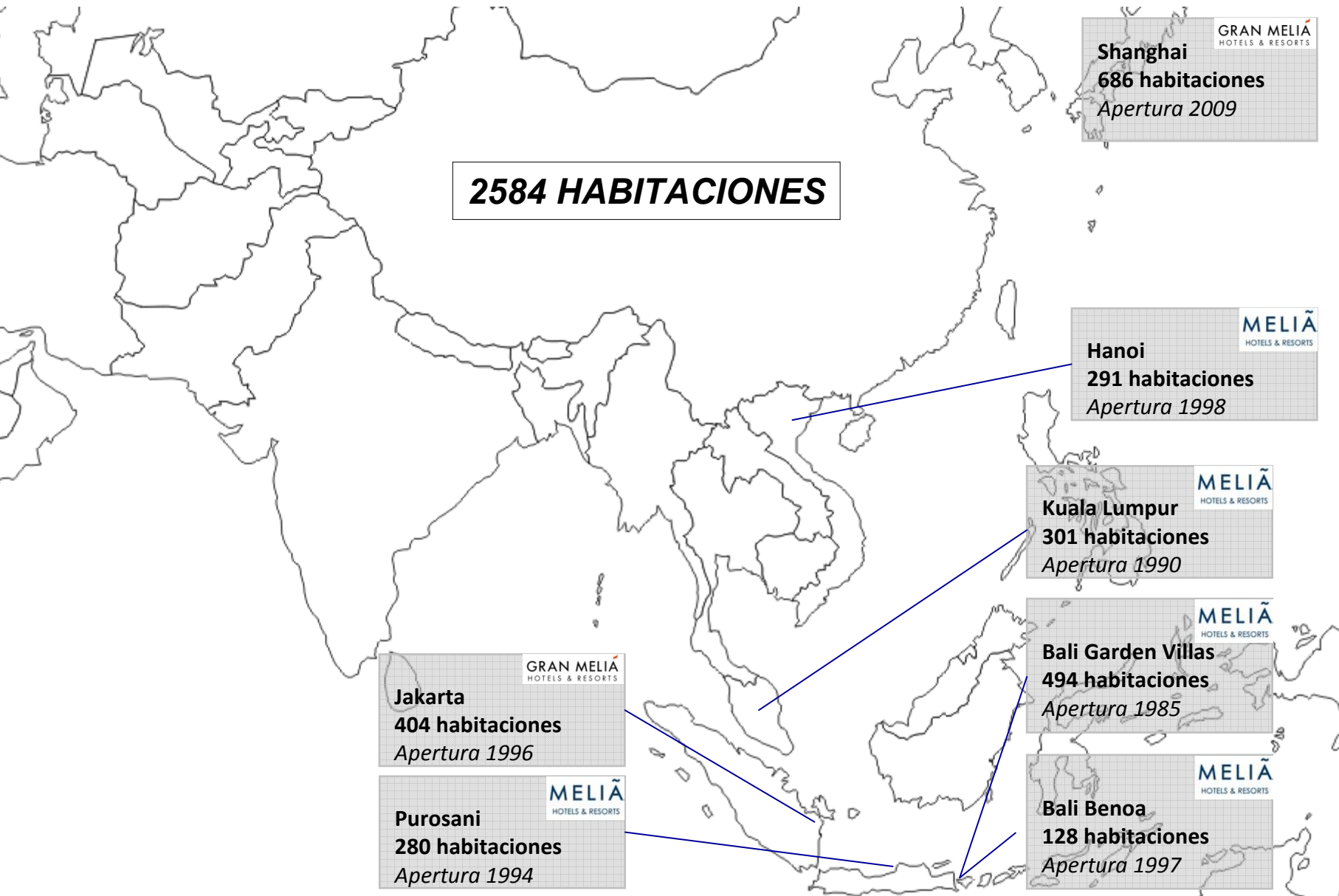


Sol Meliá en el mercado asiático



- **Sol Meliá en el mercado Asiático**
- **Algunos datos a tener en cuenta**
- **Estrategia de Sol Meliá en el mercado Asiático**

MAS DE 25 AÑOS EN EL MERCADO



- **1ª Cadena Española** en abrir un hotel en Asia – Bali 1985
- **Única Cadena Española** con presencia en China
- Mas de **82 MM de Euros** en Ingresos en la división
- Con márgenes de beneficio cercanos **al 50% de los ingresos**
- **1.000.000** de Estancias de clientes en estos hoteles
- De los cuales el **76,3% son locales**

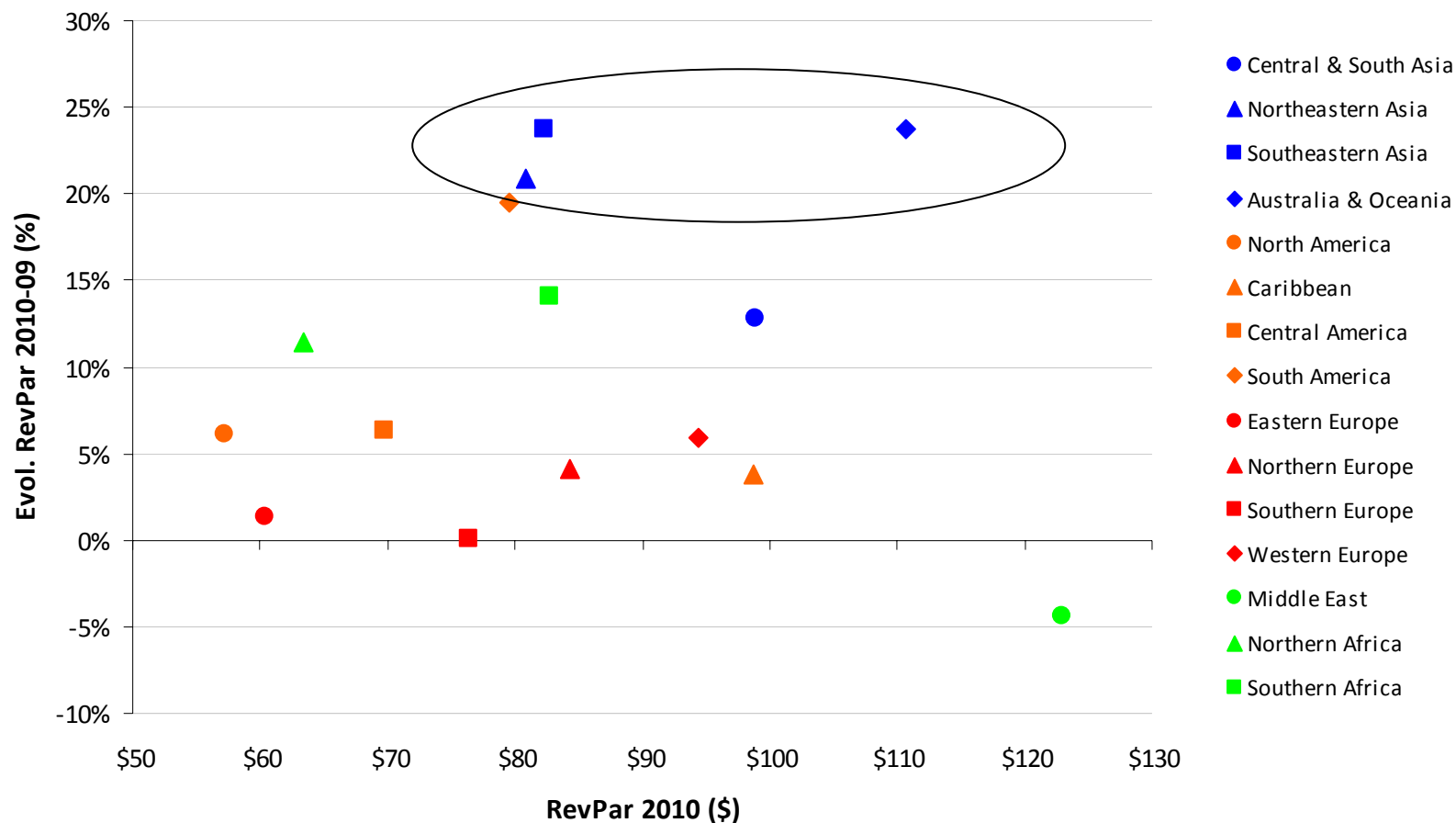
MAS DE 25 AÑOS EN EL MERCADO

GRAN MELIÁ HOTEL SHANGHAI



- **Sol Meliá en el mercado Asiático**
- **Algunos datos a tener en cuenta**
- **Estrategia de Sol Meliá en el mercado Asiático**

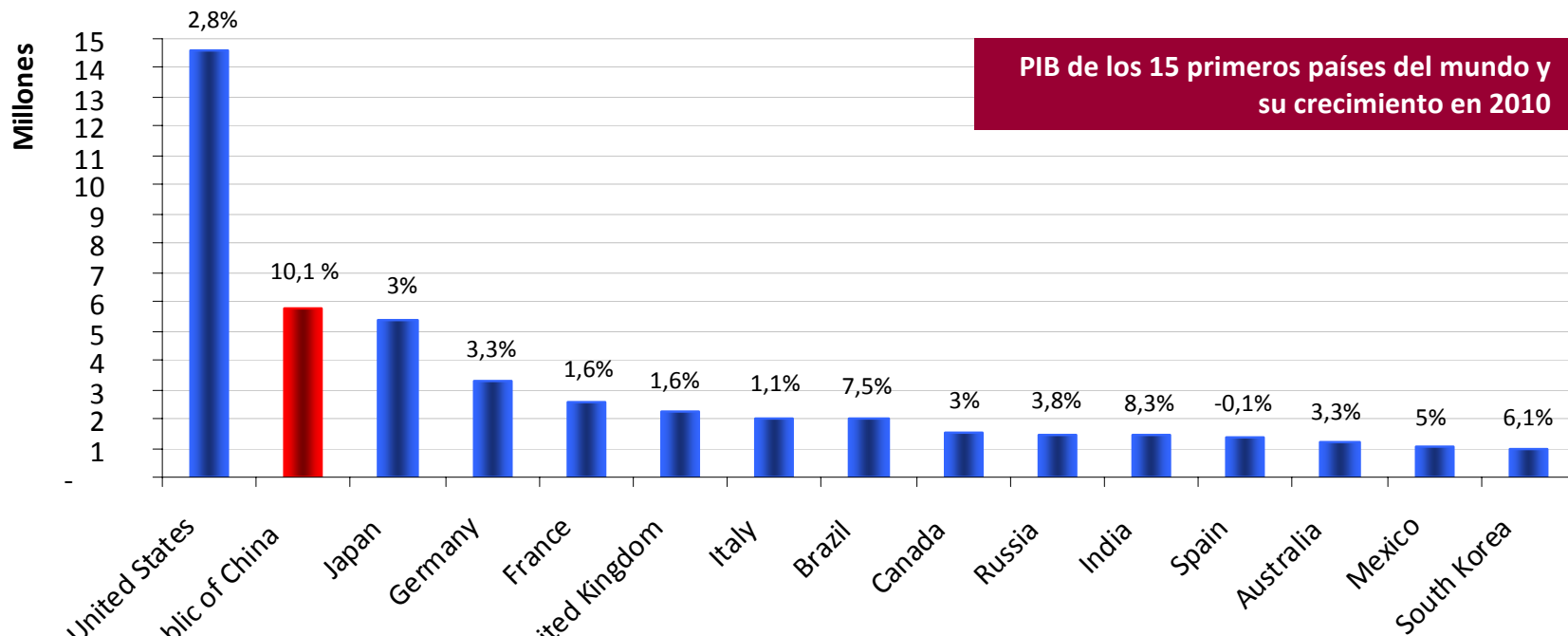
Mercado hotelero mundial 2010



- **Asia se ha convertido en 2010 en el principal motor del crecimiento del mercado hotelero mundial. Todos sus regiones han crecido por encima del 20%.**
- **Dentro de la región, China es el segundo mercado que más ha crecido (29,5%), tras Singapur (37,2%) aunque su RevPar es un 23% inferior a la media de la región.**

*STR Glob

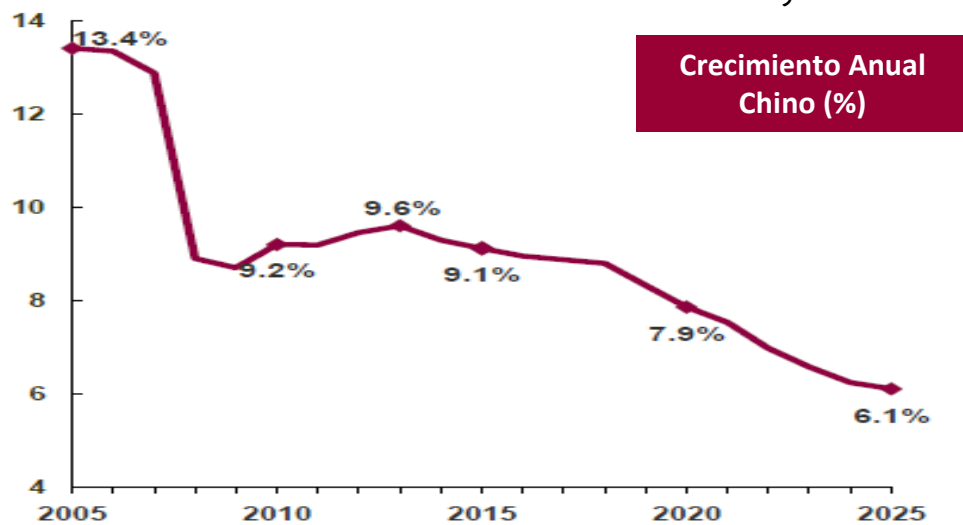
Evolución de la economía mundial 2010



PIB de los 15 primeros países del mundo y su crecimiento en 2010

Principales Drivers de crecimiento Chino

- **Rápida urbanización**
- **Inversión masiva en infraestructuras**
- **Incremento del consumo privado**

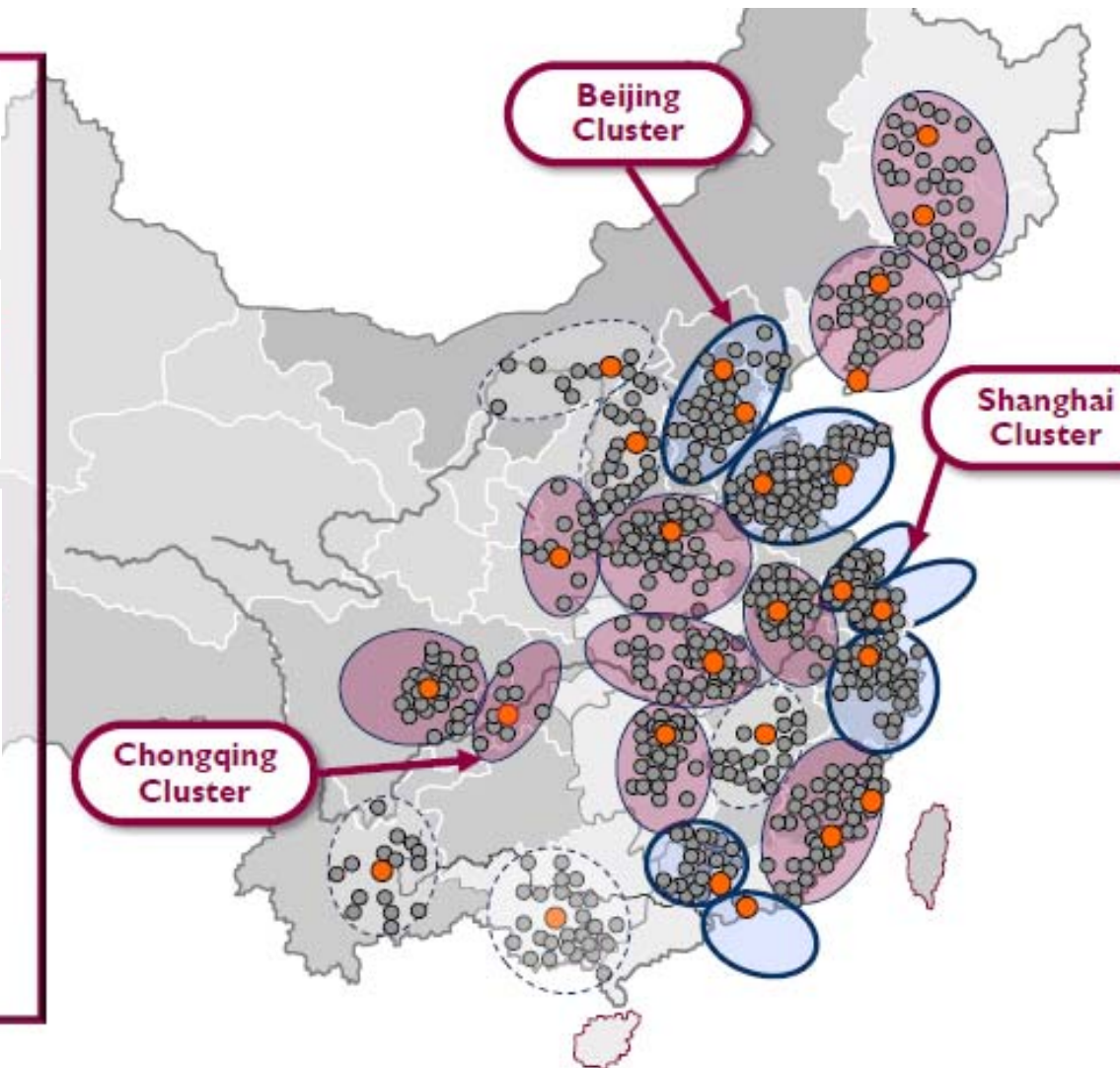


Crecimiento Anual Chino (%)

2010 CIA Economybook; McKinsey Global Institut

Urbanización China en 2025

- 22 Clusters (7% del territorio) generará el 72% del PIB en 2015
- Los de Shanghai y Beijing aportarán más del 21% del PIB en 2015
- China Central y Occidental experimentarán el mayor crecimiento por el empuje gubernamental. Por ejemplo, al PIB de Chongqing se le espera un crecimiento del 14% anual

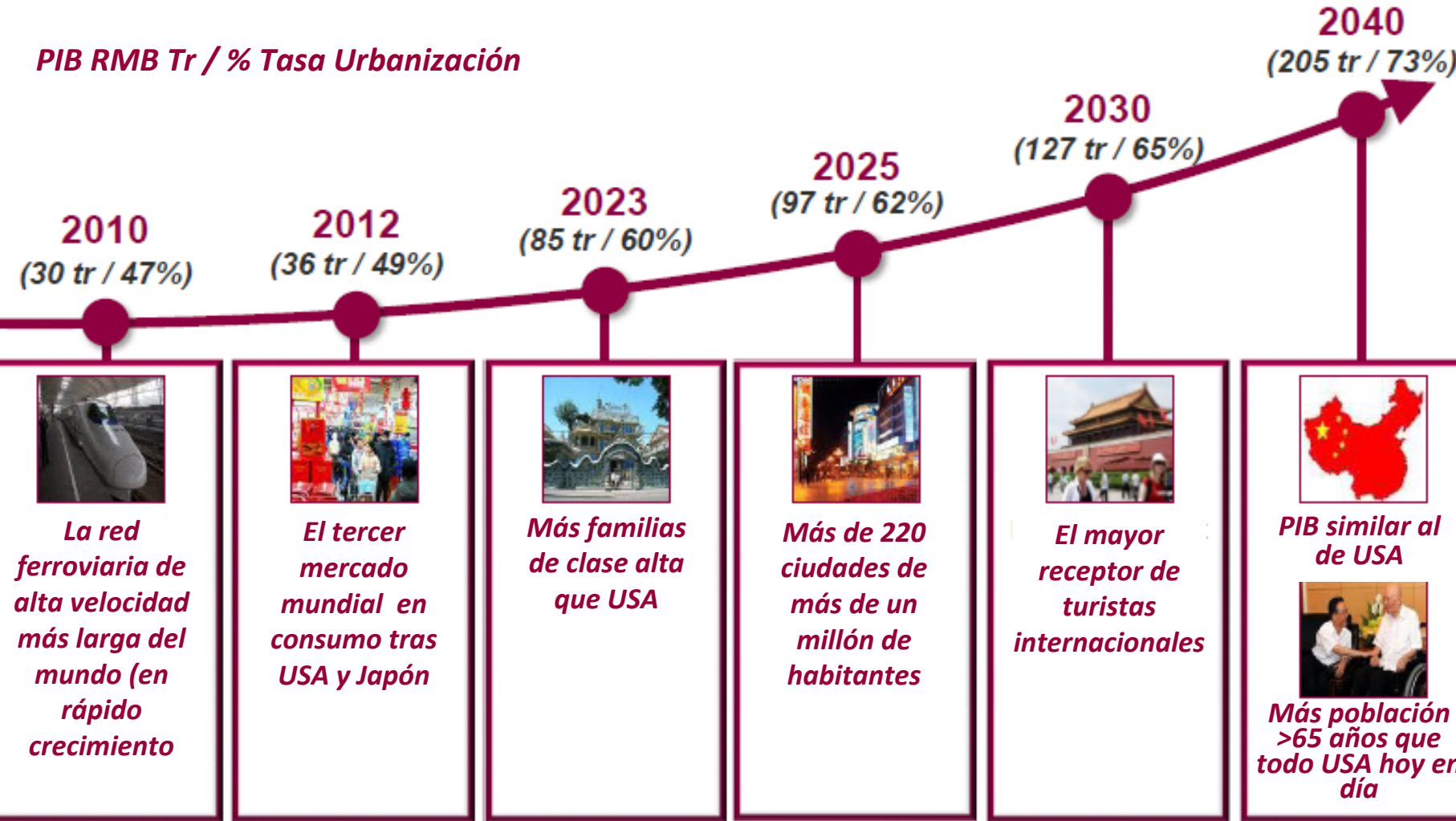


*92% PIB Urbano

*McKinsey Insights China

En 30 años China tendrá...

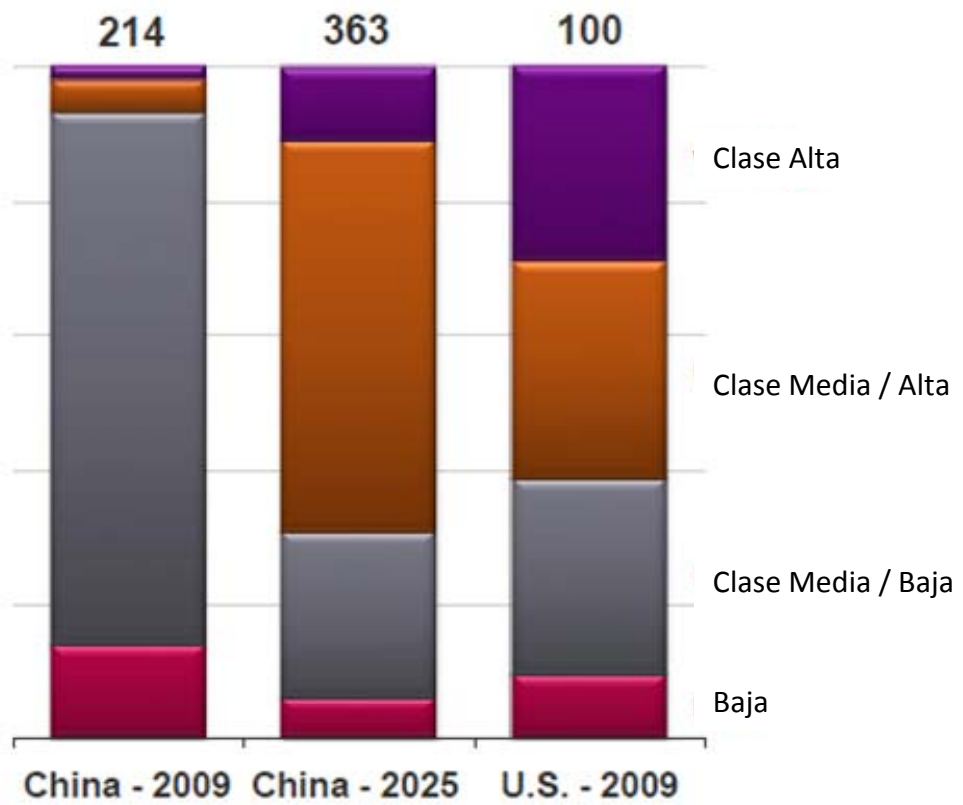
PIB RMB Tr / % Tasa Urbanización



*McKinsey Insights China

Evolución de las clases medias chinas determinará la evolución de la demanda de ocio y negocio

Distribución de familias urbanas por ingresos



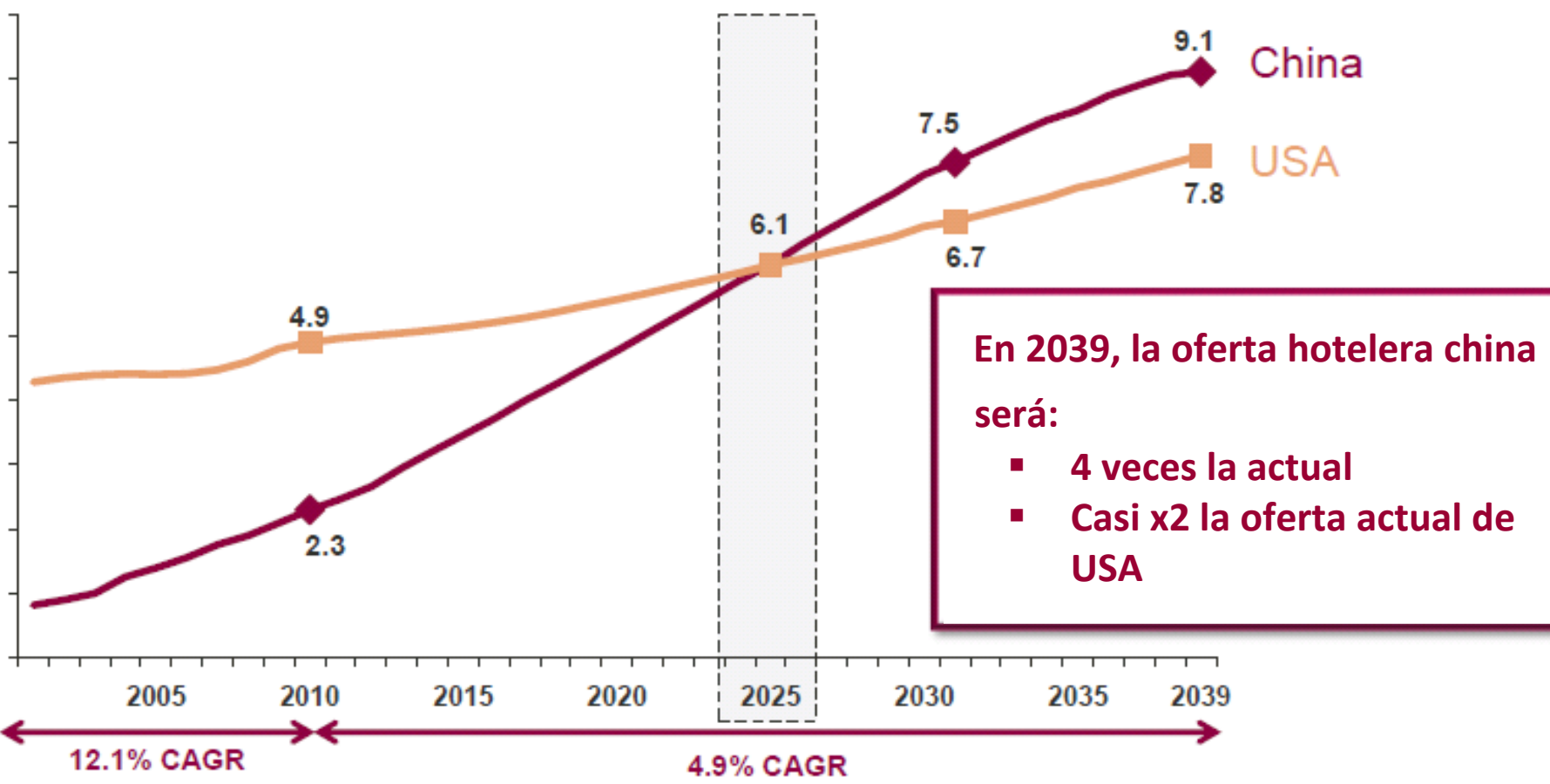
- En menos de 15 años las clases urbanas medio/altas y altas duplicarán la de USA
- La edad media de la clases alta china es mucho más joven:
 - China: 80% <45 años
 - USA: 30% <45 años
- La distribución de clases altas entre diferentes ciudades es similar a la estadounidense (Shanghai = Chicago)

Baja: <27 kRMB; Media/Baja <79 kRMB; Media/Alta <171 kRMB; Alta > 171 kRMB

*McKinsey Insights China; US Census Bureau

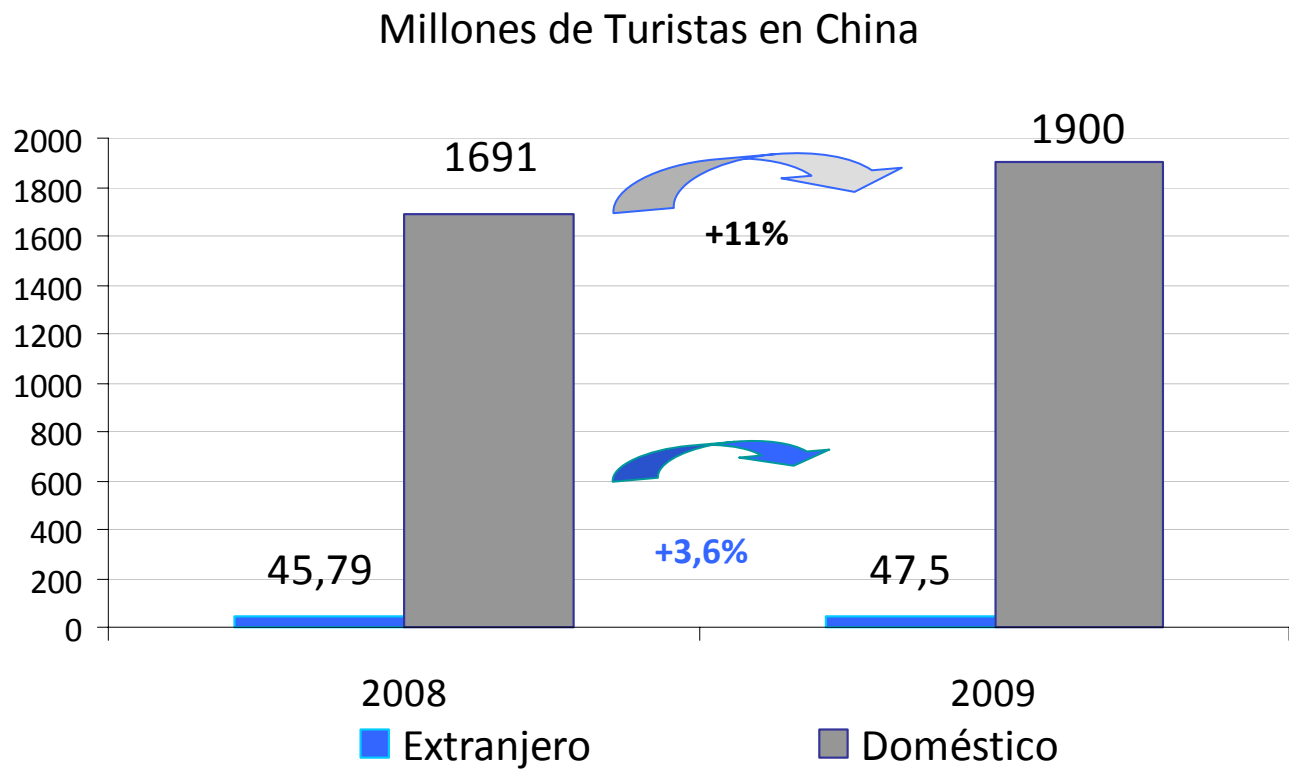
El mercado hotelero chino superará al estadounidense como líder mundial en 2025

Proyección de la oferta hotelera china



*UNWT

Mercado Interno



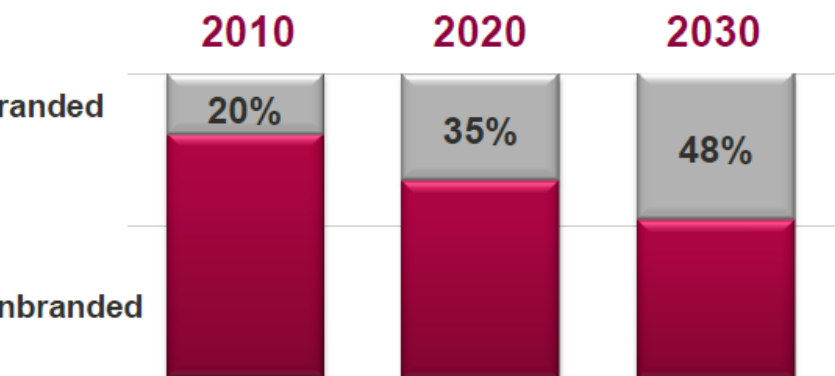
Mercado Emisor

- China será en 2020 el principal emisor de turistas mundial
- Más de 100 Millones de ciudadanos chinos viajaran al extranjero en 2020
- España recibe hoy 450.000 ciudadanos chinos y se espera 1.000.000 en 2020

*UNWTO

Oportunidad para las marcas en el mercado Chino

China branded¹ rooms share growth



Other markets branded¹ rooms share

US = 70%

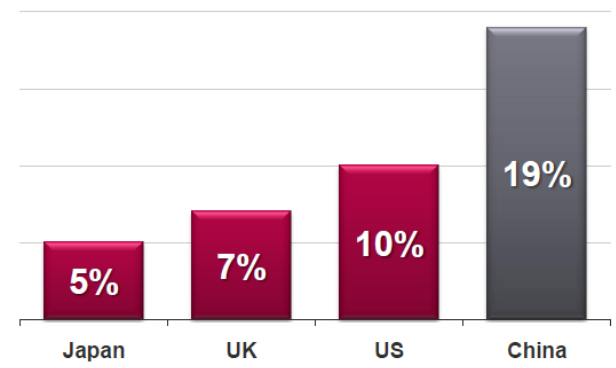
UK = 60%

Continental Europe = 40%

Chinese consumers prefer famous brands

% of strongly agree or agree

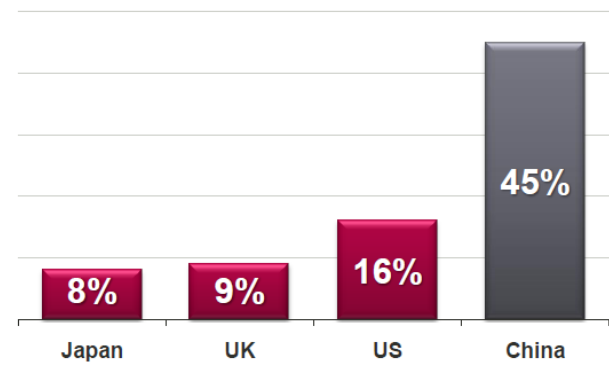
"I always buy famous branded products even though the price may be slightly more expensive"



They believe well-known brands signal quality

% of strongly agree or agree

"Well-known brands are of better quality"



Fuente: McKinsey Insights china

- **Sol Meliá en el mercado Asiático**
- **Algunos datos a tener en cuenta**
- **Estrategia de Sol Meliá en el mercado Asiático**

- **Expansión de las marcas Gran Meliá, Meliá Me e Ininside**
- **Adaptación del producto hotelero al actual y futuro cliente asiático**
- **Generar Brand Awareness**
- **Generar relaciones con las agencias y TTOO locales (ejem. Jing Jang) desde un punto de vista emisor**
- **Incorporación del producto hotelero mundial a las principales OTA's Chinas (ejem. c-trip).**

*Movimiento de negocio a nivel Local **Asia** • Negocio a nivel Emisor **Internacional***