Successo di NH in Cina: è il brand alberghiero di maggior richiamo per gli investimenti

NH Hotel Group ha ricevuto il premio AHF Asia Hotel nella categoria **Brand alberghiero dell'anno** per il maggior richiamo per gli investimenti. Durante il 2016 AHF International Hotel Investment Summit & 3rd Hotel Asset Management Conference di Pechino, e in concomitanza con l'ingresso di NH Hotel Group nel mercato della **Cina**, il brand è stato riconosciuto per la sua capacità di generare rendimenti elevati e il ritorno sugli investimenti dei proprietari ed è stato premiato nei segmenti di categoria intermedia e lusso. Il convegno di tre giorni ha celebrato quest'anno la sua 9a edizione, riunendo oltre 800 delegati provenienti da 25 Paesi di tutto il mondo, compresi 350 tra gruppi alberghieri, sviluppatori e investitori.

I premi AHF Asia Hotel rappresentano uno dei riconoscimenti più autorevoli nel settore degli investimenti alberghieri. La giuria, composta da una commissione di esperti, ha premiato il meglio del settore ricettivo in Asia con 20 riconoscimenti suddivisi in 5 categorie.

"Il nostro obiettivo in Cina è quello di sviluppare gli hotel dei brand NH Hotels e NH Collection nell'area, creare migliori esperienze per i nostri clienti e generare maggiori profitti per proprietari e azionisti", dichiara Markland Blaiklock, direttore generale di NH China.

NH Hotel Group China, la joint venture tra NH Hotel Group e HNA Hospitality operativa dal marzo scorso, punta a sviluppare un portfolio di 120-150 hotel per l'anno 2020 a brand NH Hotels e NH Collection, rispettivamente nei segmenti di categoria intermedia/elevata e lusso.

L'apertura dei primi due hotel del brand NH Hotels, NH Haikou Meilan Airport e NH Sanya Phoenix Airport, è prevista a fine 2016.