Airbnb sbarca in Cina con un nuovo nome: "Aibiying", accogliersi con amore

La legge cinese impone ai brand che vogliono fare business in Cina di utilizzare un nome cinese. A questa regola si è dovuta piegare anche **Airbnb** che la scorsa settimana ha annunciato un ulteriore espansione del business a Pechino e il rebranding in arrivo.

Tra 11 nomi in lizza l'ha spuntata **"Aibiying" (???)** che letteralmente significa accogliersi l'un l'altro con amore. Un nome che però è stato subito oggetto di critica su Weibo, il twitter cinese, con diverse prese in giro, raccolte da questo articolo su Mashable.

Il colosso americano dovrà fare i conti con l'omologo servizio locale **Tujia** che conta già oltre 400mila appartamenti e servizi sviluppati internamente, dall'accoglienza degli ospiti alla gestione delle case per i proprietari. Inoltre ha dalla sua un investitore di peso: **C-trip**, la stessa che ha acquisito Skyscanner alcuni mesi fa.

Per essere accettata dal governo cinese Airbnb ha stretto accordi commerciali con Alibaba e Wechat e sta collaborando con molte città per la promozione turistica. Inoltre ha nel mirino l'acquisizione di un'altra diretta concorrente, **Xiaozhu**, altra startup di grande valutazione ma di minor successo rispetto al leader di mercato e che consentirebbe ad Airbnb di ampliare notevolmente il suo inventario fermo a circa 80mila appartamenti.