

TURISMO EMISOR CHINO - Sinopsis

PRINCIPALES CAMBIOS EN EL TURISMO EMISOR DE CHINA

1. CAMBIOS EN LA ELECCIÓN DEL DESTINO

Los turistas chinos ya no se limitarán solamente a tener en cuenta si el destino se encuentra "cerca" o "lejos", sino que estarán más interesados en saber si es "atractivo" o no, si es "divertido" o no, si se caracteriza por su "singularidad" o no.

2. CAMBIOS EN EL PROPÓSITO DEL VIAJE

La modalidad de viaje ha pasado del turismo urbano entre grandes ciudades al turismo "en serie", es decir, de las ciudades a las montañas y lagos, y también al campo.

3. CAMBIOS EN LOS PUNTOS PRINCIPALES DE VISITA Y CONSUMO

En las visitas turísticas urbanas, los turistas chinos están más interesados en la oportunidad de probar la comida e ir de compras (gangas), que a visitar lugares de interés histórico.

4. CAMBIOS EN LA ESTRUCTURA DEL GRUPO

Los nacidos después de los años 80 y los 90 se han convertido en el principal potencial de los viajes.

5. TENDENCIAS ONLINE

En comparación con otros grupos de viajeros, las mujeres se muestran más interesadas en las tendencias online. Con un incremento sobre todo de las nacidas después de los años 90 y 00, la inspiración online para viajar ganará terreno.

6. UN VIAJE DECIDIDO POR CAPRICHOS ES CADA VEZ MÁS FRECUENTE Y MÁS FÁCIL

Para muchos de los nacidos después de los años 80 y 90, los viajes ya no suponen una dificultad. Pueden pasar menos tiempo e incluso nada de tiempo buscando información sobre destinos y guías de viaje.

7. LOS SMARTPHONES HACEN QUE VIAJAR SEA MÁS INTELIGENTE Y CÓMODO

Según las encuestas significativas, el índice de penetración de los teléfonos inteligentes en China alcanza el 70%. La búsqueda de guías de viaje, la solicitud de visados, la reserva de hoteles, la compra de billetes de avión, la reserva de entradas, así como el pago de cualquier tipo de gastos, todo ello puede realizarse a través de los teléfonos móviles.

8. CAMBIOS EN EL MODELO DE NEGOCIO

Las agencias de viajes de China ya no se centran en la densidad y amplitud de la cobertura global de los productos turísticos, sino que dan más importancia a las cuestiones prioritarias, las ventas centralizadas y las ventas cruzadas, para centrarse en la parte que capta la mayor cuota de mercado, o la parte que genera el mayor beneficio.

9. CAMBIOS EN LA ESCALA DE CONSUMO

Con la continua mejora de la estructura de consumo y el aumento de los ingresos de los consumidores chinos, su gasto en turismo en el extranjero está creciendo rápidamente.

10. EL AVANCE DE LA TECNOLOGÍA DE INTERNET/INTERNET MÓVIL FOMENTA MÉTODOS DE VIAJE PERSONALIZADOS

Con el avance continuo y el rápido desarrollo de la tecnología de Internet e Internet móvil, el suministro de productos y servicios de las agencias de viajes puede realizarse de acuerdo con las necesidades y pautas individuales de los consumidores.

PANORAMA GENERAL DEL MERCADO CHINO

PANORAMA GENERAL DEL DESARROLLO DEL TURISMO EMISOR DE CHINA EN 2017

En 2017, el turismo emisor de China alcanzó los 130.51 millones de viajes, con un crecimiento interanual del 7%.

El consumo total de turistas chinos en el extranjero en 2017 llegó a los 258.000 millones de dólares estadounidenses (alrededor de 1.69 billones de yuanes).

EL AÑO EN EL QUE SE TRASPASARON LOS LÍMITES

2017 fue un año de descubrimientos y aventuras para los viajeros chinos. Esto en lo que se refiere a los grupos de mayor edad, y particularmente entre los millenials, los nacidos después de 1980 y 1990.

Los millenials chinos quieren "experimentarlo todo". Quieren viajar más lejos de casa y permanecer durante más tiempo fuera para sacar el máximo provecho a estas experiencias. Son espontáneos y es más probable que reserven su alojamiento en el último momento y fuera de la temporada alta.

EL GASTO AUMENTA A MEDIDA QUE LOS VIAJEROS VIAJAN MÁS LEJOS

Millennials born after 1990 increased their travel spending by 80%. Los millenials nacidos después de 1990 aumentaron sus gastos de viaje en un 80%. También gastaron una mayor proporción de sus ingresos en viajes que otros grupos de edad. 36% nacidos después de los 90, comparado con alrededor de un 28% para los viajeros chinos en general. Los nacidos en los años 80 gastan más cada día - US\$346 (¥2204) por día frente a los US\$320 (¥2038) de los viajeros chinos en general.

ANÁLISIS DE LOS VIAJEROS CHINOS

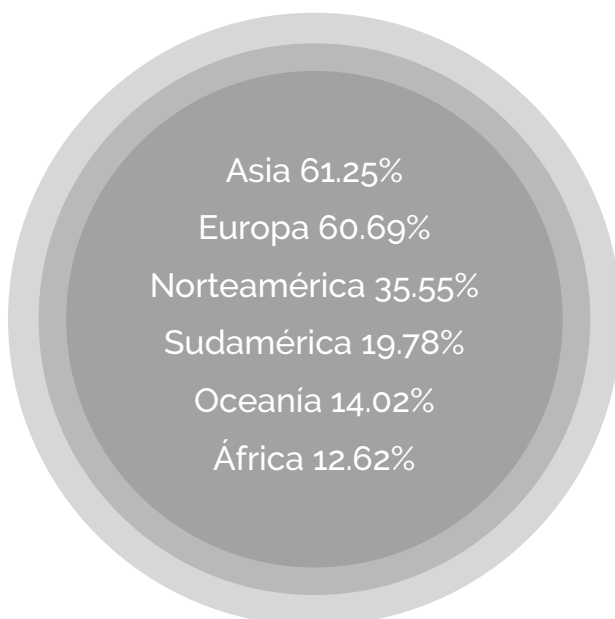
¿DE DÓNDE PROCEDEN?

La mayor parte de los turistas que salen del país proceden de Beijing, Shanghai y Guangdong, seguidos de Jiangsu, Shandong, Zhejiang, Tianjin, Fujian, Liaoning, Hebei, etc.

En cuanto a las ciudades, los turistas chinos que salen de las ciudades de primer nivel (Beijing, Shanghai, Guangzhou y Shenzhen llegan al 48,61%).

Ciudades de segundo nivel (otras capitales de provincia) al 41,61%.

¿DÓNDE HAN ESTADO?



Los países asiáticos más populares, Tailandia, Japón, Corea del Sur, Singapur y Malasia. Las ciudades asiáticas más populares: Bangkok, Tokio, Osaka, Pattaya, Seúl.

Los países europeos y americanos más populares: Reino Unido, Francia, EE.UU. Las ciudades más populares de Europa y América: Londres, París, Nueva York, Los Ángeles, Edimburgo.

LA EXPERIENCIA ES LA PRINCIPAL PRIORIDAD PARA LOS TURISTAS CHINOS.

EL PRECIO NO ES UN FACTOR DECISIVO
A LA HORA DE ELEGIR DESTINOS TURÍSTICOS.

Los turistas chinos se preocupan por:

La belleza y singularidad de las atracciones turísticas (56%)

Medio ambiente local/seguridad (47%)

Facilidad para la obtención del visado de visado (45%)

Hospitalidad de la población local con los turistas (35%)



TENDENCIAS DEL TURISMO EMISOR DE CHINA

"LIBÉRATE": "QUÉ Y CÓMO DISFRUTAR" DURANTE LOS VIAJES AL EXTRANJERO"

Los turistas chinos viajan al extranjero principalmente por placer, como por ejemplo para comer y hacer compras. El 78% elige el ocio como su principal prioridad.

La generación nacida después de los 90 es el grupo más aventurero, con un 16% que elige la aventura como tema de sus viajes. Los encuestados nacidos después de la década de los 80 se interesan más por la "comida" (58%) y las "compras" (49%), mientras que los encuestados nacidos después de la década de 1970 prefieren una experiencia de viaje relajante, con el ocio como su principal objetivo (82%).

El 49% de los turistas chinos prefieren viajes independientes; el 42% prefiere viajes semi-independientes; el 34% de los turistas chinos se decanta por viajes combinados; el 25% prefiere los viajes personalizados.

AMOR POR LO LOCAL

Cuando se trata de elegir en qué gastar el dinero, los viajeros chinos quieren sabor local y experiencias coloridas.

VIAJAN SOLOS LEJOS DE CASA

Ahora, se sienten entusiasmados por los viajes independientes a destinos desconocidos. Como resultado, viajan mucho más lejos de casa y se quedan durante más tiempo. El turismo de aventura y los alojamientos no convencionales son la norma.

TENDENCIAS DEL TURISMO EMISOR DE CHINA

LA INSPIRACIÓN PARA VIAJAR YA NO PROVIENE DE FUENTES TRADICIONALES COMO LIBROS Y REVISTAS, NI SIQUIERA PARA LAS GENERACIONES MAYORES

El cine y la televisión son la principal influencia, y con un 62% que afirmó ser una fuente clave de inspiración para los viajes.

RESERVA DE LOS MILENIAL QUE BUSCAN LA LLUVIA, EL GRANIZO O EL SOL

Los espontáneos millenials con experiencia están liderando una nueva ola de viajes fuera de las temporadas altas (las fechas excluyen Mar-Abr, Jun, Sep, Nov y Dic).



EL CONSUMO DEL TURISMO EMISOR DE CHINA

TENDENCIAS



EL CONSUMO DE TURISMO EMISOR DE CHINA HA AUMENTADO CONSTANTEMENTE, CON MARCADAS DISPARIDADES EN EL GASTO Y EL COSTE TOTAL ENTRE LOS DIFERENTES GRUPOS DE TURISTAS Y DESTINOS TURÍSTICOS



LOS HOTELES YA NO SON LA ÚNICA OPCIÓN DE ALOJAMIENTO PARA EL TURISMO EMISOR DE CHINA

Los turistas chinos ya no eligen invariablemente alojarse en hoteles, ampliando las opciones de alojamiento a lugares como alquileres vacacionales, posadas y casas de huéspedes.



EL TURISMO EMISOR DE CHINA DISFRUTA AHORA DE UNA GRAN VARIEDAD DE ESPECIALIDADES Y EXQUISITECES LOCALES

El tipo de comida que compran los turistas chinos varía según los destinos de viaje y depende de las especialidades locales.



UNA ALTA PROPORCIÓN DE TURISTAS CHINOS GASTAN DINERO EN LAS ATRACCIONES TURÍSTICAS CUANDO VIAJAN AL EXTRANJERO

El 99% de los turistas chinos que viajan al extranjero ha gastado dinero visitando atracciones turísticas, y muchos de ellos lo hacen en comida (75%) y en compras (68%).



LOS TAXIS Y EL TRANSPORTE PÚBLICO SON LOS PRINCIPALES MEDIOS DE TRANSPORTE UTILIZADOS POR LOS TURISTAS CHINOS



EL GASTO EN EVENTOS CULTURALES, RECREATIVOS Y DEPORTIVOS DURANTE EL VIAJE AL EXTRANJERO HA AUMENTADO

El 86% de los turistas chinos ha intentado experimentar más de la vida y costumbres locales visitando exposiciones, asistiendo a espectáculos musicales y eventos deportivos o relajándose en un bar o en un spa local.