EURASIAN TOURISM ASSOCIATION

ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА С КИТАЕМ

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА В КНР

ГОД ТУРИЗМА КАЗАХСТАНА В КИТАЕ

Карабаева Рысты – президент Евразийской ассоциации туризма

© Евразийская ассоциация туризма

ПО ДАННЫМ ВСЕМИРНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА (UNWTO) КИТАЙ ЯВЛЯЕТСЯ ВЕДУЩИМ РЫНКОМ В СФЕРЕ ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА. В 2019 ГОДУ КИТАЙСКИЕ ТУРИСТЫ ПОТРАТИЛИ НА ЗАРУБЕЖНЫЕ ПОЕЗДКИ 254,6 МЛРД ДОЛЛАРОВ США. ЭТА ЦИФРА ПОЧТИ В ДВА РАЗА БОЛЬШЕ, ЧЕМ У АМЕРИКАНЦЕВ, В ТРИ РАЗА БОЛЬШЕ, ЧЕМ У НЕМЦЕВ, И ПОЧТИ В ЧЕТЫРЕ РАЗА БОЛЬШЕ, ЧЕМ У БРИТАНСКИХ ТУРИСТОВ

EURASIAN TOURISM ASSOCIATION

Год	Число выездных туристов
2014	107 000 000
2015	117 000 000
2016	122 000 000
2017	131 000 000
2018	149 720 000
2019	**154 630 000 (1 место в мире)**
2020	20 330 000
2021	25 620 000
2022	10 300 000
2023 (1 половина)	40 300 000

Год	Число въездных туристов
2014	55 620 000
2015	56 890 000
2016	59 270 000
2017	60 740 000
2018	62 900 000
2019	**65 730 000 (4 место в мире)**
2020	7 970 000
2021	5 660 000
2022	нет данных
2023 (1 половина)	18 000 000

Китай, до пандемии занимавший первое место в мире по выездному туризму, в 2020 году потерял 86,9% туристов, а в 2022 году столкнулся с падением выездного туризма еще на 60% из-за строгих ограничений Китая по борьбе с COVID-19. Они были сняты только в декабре 2022 года, но уже в первом полугодии 2023 года число выездных туристов из материкового Китая достигло 40,3 миллиона человек.
По оценкам FMI (Future Market Insights), к концу 2032 года китайский рынок зарубежного туризма вырастет до 691 млрд долларов США.

Согласно статистическим данным UNWTO в 2019 году, по численности приема туристов из зарубежных стран, Китай занимал четвертое место в мире после Франции, Испании и США.

В 2020-2023 годах произошел резкий спад в туристской отрасли в целом из-за пандемии Covid-19.

Источник: UNWTO, National Bureau of Statistics of China

© Евразийская ассоциация туризма

В ЯНВАРЕ 2021 ГОДА ГОССОВЕТ КНР ОПУБЛИКОВАЛ ПЛАН РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО СЕКТОРА СТРАНЫ НА ПЕРИОД 2021-2025 ГОДОВ. СОГЛАСНО ПЛАНУ К 2025 ГОДУ В КИТАЕ БУДЕТ СФОРМИРОВАНА БОЛЕЕ КАЧЕСТВЕННАЯ СИСТЕМА СОВРЕМЕННОГО ТУРИЗМА: КУЛЬТУРНОЕ РАЗВИТИЕ, ДОСТУПНАЯ СРЕДА И УСЛУГИ

Год	Число внутренних туристов	Доход от внутреннего туризма (млрд юаней)
2014	3 611 000 000	3,031.2
2015	4 000 000 000	3,419.5
2016	4 440 000 000	3,939.0
2017	5 001 000 000	4,566.1
2018	5 539 000 000	5,127.8
2019	6 006 000 000	5,725.1
2020	2 879 000 000	2,228.6
2021	3 246 000 000	2,919.1
2022	2 530 000 000	2,044.4
2023 (3 квартала)	3 670 000 000	3,700.0 (420 млрд долларов США)

Источник: National Bureau of Statistics of China

© Евразийская ассоциация туризма

Число посетителей, въехавших в Казахстан из Китая

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Число посетителей (чел.)	154 226	205 066	228 617	111 706	117 465	94 817
	2018	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023 (9 мес.)**
Число посетителей (чел.)	51 418	77 621 **(9 место среди стран мира)**	14 551	11 118	37 276	41 728

Число посетителей, выехавших из Казахстана в Китай

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Число посетителей (чел.)	385 584	336 736	230 927	217 895	226 515	189 881
	2019	**2020**	**2021**	**2022**	**2023 (9 мес.)**	
Число посетителей (чел.)	209 155 **(5 место среди стран мира)**	69 456	68 935	170 748	201.276	

Источник: Бюро национальной статистики РК, Пограничная служба КНБ РК

Несмотря на общую государственную границу и последствия пандемии, Казахстан для Китая был и остается неизведанной и полной загадок страной, в отличие от казахстанских туристов, для которых Китай – одна из самых популярных дестинаций. Разница между въездным и выездным потоками туристов составляет почти 5 раз.

С 10 ноября 2023 года в силу вступил **двухсторонний безвизовый режим** сроком до 30 дней между Республикой Казахстан и Китайской Народной Республикой.

2024 год объявлен **Годом туризма Казахстана в Китае**, что означает возможность привлечения туристов из Китая.

© Евразийская ассоциация туризма

EURASIAN TOURISM ASSOCIATION

ЗАДАЧИ ГОДА ТУРИЗМА КАЗАХСТАНА В КИТАЕ:

- Увеличение взаимного туристского потока между странами (до 300 тысяч туристов в каждом направлении),
- Создание новых туристских продуктов,
- Открытие прямых авиарейсов,
- Открытие новых маршрутов путешествий.

© Евразийская ассоциация туризма

ОЖИДАЕМЫЙ ПОТОК ТУРИСТОВ:

- Туристы из приграничных регионов (~100 тысяч человек),
- Туристы из внутреннего Китая (~150 тысяч человек),
- Самостоятельные туристы (~50 тысяч человек).

© Евразийская ассоциация туризма

РЕГИОНЫ КАЗАХСТАНА ПО ПРИГРАНИЧНОМУ ТУРИЗМУ:

- Алматинская,
- Жетысуская,
- Восточно-Казахстанская,
- Абайская области.

© Евразийская ассоциация туризма

РЕГИОНЫ КАЗАХСТАНА ПО ПРИЕМУ ОРГАНИЗОВАННЫХ ТУРИСТОВ ИЗ ВНУТРЕННЕГО КИТАЯ:

- Астана,
- Алматы,
- Шымкент,
- Актау,
- Тараз,
- Акмолинская область,
- Туркестанская область.

© Евразийская ассоциация туризма

ТУРИСТЫ

Организованные (B2B)

Казахстанские туроператоры принимают организованные группы через отправляющие компании Китая

Самостоятельные

Без визы, без ограничений, могут ездить по всему Казахстану

© Евразийская ассоциация туризма

СОЗДАНИЕ ТУРПРОДУКТА

Для организованных групп

Программы туроператора

Для самостоятельных туристов

Оказание услуг на месте: экскурсии, шопинг, аренда транспорта, билеты на мероприятия, рестораны и т.д.

© Евразийская ассоциация туризма

EURASIAN TOURISM ASSOCIATION

МАРКЕТИНГ:

- Мероприятия Года туризма Казахстана в Китае: презентация возможностей туризма в Китае на целевых рынках, т.е. в конкретных провинциях,
- Реклама через китайские социальные сети,
- Реклама от туристов,
- Участие в туристских выставках,
- Инфотуры для туроператоров из целевых рынков.

© Евразийская ассоциация туризма

КИТАЙСКИЕ ТУРИСТЫ ПРЕКРАСНО РАЗБИРАЮТСЯ В ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ

EURASIAN TOURISM ASSOCIATION

- Согласно аналитике компании McKinsey, Китай – страна с **одним из самых продвинутых в сфере цифровых технологий образом жизни**. Китайские путешественники мобильны, нетерпеливы и не носят с собой бумажники с наличными. Они часто испытывают «цифровую тоску по дому», находясь за границей.
- Китайские интернет-гиганты могут обеспечить кратчайший путь к запуску цифровых сервисов. Поэтому **вместо того, чтобы создавать цифровые сервисы с нуля, иностранные поставщики туристских услуг могут привлекать китайских путешественников через те платформы, которые они используют ежедневно**.
- Такие цифровые приложения, скорее всего, **станут в будущем нормой, а не отличительным признаком**, поэтому туристским компании, которые заинтересованы в продвижении на китайском рынке, стоит обратить внимание на его цифровые аспекты.
- Социальные сети – еще один аспект, который становится важнейшим источником вдохновения для путешествий. **Короткое видео в наши дни является основным каналом влияния на все возрастные группы и типы потребителей**.

COVID-19 заставил людей проводить больше времени в Интернете – теперь короткие видеоролики и прямые трансляции стали лучшими вариантами онлайн-развлечений в Китае. В первой половине 2022 года китайские потребители тратили 30 процентов времени своего мобильного Интернета на просмотр коротких видеороликов.

Поэтому международные туристские компании, стремящиеся привлечь китайских путешественников, должны следить за социальными сетями и в полной мере использовать ключевых лидеров общественного мнения.

© Евразийская ассоциация туризма

ПРОФИЛЬ КИТАЙСКОГО ПУТЕШЕСТВЕННИКА ПОСЛЕ ПАНДЕМИИ

EURASIAN TOURISM ASSOCIATION

Отмечаемые экспертами European Travel Comission тенденции включают растущую важность путешествий небольшими группами или самостоятельно организованных туристов с семьей, друзьями или коллегами, а не больших пакетных туров вместе с незнакомцами. Другими главными тенденциями являются:

- Молодежь в Китае очень интересуется **устойчивым развитием и экологической темой**, поскольку Китай, как и другие страны, так же страдает от последствий изменения климата.
- **Аутентичность** также приобретает все большее значение, поскольку все больше путешественников хотят узнать о местной еде и познакомиться с местной жизнью, помимо фотографирования достопримечательностей.
- Настроение китайских потребителей смещается в сторону **общественных связей, оздоровления, локализации** и стремления к упрощенной, но все же комфортной жизни, включая путешествия.
- **Активный отдых на природе и на свежем воздухе**, в том числе туры на автомобиле и автофургонах, выбирали многие в течение долгих лет путешествий только внутри страны, а кемпинг и его роскошная версия «глэмпинг» превратилась в новое времяпрепровождение для многих людей.
- **Предложения в области цифровизации, игр, дополненной и виртуальной реальности** также будут играть большую роль в решении китайских путешественников, под влиянием предложений, ориентированных на высокие технологии, которые недавно разработали в китайской индустрии внутреннего туризма и гостеприимства.
- **Покупкам будет уделяться меньше внимания**, чем раньше, хотя оно и продолжит быть устойчиво высоким. Вместо этого часть бюджета будет перенаправляться на изысканные рестораны и развлечения.

© Евразийская ассоциация туризма

EURASIAN TOURISM ASSOCIATION

ЕВРАЗИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ ТУРИЗМА

Республика Казахстан, 010000, город Астана,
ул. Бейбитшилик 8, Ramada by Wyndham, офис 207

www.eurasiantourism.com
info@eurasiantourism.com