



КОМИТЕТ
ПО ТУРИЗМУ
ГОРОДА МОСКВЫ

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА
И ГОСТЕПРИИМСТВА
М★СКВЫ

ПРИОРИТЕТНЫЕ РЫНКИ | МАРКЕТ-ТРЕК

КИТАЙ

Москва, 2023

МЕТОДОЛОГИЯ

Справка о стране и туристическом потенциале

Метод: кабинетное исследование

Источники: datareportal.com, Statista, Worldbank, UNWTO, ETC, Euromonitor, Hellolanguage.ru, Мостуризм, Погранслужба ФСБ России, ЕМИСС, Ipsos, mckinsey.com, ef.ru, UNWTO, iz.ru, ria.ru, COTRI, ceicdata, IHG_Future_Chinese_Travel, migrationdataportal.org, forbes.ru, seoagencychina.com, Dragon Trail Chinese Sentiment Report, Nielsen, rzd-partner.ru, "Правовой центр "Бизнес-решения", ivisaonline.com, kdmid.ru, Мир без границ, laowai.ru, pravda.ru, newizv.ru, Минэконом развития, fedpress.ru.

Даты: 2016-2023 гг.

Метод: экспертные интервью

Целевая аудитория: представители туриндустрии Китая и Москвы: Гиды Москвы, Туроператоры (принимающие и отправляющие), Представитель китайской ассоциации туристических услуг Чжанцзяцзе, Представитель китайской палаты международной торговли филиал провинции Хунань, Представитель комитета по науке и искусству Китайского фонда международного научного обмена, Представитель комитета по национальному туризму Чжуншань

Даты: март 2023г.

Условные обозначения:



Мнение
эксперта



Соцдем
портрет



Туристические
предпочтения



Срок
поездки



Типично
для Москвы



Доход



Место
покупки тура



Туристические
расходы

СПРАВКА

ПРИОРИТЕТНЫЕ РЫНКИ

Маркет-трек. Китай. Основные тезисы.

- Темпы роста китайской экономики опережают мировые темпы.
- В динамике последних лет наблюдается заметный рост благосостояния китайских граждан. В 2021 г. уже порядка 40% домохозяйств обладали высокими и выше среднего доходами. По прогнозам к 2025 году доля таких домохозяйств увеличится до 54%¹.
- Китайский турист обладает одним из самых высоких средних чеков, среди основных стран по числу выездных поездок граждан (по миру).
- В доковидные годы китайский выездной туризм показывал хорошие темпы роста. По прогнозам в 2023 году объем выездного туристского потока китайских граждан составит до 70% от показателя 2019 г. (102 млн).

- Китайские социальные сети – один из самых популярных источников информации о дестинациях для будущих путешествий. По оценкам McKinsey, каждый китайский пользователь в среднем тратит около 47% времени на социальные сети от всего времени пребывания в Интернете и мобильных сервисах (WeChat, Douyin, Weibo и др.)¹.
- В настоящее время китайцы также активно пользуются платформами ОТА (online travel agencies) – онлайн-сервисами для организации путешествий. Лишь 5% бронирований в Китае совершается офлайн через посещение туристических агентств, и лишь 3% совершается через телефонные звонки.
- Большинство туристов из Китая (59%) предпочитает краткосрочные поездки долгосрочным (41%). Также отмечается запрос китайских туристов на новые направления (порядка 78%)¹.
- Для китайских туристов очень важен вопрос адаптации городской навигации на их родной язык.

ПРИОРИТЕТНЫЕ РЫНКИ

Маркет-трек. Китай. Основные тезисы.

- Москва представляет очень большой интерес для китайского туриста, так как годовой темп роста турпотока в столицу России выше темпа роста по всем выездным международным поездкам из Китая. Уже сейчас отмечается **5-ти кратный рост прибытий китайских туристов в Москву** (сравнение 1-го кв. 2023 г. с 1-м кв. 2022 г.)¹.
- Москва входит в топ-10 городов для путешествий у китайских туристов. Май-сентябрь – основной сезон поездок китайских туристов в Россию.
- Культурно-познавательный туризм и шоппинг – одни из основных целей поездки китайских туристов в Москву.
- Стоит отметить и рост доли деловых туристов из Китая в Москву (с деловой целью прибыло **47%** китайских туристов в Москву в 1 кв. 2023 г.)¹.
- Китайские туристы очень любят шоппинг и тратят на него около 25-28% от расходов в поездке (по Москве и по миру). В то же время отмечается тенденция изменения интересов китайских туристов с шоппинга на достопримечательности и отличительные сервисы в выбранном месте для путешествия. Растет интерес и к эко-повестке, местной культуре и истории.

- Среди видов предпочитаемых поездок китайских туристов, Москве свойственны такие виды как: тематические парки, зоопарки, достопримечательности, фестивали и театры, зимний туризм, шоппинг.
- В 2022 году туризм был доступен очень немногим индивидуальным туристам из-за существенных ограничений в Китае для выездного туризма. В сравнении с 2019 годом китайский турист, посетивший Москву, стал старше, чаще стали приезжать женщины.
- В Москву преимущественно приезжают с друзьями, тогда как по миру китайские туристы путешествует в паре.
- Китайские туристы в Москве предпочитают останавливаться в качественном номерном фонде (96%) со средней продолжительностью поездки порядка 8 дней.
- При этом у китайских туристов за рубежом небрендовые отели в целом популярнее брендовых. Это характерно для поколения среднего и старшего возраста.²
- Потребительское поведение поколения Z основывается же личном опыте и опыте лидеров мнений, за которыми они следят.²

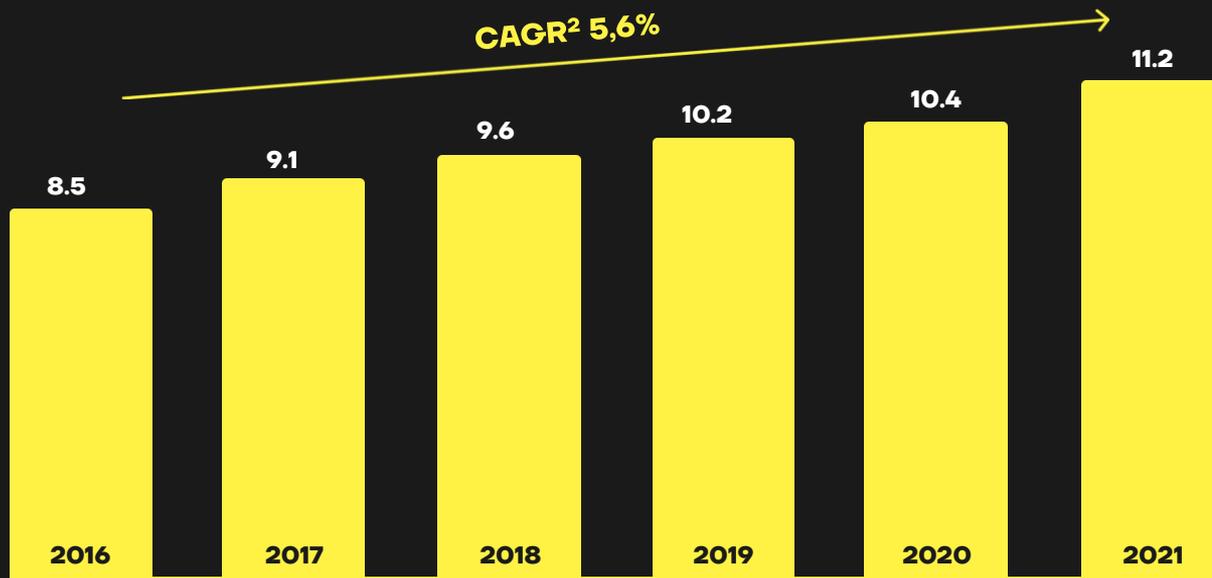
1. Погранслужба ФСБ РФ;

2. McKinsey China Consumer Report, 2023.

1. Источник <https://worldbank.org>, в ценах 2015;
2. Compound annual growth rate, CAGR (совокупный среднегодовой темп роста) – отражает на сколько процентов за год прирастает изучаемый параметр;
3. datareportal.com

ДИНАМИКА ВВП НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ В КИТАЕ, ТЫС. \$

Уровень: выше среднего по миру (1.3%) ¹



Население, 2022 г.:

1,5 млрд чел.

Китай — лидер по численности населения среди стран в мире

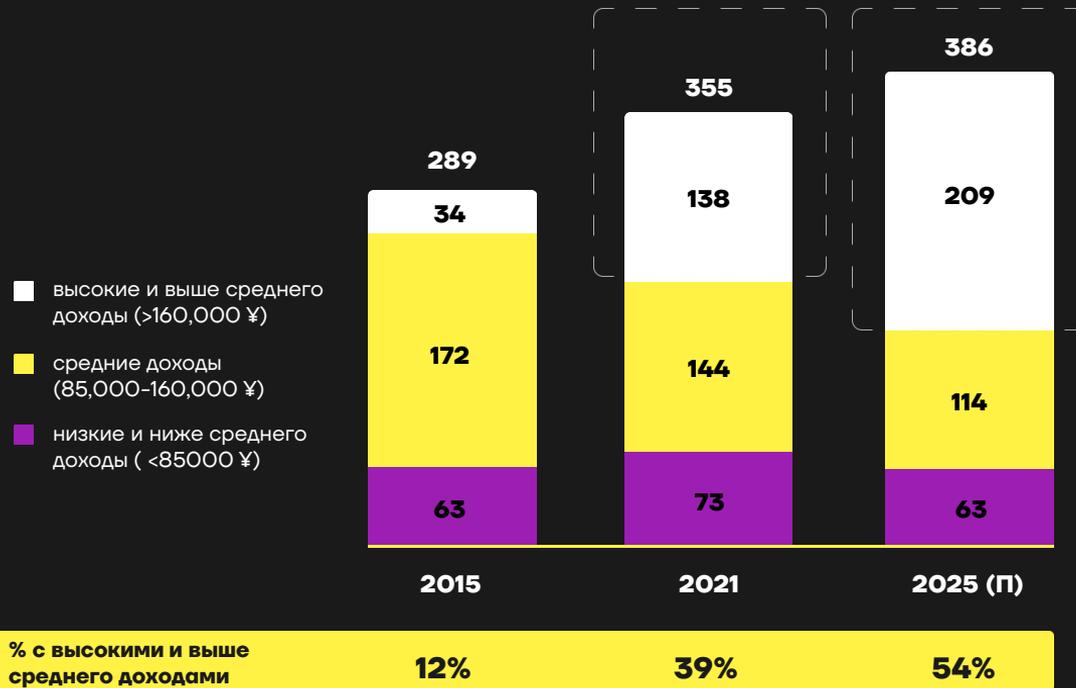
70%

Населения — пользователи интернет. **96%** из них пользуются соцсетями ³

1. Источник: 2023 McKinsey China Consumer Report;
2. Источник: IHG_Future_Chinese_Travel, 2018;
3. Источник: Ipsos, опрос городских путешественников 2021

ЧИСЛЕННОСТЬ ДОМОХОЗЯЙСТВ ПО ГРУППАМ ДОХОДА, МЛН¹

Годовой располагаемый доход домохозяйства в Китае (юань)



Согласно прогнозам, в период 2021- 2025 гг. верхняя прослойка среднего класса и высокодоходный класс будет расти на 11% ежегодно, в результате чего количество домохозяйств с доходами свыше 1900 \$ / мес. достигнет 209 млн

Рост среднего класса — **основной драйвер роста выездного туризма, преимущественно в премиум сегменте и в дальних поездках, в городские направления**²

Туристы с высоким доходом чаще планируют все самостоятельно (68% самостоятельных туристов в группе с высокими доходами по сравнению с 49% самостоятельных поездок в группе со средними доходами)³

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ

Официальный язык: китайский ¹

62 место
из 111

согласно рейтингу 2022 по уровню владения английским языком в странах мира.

Россия на 40 месте. ²

4 место

по числу эмигрантов в мире в 2020 г. ³

1 место

по числу экспорта студентов в мире в 2020 г. ⁴

1. Источник <https://hellolanguage.ru>;
2. Источник: <https://www.ef.ru/epi/>;
3. Источник: <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/immigration-by-country>;
4. <https://www.migrationdataportal.org/themes/international-students>;
5. «окитаивание» локаций – создается инфраструктура для китайцев китайцами



Русским языком владеют китайцы, работавшие в России, имевшие бизнес с Россией или учившиеся в России, старшее поколение изучало русский в школе.



Для путешественников языковой барьер в России существует. Китайские путешественники предпочитают получать сервис на китайском языке.



Многие самостоятельные туристы приезжают к родственникам и друзьям и знакомым, которые помогают им с визами и сориентироваться на месте.



Китайские диаспоры в странах могут служить как посредниками, так и помощниками в продвижении туристического направления на китайском рынке.



Свойственно «окитаивание»⁵ локаций и создание теневой экономики, в т.ч. в групповом дешевом сегменте туризма. Местные китайцы – становятся нелегальными гидами, которые работают на теневой бизнес.

ТУРИЗМ

3

3 место среди стран по числу международных поездок в 2016–2019 гг. (после США и Германии) при самом высоком чеке среди топ-10 стран по числу выездных поездок ¹

Возвращение туристов из Китая – одно из важных условий для глобального восстановления туристической индустрии в постковидный период. В феврале 2023 года группы китайских туристов (5–50 человек) согласились принимать в 20 странах мира. 10 марта 2023 – расширился список принимающих стран на 40²

1

Китай занял 1 место в мире по расходам на деловые поездки (295 млрд \$) в 2021 году после снижения расходов на деловые поездки на 41% в 2020 году по данным Глобальной ассоциации делового туризма (GBTA)³

Ожидается, что к 2024 году рынок деловых поездок Китая восстановится и превзойдет допандемический уровень, а общие расходы на деловые поездки превысят 400 миллиардов долларов⁴

1. Источник: Euromonitor International;
2. vc.ru ;
3. <https://revistatravelmanager.com/wp-content/uploads/2022/02/2021-gbta-global-bti.pdf>;
4. <https://www.trip.com/newsroom/trip-biz-white-paper-global-strategy/> ;
5. Данные Погранслужба ФСБ России; Число прибывших иностранных граждан из Китая в Россию через аэропорты Московского авиационного узла, тыс. чел.;

15

15 % выездного турпотока из Китая приходилось на европейские страны в 2019 году¹

Привлечение индивидуальных китайских туристов – важная стратегическая задача для туристических бюро европейских городов, так как эксперты осознают высокий потенциал этого направления для туристического бизнеса

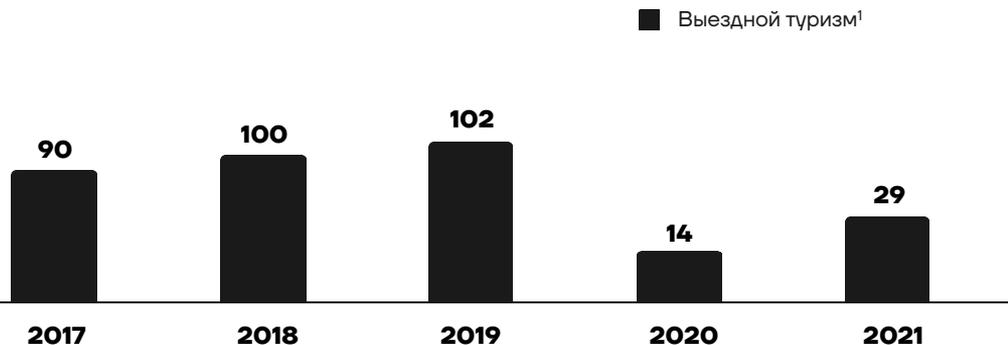
71

71% выездного туризма в личных целях в 2019 году¹

1

1 место среди стран по поездкам в Москву в 2016–19 гг⁵

КОЛИЧЕСТВО ПЕЗДОК ГРАЖДАН КИТАЯ, МЛН.



6,7%

CAGR (совокупный годовой темп роста)³
выездного международного туризма из
Китая за период 2016–2019 гг.

По оценкам COTRI⁴, рост потока китайских туристов за рубежом можно увидеть уже во 2 кв. 2023 года. Более активное восстановление ожидается во второй половине года, а по итогам всего 2023 года ожидается восстановление на уровень почти 70% от показателей 2019 года.⁵

Одна зарубежная поездка на 10 граждан Китая в 2019 году²

1. Источник: Euromonitor International;
2. Расчетный показатель: население + кол-во выездных туристов;
3. Compound annual growth rate, CAGR (совокупный среднегодовой темп роста) – отражает на сколько

- процентов за год прирастает изучаемый параметр;
4. Cotri – исследовательский институт выездного туризма Китая;
5. Источник: vc.ru;

Общий обзор туризма Китая

Город посещения в последней поездке

Источник: Ipsos, опрос городских путешественников 2021

Жители Китая путешествуют либо по городам Азии, либо по крупнейшим городам Западной Европы. Москва входит в топ 10 популярных городов



Города путешествий, % ответов

Токио	20
Бангкок	12
Париж	8
Сингапур	7
Сеул	4
Берлин	3
Лондон	2
Мале	2
Дублин	2
Москва	2
Куала-Лумпур	1
Канберра	1
Рим	1
Афины	1
Мельбурн	1
Вена	1
Ханой	1
Рейкьявик	1
Амстердам	1
Хельсинки	1
Улан-Батор	1
Абу-Даби	1
Вашингтон	1
Сидней	1

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ О ДЕСТИНАЦИЯХ, %



Онлайн ресурсы — самые популярные источники информации.

«Сарафанное радио» в соцсетях — самый популярный источник информации.

Ключевые мнения клиентов стали более предпочтительными

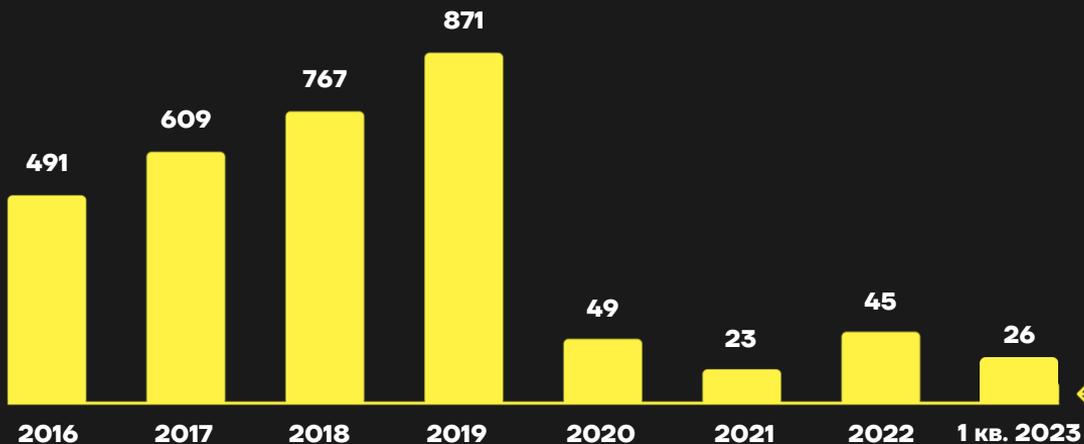


Достоверный источник рекомендаций, чем рекомендации лидеров мнений.

Потенциал выездного туризма граждан Китая в Москву

1. Источник: данные Погранслужбы ФСБ России.

ЧИСЛО ПРИБЫВШИХ ИНОСТРАННЫХ ГРАЖДАН ИЗ КИТАЯ В РОССИЮ ЧЕРЕЗ АЭРОПОРТЫ МОСКОВСКОГО АВИАЦИОННОГО УЗЛА, ТЫС. ЧЕЛ¹



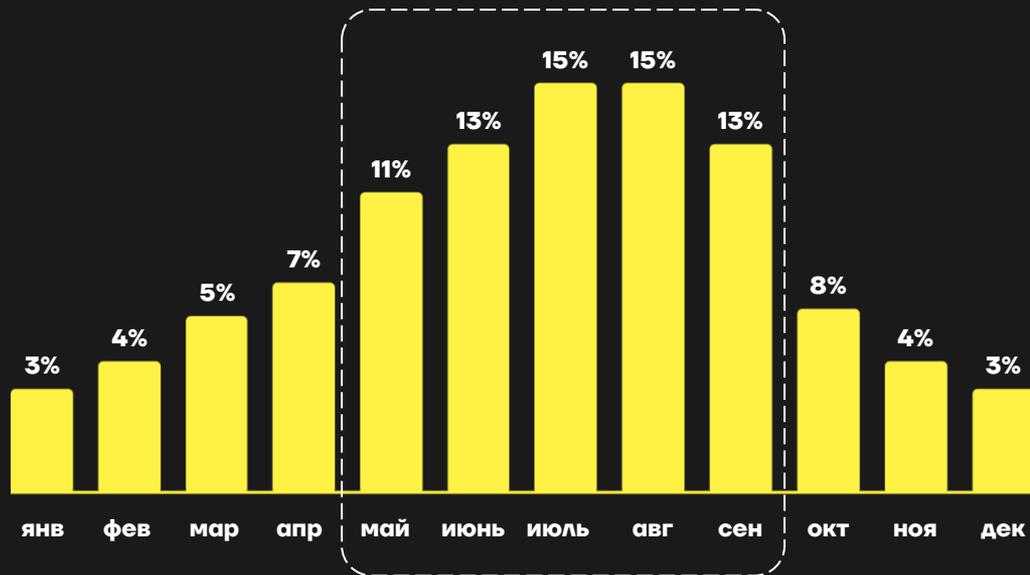
73% китайских граждан, прилетевших в Россию – прибыли именно в Москву¹

31% - доля туристских прибытий в Москву среди всех прибытий китайских граждан в Россию¹

Потенциал выездного туризма граждан Китая в Москву

1. STI по данным компании "Правовой центр "Бизнес-решения", официального представителя госкомпании China Life Insurance Company Limited;

СЕЗОННОСТЬ ПОЕЗДОК АВИА ТРАНСПОРТОМ В РОССИЮ В 2019 г, %



67%

Авиа путешествий из Китая в Россию пришлось на период май-сентябрь в 2019 году¹

Потенциал выездного туризма граждан Китая в Москву

1. Источник: данные Погранслужбы ФСБ России;
2. Compound annual growth rate, CAGR (совокупный среднегодовой темп роста) – отражает на сколько процентов за год прирастает изучаемый параметр;

21%

CAGR (совокупный годовой темп роста)² въездных международных поездок из Китая в Москву за период 2016–2019 гг.

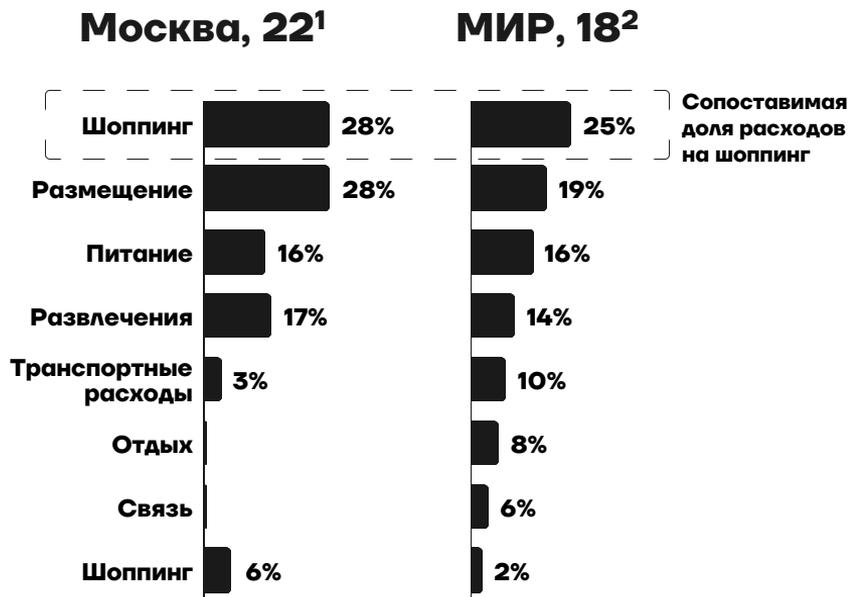
x1,8

Выросло число въездных международных поездок в Москву из Китая за период с 2016 по 2019 гг. с 491 тыс. до 871 тыс. поездок

Москва как туристическое направление представляет для китайцев интерес, так как годовой темп роста турпотока в столицу России выше темпа роста по всем выездным международным поездкам из Китая.

Восстановление турпотока в 2022 году составляло только 5% к 2019 году в связи с закрытым режимом Китая в этот период и достигло 21% в 1 квартале 2023 года к 1 кварталу 2019, после снятия ограничений в феврале 2023¹

СТРУКТУРА РАСХОДОВ* ГРАЖДАН КИТАЯ ВО ВРЕМЯ ПОЕЗДОК, %



*Без учета расходов на международный транспорт

Китайцы очень любят шопинг и тратят на него около 25–28% от расходов в поездке, при том что представители дальнего зарубежья в среднем тратят около 16% на шопинг². Во время поездки в Москву китайцы тратят на шопинг около 0,5 тыс.\$ из порядка 1,8 тыс.\$ (чек без международного транспорта)¹, тогда как туристы из дальнего зарубежья тратят на шопинг только около 0,3 тыс.\$ из порядка 1,9 тыс.\$ (чек без международного транспорта)².

В то же время отмечается тенденция изменения интересов китайских туристов с шопинга на местную культуру и достопримечательности, эко-туризм³.

2,2 тыс.\$

Общий средний чек китайского туриста, включающий траты на проезд до Москвы¹

Выездной туризм Китая | Самостоятельный и организованный

1. Источник: прогноз Cotri

ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРПОЕЗДОК В 2017 – 2023 гг., %

Прогноз увеличения доли самостоятельных китайских путешественников в мире¹:



Москва, '22

Источник: результаты соц опроса Мостуризма, 2022 г.



«Самостоятельные туристы частично бронируют сами, частично через турагентство — ориентируясь на цены»

48%

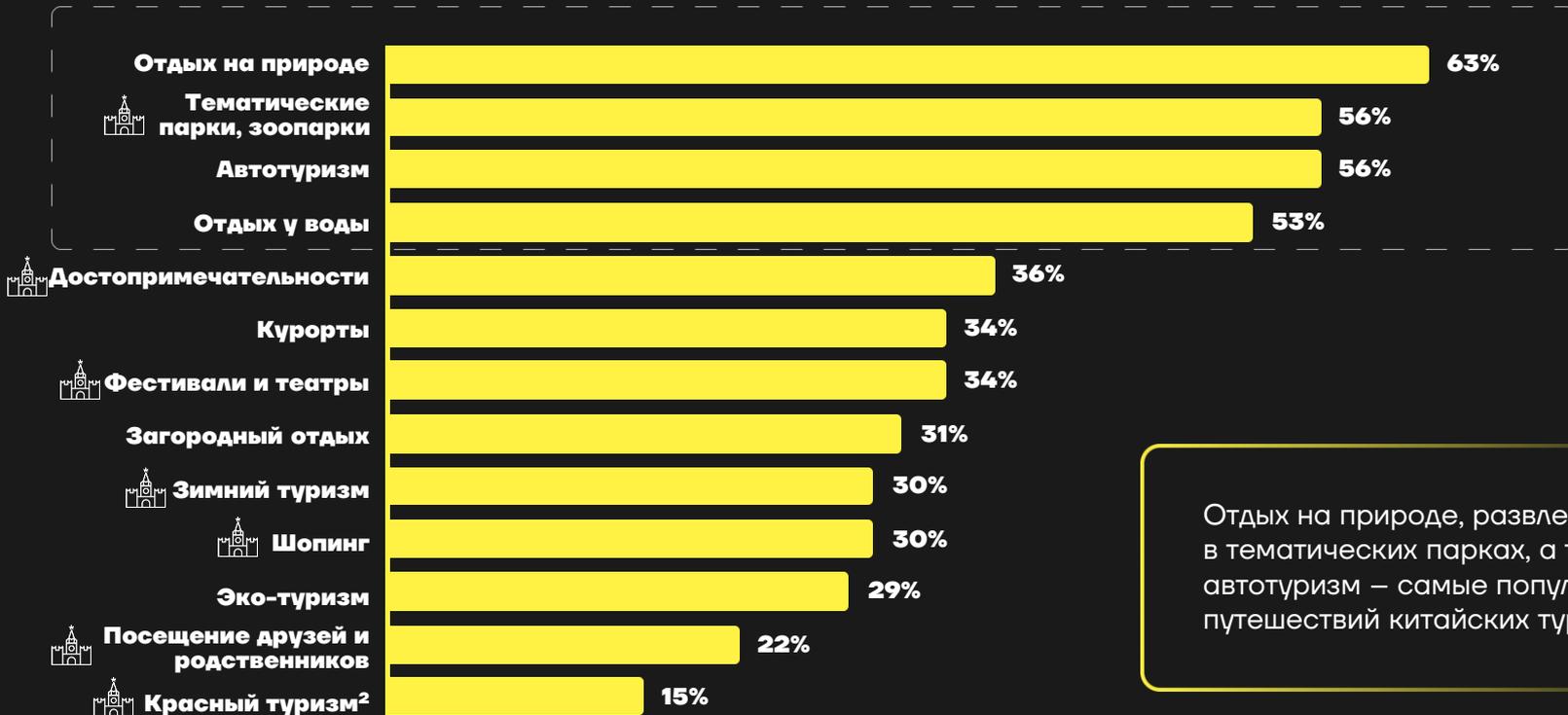
туристов Москвы организовали поездку самостоятельно в 2022 г., в т.ч. 38% с привлечением турагентства

ПОРТРЕТ ТУРИСТА

Выездной туризм из Китая | Цели и виды поездок

1. Источник: Dragon Trail Chinese Sentiment Report, 2022;
2. Красный туризм – посещение памятных мест, связанных с историей коммунистической партии, жизнью коммунистических лидеров и революционным прошлым

Предпочитаемые виды внутренних и внешних поездок, %¹



Отдых на природе, развлечения в тематических парках, а также автотуризм – самые популярные виды путешествий китайских туристов

Въездной туризм в Москву из Китая | Цели и виды поездок

Источник: результаты соц опроса Мостуризма, 2022 г.

Все цели поездки туриста в Москву в 2022, %*

* в диаграмме указаны все цели поездки, указанные туристом, сумма ответов >100%

Подавляющее число китайских туристов посещают Москву с 2 и более целями (87%).

При этом основными целями поездки в Москву являются культурно-познавательные, шопинг и гастротуризм.



Есть потенциал для роста

В 2019 - 29% составляла доля международного делового туризма, по данным Евромонитора

Основная цель турпоездки в Москву в 2022, %**

** в диаграмме указана только основная цель поездки, сумма ответов =100%



Въездной туризм в Москву из Китая | Портрет туриста

Источник данных: результаты соц опроса Мостуризма, 2022 г.,

ПОЛ / ВОЗРАСТ, %

В 2022 году туризм был доступен очень немногим индивидуальным туристам во время существенных ограничений в Китае для выездного туризма.

Турист стал старше, чаще приезжали женщины по сравнению с 2019 годом



Половина туристов, посетивших Москву в 2022 г., в возрасте 35-44 года (рост в 2,9 раза по сравнению с 2019 г.).

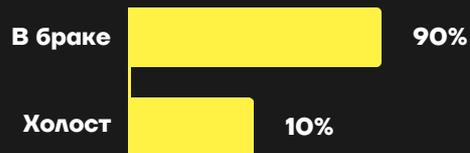
2022

49%
35-44 года

2019

17%
35-44 года

СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС, %



95%

С высшим образованием

75%

С доходом свыше 200 тыс. руб. на человека

СОСТАВ ГРУППЫ, %

В Москву чаще приезжают с друзьями и реже парами, с родителями и другими родственниками, чем в целом по миру. По миру чаще всего в поездку отправляются вместе с семьей или с любимым человеком



- Китайские туристы рассматривают путешествия с детьми до 18 лет как инвестиции в детское образование, и, по мере роста доходов, стараются брать наследников с собой за рубеж.
- В ближайшее время можно ожидать увеличение спроса на специфические семейно-ориентированные турпродукты и услуги

Москва¹

МИР²



ХАРАКТЕРИСТИКИ ПОЕЗДОК В МОСКВУ В 2022¹

2,2 тыс.\$
средний чек
+44% рост к 2019 году

8 дней

средняя длительность поездки у граждан Китая. Снижение длительности на 3 дня по сравнению с 2019 годом

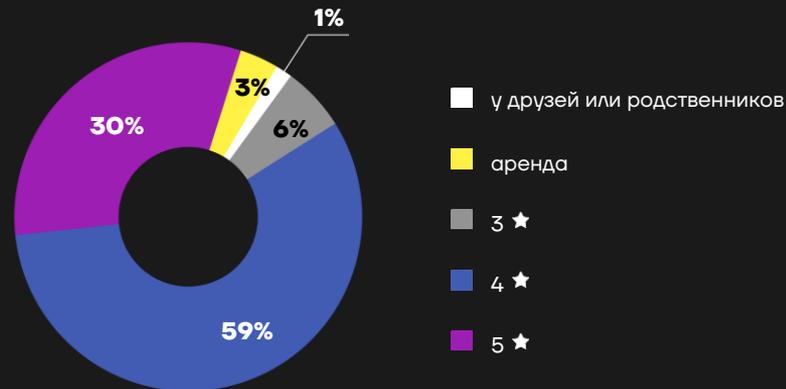
18 дней

глубина бронирования жилья (в среднем)

1 раз
в год

Частота поездок (в среднем)

РАЗМЕЩЕНИЕ В МОСКВЕ В 2022 Г., %¹



В МИРЕ ²

Небрендовые отели более популярны, чем фирменные (56%)

40% предпочитают останавливаться в отелях и брендах где были раньше особенно в группах с высоким доходом

Китай | Гастрономические предпочтения в Москве

Источник данных: результаты соц
опроса Мостуризма, 2022 г.,

41%

Изучают заранее
рестораны

70%

Посещали рестораны, отмеченные
Гидом Мишлен в Москве

54%

Знают о существовании
Гида Мишлен



84%

Знают о существовании ресторанов,
отмеченных Гидом Мишлен в Москве



Несколько лет назад китайские туристы путешествовали в основном в составе группы и, как правило, ели китайскую еду. Тем не менее, отношение и менталитет китайских туристов меняются, и теперь они все больше и больше интересуются местной культурой и кухней



Молодежь пробует новые блюда в стране пребывания. Пожилые выбирают китайскую кухню.

ПУТЬ ТУРИСТА

Китай | Путь туриста из Китая

ИДЕЯ

ВДОХНОВЕНИЕ, %

Картинки, фото в интернете	54
Рассказы, советы друзей	48
Передача на ТВ	30
Статья в журнале, газете	24
Личный опыт	19
Менеджер в турагентстве	15

ТРИГГЕРЫ, %

Уникальный опыт	54
Из-за местной кухни	38
Из-за уникальной природы	35
Изучение местных особенностей	35
Бюджетное место	34
Изучение местной истории	32
Безопасное место	21
Единение с новой культурой	20

СБОР ИНФОРМАЦИИ

 **ЗА 1-1,5 МЕСЯЦА**

ЧТО ДЕЛАЛИ ЗАРАНЕЕ, %

Список вещей в поездку	46
Список мест для посещения	45
Покупал вещи в поездку	44
Рассчитывал бюджет тура	42
Искал билеты (трансфер)	37
Искал билеты на экскурсии	33

ФАКТОРЫ ВЫБОРА, %

Природа, красивые виды	46
Есть необходимый досуг	43
Известное место	38
Экономичный отдых	34
Гастротуризм	34
Простота получения визы	31

ПОКУПКА

 **1 040\$**

СТРУКТУРА ТРАТ, %

Развлечения	19
Транспорт	17
Размещение	20
Питание	15
Личные расходы	29

35% Самостоятельное бронирование

БИЛЕТЫ, %

 56	 13	 9
--	--	---

ПРОЖИВАНИЕ, %

 56	 13	 11
--	--	--

РЕСУРСЫ, %

 67	 27	 24	 21	 20	 17
--	--	---	--	--	--

ПУТЕШЕСТВИЕ

 **8 ДНЕЙ С ПАРОЙ**

 94%  4%  2%

ГДЕ ЖИЛИ, %

Отель	68
Миниотель	6
Коттедж	6
Апартаменты	6

ДОСУГ, %

Достопримечательности	59
Парки, природные места	56
Торговые центры	55
Выставки, музеи	41
Парк аттракционов	39
Бары, кафе, рестораны	27
Эко-фермы	21

ВОЗВРАЩЕНИЕ ДОМОЙ

44% Индекс NPS

56% Делятся фото в соцсетях

53% Рекомендуют друзьям ресурсы

48% Рекомендуют друзьям место

29% Пишут отзывы

Китай | Путь туриста из Китая

ИДЕЯ

ВДОХНОВЕНИЕ, %

Картинки, фото в интернете	54
Рассказы, советы друзей	48
Передача на ТВ	30
Статья в журнале, газете	24
Личный опыт	19
Менеджер в турагентстве	15

ТРИГГЕРЫ, %

Уникальный опыт	54
Из-за местной кухни	38
Из-за уникальной природы	35
Изучение местных особенностей	35
Бюджетное место	34
Изучение местной истории	32
Безопасное место	21
Единение с новой культурой	20

СБОР ИНФОРМАЦИИ

 ЗА 1-1,5 МЕСЯЦА

ЧТО ДЕЛАЛИ ЗАРАНЕЕ, %

Список вещей в поездку	46
Список мест для посещения	45
Покупал вещи в поездку	44
Рассчитывал бюджет тура	42
Искал билеты (трансфер)	37
Искал билеты на экскурсии	33

ФАКТОРЫ ВЫБОРА, %

Природа, красивые виды	46
Есть необходимый досуг	43
Известное место	38
Экономичный отдых	34
Гастротуризм	34
Простота получения визы	31

ПОКУПКА

 1 040\$

СТРУКТУРА ТРАТ, %

Развлечения	19
Транспорт	17
Размещение	20
Питание	15
Личные расходы	29

35% Самостоятельное бронирование

БИЛЕТЫ, %

 56	 13	 9
--	--	---

ПРОЖИВАНИЕ, %

 56	 13	 11
--	--	--

РЕСУРСЫ, %

 67	 27	 24	 21	 20	 17
--	--	---	---	--	--

ПУТЕШЕСТВИЕ

 8 ДНЕЙ С ПАРОЙ

 94%	 4%	 2%
---	--	--

ГДЕ ЖИЛИ, %

Отель	68
Миниотель	6
Коттедж	6
Апартаменты	6

ДОСУГ, %

Достопримечательности	59
Парки, природные места	56
Торговые центры	55
Выставки, музеи	41
Парк аттракционов	39
Бары, кафе, рестораны	27
Эко-фермы	21

ВОЗВРАЩЕНИЕ ДОМОЙ

44% Индекс NPS

56% Делятся фото в соцсетях

53% Рекомендуют друзьям ресурсы

48% Рекомендуют друзьям место

29% Пишут отзывы

Китай | Путь туриста из Китая

ИДЕЯ

ВДОХНОВЕНИЕ, %

Картинки, фото в интернете	54
Рассказы, советы друзей	48
Передача на ТВ	30
Статья в журнале, газете	24
Личный опыт	19
Менеджер в турагентстве	15

ТРИГГЕРЫ, %

Уникальный опыт	54
Из-за местной кухни	38
Из-за уникальной природы	35
Изучение местных особенностей	35
Бюджетное место	34
Изучение местной истории	32
Безопасное место	21
Единение с новой культурой	20

СБОР ИНФОРМАЦИИ

 **ЗА 1-1,5 МЕСЯЦА**

ЧТО ДЕЛАЛИ ЗАРАНЕЕ, %

Список вещей в поездку	46
Список мест для посещения	45
Покупал вещи в поездку	44
Рассчитывал бюджет тура	42
Искал билеты (трансфер)	37
Искал билеты на экскурсии	33

ФАКТОРЫ ВЫБОРА, %

Природа, красивые виды	46
Есть необходимый досуг	43
Известное место	38
Экономичный отдых	34
Гастротуризм	34
Простота получения визы	31

ПОКУПКА

 **1 040\$**

СТРУКТУРА ТРАТ, %

Развлечения	19
Транспорт	17
Размещение	20
Питание	15
Личные расходы	29

35% Самостоятельное бронирование

БИЛЕТЫ, %

 56	 13	 9
--	--	---

ПРОЖИВАНИЕ, %

 56	 13	 11
--	--	--

РЕСУРСЫ, %

 67	 27	 24	 21	 20	 17
--	--	--	---	--	--

ПУТЕШЕСТВИЕ

 **8 ДНЕЙ С ПАРОЙ**

 **94%**  **4%**  **2%**

ГДЕ ЖИЛИ, %

Отель	68
Миниотель	6
Коттедж	6
Апартаменты	6

ДОСУГ, %

Достопримечательности	59
Парки, природные места	56
Торговые центры	55
Выставки, музеи	41
Парк аттракционов	39
Бары, кафе, рестораны	27
Эко-фермы	21

ВОЗВРАЩЕНИЕ ДОМОЙ

44% Индекс NPS

56% Делятся фото в соцсетях

53% Рекомендуют друзьям ресурсы

48% Рекомендуют друзьям место

29% Пишут отзывы

Китай | Путь туриста из Китая

ИДЕЯ

ВДОХНОВЕНИЕ, %

Картинки, фото в интернете	54
Рассказы, советы друзей	48
Передача на ТВ	30
Статья в журнале, газете	24
Личный опыт	19
Менеджер в турагентстве	15

ТРИГГЕРЫ, %

Уникальный опыт	54
Из-за местной кухни	38
Из-за уникальной природы	35
Изучение местных особенностей	35
Бюджетное место	34
Изучение местной истории	32
Безопасное место	21
Единение с новой культурой	20

СБОР ИНФОРМАЦИИ

 ЗА 1-1,5 МЕСЯЦА

ЧТО ДЕЛАЛИ ЗАРАНЕЕ, %

Список вещей в поездку	46
Список мест для посещения	45
Покупал вещи в поездку	44
Рассчитывал бюджет тура	42
Искал билеты (трансфер)	37
Искал билеты на экскурсии	33

ФАКТОРЫ ВЫБОРА, %

Природа, красивые виды	46
Есть необходимый досуг	43
Известное место	38
Экономичный отдых	34
Гастротуризм	34
Простота получения визы	31

ПОКУПКА

 1 040\$

СТРУКТУРА ТРАТ, %

Развлечения	19
Транспорт	17
Размещение	20
Питание	15
Личные расходы	29

35% Самостоятельное бронирование

БИЛЕТЫ, %

 56	 13	 9
--	--	---

ПРОЖИВАНИЕ, %

 56	 13	 11
--	--	--

РЕСУРСЫ, %

 67	 27	 24	 21	 20	 17
---	---	--	--	---	---

ПУТЕШЕСТВИЕ

 8 ДНЕЙ С ПАРОЙ

 94%  4%  2%

ГДЕ ЖИЛИ, %

Отель	68
Миниотель	6
Коттедж	6
Апартаменты	6

ДОСУГ, %

Достопримечательности	59
Парки, природные места	56
Торговые центры	55
Выставки, музеи	41
Парк аттракционов	39
Бары, кафе, рестораны	27
Эко-фермы	21

ВОЗВРАЩЕНИЕ ДОМОЙ

44% Индекс NPS

56% Делятся фото в соцсетях

53% Рекомендуют друзьям ресурсы

48% Рекомендуют друзьям место

29% Пишут отзывы

Китай | Путь туриста из Китая

ИДЕЯ

ВДОХНОВЕНИЕ, %

Картинки, фото в интернете	54
Рассказы, советы друзей	48
Передача на ТВ	30
Статья в журнале, газете	24
Личный опыт	19
Менеджер в турагентстве	15

ТРИГГЕРЫ, %

Уникальный опыт	54
Из-за местной кухни	38
Из-за уникальной природы	35
Изучение местных особенностей	35
Бюджетное место	34
Изучение местной истории	32
Безопасное место	21
Единение с новой культурой	20

СБОР ИНФОРМАЦИИ

 **ЗА 1-1,5 МЕСЯЦА**

ЧТО ДЕЛАЛИ ЗАРАНЕЕ, %

Список вещей в поездку	46
Список мест для посещения	45
Покупал вещи в поездку	44
Рассчитывал бюджет тура	42
Искал билеты (трансфер)	37
Искал билеты на экскурсии	33

ФАКТОРЫ ВЫБОРА, %

Природа, красивые виды	46
Есть необходимый досуг	43
Известное место	38
Экономичный отдых	34
Гастротуризм	34
Простота получения визы	31

ПОКУПКА

 **1 040\$**

СТРУКТУРА ТРАТ, %

Развлечения	19
Транспорт	17
Размещение	20
Питание	15
Личные расходы	29

35% Самостоятельное бронирование

БИЛЕТЫ, %

 56	 13	 9
--	--	---

ПРОЖИВАНИЕ, %

 56	 13	 11
--	--	--

РЕСУРСЫ, %

 67	 27	 24	 21	 20	 17
--	--	---	--	--	--

ПУТЕШЕСТВИЕ

 **8 ДНЕЙ С ПАРОЙ**

 94%	 4%	 2%
---	--	--

ГДЕ ЖИЛИ, %

Отель	68
Миниотель	6
Коттедж	6
Апартаменты	6

ДОСУГ, %

Достопримечательности	59
Парки, природные места	56
Торговые центры	55
Выставки, музеи	41
Парк аттракционов	39
Бары, кафе, рестораны	27
Эко-фермы	21

ВОЗВРАЩЕНИЕ ДОМОЙ

44% Индекс NPS

56% Делятся фото в соцсетях

53% Рекомендуют друзьям ресурсы

48% Рекомендуют друзьям место

29% Пишут отзывы

СЕГМЕНТАЦИЯ

Выездной туризм Китая | Сегментация пользователей по потребностям

Источник: Ipsos опрос городских путешественников 2021 гг.

Пижоны – самый объемный сегмент и среди них самая высокая доля тех, кто был в Москве и хочет ее посетить. Потенциал для роста есть среди семейственных и энерджайзеров

Энерджайзеры

Главное для них – это зарядиться энергией и вдохновением. Активный отдых, спонтанность и приключения, отдых на природе.

17% Были в Москве **62%** Хотят посетить Москву

Пижоны

Отдых должен отражать их статус и достижения в жизни. Отдых – роскошный, премиальный, эксклюзивный. Спонтанны.

26% Были в Москве
70% Хотят посетить Москву

Хочу всё знать

Отдых – это получение новых знаний, расширение своего кругозора, знакомство с другой культурой, необычный уникальный опыт.

21% Были в Москве **58%** Хотят посетить Москву

20%

11%

Наслаждающиеся

Хотят получить максимум удовольствия, поднять настроение

25% Были в Москве **58%** Хотят посетить Москву

11%

Семейственные

Основная ценность – семья. Важно проявить заботу о том, чтобы члены семьи могли отдохнуть вместе.

20% Были в Москве
64% Хотят посетить Москву

24%

21%

Релаксирующие

Отдых – это возможность расслабиться, восстановить гармонию и душевный баланс, ни о чем не переживать.

13% Были в Москве **50%** Хотят посетить Москву

13%

ДРАЙВЕРЫ И БАРЬЕРЫ. РЕКОМЕНДАЦИИ

БАРЬЕРЫ

Недостаток информации и рекламы современных локаций, активностей, маршрутов в онлайн сетях и у туроператоров¹

Недостаток популярности России и Москвы в современной медиакультуре (музыка, кино, и т.п.) среди молодежи¹

Опасения за безопасность, в связи с геополитической ситуацией, особенно у более высоко доходных туристов¹

Безвизовый режим еще не заработал для групповых туров (идет процесс согласования списков туроператоров обеими сторонами)¹

Нелегальные гиды как основной барьер для получения государством и туриндустрии прибыли от китайского туризма¹

Нет представительств российской туриндустрии в крупных городах Китая, мало участия в международных индустриальных выставках, форумах, саммитах, конференциях и воркшопах¹

Почти полное отсутствие **возможности безналичной оплаты**. Китайские карты UnionPay не работают на территории нашей страны в большинстве локаций. В России менее 1% точек принимают Alipay и WeChat²

Нет приложения SOS службы 24/7 для китайцев на китайском языке¹

Сложно купить билеты в интересующие места, музеи и т.п.¹

Языковой барьер. Опасения, что их не поймут на английском или китайском. Сложность ориентирования в городе¹

ДРАЙВЕРЫ

Укрепление деловых связей Китая с Россией¹

Интерес к **образовательному студенческому** обмену и поездки молодежи для знакомства с институтами Москвы¹

Интерес старшего поколения к **коммунистическому наследию от СССР, царской России**¹

Знание русского языка старшим поколением¹

Введение безвизового режима для групп с более широким диапазоном, чем до пандемии¹

Более **дешевая стоимость поездки по сравнению с Европой**

Китай | Рекомендации для увеличения туристического потока из Китая в Россию и Москву

РЕКЛАМА, ПРОДВИЖЕНИЕ, ИНФОРМИРОВАНИЕ:

Централизованная работа над имиджем и стратегией продвижения Москвы и России в Китае¹

Создание новых туристических продуктов.
Рекомендация новых маршрутов и турпродуктов для разных целевых групп, в т.ч. для повторных визитов (по Москве и для Москвы +)¹

Расширение представлений тур отрасли и туристов о современной Москве и России и реклама новых мест, видов путешествий
в зависимости от сезона и событийного календаря¹

Работа с лидерами мнений, привлечение экспатов и студентов из Китая к продвижению локаций
и маршрутов Москвы¹

Реклама качества российского образования и возможностей для поступления в ВУЗы¹

Подготовка рекламы туров в форматах AR и VR



«После падения валютного курса рубля в 2014 году возникла существенная ценовая разница на товары, какие-то брендовые вещи китайцы стремились купить в России, сейчас по понятным причинам этих брендов у нас нет. Поэтому нужно смещать акценты на что-то российское, аутентичное в зависимости от регионов, от каких-то местных промыслов. То есть если и предлагать шопинг, то с поправкой на нашу эксклюзивность»

Китай | Рекомендации для увеличения туристического потока из Китая в Россию и Москву

Коммуникация безопасности, простоты и доступности поездки в Москву

Готовые удобные маршруты как по Москве (знаковым, аутентичным местам), так и Москва+. Как автомобильные, велосипедные, так и различными видами транспорта с удобными транзитными стыковками

Рекомендации по мерам предосторожности в случае посещения нетипичных мест/ районов; быстрое и эффективное реагирование в случае непредвиденных обстоятельств (проблемы с бронированием, кража и так далее - телефон для экстренной помощи 24/7 на английском языке/ языке туриста)

Адаптированность гостиниц и ресторанов, сервисов под ожидания китайцев. China friendly инициативы во всех ключевых туристических кластерах (информация на китайском, обучение сотрудников языку и т.д.). Рекомендации типичных и аутентичных ресторанов, чтобы открыть русскую гастрономию, магазины аутентичных товаров

Снятие языковых барьеров: информация на китайском языке о городе, туристическом объекте; надписи/указатели на китайском, китайско-говорящие гиды, привлечение российских студентов со знанием китайского для работы в качестве принимающих гидов, как альтернатива нелегальным гидам; **информирование о наличии англоязычных указателей в общественных местах**, ссылки/ приложения с картами, схемами, такси и услугами аренды автомобиля на языке туриста, транспортные карты/ sim карты/ условия доступа к Wi-Fi, **Онлайн консьерж для организации досуга;** предоставление информации о наиболее выгодных курсах по обмену валют с указанием адресов на карте

Доступная финансовая среда – доступность китайской платежной системы (CUP, WeChatPay, AliPay) в отелях, музеях, магазинах и ресторанах, транспорте, позволяющая китайцам свободно оплачивать покупки. Нужны инструкции по поводу возможности безналичной оплаты китайцам, отметка таких мест на карте платежной системы, Яндекс, Google. Возможность оплаты картой в Яндекс (часто используют самостоятельные путешественники), дорожных обозначений: метро, туалет, оплата или бесплатное бронирование гостиницы, возможность брони билетов в локации и мероприятия из Китая



КОМИТЕТ
ПО ТУРИЗМУ
ГОРОДА МОСКВЫ

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА
И ГОСТЕПРИИМСТВА
М★СКВЫ

Москва, 2023

DISCOVER MOSCOW — ЛУЧШЕЕ, ЧТО МОЖЕТ ПРЕДЛОЖИТЬ МОСКВА

На сайте собраны сотни мест — музеи и театры, парки и достопримечательности, рестораны, кафе и торговые комплексы, актуальные события, а также рекомендации, новости и советы о том, как не пропустить интересное. Все то, что позволит узнать город лучше и найти в нем главное для себя.

СПАСИБО!