

# ČÍNŠTÍ TURISTÉ SE MĚNÍ A BOJÍ MÝTY A STEREOTYPY



Jedná se o největší trh světa, jehož celkový počet cest do zahraničí by do roku 2020 mohl dosáhnout 160 milionů. Čínský trh je opravdovým zlatým dolem pro západní destinace, neboť 70 % Číňanů cestuje s rodinou a přáteli a stanovují si nejvyšší rozpočty ze všech turistů na planetě. Výdaje čínských turistů by do roku 2020 mohly dosáhnout 315 miliard dolarů ročně.

Vedle neustálého růstu počtu čínských turistů dochází k významným změnám v preferencích cestování, chování a výdajích. Kliše, která platila před několika lety, už jsou dávno historií. To zdrazňuje McKinsey, který sestavil zprávu o nových trendech v chování čínských turistů.

Prvním zjištěním je, že nakupování je hlavní hnací silou čínských cest. To však již neplatí a přírodní atrakce jsou v současnosti primárním kritériem pro výběr destinací, zejména těch dálkových.

Skuteční nákupní šílenci, podle studie McKinsey, cestují do Hong Kongu a Macaa, a to díky snadnému přístupu bez víz a společnému jazyku. 65 % respondentů však preferuje nakupování v kombinaci s přírodou.

Dalším běžným stereotypem je, že Číňané obecně preferují výlety a cesty na krátké vzdálenosti, to však také již dávno neplatí. Předpověď je taková, že v příštích několika letech bude polovina čínských cest dálkových, včetně těch do Evropy, se zvláštním zájmem o Itálii, zejména po nedávné návštěvě prezidenta Xi Jinpinga na apeninském poloostrově.

Cesty ve skupinách jsou rovněž méně populární, než tomu tak bylo dříve. Tento typ cestování ztrácí podíl ve prospěch organizovaných a flexibilních cestovních balíčků. Podle zprávy McKinsey si 44 % mladých ve věku mezi 20 a 24 lety vybírají samoobslužné prohlídky, zatímco pouze 4 % se rozhodnou pro skupinové výlety po 10 až 20 účastnících.

Většinou se jedná o starší turisty, kteří neumí anglicky, a proto se zdráhají cestovat samostatně. Z tohoto důvodu se 30 % turistů ve věku 60 a více rozhodlo pro skupinové zájezdy.

Další nepravdou je, že čínští turisté dávají přednost vlastní kuchyni. Sdílení kulinářských zážitků na WeChat však přispívá ke zvýšení touhy po experimentování s novými kuchyněmi, a to tak moc, že 34 % respondentů identifikuje dobré jídlo jako jeden z hlavních aspektů při výběru destinace.

Pro své cesty v Evropě, čínští turisté spoléhají na služby jako je Expedia či TripAdvisor a mají tendenci vyhýbat se platbám v hotovosti stále více a více. Pro cestovatele do 45 let jsou Alipay a WeChat Pay naprosto běžnou záležitostí.

A co se týká výběru destinace? Na cestovní kanceláře se nespolehají tak moc, jak bychom si mohli myslet, spíše na návrhy a tipy rodinných příslušníků a přátel. Pro rezervace si vybírají stále více a více OTA stránek: pouze 3 % respondentů používá mezinárodní aplikace k rezervaci cest do zahraničí.

Date: 2019-04-29

Article link: <https://www.tourism-review.cz/cinsti-turiste-se-meni-news11037>