

**A MAGYAR TURIZMUS RT. TÁJÉKOZTATÓJA
A HÓNAP KÜLDŐ ORSZÁGA RENDEZVÉNYSOROZAT KÍNAI
PREZENTÁCIÓJÁHOZ
2006. JANUÁR 24.**

KÍNA TURIZMUSA

KÍNA JELENTOSÉGE A VILÁG TURIZMUSÁBAN

A **mind fogadó, mind küldő területként jelentos ország** 2004-ben a világ negyedik legkedveltebb desztinációja volt, az országba érkező 41,8 millió turista Kína számára a nemzetközi turistaérkezésekből 11%-os részesedést biztosít. Kína 2004-ben 25,7 milliárd USD bevétellel a nemzetközi turisztikai bevételek tekintetében a hetedik helyen állt, ami 4%-os részesedésnek felel meg. A beutazó turizmus növekedésével párhuzamosan a kínai kiutazások számát és a turisztikai kiadásokat is bővülés jellemezte az elmúlt években. Kína 2004-ben a turisztikai kiadások tekintetében a világ hatodik (16,7 milliárd USD), a kiutazások száma alapján – 20,22 millió kiutazással – a kilencedik legjelentosebb küldő országa volt.

A Turisztikai Világszervezet becslései szerint **Kína** – Németország, Japán és az Egyesült Államok után – 100 millió kiutazással 2020-ra **a világ negyedik legfontosabb küldő országa lesz**. Az előrejelzések szerint 2020-ig Európa számára a kelet-ázsiai térség a leggyorsabban növekvő küldő területté válik. A kiutazó turizmus szempontjából Kína legfontosabb területei Peking, Sanghaj és Kanton térsége, ahonnan az utasok általában magas szintű szolgáltatásokat vesznek igénybe. Az egy utazásra jutó költség megközelítőleg 2000 USD. Európát jellemzően 10-15 napos utazás keretében keresik fel és legalább négy-öt országba ellátogatnak. Emiatt hazánk számára a regionális együttműködések kialakítása rendkívül fontos, elsősorban Ausztriával és Németországgal, hogy az ezekbe az országokba irányuló kínai turizmusba Magyarország is bekapcsolódhasson.

A **Magyarországra látogató kínaiak** száma 2004 előtt kismértéku növekedést mutatott: 1992 és 2003 között a növekedés 7,5%-os volt. 2004-ben 25 ezer, 2005 január-novemberében 29 ezer kínai látogatott Magyarországra, ami az előző év azonos időszakához képest 57,1%-os növekedést jelent. A Központi Statisztikai Hivatal a kereskedelmi szálláshelyek kínai vendégforgalmi adatait 2004-től gyűjti. 2005 január-novemberében a **kereskedelmi szálláshelyeken** 53,6%-kal több kínai vendéget (15,5 ezer vendég) és 22%-kal több kínai vendégéjszakát (32,8 ezer éjszaka) regisztráltak, mint 2004 hasonló időszakában. A Magyarországra utazó kínai vendégek döntő többsége **szállodai szolgáltatást** vesz igénybe: 2005 első tizenegy hónapjában a kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált kínai vendégéjszakák 93,4%-át a szállodák mondhatták magukénak. A kereskedelmi szálláshelyekhez hasonlóan a szállodai vendégforgalom is dinamikus növekedést mutatott: a szállodai szolgáltatást választó kínai vendégek száma 54,9%-kal, az általuk eltöltött vendégéjszakák száma 30,1%-kal haladta meg a 2004. év hasonló időszakában regisztrált adatokat.

Más külföldi piacoktól eltérően, Kínából a turisták **a nyári hónapokon kívül tavasszal és ősszel is jelentős számban** érkeznek Magyarországra. 2004-ben a vendégéjszakák számából 10%-nál nagyobb részesedést az augusztus, szeptember és október mutatott, 2005-ben a május-szeptember időszak minden hónapjának részesedése meghaladja a 10%-ot.

A magyarországi kínai vendégforgalmat **magas területi koncentráció** jellemzi: 2004-ben a kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált kínai vendégéjszakák 71,6%-át (20,1 ezer éjszaka) a Budapest-Közép-Dunavidék régióban töltötték. Kétezernél több kínai vendégéjszakát regisztráltak a Közép-Dunántúl régióban, továbbá ezernél több vendégéjszakát a Balaton, a Dél- és Nyugat-Dunántúl régiókban.

A VISEGRÁDI ORSZÁGOK TURISZTIKAI EGYÜTTMUKÖDÉSE

A **European Quartet – One Melody** a visegrádi országok (Csehország, Magyarország, Lengyelország és Szlovákia) nemzeti turisztikai marketingszervezeteinek 2003 februárja óta tartó együttműködése, amelynek célja közös marketing-, kiemelten promóciós tevékenység végzése. A cseh, magyar, lengyel és szlovák nemzeti turisztikai szervezetek a beutazó forgalom, és az ebből származó turisztikai bevételek növelését, továbbá az országukról mint turisztikai desztinációról kialakított pozitív imázs erősítését egységes és hasonlóan markáns célként tartják számon.

Olyan távoli piacokon, mint az Amerikai Egyesült Államok, **Kína**, Japán vagy India nemcsak Magyarország, de más közép-kelet-európai országok sem jelentenek önmagukban vonzó

úti célt: a nagy távolságból érkező turisták általában több országra kiterjedő körutazáson vesznek részt. A European Quartet tagjainak összekapcsolt turisztikai kínálata a távolról érkezők számára kello vonzeróval rendelkezik. A földrajzi közelség, a közös történelmi, kulturális, vallási és művészeti emlékek lehetővé teszik, hogy bizonyos termékek – történelmi városok, UNESCO világörökségi helyszínek, zsidó kultúra és örökség, illetve gyógyfürdők – promóciójában egységesen lépjenek fel a Visegrádi Négyek.

A négy ország egyre intenzívebbé váló közös marketingtevékenysége a vásárokon való megjelenésre, a www.european-quartet.com címen elérhető honlap folyamatos fejlesztésére és frissítésére, a történelmi városokat és világörökségi helyszíneket bemutató kiadványok és filmek készítésére, közös road show-k és tanulmányutak szervezésére, statisztikai adatok cseréjére, valamint marketingkutatóra terjed ki. A Visegrádi Négy országok turisztikai hivatalai 2005. decemberi munkaértekezletének Magyarország adott otthont. Magyarország mint soros elnök, a Visegrádi Négyek országait képviselő turisztikai állami vezetők részére 2006. február 7-8-án ugyancsak találkozót szervez, amelynek keretében értékelik a három éves államközi és promóciós együttműködés tapasztalatait és eredményeit, továbbá tárgyalást folytatnak az elkövetkező időszakra vonatkozó együttműködési lehetőségekről. A közös akciókat tartalmazó 2006. évi promóciós akció terv a találkozó alkalmával kerül aláírásra.

További információ:

Magyar Turizmus Rt., Piac- és Termékelemzési Iroda

1012 Budapest, Vérmező út 4.

telefon: 06-1/488 8710

fax: 06-1/488 8711

e-mail: kutatas@itthon.hu

honlap: www.itthon.hu > Szakmai oldalak > Piacutatások és Turizmus Bulletin