

**NOTA SECTORIAL**  
**MERCADO DEL TURISMO EMISORES Y**  
**RECEPTORES EN CHINA**

Antena de IGAPE en China

Fecha: 30/11/2023

# ÍNDICE

➤ INTRODUCCIÓN.....	P3
➤ RECUPERACIÓN.....	P4
➤ TURISMO EMISOR.....	P6
Características de mercado.....	P6
Fuentes de Turistas.....	P7
Nuevas tendencias.....	P7
Preocupación de Seguridad.....	P7
OTA.....	P9
➤ TURISMO RECEPTOR.....	P11
Visados Free.....	P11

## INTRODUCCIÓN

China es uno de los mayores países emisores y receptores de turistas del mundo. Antes de la epidemia, el mercado turístico receptor y emisor de China mantuvo una tendencia de crecimiento. En 2019, el número de turistas emisores alcanzó los 155 millones, con un aumento del 3,33% en comparación con 2018; los turistas chinos gastaron 13,38 billones de dólares en viajes en el extranjero, una tasa de crecimiento de más del 2%, con un consumo per cápita de 863 dólares, que representaba el primer lugar en el mundo y el 23,8% del consumo total mundial. El número de turistas receptores fue de 145 millones, un 2,9% más que en el mismo periodo del año anterior, y los ingresos del turismo internacional ascendieron a 13.13 billones de dólares, un 3,3% más que en el mismo periodo del año anterior.

En los últimos años, afectados por la epidemia, el mercado turístico receptor y emisor de China ha sufrido muchas presiones, y el número de viajes tanto hacia dentro como al exterior se han visto sometidos a un gran impacto.

La recuperación del turismo de China desempeña un papel crucial en la recuperación económica de la industria turística mundial. Con la introducción de las políticas pertinentes y la reanudación de la capacidad de vuelos internacionales, el mercado turístico de China se ha comenzado a recuperar de forma estable y firme en 2023, aportando más vigor al desarrollo del turismo mundial.

## RECUPERACIÓN

Desde el 8 de enero de 2023, China ha reanudado el turismo emisor de forma ordenada, abriendo gradualmente los viajes emisores en grupo y el negocio de "billete de avión + hotel". A partir del 10 de agosto de 2023, el número de países y regiones disponibles para viajes en grupo se ha ampliado a 138, y el mercado del turismo emisor de China se ha recuperado prácticamente por completo.

Los datos muestran que en el primer semestre de 2023, las autoridades nacionales de inmigración han revisado 168 millones de personas que entraron y salieron del país, con un aumento del 169,6% interanual, que es el 48,8% del mismo período de 2019. Esta cifra se ha incrementado rápidamente hasta el 85,1% en el mismo periodo de 2019 durante las vacaciones nacionales del septiembre y octubre de 2023.

La importación y exportación de servicios de viajes de China en el primer semestre del año ascendió a 65,09 billones de yuanes, un aumento interanual del 65,4%, y se convirtió en el área de comercio de servicios de más rápido crecimiento, consiguiendo ser el segundo mayor área de comercio de servicios de China.

Los datos de Ctrip (trip.com) muestran que las solicitudes de visados reanudaron con un crecimiento constante. Hasta el tercer trimestre de 2023, la cantidad de las solicitudes alcanzaron el 55% del mismo periodo de 2019.

Desde marzo de 2023, numerosas aerolíneas han anunciado la reanudación y apertura de varias rutas internacionales adicionales, con un aumento de la frecuencia de vuelos internacionales entre China y otros países. Según datos de Ctrip, desde principios de año hasta la fecha, la capacidad de vuelos internacionales se ha ido recuperando paulatinamente, pasando de menos del 10% del mismo periodo de 2019 a casi el 60%.

Varias organizaciones, entre ellas Fastdata y el WTTC (Consejo Mundial de Viajes y Turismo), han

pronosticado que el turismo emisor de China se recuperará de forma explosiva y volverá a su plena fuerza en 2024 pudiendo llegar a números similares a los de 2019. Además de las agencias de viajes que operan viajes transfronterizos, agentes del mercado como las OTA, las líneas aéreas principales, los grupos hoteleros internacionales, las líneas de cruceros y otros entrarán gradualmente en una era de plena recuperación y crecimiento.

## TURISMO EMISOR

### CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO:

La recuperación general del turismo emisor presenta las características de "Asia-Pacífico en primer lugar, seguida por Europa y Estados Unidos, y booms en muchos lugares".

Los últimos datos de Ctrip muestran que de enero a septiembre de 2023, los diez principales destinos hoteleros emisores por volumen de noches son: Hong Kong, Tailandia, Japón, Macao, Malasia, Corea del Sur, Singapur, Estados Unidos, Indonesia y Vietnam.



Más del 90% de los turistas salientes viajan a destinos de la región Asia-Pacífico, y Este Asia y Sudeste Asia sobresalen por las ventajas del transporte conveniente, la política relajada de visados y los ricos recursos turísticos.

Durante el período de las vacaciones del Día Nacional de China, los destinos populares todavía se concentran en Hong Kong, Macao y los países asiáticos, pero los países de larga distancia intercontinentales, como Suiza, **España**, Turquía, Rusia, el Reino Unido y Francia, tienen una tasa de crecimiento más rápido en el número de viajeros.

### **FUENTE DE TURISTAS:**

De enero a septiembre de 2023, las fuentes de los turistas al extranjero se concentraron principalmente en provincias y ciudades con economías relativamente desarrolladas. Los viajeros de Guangdong, Shanghái, Pekín, Jiangsu, Zhejiang, Fujian se convirtieron en los clientes principal de los viajes. Las 10 principales provincias y ciudades de origen representaron el 80% del total de alojamiento en el extranjero, entre ellas la provincia de Guangdong sola representando 1/5 del total.

Los turistas de las ciudades de primer nivel de Beijing, Shanghái, Guangzhou y Shenzhen cubrió más del 40% de toda la cuota cuando Hangzhou, Chengdu, Suzhou, Nanjing y Ningbo, así como ciudades ubicadas en la región del delta del río Perla, como Foshan, Dongguan y Zhuhai, representaron una mayor proporción de la fuente.

### **NUEVAS TENDENCIAS:**

Antes de la epidemia, "comprar" era la impresión que los turistas chinos dejaban en el mundo. Según el *Informe de Desarrollo del Turismo Emisor de China 2020*, los turistas chinos gastaron 13,38 billones de dólares en viajes al extranjero en 2019, lo que sitúa a los turistas chinos en el primer lugar del mundo en gasto emisor.

Aún así, según los últimos datos de Alipay: el gasto per cápita en viajes al extranjero de los usuarios de Alipay aumentó un 24% interanual en enero-junio de 2023 en comparación con 2019.

Sin embargo, en la actualidad, los turistas chinos han cambiado el modo de viajar: la forma de viajar se inclina más hacia los grupos pequeños y los viajes en profundidad, los hábitos de consumo pasan de "gastar dinero para hacer compras" a mejorar la calidad de la comida, el alojamiento y el transporte. La demanda de consumo personalizado y diferenciado en el exterior representa una proporción cada vez mayor.

Los datos de Ctrip muestran que durante las vacaciones de Día Nacional de China, los turistas

emisores reservaron hoteles, principalmente de alta categoría y B&B, que suelen ofrecer servicios cómodos, prácticos y personalizados para satisfacer la demanda de calidad y experiencia única. Al mismo tiempo, los turistas prefirieron a comprar paquetes de turismo. En Australia, por ejemplo, se ofrecen paquetes prácticos incluyendo comida, tarjetas de transporte y traslados entre aeropuertos y hoteles satisfaciendo las necesidades de los turistas chinos.

Cada vez más turistas prefieren viajes en profundidad en lugar de simples visitas turísticas. Los viajes en profundidad se centran en experiencias y exploraciones culturales, históricas y naturales, y requieren más tiempo para comprender el destino y sumergirse en él. Por lo tanto, en términos de alojamiento emisor, la duración de las estancias consecutivas ha crecido en consecuencia. En los 3 primeros trimestres de 2023, la proporción de alojamientos emisores con estancias consecutivas de más de 5 días aumentó 3,5pp interanual en comparación con el mismo periodo de 2019.

#### Los 20 destinos donde los viajeros chinos permanecen más tiempo durante H1, 2023

<b>AFGANISTAN</b>	<b>NEPAL</b>	<b>MALDIVAS</b>	<b>EGIPTO</b>	<b>LAOS</b>
<b>KATAR</b>	<b>ESPAÑA</b>	<b>CUBA</b>	<b>FIJI</b>	<b>TAILANDIA</b>
<b>PALAOS</b>	<b>KIRGUISTAN</b>	<b>VIETNAM</b>	<b>KAZAJSTAN</b>	<b>MAURICIO</b>
<b>ALGERIA</b>	<b>SRI LANKA</b>	<b>ISLA DE MAN</b>	<b>MALASIA</b>	<b>RUSIA</b>

Los datos de la investigación de Fastdata *China Outbound Tourism Industry Development Report 2023* también muestran que entre los grupos jóvenes, con edad entre 20 y 30 años, la demanda de turismo emisor en busca de "experiencias únicas" y "viajes de exploración" se ha convertido en la corriente principal, superando con creces las tradicionales "vacaciones de ocio". Las opciones diversas de la oferta, que incluye entradas a lugares pintorescos, excursiones de un día, alquiler de coches y charters, buceo y paracaidismo, visitas guiadas a pie, fotografía de viajes y otros segmentos, se han convertido en un factor importante que influye en la toma de decisiones

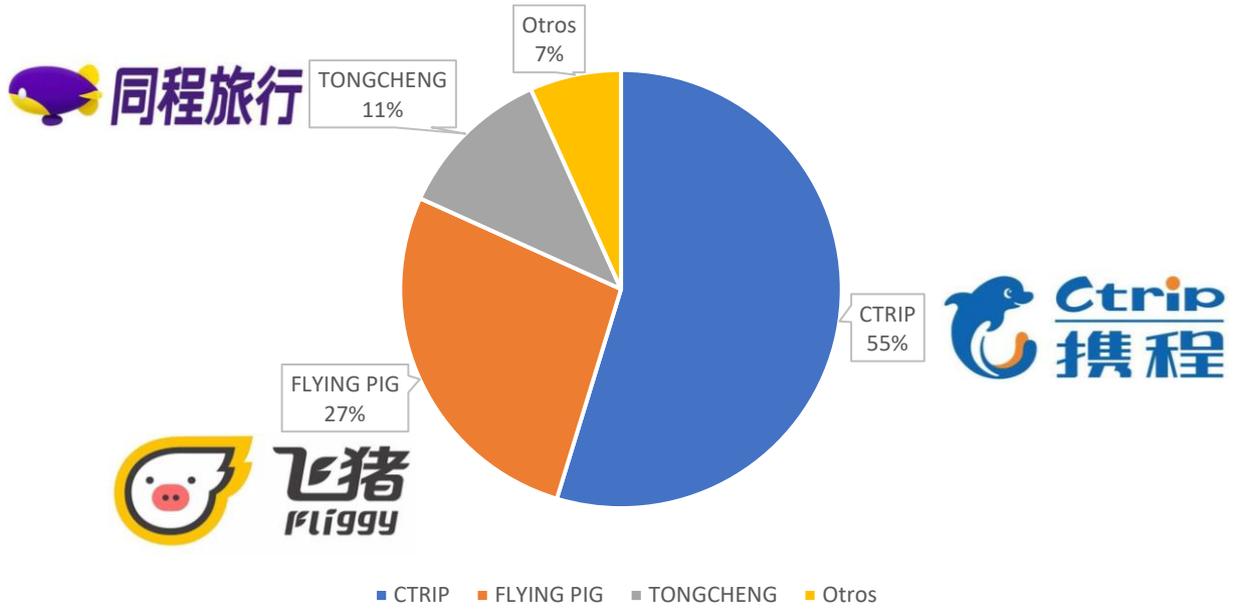
de los jóvenes consumidores. Ahora que se acerca la temporada de esquí, las principales plataformas de viajes, agencias de viajes y clubes de esquí chinos también han cooperado con parques de nieve extranjeros y hoteles de alta categoría para lanzar diversos tipos de grupos y paquetes de viajes de esquí.

### **PREOCUPACIÓN DE SEGURIDAD**

Cabe señalar que, en la turbulenta situación, los turistas de China han aumentado su demanda de seguridad, prefiriendo elegir países y regiones socioeconómicas relativamente estables como destinos de viaje. Aunque Japón y Tailandia han sido top destinos durante los tres primeros trimestres, sus imágenes de seguridad se han bajado gravemente por el tema del vertido de aguas residuales nucleares al mar y los casos de ataques criminales en Tailandia. Las ofertas de productos turísticos para Japón y Tailandia han disminuido significativamente desde octubre, la tendencia de retirada a corto plazo es clara.

### **OTA EN CHINA**

El Informe publicado por Fastdata considera que el panorama competitivo de las plataformas OTA (Online Travel Agency) representa el panorama competitivo del mercado del turismo emisor de China. Según el informe, la actual cuota de mercado de viajes emisores de las plataformas OTA chinas está encabezada por Ctrip con el 54,7%, Flying Pig Travel ocupa el segundo lugar con el 27,1% y Tongcheng Travel el tercero con el 11,5%. Las tres han acaparado más del 90% de la cuota de mercado de viajes salientes de todas las OTA de China.



## **TURISMO RECEPTOR**

En términos de turismo receptor, según los datos publicados por la Alianza Mundial del Turismo en el primer semestre de 2023, *Informe de Prosperidad del Mercado de Turismo Saliente de China e Informe de Prosperidad del Mercado de Turismo Receptor de China*, los datos muestran que: aunque el Índice de Prosperidad de Turismo Receptivo del primer semestre de 2023 fue 15, con un aumento de 13 puntos en comparación con 2019, es difícil para el corto y mediano plazo alcanzar el nivel del mercado de turismo receptivo al nivel de 2019. Las dificultades se encuentran como aprobación lenta de recuperación de las rutas aéreas internacionales, la cadena fragmentada del sector de servicios de turismo receptivo, el cierre de empresas de turismo receptivo, la grave fuga de talentos y otros.

### **VISADOS FREE**

Las dificultades para obtener visados chinos para turistas extranjeros siempre han sido un obstáculo para el turismo receptor de China. Ahora, China ha decidido ampliar el alcance de los países con exención unilateral de visado a modo de prueba para los ciudadanos con nacionalidad de seis países, a saber, Francia, Alemania, Italia, Países Bajos, **España** y Malasia, quienes, durante el período entre el 1 de diciembre de 2023 y el 30 de noviembre de 2024, podrán entrar en China sin visado por un período de hasta 15 días cuando vengan a China para hacer negocios, viajar, visitar a familiares y amigos o transitar por el país.

Según las estadísticas de la Administración Nacional de Inmigración, del 1 al 3 de diciembre siguió aumentando el número de llegadas de estos seis países, con un total de casi 18.000 viajeros a China, lo que supone un incremento del 39% en la media diaria de llegadas en comparación con el 30 de noviembre. Entre ellas, casi 7.000 personas llegaron a China a través del acceso sin visado, lo que representa el 39% del número total de las llegadas procedentes de los seis países, lo que demuestra plenamente que la política unilateral de acceso sin visado ha aportado realmente una comodidad tangible a la población de los seis países.

Además de esto, las principales ciudades de China siempre han tenido una política de tránsito sin visado de 144 horas para los países económicamente desarrollados, según la cual los ciudadanos de 54 países que están en tránsito a través de las principales ciudades de China hacia un tercer país (región) , con un documento válido de identidad para viaje internacional y un billete interlineal con una fecha y asiento fijos dentro de un período de tiempo limitado, pueden permanecer en un área especificada por un período de hasta 72 horas o 144 horas sin visado, y durante el período de estancia, pueden realizar actividades a corto plazo como turismo y visitas de negocios temporales. España se encuentra en la lista de 54 países.