



KINA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2019.



OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Najmnogoljudnija zemlja svijeta i drugo po redu svjetsko gospodarstvo već se godinama smatra „dalekoistočnim tigrom“, s obzirom na snažan gospodarski rast koji je do prije nekoliko godina bio u dvoznamenkastom rasponu. Kina je jedna od najvećih zemalja svijeta, s različitim religijskim značajkama te se prostire u skoro tri vremenske zone (iako je za cijelu zemlju određena univerzalna zona).

Najrazvijeniji dio nalazi se na istočnoj obali, odnosno, uz obale Istočnog kineskog mora (paciifička obala) gdje su smješteni i najveći gradovi te jug zemlje, oko pokrajine Guandong. Iz tih dijelova dolazi i minimalno 75 posto outbound turista iz Kine. Unatoč najavama o dodatnom usporavanju kineskog gospodarstva predviđa se da će njezini stanovnici nastaviti predvoditi outbound putovanja diljem svijeta te ostati i najveći potrošači.

Političko uređenje: Komunistička partija NR Kine (jednostranačka vladavina).

Površina: 9 569 960 km².

Najveći gradovi: Peking, Šangaj, Chongqing (najveći municipality na svijetu), Guangzhou, Tianjin, Shenzhen, Xian, Wuhan, Hangzhou.

Stanovništvo: 1,319 milijardi.

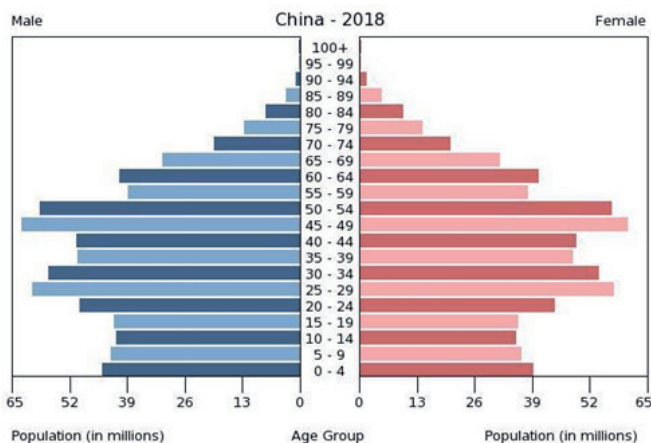
Vjerska pripadnost: budisti 18,2 %, kršćani 5,1 %, muslimani 1,8 %, narodne religije 21,9 %, hinduizam – manje od 0,1 %, judaizam – manje od 0,1 %, ostalo 0,7 %, neopredijeljeni 52,2 %.

Etničke skupine: Han Kinezi 91,6 %, Zhuang 1,3 %, ostali 7,1 %.

Dobna struktura

- 0 – 14 godina – 17,22 %
(128.270.371 muškarac / 110.120.535 žena)
- 15 – 24 godine – 12,32 %
(91.443.139 muškaraca / 79.181.726 žena)
- 25 – 54 godine – 47,84 %
(338.189.015 muškaraca / 324.180.103 žene)
- 55 – 64 godine – 11,35 %
(79.340.391 muškaraca / 77.857.806 žena)
- 65 i više godina – 11,27 %
(74.277.631 muškaraca / 81.828.269 žena)
(procjena 2018.).

Očekivana životna dob: 75,8 godina (73,7 godina za muškarce; 78,1 godina za žene).



POLITIČKO UREĐENJE

Prema Ustavu iz 1982., Kina je unitarna republika s jednostranačkim sustavom. Državni narodni kongres (*Quanguo Renmin Daibiao Dabui*) najviši je organ centralne državne vlasti koji obavlja zakonodavnu vlast. Sastaje se jednom godišnje te donosi odluke o promjeni ustava, prihvaća zakone, državni gospodarski plan i proračun, imenuje predsjednika Vrhovnog narodnoga suda, glavnoga tužitelja, koji je na čelu Vrhovnog narodnog tužiteljstva i predsjednika Centralne vojne komisije, koja rukovodi oružanim snagama. Državni narodni kongres ima 2.987 članova, koje biraju narodni kongresi lokalnih političko-teritorijalnih jedinica (regija, provincija i gradova) i vojska. Mandat zastupnika u Kongresu je pet godina. Kongres bira Stalni odbor, koji ima 154 člana i obavlja poslove Kongresa između zasjedanja, ima široke zakonodavne i izvršne ovlasti.

Državno vijeće (vlada) obavlja izvršnu vlast, a predsjednika i članove vlade predlaže Centralnog komiteta KP Kine, a imenuje ih i opoziva Državni narodni kongres. Na čelu države je predsjednik republike, bira ga parla-

ment na razdoblje od pet godina, mora biti stariji od 45 godina; mogao je biti biran dva puta uzastopno, a donošenjem ustavnog amandmana 2018. ukinuto je ograničenje mandata.

Na kongresu kineske Komunističke partije održanom u studenome 2012. za generalnog sekretara Centralnog komiteta izabran je Xi Jinping, koji je od ožujka 2013. postao predsjednik republike, a Li Keqiang premijer.

Država se administrativno dijeli na pet autonomnih regija, 23 provincije i četiri gradska područja te niže lokalne jedinice. Kina smatra Tajvan 23. provincijom, a Hong Kong i Makao su posebne administrativne regije, s ograničenom demokracijom.

Kina je članica Svjetske trgovinske organizacije (WTO), Međunarodnog monetarnog fonda (MMF), Organizacije za azijsko-pacifičku ekonomsku suradnju (APEC) te je potpisnica Sporazuma o slobodnoj trgovini s grupom ASEAN i Novim Zelandom.

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Drugo po veličini svjetsko gospodarstvo koje je i dalje u vrhu po izvozu. Posljednjih godina razvija IT i kreativne industrije, okreće se obnovljivim i čistim izvorima energije što je u totalnoj suprotnosti s posljednja dva desetljeća brzog rasta i otvaranja.

Aktualno stanje BDP-a, usporedba s prethodnim godinama i prognoza za naredne godine; BDP po glavi stanovnika

U 2018. 6,6 posto, za 2019. 6,1 posto.

Postotak nezaposlenosti u 2018., aktualno stanje u 2019. i procjena trenda

Stopa nezaposlenosti u 2019. je 3,61.

Prosječna plaća

Ovisi o gradu, u Šangaju je primjerice od 1.200-2.000 USD, Peking je nešto niže od 1.000 – 1.500 USD.

Stopa inflacije: 1,75 posto.

Vanjskotrgovinska bilanca

S RH oko 1 milijarde eura (od toga 900 milijuna izvoz iz Kine).

Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja na domaćino gospodarstvo

2018. i 2019. bile su primjetne zbog sukoba Kine s SAD-om i Kanadom, što se definitivno odražava i dalje ne samo na kineskog nego i na gospodarstvo svijeta u cjelini. Potrebno je naglasiti kako je Kina u mnogočemu gospodarski sama sebi dostatna, zbog veličine vlastita tržišta.

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Prikaz glavnih medija po segmentima

1. China Media Group - najveći medijski konglomerat u Aziji koji pokriva sve segmente, uključuje televizijske kuće, razna novinska izdanja, internet portale i radijske kuće (višejezični medij)
2. Xinhua - državna novinska agencija, dnevne objave u tiskanom i online izdanju (višejezični medij)
3. China Daily - državna novinska kuća, dnevna izdanja, snažno online prisustvo, pokriva sve segmente (višejezični mediji)
4. Global Times - slično ko China Daily, uz podizdanje Metro Beijing i Metro Shanghai
5. Hunan TV - druga po veličini TV kuća u državi, najjača kada je riječ o satelitskom broadcastu prema inozemstvu, pokriva razne segmente i unutar sebe ima više online TV platformi
6. Shanghai Media Group - medijski konglomerat iz Šangaja, sličan China Media Groupu, no znatno manji (višejezični medij)
7. Travel+Leisure China - putovanja, lifestyle
8. Vogue China - lifestyle
9. Bazaar China - lifestyle

10. National Geographic China - putovanja, lifestyle
11. Lonely Planet China - tiskani vodiči, mjesečni magazin, online izdanja, snažno prisustvo na društvenim mrežama
12. Traveler Magazine - putovanja, lifestyle
13. Ta Kung Pao - novinska kuća s online platformama
14. Pokrajinske TV kuće - svaka kineska pokrajina ima svoju pokrajinsku TV kuću i novinsku agenciju koja također pokriva sve segmente. Sve su većinom u vlasništvu lokalnih vlada koje ih financiraju uz odgovarajuće investicijske projekte i oglašavanje.
15. iQiyi - online TV kanal
16. Pear TV - online news kanal

Naklade, regionalna pokrivenost, čitanost, praćenje za medije

Najveće medijske grupacije i agencije imaju podružnice u svakoj pokrajini, pokrajinske agencije i televizije. Iako su tiskana izdanja i dalje sveprisutna, moć interneta i napose mobilnog telefona, dosegla je svoj novi vrhunac. Mobilni telefoni djeluju i kao pristup društvenim mrežama, portalima, časopisima, ali i kao zamjena za televiziju.

PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA

Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2018. otputovali na odmor

Skoro 300 milijuna.

Broj stanovnika koji su na odmor otputovali u inozemstvo / odmor proveli u vlastitoj zemlji

Preko 150 milijuna outbound i 142 milijuna inbound.

Redoslijed omiljenih destinacija – promjene u redoslijedu u odnosu na prethodnu godinu

Tajland, Japan, Vijetnam, Singapur, Indonezija, Malezija, SAD, Kambodža, Rusija i Filipini u 2018.

U 2017. redoslijed je bio Tajland, Japan, Singapur, Vijetnam, Indonezija, Malezija, Filipini, SAD, Južna Koreja i Maldivi. Rusija je ušla u top 10 zbog preferencijalnih viznih mjera i SP 2018. u nogometu.

Omjer između organiziranog i individualnog prometa za omiljene destinacije

Podaci su različiti, no pretpostavka je da organizirane ture i dalje imaju preko 60 posto udjela, te da niži postotak putuje u potpunosti bez korištenja agencijskih paketa. Sve je veći porast kupnje agencijskih paketa manjih grupa od 2-5 osoba koji do određene mjere zahtijevaju fleksibilnost.

Komparativne prednosti/nedostaci omiljenih destinacija s gledišta organizatora putovanja / gostiju

Omiljene destinacije definitivno imaju prednost što su blizu i što nude vizne olakšice i izravne letove. Nedostatak im je što definitivno gube na 'originalnosti' prilikom izbora te više nisu 'hot spots' i stvar prestiža.

Vrsta prijevoza koji su turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor

Zrakoplovi (unutar i van NR Kine, velike udaljenosti) i brzi vlakovi (unutar zemlje, velike udaljenosti), rent a car i organizirani prijevoz (kombiji, automobili).

Koji su način organiziranja odmora / bukiranja turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor

Putnici do 35-40 godina preferiraju tailor made pakete pri čemu se ne oslanjaju u svemu na agenciju nego na vlastita istraživanja na internetu te od putovanja traže potpuno iskustvo i relativnu fleksibilnost, putnici od 50 godina i više, preferiraju agencijske aranžmane.

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja

I dalje u velikome postotku hoteli, mlađi putnici cijene Airbnb opcije i butique hotele.

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja i posebna razrada odmorišnog segmenta

Kinezi većinom putuju na odmore, najčešće s obitelji i prijateljima, a zemlje s velikom kineskom zajednicom bilježe veliki broj tzv. „family reunion“ putovanja. Na prvom mjestu su im povijesna baština, kultura, lokalna iskustva, gastro ponuda, iskustvo odredišta na kojima većina njihovih prijatelja nije bila. Na putovanjima ne vole više dana provoditi na jednom mjestu nego su vrlo mobilni. Manji broj dana godišnjeg odmora i dalje nastoje iskoristiti kako bi vidjeli što više, što za Hrvatsku predstavlja veliki izazov.

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju

Prosječna potrošnja definitivno ovisi i o skupoći te standardu destinacije, te je jasno da turisti iz Kine neće jednako trošiti u Vijetnamu i SAD-u. U SAD-u je prosječna potrošnja oko 6.000 USD po osobi i putu. Najviše se troši na shopping (luksuzni predmeti, *duty free*), suvenire, hotelski smještaj i hranu.

Pregled organizatora putovanja na tržištu

Ctrip, Tuniu, Tongcheng, Fliggy, Elong, Qunar, Caissa, Hiseas, CTS, CITS, CYTS, U-Tour, China International Top Travel.

OSVRT NA 2019.

OSVRT NA STANJE NA EMITIVNOM TURISTIČKOM TRŽIŠTU

Procjena ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2018. – analiza emitivnog potencijala tržišta

150 milijuna u 2018, oko 180 milijuna 2019. Potrebno je naglasiti da i dalje veliki postotak kineskih državljana nema putovnicu.

Redoslijed omiljenih destinacija – procjena za 2019., dolazi li do promjena pri odabiru destinacija

Japan, Tajland, Južna Koreja, Makao, Malezija, Singapur, Francuska, Italija zabilježili su mali porast prometa u odnosu na godinu ranije. Pad su zabilježile dosad stabilne destinacije Hong Kong, SAD, Australija i Novi Zeland. Kinezi prilikom odabira destinacija odluku donose i prema kriteriju olakšanog viznog režima.

Razlozi promjene u redoslijedu omiljenih destinacija – promjene u kriterijima odabira, ukoliko je do njih došlo

Posljednjih nekoliko godina na vrhu top liste putovanja u inozemstvo za kineske turiste su bliže destinacije, koje su uključivale posebne administrativne regije Hong Kong i Makao, no posljednjih pola godine, zbog iznimno loše političke situacije, Hong Kong bilježi veliki pad. SAD je također zabilježio pad zbog političkih previranja i trgovinskog rata, a na udaru se našla i Kanada, zbog afere Huawei. Pad dolazaka su po prvi puta zabilježili Australija i Novi Zeland, koji su prošlih godina bilježili veliki rast, uz otvaranje niza novih aviolinija. Pad se pripisuje usporavanju gospodarstva te traženju novih odredišta za odmor, s obzirom na to da su navedene dvije zemlje značajne kao odredišta za obiteljski turizam (velike kineske prekomorske zajednice) i studiranje.

Ukupan pregled organizatora putovanja na tržištu u 2019. - promjene u odnosu na 2018.

Kada je riječ o Kini, važno je naglasiti značaj najvećih OTA - Ctrip (Trip.com), Tuniu, Tongcheng. Svi OTA surađuju s mnogim manjim agentima kojima prodaju svoje pakete (koji se dodatno mogu „doraditi“).

Od velikih turoperatera tu su Jin Jiang, Hi Seas, Caissa, Top Travel International, U Tour, CITS, CTS između ostalih. Svi veliki turoperatori imaju svoje pokrajinske podružnice i usko surađuju s OTA.

Također, treba naglasiti i da one nerijetko djeluju kao veleprodajni agenti koji svoje aranžmane prodaju manjim, lokalnijim agencijama u Kini te je uvijek nejasna „odgovornost“ za osmišljavanje paketa.

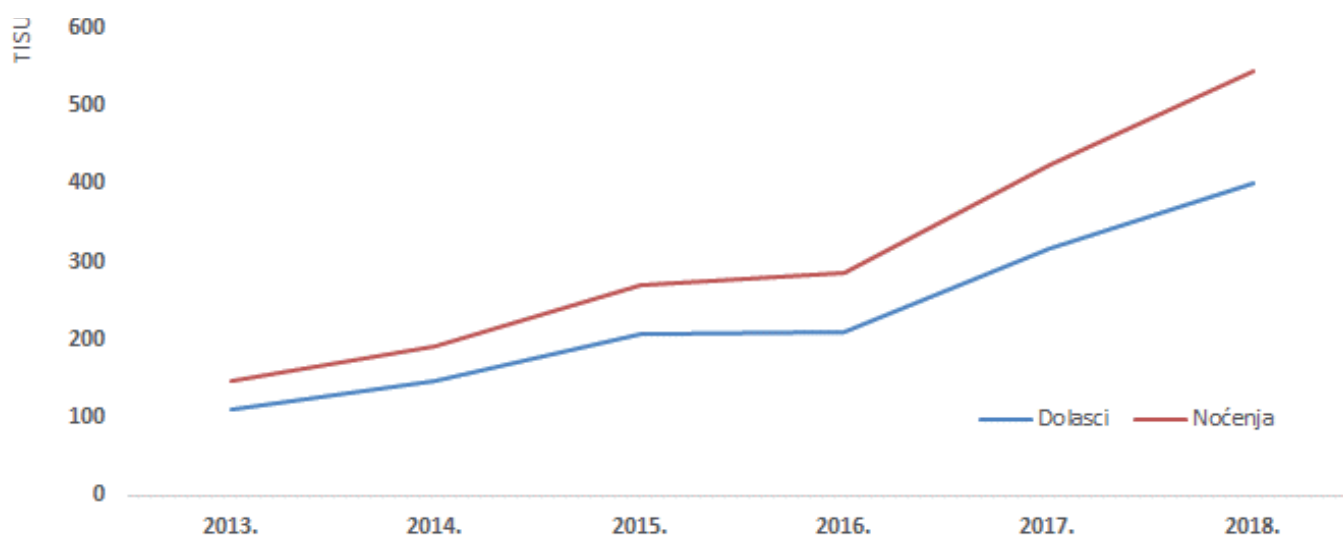
DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU U 2019.

KINA	Dolasci			Noćenja		
		indeks	2013.=100		indeks	2013.=100
2013.	111.454			146.401		
2014.	148.037	133	133	191.469	131	131
2015.	208.104	141	187	271.141	142	185
2016.	208.936	100	187	285.124	105	195
2017.	316.096	151	284	425.194	149	290
2018.	400.998	113	360	545.135	112	372

Izvor: DZS

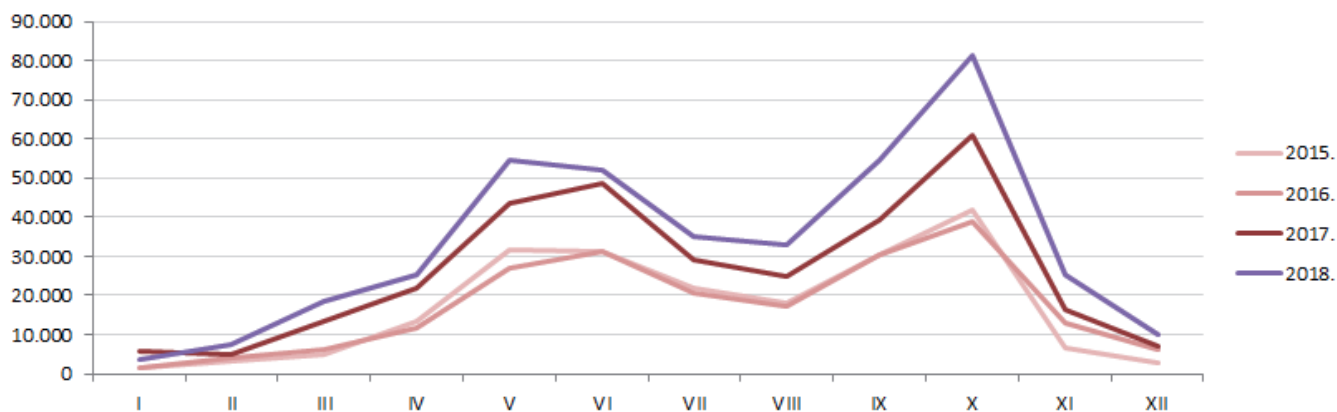
NAPOMENA: Podaci o turističkom prometu (dolasci i noćenja) za NR Kinu objavljuju se kao zbirni podaci sljedećih podatkovnih jedinica: Kina, matica; Hong Kong, Kina; Makao, Kina; Tajvan, Kina.

Dolasci i noćenja kineskih turista, razdoblje 1990. - 2018.



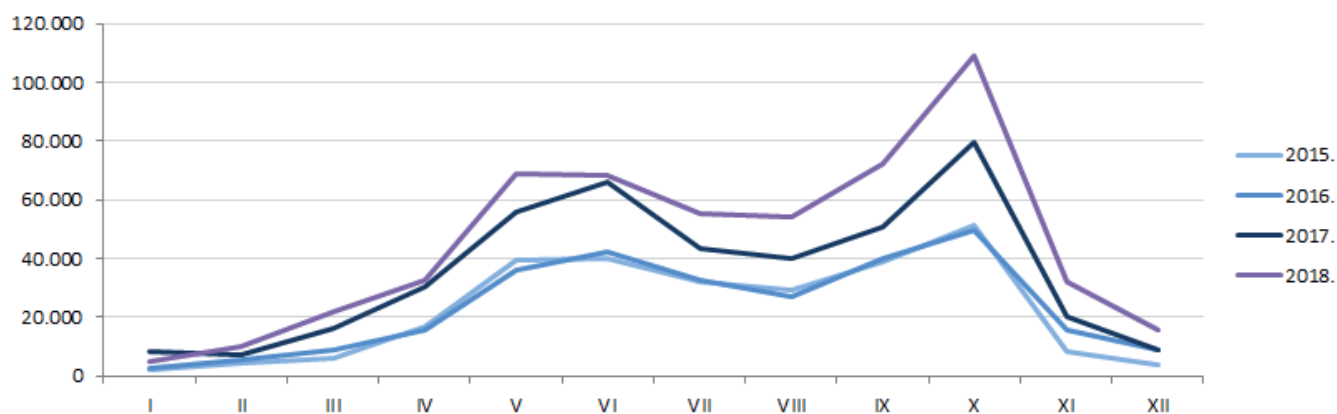
Izvor: DZS

Dolasci po mjesecima - Kina



Izvor: DZS

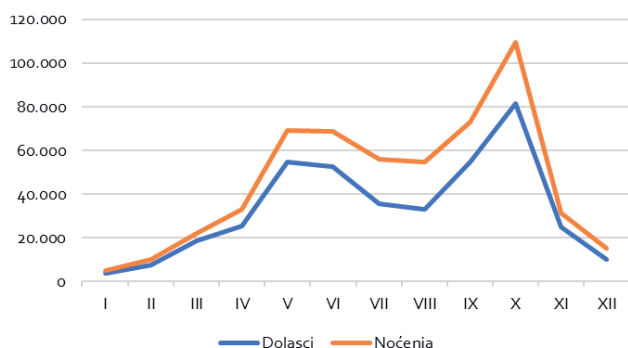
Noćenja po mjesecima - Kina



Izvor: DZS

REZULTATI 2018. PREMA SUSTAVU eVISITOR

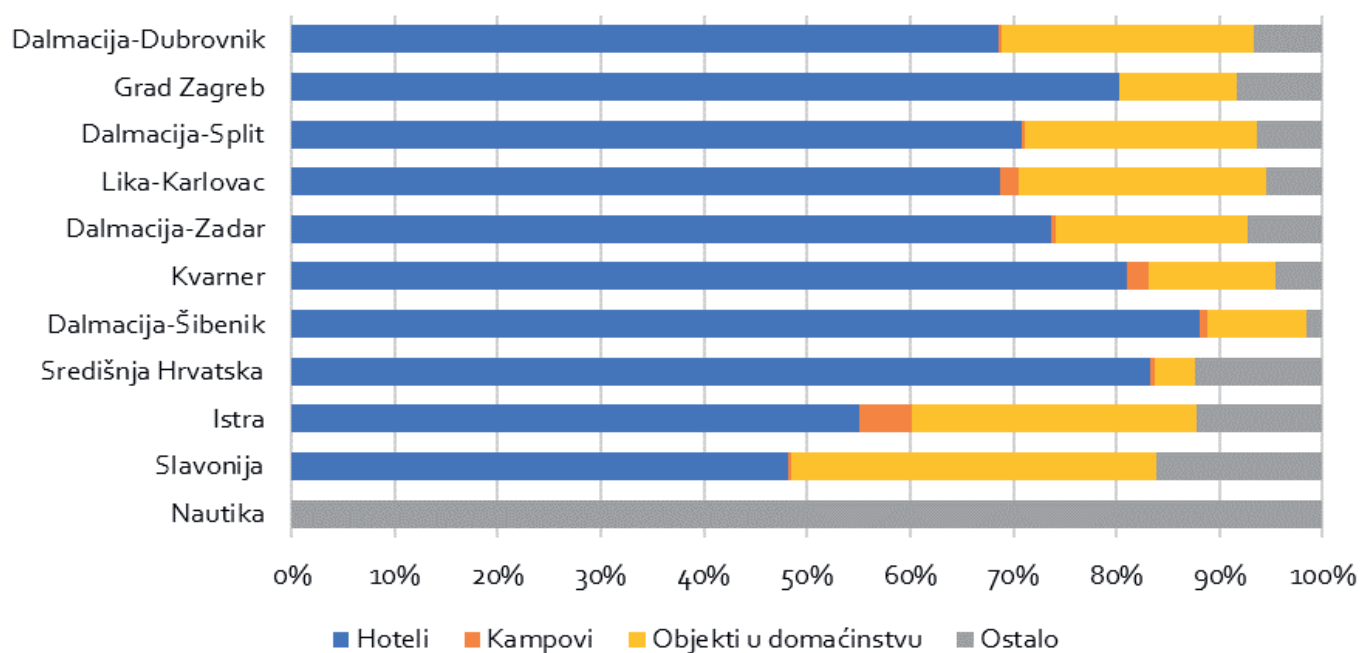
Dolasci i noćenja kineskih turista, 2018.



Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	Noćenja
Zagreb	115.200
Dubrovnik	100.378
Plitvička Jezera	47.819
Split	38.743
Zadar	35.025
Podstrana	18.230
Župa dubrovačka	16.443
Opatija	16.400
Hvar	13.019
Šibenik	10.953

Noćenja kineskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2018.



Dolasci i noćenja po klasterima

Klaster	Dolasci	Noćenja
Dalmacija-Dubrovnik	80.951	135.931
Grad Zagreb	88.890	115.200
Dalmacija-Split	71.495	97.008
Lika-Karlovac	57.844	66.296
Dalmacija-Zadar	34.225	40.154
Istra	15.603	27.009
Kvarner	20.540	25.031
Središnja Hrvatska	14.444	18.967
Dalmacija-Šibenik	16.754	18.824
Nautika	336	2.288
Slavonija	563	1.081
Ukupno	401.645	547.789

Dolasci po dobi i spolu

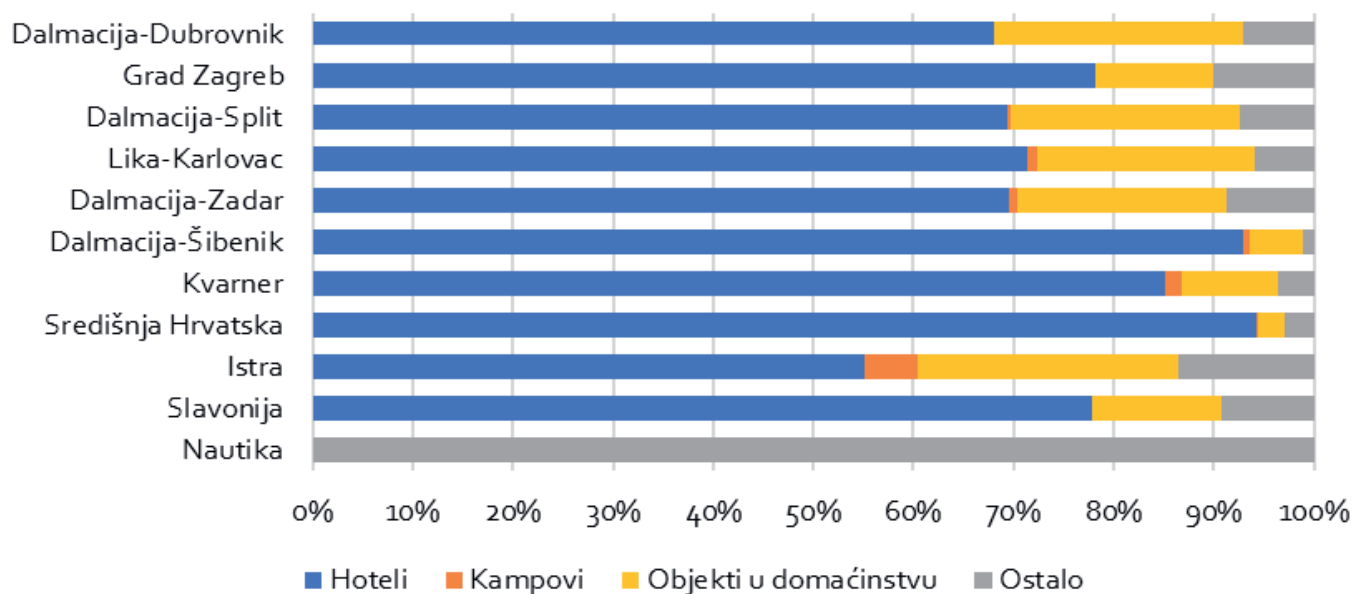
Godina	muškarci	žene
0-5 godina	0,3%	0,2%
6-11 godina	0,4%	0,4%
12-17 godina	0,6%	0,5%
18-24 godina	1,5%	2,3%
25-34 godina	4,8%	6,8%
35-44 godina	4,8%	7,1%
45-54 godina	7,3%	12,8%
55-64 godina	13,0%	19,5%
> 65 godina	9,0%	8,9%

REZULTATI ZA RAZDOBLJE SIJEČANJ – STUDENI 2019. PREMA SUSTAVU eVisitor

Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	Noćenja
Zagreb	126.598
Dubrovnik	115.909
Plitvička Jezera	54.851
Split	48.354
Zadar	40.417
Opatija	25.059
Šibenik	20.254
Župa dubrovačka	19.369
Podstrana	14.261
Hvar	13.716

Noćenja kineskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, I.-XI.2019.



Dolasci i noćenja po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Dalmacija-Dubrovnik	95.347	159.994
Grad Zagreb	96.057	126.598
Dalmacija-Split	82.384	111.549
Lika-Karlovac	70.556	81.015
Dalmacija-Zadar	40.469	46.896
Kvarner	26.849	33.587
Dalmacija-Šibenik	28.365	31.052
Istra	18.024	30.509
Središnja Hrvatska	24.716	29.175
Nautika	388	2.592
Slavonija	954	1.458
Ukupno	484.109	654.425

Dolasci po dobi i spolu

	muškarci	žene
0-5 godina	0,2%	0,2%
6-11 godina	0,5%	0,4%
12-17 godina	0,6%	0,5%
18-24 godina	1,4%	2,0%
25-34 godina	4,4%	6,3%
35-44 godina	4,7%	6,9%
45-54 godina	6,9%	12,4%
55-64 godina	13,4%	20,2%
> 65 godina	9,4%	9,5%

Aktualni imidž Hrvatske

Iako još uvijek nije u širim razmjerima poznata, Hrvatska u Kini ima pozitivan imidž. Kinezi Hrvatsku vide kao prijateljsku i simpatičnu zemlju. Ipak, za većinu populacije Hrvatska je i dalje nepoznanica, vez jasno izgrađenog brenda, iako potražnja za putovanjima u našu zemlju ubrzo raste, bez obzira na činjenicu da i nadalje nema izravnih letova. Hrvatska je (kod onih koji su čuli za nju i žele je posjetiti) percipirana kao zemlja u kojoj mogu uživati u povijesnom naslijeđu, kulturi, prijateljskom ozračju te mjesto gdje se mogu snimiti prekrasne fotografije. Mladi Kinezi više su zainteresirani za „in depth“ ture, avanturizam i za lokacije snimanja serijala Game of Thrones.

Preliminarna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2019./omjer između organiziranih i individualnih dolazaka u Hrvatsku u 2019.

Očekivan je rast od oko 30 posto u odnosu na 2018., od čega je najmanje 70 posto dolazaka i noćenja u organiziranom aranžmanu.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2019.

Hrvatska je i dalje vrlo zanimljivo, ali još uvijek novo i nedovoljno istraženo odredište za kineske turooperatore. I dalje je u 90 posto slučajeva uključena u turu kao odredište vezano uz posjete više zemalja u regiji (tzv. balkanska tura). U tim slučajevima je Hrvatska odredište u kojem se zadržavaju najdulje - prosječno oko 5 dana. BiH i Srbija u tom kontekstu predstavljaju svojevrsnu konkurenciju jer imaju režim bez viza.

Prognoza rezultata u 2019. organizatora putovanja

Pretpostavka je da je više od 70 posto ostvarenih putovanja u Hrvatsku ove godine odrađeno u sklopu tzv. paket aranžmana.

Zrakoplovni čarteri u 2019. – broj, trajanje rotacija; polazišta-odredišta

Između Hrvatske i Kine još nema izravnih zrakoplovnih linija, a nije bilo ni čarter letova.

Autobuseri u 2019.

Što se tiče autobusnih tura, agencija Go Eu Go iz Tianjina inaugurirala je novu autobusnu rutu po Europi, koja uključuje i Hrvatsku. Ruta počinje u Budimpešti te preko Vinkovaca i Vukovara ide prema Sarajevu i Mostaru, potom u Dubrovnik, Split, Šibenik, Zadar, Plitvice i Zagreb. Prema njihovim podacima, nekoliko stotina putnika prošlo je ovu rutu.

PREDVIĐANJA ZA 2020.

TURISTIČKA SEZONA 2020. – OPĆI POKAZATELJI

Pretpostavlja se da će Kina, bez obzira na usporavanje gospodarstva i politička previranja s drugim najvećim svjetskim gospodarstvima, nastaviti predvoditi svjetsko outbound tržište po realiziranim putovanjima i općoj potrošnji.

Preliminarna procjena turističkog tržišta/ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2020.

Pretpostavlja se da će preko 200 milijuna turista iz Kine putovati svijetom do kraja 2020., s rastom od 6,1 posto u godinama koje dolaze. Procjenjuje se da će Kinezi također ostati i najveći potrošači među turistima na međunarodnoj razini te da će rasti i broj individualnih putovanja (do 30 posto), što jasno ukazuje na promjene u trendovima putovanja.

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2020. uz usporedbu s očekivanjima za 2019.

S obzirom na to da je Europa za Kinu *long haul* odredište, pretpostavlja se da će omiljene destinacije i dalje ostati zemlje u neposrednoj blizini, kao što je to bio slučaj u posljednje dvije godine. Top su svakako: Tajland, Singa-

pur, Indonezija, Japan (Olimpijske igre 2020. - dodatni poticaj), Vijetnam, Malezija, Južna Koreja.

Predviđa se veliki pad za Autonomnu regiju Hong Kong zbog političkih nemira, dok će s druge strane Rusija imati još više koristi od preferencijalnih viznih mjera koje su uveli za Kineze.

Očekuje se stabilan broj dolazaka u Indiju i na Šri Lanku te na Maldive. Australija i Novi Zeland (zemlje koje također imaju velike prekomorske zajednice kineskog stanovništva) trebale bi opet bilježiti mali pad, slično se očekuje i za SAD.

Potrebno je naglasiti da su Kinezima u fokusu zemlje koje su im ukinule ili olakšale vizne mjere (visa on arrival, e-visa, itd). Od europskih destinacija raste interes za skandinavske zemlje, koje dosta rade na promociji. Italija i Francuska su uvijek na „must visit“ listi.

Prognoze organizatora putovanja za 2020.

Očekuje se sličan volumen bukinga kao i tijekom 2019., uz relativno nepovoljan kalendar državnih praznika za 2020.

TURISTIČKA SEZONA 2020. – HRVATSKA

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2020.

Broj dolazaka i noćenja trebao bi bilježiti porast od najmanje 15 posto u odnosu na 2019.

Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja

Organizatori putovanja ističu da je Hrvatska i dalje najviše zastupljena u sklopu tzv. „balkanske ture“ gdje ostaje zemlja u kojoj najduže borave. Razlozi leže u činjenici da Kinezi tijekom putovanja žele posjetiti što više zemalja. Takvo putovanje općenito traje 14 dana, na Hrvatsku otpada minimalno 5 dana.

Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja trebalo poduzeti u 2020.

Prostor za unaprjeđenje uključuje prihvata u zračnim lukama na kineskom jeziku, veći broj vodiča koji pričaju kineski, lokalne brošure na kineskom, *free* WiFi rasprostranjenost, *duty free* shops i outlet shopping opcije, više hotelskih kapaciteta, izravni let, vizne olakšice.

Traži se i da strukovne organizacije, odnosno udruženja agencija iz Hrvatske osvježe popise agenata koji su ozbiljni u radu s Kinom i traženju partnera na ovome tržištu. Također, od potencijalnih hrvatskih partnera očekuju svježe ponude koje bi uključivale in depth ture i novi pristup kojim bi se privukli kineski turisti u FIT i *luxury* segmentu.

Kalendar praznika



Državni praznici i vjerski blagdani (Public Holidays)	2019.	Dan u tjednu	Tjedan u godini	2020.	Dan u tjednu	Tjedan u godini	2021.	Dan u tjednu	Tjedan u godini
Nova godina (New Year's Day)	01.01.2019	Utorak	1	01.01.2020	Srijeda	1	01.01.2021	Petak	1
Kineska Nova godina (Spring Festival)	05.02.2019	Utorak	6	25.01.2020	Utorak	4	12.02.2021	Petak	7
Tomb Sweep Festival (Qingming)	05.04.2019	Petak	14	04.04.2020	Subota	14	04.04.2021	Nedjelja	14
Praznik rada (Labour Day)	01.05.2019	Srijeda	18	01.05.2020	Petak	18	01.05.2021	Subota	18
Dragon Boat Festival	07.06.2019	Petak	23	25.06.2020	Četvrtak	26	14.06.2021	Ponedjeljak	25
Mid-Autumn Festival	13.09.2019	Petak	37	01.10.2020	Četvrtak	40	21.09.2021	Utorak	39
Nacionalni dan (Golden Week)	01.10.2019	Utorak	40	01.10.2020	Četvrtak	40	01.10.2021	Petak	40

Izvor: <https://www.travelchinaguide.com/essential/holidays/calendar.htm>; <https://publicholidays.cn/2020-dates/>

Školski praznici	2020.	
	Početak	Kraj
Novogodišnji praznici	01.01.2020	01.01.2020
Novogodišnji praznici (Spring Festival)	24.01.2020	30.01.2020
Tomb Sweep Festival (Qingming)	04.04.2020	06.04.2020
Praznik rada (May Day)	01.05.2020	03.05.2020
Dragon Boat Festival	25.06.2020	27.06.2020
Mid-Autumn Festival	01.10.2020	01.10.2020
Nacionalni dan (Golden Week)	01.10.2020	08.10.2020

Napomena

U NR Kini nije neuobičajeno "spajanje" blagdana/neradnih dana s okolnim radnim danima. Isto se u većini slučajeva nadoknađuje kroz godinu sukladno unaprijed planiranom rasporedu.

Gledajući školske praznike, početak i kraj uvelike ovisi o kojoj se školi radi.

Međunarodne škole nerijetko imaju slobodne dane za Božić i kalendarsku Novu godinu. Kineske državne škole imaju slobodne dane samo za Kinesku novu godinu i jedan ili dva dana za kalendarsku.

Također, međunarodne škole imaju više ljetnih praznika od sredine lipnja do kraja kolovoza dok kineske državne škole nerijetko imaju praznike od početka srpnja do kraja kolovoza. Kineske privatne škole kombiniraju.

Ljetno razdoblje se u Kini dosta koristi za pohađanje raznih ljetnih škola i tečajeva, stoga ne možemo govoriti o praznicima u pravom smislu riječi.

U 2020. godini kalendar ne ide na ruku u smislu dugih praznika, no isto se mislilo i za 2019., a potom je vlada u međuvremenu nadodavala dane.

Izvor: <https://www.travelchinaguide.com/essential/holidays/calendar.htm>; <https://publicholidays.cn/2020-dates/>