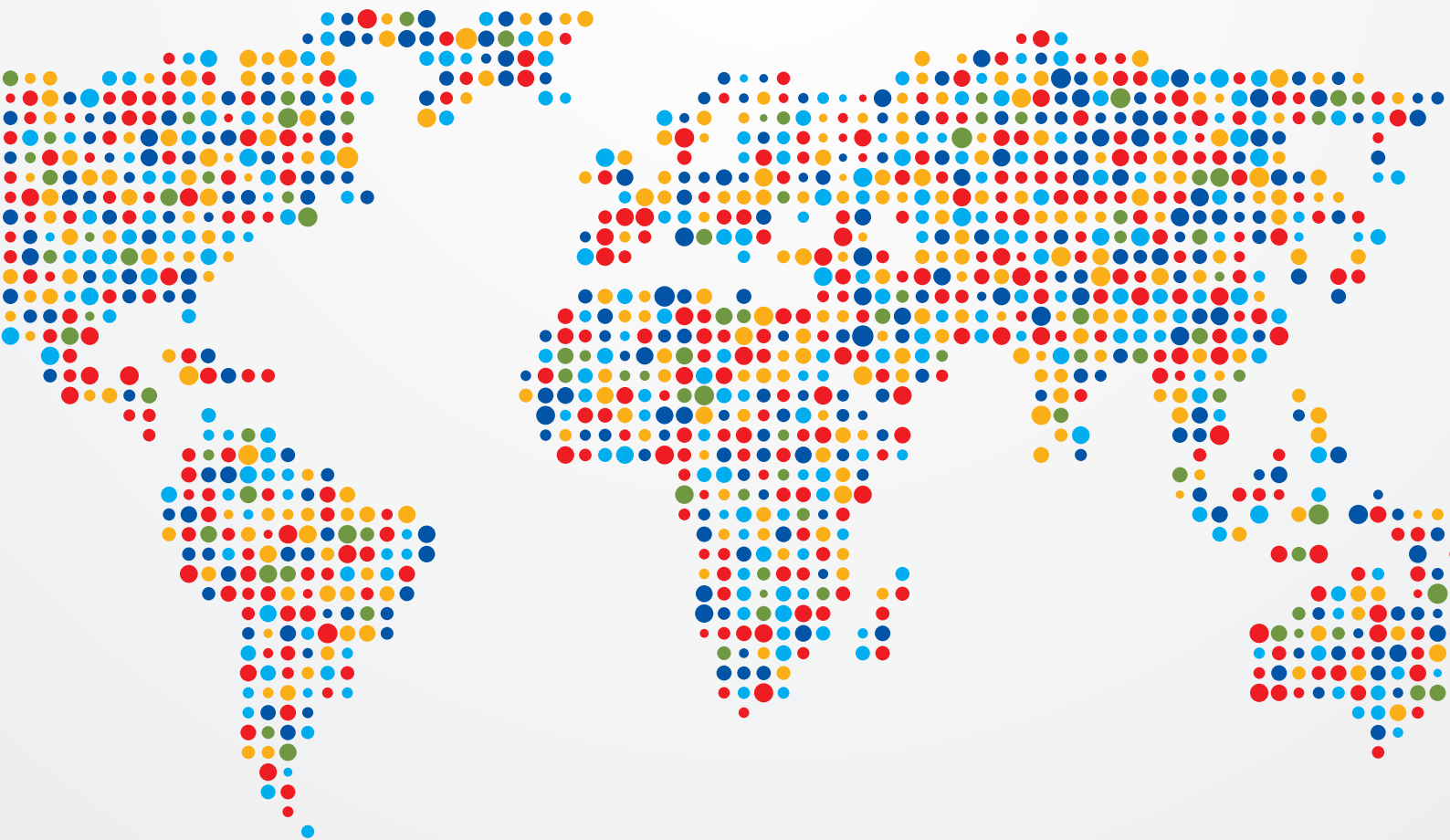




KINA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2017.



OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Službeni naziv: Narodna Republika Kina.

Državno uređenje: Jednostranačka vladavina kineske komunističke partije.

Glavni grad: Beijing (20.384.000 stanovnika).

Veći gradovi: Shanghai (23.741.000), Chongging (13.332.000), Guangdong (12.458.000), Tianjin (11.210.000), Shenzhen (10.749.000) (prema podacima iz 2015.)

Površina: 9.569.960 km².

Broj stanovnika: 1.379.302.771 (srpanj 2017., procjena).

Dobna struktura

- 0 – 14 godina – 17,08 % (126.146.137 muškaraca / 107.410.265 žena)
- 15 – 24 godine – 13,82 % (100.380.703 muškaraca / 88.615.299 žena)
- 25 – 54 godine – 47,95 % (334.240.795 muškaraca / 321.417.301 žena)
- 55 – 64 godine – 11,14 % (77.098.602 muškaraca / 75.286.553 žena)
- 65 i više godina – 10,01 % (65.573.256 muškaraca / 71.316.477 žena)

Očekivana životna dob: 75,7 godina (73,6 godina za muškarce; 78 godina za žene).

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 %.

Stopa rasta stanovništva: 0,41 %.

Gustoća naseljenosti: 144 stanovnika/km² (57,9 % stanovništva živi u gradovima).

Službeni jezik: kineski.

Valuta: yuan (RMB).



Političko uređenje

Prema Ustavu iz 1982., Kina je unitarna republika s jednostranačkim sustavom.

Državni narodni kongres (Quanguo Renmin Daibiao Dahui) 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 narodnog suda, glavnoga tužitelja koji je na čelu Vrhovnog narodnoga 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 CK KP Kine, a imenuje ih i opoziva Državni narodni kongres.

Na čelu države je predsjednik republike, bira ga parlament na razdoblje od pet godina, može biti biran dva puta uzastopno i mora biti stariji od 45 godina. 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

Kinesko gospodarstvo izloženo je izazovima i turbulencijama uzrokovanim ponajviše nastavkom procesa prilagođavanja na uvjete relativno visokog, premda usporenog rasta BDP-a (u 2016. gospodarski rast dodatno je usporen na 6,7 % u odnosu na 6,9 % u 2015. ili 7,4 % u 2014.), uz sve istaknutije trendove kvalitetnijeg uravnoteženja prema povećanju udjela usluga, većoj domaćoj potrošnji i višem stupnju inovativnosti.

Model neumjerene ekonomske ekspanzije utemeljene na relativno nekvalitetnom izvozu, iscrpljivanju resursa i prekomjernim ulaganjima (osobito u infrastrukturu i građevinski sektor) je potrošen te ga je potrebno mijenjati, što će biti dugotrajan i složen proces.

U takvim uvjetima prilagodba *new normal* modela i u 2016. bila je usmjerena na ublažavanje regionalnih razlika (urbanizacija je nezaustavljiv trend i izazov), disproporciju u rastu i zaoštavanju uvjeta kreditiranja kako bi se kontrolirao rast razine ukupne zaduženosti i nadzor situacije u sektoru nekretnina (pad cijena, slaba prodaja i zakašnjenja naplata su problemi koji se osobito odražavaju na fiskalne prihode jedinica lokalne vlasti).

Uvažavajući takav kontekst, glavna dilema kineskih vlasti odnosila se na teškoće u procjeni troškova i dobitaka u opciji sveobuhvatne i snažne reformske akcije u odnosu na izostanak akcije, aludirajući osobito na selekciju, intenzitet i doseg u provedbi reformskih zahvata koji su temeljna pretpostavka strukturnih prilagodbi, ali koje se ne mogu provesti bez određenih društvenih kompromisa i ciljeva, među kojima ukupna stabilnost odnosa ostaje temeljni prioritet.

Stoga je rukovodstvo identificiralo ključne segmente u kojima su potrebni trajni reformski naponi koji neće ugrožavati okoliš i iscrpljivati resurse, a to su pomaci u domeni unaprjeđenja sigurnosti hrane, u prilagodbi industrijske strukture (modificirana, izraženija uloga tržišta, sma-

njivanje proizvodnje u određenim granama na temelju inovativnosti), u učinkovitom upravljanju stupnjem zaduženosti na lokalnoj razini (razina duga dosegla je oko 33 % BDP-a), u koordinaciji uravnoteženog regionalnog razvoja, daljnjem unaprjeđenju životnog standarda i zaposlenosti te u povećanju stupnja ukupne otvorenosti gospodarstva (održavanje tradicionalnih izvoznih sektora i pronalazak novih komparativnih i kompetitivnih prednosti, središnja uloga investicija, podrška strategijama internacionalizacije kineskih kompanija, restrukturiranje državnih kompanija – SoE, nastavak intenzivnog pregovaračkog procesa u multilateralnom kontekstu).

U takvom kontekstu, ključan preduvjet gospodarske prilagodbe je nastavak i produbljivanje reformskih procesa prioritetno u domeni ulaganja (pojednostavljenje administrativnih procedura, aktiviranje privatnih izvora kapitala, JPP), financijskih tržišta (sustav IPO registracije, novi sustav jamstava za izdavanje obveznica), državnih poduzeća (upravljanje i restrukturiranje poduzeća u državnom vlasništvu, dozvola mješovitog vlasništva, povećanje učinkovitosti), visokih tehnologija (projekt Internet Plus, osnivanje vladinog fonda od 40 milijardi yuana za poticanje start-up kompanija i ulaganja u nadolazeće industrije – ICT, nova energija i materijali, biotehnologija – koje trebaju postati nositelji gospodarskog razvoja).

U financijskoj sferi, protekla je godina možda donijela najveće pomake, ali i najizraženije probleme. Kao i u prethodnom razdoblju, Kina je zadržala oprezan pristup u monetarnoj (prilagodbe politike ekonomskim fluktuacijama i odgovarajuća reakcija) i proaktivan pristup u fiskalnoj politici (što znači povećane fiskalne rashode u cilju poticanja domaće potrošnje, jačanje investicija i ekspanzija izvoza). Nastavljeni su i ojačani trendovi liberalizacije financijskih usluga, a veliki pomak u internacionalizaciji yuana je njegovo uključivanje u SDR košaricu valuta MMF-a (operativna odluka stupila je na snagu u listopadu 2016.).

Makroekonomski pokazatelji

	2015.	2016.	2017.*	2018.*	2019.*
BDP, tekuće cijene (mlrd. eura)	10.113,5	10.118,9	10.926,4	10.842,5	11.042,6
BDP po stanovniku (eura)	7.432	7.405	7.964	7.867	7.9746,9
Realni rast BDP-a (%)	6,9	6,7	6,8	4,8	4,9
Izvoz robe (mlrd. eura)	1.930,5	1.792,3	1.952,5	1.998,3	2.057,5
Uvoz robe (mlrd. eura)	- 1.411,4	- 1.347,2	- 1.560,8	- 1.532,3	- 1.594,0
Inflacija (%)	1,5	2,1	1,8	1,9	2,2
Nezaposlenost (%)	4	4	4,3	4,9	4,7

Izvor: IMF, Eurostat, EUI. (*) procjena

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

TV

Nacionalne mreže

- China Central Television (CCTV)
 - CCTV-1 (General)
 - CCTV-2 (Finance)
 - CCTV-3 (Arts)
 - CCTV-4 (International Chinese)
 - Asia Channel
 - Europe Channel
 - America Channel
 - CCTV-5 (Sports)
 - CCTV-6 (Movies)
 - CCTV-7 (Military & Agriculture)
 - CCTV-8 (Drama)
 - CCTV-9 (Documentary)
 - CCTV-10 (Science & Education)
 - CCTV-11 (Opera)
 - CCTV-12 (Law & Society)
 - CCTV-13 (News)
 - CCTV-14 (Children)
 - CCTV-15 (Music)
 - CCTV-5+ (Sport Plus)
- China Education Television (CETV)
 - CETV-1 (Human resources)
 - CETV-2 (Distance education)
 - CETV-3 (Humanities)
 - CETV-空中課堂 (Classroom)
 - CETV-早期教育 (Early Education)

- China Xinhua News Network Corporation (CNC)
 - CNC World
 - CNC Finance and Business

Digitalne televizijske mreže

- CHC Television 华诚
- TOPV 鼎视频道
- JXTVS 吉祥购物
- China Food Television (CFTV) 中华美食频道
- NewsFlash 新动漫
- WinTV 天盛欧洲足球频道
- China Film Channel 中国电影频道
- Weather Channel 气象频道
- VAN Television 先锋乒羽

Kabelske mreže

- MTV
- Huaxia Television 华夏电视台
- Discovery Travel & Living Asia 亚洲旅游台
- Discovery Channel
- Celestial Movies 天映电影频道
- National Geographic Channel (NGC) 国家地理频道
- AXN 索尼动作频道
- Goal TV
- TrueVisions UBC 泰星
- HBO
- Starsports 卫视体育台
- ESPN
- Channel V
- Channel NewsAsia (CNA) 新加坡亚洲新

Radio

Frekvencija/internet	Opis
Xinwen – Internet Streaming	News
Gudian – Internet Streaming	Classical Music
Jingji – Internet Streaming	City Management
Tongsu – Internet Streaming	Popular Music
Jiaotong – Internet Streaming	Traffic
Jiaoxue – Internet Streaming	School Radio
Wenyi – Internet Streaming	Chinese Literature Broadcast
Wuexueyingshi – Internet Streaming	Chinese Movie Broadcast
Tiyu – Internet Streaming	Sports Broadcast
Xiquzongyi – Internet Streaming	Drama Broadcast
Yinyue – Internet Streaming/97.4 MHz FM	Music
Yazhouliuxing – Internet Streaming	Asian Broadcast
Shenghuo – Internet Streaming	Beijing City Life Broadcast
Qingyinyue – Internet Streaming	Light Music Broadcast
Waiyu – Internet Streaming	Foreign Broadcast
DAB – Internet Streaming	DAB Broadcast
Qingmeng – Internet Streaming	Blue Network Broadcast

Radio postaje u Guangdongu

Frekvencija	Opis
93.9 MHz FM	Music FM
103.6 MHz FM	Radio Guangdong Voice of the City
914 kHz AM	Guangdong Radio

Ekonomске radio postaje u Harbinu

Frekvencija	Opis
972 kHz AM	Local Harbin News
92.5 MHz FM	Financial and Business News

Radio postaje u Lanzhou

Frekvencija	Opis
954 kHz AM	News
97.3 MHz FM	News
99.5 MHz FM	Music
100.8 MHz FM	Live (Talk)

Radio postaje u Nanjingu

Opis
Comprehensive News Channel (O1)
Education Channel (O5)
Film/Television Channel (O2)
Literature Channel (O3)
Lifestyle Channel (O4)
Kids Channel (O7)
Nanjing News (Xinwen) Channel (NJXWT)
Nanjing Economy Channel (NJJJT1)
Nanjing Sports Channel (NJJJT2)
Nanjing Music (Yin Yue) Channel (NJYYT)
Nanjing Traffic (Jiao Tong) Channel (NJJTT)

Radio postaja Shanghai Media Group

Frekvencija/internet	Opis
990 kHz AM	News
648 kHz AM	Traffic
1296 kHz AM	Eastern China Regional News
792 kHz AM	Shanghai Local News
101.7 MHz FM	Popular Music
103.7 MHz FM	Love Music
94.7 MHz FM	Classical Music
97.7 MHz FM	Economic/Business News
96.8 MHz FM	Comedy Channel
1197 kHz AM	Marine Channel
94.0 MHz FM	Sports News

Radio postaje u Shenzhenu

Frekvencija	Opis
89.8 MHz FM	News
97.1 MHz FM	Music
106.2 MHz FM	Traffic
94.2 MHz FM	For Private Car

Radio postaje u Tianjinu

Frekvencija	Opis
97.2 MHz FM	News
909 kHz AM	News
106.8 MHz FM	Traffic
567 kHz AM	Traffic
104.6 MHz FM	Literature
101.4 MHz FM	Economical News
1071 kHz AM	Music
99.0 MHz FM	Music
1008 kHz AM	Music
91.1 MHz FM	Life Radio
1386 kHz AM	Life Radio
92.0 MHz FM	Binhai Radio
747 kHz AM	Binhai Radio
87.8 MHz FM	Entertainment
666 kHz AM	Novel Radio

Narodne radio postaje u Ürümqiju

Frekvencija	Opis
792 kHz AM	Ürümqi News
927 kHz AM	Health News
1071 kHz AM	News in Uyghur
97.4 MHz FM	Music
100.7 MHz FM	Literature
106.5 MHz FM	Travelling and Entertainment News

Tisak

Nacionalni tisak

- China Daily
- China Economic Daily
- China Education Daily (Zhongguo Jiaoyu Bao)
- China News Digest (Hua Xia Wen Zhai)
- China Public Security Daily
- China Youth Daily (Zhongguo Qingnian Bao)
- Economic Information Daily (Jingji cankao bao)
- The Economic Observer
- Global Times
- Gongren Ribao (Workers' Daily)
- Guangming Daily
- Legal Daily (Fazhi Ribao)
- Nongmin Ribao (Farmers' Daily)
- People's Court Daily
- People's Daily (Renmin Ribao)
- PLA Daily (Jiefangjun Bao)
- Reference News

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA

Kineski turisti su u 2016. ostvarili 122 milijuna putovanja (+ 4,3 %), što je povećanje za više od 110 % u odnosu na 2010. kada je ostvareno 57,38 milijuna putovanja. Prognoze rasta ovog emitivnog tržišta govore o dostizanju 160 milijuna putovanja godišnje do 2018. Kineski turisti su među prvima na svijetu prema ukupnoj potrošnji u turizmu. U prvoj polovini 2017. kineski turisti su ostvarili 62,03 milijuna inozemnih putovanja (+ 5,1 %).

Broj inozemnih putovanja



Profil kineskog putnika

- Mlađi turisti – 25 – 44 godine, učenje jezika, upoznavanje kulture iz prve ruke.
- Stariji turisti – iznad 45 godina, motiv putovanja je prestiž u mogućnosti odlaska na putovanja i posjećivanja poznatih mjesta, nisu iskusni u putovanjima zbog ograničenih mogućnosti putovanja koje je bilo na snazi većinu njihovog života.
- Izrazito bogati turisti – upoznavanje drugih kultura, traženje prilika za investicije, kupovinu nekretnina, obilazak obrazovnih institucija za školovanje djece.

Najveći postotak kineskih turista (47 %) zarađuje mjesečno između 700 i 1.300 eura. Za putovanje u većinu europskih odredišta turističkim agencijama moraju dati polog u iznosu od oko 6.000 eura, što im se vraća po povratku u Kinu. Dodatni trošak u novcu i vremenu predstavlja ishođenje viza za putovanja.

Navike putovanja

Procjenjuje se da su kineske turističke agencije organizirale više od 50 milijuna putovanja u inozemstvo, od kojih je 40 % bilo grupnih putovanja, a 60 % individualnih. Kineski turisti najviše vole organizirane grupne ture, no individualna putovanja bit će glavni trend u bliskoj budućnosti. Izrazito bogati kineski turisti preferiraju individualno organizirana putovanja.

Statistike pokazuju da sve više turista rezervira prilagođene izlete (+ 400 %), tematske programe (+ 250 %) i ulaznice (+ 100 %). Programi u 2016. postali su raznovrsniji.

U usporedbi s muškarcima, žene putnice sklonije su prekomorskim putovanjima, a one čine 56 % kineskih turista. Kinezi rođeni tijekom sedamdesetih i osamdesetih godina čine polovinu turista, ali podaci pokazuju i da sve više mlađih i starijih osoba pokazuje interes za putovanje u inozemstvo. U 2016. najstariji kineski turist imao je 101 godinu.

Omiljene odmorišne destinacije

Tajland	Kambodža
Južna Koreja	Rusija
Japan	Australija
Indonezija	Mauricijus
Singapur	Italija
SAD	UAE
Malezija	Šri Lanka
Maldivi	UK
Vijetnam	Egipat
Filipini	Njemačka

Zemlje Istočne i Jugoistočne Azije glavna su odredišta kineskih turista. Kao i na većini drugih tržišta i na kineskom tržištu glavnina turističkog prometa realizira se u destinacijama koje su blizu emitivnom tržištu. U slučaju Kine, veliki promet s bliskim destinacijama je posljedica kratkih većinom *shopping* putovanja. Na taj promet dodatno utječe mali broj dana godišnjeg odmora kod većine građana, naročito onih zaposlenih u javnom sektoru (obično 14 dana). Najpopularnija odredišta kineskih turista su Tajland (8,77 milijuna dolazaka), Južna Koreja (8,04 milijuna) i Japan (6 milijuna). Broj kineskih turista u jugoistočnoj i južnoj Aziji najbrže raste.

Gotovo 58 % kineskih turista na putu ostaju u prosjeku dvije do tri noći, 28 % ostvari samo jedno noćenje, a 11 % četiri do šest noćenja. Kad putuju u Europu imaju tendenciju posjetiti više destinacija. Putovanje u nordijske zemlje često uključuje četiri zemlje u osam dana, dok europska ruta može sadržavati čak šest do osam destinacija. Vidljiv je trend smanjenja broja destinacija te se sve više odlučuju za *deep tours* koje pokrivaju jednu ili dvije zemlje, ali je

za takve odmore dobivanje vize ponekad problem. Najposjećenije su Italija i Francuska, što odražava želju kineskih turista za obilaskom turističkih i kulturnih ikona u tim zemljama, onih mjesta koja se prepoznaju u široj kineskoj populaciji, a takva putovanja donose prestiž u odnosu na one koji ih nisu u mogućnosti posjetiti.

Prosječna duljina boravka je 2,1 noć za Njemačku, dvije noći za Francusku, 1,8 noći za Češku, 1,6 noći za Italiju, Belgiju i Nizozemsku i 1,5 noći za Švicarsku. Iznimku čini UK s prosječnom dužinom boravka od 13 noćenja, što se pripisuje velikom broju studija i poslovnih posjeta.

Kineski turisti u manjoj mjeri ponovno posjećuju mjesta na kojima su bili, a radije će otputovati na sljedeću destinaciju na njihovoj listi.

Uspoređujući prosječne stope rasta u razdoblju 2009. – 2014., vidljivo je da su Kinezima najprivlačnije zemlje Južne Europe i Mediterana, odnosno Hrvatska (52 %), Turska (46,1 %), Grčka (38,1 %), Portugal (37,9 %), Cipar (36 %), Španjolska (30,7 %) i Francuska (26,7 %). Baltičke zemlje također bilježe veliki porast, pogotovo Latvija (51,2 %) i Estonija (41,5 %). Ostale zemlje u Središnjoj, Zapadnoj i Sjevernoj Europi bilježe skromnije stope rasta, osim Islanda (47,4 %) i Švicarske (34,5 %).

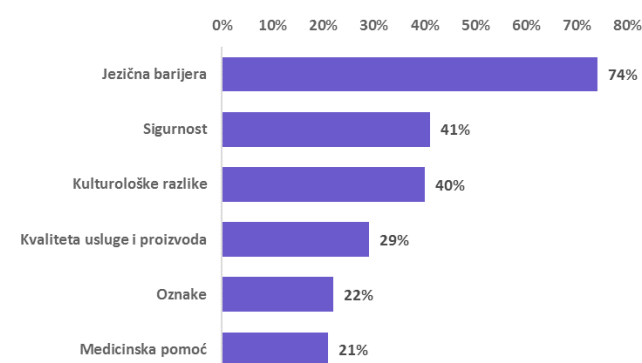
Švicarska je od 2008. do 2013. imala godišnju stopu rasta od 20 %, što se objašnjava mogućnostima luksuzne kupnje, naročito luksuznih satova koji su najpoželjnija roba kod kineskih turista. Također, Švicarska je uložila značajan napor da dopre do rastućeg segmenta kineskih turista zainteresiranih za zimske sportove i aktivni odmor te je u tom smislu jedna od inicijativa uvođenje skijaških instruktora koji govore kineski jezik.

Prema istraživanju Market Research Report on Chinese Outbound Tourist (City) Consumption 2014, tijekom 2013. i 2014. kineski turisti koji su putovali u inozemstvo dolazili su uglavnom iz tri glavne emitivne regije – gradova Pekin-ga i Šangaja te provincije Guangdong na jugu Kine, a zatim prema broju turista slijede obalne provincije Jiangsu, Zhejiang i Shandong.

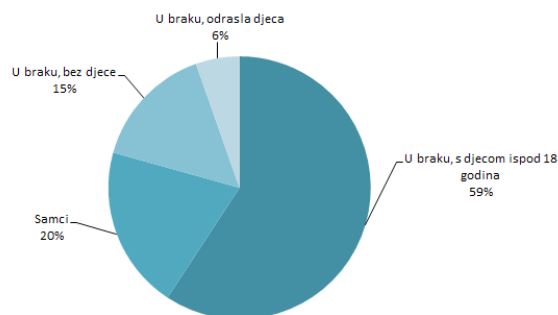
Prema WTCF izvješću glavne brige Kineza prije putovanja su prijevoz, smještaj i hrana, slijede jezična barijera, kulturološke razlike i sigurnost. Kineske turiste u Europi bri-

nu i visoke cijene, manjak informacija na kineskom jeziku, nemogućnost plaćanja karticama kineskih banaka, loša hrana, plaćanje korištenja toaleta, javni prijevoz, rano zatvaranje trgovina i loša usluga. Prema istraživanju Chinese Tourism Academy, samo je šest od 20 najpovoljnijih odredišta za kineske turiste u Europi: Italija (4), Francuska (6), Njemačka (7), UK (10), Rusija (12) i Španjolska (13). Na vrhu popisa nalaze se Novi Zeland, Singapur i Australija.

Brige Kineza prije inozemnog putovanja

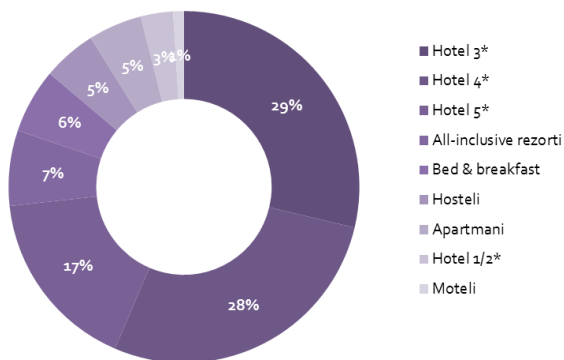


Bračni i obiteljski status kineskih turista



Prema istom istraživanju, obiteljske ture vrlo su popularne među kineskim turistima, što je naročito izraženo kod obitelji s malodobnom djecom koje imaju najveći udjel od 59 %. Za obitelji s malodobnom djecom putovanja imaju edukativnu i razvojnu ulogu, a cilj je proširiti vidike kod djece, odnosno upoznati ih s drugim i drugačijim kulturama.

Hoteli su i dalje najpopularniji oblik smještaja kod kineskih turista (84 %).



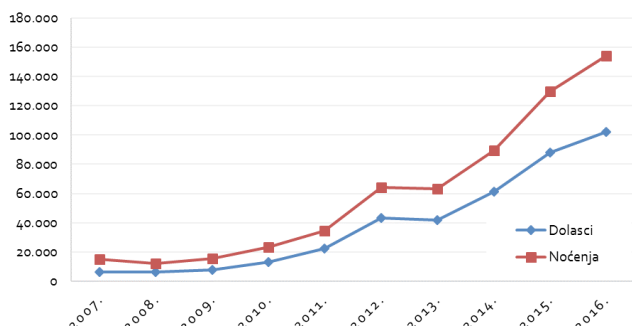
Razgledavanje je najvažniji motiv putovanja (73 %), zatim gastronomija (64 %) i *shopping* (56 %). Stariji putnici (35+) pokazuju više interesa za razgledavanje (74 %), posjećuju plaže (38 %), muzeje i galerije (22 %) te za razliku od mlađih putnika žele ići na organizirane ture. Mlađi putnici skloni su gastronomiji (69 %), *shoppingu* (61 %) i posjetu koncertima (10 %).

PROCJENA UDJELA TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

KINA	Dolasci			Noćenja		
		indeks	2007.=100		indeks	2007.=100
2007.	6.000			15.000		
2008.	6.375	106	106	12.018	80	80
2009.	7.534	118	126	15.479	129	103
2010.	13.195	175	220	23.143	150	154
2011.	22.459	170	374	34.578	149	231
2012.	43.249	193	721	64.092	185	427
2013.	41.973	97	700	63.066	98	420
2014.	61.215	146	813	89.462	142	578
2015.	87.884	144	1166	129.700	145	838
2016.	102.044	116	1701	154.391	119	1029

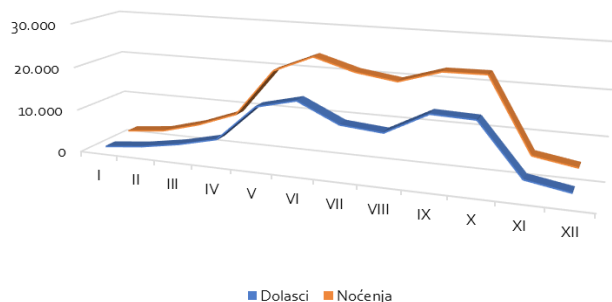
Izvor: DZS (komercijalni smještajni kapaciteti)

Dolasci i noćenja kineskih turista, razdoblje 2007. - 2016.



REZULTATI ZA 2016. PREMA SUSTAVU eVisitor

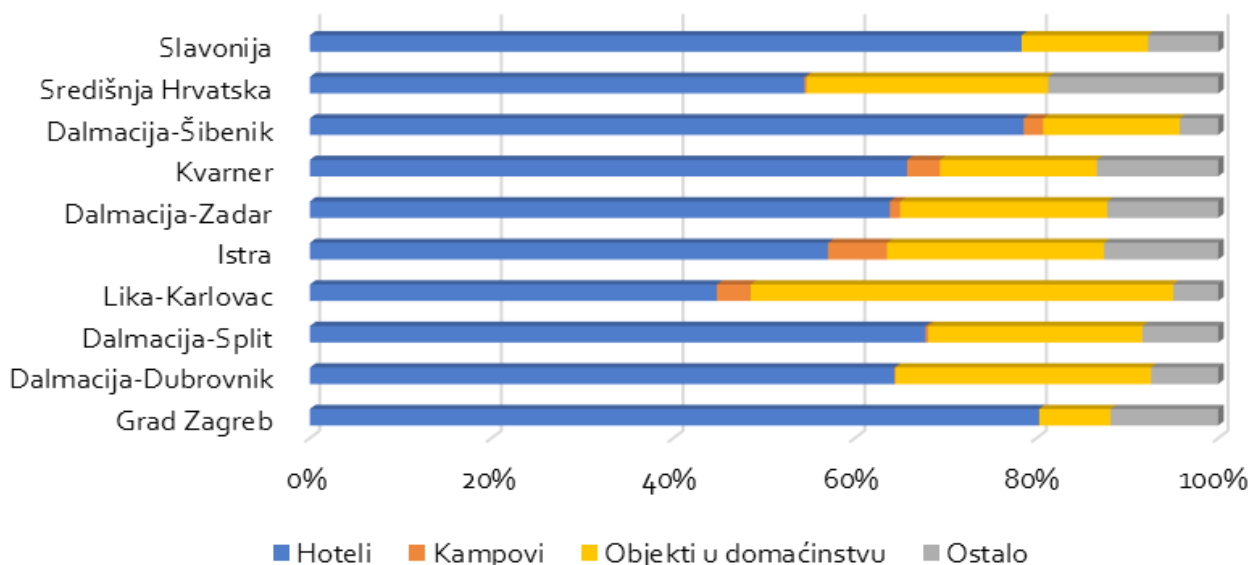
Dolasci i noćenja kineskih turista, 2016.



Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad/općina	noćenja
Zagreb	45.259
Dubrovnik	30.786
Split	13.245
Plitvička Jezera	9.743
Zadar	8.059
Podstrana	5.381
Hvar	3.766
Opatija	3.610
Rovinj	3.163
Rakovica	2.761

Noćenja kineskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2016.



Dolasci i noćenja po klasterima

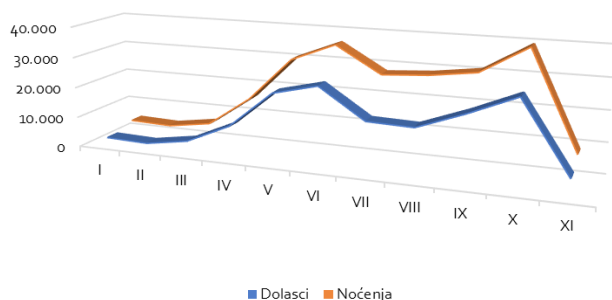
Klaster	dolasci	noćenja
Grad Zagreb	30.978	45.259
Dalmacija-Dubrovnik	20.001	37.453
Dalmacija-Split	19.641	29.640
Lika-Karlovac	11.417	14.416
Istra	4.635	9.894
Dalmacija-Zadar	7.239	9.505
Kvarner	4.525	7.300
Dalmacija-Šibenik	2.663	3.556
Središnja Hrvatska	787	1.658
Nautika	95	531
Slavonija	215	467
Ukupno	102.196	159.679

Dolasci po dobi i spolu

Dobna skupina	muškarci	žene
0-5 godina	0,4%	0,3%
6-11 godina	0,6%	0,5%
12-17 godina	0,7%	0,7%
18-24 godina	2,6%	3,3%
25-34 godina	7,0%	8,8%
35-44 godina	6,3%	7,6%
45-54 godina	8,8%	11,4%
55-64 godina	11,7%	15,0%
65-120 godina	7,9%	6,6%

REZULTATI ZA RAZDOBLJE SIJEČANJ – STUDENI 2017. PREMA SUSTAVU eVisitor

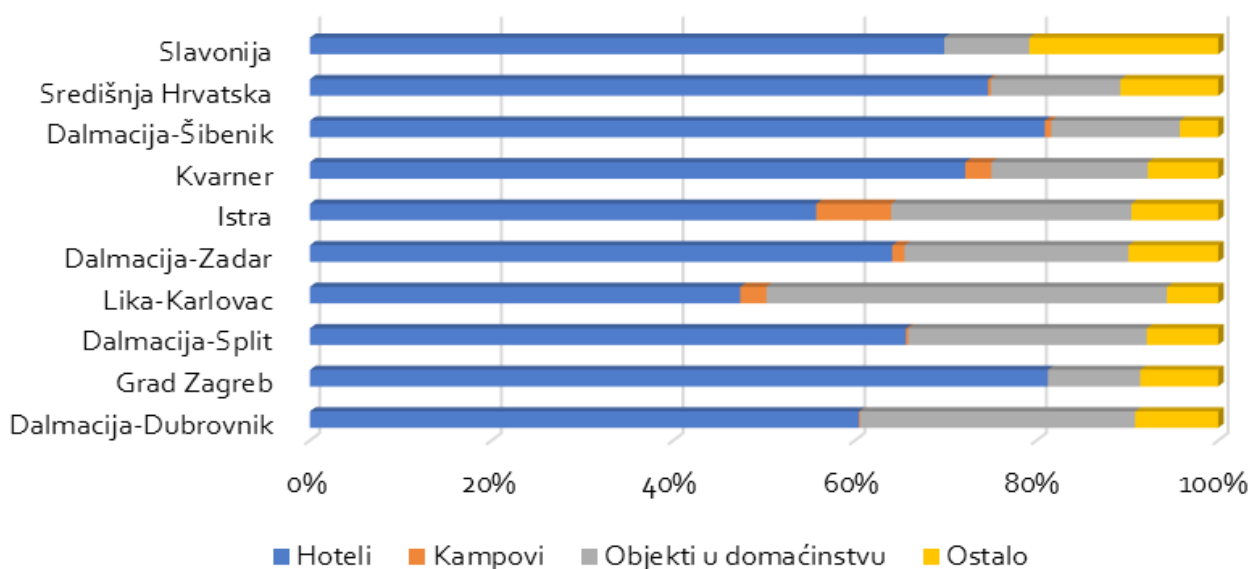
Dolasci i noćenja kineskih turista, 2017.



Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad/općina	noćenja
Zagreb	54.959
Dubrovnik	46.771
Split	17.043
Plitvička Jezera	15.549
Zadar	14.699
Podstrana	8.641
Opatija	5.334
Rovinj	4.902
Dugopolje	4.050
Rakovica	3.696

Noćenja kineskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2017.



Dolasci i noćenja po klasterima

Klaster	dolasci	noćenja
Dalmacija-Dubrovnik	30.986	57.339
Grad Zagreb	41.014	54.959
Dalmacija-Split	30.416	41.141
Lika-Karlovac	20.572	24.987
Dalmacija-Zadar	13.226	16.593
Istra	6.482	15.138
Kvarner	6.882	10.015
Dalmacija-Šibenik	4.186	5.123
Središnja Hrvatska	2.876	4.909
Nautika	225	1.371
Slavonija	231	481
Ukupno	157.096	232.056

Dolasci po dobi i spolu

Dobna skupina	muškarci	žene
0-5 godina	0,4%	0,3%
6-11 godina	0,6%	0,5%
12-17 godina	0,5%	0,6%
18-24 godina	2,0%	3,0%
25-34 godina	6,0%	8,0%
35-44 godina	5,9%	7,4%
45-54 godina	8,0%	11,9%
55-64 godina	12,3%	16,2%
65-120 godina	8,8%	7,6%

Kineska inozemna putovanja rastu i to ne samo u veličini nego postaju sve raznovrsnija. Interes Kineza za posjet Hrvatskoj vrlo je velik te Hrvatska za kinesko tržište postaje sve poželjnija destinacija za odmor tijekom cijele

godine. Kako bi se olakšao dolazak kineskih turista treba unaprijediti zračnu povezanost i duge procedure za izdavanje viza. U 2017. se očekuje dvoznamenkasti porast dolazaka i noćenja kineskih turista.

PREDVIĐANJA ZA 2018.

TURISTIČKA SEZONA 2018. – OPĆI POKAZATELJI

Godina 2018. proglašena je Europskom godinom kulturne baštine, što je posebno važno za promicanje europske kulturne raznolikosti, bogatstva i povijesti, ali i godinom turizma između EU i Kine. To nevjerojatno veliko tržište vapi za europskim destinacijama i 2018. će s pravom biti godina velikih očekivanja upravo od sve bogatijih gostiju s Dalekog istoka koji u prosjeku po jednom putovanju posjećuju četiri ili pet EU država. Prognoze rasta kineskog emitivnog tržišta govore o dostizanju razine od 160 milijuna putovanja u 2018.

Niz je ključnih čimbenika u daljnjem razvoju turističke suradnje Kine te zemalja središnje i istočne Europe: pojačavanje promotivnih aktivnosti u Kini, kreiranje posebnih turističkih strategija i razvoj turističke ponude prilagođene kineskim turistima, uključivanje europskih destinacija u China Quality Service (QSC) programu certifikacije u

turizmu, pojednostavljivanje i ubrzanje procedura za dobivanje viza, otvaranje i uvođenje novih direktnih zrakoplovnih linija s Kinom te prilagodba europskih destinacija za *online* usluge plaćanja preko kineskih mobilnih aplikacija.

Kako trenutačno samo 10 % kineskih državljana posjeduje putovnicu, jasan je daljnji trend rasta broja međunarodnih putovanja za državu koja suvereno vlada u broju izlaznih turista.

Destinacije poput Hrvatske imaju fantastične potencijale da prime veći broj kineskih turista koji u Hrvatsku najviše putuju u pred i posezoni, ali potreban je napredak u prilagodbi turističke usluge kineskim turistima, značajno veća promotivna aktivnost u Kini te pojednostavljivanje viznih procedura.