



KINA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2015.



OSNOVNI PODACI

Službeni naziv: Narodna Republika Kina.

Državno uređenje: Jednostranačka vladavina kineske komunističke partije.

Glavni grad: Beijing (7.607.000 stanovnika).

Veći gradovi: Shanghai (9.862.000), Tianjin (5.325.000), Wuhan (4.411.000), Harbin (4.350.000), Guangzhou (4.361.000), Shengyang (4.333.000), Chengdu (3.459.000), Nanjing (3.095.000), Changchun (2.878.000), Xi'an (2.858.000), Dalian (2.754.000).

Površina: 9.569.960 km².

Broj stanovnika: 1.367.485.388.

Službeni jezik: kineski.

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 %.



Stopa rasta stanovništva: 0,45 %.

Gustoća naseljenosti: 132 stanovnika/km² (55,6 % stanovništva živi u gradovima).

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, glavnog tužitelja, koji je na čelu Vrhovnog narodnog tužiteljstva i predsjednika Centralne vojske, 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 predsjednik 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.

STANOVNIŠTVO

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

Dobna struktura

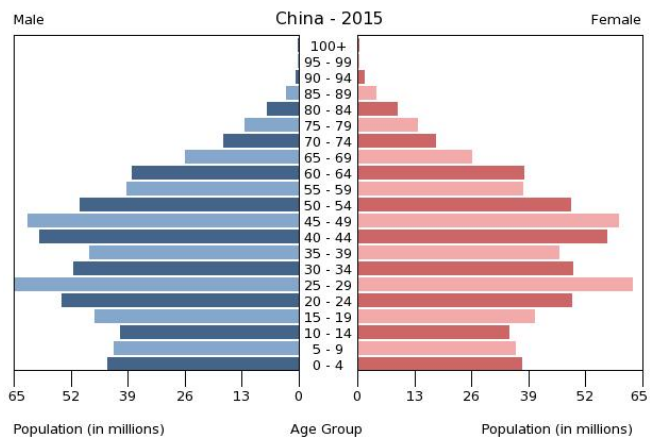
0 – 14 godina – 17,08 % (126.146.137 muškaraca / 107.410.265 žena)

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: 75,41 godina (73,38 godina za muškarce; 77,73 godina za žene).

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Od 1978. Kina provodi reforme radi preusmjerenja na tržišno gospodarstvo. Od 1978. do 2002. BDP se povećavao po godišnjoj stopi od 8,5 % (službeni podaci), odnosno 6,5 % (procjena Svjetske banke). Unatoč snažnom industrijskom razvoju, Kina je ostala pretežno siromašna zemlja s velikim regionalnim razlikama (socijalnim, ekonomskim, obrazovnim i dr.).

Do najdinamičnijeg industrijskog i poljoprivrednog razvoja dolazi u priobalnom pojasu koji privlači gotovo sve početne strane investicije. Tranzicija prema kapitalizmu i masovne seobe seoskog stanovništva u gradove (oko 140 milijuna stanovnika, 1978. – 2002.) izazvali su stopu nezaposlenosti u gradovima od 10 %. Privredne reforme usporava pravna nesigurnost, neusklađenost propisa, zaostalost financijskog sustava i dr. Unatoč razvojnim ograničenjima, strana ulaganja u Kinu od 1978. do 2002. iznosila su oko 400 mlrd. USD (prosječno 40 mlrd. USD godišnje od polovice 1990.-ih) pa je Kina po iznosu stranih investicija treća u svijetu (iza SAD-a i Ujedinjene Kraljevine).

Kina je drugo po veličini gospodarstvo i najmnogoljudnija zemlja svijeta, najveći je izvoznik i ima najveće devizne rezerve. Prema prirodnim resursima jedna je od najbogatijih zemalja (izvori ugljena, željezne rude, nafte, plina, žive...), uz najveći hidro potencijal u svijetu. S godišnjom proizvodnjom od 150 milijuna tona zlata (2001.) šesta je u svijetu. Jedna je od vodećih proizvođača žitarica, riže, pamuka, krumpira i čaja, a razvijeno je i svinjogojstvo, ovčarstvo i ribarstvo. Od 1997. do 2002. industrijska proizvodnja rasla je po prosječnoj godišnjoj stopi od 12 % (najviše u svijetu). Osim ugljena, vodeći su proizvođači olova, cinka i kositra, a imaju značajne rezerve nafte i plina.

Od 2016. do 2020. Kina će teško postizati gospodarski rast veći od 6,5 % godišnje. Glavni čimbenici koji negativno utječu na gospodarski rast su očekivano usporavanje globalnog gospodarstva, rast troškova rada koji nagriza konkurentsku prednost Kine i pojačana zabrinutost za okoliš, što znači da se zemlja neće moći industrijalizirati jednako brzim tempom kao ranije.

Makroekonomski pokazatelji

	2013.	2014.	2015.*	2016.*	2017.*
BDP, tekuće cijene (mlrd. eura)	8.210	8.882	9.667	10.361	11.105
BDP po stanovniku (eura)	6.033	6.493	7.030	7.496	7.993
Realni rast BDP-a (%)	7,7	7,4	6,8	6,5	5,9
Opseg izvozne robe (promjena u %)	9,583	5,139	3,000	3,500	4,189
Opseg uvozne robe (promjena u %)	9,702	4,580	2,471	3,532	4,164
Inflacija (%)	2,624	1,988	1,500	1,800	2,200
Nezaposlenost (%)	4,050	4,090	4,090	4,090	4,090
Prosječna godišnja neto plaća (euro)		7.866			

Izvor: IMF, Eurostat, EUI, National Bureau of Statistics of China (*) 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

Beijing Radio Stations

Frequency/Internet	Description
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
Wuxueyingshi – 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

Guangdong Radio Stations

Frequency	Description
93.9 MHz FM	Music FM
103.6 MHz FM	Radio Guangdong Voice of the City
914 kHz AM	Guangdong Radio

Harbin Economy Radio Stations

Frequency	Description
972 kHz AM	Local Harbin News
92.5 MHz FM	Financial and Business News

Lanzhou Radio Stations

Frequency	Description
954 kHz AM	News
97.3 MHz FM	News
99.5 MHz FM	Music
100.8 MHz FM	Live (Talk)

Nanjing Radio Stations

Description
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 (NJJT1)
Nanjing Sports Channel (NJJT2)
Nanjing Music (Yin Yue) Channel (NJYYT)
Nanjing Traffic (Jiao Tong) Channel (NJTT)

Shanghai Media Group Radio Stations

Frequency/Internet	Description
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

Shenzhen Radio Stations

Frequency/Internet	Description
89.8 MHz FM	News
97.1 MHz FM	Music
106.2 MHz FM	Traffic
94.2 MHz FM	For Private Car

Tianjin Radio Stations

Frequency/Internet	Description
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

Frequency/Internet	Description
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

Ürümqi People Radio Stations

Frequency	Description
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

NACIONALNE TISKOVINE

- 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

Kineski turisti su u 2014. ostvarili 107,27 milijuna putovanja, što predstavlja povećanje od gotovo 100 % u odnosu na 2010. kada je ostvareno 57,38 milijuna putovanja. Prognoze rasta ovog emitivnog tržišta govore o dostizanju razine od 160 milijuna putovanja godišnje do 2018. Važno je napomenuti da su kineski turisti prvi na svijetu prema ukupnoj potrošnji u turizmu koja je u 2014. iznosila 164,9 milijardi dolara uz iznimno visok rast od 28,2 % u odnosu na godinu ranije.

Profil kineskog putnika

Među kineskim turistima mogu se identificirati sljedeći segmenti:

- 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 ograničenja 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 650 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.

Omjer organizirani/individualni promet

Kineski turisti najviše vole organizirane ture, međutim s rastom udjela mlađih turista (povećanje s 50 % u 2007. na 65 % u 2012.) sve je više individualnih putovanja. Izrazito bogati kineski turisti također preferiraju individualno organizirana putovanja.

Omiljene destinacije

Top svjetske destinacije 2013.	Top destinacije u Europi 2013.
1. Macau	1. Italija
2. Hong Kong	2. Francuska
3. Tajland	3. Njemačka
4. Južna Koreja	4. Švicarska
5. Tajvan	5. Austrija
6. Singapur	6. Nizozemska
7. Vijetnam	7. Ujedinjena Kraljevina
8. SAD	8. Španjolska
9. Malezija	9. Češka
10. Italija	10. Finska
	...
	16. Hrvatska

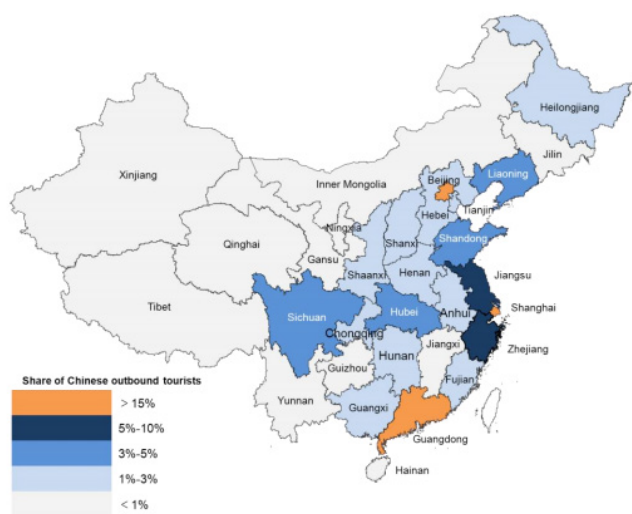
Zemlje Istočne i Jugoistočne Azije glavna su odredišta kineskih turista. Kao i na većini drugih tržišta i na kineskom tržištu glavnina turističkog prometa realizira se u destinacijama koje su blizu emitivnom tržištu. U slučaju Kine veliki promet s bliskim destinacijama je posljedica kratkih većinom *shopping* putovanja. Kod većine građana na taj promet dodatno utječe mali broj slobodnih dana za korištenje godišnjeg odmora, naročito kod zaposlenih u javnom sektoru (obično 14 dana).

Gotovo 58 % kineskih turista na putu ostaje u prosjeku dvije do tri noći, 28 % ostvari samo jedno noćenje, a 11 % ostvari 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 Ujedinjena Kraljevina s prosječnom dužinom boravka od 13 noćenja, što se pripisuje velikom broju studija i poslovnih posjeta.

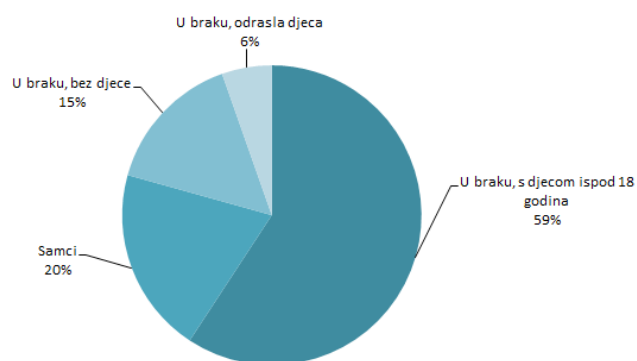
Smatra se da je mala namjera kineskih turista da ponavljaju posjet mjestima na kojima su bili, već se pretpostavlja da će radije otputovati na sljedeću destinaciju na njihovoj listi.

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. Zatim prema broju turista slijede obalne provincije Jiangsu, Zhejiang i Shandong.

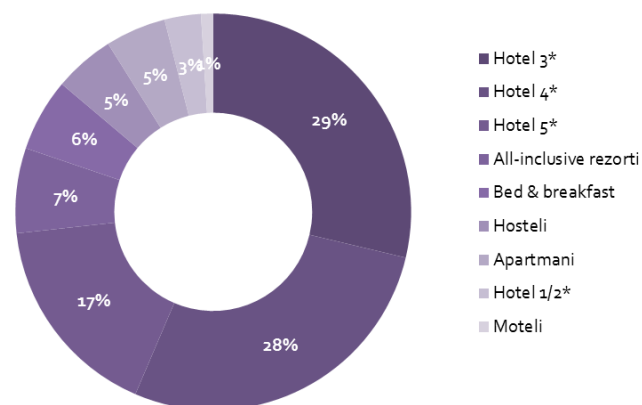
Bračni i obiteljski status kineskih turista



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 % na kineskom emitivnom tržištu. Za obitelji s malodobnom djecom putovanja imaju edukativnu i razvojnu ulogu, a cilj je proširiti horizonte kod djece, odnosno upoznati ih s drugim i drugačijim kulturama.

Korišteni oblici smještaja

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



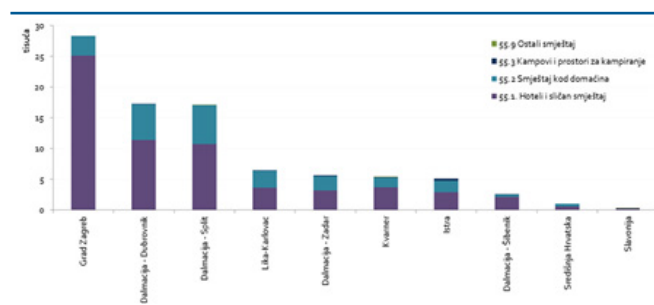
Motiv putovanja

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 %).

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja u Hrvatskoj

Najveći broj kineskih turista u Hrvatsku dolazi organizirano, najčešće u sklopu regionalne ture. U skladu s time, više od 70 % noćenja kineskih turista u 2014. ostvareno je u hotelima. U smještaju kod domaćina ostvareno je 28 % noćenja. Na destinacijama se u prosjeku zadržavaju vrlo kratko, višekratno mijenjajući mjesto boravka.

Noćenja kineskih turista prema vrstama smještaja i klasterima - 2014.



2015. GODINA

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA

Prema China Tourism Research Institute, Kina je u prvoj polovini 2015. ostvarila 61,9 milijuna putovanja, što predstavlja rast od 12,1 % u odnosu na isto razdoblje 2014. Glavni pokretač rasta je porast dohotka, povoljna politička situacija i aprecijacija yuana.

Analizirajući turističke destinacije i dalje dominira Azija, odnosno Južna Koreja. Od europskih zemalja, Njemačka je postala popularna među kineskim turistima, što je rezultat pojednostavljenog postupka izdavanja viza. U prvoj polovini 2015. broj kineskih turista u Njemačkoj bio je 1,7 puta veći u odnosu na isto razdoblje 2014.

Top 10 destinacija u prvoj polovici 2015.

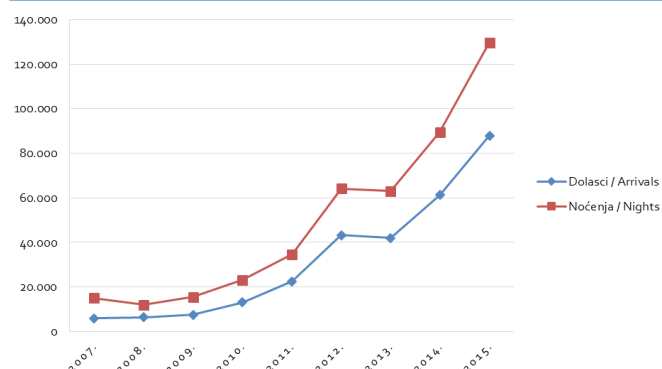
1. Južna Koreja
2. Tajvan
3. Japan
4. Hong Kong
5. Tajland
6. Francuska
7. Italija
8. Švicarska
9. Macao
10. Njemačka

UDJEL TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU – 2015.

	apsol.	Dolasci indeks	2007.=100	apsol.	Noćenja 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	1.166	129.700	145	838

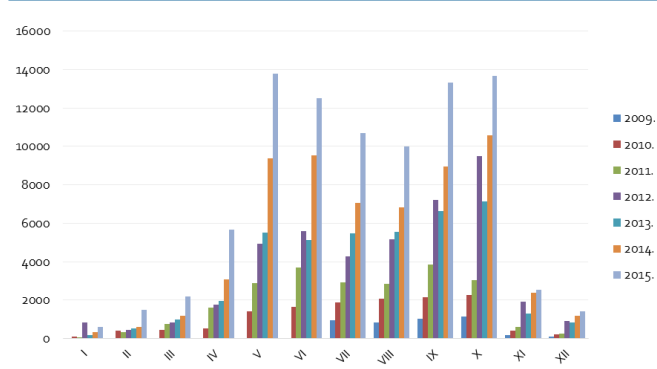
Izvor: DZS

Dolasci i noćenja kineskih turista u razdoblju 2007. - 2015.



Od 2009. do 2015. razvidan je snažan rast turističkog prometa s kineskog emitivnog tržišta. Broj dolazaka i noćenja u tom razdoblju povećan je za više od četiri puta. Gledano po mjesecima, glavnina kineskih turista posjećuje Hrvatsku od svibnja do listopada s time da se vrhunac broja dolazaka postiže u predsezoni (lipanj) i sezoni (rujan).

Dolasci i noćenja kineskih turista po mjesecima, razdoblje 2007. - 2015.



U 2015. turisti iz Kine, kineske provincije Tajvan i kineskih administrativnih regija Hong Kong i Makao u Hrvatskoj ostvarili su nešto više od 203.000 dolazaka i 269.000 noćenja, što predstavlja rast od 36 % u dolascima i 37 % u noćenjima u odnosu na 2014.

	2015.			2014.			Indeks 2015./2014.	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
Kina	86.958	131.325	0,16	61.138	91.471	0,12	142,23	143,57
Hong Kong	22.688	27.412	0,03	15.603	19.772	0,03	145,41	138,64
Makao	442	936	0,00	487	1.390	0,00	90,76	67,34
Tajvan	93.348	109.469	0,14	72.562	83.572	0,11	128,65	130,99
Ukupno	203.436	269.142	0,33	149.790	196.205	0,26	135,82	137,18

Dolasci i noćenja kineskih turista po klasterima u 2015.

	Dolasci	Udjel (%)	Noćenja	Udjel (%)
Dalmacija - Dubrovnik	39.536	19	66.371	33
Zagreb	52.746	26	64.253	32
Dalmacija - Split	36.550	18	45.804	23
Lika-Karlovac	28.910	14	32.132	16
Kvarner	17.002	8	21.564	11
Dalmacija - Zadar	13.964	7	16.349	8
Istra	5.859	3	11.503	6
Dalmacija - Šibenik	7.675	4	8.147	4
Kontinentalna Hrvatska	809	0	1.257	1
Nautika	168	0	1.122	1
Slavonija	217	0	640	0
Ukupno	203.436		269.142	

2016. GODINA

PROCJENA UDJELA TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

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,

kao i duge procedure za izdavanje viza. Ipak, i u 2016. se očekuje dvoznamenkasti porast dolazaka i noćenja kineskih turista.