



Hotels.com[®] Wake Up Happy[®]

21.8.2013

Kiinalaisista on tullut suurimpia matkailun kuluttajia

Kiina on ohittanut Saksan ja Yhdysvallat eniten matkailuun kuluttavana kansana. Kiinalaiset kuluttivat ulkomaanmatkailuun 102 miljardia dollaria vuonna 2012, mikä tarkoittaa 40 % kasvua vuoteen 2011 nähden*. Lisäksi tutkimuksen mukaan matkailutottumukset ovat siirtyneet vahvasti omatoimimatkailuun.

Hotellivaraussivusto Hotels.com julkaisi tänään toista kertaa vuosittaisen Chinese International Travel Monitor -raporttiin. Tutkimus tarjoaa syventävää tietoa kiinalaisten muuttuvista matkailutottumuksista ja siitä, miten hotelliala mukautuu palvelemaan tätä kasvavaa ryhmää.

Tutkimuksen otoksena käytettiin yli 3000 kiinalaista kansainvälistä matkustajaa sekä yli 1500 hotellinpitäjää ympäri maailmaa. Tutkimuksessa mukana olleista hotellinpitäjistä 75 % ilmoitti kiinalaismatkustajien vastaavan yli viidestä prosentista liiketoiminnasta ja 45 % sanoi kiinalaisvieraiden määrän lisääntyneen viimeisen vuoden aikana. Kasvu oli suurinta Aasian ja Tyynenmeren maissa (61 %). Hotelliyritykset näkevät Kiinan positiivisena kasvumarkkinana seuraavan kolmen vuoden aikana. Vastaajista 10 % olettaa kasvun olevan yli 50 prosenttia ja melkein puolet (47 %) odottaa 11–50 prosentin kasvua.

Hotels.comin raportin mukaan valtaosa kiinalaisten ulkomaanmatkoista (96 %) oli huvimatkoja, ja vähän yli puolet vastanneista oli matkustanut ulkomaille työhön tai opiskeluun liittyen.

Omatoimimatkailu on kasvava trendi ja lähes kaksi kolmasosaa vastanneista (62 %) kiinalaismatkailijoista ilmoitti mieluummin matkustavansa itsenäisesti kuin osana ryhmää. Tämän trendin vahvistivat myös tutkimukseen osallistuneet hotellinpitäjät, joiden mukaan 70 % kiinalaismatkailijoista matkustaa itsenäisesti. Vielä vuonna 2012 jako oli huomattavasti tasaisempi.

– Vuoden 2013 Chinese International Travel Monitor (CITM) osoittaa, että vuoden 2012 tutkimuksessa havaittu kasvava omatoimimatkailu on tänä vuonna jo kiinalaisten enemmistön valinta. Vaikka tälle alueelle on tehty helpotuksia, hallitusten tulee ottaa trendi huomioon muokatessaan viisuminhakuprosessiaan ja -prosesseja, arvioi Hotels.comin Aasian ja Tyynenmeren alueen johtaja Johan Svanström.

Kiinalaismatkailijat kaipaavat yhä räätälöidympiä palveluita

Lisäksi CITM-raportissa kiinnitetään huomiota parannuksiin, joita majoitusliikkeissä voitaisiin tehdä. Hotellinpitäjät mielsivät kiinalaisten maksutapojen hyväksymisen tärkeimmäksi yksittäiseksi palveluksi hotelleissa ja kiinalaismatkustajista hieman yli neljännes (26%) pitääkin tätä merkittävimpänä parannuskohteena.

Kolme neljästä (75 %) kiinalaismatkailijasta oli sitä mieltä, että hotellinpitäjien tulisi parantaa tarjontaansa kiinankielisissä palveluissa. Näitä ovat esimerkiksi kiinankieliset tervetulo-oppaat, verkkosivut, tv-ohjelmat ja sanomalehdet. Miltei puolet vastanneista (42 %) kaipasi enemmän mandariinikiinaa puhuvaa hotellihenkilökuntaa.

Neljännes (25 %) hotellinpitäjistä sanoo tarjoavansa kulttuurinymäntämiskoulutusta henkilökunnalle, mutta ainoastaan noin joka kymmenes (11 %) tarjoaa tervetuloismateriaaleja mandariinikiinaksi. Lisäksi globaalisti hieman yli puolet (56 %) on investoinut viimeisen 12 kuukauden aikana vähemmän kuin 10 000 \$** kehitysohjelmiin ja erityisesti kiinalaisvieraille suunnattuun tarjontaan.

Henkilökohtaiset suositukset kasvattavat merkitystään, mitä matkojen varaukseen ja ennakkoselvitykseen tulee. Lähes kolmannes (30 %) kiinalaismatkailijoista ilmoitti luottavansa perheen ja ystävien vinkkeihin, joiden jälkeen tulevat internetin matkailu- ja arvointisivustot.

Runsas neljännes (27 %) kiinalaismatkailijoista käyttää sosiaalista mediaa päätöksentekopuna lomakohteiden suhteen. Alle 35-vuotiaiden matkustajien keskuudessa tämä luku nousee 33 prosenttiin.

– Nämä tiedot korostavat hotellinpitäjien tarvetta mukauttaa markkinointistrategiansa, keskittyen erityisesti verkon ja sosiaalisen median kanaviin kiinalaismatkustajien houkuttamiseksi. CITM osoittaa, että hotellinpitäjät ottavat edistysaskeleita yhä liikkuvamman ja osaavamman kiinalaismarkkinan palvelemisessa. Toisaalta se osoittaa myös globaalin hotellialan tarpeen enenevässä määrin mukauttaa puitteitaan ja palveluitaan palvelemaan maailman suurinta matkailumarkkinaa.

– Lisäksi useiden hallitusten ja matkailunedistämistahojen käyttöön ottamat ohjelmat houkuttelevat ja tarjoamaan puitteita kiinalaismatkailijoille ovat positiivinen askel oikeaan suuntaan. Kuitenkin kiinalaismatkailijoiden volyymien kasvu näyttäisi olevan huomattavasti suurempi kuin hotellialan muutostahti, Svanström summaa.

Liitteenä infografiikka ja englanninkielinen raportti.

*Yhdistyneiden Kansakuntien Maailman matkailujärjestön World Tourism Barometerin, huhtikuu 2013, tiedot otettu 16.7.2013, <http://mkt.unwto.org/en/barometer>

**Kysyttäessä kuinka paljon rahaa (US dollareissa) majoitusliikkeisiin on investoinut tuotteisiin tai ohjelmiin erityisesti kiinalaisturistien palvelemiseksi viimeisen 12 kuukauden aikana, 56 prosenttia vastasi investoineensa alle 10 000 yhdysvaltain dollaria.

Tutkimuksesta

Hotels.comin Chinese International Travel Monitor (CITM) kerää tietoa suoraan sekä kiinalaisilta ulkomaanmatkustajilta että hotellinpitäjiltä ympäri maailmaa.

Kysely tehtiin toukokuussa 2013 ja sen toteutti TNS. Tutkimusotoksena oli 3000 mannerkiinalaista, jotka olivat maksaneet majoituksesta ulkomaanmatkalla vähintään kerran viimeisen viiden vuoden aikana. Kyselyssä kysyttiin muun muassa matkailukäyttäytymiseen, varustustaan ja matkailuhaluunsa liittyviä kysymyksiä.

Hotels.com suoritti kyselytutkimuksen maailmanlaajuisesti ja otoksena oli yli 1500 hotels.comin yhteistyöhotellia. Kysely suoritettiin touko-kesäkuussa 2013. Vastauksia saatiin seuraavista

maista: Argentiina, Australia, Brasilia, Kanada, Kolumbia, Tanska, Suomi, Ranska, Saksa, Hong Kong, Intia, Irlanti, Italia, Japani, Meksiko, Alankomaat, Uusi-Seelanti, Norja, Venäjä, Singapore, Espanja, Ruotsi, Sveitsi, Taiwan, Thaimaa, Iso-Britannia ja USA.

Lisätiedot, kuvapyynnöt tai Hotels.comin edustajien haastattelupyynnöt Hotels.com-lehdistöpalvelusta: lehdisto (at) hotels.com tai soita viestintätoimisto AC-Sanafor 040 716 9559 tai 040 706 8021.

Hotels.com

Yvonne Bonanati
Senior PR Manager
Hotels.com
+44 (0) 207 019 2815
ybonanati at expedia.com

Hotels.com

Hotels.com on osa kaikilla merkittävillä markkinoilla toimivaa Expedia-ryhmää ja sen valikoimiin kuuluu yli 220 000 laadukasta hotellia, huoneistoa ja B&B-majapaikkaa yli 200 maassa ja yli 25 000 kohteessa ympäri maailmaa. Näistä kaikista löytyy täydelliseen yöpymiskokemukseen tarvittavat tiedot. Jos asiakas löytää muualta halvemman hinnan etukäteen maksamalleen hotellihuoneelle, tarjoaa Hotels.com kyseisen hotellihuoneen asiakkaalle samaan hintaan. Hotels.com hyödyntää yhtä alan suurinta hotelliysteistyöverkostoa ja neuvottelee käyttäjille parhaat hinnat sekä tarjoaa säännöllisesti erilaisia alennuksia ja tarjouksempanjoita. Lisäksi Hotels.com tarjoaa käyttäjilleen 7 miljoonaa asiakasarviota esittelemistään kohteista ihmisiltä, jotka todella ovat yöpyneet hotelleissa. Näin asiakkaat tietävät majoitusta varatessaan mahdollisimman paljon kohteesta.

Matkailijat voivat tehdä varauksen internetissä tai soittamalla monikieliseen asiakaspalvelunumeroon +358 10 808 097. Hotels.comin sovelluksia älypuhelimille ja tableteille voi ladata osoitteesta http://fi.hotels.com/tarjoukset/mobile_fi/. Sovellusten kautta asiakkaat voivat etsiä ja tehdä varauksia missä vain ja päästä hyödyntämään yli 20 000 viime hetken tarjousta. Sovellukset ovat saatavilla yli 30 kielellä, mukaan lukien suomeksi. Sovellusten avulla käyttäjät voivat myös suodattaa ja lajitella hotelleja, lukea asiakasarvioita sekä löytää viime hetken tarjouksia läheltä omaa sijaintiaan.

Hotels.com on hiljattain lanseerannut Welcome Rewards™ -kanta-asiakasohjelmansa maailmanlaajuisesti. Welcome Rewardsissa™ asiakas saa yhden palkintoyön jokaista kymmentä Hotels.comin kautta varattua yötä kohden. Maksettavaksi jäävät vain verot ja mahdolliset lisämaksut. Hotels.comin sivuilta löytyvät ehdot ja säännöt ovat voimassa.

Viimeisen kahdeksan vuoden ajan Hotels.com on julkaissut kahdesti vuodessa palkitun kansainvälisen katsauksen hotellihuoneiden hinnoista, Hotel Price Indexin. Hotel Price Indexistä on tällä hetkellä olemassa 31 eri maiden versiota, lisätietoja: <http://press.hotels.com/en-gb/hotel-price-index/>. Seuraa Hotels.comia myös Facebookissa, Twitterissä ja YouTubeissa.