

Marktanalyse FIT Greater China*

Potenziale und Ansatzpunkte für die Hotels aus Graubünden

Graubünden muss die eigene chinesische Nische finden! - 欢迎中国 (Willkommen Greater China)

* Free Independent Traveler (FIT) aus den Tier 1 Gebieten in China inkl. Hongkong und Taiwan.

Impressum

Auftraggeber

hotelleriesuisse Graubünden

Bearbeitung

Hanser Consulting AG

Offenlegung von Quellen

Die in diesem Dokument verwendeten Inhalte, Angaben und Quellen wurden mit grösster Sorgfalt zusammengestellt. Die Ausführungen beruhen teilweise auf Annahmen, die auf Grund des zum Zeitpunkt der Auftragsbearbeitung zugänglichen Materials für plausibel erachtet wurden. Die verwendeten Quellen und wortwörtlichen Zitate werden offengelegt. Bei der Verwendung von theoretischen oder wissenschaftlichen Konzepten, welche den gegenwärtigen Erkenntnissen der Wissenschaft entsprechen, wird zur Wahrung der Lesbarkeit und Verständlichkeit auf eine explizite Quellenangabe verzichtet.

Gleichwohl kann Hanser Consulting AG für die Richtigkeit der gemachten Annahmen keine Haftung übernehmen.

Projektnummer

17002.22

Hanser Consulting AG

Die Hanser Consulting AG ist eine Politik- und Unternehmensberatung in der Schweiz. Unser Fokus liegt einerseits auf der Unterstützung von Unternehmen in Fragen der Strategieentwicklung und andererseits auf der Beratung der öffentlichen Hand und Verbände in wirtschaftspolitischen Fragestellungen.



Inhaltsverzeichnis

1. Chinesischer Reisemarkt	4
2. Reiseverhalten des chinesischen Gastes	9
3. Reisemarkt Greater China in der Schweiz	18
4. Reisemarkt Greater China in Graubünden	23

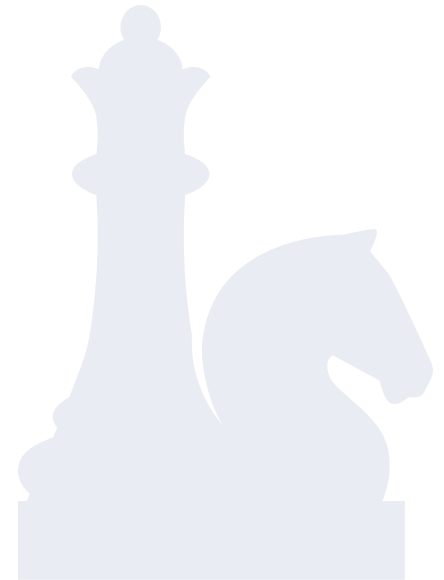
1 Chinesischer Reisemarkt

Übersicht

Entwicklung in Europa

Potenziale

Hauptaussagen zum chinesischen Reisemarkt

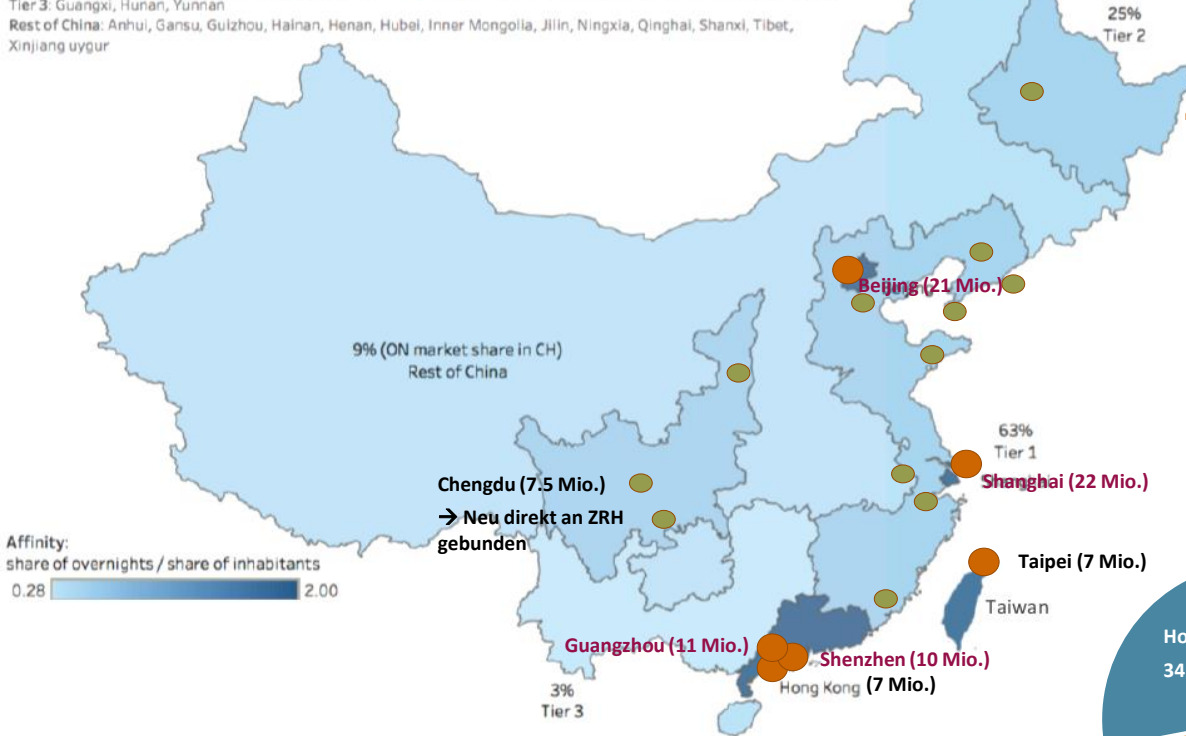


Übersicht

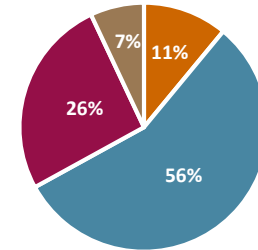
Region	Overnights	Inhabitants	Affinity
Tier 1	63.2%	22.7%	2.78
Tier 2	25.1%	42.8%	0.59
Rest of China	8.7%	23.7%	0.37
Tier 3	3.0%	10.8%	0.28

Entwicklung Auslandsreisen:
2014: 107 Millionen (+9.2%)
2015: 117 Millionen (+9.3%)
2016: 122 Millionen (+4.3%)

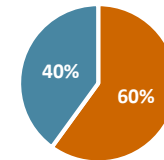
Tier 1: Beijing, Guangdong, Shanghai, Taiwan
 Tier 2: Chongqing, Fujian, Hebei, Heilongjiang, Jiangsu, Jiangxi, Liaoning, Shaanxi, Shandong, Sichuan, Tianjin, Zhejiang
 Tier 3: Guangxi, Hunan, Yunnan
 Rest of China: Anhui, Gansu, Guizhou, Hainan, Henan, Hubei, Inner Mongolia, Jilin, Ningxia, Qinghai, Shanxi, Tibet, Xinjiang uygur



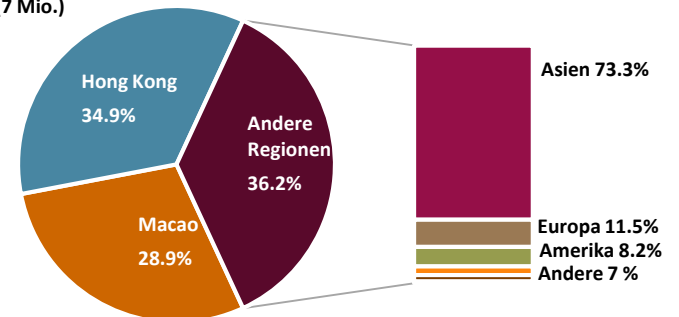
Alter der chinesischen Auslandsreisenden (2015)



Anteil Frauen / Männer der chinesischen Auslandsreisenden (2015)



Verteilung und Herkunft der chinesischen Auslandsreisen (2015)

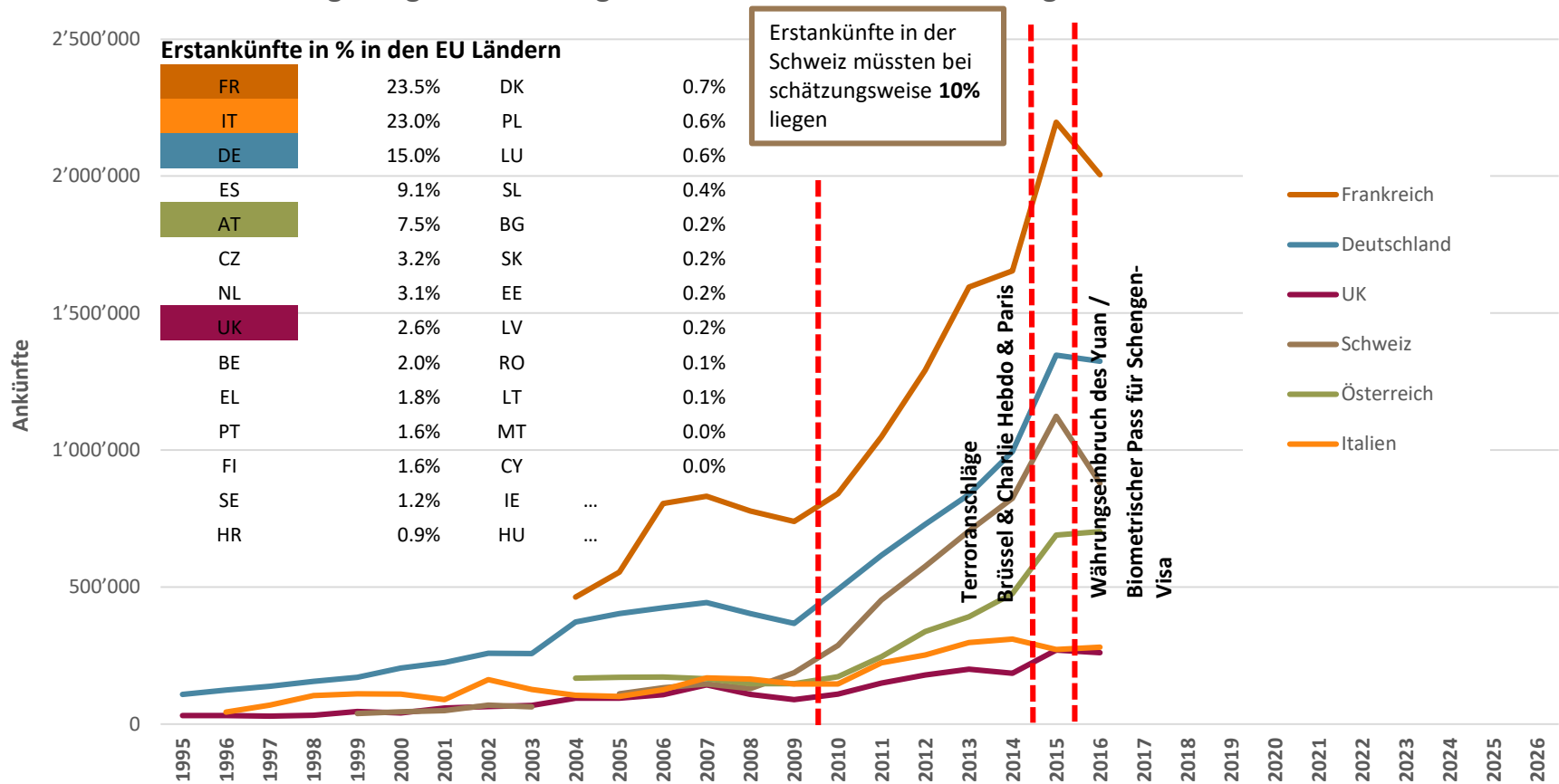


Quelle: ST Marketing Briefing China (2018), Virtual Tourism Observatory (2016): TOURISM IN FOCUS. The Chinese Outbound Travel Market. Written under the authority of the European Commission.

Entwicklung in Europa

Frankreich (Paris) steht bei den chinesischen Gästen ganz oben auf der europäischen Reiseroute.

Langfristige Entwicklung des chinesischen Markts in ausgesuchten Ländern



Quelle: BFS HESTA (2018), Virtual Tourism Observatory (2016): TOURISM IN FOCUS. The Chinese Outbound Travel Market. Written under the authority of the European Commission.