



Informace o trhu

Kulturní specifika trhu

Zpráva o vývoji výjezdového cestovního ruchu v Číně za období 2023-24 ukazuje, že hlavním proudem se stali turisté s vysokým vzděláním a mladší generace, přičemž věková skupina 22 - 41 let tvoří největší podíl vyjíždějících turistů (82,2 %). Z toho zhruba 74,4 % má dokončené vysokoškolské nebo přidružené vzdělání. Nejčastěji se jedná o osoby pracující na volné noze.

Turisté vykazují zvýšenou ochotu objevovat nové turistické destinace. Roste zájem o cestování do Evropy, Severní Ameriky, Afriky a o další regiony. I přesto zůstávají asijské destinace na špičce preferencí.

Mezi známé čínské značky, které se těší popularitě patří Qingdao (pivo), čínský čaj, Temu, Tik Tok Shop, AliExpress, SHEIN, DJI Drone a Huawei.

Trendy v oblasti CR

Na sociálních sítích a cestovatelských portálech lze vidět, že čínští turisté mají o Česko stále velký zájem.

Počet příjezdů čínských turistů v roce 2024 jistě ovlivní i obnovení přímého spoje Praha-Peking od čínské společnosti Hainan Airlines. Spoje jsou plánované na pravidelné spoje v pondělí, středu a pátek. Spoje budou obnoveny od 24. června 2024.



Motivace cest do Česka

Návštěva Česka je často brána jako součást cesty po více evropských zemích. Nejčastěji bývá kombinována s pobytem v Německu, Polsku, Rakousku, Maďarsku nebo na Slovensku.

Česko často bývá zařazeno až do druhé cesty do Evropy. Při první návštěvě Evropy navštěvují zejména Francii, Itálii nebo Německo.

Hlavními motivačními prvky pro návštěvu Česka jsou:

- romantika
- historie

Státní svátky a prázdniny v Číně

Státní svátky:

01.01.2024	Nový rok
10.-17.02.2024	Lunární nový rok - týdenní volno*
04.-06.04.2024	Svátek Čching-ming, 3 dny*
1.-5.5.2024	Svátek práce
08.-10.06.2024	Svátek dračích lodí, 3 dny*
15.-17.09.2024	Svátek středu podzimu, 3 dny*
1.10.-7.10.2024	tzv. Zlatý týden, vznik ČLR

Hlavními svátky jsou čínský Nový rok, Mezinárodní den práce a Vznik Čínské lidové republiky. Lidé se obvykle rozhodnou pro dlouhou dovolenou v těchto termínech.

* datum se mění v návaznosti na lunární kalendář

Školní prázdniny:

Březen/Duben	Jarní prázdniny (poslední týden v březnu, první týden v dubnu)
Červenec, Srpen	Letní prázdniny
Říjen	Podzimní prázdniny (poslední týden)
Prosinec/Leden	Zimní prázdniny (poslední týden v prosinci, první týden v lednu)

Letní školní prázdniny jsou považovány za nejlepší dobu pro cestování. Nejčastěji v tomto termínu cestují právě rodiny s dětmi, nebo studenti, kterým rodina zajistila studijní cestu.

Vnímání LGBTQ+ v Číně

V Číně je situace LGBTQ+ komunity složitá. Bez právní ochrany nebo uznání může docházet k diskriminaci v různých oblastech života. I přesto existují aktivity LGBTQ+ komunity, a to většinou ve velkých městech jako je Šanghaj nebo Peking.

Čína neuznává manželství osob stejného pohlaví ani adopci dětí osobami stejného pohlaví.

Celkově lze říci, že práva a vnímání LGBTQ+ v Číně jsou stále v raném vývoji s mnoha výzvami a překážkami.

Víza a kontakty

Cestující mezi Čínou a Českem jsou povinni zaplatit vízum. Cena se pohybuje přibližně **ve výši 2 600 CZK (801 RMB)**.

Vízové žádosti se podávají ve vízových centrech provozovaných společnostmi VFS GLOBAL. Společnost provozuje celkem 15 vízových center v ČLR.

Velvyslanectví ČR v ČLR

2 Ritan Lu, Jianguomenwai 100600 BEIJING
E-mail: beijing.consulate@mzv.gov.cz

Generální konzuláty ČR v ČLR

- Shanghai
- Hong Kong



Média a komunikační kanály

Mediální obraz Česka v Číně

V Číně si Česko nejčastěji spojuje s její bohatou historií a nahlíží na ni jako na romantické místo. Nejvíce spojované a zároveň nejvíce navštěvované místo v Česku je pro čínské turisty Praha.

Pro obyvatele Číny je Česko známé taky díky slavným autorům, např. Kundera, Kafka, nebo konkrétním dílům, jako je Dobý voják Švejk nebo Krteček.

Z Českých produktů je v Číně populární zejména Český křišťál.

Nejznámější influenceři, blogeri, cestovatelské portály a časopisy

Travel influenceři

- Molly (platforma Sina Weibo)
- Kiki (platforma Douyin)
- Zhang and Liang
- September (platforma Douyin)
- Phoney Chan (platforma Douyin)

Nejznámější cestovatelské portály/platformy/sociální sítě

- [Sina Weibo](#)
- [Red](#)
- [Mafengwo](#)
- [Qyer](#)



Logo platformy Weibo

Největší outgoingové cestovní kanceláře

- Ctrip (OTA)
- China Youth Travel Service
- CTG Travel
- GZL International Travel Service Ltd.
- HCG Travel Group
- Spring Tour
- Utour

Největší mediální zdroje

Televizní stanice

- CCTV
- MGTV
- Dragon TV
- BTV
- JSBC
- ZBS

Rádia:

- CNR (China National Radio)
- CRI (China Radio International)
- Radio Guangdong
- Radio Shanghai
- Radio Beijing

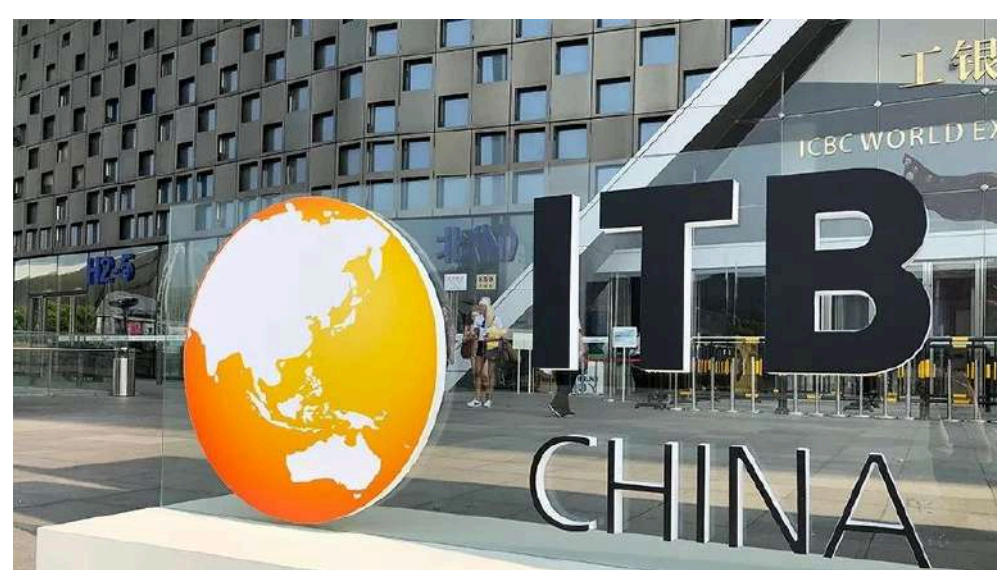
Tisk:

- People's Daily
- Reference News
- Global Times
- Guangming Daily
- Nanfang Daily

Významné veletrhy v Číně

Zaměřené na turismus:

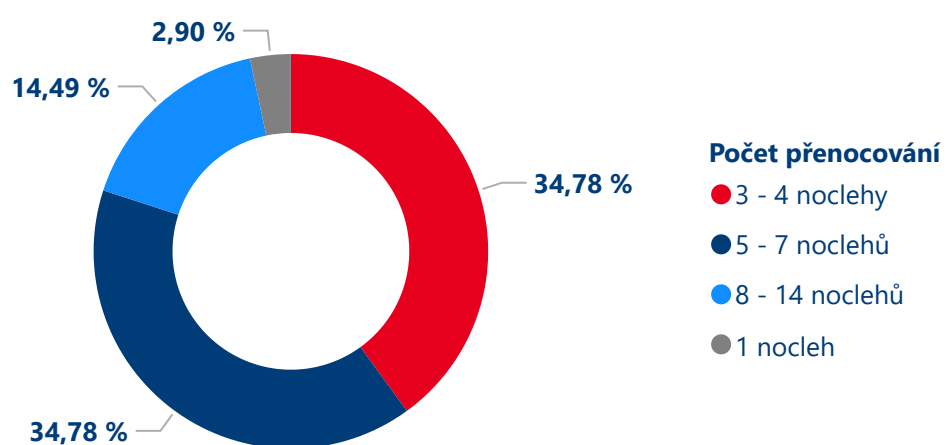
- ITB China
- COTTM Peking
- GITF Kanton



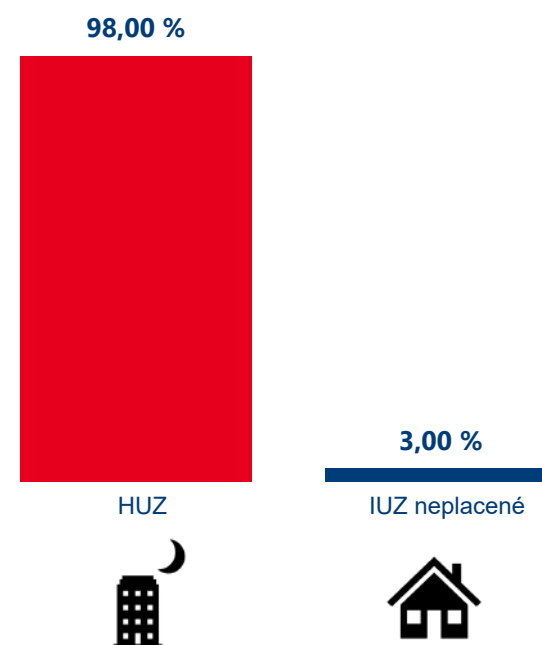


Profil čínského návštěvníka v Česku

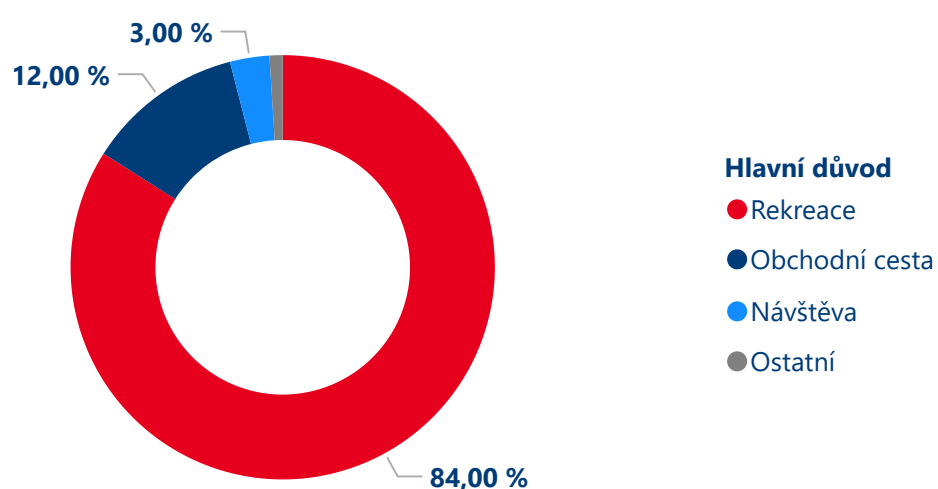
Počet přenocování během dovolené



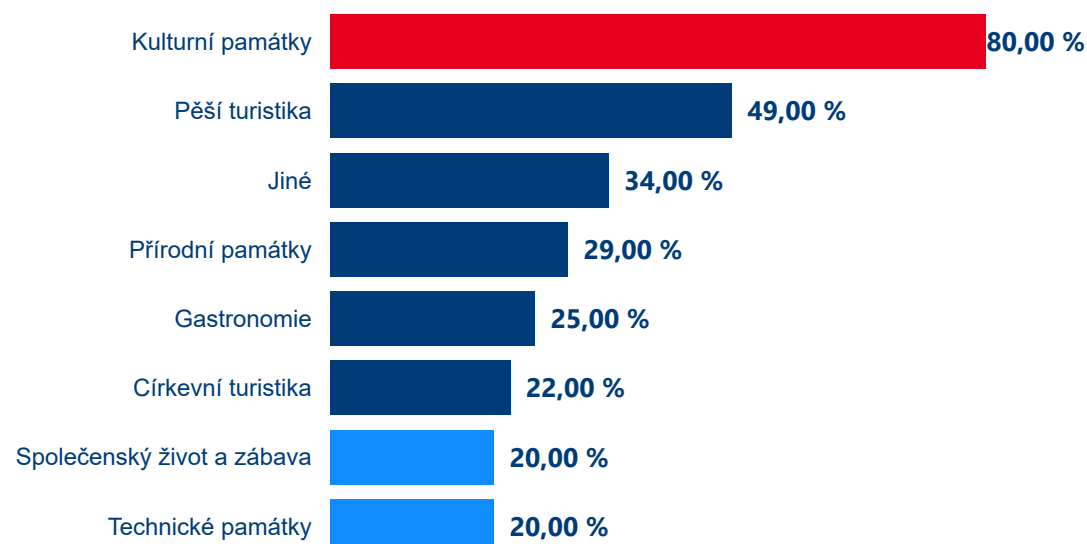
Typ ubytování



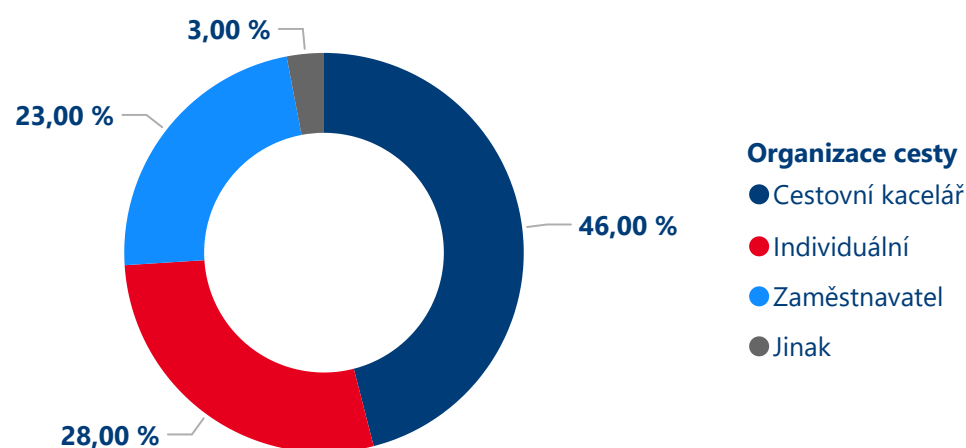
Hlavní důvod návštěvy



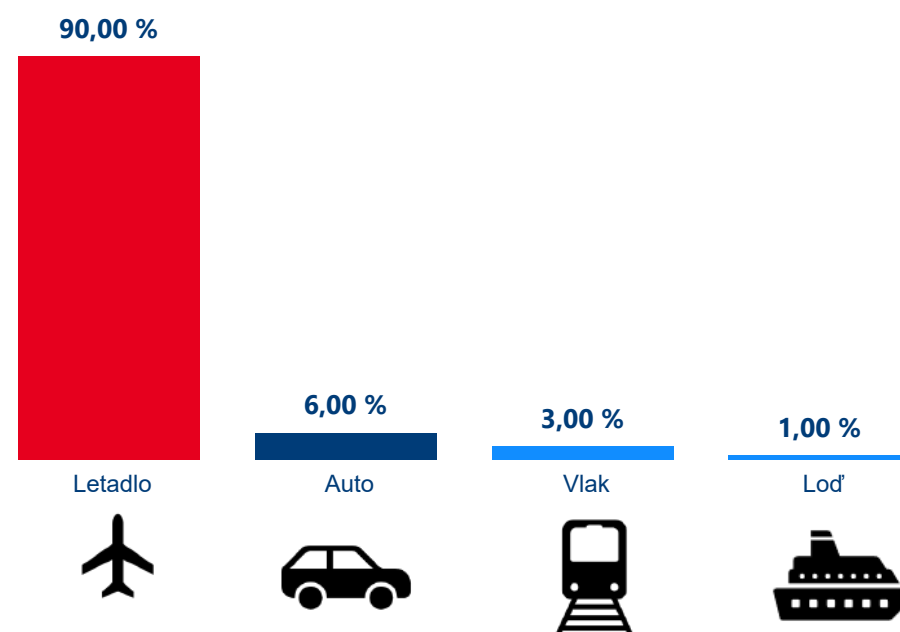
Aktivity během pobytu



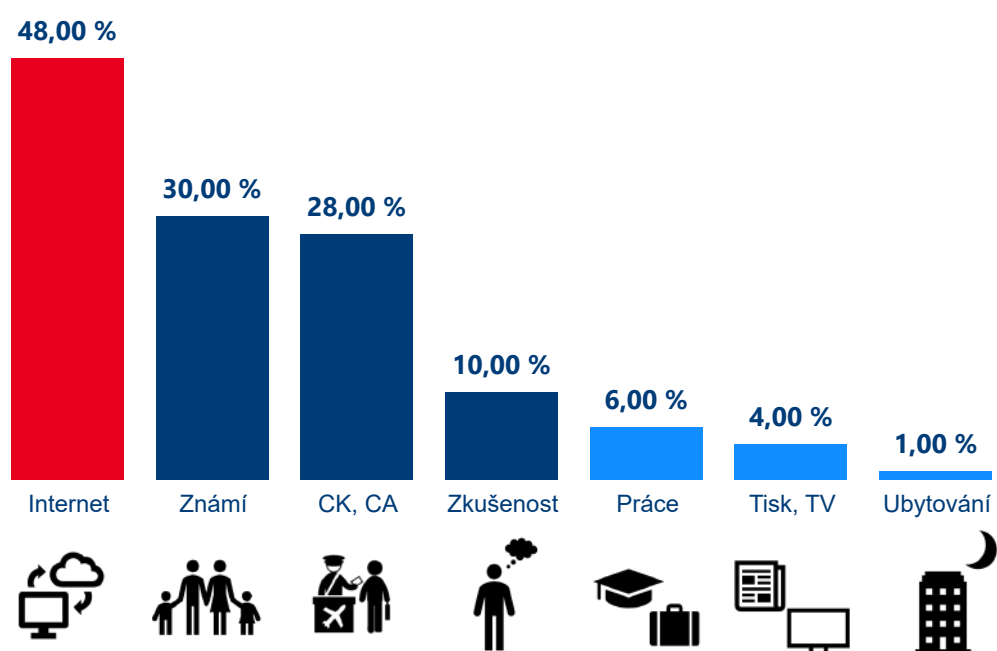
Organizace cesty



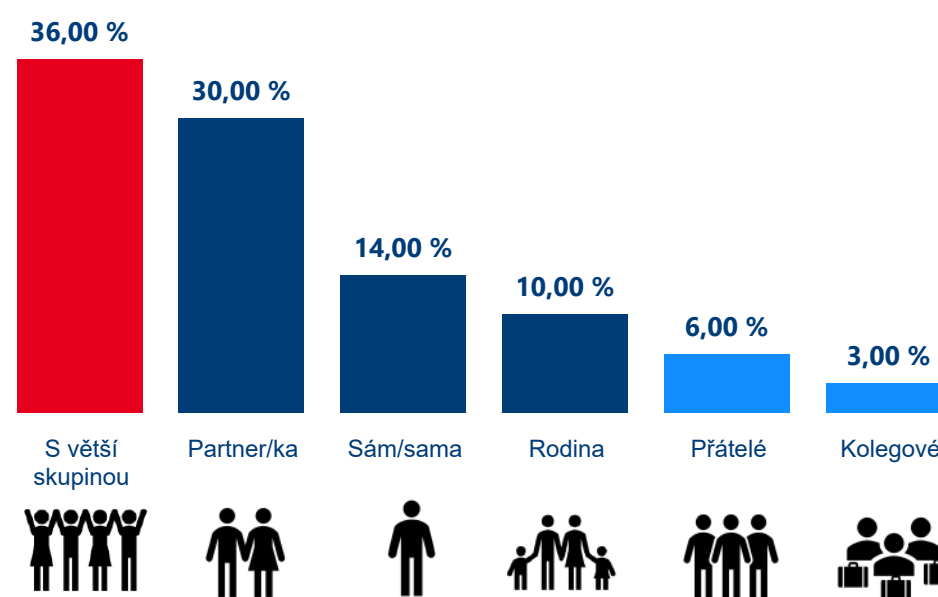
Dopravní prostředek



Informační zdroj návštěvníka



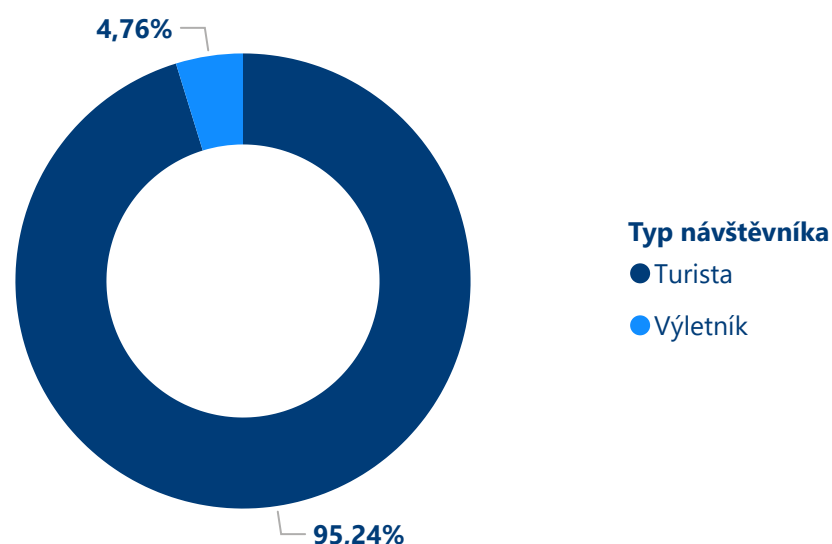
Doprovod návštěvníka





Profil čínského návštěvníka v Česku

Struktura návštěvníků

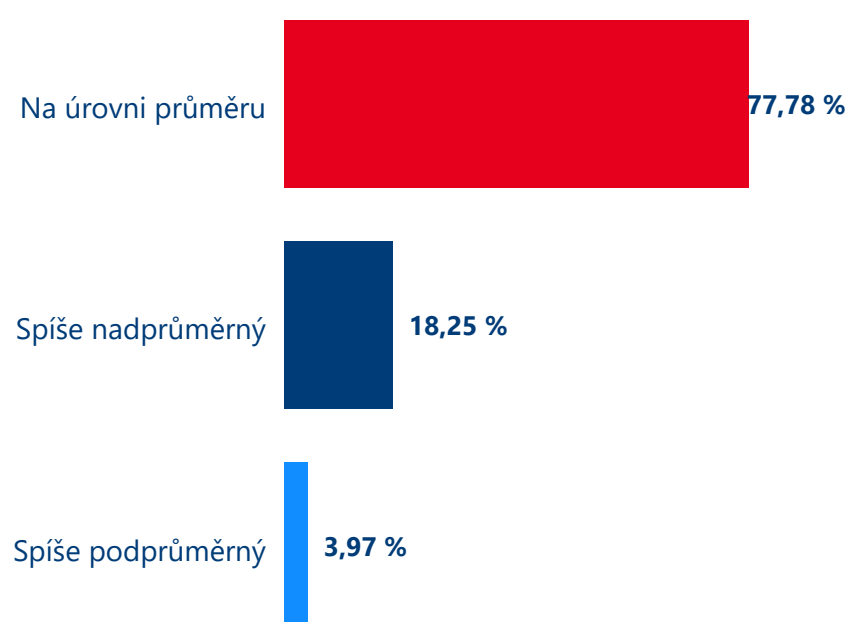


Zdrojová města

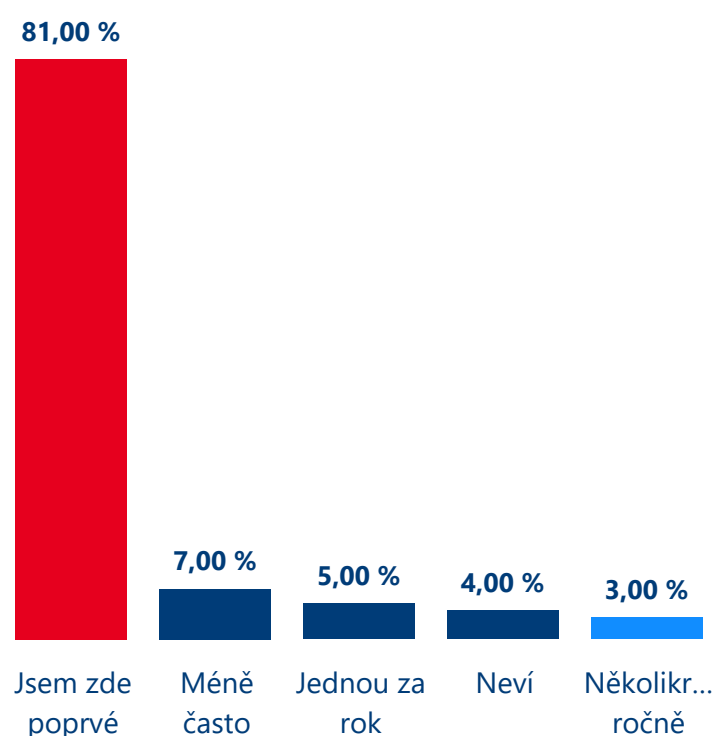
Nejvíce Číňanů cestujících do České republiky pochází z následujících měst:

- Šanghaj
- Peking
- Kanton
- Šen-čen
- Čcheng-tu
- Čchung-čching
- Si-an

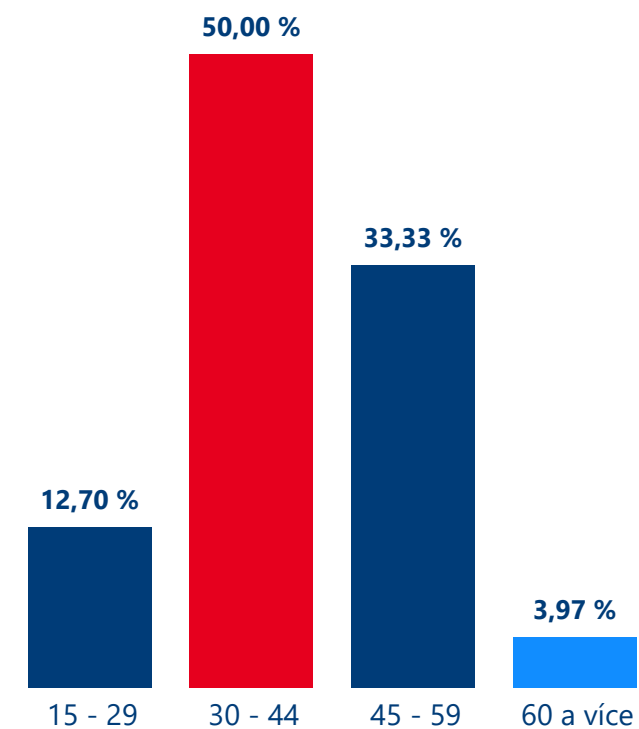
Příjmová úroveň domácností



Frekvence návštěv



Věková struktura návštěvníků



Průměrné výdaje na os/den (v CZK)

3 456

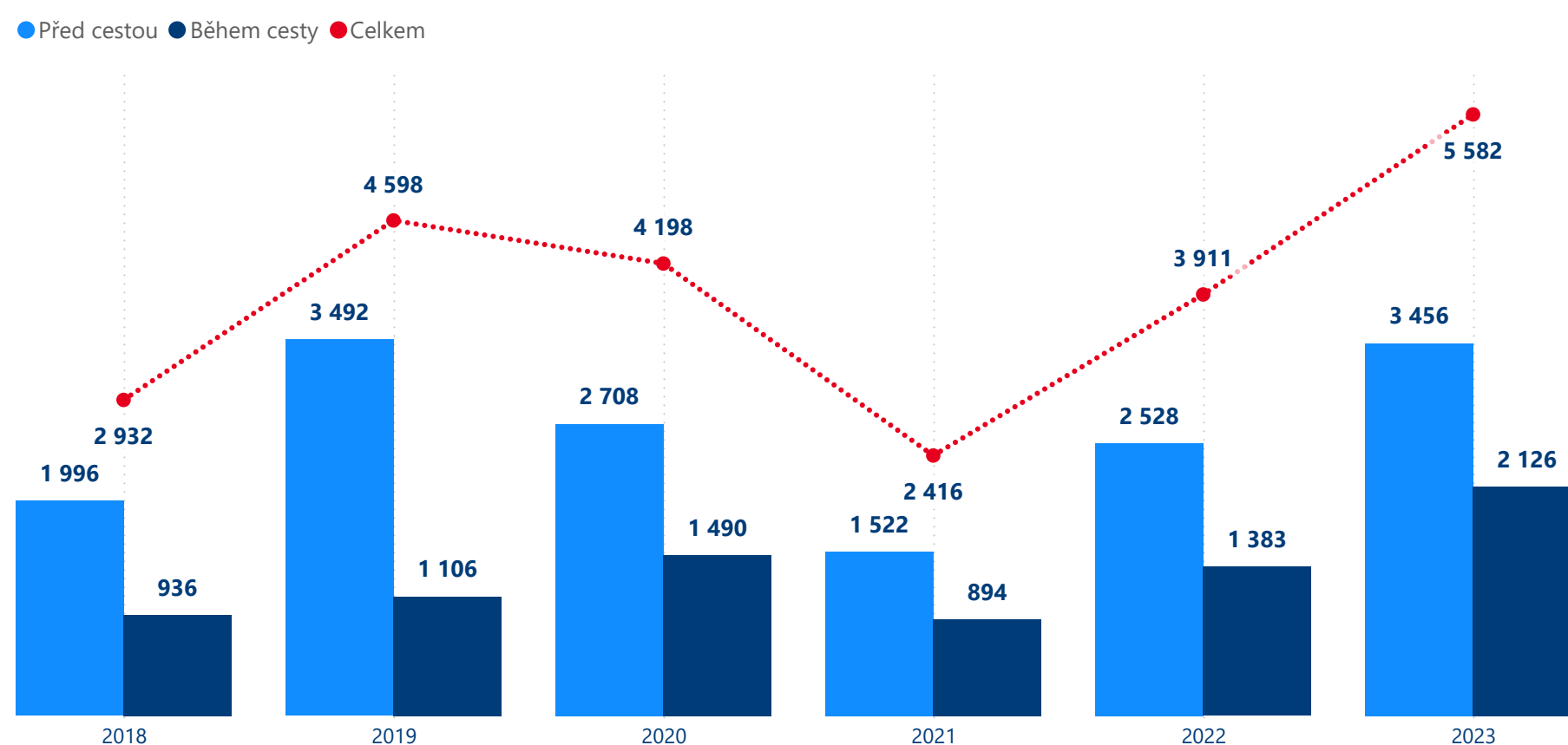
Před cestou

2 126

Během cesty

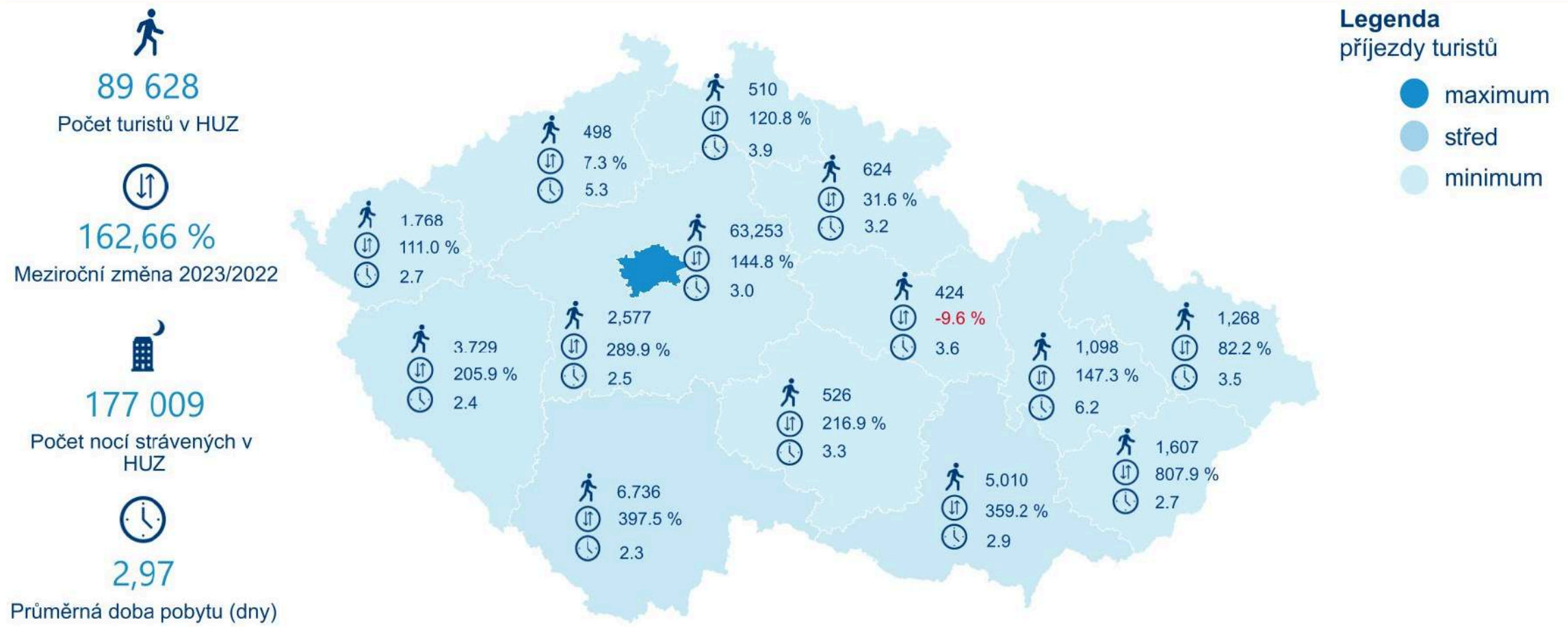
5 582

Celkem

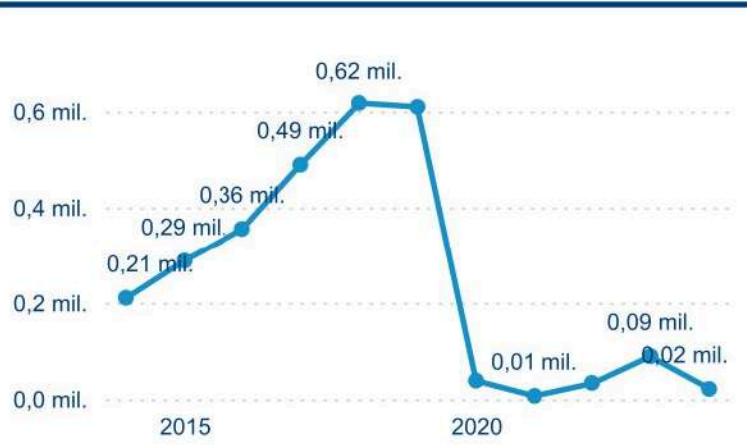




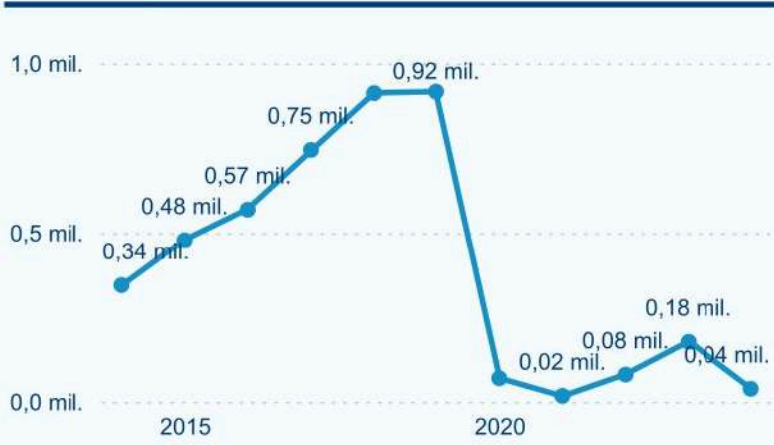
Hromadná ubytovací zařízení dle krajů



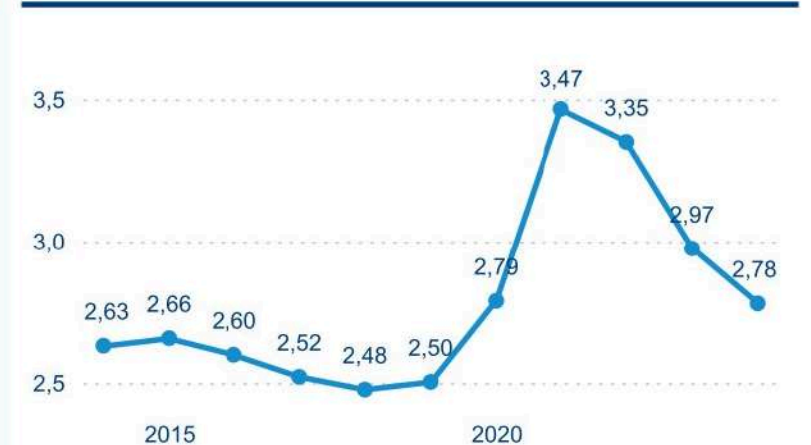
Počet turistů v HUZ



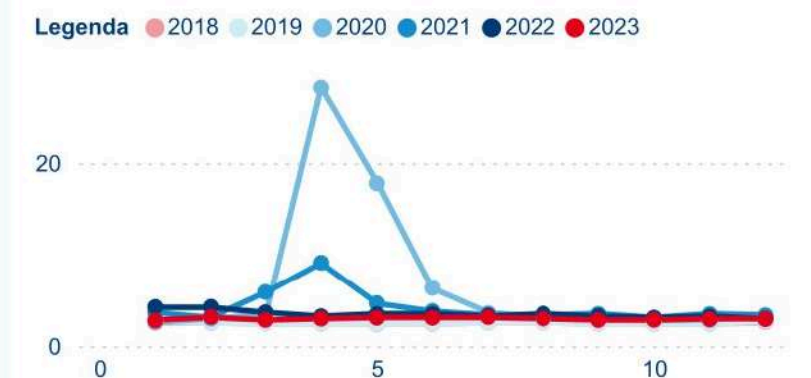
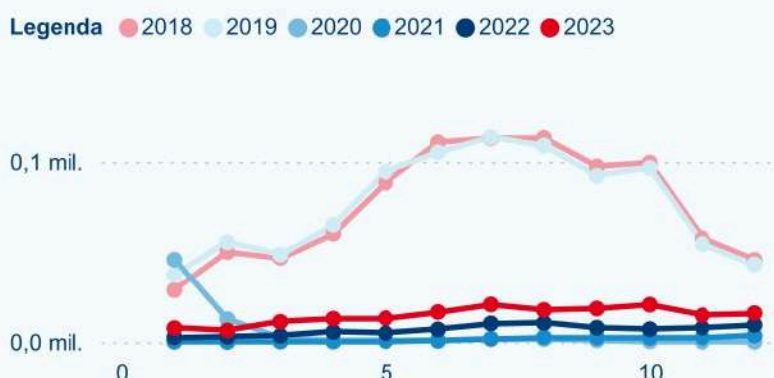
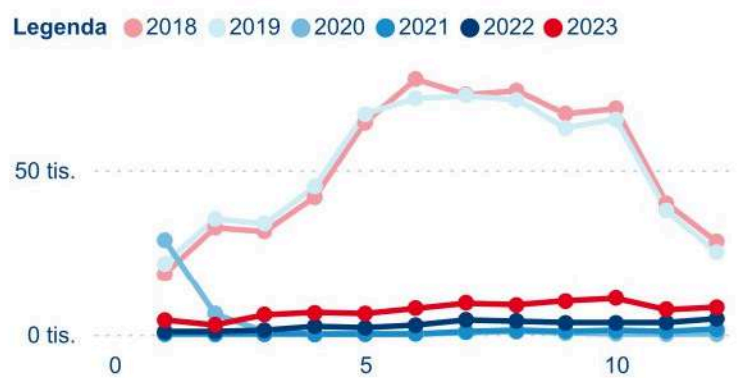
Počet přenocování v HUZ



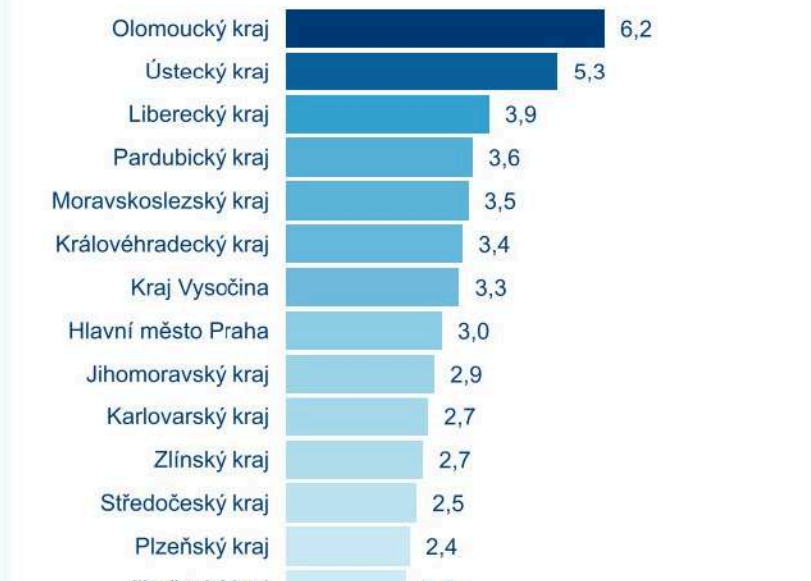
Průměrná doba pobytu (dny)



Sezonální srovnání



Rozložení v krajích



Praha a regiony



Legenda ● Praha ● Regiony mimo Prahu



Legenda ● Praha ● Regiony mimo Prahu



Legenda ● Praha ● Regiony mimo Prahu

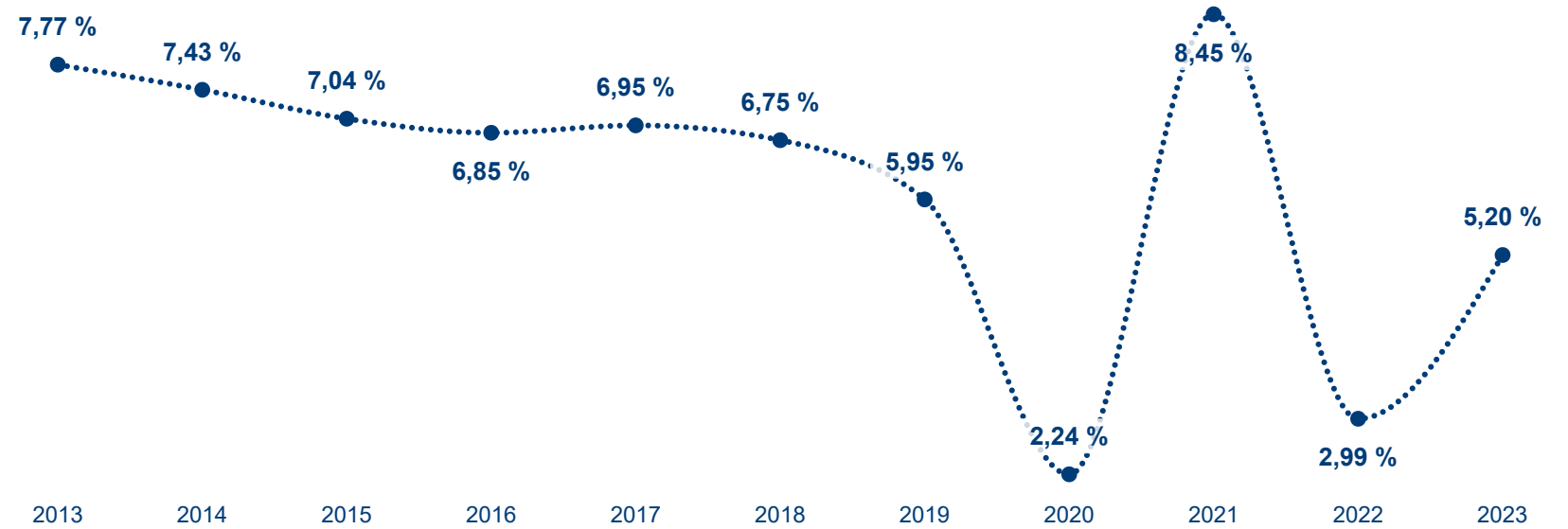


Makroekonomická data

Meziroční růst HDP (%) ¹

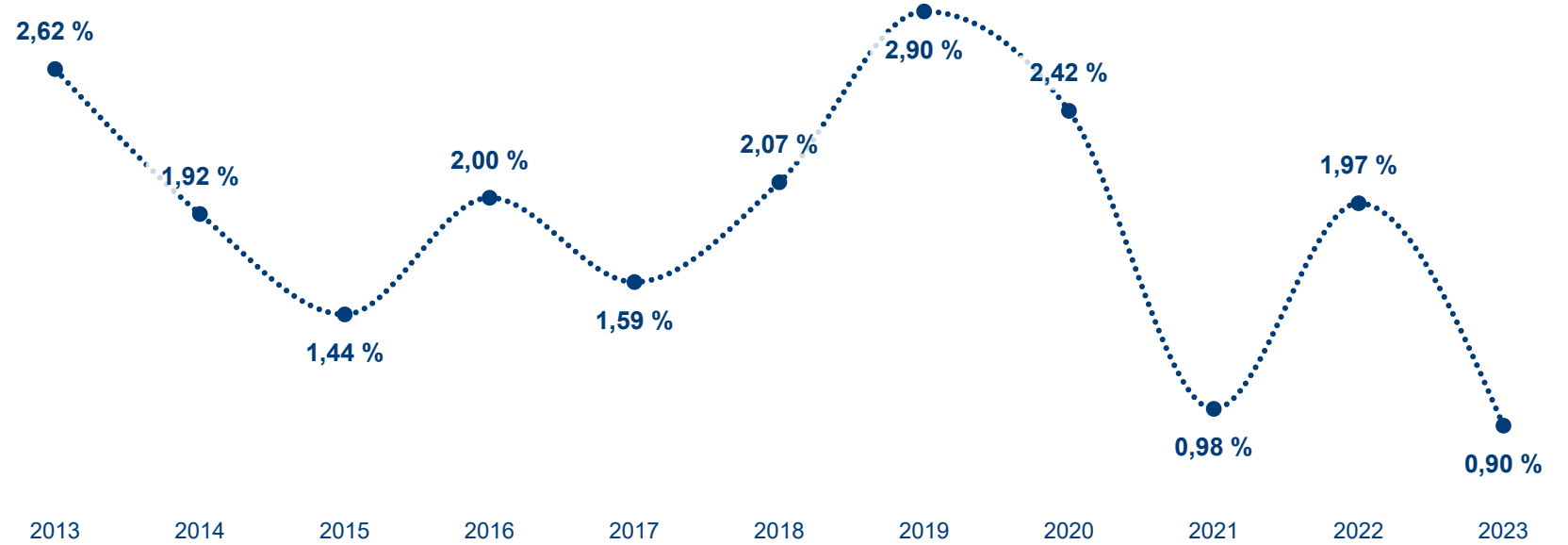
5,20 %

Meziroční růst HDP 2023

Roční míra inflace (%) ²

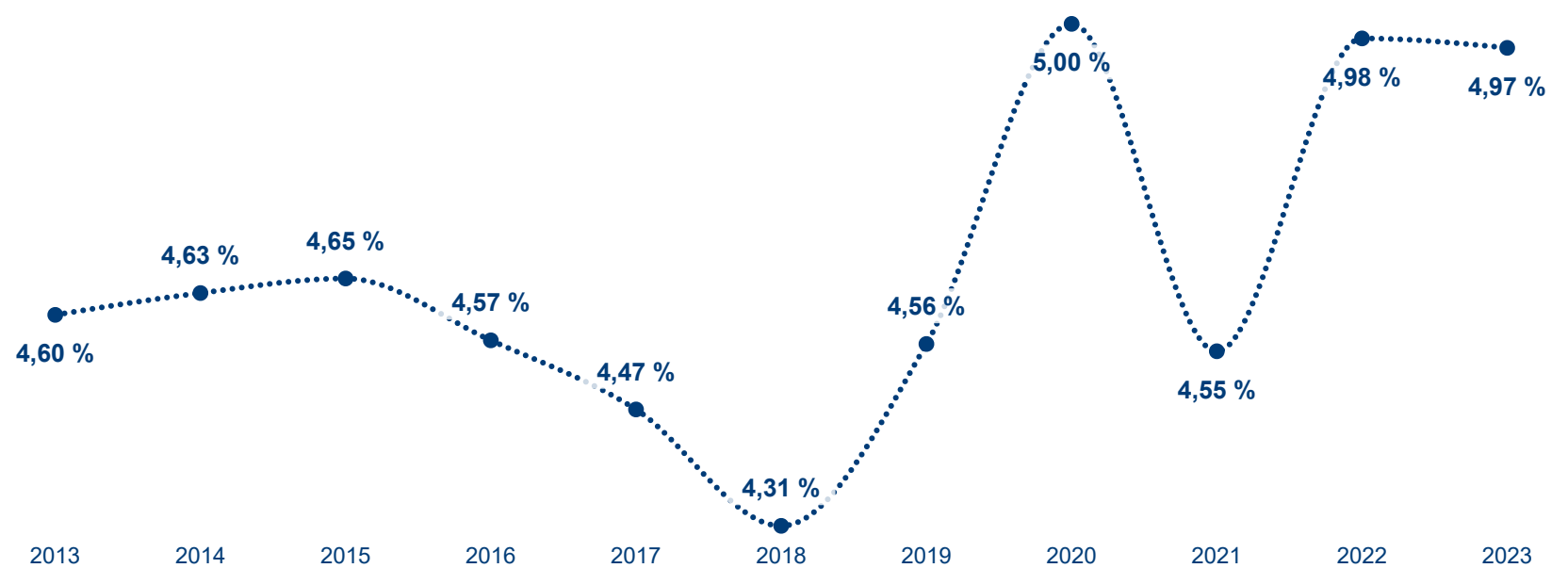
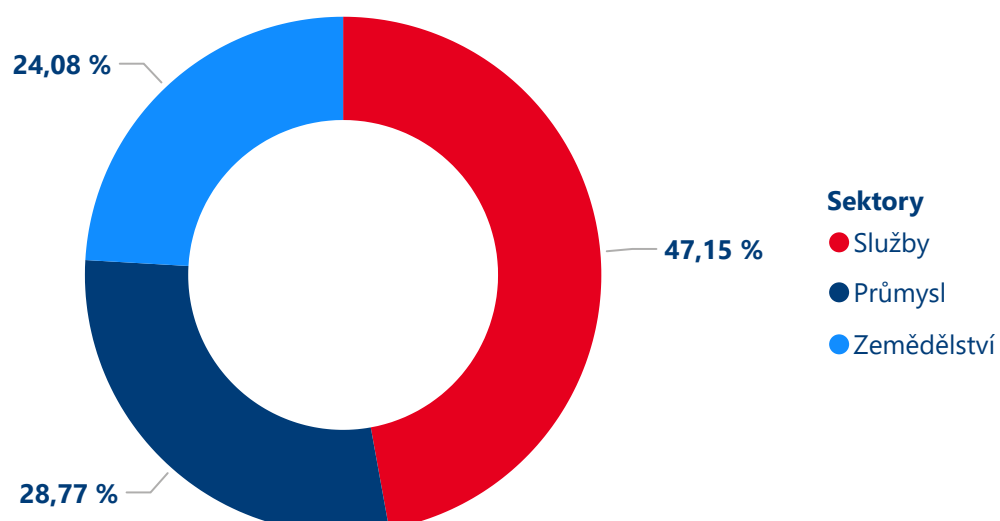
0,90 %

Míra inflace 2023

Nezaměstnanost ³

4,97 %

Nezaměstnanost 2023

Zaměstnanost podle sektoru 2022 ⁴

Průměrná hrubá měsíční mzda v Číně 2023

29 300 RMB

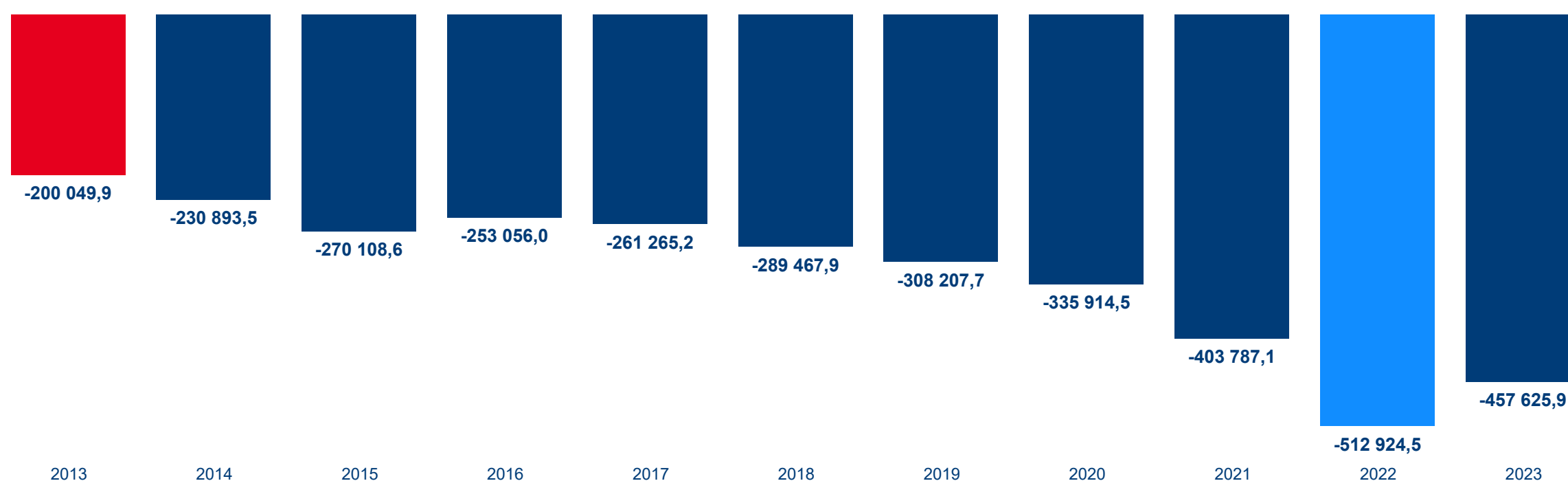
Minimální měsíční mzda v Číně 2023

2 000 RMB



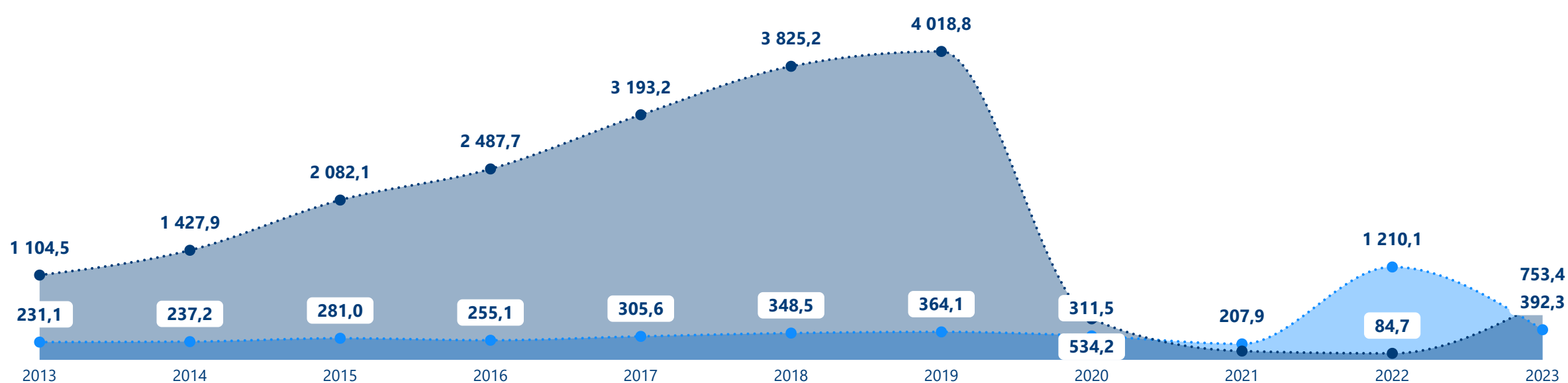
Makroekonomická data

Saldo běžného účtu platební bilance (v mil CZK)

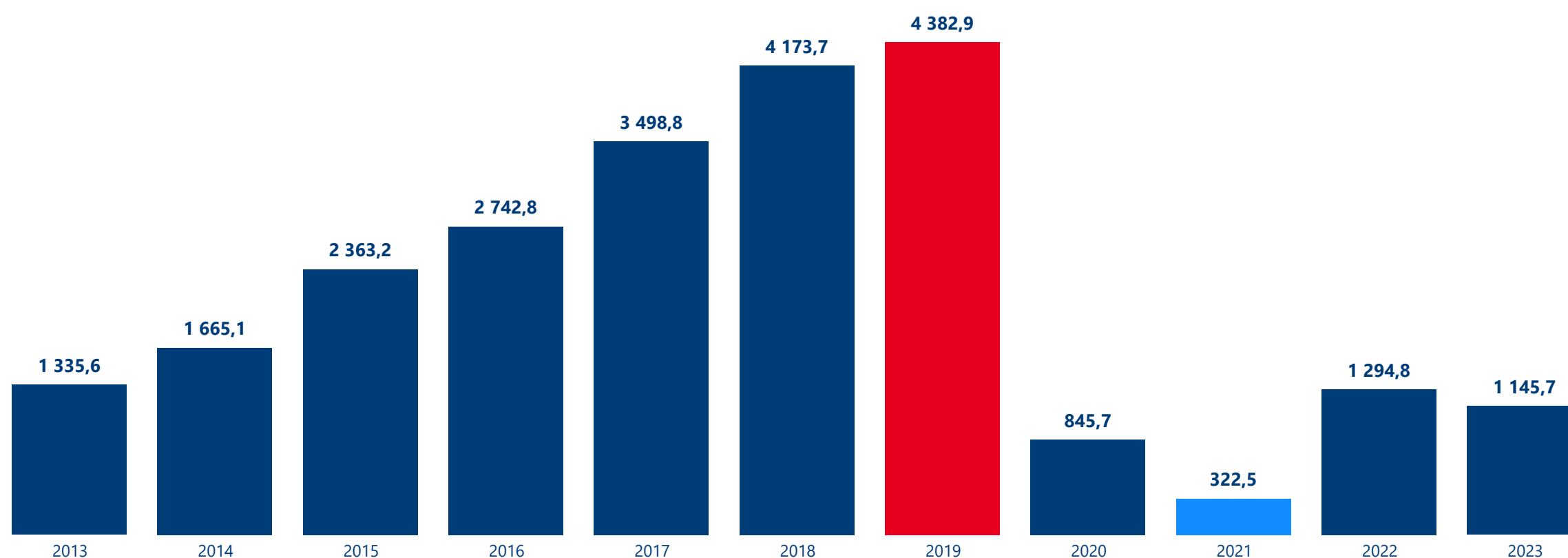


Saldo PB cestovní ruch - soukromé a pracovní cesty (v mil CZK)

● Pracovní cesty ● Soukromé cesty



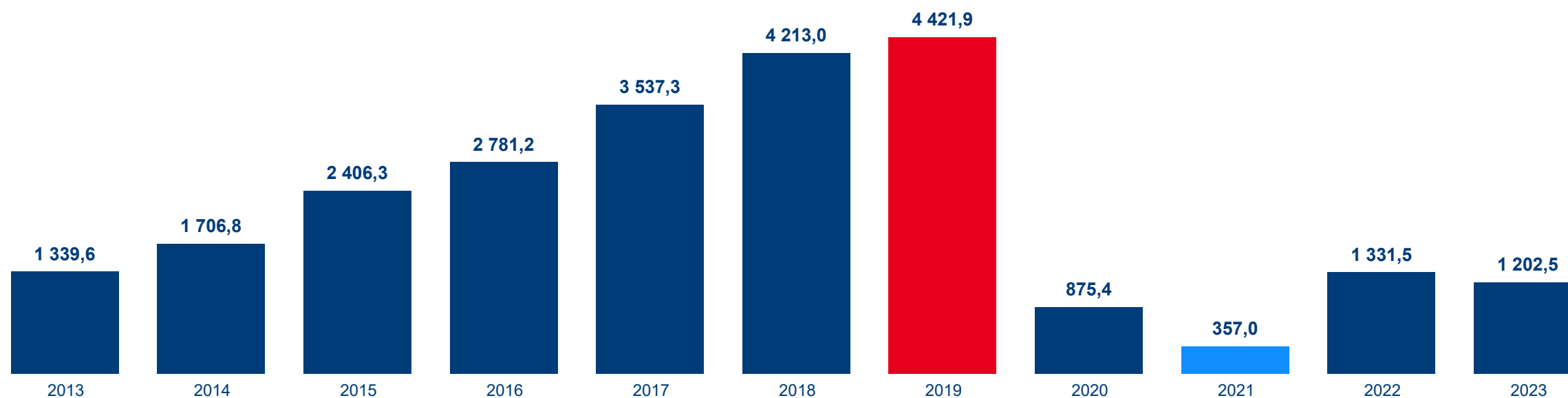
Saldo PB cestovní ruch - celkem (v mil CZK)





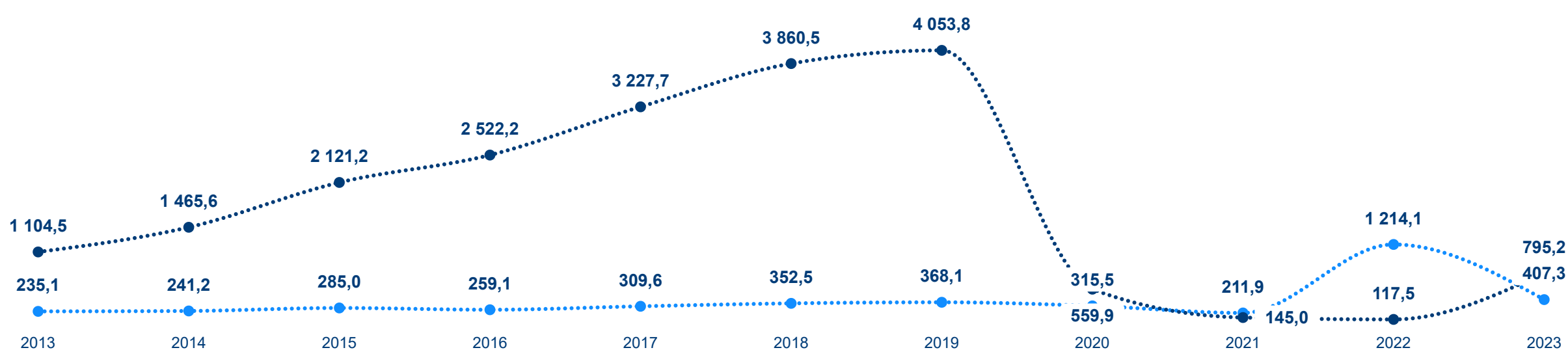
Makroekonomická data a turismus

Celkové příjmy z cestovního ruchu (v mil CZK) ¹



Příjmy - soukromé a pracovní cesty (v mil CZK) ¹

● Pracovní cesty ● Soukromé cesty



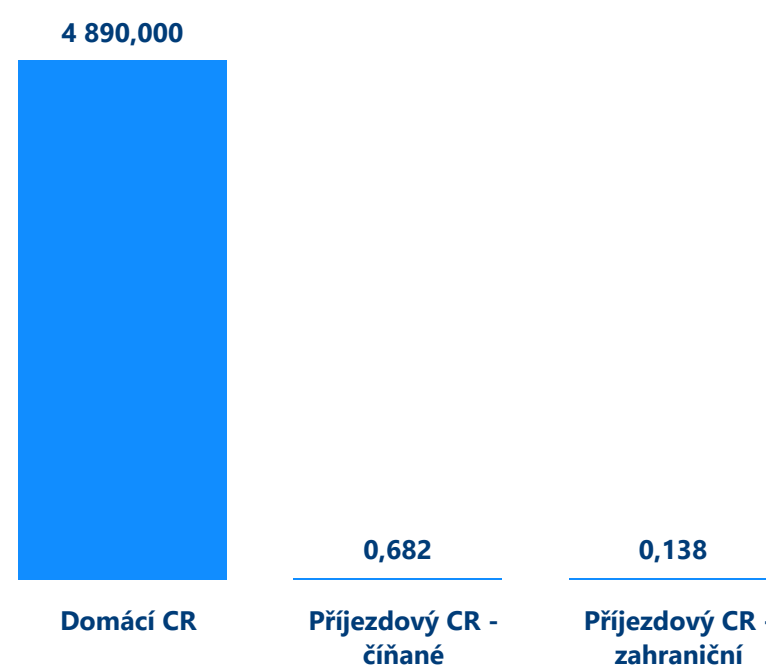
Výdaje na zahraniční CR (v %) ²

Data nejsou dostupná

Příjezdy turistů do HUZ v Číně ³

Data nejsou dostupná

Příjezdový a domácí CR v Číně 2023 (v mld osob) ³



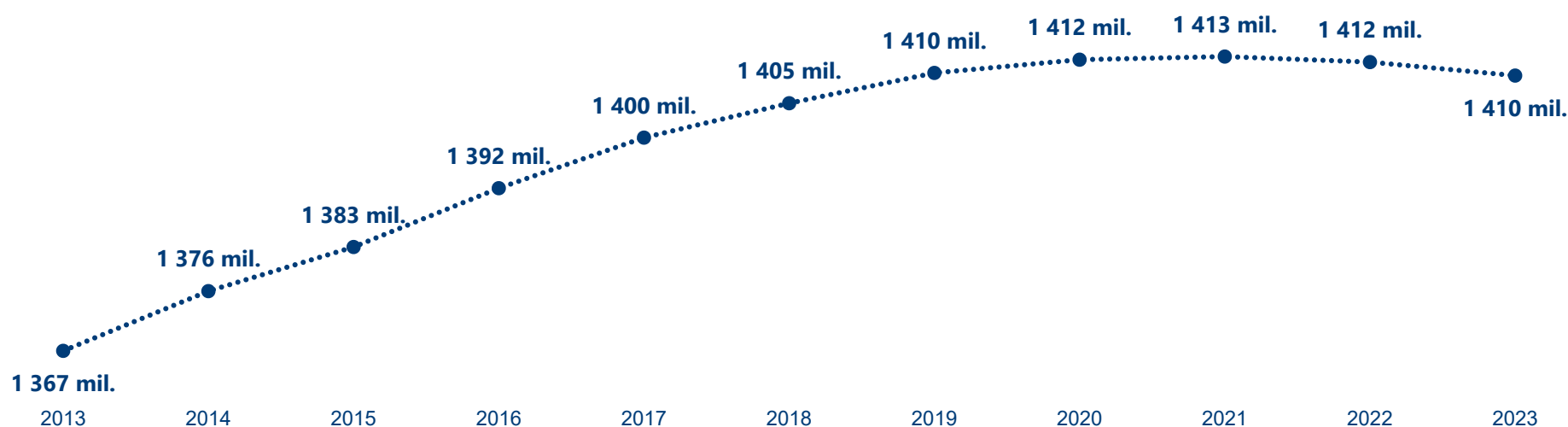


Sociodemografická data

Počet obyvatel ¹

1 409,67 mil.

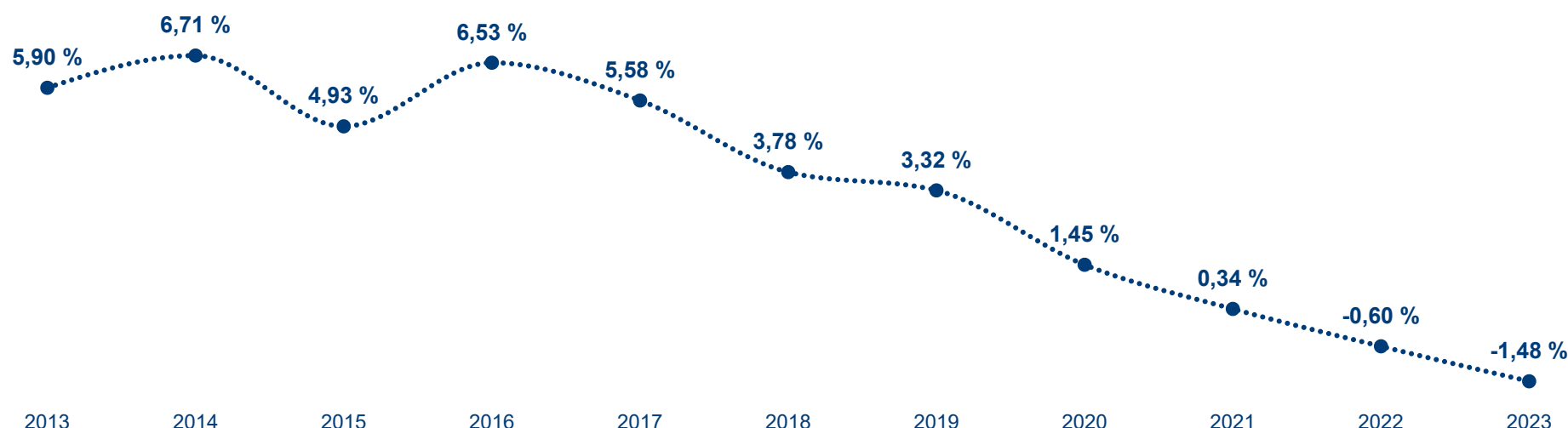
Počet obyvatel 2023



Meziroční růst populace ¹

-1,48 %

Přírůstek populace 2023



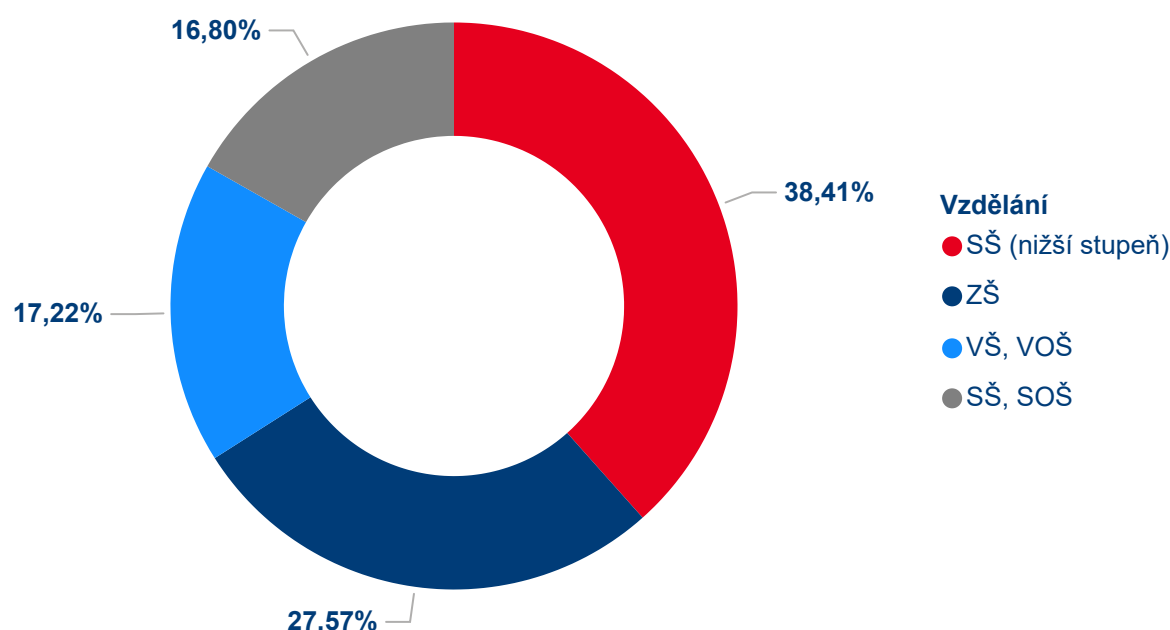
Věková struktura obyvatelstva: ²

- 14 a méně let 17,95 %
- 15 - 59 let 63,35 %
- 60 a více let 18,70 %

Hustota osídlení: ²

- Čína: 152 obyv./km²

Vzdělanost ²



Náboženství a náboženské zvyklosti ²

V Číně je náboženství komplexní a mnohotvárné, avšak údaje o něm jsou často obtížné získat. Oficiální zdroje odhadují 200 milionů věřících. Mezi hlavní náboženství patří Buddhismus a Taoismus, které mají hluboké kořeny v čínské historii a kultuře. Podle průzkumu Pew Research Center z roku 2023 v Číně značná část věřících praktikuje víru spíše kulturně. Mnoho z nich také kombinuje svou víru s prvky lidového náboženství.

Buddhismus, přinesený do Číny zejména z Indie, se stal jedním z klíčových pilířů čínské spirituality. Buddhistické chrámy a kláštery jsou rozprostřeny po celé zemi. V Číně se k Buddhismu hlásí zhruba 33,4 % čínské populace. Kromě Buddhismu a Taoismu mají své zastoupení také jiná tradiční čínská náboženství, křesťanství, nebo islám. Zhruba 25 % Číňanů se nehlásí k žádnému náboženství.



Metodika a odkazy

Country reporty zahrnují kombinovaná data z různých zdrojů, které jsou vždy uvedeny:

ČNB: Data České národní banky (údaje ze statistiky platební bilance)

ČSÚ: Data Českého statistického úřadu (data ze statistiky návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení)

National Bureau of Statistics of China: Data vydané zprávy [National Economic and Social Development](#), [China statistical Yearbook 2023](#)

Pew Research Center - [Measuring Religion in China](#)

Tracking: Data CzechTourism z výběrového šetření "Tracking domácího a příjezdového cestovního ruchu" (data o marketingové segmentaci a spotřebitelském chování návštěvníků)

World Bank: Data Světové banky (makroekonomická data trhu, demografická data)

Výdaje na zahraniční cestovní ruch (ZCR) v %: Podíl výdajů na ZCR k celkovému exportu dané ekonomiky

Turista: osoba, která vycestuje z místa svého trvalého bydliště do cílové destinace na dobu delší než 24 hodin (a kratší než 1 rok), přičemž nemá z pobytu v této destinaci příjem. V praxi: účastník cestovního ruchu, který v navštívené destinaci nejméně jedenkrát přenocuje.

Výletník (též jednodenní návštěvník): osoba, která vycestuje z místa svého trvalého bydliště do cílové destinace na dobu kratší než 24 hodin (tedy v destinaci nepřenocuje).

CR: cestovní ruch

PCR: příjezdový cestovní ruch (incoming)

DCR: domácí (tuzemský) cestovní ruch

HUZ (hromadná ubytovací zařízení): zařízení s minimálně 5 pokoji a zároveň 10 lůžky sloužící pro účely cestovního ruchu

IUZ (individuální ubytovací zařízení)

Podrobné informace naleznete v níže uvedených sestavách

Sestava Tracking



Sestava HUZ



Country report Čína 2019



Zpracováno Institutem turismu
institut@czechtourism.cz
tourdata.cz

Zahraniční zastoupení v Číně

Lukáš Pokorný
ředitel ZZ Peking
pokorny@czechtourism.com

© CzechTourism 2024

Obsah je chráněn autorským právem. Užití díla pro komerční účely je možné pouze se souhlasem autora.