



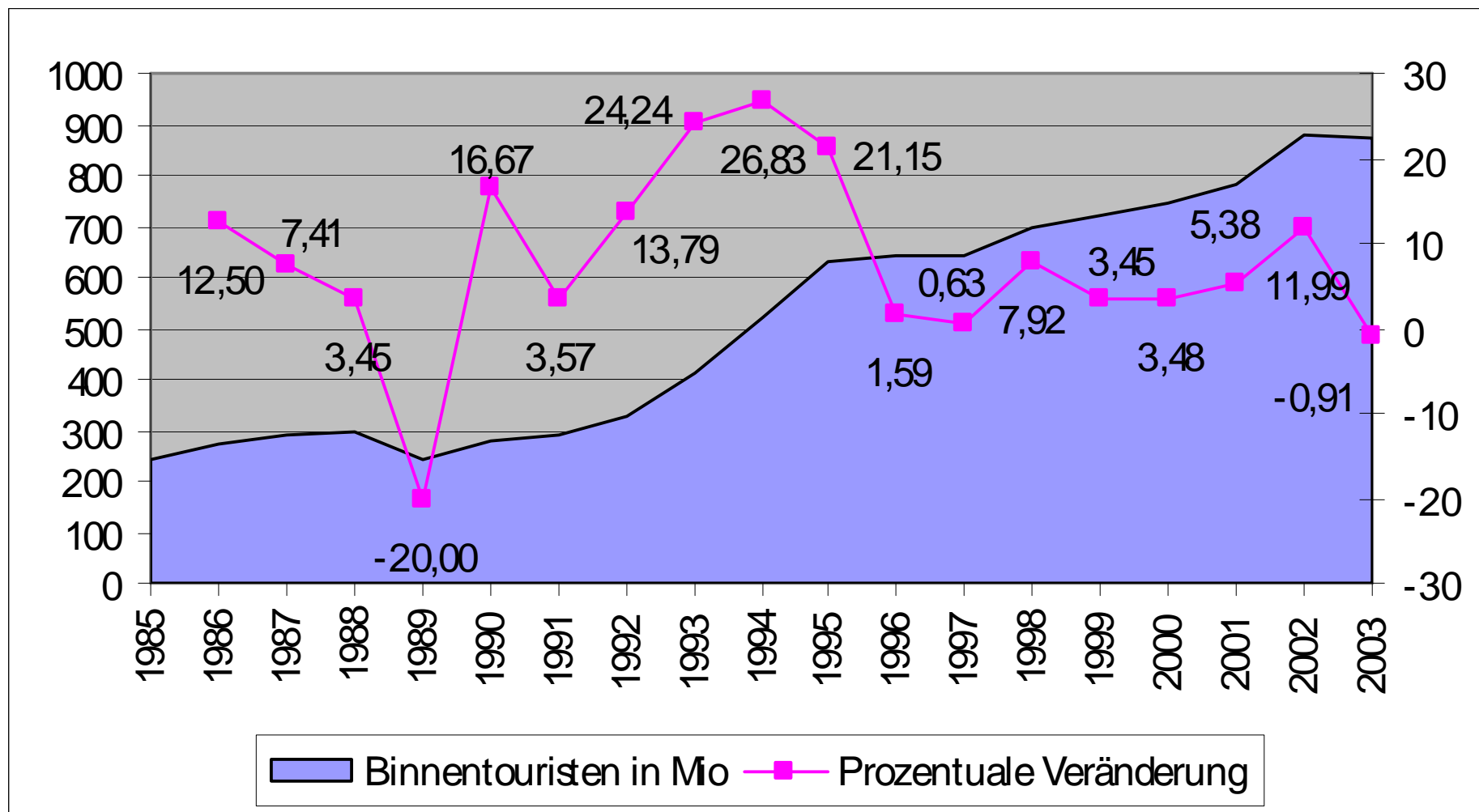
Inlands-Tourismus - Die Zukunft hat bereits begonnen

Li Huiyang

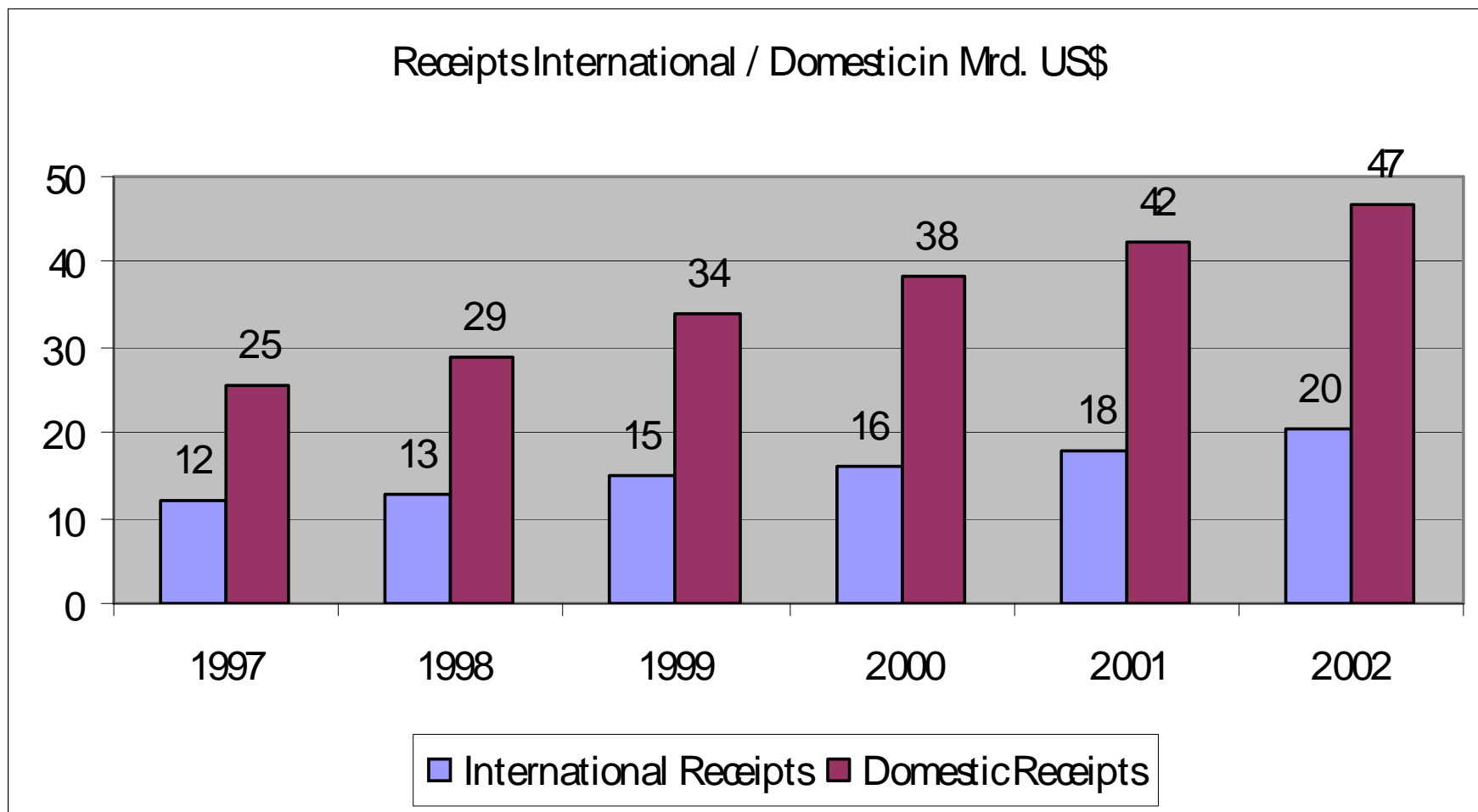
- Studium Germanistik Bachelor
- 19 Jahre Managementenerfahrung bei China International Travel Service (CITS)
- Letzte Position Vize Präsident bei China Travel Service Group (CTS)
- Seit Dezember 2003 COO der TUI China Travel Co. Ltd in Beijing
- 22 Jahre aktiv im chinesischen Tourismus



Entwicklung des Domestic Tourismus



Receipts Inbound / Domestic im Vergleich



Während der drei „Goldenen Wochen“ reisten 219 Mio. Touristen im Jahr 2002 im Inland:

1. Chinesisches Frühjahrsfest

Variiert zwischen Januar und Februar 7 Tage frei

2. Arbeitertag

Vom 1. Mai bis 7. Mai

3. Nationalfeiertag

Vom 1. Oktober bis 7. Oktober

Urlaubsregelungen :

Abhängig von der Firmenangehörigkeit, regional unterschiedlich z.B. Shanghai
7 - 14 Tage

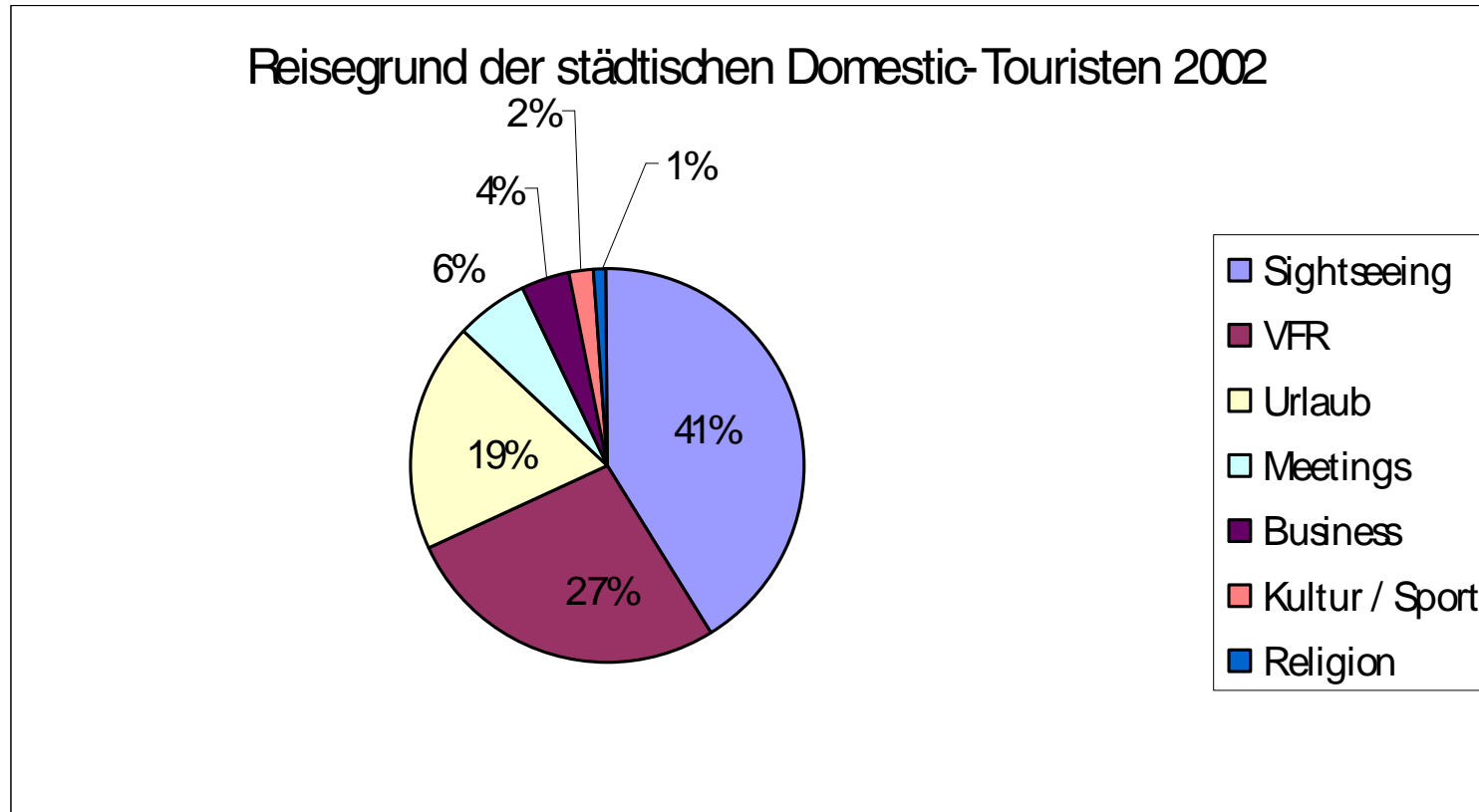
In den Goldenen Wochen sind Großstädte als Destination besonders beliebt.
Während des
Frühlingsfestes 2004 besuchten:

6,262 Mio. Touristen Shenzhen (ca. 894.000 pro Tag)

2,384 Mio. Touristen Shanghai (ca. 340.000 pro Tag)

1,980 Mio. Touristen Beijing (ca. 283.000 pro Tag)

Konsumentenverhalten der Domestic-Touristen 2002



- 385 Mio. der Touristen kommen aus Städten und gaben 34,314 Mrd. US\$ (Ø 89 US\$ pro Kopf) aus
- 493 Mio. der Touristen kommen vom Land und gaben 12,412 Mrd. US\$ (Ø 25 US\$ pro Kopf) aus

Sondereintwicklung in China

Die Vorstellungen und Wünsche der Chinesen haben sich mit der Zeit verändert:

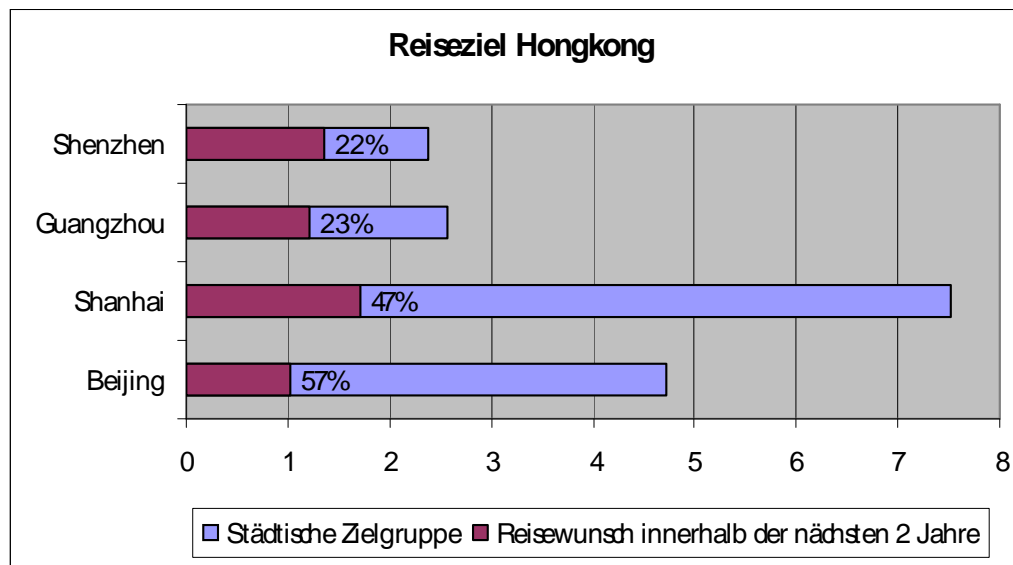
- 1970ziger Jahren noch Fahrrad, Nähmaschine und Uhr
- 1980ziger Jahren schon Farbfernseher, Kühlschrank und Waschmaschinen
- 1990ziger Jahren Trend zu Vergnügungsreisen, Haus, Auto und Computer





Einkommenssteigerungen und neue Urlaubsregelungen, sowie die Einführung der 5-Tage Woche haben Domestic-Tourismus erst ermöglicht.

- MICE-Reisen haben sich spät entwickelt
- Die Entwicklung von MICE-Reisen wurde durch den WTO-Beitritt angestoßen
- Der MICE-Tourismus entwickelt sich mit sehr hohen Wachstumsraten
- Die Ausstellungs- und Konferenzeninfrastruktur wird ausgebaut
- Besonders gefördert werden die Wirtschafts- und Finanzzentren wie Shanghai, Beijing und der Provinz Guangdong
- Guangzhou und Shenzhen profitieren von ihrer Nähe zu Hongkong

Hongkong Tourismus

- Hongkong (ein Land zwei Systeme, Hauptziel für Festland-Chinesen)
- Eine Reise nach Hongkong ist quasi „Outbound-Tourismus“
- Seit Sommer 2003 sind Individuelle Reisen nach Hongkong für Bewohner der Städte Beijing, Shanghai und Guangdong erlaubt
- Einer der Hauptgründe für eine Reise nach Hongkong ist „Shopping“



- Die Erlöse im Domestic-Tourismus liegen doppelt so hoch wie im Inbound-Tourismus 
- Jetzt schon 870 Mio. Touristen im Jahr; bald 1 Mrd.? 
- Inland-Tourismus ist Grundlage für die Entwicklung des Outbound-Tourismus 
- Nur 12,1% organisierte Reisen 2001 

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit



Li Huiyang