Hotels.com, ecco come stanno cambiando i turisti cinesi

I **turisti cinesi stanno cambiando**, per attitudini, gusti e comportamenti. E non scoprono più il mondo solo attraverso i classi viaggi guidato. La conferma arriva dalla quinta edizione del **Chinese International Travel Monitor**, la ricerca commissionata da **Hotels.com** a **Ipsos**, leader mondiale nelle ricerche di mercato, che a maggio 2016 ha condotto un'indagine sulle abitudini di viaggio di 3.000 viaggiatori cinesi. Per arricchire i dati raccolti con l'opinione degli albergatori, Hotels.com ha poi condotto un'indagine globale su 5.800 partner. Sulla base dei risultati ottenuti, Hotels.com ha identificato **5 differenti tipologie di viaggiatori cines**i: gli **Esploratori meticolosi (25%), n**ati negli anni '60 e '70, amano imparare ed esplorare e pianificano i propri viaggi nel dettaglio; i **Capi-famiglia prudenti** (25%), anch'essi nati negli anni '60 e '70, provengono da città meno importanti e sono genitori responsabili, che viaggiano per legare con i propri cari, preferendo hotel sicuri e adatti a tutta la famiglia; i **Viaggiatori in cerca di esperienze (17%),** per la maggior parte nati tra gli anni '80 e '90, provengono dalle città più importanti, prediligono hotel eleganti e consigli professionali sulle attività culturali locali e viaggiano per arricchire le proprie esperienze, in modo indipendente e ambizioso; **Gli avventurosi** (12%) Nati soprattutto negli anni 80', viaggiano per soddisfare se stessi e dimostrare le proprie capacità. preferiscono soggiornare in hotel di alto livello e partecipare a tour locali avventurosi; infine i **Viaggiatori in cerca di piaceri essenziali** (21%), i millennial nati negli anni '90 e, a differenza degli altri gruppi, per la maggior parte donne, sono alla continua ricerca del piacere estetico e viaggiano per puro divertimento, soggiornando in strutture col giusto rapporto qualità-prezzo.
Secondo la ricerca di Hotels.com sono proprio i millennial il segmento in maggiore crescita. Investono, infatti, oltre un quarto (27%) del proprio redito in viaggi internazionali. Abhiram Chowdhry, Vice President e Managing Director Asia Pacific del brand Hotels.com ha affermato che questa classificazione è utile per incoraggiare i mercati a pensare ai viaggiatori cinesi sotto una nuova luce: "La percezione dei viaggiatori cinesi come gruppi organizzati guidati che chiedono la colazione cinese e le traduzioni in mandarino è ormai datata. La nostra ricerca mostra che i viaggiatori cinesi sono diversi e molto più sofisticati".
Sul fronte delle destinazioni, I risultati rivelano che l'Australia, il Giappone e Hong Kong rientrano nelle Top 3 delle destinazioni che i viaggiatori cinesi vorrebbero visitare. Tra i luoghi da visitare nel corso

della vita, la Piramide di Giza occupa la prima posizione (18%), seguita a ruota dal Monte Fuji in Giappone e da Venezia.
Dal punto di vista tecnologico, l'utilizzo dei social media come fonte di informazioni di viaggio è aumentato del 6% rispetto allo scorso anno. Per quanto riguarda le prenotazioni, solo il 10% dei viaggiatori cinesi utilizza agenzie di viaggio convenzionali, **mentre il 74% utilizza agenzie di viaggio online.** Secondo gli intervistati, **oltre il 62% delle prenotazioni sono effettuate via mobile**, registrando un aumento del 10% rispetto allo scorso anno.