

Markedsprofil 2019

Kina

09/09/2019



Introduktion

VisitDenmarks markedsprofiler præsenterer centrale nøgletal for de vigtigste markeder i dansk turisme.

Formålet er at give turismeaktører og andre interessenter indblik i en række markeders betydning for dansk turisme.

Se alle markedsprofiler her:

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter/markedsprofiler

Udgivet af

VisitDenmark
September 2019

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter

Indhold

<u>03</u>	<u>Nøgletal og målgrupper</u>
<u>06</u>	<u>Den digitale turist</u>
<u>08</u>	<u>Inspiration</u>
<u>10</u>	<u>Passagerer og flytrafik fra Kina til Københavns Lufthavn</u>
<u>13</u>	<u>Overnatninger, omsætning og sæson</u>
<u>20</u>	<u>Turister i Danmark</u>
<u>24</u>	<u>Særlige indsigter: kinesere i 11 udvalgte byer</u>

Nøgletal og målgrupper

A scenic view of the Copenhagen City Hall (Rådhuset) at sunset. The large, ornate dome of the building is the central focus, with the sun setting behind it, creating a warm, golden glow. In the foreground, a fountain with multiple jets of water is illuminated. To the left, a large sailing ship is docked. In the bottom right corner, a small boat with people is on the water, silhouetted against the bright reflection of the sun on the water's surface. The sky is a mix of orange, yellow, and light blue.

Nøgletal: overnatninger, forbrug og omsætning

235.000
overnatninger i 2018

6.100
flere overnatninger end i 2017

2,7 pct.
vækst i overnatninger ift. 2017

855 mio. kr.
i turismeomsætning i 2017

83%
af kineserne går på internettet via en
smartphone



Kyst- & naturturisme

53.000
Overnatninger*



Storbyturisme

182.000
Overnatninger*

4,0 personer
Rejsegruppe**

2,5 nætter
Opholdslængde**

2.550 kr.
Døgnforbrug**

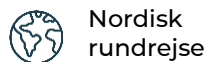
De kinesiske målgrupper

Kineserne rejser både som par og familier med børn

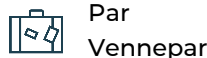
Par



25 - 65 år



Nordisk rundrejse



Par
Vennepar



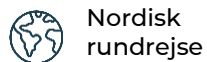
Hotel

Familier m. børn



25 - 45 år

Børn: 6 - 18 år



Nordisk rundrejse



Familie



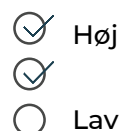
Hotel

Bopæl



Tier 1 storbyer (Beijing, Shanghai, Tianjin, Chongqing, Guangzhou), Tier 2 storbyer og Hong Kong.

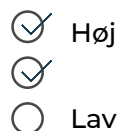
Hustandsindkomst



Høj

Lav

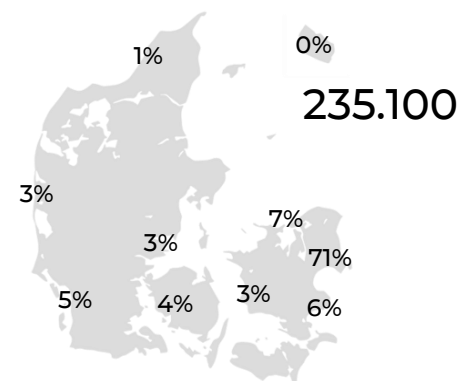
Uddannelsesnivea



Høj

Lav

Kinesiske overnatninger fordelt på landsdele*



Det gør Danmark unik



- Lykkeligt, miljøbevidst og sundt land
- Liveable cities med ren luft
- Cykler, royale oplevelser, H.C. Andersen
- Shopping og tax refund
- Spændende historie og kultur

Funktionelle behov



Nye rejsende (Tier 1 og 2)

- En uge til 10 dages ferie
- Destination med mange ikoner og højdepunkter
- Booker rejsen via rejseagent eller turoperatør
- Rejser i grupper
- Fokus på rejsens pris
- Vil ikke spille tiden.
- Vil effektivt fra A til B.

De rejsevante (Tier 1)

- En uge til 10 dages ferie
- En ny og trendy destination
- Søger selv på internettet, men booker gennem rejseagent/turoperatør
- Fokus på autentiske og lokale oplevelser

Emotionelle behov



- Tage ud i verden og opleve noget nyt
- Komme hjem med ny inspiration
- Et trygt feriemål med fotogene oplevelser
- Social prestige i ferievalg
- Ønsker ikke at tabe ansigt fx ifm. sprogbarrierer, adfærd, købe de rigtige souvenirs

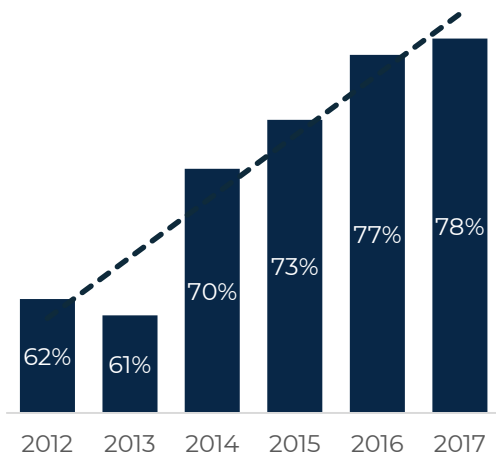
Den digitale turist



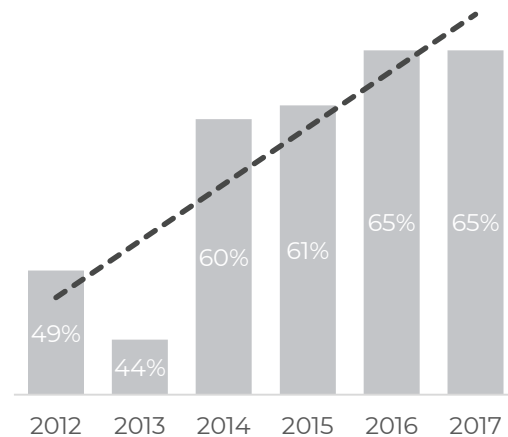
Internetbrug

Smartphone overhaler pc, når det gælder internetbrug

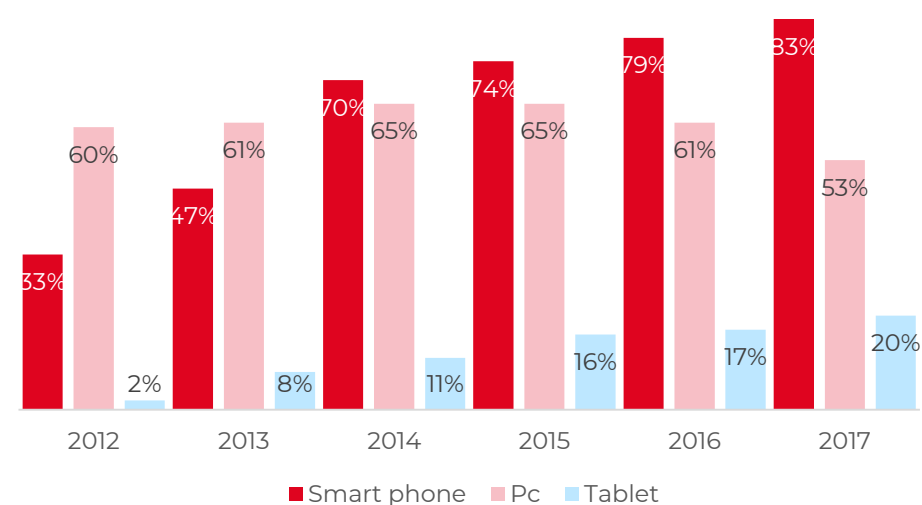
Adgang til internettet



Benytter internettet dagligt



Internetbrug fordelt på enheder



Gennemsnitligt antal forbundne enheder pr. person

2012	2013	2014	2015	2016	2017
1,2	1,4	1,9	1,9	2,1	2,4

Andel, der går på internettet mindst lige så ofte via smartphone som pc

2012	2013	2014	2015	2016	2017
25%	50%	70%	84%	78%	90%

Inspiration

A scenic view of a circular wooden walkway overlooking a large body of water at sunset. The sun is low on the horizon, creating a golden glow and a reflection on the water. In the background, a port with several cranes is visible. The foreground is framed by green trees.

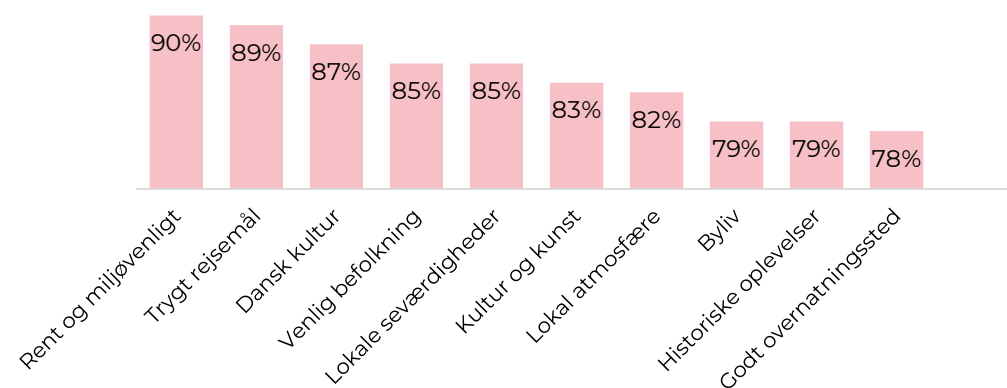
Asiater på storbyferie: inspirationskilder og rejsemotiver

Renhed og miljøvenlighed er afgørende

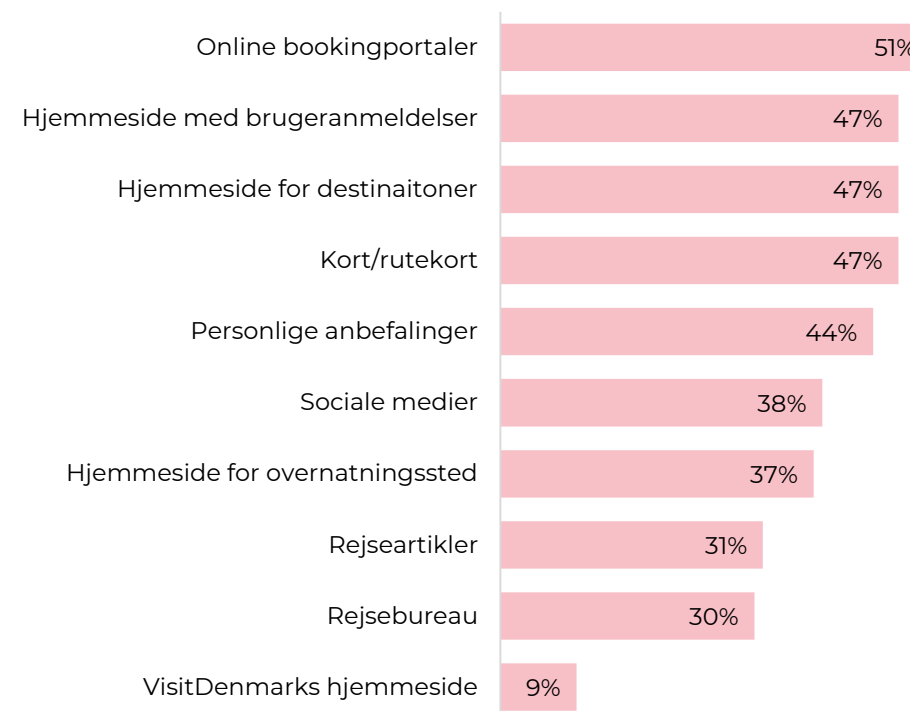
Det, at Danmark opleves som en ren og miljøvenlig destination, er vigtigt for asiaterne, når de vælger at rejse til Danmark. Også trygt rejsemål og dansk kultur spiller en stor rolle.

Asiater bliver i høj grad inspireret til at holde ferie i Danmark gennem online bookingportaler og hjemmesider med brugeranmeldelser.

I hvilken grad er dette årsager til, at du har valgt at holde ferie i Danmark? Top 10 (andel, der har svaret 'i mindre grad' til 'i afgørende grad')



Har følgende inspirationskilder haft indflydelse på din beslutning om at holde ferie i Danmark? Top 10 (flere svar mulige)

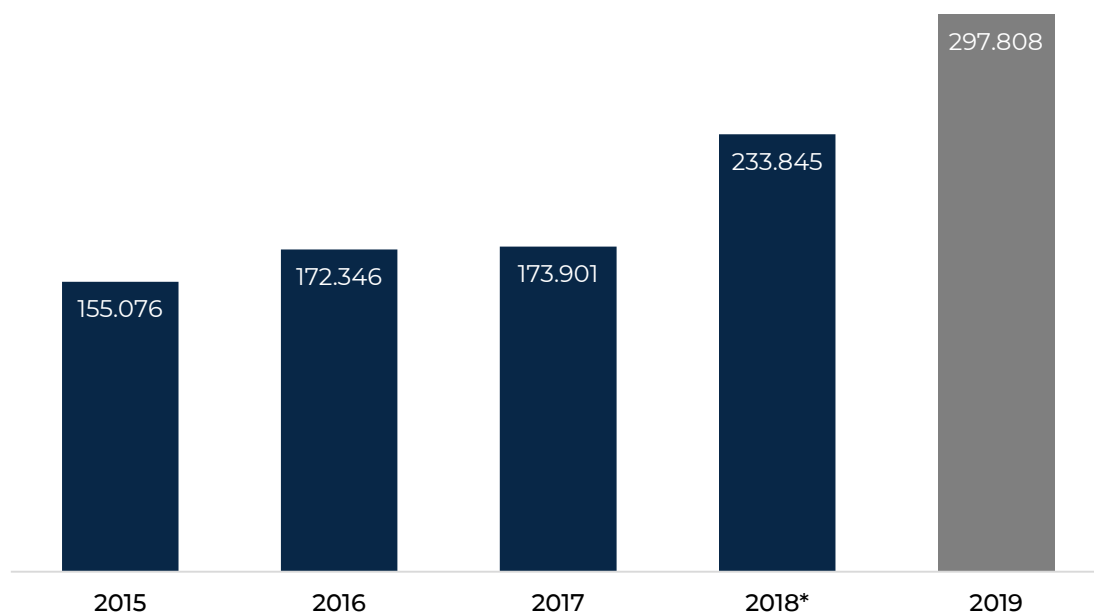




Passagerer og flytrafik fra Kina til Københavns Lufthavn

Sædekapacitet fra de kinesiske lufthavne

Udvikling i sædekapacitet
Antal sæder



*Fra 2018 er Hong Kong inkluderet.

Sædekapaciteten stiger med 27 pct.

Den realiserede sædekapacitet er steget de senere år.

I 2018 blev der åbnet nye flyforbindelser mellem Hong Kong og Københavns Lufthavn. Cathay Pacifics sæsonrute startede i maj 2018 og sluttede ultimo oktober samme år, hvor SAS åbnede sin helårsrute mellem Hong Kong og CPH. Cathay Pacific kommer ikke tilbage til CPH i 2019.

Sichuan Airlines åbnede en sæsonrute mellem Chengdu og Københavns Lufthavn i december 2018, og flyselskabet skal ifølge programmet operere på ruten fra april til september 2019.

I 2019 vil antal sæder i udbud stige med 27 pct. i forhold til 2018. Dermed vil sædekapaciteten nå det højeste niveau sammenlignet med de sidste fem år.

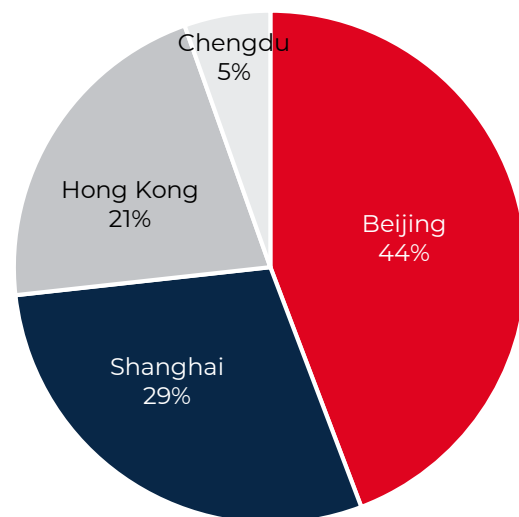
Sædekapacitet i 2019 fordelt på lufthavne og flyselskaber

SAS står for størstedelen af sædekapaciteten

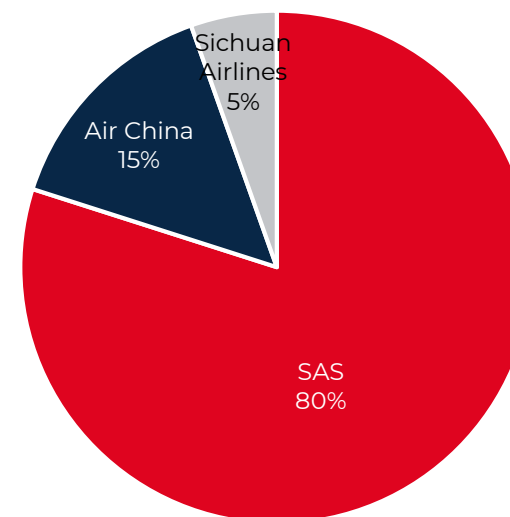
Hovedparten af sæderne (44 pct.) bliver udbudt på ruten mellem Beijing og CPH. Derefter følger Shanghai med 29 pct. af alle sæder mellem Kina og Danmark.

SAS står for størstedelen (80 pct.) af alle sæder mellem Kina (inklusive Hong Kong) og Københavns Lufthavn. Air Chinas andel af sæderne (15 pct.) findes kun på ruten mellem Beijing og København. Sichuan Airlines sæsonrute fra Chengdu til Københavns Lufthavn tegner sig for 5 pct. af sæderne mellem Kina og Danmark.

Sædekapacitet fordelt på lufthavne



Sædekapacitet fordelt på flyselskaber



A row of fishing nets hanging on a wooden frame against a sunset sky. The nets are silhouetted against the vibrant colors of the sky, which transitions from purple and pink at the top to orange and yellow near the horizon. The foreground is dark, suggesting a beach or rocky shore.

Overnatninger, omsætning og sæson

Udvikling i kinesiske overnatninger

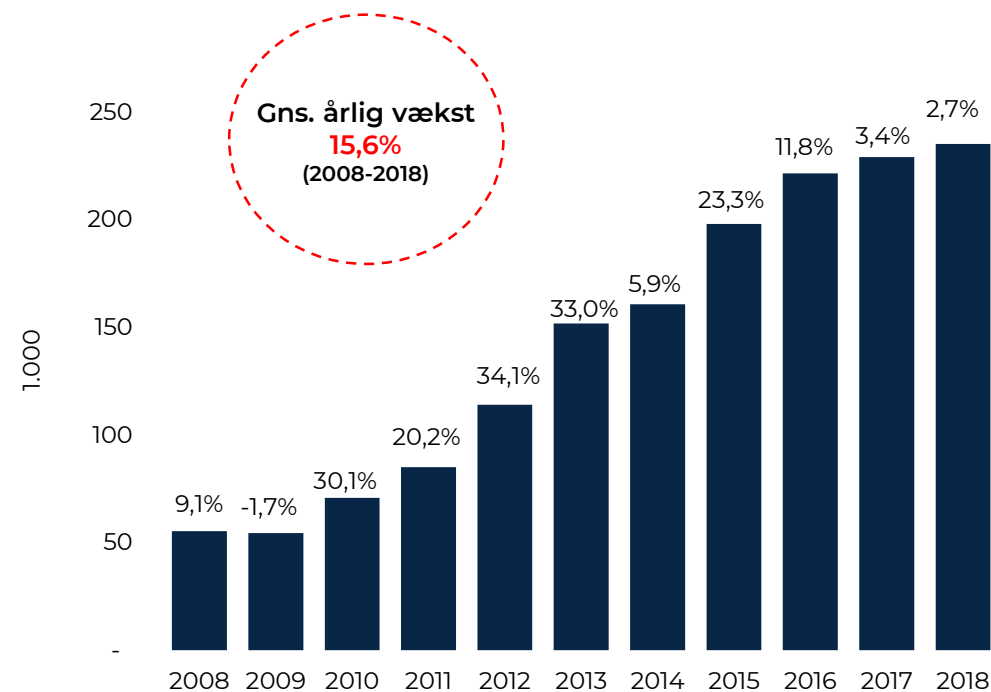
Stigning i antallet af kinesiske overnatninger i Danmark

I 2018 foretog kineserne 235.000 overnatninger i Danmark.

Sammenlignet med 2017 steg antallet af kinesiske overnatninger med 2,7 pct. i 2018.

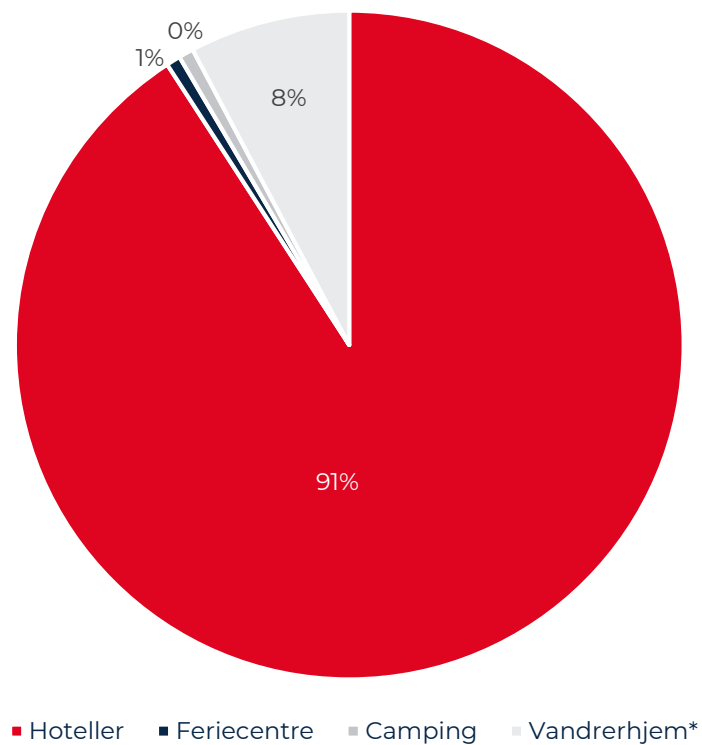
Kinesiske overnatninger i Danmark

Antal og udvikling ift. året før

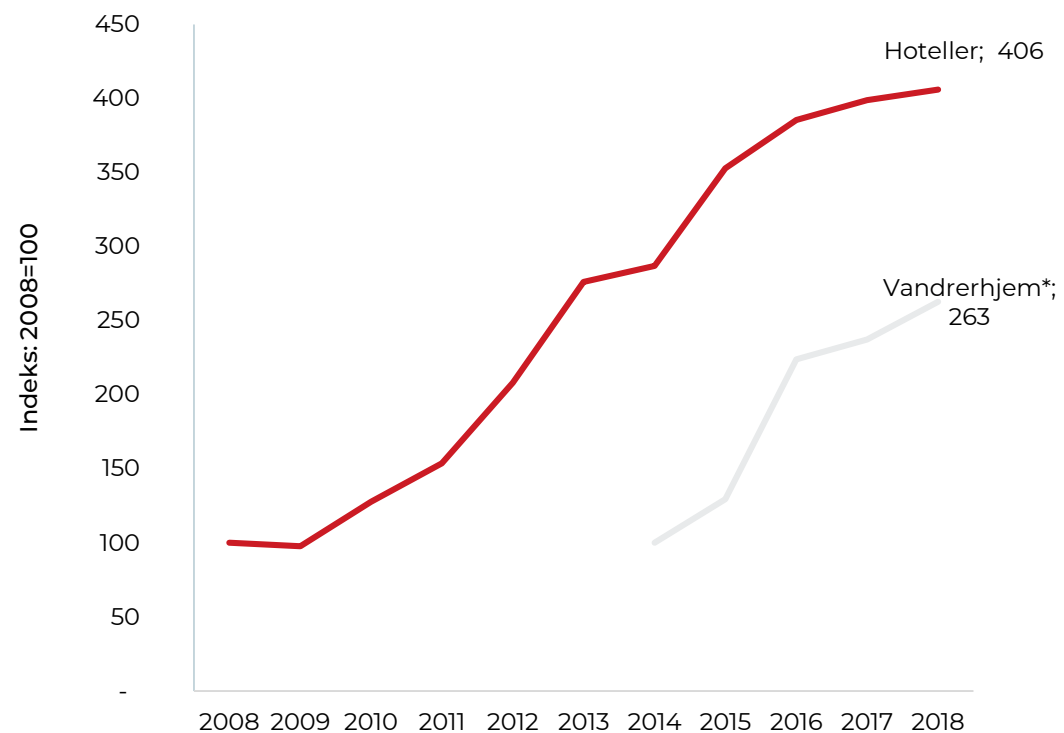


Kinesiske overnatninger fordelt på indkvarteringsformer

Kinesiske overnatninger i Danmark 2018



Udvikling i kinesiske overnatninger i Danmark



Kinesiske overnatninger fordelt over året

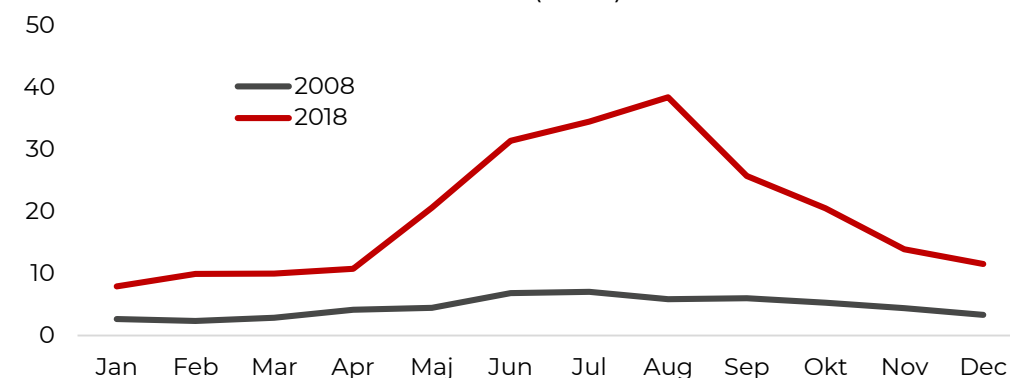
Flere kinesiske overnatninger både i og uden for højsæsonen

Fra 2008 til 2018 er antallet af kinesiske overnatninger i Danmark mere end firedoblet. Stigningen har fundet sted i både høj-, skulder- og vintersæsonen.

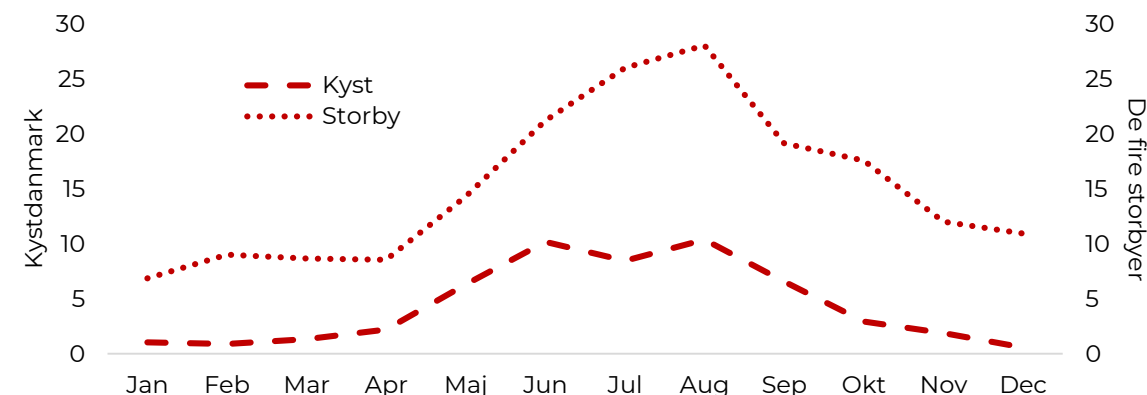
	2008	2018	2008	2018
	Antal (1.000)		Indeks (2008=100)	
Høj	13	73	100	565
Skulder	30	119	100	400
Vinter	13	43	100	339
I alt	55	235	100	425

Overnatningsmønstret blandt kinesere på storbyferie i Danmark ligner kinesiske kyst- og naturturisters overnatningsmønster. Således er overnatningsmønstret for begge grupper sæsonpræget.

Kinesiske overnatninger i Danmark fordelt på måneder (1.000)



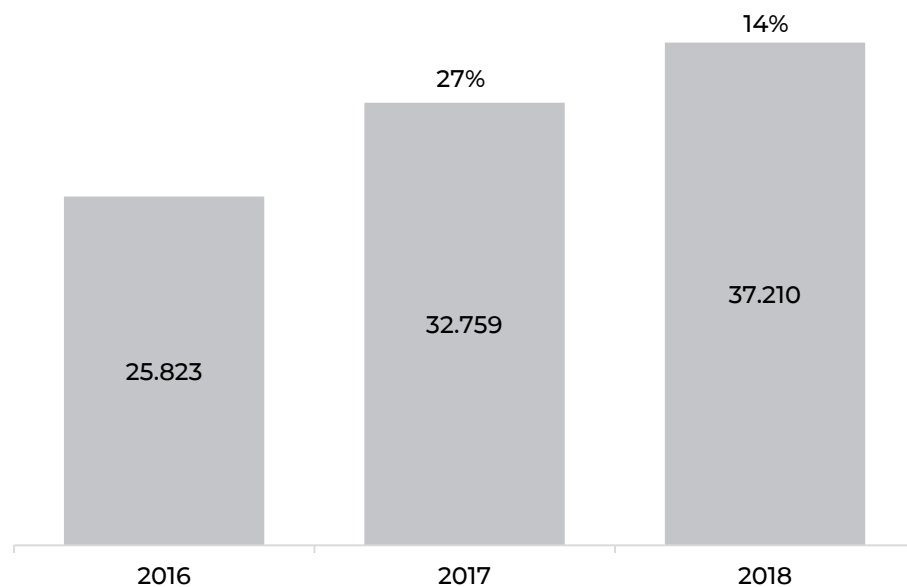
2018: Kinesiske kyst- og storbyovernatninger (1.000)



Note: Højsæson: juli-august, skuldertid: marts-juni og september-oktober, lavsæson: januar-februar og november-december.

Kinesiske overnatninger på deleøkonomiske platforme

Kinesiske overnatninger og vækst i forhold til året før inden for Airbnb



Vækst i kinesiske overnatninger inden for Airbnb

Antallet af kinesiske overnatninger inden for Airbnb er steget med 27 pct. fra 2016 til 2017 og 14 pct. fra 2017 til 2018.

Ses nærmere på, hvordan antallet af overnatninger fordeler sig mellem storby og kyst, finder ni ud af 10 kinesiske overnatninger sted i en af de fire danske storbyer.

Kinesiske Airbnb-overnatninger i 2018 fordelt på kyst og storby samt storbyovernatninger fordelt på de fire danske storbyer

	Kyst	Storby	København	Aarhus	Aalborg	Odense
2018	7.873	29.337	26.445	1.536	85	1.311
Andel	21 pct.	89 pct.	90 pct.	5 pct.	0 pct.	4 pct.

Kinesernes overnatninger i hjem- og udland

	Kinesiske overnatninger 2018 (1.000)	Andel af europæiske overnatninger	Udvikling fra 2017 til 2018
Kina	2.573.655		5%
Europa	35.227		1%
Øvrige udland	279.545		9%
I alt	2.762.597		5%
Frankrig	11.334	25%	-1%
Storbritannien	5.506	12%	-8%
Italien	5.057	11%	1%
Serbien	3.321	7%	98%
Tyskland	3.036	7%	6%
Rusland	2.497	6%	-2%
Spanien	2.481	5%	11%
Holland	2.011	4%	3%
Østrig	1.407	3%	11%
Schweiz	1.374	3%	7%
Tyrkiet	1.269	3%	51%
Tjekkiet	903	2%	21%
Kroatien	620	1%	46%
Portugal	503	1%	10%
Grækenland	480	1%	2%
Norge	452	1%	-5%
Sverige	350	1%	-4%
Finland	329	1%	4%
Belgien	295	1%	5%

Turismeomsætning 2017

Marked	Turismeomsætning 2017 (mio. kr.)	Andel af udenlandsk turismeomsætning 2017
I alt	128.037	
Danmark	73.241	
Udland	54.796	
Tyskland	15.206	28%
Norge	8.106	15%
Sverige	7.407	14%
Storbritannien	3.619	7%
USA	3.403	6%
Holland	1.662	3%
Frankrig	1.457	3%
Italien	1.161	2%
Kina	855	2%
Spanien	759	1%
Schweiz	560	1%
Belgien og Luxembourg	482	1%
Finland	434	1%
Polen	423	1%
Canada	264	1%
Japan	257	1%
Indien	236	0,4%
Australien	226	0,4%
Østrig	202	0,4%
Rusland	183	0,3%
Irland	142	0,3%
Portugal	120	0,2%
Brasilien	118	0,2%
Sydkorea	110	0,2%
Grækenland	76	0,1%
Øvrige lande	7.329	13%

Kina	Omsætning 2017 (mio. kr.)	Andel
Besøg m. betalt overnatning		
Hotel – ferie	271	32%
Hotel – forretning	498	58%
Feriecenter	1	0%
Camping	1	0%
Vandrerhjem	22	3%
Lejet feriehus	0	0%
Lystbåd	0	0%
Deleøkonomiske platforme	60	7%
Andre*	2	0%
I alt	855	100%
Besøg u. betalt overnatning		
I alt	0	0%

Note: Besøg u. betalt overnatning indeholder ferie med overnatning i eget eller lånt sommerhus eller hos familie/venner. Desuden indgår endagsturisme.

* Indeholder festival, krydstogt og bondegård

'0' angiver værdier <0,05 mio. kr. '-' angiver værdien 0.

Turister i Danmark

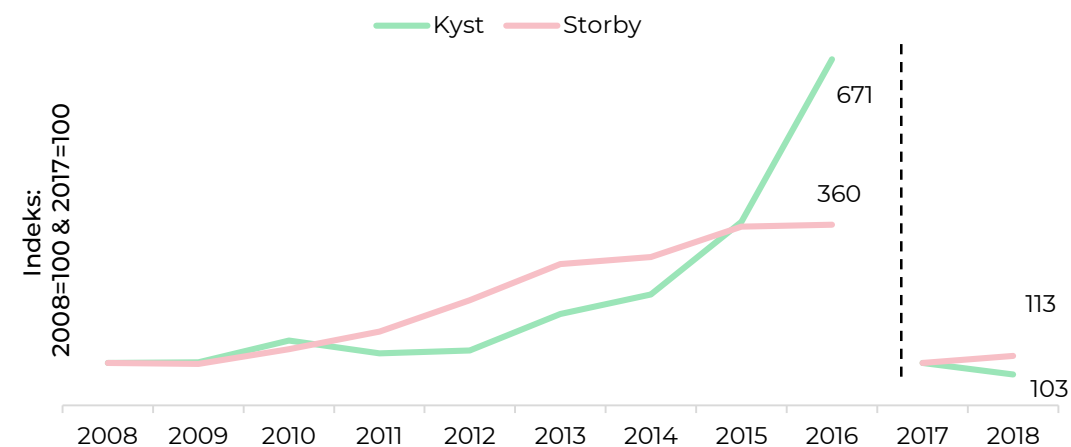


Kinesiske overnatninger i kyst og storby

Kinesiske overnatninger i
Kyst- & naturdanmark samt de fire storbyer

	2017 (1.000)	2018 (1.000)	Udv.
Kyst-/naturdanmark*	68	53	-21,8%
De fire storbyer*	161	182	+12,9%
I alt*	229	235	+2,7%

Udvikling i kinesiske overnatninger* inden for
kyst og storby



Kilde: Danmarks Statistik.

Anm.: Før 2017 lå alle feriehusovernatningerne under kyst. Fra og med 2017 opgøres feriehusovernatningerne på kommunalt niveau. Dermed er det muligt få en mere retvisende opgørelse over overnatningernes fordeling ml. Kyst og Storby. Udviklingen før 2017 kan dermed ikke sammenlignes med 2017 og frem.

Kinesiske overnatninger i de fire danske storbyer

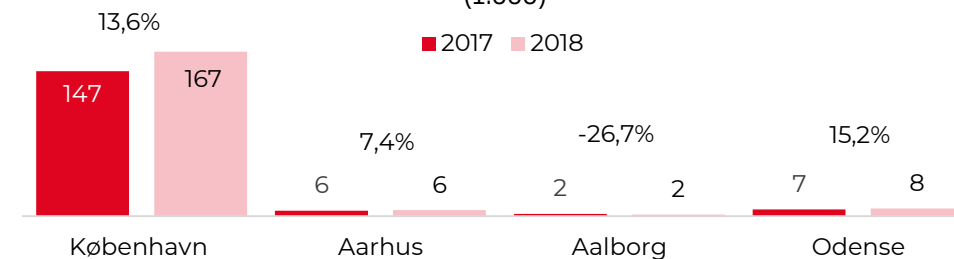
Overnatninger i alt i de fire storbyer*

	Overnatninger (1.000)	Andel af total	Andel af udenlandske overnatninger
Danmark	5.412	43%	
Udlandet	7.155	57%	
<hr/>			
Tyskland	854	7%	12%
Sverige	744	6%	10%
Storbritannien	719	6%	10%
USA	712	6%	10%
Norge	692	6%	10%
Italien	325	3%	5%
Holland	248	2%	3%
Frankrig	248	2%	3%
Kina	182	1%	3%
Indien	92	1%	1%
Udlandet i øvrigt	2.335	19%	33%
I alt	12.564	100%	100%

Overnatninger (1.000)

	København	Aarhus	Aalborg	Odense
Danmark	3.621	820	594	378
Udlandet	6.276	350	388	137
<hr/>				
USA	686	12	8	6
Sverige	670	33	25	16
Storbritannien	667	28	12	12
Tyskland	646	72	124	13
Norge	485	65	132	10
Italien	307	9	3	5
Frankrig	235	8	3	3
Holland	201	25	14	8
Kina	167	6	2	8
Indien	85	4	1,2	0,6
Udlandet i øvrigt	2.128	88	64	55
I alt	9.897	1.170	982	515

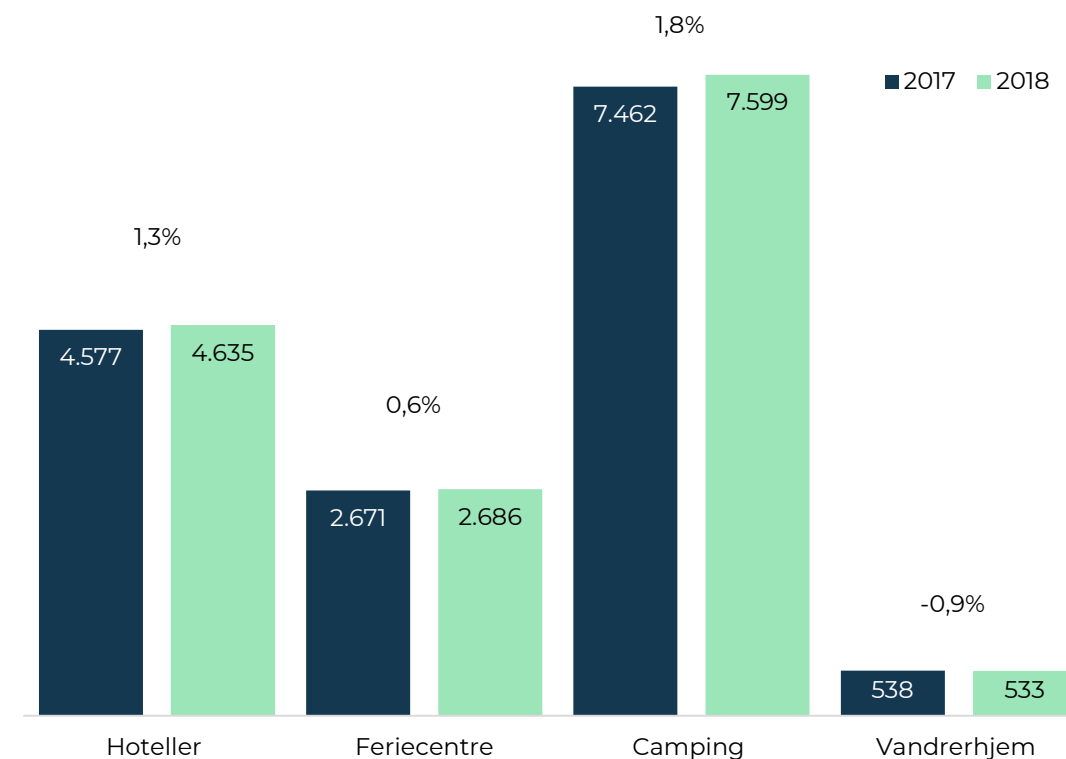
Udvikling i kinesiske storbyovernatninger
(1.000)



Kinesiske overnatninger i Kystdanmark

	Overnatninger (1.000)	Andel af totalen	Andel af udenlandske overnatninger
Danmark	20.879	51%	
Udlandet	20.420	49%	
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>			
Tyskland	14.829	36%	73%
Norge	1.643	4%	8%
Holland	1.102	3%	5%
Sverige	1.084	3%	5%
Storbritannien	162	0%	1%
USA	75	0%	0%
Frankrig	60	0%	0%
Kina	53	0%	0%
Italien	52	0%	0%
Indien	12	0%	0%
Udlandet i øvrigt	1.348	3%	7%
I alt	41.299	100%	100%

Udvikling i kinesiske overnatninger i Kystdanmark
fordelt på overnatningsformer*
(1.000)





**Særlige indsigter:
kinesere
i 11 udvalgte byer**

Datagrundlag

Data på de efterfølgende sider er indsamlet i forbindelse med projektet UMAMI, som er et tværfagligt forskningsprojekt finansieret af Innovationsfonden.

Formålet med UMAMI er at indhente viden om de kinesiske turisternes rejseintentioner og -vaner generelt og i særdeleshed med fokus på Danmark og det kinesiske potentiale for Danmark.

Data i UMAMI indeholder blandt andet information om de kinesiske rejsendes personlige værdier, rejsemotiver, kendskab til og image af Danmark, rejseadfærd, mv. I alt er indsamlet 6.150 interview med kinesere, der

- ✓ bor i Guangzhou, Shanghai, Chendu, Shenzhen, Chongqing, Beijing, Hangzhou, Tianjin, Xian, Wuhan eller Nanjing,
- ✓ er 18 år eller ældre,
- ✓ inden for det seneste år har været på forretnings- eller ferierejse og i den forbindelse har rejst mindst 80 km (*50 miles*),
- ✓ har en husstandsindkomst på 60.000 ¥ eller mere

Data er således ikke repræsentativ for hele Kina.

På de kommende sider inddeles kineserne i tre grupper :

- alle kinesiske rejsende,
- kinesere, som har besøgt Danmark og har et ønske om (intention) at genbesøge Danmark på en kommende ferie,
- kinesere, som endnu ikke har været i Danmark, men som har et ønske om (intention) at besøge Danmark på en kommende ferie.

Der ses på demografiske karakteristika, rejsemotiver og -vaner, foretrukken rejseform (individuel rejse eller grupperejse), Danmarks image, kilder til kendskab om Danmark, mm. i de udvalgte byer, som alle er interessante i forhold til Danmark som feriedestination.

Kinesernes intentioner om at besøge Danmark

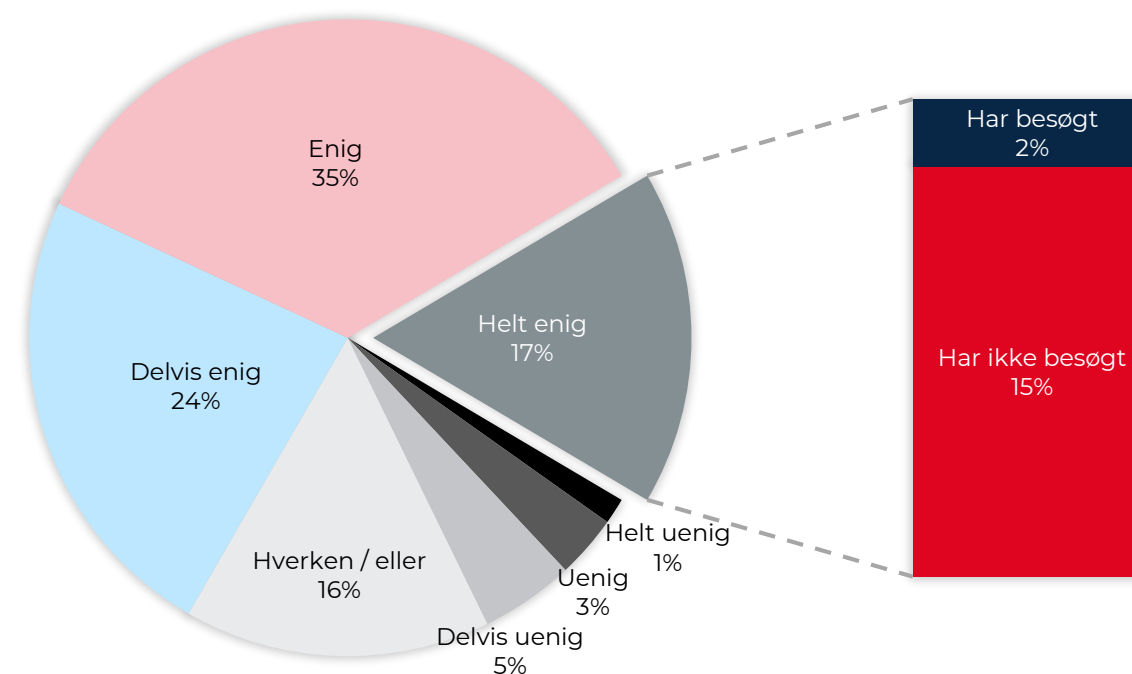
Knap hver femte kineser vil meget gerne til Danmark på ferie

Kineserne er blevet spurgt om, hvor enige eller uenige de er i, at de ønsker at besøge Danmark på en af deres næste ferier.

Knap hver femte kineser (17 pct.) er helt enig i udsagnet. Samlet set er godt tre fjerdedele i større eller mindre udstrækning enige i udsagnet og er således positivt stemt over for et besøg i Danmark på en af deres næste ferier.

De 17 pct. med de mest konkrete planer (helt enig i, at de vil besøge Danmark), fordeler sig med 2 pct., der allerede har besøgt Danmark (enten på ferie eller har boet her), og 15 pct., der endnu har en ferie i Danmark til gode.

Ønske om at besøge Danmark



Kilde: Data er indsamlet ifb. UMAMI-projektet: <https://sf.cbs.umami>

Spm.: "I intend to spend one of my next holidays in Denmark". Kinesere i Guangzhou, Shanghai, Chendu, Shenzhen, Chongqing, Beijing, Hangzhou, Tianjin, Xian, Wuhan, Nanjing. Alle kinesiske rejsende: N=6.150. Har besøgt Danmark: N=148. Har ikke besøgt Danmark: N=898.

Bopæl

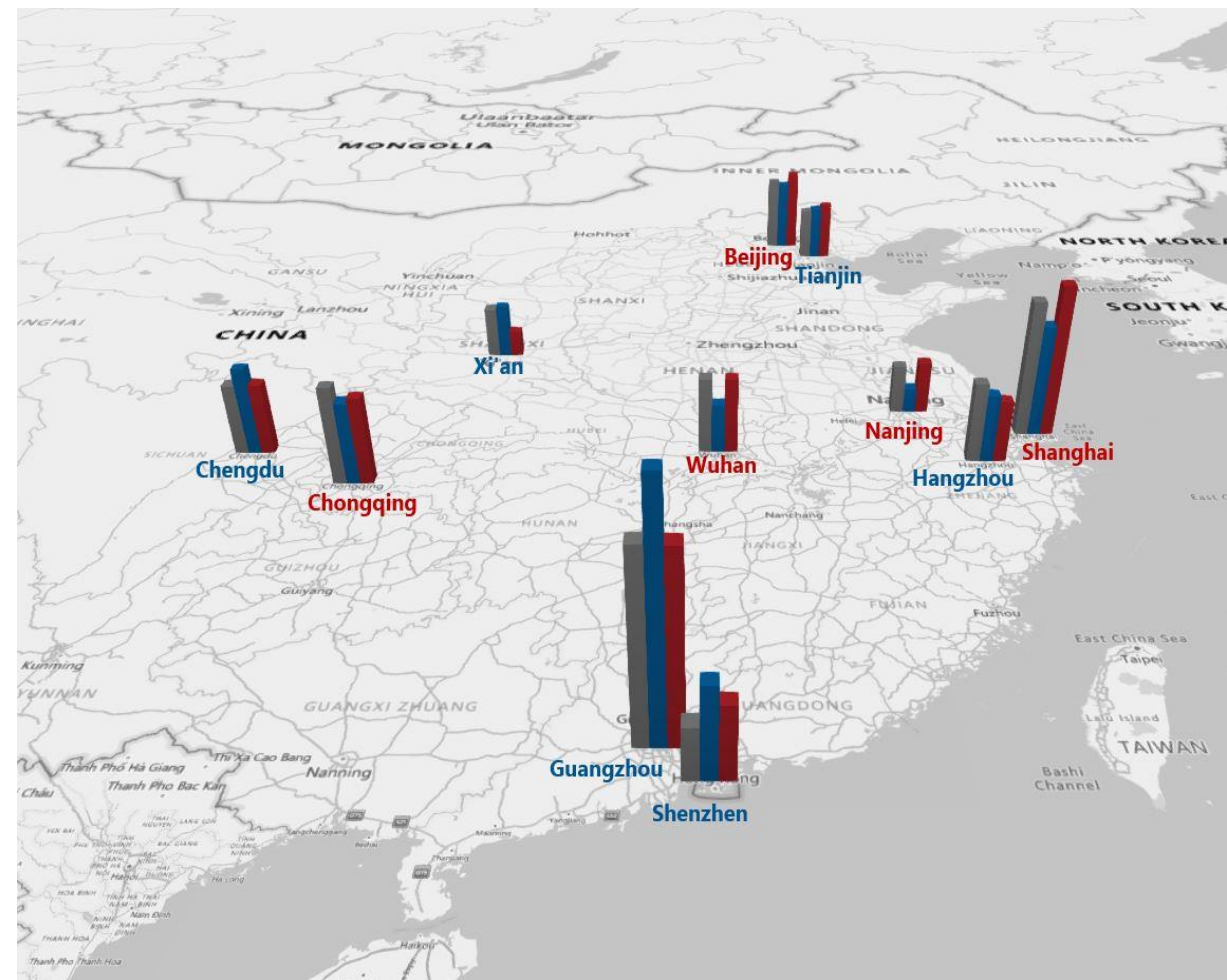
En ud af tre bor i Guangzhou

Hovedparten af de adspurgte kinesiske rejsende, som er interesserede i Danmark, bor i Guangzhou.

I Guangzhou og Xian er der mange, som har været i Danmark sammenlignet med andelen, der endnu ikke har besøgt Danmark. Omvendt er andelen, der endnu ikke har besøgt Danmark, relativt høj i Shanghai, Nanjing and Wuhan.

	Har besøgt Danmark	Har ikke besøgt Danmark	Alle kinesiske rejsende
Guangzhou	24 pct.	18 pct.	18 pct.
Shanghai	12 pct.	17 pct.	15 pct.
Chengdu	9 pct.	8 pct.	8 pct.
Shenzhen	9 pct.	7 pct.	5 pct.
Chongqing	9 pct.	9 pct.	10 pct.
Beijing	9 pct.	10 pct.	9 pct.
Hangzhou	7 pct.	7 pct.	9 pct.
Tianjin	7 pct.	7 pct.	7 pct.
Xian	6 pct.	3 pct.	6 pct.
Wuhan	5 pct.	8 pct.	8 pct.
Nanjing	3 pct.	6 pct.	5 pct.

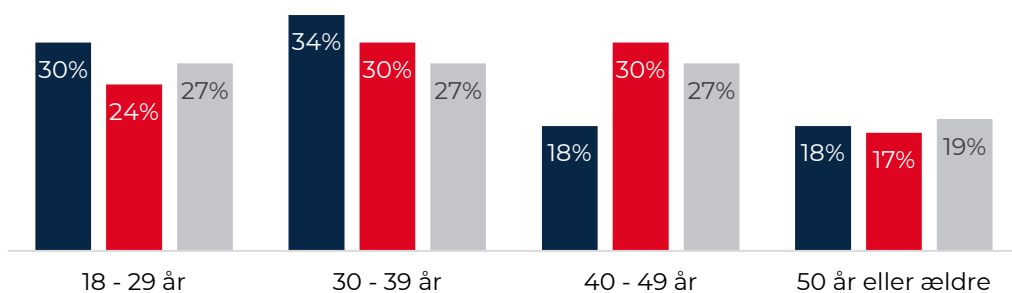
De kinesiske rejsendes bopæl



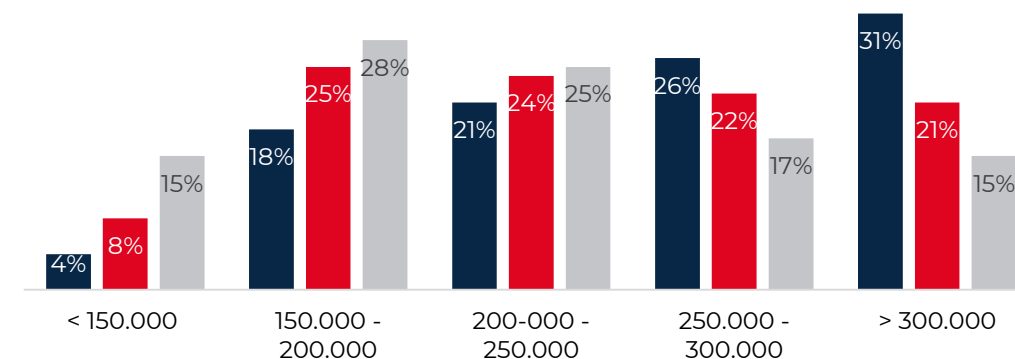
Demografiske karakteristika

■ Har besøgt Danmark ■ Har ikke besøgt Danmark ■ Alle kinesiske rejsende

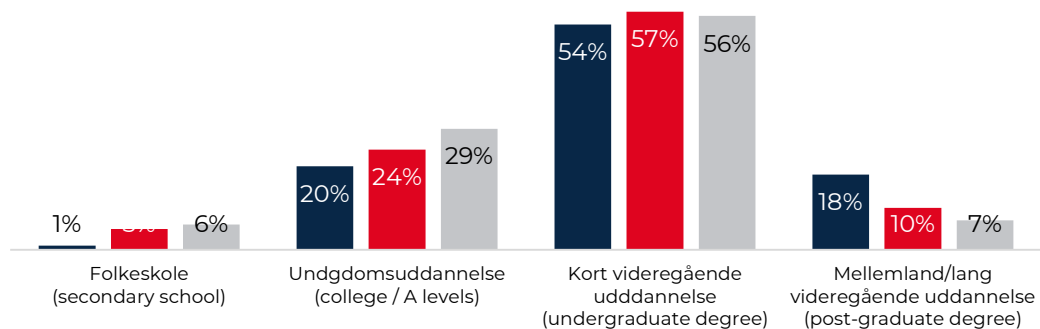
Alder



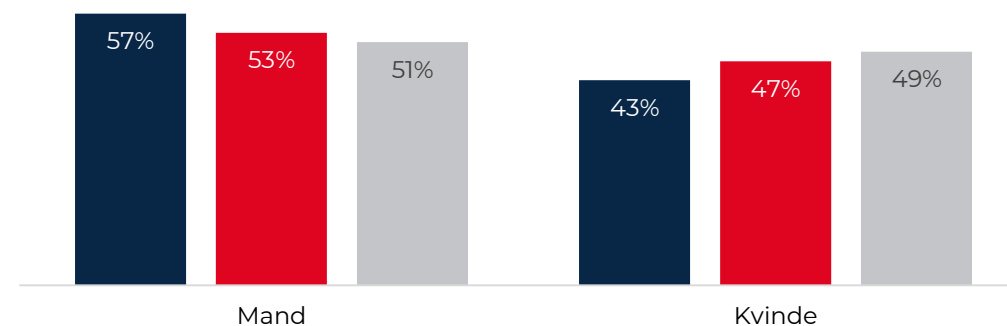
Indkomst (¥)



Uddannelse



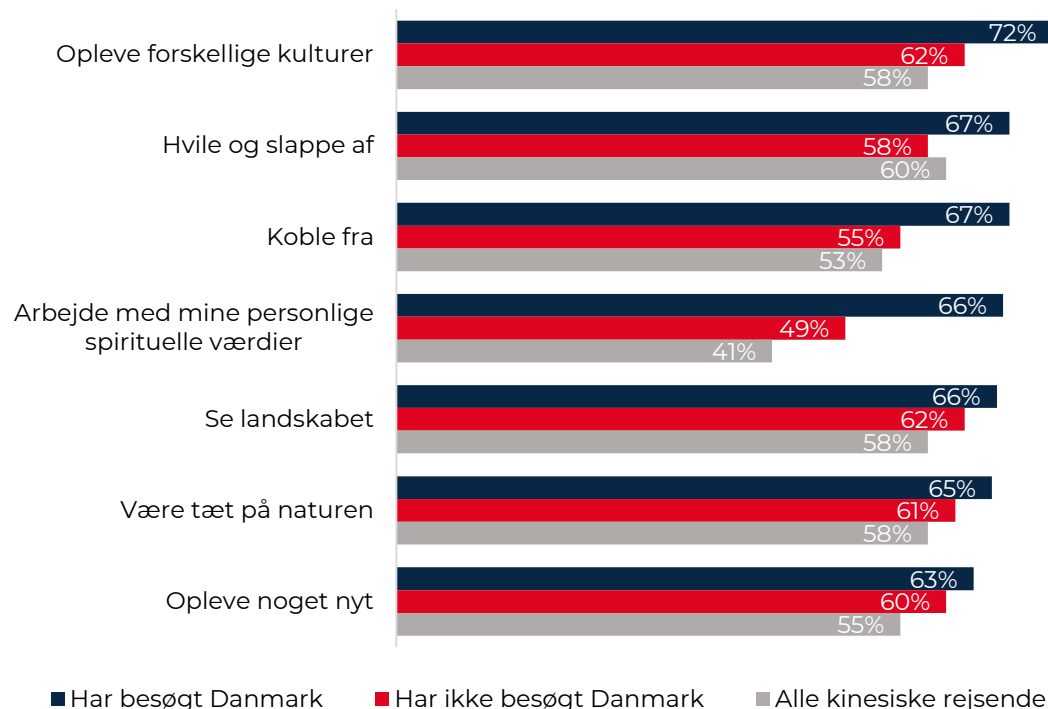
Køn



Kilde: Data er indsamlet ifb. UMAMI-projektet: <https://sf.cbs.umami>

Kinesernes generelle rejsemotiver

Primære rejsemotiver (generelt) blandt kinesiske turister



Det primære rejsemotiv blandt kinesere, som har været i Danmark, er at opleve forskellige kulturer

Blandt 72 pct. af de kinesere, som har været i Danmark, er rejsemotivet 'opleve forskellige kulturer' vigtigt. Også det at hvile og slappe af samt koble fra ligger højt.

Blandt kinesere, som interesserer sig for Danmark, men endnu har et besøg til gode, nævner seks ud af 10 eller flere rejsemotiverne 'opleve forskellige kulturer', 'se landskabet', 'være tæt på naturen' og 'opleve noget nyt'.

Generelt er det at hvile og afslapning, som flest (60 pct.) blandt samtlige kinesiske turister overordnet set fremhæver som et rejsemotiv. Dernæst følger 'opleve forskellige kulturer' og 'være tæt på naturen'.

Udsagnet 'arbejde med mine personlige spirituelle værdier' scorer højt blandt kinesere, der har besøgt Danmark.

Det turismeprodukt, som Danmark kan tilbyde, stemmer fint overens med kinesernes generelle rejsemotiver.

Kilde: Data er indsamlet ifb. UMAMI-projektet: <https://sf.cbs.umami>

Spm.: "Which of the following items are relevant criteria in the choice of your travel destination?" Kinesere i Guangzhou, Shanghai, Chendu, Shenzhen, Chongqing, Beijing, Hangzhou, Tianjin, Xian, Wuhan, Nanjing. Alle kinesiske rejsende: N=6.150. Har besøgt Danmark: N=148. Har ikke besøgt Danmark: N=898.

Præferencer ifm. rejser

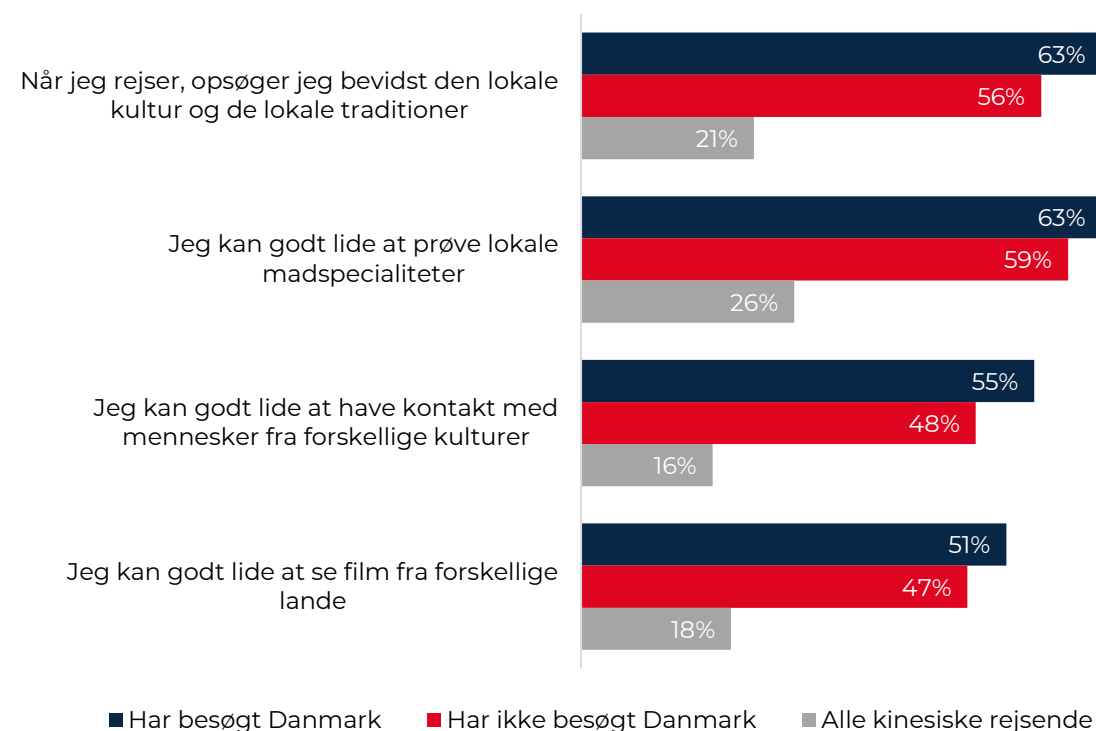
Kinesere på ferie i Danmark opsøger lokal kultur og lokale traditioner

Blandt de kinesere, som har besøgt Danmark, prioriterer flest at stifte bekendtskab med den lokale kultur og opleve de lokale traditioner.

Også når det gælder lokale madspecialiteter, er kineserne interesserede i at udforske landets, de besøger.

Blandt de kinesere, som interesserer sig for Danmark, men endnu har et besøg til gode, er det især lokale madspecialiteter, som flest efterspørger på en ferierejse.

Præferencer i forbindelse med ferierejser



Kilde: Data er indsamlet ifb. UMAMI-projektet: <https://sf.cbs.umami>

Spm.: "How much do you agree or disagree with the following items?" Svarene angives på en 7-punkts skala, hvor 1 = 'strongly disagree' og 7 = 'strongly agree'. Kun 'strongly agree' er medtaget i figuren. Kinesere i Guangzhou, Shanghai, Chendu, Shenzhen, Chongqing, Beijing, Hangzhou, Tianjin, Xian, Wuhan, Nanjing. Alle kinesiske rejsende: N=6.150. Har besøgt Danmark: N=148. Har ikke besøgt Danmark: N=898.

Rejseadfærd og -type

56 pct.

af de kinesiske turisters,
som er interesserede i
Danmark, foretrækker selv at
planlægge deres rejse



77 pct.

af de kinesiske turister, som er
interesserede i Danmark,
efterspørger at besøge flere
destinationer på ferien

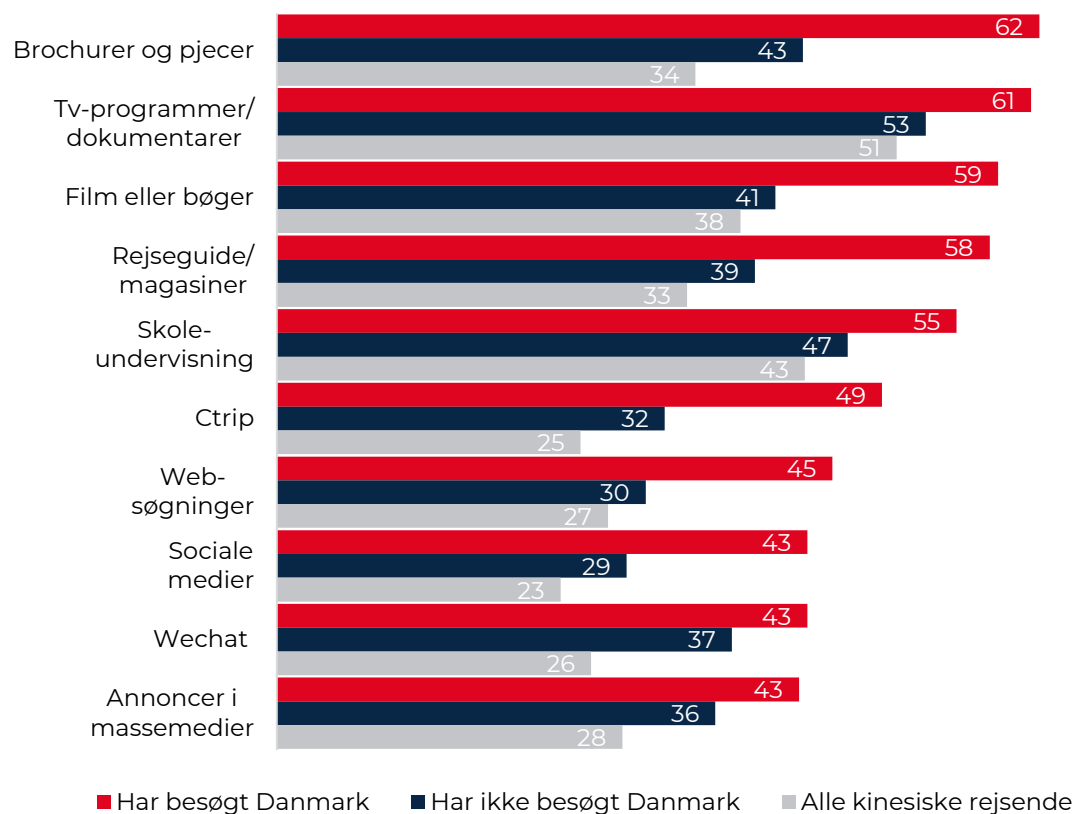
Hovedparten foretrækker at besøge flere destinationer på ferien

Størstedelen af de kinesiske rejsende foretrækker at rejse individuelt og besøge flere destinationer på ferien. Præferencen for individuelle rejser er især høj blandt de kinesiske rejsende, der allerede har besøgt Danmark - 63 pct. foretrækker individuel frem for grupperejse. Også de kinesere, der endnu ikke har været i Danmark, foretrækker at rejse individuelt (54 pct.).

Besøg på flere destinationer foretrækkes af 85 pct. af de kinesiske rejsende, der allerede har besøgt Danmark. Blandt dem, der endnu har et besøg i Danmark til gode, er andelen på 76 pct.

Kilder til kendskab

Top 10-informationskilder: kendskab til Danmark



Offline-kilder er mest benyttet

Størstedelen af kineserne med interesse i Danmark lærer om Danmark generelt og som rejsedestination gennem offline-medier. De mest almindelige offline-kilder er:

- tv-programmer og dokumentarer om Danmark
- brochurer og pjecer udleveret af rejsebureauer, flyselskaber, rejsearrangører,
- film eller bøger, hvor Danmark optræder i historien osv.

Blandt onlinekilder er Ctrip, internetsøgninger, Wechat og andre SoMe-platforme de typiske kanaler.

Kineserne, der tidligere har besøgt Danmark, har i højere grad lært om Danmark gennem brochurer/pjecer, rejseguide/magasiner og film/bøger end dem, der endnu ikke har besøgt Danmark.

Kilde: Data er indsamlet ifb. UMAMI-projektet: <https://sf.cbs.umami>

Spm.: "Where have you heard about Denmark?" Kinesere i Guangzhou, Shanghai, Chendu, Shenzhen, Chongqing, Beijing, Hangzhou, Tianjin, Xian, Wuhan, Nanjing. Alle kinesiske rejsende: N=6.150. Har besøgt Danmark: N=148. Har ikke besøgt Danmark: N=898.

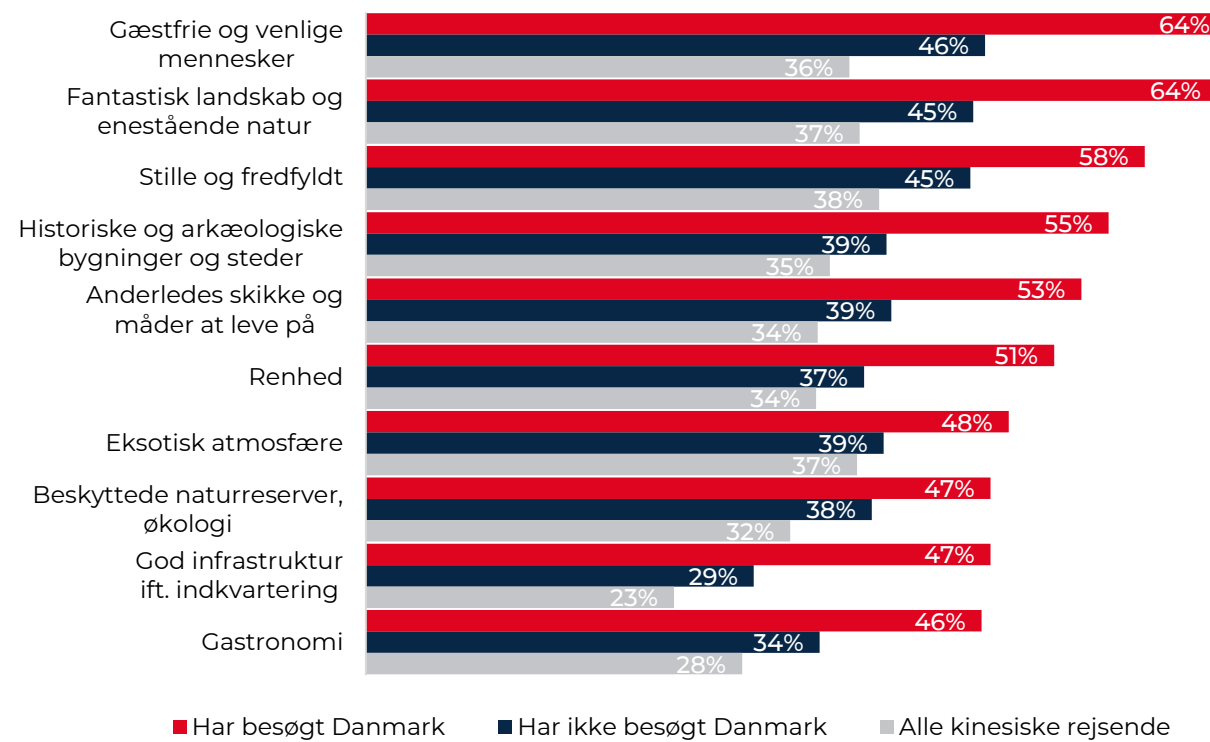
Positive associationer til Danmark

Danskerne fremstår som gæstfrie og venlige, og den danske natur er enestående

Uanset om kineserne har besøgt Danmark eller ej, forbinder mange landet med gæstfrie og venlige mennesker, enestående natur, fred og historiske og arkæologiske steder.

Også renhed er noget, der figurerer i kineserne top 10-associationer med danmark.

Mest positive associationer: Top 10

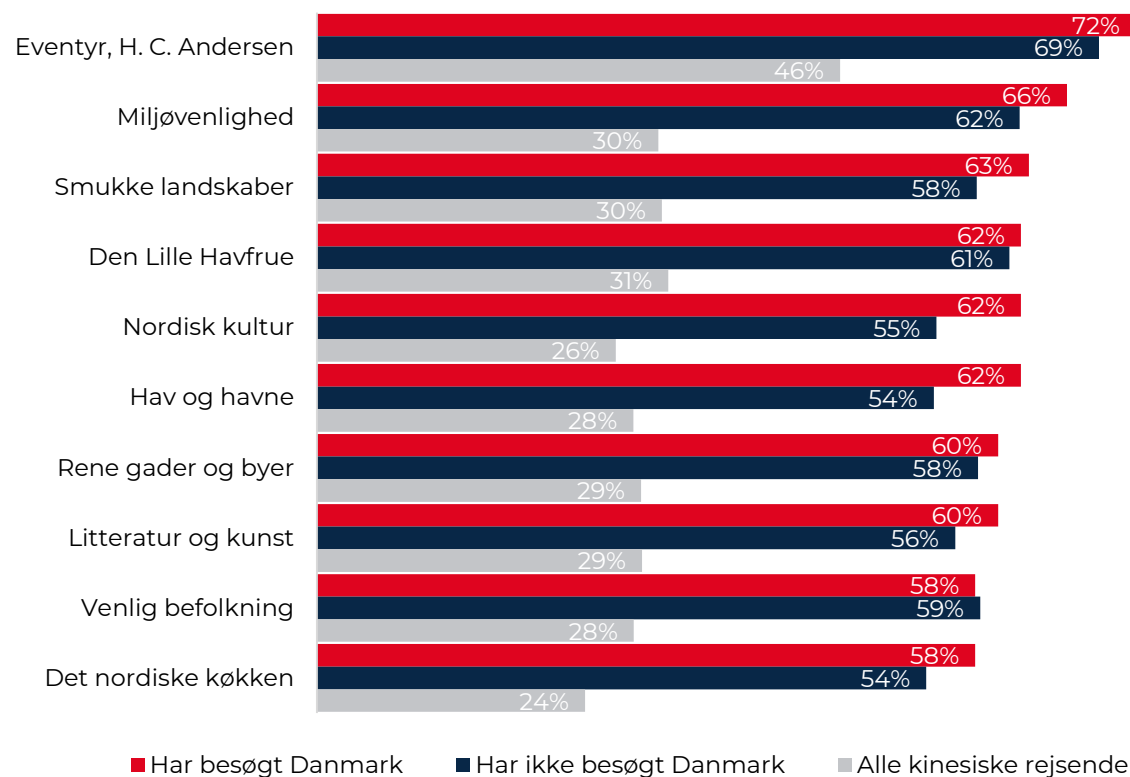


Kilde: Data er indsamlet ifb. UMAMI-projektet: <https://sf.cbs.umami>

Spm.: "What do you associate with Denmark?" (liste med 64 svarmuligheder). Kinesere i Guangzhou, Shanghai, Chendu, Shenzhen, Chonfqing, Beijing, Hangzhou, Tianjin, Xian, Wuhan, Nanjing. Alle kinesiske rejsende: N=6.150. Har besøgt Danmark: N=148. Har ikke besøgt Danmark: N=898.

Positive kendetegn ved Danmark

Top 10 mest: positive kendetegn ved Danmark



H. C. Andersen fremstår som noget helt særligt blandt kineserne

De mest positive attributter blandt kinesere med en interesse i Danmark er forankret i dansk litteratur og kunst, nemlig H.C. Andersens eventyr.

Andre positive associationer vedrører miljøvenlighed og den danske natur.

Nordisk kultur og det nordiske køkken mad er også i top 10 over de mest positive kendetegn ved Danmark.

Kilde: Data er indsamlet ifb. UMAMI-projektet: <https://sf.cbs.umami>

Spm.: "For you as a tourist in Denmark, how positive or negative would each attribute be?" Resultaterne er vist for den andel, der har svaret 'Very positive' (højest) på en 7-punkts skala. Kinesere i Guangzhou, Shanghai, Chendu, Shenzhen, Chongqing, Beijing, Hangzhou, Tianjin, Xian, Wuhan, Nanjing. Alle kinesiske rejsende: N=6.150. Har besøgt Danmark: N=148. Har ikke besøgt Danmark: N=898.

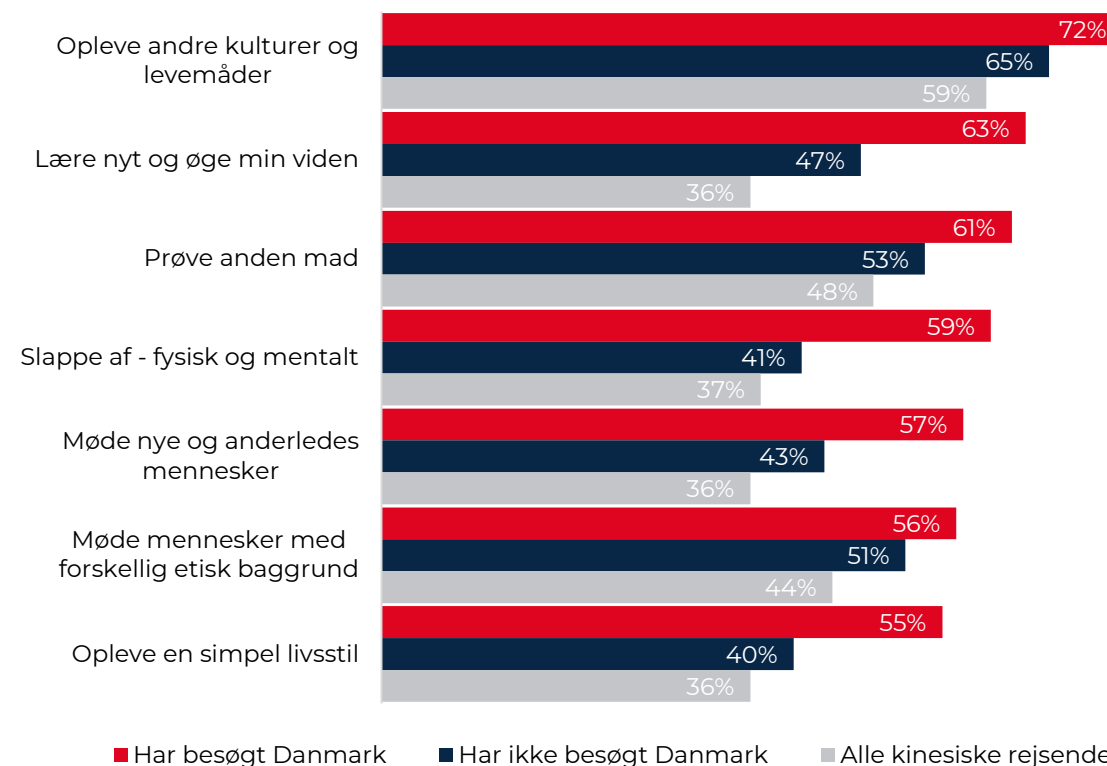
Kinesernes rejsemotiver ift. en ferie i Danmark

Kinesernes primære rejsemotiv ift. en ferie i Danmark er at opleve andre kulturer og levemåder

Kinesere med interesse i Danmark som feriedestination vil ud og opleve fremmede kulturer og levemåder.

Andre vigtige motiver er at lære nye ting og prøve anderledes mad.

Primære rejsemotiver for valg af Danmark som feriedestination



Kilde: Data er indsamlet ifb. UMAMI-projektet: <https://sf.cbs.umami>

Spm.: "If you are to visit Denmark, what would be your motivations to select Denmark as a tourist destination?" Kinesere i Guangzhou, Shanghai, Chendu, Shenzhen, Chongqing, Beijing, Hangzhou, Tianjin, Xian, Wuhan, Nanjing. Alle kinesiske rejsende: N=6.150. Har besøgt Danmark: N=148. Har ikke besøgt Danmark: N=898.



Videncenter om turismen i Danmark

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter

Følg os på  – VisitDenmark Viden & Analyse