

HDC 2024 Global Eco Summit: Kulturní prvky v cestovním ruchu jsou hnací silou globálního úspěchu

25.6.2024 - Vivi Chen | PROTEXT

Čínský trh kulturního cestovního ruchu: odemykání velkého potenciálu

Průzkum společnosti Quest Mobile odhalil významné trendy v online reklamě a zapojení uživatelů v Číně, včetně silného zájmu trhu o kosmetiku, luxusní zboží, e-commerce a automobily, a rychle rostoucího trhu kultury a cestovního ruchu, kde se obsahové platformy stávají zásadními při formování spotřebitelských trendů.

Průzkum World Tourism Barometer pro 1. čtvrtletí 2024 uvádí, že do konce roku 2024 se očekává návrat Číny na 80 % a do konce roku 2025 překoná úroveň z roku 2019. Čínský mezinárodní cestovní ruch se posunul směrem k diverzifikovaným a poutavým cestovním destinacím, přičemž generace Z a milionáři vyhledávají jedinečné zážitky, které sdílejí online. Jazykové překladače, platby pomocí QR kódů, přesná navigace a automatická doporučení budou mít zásadní význam pro přilákání čínských turistů, což pro značky představuje příležitost využít mobilní reklamy.

Průzkum společnosti Quest Mobile naznačuje výrazné oživení zahraničního cestování čínských turistů, kdy se zvyšuje počet uživatelských diskusí a meziročně roste počet měsíčně aktivních uživatelů aplikací souvisejících s cestováním. Na mladší generaci má pak vliv bezvízový styk a směnné kurzy.

Místní zábava a cestovní ruch jsou na vzestupu stejně jako klíčové subsektory mobilního internetu, informace o letech, cestovní nástroje, vlakové služby a hotelové služby, které zaznamenaly významný meziroční růst. Vyhledávání informací o filmových a divadelních představeních vzrostlo o 50,7 %, vyhledávání informací o letech o 37,1 %, používání cestovních nástrojů o 35,4 %, vlakových služeb o 28,8 % a hotelových služeb o 20,7 %.

Kromě toho se čínští cestovatelé zaměřují na kulturní prvky. Na domácí úrovni lákají okresní města mladé prostřednictvím hudebních festivalů a dalších míst zájmu. Cestovní a zážitkové kanceláře spolupracují s obsahovými platformami a značkami na propagaci místní kultury a cestovního ruchu.

Díky více než 580 milionům globálních uživatelů zařízení Huawei má Petal Ads jedinečnou pozici pro propojení značek s čínským publikem, zejména v oblasti luxusu a cestování. Jejich nejnovější nabídka, Petal Business Index (PBI), umožňuje značkám pochopit, jak spotřebitelé zohledňují značky v rámci ekosystému Huawei, a slouží tak jako ukazatel marketingového rozmachu značky. Využití PBI pomáhá značkám oslovit čínské publikum prostřednictvím platformy Petal Ads, protože poskytuje přesné informace o chování a preferencích spotřebitelů.

Oslovení bonitních čínských turistů: Strategie na míru

Společnost Huawei minulý pátek uspořádala v čínském Pekingu seminář pro zúčastněné strany z prostředí barcelonského cestovního ruchu, na kterém se diskutovalo o strategiích, jak přilákat do Barcelony bonitní čínské turisty. To zahrnovalo překročení sezónního charakteru cestovního ruchu v Barceloně zvýšením počtu návštěvníků v období největší návštěvnosti (Nový lunární rok, Zlatý týden), decentralizaci cestovního ruchu prodloužením průměrné délky pobytu a nabídkou kvalitních

zážitků v méně známých turistických lokalitách a zvýšením průměrné útraty nabídkou atraktivnějších místních produktů, včetně michelinských restaurací, luxusních obchodů a vinařství.

O Petal Ads

Petal Ads je mobilní reklamní platforma společnosti Huawei, která globálně propojuje vydavatele, inzerenty a marketéry. Může se pochlubit více než 360.000 vydavateli a širokým oborovým záběrem s více než 200 odvětvími a umožňuje agenturám a firmám oslovit více než 730 milionů nových zákazníků po celém světě . <https://ads.huawei.com/>

Foto - https://mma.prnewswire.com/media/2447381/Huawei_Consumer_Business_Group.jpg

Kontakt: Vivi Chen , vivi.chan@huawei.com, Mobil ☎+34677108512

<https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/hdc-2024-global-eco-summit-kulturni-prvky-v-cestovnim-ruchu-jsou-hnaci-silou-globalniho-uspechu/2536304>