



INSIGHTS DE MERCADO

CHINA

2025

*Com base no histórico de 2024



Embratur

Ficha Técnica

Presidente da República

Luiz Inácio Lula da Silva

Diretor-Presidente da Embratur

Marcelo Ribeiro Freixo

Diretoria de Marketing Internacional, Negócios e Sustentabilidade

Bruno Giovanni dos Reis

Diretoria de Gestão e Inovação

Roberto Pedro Krukoski de Azevedo Gevaerd

Gerência de Mercados e Eventos Internacionais

Alexandre Nakagawa

Coordenação de Mercados Internacionais

Alisson Braga de Andrade

Equipe Técnica de Mercados Internacionais

André Netto

Daniele Garnier

Lilás Nascimento

Lucas Faria

Naara Bandeira

Raíssa Neumann

Gerência de Informação e Inteligência de Dados

Fábio Montanheiro

Equipe Técnica de Dados e Revisão

Camila Neiva

Cristiano Borges

Daniele Barros

Edson Duarte

Larissa Regis

Scarlett Bispo

Theogenes Rocha

Design Gráfico

Natália Bomfim

Ronald Albuquerque

Nathanael Nepomuceno



SUMÁRIO

Principais destinos Internacionais	4
Principais destinos na América do Sul e Central.....	5
Mercado Emissor	6
Emissivo para o Brasil	7
Principais destinos concorrentes do Brasil no mercado	10
Conectividade	11
Perfil de compra para o Brasil	12
Motivos de viagem em Geral.....	16
Viagens para o Brasil	17
Destinos brasileiros nas prateleiras do mercado	18
Empresas do mercado	19
Tendências e oportunidades	22
Ciclo de promoção	24

Principais destinos 2024

162.201.852 turistas

Os principais destinos internacionais para turistas chineses são predominantemente países asiáticos vizinhos. Entre os 10 destinos mais visitados em 2024, além das nações asiáticas, destaca-se também os Estados Unidos, localizados na América do Norte.

Número de turistas x 1.000 por Ano

1	 Hong Kong	16.316
2	 Macau	14.269
3	 Tailândia	11.431
4	 Japão	10.459
5	 Coreia do Sul	6.276
6	 Vietnã	6.243
7	 Malásia	3.314
8	 Estados Unidos	2.989
9	 Singapura	2.974
10	 Taiwan	2.815

Fonte: GlobalData, 2025 - ano referência 2024.

Principais destinos 2024

928.730 turistas

Os principais destinos internacionais dos turistas chineses na região:

Número de turistas por Ano

1		Brasil	76.524¹
2		Argentina	42.010
3		Peru	41.310
4		Colômbia	25.890
5		Costa Rica	13.910
6		Guatemala	3.740

Fonte: GlobalData, 2025 - ano referência 2024.

¹Fonte: [Portal de Dados Embratur](#) (Embratur, MTur e Polícia Federal)

Mercado Emissor China

A China é um dos maiores, se não o maior mercado emissor de turistas no mundo. Milhões de chineses viajam para o exterior anualmente, contribuindo significativamente para as economias dos destinos que visitam. De acordo com a GlobalData, 162 milhões de turistas chineses viajaram internacionalmente em 2024. Em comparação, um estudo recente da *Google e Deloitte* (2024) prevê que o número de viajantes internacionais chineses chegue a 310 milhões em 2040, contra 260 milhões dos Estados Unidos.

Turistas chineses são conhecidos por serem grandes gastadores, contribuindo de maneira significativa para as receitas de turismo internacional. No contexto do turismo de lazer, os chineses estão explorando novos destinos além dos tradicionais. Países da América Latina, África e Europa Oriental estão se tornando cada vez mais populares. Há também um aumento no interesse por turismo temático, como turismo de luxo e ecoturismo, por exemplo, refletindo a crescente sofisticação e diversidade dos interesses dos viajantes chineses. Se interessam por cultura e costumes locais dos destinos visitados para ampliar seus horizontes.

De modo geral, o turista internacional chinês busca conforto e evita possíveis problemas. Os destinos que mais visitam são países vizinhos, representando 9 entre os 10 mais visitados. Dentre os países na lista de top 10, três não exigem visto para chineses e três exigem visto eletrônico (e-Visa), mostrando ser este um dos fatores que podem pesar na hora da decisão por qual destino visitar. O turista chinês dá preferência também a voos e procedimentos simplificados.

O número de turistas chineses no Brasil sempre variou significativamente de ano para ano. Os picos registrados no passado aconteceram nos anos de 2019, 2012, 2017 e 2013, quando o Brasil recebeu 68.578, 65.945, 61.250 e 60.140 turistas respectivamente. Em 2024, o Brasil recebeu 76.524 visitantes da China, um aumento de aproximadamente 80% com relação a 2023 (42.542 entradas). No entanto, O *market share* do Brasil no mercado emissor chinês (a fatia do bolo que o Brasil recebe) é de apenas 0,05%. É o número de chineses que vêm ao Brasil em comparação com o número total de chineses que viaja internacionalmente. Esse baixo número registrado, apesar do crescimento anual na quantidade de chegadas, indica que o Brasil precisa rever sua presença no mercado chinês e buscar estratégias eficazes para ser mais competitivo e atrair turistas que estão indo a outros destinos.

Mercado da **China** para o Brasil

O Brasil ainda é um destino turístico bastante desconhecido pelo mercado chinês, ocupando apenas a 49ª posição no ranking de países mais visitados pelos turistas da China em 2024 (GlobalData), com cerca de 76 mil viajantes (Portal de Dados Embratur).

Ingresso de turistas chineses no Brasil

2019	2020	2021	2022	2023	2024
68.578	6.297	2.360	8.787	42.542	76.524

Fonte: [Chegadas Internacionais Embratur](#)



Market Share do Brasil* (2024):

0,05%



**Dados de entrada
são atualizados
constantemente**

CLIQUE AQUI



ou escaneie o
qr code para
consultar em
tempo real

*Percentual de viajantes internacionais deste mercado que visitaram o Brasil em 2024.

A China é um dos principais emissores de turistas de negócios e lazer do mundo. Sobre esse aspecto, é importante mencionar que as pequenas e médias empresas chinesas são encorajadas a expandir seus negócios para outros continentes, gerando fluxo de turistas corporativos. Nesse sentido, o turismo corporativo é uma realidade no Brasil, e a maioria dos visitantes chineses pertence a este segmento. Os principais nichos são de empresas de tecnologia da informação, comunicação, automóveis e indústria petrolífera. Essas indústrias geram fluxo constante de visitas/turistas corporativos para o Brasil. Infere-se, portanto, que quanto maior o investimento externo, muito provavelmente, maior o número de turistas.

Mercado da **China** para o Brasil

Visto Para Visitantes

Visitantes chineses que queiram vir ao Brasil a turismo terão que solicitar um visto de visita junto à Embaixada e Repartições Consulares do Brasil em seu país. Os vistos são para múltiplas entradas e têm prazo de validade de até dez anos a partir da data de concessão. O período autorizado de estada é de até noventa dias, renováveis se necessário, desde que o prazo máximo de estada não exceda cento e oitenta dias a cada período de doze meses a partir da data da primeira entrada.

O procedimento é o tradicional utilizado para outros países. Os solicitantes devem apresentar formulário de solicitação de visto, passaporte válido, fotos, carta de convite relevante ao assunto, passagens aéreas de ida e volta e outros documentos que comprovem o motivo da viagem.

A grande maioria dos concorrentes do Brasil, como México, Espanha, Itália, Portugal, Estados Unidos, França, Alemanha, Reino Unido, entre outros listados nos slides anteriores, exige vistos para cidadãos chineses. Portadores de passaporte chinês, neste caso, precisam solicitar um visto regular antes de embarcar para estes países.

Em outros casos, como o da África do Sul, turistas chineses precisam solicitar um visto eletrônico (e-Visa) antes de viajar. Há também uma lista de países, como o Egito, que oferecem visto a nacionais da China na sua chegada, e outra lista de países, que inclui os Emirados Árabes Unidos, Marrocos e as Bahamas, por exemplo, que não exigem visto.

Entre os países da América do Sul, com exceção do Suriname, que não exige visto, e a Bolívia, que oferece visto na chegada dos viajantes, todos os outros países exigem e-visa (Equador e Colômbia) ou visto regular para cidadãos chineses.

Mercado da **China** para o Brasil

Credenciamento para Recebimento de Chineses

Agências de viagens brasileiras que tenham interesse em receber turistas chineses no Brasil podem se cadastrar no Programa ADS China. O programa é uma chamada pública realizada anualmente para credenciamento dessas agências. Para isso, as agências devem estar cadastradas e regularizadas no Cadastro Nacional de Prestadores de Serviços Turísticos (Cadastur) do Ministério do Turismo (<https://cadastur.turismo.gov.br>). Além da regularização junto ao Cadastur, as agências deverão dar ciência ao Memorando de Entendimento assinado entre Brasil e China e aceitar o Termo de Responsabilidade contido no edital (<https://adschina.turismo.gov.br/adschina/>). O processo de credenciamento geralmente acontece no último trimestre de cada ano.

Interessados em participar do processo devem acompanhar a abertura das inscrições no website do Ministério do Turismo e no Diário Oficial da União (DOU), onde também podem localizar as agências atualmente cadastradas e habilitadas.

Principais Destinos Concorrentes do Brasil no **mercado chinês**

- **Diretos:** México, Espanha, Itália, Portugal, Croácia
- **Indiretos:** Estados Unidos, Emirados Árabes Unidos, França, Alemanha, Rússia, Suíça, Reino Unido, Turquia, Áustria, Canadá, Marrocos, Egito, África do Sul, Peru, Argentina

Uma vez que os segmentos mais buscados por este mercado são gastronomia, cultura, atividades ao ar livre e natureza, de acordo tanto com a pesquisa *Travel Sentiment Report* da Dragon Trail International quanto com a Pesquisa de Preferências elaborada pela GlobalData, e levando-se em conta viagens de long haul para os chineses, os principais concorrentes diretos do Brasil (em número de visitantes) são: México, Espanha, Itália e Portugal. Indiretamente, os Estados Unidos e a Europa disputam a atenção dos turistas chineses.

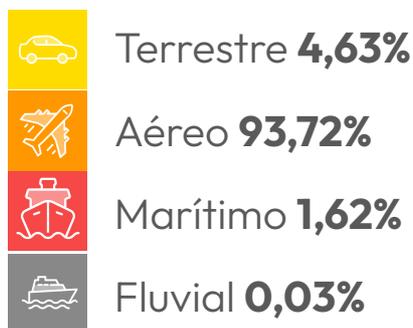
Fonte: (1) GlobalData. (2) Dragon Trail International

Nota: **concorrentes diretos** os países que possuem os mesmos produtos turísticos que o Brasil e concorrem diretamente com os mesmos segmentos e/ou nichos.

Concorrentes indiretos são os países que não concorrem nos mesmos segmentos e nichos que o Brasil, porém “conquistam” o mesmo turista que o Brasil. Ou seja, o turista opta por esse outro destino em vez dos destinos brasileiros, mesmo que com produtos diferentes.

Conectividade

Participação de entradas de turistas chineses no Brasil, por modal*:



93,72% dos turistas do mercado chinês chegaram ao Brasil por via aérea.

Os principais portões de entrada de chineses no Brasil no ano de 2024 foram São Paulo (82%), Rio de Janeiro (12%) e Paraná (5%).

Fonte: [Chegadas Internacionais](#)

Voos atuais* (MAR/2025)



Fonte: [FlightConnections](#)



A malha aérea é atualizada constantemente

CLIQUE AQUI



ou escaneie o qr code para consultar em tempo real

Não há rotas diretas entre os dois países (Portal da Malha Aérea Internacional, Março/2025). No entanto, há um voo da Air China com duração de cerca de 25 horas, retomado em abril de 2024 após a rota ter sido interrompida em 2020, que faz uma escala para abastecimento em Madri.

Além disso, há outras alternativas para visitantes chineses chegarem ao Brasil. As seis empresas em termos de emissão de bilhetes para o Brasil são a Qatar Airways, via Doha (DOH), a Emirates, via Dubai (DXB), a Ethiopian Airlines, via Addis Ababa (ADD), a Air China, mencionada acima, a Lufthansa, via Frankfurt (FRA) e a Turkish Airlines, via Istambul (IST).

Fonte: ForwardKeys

Perfil de compra para o Brasil



Fonte: ForwardKeys, viajantes a lazer, permanência acima de 04 noites, período Abr 2024 a Mar 2025.

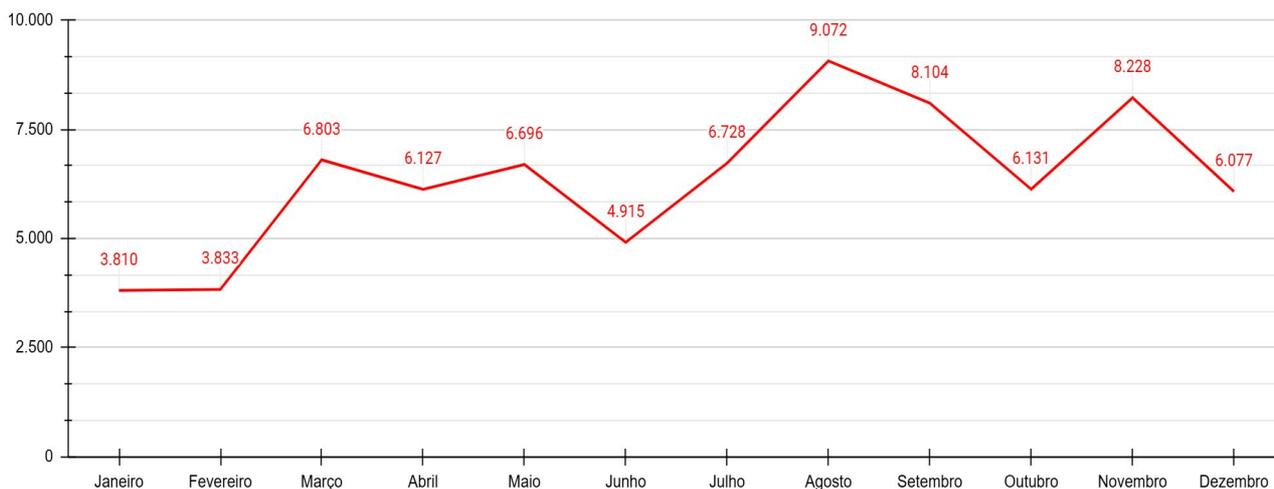


O gasto médio do visitante chinês no exterior foi de **USD 2.032 em 2024.**

Fonte: GlobalData

Sazonalidade 2024

Distribuição do total de visitantes chineses por mês:



Fonte: [Chegadas Internacionais Embratur](#)

Apesar da média de permanência dos visitantes da China no Brasil ser de 29 noites, 31% dos turistas ficam de 4 a 7 noites no país. Essa informação é consistente com a curta antecedência média de compra, devido à demanda de viagens da China para o Brasil ser majoritariamente corporativa. A maior parte dos turistas chineses viaja sozinho para terras brasileiras (33%). No entanto, levando-se em consideração os tamanhos variados de grupos, a média do número de chineses que chega ao Brasil é de 6 pessoas por grupo.

Perfil de compra **para o Brasil**

Sazonalidade 2024

Os picos de entrada de chineses no Brasil em 2024 aconteceram no segundo semestre, principalmente nos meses de agosto, setembro e novembro (33% do total). Historicamente, o Brasil recebe mais visitantes chineses no segundo semestre, mas é importante indicar que há potencial no primeiro semestre também. No início deste ano de 2025, o número de entradas nos meses de janeiro e fevereiro cresceu significativamente.

Chegadas de Chineses no primeiro bimestre de 2025

Mês	2024	2025	Varição (25/24)
1	3.810	5.003	31%
2	3.833	5.984	56%

Fonte: [Chegadas Internacionais Embratur](#)

Perfil de compra para o Brasil



Vendas B2C e B2B

Emissões de passagens aéreas China-Brasil

Distribuição da venda intermediada



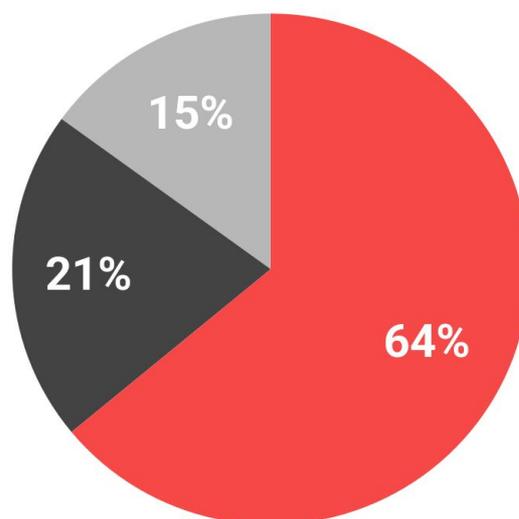
Agência Online **21%**



Agência de viagens **64%**



Agência corporativa **15%**



Fonte: ForwardKeys, viajantes a lazer e a negócios, período Abr 2024 a Mar 2025.

O perfil de consumo, no que se refere à passagens aéreas por canais indiretos, indica que 64% das vendas de passagens ficaram a cargo de agências de viagens tradicionais, 21% foram realizadas em agências online (OTA) e apenas 15% em agências corporativas.

Segmentos preferidos do turista internacional chinês que veio ao Brasil em 2019 (Embratur, Fipe e MTur, 2019)

Com relação a preferências de visitantes chineses quando viajam ao Brasil, a última pesquisa feita, em 2019, indicou que a maior parte dos visitantes veio a negócios (65%). Os turistas que vieram a lazer, apenas 18% do total, buscaram ecoturismo, aventura e natureza (53,6%), cultura (24,4%), sol e praia (11,5%) e esportes (10,5%).

Infere-se, pelos números apresentados, que o segmento Sol e Praia não é o carro chefe do turismo brasileiro como acontece com outros países. Para os chineses, a praia de Copacabana não é um lugar para passar o dia deitado debaixo do sol, pegando onda ou tomando caipirinhas. É um local icônico para aprender sobre a cultura local, passear ao ar livre e acumular muitos conteúdos para compartilhar em suas redes sociais.

Perfil de compra **para o Brasil**

Vendas B2B

Existem mais de 2.000 agências de viagens licenciadas na China, distribuídas por todas as províncias e municípios. Seu sistema de distribuição de viagens tem se diversificado e evoluído ao longo dos anos. Muitas agências de viagens licenciadas operam viagens internacionais sob o Esquema de Status de Destino Aprovado (Approved Destination Status - ADS).

Viajantes independentes (Free Independent Travellers - FIT) têm se tornado um foco crescente para muitas agências emissoras, assim como as oportunidades de viagens de luxo e personalizadas.

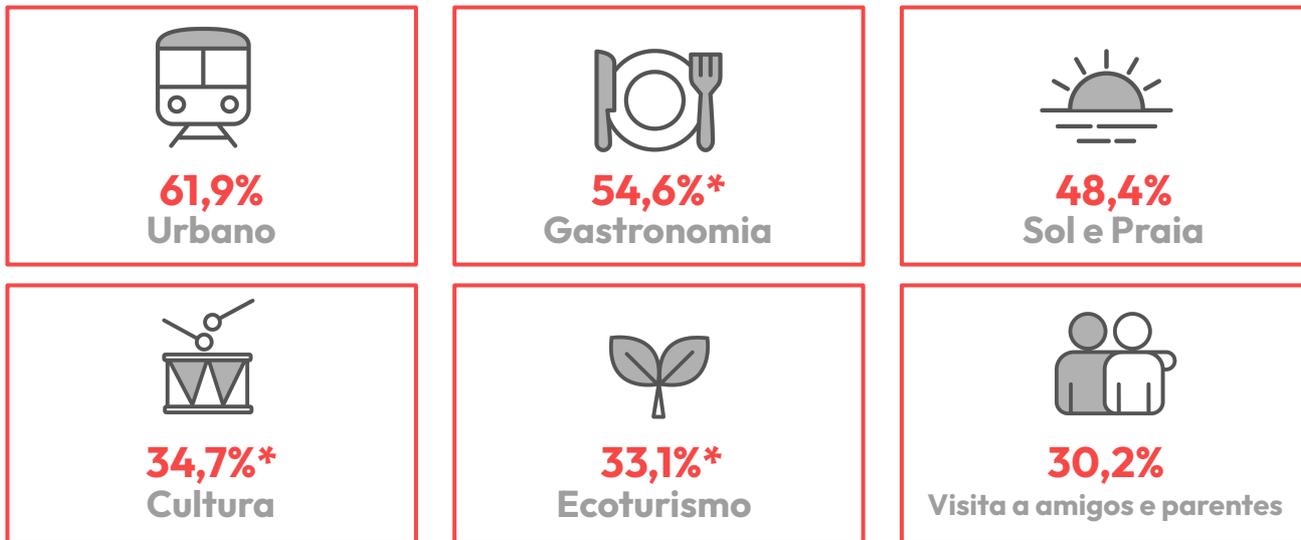
Reservas online começam a tomar o espaço de reservas realizadas através de canais tradicionais. Portais de viagens online, como Trip.com*, Qunar.com, Mafengwo, Tongcheng.com e Tuniu.com, vêm crescendo significativamente no mercado. Esses portais não apenas oferecem uma ampla variedade de produtos através de dispositivos e aplicativos móveis, mas também tornam os serviços associados, especialmente os de pagamento, mais transparentes e rápidos, o que proporciona uma experiência de viagem mais prática e confortável para os clientes.

Agências de viagens tradicionais também utilizam portais de terceiros, como Trip.com*, Fliggy.com, Tuniu.com e Red Book (Xiaohongshu) para promover seus produtos.

* Em 2017 a Ctrip.com comprou a empresa Trip.com. No final de 2019, a empresa passou a utilizar o nome "Trip.com Group Limited".

Fonte: Embratur CMI Inteligência de Mercado

Motivos de viagem deste turista (viagens internacionais)



Fonte: GlobalData 2024 - Consumer Survey

*Média superior à mundial - Fonte: Globaldata, 2024

De acordo com a edição de abril de 2024 do *Chinese Traveler Sentiment Report*, publicado pela Dragon Trail International, viajantes chineses, quando perguntados como escolhem seus destinos, deram as seguintes razões: cultura e atrações do destino, facilidade em chegar ao destino, segurança e política de visto conveniente. Mencionaram na pesquisa que viajam ao exterior para relaxar e explorar novos lugares.

Entre as razões citadas para viajar ao exterior, ao invés de viajar dentro da China, se destacam cultura diversa, costumes exóticos, melhores preços, lindas paisagens e natureza.

Quando questionados sobre os destinos de viagem pretendidos para 2024, os entrevistados citaram 73 países e territórios em seis continentes. Em comparação com o ano anterior, os viajantes chineses são agora mais propensos a ter planos de viagens de longo curso.

Experimentar a comida local continua a ser a atividade ou tema de viagem mais popular em viagens ao exterior, escolhido por mais da metade (53,5%) dos entrevistados. O outro tema de destaque, escolhido por 52,4%, é desfrutar de paisagens naturais. 41,5% afirmam que planejam visitar monumentos, arquitetura icônica e museus, enquanto 34,9% gostariam de ter experiências como se fossem habitantes locais.

Apesar da maneira em que aproveitam suas praias ser totalmente diferente se comparado com o mundo ocidental, 31,9% são atraídos por destinos de sol e praia. O padrão de beleza mais valorizado é a pele mais clara e é perceptível o esforço para evitar o sol. Em resorts na China, é comum ser o período do final da tarde e início da noite o mais movimentado em piscinas.

Em geral, destinos com natureza ou com locais com maior apelo para alimentar conteúdo em redes sociais são populares. Chineses também gostam de comprar itens de luxo ou itens não facilmente disponíveis na China



Consulte os
indicadores

CLIQUE AQUI



ou escaneie o
qr code para
mais detalhes

Viagens para o Brasil

Principais cidades de origem para o Brasil

Cidade de Origem	Número de Passageiros	Share
Shanghai (SHA)	10615	44,5%
Beijing (BJS)	5964	25,0%
Guangzhou (CAN)	3512	14,7%
Hangzhou (HGH)	1194	5,0%
Xiamen (XMN)	634	2,7%
Chengdu (CTU)	356	1,5%
Chongqing (CKG)	256	1,1%
Fuzhou (FOC)	255	1,1%
Wenzhou (WNZ)	163	0,7%
Shenzhen (SZX)	143	0,6%

Fonte: ForwardKeys - Destination Gateway - Período entre março 2024 a março 2025

Principais portões de entrada no Brasil em 2024

São Paulo	62.657 pax
Rio de Janeiro	9.186 pax
Paraná	3.479 pax
Distrito Federal	259 pax
Amazonas	192 pax
Ceará	123 pax

Fonte: Portal de Dados Embratur

O principal estado por via aérea foi São Paulo, enquanto o Rio de Janeiro ficou em primeiro lugar por via marítima e o Paraná ficou em primeiro lugar por via terrestre. Por via fluvial, houve 16 entradas de chineses no estado do Amapá.

Destinos brasileiros nas prateleiras do mercado



Os destinos mais comercializados no mercado chinês são Rio de Janeiro, Foz do Iguaçu, Manaus e São Paulo. Considerando a média dos destinos mais comercializados, os segmentos de Natureza, Cultura e Gastronomia se destacam. É interessante posicionar o Brasil como um destino com produtos completos, que oferecem Cultura incomparável com atividades gastronômicas e produtos de natureza inesquecíveis.

Fonte: Pesquisa de Catálogo Embratur. Pesquisa das vitrines comercializadas nos canais de uma amostra média de 5 operadoras por mercado.



Percepções



Destinos de oportunidades

Lençóis Maranhenses, Estrada Real, Recife

Destinos que podem ter a visibilidade aumentada



Ampliação de tempo de permanência

Manaus, Foz do Iguaçu, São Paulo, Rio de Janeiro

Destinos que podem ter o tempo de permanência ampliado, seja por inclusão de experiências ou combinando com outros destinos



Segmentos mais comercializados

Cultura, Gastronomia, Sol e Praia*, natureza, Aventura, Bem-estar

*Para os chineses, o conceito de sol e praia vai além da simples exposição ao sol e relaxamento. É uma experiência ao ar livre que inclui esportes, cultura, gastronomia e, sem dúvida, momentos ideais para compartilharem em suas redes sociais.

Empresas do Mercado

Operadoras	
Ctrip (Grupo Trip.com)	https://trip.com
China International Travel Service (CITS)	http://www.cits.net/
Caissa Touristic	http://www.caissa.com.cn/
China Youth Travel Service (CYTS)	http://www.cyts.com.cn/
UTour Group	http://www.utourworld.com/
Tuniu Corporation	https://www.tuniu.com/
Tongcheng-Elong Holdings	https://www.ly.com/
CTG Travel Service (China Travel Group)	https://www.ctg.cn/en/
CCT (China Comfort Travel Group)	https://www.cct.cn/abroad/
GZL International Travel Service	https://www.gzl.com.cn/
Jin Jiang Travel	https://www.jinjiang.com/hq/en/
Huacheng	http://www.hcgtravels.com/
Spring Tour (Spring Travel Service - Beijing)	https://www.spring-tour.com/

Fonte: Mapeamento Embratur - Empresas relevantes

Empresas do Mercado

OTA's	
Ctrip	https://www.ctrip.com/
Qunar	https://www.qunar.com/
Fliggy	https://www.fliggy.com/
Tongcheng-Elong Holdings	https://www.ly.com/
Mafengwo	https://www.mafengwo.cn/
Tuniu Corporation	https://www.tuniu.com/

Agências de Viagem	
Ctrip (Grupo Trip.com)	https://trip.com
China International Travel Service (CITS)	http://www.cits.net/
Caissa Touristic	http://www.caissa.com.cn/
China Youth Travel Service (CYTS)	http://www.cyts.com.cn/
UTour Group	http://www.utourworld.com/
Tuniu Corporation	https://www.tuniu.com/
Tongcheng-Elong Holdings	https://www.ly.com/

Empresas do Mercado

Principais Agências IATA Comercializando América Latina a partir da China ForwardKeys (março 2024 a março 2025)

GD Meyia Tourism Tech Group Inc
Beijing Baosheng Air Service
Hexa Agencia de Turismo Ltda
GD Meyia Business Travel Tech Ltd
Shenzhen Fengyi Air Services & Tour Co. Ltd.
Chengdu Xiecheng Travel Agency Co. Ltd.
Shanghai Ctrip Hongrui International Travel Service Co. Ltd.
CAAC Settlement Center
Shanghai Dongli Commerce
Beijing SLT Business Travel Service Co. Ltd.

Empresas Sobrepostas

As seguintes empresas aparecem tanto na lista de agências de viagens quanto na lista de operadoras de turismo, indicando que funcionam das duas maneiras:

Ctrip (Trip.com Group)
China International Travel Service (CITS)
Caissa Touristic
CYTS (China Youth Travel Service)
Utour Group
Tuniu Corporation
Tongcheng-Elong Holdings (LY.com)

Isso sugere que essas organizações fornecem um espectro completo de serviços de viagens, desde reservas e planejamento até a oferta e operação de pacotes turísticos. Não são apenas intermediárias nas reservas de viagens, mas também ativamente projetam, promovem e gerenciam itinerários e pacotes turísticos, demonstrando suas capacidades abrangentes em facilitar viagens para a América do Sul.

Tendências e oportunidades

- Espera-se que o número de turistas que saem da China atinja 300 milhões em 2040;
- Atenção para a terceira idade. A estrutura de férias de trabalhadores mais novos tende a ser muito restritiva, o que praticamente inviabiliza uma viagem longa. Aposentados, por outro lado, têm aumentado o seu interesse por viagens mais longas;
- O estudo *Tourism Source Market Insight China 2024* da Globaldata indica que há uma tendência crescente no mercado chinês para compras através de OTAs. Reservas online têm se tornado cada vez mais populares devido à facilidade de uso e ampla disponibilidade. Viajantes chineses tendem a planejar e reservar suas férias de última hora, com antecedência de poucas semanas, em comparação com países ocidentais, onde viajantes planejam e reservam férias com meses de antecedência. Isso pode resultar em um aumento nas reservas por meio de OTAs, pois viajantes podem efetuar suas reservas diretamente em seus dispositivos através de seus smartphones.

Planejando uma visita ao mercado

- Certifique-se de ter informações relevantes sobre o produto e cartões de visita produzidos em chinês simplificado.
- Tanto os agentes de viagens como os consumidores ainda utilizam brochuras para obter mais informações sobre os produtos.
- WeChat, Tik Tok e RED são aplicativos de mídia social populares pelo número de usuários ativos na China.
- Transmissões ao vivo por aplicativos é uma forma eficaz de comunicação com o trade e consumidores.

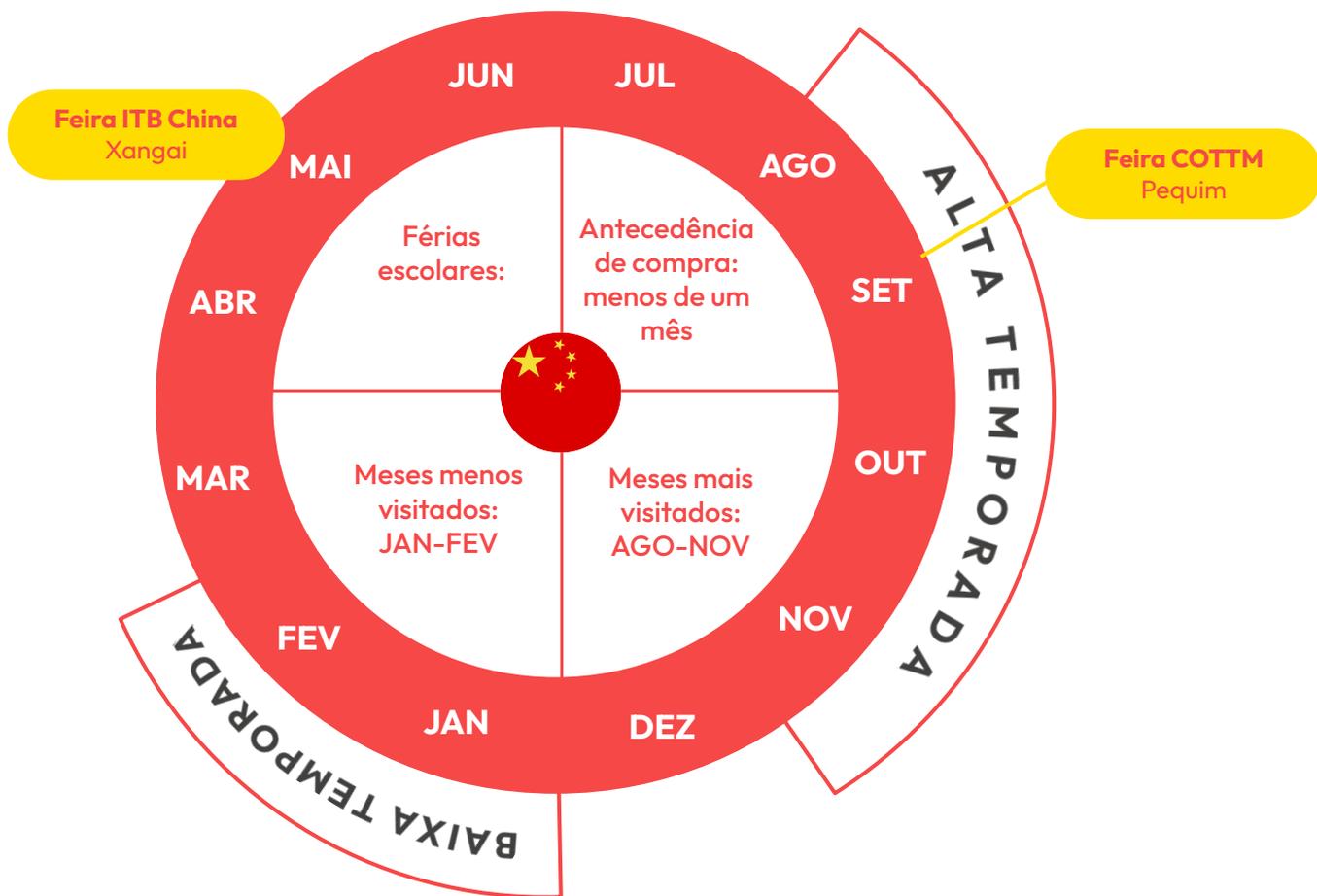
[Revista Tendências do Turismo](#) - 6ª Edição - uma parceria da Embratur e do Ministério do Turismo que apresenta as 19 tendências mais citadas por publicações para o turismo mundial em 2025.

Tendências e oportunidades

Takeaways:

- Chineses são grandes gastadores em viagens internacionais;
- Há interesse crescente por turismo de luxo, ecoturismo e experiências culturais;
- Desejo manifesto por experiências únicas, inesquecíveis e de luxo. Cruzeiros, viagens de balão e de trem, experiências culturais, como cozinhar a culinária local, passear por cidades antigas e visitar casas locais são apreciados. (People's Daily Online, 2024);
- Desejam visitar atrações icônicas - consideradas como o ponto alto da viagem - e conhecer os costumes locais (McKinsey, 2024);
- Buscam viagens com procedimentos simplificados e voos diretos (McKinsey, 2024). Destinos que não exigem visto estão se tornando mais populares entre os chineses, assim como viagens para perto de casa.
- Brasil ainda é pouco conhecido nesse mercado;
- Diversos países da África e Ásia estão concentrando esforços na promoção para o mercado chinês. (People's Daily Online, 2024).

Ciclo de promoção



Antecedência média de compra

23 dias

Fonte: Forward Keys

Meses com maior volume de:	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Entrada de turistas Brasil								Red	Red		Red	
Baixa Temporada Brasil	Yellow	Yellow				Yellow						

Historicamente, o Brasil recebe em média mais visitantes chineses no segundo semestre, mas é importante indicar que há potencial no primeiro semestre também. No início de 2025, o número de entradas nos meses de janeiro e fevereiro foi 44% maior que no mesmo período de 2024.



embratur.com.br

