

Executive Summary

China Mountain Resorts 中國山地度假村

Investitionen in neue Skigebiete und ganzjährige Freizeitangebote

China Mountain Resorts. Freizeitmarkt wächst sprunghaft

In den vier großen Wintersportprovinzen Jilin, Heilongjiang, Liaoning und Xinjiang befinden sich über 70 Skigebiete mit über 150 Skipisten. Dies sind 60% aller chinesischen Wintersportgebiete. Der Tourismus hat sich zur treibenden Wirtschaftskraft in China entwickelt. Die Hotels in der Nähe der wenigen Freizeit- und Wintersportgebiete melden volle Auslastung in den Urlaubszeiten. „Eat, shop, travel, dream“ könnte man das neue Freizeitverhalten der Chinesen bezeichnen. Nur es fehlt an attraktiven, nachfrageorientierten Angeboten. Der Konsument wartet darauf!

China Mountain Resorts. Bestehende Kapazitäten sind ausgelastet

Durch die hohen Investitionen in bessere Infrastruktur und Großveranstaltungen (Asien Spiele, Vasaloppet China, FIS Weltcuprennen und -springen), wurden Millionen von Einheimischen und Touristen aktiviert.

Allein Peking (über 20 Mio. Einwohner) hat 14 Skigebiete, die in den Wintermonaten von täglich von 1000 – 3000 Wintersportlern pro Gebiet besucht werden. Nach europäischen Maßstäben überwiegend kleine und relativ flache Skigebiete, dafür ist das jährliche Nachrücken von tausenden von „Anfängern“ unerschöpflich. „Erleben und genießen wollen“ sind die beiden wichtigsten Merkmale für den Freizeitkonsum. Die fortgeschrittenen Skifahrer finden z.B. in der Provinz Jilin entsprechende Berge und Gebiete. Aus ca. 700.000 Wintersportlern im Jahre 2000 wurden im Winter 2006/2007 über 4,5 Mio. Für 2014 wird mit 15 Mio. Wintersportlern gerechnet; bis 2030 sollen es 30 Mio. sein – allein in den 4 Nordprovinzen!



China Mountain Resorts. „Wenn China erwacht, dann erzittert die Welt“

Der Drache erwacht und erhebt sich. Schon Napoleon erkannte die Bedeutung des damals noch schlafenden Drachens. Chinesische Behörden bestimmten in der Vergangenheit, was, wann, wo und wie gebaut wird – unabhängig vom vorhanden Know How. „weil es gemacht werden sollte“. Meist wurden Skigebiete funktionell, aber nur zur „stundenweise“ Nutzung ausgelegt. Seit ein paar Jahren steigen erfolgreich private (europäische und amerikanische) Investoren ein. Outdoor, Klettern, Skifahren, Snowboarden, Events, Übernachten, Feiern sind IN.

China Mountain Resorts. 110 Tage für die Freizeit

Die drei großen Urlaubswochen werden „Golden Weeks“ genannt. Allein in der „Chinese New Year“ Woche wurden 5.6 Mrd. \$ in Tourismuseinrichtungen umgesetzt. (+19% zu 2006). Die Endverbraucher kauften in der Zeit Waren von 28,2 Mrd. \$, teilte das Ministerium für Wirtschaft mit. Allein 155 Mio. Menschen bewegten sich per Bahn während dieses Zeitraums um Freunde und Freizeitattraktivitäten zu besuchen. Nach der veröffentlichten Statistik des Ministeriums für Tourismus für das Jahr 2006, bereisten über 1,6 Mrd. Chinesen das Inland und erzielten einen Umsatz von 670 Mrd. Euro. (1. Quartal 2007: +12%). Aufgrund dieser imposanten Zahlen, beschlossen 24 chinesische Provinzen, die Tourismusindustrie als Schlüssel- und Zukunftsindustrie erheblich zu pushen. Weitere drei „Golden Weeks“ sind geplant und der bezahlte Urlaub soll erstmals eingeführt werden.



China Mountain Resorts. Zielgruppe (young & rich)

Der elfte „5-Jahres-Wirtschaftsplan“ (2006-2010) hält klar fest, dass insbesondere der Forderungen der jungen Bevölkerung nach mehr Freizeiteinrichtungen Rechnung getragen werden soll. Landesregierungen und deren Gemeinden sind angewiesen, mehr hochklassige Freizeiteinrichtungen (auch und gerade durch Ausländer) bauen zu lassen. Dazu gehören, High Tec Einrichtungen, Museen, Ausstellungen, Bibliotheken, Freizeitparks (Sommer und Winter). Schon jetzt besteht eine große Nachfrage nach Attraktionen bei der jungen (und reichen) Bevölkerung. Reich auch deshalb, weil aufgrund der „Ein-Kind-Familienpolitik“, dass oberste Ziel einer chinesischen Familie das Wohlergehen des einen Kindes ist. Guten Ausbildung im In- und Ausland und eine entsprechende finanzielle Ausstattung, um auch den angebotenen Freizeitaktivitäten nachkommen zu können. Somit ist diese Zielgruppe der „young & rich“ der eigentliche Motor der chinesischen (Freizeit)Wirtschaft und ihr Anteil wird sich in den nächsten Jahre gravierend erhöhen. Ein stetig steigender Lebensstandard, längerer Urlaubstage, steigende Mobilität durch eigenes Auto, günstige Flug- und Zugverbindungen, begünstigt die positive Prognose über die Entwicklung der Freizeitbranche in China. Mit über 50% jährlichem Wachstum sind die Russen die stärksten China Fans. Dann kommen Wintersportler aus Malaysia, Thailand, Vietnam und Singapur.



China Mountain Resorts. Exposure

Wie haben Mountainresorts in den Provinzen Jilin und Heilongjiang und ein Mountainresort in der Nähe von Beijing im Angebot. Weitere Resorts sind in Planung. Vertragspartner sind die Gemeinden vor Ort! Unbebaute Flächen zwischen 10 - 60 qkm. Mehr qkm sind teilweise möglich. Boden kann sehr günstig privat gekauft werden! Machbarkeitsstudien teilweise vorhanden. Baubeginn umgehend möglich. Unser erfahrenes Planungsbüro für Gebiets- und Designplanung ist in Beijing vorhanden. Termine zur Besichtigung der Gebiete können mit uns und den Vertragspartnern (Regierung und Gemeinde) direkt und kurzfristig hergestellt werden. Detailinformationen, Fotos und Videos zu den Gebieten können präsentiert werden.



Wir sind die Ersten im Schnee! Kommen Sie mit!

2007 © Open Doors Creative Communications Ltd. All rights reserved.