

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



CHINA

Temporada de primavera/verano 2026

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)
Texto: Oficina Española de Turismo de Pekín
NIPO: 219-26-001-4.
Abril 2026



TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica

Evolución reciente de la demanda turística

Indicadores de prospectiva

Principales conclusiones

COYUNTURA ECONÓMICA

CUADRO MACROECONÓMICO			
	2024	2025	2026 (previsión)
PIB real (% variación interanual)	5,25	4,97	4,75
PIB nominal per cápita (euros)	11.792	12.081	12.478
Gasto consumidor (% variación interanual)	3,43	0,23	7,47
Población empleada (miles)	734.390	725.040	-
Tasa de desempleo (% sobre población activa)	3,83	3,85	3,64
IPC (% variación interanual)	-	0,05	1,57
Población Total	1.408.280.000	1.404.890.000	1.412.914.000
Tasa de hogares de clase media (%)	14,82	15,92	17,05

Fuente: National Bureau of Statistics of China, World Bank, Oxford Economics.

El cuadro macroeconómico apunta a una moderación gradual de la economía china, más que a un deterioro brusco. El PIB real pasa del 5,25% en 2024 al 4,97% en 2025 y al 4,75% en 2026, lo que sugiere una desaceleración suave del crecimiento. Al mismo tiempo, el PIB nominal per cápita en euros mantiene una trayectoria ascendente, de 11.792 a 12.081 y 12.478 euros, reflejando una mejora progresiva del nivel de renta medido en moneda europea. En consumo, la evolución es más irregular: tras crecer un 3,43% en 2024, el avance se reduce de forma muy notable en 2025, hasta el 0,23%, antes de repuntar con fuerza en 2026, cuando la previsión alcanza el 7,47%. Por su parte, la inflación se mantiene muy contenida, con un 0,05% en 2025 y un 1,57% previsto para 2026, lo que apunta a un entorno de precios todavía moderado.

En el mercado laboral, la tasa de desempleo se mantiene estable en niveles bajos, pasando del 3,83% en 2024 al 3,85% en 2025, con una ligera mejora prevista en 2026 hasta el 3,64%. La población empleada, sin embargo, desciende de 734.390 miles en 2024 a 725.040 en 2025, lo que sugiere cierta debilidad en la evolución del empleo. Desde el punto de vista demográfico, la población total baja de 1.408,28 millones en 2024 a 1.404,89 millones en 2025, aunque la proyección para 2026 la sitúa en 1.412,91 millones. A su vez, la tasa de hogares de clase media continúa aumentando, del 14,82% al 15,92% y al 17,05%, lo que apunta a una ampliación gradual de la base de consumidores con capacidad de gasto.

	2024	2025	2026*
TIPO DE CAMBIO (euro/yuan)	7,81	8,23	7,93

2024 y 2025: media anual
2026*: último día de marzo.

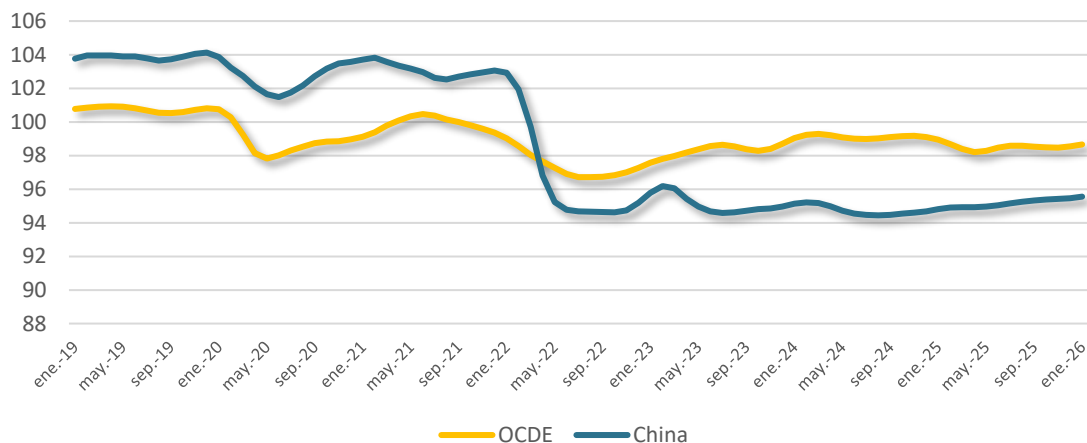
Fuente: Banco Central Europeo.

En cuanto al tipo de cambio, el yuan se depreció frente al euro entre 2024 y 2025, al pasar de una media anual de 7,81 yuanes por euro a 8,23, mientras que a 31 de marzo de 2026 el cruce se situaba en 7,93 yuanes por euro. Esto implica que, respecto a 2025, el arranque de 2026 muestra una ligera apreciación del yuan frente al euro, aunque todavía por debajo de los niveles medios de 2024. Para el análisis turístico, este comportamiento cambiario importa porque un euro relativamente fuerte encarece España para el viajero chino en términos de moneda local; aun así, la estabilidad macro, el crecimiento todavía sólido y la baja inflación sostienen una base razonable para la demanda emisora, aunque probablemente más selectiva y sensible al valor del viaje.

En cuanto al índice de Confianza del Consumidor elaborado por la OCDE, se observa que, hasta comienzos de 2022, la confianza del consumidor en China se situaba claramente por encima de la media de la OCDE y en niveles superiores a 100, lo que reflejaba una percepción relativamente favorable por parte de los hogares.

5

Índice de confianza del consumidor (CCI)



Fuente: OCDE, siendo 100 el promedio histórico del índice.

Sin embargo, a partir de marzo de 2022 se produce una caída muy acusada del índice chino, que pasa de 99,71 en marzo a 96,82 en abril y continúa descendiendo hasta situarse en torno a 94-95 puntos durante 2023 y 2024.

Este deterioro se explica, en gran medida, por el impacto de los brotes de COVID y las restricciones de movilidad de 2022, a lo que se sumaron la prolongada crisis del sector inmobiliario, la desaceleración del crecimiento económico y una mayor incertidumbre

en el mercado laboral. Todo ello reforzó una actitud de cautela entre los hogares y elevó el ahorro por precaución, frenando las decisiones de consumo. Esta evolución contrasta con la OCDE, cuyo indicador también se debilitó, pero de forma más moderada y con una recuperación posterior más visible.

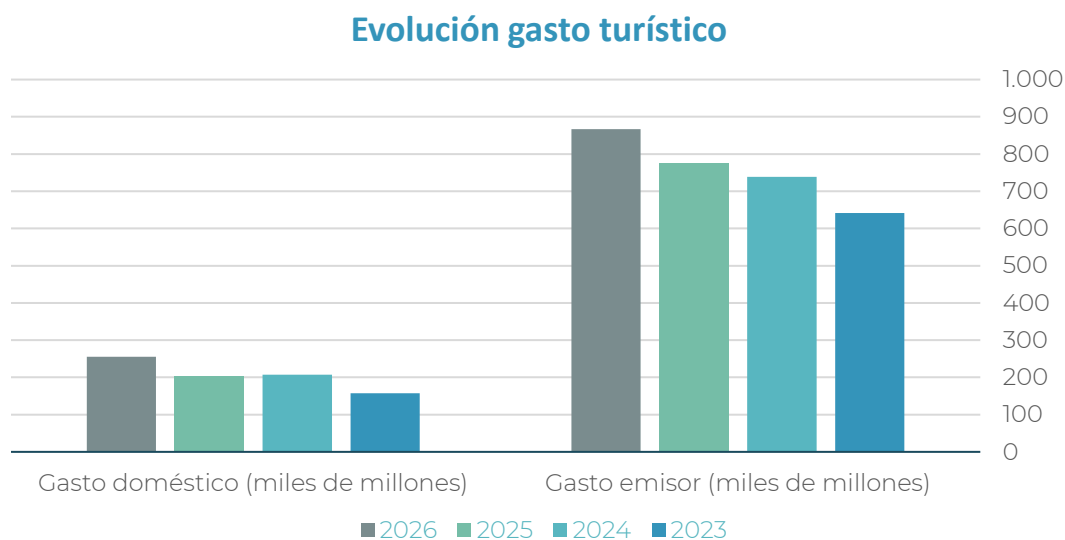
Desde 2023, el índice de confianza del consumidor en China muestra una estabilización en niveles bajos, con una mejora muy gradual a lo largo de 2025 y comienzos de 2026, hasta alcanzar 95,55 en enero de 2026. No obstante, el indicador sigue claramente por debajo del umbral de 100 y también por debajo de la media de la OCDE, que se sitúa en 98,66 en la misma fecha. En conjunto, el gráfico apunta a un consumidor chino todavía prudente, condicionado por un entorno de menor dinamismo económico, debilidad del mercado inmobiliario y cierta cautela en las decisiones de gasto.

Para el turismo emisor, este contexto sugiere una recuperación, pero previsiblemente más selectiva, con mayor sensibilidad al precio y una mayor búsqueda de valor en la elección del destino.

EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA

6

Según estimaciones de Oxford Economics, los últimos datos de la demanda turística en China apuntan a una evolución positiva tanto del gasto doméstico como del gasto emisor en destino.



Fuente: Oxford Economics

En conjunto, el gráfico muestra que el gasto emisor en destino concentra la mayor parte del volumen y mantiene una trayectoria de crecimiento sostenido, mientras que

el gasto doméstico evoluciona desde niveles más reducidos, aunque también con una tendencia positiva a medio plazo.

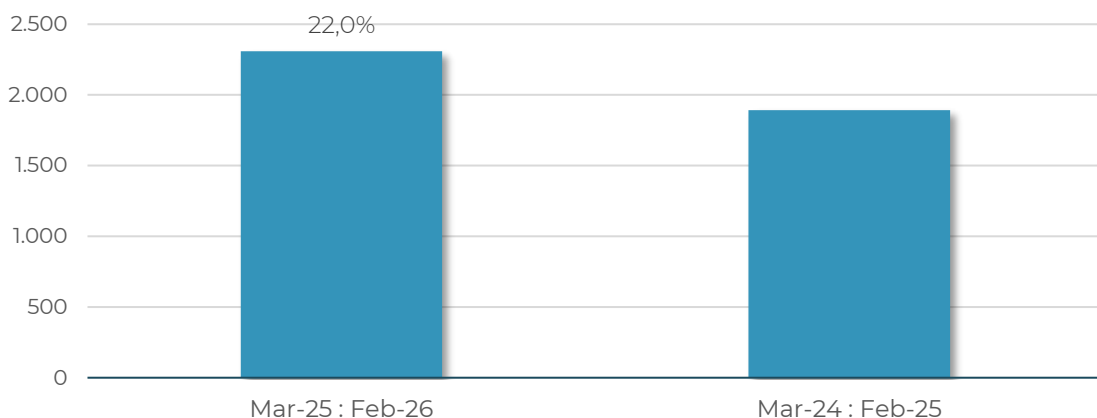
En miles de millones de euros, el gasto doméstico pasa de 157,23 en 2023 a 207,12 en 2024, se modera ligeramente hasta 202,04 en 2025 y repunta hasta 255,12 en 2026. Por su parte, el gasto emisor en destino evoluciona de 641,21 en 2023 a 738,3 en 2024, 775,99 en 2025 y 866,39 en 2026, lo que refleja una senda de expansión más estable y de mucha mayor magnitud.

Esta evolución sugiere que la demanda turística china sigue en expansión, con una base especialmente sólida en el componente emisor internacional y una mejora también apreciable en el gasto doméstico, pese al pequeño ajuste observado en 2025.

El mayor dinamismo previsto para 2026 en ambos apartados apunta a una intensificación de la actividad turística, aunque todavía condicionada por factores como la confianza del consumidor, la conectividad aérea y el contexto económico general. Para los destinos internacionales, este patrón indica que el viajero chino mantiene capacidad de gasto y vuelve a ganar presencia en el exterior, aunque habrá que estar atentos al desarrollo de la situación en Oriente Medio que afecta a la conectividad de los hubs aeroportuarios del Golfo.

En paralelo, los últimos datos disponibles sitúan el gasto de los turistas chinos en España en 2.310 M€ en el periodo marzo 2025-febrero 2026, frente a 1.893 M€ en marzo 2024-febrero 2025, lo que supone un incremento interanual del 22,0%.

**Gasto de los turistas chinos en España (millones €) y tasa de variación interanual (%).
Marzo-febrero.**



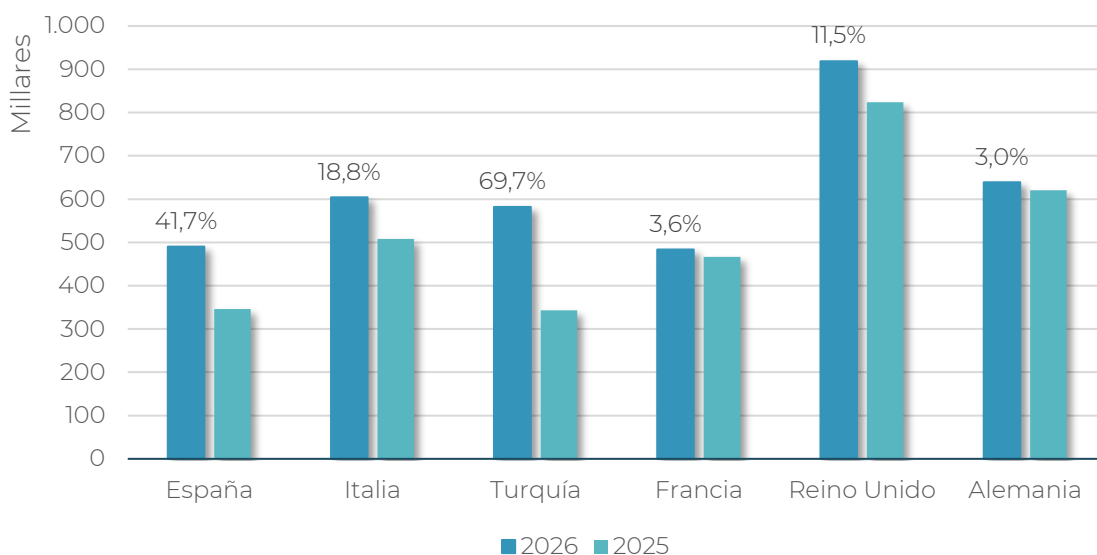
Fuente: Estimación de Turespaña a partir de microdatos INE

El gráfico refleja una evolución claramente positiva y apunta a una aceleración del gasto del mercado chino en España, con un aumento muy significativo en términos absolutos.

INDICADORES DE PROSPECTIVA

Previsiones de vuelos

Asientos programados para la temporada de primavera/verano 2026



8

Fuente: OAG Schedules Analyser

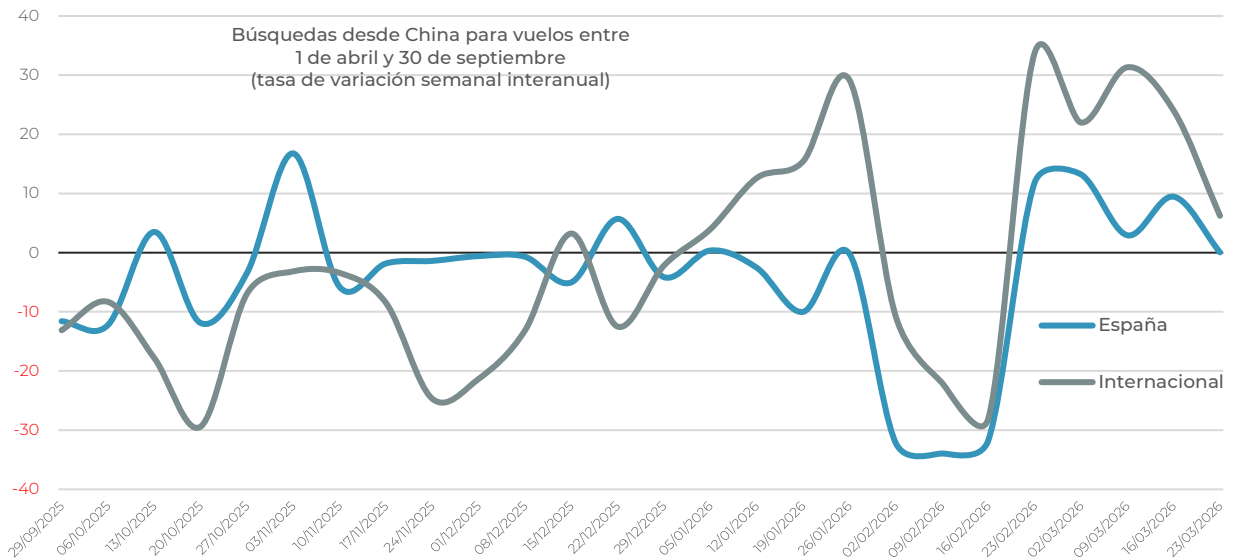
La capacidad aérea programada entre China y España para la temporada de primavera/verano de 2026 registra un crecimiento interanual del 41,7%, lo que confirma la fuerte recuperación de la conectividad con el mercado chino. Este incremento sitúa a España entre los destinos europeos con mejor evolución y muy por encima de otros competidores relevantes como Francia, Reino Unido, Alemania o Italia.

El comportamiento de España es especialmente significativo porque, además de crecer con mayor intensidad que la mayoría de los destinos europeos comparables, el país supera a Francia en capacidad aérea programada para el verano de 2026. Este hecho refuerza la posición competitiva de España en el mercado chino y evidencia una mejora sustancial de su conectividad aérea en un contexto de recuperación de los viajes de larga distancia.

Aunque Turquía presenta el mayor crecimiento relativo del grupo analizado, España destaca entre los grandes destinos europeos por combinar un aumento muy elevado de la programación con una posición de liderazgo frente a competidores tradicionales. La evolución observada apunta a una mayor apuesta de las aerolíneas por el destino España y constituye una señal positiva para las perspectivas del turismo chino durante la temporada estival de 2026



Búsquedas



Fuente: <https://www.partners.skyscanner.net/>

9

Las variaciones interanuales de las búsquedas de vuelos de ida y vuelta en el motor de búsqueda de Skyscanner para viajar entre el 1 de abril y el 30 de septiembre muestran una evolución irregular a lo largo del periodo analizado.

En el caso de España, la serie arranca en terreno ligeramente negativo, registra un primer repunte muy destacado a comienzos de noviembre y, tras esa subida inicial, se mueve durante buena parte de diciembre y enero en torno a tasas próximas a la estabilidad, con pequeñas oscilaciones positivas y negativas. A comienzos de febrero se produce después una corrección muy acusada, con caídas interanuales en torno al -35%, antes de un rebote igualmente intenso a finales de febrero y comienzos de marzo, cuando las búsquedas vuelven a terreno claramente positivo.

La serie internacional presenta también una trayectoria volátil, aunque con amplitud mayor que la de España. Tras un inicio débil y un retroceso muy marcado a finales de octubre, recupera impulso durante enero hasta alcanzar máximos cercanos al 30%, cae con fuerza de nuevo en febrero y registra un nuevo repunte muy intenso en la recta final del periodo, con tasas superiores al 30% en algunos momentos de marzo.

En conjunto, el gráfico sugiere que el interés hacia España acompaña la tendencia general del mercado, pero con un perfil algo más contenido y más estable que el agregado internacional durante buena parte del invierno. La recuperación final de las búsquedas en ambas series apunta a una mejora del interés de cara a la temporada primavera-verano, aunque todavía con un comportamiento muy sensible al momento de reserva y al contexto general de la demanda.

PRINCIPALES CONCLUSIONES

El mercado chino encara la temporada primavera/verano de 2026 con señales positivas, aunque dentro de un contexto todavía condicionado por una recuperación económica moderada, una confianza del consumidor baja y un comportamiento del gasto más selectivo. La demanda turística no se está contrayendo, pero avanza hacia una fase de normalización más gradual, menos lineal que en el periodo pre-COVID y más dependiente de factores como el precio, la conectividad, la seguridad percibida y la facilidad operativa.

UN Tourism estima que las llegadas turísticas internacionales crecieron un 4% en 2025, hasta alcanzar los 1.523 millones, y prevé un crecimiento adicional del 3%-4% para 2026. El escenario global sigue siendo positivo, aunque menos expansivo que en 2025, y combina una demanda resistente con mayores riesgos económicos, geopolíticos y de costes de transporte y alojamiento. Para España, esto implica que el reto no es solo atraer demanda china, sino captar una demanda más exigente, que compara más, penaliza más la fricción y busca una relación calidad-precio claramente convincente.

10

Dentro de ese marco, España parte de una posición competitiva favorable. Los datos del informe muestran un aumento significativo del gasto de los turistas chinos en España en el periodo marzo 2025-febrero 2026, junto con una recuperación del interés en búsquedas al cierre del periodo analizado. Además, los indicadores de Dragon Trail apuntan a una recuperación consistente del outbound chino: durante el Año Nuevo chino de 2026 se registraron máximos históricos en viajes domésticos, un aumento del 10,2% en los cruces fronterizos de ciudadanos chinos y crecimientos superiores al 30% en reservas outbound en grandes plataformas.

España también aparece bien situada en el radar del viajero chino de largo radio: ocupa el segundo puesto entre los destinos long-haul de Tongcheng, entra en el top 10 de reservas hoteleras de Qunar y figura entre los principales destinos de alquiler de coches. Aunque todavía no compite en volumen con el Sudeste Asiático o con los destinos de corto radio, sí muestra una presencia sólida en segmentos de mayor capacidad de gasto y mayor predisposición a viajes culturales, experienciales y de larga distancia.

La capacidad aérea programada refuerza este posicionamiento. Para la temporada primavera/verano de 2026, España registra un crecimiento interanual del **41,7%**, muy por encima de la mayoría de los grandes destinos europeos competidores, y **supera a Francia en capacidad aérea programada para el verano de 2026**. Este avance constituye un hito relevante dado el peso tradicional de Francia en el turismo chino hacia Europa y mejora la posición de España para convertir interés potencial en demanda efectiva, especialmente en un mercado donde la disponibilidad de vuelos, la duración del trayecto y la reducción de escalas son factores decisivos.

La escalada militar en Oriente Medio introduce, no obstante, un factor de incertidumbre relevante para la conectividad Asia-Europa, por la interrupción parcial



de hubs del Golfo, las restricciones de espacio aéreo y el encarecimiento del combustible. En este contexto, España cuenta con una ventaja relativa gracias a sus conexiones directas con China y a una red más diversificada, que ya no depende exclusivamente de Pekín y Shanghái, sino que incorpora nodos como Guangzhou, Chengdu o Chongqing. Esta situación no elimina el riesgo de encarecimiento del transporte, pero sí mejora la capacidad del destino para absorber parte de la demanda que evita escalas intermedias.

De cara a los próximos meses, la oportunidad para España no reside tanto en capturar volumen indiferenciado como en consolidarse dentro de los segmentos que permanecen activos incluso en contextos de incertidumbre: viajeros FIT, grupos de mayor valor añadido, viajes culturales, productos premium y viajes de larga distancia bien planificados. Si el entorno geopolítico no empeora de forma significativa, el escenario más probable no es el de una explosión de demanda, sino el de un crecimiento sostenido, con una base más cualitativa que cuantitativa y con margen real para que España siga ganando relevancia en el largo radio chino.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA

