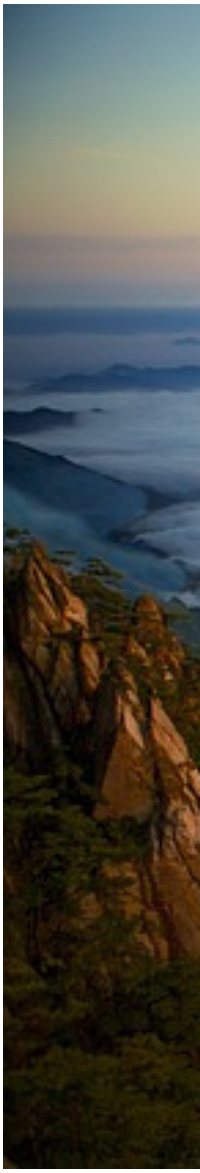
KIINALAINEN ASIAKKAANA

Opas matkailualan yrittäjälle 2019

TOMMI KEKÄLÄINEN & TONI LIIMATAINEN

SISÄLLYS



3 Johdanto

4 Yleistä

7 Majoitus

9 Ravintolat

11 Nähtävyydet

12 Ohjelmapalvelut

13 Digitaaliset alustat

15 Maksutavat

19 Turvallisuus

20 Hyödyllistä sanastoa

23 Lähteet

JOHDANTO

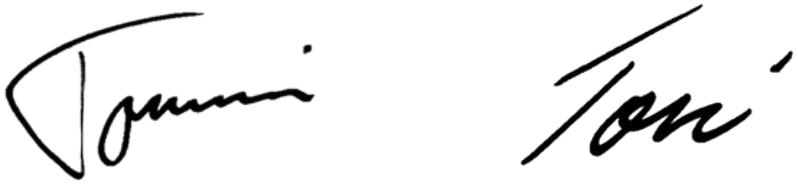
Matkailuala jatkaa kasvuaan ja kiinalaisten osuus matkailijoista kasvaa räjähdysmäisesti. Oletko valmis?

Kiinalainen keskiluokka vaurastuu ja ulkomaan matkailusta on tullut kiinalaisille trendi ja jonkinlainen statussymboli. Valtavan väestömäärän vuoksi kiinalaisia matkailijoita näkee lähes joka puolella maailmaa yhä enemmän. Kasvavat matkustajamäärät ovat alkaneet viime vuosina näkymään myös Suomessa. Matkailuyrittäjän olisi tärkeää tietää, millaisia odotuksia, tarpeita ja vaatimuksia kiinalaisella matkailijalla on.

Idea oppaasta sai alkunsa, kun olimme vaihto-oppilaina Shanghaissa vuonna 2018. Kiinalaisten välillä jopa kummalliset tavat ihmetyttivät. Kuinka heidät vastaanotetaan Suomessa? Väärinkäsityksien välttämiseksi ja kiinalaisten tapojen ja tottumusten ymmärtämiseksi uskomme, että tämänkaltainen opas on hyödyllinen suomalaiselle matkailualan yrittäjälle.

Opas sisältää muun muassa perustietoa kiinalaisesta kulttuurista, kohtaamisesta kiinalaisen matkailijan kanssa sekä vinkkejä majoitusliikkeille, ravintoloille ja ohjelmapalveluyrityksille. Lisäksi oppaassa käsitellään yleisimpiä digitaalisia alustoja, joita kiinalaiset käyttävät, ja kiinalaisia maksutapoja. Loppuun koostimme matkailuyrityksille tärkeimpiä ja hyödyllisimpiä sanoja ja sanontoja kiinaksi. Opas on koottu omien kokemuksiemme ja muiden aiheita käsittelevien oppaiden pohjalta yhdeksi tietopaketiksi.

Tämän oppaan avulla hiot yrityksestäsi kiinalaisystävällisen ja opit tuntemaan asiakkaasi paremmin. Ota siis katse kohti itää - kiinalaisissa on tulevaisuus.



YLEISTÄ

Kulttuuri

- Kiinalainen ja länsimainen kulttuuri poikkeavat toisistaan suuresti. Kiinalaisen kulttuurin perustana on konfutselaisuus, johon kuuluu viisi perusarvoa; uskollisuus, hyvät tavat, inhimillisyys, viisaus ja oikeudenmukaisuus.
- Valtavan väestön vuoksi kiinalaiset ovat joutuneet kilpailemaan elintilasta ja menestyksestä. Tämän takia heidän tapansa voivat näyttää länsimaalaisesta jopa töykeiltä.
- Suomalaiselle itsestäänselvä oma tila on kiinalaiselle tuntematon käsite. Esimerkiksi jonottaessa joku vie varmasti paikkasi, jos jätät tilaa.

- Hierarkia kuuluu kulttuuriin oleellisesti. Vanhempia, perhettä ja esimiestä kunnioitetaan ja heidän ohjeitaan noudatetaan.
- Yhteisöllisyys on olennainen osa kiinalaista kulttuuria. He syövät, harrastavat ja matkustavat mielellään porukassa. Vaikka individualismi onkin trendinä kasvussa, yksinoloa jossain määrin vierastetaan.
- Mianzi, eli kasvot ovat tärkeä käsite kiinalaisille. Kasvot viittaavat luottamukseen ja kunnioitukseen. Hillittyä käytöstä arvostetaan ja kasvojen menettäminen esimerkiksi riitelemällä julkisesti koetaan erittäin suurena häpeänä.

Kuva: Jussi Hellstén
Visit Finland

Kiinalainen matkailija

- Vaikka yksilömatkailun suosio on lisääntynyt, suurin osa kiinalaisista matkustaa ryhmässä.
- Valtaosa matkustajista (49,9%) edustaa nuorempaa sukupolvea ja ovat 25-44 vuotiaita.
- Suurin osa matkailijoista on korkeasti koulutettuja, mutta he eivät välttämättä puhu englantia.

Mistä he pitävät?

- Monet kiinalaiset matkailijat tulevat suurista, saasteongelmien kanssa painivista metropoleista, joten puhdas luonto, ilma ja vesi ovat heille eksoottisia.
- Kiinalaisten keskuudessa valokuvien ottaminen ja kuvien jakaminen sosiaaliseen mediaan on suosittua.
- Shoppailu on tärkeä osa matkoja. Etenkin luksustuotteet ja paikalliset erikoisuudet tekevät kauppansa.
- Kiinalaiset hakevat matkoiltaan uniikkeja kokemuksia ja kevyitä aktiviteetteja.
- He haluavat kuulla myös tarinan ja historiaa palvelun tai tuotteen takana.

Kohtaaminen kiinalaisen matkailijan kanssa

- ☑ Opettele joitain peruslauseita tai sanoja kiinaksi arvostuksen osoituksena.
- ☑ Hymyile. Kun kielimuuri tulee vastaan, sanaton kommunikointi on tärkeää.
- ☑ Kiinalaiset arvostavat pieniä lahjoja ja kohteliaisuuksia.
- ☑ Kiinalaisille vanhat uskomukset kuten onnennumerot ja -symbolit ovat tärkeitä. Yhteydet näihin tuovat heiltä arvostusta. Anna esimerkiksi huone, jossa on jokin onnennumero. Onnennumeroita ovat 6, 8 ja 9.
- ☑ Ojenna asiat kuten ruoka-annos, dokumentit tai lahjat kaksin käsin, jos mahdollista.
- ☑ Vastaanota esimerkiksi saamasi käyntikortti kaksin käsin. Muista lukea se ennen kuin laitat sen taskuun.
- ☑ Asioi ryhmän johtajan tai vanhimman kanssa.

- ⊗ Luku 4 tuo huonoa onnea, koska se muistuttaa kiinaksi sanaa kuolema. Älä esimerkiksi anna hotellihuonetta neljännestä kerroksesta.
- ⊗ Jos vastaanotat lahjan, älä avaa heti. Vastaavasti jos annat lahjan, älä vaadi avaamaan sitä heti.
- ⊗ Väitteleminen tai ristiriitaisuuksien korjaaminen julkisesti voi johtaa kasvojen menetykseen, joten sitä tulisi vältellä viimeiseen asti.
- ⊗ Välttele poliittisesti herkistä aiheista puhumista. Esimerkiksi ihmisoikeudet on erityisen herkkä aihe.

MAJOITUS

Kuva: Arctic TreeHouse Hotel
Visit Finland

- Kiinalainen aamiainen on varma tapa voittaa kiinalaisten asiakkaiden sydämet puolelleen. Tarjoa vähintään mahdollisuus syödä kuppinuudeleita aamiaiseksi.
- Toivota kiinalaiset vieraat tervetulleeksi heidän omalla kielellään. (Katso luku "Hyödyllistä sanastoa kiinaksi")
- Pidä majoituspaikan käyntikortit ja esitteet näkyvillä, nämä voivat olla käytännöllisiä esimerkiksi eksyneille matkailijoille.
- Kiinassa tupakoiminen on yleistä. Ohjeista vieraita tupakointialueista ja tupakointikielloista. Kiinalaisissa hotelleissa huoneissa polttaminen on normaalia, vaikka se on periaatteessa kiellettyä.
- Auta matkailijoita tutustumaan alueeseen paremmin ja tarjoa esitteitä ja karttoja kiinankielellä.
- Kiinalaiset haluavat yleisimmin sekä maksaa, että varata majoituksensa mobiilisovellusten kautta.

- Kiinalaisissa hotelleissa hygieniatuotteet kuuluvat huoneen hintaan ja he odottavat tätä myös ulkomaille matkustaessaan. Mikäli tarjoatte hygieniatuotteita ainoastaan pyydettäessä, mainitkaa tästä etukäteen.
- Tarjoa kertakäyttöiset sandaalit kiinalaisille hotellivieraille. He eivät ole tottuneet kulkemaan pelkästään sukkasiltaan.

Kuva: Juho Kuva
Visit Finland

- Varusta huoneet vedenkeittimellä ja ilmaisilla teepusseilla. Kiinalaiset (varsinkin vanhempi sukupolvi) uskovat, että kylmä vesi on terveydelle haitallista, ja kehon ei tulisi haaskata energiaa kylmän veden lämmittämiseen. Vedenkeittimellä he voivat myös valmistaa itse kuppinuudeleita.
- Kerro heille hanaveden olevan juomakelpoista, Kiinassa se ei sitä ole.
- Mikäli kielimuuri vaikeuttaa kommunikointia, katso oppaasta luku "Digitaaliset alusta", jossa kerrotaan lisää käännössovelluksista.

RAVINTOLAT

Kuva: Olli Oilinki
Visit Finland

- Toivota kiinalaiset tervetulleeksi kiinan kielisillä opasteilla. (Katso luku "Hyödyllistä sanastoa kiinaksi").
- Kommunikointiongelmien avuksi on olemassa monia käännössovelluksia. Katso oppaasta luku "Digitaaliset alustat" jossa kerrotaan lisää käännössovelluksista.
- Tarjoa aina ilmaista kuumaa vettä tai teetä. Kiinalaiset uskovat kylmän veden olevan terveydelle haitallista.
- Kun tarjoat teetä, muista että monet länsimaiset mustat teet ovat liian vahvoja kiinalaiseen makuun. Esimerkiksi kamomillatee toimii, mikäli kiinalaista vihreää teetä ei ole saatavilla.
- Kiinalaiset myös yleensä pitävät muistakin lämpimistä juomista. Kiinassa myös olut tai mehu juodaan usein lämpimänä.
- Ole erityisen huomioonottava vanhempia sukupolvia ja lapsia kohtaan.
- Yritä etsiä kiinalaisesta ryhmästä ryhmän "johtaja" ja ota kaikki tilaukset tämän henkilön kautta. Johtaja on yleensä mies.
- Jos mahdollista, tarjoa aina molemmilla käsillä annokset tai kulhot yms. Molemmilla käsillä asioiden tarjoaminen on merkki kunnioituksesta.
- Jos kiinalaiset juovat illallisen kanssa alkoholijuomia, niitä juodaan vain ruoan kanssa. Kun syöminen loppuu, loppuu myös juominen.
- Kiinalaiset ovat ruokaillessaan usein todella äänekkäitä. Keskustelu on kovaäänistä, ja ruokaa myös yleensä pureskellaan äänekkäästi. Ruoan kovaääninen "maiskuttelu" on kohteliaisuus, ja kertoo siitä, että ruoka on maittavaa.

- Kiinalaiset haluavat maistaa useita eri ruokia yhden aterian aikana. He tilaavat usein monta erilaista annosta, ja jakavat ne keskenään. Ehdota heille monipuolisesti erilaisia ruokalajeja, joissa on erilaisia lihoja ja kasviksia. Erityisesti he hakevat paikallisia makuelämyksiä.
- Kerro tarina ruoan takana. Esimerkiksi: mistä ruoka on peräisin tai kuka sen on poiminut.
- Kiinalaiset ottavat paljon kuvia ruoka-annoksista. Varmista, että annokset näyttävät hyvältä. Ruokakuvia jaetaan paljon sosiaalisessa mediassa.
- Kiinalaiset eivät yleensä välitä järjestyksestä, jossa annokset tarjotaan.
- Suurimmalla osalla kiinalaisista on laktoosi-intoleranssi. Pyri välttämään tarjoamasta maitotuotteita.

Muutama extravinkki:

- Jos vastaanotat ryhmän, välitä kaikki informaatio ryhmänjohtajan kautta.
- Ryhmämatkailijoilla on tiukka aikataulu, ja ruokailut hoidetaan nopeasti. Pyri tehokkaaseen palveluun ja valmistelemaan etukäteen mahdollisimman paljon.
- Jos ryhmässä on selkeä hierarkia, pyri tarjoilemaan tärkeysjärjestyksessä. Konfutselaiseen tapaan miehet tulevat ennen naisia, ja vanhat ennen nuoria.

6
Kuva: Julia Kivelä
Visit Finland

NÄHTÄVYYDET

- Mikäli kohteellasi on audio-opas, varmista, että kuunneltava nauha on myös kiinaksi.
- Audio-oppaat ovat suosittuja kiinalaisissa nähtävyyksissä. Varmista, että matkatoimistot ja oppaat tietävät tarjolla olevasta oppaasta, koska tämä voi kasvattaa kohteesi kävijämäärää.
- Painota mahdollisia yhteyksiä julkisuuden henkilöihin, kuva supertähdestä tai valtionjohtajasta vierailemassa kohteessasi saa arvostusta kiinalaisilta.
- Lähetä tietopaketti kohteestasi matkatoimiston oppaalle ennen ryhmän saapumista, jotta he voivat kertoa ryhmälle vierailusta etukäteen.
- Huomio vanhemmat ja nuoremmat vierailijat. Varmista kohteellesi esteetön pääsy.
- Kiinalaiset pitävät superlatiiveista. Kuvaile kohdettasi rohkeasti esimerkiksi sanoin suurin, hienoin tai vanhin.
- Tarinallista kohteesi ja kerro sen historiasta, näin kohde jää vierailijoille paremmin mieleen.
- Kiinalaiset matkailijat ottavat paljon kuvia nähtävyyksistä ja poseeraavat mielellään niiden edessä. Kerro heille kuvauksellisest kohdat ikuistaa vierailu!
- Näkyvyys kiinalaisilla sosiaalisen median kanavilla (WeChat, Weibo yms.) voi lisätä kohteesi houkuttelevuutta kiinalaisten silmissä.

Kuva: Harri Tarvainen/
North Karelia
Visit Finland

OHJELMAPALVELUT

- Ohjeista säänmukaisten varusteiden ja pukeutumisen tärkeydestä. Kiinalaiset eivät ole tottuneet suomalaisiin sääolosuhteisiin.
- Kerro tarina aktiviteetin takana. Kävikö joku (kiinalainen) kuuluisuus myös tekemässä tätä aktiviteettia? Yhteydet julkisuuden henkilöihin saavat kiinalaisilta arvostusta.
- Muista valokuvat. Luo tilanteita jossa kuvaaminen onnistuu ja saa hienoja valokuvia.
- Muista tauot. Ohjeista tupakointialueista ja wc-tiloista.
- Kiinalaiset haluavat kokeilla paljon erilaisia aktiviteetteja, joten järjestä ohjelmaa monipuolisesti. He eivät välttämättä halua syventyä pelkästään yhteen asiaan.
- On tärkeää, että kotona voi näyttää kuvia ja kertoa tarinoita eri aktiviteeteista. Myös sosiaalisessa mediassa halutaan jakaa kokemuksia ja kuvia.
- Ryhmillä voi olla kiireinen aikataulu. Jätä aikatauluihin sopivasti pelivaraa, ettei tule liian kiire tehdä kaikkea.

Kuva: Harri Tarvainen/Visit Karelia
Visit Finland

DIGITAALISET ALUSTAT

Verkkosivut

- Suurin osa länsimaisista verkkosivuista ei toimi Kiinassa. Esimerkiksi Googlen palveluihin kiinalaisilla ei ole pääsyä.
- Tavoittaaksesi parhaiten kiinalaisia asiakkaita, varmista, että nettisivustosi toimii puhelimella. Yli 80% kiinalaisista internetin käyttäjistä käyttää sitä älypuhelimella.
- Myös matkan varaaminen tapahtuu useimmiten älypuhelimella. Linkitä sivustosi kiinalaiseen sosiaaliseen mediaan ja varmista, että sivustolle pääsee myös Kiinasta.
- Jos mahdollista, rekisteröi sivustollesi kiinalainen .cn pääte, jolla varmistat kiinalaisten pääsyn sivuille. Kiinan palomuurista johtuen muille kuin .cn päätteisille sivustoille pääseminen voi olla hidasta, vaikka sitä ei olisi estetty kokonaan.

Ohjeet .cn päätteen rekisteröimiseksi löydät esimerkiksi *täältä.*

WeChat

- WeChat on ehdottomasti suurin ja paras kanava tavoittaa kiinalaisia asiakkaita. WeChatin käyttäjämäärä nousi jo yli miljardiin vuoden 2018 lopussa.
- Sovelluksen pääasiallinen tarkoitus on viestien lähettäminen. WeChatillä pystyy kuitenkin myös tekemään tilapäivityksiä ja jakamaan kuvia Facebookin tapaan, ja maksamaan laskuja ja ostoksia.
- Lisäksi sen avulla pystyy tekemään monia muita asioita lentolippujen ja hotellihuoneen varaamisesta lähtien. WeChatia voisi kutsua ”all-in-one” sovellukseksi ja se onkin kiinalaisilla jokapäiväisessä käytössä.
- WeChatiin voi myös luoda yrityskäyttäjän eli "WeChat Official Account:in", jonka avulla voi markkinoida ja viestiä kiinalaisten asiakkaiden kanssa. Official Account on samantyyppinen kuin Facebook sivu, muutamia eroavaisuuksia kuitenkin löytyy.
- Voit valita joko Subscription käyttäjän, tai Service käyttäjän. Subscription käyttäjällä pystyt julkaisemaan sisältöä useammin, kun taas Service käyttäjällä on monipuolisemmat ominaisuudet.

Yritystilin voit luoda *täällä,*
ja ohjeet yritystilin luomiseen ja lisätietoa löydät *täältä.*

Weibo

- Weiboa kuulee usein kutsuttavan "Kiinan Twitteriksi".
- Se oli aikasemmin ainoa toimiva sosiaalinen media Kiinassa, mutta nykyisin WeChat on noussut suosituimmaksi sosiaalisen median alustaksi.
- Weibo soveltuu erityisesti uutisten ja lyhyen sisällön julkaisuun.
- Tehokkain sosiaalisen median alusta julkaista myös erilaisia äänestyksiä tai arvontoja.
- Kuvat ovat tärkeässä osassa sisältöä.

Ctrip

- Ctrip.com on Kiinan yhden pysähdyksen matkatoimisto.
- Ctrip tarjoaa asiakkailleen eritasoisia majoitusvaihtoehtoja, bussi -juna sekä lentolippuja, pakettimatkoja ja muita matkapalveluita.
- Ctrip on kasvanut valtavasti vuoden 1999 perustamisensa jälkeen ja siitä on kasvanut Kiinan johtava matkayhtiö.

Käännössovellukset

- Kommunikointivaikeuksien tueksi on olemassa muutamia käännössovelluksia.
- Google Kääntäjä toimii kiinan kielen kääntämisessä pääosin kohtalaisen hyvin, ainakin perussanojen ja -lauseiden käännöksissä. Sen avulla pystyy kääntämään myös suoraan suomen kielestä, tosin luotettavamman käännöksen saat, jos käytät englantia.
- Kiinalaiset käyttävät itse pääasiassa Baidu Translatea, Googlen sovellukset kun on Kiinassa estetty. Baidu Translate voi olla tosin hieman hankalakäyttöinen suomalaiselle, sillä sovellus on kiinaksi.
- Sekä Baidu Translate että Google Translate osaavat myös kääntää suoraan puheesta, tosin vaihtelevalla menestyksellä. Puhu selkeästi ja hitaasti saadaksesi luotettavamman käännöksen.
- Myös WeChatin välityksellä lähetetyt viestit on mahdollista kääntää kätevästi joko kiinasta englanniksi tai toisinpäin suoraan sovelluksessa.

MAKSUTAVAT

Mobiilimaksutavat ovat yleistyneet Kiinassa vauhdilla. Suosituimmat mobiilimaksutavat ovat Alipay ja WeChat Pay. Nämä maksutavat ovat käytössä lähes jokaisella Suomeen tulevalla matkailijalla. Kiinassa voi nykypäivänä hoitaa kaikki maksut puhelimella, vuokrista ja sähkölaskuista lähtien. Myös kiinalainen maksukortti UnionPay on yleistymässä Euroopassa.

Kiinalaiset matkailijat arvostavat, jos matkakohteessa pystyy käyttämään heille tuttuja maksutapoja. Tarjoamalla kiinalaista maksutapaa voi yrittäjä parhaimmillaan kasvattaa myyntiä huomattavasti. Että saisi suurimman hyödyn irti, yrittäjän tulisi viestiä näkyvästi, että nämä maksutavat kelpaavat.

Alipay

- mobiililaitteilla toimiva maksutapa
- yli miljardi käyttäjää maailmanlaajuisesti, mikä tekee siitä maailman suurimman digitaalisen maksutavan.
- Maksutapahtumat tehdään QR-koodien avulla.
- Alipayn avulla voi myös mainostaa ja tarjota esimerkiksi erilaisia alennus- tai tarjouskuponkeja Alipayn käyttäjille.

WeChat Pay

- Alipayn jälkeen toiseksi suosituin mobiilimaksutapa.
- Sillä on kuukausittain noin 800 miljoonaa käyttäjää.
- WeChat Pay toimii samaan tapaan mobiililaitteilla QR-koodien avulla kuin Alipay.

UnionPay

- Maailman kolmanneksi yleisin maksukortti, ja Kiinassa ylivoimaisesti yleisin.
- Kelpaa Suomessa yhä useammassa paikassa, kuten Helsinki-Vantaan lentokentällä ja Finnairin lentokoneissa.

Kuva: Jussi Hellstén
Visit Finland

Mitä hyötyä yrittäjälle?

- Madaltaa asiakkaan kynnystä käyttää suurempia summia (monesti ei suuria summia käteisenä mukana).
- Pelkästään Alipay, Wechat Pay tai UnionPay logo yrityksen ovessa voi houkuttaa kiinalaisen matkailijan asioimaan liikkeessä. Kiinalainen valitsee mielellään sen yrityksen, jossa nämä maksutavat kelpaavat.
- Kiinalaisten maksutapojen hyväksyminen yrityksessä voi kasvattaa myyntiä.

Mitä hyötyä matkailijalle?

- Ei tarvitse vaihtaa rahaa
- Mobiilimaksut (Alipay, Wechat Pay) käytössä jokaisella kiinalaisella, ja he ovat tottuneet käyttämään niitä joka paikassa.
- Turvallisuus. Ei tarvitse kantaa suuria summia käteistä mukana.
- Kiinalainen kokee arvostuksen osoituksena, jos hänelle tuttu maksutapa on käytössä.

Tiesitkö?

Mobiilimaksuissa sekä myyjä että matkailija näkee maksun omassa valuutassaan.

Kuinka ne toimivat?

Alipay

- Suomessa yrittäjä voi saada Alipayn voi saada käyttöönsä esimerkiksi ePassin kautta.
- Ensin tehdään kauppiassopimus, johon tarvitsee perustiedot yrityksestä. Sen jälkeen luodaan tunnukset ja käyttäjä ePassin järjestelmään.
- Jos ePassin järjestelmä on jo käytössä, siihen voi liittää Alipayn.
- Alipay on integroitu ePassin omaan järjestelmään. Maksut näkee reaaliaikaisesti mobiilisovelluksesta.
- Kauppias syöttää summan sovellukseen, jonka jälkeen lukee kameran kautta QR-koodin asiakkaan näytöltä.
- Yritykselle voidaan myös perustaa markkinointia varten oma sivusto Alipayn alustalle.
- Saa käyttöön noin kahdessa päivässä.
- Ei kiinteitä kuluja, vain myyntiin perustuva komissio, n. 2%.
- Samalla sopimuksella voi saada käyttöönsä myös WeChat Payn.

Lisätietoja ja käyttöönotto *täältä*

WeChat Pay

- WeChat Payn voi saada käyttöönsä ePassin lisäksi myös Avainteciltä.
- Ensin hakemus AvainPayn sivuilla, johon täytetään yrityksen tiedot. Kun taustat on selvitetty ja kunnossa, saa palvelun heti käyttöön, yleensä muutamassa arkipäivässä.
- Yritys saa oman tulostettavan QR-koodin, jonka asiakas skannaa itse puhelimellaan maksua varten.
- Maksuja voi seurata kirjautuneena AvainPayn sivustolle.
- Ei kiinteitä kuluja, vain myyntiin perustuva komissio, joka on 1-3% maksutapahtumasta.

Lisätietoja ja käyttöönotto *täältä*

UnionPay

- UnionPayn voi kauppias saada käyttöönsä Netsiltä, ja se kuuluukin nykyisin kaikkiin kauppiassopimuksiin. UnionPayn lisäksi samalla sopimuksella käyttöönsä myös esimerkiksi JCB:n maksut.
- Tällä hetkellä kaikki Netsin toimittamat maksupäätteet tukee UnionPayta. Maksupäätteen voi joutua päivittämään tarpeen vaatiessa.
- Ei kiinteää kuukausiveloitusta, toteutuneista maksutapahtumista provisio. Provisiotaso neuvotellaan kauppiaan kanssa erikseen. Ero ei kuitenkaan ole muihin EU-alueen ulkopuolelta tuleviin maksuihin merkittävä.
- Netsiltä saa myös käyttöön DCC-palvelun (Dynamic Currency Conversion). Asiakas voi maksupäätteellä valita, maksaako omalla valuutallaan vai euroissa. Kauppias saa jokaisesta DCC maksusta 1 prosentin palkkion.

Lisätietoja ja käyttöönotto *täältä*

Kuva: Ari-Pekka Darth
Visit Finland

TURVALLISUUS

Yleistä turvallisuudesta

- Kiinalaiset pitävät matkakohteen turvallisuutta yhtenä tärkeimmistä tekijöistä matkakohteen valinnassa.
- Matkailuyrittäjän tulisi kiinnittää erityistä huomiota turvallisuuteen, kun asiakkaana on kiinalainen. Turvallisuusohjeet tulisi olla selkeästi kiinan kielellä.
- Suurkaupungista kotoisin olevalla kiinalaisella matkailijalla ei välttämättä ole kokemusta luonnosta tai eläinten kanssa toimimisesta.
- Selkeät ohjeet hätätilanteen tai onnettomuuden varalle luo turvallisuudentunnetta kiinalaiselle matkailijalle.

Autoilu

- Kiinalaisella ajokortilla on saanut ajaa autoa Suomessa vuodesta 2018 lähtien.
- Autoa vuokratessa kiinalaiselle matkailijalle tulee muistaa, että Kiinassa liikennekulttuuri on hyvin erilainen.
  Myös keliolosuhteet poikkeavat suuresti Suomesta.
- Liikenneturva ja Liikennevakuutuskeskus ovat tehneet yksinkertaisen oppaan ''Autolla Suomessa'', jossa on perusohjeita Suomessa autolla liikkumiseen.

Opas on käännetty muun muassa suomeksi, kiinaksi ja englanniksi.

Oppaan voi ladata *täältä.*

HYÖDYLLISTÄ SANASTOA KIINAKSI

Kiinalaiset arvostavat, jos heidän kanssaan pystyy kommunikoimaan edes muutaman sanan kiinaksi. Heidän kanssaan toimimista helpottaa, jos yrityksessä on perusasioita osoitettu kiinan kielellä. Tästä esimerkkinä sisään- ja uloskäynnit. Kokosimme hotelleille, majoitusliikkeille ja ohjelmapalveluyrityksille hyödyllistä sanastoa kiinaksi.

Perussanastoa

Ilmainen sisäänpääsy 免费入场 (miǎnfèi rù chǎng)
Sisäänkäynti 入口 (rùkǒu)
Uloskäynti 出口 (chūkǒu)
Ilmainen Wifi 免费WIFI (miǎnfèi WIFI)
Vain henkilökunta 闲人免进 (miánrén miǎn jìn)
Savuton alue 无烟区 (wú yān qū)
Älä koske 请勿用手摸 (qǐng wù yòng shǒu mō)
Kysyttävää, soita ... 请拨打 (qǐng bōdǎ)
WC:t 洗手间 (qǐshǒujiān)
Kuuma vesi 热水 (rè shuǐ)

Tervehdyksiä

Tervetuloa – 欢迎 (huānyíng)
Hei - 你好 (nǐ hǎo)
Mitä kuuluu? – 你好吗? (nǐ hǎo ma)
Kiitos– 谢谢 (xièxie)
Huomenta - 早上好 (zǎo shàng hǎo)
Näkemiin - 再见 (zài jiàn)
Hyvää uutta vuotta 新年快乐 (xīnnián kuàilè)

Hotellitilat

Kahvila – 咖啡馆 (kāfēi guǎn)
Ravintola – 餐馆 (cānguǎn)
Kiinalainen ruoka – 中餐 (zhōngcān)
Pesula – 洗衣房 (xǐ yī fáng)
Pesulapalvelu – 洗衣服务 (xǐyī fúwù)
Hissi – 电梯 (diàntī)
Savuton huone – 无烟房 (wú yān fáng)
Vastaanotto – 前台 (qiántái)
Kokoustilat – 会议设施 (huìyì shèshī)
Huonepalvelu – 客房服务 (kèfáng fúwù)
Valuutan vaihto – 货币兑换服务 (huòbì duìhuàn fúwù)
Kuntosali – 健身房 (jiànshēnfáng)
Uima-allas – 游泳池 (yóuyǒngchí)
Pysäköintitilat – 停车场 (tíng chē chǎng)

Huonesanastoa

Tallelokero – 保险箱 (bǎoxiǎnxiāng)
Puhelin– 电话 (diànhuà)
WiFi Internet, langaton verkkoyhteys – 无线上网 (wúxiàn shàngwǎng)
Kattila – 开水壶 (kāishuǐ hú)
Silitysrauta ja -lauta – 电熨斗、熨衣板 (diànyùndǒu, yùn yī bǎn)
Hiustenkuivaaja – 吹风机 (chuīfēngjī)
Ilmastointi – 空调 (kòngtiáo)

Vastaanotossa

Matkatavarat, laukku – 行李 (xínglǐ)
Sisäänkirjautuminen – 登记 (dēngjì)
Uloskirjautuminen – 退房 (tuì fáng)
Pantti, vakuus – 押金 (yājīn)
Yhden hengen huone – 单人间 (dān rénjiān)
Kahden hengen huone (yksi iso sänky) – 双人间 (大床) (shuāng rénjiān (dà chuáng))
Kahden hengen huone (kaksi sänkyä) – 双人间（双床) (shuāng rénjiān (shuāng chuáng))
Aamiainen – 早餐 (zǎocān)

Aamiaisbuffet

Kahvi - 咖啡 (kāfēi)
Juusto - 奶酪 (nǎi lào)
Kermajuusto - 奶油乳酪 (nǎiyóu rǔlào)
Kinkku - 火腿 (huǒtuǐ)
Maito - 牛奶 (niúnǎi)
Kaurapuuro - 燕麦粥 (yànmài zhōu)
Vadelmahillo - 树莓酱 (shù méi jiàng)
Mansikkahillo - 草莓酱 (cǎoméi jiàng
Makkara - 香肠 (xiāngcháng)
Kalkkuna - 火鸡 (huǒ jī)
Munakokkeli - 炒鸡蛋 (chǎo jīdàn)
Lihapullat - 肉丸 (ròu wán)
Sinappi - 芥末 (jièmò)
Omenasose - 苹果酱 (píngguǒ jiàng)
Vihreä tee - 绿茶 (lǜchá)
Musta tee - 红茶 (hóngchá)
Suolakurkku - 腌黄瓜 (yān huángguā)
Voi - 牛油 (niú yóu)
Jogurtti - 酸奶 (suānnǎi)

Ohjelmapalvelusanastoa

Moottorikelkka - 雪地摩托 (xuě dì mótuō)
Hiihtäminen - 越野滑雪 (yuèyě huáxuě)
Laskettelu - 滑雪 (huáxuě)
Lumilautailu - 单板滑雪 (dān bǎn huáxuě)
Nuotio - 篝火野营 (gōuhuǒ)
Luistelu - 溜冰 (liūbīng)
Marjastaminen - 浆果采摘 (jiāngguǒ cǎizhāi)
Sienestäminen - 蘑菇采摘 (mógū cǎizhāi)
Uiminen - 游泳 (yóuyǒng)
Avantouinti - 冰泳 (bīng yǒng)
Pilkkiminen - 冰钓 (bīng diào)
Husky ajelu - 哈士奇农场 (hàshiqí nóngchǎng)
Poro ajelu - 驯鹿之旅 (xùnlù zhī lǚ)

LÄHTEET

Yleistä

Berling J. 2019. Confucianism.
https://asiasociety.org/education/confucianism. 28.8.2019.

Hong, T., Hopcroft, A. 2013. The differences between Western and Chinese culture. University of Nottingham.
http://blogs.nottingham.ac.uk/chinesestudies/2013/08/18/the-differences-between-western-and-chinese-culture. 24.6.2019.

Kim, P. 2016a. What is "Mianzi". TutorMing.
http://blog.tutorming.com/business/what-does-mianzi-mean. 17.7.2019.

Lahtinen, J. 2014. Kiinalaisen ja länsimaisen kulttuurin eroja.
http://ekulma.kulmat.fi/kirjasto/Kiinalaisen-ja-lnsimaisen-kulttuurin-eroja/.17.7.2019

Pasanen, K & Pesonen, J. 2016. Kiinalaiset matkailijat Suomessa. Itä-Suomen yliopisto, matkailualan opetus ja tutkimuslaitos.
http://epublications.uef.fi/pub/urn_nbn_fi_uef-20161182/urn_nbn_fi_uef-20161182.pdf. 19.7.2019

UNWTO. 2019. Guidelines for Success in the Chinese Outbound Tourism Market.
https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421138. 22.9.2019.

Majoitus

Chinavia. 2019. China Ready Advice for Hotels.
https://www.visitcopenhagen.com/chinavia/copenhagen/china-ready-advice-hotels. 13.9.2019.

SiteMinder. 2019. Ask the hotel experts: "Attracting Chinese tourists is no longer one-size-fits-all".
https://www.siteminder.com/r/marketing/hotel-digital-marketing/attract-chinese-tourists-hotel. 13.11.2019.

Ravintolat

Chinavia. 2019. Good Advice for restaurants.
https://www.visitcopenhagen.com/chinavia/copenhagen/good-advice-restaurants. 13.9.2019.

Genetics Home Reference. 2019. Lactose Intolerance.
https://ghr.nlm.nih.gov/condition/lactose-intolerance#sourcesforpage. 13.11.2019.

Hotels.com. 2018. Chinese International Travel Monitor.
https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2018-08/citm_2018_report_english.pdf. 10.10.2019

Nähtävyydet

Chinavia. 2019. Good Advice for Attractions & Cultural Institutions.
https://www.visitcopenhagen.com/chinavia/copenhagen/good-advice-attractions-cultural-institutions. 13.9.2019.

Ohjelmapalvelut

Regiondo. 2019. How to Attract Chinese tourists. The Complete Guide for Tour and Activity Providers.
https://trello-attachments.s3.amazonaws.com/5aabce109c33294da4d5e949/5c51a170e2b0394a892d8e7c/2ca7a2e8110b163f82efc4c152fb3407/How_to_Attract_Chinese_Tourists.pdf. 10.10.2019.

Digitaaliset alustat

Khrapal A. 2019. Everything you need to know about WeChat — China's billion-user messaging app. *https://www.cnbc.com/2019/02/04/what-is-wechat-china-biggest-messaging-app.html.* 24.9.2019.

Leung Muk Wun. What is Weibo? And how to use it to promote your brand in China. *https://walkthechat.com/is-weibo-still-popular-in-china/.* 9.10.2019.

Regiondo. 2019. How to Attract Chinese tourists. The Complete Guide for Tour and Activity Providers. *https://trello-attachments.s3.amazonaws.com/5aabce109c33294da4d5e949/5c51a170e2b0394a892d8e7c/2ca7a2e8110b163f82efc4c152fb3407/How_to_Attract_Chinese_Tourists.pdf.* 9.10.2019.

QP software. 2019. How to create a WeChat account as a foreign company. *https://qpsoftware.net/blog/how-create-wechat-official-account-foreign-company.* 24.9.2019.

QP software. 2019. HOW TO REGISTER A CHINESE (.CN) DOMAIN NAME - COMPLETE GUIDE. *https://qpsoftware.net/blog/how-register-chinese-cn-domain-name-complete-guide.* 9.10.2019.

Wei Zhou. 2016. WeChat & Weibo ABC. *https://www.businessfinland.fi/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/wechat-and-weibo-abc_2016.pdf.* 9.10.2019.

Maksutavat

Alipay. 2019. *https://intl.alipay.com/.* 25.9.2019.

Avainpay. 2019. *https://avainpay.com/.* 18.9.2019.

Eronen E. 2019. Kiinalainen mobiililompakko Wechat Pay leviää maksuvälineeksi myös suomalaisravintoloihin. *https://www.talouselama.fi/uutiset/kiinalainen-mobiililompakko-wechat-pay-leviaa-maksuvalineeksi-myos-suomalaisravintoloihin/b5148e9b-5b19-4f17-86ac-2c1cbe30711a.* 24.9.2019.

Epassi. 2019. *https://www.epassi.fi/fi/epassi-alipay-suomi.* 25.9.2019.

Hollmérus D. 2019. Business Coordinator. Avaintec Oy. Puhelinhaastattelu 18.9.2019.

Nets. 2019. *https://www.nets.eu/fi/payments/maksut-myymalassa/korttitilitykset/.* 26.9.2019.

Nittoli D. 2019. Mobile Payment Specialist. ePassi Oy. Puhelinhaastattelu 25.9.2019.

Passoja A. 2017. Yle. Kiinalaiset maksutavat yleistyvät vauhdilla Lapissa ja Helsingissä. *https://yle.fi/uutiset/3-9396643.* 18.9.2019.

Terhemaa A. 2016. Kauppalehti. UnionPay kortilla kiinalaisten kukkarolle. *https://www.kauppalehti.fi/uutiset/unionpay-kortilla-kiinalaisten-kukkarolle/b0f93d07-b0a7-3db8-9d10-b7914608477d.* 26.9.2019.

Vilkki V. 2019. Business Manager. Nets Oy. Puhelinhaastattelu 26.9.2019.

Turvallisuus

Liikenneturva. 2019. Autolla Suomessa. *https://www.liikenneturva.fi/fi/liikenteessa/autolla-suomessa.* 12.9.2019.

Pitkänen K. 2017. Aamulehti. Kiinan ajokortti on pian pätevä Suomessa – Pärjääkö kiinalainen autoilija lumella? *https://www.aamulehti.fi/uutiset/kiinan-ajokortti-on-pian-pateva-suomessa-parjaako-kiinalainen-autoilija-lumella-200474724.* 12.9.2019.

Hyödyllistä sanastoa kiinaksi

Chinavia. 2019. Signage bank. *https://www.visitcopenhagen.com/chinavia/copenhagen/signage-bank.* 17.9.2019.

Chinavia. 2019. Useful words and phrases –Hotel. *https://www.visitcopenhagen.com/sites/default/files/asp/visitcopenhagen/Visit-sites/Chinavia/PDF/hotel_phrasebook.pdf.* 17.9.2019.

Kuvat

Kansilehti:
Tommi Kekäläinen. 2018.
Toni Liimatainen. 2014.
Sisällys:
Panda: Pixabay. *https://pixabay.com/fi/photos/panda-panda-bear-el%C3%A4inten-3555554/*
Vuori: Pixabay. *https://pixabay.com/fi/photos/keltainen-vuoret-vuori-vaaka-kiina-532857/*
Ruoka: Pixabay. *https://pixabay.com/fi/photos/dumplings-kiina-ruoka-alkupala-3315963/*
Lyhty: Pixabay. *https://pixabay.com/fi/photos/punainen-lyhty-kiinalainen-uusivuosi-1202514/*
Muuri: Tommi Kekäläinen
Auringonlasku: Pixabay. *https://pixabay.com/fi/photos/auringonlasku-kiina-pagodi-952629/*
Yleistä:
Jussi Hellstén. 2015. Business Finland mediapankki.
Pixabay. *https://pixabay.com/fi/photos/dragons-kiinan-thaimaa-ornamentti-1124668/*
Majoitus:
Arctic TreeHouse Hotel. 2017. Business Finland mediapankki.
Juho kuva. 2012. Business Finland mediapankki.
Ravintolat:
Julia Kivelä. 2017. Business Finland mediapankki.
Olli Oilinki. 2016. Business Finland mediapankki.
Nähtävyydet:
Harri Tarvainen/North Karelia. 2018. Business Finland mediapankki.
Ohjelmapalvelut:
Harri Tarvainen/Visit Karelia. 2019. Business Finland mediapankki.
Digitaaliset alustat:
Ctrip logo: *https://cdn-finnairshop.ecom.finnair.com/img/media/1200/scale/partners/Ctrip-logo.png*
Weibo logo: *https://cdn.worldvectorlogo.com/logos/sina-weibo.svg*
Wechat logo: *https://cdn.worldvectorlogo.com/logos/wechat.svg*
Maksutavat:
Alipay logo: *https://intl.alipay.com/doc/website_hk/design*
Ari-Pekka Darth. 2013. Business Finland mediapankki.
Jussi Hellstén. 2015. Business Finland mediapankki.
Wechat pay logo: *https://in-cgn.com/wp-content/uploads/2018/07/WeChat-Logo-02.png*
Unionpay logo: *https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/1/1b/UnionPay_logo.svg/1200px-UnionPay_logo.svg.png*
Turvallisuus:
https://jeshoots.com/traffic-light-on-green-2/.
Hyödyllistä sanastoa kiinaksi:
https://www.pexels.com/photo/gray-concrete-wall-2599543/.