

# Популярные онлайн-каналы для продвижения туристических возможностей Москвы

Материал для RUSPASS.Бизнес

*Интернет-сервисы стали незаменимыми спутниками в жизни большинства людей и главным помощником в вопросах туризма и путешествий. Цифровые платформы сегодня определяют как туристы планируют и организуют поездки, проводят время в путешествиях, а также позволяют делиться своим опытом с другими туристами, заинтересованными в поездке в определённую страну. Об этом говорят результаты онлайн-опроса Мостуризма - в исследовании приняло участие 1300 респондентов из 13 стран дальнего зарубежья<sup>1</sup>.*

## Цифровизация и туристический путь

Цифровизация – действующий тренд для большинства стран мира. Страны, составляющие ядро турпотока для Москвы<sup>2</sup> – во многом лидеры этого тренда. **Более 80% - уровень интернет-проникновения** в большинстве стран Юго-Восточной Азии, а во многих странах Ближнего Востока и Китае он превышает **90%**.

**Исключением является Индия (70%)**, что объясняется большим размером сельского населения и экономическими факторами. Также Индия обладает **наименьшим показателем по уровню проникновения социальных сетей – 31,4%**. Однако, с октября 2024 по октябрь 2025 был зафиксирован **рост уровня интернет-проникновения на 26,6%**, что говорит о стремительном росте и мы можем **ожидать значительное увеличение интернет-проникновения в будущем**.

Согласно исследованию Мостуризма, каждый 2-й опрошенный турист использует социальные сети, порталы и сайты о путешествиях или видеоблоги во время планирования поездок, при этом только каждый 3-й обращается за помощью к туристическим агентствам. Большинство туристов **доверяет онлайн-контенту** при подготовке к поездке больше всего, в первую - очередь **видеоблогам и контенту в социальных сетях**.

Чтобы построить эффективную работу по продвижению туризма в Москву и привлечь внимание путешественников, важно учитывать специфику цифровой экосистемы каждой страны.

## Китай

В Китае действуют **ограничения на работу большинства глобальных соцсетей и сервисов**, граждане страны используют **локальные аналоги**. Ведущие платформы для поиска информации о путешествиях для китайского рынка – социальная сеть «WeChat», платформы с короткими видеороликами «Doyin» (китайский бренд для «TikTok») и «Xiaohongshu», а также Weibo. Например, в 2025 на Xiaohongshu ежемесячно отправляется более 1,5 млрд запросов на тревел-контент и публикуется более 13 миллионов постов с рекомендациями по путешествиям. **Москва имеет официальные страницы в китайских социальных сетях с более 1,2 млн подписчиков**.

Китайские туристы так же чаще всего предпочитают пользоваться **собственным туристическим порталом – Strip** для организации путешествия. Помимо этого, они обращаются на **Qunar и Fliggy**.

---

<sup>1</sup> Китай, Индия, Саудовская Аравия, Катар, Кувейт, ОАЭ, Оман, Турция, Иран, Вьетнам, Индонезия, Малайзия, Таиланд

<sup>2</sup> Тот же список стран

## Индия

Для большинства индийских туристов **наиболее популярной соцсетью** выступает **YouTube** - [68% индийских путешественников](#) используют YouTube для вдохновения на путешествия. Учитывая, что [85% путешественников бронируют турпродукты онлайн](#), YouTube также выступает инструментом, с помощью которого они ищут отзывы, фото и видео доступных вариантов размещения, туристические маршруты, конкретные интересные места и сравнивают цены.

Лидер среди порталов о путешествиях – локальная индийская компания **MakeMyTrip** ([более 25 млн](#) посещений в январе 2026 года) и **Booking.com** ([более 15 млн](#) посещений в январе 2026 года).

## Ближний восток (Саудовская Аравия, Катар, Кувейт, ОАЭ, Оман, Турция, Иран)

Страны Ближнего Востока **не имеют единого коммуникационного тренда**, в разных регионах предпочитают разные онлайн-каналы. Например, в категории соцсетей **Турция** считается одной из самых активных и [крупных аудиторий](#) для **Instagram\*** - в топ-5 крупнейших рынков по числу пользователей, 32+ часов проводят в приложении в месяц. В **Саудовской Аравии** наиболее удачной платформой для размещения тревел-контента можно считать **Snapchat** - 90% пользователей платформы – это молодёжь в возрасте 13-34 лет, которая составляет ключевую демографическую группу (71% населения младше 35 лет). На сегодняшний день **официальный аккаунт Москвы в Snapchat** имеет более 9 тыс. подписчиков из Ближнего Востока.

Сервисы и порталы о путешествиях также имеют локальную специфику. Например, в **Саудовской Аравии** одним из лидеров среди порталов для туристов является локальный туристический сервис **Almosafer** (занимал 61% рынка онлайн-бронирования авиабилетов через ОТА в 2024 г.). Также на рынке стран БВ широко представлены региональные платформы Wego, Almatar, Rehlat, и международные сервисы - Booking.com, Make My Trip, Agoda.

Для всех ближневосточных стран обязательным элементом продвижения должна стать работа с мессенджерами – туристы из этих стран **часто выбирают групповые чаты в WhatsApp\* или Telegram**, где они обмениваются туристическим опытом, рассказывают об особенностях страны, которую посетили, и делятся советами о том, что посетить и посмотреть.

## Юго-Восточная Азия (Вьетнам, Индонезия, Малайзия, Таиланд)

В странах ЮВА соцсети всё чаще заменяют интернет-поисковики - **более трети населения региона использует соцсети как источник новостей**. Ключевой формат – **короткое видео**, которое становится [основным каналом](#) маркетинга и рекомендаций. **TikTok** – самая популярная платформа в **Юго-Восточной Азии** (более 343,4 млн пользователей в возрасте 18 лет и старше в конце 2025 года). [70%](#) молодых людей из Юго-Восточной Азии используют TikTok для поиска отелей, ресторанов и активностей. Также достаточно популярными платформами являются **Facebook\*** и **YouTube**.

Важную роль играют мессенджеры - 92% жителей [Малайзии](#) и [Индонезии](#) – пользователи **WhatsApp\***.

Среди [сервисов для путешествий](#) - для туристов из Юго-Восточной Азии **Agoda** лидирует по отелям во всем регионе, особенно в Таиланде, с обширным локальным ассортиментом и скидками. **Booking.com** высоко ценится повсеместно, **Trip.com** — для покупки авиабилетов.

\* Деятельность организации Meta Platforms Inc и ее продуктов Instagram, Facebook, WhatsApp и Twitter (X) запрещена на территории РФ.

# КАРТА ПОПУЛЯРНЫХ ОНЛАЙН КАНАЛОВ ПРОДВИЖЕНИЯ СРЕДИ 13 СТРАН ДАЛЬНЕГО ЗАРУБЕЖЬЯ

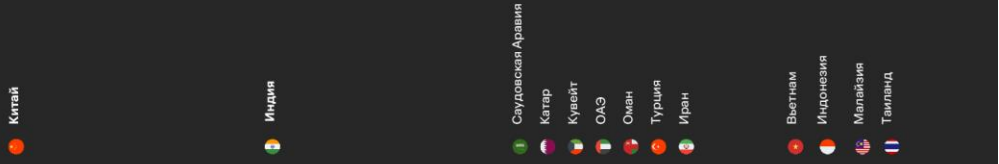
Онлайн опрос (CAWI) потенциальных туристов из 13 приоритетных стран дальнего зарубежья.

Время проведения опроса: Сентябрь 2024 г.

Выборка: 1300 человек, 100 респондентов из каждой страны:  
 – гражданство / резидентство страны  
 – посещали страны Европы в 2023-2024 гг.  
 – не посещали Россию (Москву) в 2023-2024 гг.



РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА МОСКВЫ



## Социальные сети

Открытый вопрос: «Вы указали, что используете социальные сети, как источник информации при подготовке своей поездки. Запишите, пожалуйста, какие конкретно социальные сети Вы используете для этого»

**52%** **35%**

потенциальных туристов используют социальные сети при планировании поездок

потенциальных туристов доверяют информации из социальных сетей

Китай	Индия	Саудовская Аравия	Вьетнам, Индонезия, Малайзия, Таиланд
<ul style="list-style-type: none"> <li>Doyin (TikTok)</li> <li>Xiaohongshu</li> <li>Weibo</li> <li>WeChat</li> <li>Kuaishou</li> <li>Twitter (X)*</li> <li>Bilibili</li> <li>YouTube</li> <li>Ctrip</li> <li>Zhihu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instagram*</li> <li>YouTube</li> <li>Facebook*</li> <li>Twitter (X)*</li> <li>WhatsApp*</li> <li>Google</li> <li>Reddit</li> <li>Travel Buddy</li> <li>Telegram</li> <li>TripAdvisor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instagram*</li> <li>Facebook*</li> <li>YouTube</li> <li>Snapchat</li> <li>TikTok</li> <li>Twitter (X)*</li> <li>WhatsApp*</li> <li>Telegram</li> <li>Google</li> <li>Trivago</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facebook*</li> <li>Instagram*</li> <li>TikTok</li> <li>YouTube</li> <li>Google</li> <li>Twitter (X)*</li> <li>WhatsApp*</li> <li>Telegram</li> <li>Agoda</li> <li>Zalo</li> </ul>

## Порталы и сайты о путешествиях

Открытый вопрос: «Вы указали, что используете сайты блоги о путешествиях, как источник информации при подготовке своей поездки. Запишите, пожалуйста, какие конкретно сайты блоги о путешествиях Вы используете для этого»

**46%** **32%**

потенциальных туристов используют сайты и порталы о путешествиях планировании поездок

потенциальных туристов доверяют информации с порталов и сайтов о путешествиях

Китай	Индия	Саудовская Аравия	Вьетнам, Индонезия, Малайзия, Таиланд
<ul style="list-style-type: none"> <li>Ctrip</li> <li>Qunar</li> <li>Fliggy</li> <li>Doyin (TikTok)</li> <li>Tuniu</li> <li>Tongcheng Travel</li> <li>Kuaishou</li> <li>Weibo</li> <li>Xiaohongshu</li> <li>Meituan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>MakeMyTrip</li> <li>Booking</li> <li>TripAdvisor</li> <li>Goibibo</li> <li>Yatra</li> <li>Agoda</li> <li>Airbnb</li> <li>Cleartrip</li> <li>Expedia</li> <li>Trivago</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Booking</li> <li>Almosafer</li> <li>Trivago</li> <li>TripAdvisor</li> <li>Wego</li> <li>Airbnb</li> <li>Expedia</li> <li>Skyscanner</li> <li>Etsour</li> <li>Google</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Traveloka</li> <li>Agoda</li> <li>Booking</li> <li>Trip.com</li> <li>Trivago</li> <li>TripAdvisor</li> <li>Tiket.com</li> <li>Expedia</li> <li>Google</li> <li>Mytour</li> </ul>

## Видеоблоги и видеоконтент

Открытый вопрос: «Вы указали, что используете видеоблоги о путешествиях, как источник информации при подготовке своей поездки. Запишите, пожалуйста, какие конкретно видеоблоги о путешествиях Вы используете для этого»

**49%** **38%**

потенциальных туристов используют видеоблоги о путешествиях при планировании поездок

потенциальных туристов доверяют информации из видеоблогов о путешествиях

Китай	Индия	Саудовская Аравия	Вьетнам, Индонезия, Малайзия, Таиланд
<ul style="list-style-type: none"> <li>Doyin (TikTok)</li> <li>Xiaohongshu</li> <li>Weibo</li> <li>Bilibili</li> <li>Kuaishou</li> <li>Ctrip</li> <li>WeChat</li> <li>YouTube</li> <li>Zhihu</li> </ul> <p>Интересные видеоблоги:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>房琪kiki</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>MakeMyTrip</li> <li>YouTube</li> </ul> <p>Интересные видеоблоги:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Nomadic Matt</li> <li>The Blonde Abroad</li> <li>Be My Travel Muse</li> <li>Sancharam</li> <li>Techtraveleat.com</li> <li>Varun Vagish</li> <li>Dan Flying Solo</li> <li>Drew Binsky</li> <li>Hey Nadine</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>YouTube</li> <li>TikTok</li> <li>Instagram*</li> <li>Facebook*</li> <li>Wego</li> </ul> <p>Интересные видеоблоги:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Hey Nadine</li> <li>Expert Vagabond</li> <li>The Blonde Abroad</li> <li>Nomadic Matt</li> <li>Drew Binsky</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>YouTube</li> <li>TikTok</li> <li>Facebook*</li> <li>Traveloka</li> <li>Instagram*</li> <li>Agoda</li> <li>Google</li> </ul> <p>Интересные видеоблоги:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Khoai Lang Thang</li> <li>Misa Gjone</li> <li>I Roam Alone</li> </ul>

\* деятельность организации Meta Platforms Inc и ее продуктов Instagram, WhatsApp, Facebook и Twitter (X) запрещена на территории РФ