



ALMATY
TOURISM
BUREAU

Visit Almaty

2025

Туризм Алматы

Новый масштаб путешествий



СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|----|
| ПРИВЕТСТВЕННОЕ СЛОВО | 3 |
| ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ | 5 |
| 1 МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА | 6 |
| 2 КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ АЛМАТЫ 2025 | 10 |
| 3 ПРОФИЛЬ ГОСТЯ | 14 |
| 4 ИНТЕРЕС И ПЛАНИРОВАНИЕ ПОЕЗДОК | 17 |
| 5 АВИАСООБЩЕНИЕ | 20 |
| 6 ИНФРАСТРУКТУРА ГОСТЕПРИИМСТВА | 27 |
| 7 ВПЕЧАТЛЕНИЯ | 31 |
| 8 ТРАТЫ ТУРИСТОВ | 35 |
| 9 ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ | 39 |
| МЕТОДОЛОГИЯ | 41 |
| ИСТОЧНИКИ | 42 |
| КОНТАКТЫ | 43 |



ПРИВЕТСТВЕННОЕ СЛОВО



Токсеитова Галия

Руководитель управления
туризма города Алматы

2025 год стал важным этапом в развитии туристской отрасли Алматы. За прошедший период город достиг качественно нового уровня развития, закрепив за собой статус ведущей туристской дестинации Центральной Азии и войдя в престижные списки топ-25 направлений мира по версии Bloomberg и CNN.

Итоги года убедительно подтверждают рост туристической привлекательности Алматы: поисковый интерес к городу увеличился в 1,5 раза, международный пассажиропоток вырос на 17%, Алматы уверенно занял лидирующую позицию в регионе по частоте авиасообщения среди ключевых городов Центральной Азии и Кавказа. Китай стал главным драйвером роста, обеспечив 26% общего потока посетителей, что подтверждает эффективность стратегии развития азиатского направления.

Существенным этапом в развитии отрасли стало начало реализации комплексных мер, направленных на развитие Алматинского горного кластера в среднесрочной перспективе. Инициативы охватывают мероприятия по ключевым направлениям и формируют устойчивую основу для развития горного, природного и активного туризма, а также сопутствующей инфраструктуры.

Отдельное внимание в 2025 году было уделено продвижению Алматы на международных туристских рынках. Город был представлен на ведущих международных выставках и отраслевых площадках, включая GITF и

ITB в Китае (Гуанчжоу, Шанхай, Пекин), SITF в Сеуле, ITE в Гонконге, TTG в Римини, ITB Asia в Сингапуре, WTM в Лондоне и QTM в Дохе. Участие в этих мероприятиях способствовало расширению международных контактов и укреплению позиций Алматы на глобальном туристском рынке.

В целях развития делового и событийного туризма Алматы также был представлен на ключевых международных MICE-площадках – The Meetings Show Asia Pacific в Сингапуре, IMEX Frankfurt и IBTM World Barcelona. Это позволило продвигать город как перспективную площадку для проведения международных мероприятий, конгрессов и деловых встреч.

2025 год наглядно продемонстрировал потенциал событийного туризма для Алматы. Город успешно принял крупнейшие международные события – от матчей Лиги чемпионов UEFA с участием «Реал Мадрид» до концертов мировых звезд и международного фестиваля ремёсел «ALACRAFT 2025», который объединил около 100 мастеров из 15 стран. Присвоение Алматы статуса «World Craft City» Всемирным ремесленным советом стало важным признанием города как центра этнокультурного и креативного туризма.

В прошлом году была реализована комплексная программа международного digital-продвижения туристского бренда города, ориентированная на приоритетные зарубежные рынки, а также усилено маркетинговое сотрудничество с международными авиакомпаниями.

Отчет призван служить аналитической основой для оценки текущего состояния туристской отрасли, определения дальнейших направлений её развития, а также принятия взвешенных управленческих и стратегических решений.



Visit Almaty

ПРИВЕТСТВЕННОЕ СЛОВО



Санжар Жамалов

Генеральный директор
Mastercard в Казахстане и
Центральной Азии

Дорогие друзья и коллеги!

Mastercard выступает ключевым технологическим партнером мировой индустрии путешествий, содействует развитию иностранного и внутреннего туризма, предлагая решения, технологии и консалтинг для реализации различных программ. Туризм является одной из приоритетных тем в рамках пятилетнего соглашения Digital Country Partnership между правительством Казахстана и Mastercard.

Туризм - это всегда больше, чем статистика и маршруты. Это истории о людях, их выборе и впечатлениях. Мы рады представить вашему вниманию отчет «Туризм в Алматы 2025», посвященный анализу туристического потока и развитию туризма в Алматы. Отчет подготовлен экспертами Mastercard на основе обезличенных транзакционных данных Mastercard и внешних источников, с использованием аналитической платформы Mastercard Tourism Insights.

По сравнению с отчетом «Путь туриста в Алматы» в 2024 году, который показывал, как путешественники планируют поездку, бронируют билеты, выбирают, где остановиться и проводят время в городе, нынешний обзор дает представление об Алматы как о целостной туристической экосистеме и одном из центров притяжения всего региона Центральной Азии. «Туризм в Алматы 2025» показывает, как интерес к городу конвертируется в реальные поездки, как авиационная доступность и события мирового уровня усиливают туристический поток, и какую экономическую ценность это создает для города.

Мы надеемся, что отчет станет полезным инструментом для профессионального сообщества - представителей туристической отрасли, городского акимата, экспертов отрасли и СМИ. Мы верим, что глубокое понимание туристических потоков и поведения гостей помогает принимать более взвешенные решения и создавать по-настоящему ценный и конкурентоспособный туристический продукт.

Алматы уже сегодня демонстрирует потенциал города, в который хочется возвращаться. И мы рады продолжать этот аналитический путь вместе с нашими партнерами, наблюдая, как интерес к городу превращается в долгосрочный рост и новые возможности для всей туристической экосистемы.



Visit Almaty

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

2025 год расширил масштабы туризма Алматы: интерес и поездки растут, туристический продукт расширяется вокруг природной базы, визиты удлиняются, а спрос из Азии становится устойчивым драйвером роста

Мировые тренды индустрии туризма

Опережающие темпы выхода из пандемии в сочетании с глобальными трендами спроса создают для Казахстана уникальное окно возможностей для масштабирования



В первые 9 месяцев 2025 года Казахстан превзошел поток туристов до пандемии на **42%**

Ключевые события Алматы 2025

Успешный выход Алматы на сцену мирового событийного туризма открыл возможности для усиления конверсии интереса в экономическую пользу



За 2025 год в Алматы было проведено **>11 мероприятий** мирового масштаба

Профиль гостя

Типичный гость остается соло-путешественником, прибывшим ради отдыха и досуга, однако структура рынка начинает меняться в пользу групповых и семейных поездок



84% туристов посетили город в личных целях, а доля группового туризма выросла на **3 п.п.**

Интерес и планирование поездок

Алматы – главный объект поиска в Центральной Азии с растущим горизонтом планирования. Китай лидирует по объему интереса при высокой активности новых географий



Поиск авиабилетов в Алматы вырос на **73%** к 2024 г.

Авиасообщение

Алматы укрепляет лидерство в регионе, а Китай и новые азиатские направления становятся главными точками роста



Авиапоток из 15 стран вырос на **17%**; трафик из Китая стал №1 и вырос на **62%**

Инфраструктура гостеприимства

Алматы повышает качество сервиса и балансирует цены за счет среднего сегмента на фоне самого дорогого люкса среди соседей



Уровень удовлетворенности размещением вырос на **14%**

Впечатления

Природа и активный отдых остаются основой притяжения туристов при стремительном росте интереса к культуре и искусству города



~80% интереса к Алматы сосредоточено вокруг активного отдыха и природы

Траты туристов

Алматы увеличивает туристические доходы за счёт более долгих визитов и притока новых гостей: рост трат за поездку достигнут без значительного удорожания дневного чека



Средние траты гостя Алматы за поездку выросли на **15%**

Взгляд в будущее

В 2026 году Алматы одновременно усилит доступность и насыщенность поездки благодаря расширению международной авиасети и открытию новых культурных пространств



Как минимум **4** новых авианаправления и **3** культурных пространства откроются в 2026 г.



+40%

рост расходов гостей Алматы из анализируемых стран в 2025 году



ТУРИЗМ АЛМАТЫ

1 МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Опережающие темпы выхода из пандемии в сочетании с глобальными трендами спроса создают для Казахстана уникальное окно возможностей для масштабирования отрасли

1.1 Казахстан восстановил турпоток на два года раньше мира и сохраняет потенциал опережающего роста на фоне увеличения доли туризма в мировом ВВП до 11,4% к 2034 году

Мировая туристическая отрасль преодолела последствия пандемии и вступила в фазу долгосрочного роста. В 2024 году вклад туризма в мировой ВВП восстановился до докризисных значений, составив 10% или 10,9 трлн долларов в реальных ценах.

Согласно прогнозам World Economic Forum совместно с World Travel & Tourism Council, к 2034 году этот показатель вырастет до \$16 трлн.

Туризм составит 11% мирового ВВП при среднегодовом темпе роста в 4%. На мировом фоне Центральная Азия выделяется как один из самых динамичных регионов мира: ожидается, что темпы среднегодового роста вклада туризма в региональный ВВП на горизонте до 2033 года составят 6,2%, что значительно опережает среднемировую динамику.

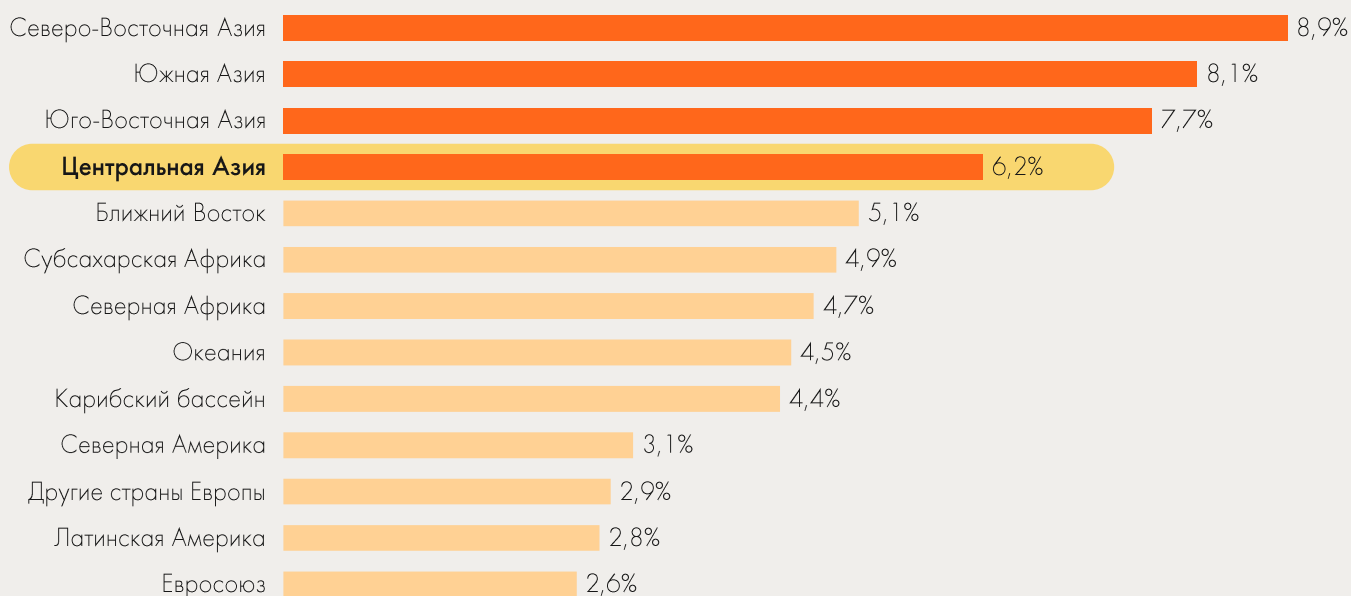
Вклад туризма в мировой ВВП

2019 – 2024 фактические значения, 2034 – прогноз



Источник: World Economic Forum. Travel and Tourism at a Turning Point (2025)¹

Прогноз среднегодового роста вклада туризма в ВВП региона 2023 – 2033 гг.



Источник: World Economic Forum. Travel and Tourism at a Turning Point (2025)¹



Visit Almaty

В то время как глобальный рынок только завершает возврат к допандемийным объемам, Казахстан уже перешел в фазу активного роста. Преодоление порога 2019 года по туристическому потоку на два года раньше мировых показателей свидетельствует о том, что Казахстан вышел за рамки восстановления отложенного спроса.

В 2023 году страна не просто вернулась к показателям туристического потока 2019 года, а превысила их на 700 тысяч человек до 9,2 млн прибытий.

Рекордные 15,3 млн прибытий в 2024 году подтвердили формирование нового масштаба рынка. Данные за 9 месяцев 2025 года (12,1 млн) указывают на то, что высокая планка прошлого года становится новой нормой, а не разовым пиком.



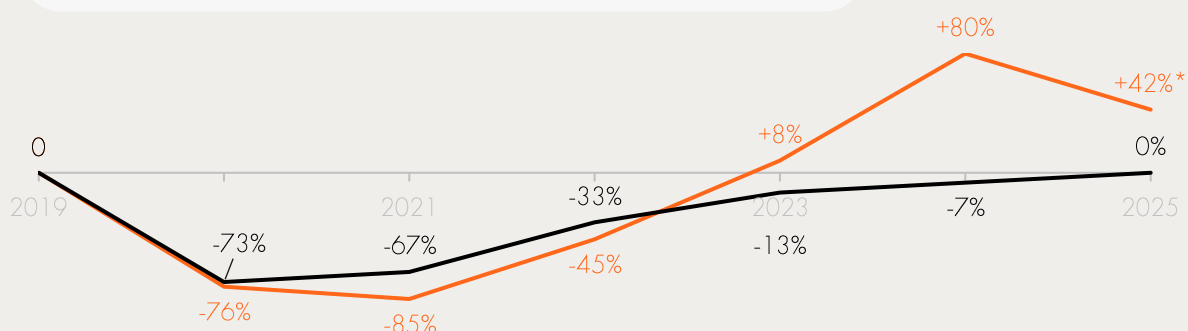
На **2 года** раньше большинства стран мира в Казахстан восстановился допандемийный поток туристов

Поток иностранных туристов в мире и Казахстане относительно 2019 года

2019 - 2025

■ Мировой объем туристического потока, % от 2019 г.

■ Объем туристического потока в Казахстане, % от 2019 г.



* 12,1 млн иностранных туристов – входящий поток за первые 9 месяцев 2025 года (Январь – Сентябрь)

Источники: UN Tourism¹, АО «Национальная компания «Kazakh Tourism»³, Национальное бюро статистики Республики Казахстан⁴, Tengri Travel⁵

Сегодня Казахстан позиционируется на мировой карте как активно развивающееся туристическое направление. Это подтверждается амбициозными государственными целями, которые существенно опережают консервативные прогнозы международных агентств.

Сочетание рекордных темпов восстановления и высокого интереса к природному капиталу создает уникальное окно возможностей для закрепления страны в числе наиболее привлекательных рынков для международного туризма и инвестиций.

В то время как World Travel & Tourism Council в 2023 году прогнозировали умеренный рост доли туризма в ВВП Казахстана на уровне 4% к 2033 году, национальная стратегия предполагает достижение показателя в 8% уже по итогам 2025 года.



Visit Almaty

1.2 Глобальные тренды — рост азиатского среднего класса и запрос на экотуризм — напрямую коррелируют с сильными сторонами Казахстана

Наблюдаемый рост туризма в Казахстане — не случайность, а во многом результат совпадения с макротрендами. По докладам World Economic Forum за 2024–2025 годы («Travel & Tourism Development Index» и «Travel and Tourism at a Turning Point») отрасль переходит от восстановления к структурной трансформации.

До 2034 года ключевыми будут три драйвера, связанные с изменением профиля путешественников, развитием нишевого туризма и влиянием технологий. Ниже продемонстрировано, в чем заключаются эти драйверы роста и как они проявляются в Казахстане.

Глобальный драйвер роста туризма



Эволюция профиля путешественника: фокус на новые рынки Азии

Быстрорастущий средний класс (преимущественно, в Индии и Китае) создает новые паттерны путешествий; ожидается, что к 2030 году на долю этих стран будет приходиться более 25% всех международных поездок¹.



Нишевые сегменты как основной драйвер: события, природа и wellness*

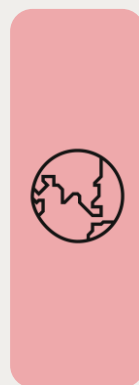
На первый план выходят нишевые сегменты с высокими темпами среднегодового роста: событийный туризм (16%), экотуризм (14%), MICE** (9%) и wellness-туризм (8%)¹



Технологии как инструмент «бесшовного» пути туриста

Рынок Travel Tech (оцениваемый в ~\$10 млрд в 2024 году), как ожидается, вырастет вдвое к 2034 г.¹ Технологии станут ключевым инструментом привлечения туристов, обеспечивая гибкость и прозрачность сервисов, но создавая новые сопутствующие риски.

Реализация в Казахстане



Китай и Индия уже в авангарде туризма

Казахстан реализует потенциал географической близости и безвизового режима: Китай стал драйвером туризма №1, а Индия вошла в топ-5 ключевых туристических рынков Казахстана из 15-ти анализируемых стран



Экотуризм – главный приоритет, события – будущий драйвер

Казахстан уже является лидером региона по природному капиталу (3.64 балла против 2.12 в среднем в регионе⁶) и может закрепить лидерство, используя природу как якорь для привлечения туристов, и дополняя её событийным туризмом



Цифровизация как один из главных приоритетов

Казахстан занял второе место в регионе⁶ по уровню туристической готовности ИКТ по итогам 2024 г., а дальнейшая цифровизация туризма определена как приоритет на государственном уровне⁷

* Wellness - поддержание и улучшение физического, ментального и эмоционального здоровья.

** MICE – Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions, область индустрии делового туризма

Источники: World Economic Forum. Travel and Tourism at a Turning Point (2025)¹, World Economic Forum. Travel & Tourism Development Index 2024⁶, Концепция развития туристской отрасли РК⁷, Mastercard Tourism Insights



Visit Almaty

ТУРИЗМ АЛМАТЫ

2 КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ АЛМАТЫ 2025

Успешный выход Алматы на сцену мирового событийного туризма открыл возможности для наращивания конверсии интереса в экономическую пользу для города



2.1 2025 год подтвердил потенциал событийного туризма для Алматы: наибольший экономический эффект обеспечили 3 наиболее популярных события, а остальные повлияли на рост интереса к городу

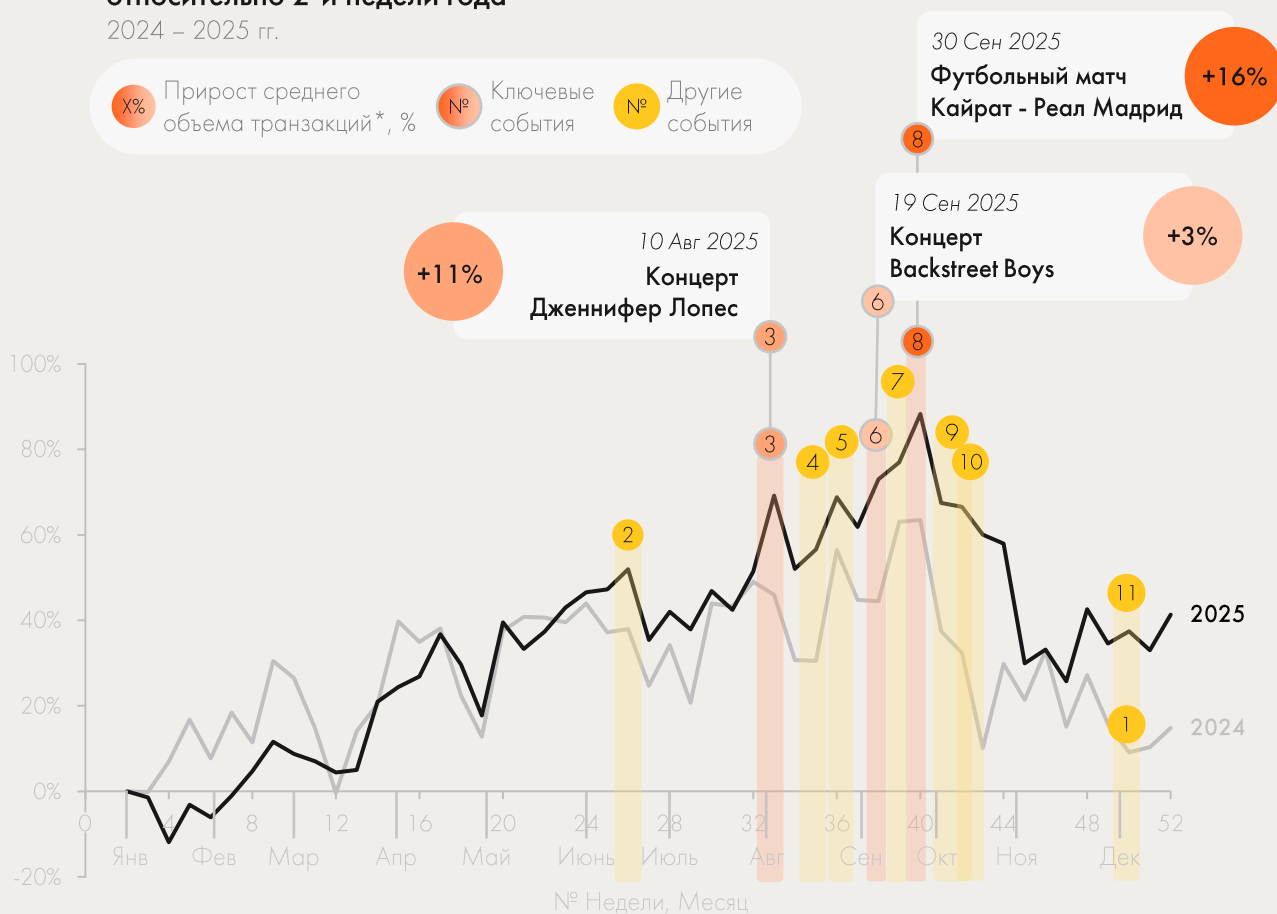
Согласно отчету WEF 2025¹, индустрия событийного туризма, включая музыкальные фестивали и спортивный туризм, растет двузначными темпами. Спортивный сегмент, где турист выступает зрителем или активным участником, оценивался в \$609 млрд в 2023 году и, по прогнозам, превысит \$1,7 трлн к 2032 году со среднегодовым темпом роста 16%.

Для Алматы наиболее заметными вехами 2025 года по влиянию на объем транзакций по международным картам Mastercard стали три события:

- спорт: футбольный матч «Кайрат» – «Реал Мадрид»;
- музыкальные концерты: концерты Дженнифер Лопес и Backstreet Boys.

Динамика объема транзакций в г. Алматы по международным картам Mastercard относительно 2-й недели года

2024 – 2025 гг.



- | | |
|--|--|
| 1 12 Дек 2024. Футбольный матч Астана – Челси | 7 28 Сен 2025. Алматы Марафон |
| 2 21 Июня 2025. Концерт Thirty Seconds to Mars | 9 11-19 Окт 2025. Теннисный турнир Алматы Open |
| 4 26 Авг 2025. Футбольный матч Кайрат – Селтик | 10 21 Окт 2025. Футбольный матч Кайрат - Пафос |
| 5 5 – 7 Сен 2025. Park Live Festival | 11 9 Дек 2025. Футбольный матч Кайрат - Олимпиакос |

* Относительно средних показателей в те же дни недели, что и за 2 недели до и после периода события. Период события включает день/дни проведения, а также 1 день до и после события

Источник: Транзакционные данные Mastercard



Visit Almaty

Помимо трех ключевых ивентов, Алматы в 2025 году привлекал туристов и через другие масштабные поводы: матчи Лиги чемпионов, Almaty Marathon (~1 400 иностранцев), теннисный Almaty Open (~9 млн зрителей трансляций по миру), концерт Thirty Seconds to Mars и фестиваль Park Live с такими мировыми артистами, как Робби Уильямс и Мэрилин Мэнсон.

При высоком медийном резонансе эффект в транзакциях по международным картам оказался выборочным: заметный рост расходов относительно среднего за две недели до и после события зафиксирован во время матча «Кайрат» — «Реал Мадрид» (+16%) и концерта Jennifer Lopez (+11%).

Резкого всплеска прибытий новых гостей в Алматы по 15-ти анализируемым странам в дни мероприятий не наблюдалось, однако поисковая активность показала пики в

августе (подготовка к матчу «Кайрата» и концерту Backstreet Boys) и в июле перед концертом Jennifer Lopez.

В предыдущие два года сопоставимого подъема в эти месяцы не фиксировалось — это поддерживает гипотезу, что события начинают работать как туристический триггер, смещая планирование поездки даже в высокий сезон. Подробнее динамика поиска представлена в главе 4. «Интерес и планирование поездок».



Более 11

крупных событий мирового уровня было проведено в Алматы в 2025 г.

2.2 События с выраженной фан-базой могут давать умеренный эффект в масштабе города, но заметный в конкретных сегментах гостей

На уровне всего города эффект больших ивентов не всегда выглядит как устойчивый общий рост расходов — он может растворяться в фоне повседневного спроса и сезонности, даже если событие привлекло новых гостей. Особенно показательным, что заметный экономический отклик иногда проявляется не столько в общегородских агрегатах, сколько внутри конкретных групп туристов — там, где у события есть чёткая целевая аудитория.

Во время матча «Астана — Челси» общий объём транзакций в городе снижался, но по картам Mastercard, выпущенным в Великобритании, наблюдался выраженный всплеск: +28% по объёму транзакций относительно среднего за декабрь и +35% по числу карт.

Матч «Кайрат — Реал Мадрид» сопровождался ростом транзакционной активности и на уровне города, но особенно ярко эффект проявился в испанском сегменте: по картам Mastercard, выпущенным в Испании — стране, откуда родом «Реал Мадрид», объём транзакций вырос на +81% относительно среднего за две недели до и после события, а число активных карт — на +25%.

Подобных географических всплесков по 15 анализируемым странам не наблюдается во время музыкальных концертов или массовых спортивных событий как Almaty Marathon: интерес там более широк, но менее привязан к конкретной международной фан-базе, поэтому приток иностранных гостей размыт по странам и менее заметно иллюстрируется транзакционными метриками.



Visit Almaty

Футбольный матч Астана – Челси

12 Дек 2024

\$\$\$ +28% - рост объема транзакций*
по картам банков Великобритании

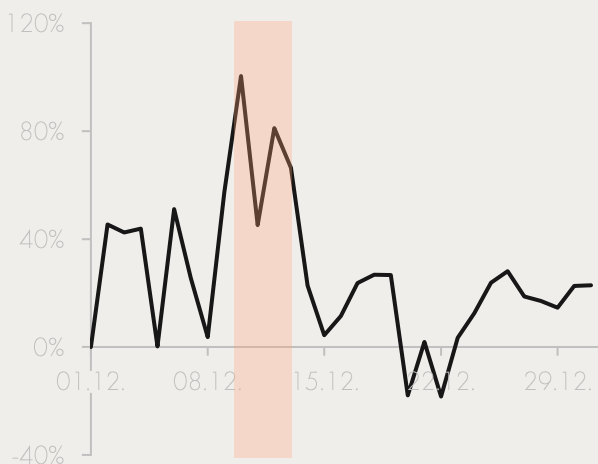
🌐 +35% - рост активных карт*,
выпущенных в Великобритании

* Относительно средних показателей в другие дни декабря 2024 г. Период события включает как сам день проведения, так и 1 день до и после события



Динамика по картам Mastercard, выпущенным в Великобритании, относительно 01.12.2024, декабрь 2024 г.

— Прирост объема транзакций, %
■ Период события*



Источник: Транзакционные данные Mastercard

Футбольный матч Кайрат – Реал Мадрид

30 Сен 2025

\$\$\$ +81% - рост объема транзакций*
по картам банков Испании

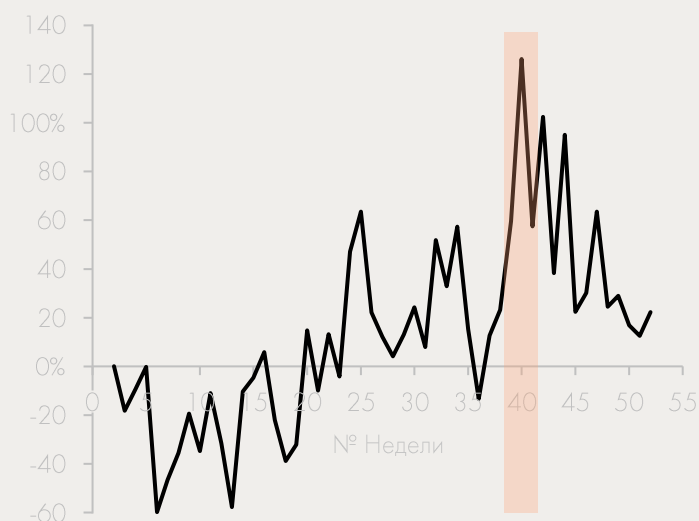
🌐 +25% - рост активных карт*,
выпущенных в Испании

* Относительно средних показателей в те же дни недели за 2 недели до и после события. Период события включает как сам день проведения, так и 1 день до и после события



Динамика по картам Mastercard, выпущенным в Испании, относительно 2-й недели года, 2025 г.

— Прирост объема транзакций, %
■ Период события*



Источник: Транзакционные данные Mastercard



Visit Almaty



ТУРИЗМ АЛМАТЫ

3 ПРОФИЛЬ ГОСТЯ

Типичный гость остается соло-путешественником, прибывшим ради отдыха и досуга, однако структура рынка начинает меняться в пользу групповых и семейных поездок



3.1 Алматы укрепляется как Lifestyle-направление на фоне опережающих темпов роста рекреационного туризма по сравнению с деловым

Алматы укрепляет статус центра рекреационного туризма: в 2025 году именно досуг и отдых стали доминирующим мотивом визитов, немного вытесняя деловые поездки в относительной структуре потока.

Доля бизнес-туризма снизилась с 21% до 16%, однако это связано не с ослаблением делового интереса, а с опережающим ростом въездов по личным целям. Эта тенденция прослеживается во всех ключевых направлениях Центральной Азии и

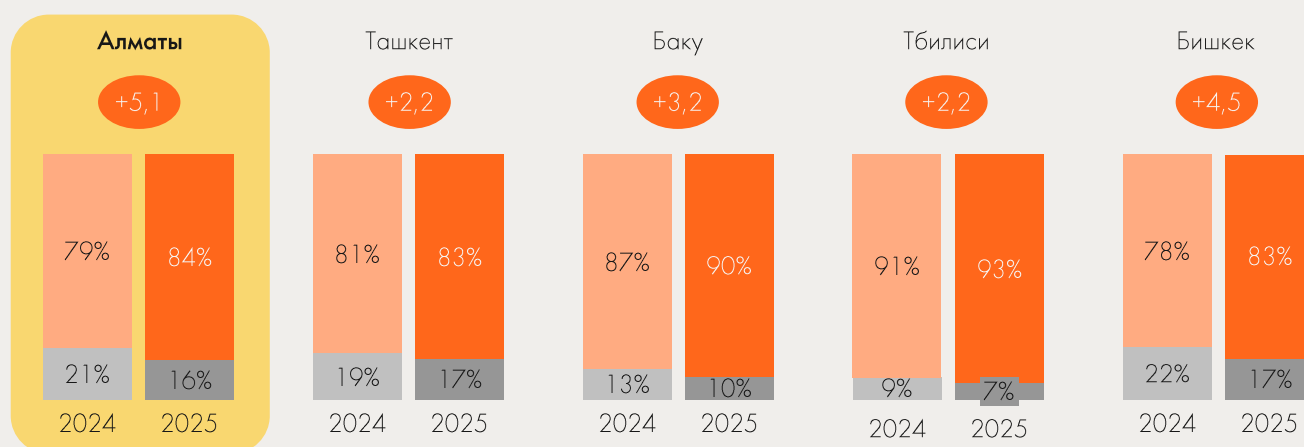
Кавказа, но в Алматы выражена особенно ярко.

При этом бизнес-сегмент остаётся важной частью туристического профиля города. Деловые цели визита по-прежнему преобладают у трети гостей из Турции (34%), занимают заметную долю среди туристов из Италии (28%) и Китая (20%), а в отдельных странах наблюдается даже рост относительно 2024 года — например, в Малайзии (+2,5 п.п.) и Катаре (+1,5 п.п.).

Распределение туристов по причинам посещения города

2024 – 2025 гг.

■ Личные цели, % ■ Бизнес цели, % ● XX Изменение доли личного туризма 2024 – 2025 гг., п.п.



Источник: Mastercard Tourism Insights

3.2 Соло-туристы формируют ядро потока туристов, а семейный сегмент становится новым вектором роста

Хотя одиночные туристы всё ещё составляют крупнейшую группу – 37% от всех гостей Алматы в 2025 г., их доля сократилась на 3,5 п.п. При этом семейный сегмент показал наиболее активный рост: +2,4 п.п. относительно 2024 г.

Лидерами семейного туризма выступают страны Персидского Залива: Саудовская Аравия, ОАЭ и Катар (35%, 35% и 30% гостей соответственно приезжают вместе с семьёй). При этом

стоит учитывать, что в структуру входящего потока включаются и возвращающиеся в Алматы граждане Казахстана и других стран, включая тех, кто путешествует с семьёй. Это частично объясняет высокую долю семейных визитов, зафиксированных в этих направлениях.

США, Южная Корея и Франция остаются странами с самой высокой долей соло-поездок: 50–48% соло-туристов из всего потока из этих стран.



Visit Almaty

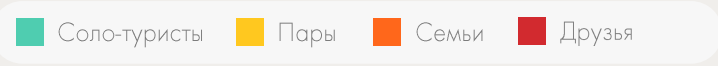
На рынке Малайзии зафиксирована наиболее резкая смена формата: доля одиночных визитов упала с 29% до 20%, уступив лидерство поездкам с друзьями (28%).

В структуре прибывающих по составу поездки Алматы в целом следует региональному паттерну: доля не-соло визитов в большинстве сопоставимых городов либо плавно растёт, либо близка к плато. При этом динамика Алматы одна из самых заметных: более выраженный рост группового туризма фиксируется только в Баку (~+4 п.п.).

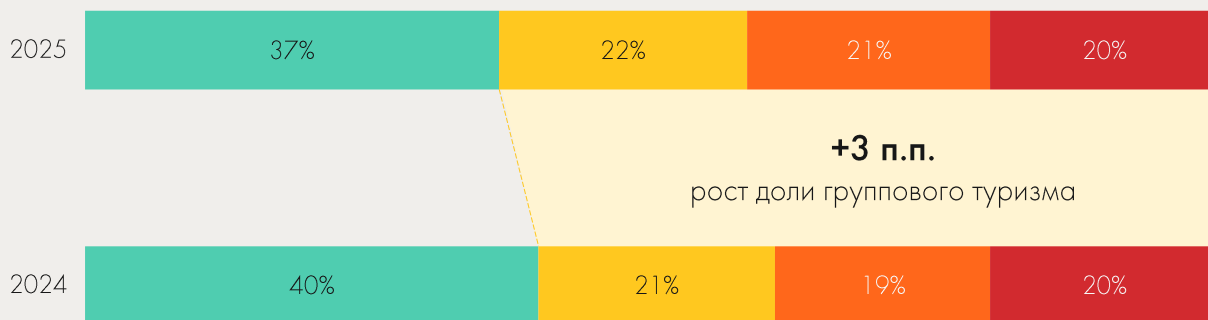
На уровне структуры Алматы выделяется тем, что здесь самая низкая доля поездок парами среди рассматриваемых городов, но при этом самая высокая доля визитов с друзьями.

Такая "дружеская" модель путешествий сочетается с позиционированием Алматы как направления для активного отдыха: высокая популярность активных форм досуга и природы как мотивов поездки может объяснять устойчивое преимущество именно этого сегмента.

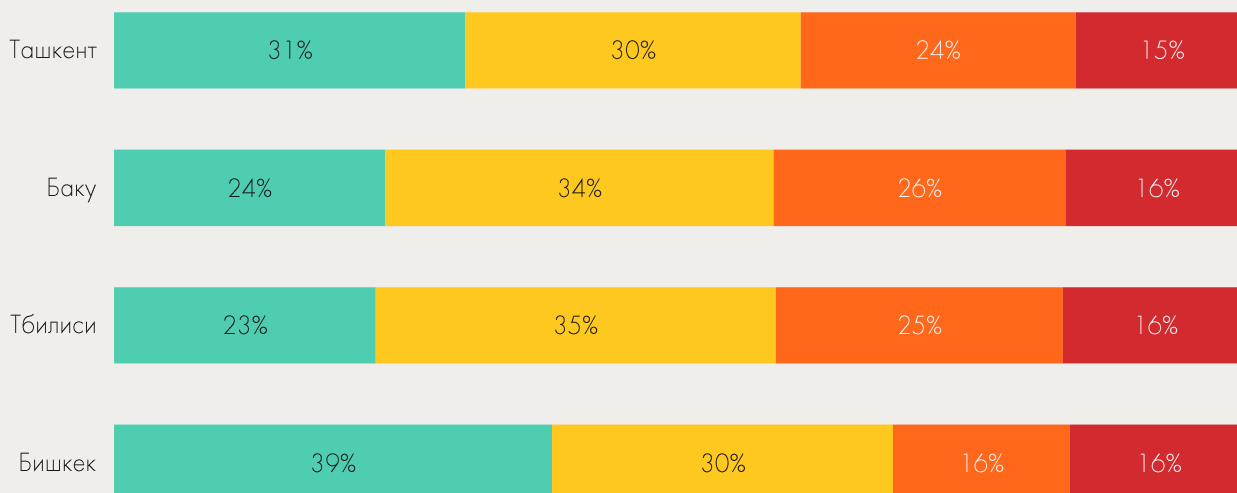
Распределение туристов по социальным группам, % от прибывших в город



Алматы, 2024 – 2025 гг.



Другие города Центральной Азии и Кавказа, 2025 г.



Источник: Mastercard Tourism Insights



Visit Almaty



ТУРИЗМ АЛМАТЫ

4 ИНТЕРЕС И ПЛАНИРОВАНИЕ

Алматы – один из главных объектов поиска в Центральной Азии с растущим горизонтом планирования. Китай лидирует по количеству поисков при высокой активности новых географий



4.1 Глобальное признание: Алматы в топ-25 туристических направлений мира 2025-2026 по версии Bloomberg и CNN

Влиятельные международные медиа Bloomberg⁸ и CNN Travel⁹ включили Алматы в свои списки топ-25 лучших направлений на 2026 и 2025 год соответственно, признав город «культурным центром» и новой «крутой столицей» (Capital of Cool) Центральной Азии.

Эксперты подчеркивают рекордную популярность города и его уникальную

идентичность: сочетание масштабных инвестиций в современное искусство и концептуальную кухню Neo Nomad с близостью нетронутых ландшафтов Тянь-Шаня. По мнению изданий, развитая сеть авиасообщений и удобный для туристов визовый режим закрепили за Алматы статус одного из самых открытых и перспективных туристических хабов мира.

4.2 От признания к рекордному спросу: интерес к Алматы вырос почти в 1,5 раза, а планировать поездку стали в среднем на 8 дней раньше

Алматы продолжает укреплять позиции ключевого авиахаба региона: по итогам года доля города в структуре поискового спроса на авиабилеты в Центральную Азию составила 28% (+2 п.п к 2024 году). Прирост числа запросов относительно прошлого года составил 73%, а в сравнении с данными 2023 года популярность города выросла почти в 2,5 раза.

Распределение спроса внутри года оставалось динамичным с выраженными пиками в июле и августе, что коррелирует с подготовкой туристов к активному событийному сезону в сентябре.

Зафиксированное снижение активности в декабре обусловлено

методологией исследования, учитывающей запросы на перелеты внутри 2025 календарного года; интерес к поездкам будущих периодов найдет отражение в отчетах следующего цикла.



28%

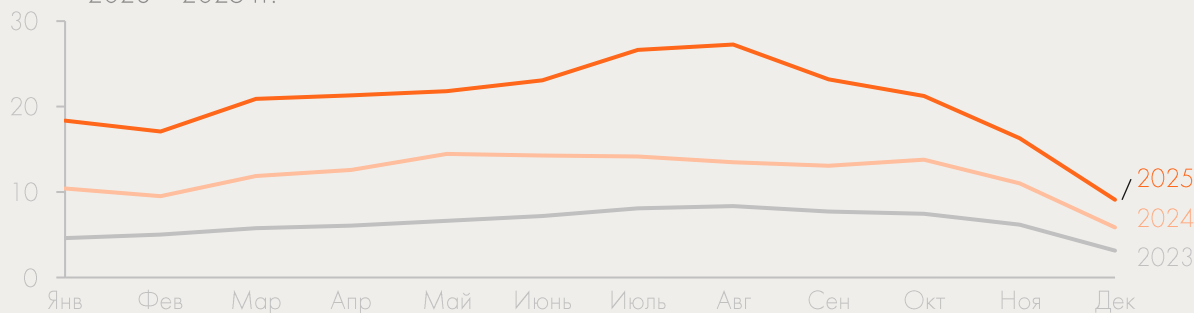
доля запросов авиабилетов в Алматы среди всех городов Центральной Азии



+73%

рост поисковых запросов авиабилетов в Алматы 2024 – 2025 г.

Количество поисковых запросов авиабилетов в Алматы по дате поиска, млн 2023 – 2025 гг.



Источник: Mastercard Tourism Insights



Visit Almaty

Важным индикатором рынка стало увеличение среднего срока планирования поездки на 8 дней — теперь он составляет 46 дней. Удлинение этого цикла имеет двойственную природу. С одной стороны, это свидетельствует о снижении доли спонтанных поездок, что повышает предсказуемость спроса для индустрии гостеприимства. С другой стороны, рост горизонта поиска может указывать на то, что Алматы остается логистически непростым направлением, требующим от туриста более тщательной подготовки маршрута.



46 дней

средний срок заблаговременного поиска авиабилетов в Алматы

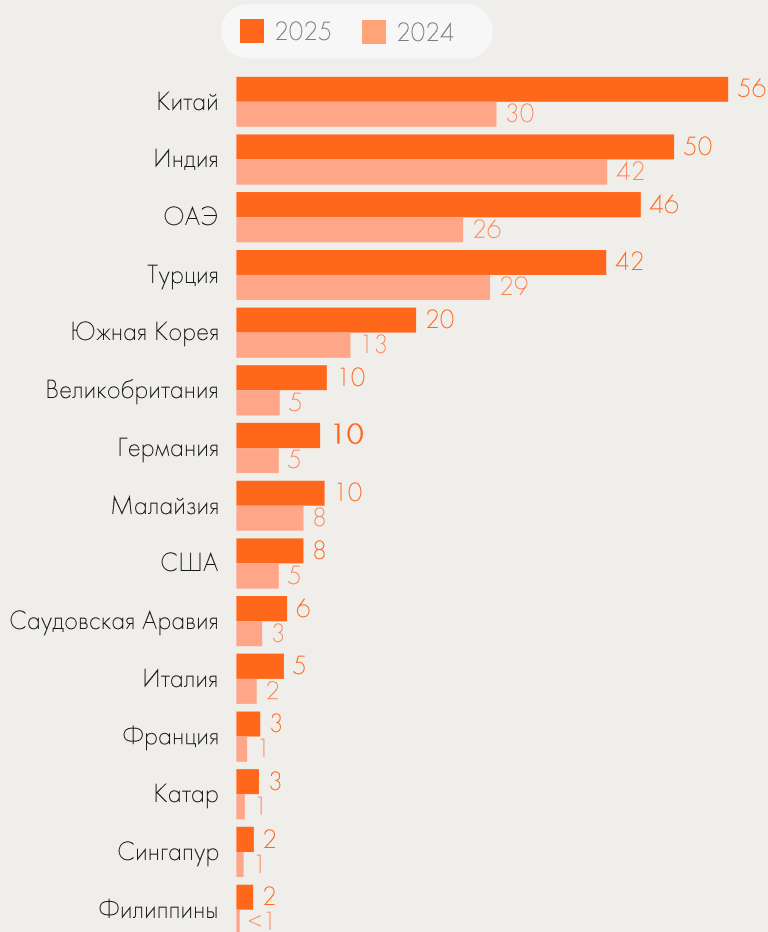


+8 дней

рост среднего срока заблаговременного поиска 2024 – 2025 г.

4.2 Китай стал крупнейшим рынком по количеству поисковых запросов; рынки второго эшелона также демонстрируют стремительную динамику

Поиск авиабилетов в Алматы по странам-источникам трафика, млн запросов 2024 – 2025 гг.



Источник: Mastercard Tourism Insights

По всем 15 анализируемым странам зафиксировано увеличение поисковых запросов на авиабилеты, а Китай стал абсолютным лидером, почти удвоив показатели за год.

Топ-4 страны по объёму поиска — Китай, Индия, ОАЭ, Турция — полностью совпадают с топом по фактическим прилётам, подтверждая, что цифровой интерес коррелирует с реальным потоком.

Особенно динамичный рост зафиксирован в развивающихся с точки зрения туризма в Алматы рынках: Филиппины, Сингапур, Катар, Франция и Италия. Пока объёмы там ниже, но темпы прироста выше 100% за год, что открывает потенциал для масштабирования спроса при поддержке со стороны авиапредложения.



Visit Almaty



ТУРИЗМ АЛМАТЫ

5 АВИАСООБЩЕНИЕ

Алматы укрепляет лидерство в авиации Центральной Азии: рост пассажиропотока поддержан развитием авианаправлений и смещением спроса в сторону Азии

Показатели раздела рассчитаны по всем прибывающим в Алматы из 15 анализируемых стран и включают не только резидентов этих стран, но и граждан Казахстана, возвращающихся из поездок, а также граждан других стран



5.1 Алматы встретил на 17% больше пассажиров в 2025 году за счет самой высокой частоты полетов среди других городов несмотря на пока еще ограниченный охват стран-партнеров

В 2025 году показатели деятельности аэропорта Алматы подтверждают его статус ключевого узла в системе международных авиаперевозок страны при сохраняющемся потенциале расширения географии полетов.

международных посетителей в Казахстан, обеспечивая более 60% всех прямых рейсов в страну.

Сравнительный анализ показателей авиасообщения среди ключевых городов Центральной Азии и Кавказа показывает двойственный характер позиции города Алматы.



1.2 млн

пассажиров прибыло в аэропорт Алматы за 2025 г. из 15-ти анализируемых стран



+17%

рост пассажиропотока по 15-ти анализируемым странам относительно 2024 г.

За 2025 год международный пассажиропоток в Алматы из 15 анализируемых стран составил 1,2 млн человек. Относительно аналогичного периода 2024 года зафиксирован рост на 17%, что свидетельствует об устойчивом расширении пропускной способности и спроса на направление.

На текущий момент Алматы является основным пунктом въезда для

1. **Лидерство по частоте рейсов.** Алматы занимает первое место по интенсивности сообщения, принимая почти 30% от совокупного числа рейсов в рассматриваемые города из 15 целевых стран. Это подтверждает высокую концентрацию трафика в алматинском авиаузле.
2. **Ограниченная география сообщения.** По числу направлений, из которых в Алматы прибывали пассажиры из 15 анализируемых стран (включая как прямые рейсы, так и транзитные при едином бронировании), город занимает четвертое место среди сопоставимых региональных центров.

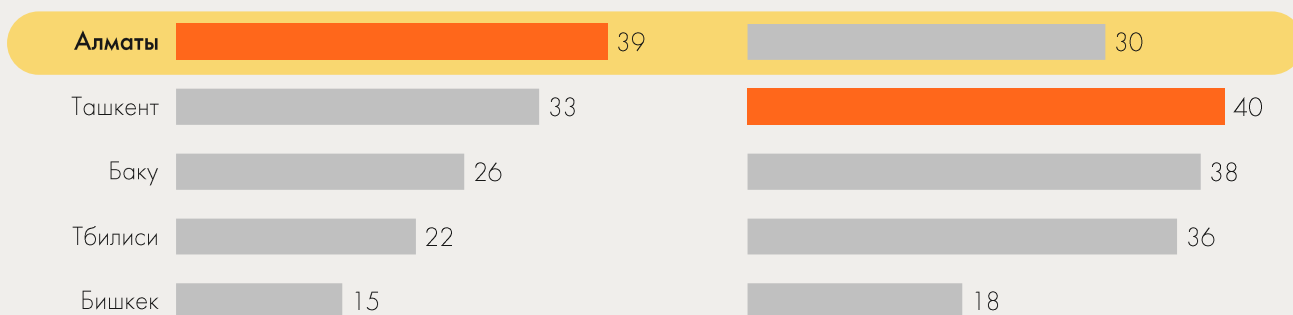
Ключевые показатели авиасообщения 2025 г.



Количество рейсов, тыс.



Количество стран отправления, шт.



Источник: Mastercard Tourism Insights





Visit Almaty

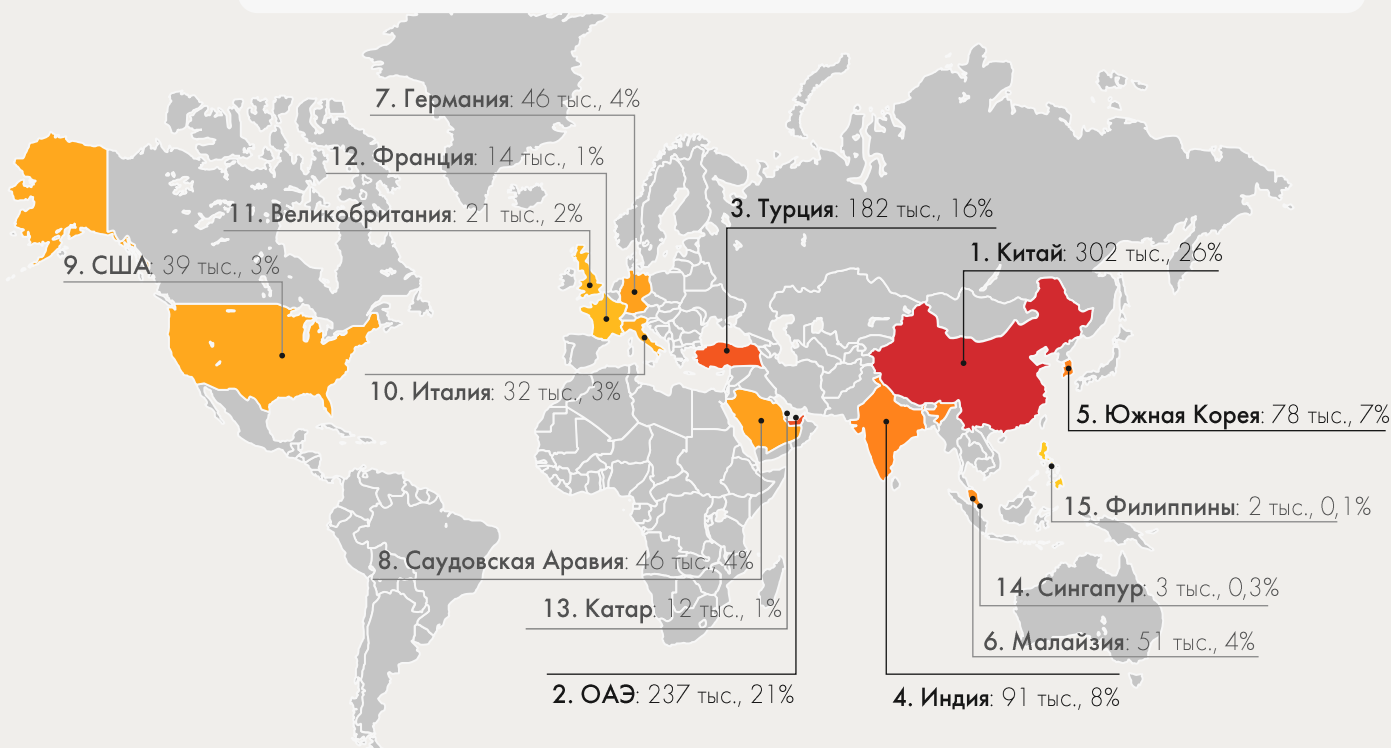
5.2 Китай, ОАЭ и Турция обеспечивают более 60% всего пассажиропотока, при этом Китай - основной драйвер роста на фоне стабильных показателей ОАЭ и снижения трафика из Турции

Китай стал главным драйвером роста въездного авиапотока в Алматы, обеспечив прибытие 302 тыс. пассажиров — на 55% больше, чем в 2024 году. Страна впервые заняла первое место, вытеснив ОАЭ, и укрепила статус ключевого источника туризма для города. ОАЭ при этом сохраняют вторую позицию с долей в 21%, хотя рост здесь остаётся

сдержанным — в среднем +3% в год. На турецком направлении происходит спад: -11% за 2025 год, и -3% в среднем в течение последних трех лет. Лидирующие позиции ОАЭ и Турции объясняются не только туристическим интересом, но и тем, что их крупнейшие аэропорты — одни из важнейших международных авиахабов.

Количество пассажиров, прибывших в аэропорт Алматы, по странам отправления 2025 г.

 Кол-во пассажиров, 302 тыс. – 1 тыс. **X. Страна:** кол-во пассажиров, % от общего числа
 Среднегодовой темп роста туристического потока 2023 – 2025 гг.



Источник: Mastercard Tourism Insights



Visit Almaty

Существенная часть потока формируется за счёт транзитных маршрутов, включая возвращающихся в Алматы граждан Казахстана, что усиливает значимость ОАЭ и Турции в общей логистике.

Среди других направлений особенно выделяется Малайзия, почти удвоившая объём прибытия (+22 тыс. пассажиров к 2024 году). Также значимыми остаются Индия (8% от общего потока) и Южная Корея (7%), где прирост составил 18% за год.

5.3 Средняя цена перелета в Алматы выросла до 465 долларов (+2%) с пиком в летний сезон, при этом на фоне общей неоднородности рынка рейсы из Китая подешевели на 26%

В 2025 году авиационная доступность Алматы оставалась в среднем стабильной, но заметно менялась по разным географиям: не столько из-за общего роста цен, сколько из-за перестройки маршрутной сети, ротации перевозчиков и усиления отдельных хабов.

быть скорее техническим: Стамбул летом работает как перегретый транзитный коридор между Европой и Азией, и город конкурирует за ёмкость на фоне высокого сезонного спроса. Также влияет и летний сезон в самой Турции, учитывая что динамика цен включает в себя в том числе обратные билеты в Алматы из летнего отпуска. Похожая логика вероятна и у Дохи: летом транзит усиливается, и цена держится выше.



\$465

Средняя стоимость перелета в 2025 г.
+2% к 2024 г.

Средняя стоимость авиабилета в Алматы составила \$465, что всего на 2% выше прошлого года. При этом различия между рынками значительные: самые дорогие перелёты — из Германии, Великобритании и Катара; самые доступные — из ОАЭ и Индии. Разница между средней ценой перелета из Германии и из Индии составляет \$602. «Цена входа» в город определяется не только расстоянием, но и тем, насколько рынок конкурирует за самолёты, слоты и кресла — особенно когда Алматы встроены в транзитные цепочки.

Чаще всего дороже лететь летом, что особенно заметно для Катара (+30% к среднегодовому уровню), Великобритании (+27%) и Турции (+24%). Для Турции объяснение может

зимнее удорожание свойственно только двум странам: ОАЭ (+17% к среднегодовому уровню) и Малайзия (+5%). В этих направлениях рост вероятнее связан с выездной активностью жителей Казахстана в зимний период, когда в этих странах пик туристического сезона.

В то же время ряд направлений демонстрирует низкую чувствительность к сезонам: Китай, Саудовская Аравия и Италия. Для Китая это может отражать более развитое и быстро расширяющееся авиасообщение, что также согласуется с наиболее заметным снижением средней цены на направлении: -26% к 2024 году.



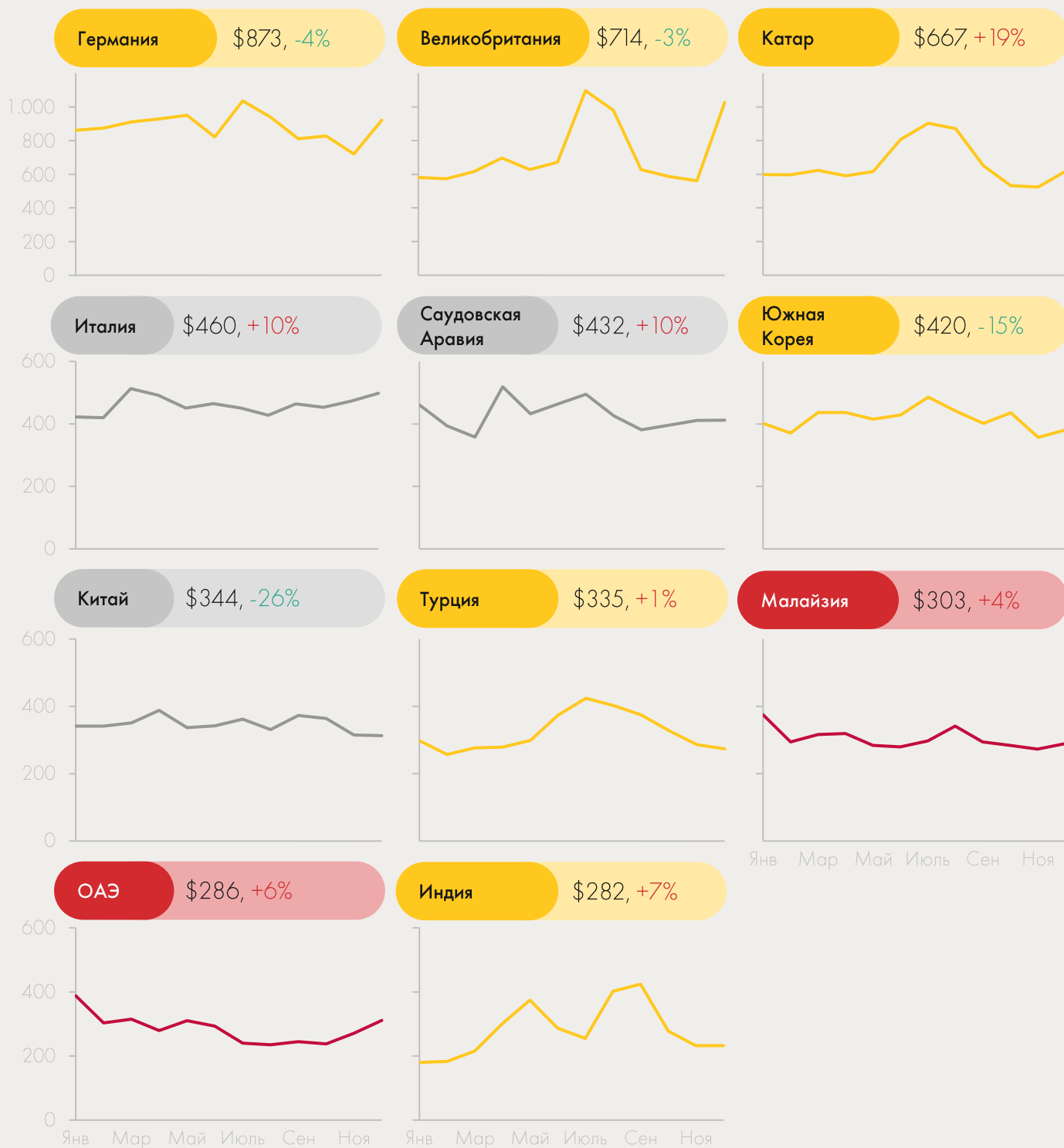
Visit Almaty

Динамика средней стоимости перелета в Алматы по странам отправления*, \$ 2025 г.

Страна Средняя стоимость перелета в 2025 г., Изменение к 2024 г. %

Сезонность ● Летний пик цен ● Зимний пик цен ● Нет выраженной сезонности

— Средняя стоимость перелета по месяцам, \$



* В расчет средних цен включены только прямые рейсы в аэропорт г. Алматы
Источник: Mastercard Tourism Insights



Visit Almaty

5.4 Традиционные авиалинии во главе с Air Astana удерживают 70% рынка, а Дубай остается ключевым хабом на фоне кратного роста китайских аэропортов

Почти 3 из 4 пассажиров прибыли в город прямыми рейсами — на 1,5 п.п. больше, чем годом ранее. Несмотря на общее расширение географии, лоукостеры остаются в меньшинстве: на их долю приходится около 30% трафика. Третий год подряд лидерство среди авиаперевозчиков в Алматы сохраняет Air Astana, нарастившая поток пассажиров ещё на 28% и обеспечившая 30% всех международных прибытий в город. Среди топ-10 авиалиний снижение зафиксировано только у Turkish Airlines, на фоне падения трафика через стамбульский аэропорт IST.

более высокими тарифами. Эта замена повлияла на общую динамику: Air Arabia увеличила поток на 28%, в то время как flydubai сохранила стабильный уровень. В то же время дубайский аэропорт DXB остаётся крупнейшими воздушными воротами региона по числу прибытий в Алматы третий год подряд.

Индийское направление

трансформировалось благодаря запуску прямого рейса Air Astana в Мумбаи весной 2025 года, что спровоцировало перераспределение потока: пассажиропоток из Дели снизился на 20%, уступив долю новому маршруту, хотя сам Дели всё ещё входит в шестерку крупнейших источников авиапотока в город.

Южная Корея усилила своё присутствие за счёт запуска рейсов лоукостера Eastar Jet в Инчхон, что привело к снижению средней цены билета на 15%. В результате аэропорт ICN обогнал стамбульский IST и вышел на третье место по числу прибытий в Алматы — как за счёт нового предложения, так и благодаря концентрации всего южнокорейского потока в одном авиахабе.

Малайзия продемонстрировала самые впечатляющие темпы роста: увеличение частоты рейсов AirAsia X до пяти в неделю с июля позволило аэропорту Куала-Лумпура (KUL) показать прирост пассажиропотока на 74%, а самой авиакомпании — на 84%.

Германия укрепила связность с запуском нового рейса Air Astana во Франкфурт в июне 2025 года, однако рост остался умеренным — +7% к прошлому году.



76%

пассажиров прибыли в Алматы прямыми рейсами в 2025 г.

Ниже представлены ключевые изменения в географии и структуре авиасообщения Алматы в 2025 году.

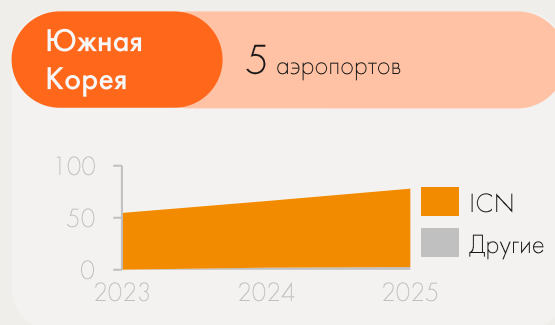
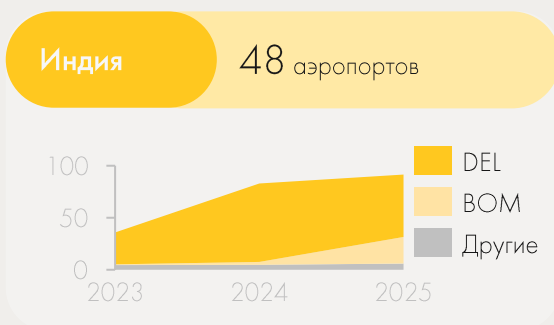
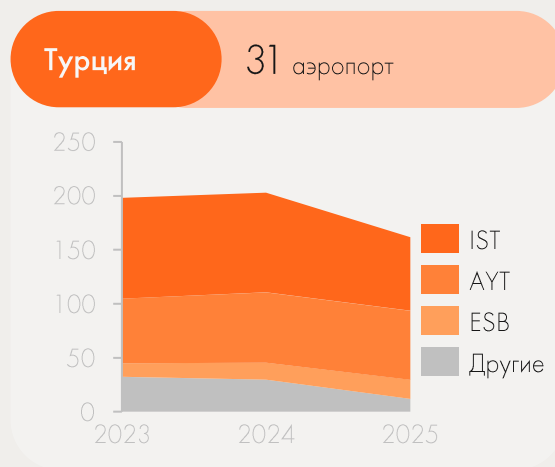
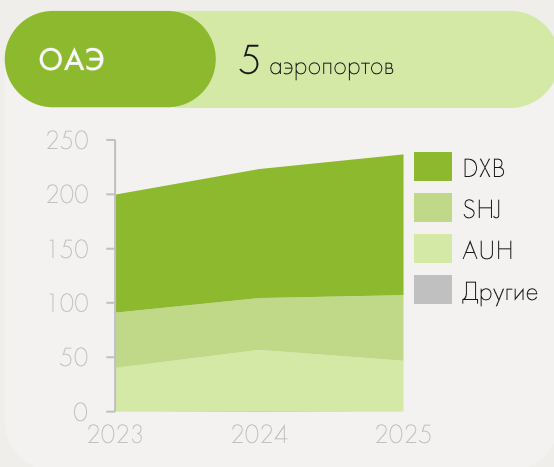
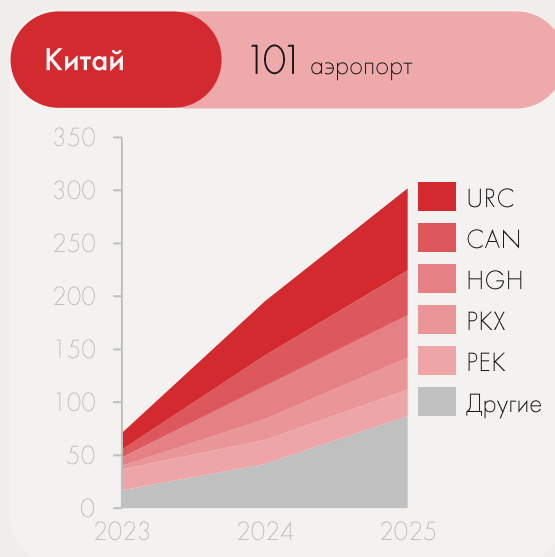
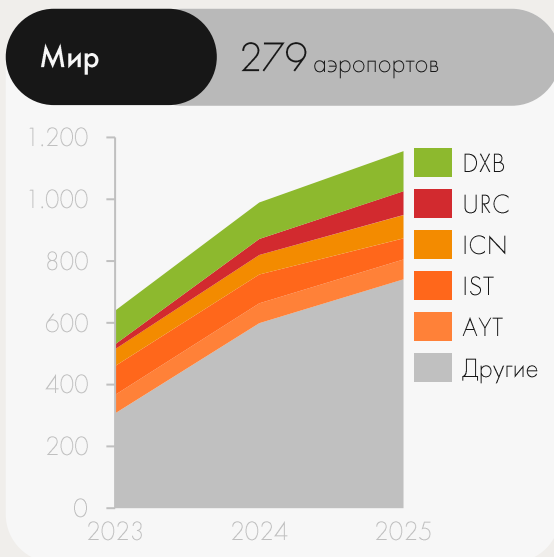
Китай: снижение цен сопровождалось масштабным ростом трафика за счёт открытия новых направлений. В 2025 году начались рейсы China Eastern в Шанхай-Пудун, Air Astana в Гуанчжоу и Air China в Пекин. China Southern, уже третий год входящая в топ-2 авиакомпаний по объёму пассажиров, нарастила поток ещё на 37%, а Loong Air прибавила 60%. Среди аэропортов наибольший прирост показал Урумчи — +52%, уступив по темпам роста только Куала-Лумпуре, а также Пекин Daxing (+56%) и Гуанчжоу (+45%).

ОАЭ продемонстрировали небольшой ценовой всплеск в сентябре после ухода с рынка лоукостера Wizz Air, чьи рейсы были заменены Air Arabia с



Visit Almaty

Количество международных рейсов в Алматы по аэропортам вылета и количество аэропортов вылета в 2025 г., тысяч рейсов*
2023 – 2025 гг.



IATA-код аэропорта и город расположения

- | | | | | |
|----------------|----------------|---------------|---------------|--------------|
| AUH – Абу-Дави | CAN – Гуанчжоу | ESB – Анкара | IST – Стамбул | SHJ – Шарджа |
| AYT – Анталья | DEL – Дели | HGH – Ханчжоу | PEK – Пекин | URC – Урумчи |
| BOM – Мумбаи | DXB – Дубай | ICN – Инчхон | PKX – Пекин | |

* Данные приведены по аэропортам вылета и включают транзитные маршруты при единого бронирования
Источник: Mastercard Tourism Insights



Visit Almaty



ТУРИЗМ АЛМАТЫ

6 ИНФРАСТРУКТУРА ГОСТЕПРИИМСТВА

Алматы повышает качество сервиса и балансирует цены за счет среднего сегмента на фоне самого дорогого люкса среди других ключевых городов региона



6.1 Алматы совершил скачок в удовлетворенности отельным сервисом, но остается заметный потенциал для сближения с региональными лидерами

В 2025 году гостиничный сектор Алматы продемонстрировал значительный прогресс: согласно анализу отзывов на платформах TripAdvisor и Booking.com, уровень удовлетворенности вырос на 7,4 пункта относительно 2024 года.

Текущие показатели подтверждают, что индустрия гостеприимства Алматы находится в фазе активной трансформации сервиса, однако для сближения с международными стандартами региональных лидеров по-прежнему сохраняется значительный потенциал.

Индекс удовлетворенности гостиничным размещением 2025 г.



Источник: Mastercard Tourism Insights

6.2 Алматы – город четырехзвездочных отелей с самым ограниченным, но дорогим предложением в премиальном сегменте среди столиц региона

Анализ данных платформы Booking.com подтверждает статус Алматы как регионального лидера в сегменте четырехзвездочных отелей. Эта категория является

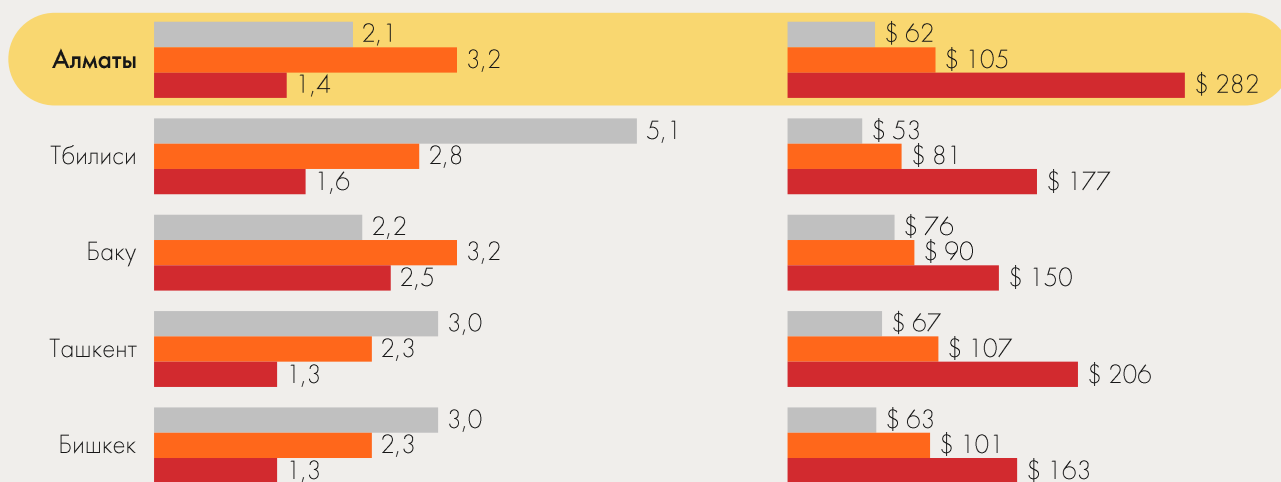
доминирующей не только во внутренней структуре города, но и превосходит аналогичные показатели в других столицах Центральной Азии и Кавказа.

Количество доступных для размещения номеров, тыс.

■ 3 звезды ■ 4 звезды ■ 5 звезд

Средняя цена за ночь, USD

■ 3 звезды ■ 4 звезды ■ 5 звезд



Источник: Mastercard Tourism Insights



Visit Almaty

При этом ценовая политика остается конкурентной: Алматы удерживает вторую позицию по стоимости размещения в данном сегменте, уступая лишь Ташкенту.

По среднему количеству номеров в категории 5-звездочных отелей Алматы уверенно занимает второе место в регионе, уступая лишь Баку.

Однако именно в премиальном сегменте город демонстрирует самое дорогое предложение. Разрыв со вторым по стоимости городом — Ташкентом — составляет в среднем 76 долларов, что делает пятизвездочное размещение в Алматы наиболее дорогостоящим среди рассматриваемых городов.

6.3 Темпы роста цен на отели в 2025 году стабилизировались за счет удешевления категорий 3 и 4 при сохранении за Алматы статуса города с самым дорогим 5-звездочным размещением в регионе

После затяжного периода роста, гостиничный рынок Алматы в промежутке с 2022 по 2024 год наконец перешел к фазе ценовой стабилизации.

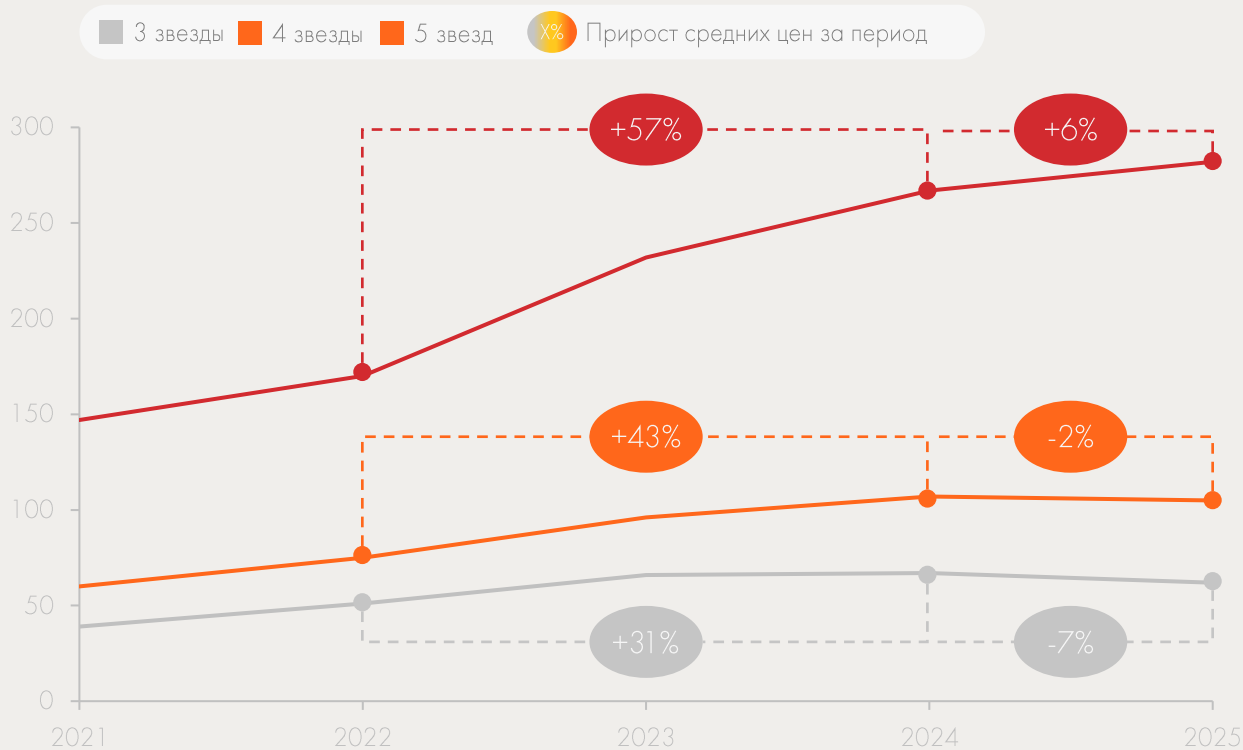
Отели 3*: Цены снизились на 7%, что делает бюджетное размещение еще более конкурентоспособным.

Отели 4*: Стоимость сократилась на 2%, закрепляя статус этой категории

как основного отельного сегмента города.

Отели 5*: Вопреки общему тренду, прибавили 6%. Даже при самом дорогом предложении в регионе, люксовый сегмент продолжает наращивать стоимость, ориентируясь на премиальный спрос.

Средняя цена за ночь в отеле, \$
2019 – 2025 гг.



Источник: Mastercard Tourism Insights



Visit Almaty

6.4 Гости стали проводить в Алматы больше времени: средний срок пребывания увеличился с 2,8 до 3,2 дней

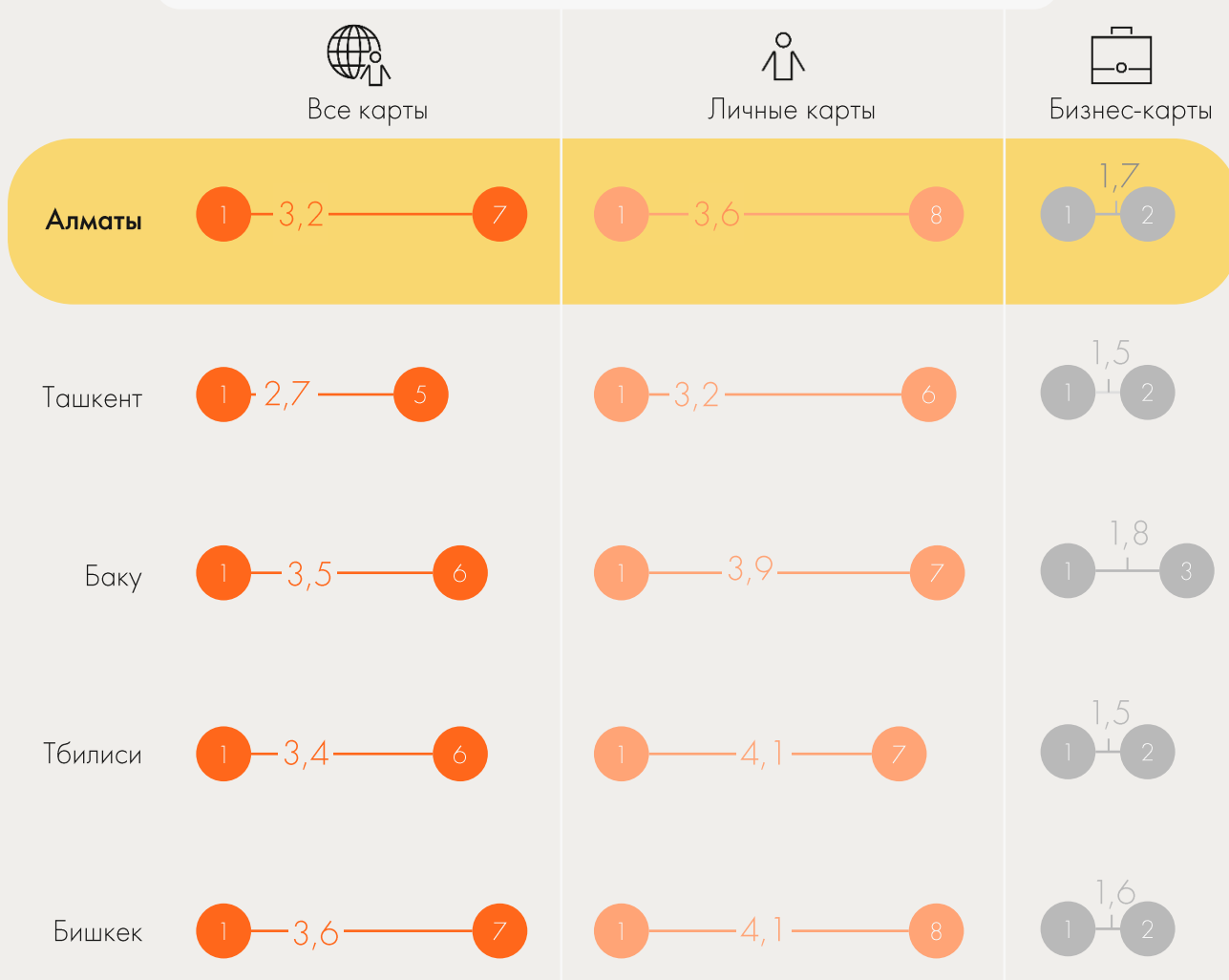
Наряду с ценовой стабилизацией, ключевой позитивный тренд 2025 года — рост продолжительности визита. Алматы всё меньше воспринимается как транзитный пункт и всё больше — как самостоятельное направление.

Средняя длительность пребывания увеличилась с 2,8 до 3,2 дней, при этом основной вклад обеспечили личные поездки (рост с 3,0 до 3,6 дней), поддерживающие образ Алматы как lifestyle-хаба с насыщенной рекреационной и природной программой.

При этом, несмотря на рост, по среднему сроку пребывания всех туристов Алматы пока уступает Баку, Тбилиси и Бишкеку. Это может частично объясняться географией туризма: многие ключевые локации — такие как Чарынский каньон или Кольсайские озёра — находятся за пределами города, и поездки туда не всегда отражаются в городской статистике пребывания. Таким образом, реальная глубина вовлечения может быть выше, чем показывают формальные показатели.

Срок пребывания в городе на основе активности по картам Mastercard, дни 2025 г.

● 10 (слева) и 90 (справа) перцентиль кол-ва дней XX Медианное число дней



Источник: Транзакционные данные Mastercard



Visit Almaty



ТУРИЗМ АЛМАТЫ

7 ВПЕЧАТЛЕНИЯ

Природа и активный отдых остаются основой притяжения туристов при стремительном росте интереса к культуре и искусству города



7.1 Алматы лидируют в сфере экотуризма в регионе, с самым высоким уровнем цифрового интереса к активному отдыху и природе среди городов Центральной Азии и Кавказа

По распределению цифрового интереса Алматы занял нишу активного отдыха и экотуризма. Около 80% всех упоминаний связаны с природой, горами, трекингом и активностями на открытом воздухе. Такой фокус делает Алматы уникальным на фоне четырёх сопоставимых городов Центральной Азии и Кавказа.

В Ташкенте, Баку, Тбилиси и Бишкеке на первом месте по упоминаниям — культура и искусство: музеи, архитектура, события.

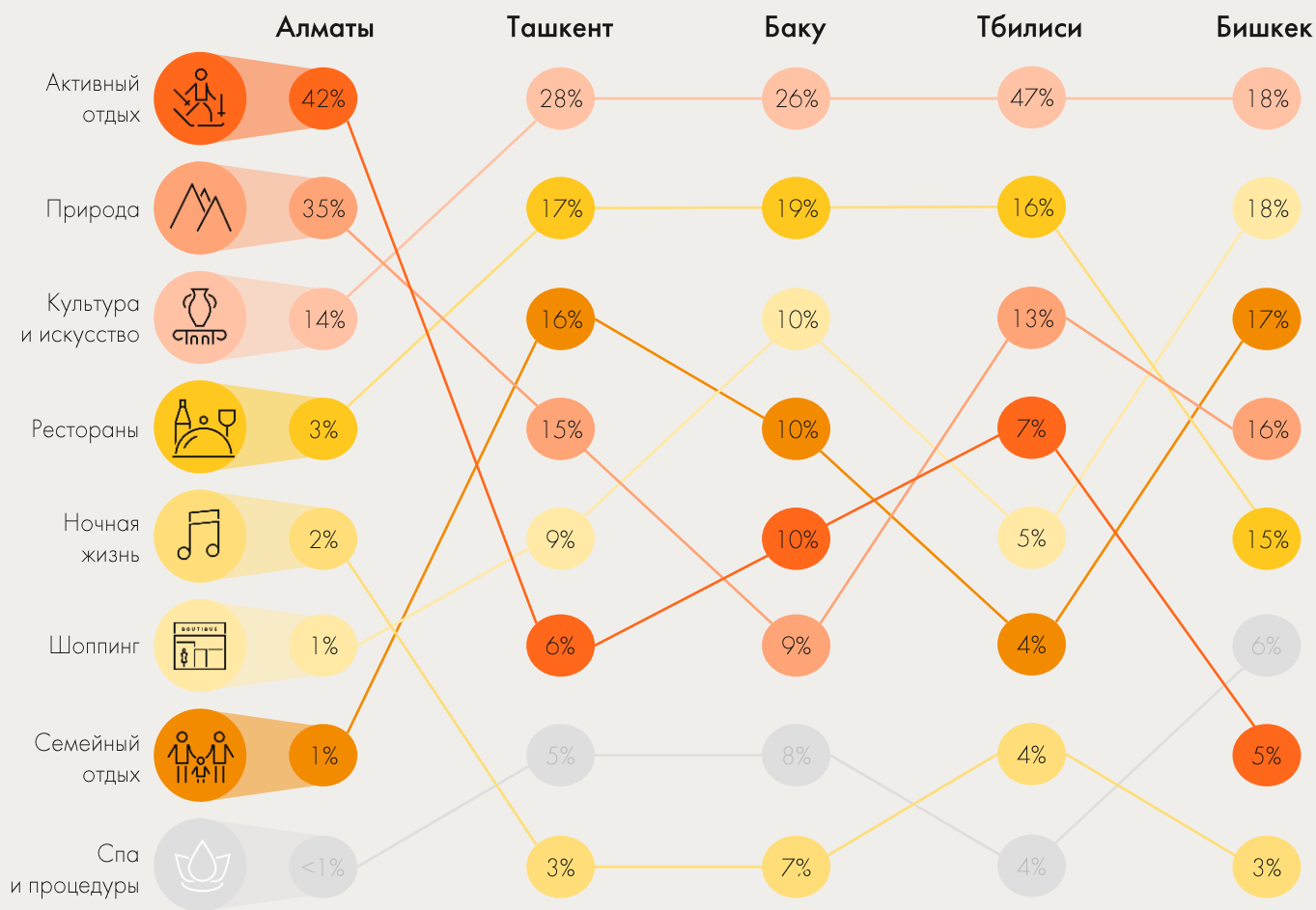
Второе место в этих городах занимает гастрономия, кроме Бишкека, где оно принадлежит шоппингу.

Алматы, напротив, демонстрирует наивысшую концентрацию интереса в одной категории — сопоставимую лишь с Тбилиси, где 47% упоминаний приходится на культуру. Такое позиционирование — не только отличительная черта, но и стратегическое преимущество: экотуризм — вторая по темпам роста ниша глобального туризма.

Интерес к туристическим предложениям

2025 г.

X% Доля упоминаний туристических предложений из категории относительно всех упоминаний, %



Источник: Mastercard Tourism Insights



Visit Almaty

7.2 Почти 80% интереса к Алматы сосредоточено вокруг активного отдыха и природы, но искусство и культура стремительно растут и формируют новое притяжение туристического интереса

За последние пять лет природа и активный отдых остаются безусловными лидерами интереса к Алматы среди туристов из 15 стран — почти 80% упоминаний, стабильный спрос и минимальная сезонность.

На этом устойчивом фоне особенно заметен рост культурного интереса: доля упоминаний почти утроилась, с пиками в апреле, декабре и особенно в сентябре — когда в 2025 году было 3 крупных мероприятия и открылись сразу два крупных центра: Almaty Museum of Arts (12 сентября)

и Центр современной культуры «Целинный» (5 сентября).

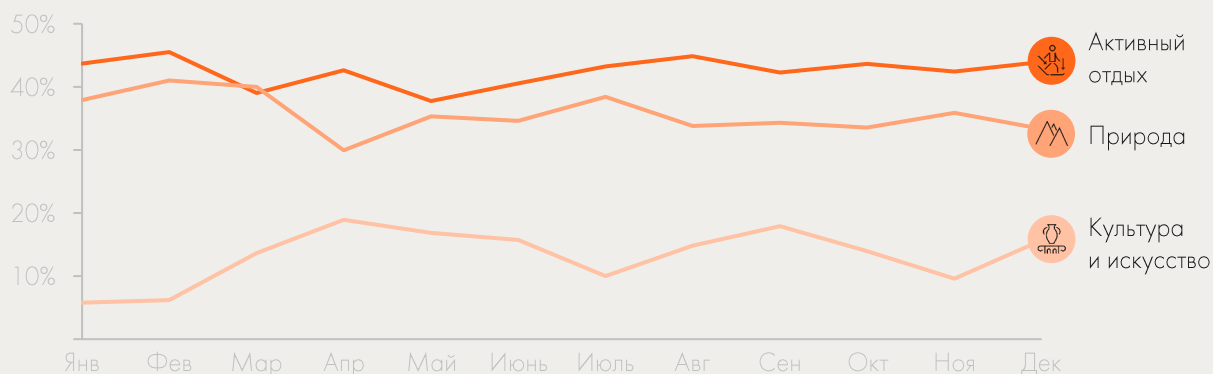
Семейный отдых, напротив, теряет позиции: за пять лет его доля упоминаний снизилась с 9% до 1% — однако это может отражать не только падение интереса, но и перераспределение в пользу более конкретных форматов, таких как культура, природа и активный досуг, куда сегодня всё чаще включаются семейные аудитории.

Доля упоминаний туристических предложений по категориям
2021 – 2025 гг.

| Категория | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Активный отдых | 40.9% | 36.9% | 31.9% | 38.9% | 42.7% |
| Природа | 34.2% | 34.1% | 35.3% | 33.7% | 35.4% |
| Культура и искусство | 6.3% | 9.7% | 14.5% | 11.8% | 14.3% |
| Рестораны | 2.7% | 5.2% | 5.3% | 4.6% | 3.4% |
| Ночная жизнь | 1.3% | 5.9% | 3.2% | 3.0% | 1.8% |
| Шоппинг | 2.7% | 2.1% | 6.2% | 4.3% | 1.3% |
| Семейный отдых | 9.4% | 5.8% | 3.4% | 3.0% | 0.9% |
| Спа и процедуры | 2.5% | 0.2% | 0.1% | 0.7% | 0.3% |

Источник: Mastercard Tourism Insights

Доля упоминаний туристических предложений по топ-3 категориям за 2025 год
2021 – 2025 гг.



Источник: Mastercard Tourism Insights



Visit Almaty

7.3 Алматы получает высокие оценки от туристов — доля негатива не превышает всего 8%, а природа и культура особенно нравятся гостям

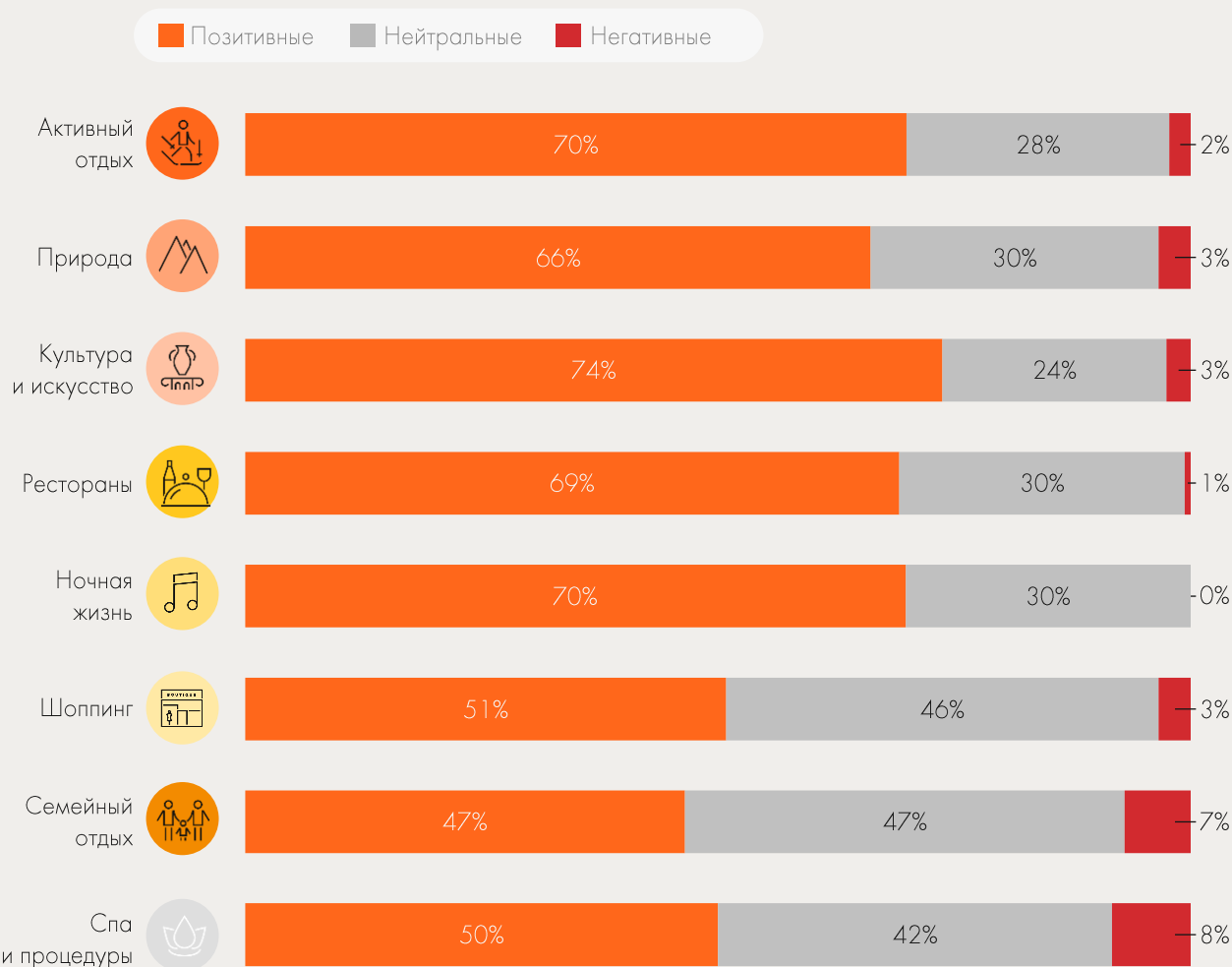
Восприятие Алматы в целом позитивное — более 50% всех отзывов от гостей из 15 стран имеют положительный тон. Наиболее положительно оцениваются направления, где интерес и так наибольший: активный отдых, природа и культура. Именно здесь доля позитивных откликов стабильно высока, а уровень критики минимален, что подтверждает соответствие ожиданий и опыта.

На противоположном полюсе — шопинг, спа и семейный отдых, с самым заметным уровнем негативных комментариев: 8% по спа и процедурам и 7% по семейному отдыху, однако и здесь sentiment скорее позитивный или нейтральный.

При этом важно уточнить, что выборка данных смещена из-за разной степени популярности анализируемых социальных сетей и отличается от структуры туристического потока.

Распределение сентимента по туристическим предложениям*

2025 г.



* Распределение отзывов не полностью отражает структуру въездного потока: ввиду различий в популярности платформ по странам, наибольший вклад дают аккаунты из Великобритании, США и Индии.

Источник: Mastercard Tourism Insights



Visit Almaty



ТУРИЗМ АЛМАТЫ

8 ТРАТЫ ТУРИСТОВ

Алматы увеличивает туристические доходы за счёт более долгих визитов и притока новых гостей: рост в 15% трат за поездку достигнут без значительного удорожания дневного чека



8.1 Срок пребывания в Алматы оказался значимее для экономики туризма, чем динамика среднего чека

| | | |
|---|---|---|
|  |  |  |
| +40% | +15% | +2% |
| <p>рост общего объема трат в KZT по личным картам 2024 – 2025 гг.</p> | <p>рост среднего уровня трат в KZT на карту за поездку в 2024 – 2025 гг.</p> | <p>рост средних трат по одной карте за 1 день 2024 – 2025 гг.</p> |

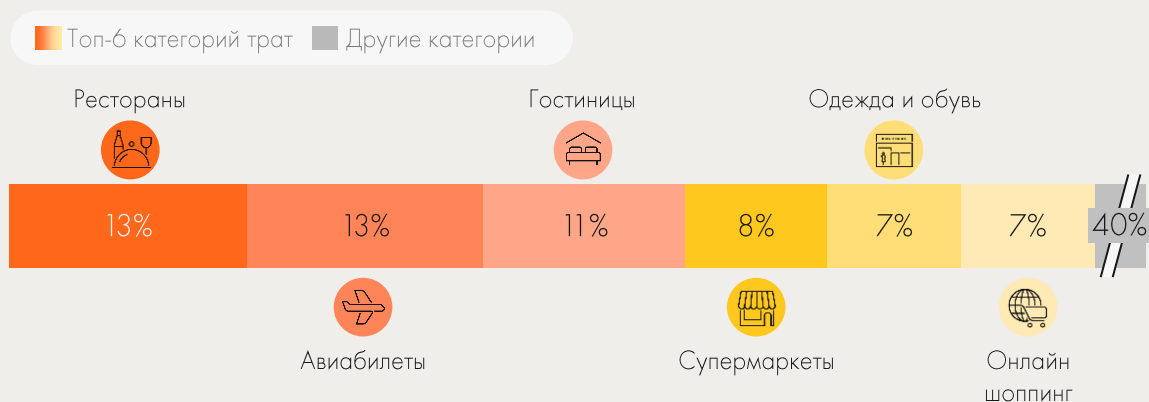
В 2025 году общий объём трат по личным зарубежным картам в Алматы вырос на 40%, а ключевым драйвером стал растущий срок пребывания в городе: общий уровень трат за поездку вырос на 15%, тогда как траты на одну карту в KZT в день возросли на 2%. Несмотря на удорожание поездок, Алматы остается на 3 месте по средним тратам в день после Баку и Ташкента, что делает город одновременно доступным для путешественника и ценным для городской экономики.

Рост экономики туризма в карточных транзакциях сегодня объясняется прежде всего тем, что в город приезжает больше людей и на больший срок, хотя и каждый

отдельный визит становится прибыльнее для туристской отрасли.

Структура трат осталась стабильной относительно прошлого года: больше всего гости города тратят на рестораны, авиабилеты и гостиницы. При этом фактическая доля размещения может быть выше: многие туристы бронируют жильё через международные платформы (например, Booking.com, Trip.com). Значительную часть расходов также занимает шопинг — как в традиционном ритейле, так и через онлайн-маркетплейсы. В совокупности эти каналы формируют около 15% от общего объёма личных трат.

Распределение трат по категориям, % от всех трат в Алматы по зарубежным картам* 2025 г.



*В анализ включены только личные карты, выпущенные в банках 15-ти анализируемых стран

Источник: транзакционные данные Mastercard



Visit Almaty

8.2 При стабильном лидерстве стран Персидского залива Алматы отличает лидерство сингапурских карт и присутствие Филиппин и Германии в топ-5 по средним тратам за день

Во всех городах сравнения состав стран-эмитентов в топ-5 по средним тратам на карту в день достаточно стабилен. Чаще всего в лидерах оказываются США и Индия, как минимум одна страна Персидского залива, а также Сингапур. Алматы выделяется: это единственный город, где в топ-5 входят Филиппины и Германия, при этом США находятся только на 6-м месте.

Сравнение с Алматы 2024 года тоже показательно: тогда Филиппины и Сингапур не вошли в рейтинг из-за малого числа карт*, хотя траты по картам этих стран высокие.

В 2025 году Филиппины уже уверенно попадают в топ-5 Алматы — и это отличает город от других локаций, где при сопоставимых средних тратах филиппинских карт обычно недостаточно. Похожая логика и с Катаром: чаще всего он не добирает по базе карт, за исключением Тбилиси, но имеет высокий показатель средних трат за день. При этом общий набор лидеров в Алматы год к году в целом сохраняется, но есть заметное исключение: Франция в 2025 году выпала из топ-5 и сместилась на предпоследнее место среди анализируемых стран по итогам года.

Топ-5 стран-эмитентов по средним тратам по карте за день*
2025 г.

| | Алматы | Ташкент | Баку | Тбилиси | Бишкек |
|----|--|--|--|--|--|
| №1 |  Сингапур |  США |  США |  Саудовская Аравия |  Саудовская Аравия |
| №2 |  ОАЭ |  Саудовская Аравия |  Индия |  ОАЭ |  ОАЭ |
| №3 |  Индия |  ОАЭ |  Саудовская Аравия |  США |  Китай |
| №4 |  Филиппины |  Китай |  ОАЭ |  Катар |  Турция |
| №5 |  Германия |  Сингапур |  Сингапур |  Индия |  США |

*Для повышения точности рейтинга включены только страны, на которые приходится более 20-го перцентиля количества карт, использованных в городе в 2025 году. В расчет не включены транзакции по покупке авиабилетов из-за высокой доли международных онлайн-платформ.

Источник: транзакционные данные Mastercard



Visit Almaty



Visit Almaty

ТУРИЗМ АЛМАТЫ

9

ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ

В 2026 году Алматы одновременно усилит доступность и насыщенность поездки: расширение международной авиасети снижает барьеры для въезда, а новые культурные и научно-образовательные пространства превращают город в еще более привлекательное для туристов направление

9.1 Алматы расширяет международную авиасеть: в 2026 году добавятся 2 новые страны и увеличится авиационная связанность с Китаем

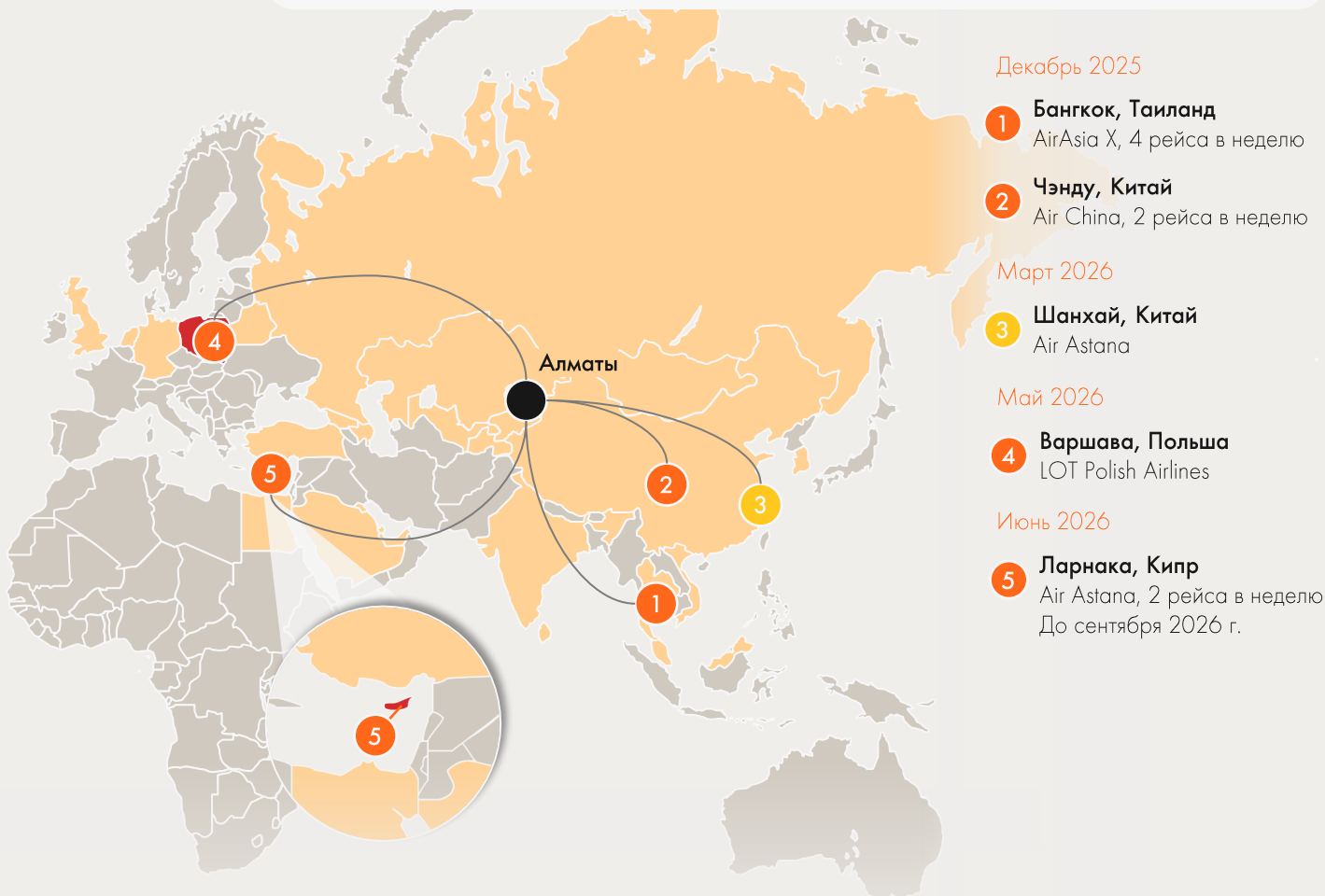
2026 год обещает стать для Алматы значимым по числу новых авианаправлений: сразу две новые страны появятся в международной маршрутной сети. Уже в декабре 2025 года запущен рейс в Таиланд¹⁰, а в течение года ожидается открытие регулярных маршрутов в Польшу¹¹ и на Кипр¹² в рамках сезонной летней программы. Это расширит географию полётов и усилит диверсификацию турпотока как по целям визита, так и по сезонности.

Параллельно продолжает расти интенсивность перевозок по существующим направлениям, в первую очередь, по связке с Китаем: в декабре 2025 запущен рейс в Чэнду¹³, а в марте откроется новый регулярный рейс в Шанхай¹⁴. Это может стать важным шагом в закреплении за Алматы роли главного узла для китайского туризма в регионе.

Прогноз прямого авиасообщения из Алматы в 2026 г.

Авиасообщение в страну: ■ Существует ■ Откроется в 2025 – 2026

Авиасообщение в город: ● Существует и будет рост числа рейсов ● Откроется в 2025 – 2026



Источники: AirAsia Newsroom¹⁰, Tengri News¹¹, Air Astana.com^{12, 14}, Kazinform International News¹³



Visit Almaty

9.2 Новые культурные и научные пространства поддержат рост семейного спроса и интереса к искусству

Открытия 2026 года идут в унисон сразу с двумя сдвигами в спросе: ростом семейного туризма (две инициативы в первую очередь ориентированы на детей и молодую аудиторию) и усилением интереса к культуре и искусству в Алматы.

В результате город получает новые форматы досуга, которые дополняют классические музеи и делают культурную повестку более привлекательной как для жителей Алматы, так и для гостей города.



Музейный комплекс «Райымбек батыр»¹⁵

Комплекс будет объединять в себе памятник в современном архитектурном стиле и экспозиционные залы с интерактивными выставками о жизненном пути батыра и его эпохе — через мультимедиа, 3D-модели и исторические реконструкции. Дополнят комплекс образовательные площадки для лекций, семинаров и мастер-классов

Детский научный музей¹⁶

Первый в СНГ интерактивный музей, ориентированный на развитие STEM-компетенций у детей. Пространство разрабатывается совместно с Science Museum Singapore. Ставка делается не на пассивное потребление информации, а на практику, эксперимент и игру — форматы, которые делают город более привлекательным для семейного туризма.



Музей Observatorium¹⁵

Музей будет посвящен науке, астрономии и современным технологиям. В программе: интерактивные экспозиции о космосе, лаборатории с экспериментами, мультимедийные инсталляции и виртуальные симуляции, а также модули по робототехнике и физике. Финальный акцент — наблюдательная зона с телескопом. Также планируются AI-элементы: VR-путешествие по Вселенной и робот-экскурсовод



Visit Almaty

МЕТОДОЛОГИЯ ОТЧЕТА






Отчет фокусируется на 15 странах – источниках входящего авиасообщения, поиска авиабилетов, бронирования размещения, поиска туристических предложений, а также эмиссии международных карт, используемых в г. Алматы

Перечень анализируемых стран

Азия

-  Индия
-  Катар
-  Китай
-  Малайзия
-  Саудовская Аравия
-  Сингапур
-  ОАЭ
-  Филиппины
-  Южная Корея

Европа





-  Великобритания
-  Германия
-  Италия
-  Турция
-  Франция

Америка

-  США

Сравнение туристического профиля Алматы произведено с **4 городами Центральной Азии и Кавказа**. Метрики также рассчитаны по 15 странам-источникам туристического трафика

Перечень городов сравнения

-  **Баку**
Азербайджан
-  **Бишкек**
Кыргызстан
-  **Ташкент**
Узбекистан
-  **Тбилиси**
Грузия

Отчёт основан на обезличенных агрегированных транзакционных данных Mastercard, а также с использованием **Mastercard Tourism Insights** — аналитическом продукте, объединяющем широкий набор внешних источников: метапоиск и открытые онлайн-данные, а также статистику и индикаторы международных агентств и отраслевых провайдеров

Ключевые источники данных



Транзакционные данные по картам Mastercard
Траты в Алматы и городах сравнения, сроки пребывания



Данные агентств авиационной и туристической аналитики
Поиск и покупка авиабилетов, авиасообщение



Instagram, X
Упоминания туристических предложений и локаций



Booking.com, TripAdvisor, Expedia
Бронирования отелей, отзывы на отели и туристические продукты, профиль туриста



Visit Almaty

ИСТОЧНИКИ

1. World Economic Forum (Июль 2025). Insight Report: Travel and Tourism at a Turning Point <https://www.weforum.org/publications/travel-and-tourism-at-a-turning-point-principles-for-transformative-growth/>
2. UN Tourism (2025). UN Tourism Data Dashboard — Key Indicators. International Tourists Arrivals 2019 – 2025. <https://www.untourism.int/tourism-data/un-tourism-tourism-dashboard>
3. АО «НК «Kazakh Tourism» (2023). Годовой отчет за 2023 год. <https://qaztourism.kz/ru/about-company/reporting/>
4. Национальное бюро статистики Республики Казахстан (2025). Количество посетителей въездного туризма. <https://stat.gov.kz/ru/industries/business-statistics/stat-tourism/>
5. Tengri Travel (Декабрь 2025). Китай, Индия и не только: назван топ стран, откуда в Казахстан приезжают туристы. <https://tengrinews.kz/my-country/kitay-indiya-ne-tolko-nazvan-top-stran-otkuda-kazahstan-589095/>
6. World Economic Forum (2024). Travel & Tourism Development Index 2024. <https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024/>
7. gov.kz. (Февраль 2023) Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2023–2029 годы <https://www.gov.kz/memleket/entities/tourism/documents/details/429828?lang=ru>
8. Bloomberg (Декабрь 2025). 25 Best Places to Travel in 2026. <https://www.bloomberg.com/graphics/best-places-to-travel-2026-guide/>
9. CNN (Январь 2025). Where to go in 2025: The best places to visit. <https://edition.cnn.com/travel/best-destinations-to-visit-2025>
10. AirAsia Newsroom(Сентябрь 2025). Thai AirAsia X launches direct flights to Almaty. <https://newsroom.airasia.com/news/thai-airasia-x-launches-direct-flights-to-almatykazakhstans-alpine-gem-from-1-december-2025-visa-free>
11. Tengri News (Октябрь 2025). Алматы - Варшава: зарубежная авиакомпания запускает рейс. <https://tengrinews.kz/my-country/almaty-varshava-zarubejnaya-aviakompaniya-zapuskayet-reys-583782/>
12. Air Astana (2025). Рейсы из Казахстана в Ларнаку, Кипр. <https://airastana.com/uk-ru/booking-form/flights-to-larnaca>
13. Kazinform International News Agency (Декабрь 2025) Direct flight linking Kazakhstan's Almaty and China's Chengdu launched <https://qazinform.com/news/direct-flight-linking-kazakhstans-almaty-and-chinas-chengdu-launched>
14. Air Astana (2025). Рейсы в Шанхай из Алматы. <https://airastana.com/uk-ru/booking-form/flights-to-shanghai>
15. gov.kz (Январь 2026). В Алматы Мавзолей «Райымбек батыр» станет современным музейным мемориальным комплексом <https://www.gov.kz/memleket/entities/almaty/press/news/details/1150083?lang=ru>
16. Детский научный музей Алматы (2026). <https://sciencemuseum.kz/>



Visit Almaty

КОНТАКТЫ

Mastercard

Санжар Жамалов

Генеральный директор Mastercard в Казахстане и Центральной Азии
Sanzhar.Zhamalov@mastercard.com

Эля Мамлеева

Вице-президент, Руководитель по развитию консалтинга в СНГ
Elya.Mamleeva@mastercard.com

Бакай Мадыбаев

Вице-президент, Руководитель консалтинговой практики в СНГ
Bakai.Madybaev@mastercard.com

Зарина Бакенова

Директор по развитию бизнеса в госсекторе по Центральной Азии
Zarina.Bakenova@mastercard.com

Ольга Рудковская

Старший управляющий консультант по развитию консалтинга
Olga.Rudkovskaya@mastercard.com

Сергей Попов

Старший управляющий консультант
Sergey.Popov@mastercard.com

Visit Almaty

Токсеитова Галия Ерлановна

Руководитель управления туризма города Алматы
tokseitovag@gmail.com

Сымбат Жорабаева

Аналитик отдела аналитики и реализации инструментов поддержки
Symbat.Zhorabayeva@visitalmaty.kz

ПОДГОТОВЛЕНО ПРИ УЧАСТИИ

Mastercard

Сергей Попов

Старший управляющий консультант

Ирина Пономаренко

Консультант

Мирас Хабибулла

Консультант



Visit Almaty



ALMATY
TOURISM
BUREAU

Visit Almaty

Disclaimer

© 2026 MasterCard International Incorporated. All rights reserved.

This document is provided for general informational purposes only and on a non-binding basis. It does not create any obligations, commitments, or assurances on the part of Mastercard. Mastercard may withdraw from any related discussions at any time without liability or further obligation, except with respect to confidentiality where applicable.

The information contained in this report, including any market insights, regulatory observations, analyses, projections, or estimates, is provided for illustrative purposes only. No representation or warranty is made as to the accuracy, completeness, or reliability of the information, and there can be no assurance that any projections, estimates, or expectations presented will be achieved or that the analysis is error-free. Any forward-looking statements are based on current assumptions that may change, and actual outcomes may differ. Mastercard does not accept responsibility for any decisions made based on this report.

Unless expressly stated otherwise, the contents of this report are confidential and proprietary to Mastercard and may not be disclosed, distributed, or used for any purpose other than review and internal evaluation without Mastercard's prior written consent.

All brands, logos, trade names and marks referred to herein ("Trademarks") are the property of their respective trademark holders. Mastercard does not make any representations in relation to any third-party Trademarks. Any references to such Trademarks in this document are for informational purposes only and do not constitute any affiliation, endorsement, and/or sponsorship of the Trademarks, the underlying products, and/or the Trademark holders. You are solely responsible for seeking the prior consent of the Trademark holder for any use of a Trademark.