

Министерство науки и образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Южно-Уральский государственный университет  
(национальный исследовательский университет)»  
Институт лингвистики и международных коммуникаций  
Кафедра международных отношений, политологии и регионоведения

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ  
Заведующий кафедрой, к. т. н.,  
доцент

\_\_\_\_\_ Л. И. Шестакова  
\_\_\_\_\_ 2019 г.

## **РОЛЬ ТУРИЗМА В ЭКОНОМИКЕ КИТАЯ**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА  
ЮУрГУ–41.03.01.2019.431.ПЗ ВКР

Руководитель работы, доцент  
\_\_\_\_\_ В. Н. Максимова  
\_\_\_\_\_ 2019 г.

Автор работы  
студент группы ЛМ-415  
\_\_\_\_\_ А. Р. Мирзаев  
\_\_\_\_\_ 2019 г.

Нормоконтролер, профессор  
\_\_\_\_\_ А. Д. Таиров  
\_\_\_\_\_ 2019 г.

## АННОТАЦИЯ

Мирзаев А.Р. Роль туризма в экономике Китая. – Челябинск: ЮУрГУ, ЛМ-415, 67 с., 9 ил., 7 табл., библиогр. список – 53 наим.

Данная выпускная квалификационная работа выполнена с целью изучения влияния индустрии туризма на развитие экономики Китая и отдельных его регионов на современном этапе истории.

В данной работе рассматриваются основные туристические направления в КНР. Самыми распространёнными направлениями на данный момент признаются посещение памятников природы и культуры, чайный и гастрономический туризм, а также отдых на островах.

Кроме того, рассматриваются предпосылки формирования туристических направлений. Основные предпосылки были разделены на несколько групп: географические, исторические, культурные и политические.

Отдельно описано современное состояние ниш выездного, въездного и внутреннего туризма. После анализа был сделан вывод, что все три ответвления находятся в стадии активного роста.

По результатам работы, в главе 4, был представлен комплексный анализ влияние туристической отрасли на экономику Китая.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	4
1 КРАТКИЙ ОБЗОР ЛИТЕРАТУРНЫХ ИСТОЧНИКОВ ПО ИССЛЕДУЕМОЙ ПРОБЛЕМЕ .....	6
1.1 Оценка туристского рынка Китая в литературе .....	8
1.2 Анализ исследований журнала «Journal of China Tourism Research» .....	12
2 ТУРИСТИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ В КИТАЕ И ПРЕДПОСЫЛКИ ИХ РАЗВИТИЯ .....	18
2.1. Предпосылки развития туристической сферы КНР .....	18
2.1.1 Географические предпосылки .....	19
2.1.2 Исторические и культурные предпосылки .....	23
2.1.3 Политические предпосылки.....	27
2.2. Современные туристические направления в КНР .....	29
3 СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ТУРИЗМА В КИТАЕ .....	36
3.1 Въездной туризм .....	36
3.2 Выездной туризм.....	39
3.3 Внутренний туризм.....	43
4 ВЛИЯНИЕ ТУРИЗМА НА ЭКОНОМИКУ КИТАЯ И ОТДЕЛЬНЫХ ЕГО РЕГИОНОВ.....	47
4.1. Особые экономические зоны .....	47
4.2. Влияние на экономику Китая в целом .....	54
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	61
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК .....	62

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность темы.** Согласно докладу Всемирной туристической организации ООН (UNWTO) в 2017 году Китай занял четвертую позицию в списке самых посещаемых стран, следом за Францией, Испанией и США продемонстрировав прирост числа туристов из-за рубежа более, чем на 5% за год. Всего в 2017 году в страну прибыло 60,7 миллионов туристов, что принесло более 30 миллиардов долларов дохода [1].

Китай не только является рекордсменом по числу зарубежных туристов в Азиатско-тихоокеанском регионе, но и обладает мощным рынком внутреннего туризма. Более того, в докладе указано, что за 2017 год китайские туристы потратили в своей стране и за рубежом 257,7 миллиардов долларов, став мировыми лидерами по тратам и обогнав вторую и третью позиции рейтинга, взятые вместе.

Все это свидетельствует о невероятном разрастании объема рынка туризма в Китае. В результате, разрастаются и смежные отрасли экономики, и, даже совсем не связанные с туризмом секторы, но находящиеся географически близко к туристическим зонам. Данная выпускная квалификационная работа посвящена этой актуальной теме – роли туризма в экономике Китая и его регионов.

**Цель работы** – изучение влияния индустрии туризма на развитие экономики Китая и отдельных его регионов на современном этапе истории.

### **Задачи работы:**

- изучить опыт исследования туризма в КНР;
- определить предпосылки развития рынка туризма в Китае;
- описать современное состояние ниши туризма в КНР;

- описать влияние индустрии туризма на экономику современного Китая.

**Источники работы** – периодическая печать, сборники документов, сборники статей, монографии, материалы интернета.

**Результаты** работы могут быть использованы при сравнительном анализе рынков туризма в России и КНР и выстраивания модели развития в нашей стране, например, в Приморье.

## **1 КРАТКИЙ ОБЗОР ЛИТЕРАТУРНЫХ ИСТОЧНИКОВ ПО ИССЛЕДУЕМОЙ ПРОБЛЕМЕ**

Анализу состояния и тенденций развития мирового, в том числе китайского, туристских рынков посвящено немало работ отечественных авторов. Например, в работах «Современное состояние мирового рынка туристских услуг» А. А. Коноваловой и «Влияние мирового кризиса на состояние туристской индустрии» Т. А. Худяковой [2, 3] анализируется текущее состояние мировой туристической индустрии. Анализ участников туристского рынка является основой для разработки туристских продуктов, конкурентоспособных в определенных сегментах мирового туристского рынка. современные подходы к маркетинговому анализу оценки конкурентоспособности туристского предложения региона рассматриваются в работах «Теоретические основы формирования туристско-рекреационного кластера как инструмента повышения конкурентоспособности сферы туризма» А. С. Бессоновой, «Маркетинговые исследования регионального рынка потребителей туристских услуг» Н. С. Мартышенко и «Роль регионального маркетинга в повышении инвестиционной привлекательности региона» А. В. Овсянниковой [4, 5, 6].

При анализе туристского рынка необходимо опираться на систему принятых показателей оценок конкурентоспособности туристской индустрии страны и региона, которая определяет направления анализа туристского рынка. важнейшим элементом исследования должно стать изучение системы туристских предпочтений потребителей из различных стран. Самой распространенной оценкой является «индекс конкурентоспособности в области путешествий и туризма» (ИКПТ – The Travel and Tourism Competitiveness Index (ТТСИ)), разработанный в рамках исследований всемирного экономического форума (ВЭФ)

в 2007 году [7]. Последний предоставленный на сегодня индекс конкурентоспособности в области путешествий и туризма за 2017 год охватывает 140 стран, в которых проживает более 90 % населения мира и производится 98 % мирового ВВП [8]. При расчете ИКПТ учитывают 14 показателей, которые можно сгруппировать по четырем направлениям (рисунок 1).

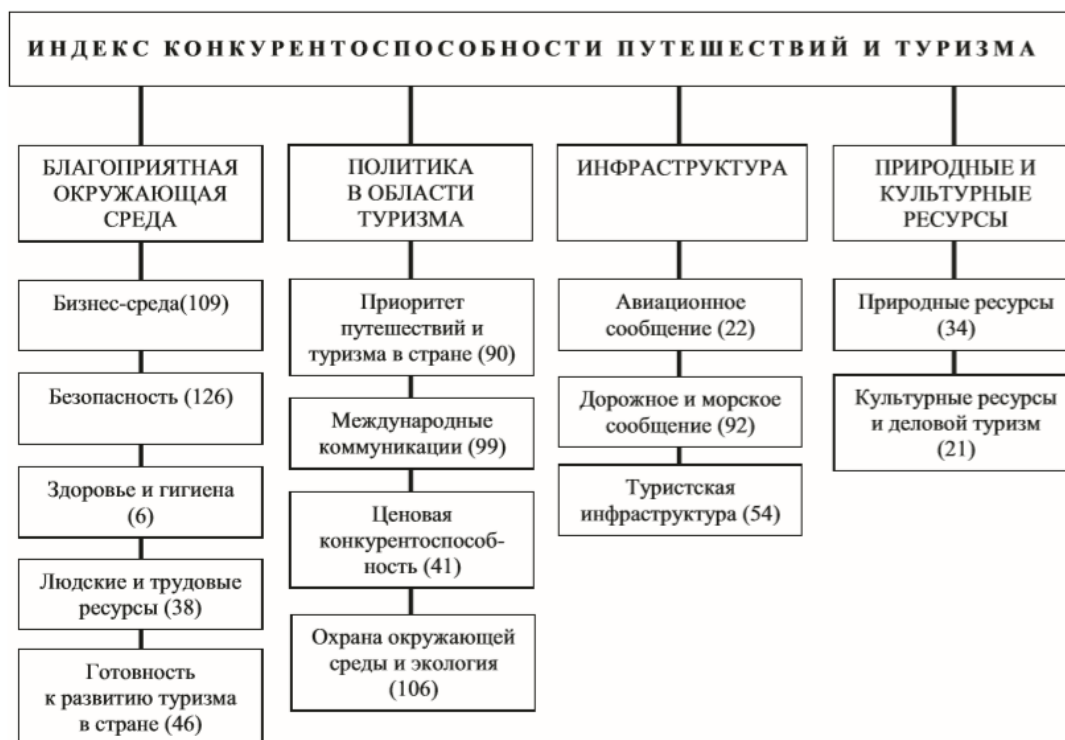


Рисунок 1 – Структура индекса конкурентоспособности путешествий и туризма

Когда рейтинг ИКПТ был опубликован впервые (в 2008 году), Китай не вошел ни в общий топ стран, ни в топ стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Однако уже с 2009 года рейтинг КНР поднимался всё выше. В 2017 году Китай (не включая Гонконг и Тайвань) занял 15 позицию в общем рейтинге стран, уступив, в основном, европейским странам [9].

Китай, Япония и Южная Корея занимают лидирующие позиции в сфере туризма не только в Азиатско-Тихоокеанском регионе, но и во всем мире. Большая часть туристов из этих стран не выезжает за пределы «треугольника». Объясняется это не только географической близостью и определенным сходством культур, страны имеют тесные экономические и транспортные связи,

благоприятный визовый режим для туристских обменов. они обладают мощной индустрией туризма с развитой инфраструктурой, рассчитанной на прием массового туристского потока. развитие туристских обменов между странами пользуется активной поддержкой на государственном уровне во всех трех странах, которые в последние годы вкладывали огромные средства в развитие туризма. налаживание туристских связей происходило в течение последнего десятилетия. Анализ развития туристской индустрии стран северо-восточной Азии посвящено немало публикаций дальневосточных ученых [10, 11].

### 1.1 Оценка туристского рынка Китая в литературе

Число туристов из материкового Китая (без Гонконга и Макао) в 2015 году достигло 120 млн человек, что на тот момент составило около десятой части мирового количества туристов (рисунок 2). По этому показателю Китай занимает лидирующую позицию с 2012 года. По прогнозам банка HSBC, число китайских туристов, выезжающих за границу, к 2024 году достигнет 242 млн человек [12].

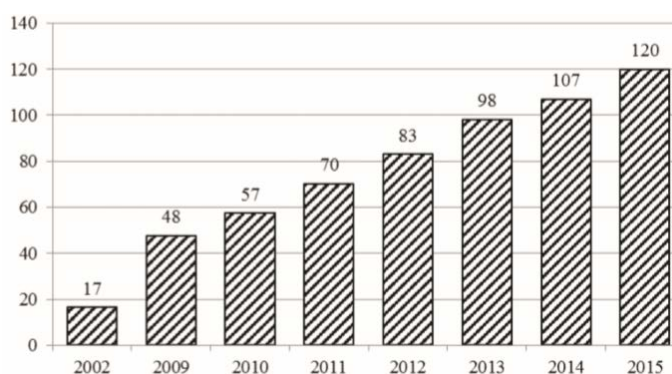


Рисунок 2 – Динамика выездного туристского потока из Китая, млн чел

По данным управления туризма КНР, китайские туристы потратили во время зарубежных туристских поездок в 2015 году 215 млрд долларов, что на 53 % больше, чем в 2014 году (рисунок 3) [12]. При этом по всему миру туристские расходы выросли только на 3,1 %. в докладе China Luxury Advisors и Fung Business Intelligence Centre делался прогноз, что расходы китайских туристов за



рубежом к 2020 году достигнут 422 млрд долларов [12]. Однако, согласно докладу Всемирной туристической организации ООН (UNWTO) в 2017 году траты выездных туристов составили только 257,7 млрд долларов, продемонстрировав прирост 4,7 % в сравнении с 2016 годом [1]. Это демонстрирует нам, что кризисные явления затронули, в том числе, и китайскую экономику, и прогноз был, вероятно, чрезмерно оптимистичным.

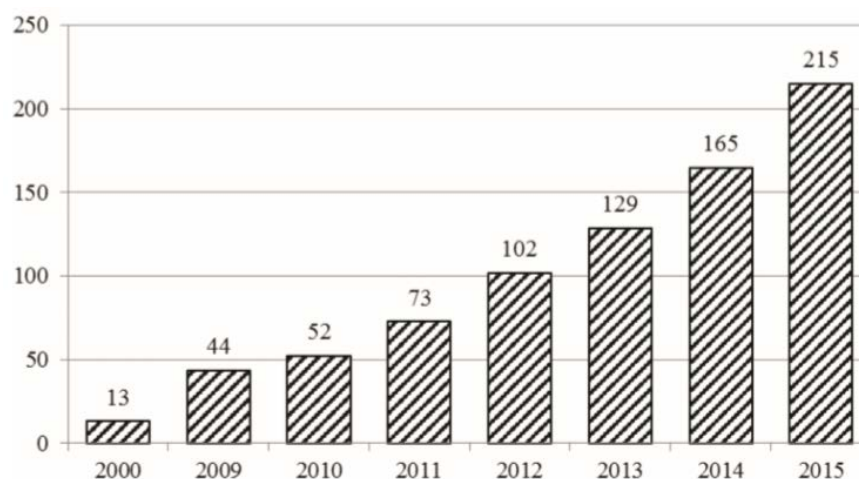


Рисунок 3 – Динамика изменения общих расходов китайских туристов за рубежом, млрд долларов США

Тем не менее, китайские туристы являются лидерами по затратам туристов за рубежом уже несколько лет подряд. В целом в 2015 году китайская туристическая индустрия обеспечила седьмую часть от общего вклада туризма в мировую экономику (\$1,14 трлн из \$7,86 трлн) и около четверти от общего числа рабочих мест в данной сфере (79,11 млн из 284 млн).

Среди основных тенденций, которые наблюдались с 2015 года, отмечен резкий рост турпотока в Японию. Это связано с девальвацией йены и отменой ряда визовых ограничений. Китайские туристы совершили 5 миллионов поездок в Японию, что на 107 % больше, чем в 2014 году. Китайцы составляют около 25 % иностранных туристов в Японии. Таким образом, Китай стал главным источником доходов для туристической отрасли Японии. в среднем, каждый посетивший Японию китаец в прошлом году потратил там 2,26 тысячи долларов, из них 51 % – на

шоппинг. В Южной Корее доля китайских туристов в числе иностранных еще больше – 40 %, в 2015 году китайцы совершили в эту страну более 6 миллионов поездок. Среди европейских стран самыми популярными у китайцев стали Италия, в которой побывали 2,3 млн туристов из КНР, и Франция – 1,7 млн. Третьей европейской страной по посещаемости стала Россия [12].

В настоящее время на одного выезжающего за рубеж приходится до 33 «внутренних» туристов. Согласно докладу UNWTO, в 2017 году в страну прибыло 60,7 миллионов туристов, что принесло более 30 миллиардов долларов дохода [1]. Самым крупным донором зарубежных туристов для Китая в настоящее время является Южная Корея. в 2015 году число туристов из этой страны, посетивших Китай, выросло более чем в 4 раза. Далее следует Япония: число посетивших Китай японцев в 2015 году увеличилось на 200 %. До последнего кризиса российские туристы очень активно посещали Китай. Большую часть российского туристского потока составляли жители Дальнего востока [12]. После резкого падения поток российских туристов начал показывать положительную динамику.

По оценкам предыдущих лет всемирной туристской организации, к 2020 году Китай должен выйти на первое место и по объему въездного туризма. Опубликованный в 2018 году отчет [1] уже не содержит подобного прогноза, но очевидным остается то, что Китай будет занимать одну из лидирующих позиций, и вероятно, к 2020 окажется в тройке стран-лидеров по въездному туризму.

Общая выручка от реализации туристских услуг в 2015 году выросла на 13,4 % до 4,13 трлн юаней (\$1 – 6,5 юаня). В 2017 году власти Китая увеличили инвестиции в туризм на 42 % до 1,7 трлн юаней. сейчас туризм обеспечивает 11 % ВВП страны и 10,2 % рабочих мест [13]. По итогам января–марта 2016 года инвестиции в сферу туризма Китая достигли 117,55 млрд юаней (\$18,08 млрд). Это на 9,76 % больше, чем за январь–март 2016 года. Точками привлечения капиталов становятся новые бизнес-форматы. наибольший прирост инвестиций наблюдается в сфере круизного и лесного туризма: по сравнению с прошлым

годом он составил 142,7 и 103,6 % соответственно. Более чем на 50 % увеличился спрос на деревенский туризм, индустриальный, морской, маловысотный, спортивный и др. Рост круизного туризма в Китае в три раза превысил среднемировой. В общей сложности в 2015 году десять портов Китая приняли или отправили 629 круизных рейсов, что дало прирост за год в 35 %. Участниками круизов стали 2,48 млн туристов, из которых 2,22 млн составили граждане КНР. среди всех состоявшихся круизов большая часть приходится на посещение портов трех стран «треугольника».

В Китае регулярно издается «Journal of China Tourism Research» (JTR), где публикуются актуальные материалы, связанные с индустрией туризма КНР. Интерес представляют исследования, посвященные новым специфическим направлениям туризма и их влиянию на жизнь местного населения. Например, в статье «Tea Tourism and its Impacts on Ethnic Marriage and Labor Division» описаны изменения в разделении труда и в этнических браках, последовавшие за развитием чайного туризма в провинции Юннань [14]. Среди других перспективных направлений отмечаются экологический и островной туризм, а также туры, связанные с медициной и здоровьем [15, 16, 17]. Основываясь на данных бюро статистики Китая, была составлена таблица 1, где можно увидеть приблизительное соотношение различных видов туризма в КНР в 2016 году [18].

Таблица 1 – Виды туризма в КНР

Вид туризма	Процентное соотношение, %
Посещение памятников природы	24,3
Культурно-исторический	23,4
Чайный и гастрономический	15,4
Островной	15,2
Шоппинг	9,5
Оздоровительный	5,5
Экологический	2,0

Другие	4,7
--------	-----

## 1.2 Анализ исследований журнала «Journal of China Tourism Research»

В статье «Chinese Researchers in the Journal of Travel Research (2011–2016): A Content Analysis» [19] приводится краткий анализ актуальных исследований на протяжении пяти лет. Темы исследований после подсчета и классификации статей, опубликованных в JTR китайскими учеными, были сгруппированы по пяти основным темам, а именно: электронный туризм (э-туризм, eTourism), поведение туристов, имидж места назначения, управление местом назначения и влияние туризма (таблица 2).

Таблица 2 – Темы исследований JRT

Темы исследований	Количество работ
Электронный туризм	15
Поведение туристов	15
Имидж места назначения	11
Управление местом назначения	10
Влияние туризма	6
Другое	29

Другие статьи могут попадать в различные второстепенные темы, такие как брендинг, управление знаниями и антикризисное управление. Определение тем исследований отличается от других исследований. Например, Хуан и Су [19] в 2006 году доказывали, что управление туристическими продуктами, планирование туризма и развитие индустрии туризма являются главными темами; Джун и др. [19] в 2015 году определяли развитие туризма, управление туризмом и экотуризм как основные исследуемые темы. Это говорит о том, что исследования в области туризма идут в ногу с изменением мировой индустрии, и темы исследований постоянно меняется. Электронный туризм привлек значительное

внимание в последних исследованиях журнала, о чем свидетельствует общее количество публикаций, особенно в появлении семи статей в год в 2016 году. В дополнение к общему введению или рамкам применения информационной технологии в туризме, э-туризм рассматривался в основном с трех точек зрения китайскими учеными: поиск информации и обмен ею в традиционных веб-каналах, использование смартфонов в путешествиях и пользовательский контент (UGC – user generated content).

Признавая важность поискового маркетинга, Пхан, Сян, Лоу и Физенмаер [19] в 2011 году предложили модель для описания ключевых детерминант в поисковом маркетинге, чтобы облегчить реализацию поисковой системы как стратегического инструмента в туристическом маркетинге. После определения динамики в поисковом маркетинге туризма они проводят дальнейшее исследование того, как поисковая система влияет на планирование путешествий. Исследование делит информационный поиск туристов на три отдельных этапа. Результаты подтверждают, что условия предварительного поиска имеют решающее значение для последующего поведения и общей оценки использования поисковой системы для организации поездок.

Изучается также вопрос, как туристы адаптируются к планированию поездок в эпоху интернета (Сян, Ван, О'Лири, Физенмаер, 2015) и то, как туристы взаимодействуют с веб-сайтами мест назначения (Тан и Тянь, 2012). Кроме того, Белдона, Лин и Чень (2012) эмпирически оценивают производительность веб-сайтов отелей в трех популярных поисковых системах по всему миру. С точки зрения видимости, веб-сайты отелей в США выполнены лучшие по сравнению с сайтами отелей в Великобритании, Индии и Китае. Поисковая система Google также оказалась относительно более зрелой, чем Yahoo и MSN в отношении поиска информации для туристов [19].

Учитывая популяризацию и силу смартфонов, Ван, Пак и Физенмаер (2012) изучают поиск информации и обмен ею туристами Китая с помощью смартфонов. Их выводы подтверждают, что смартфоны существенно изменили туристический

опыт через их способность искать и делиться. Это связано с тем, что использование смартфонов является самым влиятельным каналом для туристов для поиска и обмена информацией о своих туристических мероприятиях. Привычка использовать смартфоны в повседневной жизни туристов также формирует их использование смартфонов во время путешествий (Ван и др., 2016). Кроме того, различные стратегии развертываются маркетологами пунктов назначения во время процесса путешествия, начиная с поиска перед поездкой до обмена информацией после поездки, потому что путешествие по своей природе постоянно меняется и является динамичным (Ламсфус и др., 2015). Наконец, исследуются рекомендации, которые туристы получают со своих смартфонов во время путешествия. Эти рекомендации имеют двойную функцию, позитивную и негативную, в отношении ожиданий туристов. Поэтому маркетологи должны быть осторожны в использовании этого метода (Тассдиа и Ван, 2016) [19].

Конкретный обмен информацией поведение туристов включает в себя написание отзывов или комментариев о продукте или услуге, которые они покупают. TripAdvisor является одной из самых популярных платформ среди многих существующих социальных сетей с точки зрения объема обмена информацией туристами (Шукерт, Лиу и Лоу, 2015). Поэтому, изучается доверие к TripAdvisor и его влияние на отношение к путешествиям и предпочтениям туристов. Между доверием к источнику и отношением к нему наблюдается значительная связь, но эта связь все еще не может быть преобразована в окончательное намерение посетить определенное место.

Между тем, блоги путешествий, как еще одно средство UGC, исследуются У и Пирсом (2016), которые сосредоточились в основном на китайских блоггерах. Результаты подтверждают предполагаемые причины, по которым китайские блоггеры создают блоги, и указывают на контекстуальные и культурные различия между западными и восточными блоггерами.

Туристское поведение и связанные с ним отношения – еще одна важная исследовательская тема китайских ученых в JTR, и в рассматриваемый период

появились 15 соответствующих работ. Факторы, влияющие на удовлетворенность туристов и принятие решений, потребительское поведение туристов и изучение существующей поведенческой теории в туризме, составляют три подкатегории в рамках этой темы.

Митас и Лин (2013) исследовали чувства туристов в пути и обнаружили, что, как правило, туристы чувствуют себя хорошо в течение всего процесса путешествия, но их удовлетворение постепенно уменьшается по мере продвижения поездки. Эта находка указывает на возможное существование максимально допустимой продолжительности времени в пути. Между тем, использование информации было включено в изучение процессов планирования поездок, и обнаружена иерархическая многомерность и последовательный характер процесса принятия решений китайскими туристами [19]. К другим факторам, положительно влияющим на удовлетворение туристов и, повышающим их лояльность по отношению к туристическим продуктам и услугам, отнесли новизну пункта назначения, одобрение знаменитостями, когнитивную интерпретацию экскурсоводами и льготы на проезд.

Туристические расходы зачастую являются основным источником дохода для населенных пунктов. Поэтому в трех статьях непосредственно рассматривается вопрос о том, как анализировать потребление туристов. У, Ли и Сонг (2011) используют подход динамической системы уравнений для исследования взаимодействий между туристическим спросом. Они подтверждают, что существует разница между краткосрочными и долгосрочными туристами с точки зрения приобретения ими различных туристических продуктов. Ван (2013) признает важность туристических покупок и разрабатывает четырехмерную конструкцию для оценки удовлетворенности туристов покупками [19].

Другие исследования сосредоточены на изучении существующих теорий или практик в туризме, связанных с туристическим поведением. МакКерхер и Це (2012) исследуют классическую теорию планового поведения, используя как продольные, так и поперечные данные. Результат показывает отсутствие

статистически значимой связи между намерением посетить и фактическим повторным посещением. Юй и Ли (2014) оспаривают существующую контактную модель в объяснении взаимодействий между туристами и местными жителями, и на основе обоснованной теории устанавливается интегрированная модель межкультурных взаимодействий.

Прогнозирование спроса важно для туристических направлений, чтобы правильно распределить свои ресурсы и поддерживать долгосрочное развитие назначения. Следовательно, прогнозирование также является жизненно важной работой для правительства или связанных с ним маркетинговых организаций в месте назначения. Китайские ученые сотрудничают с международными учеными для моделирования спроса на туризм во всем мире. Сходство в предпочтениях между рынком назначения и рынком-источником является определяющим фактором спроса. Ян, Пан и Сонг (2014) используют данные веб-трафика маркетинговых организаций для прогнозирования краткосрочного спроса на отели в Китае. Прогноз въездного туризма Китая остается важным разделом в этой категории. Чжоу, Гранди, Тернер, Йомен и Битон (2014) пытаются использовать региональные данные для прогнозирования международных региональных прибытий в Китай, вместо национальных данных. Также изучается влияние туризма на все аспекты жизни. В этой категории акцент делается на экономической выгоде туризма для конкретных мест отдыха. Миллер и Ли (2014) используют несколько подходов сегментации для изучения вклада в экономику сложившихся туристических направлений. Продукты питания и напитки, а также культура и отдых оказались наиболее важными точками продажи для таких направлений. Ду и Лью (2016) утверждают, что инвестиции в туризм не могут сами по себе принести экономический рост, но они должны быть интегрированы в более широкую схему развития [19].

Для измерения экономического воздействия предлагают использовать подход анализа рынка торговли, и исследование подтверждает полезность этого подхода при проведении оценки. Помимо сосредоточения внимания на экономическом



воздействии, Сан и Пратт (2014) изучают как экономическое, так и экологическое влияние туризма. В то же время изучается влияние туризма на здоровье людей (Чень и Петрик, 2013). Как правило, поездки создают ощутимые психические проблемы для туристов, но физическая польза не может быть определена в текущих исследованиях [19].

Некоторые исследователи предпочитают изучать историческое развитие сферы туризма в КНР. Так, профессор Чжоу Йоуджен говорит о приблизительно 100 летней истории становления независимой туристической индустрии в Китае, подразделяя его на периоды [20]. К первому периоду относится время от основания Ченом Гуанфу в 1923 году китайской туристической службы на базе филиала Шанхайского Коммерческого банка и до момента провозглашения Китайской Народной Республики в 1949 году. В этот период многие туристические поездки были деловой необходимостью, а не развлечением. Второй период начался в 1954 году с основания Главного управления службы международного туризма в Китае (China International Travel Service Head office – CITS). Если в начале второго периода число иностранных туристов было невелико, то после начала проведения политики реформ и открытости приток туристов значительно усилился. Вероятно, именно эта реформа и послужила решающим фактором становления китайской туристической индустрии.

#### Вывод по разделу один

Китай сейчас занимает лидирующие позиции в основных туристических рейтингах. Так, например, китайские туристы потратили больше всех в мире в 2017 году. В настоящее время доход от туризма составляет десятую часть ВВП Китая. Поэтому, множество работ отечественных и зарубежных авторов посвящено анализу состояния и тенденций развития китайского туристического рынка.

## **2 ТУРИСТИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ В КИТАЕ И ПРЕДПОСЫЛКИ ИХ РАЗВИТИЯ**

### **2.1. Предпосылки развития туристической сферы КНР**

Китайская Народная Республика сейчас занимает лидирующие позиции в туристической области. Туристическая сфера вносит огромный вклад во внутреннюю экономику страны. Однако туризм, как межотраслевой комплекс, начал стремительно развиваться только во второй половине XX в.

После экономической реформы Ден Сяопина в 1978 году. Китай открыл свои «ворота» для посещения других граждан. В этом же году в КНР приехало более 230 тыс. иностранцев, такое небольшое количество было обусловлено из-за строгих правил, по которым могли въезжать иностранные туристы. В 2006 году страну посетило уже около 49,6 млн туристов и Китай стал 4-ой страной по посещаемости в мире. С каждым днем это число продолжает расти.

Также в стране открылось много туристических агентств, чтобы китайцы смогли посмотреть весь остальной мир. В 1998 году было открыто 6222 агентства, но к 2002 это число возросло почти в двое. Число китайских туристов, выезжающих за границу выросло с 3,2 млн. до 10,1 млн. человек в тот же самый период.

В 1985 году Китайская Народная Республика присоединилась к конвенции ЮНЕСКО для сохранения мирового культурного наследия. В Китае расположено большое количество исторических и культурных достопримечательностей, а также он занимает 3-е место по уникальности после Италии и Испании. По данным на 2010 год в стране числится 911 объектов культурного наследия [12].

Дворцовые постройки, которые предназначались для императоров и императорской семьи, одни из самых грандиозных в масштабе. Это одно из отличий китайских достопримечательностей от других стран. Самым популярным сохранившимся дворцовым ансамблем является императорский пурпурный Запретный город в Пекине. Его китайское название Гугун, что в переводе означает «древний дворец». Строительство было завершено в 1420 году, и он прекрасно сохранился до наших дней.

Следующей особенностью Китайской Народной Республики являются национальные парки и заповедники. Их количество составляет около 300, и они обеспечивают защиту примерно 2 % территории Китая. В первую очередь это места обитания панды, которые строго охраняются, так как это животное является символом Всемирного Фонда охраны дикой природы.

### **2.1.1 Географические предпосылки**

Китайская Народная Республика – третья страна в мире по площади, после России и Канады. Страна граничит с 14 странами и имеет обширную территорию в Центральной и Юго-Восточной Азии. В данный момент в состав Китая входит 34 административные единицы на уровне провинций, из них 4 – города центрального подчинения, 23 провинции, 5 автономных районов и два особых административных района. Города специального подчинения - Пекин, Шанхай, Тяньцзинь, Чунцин. Автономные районы – Гуанси-Чжуанский авт. район, авт. район внутренняя Монголия, Нинся-Хуэйский авт. район, Тибетский авт. район, Синьцзян-Уйгурский авт. район. Специальные административные районы – Сянганский особый административный район (Гонконг), Аомэн (Макао) [21].

Из-за большой территории Китай имеет большое разнообразие природных условий, многообразие ландшафтов и богатство земных ресурсов. На восточных равнинах и южных берегах страны находятся плодородные низменности и предгорья, поэтому большинство населения сосредоточено именно в этих частях. В южной части страны преобладают холмистая и горная местность, а на западной

и северной части затонувшие бассейны, холмистые плато и возвышающиеся массивы. Самая высокая равнина на Земле – Тибетское плато расположено на Западе страны и имеет низкий сельскохозяйственный потенциал и население. Также Китай имеет достаточно протяженную береговую линию, которая используется для ориентированной на экспорт торговли, поэтому прибрежные провинции являются ведущими экономическими центрами.

Китайское правительство разделило топографию страны на 5 макрорегионов, которые физически однородные. В них входят: Синьцзян-Монголия, Тибетское нагорье и Восточный Китай, в свою очередь подразделяется на Северо-Восточную равнину, Северную равнину и Южные холмы. На Западе страны земля находится высоко и постепенно к восточному побережью снижается. Горы (33 %), плато (26 %), и холмы (10 %) занимают почти 70 % поверхности страны. Большая часть культивируемых земель сосредоточена на низменных равнинах (12 %) и бассейнах (19 %), однако некоторые из больших бассейнов состоят из пустынь. Из-за пересеченной местности создаются проблемы в наземной транспортной инфраструктуре и требует обширных террас для поддержания агрокультуры, но такая местность способствует развитию лесного хозяйства, минеральных и гидроэнергетических ресурсов и туризму [21].

Между северным склоном Куньлунь и южным склоном Тянь-Шаня, к северо-западу от Тибетского плато расположена обширная Таримская впадина Синьцзян-Уйгурский автономного района, где находится пустыня Такла-Макан. Этот бассейн самый большой в Китае и средняя высота над уровнем моря в бассейне составляет 1000 м. На востоке бассейн переходит в Турфанскую впадину Восточного Синьцзяна, где высохшее дно озера Айдынкель, на 154 м ниже уровня моря, является самой низкой точкой в Китае и третьей самой низкой в мире. На озере температура достигает 49.6 °С и это самое горячее место в Китае. К северу от Тянь-Шаня находится второй большой бассейн Синьцзяна – Джунгарский, в котором находится пустыня Гурбантунгют. Джунгарская впадина на севере окружена Алтайскими горами, которые отделяют Синьцзян с Россией и

Монголией. Север гор Циляньшань – это естественный горный проход Хэси, который был частью древнего Шелкового пути.

Самое большое и высокое Тибетское плато находится на севере Гималаев и на востоке от Памира, его также называют «крышей мира». Плато имеет среднюю высоту 4000 метров над уровнем моря и занимает площадь около одной пятой из суши Китая.

Китай изобилует реками. Изначальное количество рек уменьшилось в 2 раза из-за статического расхождения и изменения климата. Большинство рек впадает в Тихий океан и протекают с запада на восток. Самыми крупными реками является Янцзы и Хуан Хэ (Желтая река). Они обе берут свое начало в Тибете, но Янцзы впадает в Восточно-Китайское море вблизи Шанхая, а Хуан Хэ впадает в залив Бохайвань на северном побережье провинции Шаньдун. Янцзы также является третьей по длине рекой в мире после Амазонки и Нила [21].

Китай обладает значительными запасами полезных ископаемых и является крупнейшим в мире производителем сурьмы, природного графита, вольфрама и цинка. Гидроэнергетический потенциал Китая является крупнейшим в мире.

На востоке и юго-востоке Китай омывается заливами Бохайвань и Тонкинским, Желтым, Восточно-Китайским и Южно-Китайским морями. В морской акватории страны находится около 5400 островов. Самые крупные из них – это Тайвань и Хайнань. Далянь, Тяньцзинь, Циндао, Шанхай, Нинбо, Фучжоу, Гуанчжоу являются естественными гаванями, которые составляют важнейшие морские порты.

Из-за огромных различий в широте, долготе и высоте климат Китая довольно разнообразен: от тропического на крайнем юге до субарктического на Крайнем Севере и альпийского на более высоких высотах Тибетского плато. В большей степени преобладает континентальный муссонный климат. Зимой преобладают северные ветры, а летом – южные. Сезон дождей совпадает с жарким сезоном.

С сентября по апрель сухие и холодные зимние муссоны из Сибири и Монголии на севере, постепенно ослабевая по мере того, как они достигают

южной части страны, приносят холодные и сухие зимы и больше перепады температур.

Летом, теплые и влажные летние муссоны из океанов приносят большую часть ежегодных осадков и высокие температуры, с небольшой разницей в температуре между Югом и Севером. Хотя большая часть страны находится в умеренном поясе, но сложный и разнообразный климат Китая приводит к большому разнообразию температурных поясов, а также сухих и влажных зон.

Например, в городском уезде Мохэ провинции Хэйлунцзян, средняя температура в январе составляет  $-30\text{ }^{\circ}\text{C}$ , в то время как соответствующий показатель в июле может превышать  $18\text{ }^{\circ}\text{C}$ . Напротив, на большей части Хайнаня среднее значение в январе составляет  $17\text{ }^{\circ}\text{C}$ , в то время как среднее значение июля обычно превышает  $28\text{ }^{\circ}\text{C}$ .

С точки зрения температуры страна может быть разделена с юга на север на экваториальную, тропическую, субтропическую, умеренно-теплую, умеренную и холодно-умеренную зоны; с точки зрения влажности она может быть разделена с юго-востока на северо-запад на влажную (32 % площади суши), полупустынную (15 %), полузасушливую (22 %) и засушливую (31 %) зоны.

Осадки почти всегда сконцентрированы в теплое время года. Годовые показатели колеблются от менее 20 миллиметров в северо-западном Цинхэе и Турфанская впадине Синьцзяна до легко превышающих 2000 миллиметров в Гуандуне, Гуанси и на Хайнане. Только в некоторых районах Джунгарского района Синьцзяна наблюдается сезонная вариация осадков. Осенью часто бывают тайфуны на юге Китая, а зимой засушливые ветра на севере и западе страны [22].

Что касается окружающей среды, то загрязнение воздуха в результате использования угля является одной из основных проблем наряду с загрязнением воды из-за неочищенных отходов и стандартов концентрации загрязнителей, превышающих максимальную общую суточную нагрузку по загрязняющим веществам. Также ощущается нехватка воды, особенно на севере. В восточной части Китая в атмосфере часто бывает дымка и плотный туман из-за

промышленного загрязнения. Интенсивная вырубка леса с предполагаемой потерей одной пятой сельскохозяйственных земель с 1949 года привело к эрозии почв и опустыниванию. Китай также является участником многих экологических договоров и соглашений.

Из-за большой площади Китая и его удобной географии, можно сделать вывод, что страна обладает достаточно большими географическими ресурсами. Множество рек, гор, впадин, озер и выход к морю – все это дает прекрасную возможность для развития туристической сферы и для создания туристических маршрутов.

### **2.1.2 Исторические и культурные предпосылки**

Туризм в Китайской Народной республике развивался на протяжении множества веков. Существуют древние повествования о свидетельствах путешественников в разные времена. Во времена императоров в Китае были «почтовые станции», на которых проезжие и императорские гонцы могли остановиться и отдохнуть. Затем были открыты гостиницы для приема иностранных гостей, где предоставлялись переводчики. В сфере туризма были задействованы государственные и частные предприятия, а также монастыри.

За последние 50 лет сельские области завершили переход от земледельческого строя до современного общества. В течении быстрой экономической трансформации много деревень в южном Китае решились на общее развитие туризма, в надежде на их удачное географическое расположение. Однако туризм был не популярен, из-за распространенной веками государственной идеологией «особого места» и замкнутости «серединого государства». После появления в конце 19 века иностранных колоний в Китае, возрос и интерес посетителей к этой стране. Поэтому правительство решило следовать заинтересованности иностранцев и начало развивать туристическую сферу, и привлекать иностранный капитал.

Развитие сферы туризма в Китае началось с открытия отдела путешествий в Шанхайском коммерческом банке Ченом Гуанфу в 1923 году. В 1928 году отдел туризма банка был реорганизован в туристическое агентство, до этого туристический бизнес был монополизирован агентствами, которыми владели иностранные торговцы. Китайское туристическое бюро открыло около 20 отделений по всей стране и в некоторых странах Юго-Восточной Азии и учредило журнал «Китайский путешественник», но туризм был не так популярен, потому что страна была экономически отсталой и находилась в состоянии гражданской войны.

С 1949 года по 1974, Китай был закрыт почти для всех иностранных посетителей. В 1954 году был учрежден Китайский международный туристический офис, но только небольшое количество туристов могли приезжать из-за рубежа. В 1978 году после экономических реформ и установления в стране внешнеэкономической открытости началось стремительное развитие туристической сферы. В конце 1970-х годов Дэн Сяопин решил значительно продвигать туризм для заработка иностранной валюты. Открылось множество отелей и гостевые дома, много исторических и живописных районов были реконструированы и открыты для туристов, а также были обучены профессиональные гиды и другой персонал. Дэн Сяопин выступал с речью, где говорил, что «индустрия туризма – это экономическое предприятие с сильнейшими культурным достоянием и культурное предприятие с сильнейшими экономическими характеристиками» [20].

Одна из самых главных причин развития туризма в Китайской Народной Республике – это хорошо сохранившееся до наших времен культура и археологические памятники. Китайцы на протяжении веков бережно относились к своим историческим, культурным, архитектурным и природным достояниям, что дает стране богатые туристические ресурсы и представляет уникальность страны. Однако, вплоть до образования Республики все эти ценности хранились в императорских дворцах и богатых домах не для всеобщего обозрения. С начала 20



века в стране было лишь несколько музеев, но со временем это количество сильно увеличилось. Также была проведена глобальная модернизация и расширение музейного фонда и начались археологические исследования.

Сейчас в Китайской Народной Республике сохранилось бесчисленное число исторических памятников, и 101 город страны получил статус «Город культурного и исторического значения». Одни из самых востребованных исторических памятников являются каменные пещеры, наскальная живопись и скульптурные памятники. В основном они располагаются на «Шелковом пути» в провинции Гуаньси. Самая знаменитая достопримечательность – это Великая Китайская стена. Она была построена более в 4 веке до нашей эры, когда китайцы защищали свои земли от набегов кочевников [24].

Столица Китая – Пекин является городом с древней историей. В первую очередь, туристы приезжают в Пекин, чтобы познать китайскую культуру и историю. Запретный город (Гугун), Врата Небесного Спокойствия (Тяньаньмэнь) и Храм Неба (Тяньтань) являются архитектурными символами столицы. Врата Небесного Спокойствия – это главный вход в Императорский дворец, которые были возведены в 1420 году. В этом же году появился Храм Неба, как место где императоры могли обращаться и приносить дары Небесам. Также в столице расположен Летний дворец, который является уникальным парком, в котором построено более 3000 сооружений. Храм Неба, Летний дворец и Запретный город внесены в ЮНЕСКО в список всемирного наследия человечества.

Недалеко от Пекина, в провинции Ляонин находится Мукденский дворец. Он являлся императорским дворцом во времена правления маньчжуров и на данный момент имеет статус национального музея. В Чанчуне находится еще один дворец последнего императора Маньчжурии – Дворец правителя Маньчжоу-го. Во время японской оккупации в нем проживал император Пи У до 1945 года. В Сиане расположено одно из самых крупных захоронений – Терракотовая армия. Она состоит из 8100 полноразмерных терракотовых статуй китайских воинов и их

лошадей, которые были захоронены вместе с первым императором Цинь Шихуанди.

Что касается природных достопримечательностей, то самыми красивыми в Китае являются Озеро Сиху и Сады Сучжоу. Озеро Сиху находится на юго-востоке Китая в городе Ханчжоу провинции Чжэцзян. Несколько островов и дамб делят его на 5 частей и трех сторон оно окружено горами. Прославлено озеро десятью лучшими видами и уникальной флорой, и фауной. Сады Сучжоу были построены богатыми китайцами и расположены они в восточной части Китая. Все сады выполнены в китайском стиле и также в них находятся выставка карликовых деревьев и галереи. Горные цепи Хуаньшань находятся в провинции Аньхой, входят в список ЮНЕСКО и являются самими популярными среди туристов. Все скалы покрываются соснами, среди гор также расположены термальные источники, ручьи, озера и водопады, а высоты всех вершин превышают 1000 метров. Еще одна популярная гора в Китае – это Тайшань. Она является одной из пяти священных гор даосизма и находится в провинции Шаньдун. На вершине горы расположен действующий храм, в которой постоянно прибывают паломники. Сама гора покрыта хвойными и лиственными лесами, среди которых растут более 1000 видов растений, большинство из которых – лечебные [24].

Пещерные храмовые комплексы также очень популярны в Китае. Лунмынь один из наиболее значимых комплексов, расположенный в недалеко от города Лояна. В этих пещерах находятся несколько сотен пещер, в которых есть статуи буддистских божеств, рельефов с монахами и около 100 тыс. изображений религиозного характера. Статуя Будды в Лэшане – это одна из самых высоких статуй Будды в мире. Она высечена в горе Линъюньшань. Начали работу в 713 году во время династии Тан и длились 90 лет.

Единственным городом средневекового Китая является Древний город Пинъяо. Он полностью сохранил свой исторический облик до настоящего времени. Город был основан в 827-782 годах до нашей эры. В нем находилась древняя резиденция города и открылся первый банк в Китае, так как город был коммерческим и

торговым. Также он окружен кирпичной стеной и в нем находится несколько храмов.

### **2.1.3 Политические предпосылки**

В результате гражданской революции 1 октября 1949 года было провозглашено государство Китайская Народная Республика. Первым председателем Коммунистической партии Китая (КПК) на тот момент стал Мао Цзэдун. Самыми известными компаниями, которые провел Мао Цзэдун были «Большой скачок» и «Культурная революция». В ходе Культурной революции был нанесен огромный ущерб культурному наследию китайцев и других народов. Хунвэйбины, отряды студентов и школьников, которые были созданы во время «Культурной революции», считались автономными и действовали с собственным пониманием марксизма. Они разгромили и сожгли большое количество памятников, храмов, книг, картин и монастырей по всей стране, а также снесли часть Великой китайской стены. Почти все храмы на Тибете были разрушены, хотя на начало революции они прекрасно сохранились. Изначально они действовали под наставлением Мао и его соратников, но позже Мао Цзэдун не смог контролировать их, что привело к истреблению хунвэйбинов. Страна находилась в состоянии тяжелого кризиса.

Позже руководящую должность стал занимать Дэн Сяопин. Он стал уделять внимание использованию экономических методов хозяйствования, соблюдению и учету объективных экономических законов. Началась корректировка экономической политики страны. Он считал, что наука и техника в Китае была сильно отсталой и решил, что нужно перенимать лучшие технологии из-за границы. Поэтому было принято решение ввести новые реформы, в связи с этим была принята «Политика реформ и открытости».

Политика реформ и открытости – это экономические реформы, которые были направлены на создание социалистической рыночной экономики и открытость внешнему миру. В результате «Большого скачка» экономика Китая находилась на

границ катастрофы и эта программа помогла правительству страны поднять ее. Начались реформы в декабре 1978 года и продолжают они по сей день. Внедряя рыночные законы, реформу проводили в два этапа. Первый включал в себя деколлективизацию сельского хозяйства, открытие страны для иностранных инвестиций и разрешение для начала бизнеса предпринимателям, при этом большая часть предприятий остались государственными. Вторым этапом начался в конце 1980-х годов и включал приватизацию, выход из государственной собственности большинства предприятий промышленности и отмену ценового контроля, протекционистской политики и регулирования, при этом в банковском деле и нефтедобыче оставались государственные монополии. Частный сектор начал расти стремительно и к 2005 году составил 70 % Валового внутреннего продукта Китая. Начиная с 1978 года экономика страны росла от 9,5 % до 11,5 % в год [25].

Успех проведенной политики привел к уменьшению бедности и увеличению доходов страны, что в последствии привело к возвышению Китая, как Мировой державы. Однако, когда к власти пришел Си Цзиньпин, который выступает против реформ, некоторые реформы эпохи Дэн Сяопина были свернуты, так как коммунистическая партия восстанавливает контроль над различными аспектами китайского общества, включая экономику.

В апреле 1979 года Си Чжонсунь и другие должностные лица Гуандуна выдвинули предложение предоставить большую гибкость прибрежным провинциям Гуандун и Фуцзянь для привлечения иностранных инвестиций с дополнительными исключениями в четырех городах (Шэньчжэнь, Чжухай, Шаньтоу и Сямынь). Лидер Дэн Сяопин для таких регионов придумал название «особые зоны», и предложение было одобрено и принято [26].

В 1984 году в Китае было дополнительно открыты 14 прибрежных городов для иностранных инвестиций: Далянь, Циньхуандао, Тяньцзинь, Яньтай, Циндао, Ляньюньган, Наньтун, Шанхай, Нинбо, Вэньчжоу, Фучжоу, Гуанчжоу, Чжэньцзян и Бэйхай [27]. С 1988 года открытость материкового Китая для внешнего мира

начала распространяться и на пограничные районы, районы вдоль реки Янцзы и внутренние районы. К примеру, остров Хайнань превратили в крупнейшую специальную экономическую зону континентального Китая.

В июне 1990 года в Шанхае для привлечения иностранных инвестиций открыли целый новый район Пудун. Из-за преференциальной политики снижения, отмены таможенных пошлин и подоходного налога, разрешения иностранным бизнесменам открывать финансовые учреждения и управлять третичными отраслями промышленности, Пудун стал крупнейшим коммерческим и торговым центром. Кроме того, государство дало разрешение Шанхаю на создание фондовой биржи и позволило иностранным банкам заниматься бизнесом в юанях. С 1992 года в крупных и средних городах были созданы 15 зон свободной торговли, 32 зоны экономического и технологического развития на государственном уровне и 53 новые зоны промышленного развития высоких технологий. Направление иностранной экономики происходит за счет иностранных обменов через экспорт продукции и импорт передовых технологий для ускорения внутреннего экономического развития. Так в 1999 году промышленность Шэньчжэня по продаже новых и высокотехнологичных продуктов достигла 81.98 миллиардов юаней, составляя 40.5% промышленной продукции всего города. В мае 2010 года Китай сделал город Кашгар Синьцзян-Уйгурский автономном районе особой экономической зоной и с тех пор в городе повысились цены на туризм и недвижимость. Также этот город находится недалеко от границы со странами Средней Азии, стремясь извлечь выгоду из международных торговых связей между Китаем и этими государствами [28].

## **2.2. Современные туристические направления в КНР**

Внутренний туризм Китайской Народной Республики является самым популярным видом. Он продвигается местным правительством и влияет на национальную политику, а также на местное развитие экономики. Китай в 1990 годах внедрил внутренний туризм, что повлияло на быстрый скачок в развитии

экономики. Китайцы все больше предпочитают в качестве досуга внутренний туризм. Связи с этим число туристов в этом направлении растет, а также растет и уровень предоставляемых услуг. У китайцев повышается уровень жизни, а с этим у них появляется возможность платить, и в путешествиях они любят потратить много денег, чтобы хорошо отдохнуть. В мае 1995 года правительство ввело недельные выходные для рабочих, вместе с этим у китайцев появилась прекрасная возможность для развития внутреннего туризма. Это решение привело к успеху, поэтому правительство решило в сентябре 1999 года ввести дополнительные праздничные выходные. Новый Год и День трудящихся продлили выходные на 3 дня за каждый праздник, в то время как Весенний фестиваль и Национальный праздник называются «золотой» неделей, так как все китайцы на эти праздники отдыхают неделю. После этих нововведений у китайцев появилась возможность больше путешествовать. Также в это время становится популярным Гонконг и много китайских туристов стало приезжать в этот город. Для эффективного развития правительство начало улучшать туристическую инфраструктуру, что поспособствовало быстрому развитию китайской национальной экономики. «В 2017 году, согласно статистике Государственного управления по делам туризма КНР, в Китае сегодня объем внутреннего туризма составил 42 млн человеко-раз, а общий доход от него – 32,9 млрд юаней» [29, 30].

Одним из следующих направлений туризма в Китайской Народной Республике является спортивно-оздоровительный туризм. Этот вид туризма пришел в Китай из Европы и Соединенных Штатов Америки и во время экспедиций использовался для подготовки и безопасности людей во время их путешествий. В спортивно-оздоровительный туризм входят такие направления как альпинизм, скалолазание, речной треккинг, горнолыжный спорт и другие экстремальные виды спорта. С возрастанием популярности растет и производство товаров для спортивно-оздоровительного туризма и это все в целом благотворно влияет на экономику страны. В Китае все больше и больше ведутся работы для создания благоприятных условий для того, чтобы спортивный туризм развивался, а также

ведутся работы для привлечения населения с помощью средств массовой информации.

В северной части Китая расположено большое количество гор и впадин, что дает прекрасную возможность для занятий альпинизмом и трекингом. Например, в провинции Цинхай существует пешеходный трекинговый маршрут, который проходит через гору Анимацин, высота которой составляет 6282 метра и в течении всего года вершины на ней покрываются снегом. Также есть возможности для трекинга и в Сньцзян-Уйгурском автономном районе, где расположены горные цепи Тянь-Шаня, Куньлуня и Памира.

Горнолыжный туризм в последнее время развивается быстрыми темпами. На данный момент в стране функционируют более 10 горнолыжных зон. Самым крупным горнолыжным курортом является Ябули, который находится в Манчжурии на севере Китая. Этот курорт полностью отвечает европейским требованиям и работает круглогодично. Ябули обладает достаточно живописной и роскошной природой, что сделало эту территорию национальным парком. Второй по масштабности горнолыжный курорт – это Джингуэтан, который находится недалеко от города Чан-Чунь. Следующий по площади горнолыжный курорт – Байдахе. Он имеет статус профессионального уровня и все трассы здесь соответствуют международным стандартам. Один из горнолыжных курортов Чанбайшань находится на высоте 1640-1820 метров над уровнем моря. Там достаточно хорошее качество снега, поэтому это место пользуется популярностью среди лыжников, которые улучшают свое мастерство на склонах. Впервые сноуборд возник на горнолыжном курорте Наншань. Данный вид спорта получил здесь наибольшее развитие из-за множества трасс с разным уровнем сложности.

В Китае распространены оздоровительные и лечебные возможности, из-за морской воды, мягкого климата, традиционной китайской медицины и минеральных источников. Одним из популярных центров традиционной китайской медицины являются «Императорские источники» с естественными термальными источниками. Во времена династий Цин и Мин императоры любили

отдыхать и лечиться там, а на данный момент этот центр является медицинским учреждением высшего класса. Один из лучших центров на Севере Китая – это город Далянь, где расположено много центров морского отдыха и курортно-санаторного лечения. Самыми основными процедурами являются акупунктура, прижигание, прогревание, точечный массаж. Также известные курорты находятся Цзинане, Циндао, Байдахэ, Хэйлунцзян и Ляонин.

В последнее время появился новый вид туризма – «Красный туризм». В процессе революционной борьбы в разные периоды появилось множество мемориалов и достопримечательностей. Это стало привлекать новых туристов. Активное развитие «красного туризма» – это не только важная инициатива для укрепления потенциала социалистической культуры, но и инициатива, направленная на реализацию концепции научного развития и совершенствование новаторского патриотизма и революционного традиционного образования. Центральным управлением Государственного совета была издана программа развития Национального Красного туризма в 2004-2005 годах. В связи с этим во многих провинциях Китая предпринимаются активные усилия для развития «красного туризма». Например, во второй половине 2004 года в провинции Хэбэй в Сибайпо в бывшей резиденции Центрального комитета Коммунистической партии Китая при Мао Цзэдуэ, несмотря на суровую зиму появлялось более 2000 человек в день. Это одно из знаменательных мест в стране, потому что именно здесь происходило управление тремя сражениями и создание Нового Китая. В октябре 2005 года более чем 44 тыс. человек посетило бывшую резиденцию Мао Цзэдуэ в Шаошане, где доход за счет билетов составил около 550 тыс. юаней, несмотря на то, что такой доход достаточно сложно достичь на таких достопримечательностях. Кроме того, в провинциях Сычуань, Гуйчжоу, Хэнань, Шаньси и Гуандон были предприняты эффективные меры по развитию «красного туризма». В провинции Хэнань была запущена красная туристическая линия, Шанси осуществила стратегию по развитию «красного туризма» и т. д. Все это сделало большой вклад в развитие туризма в стране [30].



Одно из популярных направлений туризма в Китайской Народной Республике – это шоппинг туризм. За последние годы Китай сделал стремительный скачок в области развития высоких технологий и повышения качества производимых товаров. В стране одни из самых выгодных цен на различные товары, что дает туристам прекрасную возможность для закупки необходимых предметов. В этом направлении туризма предлагается посещать различные города и самые крупные торговые центры для того чтобы насладиться покупками. Самый крупный центр торговли Китая – Шанхай. Здесь располагаются крупномасштабные торговые центры и рынки, а также торговые площадки, соединенные с производственными цехами. К примеру, на Нанкинской улице расположено более 500 магазинов различных всемирных и китайских брендов. В Пекине находится большой ночной рынок, где туристы могут купить множество товаров. Гонконг, Макао, Шеньчжэнь, Тяньцзин, Гуанчжоу все эти города постепенно превращаются в крупные торговые центры и пользуются высокой популярностью среди туристов.

Центром пляжного туризма является остров Хайнань. В этом регионе мягкий тропический климат и отсутствуют промышленные предприятия. Чистый целебный воздух, прозрачная морская вода и зеленая растительность привлекает все больше и больше туристов. Основной курорт на острове – это Санья. Он находится в трех заливах: Ялунвань, Дадунхай и Саньявань. Популярен здесь и дайвинг, ведь подводный мир очень богат и разнообразен. Еще один курорт Циньхундао находится в провинции Хэбэй на берегу залива Бохайвань. Это также и самый старый курорт в стране. Туристы здесь любят совмещать пляжный туризм с санаторным лечением [16].

Экотуризм на базе общин все шире признается в качестве одной из форм устойчивого развития, призванной содействовать обеспечению местных средств к существованию, сохранению окружающей среды и культуры и даже установлению новых социальных отношений. Развитие экотуризма в Китае практически синхронизировано с развитием экотуризма в мире. Было сформировано много уникальных опытов и моделей, которые заслуживают

обобщения и продвижения. В Китайской Народной Республике находится достаточное большое количество национальных парков, заповедных и охраняемых природных зон, и лесопарков. 6 лесопарков и заповедных зон были включены ЮНЕСКО в Реестр объектов мирового наследия. В Синьцзян-Уйгурском автономном районе находятся богатые экологические ресурсы, что делает его уникальным и популярным [17].

Деловой туризм одна из самых быстро развивающихся отраслей. В последнее время бизнес значительно быстро развивается, что побудило на создание деловых туров. Шахай, Гуанчжоу, Гонконг, Шеньчжэнь – все эти города известны по всему миру. Бизнесмены каждый год проводят множество выставок в этих городах для привлечения инвесторов и заключения новых контрактов. Китайские производители в основном ориентированы на экспорт, поэтому это дает устойчивость на международной экономической арене.

Промышленный туризм – это одно из самых новообразованных отраслей в туристической сфере. Изначально промышленный туризм представлял собой форму посещения и обучения между предприятиями, где с клиентов бралась небольшая плата. Однако, развитие промышленного туризма, как туристической отрасли, в Китайской Народной Республике началось очень поздно, лишь в 2001 году Администрация Национального Туризма сделала акцент на его развитие. Среди 67 промышленных районов, которые были зарегистрированы в стране на тот момент, выбрали 41 кандидата, которые стали объектом для демонстрации промышленной сферы. Это и стало началом появления промышленного туризма на рынке Китая. 25 из 41 отобранных предприятий составляют обрабатывающую промышленность, что составляет 60,97 % от всего числа; 9 предприятий составляют производство и поставки электроэнергии, газа и воды, что составляет 21,95 %; 3 составляют горнодобывающую промышленность, что составляет 7,32 %; и одно предприятие в транспортной отрасли. На долю домашних хозяйств приходится 2,44 %; кроме того, в целом развиты три зоны экономического и технологического развития, на долю которых приходится 7,32 %. Сфера

деятельности в промышленном туризме ограничивается промышленными предприятиями, но за последнее время в Китае было создано множество промышленных центров (Цзянсу, Шанхай, Ляонин, Шаньдун, Гуандун, Гонконг, Чунцин и Чжэцзян). В настоящее время они привлекают все больше и больше туристов. Туристов фокусируют на понимании производственного процесса предприятий, повышении знаний в различных сферах промышленности, изучение передового опыта управления предприятиями и всесторонний взгляд на развитие предприятий или отраслей [32].

#### Вывод по разделу два

У Китайской Народной Республики есть огромный потенциал в туристической сфере. За последние 40 лет развития туризма сформировалось разнообразное и большое количество туристических маршрутов, которые могут удовлетворять самые разные потребности туристов. Вложения в туризм развиваются инвестиционную среду и способствует развитию некоторых отраслей экономики. С развитием туризма увеличиваются валютные поступления и потребительский спрос внутри страны, укрепляется экономическое сотрудничество между регионами, повышается уровень жизни местного населения. Также можно отметить, что туриндустрия способствует открытости страны. Это улучшает взаимопонимание между нациями других стран и китайцами.

## 3 СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ТУРИЗМА В КИТАЕ

### 3.1 Въездной туризм

В последние несколько лет правительство Китайской Народной Республики все больше уделяет внимание въездному туризму. Туристические компании организуют частные туры в Китай для тысячи путешественников из США, Австралия, Германии, Франции, России, Канады, Англии и других стран. Основные факторы, которые влияют на въездной туризм – это экономические размеры, расстояние между странами и Китаем, изменчивость климата, двухсторонняя торговля, иммиграция и размер населения. Кроме того, наличие общей сухопутной границы, общего языка и религии является одним из ключевых факторов роста въездного туризма в Китае. Развитие двусторонней торговли способствует экономическому процветанию каждой страны и улучшению торговых каналов между Китаем и другими странами, что привело к развитию въездного туризма Китая [32].

С каждым годом количество въезжающих туристов в Китае растет примерно на 1 %. Доходы от такого вида туризма тоже увеличиваются каждый год примерно на 2,9 %. На данный момент Китай является самым популярным местом посещения и занимает 76,3 % от въездного туризма во всем мире, обгоняя Европу и Америку [32]. В таблице 3 рассмотрено изменение количества въездных туристов в Китае за три года [33].

Таблица 3 – Въездной туризм в Китае

Источник/Количество	2016г.	2017г.	2018г.
---------------------	--------	--------	--------

прибытий			
Общее количество туристов	138 млн. человек	139,48 млн. человек	141,2 млн. человек
Иностранные туристы	28,15 млн. человек	29,17 млн. человек	30,54 млн. человек
Туристы из Гонконга	81,06 млн. человек	79,80 млн. человек	79,37 млн. человек

Продолжение таблицы 3

Туристы из Макао	23,50 млн. человек	24,65 млн. человек	25,15 млн. человек
Туристы из Тайваня	5,73 млн. человек	5,87 млн. человек	6,14 млн. человек
Общий доход	120 млн. долларов	126 млн. долларов	127,3 млн. долларов

Китай пользуется большой популярностью у близлежащих стран, поэтому туристы из Южной Кореи, Таиланда, Японии, Вьетнама, Сингапура, Камбоджи и других Южно-Азиатских стран составляют большую часть иностранных туристов. Россия, Америка, Англия, Канада и страны Европейского Союза составляют остальную часть. В основном в Китай приезжают люди 25–44 лет и они являются половиной всех въезжающих туристов [34].

Что касается предпочтений времен года, то весна и осень являются самыми популярными сезонами в Китае. Это обуславливается тем, что в стране в эти периоды умеренный климат и хорошая погода. На рисунке 4 приведена диаграмма популярности месяцев у въездных туристов. В таблице 4 рассмотрены причины въезда в КНР [33].

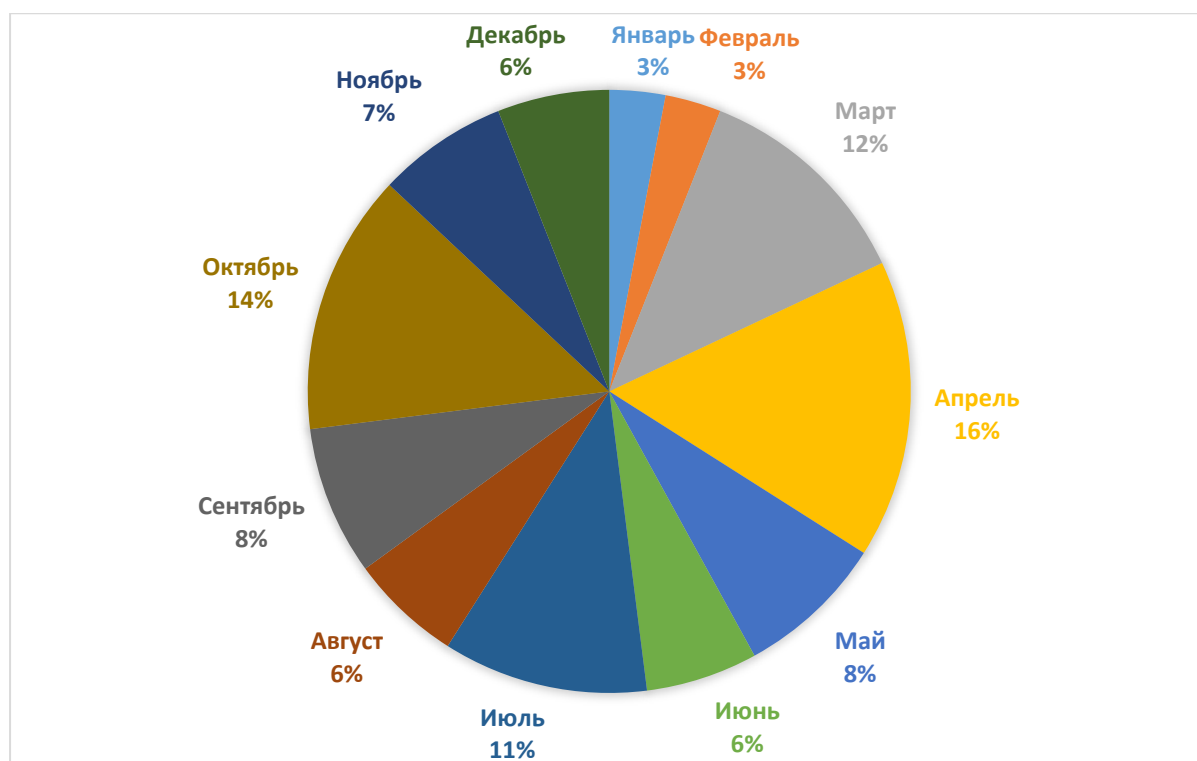


Рисунок 4 – Распределение въездных туристов по месяцам

Таблица 4 – Основные причины въезда в КНР

Причина прибытия	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Осмотр достопримечательностей	33%	37,1%	33,5%
Работа	15%	14,8%	15,5%
Бизнес встречи	19%	13,3%	12,8%
Визит родственников или друзей	3%	2,6%	2,8%
Другое	30%	32,3%	35,3%

Из приведённых выше данных можно сделать вывод, что осмотр достопримечательностей за последние три года является самым популярным видом среди въезжающих туристов.

Самые популярные места посещения – это Пекин, Шанхай, Гуанчжоу, Гуйлинь, Сиань, Чэнду, Нанкин, Ханчжоу, Ухань и Кунмин. В 2018 году, 82 % туристов во время своей поездки в Китай посетили Пекин. Это довольно понятное явление, так как Пекин является главными воротами страны и также является домом для двух самых известных достопримечательностей – Великой Китайской

стенной и Запретного города. За тот же год, будучи еще одним крупным городом и финансовой столицей, Шанхай привлек 31 % туристов. Другое популярное направление – Сиань, где расположена Терракотовая армия, привлекло 27 % туристов в 2018 году [34].

Гуйлинь (Яншо), Чэнду, Нанкин, Ханчжоу, Ухань и Кунмин составляют следующий уровень популярности в Китае, среди въезжающих туристов. На территории Яншо очень популярны местные природные пейзажи. Провинция Юннань и Тибет не так популярны среди туристов, из-за удаленности и трудности добраться до них, также требуется больше денег и времени, чтобы посетить эти районы.

Средняя продолжительность поездок в Пекин и Шанхай составляет 2–3 дня. В основном такие туристы покупают короткие туры для визита столицы, приезжают из-за бизнес встреч, либо делают транзит. Другие же туристы, которые приезжают во время отпуска или праздников в основном останавливаются в среднем на 8–10 дней и успевают посетить несколько городов.

С каждым годом доход от обмена валюты все возрастает, также растут и траты туристов. Существует несколько причин, почему туристы все больше и больше выбирают Китай в качестве отдыха: более удобная визовая политика, различные культурные мероприятия между Китаем и зарубежными странами, а также продвижение программы «Один пояс-один путь». Кроме того, Китай является безопасной страной с разнообразными живописными зонами, уникальной культурой, долголетней историей и вкусными продуктами, которые привлекают туристов [35, 36].

### **3.2 Выездной туризм**

Выездной туризм в последние годы развивался быстрыми темпами. Тем не менее считается, что выездной туризм в Китае все еще находится на начальной стадии развития. Китайское правительство до сих пор устраивает дебаты о том,

как выездной туризм влияет на экономику и на ориентацию туристической политики страны [37].

Количество китайских туристов каждый год возрастает на 7–15 %, так в 2016 году общее количество китайских туристов составило 122 млн. человек, в 2017 году – 130 млн. человек, а в 2018 году – 150 млн. человек.

С увеличением уровня жизни в Китае, китайские туристы начали больше тратить денег в поездках, так в 2016 китайцы потратили около 232 млн. долларов во время своих поездок за границу, а в 2018 году они потратили уже 277 млн. долларов. На рисунке 5 приведены основные затраты китайских туристов в других странах.

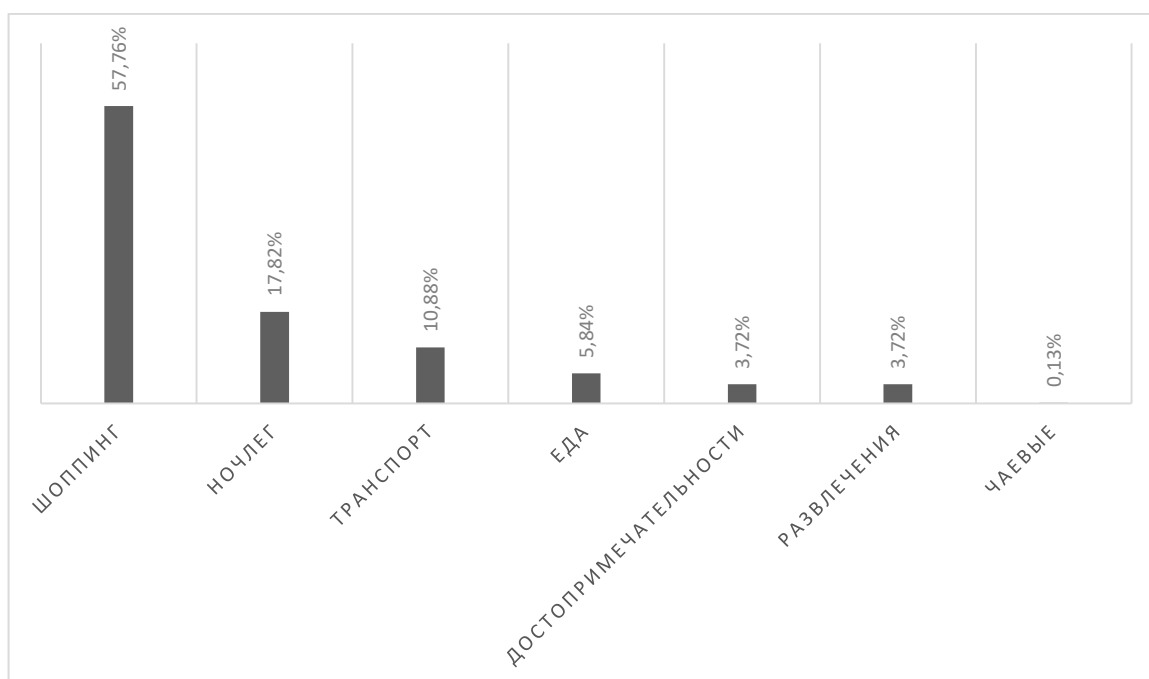


Рисунок 5 – Диаграмма затрат китайцев за рубежом

В среднем за свою поездку китайские туристы тратят 20 тыс. юаней (2960 долларов) и как видно из диаграммы шоппинг является самой главной частью туризма [38].

Самыми популярными направлениями выездного туризма среди китайцев являются близко расположенные азиатские страны. Существует три причины,



почему китайцы выбирают именно эти страны: в основном это короткие путешествия и у них небольшая стоимость; короткие путешествия требуют меньше времени и не требуют длительный отпуск; из-за угрозы терроризма в Европе китайцы предпочитают более безопасные азиатские страны. Одни из популярных стран для выездного туризма китайцев – это Таиланд, Япония, Южная Корея, Индонезия, Малайзия, Сингапур, Камбоджа и Филиппины. Среди не азиатских стран пользуются популярностью Америка, Россия, Канада и Австралия. Из-за проблемы загрязнения воздуха в стране китайские туристы выбирают поехать на солнечные пляжи. Такие пляжи с чистым воздухом стали больше привлекать китайцев, и 30 % от общего числа туристов предпочитают именно отдых в экзотических местах. Самые популярные пляжи составляют Пхукет, Бали, Чеджу, Окинава, Мальдивы, Сайпан и Шри-Ланка [39].

В основном китайцы ездят в зарубежные страны для отдыха. Посещение родственников и друзей являются второй причиной для выезда китайского населения. Менее популярны среди китайских туристов бизнес встречи и другие причины (образование, медицинское лечение) [40].

Самое популярное время для поездки за границу среди китайцев во время праздников, так называемых «Золотые недели». Китайский Новый год является самым продолжительным праздником среди всего населения. В основном китайцы путешествуют семьями и для близких поездок выбирают 6-9 дней, тогда как для поездки для дальних направлений (Европа, Америка, Австралия) средняя продолжительность составляет 8–13 дней [35].

На рисунке 6 представлена диаграмма продолжительности поездок среди китайских туристов в различные регионы.

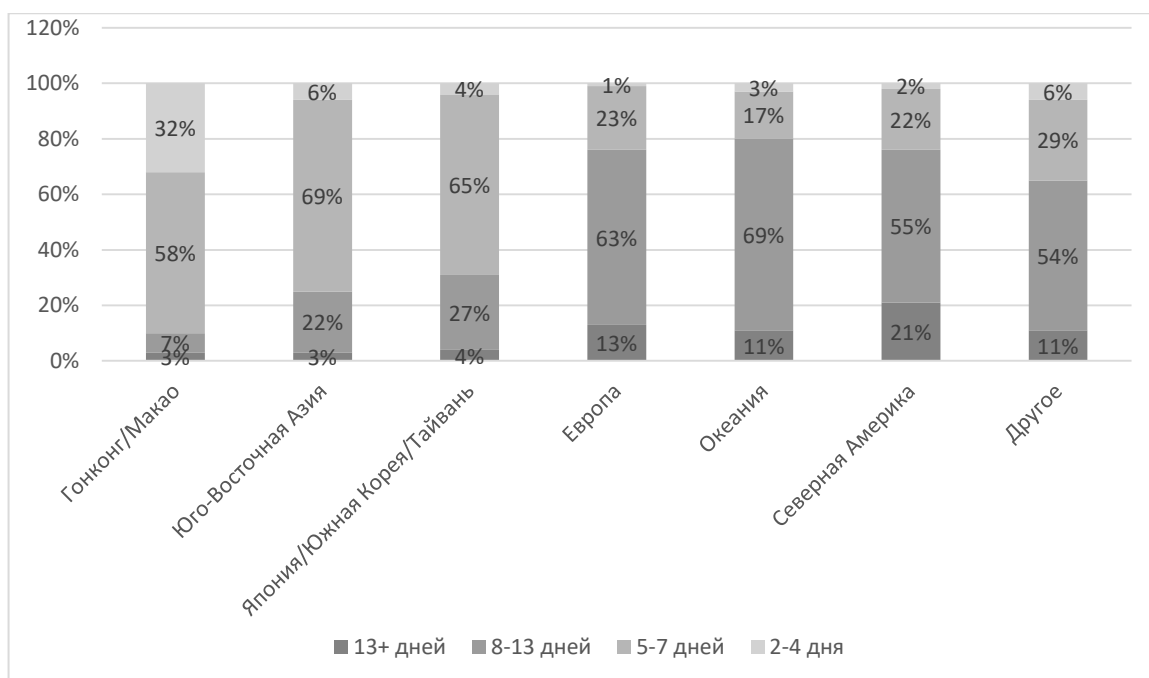


Рисунок 6 – Продолжительность поездок среди китайских туристов в различные регионы

Причины почему выездной туризм в Китае продолжает расти с каждым годом:

1. При продвижении программы «Один пояс – Один путь» Китай и другие зарубежные страны начинают близко сотрудничать в сфере туризма и становится более удобно путешествовать за границу.
2. Количество направлений выездного туризма для китайских туристов значительно увеличилось до 153 стран или регионов. Все больше и больше стран начинают предлагать китайцам въезд в страну в безвизовом режиме или же возможность сделать визу по прибытию в страну.
3. За последние 5 лет становится больше международных полетов открываются для обслуживания пассажиров, которые выезжают за границу. Международные воздушные маршруты Китая возросли с 381 до 784, и Китай сотрудничает с более чем 60 странами.

4. С увеличением доходов и спроса на заграничные поездки, китайцы все больше готовы выезжать в другие страны [41].

### 3.3 Внутренний туризм

Китайцы народ, который всегда находился в постоянном движении. С древних времен они мигрировали по стране из сельской местности в процветающие города и это было жизненно важной частью народа. Но до сих пор поездки на отдых редко рассматривались, как возможность для обычных граждан. Однако после экономических реформ и возрастания популярности туристической сферы, новый богатый средний класс начинает думать куда потратить свои деньги и поэтому появилась новая волна путешественников в виде самих китайцев [42].

Каждый год доходы от внутреннего туризма в Китае возрастают на 10 %, и на данный момент составляют 4 % ВВП Китая. В таблице 5 указаны общие траты на внутренний туризм различных категорий населения Китая.

Таблица 5 – Затраты внутренних туристов

Источник	2016 г.		2017 г.		2018 г.	
	Поездки, млрд.	Затраты, трлн. юаней	Поездки, млрд.	Затраты, трлн. юаней	Поездки, млрд.	Затраты, трлн. юаней
Городские жители	3,195	3,22	3,677	3,77	4,06	4,26
Сельские жители	1,24	0,72	1,374	0,80	1,48	0,87
Общее количество	4,44	3,94	5,051	4,57	5,54	5,13

Из таблицы видно, что путешественников достаточно большое количество, и это делает Китай крупнейшим в мире внутренним туристическим рынком. В среднем за свою поездку китайцы в 2016 году тратили 888 юаней, в 2017 году траты составили 913 юаней, а в 2018 году 943 юаня [43, 44].

С 2016 по 2018 год доля внутренних туристов, которые путешествуют по стране не реже одного раза в месяц, увеличилась, это и отражает тенденцию роста

внутреннего туризма. Больше всего китайцы предпочитают путешествовать раз в сезон – это отображено на диаграмме ниже (рисунок 7). Туризм, постепенно становится частью жизни китайских туристов.

Китайские туристы активно путешествуют во время «золотых недель», так во время Китайского Нового года в среднем 1 млрд. китайцев выбирают внутренний туризм с продолжительностью поездки в 6-9 дней.

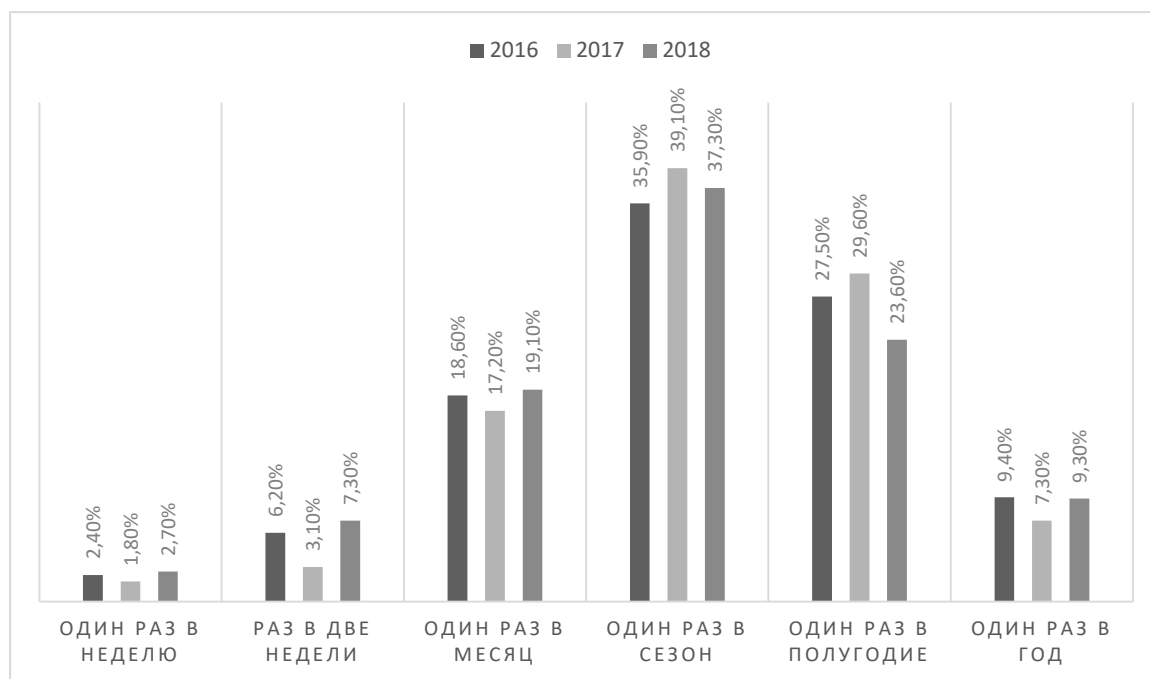


Рисунок 7 – Частота внутренних поездок

С 2016 по 2018 год выбор места куда поехать в стране среди китайцев почти не меняется. Все также популярны самые крупные города страны и столица. Тем не менее рост сельского туризма также свидетельствует о важных изменениях в отношении к организации досуга. Природная среда и другие виды путешествий вне городов имеют важное значение. Растет и интерес к новым направлениям «красного туризма» и «островного туризма», среди внутренних туристов – это определяет то, где путешествуют китайцы. На рисунке 8 представлена диаграмма, демонстрирующая популярность направлений внутреннего туризма за 2018 год [45].

Как видно из диаграммы Пекин является самым популярным местом, потому что это столица страны и имеет удивительную древнюю архитектуру, которая сохранилась до наших дней. Популярностью пользуются такие достопримечательности, как Великая Китайская стена, бывший императорский дворец Запретный город и Храм Неба. Шанхай занимает второе место по популярности. Это большой современный город, который известен своими огромными высокими зданиями и современными деловыми районами. Популярные достопримечательности в Шанхае – это Шанхайская башня, Нанкинская улица и набережная Вайтан. Из-за спроса на пляжный туризм среди китайцев, возрос и спрос на остров Хайнань и провинцию Чжецзян, так как она находится на юго-восточном побережье Китая [46, 47].

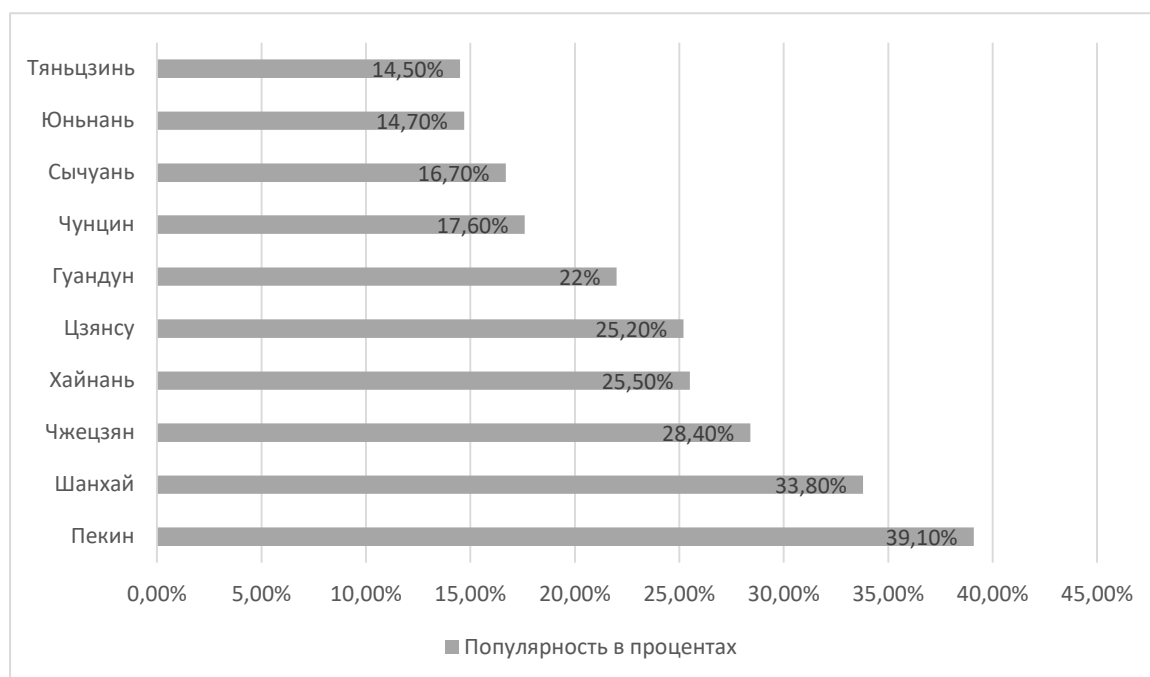


Рисунок 8 – Популярные направления внутреннего туризма

### Вывод по разделу три

Из приведенных выше данных можно сделать вывод, что самым популярным видом туризма является внутренний туризм. Он развивается гораздо быстрее, чем въездной и выездной туризм. Однако, после открытия страны в 1978 году интерес

иностранцев с каждым годом все возрастает, что положительно способствует развитию въездного туризма в Китае. Выездной туризм же, по сравнению с остальными видами, растет гораздо медленнее. Это связано с тем, что в стране активно продвигаются местные туристические достопримечательности, а также желанием китайцев путешествовать недалеко и менее времени затратно.

## **4 ВЛИЯНИЕ ТУРИЗМА НА ЭКОНОМИКУ КИТАЯ И ОТДЕЛЬНЫХ ЕГО РЕГИОНОВ**

### **4.1. Особые экономические зоны**

Особые экономические зоны (ОЭЗ) КНР различаются по масштабам и функциям. Некоторые из них обозначены географическими пределами, где специальная политика и меры поддерживают особые экономические функции. К другим относятся зоны свободной торговли, промышленные парки, технические инновационные парки и бондовые зоны (районы, с особым налоговым и таможенным режимом), которые способствуют экспериментированию и инновациям в широком спектре отраслей.

Создание ОЭЗ в Китае началось в 1980-х годах и развивалось с течением времени. Изначально, открытые рыночные реформы были введены в некоторых ОЭЗ, таких как Шеньчжэнь. В середине 1980-х годов были созданы открытые прибрежные города, как Чжанчжоу, которые стимулировали экономический рост из-за их географического положения и экономической открытости. Основываясь на этом опыте, в конце 1980-х годов власти центральных и провинциальных регионов учредили высокотехнологичные зоны развития, с целью капитализироваться на мировом рынке, благодаря технологиям и талантам. В 1990-х годах, из-за роста китайской экономики и изменения тенденций, китайское правительство создало новые зоны, такие как Китайско-сингапурский парк сотрудничества, и модернизировало уже существующие ОЭЗ, чтобы воспользоваться преимуществами новых возможностей. С начала 21 века

огромное количество региональных зон было создано, с целью стимулирования и закрепления регионального развития [48].

Китайское правительство использовали разные модели для экономических зон. Все модели таких зон представлены в таблице 6.

Таблица 6 – Виды особых экономических зон

Вид ОЭЗ	Особенности ОЭЗ
Административная зона	Основаны на существующих административных зонах; новые административные зоны создаются как ОЭЗ
Географическая зона	Основаны на географических особенностях и ресурсах
Зона международного сотрудничества	Экономические или промышленные зоны сотрудничества основываются с другими странами
Местные промышленные парки	Промышленные и специальные индустриальные парки создаются местным правительством
Отраслевые кластеры	Создаются с целью поддержки развития конкретной индустрии; группа промышленностей
Корпоративные ОЭЗ	Промышленные центры, созданные с поддержкой предпринимателей и рыночными связями
Зона свободной торговли	Небольшие зоны, не подлежащие обложению таможенной пошлиной или сбором
Экспортно-производственная зона	Промышленные комплексы, в которых существуют специальные возможности для производственной и смежной деятельности, направленной на экспортные рынки
Свободные порты	Зоны, охватывающие все виды деятельности, и людям, проживающим на территории, предоставляют гораздо более широкий набор стимулов и льгот
Свободные экономические зоны	Класс ОЭЗ, который предназначается для торгово-коммерческих администраций различных стран



Городские предпринимательские зоны	Области, где компании могут работать без определенных местных, государственных и федеральных налогов и ограничений
------------------------------------	--

Особые экономические зоны со временем привнесли огромный вклад в развитие Китая. Они позволили правительству экспериментировать с рыночными реформами и послужили катализатором для эффективного распределения внутренних и международных ресурсов. Также они расширили открытость экономики страны, привлекая международный капитал, технологии, управленческие и технологические знания, которые стимулировали индустриальное развитие и большую интеграцию Китая в мировую экономику. В последние годы ВВП национальных ОЭЗ составляют 22 % от ВВП Китая, 45 % от общих национальных иностранных прямых инвестиций и 60 % от экспорта приходится именно на них. Оценивая вклад ОЭЗ в развитие страны, можно сказать что с их помощью появилось более 30 миллионов рабочих мест, они увеличили вовлеченность фермеров в экспорт на 30 % и ускорили индустриализацию, сельскохозяйственную модернизацию и урбанизацию. Они зарегистрировали в общей сложности около 50 000 патентов на изобретения, более 70 % из которых были зарегистрированы отечественными фирмами [48].

ОЭЗ нужно постоянно адаптировать к изменяющимся условиям, чтобы продолжать стимулировать инновации. Они сталкиваются с некоторыми проблемами, которые требуют от них долгосрочных перспектив, привлечения и развития новых индустрий, сокращения дублирования, углубления реформ и поддержки местного предпринимательства.

Точное функциональное позиционирование позволит ОЭЗ максимизировать свой вклад в соответствии с их сильными сторонами и сравнительными преимуществами. В целом ОЭЗ могут регулировать и тестировать институциональные инновации, а зоны, ориентированные на свободную торговлю, могут экспериментировать с финансовыми моделями для привлечения инвестиций. Совмещенные междугородние и портовые зоны развития могут

совместно использовать ресурсы и создавать группы для регионального развития. Отраслевая кластеризация может использовать преимущества географического положения и ресурсов. Опыт показывает, что эффективное стратегическое планирование необходимо в целом ряде областей. Политика должна быть открытой, целенаправленной, последовательной, действенной и всеобъемлющей. Модернизация промышленности и расширение рынка зависят от отраслевого и рыночного планирования. Планирование также должно включать определение капиталовложений и потребностей в инфраструктуре и вспомогательных услугах.

Опыт Китая с ОЭЗ выявил несколько факторов которые способствуют их успешной и эффективной работе:

1. ОЭЗ должны быть связаны с открытой экономикой и капитализироваться на инновациях;
2. Подход, основанный на решении проблем снизу-вверх, должен быть объединён с государственной поддержкой, которая оказывается сверху вниз;
3. ОЭЗ могут способствовать расширению промышленности, с помощью культивирования лидеров рынка, поддержки исследований и разработок, и создания брендов;
4. Они могут развивать местные идеи путем интеграции обучения, инноваций и производства;
5. Они могут приносить ресурсы и опыт правительства, промышленности, и исследования институтов, чтобы перейти в более важные передовые связи.

Стандартная модель Особой экономической зоны, которая разработана в Китае, представляет собой государственные экспортные анклав (замкнутые территории), предлагающие налоговые, логистические и инфраструктурные стимулы для предприятий, большинство из которых в основном сосредоточены на легкой промышленности и судоходстве. Центральное правительство приняло решение о создании первых четырех ОЭЗ в 1980-х годах в качестве

экспериментальных лабораторий для разработки и исследования новых стратегий и подходов для сокращения масштабов нищеты и роста экономики. Для этих ОЭЗ, расположенных на юго-востоке Китая, стояла задача привлечения иностранного капитала и внедрения технологий. Ключевой ролью в общем экономическом развитии Китая стал первоначальный успех юго-восточного Китая с ОЭЗ, а также он был воспроизведен в других частях Китая. С тех пор в 14 прибрежных городах были созданы различные ОЭЗ, которые способствовали «открытию» китайской экономики. В таблице 7 представлена основная информация, включающая информацию о местоположении и тенденциях развития первых отдельных крупных ОЭЗ в Китае [49].

Таблица 7 – Основная информация и тенденции развития первых ОЭЗ в Китае

		Шеньчжэнь	Чжухай	Шаньтоу	Сямэнь	Хайнань
Местоположение		Провинция Гуандун			Провинция Фуцзянь	Провинция Хайнань
Географический район (в кв. км.)	1980г.	327,5	6,8	1,7	2,5	35354,0
	2014г.	1996,8	1724,3	2198,7	1573,2	35354,0
Население (10 тыс. человек)	1980г.	33,3	36,3	297,3	93,4	626,8
	2014г.	1077,9	161,4	552,4	381,0	903,5
ВВП на душу населения (в долларах США)	1980г.	557,0	480,0	244,0	457,0	814,0
	2014г.	24596,0	19173,0	5133,0	14136,0	6404,0
Количество рабочих мест (10 тыс. человек)	1980г.	14,9	19,9	133,6	48,2	292,1
	2014г.	899,7	108,8	238,3	285,6	543,1

Китайские ОЭЗ располагаются на территории всего города или провинции, в то время как типичные ОЭЗ охватывают только часть города, что в последствии затрудняет копировать методику последнего на уровне страны или региона. В Китае есть семь таких ОЭЗ, которые иногда называют «4+2+1» ОЭЗ. В «4» ОЭЗ

включены Шэньчжэнь, Чжухай, Сямэнь и Шаньтоу, они были учреждены в 1980 году; «2» включает в себя провинцию Хайнань и новый район Шанхая Пудун, эти ОЭЗ были утверждены в 1990 году; и «1» – это новая область Тяньцзиня Биньхай, была утверждена в 2006 году. Помимо этих семи, в Китае существуют тысячи ОЭЗ, подобных тем, которые перечислены в Таблице 6. Китайские ОЭЗ предоставили пробные области для будущих широкомасштабных реформ экономической системы, а центральное правительство предоставило ОЭЗ высокую степень автономии в осуществлении этой экономической политики. Китайские ОЭЗ стали инициаторами концепции открытой экономики в Китае и способствовали ускорению перехода к рыночной экономике, поскольку они служили «испытательными площадками» для применения новых стратегий и подходов.

Реализация ОЭЗ Шэньчжэня была настолько успешной, что было создано выражение «скорость Шэньчжэня». Среднегодовые темпы роста достигли почти 40 % в 1980-х годах, 23 % в 1990-х и 14 % в последующий период. В Шэньчжэне ВВП на душу населения составлял 412 долларов США в 1979 году и 22 112 долларов США в 2013 году [49].

Что касается иностранных инвестиций, то ОЭЗ улучшили и расширили охват, качество и каналы привлечения инвестиций за счет благоприятной политики и расположения. Например, прямые иностранные инвестиции Шэньчжэня в 1979 году составили 5,48 млн. долларов и выросли до 5,292 млрд. долларов к 2012 году.

ОЭЗ привнесли опыт и технологии, которые использовались для экономического развития всей страны и развивали экономические отношения с зарубежными странами. Местные органы власти в рамках ОЭЗ оказывают большую поддержку политике, что позволяет ОЭЗ активно участвовать в международной экономической конкуренции и сотрудничестве, а также предоставлять возможность для притока иностранных инвестиций, внедрения передовых технологий и получения управленческого опыта. В результате,

условия работы в ОЭЗ существенно улучшились и соответствуют международной практике. Среди пяти ОЭЗ, Шэньчжэнь – это город с наиболее открытой, экспортно-ориентированной экономикой. Общий объем экспорта и импорта Шэньчжэня достиг 537,359 млрд. долларов США в 2013 году, что на 15,1 % больше, чем в предыдущем году, а его общий объем экспорта был самым высоким среди внутренних городов в течение двадцати одного года подряд. Рост ВВП на душу населения в каждой из ОЭЗ также способствовал общенациональному росту (рисунок 9) [49].

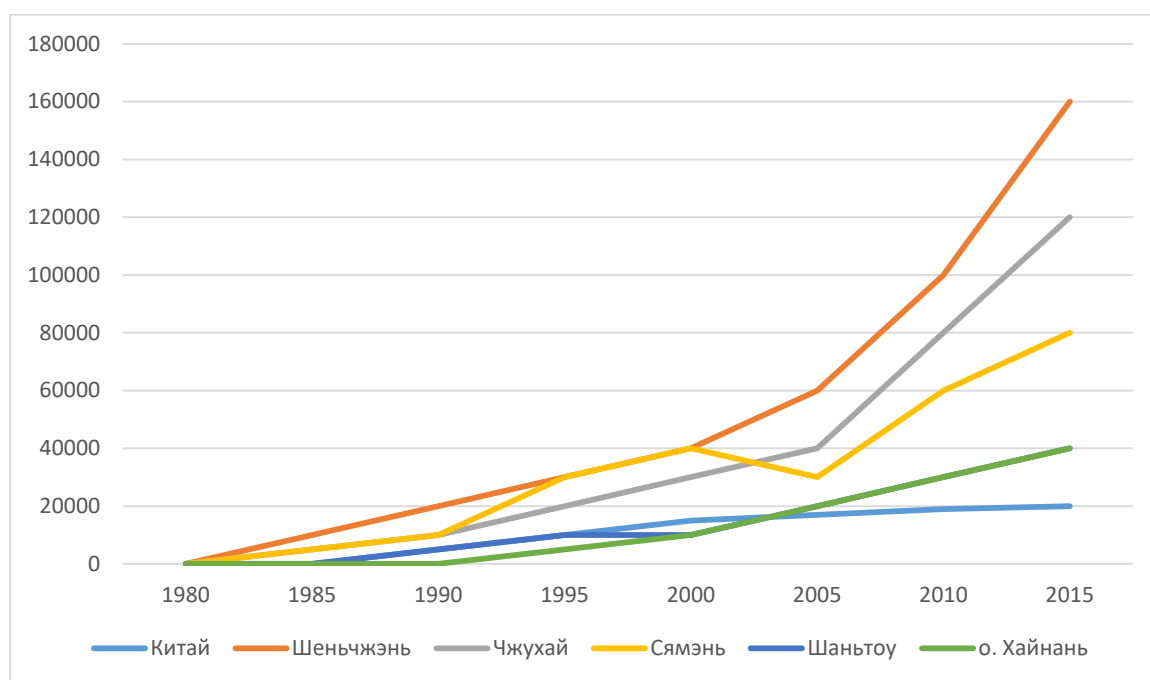


Рисунок 9 – Рост ВВП на душу населения в Китае, 1980–2015 гг. (в юанях)

Кроме того, поначалу Китаю удавалось лишь создавать не интегрированные экспортно-производственные зоны (ЭПЗ), и по мере расширения экономических преобразований эти ЭПЗ просто привлекали иностранные инвестиции в определенную область, и тем самым начинали сдерживать развитие других ОЭЗ. Это создавало конфликты между иностранными инвесторами и местной рабочей силой. Китайское правительство начало осознавать ограничения не интегрированной модели ЭПЗ и перешло к комплексной и интегрированной СЭЗ. ОЭЗ в Китае также привлекли различные объемы иностранных инвестиций, что свидетельствует об уязвимости такой модели к качеству окружающей

инвестиционной среды, а также условиям транспортировки для экспорта и импорта.

Общий объем иностранного капитала, используемого ОЭЗ Шэньчжэня, намного больше, чем у других ОЭЗ. К концу 2013 года Шэньчжэнь использовал 76,1 млрд. долларов в иностранном капитале, 70 % из которых поступило из Гонконга и Макао. С 1980 по 2013 год средний темп роста Шэньчжэня составлял около 25 % в год, а количество иностранных предприятий с промышленной и коммерческой регистрацией превышало 30 000. В отличие от Шэньчжэня, Чжухай одобрил 11,750 проектов с 32,8 млрд. долларов иностранных инвестиций, из которых 19,3 млрд долларов прямые иностранные инвестиции. Кроме того, до 2010 года иностранные инвестиции ежегодно увеличивались, но после кризиса и структурной перестройки Китая иностранные инвестиции начали снижаться. С этого времени, пять ОЭЗ должны были развивать свою экономику на основе внутреннего капитала [49].

#### **4.2. Влияние на экономику Китая в целом**

Туризм – это отрасль, которая никогда не будет приходить в упадок. Развитие туризма стало основным способом поддержки экономического развития, стимулирования внутреннего спроса и привлечения иностранных инвестиций в мире [51]. Китайская экономика невероятно выросла за последние 20–30 лет, а туристическая сфера в Китае растет еще быстрее. Китай уже стал основным туристическим направлением в мире. Основные причины этого огромного роста – это общий рост туризма во всем мире, китайская политика открытых дверей, более частые полеты между Китаем и остальным миром, а также значительные улучшения транспортной инфраструктуры страны, улучшение условий размещения в гостиницах и количество туристических достопримечательностей [51].

Главной особенностью китайской экономики является экономический переход от плановой к рыночной экономике. В ходе этого процесса была введена

рыночная конкуренция, и механизм конкуренции претерпел изменения. Функции правительства изменились в результате ограничения чрезмерного вмешательства в экономику, в то время как в некоторых отраслях сохраняется система двойных цен, а государственная собственность играет доминирующую роль [52].

С точки зрения развития туристских предприятий, которые являются микрокомпонентом туризма, туризм также будет играть позитивную роль в улучшении инвестиционной среды в туристических областях. Во всех отраслях национальной экономики Китая туристические предприятия лидируют на международном рынке, прокладывая путь, внедряя зарубежный капитал, передовые методы и способности управления, реализуя соответствие международному уровню. Развитие туризма, особенно учреждение различных видов туристических предприятий, окажет хороший демонстрационный эффект на управлении и функционировании местных государственных ведомств и местных предприятий в туристических районах, посредством передовых и стандартизированных концепций управления и режимов работы этих предприятий, способствуя тем самым улучшению общей инвестиционной среды в туристических областях.

Развитие туризма может улучшить экологическую среду, повысить региональный и городской имидж туристических направлений. Скоординированное развитие туризма и охраны окружающей среды, проекты озеленения и преобразования сельскохозяйственных угодий в леса не только сделают прошлые горы и реки более красивыми, но и приведут к фундаментальным изменениям в образе окружающей среды в таких зонах. Степень озеленения становится все выше и выше, а окружающая среда становится все лучше и лучше. Это большой толчок для улучшения инвестиционной среды и содействия открытости экономики [52].

Также развитие туризма может побуждать к преобразованиям и инновациям идей и ценностей людей в туристических районах и заставить их думать наперед и новаторски. Такие последствия имеют широкие значения и роль в содействии к

открытию региона. В то же время туризм привлечет не только поток людей, но и поток средств, технологий и информации. Развитие международного туризма может привлечь больше иностранных туристов для потребления китайских услуг и товаров. Одновременно туризм также привлекает иностранных инвесторов для инвестиций в туристическую сферу. Следовательно, иностранные инвестиции играют важную роль в экономическом развитии Китая.

Стоит также отметить и проблемы развития туристической экономики. Одна из первых проблем – это недостаток внимания к развитию экономики в туристической сфере. Понимание развития туристической экономики не соответствует нужному уровню, а туристические возможности и инфраструктура отстают. Недостаточная осведомленность о перспективах экономического развития туризма и отсутствие рыночной концепции делают туристские продукты менее известными и менее конкурентоспособными. Развитие экономики туризма во многих областях все еще находится в эпохе традиционного туризма, не имея современного маркетинга, управления и инновационного понимания. С другой стороны, несоразмерные инвестиции в инфраструктуру туризма делают возможности туризма отсталыми, а связанные с ними вспомогательные средства – несовершенными. Многие области с изобильными туристическими ресурсами не были эффективно эксплуатированы и использованы из-за отсталой транспортной инфраструктуры.

Вторая проблема – это то, что развитие туристических возможностей сильно отстает от мирового уровня. Поскольку прямые инвестиции в туристские экономические средства невелики, некоторые проекты являются открытыми, а некоторые – нет, поэтому средства обслуживания не соответствуют друг другу. В общих чертах, иностранные инвестиции в основном сосредоточены в гостиницах и отелях. Другие туристические возможности, такие как транспорт и коммерческие магазины, также задействованы, но их доля очень мала, а инвестиции довольно ограничены. Для строительства живописных мест, за исключением запланированных национальных курортов, иностранный капитал не



может внедряться, поэтому объекты в живописных местах устарели, в то время как туристические потребительские товары однообразны, и в них отсутствует высокое качество и новаторство, что влияет на потребление услуг в туризме.

Третьей проблемой является то, что организационная структура туристической отрасли является неблагоприятной. Под высокой защитой государства государственные предприятия пользуются привилегиями функционирования, отсутствие механизма внедрения и стимулирования не может в полной мере увеличить энтузиазм по всем аспектам. С институциональной точки зрения между правительством и предпринимательством нет никакого различия. Туристические предприятия фактически не вышли на рынок, а стали субъектами самоуправления и самофинансирования, что ограничивает саморазвитие предприятий. В то же время, благодаря финансовой системе Китая, каждый регион имеет свой метод в направлении немногих туристических инвестиций, делении рынка, многократном строительстве и местной политике защиты внутреннего рынка от иностранной конкуренции [50].

Тем не менее, развитие туристической сферы в Китае все-таки играет очень значительную роль в экономике страны. Во-первых, развивающийся туризм оказывает активное влияние на расширение внутреннего спроса. Экономический рост Китая долгое время зависел от высоких инвестиций. Недостатки этой модели роста очевидны: высокое потребление, высокое загрязнение и неустойчивость. Если экономика продолжает развиваться с помощью инвестиций, то возможность успешного экономического преобразования становится все меньше и меньше, что не соответствует долгосрочным интересам экономики и общества Китая. Ключом к успешным экономическим изменениям является опора на потребление жителей, а также стимулирование экономического роста и увеличения доли потребления в общем объеме производства.

Активное развитие туризма будет иметь большое значение для расширения внутреннего потребительского рынка. С одной стороны, развитие туризма может в большей степени способствовать развитию десятков отраслей, прямо или

косвенно связанных с туризмом, таких как продовольствие, недвижимость, путешествия, туризм и развлечения. Эти отрасли все еще имеют небольшую долю в экономике Китая, и есть огромное пространство для будущего развития. Следовательно, развитие индустрии туризма имеет большие преимущества в расширении внутреннего спроса и улучшения экономической структуры. С другой стороны, активное развитие туризма может значительно повысить уверенность и решимость жителей в потреблении товаров и услуг. Одним из ключевых факторов, ограничивающих потребление китайских жителей является отсутствие уверенности и решимости в расходах. Взяв в качестве примера две основные благоприятные политики «Бесплатного отдыха» и «Снижения цен в живописных местах», провозглашенные государством, можно сделать вывод, что эти политики стимулирования туризма существенно усилили энтузиазм жителей и уверенность в потреблении, а также привели туристическую сферу к взрывному росту. Поэтому энергичное развитие туризма может значительно усилить стремление жителей к потреблению товаров и услуг, тем самым расширяя внутренний потребительский рынок и совершенствуя движущую силу потребления для экономического развития, что имеет большое значение для реализации экономических преобразований.

Во-вторых, активное развитие туризма может существенно повысить уровень занятости жителей. Экономические преобразования – сложная системная инженерия, одним из важных факторов которой является уровень занятости населения. Только тогда, когда уровень занятости улучшится, доходы жителей увеличатся, потребительская способность улучшится, и, наконец, будет увеличена движущая сила потребления, чтобы реализовать экономические преобразования. Множество отраслей, связанных с туризмом, часто имеют высокую конкурентность. Благодаря энергичному развитию туризма можно значительно повысить процветание этих отраслей, способствуя тем самым повышению уровня занятости в Китае, который играет существенную роль в стимулировании роста

внутреннего спроса и достижении экономических модернизаций. Индустрия туризма Китая каждый год создает миллионы рабочих мест [51].

В результате, активное развитие туризма может повысить научно-технический инновационный потенциал Китая. Экономические преобразования зависят не только от расширения внутреннего спроса, но и от укрепления научно-технического инновационного потенциала. С улучшением научно-технической квалификации людей, требования к качеству туристических услуг и товаров также становятся все выше и выше. Внимание людей все больше привлекают не чисто естественные и искусственные проекты туризма, а высокотехнологичные проекты туризма, такие как сложные мобильные игровые проекты, симуляции космического оборудования, оборудование дистанционного управления и другие проекты которые требуют более высокой способности технологического новаторства. Таким образом, очевидно, что активное развитие туризма может способствовать модернизации соответствующих технологий и технологического уровня, что имеет большое значение для повышения научно-технического инновационного потенциала Китая [53].

#### Вывод по разделу четыре

Из-за быстрого развития индустрии туризма в Китае, его экономическая функция полно и всесторонне была проявлена в многих аспектах экономики страны. Туризм стал одной из новых точек роста национальной экономики, и развитие туризма создало более благоприятные внешние и политические условия для развития экономики Китая. В ключевой период экономической перестройки и на новом этапе экономического роста страны туризм играет все более уникальную и значительную роль. Туристическая индустрия Китая переживает золотой период развития с большим потенциалом и хорошими перспективами. Энергично развивающийся туризм может полностью высвободить потребительский потенциал Китая, усилить движущую силу потребления в экономике, повысить

уровень занятости, улучшить возможности научно-технических инноваций и в конечном итоге оказать неоценимое положительное влияние на реализацию экономических преобразований.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенной работы было изучено влияние туризма на экономику Китайской Народной Республики и некоторых регионов в отдельности. Обзор литературных источников показал, что интерес исследователей к китайскому туристическому рынку постоянно растет.

Были установлены основные предпосылки стремительного роста и развития туризма КНР. Среди них выделялись как географические и климатические, так и культурные, исторические и политические предпосылки.

За последние 40 лет развития туризма сформировалось разнообразное и большое количество туристических маршрутов, которые могут удовлетворять самые разные потребности туристов. Вложения в туризм развивают инвестиционную среду и способствуют развитию некоторых отраслей экономики.

Из анализа данных о современном состоянии туризма был сделан вывод, что самым популярным видом туризма является внутренний туризм. Он развивался гораздо быстрее, чем въездной и выездной туризм. Выездной туризм же, по сравнению с остальными видами, растет гораздо медленнее. Это связано с тем, что в стране активно продвигаются местные туристические достопримечательности, а также желанием китайцев путешествовать недалеко и менее затратно по времени.

Наконец, был сделан вывод, что развитие туризма подстегнуло рост большого числа секторов экономики, как непосредственно связанных с туризмом, так и просто находящихся поблизости с основными туристическими маршрутами.

Китайцы умело используют различные особенности (этнические, географические, особенности производства и сельского хозяйства, быта) для создания новых туристических направлений, в том числе таких экзотических, как «красный туризм».

Результаты работы могут быть использованы при сравнительном анализе рынков туризма в России и КНР и выстраивания модели развития сферы не только в нашей стране, но и за рубежом.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1 UNWTO Tourism Highlights 2018 Edition. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876> (дата обращения: 21.01.2019).

2 Коновалова, А. А. Современное состояние мирового рынка туристских услуг / А. А. Коновалова, А. С. Суворова // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. – 2016. – № 1. – С. 221–224.

3 Худякова, Т.А. Влияние мирового кризиса на состояние туристской индустрии / Т. А. Худякова, Ю. А. Пешкова // Проблемы социально-экономического развития регионов: сб. – Уфа, 2015. – С. 166–167.

4 Бессонова, А. С. Теоретические основы формирования туристско-рекреационного кластера как инструмента повышения конкурентоспособности сферы туризма / А. С. Бессонова // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2014. – № 8. – С. 272–274.

5 Мартыщенко, Н. С. Маркетинговые исследования регионального рынка потребителей туристских услуг: монография / Н. С. Мартыщенко. – Владивосток: Дальнаука, 2007. – 258 с.

6 Овсянникова, А. В. Роль регионального маркетинга в повышении инвестиционной привлекательности региона / А. В. Овсянникова, И. С. Соколова // Интернет-журнал «Науковедение». – 2015. – Т. 7. – № 5 (30). – С. 72–81.

7 Бандурин, А. В. Индекс конкурентоспособности туристской дестинации / А. В. Бандурин, А. Н. Шилин // Транспортное дело России. – 2012. – № 6–1. – С. 72–74.

8 Вязовская, В. В. Оценка конкурентоспособности России на мировом рынке туристских услуг / В. В. Вязовская, Н. Б. Изакова, Л. М. Капустина // Известия Уральского государственного экономического университета. – 2014. – № 4 (54). – С. 35–43.

9 The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017: World Economic Forum. [Электронный ресурс]. URL: [http://ev.am/sites/default/files/WEF\\_TTCR\\_2017.pdf](http://ev.am/sites/default/files/WEF_TTCR_2017.pdf) (дата обращения: 23.01.2019).

10 Мартышенко, Н. С. Позиционирование пляжно-купального туризма в Китае / Н. С. Мартышенко, А. Е. Ильин // Новый университет. – 2012. – № 4. – С. 58–61.

11 Мирзеханова, Д. Г. Анализ выездного туризма стран северо-восточной Азии: Китай, Япония, Республика Корея / Д. Г. Мирзеханова // Вестник национальной академии туризма. – 2012. – № 3. – С. 50–53.

12 Мартышенко, Н. С. Маркетинговый анализ международного туристского рынка стран северо-восточной Азии / Н. С. Мартышенко // Территория новых возможностей: Вестник владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 4. – С. 51–67.

13 Китай – Туризм, общий вклад в ВВП: сайт публичной библиотеки. [Электронный ресурс]. URL: <https://knoema.ru/atlas/Китай/topics/Туризм/Общий-вклад-туризмав-ВВП/Общий-вклад-в-ВВП-млрд-долл-США> (дата обращения 25.01.2019).

14 Lin, Q. Tea Tourism and its Impacts on Ethnic Marriage and Labor Division / Q. Lin, J. J. Wen // Journal of China Tourism Research. – 2018. – № 14 (4). – P. 461–483.

15 Huang, L. A Cultural Perspective of Health and Wellness Tourism in China / L. Huang, H. Xu // Journal of China Tourism Research. – 2014. – № 10 (4). – P. 493–510.

16 Shen, H. Development of Social Enterprises in Rural Island Tourism in China / H. Shen, X. Liu, M. Li, M. Ji // Journal of China Tourism Research. – 2018. – № 15 (2). – P. 262–282.

17 Zeng, F. Ecotourism Development and the Egocentric Network of Female Residents: A Case Study in Zhangjiajie National Forest Park / F. Zeng, C. Zhou, Y. Zhong // Journal of China Tourism Research. – 2018. – № 14 (4). – P. 484–500.

18 中国入境旅游发展年度报告 2017 (China Inbound Tourism Development Annual Report 2017). [Электронный ресурс]. URL: <http://news.sina.com.cn/o/2017-09-28/doc-ifymkxmh7665224.shtml> (дата обращения 18.02.2019).

19 Qian, J., Law, R., Wei, J. Chinese Researchers in the Journal of Travel Research (2011–2016): A Content Analysis /J. Qian, R. Law, J. Wei // Journal of China Tourism Research. – 2018. – [Электронный ресурс]. URL: [https://www.researchgate.net/journal/1938-8160\\_Journal\\_of\\_China\\_Tourism\\_Research](https://www.researchgate.net/journal/1938-8160_Journal_of_China_Tourism_Research) (дата обращения 20.04.2019).

20 The Geography of China: Central Intelligence Agency. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ch.html> (дата обращения 26.02.2019).

21 About Yangtze River: University of Washington Departments Web Server. [Электронный ресурс]. URL: <https://depts.washington.edu/chinaciv/geo/yangtze.html> (дата обращения 26.02.2019).

22 The Geography of China: Asian Info Journal. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.asianinfo.org/asianinfo/china/geography.htm> (дата обращения 26.02.2019).

23 Лапшова, Л.Н. Развитие сферы туризма в КНР / Л. Н. Лапшова, Ц. Ян // Научный форум: Экономика и менеджмент: сборник статей по материалам V междунар. науч.-практ. конф. – 2017. – № 3(5). – С. 25–33.

24 China sparked an economic miracle – now there's a fight over its legacy: CNN World+. [Электронный ресурс]. URL: <https://edition.cnn.com/2018/12/16/asia/deng-xiaoping-xi-jinping-reform-and-opening-china-intl/index.html> (дата обращения 1.03.2019).

25 Chinese economics: Special economic zone: Encyclopaedia Britannica. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.britannica.com/topic/special-economic-zone> (дата обращения 1.03.2019).

26 Stoltenberg, C. D. China's Special Economic Zones: Their Development and Prospects / C. D. Stoltenberg // Asian Survey. – 1984. – V. 24, № 6. – P. 637–654.



27 Holmes, F. China's New Special Economic Zone Evokes Memories Of Shenzhen / F. Holmes // Forbes. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.forbes.com/sites/greatspeculations/2017/04/21/chinas-new-special-economic-zone-evokes-memories-of-shenzhen/#426f890276f2> (дата обращения 15.03.2019).

28 Медведева, В.В. Современное развитие туризма в Китае / В. В. Медведева // Научный журнал «Студенческий». – 2018. – № 14(34). [Электронный ресурс]. URL: <https://sibac.info/journal/student/35/115450> (дата обращения: 26.03.2019).

29 China S Domestic Tourism And Hotel Industry Tourism Essay: UKEssays. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ukessays.com/essays/tourism/china-s-domestic-tourism-and-hotel-industry-tourism-essay.php?vref=1> (дата обращения 26.03.2019).

30 Sun Cuifeng. The Development of Red Tourism in China. Journal of Anyang Institute of Technology. Dec. 2006, No.6 (No.24). DOI: 10.19329/j.cnki.16732928.2006.06.013.

31 Huang Fang. On industrial tourism in China. The Party School of C.P.C. in Qingdao, Qingdao 266071, China; [J]; Human Geography; 2004-01 DOI :10.13959/j .issn.1003 -2398.2004.01.020.

32 Wang, Huiling & Xi, Junmin. (2016). The Determinant of Inbound Tourism in China. International Journal of Business and Management. 11. 205. doi:10.5539/ijbm.v11n2p205

33 China Inbound Tourism in 2017: Travel China Guide. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.travelchinaguide.com/tourism/2017statistics/inbound.htm> (дата обращения 05.04.2019).

34 2018 China Inbound Tourism Statistics: When and Where to Go: The China Guide. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.thechinaguide.com/blog/2018-china-inbound-tourism-report> (дата обращения 05.04.2019).

35 China Inbound Tourism in 2016: Travel China Guide. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.travelchinaguide.com/tourism/2016statistics/inbound.htm> (дата обращения 05.04.2019).

36 2018 China Tourism Facts & Figures: Travel China Guide. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.travelchinaguide.com/tourism/2018statistics/> (дата обращения 05.04.2019).

37 Dai, B., Jiang, Y., Yang, L., & Ma, Y. (2017). China's outbound tourism – Stages, policies and choices. *Tourism Management*, 58, 253–258. doi:10.1016/j.tourman.2016.03.009

38 Fu, R. Rise of the China Outbound Tourism / R. Fu // China Internet Watch. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.chinainternetwatch.com/8832/outbound-travelers/> (дата обращения 06.04.2019).

39 China Outbound Tourism in 2016: Travel China Guide. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.travelchinaguide.com/tourism/2016statistics/outbound.htm> (дата обращения 06.04.2019).

40 China Outbound Tourism Market 2018-2024: Holiday, Visit Friends and Relatives (VFR), Business (MICE) & Others (Education, Medical Treatment): PR Newswire. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.prnewswire.com/news-releases/china-outbound-tourism-market-2018-2024--holiday-visit-friends-and-relatives-vfr-business-mice--others-education-medical-treatment-300755063.html> (дата обращения 06.04.2019).

41 China Outbound Tourism in 2017: Travel China Guide. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.travelchinaguide.com/tourism/2017statistics/outbound.htm> (дата обращения 06.04.2019).

42 Say cheese! It's Chinese Domestic Tourism Day: StrippedPixel. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.strippedpixel.com/chinese-domestic-tourism-day/> (дата обращения 07.04.2019).

43 2016年中国旅游业统计公报 (China Tourism Statistics 2016): 中国旅游研究院 (China Tourism Academy). [Электронный ресурс]. URL:

<http://www.ctaweb.org/html/2017-11/2017-11-8-14-49-91372.html> (дата обращения 07.04.2019).

44 2017 年中国旅游业统计公报 (China Tourism Statistics 2016): 中国旅游研究院 (China Tourism Academy). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ctaweb.org/html/2018-12/2018-12-28-15-55-12622.html> (дата обращения 07.04.2019).

45 2018 年中国旅游行业发展现状分析及市场规模预测 (Current Situation Analysis and Market Scale Forecast of China's Tourism Industry in 2018): 中国产业信息 (Industrial Information of China). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.chyxx.com/industry/201808/664508.html> (дата обращения 10.04.2019).

46 China Tourism — Current Trends and Facts: China Highlights. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.chinahighlights.com/travelguide/tourism.htm> (дата обращения 10.04.2019).

47 China's Domestic Tourism Boom Has Lessons for the Rest of the World: Skift. [Электронный ресурс]. URL: <https://skift.com/2018/08/18/chinas-domestic-tourism-boom-has-lessons-for-the-rest-of-the-world/> (дата обращения 10.04.2019).

48 曾智华 (Zeng, D. Z.). China's Special Economic Zones and Industrial Clusters: Success and Challenges / 曾智华 (D. Z. Zeng) // World Bank Blogs. [Электронный ресурс]. URL: <http://blogs.worldbank.org/developmenttalk/china-s-special-economic-zones-and-industrial-clusters-success-and-challenges> (дата обращения 25.04.2019).

49 Tao, Y., Yuan, Y., Li, M. Chinese Special Economic Zones: Lessons for Africa / Y. Tao, Y. Yuan, M. Li, K. Kapoor, C. Mollinedo // Chief Economist Complex | АЕВ. – 2016. – V. 7, № 6. – P. 1–16.

50 冯思源 (Feng, S.). 旅游产业发展对我国经济的影响研究 (The Impact of Tourism Industry Development on China's Economy Research) / 冯思源 (S. Feng) // 现代经济信息 (Modern Economic Information). – 2012. – № 1. – P. 210.

51 Oosterhaven, J., Fan, T. Impact of International Tourism on the Chinese Economy / J. Oosterhaven, T. Fan // International Journal of Tourism Research. – 2006. – № 8. – P. 347–354.

52 Li, S., Blake, A. Modeling Competition Levels in the Chinese Economy: the Economic Impact of the Beijing 2008 Olympic Games / S. Li, A. Blake // Eleventh Annual Conference on Global Economic Analysis. – 2008. – № 11. – P. 1–28.

53 朱淼 (Zhu, M.). 发展旅游业对我国经济转型的影响分析 (An Analysis of the Impact of Tourism Development on China's Economic Transition) /朱淼 (M. Zhu) //中国商论 (China Journal of Commerce). – 2012. – № 29. – P. 146.