



Анализ современного состояния и перспективы развития рынка туристических услуг КНР

Куклина Е. А.^{*}, Ван Хэфэй

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Северо-Западный институт управления РАНХиГС), Санкт-Петербург, Российская Федерация

^{*} e-mail: jeakuklina@mail.ru

ORCID: 0000-0003-0457-2658

РЕФЕРАТ

Цель. Анализ современного состояния рынка туристических услуг Китая и перспектив его развития в контексте государственной политики КНР.

Задачи. Выполнить кластерный анализ предпринимательской активности в сфере туризма, построить диаграмму распределения турагентств по кластерам; выполнить анализ современного состояния рынка туристических услуг в разрезе ключевых метрик; изучить меры государственной поддержки отрасли; определить перспективы развития рынка туристических услуг КНР и российско-китайского сотрудничества в контексте реализации новой стратегии «двойной циркуляции».

Методология. Основа и методы исследования: системный подход, логический анализ, синтез, кластерный и регрессионный анализ, контент-анализ открытых источников.

Результаты. Модель современного туристического ландшафта Китая со стороны предложения включает три кластера; спецификой внутреннего туристического рынка Китая является сегмент праздничного туризма; новым драйвером экономического роста является внутренний туризм, предпочтения внутренних туристов отражают широкий диапазон интересов; система государственной поддержки туризма включает прямые и косвенные методы, которые адаптируются под изменения внешней и внутренней среды.

Выводы. Перспективы сотрудничества КНР и РФ оцениваются достаточно высоко; благоприятными факторами в развитии российско-китайского сотрудничества является открытие новых «окон возможностей» после пандемии COVID-19, а также ограничение выездного турпотока в недружественные страны и изменения вектора в направлении стран БРИКС, ШОС, ЕАЭС.

Ключевые слова: туризм, кластер, государственная поддержка, Китай, арктический трек

Для цитирования: Куклина Е. А., Ван Хэфэй. Анализ современного состояния и перспективы развития рынка туристических услуг КНР // Евразийская интеграция: экономика, право, политика. 2024. Т. 18. № 3. С. 47–61.

<https://doi.org/10.22394/2073-2929-2024-03-47-61>. EDN: VPVPAQ

Analysis of the Current State and Prospects for the Development of the Tourism Services Market in China

Evgenia A. Kuklina^{*}, Wang Hefei

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (North-West Institute of Management of RANEPA), Saint Petersburg, Russian Federation

^{*} e-mail: jeakuklina@mail.ru

ORCID: 0000-0003-0457-2658

ABSTRACT

Aim. The purpose of the study is to analyze the current state of the Chinese tourism services market and the prospects for its development in the context of the public policy of the PRC.

Tasks. Research objectives: perform a cluster analysis of entrepreneurial activity in the field of tourism, construct a diagram of the distribution of travel agencies by clusters; comply with the current state of the tourism services market in terms of key metrics; study government support measures for the industry; determine the prospects for the development of the tourism services market of the PRC and Russian-Chinese cooperation in the context of the implementation of the new “double circulation” strategy.

Methods. Methodological basis and research methods: systematic approach, logical analysis, synthesis, cluster and regression analysis, content analysis of open sources.

Results. The results obtained: the supply-side model of China’s modern tourism landscape includes three clusters; The specificity of China’s domestic tourism market is the holiday tourism segment; a new driver of economic growth is domestic tourism, the preferences of domestic tourists reflect a wide range of interests; the system of state support for tourism includes direct and indirect methods that adapt to changes in the external and internal environment.

Conclusions. With a high probability, the prospects for cooperation between the PRC and the Russian Federation are assessed quite highly; favorable factors in the development of Russian-Chinese cooperation are the opening of new “windows of opportunity” after the COVID-19 pandemic, as well as the restriction of outbound tourist flows to unfriendly countries and changes in the vector towards the BRICS countries, SCO, and EAEU.

Keywords: tourism, cluster, government support, China, Arctic track

For citation: Kuklina E. A., Wang Hefei. Analysis of the Current State and Prospects for the Development of the Chinese Tourism Services Market // Eurasian Integration: Economics, Law, Politics. 2024. Vol. 18. No. 3. P. 47–61. (In Russ.)
<https://doi.org/10.22394/2073-2929-2024-03-47-61>. EDN: VPVPAQ

Введение

Актуальность исследования. К настоящему времени в Китае создано «общество средней зажиточности» и Председателем Госсовета КНР Си Цзиньпином провозглашена новая стратегия экономического роста на период до 2035 г. с опорой на внутренний спрос, в том числе в сфере туризма и рекреации. Эта стратегия «двойной циркуляции» (双循环, *shuāng xún huán*) [14] реализует национальную экономическую модель политики реформ и открытости Дэн Сяопина, для описания которой китайский исследователь Ван Цзянь (*Wang Jian*) в 1988 г. предложил термин «международная циркуляция»¹.

Данная модель представляет собой экспортно-ориентированную модель экономического роста, позволяющую КНР в глобальных производственных цепочках использовать преимущества дешевой рабочей силы. Концепция новой модели — опора на внутреннее потребление (первый цикл) при вспомогательной роли увеличения объемов экспорта и инвестиций (второй цикл). В этой модели, которую также называют моделью «двойного цикла», государство сохраняет роль главного игрока во всех ключевых сферах, в том числе в воспроизводстве человеческого капитала. Повышение качества жизни и рост благосостояния населения, формирующие новые стандарты потребления, остаются главными целями развития, и в данном контексте исследование, посвященное анализу рынка туристических услуг КНР, является достаточно актуальным.

Целью исследования является анализ современного состояния рынка туристических услуг Китая и перспектив его развития. *Задачи исследования:* выполнить кластерный анализ предпринимательской активности в сфере туризма, построить диаграмму распределения турагентств по кластерам; выполнить

¹ Yu Yongding. Decoding ‘dual circulation’ strategy [Электронный ресурс] // Chinadaily.com.cn. Opinion. 10.12.2020. URL: <https://www.chinadaily.com.cn/a/202010/12/WS5f839118a31024ad0ba7df1e.html> (дата обращения: 15.08.2024).

анализ современного состояния рынка туристических услуг в разрезе ключевых метрик; определить перспективы развития рынка туристических услуг КНР и российско-китайского сотрудничества.

Материалы и методы

Теоретической и методологической основой работы стали результаты исследований отечественных и зарубежных ученых, посвященные изучению туристической отрасли КНР. В качестве методической основы исследования использован системный подход, логический анализ и синтез. Полученные результаты базируются на кластерном и регрессионном анализе, контент-анализе открытых источников. Информационную базу составили статистические данные КНР в области туризма и рекреации, а также результаты академических исследований, посвященные данной предметной области.

Результаты

Согласно «Закону о туризме Китайской Народной Республики», предприятия сферы туризма — это относительно независимые бизнес-единицы, занимающиеся экономической деятельностью в сфере туризма под руководством государства. Предприятия этой отрасли национальной экономики представляют собой предприятия сферы услуг, которые обеспечивают путешественников питанием, проживанием, поездками, экскурсиями, покупками, развлечениями и приносят доход.

Если рассматривать цепочку создания стоимости в сфере туристско-рекреационных услуг, то можно выделить три группы предприятий, занимающихся производством и эксплуатацией турпродуктов: *прямые предприятия* — турагентства, гостиницы, рестораны, магазины сувениров, транспортные компании, туристические достопримечательности, развлекательные заведения и т. д.; *вспомогательные предприятия* — управляющие компании, сервисные компании, кино- и телекомпании, издательские подразделения, предприятия связи, а также сферы бытового обслуживания и такие отрасли, как пищевая и медицинская; *развивающие организации* — соответствующие государственные учреждения, туристические колледжи и университеты, а также научно-исследовательские институты сферы туризма.

Будучи одним из крупнейших в мире, китайский рынок туристических услуг играет важную роль в национальной экономике. Поскольку в последние годы Китай начал строить новую экономику с двойным циклом (экономику «двойной циркуляции»), результаты деятельности и конкурентоспособность индустрии туристических услуг стали предметом пристального изучения как китайских, так и зарубежных исследователей. В данной статье обобщены результаты исследования, посвященного анализу рынка туристических услуг КНР, с целью оценки его текущего состояния, тенденций развития, проблем, а также потенциальных возможностей.

С 2000 г. Китайское национальное управление по туризму (CNTA) больше не управляет делами туристических агентств, передав функции управления местным туристическим бюро. Туристические агентства КНР подразделяются на внутренние агентства и международные агентства (имеющие или не имеющие право на выезд); внутренние агентства делятся на: агентства по организации туров (турагенты, которые присутствуют в пункте отправления и заключают договоры); офисы (также известные как оптовики, дистрибьюторы, агенты и контрагенты) и наземные принимающие агентства (турагенты в пункте назначения, которые принимают туристов от агентства по организации туров в пункте отправления).

По состоянию на конец 2023 г. в Китае насчитывалось 56 275 турагентств, что составляет +24,6% к уровню 2022 г. (рис. 1, с. 50).

Выполним анализ активности турагентств по регионам с использованием методики кластерного анализа на основе официальных статистических данных КНР¹. Объект кластеризации — выборка турагентств провинций Китая и динамика их изменения (роста) за период 2021–2023 гг. По результатам кластерного

¹ 2023年度中国旅行社数量表 [Электронный ресурс]. URL: <https://zwgk.mct.gov.cn/zfxgkml/tjxx/202406/P020240618551324081642.docx> (дата обращения: 10.07.2024).

анализа была построена дендрограмма распределения турагентств КНР (рис. 2), которые включают наиболее близкие по темпам роста в 2021–2023 гг. агентства всех 32 регионов Китая.

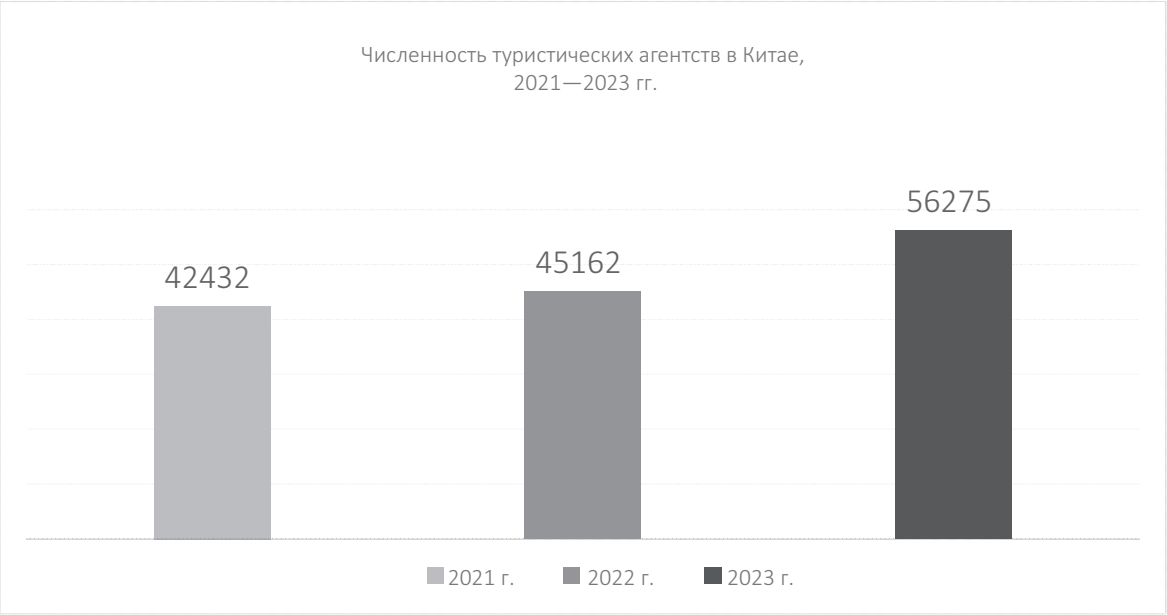


Рис. 1. Динамика количества туристических агентств в Китае за период 2021–2023 гг.

Fig. 1. Dynamics of the number of travel agencies in China for the period 2021–2023

Источник: составлено авторами по: 2023年度中国旅行社数量表 [Электронный ресурс]. URL: <https://zwgk.mct.gov.cn/zfxgkml/tjxx/202406/P020240618551324081642.docx> (дата обращения: 10.07.2024)

Так, отдельным кластером (C1) с самыми высокими показателями прироста относительно первого (2021 г.) и последнего (2023 г.) наблюдения стали Пекин, Шаньдун, Чжэцзян, Гуандун, Цзянсу. Второй кластер (C2) включает крупные города (Шанхай, Сычуань, Хубэй), а также Внутреннюю Монголию и другие регионы, которые являются наиболее стабильными по темпам прироста турагентств относительно наблюдений. Третий кластер (C3) включает регионы с малым количеством туристических агентств, но с хорошими темпами прироста за весь период наблюдений, среди них остров Хайнань и Тибетский автономный район (ТАР), расположенный на юго-западе Цинхай-Тибетского нагорья. Правомерность такого распределения подтверждается диаграммой рассеивания кластеров, на которой представлено соотношение кластеров за период наблюдения и темп прироста турагентств в Китае (рис. 3, с. 52).

Уровень предпринимательской активности в сфере туризма и рекреации (предложение услуг) во всех регионах Китая повысился, но в разной степени. Так, в Пекине, Хунане, Внутренней Монголии, Шаньси, Синьцзяне, Гуйчжоу, Хайнане и Чунцине количество туристических агентств увеличилось более чем на треть (в т. ч. в Пекине — на 48%). Максимальная плотность турагентств — в столице (5027); в трех регионах функционирует менее 500 турагентств (Тибетский автономный район — 390, Нинся — 253, Корпус — 195).

С целью прогнозирования количества туристических агентств в Китае в 2024 г. нами был проведен регрессионный анализ, основанный на соотношении показателей по каждому году наблюдения с показателем темпа прироста турагентств. Таким образом, удалось построить линейную регрессию и вычислить с ее помощью такие показатели, как средняя квадратичная ошибка (MSE), среднеквадратичная ошибка (RMSE), средняя абсолютная ошибка (MAE), средняя абсолютная процентная ошибка (MAPE) и коэффициент детерминации (R2), которые представлены в табл. 1.

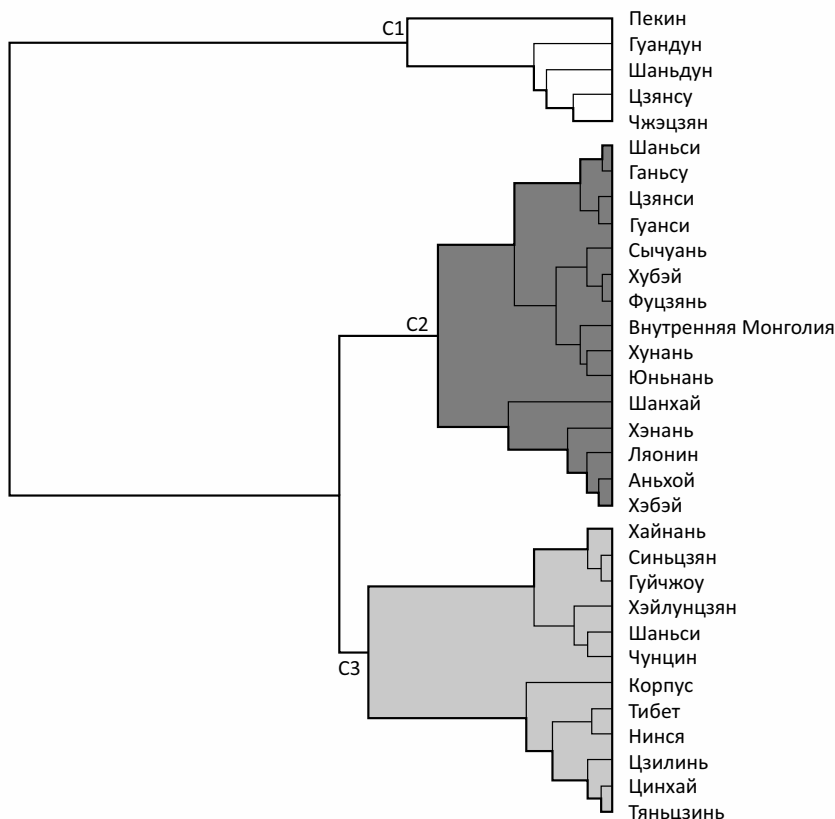


Рис. 2. Дендрограмма распределения по кластерам туристических агентств Китая

Fig. 2. Dendrogram of cluster distribution of travel agencies in China

Примечание: C1, C2, C3 — кластеры

Источник: разработано авторами

Таблица 1

Результаты регрессионного анализа

Table 1. Results of regression analysis

Model	MSE	RMSE	MAE	MAPE	R2
Linear Regression	0,008	0,091	0,054	0,306	0,141
Random Forest	0,009	0,094	0,075	0,478	0,091

Источник: рассчитано авторами

Для наглядности представления исследуемой модели был использован метод «случайного леса» (Random Forest), который применяется для анализа данных через «деревья решений». Коэффициент детерминации моделей R^2 показывает, какая доля вариативной зависимой переменной в проведенном регрессионном анализе объясняется независимыми переменными модели. Адекватность модели характеризуется приближением R^2 к 1, но в нашем случае данный показатель является довольно низким и можно говорить о двух возможных сценариях развития модели: а) непредсказуемость ее изменения во времени; б) массив данных, которые были бы наглядными для прогнозирования, недостаточен и требуется использование дополнительных параметров оценки. На самом деле это является неплохим результатом, который демонстрирует хорошие возможности прироста туристических агентств в следующем году наблюдения, т. е. в 2024 г.

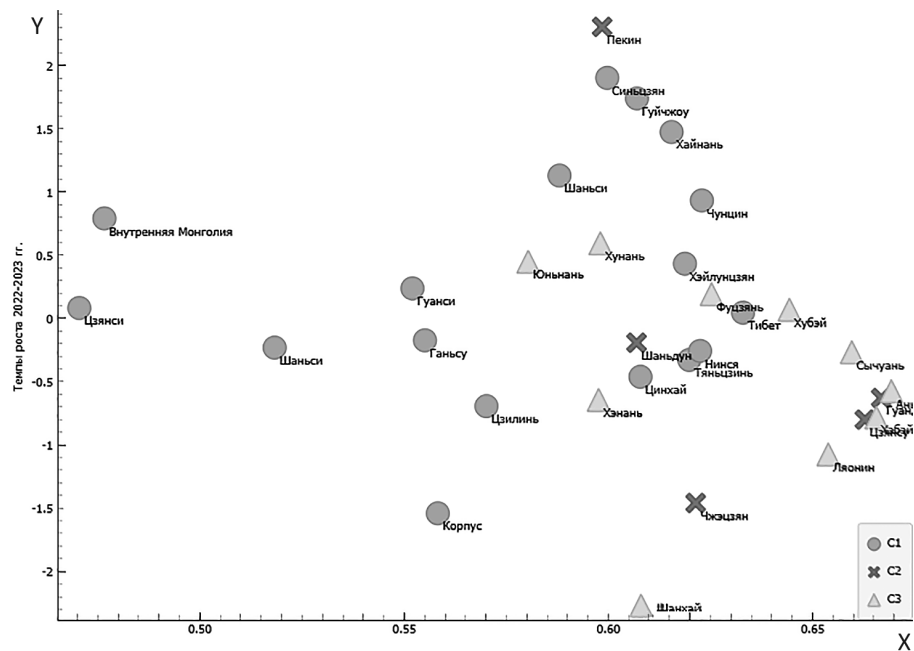


Рис. 3. Диаграмма рассеивания кластеров

Fig. 3. Cluster Scatterplot

Примечание: ось x — качественные характеристики кластера, при которых самые высокие значения показывают наиболее высокие показатели принадлежности к признаку, ось y — темпы роста

Источник: составлено авторами

2023 г. стал годом активного восстановления туристической отрасли Китая после пандемии COVID-19 (рис. 4).



Рис. 4. Динамика количества внутренних туристов в Китае и темпы роста за период 2019—2023 гг.

Fig. 4. Dynamics of the number of domestic tourists in China and growth rates for the period 2019—2023

Источник: 2023年中国国内旅游数据情况 [Электронный ресурс]. URL: https://zwgk.mct.gov.cn/zfxgkml/tjxx/202402/t20240208_951300.html
(дата обращения: 10.07.2024)

Если рассматривать поток внутренних туристов в Китае по кварталам в 2023 г., то третий квартал — это традиционный пиковый сезон, обусловленный ажиотажным спросом в период летних отпусков (июль — август), с наибольшим количеством внутренних туристов — 1,291 млрд чел. (рис. 5).



Рис. 5. Динамика количества внутренних туристов в Китае по кварталам 2023 г. и темпы роста по сравнению с аналогичным периодом 2022 г.

Fig. 5. Dynamics of the number of domestic tourists in China by quarter in 2023 and growth rates compared to the same period in 2022

Источник: 2023年中国国内旅游数据情况 [Электронный ресурс]. URL: https://zwgk.mct.gov.cn/zfxgkml/tjxx/202402/t20240208_951300.html
(дата обращения: 10.07.2024)

На фоне высокого уровня спроса и предложения на рынке культурного туризма Китая разница между кварталами 2023 г. сокращается, демонстрируя характеристики «межсезонье не медленное, а пиковый сезон — процветающий».

По сравнению с показателем 2022 г. число прибытий по внутреннему туризму увеличилось во всех кварталах года, причем в IV квартале рост был наибольшим (примерно в 1,8 раза). Основными потребителями внутреннего туризма являются городские жители, которые в 2023 г. совершили 3,758 млрд поездок (+94,9% к уровню 2022 г.); сельские жители совершили 1,133 млрд поездок (+ 88,5% к уровню 2022 г.).

Динамика структуры внутренних туристов в городских и сельских районах Китая в 2019–2023 гг. представлена на рис. 6 (с. 54).

В 2023 г. доходы от внутреннего туризма выросли на 140,3%, что стало ощутимым увеличением, переломившим негативную ситуацию снижения доходов с 2020 г. (рис. 7, с. 54).

Динамика потребления услуг внутреннего туризма городскими и сельскими жителями (рис. 8, с. 55) свидетельствует о восстановлении поступления доходов от внутреннего туризма в 2023 г. по сравнению с 2019 г., что является индикатором наличия значительного потенциала внутреннего потребления туристических услуг в Китае.

Согласно «Зеленой книге туризма: анализ и прогноз развития туризма в Китае с 2023 по 2024 год», опубликованной Китайской академией общественных наук, рост туристического потребления сосредоточен на «проживании» и «питании», в то время как «покупательское» потребление наиболее предпочтительно для ремесленных изделий, коллекций сувениров и продуктов питания.

Национальной особенностью внутреннего туристического рынка Китая является наличие сегмента праздничных путешествий. В течение 2023 г. на туристическом рынке все более ощутимо проявлялась тенденция восстановления рынка культуры и туризма. Показатели рынка внутреннего туризма во время различных национальных праздников (табл. 2, с. 55) отражают устойчивость и потенциал развития экономики туристической отрасли Китая, ее жизнеспособность.



Рис. 6. Динамика структуры внутренних туристов в городских и сельских районах в Китае, 2019–2023 гг.

Fig. 6. Dynamics of Domestic Tourist Arrival Structure in Urban and Rural Areas in China, 2019–2023

Источник: составлено авторами по:

2023年中国国内旅游数据情况 [Электронный ресурс]. URL: https://zwgk.mct.gov.cn/zfxgkml/tjxx/202402/t20240208_951300.html

(дата обращения: 10.07.2024)

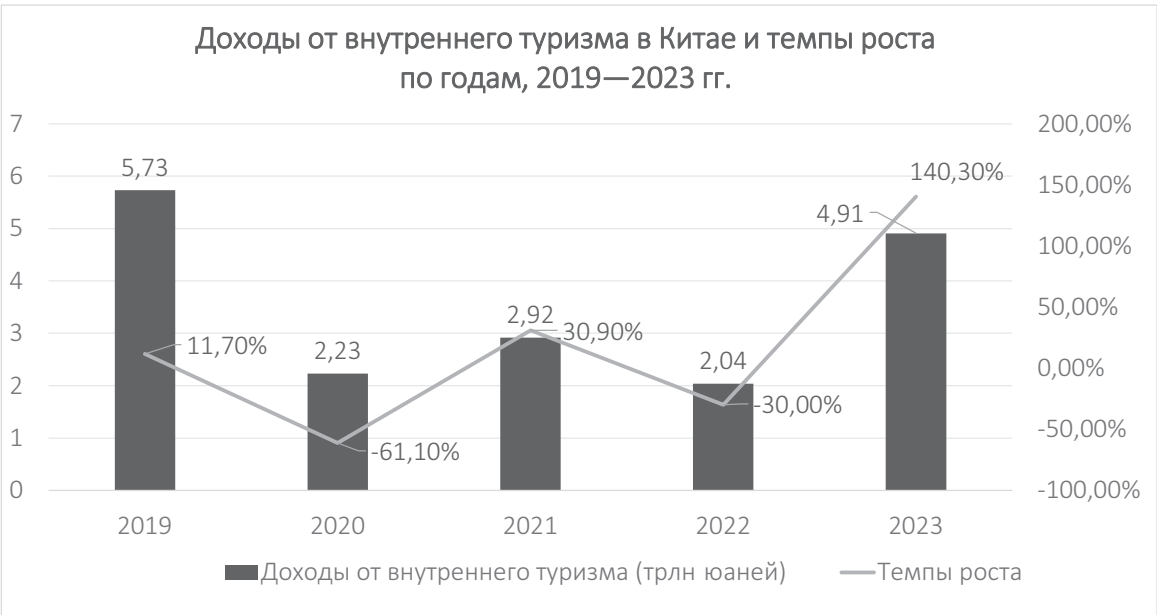


Рис. 7. Динамика доходов от внутреннего туризма в Китае и темпы роста по годам, 2019–2023 гг.

Fig. 7. Dynamics of domestic tourism revenue in China and growth rates by year, 2019–2023

Источник:

2023年中国国内旅游数据情况 [Электронный ресурс]. URL: https://zwgk.mct.gov.cn/zfxgkml/tjxx/202402/t20240208_951300.html

(дата обращения: 10.07.2024)



Рис. 8. Динамика потребления услуг внутреннего туризма в Китае городскими и сельскими жителями, 2019–2023 гг.

Fig. 8. Dynamics of Consumption of Domestic Tourism Services in China by Urban and Rural Residents, 2019–2023

Источник: составлено авторами по:

2023年中国国内旅游数据情况 [Электронный ресурс]. URL: https://zwgk.mct.gov.cn/zfxgkml/tjxx/202402/t20240208_951300.html

(дата обращения: 10.07.2024)

Таблица 2

Показатели рынка внутреннего туризма Китая во время различных праздников

Table 2. China's Domestic Tourism Market Performance During Various Holidays

Наименование показателя	Новый год	Праздник Весны	Цимин	Первое мая	Фестиваль драконовых лодок	Праздник середины осени и День образования КНР
Численность внутренних туристов (млн чел.)	53	308	24	274	106	826
Темпы роста (%)	0,44	23,1	22,7	70,83	32,3	71,3
Восстановление к аналогичному периоду 2019 г. (%)	42,8	88,6	–	119,09	112,8	104,1
Доходы от туризма (млрд юаней)	26,517	375,843	6,52	148,056	37,31	753,43
Темпы роста (%)	4,0	30	29,1	128,9	44,5	129,5
Восстановление к аналогичному периоду 2019 г. (%)	35,1	73,1	–	100,66	94,9	101,5

Источник: составлено авторами по: 2023年中国国内旅游市场总体情况 [Электронный ресурс]. URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1791587208444907113&wfr=spider&for=pc> (дата обращения: 10.07.2024)

Интенсивность турпотоков и показатели доходов от туризма в различные праздничные дни позитивны, на рынке появляются новые турпродукты (например, «Туризм спецназа», «Туризм марок», «Концертный туризм», «Музейная лихорадка», «Храмовая лихорадка», взрыв City Walk и др.). Можно констатировать, что индустрия культурного туризма вступила в стадию инновационного развития, стимулируя новые жизненные силы в потреблении с помощью новых форм.

Анализ потребительских предпочтений внутренних туристов позволяет сделать вывод о том, что они отражают достаточно широкий диапазон интересов, обусловленный как экономическими

различиями между различными областями Китая, так и сложившейся дифференциацией доходов населения. Закономерным и хорошо интерпретируемым является тот факт, что по мере роста доходов населения потребительские предпочтения изменяются в пользу более «дорогого» потребления.

В качестве подтверждения этого можно привести рост спроса на посещение таких мест, как труднодоступный заповедник Цзючжайгоу на севере провинции Сычуань и Улинъюань — живописный район Чжанцзяцзе в провинции Хунань (там снимали горы Аллилуйя из культового фильма Джеймса Кэмерона «Аватар»).

Вступивший в действие 01.10.2013 Закон КНР «О туризме» стал первым нормативно-правовым актом, который регулирует индустрию туризма и стимулирует ее развитие. В данном контексте необходимо отметить следующее: несмотря на то, что туристическая стратегия КНР на период до 2020 г. была сформулирована с упором на внутренний туризм, развивались также выездной и въездной виды туризма. Сбалансированная государственная политика, рост желания китайцев выезжать за пределы своей страны, а также обновление цепочки поставок въездного туризма в комплексе привели к восстановлению и росту въездного и выездного туризма в 2023 г. (табл. 3).

Таблица 3

Характеристика потоков въезжающих и выезжающих туристов
Table 3. Characteristics of flows of incoming and outgoing tourists

Показатель	2023 г.	2022 г.	2023 г. к 2022 г. (%)	2023 г. к 2019 г. (%)
Общее число въездных и выездных туристов, млн чел.	424	115,7	266,5	63
в т. ч.:				
– жители материкового Китая	206	64,6	218,7	59
– жители Гонконга, Макао и Тайваня	183	46,6	292,8	81
Иностранные туристы	35,478	4,473	693,1	36

Источник: составлено авторами по: 2023年中国出入境人数统计 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nia.gov.cn/n794014/n794021/c1625566/content.html> (дата обращения: 10.07.2024)

В 2023 г., наряду с корректировкой политики борьбы с эпидемией COVID-19, в Китае были постепенно сняты все ограничения на въезд туристов. Согласно данным Национальной иммиграционной администрации КНР, в 2023 г. в страну въехали и выехали 424 млн чел., что почти в 2,7 раза больше, чем в 2022 г. (63% от показателя 2019 г.).

Государственное регулирование и поддержка предпринимательства в туристической сфере КНР осуществляется как прямыми (совершенствование нормативно-правовой базы, бюджетные инвестиции, субвенции и др.), так и косвенными (налоговые льготы, льготы по кредитам, ссуды, целевые гранты, развитие инфраструктуры поддержки малого предпринимательства и т. д.) методами; разработаны достаточно эффективные инструменты на уровне провинций. В соответствии с Планом развития туристического сектора Китая на период 14-й пятилетки в целях эффективного преобразования деятельности турагентств осуществляется их поддержка в направлении «специализация и инновации», турагентства, туристические объекты, путешественники и другие соответствующие субъекты поощряются к приобретению продуктов страхования путешествий, а также расширяется охват страхования путешествий. Усиливается контроль, выявление, определение и ликвидация незаконных продуктов, таких как несанкционированная деятельность турагентств и необоснованно заниженные цены на туры, чтобы поддерживать нормальный порядок в отрасли и эффективно защищать законные права и интересы путешественников.

В 2023 г. в КНР было выпущено «Уведомление об ускорении преобразования и развития автовокзалов», затрагивающих деятельность 11 отраслей экономики. В соответствии с этим документом местные департаменты транспорта, культуры и туризма должны направлять операторов пассажирских транспортных станций, турагентства и другие основные органы на укрепление сотрудничества, создание центров распределения путешествий на пассажирских транспортных станциях, предоставление комплексных услуг (бронирование билетов, информационные консультации и др.), улучшение сети сквозных авто-

бусов от пассажирских транспортных станций до живописных мест, туристических курортов и ключевых деревень и городов — для сельского туризма.

Китай — одна из древнейших цивилизаций мира, страна с невероятной природой и почти 12 тыс. природных заповедников, располагающая огромным потенциалом для развития въездного туризма, и много для реализации этого потенциала уже сделано.

Необходимо отметить, прежде всего, инновации в области налоговой политики и создание зон свободной торговли (ЗСТ). Так, с 01.07.2011 реализуется политика возврата НДС туристам с целью стимулирования совершения покупок на территории страны. И если первоначально эта мера действовала только в отношении курортного острова Хайнань в Южно-Китайском море¹, то через пять лет — уже в Пекине, Шанхае, Гуандуне (кроме г. Шэньчжэнь), Тяньцзине, Сямэне, Шэньяне, Харбине, Хэйхэ и Суйфэньхэ [3, с. 70].

Введение режима ЗСТ предполагает отмену таможенных пошлин, налогов и сборов, а также количественные ограничения во взаимной торговле в соответствии с международным договором. По состоянию на 01.06.2021 в КНР было подписано 19 соглашений о создании ЗСТ с 26 странами мира, в том числе с Российской Федерацией: Хэйлунцзянская ЗСТ, локализованная на северо-востоке КНР, специализирующаяся на развитии лесной промышленности и сельском хозяйстве, играет важную роль в сотрудничестве между Россией и Китаем.

Помимо снижения ограничений для товарных рынков, КНР открывает свой рынок услуг (в том числе услуг туризма и рекреации), предоставляя возможности партнерам создавать на разных условиях туристические агентства, строить отели и др. [Там же, с. 71].

В апреле 2018 г. были созданы первые экспериментальные зоны приграничного туризма. Известный китайский ученый Чжан Гуанжуй (Zhang Guangrui) предложил определение приграничного туризма как «международного туризма, который предполагает пересечение людьми пограничных пунктов пропуска» [12]. Площадь приграничного туристического района, согласно исследованию Чэнь Гуйцю (Chen Guiqiu), «... определяется... временем, необходимым для того, чтобы добраться туристам до этого района, и пространственной разницей» [13].

В рамках инициативы приграничных районов в КНР разрабатываются готовые туристические пакеты для иностранных туристов, проживающих неподалеку, например, для российских туристов в Маньчжурии (Автономный район Внутренняя Монголия) и для вьетнамских туристов в Фанчэнгане (Гуанси-Чжуанский автономный район) [3, с. 72].

Обсуждение

С началом эпохи развития массового туризма в 2010-х гг. в КНР ускоренными темпами начала формироваться «экономика отпусков», и логичным этапом развития отрасли в 2018 г. стала интеграция культуры и туризма. Государство доверило туризму функцию конструирования культурной идентичности китайского народа, что является важным в контексте значимости выездного туристического рынка Китая как эффективного инструмента «мягкой силы» и китайской инициативы «Пояс и Путь». Потом, несмотря на все трагические и негативные последствия пандемии COVID-19, для Китая открылись новые «окна возможностей», позволяющие продвигать ценности и преимущества китайского пути за рубежом.

Скорее всего, к 2035 г. каждый второй житель Китая будет относиться к среднему классу. В связи с ростом производительности труда у граждан будет появляться больше свободного времени, количество туристических поездок объективно будет увеличиваться, и в данном контексте перспективы сотрудничества КНР и РФ оцениваются весьма позитивно.

Наращение геополитической напряженности между Китаем и США (включая страны Запада и их союзников), рассмотренное в профильных исследованиях [9; 4 и др.], после полного открытия границ неизбежно приведет к росту путешествий в страны, которые являются либо стратегическими партнерами КНР (прежде всего, страны — участники объединений БРИКС, ШОС, ЕАЭС), либо геополитически

¹ Тропический остров, расположенный на юге Китая, часто называется «Восточными Гавайями» или «Китайскими Мальдивами».

нейтральными (к сожалению, таких стран в мире становится все меньше). Правительство КНР может принять решение ограничить выезды по ряду официальных туристических направлений (ОТН) и перенаправить потоки в страны-союзники, например, в пограничную с Китаем Россию. Использование простаивающих объектов прокитайской инфраструктуры (отели, магазины, рестораны и пр.) в крупных туристических городах России (Москва, Санкт-Петербург), а также в Дальневосточном федеральном округе (Владивосток, Хабаровск) будет способствовать восстановлению туристических потоков в обе стороны.

Значительные перспективы имеет туристический трек Арктического сотрудничества стран — членов БРИКС [2; 4; 5; 6; 11 и др.], несмотря на имеющиеся опасения некоторых экспертов (обусловленные, прежде всего, несовершенством российского законодательства в области туризма, отсутствием законных механизмов защиты интересов российских турфирм и лицензированных гидов-китайцев) [1].

В современных условиях глобальной нестабильности и турбулентности всем отраслям и сферам деятельности необходимо адаптироваться к работе в новых реалиях и реагировать на новые вызовы, для обозначения которых используется аббревиатура BANI¹. Эти вызовы BANI-мира, сформулированные в 2020 г. Джамайс Кашео (Jamaïs Cascio)², отражают переход к Информационной эре и процессам, обусловленным цифровой трансформацией общества. В данном контексте следует отметить, что в Китае цифровизация сферы туризма осуществляется ускоренными темпами, и первые результаты создания онлайн-сервисов были представлены в работе [7].

В настоящее время в Китае функционирует уже более 200 цифровых платформ, которые осуществляют онлайн-трансляции экскурсий и путешествий, аудитория виртуальных путешественников насчитывает миллионы пользователей [10, с. 144]. Если интенсивность этого процесса будет нарастать, то виртуальный туризм в Китае правомерно рассматривать как отдельный вид туризма, имеющий сильную поддержку государства.

Так, в 2022 г. был утвержден План развития туристического сектора на период 14-й пятилетки, предусматривающий среди прочего эффективную интеграцию онлайн- и офлайн-ресурсов посредством сети Интернет, поощрение строительства флагманских онлайн-магазинов для туристических достопримечательностей, курортов, туристических отелей, тематических парков и гостиниц в сотрудничестве с платформами интернет-услуг. В 2023 г. Госсовет КНР опубликовал «Мнение о содействии высококачественному развитию рынка онлайн-туризма», согласно которому государство должно: создавать благоприятную промышленную экологию между операторами онлайн-платформы туризма, операторами платформы и путешественниками; руководить синергетическим развитием операторов онлайн-платформы туризма и смежных операторов (турагентства, транспорт, размещение, питание, экскурсии и развлечения). В условиях необходимости поддержания темпов экономического роста после пандемии COVID-19 власти КНР назвали технологический сектор важной опорой национальной экономики и обязались способствовать развитию цифрового рынка [15].

Полагаем, что позитивный опыт в цифровизации туристической отрасли и внедрение передовых цифровых практик в сотрудничестве бизнеса и власти при переходе на новые цифровые форматы в туризме, наработанные в КНР, можно будет с пользой применить в Российской Федерации.

В завершение обсуждения считаем целесообразным сформулировать направление будущих исследований в рамках данной предметной области. Как представляется, вектор исследования должен быть нацелен на обоснование предложений по развитию организационных форм развития туристической отрасли КНР на основе анализа ее современного состояния и имплементации опыта Российской Федерации. Для достижения заявленной цели необходимо решить такие задачи, как изучение этапов

¹ Хрупкость (**brittle**) — любая надежная система может сломаться в любой момент времени; тревожность (**anxious**) — напрямую связана с информационным перенасыщением и попытками прогнозировать будущее; нелинейность (**nonlinear**) — отсутствие прямой зависимости между действием и результатом (их несоразмерность); непостижимость (**incomprehensible**) — большое количество данных затрудняет их понимание.

² Cascio J. Facing the Age of Chaos [Электронный ресурс] // Medium. 29.04.2020. URL: <https://medium.com/@cascio/facing-the-age-of-chaos-b00687b1f51d> (дата обращения: 06.05.2024).

развития туризма в Китае и эволюции структуры управления отраслью, анализ локализации достопримечательностей КНР в разрезе туристических объектов категории 5А и объектов наследия ЮНЕСКО, разработка методологического подхода к совершенствованию форм организации туристической отрасли.

Заключение

В результате выполненного исследования можно сделать следующие выводы.

1. Современный туристический ландшафт Китая со стороны предложения включает три кластера: первый кластер представлен регионами /районами /мегаполисами /провинциями с самыми высокими показателями прироста числа турагентств; второй кластер включает регионы, которые являются наиболее стабильными по темпам прироста турагентств; третий кластер включает регионы с малым количеством туристических агентств, но с хорошими темпами прироста.
2. Сформулированная с упором на внутренний туризм стратегия развития туризма в КНР до 2020 г. учитывала специфику внутреннего туристического рынка Китая, особенностью которого является сегмент праздничных путешествий.
3. В условиях интеграции в 2018 г. культуры и туризма в КНР отрасль туризма получила функцию конструирования культурной идентичности китайского народа, что является очень важным в контексте значимости выездного туристического рынка Китая как эффективного инструмента «мягкой силы».
4. Благоприятными факторами в развитии российско-китайского сотрудничества является открытие новых «окон возможностей» после пандемии COVID-19, а также возможные решения Правительства КНР по ограничению выездного турпотока по ряду ОТН в откровенно враждебные и недружественные страны и изменения вектора в направлении стран БРИКС, ШОС, ЕАЭС.
5. Целесообразно использовать опыт и достигнутые результаты цифровизации индустрии туризма КНР в туристической отрасли России.

Литература

1. *Александрова М. В., Зайцева Т. Р., Заклязьминская Е. О.* Въездной туризм из КНР в Россию: современное состояние, проблемы и опасности // Китай: политика, история, культура : сб. статей. К 85-летию Ю. М. Галеновича. М. : Синосфера, 2018. С. 170–215. EDN: XSJWWO
2. *Ван Ясинь.* Международное научное сотрудничество стран БРИКС в Арктике // Управленческое консультирование. 2023. № 3. С. 131–139. EDN: BLGJEA. DOI: 10.22394/1726-1139-2023-3-131-139
3. *Заклязьминская Е. О.* Туристическая отрасль в стратегии развития Китая : монография. М. : ИМЭМО РАН, 2021. 234 с. ISBN: 978-5-9535-0597-0. EDN: TETTBQ. DOI: 10.20542/978-5-9535-0597-0
4. *Куклина Е. А.* К вопросу развития туристической отрасли посредством реализации социально-экономического потенциала регионов России (на примере регионов зоны Арктики) // Управленческое консультирование. № 2 (134). 2020. С. 32–41. EDN: YTSEKY. DOI: 10.22394/1726-1139-2020-2-32-41
5. *Куклина Е. А.* Современный Китай в экономическом пространстве Арктики // Евразийская интеграция: экономика, право, политика. 2021. Т. 15. № 1. С. 19–29. EDN: JTQPFJ. DOI: 10.22394/2073-2929-2021-01-22-31
6. *Куклина Е. А.* Два трека арктического сотрудничества БРИКС // Евразийская интеграция: экономика, право, политика. 2023. Т. 17. № 3. С. 25–37. EDN: ZIOQSA. DOI: 10.22394/2073-2929-2023-03-25-37
7. *Ли Т.* Использование маркетинговых инструментов в международном туризме на примере туризма между Россией и Китаем в современных условиях // Инновации и инвестиции. 2022. № 1. С. 23–27. EDN: HOLTGR
8. *Ломанов А. В.* Циркуляция против изоляции // Россия в глобальной политике. 2021. Т. 19. № 3 (109). С. 8–20. EDN: SLJKEP. DOI: 10.31278/1810-6439-2021-19-3-8-20
9. *Михеев В. В.* Новая фаза развития Китая на фоне «торговой войны» с США // Мировая экономика и международные отношения. 2019. Т. 63. № 2. С. 56–65. EDN: VXBMJI. DOI: 10.20542/0131-2227-2019-63-2-56-65
10. *Моисеенко И. В.* Основные направления цифровизации услуг индустрии туризма в Китае, обусловленные вызовами внешней среды // Торговля, сервис, индустрия питания. 2022. № 2 (2). С. 136-152. EDN: BEGHUI. DOI: 10.17516/2782-2214-0049

11. Хэ Сяо. Перспективные направления китайско-российского туристического сотрудничества в Арктике // Социально-политические науки. 2022. Т. 12. № 5. С. 118–123. EDN: UEBMVS. DOI: 10.33693/2223-0092-2022-12-5-118-123
12. Чжан Гуанжуй. Развитие приграничного туризма в Китае и выбор политики = 张光水. 中国边境旅游与政策选择 // Финансы, торговля и экономика, 1997. № 3. С. 55–58 (На китайском яз.)
13. Чэнь Гуйцю. Исследование развития и практики приграничного туризма в провинции Гуанси = 陈贵丘. 广西边境旅游的发展和实践研究 // Журнал педагогического колледжа Гуанси. 2004. № 2. С. 101–104. (На китайском яз.)
14. Ясинский В. А., Кожевников М. Ю. «Двойная циркуляция» — модель роста китайской экономики в ближайшие 15 лет // Проблемы прогнозирования. 2022. № 1 (190). С. 162–173. EDN: GAXXXV. DOI: 10.47711/0868-6351-190-162-173
15. Pang I. China's Digital Economy: Divided but Growing [Электронный ресурс] // ING. 22.11.2022. URL: <https://think.ing.com/articles/china-digital-economy-divided-but-growing> (дата обращения: 25.03.2024).

Об авторах:

Куклина Евгения Анатольевна, профессор кафедры бизнес-информатики Северо-Западного института управления РАНХиГС (Санкт-Петербург, Российская Федерация), доктор экономических наук, профессор;
e-mail: jeakuklina@mail.ru; ORCID: 0000-0003-0457-2658

Ван Хэфэй, магистрант кафедры экономики Северо-Западного института управления РАНХиГС (Санкт-Петербург, Российская Федерация);
e-mail: whf1244108142@mail.ru

References

1. Aleksandrova M. V., Zaitseva T. R., Zaklyazminskaya E. O. Entry Tourism from the PRC to Russia: Current Condition, Problems and Dangers // China: Politics, History, Culture: On the 85th anniversary of Yu. M. Galenovich. Moscow : Limited Liability Company “Sinosfera”, 2018. P. 170–215. (In Russ.) EDN: XSJWWD
2. Wang Ya. International Scientific Cooperation in the Arctic among the BRICS Countries // Administrative Consulting [Upravlencheskoe konsul'tirovanie]. 2023. No. 3. P. 131–139. (In Russ.) EDN: BLGJEA. DOI: 10.22394/1726-1139-2023-3-131-139
3. Zaklyazminskaya E. O. Tourism Industry in China's Development Strategy. Moscow : National Research Institute of World Economy and International Relations, 2021. 234 p. ISBN: 978-5-9535-0597-0. (In Russ.) EDN: TETTBQ. DOI: 10.20542/978-5-9535-0597-0
4. Kuklina E. A. On the Development of the Tourism Industry through the Implementation of the Socio-Economic Potential of the Regions of Russia (on the Example of the Regions of the Arctic Zone) // Administrative Consulting [Upravlencheskoe konsul'tirovanie]. No. 2 (134). 2020. P. 32–41. (In Russ.) EDN: YTSEKY. DOI: 10.22394/1726-1139-2020-2-32-41
5. Kuklina E. A. Modern China in the Arctic Economic Space // Eurasian Integration: Economics, Law, Politics [Evraziiskaya integratsiya: ekonomika, pravo, politika]. 2021. Vol. 15. No. 1. P. 19–29. (In Russ.) EDN: JTQPFJ. DOI: 10.22394/2073-2929-2021-01-22-31
6. Kuklina E. A. Two Tracks of BRICS Arctic Cooperation // Eurasian Integration: Economics, Law, Politics [Evraziiskaya integratsiya: ekonomika, pravo, politika]. 2023. Vol. 17. No. 3. P. 25–37. (In Russ.) EDN: ZIOQSA. DOI: 10.22394/2073-2929-2023-03-25-37.
7. Li T. The Use of Marketing Tools in International Tourism on the Example of Tourism between Russia and China in Modern Conditions // Innovations and Investments magazine [Innovatsii i investitsii]. 2022. No. 1. P. 23–27. (In Russ.) EDN: HOLTGR
8. Lomanov A. V. Circulation Versus Isolation // Russia in Global Affairs [Rossiya v global'noi politike]. 2021. Vol. 19. No. 3. P. 8–20. (In Russ.) EDN: SLJKEP. DOI: 10.31278/1810-6439-2021-19-3-8-20
9. Mikheev V. V., Lukonin S. A. New Stage in China's Development amid the “Trade War” with the U. S. // World Economy and International Relations [Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya]. 2019. Vol. 63. No. 2. P. 56–65. (In Russ.) EDN: VXBMIJ. DOI: 10.20542/0131-2227-2019-63-2-56-65

10. Moiseenko I. V. The Main Directions of Digitalization of Services Tourism Industry in China, Caused by Challenges of the External Environment // Trade, Service, Food Industry [Torgovlya, servis, industriya pitaniya]. 2022. Vol. 2. No. 2. P. 136–152. (In Russ.) EDN: BEGHUI. DOI: 10.17516/2782-2214-0049
11. He Xiao. Promising Areas of Chinese-Russian Tourism Cooperation in the Arctic // Sociopolitical Sciences [Sotsial'no-politicheskie nauki]. 2022. Vol. 12. No. 5. P. 118–123. (In Russ.) EDN: UEBMVS. DOI: 10.33693/2223-0092-2022-12-5-118-123
12. Zhang Guangshui. China Border Travel and Policy Choices // Finance, Trade and Economics, 1997. No. 3. P. 55–58. (In Chinese)
13. Chen Guiqiu. Research on the Development and Practice of Cross-Border Tourism in Guangxi Province // Guangxi College of Education Journal. 2004. No. 2. P. 101–104. (In Chinese)
14. Yasinsky V. A., Kozhevnikov M. Yu. Double Circulation: Growth Model for the Chinese Economy in the Next Fifteen Years // Studies on Russian Economic Development [Problemy prognozirovaniya]. 2022. Vol. 33. No. 1. P. 117–124. (In Russ.) EDN: GAXXXV. DOI: 10.1134/S1075700722010154
15. Pang I. China's Digital Economy: Divided but Growing [Electronic resource] // ING. 22.11.2022. URL: <https://think.ing.com/articles/china-digital-economy-divided-but-growing> (accessed: 25.03.2024).

About the authors:

Evgenia A. Kuklina, Professor of the Department of Business Informatics of North-West Institute of Management of RANEPA (Saint Petersburg, Russian Federation), Doctor of Economics, Professor;
e-mail: jeakuklina@mail.ru; ORCID: 0000-0003-0457-2658

Wang Hefei, Master's Student of the Department of Economics of North-West Institute of Management of RANEPA (Saint Petersburg, Russian Federation);
e-mail: whf1244108142@mail.ru