

**Т. А. ФЕДОРЦОВА,  
Н. А. ГОНЧАРУК**

## **ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ КИТАЯ : ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ**

Китай является ведущим туристским центром Азии и крупнейшим рынком внутреннего туризма в мире. В структуре туризма Китая на внутренний туризм приходится 76%, в то время как на выездной – 17%, а въездной – 7%. В последнее десятилетие рынок внутреннего туризма в стране увеличивался в среднем на 10% каждый год. На его долю приходится около 90% общего объема поступлений от туризма.

В 2017 году внутренний туризм принес 705,0 млрд. долларов для китайской экономики. Достигнуть такого результата позволили 5 млрд. поездок, которые совершили жители Поднебесной. Бурный рост внутреннего туристского рынка, который стал важным фактором экономического развития Китая, продолжается. Правительство Китая планирует удвоить затраты на внутренний туризм и достичь дохода 894 млрд. долларов до 2020 года. В этой связи представляется актуальным изучение и анализ особенностей развития внутреннего туризма Китая.

Развитие внутреннего туризма в стране обусловлено рядом факторов.

Во-первых, быстрому развитию внутреннего туризма в стране способствует наличие богатых и разнообразных рекреационных ресурсов во всех регионах страны. Китай по версии Всемирного Экономического Форума считается первым в мире по количеству и разнообразию достопримечательностей и интересных мест для туристов: от доисторических наскальных рисунков и ископаемых окаменелостей до исторических мест из недавнего прошлого. Среди этих достопримечательностей 50 объектов внесены в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО, что составляет 20,3%, всего Азиатско-Тихоокеанского региона [1].

В качестве важного рекреационного ресурса развития внутреннего туризма выступает также разнообразие местных культур со своими особыми традициями и обычаями, со своей историей.

Однако наличие рекреационных ресурсов только создает предпосылки для развития туризма, его объектно-ресурсную базу, степень использования которой определяется и реализуется социально-экономическими факторами. Они-то и стали главной движущей силой развития внутреннего туризма в Китае.

Хотя первые ростки внутреннего туризма появились в Китае в 20-е гг. XX в., в качестве самостоятельного направления внутренний туризм в Китае начинает развиваться с середины 90-х гг. XX в.

В 1993 году Госсоветом КНР принят план по модернизации и развитию туристского комплекса, и внутренний туризм был выделен в самостоятельное и приоритетное направление туризма. С этого момента начинают приниматься активные меры по созданию ресурса свободного времени у жителей страны, которое они могут использовать для удовлетворения своих туристских потребностей.

Так в 1994 году было принято постановление Государственного совета КНР о введении пятидневной рабочей недели, в 1995 году был принят закон о восьмичасовом рабочем дне и пятидневной рабочей неделе в государственном секторе. Этот закон начал быстро распространяться на многие предприятия и организации. В результате пятидневная рабочая неделя увеличила продолжительность свободного времени и позволила использовать его для путешествий, а также увеличивать дальность поездок.

Следующим шагом по стимулированию развития внутреннего туризма стало увеличение в 1999 году количества праздничных дней. Возникли так называемые три «золотые недели» («huangjin zhou»), ставшие движущим фактором развития внутреннего туризма. В 2007 году ресурс свободного времени еще больше увеличился в результате введения ежегодных отпусков разной продолжительности (от 5 до 15 дней) в зависимости от стажа работы.

Все это стало важной движущей силой развития внутреннего туризма. Так в 2012 году в «золотые недели» состоялся 601 млн. человеко-поездок. На их долю пришлось более 20% всех путешествий в этом году. В 2014 году в «золотые недели» состоялось 706 млн. человеко-поездок. По данным Синьхуа, в период праздников в 2017 году китайцы совершили 710 млн. поездок. Доход от туризма составил около 590 млрд. юаней (\$88,6 млрд.) [2]. Туристские поездки китайцев в эти дни стали играть заметную роль в стимулировании роста внутреннего спроса, содействовать росту потребления, развитию смежных отраслей и повышению качества и уровня жизни населения.

Дополнительным стимулом развития внутреннего туризма в настоящее время стало внедрение политики четырех-пятидневной рабочей недели, основанное на предложении Госсовета КНР в августе 2015 года и имеющего целью стимулирование развития внутреннего туризма и потребления. Оно нашло отражение в документе под названием «Некоторые варианты поддержки инвестиций и потребления в индустрии туризма». Гибкая система выходных, даст возможность снизить нагрузку на транспорт и сбалансировать туристские потоки в период общенациональных праздников и отпусков. Среди прочих мер предусматривается активное продвижение системы оплачиваемых отпусков в гибких вариантах.

Это стало дополнительным ресурсом свободного времени для внутреннего туризма и способом увеличения потребления услуг и товаров внутри страны.

Важным фактором развития внутреннего туризма стала также структурная перестройка хозяйственного комплекса, которая привела к стабильному поступательному росту экономики страны и, как результат этого, росту внутреннего спроса, в том числе и на туристские услуги. При отсутствии этого фактора, вышеназванные (наличие богатых рекреационных ресурсов, свободное время) не были бы реализованы.

На фоне структурной перестройки хозяйственного комплекса и ускоренного экономического развития, а ВВП Китая вырос с 1990 года более чем в 17,5 раза (табл. 1), доходы населения начали неуклонно расти. За последнее десятилетие уровень средней зарплаты в Китае вырос на 150%, сравнявшись

с ежемесячным доходом в периферийных странах еврозоны. Это дает возможность реализовать туристские потребности населения.

Табл. 1. – Динамика ВВП Китая, в 1990–2017гг. (составлена автором по [3])

ВВП по ППС, трил. долл.									
Страны	1990г.	Страны	2000г.	Страны	2010г.	Страны	2015г.	Страны	2017г.
США	5,98	США	10,29	США	14,96	Китай	19,76	Китай	23,21
Япония	2,38	Китай	3,68	Китай	12,36	США	18,22	США	19,49
ФРГ	1,51	Япония	3,29	Индия	5,31	Индия	8,05	Индия	9,47
Россия	1,19	ФРГ	2,19	Япония	4,32	Япония	5,14	Япония	5,44
Китай	1,11	Индия	2,11	ФРГ	3,24	ФРГ	3,89	ФРГ	4,20

Экономические реформы, проводимые в КНР, начали положительно влиять на внутреннее развитие туристского рынка, и уже в 1987 г. в стране насчитывалось 290 млн. внутренних туристов. Однако надо иметь в виду, что рост доходов населения в стране распределяется неравномерно.

Наиболее существенный рост зарплат характерен для провинций восточного и юго-восточного побережья, где производится до 90% китайского экспорта. Одновременно с этим, в отдаленных сельских регионах Китая стоимость рабочей силы остается на довольно низком уровне. **Как правило, в среднем жители сёл и аграрных провинций зарабатывают 150–200 долларов в месяц, а зарплата, превышающая отметку в 400 долларов, считается в этих регионах более чем высокой.**

Это создает дифференциацию спроса на туристские услуги в целом, в том числе и на внутренний туризм. В структуре внутреннего туризма преобладают жители городов в силу большей платежеспособности.

Так как уровень урбанизации ежегодно растет и уже составляет 58,0%, ежегодно увеличиваясь более чем на 2% (табл. 2), доходы городского населения превышают доходы сельского населения примерно в 3 раза, то городские жители, по-прежнему, будут преобладать среди внутренних туристов. Основные рынки, генерирующие поток туристов сосредоточены в прибрежных районах и крупных мегаполисах.

Вследствие экономических различий между различными областями Китая и сложившейся дифференциацией доходов, предпочтения внутренних туристов отражают широкий диапазон интересов: от традиционного осмотра достопримечательностей к специальному туризму.

Табл. 2. – Динамика городского населения Китая (составлена автором по [4])

Годы	Доля городского населения, %	Рост, %
2017	58,0	2,16%
2015	55,6	2,21%
2010	49,2	2,81%
2005	42,5	3,35%

Бурный рост внутреннего туризма в Китае, обусловленный проведением экономических и социальных реформ, которые стали локомотивом спроса на внутренний туризм, повлек за собой развитие туристской инфраструктуры. В результате капиталовложения в эту отрасль в Китае стали сопоставимы толь-

ко с капиталовложениями в туристскую сферу мирового лидера в этой сфере – США (табл. 3). В результате в стране происходит постоянное расширение и модернизация материально-технической базы туристской отрасли.

Табл. 3. – Динамика капиталовложений Китая в туристскую сферу  
(составлена автором по [4])

Годы	Китай	США
2020 прогноз	299,0	262,8
2017	154,7	176,3
2015	139,9	154,6
2010	67,8	122,8
2005	35,3	127,4
2000	15,8	97,7
1990	2,2	51,7

До недавнего времени инфраструктура была одним из самых слабых мест внутреннего туризма и сдерживала его поступательное развитие.

Табл. 4. – Динамика и структура гостиничного фонда Китая  
(составлена автором по [5–10])

Звездность гостиниц	Количество гостиниц					
	2010г.	2011	2012	2013	2014	2015
5 звезд	545	615	640	739	545	807
4 звезды	2002	2148	2186	2361	2373	2398
3 звезды	5384	5473	5379	5631	5406	5286
2 звезды	3636	3276	3020	2831	2557	2373
1 звезда	212	164	142	125	99	92
Всего	11779	11 676	12807	11687	11800	10956

Однако за последние годы возросло количество гостиниц и мест в них, улучшилось транспортное сообщение. Как видно из табл. 4, в последние годы в Китае построено много новых гостиниц разряда люкс, среднего уровня и эконом-класса для приема туристов с разными возможностями и потребностями. Наиболее быстрыми темпами растет количество пяти и четырех звездочных гостиниц, на которые увеличивается спрос среди внутренних туристов. Средняя загрузка их составляет 60%.

Высокие капиталовложения в туризм также способствуют улучшению транспортных условий, что немаловажно для развития туризма. Сейчас в Китае действует разветвленная и состыкованная система водного, сухопутного и воздушного транспорта. Благодаря этому объем пассажирских перевозок ныне возрастает в год в среднем на 20–30% (табл. 5).

Табл. 5. – Распределение внутренних туристов по целям путешествий и видам транспорта (составлена автором по [11])

Год	Цель путешествия и вид транспорта									
	Бизнес-туризм, млн. чел					Отдых, туризм, млн. чел				
	авиа	авто	ж/д	водный	всего	авиа	авто	ж/д.	водный	всего
2007	72,5	190,4	156,4	23,8	443,1	152,0	338,4	326,8	108,1	925,0
2008	76,0	203,3	166,5	22,3	468,1	163,7	362,3	349,3	112,1	987,4
2009	86,0	231,5	190,8	20,6	529,0	190,0	421,0	406,8	127,2	1 145,0
2010	96,5	265,3	229,6	232,0	614,6	222,9	486,2	470,8	135,1	1 315,0
2011	105,5	299,4	257,7	25,2	689,8	256,6	553,8	540,7	152,4	1 503,6
2012	118,2	334,9	291,8	27,1	772,0	290,6	632,0	609,5	167,4	1 690,5

Все вместе взятые перечисленные факторы и целенаправленная государственная политика по развитию туристской отрасли привели к значительному росту внутреннего туризма (табл. 6).

Табл. 6. – Динамика внутреннего туризма Китая (составлена автором по [10])

Год	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2015	2017
Внутренние туристы, млн. чел.	1 368,5	1 455,5	1 674,0	1 929,5	2 193,4	2 462,4	3 260,3	4 212,8	5000,0

Внутреннему туризму Китая присущи свои специфические особенности. Рассмотрим их подробнее.

Структура внутреннего туризма представлена организованными и индивидуальными туристами. Организованные туристы пользуются услугами туристских агентств, количество которых постоянно увеличивается, а индивидуальные, как правило, планируют и организуют свои туристские путешествия сами. По этой причине расходы индивидуальных туристов, на которые приходится до 75% общего объема рынка внутреннего туризма, значительно ниже расходов туристов, путешествующих в группе. Это связано с тем, что у индивидуальных туристов очень часто короче маршрут путешествий, многие из них останавливаются у родственников и друзей, а не в гостиницах, следовательно, им нет необходимости платить за жильё. В результате отличительной особенностью внутреннего туризма являются низкие расходы на туризм в расчете на душу населения, хотя в последнее время наблюдается тенденции их роста.

Немалую роль во внутреннем туризме играет сезонность. Основной пик поездок приходится на Праздник Весны (Китайский Новый год), Праздник 1 мая (летние каникулы) и День образования республики. Эту сезонность внутреннего туризма можно назвать сезонностью «золотых недель».

В 2016 году китайские СМИ подсчитали, что общее количество китайских путешественников, посетивших самые различные туристские объекты в стране в первую неделю октября, составило более 593 миллионов человек. Это почти на 13% больше, чем было в 2015 году, а общая сумма денег, потраченных туристами за «золотую неделю», составила 482,2 млрд. юаней (72,3 млрд. долларов США), что на 14,4% превысило траты в 2015 году [12].

Свои особенности имеет и территориальная структура внутреннего туризма Китая. В целом внутренний туризм имеет высокую концентрацию в богатых прибрежных районах, особенно в городских районах в дельте реки Чжуцзян, дельте реки Янцзы и Пекине. В первую очередь он ориентирован на посещение городов.

Основные туристские потоки направляются в города Лицзян (внесен в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО), Санья (тропический приморский курорт на юге острова Хайнань), Пекин и Сямынь (исторический центр и музей-заповедник в провинция Фуцзянь).

В список десяти самых популярных объектов внутреннего туризма входят:

1. Дворцовый комплекс в Пекине Запретный город Гугун. В 2015 году его посетили более 15 миллионов человек, что стало абсолютным рекордом посещаемости среди всех музеев мира.

2. Участок Бадалин Великой Китайской стены. Находится в 80 километрах к северо-западу от Пекина. Бадалинский участок был построен в эпоху Мин (1368–1644). В эпоху правления династии Цин (1644–1911) именно здесь находились своеобразные «ворота в столицу».

3. Набережная Вайтань в Шанхае. Она считается самой известной туристской зоной в городе.

4. Озеро Сиху («Западное озеро») – пресноводное озеро в городе Ханчжоу, провинция Чжэцзян, внесенное в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО.

5. Мавзолей «отца нации» Сунь Ятсена в Нанкине, провинция Цзянсу.

6. Национальный парк Цзючжайгоу («Долина девяти деревень») на севере провинции Сычуань. Известен своими многоуровневыми водопадами и цветными озерами. Входит в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО.

7. Комплекс буддийских пещерных храмов Лунмэнь («Каменные пещеры у Драконовых ворот») недалеко от города Лоян в провинции Хэнань. Один из трех самых значительных пещерных храмовых комплексов Китая Высечен в 495–898 гг. в известняковых скалах по берегам реки Ихэ. Внесен в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО.

8. Старый город Цыцикоу («Фарфоровый порт») и район Шапинба в Чунцине.

9. Торговая улица Чуньси в Чэнду, провинция Сычуань.

10. Древний город на воде Ситан, провинция Чжэцзян. Город известен своими 104 мостами, построенными в основном эпоху династий Мин и Цин. Хотя здесь есть мост Ван Сянь, построенный в эпоху Сун, то есть более тысячи лет назад.

Важным моментом в современном развитии внутреннего туризма в Китае является проявление новых тенденций, которые, вне всякого сомнения, в ближайшее время станут определяющими в нем.

Первая из них – это все более и более широкое использование смартфонов, которые заменяют услуги туристских агентств.

Идя в ногу со временем и достижениями научно-технического прогресса, современные китайские туристы становятся все более подготовленными в техническом отношении и активно пользуются возможностями, которые предоставляют им современные гаджеты.

Так, согласно данным, полученным исследователями Китайской академии туризма и туристского онлайн-агентства Strip, 64% китайских туристов покупали авиабилеты, бронировали гостиницы и планировали маршруты поездки во время отпуска с помощью мобильных приложений [12]. В общении с онлайн-сервисами китайских туристов более всего привлекает возможность составить индивидуальный тур, а также ближе познакомиться с достопримечательностями того или иного конкретного региона.

Основными потребителями туристских онлайн-услуг являются работающие граждане Китая в возрасте 23-55 лет (60%), а также туристы в возрастной группе старше 50 лет (21%) [12]. Здесь же надо отметить использование для оплаты товаров и услуг во время туристских путешествий мобильных приложений платежных систем. Оплата наличными остается в прошлом.

Вторая новая тенденция внутреннего туризма – посещение малоизвестных достопримечательностей.

В начале 2000-х годов большинство китайских туристов ограничивались посещением главных достопримечательностей страны, таких как Запретный город в Пекине или музей Терракотовой армии в Сиане.

В настоящее время китайский турист пресытился этими традиционными объектами и маршрутами. Он стремится к большему разнообразию в туристских маршрутах и программах. Во внутреннем туризме все больший интерес вызывают провинции, которые участвуют в реализации китайской экономической инициативы Новый Великий Шелковый путь «Один пояс – один путь». Кроме этого, у китайских туристов все чаще проявляется интерес к познанию местной жизни разных регионов страны, в том числе и весьма отдаленных.

Так, например, в этом 2016 году количество китайских туристов, посетивших провинцию Внутренняя Монголия, увеличилось по сравнению с 2015 годом на 21,49%. Еще больший интерес вызвал у китайских туристов Синьцзян-Уйгурский автономный регион, где во время осенних праздников приток туристского потока составил 42% по сравнению с прошлым годом [12].

Но все же, лидерами по популярности у внутренних китайских туристов остаются все те же мегаполисы и культурно-исторические центры, которые перечислены выше. В первой десятке – Шанхай, Пекин, Чэнду, Гуанчжоу, Шэньчжэнь, Ханчжоу, Нанкин, Ухань, Тяньцзинь и Сиань.

Третья новая тенденция – использование для путешествий более скоростных видов транспорта: высокоскоростных поездов и самолетов. Это позволяет экономить время и делает сами путешествия более комфортными.

Только за один день 1 октября 2016 года услугами скоростного наземного транспорта в Китае воспользовались 14,4 млн. пассажиров [12].

Значительно увеличилось количество авиаперелетов. Сейчас число рейсов, которые совершают ежедневно самолеты китайских авиакомпаний, выросло в среднем в четыре раза. Так, из Пекинского международного аэропорта в 1999 году отправлялись в полёт 400 самолетов, а в 2016 – 1700.

Как показал проведенный анализ факторов и современных особенностей развития внутреннего туризма Китая, развитие внутреннего туризма в стране – это процесс, развивающийся в пространстве и во времени, его влияние на экономику страны становится все более значимым по причине его масштабности и нарастающей быстрыми темпами интенсивности. Географический фактор Китая в виде большой площади страны и региональная неоднородность его экономического развития вносят свои коррективы в его развитие и формируют территориальную структуру. Если планы Китая по созданию новых туристских маршрутов и районов увенчаются успехом, то внутренний туризм станет основным китайским туристским продуктом и одним из главных двигателей китайской экономики.

## ЛИТЕРАТУРА

1. World Heritage List [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://whc.unesco.org/en/list/stat#s1>. – Дата доступа: 10.12.2018.

2. ЭКД! Ежедневное интернет-издание [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ekd.me/2017/10/kitajcy-pobili-rekordy-vnutrennego-turizma-v-pervye-dni-zolotoj-nedeli>. – Дата доступа: 10.12.2018.
3. Мировой Атлас Данных [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://knoema.ru/atlas/topics/Экономика/Национальные-счета-Валовой-внутренний-продукт/ВВП-ППС-в-текущих-ценах-международных-долл?baseRegion=CN>. – Дата доступа: 23.10.2018.
4. Мировой Атлас Данных. Китай [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://knoema.ru/atlas/topics/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC>. – Дата доступа: 08.12.2018.
5. Travel China Guide [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://www.travelchina.com/tourism/2010statistics>. – Дата доступа: 12.12.2018.
6. Travel China Guide [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://www.travelchina.com/tourism/2011statistics>. – Дата доступа: 12.12.2018.
7. Travel China Guide [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://www.travelchina.com/tourism/2012statistics>. – Дата доступа: 12.12.2018.
8. Travel China Guide [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://www.travelchina.com/tourism/2013statistics>. – Дата доступа: 12.12.2018.
9. Travel China Guide [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://www.travelchina.com/tourism/2014statistics>. – Дата доступа: 12.12.2018.
10. Travel China Guide [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://www.travelchina.com/tourism/2014statistics>. – Дата доступа: 12.12.2018.
11. Tourism Market of China [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.ccilc.pt/sites/default/files/o\\_mercado\\_do\\_turismo\\_na\\_china\\_en\\_eusmecentre.pdf](http://www.ccilc.pt/sites/default/files/o_mercado_do_turismo_na_china_en_eusmecentre.pdf). – Дата доступа: 10.12.2018.
12. Gbtimes [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.gbtimes.com/fokus/novye-tendencii-kitayskogo-vnutrennego-turizma>. – Дата доступа: 12.12.2018.