

ИСТОРИЧЕСКИЕ И ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ КИТАЙСКОГО ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА

П.О. Сороко

*Белорусский государственный университет,
Ленинградская, 20, 220030, г. Минск, Республика Беларусь, soroko.p.o@mail.ru*

Экспансия Китая на мировом рынке выездного туризма привлекает внимание многих исследователей туризма, представителей туристического бизнеса и правительств ряда стран мира. Однако несмотря на то, что рынок туризма Поднебесной огромный и многообещающий, он достаточно сложный и требует знания особенностей китайской культуры и образа жизни современных китайских граждан, а также понимания их туристических потребностей и предпочтений.

В статье представлен анализ основных этапов становления китайского рынка выездного туризма, его современного состояния и перспектив развития. Исследуются регионы и страны мира, выступающие в качестве главных реципиентов туристов из КНР. Рассматриваются ключевые демографические, социально-экономические и поведенческие особенности китайских туристов, совершающих зарубежные путешествия.

Ключевые слова: выездной туризм; китайские туристы; расходы на поездки; страны-реципиенты китайских туристов; провинции-генераторы туристов.

HISTORICAL AND TERRITORIAL FEATURES OF CHINESE OUTBOUND TOURISM

P.O. Soroko

*Belarusian State University,
Leningradskaya, 20, 220030, Minsk, Republic of Belarus, soroko.p.o@mail.ru*

China's expansion in the global outbound tourism market attracts a lot of attention from tourism researchers, representatives of the tourism business and governments of many countries around the world. However, despite the fact that the Chinese tourism market is huge and promising, it is quite complex and requires knowledge of the peculiarities of Chinese culture and lifestyle of modern Chinese citizens, as well as an understanding of their tourist needs and preferences.

The article presents an analysis of the main stages of the formation of the Chinese outbound tourism market, its current state and future development. The destinations that act as the main recipients of tourists from China are studied. The key demographic, socio-economic and behavioral features of Chinese tourists traveling abroad are considered.

Keywords: outbound tourism; Chinese tourists; travel expenses; recipient countries of Chinese tourists; provinces-generators of tourists.

Стремительное развитие экономики Китайской Народной Республики на протяжении четырех с половиной десятилетий, сопровождавшееся быстрым ростом покупательной способности граждан страны и увеличением их свободного времени, стало основной причиной столь же быстрого увеличения потока китайских туристов на мировом рынке. В настоящее время Китай является крупнейшим рынком и основным драйвером международного туризма. Китайцы, с их тягой к знаниям, новым впечатлениям, культуре и шоппингу находятся в процессе превращения в главных клиентов для многих туристических стран мира.

Между тем китайский массовый международный туризм имеет сравнительно непродолжительную историю. До начала 1990-х туристические поездки жителей Поднебесной были под запретом. Отправлявшиеся за границу китайцы, как правило, были государственными служащими, путешествовавшими за государственные средства с официальными миссиями.

В последнее десятилетие XX века параллельно с проведением политики модернизации и открытых дверей китайское правительство постепенно приподнимало «бамбуковый занавес», разрешив своим гражданам выезжать за пределы страны. Первыми зарубежными дестинациями для посещения гражданами материкового Китая стали бывшие в то время владения Великобритании и Португалии, Гонконг и Макао, соответственно.

На рубеже веков в структуре выездного потока преобладали состоятельные китайцы, которые путешествовали с гидами в составе организованных с помощью туристических агентств больших групп и выделялись на фоне туристов из западных стран довольно слабым знанием английского языка, минимальным взаимодействием с местными сообществами и ориентацией на китайскую кухню. Поведение неопытных китайских туристов в этот период нередко оказывались в центре внимания зарубежных средств массовой информации, где подверглось широкой критике как «неподобающее» или «нецивилизованное» [1].

В 1998 году туризм был объявлен руководством страны важным фактором роста национальной экономики. Введение в конце 1990-х оплачиваемого отпуска и официальных оплачиваемых выходных дней во время т. н. праздничных «золотых недель» стало еще одним важным поворотным моментом в развитии китайского выездного туризма. Это подтверждает и стремительный рост числа зарубежных поездок китайских граждан с 10 млн в 2000 году до 57,3 млн спустя 10 лет. В период с 2000 по 2012 год расходы китайских туристов за границей увеличились в восемь раз [2].

По данным Национальной администрации туризма КНР в 2012 году Китай стал крупнейшим генератором туристов и доходов от них на мировом рынке, обойдя Соединенные Штаты Америки и Германию. К этому времени число доступных для посещения китайскими туристами стран

увеличилось до 114. С 2008 года китайцы получили возможность свободно путешествовать в Соединенные Штаты Америки. А уже спустя 10 лет накануне пандемии коронавируса в США было зарегистрировано 3 млн прибытий гостей из Поднебесной [3]. В глобальном масштабе Соединенные Штаты стали основным направлением для международных поездок китайских туристов за пределами Азиатского региона, значительно опережая Францию. Помимо этого, Китай также стал главным источником доходов от въездных туристов в этой стране.

Стремительное развитие внутреннего и международного туризма привело к созданию в 2017 году Министерства культуры и туризма, заменившего бывшее Национальное управление туризма Китая.

В рейтинге «Самых сильных паспортов мира» Китай в 2023 г. находится рядом с Беларусью и занимает 112 место. Его жители могут без визы посещать 81 страну. В целом же китайские граждане путешествуют в более чем в 150 стран мира, с которыми правительство КНР заключило соответствующие двусторонние соглашения. Странам, не имеющим таких соглашений, не разрешается принимать туристические группы из Китая или продвигать себя на китайском рынке туризма.

По данным Национального бюро статистики КНР в 2019 году накануне пандемии коронавирусной инфекции китайские туристы совершили 169 млн международных поездок [4]. Это означает, что за рубежом побывал примерно каждый восьмой житель Поднебесной. В то же время каждый десятый международный турист в мире был китайцем.

Граждане КНР первые в мире не только по числу зарубежных путешествий, но и по совокупным расходам на поездки. Так, по данным, предоставленным Всемирной туристической организации, в 2019 году китайские туристы потратили за рубежом 254,6 млрд долл. США, что составило почти 1/5 часть расходов на международные поездки во всем мире и более 50% от всех туристических расходов в Азии [5]. Для сравнения, американские туристы потратили почти вдвое меньше.

Современные китайские туристы, выезжающие за рубеж, все чаще путешествуют самостоятельно или малыми группами, больше взаимодействуют с местными сообществами, погружаются в местные традиции и образ жизни, неуклонно совершенствуют свои языковые навыки. Они более зрелые и прагматичные, предъявляют более высокие требования к качеству получаемых услуг, а также озабоченные собственной безопасностью и состоянием экологии в принимающих их дестинациях.

Основные потоки зарубежных поездок туристов из Поднебесной приходятся на т. н «золотые недели»: Новый год по китайскому календарю и День образования КНР в начале октября. В то же время количество поездок китайцев за рубеж во время оплачиваемого отпуска, который

непродолжителен и варьируется от 5 до 15 дней в зависимости от стажа работы в организации, сравнительно невелико.

Приостановка потока туристов из Китая в период пандемии нанесла существенный урон мировому рынку в целом, и особенно странам, специализировавшимся на приеме гостей из Поднебесной. В 2021 году только 8,5 миллиона китайцев выезжали за пределы страны [6].

Более 100 млн поездок жителей материкового Китая приходится на два специальных административных района Гонконг и Макао, а также островную провинцию Тайвань, куда они направляются в большинстве своем из-за их близкого расположения, отсутствия лингвистического барьера, относительной легкости получения визы (специального разрешения) и больших возможностей для шопинга и развлечений [4].

Вторая по мощности волна выездного потока китайских туристов направлена на расположенные сравнительно недалеко от Поднебесной страны Юго-Восточной Азии, где проживают значительные диаспоры китайцев. Наиболее популярными направлениями на рынке китайского выездного туризма в 2019 году помимо Гонконга и Макао были Вьетнам, Таиланд, Япония, Южная Корея, Индонезия, Сингапур, Австралия и Малайзия. По данным Статистического отдела АСЕАН, в 2019 году регион принял около 32 миллионов китайских посетителей, что составляет 23 % от общего числа международных прибытий в Юго-Восточную Азию. Таиланд, Вьетнам и Сингапур были тремя основными направлениями АСЕАН для туристов, прибывающих из Китая [7].

Таиланд, который в 2019 году посетили 12 млн китайцев, и составили около 1/3 всех зарубежных гостей, стал главной дестинацией для туристов из Поднебесной.

Для Австралии Китай является вторым по величине после Новой Зеландии генератором международных туристов и крупнейшим источником доходов от них.

Третьим по популярности среди туристов из Поднебесной макрорегионом является Европа. На нее приходится около 10% выездного туристского потока КНР. Среди европейских дестинаций в 2019 г. китайцы чаще выбирали Францию (24,6%), Германию (15,6%), Швейцарию (9,2%) и Испанию (8,7%). До пандемии коронавируса Францию ежегодно посещали более двух миллионов китайских туристов. Каждый 12-й посетитель Лувра был китайцем. В настоящее время Франция, как и другие страны Европы с нетерпением ждет возвращения китайских туристов [8].

В 2010-е годы имела место тенденция увеличения интереса среди гостей из КНР к путешествиям, включающим посещение меньшего числа европейских стран и предполагающих соответственно более длительное пребыванию в этих странах. Одним из примеров этого являются страны

Скандинавского полуострова, которые обычно привлекают более опытных китайских туристов, стремящихся к углубленному изучению стран Европы.

В последние годы на китайском рынке имел место растущий спрос на посещение новых, ранее непопулярных, европейских направлений, к которым можно отнести страны Балтии и Юго-Восточной Европы и, прежде всего, Хорватию, Черногорию, Сербию и Словению. Значительная часть китайских туристов посещает Европу вне высокого туристического сезона.

Львиная доля китайских туристов, отправляющихся в зарубежные поездки, приходится на восточные провинции Гуандун, Цзянсу, Фуцзянь, Чжэцзян и Шаньдун, равно, как и города центрального подчинения Шанхай, Пекин, Чунцин и Тяньцзинь, выделяющиеся более высокими доходами их жителей [2].

В качестве мощных генераторов китайского выездного потока туристов выступают также такие крупные города Поднебесной, как Гуанчжоу, Шэньчжэнь, Чэнду, Нанкин, Куньмин, Ухань, Сиань, Ханчжоу и другие с числом жителей более 5 млн каждый. В то же время значительно более высокие темпы роста потока выездного туризма наблюдались в городах поменьше, таких как Шеньян, Циндао, Хэфэй, Нанкин, Ханьчжоу.

Кроме них большим числом зарубежных поездок выделяются приграничные провинции Хэйлуцзян, Ляонин, Шаньдун и Юньнань и автономные районы Внутренняя Монголия, и Синьцзян, жители которых вовлечены в интенсивные торговые отношения с сопредельными странами.

С конца 2022 года происходит постепенное снятие правительством КНР ограничений на зарубежные поездки граждан страны. В свою очередь многие зарубежные страны устранили ограничения на поездки, введенные для китайских туристов, разработали маркетинговые стратегии и стимулы для их привлечения. Согласно оптимистическим прогнозам ряда китайских и международных экспертов, новая волна выездного туристского потока из Китая начнет стремительно возрастать в 2023 году и к 2024 году может вернуться к допандемическому уровню [9]. Существуют и другие, более сдержанные оценки перспектив развития китайского выездного туризма, которые учитывают ряд значимых сдерживающих факторов, включая рост политической напряженности в мире, снижение темпов роста доходов населения Китая, невысокий уровень их потребительского доверия, а также переключение на более безопасные и доступные по цене внутренние путешествия [10].

Библиографические ссылки

1. Chinese outbound tourism: An alternative modernity perspective [Electronic resource] // *Annals of tourism research*, 2021. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738321000141> (date of access: 10.03.2023).
2. Rakotonanahary Fanomezantsoa Nasolomampionona. Profile of Chinese Outbound Tourists: Characteristics and Expenditures [Electronic resource] // *American Journal of Tourism Management*, 2014. URL: <http://article.sapub.org/10.5923.j.tourism.20140301.03.html#Sec2.1> (date of access: 13.03.2023).
3. Number of visitors to the U.S. from China 2011-2021 [Electronic resource] // *Statista*. URL: <https://www.statista.com/statistics/1047804/inbound-travel-from-the-china-to-the-us/> (date of access: 13.03.2023).
4. Chinese tourists made 169 million outbound trips in 2019: report [Electronic resource] // *CGTN*. URL: <https://news.cgtn.com/news/2020-02-29/Chinese-tourists-made-169-million-outbound-trips-in-2019-report-OtIYWwZmOQ/index.html> (date of access: 16.03.2023).
5. Chinese tourists are back, but numbers still far from pre-COVID levels [Electronic resource] // *Reuters*. URL: <https://www.reuters.com/world/china/chinese-tourists-are-back-numbers-still-far-pre-covid-levels-2023-04-19/> (date of access: 16.03.2023).
6. Countries Open Arms to Chinese Tourists [Electronic resource] // *Tourism Review*. URL: <https://www.tourism-review.com/chinese-tourists-rejoice-over-open-borders-news12885> (date of access: 19.03.2023).
7. Return of Chinese tourists - a headache for Asian neighbors [Electronic resource] // *Tourism Review*. URL: <https://www.tourism-review.com/chinese-tourists-on-the-move-but-countries-are-scared-news12898> (date of access: 25.03.2023).
8. France awaits return of Chinese tourists [Electronic resource] // *Xinhua*. URL: <https://english.news.cn/20230201/248e952d83cd4735a1e02cd50230bdf9/c.htm> (date of access: 25.03.2023).
9. Tourism in China: 2022 Trends and Investment Opportunities [Electronic resource] // *China Briefing*. URL: <https://www.china-briefing.com/news/chinese-tourism-2022-trends-and-opportunities/> (date of access: 25.03.2023).
10. *Jessie Smith*. China travel recovery: Timings are clear, but magnitude remains uncertain for 2023 [Electronic resource] // *Oxford Economics*. URL: <https://www.oxfordeconomics.com/resource/china-travel-recovery-timings-are-clear-but-magnitude-remains-uncertain-for-2023/#:~:text=The%20key%20question%20is%20how,additional%20Chinese%20travellers%20this%20year> (date of access: 04.04.2023).