

КИТАЙЦЫ ЗА ГРАНИЦЕЙ

В КНР УСПЕШНО РАЗВИВАЕТСЯ «ВЫЕЗДНОЙ» ТУРИЗМ

ЧЖАН БИ ЮЙ

(Тайвань)

Аспирантка ИСАА МГУ
им. М.В.Ломоносова

Ключевые слова: Китай, индустрия туризма, выездной туризм

Индустрия туризма - одна из самых быстро развивающихся отраслей в Китае.

Популярностью пользуются как въездной, так и выездной туризм, а также внутренний туризм. Особый интерес представляет развитие выездного туризма, который практически отсутствовал в «дореформенном» Китае. В статье речь пойдет о материковом Китае, вопросам развития туризма на Тайване будет посвящена другая статья.

После бурного роста в течение 30 лет реформ и открытости экономика КНР стала второй в мире после США. Среднесрочные и долгосрочные прогнозы развития китайской экономики носят, в целом, оптимистичный характер.

Увеличиваются доходы населения, укрепляется имидж страны в мире. Туризм занимает все более прочные позиции на мировом рынке туристических услуг. В свою очередь, туризм оказывает существенное позитивное воздействие на развитие таких секторов экономики, как транспорт, связь, строительство, сельское хозяйство, способствует лучшему использованию природно-рекреационных богатств, сохранению культурно-исторического наследия, а также стимулирует развитие городов, территорий и регионов, обеспечивает занятость их населения.

Развитие выездного туризма напрямую связано с общеэкономической ситуацией в стране, а поскольку экономика Китая развивается в последние десятилетия очень быстро, - нет ничего удивительного в том, что число выезжающих за рубеж туристов-китайцев растет в среднем на 20% в год. По данным Китайской академии туризма, в 2011 г. из страны выезжало при-

лизительно 70 млн туристов - на 13 млн больше, чем в 2010 г. Большая часть поездок была совершена в Гонконг (Сянган) - 2,81 млн (на 23,9% больше, чем в 2010 г.) и в Макао (Аомынь) - 1,61 млн (рост 20,49%)¹.

Международные эксперты утверждают, что в течение ближайших 5-7 лет Поднебесная может стать мировым лидером как по выездному, так и по въездному туризму. К аналогичному выводу, в частности, пришёл в одном из своих исследований немецкий *Commerzbank*².

О высоком потенциале китайского туристического рынка свидетельствует рост платежеспособности наших туристов за рубежом. По данным Китайской академии туризма, в 2011 г. мои соотечественники потратили за пределами страны более \$72 млрд против \$55 млрд в 2010 г. Китайцы вышли на 3-е место в мире по тратам во время заграничных путешествий после туристов из Германии и США. Питает эту тенденцию то обстоятельство, что в Китае растет число миллионеров, причем так быстро, что в ближайшее время, по прогнозам, Поднебесная обгонит по этому показателю все другие страны. Согласно исследованиям китайского института *Hurun*, в 2010 г. 29% всех выезжающих за границу китайцев относились к категории состоятельных туристов, хотя еще в 2009 г. эта доля составляла всего 16%. В прошлом году китайские миллионеры совершали, в среднем, три путешествия в год, причём женщины путешествовали втрое чаще мужчин³.

ТУРИЗМ И ВНУТРЕННЯЯ ПОЛИТИКА

Уровень развития выездного туризма, как известно, свидетельствует степени открытости страны. Важным фактором, ограничивавшим развитие выездного туризма в Китае, была внутренняя политика. Однако

ныне отмечается её либерализация, ограничения на выезд в другие страны, вероятно, будут и далее снижаться. За последние годы значительно упростилась процедура получения заграничных паспортов, увеличилось число турагентств, аккредитованных для работы в выездном туризме, расширился перечень стран, официально рекомендованных китайским правительством для посещения с целью туризма. Это привело к значительным изменениям в структуре, динамике и географии выездного туристического потока из КНР⁴.

Формирование этого потока проходило в несколько этапов, охватывая все большее географическое пространство.

Первым этапом стало открытие Сянгана и Аомыня, которые в китайской системе учета классифицируются как «выездные» (зарубежные). Вторым - восстановление ранее приостановленного приграничного обмена туристами с соседними государствами в юго-восточных районах Китая - с Вьетнамом, Камбоджой, Лаосом и Мьянмой и в северо-восточных провинциях - с Россией, КНДР, Республикой Корея и Монголией. Третьим этапом стало разрешение туристических поездок в большинство государств Юго-Восточной Азии (ЮВА). В дальнейшем очередь дошла до поездок в Австралию, Новую Зеландию и США, что означало наступление следующего этапа - китайский «выездной поток» вырвался за пределы региона.

Сейчас 85% всех зарубежных поездок китайских граждан приходится на Азию. Среди иностранных направлений, в связи с географическим положением и схожестью культур, наиболее популярны Восточная и Юго-Восточная Азия. Среди европейских стран лидируют Германия и Великобритания. На Американском континенте львиная доля китайских туристов приходится на США и Канаду.

Сянган и Аомынь - старейшие и наиболее доступные направления, на них приходится до 75% выездного потока. Основные цели - посещение друзей и родственников (более 70% туристов в Сянгане и 60% в Аомыне не останавливаются в отелях) и шопинг. Постепенно снижаются численность групп, цены туров и удельных (в расчете на человека) туристических расходов. Для Сянгана характерен рост доли транзитных путешественников и тех, кто прибывает менее, чем на сутки. В целом, Сянган и Аомынь - традиционный выбор для тех, кто совершает зарубежную поездку впервые.

Приграничные поездки во Вьетнам, Камбоджу, Лаос, Мьянму, Россию, КНДР, Республику Корея и Монголию сыграли существенную роль в становлении выездного туризма в Китае. Поездки осуществляются по рабочим визам или в рамках безвизового туристического обмена. Как правило, больше всего гостей приезжает из административных районов, имеющих выход к границе.

Следует отдельно отметить «официальные» туристические направления (ОТН). Существует группа государств, получивших статус «одобренных туристических направлений», который подтверждает китайское правительство для облегчения выезда китайских граждан в эти страны. Путешествия организуются «в упрощенном режиме», согласно квотам, и только включенным в эти квоты выдаются туристические паспорта и визы. В последние годы список таких официально рекомендованных для поездок стран постепенно расширяется. К началу 2003 г. 22 государства имели статус ОТН, а к концу того же года - уже 28, и большинство из них - в Азии. В 2004 г. к ним присоединились 13 стран Европейского Союза, в 2005 г. - еще 66 стран, в т.ч. 8 африканских. В настоящее время 146 стран и территорий открыты для туристических поездок китайских граждан.

Выезд по прочим направлениям также возможен, однако при условии получения иной, не туристической, визы. Китайские граждане выезжают в эти страны на основе коммерческого, культурного или образовательного

обмена. Большинство путешественников регистрируются как участники деловых поездок или по приглашению друзей и родственников.

Большая часть выездного потока из КНР приходится на жителей крупнейших городов и экономически развитых провинций (Пекин, Тяньцзинь, Шанхай, Шэньчжэнь, Чжухай, Цзянсу, Гуандун). В 2008 г. из 3,7 млн организованных туристических групп более половины приходилось на Пекин и Шанхай; остальные поездки совершались из провинций Гуандун, Цзянсу и Чжэцзян. Гуандун обеспечивает наибольшую долю в выездном рынке Китая - 33,5%. Путешествия из приграничных провинций - Хэйлунцзян, Цзилинь, Юньнань, Гуанси - в основном ориентированы на соседние страны - Россию, КНДР, Вьетнам, Мьянму, Таиланд⁵.

Жители крупных городов - Пекина, Шанхая, Гуанчжоу - имеют разные взгляды на выездной туризм. Пекинцы делают акцент на развлекательный и познавательный туризм, и не слишком ограничивают себя в тратах. Шанхайцы более практичны. Жители Гуанчжоу, путешествуя, акцентируют внимание на хорошей еде и развлечениях. Путешественники из этой провинции предпочитают Японию. Зимние туры, в частности в Республику Корея, лучше всего продаются на юге Китая.

СОЦИАЛЬНАЯ СТРУКТУРА ТУРИСТОВ

Анализируя социальную структуру выездного потока, можно отметить следующее: самая многочисленная группа - это туристы в возрасте 30-40 лет. В отличие от стран Запада и Японии, для которых характерна туристическая активность лиц «третьего» возраста, в китайском выездном потоке люди старше 50 лет почти отсутствуют. Это связано с рядом причин.

Старшее поколение у нас часто называют «потерянным». Это люди - не получившие должного образования из-за «культурной революции» 1960-х - 1970-х гг. и «не имеющие вкуса» к познанию другого мира, кроме китайского. Кроме того, наши пенсионеры более ориентированы на заботу о внуках, нежели на отдых. Поэто-

му в выездном потоке преобладают относительно молодые люди, представляющие новый, быстро развивающийся Китай.

Не просто классифицировать туристов по уровню доходов из-за существования в нашей стране множества привилегий, роль и значение которых сложно оценить. Привилегии (субсидии на жилье, наличие служебного транспорта, бесплатные обеды) обеспечивают части населения более высокий уровень жизни, при сравнительно низком заработке. В результате, потребительская способность таких людей гораздо выше, чем их официальный доход, тем более, что цены на большинство товаров в Китае относительно низкие.

В целом, более высоким социальным статусом обладают китайские туристы, выезжающие за пределы Азии. Большинство из них составляют мужчины (58%); в возрасте 35-44 лет (62%), состоящие в браке (76%). Это - наиболее образованная часть общества (61% закончили колледж или университет). Более трети (37%) из них - высококвалифицированные специалисты или занимают управленческие должности, 69% представляют относительно обеспеченную часть населения (ежемесячный доход более 3 тыс. юаней).

Для разных социальных групп существенно отличаются и цели поездок. Так, в 2011 г. 37,63% туристов выезжали за рубеж с целью отдыха, а не для совершения покупок или посещения родственников. Рост доли этой группы составил 4,15%, по сравнению с 2010 г. Кроме того, китайские туристы все больше внимания уделяют тематике туризма, а также удобствам в процессе путешествий и в стране пребывания. Это побуждает «хозяев» - принимающую сторону - создавать более комфортные условия для путешественников, включая процедуры оформления виз, таможенные услуги, удобство пользования кредитными картами, а также обеспечение безопасности путешествий⁶.

КИТАЙСКИЕ ТУРИСТЫ В РОССИИ

В этой связи интересно рассмотреть особенности выездного туризма граждан КНР в Российскую Федерацию.

Россия для китайцев имеет ряд преимуществ перед другими государствами. Это - географическая близость, транзитное положение между Европой и Азией, разнообразие рекреационных ресурсов, упрощенные формальности, исторические связи с Китаем, длительный опыт туристического обмена между двумя странами. Россия - ближайший к Китаю носитель контрастной для него европейской культуры.

В последнее время наблюдается неуклонный рост турпотока между двумя странами. Именно поэтому 2012 г. был объявлен «Годом российского туризма» в Китае. По мере завершения официальных мероприятий в рамках этого года китайские туристические фирмы начали подсчет своего «урожая» - числа операций выездного туризма в Россию. Как показывают данные некоторых известных турфирм, на пике туристического сезона выездной турпоток из Китая в Россию увеличился более, чем в 1,5 раза, по сравнению с тем же периодом прошлого года. В 2012 г. Россию посетили 979 тыс. китайцев, из них туристы составили 343 тыс. Это на 47% больше, чем годом ранее⁷. Китайские туроператоры полны уверенности в дальнейшем развитии этого рынка, сообщает агентство Синьхуа.

Статистические ведомства РФ также засвидетельствовали оживление туристических поездок из Китая в Россию. Комитет по туризму и гостиничному хозяйству Москвы недавно сообщил, что в первом полугодии 2012 г. российская столица приняла около 107,2 тыс. китайских туристов, что на 43% больше, по сравнению с тем же периодом 2011 г. Из дальнего зарубежья самый быстрорастущий турпоток в Москву зафиксирован именно из Китая.

Одна из главных причин этой, безусловно, положительной тенденции в том, что на фоне проведения «Года российского туризма» в Китае туристические ведомства двух стран прилагали особенно активные усилия для популяризации многочисленных достопримечательностей России, и многие турагентства даже конкурировали на рынке путем предоставления новых оригинальных турпрограмм и повышения качества обслуживания. Все

это позволило китайским гражданам обогатить знания о России и усилило у них желание своими глазами увидеть соседнюю страну.

Решение о продолжении только что зародившейся традиции и проведении в 2013 г. в двух странах нового «национального туристического года» было принято лидерами КНР и России по взаимной договоренности. В «Год российского туризма» в Китае обе стороны провели более 200 совместных мероприятий, включая автопробег «Пекин-Москва-2012», крупный туристический медиапроект «Здравствуй, Россия», а также ряд форумов по сотрудничеству в туристической области. Кроме того, обе страны активно работали над воплощением в жизнь подписанного соглашения об обоюдной отмене виз при групповом туризме между двумя странами.

Многие китайские турфирмы, в свою очередь, разработали новые программы для привлечения китайских туристов к поездкам в Россию. Директор отдела специальных турпрограмм тур агентства «Чжунсинь» Ли Янь отметила, что в 2013 г. возглавляемое ею турагентство на основе ставшего уже традиционным маршрута «Москва + Санкт-Петербург» разработало для китайцев новые маршруты - «Москва + Санкт-Петербург + «Золотое кольцо» /древние русские города к северо-востоку от Москвы/ и «Москва + Санкт-Петербург + «Серебряное кольцо» /Новгород и Кронштадт/. Добавлены и маршруты «Россия + четыре страны Северной Европы» и «Россия + прибалтийские государства». Всего в турагентстве предлагается 5 вариантов маршрутов в Россию.

Следует, однако, признать, что сейчас на китайском рынке турпоездки в РФ есть определенные проблемы. Выбор турмаршрутов и турпрограмм относительно невелик, оставляют желать лучшего контроль за качеством и стоимостью обслуживания, несовершенство туристическая инфраструктура в России. Несмотря на это, большинство туроператоров Китая предполагает, что в будущем у нас сохранится тенденция роста потока туристов в Россию.

Генеральный директор Центра

выездного туризма в Европу турагентства «Чжунго циннянь» Дяо Шуан отмечает, что Россия с ее богатой культурой и прекрасной природой остается одной из самых притягательных стран для китайцев. Если раньше группы туристов в РФ состояли, в основном, из относительно немолодых китайцев, которые в свое время воспитывались на советской культуре и сохранили до наших дней привязанность и высокое уважение к соседней стране, то сейчас все больше молодых людей также стремятся посетить Россию. По ее мнению, для увеличения масштабов выездного туризма из Китая в Российскую Федерацию нужна реальная поддержка со стороны правительств двух стран, а со стороны туроператоров - как российских, так и китайских - постоянное обновление программ и повышение качества обслуживания. Дяо Шуан, в частности, сообщила, что ее турагентство планирует в ближайшем будущем предложить программы экологического туризма вокруг озера Байкал и станет формировать китайские группы для поездок в Россию с целью охоты.

Глава Государственного управления по делам туризма Китая Шао Цивэй на состоявшемся недавно в Шанхае втором заседании Форума китайско-российского сотрудничества в области туризма подчеркнул, что обе страны должны закрепить позитивные результаты «Года российского туризма» в Китае в 2012 г. и сделать все, чтобы 2013 г. - «Год китайского туризма» в России - оказался не менее успешным⁸.

¹ Годовой отчет о развитии туризма в Китае. 2011. Пекин, 2012 (на кит. яз.), с. 27.

² Asia and Pacific. Tourism Market Trends. 2011 Edition. Madrid: WTO, 2011, p. 28.

³ Лу Фэнь. Изучение современного туризма Китая. Пекин, 2011 (на кит. яз.), с. 21.

⁴ Нечаева А.В., Сазыкин А.М. Развитие выездного туризма в КНР // Туризм и региональное развитие. Вып. 4. Смоленск, Универсум, 2006, с. 41.

⁵ Ван Дэджонь. Состояние международного туризма. Пекин, 2011 (на кит. яз.), с. 47.

⁶ Ежегодник туризма Китая 2012. Пекин, 2012 (на кит. яз.), с. 58.

⁷ Там же, с. 61.

⁸ Там же, с. 58.