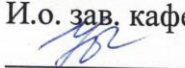


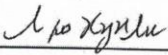




Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений  
Кафедра международного бизнеса и туризма  
Направление подготовки 43.04.02 –Туризм  
Направленность (профиль) образовательной программы – Международный туризм

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ  
И.о. зав. кафедрой  
 В.В. Ульянова  
«10» июня 2023 г.

**МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ**

на тему: Культурно-познавательный туризм в провинции Хэйлунцзян (КНР)  
как направление развития въездного и внутреннего туризма

Исполнитель студент группы 134-ом		Лю Хунли
Руководитель доцент, к.г.н.		Т.А. Мирошниченко
Руководитель магистерской программы		С.В. Феоктистов
Нормоконтроль		О.В. Шпак
Рецензент		А.В. Плешивцев

Благовещенск 2023

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
**АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений  
Кафедра международного бизнеса и туризма

УТВЕРЖДАЮ

И.о. зав. кафедрой

В.В. Ульянова  
подпись И.О. Фамилия

« 1 » апрель 2023 \_\_ г.

### ЗАДАНИЕ

К магистерской диссертации студента Лю Хунли

1 Тема магистерской диссертации Культурно-познавательный туризм в провинции Хэйлунцзян (КНР) как направление развития въездного и внутреннего туризма

(утверждено приказом от 21.02.2023 № 442-уч)

2 Срок сдачи студентом законченной работы 10.06.2023

3 Исходные данные к магистерской диссертации: Учебная литература, статьи, данные из сети интернет

4 Содержание магистерской диссертации (перечень подлежащий проработке вопросов): анализ современного состояния и возможностей развития культурно-познавательного туризма в Китае и провинции Хэйлунцзян; анализ туристических потоков в Китае; анализ ресурсов и тенденции развития культурно-познавательного туризма в Китае; анализ ресурсов и тенденции развития культурно-познавательного туризма в провинции Хэйлунцзян; выявление проблем развития культурно-познавательного туризма в провинции Хэйлунцзян и пути их решения

5 Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц графиков, схем, программных продуктов, иллюстрированного материала и т.п.) 6 рисунков

6 Консультанты по магистерской диссертации (с указанием относящихся к ним разделов) нет

7 Дата выдачи задания 01.04.2023 г.

Руководитель магистерской диссертации Мирошниченко Татьяна Александровна, к.г.н., доцент

Фамилия, Имя, Отчество, ученая степень, ученое звание

Задание принял к исполнению (дата):  
01.04.2023 г.

Лю Хунли

Лю Хунли

(подпись студента)

## РЕФЕРАТ

Магистерская работа содержит 57 с., 6 рисунков, 20 источников, 1 приложение

### КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ, ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ, ТУРИСТИЧЕСКИЕ ПОТОКИ, ПРЕДПОЧТЕНИЯ ТУРИСТОВ, НАПРАВЛЕНИЯ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

Провинция Хэйлунцзян является одним из крупных субъектов на северо-востоке Китая. Хэйлунцзян – регион, богатство которого состоит не только из полезных ископаемых, оно заключается еще и в культурном наследии, природном достоянии, необычных кулинарных традициях, памятниках и музеях.

Данный регион был определен как объект магистерского исследования. А в качестве предмета выступил культурно-познавательный туризм в регионе.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретические основы развития культурно-познавательного туризма в Китае	7
1.1 Культурно-познавательный туризм в Китае: основные понятия	7
1.2 Культурно-познавательный туризм: теория и методы исследования	11
1.3 Культурно-познавательный туризм: ресурсы и индустрия	14
2 Анализ современного состояния и возможностей развития культурно-познавательного туризма в провинции Хэйлунцзян	23
2.1 Анализ туристических потоков в Китае	23
2.2 Анализ ресурсов и тенденции развития культурно-познавательного туризма в провинции Хэйлунцзян	25
3 Выявление проблем развития культурно-познавательного туризма в провинции Хэйлунцзян и пути их решения	38
3.1 Анализ проблем культурно-познавательного туризма в провинции Хэйлунцзян	38
3.2 Предложения по повышению привлекательности провинции Хэйлунцзян в сфере развития культурно-познавательного туризма	41
Заключение	53
Библиографический список	56
Приложение А	58

## ВВЕДЕНИЕ

С 21 - го века, движимая глобальной экономической интеграцией и непрерывным научно-техническим прогрессом, индустрия культурного туризма быстро развивается во всем мире и становится важной тенденцией в современном экономическом и социальном развитии, а также важным показателем общей конкурентоспособности стран и регионов. В Китае с 5000 - летним историческим и культурным наследием культурный туризм, как новая отрасль трансграничной интеграции, расширяет понимание индустрии культуры и туризма и играет незаменимую роль в экономическом и социальном развитии и повышении конкурентоспособности в процессе строительства индустрии культуры в качестве основной отрасли.

Используя сочетание качественного и количественного анализа, сочетание нормативного анализа и эмпирического анализа, сочетание сравнительного анализа и всесторонней индукции и других методов, мы проанализировали состояние и проблемы развития индустрии культурного туризма в провинции Хэйлунцзян.

Провинция Хэйлунцзян имеет хорошие исторически сложившиеся условия для развития индустрии культурного туризма, обладает глубоким культурным потенциалом и богатыми туристическими ресурсами. Как в полной мере использовать свои преимущества в соответствии с предпосылкой устойчивого развития, ускорить развитие индустрии культурного туризма, содействовать оптимизации и модернизации внутренней структуры промышленности, повысить конкурентоспособность промышленности, чтобы она могла играть большую роль в региональном экономическом развитии, является важной темой, заслуживающей изучения.

Объект исследования – культурно-познавательный туризм.

Предмет исследования – культурно-познавательный туризм в провинции Хэйлунцзян.

Цель исследования – всестороннее изучение современного состояния и перспектив развития культурно-познавательного туризма в провинции Хэйлунцзян.

Задачи исследования:

- определить такие понятия, как культурный туризм и индустрия культурного туризма;
- определить проблемы и конкурентоспособность индустрии культурного туризма в провинции Хэйлунцзян;
- провести общую классификацию ресурсов культурного туризма в провинции Хэйлунцзян;
- рассмотреть текущую ситуацию в индустрии культурного туризма в провинции Хэйлунцзян и проанализировать существующие в ней проблемы;
- провести всестороннюю оценку конкурентоспособности индустрии культурного туризма в Хэйлунцзян;
- представить предложения по развитию культурно-познавательного туризма в провинции Хэйлунцзян.

Методы, которые применялись в исследовании: аналитический, графический, статистический.

# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В КИТАЕ

## 1.1 Культурно-познавательный туризм в Китае: основные понятия

В начале 2000 - х годов наши ученые начали изучать культурный туризм с разных точек зрения. Концептуальное исследование культурного туризма. Самая ранняя статья о культурном туризме в Китае – «Туризм, культура и культурный туризм» Вэй Сяояна, который отметил, что для туроператоров и туристов туристическая деятельность – это экономическая деятельность, которая дает возможность использовать культуру в экономических интересах. Чжан Сяопин считает, что культурный туризм – это серия туристических мероприятий, направленных на посещение или изучение какого-либо или нескольких культурных явлений в качестве основной цели. Например, многогранные культурные мероприятия, такие как культурные научные экспедиции, посещения достопримечательностей и полевых экспедиций с изучением фольклора, сочетаются с туристическими мероприятиями, которые не только достигают цели культурных исследований, но и дают возможность получить определенное удовольствие и наслаждение».

«Культурный туризм» определяется с точки зрения субъекта и аудитории туризма как «поведенческий процесс, который реализует восприятие, понимание конкретного содержания человеческой культуры через туризм». Это приводит к тому, что «с точки зрения туроператора культурный туризм является стратегической идеей дизайна продукта или продуктовой идеей, с точки зрения туриста, культурный туризм обусловлен периодом культурного познания», - считает Ма Юн. Культурный туризм использует туристическую культуру в качестве потребительского продукта, турист использует свой эстетический вкус, через эстетический и исторический обзор искусства, чтобы получить полный спектр духовного и культурного наслаждения. Ван Гожун с другой стороны, определяет культурный туризм как «культурный феномен, созданный туристическими достопримечательностями и программами».

Монги и другие с точки зрения маркетинга, отмечают: «Культурный туризм относится к туристическим продуктам, предоставляемым поставщиками туристических продуктов потребителям туристических продуктов с основной целью изучения одного или всех аспектов культуры туристических направлений, таких как исторический и культурный туризм, литературный туризм, фольклорный культурный туризм и так далее».

«Культурный туризм – это туристическая деятельность, осуществляемая туристами для того, чтобы понять жизнь и мысли людей в туристических направлениях, в частности, деятельность, которая дает туристам возможность оценить, испытать и почувствовать глубокое влияние местной культуры туризма с помощью определенных конкретных носителей или выражений, тем самым обогащая их туристический опыт», - отмечает Ли Цяолин.

Лу Линь утверждает, что, культурный туризм имеет широкое и узкое значение. Культурный туризм в широком смысле означает туризм с особым интересом, основанный на поиске и участии в новом или более глубоком культурном опыте, который мало отличается от обычной туристической деятельности. Культурный туризм в узком смысле означает исчезающий образ жизни и производства в человеческой памяти или местную особенность». Ван Юанькун отметил: «Культурный туризм – это форма туризма, ориентированная на материальную и духовную культуру».

Подводя итог нынешнему состоянию исследований в стране и за рубежом, Жэнь Гуаньвэнь рассматривает культурный туризм как тип туристической деятельности, отмечая: «Культурный туризм – это своего рода туристическая деятельность, в которой потребители в процессе потребления продуктов культурного туризма уделяют больше внимания опыту культурного и духовного наслаждения, чтобы получить физическое и психологическое удовольствие». Вэй Чжэньминь отмечает: «Культурный туризм – это путешествие, которое происходит, когда туристы хотят узнать о жизни и мыслях друг друга. В частности, с помощью некоторых конкретных туров, чтобы предоставить туристам



возможность испытать и почувствовать, оценить, глубокие коннотации туристической культуры, чтобы обогатить деятельность туристического опыта».

Ма Бо в «Современной туристической культуре» четко указал: «Туристическая культура и культурный туризм – это две совершенно разные концепции, которые не могут быть смешаны, туристическая культура относится к категории культуры, является категорией культуры. Культурный туризм относится одному из типов туризма».

Поясняя две смешивающие концепции культурного туризма и культуры туризма, Ву Гуанлин указал на ключевые моменты и тенденции исследований. Хань Иву сделал сравнительный анализ двух концепций «культурного туризма» и «туристической культуры» из трех сторон фокуса, принадлежности дисциплины и фокуса исследований. Чэнь Дунсинь отметил: «Культурный туризм – это процесс чувств, туристическая культура - это результат идентичности; Культурный туризм говорит об участии, туристическая культура говорит об обмене; Культурный туризм осязаем, туристическая культура невидима. Без культурного туризма нет туристической культуры».

Юй Лань считает, что культурный туризм должен быть понят с точки зрения туристического продукта, прежде чем его освоить, и должен быть ограничен фольклорным культурным уровнем. У Биху и другие провели всестороннее исследование развития национального культурного туризма в Китае. Чжан Лу и другие считают, что так называемые продукты культурного туризма относятся к туристическим продуктам, которые основаны на географической и национальной культуре, основаны на знаниях, верованиях, искусстве, обычаях, истории, легендах, современном стиле.

Юань Чэн считает, что с точки зрения способа и характеристик потребления туриста, продукт культурного туризма должен быть цельным маршрутом культурного туризма. Этот маршрут содержит элементы, необходимые для процесса культурного туризма туриста - культурная коннотация и тема привлекательности культурного туризма, культурная коннотация и стиль культурного туризма, культурная ориентация услуг и управления культурного туризма,

культурная ориентация индустрии культурного туризма и так далее. Ли Ипин изучил интерес туристов к туристическим ресурсам наследия, в том числе три аспекта: во-первых, с точки зрения его функций, фона и стиля как символа традиционной культуры; во-вторых, помочь туристам понять историю и социальные изменения; в-третьих, концентрированные культурные и туристические ресурсы более полезны для демонстрации их очарования.

Сун Пин изучил шесть поколений, характеризующихся культурой, проанализировал влияние культуры шести поколений на статус-кво развития туризма в Нанкине, выдвинул основные концептуальные планы развития. Ван Фан в реальных теоретических условиях, основанных на опыте, взял в качестве примера разработку продуктов туризма красной культуры в Нанкине и выдвинул предложение о строительстве Нанкинского индустриального парка народной культуры. Он провел классификацию ресурсов культурного туризма в провинции Юньнань, анализ конкурентной среды отрасли выдвинул стратегию развития индустрии туризма и культуры в провинции Юньнань и пространственную планировку.

Лю Юй и другие отмечают: «Как форма туристического продукта и услуги с высоким содержанием знаний, культурный туризм, несомненно, станет первым выбором для тех, кто ищет высококачественный и высокоуровневый способ туризма в эпоху экономики знаний. По его мнению, с точки зрения мотивации туризма, содержания туристической деятельности, туризм можно разделить на туристический, курортный и специальный тип. А специальный туризм включает культурный туризм, развлекательный туризм, экспедиционный туризм и другие виды туризма. Путешествие – это большой туризм, объединяющий культуру, экономику, науку и технику, образование и туризм. С точки зрения времени, его можно разделить на исторический и культурный туризм и современный культурный туризм. С точки зрения морфологических проявлений, они охватывают национальную культуру, фольклорную культуру, религиозную культуру, архитектурную культуру, культуру питания, садовую культуру, художественный культурный туризм и так далее. Лю Жуй, изучая типологию, характеристики и

принципы и модели развития ресурсов фольклорного культурного туризма в сельских районах Гуйчжоу, выдвинул контрмеры и предложения по ускорению распределения ресурсов.

Чжан Янь с точки зрения промышленной экономики, используя теорию промышленной интеграции, теорию промышленной цепочки и другие соответствующие теории, проанализировал влияние развития индустрии культурного туризма на индустрию культуры, далее предложил развивать индустрию культурного туризма, чтобы внедрять инновационные ресурсы и продукты, расширять рыночное пространство, содействовать промышленной интеграции и содействовать технологическим инновациям, тем самым способствуя промышленному развитию Чжудана. На основе плана развития города Чэнду была предложена стратегия развития творческой индустрии культурного туризма в Чэнду, активно способствовала развитию творческой индустрии культурного туризма в регионе.

Сун Чао с юридической точки зрения проанализировал правовую среду и существующие проблемы в развитии индустрии культурного туризма и в этой связи предложил обеспечить здоровое развитие индустрии культурного туризма Меры и средства. Хуан Пинжун (проанализировал рыночную деятельность и нормативное развитие индустрии культурного туризма на микроуровне.

Кроме того, есть некоторые эксперты и ученые, специализирующиеся на существующих проблемах индустрии культурного туризма в нашей стране, влияние информационных технологий на развитие индустрии культурного туризма и других горячих проблем, которые проводят исследования и дают соответствующие решения, что дает много ценных ссылок на дальнейшее развитие культурного туризма в нашей стране как в теории, так и на практике.

## **1.2 Культурно-познавательный туризм: теория и методы исследования**

Концептуальные и определяющие исследования. В семидесятые и восьмидесятые годы XXI века XXI века XXI век и XXI век начали изучать концепцию культурного туризма в узком и широком смысле, что стало первым

исследованием культурного туризма в стране и за рубежом. Отмечается, что «культурный туризм - это «картина» или «местная особенность» исчезающего образа жизни в человеческой памяти, который является остатком этого образа жизни: он воплощен в «старомодных» домах, собственной текстильной ткани, машинах и плугах для лошадей или быков, ремеслах, а не механизмах; деятельность в туристических местах включает в себя питание в скромных загородных отелях, фольклорные представления, винные фестивали с макияжем или напоминание людям о грубой красоте.

Некоторые международные организации также не имеют единого понимания культурного туризма, и его определение относительно свободно. Всемирная туристская организация (и Европейская ассоциация по туризму и культурному воспитанию) дают определение культурного туризма как «культурный туризм означает некоммерческую деятельность, осуществляемую людьми в местах культурного ландшафта за пределами их повседневной жизни в целях удовлетворения своих культурных потребностей». Эти же организации предложили концептуальное и техническое определение культурного туризма со ссылкой на ряд соответствующих определений: «Культурный туризм – это перемещение людей, покидающих свои повседневные места проживания и стремящихся к культурному ландшафту, с тем чтобы получить новую информацию и опыт для удовлетворения своих культурных потребностей». Под техническим определением понимается любое перемещение людей, покидающих свое обычное место жительства, к местам культурного притяжения, таким как памятники наследия, художественные и культурные представления, искусство и опера, и т.д., в отличие от ограничений узкого определения культурного туризма и широкого определения, имеющего тенденцию к обобщению. Эта точка зрения считается китайским определением культурного туризма.

Американское отделение Международного совета по памятникам и памятникам считает, что культурный туризм, как термин, многое значит для многих людей, и в этом его преимущества и недостатки.

С точки зрения экономики туризма, новые типы потребления, такие как спорт и курорты, рассматриваются как удовлетворение образа жизни среднего класса и потребление продуктов культурного туризма. Аналогичная точка зрения заключается в том, что формирующийся средний класс является основным субъектом культурного туризма. Развивая эти две точки зрения, приходим к выводу, что рост уровня доходов и повышение уровня образования буржуазного класса являются достаточными факторами для содействия развитию культурного туризма.

Исходя из определения и толкования продуктов и видов культурного туризма, можно сделать вывод, что культурный туризм позволяет туристам получить знания об искусстве, верованиях, обычаях, благодаря участию в местных фольклорных фестивалях, дегустациях уникальных местных закусок и т. д. Кроме того, к этой категории относятся экологические туры, которые глубоко понимают экологическую среду туристических мест назначения, сельскохозяйственные опыты и т. д. Культурный туризм должен включать следующие элементы: ремесла, язык, искусство и музыку, архитектуру, религию, образование и т. д. Эта точка зрения имеет сходство с узким определением культурного туризма года. Сильберг и Герберт изучали привлекательность рынка культурного туризма для музейных объектов и туристических достопримечательностей.

Тимоти изучал место культурного туризма изучается в Акате, в основном анализируется ситуация на рынке покупок в месте культурного туризма. Гат изучал туристов или винодельческие места с особыми предпочтениями к алкоголю, анализирует особенности культурного поведения туристов. Мак Кишер изучает свойств культурного туризма в Гонконге с точки зрения маркетинга, а также взаимосвязи между культурным туризмом и социально - экономическим развитием и значения развития культурного туризма.

Транснациональная исследовательская группа Европейской комиссии по культурному туризму в Европе считает, что «появление таких туристов неизбежно приводит к соответствующему культурному потреблению, т.е. к социальному механизму туризма, который связывает культурный процесс и продукт, и

что культурный туризм является культурным продуктом, движимым туристическим потреблением, а также культурным процессом, движимым культурными механизмами, участвующими в туристической деятельности».

С точки зрения культурной устойчивости было отмечено, что «культурная устойчивость является ценностью культурного туризма и что существует два совместимых подхода к культурному туризму: во - первых, связь между культурным туризмом и экономическим развитием, а во - вторых, подчеркивается, что культурная устойчивость может служить гарантией реализации культурных туристических активов с точки зрения экологического развития». Культурный туризм должен обладать таким культурным и историческим опытом, который позволяет посетителям иметь подлинный и полный характер, и должен основываться на долгосрочных интересах общества, а получаемые в результате экономические продукты и социальные блага должны поддаваться количественной оценке.

Культурный туризм играет важную роль в возрождении некоторых регионов, общин или городов, вклад культурного туризма в экономическое богатство региона зависит от прямых и косвенных социально-экономических выгод, развитие туризма в регионе контролируется соответствующими планами и управлением, а реформа культурного туризма связана с уровнем и темпами развития других экономических факторов.

### **1.3 Культурно-познавательны туризм: ресурсы и индустрия**

Ресурсы культурного туризма как носитель являются основным условием развития индустрии культурного туризма. Когда-то считалось, что ресурсы культурного туризма означают: «Культурные факторы, которые привлекательны для туристов и могут быть использованы для туризма». Чжан Чуньсян считает: «Туристические ресурсы относятся к различным природным, гуманитарным объектам или другим факторам с экономическим потенциалом, которые характеризуются антропогенностью, гетерогенностью, эпохой, культурой и иерархией и могут быть использованы для туристической деятельности». Чжан Ифан подчеркнул, что «ресурсы культурного туризма могут позволить туристам получить

определенное материальное наслаждение и духовное и культурное удовлетворение, а также принести экономические, социальные и культурные выгоды туризму».

В итоге мы приходим к следующим выводам. Во-первых, ресурсы культурного туризма разнообразны и различны, во-вторых, ресурсы культурного туризма наследуются и инновационны, в-третьих, ресурсы культурного туризма также имеют морфологическую двойственность, в-четвертых, ресурсы культурного туризма имеют общественный и иерархический характер из-за универсальных человеческих ценностей. Как явствует из приведенных выше концепций и их содержания, ресурсы культурного туризма представляют собой все связанные с культурой объекты ресурсов, которые могут быть привлекательными для туристов при осуществлении деятельности в области культурного туризма.

Культурно-туристические ресурсы могут быть разделены на различные категории в зависимости от их физической формы, природных морфологических свойств, субъектов или функций. Во-первых, ресурсы культурного туризма можно разделить на две основные категории природных и гуманитарных ресурсов. Во-вторых, в соответствии с материальной формой ресурсы культурного туризма можно разделить на две основные категории: материальные и нематериальные культурные ресурсы. В-третьих, ресурсы культурного туризма можно разделить на исторические и культурные ресурсы и современные культурные ресурсы в соответствии с пространственно-временными рамками. В-четвертых, в соответствии с темами или функциональными проявлениями, ресурсы культурного туризма можно разделить на религиозные, научно-технические, академические, диетические, исторические, фольклорные, фестивальные, выставочные, садовые, архитектурные, экологические, городские ресурсы культурного туризма и так далее.

Культурный туризм – это прежде всего туристическая деятельность с точки зрения культуры, в то время как с точки зрения промышленности – это прежде всего туристические продукты и услуги, ориентированные на культуру и ориентированные на удовлетворение культурных потребностей туристов. В

качестве новой отраслевой формы и новой точки экономического роста, сформированной пересечением и проникновением индустрии туризма и индустрии культуры, индустрия культурного туризма является не только продвинутым этапом развития индустрии туризма, но и продуктом развития и процветания индустрии культуры. Это определяет, что индустрия культурного туризма имеет более сильные промышленные характеристики, как характеристики индустрии туризма, так и сравнительные преимущества индустрии культуры. В процессе реального экономического развития феномен интеграции двух отраслей происходит следующим образом, например, некоторые предприятия по существу относятся к индустрии культуры, но культурные ресурсы, которые они развивают, специально предназначены для обслуживания туризма. Некоторые компании, по сути, играют роль туризма, но специализируются на предоставлении туристам услуг для опыта, участия и оценки. Между индустрией туризма и индустрией культуры нет четких границ.

Подводя итог, индустрия культурного туризма должна относиться к культурной коннотации в качестве ядра, а индустрия туризма, является важным носителем, сформированным с высокой эстетической ценностью и характеристиками культурного совершенствования. В процессе индустриализации культурного туризма культура является ядром, туризм - носителем, наука, техника и инновации – катализаторами, развитие новых туристических ресурсов на основе традиционных туристических ресурсов и культурной среды, формирование новой культурной среды, постепенное развитие и оптимизация туристического цикла.

Для более полного понимания индустрии туризма обратимся к некоторым теориям<sup>1</sup>.

#### Теория интеграции туризма

Под влиянием развития цифровых технологий и научно-технического прогресса последовало явление промышленной интеграции, которое расширилось

---

<sup>1</sup> Анализ концепций, связанных с культурным туризмом [Текст]. – Жэнь Гуаньвэнь. Туристический форум, 2009.



из телекоммуникационных, радио- и телевизионных и издательских секторов в середине века, чтобы проникнуть в большее количество продуктов, секторов и услуг, одним из которых является индустрия культурного туризма. Промышленная интеграция не только обеспечивает более широкую платформу для развития бизнеса, но и способствует рациональному распределению ресурсов в более широком масштабе и повышению эффективности использования ресурсов.

Индустрия культурного туризма основана на промышленной интеграции и является новой отраслью с высокой степенью интеграции индустрии туризма и индустрии культуры. Однако индустрия культурного туризма – это не простая комбинация и простая замена индустрии туризма и индустрии культуры, а перераспределение труда в рамках органической комбинации, которая объединяет функции и атрибуты, принадлежащие двум примитивным отраслям, и представляет собой динамичный процесс развития, который постепенно формирует новый формат и новую точку экономического роста посредством взаимного проникновения и пересечения.

#### Теория промышленной планировки.

С вертикальной и горизонтальной точек зрения промышленная планировка представляет собой сочетание связей между отраслями промышленности в различных регионах и отраслями в одном и том же аду соответственно. Со статической и динамической точки зрения промышленная планировка – это распределение производительности промышленности и организация развертывания, корректировки и организации элементов производительности промышленности. Ранняя теория промышленного макета была связана с изучением проблемы местоположения, и потребовалось три столетия, чтобы сформировать системную теорию. Классическая теория местоположения, представленная теорией местоположения сельского хозяйства, теорией промышленного местоположения, теорией центра и теорией местоположения рынка, в основе которой лежит определение оптимального местоположения предприятием или сектором. Современная теория промышленного макета представлена теорией «формы» регионального роста, теорией полюсов роста, теорией точечной оси и теорией географической

дуалистической экономической структуры, основные проблемы которой достаточно сбалансированы и неравномерны теорией регионального развития. Результаты различных школ показывают, что теория промышленного макета – это географическое решение, основанное на оптимальности общих региональных выгод для получения максимальной прибыли предприятием. Исследование промышленного макета является основной основой и ссылкой для изучения промышленного развития и конкурентоспособности промышленности, что обеспечивает удобство для анализа этой статьи. Исследования по развитию индустрии культурного туризма в провинции Хэйлуцзян – это не исследование отдельных ресурсов культурного туризма, а интеграция ресурсов культурного туризма в рамках всего региона. Поэтому необходимо изучить структуру индустрии культурного туризма в провинции Хэйлуцзян.

Теория промышленных кластеров.

Промышленные кластеры относятся к большому количеству промышленных предприятий и связанных с ними предприятий, которые собираются в больших количествах и используют их в качестве узлов. Маршалл в теории внешней экономики выдвинул идею промышленных кластеров, он считает, что промышленная концентрация способствует достижению внешней экономии масштаба; Теория кластеров Вебера рассматривает причины формирования промышленных кластеров с точки зрения экономии затрат. «Национальные конкурентные преимущества» Майкла Портера анализируют феномен промышленных кластеров с точки зрения конкурентоспособности, указывая на следующее: «Промышленные кластеры должны относиться к определенной области, и если в пустом вопросе могут быть собраны тесно связанные предприятия и связанные с ними вспомогательные учреждения, они создадут сильное и устойчивое конкурентное преимущество». Это самая ранняя теория промышленных кластеров в глобальной экономике, которая вывела теорию промышленных кластеров на новый уровень. Последовавшая за этим новая теория промышленного пространства утверждает, что сетевое сотрудничество является движущей силой быстрого развития и инноваций промышленных кластеров.

Китайские ученые провели углубленные инновационные исследования промышленных кластеров с разных точек зрения, таких как количественный анализ и менеджмент, и имеют более глубокое понимание причин формирования промышленных кластеров, влияющих факторов и конкурентных преимуществ. Индустрия культурного туризма возникла в результате промышленной интеграции индустрии туризма и индустрии культуры, поэтому развитие и рост индустрии культурного туризма в провинции Хэйлуцзян не могут быть отделены от промышленных кластеров.

#### Теория устойчивого развития

Теория устойчивого развития, впервые представленная на Глобальной конференции по устойчивому развитию в 1995 году, является выражением более глубокого понимания взаимосвязи между экономическими и экологическими проблемами, подчеркивая, что «развитие, которое удовлетворяет потребности нынешнего поколения, не представляет собой развитие, которое ставит под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои потребности». Его цель: «Усилить экологическую осведомленность, улучшить понимание людьми туристической среды; улучшить качество жизни людей в местах приема туризма; содействовать справедливому развитию туризма; предоставить туристам высококачественный туристический опыт; защитить качество среды обитания, от которой зависит туризм». Устойчивое развитие культурного туризма, по сути, требует, чтобы культурно-туристическая деятельность осуществлялась с упором на гармоничное и устойчивое использование природных ландшафтов, гуманитарных ресурсов и экологической среды, содействовать устойчивому экономическому развитию культурного туризма, обеспечивая при этом защиту и улучшение среды культурного туризма, принимая во внимание потенциал развития ресурсов культурного туризма и негативные последствия их ненадлежащего освоения.

Индустрия культуры. Представление понятия «индустрия культуры» имеет многолетнюю историю и является продуктом зрелости развития всех аспектов современной социально-экономической, технологической, капитальной,

рыночной и других. Однако из-за многих факторов, таких как история, экономика и политика всех стран мира, не существует единого определения концепции индустрии культуры. В докладе ЕС о индустрии культуры это определяется как: «Производственная деятельность, основанная на культурно значимом контенте, которая включает в себя, помимо прессы, радио - и видеоиндустрии, аудиовизуальной промышленности, интернет - индустрии, литературы и искусства, музыкального творчества, все виды продукции и торговой деятельности, которые имеют логотип современного культурного контента, такие как фотографии, художественные аукционы, спорт, культурные представления и т.д.», - отметила ЮНЕСКО в «Культура, торговля и глобализация». «Понятие индустрии культуры относится к тем отраслям, которые содержат творчество, производство, продажу, контент, которые по существу связаны с культурой и неприкасаемы, как правило, защищены авторским правом и появляются в форме товаров или услуг», - впервые упоминается в наших академических кругах понятие « индустрии культуры», В этом году был проведен « Столичный семинар по стратегиям развития культуры», а в подготовленном в том же году докладе « Некоторые мнения об ускорении развития культуры в Пекине» и на 8 - м съезде партии в Пекине в том же году было четко заявлено о энергичном развитии индустрии культуры».

В Классификации культуры и смежных отраслей Национальное статистическое управление определяет индустрию культуры как «деятельность общества по предоставлению культурной, развлекательной продукции и услуг, а также совокупность мероприятий, связанных с этой деятельностью» и делит ее на основной, периферийный и смежный уровни, Синяя книга по культуре определяет характер индустрии культуры: «Индустрия культуры по своему характеру продукции является индустрией, предлагающей потребителям духовные продукты или услуги; по характеру экономического процесса - это комплекс мероприятий по производству, воспроизводству, хранению и распределению культурных товаров и услуг в соответствии с промышленными стандартами; они основаны на технологии массового воспроизведения, выполняют самые широкие

коммуникационные функции, стимулируются коммерческими мотивами и посредниками в экономической цепочке, быстро продвигаются к оригинальности и сохранению традиционной культуры и искусства. Проникновение основных звеньев один превратит оригинал в разработку ресурсов, сохранит в демонстрацию и заложит весь процесс в современную интеллектуальную собственность». Промышленные границы индустрии туризма очень расплывчаты, и из-за ее комплексного и разнообразного характера ее определения являются неоднозначными. В 2018 году японский турист Туи в своей книге «Введение в индустрию туризма» предложил: «Туризм – это бизнес, который получает вознаграждение между туристами и транспортом, проживанием и связанными с ними подразделениями, путем оформления туристической визы, промежуточной связи, брокерской деятельности, путем проведения экскурсий для туристов, ведения переговоров, агентских формальностей, а также путем предоставления услуг с использованием транспортных средств и оборудования для проживания нашего торговца». Чжан Линьюнь определяет индустрию туризма с точки зрения «спроса» как: «Объединение секторов или предприятий, производящих или поставляющих продукты и услуги, необходимые для удовлетворения потребностей туристов в питании, проживании, поездках, путешествиях, покупках, отдыхе и т.п. в процессе туризма».

Ли Тяньюань отметил: «Индустрия туризма ориентирована на туристов, создает благоприятные условия для их туристической деятельности и предоставляет товары и услуги для интегрированной индустрии. Ма Юн считает: «Туристическая индустрия основана на туристических ресурсах, туристических объектах в качестве основы, предоставляя туристические услуги для удовлетворения различных потребностей потребителей туризма, все отрасли, которые облегчают туристическую деятельность и могут предоставлять продукты и услуги туристам, относятся к категории туризма, такие как жилье, ресторан, пассажирские перевозки, экскурсионные услуги, развлечения, маркетинг туристических товаров и т. д. Чжоу Чжэндун в своей книге «Экономика туризма» предложил следующее определение: «Туризм – это индустрия, индустрия туризма – это

совокупность различных видов предприятий, предлагающих различные туристические продукты в виде товаров в экономической системе страны в соответствии с определенным социальным разделением труда для удовлетворения потребительских потребностей туристов». Интеграция индустрии культуры и туризма также будет усиливаться.

Таким образом, культурно-познавательный или культурный туризм – это сложное явление, которое имеет множество определений, но одно можно сказать точно, этот вид является основополагающим при туристском освоении территории.

## 2 АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В ПРОВИНЦИИ ХЭЙЛУНЦЗЯН

### 2.1 Анализ туристических потоков в Китае

Прежде чем обратиться к рассмотрению культурно-познавательного туризма в провинции Хэйлуунцзян, обратимся к характеристике туристических потоков в Китае в целом.

С превращением индустрии туризма Китая в комплексную современную отрасль, в этой стране сформировалась трехсторонняя модель въездного, внутреннего и выездного туризма.

Сначала посмотрим поток внутренних туристов, их число неуклонно росло с 2012 г. по 2019 г. В 2020 г. из-за ограничений, связанных с новой эпидемией коронавирусной пневмонии, общее количество туристов сократилось до 2,9 млрд. чел. В 2021 г. это число возросло до 3,24 млрд. чел. Следует отметить, что рост интереса к внутреннему туризму характерен после пандемии для многих стран. Китай в этом плане не исключение (рисунок 1)<sup>2</sup>.



Рисунок 1 – Динамика прибытий внутренних туристов в Китае в период 2012-2021 гг., 100 млн. чел.

<sup>2</sup> Въездные и выездные туристические прибытия в Китай, доходы, объем потребления и тенденции развития отрасли в 2021 г. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://m.163.com/dy/article/HFFFPQ9R0552SV13.html>.

Доходы от внутреннего туризма составили почти 3 трлн. юаней, выросли на треть, по сравнению с 2020 г.

Въездной туризм в Китае до пандемии рос довольно стабильно (рисунок 2)<sup>3</sup>.



Рисунок 2 – Динамика въезда иностранных туристов в период 2011-2021 гг., 10 тыс. чел.

На рисунке 2 виден обвал туристического потока со 145 млн. чел, до 27 млн. чел в 2020 г.

Что касается выездного туризма, то здесь можно сказать, что ситуация обстоит примерно так же как и с въездным (рисунок 3)<sup>4</sup>.

<sup>3</sup> Въездные и выездные туристические прибытия в Китай, доходы, объем потребления и тенденции развития отрасли в 2021 г. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://m.163.com/dy/article/HFFFPQ9R0552SV13.html>.

<sup>4</sup> Въездные и выездные туристические прибытия в Китай, доходы, объем потребления и тенденции развития отрасли в 2021 г. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://m.163.com/dy/article/HFFFPQ9R0552SV13.html>.





Рисунок 3 – Динамика выездного потока туристов из Китая, в период с 2016 – 2021 г., 100 млн. чел.

В 2019 году поток выезжающих из Китая туристов составлял 155 млн. чел, и в 2020 г он упал до 20 млн., в 2021 г. вырос о 25 млн. чел.

## 2.2 Анализ ресурсов и тенденции развития культурно-познавательного туризма в провинции Хэйлунцзян

Провинция Хэйлунцзян расположена в самой северной части Китая, имеет разнообразный рельеф местности и умеренный климат в течение четырех сезонов, поэтому Хэйлунцзян имеет богатые и уникальные ресурсы культурного туризма, такие как леса летом, луга, экокультурный туризм на водно-болотных угодьях и зимний культурный туризм льда и снега, являются непревзойденными преимуществами для других провинций. В провинции Хэйлунцзян есть ресурсы культурного туризма, фольклорного культурного туризма, культурные туристические ресурсы, исторические и культурные ресурсы, природные экологические туристические ресурсы.

С тех пор, как в 11 - й пятилетке было предложено создать два знаменитых ледяно-снежных туристических города, провинция Хэйлунцзян прилагает все усилия для развития ледяного туризма, не только превратила Харбин и Муданьцзян в всемирную ледяную туристическую столицу и снежный город Китая, но и построила ряд ключевых туристических достопримечательностей для

ледяного и снежного туризма, таких как Харбинский туристический район Солнечного острова, Харбинский мир ледяных и снежных людей, лыжный курорт Ябули туристический район китайского снежного поселка Хайлинь.

В последние годы туристическая деятельность, посвященная ледяному туризму, расцвела по всей провинции Хэйлунцзян, здесь реализуются не только специальные проекты по ледяной пластике и лыжному отдыху, но и ряд фестивалей ледяного туризма, таких как Харбинский фестиваль льда и снега, Китайский международный лыжный фестиваль Хэйлунцзян, Китайский международный фестиваль снега Цзямусы, Фестиваль туризма в поселке Сюэ. Этот шаг, используя уникальные ледяные и снежные ресурсы, значительно способствовал экономическим, социальным, ресурсным и экологическим выгодам сбора Хэйлунцзяна. Кроме того, постоянно развивается и совершенствуется инфраструктура ледяного и снежного культурного туризма, число и масштабы лыжных курортов постоянно расширяются, к концу 2022 года количество действующих площадок S - класса и выше достигло более 30 (рисунок 4).



Рисунок 4 - Лыжный курорт в провинции Хэйлунцзян

Туристические ресурсы народной культуры.

Провинция Хэйлунцзян является многонациональной пограничной провинцией, в которой проживает 53 этнических меньшинства. В Средневековье в

Хэйлунцзяне проживали 10 этнических меньшинств маньчжурских, корейских, монгольских, хуэйских, дарфурских, сибирских, хеджских, орончунских, эвенкийских и киргизских, на долю которых приходилось более 99% всего населения долины. Из-за различий в природной среде различные этнические группы в процессе долгосрочного исторического развития сформировали различные уникальные народные обычаи, такие как диета, одежда, язык, религиозные убеждения, праздники, искусство и так далее. Именно эти уникальные народные и географические культуры национальных меньшинств составляют фольклорные культурные и туристические ресурсы провинции Хэйлунцзян.

Например, народность оранчунь, распространенная в районах Большого и Малого Синганглинга, в основном охотится и дополняется рыболовством, формируя северную культуру рыболовства и охоты на основе экономики рыболовства и охоты. Маньчжуры, корейцы и монголы, проживающие в юго - восточных горах и на равнине Соннен, в основном занимаются сельским хозяйством и кочевым хозяйством, формируя культуру земледелия и кочевого скотоводства на основе сельского хозяйства и кочевого хозяйства.

Мультикультурализм. Провинция Хэйлунцзян является провинцией с большим количеством этнических меньшинств. Все этнические группы интерпретируют различные национальные духи и национальные стили и накапливают различные народные культуры. Слияние и интеграция культур различных этнических меньшинств сформировали уникальные ресурсы фольклорного культурного туризма в провинции Хэйлунцзян, что создало сильную привлекательность для туристов, тем самым способствуя развитию фольклорного культурного туризма.

Оригинальность провинции. Долина Хэйлунцзян расположена в северо - восточном «углу», исторически правительство Цин использовало ее в качестве места для Лунсина и запретило въезд иностранцев. В сочетании с отсталым развитием транспортных условий массовое переселение культурного населения Центральной равнины было относительно поздним. Народная культура провинции Хэйлунцзян в меньшей степени пострадала от иностранной культуры, и

основа сохранила свой исторический облик. Таким образом, оригинальный фольклорный культурный туризм в значительной степени стимулирует интерес туристов и создает сильную привлекательность, чтобы удовлетворить психологию путешественников, ищущих новые, необычные и знания.

Ресурсы культурного туризма.

В 2008 году, с телевизионным хитом «Вэньканьдун», в провинции Хэйлуцзян, где произошло историческое событие, начался бум корневого туризма «прорваться через Канто» и «путешествовать в Канто». Сказанное здесь «поиск корней» недостаточно, чтобы отправиться в Шаньдун, чтобы искать корни, но достаточно, чтобы войти в историю предков «прорваться через Канто» и почувствовать этот великолепный период. «Проникновение в Канто», как одна из крупнейших иммиграционных операций в современной истории страны, является не только историей кропотливой борьбы, но и демонстрирует бесстрашие людей в долине Хэйлуцзян, которые не боятся трудностей, трудолюбия, мужества и самоотверженности.

«Чуан Канто» основан на эмиграции шаньдунцев в Хэйлуцзян в качестве исторического фона, изображает золотоискателей, горных людей, банду лошадей, бандитов, сельскую и городскую жизнь и другие социальные аспекты, демонстрирует богатый фольклор, богатую культуру питания, великолепные и энергичные горные и водные пейзажи, является художественным изображением мелиорации и освоения истории провинции Хэйлуцзян, более энергично продвигает индустрию культурного туризма в провинции Хэйлуцзян. Вокруг «прорваться через Канто», Бюро туризма провинции Хэйлуцзян провело углубленные исследования и раскопки по всем аспектам культуры, туризма, истории, фольклора и природной экологии на линии «прорваться через Канто», чтобы в качестве темы, торжественно запустить туристический маршрут, в рамках которого большинство туристов могли лично испытать древнюю культуру «Канто» и «прорваться через Канто». Тематический бутик-маршрут «Quantong You Longjiang» включает в себя в общей сложности 30 туристических маршрутов, таких как классические культурные туры, кино - и телевизионные туры,

природные примитивные экологические туры, ностальгические туры и харизматические поездки в Канто, в том числе Шаньдун Туен из устья реки Эрцзян в провинции Хэйлуцзян на севере, Лао Цзиньгоу в горах Дасинган на западе, лесное хозяйство в Муданьцзяне на востоке, столетние здания в Харбине на юге, кино - и телевизионная съемочная база в провинции Канто, культурный, экологический туризм и народные обычаи (рисунок 5).



Рисунок 5 - Оранжевые племена

Исторические культурные туристические ресурсы.

Еще в 2016 году правительство провинции Хэйлуцзян организовало создание целевой группы «Охрана, раскопки и использование исторических и культурных ресурсов провинции Хэйлуцзян», которая не только была включена в качестве темы № 1 на идеологическом и культурном фронте провинции Хэйлуцзян, но и систематически анализировала ресурсы культурного туризма провинции Хэйлуцзян. Согласно этому докладу, исторические и культурные ресурсы провинции Хэйлуцзян разделены на десять основных серий, а именно: серия национальных исторических источников, серия национальных народных нематериальных культурных памятников, серия культурных знаменитостей, серия культурных обменов между Китаем и зарубежными странами, серия красных

историй (рисунок 6), серия культурных реликвий, серия исторических событий, серия развития и строительства, серия исторических документов, серия географических стилей.



Рисунок 6 – Крепость победы

Сезонные ресурсы культурного туризма.

Культурные и туристические ресурсы провинции Хэйлунцзян имеют отличительные особенности, в основном это относится к зимним ресурсам ледяного и снежного культурного туризма по всей стране, длительный период снега, хорошее качество снега, много снега, эти условия обеспечивают прекрасную географическую среду для развития ледяного и снежного культурного туризма в провинции Хэйлунцзян. Наиболее известным является Харбинский международный ледовый и снежный мир. Согласно статистическим данным, по состоянию на 2020 год в провинции Хэйлунцзян есть 4 лыжных курорта класса 5S, 4 лыжных курорта класса 4S, 6 лыжных курортов класса 3S, 9 лыжных курортов класса 2S и 7 лыжных курортов класса S. Создание такой инфраструктуры также способствует интеграции культурных и туристических ресурсов.

Разнообразие ресурсов культурного туризма.

Среди туристических достопримечательностей провинции Хэйлунцзян есть 2 мировых геопарка, 3 национальных живописных места, 49 национальных лесных общественных мест, 3 туристических достопримечательностей класса 5A, 53 туристических достопримечательностей класса 4A, 137 туристических достопримечательностей класса 3A, 211 различных природных заповедников провинции, 24 национальных заповедника, первое место в стране. Кроме того,

Харбин входит в десятку крупнейших туристических городов Китая. Данные показывают, что количество ресурсов культурного туризма в провинции Хэйлунцзян разнообразно и разнообразно, что является преимуществом развития индустрии культурного туризма.

Пересечение многокультурности.

Хэйлунцзян Чжэ является многонациональной и разбросанной приграничной провинцией. Помимо ханьцев, в Хэйлунцзяне проживают 10 этнических меньшинств, в том числе маньчжуры, хеже и орончунь. Здесь смешиваются различные культуры и формируется богатый и красочный культурный туризм национальных меньшинств, характерный для Хэйлунцзяна.

Видовое разнообразие растений и животных.

Провинция Хэйлунцзян является крупнейшей провинцией страны по площади девственных лесов и водно-болотных угодий, обеспечивая естественную гарантию выживания видов флоры и фауны. Xiaoxing 'an Ling известен как «родной город сосны», так называемый, здесь производятся деревья в дополнение к сосне, а также секвойя, ель рыбака, лиственница, пихта, белая лоза, тополь, гуйян, кленовая береза, дуб и другие деревья, а также желтая жимолость, тонкий, крылатый копыль и другие кустарники и папоротники, журавль, осока и другие травянистые растения. Существует несколько десятков видов животных, среди которых наибольшее количество - олени, за которыми следуют бурые медведи, черные медведи, дикие кабаны и так далее.

Состояние развития индустрии культурного туризма в провинции Хэйлунцзян.

Опираясь на уникальные ресурсные преимущества и глубокое культурное наследие, индустрия культурного туризма Хэйлунцзяна прошла путь развития от малого до большого, от границы до большого внимания, достигла определенного промышленного масштаба и сформировала промышленную систему.

Развитие туризма в провинции происходит при Государственной поддержке.

Пленум 20 - го съезда КПК ясно дал понять, что «необходимо содействовать интеграции и развитию индустрии культуры с индустрией туризма, спорта, информации, логистики, строительства и т. д.», «активно развивать культурный туризм и играть роль туризма в содействии культурному потреблению», что в полной мере демонстрирует четкое отношение государства к содействию развитию индустрии культурного туризма.

В 2011 году правительство провинции Хэйлуцзян и Бюро туризма усилили поддержку туристических проектов, в течение года провинция инвестировала 15,06 млрд. юаней прямых инвестиций и инвестиций, поддержку получили 280 туристических проектов, уделяется особое внимание осуществлению ежегодных мероприятий по строительству туристических проектов на уровне провинций, городов и уездов.

В 2012 году финансовая индустрия провинции Хэйлуцзян решительно поддержала развитие туризма, сформулировала и обнародовала руководство по кредитной поддержке и поддержала ускоренное развитие туризма в провинции.

В 2012 году правительство провинции Хэйлуцзян организовало экспертов для создания «Плана развития индустрии культурного туризма в провинции Хэйлуцзян» и «Плана развития индустрии культурного туризма в Харбине», которые провели систематические и всесторонние исследования и исследования индустрии, ресурсов и развития культурного туризма в провинции Хэйлуцзян.

В докладе о работе правительства провинции Хэйлуцзян за 2012 год четко указано, что необходимо добросовестно претворять в жизнь дух 6 - го пленума ЦК КПК 17 - го созыва и «мнения провинциального комитета» об осуществлении, углублять реформу культурной системы, создавать группы средств массовой информации, исполнительские группы и группы культурного туризма, а также содействовать культурной реформе и развитию.

В 2013 году Хэйлуцзян воспользовался возможностью «Года китайского туризма» в России, взял тему « Новый снежный сезон в реке Большой Мэйлуцзян, Год китайско-российского культурного туризма», опираясь на достижения в области развития туризма с особенностями северных пейзажей, ключевые



туристические города и процветающие приграничные районы, способствовал развитию индустрии культурного туризма в провинции Хэйлунцзян, чтобы удовлетворить растущие потребности населения в туризме и отдыхе и содействовать здоровому развитию индустрии туризма и отдыха. Содействие строительству национальной системы туризма и отдыха с китайской спецификой, правительство провинции Хэйлунцзян в соответствии с «Мнением Государственного совета по ускорению развития туризма» разработало «Программу национального туризма и отдыха на 2013 - 2020 годы», которая обеспечивает правовую гарантию развития индустрии культурного туризма в провинции Хэйлунцзян<sup>5</sup>.

В начале 2018 года, на специальной конференции по продвижению туристической работы в провинции, директор по туризму провинции Хэйлунцзян дал ясно понять, что необходимо энергично продвигать планирование и строительство туризма, всесторонне осуществлять культурный туризм в провинции, подчеркивать интеграцию и развитие культурного ядра с историческими и культурными городами, городами и деревнями, уделять внимание развитию туристических продуктов с глубоким культурным накоплением нашей философии, историческими и культурными элементами России, обращать внимание на интеграцию с индустрией культуры.

Провинциальный департамент культуры активно создает спектакли на месте, способствует сочетанию культуры и туризма, требует развития культурного туризма, предлагает сосредоточиться на создании нескольких проектов, включая культурный туризм. Опираясь на уникальные ресурсы северных пейзажей и пейзажей, правительство провинции Хэйлунцзян сосредоточило внимание на разработке некоторых проектов, полных опыта и отдыха и развлечений, таких как Харбинский водно-болотный терминал, смотровая площадка озера Синкай, курортная зона горячих источников в северной части Линьдяня, горный пейзаж горы Вудалянчи Нангра и круизный корабль Цзян Хаохуа на арктической границе, которые были хорошо восприняты большинством туристов.

---

<sup>5</sup> Глубокое освоение ресурсов народного туризма в провинции Хэйлунцзян [Текст]. Хан Фули Суйхуа Колледж Журнал, 2011

Кроме того, постоянно исследуются новые отраслевые туристические проекты, такие как туризм на горячих источниках, выставочный туризм, туризм в лесных кислородных барах и экотуризм. Завершение проектирования туристических маршрутов на острове Хейли, проектирование и строительство деревянных эстакад для водно-болотных угодий, чтобы сделать его экологически чистым и красивым туристическим ландшафтом на острове. Объем развития туризма, используемого для строительства известных городов, достиг 100 млн. юаней, в соответствии с принципом «сегодня это бутик, завтра - наследие, послезавтра - культурные реликвии», мы должны сосредоточиться на содействии строительству туристической общественной инфраструктуры, такой как туристические парковки, центры обслуживания пассажиров и туристические логотипы, и ускорить темпы строительства туристических городов.

Масштабы промышленности.

С ростом государственной поддержки и углублением понимания культурного туризма общий объем экономики индустрии культурного туризма неуклонно растет. Вклад туризма в национальную экономику растет с каждым годом. В 2013 году общий доход от туризма в провинции Хэйлуцзян составил 138,6 млрд. юаней, что эквивалентно 9,6% ВВП провинции, а общее число посетителей составило почти 300 млн. человек, увеличившись на 14,87% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Продолжает расширяться индустрия культурного туризма. Растет число туристических достопримечательностей, туристических агентств и звездных отелей. Согласно статистическим данным, в конце 2013 года в провинции насчитывалось 377 туристических достопримечательностей класса А (из них 4 - класса 5А, 61 - класса 4А, 124 - класса 3А, 165 - класса 2А и 23 - класса 1А); В провинции действуют 62 выездных туристических агентства, 51 пограничное туристическое агентство, 557 внутренних и въездных туристических агентств, 2 новых туристических агентства на Тайване; В крупных и средних городах провинции

насчитывается 253 звездных отеля, в том числе 5 пятизвездочных, 50 четырехзвездочных и 126 трехзвездочных<sup>6</sup>.

Растет число учреждений культуры, расширяется сфера культурного туризма. В провинции насчитывается 103 музея, в которых работают 1636 человек, что на 35,5% и 31,4% больше, чем в предыдущем году. Количество посетителей составило 12,19 млн. человек, а добавленная стоимость составила 1125,8 млн. юаней, что на 70% и 42,1% больше, чем в предыдущем году<sup>7</sup>.

Активно использовать различные каналы и каналы для привлечения инвестиций в туризм. В 2022 году были напечатаны «Справочник по туризму и инвестициям в провинции Хэйлунцзян» и «Справочник по инвестициям в ключевые туристические города в провинции Хэйлунцзян», а также определены 85 из 10 основных секторов пейзажа и 30 ключевых туристических городов в Северной стране. Провинциальное бюро туризма провинции Хэйлунцзян и компания Hanyuntong Sanya Travel Investment Co., Ltd. подписали контракт с туристическим городом Хэйлунцзян.

Благодаря национальному плану «11-я пятилетка», в котором подчеркивается необходимость сосредоточения внимания на поддержке развития индустрии культуры Dongfeng, предприятия культурного туризма активно внедряют инновации и постоянно открывают несколько проектов культурного туризма. Харбинский международный ледовый и снежный мир включает в себя не только лучшие отечественные ледовые акробатические шоу и аутентичные контракты на строительство кемпинговых площадок с российским ветряным автопилотом (трейлером) с общим объемом инвестиций около миллиарда юаней. Провинция Хэйлунцзян добилась значительных успехов в привлечении инвестиций туристическими предприятиями на общую сумму 500 млн. юаней, что более чем в два раза больше, чем в предыдущие годы.

Развитие предпринимательства.

---

<sup>6</sup> Глубокое освоение ресурсов народного туризма в провинции Хэйлунцзян [Текст]. Хан Фули Суйхуа Колледж Журнал, 2011

<sup>7</sup> Глубокое освоение ресурсов народного туризма в провинции Хэйлунцзян [Текст]. Хан Фули Суйхуа Колледж Журнал, 2011

Песня и танцы представляют длинную систему « Снежный покров Линьхай » в совершенно новом стиле крупномасштабного шоу на открытом воздухе со льдом и снегом, а также сотрудничество с Diz, чтобы открыть царство мультипликационной ледовой анимации, полностью демонстрируют необычайное очарование тематического парка ледяного туризма самого высокого уровня в мире. Экскурсия Sun Island Snow Expo запустила очень русскую живописную снежную скульптуру «Волосы на Волге» и «Снежный танец», в Волжском поместье состоялся Китайско - российский молодежный лыжный фестиваль, который включает в себя более 10 видов ледяной и снежной деятельности на открытом воздухе, включая катание на лыжах, санные поезда, альпийские сани, альпийский снежный круг и зимнюю рыбалку, что значительно способствовало развитию индустрии ледяного и снежного туризма в провинции Хэйлунцзян.

Все крупные туристические достопримечательности, такие как горнолыжный курорт Ябли и туристический район озера Гумбо, активно совершенствуют городскую инфраструктуру и повышают уровень обслуживания, а также запускают ряд проектов культурного туризма со льдом и снегом, чтобы привлечь внимание туристов со всего мира, создавая новые яркие пятна в зимнем культурном туризме, что значительно способствует развитию индустрии культурного туризма в провинции Хэйлунцзян.

В 2021 году Dalian Wanda Group потратит 20 млрд. юаней на строительство Харбинского культурного и туристического города Ванда, а Malaysia Jianrong Group инвестирует 8 млрд. юаней в строительство Харбинского глобального морского тематического парка, что значительно повысит статус Харбинской индустрии культурного туризма и конкурентоспособность индустрии культурного туризма.

#### Разработка продукции

Провинция Хэйлунцзян является одной из провинций с наибольшим количеством поселений хеже, традиционные произведения искусства хеже, то есть изделия из кожи рыбы, стали отличительными культурными туристическими продуктами Хэйлунцзяна, основные навыки использования кожи рыбы на

кованной оловянной бумаге, трехмерные плоские наклейки, ручные швы вышитых рыбьих шкур, березовой кожи ручные рельефные изделия (картины) и так далее. Основными продуктами являются ручная гравировка, вырезанная из кожи рыбы хеже, ручная вышивка барельефной кожи рыбы, ручная вышивка барельефа из березовой кожи, ручная вышивка благоприятного украшения, одежда хеже, шаман тотем, рыбная кость, оленья кость, рыбная кожа, глубокая обработка туристического сувенира и так далее. Опираясь на богатую географическую среду и традиционные навыки, березовая живопись, ремесла и индивидуальные специальные подарки, туристические сувениры и другие характерные культурные и туристические продукты экспортируются в Россию, Южную Корею, Японию и другие страны, а также в крупные города страны. Кроме того, в провинции Хэйлунцзян в рамках одного из национальных проектов по охране нематериального культурного наследия провинции Хэйлунцзян в качестве ремесла березового производства изготовлены березовые художественные произведения, древние шахматы Цзиньюань и шаманские барабаны, а также ряд культурных продуктов, характерных для Лунцзяна<sup>8</sup>.

Таким образом провинция Хэйлунцзян имеет все шансы стать одним из наиболее привлекательных районов Китая в рамках развития культурно-познавательного туризма.

---

<sup>8</sup> Китай растёт быстрее всех [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://bin.com.ua/templates/analyticarticle.shtml>

### 3 ВЫЯВЛЕНИЕ ПРОБЛЕМ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В ПРОВИНЦИИ ХЭЙЛУНЦЗЯН И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

#### 3.1 Анализ проблем культурно-познавательного туризма в провинции Хэйлунцзян

Хотя развитие индустрии культурного туризма в провинции Хэйлунцзян достигло замечательных результатов, по-прежнему существуют некоторые проблемы, которые не дают эффекта концентрации и не стимулируют всестороннее развитие экономики в целом.

##### 1 Отсутствие общего планирования.

Провинция Хэйлунцзян имеет глубокое культурное наследие, богатые и красочные туристические ресурсы, большое количество культурных и туристических достопримечательностей, все это преимущества Хэйлунцзяна в развитии индустрии культурного туризма. Тем не менее, регионы и районы достопримечательностей не сформировали полную промышленную цепочку, есть отдельные элементы туристской инфраструктуры: элементы питания, проживания, маршрутов, путешествий, покупок, развлечений. Шесть элементов звеньев не сформировали реальной связи. Исследования и разработки продуктов культурного туризма также не имеют новых идей. Они не могут привлечь внимание туристов и вызвать желание купить. Так называемый «хаос» - это недостаточное регулирование рынка культурного туризма, хаос в порядке рынка культурного туризма, например, цены на билеты на некоторые культурные и туристические достопримечательности растут, а некоторые живописные места произвольно снижают цены, чтобы захватить долю рынка, что значительно снижает имидж рынка культурного туризма. Заинтересованные стороны в индустрии культурного туризма не имеют эффективного управления и ответственного сознания. Вышеупомянутые проблемы в значительной степени подрывают сбалансированное развитие промышленной цепочки культурного туризма, в которой «покупка» является

особенно слабым звеном и не играет роли движущей силы потребления, тем самым ограничивая повышение экономической эффективности.

## 2. Копирование известных брендов.

Говоря об уникальном культурном туризме в провинции Хэйлуцзян, основное место занимает ледяной культурный туризм. Харбинский международный фестиваль льда и снега, один из четырех крупнейших в мире фестивалей льда и снега, образованный в результате слияния Харбинского фестиваля льда и снега и Хэйлуцзянского международного фестиваля лыжных лыж, является первой региональной отраслью в истории Китая с основным содержанием льда и снега и пользуется высокой международной репутацией. С момента основания Харбинского фестиваля льда и снега, ледяные фонари, ледяные скульптуры, снежные скульптуры и другие ледяные и снежные культурные туристические продукты в Хэйлуцзяне стали бутиками в национальных проектах ледяного и снежного туризма, и сегодня сформировался известный бренд культурного туризма в Хэйлуцзяне. Тем не менее, развитие ледяного культурного туризма в Китае - это не только привилегия Хэйлуцзяна, Вэйду немного ниже, чем провинции Хэйлуцзян Чанчунь и Ляонин также прилагают усилия для развития ледяного культурного туризма. Например, Чанчуньский фестиваль ледяного и снежного туризма и Международный лыжный фестиваль «Чистая Юэотань», Шэньянский международный фестиваль льда и снега и шахматный мир льда и снега посвящены созданию известных отечественных и даже всемирно известных брендов, что оказывает большое влияние на рыночную долю и конкурентоспособность культурного и снежного туризма в Хэйлуцзяне.

## 3. Отсутствие сложных инноваций.

«Нехватка талантов» является не только серьезной проблемой, которая беспокоит развитие индустрии культурного туризма в провинции Хэйлуцзян, но и широко распространенной проблемой в стране. Развитие индустрии культурного туризма и эффективное использование ресурсов требуют комплексного таланта, который понимает культуру, туризм, рынок и маркетинг. В настоящее время индустрия культуры и туризма в провинции Хэйлуцзян не имеет таких

высококвалифицированных менеджеров и управленческих групп. Многие проекты находятся под руководством «любителей», которые на самом деле не понимают ресурсный потенциал и культурную коннотацию зоны развития, не рационально осваивают ресурсы культурного туризма с инновационной точки зрения, что приводит к значительной потере ресурсов, снижает полноту реализацию социальных и экономических выгод. Поэтому комплексное инновационное развитие и подготовка управленческих кадров являются основными проблемами, которые необходимо срочно решить для развития индустрии культурного туризма в нашей провинции.

#### 4. Отсутствие ведущих предприятий

На протяжении всей консультационной индустрии культурного туризма в Хэйлунцзяне предприятия, которые действительно занимаются индустрией культурного туризма, очень ограничены, особенно отсутствие ведущих предприятий. Несмотря на то, что в течение года наша провинция активно привлекала инвестиции для строительства Харбинского культурного и туристического города Ванда и Харбинского глобального морского тематического парка, она значительно повысила позиционирование индустрии культурного туризма в Харбине и значительно способствовала развитию индустрии культурного туризма в провинции Хэйлунцзян. Пока эти два крупных предприятия культурного туризма находятся в зачаточном состоянии и могут играть ведущую роль в ведущих предприятиях. На данном этапе большинство предприятий культурного туризма основаны на туризме, дополненном культурным туризмом, и существует определенный разрыв с предприятиями культурного туризма в реальном смысле. Таким образом, общая конкурентоспособность значительно отстает от остальной части страны.

#### 5. Единый канал финансирования инвестиций.

В нашей экономической системе, в которой доминирует государственная собственность, развитие индустрии культурного туризма и развитие ресурсов в основном зависят от государственных доходов, а инвестиции социального капитала в эту область сильно ограничены, что приводит к единому каналу



инвестиций и финансирования для развития индустрии культурного туризма в нашей провинции. Его отличительной чертой является то, что нынешняя неделя развития индустрии культурного туризма, в которой доминируют государственные доходы, вряд ли может быть нарушена, что в значительной степени ограничивает возможности и роль децентрализованного и мелкомасштабного социального капитала в индустрии культурного туризма. Кроме того, из-за ограниченных государственных инвестиций и собственных средств предприятий и выставок трудно обеспечить систематическое и полное развитие ресурсов культурного туризма для предварительного планирования, среднесрочной пропаганды и последующей реализации, а также привести к потере ряда ресурсов с потенциалом развития, что делает развитие индустрии культурного туризма в провинции Хэйлунцзян менее динамичным.

### **3.2 Предложения по повышению привлекательности провинции Хэйлунцзян в сфере развития культурно-познавательного туризма**

Индустрия культурного туризма представляет собой сложную и интегрированную систему, которая требует координации и единства всех аспектов правительства, промышленности и предприятий, а также эффективной координации и коммуникации между субъектами и внутри них, чтобы действительно добиться объединения экономических, социальных, ресурсных и экологических выгод.

Варианты повышения привлекательности провинции Хэйлунцзян, как туристического региона могут быть следующими.

#### **1. На правительственном уровне**

##### **1.1 Совершенствование соответствующей вспомогательной политики.**

Во-первых, разработать политику защиты и устойчивого развития культурного туризма с учетом культурных особенностей провинции Хэйлунцзян. Разработка политики сохранения и устойчивого развития ресурсов культурного туризма является важной гарантией защиты ресурсов культурного туризма, а также имеет более сильное руководство для развития индустрии культурного туризма. Новая индустрия культурного туризма находится на решающем этапе роста, разработка политики защиты и устойчивого развития культурного туризма с

учетом культурных особенностей Хэйлунцзян, дальнейшее подчеркивание ценности ресурсов культурного туризма не только способствует региональному расположению индустрии культурного туризма и оптимизации ее внутренней структуры, но и играет ключевую роль в долгосрочном развитии индустрии культурного туризма. На данном этапе некоторые культурные и туристические достопримечательности и продукты в провинции Хэйлунцзян являются неизбежными и сходными, что приводит к серьезному растрате ресурсов культурного туризма. Поэтому мы должны строго придерживаться принципа устойчивого развития «всестороннего планирования, строгой защиты, рационального развития и устойчивого использования», хорошо выполнять работу по планированию защиты и устойчивого развития индустрии культурного туризма, чтобы создать систематическую и полную основу для развития индустрии культурного туризма. Мы должны в полной мере использовать глубокое культурное наследие провинции Хэйлунцзян, продвигать ее превосходную ледяную и снежную культуру, фольклорную культуру, культуру поиска корней, историю и культуру, а также экологическую культуру. Мы должны сосредоточиться на известных достопримечательностях, таких как ледяной и снежный мир Харбина и мировой геопарк Вудалинчи, Залун и горнолыжный курорт Ябли в поселке Цицихар, чтобы сформировать культурно - туристический бренд с международной привлекательностью.

Во-вторых, разработать соответствующую политику поддержки развития крупных предприятий культурного туризма. Предприятия являются ячейками промышленного развития, и только мощные крупные предприятия могут стимулировать совместное развитие других секторов, тем самым формируя эффект масштаба и эффект агрегации в промышленности. Поэтому провинция Хэйлунцзян должна как можно скорее ввести соответствующую политику поддержки развития крупных культурных и туристических предприятий, в том числе предоставить предприятиям прямые экономические субсидии и налоговые льготы, разработать соответствующую финансовую политику для привлечения внешнего капитала, политику привлечения специалистов и так далее.

В-третьих, разработать политику поощрения развития и инноваций продуктов культурного туризма. Несмотря на то, что развитие продуктов культурного туризма в нашей Чжэ начало приносить плоды, известные бренды ограничиваются нематериальным культурным наследием, таким как продукты из кожи рыбы и березовой кожи, очевидно, что развитие продуктов культурного туризма недостаточно, хотя это в значительной степени является причиной самого предприятия, но также имеет определенное отношение к политике. Поэтому правительство провинции Хэйлуцзян должно руководствоваться политикой, поощрять развитие и инновации продуктов культурного туризма и стараться избегать расточительного использования ресурсов в процессе развития.

1.2 Политика стимулирования диверсификации инвестиций и финансирования.

Во-первых, разработать новую инвестиционную преференциальную политику. Для любой отрасли инвестиции в капитал являются необходимой гарантией промышленного развития, необходимо принять диверсифицированную политику стимулирования инвестиций и финансирования и стремиться к совершенствованию системы политики инвестиций и финансирования. В настоящее время инвестиции в строительство индустрии культурного туризма в нашей стране в основном являются государственными финансами, что не только создает большое бремя для государственных финансов, но и ограничивает развитие и рост индустрии культурного туризма, поэтому необходимо разработать новую инвестиционную преференциальную политику, поощрять социальный капитал, включая иностранные инвестиции, к участию в индустрии культурного туризма, например, поощрять иностранных инвесторов к развитию и управлению туристическими предприятиями в форме полного или совместного предприятия, проектного финансирования и т. Д. Поощрение мощных иностранных туристических предприятий к размещению в провинции Хэйлуцзян, предоставление налоговых льгот и других аспектов политики. Предоставление в течение определенного периода времени льгот по освобождению от налогов и сборов и политики свободного ввоза и вывоза капиталов для проектов индустрии культуры и

туризма с иностранными инвестициями для защиты законных прав и интересов иностранных инвесторов. Кроме того, необходимо повысить эффективность использования финансовых средств.

Во-вторых, поощрять диверсификацию инвестиционных каналов. Поощрение диверсификации инвестиционных каналов означает использование различных каналов и каналов для привлечения инвестиций. При этом необходимо скорректировать существующую на данном этапе систему инвестиций и финансирования, в которой доминируют государственные доходы, разрушить барьеры собственности, отменить некоторые ограничения на инвестиции в негосударственные экономические компоненты, ослабить условия для участия социального капитала в индустрии культурного туризма, поощрять другие формы притока капитала в сферу культурного туризма, с тем чтобы индустрия культурного туризма могла широко поглощать социальный капитал и иностранный капитал, тем самым формируя различные формы экономических интересов культурного туризма. Кроме того, правительство должно улучшить мягкую инвестиционную среду и активно направлять субъектов развития ресурсов культурного туризма на постоянное совершенствование накопления капитала и совершенствование инвестиционного механизма. Таким образом, будет сформирована диверсифицированная система инвестиций и финансирования, основанная на государственном финансировании, основанном на социальном капитале, дополненная финансированием на фондовом рынке и иностранными фондами, что обеспечит прочную финансовую поддержку для быстрого развития индустрии культурного туризма.

В-третьих, создать специальный фонд развития индустрии культурного туризма. Создание специального фонда развития является важной мерой поощрения и обеспечения развития индустрии культурного туризма. Специальные фонды могут создаваться административными органами по туризму как за счет бюджетных ассигнований, так и за счет привлечения пожертвований и спонсорства со стороны как отечественных, так и зарубежных организаций и отдельных лиц, под надзором финансового сектора, для строительства туристической

инфраструктуры и ключевых достопримечательностей, совершенствования вспомогательных объектов и систем обслуживания, развития ресурсов культурного туризма, пропаганды и продвижения проектов и продуктов культурного туризма, а также для поддержки известных туристических ремесел, разработки сувениров, продвижения по службе и т.д. Правительства всех уровней должны, насколько это позволяют их финансовые возможности, создавать специальные фонды развития, соответствующие этапам развития индустрии культурного туризма, в первую очередь для строительства и совершенствования инфраструктуры, с тем чтобы включить развитие культурного туризма в планы экономического и социального развития.

### 1.3 Совершенствование инфраструктуры.

Предоставление туристических общественных благ должно осуществляться целенаправленно и поэтапно под руководством правительства, особенно при строительстве инфраструктуры. Такие объекты, как водоснабжение, водоснабжение, системы газоснабжения и объекты общественного обслуживания, такие как центры туристического обслуживания, общественное здравоохранение и безопасность, жилье и питание, звездные отели, дорожное движение и связь, нуждаются в соответствующей преференциальной политике правительства по привлечению различных социальных ресурсов в объекты культурного туризма, активно инвестировать в строительство объектов общественного обслуживания и инфраструктуры. Культурный туризм – это очень комплексная деятельность, которая должна быть сосредоточена не только на его экономических и социальных выгодах, но и на его экологических и ресурсных выгодах с точки зрения устойчивого развития. Таким образом, строительство и совершенствование инфраструктуры – это не только процесс полной промышленной базы, но и процесс координации, планирования, развития и защиты.

## 2. Промышленный уровень.

2.1 Рациональное планирование специальных маршрутов культурного туризма.

В настоящее время многодневные экскурсии по различным темам изобилуют и широко приветствуются людьми, у которых мало свободного времени. Эта «многодневная экскурсия» не только содержит множество тем, но и может быть гибко изменена в соответствии с потребностями туристов, что делает ее оптимальным выбором туристических маршрутов, соответствующих времени и пространству. Однако при планировании маршрутов необходимо обратить внимание на то, чтобы старые полосы были новыми, большие полосы были небольшими, а сильные полосы были слабыми, чтобы еще больше расширить ресурсы культурного туризма. Провинция Хэйлунцзян богата культурными и туристическими ресурсами, планирование специальных культурных и туристических маршрутов может сочетаться с сезоном, живописные места в том же направлении или соседних районах в качестве точки отсчета маршрута для последовательного формирования специальных культурных туристических маршрутов; Также можно использовать ресурсные характеристики в качестве основного тона, дизайн различных тем: например, китайско-российский пограничный озерный тур, оригинальный лесной кислородный бар, двухуровневый скачок в северо-восточном Китае, веселый осенний сбор урожая в Северном Дакуре, вулканический сухопутный туризм, лесной снежный и снежный туризм.

2.2 Расширение рыночного пространства для индустрии культурного туризма.

Индустрия культурного туризма имеет широкий спектр пространственного излучения и широкие перспективы для потенциального рынка. Провинция Хэйлунцзян граничит с Россией, в Европе и России много зданий, похожих на народные обычаи, по сравнению с другими провинциями и городами Китая, Хэйлунцзян Фан для российского рынка гостеприимства достиг полного развития. Однако для международных рынков за пределами России провинция Хэйлунцзян значительно отстает от других провинций и городов. Поэтому необходимо принять решительные меры для привлечения иностранных туристов и расширения рыночного пространства индустрии культурного туризма.

Прежде всего, мы должны разработать ряд уникальных культурных туристических бутиков по льду и снегу в провинции Хэйлуцзян, воспользоваться возможностью проведения Харбинского международного фестиваля льда и снега, популяризировать и продвигать отличительные продукты по этой теме, привлекать больше иностранных и гонконгских, австралийских и тайваньских туристов в Хэйлуцзян, чтобы индустрия культурного туризма сделала прорыв в въезде и туризме. Кроме того, мы должны укреплять обмены и сотрудничество с крупными туристическими предприятиями и неправительственными организациями как внутри страны, так и за рубежом, активно внедрять передовые таланты, капитал, технологии, проекты и управленческий опыт как внутри страны, так и за рубежом, создавать международные маркетинговые сети и повышать международную известность культурного туризма в провинции Хэйлуцзян. В-третьих, мы должны прилагать усилия по деталям услуг по приему, укреплять понимание народных обычаев и социального этикета во всем мире, специализироваться на обучении и обучении услугам, связанным с культурным туризмом за рубежом, еще больше повышать международный имидж провинции Хэйлуцзян и расширять международное рыночное пространство индустрии культурного туризма.

### 2.3 Совершенствование и расширение производственной цепочки культурного туризма.

Совершенствование производственной цепочки культурного туризма заключается в том, чтобы решить проблему «рассеивания, хаоса и плохого», существующую в промышленной цепочке, и поддерживать ее сбалансированное развитие. Для «рассеянных», необходимо совершенствовать объекты государственной службы и инфраструктурное строительство, связать шесть элементов звеньев «еда, проживание, линия, плавание, покупка, развлечение», сформировать полную промышленную цепочку. В ответ на «хаос» правительство должно обнародовать соответствующую политику, регулирующую рынок культурного туризма, усилить надзор за рынком культурного туризма, приложить усилия для исправления хаотичного рыночного порядка, бороться с действиями,

нарушающими рыночную среду, и обеспечить упорядоченную стабильность рынка. В ответ на «плохое» мы должны укрепить дух сопричастности соответствующих заинтересованных сторон в индустрии культурного туризма, повысить их культурную грамотность, культивировать их чувство целостности и мобилизовать их энтузиазм как субъектов индустрии культурного туризма.

Расширение промышленной цепочки культурного туризма должно осуществляться как горизонтальным сотрудничеством, так и вертикальным углублением. Во-первых, горизонтальное сотрудничество должно нарушить региональные границы, интегрировать региональные ресурсы культурного туризма, создать систему сотрудничества для общего планирования, общего развития и совместного маркетинга различных секторов в межрегиональной промышленности; Во-вторых, вертикальное и углубленное расширение производственной цепочки культурного туризма означает, что мы должны обратить внимание на вспомогательное развитие отраслей вверх и вниз по течению индустрии культурного туризма, включая строительство объектов и инфраструктуры государственных услуг, разработку и разработку сувениров культурного туризма и т. Д. Наконец, на основе горизонтального сотрудничества и глубокой вертикальной интеграции мы должны сделать хорошую работу по общему планированию развития индустрии культурного туризма, оптимизировать промышленную структуру, поощрять кластерное развитие индустрии культурного туризма, а индустрия культурного туризма в качестве основного стимула для развития связи между транспортом, питанием, информацией, жильем и другими смежными отраслями промышленности.

### 3 Корпоративный уровень

#### 3.1 Создание уникальных продуктов культурного туризма

Чтобы создать продукт культурного туризма с особенностями провинции Хэйлунцзян, мы должны сначала проанализировать местные особенности провинции Хэйлунцзян, такие как ледяной и снежный культурный туризм, народный культурный туризм, красный культурный туризм, пограничный культурный туризм и другие специальные туристические проекты. Тем не менее,



большинство продуктов культурного туризма в провинции Хэйлунцзян не имеют глубоких культурных коннотаций и местных особенностей и не имеют точной упаковки продуктов с культурными особенностями. Поэтому развитие специальных культурных и туристических продуктов в провинции Хэйлунцзян должно сочетать эти местные особенности, разрабатывать и производить туристические товары и сувениры с историческими и культурными коннотациями и уникальными особенностями провинции Хэйлунцзян. Кроме того, мы должны обратить внимание на защиту и продвижение бренда культурного туризма. Сегодня, когда наука и техника быстро развиваются, пропаганда и продвижение являются одним из необходимых средств маркетинга продуктов культурного туризма. Необходимо объединить традиции с современными средствами пропаганды, включая интернет - маркетинг, кино - и телевизионную пропаганду, продвижение средств массовой информации, проведение форумов и семинаров по темам, связанным с культурным туризмом, создание базы культурного туризма и т. Д. Такие, как Диснейленд, комплекс Цяоцзя в Шаньси и «Форум туризма Яньчжао» в Шицзячжуане, являются типичными примерами как внутри страны, так и за рубежом.

3.2 Поощрение предприятий к полному использованию культурного наследия ресурсов культурного туризма.

Индустрия культурного туризма – это комплексная отрасль, основанная на культуре как ядре и туризме как носителе. Для индустрии культурного туризма ее самая человеческая ответственность заключается в том, чтобы в полной мере использовать культурное наследие индустрии туризма и полностью отражать культурную коннотацию ресурсов. Чтобы сберечь свое культурное наследие, мы должны сделать два аспекта. Во-первых, мы должны выбирать культурные коннотации, которые имеют сами ресурсы культурного туризма, но не были раскопаны. Во-вторых, мы должны и далее регулировать и совершенствовать культурную коннотацию, которая была раскопана. В-третьих, мы должны найти новые культурные коннотации, вытекающие из прогресса времени. Развивая ресурсы культурного туризма, мы должны умело использовать различные формы,

сочетать культурные особенности ресурсов с рыночным спросом, всесторонне и под разными углами, чтобы показать культурное наследие ресурсов, удовлетворить общественный интерес, тем самым привлекая туристов, чтобы остановиться. Наиболее представительным является то, что Харбинский ледяной и снежный мир запустил крупномасштабный внешний ледяной и снежный пейзаж бамбука, чтобы исполнить один лесной снежный покров, великолепный ледяной и морской импульс, чтобы сделать героические поступки национальных героев еще более впечатляющими. Из этого можно сделать вывод, что развитие ресурсов культурного туризма и формы продуктов культурного туризма являются неординарными, и только инновации могут лучше использовать их.

### 3.3 Повышение качества человеческого капитала.

Создание института талантов для обеспечения гарантий человеческого капитала в индустрии культурного туризма. Организация талантов – это специализированное учреждение по развитию людских ресурсов, состоящее из специалистов с высшим званием в области культурного туризма и хорошей этикой, в обязанности которого входит создание «базы данных о людских ресурсах в индустрии культурного туризма», развитие и подготовка людских ресурсов в сфере культурного туризма, анализ спроса на кадровые ресурсы, координация распределения людских ресурсов между туристическими достопримечательностями провинции, предприятиями культурного туризма, Принимаются различные меры по привлечению отечественных и зарубежных талантливых специалистов, трудоустройству человеческого капитала для культурного туризма и т.д. Строгая политика в области занятости. Правительство провинции Хэйлунцзян и Бюро туризма должны принять законодательные акты, создать нормативную систему и принять эффективные меры для регулирования порядка работы и занятости людских ресурсов в индустрии культурного туризма.

Во-первых, создать строгую систему ввода в должность. Вводная занятость работников туристической отрасли должна осуществляться в строгом соответствии с национальными законами и правилами и всегда подвергаться

надзору и проверке со стороны сотрудников административных правоохранительных органов.

Во-вторых, система оценки квалификации специалистов - практиков. Национальное управление по туризму четко определило, что соответствующие работники должны соблюдать систему оценки, а предприятия должны сотрудничать в проведении оценки. Поскольку Хэйлунцзян относится к приграничной провинции, граничащей с Россией и Северной Кореей, доля иностранных туристов, въезжающих в страну, значительно больше, чем в другие страны, поэтому развитие индустрии культурного туризма в провинции Хэйлунцзян особенно нуждается в специалистах, владеющих русским и корейским языками и оценивающих их уровень владения этими иностранными языками. Кроме того, для профессиональной квалификации также должен быть установлен «срок годности», с интервалом в определенное время должна быть переоценка, чтобы побудить практикующих улучшить техническое мастерство и профессионализм.

В-третьих, четкая система вознаграждения и наказания. б) создание системы вознаграждения за работу и системы штрафных санкций, например, за заслуги в конце каждого года. В случае нарушения соответствующих положений баллы вычитаются, а удерживаемые баллы достигают определенного уровня, то есть дисквалифицируются. Это побуждает всех стремиться к совершенству и повышать качество людских ресурсов.

Повышение уровня человеческого капитала. Человеческий капитал является первым капиталом в современном корпоративном капитале и третьим элементом, влияющим на культурное наследие и развитие туризма. Рассматривая индустрию культурного туризма в провинции Хэйлунцзян, человеческий капитал серьезно недостаточен, особенно на стадии развития, но не имеет творческих навыков планирования и навыков управления маркетингом высококлассных талантов. Поэтому провинция Хэйлунцзян должна принять определенные меры для улучшения ситуации. Во-первых, расширить масштаб подготовки кадров, направлять и поддерживать школы в открытии дисциплин, связанных с культурным туризмом, и ускорить подготовку высококвалифицированных практических

и сложных талантов. Во-вторых, изменить методы обучения и образования, открыть профессионально - технические училища культурного туризма, построить профессиональную стажировку и учебную базу культурного туризма, пригласить известных экспертов для участия в обучении, открыть лекции, укрепить уместность и практичность обучения, объединить промышленность и дисциплину, чтобы действительно «учиться на практике». В-третьих, совершенствовать систему подготовки кадров, повышать качество подготовки кадров, создавать и совершенствовать систему подготовки специалистов по культурному туризму, чтобы они понимали богатую историческую и культурную коннотацию своего региона и опирались на ресурсы, а также здравый смысл туристических услуг, повышать имидж живописных мест. В-четвертых, ускорить подготовку и отбор иностранных экскурсоводов и лекторов, обратить внимание на подготовку историко-культурных знаний и всесторонней грамотности, а также подготовить высококвалифицированных золотых гидов, специализирующихся на услугах по культурному туризму при въезде и выезде. Наконец, принять решительные меры по привлечению высококвалифицированных специалистов в области культурного туризма из других регионов страны и за рубежом, а также ввести соответствующую политику гарантий для формирования механизма привлечения, удержания и использования живых талантов.

Примеры достопримечательностей, которые могут быть использованы для привлечения внутренних, а также иностранных туристов, приведены в приложении А.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

С 21 - го века, движимый глобальной экономической интеграцией и непрерывным научно - техническим прогрессом, индустрия культурного туризма быстро развивается во всем мире и становится важной тенденцией в современном экономическом и социальном развитии, а также важным показателем общей конкурентоспособности стран и регионов. В Китае с 5000 - летним историческим и культурным наследием культурный туризм, как новая отрасль трансграничной интеграции, расширяет коннотацию индустрии культуры и туризма и играет незаменимую роль в экономическом и социальном развитии и повышении конкурентоспособности в процессе строительства индустрии культуры в качестве основной отрасли. Используя сочетание качественного и количественного анализа, сочетание нормативного анализа и эмпирического анализа, сочетание сравнительного анализа и всесторонней индукции и других методов, мы проанализировали состояние и проблемы развития индустрии культурного туризма в провинции Хэйлунцзян. Аналитические модели использовались для оценки конкурентоспособности индустрии культурного туризма в четырех провинциях Шаньдун, Ляонин, Цзилинь и Хэйлунцзян с аналогичными условиями.

Индустрия культурного туризма – это новый тип отрасли, который объединяет и развивает индустрию культуры и туризма. В условиях глобальной экономической интеграции развитие индустрии культурного туризма является неизбежным результатом. На данном этапе научные круги мало изучают индустрию культурного туризма, а результаты исследований индустрии культурного туризма в провинции Хэйлунцзян недостаточно богаты. В этой статье рассматривается, как провинция Хэйлунцзян развивает индустрию культурного туризма, путем обобщения отечественных и зарубежных исследований, прежде всего, выдвинуть личное понимание автором основных концепций индустрии культурного туризма. Во-вторых, провести углубленный анализ классификации ресурсов культурного туризма в провинции Хэйлунцзян, статус индустрии культурного туризма и существующих проблем, а также использовать сочетание

качественных и количественных методов для анализа оценки конкурентоспособности посредством построения иерархической аналитической модели. Наконец, выдвигаются практические контрмеры и предложения по развитию индустрии культурного туризма в провинции Хэйлунцзян и реальной ситуации. Это исследование имеет большое значение для повышения конкурентоспособности индустрии культурного туризма в провинции Хэйлунцзян и содействия экономическому развитию провинции Хэйлунцзян. Основные выводы, содержащиеся в этом документе, заключаются в следующем:

Во-первых, развитие индустрии культурного туризма - это путь к устойчивому развитию экономики провинции Хэйлунцзян. Провинция Хэйлунцзян, как крупная провинция с многочисленными ресурсами культурного туризма, должна использовать свои преимущества для ускорения развития индустрии культурного туризма и содействия повышению экономических и социальных выгод провинции Хэйлунцзян.

Во-вторых, исходя из развития индустрии культурного туризма в провинции Хэйлунцзян, ресурсы культурного туризма классифицируются с точки зрения характеристик как ледяные и снежные ресурсы культурного туризма, ресурсы фольклорного культурного туризма, ресурсы культурного туризма для поиска корней, исторические и культурные ресурсы, природные экологические и культурные туристические ресурсы, и основное внимание уделяется нынешнему состоянию индустрии культурного туризма в провинции Хэйлунцзян, таким как усиление государственной поддержки и постоянное расширение индустрии культурного туризма, Инновационные способности владельцев предприятий культурного туризма постоянно совершенствуются, и строительство специальных продуктов культурного туризма начинает приносить плоды.

В-третьих, на основе изучения состояния развития индустрии культурного туризма в провинции Хэйлунцзян был проведен анализ существующих проблем: отсутствие общей интеграции планирования, влияние известных брендов культурного туризма, отсутствие сложных инновационных талантов, отсутствие ведущих предприятий и единого канала инвестиций и финансирования.

Наконец, с трех уровней правительства, промышленности и предприятий выдвигаются контрмеры и предложения по развитию индустрии культурного туризма в провинции Хэйлунцзян: совершенствование соответствующей вспомогательной инфраструктуры, диверсификация инвестиционных и финансовых стимулов, совершенствование инфраструктуры. Рациональное планирование специальных культурных и туристических маршрутов, расширение пространства промышленного рынка, совершенствование и расширение промышленной цепочки. Создавать специальные продукты культурного туризма, в полной мере использовать культурное наследие ресурсов культурного туризма, повышать уровень элементов человеческого капитала и так далее.

## БИБЛЕОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Анализ концепций, связанных с культурным туризмом [Текст]. – Жэнь Гуаньвэнь. Туристический форум, 2009.
- 2 Бюро статистики Китая [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://data.stats.gov.cn/english/easyquery.htm?cn=C01> – 23.05.2023
- 3 Въездные и выездные туристические прибытия в Китай, доходы, объем потребления и тенденции развития отрасли в 2021 г. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://m.163.com/dy/article/HFFFPQ9R0552SV13.html>.
- 4 Гастрономические туры в Китай [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.turizm.ru/china/articles/gastronomicheskie\\_tury\\_v\\_kitaj/](https://www.turizm.ru/china/articles/gastronomicheskie_tury_v_kitaj/).– 14.03.2023.
- 5 Глубокое освоение ресурсов народного туризма в провинции Хэйлунцзян [Текст]. Хан Фули Суйхуа Колледж Журнал, 2011.
- 6 Журавлев, А. Что ждёт туриста в Китае? [Текст] / А. Журавлев//Культурная эволюция Сибири. - Новосибирск, 2011. - №3– с 34-39.
- 7 Исследование основных историко - культурных ресурсов западной провинции Хэйлунцзян [Текст]. – Чжоу Янь; Ван Шуо. Цицикарский университет Журнал (изда-ние философских и социальных наук), 2011.
- 8 Китай растет быстрее всех [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://bin.com.ua/templates/analiticarticle.shtml>
- 9 Китай: универсальная модель модернизации [Текст]: материалы ауч. семинара «Современные проблемы развития» // Мировая экономика и международные отношения. - 2009. - № 7. - С. 43—55.
- 10 Культурный туризм и культурный анализ туризма [Текст]. – Чэнь Дунсинь. Коммерческая культура (вторая половина месяца), 2011.
- 11 Международный туризм сохраняет импульс, несмотря на трудности [Электронный ресурс] / пресс-релиз ЮНВТО. – Режим доступа: <http://media.unwto.org/en/press-release/2011-06-30/international-tourism> – 21.03.2023.



12 Статистика по провинции Хэйлуцзян [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://data.stats.gov.cn/english/easyquery.htm?cn=E0103> – 21.03.2023.

13 Сунь, Я. О путях повышения уровня китайско-российского сотрудничества [Текст] /Я.О. Сунь// Проблемы Дальнего Востока. - 2013. - №6. - С. 88-92.

14 Туристическая ассоциация «Мир без границ» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://visit-russia.ru/> – 21.03.2023.

15 Фэн, Ин. Ускорение развития туризма в целях содействия устойчивому и здоровому развитию туризма [Текст] /Ин Фэн // Китай. Новости туризма. – 2010. – 21.03.2023.

16 Чжан, Би Юй. Государственная политика развития внутреннего туризма в Китае [текст] // Би Юй Чжан // Вестник университета (Государственный университет управления). – 2014. –№21 – стр. 64-66 – 0,19 п.л.

17 Чжан, Би Юй. Государственное регулирование развития туризма (на примере Китая) [Текст] / Би Юй Чжан // Научное обозрение, серия 1. Экономика и право. ЗАО «Издательство Экономическое образование». –2014. – №6 – С.41-44.

18 Юй, И. Изменение государственной политики поддержки предпринимательства в туристической сфере Китая [Электронный ресурс] /И. Юй // Наукоедение. – 2014. – № 2. – Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/156EVN214.pdf>

19 Perspectives Chinese tourist market [Электронный ресурс]//- Режим доступа:[http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/www.bj.xinhuanet.com/fw/2014-01/08/c\\_118884137.htm](http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/www.bj.xinhuanet.com/fw/2014-01/08/c_118884137.htm)

20 Skinner, G. William, Marketing and Social Structure in Rural China: part III //Journal of Asian Studies, 2004- pp.363-399.

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица 1 - Примеры достопримечательностей провинции Хэйлунцзян, которые можно использовать при организации культурно-познавательного тура

№	Достопримечательность	Краткое описание достопримечательности
1	Археологические раскопки в Цзиньшанцзин-Хуйнинфу	Археологические раскопки стоянки Цзиньшанцзин, стоянки Жаохэ Сяонаньшань и стоянки Дацин Цзюцзянь сыграли важную роль в углубленном изучении региональной цивилизации Хэйлунцзян в происхождении, формировании и развитии китайской цивилизации.
2	Арктическая деревня Мохэ	Арктическая деревня расположена в поселке Мохэ, город Мохэ, район Дасинаньлин, провинция Хэйлунцзян, на 53°33'30" северной широты и 122°20'27,14" восточной долготы, а также является самым северным городом Китая. Древний Мохэ имеет долгую историю и культуру, а исторические места династии Цин и японского марионеточного периода можно увидеть повсюду, особенно в «Долине румян» вдовствующей императрицы Цыси и «Древняя Золотая Дорога».
3	Ледяной и снежный мир Харбина	Мир льда и снега Харбина был основан в 1999 году. Муниципальное правительство Харбина в полной мере использовало преимущества ледяного и снежного времени и пространства Харбина, и запустил беспрецедентный сверхмасштабный ледовый и снежный проект. Бутик-проект «Ледяной и снежный мир реки Сунгари в Харбине» демонстрирует миру неповторимое очарование ледяной и снежной культуры и ледово-снежного туризма в Харбине, известном северном городе.
4	Швейная фабрика Санджун	Место рождения Временного провинциального комитета партии Северной Маньчжурии — Тангличуаньская антияпонская армейская швейная фабрика. Летом 1936 года три армии антияпонской войны срочно нуждались в зимней одежде, и организация решила передать Цзинь Боуэна и Цзян Синьюй трем армиям для участия в создании трех армейских швейных фабрик. Тангличуань (Маоэршань) был выбран местом для швейной фабрики Санджун.
5	Центральная улица Харбина	Улица с самым «иностранным колоритом» в Харбине – это Центральная улица (ранее известная как Китайская улица). Те, кто никогда не был в Москве, Париже, Риме и Греции, могут оценить особенности этих городских зданий на этой улице.

Продолжение таблицы 1

6	Мемориальная башня Победы в борьбе с наводнениями в Харбине	Мемориальная башня Победы в борьбе с наводнениями в Харбине. Он расположен на южном берегу живописной реки Сунгари, на берегу реки в районе Даоли города Харбин, на конечной площади Центрального проспекта. Он был построен в 1958 году в память о победе харбинцев над катастрофическим наводнением 1957 года и является символом этого героического города.
---	---	--