

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 – Международный туризм
Направленность (профиль) образовательной программы – Международный туризм

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

И.о. зав. кафедрой

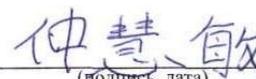
 В.В. Ульянова

«22» июня 2023 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

на тему: Промышленный туризм в Китае: состояние и перспективы развития

Исполнитель
студент группы 134-ом


(подпись, дата)

Чжун Хуэйминь

Руководитель
доцент, к.п.н.


(подпись, дата)

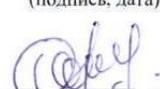
В.В. Ульянова

Руководитель
магистерской программы


(подпись, дата)

С.В. Феоктистов

Нормоконтроль


(подпись, дата)

О.В. Шпак

Рецензент
генер. директор
«Бон Вояж»


(подпись, дата)

О.А. Кушнарёва

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

« 01 » апреля 2023 г.

ЗАДАНИЕ

К магистерской диссертации студента Чжун Хуэйминь

1. Тема магистерской диссертации: Промышленный туризм в Китае: состояние и перспективы разв
2. Сроки сдачи студентом законченной работы 10.06.2023
3. Исходные данные к магистерской диссертации: учебная литература, законодательные и нормативные акты, статистическая информация, интернет-источники
4. Содержание магистерской диссертации (перечень подлежащих разработке вопросов): Теоретические основы промышленного туризма, виды промышленного туризма, анализ промышленного потенциала для развития туризма, формирование программы нового туристского продукта с использованием промышленного потенциала Китая
5. Перечень материалов приложения (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстрационного материала и т.п.): наличие таблиц, графиков, рисунков, схем, подтверждающих текстовый материал
6. Дата выдачи задания 01.04.2023

Руководитель магистерской диссертации: В.В. Ульянова к.п.н., доцент каф. МБиТ

Задание принял к исполнению (дата): _____

 Хун Ин
(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Магистерская диссертация содержит 73 с., 14 рисунков, 4 таблицы, 26 источников

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ, ТУРИЗМ, ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ, ТУРИСТСКИЕ РЕСУРСЫ, SWOT-АНАЛИЗ, ТУРПРОДУКТ, ТУРИСТСКИЙ МАРШРУТ.

Магистерская диссертация написана на тему: Промышленный туризм в Китае: состояние и перспективы развития

Китай имеет огромный потенциал для развития разных видов туризма. В последнее время в стране наиболее востребованным становится промышленный туризм. Самим китайцам очень интересно посещать крупные производства в познавательных целях.

Объектом магистерского исследования является промышленный туризм Китая. Предметом исследования являются особенности организации промышленного туризма на предприятиях Китая.

Целью магистерского исследования является изучение особенностей развития промышленного туризма в Китае и перспектив его развития.

В первой главе определены теоретические основы промышленного туризма. Во второй главе рассматриваются особенности промышленного потенциала в Китае. В третьей главе проанализированы основные направления в развитии промышленного туризма в Китае и проведено социологическое исследование среди китайских респондентов с целью выявления востребованности промышленного туризма и предпочтений в его организации. Разработана программа нового промышленного туристского маршрута.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1. Теоретические основы развития промышленного туризма в Китае	6
1.1 Понятие и сущность промышленного туризма в научной литературе	6
1.2 Принципы и виды организации промышленного туризма	9
1.3 Опыт организации промышленного туризма в Китае и мире	15
2. Анализ современного состояния промышленного туризма в Китае	23
2.1 Туристский промышленный потенциал Китая и анализ его современного состояния	23
2.2 Промышленные объекты и предприятия Китая	27
2.3 SWOT – анализ развития промышленного туризма в Китае	33
2.4 История развития промышленного туризма в Китае	41
2.5 Анализ современных условий для развития промышленного туризма	47
3. Формирование нового туристского продукта для промышленного туризма в Китае	52
3.1. Обоснование спроса и предпочтений на промышленный туризм у респондентов из Китая	52
3.2. Проектирование нового туристского маршрута «Путешествие по истории промышленности» и его экономическое обоснование	57
Заключение	66
Библиографический список	68

ВВЕДЕНИЕ

Туристы из Китая – это огромный потенциал для развития туристского рынка не только внутри страны, но и для многих государств мира. Создавая конкурентные благоприятные условия китайских туристов стараются привлечь многие страны. В связи с такой ситуацией путешествуют не только внутри страны, но и выезжают за пределы Китая. Во пандемийный период ограничений и послепандемийный период в Китае стал активно развиваться внутренний туризм, особое внимание стали уделять разнообразию и направлению новых туристских маршрутов.

Китай имеет огромный потенциал для развития разных видов туризма. В последнее время в стране наиболее востребованным становится промышленный туризм. Самим китайцам очень интересно посещать крупные производства в познавательных целях. По данным информационного агентства Синьхуа до пандемии центры промышленного туризма по всей стране принимали около 140 млн туристов ежегодно с общей выручкой 21,3 млрд юаней. При этом ставились цели ежегодно привлекать к промышленному туризму 240 млн человек, а ежегодные доходы от такого рода туризма должны достигать 30 млрд юаней или 4,5 млрд долларов США.

Для этого Государственным управлением по делам туризма КНР разработан план по развитию промышленного туризма, в качестве образцовых баз промышленного туризма государственного уровня было выбрано 20 предприятий, занятых в производстве вина, китайской водки, лекарств, молочной продукции, изделий из шелка, фарфора и косметики.

К началу 2020 года объем внутреннего туризма в Китае достиг 7 миллиардов человек. По оценкам китайских экспертов, промышленные объекты посетили от 700 млн до 1 млрд туристов. Поступления от промышленного туризма составили 10 млрд юаней (общий объем во всей отрасли – 1.13 трлн

юаней). Все это говорит о том, что промышленный туризм Китая обладает большим потенциалом для развития.

Объектом магистерского исследования является промышленный туризм Китая.

Предметом исследования являются особенности организации промышленного туризма на предприятиях Китая.

Целью магистерского исследования является изучение особенностей развития промышленного туризма в Китае и перспектив его развития.

Цель определила решение комплекса следующих задач:

- 1) Определить теоретические основы промышленного туризма.
- 2) Выявить и рассмотреть особенности промышленного потенциала в Китае.
- 3) Проанализировать основные направления в развитии промышленного туризма в Китае.
- 4) Провести социологическое исследование среди китайских респондентов с целью выявления востребованности промышленного туризма и предпочтений в его организации.
- 5) Разработать программу нового промышленного туристского маршрута.

Методологической основой магистерской исследовательской работы являются труды таких ученых, как Чжан Би Юй, Ван Тин, Чжан Цзянь, Лю Шиян, М. В. Ефремова, Е.А. Куклина и др.). Наряду с исследованиями, опубликованными в статьях ученых, использовались результаты социологического опроса, проведенного автором в марте 2023 года. Результаты опроса приводятся в магистерской работе.

При написании магистерской работы использовались методы теоретического анализа, метод сравнения, графического моделирования, статистические и социологические методы исследования.

Практическая значимость магистерского исследования видится в использовании нового промышленного туристского маршрута в деятельности туристских фирм, что позволяет расширить возможности внутреннего туристского рынка Китая.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА

1.1 Понятие и сущность промышленного туризма в научной литературе

Такие вопросы, как определение, значение развития и условия развития промышленного туризма, являются узловыми точками в изучении промышленного туризма, поэтому необходимо провести углубленный и тщательный, рациональный и объективный анализ.

Анализ литературы по промышленному туризму определил, что в настоящее время в Китае стало меньше результатов исследований в области промышленного туризма, и большинство из них представляют собой поверхностные исследования, в которых описывается развитие промышленного туризма, но отсутствует теоретический и практический анализ, обобщение имеющегося опыта в сфере промышленного туризма.

Причины этого в основном связаны с стадией развития промышленного туризма. В настоящее время промышленный туризм Китая — это новое направление, которое все еще находится на стадии исследования. Поэтому к определению термина «промышленный туризм» существует много подходов, нет четкости формулировки. Это связано с тем, что туристский рынок для промышленного туризма еще не сформирован.

Общее количество предприятий, которые занимаются промышленным туризмом незначительно, деятельность осуществляется фрагментарно, практически не осуществляется обмен опытом, не отрабатываются методы и формы работы с туристами. Что способствует небольшому количеству статистических данных для анализа развития промышленного туризма. Выгоды от промышленного туризма не столь значительны, как доходы

от основной деятельности предприятия. Слабость самого промышленного туризма в определенной степени затрудняет исследования в области терминологии и направлений развития промышленного туризма, ограничивает глубину исследований и напрямую влияет на универсальность и актуальность результатов исследований.

Обобщая имеющийся опыт китайских и российских ученых, мы определили разные подходы к понятию «промышленный туризм». На основе анализа разных точек зрения, мы пришли к выводу, что это определение в основном включает в себя три аспекта: характер промышленного туризма, его объект и цель. Очевидно, что характер промышленного туризма, объект туризма и цель туризма являются тремя элементами, необходимыми для определения промышленного туризма.¹

По мнению большинства китайских ученых промышленный туризм – это туристическая привлекательность, основанная на существующих и сохранившихся заводах, предприятиях, предприятиях, на всех связанных с промышленностью элементах, таких как производственный процесс промышленных предприятий, фабричный стиль и стадии производства, жизненные условия рабочих, культура промышленных предприятий и уникальное промышленное архитектурное искусство, которые направлены на то, чтобы удовлетворить потребности туристов в знаниях и поиске новых идей путем проектирования упаковки для туризма. Искать вдохновение и другие разнообразные материальные и духовные потребности, предлагая комплексные туристические продукты, объединяющие знания, покупки, осмотр достопримечательностей и многие другие аспекты.

¹MaFuying. Исследование стратегии этапного финансирования туристических предприятий живописного типа / MaFuying // Хунаньский нормальный университет– 2012 – С. 12-15.

Основные результаты анализа понятия «промышленный туризм» в российской, зарубежной и китайской литературе представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Основные подходы к определению понятия «промышленный туризм»

Автор	Содержание понятия
Саймонс	индустриальный туризм – это использование в качестве объектов показа только индустриальные промышленные центры, где прежде всего представлены технологии производства
Э.Э. Фрю	индустриальный туризм понятие шире, чем промышленный туризм. При этом промышленный туризм это посещение туристами рабочих мест на предприятиях
Д. Соезом	промышленный туризм – это вид туризма, в рамках которого осуществляется посещение туристами, действующих и недействующих промышленных предприятий
Ж. Р. Морис	промышленный туризм – это отдельная категория туризма, в рамках которой предполагается посещение туристами производственных площадок компаний во всех секторах экономики. При этом автор предлагает рассматривать промышленный туризм, как экономическое открытие для туристов (decouvertes économiques)
Отгаар А.	промышленный туризм – это посещение аттракций, которые позволяют посетителям узнать об экономической деятельности предприятия в прошлом, настоящем и будущем. При этом, промышленными туристами предлагается считать, посетителей, цель которых заключается в получении знаний об экономической деятельности предприятия. По своему содержанию эти цели могут быть образовательными, познавательными и профориентационными
Визгаловой Д. В.	промышленный туризм – это организация регулярных туристических туров на действующие (или некогда действовавшие) промышленные предприятия. В свою очередь автор делает акцент о целесообразности использования производственных площадок, как объектов туристической привлекательности
Власовой Н. Ю., Голубчикова О. Ю. и Куриловой Е. В.	промышленный туризм – это одно из направлений в развитии туристской индустрии, которое основывается на использовании промышленных сооружений, зданий, различных объектов, городских ландшафтов, связанных с индустриальным прошлым данной территории. Данное определение, однако, исключает из себя новые промышленные объекты, например, заводы транснациональных корпораций, действующие на

Силникова О.К. и Марков И. Д.	посещение только промышленных объектов, а понятие «производственный туризм», включающее в себя также места предоставления услуг.
Аноприева Е. В.	предлагает разделять промышленный туризм на две категории: собственно промышленный туризм, заключающийся в посещении действующих предприятий (цеха, заводы, шахты, карьеры) и промышленно-исторический, связанный с посещение объектов уже не функционирующих.
В ГОСТ РФ (государственный стандарт Российской Федерации №13810 от 2016 года)	промышленный туризм рассматривается как вид туризма, в рамках которого туристы посещают предприятия, на которых демонстрируются процессы и технологии производства в настоящем, прошедшем и будущем времени.

Таким образом, в научной литературе дается понятие «промышленный туризм» и «индустриальный туризм». Это два разных по содержанию термина, но относящиеся к виду туризма. Индустриальный туризм подразумевает посещение объектов промышленного производства, а также заброшенных индустриальных сооружений с целью эстетического и психологического удовлетворения.

Промышленный туризм – это посещение объектов промышленного производства с целью знакомства с технологией производства и профориентации, то есть знакомство с профессией.

1. 2 Принципы и виды организации промышленного туризма

Предприятия действительно могут получить значительную прибыль при реализации проектов промышленного туризма, здесь много статей. Однако это не означает, что любой бизнес может заниматься промышленным туризмом. Из практического опыта отечественного и зарубежного промышленного туризма, как правило, предприятие может успешно управлять промышленным туризмом в соответствии со следующими принципами: Характеристика + масштаб (или характеристики + знание рынка).

Предприятие должно быть уникальным, иметь достаточный размер или влияние на рынке. Это предварительное условие для определения того, подходит ли предприятие для промышленного туризма и может ли оно продолжать управлять проектом промышленного туризма.

Характерной особенностью является фундаментальное привлечение туристов, размер предприятия или высокая осведомленность о рынке. Эти особенности являются основой для обеспечения достаточного размера туристического рынка для поддержки непрерывной деятельности промышленного туризма, оба из которых незаменимы.

Практика показывает, что успешные предприятия промышленного туризма являются известными брендами или специальными предприятиями. Например, успех промышленного туризма Haier в Китае заключается в высокой узнаваемости предприятий, отличительных особенностях и масштабах. Национальный монетный двор в Соединенных Штатах, хотя и небольшой, но отличительный, привлекательный для обычных туристов, высокая осведомленность о рынке. Напротив, те предприятия, которые не преуспевают в промышленном туризме в нашей стране часто не имеют этих двух условий одновременно.

Например, продукция и производственный процесс на Ханчжоуской шелковой фабрики, хотя и очень характерный, и интересный, но из-за небольшого размера предприятия, низкой осведомленности на рынке, его посещают все меньше и меньше туристов. Предприятия не являются прибыльными, в результате пришлось отказаться от промышленного туризма. В некоторых местах, таких как Харбин в Китае, несмотря на большой размер предприятий и высокую репутацию, их продукты не привлекательны для туристов. Поэтому промышленный туризм в Китае после некоторого

времени, из-за плохого эффекта начинает сокращаться, а в некоторых местах заканчивается.

Промышленный туризм основан на принципе взаимной выгоды и обоюдного выигрыша. С одной стороны, туристы являются корпоративными клиентами, посещают производственные экскурсии, с целью получить новые знания, новые открытия и впечатления, с другой стороны они получают чувство неудовлетворенности от поездки в рамках промышленного туризма.

С другой стороны, принимающие предприятия промышленного туризма также должны извлечь из этого выгоду. Только тогда, когда интересы обеих сторон будут совпадать, сформируется беспроигрышная ситуация. Промышленный туризм может быть сформирован и развит.

Поэтому, предприятия для разработки проектов промышленного туризма должны учитывать ряд факторов: качество туристских услуг, промышленные туры должны быть тщательно организованы, тщательно спроектированы, тщательно объяснены. Только удовлетворяя туристов, можно извлечь выгоду для себя.

Выделим основные принципы организации бизнеса в сфере промышленного туризма.

1) Туристическая деятельность основана на предпосылке, что она не влияет на производство и не связана с техническими и коммерческими секретами предприятия. Туристы приезжают сюда не из - за промышленного туризма как такового, а из - за очарования и успешной работы основного бизнеса, который глубоко привлекает туристов. Успех промышленного туризма зависит от того, сможет ли он в полной мере использовать и демонстрировать особенности и привлекательность основной отрасли бизнеса. Является ли туристическая деятельность структурирована таким об-

разом, чтобы она была тесно связана с основной отраслью и выделялась ею. Это источник жизненной силы промышленного туризма.

2) Принцип комплексных выгод. Так называемый принцип комплексной эффективности имеет два значения:

Во - первых, бизнес – промышленный туризм не может сосредоточиться только на прямых экономических выгодах, он также должен обратить внимание на косвенные доходы от нематериальных активов. Нельзя стремиться к максимизации экономических выгод, нужно сосредоточиться на максимизации совокупных выгод предприятия.

Во - вторых, предприятия должны не только заботиться о своих собственных интересах, но и выполнять необходимые социальные функции, такие как популяризация промышленных знаний среди широкой общественности, просвещение и руководство потреблением.

На самом деле, эти два подхода дополняют друг друга, предприятие может продолжать свою деятельность только после долгосрочного общественного признания, что также является важным показателем зрелости управления бизнесом.

Промышленный туризм в Китае находится в восходящем потоке, хотя он еще очень молод, но он представляет собой одну из будущих тенденций развития туристической индустрии с широкими перспективами. Хорошо функционирующий промышленный туризм может принести предприятиям многочисленные выгоды. Для многих крупных государственных предприятий, оказавшихся в трудном положении во время перехода к реформе, развитие промышленного туризма является стратегическим выбором для активизации деятельности предприятий и поиска новых точек экономического роста.

В настоящее время промышленный туризм можно условно разделить на четыре типа:

1) Технологический тип. Современная наука и техника и передовые производственные технологии в качестве основного содержания, такие как Силиконовая долина США, научный город Цукуба в Японии, центр запуска спутников Xichang в Китае, Шэньянский авиационный парк и так далее.

2) Традиционный тип. Устаревшие и относительно отсталые производственные процессы и модели производства были разработаны в качестве традиционных проектов промышленного туризма, таких как многолетняя разработка различных шахт, шахт, рудников, паровых заводов и старых железнодорожных заводов.

3) Конкретный тип. Проекты, демонстрирующие конкретные производственные модели, производственные процессы и специфическую корпоративную культуру, такие как Национальный монетный двор США в Филадельфии, Нанкин Ivesco Haier Park в Циндао, провинция Сычуань Чанхун и Чанчуньская киностудия.

4) Комплексный тип. Интеграция природных ландшафтов, гуманитарных ландшафтов и промышленного туризма, таких как водохранилище Гувер в Лас - Вегасе и его окрестностях, построенных в пустыне, насосная электростанция Анжи Тяньхуаньпин в провинции Чжэцзян, Сычуань Dikang Medical Development Center и так далее.

Таким образом, промышленный тур – это организованные поездки с посещением нескольких промышленных предприятий определенного региона или страны. Как правило такие туры продолжительностью от 2 и более дней. Поэтому программы этих туров включают услуги по транспортировке, проживанию, питанию и организации экскурсий на промышленные предприятия.

В рамках промышленных туров могут проводиться экскурсии разные по содержанию, исходя из поставленной цели. По содержанию промышленные экскурсии можно разделить на четыре вида, представленные в таблице 2.

Таблица 2 – Классификация промышленных туров по содержанию

Вид промышленных экскурсий	Основное содержание
Производственно-исторические	проводятся с целью знакомства экскурсантов с историей производства, изучения его вклада в развитие региона на различных исторических этапах. Такие экскурсии предусматривают посещение заводских музеев, выставочных залов, центров старинных ремесел, творческих мастерских.
Производственно-экономические	раскрывают такие вопросы, как себестоимость продукции, процесс организации труда, оценка качества продукции. Эти экскурсии включают основы финансовой грамотности при посещении банков, агентств недвижимости, бирж и т.д.
Производственно-технические (технологические)	нацелены на изучение технологического производства, работу отдельных участков и цехов.
Профориентационные производственные	проводятся для школьников и студентов, которые подробно в рамках экскурсии знакомятся с различными профессиями.
Научно-исследовательские	проводятся для туристов-профессиональных специалистов, которые в рамках экскурсионного маршрута изучают новые технологии промышленного производства, внедрение научных технологий в стадии производства, направленные на совершенство или модернизацию промышленного процесса и производство качественной готовой продукции.
Культурно-познавательные	проводятся для всех групп туристов, посещающих предприятие с познавательной общекультурной целью. Направлены на формирование положительного отношения к промышленной культуре.
Экономические	проводятся с целью получения промышленным предприятием дополнительного дохода от экскурсионной деятельности.
Спортивно-развлекательные и спортивно-экстремальные	проводятся с целью организации спортивных мероприятий (соревнований, квестов, турниров) в пределах территории промышленного предприятия. Проводятся с целью получения молодежи новых ощущений от посещения промышленного предприятия.

Таким образом, промышленные экскурсии в рамках промышленных туров могут быть разные по содержанию и ориентированы на разных потребителей туристских услуг.

1.3 Опыт организации промышленного туризма в Китае и мире

Промышленный туризм возник во Франции в 1950 - х годах, когда Citroen организовал экскурсии туристов по производственным линиям для продвижения бренда, что привело к тому, что многие производители конкурировали, чтобы последовать этому примеру, а затем распространились на другие отрасли промышленности и постепенно превратились в новый туристический стиль, в котором доминируют промышленные объекты и промышленные достопримечательности.

Напротив, промышленный туризм в Китае начался в 1990-х годах, несмотря на поздний старт, но благодаря совместным усилиям правительства, промышленности и предприятий темпы развития были более быстрыми, и результаты были более значительными.

В процессе содействия органическому обновлению городов, промышленной трансформации и модернизации, интеграции и развитию предприятий он постепенно стал новым направлением в туризме и важной точкой роста общей структуры туризма в регионе.

С точки зрения отечественной и зарубежной практики, «ведущая роль правительства, субъектов бизнеса, функционирование рынка» стали общим консенсусом для содействия развитию промышленного туризма в разных местах. На правительственном уровне происходит планирование и усиление координации всех участников в рамках развития туризма.

Промышленный туризм в Китае охватывает виды промышленного наследия, промышленного осмотра достопримечательностей, промышленных музеев, индустриальных парков, крупных достижений промышленной

цивилизации. Требуется, чтобы отделы культуры и туризма, экономики, природных ресурсов и планирования, науки и техники, образования выполняли свои обязанности и координировали свои усилия.

Планирование и координация правительства являются важными предпосылками для содействия развитию промышленного туризма. Например, ключевую роль в процессе преобразования и модернизации Рурского района в Германии сыграл региональный комплексный план восстановления и оздоровления, организованный Региональным советом управления.

В координации с региональным комитетом управления, развитие туризма промышленного наследия во всем Рурском районе демонстрирует очевидные интеграционные характеристики, всестороннее рассмотрение и комплексное планирование трансформации промышленной структуры, реконструкции и использования старых заводов, восстановления окружающей среды, занятости и жилья и других экономических и социальных проблем, использование заброшенных заводов и шахт для строительства промышленных музеев, складов в концертные залы, резервуаров для хранения газа в подводные бассейны и так далее. Индустриальный туризм превратился в исторические координаты и культурную память Рурского района.

В процессе продвижения промышленного туризма в Китае, Пекине, Тяньцзине и других местах также последовательно создавалась координационная и руководящая группа по промышленному туризму, состоящая из министерств экономики, культуры и туризма, пропаганды, образования, финансов и других ведомств, которая взяла на себя ведущую роль в подготовке плана развития промышленного туризма, уточнении идей, направлений развития и приоритетов развития промышленного туризма, руководстве нормами промышленного туризма и здорового развития.

Шанхайское муниципальное бюро туризма и Комиссия по экономическим и социальным вопросам также совместно подготовили «12 - й пятилетний план развития промышленного туризма в Шанхае» в 2012 году, а в сентябре 2018 года совместно с Шанхайской комиссией по образованию издали «Трехлетний план действий по инновационному развитию промышленного туризма в Шанхае (2018 - 2020 годы)», основанный на преимуществах промышленной цивилизации Шанхая и характеристиках городского туризма, чтобы содействовать развитию бренда, мудрости и качества промышленного туризма в Шанхае.

Отраслевой уровень предусматривает подготовку стандартов, которые могут усилить развитие промышленного туризма. С 2005 года, когда в Шанхае был создан первый в стране центр содействия промышленному туризму, более десятка провинций и городов, включая Пекин, Тяньцзинь и Гуандун, последовательно создавали центры содействия промышленному туризму, соединяли друг с другом компетентные органы.

Такие центры Китая, как Вэньцзинь и Циньсинь, продвигали стандартизацию промышленного туризма, усиливали отраслевое руководство и интеграцию ресурсов вниз и способствовали скоординированному и упорядоченному развитию промышленного туризма.

Совершенствование разработки и оценки стандартов услуг в области промышленного туризма является важным направлением в Стратегии развития промышленного туризма.

После того, как в 2007 году в Шанхае был выпущен первый в стране местный стандарт промышленного туризма «Требования к качеству обслуживания промышленных туристических достопримечательностей Шанхая», провинции и города Тяньцзинь, Чжэцзян, Цзянсу, Хэбэй, Циндао и другие провинции и города последовательно вводили стандарты

оценки демонстрационных пунктов и демонстрационных баз промышленного туризма. В

В 2013 году в провинции Хубэй также были разработаны стандарты оценки качества промышленных туристических достопримечательностей, в том числе Шанхай, Тяньцзинь и другие места были организованы Центром содействия промышленному туризму.

В настоящее время происходит усиление интеграции ресурсов и продвижение маршрутов для промышленного туризма. С момента своего создания в 2005 году Шанхайский центр содействия промышленному туризму регулярно проводит специальные учебные курсы по промышленному туризму для руководителей, экскурсоводов среднего и старшего звена, инструкторов на низовом уровне и т. д.

В то же время, благодаря интеграции ресурсов, запустил пять высококачественных маршрутов промышленного туризма, таких как путешествие по опыту промышленного наследия и интерактивное путешествие по умным городам, и совместно инициировал создание Национального союза промышленного туризма.

Благодаря интеграции ресурсов Хубэй запустил шесть промышленных туристических маршрутов, таких как коридор автомобильной промышленности и экскурсия по промышленным объектам Йеллоустона, чтобы помочь промышленному туризму стать новой силой и прекрасным пейзажем для туризма в провинции Хубэй.

Провинциальный департамент культуры и туризма провинции Гуандун и Департамент промышленности и информационных технологий совместно опубликовали документ в мае этого года, руководствуясь глобальным планом развития туризма, разработали и построили 20 высококачественных маршрутов промышленного туризма.

На корпоративном уровне важно рассмотреть вопросы философии развития и расширения услуг.

Предприятия, как основной орган реализации промышленного туризма, как правило, делают концепцию первой: как сознательно и спонтанно признают внутреннюю ценность промышленного туризма, так и стандарты, и требования промышленного туризма реализуются на протяжении всего цикла проекта, усиливают реинжиниринг процесса, управленческие инновации и улучшение обслуживания.

Развитие промышленного туризма является неотъемлемым требованием социальной ответственности.

Предприятия по производству непрямых потребительских товаров, такие как Baogang, Jiangnan Shipyard и Qinshan Aerospace, мотивированы не экономическими выгодами, поскольку они минимальны по сравнению с их основным бизнесом, а глубоким пониманием социальной ценности, стоящей за промышленным туризмом.

Благодаря промышленному туризму общественность, особенно студенческие группы, с близкого расстояния ощущают технологические принципы и производственные процессы этих предприятий и даже отслеживают исторические изменения в современной национальной промышленности, повышая осведомленность общественности о популяризации науки и национальной гордости.

Промышленный туризм является важным средством усиления влияния бренда. Циндаоское пиво, пять зерновых жидкостей, Гуйчжоу Маотай и другие винные компании, как пионеры промышленного туризма, давно поняли, что промышленный туризм может позволить туристам лично почувствовать историческое накопление и культурное наследие этих брендов.

Передовые производственные предприятия, такие как Haier и Volkswagen, привлекают посетителей в свои выставочные залы и мастерские, чтобы продемонстрировать последнему свое превосходное накопление технологий, зрелые производственные процессы, продвинутый уровень управления и амбициозный стратегический путь, оба из которых направлены на повышение доверия и признания потребителями своих брендов.

Концепция промышленного туризма должна охватывать весь цикл проекта. Шоколадный городок Jiaying Ge Fe Song на этапе планирования проекта стремится к промышленному туризму, и на этой основе оптимизировать производственный процесс предприятия, обратить внимание на детали в процессе эксплуатации, стремиться к повышению качества обслуживания, не только повысить интуитивность, интерактивность и интерес процесса наблюдения, но и не мешать нормальной производственной деятельности предприятия. В начале осуществления проекта реконструкции промышленного наследия в районе Сунцзян операционная команда Шанхайского креативного парка № 8 Цяо спланировала тему «Вэньчхон + туризм + популяризация» и соответственно продвигала проектирование, строительство, привлечение инвестиций и управление парком.

Содействие инновационному развитию промышленного туризма Китая заключается в:

- создание и совершенствование, а также активное продвижение стандартов и норм, связанных с промышленным туризмом,
- поддерживать все населенные пункты, опираясь на местное промышленное наследие и устаревшие заводы, промышленные музеи, современные заводы и другие ресурсы промышленной культуры,
- создавать различные проекты промышленного туризма,

- создавать ряд демонстрационных баз промышленного туризма,
- разработать творческие продукты для промышленного туризма,
- создать ряд иммерсионных продуктов и проектов для промышленного культурного опыта,
- запустить бутик - маршруты промышленного туризма,
- построить направление промышленного туризма,

Таким образом государственное регулирование промышленного туризма направленно на поддержку и координацию инновационного развития гражданского и туристического оборудования, а также расширение нового пространства для культурного потребления. Руководство по созданию платформы для соответствующих общественных организаций и мероприятий.

Не маловажной задачей является повышение уровня использования охраны промышленного наследия. В рамках которого требуется координация охраны и использования промышленного наследия и трансформация и развитие городов, включая промышленное наследие старых промышленных городов в сферу поддержки политики модернизации и реконструкции старых промышленных городов.

При этом необходимо объединить характеристики местных ресурсов и историческое наследие, интегрировать промышленное наследие в структуру городского развития, поддерживать функциональную координацию и единообразие стилей.

Важным является создание банка проектов по охране и использованию промышленного наследия. Правительство Китая поощряет использование ресурсов промышленного наследия и старых заводов, разрешает строить парки промышленных объектов, промышленные музеи, создавать индустриальные парки промышленной культуры, специальные кварталы,

инновационные и предпринимательские базы, культурные и туристические потребительские места, культивировать новые форматы и модели промышленного туризма, промышленного дизайна, ремесленного искусства, культурного творчества и т. д. Постоянно повышать уровень активного использования. Совершенствовать систему промышленных музеев. Поощрять использование и совместное использование ресурсов коллекции, разработку образовательных, культурных, развлекательных и научно - популярных продуктов, проведение различных тематических выставок промышленной культуры, научно - популярного образования, культурного и творческого опыта и научно - исследовательской практики.

2 АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В КИТАЕ

2.1 Туристский промышленный потенциал Китая и анализ его современного состояния

Промышленный туризм – это туристическая деятельность, в которой основным притяжением является фабричный стиль и фактическая производительность труда. Промышленный туризм начал зарождаться в Европе и Соединенных Штатах и постепенно растет в Китае. Многие туристы страны любят и находятся в поисках промышленных объектов для туризма.

Внутренний туризм в стране подвержен различным уровням экономического развития в разных местах, статус - кво развития промышленного туризма также неравномерен. В связи с чем, необходимо проанализировать состояние развития внутреннего промышленного туризма с разных точек зрения, таких как перспективы отрасли и примеры промышленного туризма.

Внутренний промышленный туризм начался с опозданием, начиная с посещения известных предприятий, организованных под руководством правительства. С постепенным развитием на протяжении более десяти лет внутренний промышленный туризм уже занимает значительное место, но общая доля туризма по - прежнему составляет менее 10%, но все еще есть значительные возможности для роста.

После 80 и 90 лет знакомство с промышленным туризмом в нашей стране остается относительно низким, по сравнению с нынешним положением молодых людей в промышленном туризме за рубежом, пространство для роста промышленного туризма в нашей стране по - прежнему велико.

В последние годы, с введением национальной политики по содействию внутреннему циклу потребления, промышленный туризм, как важная отправная точка для стимулирования местного внутреннего спроса, получил сильную поддержку со стороны государства.

В 2016 году Китай провел первую Инновационную конференцию по промышленному туризму, в 2017 году сформировал консорциум по развитию промышленного туризма, в то же время местные органы власти на всех уровнях также обнародовали различные меры поддержки для поощрения развития отрасли и привлечения большего числа потенциальных туристов².

Для предприятий промышленного туризма, одной из главных целей является возможность продать свои товары в соответствие со своим брендом, чтобы получить прямые экономические выгоды. Туристы, инвесторы, государственные менеджеры, основа корпоративного производства, все это аспекты успешного развития туризма на предприятии и потенциальный бренд преимущества. Поэтому мы видим, что активное планирование и совершенствование макета промышленного туризма в конечном итоге достигли многовыигрышной ситуации.

Развитие внутреннего туризма в Китае основана на документе «Ежегодный доклад о развитии внутреннего туризма в Китае (2022 - 2023 гг.)», который опубликовал Китайский институт туризма. В этом документе проводится систематический анализ масштабов рынка, источников, пунктов назначения и туристических потоков внутреннего туризма.

²Тао Чжоминь. Классификация и оценка стоимости научно-технических туристических ресурсов / Тао Чжоминь, Линь Мяохуа, Ша Ран // Географические исследования. – 2009. – Вып.28. – №2 – С.524-535.

В докладе показано, что городские жители и высокообразованные люди являются основным туристическим рынком Китая, доля которого достигла 72,15% и 42,27% соответственно.

Внутренний туризм характеризуется локализацией и близостью, туристический поток внутри провинции составляет 81,24% внутреннего туристического потока, а 81% межпровинциального туристического потока - это туристический поток между соседними провинциями.

В докладе показано, что индекс экономического роста внутреннего туризма снизился, а сводный индекс функционирования туристической экономики в первые три квартала 2022 года составил 95,6, 97,8, 85,6 соответственно, что на 3,3, на 2,2, на 12,2, ниже общей линии бума (100).

Внутренний туристический рынок несколько сократился, в первые три квартала 2022 года количество туристов внутри страны составило 2094 миллиарда человек, что на 595 миллионов меньше, чем за тот же период 2021 года, и на 22,1 процента меньше, чем за аналогичный период прошлого года. Доходы от внутреннего туризма (совокупное потребление внутреннего туризма) за первые три квартала 2022 года составили 1,72 трлн юаней, что на 0,65 трлн юаней меньше, чем за тот же период 2021 года, и на 27,2% меньше, чем за аналогичный период прошлого года. Ожидается, что в четвертом квартале 2022 года число туристов внутри страны составит 685 млн человек, а доходы от внутреннего туризма - 0,63 трлн юаней.

Отчет показывает, что местные и периферийные туры стали важными формами. Из-за вспышки пневмонии, вызванной новой короной, расстояние путешествия и радиус отдыха для внутреннего туризма в 2022 году значительно сократились, а ближний туризм и местный отдых стали пространственными характеристиками внутреннего туризма. Внутренний

туризм показывает короткое время, близкое расстояние, высокочастотный второй и другие новые характеристики, «легкий туризм» «микроотдых» «HouseHotel» и другие стали новыми яркими пятнами.

Предпочтение отдается новым форматам туристических продуктов. Руководствуясь зимними Олимпийскими играми 2022 года, спорт на открытом воздухе, представленный спортивным и культурным туристическим поясом Пекин – Чжан, является активным. Лыжи, кемпинги, альпинизм, пешие прогулки, верховая езда, катание на траве, дрейф и другие мероприятия стали новой игрой для людей, близких к природе. Летом 2022 года в Китае много высоких температур, прибрежный отдых, экологическое благополучие, сельская идиллия, городской отдых, летний отдых и другие туристические продукты любимы туристами.

В докладе показано, что важными источниками туристов становятся пожилые и средние туристы. В 2021 году туристы в возрасте старше 45 лет совершат 1194 млн поездок, что составляет 36,81% внутреннего туристического рынка. В то же время наблюдается более быстрый рост числа туристов – подростков в возрасте до 14 лет. «Один старый, один маленький» стал ярким пятном и ключевым моментом внутреннего туризма, пожилой туризм, оздоровительный туризм, научно-исследовательские поездки и другие имеют широкие перспективы.

Опираясь на данные экономического мониторинга туризма и раннего предупреждения Китайского института туризма (центр данных Министерства культуры и туризма), данные о туристических потоках, данные выборочных обследований внутреннего туризма, статистику туризма в провинциях и другую информацию, «Отчет» провел исследования по гостевому рынку внутреннего туризма, рынку назначения и характеристикам туристических потоков.

2.2 Промышленные объекты и предприятия Китая

К числу крупнейших предприятий Китая, которые являются потенциальными объектами для туризма относятся:

1) Циндаоское пиво.

Это производство было основано в 1903 году. Пивоваренная компания Циндао является старейшей пивоваренной компанией в Китае. На сегодняшний день в Циндаоском пивоваренном промышленном туристическом проекте работают 120 человек, годовой доход от туризма составляет более 52 миллионов юаней, а потребление общественного питания по периметру превышает 300 миллионов юаней.

На предприятии есть собственный Музей пива Циндао. Он был творчески спроектирован в 2001 году для подготовки к столетнему празднованию пива Циндао, инвестировал почти 40 миллионов юаней, выставочная площадь более 6000 квадратных метров, павильон в полной мере использует столетнюю немецкую архитектуру и оборудование, чтобы связать столетнюю историю развития зеленого пива, столетнюю технологию пивоварения с современной производственной зоной, в общей сложности столетнюю историю и культуру, конвейер производства пива, многофункциональную зону развлечений три зоны для посещения.

2) Шанхай Баоган.

BaogangGroup является успешным примером развития промышленного туризма в Шанхае, его промышленный туризм начался в 1997 году, до этого, чтобы взять на себя задачу приема в приемной завода Baogang, специализирующейся на приеме посетителей руководителей всех уровней, иностранных гостей и подразделений, имеющих деловые связи с Baogang.

В 1999 году Baogang, используя и в полной мере используя преимущества крупнейшей современной сталелитейной базы Китая, он запустил

промышленный туризм, тщательно спроектировал туристический маршрут, начиная с сырьевого терминала, через три доменные печи мирового класса, до горячекатаного завода, холоднокатаного завода, весь процесс занимает около 3 часов. Если достаточно времени, вы можете посетить выставочный зал, стальной трубный завод, культурный музей и т. Д. Богатые и красочные проекты позволяют туристам наслаждаться «как закалялась сталь», а также понять корпоративную культуру Baogang и историю развития современной крупной промышленности мирового класса.

3) Группа Циндао Хайер

Группа Haier была основана в 1984 году, и ее популярность и репутация в области развития заложили основу для развития промышленного туризма. В 1999 году HaierGroup запустила проект промышленного туризма, создала специальное туристическое агентство HaierInternationalTravelService, инвестировала 100 миллионов юаней в строительство HyerScienceandTechnologyHouse, спланировала специальные экскурсионные маршруты в парке и мастерской, обучила отличную команду гидов. В настоящее время промышленный туризм Haier сформировал цепочку туристических продуктов, в которой ведущую роль играет лаборатория образцов группы, производственная линия, основанная на музее науки и техники. Кроме того, промышленный парк зоны развития, современная логистика Haier, специальная холодильная компания, коммерческая компания по кондиционированию воздуха и другие также открыли точки для посещения промышленного туризма.

4) Китай «одна пара»

ChangchunFirstAutomobileManufacturingGroup известна как «колыбель китайской автомобильной промышленности», ее современная производственная линия, славная история более 50 лет и эффект бренда с высо-

кой репутацией для промышленного туризма Чанчунь предоставили ценные ресурсы и фирменные продукты.

В 1994 году предприятие «Одно Авто» создало промышленное туристическое агентство «Одно Авто», которое осуществляет единое управление туристическими агентствами, гостиницами, магазинами, конвоями и т. д., связанными с туризмом в автомобильном городе.

В настоящее время генеральная туристическая компания имеет 6 отелей различного класса, 14 магазинов, конвоев, туристических агентств и различных развлекательных заведений, и инвестировала 430 миллионов юаней на три улицы Дунфэн, Цзиньчэн, предпринимательство, рост туризма, Восточный Вьетнам и другие 5 площадей, 102 государственных дорог, улицу Предпринимательства, улицу мира и другие 4 улицы, а также комсомольский сад для крупномасштабного озеленения, цветения, яркости и благоустройства, имеются грузовики, автомобили красного флага, производственная линия седана Jetta и выставочный зал для образцов автомобилей автомобильного института, в том числе первый автомобиль марки Dongfeng, на котором ездил председатель Мао Цзэдун, обзорный автомобиль Дэн Сяопина на параде Национального дня 1984 года и «автомобиль с подписью 10000 человек», подписанный центральными руководителями, такими как Цзян Цзэминь, Ли Пэн, ХуЦзиньтао и Ли Ланьцин.

Предприятие «Один автомобиль» стало новым промышленным туристическим районом, который туристы должны посетить, чтобы узнать историю развития автомобилей в Новом Китае, испытать современный процесс производства автомобилей и осмотреть облик автомобильного города с древним архитектурным стилем бывшего Советского Союза.

5), ShenfeiAviationExpoPark

ShenfeiAviationExpoPark – это профессиональный павильон, организованный при поддержке правительства и предприятий и основанный на популяризации авиационной науки. Здание главного здания является новым и шикарным, а площадь здания составляет 4800 квадратных метров. Он разделен на семь павильонов, в том числе на павильоны, которые стремятся к небу, синему небу, катаются на поле битвы, направляются в мир и смотрят на век. Он отобрал более 600 ценных исторических фотографий и более 200 предметов в натуральной форме, которые объединяют историю развития истребителей Китая с научно - техническими знаниями в области авиации, чтобы посетители могли полностью понять знания в области авиации и обороны. В парке создано более 200 научно - популярных макетов и ландшафтов, в полной мере используются современные научно - технические средства, такие как звук, свет и электричество, демонстрируются научно - популярные знания в области авиации, патриотическое образование и национальное оборонное образование.

После вступления в XXI век промышленный туризм официально вышел на сцену развития туризма в Китае. Всего за несколько лет промышленные предприятия самостоятельно развивались, туристические органы энергично продвигали, направляли и регулировали его развитие. Промышленный туризм в Китае начал формироваться в масштабах, последовательно запуская некоторые относительно зрелые туристические точки и более рациональные туристические маршруты, привлекая большое количество потребителей туризма, формируя определенный масштаб приема.

Например, город Шанхай, который ранее занимался промышленным туризмом, сделал промышленный туризм важной частью стратегии городского туризма, запустил ряд промышленных туристических центров и разработал более десятка туристических маршрутов.

Среди них ShanghaiBaogangGroup запустила проект промышленного туризма в 1997 году, когда она приняла только 800 туристов, но в последующие годы число потребителей туризма быстро возросло, увеличившись до 200 000 в 2000 году.

Массовый прием также побуждает туристические компании формировать свои собственные модели приема, наиболее популярными среди потребителей туризма являются туристические агентства, сопровождаемые гидами на протяжении всего процесса, в ходе конкретного посещения предприятия организуют прием, чтобы объяснить модель приема. Рынок гостеприимства состоит в основном из трех частей: студентов, местных жителей и туристов, но еще не сформировал национальный и международный рынок.

Государственное управление по туризму определило первые показательные места для промышленного туризма, заложив основу для регулирования и содействия развитию промышленного туризма. Среди этих демонстрационных точек есть как промышленные туристические точки, основанные на тяжелой промышленности, такой как сталь и уголь, такие как Дацинское нефтяное месторождение. Существуют также промышленные туристические центры, основанные на кустарном производстве или промышленных предприятиях, которые производят продукты, тесно связанные с жизнью людей, такие как HaierGroup.

Эти демонстрационные точки, в основном, четыре типа:

1) Научно-технический тип, современная наука и техника и передовые производственные процессы в качестве основного содержания, такие как Шэньянский авиационный музей и т. д.;

2) Традиционный тип, с устаревшими и отсталыми производственными процессами, и моделями производства в качестве основного содер-

жания для разработки традиционных проектов промышленного туризма, таких как «Датунский международный фестиваль паровозов», организованный Шаньсийским локомотивным заводом Датун.

3) Конкретный тип, преобразование процесса производства конкретных продуктов в туристические ресурсы, такие как промышленный туризм в Пекине Цзинтай Лань. Комплексный тип, промышленные производственные ресурсы и природный ландшафт, гуманитарный ландшафт в одном, подчеркивает комплексные туристические преимущества, такие как электростанция Fengman в Цзилине, электростанция Fengman и живописный район озера Сунгари в сочетании, уникальный.

2.3 SWOT– анализ развития промышленного туризма в Китае

Известный на международном уровне ученый – управленец Стинер (Steiner) объединяет преимущества (Strengths), уязвимость (Weakness), возможности (opportunities) и угрозы (Threats) в окружающей среде, называя это моделью SWOT (таблица 3).

Эта модель используется для систематического анализа и демонстрации важных инвестиционных решений, таких как разработка проектов и корпоративный маркетинг.

В настоящее время международный туризм использует анализ модели SWOT для разработки стратегий развития туризма, планирования развития и планирования и принятия решений по важным проектам развития туризма и маркетинга.

В этом абзаце используется метод анализа SWOT, в сочетании с развитием промышленного туризма группы компаний Чанчунь «Один Авто», для всесторонней оценки условий развития промышленного туризма в городе Чанчунь.

Таблица 3 – SWOT– анализ развития промышленного туризма в Китае

№	Сильные стороны (S) Преимущества	№	Слабые стороны (W) Недостатки
1	Превосходные географические условия, удобный транспорт	1	Недостаточная реклама туризма
2	Уникальное очарование города	2	Промышленный туристический продукт единый, структура нерациональна
3	Сильная промышленная база	3	Отсутствие систематического комплексного планирования
4		4	Отсутствие специалистов
	Возможности (O)		Угрозы (T)
1	Стимулирование роста внутреннего спроса и бурного развития туризма	1	Конкуренция отечественных и зарубежных однородных, однородных туристических продуктов.
2	Представление стратегического решения «Возрождение старой промышленной базы Северо - Восточного Китая».	2	Доминирование других туристических направлений и туристических продуктов.
3	Последующие последствия 6 - х зимних Азиатских игр в Чанчуне	3	Отсутствие стратегии развития промышленного туризма в регионе в целом
4	Растущий спрос на промышленный туризм	4	

1) Преимущества

1) Превосходные географические условия, удобный транспорт.

Гораздо более выгодное географическое положение. Будучи одним из региональных центров на севере Китая, Чанчунь является важнейшим звеном огромной экономической цепи на северо - востоке Китая и важным транспортным, коммуникационным и логистическим центром на северо-востоке страны. В северо-восточном регионе преобладают железные дороги, в регионе насчитывается более 70 железных дорог общей протяженностью 14 450 километров, что занимает первое место в стране. Завершение строительства международного аэропорта Чанчунь Лунцзя также первоначально решило узкое место в развитии туризма в авиации. Кроме того, все промышленные туристические достопримечательности города Чанчунь

находятся в пределах города и имеют удобный и быстрый городской автобус.

2) Уникальное очарование города

Чанчунь – красивый город, 200 - летняя история развития сформировала культуру с местными особенностями, которая дала ей уникальное очарование. Уровень городского озеленения в городе Чанчунь достиг 38,8%, расположен в верхней части крупных городов страны, является «лесным городом».

Мало того, что городские зеленые деревья затенены, даже вокруг города также зеленый океан, кольцевая автомагистраль с обеих сторон 90 километров в длину, 550 метров в ширину зеленого пояса, это красивый пейзаж города.

«Лесной парк Чхве Юэтань», расположенный в 9 км от города и площадью 126,5 кв. км, имеет самый большой искусственный лес в Азии, как огромный «лист лёгких» в Чанчуне, что делает Чанчунь похожим на жизнь в лесу.

3) Сильная промышленная база

Чанчунь – известный промышленный город на севере Китая, промышленность имеет лучшую основу для развития. После многих лет развития и строительства в основном сформировалась относительно полная промышленная система с производством транспортного оборудования в качестве основного органа. Среди них группа «Одно Авто» является крупнейшей в стране, самой разнообразной научно - производственной базой современных автомобилей. В дополнение к автомобилям, автобусы Чанчунь, мотоциклы, торпедные машины и другие отрасли промышленности также занимают важное место в стране. Глубокое накопление старой про-

мышленной базы и мощных современных предприятий обеспечивает сильную поддержку для развития промышленного туризма в Чанчуне.

4) Недостатки (Weaknesses)

1) Недостаточная реклама туризма

Город Чанчунь является одной из старых промышленных баз, большая доля крупных и средних предприятий, сильная сила предприятий, но известность промышленного туризма не является удовлетворительной. С одной стороны, недостаточные инвестиции в рекламу и продвижение по - прежнему находятся в положении пассивной рекламы, не делают активной атаки, с другой стороны, уровень рекламы и продвижения невелик. Отсутствие собственного туристического веб - сайта, широкое освещение в центральных средствах массовой информации и крупномасштабные общенациональные кампании по продвижению промышленного туризма затрудняют создание бренда промышленного туризма. Поэтому необходимо срочно усилить интенсивность и широту пропаганды и продвижения промышленного туризма в городе Чанчунь.

2) Промышленный туристический продукт единый, структура нерациональна

Хотя в городе Чанчунь уже есть несколько предприятий, занимающихся промышленным туризмом, но в целом, промышленные туристические продукты, разработанные этими предприятиями, в основном являются туристическими продуктами, содержание одно, участие в продуктах, декоративность, развлечение, плохой интерес, содержание некоторых продуктов такое же, вспомогательная функция продукта не сильна, класс продукта нуждается в улучшении. Таким образом, большинство туристов остаются на короткое время, только чтобы иметь общее представление о производственном процессе и процессе развития предприятия, отсутствие

понимания сущности корпоративной культуры, перспектив развития предприятия и преимуществ корпоративных характеристик и т. д.

Взаимодействие с работниками предприятия также относительно невелико, не может в полной мере играть роль улучшения коммуникации, расширения корпоративной пропаганды, так что трудно удовлетворить потребности все более зрелых туристов. Поэтому система продуктов промышленного туризма города Чанчунь нуждается в дальнейшем совершенствовании.

3) Отсутствие систематического комплексного планирования

Во - первых, отсутствие планирования внутри предприятий, которые организуют промышленный туризм. Например, развитие автомобильного промышленного туризма в городе Чанчунь относительно зрелое, но есть и эта проблема. Автопромышленный туризм включает в себя заводской район «Один автомобиль», парк автомобильной культуры, парк автомобильного спорта и отдыха. Поскольку туристические проекты управляются различными подразделениями, трудно выработать единое мнение по развитию туризма и согласовать планирование. Таким образом, легко привести к дублированию строительства некоторых проектов. В то же время планирование всего автомобильного промышленного туризма также не имеет системного и целостного характера.

4) Отсутствие специалистов

В эпоху экономики, основанной на знаниях, уровень специализации напрямую влияет на инновационную силу и конкурентоспособность предприятий. Промышленный туризм является новой отраслью услуг в третичном секторе с высоким научно - техническим и культурным содержанием, и мягкая среда, необходимая для его развития, особенно важна.

Качество руководства промышленным туризмом (правительство, бюро туризма, отраслевые ассоциации), действующих предприятий (туристических агентств, промышленных предприятий), специалистов и обслуживающего персонала оказывает решающее влияние на качество деятельности в области промышленного туризма.

Однако в настоящее время в городе Чанчунь ощущается острая нехватка таких специалистов. Значительная часть лиц, занимающихся услугами промышленного туризма, не имеет профессиональной подготовки в области туризма и не может удовлетворить свои потребности с точки зрения численности персонала.

Это привело к осознанию туристических услуг и отсутствию уровня обслуживания, в результате чего промышленный туризм остался на низком уровне, что стало узким местом, ограничивающим оптимальное развитие промышленного туризма.

3) Возможности (opportunities)

1) Стимулирование роста внутреннего спроса и бурного развития туризма

В «Предложении ЦК КПК по разработке 11-го пятилетнего плана национального экономического и социального развития» четко указано, что «необходимо еще больше расширить внутренний спрос, скорректировать отношения между инвестициями и потреблением, усилить стимулирующую роль потребления в экономическом росте», а также предлагается «активно развивать отрасли с большим потенциалом спроса, такие как культура, туризм и общественные услуги», «повысить долю и уровень сферы услуг».

В настоящее время стимулирование внутреннего спроса, оптимизация структуры инвестиционного потребления и стимулирование потреби-

тельского спроса стали одной из важных задач экономического и социального развития Китая, а туризм является отраслью с большим спросом, стимулирующая роль внутреннего спроса очевидна, является горячей областью для расширения внутреннего спроса в стране. Развитие туризма неизбежно будет цениться сейчас и в будущем, что обеспечит благоприятные условия для развития промышленного туризма в Чанчуне.

2) Представление стратегического решения «Возрождение старой промышленной базы Северо - Восточного Китая».

Предложение стратегического решения «оживить старую промышленную базу Северо - Восточного Китая» будет способствовать развитию всех аспектов социально - экономического развития Северо - Восточного Китая, а также предоставит хорошую возможность для развития автомобильного промышленного туризма в городе Чанчунь.

Город Чанчунь, расположенный в геометрическом центре Северо - Восточного региона, является важным узлом оси экономического развития Харбин - Далянь и занимает стратегическое место в экономическом развитии Северо - Восточного Китая.

В процессе возрождения старой промышленной базы на северо - востоке Китая неизбежно увеличится поток людей, логистика, поток ресурсов и поток информации в Чанчуне, а также скорость и частота излучения, что, несомненно, принесет больше возможностей для развития промышленного туризма в Чанчуне.

Кроме того, преференциальная политика, предложенная «возрождением старой промышленной базы на северо - востоке Китая» и последующая за ней, также подвергнет промышленный туризм в городе Чанчунь радиации.

3) Последующие последствия 6 - х зимних Азиатских игр в Чанчуне

Шестые Азиатские зимние игры являются крупнейшим спортивным событием в истории зимних видов спорта в Азии, самым широким участием в стране и регионе, наибольшим количеством спортсменов и наибольшей аудиторией. Успешное проведение 6 - х Азиатских зимних игр в Чанчуне повысило популярность и влияние города Чанчунь, ускорило процесс строительства города Чанчунь, способствовало улучшению качества окружающей среды в городе Чанчунь, создало хороший имидж туристического направления для города Чанчунь, способствовало развитию туризма в городе Чанчунь и сыграло важную роль в содействии развитию промышленного туризма.

4) Угрозы (Threats)

1) Конкуренция отечественных и зарубежных однородных, однородных туристических продуктов.

Развитие промышленного туризма в Чанчуне сталкивается с конкуренцией между отечественными и зарубежными однородными и аналогичными туристическими продуктами. Промышленный туризм в некоторых странах Европы и США намного опережает Китай, его хорошие приемные сооружения и отличный уровень обслуживания, более совершенная система управления туризмом представляет собой сильную конкуренцию отечественному промышленному туризму. Например, Великобритания, как пионер промышленного туризма, в настоящее время имеет более 1000 туристических промышленных туристических достопримечательностей, где количество туристов сосредоточено в диапазоне от 0,6 тыс. до 120 тыс. человек, что может достигать более 500 тыс. человек.

Кроме того, развитие промышленного туризма в некоторых странах, таких как Франция и Германия, также является конкурентоспособным. В настоящее время во многих регионах страны начался промышленный ту-

ризм, развитие промышленного туризма в Шанхае, Циндао и Гуанчжоу уже идет впереди. Относительно говоря, промышленный туризм в Чанчуне не имеет значительных преимуществ. Поэтому, как сделать статью в творчестве промышленных туристических продуктов, объединить туристические ресурсы, подчеркнуть характеристики, формирование конкурентоспособности является одной из основных проблем, стоящих перед промышленным туризмом в Чанчуне.

2) Изображение других туристических направлений и туристических продуктов.

Изображение маскировки, относится к тому, что в определенной области распределено несколько туристических мест (живописных мест), из которых туристический район (живописный район) с высоким уровнем туристических ресурсов, выдающимися характеристиками или большим эффектом бренда продукта или сильной рыночной конкурентоспособностью, также будет более заметным с точки зрения туристического имиджа, тем самым создавая скрытый эффект на имидж других туристических мест (живописных мест).

С точки зрения Северо - Восточного региона, первая партия лучших туристических городов Китая в 2006 году была выбрана в следующем порядке:

- город Чанчунь занял более низкое место, чем Далянь, Шэньян и Харбин.

- Далянь, основная транспортная и туристическая линия, из - за имиджа Чанчунь в основном является транзитным пунктом, трудно стать конечным пунктом назначения для большинства туристов, а время пребывания и покупательское поведение туристов в пунктах назначения и транзита значительно различаются.

С точки зрения города Чанчунь, в одном и том же регионе, хотя туристические ресурсы и туристические продукты имеют свои особенности и не имеют сходства, но высокий уровень туристических ресурсов, живописные места с очевидными характеристиками продукта также образуют «затенение имиджа» для других живописных мест. Например, автомобильный промышленный туризм является одним из столпов развития туристических продуктов в городе Чанчунь в период «11-й пятилетки», а туристические продукты имеют хорошие характеристики.

Тем не менее, в настоящее время, чтобы увидеть его узнаваемость бренда, рыночная конкурентоспособность намного меньше, чем другие туристические продукты Чанчунь, такие как ледовые и снежные виды спорта, кинокультура, псевдоманьчжурские исторические памятники, скульптурное искусство и так далее. Поэтому развитие промышленного туризма неизбежно будет омрачено имиджем этих туристических продуктов.

2.4 История развития промышленного туризма в Китае

По сравнению с развитыми странами мира промышленный туризм в нашей стране все еще находится в начале своего развития. Тем не менее, Китай сформировал полную промышленную систему.

В настоящее время насчитывается 262 ресурсоемких города, 145 зон высокотехнологичного развития на государственном уровне и 219 зон экономического и технологического развития на государственном уровне, а пространство для промышленного туризма обширно и имеет большой потенциал.

В частности, специальные промышленные города, разработанные и сформированные в последние годы, органично интегрируют функции производства и маркетинга, культурного творчества, отдыха и отдыха, откры-

вая совершенно новое пространство для развития промышленного туризма.

Национальная конференция по инновациям в области промышленного туризма выпустила отраслевые стандарты «Нормы и оценка промышленных туристических зон (точек) на государственном уровне» и «Национальная программа развития промышленного туризма (2016 – 2025 гг.)» (проект запроса замечаний), в которой четко указано, что в стране будет создано 1000 национальных демонстрационных пунктов промышленного туризма, основанных на предприятиях, и 100 баз промышленного туризма, основанных на специализированных промышленных городах и промышленных парках. Были определены десять городов промышленного туризма, основанных на традиционных промышленных базах.

Ранее на Национальной конференции по инновациям в области промышленного туризма директор Государственного управления туризма Ли Цзинь предсказал, что в ближайшие пять лет промышленный туризм Китая также вступит в золотой период развития. От «промышленного производства» до «промышленного туризма», от «промышленной экономики» до «опытной экономики», от «сухой промышленности» до «взгляда на промышленность», не только принесет городу потребление, принесет инвестиции, принесет рабочие места, но и даст старым промышленным базам и истощенным ресурсами городам новые возможности для трансформации и принесет новый импульс росту.

История развития промышленного туризма в Китае делится на три периода:

Первый этап: создание промышленного туризма в Китае после основания КНР (1949 - 1978)

Второй этап: начало промышленного туризма в Китае после реформ и открытости (1978 - 2000)

Третий этап: развитие промышленного туризма в Китае в новом столетии (с 2000 года по настоящее время).

Накануне образования Нового Китая на 2 - м пленуме ЦК 7 - го созыва, состоявшемся в марте 1949 года, было ясно заявлено о необходимости превращения Китая из аграрной страны в индустриальную.

В то же время в истории туризма Китая открылась новая глава. Прибрежные районы взяли на себя ведущую роль в создании зарубежных китайских служб. Тем не менее, промышленный туризм отнюдь не является просто мягким сочетанием промышленности и туризма, и его нельзя назвать промышленным туризмом, просто сочетая источник и промышленные ресурсы.

Причина, по которой промышленный туризм в Китае возник после основания Китайской Народной Республики до начала реформ и открытости, в основном основана на двух причинах:

Во - первых, во время войны сопротивления Японии промышленность Китая была разрушена, и только после основания нового Китая началась закладка основ для промышленного развития. Без промышленности промышленный туризм не может быть обсужден.

Во - вторых, в рамках политической и экономической системы страны в то время, хотя концепция промышленного туризма не была выдвинута, партия, Правительство и профсоюзы часто организуют ознакомительные визиты для образцовых работников, передовых работников и широких народных масс из всех слоев общества, на объекты промышленного туризма.

После 3-го пленума ЦК КПК 11-го созыва, прежде всего благодаря историческим изменениям в индустрии туризма, промышленный туризм постепенно отделился от приема иностранных дел, политической деятельности, работы Объединенного фронта и социального обеспечения.

В-третьих, с экономическим развитием и повышением уровня жизни людей спрос на содержание и способы туризма становится все более разнообразным и больше не ограничивается ранними туристическими продуктами и проектами, основанными на осмотре достопримечательностей и отдыхе, уделяя больше внимания сочетанию осмотра достопримечательностей и различных социальных мероприятий.

В-четвертых, некоторые промышленные предприятия из соображений собственного развития начали принимать посетителей и визиты людей из всех слоев общества, не только демонстрируя достижения, достигнутые после реформы и открытости, но и расширяя рекламу продукции этим шагом.

В 1990-х годах некоторые промышленные предприятия начали практиковать создание проектов промышленного туризма в Китае, среди которых большое влияние имела в 1994 году компания ChinaAviationGroup через «FirstAviationIndustrialTravelService». Она продемонстрировала туристам важные производственные цеха, такие как линии по производству легковых и грузовых автомобилей и выставочные залы для образцов автомобилей.

В 1997 году компания «Чанхун» провинции Сычуань и девять домов города Мяньян совместно создали научно-техническое путешествие, которое считается первым в Китае в осуществлении научно-технических проектов промышленного туризма.

Шанхай Ваоганг с 1997 года с помощью и при поддержке руководства группы и акционерного общества начал заниматься промышленным туризмом, получил звание «Лучшие туристические продукты Шанхая» и был оценен Государственным управлением туризма как «Национальная демонстрационная точка промышленного туризма».

С начала нового столетия появилось большое количество высокотехнологичных отраслей, промышленное развитие перешло от трудоемкого к ресурсоемкому. Прошлая экстенсивная модель развития была заменена интенсивной концепцией развития. Можно с уверенностью сказать, что развитие промышленного туризма в нашей стране неотделимо от роста зон развития высоких и новых технологий. Например, промышленные туристические продукты, представленные людям промышленными предприятиями, такими как индустриальный парк Хайер в Шаньдуне, группа Хайсинь, павильон космической науки и техники и насосная аккумулирующая электростанция Тайшань, являются выдающимися представителями практики промышленного туризма в новых промышленных предприятиях.

Статистика показывает, что на сегодняшний день в стране насчитывается 354 национальных демонстрационных пункта промышленного туризма, ожидается, что в провинциях будет около 1000 демонстрационных пунктов промышленного туризма. В 2015 году промышленный туризм по всей стране принял более 130 миллионов туристов, доходы от промышленного туризма достигли 10 миллиардов юаней, прямая занятость достигла 65 000 человек, косвенная занятость, сезонная занятость достигла 3 миллионов человек (рисунок 1).



Рисунок – 1 Основные результаты развития промышленного туризма в Китае

Директор Государственного управления по туризму КНР Ли Цзиньцюань отметил, что в Китае сформирована целая промышленная система, в настоящее время насчитывается 262 ресурсоемких города, 145 зон развития высоких и новых технологий на государственном уровне и 219 зон экономического и технологического развития на государственном уровне, пространство для промышленного туризма обширно и имеет большой потенциал. В частности, специальные промышленные города, разработанные и сформированные в последние годы, органично интегрируют функции производства и маркетинга, культурного творчества, отдыха и отдыха, открывая совершенно новое пространство для развития промышленного туризма.

Стоит отметить, что в настоящее время некоторые старые промышленные базы, ресурсоемкие города, промышленные города сталкиваются с трудным испытанием трансформации, промышленный туризм с магией превращения «отбросов» в «сокровища» показывает для него рассвет.

2.5 Анализ современных условий для развития промышленного туризма

Субъективные условия.

Количество, структура и характеристики клиентов напрямую определяют рыночные перспективы туристических проектов, и их углубленный анализ находится в центре внимания развития и исследований промышленного туризма. Судя по нынешнему развитию промышленного туризма, его гостевой рынок в основном состоит из трех частей: студентов, местных жителей и туристов.

Проекты промышленного туризма, как высококачественный способ туризма, имеют характеристики знаний и участия. Эта развлекательная туристическая программа, несомненно, имеет большую привлекательность для студенческого рынка, в сочетании с ежегодным приветствием школ, рыночный спрос очень стабилен, поэтому студенты являются идеальными участниками рынка для промышленного туризма.

Для местных жителей промышленный туризм – это «новизна», которая происходит рядом с ними, и у них часто возникают туристические мотивы из - за любопытства и гордости за местный бизнес. Поскольку для них такая туристическая деятельность является малозатратной, недорогой и удобной для организации, на начальном этапе осуществления проектов в области промышленного туризма обычно преобладает местное население.

С точки зрения туристов, промышленный туризм, как новый туристический продукт, имеет процесс познания и принятия его обычными туристами. С одной стороны, это связано с тем, что в течение длительного времени в туристической деятельности в стране преобладали отдых и осмотр достопримечательностей (горы и горы, достопримечательности и памятники), что в определенной степени ограничивало понимание туристи-

ческих ресурсов, в результате чего многие люди временно не могли принять форму продукта промышленного туризма. С другой стороны, иностранные туристы будут тщательно выбирать туристические проекты, чтобы снизить расходы на потребление туризма, поэтому трудно войти в выбор туристов, если это не промышленный туристический продукт с высокой репутацией, который дает туристам чувство удовлетворения от этой поездки.

Объективные условия.

Объектные условия туристской деятельности – это ресурсные условия. Хотя в стране промышленные ресурсы богаты, но не все промышленные ресурсы могут быть преобразованы в туристические ресурсы, и только промышленные предприятия, отвечающие определенным требованиям к ресурсам, могут быть разработаны и использованы для туризма.

С точки зрения характеристик туристических ресурсов, «направленная привлекательность» и «монополия» являются существенными характеристиками туристических ресурсов, а также основными критериями отбора промышленных ресурсов. Промышленные ресурсы, отвечающие базовым критериям, можно назвать потенциальными туристическими ресурсами, однако вопрос о том, могут ли они стать реальными туристическими ресурсами, требует дальнейшего анализа. Туристический потенциал промышленных ресурсов может быть использован как с точки зрения аппаратного, так и программного обеспечения самих промышленных предприятий.

С аппаратной точки зрения, прежде всего, предприятие должно иметь промышленную деятельность, которая может стать привлекательной для туризма, и эта промышленная деятельность имеет определенную

монополию, которая является основой для формирования туристической привлекательности.

Во - вторых, предприятие должно иметь достаточно большое пространство для посещения экскурсионных мероприятий.

В - третьих, компании также должны иметь определенные туристические объекты и услуги.

С точки зрения программного обеспечения, прежде всего, топ - менеджеры предприятий должны обратить внимание на проекты промышленного туризма. Поскольку промышленный туризм является комплексным и включает в себя несколько секторов внутри предприятия, это требует координации между различными секторами. Промышленный туризм вряд ли будет успешно развиваться, если руководители высшего звена будут проявлять пассивность и неуступчивость. Во - вторых, предприятия должны иметь правильное понимание промышленного туризма, и цель развития должна быть ясной. Развитие промышленного туризма направлено на максимизацию общих выгод предприятий, не может просто преследовать экономические выгоды, не может спешить с достижением успеха. В - третьих, предприятие должно обладать сильным организационным потенциалом и высоким уровнем управления. По сравнению с другими видами туристической деятельности, промышленный туризм требует более высокого порядка и не может гарантировать нормальное производство предприятия и безопасность туристов, если предприятие не имеет хороших организационных возможностей. На самом деле, интеграция туристической деятельности в процесс промышленного производства - это проверка, оценка управленческих возможностей предприятия. Если корпоративное управление отстает, «интимные» контакты между туристами и

промышленными предприятиями не только не создадут имидж предприятия, но и окажут негативное влияние на бизнес.

Условия среды

Хотя проекты промышленного туризма ориентированы на промышленные предприятия в качестве основного перевозчика туристической деятельности, туристические агентства в ведущих отраслях туристического рынка также играют важную роль в развитии промышленного туризма.

Туристические агентства являются переработчиками туристических продуктов, играют важную роль в организации, координации и передаче информации в туристической деятельности, они не только имеют самую прямую информацию о клиентах, но и имеют профессиональную бизнес-концепцию в области проектирования, упаковки, рекламы и обслуживания продуктов, могут повысить популярность туристических продуктов и расширить их продажи за относительно короткий промежуток времени.

Промышленные туристические продукты, интегрированные в большой цикл туризма через туристические агентства, могут быстро и точно позиционироваться в структуре туристических продуктов.

Поэтому промышленным предприятиям следует активно стремиться к эффективному сотрудничеству с туристическими агентствами при разработке проектов в области промышленного туризма, что не только повысит качество и эффективность услуг, предоставляемых промышленными туристическими продуктами, но и эффективно сократит период их ввоза и позволит им как можно скорее выйти на путь здорового развития.

Для принятия решений по развитию промышленного туризма, соответствующие департаменты должны всесторонне оценивать преимущества и недостатки промышленного туризма с точки зрения основных, объектов и средообразующих условий.

Следует отметить, что эти три условия не являются в равной степени важными, и их следует сосредоточить в зависимости от стадии развития промышленного туризма. Как правило, в период импорта продукции требуется полная поддержка промышленных предприятий, в это время роль промышленных предприятий очевидна, доминирует.

После того, как продукция вступит в фазу роста, рыночные силы, представленные туристическими агентствами, постепенно вытеснят промышленные предприятия и станут основной движущей силой развития промышленного туризма. В настоящее время промышленный туризм в нашей стране находится в начале периода роста, и условия для его масштабного развития еще не созрели. Поэтому развитие проектов промышленного туризма должно способствовать качественной осведомленности, промышленные предприятия с условиями развития могут отдавать приоритет развитию, идти по пути развития с точки зрения точки зрения, постепенно развивать рынок.

Подводя итог вышесказанному, при принятии решений по развитию промышленного туризма соответствующие департаменты должны всесторонне оценивать преимущества и недостатки промышленного туризма с точки зрения основных, объектных и медиаусловий.

Следует отметить, что эти три условия не являются в равной степени важными, и их следует сосредоточить в зависимости от стадии развития промышленного туризма. Как правило, полная поддержка промышленных предприятий необходима в период импорта продукции, когда роль промышленных предприятий очевидна и доминирует. После того, как продукция вступит в фазу роста, рыночные силы, представленные туристическими агентствами, постепенно вытеснят промышленные предпри-

ятия и станут основной движущей силой развития промышленного туризма.

3 ФОРМИРОВАНИЕ НОВОГО ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА ДЛЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В КИТАЕ

3.1 Обоснование спроса и предпочтений на промышленный туризм у респондентов из Китая

В рамках магистерского исследования был проведен социологический опрос и анализ его результатов с целью выявления у жителей Китая спроса на промышленный туризм и предпочтения в его организации и проведении. Общее количество респондентов составило 100 человек.

Анализ полученных результатов позволил определить, что большинство опрошенных являются женщинами (53,8%) (рисунок 8). Основной возраст респондентов составил от 18 до 24 лет (76,9%) и от 25-34 лет (19,2%) (рисунок 2). При этом социально-профессиональный статус респондентов это преимущественно студенты (50%) и служащие (15,4%). ¶

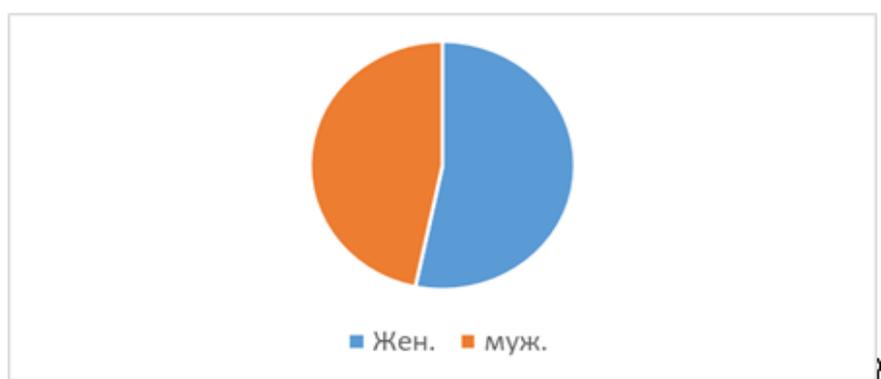


Рисунок 2 — Половая структура респондентов ¶

¶

По количеству совершаемых поездок большинство респондентов указали один раз в год (48%), 22% респондентов путешествуют 2 раза в год, 10% опрошенных путешествуют 3 раза в год и только 4% путешествуют более 4 раз в год (рисунок 3). ¶

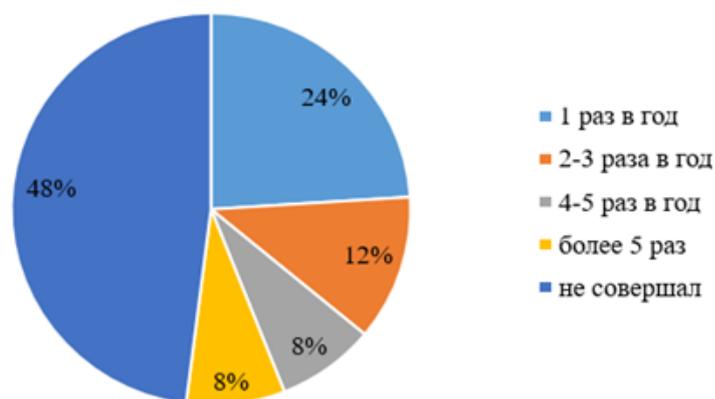


Рисунок 3 – Распределение ответов респондентов по совершаемым ими турпоездкам

Большинство респондентов, выбирая тур, основываются на предпочтении отдыха и приключений. Происходит это по причине занятости целый год респондентами работой, поэтому для них предпочтительней отдых.

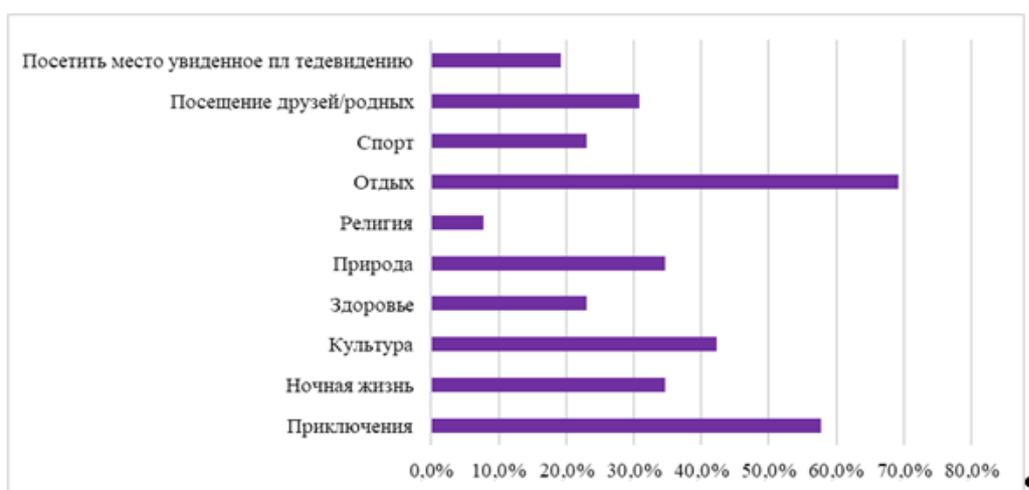


Рисунок 4 – Линейная диаграмма распределения ответов опрошенных в отношении выбора цели турмаршрута

Главной проблемой выбора нового направления по мнению респондентов является цена тура (рисунок 5). При этом наименьшей проблемой респонденты считают языковые трудности.

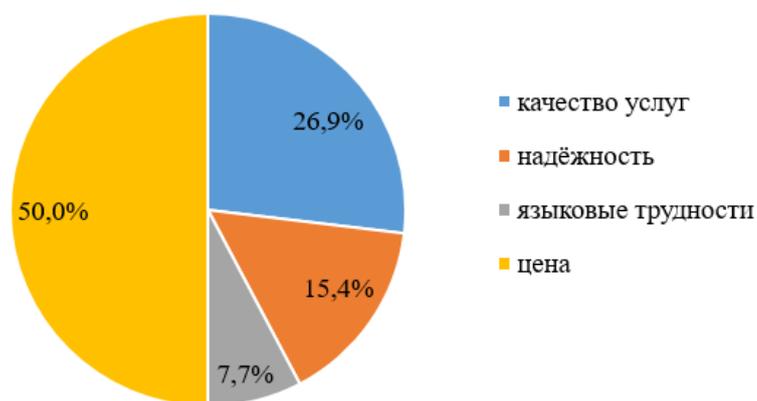


Рисунок 5 – Круговая диаграмма проблем при выборе нового направления туризма

При составлении своего маршрута большинство респондентов предпочитают включать разный вид транспорта, так для трансфера использовать самолёт, на местности использовать авто или автобус (рисунок 6).

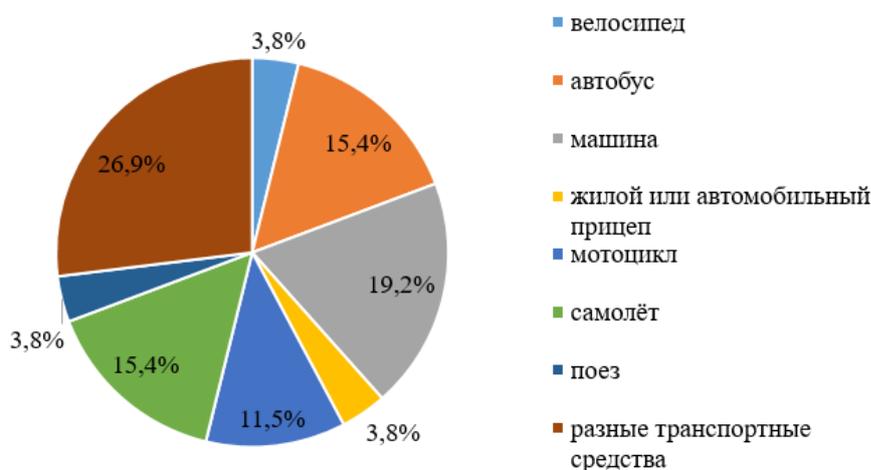


Рисунок 6 – Выбор транспортных средств респондентами

Промышленный туризм является новым и перспективным видом туризма.

Таким образом, большинство опрошенных граждан Китая осведомлены о промышленно

мтуризме, который будет интересен для будущей реализации тур маршрутов (рисунок 7).

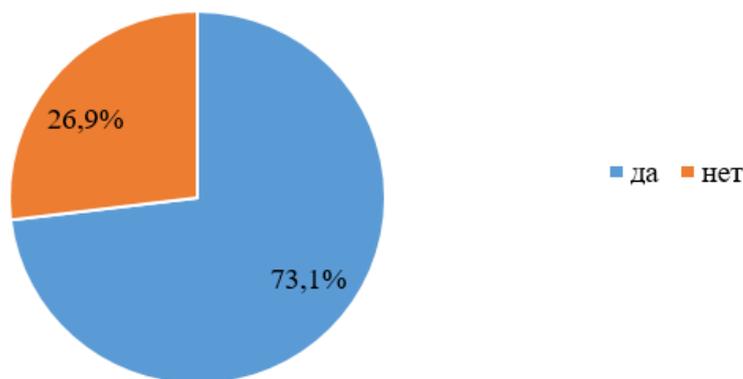


Рисунок 7 – Интерес респондентов к промышленному туризму

Большинство респондентов предпочитают самостоятельно оформленные поездки (73,1%), но при этом на предприятии с целью промышленного туризма данные респонденты не были (26,9%). Так же некоторые респонденты были на предприятии, и им данные экскурсии понравились. Что даёт положительный прогноз, о будущем промышленного туризма.

Потенциальные клиенты при поиске информации о турфирмах используют интернет, при этом большую часть информации они получали через соцсеть WeChat.

Большинство опрошенных респондентов готовы потратить за тур от 1666,6 юаней до 4166,6 юаней.

В процессе анкетирования были выявлены предпочтения по дополнительным услугам во время проведения промышленного тура. Большинству респондентов интересны сами объекты показа во время экскурсии, так же интересны развлечения и приобретение сувениров (рисунок 8).

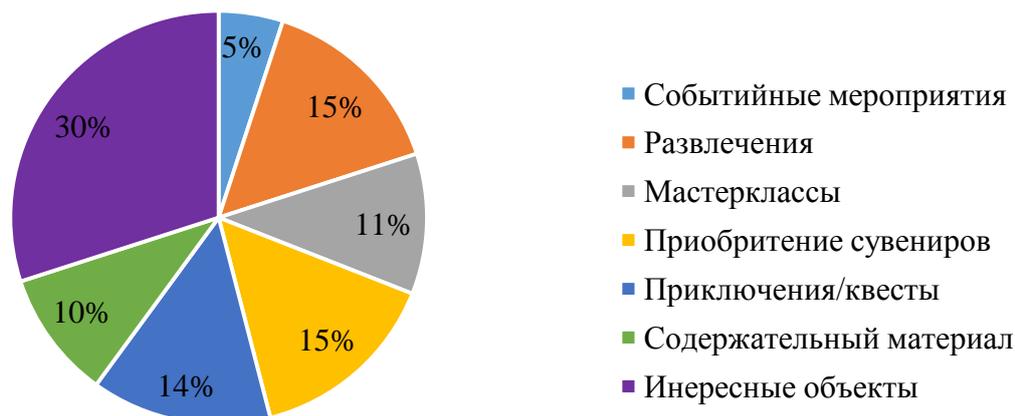


Рисунок 8 – Круговая диаграмма предпочитаемых виды дополнительных услуг у респондентов во время промышленной экскурсии

Среди основных проблем принятия туристов на предприятие является отсутствие необходимой инфраструктуры для принятия туристов, так же немаловажным фактором является режимность объекта, которая может негативно сказаться на открытии экскурсионного маршрута по данному объекту (9).



Рисунок 9 – Линейная диаграмма основных препятствий в принятии туристов на предприятие

Таким образом, портрет потенциального потребителя промышленного туризма является следующее: Человек ведущий активный образ жизни, имеющий средний заработок. Интересующийся промышленным туризмом.

3.2 Проектирование нового туристского маршрута «Путешествие по истории промышленности» и его экономическое обоснование

Для разработки туристского маршрута была выбрана территория города Пекина.

Тема туристского маршрута «Путешествие по истории промышленности».

Цель туристского маршрута: познакомить жителей Китая с историей развития промышленности в стране, ее достижениями, современными технологиями, а также сформировать позитивное отношение к промышленным предприятиям, которые играют значительную роль в развитии промышленности страны.

Целевая аудитория: жители Китая, активная молодёжь и люди в возрасте, имеющая средний доход интересующаяся технологиями производства и историей развития страны.

Особенность тура. Историческая пекинская промышленность имеет уникальное очарование, столкновение традиций и современности, которые привлекают бесчисленных китайских и иностранных туристов. Планирование этого маршрута объединяет различные виды ресурсов промышленного туризма, исторические и культурные ресурсы, сочетает в себе время, знания, культуру, досуг и развлечения, старается подчеркнуть промышленные и культурные особенности Пекина, дух ремесленников и культурное творчество, чтобы сформировать более привлекательные брен-

дированные туристические маршруты, тем самым демонстрируя имидж бренда культурной промышленности и творчества Пекина.

Сезонность: круглогодичный.

Количество участников: 10 человек

Продолжительность 3 дня.

Маршрут (рисунок 10):

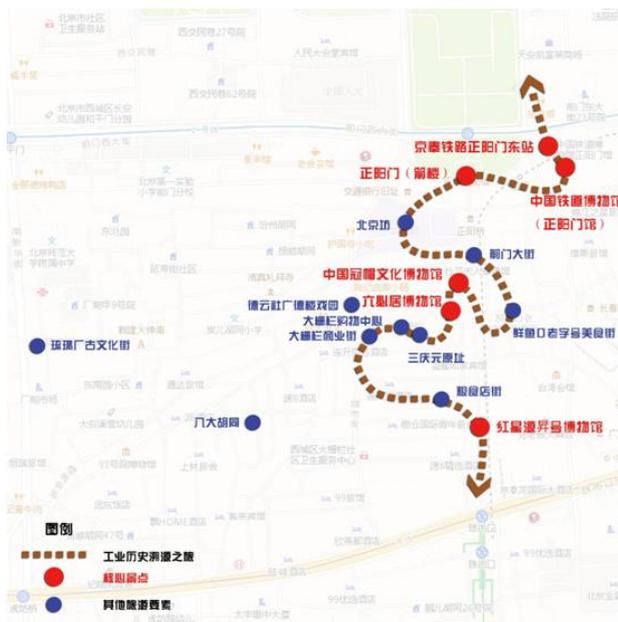


Рисунок 10 – Картограмма маршрута

Основные достопримечательности: Чжэнъянмэнь (башня стрел), Музей культуры китайской короны, Музей повышения Красной Звезды, Музей Люби.

1) Китайский железнодорожный музей (павильон Чжэнъянмэнь)

Музей китайских железных дорог Zhengyangmen расположен в юго – восточной части площади Тяньаньмэнь в Пекине, улица Цяньмэнь, № 2, была реконструирована оригинальным «Восточным вокзалом Чжэнъянмэнь железной дороги Пекин - Фэн» после более чем столетних перипетий.

2) Станция «Чжэньянмэньдун» Пекинско - Фэнской железной дороги была построена в 1901 году, в 1906 году здание станции было завершено и официально открыто. Его архитектурный стиль уникален, богат историческим наследием, он был свидетелем и документировал многие важные исторические события, записанные в анналах истории. После того, как в 1959 году был открыт новый Пекинский вокзал, станция «Чжэньянмэньдун» завершила свою миссию (рисунок 11).



Рисунок 11 – Станция «Чжэньянмэньдун»

Являясь важным представителем раннего строительства железных дорог Китая и ценным наследием промышленной культуры, станция Чжэньянмэньдун в 2001 году была классифицирована как ключевая единица защиты культурных реликвий в Пекине. В 2007 году министерство железных дорог и городские власти Пекина приняли совместное решение о преобразовании железнодорожного вокзала Чжэньянмэнь в железнодорожный музей. 23 октября 2010 года благодаря совместным усилиям всех сторон этот древний железнодорожный вокзал предстал перед миром с совершенно новой ролью и лицом - павильон Чжэньянмэнь Китайского железнодорожного музея был официально открыт для внешнего мира.

2) Площадь здания стадиона Zhengyangmen составляет 9 485 квадратных метров, длина выставочной линии главной выставочной площадки составляет 460 метров, постоянная выставка - «История развития железных дорог Китая», разделенная на четыре части китайской железной дороги, которые колеблются, борются с трудностями, прилагают все усилия и продвигаются вперед. Используя богатые и информативные фотоисторические материалы, физические экспонаты, а также передовые концепции и технические средства, мы полностью представляем историю развития железных дорог Китая с нуля, от отсталости до передового более 140 лет, особенно блестящие достижения и прекрасные перспективы железных дорог Китая со времени основания Нового Китая.

Выставка настаивает на ориентированности на людей, сосредоточении внимания на интерактивном опыте, широком использовании передового цифрового и информационного оборудования, дизайне и запуске серии ярких, интересных и основанных на участии проектов, полностью подчеркивает гуманизацию и технологичность музея.

В последние годы павильон Чжэнъянмэнь Китайского железнодорожного музея был назван «выдающейся национальной научно - популярной образовательной базой», «Пекинской научно - популярной образовательной базой» и «Пекинской патриотической образовательной базой».

Транспорт: Метро: станция у входа линии метро 2.

Автобус: 8 - й, 9 - й, 20 - й, 44 - й внутренний, 44 - й внешний, 622 - й и 2 - й автобусные передние ворота Восточного вокзала.

Время работы: 9: 00 - 17: 00 (в 16: 00 прекращается продажа билетов, в понедельник закрыты)

3) Чжэнъянмэнь (башня стрел) (рисунок 12)

Чжэньянмэнь, широко известный как Цяньмэнь, ранее известный как Ли Чжэнмэнь, имеет историю более 500 лет, является воротами к югу от внутреннего города Пекина, расположенными на южной окраине площади Тяньаньмэнь, северной оконечности улицы Цяньмэнь, на северной и южной оси Пекина, существующих городских зданий и стрел.



Рисунок 12 – Чжэньянмэнь (Башня стрел)

Мин Чэнцзу Чжу Ди переехал в столицу Пекина, Yongle 17 лет (1419) переместил большую часть Юаньчжэньюань на юг, чтобы построить 800 метров, оригинальные ворота Ли Чжэнмэнь в середине стены Пекина были построены на месте нынешних ворот Чжэньян, все еще известных как ворота Ли Чжэнмэнь. Первый год православия (1436) был переименован в ворота Чжуньянмэнь.

В течение четырех лет ортодоксальности (1439) за пределами городов Пекинской дивизии были построены дополнительные башни с стрелами, чтобы укрепить оборонительные возможности Пекинской дивизии, а Чжэньянмэнь также построил башню с стрелами Чжэньянмэнь в это вре-

мя. Между башней и башней - стрелой образуется большая урна длиной 108 метров с севера на юг и шириной 88,6 метра с востока на запад. В каждом из четырёх направлений города открыты двери.



Рисунок 13 – Чжэньянмэнь (Башня стрел)

Чжэньянмэнь построил городскую башню на кирпичной городской платформе, занимающей площадь 3047 квадратных метров, высота городской платформы 13,2 метра, с севера на юг вдоль каждой стены высотой 1,2 метра. В центре города открылись ворота купонов, а в воротах - ворота. Городская башня высотой два этажа, для серой черепицы зеленые стеклянные обрезки, тяжелые карнизы в виде трех капель воды. Вверху и внизу есть двери со всех сторон. Ширина лица семь (41 м), глубина три (21 м). Вверху и снизу есть коридоры. Ширина корпуса 36,7 м, глубина 16,5 м, высота 27,3 м. Общая высота всей башни составляет 42 метра, самая высокая из всех городских ворот Пекина.

К югу от башни Чжэньянмэнь есть башня со стрелой, занимающая площадь 2147 квадратных метров, кирпичные барьерные здания. Верхняя часть – зеленые стеклянные обрезки и тяжелые карнизы на вершине холма.

Таблица 4 – Программа тура

День	Время	Содержание
	8.00 – 9.00	Заселение в гостиницу. Завтрак в гостинице.
1 день	9.00	Сбор на автовокзале Пекина
	9.00 – 12.00	Экскурсия «Горячие источники», посещение парка развлечений,
	12.00 – 13.00	Обед в супермаркете
	13.00 – 13.30	Экскурсия на железнодорожный вокзал. Посещение музея железных дорог / станции восточной железной дороги Пекина
	13.30 – 17.00	Праздничное представление на игровой площадке
	17.00	Ужин в гостинице
2 день	8.00 – 9.00	Завтрак в гостинице
	9.00 – 12.00	Обзорная экскурсия по Пекину (Центральная ось: три храма Тайхэмэнь - Цяньцинмэнь - Цяньцингун - Цзяотай - Куннинг - Королевский сад - Шэньвумэнь Восточная дорога: полуденные ворота - Тайхэмэнь три храма - Цинмэнь - Восточный дворец - Ниншугун Джейн Фэйцзин Западная дорога: полуденные ворота - Тайхэмэнь три храма - Цяньцинмэнь - Западный шесть дворцов - Цынин - Храм сердца – Шуфанчжай)
	12.00 – 13.00	Посещение музея Гугун
	13.00 – 13.30	Обед в ресторане
	13.30 – 14.30	Экскурсия на пивоваренный завод
	14.30 – 16.00	Экскурсия в компанию Шанхайская баосталь, Пекин
	16.00 – 17.00	Экскурсия на завод «Китайская пара»
	17.00	Ужин в гостинице
3 день	8.00 – 9.00	. Завтрак в гостинице.
	9.00 – 12.00	Экскурсия на Шэньфэйский авиационный завод (окрестности Пекина)
	12.00 – 13.00	Обед в кафе на авиационном заводе
	13.00 – 14.00	Трансфер авиационный завод – Пекин
	14.00	Выселение из гостиницы

Стрела башня имеет четыре этажа вверх и вниз, на юге - здание на севере; Ширина южной стороны семь, ширина 62 метра, глубина 12 метров; Высота здания 26 метров, высота Ляньчэнтайтуна 38 метров, также является самой высокой из всех стреловых зданий в Пекине. В здании имеется четыре отверстия для стрел, по 13 отверстий на каждом этаже (ос-

тальные восемь в городе - 12 отверстий для стрел на каждом этаже), четыре отверстия для стрел на западе и четыре отверстия на каждом этаже. Форма башни с стрелой Чжэньянмэнь относительно уникальна и всегда считалась символом старого Пекина.

4) Улица Цяньмэнь, восемь переулков, улица древней культуры стеклянного завода, улица большого забора, улица продовольственного магазина, старая кулинарная улица свежего рыбного устья.

5) Пекинская площадь, торговый центр с большим забором.

6) Театральный парк DeyunSocietyGuangdeLu

3.3 Продвижение нового туристского маршрута

На фоне непрерывного улучшения ситуации в области профилактики и борьбы с эпидемией и упорядоченного восстановления и развития туризма Министерство культуры и туризма недавно запустило кампанию по продвижению внутреннего туризма в 2022 году под названием «Красивый Китай и лучшая жизнь» (далее именуемую «Деятельность по продвижению внутреннего туризма»), с помощью онлайн и офлайн связи, чтобы еще больше расширить аудиторию, обогатить содержание и форму, лучше направлять и содействовать восстановлению и развитию потребления туризма, активно создавать благоприятную атмосферу для восстановления и развития туризма, Повышение доверия туристических компаний и отраслей.

Как только началась деятельность по продвижению внутреннего туризма, она вызвала позитивный отклик со стороны всех мест, продвинула рекламу туризма на высшем уровне, объединила силы в режиме онлайн и офлайн, чтобы удовлетворить насущные потребности всех мест в укреплении доверия, содействии потреблению и содействию восстановлению,

стала мощной отправной точкой для всех мест в продвижении ускоренного «перезапуска» промышленного туризма (рисунок 14, 15).



Рисунок 14 – Реклама по продвижению тура



Принимать различные формы пропаганды промышленного туризма, помимо традиционных СМИ, поощрять использование новых медиа, цифровых технологий для привлечения молодежи. Такие, как виртуальная реальность + промышленный туризм, позволяют превосходным культурным и туристическим ресурсам жить и гореть с помощью технологий виртуальной реальности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящее время промышленный туризм в Китае все еще находится на стадии изучения, есть много проблем, таких как формирование рынка в конце. Общее количество предприятий, занимающихся промышленным туризмом, невелико и фрагментировано, мало обмена опытом: соответствующие данные, необходимые для исследований в области промышленного туризма, отсутствие информации: преимущества промышленного туризма не совпадают с доходами от основного бизнеса предприятия и так далее. Слабость самого промышленного туризма в определенной степени затрудняет исследования в области промышленного туризма, ограничивает глубину исследований в области промышленного туризма и напрямую влияет на универсальность и актуальность результатов исследований.

Промышленный туризм как развивающийся туристический проект требует большой работы в процессе разработки, которая требует не только тесного сотрудничества между туризмом и промышленными предприятиями, но и усиления пропаганды и повышения осведомленности потребителей туризма. Кроме того, необходимы руководство и поддержка со стороны соответствующих правительственных ведомств. Имея общие усилия старой стороны, мы можем содействовать здоровому развитию промышленного туризма.

В настоящее время промышленный туризм в нашей стране находится в начале периода роста, и условия для его масштабного развития еще не созрели. Поэтому развитие проектов промышленного туризма должно способствовать качественной осведомленности, промышленные предприятия с условиями развития могут отдавать приоритет развитию, идти по пути развития с точки зрения точки зрения, постепенно развивать рынок.

С одной стороны, мы должны развивать промышленную культуру и содействовать глубокой интеграции и развитию промышленной культуры и промышленного туризма, с другой стороны, активно содействовать глубокой интеграции промышленного туризма с другими областями, такими как промышленные музеи, идеологическое и политическое образование, и формировать ситуацию совместного процветания и симбиоза.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Анализ статус-кво развития туризма в Китае в 2022 году. ChinaReportHall. – 2023. – 13 с.
- 2 Дун, Цзяньхуэй. Развитие туристических ресурсов. – Пекин : Изд-во электронной промышленности, 2009. – 245 с.
- 3 Дуань, Нин. Китай должен активно развивать научно-популярный туризм / Дуань Нин, Ву Гаошэн // Научно-технический форум. – 2015. – Вып.7. – С.252-258.
- 4 Дуань, Нин. Китай должен активно развивать научно-популярный туризм / Дуань Нин, Ву Гаошэн // Научно-технический форум. – 2015. – Вып.7. – С.252-258.
- 5 Ли, Тинъюн. Состояние развития и просвещения зарубежного научно-технического туризма / Ли Тинъюн // Наука Китая (ChinaSoftScience). – 2003. – №12. – С.100-105.
- 6 Лэй, Хэтао. Анализ развития туризма в области экологического сельского хозяйства Янлин / Лэй Хэтао, Ляо Юньчэн // Журнал Северо-Западного университета A&F (издание социальных наук) – 2010. – №3. – С.2-3.
- 7 Лю, Янь. Теоретическая и практическая интерпретация научно-технического туризма. Магистерская диссертация. – 2005. – С.3-4.
- 8 Национальный статистический бюллетень экономического и социального развития за 2008 год. Министерство науки и технологий [Электронный ресурс]. – 26.02.2009. – Режим доступа: https://www.gov.cn/gzdt/2009-02/26/content_1243547.htm – 25.04.2023.
- 9 Оуян, Мулан. Исследование маркетинговой стратегии научно-технического туризма провинции Ляонин / Оуян Мулан // Таймс Финанс. –

2014. – №1. – С.84-87.

10 Отчет об исследовании больших данных и сравнительного анализа глобальной индустрии туризма Китая за 2019 год [Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступа: https://www.sohu.com/a/327488076_533924 – 05.02.2023

11 Стандарт. Классификация, исследование и оценка туристских ресурсов ГБ/Т 18792-2003. // Пекинское международное издательство. [Электронный ресурс]. – 2003. – Режим доступа: <https://wenku.so.com/d/bf72ecc53f60b244203e44e0f3165662> - 21.04.2023

12 Тао, Чжоминь. Классификация и оценка стоимости научно-технических туристических ресурсов / Тао Чжоминь, Линь Мяохуа, Ша Ран // Географические исследования. – 2009. – Вып.28. – №2 – С.524-535.

13 Шу, Фухуа. Исследование глубинных причин роста научно-технического туризма / Шу Фухуа // Журнал Уханьского бизнес-колледжа – 2020. – №4. – С. 2-4.

14 Фан, Бинг. Экологическая миграция: новые идеи для борьбы с бедностью и экологической защиты окружающей среды на Западе / Бинг Фан, Чжигуан Пэн Наньнин. – Гуанси : Народное изд-во Гуанси, 2015. – 25 С.

15 Цзян, Хуаньжоу. Исследование контрмер по углубленному развитию туристических ресурсов в Гуйчжоу / Цзян Хуаньжоу // Исследование земли и природных ресурсов – 2012 – №2 – С. 10-12.

16 Цзян, Хуаньжоу. Мнения по ускорению развития туризма в Современном Гуйчжоу / Цзян Хуаньжоу // Генеральный план развития туризма в Гуйчжоу – 2004 – № 2 – С. 2-15.

17 Хэ, Гуанвэй. Национальная администрация туризма Китая: «50 лет туризма в Китае», Статистические данные о количестве людей и дохо-

дах. Отчет. / Хэ Гуанвэй. – 2005. – 56 с.

18 Чжай, Жуаньжуань. Исследование правовых вопросов развития ресурсов экологического туризма в Гуйчжоу / Чжай Жуаньжуань. – Гуйчжоуский университет национальностей, 2014 – С. 3-12.

19 Чжу, Кай. Исследование влияния новой эпидемии коронной пневмонии на развитие туризма в Китае и меры противодействия ей / Чжу Кай // Журнал Сычуаньского института туризма. – 2020. – №3. – С.13-16

20 Чжоу, Цзе. Активное развитие научно-популярного туризма и пропаганда общественной научной грамотности / Чжоу Цзе // Экономическая серия. – 2014. – С.201-202.

21 Яо, Ренрен. Исследование контрмер по устойчивому развитию сельского туризма в уезде Кайян провинции Гуйчжоу в условиях построения экологической цивилизации / Яо Ренрен. – Хуачжунский нормальный университет, 2015. – С. 17-20.

22 WuQian, XingXixi. Исследование креативного маркетингового пути туризма в Гуйчжоу на основе больших данных общественного мнения на примере живописной зоны Бицзе / WuQian, XingXixi // PriceMonthly. – 2019. – Вып. 70 – С. 10- 25.

23 GuoMingke. Размышления о создании специальных баз данных в библиотеках / GuoMingke // Современная разведка. – 2000, – Вып. 3 – 3 с.

24 MaFuying. Исследование стратегии этапного финансирования туристических предприятий живописного типа / MaFuying // Хунаньский нормальный университет– 2012 – С. 12-15.

25 Веб-сайты: Народное правительство Гуйчжоу: Режим доступа: <http://www.gzgov.gov.cn/jj/gzsfpstymgc>. - 23.04.2023.

26 Портал народного правительства муниципалитета Бицзе. Режим доступа: <https://www.bijie.gov.cn/hhbj/sq/bjj>. - 23.05.2023.