

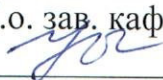
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**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

«16» июня 2025 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

на тему: Развитие культурно-познавательного туризма в Циндао (КНР)

Исполнитель
студент группы 334-ом


(подпись, дата)

Ли Хуэйсинь

Руководитель
доцент, к.г.н.


(подпись, дата)

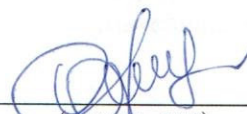
С.В. Феокистов

Руководитель
магистерской программы


(подпись, дата)

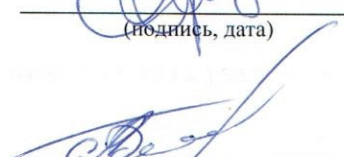
С.В. Феокистов

Нормоконтроль


(подпись, дата)

О.В. Шпак

Рецензент
доцент, к.э.н.


(подпись, дата)

А.В. Плешивцев

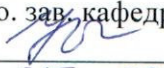
Благовещенск 2025

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
« 05 » 03 2025 г.

ЗАДАНИЕ

К магистерской диссертации студента

1 Тема магистерской диссертации Развитие культурно-познавательного туризма в Циндао (КНР)

(утверждено приказом от 04.03.2025 № 573-уч)

2 Срок сдачи студентом законченной работы 13.06.2025

3 Исходные данные к магистерской диссертации: *Результаты исследования и отчёты по развитию культурно-познавательного туризма, программы развития туристских объектов*

4 Содержание магистерской диссертации (перечень, подлежащий проработке вопросов):

1. Теория и классификация культурно-познавательного туризма
2. Анализ ресурсов культурно-познавательного туризма и текущего состояния в провинции Шаньдун (КНР) и городе Циндао
3. Разработка продуктов культурно-познавательного туризма в провинции Шаньдун (КНР)

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

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

7 Дата выдачи задания 05.03.2025

Руководитель магистерской диссертации Феокистов Сергей Владимирович, к.г.н., доцент
Фамилия, Имя, Отчество, ученая степень, ученое звание

Задание принял к исполнению (дата): 05.03.2025


(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Магистерская диссертация содержит 87с., 2 рисунка, 14 таблиц, 2 приложения, 68 источников.

Цель данной работы – изучение современной ситуации, возможностей развития и совершенствования турпродукта этнокультурного туризма провинции Хэйлунцзян (КНР).

Для достижения цели были сформулированы следующие задачи:

- 1) анализ теоретической базы этнокультурного туризма;
- 2) изучение ресурсного потенциала этнокультурного туризма провинции Хэйлунцзян (КНР);
- 3) разработка турпродукта этнокультурного туризма в провинцию Хэйлунцзян (КНР).

В первой главе рассмотрены сущность и основные характеристики этнокультурного туризма, дана классификация этнокультурного туризма.

Во второй главе представлен ресурсный потенциал и современный турпродукт этнокультурного туризма провинции Хэйлунцзян (КНР), современное состояние и уровень развития данного вида туризма в регионе.

В третьей главе разработан турпродукт этнокультурного туризма на территории провинции Хэйлунцзян (КНР).

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретические основы культурно-познавательного туризма	7
1.1 общие понятия и классификации культурно-познавательного туризма	7
1.2 этнический туризм как часть культурного туризма	13
1.3 общая характеристика организаций этнического туризма	20
2 Ресурсы этнического туризма провинции хэйлунцзян	26
2.1 коренные жители провинции хэйлунцзян	26
2.2 основные туристические места этнического туризма в провинции	38
2.3 продукты этнического туризма провинции хэйлунцзян	43
3 Развитие этнического туризма в провинции хэйлунцзян	47
3.1 экономика туризма и маркетинговые причины	47
3.2 программа тура	51
3.3 калькуляция тура	67
Заключение	72
Библиографический список	73
Приложение А. Анкета	77
Приложение Б. Фото	82

ВВЕДЕНИЕ

С диверсификацией туристических потребностей людей и повышением уровня культурного потребления культурно-познавательный туризм постепенно стал важным направлением развития туристической индустрии. Культурно-познавательный туризм является не только важным средством культурной коммуникации и образования, но и важной силой, способствующей местным экономическим преобразованиям и повышению ценности культурных ресурсов. Будучи важным местом зарождения китайской цивилизации, провинция Шаньдун обладает разнообразными культурными ресурсами, такими как конфуцианская культура, морская культура и культура «Красной» империи, и играет важную роль в национальной системе культурного туризма.

В последние годы провинция Шаньдун продолжает изучать возможности политической поддержки, инноваций в продукции и продвижения на рынке, а культурно-познавательный туризм демонстрирует тенденцию к быстрому развитию. Однако по-прежнему существуют такие проблемы, как однородность продукции, отсутствие глубокого опыта и ограниченное международное влияние. На основе анализа основных теорий и типов культурно-познавательного туризма в статье глубоко анализируется состояние развития, рыночный спрос и типичные продукты культурно-познавательного туризма в провинции Шаньдун и городе Циндао, а также сочетаются конкретные проектные разработки с рыночными стратегиями для изучения пути высококачественного развития культурно-познавательного туризма в Шаньдуне и содействия развитию культурно-познавательного туризма в провинции Шаньдун.

Цель работы – Продвижение культурно-познавательного туризма в Циндао, повышение его популярности и привлекательности, а также содействие промышленному и экономическому развитию.

Объект исследования – Культурно-познавательный туризм в городе Циндао

Предмет исследования – Текущая ситуация, проблемы и меры противодействия развитию культурно-познавательного туризма в Циндао

Для достижения поставленных целей необходимо решить следующие задачи:

- 1) проанализировать исторический фон и ресурсную базу развития культурно-познавательного туризма Циндао;
- 2) проанализировать текущую ситуацию и особенности развития культурно-познавательного туризма Циндао, включая типы продуктов, рыночный спрос;
- 3) изучить влияние культурно-познавательного туризма на экономику, культуру и другие аспекты Циндао;
- 4) изучить взаимное влияние культурно-познавательного туризма и экономического развития Циндао, а также факторы, ограничивающие его развитие, такие как однородная конкуренция, качество обслуживания и экологическое давление на окружающую среду;
- 5) проанализировать проблемы, существующие в развитии культурно-познавательного туризма Циндао, и выдвиньте целевые контрмеры и предложения, такие как интеграция технологий, создание бренда, продуктовые инновации и устойчивое развитие.

В процессе исследования использованы следующие методы работы: сравнение, контент-анализ, социологические исследования.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

1.1 Понятия и классификации культурно-познавательного туризма

Туризм относится к деятельности людей, покидающих свою обычную среду обитания, чтобы посетить другие места для отдыха, бизнеса или других целей, с непрерывным пребыванием не более одного года. Основная цель - расслабиться и насладиться пейзажем и едой иностранных мест. Туризм обычно краткосрочный, осуществляется в группах и фокусируется на посещении и знакомстве с известными достопримечательностями. Развитие культурно-познавательного туризма основано на различных теориях¹. Развитие культурно-познавательного туризма основывается на нескольких теориях.

Культурно-когнитивная теория полагает, что культурный туризм является не только частью экскурсионного туризма, но и важным способом культурного обмена и познания. Благодаря туристической деятельности туристы могут преодолеть географические и культурные барьеры и улучшить понимание и уважение между различными культурами.

Теория экономики опыта подчеркивает потребность потребителей (в данном случае туристов) в глубоких впечатлениях. Культурно-познавательный туризм является важным проявлением экономики впечатлений. В процессе путешествия туристы получают не только визуальный опыт живописных мест, но и глубокое понимание местной культуры.

Теория маркетинга дестинации сегодня получила широкое распространение, поскольку в культурно-познавательном туризме культурные ресурсы дестинации стали важной частью маркетингового процесса. Ключом к развитию культурно-информационного туризма является то, как привлечь целевые туристические группы путем раскопок и упаковки местных характерных культурных ресурсов.

Теория туристического опыта определяет субъективные переживания и

¹ Циган, Б. География туризма (третье издание) / Б. Циган. – М.: Higher Education Press, 2018. – 302 с.

чувства туристов во время туристического процесса. Культурно-познавательный туризм направлен на предоставление туристам богатого и глубокого культурного опыта, позволяя туристам получить уникальный туристический опыт посредством культурных представлений, экспериментальных мероприятий и других методов².

Теория иерархии потребностей Маслоу разделяет потребности человека на пять уровней от низкого до высокого: физиологические, безопасность, социальные, уважение и самореализация. На основе удовлетворения основных туристических потребностей туристов культурно-познавательный туризм уделяет больше внимания удовлетворению потребностей туристов более высокого уровня, таких как потребности в самореализации и поиске знаний³.

Теория когнитивной психологии изучает когнитивные процессы человека, включая восприятие, внимание, память, мышление. В культурно-познавательном туризме туристы формируют свое познание и понимание культуры туристского направления посредством когнитивных процессов, таких как восприятие культурного ландшафта, внимание и память на содержание объяснения.

Таким образом, культурно-познавательный туризм – это форма туризма, основной целью которого является приобретение культурных знаний, глубокого понимания и опыта различных региональных культур. Основными элементами культурно-познавательного туризма являются культурные ресурсы, когнитивный опыт, культурные потребности туристов, опыт деятельности и туристические объекты и услуги.

Суть культурно-познавательного туризма заключается в опоре на богатые и разнообразные культурные ресурсы, включая исторические места, музеи, традиционные навыки и народные фестивали, которые являются важными факторами в привлечении туристов к глубокому пониманию и опыту местной культуры. Идеальное туристическое направление должно иметь глу-

² Яньцзюнь, С. Базовый туризм (четвертое издание) / С. Яньцзюнь. – М.: Commercial Press, 2015. – 268 с.

³ Иран, Л. Исследование восприятия туристами проектов VR-туризма / Л. Иран // Исследования туризма. – 2020. – С.46-52.

бокое культурное наследие и разнообразные культурные формы, такие как исторические места, традиционная архитектура, обычаи, религиозная культура, литература и искусство. Например, Запретный город в Пекине и древний город Лицзян являются представителями таких культурных ресурсов. В то же время, эти знаковые ландшафты с отличительными культурными характеристиками, такие как пирамиды Египта и Великая Китайская стена⁴, также стимулируют интерес туристов и желание исследовать из-за их уникальности и символического значения и становятся важными достопримечательностями для культурного туризма.

В отличие от традиционного экскурсионного туризма, культурно-познавательный туризм уделяет больше внимания познавательному (когнитивному) опыту туристов во время путешествия. Этот опыт включает в себя сенсорный опыт (например, через еду, музыку, архитектуру и другие формы культуры) и приобретение знаний (например, понимание местной истории, народных обычаев, социальной структуры).

Остаются значимыми и культурные потребности туристов. С повышением культурной грамотности населения туристы не ограничиваются развлечениями и досугом, но также надеются расширить свой кругозор и улучшить понимание и уважение к различным культурам посредством путешествий. Это изменение спроса является важной движущей силой роста культурно-просветительского туризма.

Культурно-познавательный туризм дает несоизмеримые возможности и опыт участия в активных формах деятельности. Позволяя туристам участвовать в традиционных ремеслах и народных занятиях, они могут ощутить уникальное очарование местной культуры и расширить свои знания и понимание культуры, например, научившись вырезать из бумаги и приняв участие в фестивале брызг воды Дай. С помощью современных научно-технических средств или реального макета воспроизводятся исторические сцены или куль-

⁴ Хуэй Ч. Капитализация культурных ресурсов и инновации в маркетинге туристических направлений / Ч. Хуэй, Л. Ган // *Tourism Tribune*. – 2020. – С. 45-58.

турные события, что позволяет туристам почувствовать себя так, будто они путешествовали во времени и пространстве и лично прочувствовать атмосферу того времени, например, во время живого выступления.

Туристические объекты и услуги стремятся создать полную систему туристической инфраструктуры, от удобных транспортных сетей, комфортных условий размещения до разнообразных вариантов питания, чтобы полностью гарантировать качество путешествий и жизни туристов в культурном познавательном туризме. В то же время, предоставляя высококачественные туристические услуги, включая многоязычные услуги, мы можем точно реагировать на различные потребности туристов в процессе изучения культурных знаний, чтобы улучшить общий туристический опыт туристов.

Ядро культурного познавательного туризма сосредоточено на глубоком опыте культурного измерения. Он основан на мультикультурных ресурсах, таких как историческая культура, народная культура, религиозная культура и художественная культура. Например, «Три Конга» в Цюйфу — Храм Конфуция, Особняк Конфуция и Лес Конфуция являются важными носителями и символами конфуцианской культуры. В процессе культурного познавательного туризма основное внимание уделяется систематической интерпретации и глубокой раскопке культурных ресурсов, отказу от режима обзорной экскурсии и руководству туристами для изучения сути и ценности культуры через внешние проявления. Этот глубокий культурный опыт может не только позволить туристам оценить уникальное очарование различных культур, но и помочь повысить их культурное восприятие и обогатить их духовный мир.

С точки зрения приобретения знаний, культурный туризм фокусируется на предоставлении туристам возможности систематически осваивать культурные знания места назначения посредством обучения и участия в процессе путешествия. Посещая музеи, исторические места и культурное наследие, туристы могут не только понять происхождение, эволюцию и уникальную ценность местной культуры, но и сформировать общее понимание истории и культуры региона. В то же время участие в культурных лекциях, специальных

семинарах, академических обменах и других мероприятиях предоставляет туристам возможности для углубленного диалога с экспертами, учеными и культурными наследниками, еще больше расширяя глубину и широту их культурного понимания.

С точки зрения интерактивности культурный туризм подчеркивает двустороннюю связь между туристами и местной культурой. Туристы являются не только получателями культурной информации, но и участниками культурного опыта. Они могут ощутить истинное состояние культурных обычаев, ремесел, художественного самовыражения и других культурных форм посредством личного общения с местными жителями, народными артистами, традиционными мастерами. Такое взаимодействие не только усиливает погружение в туризм, но и побуждает туристов формировать в своем опыте признание и уважение к местной культуре, тем самым достигая более глубокого уровня культурной интеграции и понимания.

Образовательный аспект: В процессе культурно-познавательного туризма туристы могут приобрести богатые культурные знания и понять исторические изменения и географию населения различных регионов. Этот образовательный опыт может не только обогатить запасы знаний туристов, но и развить их культурную грамотность и эстетические способности, а также способствовать их личностному росту и развитию⁵.

Культурно-познавательный туризм имеет нишевый характер. Туристическая группа, занимающаяся культурным туризмом, является относительно нишевой, в основном это люди, которые сильно интересуются культурой и желают ее исследовать, например, энтузиасты культуры, ученые, студенты, работники различных сфер. Эта группа туристов имеет более высокий персонализированный спрос на туристические продукты и уделяет больше внимания глубине и качеству туризма, а не чистому развлечению и отдыху. Они готовы тратить больше времени и энергии, чтобы глубже понять местную культуру.

⁵ Сяотин Х. Сун Чжэньчунь. Исследование пространственно-временного поведения и опыта обучения посетителей музеев на фоне культурной и туристической интеграции / Х. Сяотин, С. Чжэньчунь // Журнал туризма. – 2023. – С. 112-125.

туру и получить более уникальные и значимые впечатления от путешествий.

Устойчивость: Туризм, ориентированный на культуру, фокусируется на защите и наследовании культурных ресурсов, следует принципу устойчивого развития в процессе развития туризма и избегает ущерба культурному наследию, вызванного чрезмерным развитием. Подчеркивать участие и пользу местных сообществ, способствовать наследованию и развитию местной культуры посредством развития туризма, а также улучшать качество жизни и культурную самобытность жителей сообщества. В сфере культурно-информационного туризма разработчики и операторы туризма примут ряд мер по защите культурного наследия, такие как рациональное планирование туристических маршрутов, контроль туристических потоков, а также усиление защиты и восстановления культурного наследия⁶. В то же время культурно-просветительский туризм также будет сосредоточен на участии и развитии местных сообществ, предоставлении возможностей трудоустройства и экономического дохода для местных жителей посредством туристической деятельности, а также содействии процветанию и развитию местных сообществ.

Реализуясь на различных территориях, культурно-познавательный туризм способствует сохранению культурного наследия с использованием следующих социально-культурных инструментов.

1. Содействие распространению культуры и обмену : Культурно-познавательный туризм способствует взаимопониманию и общению между различными культурами посредством туристической деятельности, уменьшает культурные конфликты и недопонимания, способствует многостороннему развитию мировой культуры.

2. Содействие местному экономическому развитию : Культурно-информационный туризм может не только повысить популярность места назначения, но и способствовать развитию местных культурных индустрий, включая процветание транспорта, размещения, общественного питания, по-

⁶ Хаоли, С. Исследование развития туризма в провинции Шаньдун на основе теории Маслоу / С. Хаоли // Океанский университет Китая. – 2019. – С. 51-58.

купок и других смежных отраслей. Обеспечивать новые точки роста для местного экономического развития, способствовать корректировке и оптимизации экономической структуры, уменьшать зависимость от традиционных отраслей и способствовать диверсифицированному развитию местной экономики⁷.

3. Защита и передача следующим поколениям культурного наследия : Благодаря росту культурно-информационного туризма местные органы власти и департаменты туризма стали уделять больше внимания защите и наследованию культурного наследия. Движущая сила туризма может побудить все слои общества обратить внимание на защиту культурного наследия и повысить чувство идентичности людей с традиционной культурой.

1.2 Виды и формы культурно-познавательного туризма

В зависимости от направления туристских потоков туризм можно разделить на следующие категории: Внутренний туризм — туризм лиц, постоянно проживающих на территории Российской Федерации. Въездной туризм — туризм в пределах Российской Федерации лиц, не проживающих в стране постоянно. Выездной туризм — поездка лица, постоянно проживающего в России, в другую страну.

В зависимости от цели туризма туризм можно разделить на следующие виды: Культурно-познавательный туризм — путешествия в образовательных целях, знакомящие туристов с местным культурным потенциалом и расширяющие их кругозор. Религиозный (паломнический) туризм — временные поездки граждан за пределы постоянного места жительства с целью посещения религиозных, паломнических, святых мест, культовых сооружений и природных объектов поклонения. Медицинский (оздоровительный) туризм — это поездка человека за пределы постоянного места жительства с целью укрепления или восстановления здоровья. Деловой туризм — это путешествие, во время которого путешественник посещает страну или регион в де-

⁷ Чжэнхао, И. Оценка конкурентоспособности туристических направлений провинции Шаньдун / И. Чжэнхао // Кооперативная экономика и технологии. – 2021. – С. 90-93.

ловых или профессиональных целях, не связанных с получением дохода. Экотуризм — это путешествия с целью изучения природных и культурных достопримечательностей, бережного отношения к природе и содействия ее защите. Социальный туризм — туризм, осуществляемый полностью или частично за счет бюджетных средств, внебюджетных государственных средств и средств работодателей. Сельский туризм – поездки в сельскую местность и малые города с численностью населения не более 30 тыс. человек с целью отдыха и развлечений, знакомства с традиционным образом жизни, изучения деятельности сельскохозяйственных производителей и (или) участия в сельскохозяйственных работах.

В предыдущих исследованиях приведены несколько классификаций культурно-познавательного туризма.

Классификация культурно-познавательного туризма в России по различным критериям, таким как содержание, количество участников, составу, способу передвижения и форме проведения. По содержанию выделяют: обзорные (многоплановые) экскурсии; тематические; специализированные (помогающие изучить учебную дисциплину); комплексные (позволяющие получить знания из области нескольких наук). По количеству участников — индивидуальные и групповые. По составу — для местного населения, туристические, детские, школьные, туристические, инклюзивные. По способу передвижения — пешеходные и с использованием различных видов транспорта (автобусные, автомобильные, велосипедные). По форме проведения выделяют, например: экскурсию-массовку, экскурсию-прогулку, экскурсию-лекцию, экскурсию-концерт, экскурсию-спектакль, экскурсию-консультацию, экскурсию-демонстрацию, учебную экскурсию, рекламную экскурсию, экскурсию-дегустацию. Также есть разделение на стационарные туры (пребывание туристов в одном городе) и маршрутные (посещение нескольких городов)⁸.

В классификация культурно-познавательного туризма в России по цели

⁸ Документ: Стратегия развития туризма в России до 2035 года. — Режим доступа: https://znanierussia.ru/articles/Заглавная_страница – 10.03.2025

путешествия: Культурно-событийный туризм — поездки на культурные мероприятия, фестивали. Культурно-религиозный туризм — путешествие по святым местам, культовым религиозным сооружениям, местам паломничества, тематическим лекциям по религии или религиям региона. Культурно-этнографический туризм — знакомство с культурой, обычаями и нравами местных народов. Культурно-антропологический туризм — изучение культур исчезнувших этнических общностей, посещение страны их прежнего проживания с целью знакомства с современной культурой.

Китайский культурно-познавательный туризм можно классифицировать разнообразным образом в соответствии с различными культурными темами и содержанием опыта. Все виды форм туризма отражают глубокое культурное наследие и уникальную ценность опыта. Исторический и культурный туризм фокусируется на исторических местах, древних зданиях, крупных исторических событиях и исторических личностях. Посещая живописные места, музеи и бывшие резиденции знаменитостей, туристы могут систематически понять контекст развития и историческую эволюцию китайской цивилизации. Народный культурный туризм подчеркивает опыт местных традиционных обычаев, фестивалей и этнической культуры. Туристы могут участвовать в местных фестивалях, смотреть народные выступления, знакомиться с традиционными ремеслами и глубже понимать разнообразную и уникальную местную культурную жизнь. Традиционный художественный и ремесленный туризм охватывает китайские формы искусства, такие как каллиграфия, китайская живопись, опера, керамика, вырезание из бумаги и вышивка. Туристы могут ощутить изысканность и очарование традиционного китайского искусства вблизи, посещая мастер-классы, участвуя в курсах и наблюдая за представлениями. Религиозный и культурный туризм сосредоточен на буддизме, даосизме и конфуцианстве, а связанные с ними места включают храмы, даосские храмы и конфуцианские храмы. Туристы могут не только посещать религиозные здания, но и участвовать в церемониях, слушать лекции и проходить практику, чтобы глубже понять религиозные мысли и философскую

культуру Китая. Туризм с кулинарной культурой основан на местных деликатесах и кулинарной культуре. Посетители могут попробовать аутентичные вкусы, изучить традиционные методы приготовления пищи и ощутить культурные коннотации, стоящие за искусством чая и культурой вина. Туризм с сельскохозяйственной культурой фокусируется на демонстрации традиционной сельскохозяйственной цивилизации Китая и сельского образа жизни. Посетители могут принять участие в фермерском опыте, узнать об экологических посадках, изучить сельские ремесла и познакомиться с простой и богатой культурой земледелия. «Красный» культурный туризм основан на современной и новейшей революционной истории Китая. Посетители могут узнать о борьбе и революционном духе Коммунистической партии Китая, посетив революционные места, мемориальные залы и «красные» образовательные базы, а также улучшить историческое познание и патриотические чувства. Эти типы имеют свои особенности, образуя многоуровневую систему китайского культурного туризма, удовлетворяющую разнообразные потребности разных туристов в культурном исследовании.

Между классификациями культурно-познавательного туризма в Китае и России существует много общего, например, историческая культура, религиозная культура, народная культура, археология и экотуризм, каждый из которых подразумевает исследование исторических мест, национальных традиций, религиозных объектов и культурного наследия. Но между ними есть и различия: в Китае существует свой собственный уникальный «красный» культурный туризм, который делает акцент на революционной истории, в то время как Россия предложила «культурный антропологический туризм», который фокусируется на культурных исследованиях вымерших этнических групп. Кроме того, Китай больше внимания уделяет традиционным ремеслам (каллиграфия, опера, керамика) и гастрономическому туризму, в то время как российская классификация носит более академический характер и фокусируется на культурном познании и исследованиях. В целом, классификация Китая ближе к рынку и опыту, тогда как классификация России больше склоня-

ется к культурному исследованию.

Некоторые формы культурно-познавательного туризма в России и его особенности: Туризм наследия. Популярный вид туризма для любителей истории. Основная форма организации поездки — обзорно-ознакомительная экскурсия. Задача туризма наследия — реализовать интерес к памятникам истории. Арт-туризм. Направлен на объекты современного искусства, такие как выставки, спектакли, концерты, фестивали и прочие. Туризм впечатлений. Предполагает всецело окунуться в событие и прочувствовать его. Креативный туризм. Изучение местной культуры проходит через обучение или освоение навыков, типичных для региона посещения. Основная задача креативного туризма — полное изменение среды и погружение в неизвестный мир. Эко-культурный туризм. Позволяет путешественнику не только увидеть новую страну и её достопримечательности, но и пожить вместе с местной семьёй. Также существует обзорная экскурсия, которая может проходить как пешая прогулка или автобусный маршрут и включает в себя обзор наиболее значимых исторических объектов и достопримечательностей. В результате такой экскурсии экскурсант должен получить целостное представление о городе или районе, ознакомиться с его историей, увидеть его современную жизнь и узнать о планируемом будущем.

В Китае культурный познавательный туризм сосредоточен на изучении и понимании китайской культуры. Туристы могут узнать о тысячелетней цивилизации Китая, посетив исторические места, музеи и древние здания; почувствовать очарование традиционного искусства, приняв участие в мероприятиях по нематериальному культурному наследию, таких как каллиграфия, чайное искусство, китайская живопись, вырезание из бумаги и пекинская опера⁹; прогуляться по древним городам и деревням или этническим районам, чтобы познакомиться с местными обычаями и образом жизни; глубоко понять народную культуру Китая и коннотации фестивалей во время крупных

⁹ Мин, Ч. Модель развития народного туризма Шаньдуна с точки зрения возрождения нематериального культурного наследия: на примере вырезания из бумаги в Циндао и новогодних картин Вэйфана / Ч. Мин, В. Ли // СФольклорные исследования. – 2024. – С. 105-113.

фестивалей или храмовых ярмарок; и узнать о революционной истории и религиозной философии Китая через «красный» туризм и религиозные горные туры. Кроме того, важной формой является городское культурное исследование, такое как выставки современного искусства и культурные и творческие парки.

Путем сравнения обнаруживается, что культурный познавательный туризм Китая и России имеет свои собственные особенности. Россия делает акцент на иммерсивном и творческом опыте, а Китай уделяет внимание наследию и участию традиционной культуры, оба из которых отражают глубокие раскопки и разнообразное выражение местной культуры.

Некоторые тенденции и направления развития культурно-познавательного туризма в России: Рост интереса к путешествиям среди молодого поколения. Путешествия становятся инструментом для воспитания, образования и развития молодёжи. Популярными городами для поездок становятся те, которые ещё не стали полноценными туристическими магнитами, например Ижевск, Владикавказ, Новосибирск, Казань. Развитие системы национальных туристических маршрутов. Они включают объекты культурно-исторического наследия, гастрономические точки, уникальные природные и другие привлекательные объекты. По состоянию на 2024 год 53 национальных туристических маршрута прошли экспертную оценку и охватывают 50 регионов России. Инициативы в сфере пешеходного туризма. Цель проекта — познакомить жителей с потенциалом и туристическими возможностями регионов, помочь сформировать привычку путешествовать по стране с рюкзаком за спиной. Совершенствование управления в сфере туризма. Сфера туризма готовится к «перезагрузке» государственных функций, что включает в себя разработку системных и прозрачных механизмов управления, улучшение нормативных основ регулирования и подготовку кадров. Ожидается, что к 2030 году число внутренних поездок в России увеличится до 140 миллионов.

Популяризация культурного наследия. Для этого используют, например, публикацию журналов и путеводителей, которые знакомят с российскими до-

стопримечательностями. Привлечение молодёжи к развитию регионального туризма. Например, участники поездок по программе «Больше, чем путешествие» посещают производства, образовательные организации и другие значимые объекты страны. Развитие событийного туризма. Примером такого туризма может служить проект «Российская студенческая весна», победители которого получают сертификаты на поездку по программе «Больше, чем путешествие». Популяризация межрегиональных туров. Например, в разработке находится проект «БАМ туристический», который даст молодым людям возможность увидеть Северобайкальск, Тынду, космодром «Восточный», Чарские пески в Забайкальском крае и крупные промышленные предприятия. Поддержка специалистов, которые проводят экскурсии. Например, в 2024 году в номинации «Культурно-познавательная экскурсия» программы «Лига Экскурсоводов» победили десять экскурсоводов из десяти регионов страны.

Культурно-познавательный туризм Китая движется в сторону углубленного опыта и персонализации, и туристы все больше интересуются исторической культурой и традиционными обычаями, особенно молодое поколение. Применение технологий интеллектуального туризма обогатило опыт культурных достопримечательностей, в то время как рост сельского культурного туризма и фестивалей также привлек больше туристов. Кроме того, кросс-культурные обмены и инициатива «Один пояс, один путь» способствовали увеличению числа иностранных туристов. С развитием туристической индустрии защита культурного наследия и устойчивый туризм постепенно стали центром внимания.

Из вышесказанного видно, что российский культурный туризм фокусируется на молодежи, национальных маршрутах и популяризации культурного наследия, в то время как Китай фокусируется на глубоком опыте, умном туризме и возрождении сельской местности. Оба ценят молодежь и культурное наследие, но с разными акцентами.

1.3 Опыт КНР в организации культурно-познавательного туризма

Как страна с многовековой историей и богатыми культурными ресурсами, Китай за последние годы накопил большой опыт в развитии культурно-просветительского туризма. Китайский культурно-просветительский туризм не только имеет глубокое историческое наследие и богатые культурные ресурсы, но также делает культурно-просветительский туризм важным инструментом развития местной экономики и содействия культурному обмену посредством политической поддержки, продвижения рынка, инноваций в продуктах и других средств. Ниже приводятся несколько важных примеров организации культурно-просветительского туризма в Китае:

Тесная интеграция туризма и культуры: конкурентоспособность туристических продуктов в конечном итоге отражается в культурной конкуренции. Туризм и культура должны быть тесно интегрированы, а национальная культура должна быть полностью понята, изучена и применена, чтобы сделать туристические продукты более важными. Например, древний город Наси Даян в Лицзяне, Юньнань, фестиваль брызг воды Дай в Сишуанбаньна и «Образ Юньнани» Ян Липина — все это успешные примеры. Для обширного западного региона успешное развитие ресурсов этнокультурного туризма будет напрямую определять рыночную конкурентоспособность туристической отрасли¹⁰.

Культурный туризм Шелкового пути: В качестве важного канала для торговли и культурного обмена между древним Китаем и Центральной Азией, Европой и другими местами широко использовались исторические и культурные ресурсы Шелкового пути, такие как Си'. Ань, Дуньхуан, Кашгар и другие места. Богатые культурно-познавательные туристические проекты были разработаны на основе исторического наследия Шелкового пути. Организуя культурные лекции, посещая исторические места, знакомясь с традиционными ремеслами и другими видами деятельности, туристы могут глубоко-

¹⁰ Вэнь, Т. Исследование дизайна культурных и творческих продуктов туризма Шаньдуна с точки зрения региональной культуры / Т. Вэнь // Журнал Университета Вэйфан. – 2024. – С. 25-33.

ко понять культурный смысл Шелкового пути.

Возрождение известных исторических и культурных городов: глубоко изучите долгую историю и богатое культурное наследие известных исторических и культурных городов, таких как Нанкин, Лоян, Пекин и Чэнду. Благодаря систематической охране исторических мест, экспозиций культурного наследия, традиционных фестивалей история и культура города будут преобразованы в туристические ресурсы. На примере Сианя была разработана серия туристических продуктов, ориентированных на культуру, на основе известных исторических мест, таких как Терракотовые воины и лошади, древняя городская стена и Большая пагода диких гусей¹¹. Посредством профессиональных объяснений и реконструкций исторических сцен туристы могут получить более глубокое понимание великих достижений древних императоров, культурного обмена на Шелковом пути и других исторических знаний, а также расширить знания туристов и понимание древней китайской истории и культуры. Интеграция современных технологических средств, таких как виртуальные музеи и интерактивные выставки, особенно в процессе возрождения городской культуры, расширяет культурный познавательный опыт туристов.

Культурный туризм этнических меньшинств: Богатые этнические культурные ресурсы Китая предоставляют разнообразные возможности для культурно-познавательного туризма. Юньнань, Тибет, Внутренняя Монголия и другие места развивают этнический культурный туризм и организуют для туристов посещение местных традиционных деревень, участие в этнических фестивалях, знакомство с этническими ремеслами, чтобы помочь туристам понять обычаи, религиозные верования и историческое происхождение этнических меньшинств в глубина.

Политическая поддержка и руководство правительства. Продвижение политики «Культура + Туризм». В последние годы Китай ввел политику Куль-

¹¹ Хунъи, Ф. Цилу Цяньсюнь: исследование креативного дизайна туристических продуктов на основе региональной культуры Шаньдун / Ф. Хунъи // Университет науки и технологий Циндао. – 2022. – С. 86-95.

тура + Туризм» с целью содействия углубленной интеграции культурной и туристической отраслей. Например, «14-й пятилетний план развития культурного туризма» предлагает повысить инновационный потенциал и международную конкурентоспособность индустрии культурного туризма, способствовать углубленной интеграции культуры и туризма и создать отличительный бренд культурного туризма¹². Это обеспечивает политическое руководство и финансовую поддержку для местных органов власти и туристических предприятий в разработке туристических продуктов, учитывающих культурные особенности.

Сочетание защиты культурного наследия и туризма: Китай постепенно усиливает защиту мирового культурного наследия и важного нематериального культурного наследия в сочетании с развитием туризма в области культурного наследия, чтобы способствовать устойчивому развитию туризма по повышению осведомленности о культуре. Например, важное культурное наследие, такое как Великая китайская стена, Запретный город и дворец Потала, не только строго охраняется, но и с помощью цифровых средств, культурных мероприятий, специальных выставок, чтобы туристы могли лучше понять и распознать историческая ценность этого культурного наследия.

Создание платформы культурного обмена. Китайское правительство также предоставляет туристам возможности для культурного обмена, организуя мероприятия по культурному обмену внутри страны и за рубежом. Например, проводятся крупномасштабные международные культурные фестивали, художественные выставки, выставки традиционных ремесел, чтобы способствовать взаимодействию и обмену между туристами и местной культурой.

Уделять внимание защите этнических культурных ресурсов. При развитии ресурсов этнического культурного туризма следует уделять внимание защите этнических культурных ресурсов. Не допускать ослабления, коммерци-

¹² Ян, Л. Исследование конкурентоспособности туристической отрасли Циндао / Л. Ян // Юго-западный университет финансов и экономики. – 2013. – С. 124-136.

ализации, вульгаризации национальной культуры, деградации и утраты ценностей в процессе развития туризма. В культурном обмене следует уделять внимание проблеме неравного культурного обмена и минимизировать влияние иностранной культуры на слабые местные культуры.

Инновации и диверсификация продуктов культурного туризма. Усиление защиты народного искусства и развитие специализированных туристических продуктов: во многих районах Чэнду имеются богатые ресурсы народной литературы и искусства, а также технологии производства, такие как сычуаньская опера, теневой кукольный театр, сычуаньская парча, сычуаньская вышивка. Необходимо и дальше защищать национальные ремесла и народное искусство, повышать уровень производства народных промыслов. Правительство может предоставить льготные фискальные и налоговые льготы для поощрения своевременной организации производства туристической продукции на основе рыночного спроса. Также можно создать выставочный зал декоративно-прикладного искусства, чтобы предоставить посетителям место для демонстрации и приобретения произведений народного декоративно-прикладного искусства.

Организовать туристические фестивали различных форм и с высоким культурным вкусом: Туристические фестивали – это не только специальные туристические продукты, но и эффективные мероприятия по продвижению туризма и важные формы туристических развлечений. Различные регионы могут проводить специальные туристические фестивали, основанные на их собственных исторических условиях, географической среде, региональной культуре, народных обычаях, чтобы туристы могли получить знания и духовное наслаждение¹³.

Разработка и продвижение маршрутов культурной тематики. Чтобы удовлетворить интересы и потребности различных туристов, во многих местах были запущены туристические маршруты культурной тематики. Например,

¹³ Вэньцзянь, Ц. Исследование временной и пространственной дифференциации фестивалей культурного туризма в провинции Шаньдун / Ц. Вэньцзянь // Университет национальностей Гуанси. – 2023. – С. 64-78.

туры по керамической культуре, туры по древней архитектурной культуре, туры по искусству каллиграфии. Туристы могут выбрать соответствующие тематические маршруты в соответствии со своими интересами, чтобы получить более глубокое понимание истории, навыков и традиций определенной культурной области.

Сочетание культурных и творческих индустрий и туризма. В последние годы сочетание культурных и творческих индустрий и туризма стало новой тенденцией в развитии культурно-просветительского туризма. Сочетая традиционную культуру с современным творчеством, разрабатываются инновационные продукты культурного туризма. Например, культурные произведения, представленные Дворцовым музеем, сочетают в себе традиционное китайское мастерство с современным дизайном, привлекая большое количество туристов, чтобы приобрести и испытать их, кроме того, важными компонентами также стали арт-деревни, центры традиционного ремесла; культурно-просветительский туризм.

Иммерсивный культурный опыт: Чтобы усилить участие туристов и погружение в культурный туризм, многие регионы запустили проекты иммерсивного опыта. В некоторых исторических местах и музеях исторические ситуации воспроизводятся в форме «реальной интерпретации». Туристы могут надеть старинные костюмы и лично поучаствовать в определенных исторических событиях или традиционных фестивалях. Этот вид интерактивного опыта не только позволяет туристам глубже понять культурное содержание, но и делает весь процесс путешествия более ярким.

С популяризацией смарт-устройств смарт-сервисы и системы гидов становятся все более популярными в индустрии культурного туризма. В настоящее время многие культурные и туристические живописные места используют передовые технологии смарт-гидов, чтобы предоставить туристам богатый и разнообразный опыт обслуживания. Туристы могут слушать многоязычные голосовые объяснения и взаимодействовать с смарт-системами в режиме реального времени, иммерсивно изучая глубокие коннотации тради-

ционного искусства, делая культурное путешествие более ярким и глубоким.

Большие данные и персонализированная индивидуализация : Благодаря анализу больших данных туристические агентства могут предоставлять туристам персонализированные рекомендации по поездкам с учетом культурных особенностей и индивидуальные услуги. Туристы могут выбирать подходящие культурные темы и маршруты путешествий, исходя из своих интересов и потребностей, тем самым повышая глубину и качество культурного опыта¹⁴.

¹⁴ Ляньюй, Л. Туризм с точки зрения культурного познания: Дискуссия на тему «Улучшение туризма с помощью культуры» / Л. Ляньюй // Сеть аналитических центров провинции Хунань. – 2022. – С. 32-46.

2 АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОЙ СИТУАЦИИ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В ПРОВИНЦИИ ШАНЬДУН

2.1 Текущая ситуация и спрос на туристическом рынке провинции Шаньдун

Провинция Шаньдун обладает богатыми природными ресурсами и глубоким культурным наследием, что обеспечивает прочную основу для развития туризма. В провинции Шаньдун имеется 13 живописных мест уровня 5А и более 200 живописных мест уровня 4А. Среди них уникальные природные ландшафты, такие как гора Тайшань, гора Лаошань и устье реки Хуанхэ, привлекли большое количество туристов, а ежегодное количество туристов превышает 10 миллионов. Конфуцианская культура Цюйфу, современные исторические здания Циндао и весенняя культура Цзинаня предоставляют богатые культурно-познавательные туристические ресурсы¹⁵. Эти ресурсы не только удовлетворяют потребности внутренних туристов, но и привлекают все больше и больше иностранных туристов. В частности, конфуцианская культура имеет уникальное очарование для туристов из стран Восточной Азии и Юго-Восточной Азии. В 2024 году живописную местность храма Конфуция в Цюйфу посетили около 8 миллионов туристов, из которых 15% были иностранными туристами.

Немаловажно также внимание, уделяемое национальными и местными органами власти культурному туризму, которое обеспечило мощную политическую поддержку развитию туризма в провинции Шаньдун. Например, национальная инициатива «Один пояс, один путь» и стратегия экологической защиты и высококачественного развития бассейна реки Хуанхэ открыли новые возможности для развития экотуризма и культурного туризма в провинции Шаньдун. Правительство провинции Шаньдун также ввело ряд мер поддержки, таких как «План действий по развитию интеграции культуры и ту-

¹⁵ Цзяньцзюнь, Т. Исследование оценки ценности ресурсов регионального культурного туризма: пример провинции Шаньдун / Т. Цзяньцзюнь, Я. Сиюй // Журнал университета Цзинань (издание по социальным наукам). – 2022. – С. 85-94.

ризма провинции Шаньдун», который четко предлагает содействовать глубокой интеграции культуры и туризма, что обеспечивает политические гарантии для инновационного развития туристической отрасли. В 2023 году Департамент культуры и туризма провинции Шаньдун инвестирует более 5 млрд юаней в строительство культурной и туристической инфраструктуры, а также в модернизацию и реконструкцию живописных мест. А согласно «14-му пятилетнему плану развития культуры и туризма провинции Шаньдун», провинция Шаньдун планирует к 2025 году достичь общего дохода от туризма в размере более 1,5 трлн юаней со среднегодовым ростом более 10%¹⁶.

Кроме того, с повышением уровня доходов населения и изменением концепций туризма, спрос внутренних туристов на новые туристические продукты, такие как культурно-познавательный туризм, экологический туризм и сельский туризм, продолжает расти. В то же время интерес иностранных туристов к культурным туристическим ресурсам Шаньдуна также растёт, что создаёт важные возможности для международного развития туристического рынка Шаньдуна. Расширение технологических возможностей также придало новый импульс развитию туристической отрасли. Благодаря таким технологиям, как виртуальная реальность (VR) и дополненная реальность (AR), интерактивный опыт туристов может быть улучшен. Например, технология AR может быть использована для восстановления исторических сцен, позволяя туристам погрузиться в конфуцианскую культуру¹⁷. Развитие интеллектуального туризма оптимизирует разработку туристического продукта и повышает качество туристических услуг за счет таких технологий, как большие данные и искусственный интеллект.

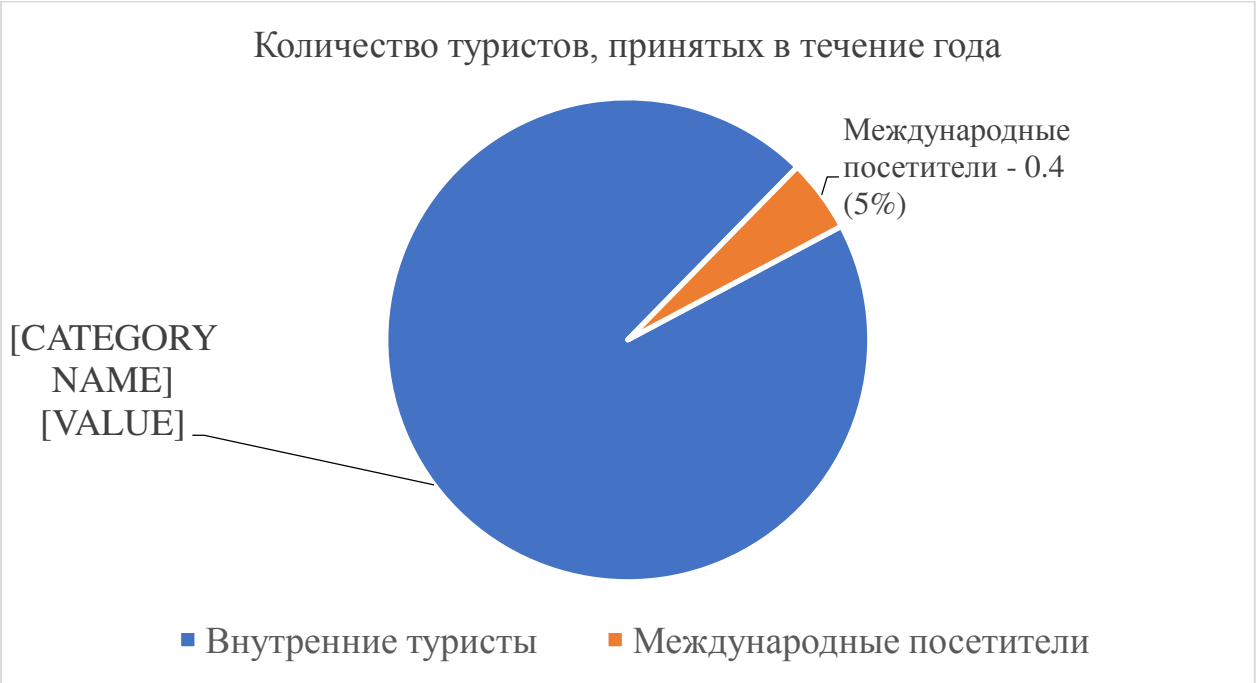
Наконец, с развитием инициативы «Один пояс, один путь» ожидается, что культурно-познавательный туризм в провинции Шаньдун привлечет больше иностранных туристов и станет важным каналом распространения

¹⁶ План развития интеграции культуры и туризма провинции Шаньдун (2023-2025). Департамент культуры и туризма провинции Шаньдун. – Режим доступа: <http://whhly.shandong.gov.cn/> – 25.02.2025

¹⁷ Ханьсюэ, Л. Исследование устойчивого развития туристического направления культурного наследия «Три храма Конфуция» в Цюйфу, Шаньдун / Л. Ханьсюэ // Цинхайский педагогический университет. – 2024. – С. 54-65.

китайской культуры. В 2024 году провинцию Шаньдун посетят 820 миллионов туристов в течение года, что на 12% больше, чем в предыдущем году. Из них более 30% туристов посетили объекты культурно-познавательного туризма. Укрепляя сотрудничество с международными туристическими организациями, провинция Шаньдун может еще больше усилить международное влияние своего туристического бренда и способствовать развитию туризма в высококачественном и международном направлении.

По данным Департамента культуры и туризма провинции Шаньдун за 2024 год, основную часть туристов, посетивших провинцию, составили китайские туристы.



Общий доход от туризма	1,25 трлн юаней
Доход от внутреннего туризма	1,18 трлн юаней
Доходы от международного туризма	0,07 трлн юаней

Рисунок 1 – Количество туристов, принятых в течение 2023 г. в провинцию Шаньдун.

В 2024 году туристический рынок провинции Шаньдун будет огромным, с более чем 800 миллионами туристов и общим доходом от туризма, достигающим 1,25 триллиона юаней, что является выдающимся достижением. Внутренние туристы и доходы абсолютно доминируют, в основном потому,

что сам Шаньдун богат туристическими ресурсами, имеет определенную степень популярности в Китае и имеет удобный транспорт; в то же время в Шаньдуне есть большое количество вкусных блюд, которые очень привлекательны для внутренних туристов; в сочетании с постоянным продвижением бренда «гостеприимный Шаньдун» культурным туризмом провинции, это еще больше привлекает туристов. Доля международных туристов и доходов относительно невелика, в основном потому, что международный рынок является высококонкурентным, и другие страны и регионы также энергично развивают туристическую индустрию. Хотя Шаньдун обладает уникальными туристическими ресурсами, все еще есть возможности для улучшения рекламы и продвижения на международном рынке, а международные маршруты и транспортные связи необходимо дополнительно улучшить, чтобы привлечь больше иностранных туристов; потенциал для развития международного туристического рынка еще не полностью использован.

График тенденций роста доходов от туризма и числа туристов в провинции Шаньдун :

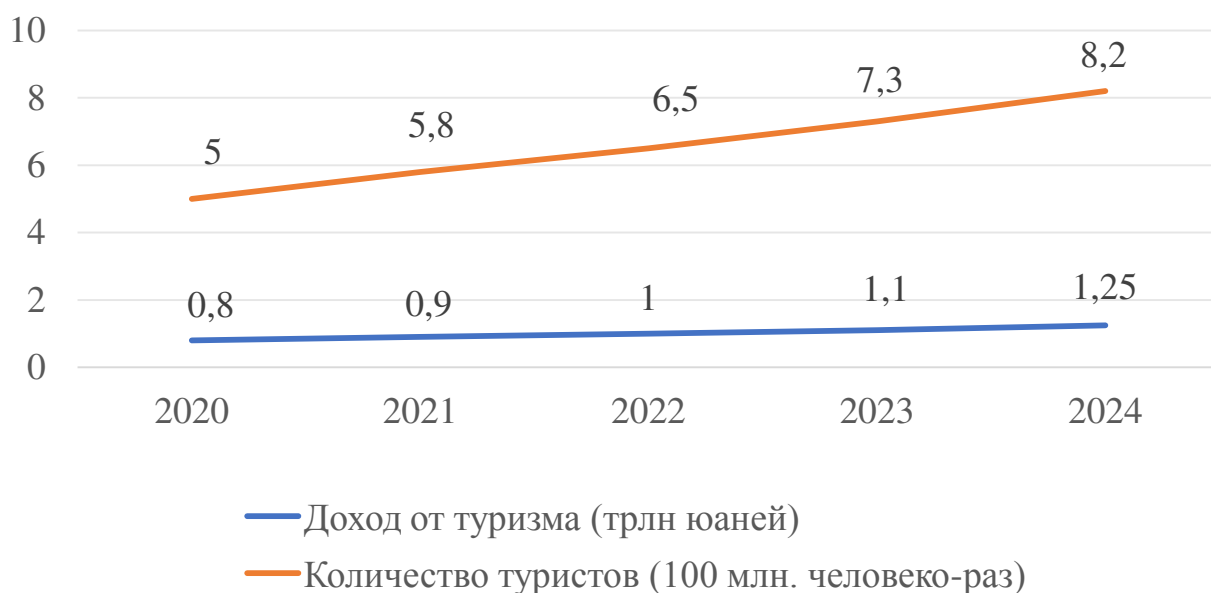


Рисунок 2 – Рост доходов от туризма в провинции Шаньдун

На диаграмме отчетливо видно, что доходы от туризма в провинции Шаньдун и количество туристов неуклонно росли из года в год с 2020 по

2024 год, демонстрируя сильную динамику развития. Более того, туристический рынок провинции Шаньдун продолжает развиваться: доходы и число туристов растут одновременно, и перспективы весьма многообещающие.

Распределение туристических ресурсов: Туристические ресурсы в провинции Шаньдун распределены относительно равномерно. Они включают в себя природные ландшафты, такие как гора Тайшань, гора Лаошань и устье реки Хуанхэ, а также богатое историческое и культурное наследие, такое как храм Конфуция в Цюйфу, особняк и храм Мэн-цзы и немецкий архитектурный комплекс в Циндао. Эти ресурсы заложили прочную основу для развития культурно-познавательного туризма

Распределение туристических ресурсов в провинции Шаньдун

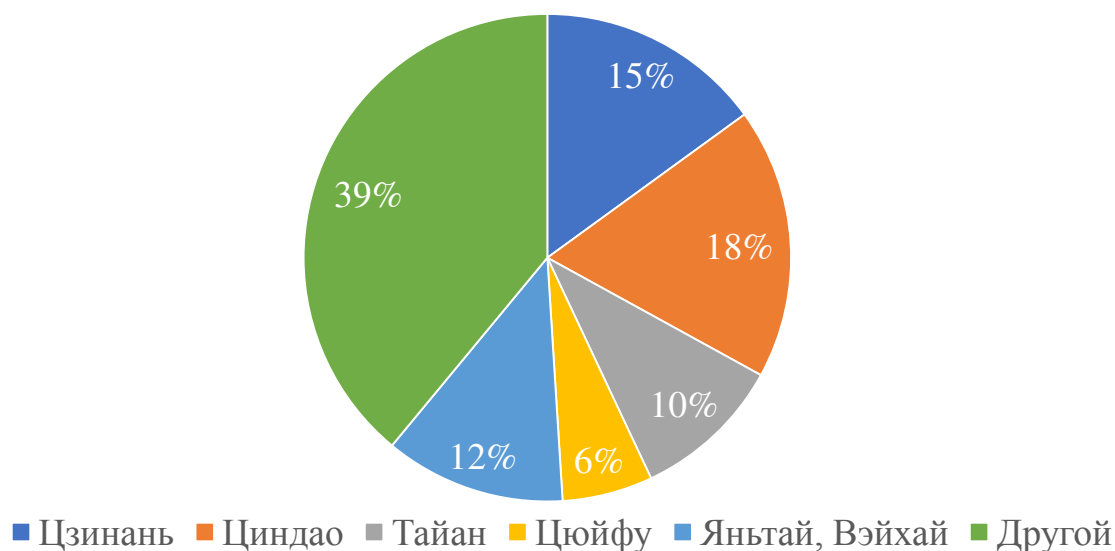


Рисунок 3 - Распределение туристических ресурсов по округам провинции Шаньдун

Как видно из круговой диаграммы, туристические ресурсы в провинции Шаньдун распределены неравномерно: наибольшая доля приходится на Циндао, а относительно небольшая – на Цюйфу. Циндао, Цинань и другие места имеют относительно высокую долю туристических ресурсов, в то время как на другие регионы в совокупности приходится около 40%, а распределение ресурсов имеет иную направленность.

Транспортная инфраструктура.

Авиация: В провинции Шаньдун имеется ряд международных и внутренних аэропортов, в том числе международный аэропорт Циндао Цзяодун: крупнейший международный аэропорт в провинции Шаньдун, соединяющий крупные города в стране и за рубежом, а также являющийся важным транспортным узлом для Циндао и близлежащих районов. Международный аэропорт Цзинань Яоцян: главный аэропорт в Цзинане, столице провинции Шаньдун, с маршрутами, охватывающими всю страну и некоторые зарубежные города. Международный аэропорт Яньтай Пэнлай и международный аэропорт Вэйхай Дашуйбо: обслуживают туристические и деловые потребности полуострова Цзяодун.

Железная дорога: Провинция Шаньдун имеет хорошо развитую железнодорожную сеть с высокоскоростными и обычными железными дорогами, охватывающими крупные города по всей провинции: высокоскоростная железная дорога Пекин-Шанхай, высокоскоростная железная дорога Цзинань-Циндао, междугородняя железная дорога Циндао-Жунчэн, соединяющая крупные туристические города, такие как Цзинань, Циндао, Яньтай и Вэйхай.

Автомобильные магистрали: Провинция Шаньдун имеет густую сеть скоростных автомагистралей. Основные скоростные автомагистрали включают скоростную автомагистраль Цзицин, которая соединяет Цзинань и Циндао и является одной из важнейших транспортных артерий в провинции Шаньдун. Скоростные автомагистрали Циндао-Иньчуань и Пекин-Шанхай: соединяют провинцию Шаньдун с соседними провинциями, облегчая поездки между провинциями. Метро и автобусные системы в крупных городах¹⁸, таких как Цзинань и Циндао, хорошо развиты, что обеспечивает туристам удобные услуги городского транспорта.

Возможности размещения. Отели высокого класса: в крупных туристических городах провинции Шаньдун (таких как Циндао, Цзинань, Яньтай и

¹⁸ Гоянь, У. Исследование стратегии развития туристической индустрии Циндао / У. Гоянь // Пекинский университет Цзяотун . – 2009. – С. 87-98.

Вэйхай) расположено множество международных сетевых отелей высокого класса, таких как Hilton, Shangri-La и Marriott, которые отвечают потребностям состоятельных туристов.

Отели среднего класса: сетевые отели, такие как All Seasons, Home Inn и Hanting, которые предлагают умеренные цены, располагают всеми удобствами и подходят для обычных туристов.

Характерные гостевые дома: В таких популярных туристических местах, как Циндао, гора Тайшань и Цюйфу, постепенно появляются характерные гостевые дома, предлагающие туристам уникальный опыт размещения.

Размещение туристов в сельской местности: в сельских районах, таких как гора Имэн и озеро Вэйшань, постепенно развиваются фермерские дома и сельские гостиницы, предлагающие туристам варианты размещения на лоне природы.

Питание. Рестораны шаньдунской кухни: провинция Шаньдун является родиной шаньдунской кухни. В таких городах, как Цзинань и Циндао, есть много ресторанов шаньдунской кухни, предлагающих туристам аутентичный опыт шаньдунской кухни.

Международный кейтеринг: в крупных городах, таких как Циндао и Цзинань, имеется множество вариантов международного кейтерингового обслуживания, включая блюда западной, японской и корейской кухни, которые удовлетворят самые разные потребности.

Инфраструктура живописного места :

Транспорт до живописных мест: В крупных живописных местах, таких как горы Тайшань и Лаошань, для удобства туристов предусмотрены такие удобства, как канатные дороги и экскурсионные автобусы.

Живописные тропы: В природных живописных районах (таких как гора Тайшань, гора Лаошань и гора Мэншань) тропы и смотровые площадки хорошо оборудованы для обеспечения безопасности туристов.

Культурные экспонаты: В таких культурно-исторических местах, как «Три храма Конфуция» в Цюйфу и Музей пива в Циндао, имеется множество

экспонатов и интерактивных проектов, которые расширяют культурные возможности туристов¹⁹.

Средства безопасности: Живописная территория оборудована системами мониторинга, пунктами оказания первой помощи, противопожарными средствами для обеспечения безопасности туристов.

Туристические торговые объекты :

Магазины туристических товаров: в живописных местах и крупных торговых районах городов магазины туристических товаров предлагают местные фирменные товары, такие как пиво Циндао, воздушные змеи Вэйфан, керамика Цзыбо.

Торговые центры: Крупные торговые центры, такие как Plaza 66 в Цзинане и MixC в Циндао, предлагают туристам возможность совершить покупки в одном месте.

Магазины беспошлинной торговли: в таких портах, как международный аэропорт Циндао Цзяодун, магазины беспошлинной торговли обеспечивают иностранным туристам удобство совершения покупок.

Культурные мероприятия: Культурные мероприятия (например, церемония Тайшань Фэншань) регулярно проводятся в живописных культурных местах, таких как Цюйфу и гора Тайшань, чтобы расширить культурные возможности туристов.

Среди ночных экскурсионных проектов выделяются такие как Циндао и Цзинань, например, световое шоу в Олимпийском парусном центре Циндао и ночная экскурсия по озеру Дамин в Цзинань) постепенно стали новым направлением, привлекающим туристов.

Относительно спроса на туристическом рынке провинции Шаньдун:

У внутренних туристов растет спрос на культурный и образовательный туризм, особенно на туры для родителей и детей, ознакомительные туры и другие формы туристических продуктов, которые пользуются большой попу-

¹⁹ Ваньсинь, С. Исследование глубокой интеграции и развития пивной культуры и туризма Циндао / С. Ваньсинь // Университет Циндао . – 2021. – С. 39-46.

лярностью. Например, ознакомительная поездка по конфуцианской культуре в Цюйфу и образовательный тур по морским наукам в Циндао привлекли большое количество семейных туристов и студенческих групп²⁰.

С ростом международных обменов такие отрасли, как культурно-познавательный туризм в провинции Шаньдун, постепенно привлекают все больше иностранных туристов. Например, конфуцианская культура Цюйфу пользуется большой популярностью у туристов из стран Восточной и Юго-Восточной Азии, в то время как современные исторические здания и культура пива Циндао привлекают европейских и американских туристов. Приезд иностранных туристов не только способствует росту доходов от туризма, но и становится важным каналом распространения китайской культуры.

Современные туристы все больше внимания уделяют персонализированным и разнообразным путешествиям. Провинция Шаньдун удовлетворяет спрос туристов на глубокий культурный опыт, разрабатывая индивидуальные туристические маршруты и тематические туристические мероприятия (например, знакомство с нематериальным культурным наследием и традиционными ремесленными изделиями).

Таблица 1 – Структура спроса на туризм провинции Шаньдун²²

Тип спроса на туризм	Доля рыночного спроса (%)	Основные целевые группы
Культурный туризм	35%	Учащиеся начальной и средней школы, студенты колледжей, любители культуры
Туризм с природными пейзажами	30%	Семейные путешественники, любители активного отдыха
Приморский туризм	20%	Молодые туристы, пары, семьи
«Красный» туризм	10%	Школьные группы, члены и кадры партии, любители истории
Сельский туризм	5%	Семейные туристы, туристы-родители и дети, туристы-любители

Наряду с существующими тенденциями роста внутреннего и международного туризма в провинции Шаньдун, выделяются и некоторые проблемы.

²⁰ Цзя, Л. Характеристики рыночного спроса на культурно-познавательный туризм в провинции Шаньдун / Л. Цзя, В. Лэй // Форум по туризму. – 2021. – С. 56-68.

Во-первых, по данным исследования рынка туризма провинции Шаньдун за 2023 год, более 60% туристов считают, что туристическим продуктам некоторых живописных мест не хватает характеристик, показатель повторных посещений составляет менее 30%²¹, а некоторым туристическим продуктам не хватает характеристик и инноваций, что приводит к единообразию впечатлений у туристов и затрудняет формирование дифференцированного конкурентного преимущества. В 2024 году количество туристов в некоторых живописных местах провинции Шаньдун сократилось из-за однородной конкуренции, при этом среднее снижение составило 5%. В некоторых живописных местах ведется дублирующее строительство, что приводит к растрате ресурсов и обострению рыночной конкуренции. Это не только влияет на опыт туристов, но и ограничивает устойчивое развитие туристической отрасли²². Во-вторых, еще одной важной проблемой, с которой сталкивается туристический рынок Шаньдуна, является неравномерное качество туристических услуг. Уровень туристических услуг в некоторых районах необходимо повысить, особенно в пиковый туристический сезон, когда это может повлиять на впечатления туристов. Неравномерный профессиональный уровень и осведомленность специалистов сферы туризма в вопросах предоставления услуг также влияют на общее качество обслуживания. Кроме того, с ростом числа туристов экологическая среда некоторых популярных туристических мест подвергается давлению, и важным вопросом стал вопрос о том, как сбалансировать развитие туризма и защиту окружающей среды. В процессе освоения некоторых живописных мест не учитывались требования по защите окружающей среды, что привело к уничтожению ресурсов и загрязнению окружающей среды, что не только влияет на устойчивое развитие живописных мест, но и оказывает негативное влияние на туристический имидж провинции

²¹ Сяолун, М. Факторы, влияющие на намерение повторного посещения в культурно-познавательном туризме: исследование трех храмов Конфуция в Цюйфу / М. Сяолун, Л. Сюэ // География человека. – 2022. – С. 152-160.

²² Сяомин, Л. Разработка продукта культурного познавательного туризма на основе туристического опыта / Л. Сяомин, Ч. Тинтин // Наука о туризме. – 2021. – С. 33-42.

Шаньдун²³.

Жесткая рыночная конкуренция также является серьезной проблемой для туристического рынка Шаньдуна. В связи с быстрым развитием внутреннего туристического рынка провинция Шаньдун сталкивается с жесткой конкуренцией со стороны других крупных туристических провинций (таких как Чжэцзян, Цзянсу, Юньнань). На международном туристическом рынке провинции Шаньдун необходимо конкурировать с такими странами и регионами, как Япония, Южная Корея и Юго-Восточная Азия, чтобы привлечь иностранных туристов. Кроме того, хотя провинция Шаньдун обладает богатыми туристическими ресурсами, международное влияние ее туристического бренда все еще нуждается в улучшении. Недостаточная реклама и продвижение некоторых туристических ресурсов привели к ограниченной популярности и привлекательности, что в некоторой степени ограничило дальнейшее развитие туристического рынка Шаньдуна.

Столкнувшись с новой тенденцией развития культурной и туристической индустрии, если провинция Шаньдун хочет перехватить инициативу и преодолеть узкое место развития, ей необходимо принять многосторонний подход для продвижения туристической индустрии в сторону высокого качества и интернационализации. С одной стороны, инновация продукта является основным путем повышения конкурентоспособности на рынке. Шаньдун может глубоко изучить сущность культуры Цилу, разработать туры с захватывающим культурным опытом, персонализированные маршруты и другие специальные туристические продукты, сломать дилемму однородности с помощью четкого дифференцированного позиционирования и позволить туристическим продуктам выделиться в рыночной конкуренции²⁴. С другой стороны, повышение качества обслуживания является важной гарантией завоевания репутации туристов. Это требует укрепления построения профессиональной системы обучения для специалистов по туризму и всестороннего расширения

²³ Цян, Ч. Анализ факторов влияния городского культурно-познавательного туризма / Ч. Цян, Ч. Сяофэн // Пекин: China Tourism Press. – 2022. – С. 45-60.

²⁴ Цюань, Х. Исследование по оптимизации модели надзора за рынком туризма в Циндао / Х. Цюань // Университет Циндао. – 2021. – С. 102-116.

их прав и возможностей от формирования концепций обслуживания до улучшения деловых навыков; Также необходимо постоянно оптимизировать объекты приема туристов, улучшать среду обслуживания в живописных местах и прилегающих районах, а также повышать уровень обслуживания туристов с помощью изысканных и гуманных услуг, чтобы бренд «гостеприимный Шаньдун» мог передаваться из уст в уста посредством высококачественных услуг.

Кроме того, укрепление экологической защиты окружающей среды является основой для обеспечения устойчивого развития туристической отрасли. Содействуя развитию туризма, Шаньдун должен придерживаться концепции экологического приоритета и зеленого развития и содействовать строительству зеленого туризма. Благодаря научному планированию, разумному развитию и утонченному управлению мы можем обеспечить координацию естественной экологии и развития туризма и способствовать долгосрочному и здоровому развитию туристической отрасли.

Наконец, расширение технологических возможностей является важной движущей силой содействия инновационному развитию в индустрии туризма. Провинция Шаньдун должна оптимизировать разработку туристического продукта и повысить качество туристических услуг с помощью таких технологий, как большие данные и искусственный интеллект. Используйте виртуальную реальность²⁵, дополненную реальность и другие технологии для улучшения интерактивного опыта туристов и повышения привлекательности туристических продуктов. Путем построения интеллектуального туризма мы будем способствовать развитию туристической отрасли в качественном и интеллектуальном направлении.

²⁵ Фэй, Х. Брендинг и маркетинговая стратегия туристических направлений / Х. Фэй // Обзор туризма. – 2025. – С. 117-119.

2.2 Анализ современных тенденций развития культурно-познавательного туризма провинции Шаньдун и города Циндао

Культурно-познавательный туризм подразумевает глубокое понимание туристами культурных традиций, социальных обычаев и исторического контекста места назначения посредством посещения исторических мест, знакомства с местной культурой и участия в народных обрядах. Будучи важным культурным центром Китая, провинция Шаньдун обладает глубоким культурным наследием и богатыми историческими и культурными ресурсами, охватывающими конфуцианскую культуру, морскую культуру и культуру «красных» цветов. Город Циндао с его уникальным сочетанием китайской и западной культур, морской культуры и современных культурных и творческих индустрий стал важной частью культурно-познавательного туризма провинции Шаньдун²⁶. В последние годы, в связи с изменением спроса на туристическом рынке, культурно-познавательный туризм в провинции Шаньдун и городе Циндао продемонстрировал новые тенденции развития.

Культурно-познавательный туризм в провинции Шаньдун развивается в направлении науки и техники и интеллекта. В последние годы применение цифровых технологий повысило интерактивность и качество культурного туризма. Например, в живописной местности «Три храма Конфуция» в Цюйфу (храм Конфуция, особняк Конфуция и кладбище Конфуция) была запущена цифровая экскурсия на основе технологий дополненной и виртуальной реальности, позволяющая туристам полностью погрузиться в конфуцианскую культуру; в живописной местности Тайшань были внедрены такие технологии, как аэрофотосъемка с помощью дронов и интеллектуальные голосовые гиды, которые улучшают культурное познавательное восприятие туристов. Продвижение умного туризма не только повышает привлекательность культурно-познавательного туризма, но и обеспечивает туристам более удобные и

²⁶ Чанхун, Ч. Исследование оценки качества услуг общественной информации в сфере интеллектуального туризма в провинции Шаньдун / Ч. Чанхун, Ч. Дзянь // Обзор туризма. – 2022. – С. 135-141.

яркие впечатления от путешествий²⁷.

В прошлом традиционный культурный туризм был относительно простым, в основном сосредоточенным на посещении живописных мест и экскурсиях. Сегодня потребности туристов постоянно меняются, и все больше людей больше не довольствуются пассивным принятием информации, а стремятся активно исследовать и ощущать уникальное очарование местной культуры посредством личного участия и интерактивного опыта. Культура воздушных змеев Вэйфан и керамическая культура Цзыбо также перешли от простого показа к интерактивному опыту. Посетители могут лично участвовать в изготовлении воздушных змеев, обжиге керамики и других мероприятиях, что делает культурный познавательный туризм более ярким и интересным. Кроме того, сочетание традиционных фестивалей и туризма также стало новым направлением развития. Например, ярмарка храма Тайшань и международный фестиваль воздушных змеев в Вэйфане привлекли большое количество отечественных и иностранных туристов.

Рынок ознакомительных туров в Шаньдуне стремительно растет и стал важной частью культурно-познавательного туризма. Опираясь на свои богатые исторические и культурные ресурсы, провинция Шаньдун запустила серию туристических продуктов с темой «изучение культуры». Например, программа изучения культуры Конфуция в Цюйфу привлекла студентов со всей страны, чтобы узнать о конфуцианской культуре. Участвуя в «Церемонии открытия пера» и переписывая «Беседы и суждения Конфуция», молодые люди могут повысить свою культурную осведомленность во время своих путешествий²⁸. Базы нематериального культурного наследия в Цзинане, Циндао и Яньтае также открыли учебные курсы для молодежи, такие как курсы по искусству вырезания из бумаги в Циндао и производству новогодних картин на дереве в Вэйфане. Рост числа ознакомительных поездок не только способствует распространению культуры, но и стимулирует местное экономическое

²⁷ Юэ, В. Исследование комплексной модели развития индустрии культурного туризма / В. Юэ, Л. Ли // Обзор туризма. – 2023. – С. 112-115.

²⁸ Лехуа, Г. Различия в культурном познании и поведении молодых туристов: исследование Цзинаня, Циндао и Цюйфу / Г. Лехуа // Молодежные исследования. – 2024. – С. 79-88.

развитие²⁹.

Популярность «красного» культурного туризма продолжает расти, становясь важной частью культурно-познавательного туризма провинции Шаньдун. Будучи старой революционной базой, Шаньдун богат «красными» культурными ресурсами. В последние годы «красные» туристические маршруты с темой изучения и образования истории партии получили широкое внимание. Например, живописное место для «красного» туризма — революционная база на горе Имэн (первая сельская революционная база, созданная Коммунистической партией Китая в средней части гор Лосяо на границе провинций Хунань и Цзянси во время Аграрной революции) — позволяет туристам более интуитивно понять революционную историю с помощью живых выступлений и захватывающих впечатлений³⁰. Кроме того, «красный» культурный маршрут Цзяодун сочетает в себе революционные места с современными образовательными базами, привлекая большое количество государственных учреждений, предприятий³¹, институтов и молодежных групп для обучения. Развитие «красного» культурного туризма не только повысило уровень культурно-познавательного туризма в Шаньдуне, но и расширило исторический и культурный опыт туристов.

Циндао является важным городом культурного туризма в провинции Шаньдун, и его развитие в сфере культурно-познавательного туризма демонстрирует четкую тенденцию к диверсификации. Циндао представляет собой уникальное сочетание китайской и западной культур, что особенно заметно в его архитектурном стиле, историческом и культурном ландшафте, а также городском облике. Например, такие исторические здания, как живописная зона Бадагуань, бывшее здание немецкого губернатора и христианская церковь, демонстрируют современные культурные особенности Циндао, сочетающие в

²⁹ Тао, Ц. Исследование взаимосвязи между развитием туристической отрасли и экономическим ростом в провинции Шаньдун / Ц. Тао // Университет Южного Китая. – 2018. – С. 159-176.

³⁰ Хун, Ч. Познавание и опыт красного культурного туризма: исследование революционной базы Имэншань / Ч. Хун // Исследования китайского красного туризма. – 2020. – С. 67-78.

³¹ Юньхэн, Ц. Исследование развития культурного туризма, науки и технологических инноваций в Циндао / Ц. Юньхэн // Западный туризм. – 2024. – С. 55-57.

себе китайскую и западную культуры³². Кроме того, Международный пивной фестиваль в Циндао еще больше укрепил культурный бренд города, привлекая большое количество отечественных и иностранных туристов, желающих познакомиться с немецкой пивной культурой и местной пивной культурой Циндао.

Морской культурный туризм является важной частью культурно-познавательного туризма в Циндао и стремительно развивается в последние годы. Будучи прибрежным городом, Циндао запустил ряд проектов морского культурного туризма, опираясь на свои богатые морские ресурсы, такие как Музей океана в Циндао, Подводный мир и Полярный океанический мир, позволяющие туристам узнавать больше об океане во время экскурсий³³. Парусный центр Циндао был преобразован в морскую культурную туристическую базу после Олимпийских игр 2008 года. Посетители могут принять участие в парусных приключениях и морских турах и познакомиться с уникальной морской культурой Циндао, однако культурной составляющей таких морских туров служит посещение рыбацких деревень в Лаошань, Джимо и других местах, чтобы познакомиться с традиционным образом жизни рыбаков, изучить методы морской рыбалки и еще больше расширить свой культурный познавательный опыт³⁴.

Культурная и творческая индустрия Циндао становится важной силой, способствующей развитию культурно-познавательного туризма. В последние годы в Циндао активно строятся культурные и творческие промышленные парки, такие как Qingdao Oriental Movie Metropolis, Музей культуры и искусства мангровых деревьев и Международный фестиваль мультфильмов и анимации в Циндао, с целью глубокой интеграции культурного туризма с творческими индустриями, такими как кино и телевидение, искусство и анимация³⁵.

³² Вэньюй, Ч. Исследование реконструкции и повторного использования исторических зданий Циндао в рамках интеграции культуры и туризма / Ч. Вэньюй // Технологический университет Циндао. – 2022. – С. 64-75.

³³ Хуа, Л. Исследование инноваций в сфере морского культурного туризма в Циндао / Л. Хуа // Океанический университет Китая. – 2023. – С. 112-123.

³⁴ Бин, Л. Исследование стратегий развития морского культурного туризма в Циндао / Л. Бин // Консалтинг по принятию решений. – 2020. – С. 91-96.

³⁵ Лэйлей, В. Комплексное развитие культуры и туризма в перспективе «совместного использования хозяина

Например, Qingdao Oriental Movie Metropolis не только является одной из крупнейших баз по съемке фильмов и телепередач в стране, но и регулярно проводит мероприятия по ознакомлению с культурой кино, чтобы привлечь туристов посетить процесс съемок фильмов и телепередач, поучаствовать в ролевых играх и других проектах³⁶. Кроме того, музыкальные фестивали, театральные фестивали и другие культурные и художественные мероприятия в Циндао также привлекают большое количество молодых туристов, делая культурно-познавательный туризм в городе более красочным.

Заглядывая вперед, индустрия культурного туризма в провинции Шаньдун и городе Циндао вступит в фазу всестороннего повышения качества. С точки зрения создания бренда будут предприняты усилия по созданию международных культурных туристических IP, таких как «Тур по конфуцианской культуре Шаньдуна» и «Тур по океанской культуре Циндао», и продолжению повышения глобальной привлекательности и конкурентоспособности индустрии культурного туризма с ее глубоким культурным наследием и уникальными региональными особенностями.

С точки зрения технологических инноваций и интеграции будут активно внедряться передовые технологии, такие как 5G, большие данные, искусственный интеллект и виртуальная реальность (VR), чтобы глубоко расширить возможности культурного туризма. Создав интеллектуальную систему обслуживания гидов и используя технологию искусственного интеллекта, туристам можно будет предоставлять в режиме реального времени точные исторические и культурные интерпретации живописных мест, что сделает получение знаний более эффективным и удобным. В то же время технология VR используется для восстановления исторических сцен, создания иммерсивной туристической среды и повышения интерактивности и увлекательности проектов культурного туризма³⁷. С точки зрения инноваций в продуктах,

и гостя»: исследование случая Циндао, провинция Шаньдун / В. Лэйлей // Обзор туризма. – 2020. – С. 45-52.

³⁶ Лина, В. Творческие индустрии стимулируют культурный познавательный туризм: исследование Восточного кино-метрополиса Циндао / В. Лина // Обзор культурной индустрии Китая. – 2022. – С. 112-125.

³⁷ Инхуэй, Л. Исследование текущей ситуации и контрмер развития красного культурного туризма в Цзинане на фоне культурной и туристической интеграции / Л. Инхуэй // Обзор туризма. – 2023. – С. 34-51.

предложение продуктов культурного туризма будет постоянно оптимизироваться в соответствии с потребностями туристов. Будет проведено углубленное изучение ресурсов нематериального культурного наследия, таких как искусство вырезания из бумаги в Циндао и новогодние картины в Вэйфане, с целью разработки более интерактивных и высокоинтерактивных проектов, а также будут использоваться разнообразные и насыщенные культурно-туристические мероприятия для удовлетворения индивидуальных потребностей туристов разного уровня и возраста, а также для содействия развитию индустрии культурного туризма в более качественном и динамичном направлении.

2.3 Турпродукт культурно-познавательного туризма провинции Шаньдун

Чтобы глубже понять развитие культурно-познавательного туризма, мы проанализировали существующие продукты данного вида туризма в провинции Шаньдун. Это не только поможет изучить текущее состояние туризма в провинции Шаньдун, но и послужит ориентиром для разработки наших собственных туристических маршрутов. Результаты показали, что многие туристические агентства в провинции Шаньдун запустили сопутствующие продукты, охватывающие различные темы, такие как конфуцианская культура, народный опыт, культура пива и морская культура.

Таблица 2 - Турпродукт культурно-познавательного туризма в провинции Шаньдун

Название туристического агентства	Основные продукты культурного туризма	Характеристики продукта
Туристическая служба Шаньдун Китай	Культурно-познавательный тур «Родной город Конфуция и Мэн-цзы» и благословение горы Тайшань	Возможность поближе ознакомиться с конфуцианской культурой, посетить исторические места, такие как храм Конфуция и особняк Мэн, совместить это с благословением Тайшань и почувствовать единение традиционной культуры и природного ландшафта.
Шаньдунская туристическая компания, ООО	1. «Гостеприимство Шаньдуна» - фольклорный тур 2. Культурно-	Возможность принять участие в местных народных мероприятиях, таких как вырезание из бумаги и создание новогодних картин, посетить древнюю

Название туристического агентства	Основные продукты культурного туризма	Характеристики продукта
Международное туристическое агентство Qingdao Haizhilv	познавательный тур по изучению культуры Ци 1. Экскурсия по культуре пива в Циндао, 2. Экскурсия по изучению культуры океана	столицу государства Ци и узнать о развитии и влиянии культуры Ци. Возможность посетить Музей пива в Циндао, чтобы узнать об истории пивоварения; Возможность посещения Музея океана и Аквариума города Циндао.
Международное туристическое агентство Jinan Spring	1. Культурно-познавательный тур по культуре Цюаньчэн 2. Ознакомительный тур по культуре народов бассейна реки Хуанхэ	Возможность посетить знаменитые источники Цзинаня и узнать о культуре источников; Возможность посетить реку Хуанхэ и познакомиться с историей и культурой народов ее бассейна.

У каждого туристического агентства есть своя собственная тематика продукта. Туристическая компания Shandong China Travel Service фокусируется на наследии конфуцианской культуры, помогая туристам глубже понять мысли Конфуция и культуру горы Тай; туристическая компания Shandong Tourism Co., Ltd. уделяет внимание народным обычаям и культуре Ци, позволяя туристам познакомиться с местными традиционными ремеслами и историей; международная туристическая компания Qingdao Haizhilv фокусируется на культуре пива и морепродуктов в сочетании с городскими особенностями Циндао; международная туристическая компания Jinan Spring and Autumn фокусируется на источниках и культуре реки Хуанхэ, показывая уникальное очарование Цзинаня и реки Хуанхэ.

С точки зрения инноваций в сфере туристических продуктов каждое туристическое агентство продемонстрировало свои отличительные особенности. Shandong Tourism Co., Ltd. фокусируется на укреплении чувства участия туристов. Разрабатывая интерактивные связи, такие как ремесленное производство, туристы могут глубоко интегрироваться в местную культуру и получить уникальный захватывающий опыт; Qingdao Haizhilv International Travel Agency умело интегрирует культуру и досуг, органично сочетает изучение исторических знаний в музеях с экскурсиями и создает особый маршрут, обладающий как образовательной ценностью, так и развлекательными атрибутами; Jinan Spring and Autumn International Travel Agency хорошо исследует

культурный контекст, стоящий за ландшафтом, соединяя природные ландшафты с человеческими историями, позволяя туристам наслаждаться природными пейзажами, ощущая при этом глубокое культурное наследие, и достигая идеального сочетания пейзажа и эмоций, путешествия и обучения.

Для стимулирования потребления культурных и туристических услуг правительство провинции Шаньдун приняло ряд политических мер. Например, в «Нескольких мерах по дальнейшему стимулированию потребления культурных и туристических услуг», принятых в 2023 году, предлагается содействовать трансграничной интеграции культуры и туризма, запускать новые бизнес-продукты, такие как оздоровительный туризм, учебный туризм и экологический туризм, создавать новые цифровые сценарии потребления культурных и туристических услуг и расширять возможности потребления культурных и туристических услуг³⁸.

Кроме того, Департамент культуры и туризма провинции Шаньдун и 10 других департаментов совместно сформулировали «Несколько мер по дальнейшему содействию культурному и туристическому потреблению», предложив конкретные меры, такие как координация культурных и туристических мероприятий³⁹, стимулирование потенциала ночных туров и инновационная реклама и продвижение. Цель состоит в том, чтобы обогатить культурные и развлекательные продукты, запустить специальные туристические продукты, разработать модные национальные продукты и постоянно продвигать культурное и туристическое потребление.

Согласно маркетинговым исследованиям, спрос туристов на продукты культурно-познавательного туризма провинции Шаньдун демонстрирует диверсифицированную тенденцию. Некоторые туристы предпочитают углубленный культурный опыт, например, углубленное изучение конфуцианской культуры и участие в традиционном ремесленном производстве; другие предпочитают расслабляющий и неторопливый культурный тур, например,

³⁸ Вэй, М. Исследование стратегий развития культурного туризма на фоне промышленной интеграции / М. Вэй // Современный туризм. – 2022. – С. 10-12.

³⁹ Чао, Л. Исследование развития ночного туризма в южной прибрежной зоне Циндао / Л. Чао // Университет Циндао. – 2019. – С. 176-184.

посещение музеев и дегустацию местной еды. В целом, большей популярностью пользуются интерактивные и предполагающие активное участие туристические продукты.

Несмотря на то, что провинция Шаньдун располагает богатыми и яркими культурно-познавательными туристическими продуктами, она по-прежнему сталкивается с некоторыми трудностями в своем развитии. Например, некоторые туристические продукты сильно однородны и лишены инноваций; инфраструктура некоторых живописных мест нуждается в улучшении; кроме того, необходимо рассмотреть вопрос о том, как лучше сочетать традиционную культуру с современными потребностями туризма.

С этой целью туристическим агентствам и соответствующим ведомствам рекомендуется: объединять современные технологии, такие как виртуальная реальность (VR) и дополненная реальность (AR), для улучшения впечатлений туристов; усиливать подготовку гидов и обслуживающего персонала, повышать уровень обслуживания и удовлетворять разнообразные потребности туристов; использовать новые медиа-платформы для повышения рекламы продуктов культурно-познавательного туризма и привлечения большего количества потенциальных туристов.

3 РАЗРАБОТКА КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРА В ПРО- ВИНЦИЮ ШАНЬДУН

3.1 Программа культурно-познавательного тура

На основании анализа уже существующего туристского продукта провинции Шаньдун и ее культурно-исторических ресурсов, нами был разработан новый 7-дневный культурно-познавательный тур по территории провинции, который сочетает в себе традиционные достопримечательности с глубоким культурным опытом, чтобы удовлетворить потребности современных туристов в высококачественном, захватывающем культурном путешествии. Шаньдун является важным местом рождения китайской цивилизации с богатыми ресурсами, такими как конфуцианская культура, вера в гору Тай, морская цивилизация и современная история. Этот маршрут разработан вокруг этих основных содержаний, чтобы помочь туристам понять культурную коннотацию Шаньдуна, а не просто маршрут.

На протяжении всего маршрута есть профессиональные гиды, сопровождающие и объясняющие, чтобы гарантировать, что туристы получают эффективную информацию. В то же время туристическое агентство также организует высококачественное размещение и специальное питание, чтобы повысить комфорт поездки. От весенней культуры Цзинаня до символического значения горы Тай, морской культуры Циндао и современной военной истории Вэйхая, каждая достопримечательность имеет культурную ценность, которая может не только удовлетворить потребности туристов в просмотре истории, архитектуры и пейзажей, но и позволить туристам почувствовать культурное наследие и очарование Шаньдуна.

Общая характеристика и программа маршрута

Продолжительность: 7 дней

Количество человек: 10

Целевая группа: китайские туристы, российские туристы

Цель: глубоко прочувствовать культуру Шаньдуна, включая историю,

конфуцианскую культуру, народные обычаи, еду и природные пейзажи.

Таблица 3 - Программа тура

День	Время	Мероприятие
День 1 Цзинань - историческое и культурное исследование	08:30-09:30	Прибытие в Цзинань, общий сбор участников
	9:30-10:30	Посадка на экскурсионный автобус Цзинань (специальная линия Весеннего города)
	10:30-11:30	Посещение парка весны Баоту (туристы оценят весеннюю культуру и узнают историю Цзинаня, «весеннего города»)
	11:30-12:30	Обед (Ресторан «Мэйфэй»)
	13:00-15:00	Посещение озера Дамин (туристы почувствуют стиль Цзинань, описанный в «Путешествиях Лао Кана»)
	15:30-17:00	Посещение музея провинции Шаньдун (туристы узнают больше об истории и культуре Шаньдуна)
	18:00-19:30	Ужин (Вековой ресторан шаньдунской кухни Kuishengju)
	20:00	Размещение в отеле и отдых.
День 2 Тайань - Культурный опыт Тайшаня	21.00	
	07:00-08:00	Завтрак
	08:00-09:30	Переезд в Тайань
	09:00-10:30	Экскурсия на местном экскурсионном автобусе по Тайань (культурная линия Тайшань)
	10:30-15:30	Восхождение на гору Тайшань (туристы могут подняться пешком или воспользоваться канатной дорогой, чтобы испытать чувство «достижения вершины»)
	12:30-13:30	Обед на вершине горы (туристы берут с собой легкую еду)
	15:30-16:30	Посещение храма Дай (туристы узнают о

День	Время	Мероприятие
	17:00-18:30	культуре жертвоприношений горы Тай) Ужин (Рестораны, где подают жареную курицу)
	19:30	Заселение в отель «Tai'an» и отдых.
День 3 Цюйфу - тур по конфуцианской культуре	07:00-08:00	Завтрак
	08:00-09:30	Переезд в Цюйфу
	09:30-10:30	Экскурсия на местном экскурсионном автобусе Цюйфу (линия конфуцианской культуры)
	11:00-12:00	Посещение храм Конфуция (туристы узнают о конфуцианстве)
	12:00-13:00	Обед (Ресторан пельменей «Heweigui»)
	13:30-15:30	Посещение особняка Конфуция (туристы ознакомятся с культурой семьи Конфуция)
	16:00-17:30	Посещение кладбища Конлинь (кладбище Конфуция и его потомков)
	18:00-19:30	Ужин (Вкус Цюйфу, кухня Лу и кухня особняка Конфуция)
	20:00	Заселение в отель Qifu и отдых.
День 4 Вэйхай - Остров Люгун и культура китайско-японской войны 1894-1895 гг.	07:00-08:00	Завтрак
	08:00-09:30	Переезд в Вэйхай
	09:30-10:30	Экскурсия на местном экскурсионном автобусе Вэйхай (линия с видом на море)
	10:00-12:30	Посещение острова Люгонг (Музей китайско-японской войны)
	12:30-13:30	Обед (Ресторан «Wu's Fishing Village Weihai»)
	14:00-15:20	Посещение Вэйхайского международного приморского парка
	15:40-16:30	Посещение парка Хуанцуйлоу
	17:00-18:30	Ужин (Рыболовный порт «Насянхай»)

День	Время	Мероприятие
День 5 Циндао — морская культура и немецкий стиль	19:00-20:00	Ночная экскурсия по парку счастья в Вэйхае
	20:30	Размещение в отеле «Weihai» и отдых.
	07:00-08:00	Завтрак
	08:00-12:00	Переезд в Циндао
	12:30-13:30	Обед (Ресторан «Байхай»)
	13:30-15:00	Экскурсия на экскурсионном автобусе Циндао (прибрежная живописная линия)
	15:30-16:30	Посещение Бадагуань (архитектура в европейском стиле)
	17:00-18:30	Посещение Музея пива Циндао (с дегустацией оригинального пива)
День 6 Циндао - культура Ла- ошань и опыт рыбалки	19:00-20:30	Ужин (Лавка морепродуктов «Liangliang Beer House»)
	21:00	Заселение в отель «Циндао» и отдых.
	07:00-08:00	Завтрак
	08:30-10:00	Посещение живописной местности Лаошань (туристы ознакомятся с даосской культурой)
	10:30-12:00	Посещение пляжа Шилаорен (наблюдение морских пейзажей, купание)
	12:30-13:30	Обед (Ресторан «Bi Nai» (Столетний пирог)
	14:00-16:00	Посещение аквариума «Подводный мир Циндао» (туристы узнают больше об обитателях моря)
	16:30-18:00	Прогулка по площади Четвертого мая и олимпийскому парусному центру
День 7 Циндао —	18:30-20:00	Ужин (Пивной дом «Ванцзя Ауспасиос»)
	20:30	Переезд в отель «Циндао» и отдых.
День 7 Циндао —	07:00-08:00	Завтрак
	08:30-10:00	Экскурсия на экскурсионном автобусе Циндао

День	Время	Мероприятие
исследование рыбачьей де- ревни и куль- турного рай- она	10:30-12:00	дао (специальная линия Западного побере- жья), посещение залива Тандао на Западном побережье (туристы почувствуют неспешную жизнь у моря) Посещение бывшей резиденции немецкого губернатора в Циндао (туристы окунутся в историю немецкой архитектуры)
	12:30-13:30	Обед (Наклейки на кастрюли со старым ре- цептом «Чжунпин»)
	14:00-16:00	Посещение пешеходной улицы Чжуншань (туристы ознакомятся со старым историче- ским районом Циндао)
	16:30-18:00	Посещение Музея почты и телекоммуника- ций Циндао (туристы узнают об истории раз- вития современных коммуникаций в Циндао)
	18:20-19:40 20:00	Ужин (Рыбачьий ресторан «Чэньцзи») Конец поездки, возвращение в пункт назна- чения.

3.2 Экономическое и маркетинговое обоснование культурно-познавательного тура

Для того чтобы глубже понять интересы, потребности и предпочтения туристов в отношении культурно-познавательного туризма в Шаньдуне, мы провели специальное исследование, собрали данные с помощью анкетного опроса и отобрали респондентов с помощью случайной выборки. Всего в опросе приняли участие 52 респондента из разных возрастных групп, профессий и регионов.

Данное исследование посвящено анализу ожиданий и опасений туристов в отношении культурно-познавательного туризма в Шаньдуне. В результате

систематического анализа ответов респондентов были сделаны следующие выводы.

Среди людей, принявших участие в опросе, возрастная группа 18-30 лет составила наибольшую долю — 76,9% и составила основную часть населения; возрастная группа 31-45 лет составила вторую по величине долю — 15,4%; остальные возрастные группы составили меньшую долю.

1. К какой возрастной группе вы относитесь?

52 responses

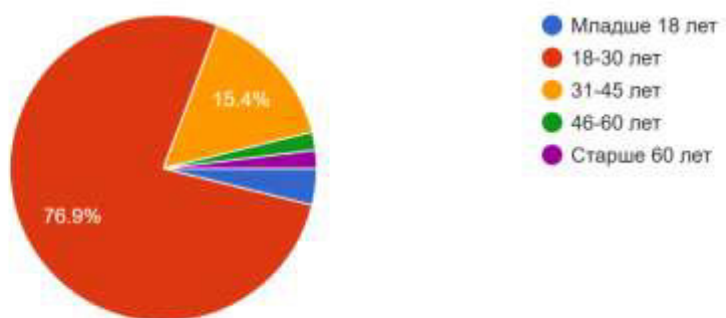


Рисунок 4 - Возраст участников опроса

Среди людей, принявших участие в опросе, наибольшую долю составили студенты — 40,4%, которые и составили основную группу; фрилансеры, офисные сотрудники, предприниматели/менеджеры также составили определенную долю; пенсионеры и учителя составили относительно небольшую долю.

2. Кем вы работаете?

52 responses

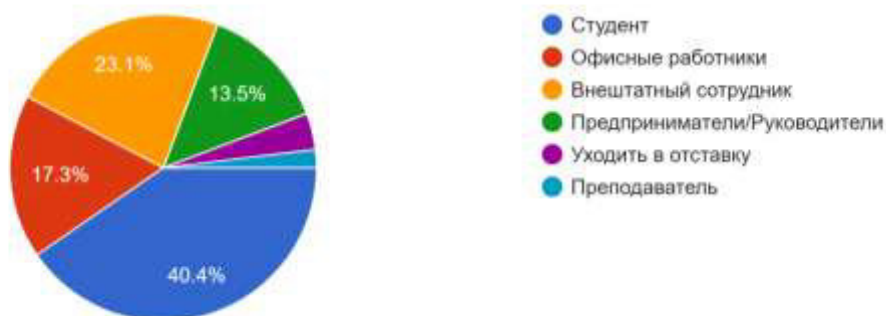


Рисунок 5 - Занятость участников опроса

Среди людей, принявших участие в опросе, наибольшую долю состави-

ли жители других провинций Китая — 55,8%; на втором месте — жители зарубежных стран — 30,8%; а на жителей провинции Шаньдун пришлось сравнительно небольшая доля.

3. Откуда вы?
52 responses

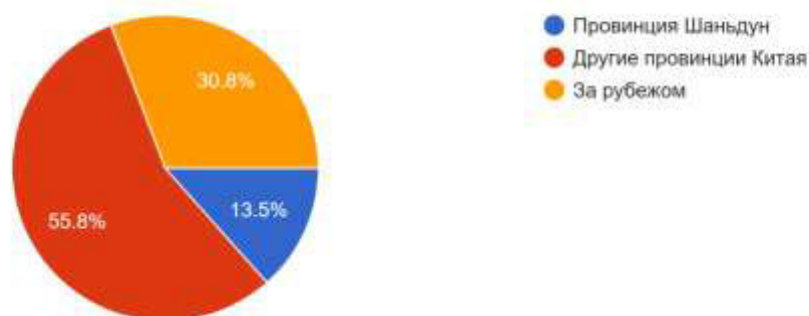


Рисунок 6 - Резидентство участников опроса

Среди людей, принявших участие в опросе, те, кто никогда не путешествовал в провинцию Шаньдун, составили 55,8%, что больше, чем число людей, которые там были. Это показывает, что более половины опрошенных людей не имеют опыта поездок в Шаньдун.

4. Вы когда-нибудь ездили в провинцию Шаньдун?
52 responses

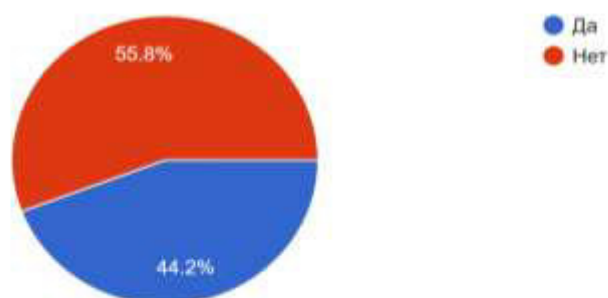


Рисунок 7- Структура ответов на вопрос «Вы когда-нибудь ездили в провинцию Шаньдун?»

Среди культурных достопримечательностей Шаньдуна наибольшее внимание привлек храм Конфуция в Цюйфу, на который пришлось 69,2%, и которым заинтересовались более половины респондентов; источник Баоту в Цзинань, Старый город Циндао и гора Яньтай также были довольно популярны; гора Тайшань получила умеренное внимание; а озеро Дунчан в Ляочэне

получило относительно меньше всего внимания.

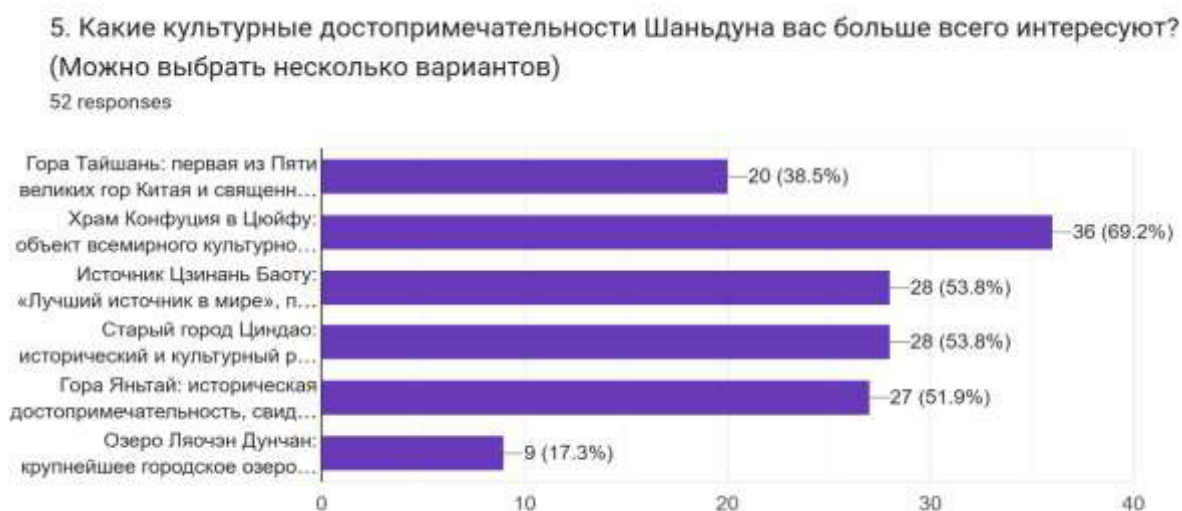


Рисунок 8 - Интерес участников опроса к достопримечательностям провинции Шаньдун

Среди различных видов культурно-познавательного туризма наиболее популярным является традиционный ремесленный опыт, на который приходится 61,5%, и его выбрали более половины респондентов; также популярны опыт нематериального культурного наследия и посещение исторических мест; относительно менее популярны древний религиозный и философский культурный опыт, опыт каллиграфии и живописи, а также опыт народной культуры, но определенная часть людей также обращает на них внимание.

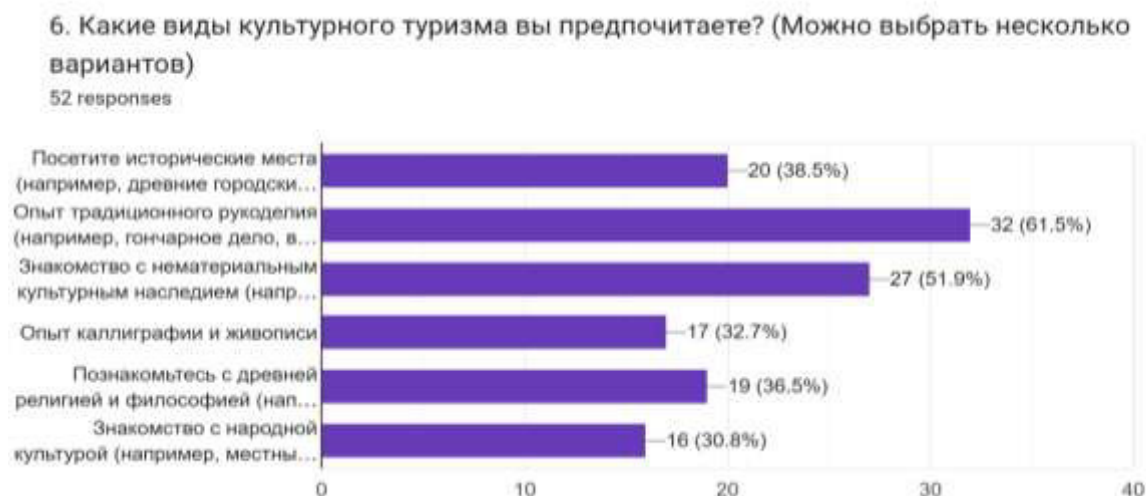


Рисунок 9 - Предпочтения участников опроса по видам культурно-познавательного туризма

Среди людей, принявших участие в опросе, наибольшую долю составили люди, желающие принять участие в 3-4-дневном культурно-познавательном туризме (38,5%); далее следуют люди, желающие принять участие в 5-6-дневном туре (32,7%); определенную долю составили те, кто готов принять участие в 7-дневном и более туре (23,1%); а количество людей, желающих принять участие в 1-2-дневном туре (1-2 дня) составило сравнительно небольшую долю.

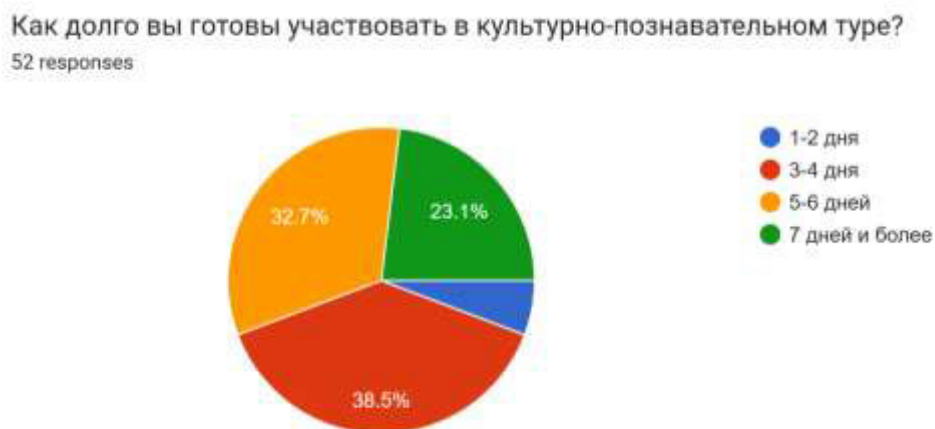


Рисунок 10 - Предпочтения участников опроса по продолжительности тура

Среди людей, принявших участие в опросе, наибольшее количество людей, которые считали, что лучшим вариантом культурно-познавательного туризма является «углубленное изучение конфуцианской культуры и местных традиций» и «упор на интерактивные впечатления и развлекательные мероприятия», составило 32,7%; далее следовали «сочетание традиционных ремесел и художественных впечатлений» и «комплексные мероприятия, включающие множественные культурные элементы»; наименьшее количество людей, которые считали, что лучшим вариантом является «упор на посещение культурных реликвий», составило 7,7%.

Среди людей, принявших участие в опросе, наиболее важным фактором оказалась «цена», на которую пришлось 59,6% ответов; «условия и комфорт размещения», «услуги и профессионализм гида» также получили высокую оценку, набрав более 50% ответов; многие люди также обратили внимание на

«удобство туристического транспорта», «разнообразие мероприятий с участием туристов» и «глубину и качество культурного опыта».

8. Как вы думаете, какая организация культурно-познавательного туризма является наилучшей?

52 responses



Рисунок 11 - Предпочтения участников опроса относительно форм организации культурно-познавательного туризма

9. Какие факторы вы учитываете в первую очередь при выборе культурно-познавательного туризма? (Можно выбрать несколько вариантов)

52 responses

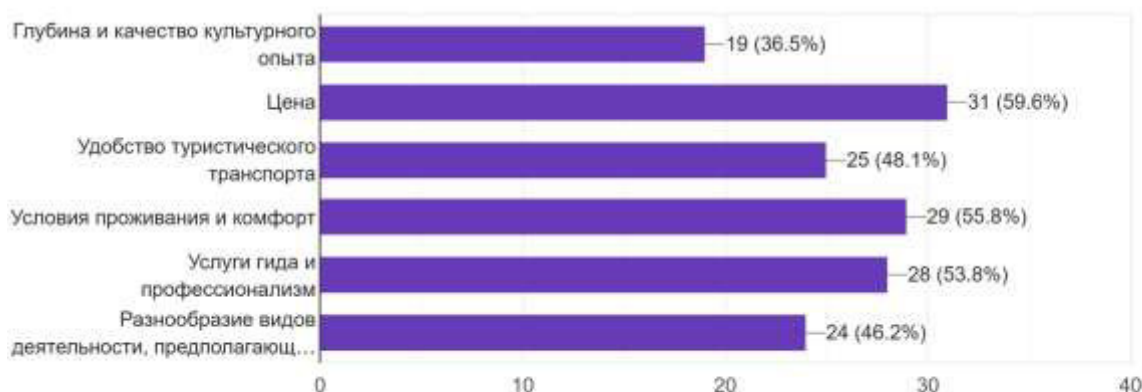


Рисунок 12 - Решающие факторы для покупки тура участниками опроса

Среди людей, принявших участие в опросе, наибольшее количество людей ожидало изучить «формы искусства с характерными чертами провинции Шаньдун» (65,4%); «традиционную еду и культуру питания» и «местные обычаи и традиционные обычаи» также ожидали узнать с большим нетерпением (более 50%); «конфуцианство и культура Конфуция», «традиционные

китайские ремесла» и «древняя китайская история и культура» также были тем, что определенная часть людей хотела изучить и понять.

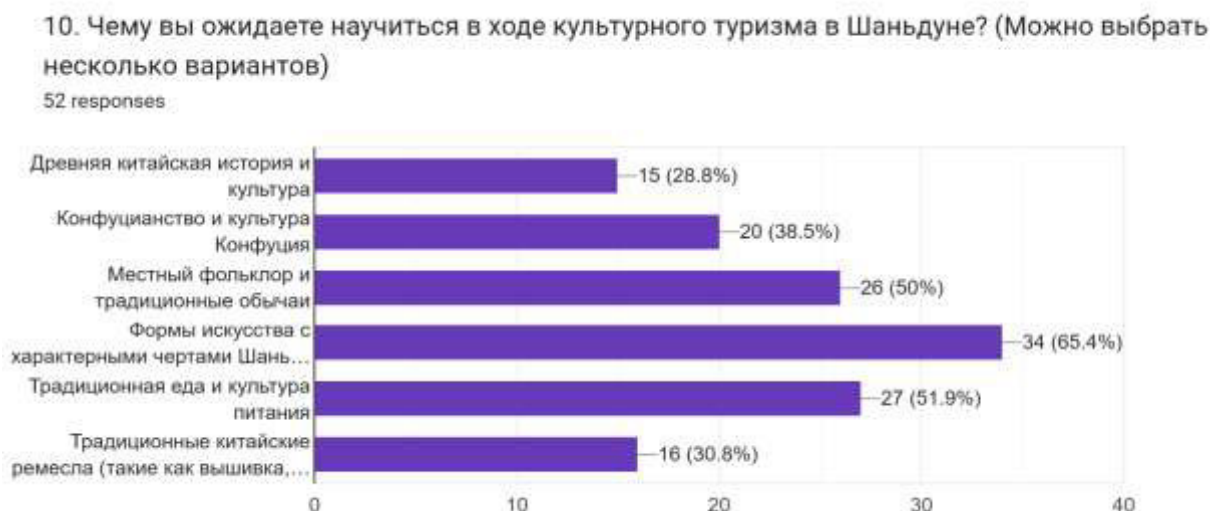


Рисунок 13 - Предпочтения участников опроса по приобретению навыков ремесел на мастер-классах

Среди тех, кто принял участие в опросе, наибольшее количество людей ожидало «взаимодействия с местными жителями и ощущения реальной жизни» (38,5%); определенная доля людей также ожидала «расслабиться и насладиться природными пейзажами» и «участвовать в культурном творчестве»; некоторые люди ожидали «глубокого понимания и изучения культуры»; а число людей, которые ожидали «улучшить свое понимание традиционной культуры», составило относительно небольшую долю.

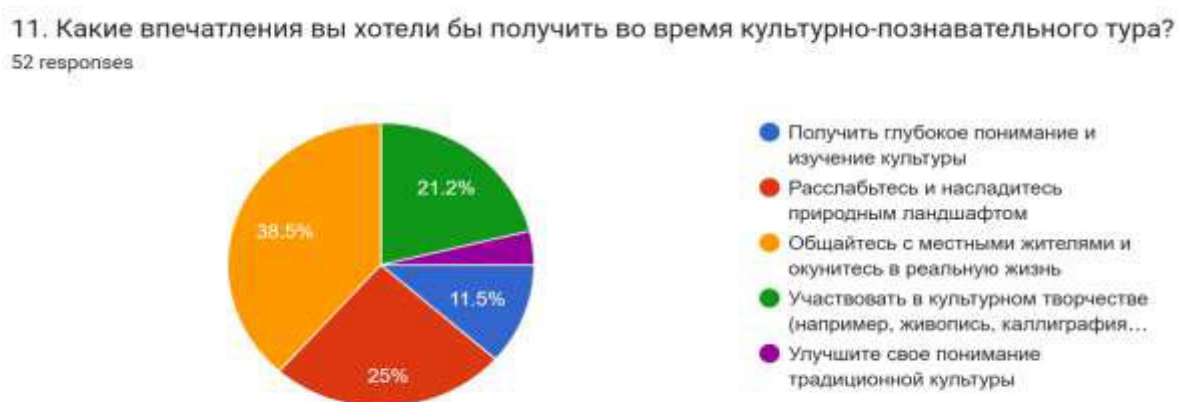


Рисунок 14 - Ожидания участников опроса от тура по видам деятельности

Среди людей, принявших участие в опросе, наибольшую долю составили те, кто «надеется узнать больше об обычаях и привычках Шаньдуна» — 38,5%; относительно популярной оказалась также фраза «надеется пообщаться с другими туристами и поделиться культурным опытом»; некоторые люди ожидали «глубже понять историю и культуру Шаньдуна»; а наименьшую долю составили те, кто «надеется получить новые впечатления от традиционных ремесел и искусства».

12. Каковы ваши ожидания относительно общего опыта культурного туризма в Шаньдуне?

52 responses



Рисунок 15 - Ожидания участников опроса относительно опыта культурно-познавательного туризма в провинции Шаньдун

Среди людей, принявших участие в опросе, наибольшую долю составили те, кто готов заплатить «1000–3000 юаней» — 46,2%; значительную долю составили также те, кто готов заплатить «3000–5000 юаней»; число людей, готовых заплатить «менее 1000 юаней» и «5000 юаней и более», составило сравнительно небольшую долю.

13. Сколько вы готовы заплатить за культурно-познавательный тур?

52 responses

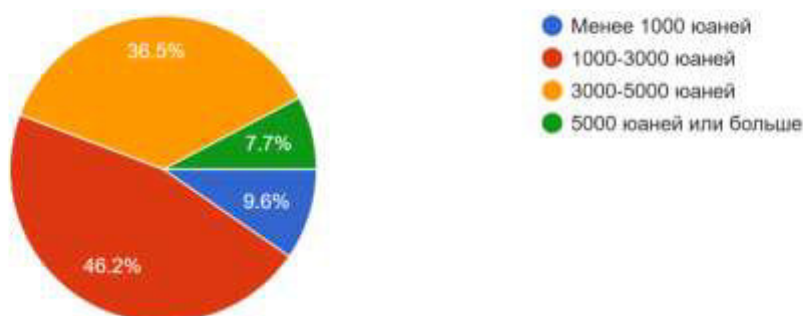


Рисунок 16 - Предпочтения участников опроса относительно цены тура

Среди участников опроса наибольшее количество людей получили информацию о путешествиях через «социальные сети» — 69,2%; также были популярны «рекомендации родственников и друзей», «сайты туристических агентств» и «онлайн-платформы для путешествий»; число людей, получивших информацию через «журналы и газеты о путешествиях», было относительно небольшим. Это показывает, что социальные сети занимают важную позицию в распространении информации о путешествиях, а также ценятся методы распространения информации «из уст в уста», такие как рекомендации родственников и друзей.

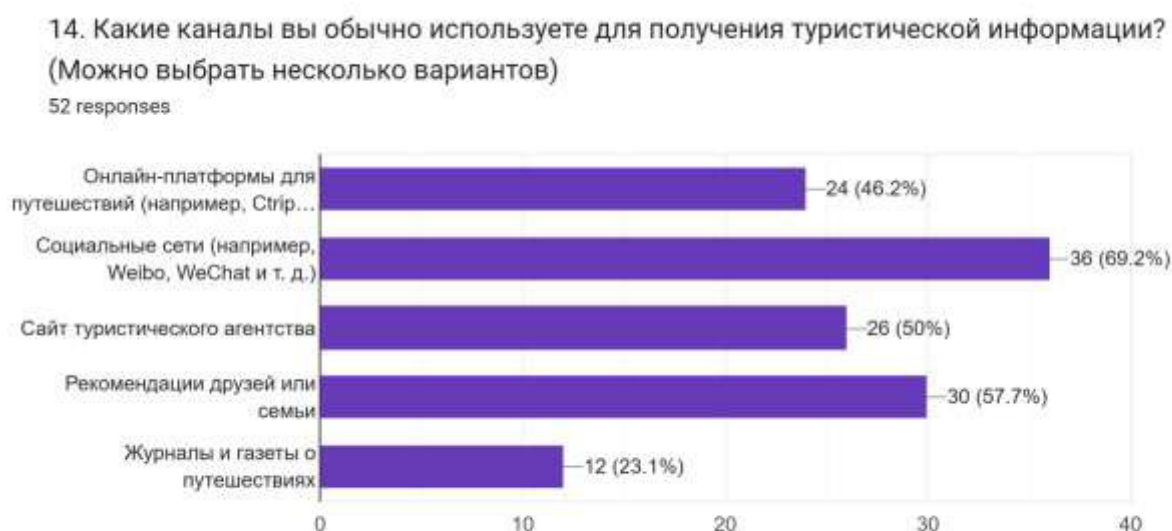


Рисунок 17 - Предпочтения участников опроса относительно каналов получения информации о турах

Среди людей, принявших участие в опросе, относительно большую долю составили те, кто предпочитает «индивидуальные путешествия или путешествия в составе небольшой группы» — 51,9%; определенную долю также составили те, кто предпочитает «путешествия в составе большой группы»; наименьшую долю составили люди, которые посчитали, что выбор формы «не важен, он в основном зависит от цены и организации мероприятия».

15. При выборе культурно-познавательных туров вы предпочитаете индивидуальные или частные групповые туры или туры в составе больших групп?

52 responses

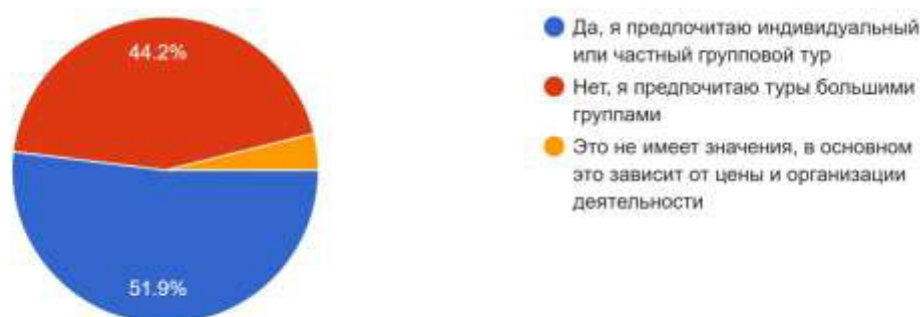


Рисунок 18 - Предпочтения участников опроса относительно численности туристов в группах

Для подсчета расходов и прибыли туристского предприятия от разработанного тура нами была проведена его калькуляция.

Таблица 4 - Калькуляция тура

	%	Затраты на производство и реализацию	
		на группу 10 чел., юаней	на 1 туриста, юаней
1 Прямые затраты			
Транспорт		17200	1720
Проживание		7430	520
Питание		10500	1050
Экскурсионные программы		6560	656
Гид и страховка		2800	280
Итого прямые затраты		42260	4226
2 Косвенные затраты		3200	320
3 Полная себестоимость		45460	4546
4 Прибыль	10	4546	454.6
5 Налог на прибыль	20	909.2	90.92
6 Продажная цена тура		50006	5000.6

Итак, за 7 дней и 6 ночей у нас есть:

Стоимость размещения на одного туриста: $(230 \times 1 + 216 \times 1 + 176 \times 1 + 195 \times 1 + 223 \times 3) \div 2 = 520$ юаней/чел.

Расходы на проживание команды: $230 \times 5 + 216 \times 5 + 176 \times 5 + 195 \times 5 + 223 \times 3 \times 5 = 7430$ юаней

В стоимость номера входит завтрак, предоставляемый отелем (только завтрак)

Питание туристов (обед и ужин) :

Расходы на питание для одного туриста: 7 обедов $\times$ 80 юаней + 7 ужинов $\times$ 70 юаней = 1050 юаней/чел.

Расходы на питание команды: (7 дней обеда 80 юаней + 7 дней ужина 70 юаней) $\times$ 10 человек = 10 500 юаней

Стоимость проезда на одного туриста: $17200 \div 10 = 1720$ юаней

Транспортные расходы команды: $1200+1500+1200+1500+3500+1200+2500+3600+1500=17200$ юаней

В стоимость групповой экскурсии включены билеты на туристические объекты, в выставочные залы и музеи.

Стоимость одного туриста: $40 + 155 + 20 + 140 + 60 + 85 + 136 + 20 = 656$ юаней/чел.

Стоимость проекта командного тура: $656 \times 10 = 6560$ юаней

Плата за услуги гида и страховку:

Стоимость услуг гида и страховки туриста: $200 + 80 = 280$ юаней/чел.

Плата за услуги гида и страховку для команды: $280 \times 10 = 2800$ юаней

Прямые расходы на одного туриста: $520+1050+656+280+1720=4226$ юаней/чел.

Общая сумма прямых затрат команды: $4226 \times 10 = 42260$ юаней.

Рекламные расходы и резерв на одного туриста: $3200 \div 10 = 320$ юаней/чел.

Расходы на продвижение команды + резерв безопасности: $3000 + 200 = 3200$ юаней

Полная стоимость для 1 туриста: $4226+320=4546$ юаней/чел.

Общий взнос команды: $4546 \times 10 = 45460$ юаней

Прибыль рассчитывается как процент от общей себестоимости. При разработке данного туристического продукта норма прибыли составляет 10% от общей себестоимости.

Прибыль от одного туриста: $4546 \times 10\% = 454,6$ юаней/чел.

Прибыль команды: $454,6 \times 10 = 4546$ юаней

Налог на прибыль от такой деятельности рассчитывается по ставке 20% от полученной прибыли.

Подходный налог на одного туриста: $454,6 \times 20\% = 90,92$ юаней/чел.

Подходный налог для групповых туристов: $4546 \times 20\% = 909,2$ юаня

На заключительном этапе определяется цена продажи.

Стоимость туристической поездки: $4546 + 454,6 = 5000,6$ юаней/чел.

Таким образом, конечная стоимость туризма включает в себя все расходы и прибыль туристических предприятий, а конечная цена продажи для каждого туриста составляет 5000 юаней.

1. Прямые затраты

Плата за проезд (1720 юаней на человека): включая плату за чартер и междугородные перевозки из Цзинаня в Тайань, Цюйфу, Вэйхай и Циндао; туристические автобусы в Циндао; плата за проезд в аэропорту и обратно, оценивается примерно в 1720 юаней на человека. Аренда полного автомобиля, марка автобуса: Yutong T7: 17-местный бизнес-микроавтобус (включая плату за водителя, расходы на топливо, дорожные сборы, плату за парковку).

Таблица 5 - Транспортные расходы тура

Транспортные проекты	Цена/Юань	Замечание
Автомобиль города Цзинань	1200	Автомобильные перевозки на короткие расстояния между достопримечательностями Цзинаня
Цзинань - Тайань	1500	Чартер на большие расстояния
Тайань - Цюйфу	1200	Чартер на большие расстояния
Цюйфу-Вэйхай	3500	Чартер на большие расстояния
Городской автомобиль Вэйхай	1200	Пирс острова Люгонг и городские достопримечательности
Вэйхай-Циндао	2500	Чартер на большие расстояния
Городской автомобиль Циндао (3 дня)	3600	Транспорт в городе и Лаошане
Циндао-Обратно (скоростной поезд или высадка в аэропорту)	1500	Встреча/высадка в аэропорту
Общий	17200	1720 юаней на человека

Стоимость проживания (520 юаней с человека): всего 6 ночей, стандартный двухместный номер, 4-звездочный отель, включая завтрак, 7430 юаней на 10 человек.

Цзинань: Ward Hotel (станция метро Jinan Fengming Road Baoshan): отель открылся в 2024 году. Он принадлежит Ward Group. Отель сочетает в себе современную эстетику с роскошным стилем и имеет панорамный вид на горы. Отель предоставляет бесплатную парковку и интеллектуальные услуги доставки роботом. Все типы номеров оснащены интеллектуальными системами управления гостями и удобным подогревом пола.

Тайань: высокоскоростная железнодорожная станция Tai'an Daiyue District Manting Hotel: отель расположен в районе Дайюэ города Тайань. Отель предлагает 66 видов завтрака, европейский шведский стол, удобно и быстро. Отель оборудован тренажерным залом, прачечной, зоной для чтения и отдыха, чайной комнатой, а также предлагает теплое обслуживание Ganquan и закуски.

Цюйфу: Xinghe Xiaozhu B&B (филиал Sankong Scenic Area): размещение находится очень близко к храму Конфуция, особняку Конфуция и другим живописным местам Sankong. Всего 2-5 минут ходьбы. Номер чистый и аккуратный, оформление новое, обстановка в номере тихая, а эффект звукоизоляции хороший.

Вэйхай: Peninsula Guanlan Hotel (филиал Weihai International Bathing Beach Torch Eighth Street): Отель расположен на берегу моря, в нескольких минутах ходьбы от пляжа, с балкона можно любоваться морем, а закат прекрасен. Отель современный и без запахов, с хорошей санитарией. Тренажерный зал, прачечная и другие общественные удобства в полном порядке, а бассейн чистый. На завтрак предлагаются традиционные блюда китайской кухни, такие как каша и булочки, а также блюда западной кухни, а обстановка ресторана элегантная.

Циндао: Qingdao West Coast City Balcony Atour Hotel: Отель недавно открылся, с современным и интеллектуальным оборудованием. Номер простор-

ный, с хорошим освещением и хорошей звукоизоляцией. В отеле есть общественная зона, оборудованная кабинетом, кофе-баром с самообслуживанием и тренажерным залом. Атмосфера отеля элегантная, а номер свежий и без запахов. Завтрак разнообразен и сочетает в себе блюда китайской и западной кухни.

Таблица 6 - Расходы на проживание

Город	Цена за единицу (юань/ночь/номер)	Количество комнат	Ночи	Всего (юани)
Цзинань	230	5	1	1150
Тайан	216	5	1	1080
Цюйфу	176	5	1	880
Вэйхай	195	5	1	975
Циндао	223	5	3	3345
Общий	1040	25	7	7430

Питание (1050 юаней на человека): Завтрак включен в стоимость проживания; обед около 80 юаней на человека, ужин около 70 юаней на человека; всего 14 приемов пищи за 7 дней: $560 + 490 = 1050$ юаней на человека.

Таблица 7 - Расходы на питание во время тура

Питание	Цена за единицу (юань/чел.)	Всего (юаней/чел.)	Всего на 10 человек (юани)
Обед	80	560	5600
Ужин	70	490	4900
Общий		1050	10500

Таблица 8 - Экскурсионные расходы

Достопримечательности	Билеты (юани/чел.)	Всего (10 человек)
Весна Баоту	40	400
Живописная местность озера Дамин	0	0
Музей Шаньдуна	0	0
Гора Тай (включая билеты на подъем)	155	1550
Храм Дай	20	200
Храм Конфуция + Особняк Конфуция + Кладбище Конфуция	140	1400
Бадагуань	0	0
Музей пива Циндао (посещение зала А + зала В + кружка оригинального пива 0,15 л + кружка чистого пива 0,15 л + пакетик пивных зерен)	60	600
Живописная местность Лаошань (Южный тур)	85	850
Пляж Шилаорен	0	0
Подводный мир Циндао	136	1360
Западное побережье залива Тандао	0	0
Немецкий губернатор Циндао	0	0
Музей почты и телекоммуникаций Циндао	20	200

Экскурсовод и страховка (280 юаней с человека): Стоимость услуг экскурсовода составляет около 200 юаней с человека; Страхование от несчастных случаев во время путешествия стоит около 80 юаней на человека.

Таблица 9 - Расходы на гида и страхование

Проект	Цена за единицу (юани)	Всего (юани)	Замечание
Плата за услуги гида (7 дней)	200	2000	Профессиональный гид предоставит полное объяснение
Страхование путешествий	80	800	Страхование от несчастных случаев во время путешествия
Общий		2800	

2. Косвенные расходы

Расходы на рекламу и продвижение составляют 3000 юаней: включая онлайн-продвижение (например, официальные аккаунты WeChat, Xiaohongshu, продвижение коротких видеороликов, реклама на туристических платформах), производство офлайн-рекламных материалов (например,

производство рекламных материалов, демонстрационные стенды, плакаты) и т. д., используемые для повышения узнаваемости продукта и привлечения целевых клиентов.

Плата за безопасность и экстренную поддержку: 200 юаней: Для решения чрезвычайных ситуаций, которые могут возникнуть во время путешествия, предоставляются основные лекарства для оказания экстренной помощи, резервные транспортные средства и другие планы для обеспечения личной и физической безопасности туристов.

Таблица 10. Косвенные расходы

Проект	Цена за единицу (юани)	Всего (юани)
Расходы на продвижение	300	3000
Резервный фонд безопасности	20	200
Общий	320	3200

3. Налог на прибыль и подоходный налог

Прибыль рассчитывается исходя из 10% от полной цены: 454,6 юаня на человека;

Подоходный налог рассчитывается исходя из 20% прибыли: 90,92 юаня на человека.

3. План скидок

Таблица 11. Планы скидок

Название плана скидок	Скидки	Цена со скидкой	Проиллюстрировать
Предложение ранней пташки	Скидка 200 юаней	4800	Зарегистрируйтесь и оплатите за 30 дней вперед
Групповая скидка	Скидка 150 на каждого человека при заказе от 3 человек и более	4850	Минимум 3 человека регистрируются одновременно
Скидка на WeChat	Скидка 50%	4950	Перешлите рекламный постер в свои «Моменты» и сохраните его в течение 24 часов.

3.3 Продвижение культурно-познавательного тура на китайском туристическом рынке

Xiaohongshu стал популярным местом для молодых людей, желающих найти вдохновение для путешествий. Пользователи здесь особенно любят глубокие впечатления от путешествий и культурный контент, особенно высококачественные проекты по культурному туризму, образовательный игровой процесс по туризму и тематические заметки о путешествиях. Платформа очень интерактивна и является отличным каналом для устного общения в сфере туризма и маркетинга бренда. Вы можете пригласить экспертов по путешествиям и блогеров по культуре размещать фотографии, тексты и короткие видеоролики на Xiaohongshu, чтобы показать основные моменты культурного туризма Шаньдуна, которые могут быстро привлечь внимание потенциальных туристов. Вы также можете объединить сезонные горячие точки, чтобы запустить «Рекомендуемые маршруты культурного тура Шаньдуна», чтобы побудить всех обмениваться и обсуждать в области комментариев, чтобы больше людей заинтересовались поездками в Шаньдун.

Douyin — крупнейшая в Китае платформа коротких видео. Опираясь на коммуникационную модель «короткое видео + иммерсивный опыт», она делает контент культурного туризма более интуитивным, ярким и заразительным. Короткие видеоролики о культурном туризме с такими горячими темами, как «китайская регистрация», «историческая и культурная интерпретация» и «иммерсивный опыт», чрезвычайно популярны на платформе и могут быстро привлечь внимание пользователя. Создание высококачественных коротких видеороликов, таких как «Персональный взгляд на вход в храм Конфуция» и «Полная запись восхода солнца на горе Тай», не только усиливает у аудитории чувство замещения, но и усиливает участие пользователей. В то же время, сотрудничая с историческими и культурными блогерами, метод повествования «история + живописные места» применяется для глубокого изучения культурных историй Шаньдуна и дальнейшего расширения эффекта коммуникации.

WeChat — больше подходит для публикации углубленного контента и достижения точного охвата пользователей. Основная аудитория культурного туризма часто полагается на WeChat для получения авторитетной и подробной информации, а группы WeChat могут сформировать хорошую цепочку устного общения и конверсии. Продвигайте подробные путеводители и культурные вводные сведения через официальные аккаунты, чтобы стимулировать интерес пользователей; в то же время создайте «группу обмена туристическими и культурными знаниями», чтобы предоставлять эксклюзивные скидки и профессиональные объяснения для повышения активности сообщества и прилипания пользователей. Объединение короткого видеоконтента видеоаккаунта WeChat с продвижением Moments может повысить точность и охват рекламы, а также еще больше расширить влияние культурного туризма.

Платформы туристических ОТА (онлайн-турагентств) (такие как Strip, Mafengwo и Fliggy) являются основными каналами, которые напрямую ориентированы на пользователей путешественников и могут обеспечить точную доставку и эффективную конверсию. Эти платформы собрали большое количество пользователей туризма и имеют четкие требования к «культурным углубленным турам» и «учебным турам». В сочетании с точной доставкой и отзывами пользователей они могут улучшить показатели конверсии бронирования. Продвигайте персонализированные продукты на платформе ОТА и предоставляйте услуги бронирования в один клик. В то же время собирайте реальные отзывы пользователей с помощью пользовательского контента для повышения доверия и совместно с платформой запускайте «ограниченные по времени предложения» для дальнейшего повышения конверсии продаж.

ВКонтакте — самая популярная социальная платформа в России. Платформа обладает мощными социальными функциями, и пользователи любят вступать в группы по интересам, участвовать в тематических обсуждениях и находить на ней вдохновение для путешествий. Создайте эксклюзивное сообщество «Туризм и культурное просвещение провинции Шаньдун» в социальной сети VK, регулярно публикуйте контент о культуре провинции Шань-

дун, исторических достопримечательностях и путешествиях, а также привлекайте российских пользователей, интересующихся китайской культурой. Кроме того, через рекламную систему «ВКонтакте» осуществляется целевая реклама, ориентированная на людей с такими характеристиками, как «любит путешествовать», «интересуется китайской культурой» и «любитель истории», что повышает узнаваемость бренда и привлекает внимание потенциальных туристов.

Таблица 1 -. Продвижение тура

Платформа	Целевая аудитория	Рекламный контент	Конкретные стратегии
Маленькая красная книга	Молодые пользователи, любители глубоких путешествий и те, кто предпочитает культурный опыт	Графические заметки, короткие видеоролики, специальные рекомендации	Приглашаем экспертов по путешествиям и блогеров, пишущих о культуре, публиковать советы и знакомить с культурными особенностями, а также выпускать специальные рекомендации, основанные на сезонных популярных местах, например, «Рекомендации по маршрутам для углубленных культурных туров»
Тик-Ток	Любители коротких видеороликов, любители китайского стиля и люди, интересующиеся историей и культурой	Короткие захватывающие видеоролики, прямые трансляции и культурные объяснения	Создаем и публикуем захватывающие короткие видеоролики о культурных путешествиях, например, «Первый взгляд на посещение храма Конфуция», и сотрудничайте с блогерами, пишущими на темы истории и культуры, чтобы рассказывать истории о культуре Шаньдун в режиме «история + аттракцион» для улучшения коммуникации
WeChat	Преподаватели и студенты колледжей, семьи родителей и детей, корпоративные команды по формированию команды	Статьи в публичных аккаунтах, взаимодействие с сообществом, короткие видеоролики для продвижения	Продвигаем подробные путеводители и истории культурного наследия через официальный аккаунт, создаем «группу обмена культурными знаниями и путешествиями», предоставляем эксклюзивные скидки и профессиональные объяснения, а также повышайте лояльность пользователей
Платформа OTA для путешествий	Пользователи, которые планируют путешествовать и которым нужны культурные исследования	Продвижение туристического продукта, отзывы пользователей и конверсия бронирований	Продвигаем индивидуальные продукты для углубленного культурного туризма, предоставляем возможность бронирования в один клик, собираем реальные отзывы пользователей, повышаем доверие и совместно с платформой запускаем «ограниченные по времени специальные предложения»
VK(Vkontakte)	Российские туристы, любители китайской культуры	Общественная деятельность, публикация культурного контента и целевая реклама	Создаем сообщество «Культурно-познавательный туризм провинции Шаньдун» для публикации контента о культуре провинции Шаньдун, исторических достопримечательностях, опыте путешествий, а также для точного охвата потенциальных туристов через рекламную систему ВКонтакте

Через социальные платформы и туристические платформы с различными атрибутами, такими как Сяохоншу, Дуйин, WeChat, Tourism OTA платформы и Vkontakte, для их основных групп пользователей, таких как экспертная травя, краткосрочная торговля, краткосрочное распространение контента, индивидуальное бронирование продуктов, общество. Повысить узнаваемость бренда, достичь точного размещения и преобразования продаж, а также содействовать продвижению и развитию рынка культурного туризма Шаньдун во всех аспектах.

Нами проанализированы социальные сети, которые наибольшим образом могут способствовать продвижению разработанного тура.

Сяхонгу: молодые пользователи и энтузиасты культурного туризма собираются, и они заинтересованы в подробном контенте путешествий и культурного опыта. Они подходят для стимулирования интереса пользователя посредством экспертных посадки травы и специальных рекомендаций и реализации маркетинга из уст в уста.

Дуйин: База коротких пользователей видео огромна, а режим связи «короткое видео + иммерсивное опыт» может ярко показать характеристики культуры и туризма. Связанные культурные и туристические короткие видеоролики популярны. Сотрудничество с историческими и культурными блоггерами может улучшить общение и быстро привлечь большое количество пользователей.

WeChat: Существует широкий спектр пользователей, особенно культурные и туристические целевые группы, такие как преподаватели колледжа и студенты, семьи родителей. Полагаются на получение надежной информации. Официальные учетные записи и видео -счета могут глубоко распространять контент. Группы WeChat могут сформировать цепочку преобразования из уст в уста, точно охватить пользователей и улучшать липкость сообщества.

Платформа OTA Travel OTA (CTRIP, Mafengwo, Fliggy): непосредственно ориентирована на путешественников, собирая большое количество пользователей с четкими потребностями в путешествиях. Точная доставка и отзывы

пользователей могут улучшить коэффициент конверсии бронирования, предоставить универсальные услуги бронирования и эффективно достичь конверсии продаж.

Vkontakte: популярная социальная платформа России с мощными социальными функциями. Создавая эксклюзивные сообщества и целенаправленную рекламу, она может точно охватить российских пользователей, которые заинтересованы в китайской культуре, расширяют международный рынок туризма и улучшит международную популярность культурного туризма провинции Шаньдун.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Культурно-познавательный туризм, как важная форма интеграции культурной коммуникации и туристического опыта, стал ключевым направлением трансформации и модернизации современной туристической отрасли. Благодаря своему глубокому конфуцианскому культурному наследию, богатым историческим реликвиям, разнообразной региональной культуре и полноценной туристической инфраструктуре провинция Шаньдун обеспечила прочную основу и широкие перспективы для развития культурно-познавательного туризма. Благодаря интеграции и развитию культурных туристических ресурсов провинции Шаньдун, таких как конфуцианская культура Цюйфу, современные исторические особенности Циндао, символ веры горы Тайшань и руины времен китайско-японской войны в Вэйхае, была создана система культурного туризма с богатым содержанием и четкими уровнями.

Провинция Шаньдун имеет большой потенциал для развития культурно-познавательного туризма, но все еще есть возможности для улучшения рыночной конкуренции, внедрения инновационных продуктов и подготовки кадров. Для содействия качественному развитию нам следует усилить проектирование на высшем уровне, координировать планирование региональных культурных ресурсов и повышать глубину и широту интеграции культуры и туризма; ускорить создание «умного» туризма и усилить применение цифровых технологий в руководстве, маркетинге и управлении; В то же время нам следует уделять внимание образованию в сфере туризма и подготовке кадров в сфере профессиональных услуг для повышения общего уровня обслуживания. В будущем Шаньдун должен будет и дальше оптимизировать механизм интеграции ресурсов, усилить создание бренда и международное продвижение, а также содействовать развитию культурно-познавательного туризма в устойчивом, интеллектуальном и диверсифицированном направлении, чтобы достичь скоординированной цели развития «продвижения культуры посредством туризма и продвижения туризма посредством культуры».

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Цзиган, Б. География туризма (третье издание) / Б. Цзиган. – М.: Higher Education Press, 2018. – 302 с.
- 2 Яньцзюнь, С. Базовый туризм (четвертое издание) / С. Яньцзюнь. – М.: Commercial Press, 2015. – 268 с.
- 3 Иран, Л. Исследование восприятия туристами проектов VR-туризма / Л. Иран // Исследования туризма. – 2020. – С.46-52.
- 4 Хуэй Ч. Капитализация культурных ресурсов и инновации в маркетинге туристических направлений / Ч. Хуэй, Л. Ган // Tourism Tribune. – 2020. – С. 45-58.
- 5 Чэньгуан, В. Семиотическая интерпретация культурно-познавательного туризма: на примере конфуцианского культурного опыта / В. Чэньгуан // Шаньдунские социальные науки. – 2021. – С. 123-130.
- 6 Сяотин Х. Сун Чжэньчунь. Исследование пространственно-временного поведения и опыта обучения посетителей музеев на фоне культурной и туристической интеграции / Х. Сяотин, С. Чжэньчунь // Журнал туризма. – 2023. – С. 112-125.
- 7 Хаоли, С. Исследование развития туризма в провинции Шаньдун на основе теории Маслоу / С. Хаоли // Океанский университет Китая. – 2019. – С. 51-58.
- 8 Чжэнхао, И. Оценка конкурентоспособности туристических направлений провинции Шаньдун / И. Чжэнхао // Кооперативная экономика и технологии. – 2021. – С. 90-93.
- 9 Документ: Стратегия развития туризма в России до 2035 года. – Режим доступа: https://znaniyerussia.ru/articles/Заглавная_страница – 10.03.2025
- 10 Мин, Ч. Модель развития народного туризма Шаньдуна с точки зрения возрождения нематериального культурного наследия: на примере вырезания из бумаги в Циндао и новогодних картин Вэйфана / Ч. Мин, В. Ли // СФольклорные исследования. – 2024. – С. 105-113.

- 11 Вэнь, Т. Исследование дизайна культурных и творческих продуктов туризма Шаньдуна с точки зрения региональной культуры / Т. Вэнь // Журнал Университета Вэйфан. – 2024. – С. 25-33.
- 12 Хунъи, Ф. Цилу Цяньсюнь: исследование креативного дизайна туристических продуктов на основе региональной культуры Шаньдун / Ф. Хунъи // Университет науки и технологий Циндао. – 2022. – С. 86-95.
- 13 Ян, Л. Исследование конкурентоспособности туристической отрасли Циндао / Л. Ян // Юго-западный университет финансов и экономики. – 2013. – С. 124-136.
- 14 Вэньцзянь, Ц. Исследование временной и пространственной дифференциации фестивалей культурного туризма в провинции Шаньдун / Ц. Вэньцзянь // Университет национальностей Гуанси. – 2023. – С. 64-78.
- 15 Ляньъюй, Л. Туризм с точки зрения культурного познания: Дискусия на тему «Улучшение туризма с помощью культуры» / Л. Ляньъюй // Сеть аналитических центров провинции Хунань. – 2022. – С. 32-46.
- 16 Цзяньцзюнь, Т. Исследование оценки ценности ресурсов регионального культурного туризма: пример провинции Шаньдун / Т. Цзяньцзюнь, Я. Сиюй // Журнал университета Цзинань (издание по социальным наукам). – 2022. – С. 85-94.
- 17 План развития интеграции культуры и туризма провинции Шаньдун (2023-2025). Департамент культуры и туризма провинции Шаньдун. – Режим доступа: <http://whhly.shandong.gov.cn>. – 25.02.2025
- 18 Ханьсюэ, Л. Исследование устойчивого развития туристического направления культурного наследия «Три храма Конфуция» в Цюйфу, Шаньдун / Л. Ханьсюэ // Цинхайский педагогический университет . – 2024. – С. 54-65.
- 19 Гоянь, У. Исследование стратегии развития туристической индустрии Циндао / У. Гоянь // Пекинский университет Цзяотун . – 2009. – С. 87-98.
- 20 Ваньсинь, С. Исследование глубокой интеграции и развития пивной

культуры и туризма Циндао / С. Ваньсинь // Университет Циндао . – 2021. – С. 39-46.

21 Цзя, Л. Характеристики рыночного спроса на культурно-познавательный туризм в провинции Шаньдун / Л. Цзя, В. Лэй // Форум по туризму. – 2021. – С. 56-68.

22 Сяолун, М. Факторы, влияющие на намерение повторного посещения в культурно-познавательном туризме: исследование трех храмов Конфуция в Цюйфу / М. Сяолун, Л. Сюэ // География человека. – 2022. – С. 152-160.

23 Сяомин, Л. Разработка продукта культурного познавательного туризма на основе туристического опыта / Л. Сяомин, Ч. Тинтин // Наука о туризме. – 2021. – С. 33-42.

24 Цян, Ч. Анализ факторов влияния городского культурно-познавательного туризма / Ч. Цян, Ч. Сяофэн // Пекин: China Tourism Press. – 2022. – С. 45-60.

25 Цюань, Х. Исследование по оптимизации модели надзора за рынком туризма в Циндао / Х. Цюань // Университет Циндао. – 2021. – С. 102-116.

26 Фэй, Х. Брендинг и маркетинговая стратегия туристических направлений / Х. Фэй // Обзор туризма. – 2025. – С. 117-119.

27 Чанхун, Ч. Исследование оценки качества услуг общественной информации в сфере интеллектуального туризма в провинции Шаньдун / Ч. Чанхун, Ч. Дзянь // Обзор туризма. – 2022. – С. 135-141.

28 Юэ, В. Исследование комплексной модели развития индустрии культурного туризма / В. Юэ, Л. Ли // Обзор туризма. – 2023. – С. 112-115.

29 Лехуа, Г. Различия в культурном познании и поведении молодых туристов: исследование Цзинаня, Циндао и Цюйфу / Г. Лехуа // Молодежные исследования. – 2024. – С. 79-88.

30 Тао, Ц. Исследование взаимосвязи между развитием туристической отрасли и экономическим ростом в провинции Шаньдун / Ц. Тао // Университет Южного Китая. – 2018. – С. 159-176.

31 Хун, Ч. Познание и опыт красного культурного туризма: исследова-

ние революционной базы Имэншань / Ч. Хун // Исследования китайского красного туризма. – 2020. – С. 67-78.

32 Юньхэн, Ц. Исследование развития культурного туризма, науки и технологических инноваций в Циндао / Ц. Юньхэн // Западный туризм. – 2024. – С. 55-57.

33 Вэньюй, Ч. Исследование реконструкции и повторного использования исторических зданий Циндао в рамках интеграции культуры и туризма / Ч. Вэньюй // Технологический университет Циндао. – 2022. – С. 64-75.

34 Хуа, Л. Исследование инноваций в сфере морского культурного туризма в Циндао / Л. Хуа // Океанический университет Китая. – 2023. – С. 112-123.

35 Бин, Л. Исследование стратегий развития морского культурного туризма в Циндао / Л. Бин // Консалтинг по принятию решений. – 2020. – С. 91-96.

36 Лэйлей, В. Комплексное развитие культуры и туризма в перспективе «совместного использования хозяина и гостя»: исследование случая Циндао, провинция Шаньдун / В. Лэйлей // Обзор туризма. – 2020. – С. 45-52.

37 Лина, В. Творческие индустрии стимулируют культурный познавательный туризм: исследование Восточного кино-метрополиса Циндао / В. Лина // Обзор культурной индустрии Китая. – 2022. – С. 112-125.

38 Инхуэй, Л. Исследование текущей ситуации и контрмер развития красного культурного туризма в Цзинане на фоне культурной и туристической интеграции / Л. Инхуэй // Обзор туризма. – 2023. – С. 34-51.

39 Вэй, М. Исследование стратегий развития культурного туризма на фоне промышленной интеграции / М. Вэй // Современный туризм. – 2022. – С. 10-12.

40 Чао, Л. Исследование развития ночного туризма в южной прибрежной зоне Циндао / Л. Чао // Университет Циндао. – 2019. – С. 176-184.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Анкета по культурно-познавательному туризму провинции Шаньдун

Уважаемые туристы, благодарим вас за участие в этом анкетном опросе по культурно-познавательному туризму провинции Шаньдун. Ваши ответы помогут нам лучше понять ваши интересы и потребности в культурном туризме в Шаньдуне и оптимизировать ваши впечатления от путешествия. Пожалуйста, заполните следующие вопросы, основываясь на ваших истинных мыслях. Все ответы будут строго конфиденциальны и будут использоваться только для исследования и улучшения туристических продуктов.

I . Основная информация

1. К какой возрастной группе вы относитесь?

- Младше 18 лет
- 18-30 лет
- 31-45 лет
- 46-60 лет
- Старше 60 лет

2. Кем вы работаете?

- студент
- Офисные работники
- Внештатный сотрудник
- Предприниматели/Руководители
- уходить в отставку

3. Откуда вы?

- Провинция Шаньдун
- Другие провинции Китая
- За рубежом

II . Опыт путешествий

4. Вы когда-нибудь ездили в провинцию Шаньдун?

- да

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

•нет

5. Какие культурные достопримечательности Шаньдуна вас больше всего интересуют? (Можно выбрать несколько вариантов)

- Гора Тайшань: первая из Пяти великих гор Китая и священное место конфуцианской культуры
- Храм Конфуция в Цюйфу: объект всемирного культурного наследия, посвящённый Конфуцию
- Источник Цзинань Баоту: «Лучший источник в мире», представитель источников Цзинаня
- Старый город Циндао: исторический и культурный район, сочетающий в себе китайские и западные элементы
- Гора Яньтай: историческая достопримечательность, свидетельствующая о морской культуре Яньтая
- Озеро Ляочэн Дунчан: крупнейшее городское озеро на севере, окружённое древним городом

6. Какие виды культурного туризма вы предпочитаете? (Можно выбрать несколько вариантов)

- Посетите исторические места (например, древние городские стены, культурные реликвии)
- Опыт традиционного рукоделия (например, гончарное дело, вырезание из бумаги)
- Знакомство с нематериальным культурным наследием (например, пекинская опера, традиционная музыка)
- Опыт каллиграфии и живописи
- Познакомьтесь с древней религией и философией (например, с культурой Конфуция)
- Знакомство с народной культурой (например, местные фестивали и обычаи)

III. Спрос и предпочтения в сфере туризма

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

7. Как долго вы готовы участвовать в культурно-познавательном туре?

- 1-2 дня
- 3-4 дня
- 5-6 дней
- 7 дней и более

8. Как вы думаете, какая организация культурно-познавательного туризма является наилучшей?

- Сосредоточьтесь на посещении культурных реликвий
- Сочетание традиционных ремесел и художественного опыта
- Углубленное изучение конфуцианской культуры и местных традиций
- Сосредоточьтесь на интерактивных впечатлениях и развлекательных мероприятиях

- Комплексное оформление, включающее множество культурных элементов

9. Какие факторы вы учитываете в первую очередь при выборе культурно-познавательного туризма? (Можно выбрать несколько вариантов)

- Глубина и качество культурного опыта
- цена
- Удобство туристического транспорта
- Условия проживания и комфорт
- Услуги гида и профессионализм
- Разнообразие видов деятельности, предполагающих участие

10. Чему вы ожидаете научиться в ходе культурного туризма в Шаньдуне? (Можно выбрать несколько вариантов)

- Древняя китайская история и культура
- Конфуцианство и культура Конфуция
- Местный фольклор и традиционные обычаи
- Формы искусства с характерными чертами Шаньдуна (например, барабан Цилу и народное искусство)

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

- Традиционная еда и культура питания
- Традиционные китайские ремесла (такие как вышивка, резьба по дереву, керамика)

IV. Опыт путешествия и ожидания

11. Какие впечатления вы хотели бы получить во время культурно-познавательного тура?

- Получить глубокое понимание и изучение культуры
- Расслабьтесь и насладитесь природным ландшафтом
- Общайтесь с местными жителями и окунитесь в реальную жизнь
- Участвовать в культурном творчестве (например, живопись, каллиграфия и т. д.)
- Улучшите свое понимание традиционной культуры

12. Каковы ваши ожидания относительно общего опыта культурного туризма в Шаньдуне?

- Ожидается, что вы получите глубокое понимание истории и культуры Шаньдуна.
- Хотите общаться с другими туристами и делиться культурным опытом
- Хотите узнать больше о местных обычаях и привычках Шаньдуна
- С нетерпением ждем новых впечатлений от традиционных ремесел и искусства

13. Сколько вы готовы заплатить за культурно-познавательный тур?

- Менее 1000 юаней
- 1000-3000 юаней
- 3000-5000 юаней
- 5000 юаней или больше

14. Какие каналы вы обычно используете для получения туристической информации? (Можно выбрать несколько вариантов)

- Онлайн-платформы для путешествий (например, Ctrip, Mafengwo и т. д.)

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

- Социальные сети (например, Weibo, WeChat и т. д.)
- Сайт туристического агентства
- Рекомендации друзей или семьи
- Журналы и газеты о путешествиях

V. Другие комментарии и предложения

15. При выборе культурно-познавательных туров вы предпочитаете индивидуальные или частные групповые туры или туры в составе больших групп?

- Да, я предпочитаю индивидуальный или частный групповой тур
- Нет, я предпочитаю туры большими группами.
- Это не имеет значения, в основном это зависит от цены и организации деятельности.

16. Какие предложения или мнения у вас есть по поводу проекта культурно-познавательного туризма в Шаньдуне?

(Пожалуйста, дайте краткое описание)

Спасибо за ваше участие!

ПРИЛОЖЕНИЕ Б



Рисунок 1 Yutong T7 имеет 17 человек

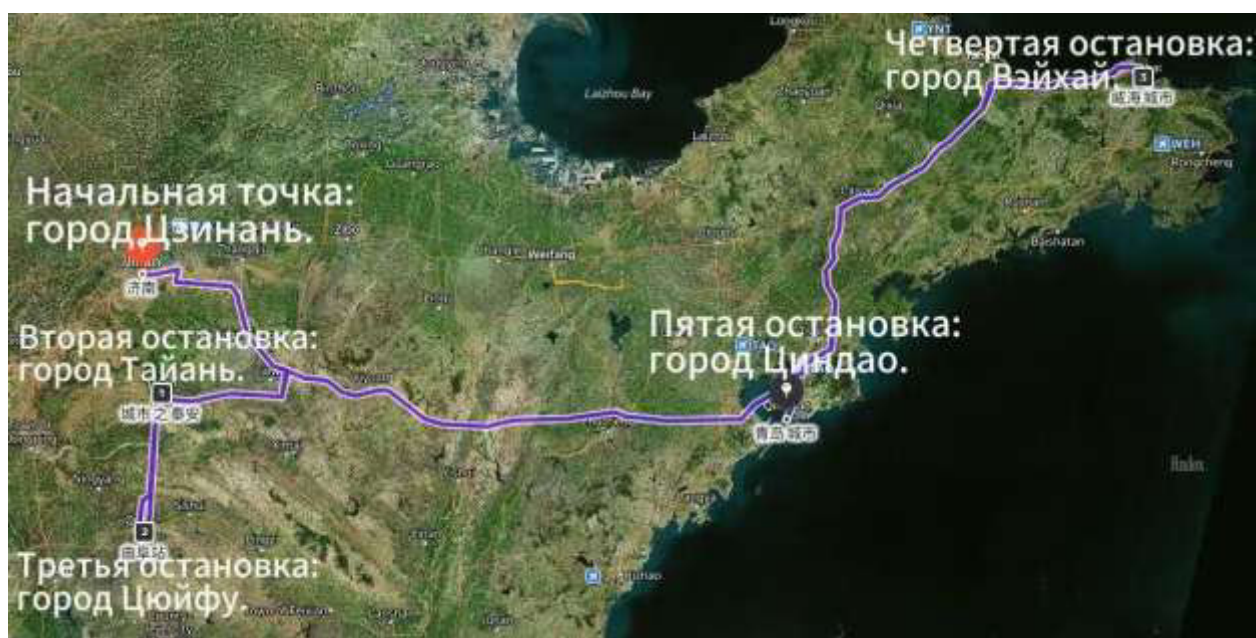


Рисунок 2 Карта маршрута тура



Рисунок 3 Ward Hotel Jinan

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б



Рисунок 4 Tai'an Daiyue District Manting Hotel



Рисунок 5 Xinhe Xiazhu B & B (Sankong Scenic Store)

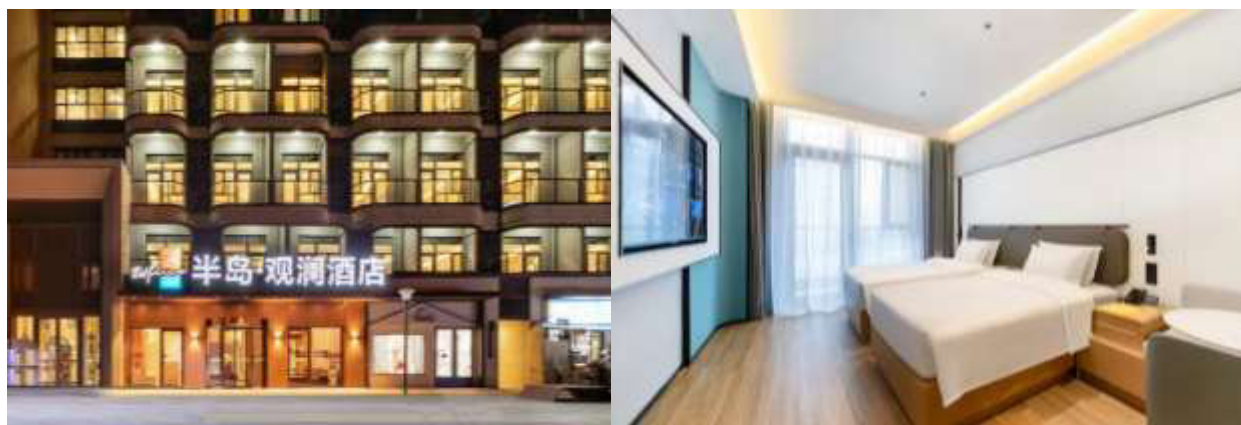


Рисунок 6 Полуостров Гуанлан отель

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б



Рисунок 7 Atour Hotel Qingdao West Coast City Balcony



Рисунок 8 Джинань-Сладкий и кислый карп



Рисунок 9 Джинань-Яичный желток льва головы



Рисунок 10 Джинань-Тушеное мясо



Рисунок 11 Тайан-Жареная курица со свежим перцем



Рисунок 12 Тайан-Тайанские блины



Рисунок 13 Три красавица Тайшана: капуста, тофу, вода



Рисунок 14 Qifu-Копченый тофу



Рисунок 15 Qifu-Острый карп

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б



Рисунок 16 Qifu-Поэзия Гинкго



Рисунок 17 Вейха-Морское тушеное мясо рис



Рисунок 18 Вейха-морепродукты



Рисунок 19 Вейха-Пельмени скумбрии



Рисунок 20 Цинда-Циндао барбекю



Рисунок 21 Цинда-Наклейки с морепродуктами

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б



Рисунок 22 Цинда-Циндао морепродукты