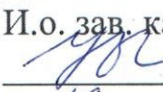


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

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

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
И.о. зав. кафедрой
 В.В. Ульянова
« 16 » июня 2025 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

на тему: Город Цинчжоу как туристская дестинация: современное состояние и тенденции развития

Исполнитель
студент группы 334-ом



Чжан Чуньюй

Руководитель
доцент



Е.А. Царевская

Руководитель
магистерской программы



С.В. Феоктистов

Нормоконтроль



О.В. Шпак

Рецензент



Н.А. Чалкина

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 студентки Чжан Чуньюй

1. Тема магистерской диссертации: Город Цинчжоу как туристская дестинация: современное состояние и тенденции развития

(утверждено приказом от 04.03.2025 № 573-уч)

2. Сроки сдачи студентом законченной работы 13.06.2025

3. Исходные данные к магистерской диссертации: учебная литература, законодательные и нормативные акты, статистическая информация, интернет-источники

4. Содержание магистерской диссертации (перечень подлежащих разработке вопросов):
Теоретические аспекты развития туристской дестинации; анализ современного состояния и тенденций развития туризма в КНР, анализ туристских ресурсов по предмету исследования; разработка предложений по внедрению нового туристического продукта в городе Цинчжоу как перспективное направление развития данной туристской дестинации в КНР.

5. Перечень материалов приложения (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстрационного материала и т.п.): наличие таблиц, графиков, рисунков, схем, подтверждающих текстовый материал

6. Дата выдачи задания 05.03.2025

Руководитель магистерской диссертации: Е.А. Царевская, доцент каф. МБиТ

Задание принял к исполнению (дата): 05.03.2025

Чжан Чуньюй Чжан Чуньюй
(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Магистерская диссертация содержит 61 с., 10 таблиц, 4 рисунка, 25 источников.

ТУРИСТСКАЯ ДЕСТИНАЦИЯ, ТУРИСТИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ, ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ДЕСТИНАЦИИ, ГОРОД ЦИНЧЖОУ, ЭКСКУРСИОННАЯ ПРОГРАММА

Цель данной магистерской диссертации является исследование города Цинчжоу как туристской дестнации и предложить к внедрению новые туристские продукты для отечественных и иностранных туристов.

Новизна исследования заключается в том, что в работе представлены возможности разработки краткосрочных туров, которые могут стать перспективным направлением развития туристской дестинации.

Теоретическая значимость связана с комплексным анализом источников, в которых рассматриваются особенности функционирования туристских дестинаций.

Практическая значимость связана с разработкой нового туристского маршрута для его продвижения на международный рынок.

Структура работы. Данная исследовательская работа содержит в себе введение, три главы основной части, заключение, список использованных источников.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретические аспекты развития туристской дестинации	7
1.1 Туристическая дестинация: понятие и виды	7
1.2 Факторы, влияющие на развитие туристской дестинации	20
1.3 Государственное регулирование развития туризма в Китае	22
2 Развитие туризма в Китае: современное состояние и тенденции	27
2.1 Анализ туристских потоков в Китае	27
2.2 Город Цинчжоу как туристская дестинация: обзор туристских ресурсов	34
3 Разработка нового тура в город Чинчжоу для китайских и российских туристов	42
Заключение	57
Библиографический список	59

ВВЕДЕНИЕ

Город Цинчжоу не только несет в себе богатое культурное наследие, но и становится желанным туристическим направлением для отечественных и иностранных туристов благодаря своим уникальным природным пейзажам и современному способу развития туризма. Город Цинчжоу богат историческим и культурным наследием и обладает глубоким культурным наследием. К наиболее представительным живописным местам и культурным достопримечательностям Цинчжоу относятся Древний город Цинчжоу, Музей Цинчжоу и Ночной город Цинчжоу.

Обладая глубоким историко-культурным наследием и богатыми туристическими ресурсами, город Цинчжоу активно откликнулся на национальную стратегию развития регионального туризма и стремится превратить город в полноценное туристическое направление. При сильной поддержке политики город Цинчжоу постоянно обновляет рабочий механизм, совершенствует систему политики, усиливает защиту и использование ресурсов, обогащает предложение продукта, оптимизирует общественные услуги, и туризм во всем регионе демонстрирует тенденцию бурного развития. Город Цинчжоу был успешно создан в качестве одной из первых национальных демонстрационных зон для туризма в целом, которая служит базой для дальнейшего продвижения высококачественного развития культуры и туризма.

Таким образом, богатое историко-культурное наследие и уникальные туристические ресурсы Цинчжоу позволяют ему занимать определенное место в туристической индустрии провинции Шаньдун. Благодаря глубокому изучению туристических ресурсов Цинчжоу мы сможем не только лучше понять историю этого древнего города, но и способствовать устойчивому развитию туристической индустрии Цинчжоу.

Цель данной магистерской диссертации является исследование города Цинчжоу как туристской дестнации и предложить к внедрению новые туристские продукты для отечественных и иностранных туристов.

В соответствии с поставленной в работе целью, необходимо решить следующие задачи:

- изучить теоретические аспекты развития туристских дестинаций;
- провести анализ современного состояния и развития туризма в Китае;
- исследовать туристские ресурсы и особенности развитие туризма в городе Цинчжоу;
- разработать новые туристические продукты, направленные на развитие туризма в регионе.

Цель и задачи работы обусловили ее структуру. В первой части рассмотрены теоретические аспекты развития туристской дестинации, определены факторы, на нее влияющие. Во второй главе проведен анализ развития туризма в Китае и городе Цинчжоу. В третьей главе разработаны туристические продукты для отечественных и иностранных туристов, которые рассматриваются как перспективное направление развития города Цинчжоу как туристской дестинации.

Информационной базой для выполнения магистерской диссертации послужили научные работы китайских специалистов в сфере туризма, данные государственной статистики Китая.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ДИСТИНАЦИИ

1.1 Туристическая дестинация: понятие и виды

Самое простое определение — это место, которое выполняет конечную цель туриста или является местом основной деятельности. Однако такое определение является чисто описательным и может легко попасть в ловушку круговых определений.¹ Из-за отсутствия стандартизированного определения следует использовать хотя бы производное определение, а именно: туристская дестинация — это совокупность пространственных элементов, которые позволяют туризму генерировать мотивацию и реализовывать эту мотивацию.

Это определение можно интерпретировать на пяти уровнях.

Первый — это турист. Туристы — это основная часть туристической деятельности, то есть объекты притяжения и обслуживания дестинации. Таким образом, с точки зрения маркетинга дестинации, прежде всего, необходимо, чтобы у туристов возникла мотивация, и, кроме того, необходимо трансформировать эту мотивацию в некую цель, чтобы сформировать основополагающую туристическую дестинацию. Для создания цели необходим процесс передачи и принятия информации, а также достаточная привлекательность, чтобы превратить мотивацию в цель.

Второе — это стремление. Стремление — это процесс, когда туристы из огромного моря различных типов туристических направлений выбирают туристическое направление и преследуют туристические цели, что является чрезвычайно сложным рыночным процессом, для отдельных туристов также является мотивацией и стремлением к цели всеобъемлющего процесса. Это

¹ Пань Гуйлянь. Развитие туризма и география туризма / Гуйлянь Пань // Пекин: Издательство туристического образования, 1992. – С.26 – 27.

чрезвычайно сложный рыночный процесс, и для индивидуального путешественника это комплексный процесс создания мотивации и достижения цели. В этом процессе путешественник должен учитывать не только экономические соображения, но и культурные особенности, и даже личные предпочтения.

Третье - реализация. Реализация мотивации формирует реальность туристского направления, а от реализации к реальности требуется ряд действий по потреблению туризма и ряд процессов производства туризма, чем ближе соответствие между ними, тем сильнее реальность реализации, и чем полнее артикуляция между ними, тем выше удовлетворение от реализации.

В-четвертых, существуют различные виды пространства. Пространство — это понятие территории, и без достаточного пространства оно не называется туристическим направлением, а только туристической достопримечательностью. Пространство здесь — это также все виды пространства, то есть на основе регионального пространства оно должно также включать экономическое пространство, культурное пространство и даже психологическое пространство и т. д., что является составной пространственной концепцией. С другой стороны, существуют большие и малые пространства, так как туристическое направление, если оно ограничивается малым пространством, трудно назвать туристическим направлением, поэтому оно должно быть, по крайней мере, среднемасштабным пространством, а затем крупномасштабным пространством.

Пятое — это элементы. Элементы включают в себя как минимум три уровня, первый — это элемент привлекательности, то есть все виды туристических достопримечательностей, могут составлять элементы туристической привлекательности. Эти аттракционы, помимо материальных, включают нематериальные аттракционы; помимо материальных факторов, включают нематериальные факторы. Далее следует элемент обслуживания,

то есть все виды туристических услуг. При этом сам элемент обслуживания является своего рода элементом привлекательности. В-третьих, существует элемент окружающей среды, который является компонентом элемента притяжения и одновременно компонентом элемента обслуживания, а также, что более важно, формирует условия развития туристской дестинации. Первые два аспекта могут быть сосредоточены на элементе привлекательности, а последний - на элементе развития.

Сочетание пяти вышеперечисленных аспектов составляет содержание туристской дестинации и позволяет сформировать уникальную привлекательность туристской дестинации.

Расширение концепции.

Во-первых, цель туризма отличается от цели трудоустройства или миграции, т.е. от цели длительного пребывания. Однако, поскольку туризм является всеобъемлющим понятием, туристические направления, естественно, включают в себя деловые направления, направления для проведения конференций и так далее. Иными словами, все направления, которые удовлетворяют краткосрочное пребывание людей, могут стать туристическими направлениями, и это является расширением соответствующего понятия.

Во-вторых, туристическая дестинация соответствует источнику туристов. То есть строительство и развитие дестинации происходит в основном со стороны предложения, чтобы привлечь больше людей. Это привело к формированию трех основных целей развития туризма в странах по всему миру: привлечь больше людей, чтобы они приезжали, заставить их оставаться дольше и заставить их тратить больше.

Одна из них - длительное пребывание, то есть рассеянные туристы живут долгое время в регионе, с точки зрения концепции маркетинга, длительное пребывание туристов может рассматриваться только как потенциальный источник клиентов.

Второе — это место отправления, к месту отправления относится как место постоянного проживания, так и место пребывания, то есть основной пункт отправления туристов. Под пунктом отправления здесь обычно подразумеваются транспортные узлы, образующие централизованную точку сбора туристов, которая и является фактическим источником туристов. Особенно для групповых туристов, из туристического процесса, чтобы увидеть, рассеянные туристы также через транспортный узел сбора и часть группового сбора, и, таким образом, формирование концепции пункта отправления.

В-третьих, есть транзитное место, есть некоторые места, которые считаются туристическими направлениями, на самом деле, строго говоря, они не являются туристическими направлениями, а туристическим транзитным местом из-за их транспортного расположения. В связи с этим в реальности часто создается иллюзия, что это более привлекательное направление из-за масштабного потока транзитных туристов.

В-четвертых, существуют распределительные центры, которые имеют как сходства, так и различия с транзитными центрами: транзитные центры в большей степени сосредоточены в крупных портах и транспортных узлах, в то время как многие распределительные центры также находятся в центре города, что дополняет этот аспект. Многие центральные города не обладают соответствующей привлекательностью самого места назначения, но поскольку они являются центральными городами, то объективно представляют собой центр распределения туристов.

В китайском университетском учебнике «Введение в туризм» дается следующее определение:¹Туристская дестинация — это место, куда туристов привлекают для кратковременного пребывания и посещения. Обычно оно создается на основе туристских достопримечательностей и, может быть, одним туристским местом, постепенно развивающимся и расширяющимся в большую туристскую территорию, или несколькими туристскими местами через какую-либо форму объединения, вместе составляющими сложную

функцию, разнообразные услуги, организационное воздействие большой группы туристских мест.²

Виды туристских дестинаций.

В реальности туристической экономической жизни, туристические дестинации отличаются разнообразием форм, и даже можно сказать бесконечным богатством, потому что каждая туристическая дестинация имеет свою относительную уникальность, именно эта уникальность составляет уникальную привлекательность туристической дестинации. Разделяя по структуре, можно проанализировать несколько аспектов.

Пространственная классификация.

Может быть проведена с нескольких точек зрения, в соответствии с пространственным масштабом и географическим размером, туристические направления можно разделить на три категории.

Первая — это страна. Независимая страна или регион может рассматриваться как отдельное туристическое направление, которое с точки зрения мира, чтобы увидеть, например, мы часто говорим, что цель выездного путешествия китайских граждан является использование в этой перспективе, которая является нашей наиболее часто используемой концепции назначения, но также в основном является крупномасштабной концепции. Но в стране есть большие и малые, для больших стран, если только в стране такое большое пространство, масштабные масштабы строительства и маркетинга туристических направлений, часто легко вызвать тему образ неясен, повторное строительство, чтобы увеличить проблему.

Второе — это город. Город как туристическое направление, вообще говоря, является среднемасштабной концепцией. Город является наиболее важным звеном в строительстве туристической дестинации, она является одновременно источником распространения, но и самой дестинацией. Однако в процессе развития туризма мы часто пренебрегаем функцией

² Ли Лэй. География туризма /Лэй Ли // Сиань:Издательство Северо-Западного университета, 1988. – С.122 – 125.

городов как дестинаций. На международном уровне многие страны и регионы городского типа, такие как Монако, Европа, Мальта, Азия, Сингапур, Гонконг, сами по себе являются городами-дестинациями, поэтому концепция дестинации очень заметна, объективный эффект от воплощения заключается в том, что развитие туризма естественным образом становится местом ведущей отрасли или даже главной отраслью.

Третье - функциональная зона. Функциональная область — это концепция среднего или малого масштаба, выполняющая основную функцию, очень заметную при формировании конечного типа туристической дестинации. Например, различные виды экскурсионного туризма, праздничного туризма, приключенческого туризма, лесного туризма, рекреационного туризма и так далее. Но это не то, что мы обычно называем туристическими достопримечательностями, концепция достопримечательностей, крупномасштабных туристических достопримечательностей и функциональных зон с перекрытием стороны ряда туристических достопримечательностей может составлять функциональную область туристического назначения, но только на самой достопримечательности, только туристическая достопримечательность, независимо от того, какие функции достопримечательности не достаточно, чтобы составить туристического назначения.

Между тремя вышеперечисленными пространственными классификациями есть совпадения, но, что более важно, есть и различия. Существует разница в масштабах, но, что еще более важно, существует разница в функциях: различные виды функциональных зон образуют общую форму городского туристического направления, а каждый город как туристическое направление образует общее туристическое направление национального уровня. Есть и ряд одинаковых функций, а также три одинаковых уровня. В результате в реальности получается богатая и пестрая структура туристических дестинаций.

Кроме того, существуют провинциальные дестинации, которые в реальности имеют большое значение, учитывая административное деление. Но с точки зрения туристов, вышеуказанные три уровня более важны.

Во-вторых, классификация по времени.

Это с точки зрения туристов, в зависимости от расстояния от источника до места назначения, затраченного времени, формирование дальних направлений, средних направлений и коротких направлений трех категорий.

Функциональная классификация.

С точки зрения туризма, дестинации, как правило, являются составными направлениями, состоящими из множества функций. Потребительские предпочтения туристов разнообразны, и они, естественно, стремятся к разным направлениям, которые в действительности представляют собой различные туристические дестинации. С точки зрения управления, это множество дестинаций, соответствующих выполнению различных целей. С точки зрения предложения, необходимо изучить многочисленные функции и основные функции дестинаций. Вообще говоря, чем сильнее функциональная сложность дестинации, тем шире будет соответствующая поверхность. Однако чем сильнее сложность, тем чаще выбор туристов будет потерян, в реальности его легко трактовать как некую ситуацию, основанную на распределительном центре. Чем сильнее тематическая функция дестинации, тем отчетливее рыночный образ, но недостатком, вытекающим из этого, является отсутствие рыночной адаптивности. Поэтому от того, как планировать и строить в соответствии с выгодными условиями и ограничениями ресурсного места, а также от соотношения между основной и составной функциями часто зависит успех или неудача строительства дестинации.

Образ и характеристики места назначения.

Пространственная классификация, временная классификация, функциональная классификация, точка пересечения и концентрации между

три классификации - это образ и характеристики дестинации, которые также являются основой качества и конкурентоспособности дестинации.

Прежде всего, дестинация должна быть безопасной, что является основой для ее развития. Террористические нападения на иностранных туристов в Египте, которые привели к краху египетской индустрии туризма, и теракты 11 сентября в США, которые привели к значительному спаду в американской индустрии туризма, являются живыми примерами дестинаций, которые не смогли гарантировать безопасный имидж, что повлияло на их развитие. Неспособность гарантировать финансовую безопасность также снизила привлекательность объектов наследия Италии.

Во-вторых, дестинация должна быть дружественной дестинацией. В процессе создания и развития дестинации часто легко возникает конфликт между местным населением и туристами. На ранней стадии развития туризма, из-за приезда туристов, так что местные цены растут, туристическое место сформировало ценовое плато, напрямую влияющее на уровень жизни местных жителей, как правило, вызывает у местных жителей сопротивление туристов, такое направление нельзя назвать дружественным направлением. С дальнейшим развитием, местные жители возможности трудоустройства, возможности для бизнеса, на этот раз на туристов, чтобы провести гостеприимное отношение, но в целом развиваться из ситуации обдирания туристов, которые не могут быть названы дружественной назначения. Развитие туризма переходит в более зрелую стадию, туристы и местные жители в определенной степени интеграции, местные жители туристов как приветствовать и дружественные, так что назначения является реальным туризма может быть приветствовали назначения.

В-третьих, дестинация должна быть высококачественной дестинацией, и высокое качество, упомянутое здесь, в основном отражается в различных элементах обслуживания, которые должны быть в состоянии удовлетворить международные требования, сформировать международные операции и достичь международных стандартов.

В-четвертых, дестинация должна быть построена как дестинация с характерными особенностями или даже стать уникальной дестинацией. Этот вид характеристик в основном отражается в тематической функции, а в реальности он особенно ярко проявляется через культуру.³ Различие культур создает привлекательность, уникальность культуры создает большую привлекательность, органичное сочетание материальной культуры и нематериальной культуры, органичное сочетание реальной жизни и традиционной жизни и так далее, заставит характеристики дестинации сиять. В конце концов, туристы ищут различия, а туристические операторы должны создавать различия.

Как туристическое направление, особенно необходимо осознать гомогенизацию услуг и культурную неоднородность отношений между ними. Туристический спрос — это современное наслаждение и культурные различия в единстве культурных различий.

Классификация туристических направлений была разработана совместно Департаментом планирования, развития и финансов Национальной администрации туризма и Институтом географических наук и ресурсов Китайской академии наук. В 2003 году эти два департамента совместно издали стандарт "Классификация, исследование и оценка туристических ресурсов" (GB/T18972-2003), который был введен в действие 1 мая 2003 года. Стандарт устанавливает систему типов туристических ресурсов, а также методы и приемы исследования и оценки туристических ресурсов и является техническим стандартом прикладного характера.

С точки зрения структуры классификации в стандарте приняты три уровня: основные категории, подкатегории и базовые типы, всего 8 основных категорий, 31 подкатегория и 155 базовых типов. Этот метод классификации помогает лучше понять и изучить туристические ресурсы, а также

³ Ли Лихуа. О стратегии планирования устойчивого развития индустрии туризма Китая/Ли Лихуа// Журнал альпинизма, —2009 — 70(3), — С.88 — 96.

обеспечивает научную основу для развития и защиты туристических ресурсов, планирования туризма и строительства проектов, а также управления туристической индустрией и разработки правил туризма.

Таблица 1 — Классификация туристических направлений

Основная категория	Подкласс	Основной тип
А Ландшафт	АА Комплексный природный курорт	ААА Холмистые туристические районы
		ААВ Туризм в долине
		ААС Туристические объекты песчано-гравийного типа
		ААD Наземный туризм
		ААЕ Необычное природное явление
		ААF Достопримечательность
		ААG Вертикальная природная зона
	АВ Осадконакопление и тектоника	АВА Ландшафт разломов
		АВВ Сложенный пейзаж
		АВС Пейзаж со стыками
		АВD Стратиграфический разрез
		АВЕ Кальций Ва и Изуми Ва
		АВF Жилы и рудные скопления на месте добычи
		АВG Местонахождение биолокации
	АС Описание геологических и геоморфологических процессов	АСА Выпуклая вершина
		АСВ Одинокий холм, расположенный на Западном озере, Ханчжоу, провинция Чжэцзян
		АСС Клубок вершин
		АСD Рокарий
		АСЕ Горные камни пиктского происхождения
		АСF Стены и щели
		АСG Проходы в каньоне
		АСH Овраг
		АСI Рельеф Данься
		АСJ Ядан (имя)
		АСK Пещера
		АСL Скальные пещеры и каверны
		АСM Дюнное поле
		АСN Береговая линия
	АD Остатки естественных изменений	АDА Гравитационная свая
		АDВ Отложения селевых потоков
		АDС Остаток землетрясения
		АDД Оседание (земли)
		АDЕ Вулканы и лава

Основная категория	Подкласс	Основной тип
В Водный пейзаж		ADF Ледниковый тиль
		ADG Остатки ледниковой эрозии
	АЕ Острова и рифы	АЕА Остров
		АЕВ Риф
	ВА Посетить сайт	ВАА Экскурсионный и рекреационный участок реки
		ВАВ Участок темной реки
		ВАС Прохождение палеоканала
	ВВ Природные озера и пруды	ВВА Достопримечательности и рекреационная зона озера
		ВВВ Болота и водно-болотные угодья
		ВВС Глубокий бассейн
	ВС Водопады	ВСА Водопад
		ВСВ перепад высот на водном пути
	BD Весна	BDA Холодная весна
		BDB Геотермальные и горячие источники
	ВЕ Эстуарии и море	ВЕА Экскурсионные и рекреационные воды
		ВЕВ Явление прилива (геология)
		ВЕС Набегающие волны
	BF Лед	BFA Осмотр ледника
		BFB Снежный покров
С Биоскейп	СА Деревья	САА Лес
		САВ Заросли
		САС Одно дерево
	СВ Пастбища и луга	СВА Луг
		СВВ Открытые пастбища
	СС цветочный	ССА Клумба
		ССВ Цветочные участки в лесу
	CD среда обитания диких животных	CDA Среда обитания для водных животных
		CDB Наземная среда обитания
		CDC Среда обитания птиц
		CDE Место обитания бабочек
D Небо и климатическое ландшафты	DA Фотофеномен	DAA Обсерватория Солнца, Луны и звезд
		DAB Обсерватория гало-феноменов
		DAC Области, подверженные влиянию миражей
	DB Погодные и климатические явления	DBA Облачная зона
		DBB Спасение от летней жары
		DBC Спасение от холода
		DBD Места демонстрации экстремальных и особых климатических условий
		DBE Физический климатический ландшафт
Е Остается	ЕА Места доисторической деятельности человека	ЕАА Антропологический объект
		ЕАВ Уровень культуры (в археологическом памятнике)
		ЕАС Земля рассеянного культурного наследия

Основная категория	Подкласс	Основной тип
	ЕВ Остатки социально-экономической и культурной деятельности	EAD Первобытное поселение
		EBA Страна исторических событий
		EBB Военные объекты и древние поля сражений
		EBC Зброшенный храм
		EBD Зона производства отходов
		EBE Остатки транспорта
		EBF Разрушенные города и остатки поселений
		EBG Остатки Великой стены
		EBH Рис. времена войны
F Здания и сооружения	FA Всеобъемлющие туристические достопримечательности	FAA Учебная и исследовательская лаборатория
		FAB Курорт для отдыха и развлечений
		FAC Религиозные и церемониальные объекты
		FAD Ландшафтное открытое пространство
		FAE Культурные мероприятия
		FAF Строительные работы и производственные площадки
		FAG Социальные и коммерческие объекты
		FAH Витрина с животными и растениями
		FAI Осмотр военных достопримечательностей
		FAJ Пересечение границы
		FAK Достопримечательность
	FB Места для проведения одиночных мероприятий	FBA Приемный зал (комната)
		FBV Место поклонения
		FBC Место проведения демонстрации
		FBD Спортивно-оздоровительные комплексы
		FBE Детская площадка для песен и танцев
	FC Ландшафтная архитектура и вспомогательные здания	FCA Пагода
		FCB Башенный блок
		FCC Здание
		FCD Скальные пещеры (часто с буддийскими статуями)
		FCE Параграф "Великая стена"
		FCF Город (Форт)
		FCG Каллиграфия и живопись на скалах
		FCH Планшет (лес)
		FCI Пьяцца
		FCJ Рукотворная пещера
		FCK Архитектурные виньетки
	FD Место жительства и община	FDA Традиционная и народная архитектура
		FDB Характерные улицы и аллеи
		FDC Сообщество
		FDD Дома знаменитых людей и исторические памятники

Основная категория	Подкласс	Основной тип
G Туристическ ие продукты		FDE Академия классического обучения (династия Тан - династия Цин)
		FDF Провинциальная или уездная гильдия
		FDG Магазины
		FDH Популярныe рынки
	FE Место захоронения	FEA Парк мавзолеев
		FEB Могила
		FEC Подвесной катафалк (мемориальная платформа)
	FF Построение трафика	FFA Мост
		FFB Железнодорожная станция
		FFC Портовые переходы и терминалы
		FFD Воздушный порт
		FFE Дошатая дорога (построенная на эстакадах по склону скалы)
	FG Гидротехническ ое строительство	FGA Достопримечательности и зона отдыха на водохранилище
		FGB (вода) Колодец
		FGC Сечения каналов и протоков
		FGD Проход через дамбу
		FGE Район в городской черте
		FGF Водоподъемное сооружение
	GA Местные туристические продукты	GAA Еда и напитки
		GAB Продукция сельского, лесного хозяйства и животноводства
		GAC Рыба и продукты
		GAD Китайские травяные лекарства и продукты
		GAЕ Традиционные изделия ручной работы и ремесла
		GAF Потребительские товары
		GAG Другие предметы
H Гуманитарн ые науки	HA Кадровые документы	HAА Персонаж (в пьесе, романе и т.д.)
		HAB Мероприятие
	HB Художники	HBA Литературная группа
		HBB Литературные и художественные произведения
	HC Народные обычаи	HCA Местные обычаи и народные ритуалы
		HCB Фольклорный фестиваль
		HCC Народное исполнение
		HCD Занятия и мероприятия по народному фитнесу
		HCE Религиозная деятельность
		HCF Храмовые ярмарки и народные гулянья
		HCG Диетические практики
		HGH Одежда
	HD Современные	HDA Фестиваль путешествий
		HDB Культурный фестиваль

Основная категория	Подкласс	Основной тип
	фестивали	HDC Фестиваль торговли и сельского хозяйства
		HDD Спортивный фестиваль

Как видно из представленной таблицы, туристические ресурсы разнообразны, в каждой отдельной дестинации имеют различное сочетание, что создает предпосылки для развития разных видов туризма в пределах одной дестинации.

1.2 Факторы, влияющие на развитие туристской дестинации

Как сложное и интегрированное туристическое направление, оно не ограничивается строительством объекта, но также должно быть улучшено до его создания. Вообще говоря, развитие туристических направлений включает в себя следующие шесть элементов. Привлекательные элементы.

1. Путешествия—туризм и транспорт

С точки зрения строительства пунктов назначения, основное требование к линии заключается в том, чтобы большой трафик был доступным, а небольшой - плавным. Еще одним требованием, особенно с точки зрения малого трафика, является обеспечение интеграции путешествий и туризма. Многие дороги являются не только транспортными, но и ландшафтными и культурными.

2. Экскурсия-достопримечательность для туристов

Туризм — это, по сути, культура. Хотя живописные места по-прежнему являются основным направлением туризма в настоящее время, туристические направления включают в себя не только живописные места. В долгосрочной перспективе, с точки зрения культуры, необходимо глубже понять значение туризма. Первый - это еще больше углубить взгляд, добиться заметности, привлекательности, желания видеть, терпения видеть, повторения видеть, постепенного подъема и постепенного углубления и становления все более и более привлекательным. Во-вторых, обогатить содержание тура, чтобы

можно было не только посмотреть, но и поиграть, а также повысить культурную привлекательность. Третье - выйти за рамки традиционных рамок и охватить туристические направления во всем мире. Это требует сосредоточения внимания на общем пункте назначения и проработки каждой детали.

3. Пребывание—размещение туристов

Мы должны стремиться к достижению систематизации, то есть к формированию разумной градационной структуры и системы компоновки в существующем масштабе, и к дальнейшему углублению именно культурной системы, что означает достижение определенной степени интеграции проживания и туризма, чтобы туристы могли наслаждаться культурой в целом. процесс пребывания, так что наша система размещения также стала неотъемлемой частью привлекательности места назначения,

4. Питание—организация питания в путешествиях

Еда должна быть самобытной, изысканной и фирменной. Чтобы быть самобытным, оно должно обладать местными особенностями и отражать привлекательность культуры с точки зрения питания. Изысканность — это постоянное требование китайской диеты на протяжении тысячелетий, то есть, как сказал мастер Конг, пища никогда не устает от изысканности, а еда никогда не устает от изысканности. Исходя из того, что мы не наносим ущерба окружающей среде и не нарушаем закон о защите дикой природы, можно использовать любое сырье, но производство различных видов сырья должно в конечном итоге достичь такого уровня чистоты, чтобы можно было развивать туризм и пищевые характеристики города. Брендинг требует формирования фирменных банкетов, фирменных услуг и фирменных блюд посредством разработки рациона питания. В то же время необходимо сочетать продукты питания, приобретаемые в магазине, с покупками гостей, чтобы туризм и продукты питания стали важным фактором в развитии места назначения и важным фактором в общем экономическом и культурном развитии места назначения.

5. Покупка-шопинг в путешествии

Шопинг - это слабое звено различных туристических направлений по всей стране. Развитие шопинга требует структурной оптимизации, а также более глубокого изучения местных культурных особенностей. Развитие торговли - это эффективный способ более эффективного использования ресурсов и постоянного повышения добавленной стоимости местных продуктов. В то же время это будет способствовать развитию внешней торговли и внешнеторговых операций через шопинг, а также дальнейшему развитию смежных промышленных предприятий.

6. Развлечения —Туризм и развлекательная программа

Развитие индустрии развлечений — это прежде всего национализация, локализация и фольклор. Второй вариант - рассмотреть централизованные развлекательные заведения. В-третьих, в каждом туристическом направлении должна быть разработана программа тематических вечеринок, отражающая особенности данного направления. Таким образом, можно сделать привлекательный элемент развлечения по-настоящему привлекательным.

1.3 Государственное регулирование развития туризма в Китае

Развитие туристической индустрии Китая прошло через множество этапов, каждый из которых имеет свои особенности и достижения.

1. Начальный этап (1949-1978):

На данном этапе туристическая индустрия Китая в основном основана на политическом приеме, а частный туризм еще не возник. Туристические объекты просты, уровень сервиса невысок, а профессиональных специалистов в области туристических услуг и систем управления не хватает.

2. Стадия разведки и разработки (1978-1990):

После реформы и открытости китайское правительство стало придавать большое значение развитию туризма как важной части национальной экономики. Рынок внутреннего туризма постепенно либерализовался, и международный туризм также начал расти. Усилилось

строительство туристической инфраструктуры, и туристические услуги начали развиваться в рыночном и профессиональном направлении.

3. Стадия бурного развития (середина 1990-х -2008):

Благодаря быстрому росту экономики Китая, индустрия туризма вступила в золотой период стремительного развития. Спрос на внутренний и зарубежный туризм возрос, туристические продукты стали более разнообразными, а качество обслуживания постоянно улучшается. Сеть туристической индустрии постепенно совершенствуется, включая отели, общественное питание, транспорт, туристические агентства, развитие живописных районов и другие сферы, которые добились больших успехов.

4. Этап настройки и оптимизации (с 2009 года по настоящее время):

На данном этапе, в связи с постоянным расширением рынка внутреннего туризма, индустрия туризма сталкивается с некоторыми проблемами, такими как чрезмерная эксплуатация туристических ресурсов, загрязнение окружающей среды туризмом и неупорядоченный туристический рынок. Чтобы решить эти проблемы, государство скорректировало и оптимизировало туристическую отрасль, выдвинуло концепцию "интегрированного туризма" и сделало акцент на всестороннем развитии туризма и других отраслей.

5. Этап трансформации и модернизации (с 2010 года по настоящее время):

Страна выдвинула ряд крупных стратегий, таких как инициатива "Один пояс, один путь" и стратегия возрождения сельских районов, которые открыли новые возможности для развития туризма. В связи со стремительным развитием интернет-технологий индустрия туризма также начала цифровую и интеллектуальную трансформацию и модернизацию.

6) Стадия комплексной разработки (2012-настоящее время):

Потребительский спрос людей на туристическую продукцию меняется от "да" к "хорошо это или нет", от низкого уровня к высокому и разнообразному, от сосредоточения на туризме к учету туризма и досуга.

Туризм является важной частью современной индустрии услуг. Ускорение реформ и развития туризма является неизбежным требованием для адаптации к увеличению потребления населения и корректировке структуры промышленности.

Развитие туристической индустрии Китая отражается не только в росте масштабов, но и в повышении качества, оптимизации структуры и стремлении к инновациям. В условиях непрерывного роста экономики Китая и увеличения национального дохода туризм стал одним из важных столпов национальной экономики Китая, внося важный вклад в экономический рост, увеличение занятости и налогов.[Национальная администрация по туризму.//История развития туристической индустрии Китая.//Китайское туристическое издательство.2018.02.]

Развитие туристической индустрии Китая поддерживается различными законами, нормативными актами и политическими планами. Ниже приведены некоторые ключевые законы, нормативные акты и планы.

1. "Закон Китайской Народной Республики о туризме":

Это основной закон развития туристической индустрии Китая. Он направлен на защиту законных прав и интересов туристов и туроператоров, регулирование порядка на туристическом рынке, защиту и рациональное использование туристических ресурсов, а также содействие устойчивому и здоровому развитию туристического бизнеса.

2. "14-й пятилетний план развития туризма":

"План", опубликованный Государственным советом, разъясняет принципы и цели развития туризма, включая инновационное развитие, оптимизацию территориального планирования туризма, создание научной системы защиты и использования, совершенствование цепочки поставок туристических продуктов, расширение системы массового потребления в сфере туризма и создание современной системы управления.

3. "План развития внутреннего туризма (2023-2025 годы)":

План был разработан Министерством культуры и туризма. Он направлен на повышение качества туристических направлений, содействие развитию новых туристических форматов, содействие скоординированному региональному развитию, улучшение потребительского опыта в сфере туризма, усиление разработки и внедрения стандартов, повышение эффективности государственных услуг и поддержку преобразований и модернизации хозяйствующих субъектов. Такие меры, как углубление реформ в ключевых областях и повышение качества обслуживания на туристическом рынке, будут способствовать развитию внутреннего туризма.

4. "14-й пятилетний план развития культуры и туризма":

"План" предполагает, что к 2025 году туристическая система Китая станет более совершенной, всесторонний вклад туризма в национальную экономику будет продолжать увеличиваться, массовый туризм будет всесторонне развиваться, добавленная стоимость туризма и смежных отраслей будет по-прежнему составлять ВВП, число туристов будет расти. внутренний и въездной туризм будут неуклонно расти, а целью является здоровое и стандартизированное развитие выездного туризма.

5. "Ряд мер по раскрытию потенциала туристического потребления и содействию качественному развитию индустрии туризма":

Эти меры, принятые Государственным советом, направлены на увеличение предложения высококачественных туристических продуктов и услуг, стимулирование потребительского спроса в туристическом секторе, укрепление выездного туризма, расширение всесторонних возможностей отрасли и обеспечение гарантированного туризма для содействия развитию высококачественного туризма.

6. Другие связанные с этим правила:

Включая политику финансовой поддержки, политику обучения талантов, политику мониторинга и анализа данных, политику безопасности и т.д. Эта политика обеспечивает поддержку и гарантии развития туризма со многих точек зрения.

Эти законы и нормативные акты оказали глубокое влияние на развитие туризма.:

1) защищать законные права и интересы туристов и туроператоров: разъяснять права и обязанности всех сторон, обеспечивать честную конкуренцию на туристическом рынке и стандартизацию операций;

2) стандартизировать порядок на туристическом рынке: путем разработки подробных бизнес-правил и стандартов обслуживания предотвращать отраслевые и региональные монополии и способствовать здоровому развитию туризма.

2 РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КИТАЕ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ

2.1 Анализ туристских потоков в Китае

Общий объем продолжает расти, но подвержен влиянию пандемии

За последние десять лет общий объем потока китайских туристов демонстрировал явные этапные особенности. В 2014–2019 годах внутренний туристический рынок процветал, количество туристов неуклонно росло, увеличившись с 3,48 млрд до 6,006 млрд человек, а среднегодовой темп роста составил около 10%, что отражает динамичность и потенциал развития внутреннего туристического рынка. В то же время рынок выездного туризма также переживал бурный рост: число выезжающих туристов увеличилось с 107 млн до 155 млн человек, и все больше китайских туристов обращают свой взор за границу, чтобы познакомиться с экзотическими странами. Внутренний туризм также демонстрирует устойчивый рост: число туристов увеличилось с 127,95 млн до 141,87 млн человек. Богатая история и культура Китая, уникальные природные красоты и постоянно улучшающиеся туристические услуги привлекают множество иностранных туристов.

Однако в 2020 году внезапно разразилась пандемия COVID-19, которая нанесла серьезный удар по туристическому рынку. В 2020 году количество внутренних туристов резко сократилось до 2,879 млрд человек, что почти вдвое меньше, чем в 2019 году, а выездной и въездной туризм также переживают спад. Туризм, как отрасль, связанная с интенсивным перемещением людей, подвергается значительным ограничениям в связи с политикой по борьбе с пандемией, ограничениями на поездки, опасениями по поводу безопасности и другими факторами. В 2021 году, несмотря на некоторое ослабление пандемии в стране, туристический рынок по-прежнему находится в состоянии затруднительного восстановления, а количество внутренних туристов незначительно выросло до 3,246 млрд человек. В 2022 году, с улучшением ситуации с пандемией в некоторых регионах и

активными мерами по спасению туристической отрасли, внутренний туристический рынок продолжит восстанавливаться, а количество туристов достигнет 3,579 млрд человек. В 2023 году борьба с пандемией войдет в новую фазу, туристический рынок переживет сильное восстановление, а количество внутренних туристов резко возрастет до 4,687 млрд человек, что значительно превысит показатели 2022 года. В 2024 году популярность туризма будет продолжать расти, внутренний туристический рынок будет процветать, а количество туристов достигнет 5,615 млрд человек. В этот период колебания в потоке китайских туристов ярко отражают глубокое влияние на туристическую отрасль макроэкономической ситуации, событий в сфере общественного здравоохранения и политической ориентации.

Разрыв в туризме между городскими и сельскими жителями сокращается, но города по-прежнему занимают доминирующее положение

С 2014 по 2019 год количество внутренних туристов из городских районов увеличилось с 2,509 млрд до 4,471 млрд человек, сохраняя высокие темпы роста и значительный среднегодовой прирост, что свидетельствует о высоком спросе городских жителей на туристические услуги и их экономической способности поддерживать туристическую деятельность. Число поездок сельских жителей внутри страны также выросло с 940 млн до 1,535 млрд, что также является значительным ростом, отражающим постепенное повышение уровня жизни сельских жителей, изменение их потребительских взглядов, а также стимулирование их туристической активности за счет появления новых форм туризма, таких как сельский туризм. Однако сравнение показывает, что рост числа поездок городских жителей значительно превышает рост числа поездок сельских жителей, и городские жители по-прежнему занимают абсолютно доминирующее положение на внутреннем туристическом рынке.

В 2020 году в связи с пандемией рынок туризма в целом сократился, количество туристов из городских районов значительно снизилось до 2,065 млрд человек, а количество туристов из сельских районов также снизилось до

814 млн человек, но городские жители пострадали от пандемии в большей степени, и их доля на рынке туризма осталась на высоком уровне. К 2024 году количество внутренних туристов из городских районов составит 4,37 млрд человек, а число туристов из сельских районов составит 1,245 млрд человек. Несмотря на постоянное расширение рынка туризма для сельских жителей, городские жители по-прежнему остаются основной силой на рынке туризма благодаря своим преимуществам, таким как численность населения, уровень доходов и свободное время. Разрыв между туризмом городских и сельских жителей сокращается, но все еще существует, что открывает возможности и направления для дальнейшего расширения рынка туризма, привлечения сельских туристов и достижения сбалансированного развития.

Изменения в динамике развития въездного и выездного туризма

В период с 2014 по 2019 год рынок выездного туризма продолжал расти, а количество туристов ежегодно стабильно увеличивалось. С 107 млн человек в 2014 году до 155 млн человек в 2019 году среднегодовой темп роста составил около 8%, и Китай уверенно удерживает позицию одной из ведущих стран мира по выездному туризму. Выбор туристических направлений за рубежом становится все более разнообразным и охватывает соседние страны Азии, развитые страны Европы и Америки, а также новые туристические регионы. Китайские туристы отправляются по всему миру, чтобы почувствовать очарование различных культур. С 2017 года количество выездных туристов превысило количество въездных, и разрыв увеличивается с каждым годом: в 2018 году он превысил 8,52 млн человек, а в 2019 году разрыв еще больше увеличился до 9,32 млн человек. Это подчеркивает высокий спрос на выездной туризм со стороны жителей Китая, а также рост привлекательности нашей страны для иностранных туристов. Входящий туризм также развивается, но под влиянием различных факторов, таких как глобальная экономическая ситуация, международные отношения, конкурентоспособность туристических продуктов, он постепенно уступает выездному туризму.

В 2020 году пандемия COVID-19 распространилась по всему миру, что нанесло серьезный удар по въездному и выездному туризму, приведя к резкому снижению числа туристов. Меры, принятые различными странами, такие как запрет на поездки, сокращение рейсов и ужесточение визового режима, привели к практически полной остановке трансграничного туризма. С продвижением мер по предотвращению и контролю пандемии во всем мире и корректировкой туристической политики различных стран в 2024 году число въезжающих туристов несколько возросло, достигнув 154,835 млн человек, что превышает показатель 2023 года (136,221 млн человек), что свидетельствует о постепенном восстановлении рынка въездного туризма в Китае. туристическая отрасль прилагает усилия для раскрытия потенциала въездного туризма, повышения конкурентоспособности международного туризма и привлечения большего числа иностранных туристов, чтобы они могли познакомиться с китайской культурой и почувствовать очарование Китая.

Увеличение доли внутреннего туризма

Согласно данным исследования Китайского института туризма, в 2022 году характеристики внутреннего туристического потока претерпели значительные изменения, проявив сильную тенденцию к локализации и ближнему туризму. Доля ближних туристических потоков внутри провинции достигла 81,24%, в то время как доля дальних межпровинциальных туристических потоков составила всего 18,76%. Эта тенденция в основном обусловлена ограничениями, наложенными пандемией на расстояние и способы передвижения, в результате чего люди стали чаще выбирать ближние туристические направления с более короткими сроками пребывания, чтобы снизить риски путешествия и сэкономить время. В то же время, глубокая разработка и использование туристических ресурсов внутри провинции, постоянное обогащение ассортимента туристических продуктов, таких как сельский туризм, пригородный туризм, городской отдых, например, появление характерных городков, популярность сельских

гостиниц, модернизация городских культурных парков и т. д., предоставили разнообразные возможности для туризма внутри провинции, удовлетворив потребности людей в знакомстве с природными красотами, знакомстве с местной культурой и отдыхе в знакомой местности. Кроме того, удобство транспорта и контролируемые затраты на туризм в пределах провинции делают его приоритетным выбором для туристических расходов населения. Эта тенденция к локализации и близости туристических направлений в определенной степени изменила пространственную структуру внутреннего туристического рынка и побудила туристическую индустрию уделять больше внимания инновациям и повышению качества региональных туристических продуктов.

Пожилые люди и люди с высоким уровнем образования становятся важным источником туристов

В структуре внутреннего туристического рынка туристы среднего и пожилого возраста старше 45 лет совершили в общей сложности 1,194 млрд поездок, что составляет значительную долю рынка в 36,81%. С повышением уровня жизни и укреплением представлений о здоровье спрос на туризм среди людей среднего и пожилого возраста становится все более активным. Эти группы населения имеют относительно много свободного времени и определенную экономическую базу, поэтому рассматривают туризм как важный способ обогатить жизнь на пенсии, укрепить здоровье и благополучие, а также передать культурные ценности. Они с энтузиазмом участвуют в тематических туристических мероприятиях, таких как красный туризм, посещение культурных памятников, оздоровительный туризм, и предъявляют высокие требования к качеству, безопасности и комфорту туристических продуктов. В то же время доля внутренних туристов с высшим образованием (колледж, университет, аспирантура и выше) достигает 42,27%, а если сосредоточиться только на городских внутренних туристах, то доля туристов с высшим образованием возрастает до 50,49%. Туристические потребности группы с высоким уровнем образования

характеризуются разнообразием, индивидуальностью и глубиной, стремлением к уникальным туристическим впечатлениям, получению культурных знаний и расширению туристических социальных связей. При выборе туристического направления они уделяют больше внимания культурному содержанию, уникальности природных ландшафтов и профессионализму туристических услуг, что является важной движущей силой инноваций и модернизации туристического рынка. Пожилые люди и группы с высоким уровнем образования стали важной частью туристического потока, что способствовало диверсификации и повышению качества туристических продуктов и услуг, а также побудило туристические компании постоянно изучать сегменты рынка и совершенствовать детали туристических продуктов, чтобы удовлетворить туристические потребности различных групп.

Неравномерное развитие туризма в различных регионах

На внутреннем туристическом рынке восточные регионы, благодаря своим преимуществам в виде развитой экономики, удобного транспортного сообщения, богатых туристических ресурсов и зрелой инфраструктуры, получили доход от внутреннего туризма в размере 57344,68 млрд юаней, что составляет 38,55% от общего дохода страны, став основным центром роста внутренней туристической экономики. В то же время северо-восточный регион из-за холодного климата, ярко выраженной сезонности туризма, необходимости оптимизации структуры промышленности и других факторов получил относительно наименьший доход от внутреннего туризма, который составил всего 817,291 млрд юаней, или 5,49% от общего дохода страны. Однако благодаря таким положительным факторам, как богатые туристические ресурсы, улучшение инфраструктуры и политика содействия развитию туризма в целях борьбы с бедностью, количество туристов, принимаемых в западных регионах, постепенно приближается к показателям восточных регионов. В 2021 году разрыв между количеством туристов, принимаемых в восточных и западных регионах, сократился и составил 3,986

млрд и 3,944 млрд человек соответственно. Однако в целом развитие туризма в различных регионах Китая по-прежнему остается неравномерным. Восточные регионы занимают лидирующие позиции по масштабам туристической индустрии, экономической эффективности, зрелости продуктов и другим показателям, а центральные и западные регионы, несмотря на прогресс по таким показателям, как количество туристов, все еще нуждаются в дополнительных усилиях в области доходов от туризма, формирования туристического бренда и интеграции туристической индустрии, чтобы обеспечить сбалансированное, скоординированное и устойчивое развитие туристической индустрии в стране.

Таблица 2 — Показатели развития туризма в КНР

Год	Общее количество внутренних туристов (млрд. человек)	Число внутренних туристов из городских районов (в миллиардах человек)	Число внутренних туристов из сельских районов (в миллиардах человек)	Число выезжающих за границу туристов (в миллиардах человек)	Число въезжающих туристов (в тыс. чел.)
2014	34.8	25.09	9.4	1.07	12795
2015	37.3	26.98	10	1.2	13384
2016	41.2	29.5	11.4	1.22	13502
2017	44.4	31	13	1.29	13948
2018	51.5	35	16	1.41	14120
2019	60.06	44.71	15.35	1.55	14187
2020	28.79	20.65	8.14	0.2	7730.5
2021	32.46	23.42	9.04	0.12	12724.9
2022	35.79	24.5	11.29	0.25	13622.1
2023	46.87	33	13.87	0.83	15483.5

Вышеуказанные разделы анализируют яркие особенности потока китайских туристов в последние годы с точки зрения общего объема, разрыва между городами и сельскими районами, въездного и выездного туризма, туризма внутри провинции, групп туристов и регионального развития, чтобы помочь туристической индустрии лучше использовать возможности, реагировать на вызовы и достичь высококачественного развития в условиях новой эпохи.

2.2 Город Цинчжоу как туристская дестинация: обзор туристских ресурсов

Площадь города Цинчжоу составляет 1569 квадратных километров, его ширина с запада на восток составляет 54 километра, а длина с севера на юг — 68 километров. Он включает в себя 4 района и 8 поселков. Согласно данным шестой всекитайской переписи населения, к концу 2023 года население Цинчжоу достигнет 940 тысяч человек. С улучшением экономической ситуации в Цинчжоу и повышением уровня жизни населения городское население значительно увеличилось, а процесс урбанизации постепенно ускорился.

Город Цинчжоу был одним из древних городов провинции Цзяньчжоу, имеет богатую историю и культуру, а также был экономическим, политическим и культурным центром провинции Шаньдун. Более 1700 лет истории города и более 1000 лет его статуса центра провинции способствовали процветанию яркой культуры Цинчжоу и оставили после себя множество культурных и исторических памятников.

Природные и климатические условия города Цинчжоу

1) Климатические условия

Город Цинчжоу расположен в умеренном теплом поясе северного полушария. На него влияют чередующиеся холодные и теплые воздушные потоки. Климат Цинчжоу характеризуется «засушливой и малоосадковой весной, жарким и дождливым летом, прохладной и дождливой осенью, сухой и холодной зимой с небольшим количеством снега». Климат Цинчжоу относительно мягкий, с заметными различиями между сезонами. Средняя продолжительность безморозного периода в городе составляет около 192 дней, при этом с каждым повышением высоты над уровнем моря на 100 метров продолжительность безморозного периода сокращается на 9 дней. Среднегодовая норма осадков в Цинчжоу составляет около 850 мм, причем в юго-западных горных районах осадков выпадает больше, чем в северо-восточных равнинных районах. Мягкий и благоприятный климат, а также

разнообразные геологические условия создают хорошие базовые условия для развития в Цинчжоу сельского хозяйства с учетом местных особенностей.

2) Природные условия

Город Цинчжоу расположен на границе горного района Имон и равнины Чанвэй. Юго-западная часть города граничит с горами Имон, которые занимают 48 % территории города. Основные горные хребты простираются в юго-западном и северо-восточном направлениях, насчитывая более 30 вершин, большинство из которых имеют высоту около 400 метров над уровнем моря. Северная и восточная части города Цинчжоу представлены преимущественно равнинным и холмистым рельефом. Здесь плодородные почвы, и история освоения земель для сельского хозяйства насчитывает много веков. В древности этот район назывался «Цинчжоу Во» (Qingqiu Wo). С династии Цинь до династий Мин и Цин он оставался одним из самых красивых регионов мира.

Цинчжоу богат туристическими ресурсами и имеет долгую и богатую историю и культуру. Цинчжоу имеет долгую историю и множество достопримечательностей, он известен как «первый уезд Восточного Китая». Начиная с династии Вэй, почти каждая династия оставила в этом районе ценные культурные и исторические памятники.

В последние годы развитие торговли, логистики, туризма и урбанизации стало важной причиной роста сферы услуг в Цинчжоу. С расширением экономики сфера услуг также сыграла положительную роль в расширении занятости. Согласно результатам первой и второй экономической переписи в Цинчжоу, в вторичном секторе экономики города занято 123 000 человек, из них 55 000 человек работают в сфере услуг, что на 15 000 человек больше, чем раньше, а рост составил 36,4%. Это сыграло важную роль в обеспечении занятости и внесло огромный вклад в экономическое развитие Цинчжоу.

С точки зрения пространственного распределения туристических ресурсов, природные туристические ресурсы города Цинчжоу в основном

сосредоточены в юго-западной горной местности, где находятся горы Юньмэньшань, Фодашань и другие; исторические и культурные ресурсы распределены в западной части современного города, а район Дунгуань, где проживает народность хуэй, является административным центром старого города Цинчжоу, а город Цзичэн, где дислоцированы войска, является основным местом их распределения. Помимо древних культурных памятников, на восточной равнине этого района в основном выращивают овощи и цветы. Экологические сельскохозяйственные туристические ресурсы. Сочетание этих туристических ресурсов обеспечивает Цинчжоу уникальное положение в центральной части провинции Шаньду и даже во всей провинции Шаньду, что закладывает основу для развития туризма в Цинчжоу.

Среди различных типов туристических ресурсов страны, в городе Цинчжоу насчитывается 7 основных категорий и 22 подкатегории туристических ресурсов, а также 247 типичных объектов туристических ресурсов. Среди туристических ресурсов наибольшее количество составляют здания и сооружения. Уникальные экологические природные туристические ресурсы должны сочетаться с культурным туризмом для достижения всестороннего развития.

Таблица 3 — Туристические ресурсы города Цинчжоу

Основная категория	Подкласс	Название и описание ресурса
А Ландшафт	АС Туристические объекты песчано-гравийного типа	ААС Часть реки Наньян
А Ландшафт	АФ Остатки естественных изменений	ААЕ Островная зона: небольшой остров в озере Наньян
А Ландшафт	АС Описание геологических и геоморфологических процессов	ACL Скальные пещеры и гроты: пещера горы Юньмэнь, грот Фотошань, пещерный комплекс горы Янтянь ACG Участок каньона: ручей Желтый цветок
А Ландшафт	АЕ Риф	АЕА Островная зона: небольшой остров в озере Наньян

Основная категория	Подкласс	Название и описание ресурса
В Водный пейзаж	ВВ Природные озера и пруды	ВВА Достопримечательности и озера для отдыха: озеро Наньян, часть водно-болотного парка Михэ
В Водный пейзаж	ВС водопады	ВСА Подвесные водопады: группа водопадов Хуанхуаси
В Водный пейзаж	ВД источник	ВДА Холодная весна: Колодец Фань Гун в павильоне Фань Гун
С Биоскейп	СА деревья	САА Леса: Национальный лесной парк "Гора Янтянь", гора Горбун, гора Юньмэнь и другие горные леса САС Одно дерево: Танг Рован и Сон Софора в парке Фан Гонг Тинг
С Биоскейп	CD среда обитания диких животных	CDC Места обитания птиц: Национальный водно-болотный парк Михэ
Е Остатки	ЕВ Остатки социально-экономической и культурной деятельности	ЕВВ Военные объекты и древние поля сражений: руины древних городских стен Цинчжоу ЕВС Заброшенный храм: руины храма Лонгсинг ЕВЕ Дорожные реликвии: древние улицы и переулки Цинчжоу, древние дорожные реликвии ЕВГ Остатки Великой стены: Руины Великой стены Ци
Ф Здания и сооружения	ФА Всеобъемлющие туристические достопримечательности	ФАС Религиозные и церемониальные объекты: гроты Верблюжьего холма, Храм истинной религии, каменная площадь Хэнванфу, дворец Хаотянь, храм Лунсин, Зал предков Биксия, католическая церковь FAD Садовая зона отдыха: Кукольный сад, парк Фань Гунтин ФАН Выставки животных и растений: Торговый центр цветов и саженцев Цинчжоу, плантация серебряных дынь Михэ ФАК Живописные места: горный пик Янтянь, смотровая площадка стеклянного моста Цзюлуньюй
Ф Здания и сооружения	ФВ места для проведения одиночных мероприятий	FBC Места проведения выставок и демонстраций: Музей Цинчжоу, Негенетическая мастерская Цинчжоу, Международный город культуры и искусства China Zhongchen FBE Место проведения аттракциона "Песня и танец": Ночной город Цинчжоу Датанг

Продолжение таблицы 3

Основная категория	Подкласс	Название и описание ресурса
F Здания и сооружения	FC Ландшафтная архитектура и вспомогательные здания	FCI Площади: площадь Фу Каймэнь, площадь Сонгченг, Старый город Цинчжоу FCK Архитектурные виньетки: пагоды, скульптуры и памятники в старом городе и живописных местах
F Здания и сооружения	FD Место жительства и община	FDA Традиционная и старинная архитектура: древний город Цинчжоу, древняя деревня Цзинтан FDC Местное сообщество: Древняя улица Чжаодэ FDD Знаменитые резиденции и исторические мемориальные здания: Мемориальный зал Оуян Сю, Мемориальный зал Фэн Пу
F Здания и сооружения	FE место захоронения	FEA Зона мавзолеев: комплекс гробниц короля Хенга, династия Мин
F Здания и сооружения	FF построение трафика	FFA Мост: Мост Ваньянь
F Здания и сооружения	FG гидротехническое строительство	FGA Достопримечательности и зоны отдыха на водохранилищах: водохранилище Хэйхушань, водохранилище Рэнхэ FGB Колодец: Колодец Фань Гун GAA Кулинария и диеты: кондитерские изделия "Луншэн", персик Цинчжоу, торт из хурмы Цинчжоу, серебристая дыня Цинчжоу, говядина в соусе Дунгуань GAB Сельскохозяйственная, лесная и животноводческая продукция и товары: Цинчжоуский персик, Цинчжоуская серебристая дыня, зимний снежный персик, Цинчжоуский торт из хурмы, Михэская серебристая дыня
G Туристические продукты	GA Местные туристические продукты	GAD Китайская травяная медицина и продукты: дикая горная шалфей GAE Традиционные изделия ручной работы и ремесла: чернильный камень из красного шелка, большой набор кружев из префектуры Цинчжоу, живопись крестьян Цинчжоу, каллиграфия и живопись, старинная бронза, резьба по корням, странные камни GAF Ежедневные промышленные продукты: Эфирные масла, полученные в цветочной промышленности

Основная категория	Подкласс	Название и описание ресурса
Н Гуманитарные науки	НА Кадровые документы	НАА Персонажи: Исторические личности: Фань Чжунъянь, Оуян Сюй, Ли Цинчжао, Чжао Бинчжун, Фэн Пу, Син Цзе, Цзя Сицяо НАВ События: Взлет и падение дворца Хэнван, хранилище статуи Будды в храме Лунсин и знаменитые евнухи, знавшие Цинчжоу
Н Гуманитарные науки	НВ Художники	НВВ Литературные и художественные произведения: Сущности Ци Минь

Город Цинчжоу имеет значительные преимущества в плане транспортного расположения. Цинчжоу расположен в центре основной оси развития городов Цзинань и Циндао в провинции Шаньдун и является важным транспортным узлом, соединяющим север и юг, а также прибрежные районы и внутренние районы. Новая станция Цинчжоу на линии пассажирских поездов является одной из станций на уровне уезда с наибольшим количеством поездов высокоскоростных поездов в стране. Линия пассажирских поездов Цзинань-Циндао проходит рядом с железнодорожным вокзалом. В частности, автомагистрали Циннин и Дунцин (участок Цинчжоу автомагистрали Чансин) имеют два въезда и выезда на территории Цинчжоу. На территории Цинчжоу проходит 309 национальных автомагистралей, 7 провинциальных автомагистралей и 13 уездных автомагистралей. Общая протяженность автомагистралей второго уровня и выше составляет 465,7 км, что составляет 20,9 % от общей протяженности автомагистралей. В настоящее время в Цинчжоу есть 3 автовокзала и 1 железнодорожный вокзал, что обеспечивает удобное транспортное сообщение со всеми направлениями.



Рисунок 1 – Основные достопримечательности города Цинчжоу

Еще в середине 1990-х годов правительство города Цинчжоу приняло решение активно развивать туризм, чтобы способствовать повышению общего экономического уровня Цинчжоу, стимулировать рост ВВП и доходов населения всего города. Однако из-за ограничений, связанных с различными политическими и идеологическими факторами, развитие туризма в Цинчжоу сталкивалось с множеством трудностей и препятствий. В результате широкие массы населения не ощущали на себе положительного влияния развития туризма в виде роста доходов и повышения уровня жизни. Благодаря быстрому развитию в последние годы, туристическая инфраструктура Цинчжоу значительно улучшилась.

В городе насчитывается 17 звездных отелей, в том числе 3 четырехзвездочных отеля: Ginza Jia Yue Grand Hotel, Taihe Mountain Villa и Shenghong International Holiday Hotel; 2 трехзвездочных отеля: Hailong Grand Hotel и Yishou Mountain Villa. В отелях категории три звезды и выше

насчитывается 1009 номеров. Город Цинчжоу выдвинул стратегию «развития города за счет туризма» и стремится создать новый туристический город с уникальными особенностями в провинции Шаньдун и даже во всей стране, открыв совершенно новый туристический рынок.

К концу 2023 года в городе будет зарегистрировано 21 туристическое агентство, из которых Baoxi International Travel Agency, Qingdao China Youth Travel International Travel Agency Qingzhou Branch, Sunshine Holiday Travel Agency и Dongfang Travel Agency являются туристическими агентствами уровня 3А и выше в провинции Шаньдун и играют важную роль в развитии туризма в городе.

3 РАЗРАБОТКА НОВОГО ТУРА В ГОРОД ЦИНЧЖОУ ДЛЯ КИТАЙСКИХ И РОССИЙСКИХ ТУРИСТОВ

Наша целевая аудитория в основном состоит из российских туристов из России и других стран, местных жителей, а также туристов из соседних городов. Они проявляют больший интерес к древнему городу Цинчжоу, поэтому он стал центром наших маркетинговых мероприятий.

Экскурсии по городу Цинчжоу в основном ориентированы на клиентов разных возрастных групп, включая пожилых людей старше 50 лет, молодых туристов, а также семьи с родителями и детьми.

Пожилые люди старше 50 лет предпочитают посещать достопримечательности в составе групп. Молодые туристы предпочитают посещать городские достопримечательности, такие как древний город Цинчжоу, в формате фотосъемки. Семейные туристы любят посещать исторические достопримечательности, такие как мемориалы, дома-музеи известных людей, музеи и т. д. Эти места стали для родителей «школой истории» в путешествии, где они могут показать своим детям исторические места, рассказать им о истории своей страны, укрепить их патриотизм и научить ценить счастливую жизнь, которой они живут сейчас.

Кроме того, в отчете Tongcheng Travel также отмечается, что туризм постепенно становится новой тенденцией среди молодых туристов, среди которых «люди, родившиеся после 2000 года» и «люди, родившиеся после 1990 года» составляют более 40% в возрастной группе от 21 до 30 лет, а доля людей в возрасте до 40 лет достигает 90%. Это свидетельствует о том, что туризм имеет сильную привлекательность для молодежи.

Таким образом, туристическая аудитория Цинчжоу очень широка и включает пожилых людей, молодежь и семьи всех возрастов. Они обычно обладают следующими характеристиками: интересуются культурой и

природными пейзажами, обладают духом исследования, уважают и терпимо относятся к истории и культуре разных регионов.

Возрастные ограничения: пожилые люди в возрасте 70 лет и старше должны бронировать тур в сопровождении родственников или друзей.

Этот тур включает посещение древнего города Цинчжоу и музеев, что позволяет туристам погрузиться в атмосферу этого уникального города.

Лучшее время для посещения: город Цинчжоу расположен в центральной части Китая, его можно посещать в любое время года, но весна и осень (с марта по май и с сентября по ноябрь) являются наиболее благоприятными сезонами для посещения.

С учетом текущих решений по обычным группам и фактической ситуации, таких как опыт и другие факторы, данный продукт временно не может предоставить услуги по размещению в одной комнате. Цены рассчитаны на проживание двух взрослых в одной комнате, в каждую комнату входит два завтрака.

Обратный путь необходимо совершить после 17:30 на высокоскоростном поезде или поезде. Если нет подходящего транспорта, мы можем предоставить услугу бронирования отеля на одну ночь.

По прибытии в город Цинчжоу туристы могут воспользоваться услугой трансфера, которая включена в стоимость билета на автобус на первый день.

Туристические партнеры: Отель Hanting, транспортная компания Hongda, ресторан Laochenggen Qingzhou Cai, ресторан Yunmen Mountain Villa, ресторан Linglong Snacks, ресторан Xiao Hu Charcoal Grill.

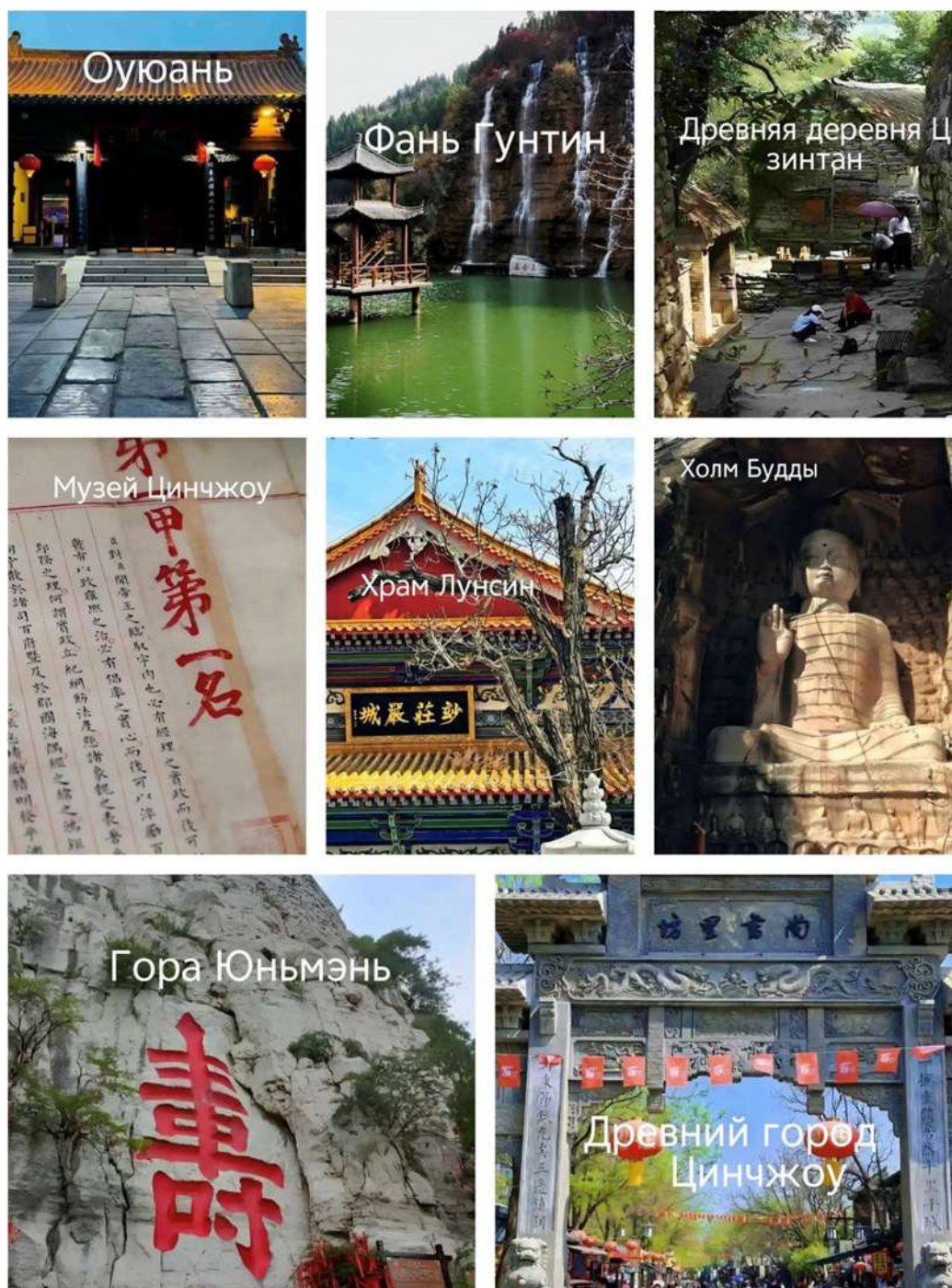


Рисунок 2 – Основные достопримечательности города Цинчжоу

Как показал анализ туристских ресурсов города Цинчжоу, в данной туристской дестинации можно развивать разные виды туризма. В рамках данной работы автором предложен новый туристский продукт культурно-исторической направленности, рассчитанный на группу туристов

продолжительностью 3 дня и 2 ночи. Программа тура представлена в таблице 4.

Таблица 4 – Программа тура «Удивительный Цинчжоу»

Даты	Время	Мероприятия
1 октября	11.00	Прибытие в Цинчжоу заселиться в отель Hanting и поужинайте.
	12.00 14.00	Обед в ресторан Laochenggen Qingzhou Cai. Древний город Цинчжоу (Древний город Цинчжоу имеет четкую историческую линию и законченную схему городской застройки, полностью сохранив свой первоначальный облик. Хань, хуэй, маньчжуры и другие этнические группы, более 20 000 аборигенов продолжают традиционную культурную линию древнего района Цинчжоу. 800-летняя древняя улица была включена в список первых десяти знаменитых исторических и культурных улиц в 2009 году. Мост Ваньнянь, построенный в эпоху династии Сун, хорошо сохранился за тысячи лет. Храм Саньсянь и Зал возвращения записей запечатлели неразрывную связь между Фань Чжунъянем, Фу Би, Оуяном Сиу, Ли Цинчжао и многими другими историческими знаменитостями и древним городом Цинчжоу. Здесь появились 800 цзиньши, 12 ученых, редких в Китае; Северная Вэй Цзя Си-фо в истории мирового сельского хозяйства в одной из самых ранних монографий «qimin yaojutsu»; четыре классических литературных шедевров, участвующих в древнем городе Цинчжоу во многих местах; мечеть, католическая церковь, христианская церковь, Kuixing здание, три официальных храмов и других сотен древней архитектуры подчеркивает религиозной культуры, культуры знаменитостей, народной культуры, архитектурной культуры интеграции симбиотической культуры древнего города Цинчжоу. Древняя городская культура).
	15.55	На автобусе Музей Цинчжоу (Музей города Цинчжоу, его предшественник Yidu уезда музей был построен в 1959 году, первоначальный сайт династии Цин Канси лет Вэньхуа зал университета доктор Фэн Пу родовой святыни перестроен. 1984 новый сайт. 1986 переименован в Цинчжоу городской музей. 1989 1 мая переехал в Цинчжоу города Фан Гунтин парк. 28 марта 2023 года музей был закрыт в связи с переездом, а 15 мая 2023 года был открыт новый музей Цинчжоу, общей площадью 50 934 кв. м. Музей выполнен в стиле династий Хань и Тан, подчеркивая особенности традиционной китайской архитектуры, такие как «высокие платформы, квершлагги и покатые крыши», и абстрагируя и уплотняя их с помощью современных

Даты	Время	Мероприятия
	17.20 19.00	методов дизайна. В музее Цинчжоу представлено более 50 000 различных культурных реликвий, более 3 000 культурных реликвий государственного уровня. Охватывает выставочную зону, зону хранения коллекций, зону технической защиты. Запущена краткая история экспозиции, керамика, нефрит, бронза, живопись и каллиграфия, древняя валюта, каменные таблички, резьба по камню, революционные реликвии и другие 10 тематических выставочных залов.). Цинчжоу Датанг Ночной город ужин самостоятельно (Ночной город Цинчжоу расположен по адресу: № 999 Дамашань Роуд, город Михэ, город Цинчжоу, провинция Шаньдун. Ночной город Цинчжоу взял за образец ночной город Сиань Датанг и создал пешеходную зону культурного туризма, где главной линией является национальная культура приливов и отливов в сочетании с фольклором Цилю. Ночной город Цинчжоу состоит из 3 больших оживленных площадей, 5 типов парадных плавсредств, 9 мастерских культуры, не относящихся к наследию, более 80 представлений в национальном стиле каждую ночь, более 50 видов развлечений и культурного творчества, более 70 видов красоты и развлечений, 81 пагоды и маяка, более 100 видов еды, более 200 профессиональных исполнителей, 400 стен окружающего света, более 20 000 фонарей в национальном стиле и более 3 000 компьютерных лучей света для создания атмосферы национального приливного ландшафта. Посетители перенесутся в древний мир Гуочао.). Отдых в отеле
2 октября	8.00 - 9.00 9.30-10.40	Завтрак в отеле Гора Юньмэн (Горы Юньмэн образовались между кембрийским и ордовикским периодами палеозойской эры, 57 000 000-51 000 000 лет назад, в результате изменений в движении земной коры, таких как столкновение, экструзия, поднятие и выпучивание Азиатско-Европейской континентальной плиты и Тихоокеанской плиты. В результате изменений в земной коре образовалась гора Юньмэн, расположенная в конце морского поднятия. На горе Юньмэн находятся павильон Шоу, храм Бога Горы, павильон Ван Шоу, скала-гигант Шоу династии Мин, пруд Эрлун, пещера Саньфэн, группа гротов и статуй горы Юньмэн династий Суй и Тан, группа надписей на стене «Метающий дракон», дверь Инсюй, пруд Тяньчи, святилище предков Нефритовой девы Тяньсянь, зал Нефритового императора, пещера Ваньчунь, восточный и западный павильоны Ланфэн и другие культурные реликвии и памятники, среди которых гроты и резьба горы Юньмэн являются ключевыми национальными

Даты	Время	Мероприятия
	11.00-11.55	объектами охраны культурных реликвий). Живописное место Хуанхуаси (Живописное место Хуанхуаси в Цинчжоу - это живописное место 4А, расположенное в южной части города Цинчжоу, известного национального исторического и культурного города, с красивыми пейзажами, который многие туристы называют «Цзючжайгоу на севере». В 2 километрах к юго-западу от деревни Шэньюкоу, городка Мяоцзы, город Цинчжоу, мимо горной живописной зоны Тайхэ и через туннель Тайхэ, вы попадете в Хуанхуаси. Чтобы попасть в Хуанхуаси, нужно пройти через небольшую горную деревню. Несмотря на то что это горная деревня, мы почти не видели людей. Однако когда мы увидели ряд аккуратных и зеленых огородов во главе деревни, мы ясно почувствовали уникальную простоту, трудолюбие и дружелюбие горных жителей. В то же время нас привлекли большие деревья боярышника в деревне, которые в это время были в полном цвету, плотно, но вертикально соединенные друг с другом.).
	11.55-12.00	Идти пешком
	12.00-13.00	Обед в ресторан Yunmen Mountain Villa
	13.25-16.00	Древняя деревня Цзинтан (Древняя деревня Цзинтан расположена на юге улицы Ванфу, в 15 километрах к юго-западу от центра Цинчжоу, города Вэйфан, провинции Шаньдун. Она была построена в седьмом году Цзинтай династии Мин, ее история насчитывает более 600 лет, она расположена в горах в 15 километрах к юго-западу от Цинчжоу и является одной из первых партий провинциальных традиционных деревень в провинции Шаньдун. Деревня была названа в честь чистого источника под юго-восточной горой Сайгоу, который никогда не пересыхал и образовал пруд, а жители деревни построили его высоко в виде колодца, выложив камнями, от чего и произошло название деревни. В ноябре 2016 года древняя деревня Цзинтан была включена в четвертую партию списка китайских традиционных деревень в списке общественного оповещения Министерства жилищного строительства и городского и сельского развития Китайской Народной Республики и других ведомств.).
	16.30-18.00	Культурный парк храма Цинчжоу Лунсин (Расположенный на юге музея Цинчжоу, был построен во времена Северной и Южной династий и достиг своего расцвета в династии Тан и Сун. Он был уничтожен в начале династии Мин из-за строительства Ци Ванфу. Протяженность участка с востока на запад составляет 150 метров, с севера на юг - 200 метров, а общая площадь - около 30 000 квадратных метров. Парк соединен каналами, богат растительностью, имеет

Даты	Время	Мероприятия
	18.25-19.30 19.50	приветственную стену и высеченные из камня статуи Будды, образуя культурно-экскурсионную зону. Храм Лунсин сначала был частным буддийским храмом, затем превратился в крупный официальный храм и был заброшен из-за войны во времена династий Сун и Цзинь. В 1996 году в результате случайных раскопок было обнаружено более 600 буддийских статуй, возраст которых превышает 500 лет, что было оценено как крупное археологическое открытие и переписало историю восточного искусства.) Ужин в ресторане Linglong Snacks Отдых в отеле
3 октября	8.00-9.00 9.30-11.50 12.00-13.00 13.30-15.30	Завтрак в отеле Горбуньей горы (Площадь лесного массива Горбуньей горы составляет 248,9 гектара, лесистость - 89,15 процента, здесь произрастает более 5 000 древних деревьев. Горбатая гора, высота которой составляет 408 метров, известна как «Горбун». Горбатая гора - это прекрасные природные пейзажи, крутые горы, древние сосны и кипарисы, «небесные лестницы» и более 100 видов растений и животных. В живописной зоне находится множество культурных реликвий и памятников, в том числе наскальная резьба «Верблюжья гора», написанная Цяо Юем времен династии Мин, терраса Ванфо и скальные гроты Верблюжьей горы. Скальные гроты Горбуньей горы - самые большие скальные гроты в провинции Шаньдун и одни из наиболее хорошо сохранившихся гротов в восточном Китае. В гротах находятся 638 статуй разных размеров, демонстрирующих художественные стили и особенности трех эпох - Северного Чжоу, Суй и Тан.). Обед в ресторане Xiao Hu Charcoal Grill Цзюлуньюй (Расположена в южной части города Цинчжоу, известного национального историко-культурного города. Компания использует идею «Культурный Цинчжоу, экологический туризм» для создания туристического бренда во всем регионе, и выделяет туристическую зону глубокого историко-культурного наследия Цинчжоу и уникальных природных пейзажей. Живописное место возглавляет «экология, культура и высокий класс», основываясь на природном ландшафте скал, ручьев, водопадов, лесов, геологических чудес и т.д., и путем раскопок культурных ресурсов истории и культуры, красной культуры, геологической культуры и т.д., он создает пять основных туристических достопримечательностей с темой «экологического туризма». Основные направления: туризм, отели для отдыха, обучение и опыт, спортивные парки, бутик-жилье. В живописной зоне находятся меса Лунмэнь,

Даты	Время	Мероприятия
	16.30	геопарк «Силифицированная древесина», мемориальный зал Чэнь И, каменное племя, долина Короля медицины, сад Руйи, учебная база национальной обороны, и в то же время развиваются пансионаты, горячие источники, парки развлечений, зоопарки, аквапарки, снежные парки, курортные отели и другие объекты отдыха и развлечений. В декабре 2019 года живописная зона Цзюлуньюй была оценена Национальным комитетом по оценке качества туристических зон как национальная туристическая живописная зона уровня 4А.). Возвращение в отель, окончание поездки.

Расчет общей стоимости туристского продукта — это метод калькуляции затрат. Продукт туристического проекта, который был предпринят или планируется к разработке и реализации.

Стоимость состоит из прямых и косвенных затрат туроператора. Они связаны с формой туристского продукта.

Прямые затраты включают транспортные затраты, затраты на питание, проживание и экскурсионное обслуживание.

В таблице 5 представлены транспортные услуги и их стоимость в расчете на группу и одного человека.

Таблица – 5 Транспортные услуги по маршруту.

Наименование услуги	Стоимость на одного туриста, юань	Стоимость на группу 10 человек, юань
Аренда автомобиля 500 в день на 10 человек + гид, полный чартер на 3 дня в общей сложности	150	1500

Расходы на питание включают стоимость обедов и ужинов (стоимость завтрака входит в стоимость проживания). Расчет затрат на питание представлен в таблице 6.

Таблица – 6 Расходы на питание

Наименование услуги	Стоимость единицы услуги на группу туристов, юань	Количество услуг	Стоимость на одного туриста, юань
Завтрак в отеле	Включено в проживание	6	Включено в проживание
Обед в ресторане ресторан Yunmen Mountain Villa	600	1	60
Обед в ресторане Linglong Snacks	800	1	80
Ужин в ресторане Xiao Hu Charcoal Grill	3000	1	300
Обед в ресторане Laochenggen Qingzhou Cai	470	1	47
ИТОГ	4870	10	487



Рисунок 3 – Рестораны и кухня города Цинчжоу

Основанный в 2005 году, отель Hanting является основополагающим брендом гостиничной группы Huazhu. Г-н Цзи Ци, основатель Huazhu, запустил Hanting Hotels в третий раз в 2005 году, после того как последовательно основал две компании, зарегистрированные на NASDAQ, Ctrip (NASDAQ:CTRP) и Home Inns (NASDAQ:HMIN), а затем официально запустил Hanting Hotels в 2012 году. В 2005 году Hanting Hotels запустила свое третье предприятие, Hanting Hotels, и однажды назвала Группу в честь «Hanting», а в 2012 году официально приняла название «Huazhou» в качестве названия Группы.

Hanting Hotel фокусируется на таких основных услугах, как хороший сон (упрощенный дизайн номеров, обновленные постельные принадлежности и звукоизоляция), хороший прием ванны (постоянная температура и давление горячей воды, ванна с маслом вербены), хороший серфинг (бесплатный высокоскоростной WiFi, вход в систему по одному ключу для членов клуба, удобный и быстрый) и хороший прием пищи на завтрак (свежий соевый молоко, полезные пончики, мясные и вегетарианские булочки, а также местный завтрак с одним городом и одним вкусом).

Между тем, мы практикуем удобное самообслуживание.1. Саморегистрация Hua Palm: 30 секунд на регистрацию, 0 секунд на выезд, бронирование и выбор номеров, бронирование счетов.2. Робот Hua Xiaoyi: 24 часа на связи, бесконтактная доставка товаров в номер.3. Прачечная самообслуживания: дезодорированный стиральный порошок, дезинфицирующее средство, высокотемпературная сушка для большего спокойствия.4. Камера хранения самообслуживания: классифицированное хранение больших и малых шкафчиков, бесплатно в течение 24 часов.

И у нас есть офис социального пространства: частный смысл карты место, Коста кофе, чтобы встретить временный офис, встреча гостей и других мероприятий. Услуга аренды зарядных батарей: когда вы находитесь вне дома, чтобы решить проблемы с электричеством. Общественная ванная

комната: открытая ванная комната в холле, удобная для гостей. Hanting Hotel стал многофункциональной станцией удобства для национальной жизни.



Рисунок 4 – Отель Hanting

Туристы размещаются в отеле на две ночи в номерах категории «Делюкс Твин». Расчет стоимости представлен в таблице 7.

Таблица 7 – Размещение

Тип номера	Цена за единицу номера, юань	Общая стоимость на человека за два дня, юань
Делюкс Твин	398	796
промежуточный итог	398	796

Программа тура, представлена насыщенными и интересными экскурсиями. В таблице 8 представлена калькуляция экскурсионного обслуживания туристов в туре.

Таблица 8 – Расчёт стоимости экскурсионного обслуживания в туре

Название экскурсии	Стоимость на человека, юань	Стоимость на группу туристов (10 человек плюс гид), юань
Гора Юньмэнь	билет - 60	660
	туристический автобус - 20	220
Цинчжоу Датанг Ночной город	Билет - 70	770
Музей Цинчжоу	Билет - 5	55
Культурный парк храма Цинчжоу Лунсин	билет - 20	220
Стоимость на человека	175	
Общее количество поездок	1750	
10 человек плюс гид	1925	

Стоимость услуг гида на весь период тура составляет 3 600 юаней.

Для успешной реализации предлагаемого туристического продукта необходимо использовать различные каналы продвижения туристского маршрута. В связи с этим автором рассмотрены наиболее эффективные средства рекламы и определен ее бюджет.

Стоимость производства рекламы включает в себя стоимость креативного планирования рекламы, видеосъемки, монтажа, дубляжа и так далее.

Стоимость размещения рекламы – это плата, выплачиваемая платформе в соответствии с методом тарификации рекламы на мегамониторной платформе .

Стоимость услуг: если вы решили доверить размещение рекламы стороннему агентству, то вам необходимо оплатить агентству определенный процент от стоимости услуг.

Таблица 9 – Стоимость рекламы

Название	Стоимость на человека-юань	Стоимость на 10 человек-юань
Стоимость производства рекламы	100	1000
Стоимость размещения рекламы	15	150
итог	115	1150

Страхование от несчастного случая во время путешествия. Если застрахованное лицо погибает в результате несчастного случая во время путешествия, оно имеет право на максимальную сумму в 100 000 юаней.

Пособие по инвалидности при несчастном случае во время путешествия. В зависимости от степени инвалидности процент компенсации варьируется от 100 % до 10 %, с разницей в 13 % для каждого уровня.

Компенсация медицинских расходов. Страховая компания компенсирует разумные медицинские расходы в размере не более 30 000 юаней в связи с несчастным случаем или острым заболеванием во время путешествия.

Расходы на репатриацию останков. Страховая компания выплачивает разумную компенсацию расходов на репатриацию останков погибших в размере не более 3 000 долларов США.

Страхование ответственности турагента. Сумма страхования ответственности определяется в зависимости от сферы деятельности туристического агентства, масштабов его работы и других факторов. Минимальный лимит ответственности составляет 80 000 юаней на человека для туров внутри страны и 160 000 юаней для туров за границу и обратно.

Потеря личных вещей. Компенсация за потерю ручной клади, задержку зарегистрированного багажа и т. д. будет выплачиваться в соответствии с фактической ситуацией.

Возмещение личной юридической ответственности. В случае небрежности, приведшей к травме или смерти третьего лица или потере имущества, страховая компания несет соответствующую ответственность. Компания, которая занимается страхованием путешественников, - это китайская страховая компания Ping An. Стоимость страхового полиса составляет 50 юаней. Страхование путешественников включает в себя страхование туристов от несчастного случая, личное страхование путешественников от несчастного случая, личное страхование туристов при размещении и страхование помощи путешественникам. Страхование путешественников обычно включает медицинские расходы, личный несчастный случай, экстренную медицинскую эвакуацию, расходы на репатриацию, личный багаж, задержку багажа, отмену поездки, защиту личных денег и документов.

Стоимость составляет 50 юаней для одного человека и 500 юаней для группы из 10 человек.

Калькуляция тура

Таблица 10 — Калькуляция тура

№	Наименование калькуляционных статей	Показатели			
		В%	в стоимостном выражении.юаней		
			на 10 человек-юань	на 1 туриста-юань	на 1 человек-юань
1	Транспортные расходы		1500	150	150
2	Расходы на проживание (В стоимость номера включен завтрак)		3980	398	398
3	расходы на питание		4870	487	487
4	расходы на экскурсионную деятельность		1930	193	175
5	Страхование туристов		500	50	50

Продолжение таблицы 10

№	Наименование калькуляционных статей	Показатели			
		В%	в стоимостном выражении.юаней		
			на 10 человек-юань	на 1 туриста-юань	на 1 человек-юань
6	Заработная плата гида		3600	360	360
7	Стоимость рекламы		1150	115	1150
8	прямые затраты		17530		
9	косвенные затраты	10	1753		
10	прибыль	10	1753		
11	комиссионное вознаграждение турагенту	2	350.6		
12	налог прибыль	20	3506		
13	продажная цена группу		24892.6		
14	продажная цена туриста			2490	

Таким образом, стоимость предлагаемого тура составляет 2490 юаней. Основные расходы включают в себя транспорт, проживание, питание и экскурсионное обслуживание.

Экономическое обоснование тура подтверждает, что тур является экономически эффективным и конкурентоспособным. Программа тура уникальна и разнообразна, содержит новые и интересные достопримечательности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Город Цинчжоу, имеющий более чем 1700-летнюю историю, обладает богатым историко-культурным наследием и природными ресурсами. Туристические достопримечательности города, такие как древний город Цинчжоу, музей Цинчжоу, ночной город Цинчжоу Датан, в полной мере демонстрируют его уникальный культурный шарм и природную красоту. Эти ресурсы создают прочную основу для развития туризма в Цинчжоу.

Город Цинчжоу также активно реагирует на стратегию развития туризма на национальном и региональном уровнях, способствуя быстрому развитию туризма путем постоянного обновления рабочих механизмов, совершенствования системы политики, усиления защиты и использования ресурсов, а также расширения предложения туристических продуктов. Цинчжоу успешно стал национальным туристическим демонстрационным районом, заложив основу для высококачественного развития культуры и туризма.

Туристический рынок Цинчжоу отличается разнообразием и привлекает широкий круг туристов, включая иностранных и местных жителей, а также жителей соседних городов. Туристические продукты Цинчжоу вызывают большой интерес у туристов разных возрастов, особенно у пожилых, молодых и семейных туристов. Цинчжоу удовлетворяет разнообразные потребности рынка, разрабатывая туристические продукты, отвечающие потребностям разных категорий туристов.

В последние годы Цинчжоу добился прогресса в области туристической инфраструктуры и качества услуг. Увеличение количества звездных отелей, регистрация туристических агентств и совершенствование транспортной сети обеспечили туристам удобство путешествий. В то же время Цинчжоу уделяет внимание повышению качества туристических услуг, усиливая удовлетворенность и лояльность туристов за счет тщательного управления и высокого качества обслуживания. В будущем

туризм в Цинчжоу будет продолжать быстро развиваться. Цинчжоу, как туристический город с богатым историческим и культурным наследием и природными ресурсами, демонстрирует отличные результаты в таких областях, как политическая поддержка, рыночный спрос, развитие инфраструктуры и повышение качества обслуживания. В будущем Цинчжоу должен продолжать использовать свои преимущества, активно реагировать на вызовы, содействовать высококачественному развитию туризма и предоставлять туристам более качественные, разнообразные и устойчивые туристические впечатления.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1 Бао, Цзиган. Изменения в статусе китайских городов как туристических направлений с момента начала реформ и открытости и анализ факторов повлиявших на эти изменения /Бао Цзиган// Географические науки. -2014. - С. 3.

2 Сюй, Цзюйфэн. Туристическая культура и культурный туризм: некоторые вопросы теории и практики / Сюй Цзюйфэн // Журнал туризма. - 2015. - С. 4.

3 Путешествие по Китаю. / Официальный сайт. – Режим доступа: <http://travel.china.com.cn>. – 30.05.2024.

4 Китайская сеть. /– Режим доступа: <http://about.china.com.cn>. – 24.05.2025.

5 Ма, Цзин. Обзор межкультурных исследований в сфере внутреннего и международного туризма / Ма Цзин // Северная экономика. -2021. - 34 с.

6 Лю, Бо. Справедливость и эффективность: эмпирическое исследование развития внутреннего туризма в Китае за последние десять лет / Лю Бо // Пекинский институт иностранных языков.- 2021. - С. 106-116.

7 Чжоу, Цзюцай. Активное содействие развитию туризма в малых и средних городах /Чжоу Цзюцай // Сборник докладов пятого рабочего совещания по экспериментальным зонам экологического строительства в малых и средних городах страны. - 2019. - С. 165-166.

8 Хэ, Вэйсин. Исследование стратегии и мер развития туризма в провинции Шаньдун / Хэ Вэйсин // Северо-Восточный педагогический университет. -2017. – С 3-4.

9 Цзин, Цзай. Анализ путей инноваций в маркетинговой стратегии туристических зон с одинаковой тематикой — на примере туристических зон Ляньюньган в провинции Цзянсу и Хуагушань в провинции Шаньси / Цзин Цзай // Журнал Чанчуньского технологического университета (социальные науки). - 2021. - 4 с.

10 Сюй, Вэйдун. Исследование взаимодействия выставочной индустрии и туризма / Сюй Вэйдун // Модернизация торговых центров. - 2023. – С 34-37.

11 Китайская туризма./ Официальный сайт. – Режим доступа: <https://www.ctaweb.org.cn>. – 16.05.2025.

12 Ли, Бин. Концепция устойчивого развития туризма / Ли Бин // Академический обмен. - 2023. – С.134.

13 Чжоу, Юйлян. Исследование экологического сельскохозяйственного зонирования и моделей в городе Цзаоцзан [D] / Юйлян Чжоу, Шаньдунский сельскохозяйственный университет. -2021. – 46 с.

14 Министерство культуры и туризма. / Официальный сайт. – Режим доступа: <http://travel.people.com.cn>. – 25.05.2025.

15 Ган, Ян. Краткий обзор проблем и мер по их решению в сфере туризма Китая /Ган Ян // Обзор туризма (отраслевое издание) - 2022. - С. 38-39.

16 Ли, Лихуа. О стратегии планирования устойчивого развития туризма в Китае /Ли Лихуа // Журнал «Горы». -2021. - С. 11-12.

17 China Knowledge Network. / Официальный сайт. – Режим доступа: <https://www.cni.net>. – 30.04.2025.

18 Ван Лянцзянь. Исследование системы показателей и методов оценки устойчивого развития туризма /Ван Лянцзянь //Журнал туризма. - 2023. - С. 27-34.

19 Лин, Вэйхун. Устойчивое развитие туризма: проблемы и меры /Лин Вэйхун // Журнал Южно-Китайского педагогического университета. - 2021. - С. 11 - 16.

20 Ван, Даоу. Обсуждение некоторых вопросов планирования туризма /Ван Даоу //Журнал туризма. - 2019. – 23 с.

21 Чжоу, Чжиюн. «Реконструкция культуры национальных меньшинств в контексте развития туризма» /Чжоу Чжиюн //Журнал Аньшуньского колледжа. - 2023. – С.24.

22 Лю, Цзяюань. Особенности исполнения народных песен эвенков / Лю Цзяюань // Экономика и культура приграничных регионов. - 2021. – 34 с.

23 Чэнь, Сяофэн. Исследование вопросов устойчивого развития туризма в Кайфэне /Чэнь Сяофэн // Гэньсуский сельскохозяйственный университет .- 2018.

24 Цао, Шаншан. Анализ влияния туристической экономики провинции Юньнань на развитие региональной экономики / Цао Шаншан // Китайская торговля. -2020. – 43 с.

25 Getz, D. Meeting Business. Encyclopedia of Tourism /Getz, D. // New York:Routledge. - 2015. – 25 с