

Научная статья

Original article

УДК 502/504

doi: 10.55186/2413046X\_2022\_7\_5\_283

**ИННОВАЦИОННАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЛОГИСТИКИ ПРИ  
РАЗРАБОТКЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ МАРШРУТОВ В КИТАЕ  
INNOVATIVE CHARACTERISTICS OF LOGISTICS IN THE  
DEVELOPMENT OF TOURIST ROUTES IN CHINA**



**Тан Цюань**, аспирант, Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова (МГУ), E-mail: Tz.tan2015@yandex.ru

**Tang Quan**, graduate student, Moscow State University, E-mail: Tz.tan2015@yandex.ru

**Аннотация.** Потенциал международного сотрудничества между Китайской Народной Республикой и Россией в сферах туризма, курортов и международного сотрудничества используется недостаточно. В частности, по оценке экспертов, объемы взаимных туристических посещений, несмотря на их положительную динамику, довольно незначительны. Потенциальные потребители туристических услуг обеих стран отмечают слабую осведомленность о туристических продуктах и возможностях путешествий в страну-партнера. Согласно нашей гипотезе, международное сотрудничество между КНР и Россией в сферах туризма, курортов и гостиничного хозяйства имеет потенциал к активизации. Об этом свидетельствуют, в частности, довольно незначительные объемы взаимных туристических посещений (указанные объемы могут быть значимо увеличены). Россия, кроме того, нуждается в модернизации туристической, курортной и гостиничной инфраструктуры, и это задача на взаимовыгодных началах может быть выполнено с привлечением китайских партнеров (в том числе инвесторов,

технологов, проектных и строительных организаций). Нерешенной проблемой международного сотрудничества между КНР и Россией в сферах туризма, курортов и гостиничного хозяйства остается устранение визовых барьеров, о чем неоднократно сообщалось в периодике. 7 сентября 2013 г. Председатель Китайской Народной Республики Си Цзиньпин, выступая в Казахстане, по инициативе создания «Экономического пояса Великого Шелкового Пути» и «Морского Шелкового пути XXI века» как новых форм углубленного экономического, гуманитарного и научно-технического сотрудничества Китая, государств Центральной Азии и Европы. В связи с этим Си Цзиньпин призвал применять на пространстве Евразии новые модели сотрудничества и сосредоточил внимание на ключевых задачах, среди которых – активизация развития единой инфраструктурной сети, усиление роли «экономической дипломатии», рост туристических потоков, расширения культурного взаимодействия. Впоследствии инициатива получила название "Один пояс - один путь" (кит. 一路)

**Abstract.** The potential of international cooperation between the People's Republic of China and Russia in the fields of tourism, resorts and international cooperation is not being used enough. In particular, according to experts, the volume of mutual tourist visits, despite their positive dynamics, is quite insignificant. Potential consumers of tourist services in both countries note a low awareness of tourist products and travel opportunities to the partner country. According to our hypothesis, international cooperation between China and Russia in the fields of tourism, resorts and hotel management has the potential to intensify. This is evidenced, in particular, by the rather insignificant volumes of mutual tourist visits (these volumes can be significantly increased). Russia, in addition, needs to modernize the tourist, resort and hotel infrastructure, and this task can be carried out on a mutually beneficial basis with the involvement of Chinese partners (including investors, technologists, design and construction organizations). The elimination of visa barriers remains an unresolved problem of international cooperation between China and Russia in the fields of tourism,

resorts and hotel management, as has been repeatedly reported in periodicals. September 7, 2013 President of the People's Republic of China Xi Jinping, speaking in Kazakhstan, on the initiative of creating the "Economic Belt of the Great Silk Road" and the "Maritime Silk Road of the XXI Century" as new forms of in-depth economic, humanitarian, scientific and technical cooperation between China, Central Asia and Europe. In this regard, Xi Jinping called for the use of new models of cooperation in Eurasia and focused on key tasks, including the activation of the development of a unified infrastructure network, strengthening the role of "economic diplomacy", the growth of tourist flows, and the expansion of cultural interaction. Subsequently, the initiative was called "One Belt, One Road" (kit.)

**Ключевые слова:** маршруты, Китай, туризм, логистика, туристические маршруты

**Keywords:** routes, china, tourism, logistics, tourist routes

Высшие должностные лица России, в том числе глава государства и глава Правительства, неоднократно заявляли о поддержке инициативы «Один пояс – Один путь». Россия в лице Министерства экономического развития заявила о наличии у России интереса к полноценному участию в проекте «Один пояс - Один путь», в том числе путем гармонизации нормативно-правовой базы и реализации крупных инфраструктурных проектов.

И Китайская Народная Республика и Россия на политическом уровне заявили о наличии взаимной заинтересованности в расширении новых форм межгосударственного сотрудничества. Следует обратить внимание, что усилия китайской стороны направлены на активизацию развития сферы туризма, курортов и гостиничного хозяйства, поскольку это отвечает задачам, которые решаются через выполнение инициативы «Один пояс – Один путь».

Ключевым направлением организации международного сотрудничества Китайской Народной Республики и России в сфере туризма, курортов и

гостиничного хозяйства является нормативно- правовая регламентация соответствующих форм и инструментов сотрудничества.

Согласно статье 1 Меморандума, китайская Сторона будет назначать туристические агентства в Китае, уполномоченные Национальной туристической администрацией КНР (КНТА) заниматься поездками китайских туристов за границу, организовывать групповые зарубежные туристические поездки китайских туристов в Россию.

Российская Сторона для организации групповых туристических поездок китайских туристов в Россию, в соответствии с законодательством России, будет назначать или рекомендовать туристические агентства, которые предоставляют услуги по организации въездного туризма и заинтересованы в организации групповых поездок китайских туристов (далее – «российские принимающие туроператоры»).

Согласно статье 2 Меморандума, стороны будут защищать законные права и интересы китайских граждан, путешествующих в Россию туристическими группами..., изучать пути основания обмена информацией по безопасности туризма и механизм координации и развития сотрудничества по реагированию на чрезвычайные ситуации туристов и страхование в туризме. Российская Сторона взяла на себя обязательство установить телефонные горячие линии для консультаций и оказания скорой помощи китайским туристам. В этой же статье указано, что стороны будут принимать меры для обеспечения безопасных и удобных условий оплаты с использованием международных платежных карт, в частности китайской "UnionPay".

В статье 3 меморандума китайская сторона берет на себя обязательство просить граждан КНР, чтобы они прибывали в Россию и покидали территорию России группами. Соответственно, российская сторона взяла на себя обязательство просить принимающих туроператоров назначить туристического гида каждой группе, который будет помогать решать любые проблемы, с которыми могут столкнуться китайские туристы во время всей поездки в Россию,

путем взаимных консультаций с китайским руководителем туристической группы.

Положения статьи 4 нормируют некоторые особенности содействие в оформлении виз для китайских туристических групп, а также облегчение доступа китайских туроператоров, турагентов и гидов до визовых и консульских учреждений России. В то же время пунктом 4 указанной статьи определено, что Посольство РФ в Китайской Народной Республике или Консульства РФ на территории Китайской Народной Республики не принимать документов для получения виз для китайских туристических групп от любого китайского туристического агентства, организации, частного лица, или поданных от имени китайских туристических групп любыми организациями или гражданами России и других стран, которые проживают в Китае, кроме предназначенных китайских туристических агентств.

Анализ положений указанного Меморандума позволяет сделать вывод, что его положения направлены на защиту прав и интересов китайских туристов, находящихся на территории России в составе организованных туристических групп. Китайская сторона взяла на себя определенный объем обязанностей по содействию развитию выездном туризма в Россию лишь в отношении тех туристов (потребителей туристических услуг), что воспользовались услугами уполномоченных китайских туроператоров или турагентств (которые, в свою очередь, должны ответить и дать определенные критерии, установленные Национальной туристической администрацией Китайской Народной Республики.

Следует учесть, что в XX веке Тяньцзинь, являясь частью проекта «Экономика Бохайского кольца», стал локомотивом китайской индустриализации, крупнейшим центром тяжелой и легкой промышленности. Основные отрасли промышленности: нефтехимия, текстильная промышленность, машиностроение (в частности, автомобилестроение, самолетостроение), металлообработка. В городе работает компания "Airbus" для сборки лайнеров класса Airbus A320 (производственные мощности были открыты в 2009 году). На территории

городского муниципалитета находятся запасы нефти в размере около 1 млрд тонн (основные месторождения расположены в райоои Дадан).

Важным элементом региональной экономической системы является добыча и производство соли. Все эти объекты привлекают туристов, интересующихся промышленным туризмом.

В Тяньцзине уделяют внимание развитию сферы курортов и индустрии оздоровления. Городские власти активно поддерживают развитие медицинской инфраструктуры, в том числе и объектов мирового уровня. Поклонникам традиционной китайской медицины хорошо известен первый клинический госпиталь при Государственном университете традиционной медицины. Это лечебное учреждение, основанное при поддержке правительства Китая в 1954 году, стало первым, в котором находится и научно-исследовательские центры по развитию традиционной китайской медицины. 6 июля 2017 года в госпитале проходил саммит министров здравоохранения стран экономического сотрудничества БРИКС. Кроме того, в городе функционирует несколько современных медицинских центров, специализирующихся на лечении распространенных заболеваний. Еще одним ресурсом развития индустрии оздоровления в Тяньцзине является геотермальные источники, которые могут стать источником для роста санаторно-курортного хозяйства.

Большие возможности созданы в сфере образовательного туризма. Уже сейчас в Тяньцзинь ежегодно прибывают тысячи молодых людей, желающих получить современное образование в высших учебных заведениях Тяньцзинь. Следует выделить Тяньцзинский университет иностранных языков (ТУИЯ), в котором учатся студенты, приехавшие из многих стран мира, в том числе из России. Это создает дополнительные возможности для активизации научного и образовательного туризма между двумя странами.

Жемчужиной туристического потенциала города являются сады и парки – объекты традиционного китайского садово-паркового искусства.

В центральной части города находятся Городской парк, Водный парк, Народный парк, Экологический парк, Парк Нанцуйпинг, Парк Бейнин, Парк Ксигу, Рабочий сад и др. Также функционирует огромный Зоопарк. В городе функционируют более 70 музеев, в которых используется инновационное оборудование для демонстрации объектов показа.

Большой интерес у иностранных туристов вызывают Городской музей, Музей почты, Музей финансов и др.

В городе создано много современных объектов спортивной инфраструктуры. Часть из них были созданы для проведения отдельных мероприятий в рамках Олимпийских игр 2008 года. В 2017 г. в Тяньцзине проводились Всекитайские спортивные игры.

Яньцзинь представляет интерес и как направление для торгового туризма и выгодного шопинга. В городе работает много огромных шопинг-моллов, в которых представлены товары высокого качества по вполне умеренным ценам.

Дополнительные возможности для развития международного туризма генерируются с помощью программ международного сотрудничества.

Среди особенностей Тяньцзиня следует упомянуть относительно высокий уровень общественной безопасности, что является дополнительным фактором для развития туризма. Мы считаем, позитивный опыт поддержки развития сферы туризма, курортов и гостиничного хозяйства, апробированный в Китайской Народной Республике, следует изучать в России и по возможности – передать этот опыт, в том числе в рамках выполнения межгосударственных и межправительственных программ, а также с привлечением китайских инвесторов.

На основе проведенного анализа можем выделить несколько объективных проблем, которые тормозят полноценную реализацию потенциала международного сотрудничества Китайской Народной Республики и России в сфере туризма, курортов и гостиничного хозяйства. Среди наиболее ощутимых проблем следует выделить отсутствие международного механизма взаимодействия уполномоченных органов обоих государств.

В настоящее время основными инструментами международного взаимодействия Китайской Народной Республики и России в различных сферах двусторонней повестки дня являются традиционные дипломатические контакты по линии Министерств иностранных дел, а также работа Комиссии по сотрудничеству между Правительством РФ и Правительством КНР.

В структуре упомянутой комиссии создан ряд подкомиссий, в том числе по вопросам торгово-экономического сотрудничества, по вопросам научно-технического сотрудничества, по вопросам сотрудничества в космической отрасли, по вопросам сотрудничества в области образования, по вопросам сотрудничества в сфере культуры. Как видно из представленного перечня, отдельной подкомиссии по вопросам развития сотрудничества в сфере туризма не создано.

Поскольку туризм является особым видом экономической деятельности, проблематика активизации сотрудничества в туристической сфере может обсуждаться и решаться в рамках работы подкомиссии по вопросам торгово-экономического сотрудничества. Зато повестку дня работы упомянутой комиссии удостоверяет, что на заседаниях указанной подкомиссии вопросы развития сотрудничества в сфере туризма, курортов и гостиничного хозяйства почти не обсуждаются.

Внутренний туризм, по масштабам развития которого Китай входит в число мировых лидеров, играет все более важную роль в экономике страны. Все это делает исследование специфических черт развития туризма в Китае очень актуальным.

#### **Список источников**

1. Jacques deLisle, Avery Goldstein, and Guobin Yang. The Internet, Social Media, and a Changing China. University of Pennsylvania Press.2016
2. Wolfgang Georg Arlt. China's Outbound Tourism. Routledge:London&New York. 2006. URL: <https://epdf.pub/chinas-outbound-tourism-contemporary-geographies-of-leisure-tourism-and-mobility.html> (дата обращения: 12.07.19).



3. Vitor Rodrigues, Zelia Breda. "Chinese international travelers: Who they are? - Insights on China's outbound tourism market". *Tourism Economics: A Practical Perspective*, Publisher: Cambridge Scholars Publishing, Editors: Metin Kozak, Nazmi Kozak, pp.95-108. URL:[https://www.researchgate.net/publication/285054130\\_Chinese\\_International\\_Travellers\\_Who\\_Are\\_They](https://www.researchgate.net/publication/285054130_Chinese_International_Travellers_Who_Are_They)
4. Rakotonanahary Fanomezantsoa Nasolomampionona. Profile of Chinese outbound tourists: characteristics and expenditures. *American Journal of Tourism Management* 2014, 3(1): 17-31. URL: <http://article.sapub.org/pdf/10.5923.j.tourism.20140301.03.pdf>
5. Jigang Bao, Xin Jin. Profiling the elite middle-age Chinese outbound travellers: a 3rd wave? Volume 22, 2019 - Issue 5: *Current Issues in Asian Tourism*. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13683500.2018.1449817?journalCode=rcit20>
6. Giddens, Anthony. *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press. 1991.
7. Australian Center on China in the World. URL: <https://www.thechinastory.org/keyword/the-internet/>
8. Anders Ellemann Kristensen. Travel and Social Media in China: From Transit Hubs to Stardom. *Tourism Planning & Development*, 2013 Vol. 10, No. 2, 169-177.
9. Huatong Sun. Sina Weibo of China: From a Copycat to a Local Uptake of a Global Technology Assemblage. *International Journal of Sociotechnology and Knowledge Development*, 5(4), 27-37, October-December 2013
10. Alessandra Bruni. Cifnews.com. E-tourism in China: it's Weibo the favorite travel app. <http://en.cifnews.com/e-tourism-china-weibo-travel-app/>
11. Галиуллина С.Д., Бреслер М.Г., Рабогошвили А.А. Система социального кредитования в Китае как элемент цифрового будущего // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Сер.: Экономика. - 2018. - № 4. - С. 114-124
12. Liu Xuanzun *Global times*. Social credit system must bankrupt discredited people: former official. URL: <http://www.globaltimes.cn/content/1103262.shtml>

13. Mason Hinsdale. Jing Travel. How China's Social Credit Systems Are Shaping Travel. URL: <https://jingtravel.com/china-social-credit-travel/>

14. Businessnewspress.com. "How China's online travel agencies (OTAs) have found success as influencer platforms" (05.11.2018). URL: <https://businessnewspress.com/how-chinas-online-travel-agencies-otas-have-found-success-as-influencer-platforms/>

15. Lisa Rofel. *Desiring China: Experiments in Neoliberalism, Sexuality, and Public Culture*. Duke University Press. 2007

### References

1. Jacques deLisle, Avery Goldstein, and Guobin Yang. *The Internet, Social Media, and a Changing China*. University of Pennsylvania Press. 2016

2. Wolfgang Georg Arlt. *China's Outbound Tourism*. Routledge: London & New York. 2006. URL: <https://epdf.pub/chinas-outbound-tourism-contemporary-geographies-of-leisure-tourism-and-mobility.html> (accessed: 12.07.19).

3. Vitor Rodrigues, Zelia Breda. "Chinese international travelers: Who they are? - Insights on China's outbound tourism market". *Tourism Economics: A Practical Perspective*, Publisher: Cambridge Scholars Publishing, Editors: Metin Kozak, Nazmi Kozak, pp.95-108. URL: [https://www.researchgate.net/publication/285054130\\_Chinese\\_International\\_Travellers\\_Who\\_Are\\_They](https://www.researchgate.net/publication/285054130_Chinese_International_Travellers_Who_Are_They)

4. Rakotonanahary Fanomezantsoa Nasolomampionona. Profile of Chinese outbound tourists: characteristics and expenditures. *American Journal of Tourism Management* 2014, 3(1): 17-31. URL: <http://article.sapub.org/pdf/10.5923.j.tourism.20140301.03.pdf>

5. Jigang Bao, Xin Jin. Profiling the elite middle-age Chinese outbound travellers: a 3rd wave? Volume 22, 2019 - Issue 5: *Current Issues in Asian Tourism*. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13683500.2018.1449817?journalCode=rcit20>

6. Giddens, Anthony. *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press. 1991.

7. Australian Center on China in the World. URL: <https://www.thechinastory.org/keyword/the-internet/>
8. Anders Ellemann Kristensen. Travel and Social Media in China: From Transit Hubs to Stardom. *Tourism Planning & Development*, 2013 Vol. 10, No. 2, 169-177.
9. Huatong Sun. Sina Weibo of China: From a Copycat to a Local Uptake of a Global Technology Assemblage. *International Journal of Sociotechnology and Knowledge Development*, 5(4), 27-37, October-December 2013
10. Alessandra Bruni. Cifnews.com. E-tourism in China: it's Weibo the favorite travel app. <http://en.cifnews.com/e-tourism-china-weibo-travel-app/>
11. Galiullina S.D., Bresler M.G., Rabogoshvili A.A. The system of social crediting in China as an element of the digital future // *Bulletin of the USNTU. Science, education, economics. Ser.: Economics.* - 2018. - No. 4. - pp. 114-124
12. Liu Xuanzun *Global times*. Social credit system must bankrupt discredited people: former official. URL: <http://www.globaltimes.cn/content/1103262.shtml>
13. Mason Hinsdale. *Jing Travel*. How China's Social Credit Systems Are Shaping Travel. URL: <https://jingtravel.com/china-social-credit-travel/>
14. *Businessnewspress.com*. "How China's online travel agencies (OTAs) have found success as influencer platforms" (05.11.2018). URL: <https://businessnewspress.com/how-chinas-online-travel-agencies-otas-have-found-success-as-influencer-platforms/>
15. Lisa Rofel. *Desiring China: Experiments in Neoliberalism, Sexuality, and Public Culture*. Duke University Press. 2007

**Для цитирования:** Тан Цюань. Инновационная характеристика логистики при разработке туристических маршрутов в Китае // *Московский экономический журнал*. 2022. № 5. URL: <https://qje.su/ekonomicheskaya-teoriya/moskovskij-ekonomicheskij-zhurnal-5-2022-20/>