

УДК 910.3:338.482

DOI: 10.18384/2310-7189-2019-2-67-79

## **ЭВОЛЮЦИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ «ГОРЫ АВАТАРА» (ОПЫТ НАЦИОНАЛЬНОГО ЛЕСНОГО ПАРКА ЧЖАНЦЗЯЦЗЕ, КНР)**

**Аигина Е. В.**

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова  
119991, Москва, Ленинские горы, д. 1, Российская Федерация

**Аннотация.** В статье впервые в отечественной научной литературе анализируется опыт развития туристской дестинации «Горы Аватара», созданной на основе национального лесного парка Чжанцзяцзе в провинции Хунань, КНР. Сочетание современных научных подходов к изучению туристских дестинаций на основе теории жизненного цикла туристского продукта с полевыми наблюдениями позволяет выделить основные элементы дестинации и их эволюцию, факторы ее конкурентоспособности и направления дальнейшего развития. Особое значение имеет изучение китайского опыта организации массового туризма на объектах Всемирного наследия с учетом возрастающих требований к диверсификации и качеству реализуемого туристского продукта, а также к необходимости устойчивого развития местных сообществ.

**Ключевые слова:** туристская дестинация, туристский продукт, национальный парк Чжанцзяцзе, «горы Аватара», Китай.

## **EVOLUTION OF THE 'AVATAR MOUNTAINS' TOURISM DESTINATION (EXPERIENCE OF ZHANGJIAJIE NATIONAL FOREST PARK, CHINA)**

**E. Aigina**

Lomonosov Moscow State University  
Leninskie Gory 1, 119991 Moscow, Russian Federation

**Abstract.** This paper is the first in the Russian scientific literature to analyse the experience of the 'Avatar Mountain' tourism destination based on Zhangjiajie National Forest Park in Hunan Province, China. The combination of modern scientific approaches in tourism destination studies based on tourism area life cycle theory with field observations helps identify the key elements of the destination and their evolution, aspects of its competitiveness and further trends in the development. The study of the Chinese experience in organizing mass tourism at World Heritage sites is of particular importance due to the increasing demand for diversification and tourist product quality as well as the need for sustainable development of local communities.

**Keywords:** tourism destination, tourist product, tourism area life cycle, Zhangjiajie national park, Avatar mountains, China.

### **Вводная часть: постановка проблемы**

Туризм как важный компонент социально-экономической деятельности, основа устойчивого развития и способ сохранения природного и культурного наследия, приобретает все большее значение во многих странах и регионах мира. Среди стран, активно и успешно в последние годы развивающих туризм, Китай занимает особое место. Несмотря на имевшееся значительное отставание, страна смогла за прошедшие три десятилетия войти в число мировых лидеров по развитию туризма. Китайский опыт создания и реализации успешных проектов во многих видах туризма, в том числе новых проектов в районах, ранее не включенных в туристскую деятельность, заслуживает особого внимания и подробного изучения. Такой опыт может быть весьма полезен и для нашей страны, обладающей уникальным ресурсным потенциалом, не нашедшим еще широкого применения в туризме.

Чрезвычайно популярный в последние годы туристский объект, часто называемый «Небесные (парящие) горы Аватара» или просто «Горы Аватара», возник в юго-восточной части Китая, на северо-западе провинции Хунань, в окрестностях города Дайонг, позже переименованного в Чжанцзяцзе. Созданный здесь в 1982 г. национальный лесной парк Чжанцзяцзе стал первым национальным лесным парком в Китае. В 1992 г. парк был включен в число памятников Всемирного природного наследия ЮНЕСКО в составе пейзажной и исторической достопримечательной зоны Улинъюань, представляющей собой природный

феномен, пространство исключительной природной красоты и эстетической важности.

В уникальном ландшафте парка выделяются свыше 3000 вершин и столбов из кварцевого песчаника высотой более 200 м, не имеющих себе подобных в мире. В парке представлены многие редкие и исчезающие виды растений и животных. Уникальные геологические, геоморфологические, биологические, экологические и эстетические характеристики способствовали включению парка одним из первых в сеть глобальных геопарков ЮНЕСКО в 2004 г.<sup>1</sup>

Общая площадь глобального геопарка Чжанцзяцзе составляет в настоящее время 397 км<sup>2</sup>, из которых 98% покрыто лесом. В геопарке выделяется четыре основных достопримечательности – национальный лесной парк Чжанцзяцзе, природный резерват долина Суоси, природный резерват гора Тяньцзи и живописная область Янцзяцзе, которые вместе с карстовой пещерой Хуанлун («пещерой Желтого дракона») образуют интегрированную экосистему разнообразных геоморфологических ландшафтов, включающую горы, водоемы, естественные мосты, пещеры и водопады.

Район Улинъюань является не только уникальным природным музеем, но и знаменитой туристской дестинацией. За время, прошедшее после включения парка в список Всемирного наследия ЮНЕСКО, туризм стал главной отраслью экономики региона. По данным администрации геопарка, в 2018 г. в Чжанцзяцзе было зарегистрировано

<sup>1</sup> См.: официальный сайт сети глобальных геопарков мира, URL: <http://www.globalgeopark.org/aboutGGN/list/China/6421.htm> (дата обращения: 31.03.2019)

более 30 млн посещений, а также более 16 млн ночевков туристов, которые принесли более 26 млрд юаней (больше по сравнению с показателями 2017 г. на 15,1%, 21,9% и 20,0% соответственно)<sup>1</sup>, что делает его наиболее посещаемым национальным парком мира. Развитие туризма в регионе и создание новых туристских дестинаций стимулирует его быстрый экономический рост, обеспечивает рабочие места для местных жителей, способствует ускоренному развитию транспорта и туристской инфраструктуры региона.

В последнее десятилетие резкий рост интереса туристов к достопримечательностям Чжанцзяцзе связывают с широко распространенным и поддерживаемым местными властями мнением о том, что именно этот парк послужил источником вдохновения для создателей фильма «Аватар», вышедшего на экраны в 2009 г.<sup>2</sup> Считается, что парящие горы на планете Пандора созданы именно на основе впечатлений от горных пиков живописной местности, называемой Цзянькуньджу («Южный небесный столб»). Хотя доказать или опровергнуть это практически невозможно, уникальные живописные ландшафты района Улинъюань действительно впечатляют, и так было всегда. В китайской традиции Улинъюань отмечается как «самая фантастическая гора под небесами» и «живая китайская пейзажная живопись», и большое количество

произведений традиционной китайской живописи Шань Шуй создано под влиянием впечатлений от природных достопримечательностей именно этого региона [11].

Эволюция быстрорастущей и привлекательной туристской дестинации на базе национального парка Чжанцзяцзе вызывает интерес ученых в разных областях туризма. Исследуются жизненный цикл туристской дестинации [12], влияние эстетической ценности территории на развитие туризма [11], экономические и экологические последствия массового развития туризма [5; 7; 9], отдельные сегменты туристского рынка [6] и другие явления с привлечением разнообразного научного инструментария. В отечественной научной литературе по туризму работ по изучению данной дестинации пока нет. Однако самостоятельные путешественники из России уже открыли для себя это уникальное направление, и можно найти подробные описания их туристских впечатлений в ряде блогов; постепенно интерес к парку начинают проявлять и российские туроператоры.

Столь быстрое и масштабное развитие туристской дестинации не могло обойтись без проблем. Экономические выгоды развития дестинации сопровождаются снижением качества окружающей среды, потерей подлинности местной культуры, снижением ее эстетической ценности. Возможности развития любой туристской дестинации имеют определенный предел, после достижения которого темпы роста, конкурентоспособность и привлекательность дестинации начинают резко падать. Администрация парка, органы управления туризмом, туристские компании предпринимают

<sup>1</sup> Данные официального сайта глобального геопарка ЮНЕСКО Чжанцзяцзе. URL: <http://www.zhangjiajieglobalgeopark.cn/en/newsx.asp?ID=524> (дата обращения: 31.03.2019).

<sup>2</sup> “Avatar” inspires China province to rename mountain, 26.01.2010 // China Daily. URL: [http://www2.chinadaily.com.cn/life/2010-01/26/content\\_9375209.htm](http://www2.chinadaily.com.cn/life/2010-01/26/content_9375209.htm) (дата обращения: 31.03.2019).

значительные и усилия по сохранению конкурентоспособности и привлекательности дестинации в разных направлениях, и их изучение также весьма полезно.

### Материалы и методы

Исследование особенностей эволюции туристской дестинации «Горы Аватара» проводилось путем сбора и анализа доступной информации о развитии туризма в регионе в международных научных и прикладных публикациях, ресурсах Интернет, а также во время самостоятельных исследований основных туристских объектов показа и инфраструктуры в национальном парке Чжанцзяцзе в октябре-ноябре 2018 г. В качестве теоретической основы работы использовались современные подходы к понятию «туристская дестинация», а также основные положения теории жизненного цикла туристского продукта Ричарда Батлера [3; 4], рассматриваемые в контексте уникальных природных, культурно-исторических, социально-экономических и организационно-управленческих условий развития региона.

Главное отличие современного научного подхода к изучению туристской индустрии региона через понятие туристской дестинации от общего подхода к изучению туристской индустрии состоит в том, что «комплекс, используемый для организации туризма в дестинации, должен определяться, прежде всего, привлекательностью, по которой турист выбирает данную дестинацию, и обладать тем набором услуг, который турист предполагает получить» [1, с. 108].

Туристские дестинации уже не рассматриваются просто как географиче-

ские территории с определенными ресурсами для туризма, но характеризуются как экономические и социокультурные образования, обладающие сформировавшимся туристским предложением и концепцией развития. Они содержат ряд базовых элементов, которые привлекают посетителя к выбранному месту назначения и удовлетворяют его потребности по прибытии. Обеспечение наличия и качество этих элементов дестинации являются определяющими при выборе туристом места поездки. По мнению экспертов ЮНВТО, привлекательность дестинации и предлагаемые туристам впечатления формируются следующими базовыми элементами туристской дестинации:

– *достопримечательностями* – не только природными, но и культурными, созданными человеком, материальными или нематериальными, которые находятся в центре внимания посетителей и формируют первоначальную мотивацию для поездки;

– *удобствами*, которые обеспечивают широким спектром услуг, поддерживают пребывание посетителей и включают базовую и специализированную туристскую инфраструктуру;

– *доступностью* дестинации в широком понимании, включая временную, транспортную, визовую, каналы бронирования и др.;

– *имиджем* дестинации, который формируется средствами маркетинга и брендинга и имеет решающее значение при выборе места поездки (имидж, или образ места, учитывает его уникальность, качество, безопасность, уровень обслуживания, дружелюбие и много других характеристик, влияние которых растет);

– *ценой* предлагаемого туристского продукта как важным аспектом конкуренции выбранной дестинации с другими направлениями (выбор дестинации может также основываться на других экономических особенностях, таких, как курс валюты);

– *особенностями населения*, включая трудовые ресурсы и взаимодействие с местными сообществами, что также является важным аспектом туристского опыта и критерием выбора дестинации [2, с. 1–2].

Комплексным результатом взаимодействия всех элементов туристской дестинации является туристский продукт. Он же становится связующим звеном между всеми его производителями, а также мерилom качества деятельности не только производителей, но и дестинации в целом и повышения ее конкурентоспособности [1].

Современные подходы к маркетингу и управлению туристскими дестинациями выделяют еще больше критериев, по которым можно судить об их характере и уровне развития. Помимо привлекательности, доступности, развитой инфраструктуры и разнообразия предлагаемых видов деятельности, учитываются уровень осведомленности туристов об имеющихся возможностях, впечатление, производимое на туристов, а также наличие планов развития дестинации и их эффективность [8]. Эти элементы обеспечиваются высоким уровнем развития информационных систем, а также наличием специальных органов управления туристскими дестинациями.

Концепция жизненного цикла туристского продукта, предложенная английским ученым Ричардом Батлером [3], позволяет проследить, что

представляют собой туристские дестинации и что вызывает их трансформацию, как меняются со временем их целевые рынки и как должна строиться стратегия развития дестинации. При всей ее логичности, она не является универсальной, и продолжительность этапов, а также характер развития дестинации в значительной степени зависят от внешних факторов, таких, как уровень развития и государственная политика страны, а также от количества схожих конкурирующих объектов.

Внутренние факторы развития дестинации включают, в первую очередь, только ей присущие особенности (то есть уникальность ресурсов и достопримечательностей, особенности местных жителей и их отношение к развитию туризма и постепенное изменение туристских ресурсов) и связанные с ними управление, обслуживание и обеспечение качества туристского продукта. В своих исследованиях Батлер отмечает, что туристские дестинации постоянно развиваются и меняются благодаря изменениям предпочтений и потребностей их посетителей; трансформации туристской инфраструктуры; изменению (и даже исчезновению) имеющихся природных и культурных достопримечательностей, с которыми связана первоначальная привлекательность дестинации [4]. Изучение этих трансформаций дает возможность проследить эволюцию туристской дестинации и спрогнозировать ее дальнейшее развитие.

Рассматривая этапы развития туристской дестинации, Р. Батлер подчеркивает, что оно не может быть бесконечным, и количество туристов ограничивается экологическими фак-

турами, возможностями существующей инфраструктуры, а также социальными факторами. Вместе с тем развитие любой дестинации направлено на увеличение поступлений от туризма, а значит, на увеличение числа туристов, которое рано или поздно достигнет своего предела и приведет к снижению ее туристской привлекательности. Это необходимо учитывать, особенно при изучении дестинаций, основанных на использовании уникальных природных ресурсов, деградация которых в результате активного использования может наступить очень быстро.

Стоит также учитывать, что в быстро развивающихся странах, таких, как Китай, новые туристические направления могут пройти первые стадии развития и достичь стадии зрелости в течение короткого периода времени.

### Результаты и их обсуждения

Как и многие объекты в Китае, парк Чжанцзяцзе не привлекал внимания туристов до конца 1970-х гг., когда были опубликованы первые материалы о его природных достопримечательностях. Для успешной реализации выбранной идеи развития туризма было необходимо создание уникального туристского предложения, основанного на уникальных природных ресурсах региона. Здесь еще не было никакой инфраструктуры, лишь после создания парка в 1982 г. она стала быстро развиваться. В тот же год был построен первый отель, через 2 года – автодорога, а через 3 – железная дорога. Большое значение имела популяризация достопримечательностей парка через выставки, ознакомительные туры и

т. п. Государственная поддержка включала финансирование, разработку планов развития, подготовку персонала, поддержку коренного населения – национальных меньшинств. Туристский продукт дестинации становился более определенным и базировался не только на ресурсных, но уже и на технологических и социально-экономических факторах. Таким образом, в развитии дестинации быстро прошли стадии исследования (1978–1981 гг.) и вовлечения (1982–1988 гг.) [12].

Пришедшаяся на конец XX в. стадия развития (1989–1999 гг.) характеризовалась быстрым увеличением числа посетителей, которое к 1999 г. достигло 1,2 млн чел. [12]. Очень большое значение имело привлечение в парк иностранных исследователей и развитие международного сотрудничества, которое привело к включению его в список Всемирного наследия ЮНЕСКО, проведению международных конференций и выставок. В это же время при участии американских и немецких компаний был построен стеклянный лифт Байлун – «Лифт ста драконов», который признан самым высоким наружным лифтом в мире (его высота – 335 м). В 1994 г. был открыт аэропорт Чжанцзяцзе, начались регулярные рейсы, в том числе из Гонконга и Макао. В 1993 г. начала работать администрация пейзажной и исторической достопримечательной зоны Улинъюань, и был создан генеральный план ее развития. Туризм стал основой социально-экономического развития региона.

На стадии развития имеющиеся в дестинации ресурсы дополняются специально созданной инфраструктурой, новыми достопримечательностями.

Туристская специализация района становится более широкой и четко определенной, но ориентация на имеющиеся природные и культурные ресурсы территории постепенно снижается. Основным фактором, влияющим на развитие дестинации, становится потребительский спрос.

Исследования показывают, что с 2000 г. в национальном парке «Чжанцзяцзе» началась стадия консолидации [12]. Помимо расширения гостиничной базы и улучшения наземного транспортного сообщения, она характеризовалась активной деятельностью по маркетингу и рекламе дестинации как на внутреннем, так и международном (преимущественно южнокорейском) рынках [6]. Это подтверждают информационные стенды парка, выполненные на китайском, английском и корейском языках.

Поскольку экономика региона теперь определяется именно развитием туризма, необходимо как можно дольше удерживать такую его специализацию для привлечения максимально возможного количества туристов. Для этого предлагаемый дестинацией туристский продукт становится максимально диверсифицированным, туристская специализация – все более широкой и комплексной, использующей все имеющиеся возможности как исходных, так и созданных на территории новых условий и ресурсов. Для сохранения существующих масштабов туристской деятельности необходимы новые достопримечательности, виды деятельности и новые рынки.

Для повышения туристской привлекательности пейзажная зона Улинъюань и национальный лесной парк Чжанцзяцзе в 2007 г. были включены в

высшую группу достопримечательностей 5А класса системы национальных туристских достопримечательностей Китая<sup>1</sup>. В туристские маршруты стали включать и другие достопримечательности, такие, как государственный лесной парк Тяньмэньшань, который также является национальной туристской достопримечательностью 5А класса.

Открытая пещера Тяньмэнь («Небесные врата»), к которой ведет лестница из 999 ступеней, расположенная в 38 км к югу от парка Чжанцзяцзе, является самой высокой пещерой в мире. Число туристов, ее посещающих, резко увеличилось после строительства самой длинной и высокой в мире канатной дороги, пролеты в которой достигают 500 м, а угол наклона – 70°, «небесного» шоссе Тунтянь с 99 поворотами и особенно после пуска в 2014 г. эскалатора внутри горы протяженностью 510 м и пропускной способностью 6 тыс. чел. в час<sup>2</sup>.

Помимо этих уникальных объектов, вокруг парка создаются все новые туристские аттракционы. К их числу стоит отнести Гранд-Каньон Чжанцзяцзе, уже включенный в число национальных туристских достопримечательностей 4А класса. Каньон знаменит своим стеклянным мостом длиной 430 м и шириной 6 м, протягивающимся над ущельем на высоте более 300 м<sup>3</sup>. Именно этот, до недавнего времени – самый длинный и самый высокий в мире, прозрачный стеклянный мост, открытый в

<sup>1</sup> Данные Китайской национальной туристской администрации – CNTA, URL: <http://en.cnta.gov.cn/html/2008-11/2008-11-16-10-27-72978.html> (дата обращения: 31.03.2019).

<sup>2</sup> Информационные материалы парка.

<sup>3</sup> Официальный туристский сайт города Чжанцзяцзе, URL: <http://www.zjjw.com/> (дата обращения: 31.03.2019).

2016 г., стал одним из самых посещаемых туристских объектов региона, во многом благодаря многочисленным фото и видео туристов, побывавших здесь. Идея стеклянных мостов используется и в других местах, в частности, в парке Тяньмэнь, поскольку туристам очень нравятся необычные эмоции и яркие впечатления от их посещения.

Таким образом, туристский продукт парка быстро развивается и диверсифицируется в основном за счет искусственных технических сооружений и развлечений, увеличивая продолжительность пребывания туристов в регионе. Билет для посещения парка Чжанцзяцзе действует 4 дня, и за это время туристы успевают посетить все его основные достопримечательности.

Расширение объектов показа для туристов, посещающих Чжанцзяцзе, происходит и дальше. В туристские маршруты уже включаются старинный город на воде Фэнхуан (4А класс), располагающийся примерно в 230 км, а в последнее время – расположенный на полпути к нему национальный геопарк «Лес красных камней», созданный в 2012 г. и уже получивший рейтинг 4А класса<sup>1</sup>. Есть идеи создания новых туристских достопримечательностей, учитывающих положение парка в Сянси-Туцзя-Мяоском автономном округе, где свыше 70% коренного населения принадлежат к местным коренным народностям туцзя, баи и мяо и по-прежнему сохраняют свою традиционную культуру, включая костюмы, праздники и народные обычаи.

Региональные туристские компании предлагают широчайший выбор

<sup>1</sup> Туристско-информационный центр Чжанцзяцзе, URL: <https://www.cn-zhangjiajie.com/> (дата обращения: 31.03.2019).

групповых и индивидуальных маршрутов любой продолжительности, совмещая посещение парка Чжанцзяцзе с любыми другими достопримечательностями страны, начиная от сравнительно близких (круизы по Янцзы или посещение национального парка Гуйлинь) до достаточно удаленных крупных городов страны.

Дестинация претерпела кардинальные изменения в развитии транспортной сети, прежде всего благодаря развитию высокоскоростного сообщения. В 2005 г. была открыта скоростная автомагистраль Чанша-Чжанцзяцзе. Кроме того, на повышение доступности дестинации повлияло открытие скоростной железной дороги Пекин-Гонконг в 2009 г. и скоростной железной дороги Шанхай-Хуайхуа в 2014 г. Доля туристов, использующих личный автомобильный транспорт и скоростной железнодорожный транспорт, растет, а использование автобусов и авиатранспорта постепенно сокращается, хотя их доля еще очень велика [7].

Поскольку Чжанцзяцзе стремится еще больше увеличить число своих посетителей, в 2018 г. были запущены прямые рейсы в Ханой и Хошимин во Вьетнаме, а также в Джакарту в Индонезии, в результате чего количество международных рейсов аэропорта достигло восьми. Кроме того, аэропорт Чжанцзяцзе также имеет регулярные рейсы в 45 городов страны и по итогам 2018 г. обслужил более 2 млн пассажиров<sup>2</sup>.

После того, как в кампании по продвижению национального лесного

<sup>2</sup> Официальный сайт правительства провинции Хунань, URL: [http://www.enghunan.gov.cn/AboutHunan/Statistics/Transportation/201806/t20180627\\_5039913.html](http://www.enghunan.gov.cn/AboutHunan/Statistics/Transportation/201806/t20180627_5039913.html) (дата обращения: 31.03.2019).



парка Чжанцзяцзе стали использовать тематику Аватара, число китайских туристов стало расти невероятными темпами и за последние 10 лет удвоилось. Увеличивается, в первую очередь, количество туристов из самой провинции Хунань, а также из соседних провинций [7]. Власти города нацелены на активизацию туристских обменов с Японией, США, Южной Кореей, Таиландом и Вьетнамом в рамках кампании по повышению привлекательности и узнаваемости Чжанцзяцзе во всем мире.

Однако столь быстрое развитие туризма, массовое строительство автодорог и сети укрепленных горных троп, вырубка лесов и другие виды хозяйственной деятельности разрушают целостность природной экосистемы парка. Неконтролируемое массовое развитие туризма уничтожает его живописную красоту, поэтому местные власти и администрация парка пытаются взять его под контроль.

С самого начала индустрия туризма Чжанцзяцзе действовала с большим вниманием к ее экономическим аспектам и меньшим – к отрицательному воздействию на окружающую среду. В целях содействия развитию региональной индустрии туризма местные органы власти приняли политику привилегий для инвесторов. Экономические выгоды, которые местные органы власти и сообщества получили от развития туризма, безусловно, меньше прибыли инвесторов. А экологические последствия массового развития туризма еще до конца не осознаны.

Некоторые ученые считают, что туристы, посещающие уникальные природные объекты парка и его технические достопримечательности (лифты, мосты, подъемники) только созерцают

их и не наносят большого воздействия на природу. Практически все туристы – однократные посетители, что замедляет общий рост туристского потока. Теперь туристы останавливаются преимущественно на прилегающей территории, а не в парке, поэтому их воздействие на его природу несколько снизилось [7].

Администрация парка уже предпринимает значительные усилия по снижению негативного воздействия массового туризма. Весь автопарк, включая моторные лодки в пещере Хуанлун, переведен на электричество. Ведется постоянная уборка мусора, везде есть таблички с напоминаниями о правилах поведения, вся территория парка контролируется камерами, строго соблюдаются правила прохождения троп.

В 2011 г. национальный лесной парк Чжанцзяцзе стал обсерваторией устойчивого развития ЮНВТО для наблюдения за охраной окружающей среды и социально-культурным, экономическим и туристическим развитием в рамках программы Глобальной обсерватории по устойчивому туризму (Global Observatory on Sustainable Tourism Program), реализующейся с 2004 г.<sup>1</sup>

### **Заключение и выводы**

Как и любая дестинация, «Горы Аватара» прошли определенные стадии жизненного цикла и уже давно находятся на стадии консолидации. Главными факторами, определяющими ее конкурентоспособность, являются ее исключительная привлекательность (определяемая уникальными природными ресурсами, культурными достопримечательностями, этническим

<sup>1</sup> Официальный сайт Всемирной туристской организации – ЮНВТО. URL: <http://www2.unwto.org/ca/node/30788> (дата обращения: 31.03.2019).

разнообразием и новыми широко разрекламированными техническими объектами), а также хорошо развитая инфраструктура (как общая, так и специализированная туристская), большое разнообразие видов туристской деятельности и уникально сформировавшийся имидж (фантастическим образом объединивший черты классической и популярной культуры).

Хотя парк рано или поздно войдет в стадию стагнации, стоит предположить, что резкое и полное снижение показателей туристской активности в ближайшее время вряд ли произойдет, потому что такое снижение неприемлемо как в экономическом, так и в политическом отношении. Туризм и смежные отрасли в настоящее время составляют более 60% ВВП Чжанцзяцзе [10]. Развитие туризма в Чжанцзяцзе идет рыночными методами при активном государственном участии и регулировании.

Так, администрация провинции Хунань опубликовала недавно план действий по содействию всестороннему межрегиональному и межотраслевому развитию туризма в течение следующих трех лет в рамках своей идеи стать одним из главных туристических направлений страны. План действий, опубликованный в июле 2018 г., фокусируется на развитии известных туристических брендов Хунани и реализации совокупного годового объема производства для отрасли в размере 100 млрд юаней (14,43 млрд долл.) к 2020 г. путем поощрения инноваций среди туристических предприятий и сотрудничества между индустрией туризма и смежными отраслями<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> См.: Hunan eyes integrated tourism development for further growth, 12.10.2018 // China

Особый акцент делается на том, что современная туристская индустрия должна предлагать туристам больше преимуществ и разнообразных возможностей, мобилизуя все имеющиеся в ее распоряжении ресурсы и в полной мере используя новые технологические платформы, такие, как «большие данные», «умные» технологии и электронная коммерция.

Однако экономика туризма часто подвержена серьезным колебаниям; кроме того, воздействие туристов на окружающую среду может в конечном итоге снизить эстетическую привлекательность региона. Поэтому администрация парка и государственные органы принимают необходимые меры реагирования и упреждающие меры, чтобы предотвратить стагнацию или упадок дестинации, обеспечить ее долгосрочное устойчивое развитие, сохранить природные ресурсы, которые делают его главной туристской дестинацией провинции. Тем не менее продолжающийся рост числа посетителей парка означает, что требуется еще больше средств и услуг, что, в свою очередь, может создать угрозу экологической целостности ресурсов парка или даже привести к превращению местной природной среды в урбанизированный район.

Эстетическая ценность дестинации не только способствует росту ее экономической ценности, но и делает дестинацию более известной, поскольку вызывают большой интерес со стороны средств массовой информации, исследователей, художников, археологов и просто обычных посетителей.

Daily. URL: [http://www.chinadaily.com.cn/hkedition/2018-10/12/content\\_37057175.htm](http://www.chinadaily.com.cn/hkedition/2018-10/12/content_37057175.htm) (дата обращения: 31.03.2019).

Эстетическая ценность также может помочь защитить окружающую среду, поскольку после того, как туристы увидят красоту окружающей территории, их этические ценности значительно возрастут. По мнению ученых, это один из способов разрешения конфликта между развитием дестинации и защитой природы [11].

Но в любом случае туристские ресурсы любой дестинации в современных условиях массового развития туризма должны рассматриваться как ограниченные и, возможно, даже как невозобновимые, должны строго охраняться и рационально использоваться.

Увеличение количества прибывающих туристов является основным показателем развития дестинации. Хотя подавляющее большинство туристов в Чжанцзяцзе – граждане КНР, все большее внимание уделяется развитию здесь международного туризма. Прибытия иностранных туристов позволяют смягчать те сезонные колебания, которые есть у китайского внутреннего рынка, когда пиковые нагрузки приходятся на периоды национальных праздников («золотых недель»). Кроме того, растущее число иностранных туристов положительно сказывается на качестве гостиничного фонда и предоставляемых услуг, квалификации персонала, а также способствует дальнейшему продвижению дестинации.

Экономическое развитие туризма в регионе Чжанцзяцзе имеет ряд серьезных ограничений. Они связаны с частыми стихийными бедствиями на территории парка, которую отличает исключительно сложный рельеф и геологическое строение. Кроме того, несмотря на меры по развитию туристского продукта, он остается доста-

точно стандартным, не включающим имеющиеся культурные возможности, в том числе элементы нематериальной культуры. В современных условиях быстро меняющихся туристских предпочтений, индивидуализации туристского спроса необходима разработка современной маркетинговой стратегии и коммуникаций, быстро реагирующих на изменения туристского спроса.

Дальнейшее развитие дестинации может идти с учетом возможностей включения в ее туристский продукт ресурсов активного и экстремального туризма, оздоровительного туризма (с использованием ресурсов местной традиционной медицины), а также культурных и прочих видов туризма [9].

Как и другие дестинации, в которых туризм является основой развития экономики, Чжанцзяцзе должен четко понимать свои возможности, ресурсы и недостатки, чтобы адаптироваться к происходящим изменениям, использовать свои уникальные преимущества и способствовать устойчивому экономическому развитию региона.

А пока, чтобы еще больше раскрыть культурный и туристский потенциал Чжанцзяцзе, администрация города поддерживает тесные контакты с рядом кинематографистов в надежде, что еще один выдающийся фильм, как десять лет назад «Аватар», поможет сделать город еще более известным во всем мире<sup>1</sup>.

*Статья поступила в редакцию 11.04.2019*

<sup>1</sup> Mountain that inspired Avatar draws global visitors, 15.03.2019 // China Daily. URL: <http://www.chinadaily.com.cn/a/201903/15/WS5c8af85ba3106c65c34eeba7.html> (дата обращения: 31.03.2019).

## ЛИТЕРАТУРА

1. Морозов М. А., Львова Т. В. Дестинация как инструмент формирования конкурентных преимуществ туристского региона // Современная конкуренция. 2012. № 4 (34). С. 105–116.
2. A Practical Guide to Tourism Destination Management. Madrid: UNWTO, 2007. 164 p.
3. Butler R. W. The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. Canadian Geographer. 1980. Vol. 24. P. 5–12.
4. Butler R. W., ed. The Tourism Area Life Cycle: Vol. 2. Conceptual and theoretical issues. Clevedon, UK: Channel View Publications, 2006.
5. Chaozhi Zhang, Honggen Xiao. Destination development in China: towards an effective model of explanation // Journal of Sustainable Tourism. 2014. Vol. 22. № 2. P. 214–233. DOI:10.1080/09669582.2013.839692
6. Chaozhi Zhang, Julie Jie Wen. Tourism development at Zhangjiajie, China: Korean tourists and their impacts // Tisdell C. A., ed. Handbook of Tourism Economics: Analysis, New Applications And Case Studies. World Scientific, 2013. P. 725–741. [https://doi.org/10.1142/9789814327084\\_0031](https://doi.org/10.1142/9789814327084_0031)
7. Luo F., Becken S., Zhong Y. Changing travel patterns in China and 'carbon footprint' implications for a domestic tourist destination // Tourism Management. 2018. Vol. 65. P. 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.09.012>
8. Morrison A. M. Marketing and Managing Tourism Destinations. Routledge, 2019. 680 p.
9. Zhangjiajie's Current Tourism Economy – Vision of Tourism Industry and Solutions for Development / Wen Zhou, Xuebin Huang, Jia Zhu, Kun Zhang // Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR). 2017. Vol. 117. P. 8–11. <https://dx.doi.org/10.2991/icoss-17.2017.2>
10. Xie Fengyuan, Lacher R. G., Nepal S. K. Economic Impacts of Domestic Tourism in the Rural Developing World: A Case Study of Zhangjiajie City, China // Tourism Review International. 2010. Vol. 14. № 1. P. 29–42. <https://doi.org/10.3727/154427211X12954639814894>
11. Yi Wang, Zancai Xia, Wei Chen. Aesthetic Values in Sustainable Tourism Development: A Case Study in Zhangjiajie National Park of Wuling Yuan // China Journal of China Tourism Research. 2008. Vol. 4. P. 205–218. DOI: 10.1080/19388160802313837
12. Zhong L., Deng J., Xiang B. Tourism development and the tourism area life-cycle model: A case study of Zhangjiajie National Forest Park, China // Tourism Management. 2008. Vol. 29. P. 841–856.

## REFERENCES

1. Morozov M. A., Lvova T. V. [Destination as a tool for the formation of competitive advantages of the tourist region] // *Sovremennaya konkurentsia* [Modern Competition], 2012, no. 4 (34), pp. 105–116.
2. A Practical Guide to Tourism Destination Management. Madrid, UNWTO, 2007. 164 p.
3. Butler R. W. The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. In: Canadian Geographer, 1980, vol. 24, pp. 5–12.
4. Butler R. W., ed. The Tourism Area Life Cycle: Vol. 2. Conceptual and theoretical issues. Clevedon, UK: Channel View Publications, 2006. 352 p.
5. Chaozhi Zhang, Honggen Xiao. Destination development in China: towards an effective model of explanation. In: Journal of Sustainable Tourism, 2014, vol. 22, no. 2, pp. 214–233. DOI: 10.1080/09669582.2013.839692
6. Chaozhi Zhang, Julie Jie Wen. Tourism development at Zhangjiajie, China: Korean tourists and their impacts. In: Tisdell C. A., ed. Handbook of Tourism Economics: Analysis, New Applications And Case Studies. Singapore, World Scientific, 2013, pp. 725–741.

7. Luo F, Becken S., Zhong Y. Changing travel patterns in China and “carbon footprint” implications for a domestic tourist destination. In: *Tourism Management*, 2018, vol. 65, pp. 1–13.
8. Morrison A. M. *Marketing and Managing Tourism Destinations*. Abingdon, Routledge, 2019. 680 p.
9. Wen Zhou, Xuebin Huang, Jia Zhu, Kun Zhang. Zhangjiajie’s Current Tourism Economy – Vision of Tourism Industry and Solutions for Development. In: *Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR)*, 2017, vol. 117, pp. 8–11.
10. Xie Fengyuan, Lacher R. G., Nepal S. K. Economic Impacts of Domestic Tourism in the Rural Developing World: A Case Study of Zhangjiajie City, China. In: *Tourism Review International*, 2010, vol. 14, no. 1, pp. 29–42.
11. Yi Wang, Zancai Xia, Wei Chen. Aesthetic Values in Sustainable Tourism Development: A Case Study in Zhangjiajie National Park of Wuling Yuan. In: *China Journal of China Tourism Research*, 2008, vol. 4, pp. 205–218. DOI: 10.1080/19388160802313837
12. Zhong L., Deng J., Xiang B. Tourism development and the tourism area life-cycle model: A case study of Zhangjiajie National Forest Park, China. In: *Tourism Management*, 2008, vol. 29, pp. 841–856.

---

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

*Аигина Екатерина Вячеславовна* – старший научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова; e-mail: eaigina@yandex.ru

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

*Ekaterina V. Aigina* – senior researcher at the Department of Recreational Geography and Tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University; e-mail: eaigina@yandex.ru

---

#### ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Аигина Е. В. Эволюция туристской дестинации «Горы Аватара» (опыт национального лесного парка Чжанцзяцзе, КНР) // *Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Естественные науки*. 2019. № 2. С. 67–79.  
DOI: 10.18384/2310-7189-2019-2-67-79

#### FOR CITATION

Aigina E. Evolution of the ‘Avatar mountains’ tourism destination (experience of Zhangjiajie National Forest Park, China). In: *Bulletin of the Moscow Regional State University, Series: Natural Sciences*, 2019, no. 2, pp. 67–79.  
DOI: 10.18384/2310-7189-2019-2-67-79