



26. junij 2018

**Vojko Kuzma****KITAJSKI TURIZEM**

Čeprav se je Kitajska relativno pozno vključila v globalni svetovni turizem, to je šele po reformah leta 1978, pa je kitajski turizem zabeležil dramatično svetovno rast v poznih 1990-ih. Nobena država ni tako povečevala svojega turizma kot prav Kitajska, in sicer s faktorjem 25. Še leta 1997 je Kitajski turizem znašal samo 5,3 milijone turistov, v 2017 pa okoli 140 milijonov obiskovalcev.

Tako Kitajska vedno bolj postaja velesila, oziroma najpomembnejši svetovni igralec tudi na področju turizma, tako kot se povečuje in narašča kitajski srednji sloj, ki na splošno povsod velja za poglobitnega na področju turizma. Do let 2030 se bo globalno, srednji razred povečal s sedanjih 3,5 na 5,6 milijarde prebivalcev sveta, v prvi novi milijardi pa bo več kot 80 odstotkov njenih pripadnikov iz Kitajske in Indije. Analitiki s teh področij zato predvidevajo, da bo do približno leta 2020 v tujino vsako leto potovalo vsaj 200 milijonov kitajskih in okoli 50 milijonov indijskih turistov.

Leta 2016 je okoli 136 milijonov Kitajcev turistično potovalo v tujino. Za večino še vedno velja, da potujejo predvsem v bližnjo okolico, to je sosednje države, se jih pa vedno več zanima tudi za Zahod in konkretno tudi Evropo. Kitajska je z približno 9 % deležem Kitajcev v globalnem turizmu že prehitela ZDA (66 milijonov). Prav tako se ocenjuje, da kitajski turisti v tujini letno porabijo bistveno več denarja, to je okoli 300 milijard dolarjev, za razliko od ameriških, ki letno pustijo v tujini "samo" okoli 100 milijard dolarjev.

Evropo naj bi letos obiskalo rekordno, to okoli 15 milijonov kitajskih turistov (leta 2016 8,2 milijona), kar pomeni praktično podvojitve v zadnjih letih.

Kitajska sicer sodi v rep skupine tujih turistov v Sloveniji, z nekaj deset tisoč turisti (okoli 1 % vseh prenočitev pri nas) se je pa število kitajskih turističnih obiskovalcev pri nas v zadnjih letih podvojilo. Še vedno največ turistov beležimo iz Nemčije, Nizozemske, Italije, Belgije, Avstrije in Češke.

Številne evropske države in turistične destinacije proučujejo kitajske turistične trende, se nanje pripravljajo in jih analizirajo.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Najbolj priljubljene kitajske turistične destinacije v Evropi so Francija, Nemčija in Italija, na območju nekdanje Jugoslavije pa Slovenija in predvsem Hrvaška.

Več kot 80 % anketiranih kitajskih turistov, ki je obiskalo Slovenijo, je pred tem že potovalo po v tujino, najpogosteje v Azijo in Evropo. Kitajskim turistom sta bila v Sloveniji najbolj všeč neokrnjena narava in mir, najmanj pa so jim bile všeč možnosti nočnega življenja in nakupovanja. Za kitajske najbolj atraktivne destinacije v Sloveniji veljajo Ljubljana, Blejsko jezero in Postojnska jama. Kitajski turisti navadno potujejo v maju, juniju, avgustu in septembru. Po podatkih SURS za leto 2016, kitajski turist v Sloveniji preživi 2-3 dni.



Številke torej kažejo, da se bodo kitajski turisti v naslednjih letih v Evropi vsaj podvojili in s tem tudi možnosti za domači, ponudbeni evropski turizem. Kitajske top destinacije so na splošno Tajska, Japonska, Južna Koreja, Vietnam, Rusija, Maldivi, Indonezija, Severna Koreja, Združeno kraljestvo in Južna Afrika.

Ob tem ima kitajski turizem še veliko rezerv, če upoštevamo, da ima na kitajskem samo okoli 10 odstotkov prebivalstva potne liste in potuje na druge celine, v primerjavi s 35 odstotki v ZDA in 25 odstotki na Japonskem. Goldman Sachs napoveduje, da bo do 2025 okoli 220 milijonov Kitajcev obiskalo tujino.

Glede na obseg, in s tem povečane velike finančne številke, je tudi kitajski turizem postal geopolitična kategorija, predvsem v Aziji. Okoli polovica kitajskih turistov potuje namreč v tujino preko paketov, ki jih organizirajo kitajske turistične agencije, ki jih nadzira država. Kitajska ima sicer skupno okoli 25.000 turističnih agencij z licenco, a jih ima od tega samo okoli 2000 dovoljenje vlade, da lahko poslujejo s tujino. Prav tako vlada ne dovoljuje tujim turističnim agencijam organiziranja turističnih potovanj v tujino za kitajske državljane.

S svojo finančno močjo, in posledično zelo pomembno vlogo na področju turizma, lahko tako Kitajska v veliki meri tudi regulira turistične obiske, v odvisnosti od odnosov s posamezno državo. Za tako trditev lahko navedemo primere kitajskega turističnega poslovanja s Turčijo, Južno Korejo, Japonsko in Tajvanom.

Leta 2000 je Kitajska skušala prepeljati skozi Bosporsko ožino rusko letalonosilko, ki jo je kupila. Ker je Turčija okoli 16 mesecev onemogočala prehod omenjene letalonosilke, je Kitajska za "mehčanje" Turčije uporabila prav turizem, in sicer z znatnim povečanjem turističnih obiskov Turčije. Od nekdanjih manj kot 10.000 kitajskih turističnih obiskovalcev Turčije, je do leta 2007 zraslo na dobrih 50.000. Število kitajskih turistov je doseglo vrh leta 2015 ko je znašalo že dobrih 410.000 obiskov. Zatem pa je 2015 prišlo do strmega padca, zaradi turške kritike kitajskega reševanja napetosti z Ujguri, in se je zato posledično število kitajskih turistov v Turčiji več kot prepolovilo.

Drug tak primer "geopolitičnega" turizma je Južna Koreja. Kitajska je od 2012 dalje postala prva država po turističnih obiskih Južne Koreje. Tako je leta 2016, Južno Korejo obiskalo dobrih 8,5 milijona Kitajcev in "samo" okoli 1,8 milijona japonskih turistov, sledijo ZDA, Tajvan in Tajska. Potem ko je marca 2017 Južna Koreja sprejela odločitev o nameščanju ameriške raketne obrambe THAAD, ki jo Peking v osnovi zavrača, je Kitajska drastično zmanjšala število obiskovalcev. V 2017 je Južno Korejo obiskalo samo 3 milijone kitajskih turistov. Še posebej je bila Južna Koreja prizadeta v času zimskih olimpijskih iger februarja 2018, ko je načrtovala in pričakovala vsaj 200.000 kitajskih obiskovalcev, prišlo pa jih je desetkrat manj, samo 20.000, s čimer je utrpela izpad dohodkov reda velikosti 6,82 milijarde dolarjev.

Po olimpijadi je sicer tudi v luči vsesplošne otoplitve odnosov med obema Korejama in Trumpove severnokorejske "otoplitvene" politike, Kitajska znova pričela povečevati število kitajskih turistov, tako, da je do letošnjega aprila število kitajskih turistov za 60 odstotkov preseгло lanski obisk v istem času.



Tretji primer je Tajvan, ki je visoko odvisen od kitajskega turizma. Peking je skupinske turistične obiske Tajvana omogočil od 2008 dalje in so do 2015 narasli na 4,18 milijona kitajskih obiskovalcev letno, to je 40 odstotkov celotnega turističnega obiska na Tajvanu. Potem ko je leta 2016 na tajvanskih predsedniških volitvah prišlo do zunanjepolitičnih tajvanskih usmeritev, ki naj bi po mnenju Pekinga posegale v, in načenjale politiko ene Kitajske, se je število kitajskih turistov na otoku zmanjšalo za 60 odstotkov. Ne glede na poskuse, da to kompenzira z obiski od drugod, pa je tajvanski turizem posledično utrpel za več kot dve milijardi dolarjev turističnega izpada.

Kitajski turizem pa ni edini mehanizem geopolitičnega vplivanja na Tajvan. Globalno Tajvanu veliko pomeni mednarodno priznanje iz kroga nekaterih držav, ki pa se znatno oži. Večina teh držav so manjše države z globalnega juga, ki se težko odpovejo kitajskemu turizmu. Šest izmed desetih držav, ki so prenehale diplomatsko priznavati Tajvan od leta 2005 dalje, je Peking dodelil status potrjene turistične destinacije (*Approved Destination Status*), državi kot sta Vanuatu in Fidži, pa sta ga dobili v zameno za odstop od nameravanega diplomatskega priznanja Tajvana. Izmed 17 držav, ki še vedno diplomatsko priznavajo Tajvan, je verjetno "naslednja na vrsti" Palau, saj kar 47 odstotkov vseh njenih turistov pride iz Kitajske.

Specifičen primer kitajske "turistične vojne", je tudi Japonska, ki je pravzaprav kitajski največji regionalni geopolitični tekmeč. Japonska, ki ima starajočo in upadajočo populacijo, se je zadnjih letih izrazito usmerila tudi v turizem, ki tej otoški državi trenutno zagotavlja že tretji največji delež prihodkov na sploh. Kitajska je tudi na Japonskem prva po številu obiskov. Leta 2016, so kitajski turisti predstavljali 26,5 odstotka japonskih turističnih obiskov (pred Južno Korejo, Tajvanom, Hong Kongom in ZDA) in so prispevali skorajda 40 odstotkov japonskih sredstev iz naslova turizma (13,3 milijarde dolarjev). Zaradi konfliktov z Japonsko, kot so bile še posebej vidne kot napetosti v obdobju 2012-2013 zaradi otočja Senkaku, je Kitajska denimo zmanjšala število obiskov na Japonskem za petino. Ker je od takrat Kitajska postala še bolj izrazito prva turistična obiskovalka Japonske, je slednja na tem področju še bolj ranljiva.

Razen Japonske so lahko območja kitajskega "geopolitičnega turizma" predvsem za Kitajsko strateško pomembne regije v Južni in Jugovzhodni Aziji, ki so hkrati tudi sploh prve destinacije za kitajske turiste. V Indijskem Oceanu sta obe otočji, tako Sejšeli kot Maldivi, za Kitajsko na eni strani pomembni zaradi pomorskega tekmovanja z Indijo, obe pa sta hkrati tudi visoko odvisni od turizma, pri čemer v obeh občutno narašča prav kitajski turizem. Kitajski turisti so najštevilčnejši tudi na Tajskem in v Vietnamu, pa tudi Filipini beležijo izjemno velik porast kitajskih turistov. Takšna razmerja lahko vplivajo na kitajsko obnašanje do posameznih držav, še posebej glede kitajskih stališč glede Južnokitajskega morja in kitajskega novodobnega "svilnega" mega projekta Pas, cesta.

### Sklepne misli

Kitajska je po turističnih obiskih tujine postala svetovna turistična sila številka ena. Kitajska bo v naslednjih letih najmanj podvojila število turističnih obiskov v Evropi, kar je za posamezne evropske države, med njimi tudi Slovenijo možnost in priložnost za povečevanje turističnega prometa s kitajskimi turisti. Na eni strani take napovedi o povečanem prihodu kitajskih turistov, v samih turističnih krogih predpostavljajo določeno nišno prilagajanje, na drugi strani pa azijske izkušnje (Turčija, Južna Koreja, Tajvan, Japonska) tudi kažejo, da



lahko Kitajska svoje obsežne in lukrativne turistične obiske v tujini, in sicer za zdaj predvsem v Aziji, uporablja tudi kot geopolitično orodje v primeru potez in dejanj, ki jih Kitajska vrednoti kot (zunanje)politično neustrezna.

VIRI:

China's Unlikely Weapons: Tourists; Evan Rees, STRATFOR, Jul 9,2018

Dr. Andrej Raspor, Metina lista, Kitajski turisti v Sloveniji in Črni gori- kdo so in zakaj prihajajo, <https://metinalista.si/kitajski-turisti>, 10.7.2017

Prihajajo azijski turisti, kako jih osvojiti? Zorana Baković, Novica Mihajlović, Svet kapitala, Delo, 7.8.2017

Rekord na rekord rekordov: Turistov s Kitajske letos skoraj enkrat več kot lani; najbolj "oblegani" gorski kraji, <https://www.24ur.com>, 31.8.2017

V Benetkah se uradno pričinja leto turizma Evrope in Kitajske, Hit d.d., <https://www.hit.si/> 19.1.2018