

УДК 332.142

Лю Годун

магистрант

Барановичский государственный университет

Беларусь, г.Барановичи

Научный руководитель: Лизакова Р.А., к.э.н

Барановичский государственный университет

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ГОРОДА С УЧЕТОМ РЕГИОНАЛЬНОЙ КОНЦЕПЦИИ РАЗВИТИЯ

Аннотация: В статье анализируется концепция формирования имиджа города на основе традиционных преимуществ в истории, фольклоре, современной культуре. На основе анализа практического материала посредством обобщения сделаны выводы о перспективах развития городов анализируемого региона.

Ключевые слова: Китай, провинция Сычуань, туризм, бренд

Liu Godong

Master's

student Baranovichi State University

Belarus, Baranovichi

Scientific supervisor: Lizakova R.A., candidate of economics,

Baranovichi State University

FORMATION OF THE IMAGE OF THE CITY TAKING INTO ACCOUNT THE REGIONAL DEVELOPMENT CONCEPT

Abstract: The article analyzes the concept of forming the image of the city on the basis of traditional advantages in history, folklore, and modern

culture. Based on the analysis of practical material by means of generalization, conclusions are drawn about the prospects for the development of cities in the analyzed region.

Keywords: China, Sichuan province, tourism, brand

Под стратегией бренда региона можно понимать комплексную программу по развитию городской идентичности и по формированию общего имиджа региона. Она определяет ключевую целевую аудиторию бренда региона, закладывает основную идею бренда и атрибуты его подачи, эмоциональные и физические характеристики, визуальный образ, каналы коммуникации и т.д. При этом, под городской идентичностью понимается вид региона изнутри – символический и смысловой капитал региона, который проявляется в уровне местного самосознания. А имидж региона представляет собой существующую в общественном сознании совокупность устойчивых представлений о городе.

Уникальные региональные культуры провинции Сычуани Китайской Народной Республики обеспечивают основу культурного обмена для интернационализации индустрии культурного туризма в Сычуани. Регионализация культуры определяет, что развитию местного туризма должна способствовать деятельность по межкультурному обмену, наиболее типичной из которых, естественно, является транснациональный туризм. В межкультурной международной туристической среде присутствуют культурные различия между туристами из разных стран и регионов, что оказывает непосредственное влияние на их социальное взаимодействие. Поэтому полное понимание межкультурных свойств международного туризма является неизбежным требованием для быстрого развития индустрии культурного туризма в провинции Сычуань, а также важной предпосылкой для интернационализации и маркетинга культурного туризма в Сычуани. Экономическая глобализация и

реализация стратегии реформ и открытости способствуют расширению международного рынка культурного туризма. Правительства всех уровней провинции Сычуань ежегодно проводят множество тематических мероприятий, наиболее выдающейся особенностью которых является содействие развитию экономики и торговли через культурную туристическую деятельность.

Туристские продукты (услуги) в Южной Сычуани состоят в основном из экскурсионных, рекреационных, культурных и экотуризм-продуктов. Реорганизация и инновации были проведены в отношении туристических продуктов в пяти городах Южной Сычуани. Вследствие данной реорганизации были рекомендованы следующие туристические маршруты, что представлено в таблице 1.

Таблица 1 – Статус реорганизованных туристических продуктов пяти городов Южной Сычуани

Реорганизованные туристические продукты города	Рекомендуют туристические маршруты
Лэшань	1. Гора Эмэй-Лэшань Гигантский Будда живописный, Международный туристический курорт Цилипин 2. Район Вутонг-Цзяньвэй 3. Экологический туристический район Мучуань 4. Гигантский Будда Лэшань-гора Эмэй
Лучжоу	1. Старый подвал Лучжоу живописный 2. Лес Хуанцзин 3. Древний город Тайпин 4. Гора Фаншань 5. Яоба древний город Маршруты Лучжоу знаменитое вино, экотуризм и тур революции
Цзыгун	1. Мир китайского цветного фонаря 2. Международный курорт озера Волун 3. Туры курорта озера Цинлун цветного фонаря, имитация динозавра, соляная культура и революция.
Нэйцзян	1. Парк индустрии культурного туризма Дачянь 2. Живописное озеро Лунчан Гую 3. Парк индустрии культурного туризма Фаньчанцзян 4. Древний город Луоцюань, Вэньцзян сельский туризм Туры культуры, природные живописные и пищевые продукты
Ибинь	1. Туристический курорт Янцзяба 2. Международный ландшафтный проспект экотуризма реки Янцзы

	3. Южная Сычуаньская долина отдыха 4. Международный экологический и культурный туристический курорт Changning West Bamboo World.
--	---

Примечание – Источник: составлено автором на основе [1]

Таким образом, сформированная концепция развития городов и формирования туристских потоков позволит повысить конкурентоспособность рассматриваемых городов по привлечению туристов, что, естественно, увеличит городской бюджет. Однако предлагаемые туристические продукты в основном основаны на осмотре достопримечательностей и отдыхе. У туристов есть альтернативы, поскольку они так похожи на туристические продукты, предоставляемые другими районами. Поэтому необходимо продвижение данных продуктов, основанных на их уникальности.

Использованные источники

1. Zhou Yuan. Liaoning Province coastal tourism's overall development strategy - based on the SWOT analysis method / Zhou Yuan // Yunnan Geographic Environment Research. – 2019. – №9. – PP. 25-27.