

## Трансграничное сотрудничество: практика и перспективы

## 跨界合作的实践与前景

## Cross-Border Cooperation: Practice and Prospects

УДК 338.48(510)

DOI: 10.17150/2587-7445.2021.5(2).124-130

**Китайский туризм: взгляд из Иркутска****И.В. Олейников**

Иркутский государственный университет; Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация

**Аннотация.** В статье рассмотрены проблемы российско-китайского взаимодействия в сфере туризма на примере города Иркутска. Показаны конкретные примеры, повлиявшие на трансформацию облика основных улиц и городского пространства Иркутска. Авторы приходят к выводу, что поток туристов из КНР формирует ряд шансов и вызовов для экономики и пространства регионального центра. Сложившаяся ситуация с коронавирусом COVID-19 и последовавший за ней отток китайских предпринимателей может пойти на пользу туристической сфере города. «Серый», частично легальный бизнес, основанный на экономике китайского туризма, отходит на второй план, складывающаяся ситуация дает возможность городским и региональным властям предпринять действия для решения вопроса.

**Ключевые слова.** Китайский туризм, Иркутск, Китай, международное сотрудничество, бизнес, городское пространство.

**Е.О. Курканова**

Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация

Дата поступления:

04.06.2021

Дата принятия к печати:

30.08.2021

Дата онлайн-размещения:

27.09.2021

## 伊尔库茨克对中国旅游的观点

**I.V. Oleynikov**

伊尔库茨克国立大学;  
贝加尔国立大学, 伊尔库茨克市,  
俄罗斯联邦

**E.O. Kurkanova**

贝加尔国立大学,  
伊尔库茨克市, 俄罗斯联邦

**摘要:** 本文以伊尔库茨克为例, 研究中俄旅游合作概况, 列举了影响伊尔库茨克城市主要街道和城市规划转型的具体事例。作者得出结论, 大量中国游客为此区域中心的经济和规划带来了机遇及挑战。新冠病毒及因疫情导致的中国企业的减少可能有利于促进当地旅游业的发展。基于中国旅游业的部分“灰色”产业退居二线, 形成的局面有可能促使市政府和区政府采取措施以解决问题。

**关键词:** 中国旅游、伊尔库茨克、中国、国际合作、商业、城市空间。

结稿日期: 2021年6月4日  
出版日期: 2021年8月30日  
网上出版日期: 2021年9月27日

## The Chinese-Russian Scientific and Technical Cooperation: Experience and Prospects

**I.V. Oleynikov**

Irkutsk State University;  
Baikal State University,  
Irkutsk, Russian Federation

**E.O. Kurkanova**

Baikal State University,  
Irkutsk, Russian Federation

Received: 2021 June 4  
Accepted: 2021 August 30  
Available online: 2021 September 27

**Abstract.** The article deals with the problems of Russian-Chinese cooperation in tourism area in Irkutsk. It considers specific examples that influenced the transformation of the appearance of the main streets and urban space of Irkutsk. The authors conclude that the inflow of tourists from China creates several opportunities and challenges for the regional center economy and space. The current situation with COVID-19 and the subsequent outflow of Chinese entrepreneurs can benefit the city's tourism sector. So called “gray” (or partially legal) business, which is based on the economy of Chinese tourism, is fading into the background and the current situation gives the city and regional authorities an opportunity to take action to solve the problem.

**Keywords.** Chinese tourism, Irkutsk, China, international cooperation, business, urban space.

В последние годы Иркутская область стала одним из ключевых регионов для отдыха туристов из Китайской Народной Республики. Интенсивный приток туристов из Китая в регион наблюдался еще до распространения пандемии COVID-19 — в 2015–2019 гг. Фактор пандемии способствовал фактической остановке китайского туризма в регионе, но настоящая пауза в туристическом взаимодействии позволяет более полно осмыслить процессы, происходившие в областном центре — г. Иркутске и Иркутской области в связи с активизацией китайского туризма, способствовавшего появлению новых вызовов и возможностей перед региональными властями, бизнесом и обществом.

Активизация туристов из КНР — тренд последних двадцати лет, отчетливо заметный по всему миру. Практически в каждом уголке земного

шара — от Шотландии до Новой Зеландии и от России до Аргентины — городские достопримечательности и природные красоты обозревают группы китайцев, вслед за экономическим ростом Китайской Народной Республики получившие возможность путешествовать и получать новые впечатления.

Обратимся к концептуальным работам, в которых рассмотрен феномен туризма. Так, американский исследователь Д. Макканел на страницах монографии «Турист. Новая теория праздного класса», вышедшей в 1976 г., исследует поведение туриста в контексте индивидуального поведения и общественных отношений. Согласно рассуждениям автора, «туристы заключают договор с культурой, которая, как им кажется, чтит собственные и чужие традиции и наследие. Их привлекают экзотические, уникальные

и красочные места» [1, с. 15]. Подчеркивается связь с прошлым, когда туриста привлекали только те места, куда не ступала нога человека. Турист, по мнению исследователя — «это субъективная “чистая доска”». Они одинаково умные и глупые, сведущие и не-осведомленные, деликатные и грубые, щедрые и скупые, любознательные и ограниченные» [1, с. 15].

Развитие туризма в настоящее время подтверждает тот факт, что единственной потребностью туриста является стремление к получению нового опыта. Туризм, согласно Д. Макканелу, — «...это ритуал, выполняемый в соответствии с различными видами дифференциации в обществе. Посещение достопримечательностей — своего рода коллективное стремление преодолеть современное целое, попытка превозмочь разрыв современности, объединить фрагменты в общий опыт». [1, с. 53]. Учёный фокусирует внимание на роли среднего класса в развитии туризма, подчеркивая, что «Именно средний класс методично занимается поисками нового опыта, чтобы вплести его в коллективную туристическую версию других людей и мест» [там же].

Британский мыслитель З. Бауман в статье «От паломника к туристу», в свою очередь, отмечает, что турист, прежде всего, имеет цель, выражающуюся в переживании, которое он испытывает в поиске новой авантюры: «Турист хочет погружения в незнакомую, экзотическую атмосферу, но при условии, что эта атмосфера не въедется в кожу и ее можно будет стряхнуть с себя в любой момент» [2, с. 142].

Современный Китай вполне соответствует глобальным трендам, отмеченным Д. Макканелом и З. Бауманом. Интенсивному распространению массового туризма на территории страны послужила проводимая правительством политика «открытости внешнему миру». Так, «в результате объем въездного туризма в стране с 1977 по 1997 г. возрос почти в 18 раз: с 1,8 до 31,7 млн чел.» (Цит. по: [3, с. 102]). Китайский средний класс стал больше зарабатывать и его траты стали возрастать. Образование, культура и туризм — «экономика впечатлений» — стали основными сферами, в которые предпочитали вкладываться граждане КНР.

На протяжении последних лет отмечался интенсивный рост туристического потока в Иркутскую область из КНР. На это влияют следующие факторы: близость региона к провинциям Северо-Востока КНР, наличие природных объектов, выполняющих рекреационную функцию для массового туриста из Китая. Главным ресурсом

развития международного туризма и местом притяжения китайцев в Иркутской области является уникальное оз. Байкал и его окрестности, причем в последние годы туристический поток из КНР становится устойчивым и стабильным не только в летний, но и в зимний период. Ярко выраженная сезонность туристического бизнеса на Байкале, столь заметная в нулевые годы XXI столетия, благодаря притоку китайских туристов начала изменяться — даже в зимний «несезон» стала проявляться положительная динамика.

Несмотря на успехи последнего времени, присутствуют системные проблемы, связанные с развитием «серого» китайского туристического бизнеса, негативно влияющего на экономику области, что вполне вписывается в общероссийские тенденции.

В связи с увеличением притока китайских туристов в регион постепенно трансформируется образ областного центра — города Иркутска; на различных магазинах, ресторанах и маршрутных указателях появляются плакаты и таблички с китайскими иероглифами, к новым реалиям приспосабливается локальный бизнес, власти муниципалитета, в свою очередь, реализуют концепцию «China Friendly». Вместе с тем активизация туристического потока из Китайской Народной Республики вызвала удивление у горожан и растерянность — у местных властей.

В качестве примера можно рассмотреть, как изменился облик центральных улиц города Иркутска — ул. Карла Маркса и ул. Ленина. Если ранее под вывеской подразумевалась надпись на китайском «Добро пожаловать», то теперь это полноформатные рекламные баннеры с информацией о скидках и акциях для китайских туристов. Так, магазин «Ива» на ул. Карла Маркса: для иркутян позиционируется как магазин с сувенирами и сладостями, но в его ассортименте представлен широкий выбор товаров повседневного использования, начиная с бытовой химии, одежды и заканчивая продуктами питания. Фактически это полноценный супермаркет, но цены на указанные товары в нем увеличены втрое по сравнению с обычными сетевыми супермаркетами. Наряду с этим наличие вывески на китайском языке указывает на то, что магазин предназначен для туристов из КНР, которые готовы переплатить за товары. Торговое пространство магазина, как и многих других торговых точек центра города, позволяет туристу из КНР комфортно рассчитывать за покупки картами китайских банков или же электронным переводом денежных средств посредством самой

популярной коммуникационной сети Китая — «We Chat». Однако эти возможности актуального электронного банкинга не приносят поступлений в бюджет муниципалитета.

Популярностью у граждан Китайской Народной Республики пользуются брендовые и ювелирные магазины. Так, ювелирный салон «PAVA», располагающийся в иркутском «130 квартале», считается одним из самых посещаемых китайскими туристами мест. Недалеко от магазина расположены баннеры и плакаты с китайскими иероглифами. В качестве рекламной кампании салона на главных улицах города раздают листовки, информация в которых представлена на китайском языке. Прогуливаясь по центральным улицам Иркутска, можно заметить множество подобных магазинов и небольших туристических лавок. На центральной улице Карла Маркса расположено пять таких салонов и на каждом присутствуют вывески на китайском языке. Один из магазинов, расположенный на пересечении ул. Сухэ-Батора и ул. Карла-Маркса, контролируется китайским бизнесом. Владельцы, пользуясь благоприятным финансовым положением гостей, дезориентируют наивных китайских туристов. Например, «в ювелирных салонах под видом янтаря им продают с безумной накруткой обычный пластик» [4]. Из вышеизложенного стоит отметить, что китайцам не столько интересен культурный мир и достопримечательности столицы региона, сколько важен повседневный шопинг и все с ним связанное.

С увеличением турпотока из КНР в областном центре стали активно открываться кафе и рестораны с китайскими мотивами. Согласно материалам «Ирсити», «...на данный момент их в столице Приангарья порядка 30, однако по факту заведений, наверняка, больше» [5]. Большинство китайских ресторанов сотрудничает с туристическими фирмами и, соответственно, предоставляет свои помещения в качестве места, где могут пообедать туристы из Китая. В качестве примера можно отметить ресторан «Маньчжурия». Как правило, владельцы точек общественного питания — граждане КНР, и деньги, оставленные китайскими туристами в этих ресторанах, возвращаются в Китай. Так действует теневой китайский бизнес, позволяющий доходам от туристов поступать напрямую в КНР, уходя от российского федерального и местного налогообложения.

Кроме этого, в области растет количество китайских гидов, выпускников вузов и студентов, так как профессионалов хватает не на все груп-

пы туристов, тем более в летний сезон. Так, исследователь из ИГУ Ю.В. Елохина отмечает, что «Студенты из Китая в последние годы активно сочетают свое образование с работой гидами в силу значительного притока китайских туристов... Местные туристические компании, компании, вовлеченные в оказание транспортных услуг, и переводческие ассоциации также вовлечены в прием туристов. <...> гиды выстраивают взаимодействие между туристами и работниками в инфраструктуре туризма и услуг — важнейших элементах бизнес-схемы по приему и сопровождению китайских туристов. Ряд экспертных интервью с сотрудниками туристической индустрии показывают, что среди гидов присутствуют китайские граждане, которые проживают в России по студенческой визе» [6, p. 1797].

В свою очередь, журналист-обозреватель информационного сайта «Ирк.ру» Галина Солонина констатирует: «Иркутские гиды — народ довольно сплоченный. Всякий раз, встретив в аэропорту, музее, на экскурсии по Кругобайкальской железной дороге недобросовестных китайских конкурентов, местные стараются их снять на фото или видео. Затем эти материалы передаются в правоохранительные органы, чтобы подтвердить факт незаконного предпринимательства» [7]. Китайские гиды придерживаются той же схемы, что магазины и рестораны — обходя местные налоги, они получают заработную плату на свою банковскую карту или счет напрямую из КНР.

На протяжении уже нескольких лет растет и число туристических фирм, предоставляющих безвизовый въезд для туристов из КНР в рамках туристических групп. Все это позволяет китайцам чувствовать себя в чужой стране более комфортно.

Несмотря на эффективное сотрудничество России и Китая в сфере туризма, город Иркутск в большей мере, чем другие крупные муниципалитеты области, сталкивается с рядом проблем, вытекающих из деятельности «серого» китайского бизнеса.

Отметим, что сам факт трансформации и изменения городского пространства становится предметом недовольства у местного населения. Так, социолог К.В. Григоричев подчеркивает: «Вывески, ценники и информационные стенды ориентированы на самих китайцев, а не на жителей Иркутска. Выбор целевой аудитории смещает акцент именно на иероглифические надписи, которые доминируют в вывесках и иной рекламе. В результате новые визуальные приметы взаимодействия китайцев с городом

для горожан остаются нечитаемыми, а потому — “неправильными”, отражающими появление в городском пространстве “неправильной китайскости”...» [8, с. 601]. Китайские мотивы на центральных улицах города становятся в сознании горожан не местом общения и диалога с приезжими, а создают пространство для конфликта. Напряженности добавляет тот факт, что китайские рестораны, ювелирные салоны и магазины с сувенирами находятся в исторической части города, что соответственно, меняет его облик, формируется резкий диссонанс с восприятием привычных мест у рядовых горожан.

С появлением вывесок и табличек на китайском языке, историческая аутентичность главных и центральных улиц города, а именно ул. Ленина и ул. Карла Маркса, стала растворяться. Такой ход событий вызывает недовольство и возмущение у иркутян, по мнению К.В. Григоричева: «В прочтении горожан появление такой символики означает не попытку местного бизнеса привлечь новых клиентов, а приобретение местного бизнеса приезжими...» [8, с. 601].

Стоит упомянуть и события 2020 г., подтвердившие гипотезу о том, что заменить китайских туристов сложно. Вспышка коронавирусной инфекции и закрытие границ показали сложившуюся зависимость местного туристического бизнеса от туристов из Китая — в полном соответствии с функциональной теорией интеграции были сформированы устойчивые связи. Особенно ощутили финансовые потери гостиничные дома на оз. Байкал и в п. Листвянка. Однако, необходимо посмотреть на проблему комплексно. В регионе присутствует теневой китайский бизнес, включая вышеупомянутые магазины и рестораны в областном центре, напрямую зависящие от Китая. Анализируя последствия, иркутские журналисты подчеркивают: «...самой пострадавшей стороной в этой ситуации будет серый сектор. Так называемые китайские гостиницы, китайские рестораны, китайские гиды, которые делают 100 % ставку на своих соотечественников»<sup>1</sup>.

Следует согласиться с мнением дальневосточного ученого И. Зуенко, который утверждает: «Китайцы используют легальные механизмы и находят лазейки в российском законодательстве, сотрудничают с коррумпированными чиновниками и готовы работать на таких условиях местными компаниями. Их действия можно назвать теневыми, но не незаконными... Рост китайского

турпотока и связанных с ним теневых схем существует с дискурсом среди российской бюрократии и общественности, согласно которому увеличение числа китайских туристов — это способ оживить российскую экономику» [9].

Соответственно, можно утверждать, что проблемы, возникающие в связи с пандемией у серого бизнеса с китайскими корнями, слабо волнуют легальных иркутских бизнесменов, работающих в сфере туризма. «У меня как у российского законопослушного работника сочувствия это не вызывает. Чем меньше черных гидов и черных туристов у нас на Байкале, приехавших не через турфирмы, тем лучше», — объясняет свою позицию один из гидов<sup>2</sup>. Несомненно, финансовые проблемы будут, но их можно частично урегулировать за счет российских внутренних туристов, количество которых в связи с границами, закрытыми из-за пандемии коронавируса, существенно увеличилось. Отмечается: «Бюджет Иркутской области вряд ли пострадает от этой ситуации, считают эксперты. Налоговые отчисления от легального турбизнеса невелики, вклад в ВРП составляет не более 0,7 %, при этом серый сектор вообще ничего не платит в бюджет»<sup>3</sup>.

Резюмируя вышеизложенное, отметим, что сложившаяся ситуация с коронавирусом COVID-19 и последовавший за ней отток китайских предпринимателей может пойти на пользу туристической сфере региона. Серый, частично легальный бизнес, основанный на экономике китайского туризма в 2020–21 гг., отходит на второй план, складывающаяся ситуация дает возможность городским и региональным властям всерьез задуматься над проблемой и предпринять действия для ее решения и коренного реформирования, ведь негативные процессы пандемии завершатся и туристы из Китайской Народной Республики вновь появятся на улицах Иркутска и берегах Байкала. Отметим, что иркутские исследователи в своих публикациях предлагали последовательные пути решения части проблем, возникающих в связи с феноменом китайского туризма [10; 11]. Задача для региональных властей заключается в поступательной работе по лоббированию повестки по приведению в соответствие федерального и местного законодательства, ликвидации правовых лакун, пробелов и «серых» зон, позволяющих сформироваться нелегальному

<sup>1</sup> «Китайская игла». Насколько страшен для турбизнеса на Байкале коронавирус // СИА. 2020. URL: [https://sia.ru/?section=398&action=show\\_news&id=388189](https://sia.ru/?section=398&action=show_news&id=388189).

<sup>2</sup> «Китайская игла». Насколько страшен для турбизнеса на Байкале коронавирус // СИА. 2020. URL: [https://sia.ru/?section=398&action=show\\_news&id=388189](https://sia.ru/?section=398&action=show_news&id=388189).

<sup>3</sup> Там же.

бизнесу и оттоку финансовых средств из экономики региона, негативной реакции местных жителей, о чем пишет, в частности, «Нью-Йорк Таймс» [12]. Следует предпринимать меры, направленные на развитие туристической инфраструктуры: создавать новые транспортные маршруты, трудоустраивать выпускников иркутских вузов, изучающих китайский язык на специальностях «Мировая экономика», «Международные отношения», «Зарубежное регионоведение», формировать городские события, способные привлечь иностранного туриста в город, который в настоящее время являет собой

транзитное пространство на пути на Байкал. Представляется, что Иркутск может полноценно использовать потенциал «белого» китайского туризма, ведь средний класс в Китае вновь начнет интенсивно искать новые места в постпандемийный период, активно путешествуя по миру, что даст возможность, создав эффективную «экономику впечатлений», не только улучшить финансовую статистику, но и сформировать позитивный образ о столице Восточной Сибири у китайских граждан, параллельно создавая комфортную среду для их повседневного взаимодействия с жителями Иркутска.

### Список использованной литературы

1. Макканел Д. Турист. Новая теория праздного класса / Д. Макканел ; пер. с англ. Е. Изотова. — Москва : Ад Маргинем Пресс, 2016. — 280 с.
2. Бауман З. От паломника к туристу / З. Бауман // Социологический журнал. — 1995. — № 4. — С. 133–154.
3. Чэн Б. Становление, современное состояние и перспективы развития международного туризма в Китае и России / Б. Чэн, Д.В. Севастьянов // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 7. Геология. География. — 2010. — № 1. — С. 100–108.
4. Латынина С. Как китайский турбизнес зарабатывает на Байкале / С. Латынина // IRK.ru. — 2017. — URL: <https://www.irk.ru/news/articles/20170929/china/>.
5. Иванова А. Китайский туризм в Приангарье: с комфортом по проторенным маршрутам / А. Иванова // Ирсити.ру. — 2017. — URL: <https://ircity.ru/articles/25715/>.
6. Elokina Y.V. International Students in Siberian Universities: Informal Practices of Status Commodification / Y.V. Elokina // Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences. — 2018. — Vol. 11, no. 11. — P. 1794–1804.
7. Солонина Г. Борьба за китайских туристов: нелегальные гиды захватили рынок / Г. Солонина // IRK.ru. — 2017. — URL: <https://www.irk.ru/tourism/blog/20170406/tourism/>.
8. Григоричев К.В. «Неправильные» китайцы и «захваченный» город: оспаривание городского пространства как выработка практик взаимодействия с другим / К.В. Григоричев. — DOI 10.17323/727-0634-2020-18-4-593-608 // Журнал исследований социальной политики. — 2020. — Т. 18, № 4. — С. 593–608.
9. Зуенко И. Круговорот юаня в России. Почему доходы от китайских туристов проходят мимо бюджета / И. Зуенко // Московский центр Карнеги. — 2018. — URL: <https://carnegie.ru/commentary/75598>.
10. Новичкова Т.Р. Развитие Байкальского региона и поток туристов из КНР / Т.Р. Новичкова, О.Г. Сидоренкова, Ян Маохуа // Global and Regional Research. — 2019. — Т. 1, № 1. — С. 179–183.
11. Олейников И.В. Туристический «Поворот на Восток» для Иркутской области: возможности и вызовы / И.В. Олейников // Иркутский историко-экономический ежегодник. 2017. — Иркутск, 2017. — С. 328–332.
12. MacFarquhar N. As Chinese Flock to Siberia's Lake Baikal, Local Russians Growl / N. MacFarquhar // The New York Times. — 2019. — URL: <https://www.nytimes.com/2019/05/02/world/europe/chinese-lake-baikal-tourism-russia.html>.

### References

1. MacCannell D. *The Tourist: A new theory of the leisure class*. University of California Press, 1976. 231 p. (Russ. ed.: MacCannell D. *The Tourist: A new theory of the leisure class*. Moscow, Ad Marginem Press Publ., 2016. 280 p.).
2. Bauman Z. From Pilgrim to Tourist. *Sotsiologicheskii zhurnal = Sociological Journals*, 1995, no. 4, pp. 133–154. (In Russian).
3. Chen B., Sevastyanov D.V. Formation, Development and Perspectives of International Tourism in China and Russia. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 7. Geologiya. Geografiya = Vestnik of Saint-Petersburg University. Series 7. Geology. Geography*, 2010, no. 1, pp. 100–108. (In Russian).

4. Latynina S. Chinese Business Makes Profit on Lake Baikal. *IRK.ru*, 2017. Available at: <https://www.irk.ru/news/articles/20170929/china/>. (In Russian).
5. Ivanova A. Chinese Tourism in the Angara Region: On well-trodden Paths with Comfort. *Irsiti.ru*, 2017. Available at: <https://ircity.ru/articles/25715/>. (In Russian).
6. Elokhina Y.V. International Students in Siberian Universities: Informal Practices of Status Commodification. *Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences*, 2018, vol. 11, no. 11, pp. 1794–1804.
7. Solonina G. Competing for Chinese Tourists: Illegal Tour Guides Captured the Market. *IRK.ru*, 2017. Available at: <https://www.irk.ru/tourism/blog/20170406/tourism/>. (In Russian).
8. Grigorichev K.V. The 'Wrong' Type of Chinese and the 'Captured' City: Contesting of Urban Spaces and Constructing Practices of Interacting with the 'Other'. *Zhurnal issledovaniy sotsial'noi politiki = The Journal of Social Policy Studies*, 2020, vol. 18, no. 4, pp. 593–608. (In Russian). DOI: 10.17323/727-0634-2020-18-4-593-608.
9. Zuenko I. Yuan turnover in Russia. Why do Incomes from Chinese Tourists pass by the Budget. *Carnegie Moscow Center*, 2018. Available at: <https://carnegie.ru/commentary/75598>. (In Russian).
10. Novichkova T.R., Sidorenkova O.G., Yan Maohua. Development of the Baikal Region and Flow of Tourists from Chinese People's Republic. *Global and Regional Research*, 2019, vol. 1, no. 1, pp. 179–183. (In Russian).
11. Oleynikov I.V. Irkutsk Region's Touristic «Turn to the East»: Prospects and Challenges. *Irkutsk Historical and Economic Yearbook. 2017*. Irkutsk, 2017, pp. 328–332. (In Russian).
12. MacFarquhar N. As Chinese Flock to Siberia's Lake Baikal, Local Russians Growl. *The New York Times*, 2019. Available at: <https://www.nytimes.com/2019/05/02/world/europe/chinese-lake-baikal-tourism-russia.html>.

### Информация об авторах

Олейников Илья Васильевич — кандидат исторических наук, доцент, кафедра политологии, истории и регионоведения, исторический факультет, Иркутский государственный университет; доцент, кафедра международных отношений и таможенного дела, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: [ilyavasilich@yandex.ru](mailto:ilyavasilich@yandex.ru).

Курканова Елена Олеговна — студент, кафедра международных отношений и таможенного дела, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: [lena-kurkanova@mail.ru](mailto:lena-kurkanova@mail.ru).

### 作者信息

Ilya V. Oleynikov — 副教授, 历史系历史学副博士, 伊尔库茨克国立大学; 副教授, 国际关系与关务教研室, 贝加尔国立大学, 伊尔库茨克市, 俄罗斯联邦, 邮箱: [ilyavasilich@yandex.ru](mailto:ilyavasilich@yandex.ru).

Elena O. Kurkanova — 学生, 国际关系与关务系学生. 贝加尔国立大学, 伊尔库茨克市, 俄罗斯联邦, 邮箱: [lena-kurkanova@mail.ru](mailto:lena-kurkanova@mail.ru).

### Authors

Ilya V. Oleynikov — PhD in History, Associate Professor, Department of Political Science, History and Regional Studies, Irkutsk State University; Associate Professor, Department of International Relations and Customs, Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation, e-mail: [ilyavasilich@yandex.ru](mailto:ilyavasilich@yandex.ru).

Elena O. Kurkanova — Student, Department of International Relations and Customs, Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation, e-mail: [lena-kurkanova@mail.ru](mailto:lena-kurkanova@mail.ru).

### Для цитирования

Олейников И.В. Китайский туризм: взгляд из Иркутска / И.В. Олейников, Е.О. Курканова. — DOI: 10.17150/2587-7445.2021.5(2).124-130 // Российско-китайские исследования. — 2021. — Т. 5, № 2. — С. 124–130.

### For Citation

Oleynikov I.V., Kurkanova E.O. Chinese Tourism: Irkutsk at a Glance. *Rossiisko-Kitaiskie Issledovaniya = Russian and Chinese Studies*, 2021, vol. 5, no. 2, pp. 124–130. DOI: 10.17150/2587-7445.2021.5(2).124-130. (In Russian).