



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Yongui FA

"BİR KUŞAK, BİR YOL" PROJESİNİN AVRASYA TURİZMİNE POTANSİYEL  
ETKİLERİ

Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2019



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Yonggui FA

"BİR KUŞAK, BİR YOL" PROJESİNİN AVRASYA TURİZMİNE POTANSİYEL  
ETKİLERİ

Danışman

Prof. Dr. Nedim YÜZBAŞIOĞLU

Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2019

**Akdeniz Üniversitesi**  
**Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,**

Yonggui FA'nın bu çalışması, jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Bahar (İmza)

Üye (Danışmanı) : Prof. Dr. Nedim YÜZBAŞIOĞLU (İmza)

Üye : Doç. Dr. Murad Alpaslan KASALAK (İmza)

Tez Başlığı:	"Bir Kuşak, Bir Yol" Projesinin Avrasya Turizmine Potansiyel Etkileri
--------------	---

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 05/07/2019

Mezuniyet Tarihi: 01/08/2019

(İmza)  
Prof. Dr. hsan BULUT  
Müdür

## AKADEMİK BEYAN

Tezli Yüksek Lisans Dönem Projesi olarak sunduğum ""Bir Kuşak, Bir Yol" projesinin Avrasya Turizmine Potansiyel Etkileri" adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımda yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

İmza

**Yongui FA**





T.C.  
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU  
BEYAN BELGESİ



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-Soyadı	Yongui FA
Öğrenci Numarası	20165203017
Enstitü Ana Bilim Dalı	Turizm İşletmeciliği
Programı	Tezli Yüksek Lisans
Programın Türü	(X)Tezli Yüksek Lisans ( ) Doktora ( ) Tezsiz Yüksek Lisans
Danışmanın Unvanı, Adı-Soyadı	Prof. Dr. Nedim YÜZBAŞIOĞLU
Tez Başlığı	"Bir Kuşak, Bir Yol" Projesinin Avrasya Turizmüne Potansiyel Etkileri
Turnitin Ödev Numarası	1153981534

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 96 sayfalık kısmına ilişkin olarak, 22/07/2019 tarihinde tarafımdan Turnitinadlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nda belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan ve ekte sunulan rapora göre, tezin/dönem projesinin benzerlik oranı;

alıntılar hariç % 2

alıntılar dahil % 3'dir.

Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir:

( X ) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylarım.

( ) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esasları'nda öngörülen yüzdeler sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.

Gerekçe:

Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlerin ışığı altında tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.

22/07/2019

(imzası)

Danışmanın Unvanı-Adı-Soyadı

Prof. Dr. Nedim YÜZBAŞIOĞ

## İÇİNDEKİLER

<b>GRAFİK LİSTESİ.....</b>	<b>iv</b>
<b>TABLolar LİSTESİ.....</b>	<b>v</b>
<b>ÖZET.....</b>	<b>vii</b>
<b>SUMMARY.....</b>	<b>viii</b>
<b>TEŞEKKÜR.....</b>	<b>ix</b>
<b>ÖNSÖZ.....</b>	<b>x</b>
<b>GİRİŞ.....</b>	<b>1</b>

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### 1. ÇİN'E GİRİŞ

1.1 Tarihçe.....	6
1.1.1 Eski Çağlar (Eski - AD 1840).....	7
1.1.2 Modern (AD 1840-1919).....	8
1.1.3 Yeni Demokratik Devrim (AD 1919-1949).....	9
1.1.4 Çin Halk Cumhuriyeti (AD 1949'dan günümüze).....	9
1.2 Coğrafya.....	10
1.3 Ekonomi.....	11
1.4 Kültür.....	12
1.5 Turizm.....	14
1.5.1 Çin'in Turizm Gelişimi.....	15
1.5.2 Çin'in Turizm Endüstrisinin Özellikleri.....	17
1.5.3 Turizm Kaynakları.....	17

## İKİNCİ BÖLÜM

### 2. "BİR KUŞAK, BİR YOL" BAĞLAMINDA ÇİN VE DIŞ TURİZMİN GELİŞME POTANSİYEL

2.1 "Bir Kuşak, Bir Yol".....	19
2.1.1 Eski Arka Plan.....	20
2.1.2 Turizm Endüstrisi.....	21
2.1.3 "Bir Kuşak, Bir Yol" un Tarihsel Arka Planı.....	22
2.2 Çin'in Turizm Potansiyeli.....	32
2.2.1 Turizm Kaynakları.....	35
2.2.2 Turist Alım Kapasitesi.....	36
2.2.3 "Bir Kuşak, Bir Yol" Bağlamında Turist Kaynağının Büyümesi.....	39
2.2.4 Turizm Endüstrisi Çevre Desteği.....	40
2.2.5 Çin'in Turizm Endüstrisinin Çin'in Gelen Turizminin Gelişmesine Olan Potansiyelinin Analizi.....	42
2.3 Dış Turizmin Potansiyeli.....	48
2.3.1 Dış Turizm Potansiyelinin Analizi.....	49
2.3.2 Avrupa Seyahatleri için Avantajlar .....	58
2.3.3 Avrupa'nın Gelişmekte Olan Destinasyonları.....	59
2.3.4 Kişiselleştirilmiş Seyahatlerin Trendi.....	62

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3. "BİR KUŞAK, BİR YOL" PROJESİNİN AVRASYA TURİZMİNE POTANSİYEL ETKİLERİ

3.1 "Bir Kuşak, Bir Yol" Ülkelerinin Ekonomik, Sosyal ve Turizm Gelişimi.....	67
3.1.1 Ekonomik ve Sosyal Profil.....	67
3.1.2 "Bir Kuşak, Bir Yol" Ülkelerin Turizm Pazarının Gelişimi.....	70
3.2 Çin ile "Bir Kuşak, Bir Yol" Ülkeleri Arasındaki Uluslararası Turizm.....	72
3.2.1 Çin ile "Bir Kuşak, Bir Yol" Ülkeleri Arasındaki Uluslararası Turizm.....	72

3.2.2 Çin ile "Bir Kuşak, Bir Yol" Ülkeler Arasındaki Turizmin Ekonomik Katkısı.....	73
3.2.3 "Bir Kuşak, Bir Yol" Boyunca Ülkelerin İstihdamına Turizm Katkısı.....	73
3.3 "Bir Kuşak, Bir Yol" Ülkelerinde Turizmin Gelişmesinin Değerlendirilmesi..	74
3.3.1 "Bir Kuşak, Bir Yol" Ülkelerinde Yol ve Demiryolu İnşaatı.....	74
3.3.2 "Bir Kuşak, Bir Yol" Ülkelerinde Turizm Tesislerinin Değerlendirilmesi.	75
3.3.3 "Bir Kuşak, Bir Yol" Ülkelerine Giden Çinli Turistlerin Turist Memnuniyeti.....	76
3.3.4 "Bir Kuşak, Bir Yol" Ülkelerinin Turizm Gelişme Endeksi.....	77
3.4 "Bir Kuşak, Bir Yol" Beşinci Yılından Bir İnceleme.....	79
3.5 "Bir Kuşak, Bir Yol" Stratejisi ve Turizm Arasındaki İlişki.....	83
3.5.1 "Bir Kuşak, Bir Yol" Stratejisi Turizm Endüstrisine Fırsatlar.....	83
3.5.2 Turizm "Bir Kuşak, Bir Yol" Stratejisini Desteklemektedir.....	86
3.5.3 "Bir Kuşak, Bir Yol" Stratejisi Altında Turizm Endüstrisinin Karşılaştığı Zorluklar.....	88
3.5.4 Problem ve Alınacak İyileştirici Önlemleri.....	89
<b>SONUÇ.....</b>	<b>92</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>95</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>98</b>



## GRAFİK LİSTESİ

Grafik 2.1	Her İldeki 5A Doğal Nokta Sayısı.....	35
Grafik 2.2	Her İldeki 5 Yıldızlı Otel Sayısı.....	37
Grafik 2.3	Her İldeki Seyahat Acentası Sayısı.....	38
Grafik 2.4	Çin'e Gelen Kaynak Pazarının Yapısı.....	44
Grafik 2.5	Yabancı Kaynaklı Pazar Yapısı.....	45
Grafik 2.6	Çin'i Ziyaret Etmenin Temel Amacı.....	46
Grafik 2.7	Turizm Bilgilerinin Kaynağı.....	47
Grafik 2.8	Seyahat Kararı Referans Ögesi.....	47
Grafik 2.9	Tüketim Seviyesi.....	48
Grafik 2.10	Çinli Giden Turistlerin Büyüklüğü Büyümeye Devam Ediyor.....	51
Grafik 2.11	Dünyanın En Büyük Gelen Turist Kaynağının Statüsünü Korumaya Devam Ediyor.....	51
Grafik 2.12	En Hızlı Artış Dikkat Gösteren Ülkeler.....	55
Grafik 2.13	Turistler En İlgilenen “Bir Kuşak, Bir Yol” Ülkeleri.....	56
Grafik 2.14	“Bir Kuşak, Bir Yol” Turizm Destinasyon Hedefleri Endeksi.....	56
Grafik 2.15	İlk On Yüksek Büyüme Oranı Seyahat Eden Ülkeler.....	57
Grafik 2.16	2018'de Çinli Turistlerin Giden Turizminin Dağıtım Şekli.....	60
Grafik 2.17	2018'de Avrupa'daki En İyi 10 Turizm Destinasyon Ülkeleri.....	61
Grafik 3.1	Uluslararası Turist Sayıları.....	71
Grafik 3.2	Yerli Turist Sayısı.....	71
Grafik 3.3	Çin ile “Bir Kuşak, Bir Yol” Ülkeleri Arasındaki Turist Sayısı.....	73
Grafik 3.4	“Bir Kuşak, Bir Yol” Ülkelerinin Ortalama İstihdamına Seyahat Katkısı.....	74
Grafik 3.5	“Bir Kuşak, Bir Yol” Ülkeleri Karayolu, Demiryolu ve Toplam Kilometre Oranı.....	75
Grafik 3.6	Turist Değerlendirme ve Turistlerin Puanladığı İlk 10 Ülke.....	76
Grafik 3.7	Çinli Turistlerin “Bir Kuşak, Bir Yol” Ülkeleri Turizmi'nden Memnuniyeti.....	77
Grafik 3.8	“Bir Kuşak, Bir Yol” Ülkeleri Turizm Gelişim Endeksi.....	78

**TABLolar LİSTESİ**

Tablo 1 .1	Çin Tarihi Dönem Özeti.....	8
Tablo 2.1	Yabancı Kaynaklı Pazar Yapısı.....	45
Tablo 2.2	Vize Politikası.....	53
Tablo 2.3	2018’de Avrupa’nın En Büyük 10 Potansiyel Turizm Destinasyon Ülkeler	62
Tablo 2.4	2018 Avrupa Özel Turu İlk 10 Tema.....	63
Tablo 3.1	“Bir Kuşak, Bir Yol”daki İlk 10 Nüfus Ülkesi.....	68
Tablo 3.2	“Bir Kuşak, Bir Yol” Alanı Bakımından İlk 10 Ülke.....	69
Tablo 3.3	“Bir Kuşak, Bir Yol” GSYİH’dan İlk 10 Ülke.....	70



**KISALTMALAR LİSTESİ**

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
GSYH	Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
GSYİH	Gayrisafi Yurt İçi Hasıla
vb.	Ve benzeri



## ÖZET

Eski İpek Yolu Avrasya'yı geçerek, Doğu ve Batı kültürlerinin ve ticaretinin yayılmasını teşvik ederek, zengin bir tarihi ve kültürel kaynak çeşitliliği bırakıyor. Bugün, “Bir Kuşak, Bir Yol” stratejik, güzergah boyunca ülkeler ve bölgeler arasında turizm gelişimi için nadir bir fırsat sunmaktadır. Daha da önemlisi, “Bir Kuşak, Bir Yol” teklifi, Avrasya'daki turizm endüstrisi için hem bir fırsat hem de bir meydan okumadır.

“Bir Kuşak, Bir Yol” güzergah boyunca, dünya kültürel mirası küresel toplamın yaklaşık% 74'ünü, tabiat rezervleri yaklaşık% 53'ünü, doğal miras ise% 34'ünü oluşturmaktadır (<http://www.xinhuanet.com>, erişim tarihi 06.09.2018). “Bir Kuşak, Bir Yol” üç büyük ekonomik gelişme modeline ve Doğu ve Batı kültürel kemerlerine yayılmıştır. Orta Asya'dan Avrupa'ya, Güneydoğu Asya'dan Güney Asya ve hatta Afrika'ya kadar. “Bir Kuşak, Bir Yol” farklı medeniyetleri, farklı sistemleri ve farklı dini inançları içeren düzinelerce ülkeyi kapsamaktadır. Turizm endüstrisi, karşılıklı kabul, karşılıklı takdir ve karşılıklı hoşgörü için bir fırsat sağlamaktadır. Belirgin kültürel özellikler turistler tarafından yayılır ve bölgeler arası turizm işbirliği kültürel refahın geliştirilmesinde de önemli bir rol oynamaktadır.

“Bir Kuşak, Bir Yol” un temel stratejik kavramı, yeni bir bakış açısı ve turizm gelişiminin yeni odak noktasıdır. Bu stratejik konsept, İpek Yolu turizmine yurtiçinde ve yurtdışında yoğun ilgi uyandırdı ve ayrıca İpek Yolu boyunca turizm gelişimi için nadir bir tarihsel fırsat sağladı. Böylesine geniş bir stratejik altyapıya sahip olan Avrasya turizm endüstrisi, yeni fırsatlar ve zorluklarla başlamıştır ve Avrasya'da turizmin gelişmesine de önemli bir etki sağlamıştır. Bu nedenle, bu tez turizmin Avrasya'daki etkisini “Bir Kuşak, Bir Yol” bağlamında analiz edecektir.

**Anahtar Kelimeler:** “Bir Kuşak, Bir Yol”, Avrasya Turizmi, Potansiyel Etkileri

**SUMMARY**  
**THE POTENTIAL EFFECTS “ONE BELT, ONE ROAD” PROJECT TO**  
**EURASIAN TOURISM**

The Old Silk Road crosses Eurasia, encouraging the spread of Eastern and Western cultures and trade, leaving a rich variety of historical and cultural resources. Today, “One Belt, One Road” strategic offers a rare opportunity for tourism development across countries and regions along the route. More importantly, the “One Belt, One Road” is both an opportunity and a challenge for the tourism industry in Eurasia.

Along the “One Belt, One Road”, world cultural heritage accounts for about 74% of the global total, nature reserves account for about 53%, and natural heritage accounts for about 34%. The “One Belt, One Road” has spanned three major economic development patterns and the Eastern and Western cultural belts, from Central Asia to Europe, from Southeast Asia to South Asia and even Africa. The “One Belt, One Road” covers dozens of countries, involving different civilizations, different systems and different religious beliefs. The tourism industry provides an opportunity for mutual acceptance, mutual appreciation and mutual tolerance. Distinctive cultural characteristics are spread through tourists, and cross-regional tourism cooperation also plays an important role in promoting cultural prosperity.

The major strategic concept of “One Belt, One Road” is a new perspective and new focus of tourism development. This strategic concept has stimulated extensive attention to the Silk Road tourism at home and abroad, and also provided a rare historical opportunity for tourism development along the Silk Road. Under such a large strategic background, the Eurasian tourism industry has ushered in new opportunities and challenges, and it has also brought about a major impact on the development of tourism in Eurasia. Therefore, this article will analyze the impact of tourism in Eurasia in the context of the “One Belt, One Road”.

**Keywords:** “One Belt, One Road”, Eurasian Tourism, Potential Effects

## TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın gerçekleştirilmesinde, değerli bilgilerini benimle paylaşan, kendisine ne zaman danışsam bana kıymetli zamanını ayırıp sabırla ve büyük bir ilgiyle bana faydalı olabilmek için elinden gelenden fazlasını sunan her sorun yaşadığımda yanına çekinmeden gidebildiğim, güler yüzünü ve samimiyetini benden esirgemeyen, ve yine çalışmamda konu, kaynak ve yöntem açısından bana sürekli yardımda bulunarak yol gösteren danışman hocam; Prof. Dr. Nedim YÜZBAŞIOĞLU'na, sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca, teşekkürlerin az kalacağı diğer üniversite hocalarımda bana 3 yıllık üniversite hayatım boyunca kazandırdıkları her şey için ve beni gelecekte söz sahibi yapacak bilgilerle donattıkları için hepsine teker teker teşekkürlerimi sunuyorum ve son olarak ve çalışma süresince tüm zorlukları benimle göğüsleyen ve hayatımın her evresinde bana destek olan değerli aileme sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

**Yonggui FA**

**Antalya, 2019**

## ÖNSÖZ

Eski İpek Yolu Avrasya'yı geçerek, Doğu ve Batı kültürlerinin ve ticaretinin yayılmasını teşvik ederek, zengin bir tarihi ve kültürel kaynak çeşitliliği bırakıyor. Bugün, “Bir Kuşak, Bir Yol” stratejik, güzergah boyunca ülkeler ve bölgeler arasında turizm gelişimi için nadir bir fırsat sunmaktadır. Daha da önemlisi, “Bir Kuşak, Bir Yol” teklifi, Avrasya'daki turizm endüstrisi için hem bir fırsat hem de bir meydan okumadır.

“Bir Kuşak, Bir Yol” güzergah boyunca, dünya kültürel mirası küresel toplamın yaklaşık% 74'ünü, tabiat rezervleri yaklaşık% 53'ünü, doğal miras ise% 34'ünü oluşturmaktadır. “Bir Kuşak, Bir Yol” üç büyük ekonomik gelişme modeline ve Doğu ve Batı kültürel kemerlerine yayılmıştır. Orta Asya'dan Avrupa'ya, Güneydoğu Asya'dan Güney Asya ve hatta Afrika'ya kadar. “Bir Kuşak, Bir Yol” farklı medeniyetleri, farklı sistemleri ve farklı dini inançları içeren düzinelerce ülkeyi kapsamaktadır. Turizm endüstrisi, karşılıklı kabul, karşılıklı takdir ve karşılıklı hoşgörü için bir fırsat sağlamaktadır. Belirgin kültürel özellikler turistler tarafından yayılır ve bölgeler arası turizm işbirliği kültürel refahın geliştirilmesinde de önemli bir rol oynamaktadır.

“Bir Kuşak, Bir Yol” un temel stratejik kavramı, yeni bir bakış açısı ve turizm gelişiminin yeni odak noktasıdır. Bu stratejik konsept, İpek Yolu turizmine yurtiçinde ve yurtdışında yoğun ilgi uyandırdı ve ayrıca İpek Yolu boyunca turizm gelişimi için nadir bir tarihsel fırsat sağladı. Böylesine geniş bir stratejik altyapıya sahip olan Avrasya turizm endüstrisi, yeni fırsatlar ve zorluklarla başlamıştır ve Avrasya'da turizmin gelişmesine de önemli bir etki sağlamıştır. Bu nedenle, bu tez turizmin Avrasya'daki etkisini “Bir Kuşak, Bir Yol” bağlamında analiz edecektir.

“Bir Kuşak, Bir Yol” stratejisinin uygulanmasının Avrasya'daki turizm endüstrisi üzerindeki etkisi ne olacak?Bu tez, bu büyük sorunu çözerek bir dizi araştırma görevi yürütecek ve böylece “Bir Kuşak, Bir Yol” stratejisinin Avrasya'daki turizm üzerindeki etkisini ortaya çıkaracaktır.Çin Ekonomik Ağına göre, “Bir Kuşak, Bir

Yol” un çoğu, gelişmekte olan ekonomiler ve gelişmekte olan ülkelerdir 26 ülke ve bölgeden sonra toplam nüfus yaklaşık 4,4 milyardır. Bu nedenle, bu tez aşağıdaki birkaç temsili ülkeyi analiz edecektir:

1. Literatür analiz yöntemi: Çin ve diğer ülkelerden gelen çok sayıda resmi açıklama ve raporun incelenmesi, bu tezin konuyla ilgili araştırma konularını rapor etmek için genel medya ve evrimii medyayı kullanarak Avrasya turizm endüstrisi ve “Bir Kuşak, Bir Yol” için yurtiçi ve yurtdişındaki uzmanları ve alimleri toplamak Araştırma sonuçları ve son olarak bu belgelerin kapsamlı analizi, bu çalışmanın sonuçları.

2. rnek olay yöntemi: Her ülkenin sürümlerinin kapsamlı analizine ek olarak, “Bir Kuşak, Bir Yol” planı bazı önemli ülkelerin “Bir Kuşak, Bir Yol” sürümünün analizine odaklanacaktır.

3. Analitik Hiyerarşi Süreci: Avrasya'daki çeşitli ülkeler arasındaki ilişkilerin ortaya koyduğu bir dizi olgu görünüşte çelişkili ve karmaşıktır. Analitik hiyerarşi sürecini kullanarak, iki uluslararası turizm işbirliği düzeyinden ve iç turizm stratejisinden sistematik ve kapsamlı bir açıklama sağlayabilir.

Bu tez, Avrasya'daki turizmin gelişmesiyle ilgili önemli Çince, İngilizce ve Türkçe akademik makaleleri, araştırma monografaları, konferans raporları, uluslararası kuruluşların araştırma raporları vb. Scott'ın “Bir Kuşak, Bir Yol” stratejisi kullanılarak yazılmıştır.

Araştırmanın nemi. Araştırma çalışmasının bulguları, sonuçları ve nerileri seyahat acentaları, konaklama sağlayıcıları, bu alanda çalışan profesyoneller, öğrenciler, ustalar tarafından kullanılabilir.



## GİRİŞ

Birinci bölümde biz Çin'in tarihi, coğrafyası, ekonomisi, kültürü ve turizmini ele alacağız.

Çin tarihi çok derin ve bilgilendirici olup, en eski ve en görkemli medeniyetlerden birini temsil eder. Çin, Dört Eski Uygarlıktan biri olarak kabul edilir. Eski medeniyet, eski Hindistan ve Babil medeniyetleri kesintiye uğradı ya da yok oldu, uygarlığı binlerce yıl hayatta kalmak ve ilerlemek için yeterince güçlü ve ısrarcı. Çin, dünyanın en büyük ülkelerinden biri ve geniş bir bölgeye, geniş bir nüfusa ve karmaşık ve renkli bir doğal ve coğrafi ortama sahiptir. Çin ekonomisi, 1978'deki ekonomik reformların başlatılmasından bu yana giderek daha hızlı büyüdü. Çin resmi istatistikleri 1979'dan 1999'a kadar gerçek gayri safi yurtiçi hasıla (GSYİH) yıllık ortalama yüzde 9,7 oranında büyüdüğünü gösteriyor ve bu da Çin'i dünyanın en hızlı büyüyen ekonomisi yapıyor. Dünya Bankası'na göre, Çin'in hızlı gelişimi 200 milyon insanı aşırı yoksulluktan kurtardı. Çin kültürü, binlerce yıl öncesine dayanan, dünyanın en eski kültürlerinden biridir. Kültürün hüküm sürdüğü alan, Doğu Asya'da geniş bir coğrafi bölgeyi kapsıyor ve iller, şehirler ve hatta şehirler arasında çok çeşitli gelenek ve göreneklere sahip, son derece çeşitli ve değişken. Çin kültürünün sadece Japonya ve Kore Yarımadası üzerinde önemli bir etkisi olmadı, aynı zamanda Güneydoğu Asya, Güney Asya ülkeleri ve hatta Vietnam ve Singapur gibi Amerikalılar üzerinde derin bir etkisi oldu. 1978'deki reform ve açılıştan bu yana, Çin'in her kademesindeki hükümetlerin büyük ilgisiyle, turizm, Çin'in üçüncü sanayiinde en dinamik ve potansiyel gelişen endüstri haline geldi. Çoğu yerde, yerel ekonomik kalkınmayı yönlendiren bir direk endüstrisi, baskın bir endüstri veya pilot bir endüstri haline gelmiştir. Turizmin ülke ekonomisindeki durumu sürekli olarak konsolide edilmiş ve geliştirilmiştir. 30 yıllık gelişimden sonra, Çin Halk Cumhuriyeti'nin turizm endüstrisi, bugün Çin ekonomisinin büyük bir endüstrisi haline geldi. Çin Halk Cumhuriyeti, yeni geliştirilmiş bir turizm kentinin yanı sıra kültürel ve doğal atraksiyonlara sahiptir. Her yıl, anakara Çin'e seyahat etmek için 130 milyondan fazla

yabancı turist çekilir ve yerli turist sayısı 3,8 milyardır (<https://www.thepaper.cn>, erişim tarihi 15.09.2018).

İkinci bölümde, “Bir Kuşak, Bir Yol” stratejisi ile Çin ve dış turizm potansiyelini analiz edeceğiz.

Öncelikle “Bir Kuşak, Bir Yol” nedir ve “Bir Kuşak, Bir Yol” tarihi geçmişini açıklayacağız. Avrasya ülkelerinin “kara hakları teorisi” nedeniyle bazı deniz ülkeleri tarafından defalarca işgal edildiğinden, “Bir Kuşak, Bir Yol” stratejisi önerilmiştir. Ardından “Bir Kuşak, Bir Yol” bağlamında Çin ve dış turizmin potansiyelinden bahsettik. “Bir Kuşak, Bir Yol” stratejisi ortaya konduktan sonra, Çin’in turizm endüstrisi sınırsız bir potansiyele sahiptir. Ekonomi veya siyasi yada politika açısından olsun, Çin’in turizm endüstrisi büyük destek aldı. Şu anda Çin, güzergah boyunca yaklaşık 40 ülke ile "Bir Kuşak, Bir Yol" işbirliği anlaşması imzaladı. Kilit işbirliği alanlarından biri olan turizm, yerli turizm işletmeleri için benzeri görülmemiş fırsatlar getirecek. Şu anda, Çin'in gelen turizm pazarının gelişimi, giden turizm pazarının gelişiminden çok daha az hızlıdır. Benzer şekilde, “Bir Kuşak, Bir Yol” stratejisi ortaya konulduktan sonra dış turizm de artmaktadır. “Bir Kuşak, Bir Yol” boyunca ülkeler arasındaki turizm de sıkça görülmektedir. "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkelerin turizm kalitesi üçe katlandı. Vietnam, Birleşik Arap Emirlikleri, İtalya ve Mısır, turizm için en hızlı büyüyen destinasyonlar haline geldi. Kilit işbirliği alanlarından biri olan turizm, "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkelerdeki turizm işletmeleri için eş görülmemiş fırsatlar yarattı.

Üçüncü bölümde, "Bir Kuşak, Bir Yol" projesinin Avrasya Turizm Potansiyel Etkilerini inceleyeceğiz.

Turizm bölgeler arası, ülkeler arası ve uluslararasıdır. Küreselleşme arkaplanı altında, "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkeleri, zengin turizm kaynaklarını ve doğal coğrafi özelliklerini organik olarak bütünleştirmiş, ülkeler arasındaki değiş tokuşlar ve işbirlikleri güçlendirilmiş ve daha fazla ülke buna cevap vermiştir. Çin ile "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkeler arasındaki turizm işbirliği, saf pazar işbirliğinden derin element akışına ve markalar ile hizmetler arasındaki işbirliğine doğru kaymıştır. "Bir Kuşak, Bir Yol" turizmi sadece Çin'in

çeşitli bölgelerinde yüzlerce turist güzergahını değil, aynı zamanda dünyadaki birçok ülke ve bölgeyle de büyük bağlantıları vardır. "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülke ve bölgelerde turizmin gelişmesi yeni bir bakış açısına sahiptir.

Bugün, "Bir Kuşak, Bir Yol" stratejik kavramı, güzergah boyunca ülkeler ve bölgeler boyunca turizmin gelişmesi için nadir bir fırsat sunmaktadır. Zamanların fırsatları. Daha da önemlisi, "Bir Kuşak, Bir Yol" teklifi, Avrasya'daki turizm endüstrisi için hem bir fırsat hem de bir meydan okumadır.

Fırsat:

1. "Bir Kuşak, Bir Yol" stratejisinin uygulanması, Avrasya'da turizm ve ulaşım gibi altyapının inşasını teşvik etmeyi amaçlamaktadır;
2. Avrasya'daki ülkeler ve bölgeler arasındaki turizm işbirliğini daha da güçlendirmek;
3. Avrasya ülkeleri turizmi kolaylaştırmak için vizesiz veya vizeyi vize gibi tesisler sağlamıştır;
4. Turizm profesyonellerinin eğitimini arttırmak;
5. "Bir Kuşak, Bir Yol", dünyanın en elit turizm kaynaklarını yeni pazarlar oluşturmak için bir araya getirecek;
6. Diğer ülkelerden gelişmiş hizmet kavramlarını çizme.

Meydan okuma:

1. "Bir Kuşak, Bir Yol", Avrasya'da turizm rekabetini arttırdı;
2. "Bir Kuşak, Bir Yol", Avrasya'daki turizm gelişmesindeki dengesizliği azalttı;
3. Avrasya'da diğer faktörlerin turizme etkisi;
4. Nispeten zayıf ekonomik güce sahip bir ülke fırsatı yakalayabilir mi?

"Bir Kuşak, Bir Yol" stratejik konseptinin önerisi, "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkelerdeki turizm yatırımları ve turizm deneyimlerinde kaçınılmaz olarak bir patlamaya yol açacaktır. "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca seyahat etmek için daha fazla turist çekerken, turizm gelişiminin canlılığı kesinlikle artacaktır. Avrasya'da turizmin gelişimine elverişli. "Bir Kuşak, Bir Yol" un uygulanması ve ilgili politikaların uygulanması ile Çin ve Avrasya arasında turizmin işbirliği ve gelişmesine yeni fırsatlar ve zorluklar getirilmiştir. Bu nedenle,

Avrasya'daki herhangi bir ülke bu yeni fırsatı ele geçirmeli ve bu zorluğu yerine getirmelidir.  
Bu, Avrasya'da turizmin uzun vadeli gelişimi için önemli bir yoldur.



## BİRİNCİ BÖLÜM

### ÇİN'E GİRİŞ

Çin zamanın onuruna sahip büyük bir ülkedir. Eski zamanlardan beri, Çin'in ataları bu geniş toprakta emek verdi, yaşadı, çoğaldı ve muhteşem bir kültür yarattı. Dünyanın en eski uygarlıklarının dört beşğinden biri olarak, yaklaşık 4000 yıllık bir geçmişe sahiptir. Çin medeniyeti tarihi boyunca, tarım ve el sanatları, yüksek düzeyde gelişmişlikleriyle ünlenmiştir. Bu 4.000 yıl boyunca Çin, zengin bir kültürel miras ve kaliteli kültürel gelenekler veren pek çok büyük düşünür, mucit, devlet adamı, stratejist, mektup ve sanatçıyı besledi.

Çin, gelişmiş uygarlığa sahip, dünyanın en eski ülkelerinden biridir, ve insanlığın önemli doğum yerlerinden biridir. Kelimelerin gösterebileceği yaklaşık 4.000 yıllık bir tarih vardır. Uzun bir evrimden sonra, eski Çin tarihi şu aşamaları yaşadı: ilkel toplum (M.Ö 1.7 milyon yıl önce - 2070 M.Ö.), köle toplum (M.Ö. 2070 - M.Ö. 1046) ve feodal toplum. Geçmiş hanedanların yöneticileri, tarihi aşamada kendi başarıları ile farklı repertuarlar yaptılar ve isimlerini tarih sayfalarına geçirdiler. Bunların arasında, feodal toplum şu aşamalara ayrılabilir: Xia, Shang, Xi Zhou ve Chunqiu dönemlerinde, köle toplumunun gelişim sürecinin tamamını yaşadı. Zhanguo Dönemi'nden itibaren feodal toplum doğdu ve kuruldu ve Qin Hanedanlığı Çin tarihinde ilk merkezi ve birleşik feodal imparatorluğu kurdu. Sanguo, Liangjin Hanedanı ve Nanbei Hanedanı, feodal devlet bölünmesinin ve ulusal bütünleşmenin aşamalarıdır. Sui, Tang ve Wudai Hanedanı, feodal toplumun müreffeh aşamasıydı. Liao, Song, Xia, Jin ve Yuan, etnik bütünleşmenin daha da güçlendirildiği ve feodal ekonominin gelişmeye devam ettiği aşamalarıdır. Ming ve Qing hanedanları, birleşmiş çok etnik gruptan oluşan ülkenin konsolidasyonunun aşaması ve feodal sistemin kademeli olarak düşmesi ve sonunda birçok felaketin modern topluma girmeye başladılar.

Binlerce yıllık antik tarihte, Çin halkı, yılmaz inatçı iradesi ve keşfetme cesareti ile muhteşem bir tarihi resim çizmiştir. Dünya tarihinde son derece görkemli bir maddi

medeniyet ve manevi medeniyet yarattı. Çin Seddi, Büyük Kanal, Ming ve Qing Hanedanları Yasak Şehri ve çeşitli ele kültürel kalıntıların tümü cesur ve üstün yapım tekniklerini yansıtır. Aynı zamanda, ideoloji, kültür ve bilim ve teknoloji alanlarında sayısız seçkin rakamlar ürettiler, kıyaslanamaz ve geniş görüşlü bir başarı elde ettiler.

## 1.1 Tarihçe

Çin tarihi çok derin ve bilgilendirici. En eski ve en görkemli medeniyetlerden birini temsil eder. Çin, Dört Eski Uygarlıktan biri olarak kabul edilir. Eski medeniyet, eski Hindistan ve Babil medeniyetleri kesintiye uğradı ya da yok oldu, uygarlığı binlerce yıl hayatta kalmak ve ilerlemek için yeterince güçlü ve ısrarcı. Çin tarihi, Çin medeniyetinin doğuşundan günümüze Çin tarihini ifade eder. Çin'in uzun bir tarihi var. Huangdi kabilesinin Ji Xuanzhen (Gongsun Xuanyuan olarak da bilinir) döneminden bu yana yaklaşık 5.000 yıl geçti; Üç Egemen ve Beşİmparator'dan bu yana yaklaşık 4.600 yıl; Xia Hanedanlığı'ndan bu yana yaklaşık 4.100 yıl; Çin'den ilk kez Qin Hanedanlığının birleşik merkezileşmesi yaklaşık 2240 yıldır.

Pek çok politik değişiklikten ve hanedandaki değişimlerden sonra, Çin aynı zamanda ekonomi, kültür ve teknolojiye önem veren, dünyanın en güçlüülkesi olmuştur.

MÖ 2070 civarında, Çin'in en eski ülkesi olan Xia Hanedanı ortaya çıktı. Dong Zhou, verimlilik gelişimini ve sosyal değişimi terfi ettirdi. M.Ö. 221'de, İmparator Qin Shihuang, Çin tarihindeki ilk birleşik otoriter merkezîyetçilik imparatorluğunu kurdu — Qin Hanedanlığı ve DongHan Hanedanlığı, birleşme durumunu daha da sağlamlaştırdı ve geliştirdi. Sanguo, Liangjin ve Nanbei Hanedanları döneminde, Çin ayrılıkçılık halindeydi. Beş etnik grubun Çin'i rahatsız ettiği dönemde, Çin'deki yabancılaşma eğilimi yoğunlaştı ve birçok etnik grup ayrı rejimlerdeki çatışmalarda kademeli olarak toplandı. Sui ve Tang Hanedanları döneminde merkezi ve sınır bölgelerinde bulunan etnik gruplar daha yakın bağlandı ve ekonomi başarılıydı ve bilim ve teknoloji kültürü oldukça gelişti. Song ve Yuan Hanedanlığı sırasında çok kültürlülük çarpıştı ve birleştirdi, ekonomi ve bilim ve teknoloji

yeni zirvelere çıktı. Ming Hanedanlığı'nın iktidarında, sosyal ekonomi oldukça gelişti, Ming Hanedanlığı'nın sonlarında Jiangnan bölgesinde kapitalizmin ortaya çıktı.

19.yüzyılın ortalarında, Afyon Savaşı'ndan sonra Çin, yarı sömürgeci ve yarı feodal bir toplum olmaya başladı. 1911'de, 1911 Devrimi monarşiyi devirdi ve cumhuriyetçi rejimi kurdu. Yuan Shikai'nin ölümünden sonra, Çin kaotik bir savaş ağası ayrılıkçılığı dönemine girdi. Ulusal Devrim, Tarım Devrimi, Japon Saldırısına Karşı Direniş Savaşı ve Kurtuluş Savaşı'ndan sonra Çin Halk Cumhuriyeti 1949'da kuruldu. Aynı zamanda 1966'dan 1976'ya kadar Kültür Devrimi oldu. 1978'den sonra Çin, reform ve uygulama politikasını uygulamaya başladı. Çin'in ekonomisi hızla gelişti, 2011'de Çin, dünyanın en büyük ikinci ekonomisi olmak için Japonya'yı devraldı.

### **1.1.1 Eski Çağlar (Eski - AD 1840)**

Mevcut arkeolojik malzemelerden, 1 milyon ila 450,000 yıl önce, eski insanlar "Yuanmu insanlar", "Fener halkı", "Pekin halkı" Çin'in bu topraklarında yaşadılar. Uzun bir ilkel toplum döneminden sonra, MÖ 21. yüzyılda, Çin tarihinin ilk hanedanı olan Xia ortaya çıktı ve Çin toplumu köle toplumuna girmeye başladı. Xia Hanedanlığı'nın yükselişinin ardından Shang Hanedanı ve Dongzhou Hanedanı köleliği daha da geliştirdi. Bunu, köle toplumdaki feodal topluma geçiş dönemi olarak kabul edilen Chunqiu Zhan Devletler (yani Doğu Zhou Hanedanlığı) izlerdir.

M.Ö. 221'de, İmparator Qin Shihuang, Zhan Devletler Dönemi'ndeki toprakların ayrılması sona erdirdi ve Çin'in tarihinde ilk merkezi çok etnikli ülkesi olan Qin'i kurdu. O zamandan beri tarih değişti ve hanedanlar değişti, Han, Wei, Jin, Nanbeichao, Sui, Tang, Wudai, Song, Yuan, Ming ve Qing gibi hanedanları yaşadı. 1840 Afyon Savaşı'na kadar, Çin feodal bir toplumdandı.

Tablo 1.1 Çin Tarihi Dönem Özeti

Çin tarihi dönem özeti	
Hanedan	Başlangıç ve bitiş zamanı
Xia	MÖ 21. Yüzyıl'dan MÖ 16. Yüzyıl'a
Shang	MÖ 16. Yüzyıl'dan MÖ 11. Yüzyıl'a
Xizhou	MÖ 21. Yüzyıl'dan MÖ 770'a
Dongzhou	MÖ 770 - MÖ 221
Qin	MÖ 221 - MÖ 207
Xihan	MÖ 206 - AD 24
Donghan	AD 25 - AD 220
Sanguo	AD 220 - AD 265
Xijin	AD 265 - AD 316
Dongjin	AD 317 - AD 420
Nanbei Hanedanı	AD 420 - AD 589
Sui	AD 581 - AD 618
Tang	AD 618 - AD 907
Wudai	AD 907 - AD 960
Beisong	AD 960 - AD 1127
Nansong	AD 1127 - AD 1279
Yuan	AD 1271 - AD 1368
Ming	AD 1368 - AD 1644
Qing	AD 1644 - AD 1911

**Kaynak:** Çin Tarihi Kronolojisi

### 1.1.2 Modern (AD 1840-1919)

1840'daki Afyon Savaşı, Çin tarihinde bir dönüm noktasıydı. On yedinci ve on sekizinci yüzyıllarda, bazı büyük Avrupa ülkeleri emtia piyasalarını araştırdı ve sömürgeleri yağmaladı. Afyon ticaretini korumak için, İngiliz hükümeti 1840'da Çin'e karşı bir saldırganlık savaşı başlattı. Qing hükümeti nihayet İngiliz hükümeti ile "Nankin Antlaşması" nı imzaladı. O zamandan beri, Çin yavaş yavaş yarı sömürge ve yarı feodal bir toplum haline geldi.

1911'de, 1911 Devrimi Sun Yat-sen'in önderliğindeki burjuva-demokratik devrim, Qing Hanedanlığı'nın egemenliğini devirdi, Çin'de iki bin yıldan fazla süren monarşiyi sona erdirdi ve Çin Cumhuriyeti'nin geçici hükümetini kurdu.



### **1.1.3 Yeni Demokratik Devrim (AD 1919-1949)**

1919'da Çin, emperyalizm ve feodalizme karşı "4 Mayıs" hareketini başlattı. Bu harekette Çin proletaryası politik arenaya girmeye başladı. 1921'de Mao Zedong, Dong Biwu ve komünist grupların diğer temsilcileri ilk ulusal kongresini Şangay'da düzenledi ve Çin Komünist Partisi doğdu. Çin Komünist Partisi, Çin halkına dört aşamayı yönlendirdi: Kuzey Seferi (1924-1927), Tarım Devrim Savaşı (1927-1937), Japon Karşısı Savaş (1937-1945) ve Ulusal Kurtuluş Savaşı (1945-1949). Sonunda, 1949'da Chiang Kai-shek başkanlığındaki Kuomintang hükümetinin yönetimi devrildi ve yeni demokratik devrimin zaferi sağlandı.

### **1.1.4 Çin Halk Cumhuriyeti (AD 1949'dan günümüze)**

1 Ekim 1949'da Pekin'den 300.000 kişi kuruluş törenini yapmak için Tiananmen Meydanı'nda toplandı: Merkezi Halk Hükümeti başkanı Mao Zedong ciddiyetle ilan etti: Çin Halk Cumhuriyeti resmen kuruldu.

Çin Halk Cumhuriyeti'nin kurulmasından sonra, 1950'den 1952'ye kadar ulusal ekonomik iyileşme ve tarımın, el sanatlarının ve kapitalist sanayi ve ticaretin sosyalist dönüşümünün ardından 1953'ten 1956'ya kadar, üretim malzemelerinin ulusal ekonomideki kamu mülkiyetinin baskın yeri kuruldu ve yeni Demokrasinin sosyalizme geçişi. 1957-1966, Çin'de büyük ölçekli sosyalist bir inşaat dönemi idi. Son on yılda, ekonomik yapılarda ciddi hatalar olmasına rağmen, ulusal ekonominin genel durumu hala gelişmektedir. Mayıs 1966 ile Ekim 1976 arasında, "Kültür Devrimi" nin 10 yılı, ülke ve halk, Halk Cumhuriyeti'nin kuruluşundan bu yana en ciddi aksama ve kayıplara maruz kaldı.

Ekim 1976'da Çin Komünist Partisi, halkın geniş kitlelerinin Jiangqing karşı-devrimci grubunu parçalama desteğine dayandı, "Kültür Devrimi" nihayet sona erdi ve Çin yeni bir tarihsel gelişim dönemine girdi. 1978 sonunda Çin Komünist Partisi'nin On Birinci Merkez Komitesinin Üçüncü Genel Kurulunun ardından Çin, reform ve açılma politikasını uyguladı ve "Kültür Devrimi" ve önceki "Sol" hatalarını kapsamlı ve bilinçli bir şekilde düzeltti ve odağını ekonomik merkezli modernizasyona kaydırıldı. Yukarı doğru, yavaş yavaş Çin özelliklerine sahip sosyalist modernleşmeye giden bir yol kurdu.

## 1.2 Coğrafya

Çin, Asya'nın doğu kesiminde ve Pasifik Okyanusu'nun batı kıyısında yer almaktadır. Bölge geniş ve yaklaşık 9,6 milyon kilometrekare toplam alana sahiptir. Alan sadece Rusya ve Kanada'da ikinci, dünyada üçüncü sıradadır. Alan neredeyse tüm Avrupa alanına eşittir. Çin'in arazisi batıda yüksek, doğuda düşük ve bir merdiven içerisinde dağılmış durumdadır. Dağlar ve platolar çok geniştir. Doğu ile batı arasındaki mesafe yaklaşık 5.000 kilometredir ve ana karadaki kıyı şeridi 18.000 kilometreden fazladır. Sıcaklık ve yağış kombinasyonu çeşitlidir, çeşitli iklimler oluşturur.

Çin, dünyanın en büyük ülkelerinden biri ve geniş bir bölgeye, geniş bir nüfusa ve karmaşık ve renkli bir doğal ve coğrafi ortama sahiptir. 5.000 yıldan fazla bir süre önce, Çin ulusunun ataları bu toprakta çalıştılar, yaşadılar ve zenginleştiler, uzun yıllar boyunca çevreyi çevreleyen sürekli geliştirdiler, kullandılar ve dönüştürdüler.

Çin, dünyanın en büyük kıtası olan ve dünyanın en büyük okyanusu olan Pasifik Okyanusu'na bakan Asya-Avrupa kıtasının doğu yamacında yer almaktadır. Arazinin tamamı, batıdan doğuya doğru inen ve dünyanın en yüksek platosu olan Qinghai-Tibet Platosu üzerinde yoğunlaşmıştır ve Çin anakarasını geniş bir kıta sahanlığı ile Çin Okyanusu'nun okyanus havzalarına bağlamaktadır.

Amerika Birleşik Devletleri'nden biraz daha büyük bir ülke olan Çin'in çoğu tepelik veya dağlıktır. Doğuda Pasifik Okyanusu; güneyindeki kalın ormanlarda. Güneybatıdaki dağlar batıda, diğer dağlarla birleşen Himalayalar ve kuzeybatısındaki Taklamakan ve Gobi çölleriyle birleşir. Kuzeyde soğuk bozkırlar vardır. İç seyahat, çoğu batıdan doğuya uzanan nehir vadileri boyunca en kolay olanıdır; Bu vadiler nüfusun çoğunu elinde tutar. Aralarında kuzeye ve güneye yolculuk yapmak zordur, bu da onlarca yerel lehçe konuşan elliden fazla azınlık grubunun gelişimine katkıda bulunan sınırlı temasla sonuçlanır. Bu farklı nüfus ortak bir karaktere dayalı yazı dili tarafından bir arada tutulmuştur.

Bu fiziksel engellere rağmen, Çin fetih, din ve ticaret yoluyla dünyanın geri kalanıyla ilişkiler geliştirdi. Çin'de ilk olarak geliştirilen pek çok ürün ve teknoloji - ipek, porselen, barut, çay, kağıt ve tahta baskı - sınırlarının çok ötesindeki kültürler tarafından çokça arandı.

Buna karşılık Çin, budizm kaynaklarına erişimin yanı sıra egzotik ürünler, atlar ve yeşim de istedi. Aynı zamanda ticaret sırasında ülkeler arasındaki turizm sessizce gelişti.

Çin'in engin topraklarında, yalnızca görkemli yaylalar, uzun ve uzun dağlar, engin çöller, aynı zamanda geniş ve verimli havzalar, geniş ovalar ve alçak tepeler de var. Çeşitli bölgeler iç içedir, gerçekten muhteşem bir manzara !

### 1.3 Ekonomi

Çin Halk Cumhuriyeti'nin kuruluşunun ilk günlerinde planlı ekonomi modelini benimsemiş, 1970'lerin sonunda, Deng Xiaoping, reform ve açılışı önerdi, reform ve açılmadan sonra, ekonomik model, sosyalist piyasa ekonomisinin yönüne dönüştü ve Çin ekonomisi, hızlı bir gelişme aşamasına girebildi. 1980'lerde, Çin'in güneyinde bir dizi özel ekonomik bölge kuruldu ve Çin ekonomisini yönlendiren lider haline geldiler. 1980'lerden bu yana, Çin'in GSYİH'sı yıllık ortalama% 10 civarında bir büyüme göstererek onu en hızlı büyüyen ekonomilerden biri haline getirdi. 1992'de, Deng Xiaoping, reformu daha da derinleştirdi ve güney turundaki konuşmada açıldı. 21. yüzyıla girdikten sonra Çin ekonomisi istikrarlı ve hızlı büyümeyi sürdürmeye devam ediyor. Bunların arasında, 2001 yılında Dünya Ticaret Örgütüne katılmak, Çin'in ekonomik kalkınmasını teşvik etmede büyük rol oynadı (Downs ve Erica, 2011).

Çin hükümeti kişisel gelirlerin artmasını ve üretimi artırmak için yeni yönetim modellerini teşvik etmeyi sürekli olarak vurguladı. Hükümet aynı zamanda dış ticareti de ekonomik büyümeyi teşvik etmenin bir aracı olarak görüyor, bu nedenle son 20 yılda beş özel ekonomik bölge ve 2.000'den fazla ekonomik ve teknolojik gelişme bölgesi kurmuş, yabancı yatırımcıların çekmesi için daha rahat politikalar ve daha iyi bir yatırım ortamı sağlamıştır.

1978'den 2007'ye kadar, Çin'in GSYİH'sı 364.5 milyar yuan'dan yıllık ortalama% 9.8 artışla 24.95 trilyon yuan'a çıktı. 1978'den beri, Çin ankarasının kişi başına düşen GSYİH'si yaklaşık on kat arttı. Çin Ulusal İstatistik Bürosu'nun istatistiklerine göre, 2000'den 2006'ya kadar, Çin ankarasının gayri safi yurtiçi hasılası yıllık bazda% 8-11 arttı. Uluslararası döviz

kurunda, 2007'deki toplam GSYİH sadece ABD'de ikinci, dünya'da ikinci sırada yer aldı. 21. yüzyılda, yüksek uluslararası petrol fiyatları nedeniyle, 2008 yılında finansal tsunaminin etkisi ve anormal iklim gıda fiyatlarının dalgalanmasına neden oldu, Çin yerel enflasyonu yükseldi ve düştü. Bununla birlikte, 2012 yılına gelindiğinde, Çin'in ortalama enflasyon oranı% 3,1, Aralık'ın enflasyon oranı ise sadece% 2,5'ti. Oldukça istikrarlı bir devlete ait. 2012 yılında, Çin'in kişi başına düşen GSYİH'sı 6.094 ABD Doları (IMP değerlendirmesi ile ölçüldü), 185 ülkeden 84'ünü sıraladı. 2018'de, Çin'in GSYH'si bir önceki yıla göre% 6,6 artarak 900.309 milyar yuan (605.1 milyar ABD doları) olmuştur. Bunların arasında birinci sanayi (tarım) 6.5468 milyar yuan, katma değer% 7.9'unu, ikincil sanayi (sanayi ve inşaat endüstrisi) 334.623 milyar yuan, katma değer% 40.5'ini oluşturuyor ve üçüncü sanayi (hizmetler) 427.032 milyar yuan idi. Katma değer % 51.6 olmuştur (<https://www.fortunechina.com>, erişim tarihi: 27.12.2016). Uluslararası Para Fonu verilerine göre, Çin dünyanın en büyük ikinci ekonomisi, en büyük sanayi ülkesi, en büyük tarım ülkesi ve en büyük ikinci hizmet ülkesidir (Liyen Chen, 2014: 36). Çin en büyük üretici ülke ve dünyanın en büyük ticaret ülkesidir (en büyük ihracatçı ve en büyük ikinci ithalatçı).

Bununla birlikte, Çin'in ekonomik kalkınma bölgesi dengede değil, Doğu kıyı bölgelerinde bulunan Yangtze Nehri Deltası, Pearl River Deltası ve Pekin-Tianjin-Hebei bölgesi nispeten ekonomik olarak gelişmiş bölgelerdir, orta ve batı bölgeleri nispeten geriye ve Kuzeydoğu bölgesi de Reform ve açılıştan sonra, bir gelişme darboğazı ile karşılaştı. 1978 sonunda kırsal yoksulluk insidansı yaklaşık% 97,5, kırsal hane halkı nüfusu genel projeksiyon olarak kullanılmış, kırsal yoksulluk nüfusu 770 milyon, 2017 yılı sonunda kırsal yoksulluk oranı% 3,1, yoksulluk nüfusu 30,46 milyon olarak gerçekleşmiştir. Yoksul insan sayısı yılda yaklaşık 20 milyon azaldı.

#### **1.4 Kültür**

Her milletin kendine ait bir kültürü vardır ve her milletin kültürü, uzun vadeli tarihsel gelişiminde kendine özgü bir kültürel sisteme sahiptir. Bu kültürel sistem ayrıca normatif,

entelektüel, sanatsal, yapay ve manevi yönleri de içeren çeşitli unsurlar içerir (<https://baike.baidu.com>, erişim tarihi: 03.12.2018).

Çin kültürü, Çin uygarlığına dayanan ve çeşitli bölgelerin ve milletlerin kültürel öğelerini ülke genelinde tam olarak bütünleştiren bir kültürdür. Çin kültürünün uluslararası niteliklerinden farklı olarak, "Çin kültürü" (Çin Halk Cumhuriyeti kültürü) olarak adlandırılabilir. Çin medeniyetinden derinden etkilenen oryantal medeniyet sistemine "Çin kültürel çevrimi", özellikle sosyal politika, ekonomi ve bilim ve teknolojinin gelişim düzeyinin bir yansıması olan sosyal ideoloji denir. Paleolitik çağın icat edilmesinden Kang Youwei'nin reformuna, Liang Qichao'nun reformu ve Sun Yat-sen'in demokratik devrimi toplumun gelişmesi için itici güçtür.

Çin kültürünün sadece Japonya ve Kore Yarımadası üzerinde önemli bir etkisi olmadı, aynı zamanda Güneydoğu Asya, Güney Asya ülkeleri ve hatta Vietnam ve Singapur gibi Amerikalılar üzerinde derin bir etkisi oldu. Çin'in gelişmiş gemi inşa teknolojisi ve navigasyon teknolojisi ve pusula teknolojisi ilk olarak mavi uygarlık ve Pasifik Kıyıları kültürel çevresi (Li Er ve "Çin Su Taşımacılığı Tarihi") oluşumuna yol açan navigasyona uygulandı; Zheng He, Batı'ya yedi sefer daha derinleşti. Bu kültürün yayılması ve yayılması böylece dünyaca tanınan Doğu Asya kültür çemberini, Çin kültürünün merkezi olarak oluşturmuştur. Çin'in ulusal gücünün gücü ve uluslararası statüsünün gelişmesiyle birlikte, Asya ve Avrupa dahil olmak üzere, dünyadaki bazı ülkeler Çin kültürüne büyük saygı ve dikkat gösterdiler.

Çin geleneksel kültürü, ulusal medeniyet, gelenek ve ruh için genel bir terimdir. "Kültür" tanımı genellikle "hayırsever yardımseverlik, bilgelik bilgelik görür" dür. 1952'de Amerikan kültür bilimciler Kroeber ve Clarkson tarafından yayınlanan "Kültür: Kavramların ve Tanımların Eleştirisi" istatistiklerine göre, tüm dünyada alimler tarafından yapılan 170'ten fazla kültür tanımı bulunmaktadır. Etimolojiden, Batı'da, "kültür" kelimesi, başlangıçta çiftçilik, yetiştirme, eğitim, gelişim ve saygı anlamına gelen Latince "culture"den türemiştir. 1871'de İngiliz antropolog Edward Taylor "Orijinal Kültür" adlı kitabında kültür hakkında yazdı: "Bilgi, İnanç, Sanat, Ahlak, Hukuk, Alışkanlıklar, vb." Toplumun bir üyesi olarak edinilen tüm yetenekler, Kompozit alışkanlıkların tümüne toplu olarak kültür denir.

Çin'in geleneksel kültürü, Çin medeniyetinin evrimini yansıtan, ulusal özelliklerini ve tarzını yansıtan ulusal bir kültürdür. Ülke tarihindeki çeşitli ideolojik kültür ve konseptlerin genel temsilidir, Çin topraklarında yaşamaya atıfta bulunur. Çin ulusunun ve atalarının, Çin ulusunun gelecek nesiller için miras aldığı ve geliştirdiği kültür, kendine özgü bir ulusal karaktere, uzun bir tarihe, derin geleneklere sahiptir. Basitçe söylemek gerekirse, farklı kültürel biçimlerle ifade edilen çeşitli ulusal uygarlıklar, gelenekler ve ruhlar için genel bir terimdir.

Nesilden nesile geçti. Çin'in geleneksel kültürü, bazı kısa tarihsel dönemlerde kesintiye uğradı ve farklı tarihsel dönemlerde az veya çok değişti, ancak genel olarak kesintiye uğratılmadı ve genel olarak pek değişmedi.

Ulusal özellikler. Çin geleneksel kültürü Çin'e özgüdür ve dünyadaki diğer ulusal kültürlerden farklıdır.

Uzun bir geçmişi var. 5.000 yıllık tarih var.

Geniş ve derin. "Geniş", geleneksel Çin kültürünün genişliğini ifade eder - zengin ve renkli, "derin", geleneksel Çin kültürünün derinliğidir - anlaşılmaz.

## 1.5 Turizm

1978'deki reform ve açılıştan bu yana, Çin'in her kademesindeki hükümetlerin büyük ilgisiyle, turizm, Çin'in üçüncü sanayiinde en dinamik ve potansiyel gelişen endüstri haline geldi. Çoğu yerde, yerel ekonomik kalkınmayı yönlendiren bir direk endüstrisi, baskın bir endüstri veya pilot bir endüstri haline gelmiştir. Turizmin ülke ekonomisindeki durumu sürekli olarak konsolide edilmiş ve geliştirilmiştir.

30 yıllık gelişimden sonra, Çin Halk Cumhuriyeti'nin turizm endüstrisi, bugün Çin ekonomisinin büyük bir endüstrisi haline geldi (Xiaoan Wei, 2015:33). Çin Halk Cumhuriyeti, yeni geliştirilmiş bir turizm kentinin yanı sıra kültürel ve doğal atraksiyonlara sahiptir. Her yıl, anakara Çin'e seyahat etmek için 130 milyondan fazla yabancı turist çekilir ve yerli turist sayısı 3,8 milyardır.

## 1.5.1 Çin'in Turizm Gelişimi

### 1.5.1.1 Halk Cumhuriyeti'nin Kuruluşunun İlk Günleri

Çin Komünist Partisi'nin kurulmasından sonra, Çin Komünist Partisi Mao Zedong dönemine girdi, 1949-1974 yılları arasında Çinlilerin yurt dışına çıkma hakları neredeyse yok ve Çin'e giren yabancıların da kısıtlamaları var. 1970'lerin sonuna kadar iktidara geri dönen Deng Xiaoping, ekonomik olarak bir para kazanma aracı olarak turizmi kuvvetle teşvik etmeye karar verdi ve turizmi geliştirmeye başladı, inşaat projeleri artırmaya, tarih ve yeni konular yenilenmeye, dış dünyaya açılmaya, profesyonel tur rehberleri eğitime ve diğer hizmetler artmaya başladı. 1980'lerin ortalarında, Çin'de 250'den fazla şehir ve ilçe halka açıktı. Yolcular geçerli bir vize veya oturma iznine sahip oldukları sürece 100 yere erişebilirler, dil ortamının geri kalanı için gerekli olan seyahat belgeleri kamu güvenliği yetkilileri tarafından ele alınır.

Çin Halk Cumhuriyeti'nin kuruluşundan sonra, Çin'in uluslararası statüsünün ve uluslararası prestijinin sürekli gelişmesiyle birlikte, modern turizm büyük ilerleme kaydetmiştir. Dört döneme ayrılır: 1954'ten önce, o zamanlar turizm acenteleri esas olarak deniz aşırı Çinliler için akrabaları ziyaret etmek, arkadaşları ziyaret etmek, ziyaret etmek ve seyahat etmek için hizmet verdiler. 1954'te Çin Uluslararası Seyahat Servisi'nin kurulmasından sonra, Sovyetler Birliği ve Doğu Avrupa ülkelerinden kendi kendini finanse eden turistler almaya başladı. 1964 yılında Çin Seyahat ve Turizm İdaresi kuruldu, Çin'in turizm endüstrisi yeni bir tarihi aşamaya girdi ve Batı ülkelerinden gelen turistler her geçen yıl artmıştır. 1979'dan sonra Çin'in turizm endüstrisi büyük gelişme aşamasına girdi. Örneğin, 1984 yılında, ana kara Çin'deki toplam turist sayısı, geçtiğimiz yıl, 1978'e göre 6.1 kat artarak 12.85 milyona ulaştı, bunların arasında 1,134 milyon yabancı turist, 1978'den 3,9 kat artmış, turizmden elde edilen döviz kazancı 11 100 milyon ABD dolarından, 1978'den 1,4 kat fazla. 1985'te yaklaşık 1,4 milyon yabancı Çin'i ziyaret etti ve turizm sektörü yaklaşık 1,3 milyar dolar kazandı.

1996'dan 2002'ye kadar, Çin'in toplam turizm geliri, ardı ardına yedi yıl boyunca yıllık ortalama iki basamaklı bir oranla büyürken, aynı dönemde Çin'deki gayri safi yurtiçi hasıla

(GSYH) ortalama büyüme oranının üzerinde bir artış gösterdi. 2002 yılında Çin, dünyada beşinci sırada yer alan ve turist döviz geliri sayısının beşinci olduğu, 2003 yılında SARS'dan etkilenen, gecede ziyaretçi sayısı dünyadaki beşinci, turizmde döviz geliri dünyada yedinci sırada yer aldı. İç turizm, en hızlı büyüme ve en güçlü potansiyeli olan dünyanın en büyük turizm pazarıdır. Giden turizm aynı zamanda her yıl istikrarlı bir büyüme eğilimi göstermektedir.

### 1.5.1.2 Son Gelişmeler

2015 yılında Dünya Ekonomik Forumu Turizm Rekabet Edebilirlik Raporu, Çin'in bir önceki rapordaki 45. sıradan 17. sıraya yükseldiğini gösterdi. 2017 yılının sonunda Çin anakarasına giren turist sayısı 139 milyon, yabancılar için giriş pazarı ise bir önceki yıla göre% 3,6 oldu ve "Bir Kuşak, Bir Yol" kentinin etkinliği arttı. Nisan 2015 gibi erken bir tarihte, Çin, Japonya ve Güney Kore, Japonya'da bir turizm bakanı toplantısı düzenledi; bu, yabancı turist sayısının 2014 yılında 20 milyondan 2020'ye kadar 30 milyona çıkacağını öne sürdü. Üç Krallık dışından daha fazla turist çekmek için 2018'deki PyeongChang Kış Olimpiyatları ve 2020 Tokyo Olimpiyatları sırasında ortak olarak "Doğu Asya Turizm Vizesi" ni başlatacağız. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'ne göre, 2017 yılında Çinliler 258 milyar ABD doları harcayarak uluslararası turizm gelirinin% 20'sini oluştururken, 130,5 milyon Çinli yabancıülkelere seyahat etti. Son yıllarda Çin'deki durum ve politikalar turizm endüstrisinin gelişimini etkileyebilir. Çin-ABD ticaret savaşı sırasında, Çin hükümeti ve medya ABD tarafını tekrar tekrar eleştirdiler. 12 Ocak 2018'de, ABD'deki Çin Büyükelçiliği, ABD'yi ziyaret eden Çinli turistler için "Hatırlatma" başlıklı bir tez yayınladı: Pahalı tıbbi harcamalar, ateşler ve diğer ciddi vakalar yaygındır, müşterilerin arama hakkı, giriş ve güvenlik prosedürleri Çin'den daha karmaşıktır. 2004-2014 arasındaki Çin-Japon ilişkileri bir zamanlar gergindi ve Japonya'ya giren anakara Çinli turistlerde% 19'luk bir düşüşle sonuçlandı; Vietnam, Filipinler ve Çin, Güney Çin Denizi ile ilgili ihtilaflarda yer aldı. 2009'dan 2013'e kadar Vietnam'a ve Filipinler'e giren Çinli turistlerin sayısı% 65 ve%



33 artmıştır. Medyanın Çin politikasını ve Çinli turist sayısını bir tür "yeni ekonomik savaş silahı" olarak gördüğüne dair eleştiriler var.

### **1.5.2 Çin'in Turizm Endüstrisinin Özellikleri**

Turizm sadece ekonomik bir girişim değil, aynı zamanda Çin halkı ile dünya halkı arasındaki anlayışı ve dostluğu geliştiren bir köprüdür.

Turizmin gelişmesinde, Çin'in fiili durumundan başlayarak, farklı turistlerin ilgi alanlarına ve hobilerine göre, uygar, sağlıklı ve zengin turizm projeleri sunulmaktadır. Antik kanal seyahatleri, Çin mutfağı sanat değişimi, Çince öğrenme, Çin folklor turizmi ve Çin özelliklerine sahip diğer turizm türleri gibi.

Turistik otellerin, turistik yerlerin ve ziyaret yerlerinin yapımında, Çin ulusal tarzına ve özelliklerine dikkat etmeye çalışmaktadır.

Uluslararası turizmi geliştirirken, halkın artan ihtiyaçlarını karşılamak için yavaş yavaş iç turizmi geliştirmektedir.

### **1.5.3 Turizm Kaynakları**

#### **1.5.3.1 Doğal Sahne**

Çin'in doğal turizm kaynakları, ünlü dağlar ve güzel manzara açısından çok önemlidir. Wuyue Dağı (Dongyue Taishan, Xiyue Huashan, Beiyue Hengshan, Nanyue Hengshan, Zhongyue Lushan) gibi. Dört ünlü Budist dağ (Wutaishan, Jiuhuashan, Putuoshan, Emeishan) ve Huangshan, Lushan, Shilin ve benzeri güzel sahne. Guilin manzarası, Yangtze Nehri'nin Üç Geçidi, vb. Hangzhou Batı Gölü manzarası, Wuxi Taihu manzarası, Haiya Sanya'nın Tianya Haijiao, Yunnan'ın Dali, Lijiang, Xishuangbanna ve Tayvan'ın Riyue Lake gölleri ve dağları ünlü turistik yerlerdir (Tanmu ve Zhuwei, 2009: 68-70).

#### **1.5.3.2 Kültürel Konumlar**

Antik kültür ve sanatın hazineleri: Sekiz antik başkent (Xi'an, Luoyang, Anyang, Nankin, Kaifeng, Hangzhou, Pekin, Zhengzhou) ve onlarca tarihi ve kültürel şehir vardır. Çin Seddi,

Pekin-Hangzhou Büyük Kanalı, Pekin Yasak Şehir ve Kraliyet Mezarlığı, Xi'an Qin Shi Huang Terracotta Savaşçıları, Nanjing Ming Xiaoling'in Mozolesi, Sun Yat-sen Türbesi, Suzhou'nun bahçe mimarisi, Chengde'nin yazlık tesisi, Luoyang'ın Longmen Mağaraları, Dunhuang Mağaraları, vs. Onlar dünyaca ünlü.

Devrimci anıt sitesi: Ünlü devrimci anıt siteleri Yan'an, Zunyi ve Jinggangshan'ı içerir.

Etnik gelenekler ve yerel gelenekler: Çin'de farklı etnik gruplar ve farklı bölgeler, farklı stil ve özelliklere sahip gümrük ve halk geleneklerini oluşturmuştur. Han milletinin Bahar Şenliği, Fener Festivali ve Ejderha Tekne Festivali, Dai halkının Songkran Festivali, Moğol halkının Nadam toplantısı ve Yi halkının Meşalesi Festivali.

Çin'in ünlü modern mühendislik binaları, zengin ve renkli yerel ürünler, endüstriyel ürünler, büyümlü Çin tıbbı ve sağlık hizmetleri ve dünyaca ünlü Çin yemekleri, Çinli ve yabancı turistlere çok çekici gelmektedir.

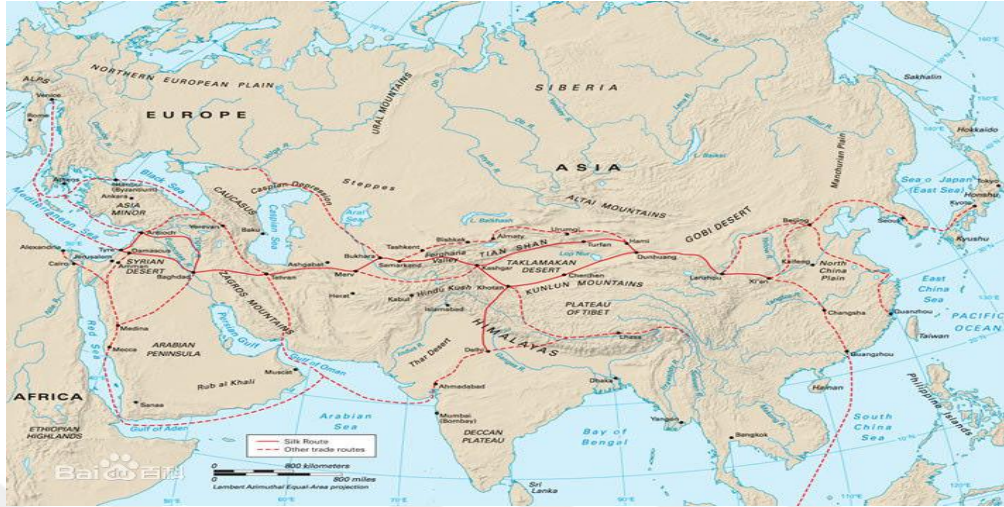
## İKİNCİ BÖLÜM

### “BİR KUŞAK, BİR YOL” BAĞLAMINDA ÇİN VE DIŞ TURİZMİN GELİŞME POTANSİYEL

#### 2.1 "Bir Kuşak, Bir Yol"

"Bir Kuşak, Bir Yol" (The Belt and Road, B&R kısaltılır) "İpek Yolu Ekonomik Kemerini" ve "21. Yüzyıl Deniz İpek Yolu" nun kısaltmasıdır. Eylül 2013'te Çin Devlet Başkanı Xi Jinping, "Yeni İpek Yolu Ekonomik Kemerini" ve "21. Yüzyıl Deniz İpek Yolu" için ortak bir girişim önerdi. Tamamen Çin'in ve ilgili ülkelerin mevcut çok taraflı iki mekanizmalarına ve mevcut ve etkili bölgesel işbirliği platformlarına dayanacaktır. Arazi hat boyunca merkez şehir tarafından desteklenir ve deniz önemli limanların hakimiyetindedir. "Bir Kuşak, Bir Yol" Girişimi, antik "İpek Yolu" nun tarihi sembollerini ödünç almayı, barışçıl kalkınma pankartını yüksek tutmayı, rota boyunca ülkelerle aktif olarak ekonomik ortaklıklar geliştirmeyi ve ortaklaşa bir topluluk, kader topluluğu ve siyasi karşılıklı güven, ekonomik entegrasyon ve kültürel katılım sorumluluğunu üstlenmeyi amaçlar. Toplam 65 ülke yer alıyor: Doğu Asya'da Moğolistan, ASEAN'da 10 ülke, Batı Asya'da 18 ülke, Güney Asya'da 8 ülke, Orta Asya'da 5 ülke, Bağımsız Devletler Topluluğu'nda 7 ülke ve Orta ve Doğu Avrupa'da 16 ülke (Christine R, 2017: 135-148).

## 2.1.1 “Bir Kuşak, Bir Yol” Antik Tarihi



### İpek Yolu (the Silk Road)

İpek Yolu, eskiden Çin'i Kıyıdaki İpek Yolu ve Deniz İpek Yolu da dahil olmak üzere Asya ve Avrupa'ya bağlayan ticari ticaret yollarını ifade etmektedir. M.Ö 138'de, Xihan Hanedanlığı'ndaki Zhang Qian, Han Hanedanlığı İmparatoru Wu tarafından Batı Bölgesi'ni göndermesi için gönderildi. Chang'an'dan (şimdi Xi'an) başlayarak, Çin'in Yumen Geçidi'nden, Dunhuang'dan ve Orta Asya, Batı Asya ve Güney Asya bölgelerinden geçerek Akdeniz'i birbirine bağladı. Zhang Qian'nin Batı Bölgesi'nin ortaya çıkışı, Çin ile Asya, Avrupa ve Afrika ülkeleri arasında bir ticaret kanalı açtı ve önemli ve kapsamlı bir öneme sahiptir. 1887'de Alman coğrafyacı Lichhoben, ilk olarak "Seidenstrassen", "İpek Yolu" olarak adlandırdı. 1910'da Alman tarihçi Almat Herman, İpek Yolu'nun anlamını Suriye'ye taşıdı ve İpek Yolu'nun akademik belgesini tamamladı. O zamandan beri, "İpek Yolu" adı akademik topluluk tarafından yaygın olarak kullanılmaktadır (Taşkın Deniz, 2016: 195-202).

İpek Yolu, antik Çin kaynaklı ve Asya, Afrika ve Avrupa ile bağlantılı eski bir kara merkezli ticari ticaret yoludur. Asıl rolü, antik Çin'de üretilen ipek, porselen ve diğer ürünleri taşımaktı ve daha sonra ekonomik, politik, kültürel ve diğer yönleriyle Doğu ile Batı arasında yapılan alışverişlerde ana yol oldu.

İpek Yolu, Avrasya kıtasını kapsayan ve 2.000 yıldan fazla insan ticareti ve kültürel alışverişi süren uluslararası bir kanaldır ve Asya ve Avrupa ülkeleri arasındaki ekonomik ve

sosyal gelişim ve kültürel alışverişlere büyük katkılar sağlamıştır. Eylül 2013'te Çin Devlet Başkanı Xi Jinping, İpek Yolu'nun sadece bir ulaşım ve lojistik kanalı değil, aynı zamanda vazgeçilmez bir kültürel kanal olduğunu belirterek "İpek Yolu Ekonomik Kemerini" inşaatının stratejik konseptini önerdi. Politika iletişimi, karayolu bağlantısı, sorunsuz ticaret, döviz dolaşımı ve sıradan insanlar gibi "İpek Yol Beş Bağlantıları" nı daha iyi anlamak için, İpek dokusuna dayanarak, Çin İpek Yolu Kültür Mirası Koridoru'nun turizm kaynaklarının taranmasını ve derin kazılarını güçlendirmelidir. Yol boyunca zengin kültürel kaynaklar, bölgedeki bölgeler ve etnik gruplar arasındaki kültürel alışverişi güçlendirmeye, farklı kültürlerin entegrasyonunu desteklemeye, mükemmel kültürün yayılmasını teşvik etmeye ve "İpek Yolu Yolculuğu" markasının tanınmasını ve itibarını arttırmaya devam etmektedir.

### **2.1.2 Turizm Endüstrisi**

Turizm genel olarak dünyadaki turizm endüstrisi olarak adlandırılır ve yerli ve yabancı araştırmacılar turizmi farklı açılardan tanımlamışlardır. Turizm tek bir sektör değil, çeşitli endüstriler tarafından inşa edilmiş bir endüstriyel grup olduğu için kavramı ve tanımı belirsizdir, akademik dünyada birleşik bir tanım yoktur. Bazı bilim adamları, turizmin temel olarak turizm kaynaklarını temel cazibe merkezi olarak nitelendirdiklerini ve turistlerin turizm hizmet faaliyetlerine katılmalarını cezbetmek ve onlara hizmet etmek için tüm yemek, konaklama, ulaşım, gezi ve alışveriş sürecinin bir koleksiyonu olduğunu öne sürmüşlerdir (Wang lili, 2014: 38-39).

Turizm, İpek Yolu Ekonomik Kemer inşasında lider bir sektördür. İpek Yolu Ekonomik Kuşağı'nın inşasının arka planı altında, İpek Yolu üzerindeki ülkeler ve iller aktif olarak uygulamayı teşvik etmiş ve bölgesel turizm geliştirme stratejileri önermiş ve ilgili politikalar, önlemler ve kurallar vermiştir. Bununla birlikte, İpek Yolu Ekonomik Kuşağında turizm gelişimine katılan çok sayıda ülke ve bölge nedeniyle, hat boyunca turizm inşası ve gelişimi için işbirliği mekanizması ciddi zorluklarla karşı karşıya kalmaktadır, bilimsel ve sistematik planlama yapmak ve aşamalar halinde uygulamak gereklidir.

### 2.1.3 "Bir Kuşak, Bir Yol" un Tarihsel Arka Planı

#### 2.1.3.1 "Bir Kuşak, Bir Yol" Unicom Avrasya

Avrasya kıtası, en büyük toprak alanına ve dünyadaki en büyük nüfusa sahip olan kıtadır. Binlerce yıldır insani gelişme tarihinde, Asya ve Avrupa ülkeleri çoğu zaman büyük ve hatta baskın bir rol oynamış, ekonomi ve kültür en gelişmiş ülkeler, uluslar ve milletler en sık değişim ve entegrasyonlara sahipler, dünya nüfusuna sahip birçok büyük ülke doğdu. Bilim, kültür ve teknolojik yenilik trendine öncülük etmiş ve insan toplumunun gelişimine büyük katkılar sağlamıştır. Antik İpek Yolu, Asya ve Avrupa'daki çeşitli etnik gruplar arasında dostça değişim ve ortak gelişme sürecinde önemli bir rol oynadı. İpek Yolu, yalnızca mal alışverişi için bir ticaret yolu değil, aynı zamanda ticarete giden bir yol ve kültürel başarıları yayan barış ve dostluğa giden bir yoldur.

Eski Çin tarihindeki iki gelişmenin "zirvesi" - Han ve Tang hanedanları, batının iç komşularıyla yakın siyasi ve kültürel değiş tokuşlar yaparak, sonra da Avrupa ile batıya doğrudan ekonomik bağlar kurdu. İpek Yolu üzerindeki ticarete ve borsalara dayanarak, Asya ve Avrupa'daki diğer ülkeler ve etnik gruplarla ortak ekonomik refah elde etmektedir. Örneğin, Xi Hanedanlığı'nda Zhang Qian, Batı Bölgesi'ni çıktı, Hexi Koridoru üzerinden Orta Asya'ya giderek bir dizi trafik hattı oluşturdu ve daha sonra Batı Asya ve Avrupa'ya uzandı ve o zamanlar Roma İmparatorluğu ile ticari bağlantılar kurdu. Çin'in iki güçlü hanedanının başkentlerinin İpek Yolu'nun başlangıç noktası Chang'an'da bulunduğunu belirtmek gerekir. Batı Bölgesi Dufu ve Anxi Dufu gibi kurumların kurulması, Çin'in yabancı kara taşımacılığının istikrarına ve pürüzsüzlüğüne büyük önem verdiğini ve kültürel olarak hoşgörü ve karşılıklı saygı anlayışını gösterdiğini göstermektedir.

Wudai Hanedan ve LiangSong Hanedanı döneminde, kuzey Çin'in göçebe halkları, sık sık savaflara, yerlerinden edilmiş insanlara yol açan ve ekonominin ciddi şekilde zarar görmesine neden olan çeşitli siyasi güçler kurdu, İpek Yolu'nun gelişimi de uzun bir süre düşüktü. Moğol İmparatorluğu'nun hızlı yükselişi ve Cengiz Han'ın batı'na fethi ile Doğu ile Batı arasındaki trafik ve kültürel bağlantılar yeniden kuruldu. Acımasız askeri fetih, Asya ve Avrupa ülkelerinin ekonomisinin ve biliminin ve teknolojisinin ilerlemesini geciktirmiş

olmasına rağmen, İpek Yolu bir kez daha gelişmiştir. Aynı zamanda Marco Polo'nun karşılıklı tanıma için benzeri görülmemiş bir kolaylık yaratır. Aynı kıtada yaşayan Asya ve Avrupa, Doğu ve Batı, eşit temaslar yoluyla birçok icat ve kreasyonu paylaşıyor. Örneğin, Çin'in kağıt yapımı, pusulası, barut ve baskısı, Batı Avrupa ülkelerinin ve sanayi devriminin sonraki aşkınlığı üzerinde doğrudan bir etkiye sahip oldu.

Kapsamlı kara taşımacılığı ile karşılaştırıldığında, Deniz İpek Yolu'nun gelişimi uzun bir tarihe sahiptir. Bununla birlikte, 10. yüzyıla kadar Song ve Yuan Hanedanları, Doğu Çin Denizi ve Güney Çin Denizi'nde iki büyük yol açan ve birçok kıyı Asya ve hatta Afrika ülkesi ile ticari bağlantılar kuran karşılaştırmalı bir refah dönemine girdiler. O zamanlar Çin, Quanzhou ve Guangzhou gibi dünya standartlarında limanlara ve ileri gemi yapım teknolojilerine sahipti ve Zheng He'nin Batı'ya Ming Hanedanlığı'nda yaptığı yolculuk bu temelde tamamlandı. Deniz İpek Yolu, dünya denizcilik endüstrisinin daha sonra yeniden canlanması ve Amerika kıtasının "keşfi" için Avrasya'nın ekonomik ve politik etkisini genişleten sağlam bir temel attı. O zamandan beri, deniz taşımacılığı yavaş yavaş kara taşımacılığının yerini aldı ve uluslararası emtia ticareti için en önemli ulaştırma modu haline geldi.

### **2.1.3.2 "Kalp Bölgesi" Karışık Bir Durumda**

Modern zamanlarda, yeni rotaların açılması ve Avrupa ile Amerikan deniz güçlerinin yükselmesi ve bin yıllara öncülük eden bazı Asya ülkelerinin gerilemesiyle birlikte, Avrasya kıtasının küresel düzendeki baskın konumu dalgalanmaya başladı ve İpek Yolu eski ihtişamını yavaş yavaş yitirdi. 19. yüzyılın ikinci yarısında, demiryolu inşaatının tamamen yayılmasıyla birlikte, kara taşımacılığının uygunluğu bir kez daha jeopolitik bilim adamlarının dikkatini çekti ve bazı büyük ülkeler lider konumlarını pekiştirmek için "Toprak Gücü" önemine önem vermeye başladı.

"Toprak Gücü" nin temsilcisi İngiliz coğrafyacı McKinde'dir. 20. yüzyılın başlarında, ünlü "Coğrafi Tarih Merkezi" nde dünya tarihinin gelişiminde coğrafi faktörlerin rolünü özetledi ve ilk olarak "kalp bölgesi" stratejik konseptini önerdi. Avrasya kıtasının bir "dünya

adası" olduğuna ve Orta Asya ve Doğu Avrupa da dahil olmak üzere hinterlandının "kalp bölgesi" olduğuna inanıyor, dünyaya hükmetmek için önce "kalp bölgesini" kontrol etmelidir. McKinder' in görüşüne göre, "Deniz Gücü" ülkesi belli avantajlara sahip olsa da, uzun vadede "Toprak Gücü"ülkesine daha zengin insan kaynakları ve maddi kaynakları nedeniyle baskın bir konuma sahip olacaktır. Bu nedenle, dünyanın ağırlık merkezinin bulunduğu Asya-Avrupa kıtasının, merkezi iç bölgesinin okyanustan uzak olduğunu ve "Deniz Gücü" ülkelerinin girmesinin kolay olmadığını ve kıta marjının genişlemesini sağlamak için temel olarak kullanılan en büyük doğal kale haline gelebileceğini öne sürdü. Buna göre McKinder, iç bölgeyi kontrol etme yeteneğinin çok önemli olduğunu iddia etti ve küresel stratejik düşüncesini üç cümleyle özetledi: Kim Doğu Avrupa'yı yönetiyorsa, kalbi kontrol ediyor. Kim yürekleri yönetiyorsa, dünya adasını da kontrol ediyor. Dünya adasını yöneten kişi dünyayı kontrol etmektedir.

Jeopolitik teori, coğrafi faktörlerin, bazı Avrupa güçlerinin kararlarını etkileyen uluslararası iktidar modelindeki değişikliklerde belirleyici bir rol oynadığını göstermektedir. Çarlık Rusyası ile stratejik bir avantaj için rekabet edebilmek için İngiltere, Afganistan'ı "kalp bölgesinde" üç kez işgal etti, ancak başarısızlıkla sonuçlandı. Çarlık Rusyası Kırım Savaşı'nda yenildi. Batı Asya ve Doğu Avrupa'daki büyük güçler arasındaki rekabet de ateşe girdi ve eşi benzeri görülmemiş bir jeopolitik "büyük oyun" oldu. Bunun özü, yeni ortaya çıkan kapitalist güçlerin, eski imparatorluğun dünya kaynakları üzerindeki tekeline kırması gerektiğidir ve rekabetin odağı tam da Avrasya kıtasının hinterlandıdır. İngiltere, Fransa, Almanya, Rusya ve diğer ülkeler sizin için yarıştı, Asya ve Avrupa' daki savaşıyla sonuçlandı ve ana savaş alanı olarak Avrupa'yla doğrudan birinci dünya savaşını başlattı, ancak kazanan parti hala geleneksel "Deniz Gücü" ülkesidir.

Aslında, Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri'ndeki jeopolitik "deniz gücünün" önemini göz ardı etmedi. Bunun en temsilcisi Amerikan askeri teorisyeni Ma Han. "Deniz Gücü Teorisi", deniz gücünün kazanılmasının dünyaya egemen olma öncülü olduğunu vurgulamaktadır. Ma Han'ın "1660-1783 Tarihinde Deniz Gücünün Etkisi" nin 1890- 1905 yılları arasında tamamladığı üç eser arasında, deniz egemenliği mücadelesinin ülke ve



dünyanın kaderini kontrol etmede belirleyici bir rol oynayacağı öne sürüldü. Ma Han, "deniz gücü" kavramını netleştirdi ve "deniz gücünün" yalnızca bir ülkenin okyanusu kullanma ve okyanusu kontrol etme kabiliyetini değil, aynı zamanda ülkenin ve milletin gerçekten de güçlü olup olmayacağını belirlediğine inandı. Aynı zamanda Ma Han, "kara gücünün" önemini inkar etmiyor, "deniz gücü" ve "kara gücünün" karşılıklı olarak kısıtlı ve birbirine bağımlı olduğuna inanıyor ve denizin genişlemesi için denize güvenmenin anlamına büyük önem veriyordur.

### 2.1.3.3 Avrasya'nın Kalbinin parçalanması

20. yüzyılın ilk yarısı boyunca Avrasya kıtası büyük ülkelerin farklı jeopolitik stratejileri uygulamaları için trajik bir test alanı haline geldi. Avrupa, Asya'nın engin bölgesi ya da Pasifik Okyanusu ve Atlantik Okyanusu olsun, dünya savaşının ateşleri tarafından yutuldu. Hitler'in faşist Almanya'sı "yaşam alanını" genişletmek için Avrasya kıtasının en geniş coğrafi bölgesini işgal etmeye çalışıyor. Avrupa'nın çoğunu kattıktan sonra Sovyetler Birliği'ne girdi. Aynı zamanda Batı Asya ve hatta Orta Asya'yı kontrol etmeye ve dünyanın "hegemonyası" haline gelmeye çalışıyor. Asya müttefiki Japonya, Sovyetler Birliği'ne yapılan "deneme" saldırısına ağır bir darbe uyguladıktan sonra, "Kuzey girmeyi" i bıraktı ve "Güney gitmeyi" i seçti ve Amerika Birleşik Devletleri ile Pasifik'te şiddetli bir savaş başlattı.

Soğuk Savaş sırasında, ABD ve Sovyetler Birliği'nin iki süper gücü, 40 yıldan uzun süren kapsamlı bir çatışma gerçekleştirdi ve iki NATO ve Huayo askeri grubu kurdu. İkinci Dünya Savaşının ana savaş alanı olarak ve galiplerden biri olan Sovyetler Birliği, başarıyla Orta Asya ve Doğu Avrupa'yı kontrol etti. 1970'lerin sonunda, ordu Afganistan'ı işgal etti ve Avrasya kıtasının "kalp bölgesini" tamamen ele geçirmiş gibiydi. Ancak, Sovyetler Birliği, ülkenin kalkınmasının yönünü kavramada başarısız oldu ve nihayet cesedi anlama derinliklerine daldı. Asya ve Avrupa'nın iç kesimlerinde yer alan Batı ve Doğu Avrupa ülkeleri, iki kutup arasındaki çatışmadaki "sınırları" nedeniyle yalnızca güvenlik için ciddi tehditlerle karşı karşıya kalmamaktadır, aynı zamanda ekonomi farklı sistemlere dahil olmak zorunda kalmaktadır ve bağımsız bir açılma, işbirliği ve değiş tokuş yapmak mümkün

değildir. Batılı alimlerin gözünde hilal şeklinde bir "kırık kemer" oldu. Amerika Birleşik Devletleri'nin deniz gücünün tek süper güç haline gelmesi, Avrasya kıtasının ihtişamının sona ermesinin ve "toprak hakları teorisi" teorisinin yaygın olarak sorgulandığını doğrulamaktadır.

Ancak, kesinlikle farklı görüşler ortaya koyan uluslararası meselelerdeki Amerikan uzmanları. ABD Başkanının Ulusal Güvenlik Asistanı olarak görev yapan Brzezinski, "The Big Chess" adlı kitabında Avrasya kıtasının iç bölgelerini kontrol etmeyi çok seviyor çünkü ABD'nin stratejik çıkarlarına dayanıyor ve Rusya'yı kasten caydırıyor. Stratejisi için jeopolitik "destek" olarak Doğu Avrupa'daki Ukrayna ve Orta Asya'daki Özbekistan'ı kullandı. Bunu bir başlangıç noktası olarak kabul eden ABD ve diğer Batı ülkeleri, Asya-Avrupa bölgesindeki siyasi, ekonomik ve hatta askeri sızmalara aktif olarak katıldılar ve Gürcistan, Ukrayna, Kırgızistan ve diğer ülkelerdeki "renk devrimini" desteklediler ve Batı'ya düşen daha fazla politik güç için çalıştılar. 2001 yılında Amerika Birleşik Devletleri Afganistan'daki teröre karşı savaşını on yıldan daha uzun süre başlattı ve "kalp bölgesindeki" jeopolitik etkiyi güçlendirdi ve Rusya, Çin ve İran gibi "stratejik rakiplere" karşı bir engel oluşturabilir.

Uzun zamandır, Avrasya kıtasının iç kesimlerindeki ABD ile Sovyetler Birliği, ABD ve Rusya arasındaki şiddetli oyun sadece bölge ülkelerinde siyasi istikrarsızlığa yol açmamış, aynı zamanda sık sık güvenlik noktaları haline gelmiş ve tüm kıtanın jeopolitik durumu artmıştır. Özellikle "kalp bölgesinde". Aslen "büyük bir ailede" yaşayan genç ulus-devletler, tarihsel şikayetler ve gerçek çelişkilerin yanı sıra ekonomik ve askeri güçlerin yanı sıra birbirlerinden yavaş yavaş uzaklaşıyorlardı, hatta siyasi ve hatta askeri çatışmalar bile vardı. Avrasya kıtası, büyük ülkelerin "kaygıları" nedeniyle gelişme fırsatı bulamadı, onun yerine daha fazla farklılık ve anlaşmazlık vardı. İç bölgelerdeki ülkeler daha fazla zorlukla karşı karşıya kalıyorlar ve ulaştırma ve sermayenin darboğazları uzun süredir uluslararası rekabette aşğılık konumlara yol açtı.

#### 2.1.3.4 "Bir Kuşak, Bir Yol" Jeopolitiği Aşıyor

Bu çerçevede, ekonomik ve kültürel farklılıklar, etnik ve dini çatışmalar, Avrasya kıtasındaki ülkeler arasında daha yakın işbirliğini engellemiştir. Özellikle, Orta Asya ve Doğu Avrupa, jeopolitik çevrenin kısıtlamaları nedeniyle, çoğu denize erişememektedir ve ekonomik yeniden yapılanmaları ve uluslararası ekonomiyle bütünleşme süreci çok zordur ve ekonominin anakaradaki çömelmesi "haline gelmiştir. 1997'de Asya finansal krizi ve 2008 küresel finansal krizi, bu ülkeler "en zorlu darbeye" aitti, hatta bazı ülkeler jeopolitik mücadelelerin girdabına bile girmiş, çıkmazdan büyük ülke oyununun kurbanı oldu.

İşbirliği ikilemini çözmek için, zengin tarihi ve kültürel mirasın mirasına dayalı yeni bir işbirliği kavramı oluşturmak ve Asya ve Avrupa'nın Doğu ve Batı taraflarının ekonomik ve ticari bağları yeniden kazanabilmesi ve iyi niyetli etkileşim kurabilmesi için yeni bir işbirliği yöntemi keşfetmek gereklidir. Bu vizyonu gerçekten gerçekleştirmek için, Orta Asya ve Doğu Avrupa'nın "kalp bölgesi" katılmalı ve özel bir rol oynayabilir. 1990'lı yılların başlarında, Çin ve Orta Asya ülkelerinin kapsamlı bir ilişki geliştirdiği ilk zamanlarda, İpek Yolu'nu canlandırmayı, Asya ve Avrupa ülkeleri arasında daha yumuşak trafik bağlantıları kurmayı ve bölgedeki kapsamlı işbirliği ile uzun vadeli istikrar ve refahı teşvik etmeyi teklif ettiler. Bu bağlamda, Orta Asya'daki yeni Asya-Avrupa Kıta Köprüsü resmi olarak açılmış ve uluslararası karayolu taşımacılığı kolaylaştırma süreci başlatılmış, Orta Asya bir kez daha Avrasya'da kara taşımacılığı için bir merkez ve köprü haline gelmiştir. Yeni yüzyıla girdikten sonra, Çin, Rusya ve Orta Asya ülkeleri ortaklaşa "Şangay İşbirliği Teşkilatı" adlı yeni bir bölgesel mekanizma oluşturdular (Fredholm ve Michael,2013: 38-60). "Şangay Ruhunu" tarafından temsil edilen yeni işbirliği kavramını ve ilkesini savunmak, karşılıklı güven, karşılıklı yarar, eşitlik, danışma, çeşitli uygarlıklara saygı göstermek, ortak gelişme arayışı içinde olmak ve yeni bir bölgesel ekonomik ve güvenlik işbirliği modeli oluşturmaktadır.

Asya-Avrupa kıtasının ekonomi ve kültürün kapsamlı bir canlandırılmasına doğru ilerlemesi için, bazı temel önkoşullar gereklidir: ilk olarak, siyasi karşılıklı güven ve anlaşmazlıkların barışçıl çözümü. İkincisi, ekonomik açıklık, karşılıklı değişim ve ortak gelişime ulaşmak için karşılıklı yarar sağlayan işbirliğidir. Üçüncüsü, kültürel karşılıklı saygı,

eşit birliktelik ve beşeri bilimleri borsalarının genişlemesidir. Dördüncüsü, güvenliğin karşılıklı bağımlılığı, yeni bir işbirliği kavramı oluşturulması ve ortak tehdit ve zorluklara birlikte cevap vermektir (Rolland ve Nadege, 2017). Çin'de "Bir Kuşak, Bir Yol" girişiminin başlatılmasından sonra, Asya ve Avrupa ülkeleri genel gençleştirme için yeni bir fırsat başlattı. Çin, geleneksel jeopolitik düşünceyi tamamen terk etti ve paylaşılan, inşa edilen ve paylaşılan bir işbirliği şeklini savundu. Çinli liderler tarihte İpek Yolu üzerinden çok etnikli, çok yarışlı, çok dinli ve çok kültürlü değişimlerin sağlandığını, uzun süreli değişimler sürecinde "dayanışma, karşılıklı güven, eşitlik ve karşılıklı yarar, hoşgörü ve karşılıklı öğrenme, işbirliği ve karşılıklı yarar, farklılıkların oluştuğunu belirtti. Farklı inançlara ve farklı kültürel geçmişlere sahip ülkeler barış ve ortak gelişme ruhunu paylaşabilir. Avrasya kıtasının doğu kesiminde, güney ülkeleri de hızlı bir ekonomik büyüme dönemine girmişlerdir. "Kalp bölgesi" olarak bilinen Orta Asya ve Doğu Avrupa, Çin gibi gelişmekte olan ekonomilerin hızla büyümek için "Bir Kuşak, Bir Yol" u kullanabilir.

"İpek Yolu Ekonomik Kemer" ve "21. Yüzyıl Deniz İpek Yolu" inşaatı da coğrafi faktörlerin özel rolüne önem vermektedir. Asya ve Avrupa'nın iç kesimlerdeki ülkelerin ve bölgelerin ekonomik canlılığının artırılacağı ve coğrafi avantajların en üst düzeye çıkarılacağı ümit edilmektedir. Geleneksel modelden farklı olarak, "Bir Kuşak, Bir Yol" jeo-ekonomik işbirliğine odaklanır ve jeopolitik farklılıkları aşmayı ve jeopolitik çatışmaya karşı çıkmayı savunur. Bölgesel işbirliğinin açık ve şeffaf olduğunu ve üçüncü tarafları hedef almadığını savunuyor. Tüm ülkeler birlikte katılıyor, risk paylaşımı, fayda paylaşımı ve çok konulu, çok düzeyli, çok alanlı bir işbirliği platformu ve kara ve deniz inşa ediyorlar. "Bir Kuşak, Bir Yol" inşaatının sorunsuz ilerlemesiyle birlikte, Asya ve Avrupa'daki çeşitli ülkeler ve bölgesel kuruluşlar arasında daha yakın ve eşit işbirliği yapılacaktır. Avrasya kıtasının dünya sahnesinin merkezine döndürülmesinin temelini oluşturan bir kader topluluğu, çıkarlar topluluğu ve sorumluluk topluluğu oluşturmak (<http://column.cankaoxiaoxi.com>, 04.05.2018). (Yazar, Çin Sosyal Bilimler Akademisi Şangay İşbirliği Teşkilatı Araştırma Merkezi Genel Sekreteridir).

Eylül 2013'te, Kazakistan'ı ziyareti sırasında, Cumhurbaşkanı Xi Jinping "İpek Yolu Ekonomik Kuşağı" nı ortak olarak inşa etme girişimini önerdi. O zamandan beri, Çin ve Avrasya bölgesindeki 12 ülke, "Dünyada En İyisi Olmaya Cesaret" iddiasıyla "Bir Kuşak, Bir Yol" in yapımını teşvik etmek için elele katıldı. Huzurlu ve işbirliğine açık, açık ve kapsayıcı, karşılıklı öğrenme ve karşılıklı öğrenme, karşılıklı yarar ve kazan-kazan olan İpek Yolu'nun ruhuna rehberlik eder. Bir kader topluluğu ve çıkarlar topluluğu inşa etme hedefi ile ortak refah ve gelişme arayışı yapacağız ve Avrasya bölgesini "Bir Kuşak, Bir Yol" dan batıya uzanan "en iyi ilk bölge" yapacaktır.

"Bir Kuşak, Bir Yol" un yapımı başlangıçta Avrasya bölgesinde tamamlandı ve Çin ile Avrasya bölgesi arasındaki antik İpek Yolu'nu canlandırmanın ortak hayali gerçek oldu. Çin ve Avrupa ve Asya'daki ülkeler "Bir Kuşak, Bir Yol" işbirliğinin ortak inşası konusunda fikir birliğine vardılar. Rusya ve Çin, "Çin Halk Cumhuriyeti ve Rusya Federasyonu ile İpek Yolu Ekonomik Kemer İnşası ve Avrasya Ekonomik Birliği İnşası Ortak Bildirimi" imzaladı ve dışişleri bakan yardımcılığı için bir koordinasyon mekanizması kurdu. Çin ve beş Orta Asya ülkesinin ikili siyasi belgelerinin hepsi "Bir Kemer, Bir Yol" içeriğini içeriyor. Güney Kafkasya ve Doğu Avrupa, Ukrayna, Belarus ve Moldova, ülkelerinin kalkınma stratejisini ve "Bir Kuşak, Bir Yol" in yapımını aktif olarak teşvik etti. Avrasya bölgesindeki ülkelerin egemen olduğu Şangay İşbirliği Teşkilatı, "Bir Kuşak, Bir Yol" inşaatı konusunda büyük bir fikir birliğine sahiptir. Son yıllarda, devlet başkanları ve başbakanlık zirvesinin sonuç belgeleri "İpek Yolu Ekonomik Kemeri" nin yapımını açıkça destekledi. Avrasya bölgesinde "Bir Kuşak, Bir Yol" girişiminin yaygın bir şekilde karşılandığı ve desteklendiği söylenebilir, Çin'in "ortak sanayi, ortak inşaat, paylaşım" ve kazan-kazan işbirliği için savunduğu ilke ve kavramlar Avrasya bölgesinde derinlemesine dayandırılmıştır.

En başından beri, Çin Avrasya bölgesini "Bir Kuşak, Bir Yol" u inşa etmek için önemli bir işbirliği alanı ve ortağı olarak görüyordu. "Bir Kuşak, Bir Yol" yapımı yalnızca kâğıt üzerinde durmakla kalmaz, aynı zamanda Avrupa ve Asya halkına somut faydalar ve faydalar getiren çok sayıda erken hasat ve geniş kapsama alanına sahiptir ve tüm ülkelerin insanların hayatlarını sessizce değiştirmeye başlamıştır. Finans sektöründe, Çin ve Avrasya bölgesi yeni

imzalanmış veya yenilenmiş döviz takas anlaşmaları imzalamıştır. Arabağlantı alanında, Çin ve Rusya, Gürcistan, Belarus ve diğer ülkeler çok sayıda uluslararası rota eklemiştir. Belarus, Ukrayna, Azerbaycan ve Ermenistan gibi ülkeler, Çin vatandaşları için yeni vize kolaylaştırma önlemleri uyguladı. Kapasite işbirliği alanında, Çin ve Rusya arasında büyük ölçekli projelerde işbirliği istikrarlı bir şekilde ilerlemiş, Çin, Rusya'daki Yamal LNG projesine aktif olarak katılmış ve Kuzey Kutbu'ndan doğal gaz ithal etmeyi mümkün kılmıştır. Beşeri bilimler alanında Çin-Rusya Medya Değişim Yılı başarıyla gerçekleştirildi, Çin Komünist Partisi Altıncı Kongresi'nin kalıcı sergi salonu Moskova'da tamamlandı, "Kırmızı Turizm" temasını içeren Çin vatandaşları Rusya'da giderek daha popüler hale geldi. Çin ve Kazakistan, Kazakistan'a seyahat etmek üzere Çin turizm ekibini resmen başlattı (Dinara Bekbauova, 2017: 177-192). Avrupa ile Asya arasındaki benimle olan kültürel alışveriş faaliyetleri genişledi ve Çin'in kültürel performansları Avrupa ve Asya'daki ulusal izleyiciler tarafından coşkuyla karşılandı.

#### **2.1.3.5 "Bir Kuşak, Bir Yol" Turizmi Hızla Yükseliyor**

İpek Yolu Turizm Bakanları Toplantısı ve 7. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü İpek Yolu Turizm Uluslararası Konferansı Shaanxi, Xi'an'da yapıldı. Toplantı sırasında, İpek Yolu üzerindeki Turizm Bakanları, İpek Yolu turizm pazarının entegrasyonunu teşvik etme konusunda bir fikir birliğine vardılar ve İpek Yolu Turizm Bakanları Konferansı Xi'an Girişimi'ni yayınladılar. İpek Yolu üzerindeki ülkelerin sınır ötesi uçuşların artmasını teşvik edeceğini, sınır ötesi demiryolu ve karayolu kaynaklarını tam olarak kullanacaklarını, ülkeler arasındaki turizm ve ulaşım koşullarını iyileştireceklerini, daha uygun vize politikalarının uygulanmasını teşvik edeceklerini, gümrükleme işlemlerini basitleştireceklerini ve turizm kolaylaştırma seviyesini sürekli iyileştireceklerini söylediler.

Günümüzde turizm, çeşitli ülkelerde ekonomik büyüme için önemli bir itici güç haline gelmiştir. 2014'te Çin ve İpek Yolu ülkeleri arasında 25 milyondan fazla iki yönlü turizm alışverişi vardı. Takip eden beş yılda "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca olan ülkeler 150 milyon Çinli turisti ağırladı ve turizm tüketimi 200 milyar ABD dolarını aştı, aynı zamanda Çin'den

yola çıkararak ülkelerden 85 milyon turist çekerek turizm tüketimini 110 milyar ABD dolarına çıkardı.

Çin Ulusal Turizm İdaresi müdürü Li Jinzao, dünya genelinin yarısını oluşturan yaklaşık 500 dünya kültürel ve doğal mirasının İpek Yolu ülkelerine dağıtıldığını söyledi. İpek Yolu üzerindeki turizm potansiyeli çok büyük ve potansiyeller oldukça geniş. Dünya Turizm Örgütü Genel Sekreteri Taleb Rifayi, İpek Yolu üzerindeki ülkelerin "Tek Kemer, Bir Yol" kavramına dikkat etmeleri, birbirleriyle işbirliği yapmaları, yenilik yapmaları ve gelişmeleri ve turizmin gelişmesinden faydalanmalarını umuyor.

Aynı zamanda, İpek Yolu'ndaki ülkeler, ülke genelindeki bir turizm merkezi olarak ülke çapında tanıtım yapacak ve bölge dışından daha fazla turistini ülke çapında seyahat etmesini sağlayacak olan bir "İpek Yolu" turizm markası oluşturmak için elleriyle bir araya geldi.

"İpek Yolu" turizm projesi bir kişi, bir ünite veya bir ülke tarafından tamamlanamaz, çeşitli hükümetlerin turizm departmanları, turizmin gelişmesiyle ortak başa çıkmak için etkin ve pragmatik bir turizm işbirliği mekanizması oluşturmalıdır. Ürdün'ün Turizm ve Miras Bakanı Naiif Fayezi, İpek Yolu üzerindeki ülkelerin İpek Yolu projesinde diğer ülkelerin farkındalığını arttırmak için turizm ürünlerinin tanıtımında birleşik bir marka ve logo oluşturmaları gerektiğini söyledi. Aynı zamanda, uzmanlar İpek Yolu üzerindeki ülkelerin İpek Yolu üzerindeki turizm ürünlerinin gelişimini artırması, "tek yönlü çok istasyonlu" turizm ürünleri yaratması, ürün arzını zenginleştirmesi ve bölgesel turizm ürünlerinin çekiciliğini sürekli iyileştirmesi gerektiğini öne sürdü.

14 Mayıs 2018'de Pekin'de "Bir Kuşak, Bir Yol" Uluslararası İşbirliği Zirvesi düzenlendi, "Bir Kuşak, Bir Yol" Girişimi girişiminin ardından en yüksek profilli forum etkinliği. Dünyadaki en dinamik ve potansiyel altın turizm rotası olan İpek Yolu, 60'tan fazla ülke ve 4,4 milyar insanı kapsamaktadır ve toplam uluslararası turizm miktarı dünyanın% 70'inden fazlasını oluşturmaktadır. Ağır tarihi kültür, zengin insan manzarası ve doğal manzara coğrafi konumdaki açık iletişim avantajlarına sahiptir ... Bu faktörlerin varlığı, büyük ölçüde ülke genelinde turizmin refahı ve gelişmesinin temelini atmıştır.

"Bir Kuşak, Bir Yol" stratejisinin sürekli ilerlemesiyle birlikte, güzergah boyunca ülkelerin turizm kaynakları da yer değiştirecek veya harekete geçirilecektir. Yakın gelecekte, "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkelerin turizm endüstrisinin yeni bir büyüme ve gelişme turuna gireceği düşünülmektedir.

## 2.2 Çin'in Turizm Potansiyeli

Şu anda Çin, güzergah boyunca yaklaşık 40 ülke ile "Bir Kuşak, Bir Yol" işbirliği anlaşması imzaladı. Kilit işbirliği alanlarından biri olan turizm, yerli turizm işletmeleri için benzeri görülmemiş fırsatlar getirecek.

2018, "Bir Kuşak, Bir Yol" Girişimi girişiminin beşinci yıldönümü. Son beş yılda, turizm işbirliği kayda değer sonuçlar elde etti. "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca Çin'e gelen turist sayısı 2013'te 9,03 milyon'dan 2017'de 10,64 milyon'a çıkmıştır. Çin'den "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkelere giden turist sayısı 2013 yılında 15,49 milyondan 2017'de 27,41 milyona yükselmiştir. 2017'de Çin'in gelen turizm geliri 123.4 milyar ABD Doları'ydı ve bunun% 16,88'i "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkeleri tarafından oluşturuldu. Son beş yılda Brunei ve Azerbaycan gibi "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca 13 ülke Çinli turistler için vize açmış veya imzalamıştır. Büyük kalibre (yurtdışında kısa süreli çalışma, işçilik, tıbbi bakım vb. Dahil) hesaplanmasına göre, 2017 yılında "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca yer alan ülkeler,% 30,82'si Anakara Çinli turistlerin katkı sağladığı 385,1 milyar ABD doları uluslararası turizm geliri elde etti. Çin Turizm Araştırma Enstitüsü (Kültür ve Turizm Bakanlığı Veri Merkezi, "Bir Kuşak, Bir Yol" Turizm Büyük Veri Özel Raporu ", Eylül 2018). Ayrıca, bir Alman turizm ajansı olan Reise tarafından yayınlanan "Politika ve Turizm Bağlantısı" tezi, "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca 65 ülkede Turizm Gelişim Endeksi'nin (TIDI) ortalama büyüme oranının% 14,13 olduğunu göstermektedir. Veriler, ülkeye giren kişilerin sayısı, güzergahlar, demiryolları ve turist vizeleri gibi 10'dan fazla istatistik istatistiklerine dayanmaktadır.

İlgili tahminlere göre, 2020 yılına kadar, Çin ile "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkeler arasındaki iki yönlü turist sayısı 85 milyonu aşacak ve turizm tüketimi yaklaşık 110 milyar ABD dolarına ulaşacaktır. Çin, 2013 yılından bu yana "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca



ülkelerle 76 ikili kültürel ve turizm işbirliği belgesi imzaladı. Çin-ASEAN, Çin-Orta ve Doğu Avrupa, Çin, Rusya ve Moğolistan gibi bir dizi kültürel turizm işbirliği mekanizmasının kurulmasını teşvik etmek. Çin-İtalya, Çin-Fransa, Çin-İngiltere, Çin-Güney Afrika ve diğer beşeri bilimlerin "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkelerle işbirliğini genişletmek için mekanizma alışverişinde kullanılması, Çin'in Bangkok, Budapeşte, Astana ve diğer yerlerdeki turizm ofislerini kurdu. Paris ve Sidney'de Çin Turizm Deneyim Merkezi'nin yapımının tamamlanmasına rehberlik etti ve Çin-Orta ve Doğu Avrupa, Çin-ASEAN, Çin-AB dahil olmak üzere 10'dan fazla kültürel yıl ve turizm yılı düzenledi.

Son yıllarda, Ningxia, Sichuan, Shaanxi, Guangxi ve diğer illerdeki turizm endüstrisi, ulusal "Bir Kuşak, Bir Yol" stratejisine aktif olarak cevap verdi ve "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkeler ve bölgelerle turizm işbirliğini teşvik etti. Ningxia, açılış stratejisini "Bir Kuşak, Bir Yol" ile birlikte uygulayacak, büyük ölçekli turizm işletme gruplarıyla işbirliği yapacak, turizm tanıtım ve tanıtımında iyi bir iş yapacak ve turizm endüstrisini daha büyük ve daha güçlü hale getirmek için daha fazla uluslararası yol açacak. Sichuan, ülkenin diplomatik stratejisinin genel durumuna aktif olarak uymakta ve hizmet etmekte ve "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca yer alan bölgelerle turizm alışverişini ve işbirliğini hızlandırmaktadır. Shaanxi, "Bir Kuşak, Bir Yol" alanı boyunca turizm alışverişlerini ve işbirliğini derinleştiriyor. "Bir Kuşak, Bir Yol" nakliye lojistiği, bilimsel ve teknolojik yenilikçilik, endüstriyel işbirliği, kültürel turizm ve finansal işbirliğinin yapımında iyi bir iş yapmaya devam ediyor. Guangxi, açılışını ve turizm borsaları gibi dış işbirliğini genişletmek için kendine özgü avantajlarını kullanıyor. Guilin, kırsal manzara, etnik gelenekler ve diğer kaynakların kaynaklarına dayanarak, "Bir Kuşak, Bir Yol" stratejik fırsatı sayesinde turizm alışverişlerini şiddetle teşvik ediyor (Yongguang Zou, 2016: 76-83).

Ulusal Turizm İdaresi başkanı Li Jinshe, turizmin bugün dünyanın en hızlı büyüyen bölgelerinden biri olduğunu söyledi ve Çin'in turizm endüstrisinin ekonomiye ve istihdama katkı oranı% 10'u geçiyor. Art arda dördüncü yılda, Çin, küresel turizm gelirinin ortalama% 13'ünden fazlasına katkıda bulunan, dünyanın en büyük dış turizm tüketicisi haline geldi. "Bir Kuşak, Bir Yol" Girişiminin ilgili politikalarının rehberliğinde Çin'in "Bir Kuşak, Bir

Yol" boyunca ülkeleri ve bölgeleriyle turizm işbirliği yapması büyük fırsatlarla karşı karşıyadır (Xintao Yuan, 2014: 03-08).

Çin Turizm Hizmetleri Birliği ve Pekin Turizm Danışmanlık Endüstrisi tarafından yapılan 2015 araştırmasına göre, Çin'deki seyahat acentelerinin% 90'ından fazlası "Bir Kuşak, Bir Yol" girişiminin turizme bir ölçüde fayda sağlamasını bekliyor. "Bir Kuşak, Bir Yol" bölgesel bağlantıları güçlendirdi, personel değişimlerini güçlendirdi, hedef turizm organizasyonlarının ve tedarikçilerinin coşkusu harekete geçirdi ve giden seyahat üzerinde olumlu bir etkisi oldu. Ancak, "Bir Kuşak, Bir Yol" turizm endüstrisi için aşamalı ve uzun vadeli bir süreç olacaktır.

"Bir Kuşak, Bir Yol" Girişimi yalnızca Çin'in kaynak avantajını dünyaya getirmekle kalmaz, aynı zamanda daha fazla insan ve kaynak getiriyor. Örneğin, Çin'in batısındaki Lanzhou, denizaşırı rotaları için ortalama% 108,5'lik bir büyüme endeksine sahiptir ve bu da gelen rota sayısının iki katından fazladır. Geçtiğimiz üç yılda, Urumçi denizaşırı yolcuları yılda ortalama% 46.54 hızla çekmiştir, gelecekte Çin ve Avrupa ile Afrika arasındaki nüfus ve mallar için bir geçiş merkezi olması ve İpek Yolu'nun yeni bir efsanesini yazması beklenmektedir.

Şu anda, Çin'in gelen turizm pazarının gelişimi, giden turizm pazarının gelişiminden çok daha az hızlıdır. Çok sayıda faktörün etkisi altında, Çin'in gelen turizm pazarının büyümesi için elverişli faktörler hala azdır, gelen turizm pazarının gelişmesinin önündeki zorluklar ve zorluklar göz ardı edilemez. "Bir Kuşak, Bir Yol" stratejisi, Asya, Avrupa ve Afrika'nın üç kıtasında 65 ülke ve 4,4 milyar insanı kapsamaktadır, bölgesel ekonomi 21 trilyon ABD dolarını ve toplam turizm hacmi dünyanın% 70'ini oluşturmaktadır. "Bir Kuşak, Bir Yol" stratejisinin uygulanması Çin turizm endüstrisinin gelişimi için kesinlikle yeni fırsatlar sağlayacak, yeni platformlar yaratacak, yeni pazarlar genişletecek ve Çin turizm endüstrisinin sürdürülebilir gelişimi için yeni gelişme momentumu sağlayacaktır. Çin'in turizm endüstrisinin potansiyeli, "Bir Kuşak, Bir Yol" illerinde turizm kaynaklarının, turizm alım kapasitesinin, turizm işletme kalitesinin ve müşteri ülke büyümesinin derinlemesine bir analizi ile ele alınacaktır.

## 2.2.1 Turizm Kaynakları

### 2.2.1.1 Her İldeki 5A Doğal Nokta Sayısı



**Grafik 2.1 Her İldeki 5A Doğal Nokta Sayısı**

**Kaynak:** Çin Ulusal Turizm İdaresi

Turizm kaynakları, turizmin hayatta kalması ve gelişmesi için ön koşul ve maddi temelidir ve turizm faaliyetlerinin nesnelere dir. "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca turizm kaynaklarının geliştirilmesi, Çin'in gelen turizm pazarının gelişmesini teşvik etmek için "Bir Kuşak, Bir Yol" stratejisinin uygulanmasının temelidir. "Bir Kuşak, Bir Yol" birçok il, şehir ve bölgeyi kapsamaktadır ve turizm kaynakları zengin ve çeşitlidir. 5A seviyesindeki (Ulusal AAAAA seviyesi turistik yer, yani 5A seviyesi doğal yer. Çin Halk Cumhuriyeti'nin turistik cazibe merkezlerinin kalite düzeyine bölünmüş doğal noktalar seviyesi, yüksekten düşüğe, AAAAA, AAAA, AAA, AA ve A olmak üzere beş düzeye ayrılır) doğal noktaların Çin'deki "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca illerde ve şehirlerde dağılımının göreceli olarak dağılmış olmasına rağmen, illerin sayısının değiştiği, ancak sayının büyük olduğu ve turizm gelişimi için büyük potansiyele sahip olduğu yukarıdaki tablodan görülebilir.

### 2.2.1.2 Turizm Kaynaklarının Dağılımı

Doğu bölgesi: Turizm kaynakları türleri arasında buz ve kar turizmi kaynakları, kıyı turizm kaynakları, ada turizm kaynakları ve karakteristik turizm kaynakları sayılabilir. Buz

ve kar kaynakları esas olarak Heilongjiang gibi kuzeydoğu illerinde dağıtılmaktadır. Yüksek boyutu nedeniyle kış nispeten erkendir. Kuzeydoğu bölgesi uzun bir kış mevsimine, düşük sıcaklıklara, bol kar ve buz kaynaklarına sahiptir ve buz heykelleri ve kayakları pek çok turisti çekmektedir. Fujian, Şangay, Zhejiang, Guangdong, vb. Gibi kıyı bölgeleri, çoğunlukla ada manzaralarını, kıyı manzaralarını, kıyı plajlarını ve Guangdong eyaletindeki Zhuhai Golden Beach gibi gelgit takdirlerini içerir.

Batı Bölgesi: Turizm kaynakları türleri arasında etnik kültürel turizm kaynakları, tarihi ve kültürel turizm kaynakları ve doğal turizm kaynakları bulunmaktadır. İlgili iller şunlardır: Sincan, Ningxia, Gansu, Shaanxi, Qinghai, İç Moğolistan, Guangxi, Yunnan ve Tibet. Kuzeybatıda, antik İpek Yolu, Gansu Eyaleti, Dunhuang'daki Mogao Mağaraları gibi önemli tarihi ve kültürel turizm kaynakları olan birçok kültürel eser ve tarihi yer bıraktı. Güneybatı bölgesinde, havzalar, tepeler, dağlar ve platolar gibi çeşitli yer şekilleri vardır, aynı zamanda yoğun kireçtaşı dağılımına sahip bir bölgedir, dağlar, ormanlar, mağaralar, göller ve şelaleler ile doğal bir manzaraya sahiptir. Aynı zamanda, batı illerinin azınlık nüfusu çoğunluklardı ve halk kültürü ve etnik azınlıkların performansları önemli bir özelliktir (Li Ning,2015: 14-20).

İç bölgeler: Turizm kaynaklarının türü muhteşem dağ ve nehir turizmi kaynaklarıdır. İlgili iller: Sichuan, Chongqing, Henan, Hubei, Hunan, Jiangxi ve Anhui. İç bölgeler çok geniş, yeryüzü biçimleri çeşitlilik gösteriyor, göller sayısız ve doğal manzara büyüleyici. Örneğin, Taishan, Huangshan, Lushan, Jiuzhaigou ve Wulingyuan dünya mirası listesinde seçiliyor.

### **2.2.2 Turist Alım Kapasitesi**

Turizm alım gücü genellikle bir ülkede veya bir bölgede veya bir bölümdeki belirli bir süre içinde turistleri standartlara göre kabul edebilecek turistlerin büyüklüğü ve miktarını ifade eder. Turizm taşımacılığı kapasitesi, yolcu konaklama tesisleri için konaklama kapasitesi ve sorunsuz seyahat aktiviteleri sağlamak için diğer hizmet yeteneklerini içerir.

### 2.2.2.1 Konaklama Tesisleri Kapasitesi (Örnek Olarak 5 Yıldızlı Otel)



**Grafik 2.2 Her İldeki 5 Yıldızlı Otel Sayısı**

**Kaynak:** Çin Ulusal Turizm İdaresi

Beş yıldızlı otellerin yukarıdaki resimde dağılımı, beş yıldızlı otellerin ağırlıklı olarak doğu sahil illerinde dağılmış olduğunu göstermektedir. Bunların arasında, Guangdong en büyük dağılıma sahiptir, bunu takiben Zhejiang, iç bölgelerdeki iller, özellikle kuzeybatı bölgesi daha az dağılmıştır, bunlar arasında, Ningxia en azdır ve beş yıldızlı otel sayısı sıfırdır. Doğu bölgesindeki yemek ve konaklama kapasitesinin orta ve batı bölgelerdekinden daha yüksek olduğu görülmüştür. Doğu bölgesindeki ekonomik gelişme hızlı, doğal koşullar iyi ve ürünler bol: Ancak, orta ve batı bölgeler, özellikle batı bölgeleri, iç kesimler, kum fırtınası ve kurak ortam nedeniyle küçük bir çevresel kapasiteye sahip, üretim kapasitesi nispeten düşük ve turizm alım kapasitesi sınırlıdır.

### 2.2.2.2 Ulaşım Kapasitesi

Doğu bölgesindeki ekonomi hızlı geliyor ve ilgili turistik tesisler mükemmel, ulaşım uygun ve alım kapasitesi güçlü. Orta ve batı bölgelerdeki zayıf ekonomik temel ve sınırlı yatırım kapasitesi nedeniyle, altyapısının kalitesi ve miktarı, doğu kıyı bölgelerindekilerden önemli ölçüde düşüktür. Batı popülasyonu küçük, nüfus yoğunluğu düşük, ulaşım ağı

yoğunluğu küçük ve gelişim derecesi düşük. Orta ve batı bölgelerinin ekonomik gelişimi yavaştır ve turizm altyapısının inşası, doğu bölgesinde olduğu kadar iyi değildir. Ulaşım kolaylığı da doğu yönüne göre belli bir yönden daha düşüktür ve bu da alım kapasitesinin iyileştirilmesini sınırlar.

### 2.2.2.3 Turizm İşletme Kalitesi



**Grafik 2.3 Her İldeki Seyahat Acentası Sayısı**

**Kaynak:** Çin Ulusal Turizm İdaresi

Yukarıdaki tablodan görüleceği üzere, doğu bölgesindeki toplam seyahat acentası sayısı, orta ve batı bölgelerde olduğundan daha fazladır. Seyahat acentaları çoğunlukla yıldız puanlıhotellerde ve yıldız puanlı doğal noktaların olduğu bölgelerde yoğunlaşmıştır. Veri dağılımı, bir bütün olarak yukarıdaki iki tablo ile tutarlıdır.

Orta ve batı bölgelerin gelişmesiyle birlikte, turizm endüstrisinin orta ve batı bölgelerdeki gelişme hızı, doğudaki bölgelere göre biraz daha düşüktür. Aynı zamanda, doğu bölgesi ekonomik ve bilimsel yeteneklerde bir avantaja sahiptir ve işletme sayısı yüksektir. Doğu bölgedeki turizm işletmeleri teknoloji ve yetenekler bakımından avantajlara sahiptir, bu nedenle turizm işletmelerinin kalitesi orta ve batı bölgelere göre daha yüksektir.

## **2.2.3 "Bir Kuşak, Bir Yol" Bağlamında Turist Kaynağının Büyümesi**

### **2.2.3.1 Orta ve Doğu Avrupa Ülkeleri**

Orta ve Doğu Avrupa ülkeleri, İpek Yolu Ekonomik Kuşağı'nın iç arazisi olarak, "Bir Kuşak, Bir Yol" girişiminin stratejik önceliklerinden biridir. Orta ve Doğu Avrupa nüfusu 100 milyonu aştı. Çoğu ülke, Avrupa Birliği'ne katıldığından beri ekonomilerini kademeli olarak geliştirdi, sanayileşme ve kentleşme derecesi yüksek ve insanların yaşamları zengin. "Bir Kuşak, Bir Yol" stratejisinin uygulanmasıyla Orta ve Doğu Avrupa ülkeleri ile Çin arasındaki ekonomik ve ticari işbirliği derinleşirken, iki taraf arasındaki turizm işbirliğinin yanı sıra, Çin'in turizmi için yeni turizm kaynaklarının geliştirilmesinde etkili olan gündemde yer aldı.

### **2.2.3.2 Güneydoğu Asya Ülkeleri**

Güneydoğu Asya'da geleneksel gelen turizm pazarı gelişmeye devam ediyor. Güneydoğu Asya, Çin'in geleneksel gelen turizm pazarı olmasına rağmen, Güneydoğu Asya ülkelerinin son yıllarda sürekli ekonomik gelişimi, insanların yaşam standartlarının iyileştirilmesi ve bölgesel ekonomik işbirliğinin güçlendirilmesiyle birlikte, Güneydoğu Asya'da gelen turizm pazarının gelişmesi için hala büyük bir alan var.

### **2.2.3.3 Rusya**

Çin'in en büyük üçüncü turist kaynak pazarı olan Rusya, son yıllarda Batı yaptırımlarından etkilenmiş ve ekonomik gerileme Rusya'nın dış turizminde keskin bir düşüşe yol açmıştır. Bununla birlikte, iki ülke çeşitli alanlarda sık sık takas halinde ve turizm işbirliği mekanizması sürekli iyileştirildi. Rusya ekonomisi gölgelerin dışına çıktığında, Rusya seyahat piyasası da yeni bir büyüme turu göstererek dibe vuracaktır.

### **2.2.3.4 Körfez Ülkeleri**

Körfez'de altıülke: BAE, Umman, Bahreyn, Katar, Kuveyt ve Suudi Arabistan yüksek gelir ve yüksek seyahat oranlarına sahip, ancak bu ülkelerin Çin'e daha az turistleri var. İlgili

anketlere göre, Körfez ülkelerindeki insanlar Çin konusunda düşük bir farkındalığa sahip ve Çin'e gelmeye istekli olmaları yüksek değil. Asıl sebep, Çin ile daha az iletişim kurması, Çin'in iyi anlaşılması ve Çin'de yetersiz tanıtım olmasıdır. "Bir Kuşak, Bir Yol" inşaatının tanıtımıyla birlikte, Çin ve Körfez ülkeleri diğer yönleriyle birlikte turizmde işbirliğini de teşvik edecek, aynı zamanda Çin propagandasını güçlendirecek ve bölge Çin'in önemli turist kaynak pazar ülkelerinden biri haline gelebilir.

## **2.2.4 Turizm Endüstrisi Çevre Desteği**

### **2.2.4.1 Ekonomik Çevre**

Son yıllarda Çin'in GSYH'si artmaya devam etmiş, kişi başına GSYİH artmış, ekonomik kalkınma gelişmeye devam etmiş ve ekonomik çevre iyimser olmaya devam ederek Çin'in gelen turizminin gelişmesi için iyi bir ulusal ekonomik ortam sağladı. Aynı zamanda, Çin tarafından başlatılan Asya Altyapı Yatırım Bankası'nın kurulması ve İpek Yolu Fonu'nun kurulması, ulusal altyapı, kaynak geliştirme, endüstriyel işbirliği ve "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca finansal işbirliğine elverişlidir. Bu iki önlemin uygulanması "Bir Kuşak, Bir Yol" bölgesi boyunca altyapı inşaatını teşvik etmiş ve ayrıca Çin ve ilgili ülkeler arasında turizm altyapısının geliştirilmesini desteklemiştir.

### **2.2.4.2 Siyasi Çevre**

"Bir Kuşak, Bir Yol" stratejisinin yapımında turizmin inşası ve gelişimi önemli bir unsurdur. Devlet, "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkelerle turizm işbirliğini aktif olarak güçlendirmiştir. Başkan Xi Jinping ve Başbakan Li Keqiang ve diğer ulusal liderler onlarca ülkeyi ziyaret etti, ikili ilişkiler ve bölgesel kalkınma konusunda bu ülkelerle bir araya geldi ve "Bir Kuşak, Bir Yol" stratejisinin inşası konusunda fikir birliğine vardı. Aynı zamanda, "Bir Kuşak, Bir Yol" girişiminin başlatılmasından bu yana, "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca yaklaşık 60 ülke, inşaat çalışmalarına destek ve aktif katılımlarını açıkça ifade etti. Aynı zamanda, ASEAN, Avrupa Birliği, Arap Birliği ve diğer uluslararası kuruluşlar da



desteklerini belirtti (Xia Jie, 2015: 87-89). Bu yönler, Çin'in gelen turizminin "One Belt, One Road" stratejik geçmişindeki gelişimini desteklemeye elverişlidir.

#### **2.2.4.3 Konum Faktörü**

Asya-Avrupa kıtası geniş bir alana, geniş bir nüfusa ve karmaşık bir araziye sahiptir. Takik zamanlardan beri, yoksul karayolu trafiği Avrasya kıtasının gelişimini kısıtlayan temel faktörlerden biri olmuştur. Çok sayıda ülke, büyük nüfus, etnik çeşitlilik, karmaşık siyasi ve ekonomik kültür ve ülkeler arasındaki belirgin çelişkiler Asya ve Avrupa ülkeleri arasındaki değişimi ve işbirliğini ciddi şekilde engelledi. "Bir Kuşak, Bir Yol" stratejisinin uygulanması bu durumu kırmak için bir fırsat sağlar. "Bir Kuşak, Bir Yol" Avrasya kıtasından geçerek, aktif Doğu Asya ekonomik çemberini gelişmiş Avrupa ekonomik çemberine bağlar ve engin hinterland ülkeleri de büyük ekonomik gelişme potansiyeline sahiptir. Karadaki yeni Asya-Avrupa Kıta Köprüsü'nün inşası ve işletmesi, üç büyük uluslararası ekonomik işbirliği koridoru veya Çin kıyı limanlarından Güney Çin Denizi'ne, Hint Okyanusu üzerinden Avrupa Birliği'ne olan rotanın açılması olsun, Avrasya kıtasının aralarındaki bağlantı ve ekonomik ortaklığını daha da arttırdı (Liang Xuecheng, 2015: 8).

#### **2.2.4.4 Politika Çevre**

2015 yılında Devlet Konseyi, Ulusal Kalkınma ve Reform Komisyonu, Dışişleri Bakanlığı ve Ticaret Bakanlığı'nın izni ile birlikte "İpek Yolu Ekonomik Kemer ve 21. Yüzyıl Deniz İpek Yolu İnşaatı Teşvik Vizyonu ve Eylemi" ortaklaşa yayınlandı. "Turizm işbirliğini güçlendirmek, turizm ölçeğini genişletmek, turizm tanıtım haftası, tanıtım ayı ve diğer faaliyetleri düzenlemek, ortaklaşa uluslararası butik turizm rotaları ve İpek Yolu'nun özelliklerine sahip ürünler oluşturmak ve rota boyunca turist vizelerinin uygunluk seviyesini iyileştirmek" açıkça dile getirildi. Aynı zamanda, ülkedeki çeşitli bölgelerin karşılaştırmalı üstünlüklerine tam anlamıyla sahip olun ve daha proaktif bir açık strateji uygulayın (Luo Yu, 2015: 76-80). Çeşitli bölgelerin açıklığının artması ve Doğu-Batı

etkileşimi ve işbirliğinin gelişmesi, Çin'in gelen turizm pazarı için iyi bir gelişme platformu sağladı ve aynı zamanda Çin'in gelen turistlerin yabancı turistlere çekiciliğini artırdı.

### **2.2.5 Çin'in Turizm Endüstrisinin Çin'in Gelen Turizminin Gelişmesinden Olan Potansiyelinin Analizi**

27 Haziran 2018'de, Çin Turizm Araştırma Enstitüsü'nün ev sahipliği yaptığı ve Halkın Günlük Müşteri Seyahat Kanalı tarafından desteklenen "Çin Gelen Turizm Geliştirme Yıllık Raporu 2018" ve "Çin Giden Turizm Geliştirme Yıllık Raporu 2018" Konferansı (Cum "Bir Kemer, Bir Yol" Turizm İşbirliği Semineri) Pekin'de yapıldı. Toplantıda, Uluslararası Çin Turizm Araştırma Enstitüsü Enstitüsü Müdürü Jiang Yiyi, araştırma grubu adına "Çin Gelen Turizm Geliştirme Yıllık Raporu 2018" in temel görüşlerini ve ana verilerini yayınladı.

"Çin Gelen Turizm Gelişimi Yıllık Raporu 2018", Çin'in 2017 yılında gelen turizm gelişiminin genel ve yapısal durumuna dayanmaktadır (<https://www.meadin.com/>, erişim tarihi: 01.07.2018). Gelen turizmin küresel ölçekte gelişme paterni ve trend özellikleri sistematik olarak analiz edilmektedir. Çin'in önde gelen kaynak ülkelerinde yolcu çıktısının kaynağına odaklanmaktadır ve Çin'in gelen turizminin yönünü ve yolunu bilimsel olarak sıralamaktadır. Çin'in gelen turizm pazarındaki talep durumu ve pazar değerlendirmesi özetlenmiştir. Bu temelde, Çin'in gelen turizminin gelişme eğiliminin otoriter bir yorumu yapılmış ve gelen turizmin gelişimini teşvik etmek için gerekli önlemler ve önerilerde bulunulmuştur.

Rapor, gelen turizm pazarının ülkedeki turizmin gelişiminin ölçülmesinde önemli bir gösterge olduğunu ve aynı zamanda Çin'in büyük bir turizm ülkesinden güçlü bir turizm ülkesine geçişinin temelini oluşturduğunu belirtti. Aynı zamanda, Çin turizm endüstrisinin gelişmesinde gelen turizm pazarının durumu çok önemlidir ve göze çarpmaktadır. Reform ve açılıştan bu yana geçen 40 yıllık kalkınma sürecine baktığımızda, Çin'in gelen turizmi, turizm kabul sisteminin kurulmasında, hizmet seviyesinin iyileştirilmesinde ve uluslararası bir imaj yaratılmasında, Çin kültürünün tanıtılmasında ve Çin ile yabancı ülkeler arasında kültürel

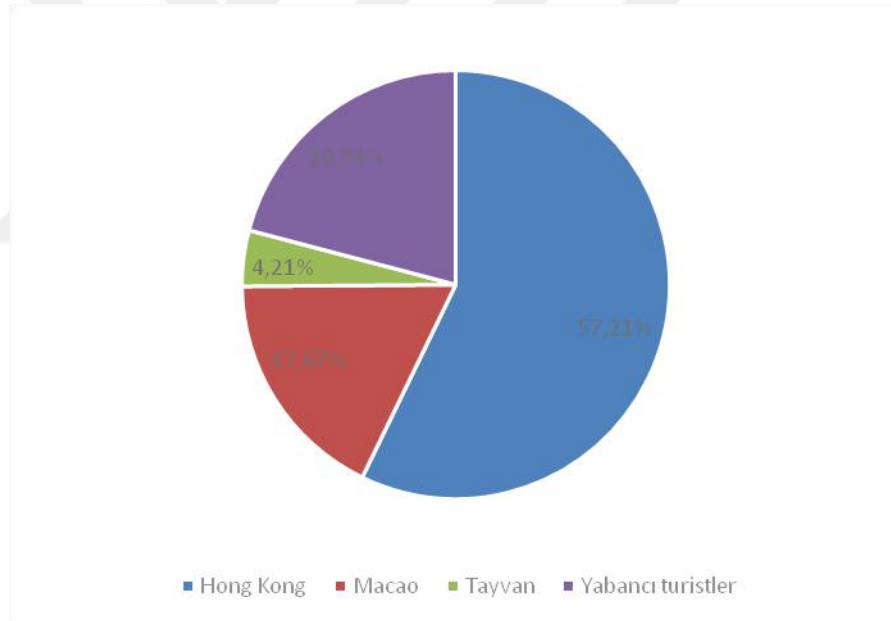
değişimlerin teşvik edilmesinde büyük rol oynadı. Bugün, yeni tarihi başlangıç noktasında, gelen turizm hala kültürel turizm sisteminin önceliğidir.

Rapor, 2017 yılında Çin'in gelen turizminin toparlanma kanalına düzenli olarak girdiğini ve temel desteğin daha da konsolide edilmesi gerektiğini belirtti. 2017 yılında, gelen turist sayısı, bir önceki yıla göre% 0,8 artarak yabancı giriş piyasasında% 0,8 artarak 139 milyon oldu. "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkelerin faaliyetleri önemli ölçüde artmıştır. Şu anda, Çin'in gelen turizm pazarı, özellikle de yabancı gelen turizm pazarı, büyümenin yeniden kazanılmasında yeni bir aşamaya ve genel olarak toparlanmanın yeni bir safhasına girmiştir.

Küresel bir perspektiften bakıldığında, küresel uluslararası turizm fuarı 2017'de büyümeye devam etti ve gelişmekte olan ekonomiler güçlerini kullanmaya devam ediyor. 2017 yılında, dünyadan gelen toplam gelen turist sayısı, bir önceki yıla göre% 7.00 artarak 1.322 milyar oldu. Bunların arasında, Avrupa, Asya Pasifik ve Amerika, üç büyük uluslararası turizm noktalarının durumunu korumaya devam ediyor. 2017 yılında, Asya-Pasifik bölgesindeki gelen turist sayısı% 5,8 artarken, Avrupa ve Amerika'daki gelen turist sayısı sırasıyla% 8,4 ve% 2,9 oranında artmıştır.

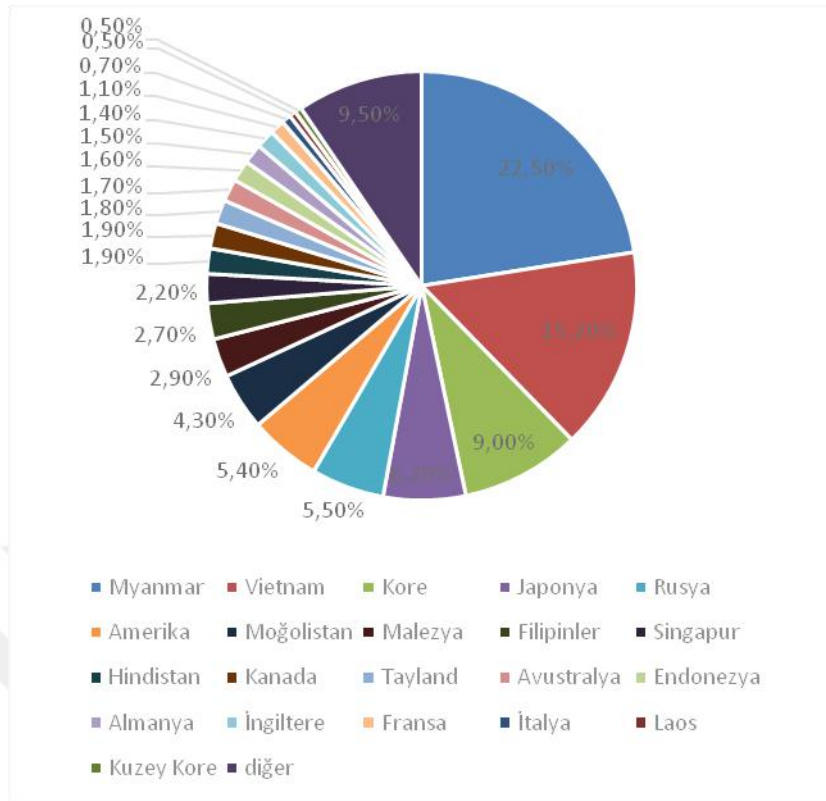
Pazar temelleri açısından bakıldığında, Çin'in gelen turizm pazarının büyüklüğü ve tüketimi 2017 yılında istikrarlı bir şekilde büyüdü ve tamamı büyümenin yeniden kazanılması ve genel bir toparlanma sürecinin yeni bir aşamasına girdi. 2017 yılında Çin, bir önceki yıla göre% 0.80 artışla 13.824.240 gelen turist aldı ve toplam hacim rekor bir seviyeye ulaştı. Bunların arasında, yabancı turist gelen turizm pazarının büyüklüğü ve büyüme oranı sırasıyla 29.175 milyon ve% 3.60 idi ve toplam hacim de rekor bir seviyeye ulaştı. Anakara (iç kesimlerde) Hong Kong, Makao ve Tayvan'dan 110.131.700 turist aldı ve toplam hacim rekor bir seviyeye ulaştı. 2017 yılında, Çin'in gelen turizm döviz geliri, bir önceki yılın aynı dönemine göre% 2,90 artarak 123,417 milyar ABD doları olarak gerçekleşti ve istikrarlı bir büyüme ivmesini sürdürmeye devam etti. Bunlar arasında, yabancı turistler Çin'de yıllık% 4.1'lik bir artışla istikrarlı bir büyüme ivme kazandırarak 69.547 milyar ABD doları harcadılar.

Gelen kaynak pazarının yapısal özelliklerine bakıldığında, Hong Kong, Makao ve Tayvan turizm pazarının ana pozisyonu hala istikrarlı ve "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkelerindeki faaliyet artmıştır. 2017 yılında, Hong Kong, Çin, Makao ve Tayvan, Anakara'nın ana gelen turizm pazarları olmaya devam etti ve toplam pazar payının% 79,09'unu oluşturdu. Yabancı turist pazarının yapısı ufak düzenlemelere tabi tutulmuş, gelen yabancı turizm pazarları arasında ilk on kaynak ülke: Myanmar, Vietnam, Güney Kore, Japonya, Rusya, ABD, Moğolistan, Malezya, Filipinler ve Hindistan. Genel olarak, gelen kaynak pazarının yapısı bir optimizasyon eğilimi ortaya koydu."Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkeler gelen turizm pazarındaki faaliyetleri artmaya devam ediyor.



**Grafik 2.4 Çin'e Gelen Kaynak Pazarının Yapısı**

**Kaynak:** Çin Turizm Araştırma Enstitüsü



**Grafik 2.5 Yabancı Kaynaklı Pazar Yapısı**

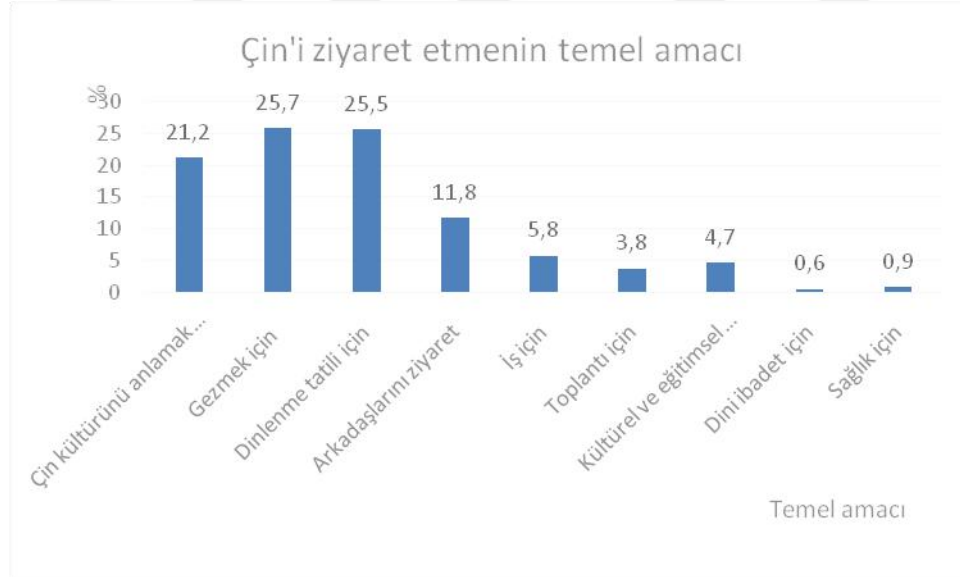
Kaynak: Çin Turizm Araştırma Enstitüsü

**Tablo 2.1 Yabancı Kaynaklı Pazar Yapısı**

<b>Myanmar</b>	<b>22.50%</b>	<b>Kanada</b>	<b>1.90%</b>
<b>Vietnam</b>	<b>15.20%</b>	<b>Tayland</b>	<b>1.80%</b>
<b>Kore</b>	<b>9.00%</b>	<b>Avustralya</b>	<b>1.70%</b>
<b>Japonya</b>	<b>6.20%</b>	<b>Endonezya</b>	<b>1.60%</b>
<b>Rusya</b>	<b>5.50%</b>	<b>Almanya</b>	<b>1.50%</b>
<b>Amerika</b>	<b>5.40%</b>	<b>İngiltere</b>	<b>1.40%</b>
<b>Moğolistan</b>	<b>4.30%</b>	<b>Fransa</b>	<b>1.10%</b>
<b>Malezya</b>	<b>2.90%</b>	<b>İtalya</b>	<b>0.70%</b>
<b>Filipinler</b>	<b>2.70%</b>	<b>Laos</b>	<b>0.50%</b>
<b>Singapur</b>	<b>2.20%</b>	<b>Kuzey kore</b>	<b>0.50%</b>
<b>Hindistan</b>	<b>1.90%</b>	<b>Diğer</b>	<b>9.50%</b>

Kaynak: Çin Turizm Araştırma Enstitüsü

Gelen turizm pazarına olan talep açısından, gezinin asıl amacı gezi ve boş zaman tatillerini ziyaret etmektir, gelen turizm hizmetlerinde bazı eksiklikler devam etmektedir. Çin'deki sekiz tipik gelen turizm kentinin anket sonuçlarına göre, gelen turistler arasında Çin'e ilk kez gelen ziyaretçiler çoğunluktadır. Gezi ve eğlence tatilleri, Çin'i ziyaret eden gelen turistlerin temel amacıdır. Turist bilgisinin ana kaynağı web sitesi forumları, arkadaşlar ve akrabalar aracılığıyla elde edilir. Turist trafiği, hava gibi canlı bilgileri, turistik cazibe merkezlerinin kabul durumu, turizm ürün ve hizmetlerinin tanıtılması ve özel kültürel eğlence etkinlikleri, gelen turistler için seyahat kararları için en önemli referans faktörlerdir. Kültürel eserler, manzaralar, kültür ve sanat ve gurme mutfağı, gelen turistler için en popüler turistik öğelerdir. Gelen turistlerin % 80'inden fazlası 1001 ila 5.000 dolar arasında harcama yapmaktadır. Gelen turistlerin tüketiminin genel değerlendirmesi iyi, ancak hala hizmette bazı eksiklikler var.



**Grafik 2.6 Çin'i Ziyaret Etmenin Temel Amacı**

**Kaynak:** Çin Turizm Araştırma Enstitüsü



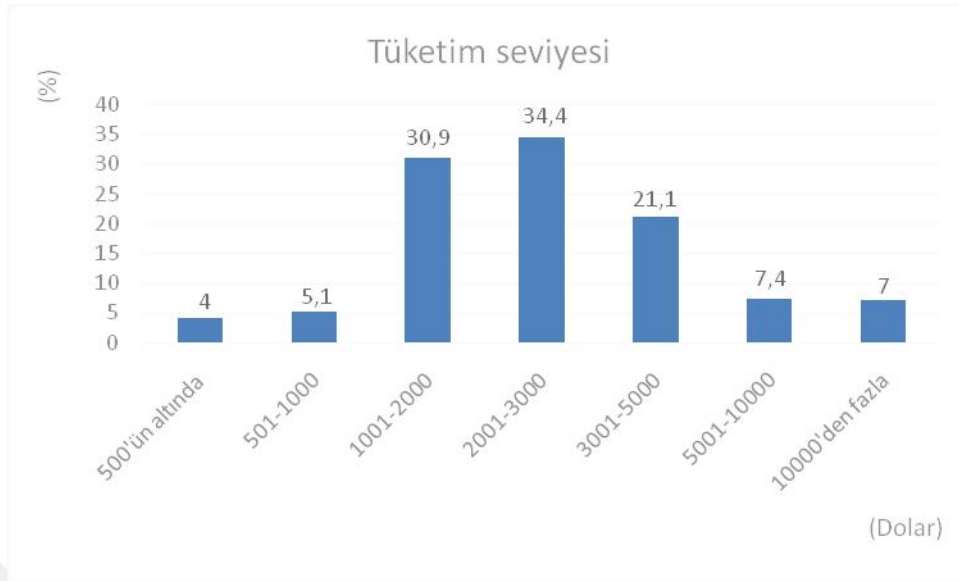
**Grafik 2.7 Turizm Bilgilerinin Kaynağı**

**Kaynak:** Çin Turizm Araştırma Enstitüsü



**Grafik 2.8 Seyahat Kararı Referans Ögesi**

**Kaynak:** Çin Turizm Araştırma Enstitüsü



**Grafik 2.9 Tüketim Seviyesi**

**Kaynak:** Çin Turizm Araştırma Enstitüsü

Gelişme eğilimleri söz konusu olduğunda, Çin'in gelen turizminin beş ana eğilimi dikkat çekicidir: Birincisi, Çin'in gelen turizmi sürekli olarak kurtarma kanalına giriyor, ancak temel desteğin daha fazla konsolide edilmesi gerekiyor. İkincisi, Çin'in gelen turizmi hala dışarıdan ve içeriden birçok zorluk ve zorluklarla karşı karşıya. Üçüncüsü, geçmiş takımın kapalı tip resepsiyonundan daha çeşitlendirilmiş açılışa geçiş, Çin'in gelen turizm gelişiminin ana eğilimi haline geldi. Dördüncüsü, daha uygun seyahat hizmetlerinin ve daha iyi seyahat deneyimlerinin önemi Çin'de gelen turizmin gelişmesinde daha da artmıştır. Beşinci olarak, Çin'in gelen turizm turunun 2018'de istikrarlı bir şekilde büyümeye devam etmesi bekleniyor.

### 2.3 Dış Turizmin Potansiyeli

Çinli turistler "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca dünyanın her yerini gezdiler. Geçtiğimiz üç yıl boyunca, "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkelerin turizm kalitesi üçe katlandı. Vietnam, Birleşik Arap Emirlikleri, İtalya ve Mısır, turizm için en hızlı büyüyen destinasyonlar haline geldi. Şu anda, Çin "Bir Kuşak, Bir Yol" bir işbirliği anlaşması oluşturmak için "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca yaklaşık 40 ülke ile bir işbirliği anlaşması imzalamıştır. Kilit işbirliği



alanlarından biri olan turizm, "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkelerdeki turizm işletmeleri için eşi görülmemiş fırsatlar yarattı.

"Bir Kuşak, Bir Yol" İnisyatifinin uygulanmasından sonra, olumlu vizelerle birlikte doğrudan uçuşlar ve güzergahlar yükseldi ve Qunar.com, Ctrip ve eLong gibi OTA devleri tedarik zincirinde gelişti, turizm "lüks" ten günlük yaşam mutluluğuna dönüştü. Temel maddeler. Yurtdışına seyahat etmek artık sadece "Singapur, Malezya, Tayland" değil. Orta Doğu, Batı Asya ve Kuzey Afrika gibi orijinal küçük, popüler olmayan yerler daha fazla Çinli turiste kapılarını açıyor. Balayı turları, mezuniyet gezileri, beyaz yakalı tatiller, aile gezileri, kız arkadaşı turu, gün batımı kırmızısı turistler "Bir Kuşak, Bir Yol" a giriyor.

### **2.3.1 Dış Turizm Potansiyelinin Analizi**

"Bir Kuşak, Bir Yol" inşaatı önerisi, Çin'in turizm hizmet ticaretinin gelişimi için yeni bir sayfa açtı. Yabancı turizm şirketleri de stratejik yayılma ve pazar genişlemelerinin odağını oluşturan "Bir Kuşak, Bir Yol" iş fırsatları konusunda iyimser.

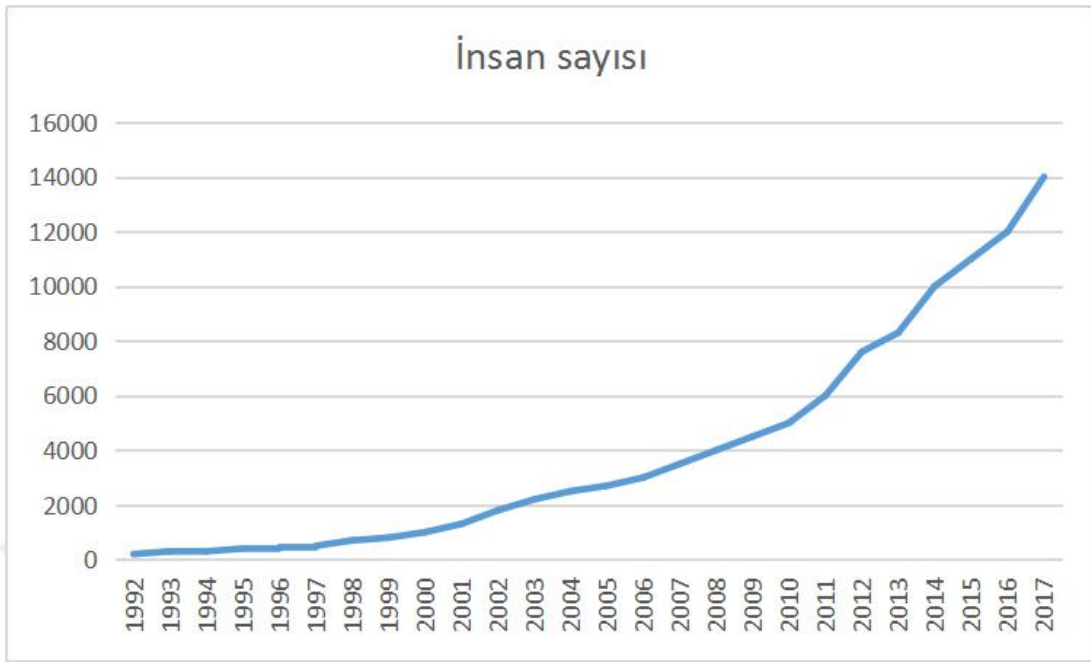
Çin ile "Bir Kuşak, Bir Yol" un katılımcı ülkeleri arasındaki kesintisiz rota, iki taraf arasında daha sık seyahat alışverişi için temel hazırladı. "Bir Kuşak, Bir Yol" katılımcı ülkelerin havayolları da Çin'in hızını artırıyor. 16 Temmuz günü, SriLankan Havayolları resmen Guangzhou'dan Kolombo'ya direkt günlük uçuşlar açtı. Bu, Güney Çin'den Sri Lanka'ya gelen turistlerin Sri Lanka'ya seyahat etmelerini büyük ölçüde kolaylaştıracak ve aynı zamanda yolcuları Güney Asya ve Güneydoğu Asya'daki çoğu varış noktasına daha hızlı bir şekilde taşıyacaktır. Bu, Sri Lanka havacılığının bu yıl Çin pazarındaki çabalarının bir mikroskobu. Guangzhou'da uçuşun başlamasından bir gün önce SriLankan Airlines, Hong Kong'dan Colombo'ya direkt bir uçuş başlatmıştı. SriLankan Havayolları'nın şu anda Çin'de dört tesisi var: Pekin, Şangay, Guangzhou ve Kunming.

Belarus, "Bir Kuşak, Bir Yol" Girişimini destekleyen ilk ülkelerden biri ve "Bir Kuşak, Bir Yol" girişimi için de önemli bir ülke. Kırmızı turizm, kırsal turizm, sağlık ve ekolojik turizm gibi turizm kaynakları çok zengindir.

Aslında, bu turizm şirketlerinin "Bir Kuşak, Bir Yol" u bir iş fırsatı olarak kullanabilmelerinin nedeni, son tahlilde, Çin ile "Bir Kuşak, Bir Yol" katılan hükümetler ve resmi turizm acenteleri arasında giderek daha yakın iletişim ve işbirliğinden faydalanmaktadır.

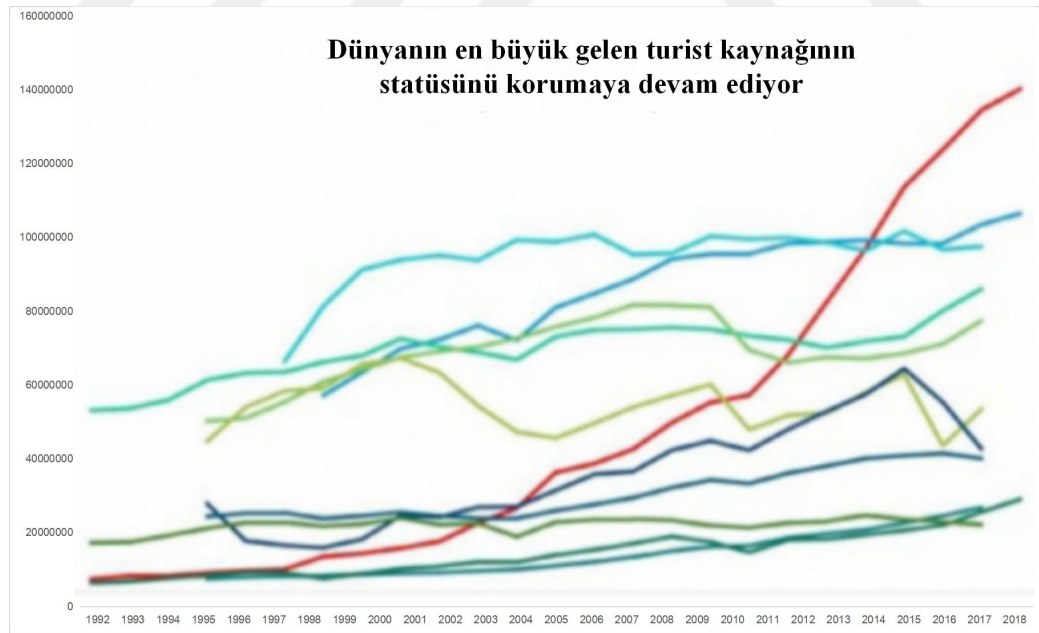
2017 yılında, Ulusal Turizm İdaresi'nin yıllık turizm tanıtım teması hala "İpek Yolu Turizm Yılı" dır. "Bir Kuşak, Bir Yol" un katılımcı ülkeleriyle turizm işbirliğini güçlendirmek için iki tarafın turizm yılını düzenlemesi normal bir durum haline geldi. Bu yıl sadece Çin-ASEAN Turizm Yılı değil, aynı zamanda Çin-İsveç Turizm Yılı, Çin-Danimarka Turizm Yılı veya Çin-Avustralya, Çin-Kazakistan Turizm Yılı'dır (<https://www.yidaiyilu.gov.cn>, erişim tarihi: 02.08.2018).

Bu tanıtım kapsamında Çin, "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca birçok ülke ve bölge için önemli bir kaynak pazarı haline geldi ve Çin, dünyanın en büyük giden turist kaynağı olarak konumunu korumaya devam ediyor ve Çinli turistlerin sayısı artmaya devam ediyor. Şimdiye dek, Çin ve "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca yer alan ülkeler arasındaki iki yönlü turizm değişimi 25 milyonu aştı. "Onüçüncü Beş Yıllık Plan" döneminde Çin, "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkelere ve bölgelere 150 milyon turist ve 200 milyar ABD doları turizm tüketimi taşıdı ve "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülke ve bölgelerden 85 milyon turisti Çin'i ziyaret etmek için çekti. Turizm tüketimi yaklaşık 110 milyar dolar.



**Grafik 2.10 Çinli Giden Turistlerin Büyüklüğü Büyümeye Devam Ediyor**

**Kaynak:** Çin Turizm Araştırma Enstitüsü



**Grafik 2.11 Dünyanın En Büyük Gelen Turist Kaynağının Statüsünü Korumaya Devam Ediyor**

**Kaynak:** Dünya Bankası

"Bir Kuşak, Bir Yol" ülkeleri de zeytin dallarını Çin'e sık sık genişletmiş, giderek daha fazla ülkenin Çin'e yönelik vize politikaları veya vize muafiyetlerini gevşettiği aşikar. 15 Haziran 2017'den beri, Çin ve Güney Amerikadaki Arjantin, 10 yıl boyunca çoklu gidiş-dönüş vizesi vermeye başladı. Bu, 10 yıllık bir vize için Çin ile yapılan seyahatlerde popüler olan bir destinasyondur. Tuniu Tourism Network'ün izleme verilerine göre, Çin ile 10 yıllık bir vize imzalayan ülkeler arasında, 2016'daki en popüler üç vize varış noktası Japonya, Singapur ve Avustralya'dır. Ctrip'in turizm istatistiklerine göre, "Bir Kuşak, Bir Yol" katılımcıülkelerindeki 70'den fazla ülke Çin'e vizesiz ve iniş vizesi verdi ve yaklaşık 10 ülke şartlı vizesiz ve e-vize gibi tercihli politikalar getirdi. Çin'in 1 Ocak 2017'deki resmi vize muafiyeti dahil, Şubat ayından itibaren Çin vatandaşları Belarus'a vizesiz giriş yapabilirler.

Tablo 2.2 Vize Politikası

Vize türü (yalnızca normal pasaportlar için)	Ülke ve bölge
<b>Karşılıklı vize muafiyeti (14)</b>	BAE, Barbados, Bahamalar, Bosna Hersek, Ekvador, Fiji, Grenada, Mauritius, San Marino Cumhuriyeti, Seyşel Adaları, Sırbistan, Tonga, Belarus, Katar
<b>Tek taraflı olarak Çinli vatandaşlarının vizesiz giriş yapmasına izin veren (16)</b>	<b>Asya (3):</b> Endonezya, Güney Kore (Jeju Adası, vb.), Türkiye (Not: Aslında, Türkiye Çin vatandaşlarına elektronik vize uygulamaktadır.) <b>Afrika (3):</b> Fas, Fransız birleşimi, Tunus <b>Amerika (7):</b> Antigua ve Barbuda, Haiti, Güney Georgia ve Güney Sandwich Adaları (İngiltere Denizaşırı Toprakları), Saint Kitts ve Nevis, Turks ve Caicos Adaları (İngiltere Denizaşırı Toprakları), Jamaika, Dominika <b>Okyanusya (3):</b> ABD Kuzey Mariana Adaları (Saipan, vb.), Samoa, Fransız Polinezyası
<b>Tek taraflı olarak Çinli vatandaşların varışta vizeye girmelerine izin veren (45)</b>	<b>Asya (20):</b> Azerbaycan, Bahreyn, Doğu Timor, Endonezya, Laos, Lübnan, Maldivler, Myanmar, Nepal, Sri Lanka, Tayland, Türkmenistan, Brunei, İran, Ermenistan, Ürdün, Vietnam, Kamboçya, Bangladeş <b>Afrika (16):</b> Mısır, Togo, Cape Verde, Gabon, Gine-Bissau, Komor Adaları, Fildişi Sahili, Ruanda, Madagaskar, Malavi, Moritanya, Sao Tome ve Principe, Tanzanya, Uganda, Körfez Ning, Zimbabve <b>Amerika (4):</b> Bolivya, Guyana, Surinam, St. Helena (İngiltere Denizaşırı Bölgesi) <b>Okyanusya (4):</b> Palau, Tuvalu, Vanuatu, Papua Yeni Gine

**Kaynak:** Konsolosluk İşleri Daire Başkanlığı, Dışişleri Bakanlığı

### 2.3.1.1 "Çin Ulusal" Bir Kuşak, Bir Yol "Turizm Akıl ve Seyahat Büyük Veri Raporu"

Mayıs 2018'de, Qunar.com, uçak biletleri, tatil rotaları, oteller, vizeler, Wi-Fi ve yerel eğlence gibi tüm turist verilerinin analizine dayanarak ilk "Bir Kuşak, Bir Yol" Boyunca Turizm Alanlarında Büyük Veri Raporu" nu yayınladı. Rapora göre, son üç yılda BAE'nin turizm popüleriği indeksi %132'dir, Türkiye'ye %106'dır, Mısır %145 arttı. İlk başta sadece Hayvan Dünyasında görülen Kenya'da, turizm de %66 arttı. Camileri ziyaret etmek, sıcak hava balonları almak, Giza Heights'taki gün batımı piramitlerini izlemek ve Zakyntos'taki gemi enkazlarının kalıntılarını bulmak en kolay elde edilebilecek deneyimlerdendir.

#### **Giden destinasyonun popüleriği yükseltme indeksi:**

Güneydoğu Asya: Vietnam'da %317, Endonezya'da %226 ve Malezya'da %183

Orta Doğu ve Batı Asya: BAE'de %132, Türkiye'de %106 ve İran'da %47

Avrupa: İtalya'da %66, Yunanistan'da %62, Rusya'da %59

Afrika: Mısır'da %145 ve Kenya'da %66

Üç yıldan fazla bir süredir Çin seyahatinin mutluluğu önemli ölçüde arttı. Yolculuk sırasında Çin, ufkunu açtı, arkadaşlarıyla tanıştı ve yerel ekonomik gelişme ve ulusal kültür için yeni fırsatlar getirdi.

Raporda, "Bir Kemer, Bir Yol" stratejisinin ortaya konmasından bu yana, Güneydoğu Asya'ya giden Çinli insan sayısının 1.37 kat arttığını gösteriyor. Bunlar arasında, Vietnam, Filipinler ve Malezya'ya uçan yerli yolcuların yıllık ortalama büyüme oranı iki katından fazladır. Kuala Lumpur uçak bileti popüleriği büyüme indeksi %185,57'ye ulaştı, bu da her yıl Kuala Lumpur'a uçan ortalama Çinli insanın 1,85 kat arttığı anlamına geliyor. Turizm, Çinlilerin bu sınır ötesi yatırıma yatırım yapmaları için öncü bir sektör haline geldi ve bu iki ülkenin karşılıklı yararına ve kazan-kazan durumuna katkıda bulundu.

Ayrıca, Asya ve Avrupa sınırında yer alan Türkiye, "Bir Kuşak, Bir Yol" un faydalanıcısı oldu. İstanbul'un bilet popüleriği büyüme indeksi %157,67'ye yükseldi. Uzun Boğaz, ışıltılı Haliç, görkemli Topkapı Sarayı, görkemli Sultanahmet Camii ve usta Ayasofya

Kilisesi "Bir Kuşak, Bir Yol" rüzgarlarıyla daha fazla Çinli turist çekiyor (Nurettin Akçay,2017).

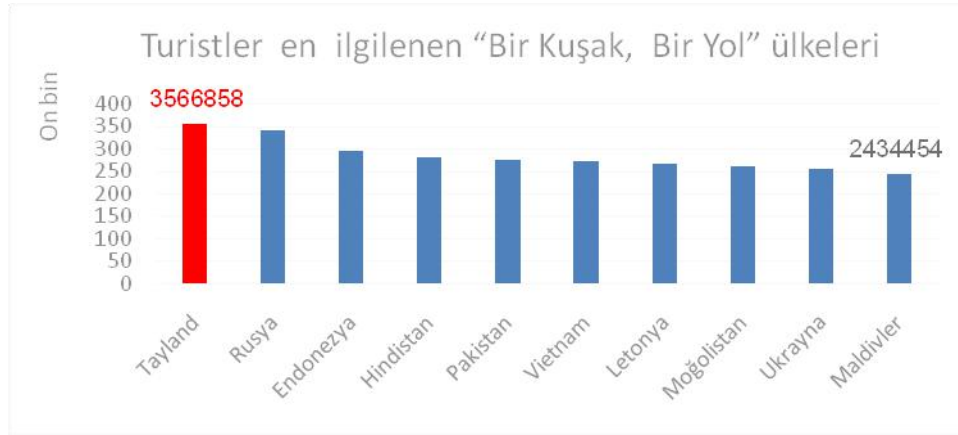
Geçen yıl boyunca (Eylül 2017-Eylül 2018), Butan, Sri Lanka, Nepal ve derin kültürel turizme uygun diğer destinasyonlar en hızlı büyüyen "Bir Kuşak, Bir Yol" katılımcı ülkeler oldu.



**Grafik 2.12 En Hızlı Artış Dikkat Gösteren Ülkeler**

**Kaynak:** Çin Ulusal "Bir Kuşak, Bir Yol" Turizm Akı ve Seyahat Büyük Veri Raporu

Çok sayıda turist destinasyonuna sahip olan Tayland, kullanıcıların en çok ilgilendiği "Bir Kuşak, Bir Yol" katılımcı ülke oldu. Rusya ve Endonezya geride kaldı.



**Grafik 2.13 Turistler En İlgilenen "Bir Kuşak, Bir Yol" Ülkeleri**

**Kaynak:** ÇinUlusal "BirKuşak, BirYol" TurizmAkılveSeyahatBüyükVeriRaporu

Feizhu verilerine göre (uçan domuz, Alibaba Group ve Flying Pig'in 2016'da 28 milyondan fazla Çinli tüketicinin yurtdışındaki tatilinde online seyahat hizmeti platformu), "Bir Kuşak, Bir Yol" politikasını teşvik etme sayesinde, Geçtiğimiz yıl Uçan Domuz platformunda, "Bir Kuşak, Bir Yol" katılan ülkelerdeki turist sayısı% 39 arttı. Geçmişte, niş destinasyonlar politika teşvikinden faydalanmış ve ısının değeri hızla artmıştır.

Gerçek seyahat verilerinden, birçok turistik ve uygun vizeye sahip olan Tayland, Malezya ve Vietnam, "Bir Kuşak, Bir Yol" un en sıcak turizm merkezleri haline geldi.



**Grafik 2.14 "Bir Kuşak, Bir Yol" Turizm Destinasyon Hedefleri Endeksi**

**Kaynak:** ÇinUlusal "BirKuşak, BirYol" TurizmAkılveSeyahatBüyükVeriRaporu



Feizhu platformunun uçuş tarifesine göre, geçen yıl boyunca (Eylül 2016-Eylül 2017), Karadağ ve komşu Sırbistan, uçak bileti rezervasyonlarında en hızlı büyüyen ülkeler oldu ve bunu Moldova izledi.

Karadağ turizm kaynakları açısından zengin, Balkanlar'ın en büyük gölü, Skudai Gölü, Kotor Körfezi'nin UNESCO Dünya Kültürel ve Doğal Miras Alanı, Avrupa'nın en uzun ve en derin kanyonu, Tara Kanyonu, Avrupa'nın en yüksek demiryolu köprüsü Malari Yeka Viyadüğü turistler için mutlaka görülmesi gereken bir yer. "Bir Kuşak, Bir Yol" girişiminin başlatılmasından sonra, Karadağ, Çin vatandaşlarının Karadağ'a gitmeleri için vize kolaylaştırma önlemleri alacağını ve gelecekte Çinli turistler için yeni popüler bir seçim haline gelmesi beklendiğini açıkladı.



**Grafik 2.15 İlk On Yüksek Büyüme Oranı Seyahat Eden Ülkeler**

**Kaynak:** Uçan Domuz

Çinli turistlerin "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkelerine giden sayısı büyüme oranı% 39'dur.

"Bir Kuşak, Bir Yol" katılımcıülkelerinin ilgisinin, dikkatinin ve büyüme oranının yukarıdaki analizi sayesinde, katılımcıülkelerin turizm endüstrisinin yükselen ısı ile sürekli geliştiğini kolayca görebiliyoruz.

### **2.3.1.2 Çin Turizm Araştırma Enstitüsü "2018 Çin-Avrupa Turizm Büyük Veri Raporu"**

"Bir Kuşak, Bir Yol" politikasının uygulanması, Çinli turistlerin Avrupa hakkındaki anlayışını daha da arttırdı. Yeni rotalardaki ve charter uçuşlardaki artış, ikinci ve üçüncü kademe şehirlerdeki tüketicilerin Avrupa ordusuna katılmalarını sağlamıştır. Avrupa'daki yerel terör saldırıları halkın seyahat etme istekliliğini etkilemedi, Çin'in Avrupa'ya yaptığı seyahat 2018'de tekrar hızlanacak.

Eylül 2018'de Çin Turizm Araştırma Enstitüsü ve Ctrip'ten Huacheng Uluslararası Seyahat Grubu ortaklaşa "2018 Çin-Avrupa Turizm Büyük Veri Raporu" nu yayınladı. Çin'in yurt dışı seyahat hizmeti sağlayıcısı Huacheng International Travel Group'un Avrupa seyahat verilerine göre, Çinli turistlerin Ctrip web sitesinde planlanan büyük verileriyle, 2018'de Avrupa turizminin pazar büyüklüğü ve büyüme eğilimi ve hedef ülkelerin popülaritesi kapsamlı araştırma ve analiz için tercih vb. (Ctrip, Çin'in en büyük online giden seyahat hizmeti sağlayıcısıdır. Huacheng International Travel, Avrupa seyahat pazarının gazisi olmuş ve geniş pazar deneyimine sahiptir. İki taraf, bu yıl Avrupa'ya seyahat etmek için yüz binlerce Çinli turist düzenledi.)

### **2.3.2 Avrupa Seyahatleri için Avantajlar**

#### **2.3.2.1 Vize**

2018'de Çinli turistlere kolaylık sağlayan 8 Avrupa ülkesi vardı. Arnavutluk, turist sezonunda Çin vatandaşlarına yönelik vize muafiyetini açıkladı (Nisan-Ekim). Çin ve Bosna-Hersek'in normal pasaportlar için karşılıklı pasaport muafiyeti vizesi 29 Mayıs'ta yürürlüğe girdi. Çin ve Belarus'taki normal pasaportlar için karşılıklı vize muafiyeti için vize 10 Ağustos'ta yürürlüğe girdi. Rusya, Çinli grup turistleri ve Dünya Kupasını ziyaret eden turistler için vizeden muaftır. Karadağ, gruba seyahat eden Çinli turistler için şartsız vizeye sahip vize aldı. Bundan önce, San Marino ve Sırbistan çoktan Çinli turistleri vizelerden muaf tutmuştu.

### **2.3.2.2 Uçuşlar Açısından**

Orta ve Avrupa arasında haftada 600'den fazla uçuş var. 2018'de, çeşitli yerlerde Avrupa'ya çeşitli yollar açıldı ve bu da uçuş süresini oldukça kısalttı. Fuzhou Moskova'ya direkt uçuşlar, Changsha'dan Londra'ya doğrudan uçuşlar, Jinan'dan Paris'e doğrudan uçuşlar, Shenzhen'e Brüksel'e doğrudan uçuşlar ve diğer yollar açıldı.

### **2.3.2.3 Turizm Ürünleri**

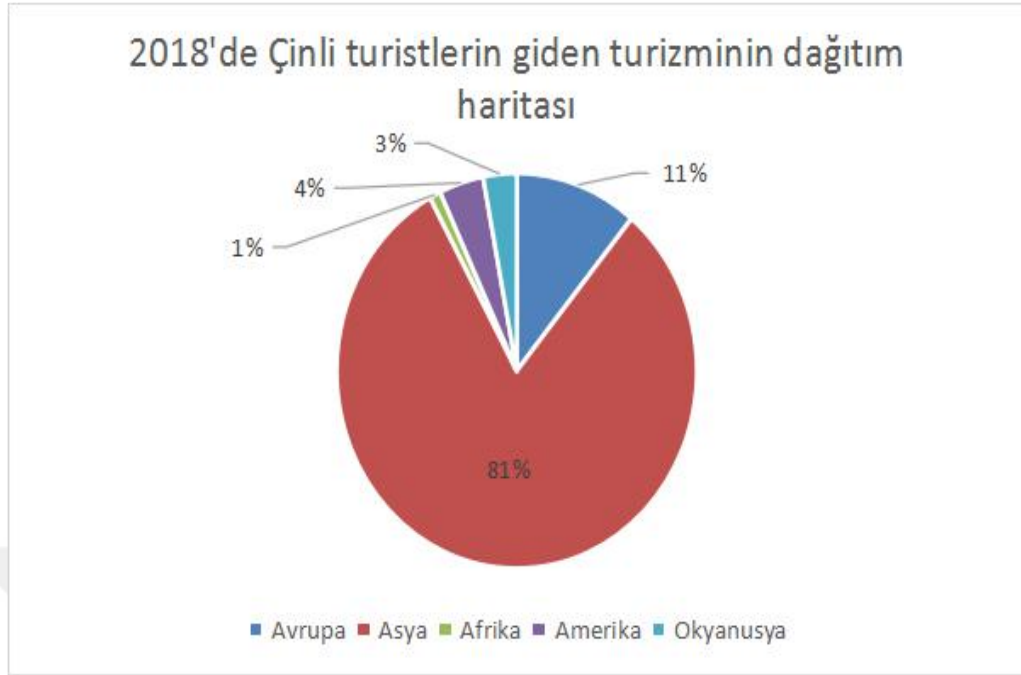
Çin ve Avrupa turizm şirketleri arasındaki işbirliği de derinleşti ve yeni ürünler önemli ölçüde arttı. 2018'den bu yana Ctrip, Avrupa Turizm Komisyonu ve Fransa'nın en büyük otel grubu Accor ile stratejik işbirliğine ulaştı ve İrlanda, Portekiz, İspanya ve Avusturya gibi onlarca Avrupa destinasyonu ile stratejik işbirliği gerçekleştirdi. Aynı zamanda, "Çin-Avrupa Turizm Yılı" temalı Avrupa Turizm Platformu başlatıldı ve grup seyahat, özgür seyahat, seyir, çalışma turu, özelleştirilmiş seyahat ve yerel oyun dahil olmak üzere 3.700'den fazla ürün piyasaya sürüldü.

### **2.3.2.4 Tüketici Hizmetleri**

Çin Turizm Akademisi'nin "Çin'e Hoş Geldiniz" sertifikasyon standartlarını kullanan Avrupa kamu ve özel kuruluşları artmaya devam ediyor. Çinli turistlerin Çin tur rehberleri, Çin logoları ve yorum sistemleri, Çin menüleri, Çin bilgileri, İnternet erişimi ve UnionPay kartları, WeChat ödeme ve diğer yüksek kaliteli ve uygun hizmetleri sağlayabilmelerini sağlamaktadır.

### **2.3.3 Avrupa'nın Gelişmekte Olan Destinasyonları Çarpıcı Bir Şekilde Arttı**

Huacheng Uluslararası Seyahat Grubu'ndan alınan verilere göre, 2018 yılında Avrupa turu rezervasyonu yapanların sayısı yıllık% 27 arttı. Ctrip verileri, Avrupa'nın Çinli turistler için en büyük ikinci hedef bölge olduğunu ve% 11'ini yalnızca Asya'ya ikincisi olduğunu gösteriyor.

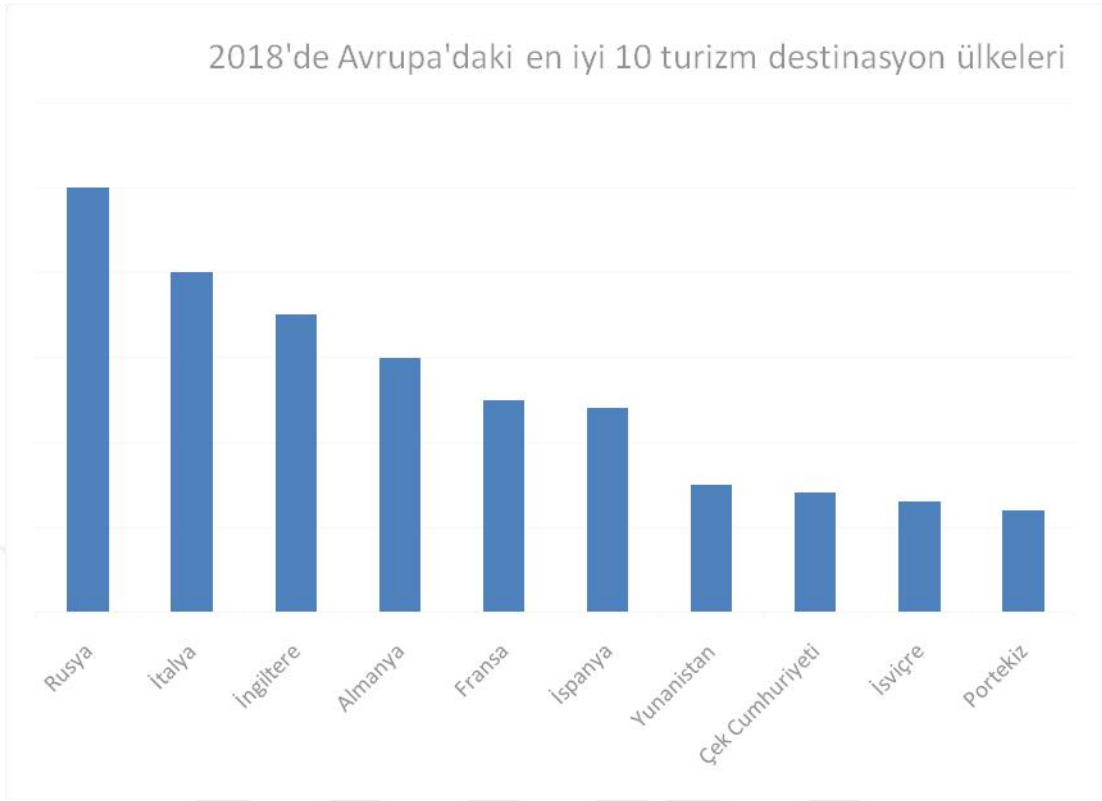


**Grafik 2.16 2018'de Çinli Turistlerin Giden Turizminin Dağıtım Şekli**

**Kaynak:** Ctrip ve Huacheng Uluslararası Seyahat Grubu

Ctrip Tourism ve Huacheng Uluslararası Seyahat Grubu'na göre, 2018'deki en popüler Avrupa turizm destinasyon ülkeleri: Rusya, İtalya, İngiltere, Almanya, Fransa, İspanya, Yunanistan, Çek Cumhuriyeti, İsviçre ve Portekiz. Ayrıca, Türkiye'ye, Hollanda'ya ve Ctrip vize platformu üzerinden diğer yerlere vize ürünlerinin satışı da yüksektir.

Geleneksel turist destinasyonları turistler arasında hala popülerdir ve çoğu grup veya Avrupa'ya özgür seyahat edenler için tercih edilen destinasyondur. Örneğin, Çinli turistlerin Avrupa'ya seyahat ettiği başlıca ülkelerden biri olan İtalya, 2018'de, İtalya yerel Çin hizmetlerini ve güvenliğini kademeli olarak iyileştirdi ve 36 saat içinde vize vermek için Çin'de 10'dan fazla vize acentesi merkezi açtı. Çinli turistlerin İtalya'ya seyahatleri ısınmaya devam ediyor.



**Grafik 2.17 2018'de Avrupa'daki En İyi 10 Turizm Destinasyon Ülkeleri**

**Kaynak:** Ctrip ve Huacheng Uluslararası Seyahat Grubu

Turist gelişlerinde en fazla artış gösteren hedef ülkeler: Sırbistan, Belçika, İspanya, Rusya, Polonya vb. Avrupa'da ilk vizesiz ülke olan Sırbistan, son yıllarda Çin'in ortaya çıkan Avrupa destinasyonu haline geldi ve nispeten düşük turizm harcamaları ve Avrupa tarzı turistler arasında oldukça popüler. Karadağ'ın getirdiği şartsız vize politikası, insanların Karadağ'a seyahatini kolaylaştırıyor. Çin ile Rusya arasındaki siyasi değişimler ve 2018 Dünya Kupası'na ev sahipliği yaparak, 2018'de Rusya'ya gelen turist sayısı arttı. İskandinav ülkeleri, son yıllarda Çinli turistlerin dikkatini çekmiş ve Finlandiya en popüler olan nüfusun% 72'si Finlandiya'yı seçmiştir. Başkent Helsinki'ye, Laponya'ya Aurora'yı görmek ve Noel Baba Köyü'nü ziyaret etmektedir.

**Tablo 2.3 2018’de Avrupa’nın En Büyük 10 Potansiyel Turizm Destinasyon Ülkeler**

2018’de Avrupa’nın en büyük 10 potansiyel turizm destinasyon ülkeler	
ülke	Yıllık büyüme
Sırbistan	218%
Karadağ	239%
Belçika	179%
İspanya	165%
Rusya	137%
İsveç	212%
Danimarka	120%
Çek Cumhuriyeti	101%
Hollanda	92%
Finlandiya	77%

**Kaynak:** Ctrip ve Huacheng Uluslararası Seyahat Grubu

#### 2.3.4 Kişiselleştirilmiş, Derin Seyahat Bir Trend Haline Gelir

Çinli turistler, derinleşen ve kişiselleştirilmiş bir eğilim sunmak için Avrupa'ya seyahat ediyor. Ünlü doğal noktalar "Buraya geldim" turistlerin bireysel ihtiyaçlarını tam olarak karşılayamıyor ve daha fazla insan Avrupa'nın yerel kültürüne gerçekten entegre olan eşsiz bir turizm deneyimi yaşamaya başlıyor. Seyahat etme yöntemleri açısından, gezi için verilenlerin sayısı ve turistlerin sayısından, grup turunun% 70'i ana akımdır. Bu, Avrupa turnesinde yer alan dil, vize, kültür ve diğer faktörlerle ilgilidir. Grup turları açısından Huacheng Uluslararası Seyahat Grubu, turistlerin ihtiyaçlarına göre özel olarak hazırlanmaktadır: aile turu, 4-6 kişilik MINI küçük grup, mükemmel seyahat ve diğer tema ürünleri. Buna ek olarak, özgür seyahat, özelleştirilmiş seyahat ve diğer kişiselleştirilmiş ürünler önceki yıla göre önemli bir artışla% 30 olmuştur. Şu anda, Ctrip Europe'un özelleştirilmiş seyahat işletmesi hızla büyüyor ve bu da toplam gümrük seyahatinin% 10'unu oluşturuyor. Geçen yıl, talep yıllık bazda% 147 arttı ve kişi başına ortalama maliyet, genel pazar büyüme oranından çok daha yüksek olan kişi başına günde 2,500 yuan. Avrupa, özel seyahatlerde ikinci favori destinasyon haline geldi.

**Tablo 2.4 2018 Avrupa Özel Turu İlk 10 Tema**

2018 Avrupa Özel Turu İlk 10 Tema		
TOP	Tema	Turistik destinasyon
1	Evlilik turu	Fransa, İtalya, Yunanistan
2	Yerel yemek turu	İtalya, Almanya, İspanya
3	kayakçılık	İsviçre
4	Aristokrat Binicilik Deneyimi Turu	Fransa
5	Küçük kasaba	İtalya, Fransa, İspanya
6	Top oyunu izlemeye	İspanya, İtalya
7	İnsan derinlik turu	İngiltere, Almanya, Çek Cumhuriyeti
8	Festivali yaşayın	İspanya
9	Aurora'ya bak	Norveç, İzlanda
10	Medeniyet izlenebilirlik yolculuğu	Yunanistan

**Kaynak:** Ctrip ve Huacheng Uluslararası Seyahat Grubu

2018'de Avrupa'da yeni bir moda oyunu yaşandı. Yerel cazibe merkezlerine aşına olan ve Çince konuşan yerel bir rehber bulup birlikte gezmek popüler bir eğilim. Turistler, İngiliz Müzesi alimlerini dinlemek için Londra'ya gidebilir, fotoğraf çekimi yapmak için Provence'a gidebilir, Disney kalesi prototipini ziyaret etmek için Münih'e gidebilir, yürüyüş yapmak için Rusya'nın Murmansk kutup tundrasına gidebilir, öngörülemeyen Kuzey Işıklarını hissedebilir.

Ctrip konumlar bilet satışlarından, Avrupa'daki en popüler turistik yerler: Sagrada Familia, Louvre, Disneyland Paris, Casa Batllo, London Eye, La Pedrera, Guell Parkı, Versay Madrid Sarayı, Vatikan Müzeleri ve Kolezyum. Sanatsal ve kültürel cazibe merkezlerinin büyük çoğunluğu, eşsiz klasik sanat, müze koleksiyonları ve Avrupa'daki karakteristik binaları birçok Çinli turist dikkatini çekiyor.

Çin ve yurtdışındaki turizm potansiyelinin analizi yoluyla, "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkeleri boyunca turizmin gelişmesi olumlu ve iyimser bir eğilime doğru ilerlemektedir. "Bir Kuşak,

"Bir Yol" politikası, küresel turizm tarihinde nadir görülen bir olgu olan Asya ve Avrupa'daki birçok ülkede turizm üzerinde geniş kapsamlı bir etki yaratıyor.





## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### "BİR KUŞAK, BİR YOL" PROJESİNİN AVRASYA TURİZMİNE POTANSİYEL ETKİLERİ

"Bir Kuşak, Bir Yol", Asya, Avrupa ve Afrika'dan geçerek 65 ülkede 4.4 milyar kişiyi kapsıyor, küresel nüfusun% 63'ünü oluşturuyor, toplam ekonomik üretim ise küresel ekonominin% 29'unu oluşturan 21 trilyon ABD doları. "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca turizm, ulusal ve bölgesel kapsayıcılığın, güvenliğin ve esnekliğin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadır. "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkelerin turizm gelişimi büyük potansiyele sahiptir. Yıllık küresel büyüme oranından daha yüksek turist artışına sahip olan ülkeler "Bir Kuşak, Bir Yol" da geniş çapta dağılmış ve 3 milyondan fazla geliri olan ekonomiler de geniş ölçüde dağılmıştır. Turizm bölgeler arası, ülkeler arası ve uluslararasıdır. Küreselleşme arkaplanı altında, "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkeleri, zengin turizm kaynaklarını ve doğal coğrafi özelliklerini organik olarak bütünleştirmiş, ülkeler arasındaki değiş tokuşlar ve işbirlikleri güçlendirilmiş ve daha fazla ülke buna cevap vermiştir.

"Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca turizm kaynakları, kendi özellikleri ve doğal turizm özellikleri ile zengin ve çeşitlidir. "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca olan ülkeler farklı dillere, farklı geleneklere, farklı inançlara ve farklı kaynak donanımlarına ve gelişim seviyelerine sahiptir. "Bir Kemer ve Bir Yol" binlerce kilometre boyunca uzanıyor ve Asya-Pasifik ve Avrupa'nın iki büyük turizm sektörüne girmiş, dört büyük dinin doğduğu dört büyük medeniyete ve dört dünyadaki doğal ve kültürel mirasa sahiptir. Eski uygarlıkları modern kültürle çarpıştıran "insan medeniyetinin kökeni" ve "İpek Yolu" gibi kültürel olarak uluslararası turizm vardır. "Bir Kuşak, Bir Yol" turu dünyanın en önemli turistik destinasyonlarını ve turist kaynaklarını birbirine bağlar. Orta Asya, Güney Asya, Batı Asya ve Avrupa dünya bölgeleri için turizm yarattı ve marka etkisi dünya çapında genişledi.

Çin ve "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca yer alan ülkelerin uzun bir geçmişi vardır ve ekonomik ve ticari ve sosyal ve kültürel değişimlerle yakın bağları vardır. Açık ve kapsamlı bir endüstri olarak, turizm "Bir Kuşak, Bir Yol" daki ilk bağlantının benzersiz avantajına sahiptir. Turizm işbirliğiyle Çin, birçok ülkede "Bir Kuşak, Bir Yol" turizm kültürü inşası ile ilgili işbirliği ve kalkınma anlaşmaları imzaladı ve 60'tan fazla ülke olumlu tutumlarını dile getirdi. "Bir Kuşak, Bir Yol" u inovasyon araçları ve ulaşım ağının iyileştirilmesi turizm gelişimine kolaylık getirmiştir ve milli gelirdeki artış "Bir Kuşak, Bir Yol" turizmini teşvik etmiştir. Turizm, herkes için temel haklar ve yaşam biçimi haline gelmiştir ve "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca insanların yürekleri için bir bağlantı ve köprüdür. Çin ayrıca, "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca olan ülkeler için önemli bir turist kaynağı haline geliyor.

Turizm endüstrisi, "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkelerin halkıyla ilerlemede katalizörlerin ve yağlayıcıların fonksiyonlarını üstlenmiştir. Çin ile "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkeler arasındaki turizm işbirliği, saf pazar işbirliğinden derin element akışına ve markalar ile hizmetler arasındaki işbirliğine doğru kaymıştır. "Bir Kuşak, Bir Yol" turizmi sadece Çin'in çeşitli bölgelerinde yüzlerce turist güzergahını değil, aynı zamanda dünyadaki birçok ülke ve bölgeyle de büyük bağlantıları vardır. "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülke ve bölgelerde turizmin gelişmesi yeni bir bakış açısına sahiptir (Xiao He, 2017: 28-52).

27 Eylül 2018'de Çin Turizm Araştırma Enstitüsü Dekanı Dai Bin, Baş İstatistikçi Tang Xiaoyun ve Direktör Jiang Yiyi, Üçüncü İpek Yolu (Dunhuang) Uluslararası Kültür Fuarı'na katıldı. İpek Yolu Kültür ve Turizm Forumu'nda, Tang Xiaoyun'un araştırma ekibi adına istatistikçisi "Bir Bantlı, Bir Yol" turizminde yayımlanan "Üçüncü İpek Yolu (Dunhuang) Uluslararası Kültürel Kültür ve Turizm Forumu" büyük veri serisi raporu. " Rapor, "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkelerinin ekonomik, sosyal ve turizm gelişimlerinin ayrıntılı bir açıklamasını sunar.

### 3.1 "Bir Kuşak, Bir Yol" Ülkelerinin Ekonomik, Sosyal ve Turizm gelişimi

#### 3.1.1 Ekonomik ve Sosyal Profil

Şu anda Çin, "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca 69 ülke ve uluslararası kuruluşlarla "Bir Kuşak, Bir Yol" işbirliği anlaşması imzalamıştır. Esas olarak 65 ülkeyi kapsamaktadır (<http://www.ctaweb.org/>, erişim tarihi: 28.09.2018).



"Bir Kuşak Bir Yol" ulusal mekansal dağılım

#### 3.1.1.1 "Bir Kuşak, Bir Yol" Ülkesinin Nüfus Büyüklüğü: Demografik Avantajı

##### Fazladır

Çin dahil, 2017 sonunda "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkelerinin toplam nüfusu 4.641 milyara ulaştı ve dünya toplam nüfusunun% 62.35'ini oluşturdu.

Tablo 3.1 "Bir Kuşak, Bir Yol"daki İlk 10 Nüfus Ülkesi

<b>"Bir Kuşak Bir Yol" daki ilk 10 Nüfus ülkesi</b>	
<b>1</b>	<b>Çin</b>
<b>2</b>	<b>Hindistan</b>
<b>3</b>	<b>Endonezya</b>
<b>4</b>	<b>Pakistan</b>
<b>5</b>	<b>Bangladeş</b>
<b>6</b>	<b>Rusya</b>
<b>7</b>	<b>Filipinler</b>
<b>8</b>	<b>Mısır</b>
<b>9</b>	<b>Vietnam</b>
<b>10</b>	<b>İran</b>

**Kaynak:**Birleşmiş Milletler Nüfus Fonu

### 3.1.1.2 "Bir Kuşak, Bir Yol" Ülkelerinin Alanı: Nüfus ve Alan Arasındaki İlişki

#### Nispeten Dengesizdir

"Bir Kuşak, Bir Yol" ülkeleri, dünyadaki toplam arazi alanının yaklaşık üçte birine karşılık gelen toplam 50.47 milyon kilometrekare alana sahiptir. "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkeleri dünyadaki alanın% 33,87'sini ve dünya nüfusunun% 62,35'ini desteklemektedir.

Tablo 3.2 "Bir Kuşak, Bir Yol" Alanı Bakımından İlk 10 Ülke

<b>"Bir Kuşak Bir Yol" Arazi alanı bakımından ilk on ülke</b>	
<b>1</b>	<b>Rusya</b>
<b>2</b>	<b>Çin</b>
<b>3</b>	<b>Hindistan</b>
<b>4</b>	<b>Kazakistan</b>
<b>5</b>	<b>Suudi Arabistan</b>
<b>6</b>	<b>Endonezya</b>
<b>7</b>	<b>İran</b>
<b>8</b>	<b>Moğolistan</b>
<b>9</b>	<b>Mısır</b>
<b>10</b>	<b>Pakistan</b>

**Kaynak:**Dünya coğrafyası

### 3.1.1.3 "Bir Kuşak, Bir Yol" Ulusal GSYİH Ölçeği: Turizm Yoksulluğunun Azaltılması

2017 yılında dünyanın toplam üretim değeri 74 trilyon ABD doları, "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkesinin 2017 yılında üretim değeri 24.93 trilyon ABD dolarına ulaşarak, dünya toplam üretim değerinin yaklaşık 1 / 3'ünü oluşturuyor. Bunlar arasında Çin, Hindistan ve Rusya trilyon dolarlık kulüp ülkeleridir. "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca birçok ülke kişi başına düşen GSYİH 5372.2 ABD doları olan gelişmekte olan ülkelerdir. "Bir Kuşak, Bir Yol" dışı ülkelerin yalnızca% 30,69'u ve dünya ortalamasının% 54,04'üdür. "Bir Kuşak, Bir Yol" turizmin yoksulluğu azaltmada önemli bir konum olduğu görülmektedir.

Tablo 3.3 "Bir Kuşak, Bir Yol" GSYİH'dan İlk 10 Ülke

<b>"Bir Kuşak Bir Yol" GSYİH'dan ilk on ülke</b>	
<b>1</b>	<b>Çin</b>
<b>2</b>	<b>Hindistan</b>
<b>3</b>	<b>Rusya</b>
<b>4</b>	<b>Endonezya</b>
<b>5</b>	<b>Türkiye</b>
<b>6</b>	<b>Suudi Arabistan</b>
<b>7</b>	<b>Polonya</b>
<b>8</b>	<b>Tayland</b>
<b>9</b>	<b>İran</b>
<b>10</b>	<b>Mısır</b>

Kaynak: Dünya Bankası

### 3.1.2 "Bir Kuşak, Bir Yol" Ülkelerin Turizm Pazarının Gelişimi

#### 3.1.2.1 Nüfus Büyüklüğü Uluslararası ve İç Turizm Pazarını Desteklemektedir

2017 yılında, yerli ve yabancı turistlerin sayısı 11.9 milyardı ve bunların 1.323 milyarı uluslararası turistti. 2016 yılına göre 123 milyon kat arttı. "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkelerindeki uluslararası turist sayısı, 2017 yılında yaklaşık 582 milyon olarak gerçekleşti ve dünyadaki uluslararası turistlerin% 44,02'sini oluşturdu. Bölgenin GSYİH'sından yaklaşık% 10 daha yüksektir ve uluslararası turistlerin net girişidir. Yurt içi turizm açısından "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkeleri 8,42 milyar insan ile ileride, toplamın% 80'ini oluşturuyor ve Çin dünyada 5,01 milyar insanla birinci sırada. Uluslararası ve iç turizm pazarının ölçeğinin ekonomik gelişme düzeyi ve politikaların açıklık derecesi ile ilgili olduğu ve ayrıca yerel kaynak zenginleştirme derecesi ile ilgili olduğu görülmektedir.



**Grafik 3.1**Uluslararası Turist Sayıları

**Kaynak:**Eurobase



**Grafik 3.2** Yerli Turist Sayısı

**Kaynak:** Eurobase

### **3.1.2.2 "Bir Kuşak, Bir Yol" Ülkelerin Turizm Tüketimi: Turist Tüketimi Pazar Gelişiminin Ardından Kaldı**

Euromonitor'un verilerine göre, "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkesi 2017 yılında dış turizm için 329,4 milyar ABD Doları harcadı ve gelen turizm geliri 509,1 milyar ABD Doları oldu. Genel olarak "Bir Kuşak, Bir Yol" un uluslararası turizm hizmetleri için bir ticaret fazlası olduğunu göstermektedir. Buna karşılık, "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkelerinde uluslararası turizm tüketiminin seviyesi nispeten düşüktür. Büyük nüfus tabanı ve hızla büyüyen GSYİH dikkate alındığında, "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkeleri uluslararası turizm gelişimi için büyük potansiyele sahiptir.

### **3.2 Çin ile "Bir Kuşak, Bir Yol" Ülkeleri Arasındaki Uluslararası Turizm**

"Bir Kuşak, Bir Yol" un bir savunucusu ve başlatıcısı olarak Çin, "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkelerin turizmi ile birbirine bağlıyor ve birbirlerine ulaşıyor.

#### **3.2.1 Çin ile "Bir Kuşak, Bir Yol" Ülkeleri Arasındaki Uluslararası Turizm**

"Bir Kuşak, Bir Yol" ülkeleri boyunca Çin'e seyahat eden turistler, 2013'de 9,03 milyon'dan 2017'de 10,64 milyon'a çıkarak istikrarlı bir şekilde büyümesini sürdürmüştür. Çin'den "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkelere giden turist sayısı, 2013 yılında 15,49 milyon iken, 2017 yılında 27,41 milyon iken, beş yılda% 77 artarak yıllık ortalama% 15,34 artış gösterdi. Özellikle, 2015 yılında "Bir Kuşak, Bir Yol" işbirliği politikasının sürekli uygulanmasıyla birlikte, Çin'in "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkelerine ziyaretleri turistlerin büyümesini hızlandırdı ve Çin'in "Bir Kuşak, Bir Yol" ulusal turizm ekonomisindeki durumu gittikçe daha fazla öne çıktı.





**Grafik 3.3 Çin ile "Bir Kuşak, Bir Yol" Ülkeleri Arasındaki Turist Sayısı**

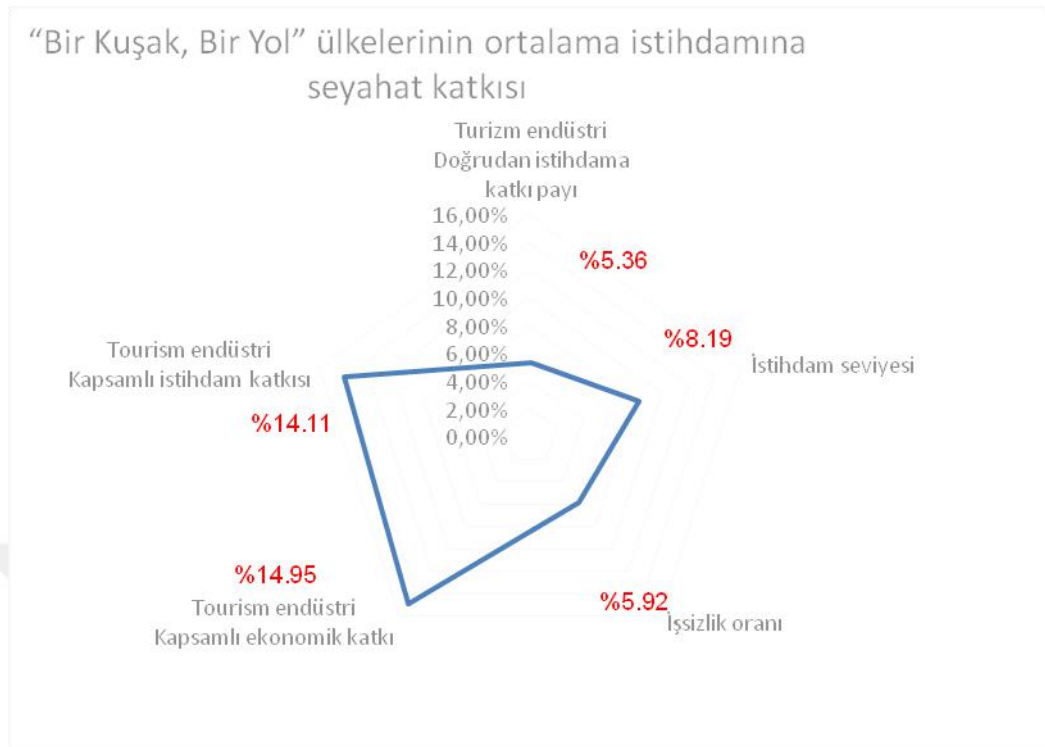
**Kaynak:**Eurobase

### 3.2.2 Çin ile "Bir Kuşak, Bir Yol" Ülkeler Arasındaki Turizmin Ekonomik Katkısı

Büyük kalibreye göre, yurtdışında kısa süreli çalışma, emek, tıbbi ve diğer tüketim gibi kısa vadeli çalışmalar dahil, 2017 yılında, "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca olan ülkeler 385,1 milyar ABD doları tutarında uluslararası turizm geliri elde etmiş, bunun% 30,82'si Çinli turistlerin katkısı olmuştur. Çinli turistler, "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca olan ülkeler için gelen turizm gelirlerinin ana kaynağıdır. 2017 yılında Çin, gelen turizmde 123,4 milyar ABD doları gelir elde etti. Bunlar arasında, "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkelerinin yarattığı pay yaklaşık 20,8 milyar ABD dolarıdır ve Çin'in uluslararası turizm gelirinin% 16,88'ini oluşturur ve gelecekteki büyüme için çok yer vardır.

### 3.2.3 "Bir Kuşak, Bir Yol" Ülkelerin İstihdamına Turizm Katkısı

Turizm, "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkelere doğrudan istihdam katkısının% 5.36'sını ve turizmin kapsamlı istihdam katkısının% 14.11'ini sağlamıştır. İşsizlik oranını azaltmada ve yoksulluğu azaltmada belirgin etkileri var.



**Grafik 3.4 “Bir Kuşak, Bir Yol” Ülkelerinin Ortalama İstihdamına Seyahat Katkısı**

**Kaynak:** WTTC

### 3.3 "Bir Kuşak, Bir Yol" Ülkelerinde Turizmin Gelişmesinin Değerlendirilmesi

#### 3.3.1 "Bir Kuşak, Bir Yol" Ülkelerinde Yol ve Demiryolu İnşaatı

"Bir Kuşak, Bir Yol" ülkelerinin karayolunun toplam uzunluğu yaklaşık 27.03 milyon kilometredir ve dünya karayolunun toplam uzunluğunun% 40.3'ünü oluşturur. Demiryolunun toplam uzunluğu 790.000 kilometredir ve dünyadaki toplam demiryolu kilometresinin% 39.4'ünü oluşturur. Genel olarak, "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkelerinin toplam yol kilometresi, dünyadaki toplam yol kilometresinin yaklaşık 2/5'ini oluşturmaktadır (Otsuka ve Shigeru, 2001: 42-49).

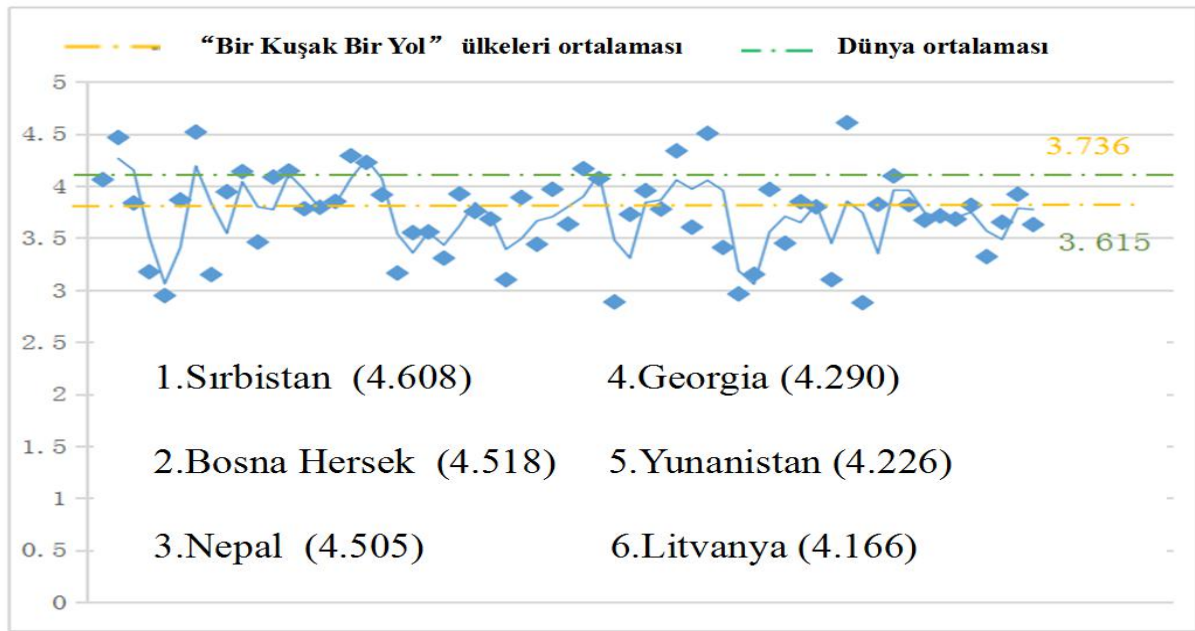


**Grafik 3.5 “Bir Kuşak, Bir Yol” Ülkeleri Karayolu, Demiryolu ve Toplam Kilometre Oranı**

**Kaynak:** LÜTU Teknolojisi

### 3.3.2 "Bir Kuşak, Bir Yol" Ülkelerinde Turizm Tesislerinin Değerlendirilmesi

"Bir Kuşak, Bir Yol" ülkelerinin ortalama turist çekiciliği 3.736'dır ve bu, dünyadaki 3.615'ten daha yüksektir. 4.0'dan daha kapsamlı bir değerlendirmeye sahip 14 ülke var. Dünya ortalamasını aşan 42 ülke var. En yüksek oyu alan ülke Sırbistan.



**Grafik 3.6 Turist Değerlendirme ve Turistlerin Puanladığı İlk 10 Ülke**

**Kaynak:** MAOTUYING

### 3.3.3 "Bir Kuşak, Bir Yol" Ülkelerine Giden Çinli Turistlerin Turist Memnuniyeti

2018'in ilk yarısında, Çinli turistlerin "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkelerine ortalama memnuniyet oranı 77,36 idi ve Singapur, Maldivler ve Türkiye'deki turistler oldukça memnun kaldılar. Ek olarak, Çinli turistler Asya'yı Singapur'u memnun eden ilk ülkelerdir. Maldivler ile ilgili memnuniyet Asya'da dördüncü, Türkiye'den duyulan memnuniyet Avrupa'da 8. sırada.



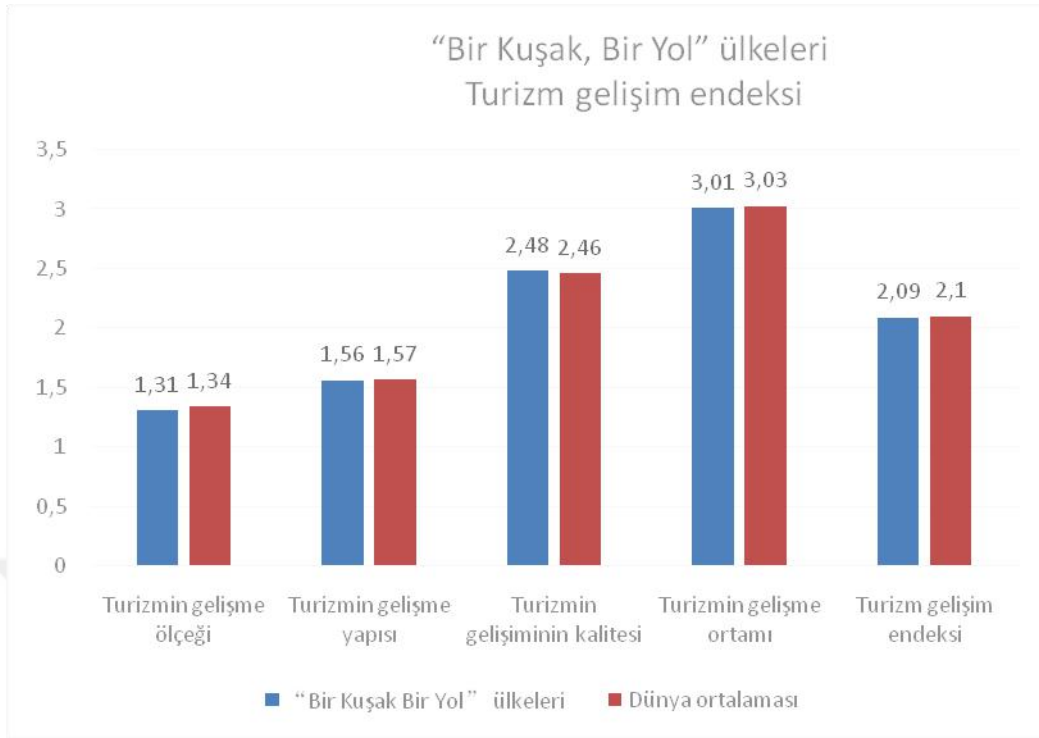
**Grafik 3.7 Çinli Turistlerin "Bir Kuşak, Bir Yol" Ülkeleri Turizmi'nden Memnuniyeti**

**Kaynak:** ÇinTurizmAraştırmaEnstitüsü: KültürveTurizmBakanlığıVeriMerkezi

### 3.3.4 "Bir Kuşak, Bir Yol" Ülkelerinin Turizm Gelişme Endeksi

#### 3.3.4.1 Kapsamlı Gelişim Endeksi

162 ülke ve bölgede kapsamlı veri toplama ve modelleme analizi yapıldı ve ülke ve bölgelerin turizm gelişim endeksleri ölçüldü. Kapsamlı bir turizm gelişimi endeksi: yani, turizm gelişiminin ölçeği, turizm gelişiminin yapısı, turizm gelişiminin kalitesi ve turizm gelişimine yönelik çevre. "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkelerinin kapsamlı turizm yarışması endeksinin nicel olarak değerlendirilmesi, genel olarak, "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkelerinin turizm gelişim endeksinin, temel olarak turizm kalkınması kalitesi dışında dünya ortalamasının aynı olduğunu göstermektedir. Diğer üç boyutta "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkelerinin ortalama gelişme düzeyi, dünya ortalamasının biraz altındadır. "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkelerinin turizm endüstrisinin ulusal ekonomisinde daha belirgin olduğunu göstermektedir. "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkeleri turizmin gelişmesi için büyük potansiyele sahiptir. Kaynak piyasasını daha fazla araştırmak gerekir, özellikle "Bir Kuşak, Bir Yol" bölgesinde bölgeler arasındaki turizm değişimlerine dikkat etmek önemlidir.



**Grafik 3.8 “Bir Kuşak, Bir Yol” Ülkeleri Turizm Gelişim Endeksi**

**Kaynak:** Çin Turizm Araştırma Enstitüsü: Kültür ve Turizm Bakanlığı Veri Merkezi

### 3.3.4.2 Ayrı Sıralama

Çin Turizm Araştırma Enstitüsü'nün (Kültür ve Turizm Bakanlığı veri merkezi) araştırma ekibinin değerlendirme sonuçlarına göre, "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkelerinin ilk on turizm gelişim ölçüğü: Çin, Hindistan, Singapur, Rusya, Katar, Tayland, Yunanistan, Lübnan, Türkiye, Kuveyt.

Turizm geliştirme yapısındaki ilk on ülke şunlardır: Kıbrıs, Vietnam, Endonezya, Slovakya, Malezya, Bulgaristan, Pakistan, Litvanya, Estonya, Birleşik Arap Emirlikleri.

Turizm gelişiminde en yüksek on ülke şunlardır: Maldivler, İsrail, Slovenya, Türkiye, Yunanistan, Bosna Hersek, Gürcistan, Kıbrıs, Kamboçya ve Karadağ.

Turizm geliştirme ortamındaki ilk on ülke şunlardır: Slovenya, Slovakya, Singapur, Estonya, Polonya, Brunei, Çek Cumhuriyeti, Letonya, Litvanya, Malezya.

Kapsamlı turizm geliştirme endeksindeki ilk on ülke şunlardır: Slovenya, Çin, Estonya, Slovakya, Singapur, Kıbrıs, İsrail, Litvanya, Letonya, Bulgaristan.

### 3.3.4.3 Gelecek Umutları

"Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca birçok insan var ve çok az alan var. Ekonomik gelişme düzeyi düşüktür ve turizm ekonomisinin performansı makroekonomik gelişmeden daha iyidir. Bu ülkelerin ulusal ekonomisinde turizm daha belirgindir. Turizmin yoksulluğu azaltma ve istihdamı yönlendirmedeki rolü daha fazla rehberlik, destek ve sergilemeye ihtiyaç duyuyor.

Çin ile "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkeleri arasındaki turizm alışverişi, ülkeyi terk eden Çinli turistlerin sayısının hızla arttığını ve "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkelerinin Çin'e istikrarlı bir şekilde gelişmekte olduğunu gösteriyor. İki yönlü turizm değişimlerinin gelişmesini desteklemek için kolaylaştırma, pazarlama ve endüstriyel yerleştirme alanındaki işbirliğini arttırmalıdır.

"Bir Kuşak, Bir Yol" ülkelerinde turizm altyapısı arzı, dünya ekonomisindeki GSYH oranlarından daha iyidir, bu da yatırımın bu ülkelerde ekonomik kalkınmaya katkısının daha belirgin olduğunu göstermektedir. Gelecekte, ekonomideki tüketimin rolü gittikçe daha belirginleşecek ve tüketimde lider bir endüstri olarak turizm ortaya çıkacaktır. "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkeleri, turizmin ekonomik kalkınmadaki önemli rolüne daha fazla yer vermek için daha iyi altyapıya güvenmek için şartlara sahiptir.

"Bir Kuşak, Bir Yol" ülkelerinin turizm kalitesi, kalkınma ölçeği ve kalkınma yapısı dünya ortalamasından daha iyidir ve turizm geliştirme vakfı iyidir. Bununla birlikte, çoğu ülkede turizm, gelen turizm pazarına daha fazla güvenmektedir. Yerel halkın ülkeyi ziyaret etmesini teşvik etmek, demografik temettüden tam olarak yararlanmak ve turizmin ekonomik kalkınmasının içsel motivasyonunu arttırmak için daha fazla koşul yaratılmalıdır.

### 3.4 "Bir Kuşak, Bir Yol" Beşinci Yılından Bir İnceleme

2018 yılı, Çin Komünist Partisi 19. Ulusal Kongresi'nin ruhunun tam olarak uygulanmasının ilk yılı ve aynı zamanda Başkan Xi Jinping'in "Bir Kuşak, Bir Yol" girişimini ortaklaşa kurma girişiminin beşinci yıldönümü. "İpek Yolu" Çin'den gelmiştir ve dünyaya aittir. "Ülke halkın elinde", turizm en güçlü kültürel değişim ile doğuyor. Zengin Çinliler kapının dışına merakla bakıyorlardı. "Bir Kuşak, Bir Yol" turu, insanlık tarihinde

geniş çaplı ve çok formlu bir ara bağlantı yolculuğunu başlattı. Geçtiğimiz beş yılda, "Bir Kuşak, Bir Yol", antik İpek Yolu turizmini canlı kılan, hiçbir şeyden bir hiçe büyüdü (Mingwei Li,2005: 90-106).

Şu anda, "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkelerin uluslararası turizm hacmi, küresel turizmin yaklaşık% 70'ini oluşturuyor ve Çin ile İpek Yolu ülkeleri arasındaki iki yönlü turizm alışverişi ölçeği 25 milyonu aşıyor. "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca yer alan ülkeler arasında 56 ülke ve bölge, Çin vatandaşlarının giden turizm destinasyonları haline geldi ve toplam Çin vatandaşlarının giden turizm destinasyonlarının% 37'sini oluşturdu. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nce Direktörü Zhu Shanzhong, geçtiğimiz beş yılda Çin'in uluslararası turistlerin en büyük katkısı olduğunu ve yaptığı seyahatlerin% 21'inin Çin'den geldiğini, Çin'in turizm gelişimi için yeni bir itici güç olduğunu söyledi.

Geçtiğimiz beş yılda, turizm "Bir Kuşak, Bir Yol" seyahat kolaylığı ikiye katladı. 65 ülkenin yakınlığı, rota boyunca önemli ülkeler arasında karşılıklı anlayışı ve popüler iletişimi etkili bir şekilde artırdı. "Bir Kuşak, Bir Yol" un coğrafi kapsamı Asya, Afrika ve Avrupa'yı kırdı ve dünyaya karşı karşıyadı. Kara, deniz, gökyüzü ve net İpek Yolu turizmi giderek gelişmiştir ve Yeşil İpek Yolu, Sağlıklı İpek Yolu, Dijital İpek Yolu ve İpek İpek Yolu giderek daha fazla ilgi çekmiştir. İpek Yolu Ekonomik Kemeri, 21. Yüzyıl Deniz İpek Yolu, İpek İpek Yolu, Çin-Moğolistan Rus Wanli Çay Töreni, vb. Yol boyunca 60'tan fazla ülkeyi birbirine bağladı ve "Bir Kuşak, Bir Yol" için iyi bir uluslararası ortam yarattı. "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkeler arasındaki turizm alışverişi ve işbirliği önemli ölçüde artmış, turizm ölçeği sürekli iyileştirilmiş ve sosyal ve ekonomik faydalar giderek daha belirgin hale gelmiştir. İpek Yolu boyunca farklı manzaralara bakan ve farklı kültürleri deneyimleyen birçok insan var. Barışçıl işbirliği, açıklık ve hoşgörü, karşılıklı öğrenme ve karşılıklı öğrenme, karşılıklı yarar ve kazan-kazan ruhunu hissetmektedir.

"Bir Kuşak, Bir Yol" Girişimi girişimi beş yıl boyunca önerildi ve "Bir Kuşak, Bir Yol" turizm stratejisi, turizm endüstrisinin dönüşümü ve geliştirilmesi için en iyi platform haline geldi. Turizm bir çekiş ve itici sanayi ve ekonomik kalkınma için önemli bir itici güçtür. "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca yer alan ülkeler yeni vize işlemlerini basitleştirdi ve yeni ürünler



piyasaya sürdü. Her il ve şehir, benzersiz coğrafi özelliklerine dayanarak "Bir Kuşak, Bir Yol" turizm geliştirme stratejisi geliştirdiler. Yerel turizm yetkilileri, İpek Yolu'nun kendine özgü turizm markalarını ve hizmetlerini şiddetle yarattı. Şanghay en aktif gelen turizm türüne sahip. Fujian şiddetle özel konferanslar ve tema festivalleri düzenledi. Guangdong, insanları aktif olarak katılmaya çağırdı. Hainan, denizaşırı pazarların gelişimine odaklanmaktadır. Turizm işletmeleri olumlu cevap verdiler ve "Bir Kuşak, Bir Yol" u desteklediler ve "Bir Kuşak, Bir Yol" ile uyumlu bir dizi turizm stratejisi belirlediler. İlgili turizm merkezlerini genişletti ve Çin ve dış turizmin gelişimini büyük ölçüde destekleyen denizaşırı bir müşteri hizmetleri merkezi kurdu.

Son beş yılda, taşımacılığın hızla gelişmesi turizmin gelişimi üzerinde olumlu veya doğrudan bir etki yarattı. Ulaştırma Bakanlığı, son beş yılda Çin ve ilgili ülkelerin 356 uluslararası karayolu yolcu ve kargo taşıma hattı açtığını açıkladı. Deniz taşımacılığı hizmetleri, "Bir Kuşak, Bir Yol" katılımcı ülkelerini kapsamıştır. Uluslararası rotaların sayısı 381'den 784'e yükseldi ve "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca 45 ülke, haftada 5.100 uçuşla doğrudan uçuşlar gerçekleştirdi. Tüm turizm "büyük trafik" sistemini kurdu: uçak, tren, araba, uçak bileti satın almak, hava ve demiryolu taşımacılığı geliştirmek (havacılık ve demiryolu kombinasyonu), boş Pakistan (havacılık ve karayolu kombinasyonu), demiryolu ve demiryolu taşımacılığı (otoyol) kurmak Demiryolu ile birlikte) ve yerli ve yabancı otobüsler gibi büyük ölçekli turizm hizmetleri.

Turizm ilk bağlantının doğal avantajına sahiptir ve "beş bağlantı" sürecinde tükenmez gücün kaynağıdır. Geçtiğimiz beş yılda, dünya çapında 140'tan fazla ülke ve 80'den fazla uluslararası kuruluş "Bir Kuşak, Bir Yol" inşaatına aktif olarak destek verdi ve katıldı ve geniş bir uluslararası işbirliği konsensüsü oluşturdu. "Bir Kuşak, Bir Yol" girişimi ve temel kavramları, Birleşmiş Milletler, G20, APEC ve SCO gibi başlıca uluslararası mekanizmaların sonuç belgelerine dahil edilmiştir. "Bir Kuşak, Bir Yol" girişimi, 100'den fazla ülke ve dünyadaki uluslararası organizasyonlardan olumlu tepkiler aldı, BM Genel Kurulu ve BM Güvenlik Konseyi gibi bazı önemli konulara dahil edildi ve aynı zamanda rota boyunca

birçok ülkenin kalkınma stratejileriyle de ilişkilendirildi. "Bir Kuşak, Bir Yol" civarında, daha fazla havaalanı, güzergah ve turist kabul tesisleri turist akışını teşvik etti.

Son beş yılda, ulusal turizmin tüketiminin artması, genel turizmi ve "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkeleri boyunca turizmin gelişmesini teşvik etti. Giderek daha fazla sayıda turist "Bir Kuşak, Bir Yol" a dikkat ediyor ve farklı yerlerin gelişimine dikkat ediyor. Sadece daha fazla turist ve grup turu değil, aynı zamanda kendi kendine rehberli turistler var. Turizm seçimi daha yaşam odaklı, çeşitlendirilmiş ve uzmanlaşmıştır.

Son beş yılda vize, seyahat ödemeleri ve bilgi sağlama dahil olmak üzere turizm kolaylaştırma önlemleri yayılmaya devam etmiştir. 2018'de 71 ülke ve bölge Çin pasaportları için vizesiz / iniş vizesi uyguladı. Bire bir ve bire çok seyahatler arasında giderek daha fazla alışverişi var. Çin'in güzel doğal manzaralarına ve uzun tarih ve kültürüne daha fazla yabancı gelir ve ayrıca "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkelere daha fazla Çinli turist gönderir.

Son beş yılda, Çin ile "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkeler arasındaki kültürel değişim ve işbirliği mekanizması sürekli olarak iyileştirildi. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın son rakamlarına göre, Çin, 2013'ten bu yana Çin-ASEAN, Çin-Orta ve Doğu Avrupa, Çin, Rusya ve Moğolistan gibi bir dizi iki taraflı ve çok taraflı sorunu tanıtmak için "Bir Kuşak, Bir Yol" üzerindeki ülkelerle 76 ikili kültürel ve turizm işbirliği belgesi imzaladı. Dünya Turizm İttifakı resmen kuruldu ve Silk Road Uluslararası Tiyatrosu, Müze, Sanat Festivali, Kütüphane ve Sanat Galerisi İttifakı kademeli olarak kuruldu ve geliştirildi. Çin ve "One Belt, One Road" ülkeleri kültürel yıl, turizm yılı, sanat festivali, film festivali, TV haftası, kitap sergisi vb. Kültürel alışverişi teşvik et ve bilim, teknoloji, eğitim, kültür, sağlık, turizm, siyasi partiler, düşünce kuruluşları, gençlik ve sosyal organizasyonlarda işbirliğini teşvik etmektedir.

Son beş yılda, Çin ve "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca yer alan ülkeler eğitim, bilim ve teknoloji ve kültür alanlarında aktif olarak işbirliği yaptılar. Eğitim, bilim ve teknoloji, finans, enerji, tarım, teftiş ve karantina ve standart China Unicom için özel bir işbirliği planı hazırladı. "İpek Yolu" burs programı ve denizaşırı okullarda çalışan kurumların kurulması, "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca bulunan ülkeler için teknik yönetim becerilerini geliştirmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı Genç Sinologlar Eğitim Programı 95 ülkeden 360 genç sinologa

eğitim verdi. İstatistiklere göre, 2017 yılında, "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkeleri, yurtdışında okuyan Çinli öğrenciler için yeni bir büyüme noktası haline geldi. 2017 yılında, "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkelerinden 300.000'den fazla öğrenci, "Bir Kuşak, Bir Yol" hattı boyunca, 60.000'den fazla kişiyi okumak için ülkeye gitti. Başkan Xi Jinping, beşeri bilimlerin değiş tokuşunun ve işbirliğinin de "Bir Kuşak, Bir Yol" inşaatının önemli bir parçası olduğunu belirtti. Gerçekten ""Bir Kuşak, Bir Yol"" u inşa etmek için, hat boyunca ülke halkları arasında karşılıklı takdir, karşılıklı anlayış ve karşılıklı saygı için hümanist bir kalıp oluşturmalıdır. "Bir Kuşak, Bir Yol" turizmi bölgeler arası ve uluslararası politika entegrasyonu, yatırım ve ekonomik işbirliği, personel değişimi ve kültürel değişim yolunda ilerliyor (Yang, 2016).

### **3.5 "Bir Kuşak, Bir Yol" Stratejisi ve Turizm Arasındaki İlişki**

#### **3.5.1 "Bir Kuşak, Bir Yol" Stratejisi Turizm Endüstrisine Fırsatlar Getiriyor**

İpek Yolu, dünyanın en seçkin kültürel ve turizm kaynaklarını bir araya getiriyor ve dünyanın kültürel mirasının% 80'ini oluşturuyor ve hatta 60'tan fazla ülkeyi ve yaklaşık 4,4 milyar insanı içeren dünyanın en dinamik ve potansiyel altın turist yolu olarak da adlandırılabilir. Ulusal Turizm İdaresi'ne göre, "Onüçüncü Beş Yıllık Plan" döneminde, Çin, "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkelere 150 milyon Çinli turisti ve 200 milyar ABD doları Çinli turisti taşıyacak. Aynı zamanda, "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkelere 85 milyon turist çekerek Çin'e seyahat ederek turizm tüketimini yaklaşık 110 milyar ABD doları çekecektir.

##### **3.5.1.1 Turizm Endüstrisinin Durumunu İyileştirmektedir**

"Bir Kuşak, Bir Yol", coğrafi ve trafik kısıtlamaları nedeniyle iyi gelişmemiş olan doğal ve kültürel turizm kaynaklarının bolluğuna sahiptir. Bununla birlikte, aynı zamanda, birçok yüksek kaliteli turizm kaynağı, aşırı gelişme ve ürün asimilasyonuna ihtiyaç duymadan orijinal ekolojii korumuştur ve dezavantajları avantajlara dönüşmüştür. Diğer endüstrilerle karşılaştırıldığında, kapsamlı turizm endüstrisinde gecikme olmaz ve dinamik performansı

çok sayıda işi takip etmek ve yaratmak için bir dizi ilgili endüstriyi tetikleyebilir, teşvik edebilir ve harekete geçirebilir. Ekonomik büyümeyi teşvik ederken, ekolojik çevrenin ve tarihi ve kültürel kaynakların korunmasını ve mirasını da teşvik edebilir ve "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca nispeten geriye kalan alanların yaşam kalitesini ve medeniyetini artırabilir. Bu özellikler ve yasalar, turizm endüstrisinin büyük projelere yatırımı önceliklendiren bir alan haline gelmesi gerektiğini ve "Bir Kuşak, Bir Yol" stratejisinde erken başlayan, deneyen ve ilk kazananlardan biri haline geldiğini belirlemiştir. Turizm, "Bir Kuşak, Bir Yol" stratejisinin öncüsü olmak zorundadır.

### **3.5.1.2 Turizm Endüstrisinin Rekabet Gücünü Artırmaktadır**

Her ne kadar Çin'in turizm endüstrisi son yıllarda hızla gelişmiş olsa da, yerel perspektiften bakıldığında, kalkınmada hala birçok dengesizlik var ve diğer ülkeler ve bölgelerle bazı boşluklar var. "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca kalan bölge zengin ve kaliteli turizm kaynaklarına sahiptir, ancak coğrafi konum ve ekonomik gelişme nedeniyle, bu bölgedeki turizm pek gelişmemiştir. "Bir Kuşak, Bir Yol" stratejisinin uygulanmasıyla, İpek Yolu boyunca dünya standartlarında çok sayıda turizm noktası olacaktır. Bu fırsatla turizmin gelişmesi, turizm endüstrisinin genel rekabet edebilirliğinin artırılması için kalite ve modern sanayileşmenin gelişim yoluna bağlı kalmalıdır. "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca en iyi turizm kaynaklarının kullanımını ve gelişimini optimize etmektedir ve rasyonelleştirir ve dünya standartlarında bir butik turizm rotası oluşturmak ve uluslararası etkiye sahip bir turist sıcak nokta şehri inşa etmek için verimli ve kaliteli hizmet ve tesislerle işbirliği yapmaktadır. Aynı zamanda, turizmin tarım, üretim, finans ve bilgi gibi sektörlerle entegrasyonunu teşvik etmek de önemlidir. Büyük veri ve bilgi teknolojisine dayalı endüstriyel destek ve endüstri bağlantılarının endüstriyel bir gelişimini oluşturmak için akıllı turizmin gelişmesine ve çeşitli endüstrilerin ortak bağlantılarına önem vermek gereklidir.

### **3.5.1.3 Cruise Turizminin Gelişimini Teşvik Etmektedir**

2015 yılında Devlet Konseyi, Ulusal Kalkınma ve Reform Komisyonu, Dışişleri Bakanlığı ve Ticaret Bakanlığı'nın izni ile ortaklaşa "İpek Yolu Ekonomik Kemer ve 21. Yüzyıl Deniz İpek Yolu Yapımını Teşvik Etme Vizyonu ve Eylemi" ni yayınladı. Açıkça belirtildiği gibi: "21. Yüzyıl Deniz İpek Yolu kruvaziyer turizm işbirliğini teşvik etmektedir." Kruvaziyer turizminin gelişimi, kruvaziyer limanının ana liman ve güzergahlarının inşasını hızlandırmalı ve aynı zamanda aktif olarak deniz kenarındaki "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkelerine katılmalıdır. Politika desteği için gayret göstermektedir, denizyolu Silk Road giden turizm hattını planlamaktadır ve cruise butik seyahat rotaları oluşturmaktadır. Vize içermeyen ulusal tur gruplarının sayısı ve liman ve hava limanlarındaki 72 saatlik geçiş vizesi olmayan politikalar üzerindeki kısıtlamaları gevşetmeye gayret etmektedir. Yolcu gemilerine dayalı deniz turizmi gelişimini hızlandırmaktadır. "Vizyon ve Eylem", kıyı kentlerinin liman inşaatını güçlendirmeyi ve 21. Yüzyıl Deniz İpek Yolu olmak için öncü ve ana gücü aktif olarak inşa etmeyi önermektedir.

### **3.5.1.4 Turistik Destinasyonların Erişilebilirliğini Arttırmaktadır**

Ekonomik gelişme dengesizliği nedeniyle, Çin'in orta ve batı bölgelerindeki ulaşım tesislerinin inşaatülkede düşük seviyede idi, ancak "Bir Kuşak, Bir Yol" stratejisinin uygulanmasıyla birlikte, Çin'deki "İpek Yolu" boyunca orta ve batı bölgelerindeki trafik koşulları, Büyük gelişme sağlandı ve Unicom'un altyapısı, doğu bölgedeki turizm baskısını hafifleterek, orta ve batı bölgelere daha fazla turist kaynaklı pazar çekmiştir. Aynı zamanda, "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkelerin imzaladığı işbirliği mutabakatı, vize işlemlerine ilişkin prosedürleri büyük ölçüde basitleştirdi, ikisi de "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkelerin iç ve dış turizminin kuvvetli gelişimini kesinlikle teşvik edecek olan el ele gidecektir. Ayrıca, 24 Ekim 2014 tarihinde Çin'in ilan ettiği Asya Altyapı Yatırım Bankası, "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülke ve bölgelere finansal destek sağlamıştır. "İpek Yolu" turizminin erişilebilirliğini büyük ölçüde artıracak ilgili altyapının inşasında kullanılacaktır.

### **3.5.1.5 Turizm Profesyonellerinin Eğitimini Teşvik Etmek**

"Bir Kuşak, Bir Yol" stratejisi altında geliştirilen turizm pazarı iki ana bölümden oluşmaktadır: nispeten olgun olan iç turizm pazarı ve bol miktarda doğal ve insancıl turizm kaynaklarının çektiği gelen turizm pazarı. İlki, turizm kaynakları ve donanım olanaklarının yanı sıra olgun bir turizm kaynağı pazarıdır ve daha da önemlisi, turizm hizmetlerinin getirdiği turizm deneyimidir. Turizm deneyimine ek olarak, ikincisinin turizm ürünleri algısı, özellikle tarihi ve kültürel turizm kaynakları kullanılarak geliştirilen turizm ürünleri, turizm hizmetlerinden de büyük ölçüde etkilenmektedir. Bunun nedeni, gelen turist kaynak pazarının sosyal, ekonomik, kültürel, dilbilimsel ve geleneksel yönlerinin ülkedekilerden önemli ölçüde farklı olmasıdır. Seyahat sürecinde, yüksek kalitede bir seyahat deneyimi sağlamak için seyahat hizmetlerine daha fazla güvenebilmektedir. Bu nedenle, turizm profesyonellerinin eğitimi için daha yüksek ve daha kapsamlı gereksinimler ortaya koymaktadır. Yüksek kaliteli kapsamlı turizm profesyonelleri kesinlikle "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca turizm gelişimine eşlik edecekler.

### **3.5.2 Turizm "Bir Kuşak, Bir Yol" Stratejisini Desteklemektedir**

"Bir Kuşak, Bir Yol" stratejisi, yüksek kaliteli üretim kapasitesini paylaşmayı, proje yatırımını paylaşmayı, altyapı oluşturmayı ve "İpek Yolu" boyunca yer alan ülkelerle işbirliği sonuçlarını paylaşmayı amaçlamaktadır. Siyasi karşılıklı güven, ekonomik bütünleşme ve kültürel katılım için bir çıkar topluluğu, bir kader topluluğu ve bir sorumluluk topluluğu oluşturmaya gayret etmektedir. Turizmin heterojen yerçekimi, kültürel bütünleşmesi ve ekonomik katalizi, "Bir Kuşak, Bir Yol" stratejisinde çok önemli bir rol oynamanın şart olduğunu belirlemiştir.

#### **3.5.2.1 İnsanların Kalbini Birbirine Bağlamanın Önemli Bir Yoludur**

Antik çağlardan beri turizm, uluslararası politik kimliği, politika entegrasyonunu, tesisin birlikte çalışabilirliğini, ekonomik işbirliğini, personel değişimlerini, kültürel entegrasyonu vb. Teşvik etmekten sorumlu olmuştur. Gerçek bir kültürel entegrasyon ajanı, insan birleşik

ajanı ve ekonomik katalizördür. Turizm, kültürel bütünleşmeyi teşvik etmenin ve halkın topluluğunu gerçekleştirmenin en iyi yoludur. Bir yandan, yenilikçi kültürel turizm ürünleri, turizm ürünlerinin planlanması ve geliştirilmesinde temel değerleri, ulusal ruhu ve zamanın ruhunu enjekte etmektedir. Köprü olarak "İpek Yolu" ile, "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkeleri ve pek çok bölge arasındaki değişimi ve işbirliğini teşvik etmektedir, çok düzeyli, çok kanallı ve çok yönlü bir turizm işbirliği ve değişim mekanizması oluşturmaktadır ve bir "Tek Kemer, Bir Yol" dünya markası oluşturmaktadır. Öte yandan, turizm alanlarının "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkelerindeki dağılımını yeniden düzenlemek, "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkelere ve bölgelere önemli ekonomik faydalar sağlayacaktır. Kültür turizmi değişimini teşvik etmek ve farklı bölgelerde ve ülkelerde kültürel değerlerin ihracatını ve entegrasyonunu gerçekleştirmek.

### **3.5.2.2 Arabağlantı Gerçekleştirmeyi Teşvik Etmektedir**

Başkan Xi Jinping, 2014 yılında arabağlantı ortaklığının güçlendirilmesiyle ilgili toplantıda "Silk Road özel turizminin turizm işbirliğini ve karşılıklı bağlantı ve karşılıklı tanıtımı teşvik etmek için geliştirilmesi gerektiğini" belirtti. 2015 yılında Çin turizminin tema yılı "Güzel Çin - 2015 Çin İpek Yolu Turizm Yılı" dır. İpek Yolu dünya üzerinde büyük bir üne ve etkiye sahiptir Yoğun ve güçlü bir propaganda kampanyası, turizm yatırım ısını tetikleyecek ve "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkelerin ateşini deneyimlemektetir. Herkes, turizm endüstrisini sosyal bir atmosfer yaratmada ve fikir birliğini teşvik etmede önemli bir yer tutan ekonomik tüketim faaliyetlerine ve ruhsal deneyime katılabilir. "İpek Yolu" yakınsama etkisini güçlendirmek, Çin ve çeşitli Asya bölgeleri arasındaki alışverişi ve işbirliğini teşvik etmek ve "İpek Yolu Turizmi" nin uluslararası turizm ve gelen turizm pazarlarındaki özlemini ve coşkusunu arttırmak için bir bağlantı olarak kullanılmaktadır.

### **3.5.2.3 Stratejik "İlk Önce İlk Hareket" Alanı**

Bir yandan, "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca yer alan ülkeler çok sayıda turizm kaynağını bir araya getirdiğinden, turizm geliştirme potansiyeli çok büyük. Diğer endüstrilerle

karşılaştırıldığında turizmin planlanması ve gelişimi "Bir Kuşak, Bir Yol" alanındaki fiili durumla da uyumludur, zorluk nispeten düşüktür ve sürüş etkisi "Bir Kuşak, Bir Yol" stratejisinin erken uygulanmasını teşvik etmek için elverişlidir. Bu nedenle, turizm sektörü "Bir Kuşak, Bir Yol" stratejisinde ilk başlayan ve deneyen ilk sektörlerden biri haline gelmiştir. Öte yandan, son yıllarda turizmin popülaritesi artmaya devam etmiş ve sınırlı turizm kaynakları turistlerin lehine kazanamamış ve turist kaynak pazarının büyük talebini karşılamamıştır. "İpek Yolu" boyunca ortaya çıkmakta olan turist noktaları, turist pazarının transferini etkileyebilir. Ayrıca, başlangıçta ülkeden güçlü bir destek aldı ve turizmin gelişmesi nispeten kolaydır. Turizm gelişiminin aynı zamanda bir dizi ilgili endüstrinin takibini ve gelişimini tetiklemiş ve teşvik etmiş, çok sayıda iş yaratmış ve "Bir Kuşak, Bir Yol" stratejisinde en hızlı büyüyen endüstrilerden biri olmuştur.

### **3.5.3 "Bir Kuşak, Bir Yol" Stratejisi Altında Turizm Endüstrisinin Karşılaştığı**

#### **Zorluklar**

Tabii ki, "Bir Kuşak, Bir Yol" stratejisi altında turizmin gelişmesi de birçok zorluk ve engelle karşı karşıya. "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca yer alan ülkeler çoğunlukla Orta Asya ve Güney Asya ülkeleridir, farklı ülkelerin siyasi ve ekonomik sistemleri farklıdır, ekonomik kalkınma düzeyi dengesizdir ve ideolojik ve kültürel boşluk büyüktür. İlgili turizm ürünlerinin fiyat ve kültürel çatışmaları turizmin gelişmesi için zorluk teşkil etmektedir. Ayrıca, bazı ülkelerde ve bölgelerdeki etnik konular ve güvenlik sorunları da turizm gelişimi için büyük zorluklardır. Tüm bu zorluklar ve engeller yasal koruma, medeni eğitim ve dikkatli işlem gerektirmektedir.

Şu anda, "Bir Kuşak, Bir Yol" turizmi, gelişmemiş bölgesel ekonomik düzey, dengesiz politik güvenlik, uygunsuz turist vizeleri, kusurlu altyapı, yetersiz turizm propagandası ve yetersiz turizm standardizasyon sistemi gibi bazı kalkınma güçlüklerine sahiptir.

Risk olağanüstü: "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkelerin ve bölgelerin siyasi, ekonomik ve sosyal kültürleri ve dini inançları, ilgili ülkelerde yanlış anlaşılmalara yol açmıştır. "Bir Kuşak, Bir Yol" bölgesinin jeopolitik ilişkisi karmaşıktır ve sistemin bölgesel özellikleri



açıktır, bu da "Bir Kuşak, Bir Yol" turizm işbirliğini politik riskler, devlet borç riskleri ve döviz kuru riskleri gibi çeşitli risklerle karşı karşıya bırakır. Pek çok ülkenin ekonomik ve sosyal dönüşümü başarısız olmuş ve finansal kriz ekonomik büyümede daha da düşüşe neden olmuş ve sosyal istikrarsızlık artmaktadır. Bazı ülkelerdeki bazı popülizm ve dini nedenler, "Bir Kuşak, Bir Yol" turizminin inşasını etkileyen, ulusal güvenlik, kamu yararı ve iş güvenliği adına kurulan bazı gizli yatırım engellerine sahiptir.

Kamu tesisleri inşaatının finansmanı zordur, projenin karlılığı düşüktür ve yazılım ve donanım olanakları yetersizdir. "Bir Kuşak, Bir Yol" bölgesindeki çoğu ülkede altyapı inşaatı, turizm kalkınması ihtiyacının gerisinde kalmaktadır. Uluslararası kanun ve yönetmelikler ve ticari sözleşme kuralları eksik, sözleşme koşullarındaki riskleri doğru bir şekilde belirlemek ve sözleşme yürütme gibi yazılım tesislerinde düşük performans göstermek zordur.

Turizm güvenliğine büyük önem vermek gerekiyor. Yerel savaşlar, bölgesel çatışmalar, etnik çatışmalar, dini çatışmalar, uluslararası terörizm, büyük felaketler, büyük kazalar, bulaşıcı hastalıklar ve diğer geleneksel veya geleneksel olmayan güvensizlikler gibi "Bir Kuşak, Bir Yol" turizminin güvenliğini etkileyen birçok faktör var. Turizm bir tehdit haline geldi.

Yeterli gelişme yok. Turizm kaynakları turizm ürünlerine eşit değildir ve kaynakların ürünlere dönüşümü, özellikle derin seviye dönüşümü doğrudan kültürel turizmin gelişimini etkiler.

Yetersiz bilgi iletişimi ve kaynak koordinasyonu. İlgili hizmetler küçük, dağınık ve zayıftır. Bazı ülkeler "Bir Kuşak, Bir Yol Girişimi" girişiminin açıklık ve kapsayıcılık kavramı hakkında yeterince bilgi sahibi değildir.

### **3.5.4 Problem İyileştirme Önlemleri**

Belirli müşteri gruplarının ihtiyaçları sayesinde ülkemize dost, politik olarak istikrarlı, pazar ekonomisi nispeten olgun ve sağlam ve daha iyi altyapı bağlantısına sahip ülkeler üzerinde turizm işbirliğini yürütmektedir. İki pazar, iki sistem ve iki ortam arasında geçiş

yapmakta iyi olmalıdır. Kaynak paylaşımı, bilgi alışverişi, karşılıklı tanıtım, müşterilerin karşılıklı alışverişi ve pazarın ortak gelişimini gerçekleştirir.

"Bir Kuşak, Bir Yol" turizm arzı eşliğinde, talep ve arz birbirine bağımlıdır. Ülkenin çeşitli bölgelerinde turizm kaynaklarının avantajlarını vurgulamak için farklı turizm kaynakları türlerini entegre etmektedir. Hassas, kişisel hizmet ile zaman, mekan, kurumsal ve kültürel engelleri kırmaktadır. "Bir Kuşak, Bir Yol" u yaratacak turizm inovasyonu sayesinde, gerçekten kök salınabilir ve gençleşebilir.

Mevcut turizm pazarının bölümlerine göre, üst düzey tasarım daha da güçlendirildi. "Bir Kuşak, Bir Yol" ülkeleri arasında büyük fark var. Göreceli olarak gelişmiş ülkeler ve gelişmeleri düşük ülkeler var. Farklılıklar, farklı ülkelerle çalışırken karşılaşılan sorunları ve zorlukları belirler, işbirliği ve işbirliği tarzlarında da farklılıklar vardır. "Bir Kuşak, Bir Yol" turizm işbirliği sürecinde, üst düzey tasarımı daha da güçlendirmek, iç ülkelerin farklılıklarını göz önünde bulundurmamak, politikaları sınıflandırmak ve uygulamak, farklı işbirliği modları tasarlamak ve işbirliğinin genel etkisini artırmak için farklı işbirliği alanları planlamak gerekir.

Daha pragmatik turizmi çok düzeyli işbirliğini teşvik etmektedir. "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca ülkelerle ve vize, navigasyon, döviz takası ve elektronik ödemelerde bölgesel kuruluşlarla turizm işbirliğinin güçlendirilmesi. İşletmelerin temel rekabet edebilirliğini arttırmaktadır ve KOBİ'ler ve sivil işbirliği için daha uygun temel koşullar oluşturmaktadır. Hizmet liderliği ve yaratıcı liderlik ile yüksek kaliteli yetenekler geliştirmek, hizmet düzeylerini yükseltmek ve denizaşırı turizm pazarını geliştirmektedir.

"Bir Kuşak, Bir Yol" turizmi için uygun bir risk yönetimi mekanizması oluşturmak. Bir yandan, çeşitli çeşitli riskleri zamanında uyarmak için bir risk erken uyarı mekanizması oluşturmak gerekir. Öte yandan, bir risk önleme mekanizması oluşturmak ve riskleri önlemek ve azaltmak için politika ve önlemleri formüle etmek de gereklidir. Örneğin, finansal kurumlar, kurumsal finansman risklerini çözmek için yatırım ve finansman araçlarını geliştirmeye teşvik edilir. Para biriminin uluslararasılaşmasını aktif olarak teşvik edin ve denizaşırı yatırımların kur riskini azaltın.

"Bir Kuşak, Bir Yol" adlı kültürel bir marka yaratmaktadır. "Bir Kuşak, Bir Yol" boyunca kültürel özelliklerden tam anlamıyla faydalanmak, kültürel çağrışımı derinleştirmek ve kültürel turizmin gelişimini teşvik etmektedir. Turizm ürünlerini optimize etmek ve yenilemek, turizm kaynaklarını yaratıcı bir şekilde geliştirmek ve entegre etmek, yer değiştirmeleri geliştirmek ve eksiksiz bir turizm ürünü sistemi oluşturmaktadır. Farklı bir turizm ürünleri grubu oluşturmak, ürün dönüşümünü ve geliştirmeyi teşvik etmek ve turizm sektörü zincirini genişletmektedir. Uluslararası turizm işbirliğini güçlendirmek ve turizm kalitesinin gelişmesini teşvik etmektedir.

"Bir Kuşak, Bir Yol" turizm stratejisi ile turizm endüstrisi uluslararasılaştırılmıştır. Kaliteli turizmi geliştirmek için turizmin kalitesini sürekli iyileştirmek ve daha fazla insanın turizm gelişiminin meyvelerini paylaşmasını sağlamak gereklidir. Uluslararası turizm stratejik ortaklığı daha da güçlendirilecektir.

## SONUÇ

“Bir Kuşak, Bir Yol”, Avrasya'yı iki büyük turistik yer ve turistik yerle birleştiren Asya-Afrika ve Avrupa üzerinden geçiyor, toplam turizm miktarı, toplam uluslararası turizmin% 70'ini oluşturuyor, dünya turizminin en büyük gelişme potansiyeline sahip bölgelerinden biridir. Güzergâh boyunca Dünya Turizm Kentleri Federasyonu'na üye 55 şehir vardır. Bu şehirler çok sayıda kültürel mirasa ve zengin ve çeşitli turizm kaynaklarına sahipler, uluslararası turizm için başlıca destinasyonlar ve dağıtım merkezleridir. “Bir Kuşak, Bir Yol”, dünyadaki kaynakların ve personel değişimlerinin akışını teşvik etmek için önemli bir kanaldır. “Bir Kuşak, Bir Yol” stratejisinin uygulanması, güzergah boyunca ülkeler arasındaki politik, ekonomik ve kültürel değişimlerin ve işbirliğinin geliştirilmesine yardımcı olacaktır. Turizm gelişimi, yalnızca turizmle ilgili endüstrilerin gelişmesini teşvik etmekle kalmaz, aynı zamanda özellikle de İnternet ve paylaşım ekonomisinin arka planı altında turizm, çeşitli ülkeler, bölgeler ve şehirler tarafından oluşturulan stratejik bir endüstri haline geliyor.

“Bir Kuşak, Bir Yol” un güçlendirilmesi ve ortak şehirlerde turizm işbirliği sadece güzergah boyunca turizmin gelişmesini teşvik etmekle kalmaz, aynı zamanda güzergah boyunca şehirlerin ekonomik ve sosyal gelişiminin iyileştirilmesinde önemli bir rol oynardır. İlk olarak, “Bir Kuşak, Bir Yol” turizm koridorunun ekonomik toparlanma üzerinde önemli bir etkisi vardır. 2015 yılında, “Bir Kuşak, Bir Yol” boyunca ülkelerin toplam nüfusu 4,4 milyar oldu, bu da dünyadaki toplam nüfusun% 63'ünü oluşturdu, toplam ekonomik üretim 21 trilyon ABD dolarına ulaştı ve dünya toplam ekonomisinin% 29'unu oluşturdu. Dünya ekonomisindeki en dinamik ve büyüyen alanlardan biridir. “Bir Kuşak, Bir Yol” stratejisinin uygulanmasından bu yana, işbirliğine 90'dan fazla ülke ve uluslararası kuruluş aktif olarak katıldı. Çin, Rusya, Macaristan, Moğolistan, Tacikistan ve Kazakistan dahil olmak üzere 30'dan fazla ülke ile işbirliği anlaşması imzaladı ve 20'den fazla ülke ile kapasite işbirliği

imzaladı. Anlaşma 17 ülkeyle 46 işbirliği bölgesi kurdu, toplam uluslararası ticaret hacmi 1 trilyon ABD dolarını aştı, Çinli işletmelerin yatırımı 14 milyar ABD dolarını aştı ve yerel bölge için 60.000 iş yarattı. Sadece Çin-Brezilya Ekonomik Koridoru inşa edilmiş altı bölgesel ekonomik koridor kurulmuş ve toplam imzalı proje sayısı 46 milyar yuan'a ulaşmış, “Bir Kuşak, Bir Yol” dünya ekonomik büyümesini hızlandıran bir motor haline gelmiştir. İkincisi, “Bir Kuşak, Bir Yol” turizm koridoru dünya turizminde önemli bir rol oynamaktadır. “Bir Kuşak, Bir Yol” ülkeleri boyunca turizm kaynakları en bol olanıdır, ancak gelişme seviyesi dengesiz, tarih ve kültür çok farklı, pazar tekdüze değil, turizm uygun değil, akış dengesizliği daha belirgin ve derin değiş tokuş ve işbirliği konusunda birçok zorluk vardır. Bölgesel turizm pazarının muazzam potansiyeli henüz etkin bir şekilde kullanılmamıştır. “Bir Kuşak, Bir Yol” turizm koridorunun inşası, dünya turizminin sağlıklı gelişmesini teşvik etmek için elverişlidir. Üçüncüsü, “Bir Kuşak, Bir Yol” turizm koridoru, şehirleri rota boyunca teşvik etmede önemli bir rol oynamaktadır. Kent, dünya turizminin temel birimi ve dünya turizminin kilit halkası olup, turizm hizmet sisteminde turizm dağıtım sisteminde önemli rol oynamaktadır. Federasyonun “Bir Kuşak, Bir Yol” boyunca birçok üye kenti vardır. Bu şehirlerin çoğu zengin kültürel mirasa sahip ve turizm gelişimi için temel koşullara sahipler, ancak bu şehirlerin altyapı ve kamu hizmetleri dengesiz ve kentsel inşaat ve turizm gelişim düzeyinin iyileştirilmesi gerekiyor. “Bir Kuşak, Bir Yol” düğüm kentinin inşasını teşvik etmek ve “Bir Kuşak, Bir Yol” turizm koridoru oluşturmak, turizm kolaylığının ve kalitesinin artırılmasında elverişlidir ve dünya turizminin sürdürülebilir kalkınmasını teşvik etmek için büyük öneme sahiptir.

“Bir Kuşak, Bir Yol” stratejik konseptinin önerisi, “Bir Kuşak, Bir Yol” boyunca ülkelerdeki turizm yatırımları ve turizm deneyimlerinde kaçınılmaz olarak bir patlamaya yol açacaktır. “Bir Kuşak, Bir Yol” boyunca seyahat etmek için daha fazla turist çekerken, turizm gelişiminin canlılığı kesinlikle artacaktır. Avrasya'da turizmin gelişimine elverişli. “Bir Kuşak, Bir Yol” un uygulanması ve ilgili politikaların uygulanması ile Çin ve Avrasya arasında turizmin işbirliği ve gelişmesine yeni fırsatlar ve zorluklar getirilmiştir. Bu nedenle,

Avrasya'daki herhangi bir ülke bu yeni fırsat fırsatını ele geçirmeli ve bu zorluğu yerine getirmelidir. Bu, Avrasya'da turizmin uzun vadeli gelişimi için önemli bir yoldur.

İpek Yolu, dünyanın en seçkin kültür ve turizm kaynaklarını dünyanın kültürel mirasının% 80'i ile bir araya getiriyor ve hatta dünyanın en dinamik ve potansiyel altın turizm yolu olarak da adlandırılabilir. Avrasya turizm sektörünün “Bir Kuşak, Bir Yol” stratejisi altındaki zenginlikleri de birçok zorluk ve engelle karşı karşıya. “Bir Kuşak, Bir Yol” boyunca ülkelerin çoğu Orta Asya ve Güney Asya ülkeleridir. Farklı ülkelerin politik ve ekonomik sistemleri farklıdır, ekonomik kalkınma seviyesi eşit değildir ve ideolojik ve kültürel uçurum büyüktür. Turizm ürünlerinin ve kültürel çatışmaların karşılık gelen fiyatı turizmdir. Gelişim zorlukları beraberinde getirir. Ayrıca, bazı ülkeler ve bölgelerdeki rotanızdaki etnik sorunlar ve güvenlik sorunları da turizm gelişimi için büyük zorluklardır. Tüm bu zorluklar ve engeller yasal koruma, medeni eğitim ve dikkatli operasyon gerektirir.

“Bir Kuşak, Bir Yol” karşılıklı saygı ve karşılıklı güven yolu, işbirliği ve kazanma yolu ve medeniyetler arasında karşılıklı anlayış yoludur. Hat boyunca olan ülkeler birlikte çalıştıkları ve birlikte çalıştıkları sürece, İpek Yolu Ekonomik Kemer ve 21. Yüzyıl Deniz İpek Yolu'nun yapımında yeni bir bölüm yazabileceklerdir, böylece hat boyunca insanların “Bir Kuşak, Bir Yol” un kazanımlarını paylaşabileceklerdir.

## KAYNAKÇA

- Atlı, A. (2014). Çin ve Yeni İpek Yolu projesi. *Analist Dergisi*, 4, 74-77.
- Christine R. (2017). "Making Inroads: China's New Silk Road Initiative." *Cato Journal*, 37(1): 135-148.
- Dinara B. (2017). "The Impact of Silk Road Economic Belt on Economic Development of the Republic of Kazakhstan". *Journal of Social Science Studies*, 4(2) : 177-192.
- Downs, E.(2011). "Inside China, Inc: China Development Bank's Cross-Border Energy Deals." John L. Thornton China Center Monograph Series No. 3, *International Oil Daily*, Brookings Institute, 12(1): 35-42.
- Fredholm, M.(2013). "The Shanghai Cooperation Organization and Eurasian Geopolitics: New Directions, Perspectives, and Challenges", *NIAS Press*: 38-60, United Kingdom.
- Liyan, C.(2014). "The World's Largest Companies 2014. Forbes". Building the Belt and Road: Concept, Practice and China's Contribution, *Foreign Languages Press*, Beijing.
- Nebi, B.(2015). "İpek Yolu", İslam Ansiklopedisi. C. 22, *T.D.V. Yayınları*, İstanbul, 22(14): 369-373.
- Nurettin, A. (2017). "Yeni İpek Yolu Projesi Kapsamında Türkiye-Çin İlişkileri" , *Ankara Kriz ve Siyaset Araştırmaları Merkezi Yayınları*, Ankara,2(4):23-28.
- Otsuka and Shigeru. (2001) "Central Asia's Rail Network and the Eurasian Land Bridge." *Japan Railway and Transport Review, Magazine of East Japan Railway Culture Foundation*. 28: 42-49.
- Rolland, N. (2017). China's Eurasian Century? Political and Strategic Implications of the Belt and Road Initiative, *National Bureau of Asian Research, E-book*, 55-62.
- Tan, M ve Zhu, W.(2009). "*Lise Coğrafi Grafik Detaylı Kılavuzu Harita Kitabı*". Shandong İl Harita Basım, Shandong.
- Taşkın, D. (2016). "Yeni Umutların Işığında İpek Yolu Coğrafyası", *Marmara Coğrafya Dergisi*,195-202.

- Xiao, H. (2017).“Bir Kuşak Bir Yol” Girişimi'nin Küresel Etkisi. *China Today*, Çin, 35-42.
- Yang.(2016). “Understanding the One Belt One Road Initiative: China’s Perspective.” B. K, S. and Das K (Ed.), *In China’s One Belt One Road: Initiative, Challenges and Prospects*, Unpublished Master's Thesis, India,13: 19-20.

### İnternet Kaynaklar

- <https://www.pinchain.com/article/163417>, (erişim tarihi: 28.06.2018).
- <https://www.meadin.com/156399.html>, (erişim tarihi: 01.07.2018).
- <https://www.yidaiyilu.gov.cn/xwzx/gnxw/21925.htm>, (erişim tarihi: 02.08.2018).
- <http://www.ctaweb.org/html/2018-9/2018-9-28-14-19-26557.html>, (erişim tarihi: 28.09.2018)
- <http://www.fortunechina.com>, (erişim tarihi: 27.12.2018).
- <https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%AD%E5%8D%8E%E6%96%87%E5%8C%96/2089243>, (erişim tarihi: 15.02.2019).
- <http://column.cankaoxiaoxi.com/2017/0504/1957871.shtml>,(erişim tarihi: 05.04.2019)
- <https://ankasam.org/yeni-ipek-yolu-projesi-kapsaminda-turkiye-cin-iliskileri/> (erişim tarihi: 07.11.2018).
- <http://www.yenisafak.com/bilgi/21-yuzyilin-kervansaraylari-kuruluyor-yeni-ipek-yolu-2673164/yeni-ipek-yolunun-ozellikleri-68541>, (erişim tarihi:01.10.2018)
- <http://www.yenisafak.com/ekonomi/projede65-ulke-var-2659036> , (erişim tarihi:02.09.2018).

### Çince Kaynaklar

- 王莉莉.(2014). 旅游业成为丝绸之路经济带先导产业[J]. 中国对外贸易, 05: 38-39.
- 李明伟.(2005). 丝绸之路研究百年历史回顾[J]. 西北民族研究, 02: 90-106.
- 袁新涛.(2014). 丝绸之路经济带建设和 21 世纪海上丝绸之路建设的国家战略分析[J]. 东南亚纵横,08: 03-08.
- 魏小安.(2015). 中国旅游业发展的十大趋[J].2015 年国民经济运行稳中有进、稳中有好. 中华人民共和国国家统计局. 07: 08-12.
- 董锁成,赵敏燕,郭鹏,石广义,李宇,李泽红,王隽妮,朱少卿.(2016). “一带一路”生态旅游带发展模式与对策[J].中国科学院院刊,06: 647-655.



- 刘勇.(2015).“一带一路”战略下旅游产业整体竞争力的提升路径[J].鄂州大学, 08: 49-51.
- 林炜铃,邹永广.(2016).“一带一路”沿线旅游合作空间格局与合作机制[J].南亚研究季刊, 02: 76-83.
- 梁学成.(2015).丝绸之路经济带沿线区域旅游业优先发展的战略分析[A].中国软科学研究会.第十一届中国软科学学术年会论文集(上)[C].中国软科学研究会, 03: 29-33.
- 李锋.(2016).“一带一路”战略最新进展与展望[A]. 国际经济分析与展望, 09: 19-21.
- 李宁,孙存良.(2015).“一带一路”人文交流:重大意义、实践路径和建构机制[J], 02: 14-20.
- 罗雨.(2015).“一带一路”背景下旅游文化特征研究及启示[J].湖州职业技术学院,03:76-80.
- 夏洁.(2015).“一带一路”战略下开展国际旅游合作的策略选择[J].淮海工学院学报(人文社会科学版),07: 87-89.



**ÖZGEÇMİŞ**

<b>Adı ve SOYADI</b>	Yonggui FA
<b>EĞİTİM DURUMU</b>	
<b>Lisans Diploması</b>	Xi'an Uluslararası Etütler Üniversitesi, 2016
<b>Yabancı Dil</b>	Çince, Türkçe, İngilizce
<b>E-Posta</b>	fayonggui92@gmail.com