

Развитие международного туризма в провинции Цзянси в рамках стратегии «Один пояс и один путь»



Го Сяоцин
 Центр международного обмена и сотрудничества
 Академия общественных наук провинции Цзянси
 Китай

Аннотация. В последние годы в связи со стремительной глобализацией и развитием науки и технологий укрепляются отношения между странами во всем мире, международный туризм становится все более востребованным и постепенно превращается в один из важных источников доходов. В 2013 году Китай разработал новую стратегию «Один пояс и один путь» (Экономический пояс Шелкового пути и Морской Шелковый путь XXI века). Провинция Цзянси планирует использовать в полной мере свои преимущества в рамках данной программы и сотрудничать с соседними провинциями и городами для того, чтобы стать активным участником международного туристического рынка. Будучи национальным стратегическим столпом развития промышленности туризм играет важную роль в улучшении региональной промышленной структуры. Он способствует развитию городской экономики, поскольку обладает такими признаками, как тесная интеграция, высокая интерактивность и широкое распространение. В сентябре и октябре 2013 года Председатель КНР Си Цзиньпин во время своего визита в страны Центральной и Восточной Азии высказал идею создания Экономического пояса Шелкового пути и Морского Шелкового пути XXI века, объединенных в стратегию «Один пояс и один путь». Экономический пояс Шелкового пути объединяет субъекты хозяйствования Юго-Восточной и Северо-Восточной Азии в целях открытия окна в Европу. Морской Шелковый путь XXI века направлен на объединение Европы, Азии и Африки с целью формирования единого экономического пояса. Основанная на постоянном углублении экономической интеграции стратегия «Один пояс и один путь» имеет стратегическое значение для модернизации промышленности и ускорения трансформации модели экономического роста с целью получения участниками взаимной выгоды и для совместного развития на международном уровне.

Ключевые слова: провинция Цзянси, международный туризм, конкурентные преимущества, стратегия реализации потенциала.

1. Исторический статус и выдающийся вклад провинции Цзянси в развитие стратегии «Один пояс и один путь»

2100 лет назад Чжан Цянь был направлен с дипломатической миссией в западные регионы, 600 лет назад Чжэн Хэ совершал поездки в западные моря. Они вывозили шелк, чай, керамику и другие товары из Китая в страны, лежавшие вдоль сухопутного и морского Шелкового пути. Благодаря своему дружескому настрою они везде работали хорошую репутацию. Провинция Цзянси внесла значительный вклад в формирование и развитие сухопутных и морских дорог Шелкового пути. Керамика и чай, произведенные в провинции, вышли на мировой рынок, и мир начал знакомство с Китаем именно с этой продукции.

Исторически провинция Цзянси – важный транспортный коридор между югом и севером Китая. С середины правления династии Тан до начала правления династии Цин водный путь «река Янцзы – река Ганьцзян – река Бэйцзян – река Чжуцзян» всегда был главной национальной артерией, соединяющей юг и север. Занимая одну четверть артерии, провинция Цзянси стала ее стержнем, знаменитым Золотым водным путем. Огромное количество товаров постоянно доставлялось из провинции Цзянси в другие страны мира по сухопутному и морскому Шелковому пути.

2. Региональное первенство провинции Цзянси в международном туризме в рамках стратегии «Один пояс и один путь»

В настоящее время провинция Цзянси использует предлагаемые возможности участия в реализации стратегии «Один пояс и один путь», а также способствует модернизации сферы туризма в целях содействия культурному обмену между востоком и западом. В мае 2015 года пра-

вительство провинции одобрило *проекты по её участию в строительстве Экономического пояса Шелкового пути и Морского Шелкового пути XXI века*. Заместитель главы Комитета по развитию и реформированию провинции Цзянси Цзэн Гуанмин сказал: «Будучи слаборазвитым районом центрального Китая, провинция Цзянси должна использовать этот уникальный шанс, чтобы преобразить свою историческую славу и возможность исторического развития для того, чтобы поддержать реализацию национальной стратегии «Один пояс и один путь».

Таблица 1 показывает, что в туристическом потреблении высока доля покупок, в то время как доля развлечений, почтовых и телекоммуникационных услуг очень низкая и ее развитие замедленно. Валютная выручка приходится как раз на продажи. Доля перевозок очень высока – выше 50% основного потребления, однако доля жилья, питания и экскурсий – низкая. Таким образом, можно сделать вывод, что потребительские расходы туристов в провинции Цзянси приходятся в основном на проезд и покупки; расходы на размещение и общественное питание ничтожно малы по сравнению с аналогичными расходами развитых туристических городов, таких как Шанхай и др. Это объясняется в основном тем фактом, что большинство туристов приезжают на один день; что ограниченное время пребывания в провинции затрачивается на перемещение по территории, а не путешествие по ней. Низкий уровень потребления и ненаучная структура потребления сильно влияют на структуру туристского потребления. Следовательно, мы видим, что уровень въездного туризма в провинции Цзянси на самом деле низок.

Таблица 1. Доходы от международного туризма провинции Цзянси (10000 долларов США)

Пункт	2010	2011	2012	2013	2014
Всего	34630	41500	48473	52508	55687
Перевозки на большие расстояния	11324	14899	15463	16803	18042
Гражданская авиация	7792	9296	7659	8926	10970
Железнодорожный транспорт	1420	2241	4266	3623	4065
Автомобильный транспорт	1281	2490	2472	2888	1838
Водный транспорт	831	872	1066	1365	1169
Осмотр достопримечательностей	1281	1992	3296	3255	3230
Предоставление жилья	3498	3984	4460	5828	5624
Еда и напитки	3047	2532	2908	4201	4344
Развлечение	2009	1411	2521	2363	2951
Шопинг	9281	12409	13427	13705	16316
Почтовые услуги и услуги связи	623	871	969	1470	1225
Местные перевозки	693	705	921	1050	1281
Прочее	2874	2697	4508	3833	2673
Источник: the Jiangxi Statistical Yearbook, 2015.					

3. Экологические преимущества провинции Цзянси в развитии международного туризма

Председатель КНР Си Цзиньпин во время своего визита в восточную часть Цзянси в феврале 2016 высказался о необходимости изменения концепции развития местного самоуправления. Он призвал местные власти сохранять окружающую среду и поддерживать баланс между экономическим ростом и потреблением. Концепции развития, которые должны приспособиваться к изменяющейся среде и условиям, будут определять модель развития и применяемые меры. Председатель подчеркнул важность учета экологического развития в новой концепции: «Цзянси — это место с прекрасным пейзажем. Необходимо защищать окружающую среду, которая является наиболее важным активом Цзянси».

Отметив несколько раз большое значение экологического развития и живописного пейзажа провинции, он сказал: «Что привлекает мир, так это неторопливость горного комплекса Лушань, грациозность горы Саньциншань и великолепие Лунху-

шань, которые заставляют 45-миллионное население провинции Цзянси смотреть в будущее с энтузиазмом».

Эта территория с красивыми горами и чистой водой обладает отличной экологической обстановкой. Показатель качества воздушной среды достигает 90,1%, а показатель качества поверхностных вод — 81,4%. Качество экологической среды занимает высокое место в национальном рейтинге. В провинции много прекрасных ландшафтов природы: 2 объекта Всемирного природного наследия (горы Лушань и Саньциншань), 2 мировых геопарка (горы Лушань и Лунхушань), 8 национальных природных заповедников, 11 национальных живописных районов и 39 национальных лесопарков. Покрытие лесами в провинции Цзянси составляет 60,05%.

Таблица 2 показывает, что основной туристский поток в провинцию приходится на Японию, США, Корею, Великобританию, Германию, Францию, Сингапур, Гонконг, Макао и Тайвань. Правительство Цзянси и каждый административный отдел должны уделять больше внимания развитию въездного туризма; предоставлять

Таблица 2. Количество зарубежных туристов в провинции Цзянси*

Пункт	2000	2005	2010	2013	2014
Количество зарубежных туристов (человеко-часы)	163057	372513	1140792	1636100	1716759
Иностранцы	55411	136270	399449	531533	549175
Индонезия	239	1982	12251	15585	11641
Япония	12282	23945	34956	23716	17971
Малазия	1256	3639	12113	16766	12481
Филиппины	270	1794	8320	12787	9906
Сингапур	2018	8271	20249	25612	20228
Республика Корея	1183	10809	36240	43872	40078
Тайланд	2559	1716	4271	7168	8424
Великобритания	2966	11543	21613	30324	23531
Германия	3080	5943	21689	28492	20426
Франция	1212	6488	15299	23702	21343
Италия	464	3320	9132	13384	14938
Испания	195	3757	5551	7745	8009
Швеция	195	1131	6705	9368	10187
Швейцария	236	364	6748	10822	11124
Россия	419	2329	16502	22544	17726
Канада	1069	4380	10886	14276	19560
США	11997	27235	52339	67676	44831
Австралия	640	4622	11888	15729	15321
Новая Зеландия	164	1486	2911	4669	12087
Китайские соотечественники из Гонконга и Макао	69375	154885	534537	808708	862927
Китайские соотечественники из Тайваня	38271	81358	206806	295859	304657
Валютные поступления от международного туризма (10000 долларов США)	6234	10395	34630	52508	55687
* Зарубежные китайцы включены в число иностранцев. Источник: Jiangxi Statistical Yearbook, 2015.					

определенные льготные условия для путешествующих по провинции; создать хорошую атмосферу для въездного туризма; постоянно развивать новые рынки, такие как Америка, Европа, развивающиеся страны Юго-Восточной и Южной Азии; снизить зависимость традиционного рынка; поощрять спрос.

4. Культурные преимущества провинции Цзянси в развитии международного туризма

Провинция Цзянси исторически известна как прекрасное место с богатыми ресурсами и выдающимися людьми. Ее культурное богатство представляет преимущество развивающейся туристической культуры. На этой территории находятся

объекты Всемирного культурного наследия, 3 знаменитых национальных исторических и культурных города, 95 национальных культурных реликвий, расположенных в 24 местах, 258 провинциальных культурных реликвий. Столица керамики в городе Цзиндэчжэнь, знаменитая постройка Терем Тэнван, даосские храмы в горах Лунхушань, Академия Байлудун и медицинские центры в городе Чжаншу характеризуются глубокой культурой и длительной историей. Культуры Линьчуань, Лулин и Хакка в провинции Цзянси имеют сильные региональные оттенки и неповторимый шарм, которые производят большое впечатление на туристов со всего мира.

В провинции из поколения в поколение рождаются талантливые люди, например реформатор XI века Ван Аньши, три из восьми мастеров прозы династий Тан и Сун — Оуян Сю, Цзэн Гун и Ван Аньши, представитель неоконфуцианства Чжу Си, «китайский Шекспир» Тан Сяньцзу, национальный герой Вэнь Тяньсян, известный ученый Сун Инсин и «Отец китайских железных дорог» Цзань Тянью. Они, как звезды, сияют в культурной истории провинции.

История изготовления фарфора в провинции Цзянси насчитывает 200 лет. Это не просто изготовление керамики, а культурное достижение с невероятно изысканными технологиями производства фарфора с высоким художественным наполнением: фарфор «белый, как нефрит, яркий, как зеркало, тонкий, как бумага, и звонкий, как валун (камень)». Будучи историческим местом производства фарфора, провинция Цзянси стала национальным центром керамики и постепенно приобретает статус «столицы керамики» Китая и даже всего мира.

В 2015 году археологические раскопки кладбища Маркиза Хайхунь Западной династии Хань в городе Наньчан (столица провинции Цзянси) стали важным событием в национальной археологии. Более 20 тысяч видов культурных реликвий были обнаружены на кладбище, которое по оценке Государственного бюро культурных реликвий и других специалистов считается местом археологических раскопок с наиболее хорошо сохранившимися разнообразными реликвиями, наиболее полной внутренней структурой кладбища и его характерным расположением в населенном пункте относительно города, стены и рва. С учетом значимости, условий и ценности кладбища было решено признать его объ-

ектом мирового культурного наследия и построить научную археологическую базу. Одна из целей 13-й пятилетки провинции Цзянси — стать «значимой культурной провинцией». В дальнейшем будут выполнены условия для включения кладбища Маркиза Хайхунь Западной династии Хань в окрестностях города Наньчан в культурное наследие мира и его открытия для посещения.

5. Особые преимущества провинции Цзянси в развитии международного туризма

(1) Красный туризм

Провинция Цзянси — территория, известная своими революционными событиями. «Колыбель Китайской революции» в горах Цзинган, «Родина Китайской Народной армии» — город Наньчан, «Колыбель республики» — город Жуйцзинь, «Место рождения китайского рабочего движения» — район Аньюань городского округа Пинсян могут быть положены в основу революционного идеологического воспитания в наши дни и сыграть важную роль в новейшей истории Китая и даже мира.

(2) Специальные туристические сувениры

Исследование показало, что наиболее привлекательные туристические товары — это сувениры с местным колоритом, связанные с культурными реликвиями, каллиграфией и живописью, а также традиционные китайские медицинские товары, фарфор и др. В провинции Цзянси достаточное количество популярных сувениров, таких как керамические изделия в городе Цзиндэчжэнь, чай с округа Уюань, чай юнь с гор Лушань, традиционные медицинские препараты в городе Чжаншу, кисточки для письма в городе Вэньган и др. Что необходимо сделать — это составить общий план, приложить совместные усилия, увеличить масштаб производства и раскручивать бренды на национальном и даже мировом уровне.

В таблице 3 приведен ежегодный рост объемов въездного туризма в провинции Цзянси. Такая тенденция сохраняется, и валютные поступления от данной сферы постоянно растут.

6. Возможности и проблемы китайской торговли в сфере туристического обслуживания в рамках стратегии «Один пояс и один путь»

(1) Открытие Азиатского банка инфраструктурных инвестиций (АБИИ) создает важные каналы финансирования округов, расположенных вдоль территории, реализующей стратегию «Один пояс и один путь»

24 октября 2014 года Китай объявил о создании Азиатского банка инфраструктур-

турных инвестиций (АБИИ) с целью финансовой поддержки строительства инфраструктуры округов, расположенных вдоль территории, реализующей стратегию «Один пояс и один путь», и развития туризма.

(2) Стратегия «Один пояс и один путь» – платформа для развития туристической сферы

Стратегия «Один пояс и один путь», соединяющая Юго-Восточную и Северо-Восточную Азию с Европой и Африкой, предоставляет огромные возможности для развития экономики и торговли. Используя этот потенциал, Китай сможет стать туристической страной, разносторонней и открытой.

Таблица 3. Развитие туризма в провинции Цзянси

Год	Общий доход от туризма, 100 млн. юаней	В процентах от общего объема национальных поступлений от туризма	В процентах от ВВП провинции	В процентах от ВВП третичного сектора провинции
1991	4,30	1,23	0,90	3,04
1992	4,81	1,03	0,84	2,79
1993	5,31	0,47	0,73	2,47
1994	6,33	0,38	0,67	2,14
1995	8,39	0,40	0,67	2,14
1996	50,15	2,02	3,31	10,27
1997	79,35	2,55	4,63	13,64
1998	81,64	2,37	4,41	12,35
1999	111,29	2,78	5,67	15,03
2000	134,6	2,98	6,72	16,47
2001	161,4	3,23	7,42	18,31
2002	191,1	3,43	7,80	19,85
2003	197,47	4,04	6,98	18,93
2004	240,81	3,52	6,97	19,65
2005	320,02	4,16	7,89	22,67
2006	390,89	4,37	8,37	25,00
2007	463,67	4,23	8,43	26,44
2008	559,38	4,83	8,63	27,90
2009	675,61	5,20	8,83	25,62
2010	818,32	5,21	8,66	26,22
2011	1105,93	4,92	9,45	28,20
2012	1402,59	5,42	10,83	31,27
2013	1896,06	6,43	13,22	37,69
2014	2649,70	8,15	16,86	45,82

Источник: Jiangxi Statistical Yearbook 2015.

(3) Стратегия «Один пояс и один путь» предоставляет возможности для превращения Китая в лидера в сфере услуг

Сегодня в международной торговле складываются новые правила. Благодаря стратегии «Один пояс и один путь» Китай сможет предложить новые торговые правила в международной сфере услуг, в том числе и туристическом сервисе, что в значительной степени ускорит развитие туризма.

(4) Реализация стратегии «Один пояс и один путь» сталкивается с препятствиями и проблемами обеспечения безопасности

Округа, реализующие стратегию «Один пояс и один путь», расположены в основном в Центральной и Южной Азии. В них различны политические и экономические системы, уровень развития экономики, а также идеологии и культуры. Торговые барьеры и отсталая система транспорта и связи мешают развитию международного туризма.

7. Современное состояние и проблемы туристического сектора в провинции Цзянси

(1) Структура туристского потребления не обоснована

Хотя провинция Цзянси богата туристическими ресурсами, эта сфера характеризуется низкой добавленной стоимостью: потребление развлечений и культуры недостаточно, туристическое производство несовершенно. Въездной и внутренний туризм остаются на уровне удовлетворения туристских потребностей.

(2) Количество предоставляемых услуг необходимо повышать

По строительству объектов инфраструктуры провинция Цзянси отстает от развитых провинций и городов.

(3) Туристические законы и правила несовершенны

Несовершенство законов и нормативных актов приводит к тому, что безопас-

ность человека и сохранность имущества туристов не защищены надлежащим образом.

(4) Моральные качества некоторых местных потребителей невысоки

Дома и за рубежом неподобающее поведение местных потребителей искажает представление о китайском народе и вредит имиджу Китая как туристической страны.

(5) Многие живописные места развиты и могут принимать туристов, но недостаточно охраняются

(6) Рекламные и маркетинговые методы несовременны, а общий уровень маркетинга относительно низкий

8. Модель развития международного туристического сервиса в провинции Цзянси на основе стратегии «Один пояс и один путь»

(1) Углубить реформу структуры туристского потребления

В основном в структуру туристского продукта провинции Цзянси входят экскурсии. Уровень предоставляемого сервиса отстает от современного, а конкурентоспособность китайского туристического сектора на международном рынке – низкая. Чтобы отвечать международным потребностям рынка, необходимо разработать многоуровневые и многоплановые туристические продукты, использовать развлекательный и культурный потенциал – только в таком случае можно ускорить модернизацию структуры туризма в провинции Цзянси.

(2) Уделять больше внимания улучшению условий туристского потребления

Необходимо создавать и совершенствовать стандарты туристических продуктов и услуг; стандартизировать оказание услуг в сфере туризма; повышать уровень управления и обслуживания в отелях, ресторанах, туристических агентствах и др. Важно также активно бороться с проблемами

на туристическом рынке, такими как ложная реклама, мошенничество в стоимости предоставляемых услуг, жесткая конкуренция с супернизкими ценами, незаконные однодневные туры и т.д. Кроме того, разумно решить следующие задачи: усовершенствование механизма удовлетворения жалоб туристов и отслеживания качества предоставляемых услуг; углубление реформы формирования цен на входной билет; совершенствование ценового механизма; стандартизация поведения цен; поощрение цивилизованного поведения туристов; активное привлечение волонтеров в туристический сектор.

(3) Усовершенствовать законы и правила в сфере туризма

Только постоянно совершенствуя законы и правила, возможно повысить качество обслуживания и создать хорошие условия для развития туризма.

(4) Повышать качество предоставляемых услуг на туристических объектах в провинции Цзянси путем создания общих стандартов для сферы услуг

В первую очередь требуется повысить стандарты качества в сфере туризма до уровня, отвечающего международным конвенциям, и обеспечить стандартизированный контроль качества туристических услуг. Следует обеспечить первоклассное обслуживание туристов на основе лично-ориентированного подхода. В то же время необходимо повышение профессионализма руководителей туристских предприятий и формирование группы высших руководителей, которые обладают международной квалификацией и знакомы с международными правилами, законами и схемой функционирования туристской отрасли. Кроме того, нужно повысить уровень подготовки работников в сфере туризма в соответствии с потребностями данного сектора.

(5) Активно разрабатывать бренды провинции Цзянси

При разработке брендов культурного и экологического туризма необходимо развивать в провинции преимущества политики открытости и сотрудничества. При этом целесообразно реализовать следующие мероприятия: запустить туристический маршрут в рамках концепции Шелкового пути; активно осуществлять стратегию «Развитие провинции Цзянси на основе туризма»; способствовать облагораживанию таких известных туристических мест, как город Цзиндэчжэнь, горный комплекс Лушань, гора Сяньциншань, горы Лунхушань, Цзинган и округ Уюань и т.д.; открыть международное экотуристическое направление; активизировать туристическую пропаганду через сотрудничество со странами, расположенными вдоль территории, реализующей стратегию «Один пояс и один путь»; активно рекламировать бренд «Пейзаж провинции Цзянси ни с чем несравним» для роста популярности международного туризма в провинции; объединить смежные провинции для рекламы туристических маршрутов Шелкового пути.

(6) Поощрять строительство аэропортов, обслуживающих местные авиалинии

Акцентируя внимание на ключевых национальных туристических маршрутах и нуждающихся районах, необходимо вновь построить, перестроить или расширить аэропорты, обслуживающие местные авиалинии; мотивировать компании предлагать бюджетные и чартерные рейсы; активно использовать туристический рынок в Таиланде, Вьетнаме, Сингапуре и России. Также важно развивать со странами вдоль территории, реализующей стратегию «Один пояс и один путь», туристические беспосадочные перелеты. В 2016 году в провинции Цзянси будут открыты две

авиалинии: Наньчан—Москва и Наньчан—Лос-Анджелес; будут проводиться работы по открытию первой межконтинентальной авиалинии.

(7) Творчески развивать Интернет плюс туризм

Мы будем способствовать развитию онлайн платформ туристических организаций, поощрять туристические агентства к изучению интернет-бизнеса, созданию сторонних платежных систем, расширять применение мобильных платежей в сфере туризма. Необходимо также усилить сотрудничество с интернет-компаниями и финансовыми учреждениями, выпускать туристические карты, проводить льготную политику в отношении туристических организаций, установить для них льготную учётную ставку, расширить систему выдачи лицензий на новую коммерческую деятельность, например на туристические интернет-магазины, онлайн прокат автомобилей. К 2020 году такие услуги, как бесплатный Wi-Fi Интернет, интеллектуальные туристические путеводители, электронные переводчики, онлайн бронирование, информационные сервисы, будут широко представлены в туристических местах высокого класса. В Китае будут построены умные деревни и 10 тысяч умных туристических мест.

9. Заключение

Туризм — это комплексная отрасль, направленная на экономическое и социаль-

ное развитие Китая, важная составляющая национальной экономики и сферы услуг. Увеличение инвестиций в туризм посредством введения реформ и внедрения инноваций необходимо для содействия развитию современной индустрии услуг, увеличению занятости и доходов населения, роста уровня его жизни. В связи со сложной и изменчивой обстановкой в мире и тяжелой экономической ситуацией важно развивать международный туристический бизнес как третичный сектор промышленности. Анализируя недостатки китайского туризма и учитывая данную модель развития, мы можем определить направление будущего развития и создать для этого новые возможности. Между тем принятие стратегии «Один пояс и один путь» предоставляет отличные возможности для развития международной индустрии туризма в провинции Цзянси. Наша провинция должна точно оценить свои возможности и поставить цель углубить реформу туристического сектора, модернизировать структуру отрасли, ускорить трансформацию модели развития данной сферы и совершенствовать структуру туристского потребления для того, чтобы полностью использовать предоставляемые исторические возможности, разработать новую модель международного экономического развития, осуществить переход от отсталой провинции к туристически развитой и установить новый образ международного туризма.

Литература

1. Kuang Xianming. To Grasp the Opportunities of One Belt and One Road to Build Up a Large Service Trade Country / Kuang Xianming. — China Business News. — 2015. — 26 March.
2. Liu Jing. Research on Trade Competitiveness of Tourist Service in China / Liu Jing. — Beijing: Capital University of Economics and Business, 2014.
3. Fang Zhiyuan. Outline of Jiangxi Culture. Random Comments on Jiangxi History and Culture / Fang Zhiyuan. — Beijing: China Central Radio & TV University Press, 2014.
4. Xiong Wenpin. Explore and Analysis on the Characteristics and Development of Jiangxi Tourism Culture Resources / Xiong Wenpin. — Coastal Enterprises and Sciences & Technology. — 2010. — № 10.

Сведения об авторе

Го Сяоцзин – научный ассистент, Центр международного обмена и сотрудничества, Академия общественных наук провинции Цзянси (Китай)

Guo Xiaojing

A Study on the International Tourism of Jiangxi Province under the Guidance of One Belt, One Road Strategy

Guo Xiaojing – Assistant Researcher, International Exchange & Cooperation Center, Jiangxi Academy of Social Sciences (China)

Abstract. In recent years, with the shift and violent development of economic globalization and sciences and technology, the connection between counties and citizens all over the world has become more and more intimate, so that the international tourism develops quickly and has become one of the important revenue sources gradually. In 2013, China proposed the new strategic thought of One Belt, One Road (the Silk Road Economic Belt and 21st Century Maritime Silk Road). Jiangxi province will bring its local regional superiority to full play under the guidance of the strategic thought, and powerfully cooperate with neighboring provinces and cities, in order to actively participate in the international tourism market and attempt to make its international tourism bigger and stronger. As the national strategic pillar industry, tourism plays an important role in the regional industrial structure adjustment and upgrade. Possessing the characteristics of strong integration, high interactivity and wide expansibility, tourism is the important engine to accelerate the development of urban economy. In September and October of 2013, during the visit of Chinese President Xi Jinping to countries of Central and East Asia, he successively proposed the significant suggestions of the Silk Road Economic Belt and 21st Century Maritime Silk Road, and the two of them were collectively intitled as One Belt, One Road New Strategic Thought. Silk Road Economic Belt covers the integration of the Southeast and Northeast Asian Economy entities which were eventually merged to lead to Europe. 21st Century Maritime Silk Road refers to unite Europe, Asia and Africa at sea in order to form a complete economic belt. Based on the increasingly deepening of economic integration, One Belt, One Road New Strategy is an international strategy which possesses the strategic importance of promoting industry upgrading and accelerating the transformation of economic growth mode for the purpose of mutual benefit and win-win result and joint development internationally.

Key words: Jiangxi Province, international tourism, competitive advantages, strategy for the realization of potential.

References

1. Kuang Xianming. To grasp the opportunities of One Belt and One Road to build up a large service trade country. *China Business News*, March, 26, 2015.
2. Liu Jing. Research on trade competitiveness of tourist service in China. *Beijing: Capital University of Economics and Business*, 2014.
3. Fang Zhiyuan. Outline of Jiangxi culture. *Random Comments on Jiangxi History and Culture*. Beijing: China Central Radio & TV University Press, 2014.
4. Xiong Wenpin. Explore and analysis on the characteristics and development of Jiangxi tourism culture resources. *Coastal Enterprises and Sciences & Technology*, no. 10, 2010.