

A INFLUÊNCIA DO TURISMO CULTURAL NO PERFIL DO TURISTA CHINÊS NA NOVA ERA DA ECO-CIVILIZAÇÃO

Cristina de Jesus¹

Zélia Breda²

António Queirós³

Resumo:

O mercado de turismo emissor chinês é um mercado de grande potencial. A China é o maior emissor de turistas para o mundo desde 2012. Em 2019 atingiu o valor recorde de 155 milhões de turistas e de despesas de cerca de 255 biliões de dólares. A transformação ambiental na China e a criação do conceito de eco-civilização em 2007 no 17º Congresso Nacional do Partido Comunista Chinês são um marco importante no desenvolvimento económico da China. Eco-civilização integra todos os aspetos de desenvolvimento económico, político, cultural e social. As mudanças implementadas na economia e na sociedade chinesa com o novo modelo de eco-civilização criaram um paradigma novo no turismo chinês. O turismo cultural e o turismo de natureza estão entre as principais escolhas dos turistas chineses. O aumento da oferta de turismo cultural em virtude do novo modelo de eco-civilização, promoveu a recuperação de património, a preservação de culturas de diferentes etnias e nacionalidades, o aumento significativo do número de museus e eventos culturais. Esta mudança criou alterações na procura de turismo cultural na China. Os elementos culturais, especialmente os autênticos estão entre as principais motivações de viagem. O objetivo deste trabalho é analisar em que medida é que o turismo cultural pode influenciar o perfil do turista emissor chinês nesta nova era da eco-civilização. As características e motivações dos turistas chineses não podem ser dissociadas desta nova civilização, das suas vivências e aprendizagem.

Palavras-chave: China, turismo emissor chinês, perfis do turista chinês, Eco-civilização, turismo cultural

¹ Universidade de Aveiro, cristina.jesus@ua.pt

² Universidade de Aveiro, zelia@ua.pt

³ Universidade de Lisboa, adsqueiros@gmail.com

THE INFLUENCE OF CULTURAL TOURISM ON THE CHINESE TOURIST PROFILE IN NEW ERA OF ECO-CIVILIZATION

Abstract:

The Chinese outbound tourism market has great potential. China has been the world's largest source of tourists since 2012. In 2019, it reached a record 155 million tourists and spending of around 255 billion dollars. China's environmental transformation and the creation of eco-civilization concept in 2007 at the 17^o National Congress of Chinese Communist Party are an important milestone in China's economic development. Eco-civilization integrates all aspects of economic, political, cultural, and social development. The changes implemented in the economy and Chinese society with the new eco-civilization model created a new paradigm on Chinese tourism. Cultural tourism and nature tourism are among the main choices of Chinese tourists. The increase in the supply of cultural tourism due to the new eco-civilization model has promoted the recovery of heritage, the preservation of culture of different nationalities and ethnic groups, a huge increase in the number of museums and cultural events. This change has created changes in the demand for cultural tourism in China. Cultural elements, especially authentic ones, are among the major motivations for travel. In this work. The aim of this paper is to analyze the influence of cultural tourism on Chinese outbound tourist profile in this new era of eco-civilization. The characteristics and motivations of Chinese tourists cannot be dissociated from this new civilization, its experiences and learning.

Key Words: China, Chinese outbound tourism, Chinese tourist profiles, eco-civilization, cultural tourism

1. INTRODUÇÃO

O turismo desempenha um papel importante na economia chinesa. No turismo doméstico foram realizadas 6 bilhões de viagens em 2019. No turismo emissor, a China é líder de mercado tanto em número de turistas como em despesas. Em 2019 atingiu o valor recorde de 155 milhões de turistas e de 255 bilhões de dólares de despesas.(UNWTO, 2024a)

O turismo emissor chinês tem um grande potencial de crescimento, constituindo uma oportunidade para os países recetores destes turistas. É fundamental que cada país conheça o perfil do turista emissor chinês para poder atrair estes turistas.

O desenvolvimento da economia chinesa assente num modelo de forte industrialização, modernização da agricultura, crescimento do turismo, urbanização, criação de infraestruturas, teve um grande impacto na melhoria de vida das populações que se refletiu no aumento da esperança de vida, no acesso à saúde, educação e apoios sociais. No entanto, também acarretou custos ambientais muito grandes com consequências graves nas populações e na economia.

A tomada de consciência dos custos ambientais na economia chinesa fez surgir em 2007 um novo paradigma de desenvolvimento para a modernização da China assente num novo conceito designado de eco-civilização ou civilização ecológica.

A eco-civilização e o turismo são duas áreas que estão inter-relacionadas. O turismo por um lado desempenha um papel importante na construção de uma civilização ecológica, por

outro lado depende dos recursos gerados pela eco-civilização. O desenvolvimento coordenado do turismo e da eco-civilização é essencial no desenvolvimento sustentável da China. (Yuan & Jang, 2023)

As mudanças implementadas na economia e na sociedade chinesa com o novo modelo de eco-civilização criaram um paradigma novo no turismo chinês. O turismo cultural e o turismo de natureza estão entre as principais escolhas dos turistas chineses. (Queirós, 2021)

O turismo cultural tem um papel cada vez mais importante no turismo chinês. O aumento da oferta de turismo cultural em virtude do novo modelo de eco-civilização, promoveu a recuperação de património, a preservação de culturas de diferentes etnias e nacionalidades, o aumento significativo do número de museus e eventos culturais. Esta mudança criou alterações na procura de turismo cultural na China. O turismo cultural é uma das principais motivações de turismo na China.

Este trabalho pretende analisar em que medida é que o turismo cultural pode influenciar o perfil do turista emissor chinês. O conhecimento do perfil do turista emissor chinês é essencial para que cada país possa adaptar a sua oferta ao perfil do turista chinês.

2. METODOLOGIA

A metodologia utilizada foi qualitativa, baseada numa revisão de literatura sobre o tema em análise. Na revisão de literatura foram consultadas bases de dados como a Scopus, Web of Science e Google Académico. Para além disso, foram utilizadas outras fontes como livros e websites com informação relevante do tema.

A revisão de literatura permitiu identificar os principais conceitos relacionados com o tema e a estruturação do trabalho.

O objetivo deste estudo é analisar em que medida é que o turismo cultural pode influenciar o perfil do turista emissor chinês na nova era da eco-civilização. Tendo por base este objetivo e utilizando a metodologia de revisão de literatura, estruturámos este estudo em quatro capítulos.

No capítulo três apresentamos a evolução do turismo emissor chinês. É essencial perceber a importância do turismo emissor chinês no turismo internacional. A China é o maior emissor de turistas para o mundo desde 2012. Este é um mercado de grande potencial para garantir o crescimento e sustentabilidade do turismo nos próximos anos.

No capítulo quatro analisamos o novo modelo de eco-civilização na China. A eco-civilização representa um novo paradigma de desenvolvimento da China. O estudo deste conceito é fundamental para enquadrar o nosso estudo. O turismo e a eco-civilização são dois conceitos que estão interligados e têm um papel fundamental no processo de desenvolvimento sustentável da China.

O capítulo cinco é dedicado ao papel do turismo cultural na nova era da eco-civilização. As mudanças decorrentes da construção de uma sociedade ecológica tiveram um impacto muito grande na oferta e na procura de turismo cultural. O turismo cultural é hoje uma das principais motivações de viagem dos turistas chineses.

No capítulo seis analisamos a influência do turismo cultural nos perfis do turista emissor chinês. Por último apresentamos as nossas conclusões.

3. EVOLUÇÃO DO TURISMO EMISSOR CHINÊS

A indústria do turismo é um dos sectores mais dinâmicos do mundo com grande impacto a nível económico, social, político e ambiental. Devido às suas características intersectoriais, o turismo é regulado por políticas, leis e acordos internacionais. (Breda, 2001)

A China, um país em vias de desenvolvimento, com uma economia de mercado socialista, o governo tem um papel essencial na regulação do mercado. As políticas públicas definidas para o sector do turismo foram decisivas para o desenvolvimento do sector do turismo desde a fundação da República Popular da China em 1949. (Tang, 2017)

As políticas públicas de turismo na China evoluíram de uma alocação administrativa de recursos para uma perspetiva de mercado. Todas as políticas foram desenvolvidas de acordo com os objetivos estratégicos de desenvolvimento económico e social da China. (Tang, 2017)

O turismo emissor chinês inclui todas as viagens feitas por turistas chineses para outros países, incluindo as duas Regiões Administrativas Especiais (SARs) de Hong Kong e Macau, bem como Taiwan.

O turismo emissor chinês desenvolveu-se muito mais tarde que outros destinos a nível mundial. Foi a partir de 1997 que o turismo emissor se iniciou na China. A partir dessa data o seu crescimento foi exponencial, colocando a China no maior emissor de turistas do mundo desde 2012.

(Arlt, 2016) dividiu a evolução do turismo emissor chinês em 4 fases:

A primeira fase de 1983 a 1997, incluía “visitas a familiares”, primeiro a Hong Kong e Macau e posteriormente e alguns países do Sudeste Asiático;

A segunda fase de 1997 a 2005, permitia aos turistas chineses viajarem para destinos aprovados no sistema ADS. Este sistema é baseado em acordos bilaterais que permitiam aos turistas chineses viajar para esses destinos. Esta fase marca o reconhecimento oficial do turismo emissor de lazer;

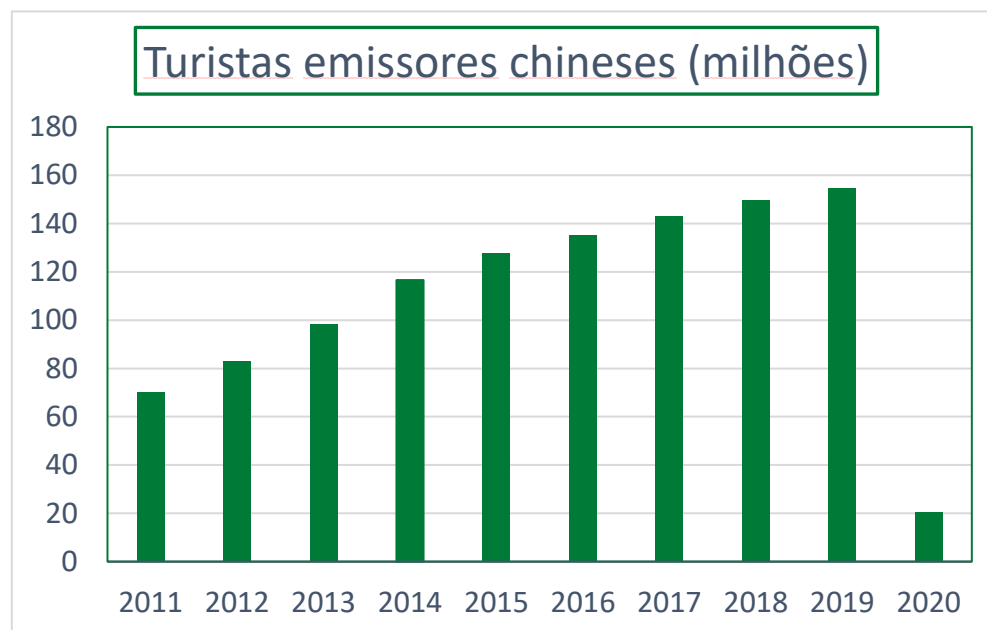
Na terceira fase de 2005 a 2011, o Governo chinês coloca o turismo emissor como uma prioridade. Durante este período o número de turistas passa de 31 milhões em 2005 para 70 milhões em 2011;

Na quarta fase de 2012 até à atualidade, o ano de 2012 é um marco histórico no turismo emissor chinês, pela primeira vez a China ultrapassa a Alemanha e os Estados Unidos da América, colocando-se como líder mundial na emissão de turistas e em despesas.

O mercado de turismo emissor da China tem um grande potencial. A China tem cerca de 1400 milhões de pessoas, das quais apenas 10 % têm passaporte.

O crescimento do turismo emissor chinês tem sido exponencial: em 1993 eram cerca de 4 milhões de turistas. Passados oito anos atingiram os 10 milhões e volvidos apenas mais três anos, em 2003, atingiram os 20 milhões de turistas. Em 2010, o número mais que duplica, atingindo os 50 milhões. Em 2012, a China torna-se o maior emissor de turistas para o mundo e em 2014 atinge o número marcante de 100 milhões. O número record de turistas é atingido em 2019, em que o turismo emissor chinês atinge os 155 milhões de turistas. A pandemia covid 19 vem interromper este ciclo de crescimento, com forte impacto no turismo emissor. Em 2020, o número de turistas desce drasticamente para 20 milhões (Figura 1).

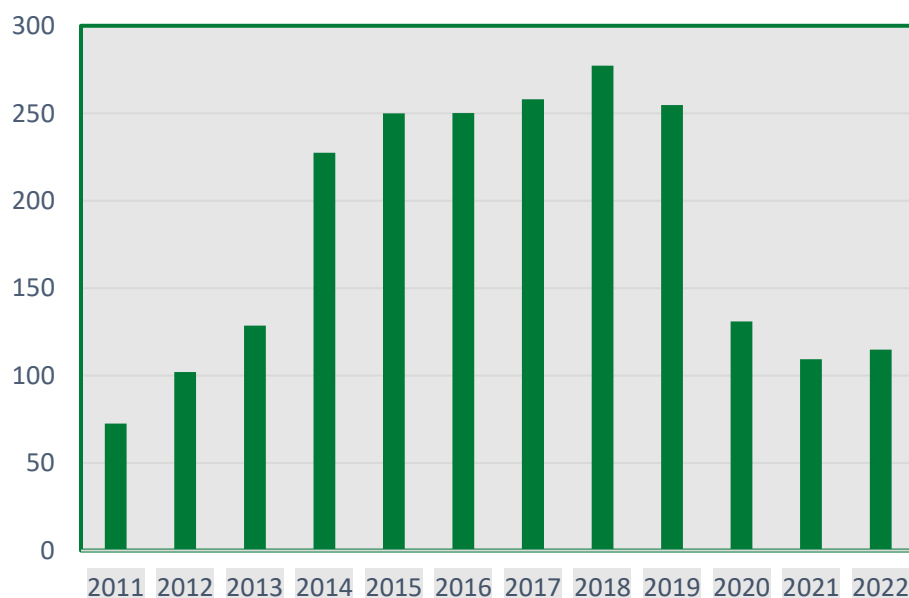
Figura 1. Turistas emissores chineses (milhões)



Fonte: United Nation World Tourism Organization

Em termos de despesas, a China lidera os gastos internacionais em turismo desde 2012. Em 2003 ocupava a oitava posição e em 2010 a terceira posição. O crescimento da despesa feita pelos turistas emissores chineses teve um crescimento exponencial até 2020 (Figura 2).

Figura 2. Despesas turistas emissores chineses (USD bilhões)



Fonte: United Nation World Tourism Organization

O turismo emissor chinês lidera em número de turistas e em despesas, constituindo um grande potencial para os países recetores. No caso de Portugal, permite combater a sazonalidade uma vez que viajam essencialmente nas chamadas “Golden Week” que incluem o Ano Novo Chinês (janeiro ou fevereiro) e o Dia Nacional em outubro.

4. O NOVO MODELO DE ECO-CIVILIZAÇÃO NA CHINA E A SUA RELAÇÃO COM O TURISMO

A política de Reforma e Abertura implementada por Deng Xiaoping baseada no programa das “Quatro Modernizações”, agricultura, indústria, forças armadas e ciência e tecnologia em 1978, marca o início da nova era de desenvolvimento da China. Este processo é marcado pelo desenvolvimento da agricultura, por uma forte industrialização, o crescimento do turismo e a construção de infraestruturas.

Este modelo de desenvolvimento conduziu à melhoria significativa do nível de vida da população chinesa. Segundo (Queirós, 2021) a maior conquista social da República Popular da China nestes últimos 70 anos foi retirar da pobreza extrema cerca de 850 milhões de pessoas. Isto reflete-se em vários indicadores. A esperança de vida passou de 35 anos em 1949 para 77,3 anos em 2019. A mortalidade infantil passou de 150 para 6,1 por cada 1000 nascimentos. O número de estudantes no ensino superior passou de 11000 em 1949 para 77 5000 000 em 2019.

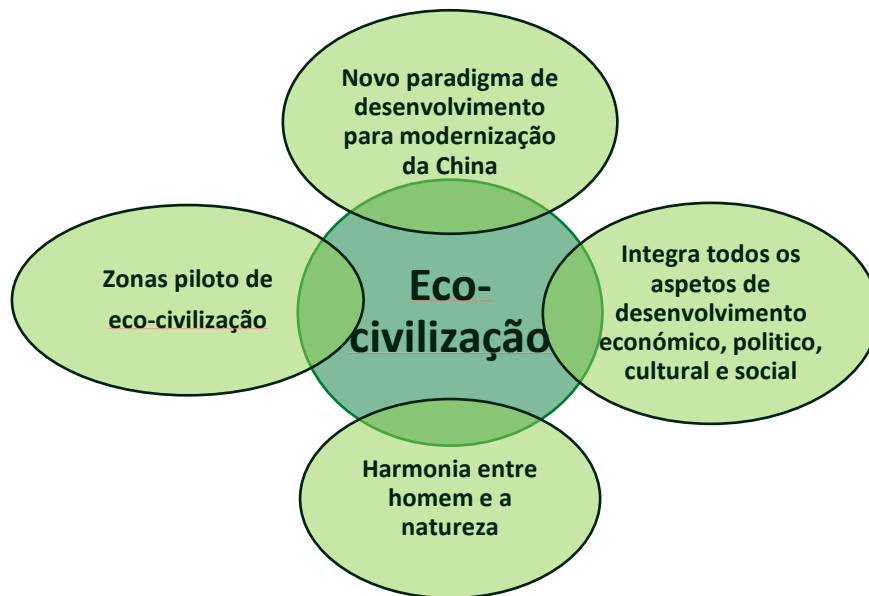
No entanto, este modelo de desenvolvimento teve custos ambientais muito grandes para a China. Em 2007, o Banco Mundial e a Agência Chinesa de Proteção Ambiental estimaram que o custo anual da crise ambiental representava 5,8 % do PIB. (Queirós, 2021).

É neste contexto que surge em 2007 um conceito inovador que marca o início de um novo período de desenvolvimento da China, o conceito de eco-civilização ou civilização ecológica. A eco-civilização é apresentado pela primeira vez no 17º Congresso do Partido Comunista Chinês como um novo paradigma de governança e desenvolvimento cujos princípios assentavam na gestão ambiental, restauração ecológica e desenvolvimento verde. (Xue et al., 2023)

O conceito de eco-civilização foi evoluindo e ganhando cada vez maior importância na política chinesa. Em 2012, no 18º Congresso do Partido Comunista Chinês a eco-civilização é promovida a um novo patamar, colocando-a como uma estratégia para o bem-estar da população chinesa e vital para o futuro da China. Ela é integrada na estrutura denominada de “Cinco em Um”, juntamente com a áreas económica, política, cultural e social. Em 2013 é construído o Plano Nacional das Zonas Piloto de Eco-civilização e em 2018 a eco-civilização é inscrita na Constituição da China. O 14º Plano Quinquenal (2021-2025) coloca uma nova meta na construção de uma civilização ecológica, a construção da modernização com base na harmonização do homem com a natureza. (Wang et al., 2022)

A eco-civilização é um novo paradigma de desenvolvimento para a modernização da China que integra todos os aspetos de desenvolvimento económico, político, cultural e social. (Figura 3)

Figura 3. Conceito de Eco-civilização



Fonte: Elaboração própria tendo por base: Xue et al. Understanding ecological civilization in China: From political context to Science. *Ambio*. 2023; Queirós, A (2021). Understanding the Chinese Way into a New Era: ecological socialism and eco-civilization. Universidad de Leon. Tianjin Normal University

As zonas piloto de eco-civilização materializam a implementação do conceito de eco-civilização. Elas constituem uma forma inovadora de aplicar este novo modelo de desenvolvimento sustentável que promove o desenvolvimento económico numa política de harmonia entre o homem e a natureza. As zonas piloto de eco-civilização são monitorizadas e avaliadas de acordo com os objetivos definidos. A avaliação de resultados é essencial para propor melhorias e para servir de modelo a outras áreas de desenvolvimento ou regiões.

O turismo desempenha um papel importante na construção de uma civilização ecológica na China. A elevada dependência do turismo da civilização ecológica contribui para a complexa interação entre os dois conceitos.(Yuan & Jang, 2023) Na figura 4 apresentamos um diagrama com a relação entre turismo e eco-civilização.

O desenvolvimento coordenado do turismo e da eco-civilização tem um papel crucial no desenvolvimento sustentável da China. Por um lado, o turismo contribui para a construção de uma civilização ecológica através de diversos fatores. Primeiro, o turismo pode promover o desenvolvimento de outras indústrias e a conservação do património cultural. Segundo, o turismo é um grande gerador de emprego e desenvolvimento, contribuindo para a sustentar a base económica da eco-civilização. Por outro lado, a eco-civilização é a base para o desenvolvimento sustentável do turismo, fornecendo os recursos naturais e culturais para o turismo. Para além disso, promove a melhoria dos serviços turísticos e aumenta a sua utilização. O eco-turismo desempenha hoje um papel fundamental no turismo e é um bom exemplo da relação da eco-civilização com o turismo. A criação de novos produtos e experiências relacionados com a sustentabilidade ambiental são elucidativas do papel da eco-civilização no desenvolvimento do turismo.(Yuan & Jang, 2023)

Figura 4. Relação entre turismo e eco-civilização



Fonte: Elaboração própria tendo por base: Yuan, D., & Jang, G. (2023). Coupling Coordination Relationship between Tourism Industry and Ecological Civilization: A Case Study of Guangdong Province in China. *Sustainability (Switzerland)*, 15(1). <https://doi.org/10.3390/su15010092>

Turismo e eco-civilização são dois conceitos interligados com repercussões no turismo da China. O novo modelo de eco-civilização criou uma mudança de paradigma no turismo na China: o turismo cultural e o turismo de natureza estão entre as principais opções de escolha do turista chinês. (Queirós, 2021)

No próximo capítulo será analisado o papel do turismo cultural na nova era da eco-civilização. É fundamental perceber em que medida é que as mudanças decorrentes da eco-civilização influenciaram a importância do turismo cultural na China.

5. O PAPEL DO TURISMO CULTURAL NA NOVA ERA DA ECO-CIVILIZAÇÃO

O turismo cultural tem vindo a ganhar cada vez maior relevância na indústria do turismo ao longo das últimas décadas. A Organização Mundial de Turismo em 2017 define o turismo cultural nos seguintes termos “*A type of tourism activity in which the visitor’s essential motivation is to learn, discover, experience and consume the tangible and intangible cultural*

attractions/products in a tourism destination. These attractions/products relate to a set of distinctive material, intellectual, spiritual and emotional features of a society that encompasses arts and architecture, historical and cultural heritage, culinary heritage, literature, music, creative industries and the living cultures with their lifestyles, value systems, beliefs and traditions”. O turismo cultural tem um papel cada vez mais importante no desenvolvimento do turismo internacional, sendo responsável por mais de 39 % das chegadas de turistas.(UNWTO, 2023)

A componente cultural numa visita turística tem um peso cada vez maior na escolha dos turistas. Num estudo realizado em 2022 pela Trip Advisor verificou-se que 25 % da procura de experiências eram relacionadas com atividades culturais como museus, monumentos e eventos e as outras 25 % tinham uma relação parcial com o turismo cultural. No mesmo estudo verificou-se que 80 % dos turistas pretendem visitar atrações culturais nas próximas férias.(UNWTO, 2023)

O turismo cultural na China desempenha um papel cada vez mais importante no desenvolvimento do turismo. A criação do Ministério do Turismo e Cultura na China em 2018 coloca o turismo cultural num novo patamar, reforçando o seu contributo para o crescimento do turismo e o seu papel no desenvolvimento das regiões.

O desenvolvimento económico e social da China com o crescimento de uma classe média instruída, a emancipação das mulheres pelo emprego, a revolução científica e tecnológica, a institucionalização de direitos democráticos dos cidadãos, a política internacional da China baseada nos cinco princípios da coexistência pacífica, são fatores que explicam uma mudança de paradigma no turismo chinês. Neste novo paradigma, o turismo cultural e o turismo de natureza estão entre as principais escolhas dos turistas chineses. (Queirós, 2021)

O modelo de eco-civilização não pode ser dissociado deste novo paradigma do turismo chinês. As políticas implementadas na construção da eco-civilização contribuíram para o aumento da oferta de turismo cultural e de turismo de natureza. O número de museus na China teve um aumento exponencial passando de 3069 museus em 2012 para 6565 em 2022. Em 2023, os museus chineses receberam 1.24 biliões de visitantes, ultrapassando o valor de 2019.

O turismo cultural deve promover o bem-estar das populações residentes. Num estudo realizado na região ocidental da China foi analisada a relação entre turismo cultural e o bem-estar dos residentes no período de 2007 a 2020.

A tabela 1 apresenta as principais mudanças estatísticas no turismo cultural em 2020 distribuídas pelas diferentes regiões da China ocidental onde o estudo se realizou. A figura 5 corresponde à tabela 2 apresentada no estudo: “*Table 2. Major statistical changes in cultural tourism in 2020*”

No resultado do estudo verifica-se a que a avaliação do valor do turismo cultural passou de 0,0611 em 2007 para 0,6020 em 2020, atingindo o valor mais elevado de 0,8656 em 2019. A capacidade de desenvolvimento do turismo cultural nas regiões abrangidas no estudo vai continuar a crescer. As políticas implementadas e o desenvolvimento de novos produtos contribuíram para esse crescimento. A avaliação do valor de bem-estar dos residentes passou de 0,0761 em 2007 para 0,8745 em 2020. A capacidade de relacionar e coordenar o turismo cultural e o bem-estar dos residentes continua a melhorar. O grau de interligação e coordenação entre estes dois conceitos passou de 0,2611 em 2007 para 0,8515 em 2020, o que representa um

aumento de 226,12 %, com uma média anual de 9,52 %. O turismo cultural contribuiu para aumentar o bem-estar das populações residentes na região ocidental da China. (Pu et al., 2023)

Tabela 1. Principais mudanças estatísticas no turismo cultural em 2020

Zone	5A Tourist	Star Tourist Hotels	Number of Travel Agencies	Number of Artistic Performance Groups	Museums	CulturalCenters
Inner Mongolia Autonomous Region	6 6.19%	205 6.25%	1202 13.08%	204 5.05%	172 10.54%	117 9.61%
Guangxi Zhuang Autonomous Region	6 6.19%	444 13.53%	881 9.59%	78 1.93%	142 8.70%	116 9.52%
Chongqing	10 10.31%	163 4.97%	714 7.77%	1265 31.29%	105 6.43%	43 3.53%
Sichuan Province	13 15.46%	356 10.85%	1336 14.54%	725 17.93%	258 15.81%	207 17.00%
Guizhou Province	8 8.25%	231 7.04%	665 7.24%	200 4.95%	92 5.64%	100 8.21%
Yunnan Province	9 9.28%	415 12.65%	1105 12.02%	270 6.68%	161 9.87%	149 12.23%
Tibet Autonomous Region	5 5.15%	165 5.03%	310 3.37%	87 2.15%	8 0.49%	81 6.65%
Shaanxi Province	11 11.34%	325 9.91%	862 9.38%	591 14.62%	309 18.93%	117 9.61%
Gansu province	5 5.15%	384 11.70%	780 8.49%	347 8.58%	226 13.85%	104 8.54%
Qinghai Province	4 4.12%	207 6.31%	515 5.60%	122 3.02%	24 1.47%	50 4.11%
Ningxia Hui Autonomous Region	4 4.12%	89 2.71%	164 1.78%	30 0.74%	54 3.31%	27 2.22%
Xinjiang Uygur Autonomous Region	14 14.43%	297 9.05%	657 7.15%	124 3.07%	81 4.96%	107 8.78%
Western China	77 100%	3282 100%	9192 100%	4044 100%	1633 100%	1219 100%

Fonte: Table 2. Major statistical changes in cultural tourism in 2020. Spatiotemporal Characteristics of Coupling and Coordination of Cultural Tourism and Objective Well-Being in Western China Pu L, Chen X, Zhang H. *International Journal of Environmental Research and Public Health* (2023) 20(1)

No resultado do estudo verifica-se a que a avaliação do valor do turismo cultural passou de 0,0611 em 2007 para 0,6020 em 2020, atingindo o valor mais elevado de 0,8656 em 2019. A capacidade de desenvolvimento do turismo cultural nas regiões abrangidas no estudo vai continuar a crescer. As políticas implementadas e o desenvolvimento de novos produtos contribuíram para esse crescimento. A avaliação do valor de bem-estar dos residentes passou de 0,0761 em 2007 para 0,8745 em 2020. A capacidade de relacionar e coordenar o turismo cultural e o bem-estar dos residentes continua a melhorar. O grau de interligação e coordenação entre estes dois conceitos passou de 0,2611 em 2007 para 0,8515 em 2020, o que representa um aumento de 226,12 %, com uma média anual de 9,52 %. O turismo cultural contribuiu para aumentar o bem-estar das populações residentes na região ocidental da China. (Pu et al., 2023)

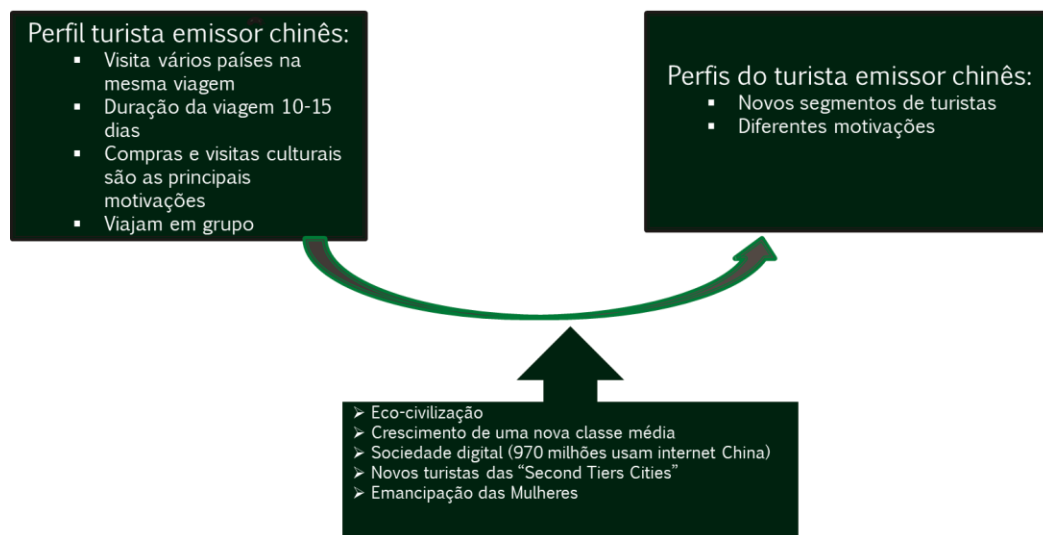
6. A INFLUÊNCIA DO TURISMO CULTURAL NOS PERFIS DO TURISTA EMISSOR CHINÊS

O perfil do turista emissor chinês acompanhou a evolução do turismo emissor chinês e o desenvolvimento da China. Hoje não podemos falar num único perfil do turista emissor chinês, mas sim em diversos perfis, cada um com as suas preferências e motivações.

O perfil do turista emissor chinês passou de um perfil único que viajava em grupo, visitava vários países na mesma viagem e as suas principais motivações eram compras e a cultura para vários perfis, criando diversos segmentos com necessidades diferentes.

Há diversos fatores que explicam esta mudança. Primeiro, a eco civilização provocou profundas mudanças na sociedade chinesa que se refletiram numa melhoria significativa de vida das pessoas bem como na oferta de turismo na China. Segundo, o crescimento de uma nova classe média mais instruída e com maior poder de compra. Terceiro, a China tem uma sociedade digital, onde 970 milhões de pessoas usam a internet. No turismo compram as viagens em agências online como a Trip.com, usam as redes sociais WeChat e Weibo para procurar informações, partilhar experiências, os pagamentos são feitos por meios digitais como o Alipay ou WeChat Pay e procuram e partilham informação em plataformas de conteúdos como o Quiongyou. Quarto, uma nova fonte geradora de turistas das “second tiers cities” que tem uma nova classe média em ascensão com maior mobilidade devido a novas infraestruturas rodoviárias, ferrovia e aéreas. Quinto, a maior emancipação das Mulheres devido à educação (Figura 5).

Figura 5. Evolução do perfil do turista emissor chinês



Fonte: Elaboração própria com base em Quer, D., & Peng, J. (2022). Chinese Outbound Tourism Segmentation: A Systematic Review and Research Agenda. In *Journal of China Tourism Research* (Vol. 18, Issue 4, pp. 778–808). Routledge. <https://doi.org/10.1080/19388160.2021.1966563>

O turismo cultural tem uma procura cada vez maior na China. Para perceber a influência do turismo cultural nos perfis do turista emissor chinês analisa-se a procura e a oferta de turismo cultural na China (Fig.6)

Figura 6. Influência do turismo cultural nos perfis do turista emissor chinês



Fonte: Elaboração própria com base em “Queirós, A (2021). Understanding the Chinese Way into a New Era: ecological socialism and eco-civilization. Universidad de Leon e Tianjin Normal University

A China é uma civilização milenar com uma cultura muito rica e diversa. A existência de um vasto património histórico e arquitetónico, a diversidade étnica que inclui 56 grupos com diferentes tradições, costumes e culturas, os festivais de arte e cultura, a diversidade e o aumento do número de museus são elucidativos da oferta de turismo cultural na China.

As mudanças decorrentes da implementação do novo modelo de eco-civilização tiveram um grande impacto na oferta de turismo cultural na China. A recuperação de vilas e cidades históricas, o aumento significativo do número de museus, a maior oferta de eventos culturais, a recuperação e preservação da cultura de diferentes etnias, a construção de infraestruturas de mobilidade como a ferrovia, aeroportos e estradas ao longo de todo o país, o crescimento de uma nova classe média, a inovação e uso de tecnologias são alguns dos fatores que explicam o aumento da oferta de turismo cultural na China.

A região Autónoma de Xingiang ilustra bem como a recuperação de património cultural e natural e a preservação da cultura de diferentes etnias pode aumentar a oferta de turismo cultural. Esta é uma das regiões mais remotas da China e com menor nível de desenvolvimento. A criação de uma zona piloto de eco-civilização em 2013 melhorou significativamente o nível de vida das populações através do investimento em áreas tão diversas com a ciência e tecnologia, a agricultura e os serviços. A construção de aeroportos, estradas e outras infraestruturas tornaram esta região mais atrativa e acessível.

A recuperação e preservação do património na cidade antiga de Kashgar, a Grande Mesquita de Shaanxi, a Mesquita Kucha, o Keketuohai National Geopark, classificado em 2017 pela UNESCO, o Grande Templo de nacionalidade Hui, a preservação e promoção dos costumes e tradições das diferentes etnias e nacionalidades desta região demonstram a importância da oferta de turismo cultural na atração de turistas. Em 2018, a região Autónoma de Xinjiang foi visitado por 150 milhões de turistas, sendo que cerca de 98 % é turismo interno (Queirós, 2021). Em 2023, o número de turistas nesta região atingiu o valor recorde de 265 milhões de turistas.

A procura de turismo cultural na China não pode ser dissociada das profundas transformações da sociedade chinesa decorrentes do desenvolvimento económico e social, alicerçado no modelo de eco-civilização, analisadas no capítulo anterior.

Na procura de turismo chinês é fundamental avaliar o papel dos valores culturais chineses. Eles influenciam as preferências e os comportamentos dos turistas chineses. Na cultura tradicional chinesa existem quatro correntes de pensamento filosófico: Confucionismo, Taoísmo, Moísmo e Budismo. A relação dos valores inerentes a cada uma destas correntes influencia as motivações dos turistas chineses. Num estudo foram identificadas três motivações de viagem e a sua relação com os valores culturais. O “autoconhecimento” e “crescimento pessoal” que estão relacionadas com o valor confucionista do desenvolvimento pessoal contínuo. A motivação “alimentar a alma” que se baseia no valor Taoista da ligação do homem com a natureza (Jiang et al., 2019)

A cultura é uma das principais motivações de viagem dos turistas chineses. A procura de experiências autênticas associada a uma maior oferta e diversidade cultural colocam a cultura como uma das principais motivações de viagem.

Os conceitos associados à eco-civilização como “Chinese Dream” e “Beautiful China” também contribuem para aumentar a procura de turismo cultural na China. O “Chinese Dream” é o sonho do povo chinês com melhor educação, saúde, ambiente, segurança social, numa lógica de desenvolvimento sustentado de alta qualidade, promovendo a paz e o desenvolvimento internacional. A “Beautiful China” simboliza a proteção de todo o património na China. (Queirós, 2021). O povo chinês tem muito orgulho na sua cultura, história e património. Para além disso, a promoção da cultura chinesa tanto internamente no sistema educativo e múltiplas plataformas, como externamente através de iniciativas como “A Nova Rota da Seda” contribuem para valorizar a importância do turismo cultural na China.

O turismo cultural vai influenciar os perfis do turista chinês. O aumento da oferta de turismo cultural na China é muito grande. O grande aumento do número de museus, a recuperação de cidades e reservas naturais, a preservação de culturas de diferentes etnias e nacionalidades, as grandes diversidades de eventos culturais ilustram bem a importância do turismo cultural na sociedade chinesa.

A procura de turismo cultural está alinhada com este aumento da oferta. A cultura está entre as principais motivações de viagem dos turistas chineses.

Os diferentes perfis do turista chinês estão ligados com o aumento do turismo cultural na China. Os perfis do turista emissor chinês não podem ser dissociados desta realidade. Na nossa análise fizemos uma análise teórica deste tema. No trabalho empírico que será realizado numa província chinesa vamos analisar em que medida é que o aumento do turismo cultural inerente ao sistema de eco-civilização pode influenciar o perfil do turista emissor chinês. O objetivo da

investigação é dar contributos para que cada país possa adaptar a sua oferta aos perfis do turista emissor chinês.

7. CONCLUSÕES

O turismo chinês tem um papel cada vez mais preponderante na economia chinesa e no turismo internacional. A China tem o maior mercado doméstico de turismo e é líder mundial no mercado emissor de turismo desde 2012. O mercado emissor de turismo tem um grande potencial. A expectativa é que este mercado continue a crescer nos próximos anos. (UNWTO, 2024b)

O crescimento do turismo não pode ser dissociado das profundas transformações da sociedade chinesa ao longo das últimas décadas. O crescimento da China provocou uma melhoria significativa nas condições de vida da população chinesa. A forte industrialização, a urbanização, o investimento na agricultura e serviços, a construção de infraestruturas transformaram a economia chinesa.

O modelo de transformação da economia chinesa acarretou profundos problemas ambientais na China. Ciente deste problema, o governo chinês implementou em 2007 o novo conceito de eco-civilização ou civilização ecológica. A eco-civilização é um novo paradigma de desenvolvimento para modernização da China que engloba todos os aspetos de desenvolvimento económico, político e social. Este modelo marca uma nova era no desenvolvimento da China, a coexistência harmoniosa entre o homem e a natureza na construção de uma sociedade ecológica. (Queirós, 2021)

A eco-civilização tem uma relação recíproca com o turismo. Por um lado, o turismo pode contribuir para a construção de uma sociedade ecológica. Por outro lado, a eco-civilização é a base para o desenvolvimento sustentável do turismo através da preservação do património cultural e natural na China. Esta dinâmica de desenvolvimento levou ao surgimento de um novo paradigma no turismo na China em que o turismo cultural está entre as principais opções do turista chinês.

O aumento da oferta de turismo cultural na China que se traduz na maior oferta de museus e eventos culturais, na preservação de cidades e vilas históricas e na promoção da cultura de diferentes etnias e nacionalidades conduziu a um aumento da procura de turismo cultural. O perfil do turista chinês é influenciado por esta realidade. O turismo cultural é uma das principais motivações de viagem na China. De acordo com informação do State Council Information Office, a China abriu 382 novos museus em 2022, totalizando 6565 museus. Em 2023, os museus chineses receberam 1.24 biliões de visitantes, ultrapassando o valor de 2019.

No turismo emissor chinês passámos de um único perfil de turista para diferentes perfis, cada um com as suas motivações e preferências. Os perfis do turista emissor chinês não podem ser dissociados do aumento da oferta e da procura de turismo cultural na China. Neste trabalho realizámos uma abordagem teórica a este tema, onde concluímos que o turismo cultural vai influenciar os perfis do turista emissor chinês. É essencial complementar esta análise com um estudo empírico para aferir em que medida é que o novo paradigma da eco-civilização que se traduz em maior oferta de turismo cultural e de natureza na China pode influenciar os perfis do turista chinês que visitam Portugal. No nosso trabalho de investigação, que será realizado na China, queremos responder a esta questão. Desta forma pretendemos dar o nosso contributo para que Portugal possa adaptar a sua oferta aos novos perfis do turista chinês

O turismo cultural na China é uma das principais motivações de viagem. Na nova era da eco-civilização há um aumento da procura de turismo cultural na China. Esta realidade está intrinsecamente ligada às profundas transformações da sociedade chinesa. Os países recetores de turistas chineses devem ter ferramentas para compreender os perfis dos turistas emissores chineses, enquadradas nesta nova era da eco-civilização. Para Portugal e para a Europa de uma forma geral, o turismo emissor chinês apresenta um grande potencial de crescimento. É fundamental para cada país possa beneficiar dessa oportunidade, reforçando as relações bilaterais entre os países.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Breda, Z. (2001). *Turismo na República Popular da China: Políticas e Desenvolvimento Económico*. Tesis
- Jiang, S., Scott, N., Tao, L., & Ding, P. (2019). Chinese tourists' motivation and their relationship to cultural values. *Anatolia*, 30(1), 90–102. <https://doi.org/10.1080/13032917.2018.1504312>
- Quer, D., & Peng, J. (2022). Chinese Outbound Tourism Segmentation: A Systematic Review and Research Agenda. *Journal of China Tourism Research*, 18(4), 778–808. <https://doi.org/10.1080/19388160.2021.1966563>
- Pu, L., Chen, X., Jiang, L., & Zhang, H. (2023). Spatiotemporal Characteristics of Coupling and Coordination of Cultural Tourism and Objective Well-Being in Western China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(1). <https://doi.org/10.3390/ijerph20010650>
- Queirós, A. (2021). *Understanding the Chinese Way into a New Era. Ecological Socialism and Eco civilization* (L. Qiuyang, Ed.; Universidad de León). Universidad de León y Tianjin Normal University.
- Tang, X. (2017). The historical evolution of China's tourism development policies (1949–2013) – A quantitative research approach. *Tourism Management*, 58, 259–269. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.03.010>
- UNWTO. (2023). Outcomes from the UNWTO Affiliate Members World Expert Meeting on Cultural Tourism, Madrid, Spain, 1–2 December 2022. In *Outcomes from the UNWTO Affiliate Members World Expert Meeting on Cultural Tourism, Madrid, Spain, 1–2 December 2022*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284424740>
- UNWTO. (2024a, February 26). *Global and regional tourism performance*. UNWTO.
- UNWTO. (2024b, February 26). *International tourism to reach pre-pandemic levels in 2024*.
- Wang, N., Guo, J., Zhang, J., & Fan, Y. (2022). Comparing eco-civilization theory and practice: Big-data evidence from China. *Journal of Cleaner Production*, 380. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.134754>
- Xue, B., Han, B., Li, H., Gou, X., Yang, H., Thomas, H., & Stückrad, S. (2023). Understanding ecological civilization in China: From political context to science. *Ambio*, 52, 1895–1909. <https://doi.org/10.1007/s13280>

Journal of Tourism and Heritage Research (2024), vol. 7, n° 2, pp. 265-280, De Jesus, C.; Breda, Z. & Queirós, A. “The influence of cultural tourism on the Chinese tourist profile in new era of eco-civilization”

Yuan, D., & Jang, G. (2023). Coupling Coordination Relationship between Tourism Industry and Ecological Civilization: A Case Study of Guangdong Province in China. *Sustainability*, 15(1),92. <https://doi.org/10.3390/su15010092>