

آشنایی با فرهنگ، توریسم و جهانگردان کشور چین

راهنمای کاربردی

www.ketab.ir

مؤلف:

دکتر همیرا زمانی فراهانی



انتشارات مهکامه

سرشناسه	زمانی فراهانی، همیرا، ۱۳۳۹ -
عنوان و نام پدیدآور	آشنایی با فرهنگ، توریسم و جهانگردان کشور چین (راهنمای کاربردی)/ مولف همیرا زمانی فراهانی.
مشخصات نشر	تهران: مهکامه، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	۱۷۴ ص. م.س ۱۴/۵×۲۱/۵
شابک	۹۷۸-۶۲۲-۷۲۳۹-۱۹-۵
وضعیت فهرست‌نویسی	فیا
موضوع	گردشگری -- ایران -- راهنماها Tourism -- Iran -- Directories
موضوع	گردشگران -- ایران -- Tourists
موضوع	چین -- آداب و رسوم و زندگی اجتماعی China -- Social life and customs
موضوع	ایران -- سیر و سیاحت -- کتاب‌های راهنما Iran -- Description and travel
	Guidebooks
رده‌بندی کنگره	DSRA :
رده‌بندی دیوبی	۹۵۵/۰۰۴۲ :
شماره کتابشناسی ملی	۷۶۰۹۴۳۵ :

نام کتاب: آشنایی با فرهنگ، توریسم و جهانگردان کشور چین (راهنمای کاربردی)
 مؤلف: دکتر همیرا زمانی فراهانی
 ناشر: مهکامه
 ناظر چاپ: بهزاد ربیعی فراهانی
 طرح جلد: محمودرضا لطیفی
 لیتوگرافی: نقش
 نوبت چاپ: اول / ۱۴۰۰
 تیراژ: ۱۰۰ نسخه
 قیمت: ۴۹۵۰۰۰ ریال
 شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۲۳۹-۱۹-۵

کلیه حقوق چاپ و نشر این کتاب مطابق با «قانون حقوق مؤلفان و مصنفان مصوب ۱۳۴۸» برای ناشر محفوظ و منحصراً متعلق به نشر مهکامه می‌باشد. لذا هر گونه استفاده از کل یا قسمتی از این کتاب (از قبیل هر نوع چاپ، فتوکپی، اسکن، عکس‌برداری، نشر الکترونیکی، هر نوع انتشار به صورت اینترنتی، سی‌دی، دی‌وی‌دی، فیلم، فایل صوتی یا تصویری و غیره) بدون اجازه کتبی از نشر مهکامه ممنوع بوده و متخلفین تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.

انتشارات مهکامه: ناشر تخصصی گردشگری و هنداری

نشر و پخش: تهران، خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، نرسیده به لبافی‌نژاد، کوچه انوری، پلاک ۸، طبقه دوم
 تلفن: ۶۶۴۸۸۲۰۳ - ۶۶۴۹۷۰۵۰ - ۶۶۹۶۱۵۰۹
 فکس: ۶۶۹۶۱۵۰۹
 واتساپ: ۰۹۰۳۲۶۷۴۸۴۴
 همراه: ۰۹۱۲۳۹۷۴۰۲۱

اصلاحات و الحاقات احتمالی، در سایت انتشارات مهکامه:
www.mahkame.com
en_mahkame@yahoo.com
[telegram.me/mahkamepublisher](https://t.me/mahkamepublisher)
 پست الکترونیکی:
 تلگرام:

فهرست مطالب

۹	پیشگفتار
۱۳	دلایل اهمیت مطالعه تور بسم و رفتارشناسی جهانگردان چینی
۲۱	معرفی کشور چین
۲۳	تعطیلات رسمی
۲۴	ده شهر مهم چین از نظر جمعیتی
۲۷	شهرهای خواهر خوانده بین دو کشور ایران و چین
۲۷	تاریخ و تمدن چین
۳۰	اقتصاد و واحد پول
۳۳	اطلاعات کلی گردشگری

- ۳۵ آشنایی با فرهنگ و آداب و رسوم مردم چین
- ۳۵ زبان - خط
- ۳۶ نژاد
- ۳۷ دین و آیین
- ۳۷ برگزاری سال نو
- ۳۹ غذا و آداب غذا خوردن
- ۴۱ آداب غذا خوردن
- ۴۴ آداب نوشیدنی‌ها
- ۴۵ اعتقادات در مورد اعداد و رنگ‌ها
- ۴۶ اعداد
- ۴۷ رنگ‌ها
- ۴۷ نمادها
- ۴۸ پوشش
- ۴۹ ارتباطات کاری
- ۵۳ جلسات
- ۵۶ معاشرت / ارتباطات اجتماعی
- ۵۹ فرهنگ خرید
- ۶۳ فرهنگ هدیه دادن و گرفتن
- ۶۵ هدایای مناسب
- ۶۷ هدایای نامناسب (محصولات/کالاهایی که نباید به چینی‌ها هدیه داد)
- ۶۹ نگرش و دیدگاه جهانگردان چینی نسبت به جامعه میزبان (ایران)
- ۸۱ بررسی توسعه صنعت توریسم خروجی چین
- ۸۹ شناخت گردشگران چینی
- ۸۹ موارد کلی
- ۹۶ سوء تفاهم‌های رفتاری گردشگران چینی

پیشگفتار

قبل از اینکه که توفیق تدریس درس شناخت روحیات ملل در دوره کارشناسی مدیریت جهانگردی در دانشگاه برای نگارنده حاصل شود، درک و آگاهی از روحیات، علایق، رفتار، فرهنگ و ... اقوام دیگر همیشه برای مولف، دارای اهمیت و گیرایی خاصی داشته است. فرصت وامکان سفرهای متعدد به سایر کشورها نیز درغناي این انگیزه و خواست، موثر و در تسهیل شناخت بیشتر و بهتر مردم سایر کشورها، به‌ویژه توریست‌ها، با فرهنگ‌ها، نگرش‌ها، خواسته‌ها و انتظارات گوناگون و متفاوت، تاثیرگذار بوده است. حتی در برهه‌ای تصمیم بر این گرفته شد که سری کتابهایی در ارتباط با گردشگران با ملیت‌ها و فرهنگ‌های مختلف به تفکیک قاره، به رشته نگارش در آورده شود، که لازمه این پروژه سنگین، تشکیل یک گروه کارا و توانمند و تامین بودجه مورد نیاز بود، که متأسفانه فقدان تحقق این شرایط، این اجازه را به نگارنده نداد. ولی تالیف کتاب حاضر

اولین گام در این ارتباط است، که با حمایت مالی و معنوی موسسه تحقیقات و مشاوره توریسم آستیاژ^۱، تحقق یافته است.

آشنایی ابتدایی مولف، با کشور چین و توریسم آن کشور، با دیدن شهرک‌های چینی^۲ Chinatown در اروپا آغاز شد، سپس آشنایی با چند نوع غذای چینی، که با شناخت تنوع، لذیذ بودن و سالم بودن نحوه پخت، با وجود زمانبر بودن آماده‌سازی مواد مورد استفاده برای طبخ (نظیر برش صیفی جات / سبزیجات)؛ روند و روش پخت آن برعکس آشپزی ایرانی؛ بسیار سریع انجام می‌شود، به این آگاهی کمک بیشتری کرد. توفیق اقامت چند ساله، به دلایل آموزشی در کشور مالزی، واقع در جنوب شرقی آسیا، که مردم چینی نژاد، حدود ۲۵ درصد از جمعیت بومی آن کشور را، تشکیل می‌دهد و سفر به سایر کشورهای آسیایی، که اکثراً دارای جمعیت بالای چینی نژاد بودند و همچنین سفری به کشور چین، و مطالعه متون و تحقیقات معتبر انجام شده در مورد توریسم کشور چین، آشنایی مرا با موضوع این کتاب بیشتر کرد.

در سال‌های اخیر، کشور چین با توجه به میزان جمعیت (برجمعیت‌ترین کشور جهان)، ثبات سیاسی، پیشرفت چشمگیر در عرصه رشد و توسعه اقتصادی و بهبود شرایط و ارتقاء سطح و استانداردهای زندگی عامه مردم و رشد سریع توریست‌های خروجی خود از سال ۱۹۸۳، به معدود کشورهای منطقه و سپس از سال ۱۹۹۷ میلادی به سایر کشورها، قدرت و تمایل بالای جهانگردان چینی نسبت به هزینه کردن سخاوتمندانه در مقاصد توریستی، توجه به جهانگردان چینی توسط بسیاری از مقاصد گردشگری دنیا، به‌طور چشمگیری

۱. www.astiajtourism.com

۲. محله‌ای در شهرهای بزرگ در اکثر کشورهای دنیا، که برخی از مردم مهاجر چینی نژاد در آن زندگی می‌کنند و تعداد زیادی رستوران و مغازه چینی در آن وجود دارد. این شهرک‌ها عموماً تصویری از چین کوچک را در خارج از سرزمین مادری، به نمایش می‌گذارد.

جلب شده است. اکنون قابل درک است که چرا گردشگران چینی مبدل به یک کالای پرسود شده‌اند، که هر کشور و یا بخش‌های گردشگری می‌کوشند با برنامه ریزی و مدیریتی شایسته، بیش از پیش سهمی از آن داشته باشند. به همین رو است که امروزه گردشگران چینی به عنوان یکی از تامین‌کنندگان توریسم بین‌المللی پردرآمد، برای بیشتر کشورهای جهان مطرح شده‌اند.

گردشگران چینی با وجودی که نیروی محرکه‌ای در صنعت گردشگری بشمار می‌روند ولی نظر به خواسته‌ها، رفتار و عادات منحصر به فرد درسفرهای خارجی، مشکلاتی را برای خود، شرکت‌های خدمات مسافرتی، و جامعه میزبان در مقاصد گردشگری در سطح جهان بوجود آورده‌اند، که لزوم درک و شناخت متقابل و بهتر آنان به رفع سوء تفاهم‌های احتمالی کمک می‌کند و امکان طراحی و اجرای برنامه بازدید برای آنها را با کمترین نقیصه فراهم می‌نماید. کتاب حاضر بر اساس نیاز "فعالین ایرانی" در این حوزه (شرکت‌های خدمات مسافرتی، هتل‌ها و مراکز اقامتی، مراکز پذیرایی، راهنمایان تور، امکانات حمل و نقل، مراکز بازدید، مراکز فروش خدمات و محصولات و البته افرادی که بنحوی با چینی‌ها در کشور در تعامل هستند)، با تاکید بر گردشگران خروجی از کشور چین در طی چندین سال تهیه و تدوین و به روز شده است، تا با استناد به آن، بتوان میزبانی و بازاریابی مطلوبی از گردشگران چینی در کشور مان بعمل آورد. ضمن این که مطالب این کتاب برای افرادی که بنحوی بطور عام با شهروندان چینی در تعامل خواهند بود نیز میتواند مورد استفاده قرار گیرد. لازم به ذکر است هر قسمت از این کتاب بطور مجزا، قابلیت برگزاری یک کارگاه آموزشی با تحمیل هزینه‌ای قابل توجه برمخاطبین را دارا بوده، که بنا بر رسالتی که مولف در راستای توسعه و تعالی صنعت ایرانگردی و جهانگردی کشورمان بر خود لازم و ضروری می‌داند، اقدام به تالیف و نشر این کتاب شده است. مطالب بر اساس شرایط معمول (شرایط قبل از شیوع ویروس کرونا) به نگارش درآمده است؛ زیرا

آشنایی با فرهنگ، توریسم و جهانگردان کشور چین

بدیهی است شرایط بحرانی ناشی از شیوع ویروس کرونا که از سال ۱۳۹۸ خورشیدی آغاز شده، ثابت و همیشگی نخواهد بود و وضعیت بحرانی حاضر به وضعیت با ثبات قبلی باز خواهد گشت. امید است، مطالب مندرج در این کتاب بتواند جهت استفاده تمامی فعالین صنعت ایرانگردی و جهانگردی میهن عزیزمان ایران و افرادی که به نوعی در ارتباط با جهانگردان چینی هستند، موثر و مفید واقع گردد.

دکتر همیرا زمانی فراهانی

بهار ۱۴۰۰

www.ketab.ir