

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Амурский государственный университет
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра международного бизнеса и туризма
Направление подготовки 43.03.02 – Туризм
Направленность (профиль) образовательной программы –
Организация и предоставление туристских услуг

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
И.о. зав. кафедрой
 В.В. Ульянова
«16» июня 2025 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

На тему: Использование аудиогид-технологий в самостоятельных международных туристических поездках (на примере Амурской области и провинции Хэйлунцзян)

Исполнитель
студент группы 134-об


(подпись, дата)

К.Ф. Фадеева

Руководитель
доцент, к.г.н.


(подпись, дата)

Т.А.Мирошниченко

Нормоконтроль


(подпись, дата)

О.В. Шпак

Благовещенск 2025

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра международного бизнеса и туризма

УТВЕРЖДАЮ
И.о. зав. кафедрой
В.В. Ульянова
« 20 » 03 2025 г.

ЗАДАНИЕ

К бакалаврской работе (проекту) студента

Радсеева Ксения Фёдоровна

1. Тема бакалаврской работы (проек-

та) Использование аудиовидео-технологий в самостоятельных
международных туристических поездках (на примере Амурской
области и провинции Хейлунцзян)
(утверждено приказом от 19.03.2025 № 731-уч)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 13.06.2024 г.

3. Исходные данные к бакалаврской работе (проекту)

научные журналы, статистические сборники, интернет-
порталы

4. Содержание бакалаврской работы (проекта) (перечень подлежащих разработке вопро-

сов): Использование аудиовидео и его применение в туристической индус-
трии; особенности развития туризма в Амурской области и провинции
Хейлунцзян; Разработка аудиовидео для самостоятельных экскурс. тур. поездок в Амурской

5. Перечень материалов приложения (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, про-

граммных продуктов, иллюстративного материала и т.п.)

3 рисунка, 7 таблиц, 2 приложения

6. Консультанты по бакалаврской работе (проекту) (с указанием относящихся к ним разде-

лов)

7. Дата выдачи задания 20.03.2025 г.

Руководитель бакалаврской работы (проекта)

Ильиниченко Татьяна Александровна
(Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание)

к.т.н., доцент

Задание принял к исполнению (дата) 20.03.2025 г.

Радсеева К.Ф. (подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 70 с., 3 рисунка, 7 таблиц, 2 приложения, 24 источника.

ТУРИЗМ, ТУРИСТИЧЕСКАЯ ФИРМА, ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ, АУДИОГИД, БЛАГОВЕЩЕНСК, АМУРСКАЯ ОБЛАСТЬ, КИТАЙ, ХЭЙХЭ, ХЭЙЛУНЦЗЯН, ЭКСКУРСИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Бакалаврская работа состоит из теоретической части, в которой рассматриваются основные понятия аудиогuida и сферы его применения в туризме, и практической части, в свою очередь содержащей анализ состояния туризма в Амурской области и провинции Хэйлунцзян, а также проект аудиогuida.

В теоретической части использовались такие методы исследования, как анализ, классификация, конкретизация и формализация. В практической части были применены опрос и экономико-математическое моделирование.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Понятие аудиогuida и его применение в туристской индустрии	7
1.1 Понятие аудиогuida и история его появления	7
1.2 Использование аудиогuidов в туризме	9
1.3 Практика применения аудиогuidов в России	13
2 Особенности развития туризма в амурской области и провинции Хэйлунцзян	17
2.1 Характеристика туризма в Амурской области	17
2.2 Характеристика въездного туризма провинции Хэйлунцзян, перспективы развития	22
2.3 Состояние туризма в сфере российско-китайских отношений	28
3 Разработка аудиогuida для самостоятельных международных туристических поездок на примере провинции Хэйлунцзян	37
3.1 Результаты исследования потребностей туристического рынка г. Благовещенска	37
3.2. Объекты показа, используемые в разрабатываемом аудиогuide	40
3.3. Использование технологии аудиогuida на примере г. Хэйхэ	47
Заключение	59
Библиографический список	61
Приложение А	64
Приложение Б	65

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время цифровые технологии стали неотъемлемой частью жизни для большинства жителей России. Использование новых технологий является одной из приоритетных целей для всех сфер экономики и жизни – в том числе и для туризма, который, как яркий представитель сферы услуг, является чрезвычайно динамично развивающейся отраслью. Количество туристических организаций увеличивается, возникает множество новых туристических предложений, а уровень и качество самих туристических услуг неизменно повышаются. Средства и приемы, используемые для продвижения того или иного туристического продукта, постоянно совершенствуются, это и является одной из причин такого динамичного развития туристической индустрии. Путешественники всё чаще отказываются от стандартных маршрутов в своих поездках в пользу самостоятельных путешествий, активно используют онлайн-платформы по заказу билетов, бронированию гостиниц и аренде транспорта. Экскурсовод или гид в качестве наиболее популярного варианта проведения экскурсии постепенно уходит с рынка услуг, и на смену ему приходит такое явление, как аудиогид или мультимедиа-гид. Появляются онлайн-аудиогиды, интерактивные квесты, активно внедряются элементы дополненной и виртуальной реальности. При этом, большинство данных услуг не изучены с академической точки зрения – количество научных работ по данной тематике крайне невелико.

Актуальность работы обусловлена тем, что туристическая деятельность подвержена высокой конкурентности, в связи с чем любые новинки могут предоставить существенное конкурентное преимущество, и наоборот – упустив развитие какого-либо тренда, можно существенно уступить позиции на рынке. Соответственно, развитие туристических продуктов, и в том числе использование новых цифровых технологий, является одним из ключевых требований сохранения доходности туристского предприятия.

Целью дипломной работы является создание аудиогuida для туристическом рынке Амурской области на примере провинции Хэйлунцзян, как наиболее близкого региона КНР. Для достижения поставленной цели был выявлен ряд задач:

- рассмотреть понятие и сущность аудиогuida;
- рассмотреть варианты применения аудиогидов в туристической деятельности;
- оценить состояние туристического рынка Амурской области и уровень его связи с туристическим рынком Китая;
- проанализировать въездной туризм провинции Хэйлунцзян и перспективы развития.
- разработать и создать аудиогид для самостоятельного туризма провинции Хэйлунцзян.

В качестве источников при написании дипломной работы были использованы статистические сборники («Амурский статистический ежегодник», «Развитие сферы туризма в Амурской области»), правовые и информационные системы («Консультант плюс», «Спарк»), а также статьи из открытых ресурсов и государственных источников (официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации, новостной портал News.ru,).

Объект исследования – применение аудиогидов в туристической деятельности.

Предмет исследования – перспективы применения аудиогидов на туристическом рынке Амурской области в провинции Хэйлунцзян.

1 ПОНЯТИЕ АУДИОГИДА И ЕГО ПРИМЕНЕНИЕ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

1.1 Понятие аудиогuida и история его появления

Первыми шагами в создании аудиогидов можно считать эксперименты с аудиозаписями, которые позволяли туристам слушать информацию о достопримечательностях, используя кассеты и специальные устройства. Это был значительный прорыв в области самостоятельного знакомства с окружающим миром.

При этом, важно разделять понятия «аудиоэкскурсия» и «аудиогид». Аудиоэкскурсия – это комплексный экскурсионный продукт в формате аудиофайла (аудиозаписи, фонограммы, звукозаписи), представляющий собой связный и законченный рассказ, состоящий из отдельных фрагментов, и который используется туристом или экскурсантом для самостоятельного знакомства с экспозициями музея и/или выставкой, местностью посредством его прослушивания при помощи специализированного или мобильного устройства. Зачастую понятие «аудиоэкскурсия» отождествляется с понятием «аудиогид». Но, несмотря на их несомненную схожесть, аудиогид имеет существенное отличие: он представляет собой несколько отдельных аудиофрагментов, которые можно прослушивать в произвольном порядке, тогда как аудиоэкскурсия определяет точный маршрут следования по объектам, связанных между собой логическим повествованием.

Виллем Сандберг, директор музея Стеделийк в Амстердаме с 1945 по 1962 год, был инициатором первых в мире аудиотуров по музеям. Когда он был изобретен в 1952 году, разработчиков привлек его уникальный потенциал для создания личного опыта, индивидуально контролируемого каждым посетителем, насыщенного персональным содержанием, доступного в любое время и не требующего специализированного обслуживания.

Лекции Сандберга читались с помощью системы коротковолнового радиовещания с замкнутым контуром, в которой усиленный аудиовыход анало-

гового магнитофона с воспроизведением служил вещательной станцией, а передача осуществлялась через петлевую антенну, установленную вокруг галереи музея. Идентичные лекции на голландском, французском, английском и немецком языках были записаны на магнитные ленты, транслировались по очереди через антенну и воспринимались посетителями через портативный радиоприемник с наушниками, когда они находились внутри контура.

Система была такова, что все посетители с приемником могли слышать только определенный фрагмент лекции на определённой площади; следовательно, группы посетителей перемещались по галереям и рассматривали экспонаты, следуя за рассказом лектора.

Но настоящий технологический прорыв произошел с появлением радио и телевидения. Они стали источником информации и развлечений для широкой аудитории, и аудиогиды не смогли остаться в стороне от этого влияния. Если первые аудиогиды были достаточно простыми и ограниченными по функциональности, то с развитием электронных устройств и микрочипов, аудиогиды становились все более компактными и функциональными. В середине XX века, с появлением первых портативных устройств, туристы могли брать аудиогиды с собой, получая информацию о местах, которые они посещали, в удобной форме.

Аудиогиды также получили влияние от развития интерактивных технологий. Появление сенсорных экранов и возможности выбора различных треков и тематических экскурсий усилило удовлетворение потребностей туристов. Вместе с тем, появились новые возможности для предоставления более глубокого контента.

Одним из интересных примеров использования аудиогидов является их применение в археологических раскопках. Благодаря аудиогидам, посетители могут получить дополнительную информацию о найденных артефактах и исторических событиях, происходивших на данной территории. Это позволяет им более глубоко погрузиться в историю и оценить ценность этих находок.

Еще одним примером использования аудиогидов является их применение в музеях и галереях искусств. Благодаря аудиогидам, посетители могут получить дополнительную информацию о произведениях искусства, их авторах и историческом контексте. Это позволяет им более глубоко понять и оценить произведения искусства, а также расширить свои знания в этой области.

С появлением первых портативных устройств, таких как кассетные плееры и пейджеры, аудиогиды стали еще более удобными и популярными среди туристов. Эти компактные устройства позволяли слушать интересные истории и факты о местах во время прогулок и экскурсий.

Однако, с развитием технологий возникла необходимость в более универсальных устройствах. Вскоре появились мультимедийные плееры и смартфоны, которые объединяли функции аудиогuida и портативной медиа-технологии. Туристы могли получать информацию о достопримечательностях не только в аудио-формате, но и в виде фотографий и видео.

Таким образом, аудиогид нельзя назвать абсолютно новым форматом туристического продукта – он существует уже достаточно давно. Однако с развитием современных технологий его применение лишь недавно стало достаточно удобным, чтобы получить развитие за пределами музейных экспозиций и специально оборудованных площадок. Аудиогиды получают новое развитие в туризме, становятся важной формой коммуникации с потребителем, повышается их качество, разнообразие и расширяются области применения.

1.2 Использование аудиогидов в туризме

Развитие портативных устройств привело к возможности создания персонализированных маршрутов и экскурсий для туристов. Благодаря GPS-технологиям, аудиогиды стали предлагать не только аудиоинформацию, но и интерактивные карты и навигацию по городам и музеям.

Кроме того, с развитием сенсорных экранов и виртуальной реальности, аудиогиды стали более вовлекающими и интерактивными. Туристы могли

погружаться в виртуальные миры и исторические события, используя свои портативные устройства.

С развитием интернета и появлением мобильных устройств, аудиогиды перешли на новый уровень. Теперь туристы могут загружать и устанавливать приложения на свои смартфоны и планшеты, получая доступ к информации о достопримечательностях и тематическим экскурсиям из любой точки мира.

Интернет стал источником глобальной информации и служит основой для различных платформ и приложений. Аудиогиды также воспользовались этой технологией, предоставляя пользователям широкий выбор экскурсий, аудиотуров и интересных фактов о странах, которые они исследуют.

Благодаря интернету, есть возможность в режиме реального времени обновлять и расширять содержание аудиогидов. Туристы теперь получают актуальную информацию о достопримечательностях и событиях, происходящих в разных уголках земного шара.

Развитие технологий также позволило аудиогидам внедрить функцию распознавания речи, что делает использование приложений еще более удобным для путешественников. Теперь, просто произнеся название интересующего объекта на иностранном языке, туристы могут получить подробную информацию о нем на своем мобильном устройстве.

С появлением мобильных приложений, аудиогиды стали еще более доступными и удобными. Пользователи могут устанавливать приложения на свои устройства и выбирать из множества тематических экскурсий, предоставленных соответствующими службами.

Также использование GPS-технологий позволяет аудиогидам адаптироваться к местоположению пользователя и предлагать наиболее интересные маршруты и достопримечательности. Туристы могут не только слушать аудиогид, но и видеть на их экранах карты, фотографии и подробные описания мест.

Мобильные приложения также предоставляют возможность взаимодействия с другими пользователями, обмена отзывами и рекомендациями о

местах, что создает новый уровень социального взаимодействия среди путешественников по всему миру.

Среди преимуществ аудиогuida выделяют его удобство при самостоятельном изучении и посещение туристических объектов, возможность отвлечься или приостановить рассказ в любое время, а также практиковать владение иностранными языками.

Мобильность и доступность – одни из главных преимуществ аудиогuida перед живым рассказом, но далеко не единственные. Но у данного продукта есть и другие немаловажные преимущества:

1) индивидуальность - аудиогид – это идеальная экскурсия, которая проходит в нужное вам время, в удобном для вас темпе. Не надо вставать с утра пораньше, чтобы успеть в экскурсионную группу, не надо мчаться за гидом, успевая на ходу воспринимать информацию. Вы можете в любой момент остановиться, нажать на паузу, прервать путешествие и продолжить с того же места;

2) релевантность - с аудиогидом вы слушаете только то, что вам интересно. А если не интересно, то перематываете дальше;

3) восприятие - аудиогид – это персонализированный подход. Голос диктора предназначен только для вас. Нет нужды прислушиваться или переспрашивать – вы можете сделать погромче или отмотать запись до нужного фрагмента;

4) неисчерпаемость - живая прогулка с гидом чаще всего ограничена по времени. Возможности современной техники позволяют загружать в аудиогиды гигабайты информации – столько физически не запомнит ни один историк или искусствовед;

5) инклюзивность - аудиогид является хорошим решением для маломобильных людей, со слабым зрением или нарушением слуха.

6) стоимость - выгодно всем: услуги гида, как и его ставка в компании, гораздо выше, чем цена аудиогuida;

7) интерактивность - аудиогид дает возможность взаимодействия с окружающей средой. Популярно использование технологий GPS и RFID-меток, когда нужный сценарий аудиогuida включается при попадании человека в определенную географическую точку или локационную зону;

8) разноплановость - широкие технические возможности позволяют аудиогидам погружать слушателя в атмосферу рассказываемой истории: за счет специфических звуков, акцентов, вставок. Вкупе с интерактивными возможностями аудиогиды создают игровые сценарии, расширяя рамки туристических и музейных экскурсий.

Сегодня аудиогиды нового поколения – это универсальный инструмент, подходящий для городских пространств, учебных заведений, корпоративных мероприятий и туристических маршрутов. Он не только предоставляет информацию аудитории в удобной и доступной форме, но и погружает в удивительный мир истории. Благодаря интерактивным методам можно создать впечатляющую аудиоэкскурсию, которая вызовет яркие эмоции и надолго останется в памяти участников.

В образовательных учреждениях внедрение аудиогидов позволяет привлечь молодежную аудиторию, выделиться на фоне других учебных заведений и автоматизировать процесс проведения экскурсии. В отличие от аудиогидов в музеях, этот формат в учебных заведениях может включать меньше исторических фактов и данных. В данном случае аудиогиды выполняют не только другую задачу: привлекает молодежную аудиторию, автоматизирует процесс проведения экскурсии, формирует положительный образ университета, знакомит посетителей с заведением и вдохновляет на поступление.

Туристические маршруты также требуют постоянных обновлений и улучшений. Благодаря аудиогидам можно предложить туристам новый формат знакомства с интересными местами, который наполнен не только историческими фактами, но и увлекательными историями с сюжетом. Сюжет, персонажи, аутентичные музыкальные мотивы и голоса актеров погружают в

историю мест. Альтернатива привычным аудиогидам позволила заинтересовать новую аудиторию и взглянуть на привычные маршруты по-другому.

Аудиогиды также могут быть использованы для корпоративных мероприятий. В рамках экскурсии сотрудники знакомятся с миссией и продуктом компании. Такой формат отлично подходит для новых сотрудников и для тех, кто хочет узнать больше о компании. Подобные аудиогиды создают эмоциональную связь, повышают лояльность сотрудников, дают возможность получить новые впечатления, привлекают внимание к деталям и укрепляют корпоративную культуру.

В целом аудиогиды – это удобное и эффективное средство коммуникации, которое может быть использовано не только в музеях, но и в других областях. Благодаря возможности предоставления дополнительной информации и увлекательных рассказов аудиогиды нового формата помогают расширить знания пользователей, увеличить их интерес к окружающему миру и улучшить пользовательский опыт.

Многообразие преимуществ аудиогuida, а также характер этой формы туристического продукта, делает необходимым тщательный подход к созданию аудиогuida, его достоверности и релевантности. Вместе с тем, в настоящее время не существует единых стандартов или требований к данному продукту, и основной целью при его создании можно считать полезность и интерес к аудиогиду со стороны конечного потребителя.

1.3 Практика применения аудиогидов в России

В настоящее время аудиогиды широко применяются на территории Российской Федерации. Помимо выставок и музеев, данным форматом мультимедийного продукта пользуются учебные заведения, крупные компании, природные заповедники и туристические фирмы.

На примере аудиогuida «День открытых дверей в «РАНХиГС» можно выделить особенности формата для учебных заведений. Аудиоэкскурсия позволила не только снизить нагрузку на волонтеров, но и сделать первое знакомство с вузом эмоциональным и вдохновляющим. В рамках экскурсии ге-

рои истории знакомят родителей и абитуриентов с вузом. Маршрут экскурсии включает в себя не только интересные места в вузе, но и интерактивные задания для получения новых впечатлений и эмоциональной связи с местом обучения.

В Архызе, Карачаево-Черкесия, для путешественников, которые хотят совместить культурный отдых с природным, узнать больше о старинных кавказских традициях и в то же время открыть для себя новые горизонты, разработан аудиогид от компании МТС. Научные достопримечательности (вроде шестиметрового телескопа БТА и радиотелескопа РАТАН-600, расположенного в горах) сочетаются здесь с природными красотами и реликтовыми лесами (горные озера, 700-летние пихты и заодно – виды на Эльбрус). В окрестностях обитают самые разные звери – зубры, медведи, туры, серны, кабаны, волки и рыси. Впрочем, повстречать осторожных обитателей здешних мест шумным туристам будет довольно сложно. И если раньше большинство туристов приезжали сюда за горнолыжными приключениями, то теперь вырос и летний турпоток – люди приезжают для пеших походов по горам. В МТС оцифровали самый популярный маршрут по Архызу и превратили его в бесплатный аудиогид. Путь начинается в центре поселка Архыз и ведет к Баритовому водопаду, который расположен прямо на склонах хребта Абишира-Ахуба. Прогулка до водопада с возвращением в поселок занимает около четырех часов, протяженность составит около пяти километров.

В аудиогиде создатели с помощью местных краеведов и людей, влюбленных в родину, собрали по крупицам легенды и рассказы, которые знакомят с многогранной культурой удивительной кавказской республики, а этническая музыка местных исполнителей, звучащая во время прогулки до водопада, позволит еще сильнее прочувствовать дух Карачаево-Черкесии.

Путешественники уже в более чем 50 городах и охраняемых природных территориях страны могут бесплатно пользоваться интерактивными цифровыми гидами МТС. Изюминка аудиогидов в содержании: в создании уникального рассказа участвуют местные эксперты, ученые, историки и кра-

еведы, а еще – городские активисты и неравнодушные жители, которые помогают раскрыть колорит и неповторимость своей малой родины. Так, например, недавно у МТС вышел бесплатный автомобильный аудиогид по 180-километровому маршруту «Казань-Болгар», аудиогид по маршруту «Сочи-Красная Поляна», а также исторический аудиогид по имению Льва Толстого в Тульской области – «Ясная поляна».

В целом, практически каждый крупный город России уже может похвастаться наличием аудиогидов по своим достопримечательностям. Не избежал данной тенденции и Благовещенск – ярким примером является бесплатный аудиогид туристско-информационного центра по Амурской области с поэтичным названием «По Амуру с любовью»¹. Гид существует в двух вариантах – на русском и китайском языках, что показывает в том числе и тренд на углубление туристических отношений с китайскими соседями Приамурья. При этом следует отметить, что общее количество аудиогидов по Благовещенску, которые можно найти в свободном доступе, составляет уже более двух десятков – и все они по-своему интересны, отличаются как тематикой, так и маршрутами, и подачей материала.

Из вышеизложенного можно сделать вывод о том, что аудиогиды уже получили широкое распространение в Российской Федерации, и их количество и качество со временем только растёт. Особенности этого продукта также в том, что стоимость его создания достаточно быстро окупается, что позволяет через короткий промежуток времени делать аудиогид бесплатным, тем самым повышая как популярность своего бренда, так и популярность аудиогидов как продукта. Важно отметить, что в данном случае наибольшую значимость приобретает своевременность обновления контента – своевременное включение в аудиогид новых достопримечательностей, интересных фактов и полезной для путешествия информации также может служить преимуществом перед конкурентами. При этом, рынок всё ещё не перенасыщен,

¹ Аудиогид «По Амуру с любовью» - URL: <https://zvuk.com/release/32897835?ysclid=m4dvxnc8q3562923047>

и есть достаточно больше количество ниш, пока ещё не занятых на этом рынке.

Подводя итоги, можно сделать следующие выводы:

- в современном мире аудиогид является важным элементом туристической деятельности, в том числе и для Российской Федерации;
- для туристической деятельности важно отслеживать релевантность как собственных аудиогидов, так и продукции конкурентов;
- аудиогид является инструментом широкого профиля, и его применение может не ограничиваться туристическим, экскурсионным и музейным направлениями.

2 ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ И ПРОВИНЦИИ ХЭЙЛУНЦЗЯН

2.1 Характеристика туризма в Амурской области

Природа Амурской области может представлять интерес для туристических туров – на ее территории находится национальный парк, три заповедника и двадцать восемь заказников. Культурно-исторический потенциал тоже достаточно обширный. В области есть множество памятников истории и архитектуры, несколько тематических музеев крупных административных центров, кроме этого, область располагает этнографическими достопримечательностями, связанные с жизнью малых народов. Существенным преимуществом региона является возможность безвизового посещения Китая (в допандемийный период), а также объект международного уровня – космодром «Восточный», благодаря которому получили развитие специализированные туры на космическую тематику.

Через территорию области проходят Транссибирская магистраль, обеспечивающая выход к морским портам Приморья: Находке, Восточному, Владивостоку, а также участок Дальневосточной железной дороги (Байкало-Амурская магистраль) с выходом на порты Хабаровского края: Ванино, Советская Гавань. Базовым аэропортом, имеющим статус международного, является ГУП «Аэропорт Благовещенск», через который ежегодно перевозится свыше 100 тыс. пассажиров.

В Амурской области туризм в большей степени связан с туроператорской и турагентской деятельностью. На конец 2023 года в Амурской области туристскую деятельность осуществляли 59 организации (в 2022г. – 54), из них 3 фирмы занимались только туроператорской деятельностью, 8 туроператорской и турагентской деятельностью, 48 только продвижением туров.

Важным для развития международного туризма и торговли проектом является состоявшееся 10 июня 2022 года открытие международного автомобильного моста Благовещенск-Хэйхэ через р. Амур. Планы по возведению

моста рассматривались ещё в советское время. Значимость транспортного сообщения нельзя недооценивать – возможность без лишних проволочек переместиться через границу является одним из определяющих факторов при выборе туристического маршрута. Мост уже занял своё место в культуре двух народов – 19 ноября 2022 года состоялся премьерный показ фильма «Переправа», который рассказывает о том, как на Дальнем Востоке, в Благовещенске, сосуществуют две культуры, русская и китайская. И новый мост выступает символом этого единства.

Также нельзя не отметить, что 18 июля 2019 года стартовало возведение канатной дороги через р. Амур. Общая протяжённость канатной дороги будет составлять 976,28 метра. Время перемещения между конечными пунктами — около 5 минут. Объём пассажирских перевозок ожидается в 6–7 тыс. человек в сутки, 457 человек в час и 2,5 млн человек в год (целевой пассажиропоток в обоих направлениях). Будут работать две кабины вместимостью по 110 человек каждая. Интервал между рейсами планируется в 12–15 минут. Скорость движения гондолы — 7 м/сек. Дорога будет состоять из 2 линий на 2 опорах, и работать по маятниковому принципу, аналогично фуникулёру. Высота тросов предусматривает свободное прохождение речного транспорта по Амуру. Суммарная грузоподъёмность канатной дороги — 23 тонны. Бюджет проекта — около 10 млрд рублей.

На российской стороне завершается постройка 4-этажной терминальной станции по проекту голландского архитектурного бюро «UNStudio», площадью 4,9 га, там будут находиться пункты пропуска через границу и торговые площади. Уже построены опорные вышки для канатной дороги. Первый запуск планируется в 2025 году. Фуникулёр и терминал обещают стать новой достопримечательностью города, достойным украшением его архитектурного ансамбля.

В целом, по итогам работы туристической области за 2023 год, Амурский регион занял третье место в России по числу принятых китайских туристов. Всего за год только по безвизовым групповым программам регион по-

сетили 8,5 тыс. граждан Китая. Это уже ближе к привычным, допандемийным значениям. Рекордных показателей пассажиропотока достиг аэропорт Благовещенск. За год он принял 915 тысяч пассажиров. Через погранпереход Благовещенск-Хэйхэ прошли еще 280 тысяч человек.

По данным Межрегиональной ассоциации экономического взаимодействия субъектов Российской Федерации «Дальний Восток и Забайкалье», в 2019 году макрорегион принял 7,5 млн туристов. В 2023-м число туристических поездок на Дальний Восток достигло 6,1 млн или 4 % общего числа по стране. За год показатель вырос на 13,3 % (в РФ – 3,1 %). Более половины туристического потока пришлось на Приморский и Хабаровский края. Число людей, размещенных в коллективных средствах размещения, выросло на 17 % по сравнению с показателями 2022 года до 4,1 млн человек [13]. В таблице 1 показана динамика продаж турпакетов в Амурской области за последние пять лет.

Таблица 1 – Число турпакетов, реализованных населению в Амурской области

	2019	2020	2021	2022	2023
Гражданам России по территории России	1 762	1 501	2 320	2 972	2 963
Гражданам России по другим странам	16 686	2 683	2 368	3 994	12 771
Гражданам других стран по территории России	26 269	44			873
Всего	44 717	4 228	4 688	6 966	16 607

Рассматривая статистические показатели таблицы 1, отчетливо видно разрушительное влияние на въездной туризм событий, связанных с пандемией 2019 года. Только в 2023 году наблюдается возобновление продаж турпакетов иностранным гражданам, но пока объемы данных продаж крайне малы по сравнению с объемами 2018 года. Тем не менее, по остальным показателям, связанным с реализацией туристических услуг российским гражданам, наблюдается отчетливая позитивная динамика. В таблице 2 представлена динамика в части деятельности туристических фирм Амурской области с 2018 по 2022 год.

Таблица 2 – Численность туристов, отправленных в туры туристическими фирмами Амурской области

	2018	2019	2020	2021	2022
Численность российских туристов, отправленных туристскими фирмами в туры по России	2,3	2,3	2,8	5	4,7
Численность российских туристов, отправленных туристскими фирмами в зарубежные туры	39,2	40,1	7,9	5,1	8,2
Всего туристов, отправленных в туры, тыс. человек	41,5	42,4	10,7	10,1	12,9

Таблица 3 – Распределение числа и стоимости турпакетов и числа туристов по видам туризма в 2023 году

	Число проданных населению турпакетов, единиц	Стоимость проданных турпакетов, тыс. рублей	Число обслуженных туристов, человек	В % к итогу	
				стоимость путевок	число туристов
Всего	16 607	1 619 196,1	29 466	100,0	100,0
в том числе					
внутренний туризм (туры по России, проданные гражданам России)	2 963	201 478,6	4 799	12,5	16,3
въездной туризм (туры по России, проданные иностранным гражданам)	873	2 402,0	1 203	0,1	4,1
выездной туризм (туры по зарубежным странам, проданные гражданам России)	12 771	1 415 315,5	23 464	87,4	79,6

Согласно предоставленной в таблице 3 информации из Статистического сборника «Аспекты развития индустрии туризма в Амурской области», в 2023 году, впервые за последние три года, Амурскую область посетило 1 203 иностранных туриста. Все зарубежные туристы прибыли из Китая. При этом следует учитывать, что речь идёт только о туристах, приобретавших путевки у российских турфирм. Фактически же туристический поток намного шире –

только за первые шесть месяцев 2024 года в Благовещенск из Хэйхэ въехали 75 тысяч человек².

И в данном случае также следует отметить, что неофициальный туристический поток значительно выше зафиксированного для статистики числа в 23 тыс. человек. Только за период летней навигации (с мая по октябрь 2024 года), по данным Медиагруппы «ПортНьюс», теплоходами было перевезено более 100 тыс. российских туристов из Благовещенска в Хэйхэ³.

В заключение стоит отметить, что туристический потенциал Амурской области довольно велик, однако для его реализации необходимо развивать туристическую инфраструктуру. Уникальной особенностью региона является приграничное положение с Китаем, что также можно рассматривать как основную предпосылку к развитию туристического комплекса. Данная особенность может привлекать как отечественных туристов, так и иностранных. Для повышения туристической привлекательности региона, помимо создания и совершенствования туристической инфраструктуры, важно применять маркетинговые методы стратегического управления имиджем. Достижение цели развития туристического потенциала Амурской области возможно при эффективном использовании имеющихся ресурсов в сочетании с грамотно выстроенной стратегией управления имиджем.

Также нельзя не отметить уже существующие тенденции развития цифровых туристических продуктов для китайских туристов, прибывающих в Благовещенск. Активно действует Туристический информационный центр, предоставляющий помощь иностранным туристам – в том числе уже существуют аудиогиды на китайском языке по достопримечательностям столицы Приамурья. Однако в обратном направлении, то есть аудиогидов о Хэйхэ на русском языке, пока ещё не реализовано. Но, учитывая крайне высокие темпы развития и ожидаемый всплеск интереса к данному туристическому

² Информационное агентство «AMUR.LIFE» [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://www.amur.life/news/2024/09/05/cifry-porazhayut-v-blagoveschensk-posle-pandemii-ustremilis-desyatki-tysyach-turistov?ysclid=m4nput132472823496> – 14.12.2024

³ Медиа-группы «ПортНьюс» [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://portnews.ru/news/368171/?ysclid=m4npupm01178647905> – 14.12.2024

направлению после открытия первой международной канатной дороги, можно ожидать активизации работ и в данном секторе.

2.2 Характеристика въездного туризма провинции Хэйлунцзян, перспективы развития

Провинция Хэйлунцзян, расположенная на северо-восточной границе Китая, представляет собой значимый объект исследования в сфере международного туризма, что обусловлено спецификой её рекреационных ресурсов и геополитическим положением.

Анализ структуры въездного турпотока выявляет чёткую географическую дифференциацию, где доминирующим сегментом выступают граждане Российской Федерации, составляющие 53,7 % от общего числа иностранных посетителей (по данным за 2023 год). Данная тенденция объясняется действием принципа территориальной смежности, минимизацией транспортных издержек и наличием упрощённого визового режима, особенно в приграничных территориально-транспортных узлах, таких как Хэйхэский и Суйфэньхэский пограничные переходы, через которые осуществляется до 78 % трансграничных туристических перемещений. Второй по значимости группой являются туристы из стран Восточной Азии (Япония, Южная Корея), чья доля достигает 22,3 %, что связано с историко-культурными связями, восходящими к периоду Маньчжоу-го, а также высокой транспортной доступностью (среднее время авиаперелёта составляет 2,8 часа). Особый интерес представляет сегмент туристов из стран Юго-Восточной Азии (15,1 %), мотивация которых сосредоточена преимущественно на потреблении экстремальных термоконтрастных переживаний (с разницей температур до 60°C по сравнению с родным регионом) и участии в знаковых событийных мероприятиях, таких как Харбинский международный ледовый фестиваль. Что касается туристов из стран Европы и Северной Америки (9,9 %), то их посещение преимущественно носит научно-познавательный характер с акцентом на изучение уникальных вулканологических объектов (Удаляньчинский геопарк) и этнографических особенностей автохтонных народностей (орочоны, дауры). Подоб-

ная сегментация турпотока наглядно иллюстрирует действие модели культурной аттрактивности и подтверждает теорию дистанционного градиента, демонстрируя обратно пропорциональную зависимость между географической удалённостью и интенсивностью туристического обмена.

По данным статистического бюро провинции Хэйлунцзян, в течение года провинция приняла в общей сложности 282,398 млн туристов, увеличившись на 29,1 % по сравнению с предыдущим годом; туристы потратили на туризм 370,12 млрд юаней, увеличив этот показатель на 67,1 %. Среди них количество внутренних туристов составило 281,2 млн человек, увеличившись на 28,9 %, а внутренние туристы потратили 356,69 млрд юаней, увеличившись на 66,0 % в сравнении с показателями прошлого года; количество международных туристов приняло 1,2 млн человек, увеличившись на 95,4 %, а въездные туристы потратили 13,44 млрд юаней, увеличившись на 101,5 %.

Китайский научно-исследовательский институт туризма опубликовал «Отчет о развитии въездного туризма в Китае в 2024-2025 годах» в котором говорится, что въездной туризм стал важным средством, демонстрирующим высокий уровень открытости Китая внешнему миру. Благодаря постепенному освобождению от временных ограничений, таких как въездные туристические визы, оплата дополнительных услуг рынок въездного туризма в 2025 году будет продолжать уже существующую тенденцию роста в 2024 году.

Согласно «Отчету о прогнозных исследованиях индустрии туризма провинции Хэйлунцзян на 15-ю пятилетку» туристическая индустрия провинции Хэйлунцзян продолжит сохранять высокие темпы роста и демонстрировать диверсифицированные и высококачественные характеристики развития. С одной стороны, провинция Хэйлунцзян ускорит развитие диверсифицированных систем туристических продуктов, таких как ледовый и снежный туризм, экотуризм, историко-культурный туризм и фольклорный туризм для удовлетворения разнообразных туристических потребностей туристов. С другой стороны, провинция Хэйлунцзян продолжит повышать качество туристических услуг, усиливать строительство туристической инфра-

структуры, улучшать транспортные услуги, такие как железные и шоссейные дороги и гражданская авиация, усиливать всесторонний надзор за всем процессом на туристическом рынке и способствовать повышению качества туристических услуг.

Туристическая индустрия провинции Хэйлунцзян добилась значительного прогресса в области технологических инноваций, что также нашло отражение и в туристической отрасли, к примеру: проект «Цифровой остров солнца», запущенный Harbin Sun Island Scenic Area. Эта технология виртуальной реальности, позволяющая туристам ощутить себя застывшими в виртуальном мире. С момента своего запуска проект привлек к участию более миллиона туристов и стал знаковым проектом цифрового культурного туризма Хэйлунцзяна.

Согласно прогнозу Института промышленных исследований Zhongyuan Pricewaterhousecoopers, ожидается, что к 2030 году туристический рынок провинции Хэйлунцзян достигнет 300 миллиардов юаней, при этом экономика льда и снега, оздоровление и досуг, а также цифровой культурный туризм станут тремя основными полюсами роста. При непрерывном развитии экономики и постоянном прогрессе технологий рыночный спрос на туристическую индустрию провинции Хэйлунцзян будет продолжать расти, и ожидается дальнейшее расширение размера рынка.

Харбин знаменит такими достопримечательностями, как:

- центральная улица (Чжунъян Дацзе);
- парк «Солнечный остров» (Тайяндао);
- оперный театр Харбина;
- Харбинский полярный океанариум;
- русская деревня (Фуцзягоу);
- буддийский храм Цзилэсы;
- река Сунгари и канатная дорога.

Каждую зиму Харбин привлекает большое количество иностранных туристов, во многом благодаря всемирно известному ежегодному фестивалю

ледовых скульптур. Сейчас Харбинский международный аэропорт Тайпин является главным международным авиационным узлом в провинции и открыл ряд международных маршрутов (таких как Россия, Япония, Южная Корея и др.). Железная дорога/шоссе: на китайско-российской границе есть много сухопутных портов, которые облегчают трансграничный туризм. Государственная поддержка в последние годы провинция Хэйлунцзян предприняла ряд мер по упрощению визового режима и созданию зон трансграничного туристического сотрудничества, направленных на содействие развитию въездного туризма.

Также высокой популярностью пользуется город Муданьцзян — идеальное место для любителей природы, горячих источников и зимней романтики. В Муданьцзян можно найти следующие туристические достопримечательности:

- озеро Цзинбоху;
- подземный лес;
- вулканический парк «Кратерные озера»;
- горнолыжный курорт «Снежная деревня»;
- буддийский храм «Золотой Будда»;
- русский квартал в Муданьцзяне;
- горячие источники Вэйхай;
- национальный парк «Лаоелин».

Города Дасинаньлин и Удалянчи привлекают любителей экотуризма своими первобытными лесами и вулканическими формами рельефа.

Туры по китайско-российской границе и трансграничные шопинг-туры являются популярными проектами, особенно в таких портовых городах, как Хэйхэ и Суйфэньхэ.

С постоянным расширением безвизового «круга друзей» Китая количество иностранных туристов, приезжающих в Китай, постепенно становится бумом. Они делятся тем, что видели и слышали в Китае, в социальных сетях,

создавая популярные записи, такие как «Путешествие по Китаю» и «город (урбанизация, модно)».

Прошлой зимой ледовый и снежный туризм в провинции Хэйлунцзян стал популярным, и его влияние распространилось по всему миру. Этим летом всё больше зарубежных блогеров и туристов устремлялось в Хэйлунцзян, чтобы полюбоваться зимними пейзажами и насладиться морозным ледяным воздухом, что является редкостью для азиатского региона.

Кроме того, данные Ctrip показывают, что количество заказов на въездной туризм в Хэйлунцзян как направление летом увеличилось на 91 % в годовом исчислении, а количество заказов на въездной туризм в Харбин как направление увеличилось на 106 % в годовом исчислении; этим летом Муниципальное бюро культуры, радио, телевидения и туризма Харбина и Tongcheng Travel совместно запустили "пешеходный маршрут Harbin True niche city walk route", чтобы привлечь туристов как внутри страны, так и за рубежом к регистрации.

Чжан Яфэн, заместитель директора Департамента иностранных обменов и сотрудничества Департамента культуры и туризма провинции Хэйлунцзян, заявил: «В настоящее время провинция Хэйлунцзян играет определенную роль в организации Зимних Азиатских игр, Китайско-российского года культуры, Китайско-французского Года культурного туризма и других платформ для увеличения культурных и туристических обменов и продвижения в ключевых зарубежных направлениях. Работайте, расширяйте международную популярность и влияние Хэйлунцзяна.»⁴.

Ключевым инструментом продвижения является онлайн-пространство. Официальные туристические сайты Хэйлунцзяна поддерживают несколько языков (китайский, русский, английский, корейский, японский), что делает информацию доступной для иностранцев. Провинция активно сотрудничает с международными платформами, такими как TripAdvisor, Booking.com и Ctrip,

⁴ Информационное агентство «Байду» [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1805549593286168164&wfr=spider&for=pc> 05.06.2025

размещая там рекламу отелей, экскурсий и транспортных маршрутов. В социальных сетях (WeChat, Weibo, YouTube, TikTok, Instagram) публикуются яркие визуальные материалы: видео с Харбинского ледового фестиваля, виртуальные туры по горнолыжным курортам, репортажи из этнических деревень. Особое внимание уделяется работе с блогерами и инфлюенсерами из России, Южной Кореи и Японии – их приглашают в пресс-туры, чтобы они делились впечатлениями со своей аудиторией. Дополнительно используется таргетированная реклама в Google Ads, Яндекс.Директ и соцсетях (Facebook, VK, LINE), что позволяет охватить конкретные группы туристов.

Хэйлунцзян регулярно участвует в крупных мировых туристических мероприятиях, таких как ITB Berlin (Германия), WTM London (Великобритания), МИТТ (Москва) и азиатских выставках KOTFA (Корея) и JATA (Япония). На этих площадках проводятся презентации с участием представителей провинции, организуются переговоры с туроператорами, раздаются рекламные материалы (буклеты, сувениры), а также устраиваются дегустации местной кухни. Это помогает наладить прямые контакты с зарубежными партнерами и стимулировать включение Хэйлунцзяна в новые турпакеты.

Для привлечения организованных туристических групп провинция предлагает туроператорам выгодные условия, включая бонусные программы за привлечение большого числа туристов.

В рамках фестиваля проводятся ледовые шоу с участием зарубежных артистов, конкурсы снежных скульптур и прямые трансляции в соцсетях. Другие значимые мероприятия – зимний марафон на реке Сунгари, этнокультурные фестивали (маньчжурские, корейские, русские мотивы) и гастрономические ярмарки – также помогают разнообразить туристическое предложение и продлить сезон посещаемости.

С января по июнь 2024 года город Хэйхэ принял в общей сложности 8,1672 миллиона туристов, увеличив показатель на 59,16 % в годовом исчислении; из этого количества город Хэйхэ посетили 277 700 приграничных туристов что показало увеличение на 231,68 % в годовом исчислении. Эти дан-

ные показывают, что индустрия туризма в городе Хэйхэ пережила значительный рост в первой половине 2024 года.

Будучи пограничным городом между Китаем и Россией, город Хэйхэ привлекает большое количество российских туристов. Российские туристы особенно интересуются традиционной китайской медициной и стоматологией в Хэйхэ. Многие россияне предпочитают ехать в Хэйхэ на массаж традиционной китайской медицины, иглоукалывание и прижигание, баночные и другие процедуры, потому что цена на эти услуги вдвое ниже, чем в России. Кроме того, стоимость стоматологической операции в Хэйхэ составляет лишь треть от аналогичной стоимости в России, что привлекает пациентов со всей России за лечением.

Таким образом, подводя итоги перспективам развития туризма в провинции Хейлунцзян в целом и города Хэйхэ в частности, можно сделать вывод о широком потенциале данного региона. Этот потенциал находит свою реализацию и в развитии китайско-российских отношений. Доходы от туризма в городе Хэйхэ уже в 2024 значительно возросли. С января по июнь 2024 года доходы от туризма достигли 6,008 млрд юаней, увеличившись на 126,86 % в годовом исчислении по сравнению с годом. Этот рост отражается не только в увеличении числа туристов, но и в увеличении доходов от туризма. По мере исполнения таких международных проектов, как канатная дорога между Хэйхэ и Благовещенском, а также благодаря проведению международных форумов и фестивалей. аналогичных АмурЭкспоФорум и гастрофестивалю «Берега вкуса», увеличивается интерес и к китайской провинции Хейлунцзян, и к российскому Амурской области.

2.3 Состояние туризма в сфере российско-китайских отношений

В последние годы, при постоянном развитии экономического и культурного обмена между Китаем и Россией, расширяется и туристическое сотрудничество между двумя странами. Провинция Хэйлунцзян Китая занимает достаточно важное место в туристическом взаимодействии с Россией, имея для этого множество благоприятных факторов. В настоящее время туристы из

России, въезжающие через порт Хэйлунцзян, составляют более половины общего числа российских туристов в Китае. Будучи самой важной пограничной туристической зоной для России, провинция Хэйлунцзян является в то же время важным узлом в экономической стратегии «Один пояс, один путь» на возрождающемся восточном Шелковом пути.

Благодаря стратегически важному положению она также получает поддержку от государства. Во-первых, это упрощение визовых процедур: в 2000 г. Китай и Россия подписали соглашение об отмене групповых визовых процедур. Чтобы помочь жителям России отправиться за покупками в Хэйхэ, правительство Китая с 2004 г. внедрило безвизовый доступ в город при наличии паспорта для поездок туда и обратно в любое время. Два городских порта работают 360 дней в году, 12 часов в день. В 2015 г. аэропорт Харбина установил 72-часовую транзитную визу для России, открыл первый прямой маршрут в Северо-Восточном Китае и увеличил число российских городов, с которыми осуществляет навигационную связь. В связи с беспрецедентными возможностями «Одного пояса, одного пути» страны, «Лунцзянского шелкового пути» провинция Хэйлунцзян приложила множество усилий, чтобы открыть трансграничный канал для международного экономического и торгового туризма. Проект международного аэропорта Хэйхэ также был поддержан Национальным портовым офисом, подписано временное соглашение с туристическим агентством «Русские авиалинии». Порт Хэйхэ построил новый контрольно-пропускной пункт для разделения входа и выхода. Эти меры обеспечили повышение уровня безопасности и обслуживания, а также процветание индустрии туризма.

Также следует отметить развитие приграничного торгового сотрудничества с Россией. В 2017 г. торговля провинции Хэйлунцзян с Россией резко возросла, составив 13,1 % торгового оборота Китая с Россией. Расширение приграничной торговли в провинции Хэйлунцзян способствовало развитию других отраслей промышленности и улучшению экономической инфраструктуры. Значительно увеличилось количество россиян, прибывающих на терри-

торию КНР для ведения бизнеса или осмотра достопримечательностей. Несмотря на гибкость и волатильность взаимодействия между выездным и въездным туризмом и приграничной торговлей в провинции Хэйлунцзян, рост числа прибывающих туристов и рост импорта-экспорта торговли имеют очевидную синхронизацию времени и корреляцию. С февраля 2016 г. созданы пункты для беспошлинной торговли в 13 аэропортах, в 6 водных и сухопутных портах. В октябре 2016 г. сайт муниципального правительства Суйфэньхэ провинции Хэйлунцзян опубликовал сообщение, что политика возврата налогов (НДС) привлечет в город в качестве въездных туристов большее число россиян. Можно сказать, что быстрое развитие приграничной торговли в провинции Хэйлунцзян привело к развитию туризма, приграничная торговля стала вспомогательным условием этого.

Туристические продукты Хэйлунцзяна в Россию - в основном туры для отдыха и фольклорные туры. В последние годы появились новые туристические продукты - турне по Китаю и России.

Национальная культура и культура приграничья являются важными компонентами туристических культурных ресурсов Хэйлунцзяна, повышающих привлекательность для иностранных туристов, в особенности российских. Среди культурных объектов: городище Бохай, Дом Шанцзин Лонцюань в городе Нин Ань, городище Шанцзиния, Дом Нин и др. Многие этнические провинции (Маньчжурская, Елуныцзуньская, Даур, Корейская, Щибоская, Хойская и др.), взаимодействующие и дополняющие друг друга. Здесь туристы могут увидеть этническую одежду, свадебные и похоронные обычаи этнических меньшинств, ознакомиться с народным искусством и лингвистическим наследием.

В настоящее время Хэйлунцзян считает медицинский туризм основным приоритетом в расширении рынка туристических продуктов на российском рынке Дальнего Востока. Китай и Россия осуществляют тесное сотрудничество в этой области, отправляя медицинский персонал для обмена опытом в

медицинских академиях, учреждениях и службах. Суйфэньхэ особенно известен как пилотный город медицинского туризма в провинции Хэйлунцзян.

Также нельзя не отметить роль трансграничного самостоятельного туризма. Такие туры по Китаю и России являются важным элементом в развитии интерактивного туризма между двумя странами. Они получили сильную поддержку от провинциального партийного комитета Хэйлунцзяна и правительства провинции, российского правительства и муниципального правительства Суйфэньхэ.

В 2015 г. в городе Суйфэньхэ был официально запущен «Китайско-российский транснациональный самостоятельный тур». Впервые в этом туре приняли участие 8 автомобилей и 27 человек. В России тур охватил 6 городов, в том числе Пограничный, Уссурийск, Алчомо, Владивосток, Находку и Ханкас. В 2016 г. в самостоятельном туре было уже 10 автомобилей и 32 человека, тур проходил через Владивосток, Находку и Уссурийск. Водители могут не только знакомиться с известными местными достопримечательностями, но и посещать живущие здесь российские семьи. Китайско-российский самостоятельный тур укрепил имидж провинции Хэйлунцзян, а также поспособствовал продуктивному взаимодействию двух стран. В последнее время этот вид туризма активно используется в зонах трансграничного и пилотных зонах пограничного туризма.

Принимая Китайско-Российский туристический год как новые, появившиеся возможности, провинция Хэйлунцзян открыла международный авторитетный канал для туризма в России, тщательно спланировала туристический год и провела много интерактивных мероприятий с Дальним Востоком РФ. В 2014 г. города Хэйхэ и Благовещенск сформулировали и реализовали туристический план «Китайско-российские города-побратимы». В последнее время в двух городах появились китайско-российское кино и телевизионная база, китайско-российская историко-культурная академическая база обмена, в том числе для китайских и русских художников (это китайско-российские художественные галереи и др.).

Совместными усилиями развиваются ресурсы культурного туризма. В октябре 2015 г. Департамент туризма провинции Хэйлунцзян и Россия совместно провели V китайско-российскую конференцию по сотрудничеству и туристическому обмену и конференцию по развитию туризма в Хэйлунцзяне и в Хабаровском крае. Бюро туризма и международного сотрудничества Приморского края и бюро туризма провинции Цзилинь совместно организовали конкурс китайско-российских гидов.

На прилавках утреннего рынка в Хэйхэ, городе на китайско-российской границе, висят двуязычные вывески на китайском и русском языках, и российские туристы собираются группами, чтобы отведать горячий китайский завтрак. Количество прибывающих и исходящих пассажиров через порт Хэйхэ в 2024 году превысило 762 тысячи человек, что намного превышает общее количество (около 90 000 пассажиров) в 2023 году.⁵

Чтобы обеспечить безопасность прибывающих и выезжающих пассажиров и облегчить таможенное оформление, таможня Хэйхэ оптимизировала процесс зонирования, классификации и разделения времени на досмотр и выпуск пассажиров, осуществило разделение туристических и торговых поездов, повысив приоритет для туристических групп.

В Амурской области китайские туристы сосредоточены преимущественно на шопинг-турах, выбирая регион за доступные цены на российские товары. Основными целями их поездок становятся крупные торговые центры Благовещенска, где они массово закупают меховые изделия (на 30-50 % дешевле, чем в Китае), шоколад и конфеты российских брендов, алкогольную продукцию, натуральную косметику, а также мед и продукты пчеловодства. Помимо шопинга, значительный интерес представляет оздоровительный туризм - китайские гости активно посещают местные санатории с минеральными водами и фитобочками, ценя экологически чистые природные ресурсы региона.

⁵ Региональная общественно-политическая газета «Амурская правда» [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://ampravda.ru/2025/01/16/passazhiropotok-v-punkte-propuska-blagoveshchensk---khehjjkkeh-v-2024-godu-vyros-v-25-raza> - 05.06.2025

Также среди китайских туристов пользуется спросом и экологический туризм, привлекающий возможностями рыбалки на амурского хариуса и тайменя, сбором дикоросов (грибов и ягод) в тайге, посещением уникальных природных объектов вроде Зейского заповедника или Горящих гор. Культурная программа обычно включает музеи (особенно популярен музей космонавтики в Циолковском), этнографические деревни и фестивали. Гастрономический интерес сосредоточен на традиционной русской кухне - блинах, пирогах, натуральных молочных продуктах. Деловые туристы параллельно изучают инвестиционные возможности региона.

Отличительные особенности китайских туристов - предпочтение организованных групп, активное использование мобильных платежей, страсть к фотографированию на фоне достопримечательностей. Регион активно адаптируется к этому потоку, вводя китайскоязычное обслуживание, что способствует росту турпотока - в 2023 году число китайских гостей увеличилось на 40 % по сравнению с доковидным периодом.

Тем не менее, следует отметить и наличие некоторых проблем в вопросе русско-китайского туризма. Так, одной из ключевых проблем въездного туризма в Амурской области, особенно со стороны китайских туристов, является отсутствие профессиональных гидов. Вместо аккредитованных русскоязычных экскурсоводов группы зачастую сопровождают нелицензированные китайские сопровождающие, которые плохо знают российскую культуру, историю и законодательство. Это приводит к:

- искажению информации о России, её традициях и достопримечательностях;
- поверхностному восприятию региона – туристы увозят неверные представления;
- нарушению правил (например, незаконному сбору дикоросов или нарушению границ заповедников из-за незнания законов);
- проблемам с безопасностью – неаккредитованные гиды не несут ответственности за туристов.

Чтобы исправить ситуацию, власти и турбизнес Амурской области предпринимают следующие шаги:

- 1) введение обязательной аккредитации гидов:
 - попытки законодательно закрепить обязательное сопровождение туристических групп только сертифицированными гидами;
 - развитие школ гидов с углублённым изучением китайского языка и культурных особенностей.
- 2) создание инфраструктуры для иностранных туристов:
 - точки международной помощи в Благовещенске, где можно получить информацию на китайском;
 - мобильные приложения и аудиогиды с маршрутами на китайском языке;
 - размещение QR-кодов у достопримечательностей с переводом.
- 3) разработка экскурсионных программ на китайском:
 - официальные путеводители по Благовещенску и области на китайском;
 - совместные проекты с китайской стороной по обучению гидов;
 - культурные обмены – привлечение китайских студентов-русистов к работе в туризме.
- 4) ужесточение контроля за нелегальными гидами:
 - рейды и проверки тургрупп на наличие аккредитованных сопровождающих;
 - штрафы для туроператоров, которые экономят на профессиональных гидах.

На данный момент проблема сохраняется, но постепенное внедрение цифровых решений, обучение гидов и усиление контроля за туристическим рынком должны улучшить ситуацию. К сожалению, без профессиональных гидов туризм в приграничных регионах рискует остаться «шопинг-туризмом» без культурной составляющей. Но системные меры уже принимаются – и это первый шаг к изменению ситуации.

Для удобства китайских туристов в Амурской области разработаны специальные аудиогиды на китайском языке, доступные через мобильные приложения и QR-коды у ключевых достопримечательностей. Эти гиды не только помогают ориентироваться в регионе, но и глубоко и достоверно знакомят с историей, культурой и природой Приамурья, решая проблему нехватки профессиональных русскоязычных гидов.

Формат и содержание аудиогидов:

- маршруты по Благовещенску и области – от набережной Амура и Албазинского острога до Зейского заповедника и Горящих гор;
- детальные описания на путунхуа (мандаринском диалекте) с учетом культурных особенностей китайской аудитории;
- исторические справки – например, о русско-китайских отношениях, первых казаках-переселенцах, строительстве КВЖД;
- практические советы – правила поведения в заповедниках, особенности местной кухни, важные контакты.

Как работают уже существующие аудиогиды:

- скачивание приложения (например, "Амур гид") или сканирование QR-кода на информационных стендах;
- автоматическое определение локации через GPS или выбор точки вручную;
- прослушивание рассказа с возможностью остановки и повторения.

Примеры уже представленных на рынке Амурской области аудиогидов:

- «Почему Благовещенск – город двух культур?» – о русско-китайском наследии;
- «Тайны Албазинского острога» – первая русская крепость на Амуре;
- «Как правильно ловить хариуса?» – гид по местной рыбалке.

Помимо этого, существуют планы развития существующих аудиогидов, включая такие пункты как:

- добавление диалектных версий (например, для туристов из южного Китая);

- оффлайн-режим – чтобы гиды работали без интернета в тайге;
- голосовые помощники с AI для ответов на вопросы.

Таким образом, можно сделать вывод о большом внимании, уделяемом данному направлению туристической индустрии Амурской области. Что, в целом, является следствием общей тенденции к углублению и расширению российско-китайских отношений, имеющей проявления на всех уровнях общественно-политической и экономической жизни двух стран. Общая атмосфера взаимного благоприятствования создаёт позитивные условия для развития и инноваций в туристической деятельности, а большое количество поддерживаемых государствами международных событий и мероприятий облегчает прохождение начальных этапов новыми туристическими продуктами, представляя собой эффективные площадки для рекламы создаваемых продуктовых решений.

3 РАЗРАБОТКА АУДИОГИДА ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ МЕЖДУНАРОДНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПОЕЗДОК НА ПРИМЕРЕ ПРОВИНЦИИ ХЭЙЛУНЦЗЯН

3.1 Результаты исследования потребностей туристического рынка г. Благовещенска

В предыдущих главах данной работы было выявлено, что провинция Хэйлунцзян и город Хэйхэ в частности обладают значительным потенциалом в части туристического взаимодействия с российским регионом в целом и городом Благовещенск в частности. Так, в результате обзора рынка цифровых продуктов Амурской области выявлено, что на текущий момент на туристическом рынке Амурской области отсутствуют предложения в части аудиогидов для туристов, отправляющихся в провинцию Хэйлунцзян, при том, что для обратного направления – китайских туристов, прибывающих в Благовещенск – уже существуют аудиогиды по достопримечательностям столицы Приамурья на китайском языке. Туристический поток в направлении Благовещенск-Хэйхэ достаточно велик, и, с учётом целей региональной политики и существующих туристических проектов, описанных в главе 2.3 данной работы, можно ожидать постепенное увеличение количества российских туристов в ближайшие годы, после открытия первой в мире канатной дороги между двумя государствами.

При этом, статистика туризма и пассажирских перевозок речного порта г. Благовещенск за 2024 год показывает, что основная часть туристического потока состоит из туристов, предпочитающих самостоятельные туристические поездки (более 100 тысяч поездок при 23 тысячах туристов, отправленных турфирмами)⁶. Таким образом, можно предположить о достаточно широкой востребованности продуктов для самостоятельных туристических поездок в этом направлении. И аудиогид является одним из наиболее популярных и простых решений в области цифровых технологий – в частности, существу-

⁶ Информационное агентство «ПортНьюс» [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://portnews.ru/news/368171/?ysclid=mb3crltirx640634354-05.06.2025>

ет уже достаточно большое количество аудиогидов на русском языке по туристическим достопримечательностям г. Благовещенск, а значит, аудиогид для г. Хэйхэ будет восприниматься как логичное продолжение развития в данном направлении.

Первый этап создания аудиогuida — это планирование. На этом этапе важно определить цель аудиогuida, аудиторию и ключевые моменты, которые нужно обсудить. Цель аудиогuida может быть разной: обучение, развлечение, информирование. Определение цели поможет сфокусироваться на том, что именно донести до слушателей. Аудитория также играет важную роль в планировании. Аудиогид должен быть интересен и полезен для целевой аудитории. Поэтому важно знать, кто они, что их интересует и какой у них уровень знаний по теме.

Для исследования перспектив аудиогuida как туристического продукта был проведён социологический онлайн опрос. Всего в опросе приняло участие 100 человек. Ниже, в таблице 4, представлены социально-демографические данные респондентов.

Таблица 4 – Социально-демографические данные респондентов.

Показатель	Доля респондентов
Пол	
Мужской	12 %
Женский	88 %
Возраст	
Менее 18	22 %
18-25	21 %
26-35	8 %
36-50	45 %
Старше 50	4 %

Одной из целей опроса было проведение анализа взаимодействия пользователя с аудиогидами. Основной вопрос, в связи с этим, был сформулирован как «Пользовались ли вы когда-либо аудиогидом?». Лишь 36 % опрошенных ответили положительно. При этом, на вопрос о том, знают ли пользователи, что такое аудиогид, 66 % опрошенных ответили положительно. Респондентам, ответившим положительно был задан вопрос с открытым ответом – «Почему вы не используете аудиогиды?». Полученные ответы представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Причины неиспользования аудиогидов

Причина	Количество ответов	Доля среди опрошенных
Предпочитаю экскурсоводов	9	16 %
Ищу интересующую информацию самостоятельно	2	3 %
Неинтересный контент	2	3 %
Плохое качество аудиогuida	1	2 %
Дорого	0	0 %
Не представилась возможность	43	74 %
Я визуал, плохо воспринимаю аудиоинформацию	1	2 %

Можно отметить, что большая часть ответов сводится к причинам, на которые можно повлиять. С учётом части респондентов, которые используют аудиогиды, и которые ранее не были с ними знакомы, можно сделать вывод о существующей возможности распространения продукта среди незадействованной аудитории, с учётом проработки слабых сторон, выявленных исследованием.

Последний вопрос исследования касался индивидуальных предпочтений пользователей в части организации своих туристических поездок. Цель данного вопроса – в том числе определение уровня потребности опрошенных в таком продукте, как аудиогид. Туристы, приобретающие экскурсии у туро-

ператоров, как правило, не используют аудиогиды ввиду наличия профессионального экскурсовода.

Таблица 6 – Способы планирования туристической поездки

Способ планирования	Доля
Самостоятельный путешественник	53 %
Покупаю пакетные туры, но интересные места посещаю самостоятельно (с семьёй)	21 %
Покупаю пакетные туры, но экскурсии приобретаю на улице	8 %
Покупаю пакетные туры, а также экскурсии от туроператора	16 %
Приобретаю авторские туры от туроператора	3 %

По результатам исследования, исходя из таблицы 6, наиболее удобным для пользователей является предоставление аудиогидов в виде отдельных файлов. В целом же можно сделать вывод о наличии потенциала для развития данного продукта в рамках Амурской области, в связи с имеющимся интересом, практикой использования и зоной роста.

3.2 Объекты показа, используемые в разрабатываемом аудиогиде

Выбор темы — это один из самых важных аспектов планирования при создании аудиогuida. Тема должна быть интересной для аудитории и соответствовать цели аудиогuida. При выборе темы также необходимо учесть интересы и уровень знаний вашей аудитории.

В ходе проведённого опроса несколько вопросов касались опыта посещения респондентами Китая. Согласно результатам, почти 70 % опрошенных уже посещали Китайскую Народную республику ранее (см. рисунок 1). При этом, большая часть опрошенных не посещала значимые туристические места города Хэйхэ. Особенно малой известностью пользуются музеи, даосский храм, «Каньон желаний», городская библиотека и тематический парк «Айхуэй-Тэнчун». Немного лучше ситуация с такими достопримечательностями, как буддийский храм. «русская деревня», парк «Луньбинь» и «улица русских товаров». Кроме того, четверть опрошенных признали, что вообще не посещали ни одной достопримечательности из представленного в опросе перечня.

Полный перечень вопросов и информация об ответах представлена в таблице 7.

Посещали ли вы ранее Китайскую Народную Республику? (КНР)
101 ответ

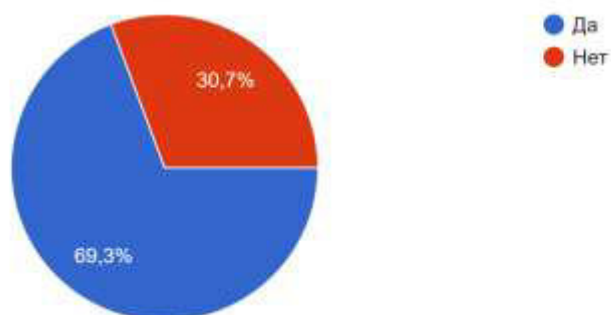


Рисунок 1 – Результаты опроса об опыте посещения КНР

Таблица 7 – Результаты опроса о посещаемых достопримечательностях

Туристические места	Кол-во ответов	Доля среди опрошенных
Буддийский храм (г. Хэйхэ)	23	32 %
Каньон Цзиньхэ – «Каньон желаний» (г. Хэйхэ)	7	10 %
Китайско-российский парк национальных традиций («русская деревня») (г. Хэйхэ)	22	31 %
Парк «Луньбинь» (г. Хэйхэ)	15	21 %
Даосский храм (г. Хэйхэ)	6	9 %
«улица русских товаров» (г. Хэйхэ)	31	44 %
Смотровая башня (Хэйлунцзянский мост, г. Хэйхэ)	15	21 %
Автомобильный кемпинг China Aihun (г. Хэйхэ)	4	6 %
Музей истории Торговой палаты (г. Хэйхэ)	7	10 %
Городская библиотека г. Хэйхэ (г. Хэйхэ)	8	11 %
Музей китайских эмигрантов в России (г. Хэйхэ)	6	9 %
Тематический парк «Айхуэй-Тэнчун» (красная сумка) (г. Хэйхэ)	9	13 %
Ничего не посещал	18	25 %

В первом варианте аудиогuida использованы такие достопримечательности г. Хэйхэ, как:

1) Музей истории Торговой палаты.

Музей истории Торговой палаты г. Хэйхэ представляет собой специализированное учреждение, документирующее развитие приграничной торговли между Китаем и Россией. Открытый в 2015 году к 30-летию установления регулярных торговых отношений между Хэйхэ и Благовещенском, музей располагается по адресу: 82 Tongjiang Road, Heihe. Экспозиционная площадь составляет 600 м² и включает три тематических раздела: исторический (1980-2000 гг.), современный (2000-2020 гг.) и инновационный (с 2020 г.). Основу коллекции составляют подлинные документы (договоры, лицензии, таможенные декларации), фотоматериалы, торговое оборудование разных периодов и мультимедийные инсталляции. Особую ценность представляют: диорама «Ярмарка на льду Амура» (масштаб 1:50), подлинная бухгалтерская книга первой китайско-российской торговой компании (1988 г.), а также интерактивная карта товарооборота с сенсорной панелью. Музей выполняет образовательную функцию через регулярные тематические выставки («Эволюция челночной торговли», «Цифровизация приграничного сотрудничества») и научно-практические конференции. По данным на 2023 год, фонды насчитывают 5 287 единиц хранения, ежегодное посещение составляет 42 000 человек, включая 18 % иностранных туристов. Администрацией музея ведется активная работа по оцифровке коллекции (на текущий момент доступно 37 виртуальных экспозиций).

Экспозиция включает исторический раздел:

- документы и фотографии первых торговых сделок 1980-х;
- макет пограничного рынка «Ипудацзе» 1990-х годов;
- подлинные весы, калькуляторы и мерные инструменты купцов.

Тематические залы:

- «Золотая лихорадка» - о торговле драгметаллами в 1990-е;
- «Челночная эпоха» - реконструкция чемоданов «челноков»;

- современные достижения (образцы экспортных товаров 2020-х).

Уникальные экспонаты:

- первый торговый договор между Хэйхэ и Благовещенском (1987);
- диорама «Ярмарка на льду Амура» с движущимися фигурами;
- интерактивная карта товаропотоков.

2) Городская библиотека г. Хэйхэ.

Городская библиотека г. Хэйхэ представляет собой современное многофункциональное учреждение культуры, играющее важную роль в образовательной и социальной жизни приграничного региона. Основанная в 1978 году, библиотека прошла путь от небольшого книгохранилища до инновационного культурного центра, занимающего сегодня площадь 8 500 квадратных метров в специально построенном пятиэтажном здании по адресу: ул. Центральная, 15.

Структурно библиотека включает следующие отделы:

- фонд редких книг (более 5 000 единиц хранения, включая уникальные издания по истории российско-китайских отношений);
- многоязычный отдел (с собранием литературы на русском, английском и корейском языках);
- центр цифровых ресурсов (с доступом к 35 электронным базам данных);
- детский образовательный центр;
- конференц-зал на 200 мест.

3) Улица русских товаров.

В сердце китайского приграничного Хэйхэ существует уникальное торговое пространство, органично соединившее две национальные культуры. Этот оживлённый променад, известный среди местных жителей как «Элосы Шанпинцзе», представляет собой не просто улицу с магазинами, а настоящий перекрёсток цивилизаций, где каждый киоск и вывеска рассказывают историю многолетнего российско-китайского сотрудничества.

Архитектурный облик квартала сложился в начале 2000-х, когда стихийные рыночные ряды преобразовали в благоустроенную пешеходную зону. Сегодня здесь гармонично сочетаются:

- традиционные китайские крыши с золотистой отделкой;
- элементы русского деревянного зодчества;
- современные торговые павильоны.

Торговая палитра квартала удивительно разнообразна:

- В гастрономических лавках представлен своеобразный «российский набор» - от бородинского хлеба до алтайского мёда, причём особой популярностью пользуются конфеты «Мишка на Севере» в подарочных упаковках.
- Ювелирные магазины предлагают как изделия из балтийского янтаря, так и местные хэйлунцзянские самоцветы.
- В антикварных салонах можно обнаружить удивительные артефакты - от советских радиоприёмников до икон в китайском обрамлении.

Особый местный колорит создают:

- «Русскоязычные» продавцы, владеющие специфическим торговым сленгом.
- Гибкая система цен, где окончательная сумма часто зависит от умения торговаться.
- Специальные «туристические» упаковки товаров с двуязычными описаниями.

Вечером улица преображается - включается художественная подсветка в цветах флагов обеих стран, начинают работать летние кафе с гибридной кухней, где пельмени подают с соевым соусом, а борщ - с китайскими пряностями.

Этот торговый квартал продолжает развиваться, сохраняя свою аутентичность. В последние годы здесь появились:

- VR-зоны с виртуальными экскурсиями по достопримечательностям России;

- автоматизированные киоски с возможностью безналичного расчёта в рублях;
- локации для интерактивных фото с элементами национального колорита.

"Русская улица" в Хэйхэ — это живой организм, который продолжает адаптироваться к меняющимся условиям, оставаясь важным звеном в культурно-экономических связях между Китаем и Россией.

4) Китайско-российский парк национальных традиций («русская деревня»)

Парк в китайско-русском этническом стиле в провинции Хэйлунцзян основан на месте съёмок фильма CCTV «А зори здесь тихие» и расширяется в трех направлениях: восточном, южном, западном и юго-западном направлении, образуя «первую, четвертую и пятую» схему. Общая схема парка представлена на рисунке 2.



Рисунок 2 – схема парка «Русская деревня»

Это прекрасная новая область национальной культурной индустрии с целью развлекательного туризма. Первая, четвертая и пятая схема означает базу для съёмок фильмов и телепередач; четыре этнические деревни в Орочене, Дауре, Маньчжурии и России; пять специальных функциональных зон туристических услуг, таких как ландшафтный пояс «Садовые ворота», город развлечений «Лабиринт восьми флагов», озеро для рыбной ловли, зона отдыха и лагерь отдыха и характерный стадион. Благодаря ряду мероприятий, та-

ких как осмотр достопримечательностей, оценка и участие в мероприятиях, мы можем еще больше насладиться природными ландшафтами, такими как Синаньлин, вода Лунцзян, черная земля и пограничные линии. Познакомьтесь с очень разными этническими обычаями Китая и России. Китайско-российский этнический таможенный парк Хэйлунцзян расположен в районе Айхуэй города Хэйхэ провинции Хэйлунцзян, в 9 километрах от города Хэйхэ.

5) Даосский храм Гуанди



Рисунок 3 – схема даосского храма Гуанди

Расположенный в центральной части города Хэйхэ даосский храм, чья схема представлена на рисунке 3, представляет собой уникальный образец современной культовой архитектуры, гармонично сочетающей традиционные элементы с адаптацией к потребностям туристического показа. Основанный в 2008 году при поддержке муниципальных властей, храмовый комплекс занимает территорию 0,8 га и включает три основных сооружения: главный павильон, посвящённый Нефритовому Императору (Юй-ди), зал для медитативных практик и чайный домик с открытой верандой. Архитектурное решение демонстрирует характерные черты северокитайского храмового зодчества: изогнутые кровельные конструкции с керамическими фигурами цян-шоу, красные колонны из местных пород древесины и каменные стелы с выгравированными цитатами из «Дао Дэ Цзин».

Особенностью комплекса является его multifunctionality - помимо религиозных служб, здесь регулярно проводятся культурные мероприятия, включая фестиваль даосской культуры (ежегодно в сентябре), мастер-классы по каллиграфии и лекции по философии даосизма. Туристическая инфраструктура включает многоязычные информационные стенды (китайский, русский, английский), сувенирную лавку с тематической продукцией и зону отдыха с видом на реку Амур.

Согласно данным управления по туризму Хэйхэ, храм ежегодно посещает около 35 000 человек, из которых 18 % составляют иностранные туристы, преимущественно из приграничных российских регионов. В рамках развития культурного обмена с 2019 года реализуется специальная программа «Дни русской духовности», включающая тематические выставки и совместные медитативные практики. Храмовая территория разделена на несколько функциональных зон: церемониальную (42 % площади), рекреационную (35 %) и административно-хозяйственную (23 %). Особый интерес для исследователей представляет коллекция из 47 свитков с даосскими притчами, переведёнными на русский язык, которая формировалась при участии специалистов Благовещенского государственного педагогического университета.

Финансирование деятельности храма осуществляется за счёт сочетания муниципальных субсидий (60 %), пожертвований (25 %) и доходов от туристической деятельности (15 %). Перспективы развития объекта связаны с включением в межрегиональный туристический маршрут «Духовные центры Приамурья» и планами по созданию при храме образовательного центра по изучению традиционной китайской медицины.

Также на карте аудиогuida обозначены достопримечательности г. Хэйхэ, которые на данный момент не имеют аудиоэкскурсии, но также являются потенциально интересными объектами к посещению туристами. Таким образом достигается покрытие аудиогидом не только наиболее популярных мест, но и дополнение для желающих ознакомиться с культурой Китая более глубоко, и закладывается основа для дальнейшего развития аудиогuida.

3.3 Сценарий аудиогuida на примере г. Хэйхэ

Второй этап создания аудиогuida — это написание сценария. Сценарий — это основа аудиогuida. Он должен быть четким, структурированным и интересным для слушателей. Сценарий должен включать в себя введение, основную часть и заключение. Введение должно привлечь внимание слушателей и представить тему аудиогuida. Основная часть должна содержать всю необходимую информацию по теме. Заключение должно подвести итоги и дать слушателям пищу для размышлений.

При написании сценария важно учесть темп и ритм речи. Слишком быстрая или медленная речь может оттолкнуть слушателей. Поэтому необходимо поддерживать умеренный темп и делать паузы для восприятия информации.

Есть несколько техник, которые помогают написать эффективный сценарий. Во-первых, следует использовать активный голос и прямую речь. Это поможет сделать аудиогuida более живым и интересным для слушателей. Во-вторых, следует использовать простые и понятные формулировки. Сложные предложения и термины могут запутать слушателей. Поэтому желательно избегать их и использовать простой и понятный язык. В-третьих, следует использовать визуальные образы и аналогии. Они помогут слушателям лучше понять и запомнить информацию.

Аудиогид по Музею истории Торговой палаты города Хэйхэ

Добро пожаловать в Музей истории Торговой палаты Хэйхэ — уникальное место, где переплетаются судьбы торговли, дипломатии и культурного обмена между Китаем и Россией. В ходе экскурсии вы узнаете, как небольшой приграничный город стал важным экономическим мостом между двумя странами.

Пролог: «Две империи, одна река»

(Зал с панорамной проекцией Амура)

Фоновая музыка: традиционные мелодии маньчжурских рыбаков и русские народные напевы.

«Посмотрите на эту величественную реку. Для местных племен Амур всегда был «Чёрным драконом» — границей и связующей нитью одновременно. В 1689 году Нерчинский договор впервые определил эту территорию как зону российско-китайского взаимодействия. Но настоящая торговля началась лишь в XIX веке...»

Интерактив: Прикоснитесь к сенсорному экрану, чтобы увидеть, как менялась карта приграничья с 1689 по 1860 год.

Зал 1: Истоки приграничной торговли (XIX – начало XX века)

(Остановитесь у витрины с картами и архивными фотографиями)

Хэйхэ, основанный в 1858 году, изначально был небольшим поселением на берегу Амура. Однако после подписания Айгунского договора между Россией и Китаем он превратился в ключевой пункт торговли.

Экспонат: купеческие весы и гири.

Эти предметы использовались для обмена товарами: китайские купцы привозили чай, шёлк и фарфор, а русские — пушнину, металлы и стекло.

Диорама «Ярмарка на льду Амура».

Зимой, когда река замерзала, на ней стихийно возникал рынок. Китайские и русские торговцы встречались прямо на льду, обмениваясь товарами без языковых барьеров — жестами и счётом на пальцах.

(Перейдите к следующему залу)

Зал 2: Эпоха советско-китайского сотрудничества (1950–1980-е)

(Обратите внимание на стенд с документами и фотографиями)

В середине XX века Хэйхэ стал важным звеном в экономических связях СССР и КНР.

Экспонат: советские станки и инструменты.

В 1950-е СССР поставлял в Китай промышленное оборудование в обмен на сельхозпродукцию.

Фото: строительство моста «Хэйхэ – Благовещенск».

Первый постоянный мост через Амур (открыт в 2022 году) стал символом возрождения торговли после периода охлаждения отношений.

(Пройдите дальше, к интерактивному экрану)

Зал 3: Расцвет трансграничной торговли (1990-е – наши дни)

(Нажмите на экран, чтобы увидеть статистику товарооборота)

После открытия Китая в 1980-х Хэйхэ превратился в крупнейший трансграничный хаб:

- витрина с образцами товаров;
- 1990-е: дешёвая электроника и одежда из Китая в Россию;
- 2000-е: рост импорта российского леса и нефти;
- сейчас: высокотехнологичные товары и совместные проекты;
- инсталляция «Торговый квартал»;
- макет улицы, где русские и китайские предприниматели открывали первые совместные магазины. Обратите внимание на вывески на двух языках!

(Перейдите к финальной экспозиции)

Зал 4: Будущее приграничного сотрудничества

Здесь представлены:

- цифровые таможенные технологии – как блокчейн ускоряет оформление грузов;
- проект «Ледяной Шёлковый путь» – планы круглогодичной навигации по Амуру;
- VR-зона – виртуальное путешествие по торговым маршрутам.

(На выходе не забудьте осмотреть памятные монеты у сувенирной лавки!)

Спасибо за внимание! Ваш визит в этот музей — продолжение многовековой истории дружбы двух берегов Амура.

Городская библиотека г. Хэйхэ

1) вход и регистрация

Добро пожаловать в главную библиотеку приграничья! Это культурное пространство площадью 8 500 м² было полностью реконструировано в 2020 году. Обратите внимание на инсталляцию у входа - 2 000 стеклянных книг

символизируют годы дружбы Хэйхэ и Благовещенска. Для доступа ко всем услугам зарегистрируйтесь на терминале у гардероба - достаточно сканирования паспорта.

2) русскоязычная зона (2 этаж, сектор D)

Специально для вас мы создали многофункциональный комплекс.

Основной фонд:

- более 15 000 книг на русском, включая новинки российских издательств;
- архив газеты «Правда» за 1950-1970 годы;
- рукописи русских эмигрантов 1920-х годов;
- современные путеводители по Китаю с пометками туристов.

Интерактивный уголок:

- Сенсорный стол с оцифрованными письмами пограничников

Уникальная коллекция:

- VR-тур по знаковым местам российско-китайского сотрудничества

3) детский мир (1 этаж, восточное крыло)

Здесь маленькие гости могут:

- читать русско-китайские сказки с AR-иллюстрациями;
- участвовать в мастер-классах по каллиграфии;
- играть в развивающие игры с двуязычными подсказками;
- специально для родителей - зона отдыха с видом на детский сад «Дружба», где проходят языковые занятия.

4) технологический хаб (3 этаж)

Современные решения для комфортного чтения:

- автоматические переводчики - наведите камеру на китайский текст и получите русский перевод;
- читальные кабины с регулируемой акустикой и светом;
- цифровой архив - доступ к 50 000+ электронных книг;
- робот-библиотекарь «Амурчик» - принесет нужную книгу за 3 минуты.

5) зал редких изданий (по записи)

Жемчужины коллекции:

- первое издание «Путешествия в Китай» Обручева (1895 г.);
- подлинные меню ресторанов КВЖД;
- альбом фотографий «Русский Хэйхэ» 1910-х годов.

Важная деталь: все экспонаты можно изучать через интерактивные панели с подробными комментариями.

6) крытая терраса (4 этаж)

Лучший вид на Амур в городе! Здесь вы можете:

- работать за столами с подогревом (в холодное время года);
- посетить литературные чтения под открытым небом;
- сфотографироваться у «Моста дружбы» - световой инсталляции.

Каждый вечер в 18:00 включается подсветка, создающая эффект «плавающих» книг.

7) кафе «Диалог»

«Гастрономическое отражение наших культур:

- Чайная карта с 30 сортами китайского и русского чая
- Десерты «Байкал» (с голубым чаем) и «Тайга» (с кедровыми орешками)

8) сувенирный отдел

Уникальные памятные вещи:

- книги-миниатюры о Хэйхэ на русском;
- наборы открыток с архивными фотографиями;
- эко-ручки с гравировкой «Хэйхэ-Благовещенск»;
- USB-накопители в форме книг с предустановленной коллекцией русской классики.

«Наш тур подошел к концу. Библиотека ждет вас ежедневно с 9:00 до 21:00.

Не забудьте:

До новых встреч в мире мудрых страниц!»

Зона комплексного кредитования и зона обслуживания несовершеннолетних: летом 8:30-18:00, зимой 8:30-17:00, официальные каникулы 9:00-15:30

Зона обслуживания Sunshine leisure: летом 8:30-21:00, зимой 8:30-20:00, официальные каникулы 9:30-20:30

Зона самообучения: летом 8:30-18:00, зимой 8:30-17:00, официальные каникулы 9:00-17:00

Аудиогид по «Улице русских товаров» в Хэйхэ.

Вступление (автоматически запускается при входе на улицу)

Фон: звуки оживленной улицы, смешение русской и китайской речи.

Текст:

«Вы на Улице русских товаров — главном торговом мосте между Китаем и Россией! Здесь уже 30 лет китайские предприниматели встречают гостей из Благовещенска и других городов Дальнего Востока. В этом аудиогиде вас ждут: 7 ключевых точек, секреты выгодных покупок и малоизвестные исторические факты. Начнем с арки у входа — идите прямо!»

1) Триумфальная арка (метка у входа)

Звук: торжественная музыка.

Текст:

«Перед вами арка с надписью на русском и китайском — символ дружбы двух стран. Интересный факт: первый вариант этой улицы появился в 1993 году как стихийный рынок, где русские 'челноки' покупали дешевый текстиль. Сегодня это официальная торговая зона с 200+ магазинами. Обратите внимание на барельефы с изображениями матрешек и храма Василия Блаженного — они установлены в 2018 году по инициативе мэрии Хэйхэ.»

2) Центральный сувенирный ряд (координаты середины улицы)

Звук: звон колокольчиков (как в русских ярмарках).

Текст:

«Сейчас вы в «золотой миле» русских сувениров. Топ-5 товаров, которые здесь покупают чаще всего:

- **Балтийский янтарь** — обращайтесь внимание на сертификаты;
- **Шубы из Цзилиня** — дешевле, чем в Москве, но проверяйте подкладку;

- **Советский антиквариат** — особенно популярны значки и монеты;
- **Медвежья желчь** — традиционное китайское лекарство, которое везут в РФ;
- **Кедровые орехи** — упаковки по 5 кг с символикой Байкала.

Совет: Загляните в магазин «Дружба» справа — там есть редкие книги на русском.»

3) Гастрономический угол (возле кафе «Сибирь»)

Текст:

«Попробуйте местные гибриды русской и китайской кухни:

- **Борщ с вустерширским соусом** — фирменное блюдо кафе 'Сибирь';
- **Пельмени «Царские»** с трюфелями и свининой;
- **Медовуха** от местного завода «Амур» (алкогольный и безалкогольный варианты).

История: В 2000-х здесь стояли ларьки с контрабандной водкой — теперь вся продукция легальна и имеет акцизы.»

4) Ночной рынок (активизируется после 18:00)

Текст:

«С заходом солнца улица преобразается! Подсветка в цветах флагов РФ и КНР, уличные музыканты и три новых развлечения:

- **Фото с «медведем-дачником»** — ростовая кукла в матрешке и кепке;
- **VR-аттракцион «Переход границы»** — симулятор пути из Благовещенска в Хэйхэ;
- **Дегустация икры** — лотки с капсулами по 5 грамм (от 50 юаней).»

5) Исторический стенд (конец улицы, рядом с почтой)

Текст:

«Перед вами фото 1995 года — очередь россиян за китайскими пуховиками. Тогда за день границу пересекало до 10 000 человек! Сегодня Хэйхэ принимает всего 1-2 тыс. туристов в сутки, но трафик растет благодаря безвизу для групп. На стенде также есть:

- Карта первых торговых путей по Амуру;
- Копия договора 2004 года о создании этой улицы;

6) Завершение

Фон: мелодия «Подмосковные вечера».

Текст:

«На этом наш тур завершен. Если хотите глубже изучить русско-китайскую историю, скачайте расширенную версию гида с интервью местных продавцов — ссылка в приложении. И не забудьте заглянуть в переулок за почтой — там скрывается «Музей пограничной торговли» с диорамой легендарного рынка «Ипу»!»

Дополнительные опции:

Для русских: Лайфхаки («Где поменять рубли без комиссии» — банк ICBC у выхода).

1) «Шубный рай»

Магазины с лучшим соотношением цена/качество:

- «Хэйлунцзян Мяо» – эталонный мех, цены от 4000 юаней за норку, есть сертификаты.
- «Байкал Фур» – работают с русскими покупателями 15 лет, дают гарантию.
- «Русская зима» – дешево, но часто подделки под норку.

Совет: «В «Хэйлунцзян Мяо» просите Елену – говорит по-русски и даст чай с пряниками для клиентов.»

2) Гастрономия

Проверенные места:

- **Кафе «У дяди Вани»** – порции как в СССР, хозяин варит борщ по рецепту жены-хабаровчанки.
- **Магазин «Алёнка»** – единственный, где продают НАСТОЯЩИЙ шоколад «Красный Октябрь» (смотрите дату!).
- **«Сибирский ларек»** – легальная водка «Столичная» и настойки на женьшене (только для употребления на территории Китая!).

Фишка: «В «У дяди Вани» по вечерам включают «Песняров» – ностальгия гарантирована.»

3) Сувениры и антиквариат

ТОП-3 магазина:

- **«Матрёшка»** – авторские куклы ручной работы (от 200 юаней), можно заказать с лицом Путина.
- **«Старая Русь»** – советские значки, монеты и даже старые фотоаппараты (торгуйтесь!).
- **«Красный фарфор»** – якобы «царские» сервизы, но 90 % – новодел (оригиналы стоят от 5000 юаней).

Лайфхак: «В «Старой Руси» спросите у дедушки Ли альбом с военными медалями – лежит «под прилавком».»

4) Аптека и БАДы

Проверенные точки:

- **«Здоровье из Хэйхэ»** – медвежья желчь (только для лечения в Китае!), пластыри «Тигр».
- **«Травы Амура»** – красный корень и гриб чага (упаковка 1 кг – 150 юаней).

Избегайте ларьков с надписью «100 % натурально» – часто подмешивают мел.

Важно: «В «Здоровье из Хэйхэ» требуйте сертификат GMP – без него товар могут конфисковать на границе.»

5) Обмен валюты и услуги

Обменник «У Тани» – лучший курс в городе (ищите желтую вывеску рядом с почтой).

Почта Китая – отправка посылок в РФ (но нельзя медпрепараты и мех!).

Сим-карты China Mobile – в салоне напротив кафе «У дяди Вани» (паспорт обязателен).

Совет: «Меняйте деньги у «Тани» до 14:00 – позже очередь и курс хуже.»

Завершение:

«На этом наш гид заканчивается. Если потерялись – ищите арку с матрешками или спрашивайте дорогу до «У дяди Вани». И помните: если продавец клянётся, что товар «специально для русских», – скорее всего, это развод. Хорошего шопинга!»

Дополнения:

- **Для групп:** в магазине «Байкал Фур» дают скидки от 10 % за групповые покупки.
- **Для пенсионеров:** в «Алёнке» есть лавочка и бесплатный чай.
- **С детьми:** в «Матрёшке» проводят мастер-классы по росписи кукол.

Текст аудиогидов по объектам «Китайско-российский парк национальных традиций» (русская деревня) и «Даосский храм Гуанди» представлены в Приложении Б к данной работе.

Созданный в результате данной работы проект аудиогuida покрывает максимально возможное количество потенциально важных для посещающего провинцию Хэйлунцзян туриста. Материалы, включённые в аудиогид, не только раскрывают культурные и исторические особенности самого Китая, но и рассказывают о многих нюансах русско-китайских взаимоотношений. Также в аудиогиде представлена просто полезная справочная и бытового характера, призванная облегчить туристу нахождение в незнакомой и сложной для понимания обстановке, а возможно – помочь в сложной ситуации.

В целом, полезность аудиогuida как туристического продукта нельзя недооценить – это источник живой и интересной информации о месте, которое посещает турист. Чрезвычайно многое зависит от того, насколько правильно структурирован аудиогид, насколько ответственно проверена включённая в него информация. Особенно важна проверка и правильная подача информации с точки зрения необходимости предотвращения ситуаций взаим-

ного непонимания ввиду неизбежных различий культур таких разных, но в то же время таких близких исторически и географически народов – китайцев и россиян.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Туризм — это сложное, многомерное понятие, включающее в себя одновременно и вид деятельности, и форму рекреации, и отрасль национальной экономики, и способ проведения досуга, и, кроме того, искусство, науку и бизнес. При этом он является крайне доходным видом деятельности, не требующим больших вложений и обладающий высокой отдачей и, что тоже существенно, постоянным спросом.

Сегодня туризм в мире отличается высокой динамикой и качественными изменениями. Теперь, когда туристские предприятия существуют в условиях возрастающей конкуренции со стороны авторских туров, мобильных приложений и самостоятельного туризма, нормальное функционирование в подобных экономических условиях практически невозможно без учета в деятельности новинок цифровых технологий.

Аудиогид является ярким представителем нового поколения цифровых туристических продуктов. Он относительно прост в создании, востребован, удобен. Технология ценообразования гида достаточно ясна, однако итоговая стоимость для потребителя далеко не всегда оптимальная, некоторые аудиогиды имеют завышенную стоимость.

Однако, большая часть аудиогидов всё-таки либо являются бесплатными, либо имеют низкую рыночную стоимость. Наличие бесплатных аудиогидов создает сложную ситуацию на туристическом рынке, закладывает ожидания туриста, что аудиогиды и должны быть бесплатными, что делает рынок по-своему менее привлекательным.

Очевидна тенденция дальнейшего развития аудиогидов, что связано с наличием возможностей путешествовать и желанием путешествовать самостоятельно. Преимущественно аудиогиды развиваются в форме мобильных приложений. Всё больше на задний план уходят аппаратные аудиогиды. В будущем аудиогиды будут охватывать всё большую аудиторию, посредством

расширения используемых языков и кастомизации под каждого конкретного туриста.

Проведенный в работе анализ показывает как востребованность аудиогидов в туристической отрасли Амурской области, так и его очевидную необходимость для туристов, посещающих провинцию Хэйлунцзян. Однако они всё ещё не получили максимального охвата аудитории, что позволяет говорить о наличии достаточно большого количества точек роста.

Предложенный в работе проект аудиогuida, крайне релевантен в текущей ситуации и ближайших планах на развитие российско-китайских отношений.

Подводя итоги, цели и задачи, поставленные в данной дипломной работе, выполнены:

- рассмотрены понятие и сущность аудиогuida;
- рассмотрены варианты применения аудиогидов в туристической деятельности;
- проведена оценка состояния туристического рынка Амурской области и уровень его связи с туристическим рынком Китая;
- проанализирован въездной туризм провинции Хэйлунцзян и перспективы развития.
- разработан и создан аудиогид для самостоятельного туризма в провинции Хэйлунцзян.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Цифровая экономика, умные инновации и технологии: сборник трудов Национальной (Всероссийской) науч.- практ. конф. с зарубежным участием, 18–20 апреля 2021 г., Санкт-Петербург / под ред. Д. Г. Родионова, А. В. Бабкина. – СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2021. – С. 415-417.
- 2 Богомазова, И. В. Мультимедийные экскурсии как возможность в реальном времени знакомства туристов с достопримечательностями города и области // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2017. – №3. – С. 1-8.
- 3 Афанасьев, О. Е. Опыт разработки иммерсивных аудиоэкскурсий на SMART-платформе Qwixi // Сервис в России и за рубежом. – 2020. – №1 (88) – С. 72-92.
- 4 Таллон, Л. Цифровые технологии и музейный опыт / Л. Таллон, К. Уокер – Альтамира Пресс, 2008 – 296 с.
- 5 Apriori-ltd.ru [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 05.12.2005 – Режим доступа: <https://apriori-ltd.ru/audiogid/tpost/vh3l7596n1-istoriya-razvitiya-audiogidov-ot-nachala?ysclid=m43wbwpfa2865251081>. – 01.06.2025
- 6 Шонгина, А.И. Аудиоэкскурсия: понятие, функции, технология разработки / А.И. Шонгина// «Научно-практический электронный журнал Аллея Науки» – 2022 – №12(75) – С. 20-24
- 7 Уразметова, А.В. Функциональный потенциал аудиогидов / А.В. Уразметова // Филология: научные исследования. – 2021. – № 10. – С.1-9
- 8 Recsquare.ru [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 08.11.2009 – Режим доступа: <https://recsquare.ru/blog/zapisat-audiogid>. – 01.06.2025
- 9 Журнал Russian Traveler [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 01.04.2022 – Режим доступа: <https://rtraveler.ru/travel/russia/puteshestviya-po-rossii-s-audiogidom-kakoe-podojdet-vam/>. – 05.06.2025

10 Новостной портал «АмурИнфо» [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 27.11.2008 – Режим доступа: <https://ampravda.ru/2020/03/19/094678.html>. – 05.06.2025

11 Сетевое издание «Интерфакс-Россия» [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 28.11.2007 – Режим доступа: <https://www.interfax-russia.ru/index.php/far-east/news/pochti-v-2-5-raza-vyros-passazhiropotok-mezhdu-priamurem-i-kitayskim-heyhe-v-2024g> – 10.05.2025

12 Отчет о развитии ледово-снежного туризма в Китае. Пекин: Институт промышленных исследований [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 15.03.2014 – Режим доступа: <https://www.chinairn.com/news/20250409/111033595.shtml>. – 05.06.2025.

13 Межрегиональная ассоциация экономического взаимодействия субъектов Российской Федерации «Дальний Восток и Забайкалье» [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 15.03.2024 – Режим доступа: <https://madviz.ru/news/7979>. – 05.06.2025

14 Отчет о работе правительства провинции Хэйлуцзян за 2025 год [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 05.03.2018 – Режим доступа: https://www.hlj.gov.cn/hlj/szfgzbg/202501/c00_31807071.shtml. – 05.06.2025

15 Попова, А.Н. Аудиогид – как инновационная форма экскурсионного обслуживания [Электронный ресурс] // Амурский областной краеведческий музей им. Г.С. Новикова-Даурского: офиц. сайт – 29.10.204 – Режим доступа: <https://museumamur.org/articles/popova-a-n-audiogid-kak-innovatsionnaya-forma-ekskursionnogo-obsluzhivaniya/>. – 05.06.2025

16 Лях, О.А. Инновации в экскурсионной деятельности / О. А. Лях, В. В. Лиханова // Учёные записки ЗабГУ. Серия: Философия, социология, культурология, социальная работа. – 2017. – №3. – С. 160-168

17 Инновационные технологии управления и стратегии территориального развития туризма и сферы гостеприимства: сборник статей / под ред. Е.Е. Коноваловой. – Москва: Русайнс, 2021. – 172 с.

18 Воронов, Ю.С. Теория и методология научных исследований туристской деятельности: учебник / Ю.С. Воронов, Д.В. Губа. – Москва: Советский спорт, 2020. – 177 с.

19 Трансформация туристской деятельности в условиях развития цифровой экономики: коллективная монография/ под ред. А.Д. Чудновского. – Москва: Русайнс, 2021 – 187 с.

20 Статистический сборник «Амурский статистический ежегодник» [Электронный ресурс] – 17.11.1998 – Режим доступа: <https://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/Статистика/811.pdf>. – 03.06.2025

21 Стратегия социально-экономического развития Амурской области на период до 2035 года [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://economy.amurobl.ru/upload/iblock/b5b/msmfzrs6qnnv3qrce4joxsr8kl0syu46.pdf?ysclid=m50f7qhsln232664073>. – 20.06.2025.

22 Министерство внешнеэкономических связей, туризма и предпринимательства Амурской области [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.vstamur.ru/activity/business/statistika/>. – 20.06.2025

23 Статистический сборник «Развитие сферы туризма в Амурской области» [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/Статистика/347.pdf>. – 20.06.2025

24 Аспекты развития индустрии туризма в Амурской области: сборник/под ред. М.А. Рябчинской, Е.О. Решетовой, Т.И. Собоцинской, К.В. Мартинович, Л.В. Шитой – Б., Амурстат, 2024. – 62 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Ваш пол?
Ваш возраст?
Ваш уровень образования?
Сейчас я ...?
Ваш уровень дохода?
Как часто вы уходите в отпуск?
Какой(-ие) вид(-ы) туризма для вас более привлекателен(-ы)?
Что для вас наиболее важно при выборе продукта/услуги?
Какому способу планирования отпуска зачастую вы отдаёте предпочтение?
Какие социальные сети/интернет-площадки чаще всего вы видите информацию о туристических местах или интересных тур предложениях для вашего будущего отпуска?
В свободное время я предпочитаю заняться (хобби)
Посещали ли вы ранее Китайскую Народную Республику? (КНР)
Какие города/курорты в КНР вы посетили?
Посещали ли вы такие места, как:
Пользовались ли вы экскурсионным обслуживанием в КНР?
На сколько баллов вы можете оценить качество экскурсионного обслуживания?
Испытывали ли вы проблемы с:
Хотели ли бы вы посетить КНР?
Что из нижеперечисленного является отталкивающим фактором при выборе КНР как тур. дестинации для вас?
На сколько для вас важно узнать историю, интересные факты и особенности посещаемого тур объекта?
Знаете ли вы что такое аудиогид?
Имели ли вы опыт использования аудиогuida? (фонограмма, которая используется для самостоятельного знакомства с экспозицией музея, выставки или местностью)
Почему вы не используете аудиогиды?
Воспользовались бы вы аудиогидом в г. Хэйхэ? (аудио рассказ о достопримечательностях города Хэйхэ, а также карта с местоположением этих мест и способами добраться до них самостоятельно)

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Даосский храм Гуанди

Аудиогид «Храм Хэйлунгуань: 100 лет тайн у Амура»

«Этот храм родился дважды:

9 сентября 1921 года – открыт как «Первый храм Хэйхэ» на деньги генерала Ба Ингня (его сабля хранится в алтаре) но уже в 1948 году был превращен в тубдиспансер (в алтарях стояли рентген-аппараты!). 2005 год стал вторым возрождением: 3 тонны золотой фольги ушло на новые статуи.

Секрет: В фундаменте сохранились советские медицинские инструменты – их нашли при реставрации!

Традиционный китайский даосистский культурный комплекс объединяет в себе: храм Ву, храм Вен, храм Ниньянь, храм Дракон Ван и даогуань.

1 - Храм Гуаньди (главный зал):

Статуя Гуань Юя высотой 2,8 м – глаза из тибетского лазурита

Личные вещи генерала Ба: карта 1921 года с пометками о русских поселениях

Под алтарем – бункер 1940-х (ныне музей)

2 - Храм Дракона (западный двор):

Каменная стела с текстом на маньчжурском

Колодец желаний: кидайте монеты, пока они не коснутся дна – тогда услышите эхо!

3 - Храм Ниньянь (восточный двор):

1000 фарфоровых младенцев – символы молитв о детях

«Секретная комната» – здесь хранились иконы в советский период

Ритуалы, которые стоит попробовать:

- «Меч генерала»

Проведите рукой по копии клинка Ба Ингня

Шепните желание о защите

- Гадание на военных картах

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

Вытяните карту из набора 1925 года

Старый монах растолкует символы

- Обряд с фарфоровым младенцем

Выберите куколку

Омойте в святом источнике

Унесите с собой (дарят бездетным парам)

Храмовые ярмарки – сердце традиций

15 июля (лунный календарь):

Фестиваль Гуаньди – реконструкция боев XVII века (ярмарка, где продают лекарственные травы из Хингана и обереги от «русского сглаза» (местный фольклор)

18 апреля (лунный календарь):

День детей (родители дарят храму обувь ручной работы, монахи дарят серебряные колокольчики)

С переездом в 2025 году на склон горы Луншань, с которого открывается живописный вид на два берега реки Амур, появились возможность наслаждаться прекрасными видами со смотровой на северной части склона

[Звук: гонг, удары которого длятся ровно 9 секунд]

«Храм закрывается... Но, если приложите ухо к южной стене – услышите, как скрипят перья, когда генерал Ба пишет очередной приказ.»

Китайско-российский парк национальных традиций (Русская деревня)'

(Звук: этнические мотивы орочонов с плавным переходом в русскую народную мелодию)

1 - Главный вход «Мост дружбы»

(Звук: шум реки Амур, крики чаек)

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

«Вы находитесь у ворот одного из самых необычных парков Китая — национальной достопримечательности уровня АААА. Эти 35 гектаров у подножия горы Луншоу — место, где история, природа и кинематограф сплелись в уникальный культурный коктейль. Парк родился в 2005 году как съёмочная площадка для сериала «Здесь тишина рассвета», посвящённого 60-летию Победы, но быстро превратился в живой музей приграничной жизни.»

2 - Зона орочонов: дух тайги

В этой зоне вы можете ознакомиться с макетом деревни орочонов с чумом на «склонном столбе», тотемными столбами с медведями и лосями и костровищем. В праздничные дни здесь проходят выступления в традиционном стиле с мастер-классами и ритуальными танцами шамана под бубен.

3 - Киногородок «Приграничные истории»

Здесь снимали более 20 российско-китайских фильмов, в том числе знакомое многим «А зори здесь тихие» - китайская интерпретация известной советской картины. Также называемый «русский» сектор состоит из изб с резными ставнями (точные копии домов из Благовещенска 1930-х), деревянной церкви с необычным двойным шпилем — символом двух культур, также можно позвонить в колокол и рынду или увидеть гаубицу, которую также использовали в процессе киносъёмок. Зайдите в каждую открытую избу, где вы сможете увидеть подлинные реквизиты и фотографии со съёмочной площадки с актёрами.

4 – Лесная школа «Мудрость Амура»

Это эко-пространство для детей и взрослых, включающая в себя Биостанцию (изучаем флору/фауну приграничья), мастерская лесных ремесел — плетение из лозы, резьба по дереву, а также экотропа с 30+ видами растений-эндемиков

5 – Улица русского стиля

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

Эта архитектурная поэма в 3 частях состоит из купеческого ряда (дома с резными наличниками, лавки «под старину»), советского квартала — почта 1960-х, гастроном «Дружба», а также современный арт-объект — скульптура «Байкал встречает Янцзы». Здесь вы можете попробовать мороженное «Царское» в вафельных стаканчиках с узором «матрешка», сбитень с имбирем от «Торгового дома Петрова» и конечно же всеми любимый шашлык

6 - фотозона «4 сезона дружбы»

В этой части парка вы найдёте множество интересных фотозон для туристов: гигантская надпись LOVE, арка из 7 сердец, смотровая на всю территорию парка. В зависимости от времени года они обновляются, поэтому советуем просто осмотреться и найти фотозоны по душе.

Совет: если вы слушаете нас ближе к вечеру, то не торопитесь уезжать, ведь в парке совсем скоро включится волшебная подсветка — лучшие фото получаются в «золотой час» (18:30-19:30)

7 - Старинный поезд «Трансграничный экспресс»

Старинный поезд «Трансграничный экспресс» — это живая история, здесь вы можете увидеть подлинные документы строителей КВЖД, хронику 120 лет приграничной торговли, а также в вагоне-кафе попробовать еду по меню 1903 года (обязательно попробуйте бефстроганов по-харбински)

8 - Сувенирный центр «Две культуры»

И какое же путешествие без подарков. Здесь вы можете приобрести множество сувениров на российско-китайскую тематику (деревянные USB-накопители с гравировкой «Хэйхэ-Благовещенск», чайные наборы «Инь-Янь» (русский самовар + китайская гайвань)

(Звук: свисток паровоза и колокольчик]

Наше путешествие завершено! Парк открыт до 22:00. Не пропустите:

19:00 — Фейерверк «Мост через Амур»

20:30 — Ночное шоу проекций на фасадах

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

Важные советы:

- Лучшее время для посещения — будни с 10:00 до 12:00
- Бесплатные туалеты у зоны орочонов и лесной школы
- Русскоговорящие гиды дежурят у главного входа с 9:30 до 18:00

Транспорт: Автобус №6 от ж/д вокзала (30 мин) или такси (15 мин)



Китайско-российский национальный парк



В простонародье это место называют "Русская деревня" и расположена она в 9 км от Хэйхэ. Эта деревня делится на несколько частей. Первая часть состоит из различных построек в виде вигвамов, одной из народностей Китая. Вторая часть - большой лабиринт. Чтобы пройти этот лабиринт понадобится около часа. Третья часть - постройки в русском деревенском стиле. Эта часть построена для съемок фильма "а зори здесь тихие" в китайском варианте. Третья часть - состоит из современных русских каменных коттеджей. Посередине деревни есть озеро, через озеро проходит несколько мостов. Есть выход на берег реки Амур. Можно заходить во все постройки, в которых есть не мало различной утвари. Чтобы хорошо провести там время, желательно выделить пару часов.