

**Borrowing the experience of the development
of domestic tourism in the PRC: a comparative analysis
of Gubei and Mandroga**
**Заимствование опыта развития внутреннего туризма в КНР:
сравнительный анализ Губэй и Мандроги**

**Веселова Людмила Сергеевна¹,
Дубинец Анна Сергеевна¹**

¹ Национальный Исследовательский
Университет Высшая Школа Экономики, Санкт-
Петербург, Россия
Автор, ответственный за переписку:
lveselova@hse.ru
<https://orcid.org/0000-0002-1602-0247>

**Liudmila S. Veselova ¹,
Anna S. Dubinets ¹**

¹ National Research University Higher School of
Economics, St. Petersburg, Russia
Corresponding author: lveselova@hse.ru
<https://orcid.org/0000-0002-1602-0247>

УДК 338.48 | НАУЧНАЯ СТАТЬЯ | [HTTPS://DOI.ORG/10.24412/10.24412/2686-9675-1-2023-143-157](https://doi.org/10.24412/10.24412/2686-9675-1-2023-143-157)

АННОТАЦИЯ

Пандемия коронавируса дала большой толчок для развития внутреннего туризма в Китае. Жители КНР, лишившись возможности выехать из страны, начали еще более активно посещать достопримечательности Китая. Все это стимулировало развитие индустрии туризма, и в Китае стали активно появляться так называемые «старинные городки» — поселения, полностью копирующие исторический облик китайских городов, но не имеющие реальной исторической ценности. Самым ярким примером такого городка является г. Губэй в Пекине. В России в связи с эпидемией коронавируса, а также санкциями наблюдается небывалый рост спроса на внутренний туризм. Например, в сентября 2022 г. В связи с возросшим спросом РЖД запустила 300 дополнительных рейсов на юг в такие направления как: в Адлер, Сочи, Анапу, Новороссийск, Лазаревское, Минеральные Воды и Кисловодск (РЖД запускают 2022).

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has given an even greater impetus to the development of domestic tourism in China. Residents of China lost the opportunity to leave the country, began to visit the sights inside China even more actively. All this stimulated development of the tourism industry and so-called “old towns” began to actively appear in China - settlements that completely copy the historical appearance of Chinese cities, but do not have real historical value. The most striking example of such a town is the city of Gubei not far from Beijing. In Russia because of COVID-19 pandemic restrictions, as well as sanctions in recent years, there has also been an increase in demand for domestic tourism. The purpose of this article is to identify the features of the model of the city of Gubei and the possibility of their adaptation in the framework of the development of Russian domestic tourism. Based on the analysis of official documents, scientific articles, statistical data and

Целью данной статьи является выявление особенностей модели г. Губэй и возможности их адаптации в рамках развития российского внутреннего туризма. На основе анализа официальных документов, научных статей, статистических данных и результатов интервью в статье анализируются особенности возможности заимствования опыта г. Губэй для развития российского внутреннего туризма. В статье проводится сравнительный анализ российского проекта деревни Мандроги и г. Губэй с целью выявить возможность для адаптации китайского опыта и успешного копирования некоторых элементов модели г. Губэй, которое может стимулировать развитие регионального туризма в малых городах и деревнях России. В процессе исследования авторы пришли к выводу, что в России возможно использование китайских стратегий, но только при условии реставрации реальных исторических объектов, а не на основе строительства псевдоисторических комплексов.

Ключевые слова: Китай, туризм, внутренний туризм, Губэй, туризм в КНР

Для цитирования: Веселова Л.С., Дубинец А.С. Заимствование опыта развития внутреннего туризма в КНР: сравнительный анализ Губэй и Мандроги. *Современные востоковедческие исследования*. 2023; Том 5 (1). <https://doi.org/10.24412/2686-9675-1-2023-143-157>

В последнее десятилетие экономическое развитие деревень и малых городов Китая активно поддерживается государством. В 2016 г. Министерство жилищного строительства в городской и сельской местности КНР выпустило «Извещение о проведении мероприятий по развитию малых городов с отраслевой специализацией» (Извещение о проведении 2016). Согласно документу, Министерство поставило цель к 2020 г. провести работу по развитию более тысячи малых городов с различными специализациями — рекреационный туризм, производство, образование, наука, традиционная культура и т. д. К этому времени, в КНР уже существовало

interview results, the article analyzes the features of the possibility of borrowing the experience of the city of Gubei for the development of Russian domestic tourism. The article provides a comparative analysis of the Russian project of the village of Mandrogi and the city of Gubei in order to identify the possibility for adapting the Chinese experience and successfully copying some elements of the Gubei city model, which can stimulate the development of regional tourism in small towns and villages in Russia. During the research authors came to the conclusion that in Russia it is possible to use Chinese strategies, but only if real historical objects are restored, and not based on the construction of pseudo-historical complexes.

Keywords: China, tourism, domestic tourism in China, Gubei city, tourism in China

For citation: Veselova L. S., Dubinets A. S. Borrowing the experience of the development of domestic tourism in the PRC: a comparative analysis of Gubei and Mandroga. *Modern Oriental Studies*. 2023; Volume 5 (1). (In Russ.) <https://doi.org/10.24412/2686-9675-1-2023-143-157>

цией» (Извещение о проведении 2016). Согласно документу, Министерство поставило цель к 2020 г. провести работу по развитию более тысячи малых городов с различными специализациями — рекреационный туризм, производство, образование, наука, традиционная культура и т. д. К этому времени, в КНР уже существовало

несколько удачных запусков проектов развития хозяйственной специализации, и одним из самых известных является водяной городок Губэй. Уникальным оказался подход к строительству города: поселение было построено с нуля и полностью копировало историческую культуру Китая.

В России концепции «музея под открытым небом» получили распространение в более скромных масштабах. На территории РФ находится несколько десятков музеев, демонстрирующих посетителям архитектуру, обычаи и нравы местных народов, однако на данный момент ни один из них не может соревноваться с Губэем по степени популярности среди туристов. Из-за запрета на посещение иностранных государств в связи с пандемией COVID-19 и западными экономическими санкциями, многие российские туристы заново обратились к богатым туристическим ресурсам России и начали более активно путешествовать по стране, что обнажило проблему неразвитости туристической инфраструктуры, а иногда и неготовности регионов принимать потоки туристов. В 2021 г. в РФ на 8–10% выросло количество возвратных туристов, а по некоторым направлениям, (например, Крым) прирост составил 30% (В АТОР подвели, 2021).

В настоящее время государство и частные лица стремятся принять меры по привлечению капитала в развитие туристической инфраструктуры, а перед многими региональными правительствами и владельцами парков, музеев, заповедников встает вопрос о вариантах увеличения туристических потоков. Одним из способов решения данного вопроса может

стать заимствование успешного китайского опыта строительства г. Губэй или же трансформация китайских моделей с учетом российских реалий. Актуальность выбранной темы для статьи определяется сложившимися предпосылками для внедрения инновационных идей в сферу внутреннего туризма и возможностью оценить успешность данных идей на примере Китая. Авторы статьи использовали качественные методы исследования, в том числе метод анализа официальных документов, статистических данных и научных статей, контент-анализ отзывов китайских и российских туристов о посещении двух схожих достопримечательностей — города Губэй, и деревни Мандроги. Также для изучения российских моделей развития внутреннего туризма был использован метод интервью, а именно интервью с директором ремесленной слободы туристического комплекса деревня Мандроги.

Тематика музеев под открытым небом и иммерсивного туризма активно разрабатывается в научной литературе с начала XXI в. Европейские исследователи Руланд Паардекупер и Аннемари Потаар в своих работах исследуют историю развития музеев под открытым небом, категоризируют типы таких туристических объектов и обосновывают ведущую роль музеев под открытым небом в стратегии развития туризма во время пандемии COVID-19. Российские исследователи Горошко Н. В., Шмакова Г. В., Тихонов В. В. продолжают расширять границы исследований и фокусируются на вопросах трансформации концепции музейного дела, а также поднимают вопросы о проблемах, с которыми музеи под открытым небом

сталкиваются в России. Особенно важный аспект финансирования и развития фондовой деятельности рассматривается в работе Прониной С. А. и Кимеевой Т. И. «Методика фондовой деятельности в этнографических музеях под открытым небом». Не менее актуальную проблему трансформации социокультурных функций музея от статичных экспозиций к «иммерсивности» исследует Саенко Н. Р. в статье «Современные трансформации идеи музея под открытым небом».

Китайские исследователи в меньшей степени занимаются исследованиями музеев под открытым небом, однако уделяют особое внимание созданию «старинных городков» (*кит. гучжэнь* 古镇), в частности, Губэй. Чжоу Хун в своем исследовании приводит глубокий анализ финансовой составляющей проекта Губэй и анализирует кейс данного города как один из успешных примеров коллаборации между правительством и частными предпринимателями. Кроме того, Чжуан Синьянь в своей статье «Исследование применения модели государственного-частного партнерства в малых городах с туристической специализацией на основе кейса г. Губэй» также обосновывает важность строительства малых городов с туристической специализацией для урбанизации, трансформации и модернизации внутреннего туризма. Ван Тин и Лю Вэньхуа подтверждают подобные выводы, однако, рассматривают как положительные, так и отрицательные тенденции развития г. Губэй и предлагают контрмеры для повышения доходности проекта. Ван Гуанъянь в свою очередь обосновывает значимость «достоверной» реконструкции старинных поселений

в Китае, основывая исследования на удачных и неудачных опытах реконструкции строений в деревнях. В то же время указанные выше авторы не проводили сравнительных исследований туристической отрасли КНР и РФ, а также не анализировали возможность перенятия опыта КНР в области внутреннего туризма.

Феномен возникновения «старинных городков» в современном Китае: кейс г. Губэй

Современный Китай — это страна, богатая своими туристическими ресурсами. С 2013 по 2020 г. в Китае было построено 43 200 км железнодорожных путей и 841 900 км автодорог. Благодаря развитию инфраструктуры и путей сообщения внутренний туризм стал еще более доступен китайцам из всех провинций. По данным национального бюро статистики Китая объем внутреннего туризма в КНР увеличился больше чем в два раза с 2010 по 2019 г. — с 2,1 млрд до 6,6 млрд человеко-раз (Статистический ежегодник КНР 2021). Китай является лидером в сфере внутреннего туризма не только потому, что большое количество местных жителей ежегодно путешествует внутри страны, но и потому что власти КНР, создавая новые достопримечательности, могут удерживать туристический поток внутри страны, обеспечивая приток финансовых средств во внутренний туризм, а не за границу. Даже до пандемии COVID-19 за первые 10 месяце в 2018 г. свыше 200 природных и культурных достопримечательностей КНР были понижены в национальном рейтинге туристического качества в связи с низким качеством управления, предоставлением некачественных услуг или

отрицательным экологическим влиянием (Стародубцева Н.С. 2019, 122).

В последние годы все большую популярность среди китайских туристов получили псевдостаринные городки, делающие акцент на традиционной культуре и архитектуре императорского Китая. К настоящему времени в русскоязычной китаеведческой научной среде отсутствует определение данного термина, поэтому в данной статье авторы предлагают собственную формулировку. Под «старинными городками» подразумеваются туристические центры, построенные в КНР в XXI в. по подобию традиционной китайской застройки, частично или полностью копирующие архитектуру и городскую планировку старинных китайских городов. В основном, «старинные городки» делают акцент на иммерсивном туризме – т. е., позволяющем ощутить эффект присутствия и погрузиться в искусственно созданные условия. Сами «старинные городки» не являются частью культурного наследия Китая и не имеют никакой исторической ценности, но в то же время на протяжении последних лет им уделяется большое внимание со стороны общественности.

Можно выделить несколько причин популярности такого рода достопримечательностей. Китайская туристическая онлайн-компания Strip приводит следующие причины:

- транспортная доступность
- необычные впечатления от местной культуры и возможность полностью погрузиться в атмосферу путешествия
- расположение на открытом воздухе (Почему путешествия в «старинные городки» 2021)

В данной статье был выбран кейс «старинного городка» Губэй, так как он является одним из самых ярких примеров развития туристических городков в Китае. 18 ноября 2020 г. Пекинское муниципальное бюро культуры и туризма оценило Губэй как одну из лучших культурных достопримечательностей Пекина, популярных благодаря трендам в Интернете. По словам организаторов премии, такие места помогают «создавать новые ориентиры для посещения популярных в Интернете мест, чтобы удовлетворить потребности молодежи» (Опубликован первый список 2020). Водный городок Губэй расположен в городе Губэйкоу района Миюнь в Пекине, рядом с участком Великой Китайской стены Сыматай. Особенностью географического положения городка является близость к известным достопримечательностям и расположение на так называемой «золотой туристической магистрали» Пекин-Чэндэ. Общая площадь города составляет 9 квадратных километров. Открывшись в 2014 г., Губэй объединил в себе несколько видов проведения досуга для любой аудитории, делая ставку на иммерсивный туризм, шоппинг и дегустацию местных блюд. Архитектура города копирует урбанистический стиль времен династий Мин и Цин. Что важно, при строительстве комплекса руководство придерживалось принципа «при реставрации — сохранять прежний вид, при строительстве — копировать старину». Таким образом, Губэй выглядит не как искусственно построенный современный город, а благодаря различным деталям напоминает настоящий старинный городок, сохранившийся в первоизданном виде. В данном случае архитекторам

и строителям удалось избежать частой проблемы, которую китайский исследователь Ван Гуанянь описывает как «игнорирование традиционной истории и культуры, региональных особенностей и национальных особенности; «преклонение перед иностранным» и слепой поиск нового» (Ван Гуанянь 2014, 135). Согласно типологии музеев под открытым небом, предложенной Руландом Паардекупером, г. Губэй наиболее близок к типу тематического парка — «коммерческому предприятию, стремящемуся создать атмосферу другого времени и места». По своей сути такие парки мало связаны с реальными археологическими находками, однако они позволяют посетителям одновременно ознакомиться с историческим контекстом и уделить время развлечениям (Paardekooper R. 2013, 60).

Важно подчеркнуть финансовую составляющую данного проекта. Согласно исследованию китайского экономиста Чжоу Хуна, инвестиции в строительство кластера поступают как от частных инвесторов и крупных компаний, так и от местного правительства, что позволяет Губэю наращивать свой потенциал в экономическом плане. Общий объем инвестиций в проект городка составил 4 млрд юаней. Что касается негосударственных вложений, в июле 2010 года корпорация CYTS учредила дочернюю компанию Beijing Gubei Water Town Tourism Co., Ltd. с уставным капиталом в 210 миллионов юаней, которая и стала ответственной за строительство Губэя. Что касается государственной поддержки, в рамках 12-й пятилетки Пекина развитие города Губэй в качестве ключевого туристического строительного про-

екта получило помощь со стороны местного правительства. В дополнение к субсидии на капитальное строительство в размере 41 млн юаней от правительства уезда Миюнь в 2012 году, компания также получила поддержку местного правительства в сферах дорожного транспорта, гидроэнергетики и отопления. (Чжоу Хун 2017, 44).

Несмотря на то, что Губэй столкнулся с глобальной проблемой в лице туристических ограничений из-за пандемии COVID-19, благодаря непрерывающейся деятельности, Губэй стал центром внимания основных СМИ и социальных платформ и завоевал множество наград, таких как «Образец корпоративной социальной ответственности Китая 2020 г.» и «Влияние бренда культурного туризма в Китае в 2020 г.» за выдающийся вклад в области социальной ответственности (CYTS и г. Губэй получили награду 2021). Также Губэй развивается и в онлайн-пространстве, расширяя сферы маркетингового сотрудничества в Интернете и организывает многочисленные онлайн-экскурсии и прямые эфиры.

Одним из значительных преимуществ Губэя по сравнению с другими «старинными городками» является значительная популярность в Интернете. Официальные аккаунты Губэя представлены на многих популярных китайских интернет-платформах, таких как Weibo (68 000 подписчиков), Douyin (12 900 подписчиков), WeChat и Xiaohongshu. Губэй стал популярным в Интернете также благодаря многочисленным публикациям туристов в соцсетях. Например, самые популярные видео о г. Губэй в приложении Douyin собрали 224 000 и 166 000 лайков соответственно, подобные

высокие показатели наблюдаются и в Weibo и Xiaohongshu. Таким образом, популярность г. Губэй в соцсетях основана на принципах «партизанского маркетинга», когда используют неожиданные и творческие тактики для достижения своей цели, т.е. информация воспринимается как некоммерческая (Dinh T.D., Mai K.N. 2015, 4-8).

Ранее были указывали причины популярности «старинных городков», в случае с г. Губэй достопримечательность совмещает все указанные факторы:

- удачное расположение природных и исторических достопримечательностей (близость к Великой Китайской стене и живописному озеру Юаньян).
- Превосходные условия для приема туристов.
- Современная инфраструктура для развития выставочного туризма. В настоящее время в водном городке построен мультифункциональный конференц-центр Губэй Чжигуан (Чжун Чэньсин, Ли Вэйху 2019, 56).

Авторами был проведен анализ 100 отзывов о посещении Губэя, выбранных случайным образом и оставленных на сайте www.dianping.com (“大众点评”), являющимся одним из самых крупных китайских агрегаторов отзывов. В ходе анализа в содержании каждого отзыва были подсчитаны упоминания о каждом положительном аспекте, упомянутом автором отзыва, по итогу была составлена таблица с ключевыми характеристиками туризма в Губэе и количеством их появления во всех отзывах.

Средняя оценка посетителей составляет 5.0 баллов из 5.0, что является одним из самых высоких результатов на платформе. Самое глубокое впечатление на посетителей произвели уникальная атмосфера старинного города и необычные пейзажи. В своих отзывах туристы восхищаются красотой ночного города и удивительными видами Великой Китайской стены. Также многие гости остались довольны местными блюдами и вечерними шоу. Посетители также оценили удобную транспортную систему, позволяющую меньше чем за два часа доехать до Губэя на поезде или собственном автомобиле. Отдельного упоминания также заслуживает то, что в отзывах многих туристов упоминалось словосочетание «посещение мест, популярных в интернете». Многие из достопримечательностей Губэя стали популярны именно благодаря трендам в китайском Интернете и постам блогеров в соцсетях. В то же время, лишь 1/5 гостей отметили спокойный отдых как один из плюсов Губэя. Большое количество отзывов в качестве негативной реакции содержат упоминание таких слов, как «толпы», «слишком много людей», «многолюдно».

Туристическая модель музея под открытым небом в России: кейс деревни Мандроги

По данным консалтинговой компании KPMG, пандемия COVID-19 и последовавшие за ней кризисные тенденции задали новые туристические тренды. Изменились и интересы российских туристов: 35% россиян склоняются в сторону путешествий по регионам, менее пострадавшим от пандемии, 27% чаще выбирают небольшие уединенные отели. А переориен-

тация на внутренний туризм среди туроператоров и самих туристов сопровождается разработкой новых предложений — маршрутов, комплексных авторских туров (Влияние пандемии COVID-19 2020). В связи с данными трендами и ограничениями на международный туризм, вызванными западными экономическими санкциями, набирают популярность и региональные этнографические музеи под открытым небом.

Тенденция создавать музеи, собирая в одном месте привезенные здания, продолжает существовать и сейчас. На данный момент в России находится около 20 подобных музеев, демонстрирующих быт и архитектуру местных народов, где строения и предметы быта и интерьера из разных селений группируются в отдельные усадьбы соответственно планировочным и бытовым традициям (Горошко Н. В., Шмакова Г. В. 2014, 284). В отличие от «старинных городков» Китая, строящихся с нуля, все ныне существующие российские музей-деревни имеют большую историческую ценность, а некоторые, как Кижи, даже входят в состав Всемирного наследия ЮНЕСКО. Таким образом, в музейной практике уже более ста лет происходят трансформации музейного пространства и социокультурных функций музея, где приходит эпоха интерактивности.

В настоящее время большинство из существующих музеев под открытым небом финансируются в основном из федерального бюджета. К примеру, музей-заповедник Кижи реализует концепцию развития на период 2017–2027 гг. стоимостью около 2,6 миллиарда рублей, большая часть из которых идет из федерального бюджета и собственной прибыли объекта,

в то время как близлежащая инфраструктура (кафе, заправочные станции, кемпинги и т. д.) развивается за счет частных инвестиционных проектов (Концепция развития музея-заповедника «Кижи» в 2017–2027 гг.).

Из всех существующих в России музеев под открытым небом и этнопарков особенно выделяется деревня Мандроги — открытый в 1998 г. туристический комплекс, расположенный на берегу реки Свирь в Ленинградской области, в 270 км от Санкт-Петербурга. Особенностью деревни является погружение в мир традиционного русского зодчества, быта и культуры, именно с этой целью на территории деревни располагаются как отреставрированные, перевезенные из других регионов строения, так и построенные с нуля терема, несколько музеев и традиционных мастерских. Основной особенностью деревни является полное погружение в жизнь традиционной русского села: туристы могут на день отказаться от мобильных телефонов и электричества, следуя дневному расписанию крестьян XIX в., также могут поучаствовать в разнообразных мастер-классах, начиная от стеклоделия и заканчивая плетением из бересты и кожи.

Для анализа причин популярности данной достопримечательности среди российских туристов был проведен анализ 100 отзывов о посещении Мандрог, выбранных случайным образом и оставленных на сайте www.tripadvisor.ru. В ходе анализа в содержании каждого отзыва были проанализированы характеристики Мандрог, упомянутые автором отзыва. Россияне чаще всего отмечали аутентичную атмосферу русской деревни, вкусные местные

блюда, красивые природные пейзажи и необычные мастер-классы. На сайте Tripadvisor многие отзывы содержат в себе негативное мнение. Из 100 рецензий в 57 содержалось недовольство завышенными ценами на сувенирную продукцию и продукты питания; многие из отзывов содержали в себе такие выражения, как «заоблачные цены», «слишком пафосный». Многие посетители также остались недовольны неудобным графиком работы магазинов и ремесленных лавок, несодержательными экскурсиями, плохим состоянием дороги на подъезде к деревне; часть гостей отметила, что деревня в основном ориентирована на иностранных туристов. Подобные объекты, как Мандроги, особенно интересны иностранцам, которые и составляли большую часть туристов до пандемии COVID-19.

Сравнительный анализ туристических проектов в Китае и России на примере г. Губэй и деревни Мандроги

Согласно классификации музеев под открытым небом, как и Губэй, Мандроги можно отнести к тематическим паркам (по Паардекуперу) или же к этнопаркам — музейным комплексам, моделирующим историческую среду за счет новоделов на историческом месте (Тихонов 2013, 17). В целом, концепция близка к модели Губэй, что позволяет нам сравнить два объекта и сделать вывод о том, насколько перспективным будет дальнейшее развитие подобных туристических объектов в РФ.

Финансирование

Финансирование Губэй в основном осуществляется посредством инвестиций частных компаний, однако местное правительство также является одним из стейкхолдеров. Деревня Мандроги же является полностью коммерческим проектом, не получающим поддержку от государства. Независимость от регионального бюджета позволяет комплексу самостоятельно развиваться, ориентируясь только на клиентов и их потребности. Однако из-за отсутствия поддержки со стороны местных властей на начальном этапе строительства музея было сложно договориться с дорожными службами о строительстве дороги до комплекса, так как подобный проект не мог быть реализован за счет ресурсов самих Мандрог. Строительство данного участка дороги явилось единственным видом помощи от региональной администрации, деньги на строительство дороги поступили из местного бюджета (Интервью с Гурьевой М.А. 2022).

Расположение

В отличие от Губэй, местоположение которого удобно для туристов, приезжающих как на поездах, так и на автомобилях, транспортная доступность деревни Мандроги значительно уступает китайскому «коллеге». До деревни не ходит общественный транспорт (можно заказать такси или трансфер от ближайших городов — Лодейного Поля или Свири), вблизи нет ж/д станций. Дорога от Санкт-Петербурга является относительно длинной — 260 километров по шоссе, а затем 9 километров по грунтовой дороге. До деревни также можно добраться на пароме и вертолете, однако первый вид

транспорта рассчитан на летние круизы, а второй доступен лишь ограниченному числу посетителей. Таким образом, удаленность деревни предполагает, что туристы будут готовы провести в деревне более трех-четырех дней с учетом долгой дороги до комплекса. В частности, данная особенность проявилась в первый год пандемии COVID-19, когда многие туристы, прибывающие в Мандроги, оставались там на несколько недель, избегая высокого уровня заражения вирусом в городах. Тем не менее, удаленность деревни от города в данном случае является и положительным фактором, так как многие туристы, приезжающие в Мандроги, больше всего ценят уединение и близость к природе (Интервью с Гурьевой М.А. 2022). Кроме того, данное место было выбрано неслучайно. Создатели комплекса хотели строить новую деревню именно там, где раньше уже исторически существовало поселение. После изучения различных архивов было решено остановиться на деревне Верхние Мандроги, о которой сохранилось большое количество информации, а близость к крупному населенному пункту (Лодейное Поле) подразумевала более удобную логистику по сравнению с другими деревнями.

Ценовая категория

Стоимость двухместного проживания в Мандрогах составляет от 4 900 руб. за ночь с включенным завтраком, в Губэе — от 4 617 руб. (540 юаней) с включенным завтраком (по данным официальных сайтов, учитывая курс

китайского юаня в рублях по ЦБ РФ¹). Все дополнительные развлечения в Губэе являются бесплатными, однако за вход на территорию необходимо заплатить 798 руб. с человека и еще 228 руб. за подъем на Великую Китайскую стену. В Мандрогах вход в деревню является свободным, но все развлечения (мастер-классы, экскурсии и т. д.) стоят от 1000 до 3000 руб. на человека. Согласно ценам на официальных сайтах и отзывам посетителей, в среднем в день и в Губэе, и в Мандрогах придется заплатить 3000 руб. в день за три приема пищи. Таким образом, посещение Мандрог обойдется одному туристу минимум в 10 000 руб. за сутки с проживанием, посещение Губэя — минимум 8 000 руб. за сутки с проживанием без учета трансфера.

В среднем, посещение Губэя обходится гостям дешевле, по сравнению с Мандрогами. Мнение о стоимости услуг в Мандрогах отражается и в отзывах посетителей. Так, на одном из самых крупных агрегаторов отзывов в России Tripadvisor большинство негативных отзывов описывают именно наличие завышенных цен на услуги. Однако необходимо отметить, что все товары и услуги, которые можно приобрести в Мандрогах, нельзя причислить к разряду «масс-маркета». Из-за того, что все сувениры, которые можно приобрести у мастеров, создаются вручную, цена на всю продукцию растет. Именно поэтому важно учитывать тот факт, что Мандроги, в отличие от Губэя, не рассчитаны на постоянный крупный поток туристов, требующий более масштабного производства.

¹ Данный курс (8,55 юаней за 1 рубль) актуален на 19.09.2022 по данным Центрального Банка РФ

Именно с этим и связаны различия в ценовых категориях двух комплексов.

Продвижение в социальных сетях

Помимо официального сайта www.mandrog.ru, официальные аккаунты Мандрог представлены в нескольких социальных сетях, в том числе в ВКонтакте (5000 подписчиков). Страница активно ведется SMM-менеджером и имеет большое количество активных пользователей. Что касается упоминаний в соцсетях, в сети ВКонтакте находится около 500 постов с более чем 100 лайками, посвященных отдыху в Мандрогах. Таким образом, метод «вирусного маркетинга» работает и в кейсе Мандрог. В сочетании с грамотным SMM, посты посетителей в социальных сетях получают значительный охват аудитории, что способствует продвижению туристического объекта в онлайн-пространстве. Данную информацию подтвердила и директор ремесленной слободы Мандрог, Гурьева Мария Александровна, работающая в комплексе уже более двадцати лет. По ее словам, на данный момент музей полностью отказался от рекламных кампаний, большинство гостей узнает о Мандрогах благодаря «вирусным» постам в социальных сетях или рассказам знакомых о поездке (Интервью с Гурьевой М.А. 2022).

Что привлекает туристов

В рамках анализа было установлено, что интересы китайских и российских посетителей практически полностью совпадают. Единственным значительным отличием от большинства отзывов о Губэе является то, что большое коли-

чество посетителей Мандрог рекомендуют посещение комплекса вместе с детьми, в то время как отдых в Губэе более предпочитают компании друзей или незамужние пары.

Заключение

Говоря о перспективах заимствования модели Губэя в рамках развития внутреннего туризма в РФ, можно утверждать, что адаптация китайского опыта возможна при следующих условиях:

- целесообразнее не создавать новые проекты по подобию Губэя, а расширять существующие туристические комплексы, которые уже имеют определенную степень известности и опыт работы в своей сфере. Точно так же, как Губэй сделал ставку на близость комплекса к Великой Китайской стене, развитие музеев под открытым небом в России может происходить вблизи крупных исторических памятников, имеющих отношение к этнографии и старинному зодчеству.
- в условиях ограниченного въездного туризма и западных экономических санкций, российским музеям под открытым небом важно использовать меры поддержки местных бизнесов. То, как Губэй популяризировал туризм внутри Пекина в рамках действия ограничений на выезд из столицы, можно осуществить и в России. Кроме того, важно использовать и инструменты, предлагаемые государством – например, программу туристического кэшбека, реализуемую Ростуризмом ежегодно с 2020 г. В 2021 г., по данным

Ростуризма, программой воспользовались более 1,6 млн россиян. Суммарно россияне приобрели туров и проживания в отелях с кэшбеком в 2021 году более чем на 34 млрд рублей, при этом в виде кэшбека туристам вернулось около 6,7 млрд рублей (Закрывается текущее окно 2021). Благодаря подобным проектам даже в сложные для туристического бизнеса времена можно увеличить туристический поток.

- сосредоточиться на «партизанском маркетинге», как Губэй. Создание необычных, ярких и запоминающихся инсталляций, которыми люди захотят делиться в социальных сетях, может стать одним из действенных методов рекламы.
- сотрудничество частных инвесторов и государства. Комбинация различных методов финансирования может способствовать диверсификации услуг и комплексному развитию объекта.
- русские туристы с большим удовольствием посещают достопримечательности, имеющие реальную историческую ценность, в то время как китайцы (и другие иностранцы) положительно относятся и к «новострою».

Подводя итоги статьи, можно сказать, что, адаптация опыта Губэя в России возможна не в качестве цельного, «слепого» копирования всей китайской модели, а в качестве заимствования отдельных элементов, которые можно с наибольшей вероятностью успеха применить в российских условиях. Наиболее важными критериями данной стратегии развития внутрен-

него туризма в РФ будут являться комбинированное финансирование, совершенствование существующих исторических комплексов в рамках новой стратегии, создание «вирусного» контента в рамках маркетинговой кампании и использование уникальных инструментов вовлечения и иммерсивности, доступных во время пандемии COVID-19. Интерес туристов к данному виду достопримечательностей растет с каждым годом в обоих государствах, что при должном внимании со стороны региональных властей и местной администрации может стать залогом дальнейшей успешной реализации подобной стратегии.

Список литературы

1. РЖД запускают 300 дополнительных рейсов на юг. *Национальный туристический портал Russia Travel*. <https://russia.travel/news/345710/> (дата обращения: 16.09.2022).
2. Извещение о проведении мероприятий по развитию малых городов с отраслевой специализацией Министерства жилищного строительства в городской и сельской местности КНР (住房和城乡建设部国家发展改革委财政部关于开展特色小镇培育工作的通知). *Энциклопедия Байду*, 2016. <https://clck.ru/gcYoR> (дата обращения: 08.12.2021). (на кит.яз.)
3. В АТОР подвели туристические итоги 2021 года. *Ассоциация Туроператоров*, 2021. <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/58171.html> (дата обращения: 17.09.2022)
4. Статистический ежегодник КНР 2021 (中国统计年鉴2021), 2021. www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2021/html/C16-03.jpg (дата обра-

- щения: 31.01.2022). (на кит.яз.)
5. Стародубцева Н. С. Туризм в Китае в 2017–2018 гг. *Вестник Амурского государственного университета*. Серия: Гуманитарные науки. 2019. №84.
 6. Анализ развития малых городов Китая с туристической специализацией (特色旅游古镇在我国的发展现状分析 // 园林景观规划设计研究中心)// Институт ландшафтно-го планирования и дизайна, 2020. <http://www.jkgsj.com/articles/tslygzzwgd.html> (дата обращения: 31.01.2022). (на кит.яз.)
 7. Почему путешествия в «старинные городки» становятся все более популярными? Гид называет три причины (去古镇旅游, 为何会越来越火爆? 导游给出三个原因). *Ctrip*, 2021. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1699387558420014916&wfr=spider&for=pc> (дата обращения: 31.01.2022). (на кит.яз.)
 8. Опубликован первый список интернет-трендовых мест в Пекине в 2020 году (2020首届北京网红打卡地推荐榜单发布). *Пекинское муниципальное бюро культуры и туризма*, 2020. http://whlyj.beijing.gov.cn/zwgk/xwzx/gzdt/202011/t20201118_2139675.html (дата обращения: 31.01.2022). (на кит.яз.)
 9. Ван Гуанянь. Исследование исторического и культурного наследия в строительстве «нововозведенной» сельской местности — на примере древнего города на озере Вэйшань (王光炎. «新建式» 新农村建设中的历史文化遗产研究——以微山湖古镇为例). *Сельская экономика и технологии* («农村经济与科技») 201. № 25 (01) (на кит.яз.)
 10. Paardekooper R. *The Value of an Archaeological Open-Air Museum is in its Use: Under-
standing Archaeological Open-Air Museums and their Visitors*. Sidestone Press, 2013.
 11. Чжоу Хун. Кейс о финансировании Губэя, водного городка с отраслевой специализацией. (周红. 说说古北水镇特色小镇融资案例). *Международное финансирование* (国际融资), 2017. № 9. (на кит.яз.)
 12. CYTS и г. Губэй получили награду «Влияние бренда культурного туризма в Китае в 2020 году» от Жэньминь жибао (中青旅、古北水镇喜获人民日报“2020年度中国文旅品牌影响力” 大奖). *CYTS*, 2021. <https://www.163.com/dy/article/G8FE6J0S0518SNI8.html> (дата обращения: 31.01.2022). (на кит.яз.)
 13. Dinh T.D., Mai K.N. "Guerrilla marketing's effects on Gen Y's word-of-mouth intention — a mediation of credibility". *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 2015, Vol. 28(1).
 14. Чжун Чэньсин, Ли Вэйху. Размышления о развитии выставочного туризма в г. Губэй (仲晨星,李卫红. 关于古北水镇发展会展旅游的思考). *Журнал Цицихарского педагогического колледжа* (齐齐哈尔师范高等专科学校学报), 2019. № 1. (на кит.яз.)
 15. Влияние пандемии COVID-19 на сферу туризма в РФ: текущая ситуация и перспективы восстановления. *КПМГ* (декабрь 2020 г.). <https://ru.investinrussia.com/data/files/sectors/ru-ru-tourism-in-russia-current.pdf> (дата обращения 26.03.2022).
 16. Горошко Н. В., Шмакова Г. В. Современные проблемы музеев под открытым небом и их роль в сохранении историко-культурного наследия (на примере существующих и перспективных музеев Ново-

сибирской области). *Баландинские чтения*. 2014. №2.

17. Концепция развития музея-заповедника «Кижы» в 2017–2027 гг. *Музей-заповедник «Кижы»*. <https://clck.ru/gcYqP> (дата обращения: 26.03.2022).
18. Тихонов В. В. Методические рекомендации по формированию и развитию этнографических музеев под открытым небом. Иркутск: Репроцентр А1, 2013
19. Гурьева М.А. Интервью в деревне Мандроги (Архив А. Дубинец). 2022.
20. Закрывается текущее окно продаж туров с кэшбеком. *Федеральное агентство по туризму*. 09.09.2021. <https://tourism.gov.ru/news/17737/> (дата обращения: 27.03.2022).

References

1. Russian Railways launch 300 additional flights to the south. *National travel portal Russia Travel*. <https://russia.travel/news/345710/> (accessed:09/16/2022). (in Russ.)
2. Ministry of Urban and Rural Housing Development Activities Notice of Industry Specialization of the Ministry of Urban and Rural Housing of the People's Republic of China. *Baidu Encyclopedia*, 2016. <https://clck.ru/gcYoR> (accessed:12/08/2021). (in Chin.)
3. ATOR summed up the tourist results of 2021. *Association of Tour Operators*, 2021 <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/58171.html> (accessed:17.09.2022) (in Russ.)
4. PRC Statistical Yearbook 2021, 2021. www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2021/html/C16-03.jpg. (in Chin.)
5. Starodubtseva N. S. Tourism in China in 2017–2018. *Bulletin of the Amur State University. Series: Humanities*. 2019. No. 84. (in Russ.)
6. Analysis of the development of small towns in China with a tourism specialization <http://www.jkgsj.com/articles/tslygzzwgd.html> (accessed 31.01.2022). (in Chin.)
7. Why is traveling to the "old towns" becoming more and more popular? The guide names three reasons. *Ctrip*, 2021. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1699387558420014916> (accessed: 31.01.2022). (in Chin.)
8. The first list of Internet trending places in Beijing in 2020. *Beijing Municipal Bureau of Culture and Tourism*, 2020. http://whlyj.beijing.gov.cn/zwggk/xwzx/gzdt/202011/t20201118_2139675.html (accessed 01/31/2022). (in Chin.)
9. Wang Guangyan. The study of historical and cultural heritage in the construction of the "newly built" countryside - on the example of the ancient city on Lake Weishan. *Rural Economy and Technology*, 2014 (in Chin.)
10. Paardekooper R. The Value of an Archaeological Open-Air Museum is in its Use: Understanding Archaeological Open-Air Museums and their Visitors. *Sidestone Press*, 2013.
11. Zhou Hong. Case on financing Gubei, a water town with industry specialization). *International financing*, 2017. № 9 (in Chin.)
12. CYTS and Gubei City Receive 2020 China Cultural Tourism Brand Impact Award from People's Daily. *CYTS* (April 25, 2021)). <https://www.163.com/dy/article/G8FE6J0S0518SNI8.html> (accessed 01/31/2022). (in Chin.)

13. Dinh T.D., Mai K.N. "Guerrilla marketing's effects on Gen Y's word-of-mouth intention – a mediation of credibility". *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. 2015. Vol. 28(1).
14. Zhong Chenxing, Li Weihu. Reflections on the development of exhibition tourism in Gubei). *Qiqihar Teachers College Newspaper*, 2019. (in Chin.)
15. Impact of the COVID-19 pandemic on tourism in the Russian Federation: current situation and recovery prospects. *KPMG* (December 2020). <https://ru.investinrussia.com/data/files/sectors/ru-ru-tourism-in-russia-current.pdf> (accessed 26.03.2022).
16. Goroshko N. V., Shmakova G. V. Modern problems of open-air museums and their role in the preservation of historical and cultural heritage (on the example of existing and prospective museums in the Novosibirsk region). *Balandinsky Readings*. 2014. No. 2. (in Rus.)
17. Concept for the development of the Kizhi Museum-Reserve in 2017–2027. *Museum-reserve "Kizhi"*. <https://clck.ru/gcYqP> (accessed: 26.03.2022). (in Rus.)
18. Tikhonov V.V. *Guidelines for the formation and development of open-air ethnographic museums*. Irkutsk: Reprocentre A1, 2013 (in Rus.)
19. Guryeva M.A. Interview in village Mandrogi (Archive of A. Dubinets). 2022. (in Russ.)
20. The current window for sales of tours with cashback is closing. *Federal Agency for Tourism*. 09.09.2021. <https://tourism.gov.ru/news/17737/> (accessed:03/27/2022). (in Rus.)

Сведения об авторах

Веселова Людмила Сергеевна,

к.и.н., доцент

НИУ «Высшая школа Экономики», Санкт-Петербург, Россия

Адрес: наб. канала Грибоедова, 123, лит. А, Санкт-Петербург, 190068

lveselova@hse.ru

Дубинец Анна Сергеевна,

Студентка 5 курса ОП «Востоковедение»

НИУ «Высшая школа Экономики», Санкт-Петербург, Россия

Адрес: наб. канала Грибоедова, 123, лит. А, Санкт-Петербург, 190068

asdubinets@edu.hse.ru

Information about the authors

Liudmila S. Veselova

Candidate of Historical Sciences, Associate Professor

HSE University, St. Petersburg, Russia

lveselova@hse.ru

Anna S. Dubinets

BA student

HSE University, St. Petersburg, Russia

asdubinets@edu.hse.ru

Информация о статье

Поступила в редакцию: 25.01.2023

Одобрена после рецензирования: 10.02.2023

Принята к публикации: 15.03.2023

Information about the article

The article was submitted: 25.01.2023

Approved after reviewing: 10.01.2023

Accepted for publication: 15.03.2023