

ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт наук о Земле

Кафедра: Страноведение и международный туризм



Ван Сяогуан

Выпускная квалификационная работа

Развитие музейного туризма в провинции Хэнань

Основная образовательная программа бакалавриата по направлению

43.03.02 «Туризм»

Научный руководитель:  
кандидат филологических  
наук, доцент кафедры  
страноведения и  
международного туризма  
Галина Николаевна Шастина

Рецензент:  
Воробьева Арина  
Юрьевна

Санкт-Петербург

2023

## Оглавление

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	- 4 -
<b>ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ РАССМОТРЕНИЕ МУЗЕЙНОГО ТУРИЗМА</b> .....	- 8 -
<b>1.1 ОПРЕДЕЛЕНИЕ И СФЕРА ИССЛЕДОВАНИЯ МУЗЕЕВ</b> .....	- 8 -
<b>1.2 ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ МУЗЕЙНОГО ТУРИЗМА В КИТАЕ</b> .....	- 14 -
<b>1.3 СОЧЕТАНИЕ КООРДИНАЦИИ МЕЖДУ ОХРАНОЙ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ И РАЗВИТИЕМ МУЗЕЙНОГО ТУРИЗМА В КИТАЕ</b> .....	- 27 -
<b>ГЛАВА 2. МУЗЕЙНЫЙ ТУРИЗМ В ПРОВИНЦИИ ХЭНАНЬ</b> .....	- 34 -
<b>2.1 ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И ТРУДНОСТИ МУЗЕЙНОЙ ИНДУСТРИИ В ПРОВИНЦИИ ХЭНАНЬ</b> .....	- 34 -
<b>2.2 АНАЛИЗ КОММУНИКАЦИОННЫХ И МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ ПОВЫШЕНИЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ МУЗЕЕВ В ПРОВИНЦИИ ХЭНАНЬ</b> .....	- 37 -
<b>2.3 МЕРЫ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ КОММУНИКАЦИОННЫХ И МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ В КОНТЕКСТЕ МУЗЕЙНОЙ ИНДУСТРИИ В</b> .....	- 41 -
<b>ПРОВИНЦИИ ХЭНАНЬ</b> .....	- 41 -
<b>ГЛАВА 3. РАЗРАБОТКА ТУРА</b> .....	- 45 -
<b>3.1 РАЗРАБОТКА ТУРА</b> .....	- 45 -
<b>3.2 КАЛЬКУЛЯЦИЯ ТУРА</b> .....	- 49 -
<b>3.3 ВЫВОДЫ ПО ТУРУ</b> .....	- 54 -
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b> .....	- 56 -
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ</b> .....	- 57 -
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ</b> .....	- 59 -

## **Аннотация**

В данной выпускной квалификационной работе изучается и анализируется музейный туризм в провинции Хэнань.

Сначала дается общий обзор китайских музеев, затем анализируется и исследуется музейный туризм в провинции Хэнань, описываются текущие недостатки в развитии и предлагаются пути решения этих проблем.

Структура работы включает введение, 3 главы, выводы, список использованной литературы и приложение. Результатом исследования является разработка продуктов музейного туризма для студентов и интеллектуальной аудитории на основе текущих тенденций рыночного спроса.

Ключевые слова: Провинция Хэнань, Музей, Музейный туризм

## **Abstract**

This final thesis examines and analyzes museum tourism in Henan Province.

First a general overview of Chinese museums is given, then museum tourism in Henan Province is analyzed and researched, current shortcomings in development are described and ways to solve these problems are suggested.

The structure of the article includes an introduction, 3 chapters, conclusions, a list of references and an appendix. The result of the study is the development of museum tourism products for students and intellectual audience based on the current trends of market demand.

Keywords: Henan Province, Museum, Museum Tourism

## **Введение**

### **Развитие музейного туризма в провинции Хэнань**

#### **Введение**

За последние 20 лет в Китае было построено большое количество различных музеев, которые привлекают тысячи посетителей со всего мира. Причиной этому является тот факт, что Китай известен своей многовековой культурой, традициями и историей, к которой можно прикоснуться при посещении музея. При этом необходимо понимать, что музей представляет собой некоммерческую, постоянно действующую организацию, которая служит обществу и его развитию благодаря распространению исторических, художественных, инновационных, технологических и иных видов экспонатов и коллекций. Другими словами, музеи являются культурными учреждениями, цель которых заключается в развлечении и образовании публики.

Благодаря строительству большого количества музеев и реконструкции старых стремительно развивается и музейный туризм, который позитивно влияет не только на экономический рост данной отрасли, но и на процессы межкультурной коммуникации. Особое внимание в рамках настоящего исследования заслуживает провинция Хэнань, которая расположена на востоке Китая. Ее можно охарактеризовать как колыбельную китайской культуры ввиду того, что на территории провинции расположены важные для страны памятники археологии, равно как и древние поселения, такие как Дахэ, Пэйлиган и Яншао. При этом необходимо отметить, что в Хэнане также находятся три из семи столиц Древнего Китая (Аньян, Лоян и Кайфэн), три важных культурно-исторических города (Чжэнчжоу, Наньян и Шанцю), пещерные

храмы «Драконьи ворота», пещера Трех Баньянов, а также буддийский храм Белой Лошади. Из этого можно сделать вывод, что Хэнань имеет важное значение как для Китая с точки зрения сохранения культурных традиций, так и их передачи будущим поколениям посредством развития музейного туризма.

Музеи, как «витрина» местной истории и культуры, могут внести большой вклад в общество и местную экономику, включая музейный туризм. Такие социальные изменения, как глобализация и развитие межкультурных коммуникаций трансформировали функции, работу и управление современными музеями, что стало сегодня одной из основных проблем музеологических исследований. В связи с этим в настоящей работе необходимо рассмотреть развитие музейного туризма в провинции Хэнань в связи с ее важным значением для государства.

**Степень изученности темы.** В настоящее время большое внимание уделяется музейной сфере Китая, в связи с чем расширяется спектр исследований.

**Цель** настоящего исследования – анализ развития музейного туризма в провинции Хэнань.

В соответствии с поставленной целью были сформированы следующие **задачи**:

1. Дать общую характеристику истории развития музейного туризма в Китае;
2. Определить степень координации между охраной культурного наследия и развитием музейного туризма в Китае
3. Рассмотреть такое явление, как музейный бум Китая с точки зрения государственного и общественного аспекта;

4. Определить текущее состояние и трудности музейной индустрии в провинции Хэнань;
5. Провести анализ коммуникационных и маркетинговых стратегий повышения привлекательности музеев в провинции Хэнань;
6. Предложить меры по совершенствованию коммуникационных и маркетинговых стратегий в контексте музейной индустрии в провинции Хэнань.

**Объект** настоящего исследования – музейный туризм как разновидность туризма, особенность которого состоит в использовании туристского потенциала музейных учреждений, равно как и прилегающих к ним территорий.

**Предмет** настоящего исследования – состояние и развитие музейного туризма в провинции Хэнань.

**Методы исследования.** Среди методов, которые использовались в настоящем исследовании, необходимо отметить следующие: анализ, синтез, статистический метод, метод маркетинга и т. д.

**Научная новизна** настоящего исследования заключается в том, что в нем представлен комплексный анализ музейной сферы провинции Хэнань, а также ее важности в области музейного туризма. При этом необходимо отметить, что в настоящее время в русскоязычных научных кругах отсутствует исследование музейного туризма в данной области, в связи с чем настоящая работа призвана закрыть данный пробел в изучении провинции Хэнань.

**Теоретическая значимость** настоящего исследования заключается в том, что ее результаты могут стать основой для будущ

их исследований музейного туризма не только провинции Хэнань, но и Китая в целом. При этом в работе также развивается теоретическое обоснование коммуникационных и маркетинговых стратегий повышения привлекательности музеев в провинции Хэнань с целью формирования мер по их совершенствованию.

**Практическая значимость** настоящего исследования заключается в том, что его результаты могут быть использованы в качестве учебных, дидактических и лекционных материалов. При этом сформированные меры по совершенствованию коммуникационных и маркетинговых стратегий в контексте музейной индустрии в провинции Хэнань могут использоваться китайскими музейными деятелями для повышения уровня музейного туризма в провинции.

**Структура исследования.** Настоящая работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка используемой литературы.

# ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ РАССМОТРЕНИЕ МУЗЕЙНОГО ТУРИЗМА

## 1.1 Определение и сфера исследования музеев

Самые ранние музеи в истории человечества датируются III веком до н.э., когда в египетской Александрийской академии был построен Храм муз, также известный как Александрийский музей.

В средние века христианские монастыри в Европе стали местами, где хранились произведения изобразительного искусства. В XVI веке развитие мореплавания в Европе привело к буму частного коллекционирования, а движение Ренессанса дало толчок к изучению древностей. Это привело к новому измерению в области музеологии, появлению таксономии и методов консервации. Рост числа и масштабов коллекций послужил интеллектуальной предпосылкой для создания современного музея. Коллекционирование распространилось от королевского и церковного сословий к горожанам, и появилось большое количество частных коллекционеров. Эти частные коллекционеры заложили основы коллекций крупнейших европейских музеев.

Принято считать, что слово "музей" происходит от греческого слова, означающего место для муз и для исследований, и это первоначальное значение слова. В 17 и 18 веках, когда частные коллекции были популярны среди европейских королевских особ, комнаты, в которых выставлялись художественные сокровища, назывались выставочными залами, что и послужило прообразом современных музеев. В 1683 году был основан Ашмолеанский музей при Оксфордском университете в Англии, один из пе



рвых публичных музеев в мире, и с тех пор “museum” стал общим названием для музеев.[1]

В XVIII веке английский врач Ганс Слоан был коллекционером с широким кругом интересов. Он решил передать свою коллекцию из почти 80 000 предметов в дар британской короне, чтобы его собрание всегда “сохранялось в полном объеме и не рассеивалось”. В 1753 году был основан Британский музей, ставший первым крупным музеем в мире, открытым для публики. К 19 веку Британский музей стал самым крупным музеем в мире того времени. [2]

В 1946 году в Париже, Франция, была основана Международная ассоциация музеев (ИКОМ), а в 1974 году она определила музеи таким образом, что общественное благо стало их главной обязанностью. С 1977 года ИКОМ ежегодно 18 мая отмечает Международный день музеев, причем каждый год его тема меняется.

В Древней Греции существовало другое учреждение, более близкое к современному музею, которое было посвящено сохранению сокровищ, коллекции гравюр, драгоценностей, королевских знамен и скипетров и других драгоценных украшений. Такие хранилища встречались и в других европейских странах. В эпоху Возрождения, по мере расширения коллекций, некоторые из первоначальных хранилищ постепенно приобрели латинский термин museum, а в Мюнхене, Германия, долгое время одновременно существовали два музея с разными названиями. По мере того, как менялись времена и развивались образовательные потребности общества, музеи переименовывались и расширялись, заменяя первоначальные хранилища и становясь популярными музеями, от

крытыми для широкой публики, каковыми они являются сегодня.

На своем долгом пути адаптации к развитию общества музей сформировал многофункциональный культурный комплекс. По мере развития общества функции музеев продолжали меняться.

Функции музеев постоянно развиваются. Постоянно появляются новые функции, новые формы, новые подходы и новые объекты. В результате международно принятое определение музея постоянно пересматривается.

Музей —Музей - это некоммерческое, постоянно действующее учреждение на службе общества, которое исследует, собирает, хранит, интерпретирует и выставляет материальное и нематериальное наследие. Открытые для публики, доступные и инклюзивные, музеи способствуют разнообразию и устойчивости. Они работают и общаются этично, профессионально и при участии сообществ, предлагая разнообразный опыт для образования, наслаждения, размышления и обмена знаниями.[3]

Определение музея является развивающимся. С точки зрения науки, вопрос "что такое музей" является одним из основных в музейных логических исследованиях. Музейная концепция касается не только теории музеев, но и влияет на конкретную работу музеев.

На практическом уровне определение музея сдерживает и направляет все аспекты работы музея: где он финансируется, каковы его цели, каковы его институциональные атрибуты, каковы его функции и для чего он работает. Поэтому без определения музея музейные учреждения могут бороться с приливом будущего общественного развития и даже пострадать от потери инстит

уциональной независимости, размывания границ, разрушения своего ядра и постепенного растворения в других культурных учреждениях.[4]

В Советской энциклопедии 1974 года утверждалось, что "музеология - это наука о возникновении музея, изучение его социальных функций, теоретических и методологических проблем музейного дела". Это определение, основанное на диалектическом материализме, оказало длительное влияние на китайскую музеологию. [6][6]

Самые ранние определения музееведения фокусировались на "научной дисциплине музейного строительства", а в 1960-х годах Международный совет музеев определил музееведение как "область изучения назначения и функционирования музеев".

С 1980-х годов, под влиянием перспективы Новой музеологии, определение музеологии постепенно эволюционировало в сторону рефлексивной перспективы социальных функций и отношений музеев, построения целостного подхода к музейным выставкам и экспонатам, деконструкции эпистемологии музейных выставок и знаний для прояснения процессов построения знаний, а также проявления идентичности местного сообщества.[13][14]

Согласно ежегодной статистике Американской ассоциации музеев, существует несколько типов музеев: аквариумы, центры природы, молодежные музеи, зоопарки, ботанические сады, специализированные музеи (например, железнодорожные, музыкальные, авиационные и т.д.), музеи науки и техники (включая залы астрологии), исторических зданий или мест, общие типы (многопрофильные, междисциплинарные) музеи естественной истории и ан

тропологии, исторические музеи, художественные музеи. Существует несколько типов музеев.

В отличие от них, статья 1, пункт В определения музея И КОМ гласит: "К другим учреждениям, цели которых также соответствуют определению музея, относятся

- природные, археологические или этнологические памятники и места, исторические памятники или места
- учреждения, обладающие видовыми экспонатами
- научные центры и астрологические залы
- некоммерческие галереи, учреждения по сохранению или производственные центры, работающие на постоянной основе библиотеки или архивы
- природные заповедники
- международные, национальные или региональные музейные организации, которые управляют или несут ответственность за различные учреждения, перечисленные в данном определении
- учреждения, занимающиеся сохранением, исследованиями, образованием, обучением, документацией и другой работой, связанной с музеями и музееведением
- культурные центры и другие организации, занимающиеся сохранением, устойчивым поддержанием и управлением материальным и нематериальным культурным наследием
- другие сектора, связанные с музеями или музееведением".

Музейный туризм это форма туристической деятельности, которая использует музеи в качестве транспортного средства; музеи - это постоянные учреждения, которые служат развитию общества, открыты для публики и не являются коммерческими. Муз

ейный туризм это развивающаяся форма туризма, которая постепенно возникла в стране и за рубежом в последние десятилетия.

В контексте интеграции культурного туризма, "музей + туризм", как новый способ трансграничной интеграции эмпирического культурного образования и туризма, является новым голубым океаном для рынка культурного туризма.

С точки зрения комплексного развития, "музей + туризм" основан на музейных объектах и музейном контенте в качестве основы и носителя, с культурой в качестве ядра, органичным сочетанием культурной деятельности и осмотра достопримечательностей, так что обычный туризм и осмотр достопримечательностей превращаются в высококачественный культурный опыт.

Будущее развитие "музей + туризм" должно руководствоваться потребностями общественности, и должно не только сосредоточиться на основных ресурсах, таких как превосходные экспонаты и специальные выставки, но и продолжить оптимизацию планировки, усилить управление и активизировать строительство туристических услуг и объектов. Музеи будут играть большую роль в распространении культурных знаний, повышении туристического опыта и процветании рынка культуры и туризма.

Благодаря этому туристическая деятельность поднимется от общего осмотра достопримечательностей до досуга с высоким культурным содержанием. В Китае насчитывается более 2 000 музеев, которые являются сосредоточием нашей истории и культуры и стали высококлассными туристическими ресурсами, привлекающими туристов, особенно разнородных культурных туристов. Особенно в последние годы быстро развиваются геологические

музеи, создавая условия для ознакомления населения с геологией.

## **1.2 История развития музейного туризма в Китае**

История музеев в Китае тесно связана с распространением и развитием китайского общества и культурного образования. Во времена династии Цинь китайские королевские семьи, храмы и сокровищницы начали собирать сокровища, артефакты и другие артефакты. После династий Цинь и Хань в собирании культурных реликвий доминировала императорская семья. [15]Начиная с династий Сун и Мин, помимо императорской семьи, стали процветать частные коллекции, в основном чиновников, а после середины XIX века на смену феодальным династиям и частному владению культурными реликвиями чиновниками пришли музеи в современном понимании. Однако, поскольку китайское общество тогда было полуколониальным и полуфеодальным, музеи не развивались в полную силу. [14] [15]Только в 1949 году, после основания Китайской Народной Республики, музеи постепенно начали развиваться.

Китайские музеи сформировались благодаря любви китайского народа к собиранию культурных реликвий. Примерно в 21 веке до н.э., после вступления Китая в рабовладельческое общество, постепенно начали создаваться коллекции культурных реликвий. Династия Шан собрала коллекцию костей оракулов, использовавшихся для гадания, а династия Чжоу увлекалась коллекционированием ценных и драгоценных сокровищ и создала специальное учреждение по сбору сокровищ. Эти культурные реликвии и сокровища были зарегистрированы, а в родовых храмах и гос

ударственных казначействах также хранились коллекции культурных реликвий и сокровищ. Начиная с династий Цинь и Хань и до династии Цин, императорская семья каждой династии имела большую коллекцию культурных ценностей, которая была зарегистрирована и получила правовую защиту. Любой, кто не имел разрешения войти во дворцы, храмы и мавзолеи, где хранились сокровища, подвергался суровому наказанию.

К коллекции реликвий часто прилагалась библиотека книг, например, "Тяньлу", "Шицю" и "Ланьтай" династии Хань, которые хорошо известны как библиотеки реликвий. Помимо книг, там были и такие сокровища, как древние картины, бумага, чернила, перо и чернильный камень.

Например, в конце Северной и Южной династий, после битвы Суй против Чэнь, было получено более 800 томов картин и каллиграфии, и была создана сокровищница для сбора этих знаменитых книг и картин соответственно. В 1090 году Сун Чжэцун создал в Чанъани "лес стел" для хранения памятников и камней династий Хань и Вэй, а в годы Сюаньхэ династии Сун (1119-1125 гг.) дворцовая коллекция быстро выросла до более чем десяти тысяч экспонатов.

Частные коллекции были задокументированы со времен династии Хань, основную часть которых составляли бюрократы и ученые. Их коллекции были частными, не открытыми для публики и предназначались только для личного просмотра. Во времена

Южной династии сокровища императорских родственников были настолько многочисленны, что некоторые специально строили дома для своих коллекций. В конце правления династии Северная Сун Чжао Минчэн искал сокровища в течение 20 лет, и его

коллекция знаменитых колоколов и треножников, каменных топ иариев, французских книг, известных картин, книг и канонических текстов заполнила более десятка домов. Во времена династии Цин частное коллекционирование культурных реликвий достигло новой точки развития, появилось большое количество коллекционеров и ценителей культурных реликвий.[15]

Наследие древнекитайской материальной и духовной культуры свидетельствует о мудрости и творчестве древнего народа. Сбор и сохранение культурных реликвий подготовили богатую материальную базу для развития музеев. Но в древности основное внимание уделялось сбору культурных реликвий и недостаточно - естественнонаучным объектам. Кроме того, реликвии долгое время хранились в частном порядке и не использовались в интересах общества, что препятствовало созданию общественных музеев.

Развитие современных китайских музеев произошло после Опиумной войны в 1840 году, когда зарождающаяся буржуазия восприняла влияние западной культуры и выступала за развитие западного капиталистического культурного образования.

В ранний современный период существовало два типа музейной атмосферы: один был создан иностранцами в Китае, а другой - самими китайцами.

Большинство ранних музеев, созданных иностранцами в Китае, спонсировались церковью, в основном в прибрежных городах Китая, и были в основном музеями естественной истории, но в 1868 году французский иезуит П. Эудес (Хань Дэ, также известный как Хань Болу) основал музей Сюйцзяхуэй в Шанхае, коллекция которого состояла в основном из образцов флоры и фа



уны из среднего и нижнего течения реки Янцзы в Китае. В 1874 году британцы основали в Шанхае Музей Азиатского культурного общества (также известный как Шанхайский музей естественной истории), основанный Северокитайским отделением Королевского Азиатского культурного общества, коллекция которого состояла в основном из китайских предметов, а также предметов из Юго-Восточной Азии.

В 1904 году Британская церковь в Лондоне основала Северокитайский музей в Тяньцзине, при Новой школе, с основной коллекцией геологических и минеральных образцов. В том же году У.Дж. Сазерленд (китайское имя: 怀恩光), британский священнослужитель-баптист, основал Цзинаньский институт Гуанчжи, коллекции которого включали 13 категорий флоры и фауны, минералов, физиологии, природы, сельского хозяйства и древностей, выставив десятки тысяч физических образцов и осуществляя миссионерскую деятельность посредством выставок. Основные из них: Музей северной границы в Тяньцзине (Франция, 1913), Мемориальный музей при Бюро колониальных дел Министерства гражданских дел Тайваня в Тайбэе (Япония, 1915), Маньчжурский музей при Квантунском губернаторском управлении в Лушуне (Япония, 1916) и Музей Западно-Китайского союзного университета в Чэнду (США, 1919).

Впервые музеи были созданы в 1876 году в зале Тунвэнь в Пекине, а затем в 1877 году в Академии Гэчжи в Шанхае, где были представлены разнообразные образцы или модели научных инструментов, промышленного оборудования, биологических образцов, рисунков и фотографий, водного и наземного транспор

та, астрономии и географии, оружия и боеприпасов, а также костюмов, подаренных Британским музеем науки и Бельгией.

В начале 20-го века правительство династии Цин ввело "Новый курс". Правительство династии Цин осуществило "Новый курс", отменив императорские экзамены, создав школы и отправив студентов учиться за границу, что создало социальную среду для строительства музеев. Не только местные жители проявляли инициативу по созданию музеев, но и местные чиновники в провинциях Цзянсу, Шаньдун, Шэньси, Хунань и Гуандун также ходатайствовали о создании музеев.

В 1905 году Чжан Цзянь, ученый конца династии Цин, построил общественный ботанический сад для нормальной школы Тунчжоу. В том же году на базе ботанического сада был создан Наньтунский музей, премьером которого стал Чжан Цзянь. Наньтунский музей[7] является самым ранним и наиболее характерным музеем современного значения, управляемым китайцами. Его здание спроектировано в соответствии с функциональными требованиями музея и подходит для сбора и демонстрации коллекций, которые делятся на три части: природную, историческую и художественную, и является комплексным музеем, объединяющим природу, историю и искусство. Он имеет относительно полный набор правил и положений, отражающих научный характер западных музеев, но также соответствующих специфическим условиям Китая.

После Синьхайской революции 1911 года китайское общество претерпело новые изменения, развивалась буржуазная культура и образование. Музеи в Китае также приобрели новые характеристики:

1)Музеи были включены в государственную социальную и образовательную систему, была создана система государственного управления музеями;

2)Были созданы национальные музеи, а феодальные дворцы и императорские коллекции были открыты для публики;

3)Были приняты указы и правила для музеев наследия, и стандарт музейных коллекций и экспозиций был значительно улучшен;

4)Повысилось профессиональное сознание, были созданы национальные музейные группы, и была усилена музейная наука;

5)Значительно увеличилось количество музеев. Количество музеев значительно увеличилось, а их типы имели тенденцию к разнообразию.

В январе 1912 года было создано Временное правительство Нанкина. Цай Юаньпэй создал отдельный раздел в социальном образовании, посвященный музеям, библиотекам, картинным галереям, флоре и фауне и сбору культурных реликвий. Центральное министерство образования сначала решило создать исторический музей в Пекине, а 9 июля 1912 года открыло подготовительный офис на бывшем месте Национальной академии, чтобы получить артефакты Императорской академии, такие как артефакты, для первоначальной коллекции. Лу Сюнь лично спланировал подготовительные работы и подарил музею свои собственные сокровенные древности, что стало первым национальным музеем, созданным в современном Китае.

В 1915 году расцвело новое культурное движение, в сердцах людей укоренилась концепция демократии и науки, что спосо

бствовало дальнейшему развитию музеев. Количество образовательных и научных музеев значительно увеличилось. В этот период также значительно улучшился стандарт музеев. Например, Министерство внутренних дел в 1914 году разработало правила демонстрации древностей 17 и "правила", в которых четко и подробно были прописаны организационная структура музея, разделение труда персонала, процедуры демонстрации и хранения наследия, чтобы усилить степень стандартизации музейной работы. В то же время технический уровень музеев также быстро повышался, например, модель различных мостов и водопропускных труб, сделанная музеем Пекинского института управления железными дорогами, получила медаль Гран-при Панамской всемирной выставки, а Национальный исторический музей получил сертификат специального приза Филадельфийской выставки, что способствовало дальнейшему открытию Королевского дворца.

Согласно Первому китайскому учебному ежегоднику, к 1920 году в стране было уже 27 музеев. В 1935 году была основана Китайская музейная ассоциация, целью которой было "изучение музейной науки, развитие музейного дела и поиск взаимопомощи для музеев"

В десятилетие между 1927 и 1937 годами в различных местах был создан ряд провинциальных и муниципальных музеев, основными из которых были: Музей провинции Хэнань, который был создан в 1927 году (и стал Национальным музеем в следующем году) и собрал широкий спектр исторических и фольклорных реликвий и различных природных образцов, открыв последовательно залы для демонстрации найденных артефактов из Аньян Иньсю, найденных бронзовых изделий династии Чжоу из С

иньчжэна, древностей Лояна, костюмов и фольклора, образцов флоры и фауны.

В 1928 году был создан Ланьчжоуский муниципальный музей, который стал первым музеем на северо-западе Китая; в том же году был создан Нанкинский муниципальный исторический музей, а в конце года он объединился с библиотекой и стадионом, образовав Нанкинское муниципальное управление Первой парковой библиотеки и музея-гимназии; в феврале 1929 года был создан Гуанчжоуский муниципальный музей, разделенный на четыре отдела: древностей, мемориалов, фольклора и природы; в октябре того же года был создан Музей ущелья в Бэйбэй, Сычуань. В октябре того же года был создан Музей ущелья; в ноябре на базе экспозиции Западного озера в Ханчжоу был подготовлен Музей Западного озера провинции Чжэцзян. Позже также были созданы Музей Западно-Китайской академии наук, Тяньцзиньский художественный музей (1930) и Музей провинции Гуанси (1934). Первый камень в основание Муниципального Шанхайского музея был заложен в декабре 1934 года, строительство здания было завершено в 1935 году, а официальное открытие музея состоялось в январе 1937 года.

В 1936 году общее число музеев в стране достигло 77, что в 7,7 раза больше, чем в 1928 году, а в 1936 году насчитывался 231 музей, вместе с музеями и институтами по охране древностей, что в 13,6 раза больше, чем в 1928 году. В этот период активизировалась и предпринимательская деятельность музеев.

Основными проявлениями были:

1) К работе по сбору коллекций относились серьезно, и количество коллекций резко возросло, например, первоначальная ко

лекция Бэйпинского исторического музея составляла 57 127 предметов, а к 1932 году коллекция достигла 215 177 предметов;

2) Увеличилось количество выставок и были предприняты усилия для расширения числа посетителей, например, редкие и драгоценные экспонаты в Выставочном зале древностей Бэйпина менялись в любое время, а обычные экспонаты "менялись раз в десять месяцев или выбирались для замены соответственно в период снижения цен на праздники и памятные дни".

3) Укреплять связи с зарубежными музеями, участвовать в международных выставках, таких как Дворцовый музей в ноябре 1935 года, Выставочный дом древностей, музей Хэнань и другие учреждения культурных реликвий 1022 штук для участия в Лондонской международной выставке Китая;

4) Составление и публикация музейных журналов, таких как серия "Музей истории" (1926), "Дворцовый еженедельник" (1929), полумесячный "Первый музей Хэбэя", серия "Искусство" (1931), журнал музея провинции Чжэцзян "Западное озеро" (1933), журнал музея провинции Хэнань (1936). Кроме того, были опубликованы антологии по музеологическим исследованиям, такие как "Общая теория музеологии" под редакцией Чэнь Дуаньчжи.

В сентябре 1935 года в Пекине была создана Китайская музейная ассоциация, которая занималась изучением музейной науки, развитием музейного дела и содействием взаимопомощи между музеями, а также издавала журнал Китайской музейной ассоциации (издание выходило раз в два месяца). Еще одной особенностью музейного дела в этот период стало начало подготовки комплексного крупномасштабного национального музея.

Во время войны сопротивления против Японии и освободительной войны (1937-1949 гг.) музейное дело сильно пострадало из-за японской агрессии против Китая и гражданской войны, которую вело гоминьдановское правительство.

После падения Шанхайгуаня 31 января 1933 года Совет управляющих Национального дворца-музея решил перевезти некоторые культурные реликвии Запретного города в Шанхай партиями. Культурные реликвии Запретного города перевезли на юг, Национальный дворцовый музей во время Китайской Республики организовал инициативы по сохранению наследия. Во время войны против Японии, суть 13 427 ящиков культурных реликвий дворца был вынужден перевезти из Бэйпина, сначала в Нанкин, затем на юго-запад, разделен на Южный, Центральный и Северный, чтобы двигаться, охватывая 20 000 миль, 14 лет и 1 войну. После победы в войне против Японии в 1945 году музеи по всей стране один за другим возобновили свою деятельность. Во время Освободительной войны Коммунистическая партия Китая продолжала настаивать на использовании небольших выставок для просвещения жителей освобожденных районов и развития музейного дела в сложных условиях. В 1946 году во многих освобожденных районах, в том числе в приграничном районе Яньань, были созданы музеи народного образования, производства и текущих событий для демонстрации различных образцов, моделей, предметов и фотографий. 1 октября 1949 года, когда была создана Китайская Народная Республика, Коммунистическая партия Китая и Народное правительство придали большое значение развитию музейного дела. Народное правительство придали большое значение развитию музеев на службе народа и социализма, сд

елав их неотъемлемой частью социалистических научных и культурных начинаний.

Северо-восточный музей (ныне музей провинции Ляонин) стал первым музеем, созданным в Новом Китае. На конференции были предложены тройственная природа и две основные задачи музеев, а именно: тройственная природа музеев как научно-исследовательских учреждений, культурно-просветительских учреждений и крупных собраний материальных и духовных культурных реликвий или природных образцов, а также две основные задачи музеев - служить научным исследованиям и широкой общественности. [6]

27 октября 1951 года министр культуры Шэнь Яньбин издал заключение о политике, миссии, характере и направлении развития местных музеев, в котором четко говорилось, что "общая миссия музеев состоит в том, чтобы проводить революционно-патриотическое воспитание, заставлять народ правильно понимать историю и природу, любить родину, повышать его политическую сознательность и энтузиазм к производству через музеи". "Далее было подчеркнуто, что "музейное дело по-прежнему должно быть направлено на обновление существующих музеев, и только в некоторых районах, где условия благоприятны, могут быть построены новые музеи". В соответствии с этим духом обновление музеев проводилось планомерно и тщательно.[10][10]

В основном:

1)определение характера музея, четкая направленность музея;

2)обновление содержания экспозиций, удаление феодально-колониального мусора, лишённого исторической, научной и худо



жественной ценности, настаивание на свержении экспозиций, отражающих феодальную, скупочную и империалистическую идеологию, выдвижение идейного, научного и художественного качества экспозиций в качестве стандарта для измерения уровня качества, проведение новых экспозиций в соответствии с взглядами диалектического материализма и исторического материализма;

3) привести в порядок оригинальную коллекцию и создать научную систему хранения. К 1952 году реконструкция старых музеев была в основном завершена, и с этого момента музеи претерпели качественные изменения и начали вступать на социалистический путь.

1950-е годы стали периодом развития музеев в Китае. В этот период был создан ряд провинциальных географических музеев и ряд монументальных музеев, которые изначально заложили основу социалистического музейного дела.

В начале 1950-х годов государство приняло решение о создании бюро по подготовке революционных музеев и предложило, чтобы "крупные административные районы или провинции и муниципалитеты также готовились к созданию местных революционных музеев, когда для этого будут подходящие условия, или готовились к созданию выставочных залов для революционных реликвий в существующих музеях". С ростом числа музеев всех типов процветала и их коммерческая деятельность.

В конце 1950-х годов был создан ряд малых и средних музеев на региональном, уездном и муниципальном уровнях, а также специальные музеи со своими особенностями, такие как Сианьский музей Ханьпо, Цюаньчжоуский музей истории заморских перевозок, Наньянский музей ханьской живописи и Цзыгунский

музей истории соляной промышленности. Однако во время Культурной революции 1966 года развитие музеев в стране снова застопорилось. В 1971 году после пятилетнего закрытия был вновь открыт Национальный дворец-музей, а другие музеи постепенно открывались для посетителей. В этот период строительство музеев не прекращалось из-за различных движений.[17]

В августе 1977 года Государственное управление культурного наследия созвало Национальный симпозиум "Великое торжество культурной и музейной работы", подчеркнув важность восстановления и укрепления музеев и устранения беспорядка, вызванного "культурной революцией" в музейной работе. Культурная революция в музейной работе вызвала хаос. К 1978 году большинство музеев по всей стране завершили каталогизацию своих первоклассных коллекций, и были внесены первые улучшения в управление хранением коллекций.

В 1980 году Министерство образования одобрило создание специальности "музееведение" в Нанкайском университете. Это была первая специальность по музееведению, созданная в высшем учебном заведении после Культурной революции. В ноябре 1980 года была создана Китайская ассоциация естественных музеев, а в марте 1982 года было основано Китайское музейное общество. Это массовое академическое общество китайских музеев. Основными задачами Общества являются организация исследовательской и научной деятельности в области музееведения, улучшение деловых и академических стандартов музеев, проведение международных музейных академических обменов и расширение контактов с музейными работниками за рубежом.

После Третьего пленума Одиннадцатого Центрального комитета Коммунистической партии Китая (КПК) в 1978 году музеи Китая вступили в новый этап развития, стабильности, реформ и открытости, который соответствует национальным условиям и является прагматичным.[18]

### **1.3 Сочетание координации между охраной культурного наследия и развитием музейного туризма в Китае**

В 1990-х годах сохранение культурного наследия в Китае начало период быстрого развития. Быстрое развитие экономического строительства вызвало широкий интерес к сохранению наследия. Сохранение культурных реликвий, исторических городов и поселков, местной архитектуры стало общественным консенсусом. Для самого сообщества по сохранению наследия все еще остаются нерешенные фундаментальные вопросы. В последние годы охрана культурного наследия стала национальным приоритетом. Правительство приняло ряд законов и постановлений по охране культурного наследия, включая Закон об охране культурных реликвий[11] и Закон об охране нематериального культурного наследия[12] Эти законы направлены на защиту и сохранение культурных объектов и артефактов для будущих поколений. Между тем, туризм стал важной частью экономики Китая. Туризм стал третьей по величине отраслью в Китае, приносящей стране большие доходы. В результате правительство вкладывает значительные средства в туристическую инфраструктуру и достопримечательности.

Однако в Китае все еще существует множество проблем, связанных с сохранением культурного наследия и развитием музейного туризма. Одной из самых важных проблем является отсутствие координации между этими двумя областями. Сохранение культурного наследия часто рассматривается как отдельный вопрос от развития туризма, и эти два направления не всегда эффективно интегрируются. В результате часто возникают конфликты между сохранением культурного наследия и развитием туризма.

Важность интеграции координации между сохранением культурного наследия и развитием музейного туризма:

Интеграция координации между сохранением культурного наследия и развитием музейного туризма важна по ряду причин. Во-первых, это может способствовать устойчивому развитию туризма. Туризм может оказывать значительное воздействие на объекты культурного наследия и артефакты. При отсутствии надлежащего управления туризм может нанести ущерб объектам культурного наследия, что приведет к необратимым последствиям. Сочетание координации между сохранением культурного наследия и развитием музейного туризма позволяет обеспечить устойчивое управление туризмом и гарантирует, что объектам культурного наследия и артефактам не будет нанесен ущерб.

Во-вторых, сочетание и координация деятельности по сохранению культурного наследия и развитию музейного туризма может способствовать сохранению культурного наследия. Сохранение культурного наследия - это не только сохранение артефактов и объектов, но и содействие осознанию и оценке культурного наследия. Музейный туризм является прекрасным способом популяризации культурного наследия, предоставляя посетителям возм

ожность узнать и оценить его. Координация охраны культурного наследия с развитием музейного туризма может эффективно содействовать защите и сохранению культурного наследия.

В-третьих, координация деятельности по сохранению культурного наследия и развитию музейного туризма в совокупности может помочь улучшить впечатления посетителей. Посетители объектов культурного наследия и музеев хотят получить незабываемые впечатления. Благодаря скоординированному сочетанию мер по сохранению культурного наследия и развитию музейного туризма, посетители могут получить уникальный и аутентичный опыт, демонстрирующий культурное наследие региона.

Рекомендации по улучшению координации между сохранением культурного наследия и развитием музейного туризма:

Для улучшения координации между сохранением культурного наследия и развитием музейного туризма в Китае можно принять ряд мер:

Интеграция сохранения культурного наследия с планированием туризма:

Сохранение культурного наследия должно быть интегрировано с планированием туризма. Это поможет обеспечить, чтобы объекты культурного наследия и артефакты не оставались без внимания в процессе планирования. Интегрируя сохранение культурного наследия в планирование туризма, можно содействовать устойчивому развитию туризма, которое защищает объекты культурного наследия и артефакты.

Сотрудничество между специалистами по сохранению культурного наследия и туризму:

Специалисты по сохранению культурного наследия и профессионалы в области туризма должны работать в более тесном сотрудничестве, чтобы способствовать координации между этими двумя областями. Этого можно достичь путем обмена знаниями и опытом, сотрудничества в рамках проектов и инициатив, а также совместной работы по продвижению устойчивого развития туризма.

#### Образование и обучение:

Для улучшения координации между сохранением культурного наследия и развитием музейного туризма необходимы образование и обучение. Эксперты по сохранению культурного наследия и профессионалы в области туризма должны пройти обучение.

Проблемы и возможности скоординированной интеграции со хранения культурного наследия и развития музейного туризма Китая исторически богат культурным наследием, насчитывающим тысячи лет. Это наследие включает в себя огромное количество исторических объектов, артефактов и традиций, которыми дорожит китайский народ и весь мир в целом. Поэтому крайне важно защищать и сохранять культурное наследие Китая.

В то же время туризм становится все более важным сектором экономики Китая. Каждый год миллионы людей со всего мира посещают Китай, чтобы познакомиться с его культурой и наследием. Музеи играют важную роль в сохранении и популяризации культурного наследия Китая и являются одним из основных направлений для туристов.

Однако между сохранением культурного наследия и развитием музейного туризма существует противоречие. С одной стороны, туризм может обеспечить экономическую выгоду, которая м

ожет быть использована для финансирования усилий по сохранению культурного наследия. С другой стороны, туризм может привести к повышенному износу объектов культурного наследия и артефактов, что чревато нанесением непоправимого ущерба.

В последние годы правительство Китая признало важность баланса между этими двумя целями и осуществило ряд политических мер, направленных на обеспечение гармонии между сохранением культурного наследия и развитием музейного туризма. Эта политика включает в себя следующие меры:

1) Продвижение устойчивого туризма: Китайское правительство придает большое значение устойчивому развитию туризма, уравновешивая экономические выгоды с охраной окружающей среды и сохранением культурного наследия. Целью устойчивого туризма является содействие долгосрочной жизнеспособности туризма при минимизации негативного воздействия на объекты культурного наследия и окружающую среду.

2) Поощрение частных инвестиций: Правительство Китая поощряет частные инвестиции в туризм, включая развитие музеев и других объектов культурного наследия. Частные инвестиции могут помочь финансировать усилия по сохранению культурного наследия, одновременно создавая экономические возможности для местных сообществ.

Усилить меры по сохранению: Правительство Китая увеличило финансирование охраны объектов культурного наследия и артефактов. Это включает в себя усилия по предотвращению ущерба объектам культурного наследия, а также по восстановлению поврежденных объектов и артефактов.

3) Повышение осведомленности общественности: Правительство Китая также запустило кампании по повышению осведомленности общественности, направленные на пропаганду важности охраны культурного наследия и ответственного туризма. Эти кампании призывают посетителей уважать объекты культурного наследия и ответственно подходить к их посещению.

Несмотря на эти усилия, в Китае остаются проблемы в координации между сохранением культурного наследия и развитием музейного туризма. К этим проблемам относятся

1) Вопросы финансирования: Несмотря на то, что правительство Китая увеличило финансирование мероприятий по сохранению культурного наследия, все еще необходимо больше ресурсов.

Это включает в себя финансирование восстановления и поддержания культурных объектов и артефактов, а также финансирование развития музеев и других объектов культурного наследия.

2) Переполненность: Многие объекты культурного наследия в Китае испытывают переполненность из-за большого количества туристов. Это может привести к повреждению объектов и артефактов, а также затруднить для посетителей полное понимание культурного значения этих объектов.

3) Баланс между сохранением и доступностью: существует противоречие между охраной культурных объектов и артефактов и их доступностью для посетителей. Хотя повышение доступности может принести экономические выгоды, оно также может привести к повышенному износу объектов культурного наследия и артефактов.

Учет культурных особенностей: учет культурных особенностей необходим для развития ответственного туризма и сохранения



я культурного наследия. Информирование посетителей о культурных нормах и традициях необходимо для того, чтобы они могли вести себя уважительно и уместно при посещении объектов культурного наследия.

В заключение следует отметить, что координация между сохранением культурного наследия и развитием музейного туризма в Китае необходима для сохранения богатого культурного наследия страны при одновременном содействии устойчивому развитию туризма и экономики. Политика и инициативы китайского правительства обеспечивают основу для достижения этих целей, но необходимо сделать еще больше для преодоления остающихся проблем. При увеличении финансирования, повышении осведомленности общественности и приверженности культурной чувствительности и устойчивости, Китай может оставаться лидером в области культурного наследия.

## **ГЛАВА 2. МУЗЕЙНЫЙ ТУРИЗМ В ПРОВИНЦИИ ХЭНАНЬ**

### **2.1 Текущее состояние и трудности музейной индустрии в провинции Хэнань**

Провинция Хэнань богата культурными реликвиями, а количество музеев и численность населения являются одними из лучших в стране. Интеграция и развитие культурного туризма располагает хорошими ресурсами, множество важных исторических объектов, таких как храм Шаолинь, гроты Лунмэнь и гора Сун, которые признаны ЮНЕСКО объектами Всемирного наследия. Музейное дело в провинции Хэнань также играет важную роль в сохранении и популяризации этого культурного наследия. Музеи в провинции Хэнань охватывают широкий спектр категорий, включая общие, исторические, художественные, научно-технические, природные и т.д., и они используют выставки, социальное образование, культурное творчество и пропаганду для содействия распространению знаний и культуры, обогащая культурную жизнь народа, становясь красивой визиткой для демонстрации культуры отрасли, региональной культуры и культуры Хэнаня, и достигая хороших социальных выгод. Однако в последние годы, по разным причинам, музейная индустрия в провинции Хэнань столкнулась со многими трудностями.

Текущая ситуация в музейной индустрии провинции Хэнань

За последние несколько десятилетий музейная отрасль в провинции Хэнань претерпела значительное развитие. Согласно статистике, в настоящее время в провинции Хэнань насчитывается 195 музеев, включая 10 музеев национального уровня, 25 музеев

в провинциального уровня и 160 музеев муниципального и уездного уровня. Эти музеи охватывают широкий спектр областей, включая историю, культуру, искусство, науку и технологии, и они стали важными местными культурными и образовательными учреждениями.[20]

В последние годы провинция Хэнань добилась впечатляющих успехов в музейном деле. Музей провинции Хэнань, например, является крупнейшим музеем провинции и завоевал множество национальных и международных наград за свои выставки и исследовательские программы. Музей Чжэнчжоу, еще один важный музей провинции, был признан национальным музеем, и в последние годы в нем проводилось много громких выставок. Кроме того, многие из небольших музеев провинции внесли значительный вклад в сохранение и популяризацию местной культуры и истории.

Однако, несмотря на эти достижения, музейная индустрия в провинции Хэнань по-прежнему сталкивается со многими трудностями. Ниже рассматриваются некоторые из наиболее важных проблем, стоящих в настоящее время перед музейным сектором провинции Хэнань.

Проблемы, с которыми сталкивается музейная отрасль в провинции Хэнань

#### 1) Недостаток финансирования

Одной из наиболее серьезных проблем, стоящих перед музейным сектором в провинции Хэнань, является недостаток финансирования. Большинство музеев в провинции в значительной степени зависят от государственного финансирования, которого зачастую недостаточно для покрытия расходов на функционирование

е и развитие. Это особенно касается небольших музеев в сельской местности, которые часто испытывают трудности с получением финансирования на базовое обслуживание и ремонт. Без достаточного финансирования многие музеи не могут поддерживать свои коллекции или инвестировать в новые выставки и образовательные программы.

## 2) Нехватка профессиональных кадров

Еще одной серьезной проблемой, с которой сталкивается музейный сектор провинции Хэнань, является нехватка профессиональных кадров. Во многих музеях провинции не хватает квалифицированных специалистов, таких как кураторы, исследователи и педагоги. Эта нехватка особенно остро ощущается в сельской местности, где трудно привлечь и удержать квалифицированных специалистов. Без достаточного количества специалистов музеи не могут проводить исследования или разрабатывать качественные выставки и образовательные программы, что может препятствовать их способности привлекать посетителей и выполнять свою культурную и образовательную миссию.

## 3) Неадекватная инфраструктура

Музейному сектору провинции Хэнань также мешает отсутствие инфраструктуры. Во многих музеях провинции отсутствуют современные средства и оборудование, что может затруднить надлежащее сохранение и демонстрацию артефактов. В некоторых случаях музеи располагаются в зданиях, которые не подходят для проведения выставок, что может ограничить их возможности по созданию высококачественных экспозиций. Кроме того, во многих музеях в сельской местности отсутствуют основные удобства, такие как отопление и кондиционирование воздуха, что м

ожет затруднить сохранение артефактов и создание комфортных условий для посетителей.

#### 4) Конкуренция со стороны цифровых медиа

Развитие цифровых медиа также оказало значительное влияние на музейный сектор в провинции Хэнань. Многие музеи пытаются конкурировать с онлайн-платформами, такими как виртуальные туры и цифровые выставки, которые предлагают посетителям удобный и доступный способ познакомиться с культурными и историческими артефактами. В то время как некоторые музеи используют цифровые медиа как способ привлечь новую аудиторию, другие делают это медленно.

## **2.2 Анализ коммуникационных и маркетинговых стратегий повышения привлекательности музеев в провинции Хэнань**

### Анализ коммуникационных стратегий

Коммуникационные стратегии важны для повышения привлекательности музеев в провинции Хэнань. Одной из ключевых задач коммуникационной стратегии является создание эффективной системы коммуникации с посетителями и общественностью. В следующих разделах мы обсудим несколько ключевых коммуникационных стратегий, которые могут помочь музеям провинции Хэнань повысить свою привлекательность для посетителей.

### Использование социальных сетей

Одной из наиболее эффективных коммуникационных стратегий является использование социальных сетей. Многие музеи в провинции Хэнань уже используют социальные сети для привлечения посетителей и продвижения своих выставок. Например, мн

огие музеи используют популярные платформы социальных сетей, такие как WeChat и Weibo, для распространения информации о своих мероприятиях и выставках. Они также могут использовать социальные сети для организации онлайн-мероприятий и виртуальных туров, что может привлечь больше посетителей.

Использование социальных сетей стало обычной практикой для музеев по всему миру. Согласно отчету Американского союза за музеев, социальные сети стали для музеев важнейшим инструментом взаимодействия с посетителями и продвижения своих экспонатов. Музеи провинции Хэнань могут использовать возможности социальных сетей, чтобы наладить контакт со своими посетителями и привлечь больше посетителей. Они могут использовать социальные сети для распространения информации о предстоящих выставках, мероприятиях и программах. Они также могут использовать социальные сети для предоставления "закулисных" фотографий музея, интервью с кураторами и других материалов, способных установить связь с посетителями.

#### Разработка образовательных программ

Еще одной важной коммуникационной стратегией является разработка образовательных программ. Музеи провинции Хэнань могут разрабатывать образовательные программы, ориентированные на различные группы посетителей, такие как дети, студенты и взрослые. Эти программы могут включать экскурсии, семинары, лекции и другие образовательные мероприятия, которые могут посетителям больше узнать об экспонатах, истории и культуре региона.

Образовательные программы также могут способствовать повышению привлекательности музеев в провинции Хэнань, предо

ставляя посетителям более глубокий и увлекательный опыт. Предоставляя посетителям возможность узнать об экспонатах, истории и культуре региона, музеи могут создать более значимый опыт для посетителей. Это может помочь установить связь с посетителями и побудить их вернуться в музей в будущем.

#### Предоставление многоязычных услуг

Музеи в провинции Хэнань также должны предоставлять многоязычные услуги для привлечения иностранных посетителей. Предоставление многоязычных услуг, таких как аудиогиды, брошюры и указатели, может помочь посетителям, не владеющим местным языком, понять экспонаты и информацию, предоставляемую музеем. Это может помочь создать более гостеприимную и инклюзивную атмосферу для посетителей с разным культурным происхождением.

Предоставление многоязычных услуг также может способствовать повышению привлекательности музеев в провинции Хэнань, делая музей более доступным для иностранных посетителей. Предоставляя информацию на нескольких языках, музеи могут охватить более широкую аудиторию и привлечь больше посетителей. Это может способствовать культурному обмену и побудить посетителей больше узнать об истории и культуре региона.

#### Анализ маркетинговых стратегий

Маркетинговые стратегии также важны для повышения привлекательности музеев в провинции Хэнань. Маркетинговые стратегии могут помочь музеям охватить более широкую аудиторию и продвигать свои выставки и программы. В следующих разделах мы обсудим несколько ключевых маркетинговых стратегий,

которые могут помочь музеям провинции Хэнань повысить свою привлекательность для посетителей.

#### Разработка имиджа бренда

Разработка имиджа бренда является важной маркетинговой стратегией для музеев провинции Хэнань. Сильный образ бренда может помочь музею выделиться среди других культурных учреждений. Как культивировать свои ключевые компетенции и завоевать большую долю рынка среди однородных конкурентов - вот вопрос, который необходимо решить для создания бренда музея.

Визуальные элементы бренда музея должны включать три элемента: 1) название музея, 2) иконографию музея и 3) слоган музея. Сильный фирменный стиль также может помочь создать более последовательный и узнаваемый образ музея, который можно использовать во всех маркетинговых материалах и коммуникациях.

#### Работа с туристической индустрией

Музеи провинции Хэнань также могут сотрудничать с туристической индустрией для повышения осведомленности и привлечения большего числа посетителей. Сотрудничая с туристическими агентствами, гостиницами и другими туристическими предприятиями, музеи могут охватить более широкую аудиторию и продвигать свои выставки и программы среди потенциальных посетителей. Музеи могут предлагать пакетные предложения и скидки посетителям, которые заказывают другие туристические услуги в данном районе, что может способствовать повышению их привлекательности для посетителей. Совместный маркетинг также



может осуществляться с помощью таких ресурсов, как достопримечательности, сообщества и выставки.

### Реклама и продвижение

Многие музеи уникальны, но такие известные, как Запретный город, встречаются редко. Поэтому важно в полной мере использовать рекламу как современный инструмент маркетинга. Она может представить образ бренда музея самым непосредственным образом. Реклама должна иметь четкую тематику, и ее следует активизировать в определенные периоды времени, например, в Золотую неделю, чтобы повысить осведомленность о музее среди потенциальных пользователей. Это также может быть достигнуто посредством

## **2.3 Меры по совершенствованию коммуникационных и маркетинговых стратегий в контексте музейной индустрии в провинции Хэнань**

В последние годы теория и практика музейного маркетинга стремительно развивается, открывая новые горизонты во многих областях. Освоение этих тенденций, несомненно, необходимо и полезно для развития музейной маркетинговой деятельности.

1) Индивидуальный маркетинг. Это музей, чтобы дать полную игру образовательной функции, может лучше удовлетворить потребности целевой аудитории рынка, использование передовой науки и техники, образцов культурных реликвий для инновационных комбинаций, отражающих конкретное значение общества, для содействия желанию аудитории посетить музей культурной продукции (экспозиции выставки), например, для укрепления

начальной и средней школы учащихся половых знаний образования, чтобы преодолеть трудности учителей в классе, многие музеи природы созданы в соответствии с студенческими учебными материалами для Выставка оснащена фотографиями, объектами и аудиовизуальными материалами, чтобы сделать ее простой и легкой для понимания учащимися и достичь хороших образовательных результатов.

(2.) Маркетинг для создания спроса. Другими словами, исходя из принципа, что производство порождает потребление, музеи фокусируются на потребителе (аудитории), пытаются изучить его существующие потребности, разрабатывают на этой основе новые культурные продукты и посредством серии рекламных мероприятий создают сильное и красивое впечатление в сознании аудитории, стимулируют и культивируют ее желание.

3) Трехмерный маркетинг. Это использование трехмерного мышления для руководства маркетингом музеев, что позволяет избавиться от оков традиционного однолинейного или плоского мышления. Музейный трехмерный маркетинг в традиционном маркетинге (сочетание хорошей выставки, низких цен на билеты, определенной рекламы) на основе маркетинговой тактики, создание большой маркетинговой концепции, полное использование статуса музея, преимущества установления разнообразных связей с общественностью, использование современных средств рекламы, таких как газеты и аудиовизуальные средства, формирование многоугольного, многогранного, многоуровневого органического целого.

Например, Пекинский музей природы в полной мере использует методы трехмерного маркетинга, установил отношения сотр

удничества с более чем 50 музеями и связанными с ними подразделениями в стране и за рубежом, используя многометодный, многонаправленный подход, реализуя трехмерную маркетинговую идею сбора, исследования и экспонирования музейных культурных продуктов, формируя нетрадиционное и добродетельное преимущество развития.

4) Прямой маркетинг. Прямой маркетинг музея, первоначально состоявший только из организации аудитории "от двери к двери" и прямой рассылки рекламных материалов в двух формах, развился в митинги, лекции, газеты и журналы, рекламу на радио и телевидении, сеть, телефон, электронное бронирование, прямой маркетинг и другие формы сбора. Прямой маркетинг - это типичная форма, при которой музей сначала рассылает широкой публике информацию о выставках, которые вызовут интерес, а затем рассылает каталоги и изображения ключевых экспонатов тем, кто в них нуждается, и добивается бронирования от групп посетителей по телефону. В некоторых случаях музеи просят провести дополнительные личные встречи для бронирования. Даже если бронирование не происходит сразу, музеям необходимо поддерживать долгосрочную связь с этими организациями и группами посетителей.

5) Маркетинг взаимоотношений. Он основан на базовом принципе: "Когда построены хорошие отношения, последуют хорошие сделки". Речь больше не идет о том, чтобы встать на сторону музея. Он больше не на стороне музея, принимая стратегию "музей - это победа" для посетителя, а скорее на стороне отношений, фокусируясь на построении хороших и стабильных партнерских отношений между музеями и школами, предприятиям

и и группами посетителей, и, в конечном итоге, создавая сеть этих крепких и надежных браков.

## ГЛАВА 3. РАЗРАБОТКА ТУРА

### 3.1 Разработка тура

Существует необходимость разработки нового туристического продукта для туристов в провинции Хэнань, основанного на теме “ Городской музей Культурно-туристический ”, учитывая, что в провинции Хэнань существует множество музеев. Будет учитываться популярность городов и музеев, которые обычно хорошо известны и популярны.

Целью данной главы является разработка экскурсионного туристического продукта, учитывающего меняющиеся потребности и предпочтения посетителей, а также их понимание привлекательности дестинации, выявленное в ходе исследования. То есть, необходимо создать продукт для небольшой группы туристов, в котором гости будут чувствовать себя расслабленно и получать удовольствие от поездки. Способ и метод обучения через местные и зарубежные места посредством обменов и визитов между школами, межшкольных союзов и форумных встреч с основной целью расширения кругозора, включая все аспекты культуры, истории и обучения. Целевая аудитория данного туристического продукта - это люди 12-40 лет, имеющие высшее образование или получающие его в настоящее время. В силу специфического образа жизни эта группа имеет ограниченные возможности для путешествий и чаще всего ассоциируется с длительными каникулами и отпусками.

Транспорт будет предоставлен путем заказа туристического микроавтобуса с водителем (компания ZHONGYUAN LVYOU DABA SICHE CHUZU YOUXIAN GONGSI [21] [21]). Поскольку

максимальный размер группы для тура составлял 16 человек, на все дни программы был арендован 19-местный коммерческий автомобиль, оборудованный всем необходимым для экскурсионного обслуживания на маршруте.

В табл. 1 рассмотрим варианты размещения:

Таблица 1. Варианты размещения по туру "Городской музей Культурно-туристический" [Составлена автором]

Наименование	Расположение	Сотимость	Описание
JI HOTE L 4*	№ 67, дорога Цзюю, район Сигун, город Лоян, провинция Хэнань	Онлайн бронирование От 420 гmb./ночь за стандартный двухместный номер	Отель представляет собой гостиничный бренд среднего класса, который. Удобное расположение в очень оживленном районе с ресторанами и развлекательными заведениями поблизости. Завтрак включен в отель
JI HOTE L 4*	№ 224, дорога Эрци, район Эрци, город Чжэнчжоу, провинция Хэнань	Онлайн бронирование От 467 гmb./ночь за стандартный двухместный номер	Этот отель относится к среднему классу отелей, удобно расположен, завтрак включен в стоимость отеля
JI HOTE L 4*	№ 169, проспект Цзиньми	Онлайн бронирование	Отель относится к среднему классу, завтра

	н, район Лунтин, город Кайфэн, провинция Хэнань	От 320 rmb./ночь за стандартный двухместный номер	к включен в стоимость проживания. Окруженный достопримечательностями поблизости, отель расположен в отличном месте.
JI HOTEL L 4*	Юго-восточный угол пересечения Южной дороги Пинъюань и улицы Делонг, район Вэньфэн, город Аньян, провинция Хэнань	Онлайн бронирование От 394 rmb./ночь за стандартный двухместный номер	Отель относится к среднему классу, завтрак включен в стоимость номера. Удобно расположен рядом с достопримечательностями.

Наименование тура: Городской музей Культурно-туристический

Продолжительность: 7 дней

**День 1(Маршрут показан на рис. 1)**

Встреча с гидом на станции скоростной железной дороги и отправление в отель (JI Hotel Jiudu Zhonglu )

14:00-17:00 Музей древнего искусства Лояна

17:40-20:00 Встреча и отъезд с площади Чжоу Ваньчэн

Обед Улица еды(В свободное время поблизости есть парк, где можно прогуляться после ужина.)

**День 2(Маршрут показан на рис. 1)**

8:00-9:00 Завтрак

9:00-12:00 Встреча и отъезд из музея Лояна (Завтрак в отеле)

12:20-14:40 Лоян Гуаньцзи Бегущий Ужин

15:3-17:00 Станция Лоян - станция Чжэнчжоу

18:30-19:50 Ужин (Ayan Bistro Private Dining (филиал World

City)

8:00 После ужина возвращение в отель

### **День 3(Маршрут показан на рис. 2)**

8:00-9:00 Завтрак

9:00-11:30 Музей провинции Хэнань

12:00-14:00 Обед Сад Хуэйфэн

14:30-16:50 Мемориальная башня Эрки, площадь Эрки

17:00-18:40 Возвращение в отель для отдыха

19:00-21:30 Ужин на ночном рынке Health Road

21:50 Отель

### **День 4(Маршрут показан на рис. 2)**

8:00-9:00 Завтрак

9:00-11:30 Музей Чжэнчжоу на улице Соншань

12:00-14:00 Обед (домашняя еда Jintang)

14:30-17:50 Музей Чжэнчжоу на улице Вэньхань

18:00 Ужин обратно в отель ( Фермерский магазин булочек)

### **День 5(Маршрут показан на рис. 3)**

8:00-9:00 Завтрак в отеле

9:30 Восточный вокзал

Чжэнчжоу - Северный вокзал Кайфэн

10:30-12:30 Музей Кайфэн (бесплатно)

13:00-14:50 Обед (Song Yuan Xiao Long Bao)

15:00-18:00 Барабанная башня Хэнаньского университета



19:00-21:30 Ночной рынок

**День 6(Маршрут показан на рис. 3)**

7:30-8:50 Острый суп Ху (20rmb/чел)

9:00-16:30 Сад Цинмин Шанхэ (вход 280)

5:00 Северный вокзал Кайфэн - Восточный вокзал Аньян (13rmb)

All Seasons Hotel Anyang Wanda Plaza 394rmb

**День7(Маршрут показан на рис. 4)**

8:00-9:00 Завтрак

9:00-12:00 Музей китайской письменности

12:20 -13:20 KFC Wanda Plaza

13:40-15:50 Музей Иньсю

16:30 Восточный вокзал Аньяна

### 3.2 Калькуляция тура

Таблица 2

Калькуляция индивидуальных расходов [Составлена автором]

Индивидуальные расходы						
No	Вид услуги	Организация	Кол-во дней(дн/шт)	Кол-во(чел)	Стоймость(rmb/чел)	Стоймость за группу(rmb)
1	Размещение	JI-HOTEL (Средняя улица Цзюдун, Лоян)	1	16	420/2	3360
		JI-HOTEL (Площадь Эрки, Чжэнчжоу)	3	16	570/2	4560

		JI HOTEL (Кайфэн Цзиньмин Плаза)	1	16	320/2	2560
		JI HOTEL(Аньян Ванда Плаза)	1	16	394/2	3152
2	Билет в музей	Сад Цинмин Шанхэ	1	16	280/1	
3	Питание	Гуань Цзи съезд гостей	1	16	50/1	800
		Ah Yan Bistro Private Dining	1	16	64/1	1024
		Халяль, ресторан Хэ Ки Лапша	1	16	41/1	656
		Домашняя кухня Кинтанга	1	16	61/1	366
		Пекарня в фермерском доме	1	16	35/1	556
		Сун Юань Сяо Лонг Бао	1	16	56/1	896
		Старинный ресторан Вонга	1	16	52/1	832
	Итого себестоимость на 1 человека:				1457	
	Итого на группу:					23242

Питание водителей и гидов учитывается в групповом тарифе,  
китайские гиды не обязаны оплачивать входные сборы

Таблица 3

Калькуляция групповых расходов [Составлена автором].

Групповые расходы					
№	Вид услуги	Организация	Кол-во (дн)	Стоимость	Итого (rmb)
1	Аренда Транспортная микроавтобуса	ZHONGYUAN LWYOU DABA QICHE CHUZU YOU XIAN GONGSI	7	800/д	5600
		Станция Лоян - станция Чжэнчжоу	17	19.5	331.5
		Восточный железнодорожный вокзал Чжэнчжоу - Северный железнодорожный вокзал Кайфэн	17	24	408
		Северный вокзал Кайфэн - Восточный вокзал Аньян	17	113	1921
2	Гид		7	300	2100
3	Групповые экскурсии	Музей древнего искусства Лояна	1	220/17	220
		Музей Лояна	1	240/17	240
		Музей провинции Хэнань	1	260/17	260

		Музей китайской письменности	1	200/17	200
		Музей Иньсюй	1	200/17	200
	Итого себестоимость на 1 человека:			657	
	Итого себестоимость на группу:				6421

Таблица 4

Калькуляция тура. Итоговая стоимость [Составлена автором].

Услуга	Цена за 1 человека (руб)	Цена за группу (руб)
Итого себестоимость за весь тур	2114	29663
Маржа тура составляет (10%)	211.4	2966.3
Комиссия агентствам (10%)	2325.4	32629.3
Итоговая стоимость	4651	65259

Итак, итоговая стоимость тура составит 4615 руб на 1 человека. В связи со спецификой рассматриваемой целевой аудитории, нельзя говорить о стабильном наборе большого количества групп за сезон, поэтому планируется набрать 5 групп за сезон (по пессимистическому прогнозу).

Исходя из набора пяти групп за сезон считается сезонная выручка компании:

$$\text{Сезонная выручка} = 65259 * 5 = 326295 \text{ rmb.}$$

Необходимо также определить валовую маржинальность турпродукта, которая является разностью выручки и суммой переменных затрат за сезон. Для начала определим сумму постоянных и переменных затрат на группу туристов:

**Сумма переменных затрат на группу туристов:**

$$4560 + 2560 + 3152 + 800 + 1024 + 656 + 366 + 556 + 896 + 832 = 23242 \text{ rmb}$$

**Сумма постоянных затрат на группу туристов:**

$$5600 + 331.5 + 408 + 1921 + 2100 + 220 + 240 + 260 + 200 + 200 = 6421 \text{ rmb}$$

Далее рассчитаем сумму переменных затрат за сезон, учитывая прогноз

заполняемости групп:

$$\text{Сумма переменных затрат за сезон} = 23242 * 5 = 116210 \text{ rmb}$$

Отсюда получаем валовую маржу:

$$\text{Валовая маржа} = 326295 - 116210 = 210085 \text{ rmb}$$

Для дальнейшего расчета рентабельности необходимо определить удельный вес

валовой маржи, который рассчитывается через отношение валовой маржи к сезонной выручке:

$$\text{Удельный вес валовой маржи} = 210085 / 326295 = 0.64$$

Посредством расчета отношения постоянных затрат за сезон к удельному весу

валовой маржи определим порог рентабельности разрабатываемого турпродукта - это важный показатель, который позволяет определить, при какой сумме реализации

турпродукта предприятие начнет получать прибыль.

Определим сумму постоянных затрат за сезон:

$$\text{Сумма постоянных затрат} = 6421 * 5 = 32105$$

На основе полученных данных определим порог рентабельности:

$$\text{Порог рентабельности} = 32105 / 0.64 = 50165$$

Итак, для покрытия расходов минимальная выручка при реализации данного

турпродукта должна составить 50165. Определим, сколько групп туристов необходимо для получения минимальной выручки, и сравним с пессимистическим прогнозом, для чего рассчитаем порог рентабельности в натуральном выражении:

$$\text{Порог рентабельности} = 50165 / 29663 = 1.67$$

Следовательно, необходимо собрать не менее двух групп. Важным параметром так же является минимальное количество туристов в группе, которое определяется

посредством расчета точки безубыточности:

$$\text{Точка безубыточности} = 6421 / (4651 - 2114) = 2.53$$

$$\text{Сумма постоянных и переменных затрат за сезон} = 116210 + 32105 = 148315 \text{ rmb}$$

$$\text{Чистая выручка} = 326295 - 148315 = 177980$$

Итак, на основе проведенных расчетов можно сделать вывод, что реализация турпродукта является прибыльной даже с учетом пессимистического прогноза

### 3.3 Выводы по туру

Вышеперечисленные туристические продукты разработаны с акцентом на культурно-познавательные рестораны и музеи. Несмотря на разнообразие туристических продуктов на рынке, таких относительно музейно-ориентированных продуктов меньше, а спрос

туристов на надежность и комфорт, а также растущий интерес к турам в небольших группах, будут более востребованы на культурно-познавательном рынке

## Заключение

Музейный туризм в Китае все еще находится в состоянии развития, и ему необходимо продолжать учиться и совершенствоваться. Музеи также могут объединить социальные, природные и образовательные ресурсы для укрепления собственного развития и энергично продвигать межрегиональные обмены и сотрудничество, которые, благодаря серии эффективных обменов, могут привлечь аудиторию для посещения и обучения, а также стимулировать экономическое развитие региона. Это не только удовлетворит потребности общества, но и окажет положительное социальное воздействие. Сам музей также должен полностью мобилизовать собственную инициативу, укрепить сотрудничество и обмен, расширить культурные обмены, активно привлекать средства, оптимизировать профессиональные команды, укреплять в нескольких направлениях, продвигать с разных сторон, интегрировать социальные ресурсы в соответствии с руководством правительства и добиться лучшего развития.

Одним словом, музейный туризм все еще находится на стадии своего развития и охватывает широкий спектр сквозных дисциплин. Музейный туризм должен быть ориентирован на рынок, укреплять развитие и строительство музейного туризма, внедрять инновационные выставочные методы, усиливать рекламу, повышать уровень обслуживания и совершенствовать вспомогательные средства. Сделать музейный туризм богатым, чтобы способствовать дальнейшему развитию музейного туризма и заложить прочный фундамент для музейного туризма.



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

- [1] ВАН ХУНЦЗЮНЯ: "ОСНОВЫ КИТАЙСКОЙ МУЗЕОЛОГИИ", ШАНХАЙСКОЕ ИЗДАТЕЛЬСТВО ДРЕВНИХ КНИГ, 2001, С ТР. 37-38
- [2] Музеи и музейная история-Модели нарратива музейной истории в западной перспективе, Чжэньхуан Чэн 2018
- [3] <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/>
- [4] Юнкай: "развитие, создание, создание и ограждение", китайский музей 2, 2, 2, 2, страница 5-9-66.
- [5] СЮЙ МИНЛЯН. ИССЛЕДОВАНИЕ ЭВОЛЮЦИИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ МУЗЕЯ, (МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ). ШАНЬД УН.06, 2022.С17
- [6] Перевод Тао Синьсюна: Музеология (избранные переводы из советской энциклопедии), Китайский музей, 1985, № 4, с. 29.
- [7] Чжоу Цзюньци. Чжан Цзянь и Наньтунский музейный сад [D]. Хуачжунский нормальный университет, 2016.
- [8] "Происхождение Китайской музейной ассоциации", Журнал Китайской музейной ассоциации, 1935, № 1.
- [9] Ван Хунцзюнь: "Основы китайской музеологии", Шанхайское издательство древних книг, 2001, стр. 39.
- [10] 27 октября 1951 года Шэнь Яньбин опубликовал "Мнения о политике, миссии, природе и направлении местных музеев".
- [11] <https://baike.baidu.com/item/中华人民共和国文物保护法/830358?fromtitle=文物保护法&fromid=8894757&fr=aladdin>
- [12] <http://www.npc.gov.cn/npc/c12488/201102/ec8c85a83d9e45a18bcea0ea7d81f0ce.shtml>
- [13] Закон о защите нематериального культурного наследия.
- [14] Анализ развития и текущей ситуации музейного дела в Китае 2019 Тяньцзинь Чэнь Жуо 62 стр.
- [15] Люшимин, история китайского музея, Пекин: издательство запретного города, страница 2-3 2004
- [16] Люшимин, история китайского музея, Пекин: издательство запретного города, 2004, страница 236
- [17] Ван хун хук, китайская музейная база шанхай: шанхайское издательство древних текстовых текстовых изданий, 2001, с. страница 72-94

- [18] Историческое исследование работы китайского музея в области общественных работ — возьмем, к примеру, цзинанский региональный музей, шаньдун, оксин, 2013, страница 17-21
- [19] Ху Сянь, Обзор музейной индустрии Китая в новую социалистическую эпоху (1976-1988) Пекин, Музей Китая, 1991, (4) стр. 1-11
- [20] Стратегическое мышление для развития туризма в музее хэнань, тринин, янг венчи, сулу лугу, хунань, 04.2010
- [21] <http://www.hnwsqc.com>

## Приложение

Таблица 1. Варианты размещения по туру "Городской музей  
Культурно-туристический" [Составлена автором]

Наименование	Расположение	Сотимость	Описание
JI HOTE L 4*	№ 67, дорога Цзюдю, район Сигун, город Лоян, провинция Хэнань	Онлайн бронирование От 420 rmb./ночь за стандартный двухместный номер	Отель представляет собой гостиничный бренд среднего класса, который. Удобное расположение в очень оживленном районе с ресторанами и развлекательными заведениями поблизости. Завтрак включен в отель
JI HOTE L 4*	№ 224, дорога Эрци, район Эрци, город Чжэнчжоу, провинция Хэнань	Онлайн бронирование От 467 rmb./ночь за стандартный двухместный номер	Этот отель относится к среднему классу отелей, удобно расположен, завтрак включен в стоимость отеля
JI HOTE L 4*	№ 169, проспект Цзиньмин, район Лунтин, город Кайфэн, провинция Хэнань	Онлайн бронирование От 320 rmb./ночь за стандартный двухместный номер	Отель относится к среднему классу, завтрак включен в стоимость проживания. Окруженный достопримечательностями побли

		хместный номер	изости, отель расположен в отличном месте.
JI HOTE L 4*	Юго-восточный угол пересечения Южной дороги Пинъюань и улицы Делонг, район Вэньфэн, город Аньян, провинция Хэнань	Онлайн бронирование От 394 rmb./ночь за стандартный двухместный номер	Отель относится к среднему классу, завтрак включен в стоимость номера. Удобно расположен рядом с достопримечательностями.

Таблица 2

Калькуляция групповых расходов [Составлена автором].

Индивидуальные расходы						
№	Вид услуги	Организация	Кол-во дней(дн/шт)	Кол-во(чел)	Стоймость(rmb/чел)	Стоймость за группу (rmb)
1	Размещение	JI-HOTEL (Средняя улица Цзюдун, Лоян)	1	16	420/2	3360
		JI-HOTEL (Площадь Эрки, Чжэнчжоу)	3	16	570/2	4560

		JI HOTEL (Кайфэн Цзиньмин Плаза)	1	16	320/2	2560
		JI HOTEL(Аньян Ванда Плаза)	1	16	394/2	3152
2	Билет в музей	Сад Цинмин Шанхэ	1	16	280/1	
3	Питание	Гуань Цзи съезд гостей	1	16	50/1	800
		Ah Yan Bistro Private Dining	1	16	64/1	1024
		Халяль, ресторан Хэ Ки Лапша	1	16	41/1	656
		Домашняя кухня Кинтанга	1	16	61/1	366
		Пекарня в фермерском доме	1	16	35/1	556
		Сун Юань Сяо Лонг Бао	1	16	56/1	896
		Старинный ресторан Вонга	1	16	52/1	832
	Итого себестоимость на 1 человека:				1457	
	Итого на группу:					23242

Таблица 3

Калькуляция групповых расходов [Составлена автором].

Групповые расходы					
№	Вид услуги	Организация	Кол-во (дн)	Стоимость	Итого (rmb)
1	Аренда Транспортная микроавтобуса	ZHONGYUAN LWYOU DABA QICHE CHUZU YOUXIAN GONGSI	7	800/д	5600
		Станция Лоян - станция Чжэнчжоу	17	19.5	331.5
		Восточный железнодорожный вокзал Чжэнчжоу - Северный железнодорожный вокзал Кайфэн	17	24	408
		Северный вокзал Кайфэн - Восточный вокзал Аньян	17	113	1921
2	Гид		7	300	2100
3	Групповые экскурсии	Музей древнего искусства Лояна	1	220/17	220
		Музей Лояна	1	240/17	240
		Музей провинции Хэнань	1	260/17	260

		Музей китайс кой письменн ости	1	200/17	200
		Музей Иньсю й	1	200/17	200
	Итого себес тоимос ть на 1 человека:			657	
	Итого себестоимос ть на групп у:				6421

Таблица 4

Калькуляция тура. Итоговая стоимость [Составлена автором].

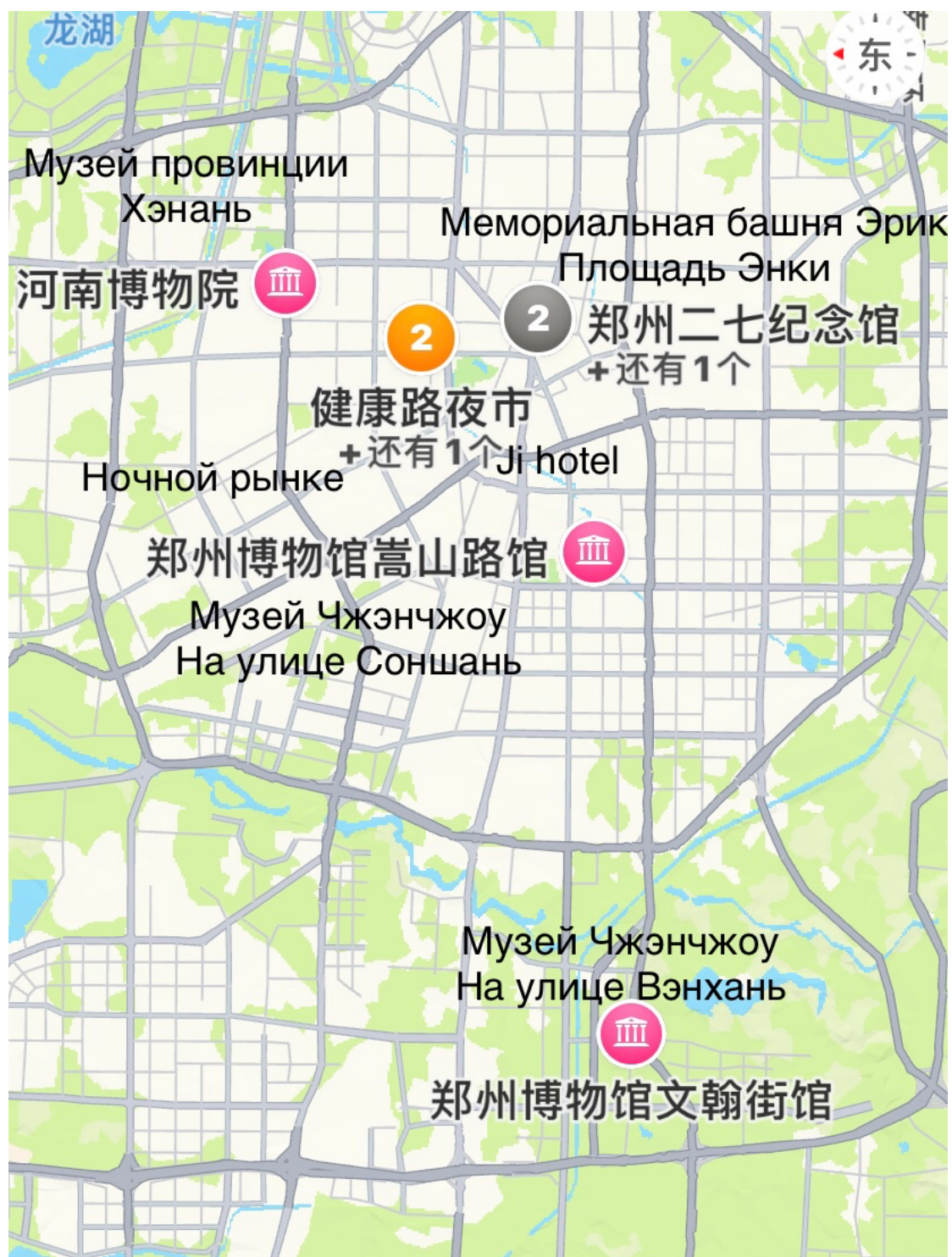
Услуга	Цена за 1 человека (руб)	Цена за группу (руб)
Итого себестоимость за весь тур	2114	29663
Маржа тура составляет (10%)	211.4	2966.3
Комиссия агентствам (10%)	2325.4	32629.3
Итоговая стоимость	4651	65259

Карта маршрута 1 Лоян





Карта маршрута 2 Чжэнчжоу



Карта маршрута 3 Кайфн



Карта маршрута 3 Аньян

