

Научно-исследовательский журнал «Обзор педагогических исследований»

<https://opi-journal.ru>

2025, Том 7, № 3 / 2025, Vol. 7, Iss. 3 <https://opi-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.8.5. Теория и методика спорта (педагогические науки)

УДК 338.48



Исследование по созданию бренда для активного отдыха на открытом воздухе в Heilongjiang Ancient Post Road на фоне интеграции спорта и туризма

¹ Сунь Хайян,
¹ Цицикарский университет, Китай

Аннотация: в данной статье на основе теоретического анализа выделены факторы, оказывающие влияние на развитие туризма в провинции Хэйлунцзян. Проведенный анализ литературных источников показал, что на привлечение туристического потока влияют многие показатели, такие как наличие городской спортивной инфраструктуры, погодные условия, организованные туристические зоны и тропы. Автором представлены наиболее популярные виды спорта в рассматриваемом регионе Китая. Рассмотрены основные природные объекты провинции горы Чанбайшань и озеро Дзиньбо. В рамках решения основной задачи по исследованию создания бренда в туризме установлена взаимосвязь между видами физической активностью и ее потребителями. Уточнено, что в туризме важную роль играет наличие культурно-исторических мест, способствующих увеличению числа туристов. Представлены необходимые спортивные сооружения в городской среде. Это позволяет эффективно развивать все виды занятий и организовывать досуг населения на открытом воздухе. Сделано заключение, что успешная интеграция спорта и туризма позволит экономическому развитию провинции. Выявлены ключевые элементы, необходимые для формирования конкурентоспособного бренда интеграции спорта и туризма. Предложены актуальные направления в развитии бренда спорта и туризма, что будет способствовать в дальнейшем привлекательности региона.

Ключевые слова: спорт, туризм, провинция, бренд, интеграция, активный отдых

Для цитирования: Сунь Хайян Исследование по созданию бренда для активного отдыха на открытом воздухе в Heilongjiang Ancient Post Road на фоне интеграции спорта и туризма // Обзор педагогических исследований. 2025. Том 7. № 3. С. 299 – 303.

Поступила в редакцию: 21 января 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 23 марта 2025 г.; Принята к публикации: 28 апреля 2025 г.

Research on the creation of a brand for outdoor activities in Heilongjiang Ancient Post Road against the background of the integration of sports and tourism

¹ Sun Haiyang,
¹ Qiqihar University, China

Abstract: in this article, based on theoretical analysis, the factors influencing the development of tourism in Heilongjiang Province are highlighted. The conducted analysis of literary sources has shown that many indicators, such as the availability of urban sports infrastructure, weather conditions, organized tourist zones and trails, affect the attraction of tourist flow. The author presents the most popular sports in the considered region of China. The main natural objects of the province Changbaishan Mountains and Jinbo Lake are considered. As part of the solution of the main task of the research of brand creation in tourism, the relationship between types of physical activity and its consumers is established. It is clarified that the presence of cultural and historical sites in tourism plays an important role in increasing the number of tourists. The necessary sports facilities in the urban environment are pre-

sented. This allows the effective development of all types of activities and organizing leisure time of the population in the open air. It is concluded that the successful integration of sports and tourism will enable the economic development of the province. The key elements necessary for the formation of a competitive brand of sports and tourism integration are identified. Proposed actual directions in the development of the brand of sports and tourism, which will further contribute to the attractiveness of the region.

Keywords: sport, tourism, province, brand, integration, active recreation

For citation: Sun Haiyang *Research on the creation of a brand for outdoor activities in Heilongjiang Ancient Post Road against the background of the integration of sports and tourism. Review of Pedagogical Research. 2025. 7 (3). P. 299 – 303.*

The article was submitted: January 21, 2025; Approved after reviewing: March 23, 2025; Accepted for publication: April 28, 2025.

Введение

В настоящее время вопросы развития спорта и здорового образа жизни в Китае приобретают первостепенное значение. Основы ведения здорового образа жизни закреплены нормативными документами. Правительство прикладывает большие усилия в строительство спортивных сооружений и туристических зон. В условиях растущей конкуренции между различными туристическими направлениями в мире создание уникального бренда становится ключевым фактором повышения привлекательности провинции Хэйлунцзян, где Китай имеет большой потенциал для развития туризма. Однако скромная информация в мировом туризме и отсутствие четкой стратегии развития бренда снижают его возможности для привлечения туристов из других стран [1].

Цель исследования заключается в анализе эффективности интеграции спорта и туризма в провинции Хэйлунцзян и уточнение возможностей создания бренда для активного отдыха на открытом воздухе. Провинция Хэйлунцзян на северо-востоке Китая, известная своим суровым климатом и разнообразными природными ресурсами, при этом имеет хорошее географическое расположение за счет наличия зимних покровом снегом, что является важным показателем для занятий зимними видами спорта и развития туристических троп. Однако спорт и туризм начал свою интеграцию недавно, после утверждения основные тезисы развития современного туризма в Китае. Физкультурно-спортивная деятельность является важным показателем рекреационной двигательной активности современного общества.

Туризм в Китае туризм из Европы и Соединенных Штатов, еще в период ранних экспедиций использовался для подготовки людей перед путешествиями, для обеспечения их безопасности в пути. В настоящее время в Китае альпинизм, скалолазание, речной треккинг, каньонинг и другие экстремальные виды спорта набирают все большую популярность среди китайского населения, а учитывая численность населения, рост благосостояния и

повышение культурно-технического уровня населения, туризм на основе физкультурно-спортивной направленности в Китае имеет огромные перспективы дальнейшего развития. Все эти обстоятельства обуславливают актуальность изучения спортивного туризма в Китае [2-3].

Материалы и методы исследований

В ходе данного исследования применялись методы анализа и синтеза, сравнительное исследование, а также изучение статистических данных и опыта других регионов по вопросам развития спорта и туризма в северо-восточных регионах Китая. В период проведения исследования определены показатели, влияющие на успешное повышение вовлеченности населения в занятия физическими упражнениями. Анализ научных работ, рассматривающие вопросы двигательной активности на открытом воздухе, представляет собой изучение широких возможностей для положительного создания условий самовоспитания. Эта работа будет способствовать разработке рекомендации, направленных на повышение туристической привлекательности провинции Хэйлунцзян [4].

Результаты и обсуждения

Понятие бренд или брендинг можно рассмотреть, как процесс создания уникального и узнаваемого образа региона, который выделяя бы его среди других конкурентов за счет вызывания эмоционального восприятия у целевой аудитории. Основная задача создания бренда в туризме заключается в установлении взаимосвязи между физической активностью и его потребителями. В туризме он играет важную роль, так как способствует увеличению числа посетителей [5].

Спорт в провинции Хэйлунцзян имеет свои особенности, обусловленные уникальными природными условиями и культурными традициями местного населения. Этот регион признан центром зимних видов спорта в Китае. На ее спортивных площадках готовятся спортсмены для участия в различных соревнованиях, таких как хоккей, фигурное катание, лыжные гонки и сноуборд. В городе Харбин, административном центре провинции, ежегодно проводятся фестивали по зимним

видам спорта [6].

В летний период среди видов спорта имеют популярность такие виды, как футбол, баскетбол и волейбол. Среди основных природных объектов провинции выделяется горы Чанбайшань и озеро Дзиньбо. Это позволяет создать привлекательность для любителей активного отдыха на открытом воздухе. Также активно развиваются легкая атлетика и водные виды спорта на реках и озерах региона, что позволяет их совмещать и со сферой туризма [4-5].

Любой регион Китая богат традициями развития боевых искусств. В Хэйлунцзяне активно развиваются традиционные китайские виды спорта, такие как ушу, тайцзи и другие единоборства. Эти виды спорта приобщают молодежь к сохранению культурного наследия региона. Для проведения спортивных мероприятий в регионе активно строится спортивная инфраструктура: спорткомплексы, стадионы и тренажерные залы, что способствует развитию физической культуры и спорта среди населения. В главном городе Хэйлунцзян Харбине проводятся различные спортивные мероприятия местного и национального уровня по хоккею на льду, фигурному катанию и зимним видам спорта [7]. Таким образом, в Хэйлунцзяне представляются большие возможности по разнообразными направлениями активной деятельности населения, что предполагает большое развитие туризма за счет продвижения активных программ развития бренда на открытом воздухе по средствам интеграции спорта и туризма.

В 2019 году провинцию посетили около 250 миллионов туристов, что обеспечило доход в размере более 300 миллиардов юаней, но стоит отметить что это внутренние туристы. Для привлечения потока из других стран следует учитывать основные предпочтения посетителей, такие как интерес к уникальным культурным впечатлениям. Популяризации занятий физической культурой и спортом на открытом воздухе имеет важное значение для решения данного вопроса [8].

По мнению ряда ученых, важно учитывать потребность населения в двигательной активности на открытом воздухе в соответствии с новыми тенденциями развития массового спорта и использованием современной спортивной инфраструктуры [5]. Данный факт следует учитывать при разработке муниципальных туристических программ [9]. Городская инфраструктура и удобное расположение спортивных объектов с местами отдыха и развлечений будут развивать моду на физкультурно-спортивный стиль жизни. Примером служит строительство тренажерных залов под открытым

небом, благодаря которому возможно увеличить число любителей активного отдыха [8].

Создание бренда для активного отдыха на открытом воздухе в регионе Хэйлунцзян, на фоне интеграции спорта и туризма, может стать многообещающим проектом. Для этого требуется уточнить целевую аудиторию туристов, изучить и выявить сильные и слабые стороны региона в физкультурно-оздоровительной направленности, провести анализ актуальных трендов в сфере активного отдыха, возможность развития видов экстрима. Важно создать уникальные туристические маршруты и мероприятия в исторических местах. Разработать стильный логотип, отражающий концепцию активного отдыха на открытом воздухе в совокупности с ключевыми ценностями бренда [10].

Использовать социальные медиа для продвижения бренда, делая акцент на визуализации через фото и видео. Развивать партнерское взаимодействие с организациями и спортсменами для продвижения бренда. Актуально привлекать спонсоров для проведения мероприятий и создания дополнительных возможностей развития туристического потока.

Программы лояльности отелей региона формируют устойчивый интерес туристов. Как правило, туристы предпочитают бронировать путешествия у компаний, предлагающих интересные программы лояльности, что может стать решающим фактором при выборе туристического направления. Положительное влияние программ лояльности в 2019 году отмечены 75% туристов Китая, что свидетельствует о значимости инициатив, направленных на привлечение и удержание туристов [8-10].

Выводы

В ходе проведенного исследования изучены основные аспекты создания бренда для активного отдыха на открытом воздухе в контексте интеграции спорта и туризма. Рассмотренные теоретические основы успешного развития туризма позволили выявить ключевые элементы, необходимые для формирования конкурентоспособного бренда. На устойчивое продвижение бренда влияет повышение туристической привлекательности региона, формируя его уникальный имидж. За счет интеграции спортивных мероприятий и туристических услуг становится возможным увеличение туристического потока, что в свою очередь будет играть ключевую роль в развитии местной экономики. Однако для этого необходимо четкое понимание целевой аудитории и правильного использования современных маркетинговых инструментов уникальности региона. Практическая реализация предложенных методов увеличит интерес к региону среди туристов. Перспективы дальнейших исследований включают изучение влияния цифровых технологий на продвижение развития туризма и спорта и эффективное внедрение развития бренда.

Финансирование

Работа выполнена при финансовой поддержке проекта платформы исследований бизнес-расходов на фундаментальные научные исследования в области высшего образования провинции Хэйлуунцзян на 2024 год (номер проекта: 145409414)

Список источников

1. Рензин О.М. Региональное сотрудничество в контексте новых отношений России и Китая // Власть и управление на Востоке России. 2019. № 1. С. 8 – 13.
2. Тараторин Е.В. Досуговая деятельность как объект диссертационных исследований // Образование и культурное пространство. 2020. № 4. С. 65 – 73.
3. Липин М. Исследование развития социалистической спортивной культуры с китайской спецификой. Чанчунь: Северо-восточный педагогический университет, 2015. 158 с.
4. Моисеенко И.В. Основные направления цифровизации услуг индустрии туризма в Китае, обусловленные вызовами внешней среды // Торговля, сервис, индустрия питания. 2022. № 2 (2). С. 136 – 152.
5. Пашченко Л.Г. Перспективные направления в области физической культуры, спорта и туризма: материалы XIV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (г. Нижневартовск, 18 октября 2024 г.) / отв. ред. Л.Г. Пашченко. Нижневартовск: изд-во НВГУ, 2025. 294 с.
6. Хасиятуллов М.Г. Научный аспект № 6 2024. Самара: Изд-во ООО «Аспект», 2024. 124 с.
7. Хуссамов Р.Р., Насибуллин И.У., Бондалет А.А. Туристическая отрасль Китая: этапы развития и национальные особенности // Креативная экономика. 2021. Т. 15. № 6. С. 2589 – 2602.
8. Горохов С.А. Особенности индустрии туризма в Китае // Научный вестник МГИИТ. 2013. № 2. С. 12 – 15.
9. Заклязьминская Е.О. Экономика туризма Китайской Народной Республики: дис. ... канд. экон. наук. М., 2018. 105 с.
10. Азовский И.С. Туристская индустрия Китая на подъеме // Проблемы Дальнего Востока. 2000. № 6. С. 102 – 108.
11. Нечаева А.В. Характерные черты и тенденции в выездном туристическом потоке Китая // Географические и геоэкологические исследования на Дальнем Востоке: Сб. научн. трудов молодых ученых. Вып. 3. Владивосток: Дальнаука, 2007. С. 158 – 168.

References

1. Renzin O.M. Regional cooperation in the context of new relations between Russia and China. Power and management in the East of Russia. 2019. No. 1. P. 8 – 13.
2. Taratorin E.V. Leisure activities as an object of dissertation research. Education and cultural space. 2020. No. 4. P. 65 – 73.
3. Lipin M. Study of the development of socialist sports culture with Chinese characteristics. Changchun: Northeast Normal University, 2015. 158 p.
4. Moiseenko I.V. The main directions of digitalization of tourism industry services in China, caused by challenges of the external environment. Trade, service, food industry. 2022. No. 2 (2). P. 136 – 152.
5. Pashchenko L.G. Promising Directions in the Field of Physical Culture, Sports and Tourism: Proceedings of the XIV All-Russian Scientific and Practical Conference with International Participation (Nizhnevartovsk, October 18, 2024). ed. L.G. Pashchenko. Nizhnevartovsk: NVSU Publishing House, 2025. 294 p.
6. Khasiyatullo M.G. Scientific Aspect No. 6 2024. Samara: Aspect LLC Publishing House, 2024. 124 p.
7. Khussamov R.R., Nasibullin I.U., Bondalet A.A. China's Tourism Industry: Stages of Development and National Characteristics. Creative Economy. 2021. Vol. 15. No. 6. P. 2589–2602.
8. Gorokhov S.A. Features of the tourism industry in China. Scientific Bulletin of MGIIIT. 2013. No. 2. Pp. 12 – 15.
9. Zaklyazminskaya E.O. Tourism Economy of the People's Republic of China: dis. ... Cand. of Economics. Moscow, 2018. 105 p.
10. Azovsky I.S. China's tourism industry is on the rise. Problems of the Far East. 2000. No. 6. P. 102 – 108.
11. Nechaeva A.V. Characteristic features and trends in the outbound tourist flow of China. Geographical and geoecological studies in the Far East: Collection of scientific works of young scientists. Issue 3. Vladivostok: Dalnauka, 2007. P. 158 – 168.

Информация об авторе

Сунь Хайян, аспирант, старший преподаватель, Цицикарский университет, Китай, 892135341@qq.com

© Сунь Хайян, 2025