

Ханъмэн Ван, магистрант,
Амурский государственный университет

ЦИФРОВОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО
ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ ХЭЙЛУНЦЗЯНА)

Аннотация. В статье рассматриваются ключевые механизмы цифрового продвижения туристического потенциала провинции Хэйлунцзян. Анализируется влияние сезонных и инфраструктурных факторов на развитие регионального туризма, а также роль современных цифровых технологий в формировании устойчивого туристического потока. Показаны преимущества мультимедийных форматов, персонализированных сервисов и интеграции цифровых платформ с локальной туристической инфраструктурой. Рассмотрены типичные проблемы существующих решений и обозначены перспективы роста.

Ключевые слова: Цифровой маркетинг, региональный туризм, Хэйлунцзян, VR, персонализация, мультимедиа.

Современное продвижение туристических регионов всё чаще строится на интеграции цифровых инструментов, способных не только информировать, но и формировать эмоциональный образ территории. Провинция Хэйлунцзян, известная своими зимними ландшафтами, фестивалем льда и снега, этнокультурным разнообразием и значительными природными ресурсами, обладает высоким туристическим потенциалом. Однако выраженная сезонность и территориальная удалённость от ключевых транспортных узлов создают необходимость в использовании современных цифровых решений, позволяющих снизить эти ограничения.

Цифровые платформы становятся основой визуальной и информационной репрезентации региона. Использование панорамной съёмки, виртуальных туров, 360-градусных видеоматериалов и других иммерсивных форматов позволяет потенциальным туристам погрузиться в атмосферу региона ещё до поездки, формируя предварительное доверие и интерес.

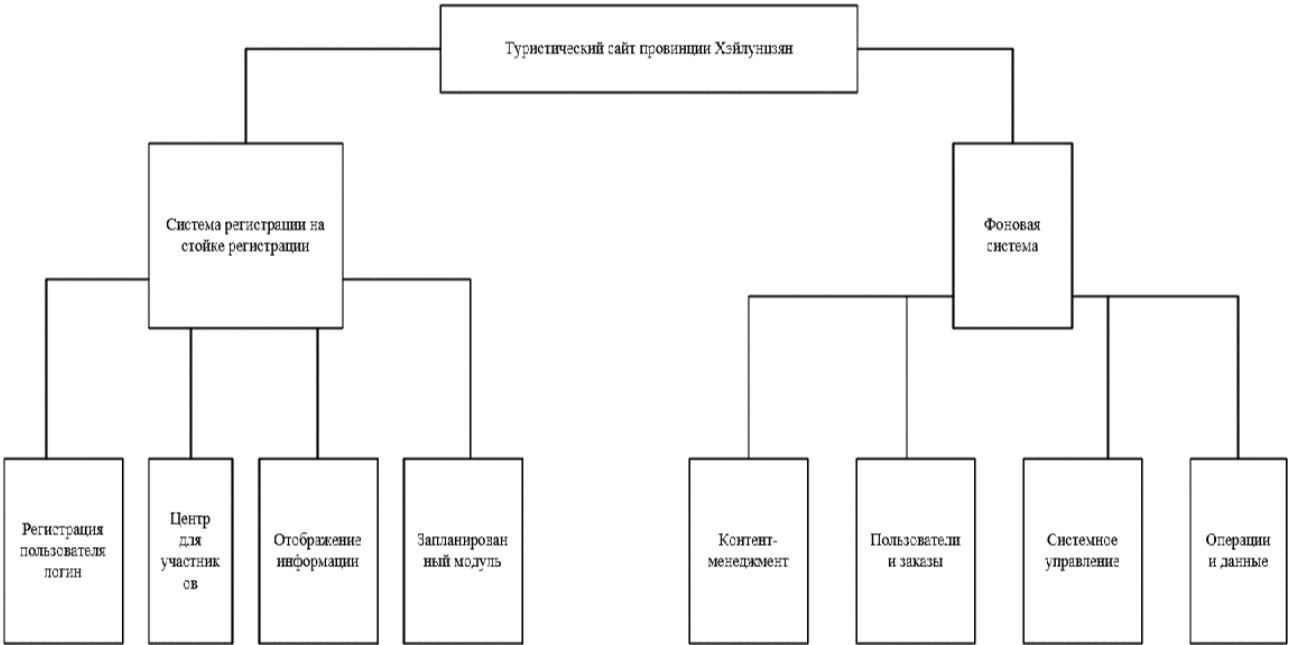


Рисунок 1. Концептуальная схема интегрированной цифровой платформы



Дальнейшее развитие связано с применением персонализированных сервисов. Рекомендательные алгоритмы, основанные на анализе данных пользователей, позволяют формировать индивидуальные сценарии путешествий, адаптируя их к сезонности, погодным условиям, предпочтениям и уровням подготовки туристов. Многоязычная среда представления контента существенно снижает барьеры для международной аудитории и обеспечивает доступность ключевой информации.

Важную роль играет интеграция цифровых платформ с локальной инфраструктурой. Поддержка онлайн-бронирования, маршрутов, транспортных решений, а также взаимодействие с местными гостиницами, экскурсионными бюро и предприятиями питания формирует единое информационное пространство. Такой подход способствует созданию удобной, логически связанной туристической среды.

Несмотря на потенциал, многие платформы демонстрируют ряд недостатков. Среди них – недостаток персонализированных сценариев путешествий, шаблонность структуры интерфейсов, слабая адаптация под культурные и природные особенности Хэйлунцзяна. Существенную проблему создаёт фрагментарность сервисов, когда пользователь вынужден переключаться между несколькими приложениями для решения базовых задач, что разрушает целостность туристического опыта.

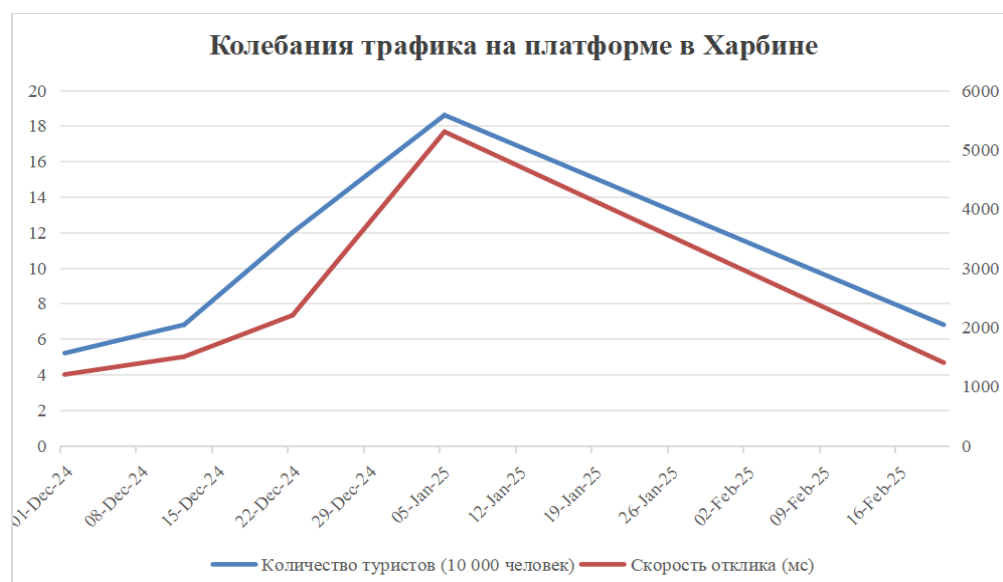


Рисунок 2. Колебания пользовательского трафика в пиковый зимний сезон (на примере Харбина)

Технические ограничения также оказывают влияние: платформы нередко сталкиваются с перегрузками в периоды крупных событий, а недостаточное внимание к безопасности данных и удобству обновления информации приводит к снижению доверия пользователей. Эти факторы подчеркивают важность стандартизации систем и разработки устойчивой цифровой архитектуры.

Преодоление указанных проблем открывает значительные возможности. Развитие мультимедийных технологий, внедрение VR-и AR-решений, применение блокчейна для подтверждения подлинности культурных объектов, формирование единой базы данных и внедрение стандартов качества обслуживания создают предпосылки для формирования привлекательного, современного туристического образа региона.



Интеграция цифровых сервисов в единую экосистему позволяет повысить узнаваемость региона, стимулировать развитие сопутствующих отраслей и обеспечить устойчивую туристическую динамику. Эффективная цифровая стратегия не ограничивается внедрением отдельных технологий – её успех определяется способностью отражать культурную уникальность территории, адаптироваться к сезонным изменениям и формировать удобный, персонализированный путь туриста.

Список литературы:

1. Кудряшов А.А. «Развитие цифровых технологий сферы туризма в Российской Федерации». 2024.
2. Восколович Н.А. «На пути к цифровому туризму». 2024.
3. Горбатов С.А. «Цифровые технологии в сфере социального туризма». 2024.
4. Применение инструментов цифрового маркетинга в сфере туризма / «Вестник экономики, права и социологии». 2025.

