

Секция «Культурная политика и управление в гуманитарной сфере.»

Реформы и инновации в сфере продажи сувенирной продукции в российских музеях в условиях цифровизации

Научный руководитель – Швыдкой михаил Ефимович

Ян Гожуй

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа культурной политики и управления в гуманитарной сфере, Менеджмент, Москва, Россия
E-mail: 2780466787@qq.com

Музейные сувениры — это не просто маленькие памятные вещицы, которые посетители уносят с собой. Они становятся важным элементом культурного опыта, связующим звеном между музеем и его гостями. Однако, как показывает практика, далеко не все музеи сегодня способны предложить что-то действительно интересное и запоминающееся. В этой статье мы рассмотрим текущее состояние рынка музейных сувениров в России, успешные кейсы из Китая и возможные пути развития этой сферы.

В мае 2024 года в Государственном музее Востока прошла лекция под названием «Сувенирную продукцию нужно придумывать с заботой о посетителях». На ней были представлены результаты исследования, проведённого совместно с Центральным музеем древнерусской культуры имени Андрея Рублёва и ИСОМ России. В опросе участвовало около 100 музеев, что, конечно, не охватывает всю страну, но даёт определённое представление о тенденциях.

Средний чек в музейных магазинах составляет 300 рублей, а самыми популярными товарами остаются магниты, открытки, блокноты и ручки. При этом почти половина музеев предлагает сувениры, которые слабо связаны с их экспозициями. Например, вместо уникальных реплик экспонатов посетители часто видят стандартные товары, которые можно купить в любом сувенирном магазине. [1]

Одним из ярких примеров успешного подхода можно назвать Восточный музей. Здесь представлены не только традиционные магниты и открытки, но и более оригинальные вещи: наборы для вышивки от студии Nitka, чай с принтами кимоно, оригами и даже реплики исторических артефактов, таких как блюдо ляган, созданное Мухитдином Рахимовым в 1945 году. [2]

Китайские музеи давно перестали быть просто хранителями древностей. Они активно используют свои коллекции для создания уникальных сувениров, которые становятся настоящими хитами продаж.

Один из самых известных примеров — кукла «Галопирующая лошадь» из музея провинции Ганьсу. Этот сувенир, созданный по мотивам бронзовой статуэтки эпохи Восточной Хань, сочетает в себе традиционные элементы и современный дизайн. Его «умышленно уродливый» вид вызвал настоящий ажиотаж в социальных сетях: видео с куклой набрали 1,5 миллиарда просмотров, а за первые три дня продаж было реализовано 100 тысяч экземпляров.

Ещё один интересный тренд — это «слепые коробки», которые стали популярными благодаря компании POP Mart. Суть в том, что покупатель приобретает коробку, не зная, что именно внутри. Такой подход, основанный на азарте и коллекционировании, можно успешно применять и в музейной сфере. Например, можно выпускать тематические коробки с миниатюрными копиями экспонатов или сувенирами, вдохновлёнными коллекциями музея. [3]

Чтобы сделать сувениры более привлекательными, музеям стоит обратить внимание на несколько ключевых направлений.

Во-первых, это функциональность. Сувениры должны быть не только красивыми, но и полезными. Например, зарядные устройства в стиле Розеттского камня или термосы с узорами, вдохновлёнными музейными экспонатами.

Во-вторых, важно работать над дизайном. Антропоморфизация артефактов, создание виртуальных персонажей для социальных сетей — всё это может сделать сувениры более запоминающимися.

Наконец, стоит активнее использовать технологии. Цифровые коллекции в формате NFT, персонализированные сувениры, созданные с помощью 3D-печати, — такие решения не только привлекают внимание, но и открывают новые возможности для монетизации.

Продажа сувениров — это не просто способ заработать, но и возможность укрепить связь музея с его посетителями. Чтобы добиться успеха, важно не только предлагать качественные и оригинальные товары, но и постоянно искать новые идеи. Опыт китайских музеев показывает, что даже самые традиционные экспонаты могут стать источником вдохновения для создания современных и востребованных сувениров.

Российским музеям есть куда расти, и те, кто первыми начнут внедрять инновации, смогут не только увеличить свои доходы, но и укрепить свою культурную значимость. Ведь сувенир — это не просто вещь, это часть истории, которую каждый посетитель может унести с собой.

Литература

1. https://orientmuseum.ru/news/2024/may/suvenirka_na_intermuzee/index.php.
2. https://orientmuseum.ru/news/2024/dekabr/obzor_novinok_magazina/index.php?sea_val=Nitka
3. <https://popmart.world.tmall.com/>