

JEL classification: N75, N85, M37

УДК 339.13(470+571)(091)

DOI 10.17150/2308-2488.2023.24(4).611-630

**А.А. Хисамутдинов**

*Дальневосточный федеральный университет;  
Центральная научная библиотека Дальневосточного  
отделения Российской академии наук,  
г. Владивосток, Российская Федерация*

**Гао Мингью**

*Дальневосточный федеральный университет,  
г. Владивосток, Российская Федерация*

## **История российского предпринимательства в Китае первой половины XX века в зеркале рекламы**

**Аннотация.** Исследование посвящено истории российских предпринимателей в Китае первой половины XX века как она нашла отражение в рекламе их бизнеса, размещенной преимущественно в местной периодической печати. В этот период российские предприниматели добились значительных коммерческих успехов во многих китайских городах. Продвижение их товаров на внутреннем рынке Китая стало во многом результатом их умелой рекламной деятельностью. Особо широкое распространение реклама на русском языке в Китае получила после окончания Гражданской войны в России. Наиболее важными центрами предпринимательской и рекламной активности российских предпринимателей стали китайские города Харбин, Тяньцзинь и Шанхай. В рекламной деятельности нашли отражение как экономическая сфера жизни русской диаспоры, так и социальные потребности ее представителей. В ходе изучения истории российского предпринимательства, рекламы бизнес-предприятий, принадлежавших выходцам из России, авторы неоднократно проводили полевые исследования в Китае, в ходе которых изучали бывшие российские коммерческие предприятия, нередко работающие и в настоящее время. Источни-

ками по теме исследования послужили также документы на русском и китайском языках, хранящиеся в музеях и библиотеках Хэйлунцзянской провинции, Харбина и Шанхая.

**Ключевые слова.** Российское предпринимательство, реклама, русская эмиграция, бизнес-предприятия, Китай.

**Информация о статье.** Дата поступления 10 октября 2023 г.; дата принятия к печати 7 декабря 2023 г.; дата онлайн-размещения 19 декабря 2023 г.

**A.A. Khisamutdinov**

*Far Eastern Federal University;  
Central Scientific Library of the Far Eastern  
Branch of the Russian Academy of Sciences,  
Vladivostok, the Russian Federation*

**Gao Mingyue**

*Far Eastern Federal University,  
Vladivostok, the Russian Federation*

## **History of Russian Entrepreneurship in China the First Half of the XX Century in the Mirror of Advertising**

**Abstract.** The study is devoted to the history of Russian entrepreneurs in China in the first half of the twentieth century as it was reflected in the advertising of their business, placed mainly in local periodicals. During this period, Russian entrepreneurs achieved significant commercial success in many Chinese cities. The promotion of their products in the Chinese domestic market was largely the result of their skillful advertising activities. Advertising in Russian became especially widespread in China after the end of the Civil War in Russia. The most important centers of entrepreneurial and advertising activity of Russian entrepreneurs have become the Chinese cities of Harbin, Tianjin and Shanghai. Advertising activities reflect both the economic sphere of life of the Russian diaspora and the social needs of its representatives. In the course of studying the history of Russian

entrepreneurship and advertising of business enterprises owned by immigrants from Russia, the authors repeatedly conducted field research in China, during which they studied former Russian commercial enterprises, often operating at the present time. Sources on the research topic also included documents in Russian and Chinese stored in museums and libraries in Heilongjiang province, Harbin and Shanghai.

**Keywords.** Russian entrepreneurship, advertising, Russian emigration, business enterprises, China.

**Article info.** Received October 10, 2023; accepted December 7, 2023; available online December 19, 2023.

Изучение деятельности российских предпринимателей в Китае первой половины XX века в условиях поворота на Восток российской внешней политики, роста взаимного товарооборота между странами, установление партнерских отношений в других областях, представляется важной исследовательской задачей.

Основными источниками по этой теме являются работы исторического характера китайских и российских авторов, а также литература мемуарного характера. Уникальным изданием, содержащим, помимо прочего, информацию о деятельности русских предпринимателей в Китае является альбом «Русские в Шанхае» В.Д. Жиганова. Возможно, это самый ранний и наиболее полный отчет о жизни русской эмиграции в Шанхае. Сообщаемая информация проиллюстрирована большим количеством фотографий [1]. Китайский исследователь Ли Сингэн, изучавший коммерческую деятельность русских эмигрантов в Харбине, Тяньцзине, Шанхае после Октябрьской революции до 1945 г, приводит различные факты деловой и коммерческой активности предпринимателей выходцев из России [2]. Монографию «История русских эмигрантов в Шанхае», которую подготовил сотрудник Шанхайской академии социальных наук Ван Чжичэна, можно назвать энциклопедией о русской эмиграции.

Автор рассказал о жизни русских жителей Шанхая, останавливаясь на положении различных социальных групп и характеризуя ситуацию в различных отраслях экономики, где проявили себя русские эмигранты [3]. Одну из первых работ по экономической истории Тяньцзиня написал очевидец событий И.И. Серебренников. В своих мемуарах автор упомянул некоторые российские промышленные и торговые предприятия в Китае [4].

Публикации бывших харбинцев Г.В. Мелихова и Е.П. Таскиной подкреплены источниками и личными впечатлениями [5; 6]. В них содержатся интересные биографические сведения о российских предпринимателях в Маньчжурии. Диссертация Му Даньпина посвящена российским предприятиям в современном Харбине (промышленность, торговля, финансы, транспорт, недвижимость, общественное питание и развлекательные услуги) [7]. Кроме вышеназванных работ нужно также отметить публикации Т.Г. Мамаевой [8] и Д.В. Крохмалю [9]. Данные исследования затрагивают в большей или меньшей степени предпринимательскую деятельность россиян, их участие в экономической жизни Китая. Ценность представленного исследования заключается в использовании работ китайских авторов, которые практически не нашли отражения в публикациях российских историков и экономистов.

В большинстве перечисленных работ содержится информация о рекламе производственных и коммерческих предприятий, принадлежавших выходцам из России, выпускаемой ими продукции или оказываемых ими услугах, воспроизводятся ее изображения, однако, информация эта используется исключительно в иллюстративных целях. В предпринятом же авторами исследовании бизнес-реклама становится одним из основных источников изучения истории российского предпринимательства в Китае в первой половине XX в.

Промышленные предприятия российских эмигрантов в Харбине, за исключением нескольких крупных предприятий, непосредственно обслуживавших КВЖД, находились в ведении государственного управления Китая и представляли перерабатывающие отрасли, ориентированные на производственно-бытовой и внешнеторговый экспорт (мукомольное производство, добыча масла, виноделие, лесное и горное хозяйство, пошив одежды, сигареты и некоторые предметы первой необходимости).

Поскольку Харбин находился на северо-востоке Китая, то здесь не было крупной промышленности, развивались только традиционные ремесленные направления. Строительство КВЖД активизировало предпринимательскую деятельность. Большое количество инженерно-технического, военного, полицейского, административного персонала и рабочих въехало в развивающийся Харбин, что привело к резкому увеличению населения, росту городского потребления, спроса на жилье и производственные материалы. Тогда экономика Харбина не могла позволить себе поставлять товары повседневного спроса и предметы первой необходимости для горожан. Этот огромный рынок привлек внимание иностранцев. Огромный спрос на рынке побудили российские компании открывать предприятия в Харбине [10].

В 1900 г. одна из русских фирм — «Маньчжурское мукомольное товарищество» — построила в Харбине первый крупный мукомольный завод, заложив тем самым основу развития данной отрасли хозяйства в регионе [11, с. 23]. Вторая мельница в Харбине была построена средствами самой дороги и в 1902 г. передана частному «Сунгарийскому мукомольному товариществу». В следующем, 1903 г., возникли русские мельницы в Имяньпо и Куаньченцзы<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Северная Маньчжурия и Китайская Восточная железная дорога / сост. Экономическим бюро КВЖД. Харбин: Типография КВЖД, 1922. С. 415.

В результате Северный Китай стал быстро развиваться, благодаря инженерам и администраторам, а также предприимчивости российских коммерсантов. В 1903 г. Владислав Федорович Ковальский<sup>2</sup> стал компаньоном на мукомольном предприятии, а после окончания Русско-японской войны, в 1906 г., организовал «Общество Соединенных Маньчжурских мельниц». После этого Ковальский по совету правления КВЖД купил лесопилку в устье Сунгари. В 1911 г. В.Ф. Ковальский получил свою первую концессию на Яблоне. Спрос на лесоматериал был тогда ничтожен, рынок весьма беден, и получить кредит на развитие дела было трудно. Частично это объяснялось непростыми местными условиями — наличием хунхузов и отсутствием дорог. Однако интуиция не подвела предпринимателя: этому коммерческому началу сопутствовал успех. Высокосортный лес, а также огромный рынок сбыта стали вескими аргументами для получения крупных кредитов. В.Ф. Ковальский и стал одним из самых влиятельных миллионеров русского Дальнего Востока.

В 1920-е гг. второе место после мукомольной промышленности на северо-востоке Китая занимала индустрия соевого масла. Российские частные маслобойные заводы, открытые в Харбине и других местах, имели значительные объемы производства. Согласно статистике, в 1924 г. в Харбине было 45 маслобоен, четыре из которых были открыты россиянами. Маслобойня Романа Моисеевича Кабалкина<sup>3</sup> была крупнейшей из тогда действующих [7, с. 48].

<sup>2</sup> Ковальский Владислав Федорович (27 июля 1871, Ново-Утице Подольской губ. — 22 нояб. 1940, Харбин). Жил во Владивостоке (с 1893), строитель КВЖД. Подрядчик на станции Пограничная (с 1899), владелец Лесной концессии в Маньчжурии. Старшина Харбинского биржевого комитета.

<sup>3</sup> Кабалкин Роман Моисеевич (1850, Полоцк — 1933, Палестина). Предприниматель и старожил Харбина. Занимался экспортом соевых бобов, передал дела компании сыновьям (1922).

После Русско-японской войны общественная жизнь Харбина была относительно стабильной, численность его населения значительно выросла, что сделало производство алкоголя прибыльной отраслью. В Харбине и его окрестностях открылось много новых пивоваренных компаний. К 1907 г. в Харбине и на КВЖД насчитывалось 38 русских винодельческих заводов по производству водки и спирта с годовой производительностью 140 000 баррелей. Восемь винодельческих заводов располагались непосредственно в городе. Из десяти пивоварен, принадлежавших предпринимателям из России, пять находились в Харбине [12, с. 22–25]. К концу 1920-х гг. вдоль Китайско-Восточной железной дороги действовало семь крупных машинных пивоварен, специализировавшихся на производстве спирта, шесть из которых располагались в Харбине, а четыре были открыты русскими эмигрантами<sup>4</sup>. Рекламные объявления свидетельствуют, что пиво, производимое на этих предприятиях, пользовалось в те годы широким спросом. Особенно удачной следует признать рекламу бренда вино-водочного завода «Нега», которым руководил в Харбине (а позднее и в Шанхае) Александр Николаевич Лазариди. В целях рекламы был использован текст романа «В лохмотьях сердце» [13].

Поскольку российские предприятия не облагались налогами, они стали приносить огромную прибыль. В начале XX в. в Харбине начали открываться российские торговые компании. Созданный еще в 1857 г. Иваном Яковлевичем Чуриным торговый дом «И.Я. Чурин и К<sup>о</sup>» начал действовать в Китае в период строительства КВЖД. Чуринские магазины Харбина были в состоянии удовлетворить самые разнообразные потребности населения. В них можно было найти все: от самых изысканных продуктов питания до сва-

<sup>4</sup> Северная Маньчжурия и Китайская Восточная железная дорога. С. 445–446.



дебных нарядов, фраков и тростей. О том, насколько широк был ассортимент предлагавшихся товаров, свидетельствует Т.Г. Мамаева [8, с. 95]. В 1931 г. в журнале «Рубеж» была размещена новогодняя реклама компании, которая подтверждает вывод о широком ассортименте товаров: «И.Я. Чурин и К-о. Открыт большой рождественский базар. Колоссальный выбор: Ёлочных украшений, Картонажей, Бонбоньерок, Хлопушек, Свечей подсвечников, Свечей алюминиевых, Горящих звездочек, Масок, Полумасок, Конфетти и Карнавальных принадлежностей. В огромном выборе: Игрушки лучших заграничных фабрик “Marklin”, плюшевая и всевозможная детская игрушки и игры, кукольные постройки, рукоделие, куклы, посуда, паровые двигатели, железная дороги, кинематографы, заводная и механическая игрушки, аппараты для выжигания, метало-пластика»<sup>5</sup>.

После Октябрьской революции 1917 г. торговая компания реорганизовала свои предприятия в России в акционерное общество «Торгово-промышленное товарищество на паях», а компания в Китае сохранила прежнее название — «Торговый дом И.Я. Чурина и К<sup>о</sup>». Управляющий А.В. Касьянов работал над укреплением компании, и вскоре торговые связи компании с американскими и европейскими странами были восстановлены. В ноябре 1919 г. в районе Даоли Харбина открылось трехэтажное коммерческое здание. Компания последовательно открывала универмаги в Шэньяне, Чанчуне, Цицикаре, Маньчжурии и других местах, отделы закупок в Шанхае и Кобе, а также консигнационное<sup>6</sup> отделение в Даляне [14, с. 71].

Информация о товарах Чурина публиковалась в ежедневной китайской газете «Харбинский вестник», кроме того, рекламу компании можно было увидеть практически во всех русскоязычных изданиях и ча-

<sup>5</sup> Реклама // Рубеж. 1931. 1 янв.

<sup>6</sup> Консигнация — форма комиссионной продажи товара.



стично в китайских, особенно в пользующихся спросом ежедневных газетах «Заря» и «Рупор». Анализ рекламы компании позволяет отметить одну особенность: о какой бы категории товара ни сообщалось, в тексте обязательно указывалось: «Предлагается в широком ассортименте».

Российский предприниматель И.А. Лопато<sup>7</sup> во время Русско-японской войны вместе со своим братом А.А. Лопато открыл табачное производство «Гавана». Уже в советский период основал в Харбине табачную компанию «Акционерное общество А. Лопато и сыновья» (1929) [15]. Рекламные объявления И.А. Лопато можно разделить на три типа. К первому типу можно отнести объявления на русском языке, они были ориентированы на выходцев из России, проживающих в то время в Харбине. Эти плакаты были выполнены в простой, но яркой цветовой гамме. Красный, зеленый, черный, оранжевый и белый цвета обычно использовались в качестве фона или цвета рисунка. Большинство рисунков на плакатах представляли собой абстрактные геометрические фигуры или были трансформированы из букв, уподобляясь стилю авангард. Одновременно с этим изготавливались рекламные плакаты в китайском стиле. Этот вид рекламы в основном был представлен на традиционном китайском языке, в дизайне узоров также преобладали китайские элементы: например, цветы или иероглифы и т.п. Третий тип рекламного плаката — это форма китайско-западной комбинации, в которой присутствовали как китайские, так и иностранные элементы. Такая реклама была рассчитана на китайских и российских потребителей, что также в определенной

<sup>7</sup> Лопато, Илья Ааронович (1874–1934) родился в Виленской губернии. Окончил городскую и специальную караимскую школу. Работал в табачной промышленности в Москве, затем стал владельцем двух табачных магазинов. Был в должности старшины Харбинского биржевого комитета. Отметив 40-летие коммерческой деятельности, уехал с семьей во Францию.

степени повлияло на стиль коммерческого дизайна Хэйлунцзяна, заключавшегося в сочетании китайской и западной эстетик.

По мере роста прослойки богатых людей в Маньчжурии стала развиваться торговля ювелирными изделиями. Наиболее крупные ювелирные магазины принадлежали Б. Вейло, И.А. Каспе, А.Б. Лейзеровичу, фирме «Полонский и К<sup>о</sup>» и др. На Дальнем Востоке И.А. Каспе оказался в годы Русско-японской войны как солдат действующей армии. На войне он был ранен, награжден Георгиевским крестом. После войны остался на Дальнем Востоке и стал создавать свое дело в Харбине<sup>8</sup>. Его предпринимательская деятельность в рекламных целях широко освещалась в местной прессе. В частности освещая предпринимательскую деятельность этой компании, газета «Железнодорожная жизнь на Дальнем Востоке» отмечала не только его награды на международных выставках, но и особое внимание — для привлечения новых клиентов — уделяла художественному исполнению ювелирно-граверных и чеканных работ «по весьма недорогим ценам»<sup>9</sup>. Начало крупного бизнеса И.А. Каспе можно отнести к 1906 г.: именно эта дата фигурирует в рекламной продукции «Модерна» как время начала строительства развлекательно-гостиничного комплекса в Харбине [16, с. 280]. Современный «Модерн» также относит свои истоки к этому году, отметив в 2006 г. столетний юбилей предприятия пышными торжествами. Это здание и сегодня является достопримечательностью Центральной улицы (в прошлом Китайская, Чжунъян дацзе 中央大街). В периодической печати тех лет размещено немало рекламы этого коммерческого предприятия.

<sup>8</sup> Государственный архив Хабаровского края (ГАХК). Ф. Р-830. Оп. 3. Д. 19702. Л. 27.

<sup>9</sup> Железнодорожная жизнь на Дальнем Востоке. 1909. 3 февр. (№ 5).

В 1925 г. российский предприниматель П.Л. Цуркерман открыл магазин «Марс» на Центральной улице Харбина. Магазин располагался на Бельгийской улице (совр. улица Биле 比乐街). Распространяемая рекламная продукция свидетельствует, что продукция компании продавалась не только в Харбине, но и в Даляне и Шанхае — двух крупных городах, где жили эмигранты [17, с. 61]. Дизайн логотипа «Марса» состоял из двух частей: шаблона и текста. Основная его часть — крылатый летающий орел, который также изображен на русском гербе. В торговой марке орел приседает на кандалы и ступает на землю, переворачивая горы и море. Это символически должно было свидетельствовать о стремлении компании доставлять российские товары во все уголки мира. Юй Гуанчао отмечает и другую особенность русской рекламы: часто применялись буквенные обозначения, которые были символом товарных знаков иностранных товаров. Данный вид рекламной продукции был ориентирован на удовлетворение потребителей, предпочитающих иностранные товары [18, с. 35]. Но поскольку магазин «Mars» был открыт на улице, где проживало мало китайцев, то основной рекламной целью стал русский покупатель, поэтому общий стиль оформления рекламы — русский.

Традиционно в России фамилия предпринимателя имела большее значение, чем наименование товара, поэтому неудивительно, что наиболее распространенными товарными знаками в Харбине являлись те, что состояли из имени, отчества и фамилии владельца компании. Например, этой практике последовали водочный завод «С.А. Андреев», молочная ферма «П.П. Мыльников», ювелирно-часовой магазин «И.К. Фролова», аптека «Л.П. Томсона», торговый дом «Л.И. Лугового». При этом фамилия владельца включается в систему логотипов, образующих так называемый «стиль бренда», который помимо букв или само-

го визуального товарного знака предполагает также определенный шрифт, элементы, их расположение и зачастую «фирменная» цветовая гамма. Этот стиль был направлен на создание четкой визуальной идентичности продукта.

Еще одной точкой приложения усилий российских предпринимателей в Китае являлся Шанхай. Промышленные и торговые предприятия русских эмигрантов появились в Шанхае сравнительно поздно, и история их развития была короткой, но вскоре они заняли ведущее место на местном рынке. В то время русские чайные торговые предприятия как, например, «Губкин-Кузнецов и К<sup>о</sup>», «Молчанов-Печатнов и К<sup>о</sup>», «С.В. Литвинов и К<sup>о</sup>» в Ханькоу действительно представляли солидную торговую силу. Годовой оборот капитала этих крупных компаний достигал 250 млн рублей, но они не сыграли никакой роли в продвижении русской промышленности и торговли, оставаясь преимущественно экспортной перевалочной базой в Шанхае.

Расцвет русского бизнеса в Шанхае приходится на период Русско-японской войны 1904–1905 гг. В то время в Шанхае было много русских солдат, что стимулировало предпринимателей из России открыть здесь свой бизнес. В 1908 г., помимо «Банка и Конторы Добровольного флота», существовали уже русские частные предприятия. Открылся мануфактурный магазин Л.И. Лугового, С.С. Гейман имел представительскую контору «Польских мануфактурных фирм», Шейнин в 1907 г. открыл первый русский гастрономический магазин в Шанхае, Серебрянников — комиссионную контору, С.П. Циренщиков — банкирскую контору [3, с. 694].

К 1919 г. в Шанхае обосновалось около тысячи русских эмигрантов. Одно за другим открылось несколько новых коммерческих предприятий: «Первый русский модный салон г-жи Линовой» — самый большой

и фешенебельный салон в городе; магазин случайных вещей Н.И. Ивановича и др. В.И. Циммерман владел в городе оптовым складом колониальных товаров. В 1920 г. открываются новые предприятия: ювелирный магазин М.Я. Липковского, первая русская лавка на Хонькью-маркет И.П. Ефимчука, ресторан «Сант-Жорж» Шуина, первая русская аптека С.Г. Аркуса, ресторан «Алла Верды» А. Кузьмина. На следующий год Арон и Соломон Файны открывают магазин на Норд Сечуэн-род. Н.И. Иванович первым из русских обосновался на авеню Жоффр. Там же занимался галантереей полковник Г.Е. Арнхольд, открывший позднее школу верховой езды [1, с. 153].

До середины 1920-х гг. центром активности русских эмигрантов в Шанхае была улица Нанкин. Но с 1926 г. они стали жить на авеню Жоффр (современное название Хуайхай-роуд) во Французской концессии<sup>10</sup>. За короткое время русские быстро превратились из уличных торговцев в десятки солидных промышленных и торговых предприятий. Одним из основных направлений деятельности российских эмигрантов являлось общественное питание. В то время в Шанхае было довольно много русских ресторанов, и наиболее известными из них были: «Кавказ», «Жуков», «Фусин», русский ресторан «Кескеда» и так далее. Кроме того, россияне также открыли многочисленные кафе по всей территории концессии. Местных жителей они привлекали прежде всего дешевой русской едой. Китайская газета Шэнь-бао писала: «В русском ресторане, входящем в состав Русского клуба, гости могут отведать изысканные блюда русской кухни всего за 0,8 юаня»<sup>11</sup>.

Реклама русских торговых предпринимателей направлена на отражение особой изысканности, предоставляемых услуг. Газета «Шэнь-бао» пишет о эlegant-

<sup>10</sup> Полевые материалы авторов. Шанхай. 2021. 15 дек.

<sup>11</sup> Шэнь-бао. 1928. 1 июля. (№ 27). 申报. Кит.

ности ресторана Ткаченко: «Небольшой квадратный столик, на котором расстелена тонкая и ровная белая скатерть, небольшая фарфоровая вазочка, в которую вставлены яркие и благоухающие цветы. В блеске серебряных приборов смутно отражаются изящные тени сидящих рядом с нами мужчин и женщин...»<sup>12</sup>.

Помимо ресторанов, фармацевтическая промышленность и медицинские учреждения также обеспечивали значительную долю занятости выходцев из России. В медицинских объявлениях газеты «Шэнь-бао» часто речь идет о предоставлении услуг частными врачами, стоматологами. За десять лет (1923–1933) число русских аптек в Шанхае заметно выросло. Среди них газета особо выделяет известную русскую аптеку «Сине-Фармаци»<sup>13</sup>.

В меховой промышленности также очень заметны деловые способности русских эмигрантов. Согласно данным статьи в газете «Шэнь-бао» в 1938 г., в Шанхае было более десяти меховых магазинов, которыми управляли русские эмигранты, большая часть которых была сосредоточена на улице Цзинганси (ныне Нанкинская Западная улица, Шанхай 南京西路) и улице Сычуань 四川路. При этом в них имелось оборудование по кондиционированию воздуха для хранения кожгалантереи. Во Французской концессии, где все больше концентрировалось русское эмигрантское население, один за другим открывались десятки продуктовых магазинов и ломбардов<sup>14</sup>.

К 1930-м гг. бизнес русских эмигрантов в Шанхае охватывал все сферы городской жизни. Магазины русских продуктов, одежды, элитной моды, салоны красоты, парикмахерские, фотостудии возникали один за другим. Возрастает и влияние российского эмигрантского бизнеса на шанхайском рынке. Значительных

<sup>12</sup> Реклама // Шэнь-Бао. 1928. 11 авг. 申报. Кит.

<sup>13</sup> Шэнь-бао. 1933. 24 апр. (№ 13). 申报. Кит.

<sup>14</sup> Там же. 1933. 24 апр. (№ 13); 1938. 10 нояб. (№ 13). 申报. Кит.

успехов эмигранты из России добились и в промышленном секторе. К середине 1930-х гг. русские эмигранты в Шанхае последовательно открыли несколько заводов по производству соков, более десятка заводов по производству водки, действовали предприятия по производству фанеры, лесопильных материалов, резинотехнических изделий, шоколадных конфет, красок, молока, косметики, кожаной обуви и т.д. [3, с. 696]. В 1917 г. при Российском Генеральном консульстве в Шанхае была создана торгово-промышленная палата [19, с. 287].

Тяньцзин также являлся территорией, где активно работали российские предприниматели. С начала 1920-х гг. русские тяньцзинцы стали переезжать в квартал Сяо-бай-лоу, где они чувствовали себя в безопасности от произвола властей. Китайские исследователи Ван Вэньжуй и Чжоу Эньюй отмечают, что до середины XX в. квартал Сяо-бай-лоу был известен как «Русский город» [19, с. 134]. Здесь русские эмигранты открыли универсальный магазин, аптеку, продовольственный и комиссионный магазины, винный завод, кондитерскую фабрику, обувной магазин, магазин часов и ювелирных изделий, типографию, кожевенный завод, магазин музыкальных инструментов, фотоателье, отели, парикмахерские и др. [20, с. 102]. Большинство этих предприятий на первых порах ориентировались на спрос русского населения [4, с. 195–196] и работали в сфере услуг. В частности, эмигранты открыли парикмахерские в отеле «Шунде» (совр. гостиница «Тяньцзинь») и «Тайлай» (совр. гостиница «Тяньцзинь № 1»), на улице Цзефан 解放路 располагалась парикмахерская: Коленева и салон красоты Нины Костровой, которые в основном обслуживали белоэмигрантов [21, с. 157]. Промышленных предприятий было немного [4, с. 196].

Таким образом, история российского предпринимательства, как она предстает в отражении рекламы,



свидетельствует об успешном развитии бизнеса. Несмотря на жесткую конкуренцию со стороны не только китайских, но и иностранных фирм, российские предприниматели успешно осваивали китайский рынок. Об этом свидетельствует и тот факт, что некоторые предприятия продолжают работать и сегодня, в частности, торговый дом «И.Я. Чурин и К°», гостиница «Модерн». Бренды популярных российских компаний и магазинов запечатлелись в памяти китайцев на многие годы.

Русскоязычная реклама, в которой нашла отражение история предпринимателей из России, была ориентирована на различные категории населения. В начальный период основными потребителями представленной на ней продукции и услуг являлось русскоязычное население, оказавшееся в Китае в силу различных обстоятельств. При этом анализ рекламной продукции свидетельствует о серьезном социальном расслоении среди мигрантов из России. На потребности наиболее состоятельных слоев была ориентирована реклама дорогих ресторанов и ювелирных магазинов. Мигрантам из низших слоев реклама предлагала одежду и белье по сниженным ценам, дешевые обеды, услуги ломбардов и т.д. История российских предприятий в Китае свидетельствует, что их рекламная деятельность была на весьма высоком уровне, учитывала материальные потребности населения и являлась весьма вариативной в оформлении. Многие бренды российских компаний, созданные в первой половине XX в., узнаваемы в Китае и в наши дни.

Как показывает проведенное исследование, рекламные материалы, разбросанные по страницам периодических изданий, путеводителей или справочников представляют собой весьма информативный и в должной мере еще не оцененный источник сведений по истории предпринимательства.

## Список использованной литературы

1. Русские в Шанхае : [альбом] / сост., ред. В.Д. Жиганов. — Шанхай : Изд. В. Жиганова, 1936. — 330 с.
2. 李兴耕. 风雨萍踪: 俄国侨民在中国, 1917-1945 [Ли Сингэн. Ряска в непогоду: Русские эмигранты в Китае, 1917-1945. / Ли Сингэн. — Пекин : Чжунъян бяньи чубаньшэ, 1997. — 536 с.].
3. 汪之成. 上海俄侨史 [Ван Чжичэн. История русской эмиграции в Шанхае / Ван Чжичэн. — Шанхай : Изд-во Шанхайский кн. магазин Шанлень, 1993. — 832 с.].
4. Серебренников И.И. Мои воспоминания / И.И. Серебренников. — Тяньцзинь : Наше знание, 1940. — Т. 2: В эмиграции (1920–1924). — 260 с.
5. Мелихов Г.В. Белый Харбин. Середина 20-х / Г.В. Мелихов. — Москва : Русский путь, 2003. — 200 с.
6. Таскина Е.П. Русский Харбин / Е.П. Таскина. — Москва : Изд-во МГУ, 1998. — 272 с.
7. 穆丹萍. 近代哈尔滨地区俄国企业研究(1898-1926) [Му Даньпин. Исследование российских предприятий в современном Харбине (1898-1926) : дис. ... д-ра ист. наук / Му Даньпин. — Чанчунь, 2012. — 177 с.].
8. Мамаева Т.Г. Российское торгово-промышленное предпринимательство в Маньчжурии (конец XIX в. — 1945 г.) / Т.Г. Мамаева. — Хабаровск : Изд-во ДВГМУ, 2021. — 128 с. — EDN MKYOPU.
9. Крохмаль Д.В. История предпринимательского успеха И.Я. Чурина / Д.В. Крохмаль, Е.В. Польская. — EDN LYQTRO // Вестник научных конференций. — 2021. — № 8. — С. 65–67.
10. Remer C.F. Foreign Investments in China / C.F. Remer. — New York : H. Fertig, 1968. — 732 p.
11. 林大伟. 20世纪初哈尔滨俄国资本研究. 黑龙江省社会科学院 [Линь Давэй. Исследование российского капитала в Харбине в начале XX века : дис. ... магистра ист. наук / Линь Давэй. — Харбин, 2016. — 46 с.].
12. Каваками Т. Промышленность Северной Маньчжурии / Т. Каваками. — Харбин : Штаб Заамур. округа погран. стражи, 1909. — Т. 3. — 271 с.
13. Блантер М. В лохмотьях сердце / М. Блантер ; текст К. Подревского ; муз. М. Блантера. — Москва : Изд-во автора, 1925. — 6 с.
14. Хисамутдинов А.А. Основные направления деятельности торгового дома «И.Я. Чуринов и К°» в Китае / А.А. Хисамутдинов, Гао Мингъю. — DOI 10.24866/1997-2857/2023-

2/69-75. — EDN TAJNND // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. — 2023. — № 2 (64). — С. 69-75.

15. Тищенко П. Памяти Ильи Ароновича Лопато / П. Тищенко // Харбинская старина. — Харбин, 1936. — С. 30-34.

16. 石方, 刘爽, 高凌. 哈尔滨俄侨史 [Ши Фан. История русских эмигрантов в Харбине / Ши Фан, Лю Шуан, Гао Лин. — Харбин : Хэй лунцзян жэньминь чубаньшэ, 2003. — 609 с.].

17. Хисамутдинов А.А. Купи-продай: история развития русской рекламы в Китае (первая половина XX века) / А.А. Хисамутдинов, Гао Мингью. — Владивосток : Изд-во ДВФУ, 2019. — 151 с.

18. 于冠超. 域外文化影响下的哈尔滨城市美术研究(1898-1945) [Юй Гуанчао. Городские художественные исследования влияния зарубежной культуры (1898-1945) : дис. ... д-ра ист. наук / Юй Гуанчао. — Харбин, 2017. — 197 с.].

19. 王文瑞. 话说天津小白楼 // 天津文史资料选辑 [Ван Вэньжуй. История о районе Сяо-Бай-Лоу Тяньцзиня / Ван Вэньжуй // Сборник культурно-исторических материалов Тяньцзиня. — Тяньцзинь, 1993. — Т. 59. — С. 130-145].

20. Хисамутдинов А.А. Русские страницы в истории Тяньцзиня по китайским источникам / А.А. Хисамутдинов, Ли Янь. — DOI 10.24866/2542-1611/2023-2/98-106. — EDN HDEMNS // Известия Восточного института. — 2023. — № 2 (58). — С. 98-106.

21. 杜立昆. 白俄在天津 // 天津文史资料选辑 [Ду Ликунь. Белоземмигранты в Тяньцзине / Ду Ликунь // Сборник культурно-исторических материалов Тяньцзиня. — Тяньцзинь, 1980. — Т. 9. — С. 150-177].

## References

1. Zhiganov V.D. (ed.). *Russians in Shanghai*. Shanghai, V. Zhiganov Publ., 1936. 329 p.

2. Li Xinggeng. *Duckweed in Bad Weather: Russian Emigrants in China, 1917-1945*. Beijing, 1997. 536 p.

3. Van Chzhichen. *History of Russian Emigration in Shanghai*. Shanghai, 1993. 832 p.

4. Serebrennikov I.I. *My Memories*. Tyan'tszin, Nashe znanie Publ., 1940. Vol. 2. 260 p.

5. Melikhov G.V. *White Harbin. Mid 20s*. Moscow, Russkii put Publ., 2003. 200 p.

6. Taskina E.P. *Russian Harbin*. Lomonosov Moscow State University Publ., 1998. 272 p.

7. Mu Danping. *A Study of Russian Enterprises in Modern Harbin (1898–1926)*. Doct. Diss. Chanchun, 2012. 177 p.

8. Mamaeva T.G. *Russian Commercial and Industrial Entrepreneurship in Manchuria (Late 19<sup>th</sup> Century – 1945)*. Khabarovsk, Far Eastern State Medical University Publ., 2021. 128 p. EDN: MKYOPU.

9. Krokhmal D.V., Polskaya E.V. Entrepreneurial Success Story of I.Ya. Churina. *Vestnik nauchnykh konferentsii = Bulletin of Scientific Conferences*, 2021, no. 8, pp. 65–67. (In Russian). EDN: LY-QTRO.

10. Remer C.F. *Foreign Investments in China*. New York, H. Fertig, 1968. 732 p.

11. Lin Dawei. *Study of Russian Capital in Harbin at the Beginning of the Twentieth Century*. Master Diss. Kharbin, 2016. 46 p.

12. Kavakami T. *Industry of Northern Manchuria*. Kharbin, 1909. Vol. 3. 271 p.

13. Blanter M., Podrevskii K. *Heart in Tatters*. Moscow, 1925. 6 p.

14. Khisamutdinov A.A., Gao M. The Main Activities of I.Y. Churin & Co. Trading House in China. *Gumanitarnye issledovaniya v Vostochnoi Sibiri i na Dal'nem Vostoke = Humanities Research in the Russian Far East*, 2023, no. 2, pp. 69–75. (In Russian). EDN: TAJNND. DOI: 10.24866/1997-2857/2023-2/69-75.

15. Tishenko P. In Memory of Ilya Aronovich Lopato. *Kharbinskaya starina*. Kharbin, 1936, pp. 30–34. (In Russian).

16. Shi Fang, Liu Shuang, Gao Ling. *History of Russian Emigrants in Harbin*. Kharbin, 2003. 609 p.

17. Khisamutdinov A.A., Gao Mingyue. *Buy and Sell: The History of the Development of Russian Advertising in China (First Half of the 20<sup>th</sup> Century)*. Vladivostok, Far Eastern Federal University Publ., 2019. 151 p.


18. Yu Guanchao. *Urban Artistic Explorations of the Influence of Foreign Culture (1899–1945)*. Doct. Diss. Kharbin, 2017. 197 p.


19. Wang Wenrui. *The Story of the Xiao-Bai-Lou Area of Tianjin*. In *Collection of Cultural and Historical Materials of Tianjin*. Tian'tszin, 1993. Vol. 59, pp. 130–145. (In Chinese).

20. Khisamutdinov A.A., Li Ya. Russian Pages in the History of Tianjin According to Chinese Sources. *Izvestiya vostochnogo instituta = Oriental Institute Journal*, 2023, no. 2, pp. 98–106. (In Russian). EDN: HDEMNS. DOI: 10.24866/2542-1611/2023-2/98-106.


21. Du Likun. White Emigrants in Tianjin. In *Collection of Cultural and Historical Materials Tianjin*. Tian'tszin, 1980. Vol. 9, pp. 150–177. (In Chinese).


## Информация об авторах

Хисамутдинов Амир Александрович — доктор исторических наук, профессор, Дальневосточный федеральный университет; заведующий отделом НИР, Центральная научная библиотека Дальневосточного отделения Российской академии наук, г. Владивосток, Российская Федерация; e-mail: khisamut@yahoo.com.  <https://orcid.org/0000-0002-8228-7513>; SPIN-код: 4981-6337; Author ID РИНЦ: 466477.

Гао Мингью — аспирант, департамент истории и археологии, Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток, Российская Федерация; e-mail: 550363980@qq.com.  <https://orcid.org/0000-0002-2836-4610>.

## Authors

Amir A. Khisamutdinov — D.Sc. in History, Professor, Far Eastern Federal University; Head of the Research Department, Central Scientific Library of the Far Eastern Branch of the Russian Academy of Sciences, Vladivostok, the Russian Federation; e-mail: khisamut@yahoo.com.  <https://orcid.org/0000-0002-8228-7513>; SPIN-Code: 4981-6337; Author ID RSCI: 466477.

Gao Mingyue — Ph.D. Student, Department of History and Archaeology, Far Eastern Federal University, Vladivostok, the Russian Federation; e-mail: 550363980@qq.com.  <https://orcid.org/0000-0002-2836-4610>.

## Для цитирования

Хисамутдинов А.А. История российского предпринимательства в Китае первой половины XX века в зеркале рекламы / А.А. Хисамутдинов, Гао Мингью. — DOI 10.17150/2308-2488.2023.24(4).611-630 // Историко-экономические исследования. — 2023. — Т. 24, № 4. — С. 611-630.

## For Citation

Khisamutdinov A.A., Gao Mingyue. History of Russian Entrepreneurship in China the First Half of the XX Century in the Mirror of Advertising. *Istoriko-ekonomicheskie issledovaniya* = *Journal of Economic History & History of Economics*, 2023, vol. 24, no. 4, pp. 611-630. (In Russian). DOI: 10.17150/2308-2488.2023.24(4).611-630.