

**Московский государственный университет путей
сообщения
Институт экономики и финансов**

Особенности рекламных кампаний в Китае

**Выполнила: Шрамко Ольга
гр. ЭЭС-211
Преподаватель: Евдокимов О.Г.**

В настоящее время в условиях глобализации наблюдается резкое увеличение международных экономических связей, и растет количество компаний, работающих в многонациональной среде. В связи с этим возникают новые способы коммуникации, новые модели организации рабочих процессов, новые требования к формированию организационной культуры предприятия. При межнациональном деловом взаимодействии происходит не просто взаимодействие культур, а наложение большого количества субкультур, среди которых можно выделить — возрастную, гендерную, профессиональную, религиозную, национальную, индивидуальную



Современные рекламные и бренд-коммуникации в Китае строятся на основе высококлассных мировых образцов. Привлекаются лучшие западные специалисты в области рекламы, брендинга и дизайна. Таким образом, на китайском рынке можно оперировать только современной стилистикой, ультрамодными образами, которые все больше проникают во все слои китайского общества. Потребитель постепенно приучается к транснациональному языку брендинга и потребительской культуры, он тоже глобализируется и привыкает к универсальным кодам и значениям потребления"

Специфика видов рекламы

- «Наружка» .
- Реклама в печатных изданиях
- Отраслевая пресса
- TV-реклама
- Информационная реклама

NHẬT BÁO THỜI BÁO
SỐ 092 • PHÁT HÀNH 7 NGÀY TRONG TUẦN • TEL: 978 56 50 - 8963 970 34 70 - 8917 528 2082 (русский язык)

Thứ TƯ 11 07 - 2012
NGÀY QUY ĐẠO: 11 THÁNG 05 (05) M. NHÃM THỊN

VERENNO UTVERJDAEM SVOE POLOZHENIE NA!
TUYỂN CỘNG TÁC VIÊN
BBT Nhật Báo cần tuyển cộng tác viên đưa tin bóng đá công đồng. Mọi chi tiết xin nhắn nh: 8901 517 5650 - 8963 970 3470

MOSKVA: (Trang 06)
NGHỆ AN: Giận chồng, 5 mẹ con
Lại cướp xe chở tiền, MẮT GẮN 20 TRIỆU RÚP

XÉT XỬ "QUAN" ĐÁNH CỜ TIỀN TỶ: Bật khóc khi khai BẠN XIẾT NỢ
Xuất hiện "LƯỚI SƯNG SƯNG"

Real có thật sự cần bán ở tiệm bao cao su
Modric? (Trang 98)
CÁU LẠC BỘ BÓNG ĐÁ SÔNG LA HÀ TỈNH: THƯ MỜI (Trang 83)
Dự lễ xuất quân

HỘI ĐỒNG HƯƠNG NGHỆ AN-MOSCOW (Trang 22)
CLB BÓNG ĐÁ SÔNG LA NHÌ KHỆ AN-MOSCOW

NGÀY	11/07	12/07	13/07	14/07	15/07	16/07	17/07
THỜI TIẾT	+26°C, +26°C	+18°C, +28°C	+18°C, +28°C	+15°C, +25°C	+15°C, +25°C	+15°C, +24°C	+14°C, +23°C



Этапы развития в Китае науки PR

Вообще говоря, китайские школы PR и рекламы уже не совсем юные. Исследователи выделяют такие этапы развития в Китае науки PR:

- **Внедрение** (1980–1992 гг.)
- **Ассимиляция** (1993–2000 гг.)
- **Современный PR** (с 2001 г. по наше время)

Каждая культура имеет свои ценности, религию, язык. Все это нужно учитывать и постоянно отслеживать, чтобы не было конфузов при продвижении товара.

Языковые различия могут оказать влияние на продвижение товара

□ KFC. Когда американский гигант фаст-фуда компания открыла свой первый ресторан в Пекине в 1987 году, китайцы случайно перевели знаменитый лозунг KFC “Так вкусно, что пальчики оближешь!”, как “Мы будем откусывать ваши пальцы!” на китайском языке.

□ Pepsi. Лозунг Pepsi “Мы предлагаем вам вернуться к жизни” вызвал основательную панику в Китае, где они перевели его как “Мы вернем ваших предков из могилы”.

□ Название Coca-Cola в Китае впервые было прочитано как “Ке-коу-ке-ла”, что означает “Укуси головастика” или “восковая лошадь” в зависимости от диалекта. Компания потом с трудом подобрала фонетический эквивалент “ко-коу-ко-ле”, который переводится как “счастье во рту”.



Особенности рекламы

- Для китайцев в принятии потребительского решения играет большую роль советы родственников и друзей, поэтому реклама должна быть передающейся «из уст в уста»
- Так же важен статус
- Особенности иероглифического письма отражаются в том, что китайские слоганы зачастую симметричны и в плане звучания, и в плане написания – так лучше звучит, выглядит и запоминается. При этом названия мировых брендов всегда переводятся на китайский язык – им так проще. Вот, она, извечная стратегия ассимиляции!

«10 правил успешной китайской рекламы»

1. Не злите Пекин.
2. Придерживайтесь простоты в маленьких городах и сельской местности.
3. Обучайте пожилых.
4. Скажите молодым, что «Китай крут».
5. Покажите результат, а не процесс.
6. Скажите маме, что она нужна им.
7. Не показывайте реальную жизнь.
8. Будьте самоуверенны, но не хвастайтесь.
9. Большой – красивы
10. Если все эти правила не работают, используйте ребенка.

Спасибо за внимание!