

Основные сложности выхода на китайский рынок

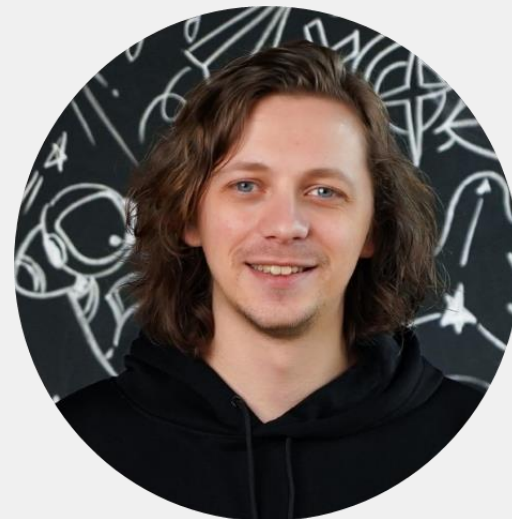


Артем Жданов,
Основатель и генеральный директор EKD Group

АРТЁМ ЖДАНОВ

Артём — китаист, автор многочисленных статей о Китае. Основатель **EKD Group** и бренда **LaowaiMe**. 15-летний опыт работы с Китаем.

Постоянный участник и спикер крупнейших конференций и форумов на китайскую тематику. Награжден благодарственным письмом Генсекретаря ШОС за «Вклад в развитие молодежного движения в регионе ШОС». Читал гостевые лекции для EMBA в Шанхайском университете и ДВФУ, а также для студентов ВШЭ, МГИМО, ИСАА и многих других вузов.



КТО МЫ

EKD Group — коммуникационное агентство по работе с Китаем с главным офисом в Шанхае и международной командой. Основано в 2012 году.

EKD владеет самым посещаемым интернет-ресурсом о Китае на русском языке «ЭКД», брендом LaowaiMe и многими популярными аккаунтами в соцсетях.

ekd.me 

EKD — совладелец [inChina.tours](#), совместного проекта с «Комбат-турами» от Максима Батырева. Это образовательные бизнес-туры в Китай для корпораций и предпринимателей с посещением крупнейших китайских компаний: Alibaba, Tencent, DJI, BYD и других.

Мы помогаем иностранным компаниям работать на китайском рынке, а китайским брендам — выстраивать коммуникацию с зарубежной аудиторией.



Выход на китайский рынок



Площадки e-commerce



Китайские соцсети



Лайвстрим-продажи



Инфлюенсер-маркетинг



PR и рекламные кампании



НАШИ КЛИЕНТЫ



**Большая часть бизнеса из СНГ
имеет неправильное
представление о спросе
российских товаров и услуг
на китайском рынке.**



ЭТИ МИФЫ АКТИВНО ПОДДЕРЖИВАЮТСЯ СМИ




Бизнесмен из КНР: китайцы готовы переплачивать за российскую еду

16:37 25.10.2016 (обновлено: 16:40 25.10.2016)

36 29407 335 3



Публикация:
 РИА НОВОСТИ

НЕВЕРНО



«Покупатели из Китая готовы платить двойную цену за российскую продукцию, поскольку она качественнее и вкуснее, заявил гендиректор синьцзянской платформы электронной коммерции Yelinmall Чжан Дунлян».



«Но деньги для нас, для китайцев, не вопрос, когда идёт речь о качестве и пользе. К тому же сейчас цена на российские продукты ненамного выше, чем на китайские. Но я уже сказал, что это не главное. Средний китайский покупатель готов отдать за товар даже двойную цену, он готов купить качественные российские товары».



«Наибольшей популярностью пользуются экологически чистые товары из России: молочные, мясные продукты, кондитерские изделия».



«Российские продукты питания уже хорошо себя зарекомендовали в Китае. Так, на прилавках супермаркетов можно увидеть российский шоколад, муку, подсолнечное масло, печенье, мед, мороженое. Данные товары имеются не только в приграничных с Россией провинциях».



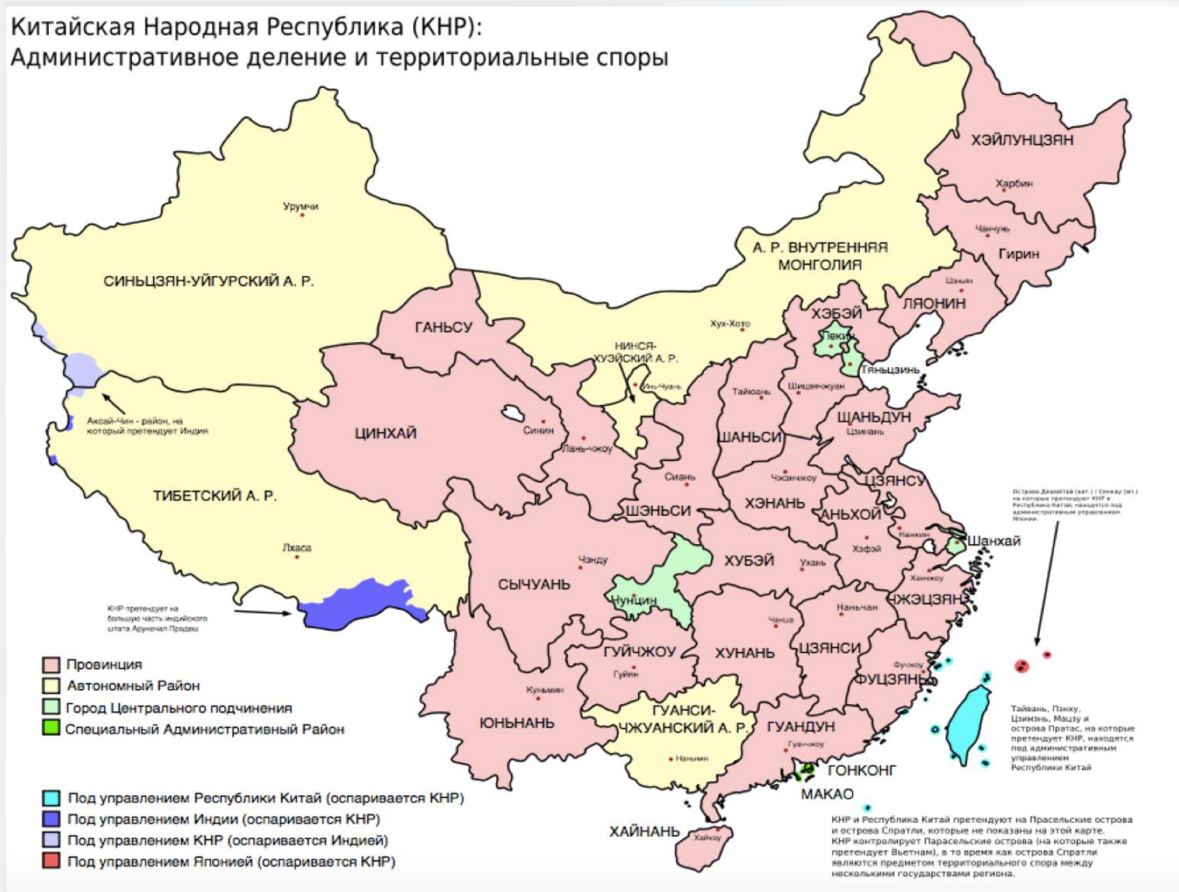
ПОЧЕМУ КОМПАНИЯМ ИЗ РФ СЛОЖНЕЕ НА КИТАЙСКОМ РЫНКЕ, ЧЕМ ЗАПАДНЫМ?



- ✓ Россия в Китае – не бренд;
- ✓ Для большинства китайцев Россия – это поставщик газа, нефти, оружия и красивых девушек;
- ✓ Имидж российских продуктов проигрывает Европе, США, Австралии, Новой Зеландии и многим другим.
- ✓ Приграничные компании обрушивают цены с серым товаром

ЗАБУДЬТЕ О КИТАЕ КАК О ЕДИНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Китайская Народная Республика (КНР):
Административное деление и территориальные споры

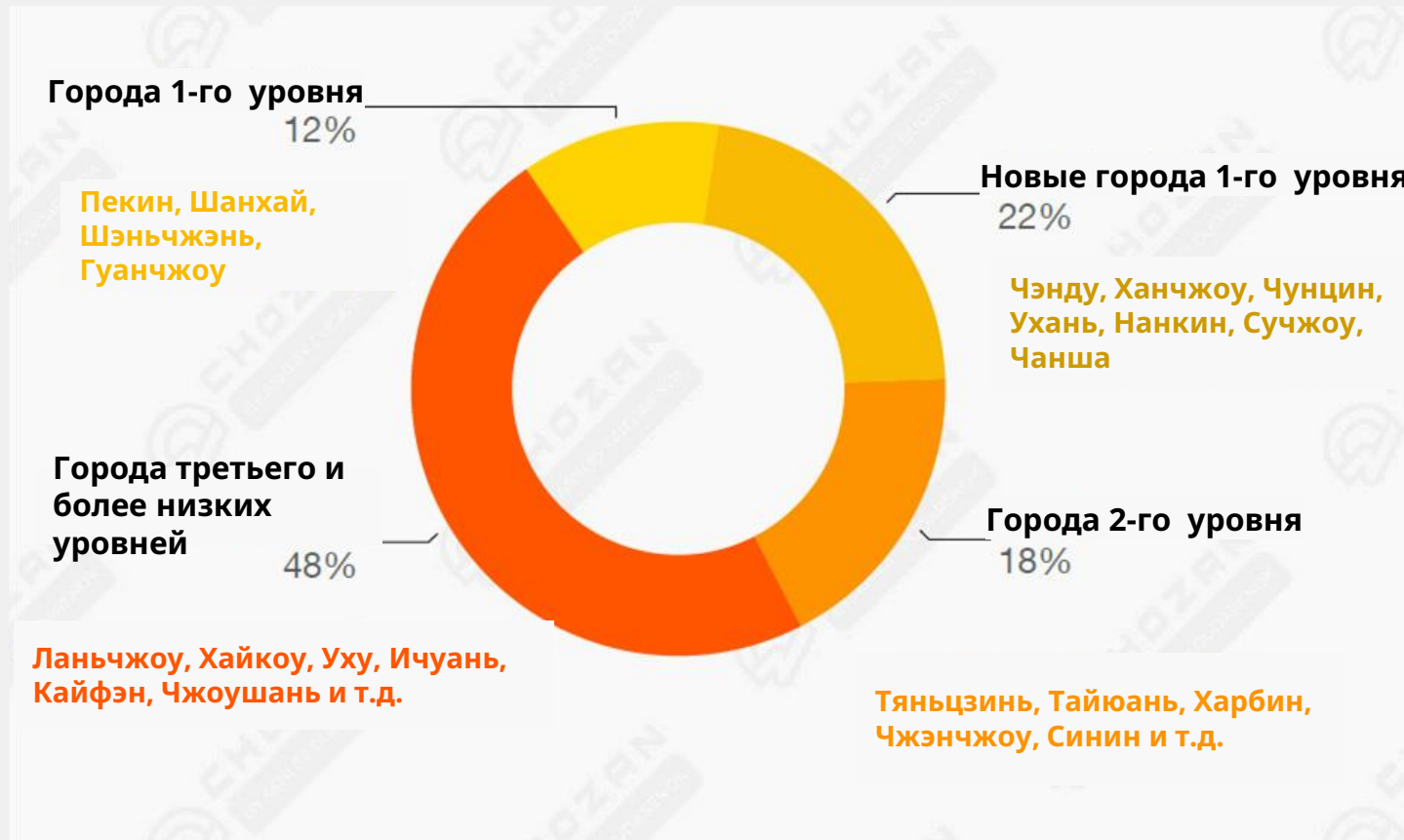


КАКОЙ РЕГИОН ВЫБРАТЬ?

- ✓ На Севере у российских продуктов есть узнаваемость и хороший имидж.
- ✗ Завален серым товаром
- ✓ Юг и Восточное побережье: самые богатые и открытые к импортным продуктам
- ✗ Высокая конкуренция
- ✓ Центральный Китай: многочисленный и не так много конкурентов
- ✗ Относительно беден и традиционен



СТРУКТУРА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В КИТАЕ 2024 Г.





McDonald's®
麦当劳®



McDonald's®
麦当劳®

Как можно скорее регистрайте свою ТМ в Китае (международный и китайский вариант)

Возможно ваш китайский партнер уже это делает

Локализация и адаптация

- ✓ Название, слоган, рекламные материалы
- ✓ Дизайн и фирменный стиль
- ✓ История бренда и позиционирование
- ✓ Адаптация вкусовых и других качеств продукта

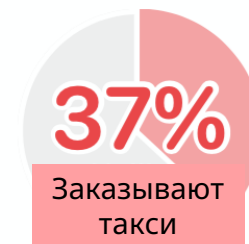


МИЛЛИАРД ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ



В США и Европе интернетом охвачены 90% населения.
В Китае — только 78% (более 1,1 млрд). Это большой потенциал роста.

Что китайцы делают в интернете?

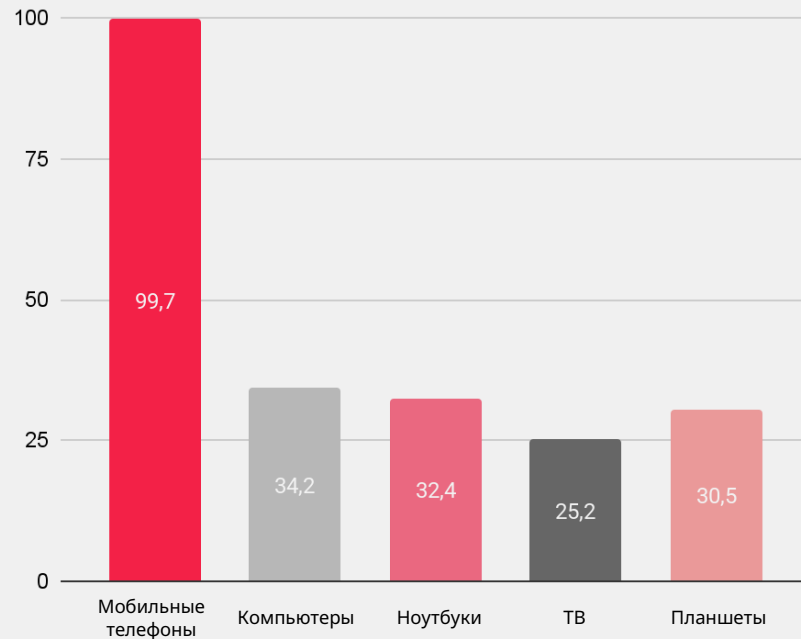


Источники: KAWO report, The 54th Statistical Report on China's Internet Development, 2024

ЧТО ТОЧНО НЕ РАБОТАЕТ?

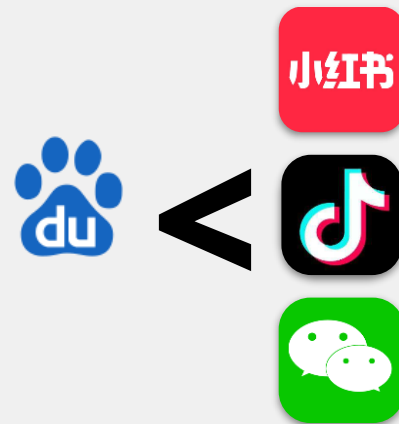
- ✗ Веб-сайты не популярны в Китае
- ✗ Электронная почта редко используется для общения, поэтому email-маркетинга нет в Китае.
- ✗ Для регистрации на онлайн-площадках номер телефона используется чаще, чем email

Распределение по устройствам для выхода в интернет в Китае (июнь 2024 года)



77%

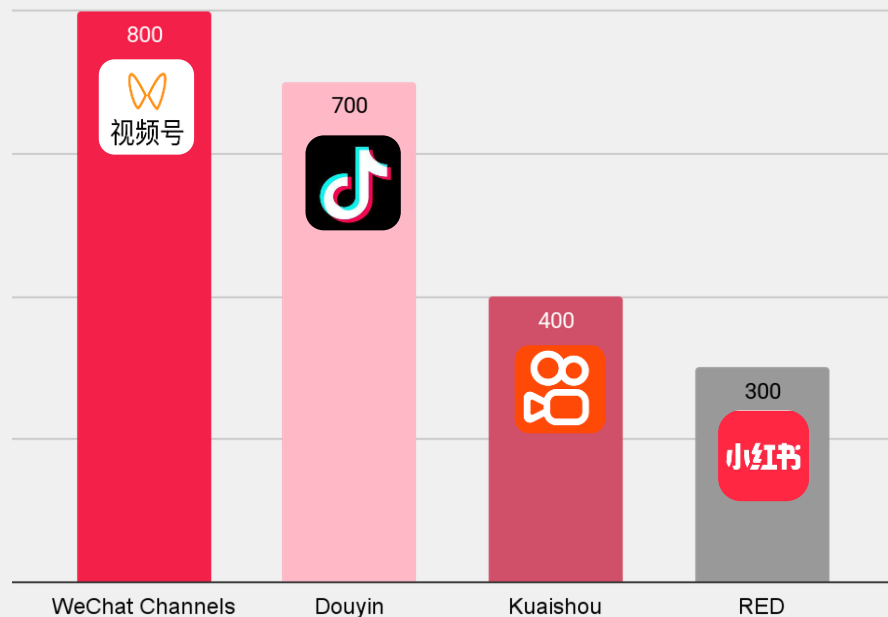
китайских пользователей
предпочитают искать
информацию в
социальных сетях.



94% КИТАЙСКИХ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СМОТРИТ ВИДЕО В СРЕДНЕМ 2 ЧАСА В ДЕНЬ.

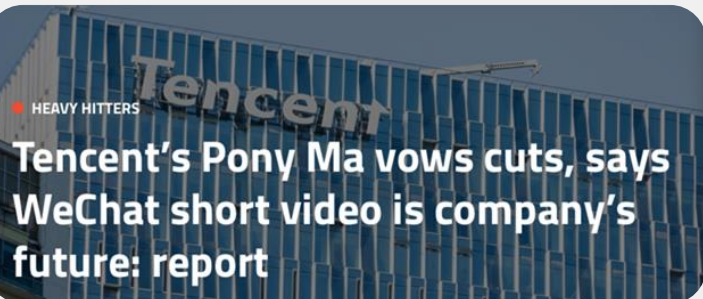
88% КИТАЙСКИХ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ЕЖЕДНЕВНО ЗАХОДЯТ НА ПЛАТФОРМЫ КОРОТКИХ ВИДЕО.

MAU площадок коротких видео (в млн человек)

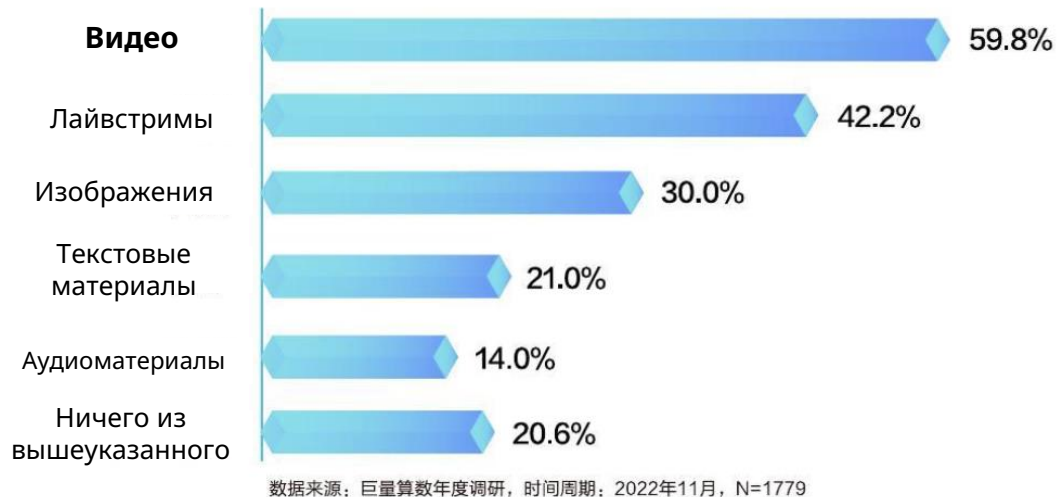


ВИДЕОПЛАТФОРМЫ МЕГА-ПОПУЛЯРНЫ

Где люди получают рекомендации о товарах



Источник: Technode



Источник: QuestMobile

СИНХРОННЫЕ КОММЕНТАРИИ ДАНЬМУ



首页 ▾ 番剧 直播 游戏中心 会员购 漫画 赛事 下载客户端

直男体验职业伴娘的一天



老外如何看山西太原？中国变化最大的城市之一！

9.8万 1359 2021-05-11 17:11:54 未经授权，禁止转载



1 人正在看，已装填 1359 条弹幕



发个友善的弹幕见证当下

弹幕礼仪 >

发送



6365



3971



2417



1381



稿件投诉




记笔记




ТРАДИЦИОННАЯ МОДЕЛЬ

«Дайте мне то, что я хочу»

- 1 Платный трафик с рекламы привлекает покупателей
 - 2 Платформа рекомендует магазин/товары
 - 3 Покупатель заинтересовался товаром
 - 4 Покупатель ищет товары, сравнивает
 - 5 Покупатель читает отзывы
- 
- Покупка

НОВАЯ МОДЕЛЬ

«Скажите, что мне купить»

- 1 Покупатель смотрит контент в ленте приложения. Она формируется инфлюенсерами и алгоритмами
 - 2 Рекомендация контента
 - 3 Покупатель совершает выбор под влиянием инфлюенсеров и контента
- 
- Покупка напрямую в приложении или мини-программе



Работайте с KOL! (Key Opinion Leaders)

Китайцы верят только
людям, которых знают

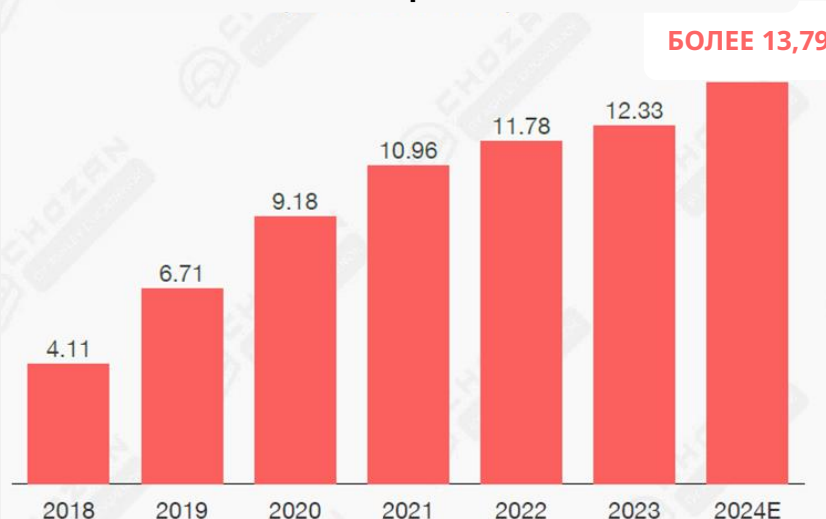
KOL-кампании — необходимое условие для всех брендов в Китае.

Китай — один мировых лидеров по влиятельности инфлюенсеров на интернет-пользователей.

Китайцы мало верят официальным аккаунтам и подписываются на них не так охотно.

Персональные аккаунты имеют значительно больший вес, чем на Западе.

**РОСТ РЫНКА KOL В 2018-2024 ГГ.
(в млрд USD)**





90%

китайских потребителей совершают покупки на лайвстримах.

А на Западе лайвстрим-продажи еще находятся в зачаточном состоянии.

Самые популярные категории товаров для лайвстрим-продаж на 2023 год:

- косметика
- продукты питания и напитки
- одежда
- товары для дома
- электроника

Китайский маркетинг самый дорогой в мире

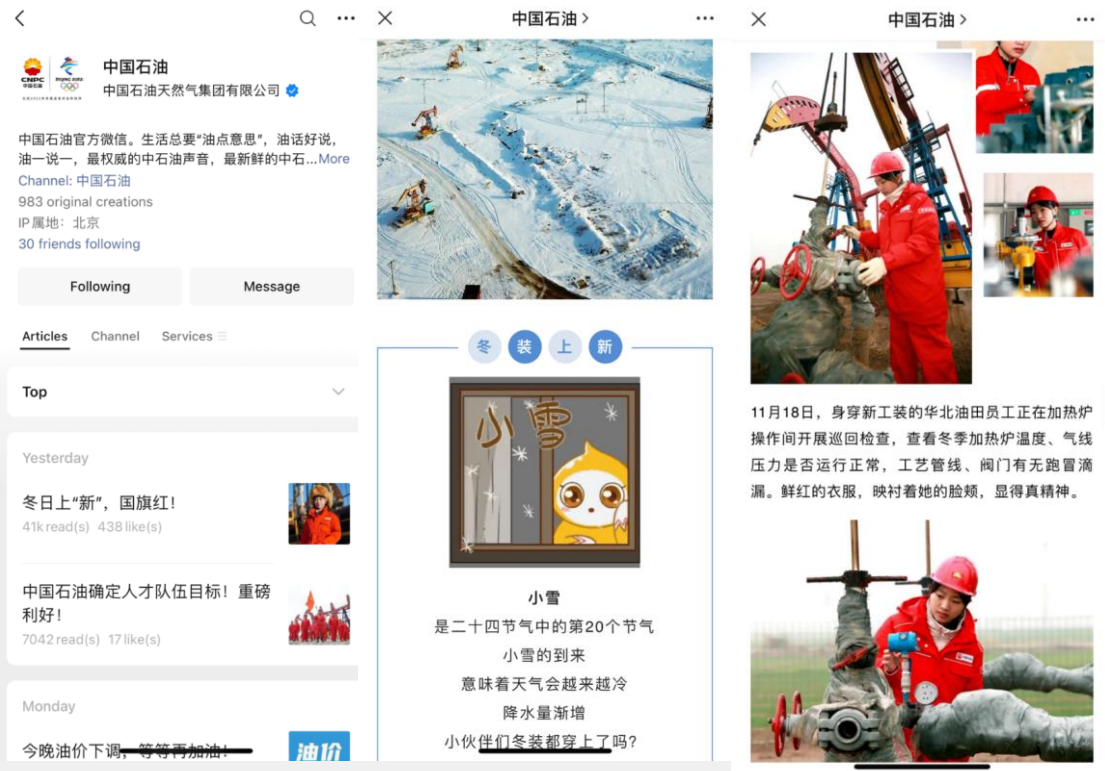


И немного о B2B

SINOPEC В КИТАЙСКИХ СОЦСЕТЯХ



Официальный аккаунт в WeChat



SINOPEC B DOUYIN (TIKTOK)



ТЯЖЕЛАЯ ТЕХНИКА В WECHAT VIDEO



ГДЕ УСПЕШНЫЕ КЕЙСЫ?

КРОКАНТ 紫皮糖

(кит. «конфета в фиолетовой обертке»)

俄罗斯进口糖果



代购 俄罗斯饼干500g紫皮糖进口KPOKAHT杏仁酥果仁夹心巧克力糖果喜糖

价格 ¥19.90—46.90

5279

105

累计评论 交易成功

淘宝价 ¥19.80 新春大促

配送 黑龙江牡丹江 至 广东广州天河区 快递 免运费

卖家承诺48小时内发货

口味

紫皮糖+随意混合糖果半斤 半斤主图紫皮糖35颗

1斤主图紫皮糖70颗 2斤主图紫皮糖140颗 1斤土豆松露糖

1斤黄花生爵士糖 1斤白皮巧克力奶油糖 1斤黑皮巧克力奶油花生糖

1斤巧克力葡萄夹心糖 1斤酸奶威化糖 1斤牛奶威化糖

1斤奥利奥巧克力糖 1斤所有混合糖果

数量

- 1 +

件(库存33482907件)

立即购买

加入购物车

19:41 俄罗斯紫皮糖

搜索

全部 用户 商品 话题 筛选



巨巨巨好吃的巧克力糖果 | 纯俄版...紫皮糖是...

洋零食 2024-07-01 87

反馈：俄罗斯紫皮糖俄版的真的好吃~ 反馈一下...

邻家小铺~ 01-26 12



! 如何识别俄罗斯紫皮糖真假 辨别俄罗斯...

小六常年在俄罗斯 2024-12-19 43

俄罗斯紫皮糖, 巧克力控必备! 这款...

精致 2024-09-29 3



物 | 视频同款俄罗斯紫皮糖·已售33.1w

4.2w | 月销量2000+

食品 2022年04月01日

6938

ИМПЕРАТОРСКИЙ ФАРФОРОВЫЙ ЗАВОД



Лайвстрим с участием
крупнейшего китайского
лайвстрим-блогера, «короля
помады» Ли Цзяци

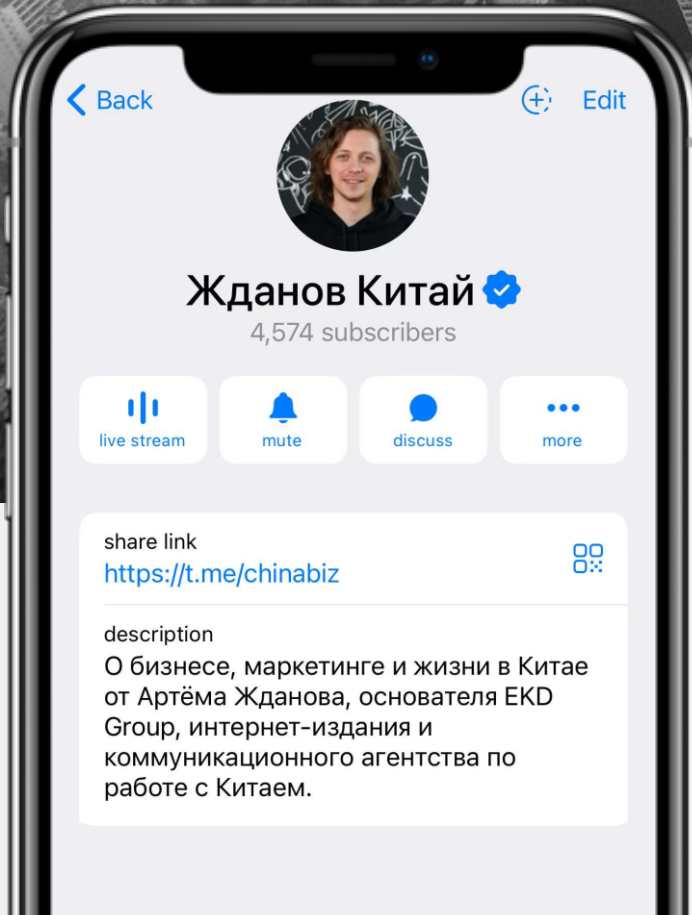


НАШИ БРЕНДЫ НА РЫНКЕ КИТАЯ



ИГОРЬ КОЛБАСА





**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ**

Артём Жданов

Email: zhdanov@ekd.me

WeChat/Telegram: [chinartem](#)