

BOOK

2013年7月吉日

<書籍刊行のご案内>

「ネクストチャイナ・マーケティング」

中国という巨大市場でいかにビジネスを成功させるか。
「中国市場の本当の姿」を膨大なデータと長年の経験則から明らかに。

博報堂PR戦略局、チャイナビジネスプランニング局に所属する青木生と、チャイナビジネスプランニング局日本分室担当室長である木戸良彦の共著による『ネクストチャイナ・マーケティング』をPHP研究所から刊行しました。



2012年9月に「尖閣問題」が発生してから、2005年の反日運動の記憶ともあいまって、日本での中国人に対するイメージは、「日本に敵対的」「日本嫌い」というネガティブなものが定着してしまっただけです。しかし、このような騒動と自分の生活とはまったく無関係であり、「日本が好き」「日本の品質はすばらしい」「やはり日本は尊敬すべきだ」と考える中国人たちも多数存在しています。

また、近年の中国は社会に流通する情報量が桁違いに増加し、個々人の行動や嗜好の多様性が一層進んでいます。その状況は、まさに「ネクストチャイナ」ともいべき新しい時代に入ったことを表しています。

本書では、そのような中国の生活者の現実を膨大なデータで明らかにするとともに、約10年にわたり、中国市場でのマーケティング、PRなどの実務に携わってきた著者たちの経験則をもとに「中国市場の本当の姿」を浮き彫りにしていきます。そして、これからの中国市場で戦っていくために必要

なマーケティングを、伝統的な手法にとらわれるのではなく、地に足をつけて、中国の生活者一人ひとりと向き合うマーケティング「ネクストチャイナ・マーケティング」としてまとめています。

ぜひご一読いただき、貴社媒体でのご紹介や、著者への取材等をご検討いただければ幸いです。

取材等のお問合せ：博報堂 広報室 藤井・尾高 (TEL:03-6441-6161)

詳細情報

<書籍情報>

タイトル：「ネクストチャイナ・マーケティング」

著者：青木生（博報堂PR戦略局、チャイナビジネスプランニング局）・木戸良彦（チャイナビジネスプランニング局）

判型：四六判 ページ数：262 ページ

ISBN：978-4-569-81341-7

発行：PHP研究所

発売日：2013年7月24日

<目次>

第1章 反日騒動の中にみた中国市場の「光」

第2章 中国は点の集合体として捉えよ

第3章 これからの中国市場に必要なコミュニケーション

第4章 企業として「尊敬」されないとビジネスはうまくいかない

第5章 最大効果を生むPR戦略

第6章 潮目が変わった今だからこそ、実践すべきアクション

<データ篇> 中国における各階層の意識の推移