

Особенности онлайн-рекламы в современном Китае

Научный руководитель – Шаронов Дмитрий Иванович

Чжан Сяонин

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: z15538177155@126.com

Первая коммерческая интернет-реклама в Китае появилась в марте 1997 года. За последние двадцать лет, с быстрым развитием интернета в Китае, интернет-реклама также стала неотъемлемой и важной частью рекламного рынка вместе с развитием интернета. В данной статье рассматривается текущая ситуация с интернет-рекламой в Китае, проблемы ее развития и предложения по их решению, а также на примере китайской социальной сети Jitterbug анализируются новые возможности, которые открывает цифровая тенденция для интернет-рекламы.

Источники и литература

- 1) Дэн Минь: Анализ текущей ситуации с интернет-рекламой в Китае. Модернизация торговых центров, выпуск 619, август 2010 (раннее издание).
- 2) Сунь На, Лю Чжэнъюн: Текущие проблемы ситуации и контрмеры онлайн-рекламы в Китае Хунаньская сельскохозяйственная механика 2008 (03)
- 3) Ван Юаньчэн Хань Линьчжи: Постимплантационная реклама: передовой способ умной рекламы Молодежный репортер [U+25CF] январь 2023 г.
- 4) <https://www.cnnic.net.cn/>