



สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงปักกิ่ง

การตลาดจีน: หลายแบรนด์สินค้า ทั้งอาหารและเครื่องดื่ม

เชิญนักกีฬาทีมชาติจีนขึ้นแท่นแบรนด์แอมบาสเดอร์

หลายแบรนด์เครื่องดื่มและอาหารในจีนได้ชูจุดขายของผลิตภัณฑ์ตนเองโดยเชื่อมโยงกับจุดเด่นของนักกีฬาทีมชาติจีน ที่ประสบความสำเร็จ ได้รับเหรียญรางวัลในกีฬาโอลิมปิกที่ผ่านมา

“ชีวิตไม่ได้มีเพียงแค่จังหวะเดียว จะเร็วหรือช้าไม่สำคัญ

แต่สำคัญที่ประสบการณ์ในทุกช่วงเวลา การใช้ชีวิต และการออกสำรวจความสุนทรีย์ของตนเอง”



Nespresso Nais Paiso ประกาศอย่างเป็นทางการว่านักปิงปองชาวจีน Wang Chuqin ได้รับตำแหน่งเป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์ของ Nespresso Nais ที่แสดงให้เห็นถึงความสุนทรีย์โฉมใหม่ ตั้งแต่ความเฉียบคมข้างสนามแข่ง ไปยังความสะดวกสบายของชีวิต และความเรียบง่าย ที่เป็นการผสมผสานระหว่างความรวดเร็วและความเชื่องช้าในชีวิต ที่ทุกอย่างยอดเยี่ยมและเต็มไปด้วยความเป็นไปได้ ทำให้การยกแก้วดื่มกาแฟในทุกครั้ง มีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ และความสุนทรีย์ตลอดเวลา



ผลิตภัณฑ์อาหารจานด่วนอย่าง Mo Xiaoxian ได้ออกผลิตภัณฑ์อาหารจานด่วนแบบไฮเอนด์ ที่เป็นอาหารสำรองของนักกีฬาทีมชาติจีนในการฝึกซ้อม โดยมีเมนู ข้าวหม้อดินใส่กรอกวางตุ้ง ข้าวอบหม้อดิน ที่มีนวัตกรรมพิเศษคือข้าวดังกล่าวไม่ต้องหุง โดยมีอุณหภูมิร้อนให้ข้าวสุกอัตโนมัติ และยังคงด้วยสารอาหารที่อุดมสมบูรณ์ให้แก่ทีมนักกีฬาจีน



นอกจากนี้สาวน้อยน่ารัก Sun Yingsha นักปิงปองโอลิมปิกทีมชาติจีน ได้เป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์ให้กับแบรนด์ฟาสต์ฟู้ดอย่าง KFC

ในฐานะบุคคลสาธารณะ ทุกการเคลื่อนไหวของเธอได้รับความสนใจอย่างมาก และความร่วมมือกับ KFC นี้ได้จุดประกายการอภิปรายอย่างดุเดือด

กลยุทธ์ทางการตลาดของ KFC เหตุใด KFC จึงเลือก Sun Yingsha เป็นโฆษกคนใหม่? มีการพิจารณาตลาดอย่างลึกซึ้งอยู่เบื้องหลังนี้ ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาเนื่องจากแนวคิดเรื่องการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพได้หยั่งรากลึกในหัวใจของผู้คนอุตสาหกรรมอาหารจานด่วนต้องเผชิญกับความท้าทายที่ไม่เคยมีมาก่อน เพื่อ

ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงนี้ KFC ได้ปรับกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง เพิ่มภาพลักษณ์เชิงบวก และความนิยม ทั้งนี้ ความเชื่อมโยงระหว่างนักกีฬาและแบรนด์อาหารจานด่วนสามารถเชื่อมโยงกับพฤติกรรมบริโภคที่ไม่ดีต่อสุขภาพ ไม่เพียงเท่านั้นแบรนด์ดังกล่าวยังถือเป็นแบรนด์ข้ามชาติที่มีต้นกำเนิดมาจากประเทศอีกซีกอานาจของโลกด้วย

แหล่งข่าวที่มา: <https://www.ellechina.com/fashion/news/a63987331/1740835830/>

<http://www.xfrb.com.cn/article/zx/10323188278550.html>

https://yule.sohu.com/a/842362697_122066679