

Министерство образования Кузбасса
Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Прокопьевский строительный техникум»

Тема

СУБКУЛЬТУРА JDM

Проект выполнил
студент 1 курса,
группа СВ-22
Антипкин Максим Сергеевич

Руководитель проекта: преподаватель
Чернова Мария Евгеньевна

СУБКУЛЬТУРА JDM

Japans Domestic Market (JDM) Японский внутренний рынок – термин распространённый в отношении автомобилей (как и запчастей) продающихся на рынки Японии. Обычно модели автомобилей для JDM являются японские компании: Toyota, Nissan, Honda, Mitsubishi, Mazda, Suzuki, Subaru



ТЮНИНГ

Идеология и суть: смысл JDM стайлинга состоит в том, чтобы привести автомобиль японского происхождения к тому виду, в котором он продаётся у себя на родине, а также установить тюнинговые детали только тех брендов и моделей, которые ценятся в Японии. Чаще всего JDM тюнинг применяется к праворульным автомобилям.



JDM в России

JDM культура начала свое развитие в России в начале 2000 годов тогда появились первые возможности приобрести японские автомобили через аукционы и группы в социальных сетях. В те времена японские автомобили были очень популярны среди российских автолюбителей, Со временем JDM культура стала все более популярной в России, привлекая все большее количество автомобильных энтузиастов и любителей японской культуры

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

JDM безусловно является одной из самых популярных и массовых субкультур среди автомобилистов всего мира. Со своим приходом она значительно поменяла как российский, так и весь автомобильный рынок в целом. Для кого-то JDM - образ жизни



Japans Domestic Market (JDM) Японский внутренний рынок – термин распространённый в отношении автомобилей (как и запчастей) продающихся на рынки Японии. Обычно модели автомобилей для JDM являются японские компании: Toyota, Nissan, Honda, Mitsubishi, Mazda, Suzuki, Subaru

