



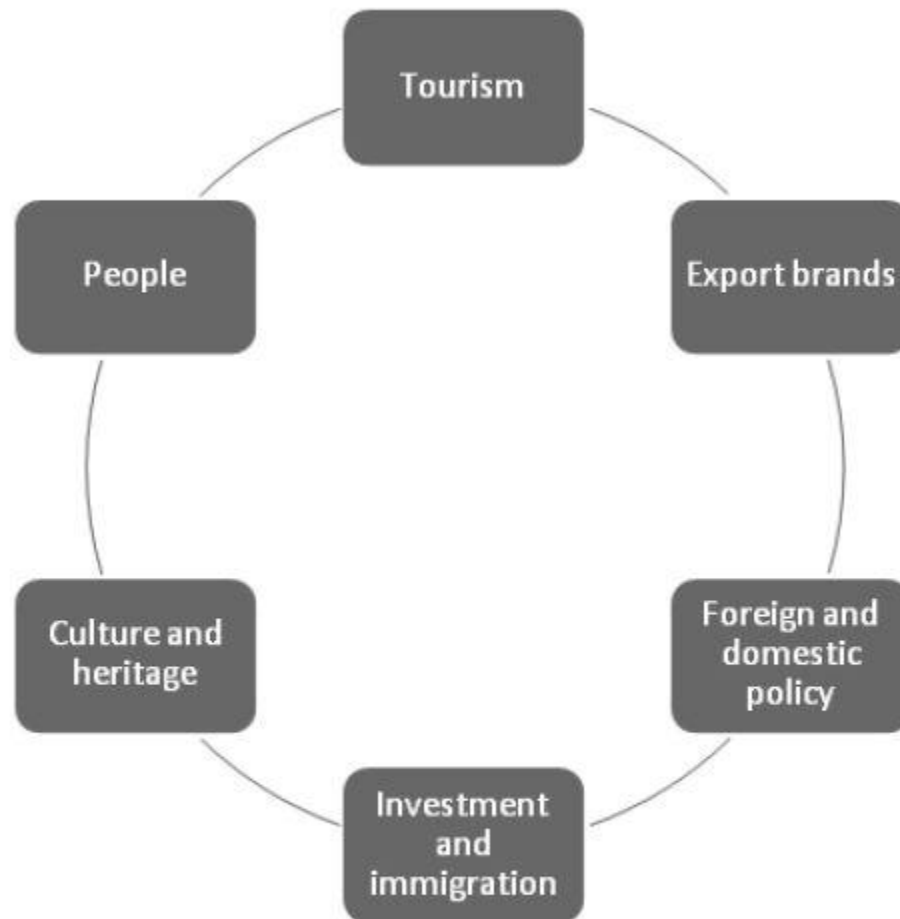
Брендинг территории: Гонконг

Концыбко Марина
Беспятова Екатерина
20745

- ЭТО

стратегия повышения конкурентоспособности городов, областей, регионов, географических зон и государств с целью завоевания внешних рынков, привлечения инвесторов, туристов, новых жителей и квалифицированных мигрантов.

Элементы брендинга по Саймону Анхольту:



ГОНКОНГ



- Глобальный город Азии
- Место, где сливаются возможности, креативность и предпринимательство
- Место, где Восток встречается с Западом: современный вид и деловая культура в гармонии с традициями и историей.

HONG
KONG



Туризм



Совет по туризму Гонконга каждый год запускает новую маркетинговую кампанию.

Он организует мегамероприятия и продвигает тематические фестивали для привлечения туристов.

Среди них Диснейленд в Гонконге, гонконгский Wetland Park и «Нгонг Пинг 360».

Культура и креативность



В начале 2000-х годов администрация города стала приветствовать развитие креативных отраслей, таких как дизайн, реклама, музыка, кинопроизводство, театр, телевидение, торговля антиквариатом и предметами современного искусства и цифровые медиа и развлечения.

Она создала Гонконгский центр дизайна и Create HK.

Анимационная индустрия также демонстрирует прогресс. Поросяенок Макдалл любим по всему миру.

Инвестиции



Стабильная администрация, законность и порядок, открытый доступ к информации, крепкая банковская и финансовая система, низкие налоговые ставки и удачное географическое расположение вместе с высокопрофессиональной и мотивированной рабочей силой служат отличным стимулом для иностранных инвесторов.

Люди



Жители Гонконга хорошо образованы, владеют иностранными языками и подготовлены для ведения бизнеса на международной арене. Набор этих качеств сочетается с духом «я могу» и умением быстро реагировать на ситуацию и проявлять гибкость в делах.

Среди тех, кто сделал свой вклад в «активы» бренда Гонконга, — Ли Ка Синь (предприниматель), Джеки Чан (кинозвезда) и Джон Ву (кинорежиссёр).

Продукты и услуги



Основной акцент сейчас ко не на хорошо известную миру легкую продукцию Гонконга, а на информационные и мультимедийные технологии, телекоммуникационные услуги, торговлю и транспорт и т. д.

Современный Гонконг переключился на «элитные» услуги — банковские инвестиции, управление активами и финансовую деятельность.

Всемирно известные бренды корпораций HSBC и Cathay Pacific поддерживают бренд Гонконга.

Спасибо за внимание!

