

**Ань Ляньчжэн**  
кафедра экономической  
теории и менеджмента;  
Институт социально-  
гуманитарного образования,  
Московский педагогический  
государственный университет;  
г. Москва, Россия,

## **ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ И РЫНОЧНОЙ СТРАТЕГИИ В ПРОЦЕССЕ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ КОМПАНИИ GREAT WALL MOTORS**

**Аннотация:** На фоне усиливающейся конкуренции на глобальном автомобильном рынке компания Great Wall Motors, являясь ведущим китайским автомобильным брендом, привлекает внимание к своему процессу интернационализации. Настоящая работа направлена на глубокий анализ характеристик потребительского поведения, выбора рыночных стратегий и эффективности их реализации, с которыми сталкивается компания Great Wall Motors в процессе интернационализации. Рассматривается, как можно способствовать устойчивому развитию компании на международных рынках, точно понимая потребности потребителей и оптимизируя рыночные стратегии. Через комплексное исследование потребительского поведения, конкурентной среды, рыночных стратегий и будущих тенденций компании Great Wall Motors на международном рынке данная работа предоставляет ценные рекомендации и идеи для компании и других аналогичных предприятий.

**Ключевые слова:** Great Wall Motors , Процесс интернационализации , Потребительское поведение , Рыночная стратегия, Устойчивое развитие

**ANLIANZHENG**  
Department of Economic  
Theory and Management;  
Institute of Social and Humanitarian Education,  
Moscow Pedagogical State University;  
Moscow, Russia,

## **RESEARCH ON CONSUMER BEHAVIOR AND MARKET STRATEGY IN THE INTERNATIONALIZATION PROCESS OF GREAT WALL MOTORS**

*Abstract:* In the context of the increasingly competitive global automobile market, Great Wall Motors, as a leading Chinese automotive brand, has attracted considerable attention for its internationalization process. This paper aims to thoroughly analyze the consumer behavior characteristics, market strategy choices, and implementation effects faced by Great Wall Motors during its internationalization, exploring how to drive its sustained development in international markets by precisely understanding consumer needs and optimizing market strategies. Through a comprehensive study of Great Wall Motors' consumer behavior, competitive environment, market strategies, and future trends in the international market, this paper provides valuable references and insights for Great Wall Motors and similar enterprises.

*Keywords:* Great Wall Motors, Internationalization Process, Consumer Behavior  
Market Strategy, Sustainable Development

### Обзор процесса интернационализации Great Wall Motors

Great Wall Motors, являясь ведущим предприятием китайской автомобильной отрасли, в последние годы добилась значительных успехов в процессе интернационализации. Компания постоянно расширяет зарубежные рынки, повышая влияние бренда и стремясь вывести китайский автомобильный бренд на мировую арену. Этот раздел кратко познакомит с процессом интернационализации компании, ее рыночным

размещением и основными достижениями, создавая основу для дальнейшего анализа.

Характеристики потребительского поведения в процессе интернационализации Great Wall Motors

### 1. Разнообразие потребительских потребностей

В процессе интернационализации Great Wall Motors сталкивается с разнообразием потребностей потребителей. В разных странах и регионах наблюдаются значительные различия в отношении к таким аспектам, как характеристики автомобиля, дизайн, безопасность и чувствительность к цене. Например, потребители в Европе и Северной Америке могут больше акцентировать внимание на управляемости и комфорте автомобиля, в то время как потребители в Юго-Восточной Азии больше ориентируются на соотношение цена-качество и послепродажное обслуживание. Great Wall Motors необходимо точно учитывать эти особенности и предоставлять продукцию и услуги, соответствующие требованиям каждого региона.

### 2. Узнаваемость бренда и доверие

Узнаваемость бренда и доверие к нему являются важнейшими характеристиками потребительского поведения в процессе интернационализации компании. На международных рынках восприятие бренда часто зависит от его успехов на национальных рынках, репутации и международного влияния. Great Wall Motors необходимо улучшать качество продукции, активно продвигать бренд и оптимизировать послепродажное обслуживание для постепенного формирования и укрепления доверия международных потребителей к бренду Great Wall.

### 3. Процесс принятия решения о покупке

Процесс принятия решения о покупке для международных потребителей обычно достаточно сложен и включает несколько этапов: сбор информации, сравнение продукции, тест-драйвы, переговоры по цене и другие. Great Wall Motors необходимо тщательно изучить процесс

принятия решений потребителями на международных рынках, предоставлять полную информацию, удобный процесс покупки и гибкие ценовые стратегии, чтобы снизить порог входа для потребителей и повысить их удовлетворенность от покупки.

Стратегия выбора на международном рынке автомобилей Great Wall

### 1. Стратегия продукта

Для удовлетворения разнообразных потребностей международных рынков, Great Wall Motors должна использовать гибкую продуктовую стратегию. С одной стороны, компания должна продолжать продвигать технологические инновации, улучшать характеристики и качество продукции, чтобы удовлетворить потребности потребителей в высококачественных автомобилях. С другой стороны, компания должна разрабатывать специализированные продукты в соответствии с потребностями различных регионов, например, оптимизировать дизайн автомобилей с учетом климатических условий, дорожных условий и стиля вождения в разных странах, чтобы повысить рыночную адаптируемость продукции.

### 2. Ценовая стратегия

Ценовая стратегия является важным элементом международной экспансии Great Wall Motors. Компания должна учитывать конкурентную среду на международных рынках, структуру затрат и покупательную способность потребителей при формировании разумной ценовой политики. Кроме того, Great Wall Motors может использовать различные промо-акции и скидки, чтобы привлечь внимание потребителей и увеличить свою рыночную долю.

### 3. Стратегия каналов сбыта

Стратегия каналов сбыта имеет важное значение для расширения присутствия компании на международных рынках. Компания должна создать многообразные каналы сбыта, включая прямые продажи, дилеров

и онлайн-торговлю, чтобы охватить более широкую аудиторию. Кроме того, Great Wall Motors должна укреплять сотрудничество с международными партнерами для совместного освоения новых рынков, улучшая узнаваемость бренда и влияние на международной арене.

#### 4. Стратегия продвижения

Стратегия продвижения является важным инструментом для повышения известности бренда и привлечения внимания потребителей на международных рынках. Компания может использовать рекламу, участие в выставках, тест-драйвы, маркетинг в социальных сетях и другие способы для демонстрации преимуществ своей продукции и передачи ценностей бренда, укрепляя знания и симпатию к бренду Great Wall. Кроме того, компания должна учитывать культурные различия и предпочтения потребителей на международных рынках, разрабатывая целевые стратегии продвижения, чтобы повысить эффективность маркетинговых мероприятий.

Оценка эффективности реализации рыночных стратегий и предложения по их улучшению в процессе международной экспансии Great Wall Motors

##### 1. Оценка эффективности реализации

В процессе международной экспансии Great Wall Motors предприняла ряд рыночных стратегий, которые уже принесли определенные результаты. Например, компания успешно вышла на несколько зарубежных рынков, постепенно увеличивая влияние бренда и стабильно повышая объемы продаж. Однако в процессе реализации также выявились некоторые проблемы, такие как недостаточная адаптация продукции на отдельных рынках, отставание в развитии каналов сбыта, а также отсутствие целенаправленных акций по продвижению.

##### 2. Рекомендации по улучшению

Для решения вышеупомянутых проблем, в статье представлены следующие предложения по улучшению:

Усиление рыночных исследований: Проводить более глубокое изучение потребностей потребителей, конкурентной среды и культурных различий в различных регионах, чтобы обеспечить поддержку при формировании продуктовых, ценовых, сбытовых и рекламных стратегий.

Оптимизация дизайна продукции: Разрабатывать более специализированные и адаптированные продукты в соответствии с конкретными требованиями международных рынков, повышая их рыночную адаптивность и конкурентоспособность.

Совершенствование каналов сбыта: Усилить коммуникацию и сотрудничество с международными партнерами для совместного расширения каналов сбыта, повышая узнаваемость бренда и долю рынка.

Инновации в способах продвижения: Разрабатывать новые методы продвижения, учитывая культурные особенности и предпочтения потребителей на международных рынках, чтобы повысить привлекательность и эффективность рекламных мероприятий.

Great Wall Motors сталкивается с разнообразием поведения потребителей и изменчивостью рыночной среды на международной арене. При точном анализе потребностей потребителей и оптимизации рыночных стратегий компания имеет все шансы на достижение более значимых успехов на международных рынках. Исследование, представленное в данной статье, может служить полезным ориентиром для Great Wall Motors и аналогичных компаний, помогая им повысить международную конкурентоспособность и обеспечить устойчивое развитие.

### *Литература*

1. *"Research on the Internationalization Strategy Development of Great Wall Motors Group" (2020) by Li Hua*  
*Key Content: Analyzes the relationship between localization strategies*

- and consumer demand, and proposes suggestions for deepening supply chain localization and cultural integration.*
2. *"To Help Car Companies Breakthrough in Marketing, We Surveyed 3,851 Consumers" (2019) by Ma Yaoyang*  
*Key Content: Quantitative analysis of consumer content preferences and social media communication patterns, providing data support for targeted marketing.*
  3. *"ONE GWM as the Global Brand Action Guidelines: Great Wall Motors' New Energy Differentiation Strategy Upgrade" (2018) by Xiao Ou*  
*Key Content: Interprets the impact of brand integration on consumer perception and proposes a framework for global communication strategies.*
  4. *"Research on the Marketing Strategy of Great Wall Motors" (2021) by Taifeng*  
*Key Content: Systematically reviews the current state and optimization directions of Great Wall Motors' product, pricing, distribution, and promotion strategies.*
  5. *"Breaking Through and Rebirth: Li Ruifeng Decodes Great Wall Motors' Global Expansion Path" (2024) by Li Ruifeng*  
*Key Content: Summarizes consumer behavior insights and market strategy practices under the "Eco-Export" strategy.*

\* \* \*