

sectors in various countries, including Belarus, which increases their international influence, but also helps to strengthen China's role in the global division of labor. On the other hand, the Silk Road Initiative is an important policy of China to deepen its openness to the outside world and establish ties with countries along the route. Within the framework of the Silk Road Economic Belt initiative, Chinese companies not only contribute to the economic development of partner countries, but also create conditions for mutual learning. In addition to the Silk Road initiative, China announced in July 2013 the establishment of a comprehensive strategic partnership with Belarus, which will help deepen bilateral relations and create favorable conditions for Chinese investments in Belarus and for Chinese companies to do business in Belarus.

For China, deepening economic and trade cooperation with Belarus will help open up the European market, encourage Chinese enterprises to “reach the world level” and help build the Silk Road Economic Belt. However, the deepening of bilateral economic and trade cooperation faces a number of problems, such as Belarus' concern about deepening economic and trade cooperation with China, Belarus' attitude to balanced multilateral diplomacy and difficulties in improving the quality of Belarusian industrial parks. To effectively solve these problems, China must change its approach, comply with the rules of the local market of Belarus, make full use of its macro-control functions and the autonomy of the state market, improve the mechanism of interaction with the Belarusian market and properly deal with risks based on the principle of cooperation. We must accept each other and learn from each other, as well as develop bilateral economic and trade cooperation on a mutually beneficial basis.

УДК 339

广告中数字营销发展趋势

朱志芳 (Zhu ZhiFang)

北京第二外国语学院中瑞酒店管理学院 (Beijing Hospitality Institute)

e-mail: zhuzhifang219@163.com

Summary. *This article mainly writes about what is the change in the focus of digital advertising marketing of large Internet companies, what are the manifestations of digital advertising marketing reform, and how to reduce the marketing cost of enterprises through accurate delivery. The marketing department should reasonably and effectively allocate the market budget and seize the target customers, which is the focus of all institutions and companies in the industry.*

近年来, 网络通信技术、算法技术的快速发展, 推动着以技术为驱动力的数字营销成为广告营销的主要理论范式, 而互联网作为技术载体也成为广告发展的重要。

数字化广告营销的模式和技术是在不断发展的, 这几年大型互联网公司数字化广告营销的工作重心从百度、360、Google 等搜索引擎平台向微信、今日头条、抖音、优酷等信息流广告平台转变, 那么数字化广告营销的重心也应该随着时代的发展而发展, 所以不能只依靠传统的渠道营销获客, 还要让业务团队不断探索新的数字化广告营销模式、工具、方法, 抢占新兴的流量平台, 做到与时俱进, 通过不断优化迭代数字化广告营销策略, 提升公司竞争力。

据《2021 中国数字营销趋势报告》调研数据显示, 广告生态中数字化营销的主流态势正愈演愈烈, 除 NEW TV 和户外广告外, 67% 的广告主表示将增加移动互联网的广告投放。除了在媒介资源选择上的明显偏向以外, 广告生态的数字化营销倾向同样体现在广告形式选取中。在广告形式上, 短视频、KOL、信息流广告以其显著的转化能力成为广告主的优先选项。

随着过去十几年互联网的不断普及和数字信息化技术的快速迭代, 企业的市场营销策略不断发展, 使得企业越来越重视精准营销, 为了快速定位客户抓住客户, 数字广告的出现, 让营销手段不断升级。伴随着 5G 时代的到来, 企业的营销环境也进入万物互联、万物皆媒

的新时代。最主要的营销变革表现为三方面：1、内容呈现形式转变，视频传播成为主流 2、交互体验的转变，由传统的视觉、听觉互动转变为消费场景出发，增加与用户的场景式互动，大大提升用户的感知维度 3、精准营销升级，企业在传统营销中无法及时准确的获取客户画像，而依靠大数据可以分析客户画像，实现对企业精准营销升级。

在企业做市场活动中，根据用户的实时反馈调整，不断优化迭代，让企业可以做到真正的精准投放，降低企业营销成本。合理运用数字化广告营销策略，可以帮助企业更精准定位目标客户，根据分析不同投放渠道之间的数据，投放策略的方向将会变得更加直观、清晰，帮助企业品牌推广、目标人群分析、战略规划方面做到有据可依。

中国改革开放后，我们国家的经济水平得到快速发展，伴随着人均可支配收入得到大幅提升，我们的居民总体财富也快速积累。在经济飞速发展和财富水平不断提高的大背景下，个人投资规模也在不断增加。但是我国经济水平从区域上来看发展不均匀，沿海地区的一、二线城市高净值投资者的规模（可投资金额在百万以上）增长尤为显著，内陆地区的二、三线城市增长相对缓慢，高净值用户的需求也朝着多样化、个性化变化。市场营销部门如何合理有效的分配市场预算，抢占目标客户是业内各机构和公司重点关注的问题。

УДК:7.041.8(4+510) “19”

АКТУАЛЬНОСТЬ ТЕМЫ ТРУДА В ЕВРОПЕЙСКОМ И КИТАЙСКОМ ИСКУССТВЕ XX ВЕКА

李卓慧 (Li Zhuohui)

白俄罗斯国立文化艺术大学 (The belarusian state university of culture and arts)
zhuohuil410@gmail.com

Summary. *The labor-themed art in China and Europe in the 20th century not only reflected the living conditions of different laborers, but also revealed social phenomena and ethical concepts. Its artistic creation concept presents a diversified development trend.*

Как уникальный атрибут человечества, труд не только создал общество, но и способствовал развитию производительных сил. Европа стала первым регионом, в котором произошла промышленная революция. Будучи пионером с успешным опытом, она способствовала инновациям и развитию общества в целом. В частности, после того, как в XX веке Китай и Европа испытали на себе разрушительные последствия двух мировых войн, в результате огромных перемен в политике и экономике постепенно сформировалась тенденция к созданию социальных структур и культурных моделей, которые существенно отличались от прежних. Рост и усложнение отраслей социальной сферы привели к появлению новых профессий и трудовых коллективов, а формирование устойчивого сознания различных трудовых групп позволило признать их статус. Под влиянием этого постоянно меняющегося исторического фона произведения искусства на трудовую тематику наиболее точно фиксировали и описывали процесс социального развития и текущие условия жизни рабочих (производство, жизнь, психика, чувства, переживания, моральные качества, рабочее место), а также могли обстоятельно раскрывать социальные явления (классовые противоречия, несбалансированность профессиональной этики, равноправие мужчин и женщин, религиозные вопросы, проблему миграции, социальное благосостояние) и традиционные нравственные представления.

Под влиянием различных областей научного дискурса, таких как литературоведение, философия, психология, искусствоведение и культурология, тема труда нашла отражение в разнообразном содержании авторского творчества в изобразительном, музыкальном, драматическом и киноискусстве, художественная экспрессия каждого из которых сохранила свою уникальность. Некоторые произведения искусства представляли собой осмысление таких жанров, как поэзия, художественная проза, народные песни, танцы, былины, сказки, пьесы