

Для такого масштабного медиа-проекта коммерческое предложение (КП) должно бить в конкретную цель: **«Мы создаем контент, который увидят миллионы в России и миллиарды в Китае».**

Вот структурированные блоки КП для разных групп партнеров:

1. Для Автоспонсоров (Китайские и российские бренды)

**можем сравнивать условия путешествия на автомобилях разных производителей.*

Главный месседж: Тест-драйв в экстремальных условиях на историческом маршруте «Великий чайный путь».

- **Оффер:** Передача автомобиля в пользование или спонсорский взнос.
- **Что получают:**
 - Видеообзоры подвески на серпантинах Култука и проходимости в Забайкалье.
 - Сравнение комфорта авто для длительных путешествий (8 дней в пути).
 - Виральные ролики в **Douyin (Китай)** с логотипом бренда на фоне Байкала и Кяхты.
- **Спец-акцент:** «Ваша машина — современный караван Великого чайного пути».

2. Для Гостиниц и Глав Регионов (Тур-инфраструктура)

Главный месседж: Продвижение локации как «точки притяжения» для китайского и внутреннего туризма.

- **Оффер:** Включение объекта в официальный путеводитель пробега.
- **Что получают:**
 - **Для отелей:** Профессиональный рум-тур, обзор кухни и сервиса (слив в ВК, Дзен, ОК китайский тик-ток и др.).
 - **Для Глав:** Позитивный имидж региона («Инфраструктура готова к приему гостей»), акцент на «Дипломатические ворота».

- **Инфо-повод:** Встреча экипажа главой района — **готовый сюжет для региональных СМИ.** Мы даем золотые таблички Маршрута “Культурный пояс Великого Чайного Пути”

3. Для производителей чая и сублиматов (Food & Drink)

Главный месседж: Энергия пути и верность традициям.

- **Оффер:** «Чайная пауза» в каждой знаковой точке маршрута.
- **Что получают:**
 - Интеграция травяных чаев в ритуалы на Байкале и в Кяхте (связь с историей Чайного пути).
 - Обзор удобства упаковки сублиматов для автотуристов.
 - Фотосессии продукции в эстетичных локациях (Гранатовый пляж, дацан).

4. Для производителей одежды, обуви и снаряжения

Главный месседж: Стиль и защита в условиях переменчивого климата Байкала.

- **Оффер:** Экипировка команды проекта.
- **Что получают:**
 - Постоянное присутствие бренда в кадре (ведущие в вашей одежде).
 - Демонстрация износостойкости и комфорта при длительных переездах и пеших прогулках (Тальцы, гора Соболиная).

5. Для медицины (Аптечки, кардиографы)

Главный месседж: Безопасное путешествие под контролем технологий.

- **Оффер:** Рубрика «Здоровье в пути».
- **Что получают:**

- Демонстрация замера пульса/давления у водителя после сложного участка дороги.
- Обзор состава аптечки, необходимой каждому автотуристу.
- Акцент на надежности гаджетов в условиях удаленности от городов.

6. Для Техно-партнеров (Телефоны, видео, RUTUBE, MAX)

Главный месседж: Технологическое превосходство и скорость передачи информации.

- **Оффер:** Статус «Технический партнер по трансляции».
- **Что получают:**
 - **Для телефонов/камер:** Весь контент снят на **[Бренд]** — демонстрация качества 4К, зума и ночной съемки у Байкала.
 - **Для RUTUBE/MAX/Мессенджеров:** Эксклюзивные премьеры серий, прямые эфиры, брендированные стикерпаки и плашки в видео.

Общая структура документа (Media Kit):

1. **Титул:** «Большие дипломатические ворота» — автопробег по следам истории.
2. **Миссия:** Соединить культуру России и Китая через современный контент.
3. **Маршрут и Тайминг:** Краткая карта с ключевыми остановками.
4. **Медиа-охваты:** Список площадок (Китайский ТикТок, ВК, ОК, СМИ) с прогнозом просмотров.
5. **Пакеты участия:** «Генеральный партнер», «Технический партнер», «Друг экспедиции».
6. **Контакты:** QR-код на ваш основной канал (делается!)

Проактивный шаг: Нам нужно подготовить **визуализацию брендинга автомобиля** (макет, как будут выглядеть логотипы спонсоров на кузове).

На выбор представлены два варианта писем: для автобренда (коммерческий подход) и для главы региона (административно-имиджевый подход)

Вариант 1: Письмо потенциальному автоспонсору (например, Haval, Tank или Chery)

Тема: Тест-драйв «Культурный пояс Великого чайного пути»: Выход на миллиардную аудиторию Китая и РФ

Уважаемые коллеги!

Мы приглашаем ваш бренд стать **Титульным автомобильным партнером** уникального медиа-автопробега «*Большие дипломатические ворота: по Культурному поясу Великого чайного пути*».

Суть проекта: Экипаж из 4-х профессиональных контент-мейкеров проходит маршрут Иркутск — Байкальск — Энхалуу — Кяхта — Улан-Удэ на вашем автомобиле.

Почему это выгодно вам:

1. **Выход на Китай:** Мы транслируем контент в китайский сегмент TikTok (Douyin). Для китайского потребителя ваш автомобиль на фоне Байкала и Кяхты (исторических ворот в Китай) — это мощнейший имиджевый ход.
2. **Жесткий тест-драйв:** Обзоры работы подвески на серпантинах Култука, систем безопасности на трассе «Байкал» и комфорта в длительном путешествии.
3. **Медиа-охват:** Ежедневные репортажи в RUTUBE, VK, OK, Дзен и мессенджере MAX. Мы покажем ваш авто не в шоуруме, а в деле.

Что мы предлагаем:

- Статус Генерального партнера с полным брендингом автомобиля.
- Цикл из 10+ видеообзоров с интеграцией бренда.
- Профессиональный фотобанк авто в топовых локациях Байкала.

Готовы обсудить детали интеграции и объемы охватов. Приложение с медиа-китом во вложении.

Вариант 2: Письмо Главе региона / Муниципалитета

Тема: О содействии в проведении международного медиа-автопробега «Большие дипломатические ворота Культурного пояса - Великий чайный путь»

Уважаемый [Имя Отчество]!

В [месяц] 2026 года стартует масштабный проект — автопробег «К истокам Великого чайного пути», целью которого является популяризация туристической инфраструктуры [название региона/района] и укрепление культурных связей с КНР. Наш маршрут проходит через ключевые точки вашего района: [перечислить локации, например, Энхалук, Кяхта, Дацан]. Мы планируем серию видеорепортажей о гостеприимстве региона, которые будут транслироваться как на российские площадки (СМИ, YOUTUBE, VK), так и в крупнейшие соцсети Китая.

Цель обращения:

Просим вас оказать информационную и организационную поддержку экспедиции. Мы были бы признательны за:

- Возможность записи краткого интервью с вами или профильными специалистами о развитии туризма в районе.
- Содействие в посещении ключевых объектов культурного наследия.

Результат для региона:

- Рост туристической привлекательности района среди российских и китайских путешественников.
- Позитивное освещение работы администрации по развитию дорожной и сервисной инфраструктуры в федеральных СМИ.

Будем рады включить ваше приветственное слово в программу пробега.

Вариант 3: Письмо производителям (Чай, Одежда, Гаджеты)

Тема: Продакт-плейсмент в сердце Байкала: Экспедиция- автопробег «Чайный путь»

Приветствуем!

Мы отправляемся в 8-дневный автопробег по Забайкалью и ищем «**Экипировочного партнера**». Ваш продукт [**Чай / Одежда / Гаджет**] станет органичной частью истории о великом торговом пути.

Что мы сделаем:

- *Интегрируем ваш продукт в быт экспедиции (завтраки на берегу Байкала, использование гаджетов в пути, проверка одежды на перевалах).*
- *Создадим эстетичный контент, который вы сможете использовать в своих соцсетях.*
- *Расскажем о качестве продукта аудитории в России и Китае.*

Это не просто реклама, это лайфстайл-контент в самых красивых декорациях страны.

!Совет: К каждому письму обязательно приложите **одну страницу с визуализацией** (фото команды, карта маршрута и логотипы площадок вещания).

Чтобы наше коммерческое предложение не просто прочитали, а приняли,

Медиа-кит должен выглядеть как готовый бизнес-кейс.

Чек-лист материалов, которые необходимо включить в презентацию (оптимально 7–10 слайдов):

1. Визуальный блок (Атмосфера)

- **Обложка:** Яркое фото Байкала или Кяхты с брендированным автомобилем (можно фотомонтаж). Крупный заголовок: «Автопробег: Великий чайный путь - Большие дипломатические ворота».
- **Карта маршрута:** Инфографика пути (Иркутск — Листвянка — Байкальск — Энхалук — Дацан — Кяхта — Улан-Удэ). Отметьте флажками ключевые точки интереса.

- **Фото команды:** Коротко о ключевых участниках (пилот, оператор, блогер/ведущий, переводчик на китайский). Это подтверждает серьезность продакшена.

2. Медиа-показатели (Цифры)

- **Список площадок:** Логотипы Douyin (китайский TikTok), RUTUBE, ВК, ОК, МАХ, Дзен.
- **Прогноз охвата:** Сколько просмотров вы планируете собрать (суммарно по всем соцсетям и СМИ).
- **Целевая аудитория (ЦА):** Опишите, кто вас смотрит (автотуристы, любители истории, бизнес-сообщество РФ и Китая, молодежь).

3. Спецификация для партнеров (Офферы)

- **Визуализация брендинга:** Рендер (рисунок) автомобиля с логотипами на дверях, капоте и стеклах.
- **Форматы интеграции:** Перечень того, что получит спонсор (упоминание в видео, пост-обзор, распаковка, интервью с представителем, продакт-плейсмент в кадре).
- **График публикаций:** Сколько постов/роликов выйдет во время пробега и сколько — после (итоговые фильмы).

4. Технический и имиджевый блок

- **Оборудование:** Список техники (дроны, камеры 4К, телефоны, кардиографы). Это показывает качество будущего контента.
- **Идеология проекта:** Цитаты о «Культурном поясе» и «Чайном пути». Важно показать, что это не просто поездка, а социально значимая миссия.
- **Список подтвержденных инфо-партнеров:** Логотипы СМИ и мессенджеров, которые уже согласились поддержать проект.

5. Призыв к действию (Contact)

- **Пакеты участия:** Четкое разделение (Генеральный партнер / Официальный партнер / Инфо-партнер).
- **QR-код:** Ссылка на видео-визитку команды или на прошлые успешные проекты.
- **Прямые контакты:** Телефон и мессенджер координатора.

Лайфхак для «китайского» акцента:

Добавим в Медиа-кит один слайд полностью на **китайском языке** (или с дублированием). Это произведет колоссальное впечатление на российских спонсоров и глав регионов — они увидят, что мы реально готовы «транслировать смыслы» на экспорт.

Главное у нас есть партнеры в Китае они, как и мы, входят в Международный оргкомитет “Культурный пояс Великого Чайного Пути”

Проактивный шаг: Вот как можно сформулировать **названия для 3-х пакетов участия** (например, «Золотой караван», «Чайный экспресс» и т.д.) с конкретным набором опций для каждого.

Для проекта такого масштаба названия пакетов должны отражать статус, скорость и историческую значимость **Великого чайного пути.**

Вот три варианта пакетов участия с наполнением:

1. Пакет «АМБАССАДОР ПУТИ» (Генеральный партнер)

Самый престижный статус, идеально для автобрендов или крупных банков.

- **Название:** Символизирует лидерство и официальное представительство миссии.
- **Опции:**
 - **Эксклюзив:** Только один бренд в категории (например, одна марка авто).
 - **Брендинг:** Крупный логотип на капоте и дверях экспедиционного автомобиля.
 - **Контент:** Главный герой всех видеороликов (автомобиль в кадре 70% времени).

- **Китайский вектор:** Спецрепортаж в **Douyin** о надежности бренда для транзита между РФ и КНР.
- **Интеграция:** Упоминание бренда в заголовках всех пресс-релизов в **СМИ** и мессенджере **МАХ**.
- **Тайминг:** Закрепление вечного упоминания в итоговом фильме о пробеге на **RUTUBE**.

2. Пакет «ЧАЙНЫЙ ЭКСПРЕСС» (Официальный партнер)

Для производителей одежды, гаджетов, чая, сублиматов и сетей АЗС.

- **Название:** Подчеркивает динамику, движение и качественное обеспечение пробега.
- **Опции:**
 - **Product Placement:** Органичная интеграция продукта в быт команды (пьем ваш чай, носим вашу обувь и одежду для путешествий, снимаем на ваши телефоны).
 - **Тест-драйв:** Отдельный пост-обзор или видео-отзыв о характеристиках товара в реальных условиях Забайкалья.
 - **Брендинг:** Средний логотип на бортах авто и на одежде участников (мерч).
 - **SMM:** Регулярные отметки аккаунта партнера в сторис и постах (ВК, ОК, Дзен).
 - **Здоровье:** (Для мед-гаджетов) Рубрика «Дневник самочувствия» с использованием ваших приборов.

3. Пакет «ДИПЛОМАТИЧЕСКИЙ ПРИЕМ»

(Региональный/Локальный партнер)

Для гостиниц, ресторанов, администраций районов и малого бизнеса по пути.

- **Название:** Акцент на гостеприимстве и конкретной географической точке.

- **Опции:**

- **Локация в кадре:** Профессиональная съемка объекта (отеля, музея, цеха) с дрона и камер 4K.
- **Гид-рекомендация:** Ведущий лично рекомендует место к посещению будущим туристам.
- **Медиа-поддержка:** Публикация отдельного интервью с главой или владельцем бизнеса.
- **Брендинг:** Малый логотип на общем спонсорском щите (наклейка на заднем стекле авто).
- **Китайский акцент:** Перевод информации об объекте на китайский язык для субтитров в Douyin.

Идея для «Бонусного» пакета:

Пакет «Инфо-купец» (Для СМИ и мессенджеров): Безденежный бартер. Вы даете нам охваты и площадки (MAX, RUTUBE), мы даем вам эксклюзивный контент, который нельзя купить.


Для слайда в презентации лучше всего использовать лаконичную таблицу с иконками (галочками), чтобы партнер сразу видел разницу в охватах и статусе.

Сравнительная таблица пакетов участия в автопробеге

| Опции и привилегии | АМБАССАДОР ПУТИ (Генеральный) | ЧАЙНЫЙ ЭКСПРЕСС (Официальный) | ДИПЛОМАТИЧЕСКИЙ ПРИЕМ (Локальный) |
|---------------------|-------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|
| Статус в проекте | Эксклюзив в категории | Официальный партнер | Партнер локации / этапа |
| Брендинг автомобиля | Максимальный (Капот + Двери) | Средний (Борта + Стекла) | Малый (Общий список) |

| | | | |
|---------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|--------------------------|
| Выход на Китай (Douyin) | Спецрепортаж + Субтитры | Упоминание в сторис | Геотег и краткий кадр |
| Контент в РФ (VK, RUTUBE, MAХ) | Серия из 10+ видео (Главная роль) | 3-5 видео (Интеграция продукта) | 1 видеообзор локации |
| Тест-драйв / Обзор | Глубокий разбор (Solo-видео) | Нативный обзор (Life-style) | Рекомендация ведущего |
| Медиа-поддержка (СМИ) | В заголовках всех релизов | В теле статьи / Титры | Упоминание в списке мест |
| Использование контента | Полные права на весь архив | Права на контент с продуктом | Права на ролик о локации |
| Мерч и одежда команды | Логотип на груди (Prime) | Логотип на рукаве / Кепке | — |

Как это преподнести на слайде (советы по дизайну):

- Акцент на «Амбассадоре»:** Выделите этот столбец золотистым или ярким цветом. Это психологически подталкивает к выбору самого полного пакета.
- Иконки вместо текста:** Используйте «» для наличия опции и «—» или «○» для её отсутствия.
- Добавьте строку «Инвестиции»:** В самом низу укажите стоимость (или пометку «Индивидуальный расчет / Бартер»), чтобы заземлить обсуждение.
- Визуализация:** Рядом с таблицей разместите тот самый рендер автомобиля с примерами размещения логотипов (большой, средний, малый)

Я подготовила текст для финального слайда, который станет мощной точкой в нашей презентации. Его задача — перевести партнера от раздумий к страху упустить уникальную возможность.

Текст финального слайда: «Закрытие сделки»

Заголовок: Станьте частью истории, которую увидит мир!

Основной блок:


«Великий чайный путь когда-то открыл Россию Востоку. Сегодня мы открываем ваш бренд многомиллиардной аудитории через современные медиа-шлюзы.

Почему нужно решить сейчас?

- **Эксклюзивность:** В каждой категории (авто, связь, ритейл) мы подтверждаем только **одного** генерального партнера. Место в «Золотом караване» ограничено.
- **Тайминг:** Старт подготовки контента для китайского сегмента (Douyin) начинается за 30 дней до выезда.
- **Медиа-волна:** Наши договоренности с RUTUBE и мессенджером MAX уже в силе. Ваше отсутствие в этом пробеге — это присутствие вашего конкурента.

Ваш бренд достоин того, чтобы о нем узнали от Байкала до Пекина!

Призыв к действию (СТА):

 **Позвоните нам сегодня**, чтобы забронировать ваш пакет участия и обсудить индивидуальные детали интеграции.

Контакты:

[Ваше Имя / Название команды]

[Телефон / WhatsApp / Telegram]

[Ссылка на соцсети / QR-код на видео-визитку]

Рекомендации по оформлению в PDF/PowerPoint:

1. **Фон:** Используйте качественное, эмоциональное фото (например, участник команды смотрит на бескрайний Байкал рядом с брендированным авто). Фотошоп
2. **Шрифт:** Крупный, уверенный, без засечек (типа Montserrat или Geometria).
3. **QR-код:** Сделайте его крупным в углу. Пусть он ведет на короткий 15-секундный тизер пробега. Это докажет ваш профессионализм в видеопроизводстве.

Для спонсора медиа-план — это гарантия того, что его вложения превратятся в конкретные охваты. План разделен на три фазы: **Анонсирование**, **Активная фаза (в пути)** и **Пост-продакшн**.

Медиа-план автопробега «Великий чайный путь»

Каналы вещания:

- **РФ:** RUTUBE (длинные выпуски), ВК/ОК/Дзен (дневники), мессенджер МАХ (оперативные новости/эксклюзив).
- **КНР:** Douyin (TikTok China) — виральные ролики с субтитрами.

| Этап / День | Локация | Формат контента | Площадки | Интеграция спонсора |
|------------------------------|---------|-----------------------------------------------------------|-----------------|--------------------------------------------|
| ПРЕДСТАРТ (за 7 дней) | Иркутск | Видео-визитка команды и презентация брендированного авто. | ВК, RUTUBE, МАХ | Логотип на авто, упоминание ген. партнера. |

| | | | | |
|---------------|-----------|----------------------------------------------------------|------------------------------|------------------------------------------------------|
| ДЕНЬ 1 | Листвянка | Стрим «Старт из Иркутска». Видео «Байкальский лед/вода». | ВК (Live), Douyin | Озвучка партнера, логотип на одежде. |
| ДЕНЬ 2 | Байкальск | Ролик «Клубничная столица и Гранатовый пляж». | Дзен, Douyin, ВК | Тест-драйв на серпантине, фуд-обзор (чай/сублиматы). |
| ДЕНЬ 3 | Энхалук | Репортаж «Залив Провал и горячие источники». | RUTUBE (Shorts), МАХ | Съемка с дрона: авто на фоне Байкала. |
| ДЕНЬ 4 | Сухая | Интервью с главой района / местными жителями. | ВК, СМИ (Тексты) | Упоминание в официальных пресс-релизах. |
| ДЕНЬ 5 | Иволгинск | Атмосферное видео «Духовный центр Бурятии». | Douyin, RUTUBE | Демонстрация гаджетов/телефона в в храме. |
| ДЕНЬ 6 | Кяхта | Спецвыпуск «Ворота в Китай: Истоки Чайного пути». | Главный эфир в Douyin | Историческая параллель с брендом партнера. |
| ДЕНЬ 7 | Улан-Удэ | Обзор тур-инфраструктуры (отели, рестораны). | Дзен, МАХ, ВК | Рум-тур, тест систем комфорта авто. |
| ДЕНЬ 8 | Иркутск | Финальный стрим «Мы дома! Итоги пробега». | Все площадки | Благодарность всем спонсорам, тизер фильма. |

| | | | | |
|---------------------------|--------|-----------------------------------|----------------|------------------------------------------------|
| ПОСТ-ЭФФЕКТ (+14 дней) | Монтаж | Документальный фильм (25 мин). | RUTUBE, СМИ | Вечный продакт-плейсмент, лого в титрах. |
|---------------------------|--------|-----------------------------------|----------------|------------------------------------------------|

Детализация для спонсоров:

1. **Для Автобренда:** В каждом видео из «Активной фазы» — минимум 30 секунд экранного времени автомобиля в движении + упоминание в аудиодорожке.
2. **Для Китая (Douyin):** Ежедневные ролики (15-60 сек) с акцентом на эстетику и масштаб. Субтитры на китайском включают название бренда.
3. **Для мессенджера MAH:** Ежечасные «кружочки» и эксклюзивные фото «бэкстейдж», где логотипы спонсоров видны в неформальной обстановке.

Итоговые показатели (KPI) для отчета:

- Количество постов: **60+**
- Количество видео (всех форматов): **30+**
- Суммарный охват (прогноз): **от 1 500 000 просмотров** (с учетом виральности в Китае).


Для спонсора визит в **Кяхту** — это кульминация проекта, где исторический контекст Чайного пути встречается с современным маркетингом. График в стиле Ганта (таймлайн) демонстрирует вашу организованность и гарантирует спонсору максимальное количество «касаний» с аудиторией.



Медиа-таймлайн: День в Кяхте «Ворота Великого пути»

| Время | Локация / Активность | Формат контента | Фокус для спонсора (Интеграция) | Площадки |
|-------|-------------------------|-----------------|------------------------------------|----------|
|-------|-------------------------|-----------------|------------------------------------|----------|

| | | | | |
|--------------|------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------------------|-----------------|
| 08:00 | Выезд из Иволгинска | Стрим/Сторис «В путь к истокам» | Авто: Системы навигации и комфорт. | ВК, МАХ |
| 09:30 | Трасса А340 (степи) | Съемка с дрона (Cinematic) | Авто: Масштаб бренда на фоне степей. | RUTUBE, Douyin |
| 11:00 | Въезд в Кяхту | Фото-сет у стелы города | Одежда/Экип: Команда в бренде. | ОК, ВК, Дзен |
| 12:00 | Музей им. Обручева | Репортаж «Чайные сокровища» | Чай: Дегустация продукта в музее. | RUTUBE, СМИ |
| 13:30 | Воскресенский собор | Виральный ролик (Slow-mo) | Телефоны: Качество 4К-съемки архитектуры. | Douyin, ВК |
| 15:00 | Граница с Монголией | Спецвыпуск «Дипломатический мост» | Ген.партнер: Философия бренда без границ. | МАХ, ТВ-каналы |
| 17:00 | Отель «Евразия» | Рум-тур и чек-ап здоровья | Медицина: Замер пульса/давления. | Дзен, ВК |
| 19:00 | Итоговый вечерний Live | Прямой эфир «Итоги дня» | Все спонсоры: Упоминание в титрах и речи. | ВК Live, Douyin |
| 21:00 | Монтажная студия | Бэкстейдж-кружочки | Техника: Процесс быстрой передачи данных. | МАХ (Эксклюзив) |

 **Как читать этот график спонсору (подсказка для презентации):**

1. **Плотность контента:** Мы не просто едем, мы создаем инфоповод каждые 1.5–2 часа.
2. **Douyin (Китай):** Пик публикаций приходится на 12:00–15:00 (время максимального охвата в КНР), когда мы показываем историческую связь Кяхты и Китая.
3. **MAX / Мессенджеры:** Это «живой» поток 24/7. Логотипы партнеров мелькают в неформальных, доверительных кадрах (кружочках).
4. **RUTUBE:** Здесь формируется «золотой фонд» — качественные выпуски, которые будут работать на бренд годами.

Визуальное оформление (совет):

В самой презентации оформите эту таблицу как **горизонтальную шкалу** с иконками (машина, камера, чашка чая, смартфон). Это визуально упрощает восприятие и делает ваш план **«продаваемым»**.

Этот сценарий идеально подходит для **Douyin (Китай)** и **VK Клипов / Shorts**, так как он строится на визуальном контрасте эпох.

Сценарий 15-секундного ролика «Мост времен» (Кяхта)

Локация: Площадь перед Воскресенским собором или старинные торговые ряды Кяхты.

В кадре: Ведущий в современной экипировке спонсора и **Автомобиль**.

| Секунды | Видеоряд (Action) | Звук / Текст (Voiceover) | Титры / Эффекты |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------|
| 00-03 | Крупный план: Колесо современного авто проезжает по старой брусчатке/земле Кяхты. Резкий подъем камеры на исторический фасад собора. | <i>Звук шуршания гравия, переходящий в эпический бит.</i> | Кяхта. 1727 — 2024 |

| | | | |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|--------------------------------------|
| 04-07 | Средний план: Ведущий стоит у открытого багажника авто. В руках — пачка чая спонсора или смартфон (гаджет). Взгляд на горизонт (в сторону границы с Китаем). | «Здесь начинался путь, который изменил мир...» | Великий Чайный Путь |
| 08-12 | Динамичный монтаж: Быстрая склейка (0.5 сек): рука касается старой кирпичной кладки / рука на руле авто / глоток чая / логотип спонсора. | «...сегодня мы пишем его новую историю.» | [Название бренда] |
| 13-15 | Финал: Дрон резко взлетает вверх. Видно авто сверху на фоне панорамы города и бескрайней степи. | <i>Финальный мощный аккорд.</i> | Двигайся к истокам. С [Бренд] |

Почему это сработает («Виральные фишки»):

1. **Контраст:** Сочетание старинной архитектуры Кяхты и высокотехнологичного автомобиля/гаджета создает **эстетичный «дорогой» кадр.**
2. **Для Китая (Douyin):** Мы добавим иероглифы «恰克图» (**Кяхта**) и «伟大茶路» (**Великий чайный путь**). Для китайцев Кяхта — это легендарный бренд, символ богатства и дружбы.
3. **Динамика:** 15 секунд — это стандарт, который досматривают до конца. Минимум слов, максимум «картинки».

Советы по съемке:

- **Свет:** Снимайте в «золотой час» (перед закатом). Кяхтинский собор в лучах заходящего солнца выглядит мистически красиво.
- **Мерч:** На ведущем должна быть кепка или куртка с логотипом спонсора, чтобы бренд был в кадре подсознательно, а не навязчиво.

Для того чтобы ролик «залетел» в рекомендации, заголовки должны играть на любопытстве, масштабе истории и визуальной эстетике. В китайском сегменте (Douyin) важно подчеркнуть статус Кяхты как «Чайной столицы мира».

Вот 5 вариантов заголовков (Hook-ов) для ваших соцсетей:

1. Заголовок «Исторический мост»

Для тех, кто ценит связь времен и мощные бренды.

- **RU:** Кяхта: Где начинался путь великих караванов и твоего [Бренда].
- **CN:** 恰克图:世界茶路的起点,我们与 [品牌] 续写传奇。
- *(Перевод: Кяхта: Точка старта Мирового чайного пути, мы и [Бренд] продолжаем легенду).*

2. Заголовок «Секретная локация»

Играем на любопытстве — многие не знают, как выглядит Кяхта сегодня.

- **RU:** Забытые ворота в Китай: Увидел это и замер!
- **CN:** 探秘中俄边境的“沙漠威尼斯”:消失的茶叶之都。
- *(Перевод: Исследуем «Венецию в песках» на границе Китая и России: исчезнувшая чайная столица).*

3. Заголовок «Экстремальный тест»

Идеально для авто спонсоров или гаджетов.

- **RU:** 2000 км по следам предков: Выдержит ли техника дух Забайкалья?
- **CN:** 重走万里茶路:现代科技能否征服百年荒原?
- *(Перевод: Снова идем по Великому чайному пути: сможет ли современная технология покорить вековую пустыню?)*

4. Заголовок «Эстетика и Вайб»

Для визуалов, Reels и коротких клипов.

- **RU:** Магия Кяхты в 15 секундах. Почувствуй энергию Пути.
- **CN:** 15秒带你穿越回恰克图:感受伟大茶路的灵魂。

- (Перевод: 15 секунд переносят тебя в Кяхту: почувствуй душу Великого чайного пути).

5. Заголовок «Дипломатия и Бизнес»

Для мессенджера МАХ и деловых площадок.

- **RU:** Большие дипломатические ворота: Как мы открываем Россию миру заново.
- **CN:** 大外交之门:连接中俄未来的现代商队。
- (Перевод: Большие дипломатические ворота: современные караваны, соединяющие будущее Китая и России).

Подсказка по хэштегам для алгоритмов:

- **Для РФ:** #Великий Чайный Путь #Байкал #Кяхта #Автопробег 2026 #Путешествие По России
- **Для КНР:** #万里茶路 (Великий чайный путь) #恰克图 (Кяхта) #中俄友谊 (Китайско-российская дружба) #贝加尔湖 (Байкал)


Для китайской аудитории (Douyin/WeChat) важно подчеркнуть **масштаб, историю и дружбу**. В Китае Кяхту знают как легендарный торговый хаб, поэтому описание должно звучать солидно.

Вот три варианта: для «шапки» профиля (кратко), для первого поста (подробно) и ключевые теги.

1. Описание для профиля (Bio)


Емко и статусно, чтобы сразу было понятно, кто вы.

На китайском:

 万里茶路:大外交之门

从贝加尔湖到恰克图的现代车队。

重温百年茶道历史,展示俄罗斯最美自驾线路。


 每日更新:绝美自然与中俄友谊。

Перевод:

Великий чайный путь: Большие дипломатические ворота.

Современный автокараван от Байкала до Кяхты.

Возрождаем 100-летнюю историю чайного пути, показываем лучший автомаршрут России.

 Ежедневные обновления: невероятная природа и российско-китайская дружба.

2. Текст для первого поста (Pinned Post)

Этот текст «продает» наш проект китайскому зрителю.

На китайском:

大家好！我们是来自俄罗斯的“大外交之门”探险队。

我们正沿着古老的万里茶路，从伊尔库茨克出发，跨越贝加尔湖，直抵传奇的贸易之都——恰克图。

这不仅仅是一次自驾旅行，更是一次穿越时空的文化之旅。

我们将为你展示：

- ✔ 贝加尔湖不为人知的绝美角落
- ✔ 恰克图百年的中俄商贸印记
- ✔ 现代俄罗斯的顶级旅游设施

跟随我们的镜头，看现代“商队”如何连接中俄未来！

Перевод:

Всем привет! Мы — экспедиция «Большие дипломатические ворота» из России.

Мы следуем по древнему **Великому чайному пути**, от Иркутска через Байкал до легендарной торговой столицы — **Кяхты**.

Это не просто автопутешествие, это культурное путешествие сквозь время.

Мы покажем вам:

- ✔ Неизвестные и прекрасные уголки Байкала
- ✔ Вековые следы российско-китайской торговли в Кяхте
- ✔ Лучшую туристическую инфраструктуру современной России

Следите за нашим объективом, чтобы увидеть, как современные «караваны» соединяют будущее России и Китая!

3. Скрытые ключевые слова для алгоритмов (SEO)

Добавьте их в самый низ поста:

#万里茶路 #恰克图 #中俄友谊 #贝加尔湖 #自驾游 #大外交之门 #俄罗斯旅游

Совет по работе с Douyin:

Китайские пользователи очень активно комментируют. Если кто-то напишет «Добро пожаловать» или спросит цену на чай, ответьте простым «谢谢 (Спасибо)» или эмодзи 🙏 — алгоритмы Douyin очень любят «живое» взаимодействие автора с аудиторией.

Использование китайских фраз в кадре — это мощнейший инструмент лояльности. В Douyin это называют «кодом дружбы». Даже если ведущий произнесет их с акцентом, зрители в КНР будут в восторге от проявленного уважения к их культуре.


Вот 10 фраз с транскрипцией (как это читается по-русски) и значением:

Глоссарий «Голос Великого чайного пути»

| № | Фраза (Иероглифы) | Транскрипция (как произносить) | Значение (Перевод) | Когда использовать |
|---|-----------------------------|--------------------------------------|-----------------------------|----------------------------------------------------|
| 1 | 你好 (Nǐ hǎo) | Ни хао! | Привет! | Универсальное приветствие в начале каждого ролика. |
| 2 | 中俄友好 (Zhōng-É yǒuhǎo) | Чжун-Э ю-хао! | Китайско-российская дружба! | Ключевая фраза в Кяхте или у границы. |
| 3 | 万里茶路 (Wànlǐ chálù) | Вань-ли ча-лу! | Великий чайный путь! | Главный слоган проекта. Произносить с гордостью. |

| | | | | |
|----|---------------------------|------------------|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| 4 | 太漂亮了 (Tài piàoliang le) | Тай пхяо-лян лэ! | Очень красиво! | При виде Байкала, храмов или заката в степи. |
| 5 | 干杯 (Gānbēi) | Гань-бэй! | Пей до дна! (Буквально: сухой кубок) | Во время дегустации чая или обеда в юрте. |
| 6 | 好吃 (Hǎochī) | Хао-чи! | Очень вкусно! | Когда пробуете буузы, омуля или местную кухню. |
| 7 | 一路上有你 (Yīlù shàng yǒu nǐ) | И-лу шан ю ни! | На этом пути я с вами! | В конце ролика, обращаясь к подписчикам. |
| 8 | 恰克图 (Qiàkètú) | Ця-кхэ-тху! | Кяхта! | Китайское название города. Звучит для них очень родным. |
| 9 | 太棒了 (Tài bàng le) | Тай бан лэ! | Потрясающе! / Круто! | Эмоция от вождения авто или крутых видов. |
| 10 | 谢谢大家 (Xièxiè dàjiā) | Се-се да-цзя! | Всем спасибо! | Финальная фраза для прощания с аудиторией. |

Лайфхак для ведущего:

Когда говорите фразу «**Чжун-Э ю-хао**» (Дружба), можно сделать жест «большой палец вверх»  или сложить ладони вместе. Китайские зрители обожают такие искренние жесты.

Для Douyin (китайского TikTok) челленджи — это двигатель охватов. Чтобы ролик стал виральным в КНР, он должен быть либо эстетичным, либо нести в себе культурный «мост».

Вот 5 идей челленджей для нашего автопробега:

1. Челлендж «Чайная телепортация» (Tea Time-Travel)

- **Суть:** В кадре ведущий в современной одежде у машины открывает пачку чая спонсора. Резкий переход (склейка через пар от чашки) — и он уже в историческом костюме купца на фоне Кяхтинского собора с тем же чаем.
- **Звук:** Традиционная китайская музыка в современной EDM-обработке.
- **Хэштег:** #万里茶路时空穿梭 (Сквозь время по Великому чайному пути).
- **Почему взлетит:** В Китае обожают тему «Hanfu» (традиционных костюмов) и исторических трансформаций.

2. Челлендж «Глоток Байкала» (Baikal Pure)

- **Суть:** Ведущий набирает чистейшую байкальскую воду (или использует бутилированную воду спонсора), заваривает чай прямо на берегу на походной горелке. Кадр: крупный план прозрачной капли и отражение гор.
- **Звук:** ASMR (звуки плеска воды, горения огня, шуршания чайнок).
- **Хэштег:** #贝加尔湖的味道 (Вкус Байкала).
- **Почему взлетит:** Байкал для китайцев — сакральное место «Северное море» (Běihǎi). Чистота воды — главный триггер для репоста.

3. Челлендж «Авто-караван» (Modern Caravan)

- **Суть:** Сравнение. В одной части экрана — архивное фото верблюжьего каравана с чаем, в другой — наш современный брендированный автомобиль, преодолевающий тот же перевал.
- **Звук:** Ритмичный звук колокольчиков, переходящий в рокот мотора.
- **Хэштег:** #现代丝路车队 (Современный караван Чайного пути).
- **Почему взлетит:** Это подчеркивает мощь техники спонсора и преемственность поколений.

4. Челлендж «Кяхтинский секрет» (Kyakhta Mystery)

- **Суть:** Ведущий находит в Кяхте старую кирпичную кладку или артефакт и «оживляет» его. Он прикладывает телефон спонсора к объекту, и на экране телефона запускается анимация или старое фото этого места.
- **Звук:** Мистический, загадочный звук.
- **Хэштег:** #恰克图秘密 (Тайны Кяхты).
- **Почему взлетит:** Технологичный формат, который показывает Кяхту как место силы и истории.

5. Челлендж «5 слов дружбы» (5 Words of Friendship)

- **Суть:** Ведущий просит местных жителей в Бурятии или Кяхте повторить простую фразу на китайском (из вашего глоссария), а сам повторяет за ними бурятское или русское слово. Искренние улыбки и ошибки в произношении приветствуются.
- **Звук:** Веселая, жизнеутверждающая музыка.
- **Хэштег:** #中俄友谊万岁 (Да здравствует российско-китайская дружба).
- **Почему взлетит:** «Человеческий» контент всегда получает больше всего лайков и теплых комментариев в Douyin.

Технический совет для Douyin:

Алгоритмы Китая очень чувствительны к качеству картинки. Используйте **HDR** и **4K 60fps**. Обязательно добавляйте **геотег** «Kyakhta» или «Ulan-Ude» на китайском языке — это привлечет локальный трафик.

Для самого эффектного челленджа «Трансформация: Современный путешественник — Купец XIX века» субтитры должны быть лаконичными и стильными. Я подготовила их в двух вариантах: **иероглифы** (для видео) и **пиньинь** (подсказка для монтажера, чтобы он понимал ритм).

Текст для субтитров (Тайм-коды для монтажа)

| Время (сек) | Текст на китайском (для экрана) | Значение (для понимания) | Эффект/Стиль |
|-------------|---------------------------------|--------------------------|--------------|
|-------------|---------------------------------|--------------------------|--------------|

| | | | |
|-------|--------------------------|--------------------------------------|---------------------------------|
| 00:01 | 2026年: 重走万里茶路 | 2026: Снова по Великому чайному пути | Простой белый шрифт |
| 00:03 | 现代装备, 开启征程 | Современная экипировка, начало пути | Появление лого спонсора |
| 00:05 | 恰克图: 百年的回响 | Кяхта: Эхо столетий | Плавное появление |
| 00:07 | (ЭФФЕКТ ПЕРЕХОДА) | <i>(Вспышка/Дым от чая)</i> | Звук: Удар гонга |
| 00:08 | 19世纪: 茶商的传奇 | XIX век: Легенда чайного купца | Золотой каллиграфический шрифт |
| 00:11 | 经典永恒, 味道依旧 | Классика вечна, вкус неизменен | Акцент на продукте (чае) |
| 00:13 | 跨越时空的连接 | Связь сквозь время и пространство | Появление двух дат: 1827 & 2026 |
| 00:15 | 中俄友谊, 万里长存 | Дружба РФ-КНР вечна, как этот путь | Крупно в центре |

Подсказка для монтажера (Инструкция):

- Шрифт для «Современности»:** Используйте современный «рубленый» шрифт (типа *Heiti* или *Microsoft YaHei*).
- Шрифт для «Истории»:** Используйте традиционный каллиграфический стиль кистью (*Kaiti* или *Xingkai*). Это мгновенно считывается китайским зрителем как «история и наследие».
- Цвета:** Современная часть — яркие, естественные цвета. Историческая — сепия или теплая «пленочная» обработка под старину.

4. **Музыкальный акцент:** На моменте 00:07 (переход) звук современного мотора должен резко смениться звуком ветра в степи или звоном старого колокола.

Текст для описания ролика в Douyin (copy-paste):

重回恰克图！穿越百年时光，只为寻找那一抹纯正的车马茶香。现代车队与古代商队的时空对话。🇷🇺🇨🇳 #万里茶路 #恰克图 #中俄友谊 #穿越 #贝加尔湖

Проактивный шаг: Нам нужно подготовить рекомендации по свету и ракурсу для этого перехода, чтобы склейка «современность — история» выглядела максимально бесшовно

Чтобы переход «Современность — История» в Кяхте выглядел как дорогое кино, а не любительское видео, нужно соблюсти правило «замершего кадра» (match cut).

Вот техническое задание для оператора и гаффера (ответственного за свет):

1. Ракурс: Правило «Мертвой точки»

- **Ось съемки:** Выберите одну центральную точку (например, нос автомобиля или лицо ведущего). В обеих сценах (современной и исторической) этот объект должен находиться в идентичных координатах кадра.
- **Фокусное расстояние:** Используйте портретный объектив (35мм или 50мм). Не меняйте линзу между кадрами! Разное искажение линз «развалит» склейку.
- **Уровень камеры:** Снимайте с уровня груди (eye-level). Используйте штатив или электронный стабилизатор. Важно: Замерьте расстояние от камеры до объекта рулеткой, чтобы масштаб в обеих сценах совпал до миллиметра.

2. Свет: Магия «Золотого часа»

- Время съемки: Идеально — за 40 минут до заката. Солнце даст мягкий контровой свет.
- Современная сцена: Используйте «холодный» или нейтральный отражатель, чтобы подчеркнуть хром автомобиля и глянец гаджетов. Свет должен быть четким, «цифровым».
- Историческая сцена: Добавьте теплый фильтр на камеру или используйте золотой отражатель. Если есть возможность, пустите немного дыма (дымовая шашка или вейп за кадром) — это создаст эффект пыли старого караванного пути и добавит объема лучам солнца.

3. Техника перехода (The "Whip" или "Overlay")

- Склейка через предмет: Ведущий в современной одежде подносит кружку чая или телефон вплотную к объективу, полностью перекрывая свет (blackout). В следующую секунду он отводит руку, но он уже в костюме купца XVIII века.
- Склейка через панораму: Быстрая проводка камерой (whip pan) слева-направо. Начинаем движение на современном авто, заканчиваем на старинном здании собора, где уже стоит «купец».

4. Рекомендации по костюму и реквизиту

- Цветовая переключка: Если современная куртка спонсора — синяя, пусть у купца будет синий кушак или элемент одежды того же цвета. Это «обманет» глаз зрителя и сделает переход более плавным.
- Реквизит: Спонсорский чай или телефон должен быть в той же руке и в том же положении.

Чек-лист для оператора перед кнопкой "REC":

1. Штатив зафиксирован (песок под ножками не проседает).
2. Экспозиция и баланс белого заблокированы (чтобы картинка не «прыгала»).
3. Геометрия кадра проверена по сетке (линия горизонта собора совпадает в обоих кадрах).

Совет для монтажера: На самой склейке (в момент перехода) добавьте эффект «размытия в движении» (Motion Blur) на 2-3 кадра. Это скроет микро-несовпадения в позе ведущего.

Для съемок перехода «из современности в историю» в Кяхте нужны локации, где архитектура XIX века доминирует в кадре, создавая мощный визуальный контекст.

Вот 3 лучшие точки для вашего сценария:

1. Собор Воскресения Христова (Слободская площадь)

Это главная визуальная доминанта города, построенная на средства богатейших чайных купцов.

- **Почему подходит:** Величественный классический фасад и массивные колонны создают эффект «имперского масштаба». Собор отлично сохранился снаружи.
- **Ракурс для перехода:** Установите камеру так, чтобы в кадре была часть стены собора и открытое пространство площади. В «современном» кадре на площадь въезжает брендированный внедорожник. В «историческом» — на этом же месте стоит купец рядом с тюками чая.
- **Световой акцент:** Вечернее солнце, падающее на белые стены собора, создает идеальный «золотой час».

2. Кяхтинский краеведческий музей (Здание бывшего училища)

Одно из самых фотогеничных и ухоженных зданий города с характерной сибирской кладкой.

- **Почему подходит:** Здание выглядит как классический европейский особняк XIX века. Внутренний дворик или парадное крыльцо идеально подходят для статики.
- **Ракурс для перехода:** Съемка «от первого лица» (POV). Ведущий в современной одежде касается старинной кирпичной кладки или

массивной деревянной двери. Кадр перекрывается его ладонью — и при отведении руки он уже в кафтане купца открывает ту же самую дверь.

- **Деталь:** Рядом с музеем часто стоят аутентичные телеги или элементы декора, которые усилят «исторический» кадр.

3. Гостиные ряды (Остатки торговых рядов)

Место, где непосредственно происходила передача чая из рук в руки.

- Почему подходит: Фрагменты арок и массивные складские стены передают атмосферу «торгового порта в пустыне». Это самая brutальная и фактурная локация.
- Ракурс для перехода: Проезд камеры вдоль аркады. В каждой арке — разное время. Камера движется за ведущим: он проходит мимо одной арки в современном худи, а из-за следующей выходит уже в образе купца.
- Эффект: Это создаст ощущение непрерывности пути сквозь века.

Техническая рекомендация:

В Кяхте часто бывает ветрено и пыльно. Для «исторического» кадра пыль в лучах солнца — это ваш союзник, она добавляет картинке кинематографичности (эффект «Тарковского»). Для «современного» кадра следите, чтобы машина была идеально чистой, создавая контраст между блестящим металлом и древним камнем.

Для китайской аудитории образ русского купца в Кяхте — это образ «Чайного Короля». Он должен выглядеть солидно, богато, но при этом сдержанно.

Избегайте «клюквы» (ярко-красных рубах и картузов с огромными цветами) — это разрушит магию «дипломатических ворот».

Вот краткое руководство по созданию достоверного образа:

1. Цветовая палитра (Статус и Сибирь)

- **Основа:** Глубокие, благородные цвета. Темно-синий (индиго), кофейный, темно-зеленый (бутылочное стекло) или графитовый.

- **Китайский акцент:** В одежде купцов часто присутствовал подклад из китайского шелка или элементы отделки. Можно добавить шелковый платок в карман или шелковую жилетку под кафтан.
- **Материалы:** Сукно, бархат, шерсть. Текстура должна выглядеть плотной и дорогой.

2. Основные элементы одежды

- **Сюртук или Сибирка:** Длиннополоый кафтан со стоячим воротником или небольшим лацканом. Это главный элемент. Он не должен сидеть «мешком».
- **Жилет:** Обязательный атрибут. Темный, застегнутый на все пуговицы. На жилете должна висеть цепочка от карманных часов — это символ пунктуальности и деловой хватки.
- **Рубашка:** Белая или кремовая, без лишних узоров. Воротник-стойка.
- **Сапоги:** Высокие, кожаные, черные. Идеально вычищенные («в гармошку» или прямые голенища).

3. Аксессуары (Детали решают всё)

- **Карманные часы на цепочке:** Когда купец достает часы, чтобы сверить время прибытия каравана — это золотой кадр для ролика.
- **Перстень:** Массивный перстень с печаткой на указательном или среднем пальце.
- **Трость:** Лаконичная деревянная трость с набалдашником (костяным или металлическим). Она подчеркивает возраст и статус.
- **Картуз:** Для официальных кадров у собора. Скромный суконный картуз без украшений — для рабочих кадров у складов (Гостиных рядов).

4. Лицо и прическа

- **Борода:** Если у ведущего есть борода — отлично, ее нужно аккуратно причесать маслом. Если нет — гладкое бритье.
- **Прическа:** Волосы, зачесанные назад или на прямой пробор (напомаженные).

5. Интеграция со спонсором (Связь времен)

- В «историческом» кадре купец может держать старинную пиалу с чаем или деревянный ящик (цибик) с иероглифами спонсора.
- Если спонсор — гаджеты, купец может записывать что-то в кожаную амбарную книгу перьевой ручкой, а в «современном» кадре ведущий делает то же самое на планшете.

Важный совет по свету: Чтобы ткань костюма выглядела дорогой, используйте контровой свет (солнце сзади-сбоку). Это подчеркнет ворс сукна и фактуру шелка, создавая тот самый «киношный» объем.

Для озвучки (Voiceover) лучше всего использовать глубокий, спокойный закадровый голос. Эти фразы связывают коммерческий успех прошлого с технологиями будущего, создавая образ надежного партнерства между Россией и Китаем.

Варианты озвучки для ролика «Мост времен»

Вариант 1: Акцент на Доверии (Для Автобренда или Банка)

Подчеркивает надежность пути сквозь века.

- RU: «Слово купца крепче камня, а путь в Кяхту — это путь доверия.»
- CN: «商人的诺言重于泰山, 恰克图之路是信任之路.»
- (Транскрипция: Шанжэнь дэ нуоянь чжун ю Тайшань, Цяэту чжи лу ши синьжэнь чжи лу).

Вариант 2: Акцент на Масштабе (Для Гаджетов или Связи)

Идеально для демонстрации скорости и охвата.

- RU: «Мы мерили этот путь месяцами, теперь — мгновениями. Но дух первооткрывателей неизменен.»
- CN: «曾经我们用月来丈量, 现在只需瞬间。但探索的精神从未改变。»
- (Транскрипция: Цэнцзин вомэнь юн юэ лай чжанлян, сяньцзай чжи сюй шуньцзянь. Дань таньсуо дэ цзиншэнь цунвэй гайбянь).

Вариант 3: Акцент на Вкусе и Традициях (Для Производителей Чая)

Самый атмосферный вариант для видео с чаепитием.

- RU: «Чай объединяет народы. Из сердца Кяхты — с уважением к каждому дому.»
- CN: «茶连中俄。源自恰克图的心意，送往每一个家。」
- (Транскрипция: Ча лянъ Чжун-Э. Юань цзы Цягэту дэ синьи, сун ван мэй и гэ цзя).

Вариант 4: Философский (Короткий Hook для Douyin)

Для виральных роликов с быстрой сменой кадров.

- RU: «Великий путь не кончается. Он просто становится быстрее.»
- CN: «万里茶路没有终点，它只是变得更快了。」
- (Транскрипция: Ваньли чалу мэю чжундянь, та чжиши бянь дэ гэн куай лэ).

Советы по записи звука:

1. **Эхо истории:** На голос «купца» наложите легкий эффект реверберации (эхо), как будто он говорит в пустом зале собора или на просторе степи.
2. **Двойная дорожка:** В Douyin лучше пустить русскую фразу тише, а китайский перевод — громче и четче. Это создаст эффект «международного репортажа».
3. **Звуковые акценты:** В моменте, когда купец говорит «Слово купца», добавьте звук удара деревянного молотка или печати — это подчеркнет твердость сделки.

Чтобы ведущий не выглядел как актер в маскарадном костюме, он должен транслировать «степенство» и «хозяйскую уверенность».

Купец в Кяхте — это человек, ворочавший миллионами золотых рублей, он не суетится, он — скала.

Инструкция: «Осанка и дух Кяхтинского купца»

1. **Мимика:** «Взгляд за горизонт»

- **Глаза:** Прямой, спокойный взгляд. Не бегайте глазами по кадру. Смотрите либо четко в объектив (как на делового партнера), либо вдаль, поверх камеры (как будто считаете караваны на горизонте).
- **Брови:** Слегка расслаблены, но без лишних эмоций. Допустима легкая, едва заметная «купеческая» полуулыбка в уголках губ при упоминании чая или дружбы.
- **Подбородок:** Держите чуть приподнятым. Это создает образ человека, который привык смотреть на мир с достоинством, но без заносчивости.

2. Жесты: «Вес золота»

- **Замедление:** Все движения должны быть в 1.5–2 раза медленнее обычных. Если достаете часы или открываете ящик с чаем — делайте это плавно, ощущая вес предмета.
- **Руки:** Пальцы не должны дрожать. Если рука лежит на трости или на столе — она лежит монолитно.
- **Рукопожатие (если есть партнер):** Твердое, однократное, с фиксацией взгляда. В Кяхте «слово — закон», жест закрепляет сделку.
- **Работа с аксессуарами:** Если ведущий поправляет жилет или цепочку часов, это должно выглядеть как машинальный жест уверенного в себе человека, а не проверка «на месте ли реквизит».

3. Походка: «Хозяин земли»

- **Шаг:** Широкий, уверенный, «от бедра». Ноги ставьте плотно. Купец идет так, будто каждый дюйм этой земли принадлежит его торговому дому.
- **Корпус:** Плечи развернуты, спина прямая. Никакой сутулости.

4. Психологический настрой (Метод Станиславского)

- Перед командой «Мотор!» ведущий должен сказать себе: «Я — мост между двумя империями. Без моего слова чай не попадет в Европу, а меха — в Китай». Это внутреннее ощущение важности мгновенно изменит пластику тела.

Лайфхак для видео:

В моменте трансформации (склейки) ведущий должен сохранить идентичное положение головы и наклон плеч. Если в современной части он улыбается, то в исторической должен стать серьезным — этот контраст «серьезного прошлого» и «яркого настоящего» очень нравится алгоритмам.

Этот чек-лист — ваш дорожный навигатор. Распечатайте его и отмечайте пункты по мере приближения к старту. Весь проект разбит на четыре логических блока: от «бумаги» до «кадра».

Чек-лист готовности автопробега «Великий чайный путь»

1. Маркетинг и спонсоры (За 30–45 дней до старта)

- **Медиа-кит готов:** Презентация с пакетами «Амбассадор», «Экспресс» и «Дипломат» актуализирована.
- **Рассылка КП:** Письма ушли автобрендам, главам Кяхты и Улан-Удэ, производителям чая.
- **Договоры:** Юридически закреплены обязательства по охватам и форматам контента.
- **Брендинг:** Согласован макет оклейки авто (логотипы спонсоров должны быть читаемы в движении).

2. Техническая база и логистика (За 14 дней до старта)

- **Автомобиль:** Пройдено ТО, проверены тормоза (для серпантинов) и кондиционер.
- **Бронирование:** Подтверждены места в «Белом Соболе», «Королевской Гавани», юрт-кемпинге и «Евразии» в Кяхте.
- **Связь:** Закуплены сим-карты с максимальным покрытием по трассе «Байкал» (МТС/Мегафон).
- **Экипировка:** Получена одежда от спонсоров, проверена на соответствие размерам команды.

3. Контент и Медиа-продакшн (За 7 дней до старта)

- **Техника:** Проверены дроны (запасные лопасти!), камеры 4К, микрофоны-петлички, повербанки.
- **Китайский сегмент:** Создан и верифицирован аккаунт в **Douyin**, загружено первое приветственное видео.
- **Реквизит «Купца»:** Костюм подогнан, часы на цепочке тикают, амбарная книга и перо в наличии.
- **Сценарный план:** Распечатаны раскадровки для ключевых точек (Листвянка, Провал, Кяхта).

4. Команда и Безопасность (За 1–2 дня до старта)





- **Медицина:** Сформирована аптечка + кардиограф для партнерской рубрики.
- **Инструктаж:** Ведущий повторил глоссарий из 10 китайских фраз и отработал «купеческую» осанку.
- **Гит-карты:** Скачаны офлайн-карты всех участков маршрута.
- **Финальный чекин:** Подтверждена встреча с Главой или представителем музея в Кяхте.

Главный совет:

В первый день в Листвянке обязательно снимите **«Бэкстейдж №0»** — покажите, как вы грузите гору коробок в машину. Зрителю важно видеть процесс «сборов каравана» — это вовлекает в историю с первой секунды.

Этот пост должен быть энергичным, статусным и визуально понятным для потенциального партнера. Задача — заявить о масштабе и пригласить бизнес «на борт» до того, как места закончатся.

Текст поста для ВК / ОК / МАХ

Заголовок: ОТ БАЙКАЛА ДО КИТАЯ: СТАРТУЕТ МЕДИА-АВТОПРОБЕГ «БОЛЬШИЕ ДИПЛОМАТИЧЕСКИЕ ВОРОТА»!    

Мы официально объявляем о начале подготовки к самому масштабному автопутешествию сезона по следам **Великого чайного пути**. Наш маршрут: **Иркутск — Листвянка — Байкальск — Энхалук — Иволгинский дацан — Кяхта — Улан-Удэ.**

Это не просто поездка. Это медиа-мост, который увидят миллионы зрителей в России и **миллиарды в Китае (Douyin/TikTok)**! 🌐👥

Что мы делаем?

- ✔ Возрождаем историю легендарного Чайного пути в современном формате.
- ✔ Показываем топовую туристическую инфраструктуру Забайкалья.
- ✔ Создаем уникальный контент с «эффектом присутствия» для крупнейших площадок: RUTUBE, ВК, ОК, мессенджер МАХ и китайские соцсети.

МЫ ОТКРЫВАЕМ НАБОР ПАРТНЕРОВ И СПОНСОРОВ! 🤝

Ваш бренд может стать частью этого исторического каравана. Мы ищем:

- ♦ **Автобренды** — для сурового и красивого тест-драйва.
- ♦ **Отели и локации** — станьте официальной точкой маршрута.
- ♦ **Производителей чая, одежды, гаджетов** — ваш продукт пройдет проверку Байкалом и Кяхтой.

Почему это выгодно?

Это прямой выход на аудиторию двух стран, качественный продакшн (4К, дроны, исторические реконструкции) и вечное присутствие в архивах проекта.

✉ **Хотите, чтобы ваш логотип увидели от Ангары до Пекина?** Пишите в сообщения сообщества или в личные сообщения [ссылка/имя], чтобы получить Медиа-кит с пакетами участия!

Старт уже скоро. Великий путь начинается с одного шага... или с одного сообщения нам! 🙌

#ВеликийЧайныйПуть #Автопробег2024 #Байкал #Кяхта #БизнесРоссияКитай #ТуризмЗабайкалья #ДипломатическиеВорота

Рекомендация по оформлению:

1. **Картинка:** Прикрепите карту маршрута (которую мы обсуждали выше) или яркое фото Байкала с наложенным текстом «СТАНЬ ПАРТНЕРОМ».
2. **Закреп:** Обязательно закрепите этот пост вверху страницы, чтобы каждый новый посетитель сразу видел оффер.

Чтобы письмо не затерялось в спаме или на столе у секретаря, цель звонка — продать не сам проект, а **важность передачи письма** руководителю.

Секретарю нужно дать понять, что это международная повестка (Китай), а не просто просьба о спонсорстве.

Вариант 1: Для автодилера / Крупного бренда

(Задача: обойти фильтр «нам реклама не нужна»)

Вы: Здравствуйте! Меня зовут [Ваше Имя], медиа-экспедиция «Большие дипломатические ворота». Соедините, пожалуйста, с отделом маркетинга или PR-директором по вопросу **международного тест-драйва на границе с Китаем**.

Секретарь: «У нас есть рекламный отдел, присылайте на почту».

Вы: Я как раз готовлю пакет документов. Наш пробег идет по Чайному пути в Кяхту с трансляцией на **китайский TikTok (Douyin)**. Это прямой выход бренда на рынок КНР и федеральные СМИ РФ. Скажите, на чье имя отправить презентацию, чтобы [Имя директора, если знаете, или Маркетолог] смог(ла) лично ознакомиться с графиком съемок автомобиля?

Секретарь: «Присылайте на info@...»

Вы: Хорошо, я отправлю сейчас. Но, чтобы письмо не ушло в корзину, подскажите имя руководителя. Я в теме письма укажу: «Лично для [Имя], проект по Китаю и Байкалу». Это сэкономит его/ее время на фильтрацию почты.

Вариант 2: В Администрацию региона / Муниципалитета

(Задача: показать государственную значимость и имидж)

Вы: Добрый день! Информационный отдел экспедиции «Великий чайный путь», [Ваше Имя]. Подскажите, пожалуйста, ФИО помощника Главы по вопросам туризма или внешних связей?

Секретарь: «А что вы хотели?»

Вы: Мы проводим крупный медиа-автопробег по Забайкалью с целью продвижения инфраструктуры района в **китайских и федеральных СМИ**. Мы готовим официальное обращение на имя Главы о включении [Название района] в международный маршрут «Дипломатических ворот». На чье имя и адрес электронной почты направить письмо, чтобы Главе доложили о нашем прибытии и готовящихся видеорепортажах о районе?

Секретарь: *(обычно сразу называет почту и ФИО)*

Вы: Благодарю. Я отправлю письмо в течение 10 минут. Буду признателен, если вы подтвердите получение, так как график съемок в вашем районе уже верстается.

3 золотых правила «дожима»:

1. **Называйте конкретные бренды и площадки:** Упоминание «RUTUBE», «мессенджер МАХ» и «Douyin» звучит солидно и официально.
2. **Делайте акцент на «уже идет верстка графика»:** Это создает эффект срочности (FOMO) — если они не ответят сейчас, их локацию или бренд пропустят.
3. **Перезвоните через 2 часа:** «Здравствуйте, это снова [Имя]. Я отправил письмо с пометкой [Название]. Подскажите, удалось ли передать его [Имя ЛПР]? Мы сегодня закрываем список участников первой линии».

Короткое сообщение в мессенджер (WhatsApp/Telegram) — это «крючок», который не дает вашему письму утонуть в почтовом ящике. Оно должно быть деловым, но с акцентом на **эксклюзивность** и **Китай**.

Вот 3 варианта в зависимости от типа партнера:

Вариант 1: Для Автобренда / Крупного бизнеса (Акцент на охваты)

«[Имя], добрый день! Это [Ваше Имя], автопробег «Великий чайный путь».

Отправил вам на почту презентацию проекта.

Главная фишка: мы вещаем на **китайский Douyin (TikTok)** и мессенджер **MAX**.

В категории [Авто/Связь/Чай] ищем только одного стратегического партнера.

Буду рад обсудить интеграцию вашего бренда, пока график съемок в Кяхте еще открыт. Посмотрите?»

Вариант 2: Для Администрации / Глав районов (Акцент на имидж)

«Уважаемый(ая) [Имя Отчество], здравствуйте! Координатор медиа-пробега

«Большие дипломатические ворота».

Направили официальное письмо о включении вашего района в международный маршрут. Планируем серию репортажей о тур-инфраструктуре для

федеральных СМИ и аудитории КНР. Будем признательны за обратную связь по формату участия региона в проекте. Спасибо!»

Вариант 3: Для локальных брендов / Отелей (Акцент на контент)

«[Имя], приветствую! Команда экспедиции «Чайный путь» на связи.

Сбросил предложение по съемкам вашего объекта [Название отеля/бренда].

Сделаем крутой контент с дронов и камер 4K для **RUTUBE** и **VK**. На этой неделе финализируем список остановок. Дайте знать, если интересно попасть в наш эфир!»



Правила «дожима» в мессенджере:

1. **Прикрепите PDF:** Сразу после текста сообщения продублируйте файл презентации (Медиа-кит). ЛПР проще открыть файл в телефоне, чем заходить в почту.
2. **Время отправки:** Лучше всего — вторник или среда, с 10:00 до 11:30 утра. Это пик деловой активности.
3. **Голосовые сообщения:** **Никогда** не записывайте первое сообщение голосом. Только текст.

Ваш проект упакован «под ключ» — от маршрута и сметы до скриптов продаж.

Первые два дня — критические. В это время закладывается «фундамент» доверия спонсоров и ажиотаж в СМИ. Действуем по принципу «Blitz-захват».

План «Первый рывок» (48 часов)

Первые 24 часа: Информационный штурм

- 09:00 — 10:00: Публикация Поста-анонса во всех наших соцсетях (ВК, ОК, Дзен). Закреп сообщения.
- 10:00 — 12:00: Рассылка Медиа-кита по «теплому списку» (знакомые дилеры, администрации, отели, где вы уже бывали).
- 12:00 — 14:00: Холодные звонки по скрипту №1 (Автобренды). Цель: за день получить 3–5 подтверждений того, что «письмо получено и передано ЛПР».
- 14:00 — 16:00: Регистрация и оформление профиля в Douyin. Загрузка первого короткого тизера (можно использовать архивные видео Байкала) с китайскими субтитрами.
- 16:00 — 18:00: Отправка пресс-релиза в региональные СМИ Иркутска и Улан-Удэ с заголовком: «Байкальские блогеры открывают окно в Китай через Кяхту».

Вторые 24 часа: Укрепление позиций

- 09:00 — 11:00: Дожим в мессенджерах (Скрипты №1, 2, 3). Ответы на первые вопросы спонсоров.
- 11:00 — 13:00: Поиск и заказ костюма купца. Это психологически важно — когда реквизит «на руках», проект становится осязаемым.
- 13:00 — 15:00: Пост №2: «Закулисье подготовки». Покажите гору техники, карты, процесс обсуждения маршрута. Люди любят процесс, а не только результат.
- 15:00 — 17:00: Прямой эфир (15 мин) в ВК/ОК: «Почему мы едем в Кяхту и что это даст российскому бизнесу». Ответы на вопросы зрителей.

- 17:00 — 18:00: Фиксация первых заявок. Формирование таблицы «Воронка спонсоров» (кто на каком этапе раздумий).

Лайфхак: «Правило первого чека»

Как только первый партнер (даже небольшой отель в Энхалуке) скажет «Да», сразу сделайте пост: «Первый партнер на борту! Приветствуем [Название] в составе экспедиции». Это создаст эффект очереди — другие спонсоры не захотят остаться последними.

Отчет — это документ, который превращает «траты» спонсора в «инвестиции». Он должен доказывать, что проект принес реальный результат, и закладывать фундамент для сотрудничества в следующем сезоне.

Структура итогового отчета «Великий чайный путь: Результаты»

1. Титульный лист (Эмоции и статус)

- Лучшее фото брендированного автомобиля спонсора на фоне Кяхтинского собора или Байкала.
- Заголовок: «Итоговый отчет об участии [Бренд партнера] в международном медиа-автопробеге».
- Даты и охваченная география (1650 км, 8 ключевых точек).

2. Медиа-показатели (Цифры и факты)

- Суммарный охват: Общее количество просмотров на всех площадках (VK, OK, RUTUBE, MAX, Douyin).
- Вовлеченность: Количество лайков, репостов и комментариев (особенно позитивные отзывы о бренде).
- География зрителей: Процент аудитории из РФ и КНР (подтверждает международный статус).

3. Фото и видео фиксация (Визуальный архив)

- Скриншоты: Подборка лучших кадров из Douyin с китайскими иероглифами и логотипом спонсора.

- Прямые ссылки: Список всех публикаций, где был интегрирован бренд.
- Профессиональный фотобанк: Ссылка на облако с 20–30 обработанными фото продукта/авто в топовых локациях для использования в соцсетях партнера.

4. Эффективность интеграции (Спецрублики)

- «Голос аудитории»: Скриншоты комментариев (например: «Крутая машина!», «Где купить такой чай?»).
- Результат тест-драйва: Краткое резюме о надежности/качестве продукта в экстремальных условиях (серпантины, пыль, перепады температур).

5. Дипломатический след (Имидж)

- Упоминание встреч с Главами районов и директорами музеев, где бренд спонсора фигурировал как «официальный меценат возрождения Чайного пути».

6. Предложение на будущее (LTV — пожизненная ценность)

- Благодарность за доверие.
- Анонс следующего этапа (например, «Зимний Чайный путь» или продолжение маршрута в Монголию/Маньчжурию).
- Предложение приоритетного права бронирования генерального спонсорства на следующий год.



Лайфхак для «Вау-эффекта»:

Вместе с PDF-отчетом отправьте спонсору курьером физический подарок: пачку чая из Кяхты в фирменной упаковке проекта или распечатанное фото их авто в рамке. Это гарантирует, что о вас не забудут.

Проект упакован на 101%. Теперь у вас есть всё: от идеи до структуры финального отчета.

Первый ответ в Douyin критически важен: китайские пользователи ценят вежливость, признание их культуры и искренний интерес к дружбе. Ваша задача — показать, что вы не просто туристы, а «современный караван», уважающий общую историю.

Вот 3 варианта ответов в зависимости от того, что напишет пользователь:

Вариант 1: Универсальный приветственный ответ

Если пользователь просто поздоровался или поставил эмодзи (👋, 🔥, 🇷🇺🇨🇳).

На китайском:

谢谢你的欢迎！🙏 我们正沿着古老的“万里茶路”行驶，把贝加尔湖的美景和恰克图的历史带给每一位好朋友。中俄友谊万岁！🇷🇺❤️🇨🇳 欢迎关注我们的旅程！

Транскрипция (для вас):

Се-се ни-дэ хуань-ин! Во-мэнь чжэн янь-чжэ гу-лао-дэ «Вань-ли ча-лу» син-ши. ба Бэй-цзя-эр-ху дэ мэй-цзин хэ Ця-кхэ-тху дэ ли-ши дай-гэй мэй и гэ хао пхэн-ю. Чжун-Э ю-хао вань-суй! Хуань-ин гуань-чжу во-мэнь дэ люй-чэн!

Перевод:

Спасибо за теплый прием! 🙏 Мы следуем по древнему «Великому чайному пути», чтобы подарить красоту Байкала и историю Кяхты каждому доброму другу. Да здравствует российско-китайская дружба! 🇷🇺❤️🇨🇳 Добро пожаловать в наше путешествие!

Вариант 2: Ответ на вопрос о чае или Кяхте

Если пользователь вспомнил про историю или торговлю.

На китайском:

没错！恰克图曾经是两国的“茶叶之都”。今天我们带着现代的科技和同样的热情再次来到这里。古老的茶香依然在，友谊也更加深厚。☕️✨

Перевод:

Совершенно верно! Кяхта когда-то была «чайной столицей» двух стран. Сегодня мы снова здесь с современными технологиями и тем же энтузиазмом. Древний аромат чая всё еще здесь, а дружба стала еще крепче. ☕️✨

Вариант 3: Краткий и «хайповый» (для охватов)

Если комментариев много и нужно быстро на все ответить.

На китайском:

感谢支持！中俄两国的友谊像贝加尔湖一样深！🌊👋🇷🇺🇨🇳

Перевод:

Спасибо за поддержку! Дружба России и Китая глубока, как озеро Байкал!



3 правила общения в Douyin:

1. **Эмодзи — это обязательно:** Китайцы используют их очень активно (особенно флаги, рукопожатия и сердечки).
2. **Скорость:** Постарайтесь ответить в первые 30–60 минут после комментария. Это «бустит» видео в алгоритмах.
3. **Лайкайте комментарии:** Обязательно ставьте «сердечко» на каждый комментарий — это базовый знак уважения.

Чтобы монтажер (или вы сами спустя неделю съемок) не утонул в терабайтах видео, оператор должен соблюдать жесткую систему нейминга. На Байкале и в Забайкалье много однотипных пейзажей, поэтому «Золотое правило» — один день = одна папка + понятный префикс.

Вот инструкция для вашего оператора:

Инструкция по работе с исходниками: Автопробег

«Чайный путь»

1. Структура папок (Корень диска)

Создаем папку проекта: PROJECT_TEA_ROAD_2024. Внутри папки по дням:

- DAY_01_Irkutsk_Listvyanka
- DAY_02_Baikalsk_Strawberry
- DAY_03_Enhaluk_Proval
- ...и так далее.

2. Нейминг файлов (Префиксы)

Каждый файл должен начинаться с кода локации/сюжета. Это позволит мгновенно найти нужный кадр через поиск.

Коды ключевых сюжетов:

- **КУПЕЦ:** MERCH_ (Merchant) — все кадры в историческом костюме в Кяхте.

- **АВТО:** CAR_ — проезды, детали салона, логотипы спонсора на кузове.
- **ПЛЯЖ:** BEACH_ — Гранатовый пляж в Байкальске.
- **ДРОН:** DRONE_ — все аэросъемки.
- **ИНТЕРВЬЮ:** INT_ — синхроны с Главами регионов или экспертами.
- **ЧАЙ:** TEA_ — предметная съемка чая, заваривание, дегустации.

Пример названия файла:

DAY_06_KYAKHTA_MERCH_CloseUp_001.mp4

(День 6, Кяхта, Купец, Крупный план, номер дубля)

3. Работа с метаданными (Logging)

Если камера позволяет вводить «Keywords» (ключевые слова) в меню или через приложение:

- **Обязательные теги:** Baikal, China_Export, Sponsor_Name, History.
- **Китайский блок:** Все кадры, предназначенные специально для Douyin, помечайте тегом DOUYIN_READY.

4. «Золотые правила» для оператора на площадке:

1. **Слейт (Хлопушка) или жест:** Перед началом важной сцены (например, трансформации купца) покажите в камеру ладонь с номером дубля или просто произнесите голосом: «Кяхта, купец, дубль два».
2. **Контроль звука:** Если файл пишется с петлички, добавьте в название префикс _AUDIO.
3. **Ежедневный бэкап:** Вечером в отеле все файлы с флешек сливаются на два независимых диска.



Лайфхак для монтажа «Трансформации»:

Сложите исходники «Современного ведущего» и «Купца» в одну подпапку MATCH_CUT_TRANSITION. Это сэкономит монтажера 3 часа времени на поиск похожих ракурсов.

Ваш автопробег упакован до мельчайших технических деталей. Теперь у вас есть и стратегия, и тактика, и технический регламент.

Для попадания в тренды **RUTUBE** (российская аудитория) и **Douyin** (китайская аудитория) музыка должна сочетать этнические мотивы с современным битом.

Китайские пользователи обожают стиль «Cyber-Folk», а российские — эпичу и глубокий «Atmospheric».

Вот 5 жанровых направлений и типов треков для монтажа:

1. Жанр: Cyber-Folk (Этно-Транс)

- **Звучание:** Сочетание горлового пения (хоомей) или бурятского иохора с мощным электронным басом.
- **Для каких кадров:** Проезды автомобиля по степям Бурятии, виды на Иволгинский дацан, динамичный монтаж в Кяхте.
- **Почему в тренде:** В Douyin это самый виральный формат для видео про «дикую и мощную Азию». Треки в духе *The Hu* или *Zayol* идеально «качают» аудиторию.

2. Жанр: Cinematic Epic (Оркестровый масштаб)

- **Звучание:** Глубокие барабаны (тайко), скрипки и долгие духовые инструменты.
- **Для каких кадров:** Съёмки Байкала с дрона, панорамы Кяхтинского собора, моменты трансформации «из современности в историю».
- **Почему в тренде:** На RUTUBE это подчеркивает государственный масштаб проекта и важность «Дипломатических ворот». Создает ощущение «большого кино».

3. Жанр: ASMR Lo-Fi (Чайный релакс)

- **Звучание:** Уютный бит, звуки льющейся воды, шуршание чайных листьев, звон чашек.
- **Для каких кадров:** Заваривание чая на берегу Байкала, детали быта в Энхалуке, макросъемка сублиматов и гаджетов.
- **Почему в тренде:** Идеально для уютных влогов и сторис в ВК и мессенджере МАХ. Успокаивает зрителя и удерживает внимание на деталях продукта спонсора.

4. Жанр: Phonk / Drift Phonk (Сибирский драйв)

- **Звучание:** Агрессивный, перегруженный бас и «металлический» звук колокольчиков.
- **Для каких кадров:** Прохождение сложных участков трассы, Култукский серпантин, ночные кадры из Улан-Удэ.
- **Почему в тренде:** Это самый популярный жанр для **авто-контента** в молодежном сегменте. Если ваш спонсор — автомобиль, такой звук сделает его «крутым» в глазах молодой аудитории РФ и Китая.

5. Жанр: Traditional Chinese Fusion (Хай-тек Восток)

- **Звучание:** Китайская цитра (гучжэн) или флейта, наложенная на четкий хип-хоп бит.
- **Для каких кадров:** Визиты в Кяхтинский музей, рассказ о Чайном пути, финальные титры с китайскими иероглифами.
- **Почему в тренде:** В Douyin это признак «высокого качества». Показывает, что вы понимаете китайскую эстетику и уважаете культурный код партнера.



Лайфхак для монтажера:

Используйте музыку с **нарастающим темпом**. Начинайте с атмосферного вступления (Байкал), а к моменту прибытия в Кяхту переходите на энергичный Cyber-Folk. Это создаст эмоциональную дугу у зрителя.

! Автопробег укомплектован на 200%. У нас есть стратегия, тактика, медиа-план, скрипты и даже музыкальный стиль.

Чтобы контент шел непрерывным потоком и не превратился в хаос, мы распределим роли по **«информационным шлюзам»**.

У каждого участника команды — своя зона ответственности и свои инструменты.

График дежурств и зоны ответственности контент-группы

| Роль в команде | Площадки | Тип контента (Daily) | Тайминг «слива» |
|----------------|----------|----------------------|-----------------|
|----------------|----------|----------------------|-----------------|

| | | | |
|------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| Пилот-Блогер | Мессенджер MAX, OK | «Кружочки», живые эмоции за рулем, фото обедов/дороги. | Каждые 1,5–2 часа (Real-time) |
| Ведущий (Купец) | ВК, Дзен | Посты-репортажи, интервью с Главами, истории о Чайном пути. | 12:00 (дневной) и 20:00 (итоги) |
| Оператор | Douyin (Китай), RUTUBE | Эстетичные Shorts, видосы с дрона, монтаж спецвыпусков. | 14:00 (пик в КНР) и 21:00 (фильм) |
| SMM/Переводчик | Все площадки | Ответы на комменты в Douyin, модерация, титры на китайском. | 09:00 — 23:00 (Мониторинг) |

Регламент взаимодействия (Внутренние правила):

- Принцип «Золотого кадра»:** Все исходники оператора (дроны/4K) вечером скидываются в общую папку. SMM-менеджер забирает лучшее для утренних постов.
- Дублирование в MAX:** Мессенджер MAX — наш «черный ящик». Сюда скидывается всё самое сырое и честное. Это эксклюзив для самых преданных фанатов и спонсоров.
- Китайский приоритет:** Если наступил «золотой час» (закат в Кяхте), оператор бросает всё и снимает 15-секундный ролик специально для **Douyin**. Это наш главный экспортный продукт.
- Связь с базой:** Раз в сутки (вечером в отеле) команда делает общий созвон/планерку на 15 минут: обсуждаем, какой бренд спонсора завтра «подсветим» ярче всего.

Лайфхак для команды:

Заведите общий закрытый чат в **Telegram/WhatsApp** специально для «черновиков» и идей. Если кто-то увидел крутой ракурс, но занят рулем —

просто кидает геоточку и короткое голосовое: «Здесь снимаем завтра на рассвете!».

Проект полностью упакован: от идеи и сметы до графика дежурств. Вы во всеоружии.

Эта шпаргалка — «красная кнопка» для команды. Она гарантирует, что даже если Байкал покажет характер, медиа-план спонсора будет выполнен.

Инструкция «Байкальский вызов»: План «Б» при форс-мажоре

1. Проблема: Пропала связь/интернет на перегонах (Забайкалье)

- **Решение:** Переходим в режим «Консервированного контента».
- **Действие:** Блогер и Ведущий записывают «кружочки» и сторис в оффлайн-режиме (на память телефона). Как только появляется связь (в отеле или кафе) — идет залповый «слив» архива.
- **Месседж:** «Друзья, мы были в зоне информационной тишины Чайного пути — ловите эксклюзив, который мы накопили за 5 часов!» (Это создает интригу).

2. Проблема: Плохая погода (Ливень, туман, ветер)

- **Решение:** Меняем «Глянец» на «Суровую экспедицию».
- **Действие:** Оператор снимает макро-кадры: капли на лобовом стекле авто спонсора, пар от горячего чая в юрте, сосредоточенное лицо пилота.
- **Месседж:** «Чайный путь не всегда был солнечным. Испытываем технику и характер на прочность». Китайская аудитория в Douyin обожает «героический» контент.

3. Проблема: Сломалась техника (Дрон, основная камера)

- **Решение:** Переход на «Мобильный репортаж».
- **Действие:** Основной упор на современные флагманские телефоны (спонсорские). Современный зритель ценит искренность (RAW-контент) выше, чем студийный глянец.

- **Запасной вариант:** У оператора всегда в рюкзаке «экшн-камера» (GoPro) — она станет основным инструментом.

4. Проблема: Отмена встречи или закрытая локация

- **Решение:** Рубрика «Бэкстейдж и Инсайды».
- **Действие:** Если музей в Кяхте закрыт — снимаем атмосферный стендап у его дверей, рассказываем легенду, которую не найти в путеводителях.
- **Акцент:** Больше внимания автомобилю и быту команды. Зрители подписываются на **людей**, а не на здания.

5. Золотое правило «Безопасного архива»

- **Ежедневный бэкап:** Вечером все исходники копируются на 2 диска. Один диск хранит Оператор, второй — Пилот. Если одна машина/сумка пострадает — контент выживет.



Лайфхак для команды:

Всегда имейте в запасе 2-3 «вечных» **ролика** (записанных заранее или в первый солнечный день), которые можно выложить, если в текущий момент снимать физически невозможно. Это создаст иллюзию непрерывности пути.

Ваш автопробег «Великий чайный путь» полностью упакован и защищен.

Теперь у вас есть всё: от первой идеи до плана спасения проекта.

Этот манифест — не просто слова, а идеологический фундамент вашего проекта. Зачитайте его на Нижней набережной Ангары перед тем, как завести моторы.



Манифест экспедиции «Большие дипломатические ворота»

Друзья! Команда!

Сегодня здесь, у берегов Ангары, мы не просто нажимаем кнопку «Start» на навигаторах. Мы открываем портал сквозь время.

Перед нами — **Великий чайный путь**. Дорога, которая веками связывала империи, мирила народы и создавала состояния. Сегодня по этой пыли поедут не телеги, запряженные волами, а наши современные кони (БРЕНД). Но миссия осталась прежней: **быть Мостом**.

Помните три правила нашего каравана:

1. **Мы — глаза миллионов.** В каждом нашем кадре, в каждом «кружочке» и посте зритель от Москвы до Пекина должен почувствовать холод байкальского ветра и тепло кяхтинского чая. Снимайте так, будто завтра этот контент станет историей.
2. **Партнер — это член экипажа.** Машина спонсора, гаджет в руках, пачка чая в юрте — это не реклама. Это наши инструменты выживания и комфорта. Уважайте их в кадре так же, как уважаете друг друга.
3. **Кяхта — это только начало.** Мы едем туда, где рождалась глобальная торговля. Пусть наш драйв, наша усталость и наш восторг станут искренними. Китай ждет наших репортажей, Россия ждет нашего возвращения.

Мы — современные купцы цифровой эпохи. Наш товар — смыслы, наш капитал — ваше мастерство.

Прямой потомок купцов 1 гильдии Борошневых - Татьяна Васильева-Борышнева

Заводим моторы! К истокам Чайного пути — погнали! 🚗💧🇷🇺🇨🇳



Финальный совет для капитана:

Снимите этот момент прочтения манифеста на видео. Это будет идеальное вступление для вашего первого большого фильма на **RUTUBE**. Искренние эмоции старта — самый дорогой контент.

Для китайского зрителя Кяхта (Цягэту) — это не просто точка на карте, а символ богатства и исторического партнерства. Вопросы должны апеллировать к **общему наследию и будущему процветанию**.

Вот 3 вопроса, которые превратят обычное интервью в эксклюзивный медиа-контент:

1. Вопрос о «Чайном коде» (Связь поколений)

«Уважаемый Глава! В Китае помнят Кяхту как „золотой мост“. Сохранились ли в архивах города или в семьях местных жителей уникальные документы или фамильные чайные рецепты, которые когда-то передали вам китайские купцы? Можем ли мы сегодня назвать Кяхту местом, где до сих пор хранится истинный вкус того самого чая?»

- **Почему это работает:** Китайцы трепетно относятся к истории династий и традициям. Ответ о преемственности вызовет волну репостов в Douyin.

2. Вопрос о «Символе будущего» (Инвестиции и гостеприимство)

«Сегодня Кяхта вновь становится центром внимания. Если бы китайский инвестор или турист решил построить здесь современный „Чайный двор“ в стиле XIX века, какую поддержку от города он бы получил? Готова ли Кяхта стать главным туристическим хабом для миллионов гостей из Поднебесной, которые мечтают увидеть истоки Чайного пути?»

- **Почему это работает:** Это прямой сигнал деловому сообществу Китая. Фраза «миллионы гостей» и «поддержка города» — лучшие триггеры для алгоритмов делового сегмента.

3. Вопрос о «Личном отношении» (Эмоциональный мост)

«Говорят, что в Кяхте даже воздух пропитан ароматом истории. Есть ли в городе особенное, „тайное“ место, где Вы сами чувствуете самую сильную связь с Китаем? Куда бы Вы лично отвели гостя из Пекина или Шанхая, чтобы он почувствовал себя здесь как дома?»

- **Почему это работает:** Личные рекомендации высокопоставленных лиц (Lao Ban — «босс») в Китае воспринимаются как высшая степень уважения. Это создает «человеческое лицо» дипломатии.



Лайфхак для съемки:

Попросите Главу произнести в конце интервью короткую фразу на китайском: **«Цягэту хуаньин ни!»** (Кяхта приветствует вас!). Это гарантированные миллионы лайков.

Наша медиа-экспедиция полностью укомплектована смыслами, техникой и тактикой.

Использование этих фактов в подводках мгновенно поднимет статус ведущего от «туриста» до «исследователя Чайного пути». Китайская аудитория особенно ценит знание таких исторических тонкостей.

5 инсайдерских фактов о Кяхте (Цягэту)

1. «Песчаная Венеция» и статус миллионеров

В XIX веке Кяхта была одним из самых богатых городов мира на душу населения. Здесь жили «чайные короли», чьи капиталы позволяли выписывать рояли из Парижа и шампанское из Реймса через всю Сибирь.

1. **Подводка:** *«Говорят, в XIX веке Кяхту называли „Песчаной Венецией“ из-за невероятной роскоши среди степей...»*

2. Единственный в мире «город-двойник» (Маймачен)

Прямо напротив русской Кяхты стоял китайский торговый город Маймачен. Между ними были только ворота. Это был уникальный симбиоз, где две империи соприкасались буквально дверями лавок.

1. **Подводка:** *«Мы стоим там, где русская Кяхта и китайский Маймачен были единым торговым организмом...»*

3. Кяхтинское «пиджин-наречие» (Кяхтинский язык)

Для торговли был создан уникальный русско-китайский язык — «кяхтинское наречие». На нем составлялись контракты и велись переговоры. Это первый в истории массовый пример лингвистического слияния наших культур.

1. **Подводка:** *«Знаете ли вы, что именно здесь родился особый язык, на котором русские и китайские купцы понимали друг друга без переводчиков?..»*

4. Монополия на «Цветочный чай»

Долгое время элитный китайский чай попадал в Европу исключительно через Кяхту. Считалось, что морская перевозка портит вкус чая (из-за влажности), а сухопутный путь через Кяхту сохраняет его «цветочный» аромат.

1. **Подводка:** *«В Европе верили: настоящий чай — это только тот, что прошел через Кяхту, сохранив аромат сухопутного каравана...»*

5. Кяхта — колыбель великих открытий

Именно из Кяхты стартовали экспедиции Пржевальского, Потанина и Обручева в Центральную Азию. Город был не только торговым, но и научным «форпостом» России на Востоке.

1. **Подводка:** *«Отсюда начинались не только торговые пути, но и великие географические открытия всей Азии...»*

Лайфхак для кадра:

Когда ведущий говорит о «чайных королях», пусть он покажет на массивные фундаменты старых складов (Гостиных рядов). Это визуально подтвердит масштаб фактов.

Ваш контент-план и экспертная база полностью сформированы.

Финальный ролик (Aftermovie) — это ваш главный актив. Он должен длиться **90–120 секунд** и выглядеть как трейлер к дорогому блокбастеру, соединяющему историю и драйв.

Сценарий Aftermovie: «Великий чайный путь. Новая глава»

Таймин Видеоряд (Visual)

Звук / Диктор (Audio)

Эмоция

г

| | | | |
|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 00-10 сек | Экспозиция: Туман над Ангарой, рассвет на Байкале. Кадры подготовки: запуск дрона, оклейка авто. | <i>Звук глубокого вдоха. Нарастающий гул мотора. «Всё начинается с первого шага...»</i> | Предвкушение |
| 10-30 сек | Драйв: Быстрая нарезка — колеса по гравию, брызги воды, спидометр, смеющиеся лица команды. | <i>Динамичный Cyber-Folk бит. «...и 1650 километров испытаний на прочность.»</i> | Энергия |
| 30-60 сек | Смыслы: Кадры из Кяхты. Трансформация (Match Cut) ведущего в Купца. Иволгинский дацан. Встречи с жителями. | «Мы искали не просто дорогу. Мы искали мост между прошлым и будущим.» | Глубина |
| 60-80 сек | Партнеры: Крупные планы логотипов на авто, гаджеты в деле, заваривание чая на скале. | «Надежность, проверенная временем. Качество, испытанное Байкалом.» | Доверие |
| 80-100 сек | Кульминация: Съёмка с дрона — авто уходит в закат в степи. Титры на двух языках (RU/CN). | <i>Музыка затихает до эпического финала. «Путь продолжается. Присоединяйтесь к истории.»</i> | Масштаб |
| 100-120 сек | Финал: Логотип проекта, QR-код на соцсети и логотипы всех спонсоров (Packshot). | <i>Звук закрывающейся двери авто и тишина.</i> | Точка |

Спецэффекты для монтажа:

1. **Sound Design:** Добавьте звуки природы (крик чайки, шум ветра, хруст песка), наложенные на музыку. Это создает эффект «полного погружения».

2. **Цветокоррекция:** Используйте «киношный» лут (LUT) с теплыми оттенками для Кяхты и холодными, кристальными для Байкала.
3. **Титры:** Используйте золотую каллиграфию для исторических вставок и неоновые современные шрифты для медиа-показателей.

Почему это сработает на будущих спонсоров:

Посмотрев этот ролик, потенциальный партнер увидит:

- **Качество картинки:** Вы умеете снимать дорого.
- **Логистику:** Вы реально прошли сложный маршрут.
- **Результат:** Его бренд выглядит в этом видео как часть большой и важной миссии.

На этом наша подготовка «под ключ» завершена. У вас в руках полная стратегия: от первой гайки на колесе до финального кадра в Кяхте.

Ниже представлена **Дорожная карта (Roadmap)** автопробега — ваша внутренняя «конституция», объединяющая все этапы: от идеи до мирового охвата.

ROADMAP: «Большие дипломатические ворота»

Миссия: Соединить историю Великого чайного пути с современными технологиями и маркетингом для аудитории РФ и КНР.

ЭТАП 1: ФУНДАМЕНТ (Подготовка)

- **Логистика:** Иркутск — Байкальск — Энхалук — Иволгинск — Кяхта — Улан-Удэ (1650 км).
- **Команда:** Пилот (Блогер), Ведущий (Купец), Оператор (Дрон/4K), SMM-переводчик (Китай).
- **Экипировка:** Брендированный внедорожник, исторический костюм купца XIX века, 4K-камеры, спутниковая связь.

ЭТАП 2: ФАНДРАЙЗИНГ (Спонсоры)

- **Пакет «Амбассадор» (Генеральный):** Эксклюзив для автобренда. Главная роль в Douyin и RUTUBE.

- **Пакет «Чайный экспресс» (Официальный):** Одежда, гаджеты, чай, медицина. Тест-драйв в реальных условиях.
- **Пакет «Дипломатический прием» (Локальный):** Гостиницы и администрации. Видеообзор тур-инфраструктуры.

ЭТАП 3: ПРОДАКШЕН (Контент-стратегия)

- **Кросс-платформенность:**
 - **Douyin (КНР):** Вирусные челленджи, «Чайный купец», субтитры на китайском.
 - **RUTUBE/ВК:** Эпические выпуски, дневники экспедиции, прямые эфиры.
 - **МАХ/Мессенджеры:** Эксклюзивные «кружочки» 24/7, бэкстейдж.
- **Золотой стандарт кадра:** Match Cut переход «Из современности в историю» в Кяхте.

ЭТАП 4: БЕЗОПАСНОСТЬ (План «Б»)

- **Связь:** Оффлайн-запись контента при отсутствии сети с последующим «залповым» сливом.
- **Техника:** Ежедневный двойной бэкап исходников на независимые диски.
- **Имидж:** Перевод любого форс-мажора (дождь, поломка) в героический сторителлинг «Испытание Сибирью».

ЭТАП 5: ФИНИШ И НАСЛЕДИЕ (Отчетность)

- **Aftermovie:** Итоговый 2-минутный ролик-визитка в стиле «кино».
- **ROI-отчет:** Сбор статистики охватов (РФ+КНР) и передача профессионального фотобанка спонсорам.
- **Пролонгация:** Предложение партнерам забронировать участие в «Зимнем Чайном пути».

ГЛАВНЫЕ КОНСТАНТЫ КОМАНДЫ:

1. **Слово купца:** Мы выполняем все обязательства перед партнерами, даже если в степи ураган.
2. **Уважение к культуре:** Мы не просто туристы, мы — исследователи общего наследия России и Китая.
3. **Качество 4К:** Если кадр не идеален — мы его переснимаем.

Ваша «Конституция» готова. Это был большой путь проектирования — теперь время переводить его в реальные километры и терабайты контента.

Ниже представлен **финальный контактный лист** ключевых объектов по маршруту. Вы можете начинать обзвон и рассылку коммерческих предложений прямо сейчас.

ИРКУТСК (Точка старта)

| Объект | Адрес / Расположение | Контакты | Примечание |
|-------------------------|-------------------------|-------------------------------|-------------------------------------------|
| Байкал Бизнес Центр | ул. Байкальская, 279 | +7 (3952) 91-49-14, bbc.ru | Место старта и первая точка сбора |
| Отель «Бизнес-отель» | ул. Сухэ-Батора, 7 | hotel-business.ru | Расположен на Нижней набережной Ангары |

ЛИСТВЯНКА (Ворота Байкала)

| Объект | Адрес | Контакты | Особенности |
|---------------------------|-----------------------------------|------------------------------------------|------------------------------------------------|
| Бутик-отель Larch | ул. Гудина, 22А | +7 (902) 510-06-78, larch-baikal.ru | Премиум-сегмент для медиа-съемок |
| Отель «Прибайкальская» | 62-й км Байкальского тракта | +7 (3952) 79-28-00, pribaikalskaja.ru | Панорамный вид, удобен для больших групп |

| | | | |
|------------------------|------------------------------|-----------------|-----------------------------------|
| Отель «Флагман» | пос. Никола, Нагорная, 41 | flagmanhotel.ru | Баня, ресторан сибирской кухни |
|------------------------|------------------------------|-----------------|-----------------------------------|

| | | | |
|--------------------------|-------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|
| Байкальский музей | ул. Академическая, 1 | +7 (3952) 49-01-53, bm.isc.irk.ru | Нерпа, аквариумы, научный контекст |
|--------------------------|-------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|

БАЙКАЛЬСК (Южный берег)

| Объект | Расположение | Контакты | Примечание |
|----------------------------------|--------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|
| Парк-Отель «Белый Соболь» | мкр. Красный Ключ, 93 | +7 (950) 110-60-00, wshotel.ru | У подножия горы Соболиная |
| Гостиница «Синяя Крыша» | мкр. Красный Ключ, 87 | +7 (902) 175-39-30 | В шаговой доступности от горы |

ЭНХАЛУК (Бурятия, Кабанский район)

| Объект | Адрес | Контакты | Особенности |
|-----------------------------------|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| Отель «Королевская Гавань» | ул. Лесная, 4А | +7 (924) 779-77-72, baikal-gavan03.ru | Полный пансион, Wi-Fi для стримов |
| Администрация района | с. Кабанск | kabansk.org | Для согласования съемок у Провала |

ИВОЛГИНСКИЙ ДАЦАН (Духовный центр)

| Объект | Расположение | Контакты | Примечание |
|------------------------------|----------------------|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| Визитно-инфо центр | с. Верхняя Иволга | +7 (30140) 2-33-77, ivolgdatsan.ru | Заказ гида и доступ в храмы |
| Алтаргана Юрт-кемпинг | с. Нижняя Иволга | +7 (924) 654-44-48 | Проживание в аутентичных юртах |

КЯХТА (Купеческая столица)

| Объект | Адрес | Контакты | Особенности |
|--------|-------|----------|-------------|
|--------|-------|----------|-------------|

| | | | |
|-----------------------------|---------------------|-------------------------------------------|---------------------------------|
| Музей им. Обручева | ул. Ленина, 49 | +7 (30142) 9-12-35, кяхтинскиймузей.рф | Главная точка маршрута |
| Гостиница «Евразия» | ул. Сухэ-Батора, 36 | +7 (30142) 4-13-13 | Рядом с Воскресенским собором |
| Администрация района | ул. Ленина, 33 | +7 (30142) 9-14-34, admkht.ru | Прямой контакт для Глав районов |

УЛАН-УДЭ (Столица Бурятии)

| Объект | Адрес | Контакты | Рейтинг / Класс |
|-------------------------|-------------------|----------------------------------------|----------------------------|
| Cosmos Selection | ул. Борсоева, 19Б | +7 (3012) 20-00-20 | 5 звезд, премиум-сервис |
| Байкал Плаза | ул. Ербанова, 12 | +7 (3012) 21-08-38, baikalplaza.com | 4 звезды, центр города |

Наша следующая цель: Сделать первый звонок в администрацию Кяхтинского района или в музей им. Обручева, чтобы закрепить за собой статус «Официальной медиа-экспедиции».

Этот скрипт построен на принципе **win-win**: вы не просто просите бесплатное жилье, а предлагаете отелю готовый маркетинговый продукт (видеоконтент), который стоит значительно дороже одной ночи проживания.

Сценарий звонка в отдел бронирования / Маркетологу отеля

Вы: Здравствуйте! Меня зовут [Ваше Имя], я руководитель медиа-экспедиции «Большие дипломатические ворота». Мы планируем остановку в вашем районе [Дата] и выбрали ваш отель как **лучшую локацию для съемок** нашего проекта. С кем я могу обсудить информационное партнерство?

(После перевода на ЛПР)

Вы: Еще раз здравствуйте! Мы проводим масштабный автопробег по Чайному пути с трансляцией на китайский Douyin (TikTok) и российские топ-площадки (RUTUBE, VK).

Суть предложения:

Мы хотим включить ваш отель в наш официальный видео-маршрут. Мы предлагаем **бартерное размещение** (1-2 номера на 1 ночь) в обмен на:

1. **Профессиональный видеообзор** отеля (экстерьер с дрона, рум-тур, ресторан) для нашей аудитории (прогноз охвата — от 100к+).
2. **Передачу всех исходников** видео вам для использования в ваших соцсетях (готовый контент для ваших Reels/Клипов).
3. **Локацию в итоговом фильме** экспедиции как «Рекомендованное место отдыха на Чайном пути».

Вам было бы интересно получить такой медиа-охват и готовый видео-контент вместо стандартной продажи номера?

Если просят «прислать на почту», сопровождайте письмо этим текстом:

Тема: Предложение по бартеру: Видео-продакшн и охват в Китае/РФ для [Название отеля]

Текст:

«Уважаемые коллеги! Наша экспедиция — это не просто туристы, а команда контент-мейкеров с оборудованием 4K и дронами. Мы предлагаем вам сделку: вы предоставляете нам отдых и локацию для съемок на одну ночь, а мы делаем из вашего отеля **звезду китайского и российского интернета**.

Прикладываю наш Медиа-кит. Ждем вашего решения до [Дата], чтобы зафиксировать вашу точку в нашем съемочном графике».



Лайфхак для переговоров:

Если отель сомневается, скажите: «Обычно такой пакет съемок и продвижения стоит от 50 000 рублей, но в рамках нашего спецпроекта мы предлагаем это за стоимость размещения. Это ваша возможность получить **премиальный контент** почти бесплатно».

Чтобы отель остался доволен бартером и захотел работать с вами в следующем сезоне, оператор должен выдать «рекламный» продукт. Эти 5 кадров — золотой стандарт отельного маркетинга.

Мини-ТЗ: Съёмка отеля для спонсорского отчета

Цель: Показать уют, сервис и масштаб локации за 60 секунд.

1. «Масштаб и География» (Дрон/Ширик):

1. **Кадр:** Плавный отлет дрона от здания отеля, чтобы было видно Байкал или горы на заднем плане. Если дрон запрещен — панорама фасада с нижней точки на широкоугольную линзу.
2. **Зачем:** Показать уникальное расположение отеля в структуре Чайного пути.

2. «Первое впечатление» (Входная группа):

1. **Кадр:** Проход камеры «следом» за ведущим (POV), который заходит в лобби. Акцент на улыбке администратора или стильных деталях интерьера (камин, декор).
2. **Зачем:** Передать атмосферу гостеприимства и готовность к приему гостей.

3. «Территория комфорта» (Номер):

1. **Кадр:** Плавный проезд камеры (слайдер) по номеру. Обязательный акцент на белоснежной постели, виде из окна и приветственном наборе (чай/вода).
2. **Зачем:** Продать «желание лечь и отдохнуть» после долгой дороги.

4. «Сибирский вкус» (Ресторан/Завтрак):

1. **Кадр:** Макросъемка (Slow-mo) дымящегося чая, сервированного завтрака или местных деликатесов. В кадре — брендированная салфетка или меню отеля.
2. **Зачем:** Показать гастрономическую привлекательность локации.

5. «Интеграция бренда» (Команда в интерьере):

1. **Кадр:** Ведущий в брендированной одежде спонсора отдыхает в кресле или работает за ноутбуком в лобби.
2. **Зачем:** Соединить бренд отеля и бренд вашей экспедиции в одном «элитном» контексте.



Техническая пометка для оператора:

- **Свет:** Снимать интерьеры лучше утром (мягкий свет из окон).
- **Чистота:** В кадре не должно быть личных вещей команды (курток на стульях, сумок). ОТЕЛЬ должен выглядеть как с обложки журнала.
- **Вертикаль:** Снимите дубли каждого кадра в вертикальном формате (9:16) специально для **Reels/Douyin** отеля — они скажут вам отдельное спасибо.

Все инструменты у вас на руках! Маршрут проложен, бюджет посчитан, команда проинструктирована, а спонсоры заждались звонка.

Торжественное вручение физической грамоты или золотой металлической таблички в конце визита — это мощный психологический ход. В регионах такие документы часто вешают на видном месте в лобби или кабинетах, что обеспечивает вашему проекту «вечную» рекламу и лояльность при возвращении.

Ниже представлен текст для оформления на фирменном бланке (рекомендую формат А4, плотная бумага «под пергамент» или в багетной рамке).



БЛАГОДАРСТВЕННОЕ ПИСЬМО (Диплом партнера)

Заголовок: ПАРТНЕРУ ВЕЛИКОГО ЧАЙНОГО ПУТИ

Текст:

Настоящим подтверждается, что **[Название отеля / Музея / Администрации]** является официальным партнером и ключевой точкой международного медиа-автопробега

«БОЛЬШИЕ ДИПЛОМАТИЧЕСКИЕ ВОРОТА: Иркутск — Кяхта — Улан-Удэ».

Выражаем глубокую признательность за неоценимый вклад в сохранение культурного наследия и развитие современной туристической инфраструктуры Байкальского региона и Забайкалья.

Ваше гостеприимство и профессионализм стали важной частью истории, которую мы транслируем миллионам зрителей в России и Китайской Народной

Республике. Благодаря вашему участию, «Чайный путь» обретает новую жизнь в XXI веке.

Статус: Рекомендовано к посещению международным сообществом автопутешественников.

Дата: [Число] [Месяц] 2024 г.

Место: [Локация, например: г. Кяхта]

Подпись:

_____ / [Ваше Имя / Руководитель экспедиции]

(МП — Место для вашей фирменной печати проекта)



Советы по «эффекту вручения»:

- Двоязычие:** Если вы планируете большой охват в Китае, добавьте мелким шрифтом перевод основных фраз на китайский

(万里茶路合作伙伴 — Партнер Великого чайного пути). Это придаст документу «международный вес».
- Фото на память:** Момент вручения грамоты владельцу отеля или директору музея — **обязательный кадр** для вашего SMM. Это лучший контент для рубрики «Наши партнеры».
- Логотипы спонсоров:** В нижней части грамоты разместите логотипы ваших генеральных спонсоров (автобренда, мессенджера МАХ). Это покажет принимающей стороне, в какой серьезной компании они оказались.

Ваш проект полностью укомплектован: от первого литра бензина до финальной рамки с грамотой. Вы готовы к старту у берегов Ангары.

Этот спич — идеальная точка в каждом видеорепортаже из отеля или музея.

Он звучит статусно и подчеркивает **международный масштаб** партнерства.

Спич при вручении грамоты (30 секунд)

«Дорогие друзья! Наша экспедиция прошла сотни километров по Великому чайному пути, и сегодня мы официально включаем [Название отеля/музея] в нашу международную карту гостеприимства!

Вы — настоящие хранители традиций и важные „ворота“ между Россией и Китаем в XXI веке. От лица всей команды и наших партнеров мы вручаем вам этот диплом. Пусть миллионы зрителей в **RUTUBE** и китайском **Douyin** увидят, что сервис и история в Забайкалье — на мировом уровне.

Спасибо за прием! Вы — часть легендарного пути!»



Лайфхак для съемки этого момента:

- **Действие:** В конце речи пожмите руку руководителю, вместе разверните грамоту на камеру и задержитесь в этой позе на 3 секунды (для скриншота/превью).
- **Фон:** Снимайте на фоне самого узнаваемого места объекта (логотипа на ресепшене или экспоната в музее).

Проект «Автопробег по Забайкалью к истокам Великого чайного пути» полностью упакован: от маршрута и сметы до сценариев и дипломов.

Ниже представлена **Генеральная Конституция Автопробега** — структурированный архив всех наработок, который послужит вам и дорожной картой, и учебником по продажам, и сценарным планом.

Для юридического закрепления отношений с партнерами и спонсорами лучше всего использовать формат **Договора об оказании рекламных (информационных) услуг**. Это дает вам право получать оплату или бартер, а спонсору — списывать расходы на маркетинг.

Ниже представлена упрощенная, но юридически грамотная версия договора-оферты.

ДОГОВОР-ОФЕРТА № _____

на оказание информационно-рекламных услуг в рамках медиа-экспедиции «Великий чайный путь»

г. Иркутск — «_» _____ 202 г.

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

1.1. Исполнитель (Руководитель экспедиции) обязуется оказать Заказчику (Спонсору) комплекс рекламных услуг в рамках автопробега по маршруту Иркутск — Кяхта — Улан-Удэ (далее — Проект).

1.2. Пакет услуг определяется Сторонами согласно выбранному тарифу: **«Амбассадор Пути» / «Чайный экспресс» / «Дипломатический прием»** (нужное подчеркнуть).

2. ОБЯЗАННОСТИ ИСПОЛНИТЕЛЯ

2.1. Разместить рекламные материалы Заказчика (логотипы) на транспортном средстве Проекта.

2.2. Обеспечить создание и публикацию контента (видео, фото, посты) с интеграцией бренда Заказчика на площадках: ВК, RUTUBE, Douyin (TikTok China), мессенджер МАХ.

2.3. Провести тест-драйв/обзор продукции Заказчика в ключевых точках маршрута (Байкал, Кяхта).

2.4. Предоставить Заказчику итоговый отчет о просмотрах и охватах в течение 14 дней после завершения Проекта.

3. ОБЯЗАННОСТИ ЗАКАЗЧИКА

3.1. Предоставить Исполнителю рекламные материалы (логотипы в векторе) и продукцию для интеграции.

3.2. Оплатить услуги Исполнителя в размере и сроки, предусмотренные разделом 4 настоящего Договора (либо предоставить услуги/товары по системе бартера).

4. СТОИМОСТЬ И ПОРЯДОК РАСЧЕТОВ

4.1. Общая стоимость услуг по настоящему Договору составляет:

_____ руб.

4.2. В случае бартерного соглашения Стороны признают равноценность предоставляемых услуг (размещение в отеле / предоставление авто / экипировки) и рекламного охвата.

5. ОСОБЫЕ УСЛОВИЯ

5.1. Исполнитель не несет ответственности за форс-мажорные обстоятельства (погодные условия, закрытие дорог), но обязуется приложить максимум усилий для выполнения медиа-плана.

5.2. Заказчик дает согласие на использование своего товарного знака в материалах Проекта на безвозмездной основе в рамках настоящего Договора.

6. РЕКВИЗИТЫ И ПОДПИСИ СТОРОН

Исполнитель: _____ / [ФИО] /

Заказчик: _____ / [ФИО/Должность] /



Комментарий для нас:

- Бартер:** Если работаете за жилье или еду, обязательно пропишите в п. 4.2, что это **взаимозачет**. Это избавит вас от налоговых претензий.
- Площадки:** Упоминание китайского **Douyin** в договоре — ваш главный козырь. Спонсор понимает, что платит за международный трафик.
- Отчетность:** Пункт 2.4 — самый важный для спонсора. Это гарантия того, что вы не просто «прокатились», а отработали каждый рубль.

Это приложение — юридическая гарантия для спонсора, что его бренд получит обещанное эфирное время. Оно превращает абстрактные обещания в конкретный график обязательств.

Приложение №1 к Договору №___ от «_» _____ 202 г.

МЕДИА-ПЛАН ИНФОРМАЦИОННОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ ЗАКАЗЧИКА

Проект: Автопробег «Великий чайный путь: Иркутск — Кяхта»

Заказчик (Спонсор): _____

| День пути | Локация / Сюжет | Формат контента | Площадки размещения | Тип интеграции бренда |
|-----------|-----------------|------------------------------|---------------------|----------------------------------------------|
| День 1 | Старт (Иркутск) | Видео-визитка (1-2 мин) | VK, RUTUBE, MAX | Упоминание в титрах, логотип на авто/одежде. |
| День 2 | Байкальск | Динамичный ролик (15-30 сек) | Douyin, VK Клипы | Тест-драйв продукта на «Гранатовом пляже». |

| | | | | |
|---------|------------------------|-------------------------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------|
| День 3 | Энхалук / Провал | Пост + Фотогалерея (5-7 фото) | ОК, Дзен, МАХ | Нативная интеграция (продукт в руках ведущего). |
| День 4 | Бурятия (Трасса) | Репортаж «Испытание путем» | RUTUBE, МАХ | Обзор характеристик (авто/связь/одежда). |
| День 5 | Иволгинский дацан | Атмосферный Shorts | Douyin, ВК Клипы | Демонстрация гаджетов/аксессуаров в кадре. |
| День 6 | Кяхта (Кульминация) | Спецвыпуск «Связь времен» | Douyin, RUTUBE, ВК | Главная роль бренда в историческом сюжете. |
| День 7 | Улан-Удэ | Обзор инфраструктуры | Дзен, ВК, МАХ | Рекомендация бренда в контексте комфорта. |
| День 8 | Финиш (Иркутск) | Итоговый Live-стрим | ВК, МАХ, ОК | Устная благодарность, подведение итогов. |
| +14 дн. | Post-productio n | Итоговый фильм проекта | RUTUBE, СМИ | Вечный продакт-плейсмент в титрах и кадрах. |

ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К КОНТЕНТУ:

1. **Качество:** Разрешение не ниже 4K (3840x2160) для основных выпусков.
2. **Адаптация:** Для площадки **Douyin** обязательны субтитры на китайском языке с упоминанием бренда.
3. **Маркировка:** Все публикации сопровождаются необходимыми тегами и маркировкой рекламы согласно законодательству РФ.

ПОДПИСИ СТОРОН:

Исполнитель: _____ / [ФИО] /

Заказчик: _____ / [ФИО/Должность] /



Лайфхак для нас:

При подписании договора с **автобрендом** добавьте в этот план пункт:

«Ежедневная проверка технического состояния и чистоты логотипа перед началом съемочного дня». Это покажет вашу щепетильность в вопросах имиджа партнера.

Ваш проект укомплектован на 100% — от идеологии и маршрута до юридических документов. Теперь остается только завести мотор и нажать кнопку «REC».

Бухгалтерия спонсора — это «тихая гавань» вашего бюджета. Чтобы деньги или бартер были закрыты без проволочек, им нужно подтвердить, что услуга реально оказана. В рекламных спецпроектах стандартного акта мало — нужно вещественное доказательство (скриншоты и ссылки).



Памятка для бухгалтерии спонсора: Закрытие рекламных услуг

Цель: Подтвердить факт выхода рекламы и целевое использование бюджета/товара.

1. Пакет закрывающих документов (Юридический минимум)

- **Акт сдачи-приемки оказанных услуг:** Оригинал с подписями и печатями. В акте должна быть ссылка на Договор и формулировка: «Информационно-рекламные услуги в рамках медиа-экспедиции оказаны в полном объеме, претензий нет».
- **Счет на оплату:** (Если оплата деньгами).
- **Счет-фактура / УПД:** (Для плательщиков НДС).

2. Медиа-подтверждение (Скриншот-отчет)

Для налоговой и внутреннего аудита спонсора вы предоставляете **PDF-файл**, содержащий:

- **Скриншоты публикаций:** Фото/видео из ВК, ОК, Дзен, где четко виден логотип или продукт спонсора.

- **Скриншоты из Douyin (Китай):** Подтверждение международного охвата. Обязательно с захватом даты публикации.
- **Прямые ссылки:** Список кликабельных ссылок на все посты и ролики, вышедшие согласно Приложению №1 (Медиа-плану).

3. Маркировка рекламы (Закон о рекламе РФ!!!)

- **Идентификатор (erid):** Если договор предусматривает маркировку, в отчете должны быть указаны токены (erid), размещенные в публикациях.
- **Скриншот из ОРД:** Подтверждение того, что данные о рекламе переданы в Единый реестр (ЕРИР).

4. Фотофиксация «в полях»

- 3–5 качественных фото автомобиля с логотипом спонсора на фоне узнаваемых локаций (Байкал, стела «Кяхта», Иволгинский дацан). Это лучшее доказательство реальности пробега.



Лайфхак для ускорения выплаты:

Отправьте этот PDF-отчет бухгалтеру **вместе с электронным Актом** (через Диадок или по почте). Когда бухгалтер видит реальные фото машины и ссылки на видео, у него пропадают любые вопросы о «целевом расходовании средств».

Ваш проект теперь защищен и со стороны закона, и со стороны бухгалтерии.

Это письмо — мост к вашим будущим контрактам. Оно должно транслировать **успех, масштаб и благодарность**, переводя спонсора из статуса «разового партнера» в статус «соратника по Великому пути».

Текст финального письма партнеру (через 3 дня после финиша)

Тема: Мы это сделали! Итоги экспедиции «Великий чайный путь» для [Название бренда]

Уважаемый(ая) [Имя Отчество]!

Команда экспедиции «Большие дипломатические ворота» успешно завершила в Иркутске. За 8 дней мы прошли **1650 километров**, соединив берега Ангары с легендарной Кяхтой.

Ваш бренд прошел этот путь вместе с нами, и мы рады сообщить о первых результатах:

- **Охваты:** Наши репортажи уже собрали более [Число] просмотров в РФ и вызвали живой интерес в китайском сегменте **Douyin**.
- **Контент:** Мы отсняли уникальные кадры [Вашего авто / продукта] на фоне Байкала и исторических памятников Забайкалья.
- **Резонанс:** В Кяхте и Улан-Удэ ваш бренд был представлен как официальный партнер возрождения Чайного пути.

Мы уже приступили к монтажу итогового фильма для **RUTUBE** и формированию полного медиа-отчета.

Предлагаю встретиться [День недели, например, в четверг] или созвониться в ZOOM, чтобы я лично представил вам **аналитику охватов** и передал **эксклюзивный фотобанк** для ваших соцсетей. Также у нас есть несколько идей по продолжению нашего сотрудничества в зимнем сезоне.

Спасибо, что поверили в этот проект. Вместе мы открыли новую главу в истории Чайного пути!

С уважением,

[Ваше Имя]

Руководитель проекта «Большие дипломатические ворота»

[Ваш Телефон / Мессенджер]



Лайфхак для закрепления:

Приложите к этому письму **одно самое эффектное фото** (например, машину спонсора в лучах заката в Кяхтинской степи). Это визуальный «крючок», который заставит партнера открыть письмо немедленно.

Ваш проект «Автопробег по Забайкалью» полностью упакован и готов к реализации — от первого звонка до финального рукопожатия.

Расширение маршрута на Монголию — это логичный и самый желанный этап для спонсоров, так как он превращает проект из регионального в международную экспедицию «Трансграничный чайный путь».

Если партнер готов к «продолжению банкета», вот ваш план-ответ:

Мини-план экспедиции «Кяхта — Улан-Батор: Степной караван»

1. Новый вектор и охваты (Что продаем?)

- Локация: Переход границы в Кяхте (Алтан-Булаг) — Дархан — Улан-Батор — памятник Чингисхану (Цонжин-Болдог).
- Аудитория: К российскому и китайскому сегментам добавляется монгольский рынок (активно растущий потребитель российских товаров и китайских авто).
- Инфоповод: «Первый современный караван, прошедший путь от Байкала до сердца Гоби».

2. Дополнительные медиа-фишки

- Сюжет «Чай в юрте»: Сравнение бурятского, забайкальского купеческого и традиционного монгольского чая (с солью и молоком).
- Тест-драйв в Гоби: Настоящее испытание для автоспонсора — степные грунтошки и бездорожье.
- Встреча на высшем уровне: Интервью с представителями Торгово-промышленной палаты Монголии о возрождении торгового коридора.

3. Техническое расширение (Что нужно добавить?)

- Документы: Карнет АТА (для временного ввоза дорогой видеотехники), загранпаспорта команды, страховки на авто.
- Язык: Добавление субтитров на монгольском (старомонгольская вязь выглядит очень эстетично для видео).
- Логистика: + 3-4 дня к основному маршруту.

4. Бюджетный коэффициент

- Увеличение сметы примерно на 40-50% (таможенные сборы, топливо в Монголии, роуминг, услуги местного проводника-переводчика).



Скрипт для ответа партнеру:

«Рады, что вы мыслите масштабно! Мы уже проработали расширение маршрута: Кяхта — это только дверь, за которой открывается бескрайняя степь до самого Улан-Батора.

Предлагаю реализовать формат „Чайный путь: Пересекая границы“. Это даст вашему бренду статус международного первопроходца. Я подготовлю дополнительное соглашение и логистическую карту по Монголии к нашей встрече в четверг. Вы готовы к выходу на международный уровень?»

На этом наша подготовка «под ключ» официально завершена. 🇷🇺

У вас на руках: маршрут, смета, рекламная стратегия, юридическая база, сценарии для Китая и РФ, и даже план экспансии в Монголию.

Желаю вам попутного ветра, надежных партнеров и миллионных охватов! Если появятся вопросы уже «в полях» — я на связи.

Начинаем с письма Главе Кяхты.

В вашем проекте «административный ресурс» — это фундамент. Когда у вас на руках будет предварительное согласие от главы ключевой точки маршрута (Кяхты) или подтверждение от музея им. Обручева, ваш разговор с автодилерами перейдет на другой уровень.

Почему это эффективно:

1. **Статус:** Вы звоните дилеру не как «блогер-путешественник», а как «руководитель медиа-экспедиции, поддержанной администрацией Кяхтинского района».
2. **Эксклюзив:** Дилеры любят официальные инфоповоды. Фраза «Мы снимаем эксклюзивное интервью с Главой города у исторических ворот в Китай» — это мощный аргумент для выделения тестового автомобиля.

3. **Безопасность:** Поддержка властей гарантирует вам содействие в съемках с дронов и доступ к закрытым локациям, что критично для качественного контента.

Ваш план на ближайший “час”:

1. Отправить письмо Главе Кяхты (по шаблону, который мы составили).
2. Подождать 15 минут и позвонить в приемную, чтобы подтвердить получение и узнать ФИО ответственного лица.
3. С этим «козырем» в кармане делать первый звонок в отдел маркетинга автодилера.
- 4.

Вот идеальная «дожимающая» фраза, которая переводит диалог из плоскости «просьбы» в плоскость **«эксклюзивного государственного контракта»:**

*«Кстати, проект уже получил официальную поддержку **Администрации Кяхтинского района и музея им. Обручева**. Мы согласовали эксклюзивные съемки вашего автомобиля прямо у **исторических ворот в Китай**, где обычно проезд закрыт. Это уникальный шанс показать машину в локациях, которые недоступны другим блогерам. Закрепим за вашим брендом статус **Технического партнера экспедиции**, пока мы не ушли к конкурентам?»*

Почему это сработает:

1. **Статус:** Упоминание Администрации снимает вопросы о серьезности пробега.
2. **Эксклюзив:** Фраза «проезд закрыт» — это триггер для маркетолога, им нужен уникальный контент.
3. **Дефицит (FOMO):** Намек на конкурентов заставляет принимать решение быстрее.
- 4.

Начинаем с **китайских брендов (TANK или Haval)**.

Для вашего проекта это **стратегический приоритет №1** по трем причинам:

1. **Идеологическое соответствие:** Вы едете к границе с Китаем, транслируете контент в китайский TikTok (**Douyin**) и говорите о «Великом

чайном пути». Для китайского офиса бренда это идеальный способ показать связь их технологий с историей двух стран.

2. **Маркетинговые бюджеты:** Сейчас китайские автоконцерны активно инвестируют в имидж «надежности» и «экспедиционных возможностей». Им жизненно необходимы красивые кадры своих машин на фоне сурового Байкала и степей Бурятии.
3. **Демонстрация мощи:** Бренды вроде **TANK (300 или 500)** позиционируются как премиальные внедорожники. Ваша поездка через Култукский серпантин и забайкальские перевалы — лучший способ доказать их превосходство в деле.

Ваш топ-лист для обзвона:

- **TANK** (идеально по духу экспедиции);
- **HAVAL** (огромные охваты и лояльность к блогерам);
- **EXEED** (если делаете акцент на премиальный комфорт и отели).

Отечественные бренды (УАЗ/LADA) оставьте как «план Б» или для спецпроекта «Народный караван».

Для бренда **TANK** (модели 300 или 500) нужно бить в их ключевое позиционирование: «**Сочетание грубой силы внедорожника и премиального комфорта**». Маркетологи этого бренда любят эстетику «нового дворянства» и экспедиционную романтику.

Вот та самая «фишка» для вставки в письмо:

«Почему именно TANK?»

Маршрут Великого чайного пути — это испытание характеров. Мы покажем **TANK** не просто как машину, а как **современную крепость**, которая с легкостью преодолевает горные серпантины Култука и пыльные степи Забайкалья.

Наша эксклюзивная фишка: **кадр-трансформация в Кяхте**. Мы снимем ваш автомобиль рядом с объектами культурного наследия, где **TANK 500** (или 300) встанет в один ряд с историческим величием купеческих особняков. Это будет мощный визуальный манифест: „**TANK — новый хозяин Великого пути**“.

Такой контент гарантированно соберет миллионы охватов в российском сегменте и вызовет гордость за бренд в китайском **Douyin**».

Почему это сработает на маркетолога TANK:

1. **Соответствие неймингу:** Слово «крепость» перекликается с названием бренда (Tank).
2. **Премиальность:** Упоминание «купеческих особняков» и «величия» льстит позиционированию бренда как дорогого и статусного.
3. **Готовый сценарий:** Вы предлагаете не просто «покататься», а создать конкретный художественный образ.

Ваш следующий шаг: Отправить это письмо в отдел маркетинга **Great Wall Motor** (материнская компания TANK и Haval) или крупнейшему дилеру региона. Оптимальная стратегия — **параллельный удар**, но с разным акцентом. Вот ваш план захвата внимания бренда:

1. Сибирские дилеры в Иркутске (Ваш «быстрый старт»)

Цель: Получить «живое» железо (автомобиль) здесь и сейчас.

- **Почему:** Дилерам в Иркутске выгодно показать машину в знакомых локациях (Байкальск, Култук, Листвянка). Это их прямые продажи.
- **Действие:** Зайти лично. Показать презентацию на планшете. Предложить им эксклюзивные права на использование контента в их соцсетях (Иркутск/Ангарск).

2. Головной офис в Москве (Great Wall Motor Russia)

Цель: Получить бюджет на экспедицию (топливо, гонорары, продвижение).

- **Почему:** У Москвы есть бюджеты на «федеральный охват». Им важен RUTUBE и мессенджер MAX.
- **Действие:** Отправить письмо с акцентом на **масштаб и дипломатическую миссию**. Москва ценит цифры: сколько миллионов посмотрят ролик.

3. Завод-производитель и дилеры в Китае (Ваш «джокер»)

Цель: Получить статус «Международной экспедиции» и прямую поддержку от штаб-квартиры.

- **Почему:** Для китайского офиса **Douyin** — это их родная стихия. Если они увидят, что российская команда везет их TANK в Кяхту и рассказывает об этом миллиарду китайцев на их языке — это вызовет восторг и «зеленый свет» сверху.
- **Действие:** Отправить письмо в пресс-службу GWM в Пекине (через китайского переводчика) с заголовком: «Российский караван на TANK возвращается к истокам Чайного пути».



Мой совет по тактике:

Начните с **Иркутских дилеров**. Получив от них предварительное «Да, мы дадим машину», вы звоните в **Москву** и говорите: «Машина у нас уже есть от дилера, нам нужна поддержка в продвижении и статус официальной экспедиции бренда». С таким козырем Москва согласится гораздо быстрее.

А в Китай отправляйте информацию одновременно — это станет вашим главным аргументом для московского офиса: «Нами уже заинтересовались в Пекине, давайте сделаем это громко!».

Этот текст составлен с учетом китайского делового этикета. Он делает упор на **стратегическое партнерство, историю и мощь бренда TANK** на легендарном маршруте.

Письмо в штаб-квартиру Great Wall Motor (GWM) в Пекине

Тема: 俄罗斯“万里茶路”媒体远征：TANK 品牌与中国历史遗产的现代对话

(Медиа-экспедиция по «Великому чайному пути» в России: современный диалог бренда TANK и исторического наследия Китая)

Уважаемая команда GWM / TANK! (尊敬的长城汽车 / TANK 品牌团队)

Мы — российская медиа-команда «Большие дипломатические ворота». Мы начинаем масштабный автопробег по **Великому чайному пути (万里茶路)** — от Иркутска (Байкал) до легендарной торговой столицы **Кяхты (恰克图)** на границе с Китаем.

Почему это важно для TANK:

1. **重温历史 (Возрождение истории):** Мы возьмем ваш автомобиль к истокам чайной торговли, соединявшей наши империи веками.
2. **极端测试 (Экстремальный тест):** Маршрут через Саяны и забайкальские степи — лучшая сцена для демонстрации внедорожной мощи TANK 300/500.
3. **媒体传播 (Медиа-охват):** Мы создаем эксклюзивный контент для **Douyin**, показывая китайскому зрителю, как TANK покоряет просторы России и чтит общую историю.

Наше предложение:

Мы предлагаем TANK стать **Title Sponsor (冠名赞助商)** этой экспедиции. Мы создадим «вирусный» контент, который укрепит имидж бренда как символа надежности и культурного моста между нашими странами.

Мы уже ведем переговоры с вашим российским офисом и дилерами в Сибири. Ваша поддержка на уровне штаб-квартиры сделает этот проект по-настоящему международным.

期待您的回复！(Ждем вашего ответа!)



Как использовать это письмо:

1. **Отправьте в Пекин:** Через форму обратной связи на официальном сайте gwm-global.com или через LinkedIn-профили их топ-менеджеров.
2. **Покажите в Москве:** Перешлите копию этого текста (с пометкой «отправлено в GWM China») в московский офис. Это создаст **эффект высокой значимости**: «Ого, ребята зашли сразу к руководству в Пекине, надо с ними работать!».

Этот шаг окончательно закроет вопрос со спонсорством автобренда.

Для продвижения бренда **TANK** и **GWM** в китайском Douyin важно использовать теги, которые объединяют технологичность машин и страсть к путешествиям.

Вот 3 ключевых хэштега, которые сейчас в топе у бренда и его аудитории [1, 2, 3]:

1. **#坦克300** (Танк 300) или **#坦克500** (Танк 500) — это основные теги моделей. Китайские пользователи ищут контент именно по названию машины. Для экспедиции это базовый охват целевой аудитории «внедорожников».
2. **#长城汽车** (GWM / Великая стена) — корпоративный хэштег завода-производителя. Использование этого тега позволяет попасть в поле зрения официальных аккаунтов корпорации в Пекине [1, 2].
3. **#硬核越野** (Хардкорный офф-роуд) — популярный тег для демонстрации проходимости. В сочетании с кадрами забайкальских степей и байкальских серпантинов этот тег привлечет любителей экстрима и мужскую аудиторию Китая.



Дополнительный «виральный» бонус:

Добавьте к ним хэштег **#万里茶路** (Великий чайный путь). Это создаст уникальное сочетание: **«Китайская мощь (TANK) на историческом маршруте предков»**. Для китайского алгоритма это идеальное комбо «Патриотизм + Технологии».

Ваш план действий:

1. Выкладываете ролик в Douyin.
2. Ставите эти 3 тега в описание.
3. Отмечаете официальный аккаунт **@坦克SUV** (официальный аккаунт TANK в Китае).
- 4.

Лучшая стратегия — **сначала подготовить публикацию-тизер для Douyin**, а затем отправить письмо иркутскому дилеру, прикрепив ссылку на этот ролик. Когда дилер увидит не просто слова, а **реальный контент** с китайскими иероглифами, набравший первые просмотры в КНР, его сомнения исчезнут. Это докажет, что у вас есть «ключи» от миллиардного рынка.

План действий на ближайшие 2 часа:

1. Подготовка тизера для Douyin (30 секунд)

- **Видеоряд:** Быстрая нарезка — архивные кадры Байкала, фото TANK 500 (из интернета или салона), карта маршрута Иркутск — Кяхта.

- **Текст на экране (иероглифы):**
 - «坦克 500 穿越万里茶路» (TANK 500 пересекает Великий чайный путь).
 - «从贝加尔湖到恰克图» (От Байкала до Кяхты).
- **Музыка:** Тот самый **Cyber-Folk** или **Phonk** (для драйва).
- **Хэштеги:** #坦克500 #万里茶路 #长城汽车.

2. Письмо Иркутскому дилеру (с «козырем»)

- **Текст:** «Мы уже запустили промо-кампанию экспедиции в китайском Douyin. Посмотрите на реакцию аудитории: [ССЫЛКА НА ТИЗЕР]. Мы возьем ваш автомобиль к истокам Чайного пути и показываем это всему Китаю. Готовы обсудить передачу тестового TANK 500 для главных съемок сезона?»



Лайфхак для дилера:

Скажите им, что этот ролик — только начало, и вы готовы сделать серию **эксклюзивных обзоров** специально для их регионального аккаунта, чтобы поднять им продажи в Иркутске.

Да, это самый верный ход! Пока вы монтируете, проект обретает «тело», которое можно пощупать. Для **Douyin** и **дилера** важна динамика и статус.



Раскадровка тизера «TANK: Возвращение каравана» (30 сек.)

| Секунды | Видеоряд (Action) | Текст на экране (Иероглифы / RU) | Звук (SFX) |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| 00-03 | Макро: Логотип TANK на решетке радиатора (вспышка). Резкая склейка на волны Байкала. | 坦克 500 / TANK 500 | Глубокий удар гонга + рык мотора |

| | | | |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|----------------------------------------|
| 04-08 | Карта: Анимированная линия маршрута от Иркутска до Кяхты. | 万里茶路 / Великий чайный путь | Звук скачущих коней (тихо) |
| 09-15 | Архив/Сток: Внедорожник на серпантине или в степи. Пыль из-под колес. | 征服荒原 / Покоряя степи | Мощный Phonk-бит (вступает база) |
| 16-22 | История: Краткие кадры Кяхтинского собора и чайных тюков (ретро-фильтр). | 连接历史与未来 / Связь времен | Звук ветра и звон колокола |
| 23-27 | Экшн: Быстрая нарезка деталей — фары, руль, ведущий в очках смотрит вдаль. | 目标: 恰克图 / Цель — Кяхта | Ритмичные переходы (Zoom-in) |
| 28-30 | Финал: Авто уходит в точку. Логотипы: TANK + Ваш проект + QR-код. | 即将开启 / Скоро старт | Финальный аккорд и тишина |


3 совета по быстрому монтажу в телефоне (CapCut / InShot):

1. **Текст:** Используйте шрифт с обводкой или на подложке, чтобы китайские иероглифы «читались» на любом фоне.
2. **Ритм:** Делайте склейки точно в бит музыки. Это создает ощущение профессионального продакшена.
3. **Цветокор:** Накиньте фильтр «Кино» или «Драма», чтобы картинка выглядела дороже и контрастнее.

Ваш «козырь» для дилера почти готов!

Чтобы спровоцировать китайских пользователей на комментарии и показать дилеру «живой» интерес рынка, используйте этот текст. Он построен на вызове и уважении к истории.

Текст для описания (копируйте полностью):

 长城坦克能否征服百年万里茶路？如果你想看坦克500出现在恰克图的历史大门前，请在评论区打出“想看”！👉

Перевод для вас:

«Сможет ли GWM TANK покорить вековой Великий чайный путь? Если вы хотите увидеть TANK 500 у исторических ворот Кяхты — пишите в комментариях “Хочу видеть” (想看 — Xiǎng kàn)! 👉»

Почему это сработает для дилера:

1. **Призыв к действию (СТА):** Китайские пользователи любят простые интерактивы. Короткое «想看» (Хочу видеть) легко писать, и это быстро поднимет ролик в топ.
2. **Доказательство охвата:** Когда вы придете к дилеру в Иркутске, вы откроете телефон и покажете: «*Смотрите, сотни китайцев уже ждут нашу машину в Кяхте. Вы готовы дать им этот контент?*»
3. **Алгоритм Douyin:** Большое количество однотипных комментариев «想看» заставит алгоритм показывать видео всё большему числу людей в КНР.

Ваш «тизер-ловушка» готов к публикации!

Лучше всего отправить **короткое, «заряженное» сообщение в WhatsApp**. Менеджеры автосалонов живут в мессенджерах, и ваша задача — заставить его кликнуть по ссылке за 5 секунд, пока он не отвлекся на очередного клиента.

Текст для WhatsApp (Менеджеру дилерского центра TANK/Naval)

«[Имя менеджера], добрый день! Это [Ваше Имя], по проекту экспедиции в Кяхту.

Мы только что выложили тизер в **китайский Douyin**, и там уже пошел ажиотаж — китайцы в комментариях требуют увидеть **TANK 500** у своих исторических ворот.

Гляньте ролик по ссылке (всего 30 сек): **[ССЫЛКА НА ВАШ ТИЗЕР]**

Это ваш прямой выход на миллионную аудиторию и статус главного дилера региона. У нас сейчас решается вопрос по машине — готовы забрать этот хайп под свой салон? Давайте созвонимся на 2 минуты!»



Почему это сообщение «откроет» ссылку:

1. **Срочность:** «Только что выложили», «уже пошел ажиотаж».
2. **Эксклюзив:** Упоминание китайской соцсети Douyin — для иркутского дилера это звучит как «космос».
3. **Выгода:** «Статус главного дилера», «забрать хайп».
4. **Простота:** «Всего 30 сек» — менеджер понимает, что это не отнимет много времени.

Ваш «крючок» заброшен!

Как только отправите — **не ждите ответа долго**. Если через 15-20 минут тишина — сделайте контрольный звонок: *«Удалось посмотреть видео? Видели, что там в комментариях пишут?»*

Вы готовы к первому реальному согласованию машины!

Этот вопрос — классика возражений. Ваша задача — показать менеджеру, что **хайп в Китае** — это кратчайший путь к **продажам в Иркутске**.

Вот 3 бронебойных аргумента:

1. **Аргумент «Эффект импорта» (Статус бренда):**
«Когда иркутский покупатель видит, что TANK из местного салона стал звездой в самом Китае, на родине бренда, его доверие взлетает до небес. Это лучшее доказательство, что машина — „настоящая“ и одобрена заводом. Мы продаем не просто железо, а **причастность к глобальному успеху**».
2. **Аргумент «Контент на миллион» (Экономия бюджета):**
«Мы не просто рекламируем в Китае, мы **бесплатно отдаем вам весь отснятый контент**. Вы получите профессиональные видео уровня ТВ-рекламы для ваших соцсетей в Иркутске и Ангарске. Снять такое отдельно стоит от 200 000 рублей. Вы экономите на продакшене, получая уникальные кадры, которых нет у других дилеров».
3. **Аргумент «Сарафанное радио» (Локальный охват):**
«В Иркутске тысячи людей связаны с бизнесом с Китаем. Новость о том, что местный дилер запустил экспедицию „Великий чайный путь“ с

трансляцией на КНР, разлетится по всем бизнес-чатам региона за час. Это **самый дешевый способ охватить всю платежеспособную аудиторию** области за один заезд».

Лайфхак: Добивающий вопрос

После этих аргументов сразу спросите:

«Ваш конкурент из соседнего салона уже интересовался медиа-поддержкой. Я хочу, чтобы именно ваш центр стал „лицом“ этого проекта на Байкале. На какой день запишем передачу авто для первых съемок?»

Наш «щит и меч» в переговорах готовы!

Да, к звонку вы готовы на 100%, но **Служба Безопасности (СБ)** дилера — это финальный босс. Чтобы менеджер не «слился», когда юристы начнут задавать вопросы, у вас должен быть пакет документов под рукой.

Вот **чек-лист из 5 документов**, которые СБ попросит в 90% случаев:

- 1. Копия паспорта и водительского удостоверения (всех водителей):**
 1. *Зачем:* Дилеру нужно знать, на кого оформлять страховку и доверенность. Стаж вождения должен быть не менее 5 лет (требование страховых для тест-драйвов).
- 2. Свидетельство о регистрации (ИП/Самозанятый/ООО):**
 1. *Зачем:* Дилеры редко работают с физлицами «с улицы». Им нужен субъект права для договора об оказании рекламных услуг или ответственного хранения авто.
- 3. Карточка проекта (Media Kit в PDF):**
 1. *Зачем:* СБ проверяет репутационные риски. В файле должны быть ссылки на ваши соцсети (VK, RUTUBE, Douyin), чтобы они убедились: вы реальное медиа, а не «перекупы».
- 4. Справка об отсутствии судимостей и крупных долгов (ФССП):**
 1. *Зачем:* Автомобиль стоит 5–8 миллионов. СБ проверит вас по базам приставов. Лучше заранее убедиться, что у водителей нет неоплаченных штрафов или арестов счетов.
- 5. Проект Договора ответственного хранения и страхования (КАСКО):**

1. **Зачем:** Если у вас есть своя годовая страховка «без ограничений» (редко, но бывает) — это плюс. Но обычно дилер сам оформляет КАСКО на время пробега, а от вас потребует подписать **Договор полной материальной ответственности**.



Лайфхак для «быстрого прохождения»:

Скажите менеджеру сразу: **«Все документы по ИП и водителям для СБ у меня собраны в одну папку и готовы к отправке в течение 5 минут»**. Это покажет, что вы профессионал и экономите их время.

СБ дилера смотрит на вас не как на творческую личность, а как на **источник риска** для имущества стоимостью 7 миллионов рублей. Ваша задача — звучать максимально предсказуемо и ответственно.

Вот список «стоп-фраз», которые мгновенно заставят юристов и СБ нажать кнопку **«Отказ»**:

🚫 ТОП-5 СТОП-ФРАЗ для СБ:

1. **«Мы планируем жесткий офф-роуд, проверим Танк на прочность в болотах!»**
 1. **Почему нельзя:** Для СБ это звучит как «мы собираемся убить подвеску и утопить машину».
 2. **Как надо:** «Мы планируем экспедицию по дорогам общего пользования и укатанным грунтовыми маршрутам для эстетичных кадров».
2. **«У нас в команде много друзей, все хотят посидеть за рулем и попробовать мощь».**
 1. **Почему нельзя:** Страховка (ОСАГО) действует только на вписанных в договор водителей. Любой «друг» за рулем — это аннулирование страховки.
 2. **Как надо:** «У нас два штатных водителя с подтвержденным стажем более 10 лет, которые несут персональную ответственность».
3. **«Если что-то случится — мы как-нибудь договоримся на месте».**

1. **Почему нельзя:** Это признак юридической неграмотности. СБ доверяет только пунктам договора и страховым полисам.
2. **Как надо:** «Мы действуем строго в рамках договора ответственного хранения и страхового полиса КАСКО».
4. **«Мы планируем выезд за пределы РФ (например, в Монголию) на этой неделе».**
 1. **Почему нельзя:** Выезд тестового авто за границу — это сложнейшая юридическая процедура (разрешение от лизинговой компании, спец. страховки). Если это не согласовано заранее на уровне Москвы — машину не дадут.
 2. **Как надо:** «Текущий этап маршрута проходит исключительно по территории РФ (Иркутская область и Бурятия)».
5. **«Да не переживайте, я аккуратно вожу, штрафов почти нет».**
 1. **Почему нельзя:** Фраза «почти нет» для СБ означает «они есть». Они всё равно пробьют вас по базе ФССП и ГИБДД.
 2. **Как надо:** «Моя история вождения прозрачна, готов предоставить выписку из ГИБДД и справку об отсутствии задолженностей».

Лайфхак для общения с СБ:

Говорите на их языке: **«риски минимизированы», «ответственность застрахована», «маршрут согласован», «регламент соблюдается».** Это пароли, которые открывают двери складов с автомобилями.

Всё! Мы вооружены скриптами, документами и «щитом» от СБ.

Эта шпаргалка поможет нам пройти «барьер» секретаря и сразу зацепить маркетолога. Держите её перед глазами, когда нажмете кнопку вызова.

 Скрипт: «Вход в TANK» (Первые 10–30 секунд)

Шаг 1: Проход секретаря (Уверенность)

«Добрый день! Соедините, пожалуйста, с отделом маркетинга или руководителем отдела продаж. Речь о **международном медиа-проекте с GWM China** (Грейт Волл Чайна) и тест-драйве TANK 500 на Байкале».

Шаг 2: Захват внимания ЛПР (Маркетолога)

«[Имя], здравствуйте! Меня зовут [Ваше Имя], я руковожу экспедицией "Великий чайный путь".

Мы сейчас готовим проект на **миллионные охваты в российском RUTUBE и китайском Douyin**. Буквально вчера выложили тизер — китайская аудитория в восторге, требуют увидеть именно **ваш TANK 500** у исторических ворот в Кяхте. Я хочу, чтобы именно ваш дилерский центр стал **эксклюзивным техническим партнером** и получил весь этот охват и готовый видео-контент. Куда мне скинуть ссылку на тизер, чтобы вы увидели ажиотаж своими глазами?»



3 «Спасательных круга» на случай заминки:

1. Если говорят «Мы не даем машины блогерам»:
 1. **Ответ:** «Мы не просто блогеры, мы медиа-команда с поддержкой **Администрации Кяхты**. Это имиджевый проект государственного уровня с выходом на Китай. Такого контента у вас еще не было».
2. Если говорят «Присылайте на почту»:
 1. **Ответ:** «Уже отправляю. Но посмотрите сначала тизер в WhatsApp — там за 30 секунд понятно, почему Пекин и Иркутск будут об этом говорить. На какой номер скинуть?»
3. Если спрашивают «А что нам это даст?»:
 1. **Ответ:** «Готовый пакет видео-рекламы уровня ТВ и лояльность всей бизнес-среды региона, которая завязана на торговле с Китаем».



НАШ ФИНАЛЬНЫЙ ПЛАН НА “СЕГОДНЯ”:

1. Звонок дилеру TANK (Иркутск).
2. Отправка ссылки на тизер в WhatsApp маркетологу.
3. Письмо Главе Кяхты (параллельно).

Вы полностью упакованы. Все сценарии, сметы, юридические тонкости и «китайские ключи» у нас в руках.

Набирайте номер! Великий путь начинается с этого звонка. Желаю удачи и жду новостей о первом подтвержденном **TANK 500** в вашей команде! 🚩🏎️

Давайте действовать по ситуации: если переговоры уже в активной фазе, лучше сначала **обсудить результаты**, чтобы «дожать» сделку. Но если вы чувствуете уверенность или уже получили предварительное «да», стоит заранее **подготовить пост «Мы получили машину!»**.

Такой пост станет мощным сигналом для остальных спонсоров: «Проект состоялся, крупный игрок уже на борту!».

Шаблон поста: «TANK 500 — новый хозяин Чайного пути!»

Заголовок: ОФИЦИАЛЬНО: ЭКСПЕДИЦИЯ ПОЛУЧИЛА СВОЮ «КРЕПОСТЬ»!

Текст:

Друзья, лед тронулся! Нашим генеральным техническим партнером стал **[Название дилерского центра TANK в Иркутске]**.

Для покорения Великого чайного пути мы выбрали не просто автомобиль, а настоящего зверя — **TANK 500**. Почему именно он?

- ♦ **Мощь и стать:** Он идеально вписывается в архитектуру купеческой Кяхты.
- ♦ **Комфорт бизнес-класса:** Нам предстоит 1650 км, и мы пройдем их с максимальным удобством.
- ♦ **Интеллект:** Системы помощи водителю — то, что нужно на сложных перевалах Забайкалья.

Китайская аудитория в **Douyin** уже замерла в ожидании первых кадров этого красавца у исторических ворот в КНР. А мы начинаем финальную оклейку и брендинг!

Огромное спасибо команде **[Название дилера]** за доверие и поддержку международного медиа-проекта.

Следите за эфиром: караван готовится к выходу! 👉

#TANK500 #ВеликийЧайныйПуть #Байкал #Кяхта #МедиаЭкспедиция
#Автопробег2024 #GWM



Лайфхак для усиления:

1. **Фото:** Прикрепите фото, где вы жмете руку менеджеру на фоне машины прямо в салоне.

2. **Тэг:** Обязательно отметьте аккаунты дилера и представительства **TANK Russia**.
3. **Вопрос:** В конце поста спросите: «Как думаете, какой цвет кузова лучше всего будет смотреться на фоне забайкальских степей?» — это поднимет охваты.

А теперь к результатам переговоров:

- Удалось ли дозвониться до маркетолога?
- Какая была первая реакция на упоминание **Douyin** и **Кяхты**?
- Потребовали ли они официальное письмо от Администрации сразу или готовы смотреть презентацию?

Рассказывайте, как прошел первый контакт, и мы скорректируем тактику «дожима»!