

中国 旅行市場・消費動向 情報共有

JSTO抜粋版

2020年12月

株式会社BRAND JAPAN

中国 旅行状況まとめ

1. 中国国際航空：冬・春の便数が22.5%増

出典：澎湃新闻
https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_10006154

中国国際航空：冬・春の便数が22.5%増、航空産業回復に自信あり

- 中国国際航空(AIR CHINA)の2020年計画(2020年冬、2021年春)では、日平均運行便数を1287便までに増やし、昨年同期より22.5%増との計画を発表。
- 2020年Q3において、中国国際航空の供給率は昨年同期よりわずか6.3%減となり、2020年Q2に比べ69%増。
- 中国国際航空からも割引キャンペーンを実施し、「往復回数チケット」(二つの都市間で往復できる回数券)や「少年専属割引カード」(18才~25才の会員がオリジナル格安チケット購入可能)のサービスも提供。

2. 2021年ゴールデンウィーク 航空券予約数が急増

出典：36Kr
<https://36kr.com/newsflashes/984509543832196>

中国OTAサイト“去哪儿(Qunaer)”のデータによる：2021年5月連休の航空券予約数が急増

- 11月末時点では、2021年の旅行用航空券の検索数が15倍増
- 2021年4月の航空券予約数より、5月ゴールデンウィークの予約数が8倍増
- 現在、5月ゴールデンウィーク期間中、人気目的地の航空券は割引チケットが販売終了となり、通常価格に戻っている



その他のトピックス

1. デジタル人民元、中国最初のEC購入

出典：科创板日报
<https://www.chinastarmarket.cn/detail/639297>

中国大手ECサイト：JD.comで、中国最初のデジタル人民元によるオンラインショッピングの決済誕生

- JD.comが開催したダブル12（12月12日）のショッピング祭では、デジタル人民元の決済が可能となった
- 12月11日20時～12月12日20時の間、デジタル人民元の決済件数は20000回、その中一番大きい単価は1万元。
- 中国初めてECでデジタル人民元決済による購入は、12月11日20:00:05であり、決済処理時間は0.5秒であった。



打开数字人民币App
点击更多

创建子钱包

推送子钱包到京东App

写真はネットから引用

「デジタル人民元（DCEP）」とは？

中国の中央銀行により発行が計画されている、人民元をデジタル化したもののこと（DCEPは”Digital Currency Electronic Payment”の略）。現在、中国各地で実証実験が行われており、2022年開催予定の北京冬季オリンピック（北京）を見据え、2021年度中の発行を目指すと言われている。

デジタル人民元の発行は、中央銀行から民間銀行に対してのみ。従来の人民元の紙幣と同様に利用が可能となる。中国は、国際ブランドである銀聯や、QRコード決済のAlipay、WeChatPayなど、既にキャッシュレス決済が浸透しているが、いずれも民間企業によるもの。デジタル人民元は、国が主導する世界でも類を見ないデジタル通貨発行となる。

2. 中国独占禁止法の動き出し

出典：36Kr
<https://36kr.com/p/1010161304845824>

アリババ・テンセントが独占禁止法違反で罰金処分

- 12月14日、中国国家市場監督管理総局が、独占禁止法の条例に基づき、アリババ・テンセントが罰金処分
- また、罰金処分の確定されてから、アリババ・テンセントの株価が落下
- 中国独占禁止法は12年前に公布され、今まで、IT関連業界には大きな処分等をしていなかったが、これからはさらに強化していく方針が決められた。

3. 中国初のライブコマース取引規則

出典：新华社
http://www.xinhuanet.com/2020-11/08/c_1126712692.htm

中国浙江省で開催された電子商務促進会で、《電子商務ライブサービス規則》を正式に公開

- 本規則では、特にライブコマースの「アフターサービス」について、細かく定められている。中には、消費者からの問い合わせ、返品や交換、クレームなどを直ちに対応することが求められ、また、消費者の問い合わせが解決されるまで、対応する全てのプロセスを記録するように求められている。
- さらに、ライブコマースで販売される商品についても、展示品と現品は必ず同じものでなければならず、販売予定の品数も必ず確保しなければならない。
- 中国のライブコマースが好調である一方、様々な問題に直面し、特にアフターサービスによるトラブルが多くなり、消費者の権益を保証するために本規則が定められたという。

5. インバウンド関連トレンド知識の動画配信

- 弊社はジャパンショッピングツーリズム協会(JSTO)の準会員として、JSTOと共同制作で、新企画「李さんの60秒でわかる中国トレンド」の配信が開始致しました。
- 第5回 : 「TikTokは中国発!？」
- 動画URL : <https://youtu.be/iWfD4GCWEL4>



MISSION

日本の素晴らしいモノ・文化・精神・技術を
様々なメディアと手法を通して中国市場へ発信し
クライアントと一緒に日本の素晴らしさを多くの人に伝える



会 社 名	株式会社 BRAND JAPAN
代 表 者	代表取締役 李 思萱
所 在 地	東京都千代田区丸の内1-6-2 新丸の内センタービル21階
W e b サ イ ト	www.brandjapan.net
業 務 連 絡 先	project@brandjapan.net