

中国 旅行市場・消費動向 情報共有

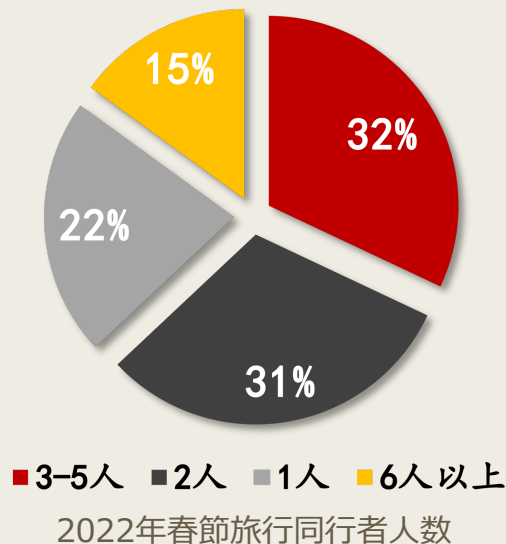
2022/02/28

前回から更新部分のみ記載

春節期間の旅行動向

「暖かい」「寒い」の両極端傾向

- 今年の春節期間では、海南省（暖かい地域）、東北（寒い地域）が人気の目的地となった
- 海南行きのエアチケットが昨年より40%増、東北行きのエアチケットが昨年より50%増
- ウィンタースポーツ参加者が東北へ集まり、東北の宿泊予約数は昨年より153%増加の地域もある
- ウィンタースポーツ参加者の中、90後(1990年後生まれ)が4割以上
- 全国旅行者の8割は近所旅行、その中子連れ旅行が最も多い



<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1724250360520274874&wfr=spider&for=pc>

データ整理：BRAND JAPAN

BRAND JAPAN Co., Ltd.

春節期間、中国国内EC好調

▶春節期間、テレビ局とのコラボでJD.com(JingDong)の売上絶好調

- ▶ コラボにより、毎年除夜（大晦日）に中国中央テレビ局が放送する「春節夜会」でJingDongの商品を紹介。
- ▶ 総額15億人民元の「お年玉」プロモーションを実施することにより、売上向上。
- ▶ 「年越の味」（食品）の売上が昨年より2倍近く増。1/3が北京・上海・広州・深圳からの注文。
- ▶ 「お年玉」の売上がさ昨年より2倍増。
- ▶ 省を跨る注文が+35%、その内1/4はご当地グルメとなる。
- ▶ JingDongの物流が完備している：20万人程の出前員が24時間稼働することにより、春節休み期間中にも荷物がスピーディに届けられる。



<https://c.m.163.com/news/a/GV31MN480512D3VJ.html?spss=newsapp>

https://www.sohu.com/a/520308892_120952561

データ整理：BRAND JAPAN

BRAND JAPAN Co., Ltd.

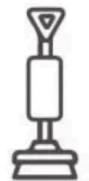
春節期間の消費動向

年貨：年越し用品の消費傾向レポート

- 買い上げのTop 5：レディースファッション、ルームウェア、食品、電気製品、インテリア。（P.S. 化粧品コスメは7位）
- オンラインの女性消費傾向：消費人数は男性の1.8倍、ファッション、コスメ、子供用品などは人気
- オンラインの男性消費傾向：消費件数は女性の1.2倍、主に電気製品やスポーツ用品に注目
- なお、今年の春節期間中の全体消費額は昨年より20%増、その中スポーツ用品は32%増、スポーツサービスは140%増

消費件数増加傾向の強い商品カテゴリー(一部抜粋)

ステイホーム系



+434%

掃除機



+173%

洗濯機



+87%

ドライヤー



+59%

プロジェクタ
ー

ペット系



+40%

ペット用品

+65%

ペット服

スポーツ系



+254%
ヨガセッ
ト



+43%
トレーニング
グ



+271%
スキー用品

<https://view.inews.qq.com/a/20220210A022JB00>
<https://36kr.com/newsflashes/1605792261425926>

データ整理：BRAND JAPAN

BRAND JAPAN Co., Ltd.

北京冬季オリンピックで3億人のウィンタースポーツ人口目標達成

全国のウィンタースポーツ人口は3.46億人

- 今回の北京冬季オリンピックで、中国全国のウィンタースポーツの普及に繋がったと政府が認識
- ウィンタースポーツの人口が3.46億人、国民の24.56%となる
- 現在中国全国には654ヶ所のアイススケート場、803ヶ所のスキー場がある
- ウィンタースポーツ人口の普及によって、今後の冬季旅行にも大きく影響を与えると予測



<https://m.gmw.cn/baijia/2022-02/17/1302808620.html>

データ整理：BRAND JAPAN



BRAND JAPAN Co., Ltd.

春節期間、デジタル人民元が大活躍

- 北京五輪では、デジタル人民元が秒単位でビンドゥンドゥンを購入
- 除夜の年越しご飯もデジタル人民元で出前APPにて決済
- 2月1日～2月7日の春節休み期間に、出前APP「美团」デジタル人民元による決済件数が前週より+56.40%、売上が+68.54%
- 春節休みに合わせ「美团」がデジタル人民元決済に向けて「お年玉」キャンペーンを実施したのは売上増の1つの原因となる



<https://c.m.163.com/news/a/GVMLBP890519APGA.html?spss=newsapp>

<https://c.m.163.com/news/a/GV2TQDMQ0519DDQ2.html?spss=newsapp>

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1724438163991909796&wfr=spider&for=pc>



ビンドゥンドゥンが大人気に

- 「ビンドゥンドゥン第一株」と呼ばれる「元隆雅図」が2月9日までの総株価値が54.47億人民元となる。
- 「元隆雅図」が1998年5月に設立され、世界TOP 500の企業や中国国内の有名企業にプロモーションサービスの提供、贈呈品のデザイン・供給、デジタルマーケティング、新媒体マーケティングに注力している。
- 2006年より特許記念品の開発に参入し始め、2008年北京オリンピック、2010年上海万博等の特許製造メーカー及び販売ライセンスを取得。
- 海賊版のビンドゥンドゥンを製造・販売していた集団が罰金及び懲役に



<https://36kr.com/p/1607794790664705?channel=wechat>

中国ワクチンの現状

2022年2月8日時点までに、新型コロナウイルスワクチンが**12.66億人**接種済。

全国人口の**87.1%**を占める。



<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1724181866646856795&wfr=spider&for=pc>

写真はネット引
用

BRAND JAPAN Co., Ltd.

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
Webサイト	www.brandjapan.net
業 務 連 絡 先	project@brandjapan.net