

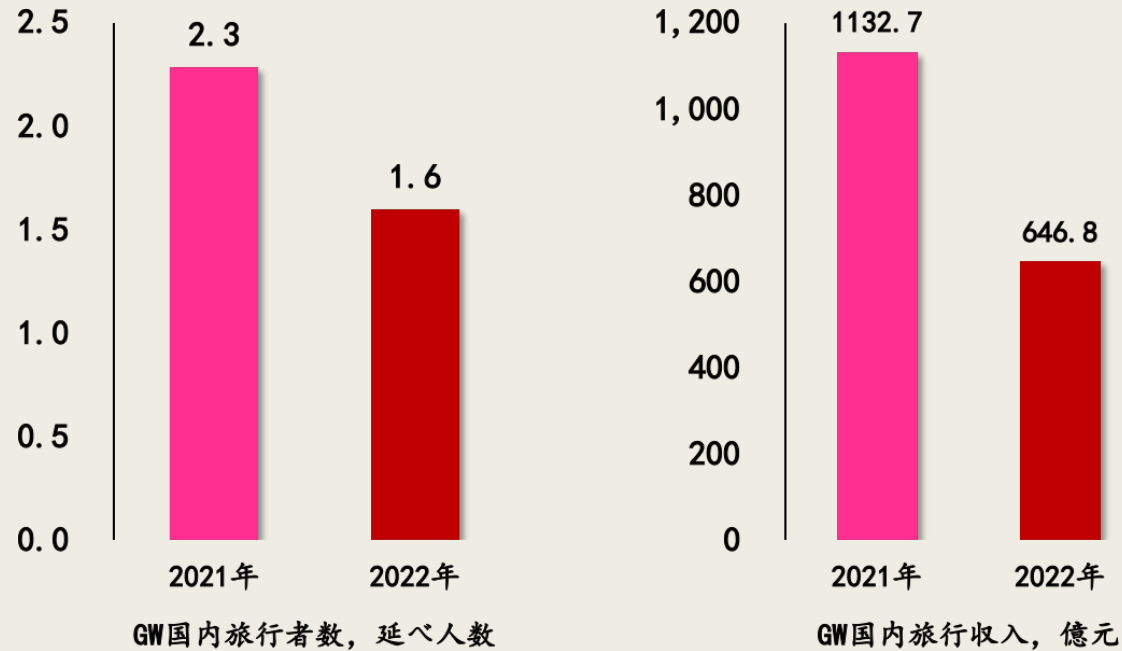
中国 旅行市場・消費動向 情報共有

2022/05/31

コロナ感染の影響で旅行者数が減

- 国内旅行者数延べ人数は1.6億人、昨年より30.2%減少、旅行収入は646.8億元(約1.24兆円)、昨年より42.9%減
- 半数ぐらいの旅行関係中小企業が継続困難、中国関係部門が旅行業回復及び旅行消費推進の施策を公開した
- 施策は5月以降から順次に行われる予定

2021年・2022年 GW期間旅行市場対比

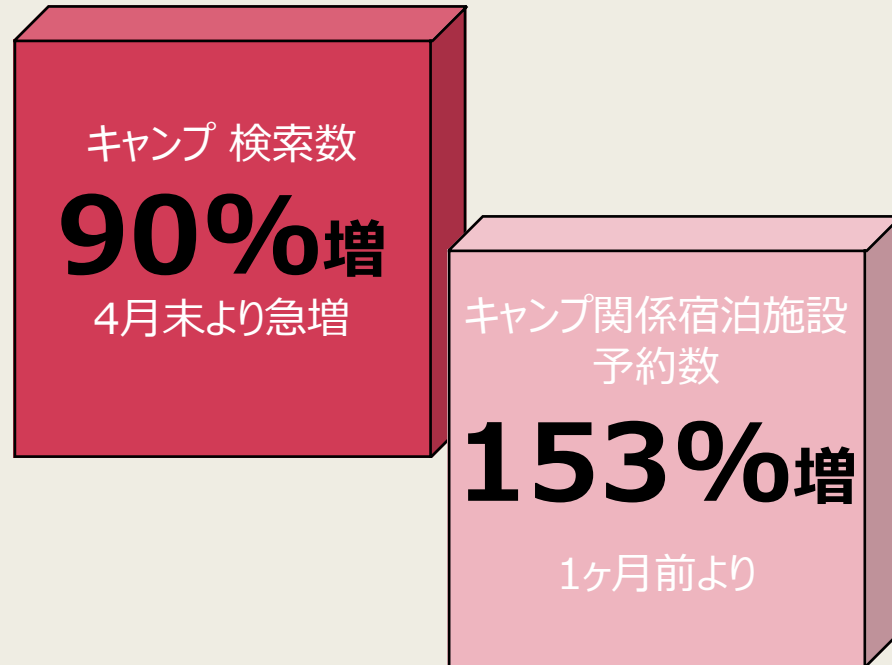


<https://view.inews.qq.com/a/20220517A0E2AG00?devid=9A0BFABA-4CF4-44F1-8F4E-56CA38ED3B3B&qimei=efe86bd792ae4ee750d5298800001eb16401&uid=101719057775>

キャンプが人気キーワードに

- キーワード【キャンプ】の検索数が、休み前より90%急増、史上最高値となった
- キーワード【キャンプ】関係の宿泊施設（ホテル、民宿など）の予約数が清明節(約1ヶ月前の休み)より153%増
- キャンプ関連のレンタカー、自転車ツアーなども予約数急増
- 各SNS（RED、MFWなど）においても、キャンプが人気コンテンツ。中国旅行者もキャンプ達人へ成長。

2022年 GW キャンプが大人気



https://m.sohu.com/a/543723839_121001828

RED上のキャンプ関係コンテンツ



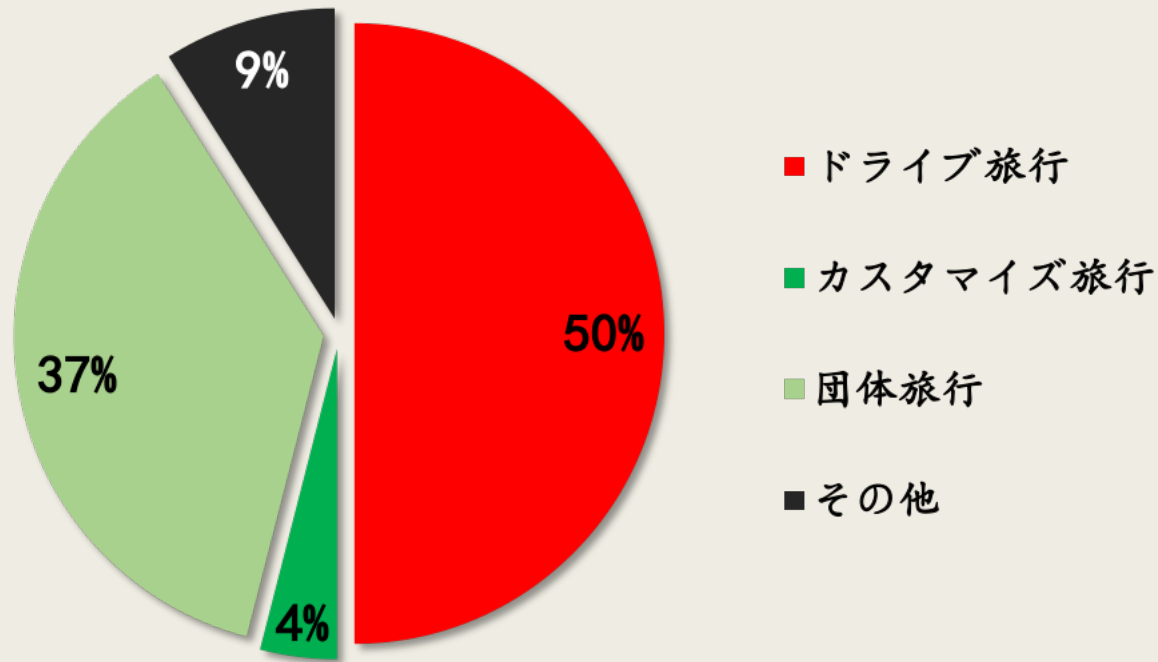
端午節の酷な旅行予測

2022年6月3日~6月5日の3日間短期休み

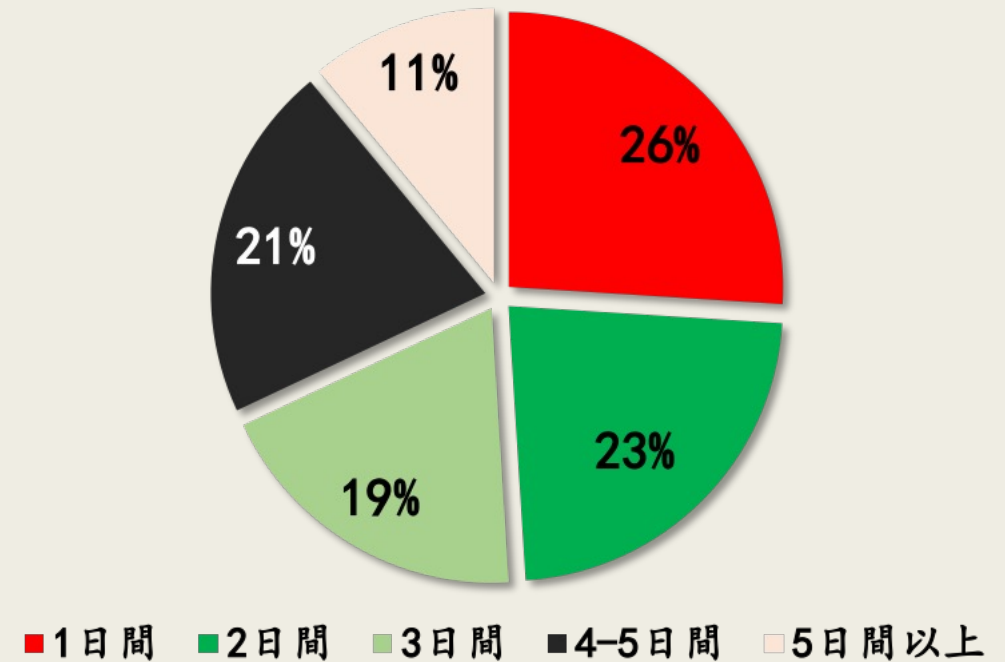
ローカル旅行・自然旅行が人気

- 人気旅行目的地は、杭州、南京や天津、成都など自然風景の良い場所に集中
- キャンプやドライブ旅行が人気
- 休み期間が足らず、3割以上の人が3日間以上の旅を予定している

端午節旅行スタイル



端午節旅行日数



https://3q.163.com/dy/article/H881LPI10519EI0N.html?spss=adap_pc

北京、入国者隔離緩和

北京からの入国者に対する隔離政策が緩和

- 緩和前の隔離政策：14+7政策（14日間の集中隔离、7日間の自宅/集中隔离）
- 緩和後の隔離政策：10+7政策（10日間の集中隔离、7日間の自宅/集中隔离）
- 国内の一部メディアでは、海外旅行の一つの合図と報道されている

热门



新华社

22-5-4 18:44 来自微博 weibo.com

23万 阅读

【#北京调整入境人员隔离时间#】在4日举行的北京市新型冠状病毒肺炎疫情防控工作新闻发布会上，北京市委宣传部副部长、市政府新闻办主任、市政府新闻发言人徐和建介绍，根据奥密克戎变异株潜伏期短、临床症状较轻的特点，首都严格进京管理联防联控协调机制决定，调整北京有关风险人员隔离管理措施：一是入境口岸为北京的，调整为实施“#10天集中隔离加7天居家隔离#”；隔离期间，按规范进行核酸检测与抗原自测。二是入境口岸为国内其他地区的，若在当地集中隔离满14天，即可参照国内人员政策进京，不满14天原则上不得进京，不满14天进京的居家隔离补足14天，不具备居家隔离条件的进行集中隔离。（记者 吴文诩）

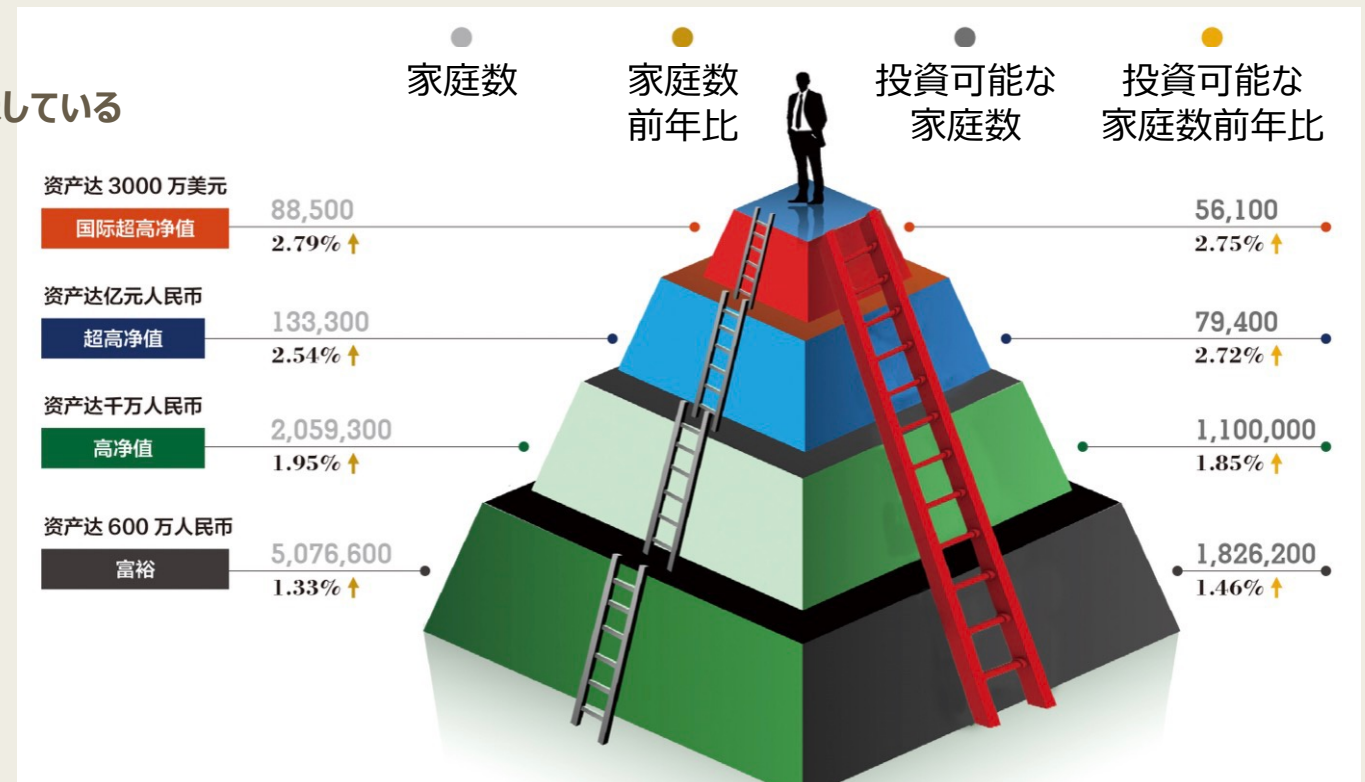
https://m.sohu.com/a/545727503_121124408

2021年中国富裕層家庭情報

中国富裕層家庭が全体的に増加傾向

- 資産額600万元：507.6万家庭、2020年より1.33%増
- 資産額1,000万元：205.9万家庭、2020年より1.95%増
- 資産額1億元：13.3万家庭、2020年より2.54%増
- 資産額3000万ドル：8.8万家庭、2020年より2.79%増

- その中、北京・上海・広東省(かんとん)・浙江省が大きな割合を示している



<https://www.hurun.net/zh-CN/Info/Detail?num=3CQSR1IT63H8>

2022年中国消費傾向（RED、小紅書）レポート抜粋



親子消費

- 90後、95後が親子消費の主力軍隊
- 0歳～12歳の両親の中、2.9億人がネット好き
- その中、5割の家族が子供へ使う支出が家庭総支出の30%～50%



アウトドア消費

- キャンプに関するコンテンツ数が3年連続大幅増加
- キャンプに関する投稿が昨年より997%増加

<https://mp.weixin.qq.com/s/o40N9WDzqWhbpXlqmpXCqA>

2022年中国消費傾向（RED、小紅書）レポート抜粋

ペット消費

- 犬・猫は中国のペット主流、2021年まで合計1.1億匹のペットが飼われていた
- ペットに関するコンテンツが2021年より115%増



中国ローカルブランド消費

- 2021年では、中国ローカルブランドの消費が、中国経済成長に65%の貢献をした
- 42.5%の消費者が中国ローカルブランドの買い物消費額を増やした
- 中国ローカルブランドのファンの中、4割が00後、00後は90後の3倍以上

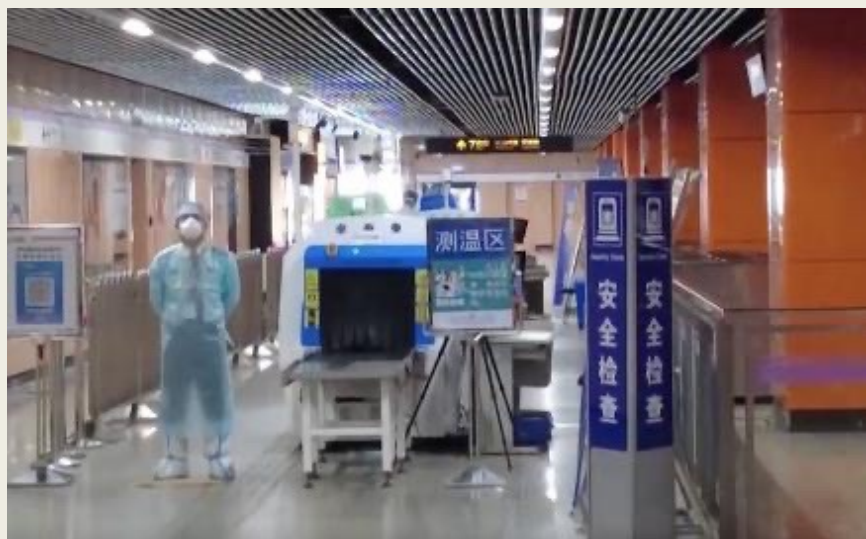


<https://mp.weixin.qq.com/s/o40N9WDzqWhbpXlqmpXCqA>

上海商業施設・交通機関再開

コロナで封鎖となっていた上海が通常運営へ

- 5月16日から、上海の商業施設が順次営業再開
- 5月22日から、上海市内の交通機関が順次に運転再開
- 6月から上海の全面再開を目指す



https://m.gmw.cn/toutiao/2022-05/22/content_1302959134.htm

PCR検査を車両で

上海市内でPCR検査を最速に行うために、移動車両採用

- 車両には検査キットや消毒液など必要な機材と医療従事者が待機
- 車両が決まったルートで移動しながら住民のPCR検査を行う
- テストで数十台の車両が上海各エリアで巡回



[https://baijiahao.baidu.com/s?id=1731154758238183687&wfr=spider&for=pc&searchword=上海战疫录\)核酸检测车开上街头](https://baijiahao.baidu.com/s?id=1731154758238183687&wfr=spider&for=pc&searchword=上海战疫录)核酸检测车开上街头)

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