

中国 旅行市場・消費動向

情報共有

JSTO抜粋版

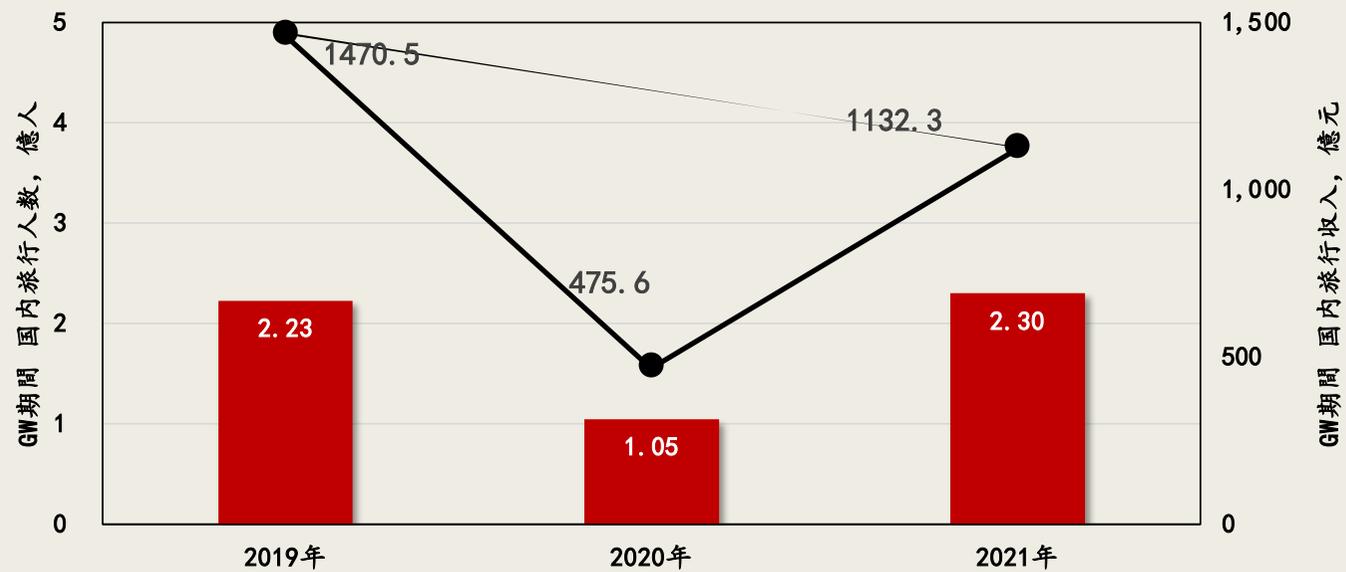
2020/05/24

前回から更新部分のみ記載

中国国内旅行市場 - ゴールデンウィーク旅行状況 2021年ゴールデンウィーク期間：5月1日～5日

全体旅行状況

- 2021年GW中の国内旅行者数2.3億人となり、2019年同期より1億人以上増加
- 国内旅行収入は1132.3 億元 (1.89兆円)、コロナ前の2019年同期の77.0%となる



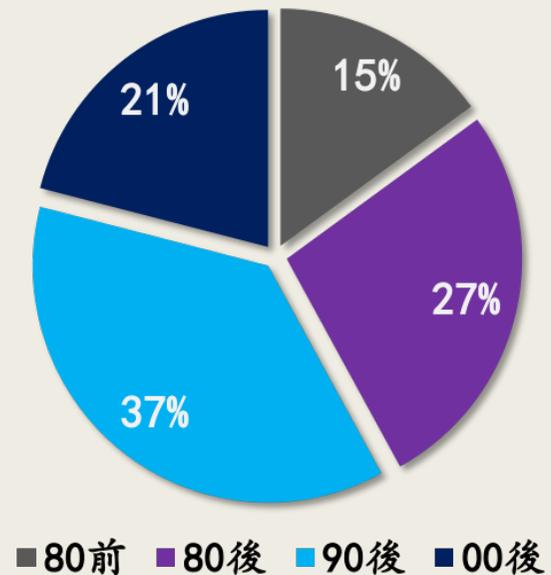
中国国内旅行市場 - ゴールデンウィーク旅行状況 2021年ゴールデンウィーク期間：5月1日～5日

Trip.comのGWレポート抜粋

- 2021年のGW旅行商品のオンライン予約数が、2019年より増加
- コロナ禍でオンライン予約が主流となり、観光チケットの増加につながっている
- レンタカーのニーズが年々増加
- 1980年後生まれの旅行者が、全体の85%を占めていた

予約数が2020年同期より270%増

日最大予約数が2019年より大幅増加



中国国内旅行市場 - ゴールデンウィーク旅行状況 2021年ゴールデンウィーク期間：5月1日～5日

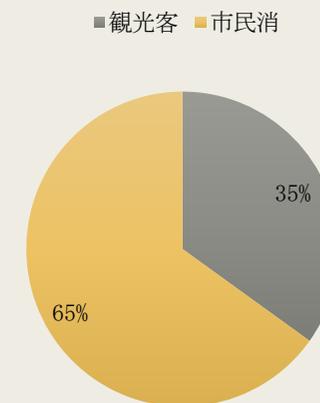
全国（4月28日～5月5日）オンライン小売販売売上は3818億元に達した

- ▶ ゴールデンウィーク期間のオンライン小売販売売上は同期より29.2%増
- ▶ 上海市商務委のデータにより、ゴールデンウィーク期間にオンライン小売販売売上は196.5億元に達し、市場が完全に回復したと述べた

上海市におけるオフライン消費額



上海市オフライン消費額の割合



http://www.cnii.com.cn/rmydb/202105/t20210510_275977.html
<https://www.jiemian.com/article/6051704.html>

データ整理：BRAND JAPAN

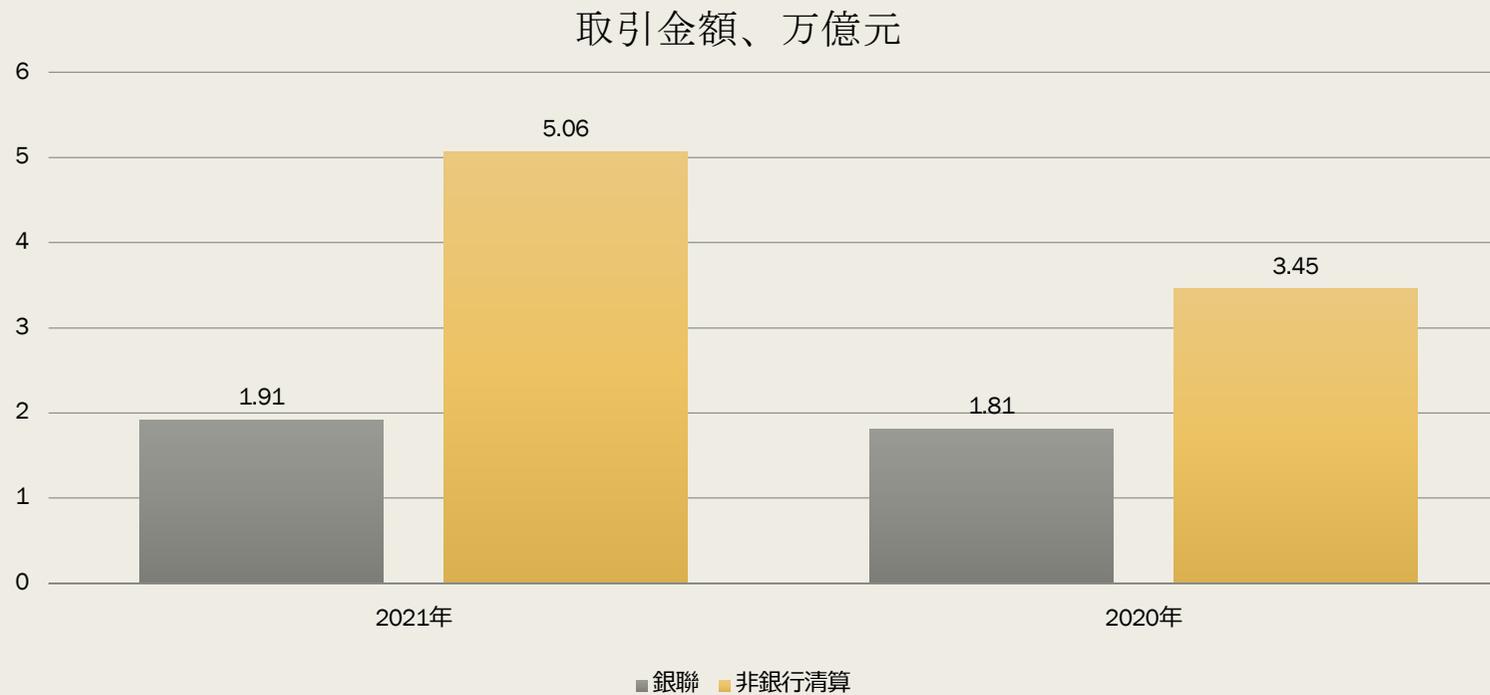
BRAND JAPAN Co., Ltd.

中国国内旅行市場 - ゴールデンウィーク旅行状況

2021年ゴールデンウィーク期間：5月1日～5日



銀聯、“網聯”非銀行清算（アリペイとWeChatペイなど）の決済取引は今までの同期より上回る



中国の代表的な決済
AliPay、WeChatPay、UnionPay（銀聯）は中国を代表する中国独自の決済手段。3つとも中国人の生活には欠かせないサービスであり、大多数の人が3つを使い分けている。

中国においては、2002年に設立された銀聯(Union Pay)が銀行間ネットワークを構築し、清算機関として大きな役割を果たしていましたが、AlipayやWeChat Payに代表するサードパーティ決済事業者が提供するサービスでは、従来の銀聯ネットワークを用いない取引で急速に普及している。

中国国内旅行市場 - ゴールデンウィーク旅行状況

2021年ゴールデンウィーク期間：5月1日～5日



国内旅行・消費者の若年化

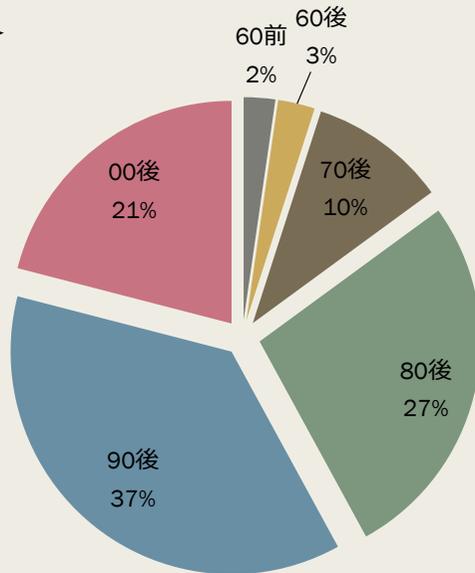
- ▶ シートリップの統計データにより、90後・00後の割合は半分以上を占め、95-00年生まれは2019年同期より1.85倍増、00後は2.5倍増
- ▶ マイナー観光地は95後と00後に大人気、4割以上を占める

「後」の考え方

中国では生まれた年代に「後」をつける。
例えば、1990年代生まれを「90後」、2000年代生まれを「00後」などと呼ぶ。

19～28歳を迎えた「90後」を中心に、ネットからトレンドが生まれる中国を牽引する若者が自国の消費を支える存在となりつつある。

年齢割合



マイナー観光地例：理塘县（丁真 の地元）



丁真（てい・しん）さんは四川省カンゼ・チベット自治州に住む19歳のチベット族男性。偶然取られた動画が、彼をスターダムにのし上げる。

マイナー観光地例：三星堆博物館



中国四川省広漢市の三星堆（さんせいたい）遺跡で3月に発表された新発見は、各界の注目と議論を呼ぶとともに、新たな考古学ブームを巻き起こした。

<https://m.21jingji.com/article/20210506/herald/9065893f33c387188f7ae9ff063af7a4.html>

https://www.sohu.com/a/464688192_260616

データ整理：BRAND JAPAN 写真はネットから引用

BRAND JAPAN Co., Ltd.

インバウンド関連知識動画

- ▶ ジャパンショッピングツーリズム協会 (JSTO) ・ 弊社の共同制作で「李さんの60秒でわかる中国トレンド」の動画配信が開始致した。
- ▶ 第10回目：KOLについて3つのポイント
- ▶ 動画URL： <https://youtu.be/Wh9qtdydfNA>



▶ QRコードから
アクセスして
ください



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