

中国旅行市場・消費市場 情報共有

2024年10月内容

2024年 中国 国慶節旅行状況まとめ (休み期間：2024/10/1~2024/10/7の7日間)

【国内旅行】

- 中国国内延べ旅行者数：7.65億人、2019年同期より10.2%増
- 中国国内旅行消費額：約7,008.17億元（約1.47兆円）、2019年同期より7.9%増
- 中国オリジナル3Cゲーム：黒神話・悟空がヒットによってゲームにあるロケ地巡りが大人気

【海外旅行】

- 延べ入出国者数：758.9万人、昨年同期より33.2%増
- 日本が最も人気の旅行目的地
- 国慶節前の株価急増に伴う「爆旅・爆買い」現象



2024年 中国 国慶節旅行状況まとめ (休み期間：2024/10/1~2024/10/7の7日間)

中国旅行者行動の変化

- 旅行決断期間が短い
- 団体/グループ旅行が激減
- 「悦己」傾向（自分自身を喜ばせる）
- 「前倒し」「後ろ倒し」のピーク時期を避ける行動
- マイナススポット狙い

旅行スタイルの変化：ゆっくり

- 計画しない、急がない
- 有名なスポットにチェックインしない
- Holiday感、体験感、のんびり感重視
- 感情価値を強く求める



中国発国際線：日本行き発着便数がNo.1

- 2024年40週目（9月30日～10月6日、国慶節期間）の中国から日本行き：1153便/週、2019年同期の90.5%まで回復
- 現在の国際線便数のNo.1となっている

2024年第40週目主要国／地区のフライト状況					
第40周 9.30-10.06					
排序	目的地	今週出発フライト	上周変化	2019年同期	回復率
1	日本	1153	25	1274	90.50%
2	韓国	1086	30	1147	94.68%
3	タイ	961	112	1275	75.37%
4	香港（中国）	688	35	776	88.66%
5	マレーシア	488	12	378	129.10%
6	シンガポール	456	25	381	119.69%
7	ベトナム	302	-5	346	87.28%
8	マカオ（中国）	270	44	299	90.30%
9	台湾（中国）	255	-47	551	46.28%
10	ロシア	202	-5	245	82.45%
11	インドネシア	125	-9	176	71.02%
12	オーストラリア	118	-1	140	84.29%
13	イギリス	108	-9	88	122.73%
14	カンボジア	103	4	304	33.88%
15	アラブ首長国	101	1	102	99.02%
16	フィリピン	95	4	214	44.39%
17	アメリカ	89	0	333	26.73%
18	ドイツ	83	-3	97	85.57%
19	イタリア	68	1	49	138.78%
20	フランス	48	-3	96	50.00%
21	オランダ	41	0	49	83.67%
22	スペイン	38	0	25	152.00%
23	ニュージーランド	33	-1	31	106.45%
24	カナダ	10	0	106	9.43%

統計来源 | 全球机场局 & 航班管家DAST

@全球机场局

<https://weibo.com/5522718964/OBpAczljx>

2024年 T-mallダブルイレブン、キャンペーン期間が史上最長

- 中国最大オンラインショッピングフェスティバルである「ダブルイレブン」
今年のキャンペーン期間が10月14日~11月11日、28日間の史上最長期間として注目されている
- クーポン券の発行、事前購入、予約購入など様々なキャンペーンが開催
- T-mall側：今年のリソース投入が史上最大



88VIP专享消费券 天猫实物可用(部分手机/台 | 规则)

¥560 实付满 88VIP专享 ¥7000可用	¥240 实付满 88VIP专享 ¥3000可用
-----------------------------	-----------------------------

188积分兑换800元消费券

10月21日20:00-10月24日23:59可用 | 当前积分

天猫服饰 1分钱抢大额券

天猫双11 抢先购预售

推荐 ¥299	¥138	¥109.9
---------	------	--------

1分钱抢大额券

猫人优选旗舰店 ¥50 店铺券 满329可用 0.01元抢购	哈森官方旗舰店 ¥60 店铺券 满400可用 0.01元抢购
SIINSIIN旗舰店 ¥60 店铺券 满400可用 0.01元抢购	浪莎官方旗舰店 ¥60 店铺券 满400可用 0.01元抢购
cherykally旗舰店 ¥120 店铺券 满500可用 0.01元抢购	秋水伊人官方旗舰店 ¥300 店铺券 满2000可用 0.01元抢购
navigare纳维凯尔旗舰店 ¥100 店铺券 满600可用 0.01元抢购	yep旗舰店 ¥50 店铺券 满330可用 0.01元抢购
猫人万暖专卖店 ¥60 店铺券 满400可用 0.01元抢购	TIGRISSO蝶蝶旗舰店 ¥120 店铺券 满798可用 0.01元抢购
puella官方旗舰店 ¥150 店铺券	卡帝乐鳄鱼官方旗舰店 ¥150 店铺券

天猫双11 重大变化

+ 券更多更大, 下单更简单 +

- 多!** 88VIP大额券新玩法, 14日下午2点领
- 大!** 美妆、服饰、3C等品类券加量加倍
- 好!** 下单只需看到手价
- 爽!** 手机天猫88VIP折上再享9.6折
- 疯!** 百亿补贴大牌爆款最低2折, 额外追加750元大额红包
- 狂!** 百大直播间狂撒10亿红包, 每人至高可抢1500元
- 补!** 政府补贴首次可叠加天猫双11优惠

10月14日 晚8点 10月21日 晚8点 10月31日 晚8点 11月11日

预售开启 第一波开卖 第二波开卖

淘宝百亿超级补贴

百亿万人团 不只5折

至高领750元红包 立即去领

百亿万人团 整点秒杀

百亿万人团 | 全网低价补上加补

蕉内热皮5系保暖内衣套装方领... 买贵必赔 20:00开抢 2000+人预约	万人团价 ¥149 预约
欧舒丹樱花沐浴露250ml 20:00开抢 1万+人预约	万人团价 ¥75 预约

展开更多

百亿补贴直播 | 红包福利不停

国慶節前の株価急増

- アメリカの利下げがきっかけとして、9月25日から中国国内の株価急増（一人平均100万円前後の儲け）
- 国慶節期間中では株の取引が中止され、休み明けから伸び悩み、落下
- 直近では株価が回復、増加傾向に戻っている

※休み前、株価の急増によって急に海外旅行、日本旅行を決めた消費者も多くいるとSNS上の書き込みもあった



トピック：中国四川 国家戦略重要中心エリアに

- 中央政府は、四川を今後10年の中国発展の戦略拠点とする方針を発表
- 東部から中西部への産業移転は大きなトレンドとなり、四川はその中心的役割を果たす見込み
- 総額2.15兆元の330の大型プロジェクトを今後2~3年で着工する予定
- 一部地域では、既に土地の再開発が始まり、新プロジェクトの準備が進んでいる
- 約2年前から、世界中のラグジュアリーブランドも四川、成都狙いで新店オープンなどが進んできた

四川新定位：国家战略腹地

根据国家今年批复的四川省国土空间规划，四川被明确为未来10年中国发展的战略腹地。

作为战略腹地，四川不必在所有方面都做到最好，但必须全面发展，以备不时之需。

其地理位置和资源优势使其成为国家大后方和翻盘的希望。



<https://mp.weixin.qq.com/s/OBg7qbDNGMeZUX7qVgBVjA>

中国のラグジュアリー香水市場、期待を下回る

- 市場規模が大きく伸びが早いと言われる中国のラグジュアリー香水消費市場が期待のほど順調ではなかった
- 中国ローカル香水の台頭影響により、アリババ「TAOBAO」サイト2024.1-2024.9のラグジュアリー香水販売額が昨年同期より8.4%減、また平均単価も低下
- その中、HERMESの香水が唯一昨年同期より売上が向上できたブランド

2024年1-9月淘天香水 / 香水用品品牌 TOP10

品牌	销售额 (亿元)	销售额 同比	销量 (万件)	销量 同比
CHANEL/ 香奈儿	4	-2.34%	141.4	9.56%
HERMES/ 爱马仕	2.93	30.38%	110.8	32.25%
DIOR/ 迪奥	2.03	-6.74%	80.5	-1.53%
YSL/ 圣罗兰	1.53	-32.02%	69.4	-3.65%
JO MALONE LONDON/ 祖玛珑	1.5	-51.63%	79.5	-4.10%
GIORGIO ARMANI/ 阿玛尼	1.42	-1.48%	94.1	-2.42%
VERSACE/ 范思哲	1.18	13.45%	55	12.75%
MAISON MARGIELA/ 梅森马吉拉	1.16	-11.97%	46.1	-11.53%
BVLGARI/ 宝格丽	1.11	-29.40%	47.1	-30.37%
TOM FORD/ 汤姆福特	1.02	-16.70%	62.9	0.22%

制图: FBeauty未来迹 | 来源: 第三方数据平台



中国富裕層 海外ラグジュアリー品購入分析レポート抜粋

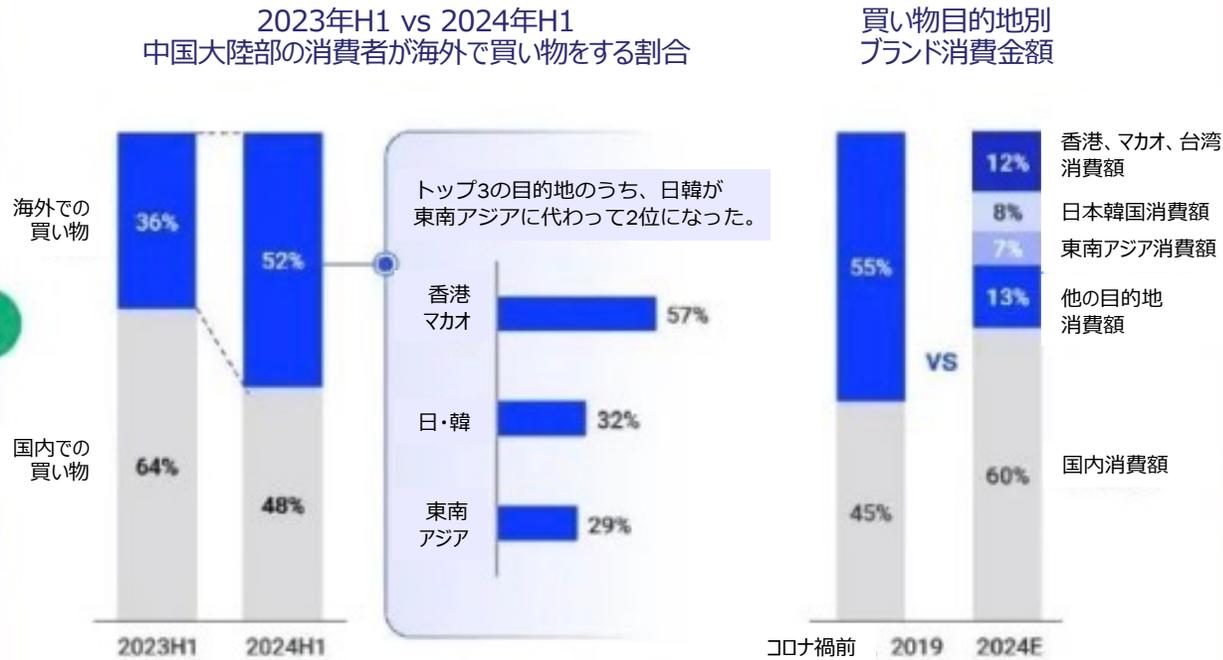
2024年前半まで、52%の中国内陸消費者が海外でラグジュアリー品購入、日本・韓国の合計はHK・マカオの次に高い

海外で消費規模
及び目的地

2024年上半期の時点、中国大陸部の消費者の52%がブランド品を購入経験があり、浸透率は16%増加となる。東南アジアに代わって日韓が第2目的地になった

中国出入国管理局の統計により
2024Q1の出入国者数は
前年同期比増加

120%



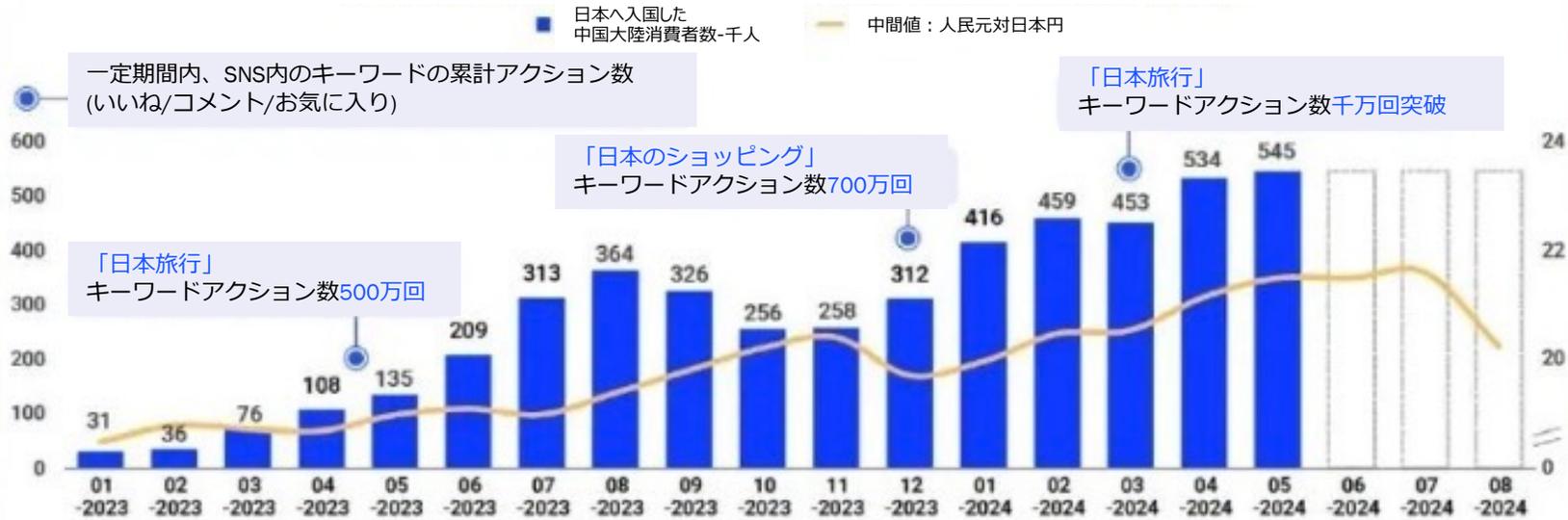
中国富裕層 海外ラグジュアリー品購入分析レポート抜粋

日本円⇄人民元の為替レート、「日本買い物・日本旅行」アクション、訪日者数が比例関係



著しい価格差と旅行熱情により、2023年中から、日本は中国大陸部消費者の重要な海外ブランド品消費目的地となる。複数の要因により、2024年下半期に回復の可能性がある。

2023年1月-2024年5月 日本へ入国した中国大陸消費者の延べ人数と人民元対日本円の為替レート動向



一定期間内、SNS内のキーワードの累計アクション数 (いいね/コメント/お気に入り)

「日本旅行」 キーワードアクション数500万回

「日本のショッピング」 キーワードアクション数700万回

「日本旅行」 キーワードアクション数千万回突破

7月から香港/マカオの買い物携帯品免税額5000元（約105,000円）から12,000元（約253,000円）に値上げ

あるブランド品グループ社員から：
「全世界の観光客が日本に殺到しているので、当社グループは今年4月、日本での販売価格を緊急に引き上げて、規制を強化しました」。

7月末日本中央銀行が利上げ、外国為替は円高になった。

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