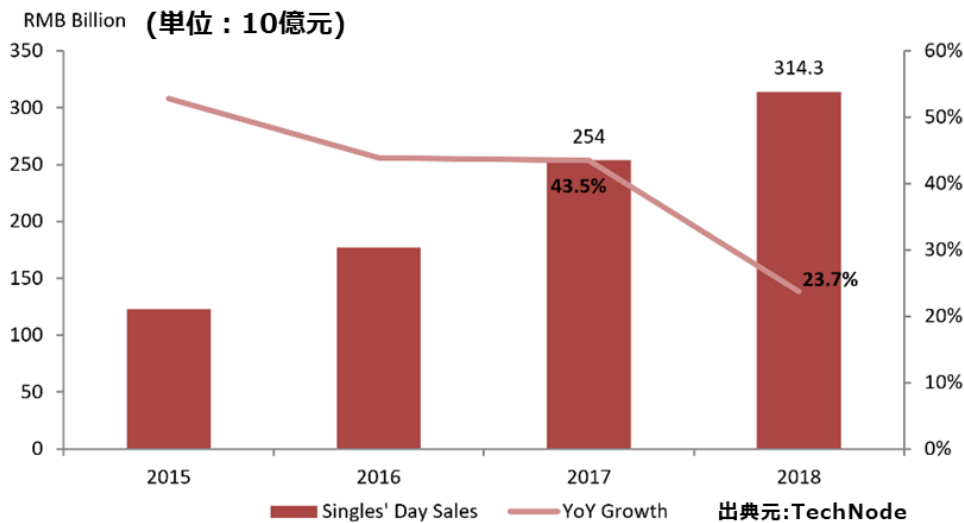


中国アリババの新たなセール戦略

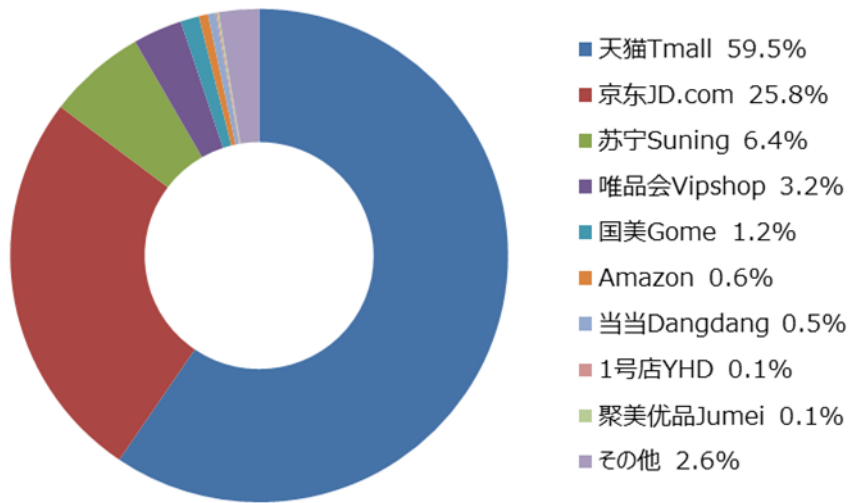
シングルデイの次は双12(ダブル12)セール

中国最大のeコマースセール・イベント、11月11日のシングルデイは今年も前年の記録を更新しました。アリババは、2,135億元(約3兆4,900億円)を売り上げ、前年比27%の増収でしたが、その成長率は年々低下しています。一方、12月12日の双十二(ダブル12)セール・イベントも年々売上を上げていますが、その商材が移り変わってきています。アリババが、ダブル12セールを開始した2012年当初は、シングルデイで売れ残った商品を売るイベントでした。その後、ダブル12セールは、フードデリバリーセールイベントとして展開し始めます。全国的なキャンペーンを実施し、今年のダブル12は、最初の12時間で、アリババのレストラン口コミとデリバリーアプリ、口碑(コウベイ)でのオーダー数が800万件以上を記録し、アリババの別のフードデリバリーアプリEle.me(饿了么)はシングルデイより12%注文数が増えました。(参照※2、グラフa)アリババのTMallが2018年3Qも1,860億米ドル(約20兆750億円)の中国オンライン小売市場でほぼ60%のシェアを誇るアリババが、フードオーダー市場にも抜け目なく事業を拡大しています。(参照※3、グラフb)米国では、Amazonが2018年総売上を2,582億2千万米ドル(約27兆86百億円)で、米国オンライン小売市場の49.1%を占め、小売業全体の5%に達します。(参照※4、グラフc)

グラフa 中国シングルデイ eコマース総売上推移 2015年～2018年

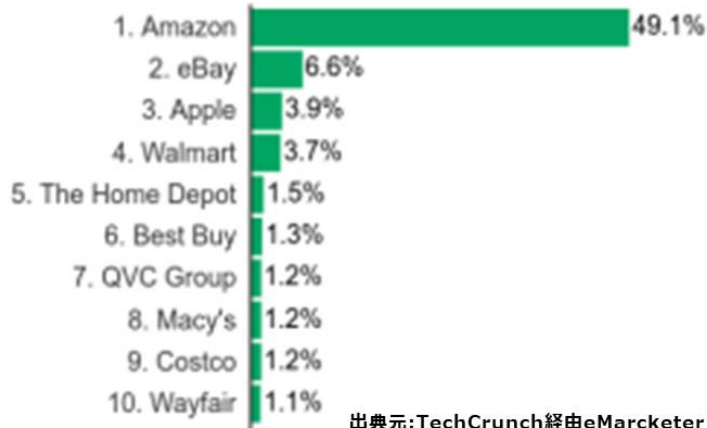


グラフb 2018年3Q中国B2Cオンライン小売シェア



出典元:China Internet Watch

グラフc 2018年米国eコマース売上シェア



出典元:TechCrunch経由eMarketer

※1 シングルデイの成長鈍化・TechNode

<https://technode.com/2018/12/06/singles-day-2018-lookback/>

※2 Alibaba のダブル 12 セール・TechNode

<https://technode.com/2018/12/13/alibabas-double-12-offline/>

※3 Tmall シェア - China Internet Watch

<https://www.chinainternetwatch.com/27795/online-retail-b2c-q3-2018/>

※4 Amazon の米国小売シェア | TechCrunch

<https://techcrunch.com/2018/07/13/amazons-share-of-the-us-e-commerce-market-is-now-49-or-5-of-all-retail-spend/>

