

インバウンドコラム

中国 シングルデーに向けて 越境 EC 市場トレンド

微信 WeChat 淘宝 Taobao 快手 Kuaishou ソーシャルコマース百花繚乱

11 月末のブラックフライデーセールや年末商戦の前に、中国、いいえ世界最大のセールイベント、11 月 11 日のシングルデーセールがあります。EC のミカタで中国越境 EC プロバイダー 24ABC 株式会社の韓 徳鵬取締役が中国 EC 市場を解説しています。

中国にはシングルデー以外にも様々なショッピングイベントがあり、中国 EC 事業者の中には、こうしたイベントやセール期間中だけで、年商の 30~50% 程度の売上を達成している例もあります。認知度をあげ、セールイベントで売上を上げるためには、中国で独自の進化をしている SNS サービスの利用が鍵となります。例えば月間アクティブユーザーが 11 億人にも達するとされる WeChat は、ほとんどの中国人が使っていると言っても過言ではありません。そして、今、中国の EC 市場で見落としてはいけないのが「自媒体」の流行です。個人が独自の情報発信を行い、それがメディアとして成立している「自媒体」。日本のニュースサイトや個人ブログ、インフルエンサーなどに中国アプリの独自技術がソーシャルコマースを促進しています。(参照※1、図 1)

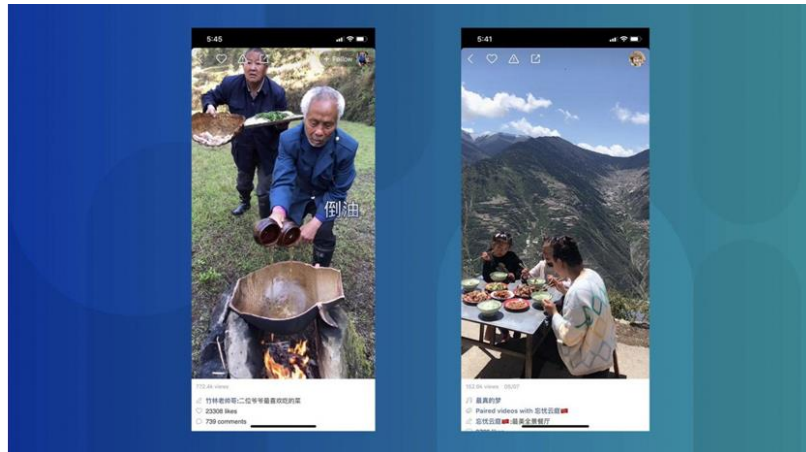
中国のメディアでも、今、新たなライブストリーミングのスターは農民たち、と淘宝(Taobao)や快手(Kuaisou)といったビデオ編集・共有アプリで、農家が直接農作物を販売する流行をとりあげています。食への不安があるので、ライブストリーミングで生産地を確認し、視聴中に同じアプリ内で購入もでき人気です。(参照※2、図 2)

図 1



出典元: EC のミカタ

図2



出典元: Abacus

※1 中国越境 EC で成功のキー・ファクター | EC のミカタ

https://ecnomikata.com/original_news/22882/

※2 中国のライブストリーミングスターは農民 | Abacus

<https://www.abacusnews.com/digital-life/short-videos-and-live-streaming-are-changing-lives-rural-china/article/3025332>