

# インバウンドコラム

## Covid-19 中国ライブストリーミング e コマース

### パンデミックによりブーム再熱

中国では数年前から、直播带货(ライブストリーミング販売)が活況を呈していました。しかし、先細りする視聴者数と、それに反して有名ライブストリーマーのギャラ高騰、加えて 100 を超えるアプリやサービスの過当競争激化で、誰もが 2016 年ごろがピークで、もう長続きはしないだろうと予想していました。ところが、Covid-19 による家こもり消費ニーズの増加と、様々なビデオアプリと e コマースサイトやエンターテイメントサイトとの連携・統合により、ライブストリーミング販売が、急速に成長しています。また、アリババ創業者のジャック・マーや Trip.com(携程旅行、CTrip)といったテック企業の創業者など有名なビジネス・パーソンもライブストリーミング販売に参戦し、新しい風を巻き起こしています。アリババの創業者、ジャック・マーは、2018 年、5 分で 1500 本の口紅販売という記録を持つ中国の有名な「口紅キング」李佳琦(Austin Li Jiaqi)と口紅販売対決を淘宝直播(Taobao Live)や优酷网(Youku)でライブ中継し、口紅キングに勝利しました。(参照※1、写真 1)今年 4 月 2 日、CTrip の共同創業者で現会長の梁建章(James Liang Jianzhang)は中国伝統の漢服といういでたちで、ライブストリーミング販売し、280 万ドル(約 2 億 9 千 7 百万円)を売上げ、現在 Covid-19 パンデミックの影響をもろに受けている CTrip 収益に大きく貢献しました。(参照※1、写真 2)中国広州のリサーチ会社 iiMedia によると、中国のライブストリーミングビデオユーザー数は、2019 年の 5,040 万人から今年は 5,260 万人へ増加し、9 千億元(13.5 兆円)に達する見込みです。ただし、コロナ収束後は実店舗へ消費者も戻ることが予想され、このブーム再熱は長続きしないという意見もあります。(参照※1)

写真1



出典元: South China Morning Post

写真2



出典元: South China Morning Post

※1 中国直播带货 | South China Morning Post

<https://www.scmp.com/tech/big-tech/article/3080604/why-chinas-tech-chieftains-have-become-live-streaming-stars>

※2 漢服でライブストリーミング販売 | 新浪网

[https://k.sina.cn/article\\_1854570915\\_6e8a81a302000rbth.html?from=travel](https://k.sina.cn/article_1854570915_6e8a81a302000rbth.html?from=travel)