

インバウンドコラム

2020年中国インターネットレポート

中国とアメリカ インターネット主要プレイヤー比較

香港の英字紙サウスチャイナ・モーニングポスト(SCMP)リサーチが、2020年の中国インターネットレポートをまとめています。第1章は、中国のインターネット現状の概要。第2章が、2020年のトップトレンドで、新型コロナウイルスが、中国のテック業界に及ぼした影響やモノマネではなく中国独自の技術やサービスの増加、5G時代の始まり、一時の流行と思われたライブストリーミング販売が第三興隆期に入ったこと、米中貿易摩擦による中国企業の内向き化を紹介し、第3章で小売やSNS、AIなど各セクターの注目スタートアップ企業をリストアップしています。

各章、興味深いですが、第1章で、中国と米国の対比を様々な指標で行っていて、中国市場の大きさや特異性が視覚化されていて秀逸です。米国のインターネット人口は2億98百万で人口の90%ですが、中国のインターネット人口は、9億4百万と米国の3倍。そして、中国の人口は14億人なのでインターネット使用率はまだ63%で今後も成長の余地が大きいことが、可視化されています。また、米中の主要なプレイヤーを対比した図では、検索は米国はGoogle、中国は百度とほとんど同じサービスで対比できるものもありますが、ショッピングは、米国のAmazonとeBayに対して、中国のT-MallやJD.com、淘宝网までは対比できるかもしれませんが、共同購入が人気の拼多多(Pindoudou)や、SNSであり、ショッピングプラットフォームでもある小红书(Little Red Book)は、中国独自のプラットフォームと言えるのではないのでしょうか。音楽配信については中国に多くのサービスがあることを知りませんでした。オンライン会議ツールも、Zoomの創業者が中国系アメリカ人であることから、中国のサービスと誤解されて困っている、とどこかのインタビューで話していましたが、中国では、ZoomではなくAlibabaの釘釘(DingTalk)やTencent Meetingが主なようです。教育は、第2章の新型コロナウイルスの影響でも大きく取り上げていますが、パンデミックに伴う都市封鎖で、小学校から大学まで、中国国内の授業が一斉にオンラインで行われるようになり、2020年で急激にサービスも増え技術も進歩した分野です。オンラインヘルスケアも同様です。(参照※1、図1)



※1 中国インターネットレポート2020 | SCMP

<https://research.scmp.com/products/china-internet-report-2020>