

中国の市場トレンドと ニュービジネスチャンス

Sinomonitor International

霍 虹（ホウ ホン）

6つの角度から見るトレンドとチャンス

- 庶民のグレード
- 技術の新しい姿
- ネットパワー
- 美男マーケット
- 心身健康の為ごと
- 孤独と娯楽

角度一：庶民のグレード

安定とした生活ができるようになった彼らは、ただ一つで良いから、「私をグレードアップしてくれる」ブランドものがほしい、これは庶民のグレード消費の原点である。



swatch[®]+



501[®]

5月1日周年記念別注最新作

© 2007 Levi Strauss & Co. All rights reserved. Levi's is a registered trademark of Levi Strauss & Co. in the U.S. and other countries. The Golden Shirts are a registered trademark of Levi Strauss & Co. in the U.S. and other countries. The Golden Shirts are a registered trademark of Levi Strauss & Co. in the U.S. and other countries.



庶民のグレード消費に欠かせないものはいろいろ

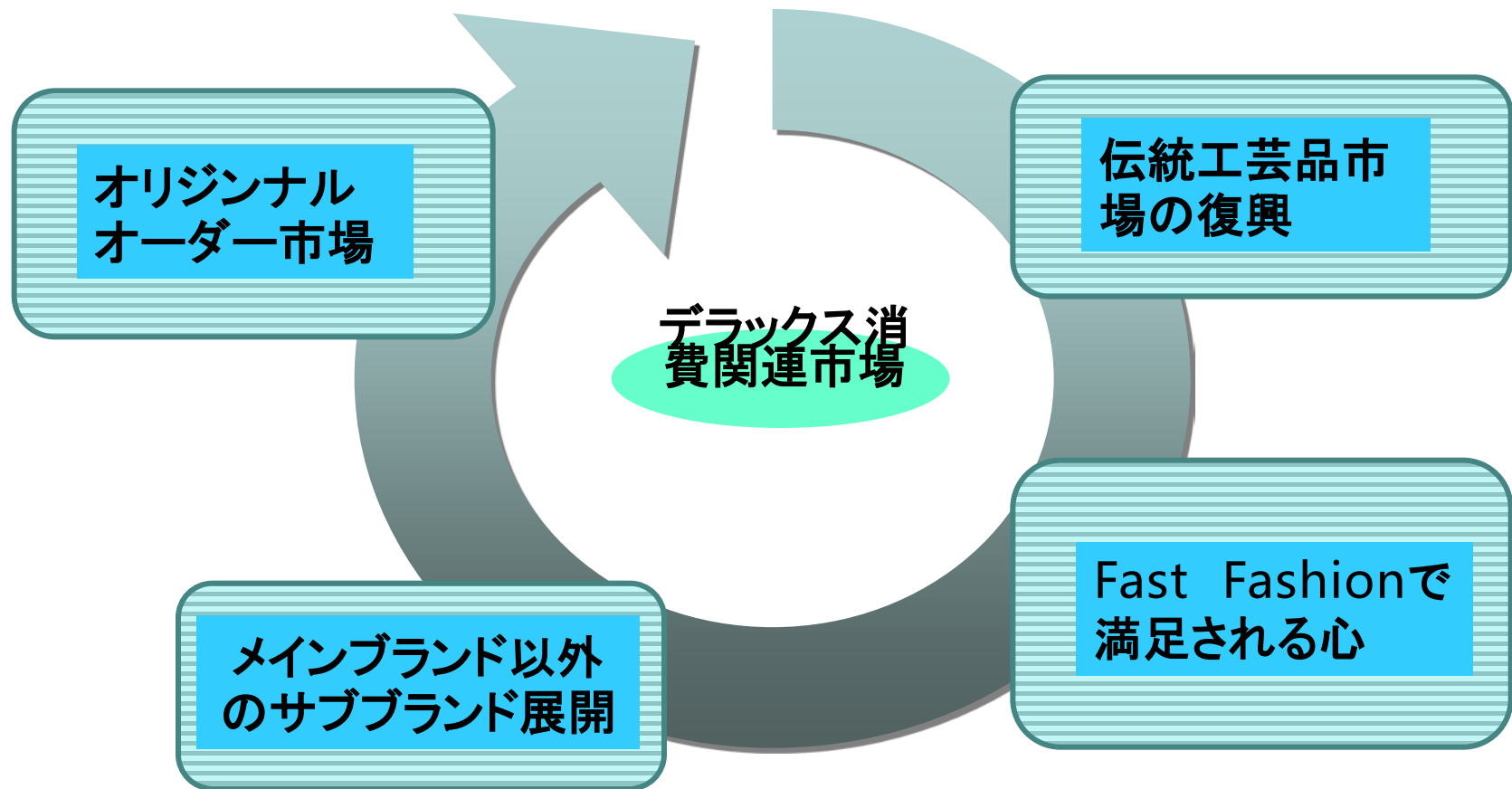
事例：Fast Fashionの中国上陸

Fast Fashionの代表ブランドのZARA、H&M、GAPも積極的に展開している。中国の消費者にとって有名ファッション誌でトップモデルによって宣伝されているブランドなら、身に纏った時の満足感が大きいのである。

ZARA:通常四季変化に合わせて年四回の発表は、ZARAでは2週間に一度の高回転に。

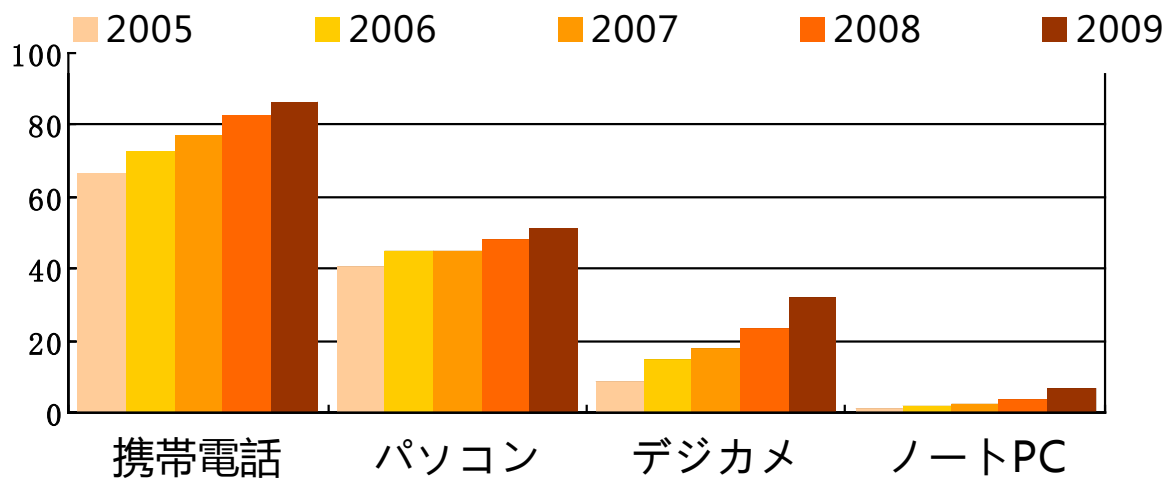


庶民のグレード消費に生まれる 新しいビジネスチャンス



角度二：技術の新しい姿

科学技術は言うまでもなく人々の生活を便利且つ快適にしてくれた。日常生活と密接な関係にあるテレビや、冷蔵庫、洗濯機といった生活家電は、都市で暮らす家庭ではほぼ普及している。ところが、通信や娯楽に関連するデジタル関連機器は、まだ普及にほど遠く、保有率は年々増えて、魅力的である。

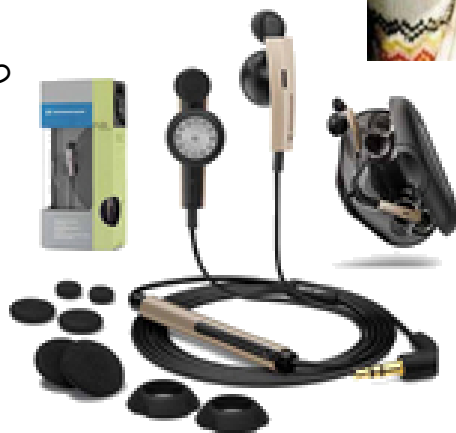
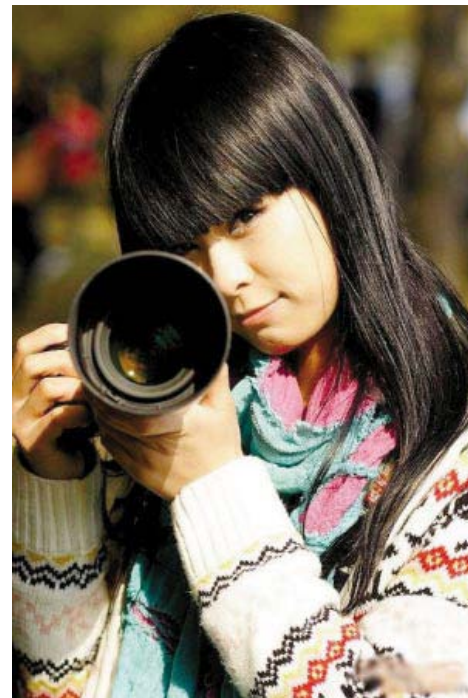
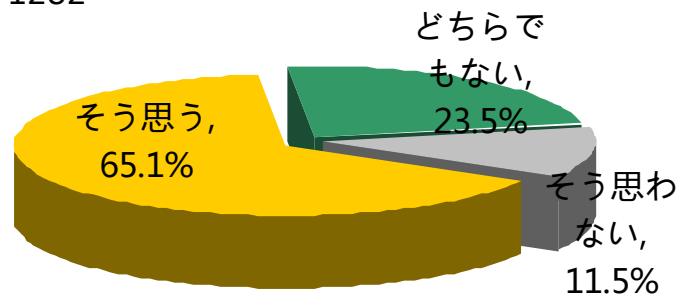


シンプル派 vs プロ仕様派

「操作のしやすさ」であった。対象者全員に、年齢問わず、職業問わず、収入問わず支持されていた。唯一の例外は認められた。それは、趣味の世界においてだった。趣味の世界では、操作が複雑なものでも良かった。

ハイテックであっても操作簡単でなければ買わない。

N=1282



集約の魅力

一台の機械に同時に使われる複数の機能を、と斬新ではない発想だが、使い勝手にヒットしている。例えば「朝食バー」は、コーヒーメーカーの隣にトースターが配置され、その上に目玉焼きを作るホットプレートがついている。朝食メニュー付きの朝食機械である。一人暮らしの狭い台所で場所を取らずに、忙しい朝の時間帯に朝食を簡単に用意できる。複数の機械より確かにまとまりがいいかも。

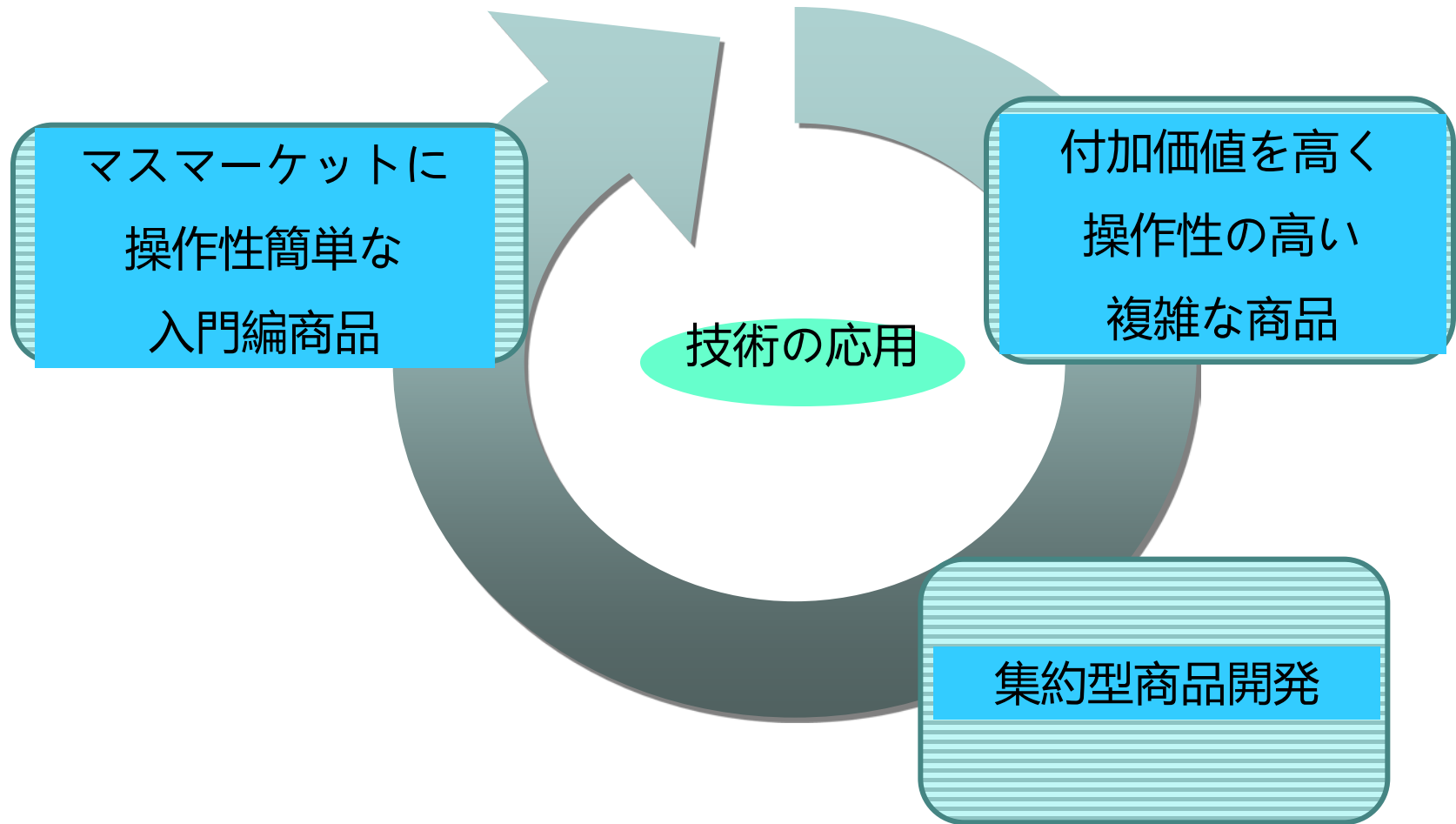


朝食バー



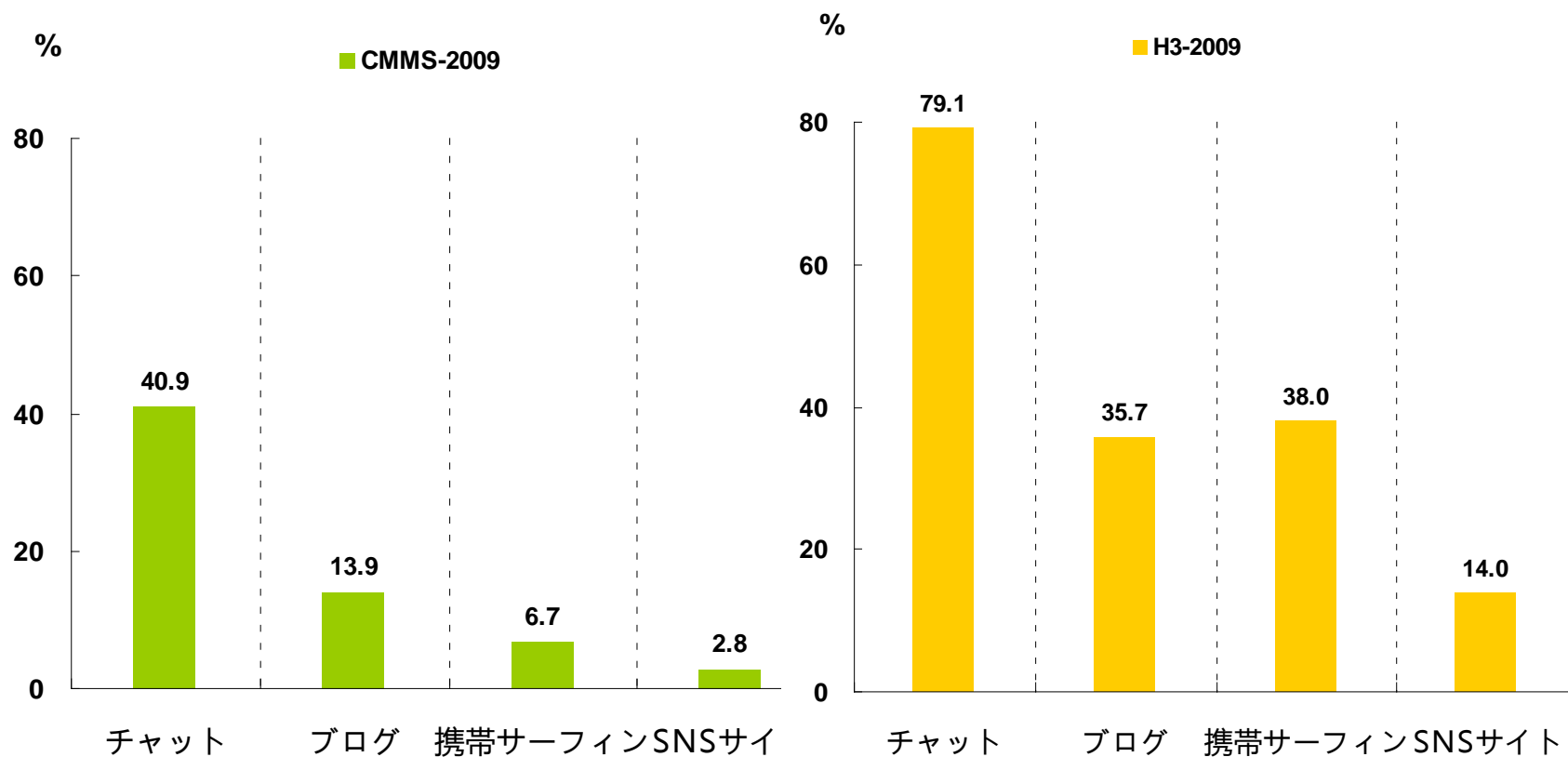
Nike &Ipod

技術の新しい姿に生まれる 新しいビジネスチャンス



角度三：ネットパワー

インターネットは3.8億人を集結している。彼らはバラバラよりも特定のSNSによって組織されていることが多い。そこで情報共有したり、意見交換したりして、リアルタイムに社会や、日常生活に影響を与えている。



何でも話題になるネット



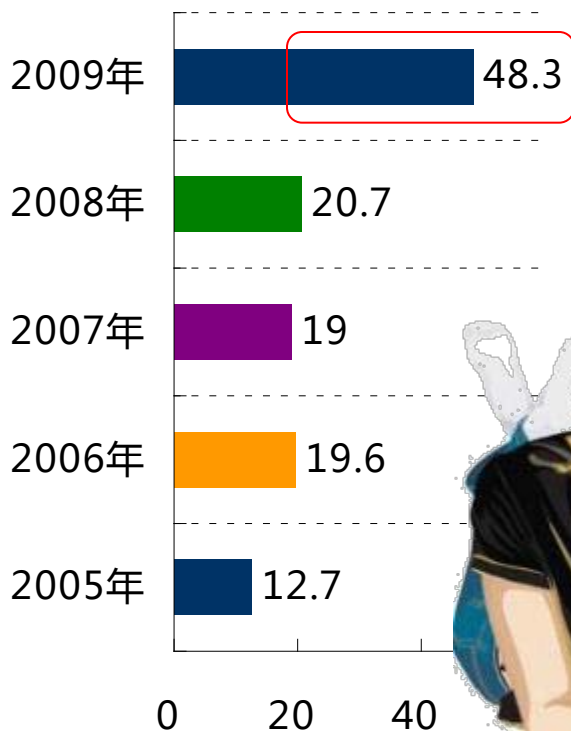
哥吃的不是面，是寂寞



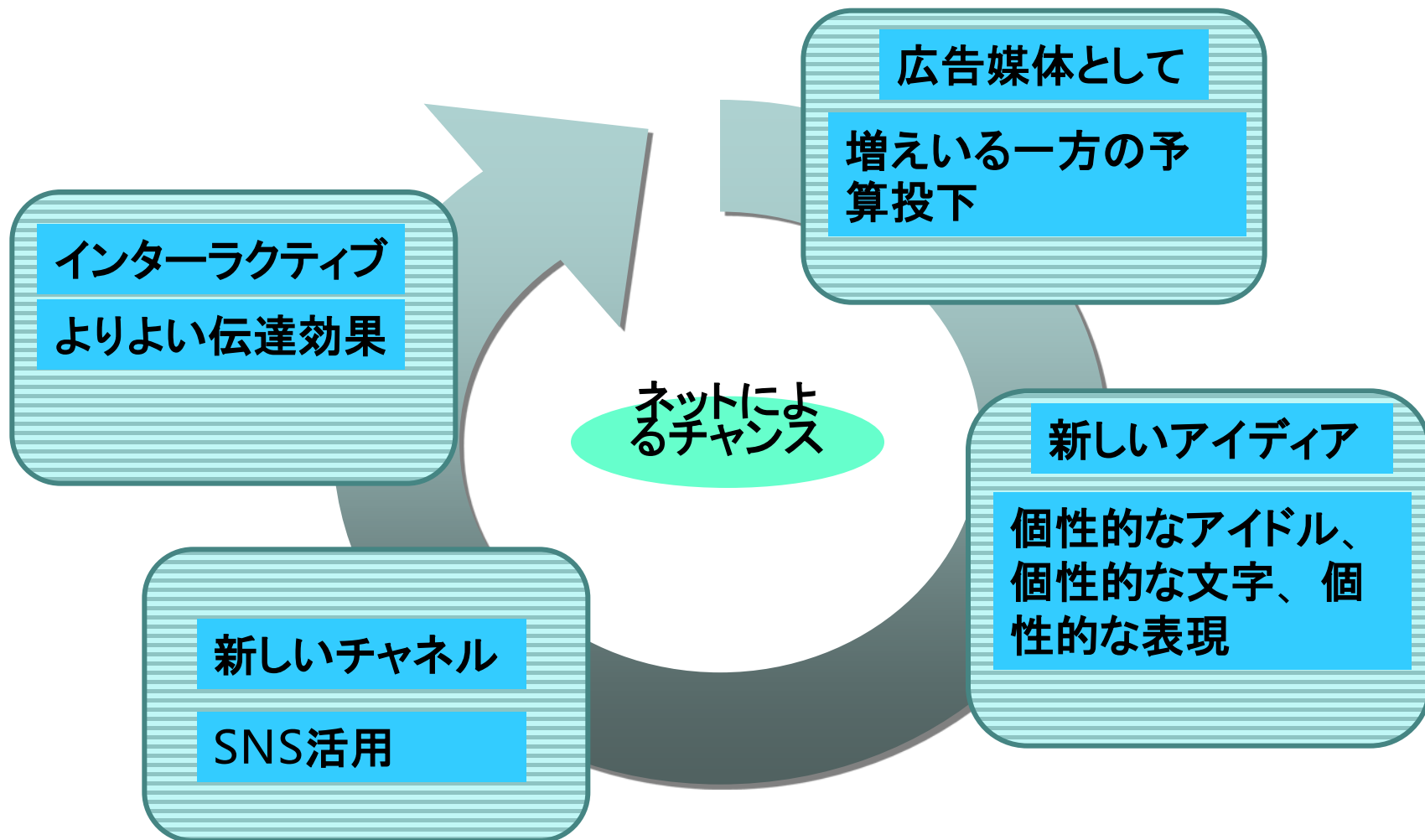
ネットショッピングの勢い

ショッピングサイトは嘗てない勢いで発展している。
また、ショッピングサイトは口コミ情報の検索サイトとしても活用される。

ネットショッピング

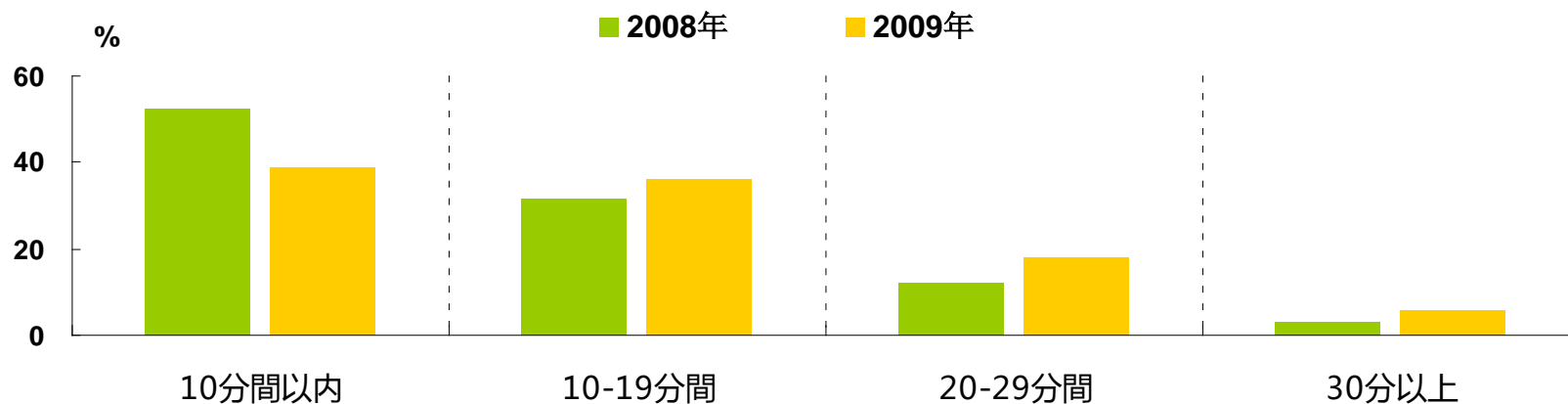


ネットパワーに生まれる 新しいビジネスチャンス



角度四：美男マーケット

「あなたは、朝の身支度にどのくらい時間をかけていますか」、これはH3にある一つの質問で、毎年一万人あまりの対象者に聞いている。2009年男性の身支度平均時間は2008年より5分間長くなった。この5分間を作り出したのは、色々な男性向け商品であろう。



男性の美意識

中国で最初に男性化粧品に目を向けたのはBIOTHERMだった。長年の努力は報われ、三分の二ハイエンド市場を3年続きで勝ち取っている。LOREAL、VICHY、OLAY、NIVEA、MEHTHOLATUMなどもこの成長市場に力を入れている。

テレビや、駅ホームで男性化粧品の広告は行き先で目に入る。嘗て、石鹸で洗顔する男性は、自分専用の洗顔料を求めている。スキンケアを入念にしている。中には男性エステに通う人もいる。



男性の美意識

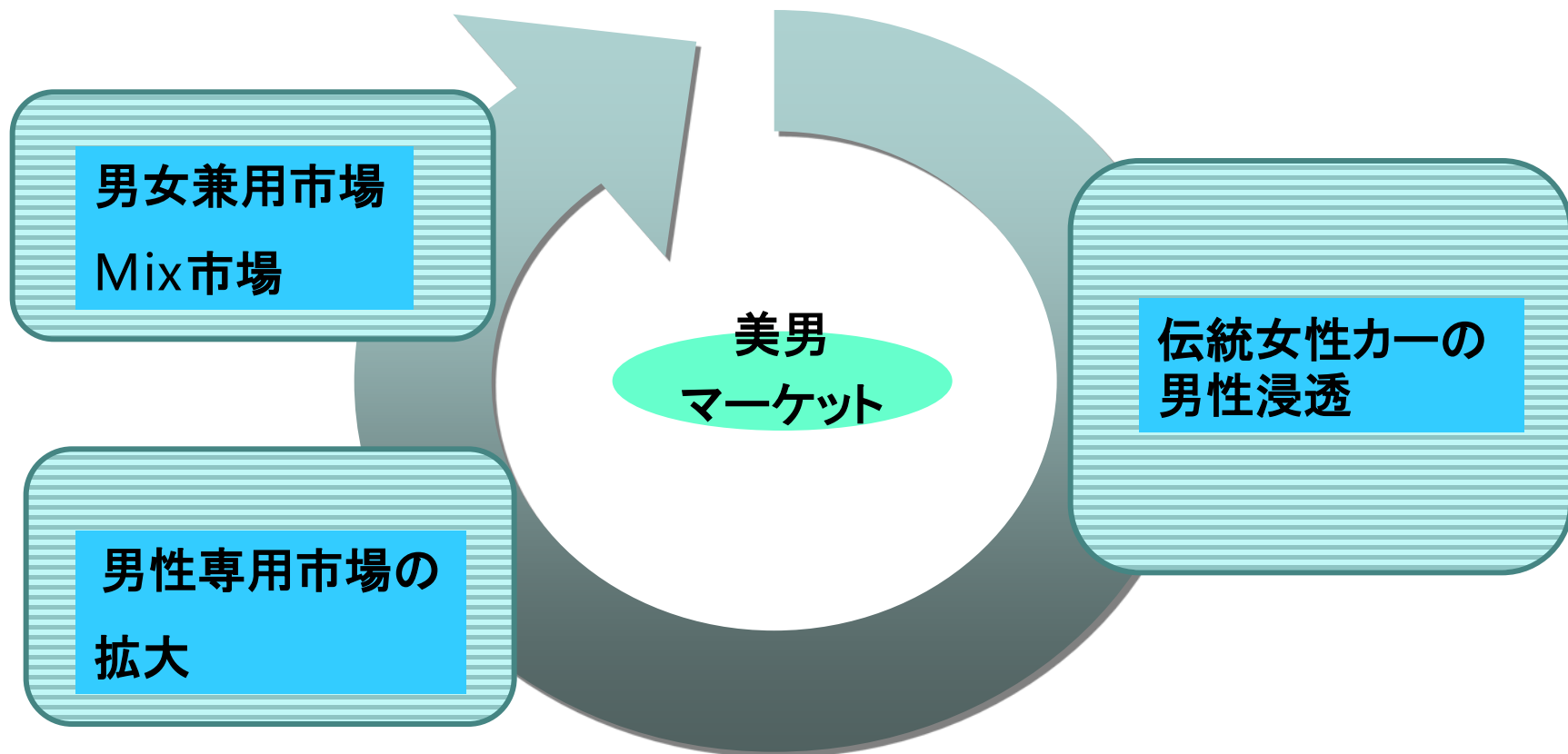
男性の美意識は顔だけではない。服装や装飾品でも意識が高まっている。例えば、個性的な時計、機能性とデザイン性共に優れるカバン、更にアクセサリ類がある。



伝統的な女性カラーも男性に人気



美男マーケットに生まれる 新しいビジネスチャンス



角度五：心身健康の為ごと

粉ミルクのメラミン混入事件以来、人々は製造工程の安全、または原材料の安全に非常気を使っている。「天然」、「有機栽培」は安心するキーワードとされている。



体の健康に伝統的な健康理念

薬の乱用問題から漢方医学が見直された。分かりやすい書物が売れ行きが好調で、その思想に踏まえて作られた飲み物は億元の市場を作り出している。

非健康生活に対応する保健方法。

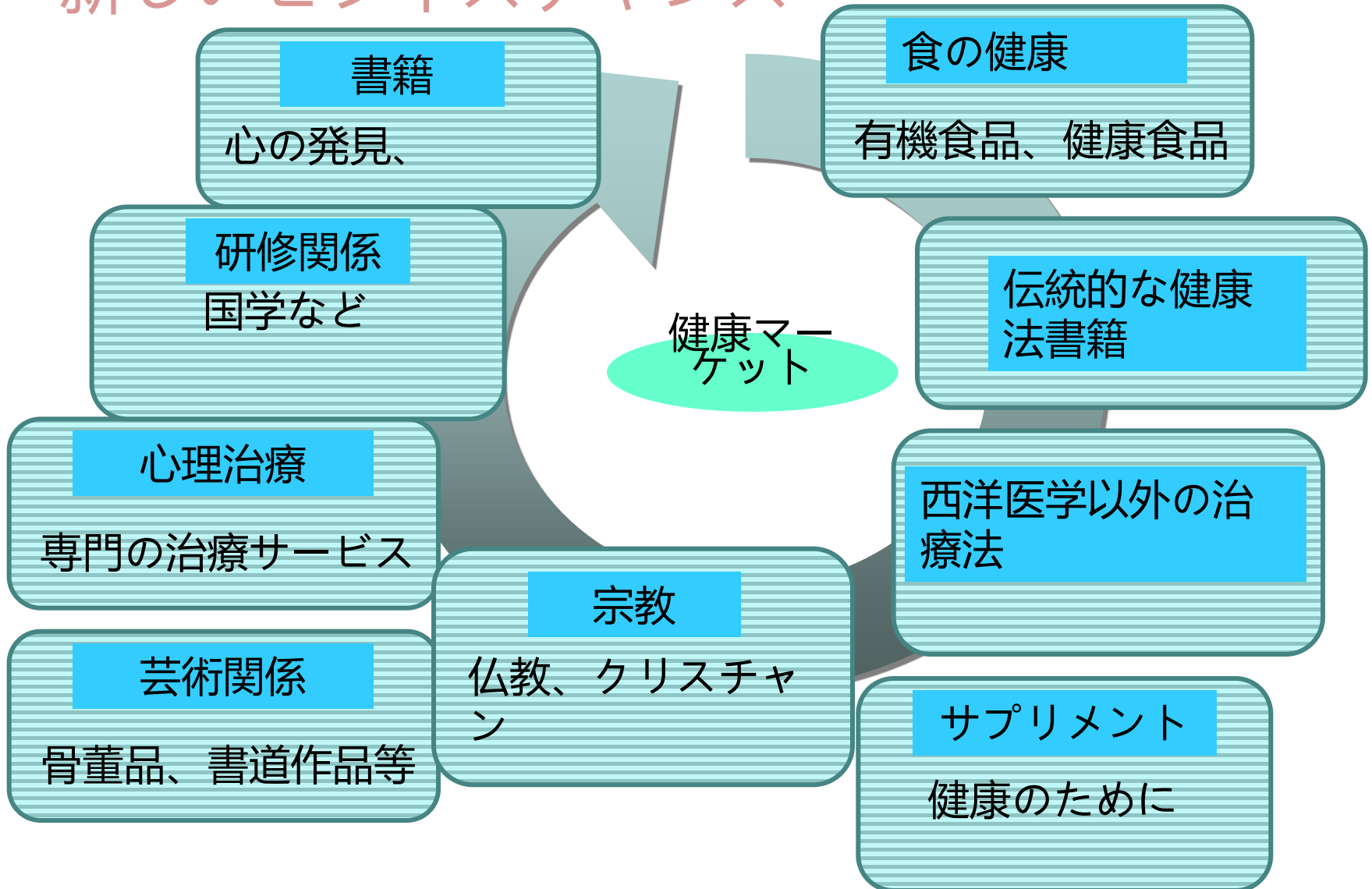


心の健康に国学と宗教の力を

心を穏やかにするために、心を豊かにするために、人々は「国学」に知恵を借りる。「国学」とは中国の昔からの学問、人、ことをさす。歴史の長い中国だから、色々な教えが昔からあった。それは現代社会の問題解決につながる。その代表例として、中央テレビCCTVの「百家講堂」番組や、各有名大学の「国学」講座がある。また、宗教的発想の「霊修」もとても人気がある。一昔なら、人々は「仕事の成功術」に夢中だったが、今は少しリッラク方向に一部の人が転じ始めた。



心身健康のために生まれる 新しいビジネスチャンス



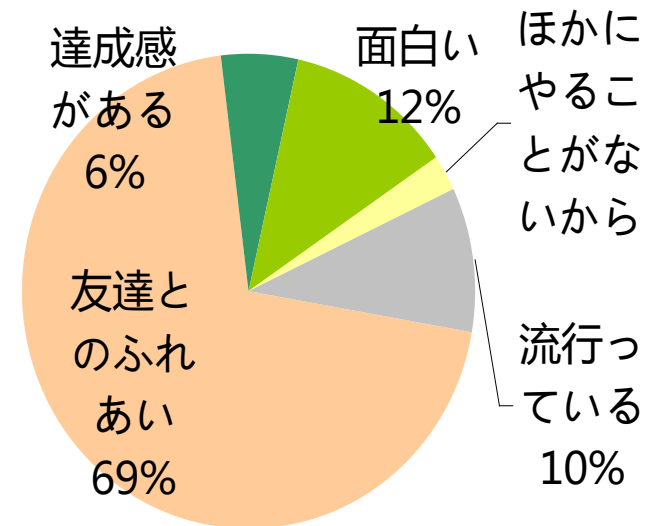
角度六：孤独と娯楽

「われが食べているのは面ではなく、
孤独だった。」

とネットに掲載した。共感を呼んだのか「われは〇〇ではなく、孤独だった」とのコピー作品がたちまち寄せられ、一時「孤独の大合唱」がネットで上演された。やっぱり共感しやすいだけに反響が大きかった。



孤独の故に「偷菜(野菜を盗むこと)」を

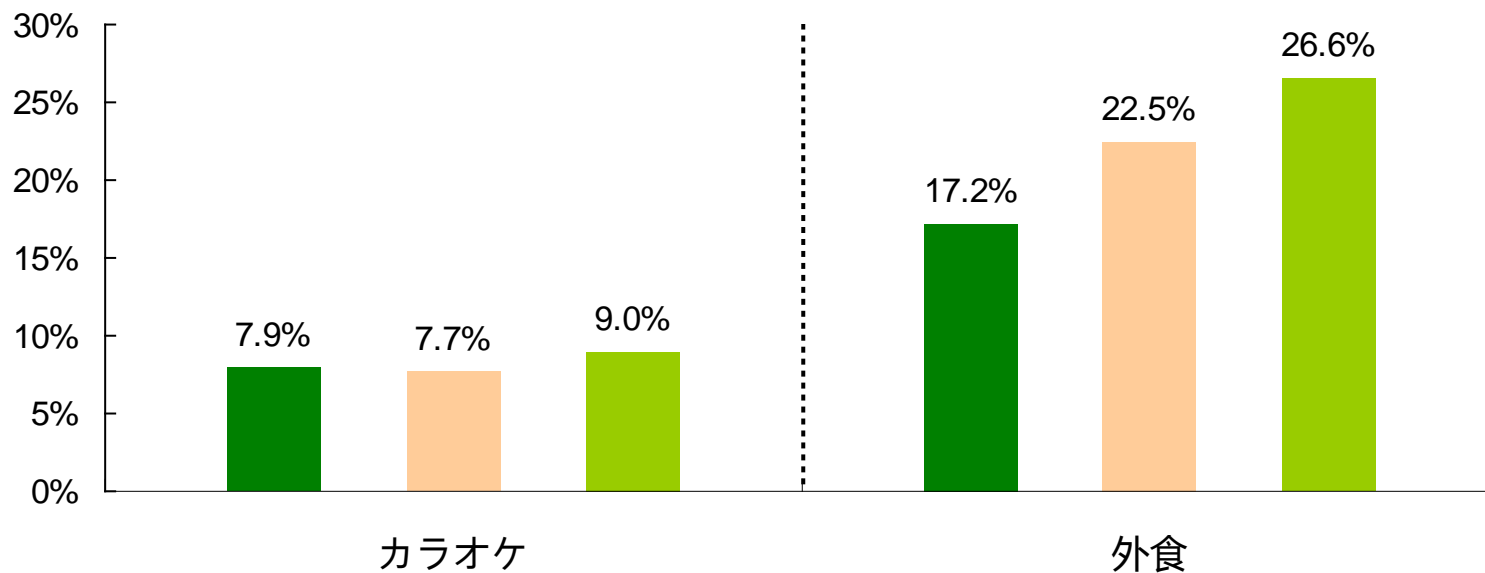


孤独の故に外食とカラオケを

家族やお友達と会って食事をしたり、カラオケ行ったりするのはもっとしたいというのが調査で分かる。それは癒しになる。



■ 今年はじめた ■ 今年増えた ■ これから増える



孤独の故に旅行を

海外旅行はもちろん嬉しいが、できないときに週末の小旅行も満足。週末になると、都市を出る高速は常に渋滞している。高速鉄道の開通で、都市間の行き来が簡単且つ盛んになっている。



孤独感を退治するために生まれる 新しいビジネスチャンス

