

中国人のリベンジ消費に備えよう

今、日本企業がなすべきことは何か。

CM-RC.com 株式会社中国市場戦略研究所 代表
多摩大学大学院 客員教授

徐 向東

回復しつつある生産と消費

4月以降、中国ではコロナウイルスはほぼ終息し、生産も消費も回復している。

中国税関総署が5月7日発表した2020年4月の貿易統計(ドル建て)によると、輸出は前年同月比3.5%増の2002億ドル(約21兆3千億円)。生産活動の回復ぶりをみせた。

中国は今年の5月1～5日の間に連休を取り入れたが、連休中の国内旅行者数は延べ1億1500万人、旅行会社は67億4000万ドル(約7200億円)の売り上げを達成した。ネット上の商品の売り上げは去年の同期より36.3%も増加している。上海、重慶、浙江省などの自動車販売も伸びている。大型家電のネット販売では倍以上増加のケースもある。飲食業や宿泊施設などもすでに去年の約7割の水準に回復している。

過去4年で最大の売り上げも

実はそれより先に、3月8日の中国ネット通販の販促イベント「女王祭」では大きなリベンジ消費が起きていた。その様子から中国の今後の消費性向の変化をうかがうことができる。

3月8日はもともと「国際女性デー」。4年前から中国の通販最大手のアリババは、この日を「女王祭」と命名し大きな販促イベントとして育ててきた。今年の「女王祭」は過去4年間で最大の売り上げを達成した。特に良かった商品は、育児、スキンケア、ヘルスケア、医薬品

そして食品など。中国ではこれまで全土において外出を1カ月以上も控えるような事態が起きたことはなく、地震の多い日本とは違い、家に日常生活用品をある程度蓄えておく発想もなかった。だが、今回を機に生活用品、そしてスキンケア、ヘルスケア商品など、ある程度の蓄えが必要だという発想が生まれた。さらに、緊急事態で国際物流が滞ると愛用している海外商品が手に入らなくなることも周知され、越境ECの売り上げ増につながった。

「本当の価値」を求める気運向上

エステローダーは中国で「パーフェクショニスト」という新商品を発売した。この商品は女王祭前夜祭の予約販売で3万本も売り上げ、女王祭の全店舗売り上げは16億円を超えた。我々はこの事例を徹底分析してみた。パーフェクショニストは単価1万円ほどの基本的にデパコス(デパートの化粧品売場)で売られている



人気アプリにアップされたエステローダー新商品のレビュー