

ENtrance株式会社

中国越境EC市場

2021.07.26



目次

一、中国越境EC市場概況

中国GDP成長ともなう越境EC市場の変遷

中国越境ECの市場規模・成長率変遷

中国越境ECの利用者数の変遷

中国越境ECの代表プレイヤー

中国越境ECのサプライチェーン

中国越境EC商品の産地（国・地域別）

618商戦速報（売上・人気商材）

618商戦速報（日系ブランド）

二、中国越境EC利用者消費動向

中国越境EC利用者の割合（年齢別）

中国越境EC利用者の割合（男女別）

中国越境EC利用者の割合（地域）

P 3

P 4

P 5

P 6

P 7

P 8

P 9

P 10

P 11

P 12

P 13

P 14

P 15

中国越境EC利用者の割合（都市規模）

中国越境ECプラットフォーム選定時の注目点

中国越境EC商品選定時の注目点

ブランド力の重要性

ブランドの公式店で購入する傾向の理由

平均購入回数（年間）

平均購入金額（年間）

三、国内ECとの比較及び今後の改善点

利用者満足度

越境ECの強み

中国越境ECの改善点

総括

P 16

P 17

P 18

P 19

P 20

P 21

P 22

P 23

P 24

P 25

P 26

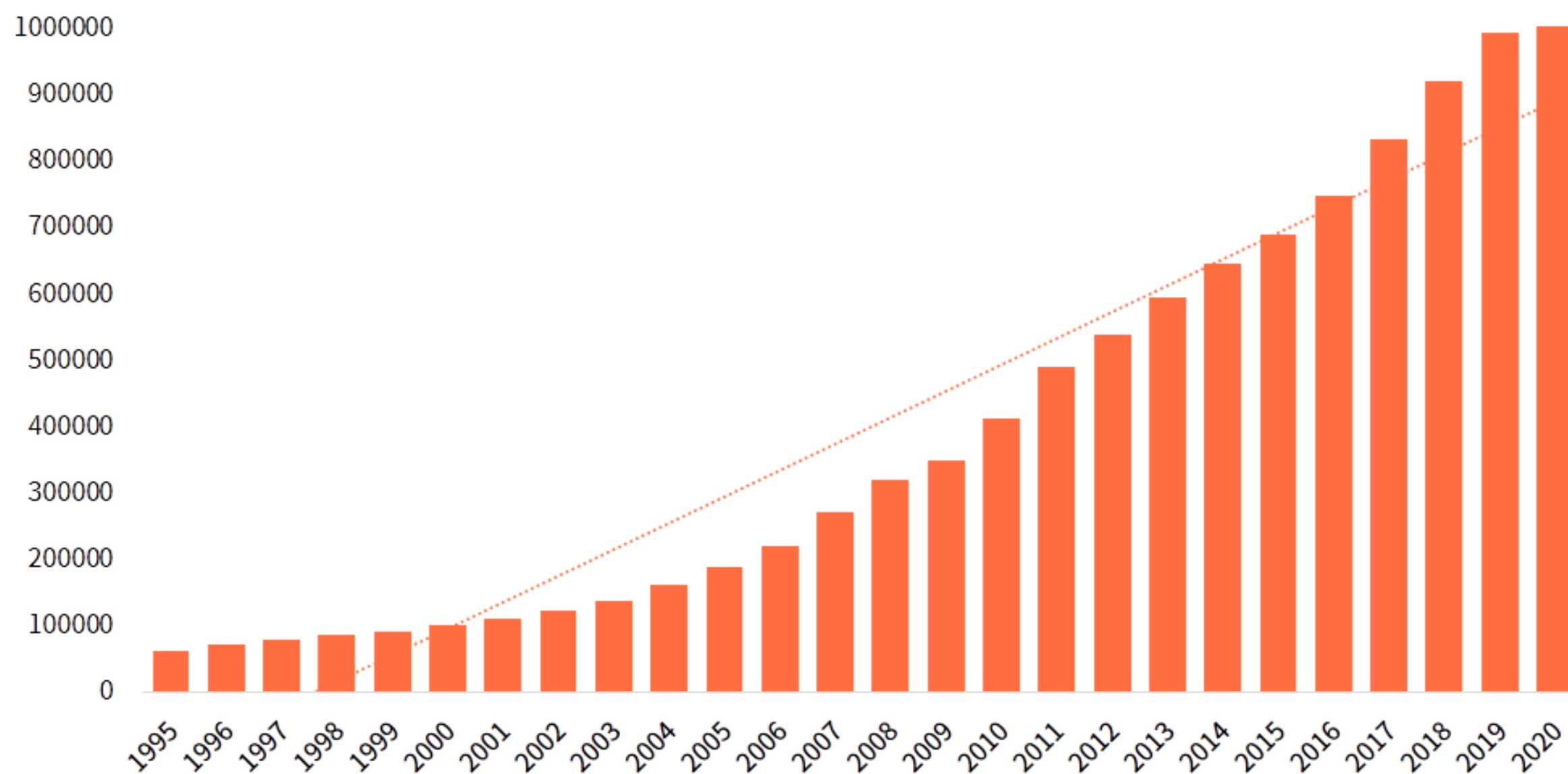
P 27

一、中国越境EC市場概況

中国GDP成長ともなう越境EC市場の変遷

2020年、中国の国内総生産は100万億元（1700兆円）を超え、一人当たりのGDPは1万ドルを超えました。

中国の経済力は平穩的に増加し、消費の拡大を促進することに大きなメリットがあります。

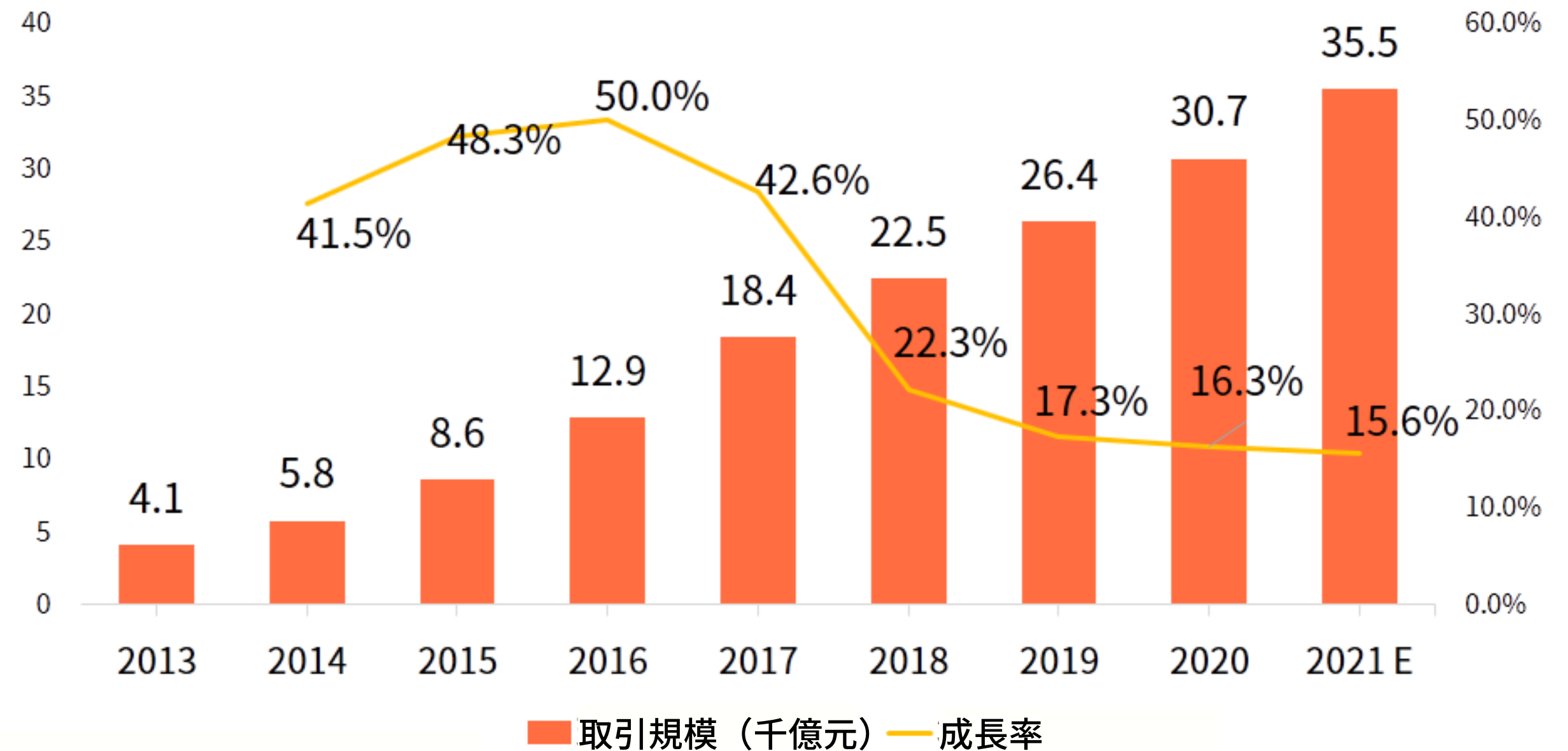


出典：艾媒咨询

中国越境ECの市場規模・成長率変遷

2019年中国越境ECの取引額は2.64万億元（45兆円）に達し、2020年は3.07万億元（52兆円）です。

2021年の取引額は3.55万億元（60兆円）に達する見込みです。

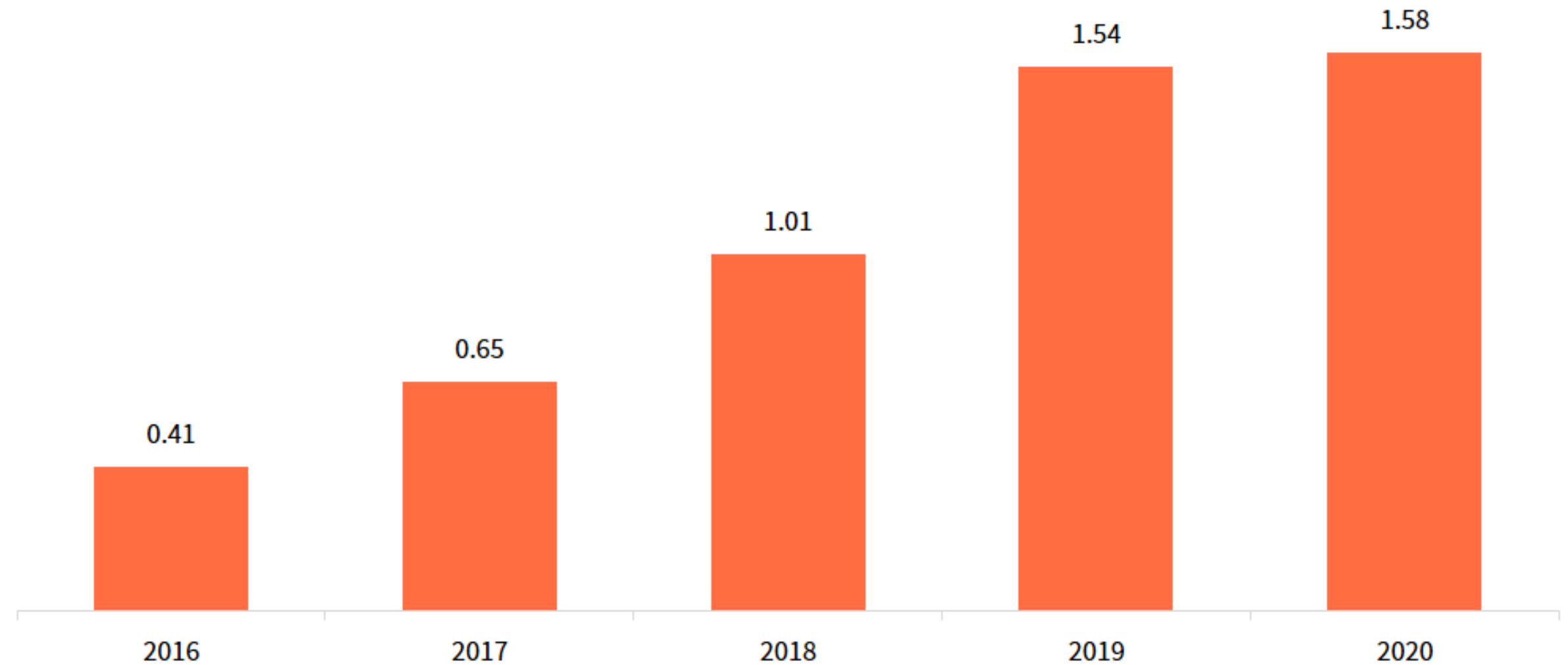


出典：艾媒咨询

中国越境ECの利用者数の変遷

2019年中国の越境ECの
利用者数は1.54億人

2020年の利用者数は1.58
億人に達しました。



出典：艾媒咨询

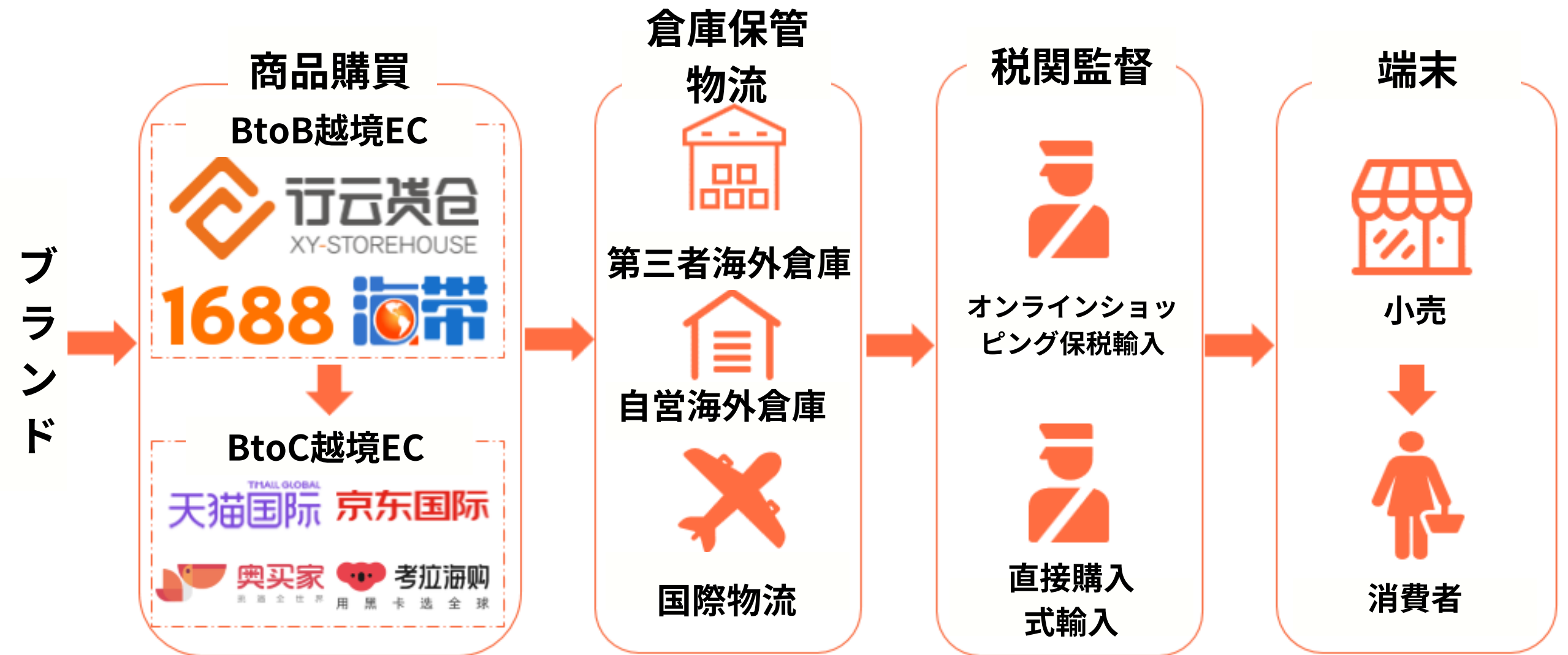
中国越境ECの代表プレイヤー



出典：公開資料

中国越境ECのサプライチェーン

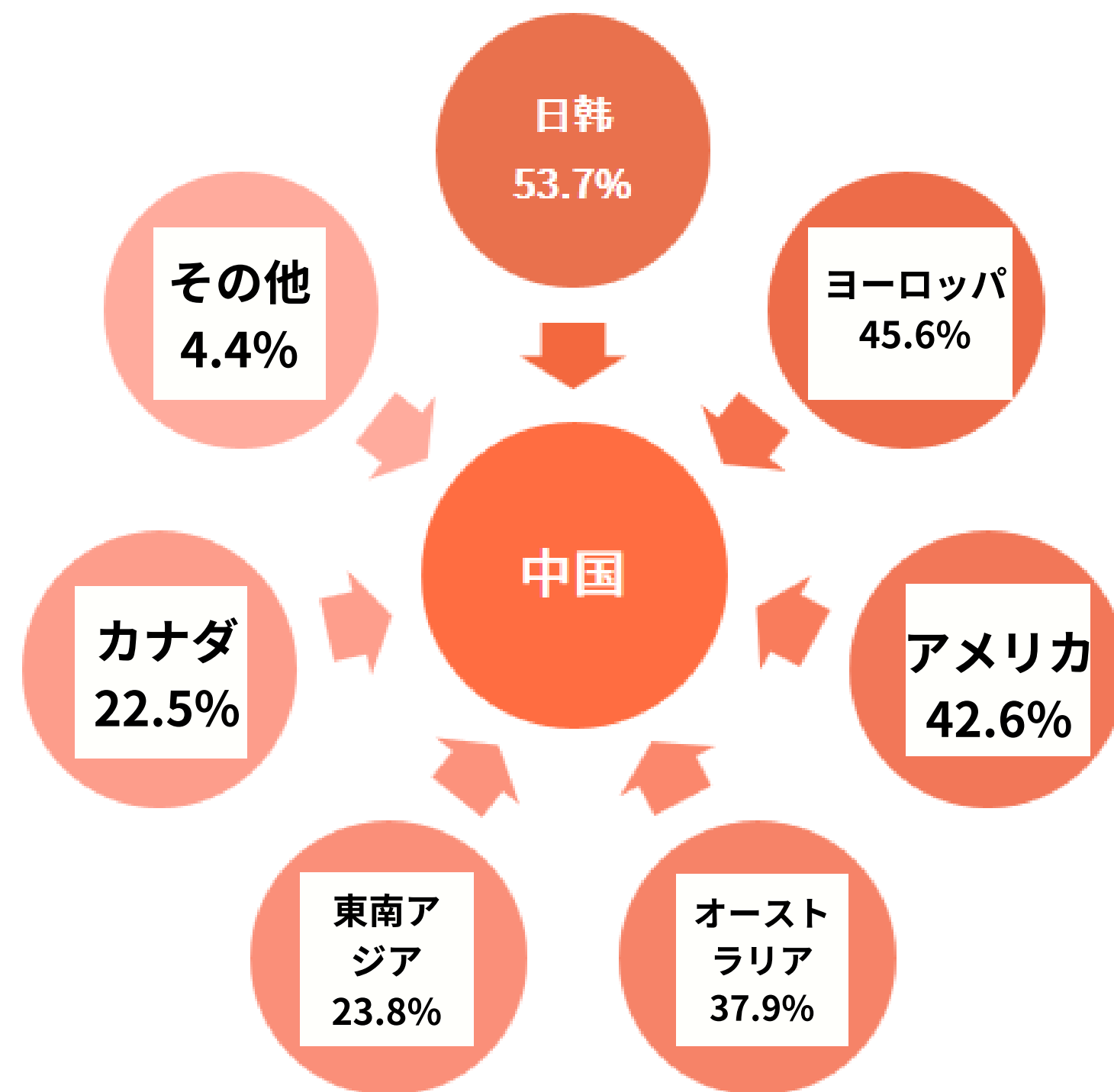
国内ECと比べると、越境ECはサプライチェーンがより長い、操作がより難しい、越境ECサイトは国際物流、決済手段、通関などの問題を解決する必要があります。



出典：艾媒咨询

中国越境EC商品の産地（国・地域別）

データによると、日韓の商品は中国越境ECの中で最も人気であり、全体の53.7%を占めます。

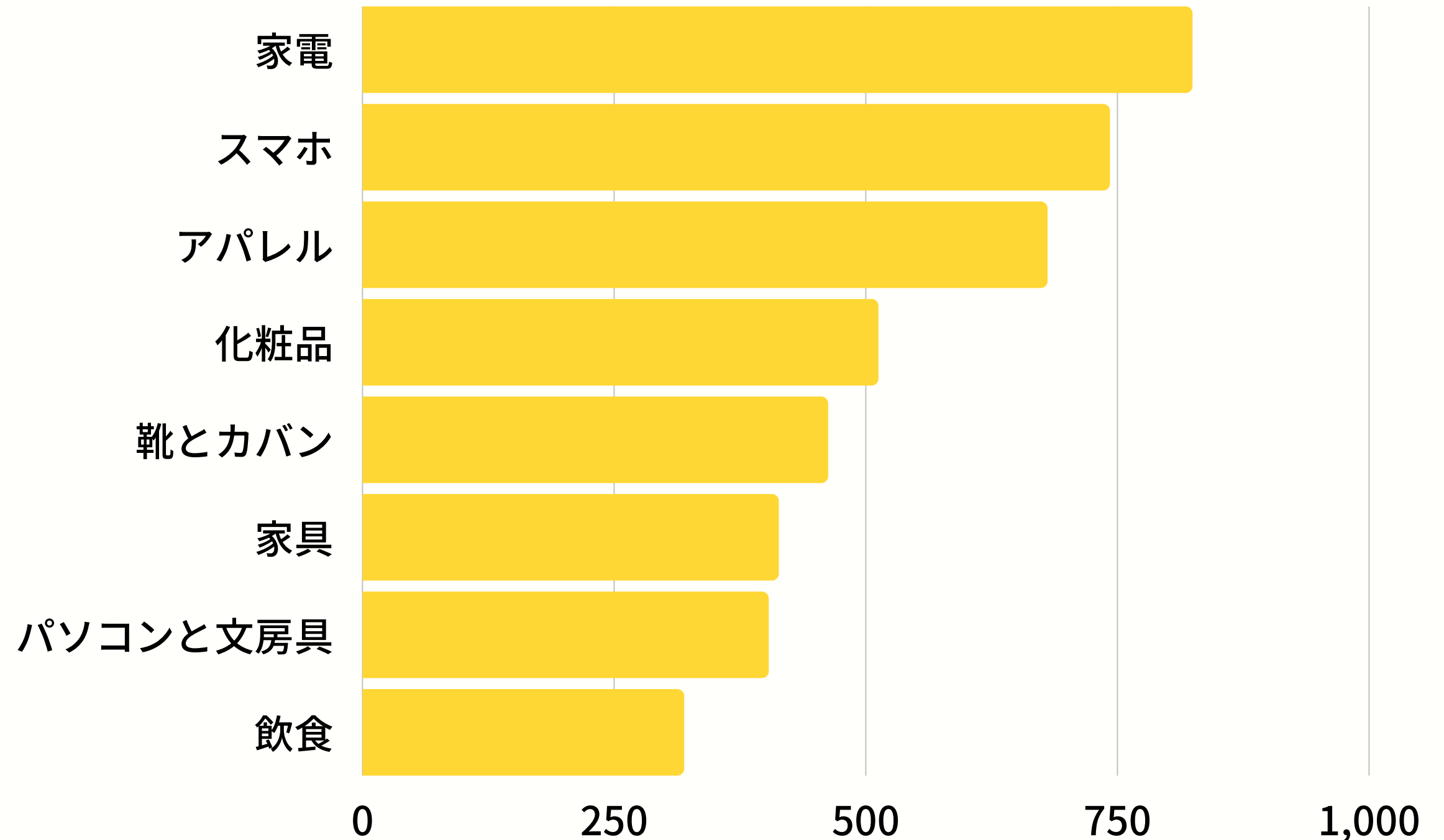


出典：艾媒咨询

618商戦速報（売上・人気商材）

2021年618の総売上は5784.8億元（9.8兆円）に達しました。

人気カテゴリは、家電、、スマホ、アパレル、化粧品です。



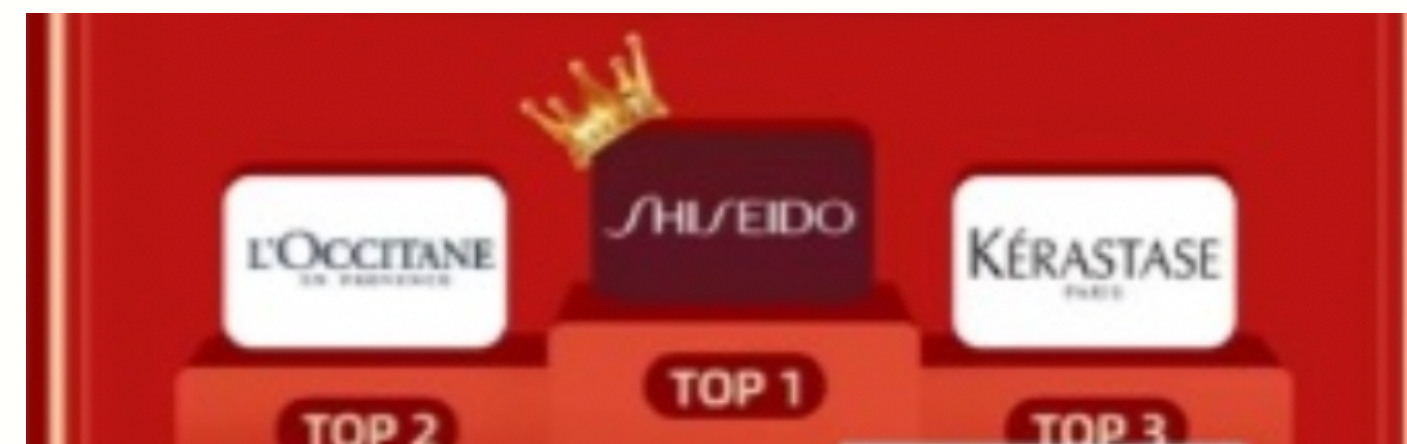
出典：搜狐

618商戦速報（日系ブランド）

618期間中、日本化粧品ブランドKATEは脂性肌ファンデーション追加購入ランキングの一位になり、公式販売店の売上は1000万元（1.7億円）に達しました。



考拉的618期間中、資生堂はスキンケアランキングの売上一位になりました。



京東の618期間中、キャノンは電子製品の売上三位になりました。

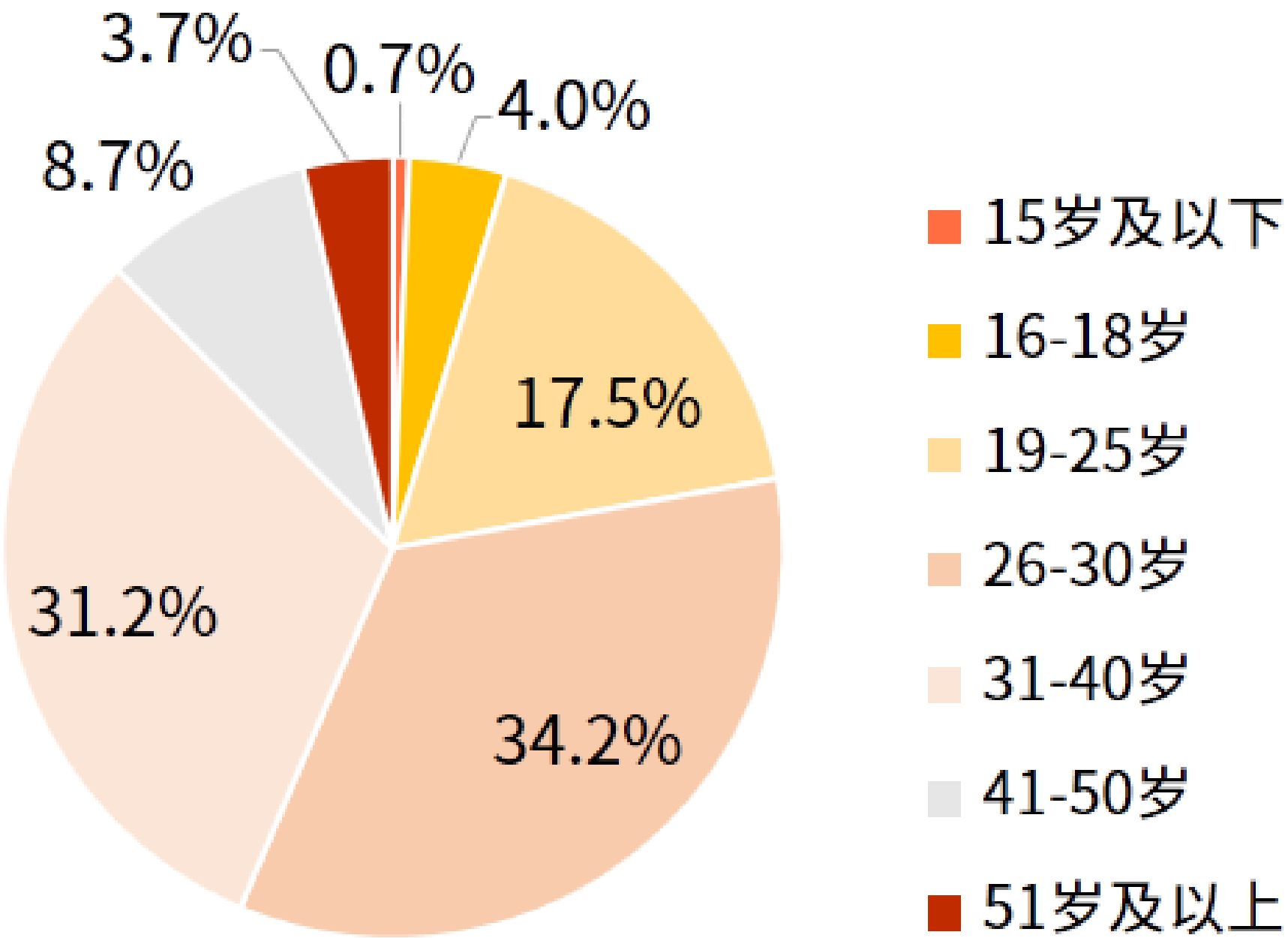


出典：天猫、考拉、京東

二、中国越境EC利用者消費動向

中国越境EC利用者の割合（年齢別）

中国越境EC利用者の中で、26-30歳の利用者は主力であり、全体の34.2%を占めます。



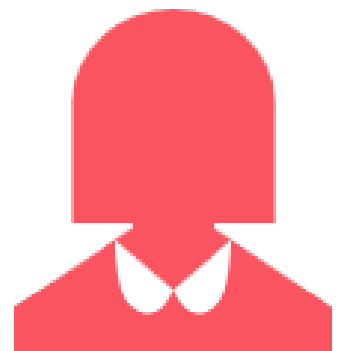
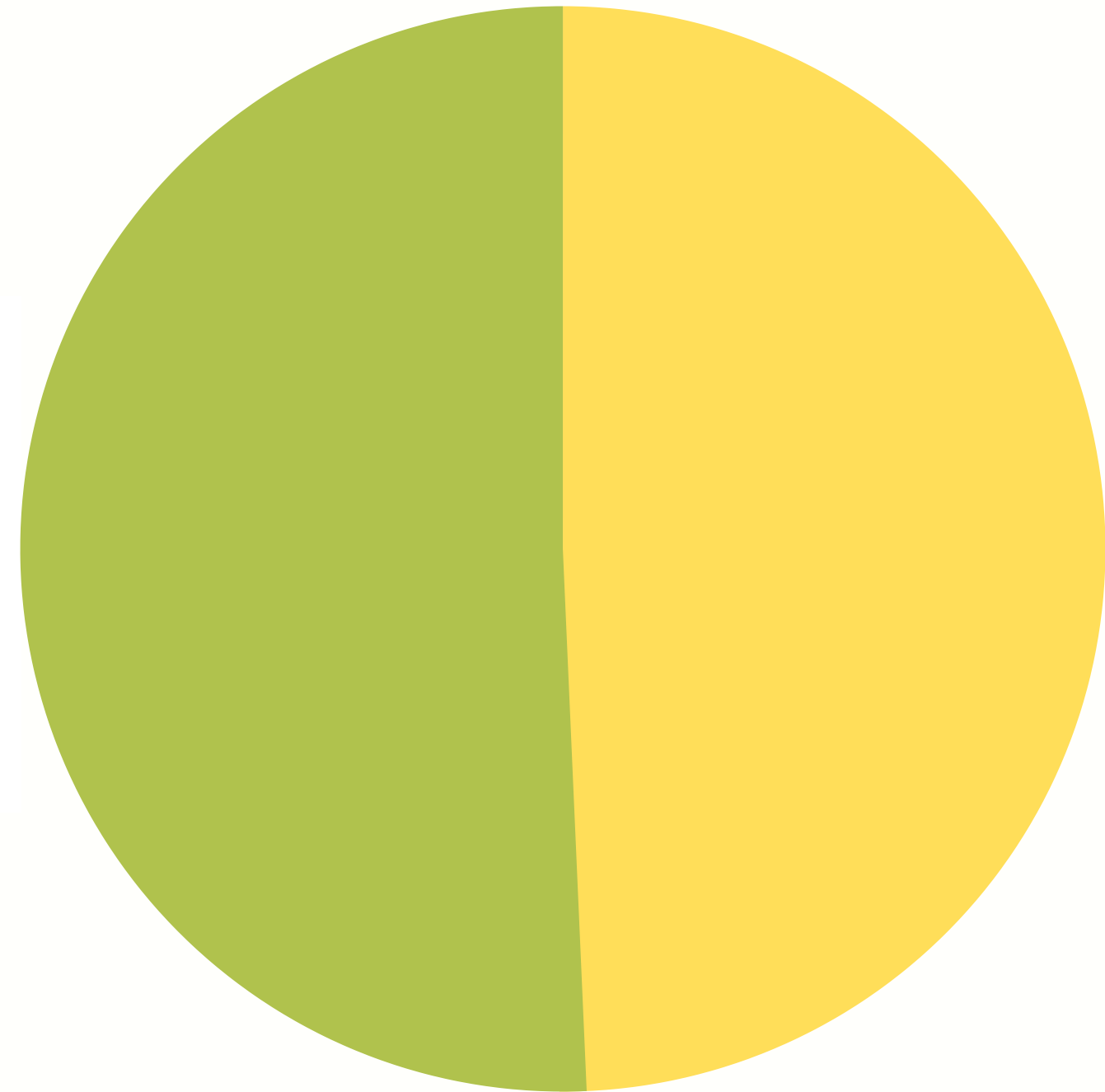
出典：艾媒咨询

中国越境EC利用者の割合（男女別）

中国越境ECの利用者の中で、男性は49.3%を占め、女性は50.7%を占めます。



49.3%

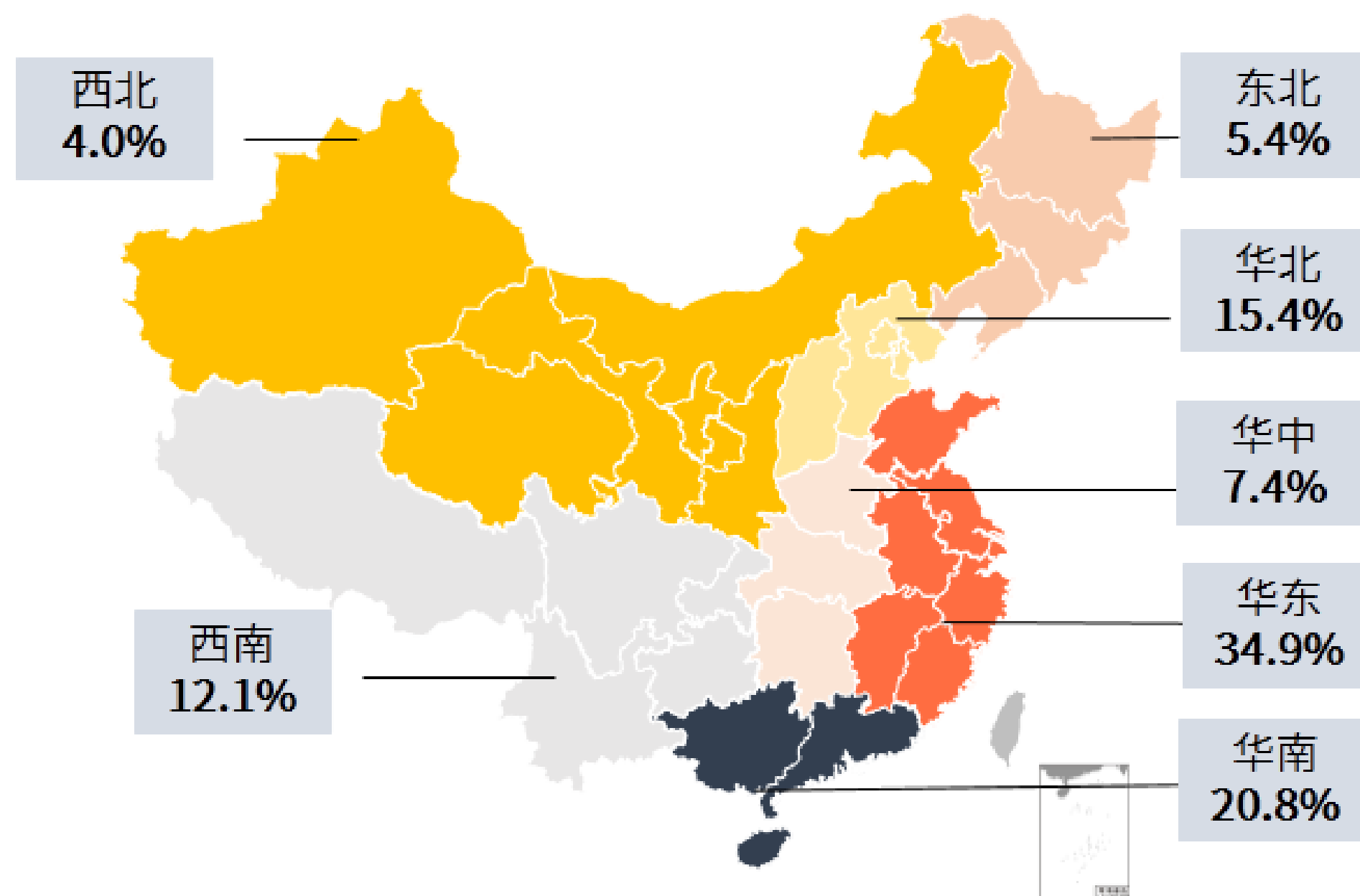


50.7%

出典：艾媒咨询

中国越境EC利用者の割合（地域）

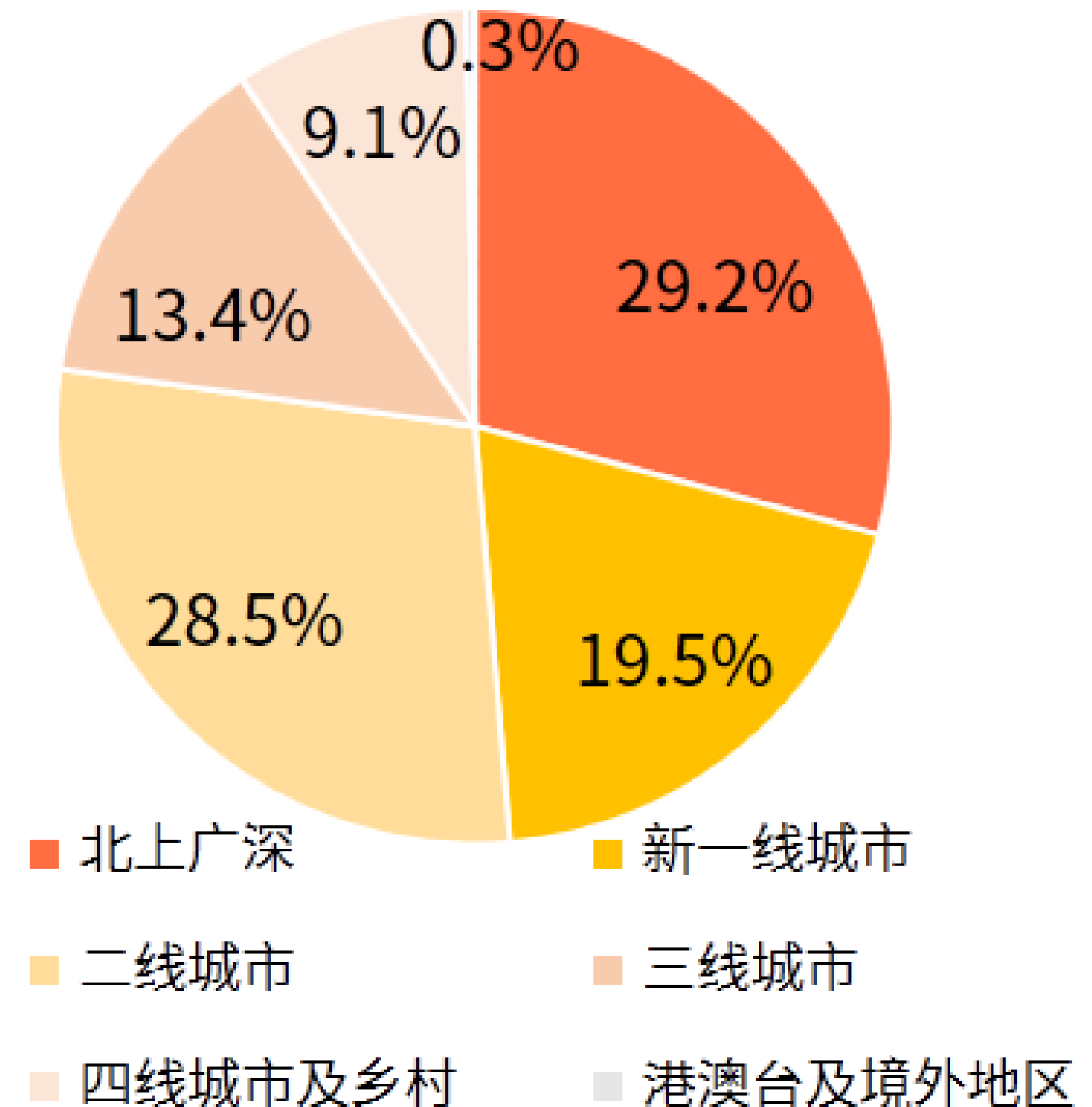
データによると、越境EC利用者の地域別のランキングの中で、華東、華南、華北はTOP3であり、それぞれ34.9%、20.8%、15.4%を占めます。



出典：艾媒咨询

中国越境EC利用者の割合（都市規模）

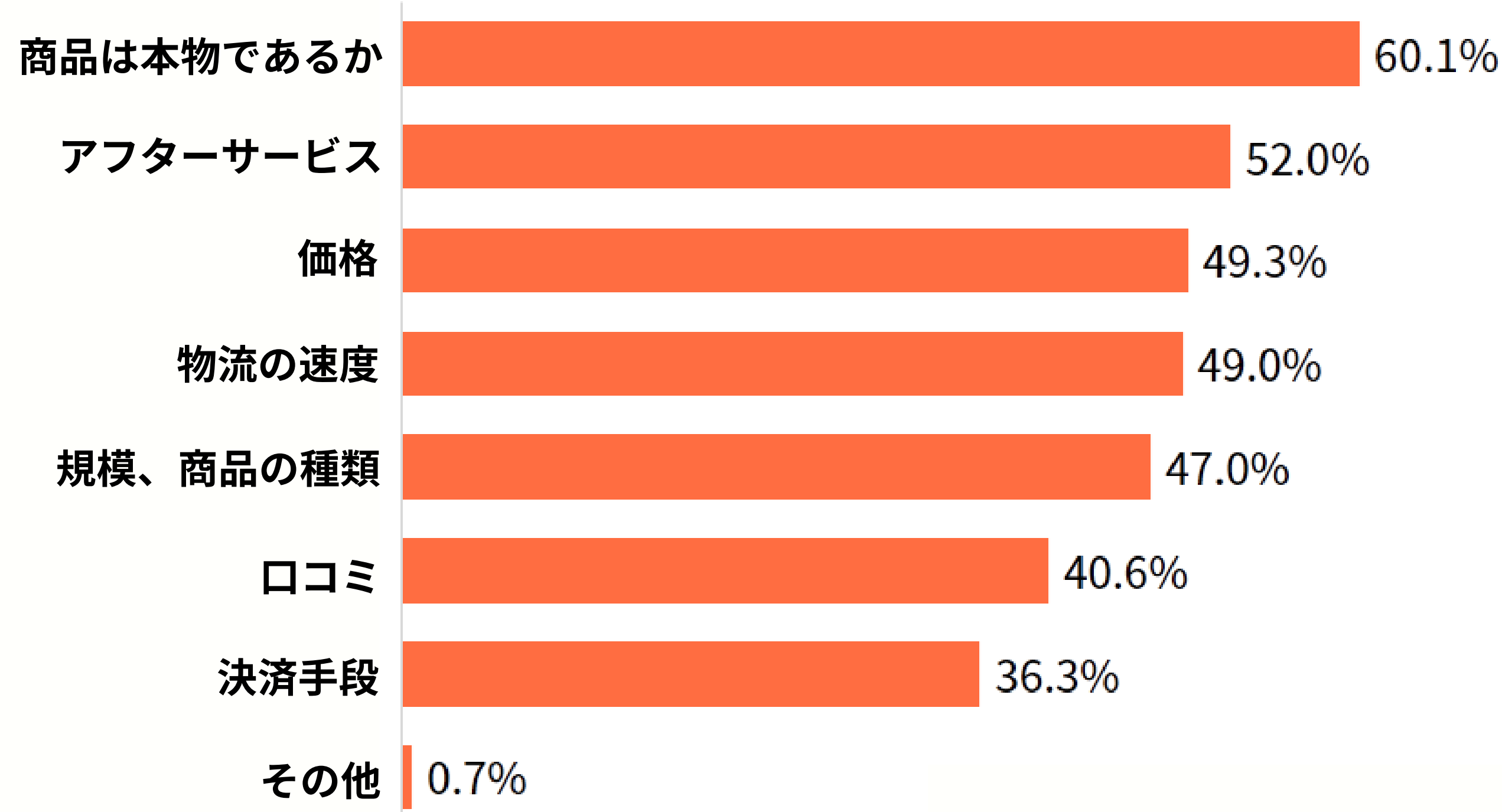
都市別のデータによると、北京、上海、広州、深圳、この4都市の利用者数は全体の3割を占めます。



出典：艾媒咨询

中国越境ECプラットフォーム選定時の注目点

60.1%の中国越境ECの利用者は越境ECサイトを選択する際に、一番重視することは「商品の真偽」、次はアフターサービス、三番目は消費の価格です。

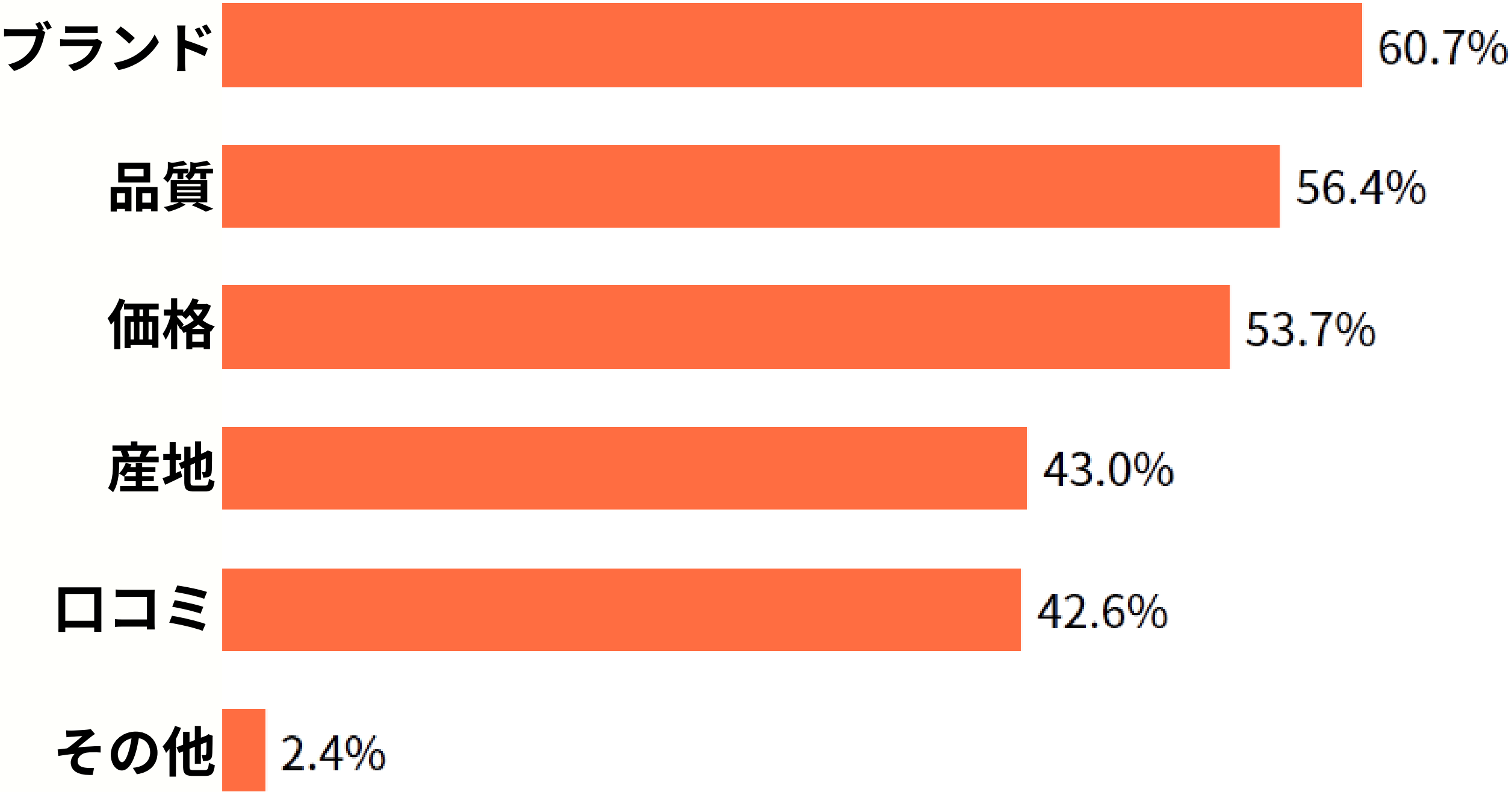


出典：艾媒咨询

中国越境EC商品選定時の注目点

データによると、越境ECで商品を選択する際に、商品のブランド力を重視する利用者は全体の60.7%を占めます。

商品の品質と価格を重視する利用者も全体の5割を超えます。

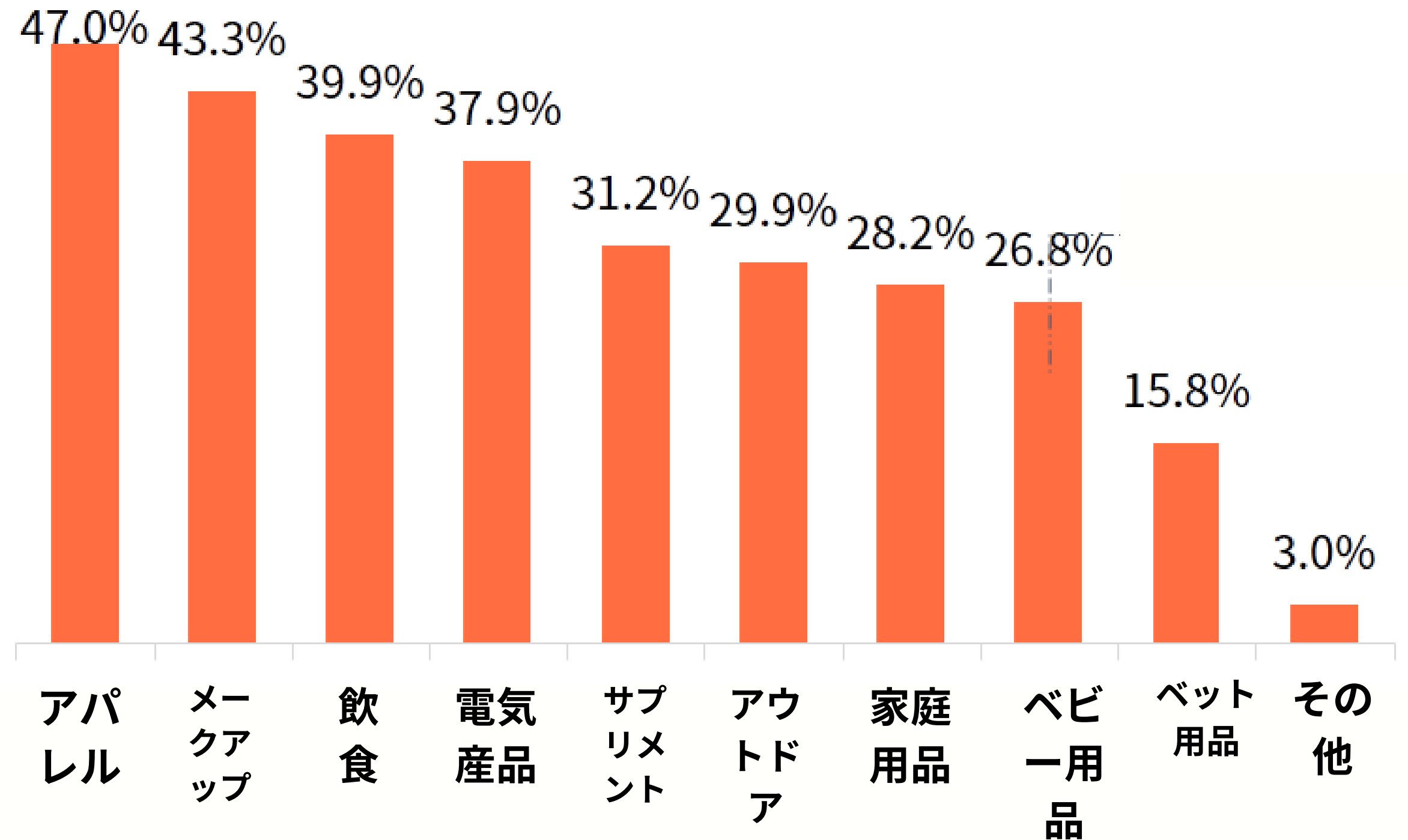


出典：艾媒咨询

ブランド力の重要性

アパレル、ギフト、バッグ、メイクアップ、スキンケアなどの商品は強力なマーケティングにより高利益率を有する商品です。

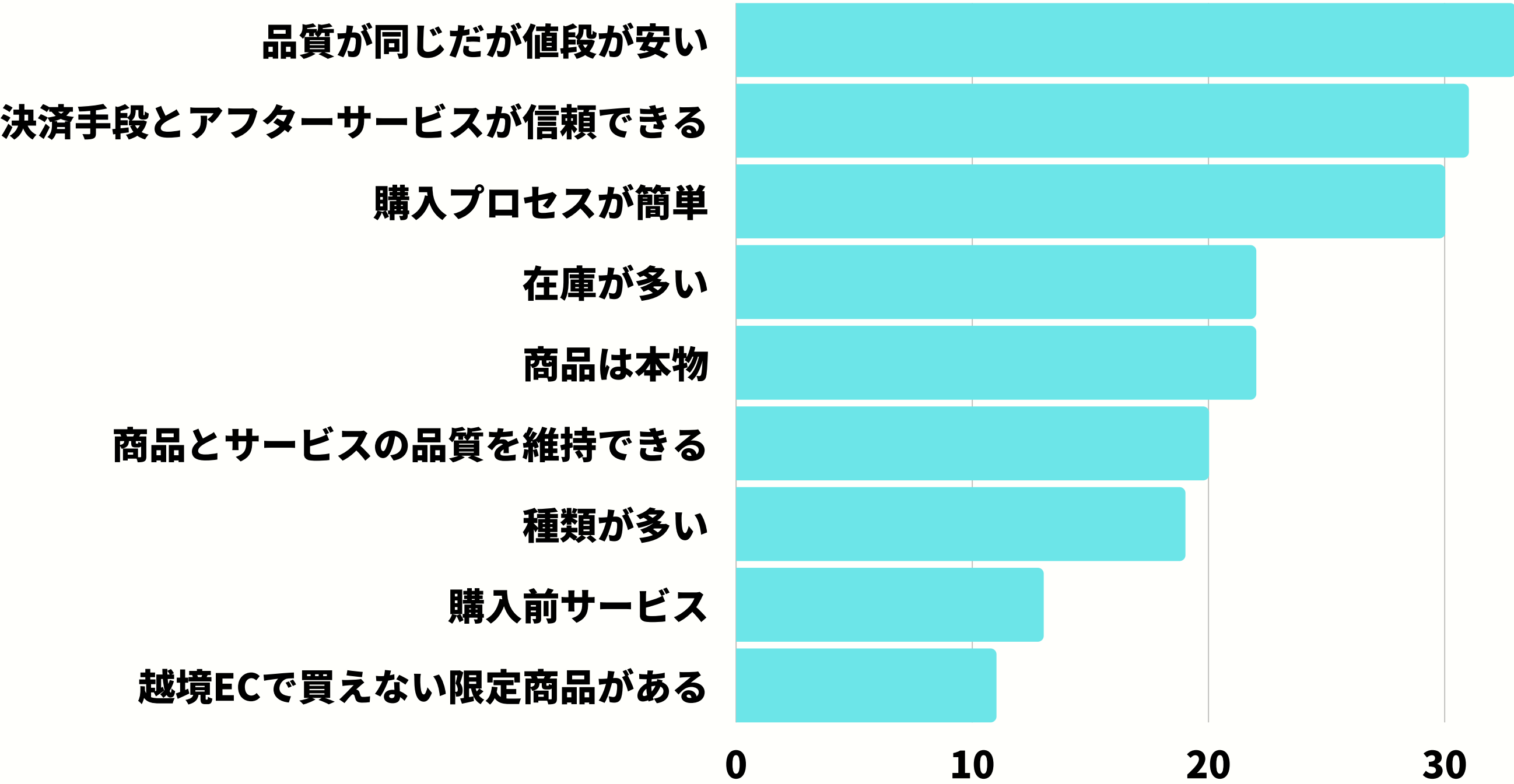
中国越境ECの利用者はこれらの商品のブランドに対してより高い要求があります。



出典：艾媒咨询

ブランドの公式店で購入する傾向の理由

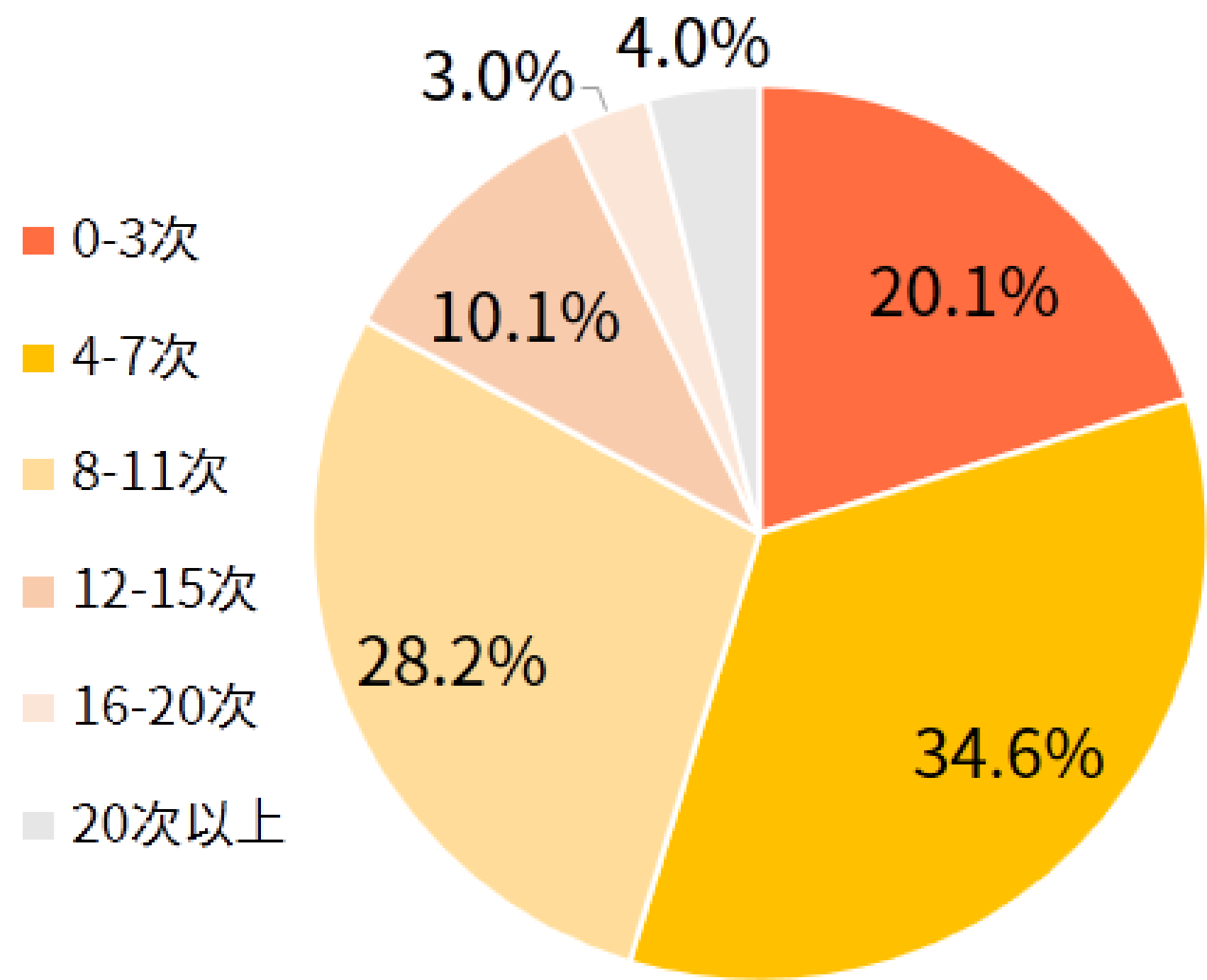
利用者はブランドの公式店で購入する傾向の一番の理由は、品質が同じの商品はブランドの公式店でより安価です。



出典：デロイト

平均購入回数（年間）

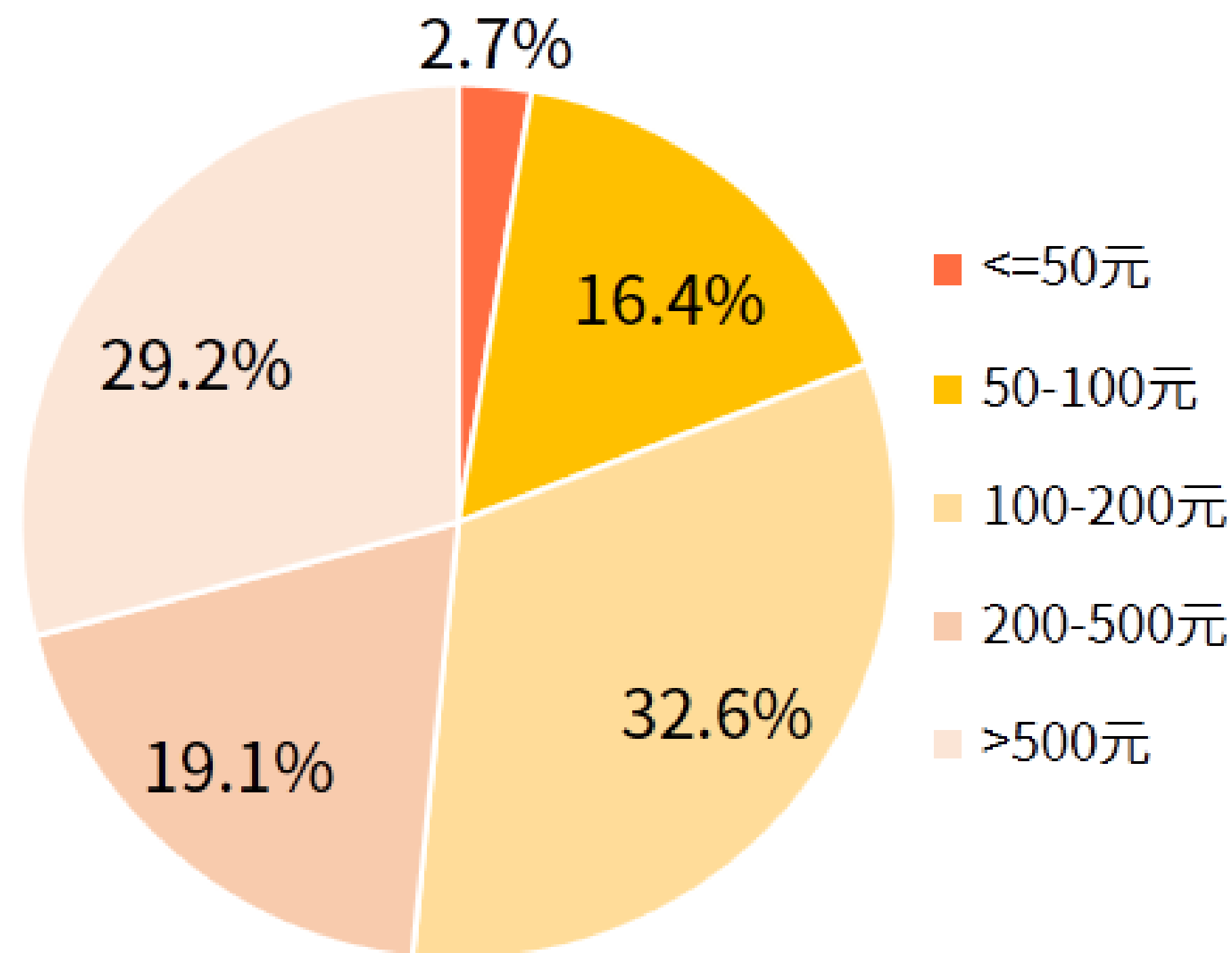
34.6%の利用者の年間
利用回数は4-7回で
す。28.2%の利用者は
8-11回を利用します。



出典：艾媒咨询

平均購入金額（年間）

32.6%の利用者の年間購入金額は100-500元（1700-8500円）です。29.2%の利用者の年間購入金額は500元（8500円）を超えます。

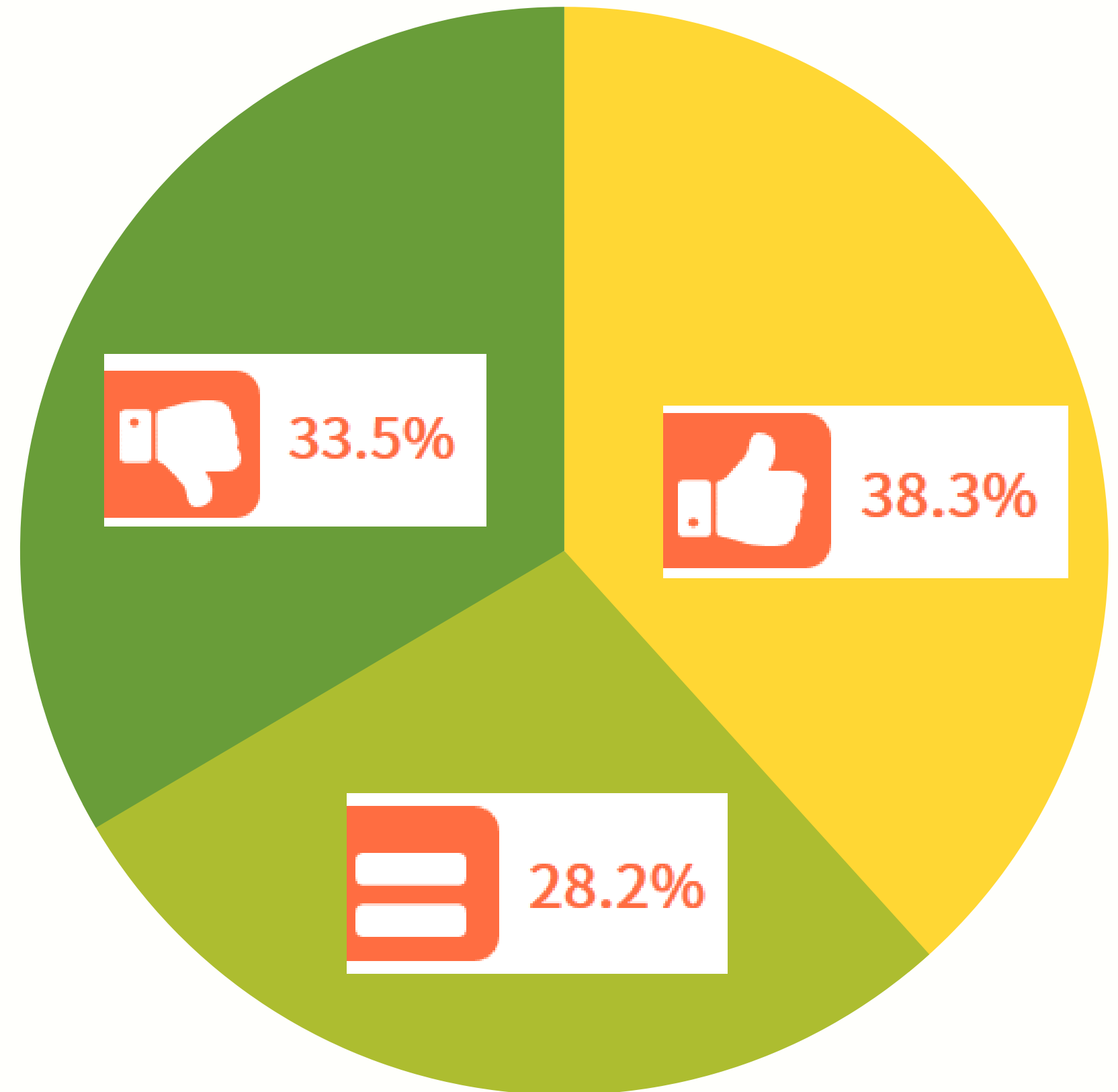


出典：艾媒咨询

三、国内ECとの比較及び今後の改善点

利用者満足度

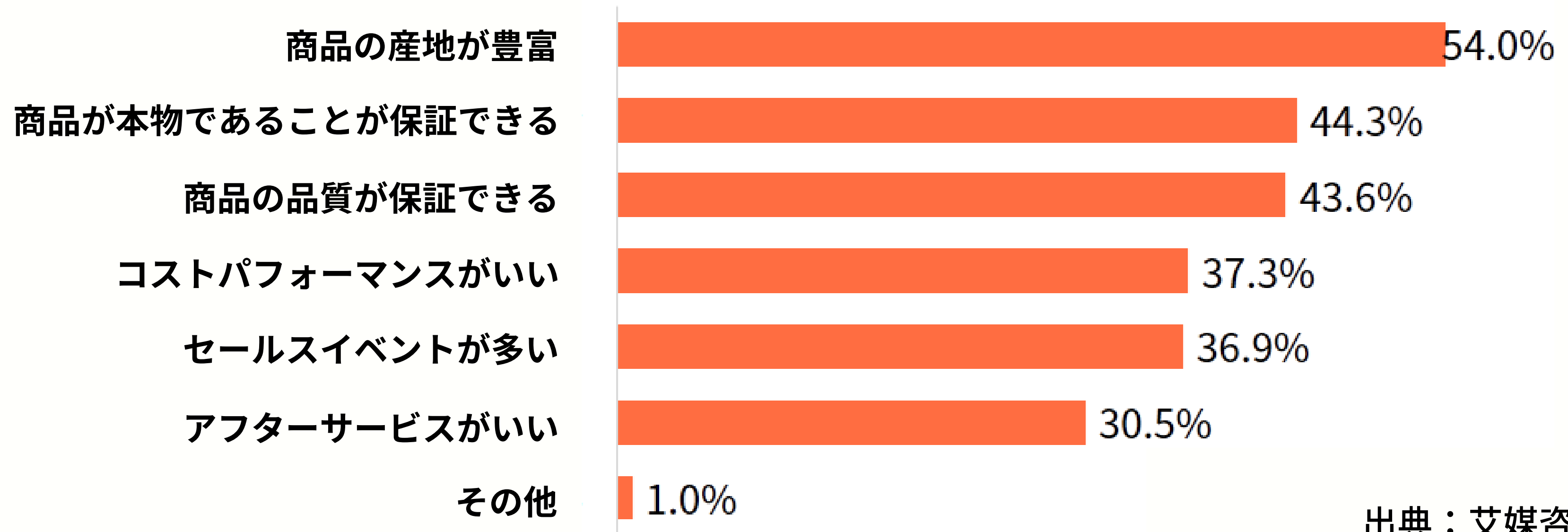
データによると、越境ECと国内ECでの購入体験を比べることに、38.3%の利用者は越境ECでの購入体験がよりいいと回答し、33.5%の利用者は国内ECでの購入体験がよりいいと回答しました。



出典：艾媒咨询

越境ECの強み

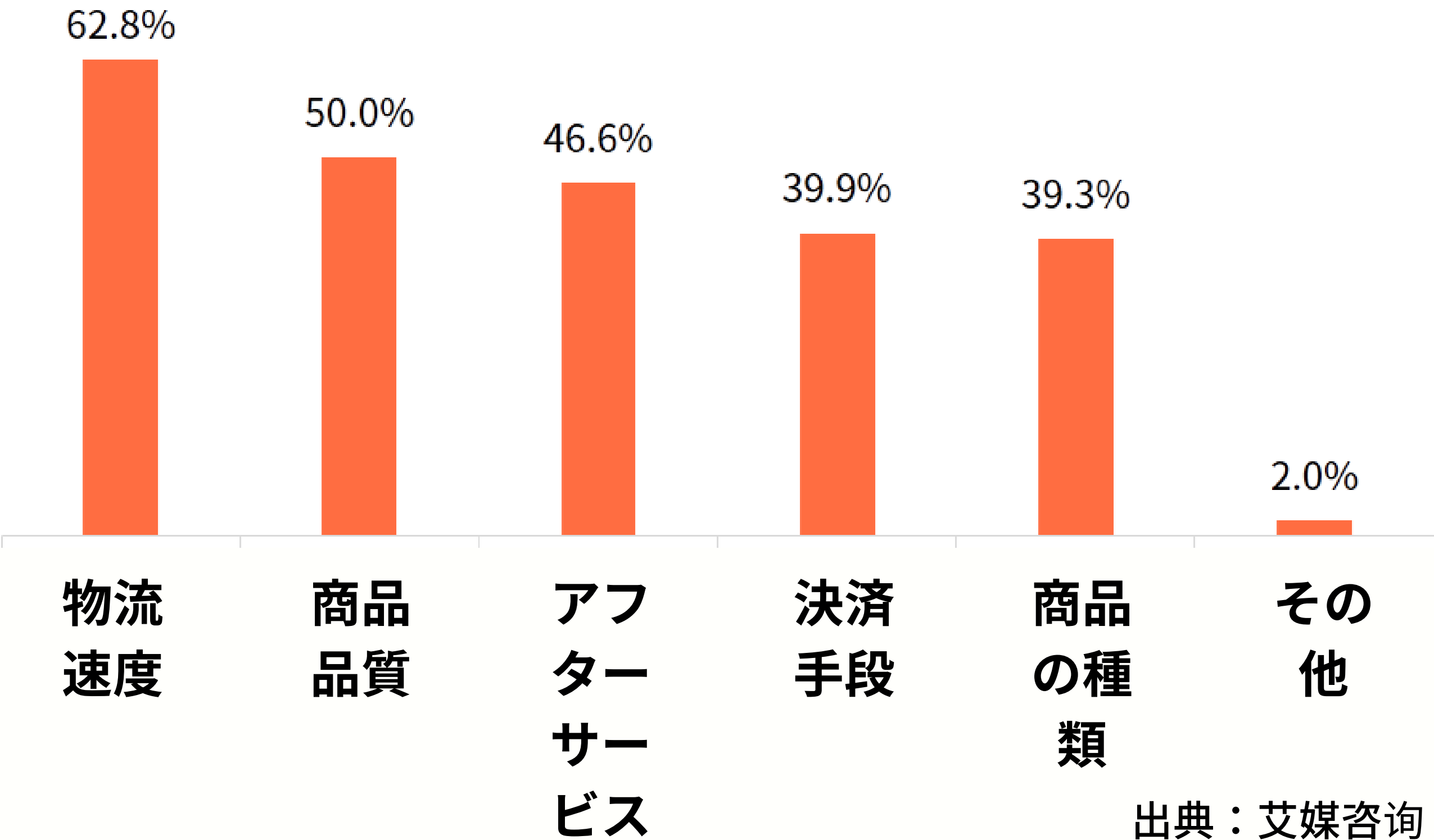
54%の利用者は国内ECと比べると、越境ECはより豊富な商品を有すると回答し、4割以上の利用者は商品の真偽と品質において越境ECは優勢があると思います。



出典：艾媒咨询

中国越境ECの改善点

データによると、62.8%の中国越境ECの利用者は越境ECサイトの物流はまだ改善する余地があると思います、その次は品質を守ることです。



出典：艾媒咨询

総括

- 1、中国の発展とともに、中国越境ECの取引額は持続的に増加し、成熟な物流体制は既に整えました。**
- 2、中国越境ECの利用者は大都市に集中する傾向があり、利用者は商品のブランド力、品質と価格をより重視します。**
- 3、国内ECサイトと比べると、利用者は越境ECへの満足度はやや高いが、なお改善する余地があります。**

主要参考サイト一覧



発行者

ENtrance株式会社

- 本社 東京都新宿区新宿5-15-14 INBOUND LEAGUE 330
- 代表 王璇 (Wang Xuan)
- 設立 2019年7月
- HP: <https://entrance-co.com>
- 連絡先: info@entrance-co.com

協力団体

一般社団法人日中ツーリズムビジネス協会

HP: <http://cjtc-club.com>

連絡先: info@cjtc-club.com

