



配信元：



深圳未来创新服务中心  
MIRAI Innovation Center Shenzhen

## 深圳レポート

### 中国、コロナ禍の「W11」

今年も11月のビッグセールシーズンがやってきました。そうです。「W11」です。

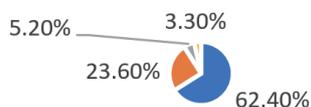
W11(ダブルイレブン)とは、中国国内の11月11日のショッピングキャンペーンのことです。元々は天猫(アリババ傘下のTモール)が2009年11月11日にオンラインセールを行い、参加メーカーやブランド、プロモーションの割引も限定的でしたが、予想以上の売上を達成したのがきっかけとなって今日まで続いています。

天猫(Tモール)以外にも京東(JDモール ※中国2番目のECサイト)などのEコマースサイトも続々参入した結果、中国年間最大級のオンラインキャンペーンとなっています。

中商情報ネットのデータによると、今年のW11では、天猫(Tモールの取扱高(GMV)は全体の62.4%を占め、ダントツでTOP1になっています。

#### 2020年W11各EコマースサイトGMVシェア率

(当日0:00-13:00)



■ 天猫 ■ JD ■ Pingduoduo ■ Suning

品種別の売上高は家庭用電化製品が1位、デジタル関連製品および衣料品がそれに続き2位と3位となっています。

20年W11売上額業界トップ10	1	家庭用電化製品
	2	デジタル関連製品(携帯電話など)
	3	衣料品
	4	コスメ
	5	靴/靴
	6	家具インテリア関連
	7	オフィス関連(パソコンなど)
	8	食品/飲料水
	9	ヘビー用品
	10	アウトドアスポーツ

#### ●コロナ禍でも売り上げ増加

アリババの公表データによると、過去最大となる25万以上のブランドが参加し、そのうち3万1,000の海外ブランドが中国向け越境ECを通じて参加しました。8億人以上の消費者がアリババグループの各サービスを利用して参加し、最終的なGMV(流通総額)は前年比26%増で過去最高となる4,982億元(約7兆7,200億円)を達成しています。また、中国向け越境ECにおける国・地域別のGMV(流通総額)ランキングでは日本が2016年から5年連続で1位を獲得しています。特に11月11日の0時0分26秒に、天猫(Tモールの注文数は58万件/秒でピークに達し、2009年の最初のW11の1457倍を記録しました。

一方、11月1日0時から11月11日23時59分、京東(JDモール)の取扱高は、2715億人民元(約4兆2354億円)で前年比32.8%増加し、近年で最高の成長率を達成しています。

今年のW11の最大の特徴は、天猫と京東ともに予約販売を行い、販売期間を2回に拡大したことです。天猫の場合は、10月21日から10月31日までを予約期間とし、11月1日から3日までの3日間を第1弾キャンペーンとして展開しました。第2弾は11月4日から11月10日までを予約期間とし、11月11日に決済するという流れになりました。よって、新規出店ブランドを含む多く出店企業に、より多くのプロモーション期間と販売機会を提供することで、新型コロナウイルス感染症の影響からの事業回復を支援する結果となりました。消費者はより多くの商品を開覧することができ、より多くの割引を受けられると同時に、予約販売期間に注文した商品は出店企業が前もって物流の手配ができるので、ユーザーはより早く受け取ることができるようになりました。

中国国内の物流大手である国家郵便局のモニタリングデータによると、11月1日から11日まで、全国の郵便局と速達会社が39億

6500万個の速達を処理し、そのうち11月11日当日には6億7500万個の速達が処理され、前年比26.16%増の過去最高記録を更新したとのことです。

### ●ライブコマース引き続き活躍

革新的なビジネスモデルとして定着したライブコマースは、新型コロナウイルス感染症が拡大していた2020年の中国で更に爆発的な成長を遂げています。

今回のW11でもライブコマースが引き続き注目の的となっています。セール期間中に3億人の消費者がアリババのライブ配信プラットフォームであるタオバオライブ(淘宝直播)の配信を視聴しており、30を超えるライブ配信アカウントの合計取引額は1億元を突破しています。トップKOL(Key Opinion Leader、インフルエンサー)の李佳琦(Austin)と薇娅(Viya)は予約販売のみで一夜にして、合計70億元を売り上げ、海外メディアでも話題となっています。



▲トップ KOL の李佳琦 (Austin) と薇娅 (Viya)



また、チリ、韓国、オランダ、デンマークなど20カ国の外交官もゲストとしてライブ配信に登場し、母国の商品販売に尽力しています。



▲上海のデンマーク総領事 Jakob Linulf(写真中央)がライブ配信に登場

ライブコマースは今年最も注目されたビジネス手法であったため、アリババや京東などのEC企業だけでなく、ライブコマース機能を実装したショート動画・TikTok(抖音)や快手もW11に参戦したことにより、業界競争は一層激化されています。今回のW11のTiktok(抖音)の取引額(10月25日~11月11日)は187億円で、アリババと比べるとまだ規模は小さいですが、今後更なる成長は間違いのないでしょう。

### ●国内ブランド支持率は右肩上がり

今年のW11期間中、売上額1億元(約16億円)以上を達成したブランドは450以上となり、その中でコスメ関連と家電製品を含む国内ブランドが大躍進しています。国内ブランドの急成長により、国産品は「黄金時代」の到来を告げています。

その国内ブランドの中で最も注目されるのはコスメ関連商品で、取扱高は10倍の成長を遂げています。11月11日0時31分、中国人気コスメブランド・完美日記(Perfect Diary)の累計売上は5億元(約79.5億円)を超え、天猫のコスメ商品売上ランキングのTOP1になっています。コロナにより、海外旅行を断念せざるを得ない中、改めて国産品が見直されているのかもしれない。

家電業界も引き続き盛況で、11月11日のスタート1時間以内に、313の家電ブランドの取扱高が前年比10倍となりました。特に、売上が1億元以上のデジタル家電ブランドでは、8割以上が国内ブランドとなっています。11月1日から11日1時まで、HUAWEI、ハイアール、ミデアなど7ブランドのタオバオライブ配信による、それぞれの累計取引高は1億元以上を達成しています。家電業界盛況の背景には、コロナの影響で自宅での滞在時間が長くなっていったことにより、人々は家電を新調することで、より快適な生活環境を求めたことにあります。

今年もまた歴史的な新記録を達成している今年のW11ですが、海外ブランド売上高の国別統計で、日本は4年連続首位に立っています。

ユニクロ・花王・ユニチャーム・資生堂を抑え日本ブランドで1位を獲得したヤーマンにも注目が集まっています。まだそれほど知名度が高くないブランドであっても、計算された戦略と効果的なプロモーションによって、一気に売上を伸ばすことができる成功例でしょう。

W11は利益を追求する場ではなく、ブランディングの場と位置付けた方がいいのかもしれない。来年はもっとたくさんの日本のブランドがW11の盛況に関わることを期待しています。

## 最新テクノロジーでスマートなドライブを実現

社名	深圳市凌度汽車電子有限公司		英語名	blackview	
代表者	賀江鋒	URL	www.blackview.com.cn		
所在地	深圳市龍華区民治街道468号海韻大廈1807-08				
売上(RMB)	-	従業員(人)	200以下	創業年	2013
資本金(RMB)	1000万				
サービス内容	インテリジェントドライビングコンピューター、ドライブレコーダー、カーナビゲーションなどのハードウェア及びリモート車両データプラットフォームなどのソフトウェアを提供しているハイテック企業。				

四輪車生産台数の世界トップであり、車利用においても急成長を遂げる中国。中でも伸びているのは車載機器の関連会社である。業界の競争も激しい中、blackviewは安定した成長を見せている。

### ●携帯APPを利用したAPPリモートプラットフォーム

同社のWechat公式アカウントに車両のドライブレコーダー情報を登録すると、随時に携帯Wechat公式アカウントでリアルタイムの場所と周辺の状況を確認することができる。

### ●車両救援サービス

事故が発生した際に、登録された連絡先に安否確認情報を発信し、救急車を呼ぶなどのサービスを提供する。また、大量の既存事故データを元に、自動的に事故発生地などを識別し、事前にリスクを警告することが可能。

### ●衝突防止警告システム

衝突が発生する際に、Gセンサーが検知して自動的に衝突前後の映像を保存し、ループレコーディングされないようにする。

### ●ARナビゲーション

ナビゲーションに拡張現実(AR)技術が搭載され、目的地までの道のわかりやすさ向上や道程の情報発信などの効果が見られる。

### ●コネクテッドカーのリモート車両データプラットフォーム

組織的に管理している全ての車両のデータを確認することが可能。プラットフォームのデータ管理&分析機能を通じて各運転手の運転行動を分析し、管理することも可能。

◆業界ポジション:インテリジェントドライビングエレクトロニクスの分野は国内市場で主導的な地位にあり、多くのテクノロジー製品がグローバル市場にも展開している。

2014年 第3回中国自動車アフターマーケットの有望ブランド賞受賞

2015年 6つのソフトウェア著作権を取得

2016年 国家ハイテック企業として認証される

3年連続でTmall W11セールで業界TOP1を獲得

2017年 中国自動車エレクトロニクス業界TOP100ブランドを獲得

2018年 Tencentのブランドパートナー賞受賞

2019年 深圳スマートモビリティ協会副会長ユニットを獲得

2020年 ドイツ「Red Dot Design Award」受賞

2つの発明特許を取得

中国政府が後押しをしている自動運転を普及する政策方針もあり、車載ドライブレコーダーの業界はリアクティブ(反応)型から予測型へ移行するスピードが加速化されている中、同社製品の新シリーズが今後期待される。



## 深圳の「屋上経済」

日本や欧米諸国では昔からデパートやショッピングモールの屋上で、空間利用の一環として様々なビジネスが開発されてきました。日本では夏の風物詩ともいえる屋上ビアガーデンが代表的ですが、最近中国でもそんな屋上ビジネス（屋上経済）が流行りはじめています。

特に深圳の屋上経済の場合、運営の主たる目的を飲食、物販においていないのがユニークです。

弊社が入居している南山区ソフトウェアパーク内の各建物の屋上は、中間層の廊下と繋がっていて、喫煙スペースか休憩スポットになっていましたが、今年の夏にいくつかの運営会社により一気に「屋上経済」がスタートしています。有機野菜農場、ベジタリアンレストラン、カフェテリアなどがオープンしていますが、どの店舗も飲食と物販は補助的な機能に過ぎません。

では、各店舗とも何を主眼に、どんなコンセプトで運営しているのでしょうか。

投資会社、IT企業、スタートアップ企業の創業者が集まっているこのエリアでは、新しいビジネス情報の入手、トレンドの追跡、人脈作りなどが屋上で運営されている店舗を利用することで、活性化しています。



例えば、このステージスペースを用意しているカフェを利用しようとすると、さっそく 200 人規模の WeChat のグループチャットに招待されます。グループチャットで運営者が勧めるのは決してコーヒーやケーキなどのメニューではなく、

唯来企業管理諮詢（深圳）有限公司  
副總經理

姜 香花

日本・中国専門の進出・撤退案件のエキスパート。  
現在はクロスボーダーM&Aも手がけている。日本人、中国人の気持ちを理解したコンサルティングに定評。中国事業再編・M&Aサービス担当。



他の企業や機関と提携して実施される各種イベントの案内です。下記は読書会とスピーチのイベントとなっていますが、それぞれ出版社と教育機関が主催しています。



読書会やスピーチのイベントに参加すると、またそれぞれの新たなグループチャットに招待されることになります。



屋上の限られたスペースで有機野菜の栽培と販売をしている企業も、会員登録を入口として個人情報と当該個人が所属している会社の情報を取得することができるので、グループチャットもしくは自社アプリなどを通じて情報発信、広告、イベント開催などのビジネスに展開しています。

このように同ソフトウェアパークの 2020 年度屋上経済のテーマはカフェと有機栽培となっていますが、トレンドの移り変わりが早い深圳で、来年はまた違うテーマに様変わりしているかもしれません。また、深圳で検証されたこのビジネスモデルが有効であれば中国のその他の都市にも広がることでしょう。

日本とは一味違う、深圳の屋上経済ですが、栽培している南国のフルーツはそれだけでも十分戦えるほど、甘く美味しかったのが印象的でした。

（レポートは2020年11月20日現在の情報）



# 深圳未来创新服务中心

## MIRAI Innovation Center Shenzhen

深圳市南山区软件产业基地5E棟522号 518061  
TEL:86-135-3089-3085  
<https://micsz.jp/>