

「モノからコトへ」 with コロナ時代における中国のライブコマース

2020年の初めから、新型コロナウイルスの感染が世界中に広がり、現在も感染者が増えています。日本では、新型コロナ禍で、消費者の外出自粛により「巣ごもり消費」が大きく拡大し、その結果、これまで以上にEコマースによる販売比率が拡大しています。

また、リモートワーク、在宅勤務の進めとともに、小売店のEC販売が強化され、宅配などでは新たなネットサービスも登場し、これを機会にEコマースの重要性に気づいた日本企業も少なくないことでしょう。

そして、今後、コロナ禍が収束しても、Eコマースでの利用価値を知った消費者は、実店舗で買うより、その利便性の高さから、Eコマースでの購入を続ける動きは止まらないだろうと思われます。ここで注目を集めているのは、新型コロナの影響で、ライブストリーミングで商品を販売したり、接客も可能な「ライブコマース」という手法です。その中、コロナ禍の前から進展している中国の事例を紹介したいと思います。

ライブストリーミングコマースとは、従来のEコマースとライブ配信動画を融合したもので、視聴者とリアルタイムで交流しながら、接客販売を行う新しいショッピングの方法です。いわばテレビショッピングのオンライン版とも言える販売スタイルです。

目次

1 中国におけるライブコマースの現状	2	5 日本におけるライブコマースの現状と成功事例	31
1-1 ライブ（ストリーミング）コマースとは	2	5-1 資生堂と三越伊勢丹 EC サイト	31
1-2 ライブ（ストリーミング）コマースの特徴	2	5-2 「ZOZOTOWN」とYahoo!ショッピングLIVE	32
1-3 ライブ（ストリーミング）コマースの業界構造	3	5-3 その他の会社の取組み概要	32
1-4 ライブ（ストリーミング）コマースのシステム	3	5-4 日本におけるライブコマースの認知率や利用状況	33
1-5 ライブコマースが始まった背景（新経済のドアが開く）	4	5-5 今後の取組み	34
1-6 中国におけるライブコマースに関連する主な法令	4	5-6 まとめ	36
1-7 コロナ時代におけるライブコマースの発展	5		
1-8 中国におけるライブコマースの利用状況	6		
2 コロナにおける具体的な成功例	8		
2-1 茅台酒（マオタイシュ）	8		
2-2 中聯重科土方機器（ZOOMLION 建設機器）	11		
2-3 旅行予約サイト大手の携程網（Trip.com Group Limited）	13		
3 中国におけるライブコマースの人気なKOL	16		
3-1 網紅（ワンホン）経済とは	16		
3-2 No.1 男性KOL-「口紅王子」として有名な李佳琦さん	17		
3-3 No.1 女性KOL-Wei Ya	19		
3-4 スマホメーカー锤子科技の元創業者	20		
3-5 農村自家栽培杏のおばあちゃん（hengおばあさん）	20		
3-6 大手家電メーカーの社長さん	21		
4 中国ライブコマースプラットフォーム	23		
4-1 電子商取引プラットフォーム	23		
4-1-1 売上直結型 タオバオライブ(淘宝直播)	23		
4-2 ショット動画配信プラットフォーム	24		
4-2-1 ニーズ掘り起こし型 抖音 (Douyin)	24		
4-2-2 ファンとの交流型 快手(KuaiShou)	26		
4-3 まとめ	29		

定価：18,000円（税込み価格：19,800円）

A4判36ページ PDFファイルでご提供となります。

お申込書の受領後、PDFファイルと請求書PDFを、Eメールにてお送り致します。請求書の郵送が必要でしたら、申込書にその旨、ご記載下されば、郵送にてのお届けも致します。

サンプル

弊社中国人スタッフによる現地情報満載の内容です。

3 中国におけるライブコマースの発展とKOL (Key Opinion Leader) による影響力の拡大

3-1 中国 (ワンホン) 総売上は

ライブコマースの発展とKOL (Key Opinion Leader) による影響力の拡大

人々の関心が高まり、ライブコマース市場は急速に拡大している。特に、KOL (Key Opinion Leader) による影響力の拡大が顕著である。KOL (Key Opinion Leader) による影響力の拡大は、ライブコマース市場の発展を促進している。特に、KOL (Key Opinion Leader) による影響力の拡大が顕著である。KOL (Key Opinion Leader) による影響力の拡大は、ライブコマース市場の発展を促進している。



「茅台酒は持っているほど価値がある」というコンテンツは、消費者の購買行動に影響を与えている。その後、2020年6月18日に、貴州茅台酒酒場の会長であり、白酒の専門家である李貴長氏が、茅台酒酒場のライブコマースに参加し、視聴者と交流した。

また、李貴長氏の初めてのライブコマースの一環として、茅台酒酒場のサイン入り茅台酒酒場を販売した。茅台酒酒場のサイン入り茅台酒酒場の販売は、茅台酒酒場のブランド力を高め、茅台酒酒場の人気を高めている。



貴州茅台酒酒場のライブコマースの出発点を始め、この日からは茅台酒酒場の販売が本格化している。茅台酒酒場の販売は、茅台酒酒場のブランド力を高め、茅台酒酒場の人気を高めている。

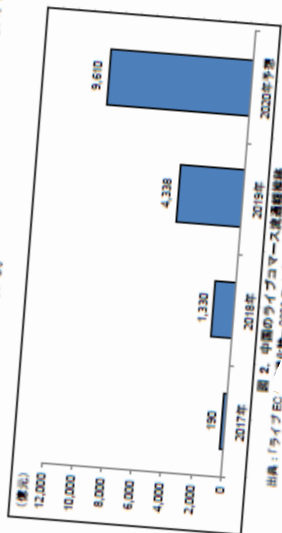


茅台酒酒場のライブコマースの出発点を始め、この日からは茅台酒酒場の販売が本格化している。茅台酒酒場の販売は、茅台酒酒場のブランド力を高め、茅台酒酒場の人気を高めている。



茅台酒酒場のライブコマースの出発点を始め、この日からは茅台酒酒場の販売が本格化している。茅台酒酒場の販売は、茅台酒酒場のブランド力を高め、茅台酒酒場の人気を高めている。

そして、2020年第1四半期にライブコマースは400万円を越えて初めて、100以上の販売、市場が拡大を遂げるために、ライブコマース市場は急速に拡大している。特に、KOL (Key Opinion Leader) による影響力の拡大が顕著である。KOL (Key Opinion Leader) による影響力の拡大は、ライブコマース市場の発展を促進している。



ライブコマースの発展とKOL (Key Opinion Leader) による影響力の拡大

茅台酒酒場のライブコマースの出発点を始め、この日からは茅台酒酒場の販売が本格化している。茅台酒酒場の販売は、茅台酒酒場のブランド力を高め、茅台酒酒場の人気を高めている。



FAX : 0 4 2 2 - 4 0 - 0 3 9 1 E-Mail : capint@coral.ocn.ne.jp

定価は、19,800円（税込み）となります。Eメール納品時に請求書を添付致しますので、翌月末までに弊社口座までお振込下さい。

お申し込みは、以下の申込書にご住所等をご記入頂き、FAXかEメールにてお送りください。

■「モノからコトへ」with コロナ時代における中国のライブロマース
A4判 PDF

申込書

年 月 日

株式会社キャップインターナショナル 宛

下記の通り、調査レポートを購入致します。

「モノからコトへ」with コロナ時代における中国のライブロマース

<納品及び請求書送付先>

貴社名：

ご所属：

役職：

ご氏名：

住所：〒

TEL： 請求書の郵送の有無 要 不要

E-mail