
**REDから中国人の消費動向を読み解く
旅行・宿泊コンテンツのREDでの運営報告**

ENtrance株式会社

目次		
1. REDの概要	P2	3.旅行・宿泊業のREDでの運営報告
・ REDの概要	P3	・ 2021年旅行・宿泊店舗の全体取引状況
・ REDの認知利用率（ライフスタイル領域）	P4	・ 2021年旅行・宿泊店舗のGMV TOP10地域
・ REDの認知利用率（ブランド調査領域）	P5	・ 2021年旅行・宿泊店舗の消費額TOP10地域
・ RED利用者の特徴数値	P6	・ RED旅行・宿泊店舗の消費者属性
・ RED利用者の6タイプ	P7	・ RED旅行・宿泊店舗の消費者特徴
・ RED利用者の性別分布	P8	・ RED旅行・宿泊店舗の露出転化率
・ RED利用者の年齢分布	P9	・ RED旅行目的地運営事例
・ RED利用者の月間平均消費数値	P10	・ RED旅行宿泊地運営事例
2.REDから見る中国人ライフスタイル最新動向	P11	・ RED運営方式概要
・ 人気コンテンツカテゴリTOP5	P12	・ RED主要運営方式①KOL機能
・ 閲覧数急上昇カテゴリーTOP3	P13	・ RED主要運営方式②広告機能
・ 検索数急上昇カテゴリーTOP3_	P14	・ RED主要運営方式③トピック・ランク機能
・ 人気カテゴリー例①在宅グルメレシピ	P15	・ RED旅行・宿泊運営攻略まとめ
・ 人気カテゴリー例②フィットネス	P16	総括
・ 人気カテゴリー例③メイク・ファッション	P17	
・ 人気カテゴリー例④日帰り・近場旅行	P18	
・ 人気カテゴリー例⑤在宅を楽しむ娯楽コンテンツ	P19	
	P20	
		P21
		P22
		P23
		P24
		P25
		P26
		P27
		P28
		P29
		P30
		P31
		P32
		P33
		P34
		P35

1. REDの概要

• REDの概要

	
種類	公開会社
業種	電子商取引 
設立	2013年 ^[1]
創業者	毛文超、瞿芳
本社	 中国上海市黄浦区馬当路 (中国語版) 388号 ^[1]
サービス	SNS、電子商取引

小紅書（シャオホンスウ、日本語読み：しょうこうしょ、中国語: 小红书、Xiaohongshu、RED）は、中国のSNSおよび電子商取引プラットフォームである。衣食住全ての日常生活にまつわる口コミを投稿するSNS、および直接商品を購入することが可能なEC機能を持ち、お気に入りの商品や行きたい場所を検索することを一般化し、消費行動に大きな影響を与えている。コスメやファッション、旅行、グルメ等といった多様な体験を写真や動画を交えて投稿し、それをユーザー間で情報共有を行うものとして重宝されている。

出典：WIKI

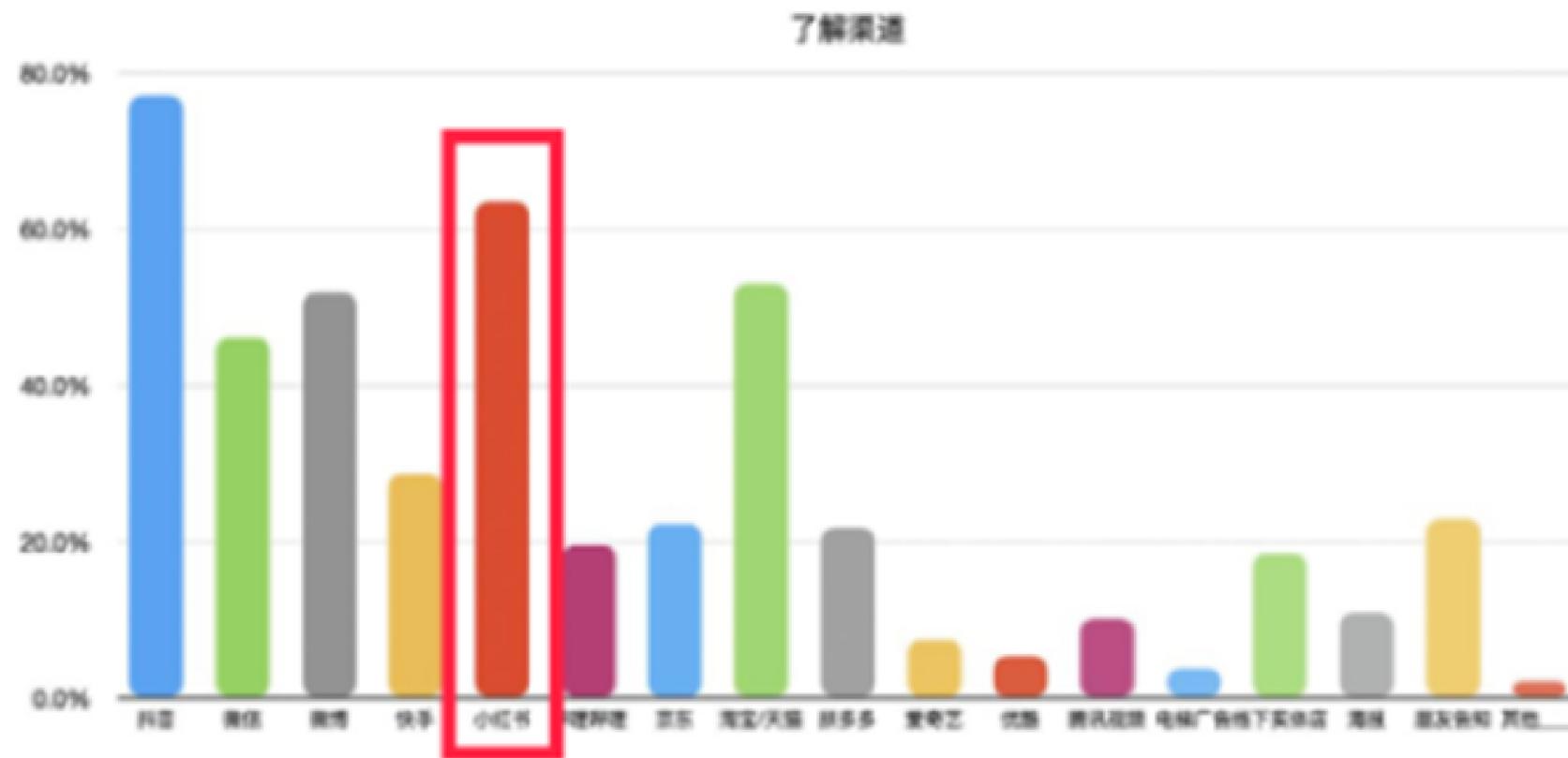
• REDの認知利用率（ライフスタイル領域）

生活スタイル/内訳平均	元歳未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代	90代	100代
小児	11.5%	44.0%	12.6%	11.4%	10.6%	9.4%	12.1%	11.4%	14.4%	11.3%	
大企業	8.6%	38.7%	8.3%	8.7%	10.4%	11.3%	9.4%	10.1%	10.3%	9.0%	
学生	7.0%	26.8%	6.1%	6.8%	6.7%	7.2%	6.2%	7.2%	7.2%	6.4%	
主婦	5.8%	23.0%	6.1%	5.9%	5.1%	4.7%	5.7%	5.9%	5.2%	5.2%	
会社員	5.8%	24.3%	5.9%	5.8%	5.9%	6.8%	4.5%	4.0%	5.2%	5.5%	
主婦	4.8%	19.8%	4.8%	5.0%	4.3%	3.9%	4.9%	4.9%	3.1%	4.2%	
主婦	4.8%	23.1%	5.6%	4.8%	5.4%	5.1%	6.0%	5.7%	4.1%	5.6%	
主婦	4.0%	16.6%	3.8%	4.2%	3.5%	3.2%	4.0%	2.7%	2.1%	3.8%	
主婦	2.7%	11.9%	2.2%	2.7%	3.6%	3.9%	3.1%	3.7%	3.1%	3.2%	
主婦	2.4%	9.3%	3.0%	2.6%	1.9%	1.8%	2.0%	2.0%	3.1%	1.9%	
主婦	2.3%	11.9%	2.7%	2.7%	2.2%	1.9%	2.6%	2.7%	2.1%	2.2%	
主婦	1.9%	9.4%	2.1%	1.7%	2.0%	1.8%	2.3%	2.2%	2.1%	2.0%	
主婦	1.9%	9.4%	1.7%	1.9%	1.9%	1.7%	2.2%	2.5%	1.0%	2.3%	
主婦	34.9%	-	35.1%	36.0%	36.5%	37.3%	35.0%	35.0%	37.0%	37.1%	
主婦	26.1%	-	25.4%	25.8%	25.5%	26.1%	25.0%	25.2%	26.0%	-	
主婦	5000	5000	3007	4000	2403	1151	1252	742	264	640	
主婦	4500	4500	2468	3707	1500	750	750	597	208	-	

REDプラットフォームのブランド認知度調査では、ライフスタイル・コンテンツプラットフォームで一番に思いつくのは？で一位を獲得。

出典：Nielsen

• REDの認知利用率（ブランド調査領域）



調査によると、60%を超える消費者がREDを通じて新しブランドを知る。

出典：Marketing研究院

• RED利用者の特徴数値

对生活充满好奇心，爱生活、会生活的人都在这里。
生活に対する好奇心、生活に対する愛、追及がすべて詰まっている

2億

月活跃用户
アクティブユーザー数

72%

90后用户
90年代生まれのユーザー

50%

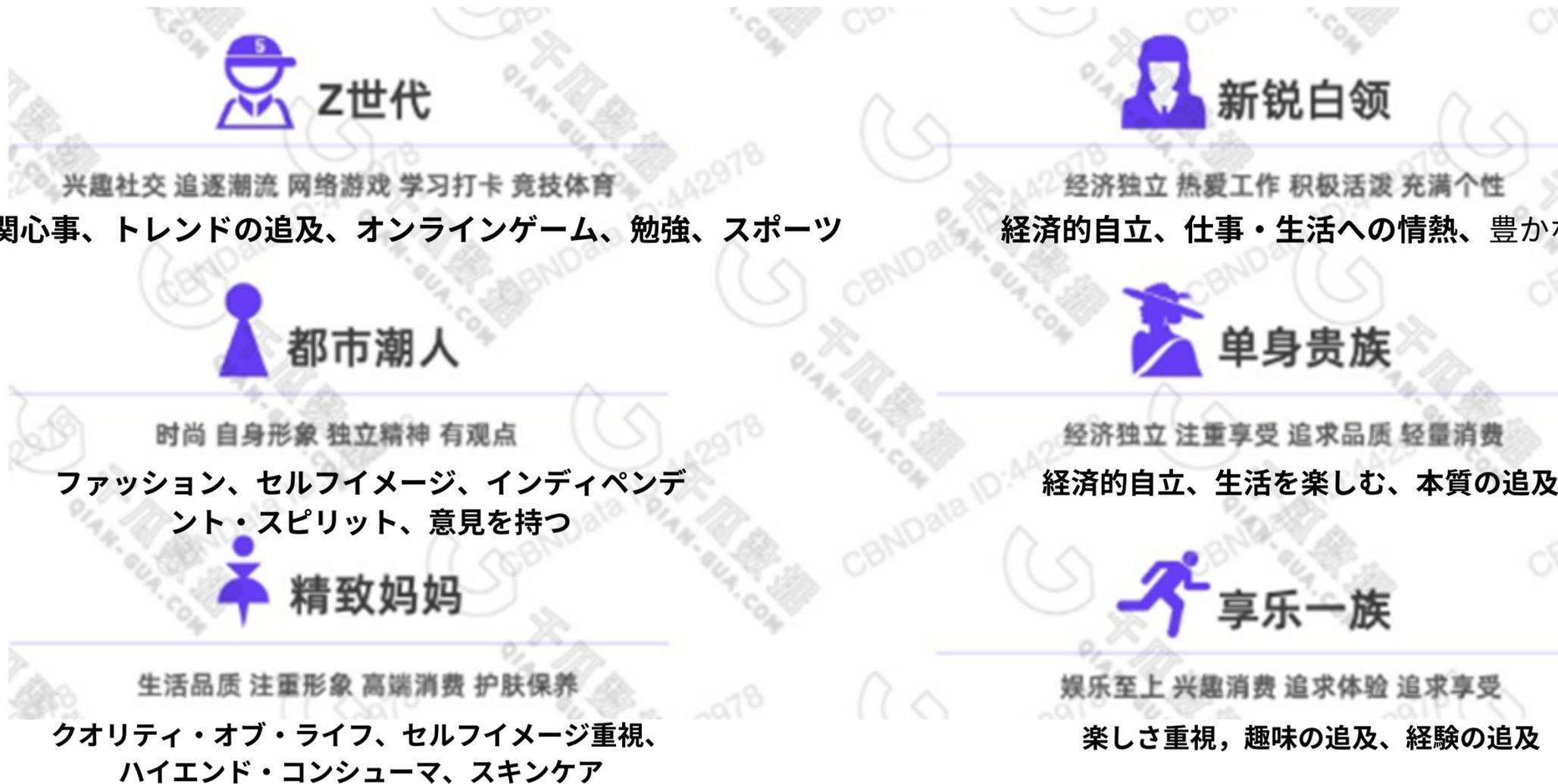
一二线城市用户
都市部でのユーザー

4300万+

分享者
リツイートユーザー

出典：QIAN-GUA.COM

・ RED利用者の6タイプ

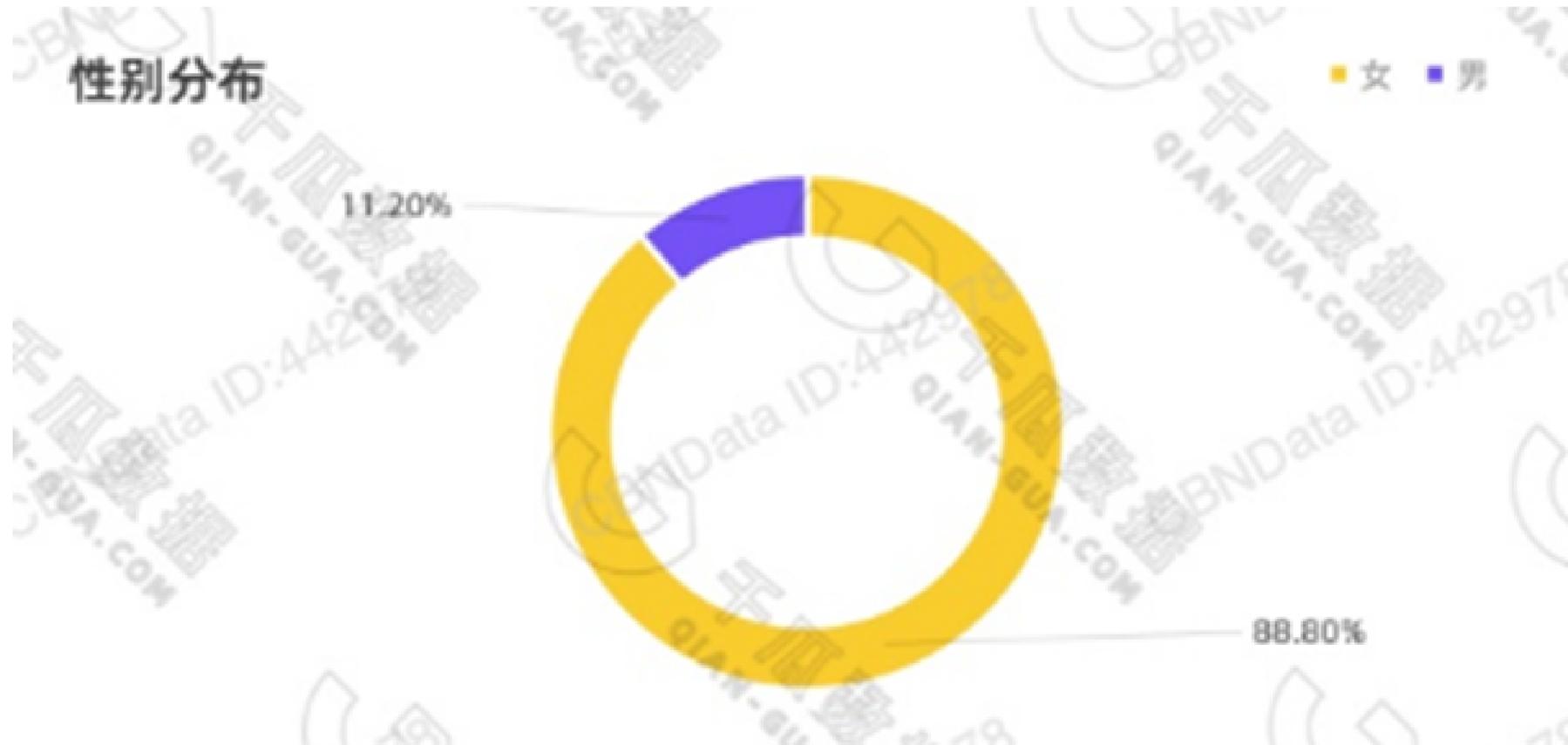


RED六大群衆ラベル：z世代、新世ホワイトカラー、都市麗人、单身貴族、美ママ、享樂追及一族。

みんな新しいことに対する好奇心があり、生活が好き、ライフスタイルをシェアするのも好きで、高い消費力がある特徴を持つ。

出典：QIAN-GUA.COM

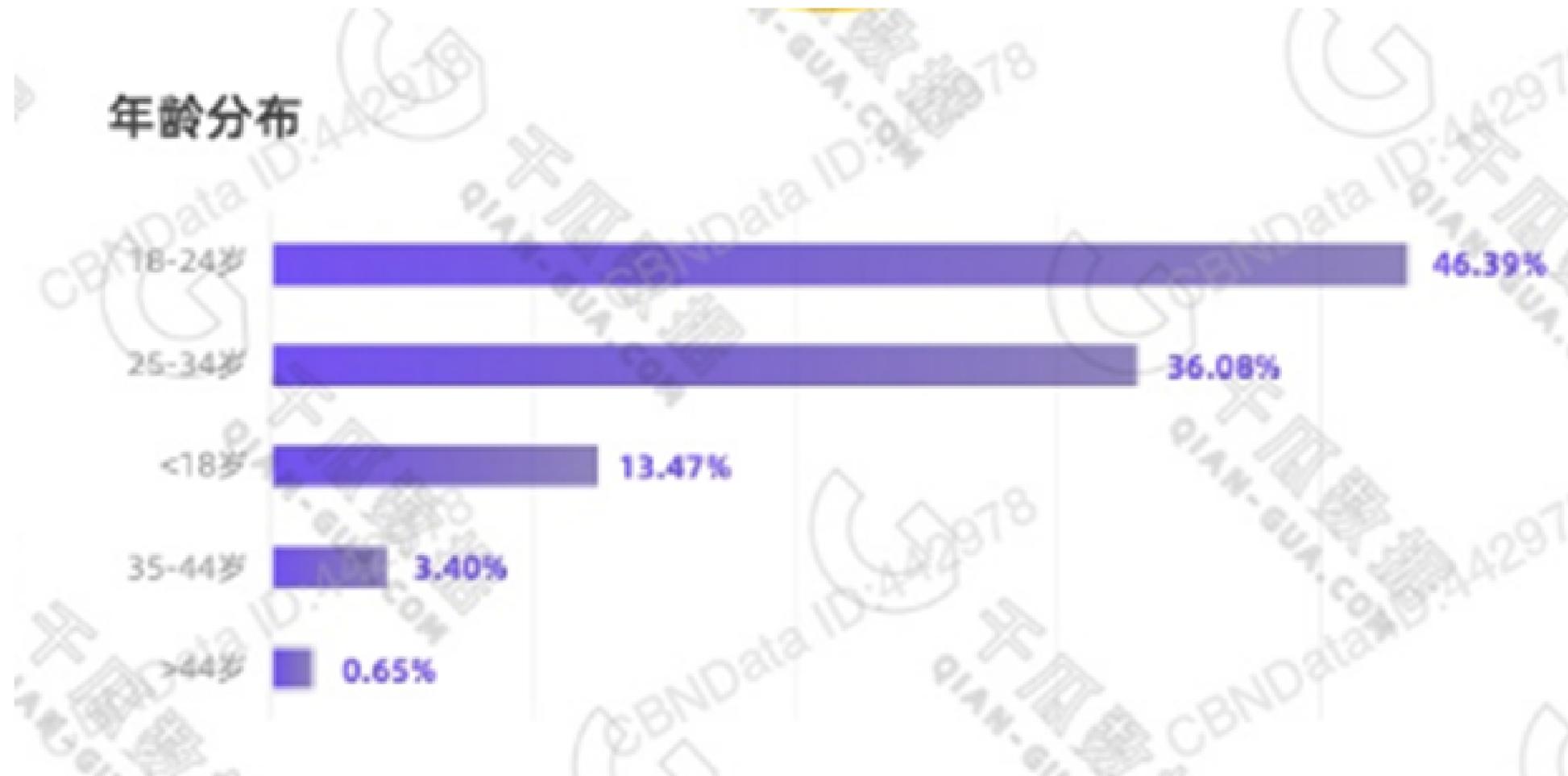
• RED利用者の性別分布



REDでのアクティブユーザー、ファンの男女比は、11.20%：88.80%

出典：QIAN-GUA.COM

• RED利用者の年齢分布



ファンの年齢層比率は、
18-24歳：46.39%
25-34歳：36.08%
18歳以上：13.47%
35-44歳：3.40%
44歳以下：0.65%

出典：QIAN-GUA.COM

• RED利用者の月間平均消費数値

小红书个人月均消费支出



REDユーザー月間平均支出：4.1K,住宅ローン、自動車ローンは含まれていない。

出典：Nielsen

2.REDから見る中国人ライフスタイル 最新動向

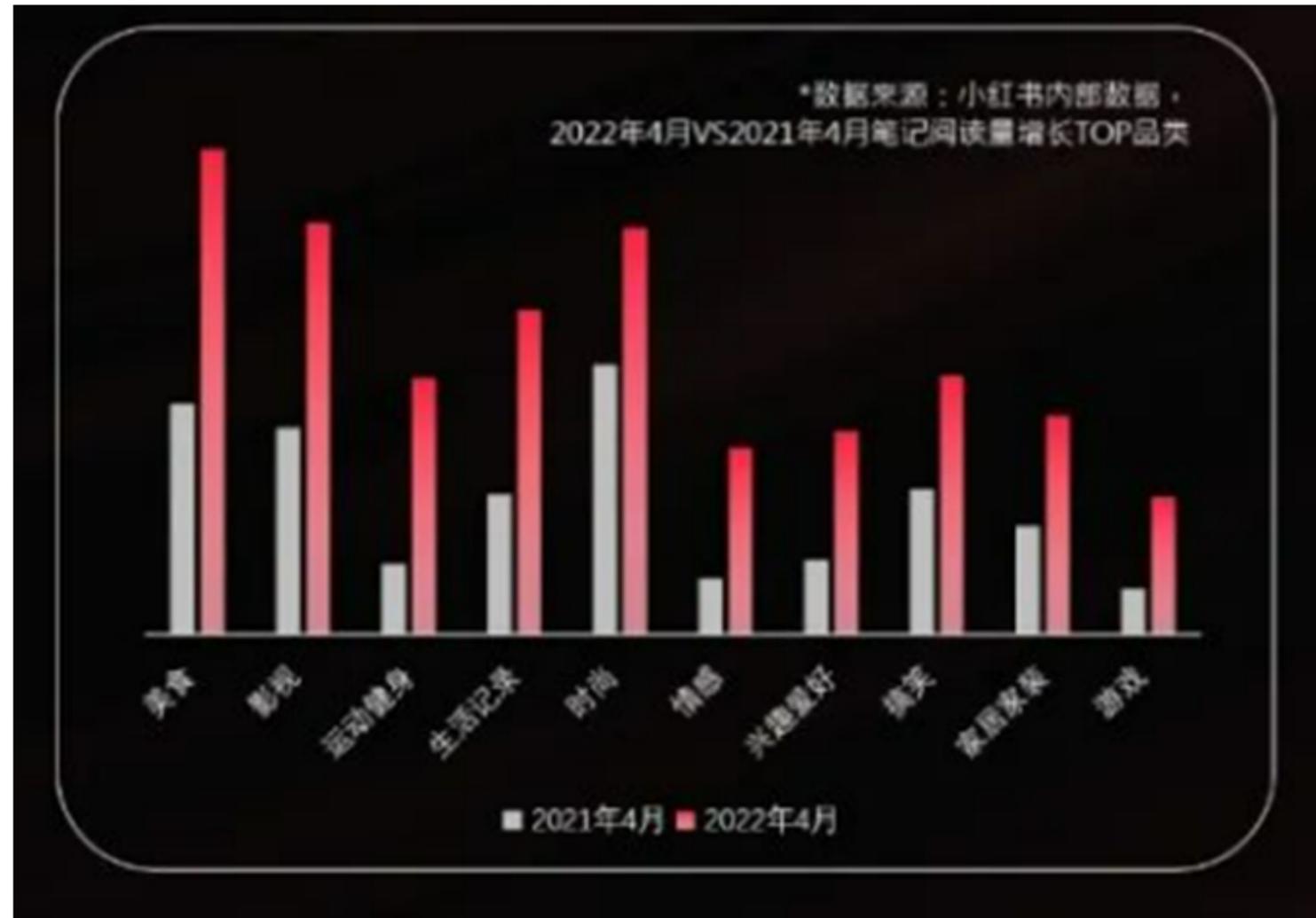
・ 人気コンテンツカテゴリTOP5



新型コロナウイルスの影響により，在宅の生活用品関連が爆発的に増加、REDユーザーの5大消費コンテンツトレンド：在宅料理レシピ、フィットネス、メイク・ファッション系、近場旅行、在宅を楽しむ娯楽コンテンツ。

出典：Digitown

・ 閲覧数急上昇カテゴリTOP3



閲覧数高の伸び率が高い
カテゴリのTOP3

飲食関連

娯楽コンテンツ

フィットネス

出典：Digitown

• 検索数急上昇カテゴリーTOP3_



検索数の伸び率が高い
カテゴリーTOP3

飲食関連

趣味・娯楽

教育関連

出典：Digitown

• 人気カテゴリー例①在宅グルメレシピ



在宅グルメレシピ検索の増加率

料理レシピ：+94%

ダイエットミール：+325%

スイーツレシピ：+149%

粉食レシピ：+96%

飲料レシピ：+636%

調味料関連レシピ：+161%

出典：Digitown

・人気カテゴリー例②フィットネス

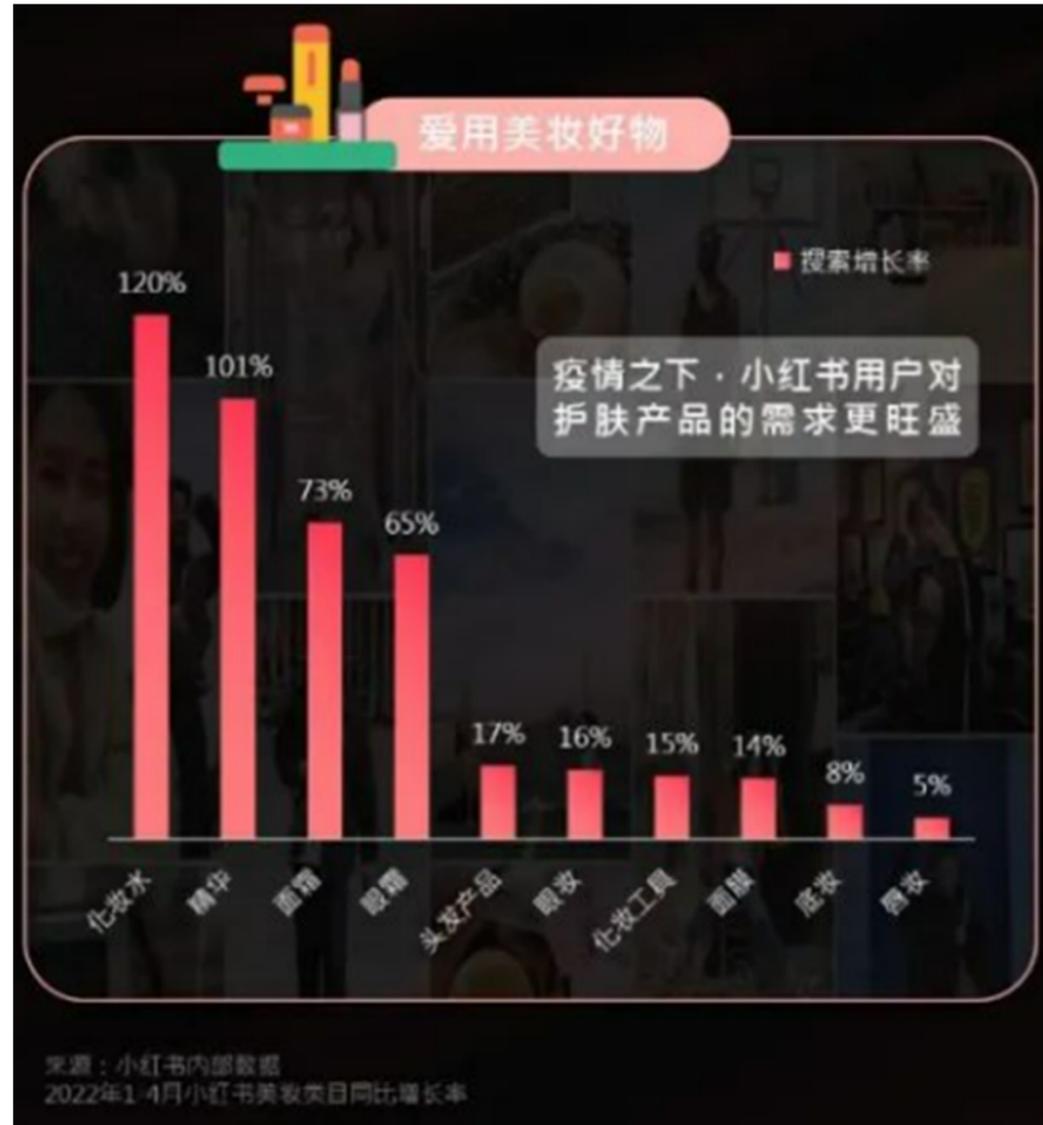


冬季オリンピックと新型コロナウイルスの影響により、REDユーザーは健康意識が高まり、フィットネス熱に。

以下フィットネス関連項目での検索量上位：
劉畊宏（歌手・俳優）、パメラ・ライフ（Youtuber）、縄跳び、筋トレ、ヨガ、エア縄跳び、ピラティス、スキー、ダイエットダンス、バトミントン。

出典：Digitown

・人気カテゴリー例③メイク・ファッション



新型コロナウイルス下で、マスク着用下でも消費者の美に対する追及は止まらない。メイク・ファッション系コンテンツの閲覧数と検索数は伸び続けている。

上から順に、化粧水、美容液、クリーム、アイクリーム、ヘアケア商品、アイメイク関連品、化粧品類、美容マスク、化粧下地、リップケアとなっている。

出典：Digitown

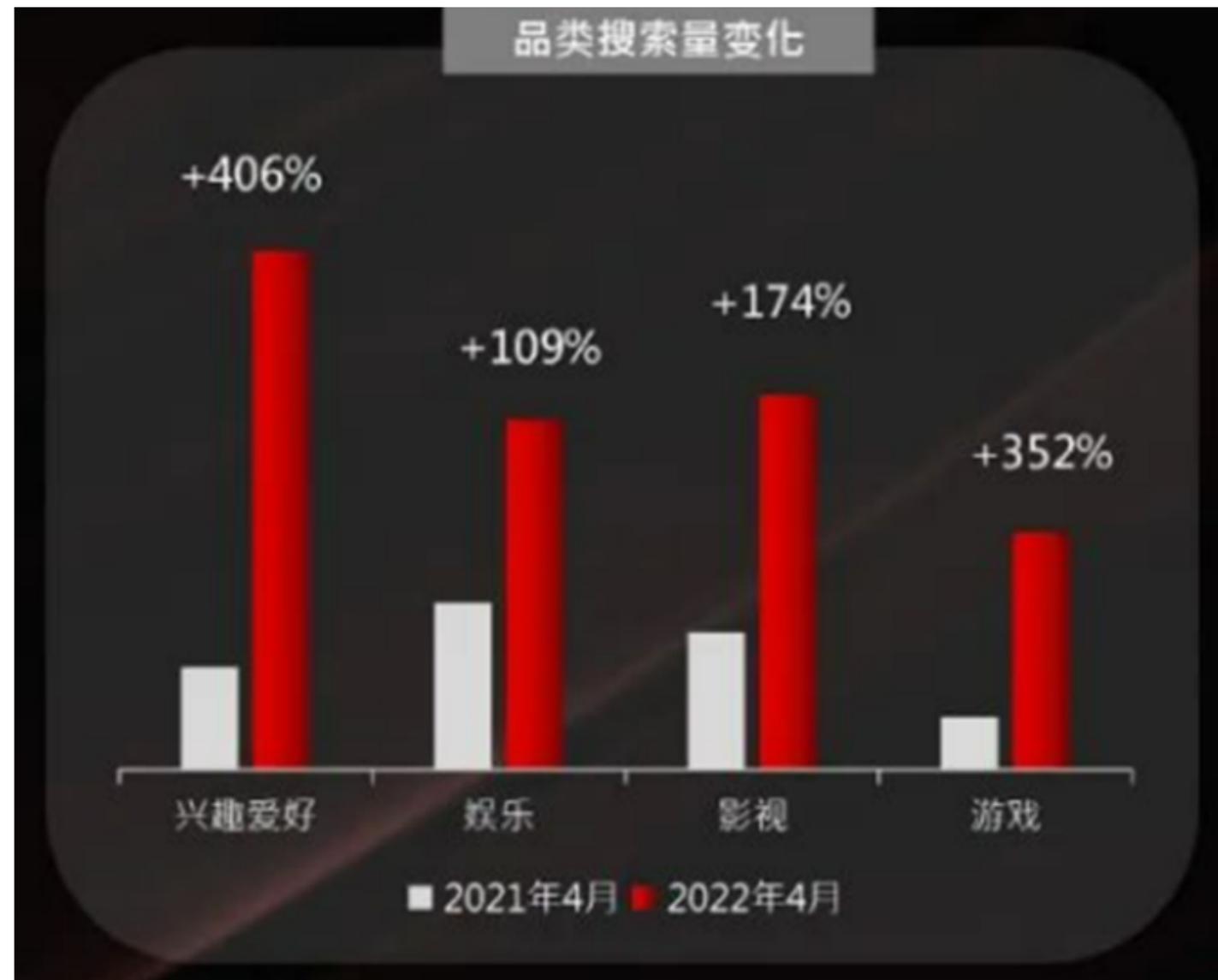
・人気カテゴリー例④日帰り・近場旅行



新型コロナウイルスの影響により、REDでは伝統的な観光名所の検索率は低下し、その代わりに地元や近場での旅行熱が上昇。例えば：キャンプ、野宿、花畑、テーマパーク等。

出典：Digitown

・人気カテゴリー例⑤在宅を楽しむ娯楽コンテンツ



外出制限により，在宅時間が増加し、在宅娯楽関連品が爆発的な増加率を見せ、多様な楽しみ方により在宅生活がより豊かに。

趣味：+406%

娯楽：+109%

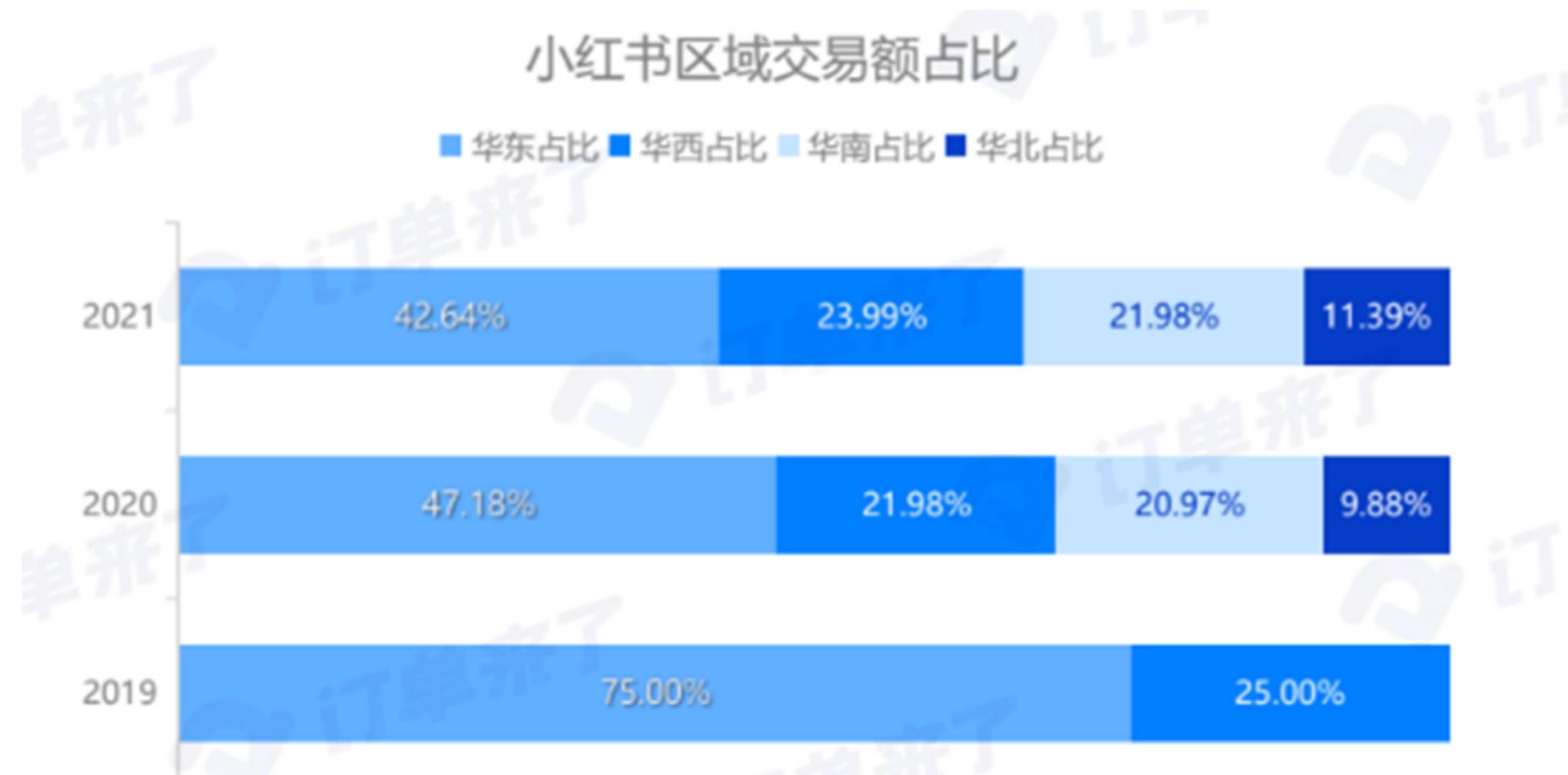
テレビ・映画：+174%

ゲーム：+352%

出典：Digitown

3.旅行・宿泊業のREDでの運営報告

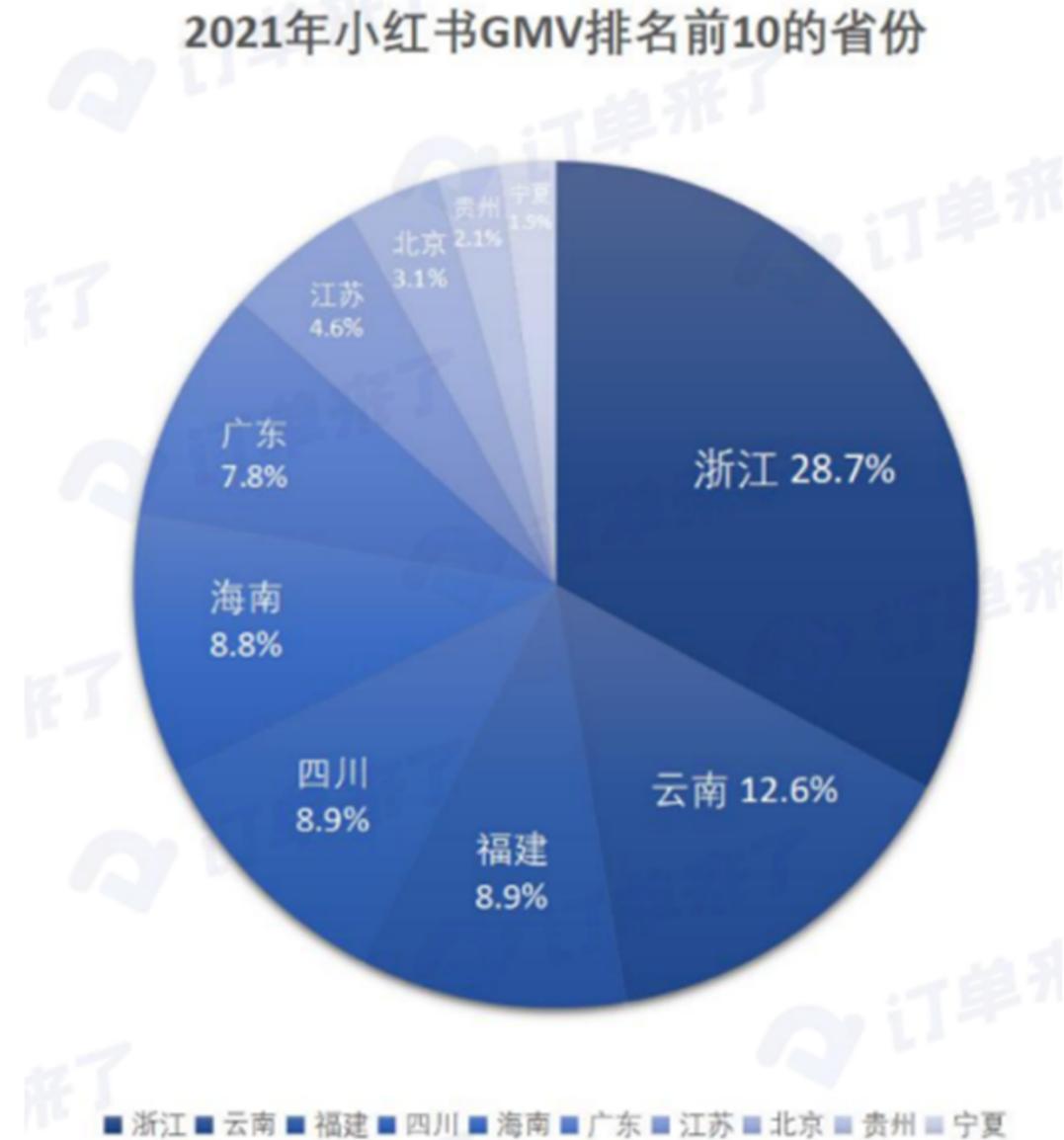
・ 2021年旅行・宿泊店舗の全体取引状況



- ・ 取引店舗数：1,132店
- ・ 2021年RED取引額、前年比75%増
- ・ 平均単価:1273元
- ・ RED区域取引額の割合：中国東部の店舗が3年連続で売上高で1位となり、中国南部の店舗が最も急速に成長している。

出典：Dingdanlaile

・2021年旅行・宿泊店舗のGMV TOP10地域

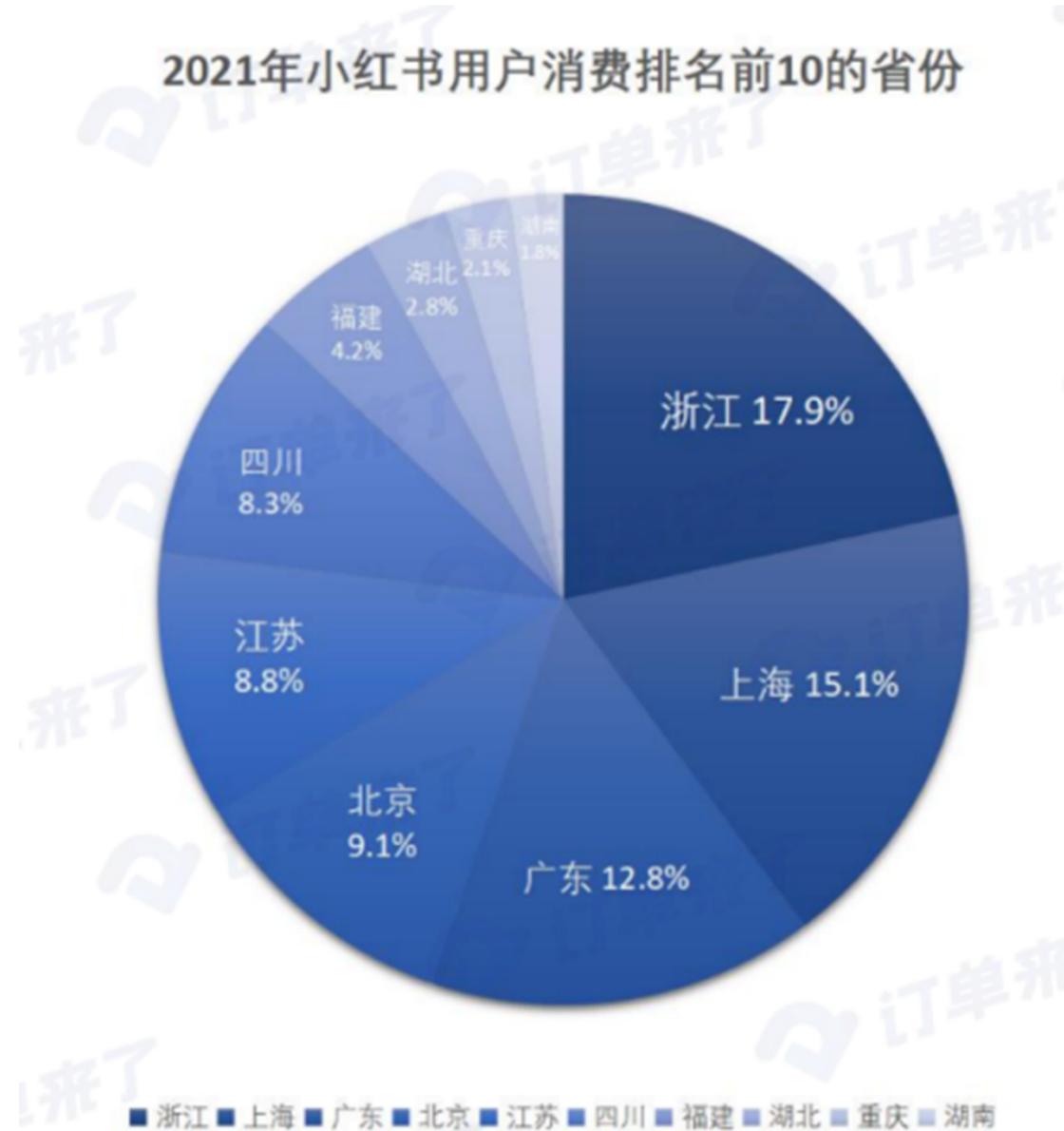


上位10県のGMV合計がチャネル全体に占める割合は87.3%

- ・算出比率で見ると、各地区の算出分布は不均等で、深刻な二極化が進んでいる。有名区域の店舗は好機をとらえており、ほかの地区の店舗は、優先的に入場券を申請する。
- ・GMVの産出量が一番高いのは 浙江省：最初に参入し、流行の流れに乗れた。

出典：Dingdanlaile

・2021年旅行・宿泊店舗の消費額TOP10地域



ホテル・民宿の主要消費者は江蘇、浙江、上海エリアに集中

・消費金額上位10の地域とGMVランキング上位10では6地域が重複しており、コロナ下では同じエリア内での近場旅行をする人が多く、旅行距離の短縮がみられる。

・また主要消費戦力は一・二線都市及び省会城市に集中している。

出典：Dingdanlaile

• RED旅行・宿泊店舗の消費者属性

基础属性

年齢：26-35岁为主，占比54.2%

性别：女性66%，男性34%

地域：一二线城市及省会城市



年齢：26-35歳が54.2%を占める

性別：女性66%、男性34%

地域：一・二線都市及び省会城市

出典：Dingdanlaile

• RED旅行・宿泊店舗の消費者特徴



ユーザー属性

决策影响：出片>特色>价格

酒店客单：1000+

个人兴趣：出行 探店 景点 攻略

意思決定要因：紹介動画>
特色>価格

ホテル客単価：1000以上

個人趣味：旅行、お店発
掘、観光スポット、攻略

出典：Dingdanlaile

• RED旅行・宿泊店舗の露出転化率



民宿商家

平均曝光转化 **3%**

交易额 / 曝光

民宿事業

平均露出転化率：3%



酒店商家

平均曝光转化 **9%**

交易额 / 曝光

ホテル事業

平均露出転化率：9%



CPM

均值 **6.8元**

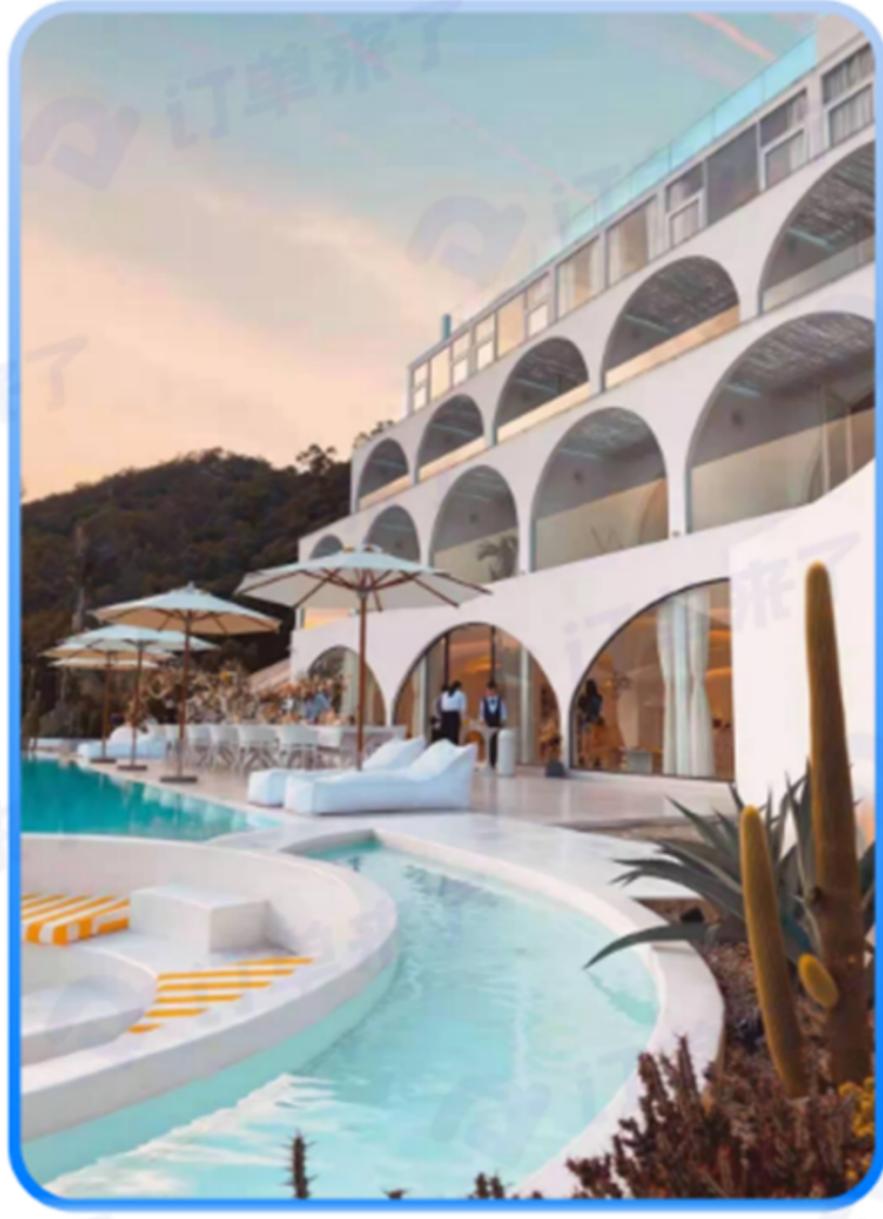
千人展示成本

CPM

平均：6.8元

出典：Dingdanlaile

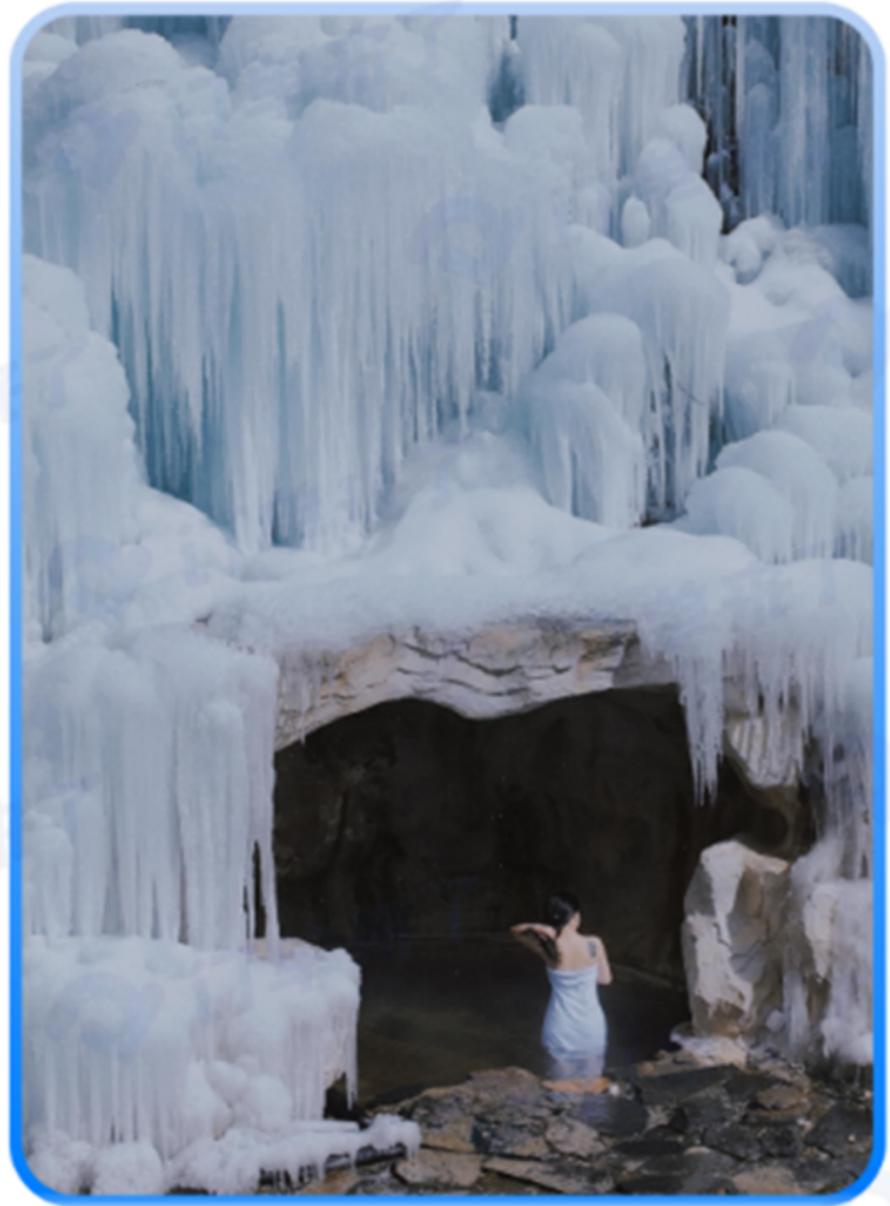
• RED旅行目的地運営事例



- 浙江省
浙江省の商人は湖州地域に集中しており、湖州商人はいち早くREDに参入。
- 雲南省
雲南省で最も商人が多いのは大理地区で、洱海のほとりの海景住宅は比較的ユーザーから人気がある。
- 福建省
福建省で最も商人が多いのは厦門地区で、純白の建築とサントリーニ様式が特徴として挙げられる

出典：Dingdanlaile

• RED旅行宿泊地運営事例



• 民宿建築

デザインに特徴があり、突出したポイントや記憶に残る特徴、インスタ映え、写真スポットになる。

• 民宿設備

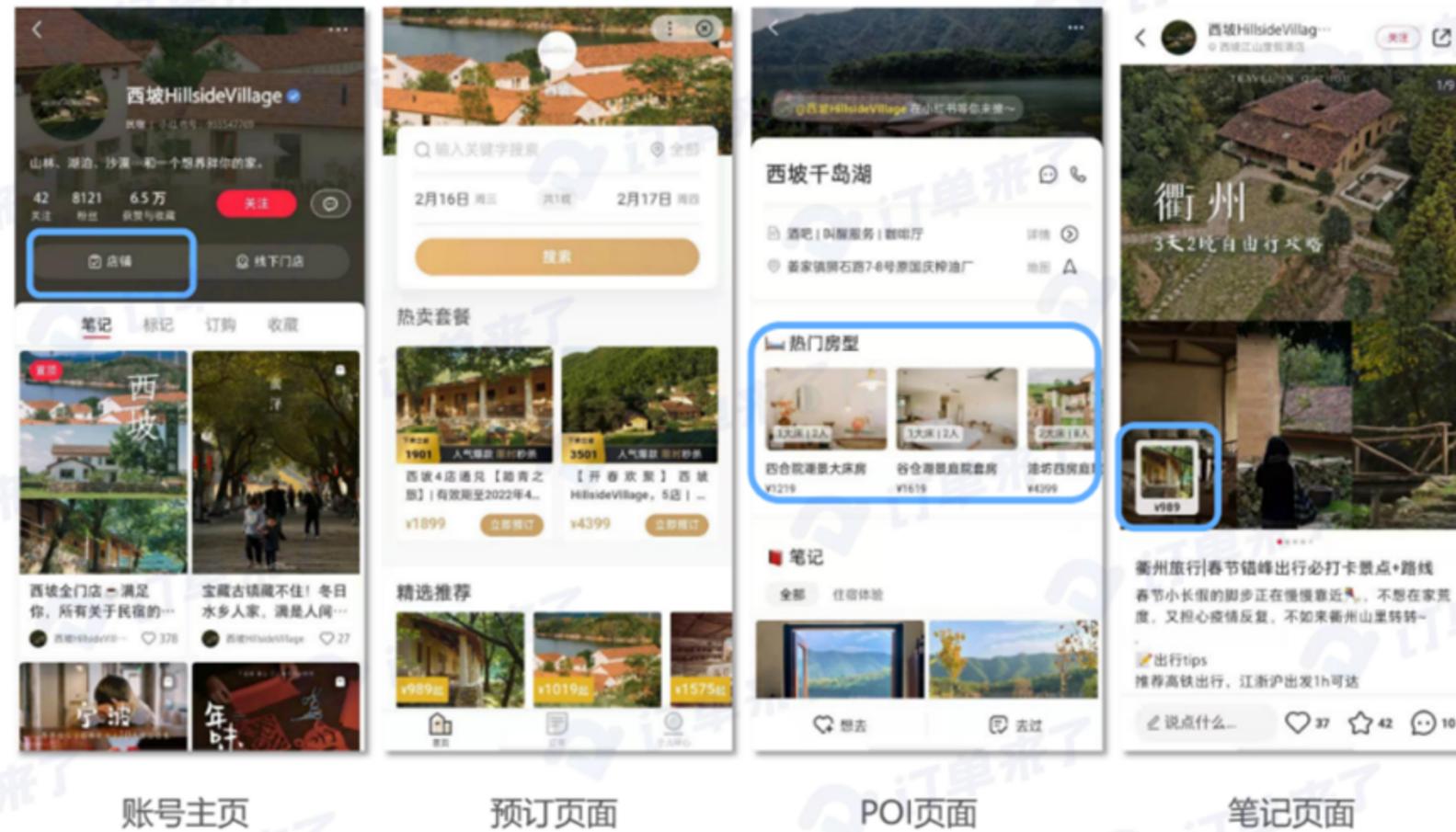
温泉やプール、レストランやカフェなど、特別なサービスが充実。

• 民宿周辺

森、湖、海、雪山等、最高の景色が広がっている環境

出典：Dingdanlaile

• RED運営方式概要

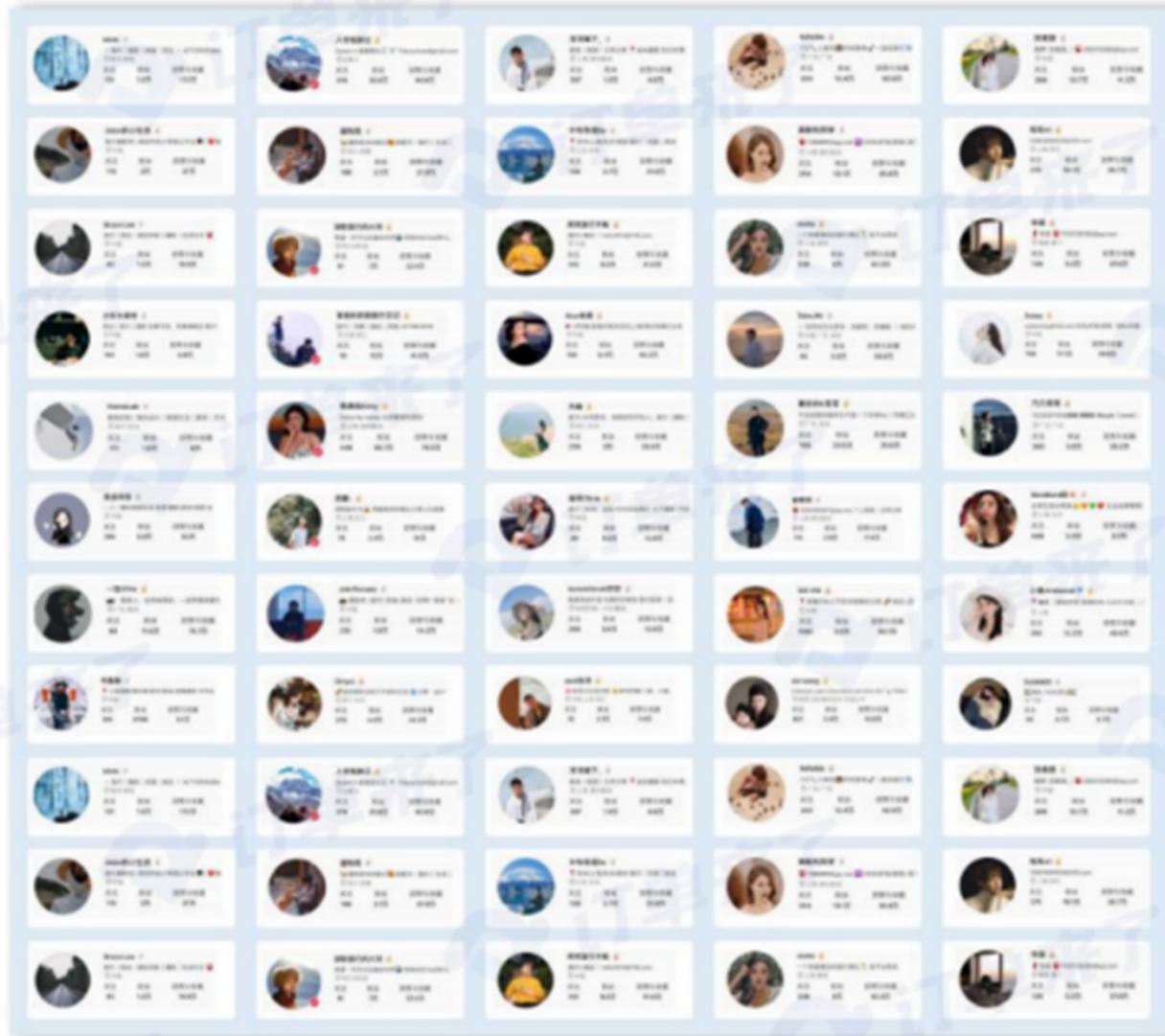


REDでの公式アカウント設立:アカウント申請 > アカウント連結 > POI認定

REDでの公式アカウントとして、公式情報発信に加え、予約も受け付けている。
公式アカウントはコンテンツ、POI、ライブルーム等からアクセスが可能。内容強化→予約へ繋げる

出典：Dingdanlaile

• RED主要運営方式①KOL機能



▲ 1000+订单来了垂类旅宿合作达人

芸能人に比べて親近感があるので、リアルなクチコミのトレンドも形成しやすく、単品商品の広告打ちやプラットフォームの知名度アップに適している。REDでの初級KOL（5k～5wフォロワー）と素人（5kフォロワー以内）が一番のボリュームを占めており、ファンとの交流、インフルエンサー力が強い。

出典：Dingdanlaile

• RED主要運営方式②広告機能



• インフォーマーシャル
初見ページで流れ,その後6から順位
+10で次第に増加しランダムに表示
される。

• 広告検索
広告主は自分でキーワードを決め、
商品の内容や特徴に応じて広告の価
格を設定する。検索広告は、検索結
果ページに3から+10まで順次表示
される。

出典：Dingdanlaile

• RED主要運営方式③トピック・ランク機能



• 話題活動

REDでは、時期によって異なるトピックイベントを開催、キャンペーンの条件を満たしたコンテンツには報酬としてアクセス量を獲得する。

• 月間ホテル・民宿ランキング

REDでは毎月ホテル・民宿商店のアクセスに応じて,GMVの上位10を選出し,リストに載って店舗は公式推薦とアクセス量を報酬としてもらえる。

出典: Dingdanlaile

・ RED旅行・ 宿泊運営攻略まとめ



製品レベル

REDユーザーの好みに合わせた商品設計、また業界の流行 (民宿インスタ映えスポット、イベント活動など) を活用した新商品の開発

アカウント運営

洗礼された運営が可能で、毎週の更新、コンテンツの質、コミュニティ活動を重視

マーケティング

積極的にREDプラットフォームの活動に参加し、ショップ訪問や広告掲載などを通じてプラットフォームの知名度向上を図る

ユーザー口コミ

製品体験に焦点を当て、サービス品質を向上させる。店舗訪問コンテンツを掲載してくれるよう誘導。真摯にシェアする雰囲気づくりで「紹介」サークルを形成

出典：Dingdanlaile

総括

- 1、小紅書（RED）は中国人の消費行動に大きな影響を与えている。**
- 2、新型コロナウイルスの影響により、在宅の生活用品関連が爆発的に増加、REDユーザーの5大消費コンテンツトレンド：在宅料理レシピ、フィットネス、メイク・ファッション系、近場旅行、在宅を楽しむ娯楽コンテンツ。**
- 3、2021年旅行・宿泊店舗のREDでの取引店舗数は1132、取引額は前年比75%増。**
- 4、旅行民宿はREDで注目を集めるキーワードは、製品レベル、アカウント運営、マーケティング、ユーザー口コミ。**

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



Wechat