



# 中国Z世代洞察調査報告2022

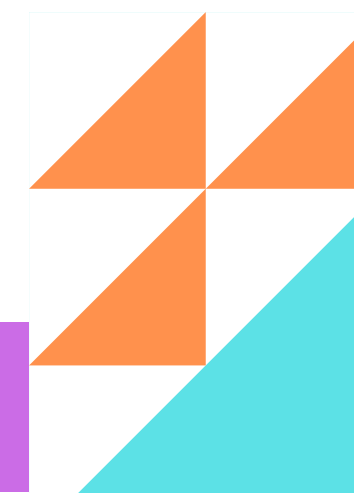
ENtrance株式会社

# 目次

## 1. 中国Z世代消費特徴

- 中国Z世代成長環境分析
- 中国Z世代ユーザー規模推移
- 中国Z世代APP月間利用時間
- 中国Z世代テーマ別APP利用時間
- 中国Z世代ネット消費関心Top5
- 中国Z世代ネット消費金額分布
- 中国Z世代ネット消費意欲分布
- 中国Z世代KOL参入浸透率TOP5
- 中国Z世代KOLテーマ分布割合（REDを例に）
- 中国Z世代スマート家電別関心度
- 中国Z世代をターゲットに健康商品広告費上昇

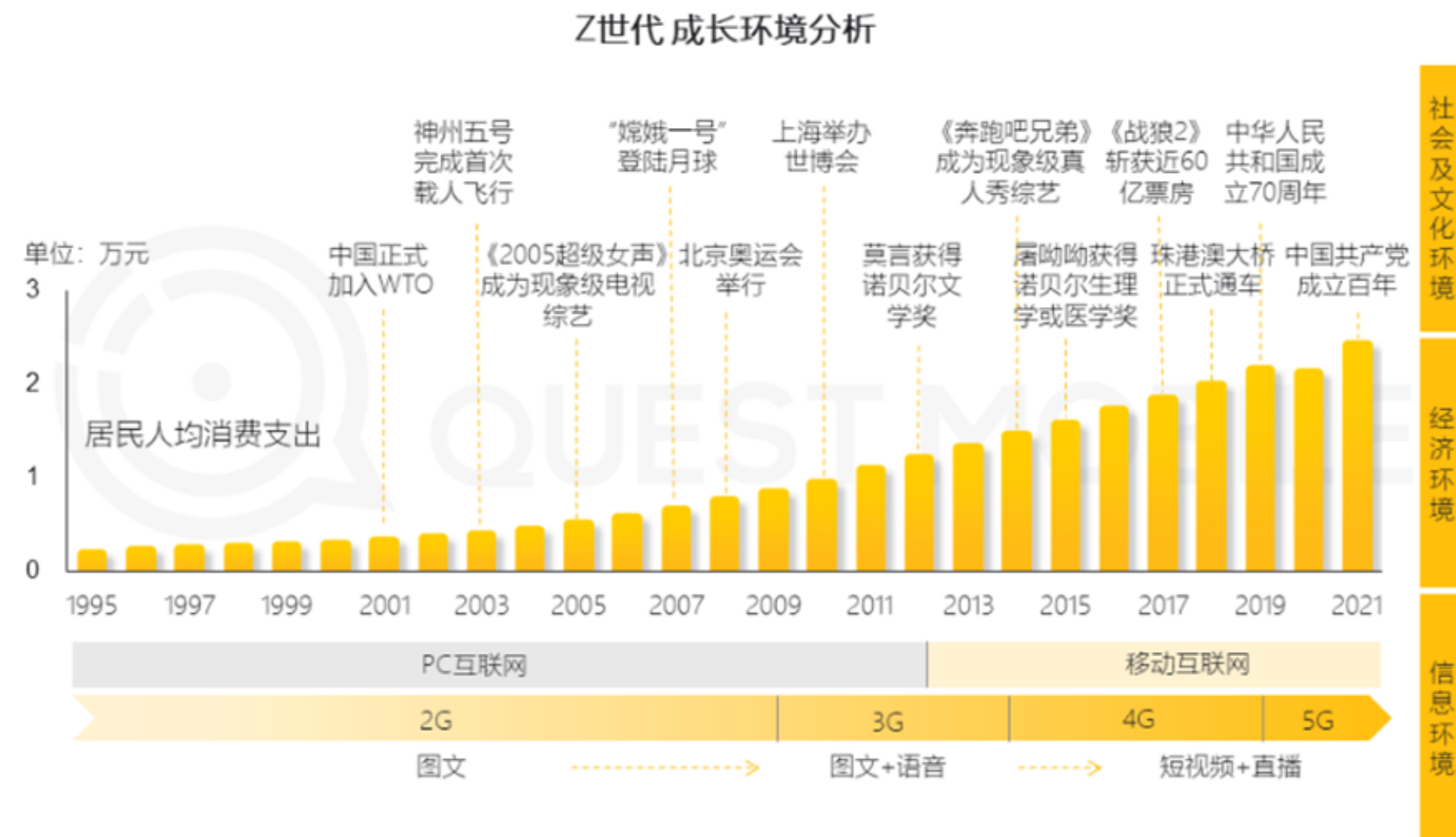
<b>P3</b>	<b>2.中国Z世代旅行行動</b>	<b>P15</b>
P4	• 中国Z世代旅行者の主要居住都市	P16
P5	• 中国Z世代旅行者の職種分布	P17
P6	• 中国Z世代旅行者の目的嗜好特徴	P18
P7	• 中国Z世代旅行者の移動手段特徴	P19
P8	• 中国Z世代旅行者の宿泊嗜好特徴	P20
P9	• 中国Z世代旅行者の消費能力分布	<b>P21</b>
P10	• 中国Z世代旅行者の宿泊消費単価	P22
P11	• 中国Z世代旅行者国内旅行人気TOP20	P23
<b>P12</b>	• 中国Z世代旅行者の「紅色旅行」目的地TOP20	P24
P13	• 中国Z世代旅行者の「紅色旅行」嗜好特徴	P25
P14	• 中国Z世代旅行者の「紅色旅行」年齢分布	P26
	• 中国Z世代旅行者の「紅色旅行」記事例	P27





# 第1章 中国Z世代消费特征

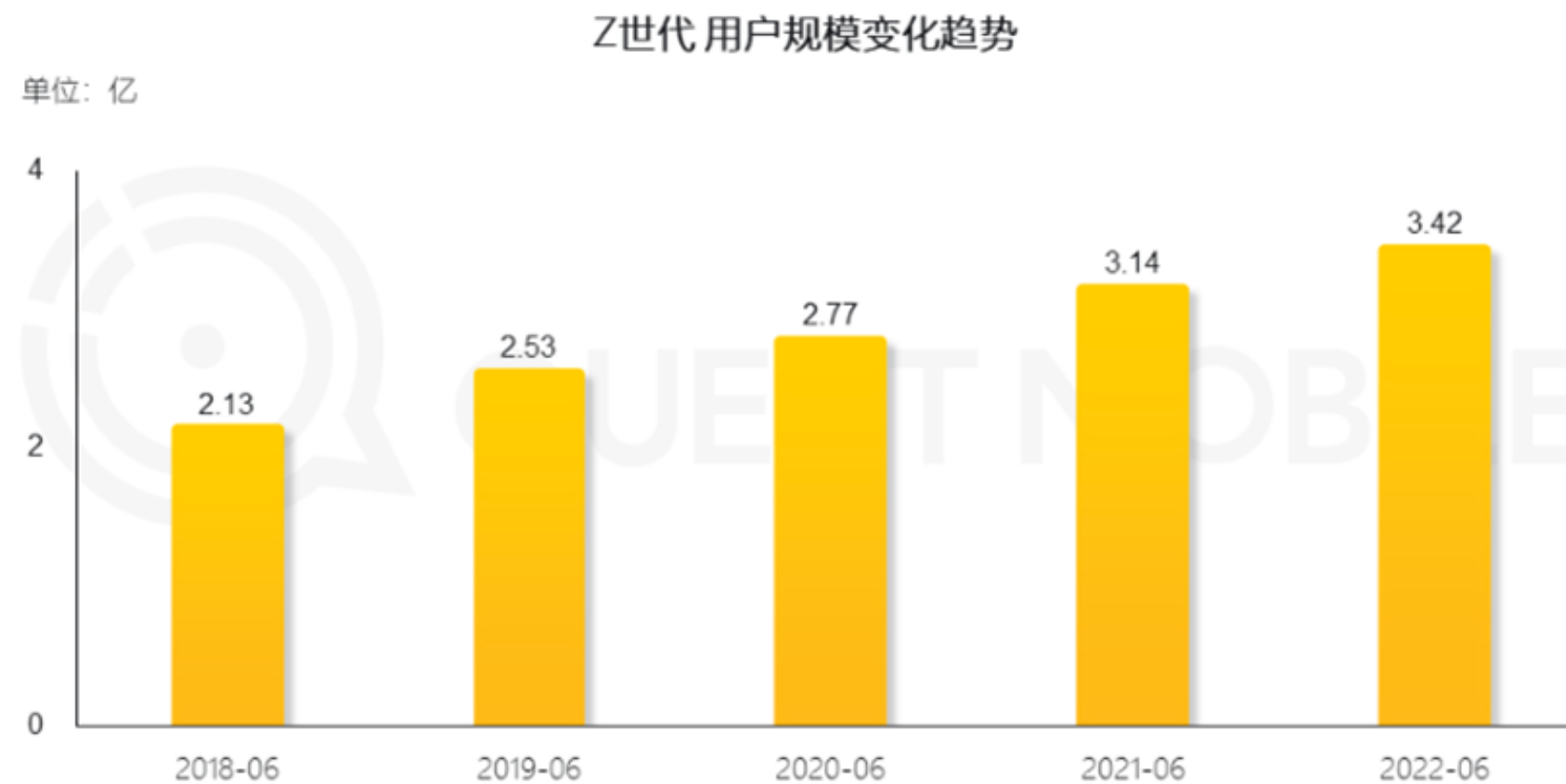
# 中国Z世代成長環境分析



1995年から2021年にかけて、経済環境として平均支出は増加。パソコンが主流だった時代からどこでもインターネットにアクセスできる時代へ。情報環境としてはが2Gから5Gへ変化した。

出典：QuestMobile

# 中国Z世代ユーザー規模推移

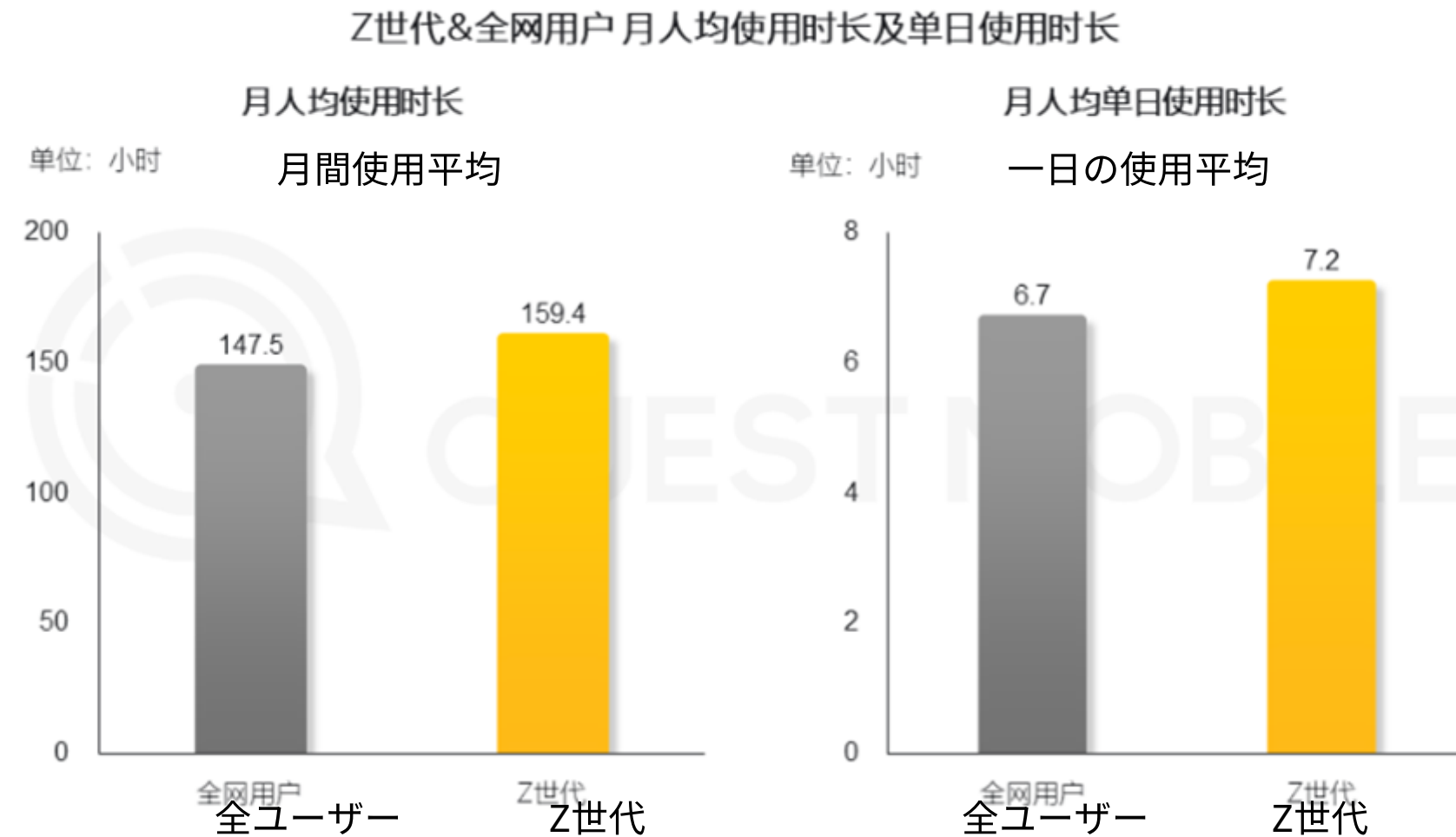


“Z世代”ユーザー規模の推移として、2018年から2022年まで1.29%増加した。2022年6月は3.42億人となりました。

出典：QuestMobile



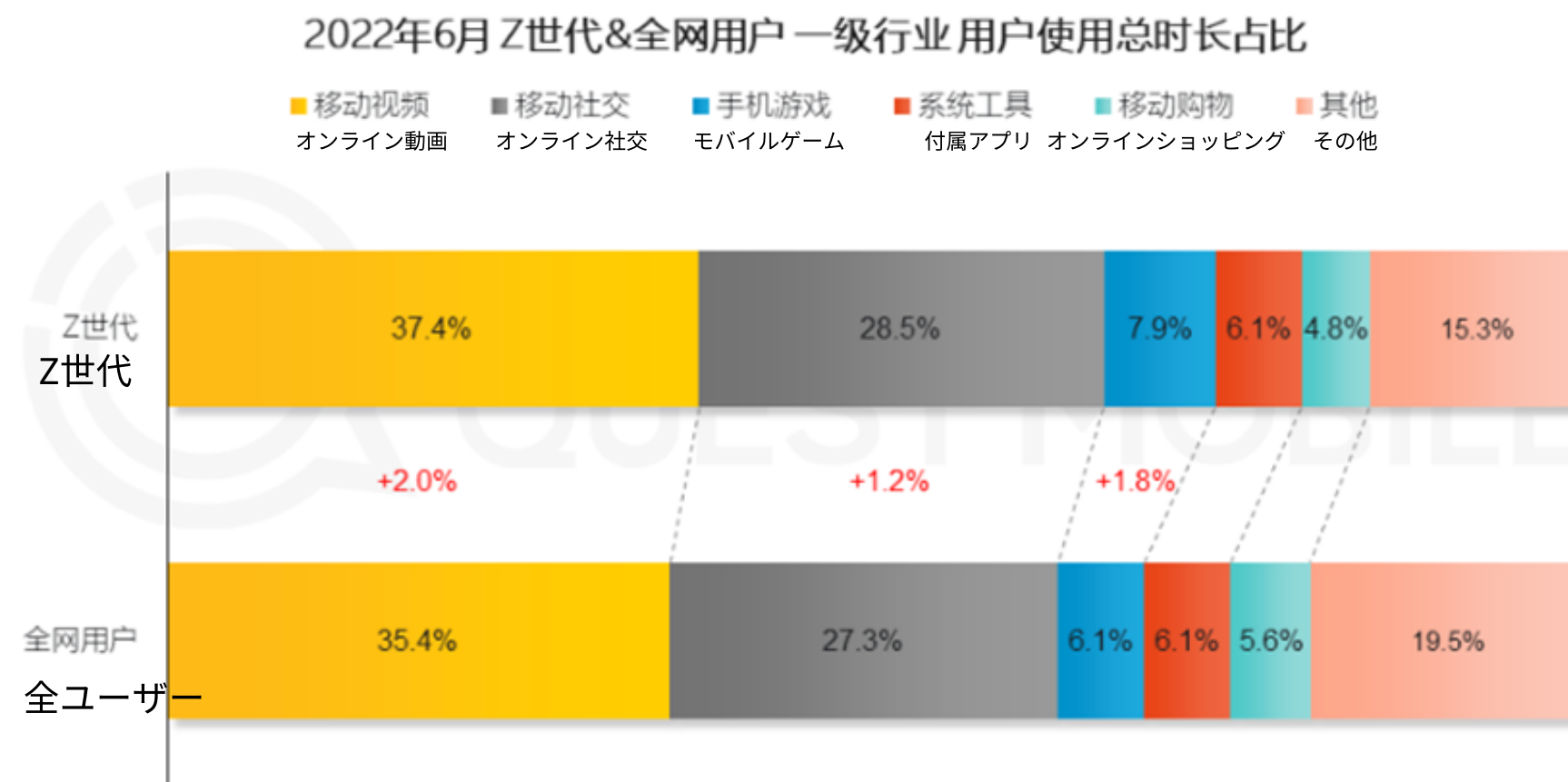
# 中国Z世代APP月間利用時間



中国Z世代APP月間利用時間は、月間一人当たり利用時間、全ユーザーが147.5、Z世代は159.4である。一日利用時間は全ユーザーが6.7、Z世代は7.2である。

出典：QuestMobile

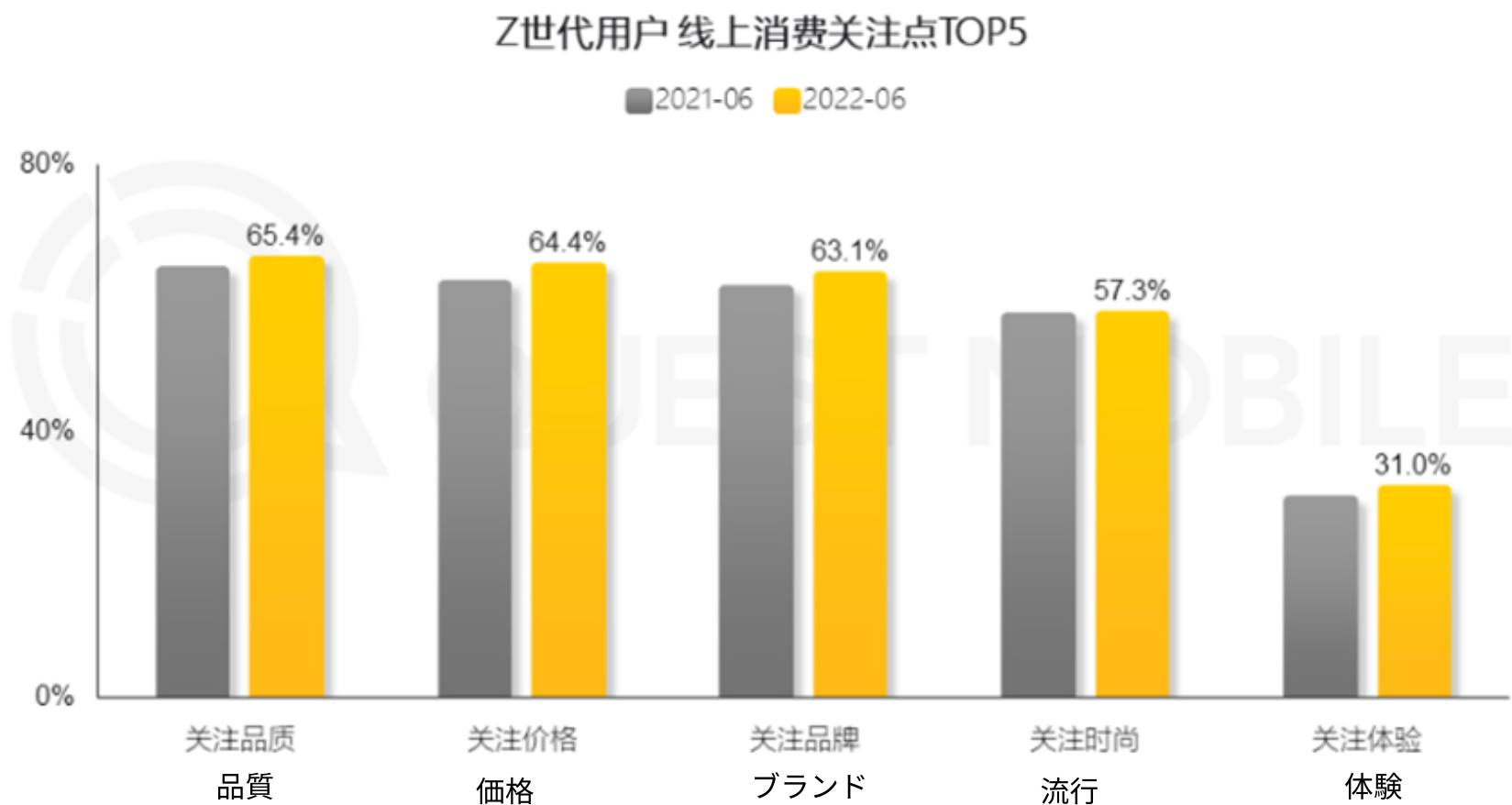
# 中国Z世代テーマ別APP利用時間



中国Z世代テーマ別APP利用時間は、オンライン動画が37.4%と全ユーザーと比べ2.0%の増加。その次にオンラインコミュニティが28.5%と全ユーザーと比べ1.2%の増加。その次にモバイルゲームが7.9%と全ユーザーに比べ1.8%の増加である。

出典：QuestMobile

# 中国Z世代ネット消費関心Top5

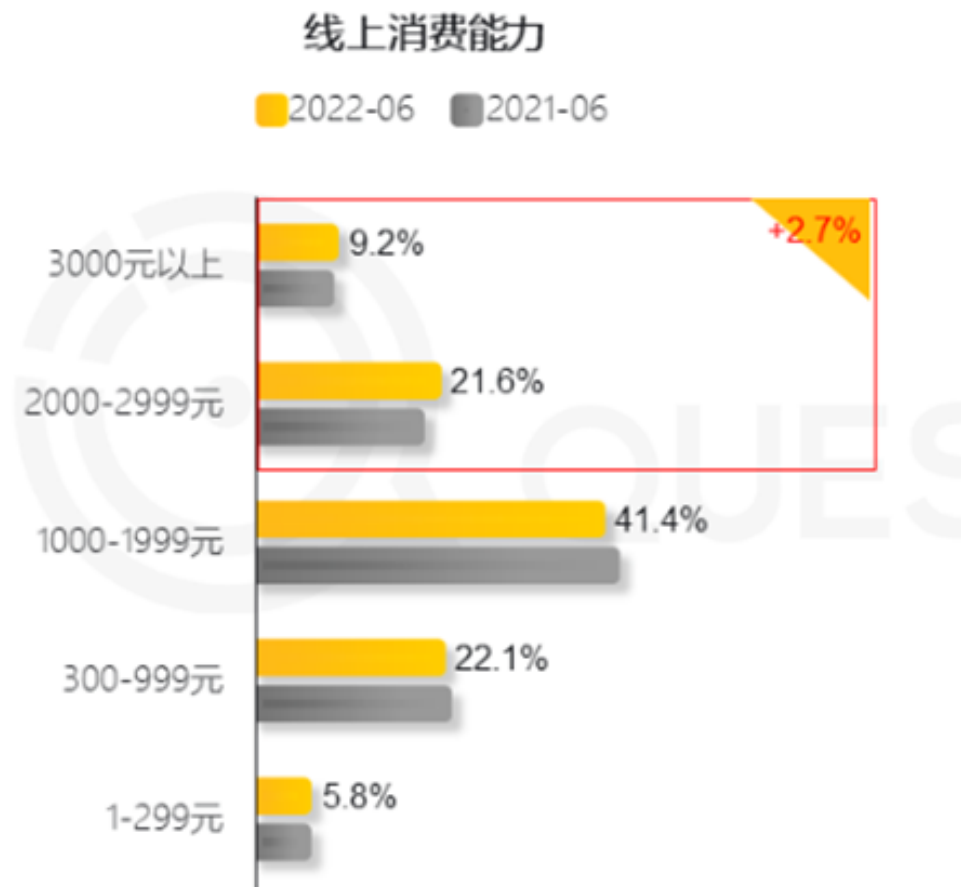


中国Z世代ネット消費関心Top5として、2021年と比べ、2022年は品質を重視する割合が65.4%、かっくを重視する割合が64.4%、ブランドを重視する割合が63.1%、流行を重視する割合が57.3%、体験を重視する割合が31.0%となっている

出典：QuestMobile



# 中国Z世代ネット消費金額分布

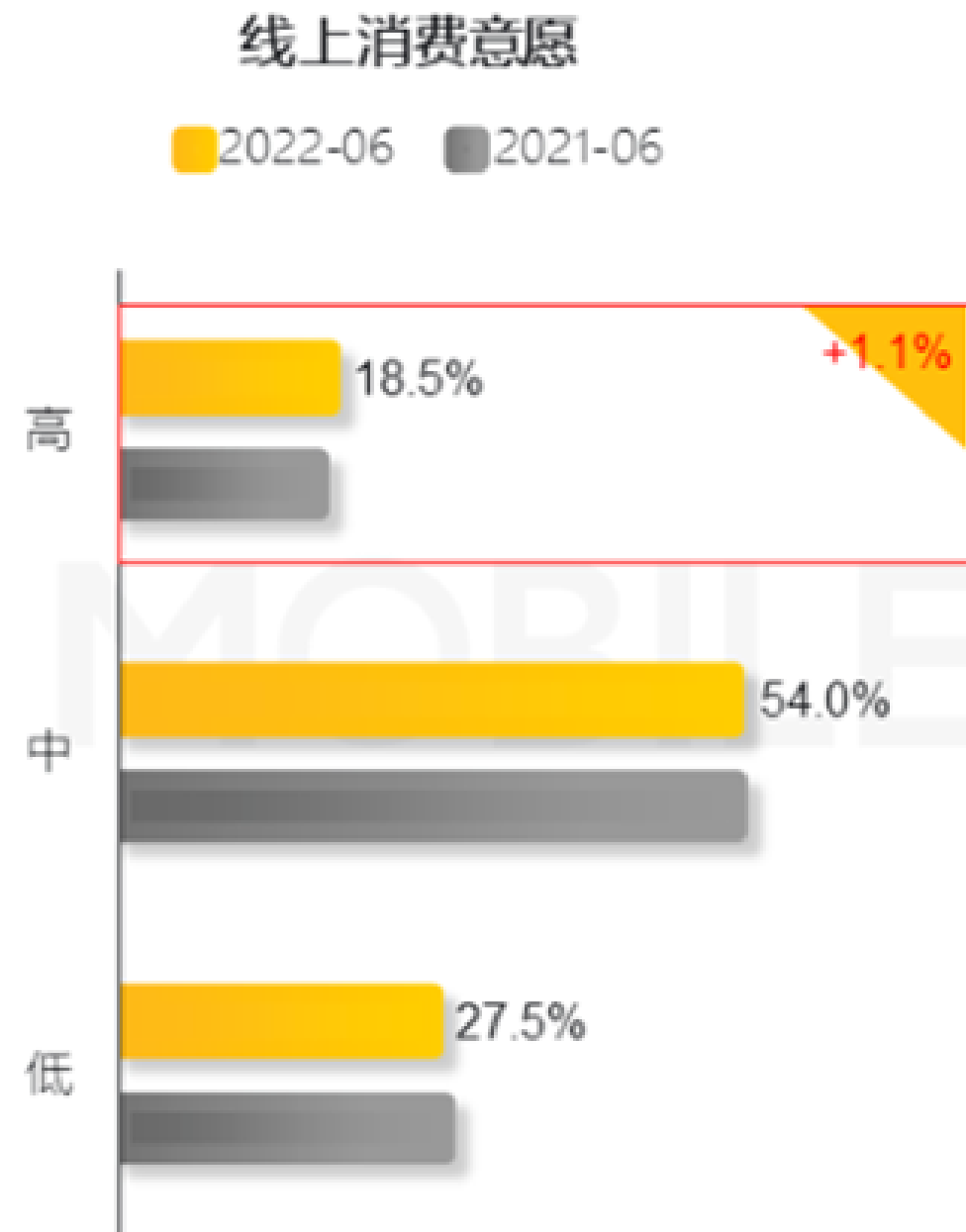


中国Z世代ネット消費金額分布として、市場の割合を占めるのは1000-1999元を占める割合が41.4%、その次に300-999元を占める割合が22.1%で、最後に2000-2999元を占める割合が21.6%となっている。

出典：QuestMobile



# 中国Z世代ネット消費意欲分布



中国Z世代ネット消費意欲分布として、中の割合は54.0%、その次に低の割合は27.5%、高の割合は18.5%である。

出典：QuestMobile



# 中国Z世代KOL参入浸透率TOP5

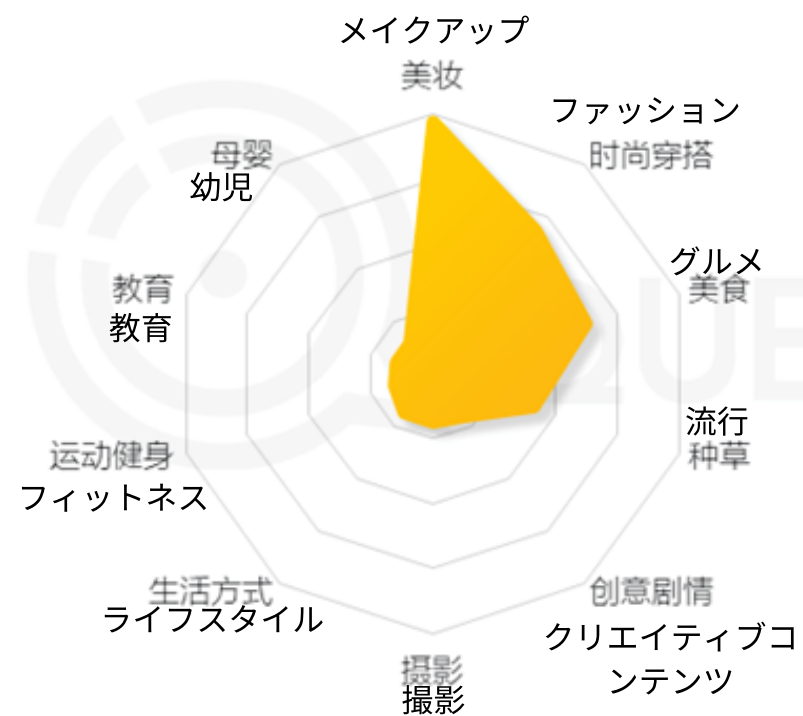


中国Z世代KOL参入浸透率TOP5として、一位は二次元の111、二位はゲームの106、三位は美容、メイクアップが同率で105%である

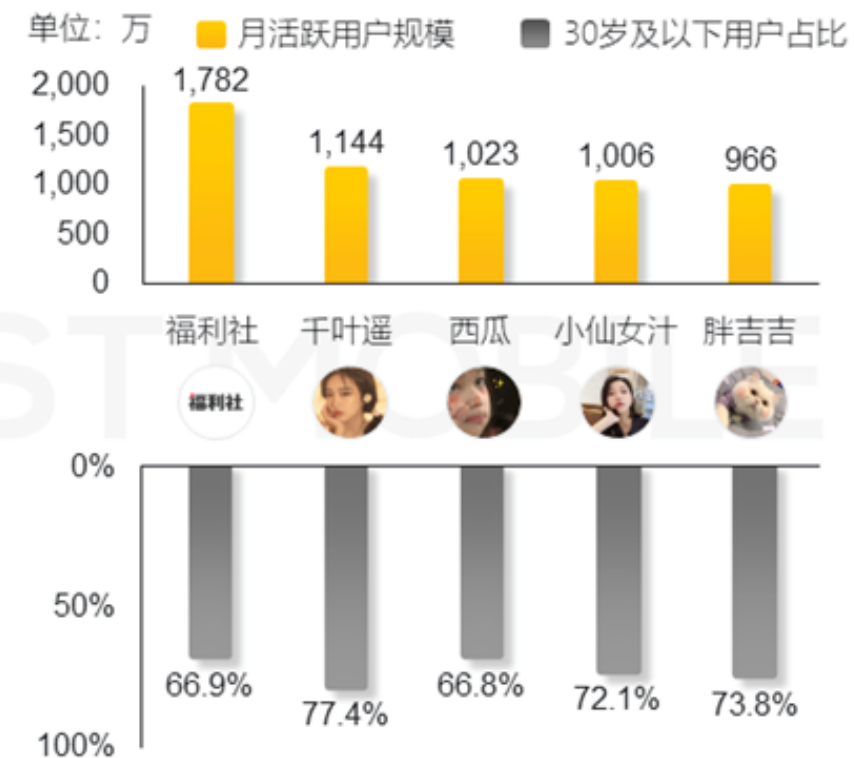
出典：QuestMobile

# 中国Z世代KOLテーマ分布割合（REDを例に）

2022年6月 小红书平台 KOL数量占比

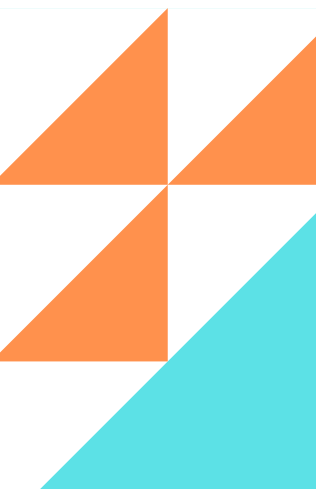


2022年6月 小红书美妆KOL行业  
月活跃用户规模 TOP5



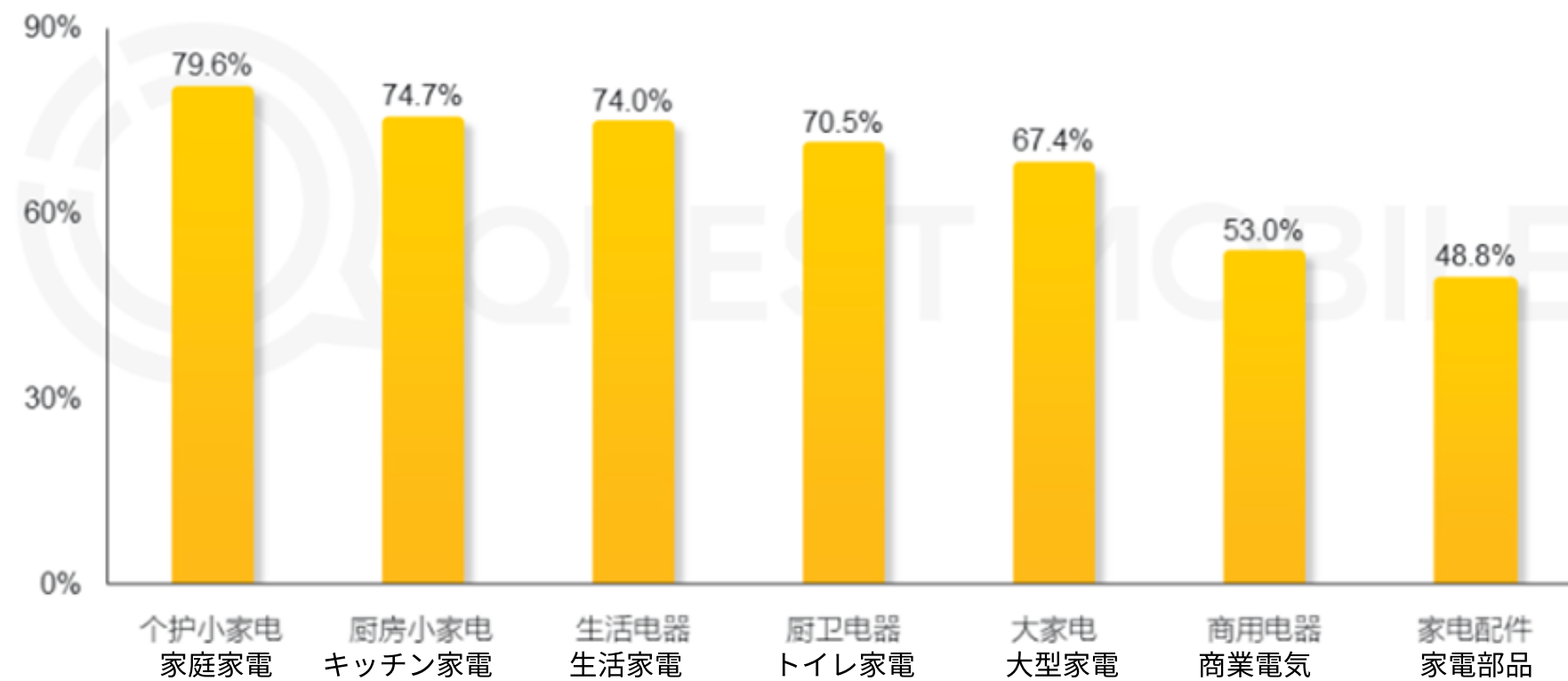
中国Z世代KOLテーマ分布割合（REDを例に）オンラインプラットフォームでの割合として、REDが一番割合を占めており、特にメイクアップ、美容、グルメが大きな割合を占めている。

出典：QuestMobile



# 中国Z世代スマート家電別関心度

2022年6月Z世代ユーザー家電業界細分品類关注度



スマート家電注目度TOP3として、一位は小型家庭家電が79.6%を占めており、次にキッチン家電が74.7%、生活家電が74.0%を占めている。

出典：QuestMobile

# 中国Z世代をターゲットに健康商品広告費上昇



健康食品関連の広告費、2021年6月は2081、2022年6月は3564であり、2021年に比べ、2022年は71.3%増加している。

出典：QuestMobile

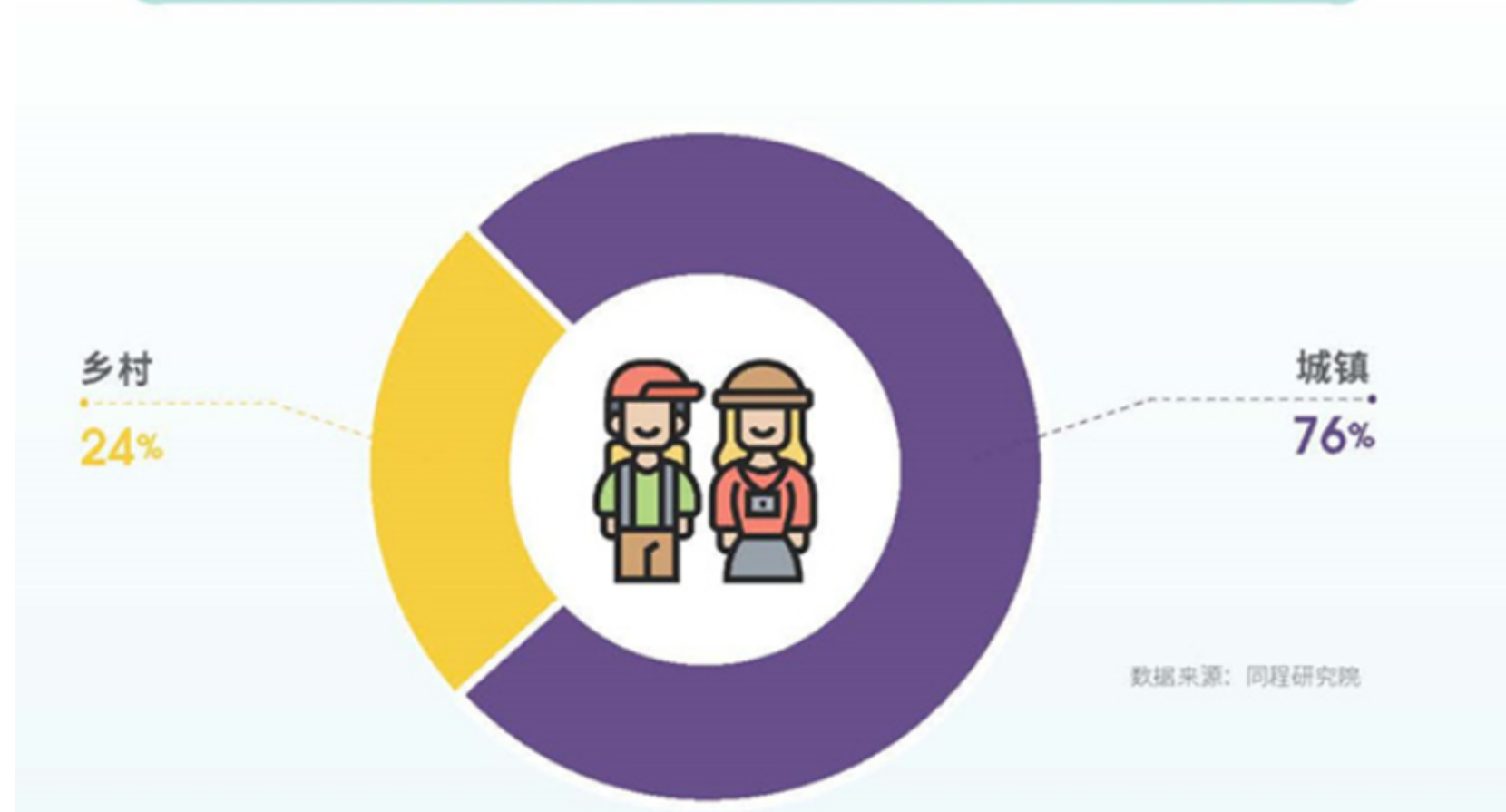




# 中国Z世代旅行行動

# 中国Z世代旅行者の主要居住都市

「Z世代」青年旅行者 76% 以上居住在城镇



Z世代”旅行者の76%が都市在住、24%が農村村在住です。

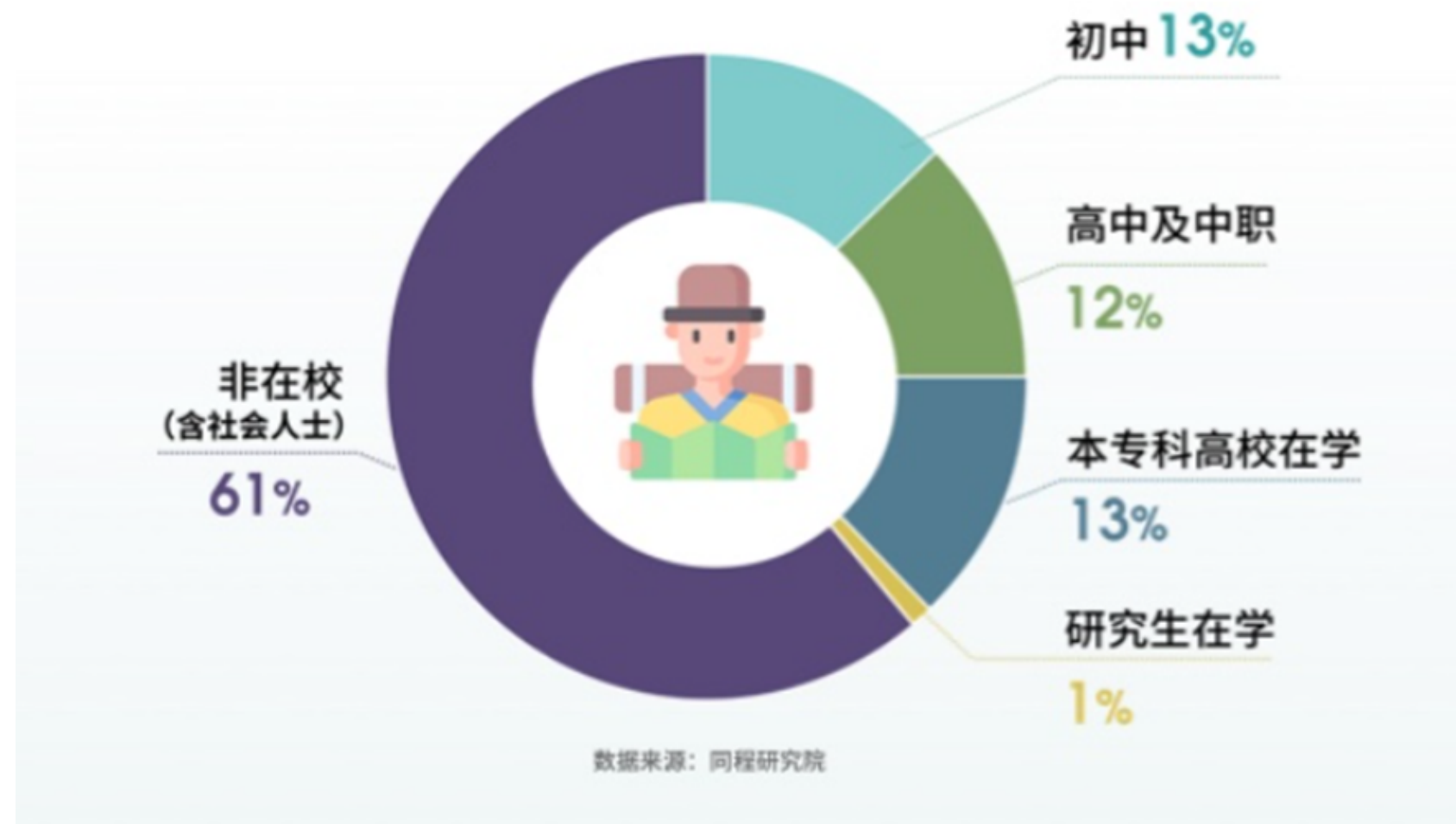
出典：同城研究院





# 中国Z世代旅行者の職種分布

## 「Z世代」青年在线旅行者社会身份结构



## “Z世代”旅行者の社会的身分構造TOP 3

社会人が61%と一番を占めており、次に中学生の13%、その次に高校生の12%となっており、全体の86%を占めている。

出典：同城研究院

# 中国Z世代旅行者の目的嗜好特徴

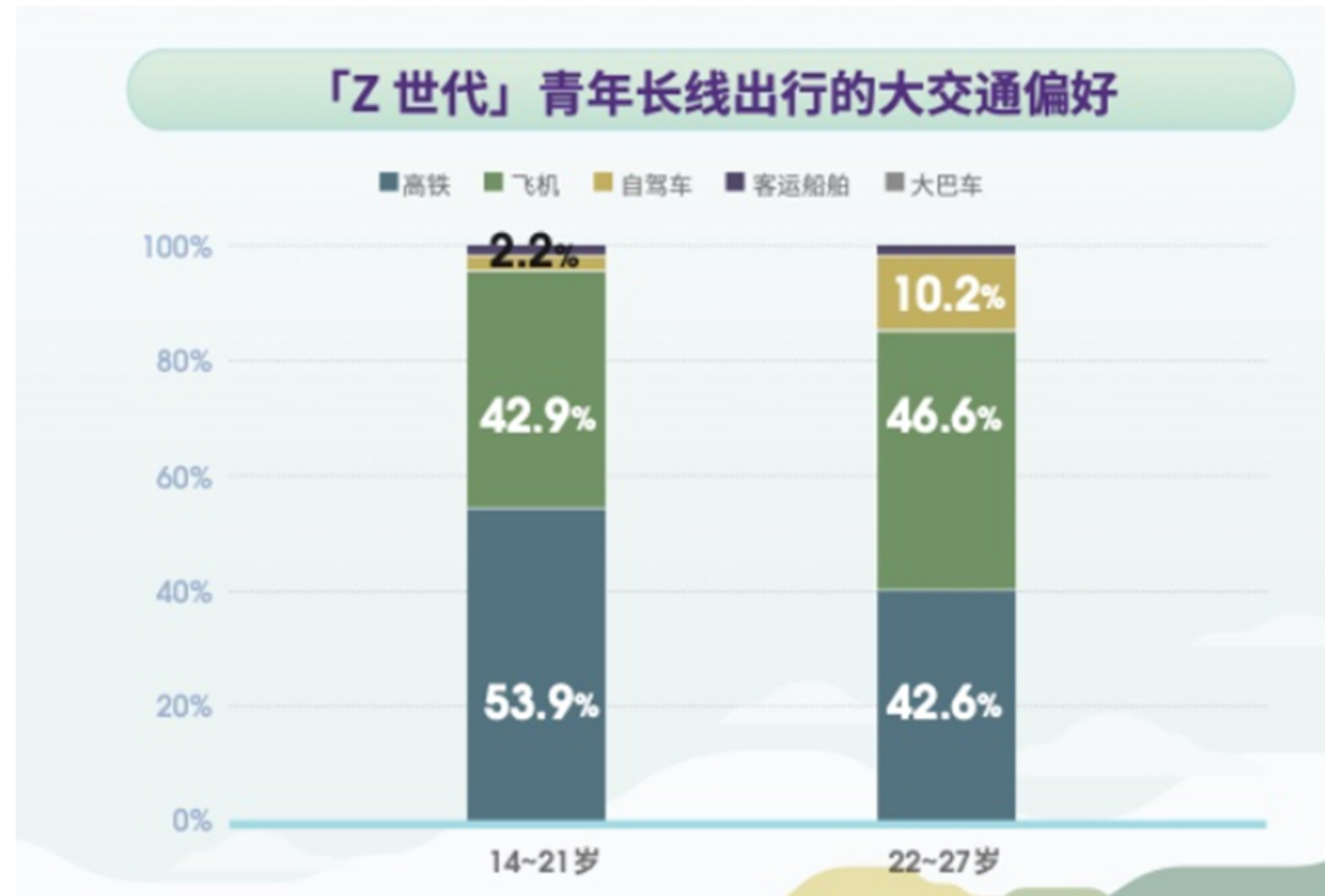
「Z世代」青年对主要度假类型的偏好度



“Z世代”好みの旅行タイプ別調査として、一番はテーマパークで60%を超える支持率を占めており、その次に近辺ドライブ旅行が40%以上の支持率、第三位に総合型娯楽施設が20%以上を占めています

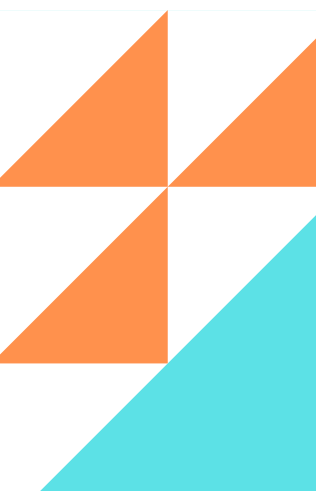
出典：同城研究院

# 中国Z世代旅行者の移動手段特徴



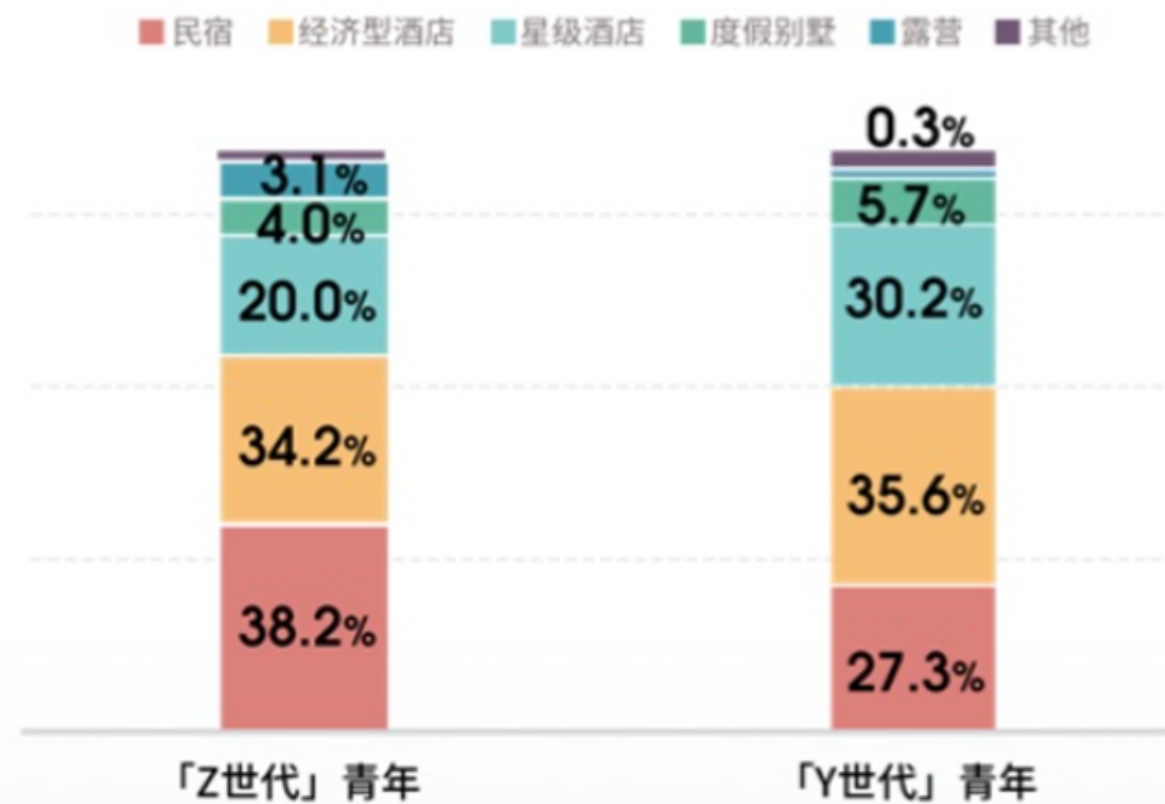
“Z世代”の旅行での移動手段の趣向として、14-21歳は電車を好む人が53.9%、飛行機を好む人が42.9%となっており、22-27歳は電車を好む人が42.6%、飛行機を好む人が46.6%となっている。また車も10.2%を占めている。

出典：同城研究院



# 中国Z世代旅行者の宿泊嗜好特徴

「Z世代」青年与「Y世代」青年住宿消费偏好对比



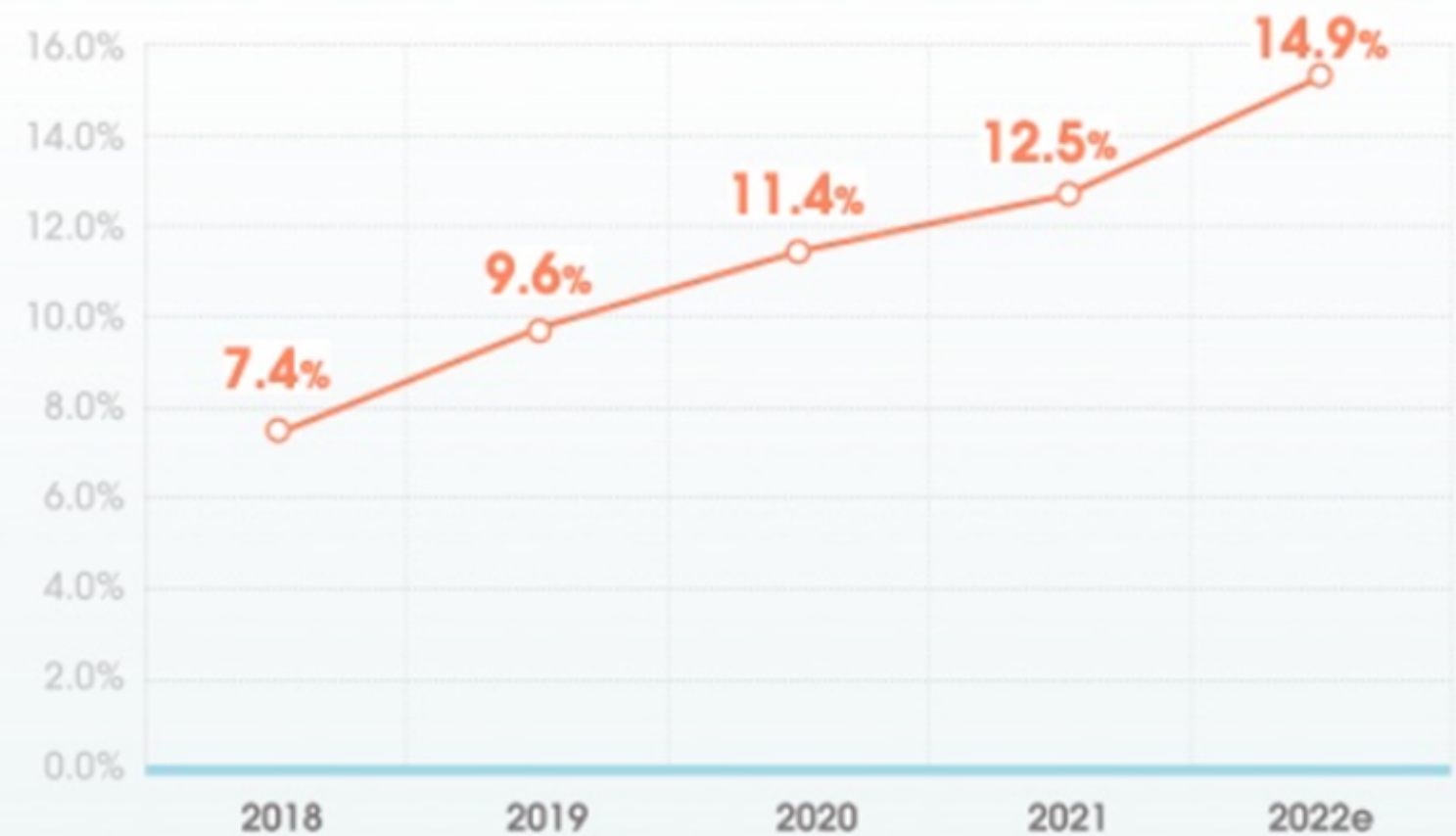
“Z世代”と“Y世代”の旅行宿泊消費を比べると“Z世代”の消費TOP 3は民泊が38.2%、ビジネスホテルが34.2%、星付きホテルが20.0%を占めている。

“Y世代”の消費TOP 3は民泊が27.3%、ビジネスホテルが35.6%、星付きホテルが30.2%を占めている。

出典：同城研究院

# 中国Z世代旅行者の消費能力分布

2018 至 2022 三线及以下城市  
「Z 世代」青年旅行消費規模占比（效果額维度）



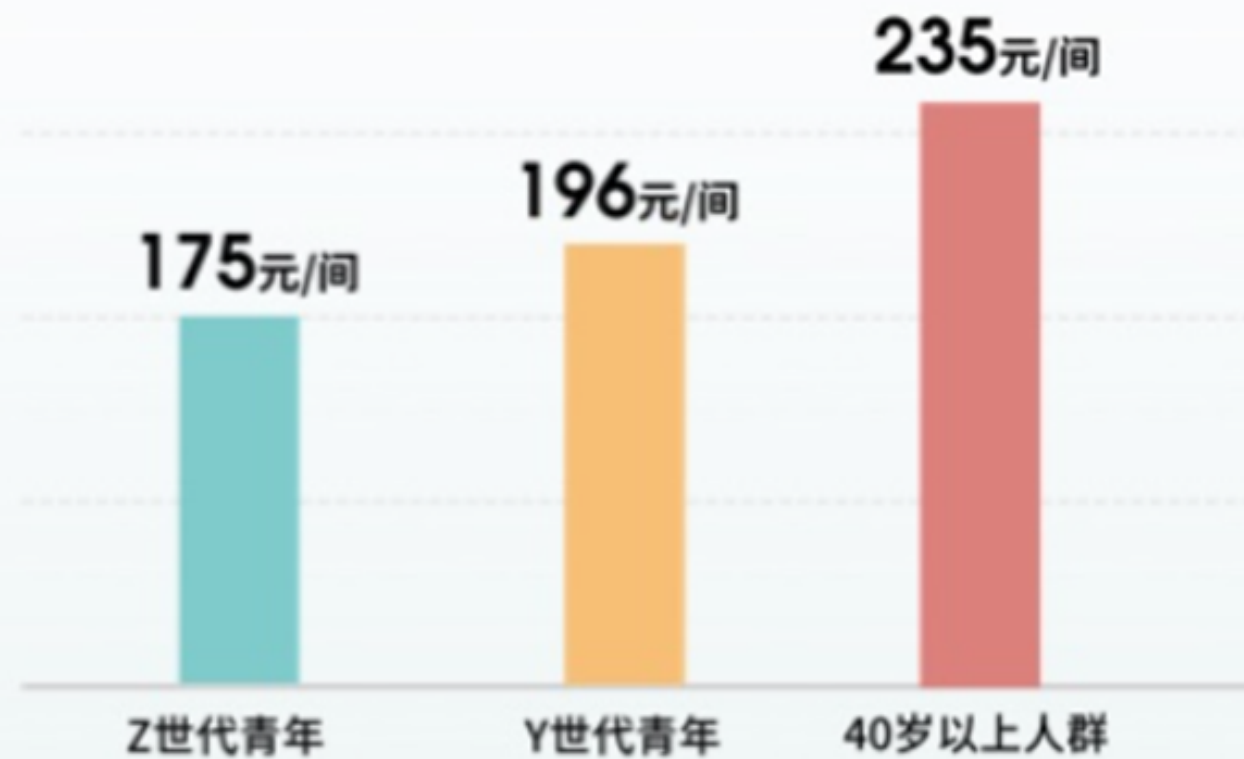
三級都市以下の都市在住のZ世代”旅行者が占める消費規模において、2018年~2022年にかけて7.5%が上昇しています。

出典：同城研究院



# 中国Z世代旅行者の宿泊消費単価

「Z世代」青年及其他世代住宿平均消費水平对比



来源：同程研究院

“Z世代”と他世代の旅行宿泊消費平均水準を比べると“Z世代”は一部屋175元、“Y世代”は一部屋196元、40歳以上の人群は一部屋235元となっている。

出典：同城研究院



# 中国Z世代旅行者国内旅行人気TOP20

## 「Z世代」青年国内旅游度假最青睐目的地 TOP20

目的地	排名	目的地	排名
北京	1	西藏	11
上海	2	湖南	12
重庆	3	浙江	13
海南	4	福建	14
广东	5	山东	15
江苏	6	内蒙古	16
云南	7	陕西	17
四川	8	湖北	18
新疆	9	贵州	19
青海	10	宁夏	20

Z世代”国内旅行場所人気TOP5として、第一は北京、その次に上海、第三位に重慶、海南、広東となっている。

出典：同城研究院



# 中国Z世代旅行者の「紅色旅行」目的地TOP20

## 「Z世代」青年最青睐的红色旅游目的地 TOP20

目的地	排名	目的地	排名
北京	1	湘潭	11
延安	2	赣州	12
井冈山	3	枣庄	13
长沙	4	信阳	14
南昌	5	嘉兴	15
遵义	6	徐州	16
上海	7	抚顺	17
郑州	8	瑞金	18
武汉	9	锦州	19
石家庄	10	广安	20

数据来源：同程研究院

Z世代”旅行場所人気TOP3として、第一は北京、その次に延安、第三位に井冈山が占めている。

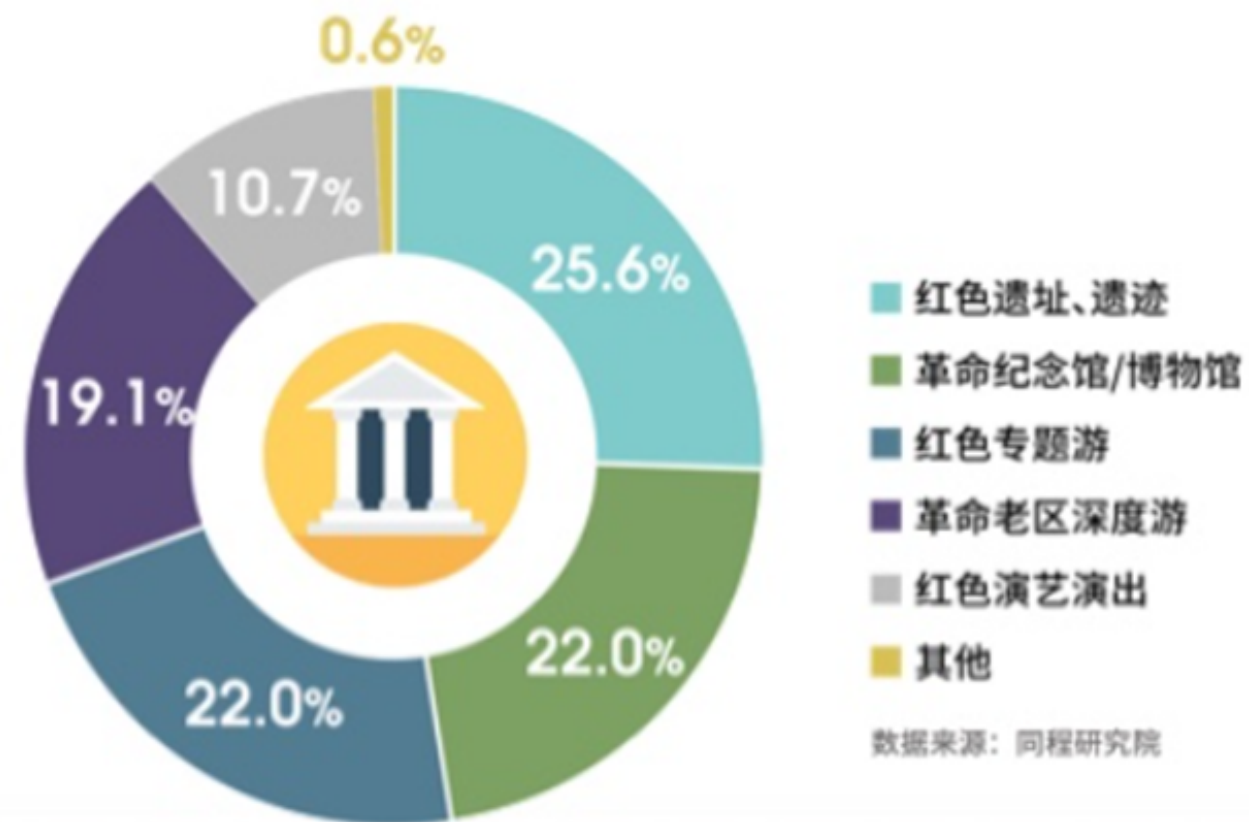
出典：同城研究院





# 中国Z世代旅行者の「紅色旅行」嗜好特徴

「Z世代」青年红色旅游产品类别偏好分布情况

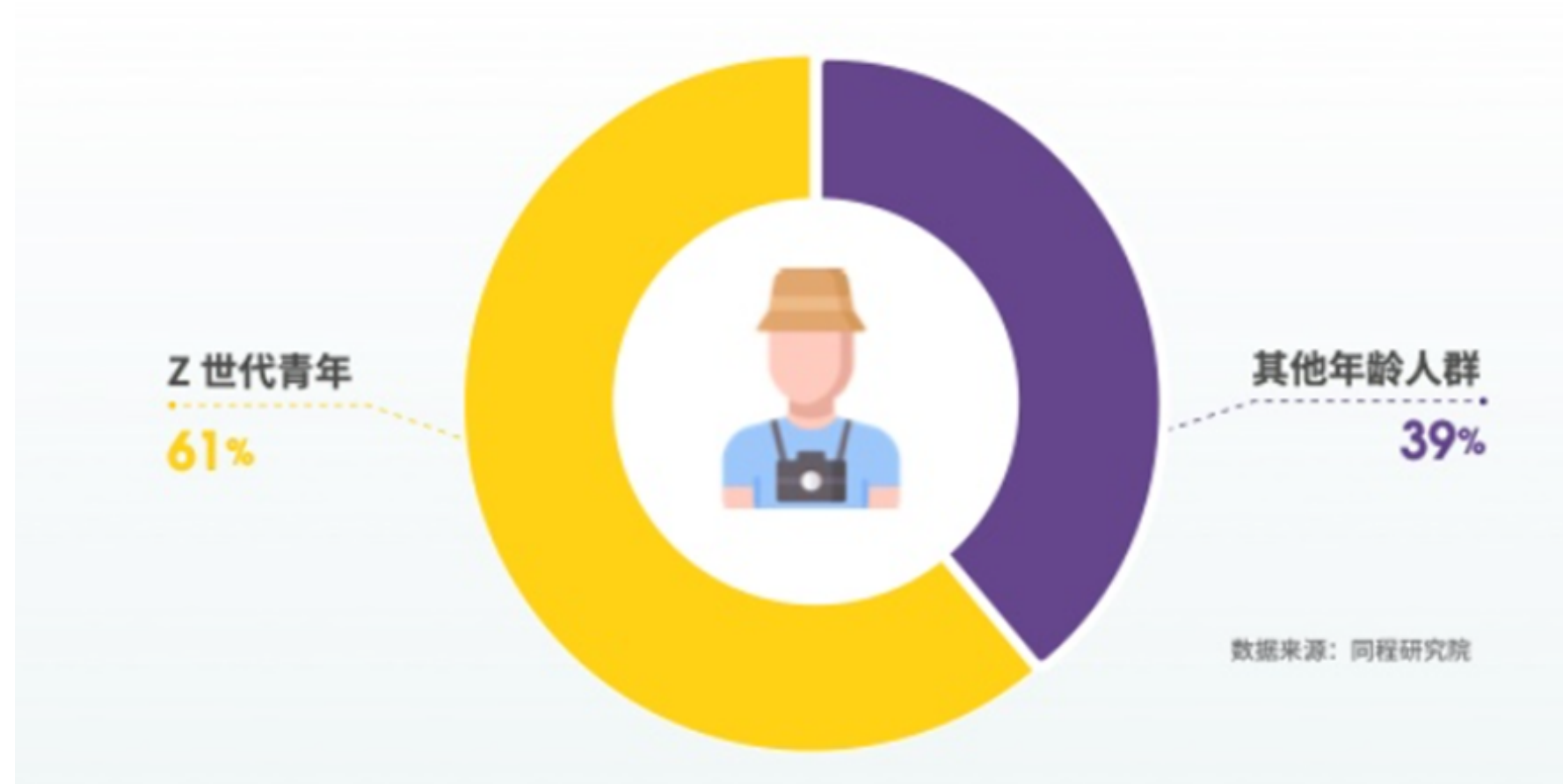


“Z世代”青年红色旅游消费年龄层分布状况として、一番は紅色遺跡が25.6%を占めており、その次に革命記念館・博物館と紅色トピック旅行が並行で22%、第三位に革命地域旅行が19.1%を占めており、全体の88.7%を占めている。

出典：同程研究院

# 中国Z世代旅行者の「紅色旅行」年齢分布

## 紅色旅游消費人群年齡層分布情況



紅色旅行消費年齡層分布狀況として、“Z世代”が61%を占めており、その他年齢分布は39%を占めている。

出典：同城研究院



# 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](mailto: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](mailto:info@cjtc-club.com)



出典：同城研究院