

CIRレポート11月号（中国）

「ダブル11の日」

国際交流員 郭 映雪（中国）



中国では「光棍儿（つるつるの棒）」という言葉は独身の意味を持っています。その「棍（棒）」の形に似た「1」が4つ並ぶ11月11日は、若者の中で「独身者の日」と呼ばれています。

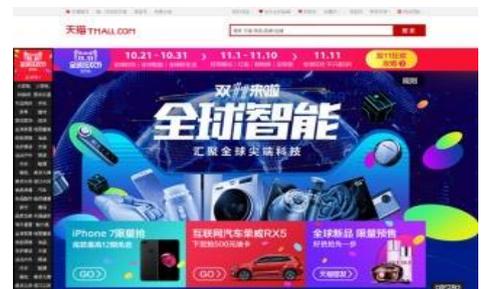
2009年、真っ先にこの日をビジネス・チャンスと捉えたネット通販大手のアリババが、ネット・ショッピングの割引セールを行い、1日の売上が過去最高の5200万元を記録しました。それ以来、毎年11月11日は中国のネットストアが盛大なキャンペーンを繰り広げるようになり、今や中国全土ネット・ショッピングのお祭り騒ぎの日となりました。この日も、日本に伝わり、「いい買い物の日」と名づけられています。

ダブル11は今年で8回目を迎えました。海外の商品購入をこよなく愛する顧客たちの動向が今年の注目ポイントとなりました。日本製のオムツ、ヨーロッパの粉ミルク、韓国のパック、世界中の店舗の協力のもと、天猫、京东、网易考拉、唯品会等ECプラットフォームが中国の消費者に向けてプロモーションを開始しました。



11日の0時に「ダブル11ショッピングフェスティバル」が始まって以降、売り上げランキングの第一位はみなさんのお馴染みのユニクロ（优衣库）でした。僅か2分53秒経つと、ユニクロの公式フラッグシップにおける支払い金額は、15億6,000万円（1億元）を超えました。

中国の消費者の円熟度と自信が増すにつれて、彼らの追求する目標は、オリジナル性の高い商品になるでしょう。併せて、品質の高い世界的有名ブランド、より専門性の高い商品をも好む傾向にあります。特に、日用品に関するニーズはすでに大きな変化を遂げています。グローバル化が加速する中、中国のネット通販のイベントがますます世界各国に大きく影響を与えていくでしょう。



双十一网购节

在中国，“光棍儿”（光滑的木棒）这一单词有单身的意思。因为4个1并列的11月11日，其字体形状类似棍儿，所以年轻人称这一天为“单身日”。

2009年将“双十一”这一天作为商业契机的是网络销售大亨阿里巴巴。在这一天进行打折销售，1天营业额高达5200万元，打破过去网络销售纪录。之后，每年的11月11日，中国的网店进行大规模的折扣销售宣传，成为中国网购最热闹的一天。“双十一”这天也传到日本，在日本称为“i-购物日”。

在中国，“双十一”迎来第八个年头。今年的购物热点是中国网民抢购海外商品。日本的纸尿裤、欧洲的奶粉、韩国的面膜等等通过天猫、京东、网易考拉、唯品会等电子商务平台面向中国网民进行大力宣传。

11日凌晨零点，“双十一网购节”开启时，销售额最高的是我们大家所熟知的日本的优衣库品牌。仅仅2分53秒，优衣库官网的支付额已超15亿6千万日元（1亿元人民币）。

随着中国消费者的成熟与自信，他们越来越追求原创性高的商品，也越来越喜欢品质高的名牌及专业性能高的产品。特别是，在日用品的消费上已经实现了很大的变化。随着全球化的不断深化，中国的网购活动会给世界经济带来更大的影响吧。