



「中国スペシャル 上海」ワールド Wave Tonight (NHK BS1) 2011/11/24

※ダイジェスト版は前日の Biz スポ (NHK 地上波) でも O.A



今回は中国の中間層の消費動向についての特集。



淘宝網でも中間層のネット購入が増えている。ネット通販では TOKYO PANDA の様なプロガーの発信力が商品の売行き影響を与えている。



現状、中間層の多くがネット通販を利用し、消費拡大を支えている。

ネットで売り手とチャットし、価格交渉も行う。スマートコンシューマー化が進んでいる。



資生堂も中国国内でネット専用商品を開発し、販売を開始。チャット機能でカウンセリングも行う。



高まる中間層、ネット環境の充実により新しい顧客とのチャンネルを築き、E コマースにどれだけ対応できるかが、これからの中中国ビジネスのポイントとの事。