

サマリ版

Chinese New Year 2021

「2021年春節」に関するトレンド集

Trend-Hunt Report

*Up-to-date Market Trends
in China*

FEBRUARY

2021



具体的な「行動/事象/情報（＝点）」から、
市場やTAの概況やインサイト（＝線/面）を把握し、
商品開発やブランド規定に資す

中国の微博、小紅書、TikTokなどのSNS、大手ニュース記事APPでの話題になった行動/事象/情報を集め、それらを俯瞰して見渡すことから「新しい意識や行動のうねり」を見出していく。

統計データや定量的な数字では見出せない、「新しい気づき」を提供することが、本手法の目的



Quick Summary

Pick Up
抽出する



**New
Keywords**

注目されるキーワード

Conceptualize
抽象化する



**Big
Trends**

トレンド理解



Quick Summary | 抽出する (選び出す)

New Keywords

注目ワード

1. 就地过年
2. 网购年货
3. 年货邮寄
4. 化妆品冰箱
5. 健康清洁
6. 年轻化
7. 智能化
8. 家居化
9. 家用麻将机
10. 宠物新年服
11. 春节电影票
12. 低度酒
13. 红包游戏
14. 低卡年夜饭
15. 半成品
16. 一人食
17. 国内旅游
18. 运动休闲



Big Trends

トレンド理解

1 「就地過年」による新たな消費

映画の子チケット販売額の大幅増加、家庭用麻雀卓、低アルコール度数果実酒、その他美容健康領域、また、帰省出来ないことによる親向けのギフト消費など、「就地過年」が様々なカテゴリーに影響を及ぼしている。「若年化」「智能化」「家ナカ化」×「健康」「美容」「一人エンタメ」がキーワードか

2 多くの新トレンドの主演は、20代独身「90后」

これらのトレンドの多くは、20代の「90后」が発信源となっており、EC販売額もこの世代が中心の様子。既に家庭を持っている人が中心層となった80后と比して、「新しいモノに飛びつきやすい」という年代効果が背景か。この年代であっても、「健康」が強く意識されている点がポイント

3 「健康」「アウトドア」のトレンドが加速する契機に

「健康中国2030」によって健康市場が成長に向かっていったのは2010年代からだが、コロナの影響からその志向が生活者レベルで浸透した様子。また、「アウトドア」もコロナ前から富裕セグメントを中心に傾向は見えていたが、コロナ以降は「海外旅行」がアウトドアに代替され、レジャー施設の増加も背景として、アウトドア志向が根付く傾向が感じられる



- 企業様向けには、完全版として、計20枚の「トレンドシート」を含めたレポートの販売を行っております
 - ・ コンサルタントによる解説/質疑と併せてご納品することも可能となります
- レポートに関するお問い合わせ、また、類似調査についてのご相談は、info@lemming.ltd、もしくは、会社ウェブサイト www.lemming.ltd からご連絡下さい



× 20 枚

