

春節・大阪万博を繁忙期に変える！ 最新の中国プロモーション

2024.11.6



iClick会社紹介

生活者データ及びマーケティングソリューションの活用に注力し、フルスタックでブランドの課題やニーズにサービス支援

NASDAQ: **ICLK**



MARKET SHARE

US\$ 796.9 M

GROSS BILLINGS
IN 2021

↑ 18% YoY

CHINESE
CONSUMER
DATASET

1,300M+

ACTIVE PROFILED USERS
22 SELECTED ATTRIBUTES
126,000 APPS & **2.2M** WEBSITES

GLOBAL TOP-TIER
INVESTORS

BARINGS



BAO ZUN

2009

香港にて創業

1100+

従業員数

11

世界中の拠点数

3,000+

グローバルブランド及びエージェンシー

320

グローバルカンパニー

北京 | 上海 | 深圳 | 広州 | 安徽 | 西安 | 香港 | ソウル | シンガポール | バンコク | ロンドン | シドニー



注意事項

質問はQ&Aより受け付けております。
質問の回答に関してはセミナーの最後にまとめて回答させていただきます。
質疑応答の時間で回答できなかったものに関しては
アンケートに質問項目がありますので、そちらにご記載ください。



アンケート

アンケートでご希望いただいた方向けに、
特典として本日のセミナー資料を送付させていただきます。
ぜひ最後までご視聴頂き、アンケートのご回答をお願いいたします。

本日のセミナーの流れ

①インバウンドマーケット情報

②中国マーケティング全体像

③春節に向けた対策の紹介

④質疑応答

本日のセミナーの流れ

①インバウンドマーケット情報

②中国マーケティング全体像

③春節に向けた対策の紹介

④質疑応答

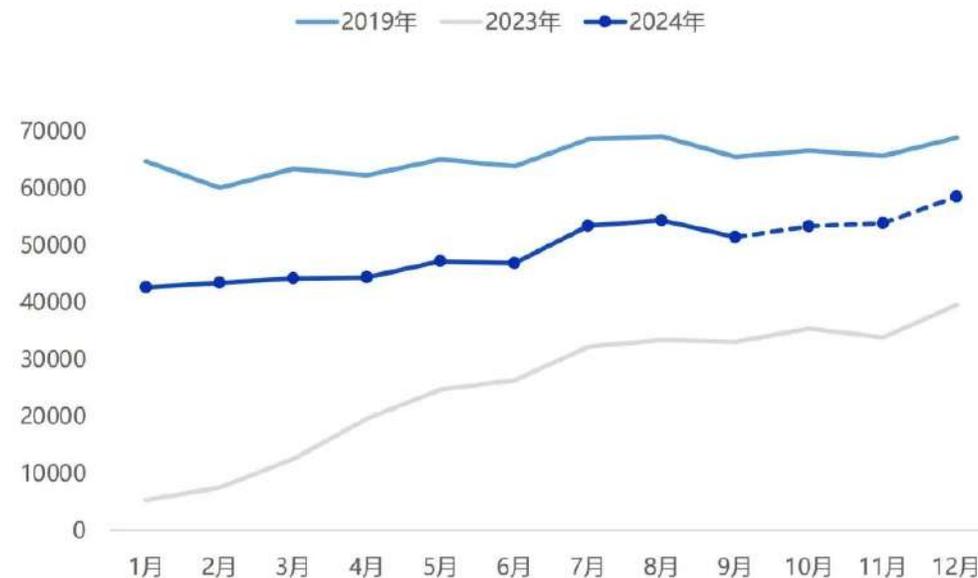
2024年国際便運行状況vs2019年の比較

中国民航データを取りまとめる「航班管家」によると、24年9月までに全体航空便数は対2019年の約8割までに回復。

国際線便数推移と19年比回復率



中国 国際線便数 月次推移



数据来源: 航班管家

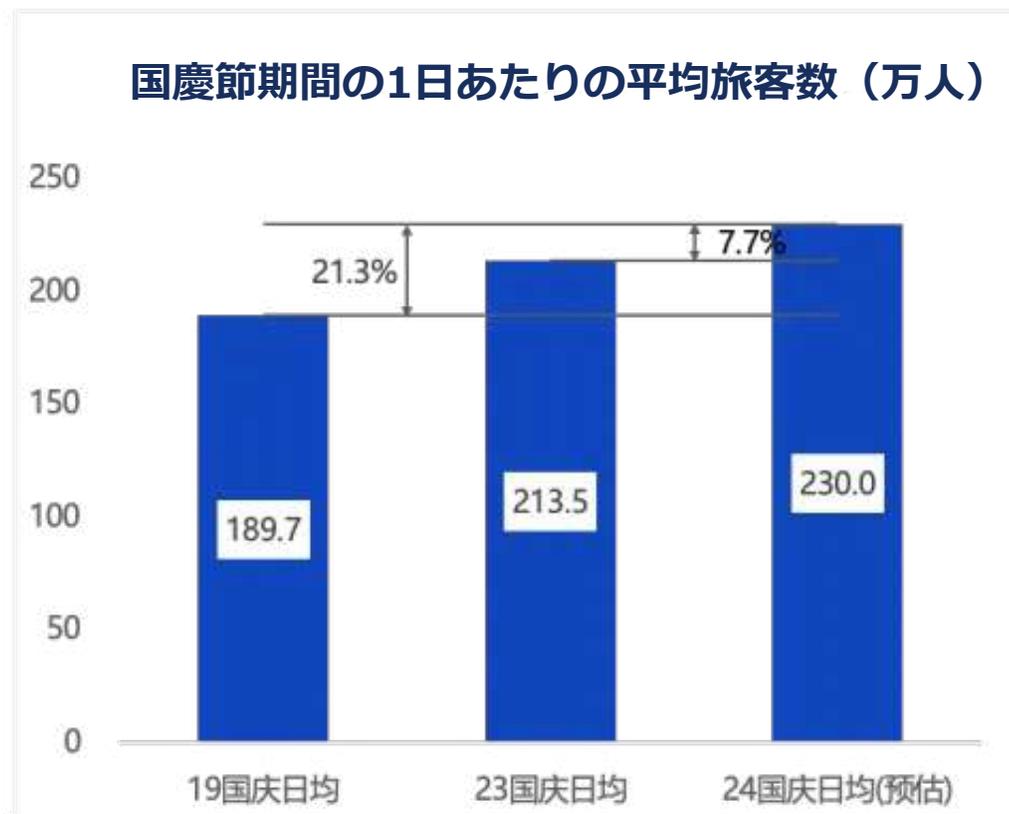
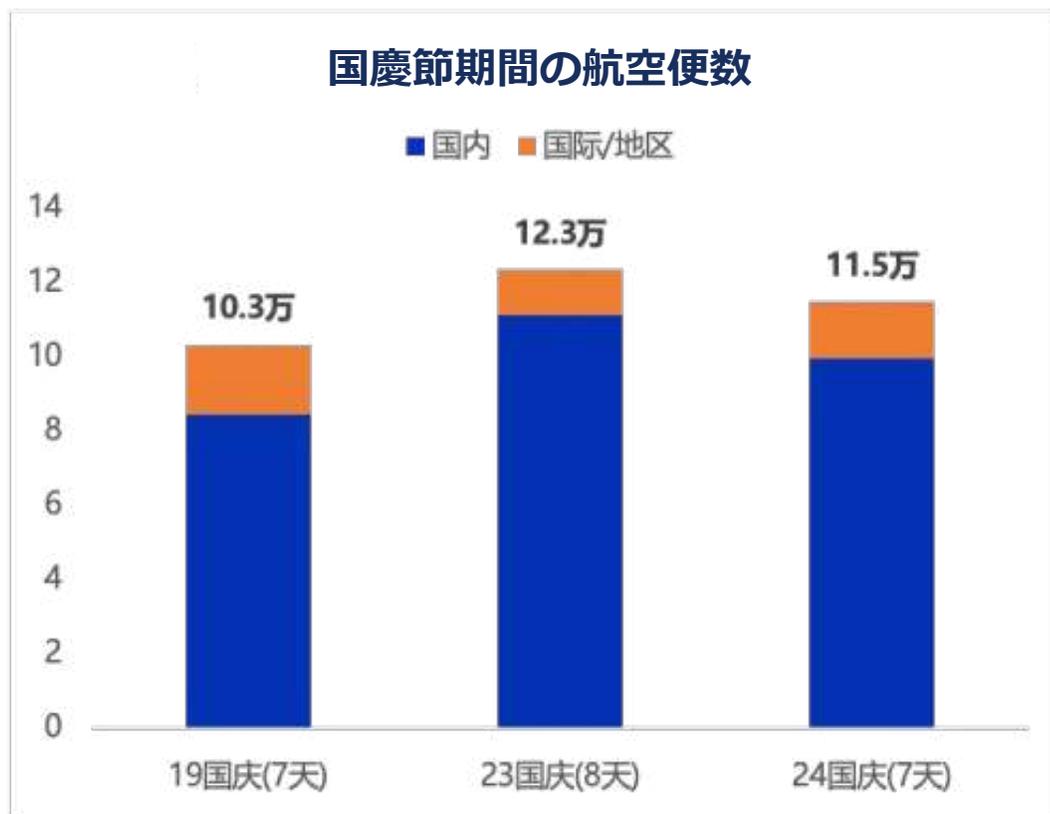
公众号·航旅新零售

Data resource: 航班管家

<https://mp.weixin.qq.com/s/iOKNbNkTS-6b4balaYYluw>

2024年国慶節期間国際便運行状況vs2019年の比較

さらに、19年国慶節期間と比較しても、国際便の便数や1日あたりのフライト利用者数も19年を上回る集計結果に。



Data resource: 航班管家

<https://mp.weixin.qq.com/s/yoOpXfXQFkk6hdKMf-xkrq>

2024年国慶節期間国際便運行状況vs2019年の比較

国慶節期間 上位20カ国の航空便数と19年比回復率



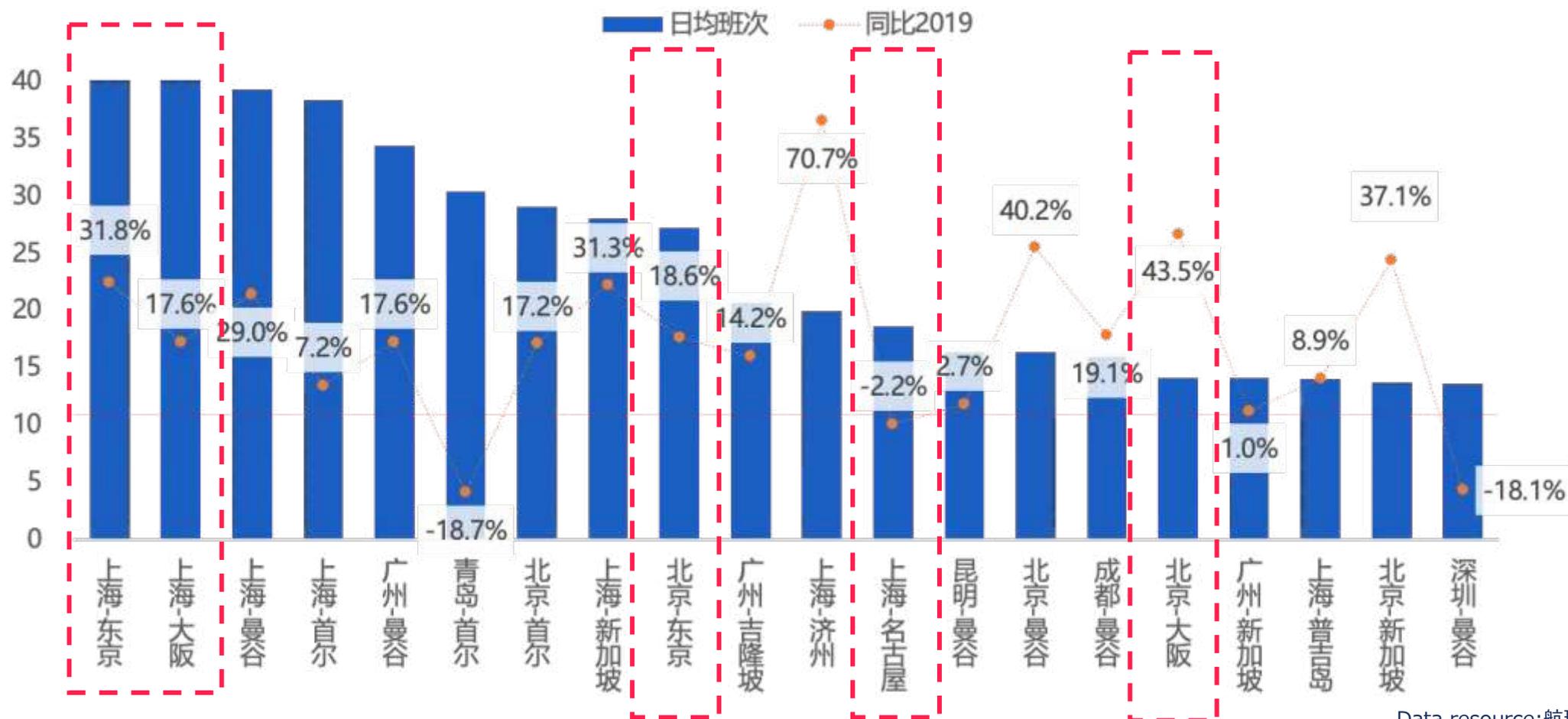
Data resource: 航班管家

<https://mp.weixin.qq.com/s/EcpQH2gvBUFBcXEK4b3o4Q>

2024年国慶節期間国際便路線日当たり便数vs2019年の比較



国慶節期間 1日あたり航空便数と19年比回復率



Data resource: 航班管家

<https://mp.weixin.qq.com/s/EcpQH2gvBUFBcXEK4b3o4Q>



人気旅行目的地国内&海外 – Ctripにおけるホテル&フライトの予約ボリューム, 09.29-10.07, 2024

Data Period: Departure dates between 2024.09.29-2024.10.07



Domestic Destination	2024 OGW Hotel Booking Order Volume	Booking Volume Recovery Rate 2024 vs. 2023 As of Oct.20
Shanghai	1.54M-1.71M	102%
Beijing	1.51M-1.62M	103%
Hong Kong	247K-281K	101%
Sanya	255K-275K	98%
Haikou	184K-207K	99%
Macau	158K-175K	91%



International Destination	2024 OGW Hotel & Flight Booking Order Volume	Booking Volume Recovery Rate 2024 vs. 2023
Japan	314K-364K	161%
Thailand	225K-261K	162%
South Korea	101K-117K	131%
Malaysia	99K-115K	143%
USA	63K-73K	135%
Indonesia	56K-62K	158%
Singapore	53K-60K	150%
UK	52K-59K	117%
Vietnam	50K-57K	161%
Australia	29K-34K	133%
Italy	27K-32K	146%
Spain	26K-30K	139%
Philippines	24K-28K	165%
France	23K-26K	150%
Turkey	16K-19K	143%
Germany	14K-16K	148%
Canada	12K-14K	152%

国慶節におけるCtrip会員レベル別の人気目的地

Data Period: Dates of booking between 2024.09.28-2024.10.07

Black Diamond (population size: 105K+)			Gold Diamond (ppl size: 500K+)			Diamond (ppl size: 3 million+)			Platinum (ppl size: 15 million+)			Gold (ppl size: 42 million+)		
Domestic	APAC	Eu & Am	Domestic	APAC	Eu & Am	Domestic	APAC	Eu & Am	Domestic	APAC	Eu & Am	Domestic	APAC	Eu & Am
Shanghai	Hong Kong	London	Shanghai	Hong Kong	London	Shanghai	Hong Kong	London	Shanghai	Hong Kong	London	Shanghai	Hong Kong	London
Beijing	Tokyo	Paris	Beijing	Tokyo	New York	Beijing	Tokyo	Paris	Beijing	Tokyo	Paris	Beijing	Tokyo	Paris
Chengdu	Osaka	New York	Chengdu	Osaka	Paris	Chengdu	Osaka	Barcelona	Chengdu	Osaka	Barcelona	Chengdu	Bangkok	Moscow
Hangzhou	Singapore	Rome	Guangzhou	Bangkok	Barcelona	Hangzhou	Macau	Rome	Hangzhou	Bangkok	Rome	Hangzhou	Macau	Rome
Shenzhen	Bangkok	Milano	Hangzhou	Macau	Milano	Guangzhou	Bangkok	New York	Guangzhou	Macau	Moscow	Chongqing	Osaka	Barcelona
Guangzhou	Macau	Madrid	Shenzhen	Singapore	Las Vegas	Shenzhen	Singapore	Madrid	Nanjing	Kyoto	Madrid	Nanjing	Kyoto	Madrid
Suzhou	Seoul	Los Angeles	Chongqing	Seoul	Madrid	Chongqing	Kyoto	Milano	Chongqing	Singapore	Milano	Guangzhou	Singapore	Milano
Nanjing	Kyoto	Las Vegas	Nanjing	Kyoto	Rome	Nanjing	Seoul	Moscow	Shenzhen	Phuket	New York	Xi'an	Phuket	Saint Petersburg
Chongqing	Phuket	Vienna	Suzhou	Phuket	Moscow	Suzhou	Phuket	Vienna	Xi'an	Seoul	Saint Petersburg	Wuhan	Seoul	Florence
Sanya	Dubai	Florence	Xi'an	Jeju City	Los Angeles	Xi'an	Nagoya	Los Angeles	Changsha	Bali	Florence	Changsha	Kuala Lumpur	New York

トレンド予測: 10-12月Ctripにおける予約ボリューム (10月20日時点)

10月の予約

2023年同期比 2019年同期比

October BY CURRENT BOOKING VOLUME (Booking made before Oct 20)		CURRENT BOOKING VOLUME RECOVERY RATE VS. 2023 ACTUAL BOOKING (Booking made before Oct 20)	CURRENT BOOKING VOLUME RECOVERY RATE VS. 2019 ACTUAL BOOKING (Booking made before Oct 20)
1	Japan	225.0%	304.6%
2	Thailand	173.5%	300.8%
3	South Korea	173.6%	230.3%
4	Malaysia	180.5%	372.6%
5	Vietnam	204.8%	234.0%
6	USA	156.4%	200.3%
7	Singapore	199.3%	271.6%
8	Indonesia	188.7%	331.7%
9	UK	160.8%	379.2%
10	Australia	202.4%	195.0%
11	Philippines	222.6%	201.1%
12	Spain	166.0%	386.5%
13	Italy	163.5%	349.7%
14	France	182.8%	322.0%
15	Turkey	171.5%	366.0%

11月の予約

2023年同期比 2019年同期比

November BY CURRENT BOOKING VOLUME (Booking made before Oct 20)		CURRENT BOOKING VOLUME RECOVERY RATE VS. 2023 ACTUAL BOOKING (Booking made before Oct 20)	CURRENT BOOKING VOLUME RECOVERY RATE VS. 2019 ACTUAL BOOKING (Booking made before Oct 20)
1	Japan	84.3%	123.8%
2	Thailand	43.8%	73.5%
3	South Korea	50.0%	67.5%
4	Malaysia	39.7%	84.1%
5	USA	38.4%	53.4%
6	Vietnam	48.8%	55.6%
7	Philippines	52.8%	46.8%
8	Singapore	49.3%	67.4%
9	Australia	51.9%	50.6%
10	UK	45.5%	104.8%
11	Indonesia	35.8%	65.3%
12	Spain	49.9%	133.3%
13	France	50.2%	98.6%
14	Italy	47.9%	116.4%
15	Germany	46.2%	75.1%

12月の予約

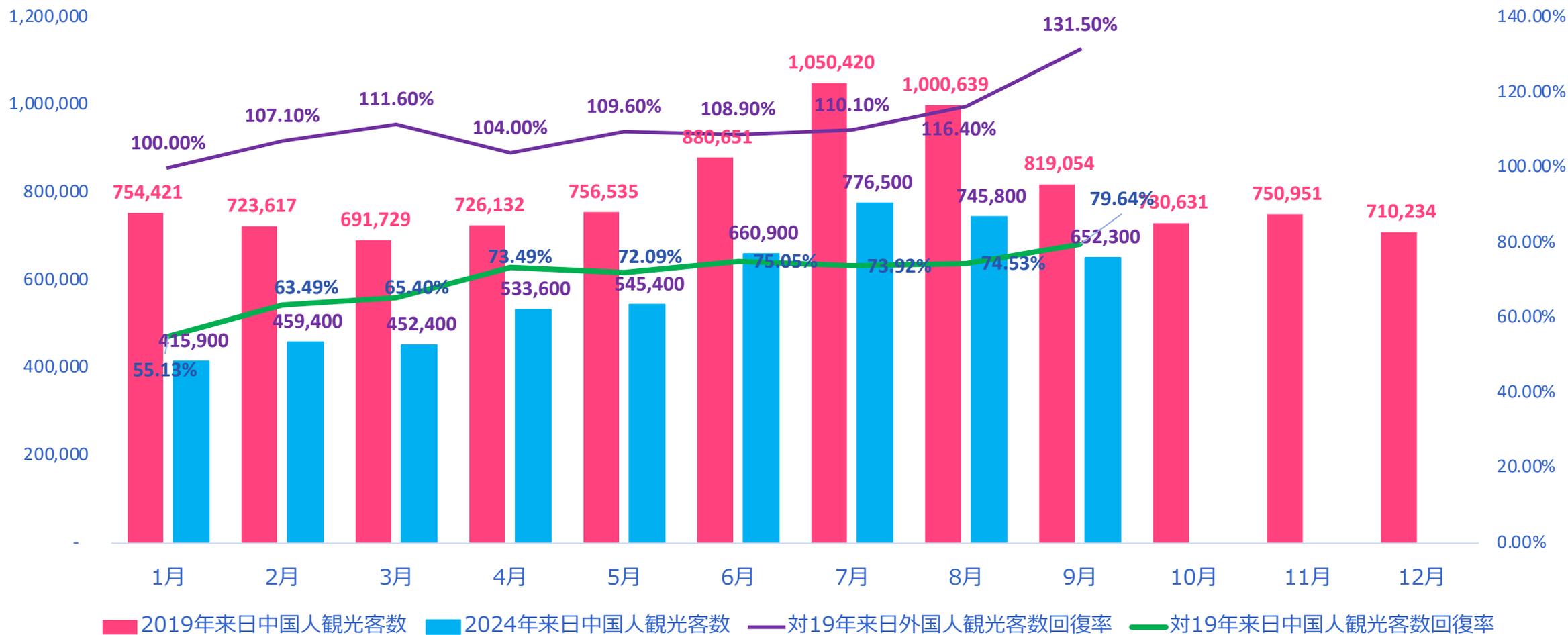
2023年同期比 2019年同期比

December BY CURRENT BOOKING VOLUME (Booking made before Oct 20)		CURRENT BOOKING VOLUME RECOVERY RATE VS. 2023 ACTUAL BOOKING (Booking made before Oct 20)	CURRENT BOOKING VOLUME RECOVERY RATE VS. 2019 ACTUAL BOOKING (Booking made before Oct 20)
1	Japan	39.0%	59.3%
2	Thailand	20.2%	34.8%
3	South Korea	18.0%	25.6%
4	Philippines	34.9%	36.8%
5	Malaysia	17.0%	37.3%
6	Vietnam	22.5%	23.6%
7	Singapore	27.0%	37.1%
8	USA	13.2%	21.0%
9	Australia	25.0%	25.2%
10	UK	25.9%	55.6%
11	Indonesia	25.7%	34.4%
12	Spain	23.4%	71.3%
13	France	14.5%	36.7%
14	Italy	24.2%	59.1%
15	Germany	29.1%	50.1%

2024年対2019年における来日中国人観光客数の変化



2024年中国人来日客数及び対2019年の回復は8割*随時更新中



Data resource: JNTO発表データによる作成

2024年対2019年における来日中国人旅行者消費金額の変化

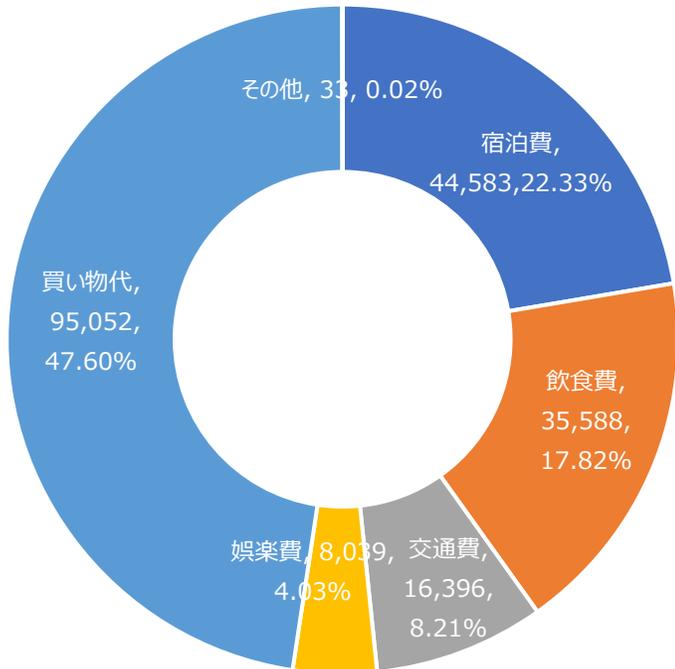


2019年のコロナ前と比較すると、為替レート・観光ビザの緩和などの優遇策を引き受け、中国人観光客一人当たりの旅行支出は約**34%**増加。

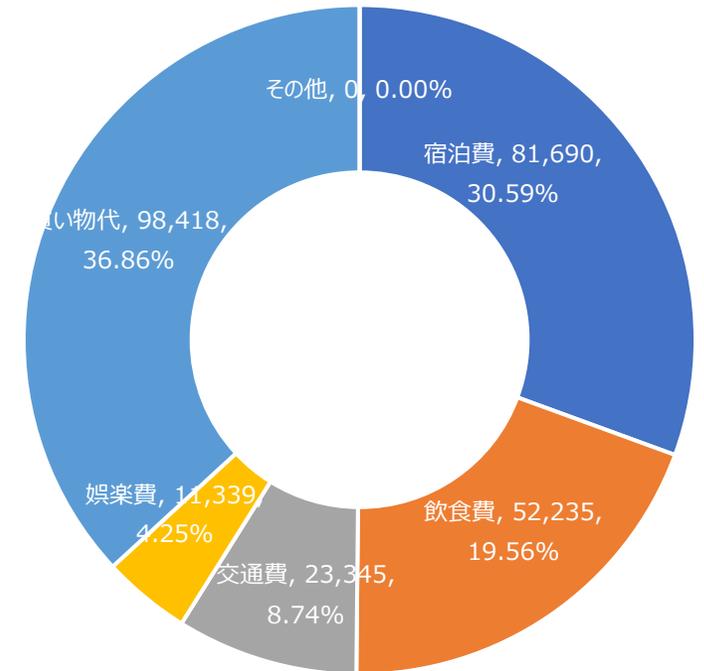
2019年Q3における中国人観光客一人あたりの旅行支出額

2024年Q3における中国人観光客一人あたりの旅行支出額

¥199,690 — **33.75%増加** → **¥267,088**

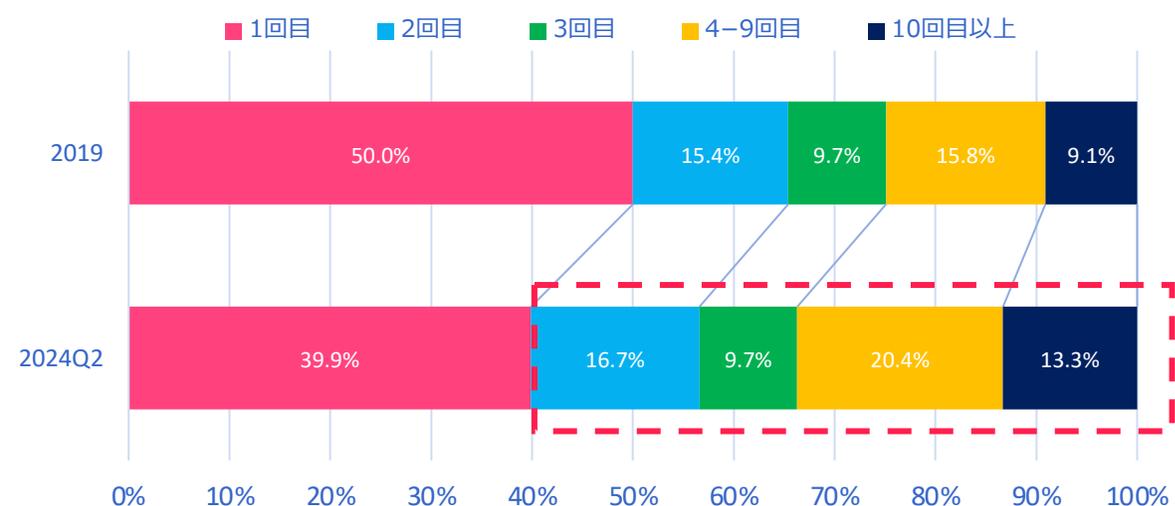
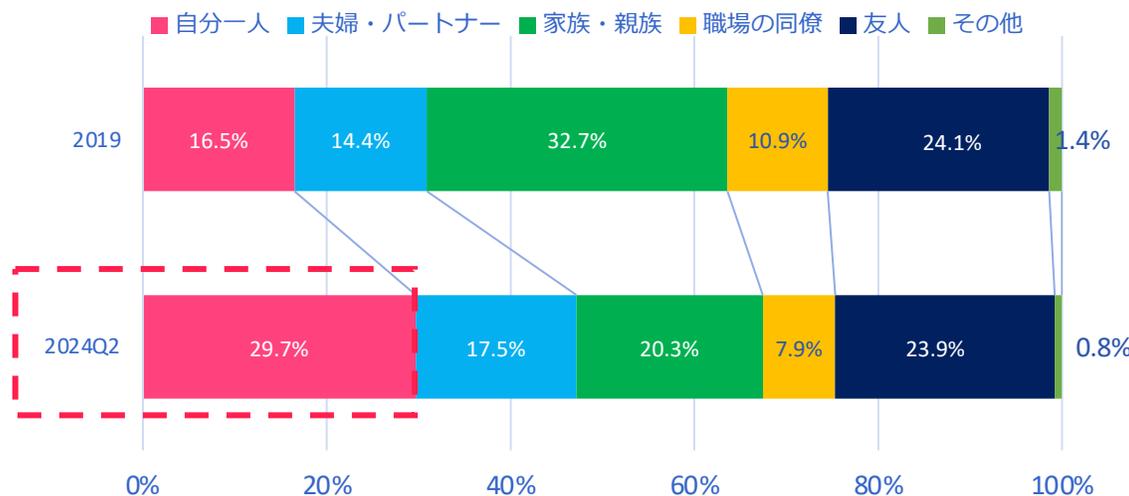
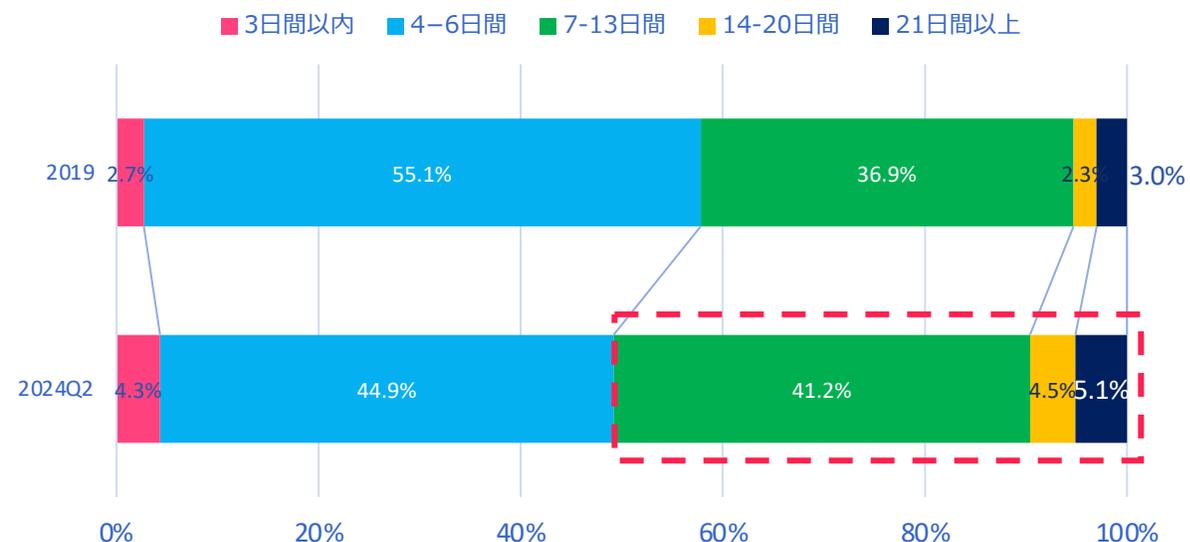
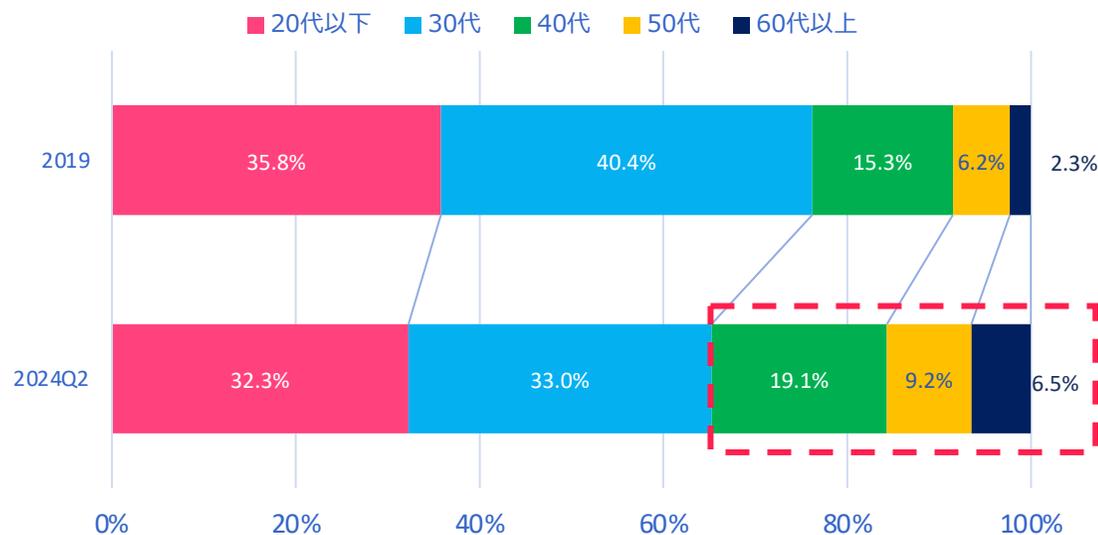


2019年Q3		2024年Q3	変化割合
¥ 44,583	宿泊費	¥ 81,690	183.23%
¥ 35,588	飲食費	¥ 52,235	146.78%
¥ 16,396	交通費	¥ 23,345	142.38%
¥ 8,039	娯楽費	¥ 11,339	141.05%
¥ 95,052	買物物代	¥ 98,418	103.54%
¥ 33	その他	¥ 0	
6.0	平均宿泊	8.7	145%



Data resource: 観光庁発表の「訪日外国人消費動向調査」データによる作成

対2019年の来日中国人旅行者の変化について



出典: 観光庁『訪日外国人消費動向調査』
<https://www.jnto.go.jp/statistics/data/visitors-statistics/>を加工して作成

訪日客の年齢層

- ・ 40代以上のシルバー層が**やや増加傾向**
- ・ 30代の観光客も19年より減少傾向

訪日客の特徴

- ・ 1人旅を出る人が明らかに**増加し**、かつ**リピーターも増加傾向**
- ・ グルメや日本ならではのコンテンツなど**リッチな特別体験**を求める

訪日客の旅行支出&消費について

- ・ 1週間以上滞在する観光客は**増える傾向**
- ・ 旅行目的地も東京・大阪・京都の定番以外に**多元分散化**傾向に

本日のセミナーの流れ

①インバウンドマーケット情報

②中国マーケティング全体像

③春節に向けた対策の紹介

④質疑応答

全ルート戦略 – 旅先で複数のタッチポイント

1 旅前: プランニング

意向旅行者

目的地検索、ホテル、航空券等
潜在ターゲットにリーチする手段

- KOL / KOC - コンテンツマーケティング
- OTA 広告-露出対策
- OTA X SNS キーワード検索

3 旅前: 出発準備

確定旅行者

出発前にアプリを活用し、フライト状況を確認。また、旅行期間中の通信端末を予約。
潜在ターゲットにリーチする手段:

- OOH - 空港、埠頭
- OTA 広告 - 旅行プラン確約ページ
- データ活用広告

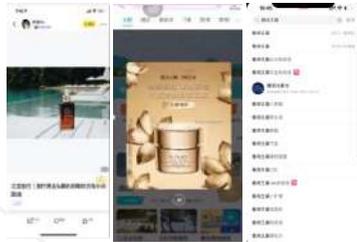
5 旅後

ホームタウンに帰省

旅行体験の共有、免税品購入を楽しむための連続検索

潜在ターゲットにリーチする方法:

- OTA 広告 - アプリプッシュメッセージ
- データ活用広告 - SMS, ソーシャル + エンターテインメントアプリ



2 旅前: 行程予約



確定旅行者

トラベル製品の予約 (航空券 / ホテル) と旅行プランの計画策定

潜在ターゲットにリーチする手段:

- OTA 広告 - 予約ページ、目的地ページ
- OTA キーワード検索
- データ活用広告 - SNS + Review app



4 旅中



目的地到着後

旅行ガイドの検索、現地体験項目の予約、付近レストランの閲覧、写真撮影、ホテルのチェックインなど

潜在ターゲットにリーチする方法:

- OOH - 免税店、ホテル、交通、ドローンショー
- データ活用広告 - SNS + エンターテインメント系app
- OTA X ソーシャルアプリキーワード検索
- OTA - アプリプッシュメッセージ



訪日旅行者のカスタマジャーニー



ターゲットにリーチし、観光客の認知度を高め、店頭でのコンバージョンを獲得することにサポート。



訪日旅行客をターゲットにするインバウンド施策

認知拡大

・メディア広告



コンバージョン
促進

・ペイメント施策



・コンテンツ配信



リピーター
養成

・SNSを交えた
キャンペーン施策



売上獲得

・クーポン施策



OTA

確実に旅行計画や予約をするユーザーにリーチ



Ctrip: アジアにおける最大のOTA (Trip.Com)



1999年設立された中国において最も大きいオンライントラベル代理店

1999年に設立されたCtripは、現在中国本土で最大のオンライン旅行プラットフォームです。

中国オンライントラベル予約の60%をカバー

航空券予約

ホテル予約

レジャー

ツアーガイド



3億
ユーザー数



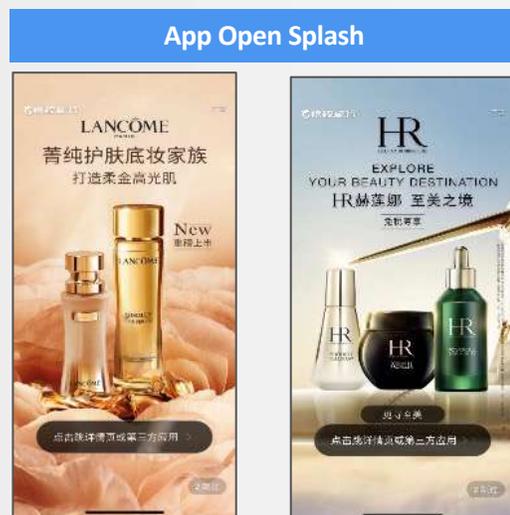
23億
ダウンロード回数



60%
モバイル注文率



65%
海外観光支出の比率



Qunar: 中国主要オンライントラベルカンパニー



2005年に設立された旅行サービスや地域情報を提供するプラットフォームです



600M+
ユーザー数

100M
MAU

10M
DAU

239万+

Weibo アカウントフォロワー数

20.4億

アプリダウンロード回数

旅行予約

+

トラベルチップス

各種チケットの予約から旅行情報の入手まで、CtripとMafengwoの特徴を併せ持つサイトです。

App Open Splash



App Banner Display



App Infeed Display



同程旅行: WeChatにおけるOTAサービス



OTA in Wechat APP



Wechatから直接アクセスし、電車、航空券、ホテルの予約ができるOTAサービス。
他のOTA同様に、確定した旅行者向けのデータを提供し、ターゲットを絞ることが可能。



Wechat Mini-program DAU
35M



MAU
2.82億



ユーザー数
10億

App Open Splash



App Display



Social OA : Wechat & RED



Mini-program Banner Display



China Market Showcase

某大手百貨店-中国デジタル市場においてブランドの露出を拡大

目的：

訪日旅行が解禁され、確実な訪日中国人観光客をターゲットに広告を露出することで、商品やブランドに対する認知度をアップ。

ソリューション：



Ctripの予約データによって、ターゲティングオーディエンスのセグメントを確定旅行観光客に絞り、OTAメディアのAPP広告枠（バナー形式）で露出を増やし、広告主のランディングに遷移する形で、ブランドストーリーや商品特徴をユーザーにお見せすることで、極力広告主のファンを増やし、日頃ソーシャルメディアの運営によって、来日される際の購買行為につながっていく狙い。

結果：

- Ctrip APP_Banner: **49,913clicks**, Ave. CTR **2.36%**
- Landing Page Reach: Page View **36,065** Unique Visitor **36,028**
- Social Media follower: **1,000 Fans** increase in Official Account

バナークリック
広告LPへのリーチ



※イメージ写真

バナークリック
RED筆記ページへのリーチ



※イメージ写真

China Market Showcase

某商社- 中国デジタル市場においてお菓子ブランドの認知拡大

目的：

確実な訪日中国人観光客をターゲットに広告を露出することで、商品やブランドに対する認知度をアップさせ、売り上げ増加に繋げる。

ソリューション： 同程旅行

同程旅行の日本行き予約データを活用し、ターゲティングオーディエンスのセグメントを確定旅行観光客に絞り、OTAメディアのAPP広告枠（バナー形式）で露出を増やし、広告主のランディングに遷移する形で、ブランドストーリーや商品特徴をユーザーにお見せすることで、極力広告主のファンを増やし、来日される際の購買行為につながっていく狙い。

結果：

- TCEL APP_Banner: **12,883clicks**, Ave. CTR **3.32%**

バナークリック
広告LPへのリーチ



※イメージ写真

RED

中国人消費者のライフスタイルに網羅するSNS



REDは中国で代表的な「種草」向きプラットフォーム

REDは中国では代表的な種草向き媒体として認識されており、地道に消費者の購入機運を醸成するにあたり最適な媒体です。



検索

40%

興味＆関心がある商品
話題を検索する



最新トレンド

36%

オンライン市場の最新
トレンドを確認



コメント閲覧

37%

興味ある商品のコメン
トをチェックする



発見

33%

クリエイティブ＆商品に
関する創意工夫を発見



シェア

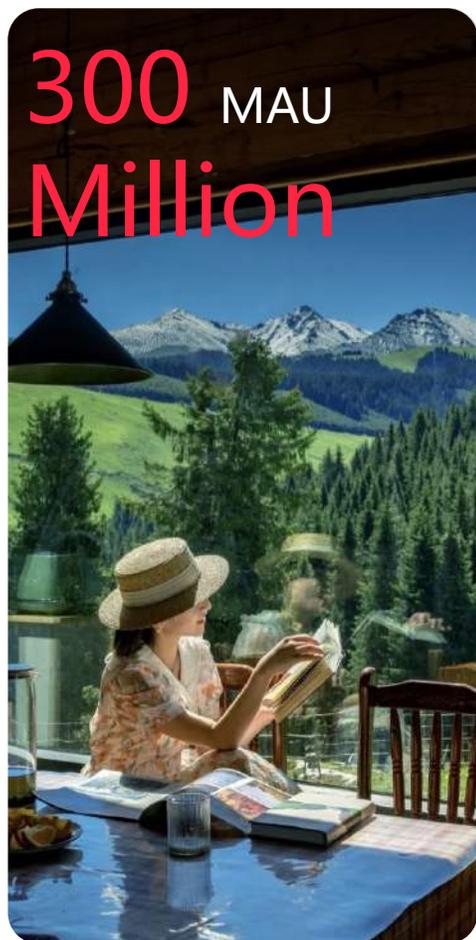
30%

他人から共有される
コンテンツをチェック

※記載の%数値は媒体による、RED利用目的アンケート調査結果の数値



『活気がある若者が取り集め、新たに世の中のライフスタイルに感動や可能性を与える。』



『多様なライフスタイルが集まる場所であり、世代を超える人々の生活の百科事典でもある。』

90%
ユーザーのUGC投稿



300億回以上
1日あたりの筆記平均露出数



70%+
検索浸透率



3億回以上
1日あたりの平均検索回数



14万+
ブランド参入

56%
中国ブランド



他媒体とも性質が異なり、REDはトレンド育成・コンテンツ創造(=种草)に向けた媒体です

 MAU
13.19億

対ユーザー、対企業への繋がり
『中国版LINE』

男女ユーザー比
5.3:4.7

ユーザー年齢層
25-30歳のユーザーが
40%

ユーザーの利用目的
チャット、モーメンツシェア
ペイメントなどがメイン。

 MAU
7.86億

動画&ライブコンテンツが主力
『中国版Tiktok』

男女ユーザー比
5.6:4.4

ユーザー年齢層
18-24歳のユーザーが
35%

ユーザーの利用目的
エンタメなどの趣味や時間潰し
に利用。ライブやEC利用も

 MAU
6.05億

リアルタイムの情報やニュースがメイン
『中国版Twitter』

男女ユーザー比
5.2:4.8

ユーザー年齢層
90後Z世代ユーザーが
50%以上

ユーザーの利用行為
ニュース&最新情報をリアル
タイムにて獲得するために利用

 MAU
2.6億

トレンド育成&コンテンツ創造
『中国版Instagram』

男女ユーザー比
3:7

ユーザー年齢層
90後Z世代ユーザーが
72%

ユーザーの利用行為
新商品の使用体験&トレンド入手
のために情報検索&購買&シェア

『旅前の情報収集から旅行計画の決断、旅後の体験談シェアまで全体の流れにカバーし、コンテンツが満載。』

『种草』
(トレンド育成)

発見 >>> 研究

目的地

スポット/グルメ

閲覧

ブックマーク



比較検討
(旅前の攻略)

検索&比較

旅中目的地/観光地情報

攻略計画プランに



実行
(出発)

記録 >>> シェア

旅行見聞

面白いもの

筆記投稿

筆記投稿



1 Japan

Search Index 2023 FY



2 Thailand



3 Korea



4 Maldives



5 Singapore



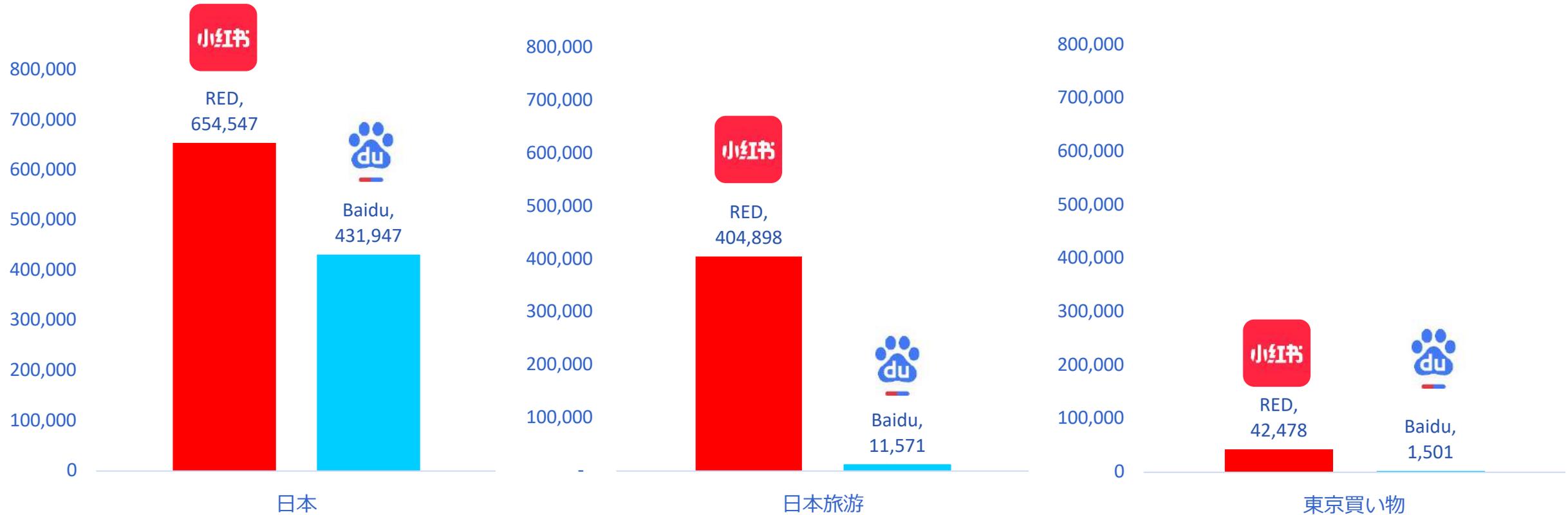
6 Australia



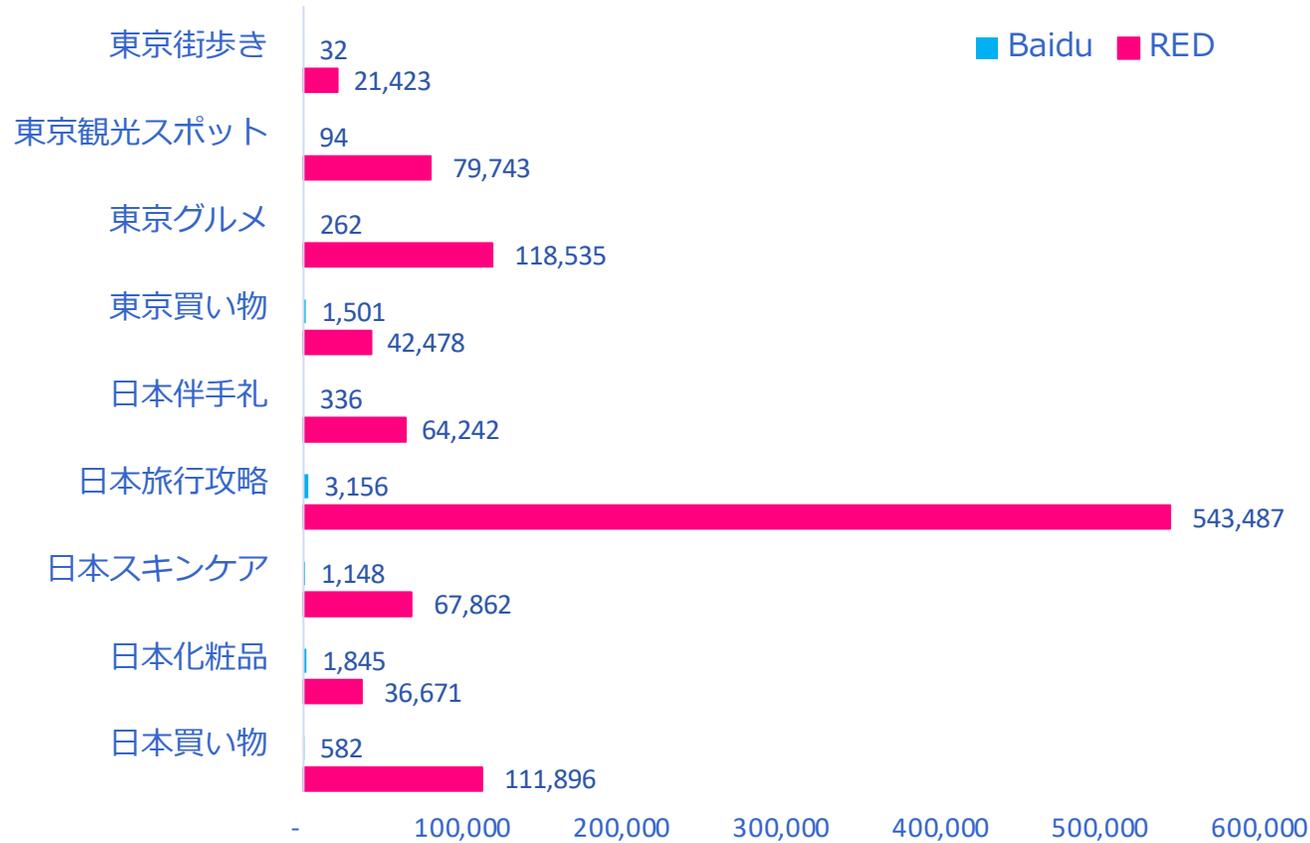
7 Europe



消費者が情報検索のツールとして、BaiduからREDへのシフトが明らか



平均月間検索Vol.



REDにおける関連検索キーワードのVol.202410



No	「日本」 keyword	2024/08	2024/09	2024/10
1	日本关东旅行	<100	<100	<100
2	日本关西自由行	221	166	105
3	日本关东自由行	111	153	<100
4	日本旅游攻略	641,662	545,594	543,487
5	日本旅游	486,882	422,336	404,898
6	日本药妆店必买	155,825	140,373	153,301
7	日本必买	143,856	123,250	99,060
8	日本美食	156,386	125,211	126,491
9	日本购物	192,880	135,450	111,896
10	日本药妆	73,248	81,891	78,331
11	日本女生	66,359	51,887	52,244
12	日本伴手礼	76,536	74,380	64,242
13	日本旅行	47,517	38,379	34,867
14	日本自由行	36,627	40,583	37,463
15	日本关西旅游攻略	10,564	9,966	8,027
16	日本值得买	6,097	6,920	6,396
17	日本探店	4,836	3,748	3,618
18	日本关东旅游攻略	5,674	5,180	4,406
19	日本打卡	2,343	1,968	1,949
20	日本平价好物	325	341	328

No	「東京」 keyword	2024/08	2024/09	2024/10
1	东京网红打卡地	<100	<100	<100
2	东京旅游攻略	43,531	279,305	301,417
3	东京美食	129,924	131,985	118,535
4	东京必去景点	205,499	95,964	79,743
5	东京购物	45,726	43,061	42,478
6	东京周边游	34,149	31,414	33,529
7	东京逛街	21,156	21,427	21,423
8	东京亲子游	27,177	19,195	19,869
9	东京必买	9,601	11,385	11,170
10	东京自由行	33,160	11,355	10,131
11	东京探店	4,517	4,260	4,048
12	东京citywalk	7,337	8,632	9,143
13	东京新宿	10,120	7,692	7,353
14	东京打卡	3,573	3,332	3,119
15	东京一人游	2,638	2,609	2,589
16	东京银座购物	2,015	1,395	1,407
17	东京深度游	2,244	6,845	1,959
18	东京池袋攻略	2,455	1,333	1,272
19	东京涉谷逛街	<100	<100	<100
20	东京原宿购物	132	<100	<100

No	「大阪」 keyword	2024/08	2024/09	2024/10
1	大阪旅游购物	<100	<100	<100
2	大阪旅游攻略	32,115	254,553	308,829
3	京都美食	135,770	142,831	125,238
4	京都旅游攻略	18,188	142,065	145,962
5	大阪购物	83,601	87,030	87,227
6	大阪必去景点	186,628	92,092	75,010
7	京都购物	57,085	62,583	61,439
8	大阪旅游	67,736	32,481	33,352
9	大阪梅田	31,460	27,157	27,088
10	京都必去景点	125,125	42,580	29,766
11	大阪亲子游	27,638	19,626	23,401
12	大阪心斋桥	45,096	21,603	20,845
13	大阪逛街	10,139	12,457	12,579
14	京都怀石料理	8,147	9,779	8,842
15	大阪自由行	12,614	7,673	7,166
16	京都亲子游	8,991	6,616	6,012
17	大阪旅行	2,851	2,734	2,602
18	大阪一人游	1,157	1,358	1,376
19	京都city walk	4,854	5,572	4,378
20	大阪购物必买	103	103	121

旅行&攻略系
グルメ系
買い物系

China Market Showcase

某スキンケアブランド- 中国デジタル市場においてブランドの露出を拡大

目的：

今後訪日予定の中国人観光客をターゲットに広告を露出することで、商品やブランドに対する認知度をアップさせ、売り上げ増加に繋げる。

ソリューション： 小红书

90年代以降生まれのZ世代ユーザーが中心に利用されているソーシャルメディア「RED」の関連検索キーワード（Ex.日本旅行、東京買い物など）を、ターゲットオーディエンスがよく検索キーワードをピックアップし、広告を露出することで、クライアントのブランド認知や販売場所を事前にお知らせすることにより、中国人消費者が訪日旅行の際にて、購買行為に繋がる。

結果：

- RED APP_Keyword Ads: Ave. CTR **5.09%**
- Engagement: Likes **559** Collect **721** Share **218**
- Follow: **58 Fans**

バナークリック
RED筆記へのリーチ



※イメージ写真

Tencent

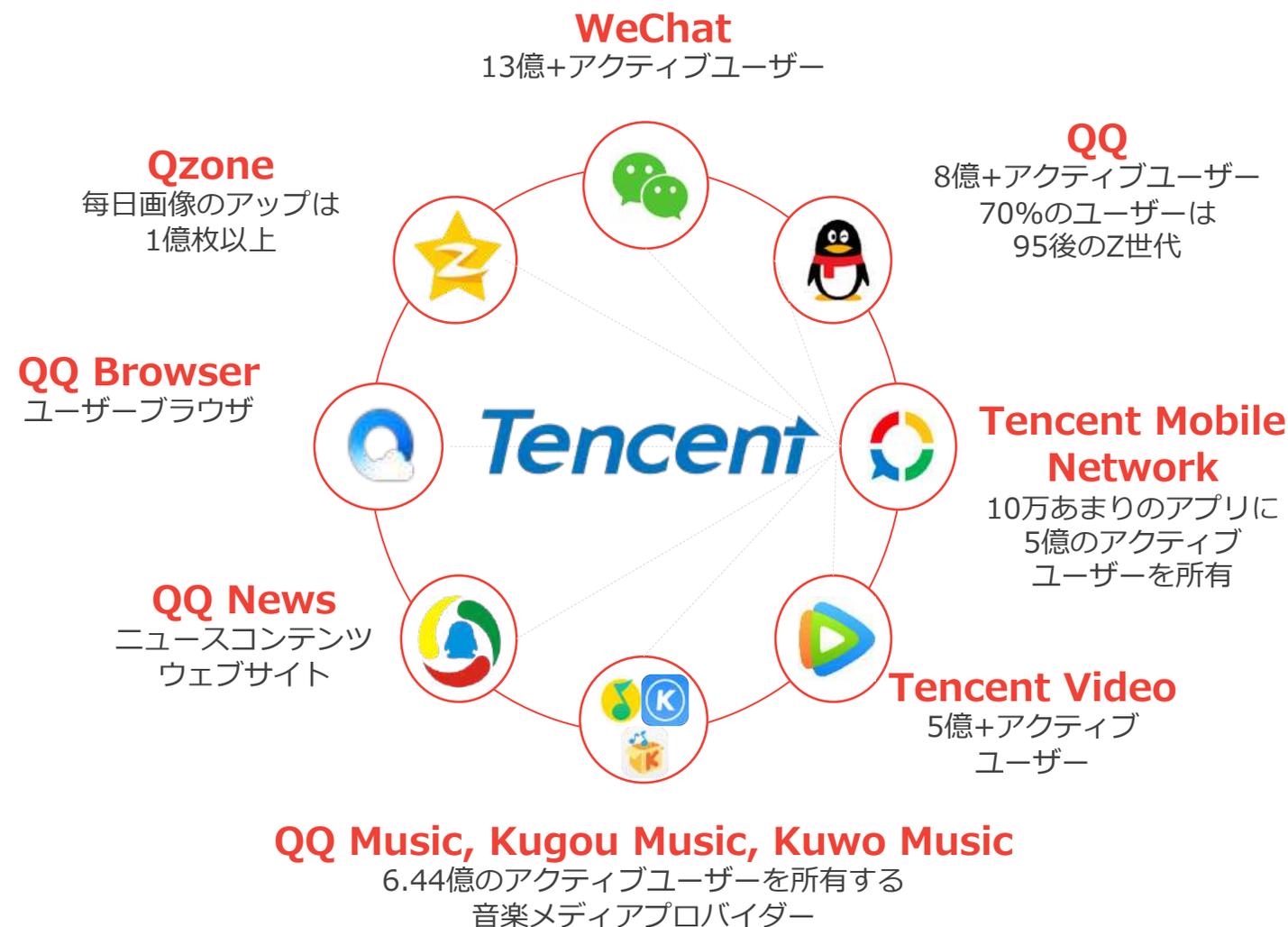


Tencent MAPIを活用するターゲティング

より適切なターゲティングオーディエンスにリーチする



テンセントMAPI データとうまく融合

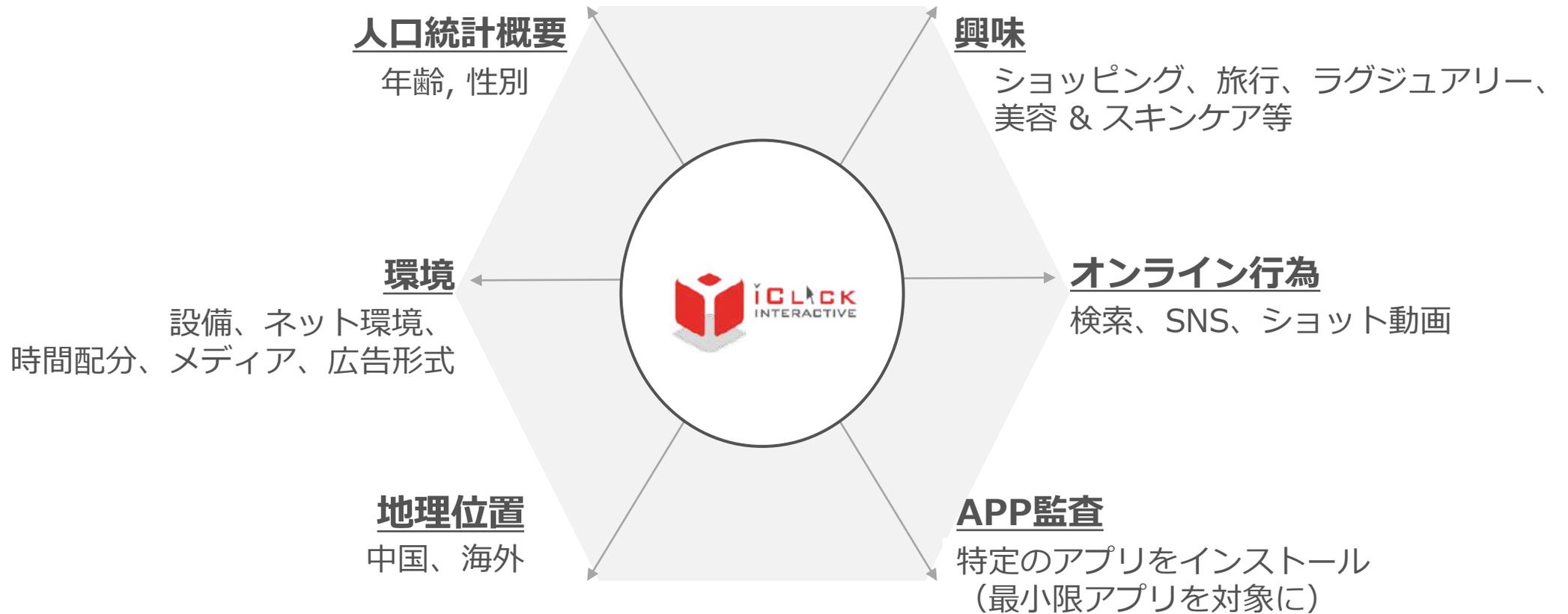


おすすめのターゲティング オーディエンス：

- ブランド名, 商品カテゴリー, 競合ブランド等。
- ターゲットユーザー：人口統計, 趣味, 地理位置, 検索行為など
- 季節性：旧正月, 特別記念日など

Targeting Audience

タグ形式で正確なターゲティングオーディエンスにリーチ



Tencent 強力なターゲティングパフォーマンス

ターゲットにリーチする多様なターゲティングオプション



人工統計概要

- 年齢*
- 性別
- 教育レベル
- 婚姻状態*
- 仕事状態**
- 収入状態*
- 消費レベル/タイプ
- ゲームでの支出水準**



環境

- 中国
- 省/都市/区
- グローバル国家*
- 付近商圈
- 携帯*
- 天候**



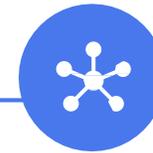
行為

- 18 主要行為
 - 155+ 副次的なパラメーター
 - 特定のシナリオで特定行動をとるユーザー
- | | |
|-----------|------------|
| • ホームデザイン | • 金融 |
| • ビューティー | • ファッション |
| • ヘルスケア | • ビジネス |
| • トラベル | • 不動産 |
| • ダイニング | • 教育 |
| • スポーツ | • 育児 |
| • ゲーム | • エレクトロニクス |
| • 交通 | • ニュース |
| • 娯楽 | • ライフスタイル |



興味

- 12 主要興味
 - 58+ 副次的な興味
 - ユーザーは長い間特定のものに興味を持つ
- ゲーム
 - 交通
 - 娯楽
 - ライフスタイル
 - ネット/エレクトロニクス
 - ニュース
 - ホームデザイン
 - ビューティー
 - ヘルスケア
 - トラベル
 - ダイニング
 - スポーツ



意図

- 16 主要意図
- 90+ 副次的な意図
- 特定の種類の製品やサービスを購入する意向を持つユーザー

* テンセントとWeChat広告配信のセグメントにおいては、若干の違いがあります。より具体的なターゲティングオプションについては、案件ベースでご相談くださいませ。

**QQ、Qzone、QQ Browser、Tencent Ad Network、Tencent News、Tencent Videosで利用可能です。

Tencent巨大のネットワークを活用

様々なメディアタッチポイントによってターゲットユーザーにリーチ

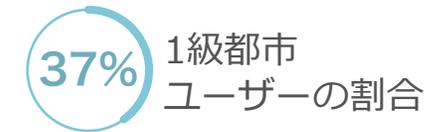
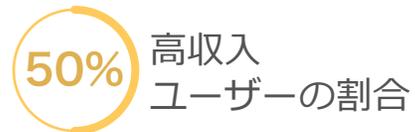
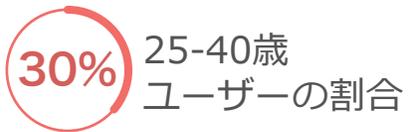


12億+

中国においてのモバイル
ユーザーにリーチ

90%

トータルのモバイルユーザーにリーチ



Hero apps in our premium mobile ad network



WeChat
13億 MAU



QQ
8.07億 MAU



Qzone
5.48億 MAU



**Tencent
Video**
5.56億 MAU



**Tencent
News**
2.81億 MAU



**Moji
Weather**
2.30億 MAU



Zhihu
1.60億 MAU



**Kandian
Kuaibao**
5100万 MAU



QQ Browser
4.84億 MAU

Tencent タッチポイント – QQシリーズ (旅中配信可能)

QQシリーズアプリでの広告露出



※2024年6月19日よりQQシリーズとTencentシリーズのAPP配信ソリューションが統合



8B+
User Coverage

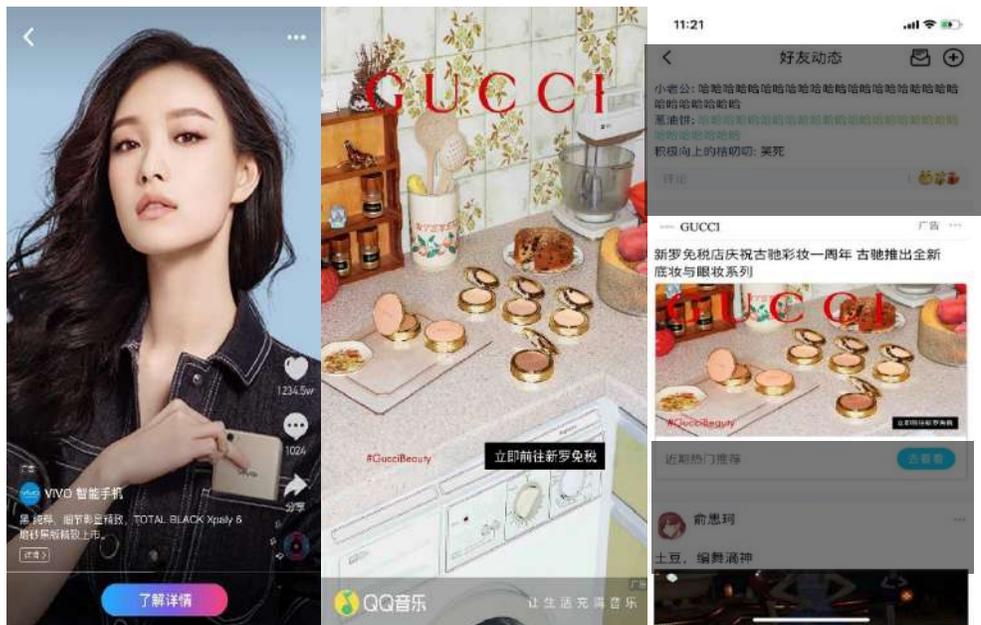


70%
of user aged 15-30



2.4B+
DAU*
9.6B+
Daily content consumption*

QQ/Qzone



広告枠	課金形態	予測CTR
オープンスクリーン	CPC	2-3%
インフィードバナー	CPC	2-3%

QQ browser /Kandian



オープンスプラッシュ、バナーからインフィード、フィードビデオまで、多様な広告仕様

Tencent タッチポイント – Tencentシリーズ (旅中配信可能)

Tencentシリーズアプリでの広告露出



※2024年6月19日よりQQシリーズとTencentシリーズのAPP配信ソリューションが統合

2.5B+
DAU

Successful
Chinese online sports media Platform

Massive coverage of population with high income and high education in
Tier 1-2 Cities

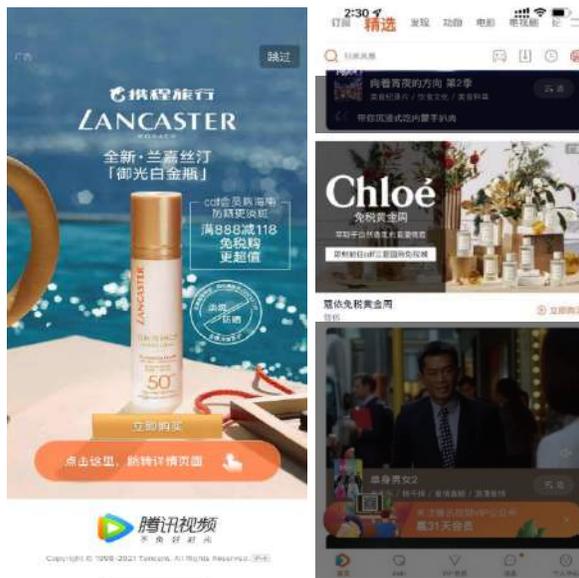
Top
Sport leagues and authorized TV channels

広告枠	課金形態	予測CTR
オープンスクリーン	CPC	2-3%
インフィードバナー	CPC	2-3%

TECENT NEWS



TECENT VIDEO



TENCENT SPORTS



オープンスプラッシュ、バナーからインフィード、フィードビデオまで、多様な広告仕様

China Market Showcase

某化粧品ブランド- 広告露出による来店リーチ数の拡大

目的：

在日中国人を絞って広告配信によって露出を拡大し、旧正月のギフトパックを限定販売で売上を伸ばしていく狙い。

ソリューション：Tencent 腾讯

Targeting：iClickのオンライン行動データとTencentのPremium Marketing APIデータを活用し、日本在住の中国人消費者（化粧品、美容グッズ関連の興味を持つ）に広告露出をすることで、旧正月のギフトパックの販売を実施する。

チャンネル：QQ APPシリーズ、Tencentニュースなどの Tencentソリューションを活用し、Tencentの多様なポジションを通じて広告プロモーションを実施することで、ユーザーの来店や購買行為に繋がる。

結果：

- Tencent DSP Banner: Ave. CTR **5.27%**
- Tencent Ads ROAS : **1:1**

バナークリック
広告LPへのリーチ



※イメージ写真

本日のセミナーの流れ

①インバウンドマーケット情報

②中国マーケティング全体像

③春節に向けた対策の紹介

④質疑応答

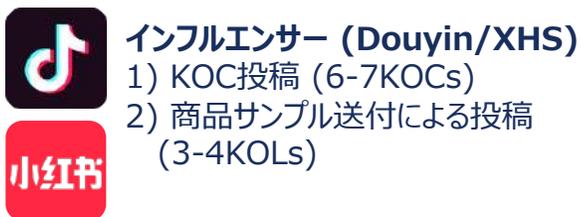
メディア配信&KOL・KOCパッケージの紹介

S JPY1,200,000

メディア広告 (Infeed or SEM)
下記1任意媒体を選択



OR



*メディアプランは各キャンペーン詳細による提出。

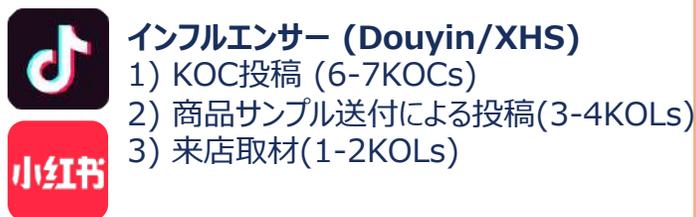
Recommend

M JPY1,700,000

メディア広告 (Infeed or SEM)
下記1任意媒体を選択
下記2任意媒体を選択。
※その場合はインフルエンサー提供なし。



AND



*メディアプランは各キャンペーン詳細による提出。

L JPY2,200,000

メディア広告 (Infeed or SEM)
下記1任意媒体を選択
下記2任意媒体を選択。
※その場合はインフルエンサー提供なし。



AND



*メディアプランは各キャンペーン詳細による提出。

RED公式アカウント運営パッケージのご紹介



対応カテゴリー	対応内容	正規金額	特別トライアル パッケージ案内
公式アカウント 開設	① : RED Official Account(OA)開設サポート 公式認定マーク取得 + 聚光アカウント(広告アカウント)開設	¥ 1,400,000	¥ 1,100,000
アカウント 運営 (3ヶ月)	② : コンテンツ作成-月間公式アカウントの投稿4回 (写真のみ)		
	③ : 月間ユーザーのバックエンドや公式アカウントの情報管理		
	④ : 月間公式アカウントのデータ報告		
KOL配信	⑤ : インフルエンサー投稿 KOLの選定からコンテンツ投稿・投稿レポートまでサポート		

※投稿の元素材は、クライアントから事前ご用意いただきますようお願い致します。

※KOL配信はサービス手数料（10%）が含まれます。

RED公式アカウント運営パッケージのご紹介



対応カテゴリ	対応内容	正規金額	特別トライアル パッケージ案内
公式アカウント 開設	① : RED Official Account(OA)開設サポート 公式認定マーク取得 + 聚光アカウント(広告アカウント)開設	¥ 2,000,000	¥ 1,700,000
アカウント 運営 (3ヶ月)	② : コンテンツ作成-月間公式アカウントの投稿4回 (3回写真+1回動画)		
	③ : 月間ユーザーのバックエンドや公式アカウントの情報管理		
	④ : 月間公式アカウントのデータ報告		
広告運用 (1回) or KOL配信 (1回)	⑥ : インフィード広告-配信オーディエンスの設定から広告配信の運営 (※運用期間は最大2週間)		
	⑦ : 検索キーワード広告-配信オーディエンスの設定から広告配信の運営 (※運用期間は最大2週間)		
	⑧ : インフルエンサー投稿 KOLの選定からコンテンツ投稿・投稿レポートまでサポート		

※投稿の元素材(写真、動画)は、クライアントから事前ご用意いただきますようお願い致します。

※本プランは広告運用やKOL配信、どちらか一つ選んでいただけます。

※広告運用はインフィードとキーワード広告のどちらか1つご指定ください。

※広告運用費とKOL配信はサービス手数料(10%)が含まれます。



ご視聴ありがとうございました。