

各位

平成 23 年 8 月 16 日  
SBI リサーチ株式会社

**「中国のオンライン共同購入市場に関する研究報告書」の日本語版を発行**  
-中国のオンライン共同購入市場とサイトの特性 2010 年-

中国国内におけるインターネット調査情報をもとに、日本の事業者に向けた情報・サービスを提供する SBI リサーチ株式会社(東京都港区 代表取締役:沖田 貴史、以下「SBI リサーチ」)は、「中国のオンライン共同購入市場に関する研究報告書 -中国のオンライン共同購入市場とサイトの特性 2010 年」の日本語版を発行いたしました。

以下、報告書の内容を一部抜粋して、お知らせいたします。

【中国の主要オンライン共同購入サイトのユーザ規模】

・各オンライン共同購入サイトの月間ユニークユーザ数ランキングでは、EC モール大手の淘宝(タオバオ)が運営する「淘宝聚彥算(タオバオジュファァーサン)」がトップとなり、続いて独立專業系オンライン共同購入サイトである「拉手網(ラーソウ)」、「美団網(メイトワン)」が続いた。ユーザ数はそれぞれ 2256.6 万人、905.6 万人、559.1 万人となった。

**中国のオンライン共同購入サイトにおける月間ユニークユーザ数ランキング TOP10(2010 年 7 月)**

| ランキング | 共同購入サイト                  | 月間ユニークユーザ数(万人) |
|-------|--------------------------|----------------|
| 1     | 淘宝聚彥算<br>(ju.taobao.com) | 2256.6         |
| 2     | 拉手網(lashou.com)          | 905.6          |
| 3     | 美団網(mituan.com)          | 559.1          |
| 4     | 糯米網(nuomi.com)           | 517.0          |
| 5     | 24 券(24quan.com)         | 359.3          |
| 6     | 優享団(tuan.yoka.com)       | 334.5          |
| 7     | 団宝(groupon.cn)           | 320.5          |
| 8     | 愛幫(tuan.aibang.com)      | 318.7          |
| 9     | F 団(ftuan.com)           | 306.8          |
| 10    | 満座網(man-zuo.com)         | 294.7          |

注:2010 年 7 月におけるオンライン共同購入サイト総アクセス者数は 4625.8 万人。  
Source:本データは、iUserTracker(ホームオフィス版 2010.7)を使用し、20 万人のパネルの自宅及びオフィス環境(無線 LAN スポットは含まない)におけるユーザ行為の長期モニタリングにより採集したもので、あくまで参考資料としてのご提供となります。

©SBIResearchCo.,Ltd [www.sbi-research.jp](http://www.sbi-research.jp)

「淘宝聚彥算」の強みは主に、EC モール淘宝网(タオバオワン)の膨大なユーザーベースにある。また、「拉手網」、「美团網」は両者とも、中国における共同購入サイト市場の黎明期である 2010 年 1 月に開設されており、先行者優位にあると考えられる。

**【中国のオンライン共同購入サイトの種類】**

・中国のオンライン共同購入サイトは、運営元の業容から主に以下の分類に分けられる。

| 種類                                     | 特徴                                                                                                         | 共同購入サイト名                                                                                     |
|----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| 独立專業系オンライン共同購入サイト <sup>1</sup>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>・オンライン共同購入をコア事業とする</li> <li>・店舗資産、ユーザ資産を持たない</li> </ul>             | 拉手網(lashou.com)<br>美团網(meituan.com)<br>F 団(ftuan.com)<br>滿座(manzuo.com)<br>24 券(24quan.com)等 |
| EC サイトが運営するオンライン共同購入サイト                | <ul style="list-style-type: none"> <li>・広告主・商品資産を持つ</li> <li>・オンライン共同購入サイトが EC サイトのプロモーション手段となる</li> </ul> | 淘宝聚彥算(ju.taobao.com)<br>佳品団(vipstore.com)<br>火拼団(huopintuan.com)                             |
| ポータルサイトが運営するオンライン共同購入サイト               | <ul style="list-style-type: none"> <li>・広告主、プロモーション資産、ユーザ資産を持つ</li> <li>・ブランド認知度が高い</li> </ul>             | 新浪団(tuan.sina.com.cn)<br>愛家団(tuan.sohu.com)<br>QQ 団(tuan.qq.com)                             |
| SNS サイトが運営するオンライン共同購入サイト               | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ユーザ資産を持つ</li> </ul>                                                | 糯米網(nuomi.com)                                                                               |
| 垂直型メディア <sup>2</sup> が運営するオンライン共同購入サイト | <ul style="list-style-type: none"> <li>・広告主、ユーザ資産、プロモーション資産を持つ</li> </ul>                                  | 優享団(tuan.yoka.com)<br>快団(kuaituan.net.com)                                                   |
| (リアル店舗を持つ)生活サービス系サイトが運営するオンライン共同購入サイト  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・店舗資産を持つ</li> </ul>                                                 | 58 團購(t.58.com)<br>飯桶飯団<br>(tuan.fantong.com)<br>愛幫団(tuan.aibang.com)                        |

© SBI Research Co., Ltd

[www.sbi-research.jp](http://www.sbi-research.jp)

<sup>1</sup> オンライン共同購入をコア事業とするサイト

<sup>2</sup> 特定の情報を提供している専門情報メディア

独立專業系オンライン共同購入サイトにとって、オンライン共同購入はコア事業であり、最大の収益源である。

運営元がECサイトのオンライン共同購入サイトは、既存ECサイトの豊富な商品資産により、商品数や商品量が豊富でユーザを飽きさせない。また、ECサイトのプロモーション的な役割を担っているオンライン共同購入サイトも多い。

運営元がポータルサイトや垂直型メディアのオンライン共同購入サイトは、安定した広告主を獲得することができる。また、運営元のメディアを用い、大々的なプロモーションを行うことが可能。運営元がSNSサイトのオンライン共同購入サイトは、SNSサイトを利用するコアなユーザ層を有する。

運営元が(リアル店舗をもつ)生活サービス系サイトのオンライン共同購入サイトは、店舗資産を活用し、サイト上だけでなく実店舗へユーザを誘導することも可能。

### 【独立専門系オンライン共同購入サイトのユーザ規模】

- ・オンライン共同購入をコア事業として行う、独立専門系オンライン共同購入サイトのユーザ規模TOP10では、拉手網が905.6万人でトップの座を占め、美団網、24券(24チュエン)が後に続いた。なお、TOP10にランクインしたサイトの主力商品は、1サイトを除くすべてが、飲食やエステなどの生活関連サービス商品となった。

#### 独立専門系オンライン共同購入サイトのユーザ規模ランキング TOP10

| ランキング | オンライン共同購入サイト         | 開設             | 主力商品                            | 月間ユニークユーザ数(万人) |
|-------|----------------------|----------------|---------------------------------|----------------|
| 1     | 拉手網<br>(lashou.com)  | 2010年<br>3月18日 | 生活関連サービス                        | 905.6          |
| 2     | 美団網<br>(mituan.com)  | 2010年<br>3月26日 | 生活関連サービス                        | 559.1          |
| 3     | 24券<br>(24quan.com)  | 2010年<br>3月15日 | 生活関連サービス                        | 359.3          |
| 4     | 団宝<br>(groupon.cn)   | 2010年<br>3月26日 | 生活関連サービス                        | 320.5          |
| 5     | F団<br>(ftuan.com)    | 2010年<br>3月15日 | 生活関連サービス                        | 306.8          |
| 6     | 満座網<br>(manzuo.com)  | 2010年<br>1月25日 | 生活関連サービス                        | 294.7          |
| 7     | 猛買網<br>(mengmai.com) | 2010年<br>4月20日 | 生活関連サービスや<br>化粧品・日用品などの<br>実物商品 | 226.3          |
| 8     | 窩窩団<br>(55tuan.com)  | 2010年<br>3月14日 | 生活関連サービス                        | 163.1          |

# NEWS RELEASE



|                                                                                                                                      |                      |                |                                                              |       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------|--------------------------------------------------------------|-------|
| 9                                                                                                                                    | 団美網<br>(jumei.com)   | 2010年<br>3月25日 | 化粧品・日用品などの<br>実物商品                                           | 147.9 |
| 10                                                                                                                                   | 阿丫団<br>(ayatuan.com) | 2010年<br>5月14日 | 生活関連サービスや<br>化粧品・日用品などの<br>実物商品                              | 117.4 |
| 注: 2010年7月におけるオンライン共同購入サイト総アクセス人数は4625.8万人。実物商品では化粧品が多勢を占める。                                                                         |                      |                |                                                              |       |
| Source: 本データは、iUserTracker(ホームオフィス版 20107)を使用し、20万人のパネルの自宅及びオフィス環境(無線LANスポットは含まない)におけるユーザ行為の長期モニタリングにより採集したもので、あくまで参考資料としてのご提供となります。 |                      |                |                                                              |       |
| © SBI Research Co., Ltd                                                                                                              |                      |                | <a href="http://www.sbi-research.jp">www.sbi-research.jp</a> |       |

( ) なお、本報告書内の「オンライン共同購入」とは「多数のユーザがインターネット経由で同一の商品を共同で購入し、大幅に割引された価格で商品を手入手すること」を意味します。

## その他の主なトピックス

### 中国のオンライン共同購入サイトの運営について

- ・サービス系・実物系商品のオンライン共同購入における業務プロセス
- ・オンライン共同購入における異常事態対処プロセス

### 中国のオンライン共同購入サイトにおけるビジネスモデル

- ・中国のオンライン共同購入サイトにおける収入源
- ・中国のオンライン共同購入サイトにおけるコスト

### 中国のオンライン共同購入サイトにおける運営戦略

- ・中国のオンライン共同購入サイトの分類
- ・中国の主要なオンライン共同購入サイトの基本情報

### 中国のオンライン共同購入サイトのユーザ規模について

- ・中国のオンライン共同購入サイトにおける1人当たりの月間アクセス日数ランキング
- ・独立専業系、および既存事業の一環として開設されたオンライン共同購入サイトのユーザ規模比較

なお、次回は「2011年度第一四半期 中国の電子商取引に関する報告書」を発行する予定です。

今後もSBI リサーチは、日本の事業者を対象に、中国でのEC 展開において有益な、最新で正確な現地のインターネット事情を取りまとめた報告書を毎月発行してまいります。

## 研究方法について

本報告書は、主として「上海艾瑞市場諮詢有限公司」(上海アイリサーチコンサルティング有限公司 中国上海市 代表取締役:楊偉慶、以下「中国アイリサーチ社」)が行った業界へのインタビューやオンライン調査を総合的に分析した上、まとめられたものです。

業界へのインタビューでは業界のスペシャリストおよび関連企業担当者、エージェントに詳細なインタビューを行うことで関連業界の主要状況を把握し、販売や市場等に関するデータを取得しています。

オンライン調査では 中国アイリサーチ社のインターネットユーザに対する観測・研究システム「iUser Tracker」と、電子商取引領域を総合的に観測・研究するデータプロダクト「Ecommerce Plus」を使用したユーザへの調査データ、および一部の公開情報( )を比較し、最終的に業界規模のデータを構築しています。

( )政府が公布するデータ・業界の公開情報・企業年報や季報・業界専門家の見解

その他のデータ、グラフ、情報などをご希望の方は、お気軽に以下にお問い合わせください。

【SBIリサーチ報告書 お問い合わせ・購入お申込みフォーム】

[https://www.veritrans.co.jp/contact/sbiresearch\\_form.html](https://www.veritrans.co.jp/contact/sbiresearch_form.html)

## 中国インターネット事情に関する報告書について

本報告書は、中国アイリサーチ社協力のもと、同社が中国国内で定期的に発表している中国のインターネット事情に関する報告書を日本語に翻訳したものとなります。

中国アイリサーチ社は、中国全域に様々なサーチ網を有し、最新かつ正確なデータ分析のもと、報告書を作成しております。SBI リサーチが日本語版を発行することにより、日本の事業者は日本で得ることが難しい現地のインターネット事情をいち早く入手することが可能となります。

【SBI リサーチ株式会社について】 <http://www.sbi-research.jp/>

社名: SBI リサーチ株式会社

設立年月日: 平成21年11月5日

資本金: 30百万円

代表者: 代表取締役 執行役員Co-CEO 沖田 貴史

取締役 執行役員Co-CEO 楊 偉慶

事業内容:

- ・中国アイリサーチ社が中国国内で発表している各種インターネット白書の翻訳販売
- ・各企業向けにカスタマイズした個別調査などの中国市場調査事業

# NEWS RELEASE



## 【報告書に関するお問い合わせ】

SBI リサーチ株式会社 担当：清水

Tel: 03-6229-0859

お問い合わせフォーム:

<https://www.veritrans.co.jp/contact/sbiresearch form.html>

## 【データの掲載・取材に関するお問い合わせ】

SBI ベリトランス株式会社 コーポレートブランディング室 担当：伊藤

Tel: 03-6229-0850(代表) Email: [pr@veritrans.co.jp](mailto:pr@veritrans.co.jp)