

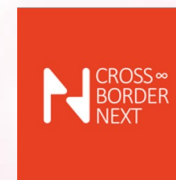
中国年間イベントカレンダー付き
中国桜シーズン
KOLタイアップ投稿のご提案

Cross-Border Next 株式会社・北京邻界科技有限公司

TEL: 03-6380-0589

E-Mail: info@cbn.co.jp

WEB: <http://www.cbn.co.jp> <http://www.linjie-tech.com/>





中国SNSマーケティングトレンド	P3
中国マーケティング年間スケジュール	P6
KOL投稿年間企画	P7
企画概要&実施メニュー	P8～9
オフライン説明会イベント企画	P10～13
おすすめRED KOL/KOC	P14～15
おすすめWeibo KOL	P16
おすすめDouyin KOL	P17
プロモーションイメージ	P18
Weiboライブ販売	P19～20
おすすめバイヤー	P21
実施の流れと注意事項	P22
概算表	P23～28



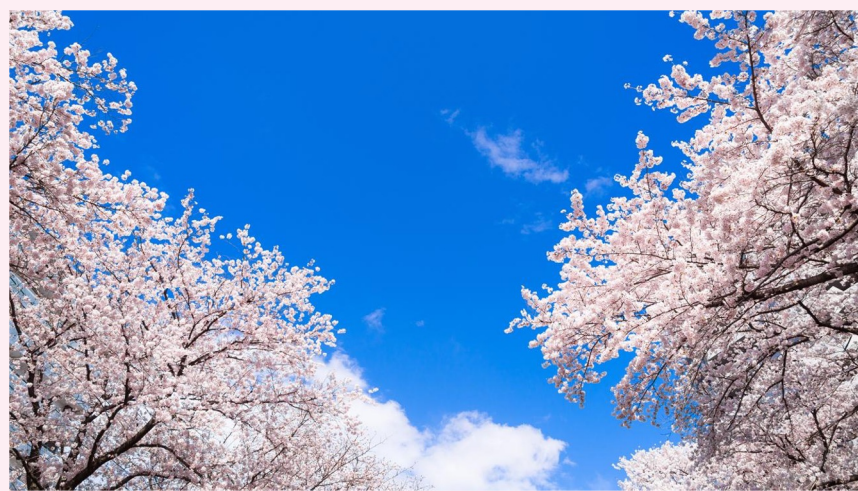
❁ 桜シーズンなど、中国では年間イベントの
タイミングで消費者の購買力がアップします

❁ KOL（インフルエンサー）を起用した
オンライン&オフライン施策のパッケージを
1〜3社限定で募集！ （3月10日まで！）

なぜ中国でも桜は人気なのか？

近年のSNS普及や日本旅行の影響により、一斉に咲いて散るソメイヨシノの美しさが中国人にも認知されるように。花見に行くのはもちろん、桜シーズン限定のお菓子やコスメが人気を集めるなど、空前の「桜ブーム」が発生中です。

- SNS映え
- 女性向け商品と相性○
- 日本旅行の影響
- アニメ作品の影響



詳しくはこちらの記事にて！
なぜ中国人は花見が好きなのか？中国における“桜グッズ”の人気度とは？



出典：<http://m.etude.co.kr/>



出典：
https://www.starbucks.co.jp/press_release/pr2023-4829.php



近年、REDやWeibo、Douyinなど様々な中国SNSでは、特集パッケージ投稿が流行っています。単独プロモーションと比べ、1つの記事内で複数のブランドの商品が紹介され、広告色が薄いので、KOLさんの中での人気が高まります。



1322

1616

1万

RED



1322

1616

1万

Weibo



174.2万

4.7万

53.0万

11.8万

Douyin



中国マーケティング2023年 年間スケジュール

月	中国の祝日及び休日期間	キーワード	プロモーション策
1	元旦：12/31(土)~1/2(月) 春節：1/21(土)~1/27(金)	新年、計画、年度目標、 2022年を振り返る、春節	1月1日(元旦)：新年セール、福袋 1月21日~2月27日(春節ゴールデンウィーク)：国内・国際旅行に関するプロモーション
2	*学生の冬休み：2月	バレンタインデー、桜シーズン	2月14日(バレンタインデー)：チョコ、アクセサリ等女性向けのプロモーション 2月15日から：桜シーズンに関するプロモーション、桜コスメ
3	-	女性、地球に優しい、グリーン	3月8日(国際婦人デー)：女性向けのプロモーション 3月14日(ホワイトデー)：腕時計等男性向けのプロモーション
4	清明節：4/5 (水)	イースターデー、野遊び、 旅行、ダイエット	4月9日(イースターデー)：イースターグッズ、うさぎメイク
5	労働節：5/1(日)~5/5 (木)	母の日、告白日	5月1日~5日(労働節)：ゴールデンウィーク旅行に関するプロモーション、旅行ガイド 5月14日(母の日)：母へのプレゼントの紹介、親子商品のプロモーション 5月20日(ネットバレンタインデー)：バレンタイン関連品物、女性、男性向けのプレゼント特集
6	端午節：6/22(木)~6/24(土)	大学入試、父の日、 618、卒業式	6月18日(ショッピング日&父の日)： ネット上おすすめの商品のまとめ、各商品の割引、おまけ付きプロモーション、 父親へのプレゼントの紹介、親子商品のプロモーション
7	*学生の夏休み：7月~8月	キス、夏休み、海	7月13日(夏休みの始まり)：学生割引のキャンペーン等
8	*学生の夏休み：7月~8月	男子、七夕	8月22日(七夕)：バレンタイン関連品物、女子コスメ、ゲーム機、飲食店は恋人限定のセット等
9	中秋節：9/29(金)~10/6 (日)	新学期、中秋節	9月1日(新学期の始まり)：学生向けの文房具、ランドセル、特に新学 期に伴い、軍事訓練に行く学生が多いた め、日焼け止め・インスタント食品・マスクなどの商品のアクセスが増える
10	国慶節：9/29(金)~10/6 (日)	国慶、お年寄り、動画	9月29日~10月6日(国慶節ゴールデンウィーク)： 国内・国際旅行に関するプロモーション、旅行ガイド
11	-	ダブル11、雪	11月11日(ダブル11)：オンラインショップの各キャンペーン (商品の種類にかかわらず、一年間の中で一番盛大なバーゲン日)
12	元旦：12/31(土)~1/2(月)	爆買、クリスマス、年越し	12月12日(ダブル12)：オンラインショップの各キャンペーンの始まり

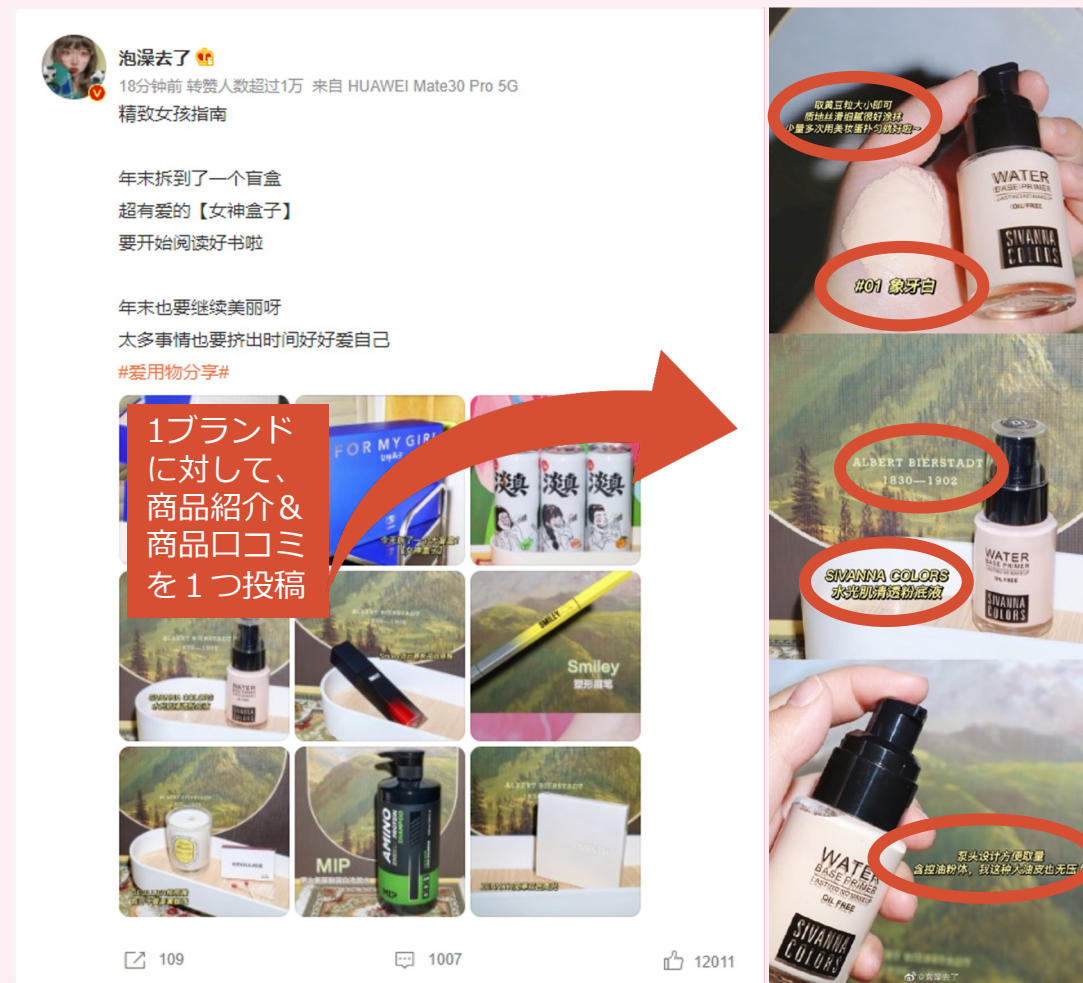


月	中国KOL投稿テーマ企画			
1月	年末掃除アイテムまとめ	コロナ経験談：健康管理アイテムまとめ	新年メイク	新年プレゼントオススメ
2月	バレンタインデープレゼント	桜コスメまとめ	桜アイテムまとめ	新年終わってからダイエット
3月	woman's dayプレゼント	水際緩和：日本入境must buy	ホワイトデー 男性に送るプレゼント	花見vlog動画
4月	引っ越しインテリアオススメ紹介	新しい社会人にオススメメイク	野遊び	夏の水着デートを成功させるためのダイエット
5月	ゴールデンウィーク vlog動画	母の日プレゼントオススメ	520プレゼントオススメ	夏向けアイテム紹介
6月	紫陽花花見vlog	父の日プレゼント	アイスグルメ特集	618商品オススメ
7月	夏ファッション特集	海遊びvlog	花火大会vlog	日焼け止めコスメパッケージ紹介
8月	高温対策商品まとめ	虫よけ商品まとめ	七夕バレンタインvlog	お盆休みvlog
9月	新学期の始まり文房具特集	先生に贈るプレゼント紹介	彼岸花花見vlog	月見商品特集
10月	国慶節ゴールデンウィーク旅行ガード	スポーツ用品特集	お年寄り向けのプレゼント	ハロウィーンメイク
11月	ダブル11商品オススメ	紅葉vlog	冬向けの品物特集	秋メイク
12月	雪見オススメ商品	年末割引紹介	2023年愛用品まとめ	クリスマスvlog

- 実施期間（予定）：3ヶ月間/回 年間4回
- 実施目標：ブランドの需要や予算により、プロモーションの中心や内容が異なる複数の実施メニュー等を開発し、ブランドとの計画的・長期的なプロモーションプラン策定へブランディング向上と商品販売を達成する。
- 実施内容：特集パッケージでプロモーションを実施する。
- 対象：中国向けプロモーションする日本企業
- 募集企業：3社限定（毎回）
- 方法：REDやWeibo、DouyinやWeChatなど幾つの中国人気のSNS上で、3社の商品をまとめる特集パッケージ形式で、テキスト+画像、動画投稿、オフラインイベント説明会、ライブ販売など様々なプロモーションを実施する。

※詳しくは実施メニューを参照

特集パッケージ投稿のイメージ



小红书

RED投稿

REDは、日常生活にまつわる口コミ投稿型のSNSであり、直接商品を購入することが可能なEC機能も備えている。気になった商品や行きたい場所をREDで検索することが一般化しており、消費行動に大きな影響を与えている。



Weibo投稿

全世界8億人以上のユーザーを抱える中国圏最大のSNSであり、デイリーアクティブユーザー2.03億人、デイリー投稿数1.3億件とアクティブ性が高い。20～30代の消費意欲が高いユーザー群が多く、投稿されるコンテンツの幅も広い。短文投稿だけでなく動画やライブ配信など、多くの機能を持ち、拡散力が高いことが特徴だ。



イベント説明会

オフラインのイベント説明会を企画して、バイヤーやインフルエンサーに参加してもらい、商品を体験した後、リアルな使用体験や意見をブランド側とコミュニケーションしながら、商品の理解及びその体験をSNSに発信してもらい、商品認知度の向上を図る。



Douyin投稿

中国版TIKTOK、中国語表記は抖音(Douyin)で、ショートムービーアプリである。毎月のアクティブユーザー5億人以上、毎日のアクティブユーザー2.5億人以上であり、中国国内で人気のショートムービーのアプリである。クリエイティブに商品やサービスをアピールできる。



ライブ配信

中国で今1番流行りのプロモーション形式である。ファンとリアルタイムにコミュニケーションが可能であり、ライブ配信中で視聴者の質問などを回答することができ、商品に対する心配を解消し、信頼を獲得することができる。

※プランの値段によりメニューの組み合わせが可能

■ 実施目的

- ・ 在日インフルエンサー向けにオフラインイベントを通じて、商品を体験してもらい、リアルな使用体験や意見をブランド側とコミュニケーションしながら、商品の理解及びその体験をSNSに発信してもらい、商品認知度の向上を図る。
- ・ 在日バイヤー向けに、商品の説明、販路、販売価格に関する交渉。

■ 実施概要

開催形式：ショールーム/説明会

開催頻度：毎3ヶ月1回 年間4回

開催日：（日時再指定）

開催場所：会場イメージ例を参照

対象者：当月の起用在日バイヤー＆インフルエンサー（KOL/KOC）全員招待

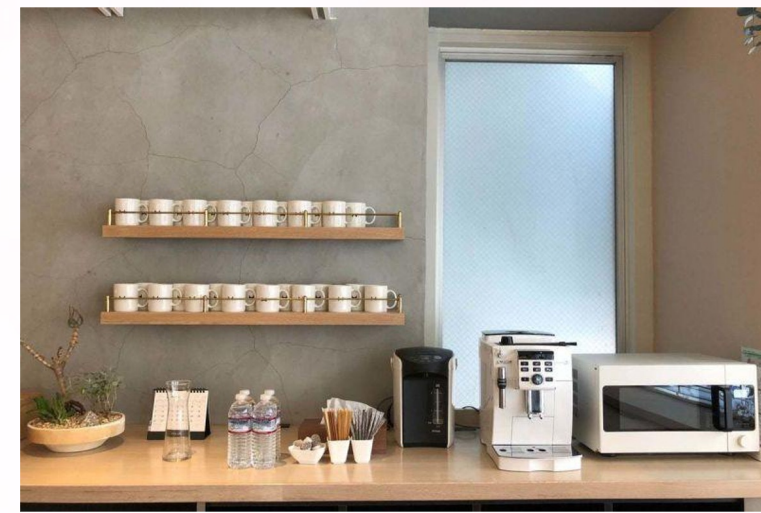
■ 実施内容

- ①展示商品の紹介及び使用体験
- ②参加特典の提供
- ③インスタ映えを意識したストア設計
- ④バイヤーのため、販売チャンネルや価格などのヒアリングの実施

※ブランド側：展示用の商品及び参加者に配布する商品のご用意

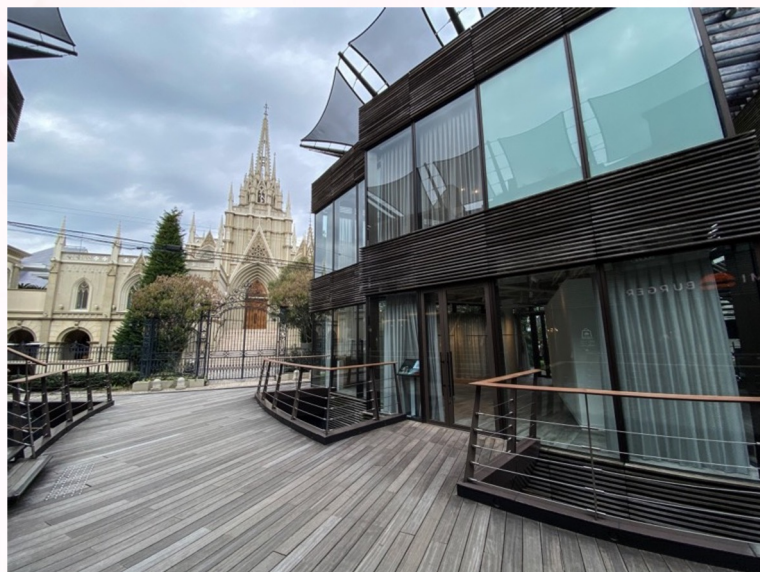
説明会会場イメージ





- 東京都内に展開を開始したデザイナーズのシェアスペース
- 住所：東京都港区六本木4-12-8
- 最寄駅：都営大江戸線 六本木駅 徒歩1分
- 定員人数：～50名（49名着席可）
- 広さ：123m²
- URL：<https://www.instabase.jp/space/3451591618>

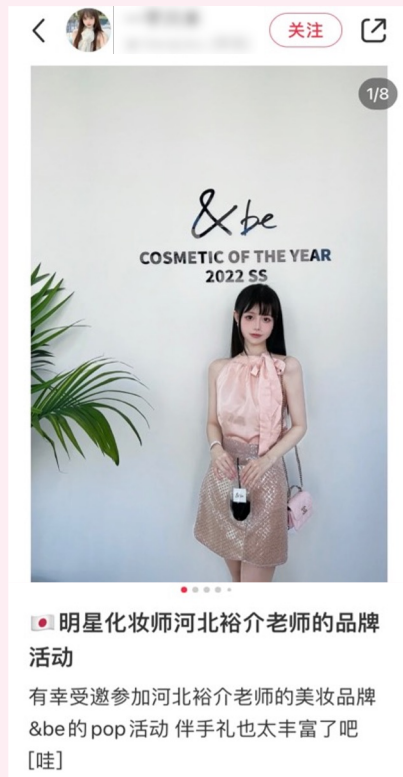
- 設備：Wi-Fi（無線LAN）/プロジェクタースクリーン（100インチ）/スピーカー・アンプ（SONOS デバイス android携帯）/飲食物の持込OK
- 金額：12,100円/時間
- 最低利用時間：3時間から利用可能
- プロジェクター 3,300円/回 EB-S05 3200ルーメン リアル解像度:SVGA(800×600)
- マイクセット 1,650円/回
- ゴミ引き取りプラン 5,500円/回



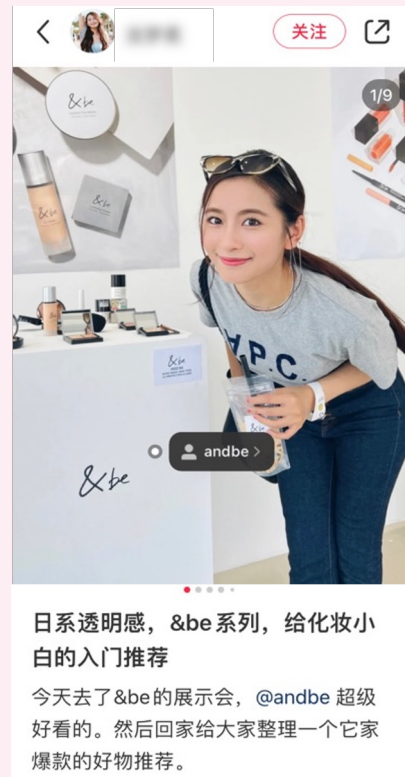
- 北青山エリアに新しく登場した複合型商業施設に位置するスタジオ
 - 最寄駅：表参道駅 徒歩3分
 - 定員人数：1F/2F 各～50名（最適30名）
 - 広さ：1F/2F 各60㎡
 - URL：<https://locationhunting.jp/4178>
 - 設備：Wi-Fi /プロジェクター/ワイヤレスマイク/飲食サービス提供あり/飲食物の持込OK
 - 金額：1F 18,000円/時間 180,000円/日 (9:00～20:00)
2F 15,000円/時間 150,000円/日 (9:00～20:00)
1F+2F 33,000円/時間 330,000円/日 (9:00～20:00)
 - 最低利用時間：5時間から利用可能 ※搬入から搬出までの時間込みとなります。



オフラインイベントを通じて、在日インフルエンサーを来場し、REDでも多くの投稿が発信された。商品の認知度が向上させる。



テキスト+画像投稿



テキスト+画像投稿



動画投稿



動画投稿

起用KOLイメージ



起用KOL情報（例）

- KOLジャンル：在日スキンケア、ライフスタイル、ファッション系KOL
- プラットフォーム：RED
- 人数：毎月1～5名
- 投稿形式：画像投稿/動画投稿
- KOL年齢：20～40代
- フォロワー数：60,000～150,000



起用KOCイメージ



起用KOL情報（例）

- KOCジャンル：在日スキンケア、ライフスタイル、ファッション、情報発信系KOC
- プラットフォーム：RED
- 人数：毎月15～50名
- 投稿形式：画像投稿/動画投稿
- KOC年齢：20～40代
- フォロワー数：500～10,000



起用KOLイメージ



起用KOL情報（例）

- KOLジャンル：スキンケア、ライフスタイル、ファッション系、販売経験が豊富なKOL
- プラットフォーム：Weibo
- 人数：毎月2～3名
- 投稿形式：画像投稿/動画投稿
- KOL年齢：20～40代
- フォロワー数：600,000～



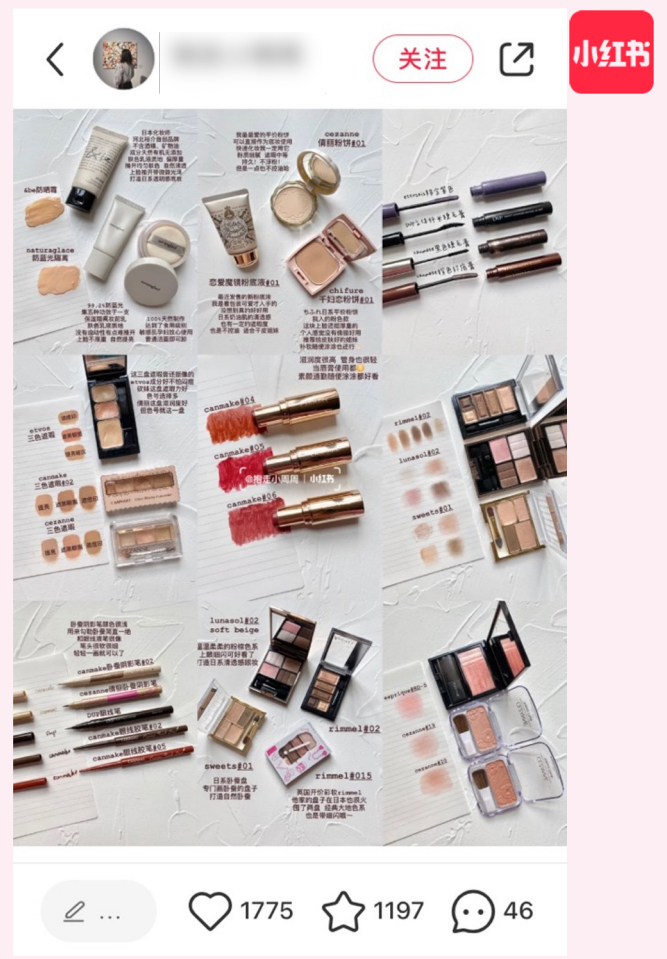
起用KOLイメージ



起用KOL情報（例）

- KOLジャンル：在日スキンケア、ライフスタイル、ファッション系KOL
- プラットフォーム：Douyin
- 人数：毎月1名
- 投稿形式：動画投稿
- KOL年齢：20～40代
- フォロワー数：80,000～200,000

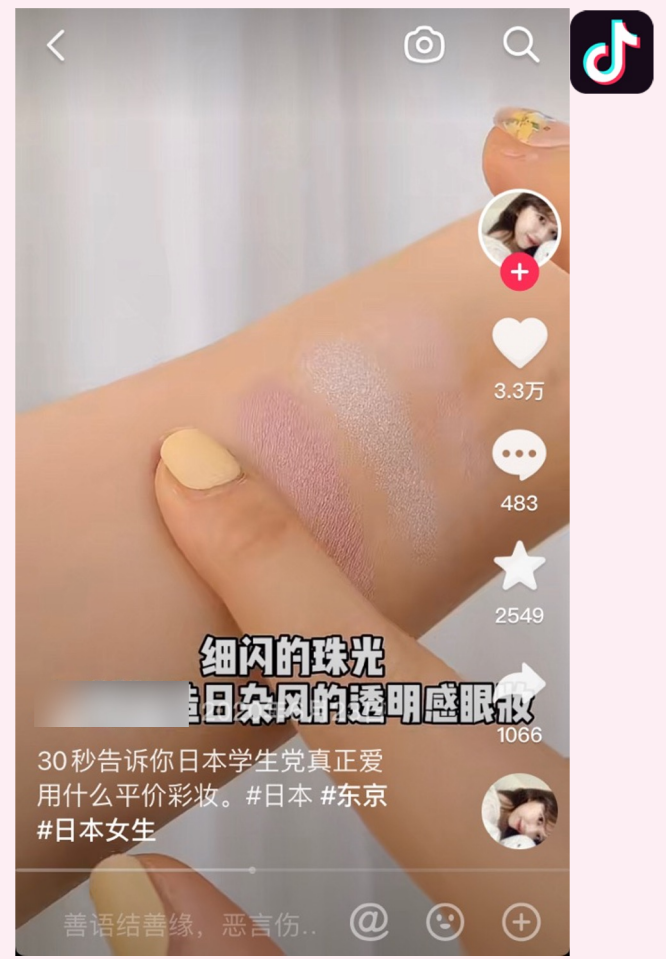
RED画像投稿イメージ



Weibo画像投稿イメージ



Douyin画像投稿イメージ



@圈少说



起用KOL情報

- アカウント名：圈少说
- フォロワー：123.3万
- SNS アカウント：Weibo
- Weibo認証：Weibo VLOGブロガー
- 平均インプ数：30万
- 平均シェア数：50
- 平均コメント数：300
- 平均いいね数：1,500
- 平均動画再生数：10万
- URL：<https://weibo.com/206068428>
- ※ROI年間保証も可能。審査あり

プロモーション実績

毎月Weiboでライブ販売を行い、日本のコスメ・食品・生活雑貨などの商品を販売し、実績が豊富。

ライブ販売の予告動画イメージ



ライブ販売情報

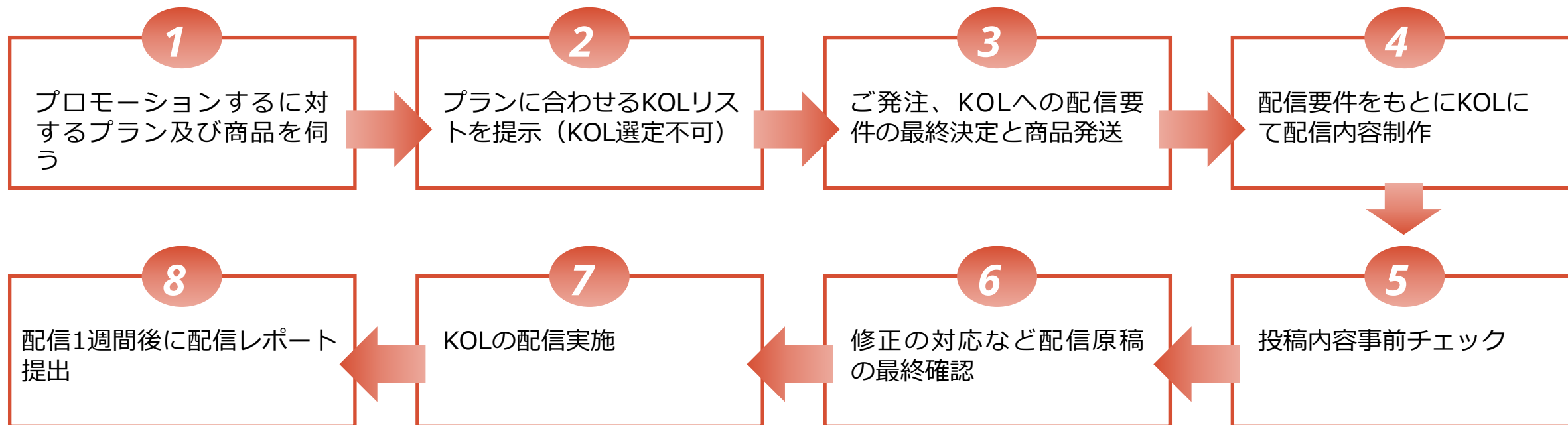
- ライブ販売回数：1年間4回
- ライブ販売時間：1回つき2~3時間
1種類の商品紹介は10分~
1回つき各ブラインドの2~3種類の商品を紹介予定
- 毎回ライブ販売を実施する前に、ライブ販売の予告動画を投稿する。
- 次回のライブ販売の時間や販売商品、または特別価格や特典をファンに告知することで、より広くライブ販売情報を拡散し、ファンの関心を引く。

起用バイヤーイメージ



起用バイヤー情報（例）

- バイヤージャンル：コスメ、スキンケア商品を販売するバイヤー
- プラットフォーム：WeChat（投稿必須）
（RED投稿の可能性もあり）
- 人数：毎月15～40名
- 投稿形式：画像投稿
- バイヤー年齢：20～40代
- 商品の説明や販売価格などのヒアリングの実施が必要です。



※最短、発注から2週間以内で配信対応可能です。

❗ 配信注意事項：

1. 中国インフルエンサーに商品を郵送する場合、1週間ほどかかりますので、こちらの配信日程との兼ね合いにご注意ください。
2. KOLの選定は不可



概算表-1社負担100万円のプロモーションプラン①（REDメイン）

予算が100万円以上のブランドの場合、以下の4つのSNS向けのプロモーションプランをご提案いたします。

NO.	プラットフォーム	提案メニュー	人数 (回数)/月	想定imp数	想定エンゲージ メント数	想定 動画再生数	参加 社数	1社負担金額 (税抜) /月	申請期限	
Plan A①	RED	RED KOL	5人	180,000～	4,950～	75,000～	3	¥1,000,000	3月10日まで！	
		RED KOC	50人							
	WeChat	バイヤー WeChat配信	40人					※別途かかります		
	説明会	オフライン 説明会	1回/3ヶ月							

※オフライン説明会の参加費用について、1社30万円（税抜）がかかります。
※郵送費は別途かかります。
※商品のご提供が必要です。



概算表-1社負担100万円のプロモーションプラン②（多SNS）

予算が100万円以上のブランドの場合、以下の4つのSNS向けのプロモーションプランをご提案いたします。

NO.	プラットフォーム	提案メニュー	人数 (回数)/月	想定imp数	想定エンゲージメント数	想定 動画再生数	参加 社数	1社負担金額 (税抜) /月	申請期限
Plan A②	Weibo	Weibo KOL	3人	2,117,000～	4,520～	360,000～	3	¥1,000,000	3月10日まで！
		Weiboライブ	1人						
	Douyin	Douyin	1人						
	RED	RED KOL	2人						
		RED KOC	30人						
	WeChat	バイヤー WeChat配信	20人						
	説明会	オフライン 説明会	1回/3ヶ月					※別途かかります	

※オフライン説明会の参加費用について、1社30万円（税抜）がかかります。
※郵送費は別途かかります。
※商品のご提供が必要です。



予算が60万円以上のブランドの場合、以下の4つのSNS向けのプロモーションプランをご提案いたします。

NO.	プラットフォーム	提案メニュー	人数 (回数)/月	想定imp数	想定エンゲージ メント数	想定 動画再生数	参加 社数	1社負担金額 (税抜) /月	申請期限
Plan B①	RED	RED KOL	2人	106,500～	2,790～	30,000～	3	¥600,000	3月10日まで！
		RED KOC	35人						
	WeChat	バイヤー WeChat配信	30人					※別途かかります	
	説明会	オフライン 説明会	1回/3ヶ月						

※オフライン説明会の参加費用について、1社30万円（税抜）がかかります。
※郵送費は別途かかります。
※商品のご提供が必要です。



予算が60万円以上のブランドの場合、以下の4つのSNS向けのプロモーションプランをご提案いたします。

NO.	プラットフォーム	提案メニュー	人数 (回数)/月	想定imp数	想定エンゲージ メント数	想定 動画再生数	参加 社数	1社負担金額 (税抜) /月	申請期限					
Plan B②	Weibo	Weibo KOL	2人	1,446,500～	1,790～	315,000～	3	¥600,000	3月10日まで！					
		Weiboライブ	1人											
	RED	RED KOL	1人											
		RED KOC	10人											
	WeChat	バイヤー WeChat配信	15人											
	説明会	オフライン 説明会	1回/3ヶ月					※別途かかります						

※オフライン説明会の参加費用について、1社30万円（税抜）がかかります。
※郵送費は別途かかります。
※商品のご提供が必要です。



予算が30万円以上のブランドの場合、以下の4つのSNS向けのプロモーションプランをご提案いたします。

NO.	プラットフォーム	提案メニュー	人数 (回数)/月	想定imp数	想定エンゲージ メント数	想定 動画再生数	参加 社数	1社負担金額 (税抜) /月	申請期限
Plan C①	RED	RED KOL	1人	37,500～	1,950～	15,000～	3	¥300,000	3月10日まで！
		RED KOC	25人						
	説明会	オフライン 説明会	1回/3ヶ月					※別途かかります	

※オフライン説明会の参加費用について、1社30万円（税抜）がかかります。
※郵送費は別途かかります。
※商品のご提供が必要です。



予算が60万円以上のブランドの場合、以下の4つのSNS向けのプロモーションプランをご提案いたします。

NO.	プラットフォーム	提案メニュー	人数 (回数)/月	想定imp数	想定エンゲージ メント数	想定 動画再生数	参加 社数	1社負担金額 (税抜) /月	申請期限
Plan C②	Weibo	Weibo KOL	2人	1,209,000～	1,140～	100,000～	3	¥300,000	3月10日まで！
	RED	RED KOC	10人						
	説明会	オフライン 説明会	1回/3ヶ月					※別途かかります	

※オフライン説明会の参加費用について、1社30万円（税抜）がかかります。
※郵送費は別途かかります。
※商品のご提供が必要です。



お問い合わせ・ご連絡こちらまで
info@cbn.co.jp

ホームページ

<http://www.cbn.co.jp>
<http://linjie-tech.com>