

ゴールデンウィークに向けて!

日本のお土産リスト キャンペーンのご提案

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/>



本キャンペーンの概要	-----	P3
中国マーケティング年間スケジュール	-----	P5
実施概要	-----	P8
起用KOL・KOC紹介	-----	P13
おすすめWeibo KOL	-----	P14
おすすめDouyin KOL	-----	P15
おすすめRED KOC	-----	P16
プロモーションイメージ	-----	P17
哈啰日本（弊社プラットフォーム）	-----	P18
Ex施策 Weiboライブ販売	-----	P19
実施の流れと注意事項	-----	P21
概算表	-----	P22

ゴールデンウィークなどの長期休暇では
インバウンド観光客の増加が期待できます

高品質な日本ブランドの製品&食品を
訪日中国人観光客に買って帰ってもらうチャンス！

KOL（インフルエンサー）を起用した
商品プロモーションパッケージを
3社限定で募集！ （4月14日まで！）

なぜゴールデンウィークが狙い目なのか？

感染症の影響で中国からの観光客が大幅に減少し、国際的な観光経済が制限されていましたが、中国政府は旅客の出入国管理を徐々に緩和すると発表しました。これは間違いなく中国の海外旅行ブームに大きく貢献すると見込まれています。多くの世界市場予測機関は、2023年第2四半期、早ければ2023年第1四半期に中国人観光客が再び戻ると予測しています。



出典:
https://iw-inc.jp/2018/04/05/popular_medicine_china/

円安の影響

水際対策緩和

ゴールデンウィーク
インバウンドの期待大！

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



中国SNSマーケティングトレンド

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つの記事内で複数ブランドの商品を紹介でき広告色が薄いので、KOLの間で人気が高い投稿形式です。





実施概要

Proposal

必ず買うべき！ 日本のお土産リストキャンペーン

- 実施期間（予定）：4月/1回
- 実施目的：
復興の兆しを見せるインバウンド観光客に向けて、
日本のお土産として買うべき製品・食品をプロモーションし、
認知度向上・需要喚起を行う。
- 対象：
中国人に需要のある日本のブランド製品・食品を扱っている企業
- 募集企業：**3社限定**
- 方法：REDやWeibo、DouyinやWeChatなど幾つかの中国人気のSNS上で、商品の紹介・プロモーションを実施

※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





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。



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。



※プランの値段によりメニューの組み合わせが可能



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。



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。



お土産需要のある商品を販売している企業様向け

実施方法と目的

日本で買って帰るべき商品の魅力を紹介・拡散

プロモーション方法

WeiboやRED、Douyinアカウントを起用し拡散

- プロモーション商品例
食品・スイーツ・服飾品・スキンケア用品・化粧品etc



掲載イメージ



日本🇯🇵买买买攻略 附部分价格参考

#去日本买什么

图1是我们在日本买的东西 真的是逢药妆店必进
逢进必买😂装满三个箱子沉甸甸地回来

👉 说点什么...



2.5万



8.1万



2145



2022東京行程記錄 - 必買⚠️人氣伴手禮

伴手禮除了機場✈️外，還可以在「東京車站一番街」
購買!!

前幾年網紅級別的🍰蛋糕、白色戀人、薯片三兄弟

👉 说点什么...



1172



2616



16



翻訳機

目的

国慶節観光客に向け、ブランド及び商品の影響力及び機能を多くの方に理解してもらうため、動画の形で消費者に紹介する

プロモーション方法

日本電子製品発信に強いWeiboアカウントを起用し、拡散

利用SNS

Weibo

実施後の成果

商品の機能を消費者に理解してもらえた
好意的なコメントを獲得するなど、
多くの方に興味を持っていただけた

掲載イメージ





起用KOL・KOC紹介

Proposal



起用KOLイメージ



起用KOL情報（例）

- KOLジャンル：旅行、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：旅行、ライフスタイル、ファッション、情報発信系KOL
- プラットフォーム：Douyin
- 人数：4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



起用KOCイメージ



起用KOC*情報（例）

- KOCジャンル：旅行、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：4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

*KOCとは……

ファン数が1,000～10,000人程度のREDインフルエンサーのこと。KOLと比べてリーチ数は少ないが、より一般消費者と感覚が近い、リアルな口コミを届けることができる。

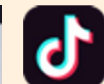
RED画像投稿イメージ



Weibo画像投稿イメージ



Douyin画像投稿イメージ



日本最新のファッションやコスメ、インスタ映えスポットなどの情報を紹介する総合メディア。上海・北京・深圳 など大陸主要都市の若年女性からのアクセスが多く、Web月間アクセス数は約10万人。そして、中国SNSアカウントも持っており、日本関心度の高いユーザーに対して幅広くリーチ可能。

WebサイトURL hellojpn.com



 Weibo公式アカウント

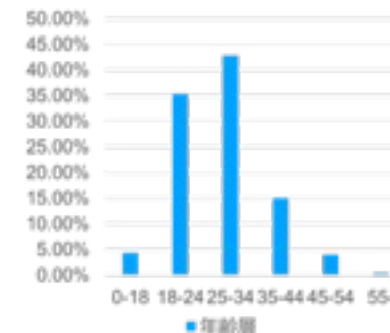
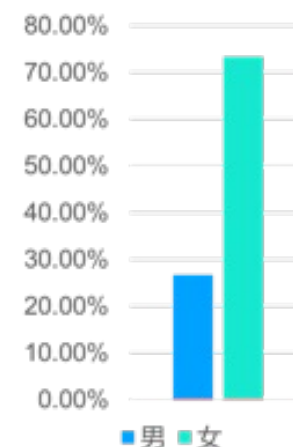
アカウント名： 哈啰日本吧
 フォロワー：110万
 微博認証：海外情報発信プロガー
 平均Imp数：10万

 WeChat公式アカウント

アカウント名： 良品志LPZine
 フォロワー：25,000+
 平均Imp数：1,000+

 WeChatグループ

アカウント名： 良品志美妆研究所, 良品志日本小分队
 平均リーチ数：30,000人



宣伝ライブイメージ



※実際の配信プラットフォームはWeiboとなります。

商品宣伝ライブ（生配信）

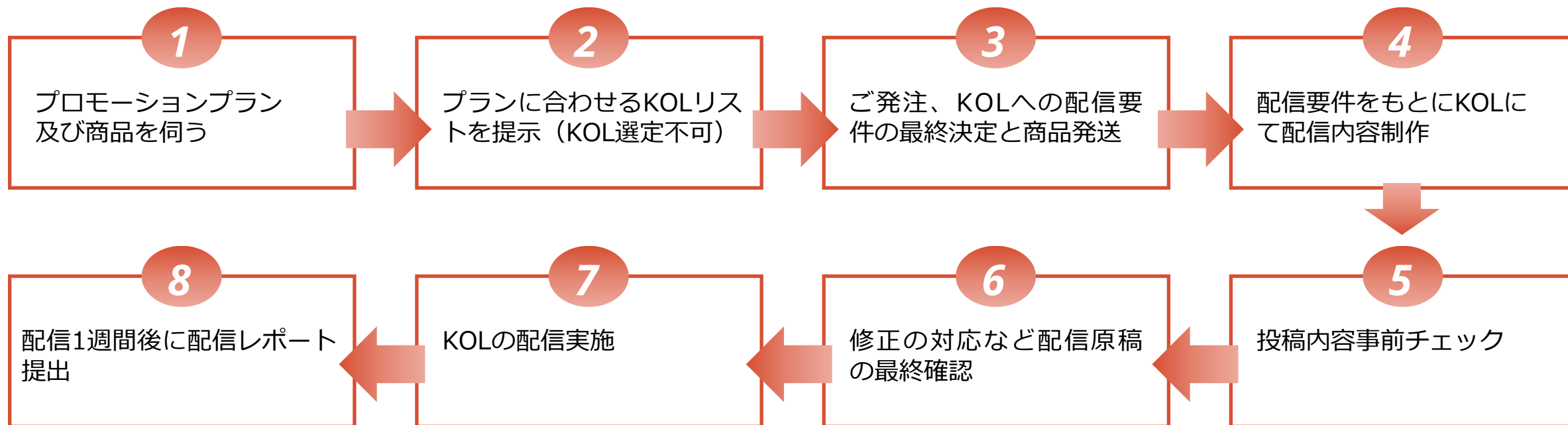
- プラットフォーム：Weibo
- 投稿形式：ライブ（生配信）
- ライブ内容
 - ・ブランド紹介
 - ・おすすめ商品紹介
 - ・おすすめ商品の体験
 - ・商品購入方法の案内

日本の商品に造詣が深いインフルエンサーに
「日本に来たら必ず買うべき商品」を実際に使ってもらい、
リアルな使用体験を発信してもらうプランです。
生放送のため視聴者からの質問にリアルタイムで答えることができ、
通常投稿と比べてより高いエンゲージメントが期待できます。



実施の流れ・料金

Proposal



※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・KOCの指定は不可

予算100万円以上のブランドの場合、以下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	1社負担金額 (税抜) /月	申請期限
Plan A①	Weibo	Weibo KOL	4人	1,029,000~	1,200~	240,000~	¥1,000,000	4月14日まで！
	Weibo+RED +WeChat +自社メディア	哈啰日本	1回					
	Douyin	Douyin KOL	2人					
	RED	RED KOC	30人					
	Weibo	商品宣伝ライブ (生配信)	1回	※別途かかります				

※商品宣伝ライブの参加費用について、1社15万円（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30万円以上のブランドの場合、以下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	1社負担金額 (税抜) /月	申請期限
Plan A②	Weibo	Weibo KOL	2人	403,000~	400~	100,000~	¥300,000	4月14日まで！
	RED	RED KOC	10人					
	Weibo	商品宣伝ライブ (生配信)	1回	※別途かかります				

※商品宣伝ライブの参加費用について、1社15万円（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>