

## 「中国消費者の生活実態 2009-2010」

経済危機が中国に与える影響が大きくなるに従って、中国の経済環境においてもさまざまな変化が起こるようになりました。日本株式会社 サーチナの中国新秦商務諮詢(上海)有限公司(以下「新秦研究諮詢」という)は2005年から連続5年間、中国消費者の衣、食、住、レジャー、仕事、資産管理、家庭、婚姻等11方面の生活実態について調査を行った上、実情に見合った多角的視野で詳しく分析を行いました。

「中国消費者の生活実態」は中国の1級、2級、3級、4級の都市の中から特徴がある16都市を選択した上で調査を行いました。年齢は主として20代-40代のモニターを調査対象としました。

### ✓ サンプルの構成:もとの2000サンプルを4080サンプルに増加しました。

北京・上海・広州・武漢・成都・西安・蘇州・長春・昆明・蘭州:男性と女性それぞれ150サンプルで、総計3000サンプルを収集しました。東莞/温州/唐山/濰坊/吉林/保定:男性と女性それぞれ90サンプルで、総計1080サンプルを収集しました。

### ✓ 中国語版と日本語版の電子版を揃えました。

この本は電子版で出版します。各種の調査データの使用便利性を保証した上、中国語版と日本語版のファイルを揃え、それぞれの異なるニーズに対応することができます。

### ✓ 長所がある

#### 一、豊富な内容

この本は中国消費動向調査—景気と旅行、中国国民のおしゃれ意識、中国国民の外食習慣、中国国民の飲料消費習慣、中国国民の住宅と不動産、中国国民の海外旅行状況、中国国民のレジャー娯楽、中国国民の生活(仕事)意識、中国国民の個人金融資産、中国国民の健康と美意識、中国国民の家族観念、中国国民の恋愛と結婚観等の内容を含み、序論と11章節に編纂致しました。

## 二、結構の合理性

まず、序論では全体調査の基本情況を紹介しています。次第に、それぞれ中国の消費動向、及び景気と旅行意識について、定性と定量を結合させるという方法で研究しました。そのうち、2008年の中国経済におけるマクロ環境の重大事件、及び主な経済指標などについて、探求分析した内容を含みます。課題研究では問題点を要領よく、簡潔に示すように留意しました。

各章節ではデータ表に基づいて集計を行い、読者がデータを把握やすく、またそれを活用しやすいよう配慮致しました。

## 三、データの実効性

この本の調査データは2008年12月に収集した最新のものです。従ってデータ及び研究分析結果には高い実効性があり、消費者の生活実態を明確に表しているものと考えます。

## 四、データの真実性

新秦研究は厳格な品質コントロールシステムを備えており、各種アンケート情報の確実性を十分確保することが可能です。また選別アンケートによってモニターの回答につき2回の選別を行ない、それによって得られる情報の真実性を確保しています。

## 五、研究の専門性

本書については、テーマ毎に研究チームを併設の上、情報の収集、整理、分析研究を行い執筆致しました、格好の参考資料であると存じ上げます。

### 本書の強み

- 1、スーパーモニターバンク
- 2、地域分布が広範である
- 3、中日バイリンガル電子版
- 4、科学性、専門性の高いアンケート
- 5、多角的視野による調査内容
- 6、合理的な文章構成
- 7、実効のある調査データ
- 8、真実性の高いオリジナルデータ
- 9、プロフェッショナルな研究分析

書名	中国消費者の生活実態 2009-2010
編集	新秦商務諮詢(上海)有限公司
発行日	2009 年 4 月 1 日
価格	RMB3000 元