

新秦研究諮詢

www.searchchina.com.cn

会社概況

上海サーチナは日本の株式会社サーチナが設立した消費研究コンサルティング会社です。最新のインターネット調査システムを備えているほか、多種にわたる研究手法を駆使した、専門性の高いコンサルティングサービスを提供しています。

消費研究

消費品マーケティング研究(自動車、一般消費品、家電製品、健康食品、化粧品他)
消費者意識研究(価値観、購入のきっかけや過程、生活スタイル、ターゲット特性など)

研究方法

・インターネット調査・グループインタビュー・デプスインタビュー
・デスクリサーチ・郵送リサーチ・電話リサーチ・訪問/街頭リサーチ

サーチナの強み

研究能力

上海サーチナではお客様に的確な市場データを提供するだけでなく、データ収集技術や分析ツールを駆使した、実効性の高い研究結果やソリューションを提供しています。

インターネット調査

上海サーチナでは中国大陸では最も早くから独自の先進的なインターネット調査システムを開発しており、モニターは中国大陸全域をカバーしています。必要とするサンプルのオリジナルデータをスピーディに収集することが可能です。

グローバルプロジェクト

サーチナの持つグローバルネットワークをもとに、中国大陸以外の地区(ヨーロッパ、北米、東南アジア)におけるグローバルプロジェクトにも対応しています。

研究チーム

サーチナの研究チームは・・・

- 1、国内外の有名大学を卒業し(修士、博士を含む)、
- 2、豊富な市場研究経験を持つ研究メンバーで構成されています。

業務内容

消費品市場戦略

新製品のコンセプトテストを始め、パッケージングや機能評価などを調査します。また、ターゲットとする消費者に価格敏感度テストを実施し、商品の価格設定が市場に有利なものとなるようサポートいたします。

消費者行為研究

購入の動機、生活スタイル、意識形態などの消費者行為の特徴や購入に影響を与える要素を心理学的視点で考察し、分析研究いたします。

データ工場

弊社が独自に収集したオリジナルデータバンクです。製品、ブランド、生活スタイルなど、消費者に関する各データを扱っています。

マーケティング研究

オリジナルデータ及び既存データの研究、分析により市場の現状や業界の特徴を把握し、質の高いマーケティングコンサルサービスを提供いたします。

株式会社サーチナ 設立: 1999年

www.searchchina.ne.jp

新秦商務諮詢(上海)有限公司 設立: 2002年

www.searchchina.com.cn

北京新秦端正市場調査有限公司 設立: 2004年

www.searchchina.com.cn

新秦研究諮詢

www.searchchina.com.cn

上海市長寧区中山西路1279弄6号
国峰科技大厦721室

住所: 千200051

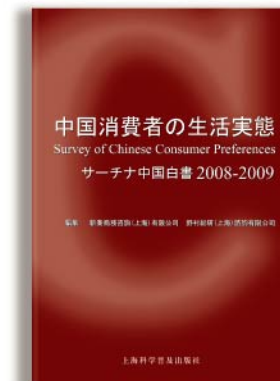
TEL: 0086-21-32097487 32097488

FAX: 0086-21-32097489

リサーチ URL: www.searchchina.com.cn

2008-2009 中国消費者の生活実態 白書

Survey of
Chinese Consumer
Preferences



新秦商務諮詢(上海)有限公司
Searchina(ShangHai)Co.,Ltd.

2008-2009

中国消費者の生活実態

SURVEY OF
CHINESE CONSUMER
PREFERENCES

高成長を続ける中国市場において、企業間の競争は、さらに激しさを増してきています。外資優遇策も見直され、中国国産ブランドの人気も高まる中、今後は、まさにイコール・フッティング(公正な競争条件)の下で、中国内外の企業が、そのマーケティング戦略で知恵を競う時代に入りました。マーケティング戦略の優劣は、中国消費者の購買行動変化に対する理解力にかかっているといっても過言ではないでしょう。

新秦商務諮詢(上海)有限公司と野村総研(上海)諮詢有限公司は共同で、企業のマーケティング担当者に、中国消費者の購買行動をより正確に理解していただくために、本調査プロジェクトを企画しました。

新秦商務諮詢(上海)有限公司の中国インターネット調査・分析における永年の経験に、野村総研(上海)諮詢有限公司の中国マーケティング戦略策定の経験を加えることで、より実践的で多角的な視点で、中国消費者を分析しております。本情報をもとに、この競争の激しい

中国消費者市場を勝ち抜くためのマーケティング戦略の立案に役立てていただければ幸いです。

『中国消費者の生活実態2008-2009』本書は中国一般消費者の衣、食、住、旅行、職業、カネ、美容、恋愛など12項目に及ぶインターネット調査のデータを分析研究、編集、整理したもので、消費者の生活習慣、価値観、消費習慣などの実態をまとめたコンサルティング専門書です。各企業における製品開発、マーケティングに適した格好の参考資料です。

編集チームは豊かな専門的市場調査経験を持ち、厳格な品質管理のもとで行われたインターネット調査のデータを収集したもので、アンケートの科学性、調査内容の全面性、構造の合理性、データの実効性と真実性及び研究分析の専門性を確保しています。各章の課題毎に、独立した長期追跡調査チームを設け、各担当者が長期的に課題を研究し、さらに研究分析のプロが本書を執筆しています。

サンプル状況

今回の調査における対象都市は北京市、上海市、

広東省、遼寧省、四川省の5大地区と湖北省を新たに加えました。サンプル数は、この6大地区から各地区男女それぞれ100サンプルを、上記地区以外の地域全体から男女各400サンプルを収集した計2000サンプル(男女均等)です。年齢に関しては無作為にサンプリングし、年齢層を10代、20代、30代、40代、50代の5段階に分けました。

本書の特徴

- 1 アンケートの科学性、専門性
- 2 調査内容の全面性
- 3 書籍構造の合理性
- 4 調査データの実効性
- 5 調査データの真実性
- 6 専門的、権威的な研究分析

新秦商務諮詢(上海)有限公司編集
野村総研(上海)諮詢有限公司協力

発売予定日: 2008年5月1日
本体: 2850人民元