

中国ビジネスの新潮流

—新消費・新ブランド・新市場を中心に—

伊藤忠総研 産業調査センター主任研究員

趙^{チヨウ}

瑋^イ
琳^{リン}

- * 活気は戻ったが……
- * 不動産関連消費が冴えない
- * 新市場の“下沈市場”
- * 注目はZ世代、2億6000万人
- * ニッチ市場がより重要に
- * 始まったペット消費
- * 農村でも進むデジタル化
- * アイデンティティを与えられる商品
- * 正常化してきている日中民間交流
- * “海外ブランド”だけでは通用しない



山縣 それでは開会いたします。（拍手）

本日は、趙瑋琳先生をお招きいたしました。

先生は、伊藤忠総研の産業調査センターで主任研究員をされていらっしゃいます。日頃、中国の問題を経済倶楽部は定期的に、かなり頻度を多く扱っておりますけれども、これまでのテーマの持つていき方というのは、政治とか日中関係とか安全保障とか、比較的そういったタイプのお話が多い。今回はちょっと趣向を変えまして、中国の新消費、新ブランド、それから新市場というような視点でお話をいただくと思っております。

趙 瑋琳 先生は瀋陽のご出身で、2002年に来日されました。その前に大連の海事大学を卒業されまして、東工大の大学院で社会理工学研究科を

修了されて博士号を取っていらっしゃいます。理系のキャリアをずっと歩んでいらっしゃいました。富士通総研を経て、現在の職をなさっております。

コロナもありましたので、去年、4年ぶりに里帰りをされたのですけれども、最近また1年ぶりに里帰りをされて、中国の状況をつぶさに見ていらっしゃいます。最近では日本から中国に行つて実際の状況を見るという機会が日本人は少ないので、その点、先生が見てきたこともお話しただけかと思えます。

既に先生は東洋経済から2冊本を出していらっしゃいます。一つがこの『チャイナテック』という本で、中国のいわゆるチャイナジャイアントの状況を2021年に細かく書かれていま