

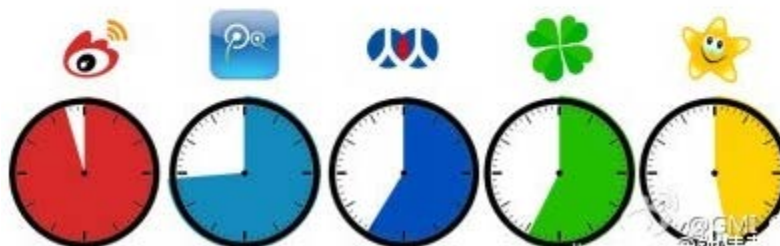


## 利用状況と属性データ

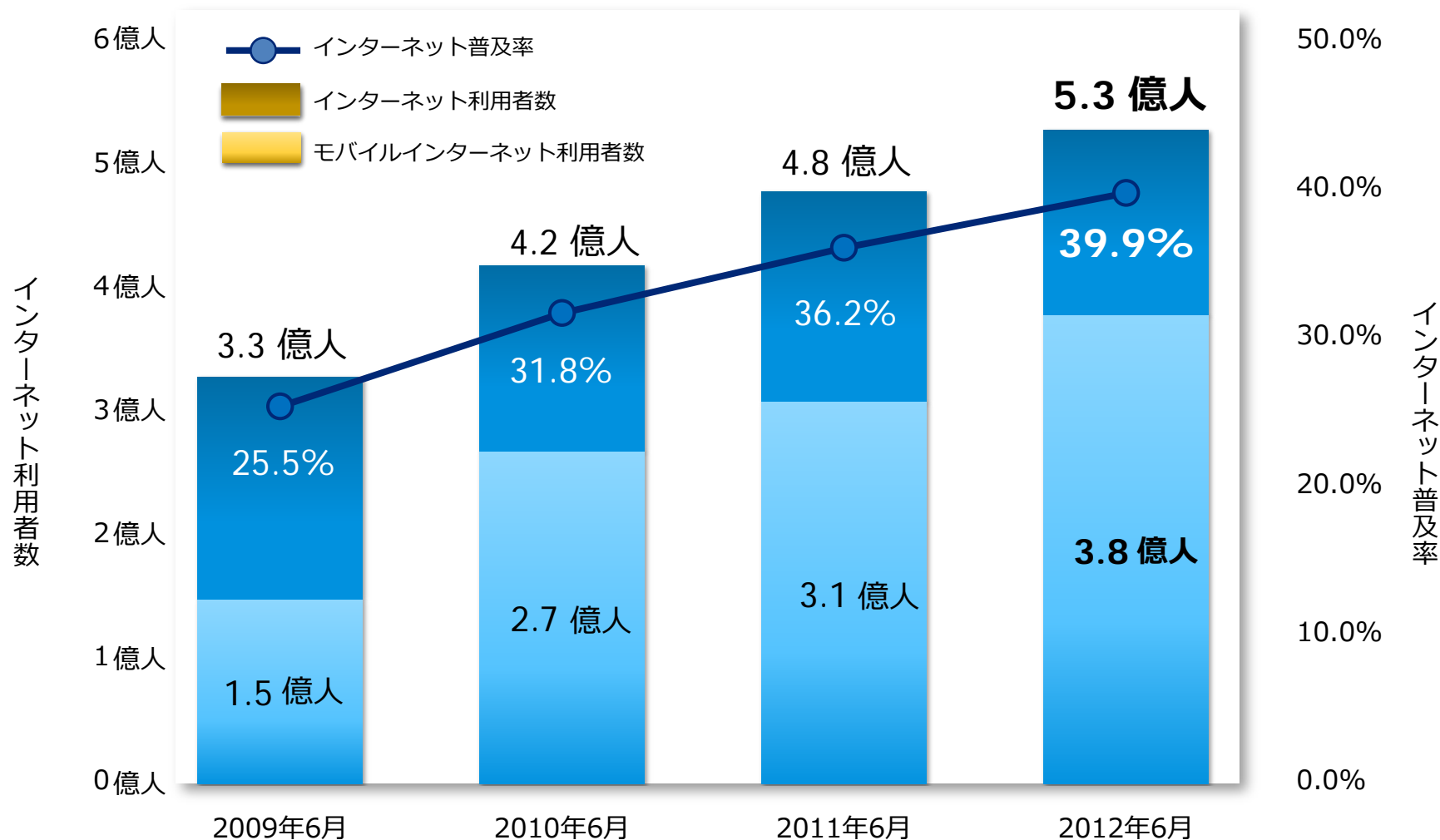
Find Japan株式会社

### 用户每月花费在各自社交网站的时间

社交网站	每个月花费的时间 (小时)
新浪微博	11.5
腾讯微博	8.9
人人网	7.1
朋友网	6.9
开心网	5.6






# 中国のインターネット普及率



# 中国政府の検閲によるネット閲覧制限



中国国外のサービスよりも、中国国内のサービスがよく利用されます

 **Top Sites in China**   
The top 500 sites in China. 

- Baidu.com**  
baidu.com  
The leading Chinese language search engine, provides "simple and reliable" search exp... [More](#)  
★★★★★ [Search Analytics](#) ▶ [Audience](#) ▶
- QQ.COM**  
qq.com  
China's largest and most used Internet service portal owned by Tencent, Inc founded in Nov... [More](#)  
★★★★★ [Search Analytics](#) ▶ [Audience](#) ▶
- Taobao.com**  
taobao.com  
Launched in 2003, Taobao Marketplace (www.taobao.com) is a popular consumer-to-consumer (C2C) o... [More](#)  
★★★★★ [Search Analytics](#) ▶ [Audience](#) ▶
- 新浪新闻中心**  
sina.com.cn  
包括即日的国内外不同类型的新闻与评论, 人物专题, 图库。  
★★★★★ [Search Analytics](#) ▶ [Audience](#) ▶
- Google谷歌**  
google.com.hk  
谷歌搜索在中国的官方网站。  
★★★★★ [Search Analytics](#) ▶ [Audience](#) ▶
- 新浪微博-随时随地分享身边的新鲜事儿**  
weibo.com  
新浪微博是全中国最主流, 最具人气, 当前最火爆的微博产品。用一句话随意记录生活, 用手机随时随地发微博, 迅速获取最热最火最快最酷最新的资讯。... [More](#)  
★★★★★ [Search Analytics](#) ▶ [Audience](#) ▶
- 网易**  
163.com  
中国最大的网络社区和门户网站  
★★★★★ [Search Analytics](#) ▶ [Audience](#) ▶
- Tmall.com**  
tmall.com  
Tmall.com is the leading online shopping landmark in China with the most comprehensive brand se... [More](#)  
★★★★★ [Search Analytics](#) ▶ [Audience](#) ▶

## Instant Data

**検索** 毎日全世界の検索件数**40億** 中国約**7億**  
**微博** Twitter毎日のつぶやき数**2.5億**  
**新浪微博1.25億**

## Social Data

**人脈** Facebookユーザー**9億** QQユーザー**7億**  
**新浪微博ユーザー4億**

## Behavior Data

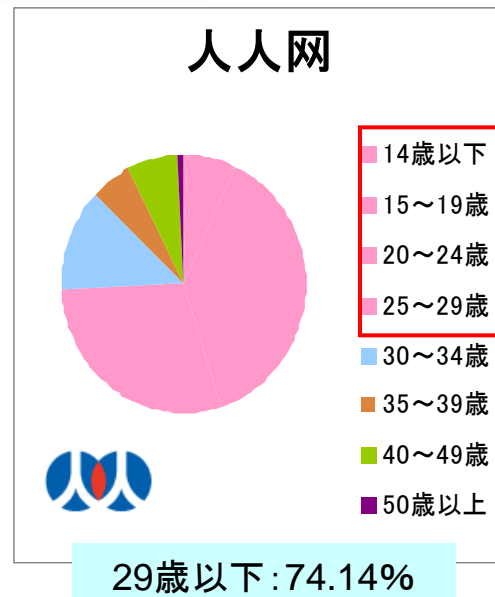
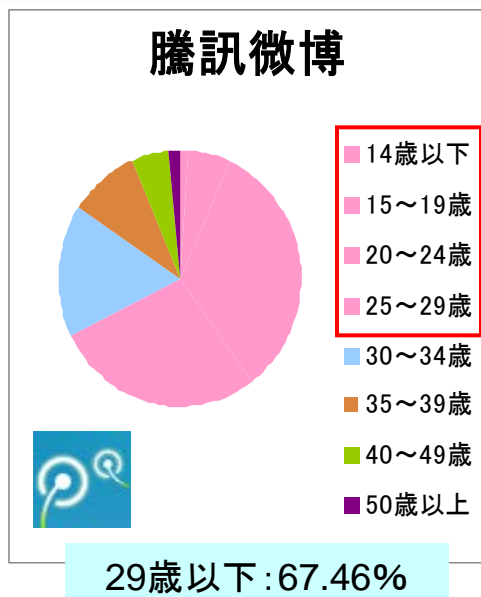
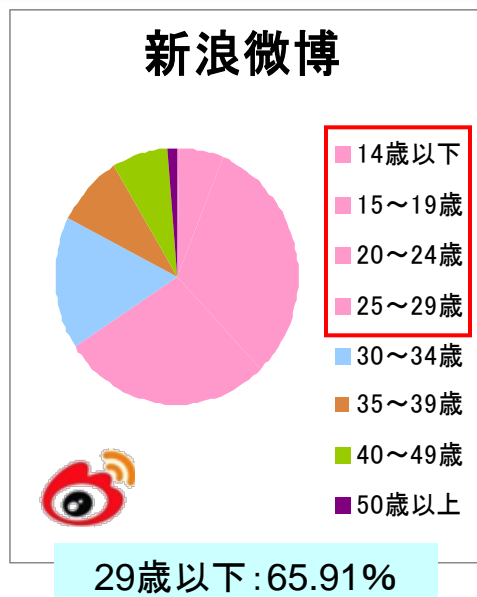
**EC** Amazon毎年の売上は**3000億**  
淘宝 ( Tmall ) **7000億**

## Demographic Data

**基本資料** 全世界のインターネット人口**25億**  
中国**5.3億**

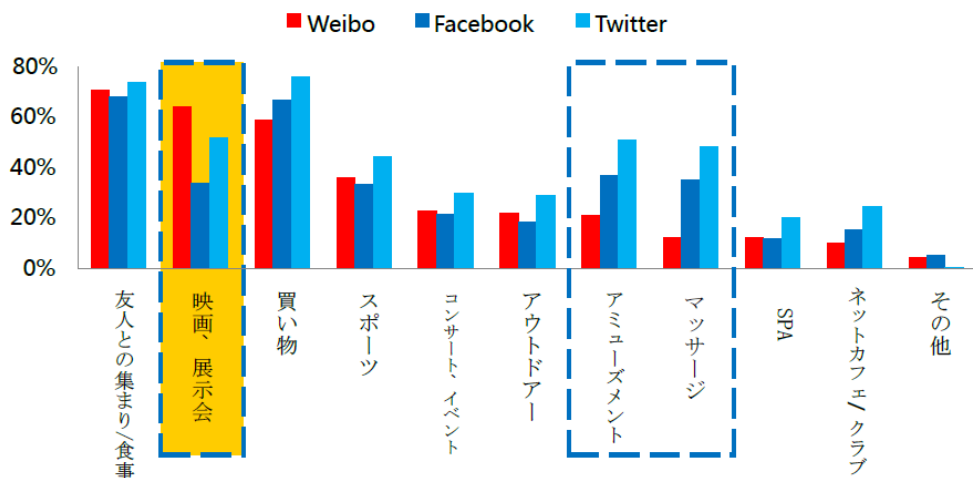
参考：2012年12月データ

# 3大ソーシャルメディア比較



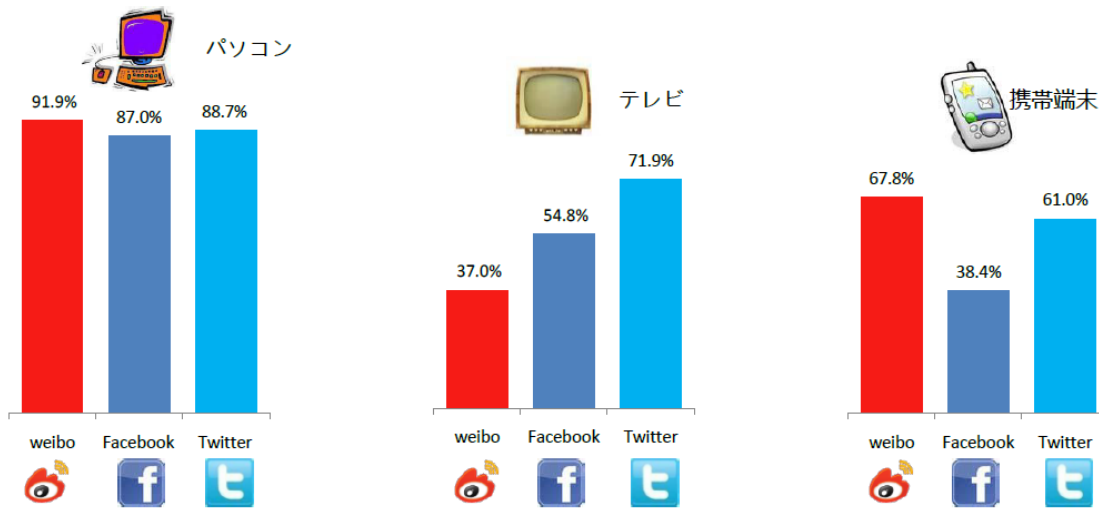
	新浪微博	騰訊微博	人人网
ユーザー数	4億	3.73億	1.6億
男性比例	58.0%	50.7%	41.67%
女性比例	42.0%	49.3%	58.33%
滞在時間/月	80分	15分	60分
実名制	△	△	○
企業版有無	有	有	有
官方微博	有	有	有
community	有	有	有
広告	有	有	有
その他特徴	企業版プラットフォームが充実	チャットのアカウントと連動	学生向けのSNS

## 興味のあるものは何ですか？



Weibo利用者は映画・展示会に興味がある。  
Twitter利用者はアミューズメントやマッサージに興味がある。

## 情報入手手段として何を使いますか？



Weibo利用者: PC ⇒ **携帯** ⇒ TV  
 FB利用者: PC ⇒ TV ⇒ **携帯**  
 TW利用者: PC ⇒ TV ⇒ **携帯**

# FaceBook、Twitterとの違い



一日当たりのPCオンライン時間

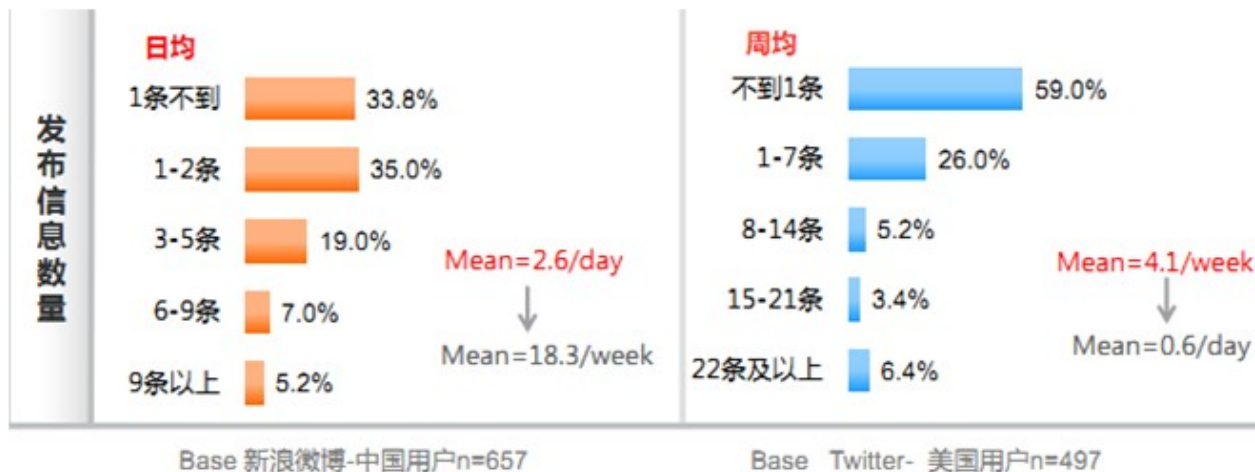


一日当たりの携帯オンライン時間



# FaceBook、Twitterとの違い

投稿頻度 日次 週次

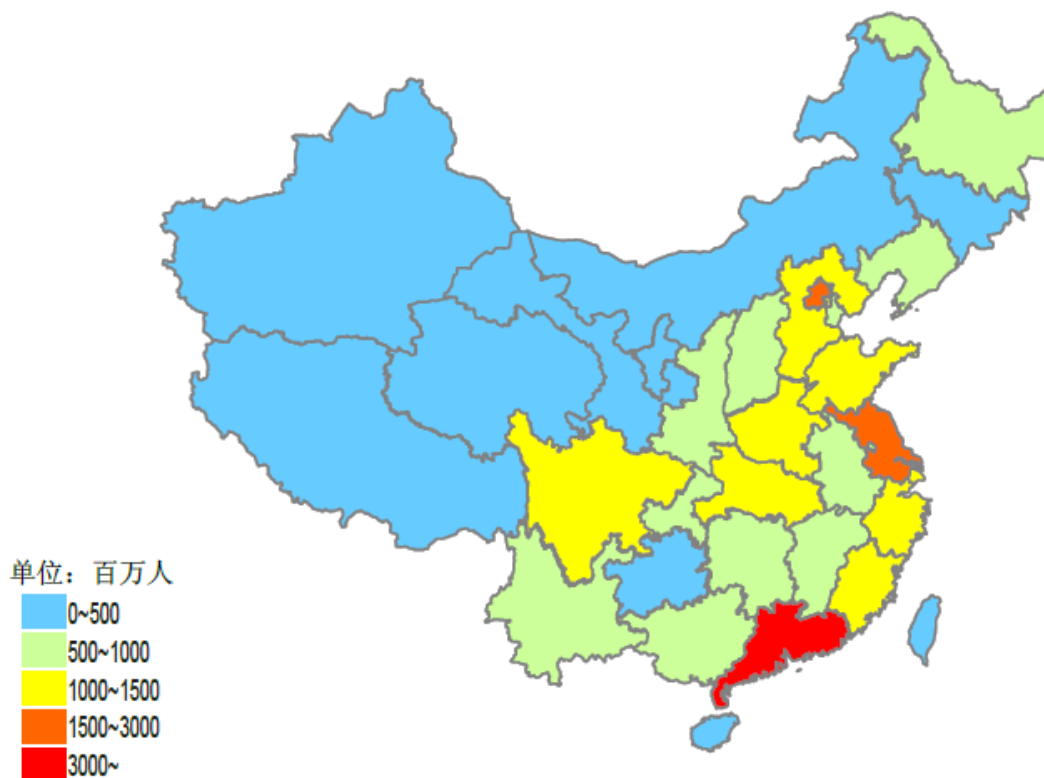


本名使用  
本名に近いニックネーム  
匿名  
いつも  
時々  
まれに  
殆ど無い



- 上位3つの地域：広東、北京、江蘇

微博国内用户分布

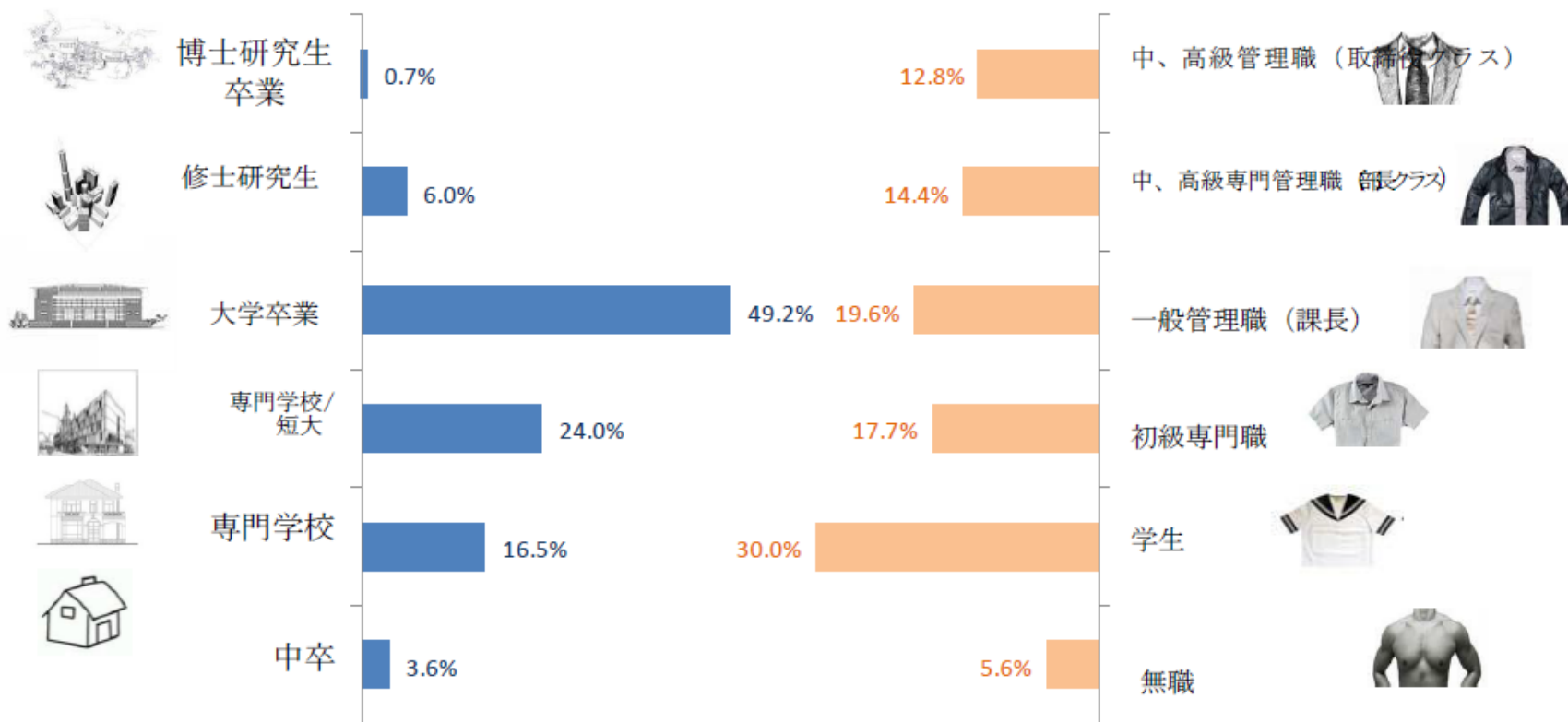


## 新浪微博ユーザーの学歴：

- 大学卒→50%
- 専門学校と短大卒：24%

## 新浪微博ユーザーの職業：

- 学生→30%
- 管理職、専門職→約37%





調査対象のカテゴリ、ブランド情報を収集してレポートニングを行っております。御社の調査委依頼に併せた中国ソーシャルメディアデータを取集することが可能です。バイアスのかからない生のユーザーの声から市場分析やマーケティング分析に活用できます。

## レポート内容 例

- ・ブランドの口コミ分析
- ・競合商品の分析
- ・業界分析
- ・消費者意識分析
- ・自社商品の利用実態分析
- ・ターゲット分析
- ・広告効果検証
- ・広告事前感想検証
- ・リピート要因分析
- ・内外のインシデントに対する影響分析

