

# 中国消费者网购频率全球第一

中国人の消費者はネットショッピングをする頻度が世界一

2013年05月08日 新浪科技

zī xún gōngsī pǔ huá yǒng dào zhōu èr fābù de bàogào  
咨 询 公 司 普 华 永 道 周 二 发 布 的 报 告  
xiǎnshì , zhōngguó xiāofèizhě shǐyòng zhìnéng shǒujī hé  
显 示 , 中 国 消 费 者 使 用 智 能 手 机 和  
píng bǎn diàn nǎo děng diànzǐ shèbèi wǎnggòu de pínlǜ ,  
平 板 电 脑 等 电 子 设 备 网 购 的 频 率 ,  
dàyuē shì quánqiú píngjūn shuǐpíng de liǎng bèi , gāoyú  
大 约 是 全 球 平 均 水 平 的 两 倍 , 高 于  
shìjiè qítā dìqū 。 zhè yì jiéguǒ shì tōngguò duì 11 ge  
世 界 其 他 地 区 。 这 一 结 果 是 通 过 对 11 个  
guójiā de wàn wǎnggòu yòng hù diào chá dé chū de 。  
国 家 的 1.1 万 网 购 用 户 调 查 得 出 的 。

コンサルティング会社の「普華永道」が火曜日に発表したレポートによると、中国人の消費者がスマートフォンやタブレットPCなどの電子機器を使用してネットショッピングをする比率は、およそ世界の平均水準の二倍で、世界の他の地域を上回っていることが分かりました。この結果は11ヶ国の1.1万人のネットショッピングユーザーを調査して分かったものです。

zīliào biǎomíng , wǔ nián qián , wǎnggòu zài zhōngguó  
资 料 表 明 , 五 年 前 , 网 购 在 中 国  
jīhū hái bù cúnzài , dàn qùnián de xiāoshòu é dá dào yuē 1.3  
几 乎 还 不 存 在 , 但 去 年 的 销 售 额 达 到 约 1.3  
wàn yì yuán rénminbì 。  
万 亿 元 人 民 币 。

その資料によると、5年前には、ネットショッピングは中国ではほとんど行なわれていませんでしたが、去年の販売額は約1兆3千億人民元に達しました。

diào chá xiǎnshì , yǒu de zhōngguó shòu fǎng zhě  
调 查 显 示 , 有 58% 的 中 国 受 访 者  
biǎoshì měizhōu zhìshǎo wǎnggòu yí cì 。 zhè yì bǐlì zài cǐ cì  
表 示 每 周 至 少 网 购 一 次 。 这 一 比 例 在 此 次  
bèi diào chá de suǒyǒu guójiā zhōng wèi jū dì yī 。 ér měiguó  
被 调 查 的 所 有 国 家 中 位 居 第 一 。 而 美 国

wéi 42%, yīngguó wéi 41%, déguó wéi 29%. fǎguó de bǐlì  
为 42%， 英国 为 41%， 德国 为 29%。 法国 的 比例  
zuìdī , jǐn wéi 13%。  
最低 ， 仅 为 13%。

調査によると、中国の被調査者の58パーセントが、毎週少なくとも一度はネットショッピングを行っています。この比率は今回の被調査国の中で第一位となっています。それに対して、アメリカは42パーセント、イギリスは41パーセント、ドイツは29パーセントです。またフランスの比率は最も低く、13パーセントにとどまっています。

dīlián de jiàgé shì jìnniánlái cùshǐ zhōngguó xiāofèizhě  
低廉 的 价格 是 近 年 来 促 使 中 国 消 费 者  
wǎnggòu de zhǔyàoyuányīn 。 lìngwài , jīngjì chíxù gāosù  
网 购 的 主 要 原 因 。 另 外 ， 经 济 持 续 高 速  
zēngzhǎng , gōngzī shuǐpíng shàngzhǎng , wǎngmín shùliàng  
增 长 、 工 资 水 平 上 涨 、 网 民 数 量  
jīzēng , tōngxùn wǎngluò gǎishàn , shàngwǎng shèbèi pǔjí  
激 增 、 通 讯 网 络 改 善 、 上 网 设 备 普 及  
děng yěshì zhòngyào yuányīn 。  
等 也 是 重 要 原 因 。

廉価な価格が近年中国の消費者のネットショッピングを促進した主要な原因です。また、経済の持続的な高度成長、給料水準の上昇、ネットユーザー数の激増、通信ネットワークの改善、インターネット設備の普及なども重要な要因となっています。

## 【重要単語】

网购	ネットショッピング
咨询公司	コンサルティング会社
智能手机	スマートフォン
平板电脑	タブレットPC
网民	ネットユーザー