

食品ブランド TOP3

品目	第1ブランド		出資 母国	Top 維 持年数	第2ブランド	出資 母国	第3ブランド	出資 母国
ガム	益达 Extra		米国	4年	绿箭 WRIGLEY'S DOUBLEMINT	米国	箭牌咖啡 WRIGLEY'S CAFE	米国
チョコレート	德芙 DOVE		米国	4年	金帝 Leconte	中国	士力架 Snickers	米国
キャンディ	阿尔卑斯 Alpenliebe		イタリア	2年	大白兔 White Rabbit	中国	徐福记	台湾
のど飴	荷氏 HALLS		米国	3年	绿箭薄荷糖 WRIGLEY'S DOUBLEMINT MINTS	米国	京都念慈庵枇杷润 喉糖	中国
ゼリー	喜之郎		中国	4年	水晶之恋	中国	徐福记	台湾
スナック菓子	乐事 Lay's		米国	4年	上好佳 Oishi	フィリピン	好丽友 Orion	韓国
ビスケット/ウエ ハース	奥利奥 Oreo		米国	4年	达利园	中国	太平 Pacific	米国
即席麺	康师傅 Master Kong		日本、台 湾、中国	4年	统一 100 President Enterprises100	台湾	来一桶(统一)	台湾
パイ	达利园		中国	1年	好丽友 Orion	韓国	盼盼	中国
ソーセージ	双汇		中国	3年	金锣	中国	雨润	中国
冷凍食品	思念		中国	2年	湾仔码头 Wanchai Ferry	中国、 米国	三全	中国
アイスクリーム/ アイスキャンディ	蒙牛		中国	3年	伊利	中国	和路雪 Wall's	オランダ、 英国
食用油	金龙鱼		中国	4年	福临门	中国	鲁花	中国
乳幼児用粉ミルク	多美滋 Dumex		フランス	2年	贝因美 Beingmate	中国	美赞臣 MeadJohnson Nutrition	米国
鶏ガラスープの素	太太乐		中国	4年	家乐 Knorr	ドイツ	美极 Maggi	スイス
醤油	海天		中国	4年	李锦记 LEE KUM KEE	中国	加加	中国
食用酢	海天		中国	3年	镇江	中国	恒顺	中国

(2) 飲料

中国飲料製品販売ではペットボトル、缶、紙パックなどの容器の機能向上によって革命的な変化が起こった。生水は厳禁、沸かし白湯を飲む習慣であったが、都市ではいまや市販のボトル水を飲水機で飲むのが主流になっている。ペットボトル飲料水においては台湾系の康师傅（康師傅）、国産の农夫山泉（農夫山泉）が二大ブランドである。100% 果物ジュースは濃縮還元果汁が健康によいと信じられて、汇源（匯源）の認知度が非常に高い。果汁の美汁源は「健康果実」として若者受けしている。機能性飲料とは健康の保持・増進に役立つ清涼飲料水のこと。红牛（紅牛）は各種スポーツイベントの主権者になって赤い牛を売り込んでいる。2位の脉动（脈動）はオシャレに敏感な若者をターゲットとしている。なお機能性飲料8位に上海大正力保健の力保健（リボビタミンD）が入っている。

茶系飲料では台湾系の康师傅（康師傅）と統一（統一）

が支配的で、両者はアイス紅茶が代表的な商品。キリンの「午後の紅茶」は7位で女性に人気がある。

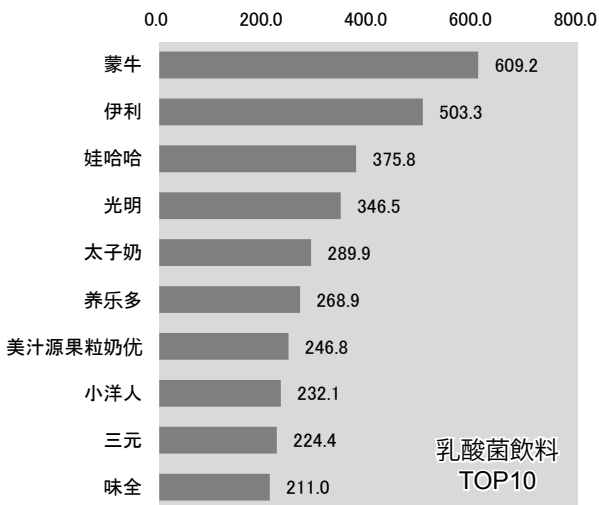
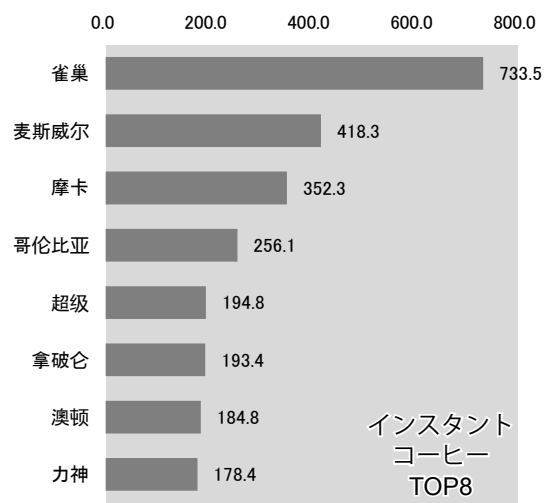
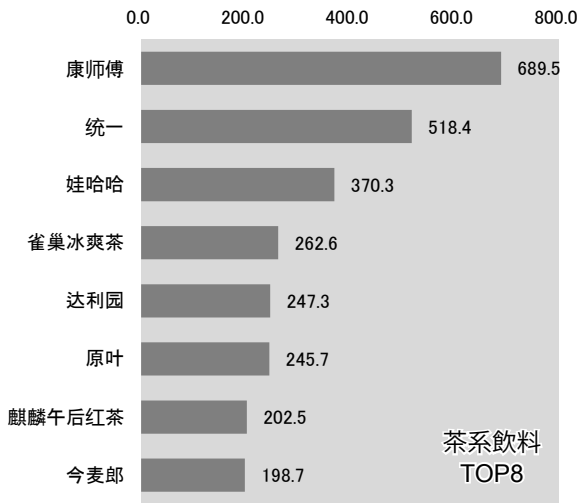
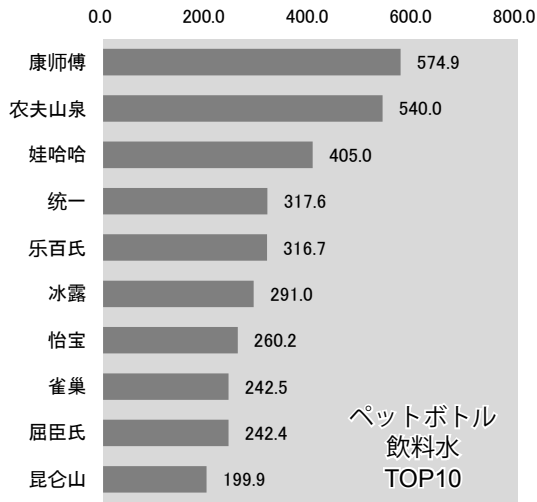
コーヒーを飲む人も増加し、インスタントコーヒーが好まれている。ブランドではネスレがダントツで、1000点満点で733.5ポイント。次いでマックスウェル、モカ（台湾）。健康志向の漢方ティは国産ブランドが独占している。

乳酸菌飲料では国産の蒙牛、伊利、娃哈哈、光明、太子奶に次いで6位に养乐多（養樂多、ヤクルト）がつけている。牛乳ではメラミン入り事件で消費者の信頼を失ったが、なお国産ブランドが健闘している。

中国は世界一のビール大国になって、ブランドでも国産の雪花と青島（青島）がトップを争っている。雪花はSAB Millerが、青島はアサヒビールが出資している。外国ブランドでは3位にBudweiser（百威）、6位にBlue Ribbon（藍帯）、7位にCarlsberg（嘉士伯）、8位にHeineken（喜力）が並んでいる。

飲料ブランド TOP3

品目	第1ブランド		出資母国	Top 維持年数	第2ブランド	出資母国	第3ブランド	出資母国
ペットボトル飲料水	康师傅 Master Kong		日本、台湾、中国	4年	农夫山泉 NONGFU SPRING	中国	娃哈哈	中国
100% 果物ジュース	汇源		中国	4年	农夫果园	中国	味全毎日 C wei-chuan	台湾
果汁/果味飲料/野菜ジュース	美汁源 Minute Maid		米国	4年	統一 President	台湾	康师傅 Master Kong	日本、台湾、中国
機能性飲料	红牛 Red Bull		オーストリア	1年	脉动 Mizone	フランス	农夫山泉 NONGFU SPRING	中国
茶系飲料	康师傅 Master Kong		日本、台湾、中国	4年	統一 President Enterprises	台湾	娃哈哈	中国
インスタントコーヒー	雀巢 Nestlé		スイス	4年	麦斯威尔 Maxwell House	米国	摩卡 Mocca	台湾
清涼飲料水	加多宝		中国	1年	王老吉	中国	和其正	中国
乳酸菌飲料（乳飲料含む）	蒙牛		中国	4年	伊利	中国	娃哈哈	中国
新鮮牛乳（牛乳100%）	蒙牛		中国	1年	伊利	中国	光明 Bright Dairy	中国
ヨーグルト	蒙牛		中国	4年	伊利	中国	光明 Bright Dairy	中国
ビール	雪花		中国	1年	青島 TSINGTAO	中国	百威 Budweiser	米国
ワイン	长城		中国	4年	张裕 CHANGYU	中国	王朝 DYNASTY	フランス、中国
白酒（焼酎）	茅台		中国	1年	五粮液	中国	泸州老窖	中国



数字はブランド力指数（1000点満点）

(3) 生活用品

生活用品のなかで石鹸、シャンプーなどの欧米ブランドは中国人の衛生習慣を革命した商品が多く、それらブランドは絶大な認知度、ロイヤルティを誇っている。

油っこい中華料理は**食器用洗剤**の需要が大きく、国産ブランドが支配的である。中国では**消毒液**と言ったら滴露 (Dettol)、滴露 (Dettol) と言ったら消毒液であったが、国産の藍月亮 (藍月亮) が急伸著しい。**電気カミソリ**では Philips の地位が抜群だ。ブランド力指数 628 という高さで、Gillette、BRAUN を寄せつけない。パナソニックは 4 位、三洋は 7 位である。

歯磨き粉では Colgate と Crest が長期トップブランドで、その地位は揺らいでいない。

Safeguard は中国で**化粧石鹸**の革命を起こしたブランドで、LUX、Hazeline も国産品を寄せつけない。ハンドソープは国産の藍月亮が健闘しており、公衆施設はともかく家庭では石鹸の使用率が高い。

洗顔フォームでは OLAY、Pond's、NIVEA の認知度、ロイヤルティが高い。資生堂は 12 位、花王ビオレは 2011、2012 年は 5 位だったが 2014 年は 16 位に転落した。

幼児・子供用ボディソープ／保湿剤でも欧米ブランドが根強い。Johnson&Johnson のブランド力指数 650 は王者の風格を示している。日本ブランドではビジョンが 5 位をキープしている。

ボディソープは Safeguard、LUX、OLAY、シャンプーは head&shoulders、Rejoice、PANTENE と、それぞれ欧米ブランドが 3 位まで独占状態である。Safeguard は殺菌作用がある正統派ボディソープでレモン、パパ

イヤ、メンソールと種類も豊富で、その登場は中国人の生活に石鹸革命を起こした。中国人が**シャンプー**を使い始めた頃のブランド head&shoulders と Rejoice は今も消費者の心をつかんでいる。

洗濯機の普及で洗剤は**粉末洗濯洗剤**の時代となった。欧米ブランドが優勢であるが、国産ブランドも認知されている。**衣類柔軟剤**では Comfort に次いで中国ブランドが 2 位、3 位に入っている。

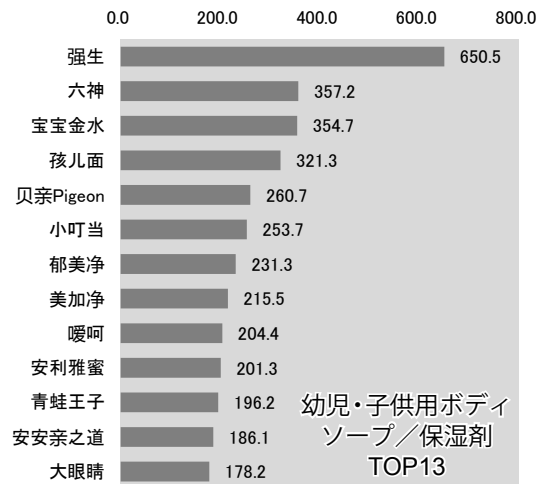
ティッシュ／トイレットペーパーでは、中国製が近年、薄くて柔らかくなり、ブランド力もついてきた。トップ 3 がそろって国産ブランドである。

パンティライナー (おりものシート) と**生理用ナプキン**では、whisper が 4 年連続で 1 位をキープし、花王 Sofy が 2 位を堅持している。国産ブランドも商品の質と外観を改良して、女性に人気を得つつある。

乳幼児用紙おむつは、最もセンシティブな商品で、P&G の Pampers、ユニ・チャームの MamyPoko、Kimberly-Clark の HUGGIES に寄せるお母さんの信頼度は絶大である。花王のメリーズ (妙而舒) は 2013 年の 10 位から 8 位に上昇した。

日焼け止め用品、美白スキンケア用品、うるおいスキンケア用品では、OLAY、L'oreal が双璧で、中国女性は米国、フランスブランド化粧品がお気に入りだ。

リンス／コンディショナーでは、米国勢の PANTENE、head&shoulders、Rejoice が 3 位までを占める。head&shoulders は地肌の乾燥、かゆみなどを防止することで中国人に知れられた。



数字はブランド力指数 (1000 点満点)

