

积极利用跨境电商

开拓中国市场销路事业



决定开展本项事业的背景和理由

爱媛县于 2012 年设立了营业本部，将其作为县内企业的“营业支持引擎”，致力于通过积极为县内企业创造商业机会来搞活本县经济。

此外，少子高龄化和人口减少导致国内市场不可避免地发生萎缩，爱媛县决定不再只着眼于增长放缓的国内市场，而是积极在快速增长的东亚和东南亚地区等海外市场开辟新的活路。作为县内企业海外发展的举措之一，以新冠疫情使得全球范围内的电商需求增加为契机，爱媛县从 2022 年起开始加强在拥有全球最大电商市场的中国拓展业务。

事业目的

- 积极利用中国跨境电商开拓县产品在中国的销路
- 通过数字化推广提升爱媛县及县产品的知名度
- 利用电商渠道拓宽县产品在 B2B 领域的销路

事业概要

为了在拥有全球最大电商市场的中国通过跨境电商开拓县产品的销路，爱媛县与国内电商平台（如共同运营爱媛百货店的乐天集团等）合作，在多个电商网站上设立爱媛专区，推动销售渠道多元化，向中国消费者进行全方位推广。

此外，为了提高县产品的知名度及吸引更多用户访问专区，爱媛县采取了线上线下相结合的多种推广手段，包括知事出演的宣传视频等数字化推广及高层推销活动，通过直播带货进行促销，在日本驻华大使馆举办线下活动等，希望能够创造实际需求。

<在多个电商网站上设立爱媛专区>

- 在京东、天猫、豌豆公主上设立专区
- 利用抖音的直播带货功能

<提升县产品知名度并促进销售的推广活动>

- 知事与中国歌手叶里共同演出，制作了介绍爱媛县特色及县产品等魅力的视频，并且在微博等平台上发布
- 知事亲自直播带货
- 在日本驻华大使馆举行线下活动，除了展示样品之外，还邀请中国网红主播参与试吃等体验活动，并且通过社交平台等进行宣传

特点、先进性

作为自治体的首次尝试，爱媛县在中国大型电商平台“京东”的乐天旗舰店上开设了爱媛专区，开始销售珍珠和今治毛巾等县产品。此外，爱媛县还以全球通用语言“音乐”为主题开展推广活动，在中国最大的社交媒体平台“微博”等渠道上发布知事与中国人气歌手合唱的爱媛宣传视频，以提高爱媛县及县产品的知名度，并吸引更多用户访问爱媛专区。

同时，爱媛县还运用在京东积累的经验和数据，进一步多元化销售渠道，以便向中国消费者进行更全方位的推广。为此，爱媛县在中国最大的电商平台“天猫”的乐天旗舰店内也开设了“爱媛·乐活”专区，并积极利用专营日本商品的“豌豆公主”平台以及用户数量快速增长的“抖音”直播带货功能。

事业的效果

在首个年度（2022 年），知事出演的宣传视频播放量超过 1000 万次，这一推广活动大幅提升了爱媛县及县产品的知名度，同时有效地吸引了更多用户访问爱媛专区，最终实现了 4,849 万日元的销售额，超出了预期目标。

进入第二年（2023 年），爱媛县在多个电商平台上设立了爱媛专区，并积极利用直播带货等方式向中国消费者进行全方位推广，销售额达到了 1 亿 1,162 万日元，是首年度的两倍以上，对拓宽县产品的销路作出了巨大贡献。

课题、问题点及应对

（课题、问题点）

在全球各地商品汇集的中国电商市场，首先必须要做的就是通过有效推广来提升自己的知名度。此外，中国不断涌现新的销售渠道，每个渠道的用户群体有所不同，因此也需要深入分析商品与消费者的目标画像是否匹配。

（应对）

爱媛县自 2018 年起积极开展数字营销，并借助合作伙伴乐天的专业知识，深入分析本县特产阿古屋珍珠等县产品的消费者特征，再根据提取出的目标画像进行精准推广。

同时，爱媛县始终关注从商品认知到购买的消费者行为，通过在合适的时机采取相应的推广措施，稳步地实现了销售额的不断提升。

今后的发展(预期效果、事业展望及课题等)

在过去的推广中，本县特产阿古屋珍珠制品已经获得了中国消费者的广泛认知，并且实现了可观的销售业绩。

不过，爱媛县还有许多优质商品，例如被全球高档酒店采用的“今治毛巾”，以及配得上“柑橘王国”美誉的多种柑橘类加工食品等。

今后县政府将与县内企业紧密合作，努力培育出像阿古屋珍珠一样的第二款、第三款畅销产品，并且致力于利用在跨境电商中积累的经验与渠道来进一步拓宽县产品在 B2B 领域的销路。

相关链接



京东



天猫



豌豆公主

主管部门联系方式

负责部门:爱媛县经济劳动部产业雇用局产业政策课

电话号码: +81-89-912-2465

电子邮件: sangyoseisaku@pref.ehime.lg.jp

所使用专业术语及新词的含义



京东
“爱媛特产馆”



天猫
“爱媛·乐活”



豌豆公主
“四国馆”