

2010年12月9日（木）



北京など中国3都市調査

「テレビCM」7割が信頼

中国ではテレビCMが広告で最も信頼されている。

こんな傾向が、中国で行われたアンケート調査で浮き彫りとなった。調査を実施したのは、中国とインドを中心にマーケティング事業を展開する日系企業のインフォブリッジホールディングスグループ（香港）。北京など中国の3都市で、「中国における広告に関する調査」を行った。

それによると、「信頼できる

と思う広告メディア」はテレビCMが最も多く、回答者の66.7%が支持した。2位以下の雑誌広告（42.0%）や新聞広告（33.3%）を大きく引き離している。中国で企業が消費者の信頼感を勝ち取るにはテレビCMが重要な鍵であるといえそうだ。

同グループでは「中国人はテレビCMを流している企業に対して、『お金を持っている＝消費者をだまさない』という思考回路が働く」とみている。この

ため、中国での事業拡大を狙ううえで「テレビCMでの露出は、中国で企業としての信頼感を高めるための必要な投資」と強調する。

調査は「心に残った広告」の有無についても質問し、「ある」との回答が77.0%に達した。具体的な商品内容は「食品・飲料」（42.0%）、「日用品・化粧品」（18.2%）、「デジタル・ハイテク」（15.2%）などだ。

同調査は北京と上海、広州に住む20～40代の男女にインターネットで実施、300人から有効回答を得た。

[HP掲載ページ](#)

[会社情報](#)