

PPRESENTATION

# IN TO THE CHAINA



---

**TRAVELER.**

**WHERE.** 중국상하이

**WHEN.** 2025.1.20~2025.1.24(4박5일)

01

# 중국 일정

ASIANA 9:05

From

**KOR**



To

**SHA**

BOARDING PASS



예약번호

**(oz)5W79VL**

비행기

**아시아나 항공**

좌석번호

**G-20**

탑승 게이트

**3**

DAY1

숙소명

상하이 인민광장 난징  
동루 보행자거리 트레  
이저 호텔

DAY2

숙소명

상하이 인민광장 난징  
동루 보행자거리 트레  
이저 호텔

DAY3

숙소명

상하이 인민광장 난징  
동루 보행자거리 트레  
이저 호텔

DAY4

숙소명

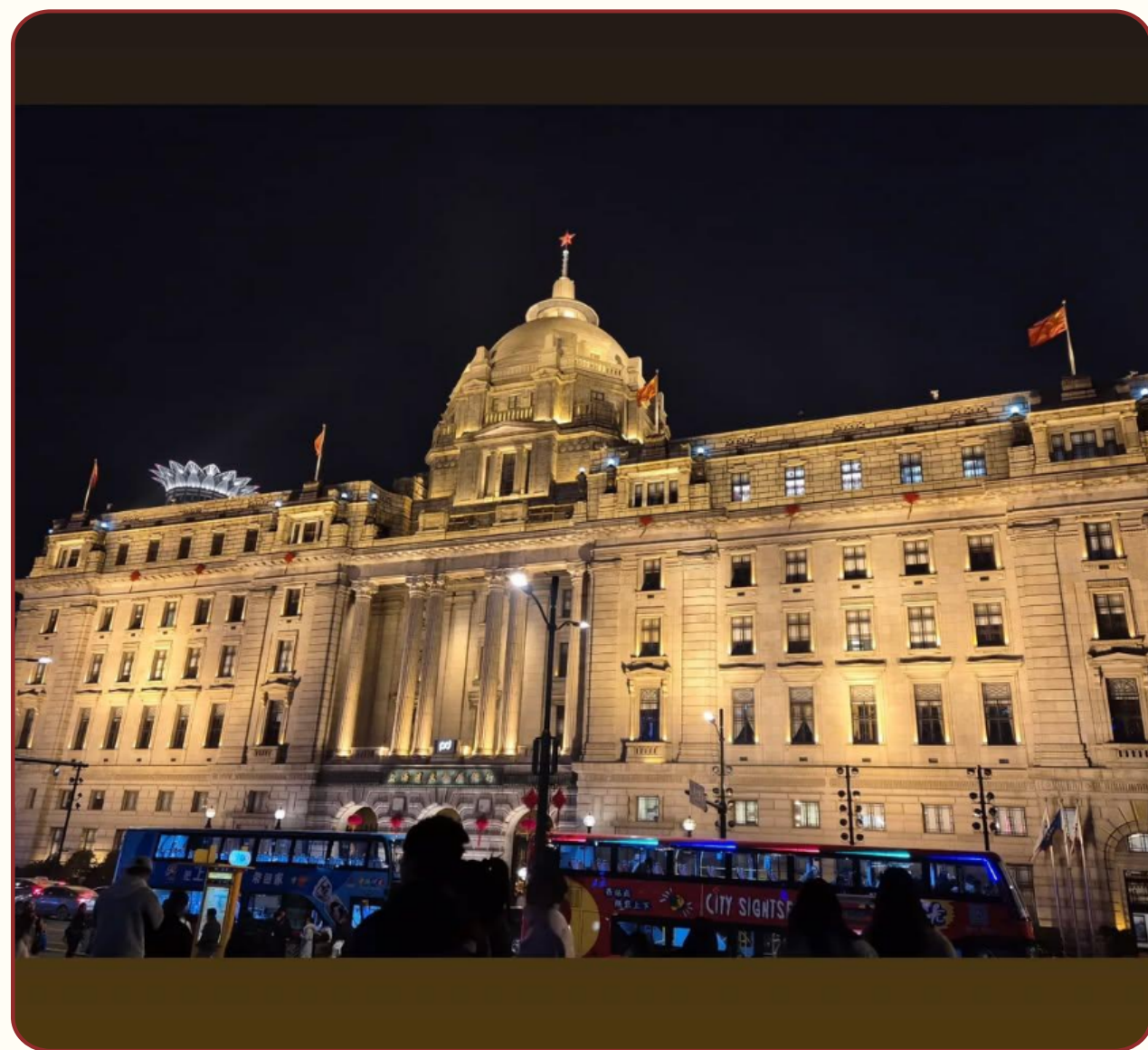
허이탕 호텔

9883021963478

아시아나항공



# 02 IN SHANGHAI



여행지

중국 상하이

일 정

2025.1.20~2025.1.24

동행자

설문조사

✓ 중국 MZ 선호 콘텐츠 및 소비경향

○ 주요 구매 제품 카테고리

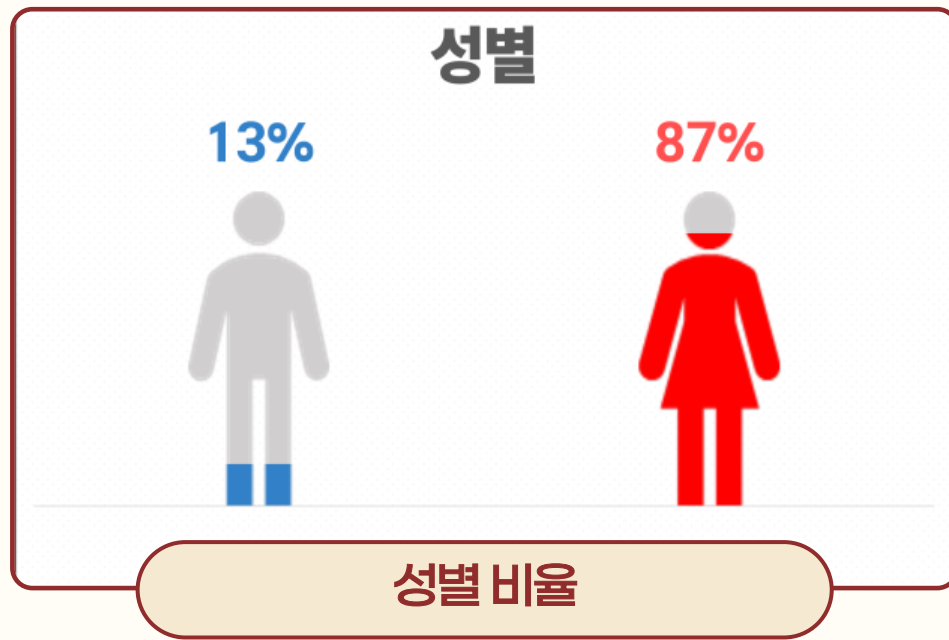
○ 구매 시 중요 고려 요인

○ 주요 소셜 미디어 플랫폼

○ 소셜 미디어 신뢰 콘텐츠

○ 현지에서 성별, 연령대 등을 포함하여 중국인 30명을 대상으로 대면 설문조사를 실시함

# 03 한눈 정리



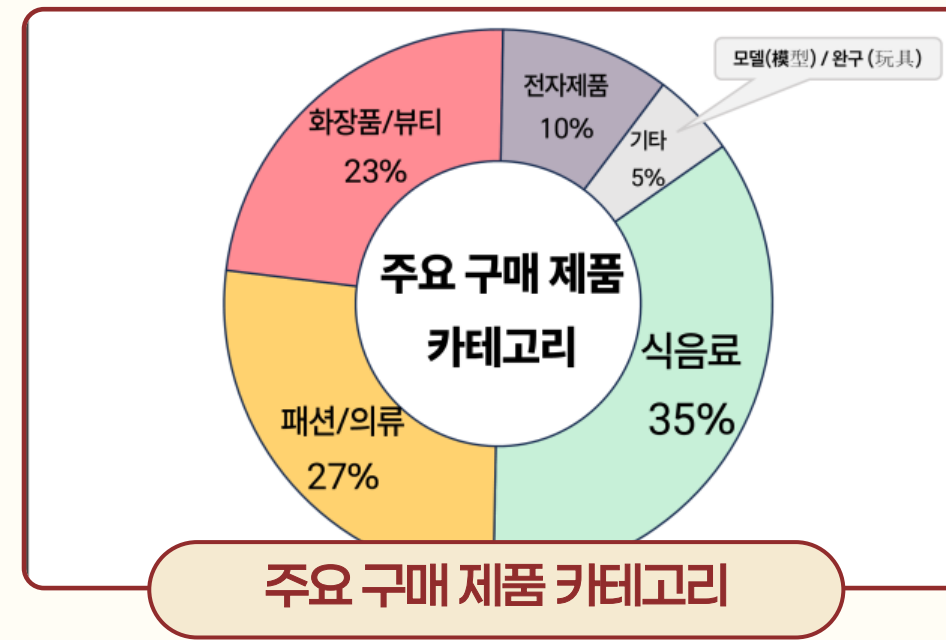
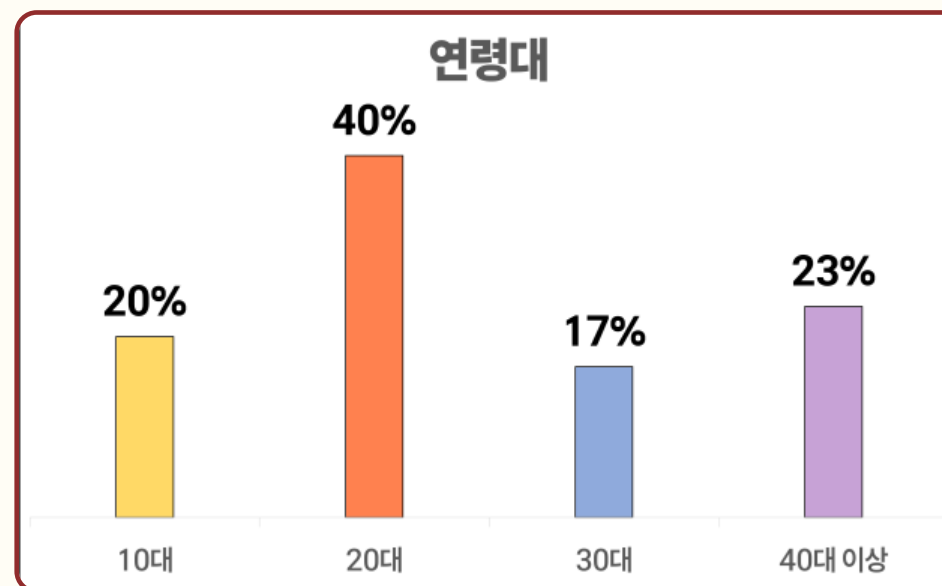
중국인 30명을 대상으로 인터뷰 한 결과

여성 26명, 남성 4명으로 집계됨

## 연령대

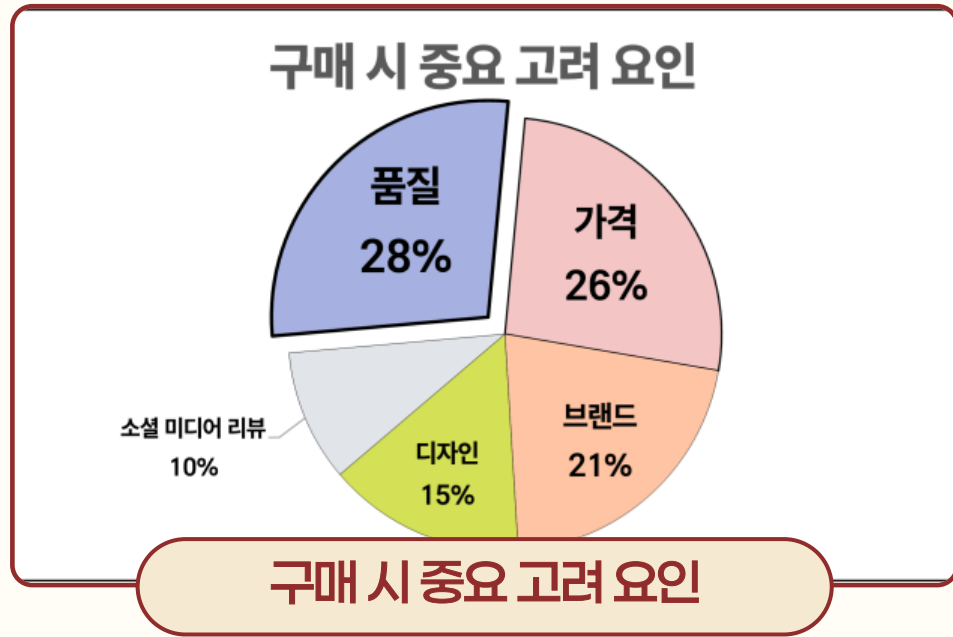
10대 비율 20% 20대 비율 40%

30대 비율 17% 40대 이상 23%



식품료 35%로 가장 높은 비율을 차지 하였고 순서대로 패션/의류(27%), 화장품/뷰티 (23%), 전자제품(10%), 기타(모델 완구)로 나타났다.

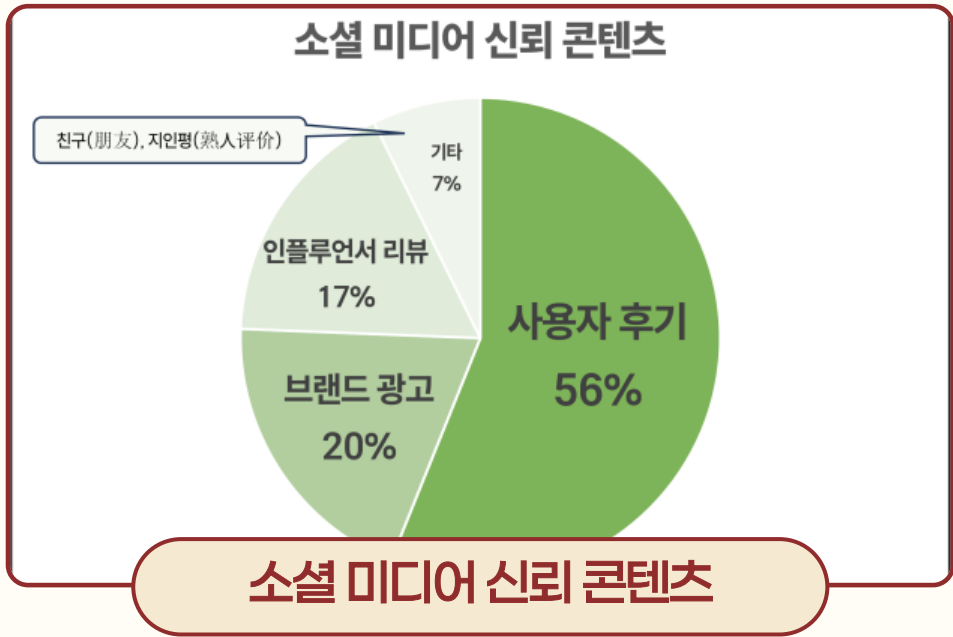
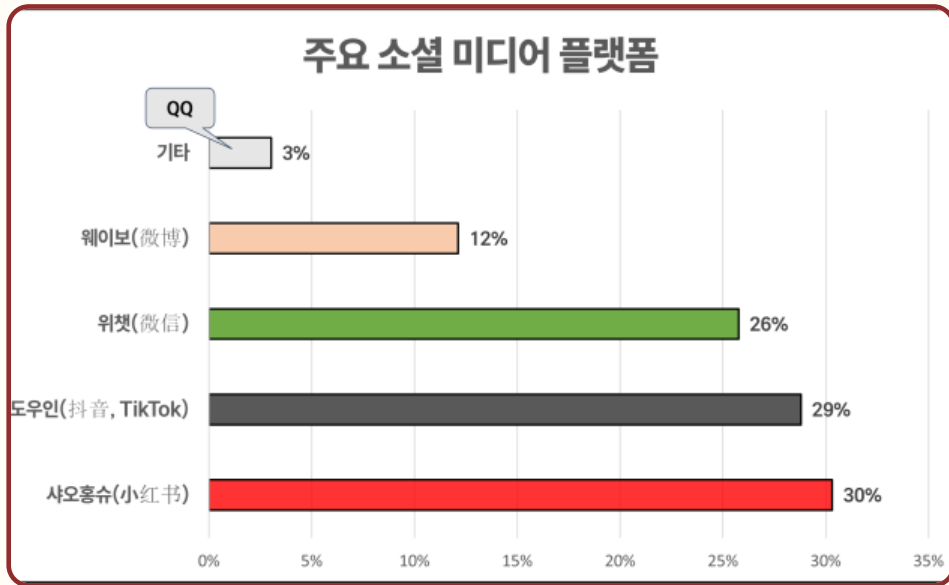
# 03 한눈 정리



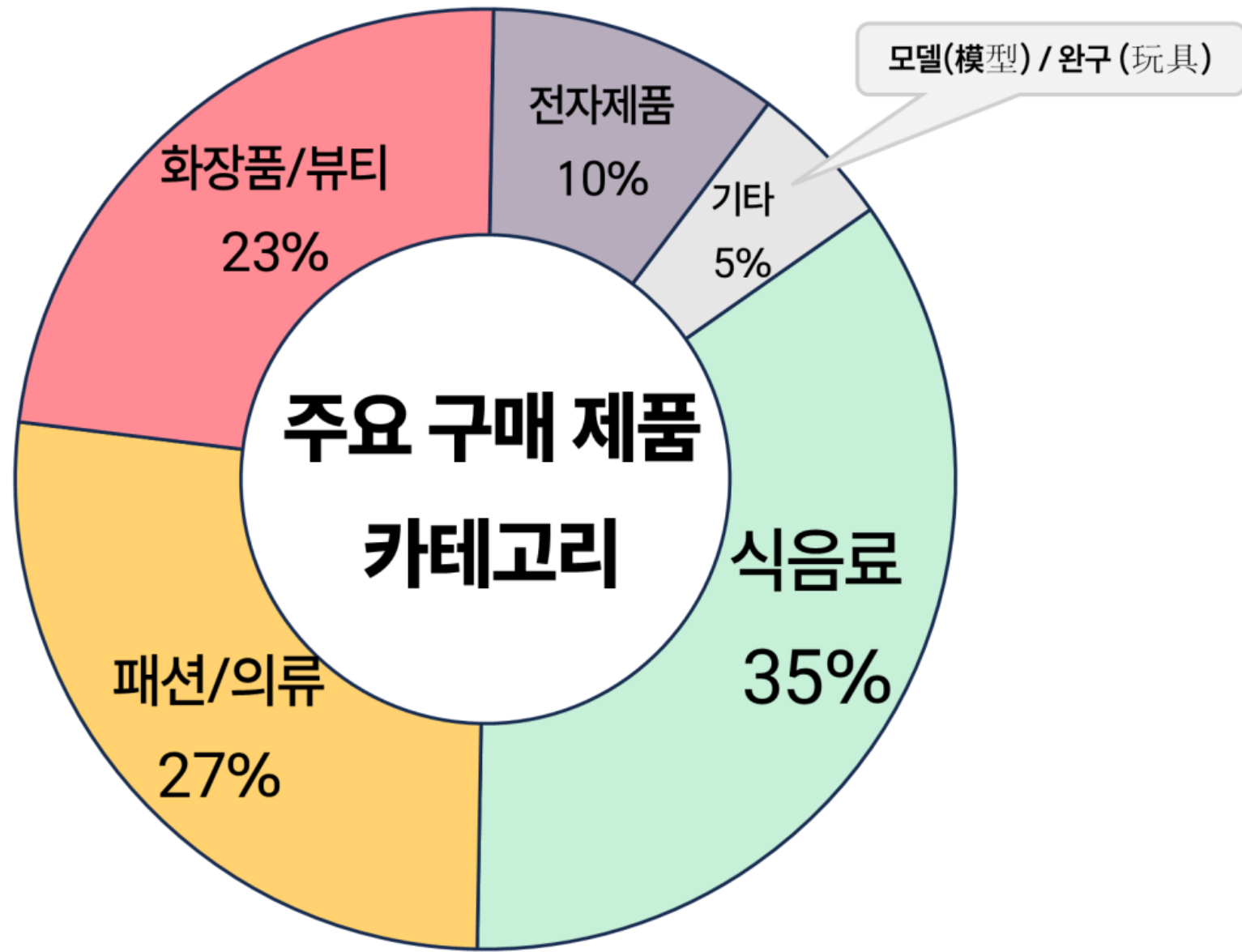
품질이 28%에 이어 가격(26%), 브랜드(21%), 디자인(15%), 소셜 미디어 리뷰 (10%)로 집계됨

**주요 소셜 미디어 플랫폼**

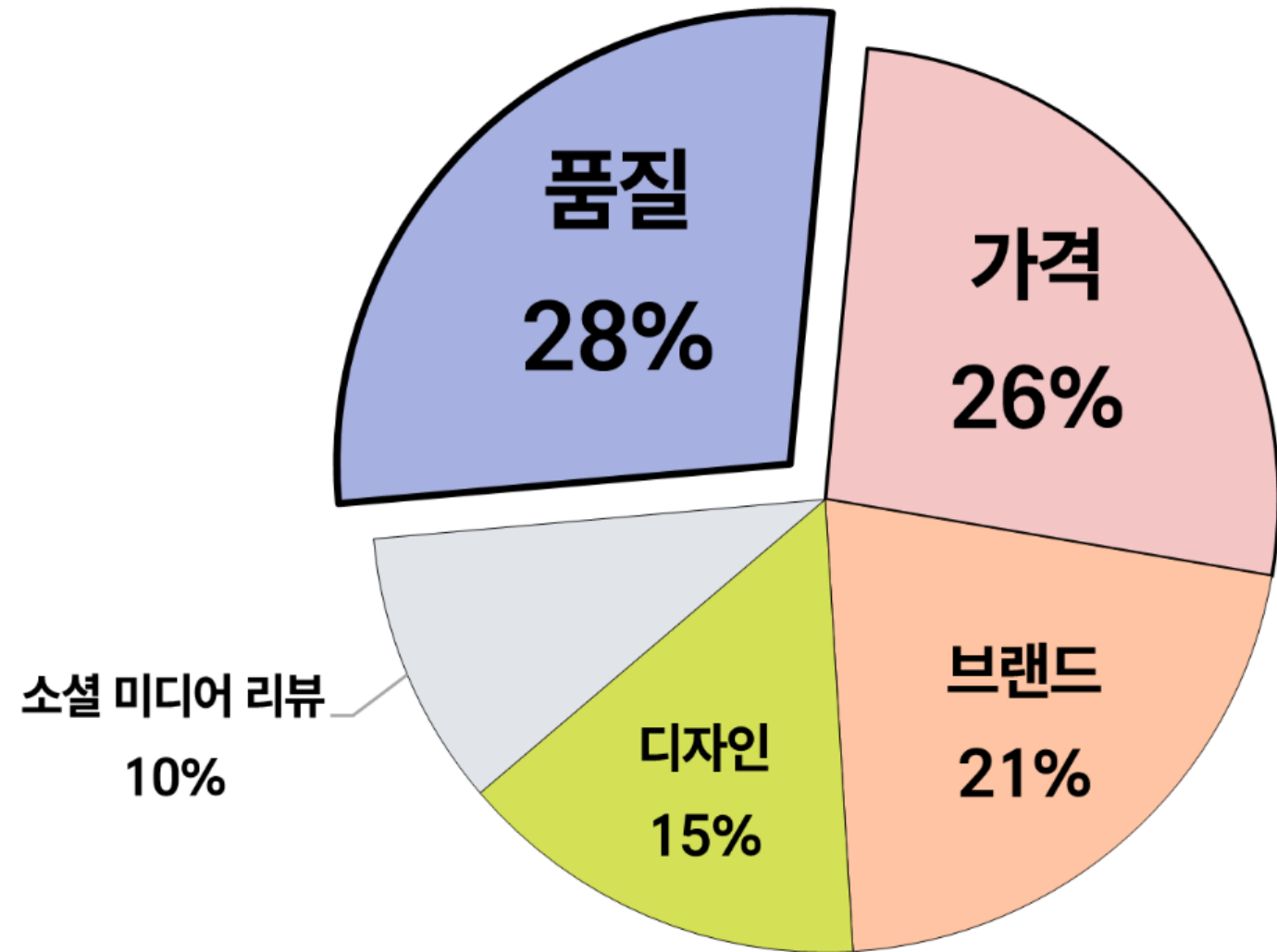
샤오홍슈 (30%),도우인 (29%),위챗 (29%),웨이보 12% 기타(3%)로 나타났다.



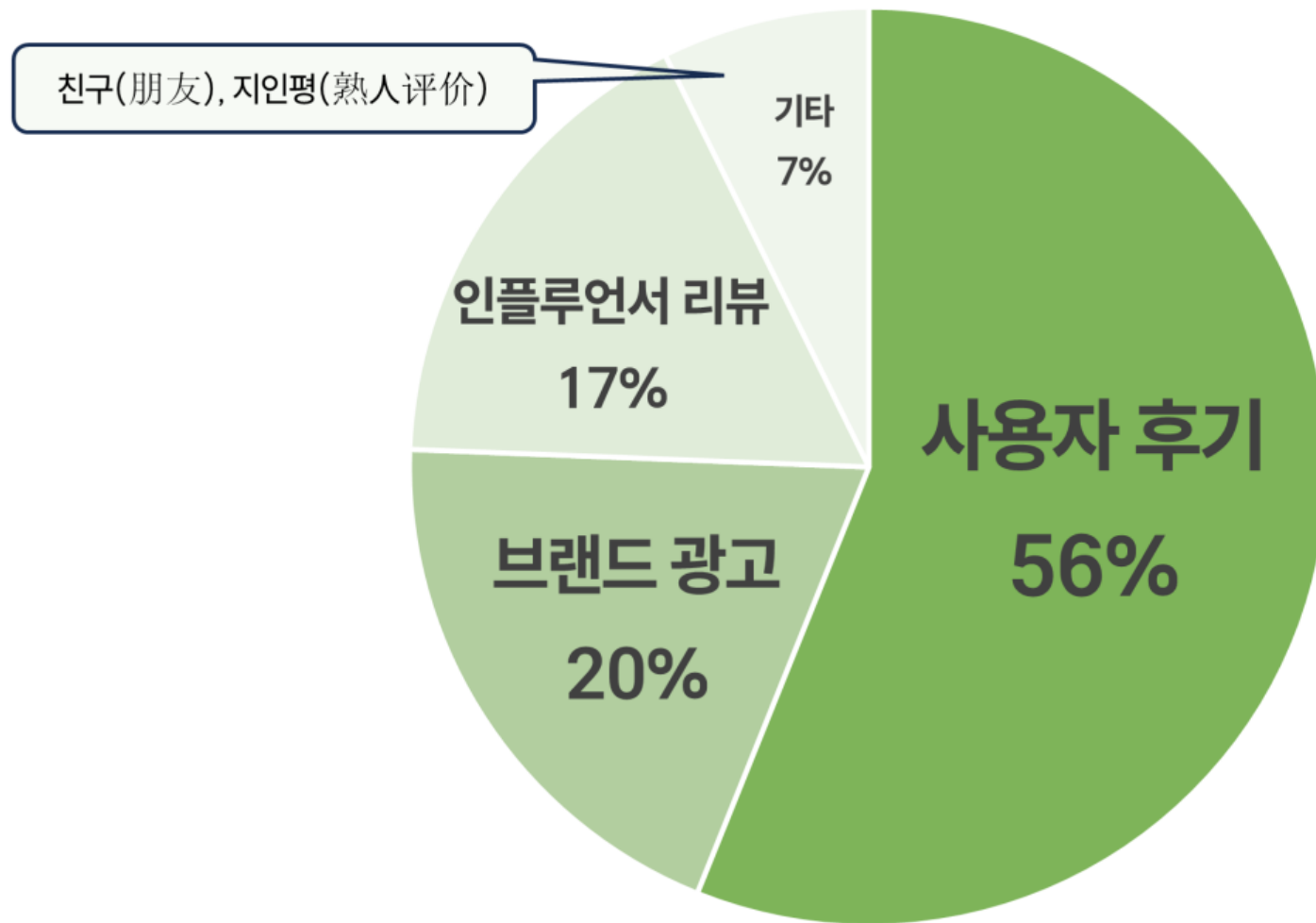
사용자 후기(56%)가 절반 이상의 응답자의 선택을 받았으며 브랜드 광고(20%),인플루언서 리뷰 (17%),기타(친구,지인평 7%)로 집계 되었다.



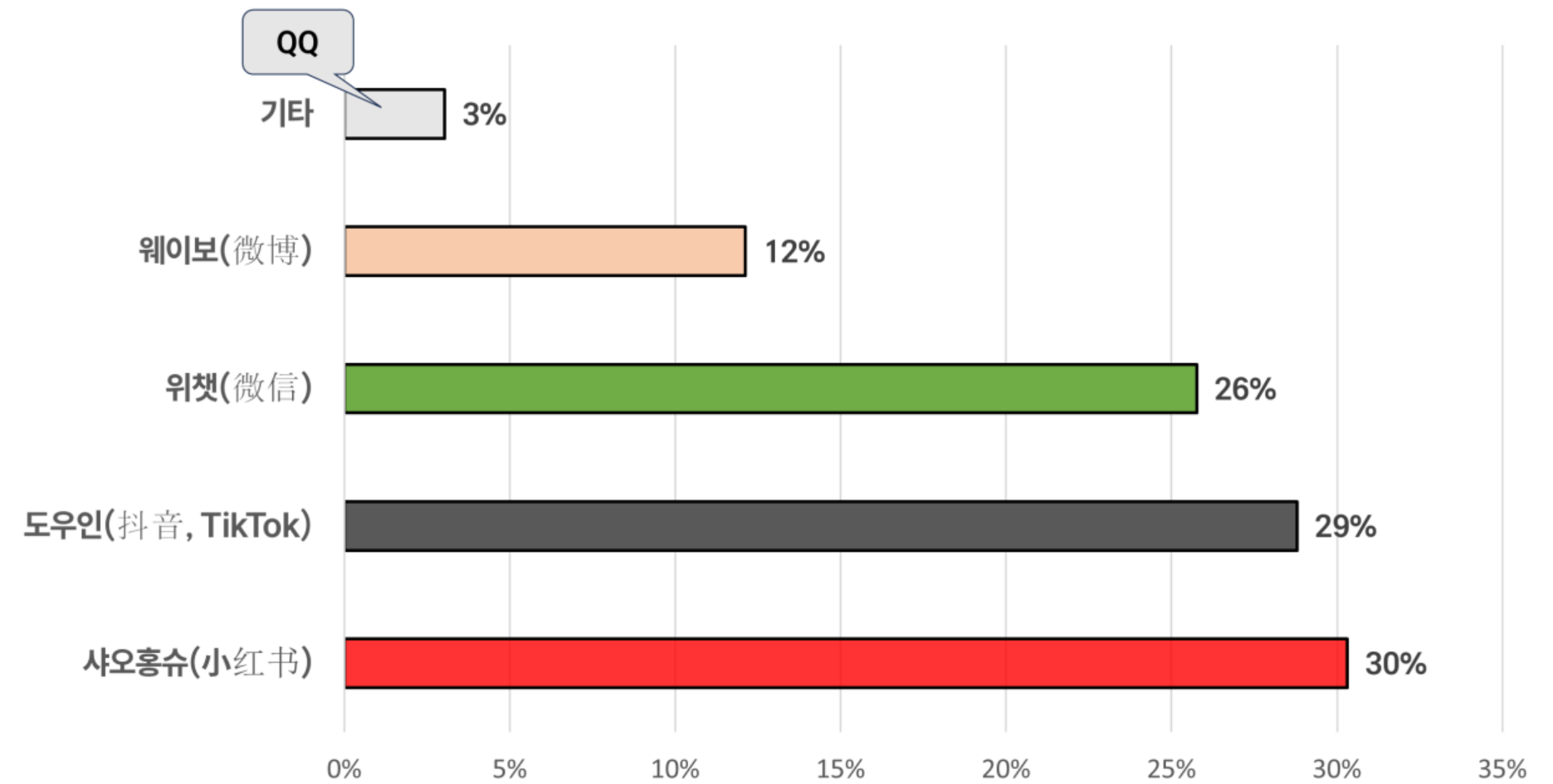
## 구매 시 중요 고려 요인



## 소셜 미디어 신뢰 콘텐츠



## 주요 소셜 미디어 플랫폼



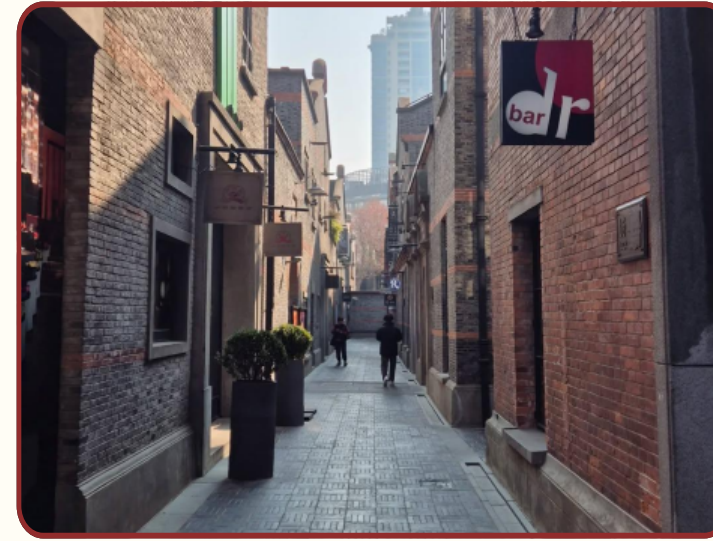
05

# 인투더차이나 추억



## 난징동루

실제로 보니 쇼핑과 관광 명소로 유명한  
만큼 볼것이 정말 많았다.  
이곳에 앉아 다같이 중국 음식을 먹은  
가장 기억에 남는곳중 하나다.



## 로데오 거리

로데오 거리. 유럽풍스러운 느낌이  
물씬 느껴졌으며 먹을것과 예쁜 볼거리가  
많아 사진 찍기에도 좋았다.



## 상해 유람선

상하이 황푸강 유람선을 타며 마지막 날  
밤을 즐김. 날도 좋았고 야경도 화려하여  
중국의 마지막 날을 잘 즐길수 있었다.



## 와이탄

실제로 보면 압도될 정도로 크고 화려함  
을 자랑하는 건물 이었다.  
사진을 찍는 사람들이 정말 많았고,  
매료될 만큼 멋있었다.

PRESENTATION

THANK  
YOU



---

**TRAVELER.**

**WHERE.** 중국상하이

**WHEN.** 2025.1.20~2025.1.24(4박5일)