

「中国湖北省武漢市における日本食品 マーケット」に関する調査

調査報告書

2011年3月

日本貿易振興機構（ジェトロ）
農林水産部

はじめに

中国湖北省武漢市は、900万人を超える人口をもつ、沿海部の大都市と並ぶ内陸大都市であり、中国中部地区最大の工業都市で、かつ商業貿易の中心地でもあります。中国中心部に位置し、長江に面した武漢港を有するという地理的な優位性を活かして、古くから交通の要衝として発展してきました。自動車や電器などの日本企業が中国、特に成長著しい内陸市場に目を向ける中で、今後内陸部向けに日本産農林水産物・食品の売り込みが増えることが想定されます。

本調査においては、内陸の有望市場のひとつとして武漢市の食品市場、流通・小売業、販売促進等について、文献調査や現地インタビュー調査、商品情報収集を行い、武漢への売り込みを目指す日本企業等の参考に供することとしました。関係者の参考となれば幸いです。

2011年3月
日本貿易振興機構（ジェトロ）
農林水産部

【免責事項】

ジェトロは、本報告書の記載内容に関して生じた直接的、間接的、派生的、特別の、付隨的、あるいは懲罰的損害および利益の喪失については、それが契約、不法行為、無過失責任、あるいはその他の原因に基づき生じたか否かにかかわらず、一切の責任を負いません。これは、たとえ、ジェトロがかかる損害の可能性を知らされていても同様とします。

本報告書は信頼できると思われる各種情報に基づいて作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。ジェトロは、本報告書の論旨と一致しない他の資料を発行している、または今後発行する可能性があります。

本報告書には、ジェトロの公式見解ではなく外部委託先の論考、意見が含まれます。これらについてジェトロは一切の責任を負うものではありません。

目 次

1. 中国湖北省および武漢市の概況	5
(1) 地理・社会・経済データ	5
(2) 日本関連データ	6
2. 武漢市の食品市場	7
(1) 食品市場	7
・武漢市の食品の概況	7
・小売店における日本食品の状況	8
・主な競合商品（韓国、中国、欧米）の状況	12
・韓国製品（产品）と欧米製品（产品）の成功事例のベンチマー킹	15
・外食産業、レストラン（日本食、外国系）の状況	19
(2) 消費	20
3. 武漢市の流通・小売業	21
・主な小売チェーン	22
・流通システム	23
・商慣行	24
・物流インフラ	25
4. 販売促進	26

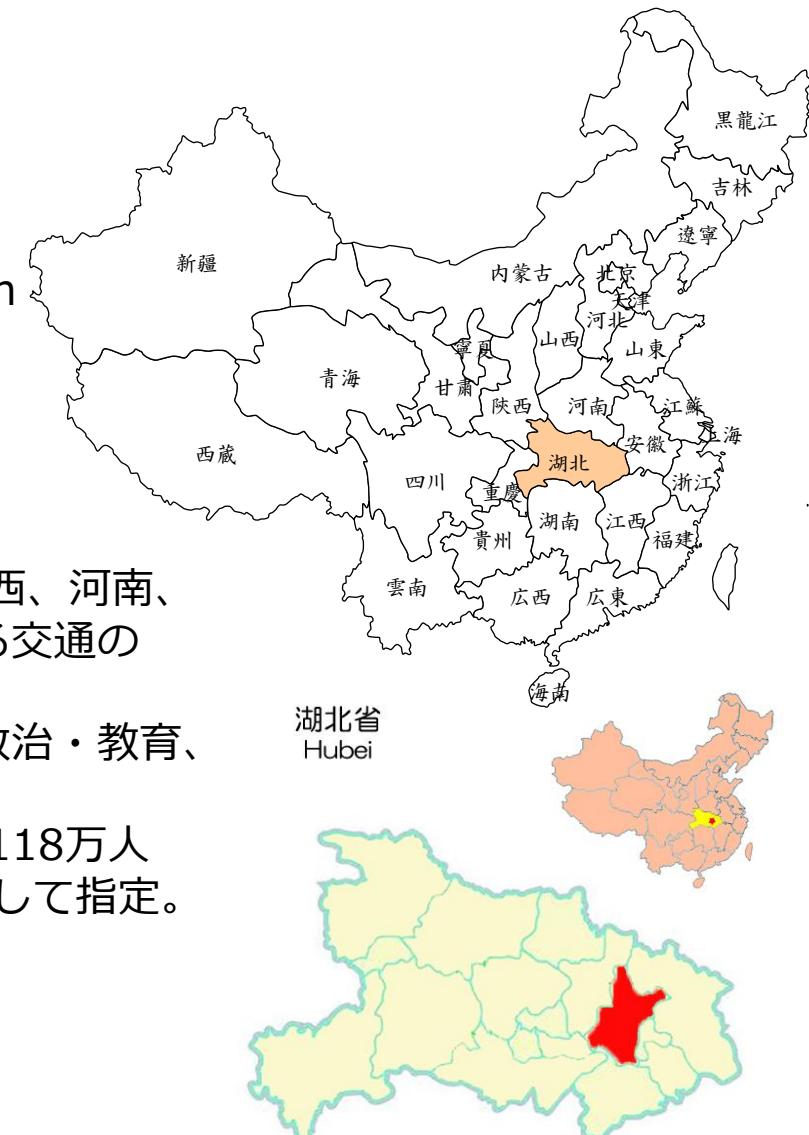
(1) 地理・社会・経済データ

湖北省 (略称: 鄂)

- ・四川-上海、北京-広東を結ぶ水・陸交通の要衝
- ・面積185,900km²、人口6,142万人
- ・年平均気温15~17度、年降水量800~1,000mm
- ・一人当たりGRP: 3,320ドル (全国14位)
- ・実質GRP成長率: 14.4%、中部大開発の核

武漢市 (湖北省の省都)

- ・長江と漢江が合流し、「九省通衢」(四川、陝西、河南、湖南、貴州、江西、安徽、江蘇、湖北省と通じる交通の要所の意)と称せられる。
- ・武昌、漢口、漢陽の三鎮から成り立つ (武昌=政治・教育、漢口=商業、漢陽=工業)。
- ・人口836万人 (2009年)、学生数は全国最多の118万人
- ・2010年3月、国務院から「中部の中心都市」として指定。
- ・3つの国家级開発区
武漢市経済技術開発区、東湖高新技术開発区、東西湖科技産業開発区

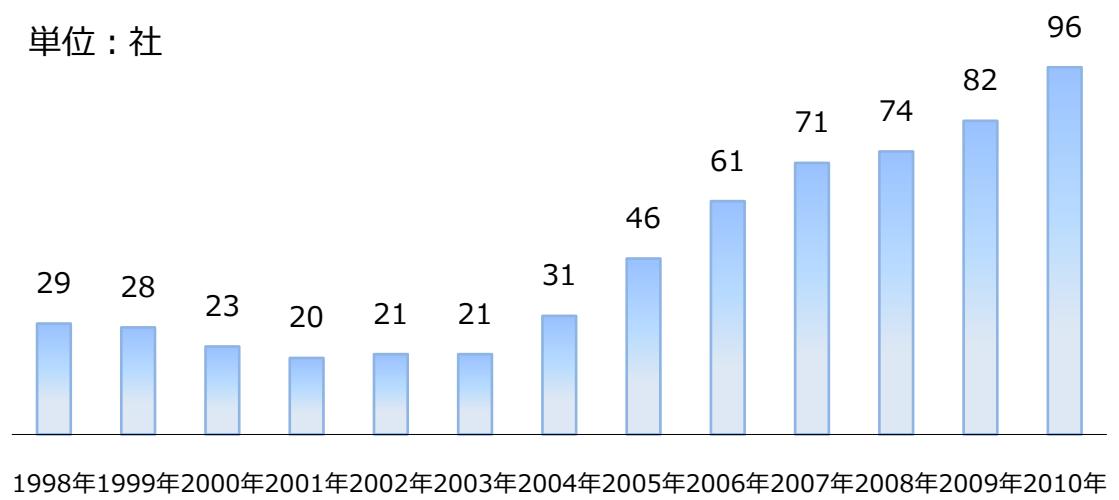


(2) 日本関連データ

- ・武汉市進出日系企業は自動車関連企業など96社（2010年）が進出。
- ・大分市と友好都市（1979年）
- ・日本料理店は約120店

在武汉市の日本系企業数の推移

単位：社



（出所）武汉市日本商工クラブ

武汉市にある日本料理店

江漢区（37軒）	江漢路歩行街（25軒）、 武漢広場（9軒）、 西北湖（2軒）、 漢口火車駅（1軒）
武昌区（27軒）	閱馬場（13軒）、 武珞路（7軒）、 徐東大街（3軒）、 武昌火車駅（2軒）、 水果湖（2軒）
洪山区（27軒）	光谷/魯巷（19軒）、 石碑嶺/街道口（8軒）
江岸区（16軒）	港灣台風情街（10軒）、 解放公園（5軒）、 客運港/江滩（1軒）
漢陽区（10軒）	漢陽大道（4軒）、 沌口（4軒）、 鸚鵡大到（2軒）
硚口区（2軒）	古田路（1軒）、 硚口路（1軒）

(1) 食品市場

概況

- ・穀物、野菜、果物、水産品、畜産品が非常に豊富。
- ・発達した交通網を活かして華中各省、華北地域へ省外輸出している。
- ・中国政府は重要な農業基地と位置付け、中部地域の「穀物倉庫」という目標を掲げる。
- ・武漢の穀物、野菜、果物、卵、牛乳、水産品など、ほとんどは自給。
ただし、りんごは生産量が少なく、主に山東省と陝西省産。

輸入食品

- ・主に加工品（予包装食品）やワイン。農産物や水産物はほとんどない。
- ・タイ国産の米や果物、米国産りんご、韓国の酒は販売されている。
- ・約8割は韓国、台湾、東南アジア、欧米からの輸入食品。
台湾商品が最も多く、商品種類は1,000超ともいわれる。
次は韓国商品で、500種類以上。香港、マカオからも200種類以上。
- ・主要消費者は、外国人、留学帰国者、外資系企業のホワイトカラー層。
- ・輸入食品は、高価格だが、成長は著しく、年20%超の伸び。

小売店における日本食品の状況①

店名	米・米加工品	果実・果実加工品	牛乳・乳製品	茶	水産物	加工品	その他
武商量販 ：泰閻店	×	×	×	×	×	キャンディー、チョコレート、お菓子、調味料	×
中商平価 ：楊家湾店	×	×	×	×	×	キャンディー、チョコレート、スナック、お菓子、調味料	日本酒、焼酎
カルフール ：建設店	×	×	×	煎茶	×	キャンディー、チョコレート、スナック、お菓子、調味料	日本酒、焼酎
新世界百貨 ：国貿店	×	×	×	×	×	キャンディー、チョコレート、スナック、お菓子、チューリンガム、調味料	日本酒、
超級生活館 ：武広店	×	りんご	×	×	×	キャンディー、チョコレート、スナック、お菓子、調味料	日本酒、焼酎、梅酒
メトロ ：礄口店	×	りんご	×	×	×	キャンディー、チョコレート、スナック、お菓子、調味料	日本酒
中百倉儲 ：友誼路店	×	×	×	×	×	キャンディー、チョコレート、スナック、お菓子、調味料	日本酒、焼酎

2. 武漢市の食品市場

小売店における日本食品の状況②

【米】

- ・武漢市場に、日本からの輸入米はない。
- ・武漢市場で見られる海外産米は、タイ米。
タイ国産以外、中国国内包装タイ米、中国で栽培の「タイ」米も。



武漢メトロで販売されるタイ国米

【果実（りんご・なし）】

- ・青森りんご「世界一」
1個当たり85元、4個入りケース298元、11個入りケース600元。
- 購入者のほとんどは、贈答目的の購入。



武漢果物市場で販売される「世界一」

【牛乳・乳製品（チーズ・牛乳）】

- ・日本産牛乳やチーズは販売されていない。
- ・現地消費者は牛乳の鮮度を重視。
- ・一部小売店ではニュージーランドやオーストラリア産を販売。



メトロで販売される
ニュージーランド産牛乳 9

小売店における日本食品の状況③

【茶・緑茶】

- ・日本煎茶が販売されている。
- ・その他、韓国の麦茶、台湾のお茶、リプトンの紅茶などがある。



カルフールで販売される日本煎茶

【水産物・水産加工品】

- ・肉製品や水産品の輸入規制が厳しく、冷凍輸送コストも高いため、輸入した魚も非常に少ない。
- ・メトロでノルウェー産サーモンが販売されている。
- ・淡水魚なら現地調達し、海水魚なら福建省から調達。



メトロで販売される
ノルウェー産サーモン

【日本酒・焼酎】

- ・日本酒の味は中国「米酒」と似ており、日本酒は梅酒や焼酎より売れている。
- ・日本酒は中国消費者が飲み、焼酎は日本人が飲む傾向。
- ・海外の酒は洋酒と呼ばれ、ワインが最も売れている。

小売店における日本食品の状況④

【加工品】

- ・日本産輸入食品のほとんどは加工品。
- ・主なものは、菓子と調味料の2種類。
調味料：味噌、ワサビ、しょうゆ、お酢など。
菓子：ビスケットやナッツ、チョコレートなど。
- ・日本メーカー品も、中国代理会社経由で並んでいる。
- ・よく売れている商品は、単価10～20元。

- ・中国に子会社（現地法人）を持つメーカーの商品が人気で、
中国現地産商品と日本輸入商品をともに販売している。
中国産は30元以内に設定し、市場拡大しながら、ブランドイメージを浸透させ、
その消費者に、輸入商品も試すよう誘導している。
- ・一部の台湾産食品は、パッケージに日本語表記。
日本食品と見せかけて販売している商品も多い。

- ・自宅で日本料理を作る消費者は少ない。
- ・調味料の中で、しょうゆの売れ行きはよい。
健康意識の高い高所得者は中国しょうゆの代わりに日本しょうゆを購入している。



商品棚の大部分を占めた
日系企業のお菓子

主な競合商品（韓国、中国、欧米）の状況①

【果実類】

- ・日本産りんごは、ほとんどが贈答目的に購入される。
- ・米国産りんごの価格は、中国産りんごの3～5倍だが、高所得層が購入できる範囲。

4P	日本商品	競合商品
製品	世界一	米国産りんご
価格	1個当たり85元	500g当たり20元
販売チャネル	高級スーパー	ほとんどのスーパー
宣伝	なし	なし

【お茶】

- ・韓国の麦茶や英国の紅茶などは、ミドルエンド向けの安い価格で販売。
- ・リプトンは商品ラインナップを増やし、中国国内生産と輸入を並行している。テレビ、雑誌、ネットなど中国全土で多くの広告宣伝。さらに、各地方で店頭イベントなどで販売促進も展開。

4P	日本商品	競合商品	
製品	煎茶	韓国麦茶	リプトン紅茶
価格	37.8元 (20パック)	28元 (550g)	20～25元 (50パック)
販売チャネル	カルフール	輸入食品スーパー	全てのスーパー
宣伝	なし	なし	多様な広告と販促活動

主な競合商品（韓国、中国、欧米）の状況②

【水産物・水産加工品】

- ・ノルウェーからの輸入カットサーモンは1kg当たり約180元。
- ・消費者にはやや高価で、ほとんどは料理店が購入するようである。

4P	日本商品	競合商品	
製品	なし	国産魚	他漁業先進国
価格	－	28元（550g）	20～25元（50パック）
販売チャネル	－	水産品卸市場	高級スーパー
宣伝	－	なし	なし

【お酒】

- ・ワインが洋酒の代表。武漢のフランス領事館でさまざまな活動が展開され、フランスワインの知名度が高い。
- ・韓流の流行にともない、韓国焼酎も徐々に浸透。
韓国焼酎を購入する中国人消費者は、ギフトセットを購入。

4P	日本商品	競合商品	
製品	焼酎	フランスワイン	韓国焼酎
価格	150～300（500ml）	100元以上（約720ml）	14～19元（300ml）
販売チャネル	輸入食品スーパー	ほとんどのスーパー	高級スーパー
宣伝	なし	広告・鑑賞会など	テレビ・美食節

主な競合商品（韓国、中国、欧米）の状況③

【加工品】

- ・輸入食品は加工品類に集中。お菓子やキャンディーなどがメインで、30元を超えない。
- ・韓国や台湾産のシェアが高く、特に、韓国のゆず茶は武漢市場で人気商品である。
- ・調味料では、中国語商品ラベルが付いていない非正規の輸入商品が卸売市場にある。

加工品	日本商品	競合商品
製品1	お菓子、キャンディー、飲料品	韓国、台湾産のお菓子、キャンディー、飲料品
価格	単価30元以内	単価30元以内
販売チャネル	輸入食品スーパー	輸入食品スーパー
宣伝	なし	なし
製品2	調味料（味噌）	中国産（日本産の模造品か）
価格	32.5元（1kg）	25元（1kg）
販売チャネル	輸入食品スーパー	水産品卸市場
宣伝	なし	なし

韓国製品（产品）と欧米製品（产品）の成功事例のベンチマーキング①

【韓国産「ゆず茶」】

- 現在、武漢のスーパーで最も売れている人気輸入商品のひとつ。

＜中国市場での成功要因＞

- 効能：ダイエットと美容美肌に効く（若年層女性に幅広い共感）
- 韓国ドラマ「宮廷女官チャングムの誓い」：ドラマの中で、韓国の飲食文化や医療伝統を紹介（ゆず茶の効用が詳しく説明された。）
- 販売促進：小売店での韓国の伝統衣装を着た若い女性によるパフォーマンス
- 価格設定：1ビン30～50元（約390～650円）（OLが購入できる範囲）

＜流通の簡素化＞

- 問屋や代理会社などの中国流通業者を省略。
直接、現地流通業者と「直採（直接供給）」契約。
- 中間流通マージンを節約し、店頭価格を低く抑えた。



スーパーで陳列された
韓国ゆず茶

韓国製品（产品）と欧米製品（产品）の成功事例のベンチマーク②

【デンマーク産「丹麦藍罐曲奇（デンマークの青い缶のクッキーの意）」クッキー】

- ・ケルドセン社のバタークッキーは1933年にデンマークで誕生。
- ・1993年から「丹麦藍罐曲奇」という名で中国に輸出・販売。
- ・消費者には「デンマークといえばクッキー、クッキーといえばデンマーク」というイメージ。
- ・ビスケットには「デンマーク」という文字を使えば売れる、という現象も起きている。

＜中国市場での成功要因＞

- ・ターゲットの設定：高所得者層向けのテレビ広告で、視聴者に印象付け。
- ・商品の味：創業時から変わらない、新鮮な牛乳とカラント（黒すぐり）などの天然素材を利用。中国産クッキーの食感と比べて、高級品イメージにマッチ。



韓国製品（产品）と欧米製品（产品）の成功事例のベンチマーク③

【韓国焼酎】

- ・飲み易さ、飲んだ後の甘い後味が特徴。
- ・1990年代から中国市場に進出し、当初は中国滞在の韓国人を対象としていたが、韓流のヒットもあり、韓国焼酎を飲む中国人も増加。

〈中国市場での成功要因〉

- ・ターゲット市場：「白酒類（アルコール度数約40%）」、「ワイン類（アルコール度数約12%）」の間の市場を、アルコール度数20～45度の韓国焼酎が埋めた。
- ・韓国映画：2001年公開の韓国映画「獵奇的な彼女」で、主人公が韓国焼酎を一気飲みする姿が話題になった。
- ・広告宣伝：韓国トップスター「安在旭（アンジェウク）」をイメージキャラクターに起用し、CM制作。アンジェウクの影響で人気がさらに上昇した。その後多くの韓国タレントと契約、イメージキャラクターに起用し、ブランド浸透に注力。



韓国製品（产品）と欧米製品（产品）の成功事例のベンチマーク④

【米国産りんご】

- ・中国は米国から大量に農産品を輸入しており、一般市民の米国農産物の認知度は高く、ほとんどのスーパーで販売されている。

＜中国市場での成功要因＞

- ・小売店での販売促進：「美国美食節（米国フードウィーク）」を小売店で展開。レッドデリシャスやゴールデンデリシャス、グラニースミス、ガラなど高品質果物が出品。販促スタッフは栄養成分・特徴などを顧客によく説明し、顧客に試食してもらう。同時に値引きやおまけなどで、顧客に割安感を与え、購入意欲を刺激。
- ・贈答品としての販売：鮮紅色のレッドデリシャスは、よくフルーツギフトに使われる（中国人にとって赤色は「幸せな色」）。



外食産業、レストランの状況

- ・武漢市の外食産業は年2ケタの伸びが続いている。
- ・淡水魚など地元の食材を生かした、辛めで濃い味付けの飲食店が人気を集めている。
- ・外国料理も増加しており、若者や中高所得者層に広がりつつある。
- ・客単価は、大衆店では40元程度で、日本料理など高級店は100元を超える。
- ・日本料理店では、食材の多くは現地調達し、質にこだわるものは輸入品を仕入れている。

日本人が利用する日本料理店（例）

店名	所在地・連絡先	
漢和京都 日本料理	漢口京漢大道	027-8279-1698
味蔵 日本料理	漢口高雄路128号	027-8571-1792
長野屋 日本料理	漢口高雄路171号	027-8573-2616
江戸川 居酒屋	漢口香港路218号華氏百貨3階	027-8264-1862
倉橋家 日本料理 (世貿広場店) (水塔店) (群光店)	漢口解放大道世貿広場7階 漢口中山大道539号 武昌群光広場百貨店7階	027-8544-9871 027-5950-8200 027-8766-5112
百帝園 日韓料理・焼肉 (武漢天地店)	漢口武漢天地内	027-8272-5884
花一番 日本料理	武昌最佳西方五月花大酒店 1階	027-6887-1475

(2) 消費

○ 内陸部の食文化、味覚・嗜好、一般的食事情

- ・湖北人は辛いものが好きで、湖北料理は味付けが濃い。
- ・交通の要衝として、歴史的に周囲の異なる食文化を受け入れてきている。



○ 食を取り巻くトレンド

- ・健康志向、安全・安心意識が高まり、利便性も重視されている。

武漢特産の臘肉（豚肉の塩漬け）

○ 外食頻度、回数、支出額等

- ・武漢の1人当たり外食支出額は上海の4分の1だが、徐々に増加している。
- ・平均外食頻度は月1～2回だが、ホワイトカラー層、若者は外食頻度が高い。
- ・最近の動：外国料理の進出、健康志向、団購（共同購入、クーポン）

○ 富裕層の規模、買い物・消費行動、外食、贈答習慣等

- ・武漢市統計にみる富裕層は、ファッショニエイタリーニー飲食を重視している。
- ・武漢富裕ホワイトカラー層は上昇志向が強く、旅行やインターネットが好き。
- ・家庭訪問調査した武漢富裕層は、食の安全・安心、輸入食品に関心があった。

3. 武漢市の流通・小売業

商圈	所属区	地理位置	主な小売企業、商業施設
武広商圈 (解放大道商圈)	漢口	解放大道	武漢広場、庄勝崇光百貨店、世貿広場、新世界百貨店、
江漢路商圈 (中山大道商圈)	漢口	武漢市中山大道、江漢区と江岸区 が隣接するところ	新世界時尚広場、中心百貨、王府井百貨店、大洋百貨店、万達広場、
中南路商圈	武昌	中南路	中南商業ビル、世紀中商百貨店、中商広場、工貿家電、中南広場、カルフール (Carrefour)
徐東商圈	武昌	武漢内環線の主幹道にあり、 洪山区の徐東大街と友誼大道が中心	中商銷品茂 (Shopping Mall)、旋凱広場、新世界百貨、百安居 (B&Q)、徐東平価、中百スーパー、メトロ (Metro)
街道口商圈	武昌	珞獅路と武珞路の交差点周辺	群光広場、武商集団亜貿広場、新世界百貨、国美電器、工貿家電、太平洋數碼広場、武商量販、ロータス (LOTUS)
光谷商圈 (魯巷商圈)	武昌	魯磨路から光山一路までの沿線	大洋百貨店、光谷歩行者天国、魯巷広場ショッピングセンター
鐘家村商圈	漢陽	漢陽大道と鸚鵡大道と交わるところ	漢商集団の漢陽デパート、漢商銀座、新世界百貨店
王家湾商圈	漢陽	龍陽大道と漢陽大道と交わるところ	漢商21世紀ショッピングセンター、大洋百貨龍陽店



主な小売チェーン

	中百集団 (武漢中百集団)	武商集団	中商集団	中国香港台湾	欧米
高級スーパー	生活劇場	超級生活館	優品匯	新世界超級市場 (香港) 群光超市 (台湾)	
総合スーパー	中百倉儲	武商量販	中商平価	大潤發 (台湾)	カルフール (仏) メトロ (独) ウォルマート (米)
コンビニ 専門店	友邦便利 (コンビニ)			原装進口商品 (中 国) <輸入商品專 門店>	

- ・「武商量販」「中百倉儲」「中商平価」が、武漢市の3大ローカルスーパー・チェーン。
いずれも、中国連鎖経営協会「2009年中国連鎖トップ100」のトップ100入り。
- ・3大集団は2006年以降、ハイエンド消費者をターゲットに、高級スーパーを相次ぎ開設。
- ・コンビニは、ほとんど見られないが、これから期待される業態。
- ・香港の新世界百貨、台湾の群光百貨もスーパー業態に進出。
高所得者層に向けて、輸入食品を販売している。
- ・輸入食品を扱う専門店も登場している。

3. 武漢市の流通・小売業

流通システム（輸入食品の流通構造・商流）

・輸入商品の輸入ルート

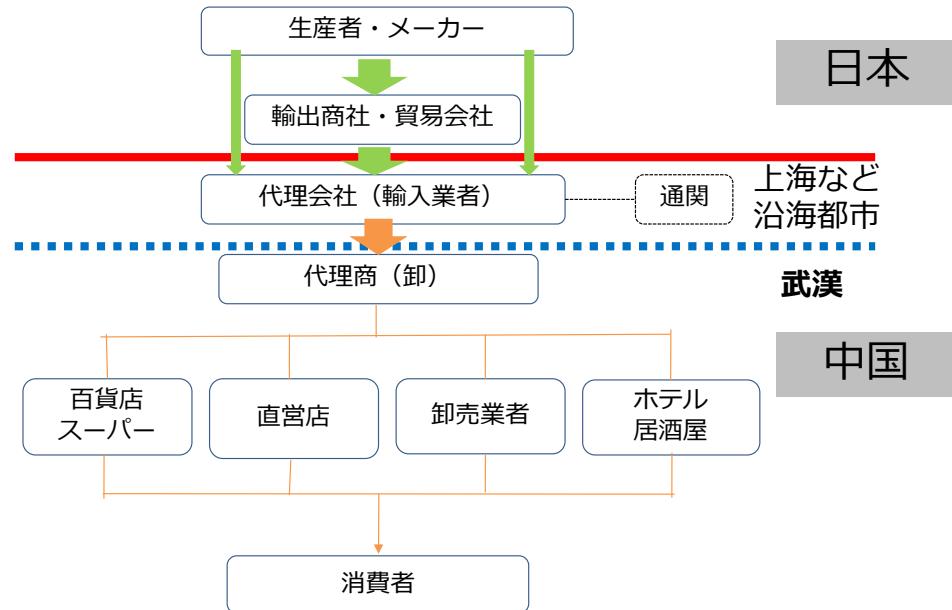
- ①日本の輸出商社や貿易会社に依頼
- ②生産者、メーカーから直接仕入れる

・通関後の輸入食品の流れ

- ①代理会社が直接、小売店に配送。
自社物流や他の物流会社を利用。
- ②代理商（卸）を経由して配送。
代理商（卸）は輸入商品を買い取る。
物流費用はサブ代理商が負担する。

- ・武漢の代理商（卸）のほとんどは、上海、広州、大連、青島など
代理会社(輸入業者)から商品を買い取る二次卸業として展開。

武漢代理商（卸）経由の流通ルートイメージ図



商慣行

- 流通機構のなかでは、小売業の立場が強く、小売側は多種の費用を要求する。
- 小売店は場所は提供するが、商品を買い取らず、サプライヤーが売れ残りの責任をもつ。

①システム加入費	<ul style="list-style-type: none"> POSシステムにアカウントを開設する費用。 全国100店超を持つ大手企業などでは30万元するが、地域特化のスーパーでは5万元の場合もある。 商品数によって費用を相談することも可能。
②バーコード費	<ul style="list-style-type: none"> 商品のバーコードごとに支払う費用。 一般的に500元／バーコードであるが、高くて5,000元、安くて50～100元の場合もある。 取り扱う店舗数に応じて、1万元／店が追加される場合もある。
③チラシ印刷費	<ul style="list-style-type: none"> 500元／回で、年に1～2回発生する。
④冷蔵庫使用料金	<ul style="list-style-type: none"> 1,500元を年に1回支払う。
⑤イベント協賛	<ul style="list-style-type: none"> サプライヤーは少なくとも年1回、イベント・キャンペーンへの参加が義務付けられている。 数100元から、1万元超えることもある。 (キャンペーン時には値引きや景品提供なども要求される。)
⑥リベート	<ul style="list-style-type: none"> 商品の小売価格の20～30%が一般的である。 全国展開チェーンは、一部（2～5%）が本部に徴収される。 小売店がイベント開催するなど販促に協力的な場合、10%まで下げることもある。

3. 武漢市の流通・小売業

物流インフラ

- 上海から武漢への物流は、陸運・トラック輸送が主流。
- 上海から武漢までのトラック輸送は、12時間弱。

輸送モード	運賃コスト（例）	輸送時間	特徴
空運	4元/kg	数時間	少量・高級なら利用可能
水運	1,720元/20fコンテナ	1週間	混載はできない
鉄道	550元/トン	15時間	2日に1本の頻度
トラック	500元/トン以内	12時間	随時輸送が可能



路線①：滬寧高速（赤線）
路線②：滬蓉高速（緑線）
路線③：蕪大高速（青線）
上海・武漢の直線距離：約800km

- ・販促活動としては、試食試飲、値引き、おまけ進呈などのほか、各国「美食節（フードウィーク）」も一般的。
- ・サプライヤーがさまざまな販売促進活動を展開する。

試食試飲	新商品を販売し始める時や、春節、中秋節、国慶節などの祝祭日、あるいは定期的に、店頭で行われる。
値引き	商品の在庫状況、賞味期限などを考慮して、行われることが多い。
おまけ	景品を渡すほか、価格を変更せず商品を增量することもある。
無料配送	一定金額以上を購入した場合に、配送を無料サービスする。
共同購入	団体でのまとまった購入に対して、価格を下げて販売する。

- ・美食節：韓国、米国、台湾、東南アジアなどの輸入食品を選抜

＜武漢の地元の代表的なメディア＞

テレビ	湖北電視台（湖北テレビ局） 傘下に湖北衛視（衛星テレビ）、湖北総合、湖北経視、湖北都市、湖北映視、湖北体育、湖北教育、湖北公共など
新聞	楚天都市報（発行部数は湖北省1位）、楚天金報（湖北省2位、武漢市3位）、武漢晚報（武漢市で業界トップ）、武漢晨報、長江日報
雑誌	特別關注（中年男性向け）、大武漢（都市生活情報）、可樂（青年向け）
ウェブ	荊楚網（地域総合サイト）、漢網（新聞系の総合ポータルサイト）、火鳳網（湖北テレビ系）、億房網（不動産）、知音網（ファンション等）、我団網（団購サイト）