

7月2日、中国繊維分野最大の新聞『紡績報』に「シルク産業は新しいマーケティングモデルに転換することをどのように考えますか」という記事が掲載された。携帯スマートフォンでの生中継により、直販の商品が風のように現れ、ネット人気に乗り、販売量を伸ばしブランドの影響力を拡大させるものが新しい傾向となりつつある。一部のシルクブランド企業は有名なネット人気商品ラベルを貼った後、順調に新モデルの流れに乗った。この経過で企業家、各地の政府官僚、テレビ局の司会者、スターが次々と参加し、新モデルを紹介することにより新型コロナウイルスの影響を受けた業界企業の既存業務発展モデルとなる新しい価値を創造した。

達利国際グループは比較的早い時期から生放送を活用するシルク企業であり、2018年4月に達利グループは「2018 直販王大会」を成功させた。このイベントには世界中から数万人とネット上にて人気キャスターが参加した。達利国際グループは市場をホットスポットに位置付け、生放送で新しい小売販売モデルを確立した。達利国際グループは各プラットフォーム上のネット生放送に専門的な服装知識の育成研修を実施して、彼女達は専門技能を習得し交流が多くなり消費者との絆を確実なものにした。

「消費者が求めているものに焦点を合わせてオンラインで消費を拡大、桑蚕産業の発展を推進する」をテーマとした、第1回目の桑蚕経済フォーラム及び桑蚕製品を生中継で直販の商品イベントが開催された。6月7日嘉興市政府が主催した「雲上端午、品質嘉興」のデジタル生活新サービス開始式の生中継に登場した浙江省のシルク老舗ブランドである金三塔は、ネット上で大きな反響を呼んだ。金三塔ブランド（シルクニット製品会社）の影響力は絶えず拡大し、嘉欣絹業グループの成長に著しい発展力を提供した。生中継での販売などオンラインモデルが急速に発展している今日、多くの高級シルクブランドと高品質のシルク製品も「オンライン生中継販売」を開始した。国内の有名なシルクブランドのスカーフ万事利は特に先陣を切っている。万事利シルクは専門の直販スタジオを建て、従業員の中から64人の優秀なキャスターを選抜して、毎日60回の生放送をしている。ライブセンターがオープンした後、万事利シルクの李建華会長が直接録画した動画を自分のAPPや微博（ウェイボー）のアカウントをメインに流してコールし、自分の微博（ウェイボー）に期待を書き込んだ。お客様の良い体験が鍵となる。現在の情報時代の流れの中で、インターネットの生放送も次第に国民の娯楽ショッピングと生活の一部になって、視覚的な楽しみを得ることができるだけでなく、同時に生放送を通じて貿易を達成してシルクの文化を広く伝えることもできる。

達利インターナショナルグループの林知誉執行役員によると、ネット・レッド・キャスターは自らの親和力と訴える力を持っており、企業の販売チャンネルを良くしてくれている。伝統的なセールス案内と比べ、このようなファン人気経済は更に時代の流れに合っている。ウィン・ウィンの局面は、達利国際グループのファッション衣類製品を借りても迅速にファンを吸収して、自分の人気アップ、人気中継網と企業の製品集約を創出し、より広大なプラットフォームをファッション情報として共有し、産業チェーンの資源を共有しながら多くのコンテンツがより多くの機会を生み出し販売する。

「ネットの人気生中継と伝統の服装業界を統合することは、服装業の発展の革新の道であり、シルク文化に対して重要な意義がある。」と林知誉氏は言った。

シルク業界の関係者は、生放送は企業の販売には良いチャンネルだが、市場の検証を受けるためには、将来のブランドの道を考えなければならないと述べている。資源の共有の中で伝統的な絹業界の転換とアップグレードを促進し、生中継直販は間違いなく1つのとても良い方法である。しかし、どのように絹業界を非常事態の中発展させることができるかは業界としての考え方が必要である。

中国の桑園の面積は2,500万ムー（約166万ヘクタール）、桑蚕と生糸の生産量は全世界の80%以上を占め、絹業の年間生産高は約1,500億元である。多くの技術開発は新しい進展を得て、伝統的なシルク工程の技は伝承と共に発揚されてシルク文化の影響力を高めていくであろう。

工業と情報化省の王江平副部長によると、桑蚕シルク産業の高品質発展には3つの工夫が必要である。企業を主体とし、現代シルク産業システムを講じ、品質を道しるべきという桑蚕三つ特別行動の実施が肝要である。王江平副部長が工業インターネット、ビッグデータ、人工知能など、先進技術を活用してモデルの改造と格上げする伝統桑蚕絹産業、プロフェッショナル桑蚕品種の選抜、養蚕、知能、生産などの重点分野にグリーンブームシルク、研の強化集約を通じて技術や脆弱さを突破し、創出水準に引き上げ、製造、グリーン・知能、紡織新素材などの重点分野で応用技術開発への支援を強化することが必要である。



『江蘇省吳江震澤あるシルク企業のネット直販』風景写真

6月の中国生糸繭取引について、各地の春繭買い取りが相次いで展開しており、34～38元/kgが大半となっている。先物の生糸相場もその繭相場に合わせて、30万元/トンぐらい上がったり、下がったりして動いたが、6月下旬にインドとの国境で中印兵士紛争が発生し、全インドに中国からの輸入商品の通関をストップしたため、生糸相場も連日で下がり、28万元/トン台となっている。一時的に広西省の政府より、製糸企業へ事業準備糸を購入する意向があったが値上げ材料にはならないようである。国内の絹織物工場も注文が少ないため断続的に生産しているが、今後のコロナ感染終息状況によって生糸の需要がどのぐらい回復できるのか、全世界のコロナ感染状況と中国政府の財政支援を引き続き注目する必要がある。

以 上