



陳言コラム-13

中国雑談

### 偽ブランド製品も O2O モデルに進出

中国に駐在する内示が出ると、K君はさっそく中国語の勉強を始めた。10冊からなる中国語関連の教科書+CDは、ワンセットで10万円だが、とりあえずその半分を買って毎日勉強している。

赴任してまもなく、帰国する先輩からフルセットのCDを譲ってもらった。こんなに高価のものを頂戴していいのかと聞いたら、「安物だ。(中国)地方の町角で100円で買った」といい、K君はびっくりした。日本円にすると、せいぜい1500円じゃないか。こんな海賊版が中国で流行しているのかと思ったようだ。

K君は、海賊版のCDや偽ブランドの生産、供給、販売が一体化した産業チェーンが中国にはあることをよく知らないようだ。最近の動向として、実店舗店主とeコマース店主が相互に結託した「偽ブランド利益共同体」も出来てしまい、かれらはオンライン・オフラインのO2O偽物づくりチェーンまでつくりあげている。

K君の言語関連のCDと違い、偽ブランドの利益共同体は、他の形でCDを使っている。まず、eコマース業者が実店舗に行ってCDを受け取り、このCDの中には各種の偽商品の写真が入っており、この写真がeコマース業者のオンライン店舗にアップされると、買い手は自分の好きなブランドを選ぶことができる。もし注文が入ったら、ネットショップの店主はQQなどのメッセージソフトによって、商品番号や色などの情報を実店舗の供給業者に伝え、供給業者はネットショップ店主に一つの番号を伝える。eコマース業者はこの番号により直接实体店に品物を取りに行き、相当するラベルを貼って、宅配便で発送する。

新華通信社の次のような報道をした。湖南省郴州北湖網貿ショッピングセンターでは、入るなり、各種の宣伝資料やCDを受け取ることができる。その中の紳士用ファッションのCDの中には「プレイボーイ」「ゴールドライオン」「モンタギュ」などのブランドがおさめられており、価格は90～140元とさまざま、これらのブランド製品の写真はすべ



て同じで、胸のマークと襟のマークが異なるだけである。女性用ファッションのCDの中には、直接「ゲディア」「秋水伊人」などのブランドのタグの写真があり、商品情報写真の「ブランド」欄は空白で、これはeコマース業者が自分の必要なブランド名を記入できるようになっているためである。

偽ブランドをどう摘発し、取り締まるか、記事の中には新華社らしい対策もいっぱい書かれている。だからそれで偽ブランドは中国から消えるのだろうか。一度も正真正銘のブランドを接したことはなく、さらにそれはブランド物とは知らず、ただの安物と思い込んで買う中国人は、どのぐらいいるだろうか。020が流行っているなかでは、偽ブランドは流通の形を変え、よりビジネスを拡大していく可能性さえ持っている。

これから町角でデザインなどはプレイボーイだが、ラベルはモンタギュとつけている出稼ぎ労働者を見て、K君はもう驚かなくなるだろう。

陳言 日本語日刊紙『速読中国』編集長。

連絡先: [chenyan@seapush.com](mailto:chenyan@seapush.com)

微信: understandChina