

義烏小商品市場は独自の情報ネットワークを持ち、「中国小商品網」というホームページは 50,000 余りの情報を収集し、「小商品世界報」という情報紙は全国 5,000 個所の市場へ発送しています。又、各ブースにはインターネット回線が引かれており、電子商取引にも備えています。世界ブランド実験室の発表によると、浙江省義烏市の企業「中国小商品城」はブランド価値を 42 億 400 万元 (530 億円) とし、2007 年中国ブランドトップ 500 のなかで 150 位にランクされました。

義烏市場が急速に発展した背景に市の ICT 政策がある。市政府では強力なリーダーシップのもと「デジタル義烏プロジェクト」を押し進め、ブロードバンドネットワークを構築し、電信局の投資により重点プロジェクトとして取引サイト「中華商埠」(<http://www.sunbu.com/>)と「オンライン義烏博覧会」(<http://www.chinafairs.org>)の運用を始めた。「中華商埠」は、情報発表から商品展示、資材検索、電子取引を一体化とした電子商取引サイトです。

市では市場出店者を一軒一軒訪問し、サイト PR を諸外国でも繰り返し運営をしてきた「オンライン義烏博覧会」は出展者情報を満載し、会期中のヒット数は 40 万件を超えている。他に市ではネット立体市場 (<http://www.3515.com>)、3D 義烏 (<http://www.3dyiwu.com>) など、多くのサイトを推進している。これらは、英語や韓国語での表示もあり、海外からの利用者も多い。ICT は目的ではなく、手段であると言われるが、“商品を世界に売る手段”として ICT が活用されている良い例と言えます。

「人民網日本語版」2007 年 7 月 5 日

