

NOTIZIE dalla CINA,
HONG KONG e MACAU

Tessile | Moda | Calzature | Gioielli | Accessori | Cosmetici

Sommario

50 Aziende italiane alla fiera Intertextile di Pechino	...1
La collettiva italiana organizzata dall'I.C.E. alla "CHIC 2007"	...1
Ferragamo esplora il potenziale del mercato cinese	...2
Zara apre un punto vendita a Pechino	...3
Il mondo del gioiello si è dato appuntamento all'Hong Kong International Jewellery Show	...3
L'Import-Export di diamanti in Cina ha toccato quota €456 milioni nel 2006	...4
I consumatori cinesi si precipitano ad acquistare beni di lusso	...4
L'enorme potere d'acquisto delle donne di HK si riflette sui consumi di gioielli e auto	...5
Guangzhou si appresta a creare un polo per la distribuzione	...5
Debutta a Pechino la mostra "Il gioco del tessile" con il patrocinio dell'Accademia delle Belle Arti di Brera	...6
L'industria della moda dopo il quinquennio di transizione dall'ingresso della Cina nell'OMC	...7
Le esportazioni tessili della Cina crescono del 15% nel 2007	...7
HK ospita una fiera di moda intima ad aprile	...7
Si è inaugurata a Shanghai la più grande fiera di cosmetica del mondo	...8
Due eventi importanti del settore moda attirano a Hong Kong migliaia di espositori	...8
I bikini conquistano la Cina	...8
AGGIORNAMENTO SUI MARCHI	
Gianfranco Ferré apre il suo primo negozio monomarca di Hong Kong	...9
H&M approda a Hong Kong	...9
Enzo offre il diamante Gabrielle nel suo nuovo negozio di Macao	...9
Louis Quatorze sbarca a Hong Kong	...10
Montblanc espande la sua gamma di prodotti e inaugura una zona dedicata alle donne	...10
Seibu crea una città dello shopping nei sotterranei di Hong Kong	...10
Statistiche	...da 11 a 24
Principali Fiere 2007	...25
Calendario delle Attività I.C.E. 2007	...26
Uffici I.C.E. in Cina	...27

50 Aziende italiane alla fiera Intertextile di Pechino

Si è tenuta dal 22 al 24 marzo 2007, presso il Beijing Exhibition Centre di Pechino, la fiera Intertextile, considerata uno dei più importanti appuntamenti asiatici per la promozione del settore dei tessuti per abbigliamento.

L'ICE è stata presente con la quarta edizione della collettiva italiana, che ha ospitato 50 aziende provenienti dai maggiori distretti produttivi del nostro Paese: Piemonte (24 aziende), Lombardia (21), Veneto (2), Umbria (1), Emilia-Romagna (1), Toscana (1), su una superficie complessiva di 743 mq. situata nella Hall 11. Sono tutte aziende leader di tessuti per abbigliamento, con prodotti che coprono l'intera gamma delle tessiture italiane.

Al fine di dare maggiore visibilità alla collettiva italiana è stata realizzata un'Area Tendenze, realizzata dallo Studio Elementi Moda di Ornella Bignami. Tale spazio è stato creato curando in modo armonico l'elaborazione grafica e la stampa a colori delle immagini esposte su pannelli, al fine di ottenere un'atmosfera in linea con i temi proposti dai tessuti.

L'allestimento presenta campioni di tessuti per la primavera/estate 2008 provenienti da tutte le aziende espositrici, raccolti e



selezionati secondo vari temi, tendenze e relative gamme di colore.

L'export in Cina fa da traino, il tessile made in Italy ora corre. Il fatturato ha ripreso a crescere, +1,4% nel 2006; e gli italiani sono stati gli unici, tra i 10 maggiori esportatori mondiali, ad avere mantenuto mediamente la crescita delle proprie vendite estere. Grazie, soprattutto, alla Cina, che oggi è il terzo mercato di sbocco per le imprese italiane, ma nel 2010 diventerà il primo. Questo lo si deve esclusivamente all'iniziativa imprenditoriale, che ha saputo affrontare la nuova fase di globalizzazione spingendo la propria attività verso produzioni più qualificate e concentrate nell'alta gamma.

La collettiva italiana organizzata dall'I.C.E. alla "CHIC 2007"

1° Sessione Abbigliamento uomo e abbigliamento casual – 18/20 marzo 2007

2° Sessione Abbigliamento donna, bambino ed accessori moda – 24/26 marzo 2

Si è aperta domenica 18 marzo 2007 presso il China International Exhibition Center la Fiera CHIC 2007 di Pechino in programma con un doppio appuntamento: dal 18 al 20 marzo 2007, per le collezioni uomo e abbigliamento casual, e dal 24 al 26 marzo, per le collezioni donna, bambino ed accessori moda, presso la quale l'ICE

organizza la partecipazione collettiva di aziende italiane.

La Fiera CHIC 2007, giunta quest'anno alla sua 15° edizione, è organizzata dalla China Garment Association e dal China World Trade Center ed è considerata il principale appuntamento fieristico del settore in Cina.





Tino Cosma, Tyroland, Cadini – Gold, Sartoria Stanislao Rivetti, Unione 5 Italia - Pignatelli - Italsea Mm – Montana, Araldi - William Milano 1930 distribuite su una superficie di 330 mq.

Per la terza volta l'Istituto ha organizzato una collettiva italiana ad entrambe le sessioni della fiera. I padiglioni, allestiti nella Hall 3 del China International Exhibition Center di Pechino, hanno ospitato per la prima sessione 9 aziende di qualità fine e medio-fine di moda maschile presenti con i marchi: Badiali Cashmere, Belts + Di Piazza Stefano, Belvest,

Le aziende di moda femminile per bambino abbigliamento in pelle e pellicceria ed accessori moda di qualità fine e medio-fine sono state 17, presenti in fiera con i marchi: Badiali Cashmere, Paolo Giordano, Emi Giannelli, Gigi Pary, Henry Fischer, La Fabrique, Landi, Loredana; M-q Up, Marcello Cioni, Deha, Micillo Italia - Duetto by Micillo, Olivieri, Rose & Thin, Sambucari, Sarli M. Italia, Anna Rachele, Suprema 90, su una superficie espositiva di 456 mq.

Nel corso degli anni la fiera CHIC di Pechino ha visto praticamente raddoppiare sia il numero delle aziende espositrici, sia la superficie occupata, mentre il numero dei visitatori ha raggiunto nel 2006 quasi 130.000 unità.

La Fiera Chic di Pechino è stata presentata alla stampa in occasione di una conferenza che si è tenuta il giorno 15 marzo 2007 presso il Beijing Chang Pu He Parco di Pechino, in occasione dell'inaugurazione della Mostra d'Arte "Il Gioco del Tessile" e in concomitanza con la presentazione della fiera Intertextile, altre iniziative organizzate dall'ICE a Pechino, per la promozione del settore dei tessuti per abbigliamento.

Ferragamo esplora il potenziale del mercato cinese

Mentre Salvatore Ferragamo continua ad espandere la sua presenza nella regione Asia-Pacifico, Michele Norsa, direttore generale della famosa marca, punta gli occhi sul vasto mercato cinese.

Con un atteggiamento ottimista verso la crescita dei consumi di beni di lusso in Cina, Norsa sottolinea che a causa della sua forte crescita economica e popolazione numerosa, il paese presenta un enorme potenziale per i marchi del segmento alto, specialmente nelle città di seconda fascia che sono ancora in gran parte territorio vergine.

A partire dal 1994, Ferragamo ha registrato una notevole crescita annua, fino al 50% nelle vendite effettuate da uno stesso negozio.

Al momento l'azienda ha 25 negozi in 19 città della Cina, e ha in programma di aprirne altri cinque quest'anno.

Due di essi saranno aperti a Pechino, e i restanti in città di seconda fascia come Nanjing, Suzhou e Shenyang. Ferragamo intende raggiungere l'obiettivo di avere 50 negozi in Cina entro il 2010.

Tuttavia Norsa invita alla cautela, affermando che la Cina è il più complesso mercato del mondo per quanto riguarda i beni di lusso, ed è difficile per le aziende stabilire quali siano le città promettenti.



Di conseguenza occorre valutare attentamente l'idoneità dei luoghi scelti prima di aprire nuovi negozi.

Secondo Norsa, la maggior parte delle entrate di Ferragamo provengono dal mercato USA (26%), seguito dal Giappone (22%). La Cina, includendo Hong Kong e Macao, dovrebbe diventare il suo terzo mercato nel 2007, al posto della Corea.

Nei negozi cinesi di Ferragamo le vendite alla clientela femminile costituiscono in media il 50% del totale, mentre sono il 60% in altri mercati, e i consumatori cinesi tendono anche ad indirizzarsi verso articoli di prezzo più contenuto. Norsa crede che i consumatori potranno essere persuasi ad acquistare più prodotti di qualità superiore quando migliorerà la loro conoscenza dei beni di lusso insieme allo sviluppo sociale della Cina.

Zara apre un punto vendita a Pechino

Dopo aver aperto 5 negozi a Hong Kong a partire dal 2004 e 2 negozi a Shanghai nel 2006, Zara, il gruppo spagnolo, è approdato a Pechino nel febbraio 2007 aprendo un negozio di 1.500m² nel nuovo centro commerciale "The Place".

Facendo notare che il marchio Zara si è guadagnato una forte visibilità in Cina e che i negozi di Shanghai sono altrettanto affollati di quelli in mercati più maturi come Paris, Jesus Echevarria, direttore generale della Inditex, la società madre di Zara, attribuisce il successo del marchio a due fattori: la sua abilità di rispondere tempestivamente alla domanda dei clienti con 19.000 nuovi modelli all'anno, e due partite dei nuovi modelli consegnate ai negozi ogni settimana; in aggiunta ad un efficiente sistema logistico che riesce a consegnare nuovi articoli entro 24 ore ai negozi in Europa ed entro 48 ore ai negozi in America e in Asia. Shaun Rein, l'amministratore delegato di China Market Research Group, aggiunge che una giusta politica dei prezzi è un altro fattore che ha contribuito alla popolarità mondiale di Zara sia tra i consumatori abbienti che quelli meno abbienti.

Ma oltre ad affermare che la decisione di Zara di consolidare la sua base esistente prima di un'ulteriore espansione graduale in Cina è una strategia efficace per creare estremo interesse e curiosità, Rein avverte che per conquistare la clientela cinese la casa di moda deve monitorare attentamente la qualità del prodotto in quanto i consumatori cinesi, al contrario di quelli americani ed europei, considerano cari gli articoli di Zara.

Più di metà dei prodotti di Zara sono fabbricati in Spagna, Portogallo, e Marocco, mentre circa il 13% in Cina; il 30% delle merci viene da fonti in Asia e il 20% dall'Europa dell'Est e dall'America del Nord e del Sud. Il gruppo Inditex controlla 3.100 negozi in 64 paesi con otto sottomarche tra cui Zara, Skhuaban, Pull and Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho e Zara Casa.



Il mondo del gioiello si è dato appuntamento all'Hong Kong International Jewellery Show



Oltre 2.180 espositori provenienti da 41 paesi hanno partecipato all'edizione 2007 dell' Hong Kong International Jewellery Show (HKIJS), che si è tenuta

dal 6 al 10 marzo 2007 presso l' Hong Kong Convention and Exhibition Centre.

Alla fiera erano presenti 21 esposizioni di gruppo tra cui il padiglione italiano organizzato dall'ICE. Il padiglione, che si estendeva su un'area di oltre 1.180 m², ha ospitato 125 gioiellieri italiani, 35 dei quali non avevano mai

partecipato alla fiera in passato. Il 7 marzo l'ICE ha anche invitato i principali importatori, distributori e buyers dell' Asia ad una serata di gala, "Gioielli d'Italia", durante la quale sono state presentate oltre 60 splendide parure di gioielli firmati.

Hong Kong è il maggiore centro di distribuzione regionale per la gioielleria italiana, avendo importato dall'Italia gioielli per un valore pari a US\$292,6 milioni (circa €222,6 milioni) nel 2006, il 97% dei quali realizzati in metalli preziosi, numeri che fanno dell'Italia il secondo fornitore di metalli preziosi di Hong Kong dal 1998.

Va aggiunto che il valore complessivo delle esportazioni di gioielli da Hong Kong è anche cresciuto del 13,7% fino a raggiungere quota US\$3,7 miliardi (circa €2,8 miliardi) nel 2006, secondo Charles Chan, presidente dell' Hong Kong Trade Development Council Jewellery Advisory Committee. Rivelando che le esportazioni di Hong Kong verso la Cina sono salite dell' 83% nel 2006, Chan prevede che questo incremento si rafforzerà ulteriormente del 30% quest'anno e fra 20 anni, la Cina supererà gli USA diventando il più grande mercato d'esportazione per la gioielleria di Hong Kong.

L'Import-Export di diamanti in Cina ha toccato quota €456 milioni nel 2006

I dati rilasciati dallo Shanghai Diamond Exchange (SDE), l'unico canale legale per il commercio di diamanti in Cina, rivelano che il valore totale delle importazioni ed esportazioni di diamanti ha, per la prima volta, toccato quota US\$600 milioni (circa €456 milioni) nel 2006, un aumento del 44,4% rispetto al 2005.

Lo SDE attribuisce la forte crescita alla recente esenzione dell'IVA che il paese applica sui diamanti grezzi in ingresso nel paese, come pure alla riduzione dell'IVA sui diamanti lavorati che è passata dal 17% al 4% a partire dal 1 luglio 2006. Questi dati indicano anche che le transazioni nella seconda metà del 2006 sono aumentate del 95,7% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, raggiungendo la cifra di US\$408 milioni (circa €309 milioni), il che equivale a due terzi del totale annuo del paese.

Le importazioni di diamanti lavorati, che l'anno scorso ammontavano al 95,7% delle importazioni totali di diamanti sono cresciute di 1,94 volte durante la seconda metà fino a raggiungere quota US\$147 milioni (circa €112 milioni) con un aumento totale annuo del 87,3%, pari a US\$201 milioni (circa €153 milioni).



Sempre secondo lo SDE, le entrate dell'IVA generate dalle importazioni di diamanti sono scese leggermente, ammontando a RMB\$131 milioni (circa €1,31 milioni) nel 2006.



I consumatori cinesi si precipitano ad acquistare beni di lusso

Mentre i beni di lusso fanno sempre più gola ai cinesi, note aziende internazionali del segmento lusso, si rivolgono non solo alle classi più benestanti del paese, ma anche a comuni consumatori che sono sempre più disposti a spendere grosse somme per acquistare articoli di moda.



Secondo gli ultimi dati, circa l'1% della popolazione cinese possiede i mezzi finanziari necessari per acquistare articoli di lusso. Ciò equivale ad un mercato di circa 13 milioni di consumatori – un numero estremamente significativo per le aziende del settore che intendono espandere il proprio mercato.

La realtà è che la risposta dei consumatori cinesi è andata oltre le aspettative anche più ottimistiche, in quanto molti consumatori sono disposti a spendere il loro stipendio mensile per l'acquisto di articoli di lusso poiché sperano così di proiettare l'immagine di uno stile di vita prestigioso.

I dati rivelano che il mercato dei beni di lusso in Cina attualmente vale US\$2 miliardi (circa €1,5 miliardi), e costituisce il 3% del mercato mondiale. La maggioranza degli acquirenti include i proprietari di imprese locali e dirigenti tra i 30 e 40 anni. Bisogna anche aggiungere che la clientela femminile è cresciuta in modo consistente, passando dal 25% di due anni fa al 45% nel 2007. Con l'aumento del potere d'acquisto la Cina è destinata a diventare nel prossimo decennio il secondo mercato del mondo per i beni di lusso.

Avendo compreso l'enorme potenziale, i gruppi internazionali della moda continuano ad esplorare le opportunità offerte dalla Cina. Louis Vuitton ha aperto finora 13 boutiques in Cina, tra cui un flagship store a Shanghai. Cartier ha incalzato aprendo un nuovo negozio ogni mese a partire dal settembre 2004.

Prada ha in programma di espandere la propria rete di negozi passando da 6 boutiques a 12, mentre Armani aprirà altri 30 negozi prima delle olimpiadi di Pechino del 2008.

Nel prossimo futuro ci si aspetta che la presenza delle marche di lusso aumenterà ulteriormente in Cina, e che più consumatori possederanno almeno un articolo o capo di moda di lusso.

L'enorme potere d'acquisto delle donne di HK si riflette sui consumi di gioielli e auto

Il crescente potere d'acquisto delle donne di Hong Kong fa di esse l'obiettivo privilegiato per il marketing di prodotti di fascia alta e l'elemento trainante di questo segmento di mercato.

Per la prima volta il numero delle donne miliardarie a Hong Kong ha superato quello degli uomini, esse costituiscono infatti il 51% delle 276 migliaia persone in possesso di beni mobili che superano il milione di dollari.

Milan Station, una catena di negozi di Hong Kong specializzata in borsette firmate di seconda mano, si rivolge proprio alle casalinghe della città.

Sottolineando che alcune di esse visitano regolarmente i negozi della catena e spendono decine di migliaia di dollari ogni mese. Wei, il manager di uno dei negozi in zona Causeway Bay, afferma di aver venduto lo scorso mese 5-6 borse di Hermes dal valore di oltre HK\$200.000 (circa €20.000) l'una.

La gioielleria più importante di HK, 3D-Gold, conferma

che le donne sono le sue clienti maggiori, e afferma che acquistano soprattutto gioielli di diamanti. Grazie al loro forte potere d'acquisto, alcune di queste clienti prediligono gli ultimi modelli sul mercato, mentre altre acquistano diamanti come forma di investimento.



Richburg Corporation Limited, una delle maggiori concessionarie di auto di lusso a Hong Kong, Singapore e Macao, rivela che la proporzione di clienti donne è balzata dal 10% al 40% in anni recenti, la maggior parte di esse sono professioniste e donne d'affari, mentre altre sono casalinghe.



Guangzhou si appresta a creare un polo per la distribuzione

Secondo Ping Xingugang, il direttore del Guangzhou Economic Committee, alla fine del 2007 verrà costruito a Guangzhou un nuovo centro per l'acquisto e la distribuzione di prodotti internazionali di marca. Il progetto fa parte degli sforzi del governo cittadino mirati a trasformare Guangzhou in un polo internazionale dello shopping in grado di competere in futuro con Hong Kong e altre città del mondo.

Inoltre Guangzhou ha in programma di costruire nei prossimi anni un altro grande centro internazionale per il commercio delle merci. Il Guangzhou Economic Committee investirà grandi somme di denaro per potenziare 33 grandi mercati all'ingrosso e al dettaglio, al fine di attrarre più clienti. Altri 740 mercati di piccole e medie dimensioni saranno accorpati o allargati.

Questi sforzi riflettono l'intenzione del governo cittadino di attrarre a Guangzhou grandi catene internazionali e megastore.



Debutta a Pechino la mostra “Il gioco del tessile” con il patrocinio dell’Accademia delle Belle Arti di Brera

Organizzata dall’ICE con il patrocinio dell’Accademia delle Belle Arti di Brera, ha debuttato a Pechino, il 15 marzo 2007, presso il prestigioso Museo del Chang Pu He Park, in coincidenza con i più importanti appuntamenti per il settore tessile in Cina, la mostra “Il gioco del tessile”.

La mostra presenta 46 opere d’arte realizzate da artisti della sezione Pittura dell’Accademia di Brera con l’utilizzo di tessuti italiani. Un modo nuovo – quello proposto dall’Accademia di Brera - di presentare il tessile italiano, che parla all’immaginario, alla fantasia, che unisce l’eccellenza nel tessile con l’eccellenza nell’arte.

Negli ultimi anni il tessuto rientra a tutti gli effetti tra i linguaggi dell’arte contemporanea.

La vastissima varietà dei tessuti messi a disposizione dalle aziende italiane ha stimolato la creatività degli artisti a tal punto da individuare nel loro utilizzo la costante del proprio lavoro. Inoltre, l’uso di questo materiale ha contribuito ad un recupero della manualità in un periodo di grande informatizzazione in cui il digitale ha preso il sopravvento.

Il tessuto così utilizzato da un lato supporta immaginari cari agli artisti, dall’altro diventa protagonista dell’opera stessa. Sono presenti le balene di Nicola Salvatore che nel gioco del rosso e del nero, intrecciano con la trama del tessuto percorsi didascalici a lui cari; ma anche il tradizionale pittore con tavolozza di Aldo Spoldi che dona brillantezza e colore alla poesia muta e raffinata del supporto.

Linee che fungono da pentagramma ospitano l’ambiguità dei nodi di Italo Bressan, che appaiono nello spazio della tridimensionalità ma che in realtà vivono della loro metafisicità. La lucentezza del raso bianco e rosa è da sfondo per il racconto a strisce di Stefania Gesualdo, immagini a tratto che si inseriscono verticalmente da destra verso sinistra, caratteristiche della tradizionale scrittura cinese.



Il gioco del tessile prosegue con l’opera realizzata dagli spagnoli Angosto Lopez Carmen Maria e Pintado Sanchez Pablo, petali di organza che si ergono da terra ed esaltano il candore e la leggerezza del tessuto. Armonie visive quelle di Sebastiano Roncaglia,

che installa sagome di violino di un raffinato operato, prezioso prodotto cromatico. Questo solo per citare alcune opere incluse nella mostra.

Hanno contribuito alla mostra, che ha anche potuto contare sulla collaborazione della Federazione SMI-ATI e del marchio di qualità Seri. co, le aziende: Botto Poala, Carlo Barbera, Confidence, Cotonificio Honegger, Duca Visconti di Modrone, Ge.Te.Ca, ITC Promotion, Its Artea – G. Crespi, Lanerie Agnona, Lanificio Ermenegildo Zegna, Lanificio Fratelli Gardalli, Lanificio F.lli. Ormezzano, Lanificio Tessilstrona, Seterie Argenti, Serikos, Taroni, Teseo, Tessilgrosso, Vitale Barberis Canonico.

A completamento della mostra, è stata organizzata, il 23 marzo 2007, negli stessi locali della mostra, una presentazione delle tendenze moda nel settore dei tessuti per abbigliamento per la stagione primavera/estate 2008.

EASY LUXURY è il filo conduttore delle nuove collezioni, con tessuti che mantengono alto il valore della creatività e della qualità e interpretano contemporaneamente tre diversi stili dinamici e moderni.

Tre sono le direzioni di tendenze presentate dalla nota esperta del settore Ornella Bignami, a Pechino:

DYNAMIC STYLE

Lusso contemporaneo e rigore metropolitano trovano espressione in tessuti apparentemente semplici e classici, che si distinguono per una ricerca di perfezione, per un tatto fresco ed un’immagine pregiata. I colori accostano in chiaro-scuro toni evanescenti e scuri profondi.

LAZY DAYS

Calma e benessere si evidenziano in tessuti naturali dall’apparenza leggermente rustica. Lini e cotone sono leggeri, mossi, addolciti nel tatto, stampati a motivi naturalistici.

I colori hanno l’aspetto scolorito dal sole.

EASY PERFORMANCE

Per lo sport e le vacanze, i tessuti si fanno più tecnici. Le fibre naturali si alleano con fibre e finissaggi performanti per offrire il massimo confort.

I colori, vivi e brillanti, stimolano atteggiamenti dinamici.





L'industria della moda dopo il quinquennio di transizione dall'ingresso della Cina nell'OMC

Dopo la fine del quinquennio di transizione dal suo ingresso nell'OMC nel 2006, in Cina l'industria tessile e dell'abbigliamento si trova a fronteggiare varie questioni a partire dal 2007.

Prima del 2004, il volume delle esportazioni di abbigliamento era in continua crescita mentre i prezzi continuavano a scendere. Le cose sono cambiate per la prima volta nel 2005 quando varie regioni della Cina hanno registrato diversi livelli di incremento dei prezzi e diversi dati relativi al volume di esportazione verso l'UE e gli USA, con un rincaro anche del 20% ma una diminuzione del volume. Tuttavia, pur attribuendo il rincaro all'apprezzamento del RMB, al sistema delle quote introdotto da USA e UE che incoraggia la produzione di articoli dal prezzo più elevato, e la riduzione delle tasse in Cina che scoraggia gli operatori che si affidano ai ribassi fiscali, occorre mantenere uno sguardo cauto sul futuro dell'industria in quanto la Cina deve risolvere problemi profondi quali

l'assenza di modelli originali, e la difficoltà a penetrare i mercati internazionali.

Nonostante la robusta crescita economica serva a far guadagnare rispetto per la Cina sul piano internazionale, questa stessa crescita rappresenta un ostacolo per la sua competitività in quanto fa salire anche il costo della manodopera e il valore del RMB. Osservando che le esportazioni cinesi di abbigliamento sono state trainate in gran parte dal basso costo di produzione e non hanno mostrato nessun significativo miglioramento di qualità tra il 2001 e il 2006, la Cina è preoccupata che l'UE e gli USA possano imporre un nuovo sistema di quote o dazi anti-dumping quando le quote esistenti scadono nel 2007 e 2008 rispettivamente. Questo è il motivo per cui, oltre ad evidenziare l'importanza di migliorare l'originalità dei prodotti e rafforzare l'immagine dei marchi al fine di sostenere le esportazioni, la Cina ritiene sia opportuno sfruttare i suoi legami con i paesi dell'ex blocco sovietico, quelli del Sud-Est asiatico e dell'Africa per diversificare i propri mercati.

Le esportazioni tessili della Cina crescono del 15% nel 2007

La Camera di Commercio Cinese per l'import-export del settore tessile - China Chamber of Commerce for the Import and Export of Textiles (CCCT) - prevede che le esportazioni del settore aumenteranno del 15% nel 2007 fino a raggiungere US\$161 miliardi (circa €123 miliardi), grazie alla sua capacità produttiva in poli industriali consolidati e agli accordi commerciali precedentemente siglati con l'UE e gli USA.

Attualmente, l'accordo tra la Cina e gli USA limita la crescita delle importazioni per 34 categorie di prodotti

tessili, fissandola tra il 10% e il 17% all'anno nel periodo 2006-2008 ed eliminerà tali quote dopo il 2008. L'accordo con l'UE riguarda 10 categorie di prodotto con definizioni più ampie. Secondo i funzionari della CCCT questi accordi aiutano a creare un clima stabile per le esportazioni cinesi.

Inoltre il Ministero del Commercio Cinese prevede che il valore della produzione lorda del settore tessile in Cina raggiungerà RMB\$2,5 trilioni (€250 miliardi) nel 2007, un incremento del 20% rispetto all'anno precedente.

HK ospita una fiera di moda intima ad aprile

Hong Kong Mode Lingerie, una mostra del settore lingerie e costumi da bagno organizzata dalla società francese Eurovet con il contributo e il sostegno di Hong Kong Intimate Apparel Industries' Association (HKIAIA), si è tenuta presso l' Hong Kong Convention and Exhibition Center tra il 3 e 4 aprile 2007. La manifestazione ha attratto circa un centinaio di espositori attentamente selezionati e provenienti da paesi quali Italia, Svizzera, Germania e Austria.

Rispetto alla sua mostra gemella - Shanghai Mode Lingerie, HK Mode Lingerie pone un accento maggiore sull'

immagine del marchio, sulla distribuzione ed offre una piattaforma espositiva per aziende del segmento medio e alto che possono così presentare le proprie collezioni invernali; la manifestazione di Shanghai che si tiene in ottobre è più orientata verso la produzione e si concentra maggiormente sulle collezioni estive.

Secondo Eurovet, il mercato dell'intimo in Cina ha raggiunto un fatturato annuo di circa €2 miliardi, mentre il fatturato annuo dell'UE e degli USA ammonta rispettivamente a €14,2 miliardi e €12 miliardi.

Si é inaugurata a Shanghai la piu' grande fiera di cosmetica del mondo

Oltre 300 industrie e distributori del settore cosmetico provenienti da 23 paesi diversi hanno preso parte alla prima edizione del Cosmoprof di Shanghai, un'estensione della famosa fiera del settore. L'edizione cinese si é tenuta presso lo Shanghai New International Expo Center dal 31 gennaio al 3 Febbraio 2007. 9 paesi tra cui Italia, Belgio, Francia e Germania erano presenti con padiglioni nazionali.

Secondo Laura Zaccagnini, portavoce e direttrice marketing di Cosmoprof Asia, il consumo di prodotti di bellezza in Cina si sta espandendo rapidamente e la Cina é gia' all'ottavo posto nel mondo in termini di volume di vendita. Con l'intento di offrire un trampolino commerciale agli operatori internazionali del settore, e consentire loro di entrare in questo mercato cosi' ricco di potenzialita', durante la fiera si sono tenuti vari forum mirati a facilitare la conoscenza del mercato al dettaglio in Cina e fornire consulenza in merito alle leggi e regolamenti vigenti nel paese.

Le statistiche rivelano che i consumatori cinesi spendono US\$1 (circa €0,77) per persona nell'acquisto di prodotti per il trucco, mentre in Giappone la spesa media é di US\$3 (circa €2,31). Cio' significa che il mercato della cosmetica in Cina é ancora poco sviluppato e possiede quindi grandi potenzialita' di crescita.

C'é un grande potenziale per prodotti di fascia bassa poiché la maggior parte dei grandi nomi internazionali presenti in Cina si concentrano sulla fascia alta di mercato.

Si prevede anche che una maggiore attenzione sara' rivolta a consumatori come i bambini, gli uomini, e gli anziani a causa della forte competizione. A 5 anni dall'ingresso della Cina nell'OMC, il mercato dei cosmetici ha assistito alla proliferazione di un grande numero di marche, e conseguente pressione concorrenziale.



Due eventi importanti del settore moda attirano a Hong Kong migliaia di espositori



La Settimana della Moda di Hong Kong dedicata alle collezioni Autunno/Inverno, la piu' grande fiera di questo tipo in Asia, organizzata dall'Istituto per lo Sviluppo del Commercio

di Hong Kong (Hong Kong Trade Development Council), si é tenuta dal 15 al 18 gennaio 2007 presso l'Hong Kong Convention and Exhibition Centre. La celebre fiera ha attirato un totale di 1.501 espositori provenienti da 24 paesi nell'arco di quattro giorni, mentre la quinta edizione di World

Boutique, che si é tenuta in contemporanea, ha visto la partecipazione di 249 espositori provenienti da 19 paesi.

Oltre ad organizzare varie sfilate di moda durante le due manifestazioni, HKTDC ha aggiunto anche tre nuove aree alla Settimana della Moda di quest'anno, vale a dire "Spice Arena" che si é concentrata sugli accessori di moda, "Infant and Children's Wear" che riflette la crescente importanza del mercato dell'abbigliamento per l'infanzia, ed "Emporium de Mode" che ha presentato abbigliamento di qualita' e modelli unici.

World Boutique ha ospitato oltre 400 stilisti e aziende di moda di Hong Kong, Cina, Italia, Francia, Svizzera, ecc. e spaziato dall'abbigliamento alle borse, alle scarpe, agli orologi, e ai gioielli.

I bikini conquistano la Cina

MarediModa, il riferimento europeo nel settore dei materiali e accessori per costumi da mare ha fatto il suo debutto in Cina con MarediModa China, un seminario-laboratorio di due giorni che si é tenuto a Shanghai il 18 gennaio 2007. Con l'intenzione di sviluppare mercati stranieri ed espandere ulteriormente la sua presenza in Asia MarediModa ha organizzato il seminario per colmare il

divario tra operatori e produttori europei ed asiatici, siglare nuovi accordi commerciali e creare una rete di contatti per l'industria dei costumi da mare.



Aggiornamento sui marchi



Gianfranco Ferré apre il suo primo negozio monomarca di Hong Kong

Il primo marzo 2007 il celebre stilista italiano Gianfranco Ferré ha aperto il suo primo negozio a Hong Kong presso il Landmark, uno dei piu' prestigiosi centri commerciali della città. Noto per il suo stile elegante e raffinato, Gianfranco Ferré sarà sicuramente in grado di attrarre gli amanti della moda con le sue dinamiche collezioni primavera-estate, caratterizzate da una particolare attenzione per il dettaglio e uno spirito di rinnovamento.



H&M approda a Hong Kong

Il 10 marzo 2007 il gigante svedese della moda H&M ha aperto a Central, nel cuore commerciale di Hong Kong, il suo primo negozio dell' Asia. Sottolineando i rapporti commerciali che l'azienda mantiene da 30 anni con la città attraverso il suo ufficio produzione, Rolf Eriksen, l'amministratore delegato di H&M, ha affermato fiducioso che H&M potrà offrire ai consumatori di Hong Kong

articoli di moda caratterizzati da un ottimo rapporto qualità-prezzo.

Nel quadro della sua espansione in Asia, il gruppo svedese aprirà altri tre negozi a Hong Kong nel 2007, due nuovi punti vendita a Shanghai in aprile e un altro in Giappone l'anno prossimo.

Enzo offre il diamante Gabrielle nel suo nuovo negozio di Macao

Enzo, una marca di gioielli di proprietà del gruppo LJ International Inc., quotata sul listino Nasdaq, ha aperto il suo primo flagship store a Macao nel febbraio del 2007, parte del suo piano di espansione in Cina.

Con una straordinaria offerta di gemme, il negozio a due piani è il più grande negozio di Enzo in Asia. Il negozio offre il diamante Gabrielle, famoso in tutto il mondo grazie alle sue 105 sfaccettature in grado di riflettere la luce.

Louis Quatorze sbarca a Hong Kong

La marca di borsette di Louis Quatorze è approdata a Hong Kong aprendo nel febbraio 2007 il suo primo negozio monomarca presso l'aeroporto di Hong Kong. Citando le previsioni di Goldman Sachs che la Cina supererà il Giappone come maggior importatore di beni di lusso nel 2015, Jojoba Lam, responsabile regionale di Louis Quatorze, afferma che l'alta concentrazione di marche di lusso a Hong Kong ha trasformato la città in una delle destinazioni preferite per lo shopping di una vasta regione che comprende anche la Cina Popolare.

Convinto che Hong Kong sia il mercato ideale per testare la marca, Lam ritiene che se essa ha successo in una città come Hong Kong, avrà ancora più successo nel resto dell'Asia.



Montblanc espande la sua gamma di prodotti e inaugura una zona dedicata alle donne

Al fine di espandere la sua gamma di prodotti, Montblanc, nota marca di strumenti per la scrittura e accessori, negli ultimi anni ha dedicato molti sforzi alla creazione di una linea di preziosi destinata alle donne; a febbraio del 2007

questa linea è stata lanciata anche a Hong Kong nel negozio monomarca di Montblanc che si trova all'interno del centro commerciale IFC.

Seibu crea una città' dello shopping nei sotterranei di Hong Kong

Dopo l'apertura nel 2004 del suo primo punto vendita a Kowloon, nel popolare centro commerciale Langham Place di Mongkok, il grande magazzino ha ulteriormente espanso la propria presenza in città' alla fine del 2006 con l'apertura di un negozio sotterraneo a Kowloon, in località' Tsim Sha Tsui, una zona nota per lo shopping di marca, e popolare tra i turisti.

Il nuovo negozio si estende su 4 livelli, ha una superficie di 52.000 piedi quadrati (4.831 mq), e offre una vasta gamma di prodotti che vanno dagli accessori, ai cosmetici, all'abbigliamento da uomo e da donna. L'intenzione dichiarata è quella di promuovere e dare impulso allo shopping sotterraneo in città'.

Statistiche(*)

Cina - Importazioni <i>Tessili - Filati & Tessuti (HS da 50 a 60)</i> - Da Gen a Dic 2006							Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Dicembre		Quota %		Variazione %	
		2005	2006	2005	2006	2006/2005	
0	Mondo	21.815	23.955	100.00	100.00	9.81	
1	Hong Kong	7.193	7.651	32.98	31.94	6.37	
2	Giappone	3.365	3.234	15.43	13.50	-3.88	
3	USA	1.904	2.803	8.73	11.71	47.20	
4	Corea del Sud	2.547	2.355	11.68	9.83	-7.55	
5	Taiwan	1.579	1.641	7.24	6.85	3.93	
6	Australia	1.266	1.293	5.80	5.40	2.15	
7	India	210	820	0.96	3.42	291.32	
8	Iran	326	280	1.49	1.17	-14.01	
9	Italia	258	276	1.18	1.15	7.01	
10	Macao	209	239	0.96	1.00	14.48	

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni <i>Tessili - Filati & Tessuti (HS da 50 a 60)</i> - Da Gen a Dic 2006							Milioni di \$ USA	
Classifica	Paese	Da Gennaio a Dicembre			Quota %			Variazione %
		2004	2005	2006	2004	2005	2006	2006/2005
0	Mondo	14.038	13.682	13.906	100	100	100	1.64
1	Cina	7.645	7.881	8.255	54.46	57.61	59.36	4.74
2	Taiwan	1.815	1.617	1.478	12.93	11.82	10.63	-8.58
3	Corea del Sud	993	855	776	7.07	6.25	5.58	-9.26
4	Italia	688	701	727	4.9	5.12	5.23	3.78
5	Giappone	765	711	672	5.45	5.2	4.83	-5.53
6	Pakistan	533	504	548	3.8	3.68	3.94	8.73
7	USA	311	294	293	2.21	2.15	2.11	-0.26
8	India	193	139	182	1.38	1.02	1.31	30.72
9	Tailandia	157	148	148	1.12	1.08	1.06	0.06
10	Indonesia	172	133	120	1.22	0.98	0.86	-10.23

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

(*) La Cina continentale, dopo il suo ingresso nel WTO (anno 2001), ha completato l'armonizzazione dei codici doganali solo a partire dal 2005. Non e' possibile, quindi, una comparazione con il 2004.

Statistiche

Cina - Importazioni di Abbigliamento (HS 61 e 62) - Da Gen a Dic 2006							Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Dicembre		Quota %		Variazione %	
		2005	2006	2005	2006	2006/2005	
0	Mondo	1.510	1.585	100.00	100.00	4.95	
1	Hong Kong	875	899	57.93	56.73	2.79	
2	Macao	136	150	8.98	9.49	10.83	
3	Giappone	139	124	9.21	7.85	-10.59	
4	Corea del Sud	98	114	6.52	7.17	15.42	
5	Italia	69	82	4.58	5.20	19.28	
6	Corea del Nord	63	68	4.17	4.26	7.42	
7	Francia	14	20	0.91	1.23	41.86	
8	Taiwan	18	18	1.20	1.15	0.20	
9	Svizzera	16	18	1.04	1.13	14.16	
10	Germania	14	17	0.93	1.07	21.53	

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di Abbigliamento (HS 61 e 62) - Da Gen a Dic 2006								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Dicembre			Quota %			Variazione %
		2004	2005	2006	2004	2005	2006	2006/2005
0	Mondo	15.981	17.273	17.736	100	100	100	2.68
1	Cina	13.959	15.771	16.311	87.35	91.31	91.97	3.42
2	Italia	318	379	411	1.99	2.19	2.32	8.42
3	Giappone	417	164	162	2.61	0.95	0.92	-0.81
4	Francia	116	121	137	0.73	0.7	0.77	12.83
5	Macao	133	140	131	0.84	0.81	0.74	-6.17
6	Regno Unito	177	124	68	1.11	0.72	0.38	-45.42
7	USA	41	50	51	0.26	0.29	0.29	1.82
8	Australia	288	140	44	1.8	0.81	0.25	-68.23
9	Germania	35	37	41	0.22	0.22	0.23	10.89
10	Taiwan	35	37	33	0.22	0.22	0.18	-12.65

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di <i>Maglieria (HS 61)</i> - Da Gen a Dic 2006							Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Dicembre		Quota %		Variazione %	
		2005	2006	2005	2006	2006/2005	
0	Mondo	695	717	100.00	100.00	3.06	
1	Hong Kong	471	476	67.79	66.43	1.00	
2	Macao	76	86	10.98	12.07	13.30	
3	Corea del Sud	41	44	5.94	6.15	6.81	
4	Italia	23	27	3.34	3.72	14.88	
5	Giappone	22	21	3.10	2.92	-2.89	
6	Taiwan	10	10	1.40	1.33	-1.67	
7	Tailandia	5	6	0.79	0.83	8.66	
8	Francia	5	5	0.66	0.74	16.36	
9	Germania	4	5	0.54	0.68	28.52	
10	Corea del Nord	5	4	0.71	0.59	-15.07	

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <i>Maglieria (HS 61)</i> - Da Gen a Dic 2006								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Dicembre			Quota %			Variazione %
		2004	2005	2006	2004	2005	2006	2006/2005
0	Mondo	8.817	9.246	9.480	100	100	100	2.54
1	Cina	7.383	8.397	8.749	83.74	90.82	92.29	4.19
2	Italia	124	167	178	1.41	1.81	1.87	6.15
3	Giappone	350	95	103	3.97	1.03	1.09	8.88
4	Macao	88	92	80	1	1	0.84	-13.39
5	Francia	54	50	63	0.61	0.55	0.67	25.92
6	Regno Unito	154	95	46	1.74	1.03	0.48	-52.1
7	Australia	286	138	43	3.25	1.49	0.45	-69.07
8	Taiwan	25	26	21	0.29	0.28	0.22	-18.85
9	USA	17	21	18	0.19	0.23	0.19	-16.22
10	Germania	11	13	16	0.13	0.14	0.17	22.38

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di **Abbigliamento Maschile (HS 6101,6103,6105,6107,6201,6203,6205,6207)** - Da Gen a Dic 2006

Milioni di \$ USA

Classifica	Paese	Da Gennaio a Dicembre		Quota %		Variazione %
		2005	2006	2005	2006	2006/2005
0	Mondo	384	421	100.00	100.00	9.57
1	Hong Kong	221	243	57.61	57.82	9.98
2	Italia	29	31	7.53	7.46	8.55
3	Corea del Sud	24	31	6.13	7.33	31.05
4	Corea del Nord	29	29	7.49	6.90	0.94
5	Macao	31	29	7.99	6.89	-5.55
6	Svizzera	13	13	3.40	3.15	1.44
7	Germania	8	9	1.98	2.12	17.19
8	Giappone	7	6	1.79	1.51	-7.53
9	Vietnam	3	4	0.85	1.03	33.03
10	Francia	3	4	0.73	0.91	35.16

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di **Abbigliamento Maschile (HS 6101,6103,6105,6107,6201,6203,6205,6207)** - Da Gen a Dic 2006

Milioni di \$ USA

Classifica	Paese	Da Gennaio a Dicembre			Quota %			Variazione %
		2004	2005	2006	2004	2005	2006	2006/2005
0	Mondo	2.394	2.642	2.786	100	100	100	5.48
1	Cina	2.083	2.326	2.480	87.02	88.04	89	6.63
2	Italia	80	103	105	3.32	3.92	3.78	1.82
3	Francia	30	32	26	1.27	1.2	0.93	-17.9
4	Macao	25	23	21	1.06	0.89	0.76	-9.81
5	Giappone	28	24	19	1.17	0.89	0.69	-17.86
6	Germania	10	11	13	0.43	0.42	0.46	14.79
7	Turchia	4	7	10	0.18	0.25	0.37	56.11
8	USA	9	8	9	0.38	0.3	0.34	16.24
9	Vietnam	4	4	9	0.18	0.15	0.33	138.74
10	India	6	6	8	0.27	0.24	0.3	28.68

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di **Abbigliamento da Donna (HS 6102,6104,6106,6108,6202,6204,6206,6208)** - Da Gen a Dic 2006

Milioni di \$ USA

Classifica	Paese	Da Gennaio a Dicembre		Quota %		Variazione %
		2005	2006	2005	2006	2006/2005
0	Mondo	372	405	100.00	100.00	8.99
1	Hong Kong	216	221	58.16	54.53	2.18
2	Macao	50	54	13.36	13.44	9.64
3	Corea del Nord	26	30	7.03	7.52	16.73
4	Corea de Sud	24	30	6.55	7.46	24.01
5	Italia	21	27	5.52	6.66	31.36
6	Giappone	11	10	3.08	2.59	-8.58
7	Francia	5	9	1.41	2.24	73.12
8	Spagna	2	3	0.48	0.80	82.18
9	Germania	2	3	0.50	0.62	35.66
10	USA	3	2	0.78	0.60	-16.65

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di **Abbigliamento da Donna (HS 6102,6104,6106,6108,6202,6204,6206,6208)** - Da Gen a Dic 2006

Milioni di \$ USA

Classifica	Paese	Da Gennaio a Dicembre			Quota %			Variazione %
		2004	2005	2006	2004	2005	2006	2006/2005
0	Mondo	5.808	6.514	6.581	100	100	100	1.02
1	Cina	5.094	5.975	6.047	87.7	91.73	91.89	1.2
2	Italia	119	139	164	2.04	2.13	2.49	18.3
3	Francia	59	62	71	1.02	0.95	1.08	15.29
4	Macao	63	60	57	1.08	0.92	0.87	-4.03
5	Giappone	138	54	51	2.37	0.83	0.77	-6.28
6	USA	19	24	27	0.33	0.37	0.41	9.68
7	Germania	15	15	15	0.25	0.23	0.22	-2.05
8	Regno Unito	66	26	15	1.14	0.41	0.22	-45
9	India	10	9	11	0.17	0.15	0.17	20.14
10	Spagna	7	8	11	0.13	0.13	0.16	32.89

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di <i>confezioni in Pelliccia (HS 43)</i> - Da Gen a Dic 2006							Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Dicembre		Quota %		Variazione %	
		2005	2006	2005	2006	2006/2005	
0	Mondo	344	351	100.00	100.00	2.05	
1	Hong Kong	272	249	79.26	70.89	-8.73	
2	Australia	1	18	0.38	5.04	1241.89	
3	Finlandia	10	12	2.99	3.42	16.65	
4	Corea del Sud	11	11	3.06	3.14	4.63	
5	Danimarca	4	9	1.12	2.48	125.63	
6	Spagna	9	8	2.53	2.24	-9.52	
7	Canada	3	7	0.85	2.01	141.33	
8	Italia	6	6	1.62	1.78	11.90	
9	Neo Zelande	0	5	0.11	1.35	1173.98	
10	USA	3	4	0.99	1.16	19.44	

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <i>confezioni in Pelliccia (HS 43)</i> - Da Gen a Dic 2006								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Dicembre			Quota %			Variazione %
		2004	2005	2006	2004	2005	2006	2006/2005
0	Mondo	1.481	1.633	1.737	100	100	100	6.38
1	Cina	715	845	828	48.27	51.74	47.67	-1.99
2	Danimarca	373	374	449	25.22	22.91	25.85	20.01
3	Finlandia	180	175	168	12.14	10.72	9.67	-4.09
4	Canada	73	84	117	4.92	5.16	6.75	39.1
5	USA	59	48	60	3.96	2.96	3.47	24.82
6	Olanda	14	34	26	0.98	2.07	1.5	-23.18
7	Regno Unito	15	16	22	1.01	0.98	1.24	35.16
8	Italia	15	15	15	0.98	0.91	0.89	3.53
9	Germania	4	4	14	0.3	0.24	0.78	246.25
10	Russia	6	7	11	0.41	0.4	0.61	60.07

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di <i>Pelli e Pellame (HS 41)</i> - Da Gen a Dic 2006							Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Dicembre		Quota %		Variazione %	
		2005	2006	2005	2006	2006/2005	
0	Mondo	4.826	5.568	100.00	100.00	15.36	
1	Hong Kong	2.334	2.675	48.37	48.05	14.60	
2	USA	634	796	13.14	14.29	25.47	
3	Corea del Sud	426	402	8.83	7.22	-5.74	
4	Italia	179	293	3.70	5.25	63.70	
5	Australia	286	281	5.92	5.06	-1.54	
6	Brasile	161	235	3.34	4.23	46.23	
7	Taiwan	92	86	1.91	1.54	-7.22	
8	Canada	81	68	1.68	1.23	-15.93	
9	Argentina	27	57	0.55	1.02	111.90	
10	Giappone	51	56	1.06	1.01	10.36	

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <i>Pelli e Pellame (HS 41)</i> - Da Gen a Dic 2006								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Dicembre			Quota %			Variazione %
		2004	2005	2006	2004	2005	2006	2006/2005
0	Mondo	3.619	3.626	3.876	100	100	100	6.88
1	Cina	890	947	1.035	24.6	26.12	26.71	9.3
2	Italia	550	584	606	15.21	16.1	15.63	3.77
3	USA	333	305	339	9.2	8.41	8.74	11.08
4	Brasile	226	237	282	6.25	6.54	7.28	19.02
5	India	261	250	280	7.21	6.89	7.23	12.14
6	Corea del Sud	241	206	197	6.65	5.69	5.09	-4.46
7	Argentina	131	131	143	3.63	3.6	3.68	9.4
8	Taiwan	110	107	120	3.05	2.94	3.09	12.5
9	Tailandia	119	129	117	3.29	3.56	3.01	-9.55
10	Pakistan	56	69	93	1.54	1.89	2.41	35.84

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di <i>Calzature (HS 64)</i> - Da Gen a Dic 2006							Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Dicembre		Quota %		Variazione %	
		2005	2006	2005	2006	2006/2005	
0	Mondo	542	608	100.00	100.00	12.26	
1	Hong Kong	231	254	42.57	41.72	10.04	
2	Corea del Sud	113	106	20.83	17.40	-6.22	
3	USA	34	51	6.36	8.42	48.65	
4	Vietnam	35	46	6.49	7.63	32.03	
5	Italia	26	37	4.87	6.07	39.88	
6	Taiwan	26	23	4.82	3.71	-13.59	
7	Indonesia	17	19	3.23	3.17	10.24	
8	Tailandia	14	17	2.50	2.76	24.24	
9	Giappone	13	16	2.34	2.65	27.32	
10	Germania	9	10	1.63	1.61	10.97	

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <i>Calzature (HS 64)</i> - Da Gen a Dic 2006								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Dicembre			Quota %			Variazione %
		2004	2005	2006	2004	2005	2006	2006/2005
0	Mondo	4.965	5.388	5.252	100	100	100	-2.52
1	Cina	4.591	4.960	4.793	92.47	92.06	91.27	-3.36
2	Italia	160	184	167	3.21	3.41	3.17	-9.36
3	Vietnam	43	46	60	0.86	0.86	1.15	31.1
4	USA	45	51	49	0.91	0.95	0.94	-3.24
5	Francia	6	7	43	0.11	0.13	0.82	529.4
6	Spagna	21	22	22	0.42	0.41	0.42	-0.74
7	Taiwan	16	20	21	0.33	0.37	0.4	4.02
8	Giappone	13	14	15	0.27	0.26	0.29	11.35
9	Indonesia	11	10	12	0.23	0.19	0.22	14.24
10	Germania	6	8	10	0.13	0.14	0.2	32.75

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di <i>articoli in Pelle (HS 42)</i> - Da Gen a Dic 2006							Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Dicembre		Quota %		Variazione %	
		2005	2006	2005	2006	2006/2005	
0	Mondo	253	357	100.00	100.00	41.04	
1	Hong Kong	153	211	60.36	59.21	38.37	
2	Corea del Sud	27	60	10.52	16.77	124.92	
3	Italia	15	23	5.86	6.32	52.08	
4	Giappone	10	11	3.79	3.20	19.25	
5	Francia	8	11	3.01	3.05	42.71	
6	Germania	3	6	1.12	1.71	115.83	
7	Regno Unito	0	5	0.14	1.44	1324.81	
8	Svizzera	3	5	1.31	1.42	52.63	
9	Turchia	1	4	0.55	1.05	171.53	
10	USA	13	3	4.99	0.94	-73.47	

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <i>articoli in Pelle (HS 42)</i> - Da Gen a Dic 2006								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Dicembre			Quota %			Variazione %
		2004	2005	2006	2004	2005	2006	2006/2005
0	Mondo	4.162	4.244	4.393	100	100	100	3.51
1	Cina	3.464	3.523	3.578	83.22	83	81.44	1.56
2	Francia	285	269	344	6.85	6.35	7.83	27.72
3	Italia	235	276	304	5.64	6.5	6.92	10.18
4	Spagna	61	52	43	1.47	1.22	0.97	-17.66
5	Giappone	35	30	29	0.83	0.71	0.66	-3.1
6	Germania	12	9	14	0.29	0.22	0.32	52.46
7	USA	19	19	13	0.45	0.44	0.29	-31.47
8	Svizzera	8	13	12	0.2	0.3	0.27	-8.01
9	Regno Unito	3	7	7	0.08	0.16	0.15	1.42
10	India	5	7	6	0.13	0.16	0.14	-11.66

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di <i>Cosmetici (HS 33 e 34)</i> - Da Gen a Dic 2006							Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Dicembre		Quota %		Variazione %	
		2005	2006	2005	2006	2006/2005	
0	Mondo	1.737	2.096	100.00	100.00	20.66	
1	Giappone	326	377	18.75	18.00	15.80	
2	Hong Kong	326	363	18.75	17.29	11.26	
3	USA	278	339	15.99	16.18	22.05	
4	Germania	97	148	5.57	7.05	52.55	
5	Francia	102	130	5.86	6.18	27.23	
6	Corea del Sud	84	109	4.86	5.19	28.71	
7	Taiwan	83	98	4.80	4.69	17.89	
8	Singapore	63	83	3.60	3.94	32.02	
9	Olanda	78	82	4.50	3.91	4.85	
10	Belgio	52	62	3.00	2.95	18.88	
13	Italy	22	30	1.24	1.44	39.49	

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <i>Cosmetici (HS 33 e 34)</i> - Da Gen a Dic 2006								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Dicembre			Quota %			Variazione %
		2004	2005	2006	2004	2005	2006	2006/2005
0	Mondo	1.545	1.566	1.677	100	100	100	7.13
1	Francia	272	291	351	17.6	18.58	20.95	20.81
2	Cina	349	329	333	22.57	21.03	19.82	0.99
3	USA	205	222	241	13.27	14.21	14.39	8.54
4	Giappone	223	229	224	14.42	14.63	13.36	-2.15
5	Germania	69	68	79	4.48	4.31	4.71	16.99
6	Regno Unito	63	64	61	4.07	4.08	3.64	-4.31
7	Italia	36	44	47	2.36	2.78	2.82	8.38
8	Malaysia	35	33	45	2.24	2.1	2.66	35.69
9	Svizzera	35	37	39	2.27	2.37	2.33	5.57
10	Singapore	49	43	39	3.16	2.73	2.3	-9.72

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di Gioielli (HS 7113 e 7117) - Da Gen a Dic 2006							Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Dicembre		Quota %		Variazione %	
		2005	2006	2005	2006	2006/2005	
0	Mondo	163	182	100.00	100.00	11.69	
1	Hong Kong	108	130	65.85	71.33	20.99	
2	Crea del Sud	32	24	19.32	12.95	-25.15	
3	Giappone	12	10	7.09	5.75	-9.48	
4	Svizzera	4	6	2.27	3.19	57.52	
5	Francia	2	3	1.21	1.83	68.26	
6	Italia	2	2	0.98	1.04	17.91	
7	Germania	0	1	0.26	0.80	246.36	
8	USA	2	1	0.94	0.73	-13.11	
9	Tailandia	1	1	0.63	0.72	26.54	
10	Turchia	0	1	0.23	0.30	46.24	

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di Gioielli (HS 7113 e 7117) - Da Gen a Dic 2006								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Dicembre			Quota %			Variazione %
		2004	2005	2006	2004	2005	2006	2006/2005
0	Mondo	2.151	2.532	2.902	100	100	100	14.59
1	Cina	994	1.415	1.611	46.22	55.87	55.51	13.85
2	Italia	288	287	293	13.37	11.32	10.09	2.05
3	USA	171	238	262	7.94	9.4	9.03	10.12
4	India	45	92	207	2.09	3.64	7.14	125.07
5	Francia	123	178	147	5.71	7.03	5.07	-17.26
6	Giappone	18	23	76	0.86	0.89	2.62	237.72
7	Svizzera	72	88	74	3.36	3.48	2.57	-15.47
8	Tailandia	28	26	28	1.32	1.04	0.97	7.31
9	Germania	28	28	27	1.29	1.12	0.93	-5.08
10	Regno Unito	25	18	25	1.18	0.72	0.87	38.05

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di *Prodotti Ottici (HS 900130, 40, e 50, 9003 e 9004)* - Da Gen a Dic 2006

Milioni di \$ USA

Classifica	Paese	Da Gennaio a Dicembre		Quota %		Variazione %
		2005	2006	2005	2006	2006/2005
0	Mondo	104	138	100.00	100.00	32.53
1	Hong Kong	60	89	57.54	64.66	48.94
2	Giappone	15	13	14.62	9.33	-15.38
3	Irlanda	6	6	5.98	4.60	1.89
4	Taiwan	4	5	3.42	3.61	40.00
5	Regno Unito	3	4	2.96	3.12	39.39
6	Italia	1	3	1.42	2.53	136.47
7	Germania	2	3	1.70	2.45	91.17
8	Brasile	4	3	3.38	2.27	-11.04
9	Corea del Sud	3	3	2.71	2.13	4.12
10	USA	2	3	2.21	1.99	18.92

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di *Prodotti Ottici (HS 900130, 40, e 50, 9003 e 9004)* - Da Gen a Dic 2006

Milioni di \$ USA

Classifica	Paese	Da Gennaio a Dicembre			Quota %			Variazione %
		2004	2005	2006	2004	2005	2006	2006/2005
0	Mondo	525	562	607	100	100	100	8.06
1	Cina	269	291	341	51.24	51.8	56.24	17.33
2	Italia	56	62	72	10.6	11.09	11.88	15.75
3	Giappone	44	46	42	8.47	8.15	6.88	-8.75
4	Francia	33	36	32	6.34	6.37	5.21	-11.74
5	Germania	28	27	28	5.31	4.84	4.6	2.69
6	USA	20	32	26	3.83	5.73	4.22	-20.57
7	Irlanda	12	10	15	2.35	1.87	2.47	42.88
8	Tailandia	7	9	10	1.24	1.58	1.6	9.4
9	Regno Unito	7	8	8	1.38	1.36	1.33	5.31
10	Corea del Sud	26	14	7	4.9	2.58	1.2	-49.56

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di *Montature per Occhiali (HS 9003)* - Da Gen a Dic 2006

Migliaia di \$ USA

Classifica	Paese	Da Gennaio a Dicembre		Quota %		Variazione %
		2005	2006	2005	2006	2006/2005
0	Mondo	42.540	50.234	100.00	100.00	18.09
1	Hong Kong	25.728	33.750	60.48	67.19	31.18
2	Giappone	10.409	7.653	24.47	15.23	-26.48
3	Taiwan	1.235	2.406	2.90	4.79	94.89
4	Italia	573	1.750	1.35	3.48	205.61
5	Germania	1.073	1.710	2.52	3.40	59.37
6	Corea del Sud	1.659	1.376	3.90	2.74	-17.01
7	Spagna	465	322	1.09	0.64	-30.72
8	Francia	326	306	0.77	0.61	-6.17
9	Svizzera	384	225	0.90	0.45	-41.30
10	Danimarca	298	206	0.70	0.41	-30.87

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di *Montature per Occhiali (HS 9003)* - Da Gen a Dic 2006

Migliaia di \$ USA

Classifica	Paese	Da Gennaio a Dicembre			Quota %			Variazione %
		2004	2005	2006	2004	2005	2006	2006/2005
0	Mondo	275.728	287.449	322.751	100	100	100	12.28
1	Cina	140.781	161.190	204.206	51.06	56.08	63.27	26.69
2	Giappone	29.470	31.045	28.499	10.69	10.8	8.83	-8.2
3	Italia	24.474	23.817	27.801	8.88	8.29	8.61	16.73
4	Francia	28.474	30.537	25.343	10.33	10.62	7.85	-17.01
5	Germania	23.253	21.661	20.952	8.43	7.54	6.49	-3.28
6	Austria	5.097	4.228	4.126	1.85	1.47	1.28	-2.42
7	USA	2.694	3.398	3.486	0.98	1.18	1.08	2.6
8	Corea del Sud	17.371	6.577	2.987	6.3	2.29	0.93	-54.58
9	Danimarca	357	755	1.253	0.13	0.26	0.39	66.05
10	Svizzera	1.013	1.138	788	0.37	0.4	0.24	-30.73

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di Occhiali da Sole (HS 900410) - Da Gen a Dic 2006

Migliaia di \$ USA

Classifica	Paese	Da Gennaio a Dicembre		Quota %		Variazione %
		2005	2006	2005	2006	2006/2005
0	Mondo	18.748	26.525	100.00	100.00	41.49
1	Hong Kong	13.913	20.532	74.21	77.40	47.57
2	Giappone	3.002	2.865	16.01	10.80	-4.59
3	Italia	711	1.558	3.79	5.87	119.19
4	Germania	341	663	1.82	2.50	94.26
5	USA	265	205	1.42	0.77	-22.61
6	Taiwan	132	164	0.70	0.62	24.45
7	Singapore	143	133	0.76	0.50	-7.18
8	Francia	77	95	0.41	0.36	23.53
9	Turchia	*0	61	0.00	0.23	60900.00
10	Regno Unito	3	58	0.01	0.22	2044.44

(*) Irrilevante

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di Occhiali da Sole (HS 900410) - Da Gen a Dic 2006

Migliaia di \$ USA

Classifica	Paese	Da Gennaio a Dicembre			Quota %			Variazione %
		2004	2005	2006	2004	2005	2006	2006/2005
0	Mondo	116.452	129.380	133.180	100	100	100	2.94
1	Cina	80.930	84.345	86.133	69.5	65.19	64.67	2.12
2	Italia	22.850	29.848	35.045	19.62	23.07	26.31	17.41
3	Giappone	2.479	4.867	4.604	2.13	3.76	3.46	-5.4
4	Francia	2.199	2.352	2.200	1.89	1.82	1.65	-6.46
5	USA	2.049	1.260	1.355	1.76	0.97	1.02	7.58
6	Taiwan	466	607	668	0.4	0.47	0.5	10.16
7	Austria	629	657	615	0.54	0.51	0.46	-6.47
8	Germania	640	594	517	0.55	0.46	0.39	-12.99
9	Svizzera	40	121	420	0.04	0.09	0.32	246.84
10	Corea del Sud	3.048	2.853	396	2.62	2.21	0.3	-86.12

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Principali Fiere 2007

Mese	Data	Settore	Città	Nome della Fiera	Sito Web
Apr.	1-6	Abbigliamento e tessile	Shanghai	ShanghaiTex	www.2456.com/shanghaitex2007/en/general/info1.asp?eid=3601&order=123
Apr.	3-4	Corsetteria	Hong Kong	Hong Kong Mode Lingerie	www.hongkong-mode-lingerie.com/
Apr.	12-14	Abbigliamento	Guangzhou	Asian Purchasing Conference for Children's Clothing 2007	www.gzbqzl.com/
Apr.	12-15	Abbigliamento e accessori	Hong Kong	China Sourcing Fair - Fashion Accessories	www.globalsources.com/TRADESHOW/HONGKONG-FASHION.HTM
Apr.	12-15	Intimo mare e corsetteria	Hong Kong	China Sourcing Fair - Underwear & Swimwear	www.tradeshow.globalsources.com/TRADESHOW/HONGKONG-UNDERWEAR-SWIMWEAR.HTM
Apr.	13-15	Abbigliamento	Shenzhen	Shenzhen International Brand Underwear Fair	www.siu.cn/zhjs/index.asp
Apr.	17-19	Tessile	Shanghai	The 7th China International Dye Industry, Pigments Textile Chemicals Exhibition	www.chinainterdy.com/
Apr.	18-20	Calzature	Dongguan	2007 Dongguan China Shoes & China Shoetec (Spring)	www.chinashoesexpo.com
Apr.	25-28	Gioielleria e Orologeria	Shenzhen	China Watch Jewellery & Gift Fair	www.szwatchfair.com
Mag.	10-12	Cosmetica	Shanghai	2007 12th China Beauty Expo	www.chinabeautyexpo.com
Mag.	23-25	Pelletteria	Shanghai	China (Shanghai) International Import and Export Trading Exhibition for Fur and Leather Garments	www.shqjupi.cn/
Mag.	23-25	Borse	Shanghai	4th China (Shanghai) International Cases & Bags And Accessories Exhibition	www.cshbox.com/english.asp
Mag.-Giu.	30-2	Calzature	Guangzhou	The 17th International Exhibition on Shoes & Leather Industry	www.toprepute.com.cn/
Giu.	1-4	Tessile	Shanghai	The 13th International Exhibition on Textile Industry	www.shanghaitex.cn/
Giu.	15-18	Gioielleria	Guangzhou	China International Gold, Jewellery & Gem Fair - Guangzhou	http://exhibitions.jewellerynetasia.com/exhibitions/default.asp?siteid=16&lang=1
Giu.	21-23	Tessuto	Guangzhou	The 7th China (Guangzhou) International Exhibition for Fabric & Accessories	www.cantonfabric.com.cn/
Giu.	21-24	Gioielleria	Hong Kong	June Hong Kong Jewellery & Watch Fair 2007	http://exhibitions.jewellerynetasia.com/exhibitions/default.asp?siteid=4&lang=1
Giu.	21-24	Gioielleria	Hong Kong	Asia's Fashion Jewellery & Accessories Fair	http://exhibitions.jewellerynetasia.com/exhibitions/default.asp?p=&lang=1&secid=25&subid=76&siteid=3
Giu.	26-28	Cosmetica	Hong Kong	Hong Kong International Beauty Trade Expo 2007	www.iteco.com.hk/en/info01.htm
Giu.	26-28	Abbigliamento	Shanghai	China (Shanghai) International Fashion Production (OEM) Exhibition	www.ctfe.com.cn/main.php
Lug.	10-13	Abbigliamento e accessori	Hong Kong	Hong Kong Fashion Week for S/S 2007	www.hkfashionweekss.com
Lug.	12-14	Abbigliamento e accessori	Shenzhen	7th China (Shenzhen) Int'l Brand Clothing & Accessories Fair	http://fair.szic.cn/enInfo/infoSummary.asp
Lug.	19-22	Gioielleria	Beijing	8th Beijing International Jewellery Fair	www.newwayfairs.com/bij/index.htm

Calendario delle Attività I.C.E. 2007

Mese	Data	Iniziativa	Luogo	Settore	Descrizione
Marzo	6/10	Hong Kong International Jewelry Show	Hong Kong	Gioielleria	Partecipazione collettiva
Marzo	7/9	SpinExpo	Shanghai	Tessile	Partecipazione collettiva
Marzo	08/10	SIOF	Shanghai	Occhialeria	Sistema Italia in Fiera
Marzo	14/17	ISPO China	Pechino	Articoli Sportivi	Partecipazione collettiva
Marzo	15	Conferenza stampa	Pechino	Tessili/ Abbigliamento	Presentazione delle attività di promozione del settore Moda in programma per il mese di marzo 2007
Marzo	15	Il gioco del tessile	Pechino	Tessile	Mostra organizzata in collaborazione con l'Accademia delle Belle Arti di Brera" per la promozione del tessile italiano
Marzo	18/20	CHIC Men-Casual-Accessories	Pechino	Abbigliamento	Partecipazione collettiva
Marzo	22	Made in Italy alla Beijing Fashion Week	Pechino	Abbigliamento	Sfilata di stilisti italiani alla Fashion Week di Pechino
Marzo	22/24	Intertextile	Pechino	Tessuti abbigliamento	Partecipazione collettiva
Marzo	23	Seminario tendenze moda	Pechino	Tessuti abbigliamento	Seminario di presentazione delle tendenze moda nel settore dei tessuti per abbigliamento per la stagione P/E 2008
Marzo	24/26	CHIC Women-kids-Accessories	Pechino	Abbigliamento	Partecipazione collettiva
Marzo	30 marzo/1 aprile	Shoes China	Shanghai	Calzature	Partecipazione collettiva

Uffici I.C.E. in Cina

Beijing

Italian Trade Commission
38/F Unit 02 Jing Guang Centre
Chao Yang, Hu Jia Lou
100020 Beijing
P.R. China
Tel: 8610-65973797
Fax: 8610-65973092
e-mail: pechino@pechino.ice.it
www.ice.gov.it/estero2/pechino

Chengdu

Italian Institute for Foreign Trade
22/F Unit 05 Chengdu Foreign Trade Centre
West Yulong Street, 210
610015 Chengdu, Sichuan
P.R. China
Tel: 8628-6626506 / 6628973
Fax: 8628-6510130
e-mail: icecd@public.cd.sc.cn
www.ice.gov.it/estero2/pechino

Guangzhou

Italian Trade Commission – Guangzhou Office
Rm. 6502 Citic Plaza
233 Tian He Bei Road
510613 Guangzhou
P.R. China
Tel: 8620-22648800
Fax: 8620-22645881
e-mail: canton.canton@ice.it
www.ice.gov.it/estero2/canton

Hong Kong

Italian Trade Commission
Suite 4001 Central Plaza
18 Harbour Road
Wanchai
Hong Kong
Tel: 852-28466500
Fax: 852-28684779
e-mail: hongkong@hongkong.ice.it
www.ice.gov.it/estero2/hongkong

Nanjing

Italian Institute for Foreign Trade
Rm. 1558 World Trade Centre – Jinling Hotel
N. 2, Hangzhou Road
Nanjing 210005
P.R. China
Tel: 8625-4700558 / 4700559 / 47118888
Fax: 8625-4715737
www.ice.gov.it/estero2/shanghai

Shanghai

Italian Institute for Foreign Trade
Rm. 1901-1906, 1911B The Center
989 Changle Road
Shanghai 200031 Shanghai
P.R. China
Tel: 8621-62488600 / 62480081 / 62480843
Fax: 8621-62482169
e-mail: shanghai@shanghai.ice.it
www.ice.gov.it/estero2/shanghai

Realizzato da Istituto nazionale per il Commercio Estero (I.C.E.) Hong Kong

www.ice.gov.it/estero2/hongkong

e

Ketchum Hong Kong

www.ketchum.com

Tutti i materiali, i dati e le informazioni pubblicati all'interno della newsletter sono da intendersi "no copyright", nel senso che possono essere riprodotti, modificati, distribuiti, trasmessi, ripubblicati o in altro modo utilizzati, in tutto o in parte, senza il preventivo consenso dell'ICE a condizione che tali utilizzazioni avvengano per finalità comunque non commerciali (a meno della pubblicazione su testate giornalistiche) e che sia citata la fonte.