

Sommario

La 9° edizione della fiera internazionale della calzatura di Jinjiang attrae visitatori da tutto il mondo ...1

La Cina offre buone prospettive per la vendita al dettaglio delle calzature ...1

Una ricerca rivela la posizione dei cinesi nei confronti del consumo di beni di lusso ...2

Il nuovo potere d'acquisto dei cinesi continua a stimolare il mercato dei beni di lusso in Cina ...2

La Cina diventa base produttiva per merci di alta qualità ...3

Dopo 27 mesi apre a Wuxi il più grande centro commerciale del mondo per i tessuti e l'abbigliamento ...3

La maggior parte delle "Marche Internazionali" presenti in Cina sono in realtà "Prodotte in Cina" ...4

A Shenzhen si è tenuta a marzo la fiera internazionale del gioiello "China International Gold, Jewellery & Gem Fair" ...4

Hong Kong inaugura il suo primo centro per il commercio degli accessori preziosi ...5

AGGIORNAMENTO SUI MARCHI

Sfarzosa inaugurazione di Gucci a Shenzhen ...5

Vintage 55 debutta a Hong Kong ...5

Aprire il primo flagship store di Goyard a Hong Kong ...6

Sull'onda del successo del suo primo negozio, Fedon apre un secondo punto vendita a Hong Kong ...6

Aprire il primo negozio iBlues di Hong Kong ...6

Elena Miro approda a Shenzhen ...7

Tesiro approda a Shanghai ...7

Bonpoint porta a Hong Kong abbigliamento per bambini di alta qualità ...7

See-by-Chloe inaugura il suo nuovo negozio a Central ...8

Puma apre il suo Concept Shop ...8

Mammut arriva a Hong Kong ...8

La boutique Joyce espande le proprie attività in Cina ...8

Statistiche ... da 9 a 22

Principali Fiere 2007 ...23

Calendario delle Attività I.C.E. 2007 ...24

Uffici I.C.E. in Cina ...25

Moda

中國

NOTIZIE dalla CINA, HONG KONG e MACAU

Tessile | Moda | Calzature | Gioielli | Accessori | Cosmetici

La 9° edizione della fiera internazionale della calzatura di Jinjiang attrae visitatori da tutto il mondo



Molte aziende internazionali provenienti da 16 paesi, tra cui Italia, USA e Giappone, hanno preso parte all'evento oltre a espositori locali, presentando calzature, materiali, e altri articoli affini. In totale, oltre a 1.500 stand hanno occupato una superficie di 40.000mq.

Per rafforzare i rapporti tra Italia e Cina, è stato organizzato un padiglione speciale intitolato "Italian New Shoes Trend", dove sono stati ospitati 6 stilisti italiani dell'Unione Stilisti

Delle Marche che hanno presentato circa 1.000 nuovi modelli di calzature e gli ultimi materiali usati dall'industria calzaturiera in Europa.

Jinjiang è il centro della calzatura in Cina, con una produzione annuale di oltre 900 milioni di paia e un valore di RMB\$20 miliardi (€2 miliardi). Solo nel 2006, Jinjiang ha esportato in paesi europei come l'Italia 18.197 partite, vale a dire 102,35 milioni di paia di scarpe.

La 9° edizione della fiera internazionale della calzatura di Jinjiang, promossa dal governo provinciale di Fujian, dal China Council for the Promotion of International Trade e dal China National Light Industry Council, si è svolta dal 19 al 22 aprile 2007 presso il Jinjiang SM International Exhibition Centre.

La Cina offre buone prospettive per la vendita al dettaglio delle calzature

Aspettandosi che la crescita dell'economia cinese nel 2007 supererà la quota dell'8% prevista dal Premier Wen Jiabao, gli analisti di mercato condividono un sentimento positivo rispetto all'andamento delle vendite al dettaglio nel paese.

Si ritiene che i consumatori cinesi si stanno avviando verso gli standard dei paesi sviluppati per quanto riguarda il numero di scarpe che acquistano.

Anche se nel 2005 l'acquisto pro-capite in Cina è stato di 1,6 paia soltanto, molto inferiore a 3,1 paia del Giappone, e 7,4 paia degli USA, il monitoraggio dei dati suggerisce che il mercato delle calzature in Cina crescerà di circa il 57% e toccherà RMB\$12 miliardi (€1,2 miliardi) entro il 2010. Secondo le stime di UBS ogni individuo in Cina acquisterà in media 2,2 paia di scarpe nel 2010.





In vista di questo boom del mercato, Nike e Adidas-Salomon hanno già in programma quest'anno di aprire in media 1,5 negozi al giorno in Cina.

Anche i produttori locali stanno puntando sulla vendita

al dettaglio. Ad esempio, Prime Success, un'azienda produttrice di Taiwan che aveva avviato la propria espansione in Cina, ha creato con successo un suo marchio di scarpe da donna, Daphne, aprendo circa 400 punti vendita in Cina negli ultimi tre anni.

Una ricerca rivela la posizione dei cinesi nei confronti del consumo di beni di lusso

Circa 160 milioni di cinesi, la maggior parte di cui personaggi mondani, professionisti e imprenditori di età compresa tra 25 e 50 anni, spendono ogni anno più di 2 miliardi di dollari americani (circa €1,468 miliardi) per acquistare beni di lusso, anche se essi costituiscono solo il 13% della popolazione totale.

Secondo una ricerca locale, il 36,8% degli intervistati attribuisce molta importanza alla bellezza e allo stile innovativo degli articoli di lusso, mentre il 35% cerca la qualità, il 34,8% sottolinea l'importanza del valore, il 28% guarda al prestigio del marchio, il 23,2% pone l'accento sul luogo d'origine e il 23,2 apprezza l'immagine del marchio.

La ricerca rivela anche che alcuni elementi di preoccupazione ostacolano il normale sviluppo del mercato. Tra essi, l'autenticità dei prodotti è al primo posto – il 56,2% afferma di essere preoccupato per il rischio di acquistare prodotti falsi di bassa qualità, mentre il 48,4% teme le copie.

Il Dr. Li Jihai, che rappresenta un'associazione di designer di Guangzhou e un gruppo di aziende del settore moda della Cina meridionale, è dell'avviso che ora i consumatori cinesi possiedono una migliore conoscenza dei beni di



lusso e quindi sono in grado di apprezzarne il valore intrinseco, come ad esempio il design originale, i materiali e la lavorazione semi-artigianale di un articolo di lusso. Dopo aver ammesso che il fenomeno della contraffazione è rampante in Cina, il Dr. Li consiglia ai consumatori di fare acquisti solo nei negozi autorizzati alla rivendita o nelle boutique delle varie marche.

Il nuovo potere d'acquisto dei cinesi continua a stimolare il mercato dei beni di lusso in Cina

Secondo Worth Global Style Network Ltd (WGSN), un istituto di ricerca di Londra specializzato nel settore della moda, la creazione di ricchezza nella zona costiera ed orientale della Cina, ha dato vita ad una nuova classe media con alto potere d'acquisto che ama esibire articoli firmati pur rimanendo cauta nei confronti del valore delle marche che hanno una vera notorietà internazionale.

Dopo aver sottolineato che nel 2006 il reddito pro capite nelle zone urbane della Cina è stato in media di RMB\$11.759 (circa €1.175) e di RMB\$20.000 (circa €2.000) a Shanghai, WGSN consiglia alle aziende di aumentare gli sforzi per attrarre l'alto numero di consumatori che non fanno molti acquisti e hanno bisogno di essere guidati nelle

loro scelte per poter apprezzare veramente la qualità di un marchio.

A questo proposito, David Kurtz, il manager di WGSN in Cina, suggerisce alle aziende di cercare delle nuove strade per fare promozione invece che puntare soltanto sulle riviste di moda, in quanto esse hanno generalmente una circolazione limitata. Trapani di Bulgari suggerisce anche che, per avere successo in Cina, è necessario adottare strategie aggressive di marketing, ed è questo il motivo per cui le grandi aziende hanno un vantaggio rispetto alle aziende artigianali italiane. La spesa necessaria per aprire negozi e formare il personale di vendita è anche molto alta, data la crescente presenza di firme internazionali e la maggiore concorrenza che si è creata in Cina.



Ad esempio, Ermenegildo Zegna, che è stato il primo marchio italiano del settore lusso ad entrare in Cina, vi ha aperto 52 negozi dal 1992; Gucci ha 8 negozi in attivo nel

paese mentre Versace ne ha 5 e ha in programma di aprirne altri 10 nel 2007. Bulgari ha 4 gioiellerie in Cina, anche se nessuna di esse ha finora realizzato profitti.

La Cina diventa base produttiva per merci di alta qualità'



Secondo Ouyang Kun, che parla a nome della World Luxury Association (China), l'esplosione della domanda di beni di lusso nella regione Asia-Pacifico, in particolare la crescita del 15% annuo della domanda cinese e la saturazione del segmento alto di mercati tradizionali, quali ad esempio

l'Europa, hanno spinto molti produttori internazionali di beni di lusso a spostare la produzione in Cina, dove sia il costo della manodopera che quello del trasporto sono più bassi.

Nonostante molte grandi firme del settore lusso affermino che tutti i loro articoli sono prodotti in Europa, Ouyang rivela che in realtà il 60% di essi sono fabbricati in Cina, specialmente nelle province di Zhejiang e Guangdong, dove già esistono molti produttori locali di articoli di moda e abbigliamento. Tuttavia, va detto che tali prodotti sono venduti principalmente in Cina e in Giappone, piuttosto che sul mercato internazionale.

Sia l'azienda italiana Furla che il gruppo francese Louis Vuitton respingono l'accusa. Faye Yang di Furla aggiunge che l'azienda ha preso in considerazione l'ipotesi di produrre in Cina ma che si tratta ancora di una fase sperimentale.

Un portavoce dell'azienda di articoli sportivi Lotto afferma che la società si aspetta che le vendite in Cina costituiranno il 5% delle vendite totali entro i prossimi due anni.

Dopo 27 mesi apre a Wuxi il più grande centro commerciale del mondo per i tessuti e l'abbigliamento

Dopo 27 mesi di costruzione, il New World Group di Shenzhen ha finalmente inaugurato il 28 marzo 2007 quello che si dice essere il più grande emporio del mondo per i tessuti e la moda – l'International Textile and Fashion Mega Mall (ITFM) di Wuxi. Il centro è stato inaugurato con una grande sfilata di moda e una mostra di tessuti italiani per la primavera/estate.

Il centro, che è situato a Wuxi – un polo tessile cinese vicino alla regione in rapida espansione del delta del fiume Yangtze, si estende su una superficie di 650.000mq e ha un'area totale di 1.300.000mq, di cui 580.000mq dedicati all'abbigliamento, 390.000mq ai tessuti e 380.000mq ai servizi di supporto (tra cui un'ampia area espositiva, un centro affari collegato a internet, un centro per il controllo qualità e due hotel). ITFM ospita più di 600 aziende del settore tessile e moda, provenienti da paesi come



Italia, Giappone e Francia oltre a 3.000 aziende nazionali, e ci si aspetta che i suoi servizi integrati per la vendita all'ingrosso offriranno un'interessante opportunità per le aziende internazionali.

La maggior parte delle “Marche Internazionali” presenti in Cina sono in realta’ “Prodotte in Cina”



Sfruttando la preferenza dei consumatori cinesi per prodotti stranieri, le marche che presentano un prefisso o suffisso come Boss, Valentino, Pierre Cardin, ecc.

hanno raggiunto notevole popolarita’ in Cina, anche se esse non sono in alcuno modo legate a queste firme famose.

I marchi “clonati” sono in realta’ marchi cinesi che cercano

di apparire piu’ prestigiosi usando un nome simile a quello di una griffe famosa, o registrando il marchio in paesi come l’Italia e la Francia. Il loro successo, ad esempio quello del marchio Caesar, un marchio “italiano” di abbigliamento di lusso prodotto a Wenzhou City ed estremamente popolare, ha creato nuove opportunita’ per le aziende cinesi – ora nelle province di Jiangsu e Zhejiang operano societa’ che si occupano della registrazione di marchi, se ne contano almeno 100, in Italia e in Francia e della vendita di tali marchi a produttori di abbigliamento cinesi.

A Shenzhen si é tenuta a marzo la fiera internazionale del gioiello “China International Gold, Jewellery & Gem Fair”

Organizzata da CMP China, China Gold Association e China International Exhibition Center Group Corp., la quinta edizione della fiera China International Gold, Jewellery & Gem Fair si é svolta a Shenzhen presso il Shenzhen Convention & Exhibition Center dall’1 al 4 marzo 2007.

383 espositori provenienti da 17 paesi tra cui Italia, Belgio, India, Israele, e Turchia hanno presentato una vasta gamma di gioielli all’interno dello spazio espositivo della fiera di 25.000mq., che quest’anno é stata visitata da 7.382 operatori del settore, di cui 2.000 venivano da paesi stranieri.

Oltre ad organizzare una serie di seminari su temi come gli accessori da sposa d’oro in stile cinese, le ultime tendenze del design, il mercato delle pietre preziose, gli organizzatori hanno offerto visite guidate a 4 stabilimenti per la produzione orafa di Shenzhen per far capire agli operatori stranieri la realta’ produttiva di Shenzhen, che é attualmente il centro dell’oreficeria cinese, sia per la produzione che per la vendita all’ingrosso: il 70% del mercato all’ingrosso della regione di Guangdong é concentrato a Shenzhen, e vi operano il 90% delle aziende orafe di Guangdong.



Hong Kong inaugura il suo primo centro per il commercio degli accessori preziosi

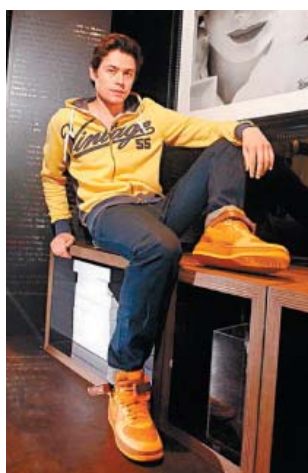


Allo scopo di offrire ai consumatori l'opportunità di acquistare in un solo centro accessori preziosi e gemme di alta qualità, la Hong Kong Gemstone Manufacturers' Association ha aperto il 9 marzo 2007 il primo centro per il commercio all'ingrosso e al dettaglio – dal nome "Hong Kong Gemstone, Pearl & Jewellery Exchange Center" – presso Hung Hom Square a Kowloon. Con l'adesione di oltre cento gioiellerie della Cina, di Hong Kong, Taiwan e India, l'associazione spera che il centro diventi una tappa d'obbligo per i turisti e che il giro d'affari cresca del 10% nel 2007.

Aggiornamento sui marchi

Sfarzosa inaugurazione di Gucci a Shenzhen

Il 24 marzo 2007 Gucci ha inaugurato un negozio di tre piani, con una superficie di 6096mq, all'interno del centro commerciale Value Mall di Shenzhen, che già ospita una grande varietà di marche di fascia alta. Il nuovo flagship store è il secondo negozio più grande di Gucci nella regione Asia-Pacifico e l'undicesimo negozio per dimensioni in Cina. Dopo aver sottolineato l'alto potere d'acquisto dei consumatori a Shenzhen, Mimi Tang, direttore generale del Gruppo Gucci nella regione Asia-Pacifico, rivela che tra giugno e settembre 2007 il marchio continuerà ad espandere la sua presenza in Cina aprendo due nuovi negozi a Pechino, uno dei quali avrà una superficie di 4267mq.



Vintage 55 debutta a Hong Kong

Vintage 55, un marchio italiano di abbigliamento casual fondato da Marco Samo e Davide De Giglio nel 1999, ha aperto il suo primo flagship store di Hong Kong all'interno di Harbour City, un centro commerciale di punta della città.

La marca viene venduta anche in altri noti magazzini del mondo tra cui: Colette a Parigi, Harvey Nichols e Harrods a Londra, Bergdorf Goodman e Saks a New York, e Isetan a Tokyo.

Aprire il primo flagship store di Goyard a Hong Kong

Il marchio di valigeria francese Goyard, inizialmente introdotto a Hong Kong da Harvey Nichols nel 2005, ha inaugurato il 12 aprile 2007 un negozio di 600 piedi quadrati all'interno della zona commerciale dell'hotel Peninsula, noto come il più lussuoso e classico hotel della città. Il negozio, progettato dal designer francese David Thomas, è l'ottavo concept store di Goyard nel mondo e il suo terzo in Asia.



Sull'onda del successo del suo primo negozio, Fedon apre un secondo punto vendita a Hong Kong

Incoraggiato dal successo riscosso dal suo primo negozio in Asia, inaugurato all'inizio del 2007 presso l'aeroporto internazionale di Hong Kong, "Giorgio Fedon 1919", una società italiana quotata sulla borsa di Parigi e specializzata nella vendita al dettaglio di accessori in pelle, si sta preparando ad espandere ulteriormente la propria presenza a Hong Kong con l'apertura di una nuova boutique.

Secondo Alberto Agostinacchio, manager di Fedon Far East, Hong Kong è una piazza interessante per i marchi del segmento lusso per tre ragioni: in primo luogo i suoi

consumatori sono sofisticati e alla ricerca della qualità; in secondo luogo essa offre un contesto ideale per gli affari, con bassa tassazione ed un governo efficiente; terzo motivo, offre un facile accesso a mercati in forte crescita come la Cina, il Giappone, e l'Australia. Fedon ritiene anche che il rafforzamento delle operazioni commerciali a Hong Kong sarà utile allo stabilimento che produce occhiali a Shenzhen, attualmente il più grande produttore di custodie per occhiali del mondo, con circa 18 milioni di porta-occhiali all'anno.



Aprire il primo negozio iBlues di Hong Kong

A seguito della ri-apertura del suo negozio nel centro commerciale Harbour City di Hong Kong, iBlues, una firma di tendenza di proprietà del famoso gruppo italiano MaxMara, ha inaugurato il suo primo negozio presso The Landmark, uno dei centri commerciali più prestigiosi della città.



Elena Miro approda a Shenzhen

La griffe italiana di abbigliamento da donna Elena Miro ha recentemente fatto il suo ingresso in Cina con l'inaugurazione nel 2007 di un negozio al terzo piano di Kingglory Plaza, una destinazione popolare tra i consumatori a caccia di articoli di tendenza. Usando esclusivamente tessuti italiani, la nota griffe é specializzata in grandi taglie e produce tre linee: per tutti i giorni, casual ed elegante.

Tesiro approda a Shanghai

Tesiro, la società belga specializzata nel commercio di diamanti, ha speso RMB\$400 milioni (circa €40 milioni) per aprire a marzo del 2007 due grandi gioiellerie a Shanghai – un flagship store di 1.000mq situato a Huaihai Zhong Road e un negozio finalizzato a far conoscere i diamanti al pubblico, il primo nel suo genere in Cina, situato nella zona pedonale di Nanjing Road.



Bonpoint porta a Hong Kong abbigliamento per bambini di alta qualità



Dopo avere notato a Hong Kong una carenza di marche di qualità nel settore dell'abbigliamento per bambini, il 15 marzo 2007 Yasmin Rahimi ha colmato il vuoto aprendo un negozio in franchising del marchio francese Bonpoint presso il Prince's Building, uno dei centri commerciali più esclusivi di Hong Kong. All'interno del negozio la signora Rahimi vende un'ampia gamma di articoli Bonpoint, tra cui prodotti e set da regalo per neonati, abbigliamento e scarpe per bambini, accessori e giocattoli.

Bonpoint, un marchio famoso e amato dalle celebrità di tutto il mondo, usa solo i migliori materiali per i propri prodotti, come cashmere lavorato in Italia e maglieria fatta a mano in India. Per offrire una più ampia scelta ai consumatori, dalla prossima stagione, alla sua linea di maggiore successo, Liberty Prints, verranno aggiunte calzature realizzate dall'italiana Tod's.

See-by-Chloe inaugura il suo nuovo negozio a Central

Dopo avere ottenuto la licenza da See-by-Chloe, la linea giovane e casual del marchio francese Chloe, Sistrymoon, un noto negozio di abbigliamento di Hong Kong, ha

aperto in città la prima boutique See-by-Chloe a marzo del 2007 nel quartiere Central, la più prestigiosa destinazione per lo shopping.

Puma apre il suo Concept Shop

L'azienda tedesca specializzata in articoli per lo sport e il tempo libero, Puma, ha aperto il suo primo concept shop cinese, che è anche il suo secondo concept store nel mondo, presso un centro commerciale di Pechino, The Place Mall, il giorno 2 marzo 2007. A partire dall'arredamento originale fino ad arrivare agli articoli in vendita, il negozio di 185mq. intende presentare in un ambiente rilassato gli ultimi modelli di Puma e rinforzare l'immagine di creatività ed energia che contraddistingue il marchio.



Mammut arriva a Hong Kong

Dopo essere entrato sul mercato giapponese e sud-coreano, Mammut, il marchio svizzero che è uno dei primi 5 produttori di articoli sportivi del mondo, ha aperto il suo terzo negozio dell'Asia a Hong Kong, a Hollywood Plaza, il 18 marzo 2007.

Ritenendo che il suo ingresso a Hong Kong possa servire da esempio anche per altri, l'azienda ha mandato i suoi addetti alle vendite a fare un tirocinio in Svizzera, e ha anche provveduto a mettere a disposizione dei suoi clienti chiare istruzioni in Cinese per tutti i suoi prodotti in modo da facilitarne l'uso.

Rivelando che il marchio ha dato più spazio alla sua linea per l'estate in risposta al riscaldamento del pianeta, il responsabile di Mammut a Hong Kong, Sig. Ho, sottolinea che il marchio si è diversificato dopo che l'azienda ha acquisito altri famosi marchi svizzeri come Raichle e Toko nel 2003.

La boutique Joyce espande le proprie attività in Cina

La prestigiosa casa di moda Joyce ha appena completato due piani di espansione in Cina e Hong Kong ad aprile del 2007 - l'apertura della sua prima boutique a Shanghai il 20 aprile 2007; si tratta di uno spazio vendita di 8.000 piedi

quadrati presso il celebre centro commerciale Plaza 66. A Hong Kong Joyce ha ampliato la sua famosa boutique che ora si estende su 28.000 piedi quadrati.

Statistiche

Cina - Importazioni <i>Tessili - Filati & Tessuti (HS da 50 a 60)</i> - Gen 2007							Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Gennaio		Quota %			Variazione %
		2006	2007	2006	2007	2007/2006	
0	Mondo	1.512.468	1.697.650	100.00	100.00	12.24	
1	Taiwan	195.715	259.035	12.94	15.26	32.35	
2	Giappone	203.093	258.986	13.43	15.26	27.52	
3	Cina	152.844	239.104	10.11	14.08	56.44	
4	Corea del Sud	153.748	197.599	10.17	11.64	28.52	
5	Australia	98.343	114.188	6.50	6.73	16.11	
6	USA	141.950	91.815	9.39	5.41	-35.32	
7	Hong Kong	69.338	82.817	4.58	4.88	19.44	
8	India	68.511	80.503	4.53	4.74	17.50	
9	Pakistan	52.496	61.956	3.47	3.65	18.02	
10	Uzbekistan	57.370	38.449	3.79	2.26	-32.98	
11	Italia	16.126	29.781	1.07	1.75	84.68	

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni <i>Tessili - Filati & Tessuti (HS da 50 a 60)</i> - Gen 2007								Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Gennaio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	913.980	848.332	961.518	100	100	100	13.34
1	Cina	509.584	502.643	562.964	55.75	59.25	58.55	12
2	Taiwan	117.758	99.896	106.264	12.88	11.78	11.05	6.37
3	Corea del Sud	61.377	41.694	59.107	6.72	4.92	6.15	41.76
4	Pakistan	40.483	42.006	43.701	4.43	4.95	4.55	4.03
5	Italia	37.645	33.679	41.801	4.12	3.97	4.35	24.12
6	Giappone	45.854	33.989	35.544	5.02	4.01	3.7	4.58
7	USA	24.800	18.910	29.124	2.71	2.23	3.03	54.02
8	India	11.727	14.766	17.681	1.28	1.74	1.84	19.74
9	Tailandia	12.502	9.374	11.358	1.37	1.11	1.18	21.17
10	Indonesia	10.077	7.395	7.720	1.1	0.87	0.8	4.4

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di Abbigliamento (HS 61 e 62) - Gen 2007							Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Gennaio		Quota %		Variazione %	
		2006	2007	2006	2007	2007/2006	
0	Mondo	104.769	133.010	100.00	100.00	26.96	
1	Hong Kong	45.439	44.906	43.37	33.76	-1.17	
2	Italia	9.343	14.150	8.92	10.64	51.44	
3	Macao	10.908	13.883	10.41	10.44	27.27	
4	Cina	6.851	13.120	6.54	9.86	91.50	
5	Corea del Sud	7.581	9.668	7.24	7.27	27.53	
6	Giappone	7.292	8.884	6.96	6.68	21.83	
7	Corea del Nord	4.165	5.436	3.98	4.09	30.54	
8	Turchia	846	2.294	0.81	1.72	171.10	
9	Taiwan	1.514	2.139	1.44	1.61	41.32	
10	Tailandia	854	1.778	0.82	1.34	108.11	

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di Abbigliamento (HS 61 e 62) - Gen 2007								Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Gennaio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	1.568.643	1.541.455	1.531.910	100	100	100	-0.62
1	Cina	1.463.580	1.432.161	1.417.216	93.3	92.91	92.51	-1.04
2	Italia	28.124	31.383	34.136	1.79	2.04	2.23	8.77
3	Francia	8.587	12.062	11.657	0.55	0.78	0.76	-3.36
4	Giappone	10.908	12.394	11.123	0.7	0.8	0.73	-10.26
5	Macao	9.374	16.094	10.750	0.6	1.04	0.7	-33.21
6	Turchia	1.334	1.503	4.189	0.09	0.1	0.27	178.68
7	India	1.217	2.584	3.577	0.08	0.17	0.23	38.44
8	Regno Unito	6.259	3.473	3.123	0.4	0.23	0.2	-10.06
9	USA	3.289	3.182	2.956	0.21	0.21	0.19	-7.12
10	Taiwan	2.517	2.088	2.862	0.16	0.14	0.19	37.04

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di <i>Maglieria (HS 61)</i> - Gen 2007							Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Gennaio		Quota %		Variazione %	
		2006	2007	2006	2007	2007/2006	
0	Mondo	43.565	57.601	100.00	100.00	32.22	
1	Hong Kong	21.110	22.578	48.46	39.20	6.95	
2	Macao	6.274	7.991	14.40	13.87	27.37	
3	Italia	3.546	5.650	8.14	9.81	59.31	
4	Cina	3.006	5.362	6.90	9.31	78.36	
5	Corea del Sud	2.680	3.610	6.15	6.27	34.69	
6	Giappone	1.179	1.907	2.71	3.31	61.73	
7	Tailandia	584	1.416	1.34	2.46	142.40	
8	Australia	130	1.206	0.30	2.09	830.17	
9	Taiwan	829	1.045	1.90	1.81	26.01	
10	Turchia	318	768	0.73	1.33	141.59	

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <i>Maglieria (HS 61)</i> - Gen 2007								Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Gennaio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	787.205	765.170	759.333	100	100	100	-0.76
1	Cina	731.180	712.496	704.668	92.88	93.12	92.8	-1.1
2	Italia	12.506	12.027	13.409	1.59	1.57	1.77	11.49
3	Giappone	6.274	5.563	7.489	0.8	0.73	0.99	34.61
4	Macao	5.827	11.283	6.927	0.74	1.48	0.91	-38.61
5	Francia	2.586	5.624	5.394	0.33	0.74	0.71	-4.09
6	Turchia	700	771	1.985	0.09	0.1	0.26	157.35
7	Portogallo	708	710	1.723	0.09	0.09	0.23	142.59
8	India	451	662	1.533	0.06	0.09	0.2	131.52
9	Taiwan	1.007	1.455	1.517	0.13	0.19	0.2	4.22
10	USA	1.674	1.132	1.278	0.21	0.15	0.17	12.85

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di **Abbigliamento Maschile (HS 6101,6103,6105,6107,6201,6203,6205,6207)** - Gen 2007

Migliaia di \$ USA

Classifica	Paese	Gennaio		Quota %		Variazione %
		2006	2007	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	29.688	41.301	100.00	100.00	39.12
1	Hong Kong	12.994	16.054	43.77	38.87	23.55
2	Italia	3.863	4.876	13.01	11.81	26.25
3	Cina	1.444	4.029	4.86	9.75	179.03
4	Corea del Sud	2.711	3.593	9.13	8.70	32.52
5	Macao	2.684	2.224	9.04	5.38	-17.14
6	Corea del Nord	1.596	2.168	5.37	5.25	35.88
7	Turchia	348	1.177	1.17	2.85	238.43
8	Giappone	311	1.105	1.05	2.68	254.96
9	Romania	424	967	1.43	2.34	128.29
10	Vietnam	255	818	0.86	1.98	220.49

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di **Abbigliamento Maschile (HS 6101,6103,6105,6107,6201,6203,6205,6207)** - Gen 2007

Migliaia di \$ USA

Classifica	Paese	Gennaio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	248.336	247.871	265.070	100	100	100	6.94
1	Cina	224.337	220.502	236.627	90.34	88.96	89.27	7.31
2	Italia	9.013	9.707	9.242	3.63	3.92	3.49	-4.79
3	Macao	1.817	2.952	2.542	0.73	1.19	0.96	-13.9
4	Francia	1.212	3.317	1.787	0.49	1.34	0.67	-46.12
5	Turchia	244	527	1.691	0.1	0.21	0.64	221.13
6	Giappone	2.127	1.359	1.652	0.86	0.55	0.62	21.55
7	Bangladesh	251	276	1.367	0.1	0.11	0.52	395.75
8	India	506	625	1.198	0.2	0.25	0.45	91.88
9	Vietnam	143	563	804	0.06	0.23	0.3	42.88
10	Indonesia	633	739	706	0.26	0.3	0.27	-4.39

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)* - Gen 2007

Migliaia di \$ USA

Classifica	Paese	Gennaio		Quota %		
		2006	2007	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	33.810	34.084	100.00	100.00	0.81
1	Hong Kong	15.979	9.730	47.26	28.55	-39.11
2	Macao	4.002	5.655	11.84	16.59	41.32
3	Italia	2.968	3.870	8.78	11.36	30.39
4	Cina	2.421	2.782	7.16	8.16	14.91
5	Corea del Nord	2.155	2.622	6.37	7.69	21.67
6	Corea del Sud	1.710	2.508	5.06	7.36	46.64
7	Francia	747	1.057	2.21	3.10	41.53
8	Giappone	577	1.032	1.71	3.03	79.02
9	Turchia	217	540	0.64	1.58	148.50
10	Romania	308	404	0.91	1.19	31.44

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di *Abbigliamento da Donna (HS 6102,6104,6106,6108,6202,6204,6206,6208)* - Gen 2007

Migliaia di \$ USA

Classifica	Paese	Gennaio			Quota %			Variazione % 2007/2006
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	
0	Mondo	651.758	628.988	629.697	100	100	100	0.11
1	Cina	609.756	584.026	587.559	93.56	92.85	93.31	0.61
2	Italia	8.336	11.234	13.253	1.28	1.79	2.11	17.97
3	Francia	5.094	6.902	5.884	0.78	1.1	0.93	-14.75
4	Macao	4.130	6.828	3.947	0.63	1.09	0.63	-42.19
5	Giappone	3.839	6.121	2.758	0.59	0.97	0.44	-54.94
6	USA	1.521	1.676	1.455	0.23	0.27	0.23	-13.23
7	Regno Unito	2.958	941	1.401	0.45	0.15	0.22	48.77
8	Turchia	713	615	1.283	0.11	0.1	0.2	108.67
9	India	328	1.592	1.235	0.05	0.25	0.2	-22.45
10	Corea del Sud	968	514	932	0.15	0.08	0.15	81.38

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di <i>confezioni in Pelliccia (HS 43)</i> - Gen 2007							Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Gennaio		Quota %		Variazione %	
		2006	2007	2006	2007	2007/2006	
0	Mondo	10.021	19.954	100.00	100.00	99.11	
1	Danimarca	3.596	5.904	35.88	29.59	64.20	
2	Finlandia	1.953	4.315	19.49	21.62	120.96	
3	Neo Zelande	105	3.582	1.05	17.95	3302.09	
4	Cina	1.074	1.284	10.72	6.43	19.51	
5	Australia	91	952	0.91	4.77	940.66	
6	Canada	148	942	1.48	4.73	537.53	
7	Italia	338	608	3.37	3.05	80.15	
8	Russia	251	503	2.51	2.52	100.56	
9	Spagna	528	451	5.27	2.26	-14.56	
10	Francia	270	257	2.69	1.29	-4.75	

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <i>confezioni in Pelliccia (HS 43)</i> - Gen 2007								Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Gennaio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	63.158	66.755	84.192	100	100	100	26.12
1	Cina	43.832	36.805	56.892	69.4	55.14	67.58	54.58
2	Finlandia	5.067	7.921	9.188	8.02	11.87	10.91	16
3	Danimarca	4.933	12.636	7.080	7.81	18.93	8.41	-43.97
4	Olanda	3.558	3.478	4.891	5.63	5.21	5.81	40.64
5	Canada	2.007	839	1.583	3.18	1.26	1.88	88.71
6	Germania	268	59	1.129	0.43	0.09	1.34	1808.49
7	Regno Unito	1.018	643	841	1.61	0.96	1	30.81
8	USA	364	662	630	0.58	0.99	0.75	-4.79
9	Russia	619	949	308	0.98	1.42	0.37	-67.57
10	Italia	454	828	272	0.72	1.24	0.32	-67.14

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di <i>Pelli e Pellame (HS 41)</i> - Gen 2007							Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Gennaio		Quota %		Variazione %	
		2006	2007	2006	2007	2007/2006	
0	Mondo	354.602	462.411	100.00	100.00	30.40	
1	USA	67.312	92.726	18.98	20.05	37.76	
2	Brasile	36.198	63.381	10.21	13.71	75.09	
3	Italia	31.803	40.234	8.97	8.70	26.51	
4	Cina	34.553	39.779	9.74	8.60	15.12	
5	Taiwan	34.299	39.230	9.67	8.48	14.37	
6	Corea del Sud	34.254	37.428	9.66	8.09	9.27	
7	Australia	19.190	25.706	5.41	5.56	33.96	
8	Argentina	10.044	14.656	2.83	3.17	45.92	
9	India	7.474	13.507	2.11	2.92	80.72	
10	Tailandia	7.495	11.535	2.11	2.49	53.90	

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <i>Pelli e Pellame (HS 41)</i> - Gen 2007								Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Gennaio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	245.383	238.360	284.661	100	100	100	19.42
1	Cina	61.662	65.903	64.880	25.13	27.65	22.79	-1.55
2	Italia	41.682	37.567	41.414	16.99	15.76	14.55	10.24
3	Brasile	12.969	19.469	29.556	5.29	8.17	10.38	51.81
4	India	14.030	15.232	22.640	5.72	6.39	7.95	48.63
5	USA	22,941	17.844	21.603	9.35	7.49	7.59	21.07
6	Argentina	11.712	9.099	12.629	4.77	3.82	4.44	38.8
7	Corea del Sud	15.542	13.485	12.618	6.33	5.66	4.43	-6.43
8	Tailandia	8.845	7.255	10.524	3.61	3.04	3.7	45.05
9	Taiwan	7.828	6.560	10.094	3.19	2.75	3.55	53.86
10	Pakistan	4.874	5.824	7.871	1.99	2.44	2.77	35.15

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di <i>Calzature (HS 64)</i> - Gen 2007							Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Gennaio		Quota %		Variazione %	
		2006	2007	2006	2007	2007/2006	
0	Mondo	36.201	53.616	100.00	100.00	48.11	
1	Cina	5.213	11.102	14.40	20.71	112.96	
2	Corea del Sud	7.842	9.896	21.66	18.46	26.19	
3	Vietnam	2.988	7.230	8.25	13.48	141.95	
4	USA	5.562	5.968	15.36	11.13	7.29	
5	Italia	4.127	5.366	11.40	10.01	30.03	
6	Taiwan	3.272	3.726	9.04	6.95	13.88	
7	Indonesia	1.046	2.273	2.89	4.24	117.22	
8	Giappone	1.351	1.209	3.73	2.26	-10.50	
9	Tailandia	1.247	1.156	3.45	2.16	-7.32	
10	Svizzera	694	1.042	1.92	1.94	50.04	

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <i>Calzature (HS 64)</i> - Gen 2007								Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Gennaio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	484.960	532.751	516.010	100	100	100	-3.14
1	Cina	453.322	499.758	474.384	93.48	93.81	91.93	-5.08
2	Italia	15.965	14.768	14.908	3.29	2.77	2.89	0.95
3	Vietnam	3.552	4.603	5.209	0.73	0.86	1.01	13.16
4	Francia	475	417	5.055	0.1	0.08	0.98	1112.69
5	USA	2.394	3.023	3.196	0.49	0.57	0.62	5.72
6	Taiwan	1.219	2.072	1.902	0.25	0.39	0.37	-8.21
7	Spagna	1.840	2.243	1.742	0.38	0.42	0.34	-22.34
8	Indonesia	572	712	1.620	0.12	0.13	0.31	127.58
9	Svizzera	847	1.208	1.550	0.18	0.23	0.3	28.36
10	Giappone	1.172	724	1.302	0.24	0.14	0.25	79.79

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di <i>articoli in Pelle (HS 42)</i> - Gen 2007							Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Gennaio		Quota %		Variazione %	
		2006	2007	2006	2007	2007/2006	
0	Mondo	26.073	32.021	100.00	100.00	22.81	
1	Francia	3.978	7.203	15.26	22.49	81.05	
2	Italia	3.397	6.805	13.03	21.25	100.32	
3	Cina	11.113	6.651	42.62	20.77	-40.15	
4	Corea del Sud	2.911	5.495	11.16	17.16	88.79	
5	Hong Kong	876	971	3.36	3.03	10.79	
6	Turchia	351	900	1.35	2.81	156.34	
7	Giappone	475	546	1.82	1.71	14.93	
8	Belgio	39	467	0.15	1.46	1099.49	
9	Vietnam	63	425	0.24	1.33	578.27	
10	Svizzera	375	364	1.44	1.14	-3.04	

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <i>articoli in Pelle (HS 42)</i> - Gen 2007								Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Gennaio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	366.573	415.847	397.791	100	100	100	-4.34
1	Cina	311.074	349.431	323.892	84.86	84.03	81.42	-7.31
2	Italia	23.860	24.111	29.783	6.51	5.8	7.49	23.53
3	Francia	16.983	26.119	29.635	4.63	6.28	7.45	13.46
4	Spagna	4.359	4.821	2.248	1.19	1.16	0.57	-53.37
5	Germania	567	434	1.691	0.16	0.1	0.43	289.38
6	Svizzera	1.232	2.472	1.597	0.34	0.6	0.4	-35.42
7	Giappone	2.592	2.133	1.560	0.71	0.51	0.39	-26.87
8	Regno Unito	336	830	1.218	0.09	0.2	0.31	46.85
9	Indonesia	117	253	788	0.03	0.06	0.2	211.68
10	India	662	461	647	0.18	0.11	0.16	40.4

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di <i>Cosmetici (HS 33 e 34)</i> - Gen 2007							Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Gennaio		Quota %		Variazione %	
		2006	2007	2006	2007	2007/2006	
0	Mondo	137.845	189.633	100.00	100.00	37.57	
1	USA	24.806	37.693	18.00	19.88	51.95	
2	Giappone	29.892	34.831	21.69	18.37	16.52	
3	Germania	17.562	23.798	12.74	12.55	35.51	
4	Francia	8.547	16.155	6.20	8.52	89.02	
5	Taiwan	9.625	10.634	6.98	5.61	10.49	
6	Corea del Sud	8.089	10.502	5.87	5.54	29.83	
7	Singapore	4.499	5.983	3.26	3.16	32.99	
8	Malaysia	3.022	5.039	2.19	2.66	66.72	
9	Regno Unito	3.659	4.944	2.65	2.61	35.12	
10	Hong Kong	2.268	4.292	1.65	2.26	89.25	
12	Italia	2.245	3.576	1.63	1.89	59.25	

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <i>Cosmetici (HS 33 e 34)</i> - Gen 2007								Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Gennaio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	121.597	125.839	142.137	100	100	100	12.95
1	Francia	21.610	24.219	30.160	17.77	19.25	21.22	24.53
2	Cina	26.066	27.343	27.068	21.44	21.73	19.04	-1.01
3	USA	16.854	19.288	20.080	13.86	15.33	14.13	4.11
4	Giappone	19.100	16.665	18.223	15.71	13.24	12.82	9.35
5	Germania	5.031	5.380	8.145	4.14	4.28	5.73	51.38
6	Regno Unito	3.769	4.202	6.465	3.1	3.34	4.55	53.85
7	Italia	4.403	3.302	4.744	3.62	2.62	3.34	43.66
8	Malaysia	2.634	3.264	4.506	2.17	2.59	3.17	38.05
9	Corea del Sud	2.330	2.344	3.256	1.92	1.86	2.29	38.92
10	Svizzera	3.154	1.809	3.212	2.59	1.44	2.26	77.53

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di Gioielli (HS 7113 e 7117) - Gen 2007							Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Gennaio		Quota %		Variazione %	
		2006	2007	2006	2007	2007/2006	
0	Mondo	13.039	15.048	100.00	100.00	15.40	
1	Hong Kong	1.897	2.348	14.55	15.60	23.79	
2	Svizzera	2.190	2.194	16.79	14.58	0.18	
3	Corea del Sud	1.362	2.088	10.44	13.87	53.30	
4	Austria	1.846	1.877	14.16	12.47	1.66	
5	Italia	487	1.537	3.75	10.21	214.59	
6	Cina	1.039	1.498	7.97	9.95	44.15	
7	Francia	1.589	856	12.19	5.69	-46.15	
8	Giappone	696	766	5.34	5.09	10.04	
9	Sud Africa	515	457	3.95	3.04	-11.18	
10	Germania	216	300	1.66	1.99	38.74	

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di Gioielli (HS 7113 e 7117) - Gen 2007								Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Gennaio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	238.988	200.213	261.703	100	100	100	30.71
1	Cina	126.548	121.266	142.506	52.95	60.57	54.45	17.52
2	USA	24.959	14.488	28.618	10.44	7.24	10.94	97.53
3	Italia	23.361	15.822	27.484	9.78	7.9	10.5	73.7
4	India	3.819	11.584	15.054	1.6	5.79	5.75	29.95
5	Francia	20.781	17.323	12.595	8.7	8.65	4.81	-27.29
6	Svizzera	13.091	1.458	10.109	5.48	0.73	3.86	593.49
7	Indonesia	1.030	2.208	3.636	0.43	1.1	1.39	64.67
8	Singapore	111	482	3.069	0.05	0.24	1.17	536.49
9	Israele	584	351	3.021	0.24	0.18	1.15	760.18
10	Regno Unito	1.936	2.294	2.409	0.81	1.15	0.92	4.99

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di <i>Prodotti Ottici (HS 900130, 40, e 50, 9003 e 9004) - Gen 2007</i>							Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Gennaio		Quota %		Variazione %	
		2006	2007	2006	2007	2007/2006	
0	Mondo	7.938	13.468	100.00	100.00	69.67	
1	Italia	1.156	3.366	14.56	25.00	191.31	
2	Cina	1.737	2.938	21.88	21.82	69.16	
3	Giappone	983	1.309	12.39	9.72	33.07	
4	Hong Kong	695	1.158	8.75	8.60	66.77	
5	Irlanda	667	1.028	8.43	7.63	53.68	
6	Taiwan	562	684	7.07	5.08	21.85	
7	Brasile	212	621	2.67	4.61	192.46	
8	Francia	211	571	2.67	4.24	169.91	
9	Germania	512	571	6.45	4.24	11.36	
10	Corea del Sud	207	395	2.61	2.94	91.01	

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <i>Prodotti Ottici (HS 900130, 40, e 50, 9003 e 9004) - Gen 2007</i>								Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Gennaio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	54.344	42.044	80.109	100	100	100	90.53
1	Cina	30.205	25.544	49.521	55.58	60.75	61.82	93.87
2	Italia	5.186	4.080	8.853	9.54	9.7	11.05	116.99
3	Francia	4.026	2.490	5.087	7.41	5.92	6.35	104.31
4	Giappone	4.270	2.694	3.898	7.86	6.41	4.87	44.7
5	Irlanda	1.036	710	2.623	1.91	1.69	3.27	269.16
6	Germania	2.263	1.654	2.611	4.16	3.94	3.26	57.85
7	USA	2.418	1.754	2.578	4.45	4.17	3.22	46.97
8	Tailandia	691	566	789	1.27	1.35	0.99	39.4
9	Corea del Sud	2.022	641	761	3.72	1.52	0.95	18.76
10	Austria	280	603	556	0.52	1.44	0.69	-7.81

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di <i>Montature per Occhiali (HS 9003)</i> - Gen 2007							Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Gennaio		Quota %		Variazione %	
		2006	2007	2006	2007	2007/2006	
0	Mondo	2.838	4.293	100.00	100.00	51.25	
1	Giappone	824	1.003	29.04	23.37	21.72	
2	Italia	429	918	15.10	21.39	114.23	
3	Hong Kong	449	854	15.82	19.88	90.15	
4	Germania	398	459	14.03	10.70	15.37	
5	Francia	93	399	3.28	9.30	329.35	
6	Cina	138	249	4.86	5.80	80.57	
7	Taiwan	348	214	12.26	4.98	-38.51	
8	Corea del Sud	99	74	3.49	1.72	-25.63	
9	Austria	19	54	0.66	1.25	188.71	
10	Danimarca	11	26	0.39	0.61	137.84	

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <i>Montature per Occhiali (HS 9003)</i> - Gen 2007								Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Gennaio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	27.690	22.048	44.496	100	100	100	101.82
1	Cina	14.318	14.546	32.294	51.71	65.98	72.58	122.01
2	Italia	2.673	1.346	4.293	9.65	6.1	9.65	219.01
3	Giappone	2.958	1.603	2.296	10.68	7.27	5.16	43.27
4	Germania	1.983	1.149	2.102	7.16	5.21	4.72	82.87
5	Francia	3.154	2.182	1.513	11.39	9.9	3.4	-30.66
6	Austria	238	423	504	0.86	1.92	1.13	19.35
7	Corea del Sud	1.499	118	476	5.42	0.54	1.07	302.13
8	USA	389	219	242	1.41	0.99	0.54	10.57
9	Malta	13	0	222	0.05	0	0.5	0
10	Regno Unito	2	59	149	0.01	0.27	0.34	153.07

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di <i>Occhiali da Sole (HS 900410)</i> - Gen 2007							Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Gennaio		Quota %		Variazione %	
		2006	2007	2006	2007	2007/2006	
0	Mondo	1.062	3.335	100.00	100.00	213.98	
1	Italia	486	1.731	45.78	51.89	255.87	
2	Cina	384	1.206	36.15	36.15	213.98	
3	Hong Kong	73	155	6.83	4.64	113.09	
4	Giappone	16	129	1.49	3.87	717.72	
5	Francia	45	89	4.20	2.68	100.22	
6	Germania	9	19	0.88	0.57	103.23	
7	Taiwan	0	3	0.02	0.11	1750.00	
8	Svezia	0	2	0.00	0.05	0	
9	Austria	1	1	0.42	0.04	-73.33	
10	Corea del sud	0	0	0.02	0.00	-50.00	

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <i>Occhiali da Sole (HS 900410)</i> - Gen 2007								Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Gennaio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	15.395	11.778	20.299	100	100	100	72.35
1	Cina	11.238	8.430	11.936	73	71.58	58.8	41.59
2	Italia	2.138	2.180	3.823	13.88	18.51	18.83	75.38
3	Francia	506	99	3.337	3.29	0.84	16.44	3259.91
4	Giappone	834	484	867	5.42	4.11	4.27	79.27
5	USA	85	86	92	0.55	0.73	0.45	6.58
6	Germania	51	44	64	0.33	0.37	0.32	46.83
7	Spagna	0	18	58	0	0.16	0.29	221.11
8	Austria	42	181	52	0.27	1.53	0.26	-71.32
9	Taiwan	161	25	24	1.05	0.21	0.12	-0.2
10	Lussemburgo	0	0	19	0	0	0.09	0

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Principali Fiere 2007

Mese	Data	Settore	Città	Nome della Fiera	Sito Web
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.shqiupi.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.	1-3	Abbigliamento e gioielleria	Shanghai	Millionaire Fair	www.millionairefair.com.cn/eng
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&sec tid=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
Ago.	15-17	Tessuto	Shanghai	8th Shanghai International Fabrics and Accessories Trade Fair	http://shanghaimart.kex168.com/chinese/selfevent/20070815fabric/index.asp
Ago.	21-24	Abbigliamento	Shanghai	Ispo China	http://www.ispochina.com

Calendario delle Attività I.C.E. 2007

Mese	Data	Iniziativa	Luogo	Settore	Descrizione
Gen/Feb	31/03	Cosmoprof Shanghai	Shanghai	Cosmetica	Partecipazione collettiva
Marzo	6/10	Hong Kong International Jewelry Show	Hong Kong	Gioielleria	Partecipazione collettiva
Marzo	7/9	SpinExpo	Shanghai	Tessile	Partecipazione collettiva
Marzo	8/10	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 marzo/ 15 aprile	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.