

## Sommario

Milano Fine Jewelry entra in Asia per la prima volta ...1

L'I.C.E. organizza una sfilata di moda italiana a Pechino ...1

Gli abitanti di Hong Kong amano le grandi firme italiane ...2

Grazie alla tempestiva reazione, emerge leader del mercato ...3

Giorgio Armani e Hermes preparano la loro espansione in Cina ...3

Adidas raddoppia i suoi negozi in Cina ...4

Le firme del lusso smentiscono chi sostiene che i loro prodotti saranno presto "Made in Cina" ...4

In maggio le vendite al dettaglio sono cresciute del 16% ...4

Il settore dell'estetica individua potenzialità nel mercato cinese ...5

Si è tenuta a Guangzhou la fiera Shoes & Leather 2007 ...5

La Cina si colloca al terzo posto nel mondo per consumo d'oro ...6

### AGGIORNAMENTO SUI MARCHI

Bottega Veneta riapre il negozio di Hong Kong ...6

Lotto Sport Italia apre a Hong Kong un negozio dedicato al calcio ...6

Chervo debutta a Hong Kong ...7

Marc Jacobs lascia il segno in Cina ...7

La popolare marca britannica Next approda a Shanghai ...7

Calvin Klein Collection approda a Pechino ...8

Gucci inaugura un nuovo negozio a Suzhou ...8

Ernest Borel inaugura un negozio nel quartiere di Futian, a Shenzhen ...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

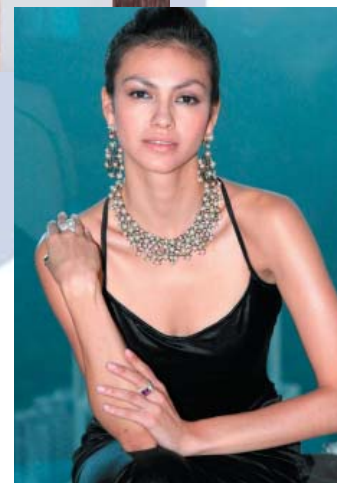
## NOTIZIE dalla CINA, HONG KONG e MACAU

Tessile | Moda | Calzature | Gioielli | Accessori | Cosmetici

### Milano Fine Jewelry entra in Asia per la prima volta

La Lombardia Jewels Association, in collaborazione con l'Italian Trade Commission (I.C.E.), la Regione Lombardia - Direzione Artigianato e Servizi, Unioncamere Lombardia e la Promos, ha scelto Hong Kong come prima base in Asia per lanciare l'iniziativa Milano Fine Jewelry Gallery. Il lussuoso show room, che intende promuovere l'artigianato orafa italiano, presenterà ogni mese le migliori collezioni di gioielli create da orafi e designer italiani, specialmente quelli provenienti dalla Lombardia. Saranno organizzati anche incontri con gli orafi italiani per permettere al pubblico di conoscerli.

Inaugurata a metà giugno, la galleria ha presentato già una notevole gamma di creazioni uniche realizzate da 5 aziende di punta- Valle per l'argenteria, Cesare de Vecchi & C. specializzati nelle creazioni con diamanti e altre pietre preziose, Quaglia, noto per le sue forme floreali in oro a 18 carati, Vai, le cui collezioni destinate ad una clientela giovane sono realizzate esclusivamente a mano, a Milano e Anselmo & Bruni, che hanno raggiunto fama internazionale in appena dieci anni.



### L'I.C.E. organizza una sfilata di moda italiana a Pechino

Allo scopo di promuovere la cucina e la cultura italiana in Cina durante l'edizione 2007 del China International Environment Protection Exhibition and Conference (CIEPEC), l'Istituto Nazionale per il Commercio Estero (I.C.E.), ha organizzato,

in collaborazione con alcuni stilisti italiani, un evento intitolato "Authentic Italian Gastronomy" presso lo Shangri-La Hotel Beijing il 23 giugno 2007. Le maggiori attrazioni sono state una sfilata di moda dello stilista italiano Michele Miglionico,





una mostra di calzature di Manas, che è la prima azienda italiana ad aver ricevuto la certificazione ISO9001, un'esposizione di automobili Lamborghini, un banchetto di gala in cui sono stati serviti prodotti gastronomici e vini italiani, e una presentazione della scuola internazionale di cucina italiana ALMA – The International Cooking School of Italian Cuisine, che si trova in Emilia Romagna. Presente tra gli altri, Antonino Laspina, direttore dell'I.C.E. di Pechino.

## Gli abitanti di Hong Kong amano le grandi firme italiane

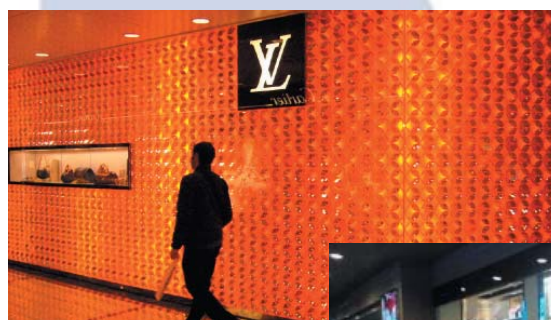
Le grandi firme italiane sono adorate dagli abitanti di Hong Kong, molto suscettibili al fascino degli articoli firmati. I dati del 2006 riportati dagli analisti di mercato di ACNielsen mostrano che il 93% delle persone intervistate a Hong Kong per questa ricerca fanno acquisti due volte alla settimana, come passatempo; un risultato che batte tutti gli altri paesi presi in considerazione.

L'amore degli abitanti di Hong Kong per le marche italiane è ulteriormente confermato dalla crescita delle esportazioni italiane verso Hong Kong. Da gennaio a marzo di quest'anno, le importazioni dall'Italia sono salite del 13% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso, raggiungendo quota USD 1,02 miliardi (circa €762 miliardi).

Valeria Azario, che ha lavorato come responsabile di zona per Valentino a Hong Kong, spiega che in generale le persone di Hong Kong sono affascinate dalle firme di prestigio della moda italiana e dai prodotti italiani e porta l'esempio del successo di Diesel, Dolce & Gabbana, e Max Mara, la cui ottima performance nel mercato locale deriva dalla capacità di infondere con ispirazione e originalità gli elementi centrali dello stile italiano nei loro modelli. Azario afferma anche che i consumatori locali "hanno i mezzi per provare vari prodotti" ed identifica nel gruppo dei super-ricchi e dei professionisti affermati i maggiori clienti per le grandi firme.

Un esempio che conferma la tesi di Azario è il successo di Gucci, che ha debuttato a Hong Kong nel 1974 e ora ha 8 negozi in varie parti della città. Secondo un portavoce di Gucci, il successo del marchio deriva dall'eccellente qualità e attenzione ai dettagli, insieme all'adozione senza compromessi della strategia "Made in Italy".

Hong Kong stessa rappresenta un polo di attrazione per le grandi marche del lusso a causa del suo regime fiscale, buona logistica, infrastrutture e l'esistenza di una clientela



composta da facoltosi residenti dai gusti sofisticati e disposti a spendere per acquistare moda firmata, a cui si aggiunge un grande flusso di consumatori provenienti dalla Cina che vengono a fare acquisti a Hong Kong.

Giorgio Armani, ad esempio, ha un negozio su tre livelli, il suo più grande negozio del mondo dopo quello di Milano, un chiaro segno della sua fiducia nel potenziale offerto dalla città.

Secondo l'Hong Kong Economic and Trade Office di Washington, Hong Kong possiede ora più negozi per ogni marca di lusso rispetto a Londra, New York e Parigi e ospita il maggior numero di firme di lusso dopo il Giappone; i dati forniti da Invest Hong Kong, un'agenzia governativa di Hong Kong, che promuove gli investimenti stranieri nella città, mostrano che Hong Kong ha il secondo più alto potere d'acquisto in Asia e il secondo più alto reddito pro capite USD 27.420 (circa €20.396).

Va anche fatto notare che 13,5 milioni di cittadini della Cina continentale hanno visitato Hong Kong nel 2006, spendendo in media USD 584 (circa €434) a persona.

## Grazie alla tempestiva reazione, emerge leader del mercato

A partire dalla fine del 2004, il settore delle vendite al dettaglio in Cina si è aperto completamente all'ingresso del capitale straniero. A marzo del 2006, il Ministero del Commercio cinese ha consegnato alle amministrazioni provinciali alcuni dei poteri decisionali e amministrativi che erano fino ad allora di sua competenza. La semplificazione delle procedure ha avuto come risultato un afflusso di capitale straniero. La concorrenza tra aziende locali e straniere si è fatta più forte da quando un maggior numero di boutique di fascia alta e media hanno aperto a Shanghai e nel resto del paese.

Il gigante spagnolo della moda Inditex ha inaugurato un negozio Zara a Shanghai, presso Nanjing West Road, a febbraio di quest'anno. Il negozio ha da allora registrato incassi giornalieri fino a RMB 800.000 (circa €78.194), il che equivale a alle vendite totali di quasi 80 marche cinesi. Anche la nota casa svedese H&M ha aperto il suo primo negozio a Shanghai, presso Huaihai Road, nell'aprile 2007. L'azienda comunica che l'incasso giornaliero più alto ha toccato RMB 2 milioni (circa €195.485), pari al totale di vendita di 200 marche cinesi.

H&M aprirà un secondo negozio a Shanghai; Zara ha già aperto il suo terzo negozio in Cina, a Pechino; l'azienda tedesca C&A ne ha inaugurati quattro a Shanghai durante la prima metà dell'anno.

Mentre le aziende cinesi stanno ancora sperimentando con il sistema della moda, le società straniere hanno già introdotto il concetto di "cheap chic", ovvero lo chic a basso costo.

Per le aziende locali la moda rappresenta un valore aggiunto, caratterizzato da prezzi e profitti alti. Ma marchi stranieri come H&M hanno completamente stravolto quel modello.

Rotazione rapida, produzione di piccole partite, e alta varietà nei modelli, sono elementi chiavi per mantenere il successo di vendita nel mondo della moda. I gruppi stranieri sono più concorrenziali non solo perchè riescono a reagire in modo tempestivo alle preferenze dei consumatori, ma anche perchè sono in grado di offrire una grande varietà di scelta, cosa che rende queste marche gradite al pubblico facilitando il rapporto di fedeltà verso la marca, mentre la produzione limitata crea un senso di rarità, stimola il desiderio di acquisto e visite più frequenti nei loro punti vendita.



## Giorgio Armani e Hermes preparano la loro espansione in Cina



Le grandi firme del lusso Giorgio Armani Spa e Hermes International SA stanno progettando di espandere la propria presenza sul mercato cinese dei beni di lusso che registra una crescita del 10-20% ogni anno.

Giorgio Armani, che al momento ha due negozi Armani/Casa in Cina, afferma che altri 10 negozi della sua linea di arredamento verranno aperti in Cina nei prossimi quattro anni, a partire dall'inaugurazione il prossimo ottobre di un negozio a Shanghai.

Hermes, invece, ha in programma di triplicare il numero dei suoi negozi da 7 a 25 in cinque anni, con l'aggiunta di tre negozi quest'anno e cinque l'anno prossimo. Secondo Leo Lui, president di Hermes China, la casa francese, che al momento concentra la maggior parte dei suoi negozi nelle ricche città della costa orientale, intende spingersi nel resto del paese durante la sua espansione.

## Adidas raddoppia i suoi negozi in Cina

Adidas è diventato uno dei partner ufficiali delle Olimpiadi che si terranno a Pechino nel 2008 dopo aver firmato un accordo nel 2005, ed ora si sta affrettando ad espandere la propria presenza in Cina approfittando delle Olimpiadi e spera di raddoppiare il numero dei suoi negozi entro il 2010.

Dopo aver fatto il suo ingresso nel mercato cinese più di dieci anni fa, il numero 2 degli articoli sportivi al momento ha più di 2.500 negozi in 300 città della Cina e ha in programma di averne più di 5.000 entro il 2010.



## Le firme del lusso smentiscono chi sostiene che i loro prodotti saranno presto “Made in Cina”

Alcune firme del lusso come Montblanc e Louis Vuitton hanno smentito di voler produrre i loro articoli in Cina, nonostante molte voci sostengano che il miglioramento delle tecniche di produzione congiunto al basso costo del lavoro in Cina, avrebbero attratto l'attenzione di tali marche del settore lusso. Un rapporto stilato da Global Luxury prevede che entro il 2009 il 60% delle grandi firme internazionali sposteranno la propria produzione in Cina o faranno produrre su licenza in Cina.

Wolff Heinrichsdorff, direttore esecutivo di Montblanc International, ha sottolineato che Montblanc non ha intenzione di aprire stabilimenti di produzione in Cina, aggiungendo che lo stato attuale dell'industria in Cina consente di produrre articoli raffinati ma non beni di lusso. Dopo aver commentato in modo asciutto che Burberry e Coach - che hanno stabilimenti in Cina - sono firme della moda ma non del lusso, il direttore esecutivo ha affermato che il valore centrale di un articolo di lusso risiede nella ricchezza culturale di cui è espressione e quindi deve essere prodotto nel paese d'origine dell'azienda.



Le sue opinioni sono condivise dalla casa francese Lalique, la quale sostiene che i suoi oggetti in cristallo perderebbero il consenso dei collezionisti se non fossero realizzati al 100% in Francia.

## In maggio le vendite al dettaglio sono cresciute del 16%

L'istituto di statistica cinese (China's National Bureau of Statistics) ha annunciato che a maggio del 2007 le vendite al dettaglio nel paese sono cresciute del 15,9% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso, raggiungendo un

valore di RMB 715,8 miliardi (circa €70 miliardi), un nuovo record imbattuto dal maggio del 2004 se si escludono le distorsioni del mercato causate dalla festività del capodanno cinese. Le vendite al dettaglio nel



paese sono salite del 15,2% rispetto all'anno precedente, toccando i RMB 3,5 trilioni (circa €342 miliardi) durante i primi cinque mesi di quest'anno e ci si aspetta che aumentino in media del 14% nel 2007.

La Cina è attualmente il mercato in più forte crescita del mondo per quanto riguarda le vendite al dettaglio, e in termini di valore è superato soltanto dagli USA e dal

Giappone. Il vice premier cinese Wu Yi è dell'avviso che la Cina sorpasserà il Giappone entro il 2010 per diventare il secondo maggiore mercato di beni di consumo, mentre invece secondo le proiezioni di Credit Suisse la Cina raggiungerebbe il secondo posto nel 2015, e il consumo interno dovrebbe toccare i RMB 8,8 trilioni (circa €860 miliardi) entro il 2020.

## Il settore dell'estetica individua potenzialità nel mercato cinese

Il settore dell'estetica e saloni di bellezza in Cina ha visto in questi anni una forte crescita del mercato unita ad una forte concorrenza. La produzione destinata a questo settore l'anno scorso ha raggiunto un valore di RMB 220 miliardi (circa €21,52 miliardi) tale rapida espansione del mercato attrae anche marche internazionali come la francese Klytia and la svedese Valmont con la sua linea Nature, che hanno preso parte alla 26<sup>esima</sup> edizione della fiera Guangzhou International Beauty & Cosmetic Import-Export Expo, organizzata insieme a Bologna Fiere presso il Jinhan Exhibition Center. Considerata la saturazione del mercato dei prodotti di bellezza tradizionali in Cina, questi nuovi arrivati dovranno rafforzare la propria presenza in Cina rivolgendosi al mercato dei saloni di bellezza e ai professionisti del settore, oltre a puntare al mercato di fascia alta nelle città più importanti, luoghi dove la domanda di prodotti importati è in forte crescita, I fatti provano che tale strategia funziona.

Secondo Zeng Caiyun, direttore generale di Joy Century Ltd, che è il rappresentante di Valmont in Cina, le vendite mensili del marchio sono cresciute da quando Valmont è entrata in Cina nel 2006 ed è ottimista riguardo alle vendite

della linea Nature. Chen Shao-jun, direttore esecutivo della catena di cosmetici Ayer, sottolinea che un numero crescente di marche internazionali stanno collaborando con centri di bellezza di alto livello e la crescita a due cifre dei prodotti venduti da Ayer conferma il successo dei prodotti di bellezza per uso professionale. Inoltre, il numero record di marche straniere che hanno preso parte all'Expo di Guangzhou quest'anno testimonia il fatto che prodotti di bellezza di alto livello hanno un mercato in Cina. Quest'anno la fiera ha attratto 1.973 espositori e 278.300 visitatori che hanno siglato accordi per un valore di RMB 29,6 miliardi (circa €2.9 miliardi).

Per quanto riguarda la concorrenza tra i prodotti professionali stranieri e quelli cinesi, il presidente dell'Expo Ma-ya ritiene che non ci sarà una concorrenza diretta tra questi due settori poichè essi si rivolgono ad una clientela diversa, mentre Zeng di Joy Century Ltd, al contrario, pensa che l'espansione delle aziende straniere nel mercato locale porterà al dominio incontrastato di un piccolo numero di grandi marche, proprio come avviene nel settore dei prodotti di bellezza locali.

## Si è tenuta a Guangzhou la fiera Shoes & Leather 2007

La 17<sup>esima</sup> edizione della fiera internazionale dedicata all'industria della calzatura e della pelletteria (Shoes & Leather Guangzhou - 2007) si è svolta presso il Guangzhou International Convention and Exhibition Center dal 30 maggio al 2 giugno 2007. Circa 900 espositori provenienti da varie parti del mondo, tra cui 14 delegazioni di paesi come l'Italia, la Germania e la Corea del Sud hanno presentato prodotti che andavano dai macchinari per la conciatura, a pelli grezze, a materiali per le scarpe, su

una superficie espositiva di 50.000mq, che ha attratto circa 40.000 visitatori in quattro giorni.

Definendo la regione del Pearl River Delta il centro calzaturiero della Cina, l'organizzatore della fiera, Top Repute, rende noto che la città di Guangzhou da sola è riuscita ad esportare 3,2 miliardi di paia di scarpe, vale a dire più del 40% del totale di calzature esportate dalla Cina nel 2006.

## La Cina si colloca al terzo posto nel mondo per consumo d'oro



Cheng Fumin, presidente della China Gold Association, ha annunciato che la Cina è divenuta il terzo mercato del mondo per i gioielli in oro, con un volume di vendite che cresce di circa il 20% e una produzione in aumento del 5,6% all'anno.

Secondo Cheng Fumin, l'anno scorso il fatturato del settore è stato di RMB 140 milioni (circa €13,8 milioni), mentre i profitti hanno raggiunto RMB 6,11 miliardi (circa €603 milioni) e le esportazioni USD 5,49 miliardi (circa €4,13 miliardi). Il volume della produzione è cresciuto da 181 tonnellate, nel 2001, a 240,08 tonnellate, nel 2006.

### Aggiornamento sui marchi

## Bottega Veneta riapre il negozio di Hong Kong

Bottega Veneta, noto nome della moda italiana, ha celebrato la riapertura di uno dei suoi negozi di maggior successo – il flagship store di Harbour City, il prestigioso centro commerciale nel quartiere dello shopping Tsim Sha Tsui, a Hong Kong. Il negozio, che è il più grande punto vendita di Bottega Veneta in città e il secondo dell'Asia per dimensioni, occupa una superficie di circa 371,6mq. e offre una gamma completa di prodotti che vanno dall'abbigliamento da uomo e donna, agli accessori come le borse, alla gioielleria e all'arredamento.



## Lotto Sport Italia apre a Hong Kong un negozio dedicato al calcio



Al fine di espandere la propria presenza in Asia, dove la passione per lo sport sta crescendo rapidamente, l'azienda italiana di articoli sportivi, Lotto Sport Italia, ha aperto a giugno del 2007 un nuovo negozio dedicato al calcio a Mongkok, uno dei quartieri più dinamici di Hong Kong.

Secondo il direttore commerciale per la regione Asia-Pacifico di Lotto Sport Italia, Luca Tomat, Hong Kong è il luogo ideale per presentare i prodotti Lotto per varie ragioni, tra cui la propensione al commercio di questa città, un solido e affidabile sistema legale e finanziario, come pure i 13 milioni di visitatori dalla Cina continentale che



arrivano a Hong Kong ogni anno. Lotto possiede già circa 25 punti vendita a Hong Kong e 75 in Cina, e ha in programma di raddoppiarli espandendosi in regioni in cui il mercato degli articoli sportivi è ancora in via di sviluppo, come Shandong, Yunnan e Fujian. L'azienda ha raggiunto un fatturato di €277 milioni nel 2006, di cui il 15% nella regione Asia-Pacifico (un incremento del 7% rispetto al 2005).

Lotto ha preso una serie di misure per assicurarsi il successo nella regione, quali la produzione di modelli di moda casual per attrarre una clientela non-sportiva e modelli pensati esclusivamente per Hong Kong e la Cina. L'azienda ha anche aperto una società in joint-venture per controllare la distribuzione dei propri prodotti a Hong Kong, Macao e in Cina; si tratta di una società a capitale straniero ma con uffici a Hong Kong, Pechino, Shanghai e Nanjing.

## Chervo debutta a Hong Kong

La marca italiana di abbigliamento sportivo Chervo ha inaugurato il suo primo negozio a Hong Kong nel giugno 2007. Il negozio che occupa una superficie di circa 65,3mq all'interno del centro commerciale Harbour City, offre una

collezione completa di articoli di abbigliamento e accessori che comprende abbigliamento da golf e casual, guanti, borse, scarpe sportive, ombrelli ecc.



## Marc Jacobs lascia il segno in Cina

Marc Jacobs ha inaugurato due nuovi negozi a Pechino, entrambi sono situati nel nuovo centro commerciale Shin Kong Place, e presentano uno la linea Marc Jacobs Collection e l'altro la linea più casual Marc by Marc Jacobs. La *griffe* ha in programma di aprire 21 negozi in Cina nel corso dei prossimi tre anni, quelli di Pechino rappresentano i primi due negozi dei 15 che apriranno quest'anno.

## La popolare marca britannica Next approda a Shanghai

Per approfittare del recente dinamismo nel mercato della moda di Shanghai, la seconda maggiore catena di abbigliamento britannica, Next, ha aperto agli inizi di giugno il suo primo negozio in Cina proprio a Shanghai, all'interno del centro commerciale Super Brand Mall, seguendo l'esempio di catene come H&M, Zara, C&A e Gap.

Con l'apertura del mercato cinese ai dettaglianti stranieri e il grande successo che questi stanno riscuotendo è inevitabile che sempre più marche straniere di moda a prezzi contenuti convergano a Shanghai, un banco di prova per il vasto mercato cinese. Ci si aspetta che l'ingresso di Next intensifichi ulteriormente la concorrenza, già molto forte, nel mercato della moda di massa di Shanghai.

## Calvin Klein Collection approda a Pechino

Avvertendo il crescente bisogno di mostrare una più chiara immagine del suo marchio in Cina, Calvin Klein, una delle più potenti aziende del settore, ha aperto a Pechino il suo primo negozio Calvin Klein Collection dell'Asia. Il lussuoso negozio che offre la gamma

completa dei prodotti CK, dall'abbigliamento agli accessori agli articoli per la casa, è situato all'interno del Peninsula Beijing Hotel, che riunisce un grande numero di marche internazionali quali Cartier, Burberry, Louis Vuitton e Gucci.

## Gucci inaugura un nuovo negozio a Suzhou

Suzhou è divenuta l'ottava città della Cina in cui Gucci, la nota firma italiana, ha deciso di aprire una boutique. Il negozio si estende su una superficie di 280mq ed è situato nel centro commerciale Metro Shopping Mall. Il punto vendita, che offre le ultime collezioni di calzature, cravatte, occhiali da sole, orologi ecc. ha registrato incassi record, con vendite che hanno superato RMB 1 milione (circa €100 mila), durante le prime due ore della sua apertura.



## Ernest Borel inaugura un negozio nel quartiere di Futian, a Shenzhen

Lo svizzero Ernest Borel ha inaugurato un nuovo negozio a Shenzhen, nel quartiere di tendenza conosciuto come Coco Park.

Ritenendo la Cina uno dei suoi mercati più importanti in Asia, l'azienda ha esteso la propria presenza in questo paese, dopo aver aperto negozi in varie città come Pechino, Shanghai, Guangzhou, Shenzhen e città di seconda fascia come Chengdu.

Secondo un sondaggio condotto dalla rivista *China Market Famous Watch Magazine* all'interno di 100 centri commerciali cinesi nel novembre 2006, Ernest Borel si colloca al 17<sup>esimo</sup> posto tra le 20 marche più importanti di orologi venduti in Cina, con una quota di mercato dell'1,25% in termini di volume di vendita. Per quanto riguarda le vendite al dettaglio, il marchio è al 14<sup>esimo</sup> posto con una quota di mercato dell'1,75%.

# Statistiche

Cina - Importazioni <i>Tessili - Filati &amp; Tessuti (HS da 50 a 60)</i> - Da Gen a Mar 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Marzo			Quota %			Variatione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	4295,96	5296,50	5046,59	100.00	100.00	100.00	-4.72
1	Giappone	819,35	730,46	764,66	19.07	13.79	15.15	4.68
2	Taiwan	710,94	627,34	728,06	16.55	11.84	14.43	16.05
3	Cina	467,34	579,73	664,50	10.88	10.95	13.17	14.62
4	Corea del Sud	602,62	525,22	547,99	14.03	9.92	10.86	4.34
5	India	46,06	273,02	393,33	1.07	5.15	7.79	44.06
6	Australia	222,15	264,54	337,48	5.17	4.99	6.69	27.57
7	USA	328,51	759,95	304,05	7.65	14.35	6.02	-59.99
8	Hong Kong	226,29	229,43	233,57	5.27	4.33	4.63	1.80
9	Pakistan	124,42	175,71	182,23	2.90	3.32	3.61	3.71
10	Uzbekistan	72,58	220,96	120,44	1.69	4.17	2.39	-45.49
12	Italia	62,40	66,23	78,90	1.45	1.25	1.56	19.12

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni <i>Tessili - Filati &amp; Tessuti (HS da 50 a 60)</i> - Da Gen a Mar 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Marzo			Quota %			Variatione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	2.816,85	2.987,26	2.812,19	100	100	100	-5.86
1	Cina	1.556,00	1.732,93	1.639,17	55.24	58.01	58.29	-5.41
2	Taiwan	358,61	343,21	286,99	12.73	11.49	10.21	-16.38
3	Corea del Sud	179,28	145,41	169,00	6.36	4.87	6.01	16.22
4	Italia	132,24	135,42	147,95	4.7	4.53	5.26	9.26
5	Giappone	155,15	143,40	125,01	5.51	4.8	4.45	-12.83
6	Pakistan	122,39	150,17	120,05	4.35	5.03	4.27	-20.06
7	USA	71,19	69,66	77,58	2.53	2.33	2.76	11.38
8	India	31,62	49,52	45,46	1.12	1.66	1.62	-8.19
9	Tailandia	38,63	35,82	31,04	1.37	1.2	1.1	-13.34
10	Indonesia	32,51	33,66	25,05	1.15	1.13	0.89	-25.57

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

# Statistiche

Cina - Importazioni di <b>Abbigliamento (HS 61 e 62)</b> - Da Gen a Mar 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Marzo			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	265,62	343,06	370,20	100.00	100.00	100.00	7.91
1	Hong Kong	88,42	131,64	113,34	33.29	38.37	30.62	-13.90
2	Italia	29,84	34,10	47,71	11.23	9.94	12.89	39.91
3	Cina	16,01	20,77	33,07	6.03	6.05	8.93	59.25
4	Macao	14,31	32,20	31,39	5.39	9.39	8.48	-2.52
5	Corea del Sud	20,42	24,36	28,10	7.69	7.10	7.59	15.35
6	Giappone	35,32	30,01	27,56	13.30	8.75	7.44	-8.16
7	Corea del Nord	13,51	15,76	13,54	5.09	4.59	3.66	-14.07
8	Turchia	2,76	4,08	7,85	1.04	1.19	2.12	92.55
9	Francia	4,42	5,23	7,74	1.66	1.52	2.09	48.07
10	Taiwan	5,16	5,72	6,63	1.94	1.67	1.79	15.95

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <b>Abbigliamento (HS 61 e 62)</b> - Da Gen a Mar 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Marzo			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	3.690,32	3.598,48	3.765,72	100	100	100	4.65
1	Cina	3.358,88	3.228,81	3.394,88	91.02	89.73	90.15	5.14
2	Italia	105,03	116,35	128,12	2.85	3.23	3.4	10.11
3	Francia	36,55	42,42	39,34	0.99	1.18	1.05	-7.27
4	Giappone	33,37	39,14	38,57	0.9	1.09	1.02	-1.47
5	Macao	22,31	35,27	26,33	0.6	0.98	0.7	-25.35
6	USA	11,00	13,55	11,39	0.3	0.38	0.3	-15.93
7	Germania	11,89	10,66	11,17	0.32	0.3	0.3	4.86
8	Turchia	3,86	7,65	10,76	0.11	0.21	0.29	40.66
9	India	5,52	8,36	9,28	0.15	0.23	0.25	10.96
10	Regno Unito	15,66	15,30	8,52	0.42	0.43	0.23	-44.32

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

# Statistiche

Cina - Importazioni di <i>Maglieria (HS 61)</i> - Da Gen a Mar 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Marzo			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	96,55	141,49	158,59	100.00	100.00	100.00	12.08
1	Hong Kong	37,05	64,40	55,75	38.37	45.51	35.15	-13.42
2	Italia	10,55	12,77	18,22	10.93	9.03	11.49	42.61
3	Macao	7,33	17,74	17,76	7.59	12.54	11.20	0.15
4	Cina	6,28	8,98	14,34	6.51	6.35	9.04	59.65
5	Corea del Sud	8,38	8,94	10,59	8.68	6.32	6.68	18.47
6	Giappone	6,07	5,36	6,75	6.29	3.79	4.26	26.07
7	Taiwan	2,44	2,73	3,44	2.53	1.93	2.17	26.05
8	Tailandia	2,89	2,68	3,41	2.99	1.89	2.15	27.50
9	Turchia	0,96	1,46	3,19	0.99	1.04	2.01	117.62
10	Franca	1,83	1,27	3,10	1.90	0.90	1.96	144.63

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <i>Maglieria (HS 61)</i> - Da Gen a Mar 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Marzo			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	1.796,16	1.743,80	1.844,52	100	100	100	5.78
1	Cina	1.626,12	1.563,19	1.662,19	90.53	89.64	90.12	6.33
2	Italia	48.15	50,59	58,40	2.68	2.9	3.17	15.43
3	Giappone	17,66	19,91	27,10	0.98	1.14	1.47	36.11
4	Francia	16,90	21,26	17,53	0.94	1.22	0.95	-17.53
5	Macao	13,34	22,73	16,18	0.74	1.3	0.88	-28.8
6	Germania	4,01	4,43	5,69	0.22	0.25	0.31	28.57
7	Turchia	2,15	3,88	5,33	0.12	0.22	0.29	37.21
8	USA	5,17	4,46	4,21	0.29	0.26	0.23	-5.74
9	Portogallo	1,87	2,49	3,88	0.1	0.14	0.21	55.59
10	India	1,92	2,24	3,88	0.11	0.13	0.21	73.22

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 Mar 2007

Milioni di \$ USA

Classifica	Paese	Da Gennaio a Marzo			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	80,93	105,49	118,58	100.00	100.00	100.00	12.41
1	Hong Kong	29,34	41,68	43,50	36.25	39.51	36.68	4.35
2	Italia	13,39	14,45	18,10	16.54	13.70	15.27	25.29
3	Corea del Sud	4,98	7,41	9,19	6.15	7.03	7.75	24.03
4	Cina	4,06	4,40	8,40	5.02	4.17	7.09	90.83
5	Macao	3,03	8,35	6,09	3.75	7.91	5.14	-27.04
6	Corea del Nord	6,77	6,84	5,34	8.36	6.49	4.51	-21.93
7	Giappone	2,67	3,47	4,09	3.30	3.29	3.45	17.95
8	Turchia	1,59	1,63	3,56	1.97	1.55	3.01	118.31
9	Romania	1,53	2,32	3,34	1.89	2.20	2.82	44.31
10	Tailandia	1,91	1,63	1,64	2.36	1.55	1.38	0.47

Fonte: China Custom

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

Milioni di \$ USA

Classifica	Paese	Da Gennaio a Marzo			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	604,30	588,08	662,49	100	100	100	12.65
1	Cina	518,47	496,50	575,12	85.8	84.43	86.81	15.84
2	Italia	30,91	31,42	31,96	5.12	5.34	4.83	1.72
3	Francia	11,12	12,83	6,16	1.84	2.18	0.93	-52
4	Macao	3,97	6,49	6,09	0.66	1.1	0.92	-6.27
5	Giappone	7,16	5,13	5,82	1.19	0.87	0.88	13.5
6	Turchia	1,02	3,26	3,92	0.17	0.56	0.59	20.09
7	India	1,88	2,23	3,48	0.31	0.38	0.53	56.45
8	Germania	3,65	2,39	2,56	0.6	0.41	0.39	7.36
9	Bangladesh	0,77	1,52	2,56	0.13	0.26	0.39	68.61
10	Indonesia	1,45	2,11	1,97	0.24	0.36	0.3	-6.31

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 Mar 2007

Milioni di \$ USA

Classifica	Paese	Da Gennaio a Marzo			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	66,76	98,52	99,46	100.00	100.00	100.00	-4.72
1	Hong Kong	23,89	12,39	24,55	35.79	12.58	24.68	-34.03
2	Italia	7,55	5,00	15,07	11.31	5.08	15.15	30.56
3	Macao	6,93	5,05	11,97	10.38	5.13	12.03	13.84
4	Cina	3,84	2,27	9,72	5.75	2.30	9.77	6.31
5	Corea del Sud	4,90	2,73	8,06	7.35	2.77	8.10	40.94
6	Corea del Nord	5,43	1,90	6,45	8.13	1.93	6.49	-26.45
7	Franca	1,75	1,14	3,02	2.61	1.15	3.04	26.67
8	Giappone	3,34	1,04	2,91	5.00	1.05	2.92	6.01
9	Turchia	0,59	0,63	2,16	0.89	0.64	2.17	64.05
10	Romania	0,82	0,74	1,77	1.23	0.75	1.78	39.50

Fonte: China Custom

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

Milioni di \$ USA

Classifica	Paese	Da Gennaio a Marzo			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	1.547,14	1.456,33	1.532,48	100	100	100	5.23
1	Cina	1.418,58	1.305,94	1.386,97	91.69	89.67	90.51	6.2
2	Italia	37,05	46,49	51,85	2.4	3.19	3.38	11.55
3	Francia	17,76	22,14	20,73	1.15	1.52	1.35	-6.35
4	Macao	10,39	15,77	11,25	0.67	1.08	0.73	-28.67
5	Giappone	11,15	16,44	9,90	0.72	1.13	0.65	-39.78
6	USA	4,82	7,35	6,00	0.31	0.5	0.39	-18.39
7	Germania	5,16	4,68	4,12	0.33	0.32	0.27	-11.84
8	Spagna	1,59	2,59	3,52	0.1	0.18	0.23	35.67
9	Turchia	1,60	2,04	3,46	0.1	0.14	0.23	69.3
10	India	1,90	4,76	3,35	0.12	0.33	0.22	-29.63

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

# Statistiche

Cina - Importazioni di <i>confezioni in Pelliccia (HS 43)</i> - Da Gen a Mar 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Marzo			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	52,80	50,88	63,74	100.00	100.00	100.00	25.28
1	Danimarca	24,43	21,82	15,92	46.28	42.88	24.98	-27.02
2	Neo Zelande	0,94	0,22	12,95	1.78	0.43	20.32	5790.59
3	Canada	3,35	4,71	8,80	6.34	9.27	13.80	86.63
4	Finlandia	8,19	6,25	7,47	15.50	12.29	11.72	19.51
5	Cina	4,62	5,55	4,53	8.75	10.91	7.11	-18.42
6	Russia	1,45	1,65	3,09	2.75	3.24	4.86	87.53
7	USA	0,83	2,00	1,99	1.57	3.93	3.13	-0.31
8	Spagna	2,30	1,78	1,64	4.36	3.49	2.57	-7.78
9	Australia	0,28	0,32	1,52	0.53	0.64	2.38	366.92
10	Italia	0,81	1,19	1,30	1.53	2.34	2.04	9.17

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <i>confezioni in Pelliccia (HS 43)</i> - Da Gen a Mar 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Marzo			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	257,34	330,68	223,83	100	100	100	-32.31
1	Cina	102,44	108,03	112,91	39.81	32.67	50.45	4.52
2	Danimarca	58,14	91,54	30,33	22.59	27.68	13.55	-66.87
3	Canada	29,48	44,69	22,13	11.45	13.51	9.89	-50.49
4	Finlandia	26,09	29,26	17,28	10.14	8.85	7.72	-40.93
5	USA	16,11	17,99	13,05	6.26	5.44	5.83	-27.47
6	Olanda	11,67	16,72	12,87	4.53	5.06	5.75	-23.04
7	Germania	1,51	4,31	3,84	0.59	1.31	1.72	-10.93
8	Regno Unito	3,69	3,60	3,73	1.44	1.09	1.67	3.6
9	Italia	1,38	2,19	2,70	0.54	0.66	1.21	23.58
10	Russia	3,03	6,18	1,23	1.18	1.87	0.55	-80.1

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

# Statistiche

Cina - Importazioni di <i>Pelli e Pellame (HS 41)</i> - Da Gen a Mar 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Marzo			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	982,28	1139,74	1340,17	100.00	100.00	100.00	17.59
1	USA	170,60	209,26	281,68	17.37	18.36	21.02	34.61
2	Brasile	69,01	104,08	155,13	7.03	9.13	11.58	49.04
3	Italia	75,70	100,75	128,97	7.71	8.84	9.62	28.01
4	Cina	69,34	111,61	113,54	7.06	9.79	8.47	1.74
5	Taiwan	112,34	114,52	112,05	11.44	10.05	8.36	-2.16
6	Corea del Sud	115,24	112,44	104,18	11.73	9.87	7.77	-7.35
7	Australia	78,63	69,09	87,26	8.01	6.06	6.51	26.29
8	Argentina	26,67	36,39	42,83	2.72	3.19	3.20	17.68
9	India	24,07	25,01	37,56	2.45	2.19	2.80	50.18
10	Tailandia	23,10	23,16	35,00	2.35	2.03	2.61	51.16

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <i>Pelli e Pellame (HS 41)</i> - Da Gen a Mar 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Marzo			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	2.816,85	2.987,26	2.812,19	100	100	100	-5.86
1	Cina	1.556,00	1.732,93	1.639,17	55.24	58.01	58.29	-5.41
2	Taiwan	358,61	343,21	286,99	12.73	11.49	10.21	-16.38
3	Corea del Sud	179,28	145,41	169,00	6.36	4.87	6.01	16.22
4	Italia	132,24	135,42	147,95	4.7	4.53	5.26	9.26
5	Giappone	155,15	143,40	125,01	5.51	4.8	4.45	-12.83
6	Pakistan	122,39	150,17	120,05	4.35	5.03	4.27	-20.06
7	USA	71,19	69,66	77,58	2.53	2.33	2.76	11.38
8	India	31,62	49,52	45,46	1.12	1.66	1.62	-8.19
9	Tailandia	38,63	35,82	31,04	1.37	1.2	1.1	-13.34
10	Indonesia	32,51	33,66	25,05	1.15	1.13	0.89	-25.57

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

# Statistiche

Cina - Importazioni di <i>Calzature (HS 64)</i> - Da Gen a Mar 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Marzo			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	127,29	137,75	162,40	100.00	100.00	100.00	17.89
1	Cina	21,26	21,94	30,13	16.70	15.93	18.55	37.32
2	Corea del Sud	28,57	27,52	25,24	22.45	19.97	15.54	-8.29
3	Vietnam	9,27	11,02	21,82	7.28	8.00	13.44	98.05
4	Italy	13,08	16,22	19,98	10.28	11.78	12.30	23.18
5	USA	16,05	18,73	17,98	12.61	13.59	11.07	-3.99
6	Taiwan	14,06	13,45	11,16	11.04	9.77	6.87	-17.04
7	Indonesia	4,33	5,42	9,62	3.40	3.93	5.92	77.63
8	Giappone	4,08	5,01	4,68	3.20	3.63	2.88	-6.62
9	Tailandia	3,24	4,15	3,81	2.55	3.02	2.35	-8.25
10	Hong Kong	3,69	3,28	3,34	2.90	2.38	2.06	1.95

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <i>Calzature (HS 64)</i> - Da Gen a Mar 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Marzo			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	1.244,81	1.316,76	1.249,74	100	100	100	-5.09
1	Cina	1.131,25	1.209,82	1.112,97	90.88	91.88	89.06	-8.01
2	Italia	54,41	43,89	50,01	4.37	3.33	4	13.93
3	Vietnam	14,01	13,79	21,16	1.13	1.05	1.69	53.48
4	Francia	1,67	4,03	15,05	0.13	0.31	1.21	273.57
5	USA	10,45	10,28	9,61	0.84	0.78	0.77	-6.53
6	Spagna	7,03	7,17	7,00	0.57	0.54	0.56	-2.26
7	Taiwan	3,90	5,92	4,66	0.31	0.45	0.37	-21.23
8	Indonesia	2,53	2,82	4,57	0.2	0.21	0.37	61.67
9	Giappone	3,30	3,53	3,50	0.27	0.27	0.28	-0.83
10	Svizzera	1,75	1,93	3,12	0.14	0.15	0.25	61.77

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

# Statistiche

Cina - Importazioni di <i>articoli in Pelle (HS 42)</i> - Da Gen a Mar 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Marzo			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	49,20	81,27	100,41	100.00	100.00	100.00	23.56
1	Italia	10,29	15,10	23,66	20.91	18.58	23.56	56.70
2	Cina	9,30	25,56	20,75	18.90	31.45	20.67	-18.79
3	Francia	8,27	11,98	20,74	16.82	14.74	20.66	73.18
4	Corea del Sud	1,76	13,52	15,21	3.57	16.63	15.15	12.50
5	Hong Kong	2,68	2,73	3,63	5.44	3.36	3.61	32.92
6	Turchia	0,62	1,36	2,47	1.26	1.68	2.46	81.01
7	Giappone	2,45	2,06	2,19	4.97	2.53	2.18	6.32
8	Svizzera	0,15	0,58	1,54	0.31	0.71	1.54	167.82
9	Germania	1,02	1,21	1,31	2.07	1.48	1.30	8.31
10	Spagna	1,05	0,99	1,08	2.14	1.22	1.08	9.42

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <i>articoli in Pelle (HS 42)</i> - Da Gen a Mar 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Marzo			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	916,20	980,45	1.023,13	100	100	100	4.35
1	Cina	734,94	781,74	781,77	80.22	79.73	76.41	0
2	Francia	65,22	75,61	108,29	7.12	7.71	10.58	43.21
3	Italia	70,95	79,69	92,40	7.74	8.13	9.03	15.95
4	Spagna	14,83	12,64	7,33	1.62	1.29	0.72	-42
5	Giappone	7,12	7,27	6,09	0.78	0.74	0.6	-16.18
6	Germania	1,59	1,45	3,96	0.17	0.15	0.39	173.26
7	Svizzera	2,61	4,67	3,94	0.28	0.48	0.39	-15.7
8	USA	5,58	4,01	3,20	0.61	0.41	0.31	-20.2
9	Regno Unito	1,32	1,91	2,89	0.14	0.2	0.28	51.45
10	India	1,78	1,77	1,91	0.19	0.18	0.19	8.28

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

# Statistiche

Cina - Importazioni di <b>Cosmetici (HS 33 e 34)</b> - Da Gen a Mar 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Marzo			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	392,19	448,96	586,97	100.00	100.00	100.00	30.74
1	USA	80,90	93,99	117,33	20.63	20.94	19.99	24.83
2	Giappone	83,89	94,03	113,35	21.39	20.95	19.31	20.54
3	Germania	38,32	50,87	66,32	9.77	11.33	11.30	30.37
4	Francia	30,77	37,40	51,57	7.85	8.33	8.79	37.88
5	Corea del Sud	17,42	23,46	30,64	4.44	5.23	5.22	30.61
6	Taiwan	21,41	28,42	29,74	5.46	6.33	5.07	4.64
7	Singapore	10,98	13,28	20,27	2.80	2.96	3.45	52.73
8	Malaysia	11,69	10,54	19,12	2.98	2.35	3.26	81.41
9	Russia	17,85	8,32	15,18	4.55	1.85	2.59	82.47
10	Regno Unito	7,93	10,99	12,83	2.02	2.45	2.19	16.67
11	Italia	7,14	9,17	11,28	1.82	2.04	1.92	22.96

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <b>Cosmetici (HS 33 e 34)</b> - Da Gen a Mar 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Marzo			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	357,63	392,87	408,34	100	100	100	3.94
1	Francia	66,43	82,76	87,43	18.57	21.06	21.41	5.65
2	Cina	71,39	78,13	72,48	19.96	19.89	17.75	-7.23
3	Giappone	55,59	54,00	57,21	15.54	13.74	14.01	5.94
4	USA	49,31	54,69	56,88	13.79	13.92	13.93	3.99
5	Germania	13,62	18,43	19,87	3.81	4.69	4.87	7.79
6	Regno Unito	15,36	14,87	19,24	4.3	3.79	4.71	29.34
7	Italia	11,35	9,22	14,51	3.17	2.35	3.55	57.26
8	Malaysia	7,54	9,70	13,42	2.11	2.47	3.29	38.38
9	Svizzera	8,60	8,37	10,38	2.4	2.13	2.54	23.94
10	Singapore	12,92	9,26	8,28	3.61	2.36	2.03	-10.57

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

# Statistiche

Cina - Importazioni di <b>Gioielli (HS 7113 e 7117)</b> - Da Gen a Mar 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Marzo			Quota %			Variatione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	28,92	36,26	45,36	100.00	100.00	100.00	25.11
1	Hong Kong	5,04	5,18	7,11	17.41	14.28	15.67	37.33
2	Svizzera	3,93	6,32	7,03	13.60	17.44	15.49	11.15
3	Corea del Sud	6,83	5,62	6,70	23.60	15.49	14.78	19.37
4	Austria	3,02	3,16	5,73	10.44	8.72	12.62	81.06
5	Italia	1,10	1,86	4,55	3.81	5.14	10.03	144.24
6	Cina	0,86	1,95	2,86	2.99	5.36	6.30	46.89
7	Francia	2,03	2,80	2,69	7.03	7.73	5.93	-3.96
8	Giappone	2,42	2,86	1,82	8.35	7.89	4.02	-36.25
9	Sud Africa	0,64	1,44	1,38	2.21	3.97	3.04	-4.10
10	USA	0,47	0,52	1,20	1.63	1.44	2.64	129.66

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <b>Gioielli (HS 7113 e 7117)</b> - Da Gen a Mar 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Marzo			Quota %			Variatione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	594,33	658,47	719,58	100	100	100	9.28
1	Cina	308,94	339,58	372,95	51.98	51.57	51.83	9.83
2	Italia	76,16	71,48	92,05	12.82	10.86	12.79	28.78
3	USA	65,96	69,12	76,30	11.1	10.5	10.6	10.39
4	India	17,02	49,79	61,55	2.86	7.56	8.55	23.61
5	Francia	36,38	49,91	28,17	6.12	7.58	3.92	-43.56
6	Svizzera	27,58	16,80	23,11	4.64	2.55	3.21	37.54
7	Indonesia	5,56	5,11	9,21	0.94	0.78	1.28	80.25
8	Austria	5,92	4,34	6,39	1	0.66	0.89	47.32
9	Tailandia	5,30	6,84	6,16	0.89	1.04	0.86	-10.03
10	Singapore	0,76	1,75	6,00	0.13	0.27	0.83	243.68

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 Mar 2007

Milioni di \$ USA

Classifica	Paese	Da Gennaio a Marzo			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	29,63	29,15	35,59	100.00	100.00	100.00	22.06
1	Italia	4,87	5,65	9,35	16.43	19.40	26.29	65.44
2	Cina	4,79	6,14	6,69	16.17	21.06	18.81	9.00
3	Giappone	5,42	3,38	4,06	18.29	11.60	11.41	20.13
4	Hong Kong	2,75	2,49	3,11	9.27	8.53	8.73	24.81
5	Irlanda	1,87	2,04	2,23	6.32	6.98	6.27	9.54
6	Germania	1,09	2,03	1,99	3.66	6.98	5.60	-1.98
7	Taiwan	1,74	1,79	1,83	5.87	6.14	5.14	2.30
8	Francia	0,80	0,87	1,47	2.70	2.98	4.13	68.93
9	Brasile	0,86	0,97	1,43	2.92	3.32	4.02	47.59
10	Regno Unito	0,88	0,71	0,87	2.95	2.44	2.45	22.55

Fonte: China Custom

## Hong Kong - Importazioni di *Prodotti Ottici (HS 900130, 40, e 50, 9003 e 9004)* - Da Gen a Mar 2007

Milioni di \$ USA

Classifica	Paese	Da Gennaio a Marzo			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	138,37	131,01	207,51	100	100	100	58.4
1	Cina	74,69	69,99	122,93	53.98	53.42	59.24	75.64
2	Italia	15,75	14,83	30,90	11.38	11.32	14.89	108.36
3	Giappone	10,94	10,51	11,24	7.91	8.02	5.42	6.96
4	Francia	8,63	8,70	10,98	6.24	6.64	5.29	26.28
5	Germania	5,74	6,39	7,75	4.15	4.88	3.74	21.42
6	USA	6,48	5,35	5,84	4.69	4.08	2.81	9.1
7	Irlanda	2,50	3,87	5,66	1.81	2.95	2.73	46.35
8	Tailandia	1,66	1,90	2,07	1.2	1.45	1	9.13
9	Corea del Sud	4,71	1,96	1,69	3.4	1.5	0.82	-13.59
10	Regno Unito	1,89	1,73	1,41	1.36	1.32	0.68	-18.52

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

# Statistiche

Cina - Importazioni di <i>Montature per Occhiali (HS 9003)</i> - Da Gen a Mar 2007								Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Marzo			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	10.161	10.453	12.791	100.00	100.00	100.00	22.38
1	Giappone	4.096	2.461	3.076	40.31	23.54	24.04	24.97
2	Italia	1.111	1.820	2.873	10.94	17.41	22.46	57.89
3	Hong Kong	1.885	1.853	2.146	18.55	17.73	16.78	15.80
4	Germania	799	719	702	7.87	16.45	13.30	-1.01
5	Francia	238	316	926	2.34	3.03	7.24	192.70
6	Taiwan	620	864	757	6.10	8.26	5.92	-12.37
7	Cina	450	744	704	4.42	7.12	5.51	-5.34
8	Corea del Sud	430	436	261	4.24	3.31	2.04	-24.55
9	Austria	37	71	154	0.36	0.68	1.20	116.95
10	Danimarca	30	43	60	0.30	0.42	0.47	36.61

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <i>Montature per Occhiali (HS 9003)</i> - Da Gen a Mar 2007								Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Marzo			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	68.965	65.979	113.690	100	100	100	72.31
1	Cina	36.275	39.048	78.686	52.6	59.18	69.21	101.51
2	Italia	7.186	4.352	12.511	10.42	6.6	11	187.46
3	Giappone	7.537	7.438	6.592	10.93	11.27	5.8	-11.38
4	Germania	4.608	4.658	5.782	6.68	7.06	5.09	24.14
5	Francia	7.137	7.316	5.306	10.35	11.09	4.67	-27.47
6	Austria	851	922	1.237	1.23	1.4	1.09	34.09
7	Corea del Sud	3.310	665	1.015	4.8	1.01	0.89	52.79
8	USA	747	566	930	1.08	0.86	0.82	64.32
9	Danimarca	143	305	352	0.21	0.46	0.31	15.75
10	Malta	26	-	232	0.04	0	0.2	0

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

# Statistiche

Cina - Importazioni di <i>Occhiali da Sole (HS 900410)</i> - Da Gen a Mar 2007								Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Marzo			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	6.058	5.931	9.753	100.00	100.00	100.00	64.43
1	Italia	3.036	3.017	5.249	50.12	50.86	53.82	74.01
2	Cina	2.108	1.894	2.810	34.80	31.94	28.81	48.34
3	Hong Kong	250	319	660	4.12	5.37	6.77	107.15
4	Giappone	349	247	485	5.76	4.17	4.98	96.24
5	Francia	73	168	336	1.20	2.82	3.45	100.78
6	Germania	109	126	63	1.80	2.12	0.64	-50.12
7	Taiwan	42	33	58	0.69	0.55	0.59	76.92
8	USA	39	71	32	0.64	1.19	0.33	-54.66
9	Svizzera	0	4	18	0.00	0.06	0.19	397.30
10	Luxembourg	0	0	13	0.00	0.00	0.13	0

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <i>Occhiali da Sole (HS 900410)</i> - Da Gen a Mar 2007								Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Marzo			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	36.477	34.050	53.720	100	100	100	57.77
1	Cina	25.193	21.355	30.013	69.07	62.72	55.87	40.54
2	Italia	6.936	8.920	15.660	19.02	26.2	29.15	75.57
3	Francia	797	503	4.878	2.18	1.48	9.08	870
4	Giappone	1.407	1.294	1.785	3.86	3.8	3.32	37.92
5	USA	358	335	385	0.98	0.99	0.72	14.86
6	Germania	203	153	187	0.56	0.45	0.35	22.05
7	Spagna	23	38	179	0.06	0.11	0.33	368.02
8	Regno Unito	69	159	164	0.19	0.47	0.31	3.2
9	Svizzera	42	68	105	0.12	0.2	0.2	55.09
10	Corea del Sud	827	252	103	2.27	0.74	0.19	-59.06

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

## Principali Fiere 2007

Mese	Data	Settore	Città	Nome della Fiera	Sito Web
Lug.	9-11	Cosmetica	Beijing	6th International Beauty and Hair Exhibition 2007	<a href="http://www.beautyweek-china.com/index_en.html">http://www.beautyweek-china.com/index_en.html</a>
Lug.	10-13	Abbigliamento e accessori	Hong Kong	Hong Kong Fashion Week for S/S 2007	<a href="http://www.hkfashionweekss.com">http://www.hkfashionweekss.com</a>
Lug.	12-14	Abbigliamento e accessori	Shenzhen	7th China (Shenzhen) Int'l Brand Clothing & Accessories Fair	<a href="http://fair.szic.cn/enInfo/infoSummary.asp">http://fair.szic.cn/enInfo/infoSummary.asp</a>
Lug.	19-22	Gioielleria	Beijing	8th Beijing International Jewellery Fair	<a href="http://www.newwayfairs.com/bij/index.htm">http://www.newwayfairs.com/bij/index.htm</a>
Ago.	15-17	Tessuto	Shanghai	8th Shanghai International Fabrics and Accessories Trade Fair	<a href="http://shanghaimart.kex168.com/chinese/selfevent/20070815fabric/index.asp">http://shanghaimart.kex168.com/chinese/selfevent/20070815fabric/index.asp</a>
Ago.	21-24	Abbigliamento	Shanghai	Ispo China	<a href="http://www.ispochina.com">http://www.ispochina.com</a>
Sett.	5-7	Pelletteria	Shanghai	Moda Shanghai	<a href="http://www.aplf.com/content.asp?site_id=3">http://www.aplf.com/content.asp?site_id=3</a>
Sett.	5-7	Tessile	Shanghai	Spin Expo Autumn/Winter 2008	<a href="http://www.spinexpo.com/prod/index.php">http://www.spinexpo.com/prod/index.php</a>
Sett.	5-9	Orologeria	Hong Kong	Hong Kong Watch & Clock Fair	<a href="http://hkwatchfair.com">http://hkwatchfair.com</a>
Sett.	13-17	Gioielleria	Shenzhen	Shenzhen International Jewellery Fair	<a href="http://www.newwayfairs.com/zij/index.htm">http://www.newwayfairs.com/zij/index.htm</a>
Sett.	18-20	Ottica	Beijing	20th China International Optics Fair	<a href="http://www.ciof.cn">http://www.ciof.cn</a>
Sett.	23-26	Gioielleria	Hong Kong	Asia's Fashion Jewellery & Accessories Fair - September	<a href="http://exhibitions.jewellerynetasia.com/exhibitions/default.asp?siteid=1&amp;lang=1">http://exhibitions.jewellerynetasia.com/exhibitions/default.asp?siteid=1&amp;lang=1</a>
Sett.	23-29	Gioielleria e orologeria	Hong Kong	September Hong Kong Jewellery & Watch Fair 2007	<a href="http://www.jewellerynetasia.com">http://www.jewellerynetasia.com</a>
Otto.	12-15	Abbigliamento accessorie	Hong Kong	China Sourcing Fair - Fashion Accessories	<a href="http://www.globalsources.com/TRADESHOW/HONGKONG-FASHION.HTM">http://www.globalsources.com/TRADESHOW/HONGKONG-FASHION.HTM</a>
Otto.	12-15	Intimo mare e corsetteria	Hong Kong	China Sourcing Fair - Underwear & Swimwear	<a href="http://tradeshow.globalsources.com/TRADESHOW/HONGKONG-UNDERWEAR-SWIMWEAR.HTM">http://tradeshow.globalsources.com/TRADESHOW/HONGKONG-UNDERWEAR-SWIMWEAR.HTM</a>
Otto.	3-5	Tessile	Hong Kong	Interstoff Asia Autumn	<a href="http://www.interstoff-asia.com">http://www.interstoff-asia.com</a>
Otto.	3-5	Calzature e Borse	Hong Kong	Fashion Access	<a href="http://www.aplf.com">http://www.aplf.com</a>
Otto.	18-20	Tessuto	Macao	International Home Textiles, Garments, Fabrics & Accessories Fair	<a href="http://www.kenfair.com/exhibitions/ht/ht_generalInfo.aspx">http://www.kenfair.com/exhibitions/ht/ht_generalInfo.aspx</a>
Otto.	29-31	Tessile	Shanghai	Yarn Expo	<a href="http://www.messefrankfurt.com.hk/fair_homepage.aspx?fair_id=9&amp;exhibition_id=9">http://www.messefrankfurt.com.hk/fair_homepage.aspx?fair_id=9&amp;exhibition_id=9</a>

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

Mese	Data	Iniziativa	Luogo	Settore	Descrizione
Gennaio/ Febbraio	31/3	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/Aprile	15/15	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/Aprile	30/1	Shoes China	Shanghai	Calzature	Partecipazione collettiva
Settembre	5/7	SpinExpo	Shanghai	Tessile	Partecipazione collettiva
Ottobre	8/13	Shoes China	Pechino	Calzature	Partecipazione collettiva
Ottobre/ Novembre	29/1	Intertextile	Shanghai	Tessuti abbigliamento	Partecipazione collettiva
Ottobre	30 (da confermare)	Seminario tendenze moda	Shanghai	Tessuti abbigliamento	Seminario di presentazione delle tendenze moda nel settore dei tessuti per abbigliamento
Novembre	14/16	Cosmoprof	Hong Kong	Cosmetica	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](mailto:pechino@pechino.ice.it)  
[www.ice.gov.it/estero2/pechino](http://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](mailto:icecd@public.cd.sc.cn)  
[www.ice.gov.it/estero2/pechino](http://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](mailto:canton.canton@ice.it)  
[www.ice.gov.it/estero2/canton](http://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](mailto:hongkong@hongkong.ice.it)  
[www.ice.gov.it/estero2/hongkong](http://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](http://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](mailto:shanghai@shanghai.ice.it)  
[www.ice.gov.it/estero2/shanghai](http://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](http://www.ice.gov.it/estero2/hongkong)

e

Ketchum Hong Kong

[www.ketchum.com](http://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.