

NOTIZIE dalla CINA, HONG KONG e MACAU

Tessile | Moda | Calzature | Gioielli | Accessori | Cosmetici

Sommario

Versace ha intenzione di espandere la sua rete in Cina ...1

Uno sguardo al mercato della moda in Cina ...1

Lane Crawford, gruppo della distribuzione di lusso di Hong Kong, annuncia il suo piano di espansione in Cina ...2

La febbre da Olimpiadi mette le ali al mercato dell'abbigliamento sportivo ...3

La Cina é determinata a proteggere la proprietà intellettuale ...3

In Cina le vendite al dettaglio continuano a crescere ...4

Aumenta il prezzo all'esportazione dei prodotti in pelle ...4

Paure segrete per il futuro dell'industria della pelle a Hong Kong e in Cina ...4

L'anno prossimo Patek Philippe aprirà a Pechino il suo secondo negozio in Cina ...5

Prospettive rosee per le calzature da bambini ...5

I giganti delle calzature da donna si riuniscono a Chengdu per il Sourcing Festival di ottobre ...6

A Macao la settimana dell'abbigliamento riunisce gli adetti della moda della regione ...6

La fiera CIGF offre a Dalian una piattaforma commerciale di respiro internazionale ...6

AGGIORNAMENTO SUI MARCHI

Miu Miu inaugura un nuovo negozio a Hong Kong ...7

Gucci inaugura due nuovi negozi in Cina ...7

Nanjing dà il benvenuto a Louis Vuitton ...7

Fornarina lancia un nuovo negozio a Guangzhou ...8

Omega lancia la propria campagna per le Olimpiadi di Pechino del 2008 ...8

Nature apre il suo primo negozio a Hong Kong ...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

Versace ha intenzione di espandere la sua rete in Cina



L'azienda, fortemente incoraggiata da una crescita del 100% annuo del fatturato nei cinque negozi di Shanghai, Hong Kong e Pechino, ha deciso di investire quest'anno €8 milioni nell'apertura di altri nove negozi in Cina.

È previsto anche l'aumento del numero di negozi, da 20 a 30, della linea Versace Jeans Couture, che offre articoli casual a prezzi più accessibili. Questa decisione è al passo con la tendenza generale tra i nomi internazionali della moda di offrire linee diffusion ai consumatori cinesi, la cui età media è più bassa che altrove (secondo la società di consulenza Ernst & Young i consumatori con il più alto potere d'acquisto in Cina hanno un'età tra i 25 e i 50). L'amministratore delegato Giancarlo Di Risio ha anche osservato che gli accessori griffati sono più popolari tra i consumatori asiatici rispetto all'abbigliamento, a causa anche del loro costo relativamente inferiore. Di conseguenza, per venire incontro alle

preferenze della clientela cinese, che è più giovane, l'azienda ha intenzione di aumentare l'offerta di accessori, portandoli dal 10% attuale al 30% degli articoli in vendita e riducendo l'offerta di abbigliamento dal 70% attuale al 60-65%. Sarà diversificata anche la gamma di prodotti, con l'introduzione di articoli per la casa.

A giudicare dalle collezioni 07 di Versace, la griffe si sta muovendo verso uno stile più in linea con i gusti della sua clientela asiatica. Secondo Donatella Versace, vicepresidente e direttrice creativa, l'azienda sta pensando di reclutare stilisti cinesi da inserire nel proprio team, e di nominare la famosa modella cinese Du Juan come portavoce per l'Asia. Al momento si sta anche preparando un evento speciale per la sezione alta moda, e stanno già arrivando le richieste di appuntamento per le prove degli abiti, ed una sfilata è stata già messa in programma per il 2008.

Nonostante ciò, Donatella Versace fa notare che il mercato dei consumi di lusso in Cina non è ancora veramente maturo, e le aziende della moda devono insegnare alla propria clientela come apprezzare le finzze del vero lusso che secondo Versace consiste nell'esclusività e nella produzione limitata. Donatella Versace osserva anche che in Cina la domanda di moda è in crescita continua, ed esprime la speranza che i giovani cinesi diventino in futuro sostenitori fedeli del marchio Versace.

Uno sguardo al mercato della moda in Cina

Il China National Commercial Information Center ha analizzato i dati relativi alle vendite di dieci categorie di prodotti venduti nei maggiori negozi a maggio del 2007.

Nella categoria dell'abbigliamento maschile, il numero totale di camicie e abiti venduti in quel mese è stato rispettivamente di 1.194.000 e 568.200, registrando una crescita annua dell'11,48% e 15,69%. L'etichetta cinese Youngor si è collocata al primo posto in entrambe le categorie, con una quota di mercato dell'11,99% per le camicie e il 14,68% per gli abiti. Rouse si è collocato

immediatamente dopo nella categoria delle camicie, controllando il 5,83% del mercato, mentre Conch Apparel è giunto al terzo posto con una quota del 5,29%. Le tre marche avevano registrato la stessa posizione in graduatoria il mese precedente. Per quanto riguarda le vendite di abiti, Goldlion al secondo posto si è aggiudicato una quota di mercato del 4,4% mentre Shanshan Enterprise era al terzo posto con il 4,32%. Le prime dieci marche di camicie e abiti avevano una quota di mercato del 48,37% e 39%, una flessione del 3% e 1% rispetto al mese precedente.





Il volume di vendita dell'abbigliamento in tela jeans è stato di 437.900 capi, un incremento del 12,83% rispetto al mese precedente, mentre sono stati venduti 1.098.300 pantaloni, un aumento annuo dello 0,02%.

Al primo posto nella categoria abbigliamento in tela jeans troviamo Weipeng, con una quota di mercato dell'11,63%, seguito da Burton e da Kipone (Hong Kong), con rispettive quote di mercato del 10,75% e 6,62%. JoeOne si è collocato al primo posto nel mercato dei pantaloni, con una quota del 17,76%. Fordoo al secondo posto con il 9,05% e Larento al terzo con l'1,95%. In generale, le prime dieci marche di abbigliamento in tela jeans hanno dominato il 48,57% del mercato, un calo mensile del 2,7%, mentre le prime dieci marche di pantaloni avevano una quota del 39,19%, in incremento mensile del 5%.

Per quanto riguarda l'abbigliamento da donna, sono stati venduti 9.380.600 capi a maggio del 2007, un aumento del 21,76% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. In termini di quota di mercato, le prime quattro marche hanno mantenuto la stessa posizione del mese precedente. "Only" è al primo posto con il 5,16% del mercato, seguita a ruota da Vero Moda, Etam e Jeanswest, con quote di mercato rispettivamente del 3,93%, 3,66% e 2,74%.

Il mercato dell'abbigliamento intimo mostra che le preferenze dei consumatori rimangono invariate, ai primi otto posti troviamo le stesse marche del mese scorso. Triumph International è ancora al primo posto, con la maggiore quota di mercato (10,29%), seguito a ruota da Maniform, con una quota del 10,12%, Beijing Aimer Lingerie al terzo posto ha controllato l'8,46% del mercato. Nello stesso mese, la quota di mercato



delle prime dieci marche è stata del 57,19%.

Nel settore dell'abbigliamento per bambini, la concorrenza è stata forte, e le varie marche controllano quote di mercato molto simili. Pepco era al primo posto a maggio con una quota del 3,74% e 2.789.200 di capi venduti, vale a dire una crescita annua del 12,66%. Subito dopo Pepco, troviamo Souhait con il 3,67% e Les Enphants con il 3,51%.

Nel settore dell'abbigliamento sportivo Nike, Adidas, Li-Ning Sportswear e Kappa, occupano i primi quattro posti. Nike con una quota del 19,32%, Adidas con il 16,97%, mentre Li-Ning Sportswear e Kappa hanno occupato rispettivamente il 14,33% e 6,87% del mercato. Le prime dieci marche hanno conquistato il 77,58% del mercato, esattamente come nel mese precedente.

Con la maggior parte delle vendite in città di seconda fascia e la presenza di grandi distributori come il Dashang Group Co., Ltd. a Dalian, nella provincia di Liaoning, e il Chongqing General Trading (Group) Co., Ltd. a Chongqing, nella provincia di Sichuan, appare evidente che il potere d'acquisto delle città cinesi di seconda fascia supera quello delle città di prima fascia. Tra i maggiori commercianti, alcuni hanno dato prova di consistenza e competenza nel mantenere alti volumi di vendita in categorie diverse di prodotto.

Un'altra scoperta interessante è che è cinese la maggioranza delle marche di successo in quasi tutte le categorie di prodotto, un chiaro indice della preferenza per marche locali da parte dei consumatori. Fa eccezione l'abbigliamento sportivo, dove le marche straniere sono in testa alla classifica e la marca locale Li-Ning Sportswear è al terzo posto.

Lane Crawford, gruppo della distribuzione di lusso di Hong Kong, annuncia il suo piano di espansione in Cina

Lane Crawford Joyce Group, un famoso gruppo della distribuzione di articoli di lusso a Hong Kong, sta preparandosi ad espandere la propria presenza in Cina per approfittare della forte crescita dei consumi nel settore lusso. Ha in progetto di aprire ad ottobre un negozio di 7.432mq all'interno del centro commerciale Seasons Place di Pechino e nei prossimi cinque anni una serie di nuovi negozi di ampie dimensioni, con superfici tra 7.432 e 11.148mq, in città-chiave come Shanghai e Macao.

Ritenendo che il mercato di Pechino crescerà del 19% ogni anno, il presidente del gruppo Bonnie Brooks afferma che il nuovo negozio di Pechino sarà il primo completamente controllato e direttamente gestito dal gruppo Lane Crawford Joyce in Cina. Il negozio ha richiesto un investimento di HK\$ 300 milioni (circa €28,6 milioni) e offrirà al pubblico oltre 600 marchi di successo, tra cui Prada, Givenchy, Burberry Prorsum e Miu Miu, che sono stati selezionati da un team del

gruppo. Più della metà dei marchi sono finora assenti dal mercato di Pechino.

Nell'anno fiscale che si è concluso a marzo del 2007, il gruppo ha realizzato un fatturato di HK\$ 7 miliardi (circa €667 milioni), vale a dire una crescita annua di circa il 26%. Un fatturato totale di HK\$ 7,8 miliardi (circa €743 milioni) realizzato dai 500 punti vendita sparsi per l'Asia è atteso per l'anno fiscale 2007/08.



La febbre da Olimpiadi mette le ali al mercato dell'abbigliamento sportivo

Con l'avvicinarsi delle Olimpiadi di Pechino del 2008, in Cina sale la febbre dello sport, creando una fortissima domanda di mercato per l'abbigliamento sportivo.

Al momento i maggiori consumatori di abbigliamento sportivo hanno un'età compresa tra 18 e 40 anni, un potere d'acquisto relativamente alto, e il loro numero cresce del 50% all'anno. Gli articoli d'abbigliamento sportivo vengono venduti ad un prezzo medio che varia da RMB 300 a 2.000 (circa €29-193). Ma c'è spazio per la crescita se si considera che attualmente il numero di consumatori di articoli sportivi ammonta a meno di 200 milioni. Si prevede che entro il 2010 la produzione industriale di articoli sportivi in Cina raggiungerà il valore di RMB 28 miliardi (circa €2,71 miliardi), cosa che potrebbe trasformare il paese nel più grande mercato di articoli sportivi del mondo dopo gli USA.

Queste prospettive rosee hanno attratto varie aziende come ad esempio la Belle International Holdings, società di Hong Kong quotata in borsa e specializzata nella distribuzione di calzature da donna, che ha recentemente speso USD 48 milioni (circa €35,1 milioni) per acquistare i diritti sul marchio italiano Fila in Cina, e dopo il trasferimento del marchio acquisterà per USD 1,1 milioni (circa €804.000) il controllo della



sua rete di vendita a Hong Kong. Questa joint venture, della quale Belle controlla l'85% e Fila il rimanente 15%, ha lo scopo di stimolare il mercato e distribuire in modo più capillare gli articoli Fila in Cina.

I marchi consolidati sul mercato stanno cominciando ad avvertire la forte pressione concorrenziale dei nuovi arrivati.

Le case che propongono uno stile casual per il tempo libero diverso da quello monotono dell'abbigliamento sportivo funzionale, unito ad elementi chic, come ad esempio l'etichetta italiana Kappa, possono conquistare i giovani cinesi in quanto possiedono un'immagine che è sportiva ma al tempo stesso alla moda. L'abbigliamento da golf invece si rivolge a consumatori di età più matura, con uno status sociale più alto, e che aspirano a godersi il tempo libero. Questo settore del mercato dell'abbigliamento sportivo di qualità in Cina è stato trascurato per anni ed ora è in forte crescita.

La Cina é determinata a proteggere la proprietà intellettuale



La Cina ha mostrato una forte determinazione a colpire i falsari portandoli in tribunale. Dopo aver condannato al pagamento di RMB 300.000 (circa €29.052) il gruppo francese della distribuzione Carrefour colpevole di aver venduto borse Louis Vuitton false e il gruppo Taiwanese RT-Mart al pagamento di RMB 100.000 (circa €9.682) per la vendita di scarpe Puma contraffatte, a metà agosto 2007 il tribunale di Shanghai ha anche condannato i calzaturifici cinesi LZBU

Shoes Co Ltd e Jinjiang Kangwei Shoes Co Ltd e il gruppo francese di distribuzione Auchan a risarcire Nike di RMB 100.000 (circa €9.682), RMB90.000 (circa €8.714) e RMB160.000 (circa €15.491) rispettivamente per aver usato senza autorizzazione un'immagine di cui il gigante Americano di articoli sportivi detiene i diritti- in questo caso la silhouette della stella del basket Michael Jordan.

Per evitare di incorrere in sanzioni, Liu Chungquan, un avvocato dello studio legale Guangsheng & Partners Attorneys-at-law (filiale di Shanghai), consiglia ai commercianti di istituire un meccanismo di clausole per la protezione della proprietà intellettuale, ricordando che il sito di aste eBay è stato costretto a sospendere la vendita di merce pirata a seguito di una causa legale in cui è stato provato che esisteva un meccanismo di protezione dei copyright nella sua struttura. Liu ha anche aggiunto che un buon sistema di ispezione da parte dei commercianti è ancora più importante al fine di evitare cause legali.

In Cina le vendite al dettaglio continuano a crescere

Una forte spesa delle famiglie, sostenuta da un incremento dei redditi e dagli sforzi fatti dal governo per migliorare le condizioni di vita, ha contribuito ad accelerare la crescita delle vendite al dettaglio in Cina. Nel luglio 2007 le vendite sono aumentate del 16,4% vale a dire il maggiore incremento registrato dal maggio 2004 ed una crescita dello 0,4% rispetto al mese precedente. In questo quadro di robusta crescita, le vendite di gioielli sono salite del 45,9%, mentre nelle città le vendite a dettaglio in generale sono aumentate del 16,7% e quelle registrate nelle altre zone (provincia e campagna) sono cresciute del 15,8%.



Aumenta il prezzo all'esportazione dei prodotti in pelle

Gli esperti cinesi del settore della pelle prevedono un netto aumento dei prezzi all'esportazione degli articoli in pelle a causa dell'abolizione dello sconto sulla tassa all'esportazione di cui godevano i prodotti in pelle, e a causa anche di un aumento del costo del lavoro, del prezzo delle materie prime, e dei costi di trasporto, nonché di un apprezzamento del Renminbi. All'opinione degli esperti fanno eco le ultime cifre dell'Ufficio Dazi e Dogana; esse mostrano che la Cina ha esportato meno prodotti in pelle ma ha visto un incremento del 5,8% del valore all'esportazione di tali merci (USD 7,12 miliardi, circa €5,3 miliardi) durante i primi quattro mesi del 2007. L'azienda Riches Leather Co.

Ltd di Guangzhou rivela anche che quest'anno il prezzo medio delle sue borsette é già cresciuto di circa il 30%.



Su Chaoying, il Segretario Generale della China Leather Industry Association (CLIA), ha espresso i suoi timori per la forte pressione fiscale sul settore della pelle, come ad esempio il dazio all'esportazione al 5-14% e l'IVA sui semilavorati al 17%; Ye Xiangju, un portavoce della CLIA, é dell'avviso che nessun cliente straniero sarà disposto a pagare di più per un prodotto di scarsa qualità. Di conseguenza, se un'azienda sarà in grado o meno di vendere a prezzi superiori per ammortizzare la crescita dei costi dipende dalla reputazione del suo marchio e dalla capacità di innovazione piuttosto che dai fattori esterni citati in precedenza.



Paure segrete per il futuro dell'industria della pelle a Hong Kong e in Cina

I produttori di scarpe e borse di pelle hanno opinioni diverse rispetto al futuro del settore a Hong Kong e in Cina.

Per quanto riguarda Hong Kong, alcuni operatori del settore come Leonardo Srl (Italia), Noel Enterprises (Francia) e Agrimatt (Hong Kong) affermano di credere

ancora nel suo ruolo di porta per l'Oriente, ne apprezzano le infrastrutture e il suo alto valore di mercato. Altri invece temono che la Perla dell'Oriente stia gradualmente perdendo lustro. Frank Lee, dirigente dell'azienda cinese Guangzhou Fish Precious Leather Co. Ltd, sostiene ad esempio che la crescente apertura della Cina e la rapida crescita di Shenzhen stanno erodendo il ruolo guida di Hong Kong, che gli investitori stranieri ora hanno accesso diretto alla Cina, e possono aprire conti correnti presso le banche cinesi. Alcuni operatori hanno anche espresso preoccupazione per la



mancanza di innovazione e originalità dei prodotti di Hong Kong, sottolineando che anche la clientela locale ora fa più attenzione al design che al prezzo.

Per sopravvivere consiglia Chateau Anne Group (Hong Kong), l'azienda che produce gli articoli in pelle firmati "Eiffel Paris", Hong Kong deve puntare sullo sviluppo di marchi originali, specialmente per la vendita in negozi e catene commerciali, destinare più risorse per nutrire talenti locali, e prendere esempio dagli USA per quanto riguarda il marketing, dal Giappone per il packaging, e dall'Europa per la creazione e immagine del marchio.

Per quanto riguarda la Cina, un certo numero di aziende avvertono che le prospettive non sono così rosee come alcuni vorrebbero sperare. Nonostante i minori costi di produzione e margini più alti, sia Frank Lee che Mauro Gabrielli, direttore esecutivo di Leonardo Srl, vedono un divario enorme tra la

Cina e l'Italia, mercante di moda da sempre, in materia di design del prodotto. Florian Rocher, addetto all'esportazione dell'azienda francese Noel Enterprises, aggiunge che i calzaturifici che puntano sulla qualità sono riluttanti a spostare la propria produzione in Cina, e cita un rapporto non ufficiale secondo il quale la sua azienda perderebbe circa il 60% dei clienti se si trasferisse in Cina. Inoltre sembra anche che questo paese dovrà affrontare la crescente concorrenza di Vietnam e India in particolare, che possono produrre a costi ancora più bassi della Cina.

Fung, dell'azienda Agrimatt, invece prevede che la competitività dell'India sarà presto limitata da un apprezzamento della sua moneta. Frank Lee, fa anche notare che nonostante le politiche di Europa e USA privilegino il Vietnam, i produttori di scarpe cinesi hanno ancora un vantaggio assoluto in termini di tecnologia.

L'anno prossimo Patek Philippe aprirà a Pechino il suo secondo negozio in Cina

Patek Philippe, marchio di orologi fondato nel 1839 e conosciuto per essere l'ultimo produttore indipendente di orologi a Ginevra, ha deciso di aprire a Pechino, all'inizio dell'anno prossimo, il suo secondo negozio della Cina e venire così incontro alla crescente domanda. La casa di orologi ha anche raddoppiato la superficie del suo negozio situato al numero 18 del Bund, a Shanghai, che ora si estende su circa 170mq, in modo da poter offrire oltre ad un ambiente elegante per lo shopping, anche un servizio riparazioni con strumenti sofisticati e personale qualificato.

Per celebrare l'espansione del negozio e dimostrare il suo

interesse per il mercato cinese, l'azienda ha organizzato una mostra di circa 100 nuovi modelli per i collezionisti e gli appassionati, modelli tra cui si ricordano la nuova collezione da uomo Grand Complications e il nuovo Ref. 4934 Calatrava Travel Time destinato alle signore, che erano stati presentati in anteprima alla fiera di Basilea (Baselworld) lo scorso aprile.



Prospettive rosee per le calzature da bambini

Secondo il governo cinese, circa 380 milioni di persone nel paese hanno meno di 15 anni. Questo dato suggerisce che se per ognuno di questi bambini e ragazzi si acquistano 4 paia di scarpe all'anno, ogni paio ad un prezzo medio di RMB 20 (circa €1,93), l'industria delle calzature da bambini vedrà un giro d'affari che si stima superiore ai RMB 30 miliardi (circa €2,9 miliardi) all'anno. Questa prospettiva rosea é basta su dati reali. I genitori cinesi sono pronti a spendere per i propri figli, specialmente ora che il livello di vita si sta innalzando quasi ovunque nel paese.

La prova sta nel fatto che il mercato degli articoli da bambini é sempre più personalizzato e diversificato, e che la produzione di calzature da bambini ha visto un salto di qualità (ad esempio, i materiali usati sono cambiati, passando da ritagli di pelle a pelle primo fiore). Grazie a questo periodo di boom e l'alto valore aggiunto al prodotto, sembra che al momento i produttori cinesi di calzature da bambini stiano realizzando ampi margini di profitto.



I giganti delle calzature da donna si riuniscono a Chengdu per il Sourcing Festival di ottobre



Oltre 200 espositori provenienti da Italia, Spagna e Cina, tra cui il calzaturificio Ballin di Venezia e altri 30-50 nomi affermati della calzatura italiana, accoglieranno gli addetti agli acquisti dei loro paesi durante l'edizione 2007 del LSCC (Lady Shoes Center of China) International Sourcing Festival di Chengdu in ottobre. Organizzato dal Sichuan Provincial Department of Commerce, Chengdu Municipal Government e dalla China Leather Industry Association (CLIA), il Festival offrirà una serie di eventi tra cui un forum internazionale sulla creazione di un'industria sostenibile delle calzature, a cui parteciperanno rappresentanti dall'Italia, Spagna, Russia, Brasile, Taiwan, ecc.

Secondo il direttore della CLIA Xu Yong, Chengdu é al momento il maggior polo industriale per le calzature da donna, con oltre 1.300 calzaturifici, e una produzione che raggiunge i 140 milioni di paia all'anno, e che pone Chengdu al terzo posto in Cina per volume di produzione.

A Macao la settimana dell'abbigliamento riunisce gli addetti della moda della regione

Per offrire uno sguardo sugli ultimi sviluppi e tendenze della moda, e rafforzare i rapporti tra gli operatori del settore moda di Macao e gli altri operatori della regione, il Macau Productivity and Technology Transfer Center (CPTTM) ha organizzato un gala di tre giorni dal titolo "Macao Apparel Week" presso il Macau Tower Convention & Entertainment Center. L'attenzione si é concentrata in gran parte sulle creazioni degli stilisti locali, ma sono stati invitati a presentare i propri modelli anche marchi affermati provenienti da Cina, Hong Kong, Taiwan, Giappone, Corea del Sud, Vietnam, Singapore per aggiungere maggiore varietà alla manifestazione.



La settimana ha anche ospitato altre iniziative oltre alle sfilate. Tra queste ricordiamo: una mostra fotografica che inseriva la moda nel contesto del patrimonio artistico di Macao, un servizio preposto a mettere in contatto le aziende e facilitarne i rapporti commerciali, e una serie di seminari su temi quali le prospettive dei marchi cinesi, la protezione della proprietà intellettuale a Macao e i tessuti innovativi di Taiwan.

La fiera CIGF offre a Dalian una piattaforma commerciale di respiro internazionale

Il Ministero del Commercio cinese, insieme al China National Textile and Apparel Council e al governo municipale della città di Dalian ha organizzato la seconda edizione della fiera tessile e dell'abbigliamento China (Dalian) International Garment & Textile Fair (CIGF) presso lo Xinghai Convention & Exhibition Center e il Dalian World Expo Center dal 28 al 31 agosto 2007. La fiera ha ospitato un totale di 580 espositori, tra cui circa 400 aziende del settore tessile e dell'abbigliamento.

Posizionandosi come una piattaforma internazionale per promuovere il commercio la fiera CIGF é riuscita ad attrarre 64 aziende provenienti da 16 paesi diversi, come ad esempio l'italiana Mafiawear.

Gli operatori stranieri hanno occupato circa il 30% dei 1.600 stand presenti alla fiera.



Il giorno dell'inaugurazione della fiera, si é tenuto contemporaneamente un forum internazionale dedicato al commercio presso il Dalian International Finance Conference Centre, per permettere ai funzionari del governo cinese di incontrare e scambiare opinioni con operatori del settore, rappresentanti stranieri delle associazioni commerciali e delle istituzioni politiche, tra cui il sindaco di Milano, su temi come la creazione e l'immagine del marchio, e le strategie di marketing nel contesto di una crescente globalizzazione.

Aggiornamento sui marchi

Miu Miu inaugura un nuovo negozio a Hong Kong



Il 27 luglio 2007 Miu Miu é approdata a Tsim Sha Tsui, uno dei piú dinamici quartieri dello shopping di Hong Kong. Il nuovo negozio, di circa 10.000 piediquadrati, si estende su due piani, ed é stato progettato dall'architetto italiano Roberto Baciocchi. In questo spazio i consumatori possono trovare la piú completa gamma di prodotti Miu Miu a Hong Kong, tra cui abbigliamento da donna, borsette, calzature e 100 borse rosa della collezione limitata Lux Metal, disegnate apposta per celebrare l'inaugurazione in grande stile del negozio di Hong Kong, e che sono andate esaurite il giorno stesso del loro debutto.



Gucci inaugura due nuovi negozi in Cina

Gucci ha recentemente inaugurato due nuovi negozi in Cina. Quello presso il centro commerciale Shin Kong Place di Pechino é attualmente il piú grande negozio di Gucci in Cina. Con una superficie di 1.300 mq, la boutique offre una gamma completa di articoli che includono abbigliamento maschile e femminile, pelletteria, gioielli e accessori. Si ritiene che la casa di moda abbia speso circa USD 8 milioni (circa €5,9 milioni) solo per l'arredamento d'interni del negozio.

Invece, l'altra boutique di 450 mq al piano terra di Hisense Plaza é il primo punto vendita di Gucci a Tianjin, città della Cina settentrionale. Inauguratosi il 10 agosto 2007, il negozio ha realizzato un incasso eccezionale di RMB 1,7 milioni (circa €165.000) il giorno della sua apertura e un incasso di RMB 3 milioni (circa €291.600) nei primi tre giorni. Queste cifre riflettono chiaramente il forte potere d'acquisto di quel 5% che costituisce la fascia piú benestante della popolazione cittadina, e che comprende consumatori di ogni età, dai teenager alle persone di mezza-età.



Puntando su articoli come le borse e le scarpe, il marchio italiano sta gradualmente estendendo la propria presenza nel nord della Cina, e l'azienda é sicura di battere altri record di vendite non appena il negozio di Tianjin comincerá ad offrire anche articoli di abbigliamento.

Nanjing dà il benvenuto a Louis Vuitton



Louis Vuitton (LV) ha celebrato l'inaugurazione del suo primo negozio nella provincia di Jiangsu. Situato all'interno del centro commerciale Deji Plaza di Nanjing, il negozio di 270mq. offre una serie di articoli LV a prezzi che variano tra gli 8.000 e i 10.000 RMB (circa €780-975), tra cui borse, articoli in pelle, scarpe, orologi e occhiali da sole. Molti di questi articoli sono una novità assoluta per i consumatori cinesi e non sono in vendita negli altri negozi LV della Cina.

Negli ultimi quindici anni LV ha aperto 16 negozi in 13 città della Cina, tra cui Chengdu, Dalian, Shenzhen, Xi'an e Shanghai.

Fornarina lancia un nuovo negozio a Guangzhou

Il marchio italiano di moda femminile, Fornarina, che ha già punti vendita in varie città cinesi di prima e seconda fascia tra cui Hong Kong, Pechino, Shanghai, Chengdu e Kunming, ha inaugurato un nuovo negozio a Guangzhou, all'interno del

noto centro commerciale World Trade Mall. Il nuovo negozio offre varie collezioni che interpretano in modo perfetto l'originale mix di dolcezza, seduzione, modernità e tendenze giovanili che caratterizza l'immagine di questo marchio.



Omega lancia la propria campagna per le Olimpiadi di Pechino del 2008

Il 6 agosto 2007 Omega, l'azienda svizzera che produce orologi di prestigio da 159 anni, ha organizzato una serie di eventi di gala per celebrare l'inizio del conto alla rovescia per le Olimpiadi di Pechino del 2008. Oltre a presentare il modello in edizione limitata Constellation '95 - il primo di sei orologi da collezione

carrellata storica di orologi Omega del passato e dispositivi per il cronometraggio che hanno catturato i momenti gloriosi delle Olimpiadi. Dopo Pechino il 26 agosto la mostra andrà in altre città della Cina, iniziando da Shanghai dove sarà ospitata dai grandi magazzini Sogo. Ritornerà a Pechino ad agosto del 2008 in occasione dei giochi Olimpici.

in numero limitato che sono ispirati alle Olimpiadi di Pechino, e che sono disponibili in Cina e nei rivenditori autorizzati nel resto del mondo - Omega, che fornisce i servizi di cronometraggio per i giochi Olimpici ha anche inaugurato tre negozi contemporaneamente a Pechino in tre noti ed eleganti centri commerciali, Oriental Plaza, Shin Kong Place e The Place. Il negozio di Oriental Plaza, con una superficie di 600 mq. é il più grande negozio Omega del mondo e offre al suo interno servizi di riparazione e servizi di assistenza ai clienti. Durante l'inaugurazione del negozio di Oriental Plaza si é aperta anche una mostra speciale che propone al pubblico una



Nature apre il suo primo negozio a Hong Kong

L'azienda italiana di prodotti per la bellezza e la cura della pelle, Nature, ha inaugurato il suo primo negozio di Hong Kong presso il centro commerciale Plaza Hollywood. Oltre ad offrire i prodotti naturali ed ecologici per cui Nature é nota, il nuovo negozio offre anche un piccolo salone di bellezza con dotazione francese per meglio venire incontro ai bisogni della clientela.

Statistiche

Cina - Importazioni di <i>Tessili - Filati (HS da 50 a 60)</i> - Da Gen a Mag 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Maggio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	7.997,59	9.746,15	9.354,04	100.00	100.00	100.00	-4.02
1	Taiwan	1.332,90	1.149,85	1.363,12	16.67	11.80	14.57	18.55
2	Giappone	1.337,57	1.218,73	1.326,46	16.72	12.50	14.18	8.84
3	Cina	995,98	1.152,55	1.301,16	12.45	11.83	13.91	12.89
4	Corea del Sud	1.122,32	983,92	1.042,12	14.03	10.10	11.14	5.92
5	USA	628,90	1.566,81	706,31	7.86	16.08	7.55	-54.92
6	Australia	410,53	496,97	643,42	5.13	5.10	6.88	29.47
7	India	93,73	525,08	548,02	1.17	5.39	5.86	4.37
8	Hong Kong	456,73	451,76	458,32	5.71	4.64	4.90	1.45
9	Pakistan	215,71	297,58	326,51	2.70	3.05	3.49	9.72
10	Uzbekistan	149,96	331,82	201,33	1.88	3.40	2.15	-39.32
11	Italia	139,44	140,48	170,33	1.74	1.44	1.82	21.25

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <i>Tessili - Filati (HS da 50 a 60)</i> - Da Gen a Mag 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Maggio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	5.576,32	5.682,27	5.495,73	100	100	100	-3.28
1	Cina	3.157,52	3.341,98	3.217,56	56.62	58.81	58.55	-3.72
2	Taiwan	683,40	634,66	547,95	12.62	11.17	9.97	-13.66
3	Corea del Sud	357,15	297,07	335,25	6.41	5.23	6.1	12.85
4	Italia	298,91	285,21	306,09	5.36	5.02	5.57	7.32
5	Giappone	290,29	269,16	256,20	5.21	4.74	4.66	-4.82
6	Pakistan	207,91	250,72	228,68	3.73	4.41	4.16	-8.79
7	USA	127,07	123,74	138,15	2.28	2.18	2.51	11.65
8	India	51,95	82,82	90,10	0.93	1.46	1.64	8.79
9	Tailandia	66,17	60,74	54,17	1.19	1.07	0.99	-10.81
10	Indonesia	54,53	55,25	46,04	0.98	0.97	0.84	-16.66

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di Abbigliamentoe (HS 61 e 62) - Da Gen a Mag 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Maggio			Quota %			Variatione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	460,09	597,04	638,41	100.00	100.00	100.00	6.93
1	Hong Kong	171,09	253,23	219,49	37.19	42.41	34.38	-13.32
2	Italia	45,63	48,55	68,35	9.92	8.13	10.71	40.78
3	Macao	27,19	64,95	59,63	5.91	10.88	9.34	-8.19
4	Cina	23,81	34,46	55,96	5.18	5.77	8.77	62.40
5	Corea del Sud	37,21	42,00	46,98	8.09	7.03	7.36	11.85
6	Giappone	55,97	47,23	43,96	12.16	7.91	6.89	-6.93
7	Corea del Nord	21,97	23,60	21,33	4.78	3.95	3.34	-9.63
8	Turchia	4,23	6,20	13,78	0.92	1.04	2.16	122.15
9	Francia	7,71	7,75	12,62	1.68	1.30	1.98	62.82
10	Taiwan	9,29	10,57	11,54	2.02	1.77	1.81	9.16

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di Abbigliamentoe (HS 61 e 62) - Da Gen a Mag 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Maggio			Quota %			Variatione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	6.220,40	6.112,47	6.403,83	100	100	100	4.77
1	Cina	5.687,57	5.550,51	5.834,42	91.43	90.81	91.11	5.11
2	Italia	144,93	158,46	178,65	2.33	2.59	2.79	12.74
3	Francia	62,34	65,47	66,35	1	1.07	1.04	1.34
4	Giappone	59,21	63,22	64,43	0.95	1.03	1.01	1.91
5	Macao	37,83	54,91	45,53	0.61	0.9	0.71	-17.09
6	USA	19,21	21,78	19,21	0.31	0.36	0.3	-11.78
7	Turchia	6,55	10,75	16,02	0.11	0.18	0.25	49.07
8	Regno Unito	30,94	26,14	15,53	0.5	0.43	0.24	-40.6
9	Germania	16,30	16,12	15,51	0.26	0.26	0.24	-3.76
10	India	8,89	12,47	13,44	0.14	0.2	0.21	7.82

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina – Importazioni di <i>Maglieria (HS 61)</i> – Da Gen a Mag 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Maggio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	185,26	266,05	282,38	100.00	100.00	100.00	6.14
1	Hong Kong	83,26	136,67	113,87	44.94	51.37	40.32	-16.68
2	Macao	14,87	35,10	32,80	8.03	13.19	11.62	-6.54
3	Italia	17,33	18,00	25,42	9.36	6.76	9.00	41.25
4	Cina	10,01	15,39	24,61	5.40	5.78	8.71	59.88
5	Corea del Sud	15,53	17,12	18,47	8.38	6.43	6.54	7.89
6	Giappone	8,93	7,68	9,74	4.82	2.89	3.45	26.79
7	Taiwan	4,53	5,53	6,16	2.45	2.08	2.18	11.47
8	Turchia	1,55	2,47	6,04	0.84	0.93	2.14	144.54
9	Tailandia	4,35	4,17	5,53	2.35	1.57	1.96	32.75
10	Francia	3,76	1,92	5,04	2.03	0.71	1.78	163.03

Fonte: China Custom

Hong Kong – Importazioni di <i>Maglieria (HS 61)</i> – Da Gen a Mag 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Maggio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	3.073,11	3.026,45	3.194,66	100	100	100	5.56
1	Cina	2.783,50	2.739,54	2.907,94	90.58	90.52	91.03	6.15
2	Italia	65,47	70,06	79,61	2.32	2.32	2.49	13.64
3	Giappone	32,84	35,12	44,17	1.07	1.16	1.38	25.79
4	Francia	34,02	34,22	33,58	1.11	1.13	1.05	-1.86
5	Macao	24,75	35,41	29,65	0.81	1.17	0.93	-16.27
6	Turchia	3,78	5,49	8,61	0.12	0.18	0.27	56.98
7	Regno Unito	23,01	19,13	8,52	0.75	0.63	0.27	-55.94
8	Germania	5,99	6,67	8,23	0.2	0.22	0.26	23.43
9	USA	8,72	7,40	6,74	0.28	0.24	0.21	-8.93
10	Taiwan	5,74	8,52	5,75	0.19	0.28	0.18	-32.95

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di <i>Abbigliamento Maschile (HS 6101, 6103, 6105, 6107, 6201,6203,6205,6207)</i> - Da Gen a Mag 2007								
Milioni di \$ USA								
Classifica	Paese	Da Gennaio a Maggio			Quota %			Variatione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	131,42	162,71	187,83	100.00	100.00	100.00	15.44
1	Hong Kong	51,26	69,11	73,13	39.00	42.47	38.93	5.81
2	Italia	20,10	20,72	26,50	15.29	12.73	14.11	27.92
3	Corea del Sud	8,73	11,18	12,98	6.64	6.87	6.91	16.11
4	Cina	5,36	6,01	12,04	4.08	3.70	6.41	100.31
5	Macao	5,56	14,08	10,91	4.23	8.65	5.81	-22.50
6	Corea del Nord	11,35	10,65	8,89	8.64	6.55	4.73	-16.53
7	Turchia	2,28	2,72	6,65	1.73	1.67	3.54	143.99
8	Romania	2,04	3,83	5,59	1.55	2.35	2.98	45.86
9	Giappone	3,58	4,00	4,72	2.72	2.46	2.52	18.01
10	Tailandia	2,73	2,18	2,52	2.08	1.34	1.34	15.59

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <i>Abbigliamento Maschile (HS 6101, 6103, 6105, 6107, 6201,6203,6205,6207)</i> - Da Gen a Mag 2007								
Milioni di \$ USA								
Classifica	Paese	Da Gennaio a Maggio			Quota %			Variatione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	1.101,05	973,65	1.094,79	100	100	100	12.44
1	Cina	874,30	847,56	971,07	86.56	87.05	88.7	14.57
2	Italia	41,11	39,83	44,27	4.07	4.09	4.04	11.14
3	Macao	7,21	9,23	9,67	0.71	0.95	0.88	4.79
4	Giappone	11,27	8,10	8,79	1.12	0.83	0.8	8.55
5	Francia	24,43	15,39	7,08	2.42	1.58	0.65	-53.97
6	Turchia	2,05	4,49	5,72	0.2	0.46	0.52	27.32
7	India	2,68	3,45	4,88	0.27	0.35	0.45	41.62
8	Germania	5,20	4,91	3,55	0.52	0.5	0.32	-27.67
9	Bangladesh	1,68	2,32	3,30	0.17	0.24	0.3	42.56
10	Vietnam	0,96	2,94	3,09	0.1	0.3	0.28	5.38

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 Mag 2007								
Milioni di \$ USA								
Classifica	Paese	Da Gennaio a Maggio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	109,73	163,58	171,75	100.00	100.00	100.00	5.00
1	Hong Kong	40,44	64,93	47,38	36.86	39.70	27.58	-27.04
2	Macao	11,98	25,11	23,72	10.92	15.35	13.81	-5.56
3	Italia	11,95	15,68	21,89	10.89	9.59	12.74	39.57
4	Cina	6,19	12,06	17,62	5.64	7.37	10.26	46.03
5	Corea del Sud	8,72	9,55	14,09	7.95	5.84	8.20	47.49
6	Corea del Nord	8,39	9,99	9,70	7.65	6.11	5.65	-2.92
7	Francia	2,72	3,82	5,12	2.48	2.34	2.98	33.85
8	Giappone	5,58	3,92	4,10	5.09	2.40	2.39	4.74
9	Turchia	0,92	1,61	3,52	0.83	0.98	2.05	119.21
10	Romania	1,23	1,98	2,46	1.12	1.21	1.44	24.32

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di Abbigliamento da Donna (HS 6102, 6104, 6106, 6108, 6202,6204,6206,6208) - Da Gen a Mag 2007								
Milioni di \$ USA								
Classifica	Paese	Da Gennaio a Maggio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	2.573,06	2.407,27	2.540,08	100	100	100	5.52
1	Cina	2.379,53	2.181,63	2.322,20	92.48	90.63	91.42	6.44
2	Italia	53,61	66,63	73,84	2.08	2.77	2.91	10.83
3	Francia	26,70	32,22	30,23	1.04	1.34	1.19	-6.18
4	Giappone	18,18	23,78	18,26	0.71	0.99	0.72	-23.2
5	Macao	16,56	24,83	17,28	0.64	1.03	0.68	-30.41
6	USA	8,27	11,62	10,39	0.32	0.48	0.41	-10.57
7	Spagna	2,95	4,20	5,70	0.12	0.18	0.22	35.69
8	Germania	6,93	5,95	5,62	0.27	0.25	0.22	-5.52
9	India	3,49	6,47	5,24	0.14	0.27	0.21	-18.9
10	Turchia	2,20	2,96	5,14	0.09	0.12	0.2	73.83

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di <i>confezioni in Pelliccia (HS 43)</i> - Da Gen a Mag 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Maggio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	128,57	111,97	129,84	100.00	100.00	100.00	15.96
1	Danimarca	58,13	47,24	37,66	45.22	42.18	29.00	-20.28
2	Finlandia	20,03	16,26	18,44	15.58	14.52	14.20	13.40
3	Neo Zelande	1,53	0,38	16,67	1.19	0.34	12.84	4255.87
4	Canada	9,74	10,45	13,32	7.57	9.34	10.26	27.41
5	Cina	11,19	11,25	11,55	8.70	10.05	8.90	2.71
6	USA	4,60	6,34	5,37	3.58	5.66	4.14	-15.28
7	Russia	3,23	2,02	4,80	2.52	1.81	3.70	137.71
8	Italia	2,83	2,35	4,03	2.20	2.10	3.10	71.50
9	Spagna	3,87	3,04	3,87	3.01	2.71	2.98	27.38
10	Francia	2,15	1,69	3,04	1.67	1.51	2.34	79.81

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <i>confezioni in Pelliccia (HS 43)</i> - Da Gen a Mag 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Maggio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	554,58	628,45	489,45	100	100	100	-22.12
1	Cina	243,89	245,99	235,57	43.98	39.14	48.13	-4.23
2	Danimarca	132,34	178,98	110,88	23.86	28.48	22.65	-38.05
3	Finlandia	68,86	67,95	42,73	12.42	10.81	8.73	-37.11
4	Canada	39,44	51,67	29,93	7.11	8.22	6.12	-42.08
5	USA	27,31	24,89	23,94	4.92	3.96	4.89	-3.83
6	Olanda	16,40	20,28	17,15	2.96	3.23	3.51	-15.42
7	Germania	2,04	7,46	7,26	0.37	1.19	1.48	-2.65
8	Regno Unito	6,28	6,33	5,94	1.13	1.01	1.22	-6.1
9	Italia	3,77	4,93	4,43	0.68	0.78	0.91	-10.03
10	Russia	4,14	8,45	2,94	0.75	1.34	0.6	-65.21

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di <i>Pelli ePELLame (HS 41)</i> - Da Gen a Mag 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Maggio			Quota %			Variatione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	1.865,40	2.149,43	2.442,17	100.00	100.00	100.00	13.62
1	USA	308,40	399,76	459,03	16.53	18.60	18.80	14.83
2	Brasile	134,07	181,64	264,02	7.19	8.45	10.81	45.35
3	Italia	140,11	193,05	252,79	7.51	8.98	10.35	30.94
4	Cina	154,85	229,90	222,90	8.30	10.70	9.13	-3.05
5	Taiwan	226,48	215,92	216,01	12.14	10.05	8.85	0.04
6	Corea del Sud	222,96	210,81	202,17	11.95	9.81	8.28	-4.10
7	Australia	141,64	132,39	161,81	7.59	6.16	6.63	22.23
8	Argentina	49,18	65,76	79,81	2.64	3.06	3.27	21.36
9	India	46,01	50,12	70,79	2.47	2.33	2.90	41.23
10	Tailandia	42,55	42,59	62,36	2.28	1.98	2.55	46.42

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <i>Pelli ePELLame (HS 41)</i> - Da Gen a Mag 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Maggio			Quota %			Variatione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	1.423,10	1.565,51	1.485,39	100	100	100	-5.12
1	Cina	368,98	417,36	352,06	25.93	26.66	23.7	-15.65
2	Italia	234,19	234,01	245,56	16.46	14.95	16.53	4.94
3	Brasile	78,43	118,71	115,71	5.51	7.58	7.79	-2.53
4	India	96,80	100,85	114,33	6.8	6.44	7.7	13.37
5	USA	128,00	150,75	106,41	8.99	9.63	7.16	-29.41
6	Corea del Sud	85,13	80,45	73,97	5.98	5.14	4.98	-8.06
7	Argentina	51,98	68,01	63,64	3.65	4.35	4.29	-6.43
8	Taiwan	45,10	46,64	52,56	3.17	2.98	3.54	12.69
9	Tailandia	47,96	46,19	46,74	3.37	2.95	3.15	1.19
10	Pakistan	26,92	32,88	41,22	1.89	2.1	2.78	25.37

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina – Importazioni di <i>Calzature (HS 64)</i> – Da Gen a Mag 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Maggio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	209,71	232,94	262,17	100.00	100.00	100.00	12.55
1	Cina	33,66	37,50	48,14	16.05	16.10	18.36	28.37
2	Corea del Sud	47,09	46,93	43,83	22.46	20.15	16.72	-6.60
3	Italia	19,63	23,79	31,71	9.36	10.21	12.09	33.27
4	USA	26,27	34,59	30,71	12.52	14.85	11.71	-11.23
5	Vietnam	15,72	20,75	30,59	7.49	8.91	11.67	47.44
6	Taiwan	25,66	22,06	18,80	12.24	9.47	7.17	-14.78
7	Indonesia	7,48	9,12	16,45	3.57	3.91	6.28	80.41
8	Giappone	6,46	8,00	7,75	3.08	3.43	2.96	-3.10
9	Tailandia	5,96	6,19	5,80	2.84	2.66	2.21	-6.26
10	Hong Kong	5,27	5,60	4,87	2.51	2.40	1.86	-13.10

Fonte: China Custom

Hong Kong – Importazioni di <i>Calzature (HS 64)</i> – Da Gen a Mag 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Maggio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	2.068,11	2.096,90	1.986,25	100	100	100	-5.28
1	Cina	1.894,76	1.927,48	1.777,26	91.62	91.92	89.48	-7.79
2	Italia	77,11	66,61	70,27	3.73	3.18	3.54	5.5
3	Vietnam	19,72	21,40	33,45	0.95	1.02	1.68	56.32
4	Francia	2,79	6,41	22,20	0.14	0.31	1.12	246.35
5	USA	17,92	18,79	18,51	0.87	0.9	0.93	-1.51
6	Spagna	9,41	9,60	9,64	0.46	0.46	0.49	0.42
7	Taiwan	7,81	9,55	8,02	0.38	0.46	0.4	-16.03
8	Indonesia	4,39	4,00	6,72	0.21	0.19	0.34	68.11
9	Giappone	5,34	5,90	5,52	0.26	0.28	0.28	-6.46
10	Germania	3,51	4,76	4,29	0.17	0.23	0.22	-9.89

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di <i>articoli in Pelle (HS 42)</i> - Da Gen a Mag 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Maggio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	84,34	132,74	175,40	100.00	100.00	100.00	32.14
1	Italia	15,14	22,03	41,35	17.95	16.60	23.57	87.69
2	Cina	16,54	40,36	38,83	19.61	30.41	22.14	-3.78
3	Francia	13,39	20,63	35,97	15.87	15.54	20.51	74.36
4	Corea del Sud	6,26	24,98	25,37	7.41	18.82	14.46	1.57
5	Hong Kong	4,77	4,38	5,66	5.66	3.30	3.22	29.17
6	Giappone	3,31	3,61	3,66	3.93	2.72	2.09	1.35
7	Turchia	1,24	2,49	3,48	1.47	1.88	1.98	39.48
8	Germania	1,47	2,16	2,71	1.75	1.63	1.54	25.33
9	Spagna	1,53	1,44	1,98	1.82	1.08	1.13	37.36
10	Svizzera	0,27	0,72	1,90	0.32	0.54	1.08	165.04

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <i>articoli in Pelle (HS 42)</i> - Da Gen a Mag 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Maggio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	1.597,08	1.677,28	1.770,50	100	100	100	5.56
1	Cina	1.294,66	1.377,12	1.381,60	81.06	82.11	78.04	0.32
2	Francia	114,85	113,73	175,26	7.19	6.78	9.9	54.11
3	Italia	117,76	118,75	148,42	7.37	7.08	8.38	24.98
4	Spagna	22,79	18,56	11,16	1.43	1.11	0.63	-39.86
5	Giappone	11,30	11,02	11,00	0.71	0.66	0.62	-0.22
6	Germania	2,81	4,25	5,65	0.18	0.25	0.32	33.01
7	USA	8,67	6,25	5,25	0.54	0.37	0.3	-16.06
8	Svizzera	3,73	5,83	4,97	0.23	0.35	0.28	-14.7
9	Regno Unito	2,04	3,42	4,26	0.13	0.2	0.24	24.71
10	India	2,80	2,58	3,80	0.18	0.15	0.22	46.97

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di Cosmetici (HS 33 e 34) - Da Gen a Mag 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Maggio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	684,30	794,13	1.031,87	100.00	100.00	100.00	29.94
1	USA	139,95	170,47	206,13	20.45	21.47	19.98	20.92
2	Giappone	140,79	165,16	196,54	20.57	20.80	19.98	19.00
3	Germania	69,04	87,93	122,14	10.09	11.07	11.84	38.90
4	Francia	49,26	59,97	81,37	7.20	7.55	7.89	35.68
5	Taiwan	40,28	49,68	54,53	5.89	6.26	5.28	9.76
6	Corea del Sud	31,03	41,62	51,74	4.53	5.24	5.01	24.33
7	Singapore	20,86	23,18	34,04	3.05	2.92	3.30	46.88
8	Russia	29,81	19,04	34,03	4.36	2.40	3.30	78.78
9	Malaysia	21,81	18,51	31,74	3.19	2.33	3.08	71.49
10	Regno Unito	14,74	20,56	25,97	2.15	2.59	2.52	26.29
12	Italia	13,65	16,93	19,01	1.99	2.13	1.84	12.26

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di Cosmetici (HS 33 e 34) - Da Gen a Mag 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Maggio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	630,42	668,11	716,72	100	100	100	7.28
1	Francia	116,64	142,19	157,80	18.5	21.28	22.02	10.98
2	Cina	124,47	127,13	128,60	19.74	19.03	17.94	1.16
3	Giappone	94,80	93,44	99,20	15.04	13.99	13.84	6.17
4	USA	89,50	97,88	97,56	14.2	14.65	13.61	-0.32
5	Germania	27,24	31,49	32,35	4.32	4.71	4.51	2.74
6	Regno Unito	25,91	24,06	31,29	4.11	3.6	4.37	30.07
7	Italia	19,62	16,28	24,47	3.11	2.44	3.41	50.27
8	Malaysia	13,78	16,04	22,63	2.19	2.4	3.16	41.08
9	Svizzera	16,08	16,83	17,67	2.55	2.52	2.47	4.99
10	Singapore	20,56	14,90	15,35	3.26	2.23	2.14	2.97

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di Gioielli (HS 7113 e 7117) - Da Gen a Mag 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Maggio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	50,93	61,72	83,37	100.00	100.00	100.00	35.08
1	Svizzera	6,85	9,15	12,62	13.44	14.82	15.14	37.98
2	Hong Kong	8,96	8,93	12,56	17.60	14.47	15.07	40.62
3	Corea del Sud	12,05	8,82	10,88	23.66	14.29	13.05	23.36
4	Austria	4,25	5,34	10,59	8.35	8.65	12.70	98.31
5	Italia	1,96	3,41	6,93	3.84	5.53	8.31	103.07
6	Francia	4,57	6,40	6,37	8.98	10.37	7.64	-0.42
7	Cina	1,82	4,16	5,41	3.58	6.73	6.49	30.14
8	USA	0,87	1,16	3,97	1.71	1.88	4.77	242.49
9	Giappone	3,41	4,67	3,50	6.69	7.56	4.20	-25.03
10	Sud Africa	1,40	2,36	2,61	2.76	3.82	3.13	10.78

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di Gioielli (HS 7113 e 7117) - Da Gen a Mag 2007								Milioni di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Maggio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	1.008,55	1.113,16	1.255,74	100	100	100	12.81
1	Cina	528,02	580,93	639,90	52.36	52.19	50.96	10.15
2	Italia	130,02	123,12	163,85	12.89	11.06	13.05	33.08
3	USA	105,46	112,80	123,51	10.46	10.13	9.84	9.5
4	India	25,14	77,44	90,87	2.49	6.96	7.24	17.34
5	Francia	67,89	84,82	69,34	6.73	7.62	5.52	-18.25
6	Svizzera	45,15	27,47	53,76	4.48	2.47	4.28	95.73
7	Tailandia	11,31	9,64	12,09	1.12	0.87	0.96	25.45
8	Austria	8,02	8,81	11,88	0.8	0.79	0.95	34.92
9	Indonesia	8,94	8,16	11,41	0.89	0.73	0.91	39.9
10	Giappone	9,22	27,63	9,56	0.91	2.48	0.76	-65.4

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina - Importazioni di <i>Prodotti Ottici (HS 900130, 40, e 50, 9003, e 9004)</i> - Da Gen a Mag 2007								
Milioni di \$ USA								
Classifica	Paese	Da Gennaio a Maggio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	49,88	52,62	62,49	100.00	100.00	100.00	18.75
1	Italia	8,26	9,93	18,66	16.55	18.87	29.86	87.94
2	Cina	8,04	12,72	9,05	16.12	24.18	14.48	-28.88
3	Giappone	8,37	5,94	7,72	16.78	11.29	12.36	30.01
4	Hong Kong	5,29	4,11	5,34	10.60	7.81	8.54	29.74
5	Germania	1,83	3,50	3,47	3.67	6.66	5.55	-1.05
6	Taiwan	2,89	3,36	3,22	5.80	6.38	5.16	-3.91
7	Brasile	1,52	1,58	3,11	3.05	3.01	4.98	96.47
8	Irlanda	3,04	3,23	3,07	6.10	6.15	4.91	-5.11
9	Francia	1,31	2,12	2,66	2.63	4.02	4.26	25.84
10	USA	2,15	2,59	1,55	4.30	4.92	2.47	-40.22

Fonte: China Custom

Hong Kong - Importazioni di <i>Prodotti Ottici (HS 900130, 40, e 50, 9003, e 9004)</i> - Da Gen a Mag 2007								
Milioni di \$ USA								
Classifica	Paese	Da Gennaio a Maggio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	238,67	234,75	346,75	100	100	100	47.71
1	Cina	124,84	131,81	206,35	52.31	56.15	59.51	56.55
2	Italia	28,69	25,12	51,59	12.02	10.7	14.88	105.39
3	Giappone	19,36	17,50	18,63	8.11	7.46	5.37	6.42
4	Francia	14,19	14,21	16,00	5.94	6.05	4.61	12.61
5	Germania	11,45	11,29	14,26	4.8	4.81	4.11	26.37
6	Irlanda	4,08	6,44	9,79	1.71	2.75	2.82	51.95
7	USA	11,52	8,42	8,62	4.83	3.59	2.49	2.43
8	Tailandia	2,92	3,40	3,43	1.22	1.45	0.99	0.92
9	Regno Unito	3,28	2,91	3,19	1.38	1.24	0.92	9.5
10	Corea del Sud	7,34	3,46	2,59	3.08	1.47	0.75	-25.21

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina – Importazioni di <i>Montature per Occhiali (HS 9003)</i> – Da Gen a Mag 2007								Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Maggio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	17.432	19.089	22.231	100.00	100.00	100.00	16.46
1	Giappone	6.430	4.327	5.508	36.89	22.67	24.78	27.30
2	Italia	2.188	3.460	5.077	12.55	18.12	22.84	46.76
3	Hong Kong	3.835	3.338	3.817	22.00	17.48	17.17	14.37
4	Germania	1.362	2.978	3.016	7.81	15.60	13.57	1.27
5	Francia	388	1.047	1.558	2.23	5.49	7.01	48.74
6	Taiwan	934	1.604	1.177	5.36	8.40	5.29	-26.61
7	Cina	745	1.140	967	4.27	5.97	4.35	-15.19
8	Corea del Sud	745	600	448	4.27	3.14	2.01	-25.33
9	Austria	69	170	227	0.40	0.89	1.02	33.59
10	Danimarca	67	91	146	0.39	0.47	0.66	61.15

Fonte: China Custom

Hong Kong – Importazioni di <i>Montature per Occhiali (HS 9003)</i> – Da Gen a Mag 2007								Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Maggio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	121.778	117.853	192.474	100	100	100	63.32
1	Cina	65.260	72.921	132.659	53.59	61.88	68.92	81.92
2	Italia	12.086	7.005	21.005	9.92	5.94	10.91	199.87
3	Germania	9.299	8.142	11.056	7.64	6.91	5.74	35.79
4	Giappone	13.896	11.986	11.014	11.41	10.17	5.72	-8.11
5	Francia	12.040	11.939	8.568	9.89	10.13	4.45	-28.23
6	Austria	1.733	1.469	2.246	1.42	1.25	1.17	52.91
7	Corea del Sud	3.737	1.248	1.625	3.07	1.06	0.84	30.19
8	USA	1.288	1.156	1.422	1.06	0.98	0.74	23.03
9	Danimarca	276	461	601	0.23	0.39	0.31	30.39
10	Svizzera	762	480	487	0.63	0.41	0.25	1.45

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Statistiche

Cina – Importazioni di <i>Occhiali da Sole (HS 900410)</i> – Da Gen a Mag 2007								Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Maggio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	9.932	11.072	17.614	100.00	100.00	100.00	59.08
1	Italia	4.914	5.059	10.820	49.47	45.69	61.43	113.89
2	Cina	3.549	4.282	3.810	35.73	38.67	21.63	-11.03
3	Hong Kong	446	396	899	4.49	3.58	5.10	126.91
4	Giappone	429	397	853	4.32	3.59	4.84	114.86
5	Francia	166	377	729	1.67	3.40	4.14	93.32
6	Taiwan	81	154	204	0.81	1.39	1.16	32.99
7	Germania	200	201	116	2.01	1.81	0.66	-42.40
8	USA	54	110	63	0.54	1.00	0.35	-43.28
9	Corea del Sud	26	16	39	0.26	0.15	0.22	141.10
10	Svizzera	5	4	21	0.05	0.03	0.12	475.68

Fonte: China Custom

Hong Kong – Importazioni di <i>Occhiali da Sole (HS 900410)</i> – Da Gen a Mag 2007								Migliaia di \$ USA
Classifica	Paese	Da Gennaio a Maggio			Quota %			Variazione %
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/2006
0	Mondo	60.354	59.358	88.840	100	100	100	49.67
1	Cina	38.656	38.735	51.258	64.05	65.26	57.7	32.33
2	Italia	13.768	15.057	26.032	22.81	25.37	29.3	72.89
3	Francia	1.164	828	6.074	1.93	1.39	6.84	633.98
4	Giappone	2.061	2.029	3.311	3.42	3.42	3.73	63.19
5	USA	684	576	569	1.13	0.97	0.64	-1.17
6	Regno Unito	90	196	350	0.15	0.33	0.39	78.76
7	Spagna	39	43	251	0.07	0.07	0.28	479.27
8	Germania	358	246	214	0.59	0.42	0.24	-13.23
9	Svizzera	57	137	205	0.09	0.23	0.23	49.9
10	Taiwan	332	167	170	0.55	0.28	0.19	1.39

Fonte: Dipartimento di Censimento e Statistica di Hong Kong

Principali Fiere 2007

Mese	Data	Settore	Citta	Nome della Fiera	Sito Web
Set.	5-7	Pelletteria	Shanghai	All China Leather Exhibition	http://www.aplf.com
Set.	5-7	Pelletteria	Shanghai	China International Footwear Fair	http://www.aplf.com/content.asp?site_id=3
Set.	5-7	Abbigliamento	Shanghai	Moda Shanghai	http://www.aplf.com
Set.	5-7	Tessile	Shanghai	Spin Expo Autumn/Winter 2008	http://www.spinexpo.com/prod/index.php
Set.	5-9	Orologeria	Hong Kong	Hong Kong Watch & Clock Fair	http://hkwatchfair.com
Set.	13-17	Gioielleria	Shenzhen	Shenzhen International Jewellery Fair	http://www.newwayfairs.com/zij/index.htm
Set.	18-20	Ottica	Beijing	20th China International Optics Fair	http://www.ciof.cn/
Set.	23-26	Gioielleria	Hong Kong	Asia's Fashion Jewellery & Accessories Fair - September	http://exhibitions.jewellerynetasia.com/exhibitions/default.asp?siteid=1&lang=1
Set.	23-29	Gioielleria e orologeria	Hong Kong	September Hong Kong Jewellery & Watch Fair 2007	http://www.jewellerynetasia.com
Ott.	3-5	Tessile	Hong Kong	Interstoff Asia Autumn	http://www.interstoff-asia.com
Ott.	3-5	Calzature e Borse	Hong Kong	Fashion Access	http://www.aplf.com
Ott.	12-15	Abbigliamento accessorie	Hong Kong	China Sourcing Fair - Fashion Accessories	http://www.globalsources.com/TRADESHOW/HONGKONG-FASHION.HTM
Ott.	12-15	Intimo mare e corsetteria	Hong Kong	China Sourcing Fair - Underwear & Swimwear	http://tradeshow.globalsources.com/TRADESHOW/HONGKONG-UNDERWEAR-SWIMWEAR.HTM
Ott.	15-20	Calzature	Guangzhou	5th China (Guangzhou) International Shoe Fair	http://donnor.com/cantonsf/index.asp
Ott.	18-20	Tessuto	Macao	International Home Textiles, Garments, Fabrics & Accessories Fair	http://www.kenfair.com/exhibitions/ht/ht_generalInfo.aspx
Ott.	25-26	Tessile	Shanghai	Premiere Vision International	http://www.premierevision.cn/
Ott.	29-31	Tessile	Shanghai	Yarn Expo	http://www.messefrankfurt.com.hk/fair_homepage.aspx?fair_id=9&exhibition_id=9
Ott. - Nov.	29-1	Tessile	Shanghai	Intertextile Shanghai Apparel Fabrics	http://www.intertextile.com.cn/index.html
Nov.	6-8	Ottica	Hong Kong	Hong Kong Optical Fair	http://hkopticalfair.com
Dic	6-9	Gioielleria	Hong Kong	Hong Kong International Jewelry Manufacturers Exhibition	http://www.jewelryshows.org
Dic	12-14	Abbigliamento	Shanghai	China Sourcing Fair - Baby & Children's Products	http://tradeshow.globalsources.com/TRADESHOW/CHINA-BABY-CHILDREN-PRODUCTS.HTM
Dic	12-14	Abbigliamento accessorie	Shanghai	China Sourcing Fair - Fashion Accessories	http://tradeshow.globalsources.com/TRADESHOW/CHINA-FASHION-ACCESSORIES.HTM

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
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

Tianjin

Italian Trade Commission Tianjin Office
Min Zu Road 94,
He Bei District
300010 Tianjin
P.R. China
Tel: 8622-24450616
Fax: 8622-24450617
e-mail: icetianjin@gmail.com
www.ice.gov.it/estero2/pechino

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, modi 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 (pubblicazione su testate giornalistiche) e che sia citata la fonte.