



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

Two large, vertical, stylized brackets are positioned on either side of the title. The left bracket is green and the right bracket is red. They are open at the top and bottom, framing the text.

HONG KONG: IL MERCATO DELLA GIOIELLERIA

Aggiornato Febbraio 2019



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

SITUAZIONE ATTUALE

Hong Kong vanta una delle più vaste offerte di marche di gioielli di lusso al mondo. Tra i moltissimi brand disponibili dominano in gran parte i principali marchi di lusso europei, maggiormente apprezzati per la loro creatività e design.

Va evidenziato come più del 70% delle vendite in Hong Kong derivano da acquisti effettuati da turisti della Cina continentale ; di qui la crescente importanza di Hong Kong come mercato vetrina in funzione della Cina.

Molti compratori Cinesi sono diventati attenti ai commenti on line sui prodotti, al livello di presenza del brand in Cina, ai design esclusivi e alla autenticità dei prodotti nonché al valore delle pietre e delle gemme.

Negli ultimi anni si sono osservati anche casi di aziende che hanno riscontrato notevoli incrementi della propria presenza nel mercato grazie ad un impegno attivo nell'espansione commerciale, aprendo nuovi negozi innovativi in Hong Kong e Cina continentale.

I ricchi acquirenti provenienti dalla Cina continentale cinese, mostrano un maggior apprezzamento verso i marchi di lusso che esprimono al meglio il loro status e la raggiunta ricchezza ; essi sono diventati sempre più sofisticati nella scelta dei loro gioielli e accessori con un forte desiderio di autoespressione e differenziazione all'interno dei propri gruppi sociali.

Va detto anche che la campagna della Cina continentale contro la corruzione dei propri funzionari, accusati spesso di spendere denaro pubblico per spese stravaganti e regali di lusso, ha ridotto leggermente la domanda di acquisto dei prodotti extralusso; inoltre molti consumatori delle giovani generazioni hanno spostato la loro attenzione verso marche più accessibili, puntando maggiormente verso il design e l'originalità.

Si segnala che i consumatori rimangono piuttosto riluttanti a comprare gioielli e orologi da siti on-line, preferendo maggiormente specialisti e boutique di marca, mantenendo il primato delle vendite al dettaglio. Tuttavia, alcuni rivenditori locali di gioielli stanno avviando il lancio di piattaforme di e-commerce per sfruttare la domanda in forte espansione in Cina.

Si segnala altresì la accresciuta sofisticazione del consumatore nelle scelte di gioielleria e accessori di lusso ed anche nella richiesta di una alta personalizzazione del prodotto



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

PRODUZIONE LOCALE

L'industria della gioielleria di Hong Kong può essere classificata in due principali settori: bigiotteria e gioielleria di metalli preziosi, quest'ultima domina il settore con l' 85% del valore delle esportazioni totali di gioielli. Il suo sviluppo è stato favorito grazie all'espansione e allo sviluppo del mercato interno, incluse anche le vendite ai turisti.

La produzione di gioielli in Hong Kong racchiude un'ampia gamma di prodotti tra il medio e l'elevato valore. I produttori hongkonghinesi sono specializzati nella produzione ed elaborazione di piccole pietre preziose con elementi della moda contemporanea.

L'elevata produttività e il livello tecnico complessivo della gioielleria hongkonghese è percepito al di sopra dei relativi competitori, come la Thailandia, anche se comunque al di sotto dei leader mondiali come Italia e Giappone.

Da evidenziare anche che Hong Kong è l'attuale leader nella produzione di articoli in oro e per diversi anni è stato considerato uno dei centri principali per la produzione di gioielli di giada. Negli ultimi anni ha anche assunto il ruolo di leader nel commercio e nella distribuzione delle perle.

Nonostante i processi ad alto valore aggiunto rimangano confinati nella regione di Hong Kong, i processi di produzione tendono sempre di più ad essere spostati verso la Cina continentale, principalmente a Shenzhen e Panyu, mediante la costruzione di fabbriche o tramite outsourcing. Nel frattempo, sempre più produttori utilizzano tecnologie informatiche per facilitare e velocizzare il ciclo di sviluppo del gioiello, incrementandone la produttività.

Accordo CEPA

In base al CEPA (**Closer Economic Partnership Arrangement**) iniziato nel 2003, a 18 categorie di prodotti nei settori di gioielleria e bigiotteria, con provenienza Hong Kong, è consentito di entrare nel mercato della Cina continentale senza essere sottoposti al pagamento del dazio. Questi prodotti sono classificati secondo i codici HS definiti dalla Dogana Cinese: 71023100, 71131100, 71131190, 71131911, 71131919, 71131991, 71131999, 71132010, 71132090, 71141100, 71141900, 71142000, 71159090, 71161000, 71162000, 71171100, 71171900 e 71179000.

Ulteriori informazioni sono disponibili al sito web del Hong Kong Trade and Industry Department: <http://www.tid.gov.hk/english/cepa/index.html>

Grazie all'accordo CEPA si sono anche ampliati i canali distributivi. Le aziende di Hong Kong che rispondono ai requisiti richiesti possono agire da intermediari, grossisti e dettaglianti. Inoltre, i residenti permanenti di Hong Kong con la cittadinanza cinese sono liberi di aprire negozi privati (interamente di loro proprietà) nella provincia del Guangdong.



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

CANALI DISTRIBUTIVI

Rivenditori e produttori

Ci sono oltre 4.000 gioiellerie ad Hong Kong, con la stragrande maggioranza detenuta da proprietari locali che hanno iniziato la loro attività come orafi. La maggioranza delle oreficerie è a conduzione familiare e anche la provenienza dei gioielli venduti al dettaglio è per la maggior parte di laboratori o fabbriche locali.

In queste imprese a conduzione familiare, è la seconda generazione che gestisce l'attività e che ha recentemente modernizzato le operazioni al dettaglio. I negozi non sono più oreficerie tradizionali ma gioiellerie moderne in centri commerciali o vetrine dedicate all'interno di grandi magazzini. Alcune hanno ampliato le loro attività verso altri Paesi, in particolar modo in Cina. Tra i principali negozi locali si segnalano: *Chow Sang Sang/Emphasis, Chow Tai Fook, Luk Fook, Tse Sui Luen, Just Gold, King Fook, Larry, Ma Belle, Madia, Emperor, My Jewelry*. Ci sono anche grandi magazzini con reparti gioielleria, come *Lane Crawford, Sogo, Harvey Nichols*, ecc.

I marchi internazionali con prezzi elevati che mirano ai clienti della fascia alta del mercato hanno un grande seguito tra i consumatori locali e i turisti. Per nominarne solo qualcuno, *Bulgari, Buccellati, Cartier, Tiffany, Piaget, Van Cleef & Arpels, Mikimoto, Georg Jensen*, ecc.

Alcuni tra i maggiori dettaglianti locali sono anche produttori di lunga data come *Chow Tai Fook, Tse Sui Luen* ecc, dotati di macchine sofisticate con produzione automatizzata e dominano l'oreficeria di produzione di massa. Sebbene alcune delle maggiori catene al dettaglio di Hong Kong sono tenute da orafi locali, parte dei loro prodotti sono importati dall'Italia o da altri mercati esteri utilizzando marchi privati.

Grossisti e distributori

Oltre ai produttori locali che importano gioielli italiani, il maggiore canale di distribuzione dei gioielli italiani è tramite grossisti e importazione diretta da parte dei dettaglianti. Per i grossisti locali, i prodotti italiani importanti non sono solo venduti sul mercato di Hong Kong ma sono anche riesportati ad altri Paesi, come la Cina continentale, gli Stati Uniti e altri mercati asiatici.

Alcune aziende offrono inoltre servizi di consulenza da parte esperti del settore, informando i propri partner riguardo i trend ed i gusti degli acquirenti cinesi e suggerendo eventuali modifiche ad alcuni prodotti adattandoli al mercato asiatico.



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

Vendite online

Le vendite via internet di gioielli B-to-C e B-to-B non sono molto utilizzate ad Hong Kong per varie ragioni. Innanzitutto, i consumatori di Hong Kong preferiscono vedere e toccare i gioielli personalmente e ritirare il prodotto al momento del pagamento, specialmente se si tratta di un oggetto di valore. In secondo luogo, per via delle sue condizioni geografiche, Hong Kong è una città piccola ricca di negozi in ogni strada e gli orari di apertura sono lunghi, quindi è molto agevole per i consumatori andare a far spese quando e dove preferiscono.

SPUNTI DI RIFLESSIONE

- ***Design, materiali e tendenze di mercato***

Dal punto di vista dei materiali, il platino rimane il metallo preferito, mentre sta crescendo l'interesse verso la gioielleria con pietre colorate. La domanda per i gioielli d'oro è di nuovo in crescita ma con un accento verso l'oggetto dal design originale. Il Titanio sta guadagnando terreno per la sua leggerezza, e robustezza e la congiuntura economica internazionale ha indubbiamente influito sul settore e pertanto un design più ricercato per i gioielli preziosi così come l'utilizzo di metalli non preziosi può diventare un fattore di successo anche per l'attrazione di un pubblico meno facoltoso.

Rispetto agli anni scorsi, si sta registrando un incremento di consumatori di giovane età, sensibili alla moda e molto attenti al design. In molti casi, si avvicinano alla gioielleria in quanto influenzati dalle tendenze e dalle mode che vengono veicolate dalle riviste specializzate di abbigliamento, dalla TV o dal cinema.

La contiguità tra il mondo della moda e la gioielleria si riflette sempre più anche nel design degli articoli. I consumatori, specialmente le donne, esprimono il loro stile personale considerando il gioiello come accessorio dell'abbigliamento. Pur se i gioielli classici, che esaltano il romanticismo e la femminilità, continuano ad essere apprezzati nel segmento del lusso, cresce la tendenza, soprattutto nel pubblico giovane e femminile, ad indossare gioielli abbinandoli all'abbigliamento, anche casual, come i jeans.

Molte boutiques, infatti, offrono gioielli come complemento delle proprie linee di abbigliamento. Tale tendenza può contribuire alla crescita della domanda per i diamanti, eleganti e "romantici" in testa negli acquisti dei buyers, così come delle pietre semi-preziose, destinate ad un pubblico di fascia media.

La stessa dinamica si sta riproducendo nel pubblico maschile, anch'esso sempre più attirato dal mondo del fashion. Il concetto "la gioielleria è femminile" sembra perdere forza: anche gli uomini acquistano gioielli con più naturalezza di un tempo, li considerano essenziali per definire ed arricchire il proprio abbigliamento e lo stile personale. Gli articoli più acquistati dal pubblico maschile sono anelli, braccialetti e collane, ma anche fermacravatte e gemelli come elementi base per un look elegante. Nonostante questo nuovo orientamento al consumo, gli articoli maschili sono ancora limitati e ciò offre ai produttori di gioielli nuove potenzialità di mercato.

- **Valorizzare il pregio ed esclusività**

Le nuove tendenze del mercato di Hong Kong mostrano quanto importante sia puntare ad un prodotto unico e ad un brand solido. È ormai fondamentale quindi investire in un design estremamente ricercato e particolare, nonché in un marketing efficiente e solido. L'utilizzo di immagini giuste, di un sito web di qualità e di prodotti esclusivi, possono davvero avere un enorme impatto nelle vendite.

- **Tempi di Consegna**

Gli importatori di Hong Kong lamentano spesso i ritardi nelle consegne dai fornitori italiani

- **Risposte e Riscontri**

Gli importatori locali lamentano la consistente percentuale di comunicazioni inevase e senza risposta dai fornitori italiani; sostengono che ciò comporta talvolta la cancellazioni di ordini .

- **Certificazione del prodotto**

Il fatto di essere uno dei più grandi centri commerciali del mondo e la posizione strategica nei confronti della Cina continentale hanno reso Hong Kong terreno estremamente fertile per lo traffico di merci contraffatte.

Per questo motivo oggi giorno la stragrande maggioranza degli acquirenti e di conseguenza gli importatori sono estremamente attenti ad acquistare prodotti certificati, con particolare attenzione nei confronti delle pietre preziose.

- **Qualità**

Gli importatori di Hong Kong in generale sono particolarmente esigenti sul controllo di qualità. Alcuni fra essi lamentano che ordini spediti dall'Italia talvolta o non hanno un imballaggio conforme alle richieste del cliente; oppure la merce al momento dell'arrivo è di qualità diversa da quella concordata.

- **Le Fiere commerciali a Hong Kong**

Per aumentare la visibilità del prodotto italiano nel mercato asiatico e stabilire nuovi contatti e nuove relazioni con gli operatori locali, si suggerisce alle società Italiane di partecipare alle principali esposizioni internazionali di gioielleria a Hong Kong per più edizioni. Tra le principali fiere commerciali del settore, ricordiamo la *Hong Kong International Jewellery Show* (HKIJS) che generalmente si svolge a marzo di ogni anno, l'*Asia's Fashion Jewellery and Accessories Fair* (marzo / giugno / settembre), e *Hong Kong Jewellery & Gem Fair* (giugno / settembre).

ELENCO DELLE FIERE DI GIOIELLERIA AD HONG KONG SAR

Fiera	Mese	Ente Organizzatore	Sito Web
Hong Kong International Jewellery Show(HKIJS)	fine Febbraio inizi Marzo	Hong Kong Trade Development Council	www.hktdc.com
Hong Kong International Diamond, Gem & Pearl Show (HKIDGPS)	Fine Febbraio Inizi Marzo	Hong Kong Trade Development Council	www.hktdc.com
Mineral, Gem and Fossil Asia	Giugno	UBM Asia Ltd	www.mineralandgem.com
June - Hong Kong Jewellery & Gem Fair	Giugno	UBM Asia Ltd	exhibitions.jewellerynetasia.com
September - Hong Kong Jewellery & Gem Fair	Settembre	UBM Asia Ltd	exhibitions.jewellerynetasia.com
Asia's Fashion Jewellery & Accessories Fair	Marzo	UBM Asia Ltd	www.ubmasia.com
Hong Kong International Jewelry Manufacturers' Show	Novembre	Hong Kong Jewelry Manufacturers' Association	www.jewelrysthows.org

ELENCO DELLE FIERE DI GIOIELLERIA A MACAO SAR:

Macau Jewellery & Gem Fair	Gennaio	UBM Asia Ltd	www.ubmasia.com
----------------------------	---------	--------------	--



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

Le numerose Associazioni della gioielleria di Hong Kong sostengono il settore prestando assistenza e fornendo servizi agli operatori. Alcune organizzano iniziative collettive sia in loco che all'estero.

<i>Associazioni</i>	<i>Siti Web</i>
Diamond Federation of Hong Kong Laboratory Ltd.	www.dfhklab.com.hk
Diamond Federation of Hong Kong	www.diamondfederationhk.com/
Hong Kong Jewellers' & Goldsmiths' Association	www.jewelrynet.com/hkjga/
Hong Kong Jewellery & Jade Manufacturers Association	www.jewellery-hk.org
Hong Kong Jewelry Manufacturers' Association	www.jewelry.org.hk
Hong Kong Pearl Association	www.hkpearlassn.org
The Chinese Gold & Silver Exchange Society	www.cgse.com.hk
The Gemmological Association of Hong Kong Ltd	www.gahk.org
Hong Kong & Kowloon Ivory Manufacturers Association Ltd	n.d.
Hong Kong & Kowloon Jade Merchants Union Association	n.d.
Hong Kong Art Craft Merchants Association, Ltd	www.artcraft.org.hk
Hong Kong Diamond Bourse Ltd	www.dfhk.com.hk



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

COMMERCIO INTERNAZIONALE

Nel 2018 l'interscambio di Hong Kong con il Mondo del settore (codice HS 71) è stato di oltre 60 miliardi di euro

Nel 2018, le importazioni totali di Hong Kong (codice HS 71) hanno raggiunto il valore di circa 35 miliardi di euro di cui il 50% costituito dai diamanti (HS 71 02) ed il 31% di gioielli preziosi (HS 71 13).

Nello stesso anno sono stati riesportati da Hong Kong prodotti (codice HS 71) per un valore di oltre 25 miliardi di (piu' del 70% delle importazioni totali), principalmente verso Cina India e USA (anche qui in prevalenza diamanti (HS 71 02) per circa 14 miliardi di euro e gioielli preziosi (HS 71 13) per oltre 6 miliardi di euro.

Maggiori fornitori

Nel 2018 l'Italia è stato il 12 fornitore complessivo per i prodotti del codice HS 71 con 657 milioni di euro (ai primi posti India, Cina Usa e Uae) ed il 6 fornitore per i gioielli preziosi (HS 71 13) (ai primi posti Cina, Svizzera, Uae, Usa) con 580 milioni di euro.

SEGUONO TAVOLE STATISTICHE

(Fonte : Trade Data Monitor)

Hong Kong Total Trade with _World

Commodity: 71, Natural Or Cultured Pearls, Precious Or Semiprecious Stones, Precious Metals; Precious Metal Clad Metals, Articles Thereof; Imitation Jewelry; Coin

Calendar Year: 2016 - 2018

PARTNER	January - December (Value: Mil EUR)			Market Share(%)			%Δ 2018/17
	2016	2017	2018	2016	2017	2018	
_World	60,657	67,171	60,431	100	100	100	-10.03
India	15,823	20,472	13,510	26.09	30.48	22.36	-34.01
China	8,958	9,712	10,829	14.77	14.46	17.92	11.5
United States	7,389	7,950	7,436	12.18	11.84	12.3	-6.47
United Arab Emirates	5,354	5,159	4,307	8.83	7.68	7.13	-16.52
Switzerland	3,225	3,598	3,766	5.32	5.36	6.23	4.68
Belgium	3,472	3,115	3,421	5.73	4.64	5.66	9.84
Israel	3,294	2,759	2,973	5.43	4.11	4.92	7.76
United Kingdom	1,719	2,365	2,499	2.84	3.52	4.14	5.7
Japan	1,850	1,799	1,634	3.05	2.68	2.7	-9.2
Thailand	1,685	1,679	1,522	2.78	2.5	2.52	-9.36
Singapore	1,185	1,026	1,346	1.95	1.53	2.23	31.21
France	1,099	1,097	1,022	1.81	1.63	1.69	-6.87
Italy	864	891	850	1.42	1.33	1.41	-4.6
Taiwan	531	558	700	0.88	0.83	1.16	25.51

Rank: 2

Hong Kong Imports from _World

Commodity: 71, Natural Or Cultured Pearls, Precious Or Semiprecious Stones, Precious Metals; Precious Metal Clad Metals, Articles Thereof; Imitation Jewelry; Coin

Calendar Year: 2016 - 2018

PARTNER	January - December (Value: Mil EUR)			Market Share(%)			%Δ 2018/17
	2016	2017	2018	2016	2017	2018	
_World	33,460	36,435	34,789	100	100	100	-4.52
India	9,763	11,141	8,656	29.18	30.58	24.88	-22.31
China	4,464	4,575	5,709	13.34	12.56	16.41	24.79
United States	3,343	3,811	3,231	9.99	10.46	9.29	-15.23
United Arab Emirates	2,540	2,744	2,748	7.59	7.53	7.9	0.15
Switzerland	2,253	2,296	2,532	6.73	6.3	7.28	10.3
United Kingdom	990	1,604	1,959	2.96	4.4	5.63	22.16
Belgium	2,047	1,803	1,938	6.12	4.95	5.57	7.45
Israel	1,861	1,661	1,673	5.56	4.56	4.81	0.72
Japan	1,040	1,025	943	3.11	2.81	2.71	-8
Singapore	598	554	724	1.79	1.52	2.08	30.69
Thailand	782	778	684	2.34	2.14	1.97	-12.11
Italy	657	687	657	1.96	1.89	1.89	-4.29

Hong Kong Imports from _World

Commodity: 7102, Diamonds, Whether Or Not Worked, But Not Mounted Or Set

Calendar Year: 2016 - 2018

PARTNER	January - December (Value: Mil EUR)			Market Share(%)			%Δ 2018/17
	2016	2017	2018	2016	2017	2018	
_World	17,026	18,207	17,657	100	100	100	-3.02
India	7,097	7,925	7,486	41.68	43.53	42.4	-5.54
Belgium	2,020	1,785	1,905	11.87	9.8	10.79	6.76
United States	1,665	1,858	1,672	9.78	10.2	9.47	-10
Israel	1,836	1,638	1,649	10.79	9	9.34	0.64
United Arab Emirates	1,336	1,513	1,270	7.85	8.31	7.19	-16.06
China	1,075	1,195	1,251	6.31	6.56	7.09	4.71
Switzerland	234	338	409	1.37	1.86	2.32	20.78
Thailand	494	435	395	2.9	2.39	2.24	-9.09
Singapore	169	207	295	0.99	1.14	1.67	42.07
Japan	373	302	293	2.19	1.66	1.66	-3.07
Botswana	195	250	286	1.15	1.37	1.62	14.51
United Kingdom	99	87	180	0.58	0.48	1.02	106.68
Russia	158	158	159	0.93	0.87	0.9	0.31
France	132	165	158	0.78	0.91	0.89	-4.59
South Africa	25	24	43	0.15	0.13	0.24	75.13
Namibia	5	31	42	0.03	0.17	0.24	34.77
Angola	1	159	30	0.01	0.87	0.17	-81.14
Australia	20	18	25	0.12	0.1	0.14	35.6
Italy	24	24	23	0.14	0.13	0.13	-5.49

Rank: 18

Hong Kong Imports from _World

Commodity: 7113, Articles Of Jewelry And Parts Thereof, Of Precious Metal Or Of Metal Clad With Precious Metal

Calendar Year: 2016 - 2018

PARTNER	January - December (Value: Mil EUR)			Market Share(%)			%Δ 2018/17
	2016	2017	2018	2016	2017	2018	
_World	10,280	10,758	11,153	100	100	100	3.67
China	2,682	2,631	3,672	26.09	24.46	32.92	39.55
Switzerland	1,222	1,381	1,452	11.89	12.83	13.02	5.18
United Arab Emirates	457	598	1,274	4.44	5.56	11.42	113.06
United States	1,253	1,537	1,194	12.19	14.28	10.71	-22.3
India	1,960	1,869	801	19.07	17.38	7.18	-57.17
Italy	596	612	581	5.8	5.69	5.21	-5.08
United Kingdom	341	399	328	3.32	3.71	2.94	-17.76
France	333	255	279	3.24	2.37	2.51	9.78
Indonesia	358	321	231	3.48	2.98	2.07	-27.9
Singapore	243	197	216	2.36	1.83	1.93	9.55

Hong Kong Imports from _World

Commodity: 7106, Silver (Including Silver Plated With Gold Or Platinum), Unwrought Or In Semimanufactured Forms, Or In Powder Form

Calendar Year: 2016 - 2018

PARTNER	January - December (Value: Mil EUR)			Market Share(%)			%Δ 2018/17
	2016	2017	2018	2016	2017	2018	
_World	412	792	780	100	100	100	-1.53
China	265	431	473	64.45	54.37	60.55	9.67
South Korea	11	199	149	2.62	25.07	19.13	-24.84
Japan	45	49	64	11.04	6.24	8.23	29.84
United States	36	26	20	8.66	3.27	2.52	-24.08
Taiwan	12	21	19	2.94	2.64	2.4	-10.27
Canada	1	7	18	0.15	0.91	2.33	152.64
United Kingdom	6	34	13	1.36	4.32	1.71	-60.98
Indonesia	3	8	12	0.83	0.98	1.49	48.92
Australia	0	0	3	0.03	0.03	0.42	1,465.23
Italy	6	9	3	1.35	1.08	0.39	-64.62
Switzerland	11	1	2	2.71	0.1	0.24	137.16
Singapore	0	1	2	0.08	0.09	0.2	110.25
Malaysia	1	1	1	0.16	0.11	0.13	15.46
Germany	1	1	1	0.19	0.13	0.08	-36.52
United Arab Emirates	0	0	0	0	0	0.06	0
Bolivia	2	5	0	0.45	0.6	0.04	-93.13
Thailand	0	0	0	0.06	0.01	0.03	293.67

Hong Kong Exports to _World

Commodity: 71, Natural Or Cultured Pearls, Precious Or Semiprecious Stones, Precious Metals; Precious Metal Clad Metals, Articles Thereof; Imitation Jewelry; Coin

Calendar Year: 2016 - 2018

PARTNER	January - December (Value: Mil EUR)			Market Share(%)			%Δ 2018/17
	2016	2017	2018	2016	2017	2018	
_World	27,196	30,737	25,642	100	100	100	-16.58
China	4,494	5,136	5,119	16.52	16.71	19.96	-0.34
India	6,060	9,331	4,854	22.28	30.36	18.93	-47.98
United States	4,046	4,138	4,205	14.88	13.46	16.4	1.61
United Arab Emirates	2,814	2,416	1,559	10.35	7.86	6.08	-35.45
Belgium	1,425	1,312	1,484	5.24	4.27	5.79	13.11
Israel	1,433	1,098	1,301	5.27	3.57	5.07	18.41
Switzerland	972	1,302	1,234	3.57	4.24	4.81	-5.21
Thailand	903	901	838	3.32	2.93	3.27	-6.99
Japan	810	774	691	2.98	2.52	2.69	-10.79
Singapore	587	472	622	2.16	1.53	2.43	31.82
United Kingdom	730	761	540	2.68	2.48	2.11	-29
Macao	469	507	525	1.73	1.65	2.05	3.45
Taiwan	370	395	468	1.36	1.28	1.83	18.53
France	522	548	466	1.92	1.78	1.82	-15.03
Australia	270	219	209	1	0.71	0.82	-4.48
Italy	207	204	193	0.76	0.67	0.75	-5.63
Germany	232	163	151	0.85	0.53	0.59	-7.59
Malaysia	71	66	131	0.26	0.21	0.51	99.61

Hong Kong Exports to _World

Commodity: 7102, Diamonds, Whether Or Not Worked, But Not Mounted Or Set

Calendar Year: 2016 - 2018

PARTNER	January - December (Value: Mil EUR)			Market Share(%)			%Δ 2018/17
	2016	2017	2018	2016	2017	2018	
_World	13,804	15,154	13,701	100	100	100	-9.59
China	2,905	3,286	3,410	21.04	21.68	24.89	3.79
India	3,195	4,104	2,942	23.15	27.09	21.47	-28.32
United States Rank: 2	1,644	1,800	1,746	11.91	11.88	12.74	-3.01
Belgium	1,372	1,252	1,416	9.94	8.26	10.34	13.13
Israel	1,406	1,076	1,280	10.19	7.1	9.34	18.93
United Arab Emirates	1,678	1,770	1,020	12.16	11.68	7.45	-42.35
Thailand	472	454	486	3.42	3	3.55	6.96
Switzerland	238	361	328	1.72	2.38	2.4	-8.97
Singapore	151	155	234	1.09	1.02	1.71	51.01
Japan	240	228	230	1.74	1.51	1.68	0.9
France	145	195	113	1.05	1.28	0.83	-41.8
United Kingdom	87	74	102	0.63	0.49	0.75	38.59
Taiwan	57	48	65	0.41	0.32	0.48	35.54
Australia	57	54	57	0.41	0.36	0.42	5.59
Russia	23	52	50	0.17	0.34	0.36	-4.5
Vietnam	34	37	43	0.25	0.24	0.31	16.72
Italy	24	23	37	0.18	0.15	0.27	58.05
Malaysia	22	27	30	0.16	0.18	0.22	10.45
Canada	12	23	22	0.09	0.16	0.16	-4.99

Hong Kong Exports to _World

Commodity: 7113, Articles Of Jewelry And Parts Thereof, Of Precious Metal Or Of Metal Clad With Precious Metal

Calendar Year: 2016 - 2018

PARTNER	January - December (Value: Mil EUR)			Market Share(%)			%Δ 2018/17
	2016	2017	2018	2016	2017	2018	
_World	5,449	5,519	6,019	100	100	100	9.06
United States	1,718	1,644	1,877	31.52	29.79	31.19	14.16
Switzerland	514 Rank 1	746	632	9.42	13.51	10.5	-15.22
Macao	454	471	510	8.34	8.53	8.47	8.3
United Kingdom	487	501	361	8.93	9.07	6	-27.82
United Arab Emirates	268	158	338	4.91	2.86	5.62	113.86
China	353	292	326	6.49	5.29	5.42	11.69
Singapore	311	262	292	5.72	4.74	4.84	11.43
Taiwan	182	182	288	3.34	3.3	4.79	58.01
France	244	214	223	4.47	3.88	3.7	4
Japan	132	160	148	2.43	2.89	2.46	-7.16
Qatar	9	39	115	0.16	0.71	1.91	194.22
Australia	110	98	106	2.03	1.77	1.76	8.52
Italy	101	107	80	1.85	1.94	1.33	-25.42
Malaysia	41	30	65	0.76	0.54	1.08	118.61
Canada	43	72	63	0.79	1.31	1.05	-12.82