

L'INDUSTRIA DELLA GIOIELLERIA AD HONG KONG

NOTA DI MERCATO

ICE HONG KONG
Marzo 2004

L'INDUSTRIA DELLA GIOIELLERIA AD HONG KONG

1. Il mercato della gioielleria a Hong Kong

Il settore della gioielleria di Hong Kong e' composto principalmente da 2 settori, gioielleria e bigiotteria. In termini di produzione e commercio, la gioielleria e' di gran lunga maggiore. I produttori di Hong Kong, specializzati in gioielli contemporanei spesso combinati con pietre preziose, sono considerati tra i migliori del mondo, superiori in maestria a produttori di altri paesi nel sud asiatico, ma inferiori ai produttori italiani e giapponesi. In particolare, Hong Kong e' leader mondiale nella produzione e nel consumo di oggetti d'oro puro.

L'integrazione con la Cina continentale, dove il costo del lavoro e' piu' basso, ha portato alcuni produttori a spostarvi la fase produttiva, in particolare di gioielli a basso grado di precisione, mentre le funzioni di gestione e controllo e la produzione di piu' alto livello viene tenuta a Hong Kong. Con le riforme in atto nella Cina Popolare, si avvia un processo di ristrutturazione del settore, con un aumento dell'efficienza e un miglioramento delle tecniche usate, grazie anche alle joint venture con produttori esteri. Per Hong Kong cio' comporta un aumento delle importazioni e delle riesportazioni, e una maggiore concorrenza sul mercato domestico. La produzione di gioielli e' in aumento anche in altri paesi asiatici come Thailandia e Singapore, grazie a un aumento della capacita' artigianale e la disponibilita' di pietre preziose.

1.1 Prodotti e tendenze

Hong Kong produce molti gioielli con pietre preziose, particolarmente diamanti su oro a 14K o 18K, con gli anelli come primo articolo di vendita. I diamanti sono utilizzati soprattutto in punto brillante con altre pietre preziose colorate. Mentre i produttori europei si concentrano sulla produzione e la vendita di oggetti firmati e di alto prezzo unitario, i fabbricanti di Hong Kong sono forti nel design contemporaneo e innovativo, di buona qualita' e a prezzi competitivi.

Sebbene le produzioni italiane sono famose nel mondo, gli importatori locali trovano che siano eccessivamente costose, a causa delle alte tasse di importazione e all'alto costo del lavoro in Italia. Per tale ragione, le importazioni di questi articoli dall'Italia non sono notevoli.

I gioielli di tipo 'Chuk kam' – in oro 24K – sono tra i piu' popolari sul mercato di Hong Kong. I Cinesi li considerano un investimento finanziario,

soprattutto per la loro facile convertibilita' in moneta. Questo spiega perche' nella gioielleria ad Hong Kong e' dominante l'oro giallo.

Secondo i grossisti locali, i prodotti italiani piu' ricercati sul mercato di Hong Kong sono le catene d'oro, di buona qualita' e a prezzo conveniente, anche se di recente si stanno affermando anche altri tipi di materiali, come l'argento e il platino. Infatti si e' fatto notare un piu' generale orientamento verso il metallo bianco, ad Hong Kong e in Asia in generale, con i consumatori piu' giovani particolarmente interessati al platino e all'argento.

1.2 Canali distribuitivi

C'e' un crescente numero di fabbricanti di gioielli ad Hong Kong, che producono e distribuiscono sotto un proprio marchio o che hanno accordi di distribuzione con imprese locali. Alcune delle maggiori industrie manifatturiere sono presenti con i loro canali distributivi sul mercato di Hong Kong e nel Sud-Est Asiatico. Molti di loro distribuiscono anche merci importate. A settembre del 2002, c'erano 522 aziende produttrici di gioielleria a Hong Kong (meno delle 646 del 2001 e 696 registrate nel 2000), e 113 di bigiotteria (94 nel 2001 e 115 nel 2000). Si nota che il numero di imprese, e l'occupazione, e' calato, nel import-export mentre e' diminuito nella produzione di gioielleria e bigiotteria.

Accanto ad essi, ci sono molti grossisti e dettaglianti che importano prodotti dall'Italia. Secondo i dati del Hong Kong Census and Statistics Department, c'erano 2.544 aziende operanti nel commercio (import-export) in gioielleria a dicembre del 2002 (erano 2.265 nel 2001 e 2.204 nel 2000). I prodotti importati non sono solo venduti nel mercato locale, ma riesportati in Cina, USA, Giappone ed altri mercati asiatici.

Anche le grandi griffe della moda spesso completano le collezioni con accessori e gioielli - come nel caso di Gucci, Prada, Chanel, DKNY, Ralph Lauren e Nine West - specificamente disegnati per sposarsi con lo stile dell'abbigliamento. I gioielli sono esposti accanto ai vestiti nei loro punti vendita, nei grandi magazzini e anche in negozi specializzati di gioielleria o design.

Il mercato della gioielleria non si rivolge solo ai residenti di Hong Kong, si stima che il 50% delle vendite sono vendite ai turisti, considerati un importante fonte di reddito per il settore della gioielleria. A dicembre del 2003 le vendite di gioielli, orologi e regali preziosi sono aumentate del 15,9% in valori, per un totale di 271 milioni di USD, e del 3,2% in volumi rispetto al dicembre del anno scorso. Bisogna pero' considerare che tale aumento parte da un livello contenuto, dato che il settore dei beni di lusso ha perso notevolmente nel 2001. Infatti, nel 2001 le vendite al dettaglio di gioielleria, orologi e regali preziosi sono diminuiti del 7% in valori e del 5% in volumi su base annuale

rispetto al 2000. Si stima che tale calo è dovuto a un calo della domanda di consumo locale, dato che il turismo era aumentato del 5% nel 2001. Il calo potrebbe anche riflettere un cambiamento nel profilo di spesa del turismo, dovuto alla maggiore quota di turismo proveniente dalla Cina Popolare oppure ad una minore propensione di spendere in generale..

Il governo locale è nella fase di modificare il regolamento sull'immigrazione, con lo scopo di attrarre un flusso di turismo anche regionale e in particolare dalla Cina Popolare. Le statistiche della Hong Kong Tourism Board hanno riportato un calo del 6,2% nel 2003 in confronto dell'anno precedente a causa dell'epidemia di SARS. Una crescita del 24,1% dalla Cina Popolare dovuta al « Individual Visit Scheme », un'agevolazione in procedura per i cinesi provengono da 16 città in Cina a visitare Hong Kong. Le politiche a sostegno del turismo beneficeranno il settore della gioielleria, sia la produzione locale che le vendite al dettaglio.

Tradizionalmente lo shopping online non è stato importante a Hong Kong in confronto ad altri mercati, a causa delle particolari condizioni geografiche e delle abitudini di acquisto dei consumatori. Dato che Hong Kong è una piccola città e piena di negozi, il settore delle vendite al dettaglio è fortemente frammentato e caratterizzato da un elevato grado di concorrenza.

Gli abitanti hanno sempre preferito andare in giro a toccare la merce e confrontare i prezzi dei prodotti che intendono acquistare. Nonostante ciò il commercio online, sia il B2B che il B2C, sta prendendo quota in tutto il mondo, e in particolare in paesi asiatici come il Giappone, l'Australia, la Corea del Sud e il Taiwan. Man mano che il commercio online diventa più importante, anche le gioiellerie stanno sviluppando i loro siti Internet, migliorando e integrando i sistemi informatici e di posta elettronica. Sia per il B2B e la gestione d'impresa, che per il B2C, l'Internet sta guadagnando popolarità per acquisire informazioni e come mezzo di comunicazione veloce. Hong Kong è molto avanzata con una rete sviluppata e estesa di connessioni a banda larga.

2. Il commercio estero di Hong Kong

Hong Kong ha una economia di libero mercato molto dinamica e fortemente legata all'andamento del commercio internazionale. Hong Kong dipende pesantemente dalle importazioni, dato che le risorse naturali sono limitate, e si profila come centro di finanza e di servizi alle imprese, oltre a essere un nodo centrale per la logistica del commercio in Asia. Non avendo dazi di importazione, restrizioni al commercio e agli investimenti esteri, è una delle più grandi entità commerciali del mondo.

Incluse le riesportazioni, Hong Kong e' il terzo esportatore di gioielleria al mondo. Dopo il calo durante la crisi economica in Asia nel 1997-1998 e il rallentamento globale nel 2001, quell'ultimo che ha trascinato al ribasso anche le esportazioni di gioielleria, che sono diminuite del 5% in totale. Sembra che i consumatori evitano di acquistare beni di lusso a alto valore unitario, in seguito al 11 settembre negli Stati Uniti e alla recessione economica in Giappone, dove le importazioni di gioielleria da Hong Kong sono diminuite del 7% nel 2001. Le esportazioni di gioielli sono cresciute del 21% nel 2002 e del 17% nel 2003. Le esportazioni verso gli Stati Uniti, il piu' grande mercato per la gioielleria di Hong Kong, sono aumentate del 11% nel 2003. Inoltre, le esportazioni verso paesi Europei sono aumentate; del 21% verso il Regno Unito, del 53% verso la Francia, del 39% verso la Germania e del 41% verso l'Italia.

Nel 2002 il trend si e' significativamente invertito, e le statistiche per i primi 10 mesi dell'anno hanno mostrato una crescita globale delle esportazioni di circa il 17%, raggiunte fino al 20% per l'anno 2002, con la crescita record del 30% fatta segnare negli USA, il primo mercato di destinazione delle merci di Hong Kong. Le esportazioni di gioielli per i primi 11 mesi del 2003 indica un' ultra forte tendenza positiva del 17% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, un incremento del 11% verso gli USA. Sempre durante 2003, grazie all'aumento di valore dell'euro, gli acquisti dei paesi europei per i gioielli di Hong Kong hanno aumentato del 29%; proprio per lo stesso motivo, i gioielli sono venduti piu' di 25% al Giappone. Le aziende produttrici hanno recuperato all' fine il giro di affari dopo la rottura con l'organizzatore della Fiera di Basilea a cause dell'epidemia di SARS.

Buon incremento hanno fatto registrare le esportazioni di gioielli verso il Taiwan (+41%) e il mercato giapponese(26%).

2.1 Importazioni dal mondo

Nel 2003, Hong Kong aveva importato oltre 1.772 miliardo di USD di gioielleria, un aumento del 45,92%, e 201 milioni di USD in bigiotteria, un incremento del 8,35%. La situazione economica recessiva degli ultimi anni aveva infatti spostato la domanda verso prodotti piu' economici, anche se la caratteristica della gioielleria di « bene rifugio » aveva evitato un crollo dell'import.

2.1.1 Trend delle importazioni

Nonostante il calo fatto registrare nel 2001, c'e' un forte mercato per l'importazione della gioielleria ad Hong Kong. Il suo valore e' andato crescendo

da 1.019 milioni di USD nel 2001 a 1.772 milioni di USD nel 2003. Le diminuzioni registrate nel 1998 e nel 2001 sono attribuibili a fattori esogeni, come la crisi congiunturale asiatica e l'attacco del 11 settembre negli Stati Uniti, e non sono riconducibile a problemi del settore.

Nel 2002, infatti, l'import e' ricominciato a correre, facendo segnare un aumento del 17.38% per un totale di 1400 milioni di USD. Tale trend e' stato confermato nel 2003, che ha mostrato una crescita di quasi il 46% nel settore dei gioielli preziosi (7113) e del 8,35% nella bigiotteria (7117), per un totale di 1.973 milioni di USD.

2.1.2 Maggiori Fornitori

L'Italia e' il terzo piu' importante esportatore di gioielleria (HS 7113) ad Hong Kong, alle spalle di Cina e Corea, fornendo il 13,9% del totale nel 2003. Sia la quota che il valore delle esportazioni italiane sono diminuite rispetto agli anni 2001 e 2002, quando l'Italia si posizionava al secondo posto, e dal 1998 data il sorpasso della Cina Popolare, attualmente in cima alla lista con 26% delle importazioni totali di gioielleria.

La Corea del Sud si e' posizionata nel 2003 come secondo fornitore alle spalle della Cina, il 25% della quota di mercato.

Alle spalle dell'Italia, la Francia, con il 7% della quota di mercato, seguita da Stati Uniti, quinto fornitore, Svizzera, e India.

2.1.3 Tipologie di gioielli

Nel 2003 Hong Kong ha importato gioielli in oro per circa 1.577 milioni di USD, con una crescita del 51,1% rispetto all'anno precedente. Per le gia' esposte ragioni, il mercato dell'oro e' piu' florido a Hong Kong rispetto a quello degli altri metalli. Inoltre le ultime tendenze nella moda hanno favorito l'uso del oro giallo, in vestiti, trucco e anche nella gioielleria favorendo un aumento della produzione di design contemporanei.

Hong Kong importa relativamente meno gioielleria in argento, che e' soprattutto rivolta a consumatori giovani, che desiderano seguire le ultime tendenze con un minimo di spesa. Il dato per 2003 e' di 162 milioni di USD, con una crescita del 22% circa rispetto all'anno precedente.

Tra le altre tipologie di gioielli, si registra il platino, dove Hong Kong importa relativamente poco dal mercato globale. Le importazioni nel 2002 e nel

2003 hanno continuato il declino, dopo il - 16% del 2001, e -15% rispetto al 2002. .

Nel 2003 Hong Kong ha anche importato bigiotteria per un valore complessivo di 201 milioni di USD, con un aumento di piu' del 8% rispetto all'anno precedente.

Il maggior fornitore rimane la Cina Popolare, che ha anzi incrementato la sua quota nel corso del tempo, e che adesso e' al 79,8% ; la bigiotteria cinese e'generalmente di buona qualita' a prezzi molto competitivi.

Gli altri paesi non forniscono piu' del 1-4% ciascuno, con la Germania che e' al secondo posto con 4% della quota.

L'Italia e' il settimo fornitore con 1,1% delle importazioni totali, pari a 2.27 milioni di USD (+27% rispetto all'anno precedente).

2.2 Importazioni dall' Italia

Nei primi 6 mesi del 2003 sono stati esportati dall'Italia ad Hong Kong piu' di 101 milioni di USD di gioielleria, con una diminuzione del 21,9% sull'anno precedente.

(Non ho nessun dati da aggiungere, codesto paragrafo corrisponde al prossimo : 2.21)

2.2.1 Trend delle importazioni

L'Italia e' attualmente il terzo fornitore di gioielleria di Hong Kong con 248 milioni di USD nel 2003, che ha portato la sua quota di mercato a circa il 13,9%.

Prima del 1998 l'Italia era al primo posto, ma ha perso il primato dopo il processo di deregolamentazione del commercio nella Cina Popolare. I bassi costi operativi hanno incentivato un gran numero di industrie manifatturiere di Hong Kong a spostare gli stabilimenti produttivi alle regioni confinante nella Cina del Sud. L'aumento delle importazioni dallaCina Popolare e la conseguente diminuzione della *quota* derivante dall'Italia, non significa percio' che l'export Italiano non possa continuare a crescere in termini di valori e volumi, come e' infatti successo per il 2002, che e' stato a tutti gli effetti un anno molto positivo.

2.2.2 Tipologie di gioielli

Il primo materiale esportato dall'Italia ad Hong Kong e' di gran lunga l'oro giallo, (231.8 milioni di USD), seguito dall'argento (7.8milioni di USD) e il platino (1 milione di USD) nel 2003.

Il 2003 ha visto le esportazioni di gioielleria in argento migliorare sensibilmente, con un aumento di circa il 47% rispetto al 2002.

E' continuato invece il trend negativo della gioielleria in platino, che ha visto un declino di oltre il 53%.

3. Implicazioni di CEPA

La Cina Popolare e Hong Kong hanno concordato una nuova procedura di stretta collaborazione economica (Closer Economic Partnership Arrangement – CEPA) al 29 giugno 2003. Dal 1° gennaio 2004, 17 categorie di merce nei settori di gioielleria e bigiotteria, dell'origine Hong Kong, sono consentiti a entrare nel mercato della Cina Popolare senza 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, 71161000, 71162000, 71171100, 71171900 e 71179000.

I canali distributivi sono allargati sotto il CEPA. Le aziende di Hong Kong che conformano alle regole possono impegnarsi come intermediari, grossisti e dettaglianti. Inoltre, i residenti permanenti di Kong Kong con la cittadinanza cinese sono liberi ad aprire dei negozi privati (proprietà 100%) nella provincia di Guangdong.

TABELLE E GRAFICI

1. Importazioni di Hong Kong

HS	Import amount (millions of US Dollars)				Change %			
	2000	2001	2002	2003	2000	2001	2002	2003
7113	1,042.17	1,019.4	1,214.89	1,772.80	18.80	-2.20	19.20	45.92
7117	170.70	174.79	185.51	201.00	8.90	1.70	6.90	8.35
<i>Total</i>	1,212.87	1,194.19	1,400.41	1,973.80	/	-1.67%	17.38%	40.94%

Sources: Hong Kong Census & Statistics Department, processed by Italian Trade Commission

2. Esportazioni di Hong Kong

HS	Export amount (millions of US Dollars)				Change %			
	2000	2001	2002	2003	2000	2001	2002	2003
7113	1,549.33	1,526.53	1,848.92	2,174.55	28.60	-1.80	21.40	17.61
7117	494.90	494.97	535.88	607.47	12.70	-0.10	8.30	-13.36
<i>Total</i>	2,044.23	2,021.50	2,384.80	2,782.02	/	-1.12%	17.97%	16.66%

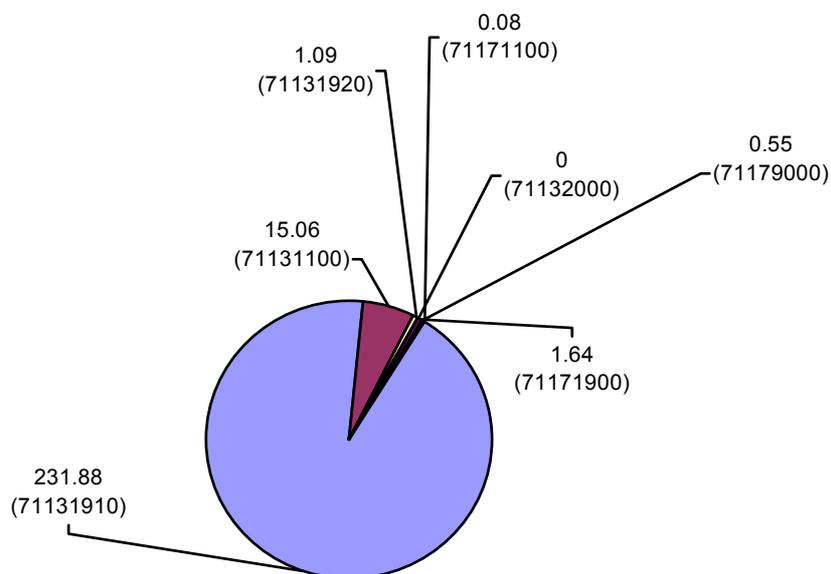
Sources: Hong Kong Census & Statistics Department, processed by Italian Trade Commission

3. Importazioni di Hong Kong per paesi 2000-2002

(in milioni di USD)

Country				% Share			% Change
	2001	2002	2003	2001	2002	2003	03/02
--The World--	1019.40	1214.89	1772.80	100	100		45.92
China	321.86	402.22	474.30	31.57	33.11	26.75	17.92
Korea, South	25.58	4.74	450.26	2.51	0.39	25.40	9406.09
Italy	206.40	248.45	248.03	20.25	20.45	13.99	-0.17
France	69.95	110.51	134.61	6.86	9.10	7.59	21.81
United States	136.36	135.56	123.96	13.38	11.16	6.99	-8.56

**Table 15a Hong Kong Total Imports from Italy
Millions of US Dollars**



4. Hong Kong Imports dall'Italia per Prodotto (gennaio-dicembre 2003)

Millions of US Dollars

HS	Description	2003	%Change 03/02
7113	Precious Jewellery	248.03	-0.17
71131910	Gold	231.88	-1.7
71131100	Silver	15.06	47.45
71131920	Platinum	1.09	-53.67
71132000	Metal	0.00	0
7117	Imitation Jewellery	2.27	27.04
71171900	Base metal	1.64	29.57
71179000	Not Base metal	0.55	23.77
71171100	Cuff links and studs	0.08	4.03