



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

## HONG KONG: IL MERCATO DELLA GIOIELLERIA

L'Istituto nazionale per il Commercio Estero, con la propria rete di Uffici nel mondo e con le attività di promozione e di assistenza, costituisce un osservatorio sui mercati internazionali al servizio delle imprese italiane.

La presente pubblicazione rientra nel programma editoriale dell'Agenzia - collana "INDAGINI/PROFILI – PRODOTTO/MERCATO" - ed è stata realizzata dall'Ufficio ICE di Hong Kong.

Marzo 2013

INDICE

**L'INDUSTRIA DELLA GIOIELLERIA A HONG KONG**

	Pagina
<b>1. Andamento congiunturale</b>	<b>3</b>
1.1 Il commercio estero di Hong Kong	3
<b>2. Il mercato della gioielleria a Hong Kong</b>	<b>5</b>
2.1 Prodotti e tendenze	6
2.2 Produzione locale	6
2.3 Canali distributivi	7
<b>3. Il commercio di gioielleria di Hong Kong con il resto del Mondo</b>	<b>8</b>
3.1 Importazioni	8
3.1.1 Trend delle importazioni	9
3.1.2 Maggiori fornitori	9
3.1.3 Tipologie di gioielli	10
3.2 Importazioni dall'Italia	15
3.2.1 Tipologie di gioielli importati dall'Italia	15
3.3 Esportazioni	16
<b>4. Accordo CEPA</b>	<b>18</b>
<b>5. Suggerimenti per le società italiane</b>	<b>19</b>
<b>6. Informazioni varie</b>	<b>21</b>
<b>7. Associazioni di categoria</b>	<b>22</b>
<b>Appendici (in lingua inglese)</b>	<b>23</b>
Trade Description Ordinance	23
Trade Descriptions (Marking) (Gold and Gold Alloy) Order	23
Trade Descriptions (Definition of Platinum) Regulations	26
Trade Descriptions (Marking) (Platinum) Order	27

## 1. Andamento congiunturale

Tradizionale esempio di economia basata sul libero scambio di beni e servizi e posizionata strategicamente alle porte della Cina, Kong ha storicamente svolto la funzione di punto di collegamento tra la Cina ed il resto del mondo, diventando un centro mondiale per il commercio, le transazioni finanziarie e i sistemi di comunicazione. Hong Kong può essere considerato una *hub* commerciale e finanziario di primaria importanza nell'area Asia-Pacifico: seconda destinazione in Asia e sesta al mondo per gli investimenti diretti esteri; primo investitore in Cina; un volume di commercio internazionale equivalente a circa un terzo di quello dell'intera Repubblica Popolare; una delle tre maggiori borse valori in Asia; un aeroporto al primo posto nel mondo per volume di cargo smistato; un porto marittimo tra i più affollati del mondo per traffico di container, insieme a quelli di Shanghai e Singapore.

L'economia di Hong Kong sta confermando il suo dinamismo e solidità e, nonostante la contrazione della domanda dell'Europa e la debolezza dell'economia americana, il PIL di Hong Kong è cresciuto dell'1,7% nel 2012; per il 2013 si prevede un aumento di PIL pari a circa il 3%.

Nel 2012, Hong Kong ha fatto registrare la cifra record di 48,6 milioni di turisti, in aumento del 16%, rispetto al 2011 con il 72% del totale del flusso turistico rappresentato da persone provenienti dalla Cina popolare. La ricaduta del turismo sull'economia di Hong Kong è rilevante e incide direttamente anche nelle vendite al dettaglio che, quantificate per l'intero 2012 in circa 43,2 miliardi di euro, sono cresciute in valore del 9,8% rispetto al 2011. Anche il settore della gioielleria trae consistenti benefici dagli intensi flussi turistici: è stato calcolato che nel 2012, i turisti hanno acquistato gioielli a Hong Kong per un valore di circa 1,8 miliardi di euro, che rappresenta il 18% del totale delle somme spese per shopping, cifra che sale al 20% se si considerano solo i visitatori dalla *Mainland China*.

Per il 19° anno consecutivo, Hong Kong è stata nominata anche nel 2012 economia più libera del mondo ed inoltre la disponibilità di cospicue riserve fiscali e la virtuale assenza di debito estero assicurano ad Hong Kong una solidità finanziaria che potrebbe essere determinante nel superare anche le crisi recessive più persistenti. L'Autorità Monetaria di Hong Kong (The Hong Kong Monetary Authority – H.K.M.A.) ha dichiarato che le **riserve ufficiali di valuta estera** ammontavano, a dicembre 2012, a 317,3 miliardi di dollari USA, cifra che rappresenta oltre 8 volte il valore della moneta in circolazione.

### 1.1 Il commercio estero di Hong Kong

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

Nel 2012 l'interscambio con l'estero di Hong Kong e' in crescita rispetto al 2011, anche se gli incrementi non sono piu' a due cifre cosi' come era stato per gran parte del 2011. Le esportazioni di Hong Kong nel 2012 sono cresciute dell'8,3%, per un ammontare complessivo di 493,36 mld. di USD, mentre le importazioni sono aumentate dell'8,4% con un valore di 554,22 mld. di USD.

I principali paesi clienti di Hong Kong sono stati, per valore (tra parentesi la variazione rispetto al 2011 e quanto ogni paese incide sul totale esportato da Hong Kong):

Cina (+15,4% / 57,7%), Stati Uniti (+2,7% / 8,9%), Giappone (+6,6% / 3,8%), India (-10,5% / 2,2%) e Taiwan (-6,6% / 2,2%) . L'Unione Europea, che figura al secondo posto dopo la Cina per area di destinazione delle merci, ha registrato un calo del 6,9% e incide per l'8,8% sul totale esportato da Hong Kong.

Per quanto riguarda le importazioni, in valore, i primi 5 paesi fornitori sono stati, per variazione e quota del mercato di Hong Kong: Cina (+12,2% / 44,5%), Giappone (-1,8% / 8%), Taiwan (+3,7% / 6,8%), Stati Uniti (+9,1% / 5,5%), Corea del Sud (+10,6% / 4,9%). Le forniture dall'Unione Europea (27 paesi), che si posiziona al 3° posto dopo Cina e Giappone, hanno registrato un +1,8%, e incidono per il 7,5% sul totale degli acquisti dall'estero di Hong Kong.

### **L'interscambio con l'Italia**

Nel 2012, l'Italia si posiziona al 16° posto in assoluto tra i fornitori di Hong Kong e al quarto tra i paesi europei (dopo Regno Unito, Francia e Germania) con un valore di beni esportati pari a 7,15 miliardi di USD, in aumento del **2,78%** rispetto al 2011, e una quota mercato dell'1,29%. Il valore delle esportazioni (ri-esportazioni\*+prodotti nazionali) di Hong Kong verso l'Italia e' stato pari a 3,22 miliardi di USD (- **16%** sul 2011) e una quota dello 0,65%. L'Italia, che nel 2011 e' risultata al 16° posto, scende ora al 19° fra i paesi clienti di Hong Kong.

### **I settori di punta dell'export italiano**

In ordine di valore, le prime 10 categorie merceologiche esportate a Hong Kong dall'Italia sono state nel periodo: abbigliamento in pelle +8,9%, abbigliamento +4,2%, prodotti alimentari e vini + 1,3%, artigianato +19,2%, gioielleria +7,5%, macchinari e macchinari elettrici -8,8%, pelli e pellami -11,9%, calzature +12%, tessuti e filati -7,6%, prodotti chimici e materie grezze -0,6%.

### **Triangolazione Italia – Hong Kong - Cina**

Nel 2012, Hong Kong ha ri-esportato verso il mondo merci provenienti da diversi paesi d'origine per 470,96 mld. di USD (+7,33%), di cui 3,06 miliardi erano di origine italiana (+1,73%). Su un totale di 7,15 miliardi di USD di merci italiane importate da Hong Kong, il 29% (2,07 miliardi) sono poi state destinate in Cina.

## 2. Il mercato della gioielleria a Hong Kong

Il settore della gioielleria di Hong Kong è composto principalmente da gioielleria e bigiotteria. In termini di produzione e commercio, la gioielleria è di gran lunga la più importante. I produttori di Hong Kong, specializzati in gioielli contemporanei spesso abbinati con diamanti, pietre dure, semi preziose e perle, sono considerati tra i migliori del mondo, superiori in maestria a produttori di altri paesi nel sud asiatico, tuttavia inferiori ai produttori italiani e giapponesi.

Hong Kong è leader mondiale nella produzione e nel consumo di oggetti d'oro massiccio ed è uno dei leader mondiali per quanto riguarda i gioielli di giada.

I consumatori di Hong Kong preferiscono scegliere articoli di gioielleria che fanno moda: diventa così importante per le aziende produrre gioielli con un forte contenuto in design e dotarsi, di conseguenza, di nuove tecnologie innovative e di conoscenze approfondite nella conoscenza dei materiali. Anche le strategie marketing dei produttori si stanno adattando alle tendenze del mercato, con la creazione di *brands* che si rivolgono non solo al tradizionale segmento di consumatori ad alto livello di reddito ma cercano di intercettare le esigenze ed i bisogni di *fashion* ed originalità del pubblico più giovane così come quelli dei consumatori della classe media.

La diffusione delle nuove ed innovative tecnologie industriali di produzione consentono la produzione in serie di gioielli di buona qualità e prezzi competitivi. Hong Kong è tradizionalmente un polo produttivo artigianale ma alcuni produttori, soprattutto i più strutturati, hanno iniziato ad utilizzare macchinari sofisticati e tecnologie di ultima generazione, come gli stampi elettronici, macchine a controllo numerico e design computerizzato, che danno luogo ad una straordinaria combinazione di arte manuale ed efficacia produttiva. Le nuove tecnologie consentono lo sviluppo e la ricerca di nuovi materiali che accrescono la possibilità di creare gioielli originali, di tendenza e accuratamente lavorati.

L'integrazione con la Cina continentale, ove il costo del lavoro è più basso, ha portato alcuni produttori a spostare la fase produttiva, in particolare di gioielli a basso grado di precisione nonché una maggior quantità. Il polo produttivo di Shenzhen, in particolare, si è fortemente specializzato nella produzione di gioielli in argento, catenamine stampato in oro e microfuso di fascia medio bassa; importante anche il distretto di Panyu, dove operano circa 250 imprese che producono gioielli in quantità elevata, adornati con diamanti, pietre e perle.

Negli ultimi tempi anche la città di Huadu, in prossimità del nuovo aeroporto di Guangzhou, sta dimostrando di avere un ambiente favorevole per la crescita dell'industria della gioielleria.

Gli imprenditori di Hong Kong producono in Cina mentre mantengono nel proprio paese le strutture per l'ideazione, il design, la gestione ed il controllo dei processi di produzione dei gioielli. Anche le lavorazioni che richiedono maggiori abilità artigianali vengono svolte ancora ad Hong Kong.

Le riforme in atto nella Cina continentale hanno favorito un processo di ristrutturazione del settore, con un aumento dell'efficienza ed un miglioramento delle tecniche usate, grazie anche alle *joint venture* con produttori esteri. Per Hong Kong ciò comporta un

aumento delle importazioni e delle ri-esportazioni, ed una maggiore concorrenza sul mercato domestico. La produzione di gioielli è in aumento anche in altri paesi asiatici come India, Thailandia, Singapore, Corea del Sud ed Indonesia, grazie sia ad un aumento della capacità artigianale sia alla disponibilità di pietre preziose.

## 2.1 Prodotti e tendenze

Hong Kong produce molti gioielli con pietre preziose, particolarmente diamanti montati in oro a 14K o 18K, con gli anelli come primo articolo di vendita. 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 puntano su un *design* calibrato sia sui gusti dei cinesi che degli europei, di buona qualità ed a prezzi competitivi.

Per quanto riguarda i materiali, il platino rimane il più diffuso, ma con una ripresa della domanda per gioielli con pietre preziose colorate. Torna a crescere la domanda di gioielli in oro ma legata ad un design moderno. Il titanio sta guadagnando popolarità in quanto unisce forza a leggerezza ed indossabilità. A causa della recente crisi finanziaria mondiale, alcuni buyers locali hanno ridotto le loro attività commerciali. In questo contesto, una politica di abbassamento dei prezzi unita ad un uso creativo di nuove leghe con ridotto contenuto di carati potrebbe incentivare il consumo di gioielli.

I gioielli di tipo "Chuk Kam" – in oro 24K – sono tra i più popolari sul mercato di Hong Kong. I cinesi li considerano un investimento finanziario, soprattutto per la loro facile convertibilità in moneta.

Secondo i grossisti locali, i prodotti italiani più ricercati sul mercato di Hong Kong sono le catene d'oro, di buona qualità e a prezzo conveniente, seguite da altri tipi di materiali, come l'argento ed il platino. Infatti si è notato un più generale orientamento verso il metallo bianco, a Hong Kong e in Asia in generale, con i consumatori più giovani particolarmente interessati al platino e all'argento.

Altri tipi di gioielli, creati con coralli e perle hanno *target* diversi. Il corallo, che rappresenta una produzione Italiana significativa, ha solo un mercato di nicchia a Hong Kong e non riceve particolari riconoscimenti a causa del prezzo, considerato dai consumatori troppo elevato. Le perle di tipologie *fresh water* e coltivate sono popolari, mentre quelle dei mari del sud che provengono in colori oro, bianco e nero sono scarse ed accolte dai più ricchi.

## 2.2 Produzione locale

### Gioielleria e bigiotteria

Secondo i dati forniti dall'*Hong Kong Census & Statistics Department*, a settembre 2012 risultano attivi 366 stabilimenti per un totale di 2.884 addetti nel settore gioielli. E' in costante crescita quindi la delocalizzazione produttiva verso soprattutto le regioni della Cina meridionale per gli indubbi vantaggi in termini di costo di manodopera e di struttura.

	Giugno 2008	Settembre 2009	Giugno 2010	Settembre 2011	<b>Settembre 2012</b>
Nr. di stabilimenti	414	406	402	373	366
Nr. di impiegati	4.035	3.064	2.966	2.813	2.884

Fonte: Hong Kong Trade Development Council

Il settore della gioielleria ad Hong Kong si divide in due sottosettori: la gioielleria di metalli preziosi e la bigiotteria, con il primo che fa registrare l'85% circa delle esportazioni totali. Hong Kong è il secondo più grande paese esportatore di bigiotteria del mondo dopo la Cina.

### 2.3 Canali distributivi

#### Rivenditori e produttori

Ci sono oltre 2.000 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, 3D-Gold, Luk Fook, Tse Sui Luen, Continental Diamond/Continental Jewellery, Edelweiss, J's, Just Gold / Just Diamond, King Fook, Larry, Ma Belle, Madia, Emperor, My Jewelry, Prince and The World Vision*. 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.

Recentemente il mercato locale vede una presenza, in ascesa, dei disegni esclusivi italiani di fascia alta quali *Stefan Hafner, Calgaro, Marco Bicego* ecc. alcuni dei quali sono inseriti nelle collezioni dei maggiori gioiellieri. Tra gli ultimi investimenti italiani sono da citare ad esempio Pianegonda e Damiani, che hanno aperto negozi monomarca in centri commerciali di prestigio.

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. Infatti, il miglior modo per entrare sul mercato col minimo rischio è tramite distributori locali e grossisti ben inseriti.

## **Case di moda**

C'è un numero crescente di negozi di abbigliamento internazionali che offrono gioielli di moda ai loro clienti. Case di moda rinomate come Emporio Armani, Gucci, Prada, Chanel, Louis Vuitton, ecc. offrono una gamma completa di gioielli e accessori che si abbinano con le tendenze e lo stile dell'abbigliamento che propongono. Molto spesso, questi gioielli di brand alla moda vengono venduti anche nei grandi magazzini in vetrine indipendenti.

## **Vendite online**

Le vendite via internet di gioielli B-to-C e B-to-B non sono utilizzate ad Hong Kong per varie ragioni. Innanzi tutto, 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 strapiena 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. Di conseguenza è improbabile che nel prossimo futuro la vendita di gioielli online ad Hong Kong cresca in modo significativo.

Tuttavia, molti consumatori locali sono facilmente influenzati dalle informazioni su internet, in quanto utilizzano internet per fare ricerche di mercato sui nuovi prodotti e per confrontare i prezzi. Infatti è pratica comune per i gioiellieri locali di Hong Kong come Chow Sang Sang, Tse Sui Luen ecc. utilizzare internet per pubblicizzare la loro gamma di prodotti e annunciare l'arrivo di nuove collezioni di gioielli.

## **3. Il commercio di gioielleria di Hong Kong con il resto del Mondo**

### **3.1 Importazioni**

Nel 2012 Hong Kong ha importato gioielli e metalli preziosi per 11,85 miliardi di \$USA, con un incremento del 17,5% rispetto all'anno precedente. Circa il 43% delle importazioni proviene dalla Cina.



**Tavola 1**

**Importazioni totali di Hong Kong per gioielleria e bigiotteria**

Importazione (Thousand \$USA)						Variazione %				
HS	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
<b>7113</b> gioielleria	4,615,477	3,969,434	6,034,989	10,090,322	11,851,646	31.3	-14	52	67.2	17.5
<b>7117</b> bigiotteria	337,117	279,923	339,366	378,356	387,957	11.8	-17	21.2	11.5	2.5
<b>Totale</b>	<b>4,952,594</b>	<b>4,249,357</b>	<b>6,374,355</b>	<b>10,468,678</b>	<b>12,239,603</b>	<b>29.84</b>	<b>13.73</b>	<b>49.62</b>	<b>64.01</b>	<b>14.5</b>

Fonte: dati di Hong Kong Census & Statistics Department, elaborazione ICE Hong Kong

**3.1.1 Trend delle importazioni**

Hong Kong è un mercato importante per l'importazione della gioielleria poichè gli operatori locali forniscono la merce non solo alla Cina ma anche agli altri paesi asiatici: Taiwan, Thailandia, Singapore e Malesia.

Nel 2012, le importazioni totali (gioielleria + bigiotteria) hanno raggiunto il valore di 12,24 miliardi di \$USA (+14,5%) con il 96,8 % costituito dai gioielli preziosi.

**3.1.2 Maggiori fornitori**

La Cina, al primo posto, ha registrato circa 5,1 miliardi di \$USA con una quota del 42,9%. Mentre l'India, secondo paese fornitore, ha registrato circa 1,76 miliardi di \$USA con una quota del 14,9%.

Molti fabbricanti mantengono unita' produttive sia a Hong Kong che in Cina. I lavori intensivi, che richiedono grandi quantita' di manodopera, sono realizzati in Cina mentre la rifinitura e le lavorazioni particolari sono seguiti da artigiani specializzati a Hong Kong. Questo processo spiega anche il costante aumento delle importazioni, dovute in parte anche alla reimportazione dei semilavorati dalla Cina o da altri paesi vicini.

**Tavola 2**
**Importazioni di Hong Kong dei gioielli preziosi (7113)**

								VALORE: USD (MILIONI)		
CLASS.	PAESI	- 2010 -			- 2011 -			- 2012 -		
		VAL.	%QUOTA	%VAR	VAL.	%QUOTA	%VAR	VAL.	%QUOTA	%VAR
	TOTALE	6,035	100	52	10,090	100	67.2	11,852	100	17.5
1	CINA	2,348	38.9	80.8	4,550	45.1	93.8	5,080	42.9	11.6
2	INDIA	840	13.9	85.4	1,378	13.7	64.1	1,760	14.9	27.7
3	SVIZZERA	520	8.6	44.1	836	8.3	60.8	1,197	10.1	43.2
4	U S A	708	11.7	15.8	995	9.9	40.7	1,148	9.7	15.3
5	EMIRATI ARABI UNITI	191	3.2	52.2	423	4.2	121.5	635	5.4	50
<b>6</b>	<b>ITALIA</b>	<b>511</b>	<b>8.5</b>	<b>32.4</b>	<b>585</b>	<b>5.8</b>	<b>14.5</b>	<b>622</b>	<b>5.2</b>	<b>6.4</b>
7	REGNO UNITO	130	2.2	6	230	2.3	76.9	371	3.1	61.4
8	FRANCIA	180	3	8.8	202	2	12.2	205	1.7	1.4
9	SINGAPORE	93	1.5	40.5	115	1.1	23	172	1.5	50.3
10	GIAPPONE	96	1.6	16.2	134	1.3	39.9	126	1.1	-6.4

Fonte: dati di Hong Kong Census & Statistics Department, elaborazione ICE Hong Kong

**3.1.3 Tipologie di gioielli**
**Gioielleria**

Nel 2012, l'insieme dei gioielli italiani di metalli preziosi con diamanti incastonati (HS71131911 – HS71131110 – HS 71131991) venduti ad Hong Kong ha raggiunto un valore di 86 milioni \$USA, in aumento del 3,9% rispetto al 2011.

L'ammontare dei gioielli italiani in metalli preziosi, ma senza diamanti, (HS 71131919, HS71131190, HS71131999), esportati nel 2012 ad Hong Kong e' stato di 535 milioni di \$USA, in aumento del 7,6% rispetto al 2011.

La Cina è stata al vertice della graduatoria per entrambe le categorie, grazie al basso costo della manodopera e anche ad una tecnologia avanzata dei macchinari.

**Tavola 3**
**Importazioni totali di Hong Kong di gioielleria in oro  
montata con diamanti (HS 71131911)**

								VALORE: USD (MILIONI)		
CLASS.	PAESI	- 2010 -			- 2011 -			- 2012 -		
		VAL.	%QUOTA	%VAR	VAL.	%QUOTA	%VAR	VAL.	%QUOTA	%VAR
	TOTALE	3,611	100	48.2	5,725	100	58.5	6,944	100	21.3
1	CINA	1,382	38.3	58.1	1,984	34.7	43.6	2,312	33.3	16.5
2	INDIA	732	20.3	78.3	1,217	21.3	66.2	1,398	20.1	14.8
3	SVIZZERA	256	7.1	56.5	647	11.3	152.6	1,044	15	61.3
4	U S A	464	12.9	7.1	529	9.2	13.9	644	9.3	21.7
5	EMIRATI ARABI UNITI	174	4.8	50.6	311	5.4	78.5	429	6.2	38.1
6	REGNI UNITO	113	3.1	16.6	200	3.5	77	325	4.7	62.5
7	FRANCIA	94	2.6	81.7	160	2.8	69.9	170	2.5	6.6
8	SINGAPORE	67	1.8	75.9	93	1.6	39.7	137	2	47
9	MACAO	56	1.5	0.4	178	3.1	220.7	117	1.7	-34.3
<b>10</b>	<b>ITALIA</b>	<b>77</b>	<b>2.1</b>	<b>9.6</b>	<b>81</b>	<b>1.4</b>	<b>5.5</b>	<b>84</b>	<b>1.2</b>	<b>3.9</b>

Fonte: Dati Hong Kong Census and Statistics Department, elaborazione ICE Hong Kong

**Tavola 4**
**Importazioni totali di Hong Kong di gioielleria in oro  
NON montata con diamanti (HS 71131919)**

								VALORE: USD (MILIONI)		
CLASS.	PAESI	- 2010 -			- 2011 -			- 2012 -		
		VAL.	%QUOTA	%VAR	VAL.	%QUOTA	%VAR	VAL.	%QUOTA	%VAR
	TOTALE	1,484	100	50.4	3,044	100	105.2	3,325	100	9.2
1	CINA	549	37	239.2	2,118	69.6	286	2,341	70.4	10.5
<b>2</b>	<b>ITALIA</b>	<b>383</b>	<b>25.8</b>	<b>36.4</b>	<b>461</b>	<b>15.1</b>	<b>20.4</b>	<b>502</b>	<b>15.1</b>	<b>8.9</b>
3	SVIZZERA	176	11.9	-7.3	163	5.4	-7.3	113	3.4	-30.9
4	INDIA	43	2.9	63.9	15	0.5	-64.6	86	2.6	457.5
5	U S A	71	4.8	-1.7	91	3	27.5	75	2.3	-17.3
6	EMIRATI ARABI UNITI	9	0.6	-7.8	21	0.7	137.9	67	2	217
7	TURCHIA	28	1.9	45.5	32	1	12.7	31	0.9	-3
8	REGNO UNITO	9	0.6	-2.9	14	0.5	63.3	25	0.7	72.2
9	COREA DEL SUD	10	0.7	-5.9	19	0.6	84.8	15	0.5	-19.7
10	GIAPPONE	17	1.2	-18.9	19	0.6	8.5	14	0.4	-26.6

Fonte: Dati Hong Kong Census and Statistics Department, elaborazione ICE Hong Kong

**Tavola 5**
**Importazioni totali di Hong Kong di gioielleria in argento  
montata con diamanti (HS 71131110)**

								VAL. USD (MILIONI)		
CLASS.	PAESI	- 2010 -			- 2011 -			- 2012 -		
		VAL.	%QUOTA	%VAR	VAL.	%QUOTA	%VAR	VAL.	%QUOTA	%VAR
	TOTALE	253	100	142.8	355	100	40.4	482	100	35.8
1	INDIA	47	18.5	240.6	130	36.5	177.2	244	50.6	88
2	CINA	183	72.2	140.4	202	56.8	10.4	170	35.3	-15.5
3	EMIRATI ARABI UNITI	*	0.1	350.3	2	0.4	670.1	38	7.8	..
4	U S A	13	5.1	83	15	4.2	15.7	19	3.9	28.6
5	TAIWAN	-	-	-100	-	-	-	3	0.5	=
6	THAILANDIA	4	1.5	..	1	0.3	-72.9	2	0.4	99.5
<b>7</b>	<b>ITALIA</b>	<b>5</b>	<b>1.8</b>	<b>0.2</b>	<b>2</b>	<b>0.5</b>	<b>-58.9</b>	<b>2</b>	<b>0.4</b>	<b>1.8</b>
8	GERMANIA	*	0.2	11.7	*	0.1	4.9	1	0.2	125.9
9	REGNI UNITO	1	0.2	26.9	*	0.1	-6.9	1	0.2	105.7
10	SVIZZERA	*	0.1	-34.5	2	0.5	373	1	0.2	-43.5

**Tavola 6**
**Importazioni totali di Hong Kong di gioielleria in argento  
NON montata con diamanti (HS 71131190)**

								VAL. USD (MILIONI)		
CLASS.	PAESI	- 2010 -			- 2011 -			- 2012 -		
		VAL.	%QUOTA	%VAR	VAL.	%QUOTA	%VAR	VAL.	%QUOTA	%VAR
	TOTALE	360	100	33	509	100	41.2	535	100	5.1
1	CINA	215	59.6	22.4	224	44	4.1	231	43.2	3.3
2	EMIRATI ARABI UNITI	1	0.4	..	89	17.6	..	100	18.6	11.6
3	U S A	41	11.4	42.1	64	12.6	56.1	66	12.4	3.3
<b>4</b>	<b>ITALIA</b>	<b>34</b>	<b>9.5</b>	<b>53.3</b>	<b>36</b>	<b>7.1</b>	<b>5.6</b>	<b>33</b>	<b>6.1</b>	<b>-9</b>
5	THAILANDIA	12	3.2	23.9	28	5.4	139.7	32	6	16.5
6	INDIA	16	4.3	..	12	2.3	-25.8	23	4.3	99.4
7	INDONESIA	6	1.7	79.8	16	3.1	156	16	3.1	4.7
8	C & S AMERICA, NES	*	*	..	*	*	-72.3	4	0.8	..
9	SVIZZERA	5	1.3	38.4	6	1.2	31.8	4	0.8	-31.4
10	GERMANIA	7	1.9	11.5	7	1.4	2.3	4	0.8	-40.6

Fonte: Dati Hong Kong Census and Statistics Department, elaborazione ICE Hong Kong

**Tavola 7**
**Importazioni totali di Hong Kong di gioielleria in metalli preziosi  
OLTRE ad oro ed argento montata con diamanti (HS 71131991)**

								VAL. USD (MILIONI)		
CLASS.	PAESI	- 2010 -			- 2011 -			- 2012 -		
		VAL.	%QUOTA	%VAR	VAL.	%QUOTA	%VAR	VAL.	%QUOTA	%VAR.
	TOTALE	298	100	102.5	1	100	-99.6	7	100	502.4
1	SINGAPORE	12	3.9	13	-	-	-100	3	43.5	=
2	U S A	115	38.5	75	*	16.9	-99.8	1	22.1	688.1
3	GIAPPONE	10	3.5	14	*	37	-96.1	1	9	46.9
4	SVIZZERA	82	27.6	..	*	1.8	-100	*	7.3	..
5	INDIA	2	0.6	127.5	-	-	-100	*	4.2	=
6	FRANCIA	8	2.8	-14.1	-	-	-100	*	3.3	=
7	MALAYSIA	*	0.2	-14	-	-	-100	*	2.6	=
8	TAIWAN	13	4.3	-12.4	*	0.2	-100	*	1.8	..
9	CINA	13	4.4	63.5	*	28.8	-97.6	*	1.7	-63.6
10	EMIRATI ARABI UNITI	6	2.2	..	-	-	-100	*	1.4	=
.	<b>ITALIA</b>	<b>12</b>	<b>4.1</b>	<b>53.9</b>	<b>*</b>	<b>1.1</b>	<b>-99.9</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-100</b>

Fonte: Dati Hong Kong Census and Statistics Department, elaborazione ICE Hong Kong

**Tavola 8**
**Importazioni totali di Hong Kong di gioielleria in metalli preziosi  
OLTRE ad oro ed argento NON montata con diamanti (HS 71131999)**

								VALORE: USD (MILIONI)		
CLASS.	PAESI	- 2010 -			- 2011 -			- 2012 -		
		VAL.	%QUOTA	%VAR	VAL.	%QUOTA	%VAR	VAL.	%QUOTA	%VAR
	TOTALE	27	100	24.6	*	100	-98.6	3	100	616.5
1	GIAPPONE	13	48.7	-19	*	8.5	-99.8	2	67.4	..
2	INDIA	*	0.5	=	-	-	-100	*	10.2	=
3	CINA	6	23.8	104.9	*	7.7	-99.5	*	8.2	663
4	U S A	1	4.8	124.9	*	6.7	-98	*	6.2	561.9
5	SVIZZERA	1	2.2	37.3	*	2.2	-98.5	*	4	..
6	REGNO UNITO	1	2.1	194.2	*	5.4	-96.4	*	2.1	181.6
7	MESSICO	-	-	-	-	-	-	*	1.1	=
8	FRANCIA	*	0.4	80.4	*	58	89.7	*	0.5	-93.6
9	<b>ITALIA</b>	<b>*</b>	<b>0.1</b>	<b>-86</b>	<b>*</b>	<b>3.2</b>	<b>-66.7</b>	<b>*</b>	<b>0.2</b>	<b>-51.7</b>
10	GERMANIA	1	3.3	..	*	*	-100	*	*	..

Fonte: Dati Hong Kong Census and Statistics Department, elaborazione ICE Hong Kong

## Bigiotteria

Nel 2012, Hong Kong ha importato bigiotteria realizzata in leghe metalliche (HS71171900) per un valore di 252 milioni di \$USA (- 1,1%). L'Italia si posiziona nell'anno al quarto posto nella graduatoria con 10 milioni in aumento del 41,3% in confronto al 2011 ed una quota mercato del 3,9%. Le importazioni di bigiotteria italiana non realizzata in metallo (HS71179000) sono state di 2 milioni di \$USA (+14,5%). I principali paesi fornitori sono stati la Cina con una quota di mercato di oltre il 37,1%, seguita da Svizzera (17,1%), Germania (16,6%), Francia (6,7%) e Liechtenstein (3,6%).

### Tavola 9

#### Importazioni totali di Hong Kong Bigiotteria di leghe metalliche (71171900)

								VALORE: USD (MILIONI)		
CLASS.	PAESI	- 2010 -			- 2011 -			- 2012 -		
		VAL.	%QUOTA	%VAR	VAL.	%QUOTA	%VAR	VAL.	%QUOTA	%VAR
	TOTALE	231	100	18.5	255	100	10.3	252	100	-1.1
1	CINA	166	71.8	10.3	189	74.3	14.1	172	68.3	-9
2	FRANCIA	14	6.1	67	21	8.2	48.1	28	11.3	35.6
3	SVIZZERA	12	5.4	35.1	10	3.7	-23.3	11	4.5	18
4	<b>ITALIA</b>	<b>10</b>	<b>4.4</b>	<b>42.7</b>	<b>7</b>	<b>2.7</b>	<b>-31.4</b>	<b>10</b>	<b>3.9</b>	<b>41.3</b>
5	U S A	8	3.3	61.9	8	3.2	7.5	6	2.5	-23.3
6	THAILANDIA	4	1.7	108.8	3	1.1	-29	3	1.2	10.1
7	REGNO UNITO	2	0.8	75.1	2	0.9	31.2	3	1.1	16.2
8	GIAPPONE	5	2.1	50.1	3	1.1	-45.7	3	1.1	4.2
9	TAIWAN	1	0.3	39.3	2	0.7	139.8	3	1.1	61.3
10	GERMANIA	1	0.4	-22.8	2	0.8	127.5	2	0.9	3.3

Fonte: Dati Hong Kong Census and Statistics Department, elaborazione ICE Hong Kong

**Tavola 10**
**Importazioni totali di Hong Kong  
 Bigiotteria non di metallo (71179000)**

								VALORE: USD (MILIONI)		
CLASS.	PAESI	- 2010 -			- 2011 -			- 2012 -		
		VAL.	%QUOTA	%VAR	VAL.	%QUOTA	%VAR	VAL.	%QUOTA	%VAR
	TOTALE	102	100	27.6	118	100	15.2	130	100	10.7
1	CINA	45	44.4	23.3	49	41.4	7.5	48	37.1	-1
2	SVIZZERA	6	5.6	722.8	16	13.3	171.9	22	17.1	42.9
3	GERMANIA	2	1.5	147.9	1	0.9	-30	22	16.6	..
4	FRANCIA	3	2.6	333	6	5.4	142.2	9	6.7	38.8
5	LIECHTENSTEIN	*	0.4	144.4	-	-	-100	5	3.6	=
6	TAIWAN	2	2.1	88.8	2	2	10.5	3	2.7	48.8
7	AUSTRIA	34	33.2	4.6	26	21.9	-24.1	3	2.2	-89
<b>8</b>	<b>ITALIA</b>	<b>2</b>	<b>1.9</b>	<b>61.6</b>	<b>2</b>	<b>1.7</b>	<b>4.4</b>	<b>2</b>	<b>1.8</b>	<b>14.5</b>
9	LITUANIA	*	*	94.4	1	0.9	..	2	1.5	94
10	U S A	2	1.6	128.7	2	1.4	4.7	2	1.5	12.9

Fonte: Dati Hong Kong Census and Statistics Department, elaborazione ICE Hong Kong

### 3.2 Importazioni dall'Italia

Nel 2012, l'Italia si e' posizionata al sesto posto nella graduatoria dei fornitori di gioielli preziosi (HS7113), con una quota di mercato del 5,2% ed un valore complessivo 622 milioni di \$USA (+6,4%).

#### 3.2.1 Tipologie di gioielli importati dall'Italia

Il primo prodotto esportato dall'Italia a Hong Kong è di gran lunga l'oro. Nella categoria "gioielleria realizzata in oro senza diamanti" (HS71131919), nel 2012 l'Italia si e' classificata al secondo posto fra i paesi fornitori con un valore di 502 milioni \$USA (+8,9%) ed una quota mercato del 15,1%. Per quanto riguarda la gioielleria in oro montata con diamanti (HS71131911), nel 2012 il valore delle esportazioni verso Hong Kong e' risultato pari a 84 milioni \$USA, con una quota mercato dell'1,2%, ed una percentuale di valore esportato in aumento del 3,9%.

Per quanto riguarda l'esportazione dall'Italia di gioielleria in argento, nel 2012 gli articoli senza diamanti (HS71131190) hanno raggiunto il valore di 33 milioni (-9%), quelli incastonati con diamanti (HS71131110) hanno raggiunto il valore di 2 milioni (+1,8%).

### 3.3 Esportazioni

**Tavola 11**  
**Esportazioni totali di Hong Kong per gioielleria e bigiotteria**

HS	Esportazioni (Migliaia \$USA)					Variazione %				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
7113 gioielleria	4.580.738	3.487.169	4.271.530	5.807.246	6.619.791	9	-23,9	22,5	36	14
7117 Bigiotteria	1.091.407	902.259	1.076.154	1.154.883	1.140.082	0,2	-17,3	19,3	7,3	-1,3
<b>Totale</b>	<b>5.672.145</b>	<b>4.389.428</b>	<b>5.347.684</b>	<b>6.962.129</b>	<b>7.759.873</b>	<b>7,47</b>	<b>-22,27</b>	<b>21,54</b>	<b>29,79</b>	<b>10,3</b>

Fonte: dati di Hong Kong Census & Statistics Department, elaborazione ICE Hong Kong

**Tavola 12**  
**Esportazione per Paesi di gioielli preziosi da Hong Kong (7113)**

VALORE: USD (MILIONI)										
CLASS.	PAESI	- 2010 -			- 2011 -			- 2012 -		
		VAL.	%QUOTA	%VAR	VAL.	%QUOTA	%VAR	VAL.	%QUOTA	%VAR
	TOTALE	4,272	100	22,5	5,807	100	36	6,620	100	14
1	U S A	1,497	35,1	20,5	1,935	33,3	29,2	1,914	28,9	-1,1
2	INDIA	49	1,2	8,9	312	5,4	532,2	629	9,5	101,2
3	SVIZZERA	340	8	39,1	436	7,5	27,9	598	9	37,4
4	REGNO UNITO	242	5,7	1,5	323	5,6	33,9	508	7,7	57,2
5	MACAO	159	3,7	51,5	399	6,9	151,5	412	6,2	3,3
6	EMIRATI ARABI UNITI	132	3,1	25,5	194	3,3	47,7	361	5,5	85,9
7	CINA	275	6,4	8	297	5,1	7,8	305	4,6	2,9
8	FRANCIA	252	5,9	35,7	320	5,5	27,1	263	4	-17,6
9	SINGAPORE	155	3,6	15,5	240	4,1	54,7	246	3,7	2,6
10	RUSSIA	118	2,8	127,5	174	3	47,6	187	2,8	7,5
<b>14</b>	<b>ITALIA</b>	<b>152</b>	<b>3,6</b>	<b>16,1</b>	<b>164</b>	<b>2,8</b>	<b>8,1</b>	<b>133</b>	<b>2</b>	<b>-19,1</b>



**Tavola 13**
**Tipologie di gioielli preziosi esportati da Hong Kong (7113)**

VALORE: USD (MILIONI)										
HS	Descrizione	2010			2011			2012		
		VAL.	%Quota	%Var.	VAL.	%Quota	%Var.	VAL.	%Quota	%Var.
	Totale	4,272	100	22.5	5,807	100	36	6,620	100	14
71131911	gioielleria in oro montata con diamanti	2,848	100.0	+18.9	4,100	100.0	+43.9	4,737	100.0	+15.5
71131190	gioielleria in argento NON montata con diamanti	588	100.0	+22.3	690	100.0	+17.3	608	100.0	-11.9
71131919	gioielleria in oro NON montata con diamanti	479	100.0	+31.8	496	100.0	+3.5	711	100.0	+43.4
71131110	gioielleria in argento montata con diamanti	203	100.0	+57.7	264	100.0	+30.1	228	100.0	-13.4
71131991	gioielleria in metalli preziosi OLTRE ad oro ed argento montata con diamanti	139	100.0	+23.0	2	100.0	-98.9	4	100.0	+151.3
71131999	gioielleria in metalli preziosi OLTRE ad oro ed argento NON montata con diamanti	14	100.0	+198.1	3	100.0	-75.9	3	100.0	-8.7

Fonte: dati di Hong Kong Census &amp; Statistics Department

**Tavola 14**
**Esportazione per Paesi di Bigiotteria da Hong Kong (7117)**

VALORE: USD (MILIONI)										
CLASS.	PAESI	- 2010 -			- 2011 -			- 2012 -		
		VAL.	%QUOTA	%VAR	VAL.	%QUOTA	%VAR	VAL.	%QUOTA	%VAR
	TOTALE	1,076	100	19.3	1,155	100	7.3	1,140	100	-1.3
1	U S A	291	27	8.1	295	25.6	1.5	304	26.7	3
2	AUSTRIA	53	4.9	12.8	106	9.2	99.9	105	9.2	-0.7
3	GERMANIA	107	10	23.4	105	9.1	-1.5	93	8.2	-11.6
4	UNITED KINGDOM	87	8.1	3.9	85	7.4	-2.2	87	7.6	2.5
5	CINA	56	5.2	11.9	64	5.5	13.6	62	5.4	-3.1
6	FRANCIA	64	6	66.3	60	5.2	-6.4	60	5.3	0.5
<b>7</b>	<b>ITALIA</b>	<b>83</b>	<b>7.7</b>	<b>43.7</b>	<b>67</b>	<b>5.8</b>	<b>-19.2</b>	<b>57</b>	<b>5</b>	<b>-15.4</b>
8	GIAPPONE	51	4.8	28	46	4	-10.7	48	4.2	3.8
9	AUSTRALIA	25	2.3	22.1	34	3	37	39	3.4	13.9
10	EMIRATI ARABI UNITI	13	1.2	33.8	22	1.9	61.8	26	2.3	21.1

**Tavola 15 Tipologie di Bigiotteria esportata da Hong Kong (7117)**

HS	Descrizione	Milioni \$USA			Quota %			Variazione % - 12/11 -
		2010	2011	2012	2010	2011	2012	
	Totale	1082.37	1157.61	1147.38	100	100	100	-0.88
71171900	Bigiotteria di leghe metalliche	845.42	905.95	887.06	78.1	78.26	77.3	-2.09
71179000	Bigiotteria non di metallo	221.08	234.49	244.50	20.4	20.26	21.3	4.27
71171100	Gemelli e bottoni da camicia placcati con metalli preziosi e non	15.87	17.16	15.83	1.47	1.48	1.38	-7.79

Fonte: dati di Hong Kong Census & Statistics Department

#### 4. Accordo CEPA

Il 29 giugno 2003, la Cina e Hong Kong hanno firmato un accordo per una nuova procedura di stretta collaborazione economica (*Closer Economic PartnerHSip Arrangement – CEPA*). Dal 1° gennaio 2004, la prima fase del CEPA consente a 18 categorie di prodotti nei settori di gioielleria e bigiotteria, con provenienza Hong Kong, 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 Kong Kong con la cittadinanza cinese sono liberi di aprire negozi privati (interamente di loro proprietà) nella provincia del Guangdong.

Industrie di supporto e servizi sono stati resi disponibili per facilitare la produzione nella Cina continentale. L'industria dei gioielli impiega una vasta gamma di tecniche di produzione; i sistemi di produzione e progettazione computerizzati (CAD/CAM) vengono usati comunemente. Molti produttori hanno conseguito la certificazione dell'Organizzazione Internazionale per la Standardizzazione (ISO).

## 5. Suggerimenti per le società Italiane

- **Domanda di mercato**

Il governo di Hong Kong ha modificato il regolamento sull'immigrazione, allo scopo di attrarre un flusso di turismo anche regionale e in particolare dalla Cina continentale. Essendo un porto franco e una città internazionale, Hong Kong offre una vasta gamma di prodotti per i turisti cinesi, soprattutto per coloro che appartengono alla classe dei "nuovi ricchi", che desiderano fare gli acquisti all'ultima moda nella città "boutique del lusso".

- **Consegna**

Poiché i ritardi nelle consegne costituiscono un problema abbastanza serio, come riferiscono gli importatori di Hong Kong, i fornitori italiani dovrebbero migliorare sotto questo aspetto.

- **Risposte e riscontri**

La comunicazione è fondamentale nel settore commerciale. Gli importatori locali si lamentano dell'alta percentuale di comunicazioni inevase e senza risposta quando hanno a che fare con i fornitori italiani. Di conseguenza, gli ordini spesso sono cancellati a causa di problemi di comunicazione.

Per mantenere buone relazioni commerciali con gli importatori locali i fornitori italiani debbono dunque agire tempestivamente e rispondere sempre ad ogni richiesta.

Tuttavia, la cautela anche nei confronti di clienti di Hong Kong deve essere massima. Di ogni nuovo cliente di Hong Kong o Cinese è opportuno controllare l'esistenza ed operatività, soprattutto a fronte di ordinativi importanti. Inoltre, a seguito del proliferare di casi di hackeraggio dei sistemi internet, consigliamo di verificare attentamente i riferimenti aziendali e bancari prima di procedere con spedizioni di merce o pagamenti.

- **Qualità**

Gli importatori di Hong Kong in generale sono particolarmente esigenti sul controllo di qualità. Alcuni ordini spediti dall'Italia spesso non hanno un imballaggio conforme alle richieste del cliente; oppure la merce al momento dell'arrivo è di qualità diversa da quella concordata. I fornitori italiani devono prestare maggiore attenzione al

controllo di qualità che rappresenta una fase importante nel processo di esportazione.

- ***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 in l'oro e' di nuovo in crescita ma con un accento verso l'oggetto dal design originale. Il Titanio sta guadagnando terreno per la sua leggerezza, robustezza e innocuita' per la pelle.

La congiuntura economica intrnazionale ha indubbiamente influito sul settore e pertanto un design piu' ricercato per i gioielli preziosi cosi' come l'utilizzo di metalli non preziosi puo' 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 eta', 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. Questo fenomeno e' particolarmente accentuato in Asia: secondo quanto dichiarato da De Beers, e' in costante aumento il numero di clienti donne alla loro prima occupazione.

La contiguita' tra il mondo della moda e la gioielleria si riflette sempre piu' 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 femminilita', 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 puo' contribuire alla crescita della domanda per i diamanti, eleganti e "romantici" in testa negli acquisti dei buyers, cosi' come delle pietre semi-preziose, destinate ad un pubblico di fascia media.

La stessa dinamica si sta riproducendo nel pubblico maschile, anch'esso sempre piu' attirato dal mondo del fashion. Il concetto "la gioielleria e' femminile" sembra perdere forza: anche gli uomini acquistano gioielli con piu' naturalezza di un tempo, li considerano essenziali per definire ed arricchire il proprio abbigliamento e lo stile personale. Gli articoli piu' 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 cio' offre ai produttori di gioielli nuove potenzialita' di mercato.

- **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 piu' edizioni. Tra le principali fiere commerciali del settore, ricordiamo la *International Jewellery Show* 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).

## 6. Informazioni varie

### Elenco delle fiere di gioielleria ad Hong Kong SAR:

<u>Fiera</u>	<u>Mese</u>	<u>Ente Organizzatore</u>	<u>Sito Web</u>
Hong Kong International Jewellery Show	marzo	Hong Kong Trade Development Council	<a href="http://hkjewellery.com">http://hkjewellery.com</a>
Asia's Fashion Jewellery & Accessories Fair	giugno settembre	UBM Asia Ltd	<a href="http://www.ubmasia.com">www.ubmasia.com</a>
Hong Kong Jewellery & Gem Fair	giugno settembre	UBM Asia Ltd	<a href="http://www.ubmasia.com">www.ubmasia.com</a>
Hong Kong Jewelry Manufacturers' Exhibition	novembre	Hong Kong Jewelry Manufacturers' Association	<a href="http://www.jewelrysthows.org">www.jewelrysthows.org</a>

### Elenco delle fiere di gioielleria a Macao SAR:

Macao Jewellery & Gem Fair	gennaio	UBM Asia Ltd	<a href="http://www.ubmasia.com">www.ubmasia.com</a>
Asia's Fashion Jewellery & Accessories Fair	marzo	UBM Asia Ltd	<a href="http://www.ubmasia.com">www.ubmasia.com</a>

## 7. 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.

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

## **APPENDICI**

### **Trade Description Ordinance**

**N.B.: Considerando la competenza esclusiva della lingua inglese nella legislazione in Hong Kong, si e' preferito lasciare il dispositivo in lingua originale.**

### **Chapter 362A**

### **Trade Descriptions (Marking) (Gold and Gold Alloy) Order**

#### **Application**

This order shall apply to articles of gold or gold alloy containing not less than 8 carats or of a fineness of not less than 333.

#### **Articles to be marked**

- (1) every article of gold or gold alloy that is supplied or offered for supply by any person in the course of trade or business shall bear a mark -
  - (a) in arabic numerals clearly indicating in carats, by number or by number and the letters "k", "c" or "ct" the fineness of the gold content in accordance with the standards of fineness specified in the "**Standards of Fineness**"; or
  - (b) in arabic numerals clearly indicating in parts per thousand the fineness of the gold content; or
  - (c) consisting of the Chinese characters "足金" (Chuk Kam).
- (2) each number or character of the mark specified in sub-paragraph (1) shall not be smaller than 0.5 mm<sup>2</sup> in size.

#### **Articles of differing fineness**

- (1) an article mentioned in "**Articles to be marked**" consists of different parts which are of different finenesses of gold or gold alloy, then either-
  - (a) each part shall be marked as if it were a separate article; or
  - (b) one mark shall all be affixed which HS all be that of the fineness of the article as a whole.
- (2) an article mentioned in "**Articles to be marked**" consists of different parts one or more of which are of gold or gold alloy and another or other of which are of another metal, the part or parts which are of gold or gold

alloy shall all be marked under “**Articles to be marked**” and the other part or parts shall all be described in the invoice or receipt supplied under

**“Supply to be accompanied by written particulars”.**

- (3) Where-
- (a) in the case of an article the main body of which is of Chuk Kam standard, the solder used is of a fineness of not less than 800;
  - (b) in the case of an article the main body of which is of a 916.6 standard, the solder used is of a fineness of not less than 750;
  - (c) in the case of filigree work or a watch case, the main body of which is of a 750 standard, the solder used is of a fineness of not less than 740;
  - (d) in the case of a white gold article the main body of which is of a 750 or 585 standard, the solder used is of a fineness of not less than 500, and if the solder constitutes not more than 5 per cent of the finished article, the finished article may be marked with the standard of fineness of the main body.

**Supply to be accompanied by written particulars**

- (1) Any person who, in the course of trade or business, supplies any article of gold or gold alloy shall, at the time of supply, deliver to the person to whom the article is supplied an invoice or receipt which shall contain-
- (a) the full name and address of the supplier;
  - (b) details of the mark required under “Articles to be marked”, and where appropriate,-
  - (c) a description of the parts of the article of gold, and a description of the parts of other metal;
  - (d) a description of the parts of the article of different finenesses;
  - (e) a description of any article or part of any article exempted by virtue of the “**Exempted Articles**”.
- (2) A supplier shall retain a copy of the invoice or receipt issued in accordance with subparagraph (1) for a period of not less than 3 years after the date of issue.

**Notice to be displayed**

No article made of gold or gold alloy shall be supplied or offered for supply in the course of trade or business unless there is displayed at the point of supply or offer for supply a notice in the manner and form specified in the Third Schedule. The size of the notice must not be less than



210 mm x 297 mm, and the size of the letters and characters should not be less than 5 mm in height.

### **Surface treated articles**

If an article with a surface treatment of gold is marked with words describing such treatment which include the word "gold", the other words in such description shall not be less prominent than the word "gold".

### **Standard of fineness**

The standards of fineness (that is the number of parts by weight of gold in one thousand parts by weight of alloy) are-

Standard	Fineness, not less than
8 carat	333
9 carat	375
12 carat	500
14 carat	585
15 carat	625
18 carat	750
22 carat	916.6
Chuk Kam (足金)	990

and so in proportion for any other number of carats.

### **Exempted articles**

Remarks:

1. Any coin which is, or was formerly at any time, current coin of Hong Kong or elsewhere. (65 of 2000 s. 3)
2. Any article which has been used, or is intended to be used, for medical, dental, veterinary, scientific or industrial use.
3. Any article of gold thread.
4. Any raw material (including any bar, plate, HSeet, foil, wire, strip or tube) or bullion.

5. Any article or part of an article which is so small or thin as to render the marking thereof impracticable, and which is less than 1 gram in weight.
6. Any article manufactured more than 100 years ago provided that this is so stated in the invoice or receipt required by point 1 of “**Supply to be accompanied by written particulars**” of the order.

## Chapter 362B

### Trade Descriptions (Definition of Platinum) Regulations

#### Definition of platinum

- (1) The expression "platinum" or the Chinese characters "足白金" (Chuk Pak Kam), when used in any trade or business means platinum or a platinum alloy having a standard of fineness specified in “**Standard of fineness**”.
- (2) The letters "PT" and arabic numerals indicating the fineness of platinum content or the Chinese characters "足白金" (Chuk Pak Kam), when used in any trade or business, mean platinum or platinum alloy of a fineness by weight of not less than the fineness specified by the marking.
- (3) An article shall not be described as "platinum" or "platinum alloy" if it is of a fineness of less than 850 parts of platinum in 1000 parts by weight of alloy.
- (4) The solder used in an article described as "platinum" or by the letters "PT" and arabic numerals indicating fineness of platinum content or the Chinese characters "足白金" (Chuk Pak Kam) shall not be less than 95 percent by weight of gold, platinum, palladium or silver or a combination of 2 or more of them and HS shall not be less than 50 per cent by weight of gold, platinum or palladium or a combination of 2 or more of them.
- (5) If an article with a surface treatment of platinum is marked with words describing the treatment which include "platinum", the other words in the description shall be not less prominent than the word "platinum".

### Standard of Fineness

The standards of fineness (that is the number of parts by weight of platinum in 1000 parts by weight of alloy) are-

Standard	Fineness, not less than
Chuk Pak Kam (足白金)	990
PT 990	990
PT 950	950
PT 900	900
PT 850	850

### Exempted articles

1. Any coin which is, or was formerly, current coin of Hong Kong or elsewhere. (65 of 2000 s. 3)
2. Any article which has been used, or is intended to be used, for medical, dental, veterinary, scientific or industrial use.
3. Any article of platinum thread.
4. Any raw material (including any bar, plate, HSeet, foil, wire, strip or tube) or bullion.
5. Any article or part of an article which is so small or thin as to render the marking of it impracticable, and which is less than 2 grams in weight.
6. Any article manufactured more than 100 years ago, if this is so stated in writing on sale or transfer.

### Chapter 362C

#### Trade Descriptions (Marking) (Platinum) Order

##### Prohibition on supply of unmarked articles

No person shall supply or offer to supply an article of platinum in the course of any trade or business unless it is marked in accordance with this order.

##### Marking of articles

- (1) Subject to “**Prohibition on supply of unmarked articles**”, every article of platinum that is supplied or offered for supply in the course of any

trade or business shall bear a mark consisting of-

- (a) the letters "PT" and arabic numerals; or
  - (b) the Chinese characters "足白金" (Chuk Pak Kam), according to the fineness of the article being a standard of fineness specified in **"Standard Fineness"**.
- (2) Each letter, number or character of the mark specified in sub-paragraph (1) shall not be smaller than 0.5 mm<sup>2</sup> in size.
- (3) This paragraph shall not apply to any article specified in **"Exempted Articles"**.

### Articles of differing fineness

- (1) Subject to subparagraph (4), where an article mentioned in **"Marking in articles"** consists of different parts which are of different finenesses of platinum, then either-
- (a) each part shall be marked as if it were a separate article; or
  - (b) one mark shall be affixed which shall be that of the fineness of the article as a whole.
- (2) Where an article mentioned in **"Marking in articles"** consists of different parts one or more of which are platinum and another or others are of another metal, the part or parts of which are platinum shall be marked under in **"Marking in articles"** and the other part or parts shall be described in the

invoice or receipt supplied under **"Supply to be accompanied by written particulars"**.

- (3) The solder used in an article shall not be less than 95% by weight of gold, platinum, palladium or silver or a combination of 2 or more of them, and shall not be less than 50% by weight of gold, platinum or palladium or a combination of 2 or more of them.
- (4) Where the solder of an article constitutes not more than 5% of the finished article, the finished article may be marked with the standard of fineness of the main body.

### Supply to be accompanied by written particulars

- (1) Any person who, in the course of trade or business, supplies any article of platinum shall, at the time of supply, deliver to the person to whom the article is supplied an invoice or receipt which shall contain-
- (a) the full name and address of the supplier;
  - (b) details of the mark required under "Articles to be marked" and where appropriate-
    - (i) a description of the parts of the article of platinum and a

- description of the parts of other metal;
  - (ii) a description of the parts of the article of different finenesses; and
  - (iii) a description of any article or parts of any article exempted by  
**“Exempted articles”**.
- (2) A supplier shall retain a copy of the invoice or receipt issued under subparagraph (1) for a period of not less than 3 years after the date of issue.

### **Notice to be displayed**

- (1) No article made of platinum HS all be supplied or offered for supply in the course of trade or business unless there is displayed prominently to all customers at the point of supply or offer to supply a notice in the form specified in Schedule 3.
- (2) The notice shall be not less than 210 mm x 297 mm in size and the letters, figures and characters shall be not less than 5 mm in height.

### **Surface treated articles**

If an article with a surface treatment of platinum is marked with words describing the treatment which include "platinum", the other words in the description shall be not less prominent than the word "platinum".