

HONG KONG: IL MERCATO DEGLI ARTICOLI DA REGALO

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'Istituto - collana "INDAGINI/PROFILI – PRODOTTO/MERCATO" - ed è stata realizzata dall'Ufficio ICE di Hong Kong.
Il programma editoriale è curato dall'Area Prodotti Informativi - Editoria Elettronica.

Marzo 2017

Indice	Pag.
1 DESCRIZIONE DEL SETTORE ARTICOLI DA REGALO	3
1.1 L'Industria di Hong Kong	3
1.2 Tendenze di prodotto	3
2 IL COMMERCIO ESTERO DI HONG KONG	4
2.1 Interscambio Italia – Hong Kong 2015	4
2.2 Statistiche di commercio estero nel settore Articoli da regalo	6
2.2.1 Le Importazioni	6
2.2.2 Le Esportazioni	8
2.2.3 Le Importazioni dall'Italia	9
2.2.4 Dati statistici di importazione delle principali categorie di prodotto	11
3 CANALI DI VENDITA	12

1. DESCRIZIONE DEL SETTORE ARTICOLI DA REGALO

Il settore degli oggetti promozionali e degli articoli da regalo copre un ampio spettro di prodotti di consumo che vanno dai più semplici ai più sofisticati, di più elevato valore sia nei materiali che nella tecnologia e design come giocattoli, orologi, argenteria, stoviglie e accessori di abbigliamento. Fanno parte del settore anche cancelleria, cornici, porta *bijoux*, fiori artificiali, candele, saponi e artigianato in generale.

Questa ricerca, riporta le statistiche dell'interscambio con l'estero di Hong Kong per l'intero settore "Giftware", identificato dal locale istituto di statistica - *Hong Kong Trade Statistics, Census and Statistics Department* - con il codice "SITC 92" che ricomprende anche prodotti della gioielleria, argenteria e bigiotteria; qui di seguito vengono analizzate alcune categorie di "articoli da regalo" che occupano quote del settore significative per valori e quantità, mentre gioielleria, argenteria e bigiotteria sono oggetto di una specifica nota di mercato, anch'essa pubblicata sul sito web ICE www.ice.gov.it/paesi/asia/hongkong/index.htm.

1.1 L' "industria di Hong Kong"

Hong Kong rappresenta uno snodo importante nel mercato mondiale per il *sourcing* degli articoli da regalo: e' qui possibile l'acquisto di una vasta gamma di prodotti aventi costi progressivamente crescenti.

Molte imprese di Hong Kong mantengono le attività di progettazione dei prodotti, della costruzione dei loro prototipi, del marketing e della commercializzazione, mentre la produzione viene realizzata in Cina per i vantaggi che offre in termini di costi inferiori per la manodopera e l'insediamento degli impianti produttivi. Il processo di crescita delle imprese di Hong Kong e' iniziato anni orsono, con un progressivo innalzamento degli standard qualitativi e di ricerca: mentre fino agli anni novanta le aziende locali fungevano sostanzialmente da "contoterzisti" (produzione di oggetti sulla base di stampi e disegni forniti dal committente – modalità OEM), oggi giorno gran parte di esse e' in grado di fornire prodotti ideati, progettati e realizzati "in house" (ODM). Alcune aziende sono poi passate allo step successivo, producendo con marchio proprio (OBM).

Le società di trading di Hong Kong sono in grado di commercializzare, a prezzi molto competitivi, articoli premium e articoli give-away come T-shirt in cotone, cappellini, penne a sfera, portachiavi, orologi di plastica, gadget elettronici e una varietà di articoli da regalo di alta gamma come bambole di porcellana, articoli in argento oppure ottone, articoli in pelle e di cancelleria. Queste società sono riconosciute e apprezzate nel mercato per essere sempre in sintonia con le mutevoli esigenze di mercato, per essere attente al controllo qualità, per l'efficienza, per l'affidabilità e la risposta rapida al cliente.

1.2 Tendenze di prodotto

- **Personalizzazione degli oggetti da regalo:** e' un trend in forte ascesa che permette al consumatore di dare un contributo personale all'oggetto da regalare: e' pertanto comune richiedere incisioni, scegliere colorazioni o aggiungere accessori all'oggetto scelto per renderlo "unico" e con una forte componente personale.
- **Prodotti e gadget gratuiti di alta gamma:** i prodotti gratuiti sono e continueranno ad essere utilizzati come strumento marketing per aumentare le vendite o incrementare l'immagine di un'azienda. Molte aziende hanno infatti individuato nella distribuzione di prodotti gratuiti di valore sempre più elevato un mezzo funzionale e creativo che fidelizza i clienti ormai indifferenti di ricevere gadget di

basso valore e poca funzionalità'. Ad esempio, vista l'ampia diffusione del computer, le aziende tendono ad utilizzare come regalo gadget periferiche IT, memorie flash USB ecc..

- **Prodotti "per il benessere"**: si registra una crescente domanda di prodotti che, nella percezione dei consumatori, sono benefici per la salute ed il benessere generale, che in qualche modo combattono lo stress indotto dalla vita delle metropoli: aumentano quindi le vendite di candele aromatiche, profumi, essenze e olii, oltre ai relativi accessori in vetro o altro materiale decorativo.
- **Prodotti per la casa, articoli per le feste e cartoleria di lusso**: la riscoperta dei valori familiari, il bisogno di amicizie durature e la tendenza a trascorrere più tempo in casa, stanno facendo incrementare la domanda di "prodotti per la casa" e di articoli per feste; casalinghi, utensili fai-da-te e prodotti decorativi per la casa, biglietti di auguri e agende sono alcuni fra i prodotti più richiesti dal mercato.

2. 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.

Le esportazioni di Hong Kong nel 2016 sono di 460 miliardi di USD, mentre le importazioni sono di 514 miliardi di USD.

I principali paesi clienti di Hong Kong sono: Cina, Stati Uniti, Giappone, India, Taiwan e Vietnam.

Per quanto riguarda le importazioni, in valore, i primi 5 paesi fornitori di Hong Kong sono stati: Cina, Taiwan, Giappone, Corea del Sud e Stati Uniti.

L'interscambio con l'Italia

Per l'Italia, Hong Kong rappresenta il terzo partner commerciale in Asia dopo Cina e Giappone. Nel 2016, l'Italia scende al 12° posto tra i fornitori di Hong Kong con un valore di beni esportati pari a 7,38 miliardi di USD ed una quota di mercato dell'1,4%.

Il valore delle esportazioni (ri-esportazioni+prodotti nazionali) di Hong Kong verso l'Italia è stato pari a 3,3 miliardi di USD. L'Italia si posiziona al 19° posto 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 nell'anno 2016: abbigliamento +6,7%, pelli e pellami -3%, gioielleria -9,1%, strumenti di misurazione ed orologi -11,6%, calzature +3,9%, detergenti profumi e cosmetici +4,4%, tessuti -3,8%, filati di fibre tessili -20,5%, macchinari -10%, articoli di maglieria +16%.

Per il periodo considerato, i settori del food & beverage, veicoli, arte ed antiquariato, prodotti farmaceutici e arredamento registrano tassi positivi di crescita, mentre i settori più tradizionali del made in Italy esportati a Hong Kong e maggiormente legati al comparto lusso vedono flessioni anche rilevanti.

Triangolazione Italia – Hong Kong – Cina

Nel 2016, Hong Kong ha ri-esportato verso il mondo merci provenienti da diversi paesi d'origine per 454,5 miliardi di USD (-0,4%), di cui 3,4 miliardi erano di origine italiana rappresentando una quota pari al 0,7%, in ripresa rispetto al 2015 (-6,4%).

Su un totale di 7,38 miliardi di USD di merci italiane importate da Hong Kong, merci per un valore di circa 2 miliardi sono poi state destinate in Cina.

2.2 STATISTICHE DI COMMERCIO ESTERO NEL SETTORE DEGLI ARTICOLI DA REGALO

2.2.1 Le Importazioni

Per il tredicesimo anno consecutivo, la Cina e' rimasta il piu' grande fornitore di articoli da regalo e prodotti premium di Hong Kong: nel 2016, la Cina ha esportato nella regione 8,45 miliardi di dollari USA, con una quota di mercato del 33,4%, seguita dalla Svizzera con il 18,3% e dall' India con il 14,8%. Nonostante il calo nelle vendite (-8,2% Cina, -17,6% Svizzera) i primi due fornitori detengono oltre il 50% del mercato.

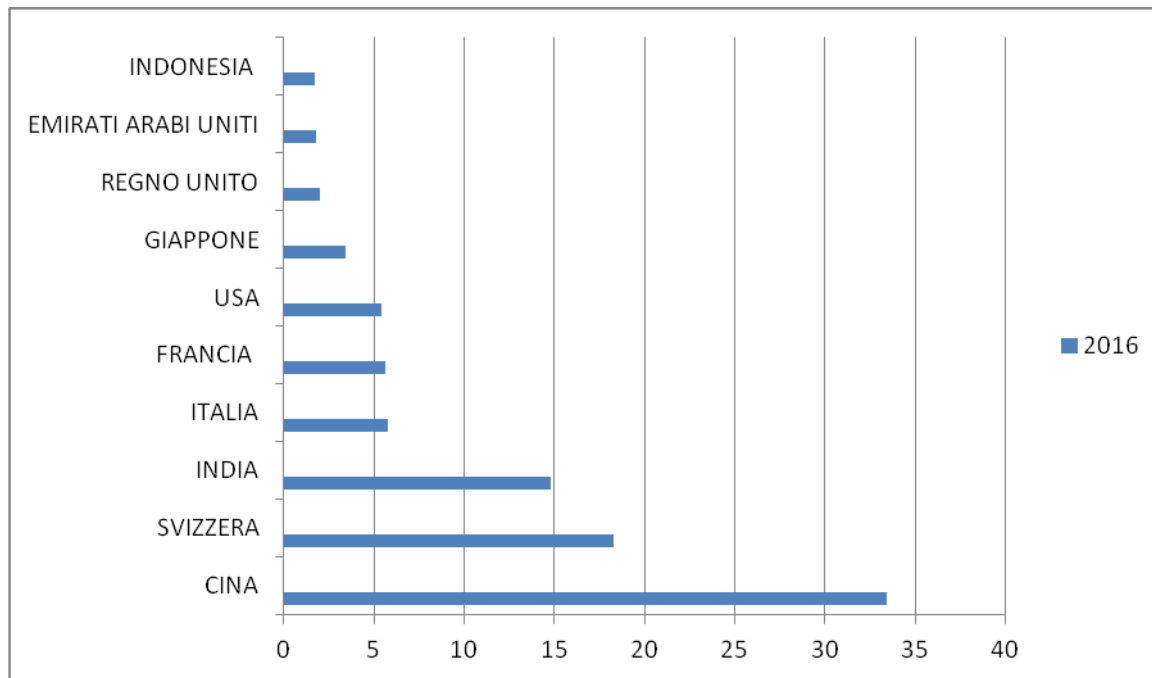
Rispetto agli altri competitors internazionali, la Cina deve il suo dominio nel mercato soprattutto alla vicinanza geografica con Hong Kong: un numero elevato di fabbriche produttrici di questi articoli si trova nella vicina regione del Guangdong, tanto che i prodotti finiti vengono consegnati ad Hong Kong via terra ad un costo evidentemente molto competitivo. Inoltre, il protagonismo delle aziende cinesi, che ormai esportano i loro prodotti direttamente su tutti i mercati mondiali, sta intaccando il tradizionale ruolo di mediatore e ri-esportatore che Hong Kong ha giocato per anni nel settore.

Tabella 1: Importazioni di Articoli da regalo, prodotti “premium” e prodotti “novita” (SITC Gruppo 92 Prodotti speciali) (2013-2016) (Migliaia Dollari USA)

HONG KONG'S IMPORTS BY ORIGINS													
OF GIFTS, PREMIUM & NOVELTY ITEMS (SITC CODE 92)													
											VALUE: USD (TH)		
											JAN - DEC 2016		
RANK	ORIGINS	- 2013 -			- 2014 -			- 2015 -			JAN - DEC 2016		
		VALUE	%SHR	%CHG	VALUE	%SHR	%CHG	VALUE	%SHR	%CHG	VALUE	%SHR	%CHG
	TOTAL	27,935,072	100	1.1	30,591,243	100	9.5	26,852,791	100	-12.2	25,340,000	100	-5.6
1	CHINA	11,599,064	41.5	-1.8	11,634,068	38	0.3	9,207,305	34.3	-20.9	8,452,214	33.4	-8.2
2	SWITZERLAND	6,911,814	24.7	12.6	7,127,651	23.3	3.1	5,618,062	20.9	-21.2	4,626,827	18.3	-17.6
3	INDIA	1,541,977	5.5	-26.5	3,069,053	10	99	2,975,312	11.1	-3.1	3,758,153	14.8	26.3
4	ITALY	1,445,052	5.2	16.6	1,599,829	5.2	10.7	1,514,805	5.6	-5.3	1,468,506	5.8	-3.1
5	FRANCE	1,547,859	5.5	-9.5	1,681,972	5.5	8.7	1,531,177	5.7	-9	1,420,127	5.6	-7.3
6	U S A	1,427,589	5.1	34.6	1,502,374	4.9	5.2	1,844,396	6.9	22.8	1,366,608	5.4	-25.9
7	JAPAN	829,075	3	-1.6	944,372	3.1	13.9	943,555	3.5	-0.1	862,201	3.4	-8.6
8	UNITED KINGDOM	488,783	1.7	18	641,242	2.1	31.2	589,010	2.2	-8.1	514,090	2	-12.7
9	U ARAB EMIRATES	102,883	0.4	-60.4	122,345	0.4	18.9	276,192	1	125.7	447,150	1.8	61.9
10	INDONESIA	55,420	0.2	-12	324,598	1.1	485.7	339,643	1.3	4.6	426,204	1.7	25.5

Fonte dati: Hong Kong Trade Statistics, Census and Statistics Department HKSAR March, 2017

**Grafico 1: Importazioni di Articoli da regalo, prodotti “premium” e prodotti “novita”
(SITC Gruppo 92 Prodotti speciali) (Anno 2016) (Quota di mercato %)**



2.2.2. Le Esportazioni

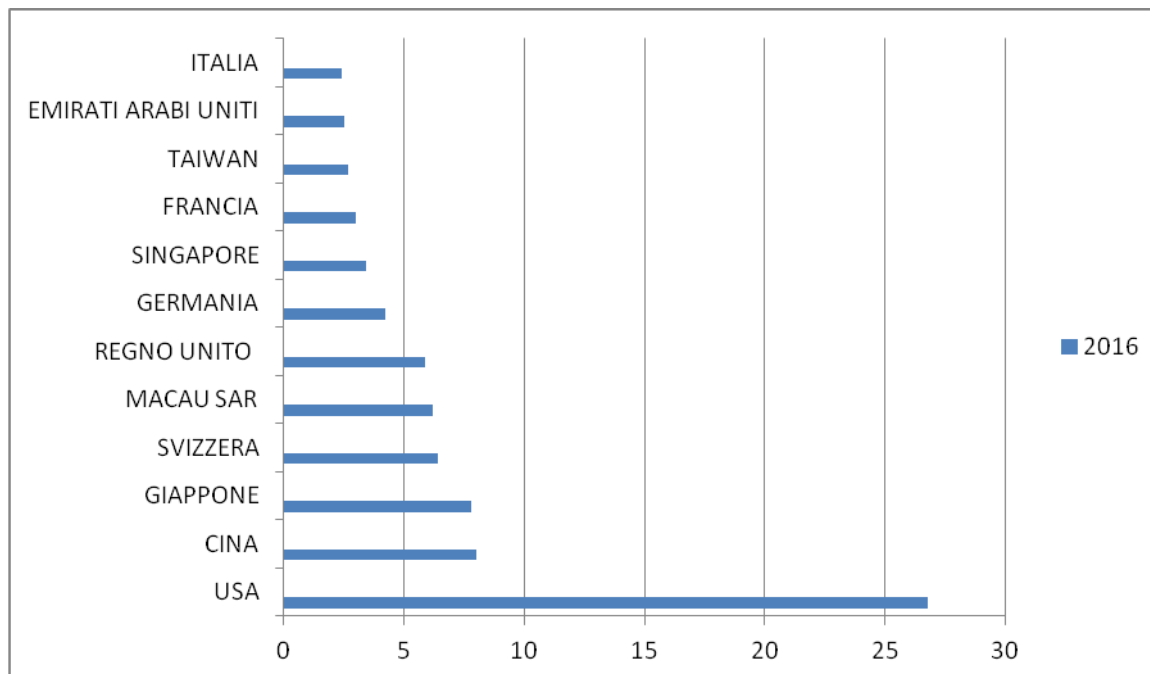
Nel 2016 Hong Kong ha esportato articoli da regalo per un valore totale di circa 20 miliardi di dollari USA con in calo del 12,1% rispetto all'anno precedente. I mercati maggiori per Hong Kong sono stati gli Stati Uniti d'America, la Cina ed il Giappone che assorbono rispettivamente il 26,8%, 8% e 7,8% delle esportazioni complessive di Hong Kong. (Vedi tabella 2).

**Tabella 2: ESPORTAZIONI DI HONG KONG
DI ARTICOLI DA REGALO, PRODOTTI *PREMIUM* E “PRODOTTI NOVITA’”
(SITC Gruppo 92 Prodotti Speciali) (2013-2016) (Migliaia Dollari USA)**

HONG KONG'S TOTAL EXPORTS OF GIFTS, PREMIUM & NOVELTY ITEMS (SITC CODE)													
											VALUE: USD (TH)		
											JAN - DEC 2016		
RANK	MARKETS	- 2013 -			- 2014 -			- 2015 -			JAN - DEC 2016		
		VALUE	%SHR	%CHG	VALUE	%SHR	%CHG	VALUE	%SHR	%CHG	VALUE	%SHR	%CHG
	TOTAL	24,286,141	100	0.9	24,693,179	100	1.7	22,666,335	100	-8.2	19,913,298	100	-12.1
1	U S A	6,053,151	24.9	-0.5	6,004,849	24.3	-0.8	6,029,314	26.6	0.4	5,341,791	26.8	-11.4
2	CHINA	1,852,945	7.6	1.4	1,810,696	7.3	-2.3	1,691,864	7.5	-6.6	1,596,231	8	-5.7
3	JAPAN	1,893,442	7.8	-7.4	1,865,190	7.6	-1.5	1,775,303	7.8	-4.8	1,551,565	7.8	-12.6
4	SWITZERLAND	1,454,633	6	18.9	1,714,924	6.9	17.9	1,483,274	6.5	-13.5	1,267,868	6.4	-14.5
5	MACAU SAR	1,745,486	7.2	47.8	1,552,612	6.3	-11	1,232,940	5.4	-20.6	1,224,993	6.2	-0.6
6	UNITED KINGDOM	1,319,660	5.4	1.5	1,263,449	5.1	-4.3	1,332,787	5.9	5.5	1,182,933	5.9	-11.2
7	GERMANY	1,075,612	4.4	-2	1,039,378	4.2	-3.4	946,852	4.2	-8.9	835,286	4.2	-11.8
8	SINGAPORE	656,167	2.7	13.3	792,193	3.2	20.7	691,025	3	-12.8	683,834	3.4	-1
9	FRANCE	855,574	3.5	6.1	793,051	3.2	-7.3	654,043	2.9	-17.5	592,323	3	-9.4
10	TAIWAN	583,147	2.4	21.1	715,725	2.9	22.7	722,935	3.2	1	535,874	2.7	-25.9
11	U ARAB EMIRATES	591,435	2.4	-3	1,133,370	4.6	91.6	756,539	3.3	-33.2	498,243	2.5	-34.1
12	ITALY	623,204	2.6	-8.2	627,723	2.5	0.7	598,000	2.6	-4.7	484,810	2.4	-18.9

Fonte dati: Hong Kong Trade Statistics, Census and Statistics Department HKSAR March, 2017

Grafico 2: Esportazioni di Articoli da regalo, prodotti “premium” e prodotti “novità” (SITC Gruppo 92 Prodotti speciali) (Anno 2016) (Quota di mercato %)



2.2.3. Importazioni dall'Italia

Hong Kong rimane un mercato strategico per l'export italiano degli articoli da regalo e prodotti *premium* per la sua costante ricerca di qualità, *design* e innovazione.

L'Italia nel 2015 sale al quarto posto tra i paesi fornitori di Hong Kong, per un valore delle esportazioni di 1,47 miliardi di dollari USA, guadagnando altresì una maggiore quota di mercato (5,8%). L'Italia mantiene la dodicesima posizione nel 2016 fra i paesi clienti di Hong Kong, con importazioni pari a circa 485 milioni di US\$, in calo del 18,9% rispetto all'anno precedente.

I prodotti italiani sono particolarmente apprezzati nel mercato locale per creatività, versatilità, e per essere percepiti come sinonimi di lifestyle contemporaneo oltre che per il rispetto di rigorosi standard qualitativi e di sicurezza internazionali. Le categorie di prodotto più importate dall'Italia sono riportate nella seguente Tabella 3:

**Tabella 3: Articoli da regalo, prodotti *premium* e “prodotti novità”
(SITC Gruppo 92 Prodotti Speciali)**

**Principali categorie di prodotto importate a Hong Kong dall'Italia
Anni 2015-2016
Valore: Milioni di US\$**

CODICE SITC	Descrizione prodotto	2015		POSIZ. ITALIA	2016		POSIZ. ITALIA
		Valore	% var.		Valore	% var.	
	TOTALE SETTORE	1,515	5.6	6	1,469	5.8	4
83191	Portafogli, portamonete, portasigarette etc	194	25.0	2	196	26.8	2
84813	Cinture e bandoliere in pelle	89	38.8	1	72	39.4	1
83199	Astucci e contenitori per binocoli, macchine fotografiche, strumenti musicali, occhiali, etc	55	6.4	2	53	7.1	2
84612	Scialli, sciarpe etc, per adulti e fatti a macchina	83	56.5	1	83	61.4	1
88541	Orologi digitali da polso con quadrante di metallo non prezioso	8	0.4	5	30	1.4	5
895	Articoli di cancelleria e forniture per ufficio	3	1.2	12	5	1.5	6

Fonte dati: Hong Kong Trade Statistics, Census and Statistics Department HKSAR March, 2017

All'interno del vasto e variegato settore degli articoli da regalo, possono essere individuate alcune categorie di prodotto che l'Italia Esporta maggiormente come ad esempio “portafogli, portamonete, portasigarette” (SITC 83191), “cinture e bandoliere di cuoio” (SITC 84813), astucci e contenitori di vari articoli e prodotti da regalo” (SITC 83199).

2.2.4. Dati statistici di importazione di Hong Kong delle principali categorie di prodotti

Importazioni di portafogli, portamonete, portasigarette etc. (SITC 83191)

Anno 2016 – Primi 5 Paesi

Paese	Valore (USD MN)	Quota di mercato %	Variazione % 2016/2015
Cina	328	44.8	-8.7
Italia	196	26.8	+1.3
Francia	99	13.5	-18.8
Spagna	58	7.9	+32.1
Vietnam	22	3.0	+9.8

Fonte dati: Hong Kong Trade Statistics, Census and Statistics Department HKSAR March, 2017

Importazione di cinture e bandoliere di pelle (SITC 84813)

Anno 2016 – Primi 5 Paesi

Paese	Valore (USD MN)	Quota di mercato %	Variazione % 2016/2015
Italia	72	39.4	-19.5
Cina	54	29.9	-8.7
Spagna	39	21.6	-23.0
Francia	7	3.9	-63.5
Germania	4	2.1	+0.6

Fonte dati: Hong Kong Trade Statistics, Census and Statistics Department HKSAR March, 2017

Importazione di astucci e contenitori per binocoli, macchine fotografiche, strumenti musicali, occhiali, etc. (SITC 83199)

Anno 2016 – Primi 5 Paesi

Paese	Valore (USD MN)	Quota di mercato %	Variazione % 2016/2015
Cina	595	79.6	-17.7
Italia	53	7.1	-4.0
Vietnam	29	3.9	+25.1
Corea Del Sud	11	1.4	+44.7
Francia	10	1.3	+47.0

Fonte dati: Hong Kong Trade Statistics, Census and Statistics Department HKSAR March, 2017

Importazione di Scialli, sciarpe etc, per adulti e fatti a macchina (SITC 84612)

Anno 2016 – Primi 5 Paesi

Paese	Valore (USD MN)	Quota di mercato %	Variazione % 2016/2015
Italia	83	61.4	-0.3
Regno Unito	18	13.1	-3.9
Francia	14	10.4	-7.6
Cina	12	9.2	-39.5
India	4	2.6	-27.6

Fonte dati: Hong Kong Trade Statistics, Census and Statistics Department HKSAR March, 2017

Importazione di Orologi digitali da polso con quadrante di metallo non prezioso
(SITC 88541)

Anno 2016 – Primi 5 Paesi

Paese	Valore (USD MN)	Quota di mercato %	Variazione % 2016/2015
Cina	1,203	54.4	-0.4
Giappone	482	21.8	-15.5
Svizzera	419	18.9	-8.4
Thailandia	41	1.9	-55.9
Italia	30	1.4	+259.6

Fonte dati: Hong Kong Trade Statistics, Census and Statistics Department HKSAR March, 2017

Importazione di Articoli di cancelleria e forniture per ufficio
(SITC 895)

Anno 2016 – Primi 5 Paesi

Paese	Valore (USD MN)	Quota di mercato %	Variazione % 2016/2015
Cina	126	42.4	-4.7
Giappone	82	27.6	+16.8
Germania	36	12.0	+13.7
USA	11	3.8	-23.0
Vietnam	5	1.8	+42.4
Italia – 6^	5	1.5	+32.4

Fonte dati: Hong Kong Trade Statistics, Census and Statistics Department HKSAR March, 2017

CANALI DI VENDITA

Sempre piu' produttori e distributori di articoli da regalo e prodotti "premium" espandono i canali di vendita o ricercano nuove opportunità di mercato all'estero, grazie alla partecipazione ad alcune delle piu' importanti fiere internazionali.

Dal momento che il settore comprende una vasta gamma di prodotti, i gruppi di acquisto piu' grandi di Hong Kong, o direttamente con i loro buyers o rivolgendosi ai propri agenti esteri, partecipano regolarmente a fiere internazionali dedicate a specifiche tipologie come quelle del giocattolo, della cancelleria, degli orologi e dei gioielli.

Inoltre, compagnie di *trading* locali agiscono in qualita' di agenti per il lancio di nuovi prodotti e articoli da regalo prodotti in Paesi esteri. Per minimizzare i costi di viaggio all'estero, la maggior parte dei negozi locali compra nuovi prodotti direttamente da queste societa' di trading.

Si elencano di seguito i piu' importanti appuntamenti fieristici del settore ad Hong Kong:

- Hong Kong Houseware Fair (20-23 Aprile 2017)

<http://m.hktdc.com/fair/hkhousewarefair-en/HKTDC-Hong-Kong-Houseware-Fair.html>

- Hong Kong Gifts and Premium Fair (27 – 30 Aprile 2017)

http://m.hktdc.com/fair/hkgiftspremiumfair-en/s/840-General_Information/HKTDC-Hong-Kong-Gifts-and-Premium-Fair/Fair-Details.html

Fonte dei dati:

- Hong Kong Trade Statistics, Census and Statistics Department
- Sito web del governo di Hong Kong (www.info.gov.hk)
- Hong Kong Trade Development Council