

LA GRANDE DISTRIBUZIONE IN CINA E HONG KONG.

Il settore della distribuzione rappresenta uno degli aspetti più problematici e al contempo più importanti del mercato cinese: l'ambiguità normativa, la rete dei trasporti inadeguata, la vasta dispersione dei mercati e l'eccessiva localizzazione della rete distributiva pongono spesso forti ostacoli alla penetrazione delle imprese straniere.

Prima della riforma del 1986 tutti i prodotti che entravano in Cina passavano attraverso l'unico canale di distribuzione esistente, quello statale. Questo era strutturato su tre livelli, dalla fabbrica si passava ai grossisti provinciali e locali fino ai dettaglianti. Il sistema obbligava le aziende estere a lasciare la distribuzione, le politiche di *marketing* e anche di *pricing* al governo cinese. Dopo la rottura del monopolio statale sono nate migliaia di attività di distribuzione ufficialmente statali, ma che in realtà funzionano come aziende private.

La competitività è accresciuta anche dallo sviluppo del settore privato. Le grandi imprese statali del commercio estero hanno modernizzato ed esteso la loro attività includendo anche la fase di distribuzione, oltre a quella di import-export. Queste imprese chiedono generalmente alti compensi, ma in cambio offrono collegamenti coi ministeri e accessi alla rete distributiva altrimenti difficili da reperire. Sebbene siano limitate dal punto di vista della gamma di prodotti che possono distribuire, usufruendo della vecchia rete distributiva statale raggiungono l'intero territorio nazionale.

I distributori privati hanno generalmente dimensioni più piccole e godono di una copertura regionale, ma mantengono stretti legami con le autorità provinciali e locali che possono facilitare il movimento dei beni. Molti hanno optato per una specializzazione non solo in merito all'area geografica, ma anche per specifici settori o linee di prodotto. Rispetto alle grandi aziende di distribuzione statali, i privati offrono una migliore qualità nel servizio, costi più contenuti, maggiore flessibilità e dinamismo. Le grandi imprese straniere spesso operano sul mercato cinese in collaborazione con alcune di queste aziende private.

Una collaborazione con questo tipo di operatori non è tuttavia priva di inconvenienti: essi lavorano spesso contemporaneamente con più aziende straniere concorrenti tra di loro, con il risultato che un medesimo distributore consegna prodotti concorrenti allo stesso negozio, oppure più distributori vendono prodotti identici agli stessi punti vendita. Può succedere inoltre che il prezzo di vendita non sia quello pattuito. Per ovviare a questi problemi le imprese estere possono stipulare contratti che permettano loro di pagare gli agenti a commissione.

Ancora oggi, l'accesso al mercato cinese dei prodotti di importazione avviene attraverso trading corporation pubbliche e, in minor misura, private tra le poche, oltre alle JV straniere, ad avere la licenza di Import/Export e il diritto ad effettuare operazioni in valuta, attraverso le quali lo Stato gestisce e controlla i flussi commerciali e valutari.

In alternativa al contatto diretto con tali corporation, l'esportatore si può rivolgere ad agenti/importatori di Hong Kong e Singapore, spesso con uffici di rappresentanza in Cina, che attraverso canali più o meno ufficiali e appoggiandosi alle corporation, riescono a commercializzare il prodotto di importazione. Questo sistema, pur largamente diffuso, sta però perdendo terreno sia per la minore presenza degli operatori di Hong Kong, sia per la maggiore capacità delle società cinesi di dialogare direttamente con l'estero e la necessità di limitare i passaggi ed i ricarichi.

Conseguenza diretta di questa pratica commerciale è stato il mancato sviluppo delle reti di vendita, promozione e distribuzione. Aspetti, questi, poco curati dalle Corporation sia perché vendevano nei propri punti vendita, sia perché acquistavano solo sul venduto.

Quindi, anche se oggi si incomincia a parlare di reti di distribuzione del prodotto, di figure di intermediazione commerciali, che comunque non sono legalizzate, il

fenomeno è ancora in una fase embrionale non garantendo i necessari requisiti di professionalità ed affidabilità.

In Cina, si registra una carenza sostanziale della figura del grossista-importatore o, piuttosto, la semplice interpretazione del suo ruolo come "passaordini". L'assenza di veri grossisti-importatori è solo parzialmente compensata dalla presenza di "agenti senza portafoglio", cioè promotori che non acquistano in proprio ma fanno solo da tramite. Infatti, gli agenti lavorano in una maniera differente rispetto agli omologhi dei Paesi europei: aiutano le aziende che esportano a districarsi tra le procedure relative all'importazione dei prodotti in Cina, contattano i negozi per le condizioni contrattuali relative all'apertura di fashion corner o altro.

Ad ogni modo, anche la produzione locale incontra lo stesso tipo di problemi e, molto spesso, adotta la formula del conto vendita pur di inserire i prodotti sul mercato.

Questa debolezza della fase distributiva, soprattutto per i prodotti di importazione, riflette la realtà di un mercato ancora giovane, in fase di evoluzione, ed un atteggiamento degli operatori che tendono ancora a subire il mercato piuttosto che guidarlo.

Per i beni strumentali, sta diventando sempre più evidente che è necessario utilizzare soprattutto i distributori cinesi.

In Cina, è necessario passare attraverso agenti locali per poter sapere dove vengono allocati i propri beni esportati e per poter seguire il cliente con un servizio di assistenza tecnica. Possono essere, inoltre, conclusi accordi con organizzazioni locali per la fornitura di servizi di assistenza e/o lo stoccaggio di parti di ricambio.

Per quanto riguarda i beni di consumo, la carenza di intermediari locali ha offerto ampi spazi di attività per agenti, intermediari e trading companies con base per lo più a Hong Kong e Singapore. Tali società offrono per il mercato cinese una gamma di servizi che vanno dalla semplice agenzia e procacciamento di affari, alla distribuzione in esclusiva di prodotti, alla fornitura di servizi post-vendita fino alla conclusione di operazioni in compensazione. La vastità e le caratteristiche del mercato cinese sconsigliano la cessione di rappresentanze esclusive per tutto il territorio della RPC.

Molti di questi intermediari lavorano spesso sul singolo affare, senza una ben definita specializzazione merceologica e ciò richiede una attenta supervisione da parte dell'azienda straniera.

La Grande Distribuzione in Cina è organizzata secondo le tre seguenti forme:

Department store e Grandi Magazzini.

Attualmente i Department Store sono prevalentemente di proprietà pubblica. In tali department stores vengono venduti tutti i generi di uso quotidiano incluso abbigliamento, calzature, articoli di cartoleria e cancelleria, elettrodomestici, ecc. All'interno degli stessi vi è organizzato altresì un supermercato di più modeste dimensioni per la vendita di prodotti alimentari e bevande. Il proliferare dei centri commerciali e l'aumento della concorrenza, se da un lato rischia di indebolire il sistema distributivo, dall'altra costituisce un elemento di chiarezza ed un mezzo di valutazione per i fornitori stranieri nella loro selezione degli operatori, potendo eliminare i soggetti commercialmente meno capaci.

I grandi magazzini hanno caratteristiche strutturali molto simili. La maggior parte dei centri commerciali della città si trova all'interno degli edifici di recente costruzione, realizzati secondo gli standard più moderni, collocati nelle zone di maggior interesse commerciale e ricordano spesso gli *Shopping Mall* americani, in quanto presentano una struttura dinamica e multiservizio in grado di intrattenere la clientela con i suoi ristoranti, *beauty salon*, sale giochi, cinema, *internet café*, ecc..

In Cina, contrariamente a ciò che avviene in alcuni paesi occidentali, i grandi magazzini sono sinonimo di alta qualità e garanzia di autenticità, spesso a prezzi relativamente elevati, in quanto solo queste strutture, per le loro dimensioni ed eleganza, possono assicurare il rispetto di tali standard.

Accanto alla grande dimensione e all'elevato numero dei centri commerciali cinesi, si nota tuttavia, una certa uniformità nell'offerta. Infatti, la fascia media dei prodotti cinesi

e soprattutto di quelli realizzati da *joint-venture* è comune alla maggior parte dei grandi magazzini. Esistono anche dei Department Store, realizzati per la maggior parte grazie a investimenti stranieri, che, avendo scelto di rivolgersi ad un pubblico di fascia medio-alta, offrono una gamma di prodotti più ampia, con presenza considerevole di prodotti importati destinati a un élite dotata di una notevole capacità di acquisto.

Nonostante la continua crescita del livello di reddito pro capite, il prezzo costituisce comunque per il consumatore un fattore fondamentale nella scelta dei prodotti.

È ancora scarsa la capacità di accedere a beni di consumo importati, che abbiano prezzi medio-alti. Solitamente i consumatori cinesi con elevato potere di acquisto sono più attratti da prodotti griffati o di marca, sia in quanto *status symbol*, sia perché pubblicizzati adeguatamente, mentre gli acquirenti con reddito medio-basso scelgono necessariamente prodotti di produzione locale, ben più economici.

In questi ultimi anni, tuttavia, si è assistito alla nascita e allo sviluppo di una emergente classe media costituita in prevalenza di giovani in carriera che rappresentano i futuri consumatori di alta moda e di beni e servizi legati al *lifestyle*. Sono questi ultimi il vero target dei centri commerciali.

In molti casi per avere effettivamente successo nel mercato cinese è necessario avere una presenza diretta, creando, pur con i vincoli legislativi ancora esistenti, una propria rete di distribuzione. Le formule che al momento riscontrano più successo sono il punto vendita monomarca (generalmente intorno ai 40 mq.) all'interno di un grande magazzino; oppure gli "shop in shop", che solitamente si creano con un semplice contratto immobiliare stipulato con il proprietario dello spazio, che non è coinvolto in nessun modo nell'aspetto commerciale.

La differenza sostanziale fra le due formule è che nel primo caso il negozio, essendo inserito all'interno in un grande magazzino, si avvale di una certa assistenza commerciale da parte del *management* (licenza di importazione, sdoganamento, trasporti, gestione del personale, eventuale pagamento di commissioni sulle vendite, pubblicità, ecc.). La seconda soluzione rende invece il fornitore più indipendente nei confronti della proprietà. La zona diventa a tutti gli effetti "un negozio nel negozio", sia dal punto di vista della gestione che dell'aspetto fisico: si tratta infatti di aree dotate di un ingresso autonomo, allestite e gestite dal proprietario.

Per i fornitori, soprattutto quelli stranieri, i centri commerciali in *joint venture* rappresentano una valida alternativa alla struttura di tipo statale, in quanto i prodotti offerti sono per qualità e quantità nettamente superiori, le transazioni commerciali più facili e la gestione caratterizzata dall'applicazione delle moderne tecniche manageriali.

Shopping Plaza.

Attualmente tali strutture sono di proprietà di grandi gruppi societari operanti nel settore del real estate. All'interno di tali strutture operano generalmente una moltitudine di piccoli negozi e boutique. In alcuni di essi, aventi caratteristiche di medio-alto livello distributivo, operano altresì molti noti marchi esteri attraverso la formula del *franchising*.

Supermarket, Convenience Store e Ipermercati.

La nascita delle catene di supermercati, convenience store e ipermercati nelle grandi città cinesi è avvenuta solo all'inizio degli anni novanta, ma ha visto subito un sviluppo esponenziale. Accanto ai grandi ipermercati internazionali vi sono numerose catene di convenience store o piccoli supermercati con centinaia di negozi in tutta la città.

I *convenience store* rappresentano un fenomeno sviluppatosi dal 1990 e che oggi è una componente chiave dell'infrastruttura della vendita al dettaglio delle metropoli.

La maggior parte dei supermercati sono tuttora di dimensioni ridotte, con un'area che generalmente non supera i 100 metri quadri, analogamente a quanto avviene per i simili ai convenience store dei paesi occidentali. I convenience store "moderni", con orari di apertura continuati ventiquattr'ore su ventiquattro, sono un concetto nuovo ma in rapida crescita (soprattutto nella città di Shanghai), che in questo settore vanta già la concorrenza di numerosi competitor. Oltre ai prodotti alimentari e casalinghi, di produzione principalmente locale o realizzati in joint venture, molti si sono attrezzati

anche per lo sviluppo delle fotografie e la fornitura di servizi copisteria, la vendita di giornali e riviste, mentre alcuni hanno installato al proprio interno sportelli bancomat e telefoni pubblici.

I convenience store sono stati accettati rapidamente dai consumatori e stanno diventando sempre più un cruciale banco di prova per la commercializzazione di nuovi prodotti, visto il loro vasto pubblico.

La maggior parte degli imprenditori locali del settore sono di piccola dimensione, operano solo a livello locale ed hanno limitata disposizione di capitale. Tuttavia, negli ultimi anni avendo assistito al successo riscontrato da alcune catene commerciali, questi piccoli commercianti hanno iniziato a sviluppare a loro volta delle catene di negozi, che stanno acquistando a livello locale una crescente importanza.

I grandi gruppi internazionali come *Carrefour*, *Metro* e *Auchan* sono entrati in Cina verso la metà degli anni novanta formando delle joint venture con partner locali, e Shanghai è stata scelta spesso come il luogo di apertura del loro primo negozio.

Alcuni di tali supermarkets di più grande dimensione sono presenti anche nella provincia del Guangdong e derivano da investimenti esteri. Ad esempio, la *JUSCO* deriva da un investimento giapponese, il *TRUST-MART* da un investimento taiwanese ed il *CHAI THAI MACRO* da un investimento olandese e thailandese.

Tra i più importanti gruppi a capitale interamente cinese del settore della grande distribuzione, si trova *Hua Lian (Group) Co. Ltd.*, fondato nel 1918 come azienda pubblica gestita dalla Municipalità di Shanghai. Come sarebbe accaduto successivamente a tante altre aziende statali cinesi, è stato privatizzato nel 1992. Il gruppo *Hua Lian* rappresenta la pietra miliare del settore della grande distribuzione cinese: nel 2001 ha conseguito un fatturato di 1,53 miliardi di dollari, conquistandosi il secondo posto nel settore della vendita al dettaglio in Cina. Oggi il gruppo possiede numerose sub-aziende nei settori dell'elettronica, dell'informatica e immobiliare.

Uno dei rivali più importanti di *Hua Lian* è rappresentato da *Shanghai Lianhua Supermarket Company*, fondata nel 1991 dalla Commissione Commerciale della Municipalità di Shanghai come parte della priorità del governo che intende stimolare il consumo e modernizzare il settore della vendita al dettaglio attraverso lo stabilimento dei *chain store* domestici.

Lianhua, pur essendo la più grande società di supermercati a catena della Cina con i suoi 1225 negozi in tutto il Paese, rimane basata principalmente a Shanghai dove è situata la maggior parte dei negozi. Questi hanno generalmente una superficie non superiore ai 1000 metri quadri. La società opera con una singola rete di distribuzione intorno ai suoi quattro magazzini.

Nonostante la natura statale della società, *Lianhua* lavora in stretta collaborazione con *Carrefour*, società con la quale ha costituito un joint-venture. Inoltre il 15 % dell'azienda è di proprietà della *Mitsubishi Co. Ltd giapponese*.

Uno dei mezzi più utilizzati per lanciare un nuovo prodotto sul mercato cinese è il pagamento di una "quota d'ingresso" che permette al prodotto di essere esposto sullo scaffale degli ipermercati e supermercati. Il costo varia notevolmente a seconda del tipo di prodotto, del numero di negozi della catena, del fatturato del supermercato, ecc. Esso può variare da un minimo di 500 *yuan* RMB (circa 60 dollari) per i piccoli supermercati fino a un 100.000 *yuan* RMB (circa 12.000 dollari) per le grandi catene con tanti punti vendita. Ovviamente se l'azienda è disposta a pagare di più ha maggiori possibilità di accesso al mercato. Le alternative possono essere il pagamento di commissioni sulle vendite (nell'ordine del 0.3-0.5% circa) oppure una prima fornitura gratuita.

Come si può facilmente immaginare questo sistema comporta molti effetti negativi: scarsa selezione e controllo sulla qualità dei prodotti esposti, eccesso di beni di lusso, ignorando i bisogni reali dei consumatori, squilibrio tra le tipologie di prodotti ecc..

Le aziende di piccole dimensioni, attive e dinamiche, pur avendo sviluppato prodotti nuovi e di alta qualità si vedono interdetto l'accesso al mercato per scarsa disponibilità di capitale. I prodotti che al contrario hanno riscontrato scarso successo tra i

consumatori non possono essere scartati in tempo. Secondo gli analisti del settore, eliminare completamente questo sistema di ingresso a pagamento sarà un'impresa non facile, dovendo tenere conto del peso finanziario che questa tipologia di entrate rappresentano per il bilancio complessivo dell'azienda.

Oltre ai tre principali canali distributivi sopra citati, caratteristici nella città di Canton (ma anche nelle altre principali città della provincia) sono alcuni Centri Distributivi Permanenti specializzati in alcuni settori specifici che trovano il loro indotto nei bacini produttivi locali ma nei quali operano anche marchi esteri di media notorietà; si citano ad esempio il settore dell'abbigliamento ed accessori, l'elettronica di largo consumo, vini ed alcolici, ecc. Sono strutture indicative delle nuove realtà privatistiche locali, che non ricadono propriamente nella casistica tipica della grande distribuzione plurisettoriale, ma il cui ruolo, sia nel segmento delle vendite al dettaglio che all'ingrosso, va assumendo un'importanza sempre maggiore anche per la distribuzione del prodotto d'importazione.

Tra i possibili modelli di canali distributivi e catene di punti vendita, la Grande Distribuzione (nella forma sia di catena di negozi sia di negozio di grandi dimensioni) è la forma predominante in Hong Kong.

Possono essere considerati 4 differenti modi di organizzazione della Grande Distribuzione in Hong Kong :

Department Store – Grandi magazzini.

In Hong Kong, i grandi magazzini possono essere storicamente suddivisi in tre categorie: quelli del primo tipo (come Lane Crawford, Seibu) sono localizzati prevalentemente in aree commerciali e turistiche ed hanno un target di consumatori rappresentato da turisti e lavoratori dipendenti. Quelli del secondo tipo (come Sogo, Wing On, Sincere) sono localizzati sia in aree commerciali che residenziali e si riferiscono sia a turisti che al pubblico in generale. La terza categoria (come Jusco, Citystore) è localizzata in aree solo residenziali e si rivolge a famiglie e residenti. I risultati della maggior parte di questi negozi sono stati stabili negli ultimi anni dopo un periodo di consolidamento (1998 / 2000). Sulla base delle tipologie di prodotti venduti i grandi magazzini - department store possono importare direttamente da fornitori e/o acquistare tramite agenti in Hong Kong e in Italia.

High-end Designer Label – Negozi di grandi stilisti.

Questo particolare tipo di punto vendita riguarda principalmente marchi di alta moda, di calzature/pelletteria, accessori/oggettistica per l'abitare con marchi dall'Europa e dagli Usa. Mentre molti di questi marchi (ancora la maggior parte) si trovano rappresentati da agenti/distributori, un numero consistente di grandi nomi della moda italiana hanno stabilito una filiale in Hong Kong (spesso anche quartier generale regionale) come Prada, Gucci e Giorgio Armani. In generale queste società operano con tre differenti modalità: negozi monomarca (come Gucci, Prada), negozi multi marca (come le catene locali Joyce, Swank, I.T.) o corner all'interno di grandi magazzini (cd. shop-in-shop). La maggior parte di questi nomi, come Armani e Bulgari nell'Ottobre 2002, hanno esteso la loro presenza in Hong Kong negli ultimi anni stabilendovi il loro negozio più grande in Cina.

Specialized Chain Shop – Catene di negozi specializzati (per prodotto).

Si tratta di catene di negozi specializzati in un solo prodotto venduto in numerosi punti vendita (Mirabell – calzature; Giordano / Bossini - abbigliamento giovane). Situati sia nei centri commerciali più noti al grande pubblico sia nelle strade a più alta densità di consumatori (come Nathan Road) hanno come obiettivo il pubblico in generale con particolare riferimento ai giovani ed i turisti. I prodotti tipici sono diversi dalle calzature agli accessori, dall'abbigliamento all'alimentare, con una caratteristica in comune che è quella di rinnovarsi continuamente sia per la forte concorrenza sia per i cambiamenti in corso nelle abitudini dei consumatori. Le procedure di acquisto dipendono dal tipo di prodotto e possono riguardare sia prodotti importati che locali.

Franchise Operation – Franchising.

Sono 106 attualmente le operazioni in franchising in Hong Kong: di queste il 53% sono locali e il 47% costruite da stranieri (con franchisor locali), un terzo di questi adottano anche operazioni di sub-franchising. Il 36% delle operazioni sono nel settore catering, un altro terzo nelle industrie di servizi e le rimanenti nell'immobiliare. Negli ultimi 12 mesi, un crescente interesse per questo tipo di operazioni si e' notato per il principale motivo che si tratta di un supporto alla crescita di attivita' commerciali con limitati capitali e che non cercano capitali bancari.

Anche se il fenomeno non e' mai stato censito specificatamente con particolare riferimento ai beni di consumo, il numero delle catene sopra menzionate nelle sue diverse forme ed espressioni e' considerevole: si pensi infatti alla numerosita' di centri commerciali, grandi magazzini, catene di negozi aperte e tuttota' attive con capitali di Hong Kong. La difficolta' sopra espressa di censimento sconta la peculiarita' del modello di Hong Kong che e' diviso tra l'investimento puramente immobiliare e quello commerciale: in entrambi i casi la societa' e' una societa' di diritto cinese controllata da Hong Kong e dati diretti possono essere individuati solo da interviste e scorpori da bilanci societari.

Tra l'altro il processo di investimento, sia immobiliare che commerciale in Cina, sta subendo una forte accelerazione sia per la riduzione delle vendite in Hong Kong sia per la crescita in Cina, in forma costante della propensione verso consumi di stampo occidentale. Si puo' senz'altro dire che in Hong Kong tutti i principali soggetti sia immobiliari sia canali distributivi hanno realizzato, in corso o in via di realizzazione progetti di espansione in Cina continentale.

Nel caso degli investimenti immobiliari la maggior parte di quelli di Hong Kong hanno iniziato ad investire nelle citta' principali. Alcuni esempi possono essere Plaza 66 (Hang Lung Group) al momento attuale il piu' famoso ed ancora selezionato dai grandi nomi della moda europea; grandi magazzini come Lane Crawford hanno aperto nel 2001 a Shanghai e alla fine del 2002 in Harbin; I.T., catena specializzata in abbigliamento di alta gamma europeo, americano e giapponese ha aperto una serie di negozi a Shanghai nel 2002.

Per le societa' di Hong Kong, il franchising e' una delle soluzioni piu' rapide per l'espansione in Cina considerando alcuni precedenti limiti alla costituzione societaria in Cina (rimossi nel 2001). Non esistono tuttavia schemi fissi: Esprit (abbigliamento) opera in franchising a Shanghai ma con distributori a Canton e Shenzhen; Bossini (abbigliamento) ha 102 negozi di proprieta' e 73 in franchising complessivamente in Cina. Normalmente il franchising e' stabilito con una JV.

Escludendo i grandi gruppi, sono piu' di 100 le PMI di Hong Kong che stanno lavorando con profitto in Cina, aprendo negozi in varie localita' e presentando lo stesso assortimento di prodotti che hanno a Hong Kong.

Costituzione di societa' di distribuzione

L'accesso al settore della distribuzione da parte delle aziende straniere e' tutt'altro che facile: l'investitore ideale per il governo cinese e' infatti rappresentato da chi costituisce una societa' produttiva in *joint venture* con un partner cinese, possibilmente apportando tecnologie e *know how* avanzati e assicurando alte quote di esportazioni (per poter garantire l'entrata di valuta straniera in Cina). Il primo regolamento relativo alla costituzione di una FIE di distribuzione e' stato emanato dal Consiglio di Stato nel 1992. Nel giugno 1999 un nuovo regolamento, emanato congiuntamente dalla State Economic and Trade Commission (SETC) e dal Ministry of Foreign Trade and Economic Co-operation (MOFTEC), ha "ammorbido" le disposizioni del precedente riducendo alcuni ostacoli sulla vendita al dettaglio (per es. sono state aperte altre citta' agli investimenti esteri in questo campo) e prevedendo addirittura la possibilita' di accedere al commercio all'ingrosso attraverso la costituzione di JV. Sono inoltre

previsti una serie di requisiti, in termini di fatturato e di patrimonio, tanto per il partner straniero quanto per quello cinese.

Requisiti fondamentali richiesti alla FIE di distribuzione sono: che introduca in Cina avanzate tecniche di vendita e gestione, che promuova la modernizzazione del commercio interno e faciliti la crescita delle esportazioni dei prodotti cinesi. Una restrizione importante impone che almeno il 70% dei prodotti venga acquistato localmente.

Le forme societarie previste sono la Equity JV e la Co-operative JV (e' dunque esclusa la possibilita' di costituire societa' ad intera partecipazione straniera). L'approvazione viene gestita a livello centrale dal MOFTEC e dalla SETC.

A causa dei requisiti richiesti, tali societa' restano tutt'ora uno strumento accessibile solo a grandi gruppi. Nonostante i regolamenti restrittivi vigenti, esistono oggi in Cina - soprattutto nella zona di Shanghai - numerose societa' straniere di consulenza che di fatto lavorano come agenti, controllando le vendite e il trasporto dei prodotti senza mai acquisirne la titolarita'. Altre societa' hanno creato enormi punti vendita che si situano a meta' strada tra l'ingrosso e il dettaglio e che in realta' funzionano come centri di distribuzione, offrendo enormi volumi di prodotti con prezzi da vendita all'ingrosso. Le *joint venture* per la distribuzione offrono sicuramente una qualita' di servizio superiore per tecnologia ed esperienza, ormai analoghe quelle che si potrebbero trovare in un mercato occidentale.

Per i produttori di beni di lusso il metodo piu' usato per entrare sul mercato cinese e' quello di affittare uno spazio nei grandi alberghi e allestirvi un negozio: l'assortimento e' importato utilizzando la licenza di import-export dell'hotel. Si paga l'affitto dello spazio piu' una quota fissa annuale, anche se formalmente questo metodo non sarebbe legale perche' il partner locale (solitamente l'hotel) non paga alcuna tassa come sarebbe invece previsto dalle leggi sulle *joint venture*. Una possibile alternativa alle restrizioni imposte alle FIE impegnate nella distribuzione, e' quello di sottoscrivere un Management Contract con una societa' cinese. In questo modo il partner straniero potra' gestire la vendita dei propri prodotti utilizzando il nome (e quindi la *Business Licence*) della societa' cinese.

Questo tipo di contratti comporta tuttavia un certo rischio dovuto all'incerto quadro giuridico ed alla necessita' di poter fare assoluto affidamento sul partner locale dal momento che il soggetto straniero non possiede alcuna partecipazione nella societa' cinese.

Department Store and Shopping Mall in Beijing

Beijing Lufthansa Friendship Shopping Centre

50, Liang Ma Qiao Rd., Chaoyang Dist. Beijing 100016

Tel: 0086-10 – 64651188

Fax: 0086-10- 64674810

Scitech Plaza

22, Jian Guo Men Wai Da Jie, Beijing 100020

Tel: 0086-10-65124488 ext. 6307, 6322

Fax: 0086-10-65123471

One World Dept. Store

99, Wang Fu Jing St., Dong Cheng Dist., Beijing 100006

Tel.: 0086-10-65271268

Fax: 0086-10-65271266

Beijing Junefield Sogo Department Store

8, Xuan Wu Men Wai Ave., Xuan Wu Dist., Beijing 100052

Tel.: 0086-10-63103388 ext. 4003

Fax: 0086-10-63103614

Beijing Sunlight Department Store

(at World Trade Center)

1, Jianguomenwai Ave., Beijing 100004

Tel: 0086-10-65056118

Fax: 0086-10-65056118 ext. 39

Beijing Sunlight Department Store

(at Oriental Plaza Center)

1, East Chang'an Ave., Beijing 100738

Tel: 0086-10-85186035

Fax: 0086-10-85186080

Beijing Parkson Shopping Centre

3, Fuyxing Men Nei Ave., Xicheng Dist., Beijing 100031

Tel.: 0086-10-66013377 ext. 7417

Fax: 0086-10-66073524

Beijing Pacific Century Place

- Pacific Department Store

Gongti Beilu Rd., Chaoyang Dist., 100027 Beijing

Tel. 0086-10-65393888

Fax:0086-10-65391145

Xidan - Scitech Shopping Centre

111, Xidan Bei Da Jie, Beijing 100032

Tel.: 0086-10-66150397

Fax: 0086-10-66150301

Chung Wo Department Store –Business Dept.

178, Xidan North Ave., 100004 Beijing

Tel.: 0086-10-66018899 – 2612

Fax: 0086-10-66024356

Beijing Hualian Commercial Buildings Co., Ltd.
1, Fu Cheng Men Wai Ave., Xicheng Dist. Beijing 100037
Tel: 0086-10-88371188 ext. 5116
Fax: 0086-10-68364669

Beijing Modern Plaza Industrial Com.
130, Hai Dian Rd., Hai Dian Dist., Beijing 100086
Tel.: 0086-10-62576688 ext. 6821, 6823
Fax: 0086-10-62562607

Palace Hotel
8, Goldfish lane, Wangfujing, Beijing 100006
Tel: 0086-10-65592888
Fax: 0086-10-65129050

Beijing World Trade Center
1, Jianguomenwai Ave., Beijing 100004
Tel: 0086-10-65056688 -
Fax: 0086-10-65053262

Oriental Plaza Center
1, East Chang'an Ave., Beijing 100738
Tel: 0086-10-85188888
Fax: 0086-10-85186097

Full Link Plaza
18, Chaoyangmen Wai Ave., Beijing 100020
Tel: 0086-10 - 65881997
Fax: 0086-10 - 65883996

New Dong An Shopping Mall
138, Wangfujing Ave., Beijing 100006
Tel: 0086-10-65276688 ext. 81030
Fax: 0086-10-65289958

COFCO Plaza Shopping Mall
8, Jianguomennei Ave., Beijing 100006
Tel: 0086-10-65266666
Fax: 0086-10-65263980

Department Store, Shopping Plaza, Supermarket in Guangzhou e Shenzheng

Guangzhou Friendship Store
369 Huanshi Road East, 510095 Guangzhou
Tel: 0086-20-83570223, 83574478, 83573986
Fax: 0086-20-83572228
E-mail: gzfs@cgzfs.com
Att.: Mr. Liu Hongguo

Guangzhou Teem Plaza
208 Tianhe Road, 510620 Guangzhou
Tel: 0086-20-85592818
Fax: 0086-20-85591566
Att.: Mr. Kuang

Guangzhou Grandbuy Co., Ltd. (Guangzhou Dept. Store changed name)
295 Beijing Road, 510030 Guangzhou
Tel: 0086-20-83354427

Fax: 0086-20-83331334
E-mail: webmaster@guangbai.com.cn
Att.: Ms. Chen Yuping

Guangzhou Parkson Department Store

5/F, Zhongtai International Plaza, 161 Linhe West Road, Guangzhou
Tel: 0086-20-38251666-8638
Fax: 0086-20-38251887
Web site: www.parkson.com.cn
Att.: Ms. Zhang

Bon Jour Scitech Shopping Center

6/F, Yi'an Plaza, 39 Jiefang Road South, 510120 Guangzhou
Tel: 0086-20-83280040
Fax: 0086-20-83280107
E-mail: bonjours@public1.guangzhou.gd.cn

Guangzhou CITIC Plaza Shopping Center

233 Tianhe Road North, 510620 Guangzhou
Tel: 0086-20-87520266
Fax: 0086-20-87520100
E-mail: kumagai.smc@21cn.com
Att.: Ms. Cui

Guangzhou Times Square

28 Tianhe Road North, 510620 Guangzhou
Tel: 0086-20-38820466
Fax: 0086-20-38820465
E-mail: luocaoru@public.guangzhou.gd.cn
Att.: Ms. Luo Caoru

Guangzhou Xin Da Xin Department Store

4 Zhongshan Five Road, 510030 Guangzhou
Tel: 0086-20-83342507, 83322811
Fax: 0086-20-83322723
Att.: Ms. Li Xiaofang

Guangzhou Wangfujing Department Store

40 Nong Lin Xia Road, 510080 Guangzhou
Tel: 0086-20-87613838
Fax: 0086-20-87683838-1976

Guangdong Jusco Co., Ltd.

208 Tianhe Road, 510620 Guangzhou
Tel: 0086-20-85592238
Fax: 0086-20-85590233

Guangzhou Chai Thai Macro Co., Ltd.

Huayuan 1, Sanyuanli, 510400 Guangzhou
Tel: 0086-20-86376688

Shenzhen SEZ Duty Free Commodities Enterprise Corp.

9/F, 2112 Dongmen Middle Road, 518000 Shenzhen
Tel: 0086-755-82398090
Fax: 086-755-82398045
Att.: Mr. Li Chonghua

Shenzhen International Trade Store

Add: International Commerce Building, Renmin South Road, 518000 Shenzhen
Tel: 0086-755-82208515
Fax: 0086-755-82257227
Att.: Ms. Han

Shenzhen World Trade Plaza

Fuhong Road, 518000 Shenzhen
Tel: 0086-755-83690601
Fax: 0086-755-83679900
Att.: Ms. Yin

Tong Luo Wan Department Store Co., Ltd.

1 Huafa North Road, 518000 Shenzhen
Tel: 0086-755-83296590
Fax: 0086-755-83296655
Att.: Ms. Yan

New Friendship Commercial City Co., Ltd.

Tongjian Building, Shennan Middle Road, 518000 Shenzhen
Tel: 0086-755-83657690

Seibu Department Store

Luohu District, 518000 Shenzhen
Tel: 0086-755-82389443
Fax: 0086-755-82389054
Att.: Ms. Zuo

Wal-Mart Shopping Plaza

1- 3/F, Hujing Garden, Honghu Road, 518000 Shenzhen
Tel: 0086-755-25610680, 25623288
Fax: 0086-755-25607079

Wanjia Merchandise Co., Ltd.

Wanke Building, Block 14, Shuibei Er Road, 518000 Shenzhen
Tel: 0086-755-25626700

Department Store e Shopping Mall in Shanghai.**Maison Mode Department Store**

1312 Huaihai Road(M), Shanghai 200031
Tel: 021-64375970, 64310100 (SB) Ext 308
Fax: 021-64370477, 64335407

General Manager: Mr. Zhou Yong-hao

Deputy Manager of Business Dept.: Mr. Teng Man-guo

Shanghai Dickson Plaza**(Sino-Hongkong)**

400 Changle Road, Shanghai 200020
Tel: 021-64726888, 64728562
Fax: 021-64721502
General manager: Mr. Gu Yin-hai

Printemps Shanghai

939 Huaihai Road (M), Shanghai 200020
Tel: 021-64310118 (SB) Ext 249
Fax: 021-64334458, 64740896
General Manager: Mr. Wu Zheng-jian

Shanghai Hongqiao Friendship Shopping Center Co.,Ltd.

6 Zunyi Road (S), Shanghai 200336
Tel: 021-62704681, 62700000(SB)
Fax: 021-62704680
General Manager: Mr. Dong Wei-fang

Shanghai Huating Isetan Co., LTD.
527 Huaihai Road(M), Shanghai 200003
Tel: 021-53063474(SB), 63583474
Fax: 021-53063458
Managing Director: Mr. Akiyoshi Ikeda

Shanghai Meilongzhen Isetan Co., Ltd.
1038 Nanjing Road (W), Shanghai 200041
Tel: 021-62721111
Fax: 021-62189389
General manager: Mr.T.Nakai

Shanghai Meilongzhen Plaza Co., Ltd.
12th Fl, 1038 Nanjing Rd (W), Shanghai 200041
Tel: 021-62187878 (SB) 9379
Fax: 021-62186967
General manager: Mr. Lu Hongqing

Shanghai Orient Shopping Center Ltd. (Sino-HongKong)
8 Caoxi Road (N), Shanghai 200030
Tel: 021-64870000 (SB) Ext 3222, 64876578
Fax: 021-64870888
Deputy General Manager:
Ms. Hou Ai-mei

Shanghai Nine Seas Parkson Co.,LTD.
918 Huaihai Road (M), Shanghai 200020
Tel: 021-64158818
Fax: 021-64152936
General Manager: Mr.Chen Han-ming

Shanghai Pacific Department Store Co.,Ltd. (Xu Hui Branch)
932 Hengshan Road, Shanghai 200030
Tel: 021-64078888 Ext. 382, 310,525
Fax: 021-64696688
Manager of Business Dept: Ms. Sun Jin

Shanghai Pacific Department Store Co.,Ltd. (Huai Hai Branch)
333 Huaihai Road (M), Shanghai 200021
Tel: 021-53068888
Fax: 021-53859456

Shanghai No.1 Yaohan Co.,Ltd.
501 Zhangyang Rd, Pudong, Shanghai 200120
Tel: 021-58301111 (SB) Ext. 36178, 36169, 58303877,
Fax: 021-58304003, 58303877, 58303878
General Manager: Mr. Xie Zheng-hua

Shanghai No. 1 Department Store Co., Ltd.
830 Nanjing Road (E), Shanghai 200001
Tel: 021-63229049, 63223344 (SB)
Fax: 021-63517447
Secretary of G.M. Office: Ms. Huang Ye (Ext. 61203)

**Shanghai No.1 Department Store
(East Building) No.1 Plaza**
800-830 Nanjing Road (E), Shanghai 200001
Tel:021-63229309, 63223344 Ext 52930, 1391886508
Fax: 021-63527513
Executive General Manager:

Mr. Liu Fu-qun (BP: 128-324786)
Tel: 021-6325205

Wings Department Store Co., Ltd.
869 Nanjing Road(W), Shanghai 200040
Tel: 021-62582688(SB) Ext 273
Fax: 021-62538888
General manager: Pan Limin

Shanghai Mega Department Store
1 Hongqiao Rd., Shanghai 200030
Tel: 021-64070258
Fax: 021-64070098
General manager: Mr. Chen

Shanghai Huijing Shopping Center.
Fl. 3, No. 8 Lane, 380 Tianyaoqiao Rd., Shanghai 200030
Tel: 021-64646346
Fax: 021-64646347

Shanghai New Hualian Mansion Co., Ltd.
755 Huaihai Zhong Road, Shanghai 200020
Tel: 021-64458000(SB) Ext. 50718, 64455666
Fax: 021-64455000
General Manager: Mr. Li Guo-ding

New Shanghai City Plaza Co.,Ltd.
12/F, No.33 Henan Rd(S), Shanghai 200002
Tel: 02163375107

Shanghai Hualian Commercial Building
635 Nanjing Road(E), Shanghai 200001
Tel: 021-63221156, 63224466(SB), 63221233,
Fax: 021-63221156, 63517122
General manager: Mr.Chen

**Shanghai No.1 Department Store
(East Building) No.1 Plaza**
800-830 Nanjing Road (E), Shanghai 200001
Tel:021-63229309, 63223344 Ext 52930, 1391886508
Fax: 021-63527513
Executive General Manager:
Mr. Liu Fu-qun (BP: 128-324786) Tel: 021-6325205

Shanghai Manhattan Plaza Co., Ltd
Add: 463-477 Nanjing Road (E), Shanghai 200001
Tel: 021-63222239
Fax: 021-63222197

Shanghai Landmark Plaza
409-459 Nanjing Rd(E), Shanghai 200001
Tel: 021-63603727, 63513828 (SB),
Fax: 021-63602319
General Manager: Mr. Xue Jian (Ext. 31181)

Shanghai Hualian Commercial Building
635 Nanjing Road(E), Shanghai 200001
Tel: 021-63221156, 63224466(SB), 63221233,
Fax: 021-63221156, 63517122
General manager: Mr.Chen

Shanghai Donghai Co.,Ltd.

353 Nanjing Rd(E), Shanghai 200001
Tel:021-63512226,63511111*6047
Fax: 021-63517570
Mr. Ye Kai Vice General Manager

Shanghai Baodaxiang Teenagers Shopping Center

673-699 Nanjing Rd(E)., Shanghai 200001
Tel: 021-63225122
Fax: 021-63221241

Shanghai Overseas Chinese Store

627 Nanjing Rd(E),Shanghai 200001
Tel: 021-63516880,63225508
Fax: 021-63517700
G.M. Lu Li-jun

Super Brand Mall

No.268 Lujiazui Rd(W), Shanghai 200122
Tel: 021-68877888
Fax: 021-68871199
Web: www.superbrandmall.com
E-mail: info@superbrandmall.com
Contact: Mr. Tantadvanichku

Shanghai Sincere Company Ltd.

479 Nanjing Road (E), Shanghai 200001
Tel: 021-63226888 (SB), Ext. 8707
(GM Off)
Fax: 021-63226179 (GM)
General manager: Mr. Li

Shanghai Hui Luo Co. Ltd.

100 Nanjing Rd (E), Shanghai 200001
Tel: 021-63290887
Fax: 021-63213919
General manager: Ms. Xing Song-mei

Shanghai Yuyuan International Shopping

125 Jiujiachang Road, Shanghai 200010
Tel: 021-63551076
Fax: 021-63552407

Shanghai International Commercial Building

358 Haining Rd., Shanghai 200082
Tel: 021-63256960
Fax: 021-63251227
General Manager: Mr. Shi Guo-wei

Shanghai Jiuzhou Famous Mark Shopping Center

1328 Dingxi Rd., Shanghai 200040
Tel: 021-62131681
Fax: 021-62113364
Mr. Gao Yeguang

Shanghai Friendship Store

40 Beijing Road(E), Shanghai 200002
Tel: 021-53080600
Fax: 021-53088200
General manager: Mr.Zhu

Sunrise Shopping Center Ltd.

718 Caoxi Road (N), Shanghai 200030

Tel: 021-64384539, 64387420(SB)

Fax: 021-64381966

General Manager: Mr. Liu Zhu-peng

Xinluda General Merchandise Shopping Center

No.1988 Huashan Rd, Shanghai 200030

Tel: 021-64077777

Tianshan General Merchandise Company

No.900 Tianshan Rd, Shanghai 200051

Tel: 021-62598137

Shanghai Tianyu Shopping Store

159 Jiujiaochang Rd, Shanghai 200030

Tel: 021-63559999

Fax: 021-63552805

Mr. Sun Jin-kun (GM)

Shanghai Friendship Nanfang Shangcheng (IMM)

7388 Humin Rd., Shanghai 201102

Tel: 021-64120800

Fax: 021-64120199

General Manager: Mr. Huang Zhen-Cheng

Shanghai Springtime Department Store

521 Sichuan Rd(N)., Shanghai 200082

Tel: 021-63570090

Fax: 021-63576869

Shanghai New Huangpu Commercial Building

165 Xizang Rd(S)., Shanghai 200001

Tel: 021-63869981

Fax: 021-63860316

Mr. Wu Yongpei

Shanghai Yi Chuan Shopping Centre

60 Yichuan Rd. Shanghai 200065

Tel: 021-56613682

Fax: 021-56613682

Mr. Yuan Jingmin (GM)

Shanghai Liubai Industrial Co., Ltd.

1068 Zhaojiabang Rd., Shanghai 200030

Tel: 021-64071868

Fax: 021-64079801

Shanghai No. 7 Department Store

887 Sichuan Rd. (N), Shanghai 200080

Tel: 021-63249611

Fax: 021-63244044

Mr. Sun Chang-ji (GM)

Lao Jie Fu Shopping Center

257 Nan Jing Road (E), Shanghai 200002

Tel: 021-63213221

Fax: 021-63234587

Mr. Ye Weizhong

Shanghai New World Dept. Store (Holding)

558 Nanjing Rd.(E), Shanghai 200001

Tel: 021-63588888 / 63588732

Fax: 021-63582185

Shanghai No. 2 Yongxin Dept. Store

887-901, Huaihai Rd. (M), Shanghai 200020

Tel: 021-64677661

Fax: 021-64733828

Ms. Wu Jian-hua Business Manager

Shanghai Runhua Co.,Ltd.

500 Zhangyang Rd,Pudong,Shanghai 200122

Tel: 021-58783276

Fax: 021-58367777

Mr.Qing Zao

Shanghai No.9 Stock Co.,Ltd.

9/F, No.873-881 Nanjing Rd(W), Shanghai 200041

Tel: 021-62729898

Citic Square

No. 1168 Nanjing Rd(W), Shanghai 200041

Tel: 021-62180180

Fax: 021-52984800

Web: www.citicsquare.com

Shanghai Times Plaza

No.500 Zhangyang Rd, Shanghai 200122

Tel: 021-58368888

Fax: 021-58367777

E-mail: enrich@online.sh.cn

Big Shanghai Times Plaza

No.99 Huaihai Zhong Rd, Shanghai 200021

Tel: 021-63910691

Grand-Gateway Plaza

No.1 Hongqiao Rd, Shanghai 200030

Tel: 021-64070111

Fax: 021-64072800

Web: www.grand-gateway.com

Plaza 66

No.1266 Nanjing Rd(W), Shanghai 200040

Tel: 021-32104566

Fax: 021-62790887

E-mail: hangbond@public.sta.net.cn

Dimei Plaza Co.,Ltd.-Dimei Shopping Center

No.221 People Square, Shanghai 200003

Tel: 021-63580000

Fax: 021-63582236

I.T (Nanjing Rui Lang Commercial Co., Ltd.)

Xintiandi, 2/f-2, Lane 123, Xing Ye Rd, Lu Wan District, Shanghai

Tel: 021-6336-5710

Modelli di Grande Distribuzione ad Hong Kong

High-end Designer Labels.

Importer / Sole Agent	Major Brands Represented
Bluebell Fashion Ltd	Moschino, Blumarine, Blugirl, Anna Molinari, Narciso Rodriguez, Etienne Aigner, Follie Follie
Fairton International Ltd	Bally, Max Mara, Max & Co., Marina Rinaldi, Marella, Prisma, Penny Black, Kookai
Far it. Ltd	D & G; Dolce & Gabbana. R Gigli, Versus
Joyce Boutique	Marni, Jil Sander, Missoni, Issey Miyaki, Costume National, Dries Van Noten,
Lane Crawford Ltd	Alberta Ferretti, AA Milano, Pal Zileri, Verri, Corneliani, BCBG, Thierry Mugler, John Barlett, Herve Leger, St. John, Badgley Mischka, Alma
Sidefame Ltd	Anteprima, Furla
The Swank Shop Ltd	Marc by Marc Jacob, Gianfranco Ferre, Gianfranco Ferre Studio, Gieffeffe, Romeo Gigli, Lawrence Steele, Valentino, Strenesse, Givenchy, Christian Lacroix, Ungaro, Plein Sud, Marcel Marongiu, Sylvie Schimmel, Owen Gaster
The World Signs	Mariella Burani, Terzotto, Estyn
Wah Chong (F.E.) Imp & Exp Ltd	Etro, G. Gigli, Example by Missoni, Les Copain, Salvatore Ferragamo

Specialized Chains Shops.

Specialized product category	Example of shops in Hong Kong
Fashion	Esprit, Giordano, Bossini, G-2000, U2, Michel Rene
Shoes / Leather goods	Le Saunda, Millies, Milan, Mirabell, Joy & Peace
Jewelry	TSL, Chow Sang Sang
Costume Jewelry	Isabella, MaBell
Cosmetics / Beauty products	Sasa, The Body Shop, Red Earth
Supermarket	Park'n Shop, Wellcome
Cake	Saint Honor, Maxim's
Grocery / Convenience store	Watson's, Mannings, 7-11, Circle K
Furniture	Ikea
Gifts / Premiums	Warner Brothers, Disney Store, Kalm's
Toys	Toys-r-us
Video	Block Buster

Franchise Operation.

Ares of business		
Catering	Retailing	Services
Barbecued Meat	Bags	Air Duct Cleaning
Beancurd Drinks and Products	Books	Bathtubs & Tiles Reglazing
Coffee & Tea Shop	Convenience Store	Beauty Salon
Herbal Tea House and Health Food	Furniture/ Home Accessories	Business Centre
Ice Cream and Frozen Desserts	Garment and Accessories	Commercial Cleaning
Marinated Goose Shop	Hairs, Skin, Cosmetics, Health Care Products	Computer Car Wash & Cleaning
Pizza Delivery	Jewellery	Imaging Products
Restaurant / Fast Food Restaurant / Takeaway	Kid's Garment, Shoes, Toys and Games	Laundry & Dry Cleaning

	Pet Shop	Photo Processing & Development
	Photocopiers and Office Equipment	Plumbing & Drain Services
	Rubber Stamps and Related Merchandise	Printing
	Sportswear & Accessories	Real Estate Agency
	Telecommunication Products and Equipment	Shredding & Recycling of Documents
	Wooden Horse for Children	Training/ Children Learning Centre

Major Department Stores.

<p>Name of store: Citistore Name of company: Citistore Limited Office address: Unit B, 7/F, M. Bux Tower, 119 Wo Yi Hop Road, Kwai Chung, N.T., Hong Kong Tel: (852) 24491668 Fax: (852) 24138789 Website: www.hld.com/associate/citistore Person in charge: Ms. Cynthia Lee, Asst. General Manager No. of stores in HK: Four (6) Locations: Tsuen Wan, Tuen Mun, Ma On Shan, Tseung Kwan O, Yuen Long, Tsimshatsui</p>	<p>Name of store: CRC Department Store Name of company: Chinese Arts & Craft China Resources Retail (Group) Co. Ltd Office address: 18/F, China Resources Building, 26 Harbour Road, Wanchai, Hong Kong Tel: (852) 2839 1888 Fax: (852) 2142 6890 E-mail: retail@crcretail.com Website: www.crcretail.com Person in charge: Ms. Cathy Zhang, Managing Director Mr. Eric Ai, Managing Director No. of stores in HK: CRC Department Store – Four (4) Locations: Causeway Bay, Mongkok, Tokwawan, Whampao No. of stores in HK: Chinese Arts & Craft – Five (5) Locations: Central, Admiralty, Wanchai Tsimshatsui, Jordan</p>
<p>Name of store: DFS Name of company: DFS Trading Hong Kong Ltd. Office address: 6/F, Chinachem Plaza, 77 Mody Road, Tsimshatsui, Kowloon, Hong Kong Tel: (852) 27325211 Fax: (852) 23120347 Website: www.dfsgalleria.com Person in charge: Mr. Peter Teo, General Manager No. of stores in HK: Three (3) Locations: Tsimshatsui x 2, Chek Lap Kok Airport</p>	<p>Name of store: Jusco Name of company: Jusco Stores (Hong Kong) Co. Ltd Office address: 3/F, Stanhope House, 738 King's Road, Quarry Bay, Hong Kong Tel: (852) 25653600 Fax: (852) 25638654 E-mail: juscoco@jusco.com.hk Website: www.jusco.com.hk Person in charge: Mr. K. Ishii No. of stores in HK: Eight (8) Locations: Kornhill, Tsuen Wan, Lok Fu, Tseung Kwan O, Tsz Wan Shan, Tai Po, Whampoa, Tuen Mun</p>
<p>Name of store: Lane Crawford Name of company: Lane Crawford (Hong Kong) Co. Ltd Office address: 25/F, Nat West Tower, Times Square, 1 Matheson Street, Causeway Bay, Hong Kong Tel: (852) 28804488 Fax: (852) 25656765 Website: www.lanecrawford.com.hk Person in charge: Mrs. Balbina Wong, President No. of stores in HK: Four (4) Locations: Central, Admiralty, Causeway Bay, Tsimshatsui</p>	<p>Name of store: Mitsukoshi Name of company: Mitsukoshi Enterprises Co. Ltd. Office address: Hennessy Centre, 500 Hennessy Road, Hong Kong Tel: (852) 2576 5222 Fax: (852) 28908972 Website: www.mitsukoshi.com.hk Person in charge: Mr. J. Hagino, Managing Director No. of stores in HK: One (1) Locations: Causeway Bay</p>
<p>Name of store: Hong Kong New World Department Store Name of company: Hong Kong New World Department Stores Co. Ltd. Office address: 1/F, New World Office Building (East Wing), 20-24 Salisbury Road, TsimshaTsui, Kowloon, Hong Kong Tel: (852) 31132888 Fax: (852) 31132889 E-mail: hkqmo@netvigator.com Website: www.nwds.com.hk Person in charge: Mr. Teddy Tsang, Managing Director No. of stores in HK: One (1) Locations: Tsimshatsui</p>	<p>Name of store: Seibu Name of company: Hong Kong Seibu Enterprise Co. Ltd. Office address: 21/F, Manualife Tower, 169 Electric Rd, Hong Kong Tel: (852) 28773627 Fax: (852) 28456533 Person in charge: Mr. Edwin Ing, Chief Executive Officer No. of stores in HK: Two (2) Locations: Admiralty, Causeway Bay</p>
<p>Name of store: Sincere Name of company: The Sincere Co. Ltd. Office address: 24/F, Leighton Centre, 77 Leighton Road, Causeway Bay, Hong Kong Tel: (852) 28301919 Fax: (852) 25779992 E-mail: mktg@sincere.com.hk Website: www.sincere.com.hk Person in charge: Mr. Philip Ma, Managing Director No. of stores in HK: Four (4) Locations: Central, Mongkok x 2, Shamshuipo</p>	<p>Name of store: Sogo Name of company: Sogo Hong Kong Co. Ltd. Office address: 20/F, East Point Centre, 555 Hennessy Road, Causeway Bay, Hong Kong Tel: (852) 28338338 Fax: (852) 28382030 E-mail: info.jp@sogo.com.hk Website: www.sogo.com.hk Person in charge: Mr. T. Hirota, General Manager No. of stores in HK: One (1) Locations: Causeway Bay</p>
<p>Name of store: UNY Name of company: UNY (HK) Co. Ltd. Office address: Cityplaza 2, 18 Taikoo Shing Road, Quarry Bay, Hong Kong Tel: (852) 28850331 Fax: (852) 28858081 Website: www.unyhk.com Person in charge: Mr. K. Ando, Managing Director No. of stores in HK: One (1) Locations: Taikoo</p>	<p>Name of store: Wing On Name of company: The Wing On Department Stores (HK) Ltd. Office address: 7/F, Wing On Centre, 211 Des Voeux Road Central, Hong Kong Tel: (852) 28521855 Fax: (852) 25412482 Website: www.wingonet.com Person in charge: Mr. Benny Chan, Managing Director No. of stores in HK: Six (6) Locations: Sheung Wan, Tai Koo Shing, Whampao, Kowloon Bay, Jordan, Discovery Bay</p>
<p>Name of store: Yue Hwa Name of company: Yue Hwa Chinese Products Emporium Ltd. Office address: 15/F, Champion Building, 301-309 Nathan Road, Kowloon, Hong Kong Tel: (852) 23840084 Fax: (852) 23858383 E-mail: info@yuehwacp.com Website: www.yuehwa.com.hk Person in charge: Mr. K.C. Yu, General Manager No. of stores in HK: Four (4) Locations: Tsimshatsui x 3, Jordan, Central</p>	

Major Hong Kong Companies operating in Mainland China.

Hong Kong based firms' or Hong Kong related firms' investments in Mainland China have been substantial in the past years. Some prominent examples:

Shopping malls:

- Cheung Kong (Oriental Plaza – Beijing; Westgate Mall Tower – Shanghai; Metropolitan Plaza – Chongqing)
- Hang Lung (e.g. Plaza 66, Grand Gateway – Shanghai)
- Henderson China (Heng Bao Garden – Guangzhou; Skycity – Shanghai)
- Hysan Development (Grand Gateway phase 1 – Shanghai)
- New World Development (New World Centre – Beijing; New World Anderson Centre – Tinjin)
- Sun Hung Kai Properties (Shanghai Central Plaza – Shanghai; Sun Dong An Plaza – Beijing)
- Wharf China (Times Square – Shanghai, Beijing, Chongqing)

Department stores / Specialty stores:

- Lane Crawford (Shanghai, Harbin)
- I.T.
- Joyce

Supermarkets / Personal products stores:

- Park'N Shop (Guangzhou: Rmb 190 mil in 2000)
- Watson's (Guangzhou: Rmb 110 mil in 2000)

Chain stores:

● Baleno	● Joy & Peace
● Bossini	● Le Saunda
● Esprit	● Mirabell
● G-2000	● Moisselle
● Giordano	● U2

Designer brands' level:

- Fairton (JV with MaxMara in China)

Wholesale level:

- Imaginex
- Actif
- Life Power
- Estimated over 100 agents in HK with representative offices in China for handling business in various sectors including fashion, textile, footwear, etc.

Ambasciata d'Italia a Pechino

2, Dong Er Jie San Li Tun - 100600 Beijing
T: 65322131 - 4
F: 65324676
E: ambpech@ambpech.org.cn
W: www.italianembassy.org.cn

Beijing Office

Rm 3802, Jing Guang Center Hu Jia Lou, Chaoyang District
100020 Beijing
T: 65973797
F: 65973092
E: pechino@pechino.ice.it
W: www.ice.it/estero2/pechino

Shanghai Office

Room 404, Office Tower of Hotel Equatorial
YanAn West Road, 65
200040 Shanghai
Tel: 021 - 62488600 or 62480081
Fax: 021 - 62482169
E-mail: shanghai@shanghai.ice.it
W: www.ice.it/estero2/shanghai

Guangzhou Office

Unit 1361, China Hotel, Office Tower
Liu Hua Road
510015 Guangzhou
Tel: 020 - 86670013 or 86663388 ext. 1361
Fax: 020 - 86672573
E-mail: canton.canton@ice.it
W: www.ice.it/estero2/canton/home.htm

Hong Kong Office

Unit 1901-02 Office Tower - Convention Plaza
No.1, Harbour Road -- Wanchai Hongkong
Tel: 00852-28466500
Fax: 00852-28684779
E-mail: hongkong.hongkong@ice.it
W: www.ice.it/estero2/hongkong

Nanjing Office

RM 1558, World Trade Center-JiLing Hotel
No. 2, HangZhou Road
210005 Nanjing - Jiangsu
Tel: 025 - 4700558 / 9, 47117788 ext. 1558
Fax: 025 - 4715737
Email: icenj@public1.ptt.js.cn

Chengdu Office

22th/F-05, Chengdu Foreign Trade Center
No. 210, West YuLong Street
610015 Chengdu – Sichuan Province
Tel: 028 - 86626506
Fax: 028 - 86628973
E-mail: icecd@public.cd.sc.cn

Aggiornato dagli Uffici a marzo 2003

L'elenco non pretende di esser esaustivo della grande distribuzione in Cina.

La Grande Distribuzione di beni di consumo in Cina e Hong Kong.

La situazione in Hong Kong

Tra i possibili modelli di canali distributivi e catene di punti vendita, la Grande Distribuzione – GDO (nella forma sia di catena di negozi sia di negozio di grandi dimensioni) e' la forma predominante in Hong Kong.

In seguito alla generale situazione di calo dei consumi, il fatturato complessivo in Hong Kong dei punti vendita e' rimasto quasi lo stesso nel 2002 e nel 2003. Nel 2003 I consumi interni sono diminuiti del 2.3%. Nonostante cio', si e' registrato un segnale di miglioramento nel 2004, con un aumento delle vendite al dettaglio del 8.4% nel primo trimestre 2004, rispetto allo stesso periodo dell' anno precedente. (vedi Appendice1)

Nonostante la ripresa economica, accompagnata da una minore disoccupazione, il turismo rappresenta un settore in forte espansione specialmente per quanto riguarda turisti provenienti dalla Cina continentale.. Cio' ha provocato una ripresa nelle vendite al dettaglio in Hong Kong, specialmente nei settori della gioielleria, degli elettrodomestici e dell'abbigliamento. Nel primo trimestre del 2004, il flusso di turisti dalla Cina e' aumentato del 37% raggiungendo quasi quota 3 milioni, cifra che rappresenta il 60% del turismo in entrata.

Modelli di GDO in Hong Kong

Possono essere considerati 4 differenti modi di organizzare la GDO in Hong Kong (vedi Appendice 2 con la lista dei maggiori punti vendita):

1) Department Stores – Grandi magazzini

In Hong Kong, i grandi magazzini possono essere storicamente suddivisi in tre categorie: quelli del primo tipo (come Lane Crawford, Seibu) sono localizzati prevalentemente in area commerciali e turistiche ed hanno un target di consumatori rappresentato da turisti e lavoratori dipendenti. Quelli del secondo tipo (come Sogo, Wing On, Sincere) sono locati sia in aree commerciali che residenziali e si riferiscono sia a turisti che a pubblico in generale. La terza categoria (come Jusco, Citistore) e' locata in aree solo residenziali e si rivolge a famiglie e residenti. I risultati della maggior parte di questi negozi sono stati stabili negli ultimi anni dopo un periodo di consolidamento (1998 / 2000). Sulla base delle tipologie di prodotti venduti i grandi magazzini - department stores possono importare direttamente da fornitori e/o acquistare tramite agenti in Hong Kong e in Italia.

2) High-end Designer Labels – negozi di grandi stilisti

Questo particolare tipo di punto vendita riguarda principalmente sia marchi di alta moda sia di calzature/pelletteria sia accessori/oggettistica per l'abitare con marchi dall'Europa e dagli Usa. Mentre molti di questi marchi (ancora la maggior parte) si trovano rappresentati da agenti/distributori, un numero consistente di grandi nomi della ns. moda hanno stabilito una filiale in Hong Kong (spesso anche quartier generale regionale) come Prada, Gucci e Giorgio Armani (solo per citarne alcuni). In generale queste societa' operano con tre differenti modalita': negozi monomarca (come Gucci, Prada), negozi multi marca (come le catene locali Joyce, Swank, I.T.) o corner all'interno di grandi magazzini (cd. shop-in-shop). La maggior parte di questi nomi hanno esteso la loro presenza in Hong Kong negli ultimi anni stabilendovi il loro negozio piu' grande in Cina.

3) Specialized Chain Shops – catene di negozi specializzati (prodotto)

Si tratta di catene di negozi specializzati in un solo prodotto venduto in numerosi punti vendita (Mirabell – calzature; Giordano / Bossini - abbigliamento giovane). Situati sia nei centri commerciali piu' noti al grande pubblico sia nelle strade a piu' alta densita' di shoppers (come Nathan Road) hanno come obiettivo il pubblico in generale con particolare

riferimento ai giovani e i turisti. I prodotti tipici sono diversi, dalle calzature agli accessori, dall'abbigliamento all'alimentare, con una caratteristica in comune che è quella di rinnovarsi continuamente sia per la forte competizione sia per i cambiamenti in corso nelle abitudini dei consumatori. Le procedure di acquisto dipendono dal tipo di prodotto e possono riguardare sia prodotti importati che locali.

4) Franchise Operations – franchising

Sono oltre 90 attualmente le operazioni in franchising in Hong Kong: di queste il 53% sono locali, il 18% costituito da stranieri con operazioni di sub-franchising, mentre il 29% è rappresentato da franchise stranieri senza operazioni di sub-franchising che collaborano con operatori locali. Il 36% delle operazioni sono nel settore del catering, un altro terzo nelle industrie di servizi e le rimanenti nell'immobiliare. Negli ultimi 12 mesi, si è notato un crescente interesse per questo tipo di operazioni perché si tratta di un supporto alla crescita di attività commerciali con limitati capitali e che non richiede capitali bancari.

Modelli di GDO di Hong Kong che operano in Cina Continentale

Anche se il fenomeno non è mai stato censito specificatamente con particolare riferimento ai beni di consumo, il numero delle catene sopra menzionate nelle sue diverse forme ed espressioni è considerevole: si pensi infatti alla numerosità di centri commerciali, grandi magazzini, catene di negozi aperte e tuttora attive con capitali di Hong Kong.

Nella appendice 3 è comunque presentato un chiaro esempio dei principali di questi investimenti, sia immobiliari che commerciali, in Cina. Tra l'altro il processo di investimento sta subendo una forte accelerazione sia per la riduzione (già discussa) delle vendite in Hong Kong sia per la crescita in Cina, in forma costante della propensione verso consumi di stampo occidentale. Si può senz'altro dire che in Hong Kong tutti i principali soggetti sia immobiliari sia canali distributivi stanno cercando di assicurarsi una quota in un mercato vasto e dalle molte potenzialità.

Nel caso degli investimenti immobiliari la maggior parte di quelli di Hong Kong hanno iniziato ad investire nelle città principali come Shanghai e Pechino. Alcuni esempi possono essere Plaza 66 (Hang Lung Group) al momento il più famoso ed ancora selezionato dai grandi nomi della moda europea; grandi magazzini come Lane Crawford hanno aperto nel 2001 a Shanghai e alla fine del 2002 in Harbin (a Nord di Pechino); I.T., catena specializzata in abbigliamento di alta gamma europeo, americano e giapponese ha aperto una serie di negozi in Shanghai nel 2002.

Per le società che sono popolari in Hong Kong, il franchising è una delle soluzioni più rapide per l'espansione in Cina considerando alcuni precedenti limiti alla costituzione societaria in Cina (rimossi nel 2001). Non esistono tuttavia schemi fissi: Esprit (abbigliamento) segue in franchising in Shanghai ma con distributori in Guangzhou e Shenzhen; Bossini (abbigliamento) ne ha 102 di proprietà e 73 in franchising complessivamente in Cina. Normalmente il franchising è stabilito con una JV con partners locali. Questa tendenza riguarda anche i marchi di prestigio; Max Mara per esempio, ha aumentato la sue rete di punti vendita in Cina attraverso la joint-venture con Fairton.

Escludendo i grandi gruppi, sono più di 100 le PMI di Hong Kong che stanno lavorando con profitto in Cina aprendo negozi in varie località e includendovi l'assortimento medesimo di prodotti che hanno in Hong Kong. Imaginex, Actif e Life Power sono esempi di marchi stranieri che stanno espandendo la loro rete di vendita in Cina.

Appendix 2: MODES OF LARGE DISTRIBUTION IN HONG KONG

1) Major Department Stores

<p>Name of store: Citistore Name of company: Citistore Limited Office address: Unit B, 7/F, M. Bux Tower, 119 Wo Yi Hop Road, Kwai Chung, N.T., Hong Kong Tel: (852) 24491668 Fax: (852) 24138789 Website: www.hld.com/associate/citistore Person in charge: Ms. Cynthia Lee, Asst. General Manager No. of stores in HK: Four (6) Locations: Tsuen Wan, Tuen Mun, Ma On Shan, Tseung Kwan O, Yuen Long, Tsimshatsui</p>	<p>Name of store: CRC Department Store Chinese Arts & Craft Name of company: China Resources Retail (Group) Co. Ltd Office address: 2/F, 378 Nathan Road, Kowloon, Hong Kong Tel: (852) 2839 1888 Fax: (852) 2577 5063 E-mail: retail@crcretail.com Website: www.crcretail.com Person in charge: Ms. Cathy Zhang, Managing Director Mr. Eric Ai, Managing Director No. of stores in HK: CRC Department Store – Two (2) Locations: Whampao, Causeway Bay Chinese Arts & Craft – Five (5) Locations: Central, Admiralty, Wanchai, Tsimshatsui, Jordan</p>
<p>Name of store: DFS Name of company: DFS Trading Hong Kong Ltd. Office address: 6/F, Chinachem Plaza, 77 Mody Road, Tsimshatsui, Kowloon, Hong Kong Tel: (852) 27325211 Fax: (852) 23120347 Website: www.dfsgalleria.com Person in charge: Mr. Peter Teo, General Manager No. of stores in HK: Three (3) Locations: Tsimshatsui x 2, Chek Lap Kok Airport</p>	<p>Name of store: Jusco Name of company: Aeon Stores (Hong Kong) Co. Ltd Office address: 3/F, Stanhope House, 738 King's Road, Quarry Bay, Hong Kong Tel: (852) 25653600 Fax: (852) 25638654 E-mail: jusco.com.hk Website: juscocityhk.com Person in charge: Mr. K. Ishii No. of stores in HK: Seven (7) Locations: Kornhill, Tsuen Wan, Lok Fu, Tseung Kwan O, Tai Po, Whampoa, Tuen Mun</p>
<p>Name of store: Lane Crawford Name of company: Lane Crawford (Hong Kong) Co. Ltd Office address: 25/F, RBS Tower, Times Square, 1 Matheson Street, Causeway Bay, Hong Kong Tel: (852) 28804488 Fax: (852) 25656765 Website: www.lanecrawford.com Person in charge: Ms Jennifer Woo, President No. of stores in HK: Four (4) Locations: Central, Admiralty, Causeway Bay, Tsimshatsui</p>	<p>Name of store: Mitsukoshi Name of company: Mitsukoshi Enterprises Co. Ltd. Office address: Hennessy Centre, 500 Hennessy Road, Hong Kong Tel: (852) 2576 5222 Fax: (852) 28908972 Website: www.mitsukoshi.com.hk Person in charge: Mr. J. Hagino, Managing Director No. of stores in HK: One (1) Locations: Causeway Bay</p>
<p>Name of store: Hong Kong New World Department Store Name of company: Hong Kong New World Department Stores Co. Ltd. Office address: 1/F, New World Office Building (East Wing), 20-24 Salisbury Road, TsimshaTsui, Kowloon, Hong Kong Tel: (852) 31132888 Fax: (852) 31132889 E-mail: hkgmo@nwds.com.hk Website: www.nwds.com.hk Person in charge: Mr. Teddy Tsang, Managing Director No. of stores in HK: One (1) Locations: Tsimshatsui</p>	<p>Name of store: Seibu Name of company: Hong Kong Seibu Enterprise Co. Ltd. Office address: 21/F, Manualife Tower, 169 Electric Rd, Hong Kong Tel: (852) 28773627 Fax: (852) 28456533 Person in charge: Mr. Edwin Ing, Chief Executive Officer No. of stores in HK: Two (2) Locations: Admiralty, Causeway Bay</p>
<p>Name of store: Sincere Name of company: The Sincere Co. Ltd. Office address: 24/F, Leighton Centre, 77 Leighton Road, Causeway Bay, Hong Kong Tel: (852) 28301919 Fax: (852) 25779992 E-mail: mktg@sincere.com.hk Website: www.sincere.com.hk Person in charge: Mr. Philip Ma, Managing Director No. of stores in HK: Three (3) Locations: Central, Mongkok, Shamshuipo</p>	<p>Name of store: Sogo Name of company: Sogo Hong Kong Co. Ltd. Office address: 20/F, East Point Centre, 555 Hennessy Road, Causeway Bay, Hong Kong Tel: (852) 28338338 Fax: (852) 28382030 E-mail: info.gen@sogo.com.hk Website: www.sogo.com.hk Person in charge: Mr. Nonaka, General Manager No. of stores in HK: One (1) Locations: Causeway Bay</p>
<p>Name of store: UNY Name of company: UNY (HK) Co. Ltd. Office address: Cityplaza 2, 18 Taikoo Shing Road, Quarry Bay, Hong Kong Tel: (852) 28850331 Fax: (852) 28858081 Website: www.unyhk.com Person in charge: Mr. K. Ando, Managing Director No. of stores in HK: One (1) Locations: Taikoo</p>	<p>Name of store: Wing On Name of company: The Wing On Department Stores (HK) Ltd. Office address: 7/F, Wing On Centre, 211 Des Voeux Road C, Central, Hong Kong Tel: (852) 28521855 Fax: (852) 25412482 Website: www.wingonet.com Person in charge: Mr. Benny Chan, Managing Director No. of stores in HK: Four (4) Locations: Sheung Wan, Tai Koo Shing, Jordan, Discovery Bay</p>
<p>Name of store: Yue Hwa Name of company: Yue Hwa Chinese Products Emporium Ltd. Office address: 15/F, Champion Building, 301-309 Nathan Road, Kowloon, Hong Kong Tel: (852) 23840084 Fax: (852) 23858383 E-mail: info3@yuehwacp.com Website: www.yuehwa.com.hk Person in charge: Mr. K.C. Yu, General Manager No. of stores in HK: Five (5) Locations: Tsimshatsui x 3, Jordan, Central</p>	

Appendix 1:

VALUE & VOLUME INDICES OF RETAIL SALES IN HONG KONG (Jan 03 – Mar 04)

TYPE OF OUTLETS		Index Number of Dec 2003 (Provisional Figures)		Jan – Dec 2003 compared with Jan – Dec 2002		Index Number of Mar 2004 (Provisional Figures)		Jan - Mar 2004 compared with Jan - Mar 2003	
		VALUE	VOLUME	(%)	(%)	VALUE	VOLUME	(%)	(%)
(A)	FOR ALL RETAIL OUTLETS	106,8	110,7	-2,3	-0,6	99,8	106,9	+ 8,4	+ 7,3
(B)	BY TYPE OF RETAIL								
	Food, alcoholic drinks and	106,0	115,1	-0,5	+ 1,6	95,5	101,5	+ 2,8	+ 2,1
-	Fish, livestock and poultry, fresh or frozen	103,1	120,3	+ 0,2	+ 4,6	98,0	108,6	-1,8	-2,1
-	Fruits and vegetables, fresh	62,0	65,3	-8,6	-9,7	70,4	70,9	+ 6,3	-1,1
-	Bread, pastry, confectionery and biscuits	124,3	130,4	+ 3,1	+ 5,0	107,7	112,9	+ 6,5	+ 6,5
-	other food stuffs	113,9	120,8	+ 2,4	+ 3,9	93,3	98,0	+ 3,7	+ 3,7
-	Alcoholic drinks and tobacco	118,2	118,6	-11,9	-13,3	104,7	107,8	+ 7,3	+ 8,2
	Supermarkets*	102,8	101,3	-1,0	-0,8	96,8	95,2	+ 0,4	+ 0,6
	Fuels	69,4	63,0	-7,6	-10,9	70,5	62,6	+ 1,2	-1,8
	Clothing, footwear and allied	116,9	119,1	-7,3	-4,3	90,3	93,5	+ 9,8	+ 3,4
-	Wearing apparel	116,8	116,8	-7,7	-5,1	90,8	93,2	+ 10,1	+ 2,4
-	Footwear, allied products and other clothing accessories	118,0	132,7	-4,6	+ 0,5	87,3	95,3	+ 8,5	+ 9,2
	Consumer durable goods	96,6	124,1	-2,6	+ 5,9	118,8	166,6	+ 12,6	+ 18,4
-	Motor vehicles and parts	74,0	83,3	-13,1	-13,1	125,7	163,5	+ 3,0	+ 3,6
-	Electrical goods and photograph equipment	118,3	160,3	+ 3,8	+ 17,6	135,5	204,9	+ 19,8	+ 28,2
-	Furniture and fixtures	98,6	108,3	-4,8	-0,1	91,0	99,9	+ 16,8	+ 22,1
-	Other consumer durable goods, not elsewhere classified	76,1	117,3	+ 1,3	+ 11,8	90,9	142,4	+ 2,0	+ 8,8
	Department stores	141,3	145,8	-2,9	-2,9	90,3	93,9	+ 11,1	+ 8,8
	Jewellery, watches and clocks, and valuable gifts	109,2	90,3	-2,9	-9,9	105,2	85,70	+ 14,0	+ 3,2
	Other consumer goods	101,6	102,9	+ 1,2	+ 2,5	101,6	103,30	+ 9,4	+ 9,1
-	Books, newspapers, stationery and gifts	95,6	85,8	-6,6	-6,8	73,8	66,40	+ 0,8	#
-	Chinese drugs and herbs	99,2	106,0	+ 3,4	+ 4,1	81,0	85,20	-5,9	-6,5
-	Optical shops	80,0	87,8	-10,7	-5,5	95,3	104,10	-0,8	+ 3,7
-	Medicines and cosmetics	120,5	122,3	+ 6,3	+ 6,9	130,3	132,60	+ 15,0	+ 14,5
-	Other consumer goods, not elsewhere classified	90,3	94,0	+ 0,9	+ 2,7	93,9	97,50	+ 12,4	+ 11,3
Note 1: * These figures do not include sales in supermarket sections of department stores. Supplementary statistics that include such sales are shown below:									
	Supermarkets and supermarkets operating in department stores	105,7	104,6	-0,3	+ 0,1	98,1	97,0	+ 1,4	+ 1,4
Note 2: The sum of individual items and the total shown might not exactly tally because of rounding.									
Note 3: # Denotes change within +/- 0.05									

2) High-end Designer Labels

Importer / Sole Agent	Major Brands Represented
Bluebell Fashion Ltd	Moschino, Blumarine, Blugirl, Anna Molinari, Narciso Rodriguez, Etienne Aigner, Follie Follie
Fairton International Ltd	Bally, Max Mara, Max & Co., Marina Rinaldi, Marella, Prisma, Penny Black, Kookai
IT Asia Pacific	D & G; Dolce & Gabbana. R Gigli, Versus
Joyce Boutique	Marni, Jil Sander, Missoni, Issey Miyaki, Costume National, Dries Van Noten,
Lane Crawford Ltd	Alberta Ferretti, AA Milano, Pal Zileri, Verri, Corneliani, BCBG, Thierry Mugler, John Barlett, Herve Leger, St. John, Badgley Mischka, Alma
Sidefame Ltd	Anteprima, Furla
The Swank Shop Ltd	Marc by Marc Jacob, Gianfranco Ferre, Gianfranco Ferre Studio, Gieffeffe, Romeo Gigli, Lawrence Steele, Valentino, Strenesse, Givenchy, Christian Lacroix, Ungaro, Plein Sud, Marcel Marongiu, Sylvie Schimmel, Owen Gaster
The World Signs	Mariella Burani, Terzotto, Estyn
Wah Chong (F.E.) Imp & Exp Ltd	Etro, G. Gigli, Example by Missoni, Les Copain

3) Specialized Chains Shops

Specialized product category	Example of shops in Hong Kong
Fashion	Esprit, Giordano, Bossini, G-2000, U2, Michel Rene
Shoes / Leather goods	Le Saunda, Millies, Milan, Mirabell, Joy & Peace
Jewelry	TSL, Chow Sang Sang
Costume Jewelry	Isabella, MaBell, J's
Cosmetics / Beauty products	Sasa, The Body Shop, Red Earth
Supermarket	Park'n Shop, Wellcome
Cake	Saint Honor, Maxim's
Grocery / Convenience store	Watson's, Mannings, 7-11, Circle K
Furniture	Ikea
Gifts / Premiums	Warner Brothers, Disney Store, Kalm's
Toys	Toys-r-us

4) Franchise Operations - Categories

Areas of business		
Catering	Retailing	Services
Barbecued Meat	Bags	Air Duct Cleaning
Beancurd Drinks and Products	Books	Bathtubs & Tiles Reglazing
Coffee & Tea Shop	Convenience Store	Beauty Salon
Herbal Tea House and Health Food	Furniture/ Home Accessories	Business Centre
Ice Cream and Frozen Desserts	Garment and Accessories	Commercial Cleaning
Marinated Goose Shop	Hairs, Skin, Cosmetics, Health Care Products	Computer Car Wash & Cleaning
Pizza Delivery	Jewellery	Imaging Products
Restaurant / Fast Food	Kid's Garment, Shoes, Toys and Games	Laundry & Dry Cleaning
Restaurant / Takeaway	Pet Shop	Photo Processing & Development
	Photocopiers and Office Equipment	Plumbing & Drain Services
	Rubber Stamps and Related Merchandise	Printing
	Sportswear & Accessories	Real Estate Agency
	Telecommunication Products and Equipment	Shredding & Recycling of Documents
	Wooden Horse for Children	Training/ Children Learning Centre

Appendix 3: Major Hong Kong companies operating in Mainland China

Hong Kong based firms' or Hong Kong related firms' investments in Mainland China have been substantial in the past years. Some prominent examples:

Shopping malls:

- Cheung Kong (Oriental Plaza – Beijing; Westgate Mall Tower – Shanghai; Metropolitan Plaza – Chongqing)
- Hang Lung (e.g. Plaza 66, Grand Gateway – Shanghai)
- Henderson China (Heng Bao Garden – Guangzhou; Skycity – Shanghai)
- Hysan Development (Grand Gateway phase 1 – Shanghai)
- New World Development (New World Centre – Beijing; New World Anderson Centre – Tinjin)
- Sun Hung Kai Properties (Shanghai Central Plaza – Shanghai; Sun Dong An Plaza – Beijing)
- Wharf China (Times Square – Shanghai, Beijing, Chongqing)

Department stores / Specialty stores:

- Lane Crawford (Shanghai, Harbin)
- I.T.
- Joyce

Supermarkets / Personal products stores:

- Park'N Shop (Guangzhou: Rmb 190 mil in 2000)
- Watson's (Guangzhou: Rmb 110 mil in 2000)

Chain stores:

● Baleno	● Joy & Peace
● Bossini	● Le Saunda
● Esprit	● Mirabell
● G-2000	● Moisselle
● Giordano	● U2

Designer brands' level:

- Fairton (JV with MaxMara in China)
- Cantarelli & C. Spa (Cooperation agreement with Chinese partner Buono Brand Corporation) to open 28 China shops by 2010

Wholesale level:

- Imaginex
- Actif
- Life Power

- Estimated over 100 agents in HK with representative offices in China for handling business in various sectors including fashion, textile, footwear, etc.