

EL SECTOR DE LA MARROQUINERÍA
EN HONG KONG

OFICINA COMERCIAL DE ESPAÑA
GONZALO JEREZ (BECARIO ICEX)
HONG KONG - MARZO 2003

1. RESUMEN Y CONCLUSIONES	3
2. INTRODUCCIÓN.....	8
3. ANÁLISIS DE LA OFERTA	11
DISTRIBUCION GEOGRÁFICA DE LA INDUSTRIA DE LA MARROQUINERIA EN CHINA	12
PROCEDENCIA DE PIEL Y CUERO EN CHINA.....	13
ESTRUCTURA Y SITUACIÓN DE LA INDUSTRIA LOCAL.....	13
OFERTA LOCAL	15
LA COMPETENCIA EXTRANJERA.....	15
COMERCIO EXTERIOR.....	16
IMPORTACIONES	16
RE-EXPORTACIONES.....	23
EXPORTACIONES DOMÉSTICAS	30
4. ANÁLISIS DEL COMERCIO	35
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	35
DISTRIBUCIÓN	37
FORMAS DE PAGO.....	40
FACTORES ARANCELARIOS	41
TRANSPORTE.....	41
5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	43
6. ENTREVISTAS.....	47
7. ANEXOS.....	58
EMPRESAS IMPORTADORAS DE BOLSOS Y MARROQUINERÍA DE PIEL	58
EMPRESAS IMPORTADORAS DE BILLETEROS Y MONEDEROS DE PIEL	71
EMPRESAS IMPORTADORAS DE CINTURONES DE PIEL	78
FERIAS	84
ASOCIACIONES	86
PUBLICACIONES.....	86

1. RESUMEN Y CONCLUSIONES

HONG KONG:

El sector de la marroquinería en Hong Kong es muy competitivo. Destacan sobre todo las marcas de lujo italianas y francesas. España se conoce a través de Loewe. No hay otras marcas españolas de renombre mundial en Hong Kong.

Hong Kong es uno de los principales países exportadores de artículos de piel sobre todo en lo referente a calzado, situándose por detrás de Italia.

China Continental es, y con mucha diferencia con otros países competidores, el primer exportador de artículos de piel y cuero hacia Hong Kong. Representa el 90% de las importaciones hongkonesas. Los demás proveedores son, por orden de importancia, Francia, Italia, Suiza, Reino Unido, España y Singapur.

Oferta.

La producción local.

Hong Kong contaba en 2002 con sólo 56 empresas fabricantes debido al proceso de la deslocalización de la industria en el sudeste chino.

El 90% de los fabricantes locales de bolsos de mano deslocalizan una parte de la producción en China. Sólo actividades como el diseño, el "sourcing" de materias primas y la producción de muestras se hallan en la isla.

La fabricación de marroquinería se centra en la gama media. Sin embargo la contribución de Hong Kong en forma de inversión, fuentes de información, gestión de producción y control de calidad ha permitido a las fábricas chinas mejorar la gama de su producto final.

La mayoría de empresas fabricantes de marroquinería de Hong Kong son PYMES especializadas en artículos de marca blanca que luego se comercializan en Estados Unidos, Europa Occidental y Japón.

Cada vez hay más fabricantes que invierten en el diseño de sus artículos y en el control de calidad. Por otro lado, todavía prefieren generalmente vender en el extranjero a importadores o distribuidores que se encargan de ofrecer el producto tanto a mayoristas como a minoristas.

Hay que destacar que ciertas marcas de renombre internacional son fabricadas por empresas de Hong Kong bajo licencia utilizando sus fábricas en China continental.

La competencia extranjera.

Sin tener en cuenta a China Continental (aproximadamente el 90% de las importaciones), Francia e Italia dominan las importaciones de marroquinería de Hong Kong.

Marcas extranjeras más demandadas en Hong Kong

- Italianas: Salvatore Ferragamo, Fendi, Prada, Mui Mui, Dolce & Gabbana, Gucci, Sergio Rossi, Tod's
- Francesas: Lancel, Longchamp, Vuitton, Cartier, Dior, Chanel, Céline, Bally, Hermès
- Españolas: Loewe
- Inglesas: Anya Hindmarch, Clarks, Church, Millie

Si bien las exportaciones francesas superan en valor a las italianas, la notoriedad de los productos transalpinos es sin duda mayor. De todas formas debe tenerse presente que en los últimos años los artículos españoles han ido haciéndose con más mercado gracias a modelos originales, buena calidad y precios razonables. En general a los productos franceses se les tilda de demasiado caros.

Comercio exterior.

El 99% de las exportaciones honkonesas son en realidad reexportaciones de las cuales el 91,5% proceden de China Continental.

Los Estados Unidos son el principal mercado de destino de las exportaciones de artículos de piel (alrededor del 41% de las exportaciones totales de Hong Kong) seguidas muy de lejos por Japón, el Reino Unido y Alemania.

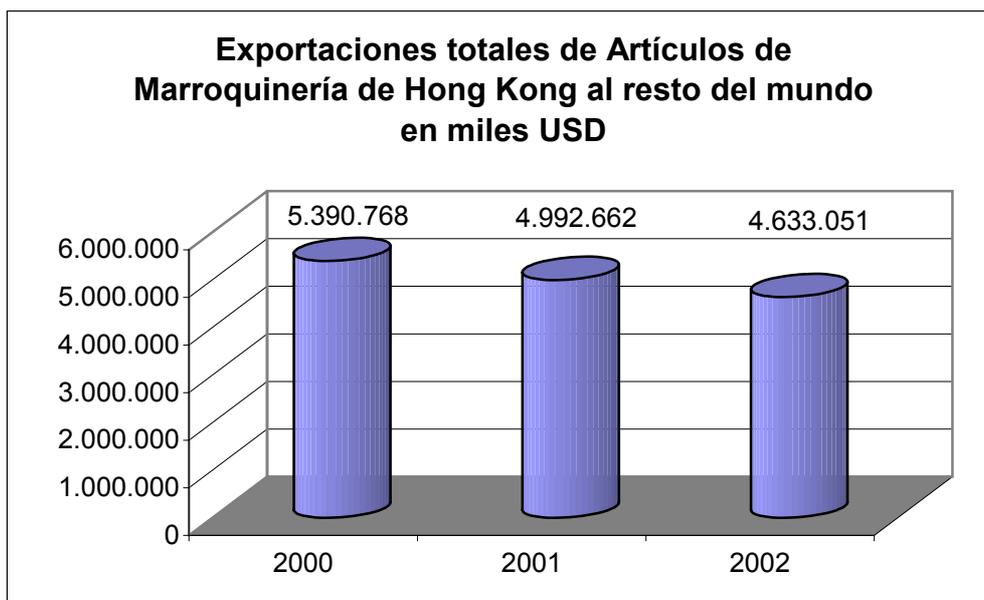
España se sitúa por detrás de Alemania, Francia, Italia y Holanda.

Por lo que respecta a las importaciones, China ocupa el primer lugar de origen y Francia el segundo lugar pero sus cifras son insignificantes si comparamos ambas.

España se sitúa en cuarto lugar, detrás de Francia e Italia, pero muy lejos en realidad del gran mercado proveedor que es China continental.

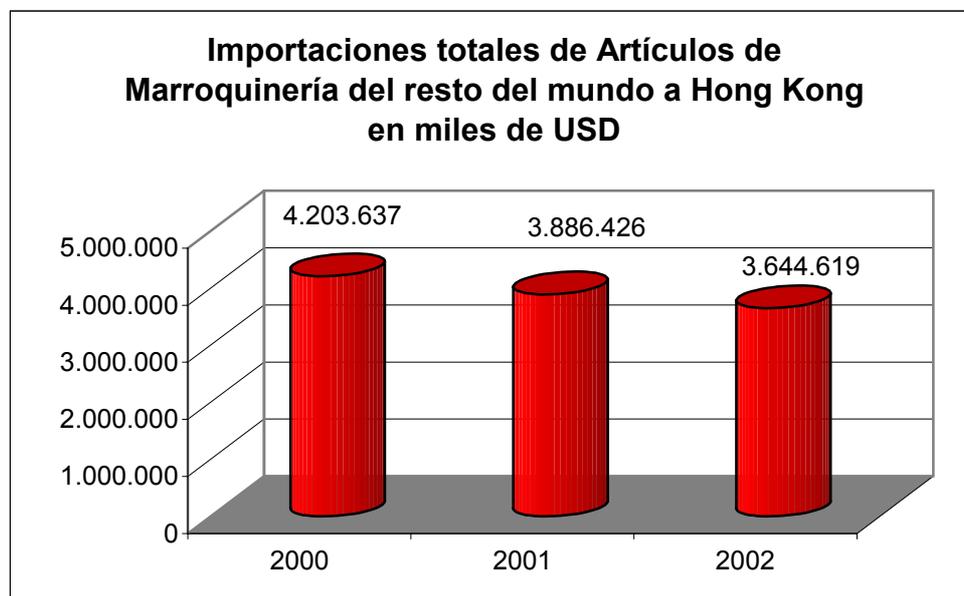
Situación actual del mercado

Las exportaciones totales de artículos de marroquinería de Hong Kong al resto del mundo durante los últimos tres años se han venido reduciendo a ritmo constante, en parte debido a que, como se ha mencionado anteriormente, China exporta cada vez más sus artículos directamente sin intermediación de Hong Kong. A su vez, influye también la deslocalización de la producción de Hong Kong, que se traslada inexorablemente a China.

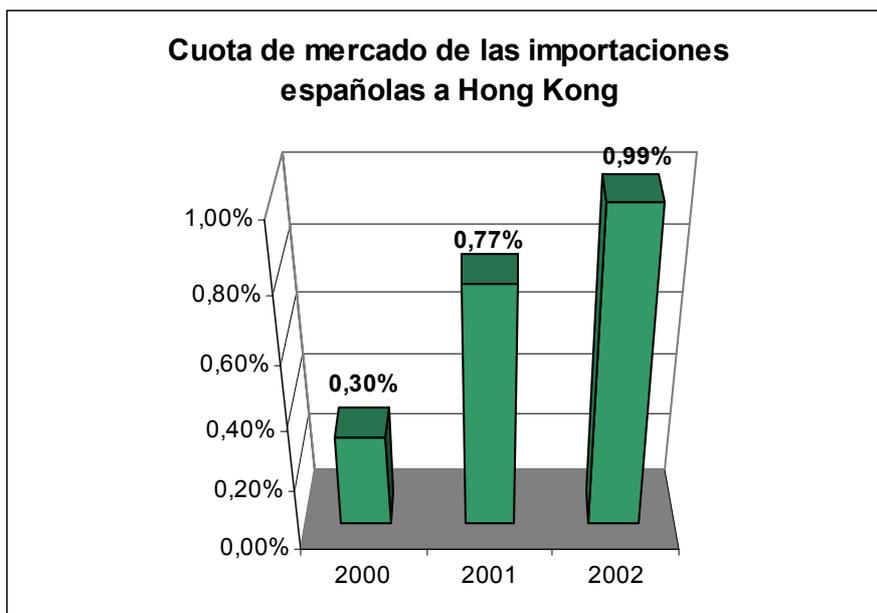


Hong Kong exportó a España un total de **81.252.000 USD** durante el 2002, lo que supone un **1,8%** de la cifra total, situada alrededor de los 4.633 millones de USD.

En cuanto a las importaciones totales de artículos de marroquinería de Hong Kong, la cifra durante los últimos tres años viene disminuyendo, al igual que las exportaciones.



Sin embargo, la cuota de mercado española en las importaciones de Hong Kong ha experimentado un pequeño pero constante aumento desde un **0,30%** en el año 2000, hasta un **0,99%** en el 2002, lo que supone casi unos **36 millones** de USD sobre un total de 3.644 millones de USD.



La demanda.

En la demanda hay que diferenciar dos grupos de consumidores: la clientela local y los turistas:

- Los turistas prefieren en general las marcas europeas vendidas en establecimientos de lujo o en el "duty free".
- El consumidor local se decanta por productos extranjeros, siendo especialmente sensible a la marca.

Según la última encuesta de presupuesto familiar, se confirma la tendencia a la reducción de los gastos destinados a accesorios de piel.

Acceso al mercado

Los artículos de marroquinería no están sujetos a regulación especial alguna.

El comercio detallista de Hong Kong está muy estructurado. Los grandes almacenes representan aproximadamente el 50% de las ventas de artículos de marroquinería de marca. Luego se sitúan las tiendas prêt à porter, las tiendas especializadas en marroquinería y las que también ofrecen calzado de piel.

Promoción y publicidad.

El consumidor de Hong Kong, (locales con alto poder adquisitivo y expatriados), buscan más que el artículo en sí, una marca conocida. Un precio alto puede justificarse perfectamente si el artículo es de marca. Por lo tanto para conseguir acercar la marca al público es necesario invertir en actividades publicitarias.

La publicidad en el transporte público es muy eficaz, sobre todo en la red de metro a través de carteles. Tampoco debe olvidarse la publicidad en revistas de moda como Cosmopolitan, Harper's Bazaar o Esquire.

La feria más importante es la Asia Pacific Leather Fair (con dos ediciones anuales) donde se dan cita importadores, distribuidores y exportadores internacionales. En Europa destaca la GDS International Shoes Fair (Düsseldorf).

Aquellos fabricantes especializados en bolsos de mano, monederos y otros accesorios también acuden a ferias de regalos como PREMIERE (Frankfurt) y Tokyo International Gift Show (Tokio).

SUGERENCIAS FINALES SOBRE EL MERCADO CHINO Y DE HONG KONG

China es uno de los grandes productores de piel y cuero del mundo. Su demanda interna está aumentando considerablemente en parte porque el nivel de vida mejora día a día, también por la progresiva reducción de las trabas al comercio con China, sobre todo desde su entrada en la OMC.

Empresas de países con gran tradición marroquinera admiten el gran potencial del mercado chino. Y lo que le hace aún más atractivo es la saturación de los mercados occidentales en este tipo de artículos.

La empresa española que pretenda acercarse al mercado chino hoy por hoy tiene dos opciones, por un lado puede optar por entrar directamente en China Continental, posibilidad que cada vez es menos costosa y complicada, o puede, por otro lado elegir un agente o distribuidor en Hong Kong, que progresivamente ayude a introducir los productos españoles en el mercado chino.

En Hong Kong lo más importante es darse a conocer, habida cuenta que el consumidor local busca en primer lugar marcas y no el artículo en sí.

Lane Crawford es el sitio ideal para ello. Puede intentarse también la venta a través de pequeños establecimientos, en cuyo caso el precio será menor.

Uno de los inconvenientes es que China Continental y ciertos países del sudeste asiático venden hoy marroquinería de calidad a precios menores que los europeos. Esto supone un obstáculo para la marroquinería española que carece de marca conocida internacionalmente, pero que intenta encontrar una clientela de clase media.

2. INTRODUCCIÓN

El presente estudio de mercado se realizó durante los meses de Febrero y Marzo de 2003.

Su objetivo es ofrecer una visión detallada del sector de la marroquinería en Hong Kong, teniendo siempre como referencia el mercado de la China continental. De ahí que se comparen a lo largo de todo el estudio ambos mercados.

El presente estudio comprende las siguientes partidas arancelarias:

CODIGOS	DESIGNACION
	<p>Baúles, maletas y maletines, incluidos los de aseo y portadocumentos, carteras de mano, cartapacios y continentes similares: <i>Trunks, suit-cases, vanity-cases, executive-cases, brief-cases, school satchels and similar containers:</i></p>
4202 1110	- Con la superficie exterior de cuero natural, de cuero artificial o regenerado o de cuero barnizado
4202 1120	- <i>With outer surface of leather, of composition leather or of</i>
4202 1130	<i>patent leather</i>
4202 1210	- Con la superficie exterior de plástico o de materiales
4202 1220	textiles
4202 1230	- <i>With outer surface of plastic or of textile materials</i>
4202 1240	
4202 1250	
4202 1260	
42021910	- Los demás
4202 1920	- <i>Other</i>
4202 1930	
	<p>Bolsos de mano, incluso con bandoleras o sin asas: <i>Handbags, whether or not with shoulder strap, including those without handle:</i></p>
4202 2100	- Con la superficie exterior de cuero natural, de cuero artificial o regenerado o de cuero barnizado - <i>With outer surface of leather, of composition leather or of patent leather</i>
4202 2210	- Con la superficie exterior de hojas de plástico o de materias
4202 2220	textiles

4202 2910	- <i>With outer surface of plastic sheeting or of textile materials</i>
4202 2990	- Los demás - <i>Other</i>

CODIGOS

DESIGNACION

4202 3100	Artículos de bolsillo o de bolso de mano:
4202 3210	<i>Articles of a kind normally carried in the pocket or in the</i>
4202 3220	<i>handbag:</i>
4202 3910	
4202 3990	
4202 9110	Los demás:
4202 9120	(Sacos de viaje, bolsas de aseo, mochilas y bolsas para
4201 9130	artículos de deportes... de cuero, hojas de plástico, materias
4202 9190	textiles u otros)
4202 9210	
4202 9220	Other:
4202 9230	<i>(Travelling-bags, shopping-bags, haversacks, rucksacks, toilet</i>
4202 9240	<i>bags, sport bags... of leather, plastic sheeting, textile materials</i>
4202 9250	<i>or other)</i>
4202 9260	
4202 9270	
4202 9280	
4202 9910	
4202 9920	
4202 9930	
4202 9990	
	Guantes y manoplas:
	Gloves, mittens and mitts:
4203 2110	- Diseñados especialmente para la práctica del deporte
4203 2120	- <i>Specially designed for use in sports</i>
4203 2910	- Los demás
4203 2920	- <i>Other</i>
4203 3000	Cintos, cinturones y bandoleras:
	Belts and bandoliers:
4203 4000	- Otros accesorios de vestir
	- <i>Other clothing accessories</i>

La metodología utilizada para la elaboración del estudio ha sido tanto una labor de despacho como de campo:

- La labor de despacho se ha basado en la consulta de estudios sectoriales anteriores, de estadísticas, de revistas especializadas y de diarios, de publicaciones de asociaciones del sector y libros sobre el tema.

- La labor de campo se ha centrado en la realización de entrevistas y visitas a asociaciones, importadores, distribuidores y empresas de trading en general.

Las fuentes utilizadas han sido principalmente:

- Census & Statistics Department
- Hong Kong Development Council
- Hong Kong Government Information Service
- Revistas del sector
- Artículos de periódicos
- Entrevistas con profesionales del sector

La moneda utilizada es el dólar norteamericano.

3. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Marroquinería: un sector compuesto por varios subsectores

La marroquinería es un sector compuesto por varios subsectores, ya que la denominación de "Marroquinería" se refiere a una amplia gama de productos:

- Bolsos de todo tipo para señora y caballero fabricados en piel, tejidos, plásticos o sintéticos, metálicos, etc
- Pequeña marroquinería: billeteros, monederos, llaveros, carteras de bolsillos, tarjeteros, porta-retratos, pitilleras y pureras, fundas de gafas, agendas de sobremesa y bolsillo, plumieres y fundas, artículos de colegial, etc.
- Cinturones para señora y caballero fabricados en piel, tejidos, sintéticos, metálicos, etc.
- Álbumes porta fotos, marcos, artículos de regalo, cueros repujados y artísticos, cubiertas para libros, artículos publicitarios, etc.
- Paraguas, sombrillas y parasoles.
- Estuches, tabaqueras, joyeros, neceseres, botiquines, costureros, juegos de escritorio, ficheros clasificadores, licorerías de viaje, etc.
- Guarnicionería, artículos para perros, caza, pesca y equitación.
- Carteras de mano, portafolios y attaches.
- Guantes en general.
- Artículos de viaje: maletas, maletines, jines de semana, bolsos, etc., bolsos y bolsas de deporte, campo y playa, carros de compra, etc.

El mercado de la marroquinería en Hong Kong es muy competitivo. Sin embargo los artículos de marca conocida internacionalmente y de gran calidad tendrán cabida en el sector de productos de gama media siempre que propongan diseño y precios competitivos.

La industria de la marroquinería en China tiene gran tradición pero no se ha desarrollado hasta los últimos cincuenta años, sobre todo desde la reforma económica de la última década.

La industria marroquinera china cuenta con 16.000 fabricantes (no se incluyen las empresas municipales, las cooperativas y empresas privadas con ventas anuales inferiores a un millón de RMB) y emplea a más de dos millones de personas.

Dos tercios de los marroquineros se encuentran en ciudades medias. El tercio restante son empresas municipales, cooperativas y empresas privadas con ventas anuales superiores a un millón de RMB. Estas últimas son las que están abriéndose mercado, apostando por nuevos diseños y tecnología.

DESAGREGACIÓN DE LA INDUSTRIA DE MARROQUINERÍA POR ARTÍCULOS	
TIPO DE ARTICULO	NÚMERO DE EMPRESAS
CURTIDORES	2.300
ZAPATEROS	72.000
FABRICANTES DE ACCESORIOS DE CUERO	1.700
FABRICANTES DE ACCESORIOS DE PIEL	1.200
FABRICANTES DE MALETINES	523
FABRICANTES DE BOLSOS	1.501

Fuente. Ofcomes de Shanghai, China

DESAGREGACIÓN DE LA INDUSTRIA DE MARROQUINERIA POR TIPO DE EMPRESA	
TIPO DE EMPRESA	PORCENTAJE DE EMPRESAS
EMPRESA MUNICIPAL	67%
EMPRESA ESTATAL	8%
EMPRESA CON CAPITAL EXTRANJERO	23%

Fuente. Ofcomes de Shanghai, China

DISTRIBUCION GEOGRÁFICA DE LA INDUSTRIA DE LA MARROQUINERIA EN CHINA

Si bien es verdad que la mayoría de las provincias tienen sus propios marroquineros, un 70% se encuentran en el este y el centro-sur de China. Los más importantes se sitúan en la provincia de Shejiang, Cantón, Shandong y Hebei.

Los fabricantes se están desplazando de ciudades grandes a pequeñas.

Gracias a las medidas de reforma económica y la apertura política, el PIB chino ha aumentado significativamente en los últimos años. Cada vez hay más consumidores chinos que pueden permitirse artículos de cuero y piel.

Contrariamente al mercado de países desarrollados en que el mercado de marroquinería está bastante saturado, el mercado en China está todavía consolidándose y demandando artículos de mayor calidad. Sin lugar a dudas, existen nichos de mercado que el exportador español puede explotar teniendo presente una demanda potencial de 1,2 millones de consumidores.

PROCEDENCIA DE PIEL Y CUERO EN CHINA

En general la industria marroquinera china es autosuficiente en lo que a materias primas se refiere.

CABEZAS DE GANADO EN CHINA	
TIPO DE GANADO	NUMERO DE CABEZAS DE GANADO
PORCINO	460 MILLONES
OVINO	290 MILLONES
BOVINO	130 MILLONES

Fuente: Ofcomes de Shanghai, China

ESTRUCTURA Y SITUACIÓN DE LA INDUSTRIA LOCAL

El gran crecimiento de la empresa de marroquinería china le ha permitido jugar un papel importante a nivel mundial. El centro de producción de piel y cuero se ha desplazado a Asia y China está, geográficamente en el centro de Asia.

Las ventas de la industria de marroquinería de China han superado ya los US\$ 14,5 billones. Las exportaciones suponen ya US\$ 100 millones, lo que la sitúa en uno de los sectores más pujantes de la industria ligera china.

El aumento de la producción está estimulando la expansión y desarrollo de la industria. En los últimos años se han establecido centros de marroquinería por todo el país, dependiendo del origen de la materia prima y de los centros de producción.

Estos nuevos mercados se han dotado de sus propias redes de comercialización, de mayoristas y minoristas por toda China y tienen la infraestructura suficiente para ampliar su área de acción.

De estos centros destacan el de Haining y Wenzhou de la provincia de Zhejiang, Xinji en la provincia de Hebei, y Guangzhou y Dongguan en la provincia de Cantón.

Las empresas estatales eran y siguen siendo en China las más poderosas tanto en la fabricación como en la venta de artículos de marroquinería.

La principal vía de venta de piel y cuero al consumidor final es a través de ropa y calzado.

Hay que tener presente que se organizan anualmente en China más de 30 ferias de artículos de piel y accesorios. Las más importantes son las de Beijing, Shanghai, Cantón y Hong Kong. A ellas acuden fabricantes y empresas de trading extranjeras y de toda China.

Consumo aparente = Producción local + (importaciones - exportaciones)

Consumo aparente = 35.997.120 + (29.488 - 35.050) = 35.991.558

DATOS GENERALES DE LA INDUSTRIA DE LA PIEL EN HONG KONG	
Nº de establecimientos	117
Nº de empleados	661
Producción bruta	HK\$ 278 millones
Valor añadido	HK\$ 72 millones

Fuente: Ofcomes de Hong Kong, China

Con el fin de reducir costes, la mayoría de los fabricantes de Hong Kong han trasladado sus centros de producción a China Continental. Tan sólo permanece en Hong Kong una estructura muy ágil enfocada a pedidos pequeños o muy urgentes..

Algunos fabricantes han invertido mucho en tecnología punta con vista a automatizar la producción.

OFERTA LOCAL

La oferta local debe analizarse teniendo en cuenta la integración industrial entre Hong Kong y China. Debido a una rápida deslocalización en el sudeste chino, Hong Kong no cuenta con más de 160 empresas en el sector. Hong Kong produce pocos artículos de piel. El 90% de los fabricantes locales de bolsos de mano deslocalizan una parte de la producción en China. Sólo actividades como el diseño, el "sourcing" de materias primas y la producción de muestras se hallan en la isla.

La fabricación de marroquinería se centra en la gama media. Sin embargo la contribución de Hong Kong en forma de inversión, fuentes de información, gestión de producción y control de calidad ha permitido a las fábricas chinas mejorar la gama de su producto final.

La mayoría de empresas fabricantes de marroquinería de Hong Kong son PYMES especializadas en artículos de marca blanca que luego se comercializan en Estados Unidos, Europa Occidental y Japón.

Cada vez hay más fabricantes que invierten más en el diseño cuidado de sus artículos y en el control de calidad. No obstante generalmente prefieren vender en el extranjero a importadores o distribuidores que se encargan de ofrecer el producto tanto a mayoristas como a minoristas.

Hay que destacar que ciertas marcas de renombre internacional son fabricadas por empresas de Hong Kong bajo licencia utilizando sus fábricas en China continental.

LA COMPETENCIA EXTRANJERA

Sin tener en cuenta a China Continental (aproximadamente el 90% de las importaciones), Francia e Italia dominan las importaciones de marroquinería de Hong Kong.

Marcas extranjeras más demandadas en Hong Kong

Italianas: Salvatore Ferragamo, Fendi, Prada, Mui Mui, Dolce & Gabbana, Gucci, Sergio Rossi, Tod's

Francesas: Lancel, Longchamp, Vuitton, Cartier, Dior, Chanel, Céline, Bally, Hermès

Españolas: Loewe

Inglesas: Anya Hindmarch, Clarks, Church, Millie's

Si bien las exportaciones francesas superan en valor a las italianas, la notoriedad de los productos trasalpinos es sin duda mayor. De todas formas debe tenerse presente que en los últimos años los artículos españoles han ido haciéndose con más mercado gracias a modelos originales, buena calidad y precios razonables. En general a los productos franceses se les tilda de demasiado caros.

COMERCIO EXTERIOR

Como se apreciará en las siguientes tablas, el 99% de las exportaciones son en realidad re-exportaciones de las cuales el 91.5% proceden de China Continental.

Los Estados Unidos son el principal mercado de destino de las exportaciones de artículos de piel (alrededor del 41% de las exportaciones totales de Hong Kong) seguidas muy de lejos por Japón, el Reino Unido y Alemania.

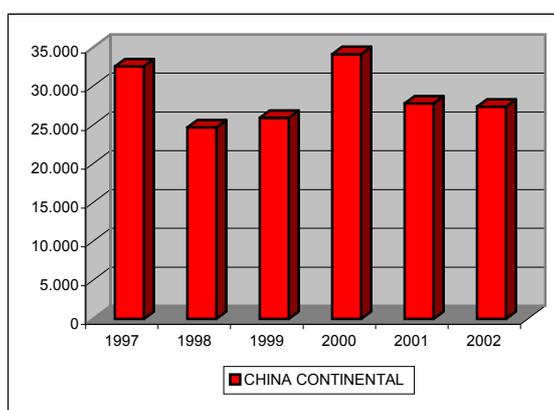
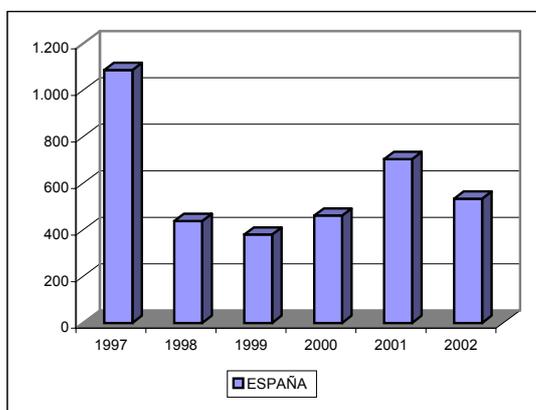
España se sitúa por detrás de Alemania, Francia e Italia y Holanda.

Por lo que respecta a las importaciones, China ocupa el primer lugar y Francia en segundo lugar pero sus importaciones son insignificantes si comparamos ambas.

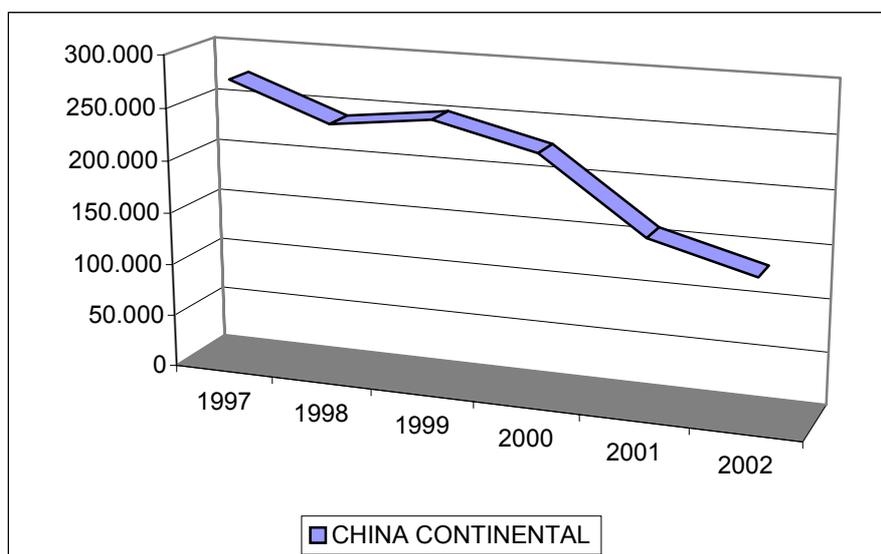
España se sitúa en cuarto lugar, detrás de Francia e Italia, pero muy lejos en realidad del gran mercado de importación que es China continental.

IMPORTACIONES

IMPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420211						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
CHINA CONT	32.531	24.682	25.913	34.119	27.759	27.366
FRANCIA	3.786	5.158	13.397	6.745	8.231	6.661
ITALIA	4.560	2.053	1.997	1.619	2.034	1.585
R. U.	102	239	863	162	50	8
ALEMANIA	690	690	490	751	559	270
EEUU	418	263	489	496	651	480
ESPAÑA	1.087	438	380	461	704	534
COREA	241	0	67	0	4	0
SUIZA	65	92	33	27	26	113
JAPON	114	19	29	26	299	123

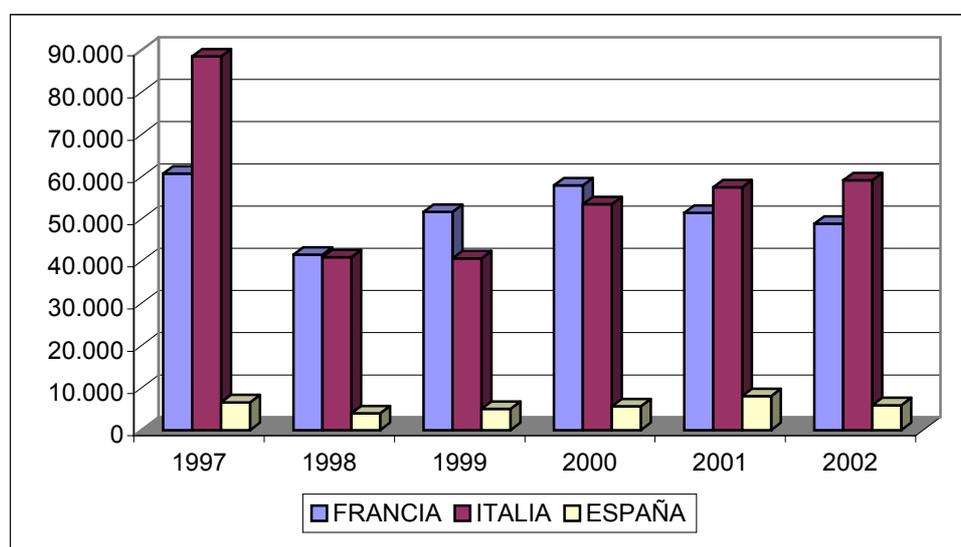


IMPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420212						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
CHINA CONT	275.107	240.157	251.641	228.539	159.969	134.205
FRANCIA	3.509	2.057	2.109	2.202	2.237	4.362
TAIWAN	9.374	3.583	2.086	1.542	554	258
ITALIA	1762	674	979	539	815	411
BEL-LUX	19	235	462	227	168	167
INDIA	142	822	378	393	434	1.124
JAPON	42	278	324	533	357	52
INDONESIA	1.192	269	316	277	167	85
R U	280	114	181	111	95	28
TAILANDIA	357	287	166	86	151	345
COREA	16	23	30	25	12	23



IMPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420219						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
CHINA CONT	660	816	1.495	5.303	5.235	5.953
EEUU	66	100	49	64	23	16
ALEMANIA	0	1	44	66	41	1
TAIWAN	41	0	26	17	0	0
BEL-LUX	0	0	2	0	19	1
ITALIA	0	0	2	72	103	185

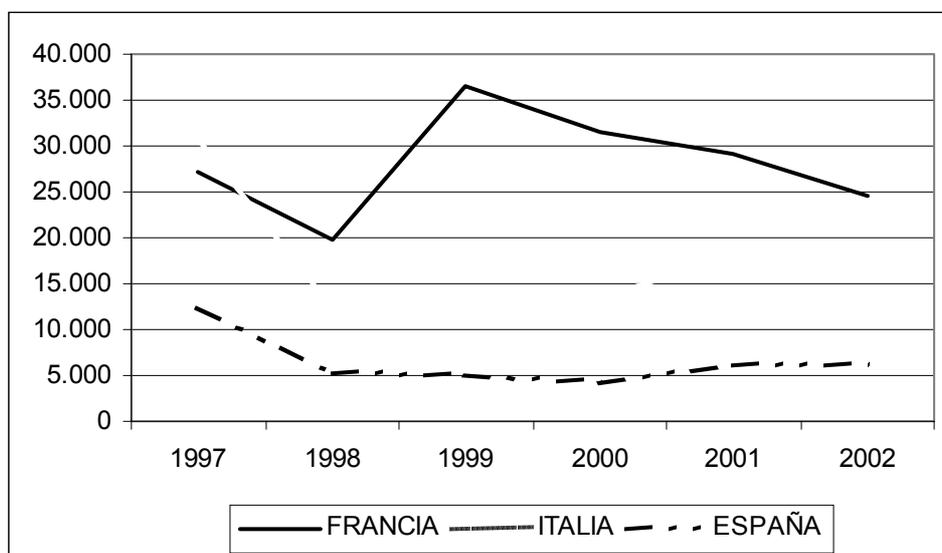
IMPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420221						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
CHINA CONT	273.351	198.878	163.685	216.438	221.200	238.799
FRANCIA	60.775	41.536	51.675	57.963	51.457	48.904
ITALIA	88.553	40.953	40.679	53.485	57.516	59.189
ESPAÑA	6.573	3.977	5.030	5.654	8.026	5.899
EEUU	4.403	2.102	2.614	2.543	2.342	2.137
JAPON	1.994	1.517	1.743	1.932	1.749	1.841
R U	709	477	1.203	563	267	874
ALEMANIA	4.583	1.312	931	4.259	1.776	990
SUIZA	1.855	1.381	662	582	741	1.021
INDIA			538	362	246	113



IMPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420222						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
CHINA CONT	684.165	684.792	724.406	769.375	739.306	705.871
FRANCIA	55.981	54.046	90.277	93.976	105.604	98.493
ITALIA	42.020	34.540	34.124	26.728	34.918	29.654
JAPON	2.272	1.458	4.361	7.663	7.994	12.392
EEUU	1.311	1.473	2.144	3.066	2.918	4.021
R U	463	550	1.295	399	413	282
COREA	1.524	481	705	823	552	740
TAIWAN	774	554	480	471	346	295
TAILANDIA	6.238	742	371	332	721	551
INDONESIA	186	164	345	505	318	315
ESPAÑA	1.522	1.097	262	68	3.953	5.413

IMPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420229						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
CHINA CONT	13.564	13.524	14.258	17.948	18.451	17.724
EEUU	3	23	103	29	66	179
FRANCIA	13	24	59	13	4	1
INDIA	0	0	50	48	14	2
R.U.	33	9	33	4	6	2
JAPON	6	38	15	13	2	9
ITALIA	84	2	12	49	45	224
HK	65	0	5	3	0	0
SUIZA	0	0	4	6	3	0

IMPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420231						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
CHINA CONT	141.565	134.666	159.050	162.425	154.492	145.737
FRANCIA	27.204	19.747	36.577	31.628	29.236	24.656
ITALIA	30.312	12.645	14.075	13.476	17.806	15.831
ESPAÑA	12.490	5.181	4.949	4.066	6.136	6.138
ALEMANIA	2.598	1.215	1.019	1.394	2.048	1.834
JAPON	644	447	809	1.395	1.484	1.170
R U	498	539	787	165	315	131
EEUU	1.409	576	778	868	899	368
SUIZA	205	218	567	886	1.599	1.397
TAILANDIA	1.296	877	377	219	166	193



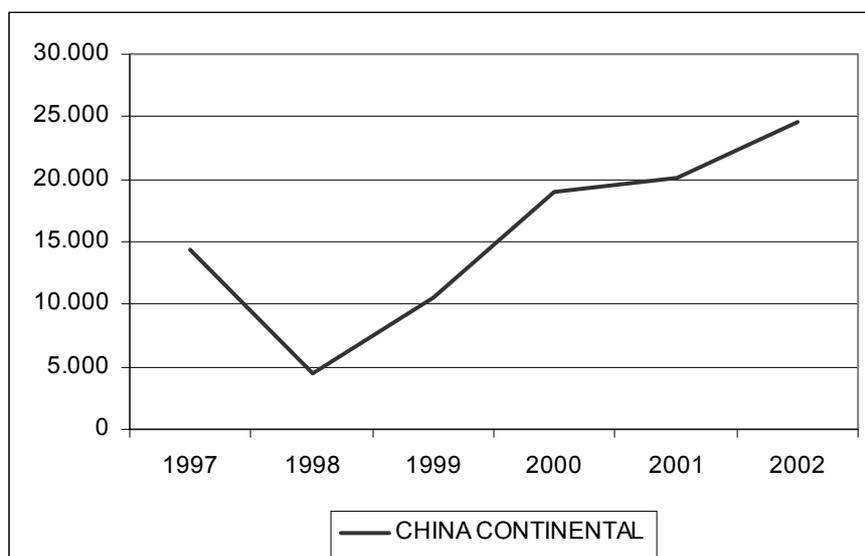
IMPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420232						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
CHINA CONT	144.279	138.966	156.909	154.308	133.592	131.182
FRANCIA	29.719	30.849	51.922	49.182	46.639	35.602
ITALIA	7.634	5.244	5.610	7.775	7.968	5.467
JAPON	1.324	833	742	1.098	987	599
EEUU	662	553	621	847	1009	1.233
TAIWAN	340	101	166	76	78	135
R U	33	27	130	64	102	28
COREA	364	71	124	43	72	37
HK	101	32	119	32	45	10
ESPAÑA	2.266	729	91	107	6411	10.630
TAILANDIA	175	32	57	33	13	27

IMPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420239						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
CHINA CONT	6.840	11.731	14.685	14.023	14.166	12.952
HK	20	12	34	30	0	0
INDONESIA	0	0	29	0	3	0
JAPON	9	0	22	21	4	4
ITALIA	0	0	15	8	8	8
DINAMARCA	0	0	4	8	8	0
FRANCIA	0	0	3	0	4	4
EEUU	1	0	0	0	4	0

IMPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420291						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
CHINA CONT	57.292	64.520	62.756	71.116	80.666	73.397
FRANCIA	8.611	5.405	6.023	6.341	4.473	4.422
ITALIA	6.815	2.819	5.522	6.213	10.223	7.503
ALEMANIA	485	304	412	420	773	403
SUIZA	581	849	384	246	188	264
JAPON	889	317	271	467	291	311
EEUU	277	192	225	319	353	63
ESPAÑA	147	104	200	268	973	1.217
TAILANDIA	125	97	134	56	42	157
COREA	783	173	84	91	73	108
TAIWAN	62	29	59	86	179	297
R U	77	28	52	19	78	57

IMPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420292						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
CHINA CONT	1.607.079	1.482.498	1.494.875	1.525.728	1.351.103	1.252.126
FRANCIA	12.552	10.350	16.550	19.807	16.153	16.857
JAPON	5.256	4572	5.212	5.969	4.457	3.774
ITALIA	2.124	1.956	3.680	3.717	4.951	3.529
EEUU	2.541	1.459	2.711	3.044	5.506	3.968
TAIWAN	3.511	1.760	1.603	1.934	1.715	1.100
COREA	2.069	981	971	854	1.056	864
VIETNAM	127	427	862	1.123	1.928	2.215
R U	302	289	429	254	241	212
INDONESIA	407	415	403	550	738	256
TAILANDIA	579	472	274	611	611	345

IMPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420299						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
CHINA CONT	14.378	4.429	10.460	18.985	20.116	24.636
JAPON	116	21	264	172	364	160
EEUU	49	165	34	22	9	10
ITALIA	193	12	18	14	48	30
COREA	62	0	15	12	13	6
ALEMANIA	66	78	5	35	139	34
TAILANDIA	10	0	3	1	39	98
SUECIA	8	2	2	5	2	1
FRANCIA	36	5	2	6	6	6
SUIZA	0	0	1	6	0	0
TAIWAN	40	8	1	80	47	8

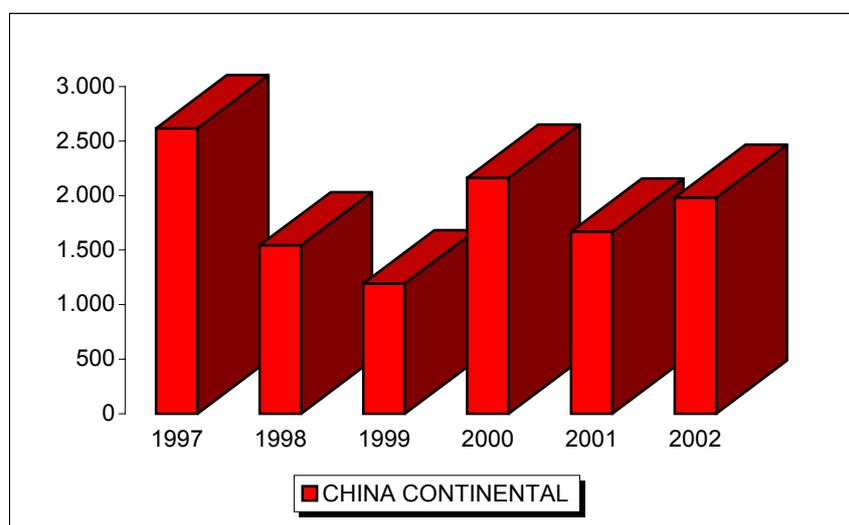


IMPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420321						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
CHINA CONT	26.445	16.933	13.613	19.873	22.371	16.977
INDONESIA	239	336	89	127	61	248
PAKISTAN	43	75	73	162	217	35
TAILANDIA	75	56	66	66	68	20
SRI LANKA	0	0	37	77	12	121
HUNGRIA	0	3	14	4	0	0
ALEMANIA	57	4	12	25	20	4
ITALIA	44	12	12	31	49	15
EEUU	246	37	6	104	70	63
TAIWAN	14	19	5	5	10	11
JAPON	43	40	5	101	91	116

IMPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420329						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
CHINA CONT	234.776	213.558	177.469	176.620	141.292	121.161
INDIA	0	432	866	586	175	50
VIETNAM	550	350	292	105	88	51
ESPAÑA	104	29	196	60	34	15
ITALIA	480	141	157	202	224	240
FRANCIA	426	110	92	125	98	92
JAPON	301	58	79	26	71	49
EEUU	90	169	64	125	256	62
ALEMANIA	13	20	32	54	18	15
R U	84	43	28	43	54	103

IMPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420330						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
CHINA CONT	47.713	52.408	65.226	76.224	89.669	95.469
ITALIA	17.661	9.395	12.426	10.838	13.282	11.623
FRANCIA	10.467	5.941	5.889	5.631	4.820	5.827
ALEMANIA	913	1.118	860	480	693	1.084
EEUU	1.330	682	427	391	560	721
TAIWAN	262	208	363	469	429	115
ESPAÑA	415	280	334	523	754	1.475
R U	693	574	319	457	621	569
SUIZA	1335	425	285	149	271	479
TAILANDIA	62	88	281	295	562	415
JAPON	139	78	65	166	239	342

IMPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420340						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
CHINA CONT	2.618	1.544	1.193	2.163	1.669	1.980
CANADA	120	53	243	144	789	832
TAIWAN	163	138	147	158	198	89
EEUU	121	90	125	386	240	51
ALEMANIA	150	33	116	18	13	0
JAPON	124	44	115	400	149	77
R U	0	51	77	8	22	0
ITALIA	51	14	31	128	199	36
COREA	52	6	17	92	134	0
FRANCIA	58	8	12	26	64	7
ESPAÑA	0	0	6	8	4	0

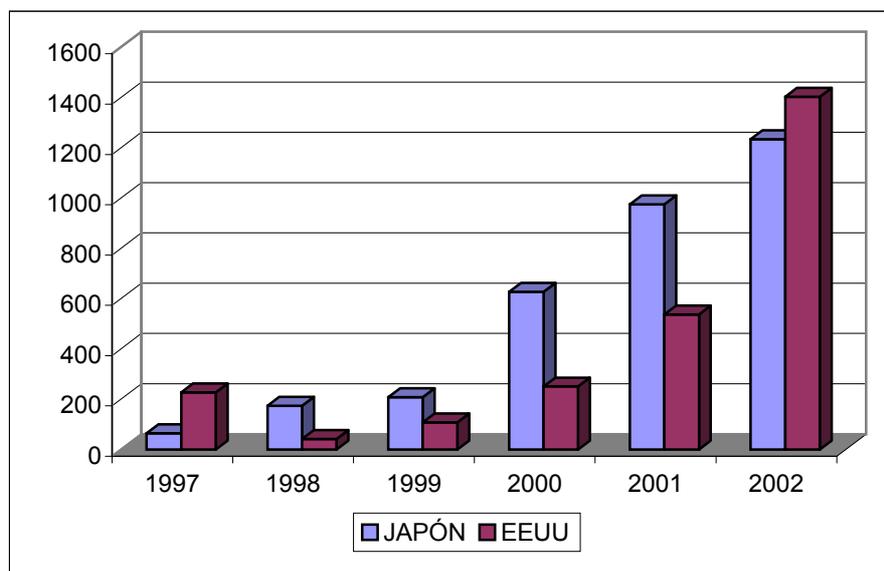


RE-EXPORTACIONES

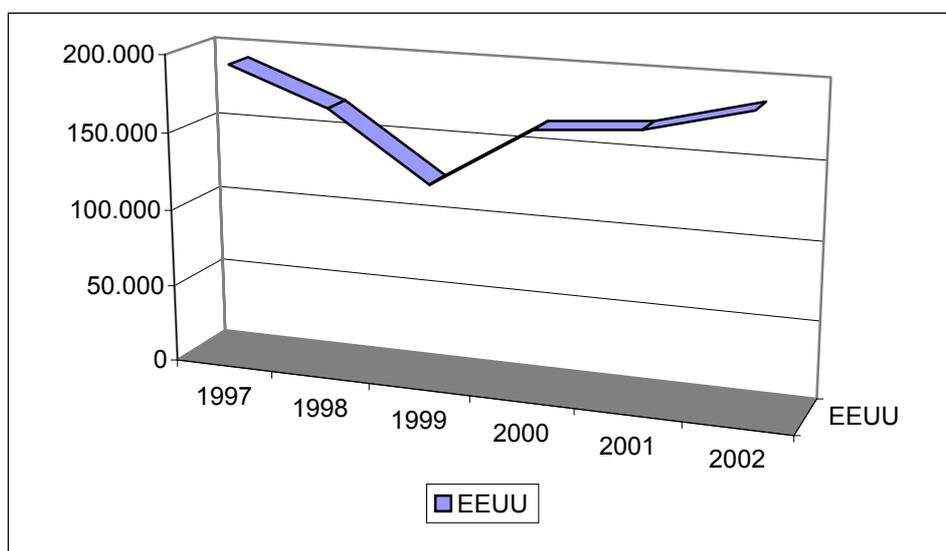
REEXPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420211						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
EEUU	24.953	24.752	25.157	29.289	23.447	24.031
ALEMANIA	7.493	5.739	6.411	7.650	3.585	4.375
COREA	3.466	2.768	3.949	3.476	4.167	3.553
R UNIDO	4.870	3.647	2.933	2.538	3.712	2.525
SINGAPUR	3.244	821	2.062	2.375	1.876	1.890
AUSTRALIA	3.378	1.998	1.860	1.971	1.359	1.427
SUECIA	1.649	1.931	1.601	1.112	1.290	899
HOLANDA	3.921	2.450	1.495	1.942	1.494	1.501
CANADA	1.673	1.642	1.443	1.960	1.960	1.211
ESPAÑA	127	327	427	441	280	425

REEXPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420212						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
EEUU	87.617	68.337	66.678	51.541	41.005	44.499
ALEMANIA	27.521	27.197	32.938	22.645	13.572	10.419
R UNIDO	28.506	24.310	31.910	25.711	16.943	11.585
FRANCIA	22.580	21.949	19.634	16.177	12.180	10.307
JAPÓN	13.075	10.792	18.907	19.763	16.269	10.624
CANADA	14.015	14.683	16.046	14.050	9.377	6.434
ITALIA	14.156	12.200	10.108	9.243	5.718	5.395
AUSTRALIA	10.435	8.496	8.593	9.603	7.517	3.850
ESPAÑA	8.665	8.799	7.377	7.170	5.625	2.762
A SAUDITA	5.679	5.249	6.826	4.258	1.668	916

REEXPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420219						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
HOLANDA	480	853	258	429	7	0
JAPÓN	65	174	209	627	975	1.234
ALEMANIA	571	203	158	369	211	216
EEUU	228	42	108	251	537	1.403
AUSTRIA	0	0	35	32	0	6
FRANCIA	30	0	28	3	2	111
R UNIDO	9	12	25	186	0	44
SINGAPUR	58	0	20	5	0	0
SUIZA	0	25	15	39	0	8
AUSTRALIA	3	96	14	18	23	27



REEXPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420221						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
EEUU	192.440	169.056	125.985	165.546	170.389	186.966
COREA	42.506	45.305	80.490	72.623	30.193	26.371
JAPÓN	106.514	74.879	72.408	80.959	68.023	58.095
SINGAPUR	32.203	15.608	26.840	24.124	10.914	11.921
TAIWAN	19.928	17.426	19.920	17.447	10.178	10.557
AUSTRALIA	18.135	14.402	15.812	16.149	8.801	10.509
ALEMANIA	16.983	10.523	10.101	12.393	11.176	10.484
CANADA	11.016	9.841	6.742	8.670	9.344	11.320
R UNIDO	8.766	4.777	4.843	4.869	6.546	8.528
ESPAÑA	906	314	671	759	681	930



REEXPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420222						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
EEUU	334.178	347.534	378.352	413.097	422.319	428.419
JAPÓN	101.483	92.067	99.787	114.087	123.081	102.701
R UNIDO	43.695	51.872	61.114	65.034	68.075	72.557
ALEMANIA	31.763	43.150	46.046	45.682	34.552	29.235
ITALIA	14.383	28.275	41.121	47.222	45.699	42.748
FRANCIA	34.752	40.105	38.725	45.737	44.639	38.347
CANADA	21.914	23.613	26.380	25.022	27.043	25.974
HOLANDA	22.363	23.283	24.196	21.213	15.918	13.445
AUSTRALIA	16.061	15.982	19.087	19.210	26.603	25.409
ESPAÑA	9.859	15.059	17.090	17.060	21.721	19.503

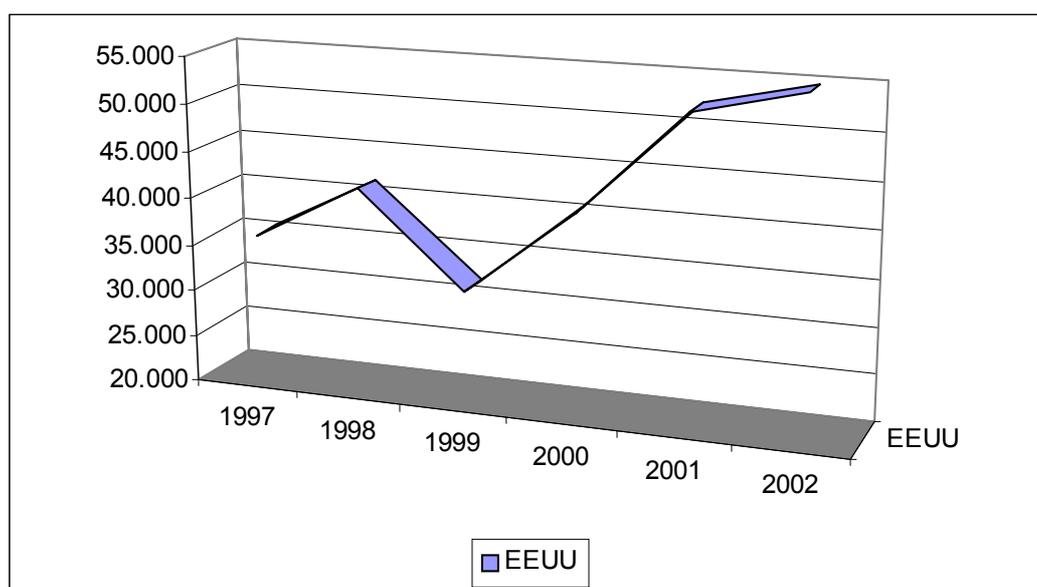
REEXPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420229						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
EEUU	8.915	10.265	10.757	13.400	14.644	12.969
JAPÓN	2.864	2.372	3.801	3.961	3.468	3.031
R UNIDO	1.370	1.897	2.253	2.783	2.062	1.840
ESPAÑA	845	1.267	1.098	958	1.519	997
ITALIA	332	971	745	1.140	1.199	1.139
ALEMANIA	230	342	642	556	595	544
AUSTRALIA	474	861	586	853	836	498
FRANCIA	266	523	549	662	521	448
CANADA	311	484	452	388	409	340
SINGAPUR	355	211	452	627	712	839

REEXPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420231						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
EEUU	70.378	87.002	91.926	98.927	99.205	90.471
JAPÓN	100.495	73.479	78.828	89.717	73.303	69.842
COREA	33.953	32.329	59.529	50.971	20.837	15.710
SINGAPUR	29.511	12.357	21.842	18.521	7.846	8.350
ALEMANIA	21.401	16.181	16.829	18.140	14.561	10.004
AUSTRALIA	15.732	12.857	16.411	16.652	9.240	8.019
TAIWAN	19.724	14.982	16.298	12.788	7.907	6.365
ITALIA	13.710	11.054	11.028	11.560	11.028	18.952
R UNIDO	4.888	5.245	3.650	3.998	5.703	5.749
ESPAÑA	882	561	984	389	909	761

REEXPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420232						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
EEUU	66.911	69.259	70.839	83.972	76.396	80.240
JAPÓN	18.555	18.050	23.348	26.511	39.191	22.171
R UNIDO	19.665	18.227	21.333	20.282	15.917	16.360
ALEMANIA	18.617	18.099	20.162	18.389	14.637	12.073
ITALIA	9.532	16.649	17.330	16.190	14.618	15.255
FRANCIA	12.522	9.473	11.338	12.191	12.062	13.845
HOLANDA	7.620	7.533	7.879	6.759	5.380	2.963
AUSTRALIA	6.478	5.285	6.178	6.581	8.417	7.838
CANADA	5.582	6.260	6.034	6.565	4.993	4.923
ESPAÑA	4.999	5.440	5.849	4.360	4.096	3.977

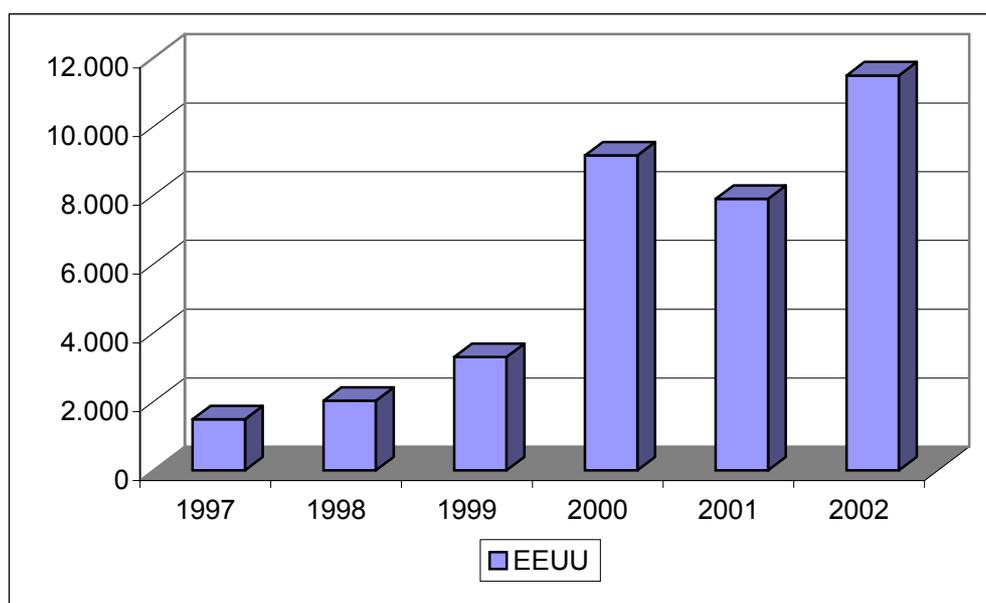
REEXPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420239						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
EEUU	5.546	4.682	4.467	6.664	7.545	7.128
R UNIDO	1.982	1.600	1.813	1.975	1.176	1.361
ITALIA	1.001	1.174	1.122	1.125	985	1.207
JAPÓN	1.844	1469	1.056	1.529	1.509	1.426
ALEMANIA	892	908	788	1.101	1.000	1.079
ESPAÑA	258	277	290	260	228	526
A SAUDITA	306	498	198	53	171	142
FRANCIA	356	480	192	352	859	1.199
HOLANDA	126	235	188	243	150	351
AUSTRALIA	464	521	154	155	163	128

REEXPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420291						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
EEUU	35.688	41.712	31.736	41.159	52.350	54.959
ALEMANIA	15.038	8.805	19.539	13.832	11.129	8.319
R UNIDO	9.802	11.690	13.076	11.933	12.155	10.389
COREA	7.949	7.140	10.049	8.958	3.435	2.292
JAPÓN	11.707	6.731	7.115	6.483	7.059	8.233
AUSTRALIA	5.683	3.709	4.398	5.051	2.847	2.453
SINGAPUR	6.011	3.809	4.094	4.555	2.747	2.972
HOLANDA	2624	2088	3.238	2.304	1.856	2.173
TAIWAN	1971	1652	2.950	2.546	2.081	1.693
ESPAÑA	793	489	854	769	510	735



REEXPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420292						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
EEUU	613083	615949	601.670	657.367	603.303	614.699
R UNIDO	190283	198813	200.895	196.960	162.382	141.731
ALEMANIA	167511	144505	157.643	153.661	121.145	102.116
JAPÓN	168045	129178	150.944	156.792	153.573	135.259
FRANCIA	152384	150519	139.521	136.713	121.130	106.386
ITALIA	95295	79005	79.276	82.872	69.806	62.488
CANADA	76016	68630	69.001	75.829	77.339	65.694
HOLANDA	80704	83671	68.494	77.091	68.692	52.106
BEL-LUX	65112	55854	57.385	50.960	37.020	34.041
ESPAÑA	43592	48267	47.237	43.999	39.247	36.449
AUSTRALIA	47478	42054	42.112	45.637	39.432	35.861

REEXPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420299						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
EEUU	1.485	2.023	3.299	9.159	7.893	11.485
R UNIDO	1.886	772	2.860	3.821	4.014	3.646
ITALIA	702	412	1.283	2.935	2.745	1.956
ALEMANIA	1668	561	1.000	1.196	2.081	1.807
HOLANDA	415	320	788	1.932	1.062	557
JAPÓN	1794	540	706	2.141	1.729	4.825
FRANCIA	708	247	640	1.742	2.008	1.176
BEL-LUX	93	117	338	368	153	309
AUSTRALIA	657	144	245	709	645	1.153
SINGAPUR	180	37	226	448	273	650
ESPAÑA	227	115	80	236	497	592



REEXPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420321						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
EEUU	21.105	14.549	15.076	17.049	17.794	17.208
CANADA	3.827	1.094	2.307	2.323	2.695	1.669
JAPÓN	3.044	1.147	1.283	2.328	1.700	552
ALEMANIA	1.561	149	739	201	407	400
HOLANDA	279	256	317	253	169	134
SUECIA	627	391	297	247	435	405
R UNIDO	170	274	252	700	637	489
FRANCIA	360	200	237	269	217	261
AUSTRALIA	470	242	189	264	306	282

REEXPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420329						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
EEUU	136.690	133.782	108.523	119.531	100.291	95.878
CANADA	37.007	29.207	27.618	30.158	27.394	23.533
JAPÓN	32.718	26.232	20.879	20.239	15.852	9.541
R UNIDO	19.746	16.926	13.251	12.637	7.958	7.293
AUSTRALIA	14.933	10.811	9.562	7.977	5.056	5.550
ALEMANIA	19.153	14.997	7.966	4.382	3.613	3.907
FRANCIA	7.682	7.816	7.110	5.240	5.577	6.547
DINAMARCA	6.404	5.365	4.710	4.689	3.494	4.019
SUECIA	6.912	5.843	4.474	2.834	1.740	629
HOLANDA	6.842	5.915	3.891	3.226	2.153	1.289
ESPAÑA	3.766	4.045	3.627	2.415	1.908	1.646

REEXPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420330						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
EEUU	75.947	74.458	89.724	107.005	120.831	119.106
JAPÓN	8.898	8.885	11.467	15.835	25.973	23.453
COREA	3.604	2.256	3.452	3.304	3.635	3.813
ALEMANIA	438	748	3.004	3.711	3.312	1.162
AUSTRALIA	1.381	1.298	1.545	1.644	1.502	1.866
TAIWAN	3.701	2.489	1.515	1.594	2.015	1.985
CANADA	1.585	1.792	1.403	1.678	1.925	2.392
SINGAPUR	3.444	1.401	1.392	1.419	1.441	1.585
CHINA CONT	2.477	1.564	1.215	1.701	3.572	4.843
HOLANDA	591	1.027	682	1.186	1.963	2.429

REEXPORTACIONES EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420340						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
EEUU	656	880	359	781	781	1.409
CHINA CONT	582	348	278	603	876	1.750
CANADA	48	107	85	163	81	70
SRI LANKA	845	110	76	70	109	77
VIETMAN	386	214	55	2	16	74
FRANCIA	0	4	53	66	66	128
SINGAPUR	0	0	42	13	105	300
BANGLAD	21	46	39	230	220	0
INDIA	27	0	33	87	108	0
INDONESIA	15	1	31	45	67	0

EXPORTACIONES DOMÉSTICAS

EXPORTACIONES DOMESTICAS EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420211						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
EEUU	211	28	3	11	0	0
SINGAPUR	209	32	35	7	1	0
CHINA CONT	166	72	17	4	8	21
AUSTRALIA	22	3	22	0	0	0
JAPÓN	-	-	0	3	5	2
TAIWAN	16	2	18	0	0	1
ALEMANIA	0	5	10	5	0	0

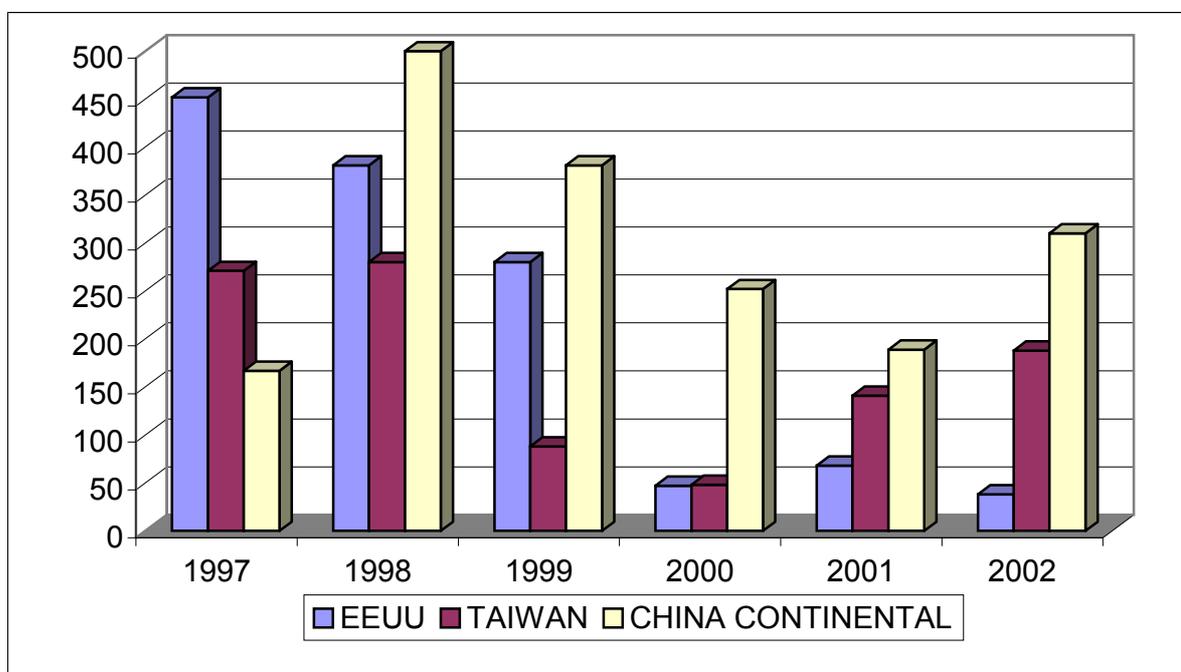
EXPORTACIONES DOMESTICAS EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420212						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
EEUU	656	262	319	87	13	0
CHINA CONT	392	87	39	28	1	1
FRANCIA	115	0	3	2	0	0
INDONESIA	110	0	28	0	0	11
JAPON	59	0	37	4	17	6
SINGAPUR	37	0	37	4	3	2
ALEMANIA	28	21	4	0	0	2
R UNIDO	13	2	4	5	0	1
TAIWAN	8	26	41	26	291	77

EXPORTACIONES DOMESTICAS EN MILES US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420221						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
JAPON	6.047	2.867	4.291	5.330	4.71	1.078
TAIWAN	1.191	417	161	302	695	998
SINGAPUR	780	62	72	80	23	0
CHINA CONT	490	171	44	112	106	180
EEUU	291	214	378	148	99	108
ALEMANIA	147	26	7	18	0	0
R UNIDO	62	50	10	14	0	1
FILIPINAS	41	12	62	10	6	8
MACAO	18	6	80	20	39	3
COREA	0	0	11	141	4	13

EXPORTACIONES DOMESTICAS EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420222						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
TAIWAN	1.973	854	828	803	775	236
JAPON	1.593	1.337	243	484	48	78
SINGAPUR	580	123	132	58	206	6
FRANCIA	455	110	394	1.080	271	1
CHINA CONT	303	217	126	75	38	16
MALASIA	268	64	147	108	45	28
AUSTRALIA	235	44	59	78	14	25
R UNIDO	145	102	45	198	8	20
EEUU	138	155	1.710	686	157	172
INDONESIA	107	145	878	64	0	0
KENIA	7	87	160	31	0	0

EXPORTACIONES DOMESTICAS EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420231						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
EEUU	1.325	360	134	118	7	56
JAPON	999	266	146	38	1.278	173
TAIWAN	996	428	81	130	189	675
SINGAPUR	424	155	41	69	2	0
CHINA CONT	269	22	13	80	105	33
AUSTRALIA	134	84	5	11	1	0
FRANCIA	46	0	4	0	0	0
INDONESIA	26	0	8	42	0	0
MALASIA	13	32	15	29	0	2
MACAO	6	5	36	13	0	0

EXPORTACIONES DOMESTICAS EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420232						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
EEUU	452	381	280	47	68	38
JAPON	347	179	50	323	33	4
SINGAPUR	298	143	28	38	55	39
TAIWAN	271	280	88	48	141	188
CHINA CONT	167	502	381	252	189	310
R U	77	51	73	7	0	24
AUSTRALIA	72	146	35	14	0	4
ALEMANIA	52	12	9	10	0	29
FRANCIA	31	0	74	11	0	0
ETIOPIA	28	28	24	0	0	0



EXPORTACIONES DOMESTICAS EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420239						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
R UNIDO	257	346	3	0	0	0
SINGAPUR	41	5	9	0	0	0
CHINA CONT	16	7	0	4	2	0
EEUU	16	0	6	4	0	0

EXPORTACIONES DOMESTICAS EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420291						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
EEUU	1.822	1.570	11	134	60	7
CHINA CONT	286	82	4	32	53	37
TAIWAN	168	39	13	9	12	1
SINGAPUR	140	17	9	16	8	2
JAPON	125	46	5	86	16	2
FRANCIA	49	2	0	13	0	0
AUSTRALIA	48	11	0	3	0	0
R UNIDO	17	49	0	5	0	0
ALEMANIA	13	30	8	0	0	2
MACAO	0	14	0	15	11	0

EXPORTACIONES DOMESTICAS EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420292						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
EEUU	11.004	7.422	7.335	3.590	1.028	190
CHINA CONT	1.226	2.708	1.265	338	150	212
TAIWAN	1.064	1.084	474	286	497	905
JAPON	708	63	145	514	249	75
SINGAPUR	552	282	132	154	55	10
ALEMANIA	398	439	110	82	65	26
FILIPINAS	69	103	137	53	12	84
SUECIA	25	73	8	7	7	3
SUDAFRICA	25	12	17	41	4	7

EXPORTACIONES DOMESTICAS EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420299						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
EEUU	301	28	8	23	13	0
JAPON	93	11	6	37	1	11
TAIWAN	54	99	196	168	149	42
FILIPINAS	40	23	42	30	0	0
CHINA CONT	19	5	3	12	17	13
SINGAPUR	17	12	16	32	9	3

EXPORTACIONES DOMESTICAS EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420329						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
CANADA	1.425	1.160	351	0	0	0
R UNIDO	123	10	19	0	0	0
SPAIN	39	0	0	37	0	0
CHINA CONT	29	4	13	22	0	0
ALEMANIA	18	0	0	2	0	0
EEUU	14	12	4	0	0	0

EXPORTACIONES DOMESTICAS EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420330						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
TAIWAN	764	109	8	33	45	745
CHINA CONT	445	49	16	40	41	21
SINGAPUR	263	22	134	6	166	51
JAPON	124	21	17	57	8	7
EEUU	87	15	13	35	45	10
MACAO	20	2	3	3	2	5
COREA	15	0	6	0	0	0
BANGLAD	7	0	2	11	0	0
FILIPINAS	5	0	5	1	0	24
AUSTRALIA	0	14	2	28	0	6

EXPORTACIONES DOMESTICAS EN MILES DE US\$						
PARTIDA ARANCELARIA 420340						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	valor	valor	valor	valor	valor	valor
TAILANDIA	1.122	1.075	19	1	0	0
CHINA CONT	254	135	242	222	218	155
EEUU	102	12	14	70	9	0
MALASIA	16	3	15	6	2	0
INDONESIA	15	13	7	0	1	0
BANGLAD	14	10	20	61	2	0
ALEMANIA	10	0	16	11	2	0
INDIA	10	0	10	48	10	0
SUECIA	0	0	43	0	1	0
AUSTRALIA	0	6	24	3	5	0

4. ANÁLISIS DEL COMERCIO

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

El gran número y la variedad de medios de comunicación que existen en Hong Kong permite, si se realiza una selección adecuada, llegar al público objetivo perseguido de una manera bastante eficiente en términos de coste por impacto.

En efecto, la existencia de dos grupos de población claramente diferenciados -por una parte los habitantes de origen chino y, por otra, los "expatriates" o extranjeros que están trabajando en el territorio- con unos medios escritos y unas cadenas de televisión específicamente dirigidos a cada uno de ellos, permite hacer una primera gran selección.

Mientras que los "expatriates" constituyen un grupo reducido sobre el total de la población y bastante homogéneo en cuanto a su modo de vida y hábitos de compra, la población china, 98% de los cerca de seis millones de habitantes de Hong Kong, refleja, con algunas peculiaridades propias, la estructura social típica de cualquier país desarrollado.

Así, la clase media-alta y alta china -que constituye, junto con los "expatriates", el público objetivo de la marroquinería española- tiene por lo general un buen conocimiento del idioma inglés y suele seguir, además de los medios que se expresan en cantonés, las publicaciones y las cadenas televisivas dirigidas en principio a los "expatriates".

Para una empresa española que tenga intención de dar a conocer sus productos marroquinos y crear una imagen de marca en Hong Kong, puede resultar muy revelador a la hora de establecer su plan de medios, referirse a la estrategia seguida por *Loewe*. Los medios en que esta marca realiza su publicidad son los siguientes:

- * Publicidad dirigida al público femenino: ediciones para Hong Kong de las revistas *Elle*, *Cosmopolitan*, *Harper's Bazaar* y *Esquire*
- * Publicidad dirigida al público masculino: *Capital* y revistas deportivas.
- * Publicidad genérica: -Diarios: *South China Morning Post*
-TV: en las dos cadenas de lengua inglesa.

Junto a estos medios, habría que destacar igualmente la cadena de televisión por satélite Star, que con sus canales especializados en deportes, música, series televisivas y noticias -CNN y BBC, está presente en un buen número de hogares de las mejores zonas de Hong Kong, así como en los principales hoteles.

Para alcanzar al segmento de los turistas y hombres de negocios, puede resultar interesante igualmente realizar inserciones en alguna de las guías que sobre Hong Kong abundan en los hoteles y otros lugares frecuentados por este tipo de potenciales clientes. La publicidad en estos medios suele ser más directa e incluye en la inmensa mayoría de los casos la relación de los establecimientos donde puede adquirirse el producto.

En lo que al contenido del mensaje publicitario se refiere, las campañas en televisión y en medios escritos de Hong Kong realizadas por las marcas de artículos de moda más prestigiosas siguen -al igual que otros típicos productos "premium" como el coñac o los automóviles- una línea de publicidad connotativa, asociando la marca con una imagen de prestigio y status, en lugar de destacar aspectos del producto desde una óptica objetiva.

Costes

A la hora de acometer una campaña publicitaria, es muy conveniente dejarse aconsejar por el agente o establecimiento que comercialice nuestro producto en Hong Kong, ya que éste tendrá un mejor conocimiento del mercado local y sabrá qué medios son más eficaces.

Para cerrar la puerta a posibles abusos, es una buena idea establecer alguna fórmula que implique económicamente en el proyecto a la empresa representante que vaya a gestionar el presupuesto.

Según personas del sector, una fórmula frecuente es que, si se actúa a través de un agente, los costes de publicidad suelen repartirse al 50% entre el fabricante y el importador. Dependiendo del presupuesto, se elegirá un medio u otro. Sin duda alguna, el medio más eficaz -aunque también el más caro- es la televisión, especialmente en Hong Kong donde la gente es muy influenciable y se preocupa mucho por aparentar, y por lo tanto por comprar productos que se anuncian en este medio.

Algunos agentes fijan el presupuesto destinado a la publicidad del producto calculándolo como un 20% sobre el valor del producto CIF, incrementado por la comisión cobrada por el agente. Pero evidentemente, dicho presupuesto variará en función de la publicidad y prestigio que se desee dar.

Publicaciones del sector.

Las tres revistas especializadas más importantes del sector son:

- Collection Bags & Leather Goods, editada por Best Collection Promotion
- Hong Kong Leather Goods and Bags, revista trimestral editada por el Hong Kong Trade Development Council.
- Hong Kong Footwear, revista semestral editada por el Hong Kong Trade Development Council

Factores legales:

Los productos de marroquinería no soportan ninguna restricción en cuanto a su importación o exportación de Hong Kong. Sin embargo, al haber ratificado Hong Kong el convenio CITES de protección de especies amenazadas, es necesario presentar la autorización de exportación del país de origen antes de obtener la licencia de importación en Hong Kong para las pieles en bruto o curtidas que se usan para fabricar los diferentes artículos.

Esta regulación afecta a ciertas clases de piel de lagarto, cocodrilo, iguana, serpiente pitón y otros reptiles de menor importancia comercial. En los anexos se reproduce la parte relevante del *Animals and Plants Ordinance*, norma que regula la importación y exportación de animales o partes de animales en peligro de extinción.

Hay que tener en cuenta la cada vez mayor presión de los grupos protectores de animales. Muchos fabricantes o minoristas de los Estados Unidos están teniendo dificultades en la venta, distribución de sus artículos, o están siendo víctimas de campañas de publicidad en su contra. Les acusan de utilizar pieles procedentes de países donde los animales son sacrificados brutalmente.

Es el caso de la empresa The Gap que, tras las continuas protestas de PETA (People for the Ethical Treatment of Animals), ha optado por no utilizar pieles procedentes de China e Italia.

Otras empresas con casos similares son Florsheim y Hush Puppies.

Presentación del producto: embalaje, material y tamaño, importancia de la presentación a la hora de la venta.

DISTRIBUCIÓN

Centrando el análisis en los **segmentos medio-alto y alto del mercado**, que son los que corresponden con la oferta exportadora española, las principales estrategias de comercialización que siguen las empresas extranjeras para introducir sus artículos de marroquinería en Hong Kong son tres:

- Designación de un agente.
- Venta directa a mayoristas o a comercios.
- Establecimiento de tiendas propias.

Agentes:

Los comercios locales suelen preferir actuar a través de estos agentes, pese al coste que cargan, debido a que les facilitan muchas tareas y dinamizan el proceso. Además, les evitan el tener que tramitar directamente con empresas localizadas a grandes distancias y con el problema adicional del idioma.

Por lo general, los agentes designados suelen ser **compañías de trading** que importan los productos y posteriormente les dan salida en Hong Kong a través de su propia fuerza de venta. Estas compañías pueden tener, en ocasiones, contactos o delegaciones en otros países del continente asiático, en cuyo caso re-exportan parte o la totalidad de sus importaciones. Hong Kong puede servir en tal caso como puente hacia parte del mercado del sudeste asiático.

Estas compañías de trading varían enormemente en su **tamaño** y en su grado de **especialización**. Pueden ser desde pequeñas oficinas con muy pocos empleados, hasta grandes empresas que, dentro de su estructura, tienen un departamento dedicado a los artículos de cuero.

A menudo coincide que la misma figura del agente es a la vez fabricante, importador, exportador, re-exportador, mayorista e incluso detallista. Esto es debido al enorme dinamismo presente en Hong Kong a todos los niveles. Se trata de un lugar que se da gran importancia a los contactos, por lo que a la hora de elegir un agente hay que tener en cuenta que tenga numerosas y buenas relaciones con otras empresas.

Aunque la manera como se articula la **relación** entre la empresa exportadora y el agente depende de los acuerdos estipulados para cada caso concreto, la inmensa mayoría de las operaciones pueden reconducirse a alguna de las siguientes categorías:

- * La forma más habitual es que el agente **importe** los productos asumiendo el coste y los riesgos inherentes a la operación.
- * En otros casos pueden llegar a un acuerdo según el cual **se repartan** los costes y los riesgos, bien a medias, bien en otros porcentajes establecidos al iniciarse la relación comercial.
- * Otra alternativa, menos frecuente, es que el agente reciba la mercancía **en consignación** y, por tanto, no asuma las pérdidas que se deriven de las prendas que no le resulte posible colocar en el mercado.
- * Por último, es posible que el agente actúe como un mero **representante**, limitándose a dar paso de los pedidos a la empresa exportadora.

Puesto que Hong Kong es un mercado muy pequeño, los agentes suelen exigir la **exclusividad de la marca** como un requisito básico a la hora de concluir cualquier acuerdo de distribución. Este hecho también puede convenir a la empresa exportadora puesto que, al posibilitar un mejor control de los puntos de venta y de las condiciones en que están presentes los artículos de marroquinería en el mercado, contribuye al afianzamiento de una imagen de marca acorde con el posicionamiento deseado.

Ahora bien, por esta misma razón, el exportador español debe analizar cuidadosamente que el volumen de negocio y la imagen del agente escogido estén en sintonía con los planes elaborados por su empresa en el mercado de Hong Kong.

Otra **estrategia** que proponen algunos agentes es la de **cesión de licencias**. Esto es, que la empresa europea les dé una serie de diseños y, en ocasiones, la materia prima. Con esto, el agente se encargará de buscar una empresa situada en un país donde el coste de mano de obra sea inferior al del país de origen (generalmente la R.P. de China), que fabrique los artículos según el diseño cedido y con una calidad acorde con lo exigido. Posteriormente, para la comercialización, podrían llegar a un acuerdo según el cual el agente se comprometería a vender un porcentaje de la producción en la zona asiática, y la compañía europea distribuiría el resto en el mercado europeo.

Conviene, sin embargo, ser precavido con esta forma de introducción, dado que existe el riesgo de imitaciones de los modelos diseñados por las empresas europeas.

Mayoristas y comercios:

La introducción de artículos de cuero europeos a través de **mayoristas** es otra de las posibilidades de entrar en un mercado (a menudo, coincide que la figura del agente es a la vez mayorista). Estos suelen comprar mayores cantidades a fin de tener un stock, lo que les permite un mayor margen de acción. El inconveniente es que mantener esos stocks supone unos costes adicionales (almacenaje, vigilancia, mantenimiento, alquiler espacio, etc...), que hacen que este canal sea ligeramente más caro. De acuerdo a los agentes consultados, la figura del mayorista no es muy frecuente en el sector.

En cuanto al reparto de los costes y de los riesgos, debe acordarse igualmente para cada caso particular entre la empresa exportadora y el mayorista/importador. En cualquier caso, al disponer de infraestructuras, el mayorista siempre puede guardar mercancía en stock.

La **compra directa** de artículos de cuero por parte de algunos de los **establecimientos de venta al público** (detallistas) se da también en Hong Kong. Se trata fundamentalmente de comercios que se dirigen a los segmentos altos del mercado, que intentan asegurarse la originalidad de su oferta y buscan obviar el margen que cargan los agentes. Llevan a cabo operaciones directamente con proveedores contactados en ferias internacionales o a través de otras actividades promocionales realizadas por estas empresas en Hong Kong.

Los **grandes almacenes** juegan un papel destacado en este mercado y, según fuentes del sector, realizan hasta un 70% del total de ventas de artículos tales como marroquinería, peletería, confección en cuero, prendas de vestir o complementos de moda.

En Hong Kong están fuertemente implantados los gigantes de la **distribución japonesa**, y así, entre los grandes almacenes más importantes del territorio se encuentran las siguientes empresas niponas: *Mitzukoshi*, *Seibu* y *Sogo*. Junto a éstos, entre los grandes almacenes locales destacan *Lane Crawford*, *Sincere* y *Wing On*. Como suele ser habitual en los grandes almacenes de todo el mundo, la moda ocupa un lugar destacado entre la oferta de estos establecimientos.

Debido al conocimiento y a la buena imagen de que gozan en Japón los productos de cuero españoles y por el tipo de público que frecuenta sus establecimientos en Hong Kong, los grandes almacenes japoneses pueden representar una buena vía de entrada en el territorio para los artículos de marroquinería españoles. Junto a ellos, Lane Crawford se adapta por su posicionamiento a las características de la oferta exportadora española.

Las tiendas de "**Duty Free**" existentes en Hong Kong son igualmente un buen medio de introducción de productos de un cierto nivel en el mercado.

Aunque para determinados artículos las compras se realizan a importadores y agentes locales, por el volumen de sus operaciones, es habitual que los grandes almacenes entablen relaciones directas con proveedores extranjeros, generalmente mediante sus centrales de compras.

Tiendas propias:

Como en cualquier gran capital del mundo, y quizás aún en mayor medida dada la bien ganada fama del territorio como paraíso para las compras, en las zonas comerciales de Hong Kong están ampliamente representadas las marcas de artículos de consumo más conocidas.

Entre ellas se encuentran, por supuesto, la mayor parte de las marcas del mundo de la moda que, en el caso de las más prestigiosas -*Armani, Chanel, Gucci, Hermés, Cartier, Escada, Nina Ricci, Louis Vuitton, Alfred Dunhill, etc.*- cuentan con establecimientos propios. Evidentemente, esta estrategia de penetración en el mercado de Hong Kong es la modalidad más costosa y difícil de acometer de entre todas las expuestas. Requiere el disponer de una marca de prestigio y suficientemente implantada en el mercado.

Estas tiendas propias suelen diversificar su oferta, mostrando una gama amplia y explotando toda la línea de productos de la marca: marroquinería, prendas de vestir, complementos de moda, perfumes, etc...

Los dos principales **inconvenientes** que se plantean son:

- La **fuerte inversión** que supone establecerse en Hong Kong dado el altísimo precio de los alquileres de locales comerciales situados en zonas acordes con la categoría de las marcas que pueden plantearse abrir una tienda propia.
- El **desconocimiento** de las particularidades del mercado local.

Para salvar estos obstáculos, algunas de estas marcas extranjeras están optando por una **fórmula mixta**, que consiste en nombrar un concesionario en el territorio.

FORMAS DE PAGO

Las transacciones comerciales con empresas de Hong Kong se realizan, especialmente en lo referente a exportaciones españolas, mediante carta de crédito en la mayoría de los casos, siempre irrevocable y preferiblemente confirmada.

En cuanto a China, en la mayoría de los casos, la carta de crédito es igualmente de uso muy común y normalmente la abrirá la "Corporación Estatal de Exportación e Importación" seleccionada por el cliente o la propia empresa siempre que esté específicamente habilitada para ello. La entidad financiera será normalmente un banco especializado como el *Industrial and Commercial Bank of China, Bank of China, Construction Bank of China* y el *Agricultural Bank of China*. Toda la legislación concerniente a esta materia está emitida por el *Ministry of Foreign Trade and Economic Cooperation (MOFTEC)*.

Las instituciones financieras chinas no suelen aceptar la cláusula de confirmación en sus cartas de crédito, y dicho requerimiento puede plantear algún problema en determinados casos.

En el caso de utilización de medios de pago contra presentación de documentos es igualmente común el incluir la salvaguardia del 10% de la cantidad total disponible previa conformidad en la inspección del envío (10% "*against approval*"), siendo el 90% de la operación disponible a la presentación de documentos (90% "*against documents*").

FACTORES ARANCELARIOS

Hong Kong es un puerto franco con libertad de comercio. Las restricciones sobre importaciones y exportaciones son mínimas, siendo el no intervencionismo el principio fundamental del sistema. Las transacciones comerciales están liberalizadas y no sometidas a verificación previa. La única formalidad a cumplir en el caso de importaciones de Hong Kong es la declaración de la información básica de la operación al *Customs & Excises Department*, a efectos estadísticos. Esta declaración se efectúa a través del *Import Declaration Form no. 1*, a cumplimentar por el importador hongkonés.

El arancel, como tabla general de imposición de derechos aduaneros, no existe en Hong Kong. Únicamente se aplican ciertos derechos especiales a una limitada lista de productos, principalmente para limitar su consumo. Estos productos son básicamente las labores del tabaco, algunos hidrocarburos y bebidas de contenido alcohólico.

Los derechos arancelarios sobre los productos en cuero son, por tanto, inexistentes. Además, al no existir impuestos indirectos sobre el consumo en Hong Kong, la mercancía importada no soporta ningún tipo de trabas impositivas en ningún escalón de la cadena de distribución. No existe IVA ni impuestos indirectos "en cascada" ni ningún tipo de tasa con finalidad recaudatoria.

TRANSPORTE

Por la distancia que debe recorrer el producto español antes de llegar a Hong Kong, los únicos medios disponibles son el marítimo y el aéreo. El transporte por avión se puede usar en casos de pedidos urgentes en los que el precio C&F no sea un factor diferencial. Si tenemos en cuenta que no existen líneas aéreas que efectúen vuelos directos entre España y Hong Kong, es obvio que el transporte aéreo no es la alternativa más viable en este producto concreto. Aún así, hay compañías importadoras que usan dicho medio para pedidos reducidos.

El transporte marítimo cuenta con grandes facilidades en HK. Su puerto de contenedores es el mayor del mundo y todas las principales líneas usan Hong Kong como base de operaciones regional (junto con Singapur).

El puerto más utilizado en España para el comercio de exportación con HK es el de Algeciras, seguido de Barcelona y Valencia

Las facilidades portuarias son excelentes y el tiempo de descarga y almacenaje de los más bajos del mundo. En cuanto a las rutas para la re-exportación, cabe decir que cubren todos los países de Asia.

La red de transporte interior, dadas las reducidas dimensiones del territorio, no tiene relevancia para el objeto de este estudio. El transporte terrestre sólo es relevante en el caso de re-exportación a China. Parte de este comercio (el dirigido a Guangdong) se realiza en camión, directamente de almacén a fábrica. Para trayectos más largos se usan los puertos costeros y fluviales de China.

5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

En la demanda hay que diferenciar dos grupos de consumidores: la clientela local y los turistas:

- Los turistas prefieren en general las marcas europeas vendidas en establecimientos de lujo o en el "duty free".
- El consumidor local se decanta por productos extranjeros, siendo especialmente sensible a la marca.

Según la última encuesta de presupuesto familiar, se confirma la tendencia a la reducción de los gastos destinados a accesorios de piel.

$CA = \text{producción local} + (\text{importaciones} - \text{exportaciones})$

Consumo aparente = 35.995.120 (29488 - 35050) = 35.991.558\$HK

Análisis del perfil del consumidor

Dada la amplitud de partidas que abarca el estudio es difícil clasificar al consumidor-tipo de cada una de ellas. Así pues este análisis se hará de forma conjunta para todas las partidas, centrándonos en las que más peso tienen, es decir la 4202.91/92/99 (bolsas de viaje, de aseo, mochilas, ...) y las correspondientes a bolsos de mano.

Si nos atenemos al criterio del precio medio de los productos, el producto español es comparable a los europeos (Italia, Francia y Alemania). Al tratarse de países cuyos precios medios para cada partida suele superar en porcentajes elevados al precio medio total - especialmente al precio de los países asiáticos- podemos suponer que se tratará igualmente de productos con una mayor calidad y mejor imagen.

Por lo tanto, las personas que, por su poder adquisitivo y por sus hábitos de compra, constituyen el público objetivo de la marroquinería española, pueden incluirse en alguno de los colectivos que a continuación se exponen.

Ciudadanos de Hong Kong de clase social media-alta y alta:

Efectivamente, dado el precio al que generalmente se venden en Hong Kong los artículos de marroquinería importados de países europeos, sólo este segmento de la población suele acceder a este tipo de artículos. El resto de la población (clase media y media-baja) comprará los productos procedentes de la R.P. China y otros países asiáticos, a mucho menor precio.

Las prendas de cuero españolas pueden buscar su **nicho de mercado** entre el sector de población local acotado entre los siguientes criterios:

- Personas de ambos sexos entre los 20 y los 50 años.
- Ingresos anuales netos superiores a los 9 millones de ptas.

En cuanto a las principales **motivaciones de compra** que mueven a la población local a adquirir artículos importados de los países europeos, las fuentes del sector consultadas apuntan las siguientes:

- * Búsqueda de status y demostración ante los demás del disfrute de una buena posición social, como prueba de que se ha triunfado en la vida.
- * Diseño atractivo y elegante, todavía no alcanzado por las marcas locales o los países de menores costes.
- * Calidad de las materias primas empleadas para la confección de los artículos.

Pese a que el producto español no es todavía muy conocido debido a que carece de marcas conocidas -excepto algunas marcas de renombre internacional como *Loewe*- se ve favorecido por el hecho de que es europeo, algo muy apreciado en Hong Kong, especialmente en los productos de moda y diseño.

"Expatriates":

En Hong Kong se alude con este término a los extranjeros, principalmente occidentales, que ocupan puestos de trabajo cualificados. Este grupo dispone, por lo general, de una elevada renta disponible, por cuanto reciben de las compañías que los destinan en el territorio unos salarios que están muy por encima de la media local.

Suelen residir en viviendas alquiladas en las mejores zonas de Hong Kong, y su estilo de vida implica un alto nivel de gasto.

Puesto que los "expatriates" saben que, en la mayoría de los casos, retornarán a sus países de origen después de un período de residencia más o menos prolongado en Hong Kong, este gasto no se materializa tanto en bienes duraderos (mobiliario o automóviles), como en artículos de consumo (ropa y accesorios, electrónica, ocio...).

El perfil y los hábitos de compra de este grupo, que se orienta hacia la adquisición de productos importados acordes con los gustos occidentales, lo convierten en un cliente potencial idóneo para los artículos de marroquinería española.

Turistas:

A causa de su importancia como centro económico internacional, Hong Kong es visitado por numerosos hombres de negocios. Además, el territorio es un destino muy popular para el turismo y, en parte por su fama como lugar ideal para realizar las compras más diversas, atrae año tras año a un gran número de viajeros.

Se prevé que en 2001 visiten Hong Kong más de **16 millones de personas**, lo cual supone un incremento de casi un millón más sobre el año anterior. Estas visitas reportaron unos ingresos de casi 67.000 millones de \$HK.

La importancia que el turismo tiene para los artículos de cuero, radica en que las ventas a turistas son muy elevadas, sobre todo a japoneses y taiwaneses.

Importadores y establecimientos

La **política de compras** de los importadores así como de los establecimientos suelen ser muy precavidas ya que realizan los pedidos con muchos meses de anticipación. Existen dos épocas fuertes y bien diferenciadas que corresponden a la temporada de primavera/verano y la de otoño/invierno. Así para la época de invierno los establecimientos suelen recibir la visita de los distintos representantes con los muestrarios de la colección de invierno durante los meses de febrero, marzo y abril. En este último mes se cursan generalmente los pedidos, bien sea a través de representantes (agentes/importadores/delegaciones) o bien contactando directamente con los proveedores extranjeros. Los artículos encargados empiezan a servirse a partir del mes de septiembre.

Para las colecciones de primavera/verano el proceso seguido es el mismo pero, lógicamente, variando las fechas de seis meses. Existen, sin embargo, algunos artículos cuya demanda es más continuada en el tiempo ya que están más influenciados por los cambios de moda.

Hay que tener en cuenta que el clima de Hong Kong es de carácter subtropical monzónico por lo que la temporada de primavera/verano es más larga que la de invierno. De hecho, salvo algunos días aislados en diciembre y marzo, la temporada más fría de Hong Kong se sitúa entre los meses de enero y febrero. Incluso en este periodo, aunque ocasionalmente hay días realmente fríos, la temperatura media es de unos 15°. Los días de lluvia y la humedad son, sin embargo, abundantes, por lo que hay que procurar que la materia prima de los artículos sea resistente y no se estropee demasiado con la humedad.

Consumidores finales

Como hemos comentado anteriormente, existen dos temporadas cuyos inicios corresponden con el grueso de las ventas al público. Efectivamente, en lo que a bolsos de mano se refiere y centrándonos en el segmento de población susceptible de comprar artículos españoles (sector de clase media/alta), las compras se realizan coincidiendo con cada principio de temporada. A la vez se comprarán los accesorios (monederos, fundas...) y calzado que vayan acordes con dicho bolso.

Las compras realizadas por los turistas y los hombres de negocios que visitan el territorio, descritas en el epígrafe anterior, contribuyen en cierta medida a uniformizar la estacionalidad en las ventas.

Imagen de la marroquinería española.

Las fuentes del sector consultadas coinciden en afirmar que, aunque existe ciertamente la percepción de que España es sinónimo de calidad en productos de cuero, está mucho más asentada en la mente del consumidor la imagen del producto italiano como artículo exclusivo y de estatus. Francia y Alemania gozan igualmente de un buen prestigio.

El profesional del sector que está acostumbrado a visitar ferias y ver productos de todo el mundo sí percibe el producto español comparable al italiano en términos de calidad y diseño. Desafortunadamente, esta idea no se ha trasladado a los consumidores.

Entre los **puntos negativos** que coinciden en apuntar las empresas del sector sobre la oferta española y que deben ser tenidos en cuenta por los exportadores y los diferentes organismos españoles para mejorar la posición competitiva de nuestro país, se pueden destacar los siguientes:

- * **Precio elevado.** Esta objeción puede considerarse cierta si comparamos el precio medio del producto español con el de los países asiáticos (especialmente la R.P. de China), pero no es el caso si lo comparamos con las importaciones de otros países europeos -que son en realidad los países que deben servir de punto de referencia para la oferta española.
- * **Escaso** interés por parte de las empresas españolas en constituir relaciones comerciales a medio y largo plazo, que son las que, a pesar de exigir un mayor compromiso y más sacrificios en los primeros momentos, producen unos resultados más fructíferos a la larga. El empresario de Hong Kong busca lo contrario, es decir, unos lazos más estrechos.
- * El producto español, tanto en lo que se refiere a artículos de marroquinería como por lo general, sufre de la **falta de marcas** conocidas. Efectivamente, se ha intentado exportar, pero sin preocuparse a la vez por dar a conocer la marca española. Esto es un factor negativo, especialmente en Hong Kong, donde el afán por demostrar un cierto estatus es muy importante y pasa, entre otros, por el comprarse productos de marca. El cliente hongkongués no está dispuesto a invertir mucho dinero en un producto que no vaya asociado a un nombre conocido, una compañía que le garantice que su producto es de calidad.

La única marca española del sector más conocida en Hong Kong es *Loewe* -que dispone de varias tiendas propias en el territorio.

- * Insuficiente difusión de la **imagen** del "Made in Spain" entre los consumidores locales, lo cual está estrechamente relacionado con el punto anterior.

Entre los **puntos positivos** que señalan los expertos del sector, y sobre los que deberían apoyarse los exportadores españoles destacan:

- * El reconocimiento de la alta calidad de las **materias primas** españolas, en especial las pieles de cordero.
- * Reconocimiento de la calidad de las manufacturas españolas en cuero.
- * El hecho de que en Hong Kong, **"lo europeo"** es muy apreciado y Europa es quien marca las tendencias en cuanto a modas y estilos. Por lo tanto, esto mejora la imagen del producto español.

6. ENTREVISTAS

CEDANCA (HK) LTD

PERSONA ENTREVISTADA: MS. SHIN, GARMENT DEPARTMENT
3/F, GLORY CENTRE
8 HILLWOOD ROAD, TSIMSHATSUI
KOWLOON, HNG KONG
TEL: 2786 9136
FAX: 2786 9186
E-MAIL: anma@cedanca.com
WB PAGE: www.cedanca.com

Esta empresa creada en 1983 exporta pieles en bruto de China a España e Italia y posteriormente a algunos países Iberoamericanos.

Es una de las primeras empresas importadoras y distribuidoras de piel acabada procedente de todo el mundo en Hong Kong.

Son a la vez fabricantes y exportadores de confección en textil y en piel, así como importadores y exportadores de piel acabada y otros subproductos animales.

Cuenta con almacenes propios para la venta y distribución en Hong Kong y en la vecina provincia china de Cantón.

Fabrican en China continental en fábricas de su propiedad siguiendo las especificaciones de sus clientes, principalmente de Italia, España y Japón.

La piel procede de Italia en su mayoría porque es más barata que la española. La entrevistada señala que si bien la española tiene calidad superior, en general los clientes prefieren la italiana por su precio más bajo.

En Hong Kong sirven tanto a mayoristas como a minoristas. En la actualidad están trabajando con Mango. Algunas prendas las comercializan con su propia marca que es Feline. Otras bajo la marca determinada por el cliente.

Con respecto a últimas tendencias, destaca la entrevistada que el cliente japonés demanda colores vivos, sobre todo en la moda destinada a los jóvenes. Los pedidos europeos se decantan por colores más sobrios y clásicos como el marrón, negro y vino.

Los envíos se realizan bien desde el puerto de Hong Kong o desde Cantón, a petición del cliente. La documentación requerida es menos complicada en Hong Kong.

El ante lo trabajan menos y están combinando piel con tela y diferentes colores en una misma prenda.

Conocen bien el mercado de exportación y controlan muy de cerca su producción en Cantón.

En cuanto a ferias, asisten como expositores a la Fashion Week de Hong Kong y como visitantes a ferias en Shanghai, Beijing y Cantón. Desean ahora estar presentes en China como expositores.

LOEWE HONG KONG LIMITED

PERSONAS ENTREVISTADAS: OLGA DOLAPSAKIS, PROJECT MANAGER Y
PHILIPPE ROBBE, GENERAL MANAGER

22/F DORSET HOUSE, TAIKOO PLACE

QUARRY BAY

HONG KONG

TEL: 2968 5313

FAX: 2968 5330

E-MAIL: olga_dolapsakis@loewe.es, probbe@loewe.es

Loewe tiene una presencia destacada en Asia con tiendas en Japón, Singapur, Malasia, Indonesia, Filipinas, Taiwan, Guam, Tailandia y China (Beijing, Shanghai y Hong Kong).

Destaca que el mercado chino tiene mucho potencial pero que todavía deben refinar su marketing.

Aun cuando es marca conocida en Hong Kong ya que tienen tiendas en prestigiosos centros comerciales y hoteles, las grandes firmas internacionales como Louis Vuiton o Fendi constituyen una competencia muy dura. En parte porque disponen de un gran presupuesto para publicidad.

Un objetivo importante que se han marcado es dar a conocer Loewe a un público selecto. Labor difícil en Hong Kong ya que son las grandes marcas francesas e italianas las que acaparan la atención de la alta sociedad local y del turista adinerado.

En este momento están promocionando los regalos de empresa. Su competidor en este sector es Hermes.

También están sufriendo los efectos de la recesión económica ya que parte de su clientela son turistas asiáticos y americanos en Hong Kong..

Los entrevistados apuntaron que las ventas suponen en España un 35%, Japón 30%, Asia-Pacífico 18% y Europa un 15%. Una de las razones de estar presentes en Shanghai y Beijing es el mercado potencial que China supone.

No asisten a ferias ya que su clientela procede más bien de contactos personales o de grandes empresas en el caso de regalos corporativos.

STATE DRAGON TRADING COMPANY LIMITED
PERSONA ENTREVISTADA: DAVID YEUNG, DIRECTOR
918 NAN FUNG COMMERCIAL CENTRE
19 LAM LOK STREET
KOWLOON BAY, HONG KONG
TEL: 2314 0793
FAX: 2959 3143

Esta empresa distribuye marcas europeas en Hong Kong. Trabaja con Mexx, Marco Polo y M H Way.

Sus artículos los distribuye a través de los grandes centros comerciales y tiendas como Wing On, Sogo, Sincere, Seiyu, Citistore, Jusco y New Yaohan en Macao.

En cuanto a la publicidad, inserta anuncios en revistas semanales chinas de Hong Kong con gran tirada. Para ello llega a un acuerdo sobre el coste con los puntos de venta de sus productos ya que en los anuncios se hace promoción tanto del producto como de la tienda o centro comercial que los vende. Por lo general se paga por una página de publicidad alrededor de HK\$ 20.000.

Ha trabajado con empresas españolas en el pasado pero hoy sus productos resultan demasiado caros. Una de ellas era Givenchy en Madrid.

En general la piel procede de Italia donde la calidad es aceptable y el precio razonable. Afirma que la materia prima de India no es apta para sus artículos ya que al tacto es irregular.

El turista japonés ya no constituye un gran cliente ya que tras la bajada de los impuestos a la exportación decretada por el gobierno japonés hace cuatro años, muchos artículos similares a los suyos son más baratos en Japón.

En cuanto a ferias para ellos la más importante es Mipiel de Milán. También asisten a la edición de primavera de APLF en Hong Kong ya que la consideran la más importante del Sudeste Asiático.

El entrevistado se muestra muy interesado en participar en ferias que se celebren en España y en comenzar de nuevo a distribuir marroquinería española.

HUA YI INTERNATIONAL

PERSONA ENTREVISTADA: FANNY CHIU, DIRECTOR

ROOM 1202, GOLDEN DRAGON CENTRE

38-40 CAMERON ROAD

TSIM SHA TSUI, HONG KONG

TEL: 2723 7727

FAX: 2723 7737

E-MAIL: CHM@HUAYIINT.COM.HK

WEB PAGE: WWW.HUAYIINT.COM.HK

Esta empresa de trading se creó hace dos años. Importan artículos de piel y moda textil para mujer de Europa.

En Hong Kong la venden a mayoristas y minoristas. No trabajan con grandes almacenes ni tiendas de lujo.

Sus artículos están enfocados a una clase media que busca moda en accesorios.

Reciben la mercancía en el puerto de Hong Kong, en términos FOB. No descartan trabajar con el puerto de la vecina provincia de Cantón.

Utilizan carta de crédito a 60 días o 90 días, según proponga el clientes y operan con bancos de Hong Kong.

Sólo importan de Europa porque consideran que estos accesorios tienen cierta clase y pueden venderse con más facilidad que los procedentes de Asia.

Nunca han trabajado con marroquinería española pero están muy interesados en ponerse en contacto con exportadores españoles. Se centraría en artículos de gama media, tales como cinturones, carteras y agendas.

Reconocen que la calidad del cuero y piel española es excelente.

Tienen a un comprador de Hong Kong que viaja por Europa en busca de nuevos proveedores. A su vez visita las fabricas de los exportadores a los que se les ha mandado ya pedido para conocer de primera mano las instalaciones y seriedad de éstos.

Tienen previsto para el próximo año asistir a ferias europeas del sector tanto en España como en Italia.

Piden la exclusividad en la distribución de la marca. Su red de ventas incluye Hong Kong, Beijing y Shanghai.

HONG KONG HIDE & LEATHER TRADER'S ASSOCIATION LTD.

PERSONA ENTREVISTADA: MR. KONG, PRESIDENTE

UNIT B, 3/F CAPITAL COMMERCIAL BUILDING

446-448 SHANGHAI STREET

MONGKOK, KOWLOON, HONG KONG

TEL: 2388 7644

FAX: 2783 0804

Esta asociación cuenta entre sus miembros con importadores y exportadores de piel, en su mayoría con oficinas en Hong Kong y fábricas en la vecina provincia china de Cantón.

Su función primordial es ofrecer información actualizada sobre el sector, facilitar contactos entre los miembros y poner a su disposición sus instalaciones para celebrar reuniones y otros eventos.

La mayoría de la piel procede de Italia y en menor medida de España. En general es materia prima de primera calidad utilizada para bolsos de mano y pequeños accesorios. La piel procedente de China continental es de calidad media y baja y se utiliza en su mayoría para calzado. Es muy demandada tanto en la propia China continental como en todo el sudeste asiático.

También trabajan los miembros de esta asociación con piel procedente de Pakistán e India.

Afirma el entrevistado que la mayoría de los fabricantes con oficina en Hong Kong siguen los dictados de los diseñadores europeos. Avanza, por ejemplo, que la próxima temporada estará llena de piel de cabra y ovino en diversos colores. Apunta además que la moda en piel asiática depende mucho del diseño europeo y que incluso la calidad de los accesorios la dictan las firmas europeas.

Considera a su vez, que si bien el puerto de Hong Kong es el más utilizado para la importación y exportación de piel, en el futuro irá perdiendo importancia a favor de Cantón. Se ahorrarán los costes de transporte hasta Hong Kong.

Señala Mr. Fong que los miembros de su asociación exportan casi la totalidad de su producción a China Continental (a Cantón principalmente) y a Asia. Es consciente no obstante que mucha de la producción en Cantón es para clientes europeos, que venderán los artículos bajo su propia marca.

Cree el entrevistado que el sector de la marroquinería tiene todavía gran mercado en Hong Kong aunque la producción se haya trasladado a Cantón. Constituye un lugar de reunión para clientes asiáticos y europeos esencial.

TRANS-ASIA GROUP

PERSONA ENTREVISTADA: ELAINE C. YOUNG, EXECUTIVE DIRECTOR

8/F WYNDHAM PLACE

40-44 WYNDHAM STREET

CENTRAL, HONG KONG

TEL: 2522 3082

FAX: 2522 2762

E-MAIL: elaineyoung@ctimail.com

Esta empresa se dedica al trading de todo tipo de productos relacionados con el mobiliario de hoteles.

Sus proveedores proceden tanto de Asia como de Europa. En la zona reciben mercancía sobre de la provincia china de Cantón donde se encuentran la mayoría de las fábricas.

Considera la entrevistada que Hong Kong sigue siendo una ciudad esencial para hacer negocios en China ya que cuenta con un sistema legal e infraestructura de transporte muy avanzada. Además su cercanía a las fábricas de Cantón facilita el contacto con los fabricantes y el seguimiento de toda la producción.

En este momento están muy interesados en piel y en tela de tapicería de España.

Han tenido contactos esporádicos con España pero desean comenzar a importar de modo más serio.

Considera la entrevistada que la calidad de la piel española es alta y que el precio es por tanto acorde con ella. Destaca que la piel o el cuero utilizado para tapicería de España es muy interesante por su relación calidad / precio.

Esta empresa está ahora importando telas para tapicería de India y Pakistán, seda de Tailandia y alfombras de rafia para jardín de China Continental.

Apunta la entrevistada que existe un importante nicho de mercado en China Continental en el sector hotelero. Se están construyendo hoteles en las grandes ciudades y necesitan decorarlos con cierta clase ya que muchos están enfocados para un clientela media-alta y alta.

De ahí su interés por ponerse en contacto con fabricantes españoles de piel. Evita en principio a los agentes y prefiere tratar con el fabricante directamente.

Está interesada en asistir a ferias del sector en España. Siempre acude a la feria APLF de Hong Kong pero apunta que la mayoría de la piel presente allí procede de Italia y que le gustaría comparar con otros países.

ASE AIR SEA EXPRESS (H.K.) LTD.

PERSONA ENTREVISTADA: JOSEPH LAU, MANAGING DIRECTOR

SUNSHINE KOWLOON BAY CARGO CENTRE

3/F, GODOWN "D", 59 TAI YIP STREET

KOWLOON BAY, KOWLOON, HONG KONG

TEL: 2148 6838

FAX: 2758 2102

E-MAIL: joseph.lau@ase.com.hk

WEB PAGE: www.ase.com.hk

Esta es una empresa de logística situada en la antigua parte industrial de Hong Kong. Disponen de amplias instalaciones para el almacenaje de mercancías. Ofrecen sobre todo servicio a importadores que operan desde el puerto y aeropuerto de Hong Kong. Su localización cerca del antiguo aeropuerto de Hong Kong es excelente para la llegada de vehículos pesados.

Parte de sus clientes son importadores de piel como materia prima que luego reexportan a sus fábricas de China. En menor medida ofrece sus instalaciones para artículos de piel acabados.

La peletería en bruto procede en su mayoría de países escandinavos y la piel de Asia y Europa dependiendo del tipo de piel. La piel de bovino se importa de Estados Unidos, India y China continental. La de caprino de Italia, España y Australia.

Considera el entrevistado que el sector de la piel y de la marroquinería en Hong Kong está atravesando un momento muy delicado. En primer lugar porque les están haciendo la competencia Vietnam e India donde los costes de mano de obra son menores. Muchas empresas extranjeras está empezando a producir allí para firmas extranjeras en vez de en China.

Por otro lado el alto coste del alquiler de oficinas en Hong Kong está propiciando que la mayoría de estas empresas desplacen sus oficinas a la provincia de Cantón.

Afirma además que cada vez el puerto de Cantón tendrá más movimiento en detrimento de Hong Kong por su cercanía con las fábricas de China continental.

También apuntó el entrevistado que la demanda de artículos de piel procedente de Europa ha disminuido considerablemente pero que puede que se deba a que hoy en día hay una gran variedad de materiales para hacer bolsos. La caída de la demanda puede ser temporal y por motivos de moda.

Su empresa de logística cada vez tiene más movimiento con China continental, sobre todo con Shanghai. Sin embargo cree que para operar con China continental al mismo nivel de eficiencia que con Hong Kong hacen falta por lo menos diez años.

Observa a su vez que en el pasado sus clientes importaban producto acabado pero en los últimos años demandan piel como materia prima ya que cuentan con su propia fábrica y mano de obra barata en China Continental.

THE HONG KONG LEATHERGOODS, BAGS & LUGGAGE ASSOCIATION LTD.

PERSONA ENTREVISTADA: DEREK LEE, PRESIDENTE
ROOM 313-315,3/F KWONG SANG HONG CENTRE
151-153 HOY BUN ROAD, KWUN TONG, HONG KONG
TEL: 2341 2683
FAX: 2343 4106

El presidente de esta asociación afirma que el sector de la marroquinería no está en su mejor momento por los cambios que se avecinan en el mercado de Hong Kong y por los nuevos países con mano de obra barata del sudeste asiático.

Si en el pasado la mayoría de las importaciones eran de productos acabados y en gran parte de media y alta calidad, hoy se importa piel como materia prima. Llega al puerto de Hong Kong, se almacena en la ciudad y se reexporta a China continental., sobre todo a Dongguan, en la provincia de Cantón.

La piel es de calidad media y procede de diferentes países. De India y Argentina procede la de vacuno si bien es verdad que tradicionalmente procedía de los Estados Unidos. Pero debido a sus mejores precios, se prefiere la India y Argentina.

Señala el entrevistado que cada vez está viendo mejor calidad en las curtidurías chinas pero que a la hora de ofrecer calidad, sin ninguna duda procede de Europa, ya sea Italia o España.

Cada vez se está abriendo más mercado para los bolsos de PVC que imitan a piel. Están teniendo gran aceptación en Oriente Próximo y en Europa. El entrevistado, que tiene además su propia empresa de trading, cuenta con clientes para estos artículos en España, concretamente en Gerona y Granada.

También destaca que empresas escandinavas están invirtiendo mucho en este sector en China continental.

POCO A POCO. LTD

PERSONA ENTREVISTADA: ALICE CHOW, BUSINESS DEVELOPMENT
MANAGER

3 KAI YUEN MANSION

12 UPPER KAI YUEN LANE

NORTH POINT, HONG KONG

TEL: 9866 3847

FAX: 2516 5913

Se trata de una empresa de trading que importa principalmente bolsos de piel de Francia y que luego vende bajo su propia marca en Hong Kong.

Prefiere la piel de cocodrilo y de avestruz ya que no existe gran competencia en Hong Kong y presenta al cliente modelos y texturas diferentes a lo que se ofrece en el mercado.

Sus modelos cuentan con un diseño cuidado y buscan un cliente de clase media-alta que sepa apreciar la piel y el diseño.

También envía las pieles en bruto a Europa, en concreto a Italia donde fabrican los bolsos que luego se venden en Hong Kong en el comercio detallista. En Japón se distribuyen a través de mayoristas con lo que la empresa se desvincula de proceso final de compra.

Recientemente y gracias a una nueva clase media china que demanda bolsos de calidad, han abierto tiendas en ciudades de China Continental. Es el caso de Beijing, Shanghai y Cantón.

No descartan incluso abrir nuevas tiendas en el futuro en estas mismas ciudades.

No venden ninguna otra marca que no sea la suya, es decir, Coco. Por ahora no se han planteado dar entrada a marcas europeas que puedan mostrarse en sus propias tiendas.

En cuanto a la moda de invierno, están apostando por colores simples, negros y marrones, sin combinarlos con ningún otro en el mismo artículo.

En general los envíos los realizan por barco a través del puerto de Hong Kong y en condiciones FOB.

El margen que aplican a sus artículos se sitúa alrededor del 10 o 20% sobre el precio base.

La única norma que han de cumplir es CITES.

Consideran la asistencia a ferias interesante y todos los años están presentes en APLF de Hong Kong y en Nápoles en Italia.

Su experiencia con empresas exportadoras españolas no ha sido satisfactoria, razón por la cual no tiene en este momento proveedores en España.

UNITED GLORY LIMITED

PERSONA ENTREVISTADA: DENNIS CHAU, BUSINESS DEVELOPMENT EXECUTIVE

TEL: 2493 0217/8

FAX: 2414 5723

Esta empresa de trading ofreció una información muy completa del sector en general, sin centrarse en su propia experiencia en el mercado de Hong Kong.

Comentó el entrevistado que países como Italia, Argentina, Alemania, Países Bajos, Corea y China Continental están suministrando gran cantidad de piel como materia prima. La calidad no es homogénea pero todo depende del país de origen. Reconoció además que cada vez lo que ofrece China Continental es de mejor calidad y compiten el mercado por sus bajos precios. En Hong Kong es especialmente beneficioso porque los costes de transporte son menores debido a la cercanía física.

China Continental se ha convertido en un gran competidor para la piel procedente de otros países asiáticos. La piel italiana sigue sin embargo siendo de calidad superior.

A su vez apunta que hay una clase media de China continental que conoce el mercado de la piel y tiene poder adquisitivo suficiente para permitirse artículos de marroquinería procedentes de Europa.

Coinciden en señalar con otras empresas entrevistadas que las marcas más conocidas en Hong Kong son Louis Vuitton, Dunhill, Gucci, Hermes y bally.

Se mostró muy interesado en ponerse en contacto con marroquineros españoles con artículos de cierta calidad y si es posible con marca conocida.

Consideró a su vez el entrevistado que asisten a ferias del sector sobre todo para conocer las últimas tendencias de moda del mercado.

7. ANEXOS

EMPRESAS IMPORTADORAS DE BOLSOS Y MARROQUINERÍA DE PIEL

1. Shoppers World Ltd

Dirección: Room 104, Pedder Building, 12 Pedder Street, Central, Hong Kong

Teléfono: (852) 25231950

Fax: (852) 28400052

E-mail: shoppersworld@netivgator.com

Contacto: Mrs Shirley Zao, Director

2. Hopeful Company

Dirección: 20/F, Silver Teach Tower, 26 Cheung Lee Street, Chai Wan, Hong Kong

Teléfono: (852) 25359003

Fax:(852) 25699451

Contacto: Mr Zhao-Nian Lu, Managing Director

3. Miro International Trading Ltd

Dirección: Room B, 1/F, Kee Shing Centre, 74-76 Kimberley Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 23434302

Fax:(852) 27978587

E-mail: miro_int@hotmail.com

Contacto: Mr Michael Wong, Managing Director Mr Robert Law, Manager

4. Best Ray International Limited

Dirección: Flat A-B, 11/F, Comet Comm Building, 42A Wing Hong Street, Cheung Sha Wan, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 27434313

Fax: (852) 23708058

E-mail: bestray@bestray.com.hk

Website: www.copost.com/bestray

Contacto: Ms Luk-Mui Chung, Account Executive

5. Abercorn Trading Company Limited

Dirección: Room 602, Workington Tower, 68-80 Bonham Strand, Sheung Wan, Hong Kong

Teléfono: (852) 23757235

Fax: (852) 23757585

E-mail: sc@abercorn.com.hk

Contacto: Mr Andrew Clements, Director Miss Sharon Chan, Merchandiser

6. Far East (Asia) Corp Ltd

Dirección: 3/F, Hang Lung House, 184-192 Queen's Road Central, Central, Hong Kong

Teléfono: (852) 25433332

Fax: (852) 25417295
E-mail: far@netfront.net
Contacto: Mr Y C Mak, Director

7. Hop's Handbag Co Ltd

Dirección: G/F, 18-19 Li Yuen Street East, Central, Hong Kong
Teléfono: (852) 28401138
Fax: (852) 28453443
E-mail: info@hopshandbag.com
Contacto: Mrs Lin-Hop Lee, Managing Director Mr Kwing-Kwong Lee, Director

8. Connection Enterprises Limited

Dirección: 21/F, 128 Lockhart Road, Wan Chai, Hong Kong
Teléfono: (852) 25906285
Fax: (852) 25906303
E-mail: citideco@ctimail.com
Contacto: Mr Paul Tse, Manager Miss Maria Hung, Marketing Manager

9. Pearl Regent Ltd

Dirección: Room 813, Grand City Plaza, 1 Sai Lau Kok Road, Tsuen Wan, New Territories, Hong Kong
Teléfono: (852) 28727890
Fax: (852) 28727653
E-mail: info@pearlregent.com
Website: www.pearlregent.com
Contacto: Miss Satomi Cheng, Director Mr Kazuki Yamamoto, Director

10. A H M Planning (Hong Kong) Limited

Dirección: Block B, 11/F, Alexandra Industrial Building, 27 Wing Hong Street, Lai Chi Kok, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 23712811
Fax: (852) 23712210
E-mail: ahm@netvigator.com
Contacto: Mr Hara Yasuhito, Director

11. EUT Marketing (HK) Limited

Dirección: Unit A, 7/F, Houtex Industrial Building, 16 Hung To Road, Kwun Tong, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 28510169
Fax: (852) 23422671
E-mail: eut@eutfashion.com.hk
Website: www.eutfashion.com.hk
Contacto: Miss Chin Yee Choy, Managing Director Miss Vivian Chan, Assistant Marketing Manager

12. Asia Pacific Duty Free Ltd

Dirección: Suit 503, 5/F, Cosmos Building, 8-11 Lam Kwai Fong, Central, Hong Kong
Teléfono: (852) 25252005
Fax: (852) 28106223
E-mail: apdf@gmx.net

Contacto: Mr Dom Vessigault, Chairman Miss Wendy Lau, Personal Assistant

13. Integrated Inspiration Co Ltd

Dirección: Room 702, Oriental Centre, 67-71 Chatham Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 27392665

Fax: (852) 27241080

E-mail: hk@inspiration4.com

Contacto: Mr David T W Chang, Managing Director Mr Francis Wong, Merchandiser

14. The N's Co Ltd

Dirección: Room 1808-1809, Bank Centre, 636 Nathan Road, Mongkok, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 23323301-4

Fax: (852) 27703223

E-mail: thens@netvigator.com

Contacto: Mr Albert P C Wu, Managing Director Mr Kenneth P K Yung, General Manager

15. Fortuna Corp Ltd

Dirección: Unit 801, 8/F, Pacific House, 20 Queen'S Road, Central, Hong Kong

Teléfono: (852) 28772290

Fax: (852) 28771319

E-mail: nanyun@publ.fz.fj.cn

Contacto: Miss Yun She, Director Mr Jiang Nan, Manager

16. Kenine Trading Co Ltd

Dirección: Room 418, 4/F Block B, Proficient Industrial Centre, 6 Wang Kwun Road, Kowloon Bay, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 27956305

Fax: (852) 27517816

E-mail: kenineco@netvigator.com

Contacto: Mr Kee-Him Fan, Partner

17. Lion River Ltd

Dirección: Flat G, 5/F, Golden Sun Centre, 59 Bonham Strand West, Sheung Wan, Hong Kong

Teléfono: (852) 23771128

Fax: (852) 27396902

E-mail: berhk@hkstar.com

Contacto: Mr Bernard Seroussi, Managing Director

18. Chevron (HK) Ltd

Dirección: 2/F, Kowloon Investment Co Ltd Fty Building, 12 Bute Street, Mong Kok, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 23922653

Fax: (852) 23922040

E-mail: kitty@chevignon-hk.com

Website: www.chevignon-hk.com

Contacto: Mr Ernest Ng, Director Miss Kitty Lai, General Manager

19. Maytron Enterprises Ltd

Dirección: Room 1009, Tower 3, Enterprise Square, 9 Sheung Yuet Road, Kowloon Bay, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 25414601

Fax: (852) 25436642

E-mail: ales@maytron.com.hk

Website: ww.maytron.com.hk

Contacto: r Ki-Hong Miao, Chairman Miss Fanny Shuk-Fan Wong, Asst Marketing Manager

20. Successful Trading Company

Dirección: Room 512C, 5/F, Witty Commercial Building, 1A-1L Tung Choi Street, Mong Kok, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: 852) 23323203

Fax: (852) 27708821

Contacto: Mr Alan Lam, Manager

21. Tough Jeans Ltd

Dirección: 5/F, Suntex Tower, 119 Wo Yi Hop Road, Kwai Chung, New Territories, Hong Kong

Teléfono: (852) 27538802

Fax: (852) 27967625

E-mail: tough@netvigator.com

Website: www.toughjeans.com

Contacto: Mr George Wong, Director

22. Immer Beste Industrial Co

Dirección: Flat 6, 5/F Block A, Veristrong Industrial Centre, 34-36 Au Pui Wan Street, Sha Tin, New Territories, Hong Kong

Teléfono: (852) 26901005

Fax: (852) 26915159

E-mail: immerbeste@ismart.net

Contacto: Mr Tony Wong, Proprietor

23. Prada Hong Kong Ltd

Dirección: 36/F, Gloucester Tower, The Landmark, Central, Hong Kong

Teléfono: (852) 25262831

Fax: (852) 25262636

Website: www.prada.com

Contacto: Mr Giovanni Di Salvo, Managing Director Miss Monna Cheung, Marketing Executive

24. Ossia Marketing (HK) Co Limited

Dirección: Room 1201-1202, Join-In Hang Sing Centre, 71-75 Container Port Road, Kwai Chung, New Territories, Hong Kong

Teléfono: (852) 24221268

Fax: (852) 24804670

E-mail: millies@millies.com.hk

Contacto: Mrs Rosa Hung, Managing Director Miss Ivy Lam, Store Merchandising Manager

25. Kwok Hang Holdings Ltd

Dirección: Room 1001-1002, Tower 2, Harbour Centre, 8 Hok Cheung Street, Hung Hom, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 27350131

Fax: (852) 27354272

E-mail: khhl@netvigator.com

Contacto: Mr William K P Ng, Managing Director Miss Shirley Chu, Group General Manager

26. Verwin Co Ltd

Dirección: Room 913A, 9/F Tower 1, Harbour Centre, 1 Hok Cheung Street, Hung Hom, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 25769083

Fax: (852) 25764089

Contacto: Mr Wilfred Koo, Managing Director Miss Connie Wan, Secretary

27. Goldstone International Ltd

Dirección: 16/F, Chinachem Leighton Plaza, 29 Leighton Road, Causeway Bay, Hong Kong

Teléfono: (852) 25063223

Fax: (852) 25063839

E-mail: gdl@goldstone.com.hk

Contacto: Mr Frank W C Chau, Managing Director

28. Toyo Leather Ware Co

Dirección: G/F, 49D Carnarvon Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 27215403

Contacto: Mr Shing-Chung Lee, Manager Mr Chak-Ling Lee, Manager

29. Solar Land Limited

Dirección: Unit D, 13/F, Success Industrial Building, 17 Sheung Hei Street, San Po Kong, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 23273835

Fax: (852) 23245739

E-mail: solar-hk@netvigator.com

Contacto: Mr Eddie Lau, Manager Miss Joyce Chan, Manager

30. Morrison Trading Co

Dirección: Flat B, 8/F, Chee King Garden, 45 Kin Tak Street, Yuen Long, New Territories, Hong Kong

Teléfono: (852) 24753075

Fax: (852) 24753074

E-mail: mtcmay@hotmail.com

Contacto: Mr Tamm Lau, Director

31. Mahfooza Agencies

Dirección: Room H, 5/F, Champagne Court, 16 Kimberley Road, Tsim Sha Tsui,
Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 23688448
Fax: (852) 23668472
E-mail: saramahfooza@yahoo.com
Contacto: Mr P M S Muhsin, Proprietor

32. Risby Fur & Leather Co Ltd

Dirección: Room 1, 16/F, Pacific Trade Centre, 2 Kai Hing Road, Kowloon Bay,
Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 27558406
Fax: (852) 27548701
Contacto: Mr Yuen-Kwong Ho, DirectorMs Carol Lee, Clerk

33. Bally Hong Kong Ltd

Dirección: 17/F, Tower 2, China Hong Kong City, 33 Canton Road, Tsim Sha Tsui,
Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 21963111
Fax: (852) 27352207
Website: www.bally.com
Contacto: Mr Rolf Kambli, Chief Executive Officer

34. Imperial Import & Export Co

Dirección: Room 1108, Hang Seng Bank Building, 18 Carnarvon Road, Tsim Sha Tsui,
Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 23685980
Fax: (852) 27213714
Contacto: Mr Chau-Fai Chan, Director

35. World Pride (HK) Ltd

Dirección: Room 3709, Cosco Tower, 183 Queen's Road Central, Central, Hong Kong
Teléfono: (852) 23020082
Fax: (852) 23020392
Contacto: Mr Kar-Tao Miu, PresidentMiss Priscilla Wong, President

36. Fieldstone International Co Ltd

Dirección: Block M, O & Q, 12/F Phase 3, Kaiser Estate, 11 Hok Yuen Street,
Hung Hom, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 23640351
Fax: (852) 27643254
E-mail: fshkadml@netvigator.com
Contacto: Mr Y Ishihara, Managing DirectorMr T Okawa, Director

37. Hoover Hong (International) Company Ltd

Dirección: Room 405, Good Hope Building, 618 Nathan Road, Mong Kok, Kowloon,
Hong Kong
Teléfono: (852) 23838677
Fax: (852) 23325657
Contacto: Mr Fred Wai-Lit Lam, Managing Director

38. Portfolio Development Limited

Dirección: Room 906, 9/F, Progress Commercial Building, 9 Irving Street, Causeway Bay, Hong Kong

Teléfono: (852) 28817617

Fax: (852) 28818487

E-mail: portdev@netvigator.com

Website: www.lamborghini.com.hk

Contacto: Miss Shirley Chan, Director

39. Make Rich Limited

Dirección: Room 2010, 20/F, Tsuen Wan Industrial Centre, 220-248 Texaco Road, Tsuen Wan, New Territories, Hong Kong

Teléfono: (852) 24088668

Fax: (852) 24088273

E-mail: makerich@asiansources.com

Contacto: Mr Ricky So, Director Mr Michael Lee, Vice President

40. Morning Cute Ltd

Dirección: Room 711, 7/F, Trans Asia Centre, 18 Kin Hong Street, Kwai Chung, New Territories, Hong Kong

Teléfono: (852) 25410710

Fax: (852) 28541606

E-mail: mc@askycollection.com

Contacto: Miss Tak-Chong Pang, Director Mr Ijaz-Ul-Haque, Director

41. Moda Trend Company

Dirección: Room 934, Willy Commercial Building, 28-36 Wing Kut Street, Central, Hong Kong

Teléfono: (852) 25574795

Contacto: Mr Sammy Kwok, Proprietor

42. Rebecca Shop

Dirección: Room 1407, Hang Lung Centre, 2-20 Paterson Street, Causeway Bay, Hong Kong

Teléfono: (852) 25778836

Fax: (852) 28816338

Contacto: Miss Rebecca Kwok, Manager

43. Todoku Trading Co Ltd

Dirección: Room 703, 7/F, Yu Sung Boon Building, 107-111 Des Voeux Road Central, Central, Hong Kong

Teléfono: (852) 25819262

Fax: (852) 25819199

Contacto: Mr K Y Chan, Director

44. Wellteam Enterprises Ltd

Dirección: Flat C, 1/F, Chik Tak Mansion, 11 New Street, Stanley, Hong Kong

Teléfono: (852) 25548647

Fax: (852) 28132838

Contacto: Mr T K Chiu, Manager

45. Burberry Asia Ltd

Dirección: Room 1101-2, Tower 2, Harbour Centre, 8 Hok Cheung Street, Hunghom, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 27360388
Fax: (852) 27362339
Contacto: Mr William Ng, Managing Director Miss Rose Wong, General Manager

46. Kaiser Holdings (HK) Ltd

Dirección: Unit 1 & 2, 9/F, Kinok Centre, 9 Hung To Road, Kwun Tong, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 23442203
Fax: (852) 23442362
E-mail: kaiser@incnets.com
Contacto: Mr Hop-Ming Cheng, Managing Director Ms Sania Chu, Administrative Manager

47. Kaltex Co Ltd

Dirección: Block D, 3/F, Chung Hing Industrial Mansion, 27 Tai Yau Street, San Po Kong, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 23289085
Fax: (852) 23522382
E-mail: kaltex@netvigator.com
Contacto: Mr Karl Ng, Director Mr Alan Ng, Director

48. Huang He Co Ltd

Dirección: Room 2, 2/F, Kiu Fung Mansion, 18 Austin Avenue, Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 27233506
Fax: (852) 27215040
E-mail: yeetaileather@yahoo.com
Contacto: Mr Thomas K F Wong, Director Miss Queenie Y F Lo, Director

49. Le Visa Trading Co

Dirección: Block A4, 10/F, Paterson Building, 47 Paterson Street, Causeway Bay, Hong Kong
Teléfono: (852) 94898298
Fax: (852) 25766999
Contacto: Mr Daniel Lau, Manager

50. Golden Plateau Limited

Dirección: Room 2306, Henley Building, 5 Queen's Road Central, Central, Hong Kong
Teléfono: (852) 25699410
Fax: (852) 25694391
E-mail: glau88@hotmail.com
Contacto: Mr Tim Conti, Director Miss Grace Lau, Deputy Director

51. Hip Luen Trading Associates Ltd

Dirección: Block A, 18/F, Ho Lee Commercial Building, 38-44 D'Aguilar Street, Central, Hong Kong

Teléfono: (852) 25227985
Fax: (852) 28452681
E-mail: hipluen@netfront.net
Contacto: Mr Eddie N Tong, Director

52. Fine N Rhine

Dirección: Block B, 3/F, Lyton Building, 42 Mody Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 27218166
Fax: (852) 27395301
E-mail: fnr@hotmail.com
Website: www.pashminapashmina.com
Contacto: Mrs B Assomull, Partner Mrs Harjani, Partner

53. Union Trading Company

Dirección: G/F, 206-208 Tai Nan Street, Sham Shui Po, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 23953382
Fax: (852) 27891907
E-mail: assistance@union-belt.com.hk
Website: www.union-belt.com.hk
Contacto: Miss Sophia Lam, Proprietor

54. Variant Supplies Centre Ltd

Dirección: Room 2210A, Wu Chung House, 213 Queen's Road East, Wanchai, Hong Kong
Teléfono: (852) 28935076
Fax: (852) 28345863
E-mail: sales@variantsupplies.com
Website: www.variantsupplies.com
Contacto: Mr Peter Liu, Director Miss Connie Pong, Marketing Executive

55. Jansa

Dirección: 1/F, Ying Wah Court, 486 King'S Road, North Point, Hong Kong
Teléfono: (852) 28119848
Fax: (852) 28115398
E-mail: jansa@netvigator.com
Website: sites.netscape.net/jansafityoutlet/homepage
Contacto: Miss Louisa Shui-Mui Wong, Proprietor

56. Grandaz Development Ltd

Dirección: Suite 701C, Level 7, Landmark North, 39 Lung Sum Avenue, Sheung Shui, New Territories, Hong Kong
Teléfono: (852) 23660301
Fax: (852) 23660327
E-mail: grandaz@netvigator.com
Contacto: Ms Diana W S Chan, Director

57. Harryip & Co Ltd

Dirección: Room 1402, 14/F, Java Commercial Centre, 128 Java Road, North Point, Hong Kong

Teléfono: (852) 25632338
Fax: (852) 25656199
E-mail: harryip@netvigator.com
Website: 2fw.com/harryip_n_company
Contacto: Ms Susanna Lit, Director Mr Gary Yip, Marketing Manager

58. LVMH Asia Pacific Ltd

Dirección: 34/F, Dorset House, 979 King's Road, Taikoo Place, Quarry Bay, Hong Kong
Teléfono: (852) 29689288
Fax: (852) 29689222
E-mail: lvmhap@lvmh.fr
Website: www.lvmh.fr
Contacto: Mr Husson Remy, VP-Finance, Asia Pacific

59. Teck Soon Hong Limited

Dirección: Room 901-905, 9/F, China Resources Building, 26 Harbour Road, Wan Chai, Hong Kong
Teléfono: (852) 25833888
Fax: (852) 28275635
E-mail: tsh@crc.com.hk
Website: www.tecksoon.com
Contacto: Mr Qing-Wei Song, Managing Director

60. Explorer Enterprise Limited

Dirección: Flat 11, 14/F, Leader Industrial Centre, 57-59 Au Pui Wan Street, Fotan, Shatin, New Territories, Hong Kong
Teléfono: (852) 26902502
Fax: (852) 26902535
E-mail: ex-plorer@ctimail.com
Website: www.exen.com.hk
Contacto: Mr Stanley Chow, Manager Mr Scott Ma, Manager

61. Serendibay Company

Dirección: Unit 1205, 12/F, Sino Plaza, 255 Gloucester Road, Causeway Bay, Hong Kong
Teléfono: (852) 28368621
Fax: (852) 28368327
E-mail: info@serentibay.com
Website: www.serentibay.com
Contacto: Mr Upton Pui-Cheong Chik, Managing Director

62. Accord Bags Limited

Dirección: Room 7B. 13/F, Cable TV Tower, 9 Hoi Shing Road, Tsuen Wan, New Territories, Hong Kong
Teléfono: (852) 24133269
Fax: (852) 24131135
E-mail: accordbl@netvigator.com
Contacto: Mr Sunny Cheung, Managing Director

63. Casey International Ltd

Dirección: 7/F - 8/F, Casey Building, 38 Lok Ku Road, Sheung Wan, Hong Kong

Teléfono: (852) 25430015

Fax: (852) 25447465

E-mail: caseyint@casey.com.hk

Contacto: Mr Raymond Liu, Managing Director Mr Jerry Hung, General Manager

64. Shiamas Ltd

Dirección: 4/F, Hong Kong Diamond Exchange Building, 8-10 Duddell Street, Central, Hong Kong

Teléfono: (852) 25233178

Fax: (852) 28450268

E-mail: shiamas@shiamas.com.hk

Contacto: Mr Thomas Lee, Managing Director

65. Goldstone Development Ltd

Dirección: 16/F, Chinachem Leighton Plaza, 29 Leighton Road, Causeway Bay, Hong Kong

Teléfono: (852) 25063223

Fax: (852) 25063839

E-mail: gdl@goldstone.com.hk

Contacto: Mr Frank Chau, Regional Marketing Director Miss Angela Kwok, Marketing Manager

66. Fila Marketing (HK) Ltd

Dirección: Suite 1212, 12/F Tower 3, China Hong Kong City, 33 Canton Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 21706103

Fax: (852) 26370676

E-mail: bennychan@filasport.com.hk

Contacto: Mr Benny Chan, Senior Manager

67. Itokin (Hong Kong) Co Ltd

Dirección: Unit 1111, 11/F Tower A, New Mandarin Plaza, 14 Science Museum Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 27224028

Fax: (852) 27241725

E-mail: nicky@itokin.com.hk

Contacto: Mr H Kodama, Managing Director Miss Bonny Mak, Secretary

68. Lichen International (Hk) Ltd

Dirección: Unit 3, 5/F, Trendy Centre, 682-684 Castle Peak Road, Lai Chi Kok, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 28153993

Fax: (852) 28151973

Contacto: Miss Jane Chen, Manager

69. Prime Bonus International Ltd

Dirección: Room 1208, 12/F, Beverly Commercial Centre, 87-105 Chatham Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 23143952
Fax: (852) 23143954
E-mail: rettohk@yahoo.com.hk
Website: www.geocities.com/rettohk
Contacto: Mr Eddie Wai-Ming Law, Director

70. State Dragon Trading Company Limited

Dirección: Unit 918, Nan Fung Commercial Centre, 19 Lam Lok Street, Kowloon Bay, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 23140793
Fax: (852) 29593143
Contacto: Mr David Yeung, Managing Director

71. Winson Trading Company

Dirección: 14/F, Amtel Building, 148 Des Voeux Road Central, Central, Hong Kong
Teléfono: (852) 28153611
Fax: (852) 25448025
Contacto: Miss Siu-Chun Yip, General Manager Miss Kit-Fong Mok, Assistant Manager

72. Bentz Trading Company Limited

Dirección: Unit 8, 6/F, Fibers & Fabrics Industrial Centre, 7 Shing Yip Street, Kwun Tong, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 28516102
Fax: (852) 28516178
E-mail: bentz@netvigator.com
Contacto: Mr Benny Wong, Manager Miss Kitty Chan, Senior Sales Executive

73. An Demax Ltd

Dirección: G/F, 20 Wing Kut Street, Central, Hong Kong
Teléfono: (852) 28519078
Fax: (852) 28505414
Contacto: Mr Paul Wai-An Wong, Director

74. Ladder Trading Co

Dirección: Room 304, Lucida Industrial Building, 43-47 Wang Lung Street, Tsuen Wan, New Territories, Hong Kong
Teléfono: (852) 24060039
Fax: (852) 26148807
E-mail: saledept@ladder.com.hk
Website: www.ladder.com.hk
Contacto: Miss Rosena Cheung, Managing Director

75. Quintana (Hong Kong) Limited

Dirección: Room 1604, Star House, 3 Salisbury Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 23142987
Fax: (852) 23662875
E-mail: quintana@netvigator.com
Contacto: Mr Daniel Villamil, Director Miss Wendy Li, Shipping Administrative

76. Timberland Hong Kong Limited

Dirección: Unit 815-821, Level 8, Tower 1, Grand Central Plaza, 138 Sha Tin
Committee Road, Sha Tin, New Territories, Hong Kong

Teléfono: (852) 26342800

Fax: (852) 26340976

Website: timberland.com.hk

Contacto: Mr Tony Keng-Man Kwan, Country Manager

77. Echo Rich Ltd

Dirección: Room 701, Charm Centre, 700 Castle Peak Road, Lai Chi Kok, Kowloon,
Hong Kong

Teléfono: (852) 27429339

Fax: (852) 27429930

Contacto: Mr Canton Kwan, General Manager Miss Winter Mak, Marketing Manager

EMPRESAS IMPORTADORAS DE BILLETOS Y MONEDEROS DE PIEL

1. An Demax Ltd

Dirección: G/F, 20 Wing Kut Street, Central, Hong Kong

Teléfono: (852) 28519078

Fax: (852) 28505414

Contacto: Mr Paul Wai-An Wong, Director

2. Starasia Enterprises Limited

Dirección: 10/F, Vogue Building, 67 Wyndham Street, Central, Hong Kong

Teléfono: (852) 25800965

Fax: (852) 28719646

E-mail: starasiahk@hotmail.com

Contacto: Mr Francois Laurent, Director

3. Gimmicks Trading Co

Dirección: Room 406, Block B, Proficient Industrial Centre, 6 Wang Kwun Road, Kowloon Bay, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 27715496

Fax: (852) 27716723

E-mail: gimmicks@gimmicks.corp.com.hk

Contacto: Mr K K Yeung, Sales Manager Miss Maggie Chan, Sales Manager

4. Evergreen Trading Company

Dirección: Room 1004A, Tower 1, South Seas Centre, 75 Mody Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 27122288

Fax: (852) 26718738

E-mail: pchan@vedelure.com

Website: www.vedelure.com

Contacto: Mr Patrick Y M Chan, Executive Director Mr Man-Man Chan, Administrator

5. GMM Group

Dirección: Room 22 12/F Phase 1, Metro Centre, 32 Lam Hing Street, Kowloon Bay, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 82062322

Fax: (852) 29589877

E-mail: gmm@tdctrade.com

Contacto: Mr Frankie So, Manager

6. Ladder Trading Co

Dirección: Room 304, Lucida Industrial Building, 43-47 Wang Lung Street, Tsuen Wan, New Territories, Hong Kong

Teléfono: (852) 24060039

Fax: (852) 26148807

E-mail: saledept@ladder.com.hk

Website: www.ladder.com.hk

Contacto: Miss Rosena Cheung, Managing Director

7. S & R Manufacturing Co Ltd

Dirección: Workshop 1909, 19/F, Lemmi Centre, 50 Hoi Yuen Road, Kwun Tong, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 26621118
Fax: (852) 26621254
E-mail: snrmfgco@netvigator.com
Contacto: Mr Roaco C L Chui, Director

8. Hardcore Company

Dirección: Flat A, 9/F, Hang Seng Centre, 95-97 Tung Chau Street, Tai Kok Tsui, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 27108201
Fax: (852) 27821855
E-mail: info@dusty.com.hk
Website: www.dusty.com.hk
Contacto: Mr Paul Ma, Partner Mr Max Cheung, Partner

9. Timberland Hong Kong Limited

Dirección: Unit 815-821, Level 8, Tower 1, Grand Central Plaza, 138 Sha Tin Committee Road, Sha Tin, New Territories, Hong Kong
Teléfono: (852) 26342800
Fax: (852) 26340976
Website: timberland.com.hk
Contacto: Mr Tony Keng-Man Kwan, Country Manager

10. Quintana (Hong Kong) Limited

Dirección: Room 1604, Star House, 3 Salisbury Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 23142987
Fax: (852) 23662875
E-mail: quintana@netvigator.com
Contacto: Mr Daniel Villamil, Director Miss Wendy Li, Shipping Administrative

11. Body Glove Limited

Dirección: Room 906-910, Modern Warehouse, 6 Shing Yip Street, Kwun Tong, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 21457188
Fax: (852) 21457788
Website: www.bodygloveasia.com
Contacto: Mr Joseph Lin, Chief Executive Officer Miss Seline Hui, Chief Operating Officer

12. Body Glove (Far East) Ltd

Dirección: Room 906-901, Modern Warehouse, 6 Shing Yip Street, Kwun Tong, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 21457188
Fax: (852) 21457788
E-mail: shui@bodygloveasia.com
Website: www.bodygloveasia.com

Contacto: Miss Seline Hui, Chief Operator Officer

13. Integrated Inspiration Co Ltd

Dirección: Room 702, Oriental Centre, 67-71 Chatham Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 27392665

Fax: (852) 27241080

E-mail: hk@inspiration4.com

Contacto: Mr David T W Chang, Managing Director Mr Francis Wong, Merchandiser

14. Fortuna Corp Ltd

Dirección: Unit 801, 8/F, Pacific House, 20 Queen'S Road, Central, Hong Kong

Teléfono: (852) 28772290

Fax: (852) 28771319

E-mail: nanyun@pub1.fz.fj.cn

Contacto: Miss Yun She, Director Mr Jiang Nan, Manager

15. Verwin Co Ltd

Dirección: Room 913A, 9/F Tower 1, Harbour Centre, 1 Hok Cheung Street, Hung Hom, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 25769083

Fax: (852) 25764089

Contacto: Mr Wilfred Koo, Managing Director Miss Connie Wan, Secretary

16. L S Collection Hong Kong Limited

Dirección: Unit D, 4/F, Garment Centre, 576-586 Castle Peak Road, Cheung Sha Wan, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 25289303

Fax: (852) 28650909

E-mail: lschk@hkstar.com

Contacto: Mr Daniel S H Wong, President Miss Loretta Chan, Managing Director

17. Fieldstone International Co Ltd

Dirección: Block M, O & Q, 12/F Phase 3, Kaiser Estate, 11 Hok Yuen Street, Hunghom, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 23640351

Fax: (852) 27643254

E-mail: fshkadml@netvigator.com

Contacto: Mr Y Ishihara, Managing Director Mr T Okawa, Director

18. Hoover Hong (International) Company Ltd

Dirección: Room 405, Good Hope Building, 618 Nathan Road, Mong Kok, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 23838677

Fax: (852) 23325657

Contacto: Mr Fred Wai-Lit Lam, Managing Director

19. Portfolio Development Limited

Dirección: Room 906, 9/F, Progress Commercial Building, 9 Irving Street, Causeway Bay, Hong Kong

Teléfono: (852) 28817617
Fax: (852) 28818487
E-mail: portdev@netvigator.com
Website: www.lamborghini.com.hk
Contacto: Miss Shirley Chan, Director

20. Make Rich Limited

Dirección: Room 2010, 20/F, Tsuen Wan Industrial Centre, 220-248 Texaco Road, Tsuen Wan, New Territories, Hong Kong
Teléfono: (852) 24088668
Fax: (852) 24088273
E-mail: makerich@asiansources.com
Contacto: Mr Ricky So, Director Mr Michael Lee, Vice President

21. Morning Cute Ltd

Dirección: Room 711, 7/F, Trans Asia Centre, 18 Kin Hong Street, Kwai Chung, New Territories, Hong Kong
Teléfono: (852) 25410710
Fax: (852) 28541606
E-mail: mc@askycollection.com
Contacto: Miss Tak-Chong Pang, Director Mr Ijaz-Ul-Haque, Director

22. Moda Trend Company

Dirección: Room 934, Willy Commercial Building, 28-36 Wing Kut Street, Central, Hong Kong
Teléfono: (852) 25574795
Contacto: Mr Sammy Kwok, Proprietor

23. Rebecca Shop

Dirección: Room 1407, Hang Lung Centre, 2-20 Paterson Street, Causeway Bay, Hong Kong
Teléfono: (852) 25778836
Fax: (852) 28816338
Contacto: Miss Rebecca Kwok, Manager

24. Todoku Trading Co Ltd

Dirección: Room 703, 7/F, Yu Sung Boon Building, 107-111 Des Voeux Road Central, Central, Hong Kong
Teléfono: (852) 25819262
Fax: (852) 25819199
Contacto: Mr K Y Chan, Director

25. Wellteam Enterprises Ltd

Dirección: Flat C, 1/F, Chik Tak Mansion, 11 New Street, Stanley, Hong Kong
Teléfono: (852) 25548647
Fax: (852) 28132838
Contacto: Mr T K Chiu, Manager

26. Burberry Asia Ltd

Dirección: Room 1101-2, Tower 2, Harbour Centre, 8 Hok Cheung Street, Hunghom, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 27360388
Fax: (852) 27362339
Contacto: Mr William Ng, Managing Director Miss Rose Wong, General Manager

27. Kaiser Holdings (HK) Ltd

Dirección: Unit 1 & 2, 9/F, Kinok Centre, 9 Hung To Road, Kwun Tong, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 23442203
Fax: (852) 23442362
E-mail: kaiser@incnets.com
Contacto: Mr Hop-Ming Cheng, Managing Director Ms Sania Chu, Administrative Manager

28. Le Visa Trading Co

Dirección: Block A4, 10/F, Paterson Building, 47 Paterson Street, Causeway Bay, Hong Kong
Teléfono: (852) 94898298
Fax: (852) 25766999
Contacto: Mr Daniel Lau, Manager

29. Hip Luen Trading Associates Ltd

Dirección: Block A, 18/F, Ho Lee Commercial Building, 38-44 D'Aguilar Street, Central, Hong Kong
Teléfono: (852) 25227985
Fax: (852) 28452681
E-mail: hipluen@netfront.net
Contacto: Mr Eddie N Tong, Director

30. Grandaz Development Ltd

Dirección: Suite 701C, Level 7, Landmark North, 39 Lung Sum Avenue, Sheung Shui, New Territories, Hong Kong
Teléfono: (852) 23660301
Fax: (852) 23660327
E-mail: grandaz@netvigator.com
Contacto: Ms Diana W S Chan, Director

31. Wai On Trading Company

Dirección: Unit O, 7/F, Wah Lik Industrial Centre, 459-469 Castle Peak Road, Tsuen Wan, New Territories, Hong Kong
Teléfono: (852) 24379945
Fax: (852) 24124938
E-mail: waion88@hotmail.com
Website: www.waion88.com
Contacto: Mr Andrew W K Chan, Proprietor Miss Amalia Tan, Manager

32. Teck Soon Hong Limited

Dirección: Room 901-905, 9/F, China Resources Building, 26 Harbour Road, Wan Chai, Hong Kong

Teléfono: (852) 25833888
Fax: (852) 28275635
E-mail: tsh@crc.com.hk
Website: www.tecksoon.com
Contacto: Mr Qing-Wei Song, Managing Director

33. Yuta Cheung Co Ltd

Dirección: G/F, 234 Queen's Road Central, Central, Hong Kong
Teléfono: (852) 25445879
Fax: (852) 25441875
E-mail: yuta_cheung@yahoo.com.tw
Contacto: Mr Tak-Wood Lok, Director Miss Irene Luk, Marketing Manager

34. Explorer Enterprise Limited

Dirección: Flat 11, 14/F, Leader Industrial Centre, 57-59 Au Pui Wan Street, Fotan, Shatin, New Territories, Hong Kong
Teléfono: (852) 26902502
Fax: (852) 26902535
E-mail: ex-ploer@ctimail.com
Website: www.exen.com.hk
Contacto: Mr Stanley Chow, Manager Mr Scott Ma, Manager

35. Sunny Asia Ltd

Dirección: 13/F, Ching Cheong Industrial Building, 1-7 Kwai Cheong Road, Kwai Chung, New Territories, Hong Kong
Teléfono: (852) 24899889
Fax: (852) 24891289
E-mail: patricia@sunny-asia.com
Website: www.luggage.com.hk
Contacto: Miss Patricia Yeung, Executive Director Mr Rayman Tse, Director

36. Serendibay Company

Dirección: Unit 1205, 12/F, Sino Plaza, 255 Gloucester Road, Causeway Bay, Hong Kong
Teléfono: (852) 28368621
Fax: (852) 28368327
E-mail: info@serentibay.com
Website: www.serendibay.com
Contacto: Mr Upton Pui-Cheong Chik, Managing Director

37. Fila Marketing (HK) Ltd

Dirección: Suite 1212, 12/F Tower 3, China Hong Kong City, 33 Canton Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 21706103
Fax: (852) 26370676
E-mail: bennychan@filasport.com.hk
Contacto: Mr Benny Chan, Senior Manager

38. State Dragon Trading Company Limited

Dirección: Unit 918, Nan Fung Commercial Centre, 19 Lam Lok Street, Kowloon Bay,
Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 23140793
Fax: (852) 29593143
Contacto: Mr David Yeung, Managing Director

39. Winson Trading Company

Dirección: 14/F, Amtel Building, 148 Des Voeux Road Central, Central, Hong Kong
Teléfono: (852) 28153611
Fax: (852) 25448025
Contacto: Miss Siu-Chun Yip, General Manager Miss Kit-Fong Mok, Assistant Manager

EMPRESAS IMPORTADORAS DE CINTURONES DE PIEL

1. Sunbeams Trading Ltd

Dirección: Room 901, 9/F, Shui Hing Centre, 13 Sheung Yuet Road, Kowloon Bay, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 23417289
Fax: (852) 23417778
E-mail: sunbeams@netvigator.com
Contacto: Mr Man-Fai Lau, Proprietor

2. Stylers Ltd

Dirección: 10/F Unit 8-9, Sino Industrial Plaza, 9 Kai Cheung Road, Kowloon Bay, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 27599100
Fax: (852) 23181300
Contacto: Mr Karl Cheng, Director

3. Headson Ltd

Dirección: Room 501, Fourseas Building, 208-212 Nathan Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 23175576
Fax: (852) 27365875
E-mail: headson@hknet.com
Contacto: Mr Moon-Wah Lai, Director Miss Wan-Ching Ng, Manager

4. Ho Cheuk Kee Belts Mfy Ltd

Dirección: G/F, 268 Lai Chi Kok Road, Sham Shui Po, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 23931472
Fax: (852) 23909323
E-mail: cheuk@hocheukkeebelts.com.hk
Contacto: Mr. Lam-Sang Ho, Director Miss Siu-Hing Ho, Executive

5. Lee L Har & Co Ltd

Dirección: Room 1001B, 10/F, Bartlock Centre, 3 Yiu Wa Street, Causeway Bay, Hong Kong
Teléfono: (852) 28387468
Fax: (852) 28389235
E-mail: cth@asiaonline.net
Contacto: Mr Cheng Yun, Managing Director Mr Louis Tung-Hung Cheng, Director

6. Vasadino Italy

Dirección: Shop L155, Lobby Floor, Hotel Inter-Continental Shopping Arcade, 18 Salisbury Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 23691586
Fax: (852) 23676319
Contacto: Miss Har Kam, Managing Director Mr Wai-Hung Ho, Director

7. Fashion Box (HK) Ltd

Dirección: 18/F, New Trend Centre, 704 Prince Edward Road East, San Po Kong, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 27363303
Fax: (852) 27363113
Contacto: Mr Jacques Dongradi, General Manager

8. Concept Promotion Ltd

Dirección: Unit 15, 9/F, Block A, Po Lung Centre, 11 Wang Chiu Road, Kowloon Bay, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 27553673
Fax: (852) 23313688
E-mail: faingain@asiansources.com
Contacto: Miss Rosana Lam, Director Miss Joanne Lam, Marketing Executive

9. Vital Device

Dirección: Room 1105, 11/F, Sincere House, 83 Argyle Street, Mong Kok, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 28336062
Fax: (852) 28336015
E-mail: fashioni@hongkong.com
Contacto: Mr Kenneth Kan, Director

10. Kiyohara & Company (Hong Kong) Limited

Dirección: Room 10, 36/F, Cable TV Tower, 9 Hoi Shing Road, Tsuen Wan, New Territories, Hong Kong
Teléfono: (852) 24238222
Fax: (852) 24804679
E-mail: kiyohk@netvigator.com
Contacto: Mr Y Ito, Managing Director Mr Dickson C Wan, Sales Executive

11. Man Hing Hong Belt Products Company

Dirección: Room 258-259, 2/F Block 1, Tai Wo Hau Factory Building, Sha Tsui Road, Tsuen Wan, New Territories, Hong Kong
Teléfono: (852) 24239820
Fax: (852) 24841737
E-mail: inquiry@manhinghong.com
Website: www.manhinghong.com
Contacto: Mr Chun-Foon Ma, Proprietor Mr Chung-Sun Ma, Personal Assistant

12. Sunrise Haberdashery Co Ltd

Dirección: G/F, 202 Yu Chau Street, Sham Shui Po, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 23043368
Fax: (852) 27296763
E-mail: sunrise-h@ctimail3.com
Contacto: Mr Alan P P Lam, Director Miss Wai-Yi Ha, Director

13. Sunrise Plastic & Metal Manufactory Co Ltd

Dirección: G/F, 202 Yu Chau Street, Sham Shui Po, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 23912283
Fax: (852) 27296763
E-mail: sunrise-h@ctimail3.com
Contacto: Miss Wai-Yi Ha, Director Mr Alan P P Lam, Director

14. Collfan Development Co Ltd

Dirección: Room 1202, Chinachem Hollywood Centre, 1-13 Hollywood Road, Sheung Wan, Hong Kong

Teléfono: (852) 25250053

Fax: (852) 28106612

E-mail: collfan@attglobal.net

Contacto: Mr Frank J Sapienza, Director Miss Peggy Chung, Director

15. Evergreen Trading Company

Dirección: Room 1004A, Tower 1, South Seas Centre, 75 Mody Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 27122288

Fax: (852) 26718738

E-mail: pchan@vedelure.com

Website: www.vedelure.com

Contacto: Mr Patrick Y M Chan, Executive Director Mr Man-Man Chan, Administrator

16. Pearl Regent Ltd

Dirección: Room 813, Grand City Plaza, 1 Sai Lau Kok Road, Tsuen Wan, New Territories, Hong Kong

Teléfono: (852) 28727890

Fax: (852) 28727653

E-mail: info@pearlregent.com

Website: www.pearlregent.com

Contacto: Miss Satomi Cheng, Director Mr Kazuki Yamamoto, Director

17. Hardcore Company

Dirección: Flat A, 9/F, Hang Seng Centre, 95-97 Tung Chau Street, Tai Kok Tsui, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 27108201

Fax: (852) 27821855

E-mail: info@dusty.com.hk

Website: www.dusty.com.hk

Contacto: Mr Paul Ma, Partner Mr Max Cheung, Partner

18. Timberland Hong Kong Limited

Dirección: Unit 815-821, Level 8, Tower 1, Grand Central Plaza, 138 Sha Tin Committee Road, Sha Tin, New Territories, Hong Kong

Teléfono: (852) 26342800

Fax: (852) 26340976

Website: timberland.com.hk

Contacto: Mr Tony Keng-Man Kwan, Country Manager

19. Kenine Trading Co Ltd

Dirección: Room 418, 4/F Block B, Proficient Industrial Centre, 6 Wang Kwun Road, Kowloon Bay, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 27956305

Fax: (852) 27517816

E-mail: kenineco@netvigator.com

Contacto: Mr Kee-Him Fan, Partner

20. Successful Trading Company

Dirección: Room 512C, 5/F, Witty Commercial Building, 1A-1L Tung Choi Street, Mong Kok, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 23323203

Fax: (852) 27708821

Contacto: Mr Alan Lam, Manager

21. Liberty

Dirección: Flat J, G/F, Golden Horse Mansion, 29 Mansion Street, Quarry Bay, Hong Kong

Teléfono: (852) 28385983

Fax: (852) 28385983

E-mail: liberty_hk@yahoo.com.hk

Website: www.harley-harley.com

Contacto: Mrs Madonna Choi, Manager Mr Stephen Choi, Manager

22. Bally Hong Kong Ltd

Dirección: 17/F, Tower 2, China Hong Kong City, 33 Canton Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 21963111

Fax: (852) 27352207

Website: www.bally.com

Contacto: Mr Rolf Kambli, Chief Executive Officer

23. Fieldstone International Co Ltd

Dirección: Block M, O & Q, 12/F Phase 3, Kaiser Estate, 11 Hok Yuen Street, Hunghom, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 23640351

Fax: (852) 27643254

E-mail: fshkadml@netvigator.com

Contacto: Mr Y Ishihara, Managing Director Mr T Okawa, Director

24. Hoover Hong (International) Company Ltd

Dirección: Room 405, Good Hope Building, 618 Nathan Road, Mong Kok, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 23838677

Fax: (852) 23325657

Contacto: Mr Fred Wai-Lit Lam, Managing Director

25. Make Rich Limited

Dirección: Room 2010, 20/F, Tsuen Wan Industrial Centre, 220-248 Texaco Road, Tsuen Wan, New Territories, Hong Kong

Teléfono: (852) 24088668

Fax: (852) 24088273

E-mail: makerich@asiansources.com

Contacto: Mr Ricky So, Director Mr Michael Lee, Vice President

26. Rebecca Shop

Dirección: Room 1407, Hang Lung Centre, 2-20 Paterson Street, Causeway Bay, Hong Kong

Teléfono: (852) 25778836

Fax: (852) 28816338

Contacto: Miss Rebecca Kwok, Manager

27. Kaltex Co Ltd

Dirección: Block D, 3/F, Chung Hing Industrial Mansion, 27 Tai Yau Street, San Po Kong, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 23289085

Fax: (852) 23522382

E-mail: kaltex@netvigator.com

Contacto: Mr Karl Ng, Director Mr Alan Ng, Director

28. Union Trading Company

Dirección: G/F, 206-208 Tai Nan Street, Sham Shui Po, Kowloon, Hong Kong

Teléfono: (852) 23953382

Fax: (852) 27891907

E-mail: assistance@union-belt.com.hk

Website: www.union-belt.com.hk

Contacto: Miss Sophia Lam, Proprietor

29. Grandaz Development Ltd

Dirección: Suite 701C, Level 7, Landmark North, 39 Lung Sum Avenue, Sheung Shui, New Territories, Hong Kong

Teléfono: (852) 23660301

Fax: (852) 23660327

E-mail: grandaz@netvigator.com

Contacto: Ms Diana W S Chan, Director

30. Harryip & Co Ltd

Dirección: Room 1402, 14/F, Java Commercial Centre, 128 Java Road, North Point, Hong Kong

Teléfono: (852) 25632338

Fax: (852) 25656199

E-mail: harryip@netvigator.com

Website: 2fw.com/harryip_n_company

Contacto: Ms Susanna Lit, Director Mr Gary Yip, Marketing Manager

31. Wai On Trading Company

Dirección: Unit O, 7/F, Wah Lik Industrial Centre, 459-469 Castle Peak Road, Tsuen Wan, New Territories, Hong Kong

Teléfono: (852) 24379945

Fax: (852) 24124938

E-mail: waion88@hotmail.com

Website: www.waion88.com

Contacto: Mr Andrew W K Chan, Proprietor Miss Amalia Tan, Manager

32. Chanel Limited

Dirección: 41/F, Gloucester Tower, The Landmark, 11 Pedder Street, Central, Hong Kong

Teléfono: (852) 25266461

Fax: (852) 28459094

E-mail: rwikins@chanel.com.hk

Website: www.chanel.com

Contacto: Mr Robert Wilkins, Managing Director

33. Teck Soon Hong Limited

Dirección: Room 901-905, 9/F, China Resources Building, 26 Harbour Road, Wan Chai, Hong Kong

Teléfono: (852) 25833888

Fax: (852) 28275635

E-mail: tsh@crc.com.hk

Website: www.tecksoon.com

Contacto: Mr Qing-Wei Song, Managing Director

34. Yuta Cheung Co Ltd

Dirección: G/F, 234 Queen's Road Central, Central, Hong Kong

Teléfono: (852) 25445879

Fax: (852) 25441875

E-mail: yuta_cheung@yahoo.com.tw

Contacto: Mr Tak-Wood Lok, Director Miss Irene Luk, Marketing Manager

35. Explorer Enterprise Limited

Dirección: Flat 11, 14/F, Leader Industrial Centre, 57-59 Au Pui Wan Street, Fotan, Shatin, New Territories, Hong Kong

Teléfono: (852) 26902502

Fax: (852) 26902535

E-mail: ex-plorer@ctimail.com

Website: www.exen.com.hk

Contacto: Mr Stanley Chow, Manager Mr Scott Ma, Manager

36. Laura Ashley Ltd

Dirección: Room 1408, AXA Centre, 151 Gloucester Road, Wan Chai, Hong Kong

Teléfono: (852) 27312345

Fax: (852) 27390131

Website: www.lauraashley.com

Contacto: Mr Otto C C Lam, General Manager

37. Shiamas Ltd

Dirección: 4/F, Hong Kong Diamond Exchange Building, 8-10 Duddell Street, Central, Hong Kong

Teléfono: (852) 25233178

Fax: (852) 28450268

E-mail: shiamas@shiamas.com.hk

Contacto: Mr Thomas Lee, Managing Director

38. Fila Marketing (HK) Ltd

Dirección: Suite 1212, 12/F Tower 3, China Hong Kong City, 33 Canton Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 21706103
Fax: (852) 26370676
E-mail: bennychan@filasport.com.hk
Contacto: Mr Benny Chan, Senior Manager

39. Lancel Asia Pacific Limited

Dirección: Room 311, Jordin House, 1 Connuaght Place, Central, Hong Kong
Teléfono: (852) 25251988
Fax: (852) 25304667
E-mail: enquiries@lancel.com.hk
Contacto: Miss Angela Yan, Wholesale Manager

40. Topy Co (HK) Ltd

Dirección: 11/F, Topy Tower, 659 Castle Peak Road, Kwai Chung, New Territories, Hong Kong
Teléfono: (852) 24898559
Fax: (852) 24841219
E-mail: winniecheng@toppy.com.hk
Website: www.colour18.com
Contacto: Mr Vincent Fang, President Liane Donnison, Marketing Manager

41. Hugo Boss HK Ltd

Dirección: Suite 2501-8, Tower 6, The Gateway, 9 Canton Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 23787007
Fax: (852) 23774819
E-mail: morten_christensen@hugoboss.com
Website: www.hugoboss.com
Contacto: Mr Morten Christensen, Sales Manager Mr Charles Woo, Financial Director

42. State Dragon Trading Company Limited

Dirección: Unit 918, Nan Fung Commercial Centre, 19 Lam Lok Street, Kowloon Bay, Kowloon, Hong Kong
Teléfono: (852) 23140793
Fax: (852) 29593143
Contacto: Mr David Yeung, Managing Director

FERIAS

ASIA PACIFIC LEATHER FAIR (abril y octubre de 2003)

- Lugar: Hong Kong Convention & Exhibition Centre
- Organizador: Asia Pacific Leather Fair Ltd.
- Periodicidad: bianual
- Ámbito: internacional
- Carácter: profesional
- Productos: materias primas en la edición de Marzo y moda en la de Octubre.

HONG KONG INTERNATIONAL FUR AND FASHION FAIR (febrero 2003)

- Lugar: Hong Kong Convention & Exhibition Centre
- Organizador: Hong Kong Fur Federation
- Periodicidad: anual
- Ámbito: internacional
- Carácter: profesional
- Productos: artículos de peletería, ropa de piel y cuero, accesorios y maquinaria

HONG KONG FASHION WEEK (enero y julio)

- Lugar: Hong Kong Convention & Exhibition Centre
- Organizador: Hong Kong Trade Development Council
- Lugar: Hong Kong Convention & Exhibition Centre

ASOCIACIONES

THE HONG KONG LEATHERGOODS, BAGS & LUGGAGE ASSOCIATION LTD.

ROOM 313-315, 3/F KWONG SANG HONG CENTRE
151-153 HOY BUN ROAD, KWUN TONG, HONG KONG
TEL: 2341 2683
FAX: 2343 4106

HONG KONG HIDE & LEATHER TRADER'S ASSOCIATION LTD.

UNIT B, 3/F CAPITAL COMMERCIAL BUILDING
446-448 SHANGHAI STREET
MONGKOK, KOWLOON, HONG KONG
TEL: 2388 7644
FAX: 2783 0804

PUBLICACIONES

COLLECTION BAGS & LEATHER GOODS, editada por Best Collection Promotion

Web page: www.collectionlink.com

HONG KONG LEATHER GOODS AND BAGS, revista trimestral editada por Hong Kong Trade Development Council

Web page: www.tdctrade.com