



## **Il mercato della Cina fertile sì ma solo per i grandi player internazionali**

tag: Cina, mercato Cina, gioielli, oro, diamanti, gemme, pietre preziose

Il mercato cinese merita come ben sappiamo l'attenzione del settore orafa, non solo del settore orafa del Made in Italy ovviamente bensì di tutte le realtà internazionali che realizzano prodotti in oro e diamanti di ottima qualità e di grande eleganza. I cinesi hanno infatti dimostrato di essere degli acquirenti davvero accaniti e di desiderare il possesso di gioielli eccellenti, un mercato quello cinese che ovviamente si è sviluppato in modo intenso in questi ultimi anni a seguito delle rinnovate condizioni economiche di questo paese in continua crescita. La fetta della popolazione che può permettersi infatti acquisti di lusso è cresciuta in modo esponenziale e a quanto pare è destinata a crescere ulteriormente nel corso dei prossimi anni.

Il mercato cinese - Andiamo ad analizzare un po' più da vicino il mercato cinese dei beni preziosi. Pensate che un terzo dei generi di lusso che viene importato dalla Cina è composto da orologi e gioielli, con una percentuale rispettivamente pari al 23% e al 7%. Guardando alla situazione da un punto di vista globale gli acquisti cinesi sono un terzo del commercio globale dei beni di lusso. Ovviamente gli acquirenti cinesi più accaniti sono coloro che appartengono alla classe media, soprattutto le persone più giovani e le donne in modo particolare. Si tratta di persone che vivono soprattutto nelle grandi metropoli, sulle queste infatti del nuovo ceto medio cinese. Parlando di grandi metropoli ovviamente non dobbiamo pensare solo a Pechino e Shanghai, ma anche a Shenzhen e Guangzhou. Il consumo dei gioielli annuo in Cina è di circa 454 miliardi di Yuan, un valore questo che la porta in seconda posizione nella classifica dei grandi consumatori.

Il mercato adatto solo per i player internazionali - La situazione che vi abbiamo appena delineato è più che conosciuta, abbiamo avuto modo anche noi in questo contesto di parlarne più volte. Il fatto però è che questa situazione ha creato in questo periodo non poche illusioni. Sono molti i brand orafi che hanno deciso di puntare il tutto per tutto sul mercato cinese con la speranza che questo boom di vendite potesse dare nuovo lustro al loro lavoro. Hanno preso la giusta decisione? Alla luce dei fatti e dei dati di recenti indagini sembra che questa decisione sia stata un po' affrettata. Il mercato cinese è fertile, ideale per il settore orafa che vuole prendere slancio, perfetto insomma per aumentare il proprio lavoro, ma questo vale solo per i grandi player internazionali, per i brand insomma già famosi, già rinomati, già brand di grande lusso che hanno alle spalle anni di esperienza e di fama. Pensiamo a nomi quindi come Cartier, come De Beers, come Bulgari o Gucci, ai grandi nomi del settore orafa mondiale. Loro sono realtà che possono trovare nel mercato cinese un terreno eccellente per la loro crescita. I brand di medio livello non riusciranno a trovare invece alcun tipo di appiglio per il loro lavoro e la stessa sorte è in agguato anche per i brand che vogliono essere di nicchia e che sperano di riuscire a vendere ai cinesi le loro opere d'arte stravaganti e originali, peccato però che questo non sia ciò che i cinesi desiderano.

La Cina è brand-sensitive - Gli acquirenti cinesi puntano solo ai beni di grande fama, sono insomma acquirenti brand-sensitive che guardano prima alla firma e poi all'oggetto prezioso da acquistare. Questo perché la firma permette di suggellare il raggiungimento di un gradino elevato nella scala sociale, che poi è il motivo per cui i cinesi vogliono possedere questi beni di lusso.