
Modaes

Back Stage

China ficha talento europeo para iniciar el cambio del 'made in' al 'designed by'

Sarah García
16 abr 2012 - 04:29

En China las cosas están cambiando. Antes, las compañías internacionales del sector textil hallaban en el país mano de obra barata y materias primas a precios muy inferiores a los que encontraban en otros países. Ahora, los principales grupos internacionales han visto en China un nuevo mercado para conquistar y no sólo uno en el que producir.

La creciente clase media, con un mayor poder adquisitivo, se ha convertido en el target al que todos quieren vender. No obstante, las firmas de lujo también han encontrado su nicho: ricos asiáticos con posibilidad y ganas de gastar su dinero. Ambos clientes se han convertido en el pretexto perfecto para la entrada masiva en el país.

Hermès ha sido una de las firmas que ha apostado fuerte por el mercado chino, creando incluso una marca específica para el país: **Shang Xia**. En el caso de la gran distribución, compañías como **Inditex**, **Mango** o **Desigual** han trazado planes específicos de expansión para China.

Inditex prevé finalizar el año con una presencia en el país que supera las 400 tiendas. Por su parte, **Mango** entró en China en 2002 y en 2007 ya contaba con sesenta tiendas. En 2012, la compañía prevé abrir ochenta tiendas en el país. En el caso de **Desigual**, la empresa ha situado al país entre sus prioridades más inmediatas e invertirá este año 150 millones de euros en su logística para crear un nuevo centro logístico en Viladecans (Barcelona), uno en América y otro en Hong Kong.

Pero China no quiere dejar que sólo los grupos internacionales *saquen partido* de esta nueva clase media. Por ello, el gobierno del país presentó, a principios de año, un informe para relanzar su industria textil, sobre todo, la doméstica. De este modo, el ejecutivo chino pretende contar con un sector nacional fuerte, que pueda competir con las compañías internacionales

1/2

<https://www.modaes.com/back-stage/china-ficha-talento-europeo-para-iniciar-el-cambio-del-made-in-al-designed-by>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

El texto también destacaba que el gobierno quiere contar con entre cinco y diez marcas del país reconocidas internacionalmente y un centenar conocidas a nivel nacional en 2015. **She Jia Sorgere** podría ser una de ellas.

La enseña, que presentó su primera colección para hombres en la pasada semana de la moda de Pekín, se posiciona como “marca de lujo para los sofisticados y ricos consumidores chinos, que buscan algo diferente de lo que todas las marcas de lujo occidentales puede ofrecerles”.

Aunque la marca es china y está dirigida exclusivamente a un público chino, el diseño y la fabricación de las colecciones se realiza en Italia. Concretamente, la empresa italiana **Caruso**, especializada en moda de lujo para hombre, es la encargada de fabricar las piezas y el diseñador italiano **Francesco Fiordelli** de diseñarlas.

She Jia Sorgere, propiedad de **China Garments**, se distribuirá a través de tiendas monomarca. La apertura del primer establecimiento se realizará a finales de año.

China Garments es un conglomerado público formado por 1.500 empleados y con una facturación de aproximadamente 260 millones de euros. La compañía cotiza en la bolsa de Shenzhen desde 1999, cuando saltó al parqué con una oferta inicial de 65 millones de acciones.

Actualmente, además del desarrollo de marcas propias, **China Garments** realiza trabajos de consultoría industrial, fabricación de prendas y tinte de tejidos. También ha promovido la colaboración y cooperación con marcas internacionales.