

Back Stage

Hong Kong pierde brillo como destino de lujo para los consumidores chinos

Modaes
27 jul 2015 - 12:00

Hong Kong pierde brillo como destino de lujo. La ciudad asiática, otrora el principal destino de los consumidores chinos de alto poder adquisitivo, podría vivir una oleada de cierres de establecimientos de lujo en los próximos años, según destaca un analista de **HSBC**.

“Comprar lujo en Hong Kong se ha convertido en algo banal”, afirma el analista **Erwan Rambourg**, que ha destacado que para muchos compradores chinos, la ciudad era un destino familiar. Esto ha hecho que los principales operadores de centros comerciales “hicieran pocos esfuerzos para diferenciarse”, y que ahora muchos chinos prefieran ir de compras en países como Japón, Corea del Sur o Taiwán.

Los cierres previstos por Rambourg ya han afectado a compañías como **Swarovski**, que recientemente bajó la persiana en Hong Kong. “Es cuestión de meses que otras firmas como **Ferragamo, Louis Vuitton, Gucci, Prada** o **Cartier** hagan lo mismo con sus puntos de venta –pronostica el analista–; si los flujos se mueven en otro lugar, no tiene sentido tener muchas *boutiques* en Hong Kong”.

Los cierres previstos en la ciudad asiática vendrán de la mano de una mayor expansión de grupos como **Inditex, H&M** y **Uniqlo** en el mercado hongkonés. Por su parte, China es probable que aumente el número de establecimientos libres de impuestos en su territorio, la principal baza con la que Hong Kong competía hasta ahora.

Un 40% de las ventas de los comerciantes hongkoneses proviene del turismo, que en su mayoría viene de la China. El año pasado hubo 47,2 millones de visitantes chinos en Hong Kong, lo que representa el 77% de todos los visitantes de la ciudad.

Restricciones más allá del lujo

En los últimos meses, China ha hecho grandes esfuerzos para reducir el atractivo

Modaes

comercial de Hong Kong, más allá de los artículos de lujo. El Ministerio de Seguridad Pública del gigante asiático dictaminó en abril que los residentes en la localidad fronteriza de Shenzhen podían hacer una sola visita semanal a la antigua colonia británica.

Las ventajas comerciales de Hong Kong han aflorado un mercado negro de productos como leche en polvo, champú y otros bienes que se revenden en China. Esta actividad ha creado tensiones con los comerciantes locales de Hong Kong.