Data evento

Ven, 6 Novembre, 2020 - 09:00

Luogo Evento Shanghai

Iscrizioni non ancora aperte.

Prossimi eventi:

Mer 25 Nov, 2026

India, accesso al mercato: Focus Arredo, Design e Materiali **[1]**

(Online)

Mer 25 Nov, 2026

Fare Impresa in Svizzera **[2]**

(Lugano, Hotel Splendide Royal)

Lun 30 Nov, 2026

Italia–Romania 2026 - Economia, investimenti, cultura: un rapporto che cresce **[3]**

(Sala della Regina, Camera dei Deputati – Palazzo Montecitorio, Roma)

Shanghai
6 Novembre 2020 -

Il 6 novembre si e? tenuto a Shanghai "Ecco l'Italia", un evento incentrato sulla vendita online di prodotti italiani in Cina. In due ore sono stati venduti sul Tmall, la piu? grande e conosciuta piattaforma di e-commerce cinese, articoli per un valore complessivo di 38 milioni di RMB (ovvero 4.75 milioni di euro).

E? la prima volta China Media Group, composto da CCTV, CNR e CRI, dedica una puntata alla vendita online in diretta di prodotti italiani. La data scelta coincide con il 50esimo anniversario dell'instaurazione delle relazioni diplomatiche tra Repubblica Popolare Cinese e Italia.

L'evento e? stato ideato da China Media Group (CMG) con il supporto dell'Ambasciata d'Italia nella Repubblica Popolare Cinese e della Camera di Commercio Italiana in Cina (CCIC) [4]. Numerosi i prodotti che sono stati venduti in live streaming, tra questi vi sono quelli di: Ferrero, Barila, Marvis, Rilastil, Moschino, Golden Goose e Luxottica (Ray Ban), De Longhi, Barilla, Acqua Panna e Acqua di Parma.

Negli ultimi due anni le attivita? di vendita in questa modalita? hanno avuto uno sviluppo esponenziale nel mercato cinese, consentendo l'esplorazione di piu? canali di commercializzazione e migliori servizi post-vendita. Quest'anno, il periodo di *lockdown* dovuto alla pandemia non ha influito sulle vendite in live streaming, anzi, queste ultime sono diventate la tipologia piu? adatta e conveniente per stimolare i consumi e promuovere la ripresa economica in Cina.

"Ecco l'Italia" e? stato promosso da due celebrita? cinesi: Kang Hui, il piu? rinomato conduttore di China Media

Group e Austin Li, un popolare *beauty influencer*, chiamato anche il “Re dei Lipstick”, celebre per aver venduto 15mila rossetti in cinque minuti e 2,28 milioni di yuan di cosmetici in un secondo.

Al termine dell'evento Kang Hui ha dichiarato: "Nei prodotti made in Italy spunta il lifestyle non solo in quelli di lusso, ma anche nei beni quotidiani come, ad esempio, la pasta. Questo dimostra una passione degli italiani per la vita. Gli italiani sanno esprimere la bellezza in ogni aspetto della vita". L’influencer Austin Li non e? stato da meno: "Mi piacerebbe aver piu? occasioni per presentare al pubblico cinese il Made in Italy. Spero di potere collaborare di piu? con i marchi italiani di alta qualita?".

In questo momento storico in cui l’epidemia in Italia non e? ancora completamente sotto controllo, la speranza degli organizzatori e? che la vendita in streaming possa offrire un contributo sostanziale agli scambi economici tra i due Paesi.

La CIIE e le imprese italiane

Quest’attivita? si e? svolta nell’ambito della terza edizione della China International Import Expo CIIE, inaugurata il 3 novembre a Shanghai, che ha visto la partecipazione di quasi 50 aziende incluse nella lista Fortune 500 e di societa? leader in diversi settori. Su questo tema, Luca Ferrari, Ambasciatore d’Italia nella Repubblica Popolare Cinese, ha affermato che quest’anno ci sono ben 82 societa? italiane presenti a Shanghai. Si e? trattato di uno sforzo notevole da parte del sistema economico italiano. " La CIIE si conferma come uno dei piu? grandi appuntamenti fieristici mondiali. Nonostante le difficolta?, l'Italia ha risposto molto bene con una consistente presenza di aziende italiane. Anche quest'anno le nostre aziende partecipano per far conoscere al mercato cinese le grandi eccellenze dei nostri prodotti", ha sottolineato l’Ambasciatore Ferrari.

In un contesto di diffusione globale dell’epidemia di Covid-19 e di recessione economica, la Cina ha dimostrato ancora una volta di essere un Paese responsabile, persistendo nelle sue politiche di apertura e organizzando un evento di rilievo come la CIIE per fornire al mondo piu? opportunita? di mercato, di investimento e di crescita economica.

Negli ultimi anni gli scambi economici e commerciali tra Cina e Italia hanno continuato a crescere. Secondo i dati pubblicati dalla Dogana Generale della Cina, nel 2019 il volume degli scambi commerciali tra Cina e Italia e? stato di 54,899 miliardi di dollari (+1,2% su base annua) di cui 21,412 miliardi sono state le importazioni cinesi dall'Italia, che hanno visto un incremento dell'1,7%. La CIIE sara? un’importante piattaforma che portera? ad un incremento del commercio tra i due Paesi.

Su questo tema Massimiliano Tremiterra, Trade commissioner presso ITA Italian Trade Commission ufficio di Shanghai, si e? cosi? pronunciato: "La CIIE e? un evento di straordinaria importanza che rafforza le relazioni economiche e politiche della Cina con il resto del mondo. Ritengo che attivita? come il live streaming possano contribuire a diffondere meglio il messaggio dell’importanza di questa manifestazione a tanti cittadini cinesi che non sono a Shanghai e che non hanno potuto essere presenti. Vi ringrazio per averlo trasmesso a tutta la Cina".

L'importanza dell'e-commerce

L’evento di vendita in live streaming “Ecco l’Italia”, tenuto presso il Bund di Shanghai, e? un’attivita? che ha permesso di combinare insieme l’e-commerce e la CIIE. Nel periodo di maggiore diffusione mondiale dell’epidemia di nuovo coronavirus, ed in controtendenza rispetto al calo delle vendite offline, il commercio elettronico in Cina ha assistito ad una grande crescita che lo ha reso un importante motore per la ripresa economica. Nei primi tre trimestri di quest'anno, le vendite al dettaglio attraverso il commercio elettronico hanno superato gli 8 trilioni di yuan, con un aumento del 9,7% su base annua.

L’economia cinese e? riuscita a crescere ampliando l’apertura negli ambiti dell’economica digitale e di Internet, promuovendo la rapida crescita dell’e-commerce transfrontaliero insieme ad altri nuovi formati e modelli di business.

Tale azione testimonia la decisione della Cina di rendere il proprio mercato di 1,4 miliardi di persone un vero mercato mondiale. L’economia digitale e Internet creeranno maggiori opportunita? di scambi commerciali tra la Cina e l’Italia. Questa l’opinione di Giulia Gallarati, Segretario Generale della Camera di Commercio Italiana in Cina: "E? un’occasione unica per presentare la qualita? italiana riconosciuta in tutto il mondo che si declina in tecnologia, gusto, innovazione e stile attraverso una piattaforma all’avanguardia che ci consente di raggiungere

tanti amici cinesi che amano l'Italia".

Questo dimostra come il nuovo modello di sviluppo della Cina non miri solo ad una "circolazione interna" chiusa, ma ad una "doppia circolazione interna ed esterna" di merci e prodotti. Il rafforzamento "interno" sara? pertanto il risultato di una visione organica in grado di combinare sempre di piu? questi due aspetti.

(Contenuto editoriale a cura della Camera di Commercio Italiana in Cina (CCIC) [4])

Allegati Comunicato Stampa [5]

Condividi

Reti Sociali

ARGOMENTI

E-commerce [6]

Source URL: https://www.assocamerestero.it/eventi/ciie-ecco-litalia-levento-che-promuove-made-italy-cina

Collegamenti
[1] https://www.assocamerestero.it/eventi/india-accesso-al-mercato-focus-arredo-design-materiali
[2] https://www.assocamerestero.it/eventi/fare-impresa-svizzera
[3] https://www.assocamerestero.it/eventi/italia-romania-2026-economia-investimenti-cultura-un-rapporto-che-cresce
[4] file:///ccie/camera-commercio-italiana-cina
[5] https://www.assocamerestero.it/sites/default/files/contenuto_redazione/eventi/uploads/documents/comunicato_stampa_ciie_e_evento_ecco_litalia_2020.pdf
[6] https://www.assocamerestero.it/ricerca-per-argomenti/%3Ftid%3D480