

MADE IN CHIC CHINA

O Mercado chinês prepara-se para, nas próximas décadas, ser um dos maiores produtores de marcas do mundo.

Esta afirmação prende-se com um conjunto de aspectos que importa observar.

A China é, pela sua herança histórica, um mercado unbranded.

Para vencer esta lacuna, e depois da sua 'abertura' ao Ocidente, começou por importar marcas da Europa e dos Estados Unidos, especializando-se como fornecedor low-cost.

'Made in China' é uma das maiores marcas do mundo e significa grandes quantidades a baixo preço.

A China aproveitou esta oportunidade para aprender a fabricar produtos, não apenas de baixa qualidade, mas também, de grande qualidade a baixo custo.

São conhecidos inúmeros casos de marcas europeias que, depois de observarem as imitações chinesas, renderam-se ao facto dos chineses serem mesmo capazes de produzir a um custo mais competitivo - não apenas pelo preço, mas também, pela qualidade - e assim acabaram por deslocalizar a sua produção.

Com a grande experiência que adquiriu em produzir as marcas de outros, a China pode agora começar a construir as suas próprias marcas, competindo em termos de design, qualidade e prestígio com as melhores do mundo.

A China está a transitar de um mercado low-cost para um mercado que pretende afirmar a sua capacidade e identidade cultural, perante si mesmo e perante o mundo.

Um dos exemplos de maior sucesso vem do exclusivíssimo glamour da moda e chama-se Shanghai Tang.

Trata-se de uma marca com 11 anos, fundada por David Tang, natural de Hong kong e educado em Inglaterra.

A Shanghai Tang é a primeira de muitas 'made in Chic China' luxury lifestyle brands.

É uma marca de vestuário de luxo e objectos de lifestyle, com lojas em múltiplas localizações como Londres, Paris, Nova Iorque, Tokyo, etc.

A Shanghai Tang faz a ponte entre o Oriente e o Ocidente, re-contextualizando o imaginário da China de Mao, invadida de um sentido de luxo proletário, o novo capitalismo exuberante da mística 'república das pessoas'.

A Shanghai Tang é apenas o início de um imparável trend 'asian chic' que não sendo suportado pelos ventos do Ocidente será, seguramente, pelos milhões de novos milionários chineses, ávidos por consumir e por assim configurar, em 2020, o maior mercado de luxo do mundo.

Portugal devia estar mais atento a este imparável movimento.

Carlos Coelho
28 Janeiro 2007