

Joukkoviestimille

Kiina, Beijing 24.10.2002

Turkistuottajat Oyj vahvistaa asemiaan
Kiinassa

Turkistuottajat Oyj avaa tänään toimipisteen Pekingissä samanaikaisesti ja samaan rakennukseen Saga Furs of Scandinavian, pohjoismaisten turkistarhaajien yhteisen markkinointiorganisaation kansainvälisen designkeskuksen kanssa. Uusi toimipiste mahdollistaa sen, että Turkistuottajat Oyj:llä on entistä suuremmat kontaktit Kiinan kasvavilla markkinoilla ja että materiaali- ja suunnitteluosaaminen voidaan yhdistää.

Turkistuottajat Oyj:n toimitusjohtaja **Pirkko Rantanen-Kervinen** uskoo, että Kiinan tuore jäsenyys Maailman kauppajärjestössä WTO:ssa lisää entisestään Kiinan merkitystä kansainvälisessä turkiskaupassa. Korkeat tuontitullit tosin jarruttavat kaupan kehittymistä, vaikka talouskasvu on vuosittain ollut noin seitsemän prosenttia. Elintason nousu näkyy erityisesti isoissa metropoleissa.

Turkistuottajat Oyj:n kansainvälisissä huutokaupoissa vuosittain myydyistä lähes seitsemästä miljoonasta turkisinahasta noin puolet viedään Hongkong/Kiinaan. Muut tärkeät vientimaat ovat Etelä-Korea ja Japani, Pohjois-Amerikka sekä Venäjä, Italia, Kreikka ja Saksa. Hongkong/Kiinan osuudesta kanavoituu merkittävä osa Venäjän kasvaville markkinoille. Turkistuottajat Oyj, joka välittää huutokaupoissaan myös ulkomaisia nahkoja, Hongkong/Kiinaan suuntautuvan kaupan arvo oli viime kaudella noin 160 miljoonaa euroa. Suomessa tuotettujen nahkojen osuus tästä oli noin 130 miljoonaa euroa. Kaupankäynti on tapahtunut jo 70-luvulta Hongkongin kautta, koska siellä on vahvaa turkiskaupan osaamista ja hyvät rahoitusmahdollisuudet.

Turkistuottajat Oyj:lle 1990-luku oli Kiinan kaupassa vahvan kasvun aikaa. Lähes koko vuosikymmenen kysyntä painottui kettuihin. Hongkongilaiset taas keskittyivät minkkeihin. Nykyään molemmat tarhaturkisten päätyypit minkki ja kettu ovat tasavahvoja. Saga Furs of Scandinavia järjesti ensimmäisen suuren Kiina-promootion vuonna 1986.

Uuden vuosikymmenen kiinalainen kuluttaja on entistä vaativampi ja muotitietoisempi. Kaikki trendivillitykset ehtivät Kiinaan salamannopeasti Pariisin ja Milanon catwalkeilta. Tulevaisuudessa turkistenviejä menestyy Kiinan markkinoilla kokonaisvaltaisella konseptilla, johon sisältyy itse turkisten lisäksi myös huippudesignin tietotaidon myynti. Suorat asiakasyhteydet sekä maan tapojen ja kulttuurin tuntemus ovat entistä tärkeämpiä. Kiinalaiset eivät välttämättä enää tule Eurooppaan, eurooppalaisten on nyt mentävä Kiinaan.

Lisätietoja: Toimitusjohtaja Pirkko Rantanen-Kervinen, puh. +358 500 417 314, viestintäjohtaja Päivi Mononen-Mikkilä, puh. +358 50 5120 322