



Martedì 9 Settembre 2025

[Notizie mercati esteri](#) [1]

Hong Kong e la guzi economy

Hong Kong è al centro di un fenomeno culturale e commerciale che sta rivoluzionando il panorama del consumo creativo in Cina: la cosiddetta guzi economy. Il termine “guzi” è la traslitterazione fonetica dal giapponese “???” (guzzu), a sua volta derivato dall’inglese “goods”, e si riferisce a un’ampia gamma di oggetti collezionabili ispirati a personaggi immaginari o universi visivi, tra cui figurine, blind boxes, peluche e accessori.

Nata dal mondo di anime, fumetti, videogiochi e romanzi illustrati (ACGN), la guzi economy si è rapidamente estesa anche a prodotti creati direttamente come oggetti da collezione, spesso ideati da artisti o designer indipendenti, anche senza una storia o un cartone animato alle spalle. Sebbene fino a pochi anni fa fosse il Giappone a dominare questo mercato, la Cina ha assunto un ruolo sempre più rilevante. I dati lo confermano: in Cina, il valore della guzi economy è passato da 16,49 miliardi di dollari nel 2023 a 23,19 miliardi nel 2024, e continua a crescere rapidamente.

Un ruolo da protagonista è giocato da Pop Mart, la catena di negozi di giocattoli con sede a Pechino, ma quotata a Hong Kong. Con le sue bambole della serie “The Monsters” – in particolare la famosissima Labubu – e “Molly”, è riuscita a diventare un brand affermato a livello internazionale. Nel 2024, Pop Mart ha ottenuto ricavi per 1,8 miliardi di dollari (e profitti per circa mezzo miliardo di dollari), con una crescita pari al 106,9% rispetto all’anno precedente. Inoltre, le vendite al di fuori della Cina hanno rappresentato circa il 40% dei ricavi totali, un aumento del 375% rispetto al 2023. Lo scorso 15 luglio, in una comunicazione alla borsa di Hong Kong Pop Mart ha dichiarato di prevedere un aumento dei profitti di almeno il 350% e un aumento dei ricavi di almeno il 200% per i primi sei mesi del 2025 rispetto allo stesso periodo dell’anno scorso. Questa crescita è stata trainata proprio dalle due linee principali: “The Monsters”, che ha registrato un aumento del 726% nelle vendite, e “Molly”, subito dietro come seconda serie più redditizia.

È interessante notare come entrambe le serie siano state create da due artisti di Hong Kong, rispettivamente Kasing Lung (The Monsters) e Kenny Wong (Molly), rendendo la regione un punto di riferimento nella creazione di proprietà intellettuali (IP) di successo. E non si tratta di casi isolati: altri esempi provenienti da Hong Kong includono personaggi come Chocolate Rain, McDull e Big Waster, oltre alle originali Mystery Trash Cans ideate da giovani creativi locali per Disneyland Hong Kong.

Consapevole del potenziale del settore, il governo locale si è già attivato per sostenere e valorizzare l’industria IP.



Il Financial Secretary Paul Chan Mo-po ha annunciato nel 2025 un piano per finanziare oltre 30 progetti culturali IP nei prossimi cinque anni, introducendo anche agevolazioni fiscali per le imprese che acquisiscono diritti IP. In parallelo, sono state avviate missioni istituzionali in Cina continentale per approfondire le strategie di aziende come Pop Mart e rafforzare la cooperazione con la National Intellectual Property Administration.

Oltre a promuovere la nascita di nuovi IP locali, Hong Kong può anche trarre ispirazione dai modelli già affermati, come dimostra il caso di Labubu. Secondo Dr. Tingting Fan della HKU Business School, la strategia vincente di Pop Mart – basata su versioni tematiche, narrazione continua e forte impatto visivo – potrebbe essere applicata anche alla promozione del patrimonio urbano e culturale della città. Così come Labubu viene presentato in ambientazioni diverse (yoga, mare, ecc.) per coinvolgere i collezionisti, anche Hong Kong potrebbe sviluppare esperienze turistiche a tema, come “Hong Kong Nite and Day” o “East Meets West”, per raccontare la sua identità sfaccettata. Questo approccio narrativo e modulare permetterebbe non solo di rafforzare l'immagine internazionale della città, ma anche di stimolare l'economia creativa e i settori legati ai servizi e al turismo.

In conclusione, il fenomeno della guzi economy – in cui la Cina sta assumendo un ruolo da protagonista – rappresenta una straordinaria opportunità per Hong Kong. La città, già luogo d'origine di alcuni dei personaggi più amati e riconosciuti a livello globale, può oggi trasformare il proprio patrimonio creativo in un motore di sviluppo economico e culturale, capace di parlare al mondo con voce propria.

Fonti:

- <https://daoinsights.com/news/what-is-guzi-economy-and-why-is-it-surgin/> [2]
- <https://www.thestandard.com.hk/the-standard-stands/article/71369/Labubu-HK-why-not-Lets-make-our-cultural-IP-a-global-hit> [3]
- <https://www.hkubs.hku.hk/research/thought-leadership/hkej-column/hk-tourism-ip-and-pop-mart-a-lesson-from-labubu/> [4]
- https://www.thestar.com.my/aseanplus/aseanplus-news/2025/05/29/whos-got-the-next-labubu-hong-kong-creators-eye-a-slice-of-goods-economy-pie#goog_rewarded [5]
- <https://hongkongfp.com/2025/06/28/monsters-and-memes-labubu-dolls-ride-chinese-soft-power-wave/> [6]
- <https://www.bbc.com/news/articles/cy4ydxlm9n9o> [7]
- <https://www.globaltimes.cn/page/202505/1334456.shtml> [8]
- <https://www.youtube.com/watch?v=0X8KvR82-qw> [9]
- <https://www.cnbc.com/2025/07/16/chinese-toymaker-pop-mart-shares-slide-after-strong-earnings-forecast.html> [10]

(Contributo editoriale a cura della [Italian Chamber of Commerce in Hong Kong and Macao](#) [11])

Ultima modifica: Martedì 9 Settembre 2025

Condividi

Reti Sociali

ARGOMENTI

Source URL: <https://www.assocamerestero.com/notizie/hong-kong-guzi-economy>

Collegamenti

[1] https://www.assocamerestero.com/notizie/%3Ffield_notizia_categoria_tid%3D1122

[2] <https://daoinsights.com/news/what-is-guzi-economy-and-why-is-it-surgin/>



- [3] <https://www.thestandard.com.hk/the-standard-stands/article/71369/Labubu-HK-why-not-Lets-make-our-cultural-IP-a-global-hit>
- [4] <https://www.hkubs.hku.hk/research/thought-leadership/hkej-column/hk-tourism-ip-and-pop-mart-a-lesson-from-labubu/>
- [5] https://www.thestar.com.my/aseanplus/aseanplus-news/2025/05/29/whos-got-the-next-labubu-hong-kong-creators-eye-a-slice-of-goods-economy-pie#goog_rewarded
- [6] <https://hongkongfp.com/2025/06/28/monsters-and-memes-labubu-dolls-ride-chinese-soft-power-wave/>
- [7] <https://www.bbc.com/news/articles/cy4ydxlm9n9o>
- [8] <https://www.globaltimes.cn/page/202505/1334456.shtml>
- [9] <https://www.youtube.com/watch?v=0X8KvR82-qw>
- [10] <https://www.cnbc.com/2025/07/16/chinese-toymaker-pop-mart-shares-slide-after-strong-earnings-forecast.html>
- [11] <https://www.assocamerestero.it/ccie/italian-chamber-of-commerce-hong-kong-and-macao>