

FAGNOTAT mai 2014

tittel:

Nordisk pelsbransjes markedsføring – Saga Furs i Kina

forfatter:

Marianne Kulø
sivilagronom og fagleder
(+47) 410 34 773
marianne@dyrevern.no

Hovedmomenter:

- Nordisk pelsbransje har siden 1980-tallet bidratt til å øke pelsproduksjon og forbruk av pels i Kina.
- Nordisk pelsbransje markedsfører seg på å ha god dyrevelferd – og er dermed en viktig aktør internasjonalt i å skape inntrykk av at akseptabel dyrevelferd i pelsdyroppdrett overhodet er mulig.
- I dag er Kina blant verdens største produsenter av pels, og er hovedkonkurrenten til nordisk pelsbransje internasjonalt.

I dette fagnotatet er Kina brukt som eksempel på et land hvor nordisk pelsbransje har markedsført seg aktivt siden midten av 1980-tallet. Fagnotatets hovedfokus er på Saga Furs, som er Norges Pelsdyrslags samarbeidspartner.

1. Bakgrunn: Saga Furs og København Fur

Norske oppdrettere selger alle reveskinn og cirka en fjerdedel av minkskinnene hos Saga Furs, mens mesteparten av norske minkskinn selges hos København Fur.

København Fur ble stiftet i 2004. Danske pelsdyroppdrettere hadde fram til da vært medeiere i Saga Furs.

1.1. Saga Furs' organisering og økonomi

Saga Furs ble opprinnelig stiftet i 1954 i Oslo, som merkenavn og markedsføringsorgan for nordisk pels. Saga Furs-gruppen består i dag av det verdensledende auksjonshuset Saga Furs Oyj, Saga Design Center og varemerket Saga®.⁽¹⁾

Saga-merket pels kom opprinnelig kun fra farmer i Norden, men kommer i dag også fra andre land i Europa. Norges Pelsdyrslag har Saga Furs Oyj som sin samarbeidspartner for sortering og salg av norske pelsskinn.⁽²⁾

Oslo Skinnauksjoner og det tidligere Finnish Fur Sales (FFS) inngår nå som del av auksjonshuset Saga Furs Oyj. Tidligere ble Saga-merket pels også solgt ved Oslo Skinnauksjoner, men fra 2004

ble salget sentralisert i Finland, og Oslo Skinnauksjoners roller er nå å samle inn, sertifisere og sende skinn til Saga Furs-auksjoner. (2)

I 2004 oppga Saga Furs å ha brukt cirka 2 milliarder DKK i løpet av sine 50 første virkeår. (3) Tabellen viser summer brukt på Saga Furs markedsføring, ifølge FFS/Saga Furs' årlige rapporter. (Etter 2011 er ikke årlig sum for markedsføring lenger nevnt i den årlige bulletin-rapporten.)

01.09.2004 - 31.08.2005	EUR 3,6 millioner (4)
01.09.2005 - 31.08.2006	EUR 3,7 millioner (4)
01.09.2006 - 31.08.2007	EUR 4,5 millioner (10)
01.09.2007 - 31.08.2008	EUR 4,8 millioner (10)
01.09.2008 - 31.08.2009	EUR 3,2 millioner (5)
01.09.2009 - 31.08.2010	EUR 5,4 millioner (6)*
01.09.2010 - 31.08.2011	EUR 6,3 millioner (7)*

*) F.o.m. 2010 er representasjonsavgifter betalt til IFTF inkludert i summen.

1.2. Stiftelsen av København Fur

Dansk Pelsdyravlerforening var opprinnelig medeier i Saga Furs. I 2004 forlot de imidlertid samarbeidet, og begynte prosessen med å bygge opp det konkurrerende varemerket København Fur. (9)

1.3. Saga Furs' markedsprofil

Saga Furs har posisjonert seg i det globale pelsmarkedet som tilbyder av høykvalitets og sporbar pels, fra gårder med god dyrevelferd. Målet er at kunden skal betale en merpris for disse verdiene, og at Saga Furs skal være et ledende pelsmerke internasjonalt. (10) Saga Furs Oyj er i dag et verdensledende auksjonshus for pels, og Saga® er det mest kjente pelsvaremerket på verdensbasis. (2)

Sporbarhet har inngått i profilen siden 2005, og selskapet har som mål at all pels skal være sertifisert. Saga Furs mener de selv har en viktig rolle internasjonalt i å profilere pelsnæringen som dyrevennlig. (2)

1.5. Saga Furs' generelle markedsføringsstrategi

Siden 1954 har Saga Furs bidratt til å legitimere og øke etterspørselen etter pels globalt. Målet har vært å øke både produksjon og forbruk av pels – også pels fra andre enn Saga Furs. Dette kommer tydelig fram i følgende sitat fra Saga Furs egen årsrapport i 2013:

A possible decrease in the use of furs in the fashion industry is clearly a risk for the company. The sharp increase in pelt price levels increases the risk that the fashion industry will start looking for less expensive alternatives to Saga furs. The company is engaged in active marketing and product development of Saga furs in order to influence the choices of the international world of fashion. The goal is to modernise fur as material and find new uses for fur in order to establish a stable position in the world of fashion. (11)

Spesielt fire metoder har stått sentralt i å oppnå legitimering og økt etterspørsel:

- **Etisk profilering** - Promotere seg som etisk produsent av pels, og relatere dette til høy kvalitet.
- **Sponsing og opplæring** - Kampanjer rettet mot designere og selgere, for å motivere og inspirere til økt pelsbruk generelt, og Saga-merket pels spesielt.
- **Innovasjon** - Utvikling av teknikker for å bruke pels på nye måter, primært ved Saga Furs designsenter i Danmark.

- **Lobbyarbeid** - Lobbykampanjer og kontakt med politiske myndigheter for å oppnå politiske velvilje.¹

2. Nordisk pelsbransjes markedsføring i Kina

2.1. Kinas rolle som viktig marked for nordisk pelsbransje

Saga Furs' arbeid med økning i kinesisk pelsproduksjon og forbruk kan sees som et typisk eksempel på deres generelle markedsføringsstrategi. Samtidig er Saga Furs' arbeid i andre verdensdeler i stor grad relevant for deres Kina-strategi, jfr følgende sitat fra Pelsdyrslaget medlemsblad i 1995:

For forbrukerne i Østen er Europas motebilde viktig; Det som er mote i Paris blir også mote i Østen. Derfor er markedet avhengig av at pels fortsatt er mote i de trendsettende land.⁽¹²⁾

Også i 2010 råder denne trenden i Kina:

...Kinesiske fabrikanter skuler alltid til europeiske moteindustri og kopierer hurtig nye trender. Versace, Cavalli, Fendi og Prada er noen av motehusene med egne pelskolleksjoner. Disse bidrar med mye 'gratis' markedsføring for pels...⁽¹³⁾

I 2013 påpeker Pelsdyrslaget følgende i sitt medlemsblad:

Det er viktig at pelsmoten er i utvikling, og det høye prisnivået på skinn sammen med den vanskelige økonomiske situasjonen i Europa, er en utfordring. Samtidig popper det opp kinesiske "motehus", og det vil være et viktig supplement til europeiske motehus for å opprettholde interessen for pels. (...) Messene holder liv i pelsmoten og kineserne skaper markedet for pels.⁽¹⁴⁾

I dette fagnotatets gjennomgang av Saga Furs' aktiviteter i Kina, er dermed eksempler på relevant arbeid i andre verdensdeler inkludert. Dette gjelder de tre metodene etisk profilering, innovasjon og sponing/opplæring, jf kapittel 1.4.

2.2. Nordisk pelsbransje i Kina: Historikk

Saga Furs startet sitt arbeid i Kina allerede i 1986:

Fra 1986 og fram til dagens salgssituasjon i Kina med stor omsetning ligger det flere års hardt arbeid. Det kontakt- og markedsføringsarbeidet SAGA gjør, synes svært nødvendig. SAGA driver markedsundersøkelser, holder kontakt med internasjonal presse og har god kontakt med butikker som selger pelsprodukter. Likeledes informerer SAGA oppkjøperne om markedsutviklingen, og det satses på informasjon om antipelsvirksomhet. Også pelsfabrikker og buntmakere henter nye og tidsriktige ideer innen pelsdesign og teknikk gjennom det arbeid som SAGA gjør.⁽¹²⁾

I første halvdel av 1980-tallet ble det utført markedsundersøkelser, og opprettet kontakter og nettverk for å avdekke potensielt marked. I denne perioden ble de første kinesiske revefarmene etablert. Siden midten av 1980-tallet har Saga Furs deltatt på messer og seminarer for forhandlere og designere i Kina, og arrangert designkonkurranser og moteshow.⁽¹⁵⁾ I en minneartikkel i Pelsdyrslaget medlemsblad berettes det om hvordan norske toppolitikere samarbeidet med Saga Furs for å skape et pelsmarked i Kina:

¹ Saga Furs lobbyvirksomhet er ikke tema for dette fagnotatet. Her er likevel noen korte eksempler: I sin CSR-rapport for 2013 fremhever Saga Furs sitt lobbyarbeid i Finland, der sertifiseringsordningen aktivt har blitt anvendt for å profilere pelsdyrnæringen som dyreetisk akseptabel.⁽²⁾ I årsrapporten for 2012, er det oppgitt at Saga Furs samarbeider med International Fur Federation (IFF) og European Fur Breeder's Association (EFBA) om å redusere handelsrelatert risiko. Følgende utgifter for internasjonalt lobbyarbeid er oppgitt: "The group spent EUR 3.0 million (MEUR 2.1) in lobbying work through IFF with the goal of securing political operational preconditions and defending free trade."⁽⁸⁾ I årsrapporten for 2013 er denne summen økt: "In addition, the Group invested EUR 4.4 million (MEUR 3.0) in lobbying work through IFF with the goal of securing political operational preconditions and defending free trade."⁽¹¹⁾

Jostein Vestre var Saga-formann i 1986 og forteller hvordan de gikk frem for å erobre et pelsmarked i Kina. Han hadde en filosofi om at "dersom ein kunne få kinesiske damer til å kle seg med eit minkskinn kvar, var marknadspotensialet enormt. Det vart derfor arbeidd i SAGA for å få innpass i det lukka Kina. Jostein hadde fått gode kontaktar innanfor diplomatiet i Norge, som gav gode råd. Dei sa mellomanna at det var naud synt med politisk representasjon ved innpass i kinesiske styrande organ, i det minste på ministernivå. Og i november 1986 reiste Vestre saman med Gunhild Øyangen (landbruksminister) til Beijing for å halde ein av dei første motevisningane i folkerepublikken. SAGA hadde gjort eit grundig arbeid i forkant...Det vart svært vellukka. Heile showet vart sjølvsgjort filma, og umiddelbart kopiert i eit stort tal. Kopiane vart så raskt distribuerte med fly til alle regionale fjernsynsstasjonar og vist på fjernsyn over heile Kina. Nærmast ein senasjon! Jostein sier i etterkant at denne marknadsføringa kanskje var i tidlegaste laget. Men faktum er likevel at den kinesiske marknaden i to tiår etterpå har vore heil avgjerande for verdas pelsmarknad. (16)

Allerede i 1986 ble altså det første internasjonale pelsfashionshowet avholdt i Kina, "Saga Design Collections", med Dior. I 1989 ble det første seminaret for kinesiske designlærere fra Beijing og Shanghai arrangert på Sagas designsenter i Danmark, og Saga Furs sponset Shanghai Model Contest. I 1991 lanserte Saga Furs utdanningsprogrammer for unge designere i Kina. Saga Furs etablerer "the Fur Trim Designer Competitions", i samarbeid med the Fashion Institute of Beijing. Konkurransene blir framover avholdt omtrent årlig, i Beijing og Shanghai. (17 og vedlegg 1)

Rundt 1995 var en kritisk periode for det globale pelsmarkedet, da den globale omsetningen av pels var et minimum og holdt på å gå under smertegrensen for opprettholdelse av næringen:

...Dagens situasjon på det internasjonale pelsmarkedet kan generelt oppsummeres ved at salg av pels til forbrukere er synkende. Pels faller nedover på forbrukernes ønskelister. I tillegg blir stadig flere mennesker engasjert i dyrevelferd. Disse beskrivelser av mote- og pelsomsetning passer generelt på alle etablerte markeder i den vestlige verden. I Kina og Korea derimot registrerer vi den motsatte utviklingen... (17)

...Det faktiske forhold er at verdensutbudet av minkskinn, som var cirka 42 millioner i 1988/89, er nå redusert med 48% og vil ligge på cirka 22 millioner skinn i 1995/96, og bør vel ikke bli lavere hvis dagens infrastruktur i den internasjonale pelsbransjen skal opprettholdes... (18)

Saga Furs bestemte seg dermed for å intensivere arbeidet med pels i Kina, fordi dette markedet ble ansett for å ha stort potensial på to måter. Det ble i 1996 formulert slik i Norsk Pelsdyrblad:

...For oss er Kina interessant på to måter. For det første har en stadig økende del av ferdigvareproduksjonen av pelsplagg blitt flyttet til Kina for så å bli eksportert til ulike markeder i Japan, USA og Europa. For det andre ser vi et stadig stigende forbruk av pelsverk i selve Kina. Dette forventes under en fortsettelse av nåværende utvikling å ville øke i årene fremover... (19)

Det ble derfor i 1996 arrangert opplæringsseminarer for kinesisk pelsbransje i ni byer, og et tiårs jubileumsshow for Saga Furs' arbeid i Kina. Showet var den gang det største pelsshowet noensinne arrangert i Asia, med toppdesignere som Yves Saint Laurent, Karl Lagerfeld, Fendi og Hiroko Koshino. (19,20)

I årsmøtetalen for 1999, sier leder for Norsk Pelsdyrslag følgende: "...De nordiske landa arbeider gjennom SAGA aktivt med ekstraordinære tiltak for å øke etterspørsel etter pelsprodukter, spesielt i Kina." (21)

Saga Furs lyktes i arbeidet. Fra slutten av 1990-tallet økte både kinesisk pelsdyroppdrett og pelsforbruk. Både ifølge markedsanalyseinstituttet Mintel og flere i kinesisk pelsbransje har Saga Furs' arbeid spilt en sentral rolle i denne økningen. Dansk pelsdyrnæring var lenge kritisk til at Saga Furs' markedsføring hadde generisk form, – på bekostning av markedsføring av Saga Furs spesielt – og dermed mest bare førte til generell økning i forbruk av pels. Dette bidro til at danskene meldte seg ut av Saga-samarbeidet i 2005. I 2005 uttrykte også flere i norsk pelsdyrnæring frykt for at "den store ekspansjonen i pelsdyrproduksjon i Kina til slutt vil utkonkurrere det meste av den vestlige produksjonen". I 2006 ble kinesisk reve- og minkproduksjon anslått til å være henholdsvis 6 og 14 millioner skinn, og årlig økning til å være mellom 35-60%. (22,23,24,25)

Saga Furs arbeidet siste halvdel av 1990-tallet hovedsakelig med å øke pelsproduksjon og pelsforbruk generelt, mens arbeidet fra rundt 2000 ble dreid mer over på å skape lojalitet og en preferanse for merkenavnene Saga Mink og Saga Fox. (26, 27)

Her følger en oversikt over hvordan Saga Furs utførte sitt arbeid med henholdsvis etisk profilering, innovasjon, sponning og opplæring.

2.3. Saga Furs i Kina: Etisk profilering

2.3.1. Etisk profilering viktig for kinesiske bedriftskunder

Kinesisk pelsbransje kjøper pels fra blant annet Norge. Siden kinesisk pelsbransje produserer pelsprodukter både for innenlandsmarked og eksport, er etisk forbrukertrend relevant for dem både i innland og utland. Det er hovedsakelig eksportmarkedet som motiverer kinesisk pelsbransje til å fokusere på etisk produksjon, men det blir stadig mer aktuelt også for hjemmemarkedet. I 2008 ble cirka 80% av de kinesiske pelsproduktene eksportert. (15,28)

2.3.2. Saga Furs-sertifisering

I 2006 ble sertifiseringsprogrammet Origin Assured (OA) innført hos Finnish Fur Sales, samtidig som OA også ble innført hos tre andre internasjonale auksjonshus. OA er nå integrert i Saga-merket, og er et garanti for at pelsen stammer fra land med dyrevelferdsregelverk for pelsproduksjon. Firmaet Cotecna Limited kontrollerer OA i leddene mellom auksjonshuset og pelsutsalget. I 2008 sluttet Saga Group seg til FNs Global Compact Initiative, og har dermed offisielt forpliktet seg til samfunnsansvar innen menneskerettigheter, arbeidsforhold og korrupsjon. (4)

I 2001 valgte Saga Furs å feste en brosjyre på hvert enkelt plagg, med følgende tekst: "I en tid hvor så mye er kunstig, er det betryggende å vite at Saga mink- og revepels kommer fra dyr varsomt alet opp på familiefarmer i Skandinavia. Etikk og dyrevelferd er to viktige ord som er din sikkerhet for den unike Saga-kvaliteten." (29)

Saga-gruppen har lenge hatt som mål å innføre sertifisering av farmene. Sertifisering innføres ifølge Saga-gruppen fordi de anser dette som en nødvendig investering for å være konkurransedyktig:

...The fur farm certification scheme, which was initiated by the Finnish Fur Breeders' Association and in which FFS encourages its customer producers to join with its bonus system, proved to be a necessary tool for approaching new customer groups. It is the first step towards responsible operations... (10)

...Raised awareness of product sourcing has grown in the past few years. 'As a pioneer in CSR, Saga Furs has been able to offer the market added value to meet consumer demand,' says Klint. 'And it goes without saying that fulfilling demand is good business.'... (30)

I Finland ble sertifiseringsordningen utviklet i 2005. I Norge er det sertifiseringsordningen Farmsert som inngår i Saga-systemet. Farmsert ble innført i 2011 og har vært obligatorisk for medlemmer av Norges Pelsdyrslag siden 2012. Farmsert er dyrevelferdsmessig kun på nivå med minstekravene i forskrift for hold av pelsdyr. (31)

Ifølge Saga Furs er deres etiske profil viktig for mange designere, for eksempel Peter Dundas og BC International. Sistnevnte selger pelsdesign til Bloomingdales, Saks Fifth Avenue og Macy's. Mange designere velger å besøke København universitets pelsfarm i forbindelse med besøk på Sagas designsenter i Danmark. (32,33)

2.4 Saga Furs i Kina: Innovasjon

Saga Furs har siden siste halvdel av 1990-tallet hatt som mål å stadig finne nye brukergrupper og bruksområder for pels i Kina (se vedlegg 1).

For å nå dette målet har Saga Furs arbeidet innen flere områder:

- **Salgskanaler:** Fra rundt 1999 har Saga arbeidet for at pels ikke bare skal inngå i haute couture, men også brukes i kolleksjonene til vanlige klesbutikker – i butikker for såkalt ready to wear. Et annet mål er å selge hele pelsplagg i moteforretninger, og ikke bare i spesialbutikker for pels. (34, 35, 36)
- **Teknikker:** spesielt farging, klipping og kombinerer med andre materialer. (37,38)
Som Versaces egen sjefsdesigner Mark Hellmuth uttalte i 2009 : “...It’s difficult to go from a sketch to an outfit without coming to Saga Design Centre,” (39)
- **Pelskvaliteter:** Saga markedsfører nå det de kaller en ny type pelskvalitet for å lokke til seg et mer luksuspreget segment. Dette beskrives slik fra motemessene i 2012:

Nye logoer og den nye kvaliteten “Saga Lumi Royal” ble godt presentert. Saga Lumi Royal er en slags “Super Saga Royal”, som skal ta opp konkurransen med blant annet amerikansk mink. (38)
- **Anledninger:** På årsmøtet i 1999 foreslo adm. dir. mottoene ‘Pels til sommerbruk’ og ‘Pels hele året gjennom’ for Saga Furs. Siden den gang har Saga Furs utviklet pelsplagg både for innendørs og utendørs bruk, og for alle årstider. Saga Furs har samarbeidet med flere toppdesignere om dette, som Prada, Oscar de la Renta og Todd Lynn. (40,41,42,43)
- **Produkter:** Saga Furs eksperimenterer med stadig nye anvendelsesområder for pels, for å endre inntrykket av at pels kun handler om den klassiske pelskåpen eller pelslua. De har oppnådd at stadig flere designere utvider anvendelsesområdet sitt:
 - **Tilbehør,** som vesker og hatter (44,45,46)
 - **Interiør,** som puter og dørmatter (47,48,49,50)
 - **Sko,** som f.eks. samarbeid med Camilla Skovgaard og Uggs (51,52,53)
 - **Smykker,** som f.eks. samarbeid med Swarovski (54,55)



Foto: Genser fra Saga Furs’ “look-book 2012-13”, og pelstøfler og pelsinteriør fra Saga Furs’ nettside om muligheter innen pelsdekor. (56,57)

- **Forbrukere:** Leder ved Saga Furs’ designsenter uttalte i 1998 at ‘Pels til alle!’ var hennes motto. Dette er siden fulgt opp i Saga Furs’ arbeid både globalt og i Kina. (58) I 2013 informerer Pelsdyrslaget om at Saga Furs er populært på motemessene bl.a. i Kina, til tross for finanskrisen: “Lette plagg med Saga teknikk er mote, og prisen ligger rundt halvparten av en minkjakke. Noe som også bidrar til å gjøre det attraktivt.” (14)
 - **Kjønn:** Saga Furs har gjennom mange prosjekter hatt som mål å få menn til å bruke pels, og har bl.a. samarbeidet med designermerket til Sean P Diddy Combs. (59,60,61,62)

- **Alder:** Saga Furs har spesielt ønsket å øke pelsbruk blant kvinner mellom 25 og 35 år. (63,64)
- **Geografisk spredning:** Saga Furs fokuserte i Kina først på nordlige områder der det er kaldt klima, og utvidet etter hvert markedet også til sørligere områder der det er en stor andel velstående forbrukere. (65,66)

2.5. Saga Furs i Kina: Sponsing og opplæring

Saga Furs har hatt aktiviteter innen sponsing og opplæring i Kina helt siden 1986. Saga Furs' designsenter i Danmark åpnet i 1988, som kurs- og seminarsted for pelsbransjen. Kinesere har vært blant brukerne av senteret helt siden 1989. Det har vært avholdt årlige konkurranser for kinesiske designstudenter, der premien er et opphold på designsenteret. Saga Furs åpnet også et eget designsenter i Beijing i 2002. (67,68,69)

Som eksempel på Saga Furs' sponsing og opplæring av kinesisk pelsbransje, er her en oversikt over slike aktiviteter, omtalt på sagafurs.com i løpet av 2010:

- **Inspirasjonsseminar i Beijing og Shanghai**, for bedrifter i motebransjen som normalt ikke har brukt pels før. Et tema var at pels kan brukes på ikke bare klær, men også vesker og tilbehør. Et annet tema var at pelsen kan spores tilbake til etisk pelsoppdrett. (70)
- **Golfturnering i Hong Kong**, "The SF-FFS Hong Kong Golf Tournament", for 28 sentrale aktører innen pelsbransjen. Planen er å ha flere slike golfturneringer i fremtiden. (71)
- **Salgsseminar for personalet til kjøpesenterkjeden Lane Crawford**, som har avdelinger i Hong Kong og Beijing. Seminaret ble holdt for femte år på rad. (72)
- **Et åtte dagers Road Show i nordøstlige Kina**. Publikum var områdets pelsbransje, og målet var å promotere Saga Furs, og å inspirere og styrke pelsindustrien. (73)
- **Stand på Hong Kong International Fur & Fashion Fair**. Seksten representanter fra Saga-gruppen. Kineserne utgjorde størstedelen av kjøperne på messa. (74)
- **Seks måneders utstilling på Nordic Lighthouse i Shanghai**, som del av World EXPO 2010: Veldedighetsauksjon, der kaninbamser av pels ble solgt til inntekt for jordskjelvofre. Utstilling med pelsklær og -interiør. Fashion show med vestlige toppdesignere som Jean Paul Gaultier, Sonia Rykiel, Todd Lynn og Missoni. (75)
- **The Saga Furs Fashion Show i Shanghai**, som åpnet Nordic Fashion Week. Vestlige toppdesignere som Jean Paul Gaultier, Missoni, Roberto Cavalli og By Malene Birger. (76)
- **Seminarer i Beijing og Hong Kong** for designere og buntmakere. (77)

På Saga Furs' workshops i Beijing og Shanghai i 2011, ble det vektlagt å introdusere pels for tekstilbedrifter og bistå dem med til å komme i gang med å anvende pels som pynt:

The participating companies were of various sizes, so it was vital that each session was tailor-made to address specific needs. Smaller companies and individual designers who do not have adequate capacity for producing fur pieces acquired information to help them realize their plans. (78)

3. Nordisk pelsbransje om framtidsutsiktene i Kina

På slutten av 2013 slår Norges Pelsdyrslag i sitt medlemsblad fast at det kinesiske markedet er viktigst:

...De høye skinnprisene har resultert i at flere markeder er priset ut, og vi setter vår lit til at Kina skal konsumere tilstrekkelig med pels slik at de gode tidene kan fortsette. (...) Kina har gjennom flere tiår hatt en årlig vekst i brutto nasjonalprodukt på rundt 10% i året. (...) Kina er på vei vekk fra å produsere billige forbruksvarer til resten av verden til å skape en forbruksdrevne økonomi innenlands... (79)

Pelsdyrslaget er samtidig bekymret over at Kina med sin nasjonale pelsproduksjon nå har blitt en for sterk konkurrent internasjonalt. En betydelig andel av verdens pelsproduksjon foregår nå i Kina. Ingen vet med sikkerhet hvor mye de produserer. Gode priser fører til produksjonsvekst og Norges Pelsdyrslag mener nå at det bør settes en stopper for veksten i Kina (14,80):

Kundene aksepterte litt motvillig det høye prisnivået på messene, og man skal ikke stikke under en stol at mange av de vestlige kundene sliter med å konkurrere med kineserne. Det er en stadig større andel av pelsplaggene som fabrikkeres i Kina for innenlandsmarkedet eller til eksport til Russland, og disse plaggene synes ikke på statistikken fra messene. Messene holder liv i pelsmoten og kineserne skaper markedet for pels.(14)

Pelsdyrslaget og Saga Furs påpeker begge at kvalitetsprofilen er viktig for å konkurrere mot kinesisk-produsert pels (79,81):

At the centre we see unpredictable changes inside China, which is a large and growing market. Production facilities increase in size, but without a doubt there is room for smaller entities that concentrate on top quality, specialized products and craftsmanship. It would be possible to customize production for the consumer demographic in which price is not an issue.(81)

Målet er fortsatt å utvide et kunstig behov for pels. Dette skriver Saga Furs i sin rapport for 2013:

The company is engaged in active marketing and product development of Saga furs in order to influence the choices of the international world of fashion. The goal is to modernise fur as material and find new uses for fur in order to establish a stable position in the world of fashion.(11)

Kilder

- (1) Saga Furs, "History", URL: sagafurs.com, undated, visited 9 April 2014.
- (2) Saga Furs, Redefining fur – Saga Furs Oyj Corporate Social Responsibility Report 2013, 2014.
- (3) Norsk Pelsdyrblad, "Et godt brand er en uvurderlig verdi", nr 3, 2004.
- (4) Finnish Fur Sales, *Financial Statements Bulletin*, 30 November 2006.
- (5) Finnish Fur Sales, *Financial Statements Bulletin*, 27 November 2009.
- (6) Finnish Fur Sales, *Financial Statements Bulletin*, 29 November 2010.
- (7) Saga Furs Oyj, *Financial Statements Bulletin*, 25 November 2011.
- (8) Saga Furs Oyj, *Financial Statements Bulletin*, 28 November 2012.
- (9) Norsk Pelsdyrblad, "SAGA –ny strategi", nr 7, 2004.
- (10) Finnish Fur Sales, *Annual Report Summary*, 2008.
- (11) Saga Furs Oyj, *Financial Statement Bulletin*, 27 December 2013.
- (12) Norsk Pelsdyrblad, "Studietur til Østen", nr 7/8, 1995.
- (13) Norsk Pelsdyrblad, "Optimisme preget vinterens pelsmesser", nr 2, 2010.
- (14) Norsk Pelsdyrblad, "Nye markeder dominerte pelsmessene", nr 2, 2013.
- (15) Norsk Pelsdyrblad, "Norsk blårev: Hvilken vei går vi videre?", nr 4, 2006.
- (16) Norsk Pelsdyrblad, "Veteranhjørnet: Jostein Vestre, Sjøholt", nr 4, 2013.
- (17) Norsk Pelsdyrblad, "Markedsorientering", nr 7/8, 1995.
- (18) Norsk Pelsdyrblad, "Forbruket av farnede pelsskinn på verdensmarkedet", nr 9, 1995.
- (19) Norsk Pelsdyrblad, "Kina –et land i rivende utvikling", nr 10, 1996.
- (20) Norsk Pelsdyrblad, "10 år i Kina: SAGAs 10-års jubileumsshow", nr 1, 1997.
- (21) Norsk Pelsdyrblad, "Lederens årsmøtetale 1999", nr 7/8, 1999.
- (22) Norsk Pelsdyrblad, "Saga skaper god pelsutvikling", nr 9, 1999.
- (23) Copenhagen Fur Center, "SAGA-samarbeidet ophører", URL:cfc.dk, publisert 2005.
- (24) Norsk Pelsdyrblad, "Kina", Leder, nr 5, 2005.

- (25) Norsk Pelsdyrblad, "Forventet skinnproduksjon i Kina i 2007", nr 3, 2007.
- (26) Norsk Pelsdyrblad, "SAGAs aktiviteter for sesongen 2001-2002", nr 6, 2001
- (27) Norsk Pelsdyrblad, "Sterkere bånd yil den kinesiske pels- og tekstilindustrien", nr 7/8-2002.
- (28) Norsk Pelsdyrblad, "Motevisningen i Beijing – et hedersbevis til SAGA", nr 4, 2008.
- (29) Adresseavisen, "Noe å ringe hjem til Kvål om", 28. februar 2002.
- (30) Saga furs, "The right moment - the right mood", URL: sagafurs.com, News archive, 30 December 2010.
- (31) Dyrevernalliansen, *Sertifiseringsordningen Farmsert*, Fagnotat januar 2014.
- (32) Saga Furs, "BCI's Weiler finds furs consumers want", URL: sagafurs.com, News archive, 20 August 2010.
- (33) Saga Furs, "Dundas finds answers", URL: sagafurs.com, News archive, 18 August 2008.
- (34) Norsk Pelsdyrblad, "SAGAs strategi – Fra Haute Couture til Ready to Wear", 7/8- 1999.
- (35) Norsk Pelsdyrblad, "Nyttårstanker", Leder, nr 1, 2003.
- (36) Norsk Pelsdyrblad, "Ny White Collar Shop og lansering av Sagas sølvrevkolleksjon", nr 1, 2008.
- (37) Saga Furs, "Emerging designer finds new use for fur", URL: sagafurs.com, News archive, 14 Dec 2007.
- (38) Norsk Pelsdyrblad, "Kundene strømmer til pelsmessene", nr 2, 2012.
- (39) Saga Furs, "Versace stops by SDC for inspiration", URL: sagafurs.com, News archive, 7 January 2009.
- (40) Norsk Pelsdyrblad, "Pelsinform årsmøte", nr 6, 1999.
- (41) Saga Furs, "Oscar de la Renta S-S surprise", URL: sagafurs.com, News archive 01 October 2009.
- (42) Saga Furs, "Prada wows with vivid fox furs for summer", URL: sagafurs.com, News archive, 12 Oct 2010.
- (43) Saga Furs, "Hot name goes from warm to cool", URL: sagafurs.com, News archive 23 November 2011
- (44) Saga Furs, "Furry bags and a cool new brand in collaboration with Saga", URL: sagafurs.com, News archive, 20 December 2006.
- (45) Saga Furs, "The hat makes the personality", URL: sagafurs.com, News archive, 2 November 2006.
- (46) Saga Furs, "Hot 'n' Hip Hats, URL: sagafurs.com, News archive, 16 June 2005.
- (47) Norsk Pelsdyrblad, "Feiende flott fur-midable! Saganytt", nr 12, 2000
- (48) Saga Furs, "Fur makes a cozy home", URL: sagafurs.com, News archive, 23 March 2009.
- (49) Saga Furs, "Steve Leung launches Home Collection in fur", URL: sagafurs.com, 7 March 2008.
- (50) Norsk Pelsdyrblad, "SAGA FURS + Cappellini = Furniture", nr 3, 2007.
- (51) Saga Furs, "Feat of magic in fur footwear", URL: sagafurs.com, News archive, 24 September 2010.
- (52) Saga Furs, "Hot on her heels", URL: sagafurs.com, News archive, 15 June 2006.
- (53) Saga Furs, "Boots deluxe", URL: sagafurs.com, News archive, 2 February 2007.
- (54) Saga Furs, "Fur and crystal – a match made in heaven", URL: sagafurs.com, 14 August 2006.
- (55) Saga Furs, "Brilli sends chills down the spine", URL: sagafurs.com, News archive, 13 May 2009.
- (56) Saga Furs, "Décor – Fur puts the sublime into home furnishing", URL: sagafurs.com, undated.
- (57) Saga Furs, *Lookbook: Fall/winter 2012/2013*, URL: sagafurs.com, undated.
- (58) Norsk Pelsdyrblad, "Fur for all", nr 7/8, 1998.
- (59) Saga Furs, "Men open their eyes to fur", News archive, 27 May 2008,
- (60) Saga Furs, "Lots of fur on the men's runways", URL: sagafurs.com, News archive, 7 February 2011.
- (61) Norsk Pelsdyrblad, "Pels for menn: SAGA bak ny inspirasjonskolleksjon", nr 6, 2003.
- (62) Norsk Pelsdyrblad, "Pels for menn", nr 6, 2007.
- (63) Norsk Pelsdyrblad, "God jul fra Kina", nr 12, 2002.
- (64) Norsk Pelsdyrblad, "Hvor er pelsen til 30-åringene?", nr 3, 2003.
- (65) Norsk Pelsdyrblad, "David Tan – vår mann i Kina, nr 7/8, 1998.
- (66) Norsk Pelsdyrblad, "Regionmøter, Oslo skinnauksjoner SL", nr 8, 2006.
- (67) Saga Furs, "SAGA in China year 1980-2002", URL: sagafurs.com, visited 6 May 2011, undated.
- (68) Norsk Pelsdyrblad, "SAGAs designkonkurranse for studenter", nr 12, 2001.
- (69) Norsk Pelsdyrblad, "Åpning av SAGA Workshop og Designcenter", nr 12, 2002.
- (70) Saga Furs, "Presentation seminars bring a wealth of ideas to China", URL: sagafurs.com, 8 June 2010.
- (71) Saga Furs, "Fur trade tees off in Hong Kong", URL: sagafurs.com, News archive, 27 October 2010.
- (72) Saga Furs, "Lane Crawford retail seminar in HK", URL: sagafurs.com, News archive, 24 November 2010.
- (73) Saga Furs, "Road to a dynamic fur-filled China", URL: sagafurs.com, News archive, 24 August 2010.
- (74) Saga Furs, "New ideas at bigger Hong Kong fair", URL: sagafurs.com, News archive, 4 March 2010.
- (75) Saga Furs, "Saga Furs Bunny hit at Nordic Lighthouse opening", URL: sagafurs.com, 14 May 2010.
- (76) Saga Furs, "Shanghai fashion show the talk of the town", URL: sagafurs.com, 22 Oct 2010.
- (77) Saga Furs, "Luxury seminars in HK and Beijing", URL: sagafurs.com, News archive, 14 December 2010.
- (78) Saga Furs, "Bringing know-how to China", URL: sagafurs.com, 7 June 2011.
- (79) Norsk Pelsdyrblad, "En ny, spennende sesong i møte", nr 4, 2013.
- (80) Norsk Pelsdyrblad, "Spennning før neste auksjonsrunde", nr 1, 2014.
- (81) Saga Furs, "Researcher Olli Hietanen: Future of the fur industry is full of opportunity", URL: sagafurs.com, 18 February 2014.