

Global luxury brands again chase China's young, rich and spendthrift

REUTERS, Hong Kong

Global luxury brands from Prada to LVMH are investing in China for the first time since a crackdown on conspicuous spending five years ago, focusing on smaller, less developed cities even as the world's second-largest economy slows.

Increasing spend by cash-rich Chinese millennials, largely unhindered by a crackdown on corruption and extravagant spending, is prompting brands to revamp some stores and open new ones in second- and third-tier cities where luxury spending is growing faster.

The youngsters, who account for around 30 percent of the sector's China sales, are a demographic less sensitive to wider economic factors, executives said.

"There is the emergence in China of a very strong upper class or upper middle class," Jean-Paul Agon, Chairman and CEO of cosmetics group L'Oréal said on a call with analysts.

"And the difference is that now millennials from this middle and middle upper class are absolutely not hesitant to buy luxury brands."

Often single children armed with family money, the 20-34 year-old demographic started buying luxury brands at a young age and purchases more frequently, splurging on everything from jewellery and fashion, to cosmetics and handbags, industry experts say.

Many millennials are also choosing to remain in the country's outlying provinces, shunning more expensive, larger cities such as Beijing and Shanghai, thanks to rapid industrialisation and urbanisation.

"Where the spend is? It is the post-90s, the young generation - definitely a young



Shopping windows of Italian luxury brand Versace are seen outside a shopping mall in Xiamen, China.

generation that spends money on luxury," said Shanghai-based Daniel Zipser, senior partner at McKinsey & Co.

Revenue growth in China's luxury segment was around 15-20 percent for the first half of the year, Zipser added.

Chinese luxury shoppers account for over \$500 billion yuan (\$73 billion) in annual spending, representing almost a third of the global luxury market, McKinsey said in its latest report.

Brands including Kering's Gucci to Britain's Burberry and French luxury handbag maker Hermès all reported resilient appetite from Chinese shoppers in the second quarter even

as escalating China-U.S. trade tensions cast a pall over the broader economy.

The share of luxury purchases made in China is rapidly increasing, several executives said, spurred by price cuts from top brands after authorities reduced import duties on some goods and made it harder to buy products from overseas websites and vendors. A strong euro at the start of 2018 also put off tourists from spending in Europe, executives said.

Prices of luxury goods in China, previously significantly higher than in Europe and the United States, have been gradually falling. Taxes have also been lowered by 7-

17 percent, allowing firms to cut prices.

Italian luxury outerwear maker Moncler has reduced its prices in China by 3.5 percent on average since July, while Gucci, Louis Vuitton and Hermès have also cut prices.

"When I compare it with the United States the price difference between brands is not that large," said Sunny Deng, 28, who studies in America but was on holiday in Shanghai. "Sometimes it's even cheaper here."

To capture the rapidly growing millennial market, global names are increasingly moving further afield from China's first-tier cities - the previous engines of growth.

Prada, which reported strong half-year earnings bolstered by Chinese consumers, opened seven stores this year in Xi'an, home of China's Terracotta Army in the northwest. Three were for the Prada label, two for its Miu Miu brand and two for Church's.

LVMH opened a store in the sprawling central city of Wuhan, home to 11 million people, while jewellery brand Chaumet opened a store in the city of Wuxi, outside Shanghai. Hermès is launching a store in Xi'an in September.

Even so, luxury firms are wary of demand softening in the second half of the year as a trade row between China and the United States escalates.

"It would be unwise not to make some allowances for the uncertain political and macroenvironment," Jean-François Palus, Kering group managing director, said in July.

LVMH chief financial officer Jean Jacques Guiony, on a call with analysts in July, also warned of potential risks from increased global tariffs.

"Although the luxury industry is not in the front line on this, such a risk would certainly bear some negative consequences for us," he said.

Apple removes illegal lottery apps from China store

REUTERS, Beijing

Apple Inc says it has pulled illegal lottery apps from its App Store in China amid tightening regulation and a barrage of criticism from state media.

According to state media, the company has recently pulled around 25,000 apps from its Chinese store in an effort to cooperate with regulators.

Apple confirmed it has recently removed gambling apps from its store, but did not confirm the number of apps or a timeline for the removals.

"We have already removed many apps and developers for trying to distribute illegal gambling apps on our App Store, and we are vigilant in our efforts to find these and stop them from being on the App Store," Apple said in a statement.

State broadcaster CCTV criticized the US company's management on Sunday for allowing gambling apps, which are banned in China. It's the second time the broadcaster has targeted the firm in the past month over the apps.

Official media has also recently criticized the company's iMessage service in China, saying the company's refusal to monitor communications is a hindrance to authorities.

Last year Apple began removing hundreds of virtual private network (VPN) apps on request from regulators. The apps help users bypass China's Great Firewall and access foreign social media and news, which are largely banned in China.

App stores run by other companies, including Baidu Inc and Tencent Holdings Ltd, are also required to remove banned foreign content and gambling apps.

Apple's App Store is the only major foreign-run app platform in China, where competitors - including Alphabet Inc's Google Play store - are banned.

Apple has been subject to increasingly strict rules regarding its content in China amid a wider effort by regulators to create a "clean" cyberspace, which includes enhanced censorship policies.

Earlier this year the company moved cryptographic keys for its iCloud service to China under new legal requirements, raising human rights fears as the country is introducing increasingly strict digital surveillance measures.

PepsiCo to buy SodaStream for \$3.2b

AFP, New York

PepsiCo said Monday it plans to buy SodaStream, an Israeli maker of carbonated products, for \$3.2 billion as the beverage and snacks giant makes further inroads with in-home goods.

The cash deal will see PepsiCo pay \$144 per share for SodaStream's outstanding stock, a 32 percent premium over its average price of the past 30 days.

"SodaStream offers consumers the ability to make great-tasting beverages while reducing the amount of waste generated," PepsiCo chair and CEO Indra Nooyi said in a statement.

"That focus is well-aligned with Performance with Purpose, our philosophy of making more nutritious products while limiting our environmental footprint. Together, we can advance our shared

vision of a healthier, more-sustainable planet."

PepsiCo says it aims to provide environmentally friendly and cost-effective products that promote health and wellness.

"From breakthrough innovations like Drinkfinity to beverage dispensing technologies like Spire for food service and Aquafina water stations for workplaces and colleges, PepsiCo is finding new ways to reach consumers beyond the bottle," said Ramon Laguarta, PepsiCo CEO-elect and president.

While the boards of directors of both companies have approved the deal, it is still subject to a SodaStream shareholder vote, regulatory approvals and other conditions, PepsiCo said, adding that closing was expected by January 2019.

PepsiCo had \$63 billion in revenue last year.

Turkish lira crisis poses additional risk to German economy: finance ministry

REUTERS, Berlin

Turkey's currency crisis poses an additional risk to Germany's economy on top of trade frictions with the United States and the possibility of Britain leaving the European Union without a deal, the German finance ministry said on Monday.

The Turkish lira has lost nearly 40 percent of its value against the dollar this year, hit by a worsening diplomatic rift with the United States and by investor alarm about President Tayyip Erdogan's influence over monetary policy.

Germany is the second biggest foreign investor in Turkey, whose biggest trading partner is the European Union.

"Risks remain particularly with regards to uncertainty over how Brexit is going to pan out as well as future U.S. trade policies," the ministry said in its monthly report. "The persistent debate about tariffs and the threat of a trade war are choking trade activity."

"The economic developments in Turkey present a new, external economic risk," it added.

Despite such risks, the German economy remains buoyant, supported by state spending, private consumption, low interest rates, a robust labour market and rising real wages, the ministry said in the report.

Companies are also expected to raise investments as the global economy remains in good shape despite the threat of a trade war, it added.

আঙ্গণ ফার্টিলাইজার এন্ড কেমিক্যাল কোম্পানী লিমিটেড আঙ্গণ, ব্রাকশনবাড়ীয়া

এলটিএম দরপত্র বিজ্ঞপ্তি

১। একাডেমির নাম	২। ফার্টের উৎস	৩। দরপত্র প্রাক্তিক নং	৪। দরপত্র বিজ্ঞপ্তি নং ও তারিখ	৫। দরপত্রের নাম	৬। প্রাক্তিক মূল্য টাকা	৭। দরপত্রের মূল্য টাকা	৮। প্রাপ্তির নাম	৯। কাজ সমাপ্তির তারিখ	১০। দরদাতার মোগ্যতা
১। একাডেমির নাম	২। ফার্টের উৎস	৩। দরপত্র প্রাক্তিক নং	৪। দরপত্র বিজ্ঞপ্তি নং ও তারিখ	৫। দরপত্রের নাম	৬। প্রাক্তিক মূল্য টাকা	৭। দরপত্রের মূল্য টাকা	৮। প্রাপ্তির নাম	৯। কাজ সমাপ্তির তারিখ	১০। দরদাতার মোগ্যতা
১। একাডেমির নাম	২। ফার্টের উৎস	৩। দরপত্র প্রাক্তিক নং	৪। দরপত্র বিজ্ঞপ্তি নং ও তারিখ	৫। দরপত্রের নাম	৬। প্রাক্তিক মূল্য টাকা	৭। দরপত্রের মূল্য টাকা	৮। প্রাপ্তির নাম	৯। কাজ সমাপ্তির তারিখ	১০। দরদাতার মোগ্যতা
১। একাডেমির নাম	২। ফার্টের উৎস	৩। দরপত্র প্রাক্তিক নং	৪। দরপত্র বিজ্ঞপ্তি নং ও তারিখ	৫। দরপত্রের নাম	৬। প্রাক্তিক মূল্য টাকা	৭। দরপত্রের মূল্য টাকা	৮। প্রাপ্তির নাম	৯। কাজ সমাপ্তির তারিখ	১০। দরদাতার মোগ্যতা
১। একাডেমির নাম	২। ফার্টের উৎস	৩। দরপত্র প্রাক্তিক নং	৪। দরপত্র বিজ্ঞপ্তি নং ও তারিখ	৫। দরপত্রের নাম	৬। প্রাক্তিক মূল্য টাকা	৭। দরপত্রের মূল্য টাকা	৮। প্রাপ্তির নাম	৯। কাজ সমাপ্তির তারিখ	১০। দরদাতার মোগ্যতা
১। একাডেমির নাম	২। ফার্টের উৎস	৩। দরপত্র প্রাক্তিক নং	৪। দরপত্র বিজ্ঞপ্তি নং ও তারিখ	৫। দরপত্রের নাম	৬। প্রাক্তিক মূল্য টাকা	৭। দরপত্রের মূল্য টাকা	৮। প্রাপ্তির নাম	৯। কাজ সমাপ্তির তারিখ	১০। দরদাতার মোগ্যতা
১। একাডেমির নাম	২। ফার্টের উৎস	৩। দরপত্র প্রাক্তিক নং	৪। দরপত্র বিজ্ঞপ্তি নং ও তারিখ	৫। দরপত্রের নাম	৬। প্রাক্তিক মূল্য টাকা	৭। দরপত্রের মূল্য টাকা	৮। প্রাপ্তির নাম	৯। কাজ সমাপ্তির তারিখ	১০। দরদাতার মোগ্যতা
১। একাডেমির নাম	২। ফার্টের উৎস	৩। দরপত্র প্রাক্তিক নং	৪। দরপত্র বিজ্ঞপ্তি নং ও তারিখ	৫। দরপত্রের নাম	৬। প্রাক্তিক মূল্য টাকা	৭। দরপত্রের মূল্য টাকা	৮। প্রাপ্তির নাম	৯। কাজ সমাপ্তির তারিখ	১০। দরদাতার মোগ্যতা
১। একাডেমির নাম	২। ফার্টের উৎস	৩। দরপত্র প্রাক্তিক নং	৪। দরপত্র বিজ্ঞপ্তি নং ও তারিখ	৫। দরপত্রের নাম	৬। প্রাক্তিক মূল্য টাকা	৭। দরপত্রের মূল্য টাকা	৮। প্রাপ্তির নাম	৯। কাজ সমাপ্তির তারিখ	১০। দরদাতার মোগ্যতা
১। একাডেমির নাম	২। ফার্টের উৎস	৩। দরপত্র প্রাক্তিক নং	৪। দরপত্র বিজ্ঞপ্তি নং ও তারিখ	৫। দরপত্রের নাম	৬। প্রাক্তিক মূল্য টাকা	৭। দরপত্রের মূল্য টাকা	৮। প্রাপ্তির নাম	৯। কাজ সমাপ্তির তারিখ	১০। দরদাতার মোগ্যতা
১। একাডেমির নাম	২। ফার্টের উৎস	৩। দরপত্র প্রাক্তিক নং	৪। দরপত্র বিজ্ঞপ্তি নং ও তারিখ	৫। দরপত্রের নাম	৬। প্রাক্তিক মূল্য টাকা	৭। দরপত্রের মূল্য টাকা	৮। প্রাপ্তির নাম	৯। কাজ সমাপ্তির তারিখ	১০। দরদাতার মোগ্যতা
১। একাড									