Il rosso Ferrari ha dominato la sera di Shanghai con l'illuminazione della celebre Oriental Pearl Tower, simbolo della metropoli cinese. Un ulteriore segnale del grande amore che i cinesi hanno per il marchio del Cavallino Rampante, un amore che si manifesta in tutti gli eventi: dai Gran Premi, alle inaugurazioni di nuovi negozi, fino alle celebrazioni, come quella del 14 gennaio che ha festeggiato con uno spettacolo multimediale sul fiume Pu Jiang i 999 clienti cinesi della Ferrari dalla sua entrata in Cina.

Un numero importante: in cinese infatti il nove – 'jiu' – è simbolo di longevità ed eccellenza. Un rapporto, quello tra la Ferrari e la Cina che è iniziato ufficialmente poco più di 5 anni fa e che ha portato il grande paese asiatico ad essere, anno dopo anno, sempre più rilevante per la Ferrari tanto da raggiungere le 300 vetture vendute nel 2010 e con prospettiva ancora di ampia crescita.

Festeggiando Johnson Zhang, il 999esimo cliente, l'Amministratore Delegato della Ferrari Amedeo Felisa ha dichiarato: "La Cina per la Ferrari rappresenta il presente e il futuro, un grande paese in cui continuiamo a investire. Sono sicuro che in un paio di anni raggiungeremo le 500 auto vendute in un anno, un numero che la equipara ai grandi mercati europei".