

Hongkong bramą do rynku chińskiego

Maciej Wilk

**Hong Kong Trade Development Council
Warsaw Consultant Office**

Łódź, 15 listopada 2018

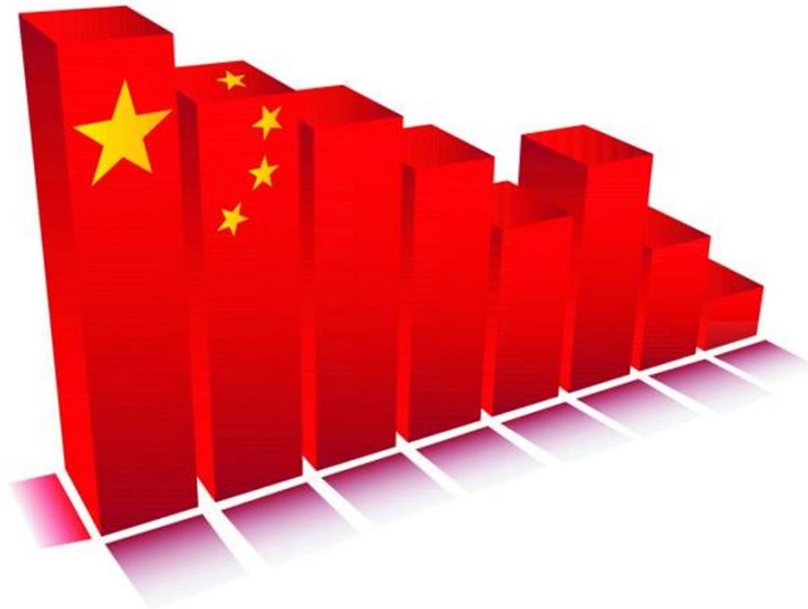


Chiny – kierunek przemian

Wczoraj → fabryka świata

Dziś → ogromny rynek konsumencki

Jutro → źródło globalnego kapitału



Chiny – rynek konsumencki

- Wzrost sprzedaży detalicznej o 10,2% w 2017
- Powiększająca się klasa średnia — 300 milionów
- Przyspieszenie urbanizacji — przewidywana liczba mieszkańców miast to 1 miliard w 2030 roku



Chiny – rynek konsumencki

- 1,4 mld użytkowników telefonów komórkowych
- 751 mln użytkowników internetu
- Największy na świecie rynek motoryzacyjny – 28,9 mln sztuk sprzedanych w 2017
- Jeden z największych na świecie rynków dóbr luksusowych
- Roczny wzrost importu wina: 25% (w latach 2008 – 2017)
- 120 mln chińskich turystów w 2017 roku



13th Five-Year Plan



Rynek chiński – szanse i zagrożenia

Chiny to jeden z największych i najbardziej perspektywicznych rynków świata, ale... wejście na rynek chiński może być czasochłonne, kosztowne i ryzykowne



Główne bariery:

- Bariery taryfowe (stawki celne na niektóre towary, w tym artykuły spożywcze są bardzo wysokie)
- Ograniczona transparentność systemu i przepisów prawnych
- Problemy z weryfikacją wiarygodności partnerów handlowych
- Rozbudowana biurokracja i czasochłonne procedury
- Niedostateczna ochrona własności intelektualnej
- Różnice kulturowe i brak znajomości języka



Hongkong bramą do rynku chińskiego

- System prawny oparty na prawie brytyjskim, ochrona własności intelektualnej
- Łatwość zakładania firm (możliwość założenia firmy przez Internet i jeszcze w tym samym dniu rozpoczęcia działalności)
- Prosty i przejrzysty system podatkowy (niskie stopy podatkowe: CIT max 16,5%, PIT max 15%), nie ma podatku od zysków kapitałowych, podatku u źródła, podatku Belki, podatku od sprzedaży ani VAT
- Międzynarodowe centrum logistyczne i handlowe (największe lotnisko cargo na świecie, status wolnego portu)
- Regionalne centrum dystrybucji i zarządzania łańcuchem dostaw (zwłaszcza dla produktów wysokiej wartości i typu time sensitive)

Hongkong bramą do rynku chińskiego

- Hongkońskie firmy znają kulturę biznesową, specyfikę rynku oraz posiadają sieć powiązań biznesowych w Chinach kontynentalnych
- Dobre postrzeganie produktów, marek, usług hongkońskich firm przez klasę średnią w Chinach
- Dzięki współpracy z firmami hongkońskimi zagraniczne firmy mogą skorzystać z przywilejów wynikających z umowy o wolnym handlu z Chinami
- Język angielski powszechnie stosowany w biznesie



Hongkong – centrum kreacji trendów i promocji międzynarodowych marek



- Wszystkie największe międzynarodowe marki są obecne w Hongkongu. Marka która z sukcesem zaistnieje w Hongkongu ma zdecydowanie większe szanse odnieść sukces w Chinach kontynentalnych i innych krajach regionu
- W każdym tygodniu Hongkong odwiedza ponad 650 tys. turystów z Chin kontynentalnych (rocznie 47 mln), z czego 30% stanowią mieszkańcy Shenzhen z wielokrotnymi przepustkami
- Na Chińczyków z kontynentu przypada 1/3 sprzedaży detalicznej Hongkongu, największym zainteresowaniem cieszą się kosmetyki, lekarstwa, smartfony, artykuły luksusowe, mleko i odżywki dla niemowląt

Hongkong – regionalne centrum handlu

- Hongkong jest 7 największą gospodarką handlową świata
- Miejsce Hongkongu w światowym rankingu eksportu wybranych produktów:



1 miejsce Elektroniczne układy scalone



2 miejsce Zegarki
Części komputerowe i akcesoria
Sprzęt video
Biżuteria modowa
Gry i zabawki



3 miejsce Aparaty telefoniczne, telefony komórkowe
Okulary i oprawki



- Dzięki umowie handlowej Mainland-Hong Kong Closer Economic Partnership Arrangement (CEPA), Hongkong eksportuje towary do Chin kontynentalnych na preferencyjnych warunkach

Hongkong – azjatyckie centrum branży spożywczej

RE-EKSPORT

- Ponad 90% importowanej do Hongkongu żywności przeznaczone jest do ponownego eksportu. Głównym odbiorcą żywności przetworzonej i napojów z Hongkongu są **Chiny (38%) i Wietnam (26%)**
- **W Hongkongu działa 7010 firm** specjalizujących się we wprowadzaniu zachodnich produktów żywnościowych na rynek chiński. Największe z nich to: Dah Chong Hong, Four Seas Food Investment, EDO Trading Co, Kampery oraz Sun Shun Fuk

IMPORT

- Ponad 95% produktów spożywczych dostępnych w Hongkongu pochodzi z importu, lokalna produkcja jest niewielka
- Najwięksi dostawcy żywności to Chiny kontynentalne, USA, Brazylia, Tajlandia. Dla Japonii Hongkong jest największym rynkiem eksportowym
- Polska jest piątym największym dostawcą podrobów wieprzowych do Hongkongu, ale dostarcza produkty o najniższych cenach
- Przekonanie chińskich konsumentów o wysokich standardach jakości i bezpieczeństwa produktów europejskich sprzyja promocji eksportu

Trendy na rynku spożywczym Hongkongu

Bezpieczeństwo i zdrowie – Zmiany demograficzne – Aktywny tryb życia

Rosnące zapotrzebowanie na:

- Żywność ekologiczną i organiczną, bez GMO
- Żywność dietetyczną dla seniorów (o obniżonej zawartości cukru i tłuszczu), suplementy diety np.: mleko o wysokiej zawartości wapnia czy zamienniki masła i serów, pomagające obniżyć cholesterol
- Żywność niskokaloryczną, ze zwiększoną zawartością błonnika pokarmowego
- Napoje energetyczne i izotoniczne, napoje dla zdrowia i urody
- Dania do szybkiego przyrządzenia, mrożonki, żywność w puszkach
- Bezpieczne produkty spożywcze dla niemowląt, markowe mleko w proszku
- Ze względu na ograniczenia metrażowe mieszkańców Hongkongu preferowane są produkty spożywcze w małych opakowaniach.
- Tak jak w Europie, trend zastępowania białka zwierzęcego białkiem roślinnym zyskuje na popularności. Konsumenci są coraz bardziej świadomi pochodzenia produktów i ich wartością odżywczą, stąd też zwiększone zapotrzebowanie na produkty takie jak mleko ryżowe, migdałowe czy sojowe.
- Produkty pakowane „na prezent”

Trendy na rynku spożywczym Hongkongu

Produkty mleczne

- Ser jest doskonale znany konsumentom w Hongkongu, nie jest on jednak tradycyjnym składnikiem chińskich potraw, a więc możliwości jego sprzedaży oraz wprowadzenia na rynek nowych produktów w tej kategorii są znacznie ograniczone.
- Konsumpcja mleka utrzymuje się na niezmiennym poziomie. Sprzedawcy detaliczni często naliczają wysokie marże, czyniąc mleko mniej dostępnym dla konsumentów o niższych dochodach i imigrantów z Chin kontynentalnych.
- Szacuje się, że rynek innych produktów mlecznych odnotuje w najbliższym czasie bardzo niewielki wzrost, ponieważ konsumenci obawiają się o wartość kaloryczną produktów takich jak śmietana i mleko skondensowane.



Od 2013 roku w Hongkongu obowiązuje zakaz wywozu mleka w proszku dla niemowląt w ilości przekraczającej 1,8 kg/ 2 puszki. Ograniczenie zostało wprowadzone po tym jak produkt ten został masowo wykupywany przez klientów z Chin kontynentalnych, którzy obawiali się używać chińskiego mleku w proszku po skandalu z melaminą w 2008 roku.

Eksport nabiału do Hongkongu

- W 2017 roku łączna wartość produktów mlecznych oraz jajek wyeksportowana z Polski do Hongkongu wyniosła 913 tys. USD
- Polska zajmuje dopiero 28 miejsce wśród eksporterów produktów mlecznych oraz jajek do Hongkongu (ranking wg łącznej wartości eksportowanych produktów).
- Liderem rankingu jest niezmiennie Holandia (303 mln USD), na drugim miejscu plasują się Chiny (89 mln USD), a na trzecim Nowa Zelandia (44 mln USD), nieznacznie wyprzedzając Australię (43 mln USD).



Hongkong – sieci dystrybucji

- Dwie największe sieci supermarketów w Hongkongu to Wellcome (270 sklepów) i ParknShop (260 sklepów), pozostałe to China Resources Vanguard Shops, Dah Chong Hong Food Marts, Jusco, City Super, Oliver's, 759 Store, KaiBo oraz Market Place

city'super



- 1300 sklepów typu „convenience”; to przede wszystkim 7-Eleven (900 sklepów) oraz Circle K (400 sklepów)
- Polskie produkty spożywcze, które w ciągu ostatnich 2-óch lat pojawiły się na półkach sklepów w Hongkongu to: słodycze (cukierki, czekolada, ciastka), kawa instant, herbata owocowa i ziołowa, produkty zbożowe, masło, ser żółty i topiony, jaja ekologiczne, wędliny, napoje energetyczne, pieczarki ekologiczne, soki przecierowe

Znalezienie partnera biznesowego i sieci dystrybucji w Hongkongu

- Otwarcie biura w Hongkongu/ lokalnego przedstawicielstwa (najbardziej efektywne, ale i bardzo kosztowne)
- Nawiązanie współpracy z lokalnym agentem/ dystrybutorem/ firmą specjalizującą się we wprowadzaniu zachodnich produktów na rynek chiński
- Dystrybucja bezpośrednio do sieci supermarketów lub restauracji (trzeba mieć na uwadze silną konkurencję eksporterów z całego świata zainteresowanych tą opcją)
- Konsolidacja producentów i podjęcie wspólnych działań (forma współpracy preferowana przez większość supermarketów w Hongkongu)
- Udział w targach, misjach handlowych, spotkaniach b2b

Hongkong – globalne centrum wystawiennicze

- ❖ Dzięki licznym imprezom targowym Hongkong odgrywa znaczącą rolę w wyznaczaniu trendów i wprowadzaniu nowości na rynek
- ❖ Promocja na targach w Hongkongu ułatwia znalezienie partnera handlowego i wejście na rynek chiński



Hong Kong Convention & Exhibition Centre (HKCEC)



AsiaWorld-Expo



HKTDC: Największe imprezy targowe w Hongkongu

- Ponad 30 imprez targowych w ciągu roku
- Około 39 tys. wystawców, ponad 770 tys. odwiedzających rocznie
- 11 największych na świecie imprez branżowych

Największe imprezy branżowe na świecie



Watch & Clock



Gifts & Premium



Fashion
Fall/Winter



Electronics
(Spring)



Electronics
(Autumn)
electronicAsia



Jewellery
Diamond, Gem & Pearl



Lighting (Autumn)
Outdoor Lighting



Toys & Games



Houseware



Licensing



FILMART

Targi HKTDC - imprezy towarzyszące

Koktajle, spotkania networkingowe & seminaria



Promocja polskiej żywności na targach w Hongkongu



Food Expo w Hongkongu
Następna edycja: 15-17 sierpnia 2019

Promocja polskiej żywności na targach w Hongkongu



Wielkopolska na targach sprzętu i urządzeń medycznych w Hongkongu



Hong Kong International Medical Devices and Supplies Fair
Następna edycja: 14-17 maja 2019

Targi designu w Hongkongu

DESIGN INSPIRE



Następna edycja: 6-8 grudnia 2018

Partnerem targów jest Business of Design Week (BODW)

Belt and Road Summit

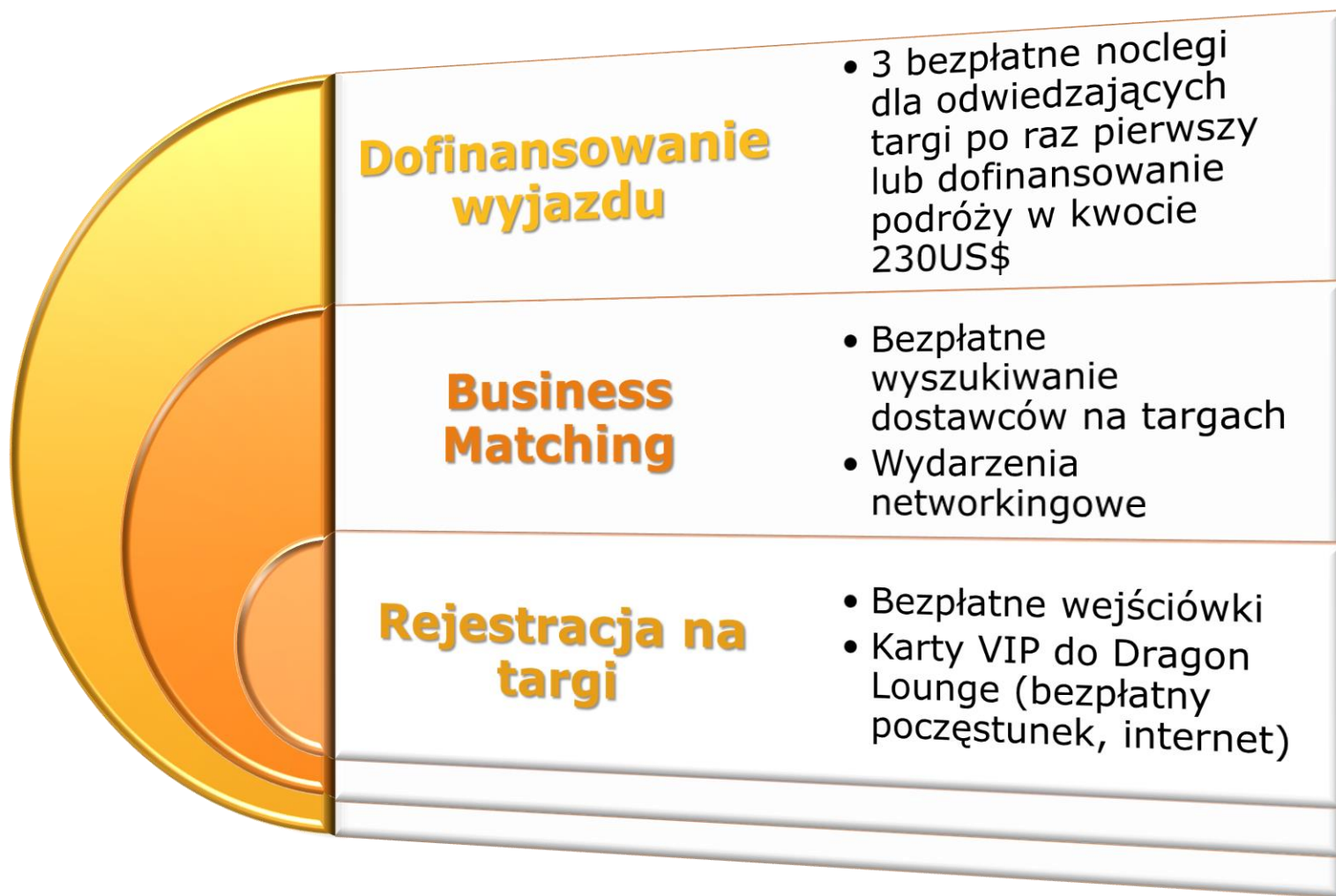


11-13 września 2019

Hong Kong Convention and Exhibition Centre



Wsparcie wyjazdu na targi w Hongkongu dla odwiedzających



Hong Kong Trade Development Council

48 biur na świecie, 29 wzdłuż Nowego Jedwabnego Szlaku



Jak HKTDC może pomóc?

Platforma informacyjnej

Business Matching

Seminaria i konferencje

Misje handlowe i inwestycyjne

Targi branżowe



HKTDC Customised Business Matching

- ❖ Usługa kojarzenia partnerów handlowych (dostawców, agentów, dystrybutorów) i aranżowania spotkań biznesowych



 **HKTDC**
Business Matching
配對服務

Your business |
Our mission

HKTDC Warsaw Consultant Office
Maciej Wilk, Dyrektor
Tel: (48 22) 830 0711
Email: warsaw.consultant@hktdc.org