

EL MERCADO DE LICORES EN CHINA

PRESENTACION

El presente documento contiene un breve análisis de las características del mercado de licores en China, aranceles y procedimientos de importación, así como los datos sobre los volúmenes importados y los principales importadores para el 2002 y el primer semestre del 2003.

La información ha sido recopilada a través de reuniones sostenidas con diversas instituciones y personas vinculadas al mercado de licores en China, así como de la base de datos de la Aduana China.

1. Características generales del mercado

Histórica y tradicionalmente, China es un gran consumidor del denominado licor de arroz, el cual forma parte de su cultura milenaria y que continúa insertada en los patrones de consumo de la población.

Sin embargo, junto con la globalización y el proceso de modernización y crecimiento económico de China se han venido experimentando una serie de cambios en los patrones de consumo de este vasto mercado en la última década.

Dentro de la mayor aceptación que existe actualmente por licores extranjeros, el consumo del vino se ha incrementado significativamente, principalmente entre el segmento de personas jóvenes. Se estima que el crecimiento del consumo de vino se viene incrementando en alrededor de un 20% anual. El vino viene desplazando al consumo de otros licores finos como el cognac, de gran aceptación y consumo, principalmente en el segmento de mayor poder adquisitivo de China.

El whisky es otro de los licores de mayor importación registrada en China. En el año 2002 se registraron importaciones por un total de 2 millones de litros, equivalentes a un total de US\$ 11 millones.

Otros licores identificables como el vodka, gin, tequila y ron registran menores niveles relativos de importación en el 2002, tal como se aprecia en el siguiente cuadro.

CHINA: IMPORTACIONES DE LICORES AÑO 2002 (PARTIDA 2208)

PARTIDA	DESCRIPCIÓN	VALOR (MILES US\$)	VOLUMEN (L)	NUMERO EMBARQUES
22082000	SPIRITS	42,834	2,832,217	163
22083000	WHISKIES	11,734	2,067,876	234
22089090	OTROS SPIRITS	5,518	5,922,804	185
22087000	LIQUEURS	1,054	339,907	108
22086000	VODKA	887	324,893	83
22085000	GIN	371	143,669	38
22089010	TEQUILA	284	88,021	21
22084000	RON	73	29,112	24

Fuente: Aduana de China

Francia lidera largamente el mercado de licores finos de la partida 2208, correspondiéndole el 98% del total del volumen importado, seguido muy de lejos por Italia con el 1%.

En lo que corresponde a los vinos de la partida 2204, el total de las importaciones para el año 2002 alcanzó los US\$ 23.2 millones, correspondientes a 30.4 millones de litros, destacando como proveedores Chile con el 58.6% del mercado, Argentina con el 11.47%, Francia con el 8.66%, España con el 7.88% e Italia con el 5.24%.

Con el propósito de tener una idea global de la **segmentación** global del mercado habrá que tener en cuenta que en China, la población urbana representa aproximadamente el 36% equivalente a cerca de 450 millones de personas. Asimismo, la población entre 16 y 65 años (variable estadística) representa el 70% del total de la población.

Una tendencia importante que se viene observando en China es el establecimiento de joint ventures de empresas de Francia e Italia principalmente con productores locales para la fabricación de vino en China, con tecnología de dichos países, lo cual viene generando un "upgrade" en la calidad y presentación de las marcas de vinos locales, dentro de las cuales destacan Dragón Seal y Dynasty.

2. Condiciones de Acceso al Mercado

La comercialización de licores en China se encuentra bajo la tutela de la Administración del Estando de los Licores, entidad estatal dedicada a controlar y supervisar el registro y distribución de licores en el país.

Las importaciones sólo pueden ser realizadas por empresas que cuenten con licencias de importación. Se exige además un certificado que autoriza la importación de este tipo de productos y un certificado de inspección.

El arancel que pagan los licores finos de la partida 2208, como el pisco es de 28.3%, ad valorem CIF, con excepción del ron que paga 21% ad valorem CIF.

En el caso de los vinos, clasificados en la partida 2204, el arancel es de 24%, mientras que los que se encuentran en la partida 2205 tienen un arancel del 65%

El impuesto al valor agregado en China es del 17%.

3. Principales Países Proveedores de Vinos y Licores Finos

Los top 10 importadores de licores finos en China, para la partida arancelaria 2208, son los siguientes:

- Guangzhou Bonded Area Xili Yangyang International Trade Co.
- Shanghai Foreign Trading and Investment
- Shanghai Mingyue Xuannishi International Trading Co
- Shanghai Jianlishi International Trading Co.
- Guangdong Foodstuffs Imp. Exp Group
- Shenzhen Baofeng Enterprise
- Shanghai Yi Jia International Trading
- China Beijing Corp.
- Shenzhen Baofeng Trading
- Weihai Hongan Imp. Exp

Los top 10 importadores de vinos en China, para la partida arancelaria 2204, son los siguientes:

- Huaxia Winery Company
- Changyu Pioneer Wine Company
- Shanghai Fei Li Si Wine
- Jiyang International Trading
- China National Shipbuilding Equipment and Materials
- Shanghai Shenma Brew Wine Co
- Yantai Nanshan Manor Wine
- Zhejiang Cereals oils and Foodstuffs
- Beijing Foreign Trade Imp. Exp.
- Shanghai Zhong Chang International Trading

(Fuente: Base de datos de los registros de importaciones de la Aduana China 2002)

4. Apreciación del Consulado General y la Oficina Comercial en Shanghai

De lo observado hasta la fecha en este mercado en cuanto al patrón de consumo de licores, la introducción del Pisco requerirá de una campaña agresiva de promoción en Hoteles, Restaurantes y Bares que están orientados al **segmento alto de la población urbana**. Es decir, se considera que lo más aconsejable es un posicionamiento entre los licores de mayor precio en el mercado lo cual guarda relación con la calidad intrínseca de nuestra bebida.

En ese mismo orden de ideas, dado que se trata de un licor de alta graduación cuyo nicho en el mercado puede ser limitado, habrá que pensar igualmente en buscar otros segmentos de consumidores para el Pisco Sour, bebida que por su presentación y gusto puede ser introducido en el segmento de los jóvenes y ejecutivos de empresas Chinas e internacionales, quienes normalmente reflejan una mayor disposición a consumir productos diferentes y novedosos.

La referida campaña de promoción supone la realización de degustaciones y presentaciones de las cualidades del Pisco, tal como se realizó el pasado 28 de Julio con ocasión de la celebración de Fiestas Patrias en Shanghai, en donde el Pisco Sour tuvo una excelente acogida entre los asistentes

Fuente: Oficina Comercial del Consulado General del Perú en Shanghai, R.P. China.

Fecha: Agosto del 2003