

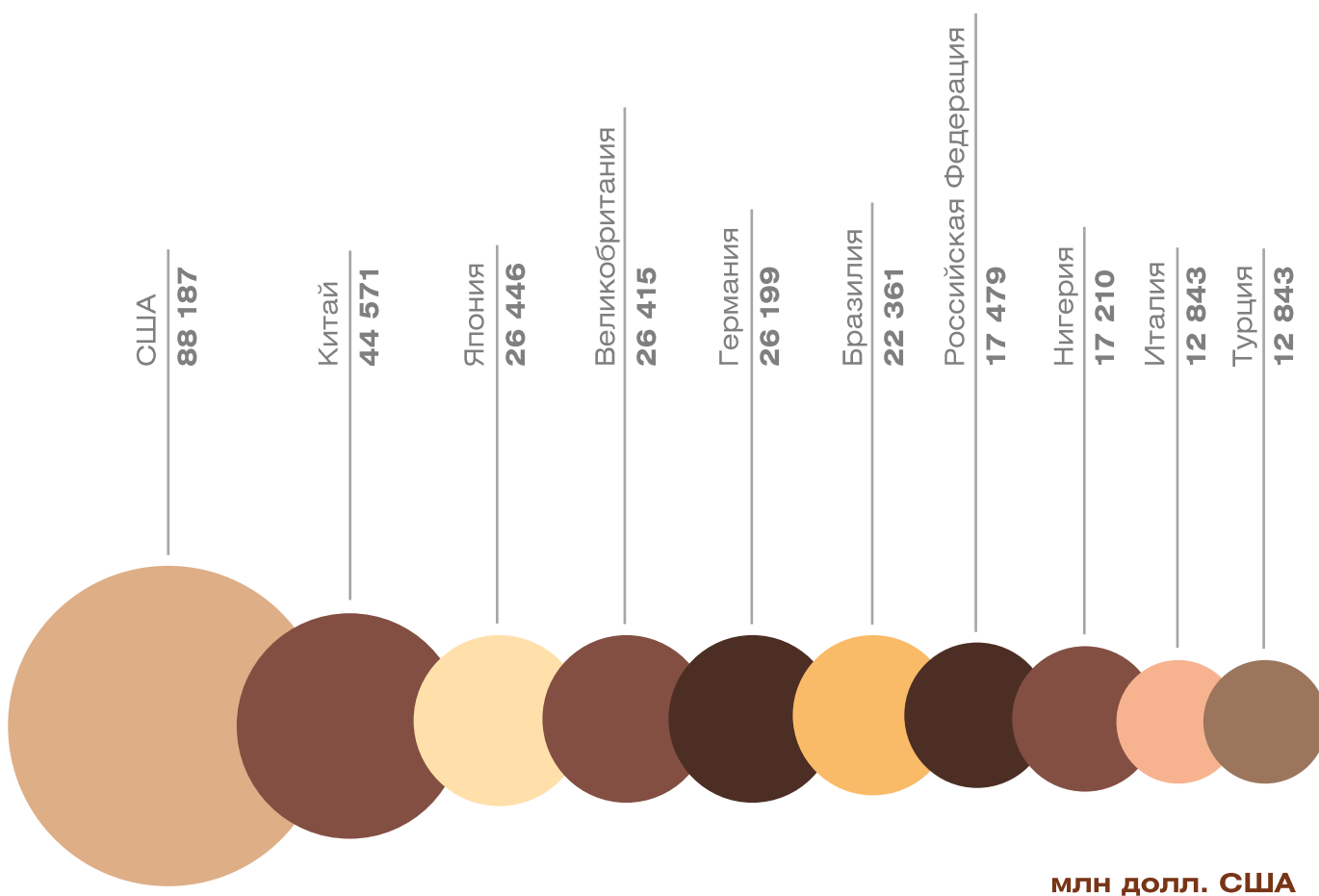
ОБЗОР РЫНКА МУЧНЫХ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ В КИТАЕ



ОБЪЕМ И ДИНАМИКА РЫНКА

В 2019 году Китай вошел в топ-10 стран по выручке на мировом рынке мучных кондитерских изделий, уступив первенство США. Выручка мучных кондитерских изделий составила 44,6 млрд долл. США.

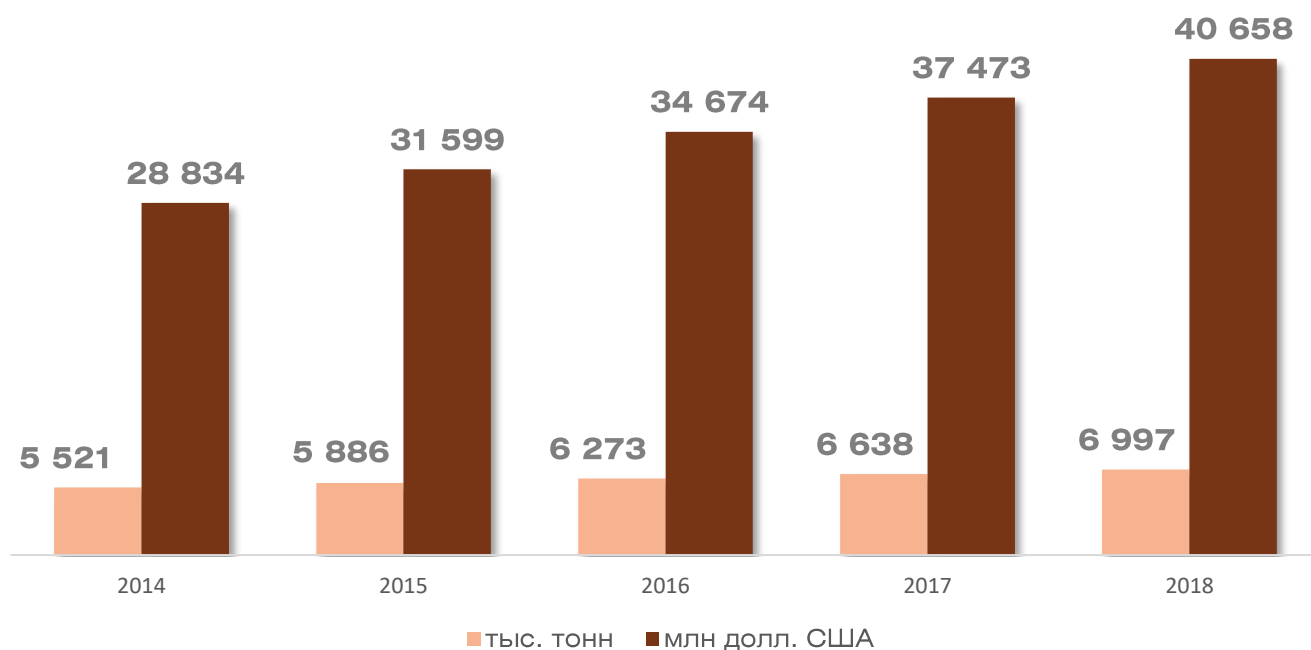
ТОП- 10 стран по выручке на мировом рынке мучных КИ в 2019 году



Китайский рынок мучных кондитерских изделий высокодинамичный и быстроразвивающийся. Существует довольно устойчивая прямая зависимость между ростом подушевого располагаемого дохода и увеличением объема потребления мучных изделий.

Валовая емкость китайского рынка хлебобулочной продукции, злаковых изделий, включая сухие завтраки и снеки на основе злаков, и мучных кондитерских изделий в 2018 году составила 7 млн тонн на сумму 40,7 млрд долларов США.

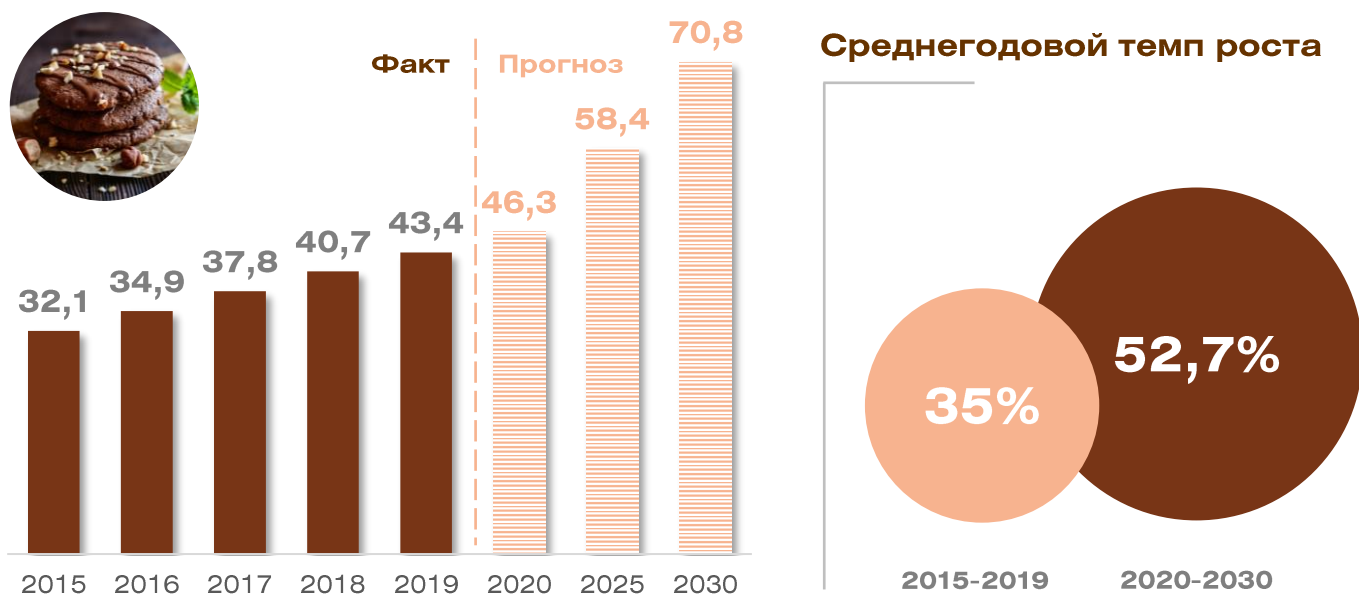
ВАЛОВАЯ ЕМКОСТЬ КИТАЙСКОГО РЫНКА МКИ 2014-2018 ГГ



В стоимостном выражении в 2018 году рынок вырос на 8,5%, при этом средний совокупный годовой темп его роста в период 2014–2018 гг. составил 9%, что выше аналогичного показателя роста рынка в натуральном выражении.

Ожидается, что в следующие 10 лет сегмент мучных кондитерских изделий на рынке Китая увеличит показатель CAGR (среднегодовой темп роста) с 35% до 52,7%.

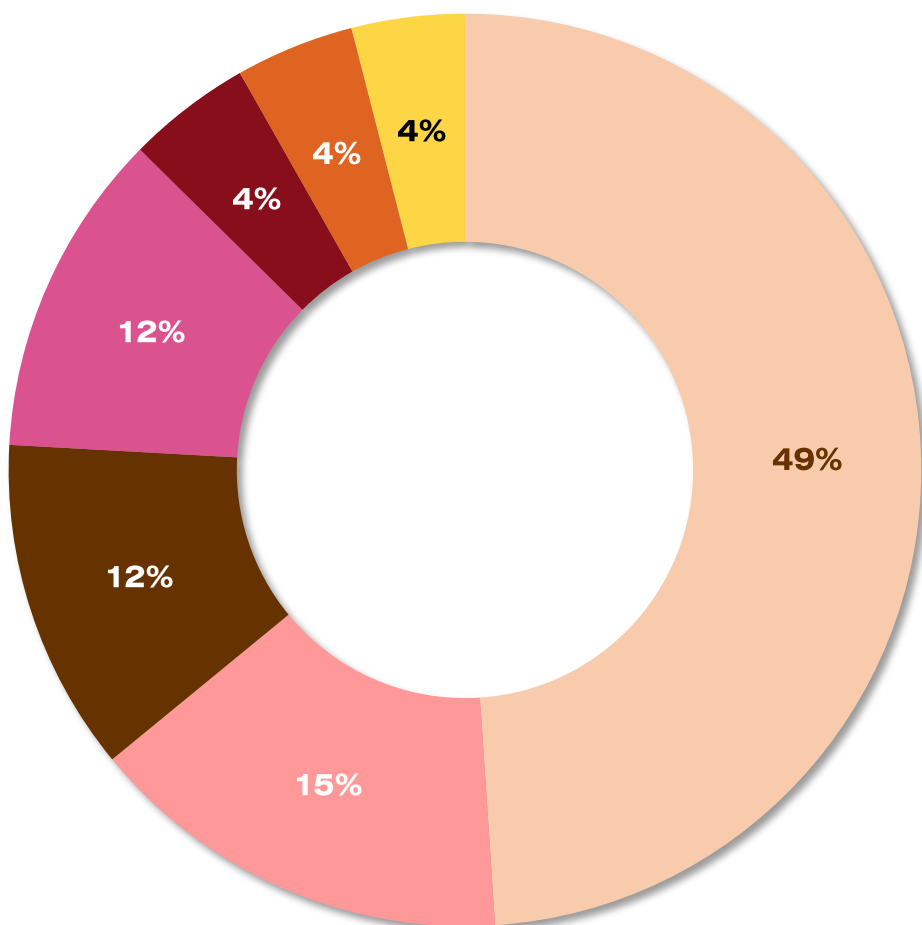
ОБЪЕМ РЫНКА (ПОТРЕБЛЕНИЕ) МУЧНЫХ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ В КНР, МЛРД ДОЛЛ. США



СТРУКТУРА РЫНКА ПО ТОВАРНЫМ ГРУППАМ

По типам продукции в стоимостном выражении крупнейшим сегментом китайского рынка хлебобулочной продукции, злаковых изделий и мучных кондитерских изделий являются **пирожные, торты, выпечка и сладкие пироги**, на долю которых приходится 48,9% от общего объема этого рынка. 26,6% приходится на **мучные кондитерские изделия длительного срока хранения**, а именно на все виды сладкого печенья - 15,1% рынка, и соленого печенья, включая крекеры - 11,5% рынка. Общий объем в стоимостном выражении составил 40,7 млрд долларов США.

Структура китайского рынка мучных кондитерских изделий, в стоимостном выражении в 2018 году, %



- Пирожные, торты, выпечка, сладкие пироги
- Печенье сладкое
- Хлеб и булочки
- Печенье соленое
- Пекарские смеси
- Продукты из теста
- Прочие

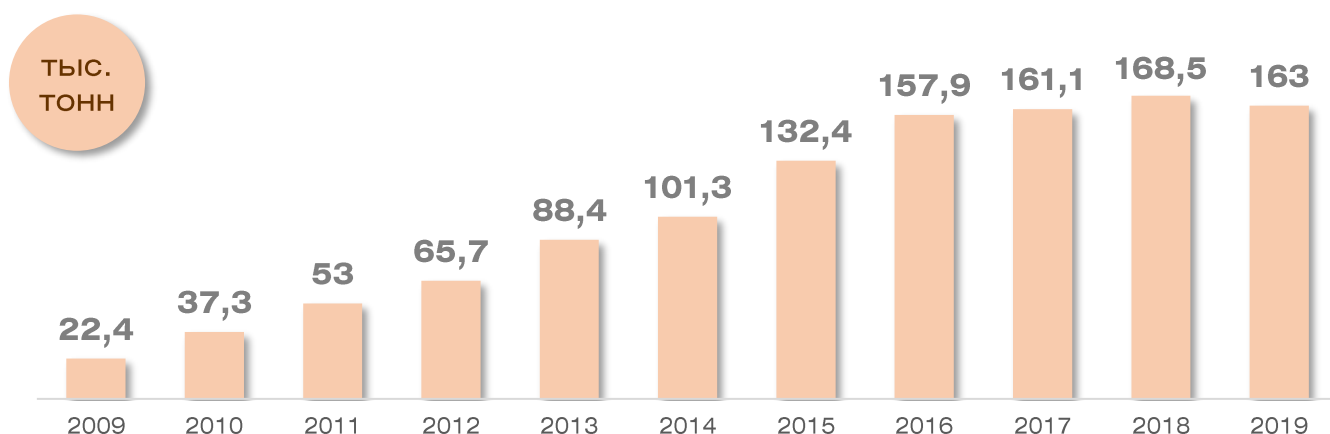


ИМПОРТ

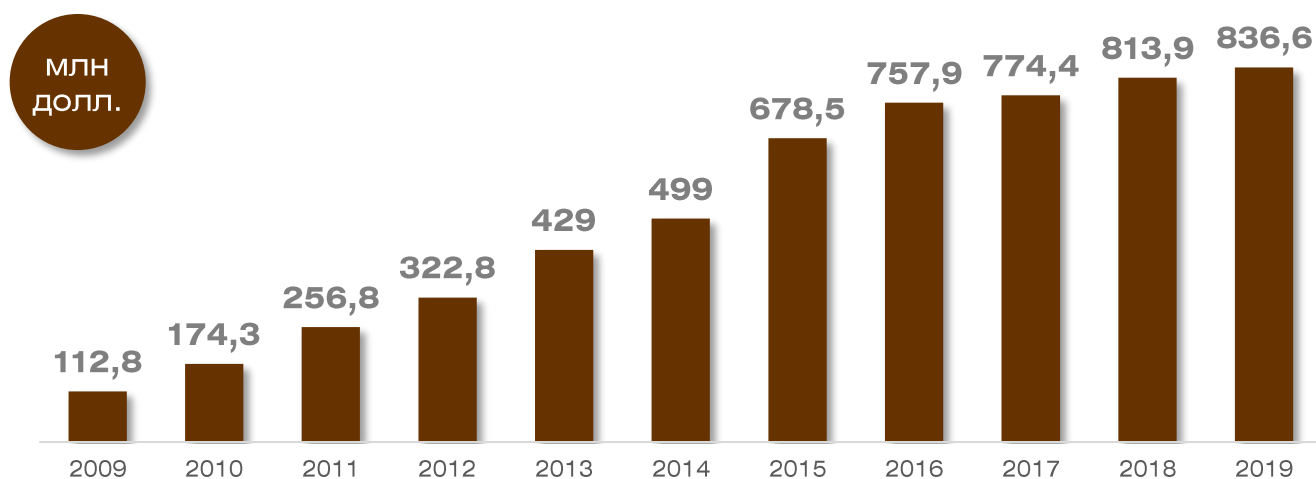
КЛЮЧЕВЫЕ СТРАНЫ-ПОСТАВЩИКИ

По данным информационного ресурса Trade Map, в 2019 г. объем импорта мучных кондитерских изделий (код ТН ВЭД 1905) в Китай составил 163 тыс. тонн на сумму 836,6 млн долларов США. По сравнению с 2018 г. импорт мучных кондитерских изделий сократился на 3% в натуральном выражении, но при этом вырос на 3% в стоимостном.

Объем импорта мучных кондитерских изделий в 2009–2019 гг.



Объем импорта мучных кондитерских изделий в 2009–2019 гг.



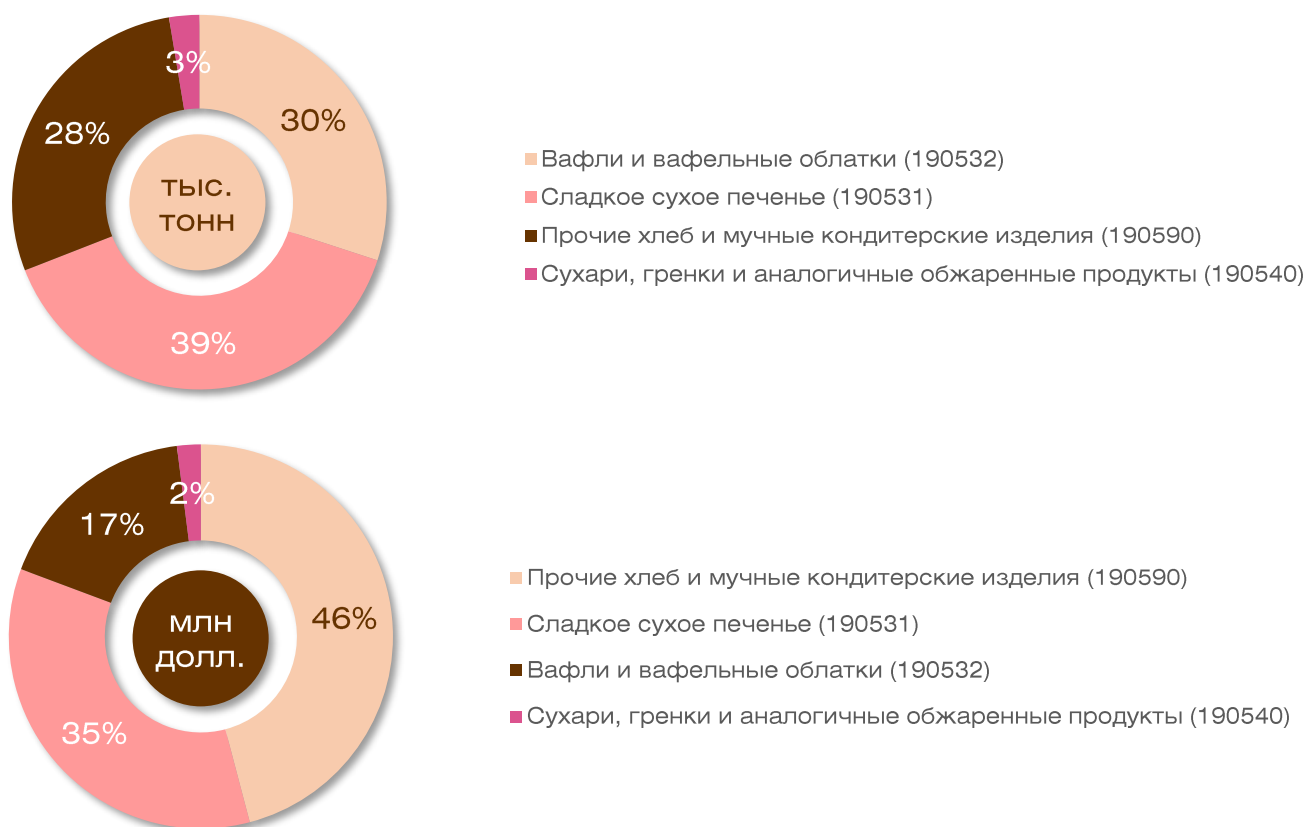
Исторически основными торговыми партнерами Китая в категории мучных КИ являются страны Юго-Восточной Азии: Индонезия, Малайзия, Япония, а с некоторых пор к списку присоединились также страны Европы.

ТОП – 10 КЛЮЧЕВЫХ СТРАН-ПОСТАВЩИКОВ МУЧНЫХ КИ В КНР, 2019-2020 (ЯНВАРЬ-ОКТАБРЬ)

Страна	Объем импорта в 2019 (тыс. тонн)	Объем импорта в 2019 (млн долл. США)	Объем импорта в 2020 (янв-окт) (тыс. тонн)	Объем импорта в 2020 (янв-окт) (млн долл. США)
Индонезия	58,3	176,2	40,1	113,6
Малайзия	18,3	67,5	10	36,1
Россия*	15,3	24,9	14,4	23,9
Тайвань	10,9	42	5,4	23,3
Вьетнам	8,8	30,5	5,8	18,9
Гонконг (Китай)	7,9	205,5	7	206,5
Дания	7,0	42,7	3,4	20,5
Япония	4,8	50,9	3,7	41,5
Таиланд	4,5	30,8	3,3	25,8
Германия	4,2	21,8	3,5	18,4

Источник: Данные GACC, *ФТС России

СТРУКТУРА ИМПОРТА КНР МУЧНЫХ КИ В 2019 ГОДУ



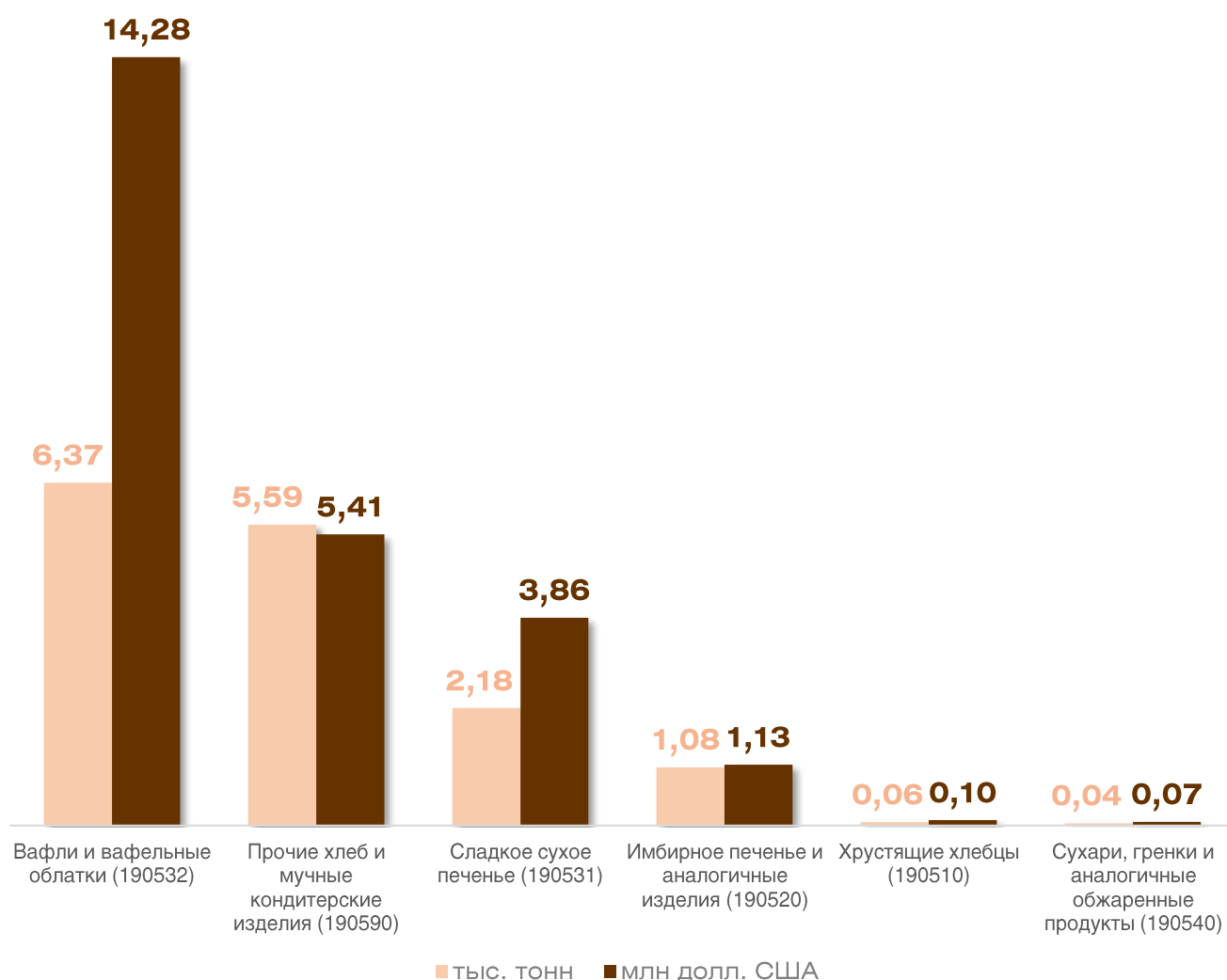
Среди совокупной массы поставляемых в 2019 году на китайский рынок зарубежных мучных кондитерских изделий в натуральном выражении с долей 39% преобладает сладкое сухое печенье, 30% - вафли, 28,3% - прочие мучные кондитерские изделия. Остальные 2,6% - это сухари, гренки и аналогичные обжаренные продукты, а также все другие непоименованные группы товаров. В стоимостном выражении суммарная доля первых трех категорий в структуре импорта КНР мучных кондитерских изделий составляет 98%.

РОССИЙСКИЙ ЭКСПОРТ МУЧНЫХ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

СТРУКТУРА РОССИЙСКОГО ЭКСПОРТА МУЧНЫХ КИ

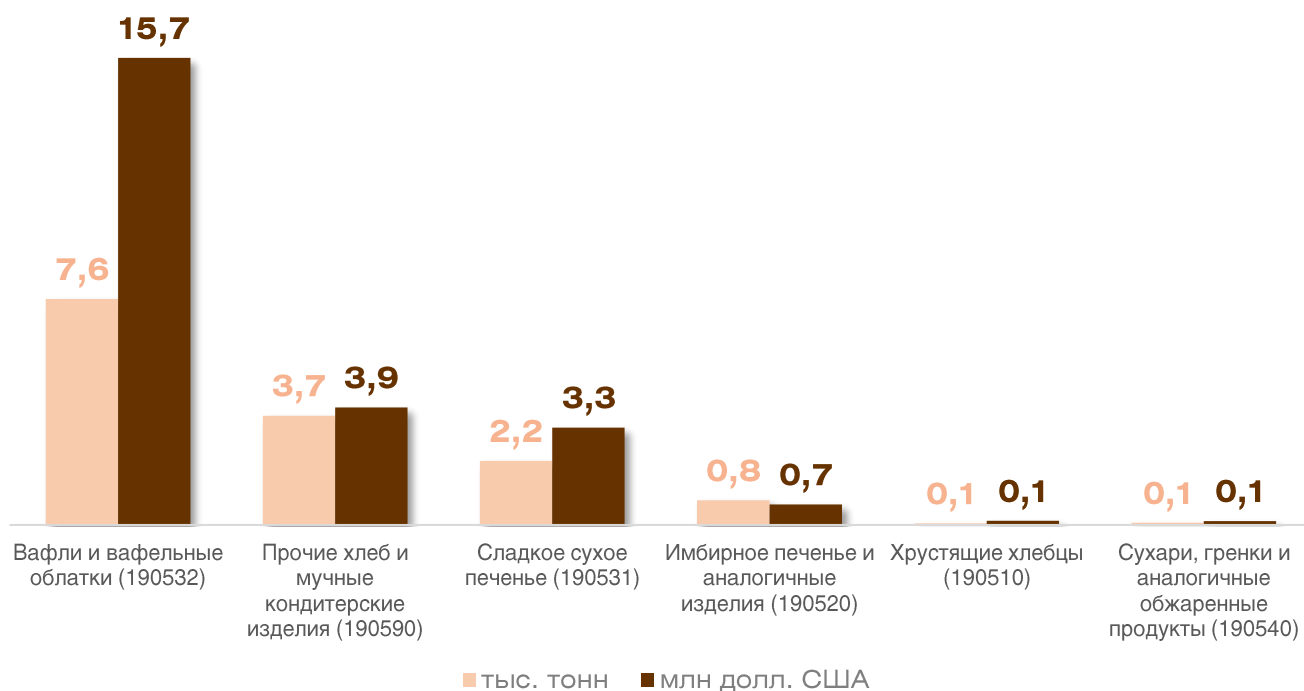
По данным ФТС России, объем российского экспорта мучных кондитерских изделий (код ТН ВЭД 1905) в Китай в 2019 году составил 15,3 тыс. тонн на сумму 24,9 млн долларов США, что в 3,8 раза превышает сведения Главного таможенного управления КНР (ГТУ КНР) по размеру российских поставок в натуральном, и в 3,1 раза в стоимостном выражении. В 2019 году российский экспорт мучных кондитерских изделий в Китай вырос на 23% в натуральном выражении и на 17% в стоимостном к показателю 2018 года.

Российский экспорт мучных КИ в КНР в 2019 году

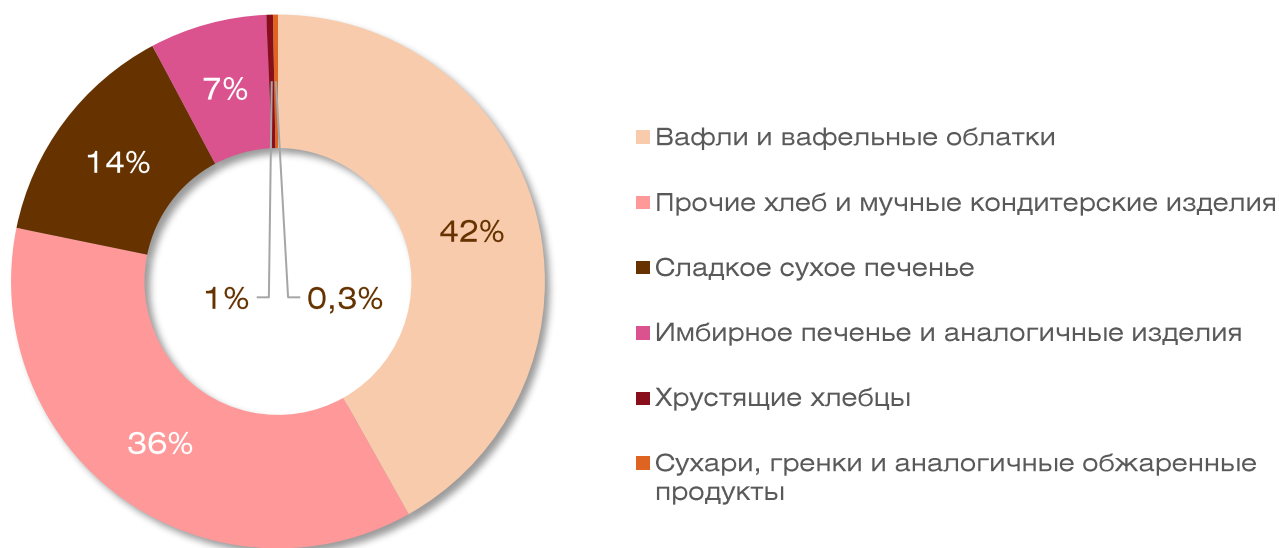


За период январь - октябрь 2020 года, согласно данным ФТС России, объем российского экспорта мучных кондитерских изделий (код ТН ВЭД 1905) в Китай составил 14,4 тыс. тонн на сумму 23,9 млн долларов США.

Российский экспорт мучных КИ в КНР в 2020 году (январь-октябрь)



Структура экспорта мучных кондитерских изделий из России в Китай по кодам ТН ВЭД в натуральном выражении, 2019 г., %



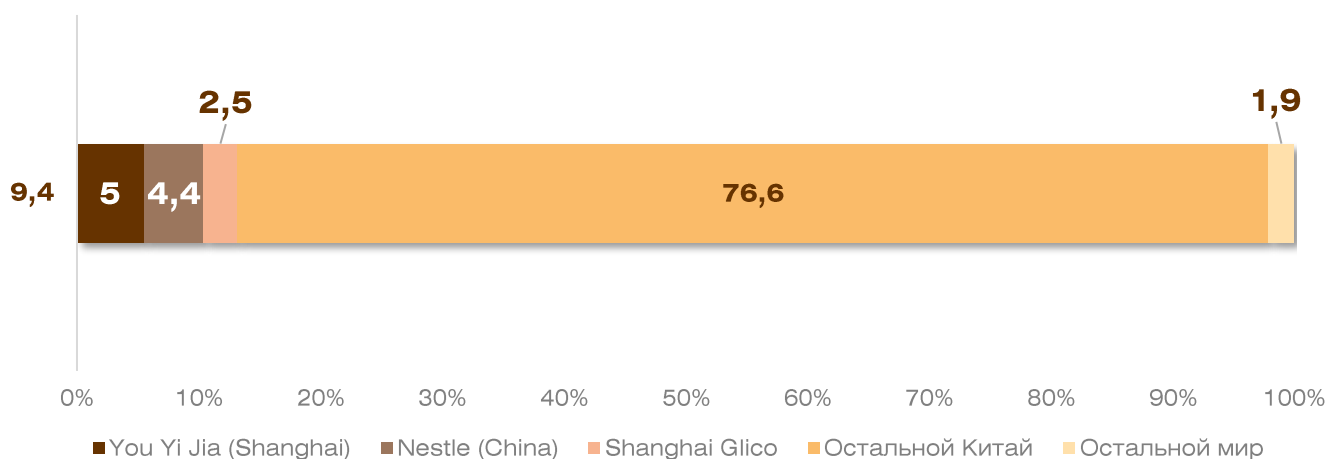
В структуре мучных кондитерских изделий, поставляемых Россией в Китай, 41,9% в натуральном выражении занимают вафли, 36,4% — прочие хлеб и мучные кондитерские изделия и 14,0% — сладкое сухое печенье. На долю этих трех подкатегорий приходится практически 92,3% всего валового объема импорта КНР российских мучных кондитерских изделий в натуральном, и 94,7% в стоимостном выражении.

Категория мучных кондитерских изделий длительного срока хранения, в частности сладкое печенье, является привлекательной и наиболее перспективной для российских экспортеров с точки зрения процедур таможенного оформления, времени доставки и хранения.

ТОП БРЕНДОВ И ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ В КНР

В настоящее время на китайском рынке мучных кондитерских изделий существует жесткая конкуренция, и он сильно фрагментирован. Ни одна компания не обладает на нем доминирующей долей по годовому обороту. Китайские производители обеспечивают 88–98% спроса. Доля РФ не превышает 1,2 %.

Доля ведущих зарубежных и локализованных местных брендов в стоимостном выражении в 2019 году, %



Тем не менее лидерами на рынке являются глобальные бренды местного производства и местные бренды.

Наиболее известные торговые марки и бренды

Holiland
好利来


CHRISTINE 克莉絲汀

85°C
Daily Cafe

 **ORION**

Mondelēz
International

 **康師傅**


WANT WANT CHINA HOLDINGS LIMITED
中國旺旺控股有限公司

好吃点

ОСНОВНЫЕ КАНАЛЫ СБЫТА

Основным каналом сбыта для мучных кондитерских изделий являются продуктовые магазины. Вместе с тем наблюдается активный рост продаж через интернет-площадки. Это обусловлено увеличением спроса среди китайских потребителей на импортные мучные кондитерские изделия. В 2017 г. доля онлайн-продаж мучных кондитерских изделий составила 10,2% и продолжает расти, хотя покупатели по-прежнему предпочитают в первую очередь традиционный ритейл.



1. СЕКТОР ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ:

- оптовые предприятия, действующие в качестве агентов от имени импортеров, которые не несут ответственности за доставку и не владеют продуктом, который продают, а только взимают комиссию с импортеров;
- оптовые предприятия торговли/дистрибьюторы, которые осуществляют процесс продажи продуктов, обеспечивают их транспортировку и доставку до страны назначения;
- оптовые предприятия торговли/дистрибьюторы, которые осуществляют доставку продукции импортерам, оптовикам или розничным предприятиям, а также предоставляют услуги по хранению продукции.



2. РОЗНИЧНЫЕ ТОРГОВЫЕ ТОЧКИ

- Магазины шаговой доступности (49,4%)
- Гипермаркеты и супермаркеты (37,2%)
- Точки продаж еды / напитки (5%)
- Универсальные магазины (2,7%)
- Другое (5,7%)



3. ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ

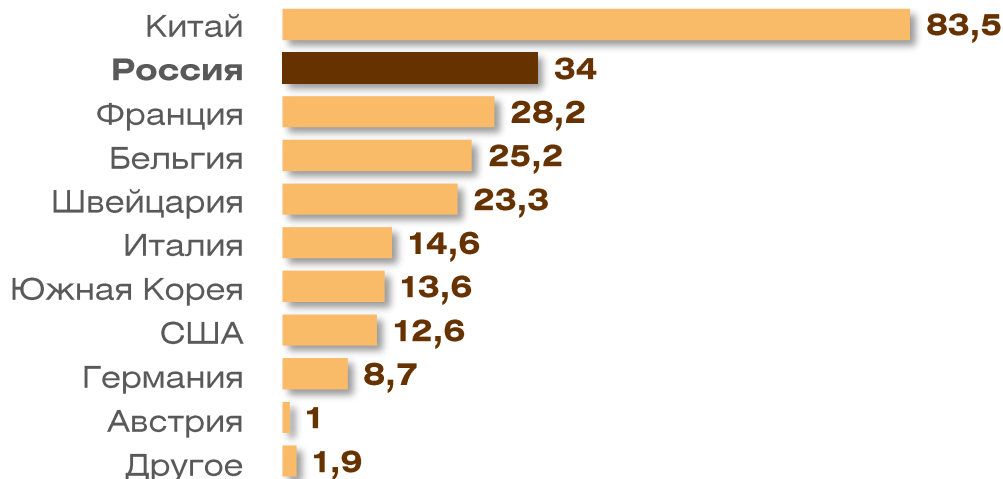
Основными площадками электронной торговли в Китае являются:

- Taobao (<http://www.taobao.com/>);
- Tmall (<https://www.tmall.com/>);
- JD (<https://www.jd.com/>)

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

Основными покупателями мучных кондитерских изделий на текущий период времени являются женщины и молодежь. Молодое население имеет склонность к потреблению большего объема этой продукции. Приблизительно 82% продаж приходится на группу потребителей, родившихся в 1980-х и 1990-х гг.

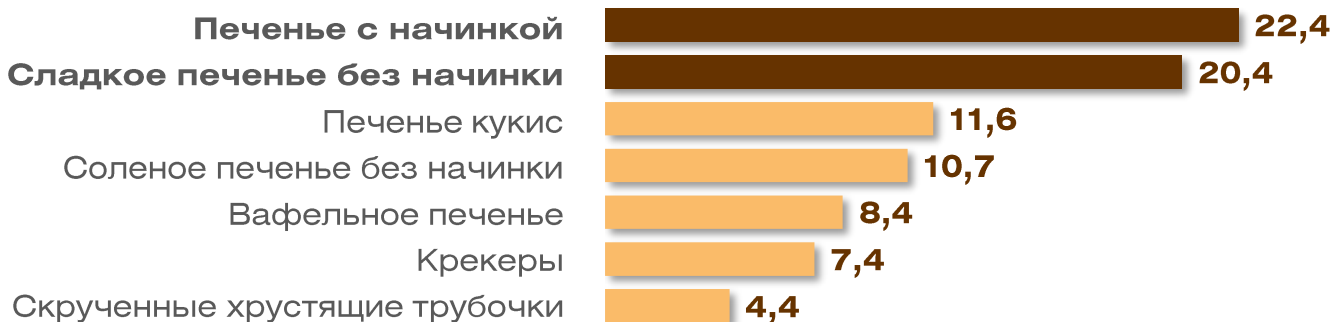
Значение страны происхождения, %



Критерии выбора, %



Вкусовые предпочтения, %



КЛЮЧЕВЫЕ ТРЕНДЫ

Среди **ключевых трендов** на рынке мучных КИ КНР можно отметить следующие:



Переход молодежи на сбалансированное питание с пониженным содержанием сахара, жиров и калорий.



Рост популярности низкокалорийных хлебобулочных и мучных кондитерских изделий. Растущий спрос на эти продукты в небольших городах расширяет географию рынка и открывает новые возможности для компаний-производителей.



Сочетание китайских традиций и западных продуктов – выявление инновационных форматов и вкусов.



Повышение знаний о здоровом питании и полезных продуктах. Растущее внимание к безопасности пищевых продуктов побуждает китайских потребителей не только более тщательно подходить к выбору состава и качества товаров, но и учитывать репутацию бренда.



Подъем спроса на функциональные и органические кондитерские изделия.



Мучные кондитерские изделия в небольших упаковках. Молодые покупатели хотят иметь выбор и возможность часто пробовать на вкус самые разнообразные продукты, поэтому им удобнее, когда мучные кондитерские изделия продаются в маленьких порционных упаковках.



Сезонность спроса и предложения. Важные календарные даты оказывают заметное влияние на рынок и вызывают сезонный рост спроса на мучные кондитерские изделия (День образования Китайской Народной Республики, Фестиваль середины осени, Китайский Новый год).



Премиальный сегмент – имбирь и сыр. Бренды Юго-Восточной Азии, особенно из Индонезии и Таиланда, набирают популярность благодаря оригинальным вкусовым комбинациям, например сочетанию сладкого и соленого.

В сегменте мучных кондитерских изделий длительного срока хранения Китай является нетто-импортером сладкого печенья и вафель. Эти две группы продуктов, показавшие стабильные темпы роста в 2014–2019 гг., можно считать наиболее перспективными для компаний, планирующих экспортировать мучную кондитерскую продукцию в Китай. Для российских экспортеров перспективной также представляется подкатегория «соленое печенье», к которой относятся крекеры, соленые сушки и другое.

ЭКСПОРТНЫЙ КЕЙС

Компания Mondelez International сохраняет первое место по производству печенья в Китае не только из-за популярности своего бренда Oreo, но и благодаря серии успешных инновационных маркетинговых инициатив, направленных на привлечение молодых потребителей. Например, для празднования дня супербренда Tmall компания представила на онлайн-площадке Oreo Music Box музыкальную шкатулку с фирменным слоганом «Открой с Oreo», которая включалась, когда в нее попадало печенье Oreo. Успешно работает идея производства инновационных мучных кондитерских изделий, в которых объединены продукты разных категорий. Также компания Mondelez International предложила такие варианты кросс-брендинга, как различные комбинации печенья Oreo с шоколадом Milka и мороженым.



ВЫВОДЫ

1. Китайский рынок становится одним из самых быстрорастущих в мире, демонстрируя увеличение совокупного объема импорта в пределах 10% в год.
2. Снижение курса рубля по отношению к основным мировым валютам создало благоприятные условия для выхода на китайский рынок российских экспортеров продуктов питания.
3. Сегмент мучных кондитерских изделий показывает уверенный рост. В среднесрочной перспективе среднегодовые темпы роста в период 2018–2023 гг. будут положительными: +5% в натуральном и +8,5% в стоимостном выражении.
4. Категория мучных кондитерских изделий длительного срока хранения, в частности сладкое печенье, является привлекательной и наиболее перспективной для российских экспортеров с точки зрения процедур таможенного оформления, времени доставки и хранения.
5. Помимо категорий сладкое печенье и вафли наиболее перспективной категорией для российских экспортеров представляется подкатегория «соленое печенье».
6. По каналам сбыта первенство в современном розничном бизнесе принадлежит иностранным брендам, в то время как китайские бренды доминируют в традиционной торговле, которая по-прежнему остается основным источником снабжения снековой продукцией жителей небольших городов и сельских районов.
7. В настоящее время на китайском рынке мучных кондитерских изделий существует жесткая конкуренция, и он сильно фрагментирован. Ни одна компания не обладает на нем доминирующей долей по годовому обороту.
8. Растущее внимание к безопасности пищевых продуктов побуждает китайских потребителей не только тщательнее подходить к выбору состава и качества изделий, но и учитывать репутацию бренда.
9. При покупке кондитерских изделий 34% населения предпочитает иностранные бренды, но при этом не воспринимает Россию в качестве страны-производителя шоколадных изделий, несмотря на существенный фактический объем потребления российского шоколада в Китае.
10. Почти 80% китайских потребителей не знакомы с текущими российскими брендами кондитерских изделий.
11. Текущий продуктовый портфель производителей РФ позволяет нарастить объемы продаж в КНР: в мучных изделиях российские производители уже сейчас предлагают продукты, соответствующие вкусовым предпочтениям целевой аудитории в КНР (печенье с начинкой и без, вафли и т.д.).
12. Для продвижения российских мучных КИ на рынке КНР лучше внедрять один зонтичный бренд, подчеркивающий ключевые аспекты позиционирования. Зонтичные бренды – это знак качества, знак страны-производителя, не заменяющий существующие бренды («Аленка», «Красный октябрь» и пр.), а дополняющий их.