



PUNTOS CLAVE

- Crecimiento de las importaciones en China
- Desarrollo del comercio transfronterizo en ciudades de segundo nivel
- Aumento de la venta a través de redes sociales y retransmisiones en directo

NUEVOS CANALES DE PROMOCION DE PRODUCTOS IMPORTADOS EN CHINA. TENDENCIAS DE VENTA EN REDES SOCIALES

Febrero 2022



El pasado año 2021, el mercado de consumo chino se recuperó de forma constante. Los datos de las aduanas de China muestran que el número de mercancías importadas aumentaron un 16% en el primer semestre del año 2021, y el valor de las importaciones de bolsos, joyas y relojes se multiplica en relación con el año anterior. Según **Jingdong Big Data**, en cuanto a las categorías y marcas de bienes de consumo importados, productos para la belleza, el cuidado personal y el cuidado materno-infantil se han convertido en los más vendidos; en cuanto a las marcas más populares, según las ventas de los productos de cada marca, son **Apple, Nestlé, Philips** y **L'Oreal**. Con respecto a la distribución geográfica del consumo de productos importados, las ciudades de primer nivel tales como Pekín, Shanghái, Guangzhou y Shenzhen siguen liderando el mercado, aunque el consumo de productos importados en las ciudades/mercados de segundo y tercer nivel también está creciendo rápidamente. Desde el año 2021, el consumo de productos de marca importados en las ciudades/mercados de segundo nivel ha crecido un 3,7%, y sus consumidores ya representan un 45% de los consumidores de todo el país.

Al mismo tiempo, los canales de suministro y promoción de productos importados en el mercado chino continúan ampliándose. Según el Informe sobre los Datos del Mercado del Comercio Electrónico Transfronterizo en China en 2021 publicado por **China e-Business Research Center**, en el primer semestre de 2021, hubo 148 millones de usuarios de comercio electrónico transfronterizo de productos importados en China, y se calcula que habrán sido 160 millones de usuarios a finales de 2021. Además, con el desarrollo de la tecnología de Internet, el marketing de influencers se ha convertido en un pilar de crecimiento en China. Según los datos de **CICC**, las ventas directas realizadas por las estrellas de internet (**wanghong**) a través de las redes sociales o plataformas de vídeos cortos llegaron a ser de más de un billón de yuanes en el año 2020, y se estima que continuará creciendo en los siguientes cinco años.



GENERALITAT
VALENCIANA

Conselleria d'Economia
Sostenible, Sectors Productius,
Comerç i Treball

TOTS
A UNA
veu

IVACE



NUEVOS CANALES DE PROMOCION DE PRODUCTOS IMPORTADOS EN CHINA. TENDENCIAS DE VENTA EN REDES SOCIALES

Principales canales de promoción y venta de productos importados en China en 2021:

1. Tmall Global  Enlace: <https://www.tmall.hk>

Tmall Global es una plataforma de comercio electrónico transfronterizo dependiente de Alibaba, que se lanzó oficialmente en 2014 y que suministra principalmente productos originales importados en el extranjero directamente a los consumidores nacionales. Hasta ahora, más de 29.000 marcas extranjeras de 87 países y regiones de todo el mundo han entrado en Tmall Global, cubriendo más de 5.800 categorías, y más del 80% de ellas han entrado en China por primera vez.

2. Suning International  Enlace: <https://g.suning.com>


Fundada en 2014, Suning International, como plataforma líder de comercio electrónico transfronterizo bajo el Grupo Suning. A diferencia de otras empresas de comercio electrónico transfronterizo, la mayor ventaja de Suning International reside en su estable y sólida cadena de suministro local en el extranjero, que puede garantizar que todos los productos adquiridos son auténticos.

3. Jingdong Worldwide  Enlace: <https://worldwide.jd.com>

Jingdong Worldwide es una plataforma de consumo integral de bienes importados del Grupo Jingdong, que se dedica principalmente al negocio de bienes importados transfronterizos. Fundada en 2015, como la primera plataforma de consumo nacional totalmente centrada en el negocio de las grandes importaciones, Jingdong Worldwide ha atraído a cerca de 20.000 marcas de más de 70 países y regiones.

4. Kaola.com  Enlace: <http://www.kaola.com/>

Kaola.com es una empresa de comercio electrónico miembro de Alibaba que se centra en el negocio de la importación transfronteriza, principalmente en el concepto de abastecimiento directo autogestionado, con oficinas o sucursales en Estados Unidos, Alemania, Italia, Japón, Corea y Australia. Las mercancías se envían directamente desde el país de origen y se almacenan en depósitos aduaneros bajo la supervisión de las aduanas y la inspección estatal.

5. Xiaohongshu  Enlace: <https://www.xiaohongshu.com/>

Aplicación que reúne elementos de e-commerce, contenido generado por el usuario, y opiniones de productos. Funciona como red social y plataforma de compra online que permite comprar, socializar y compartir contenidos. Los usuarios no son solo consumidores, sino también distribuidores con fuerte presencia en redes sociales.



NUEVOS CANALES DE PROMOCION DE PRODUCTOS IMPORTADOS EN CHINA. TENDENCIAS DE VENTA EN REDES SOCIALES

6. Yangmatou  Enlace: <http://www.ymatou.com>

Yangmatou, fundada en 2009, es la plataforma de ventas de productos importados que satisface la demanda de los consumidores chinos de comprar productos globales sin salir del país. Con el fin de garantizar que los productos extranjeros puedan ser entregados de forma segura y rápida a los consumidores chinos, Yangmatou ha creado un sistema logístico transfronterizo que ha ayudado a conectar directamente la industria minorista extranjera con los consumidores chinos.

7. Aomygood  Enlace: <https://www.aomygod.com>

Fundada en 2015, Aomygood es una empresa de comercio electrónico transfronterizo dependiente de China Aoyuan Group. Se centra en la construcción de un ecosistema innovador en el sector transfronterizo, con las ventas de B2B y B2C. Está comprometida con la integración profunda de los canales online y offline, convirtiéndose en una plataforma líder de comercio electrónico transfronterizo.

8. Jumei Global Store  Enlace: <http://www.jumeiglobal.com/global>

Jumei Global se lanzó en el año 2014, con una categoría de productos de cosmética principalmente japonesa y coreana, complementada con marcas europeas y americanas. Su objetivo empresarial es crear la velocidad logística más rápida para la venta de productos importados.

Tendencias:

El mercado de consumo importado de China se está desarrollando rápidamente y tiene un enorme potencial. Cada vez son más los productos importados que entran en el mercado chino con la ayuda de un ecosistema de cadena de suministro eficiente, satisfaciendo la demanda de los consumidores de un consumo más diverso y de mayor calidad. A medida que la economía china sigue creciendo, el potencial del mercado de consumo crecerá aún más y China se convertirá en el mayor, más dinámico y creciente mercado de consumo del mundo.

Por un lado, tanto el consumo de productos de alta calidad como el **consumo diversificado y personalizado** ya son una tendencia importante, junto con el **aumento de la capacidad consumidora en los mercados de segundo nivel**. Se esperan canales de suministro y promoción de productos importados más rápidos y ágiles, con mayor capacidad de alcance. Por otro lado, con el creciente desarrollo de las redes sociales aumenta la generación de una gran cantidad de contenido creado por usuarios que influyen en las decisiones de compra de los consumidores. **Las empresas de comercio electrónico transfronterizo comienzan a desarrollar ventas y compras directas**, que adoptan un marketing basado en redes sociales y comunidades para promover la lealtad del consumidor y el aumento de la escala de exportación del comercio electrónico transfronterizo.



GENERALITAT
VALENCIANA

Conselleria d'Economia
Sostenible, Sectors Productius,
Comerç i Treball

TOTS
A UNA
veu

iVACE