

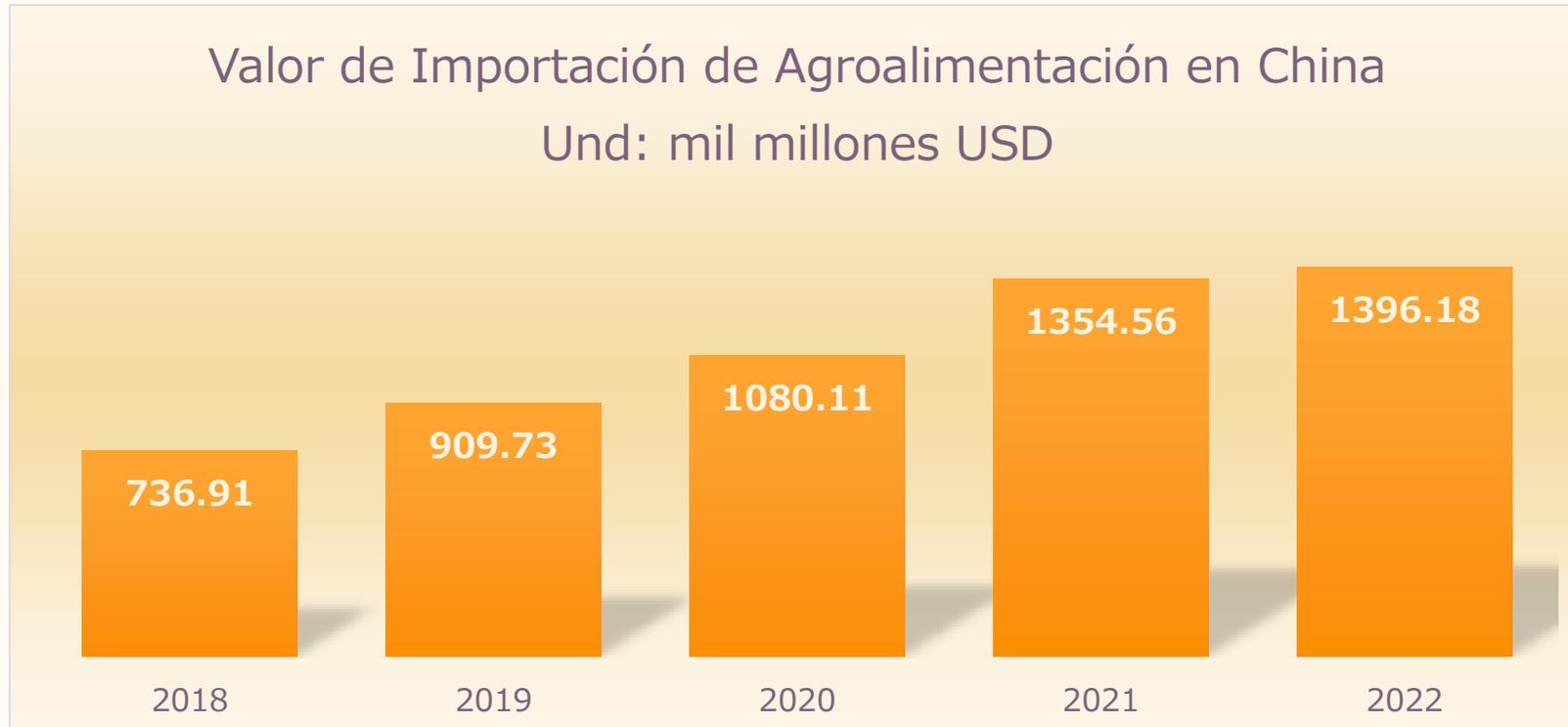
TENDENCIAS DE CONSUMO Y MARKETING DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CHINA 2023

ANTENA CHINA DE IGAPE



INTRODUCCION

- China es el mayor importador de agroalimentación del mundo.
- Durante los últimos cinco años, el importe total de importación de agroalimentación en China mantiene un crecimiento estable. En 2022, China importó productos agroalimentarios con un valor de 139.62 billones de dólares.



INTRODUCCION

- El mercado chino de alimentación y bebidas es un campo de batalla plenamente desarrollado, altamente competitivo y en rápida evolución. Con el gran crecimiento de las marcas nacionales en China en los últimos años, y una presencia cada vez más importantes de las redes sociales, las tendencias del consumo y marketing de alimentos y bebidas han tenido un carácter propio y diferente con otros sectores.
- Comprender las tendencias imperantes en el mercado chino es un paso necesario para facilitar la entrada y la estabilización de los productos alimenticios europeos en el mercado chino.

TENDENCIAS DE CONSUMO - INNOVACIÓN

- En la industria china de alimentación y bebidas presenta cada año un gran número de productos innovadores. Los nuevos ingredientes y sabores impulsan tendencias populares en todo el sector.
- En 2023, el café se convierte en el segmento con innovación que se desarrollaron café con diferentes sabores de leche, café con té, café con zumo, café con licor, etc.

Producto representativo de 2023:
Café con licor MOUTAI



TENDENCIAS DE CONSUMO – DIETA BAJA EN CALORÍAS

- Este año ha seguido aumentando la popularidad de los alimentos y bebidas con puntos de venta “bajos en grasa, calorías y azúcar”. El té con leche, el café, los zumos, las salsas, los snacks e incluso la cerveza se han convertido en importantes categorías de innovación de productos más saludables.

Patatas fritas de Lays, 50% menos en grasa



Cervezas con 0 azúcar



TENDENCIAS DE CONSUMO – SABORES VARIABLES

- Los sabores de frutas y flores siguen siendo populares en bebidas, snacks y pasteles.
- Lima, Mango, Durian y Coco son los sabores de frutas más atractivos en todas las categorías.
- El mercado de China cuenta con sabores originales y característicos incluyendo flor de laurel, sakura, taro, etc.
- Los sabores con crecimiento más rápido:

Lima

Mango

Flor de
Laurel

Té

Los sabores con más bajada:

Chocolate

Chocolate
Blanco

Berries

Tomate



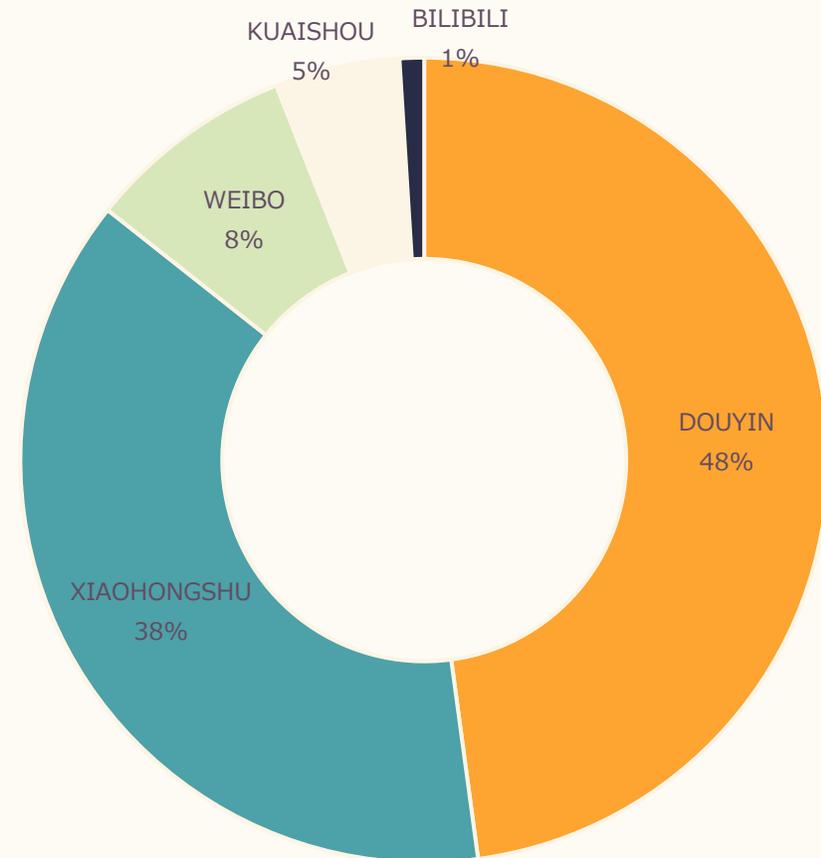
TENDENCIAS DE CONSUMO -PLATOS PREPARADOS

- Los platos preparados se convierte en un tema popular en el sector.
- Aunque una parte de gente tiene actitud crítica, la realidad es que cada día entran más platos preparados en restaurantes y familias chinas.
- Los platos preparados con sabor fuerte (e.g. estilo Sichuan) son más populares en el mercado ya que es más fácil que cocinarlo en casa.

TENDENCIA EN MARKETING

REDES SOCIALES

- Entre las plataformas principales de redes sociales, Douyin (Tiktok en China) es la más popular para promocionar y comentar alimentos y bebidas, con un 48% de cuota de mercado, seguido por Xiaohongshu 38%.

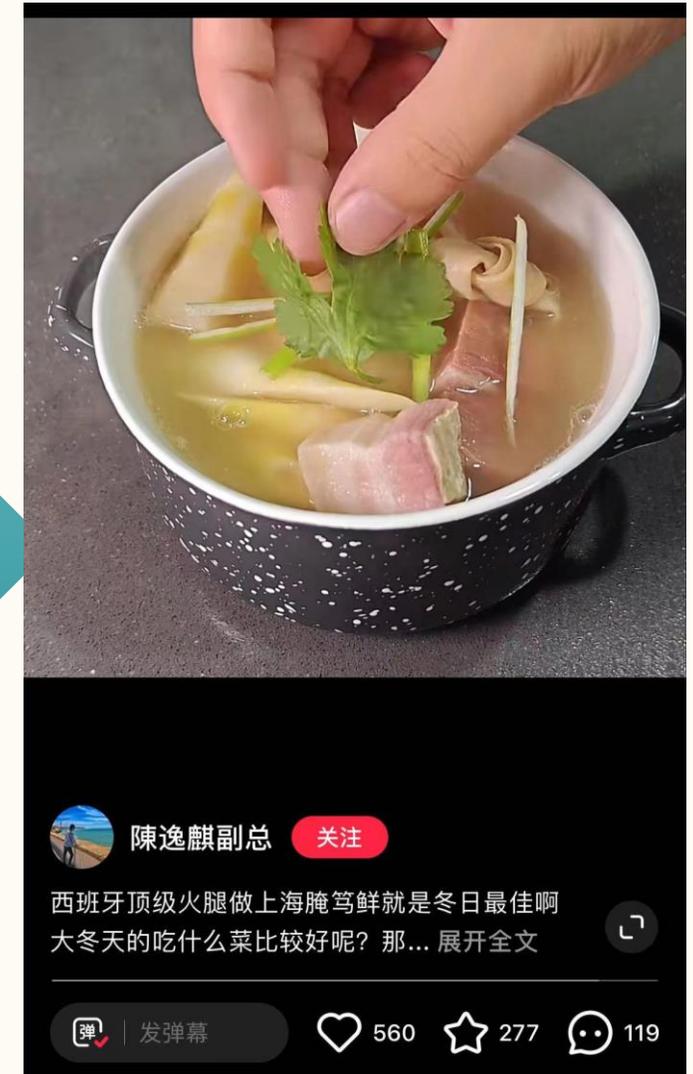


TENDENCIA EN MARKETING

TÓPICOS

- La forma más eficaz de promover alimentos y bebidas en las redes sociales es a través de publicaciones en las que los KOL se compartan experiencias, como recetas DIY de bebidas, comidas de dieta y platos, listado de dieta para perder grasa u de otras funciones, probar nuevos productos, explorar nuevas formas de consumir alimentos y registrar diarios de comidas.
- Los temas que marcan tendencia son los platos con estilo, las dietas sanas bajas en calorías, las especialidades caseras copiadas de restaurantes, las comparaciones entre distintas marcas de alimentos y bebidas, etc.

e.g.
Cocinar una
sopa de estilo
shanghaines
con jamon
espanol



TENDENCIA EN MARKETING

VINTAGE

- La comida y bebida de estilo vintage se ha convertido en el nuevo favorito de los jóvenes. Ya sea el estilo antiguo chino en los envases, el regreso de antiguas marcas domesticas o la aplicación de ingredientes saludables tradicionales, el estilo vintage ha reintroducido una nueva tendencia en el sector de la alimentación y las bebidas.
- Curiosamente, los seguidores fieles de estilo vintage de alimentos y bebidas son jóvenes entre 18 y 29 años.

Bright Foods mostrando el set up de sus productos hace 70 años

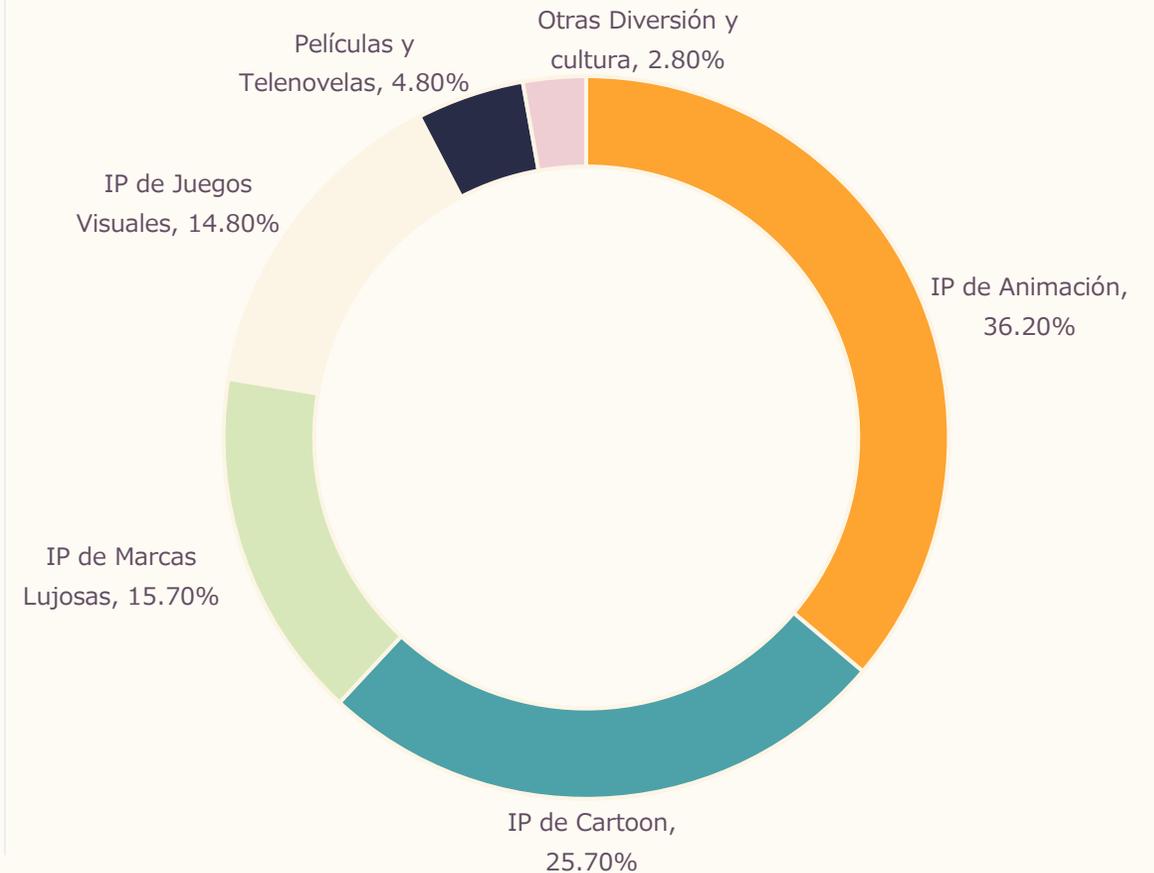


TENDENCIA EN **MARKETING**

JOINT MARKETING

- En cuanto al sector de alimentación y bebida, el Joint Marketing de dos marcas famosas o con otros IPs ha llegado un auge en 2023.
- Aparte de Café Luckin y Licor Moutai, también hemos visto éxitos entre alimento/bebidas con juegos de video, animación, series y películas, etc.

Tipos de Joint Marketing preferidos por los consumidores de alimentos y bebidas en China



CASOS EXITOS – Marcas Gallegas en China

ADAPTACIÓN DE EMBALAJE

Estrella Galicia ha desarrollado etiquetas especiales para mercado chino celebrando el año de conejo 2023.



PROMOCIÓN EN REDES SOCIALES

Gente compartiendo experiencia de comprar y probar queso de Quescrem para preparar un brunch sano.



CONCLUSIÓN

- Por una parte, las tendencias de la alimentación y las bebidas en China tienen muchas características diferentes de las de los países occidentales. Y por la otra, las marcas europeas tampoco pueden adaptar rápidamente a los sabores y las materias primas para atender al mercado chino.
- Pero si comprenden mejor las preferencias del mercado chino, las marcas europeas pueden integrarse mejor en el mercado y atraer a más consumidores mediante y no limitados a:
 - aplicar estrategias de marketing más eficaces
 - ajustar algunos detalles de los envases
 - crear algunos tópicos interesantes.