



China

Oportunidades Comerciales

Javier Rebatta Nieto
Inteligencia de Mercados



2012



Viernes 17 de febrero de 2012 | Publicado en edición impresa

Los nuevos ricos impulsan el sector de lujo

El gusto por Gucci y Louis Vuitton crece en países como Brasil, Indonesia y China

Por **Christina Passariello** | The Wall Street Journal Americas

Comentá 20 Tweet Me gusta 7 Enviar +1 0

PARÍS-En momentos en que muchos segmentos de consumo están de capa caída, las empresas de bienes de lujos exhiben resultados favorables.

Los mayores proveedores del mundo de artículos de lujo acaban de dejar atrás un 2011 que batió numerosas marcas y se enfrentan a un 2012 muy prometedor, gracias a la insaciable demanda de los mercados emergentes que siguen rindiendo bien. El conglomerado francés LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA anunció un aumento de ventas del cuarto trimestre. El grupo PPR SA, que controla la marca Louis Vuitton, reportó el jueves un aumento de 22% en sus ventas de los últimos

La manufactura china, en contracción

El sector se mantiene en terreno negativo en febrero ante el impacto por la crisis de deuda europea; el PMI elaborado por HSBC se ubicó en 49.7, desde el 48.8 en enero.

Publicado: Miércoles, 22 de febrero de 2012 a las 09:25



La cifra pone de relieve la decisión de Beijing de realajar los requerimientos de reservas a los bancos. (Foto: AP)

EXPANSIÓN CÓMO AHORRAR 120,000 MDP Edición 1084 SUSCRIBETE

Recomendar Twitter Enviar Imprimir Compartir Text

China tiene más hambre de oro

El país podría convertirse en el mercado más grande del metal luego de que aumentó su demanda; China elevó 20% sus compras y se alista para desplazar a India como el mayor comprador.

Publicado: Jueves, 16 de febrero de 2012 a las 13:05



HONG KONG (AP) — China está cerca de convertirse en 2012 en el mercado de oro más grande del mundo debido a un incremento de la demanda interna del metal precioso, dijo este jueves un organismo especializado.

El consumo de oro aumentó un 20% en 2011 a las 770 toneladas de Oro en su informe

China es el segundo mayor consumidor de oro en la India, que adquirió

BEIJING (Reuters) — El sector manufacturero de China se contrajo en febrero por cuarto mes consecutivo debido a que los nuevos pedidos de exportación se redujeron drásticamente frente a la crisis de deuda en la zona euro, mostró el miércoles un sondeo anticipado de HSBC.

El índice chino de gerentes de compras (PMI, por su sigla en inglés) elaborado por HSBC, el indicador más temprano de la actividad industrial de China, subió a 49.7 en febrero, un máximo de cuatro meses, desde 48.8 en enero.



EL PAÍS

PORTADA

INTERNACIONAL

POLÍTICA

GENTE

ESTÁ PASANDO Helmut Newton Elle Macpherson Ashton Kutcher Julián Muñoz S...



Internet Univision Video Foros Compras

Bus

Univision.com

Chat

Correo

Foros

Mi Página

Servicios

FEEDS > LO ULTIMO

China, nueva tierra prometida para los famosos

- Messi, Paris Hilton, Jennifer Lopez, Victoria Beckham miran hacia Oriente para hacer caja
- Asia es Eldorado del siglo XXI

China supedita ayuda a Europa a frenar investigación antidumping de la UE

AFP / Reuters - 20/02/2012

Imprimir A+ A-

Enviar Más

ZIGOR ALDAMA | Shanghai | 19 MAR 2012 - 03:02 CET

Archivado en: Extremo oriente China Gente Asia Sociedad

elEconomista.es

Miércoles, 22 de Febrero de 2012 Actualizado a las 13:55

¿Intercambio de papeles? China fabricará coches en Europa

EcoMotor.es

12:26 - 23/02/2012 Actualizado: 12:32 - 23/02/12

7 comentarios

Puntúa la noticia : Nota de los usuarios: 5.0 (4 votos)

a crisis de la deuda soberana ping y subvenciones abiertas portal internet.

por dumping a las :a procedentes de China y el ona dichos productos.



Factores como la globalización o el ascenso de nuevas potencias económicas están empezando a transformar el sector de la automoción a nivel mundial. Atrás quedaron los días en que los fabricantes de coches deslocalizaban su producción en plantas abiertas en China, donde la mano de obra era más barata y los costes mucho menores; ahora, es el gigante asiático quien deriva su industria a fábricas propias abiertas en Europa.

Imprimir

Enviar

Aumentar texto

Reducir texto



13

Share

6 tweets

retweet

1

Share

Actualizado a las 2012:03:19 16:39

ESPAÑOL

Marcas de lujo internacionales aspiran a penetrar en el mercado electrónico de China

BEIJING, 19 mar (Xinhua) -- Tras completar un periodo de prueba de un mes de duración, la firma de alta costura "Coach", con sede en Nueva York, espera lanzar sus operaciones de comercio electrónico en China, según informó hoy lunes el periódico en inglés China Daily.

De acuerdo con expertos, las tendencias actuales apuntan a que distintas marcas de lujo podrían dar pie a un nuevo fenómeno a través de internet para satisfacer la creciente demanda de

En diciembre, "Coach" abrió su primera tienda electrónica c (Tmall) de ventas minoristas con productos como bolsos y

La iniciativa, de 30 días y que formó parte de una campaña de la compañía, fue bien recibida por los compradores en i relaciones públicas de Tmall, subordinada al Grupo Alibaba:

Crisis europea y economía china podrían afectar a América Latina

Si la economía de China se expande más lentamente, el precio de los minerales caería y países como Chile y Perú podrían resultar más afectados

Por Harry Usseglio - La Gran Época
Lun, 19 Mar 2012 06:01 +0000

Seguí @lagranepoca | Twittear | +1 | Me gusta | Enviar

uni>ersia | ARGENTINA: Noticias

Argentina | Noticias | En Portada

EN PORTADA | ACTUALIDAD | EMPLEO | CIENCIA Y NN.TT. | MOVILIDAD ACADÉMICA

NOTICIA : ALDEA GLOBAL

¿Por qué estudian español los chinos?

02/02/2012

Relegada como lengua principal entre sus habitantes hace unos años, poco a poco el español comenzó a ganar terreno en China para abrirse camino en el país. Al parecer, los motivos estarían vinculados con "encontrar un trabajo de calidad" y "facilidad para encontrar trabajo"

Me gusta | 18 | Tweet | 9 | +1 | 0 | Share | 3



Crece el número de estudiantes chinos interesados en el español

Hasta hace poco tiempo, el español era una lengua de menor importancia en China, que se encontraba muy por detrás del inglés, la lengua extranjera más estudiada en el país, y competía con otras como el ruso, japonés, coreano, francés, alemán o italiano.

Sin embargo, con el paso de los años el español se fue convirtiendo en una lengua con cada vez más chinos interesados en conocerla para, de esa manera, abrirse camino en el país. Las cifras que ofrece el site Zai China lo demuestran: la cantidad de alumnos pasó de 1.541 en el curso 2000-2001 a 12.094 en 2009-2010.

Al parecer, los motivos del aumento de su popularidad son varios. Por un lado, se encuentra el paso demográfico, el encanto cultural, la labor de algunas instituciones como el Instituto Cervantes y también las crecientes relaciones tanto políticas como económicas entre China y América Latina.

Desde el mencionado site se movilizaron a la Universidad de Jilin, en el noreste de China, para corroborar estos motivos. Las razones de los estudiantes que aparecieron con más frecuencia fueron "encontrar un trabajo de calidad" y "facilidad para encontrar trabajo". Además, casi todo ellos hicieron referencia a las crecientes relaciones entre América Latina y China.

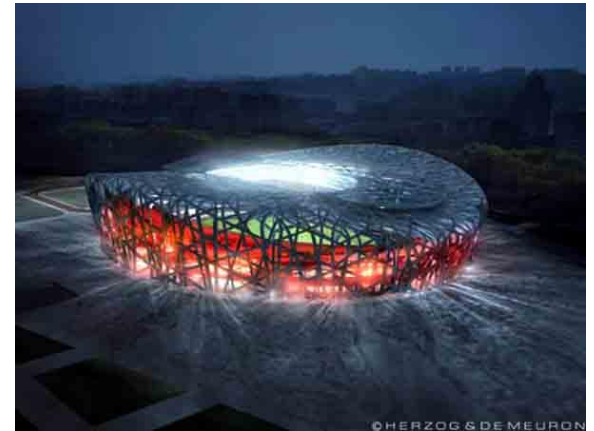
Vale mencionar que otro de los motivos más mencionados por los estudiantes es el de "atractivos culturales", y la "recomendación de familiares, amigos y docentes".



Ampliar foto

del CEPAL, junto al presidente de Guatemala, Alvaro Colom, durante la apertura de la ... para la reconstrucción y transformación de Guatemala" (JOHAN ORDONEZ/AFP/Get

Si la crisis europea empeora y la economía de China (gran consumidor de materias primas) se desacelera, América Latina y el Caribe podrían entrar en recesión moderada con un crecimiento de 3.6%, una cifra levemente inferior a años pasados, según el Informe Macroeconómico 2012 del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) presentado este domingo en la ciudad de Montevideo.





Área (millones Km2)	9.6
Var. % PBI	9.2
Esperanza de vida	74.8
1 US\$ equivale a	6.3 RMB

Part.% Expo Perú al Mundo	15.2%
Part.% Expo Perú al Asia	57.3%
Empresas vinculadas	502
Productos vinculados	355

Datos generales

- ✓ Capital nacional: Beijing
- ✓ Población: 1,343 millones de habitantes
 - Clase media y alta: 260 millones de personas. Serán 500 millones en 5 años.
 - Existen 850,000 personas con activos de mas de US\$ 1 millón (millonarios).
- ✓ PBI per cápita: US\$ 8,400 (estimado 2011).

Regiones en China

- ✓ China está dividida en 22 provincias, cinco regiones autónomas y cuatro municipalidades.
- ✓ Las provincias situadas en la costa de China: principales beneficiarias de las reformas económicas
- ✓ Crecimiento de las ciudades de la costa ha elevado considerablemente los estándares de nivel de vida, muy por encima de las provincias al interior.



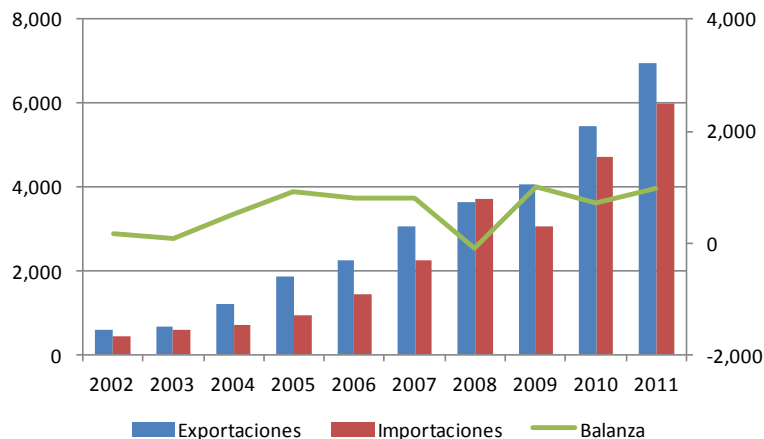
Perú - China

Intercambio Comercial

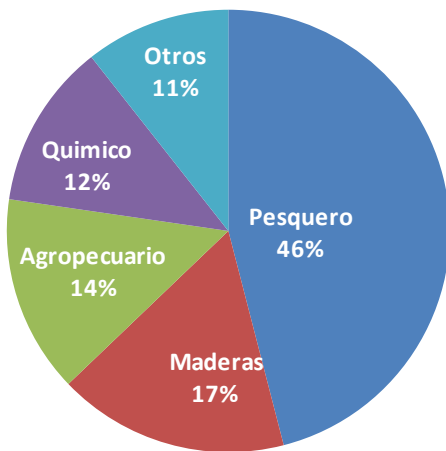


Relaciones Comerciales Perú - China

Intercambio Comercial
(Millones de dólares)



Exportaciones No Tradicionales por Sectores



Exportaciones Totales

- ✓ Las exportaciones siguen creciendo (28.1%).
- ✓ Crecimiento promedio 11/07: 22.9%
- ✓ Exportaciones totales: US\$ 6,961 millones

Exportaciones No Tradicionales

- ✓ US\$ 331 millones / 27.9% crecimiento.
- ✓ El sector Agropecuario incrementó 43%, los Pesquero 104% y Sidero 70%.

Exportaciones Tradicionales

- ✓ US\$ 6,630 millones / 28.1% de crecimiento.
- ✓ El cobre concentra el 45% de las exportaciones peruanas a China.
- ✓ Otros productos importantes: harina de pescado, plomo, zinc y hierro.

China: Principales productos no tradicionales con crecimiento

Agroindustria

- Uva fresca (US\$ 17 mills / 128%)
- Corteza de limón (US\$ 1 millón / -.-)
- Fresa congelada (US\$ 0.7 mills / 925%)
- Mango congelado (US\$ 0.1 mills / 178%)

Pesquería

- Pota preparada (US\$ 122 mills / 120%)
- Pota congelada (US\$ 26 mills / 63%)
- Algas (US\$ 15 mills / 14%)
- Huevera de pescado (US\$ 1.4 mills / 81%)

Otros

- Politereftalato de etileno (US\$ 29 mills / 47%)
- Hilado de pelo fino (US\$ 2 mills / 131%)
- Carmín de cochinilla (US\$ 1 mills / 6%)
- Óxido de zinc (US\$ 0.7 mills / 10%)
- Aleaciones de cobre (US\$ 0.6 mills / - . -)
- Cuero y piel bovina (US\$ 0.5 mills / - . -)

Relación Perú - China

¿Qué representa China para Perú?

1

Cobre
Harina de pescado
Hierro
Plomo
Zinc
Madera

Estaño	2º
Pesquero	2º
Pieles y cuero	3º
Oro	5º
Químico	9º
Agropecuario	12º

¿Cuál es la presencia de Perú en China?

Frutas (HS 08)	7º	1.47%
Industria de alimentos(HS 23)	1º	34.4%
Preparaciones (HS 16)	1º	63.2%
Pesqueros (HS2 03)	21º	0.78%
Madera (HS 44)	31º	0.27%
Hortalizas (HS2 07)	43º	0.00%



Mercado Chino

Lic. Javier Rebatta Nieto
Especialista de Inteligencia de Mercados



2012



Perfil del Consumidor - China

Nuevas tendencias en el consumidor

- ✓ Cada vez más influenciados por marketing y patrones occidentales
- ✓ Consumidor medio valora más precio que calidad: Prioridad ahorro
- ✓ Clase alta consumidor impulsivo: Prioridad status
- ✓ Clase media y alta influenciados por marcas y productos Europeos
- ✓ En alimentos la clave es que el producto este en la dieta alimentaria.

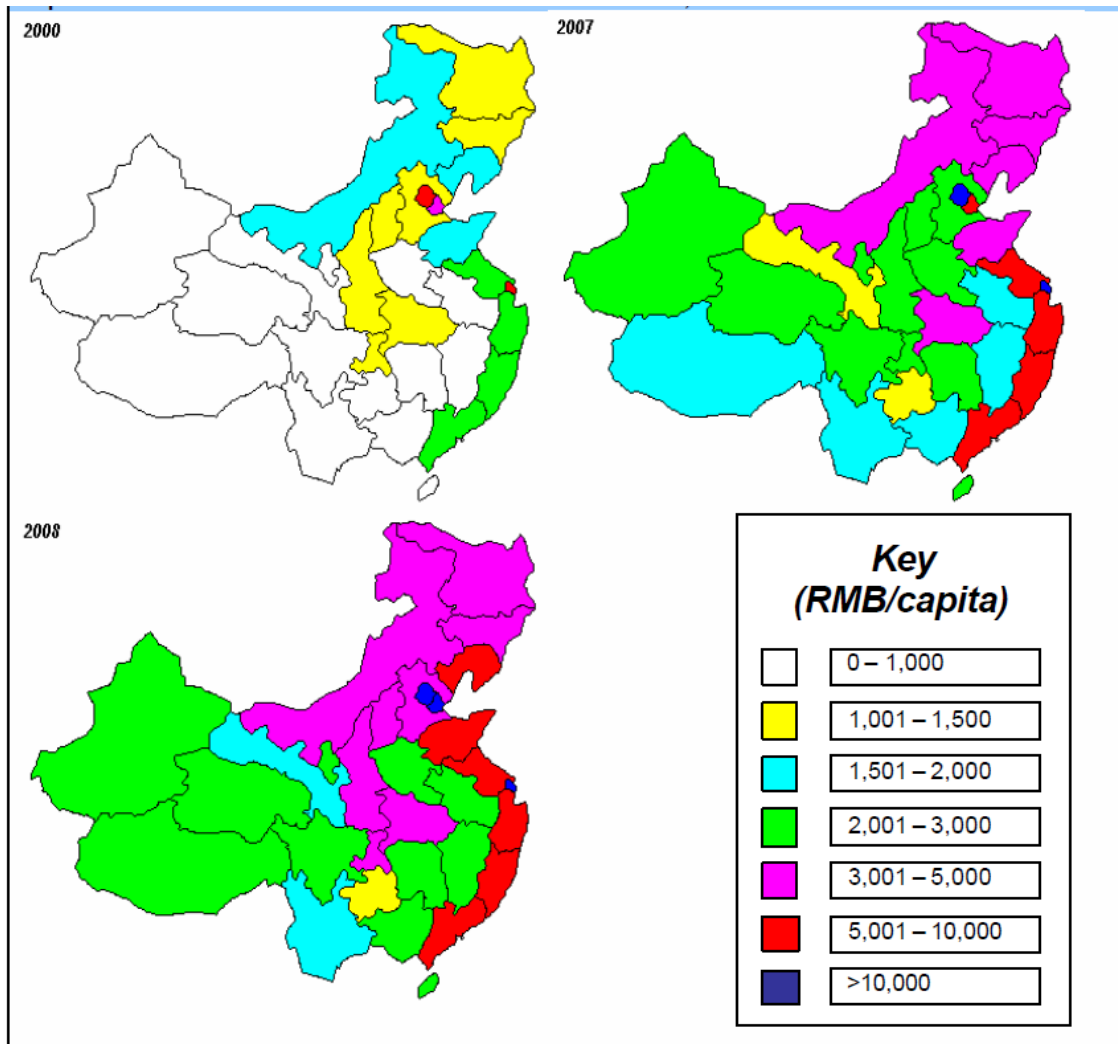


Objetivos de China para el año 2050

- ✓ De una economía rural pasará a ser economía a urbana.
- ✓ Ninguna persona estará bajo la línea de pobreza.

Evolución de Ventas de Retail Per Cápita en provincias de China

1 RMB = US\$ 0.15



Perfil del Consumidor – China

Sector Alimentos

- ✓ En promedio el 39% de sus ingresos lo gastan en alimentos.
- ✓ Existe mayor aceptación a cenar fuera y a la comida rápida.
- ✓ Chinos han incrementado viajes hacia el exterior y han adquirido nuevas preferencias por otros tipos de comidas.
- ✓ El crecimiento económico y mejores ingresos de los consumidores han generado una mayor demanda por productos alimenticios y de mejor calidad.
 - Gran futuro para alimentos orgánicos, frescos y naturales.
 - Consumen en promedio 34 k de fruta al año.
 - Ventas de frutas y vegetales en los canales minoristas registran mayor participación y mayores crecimientos.



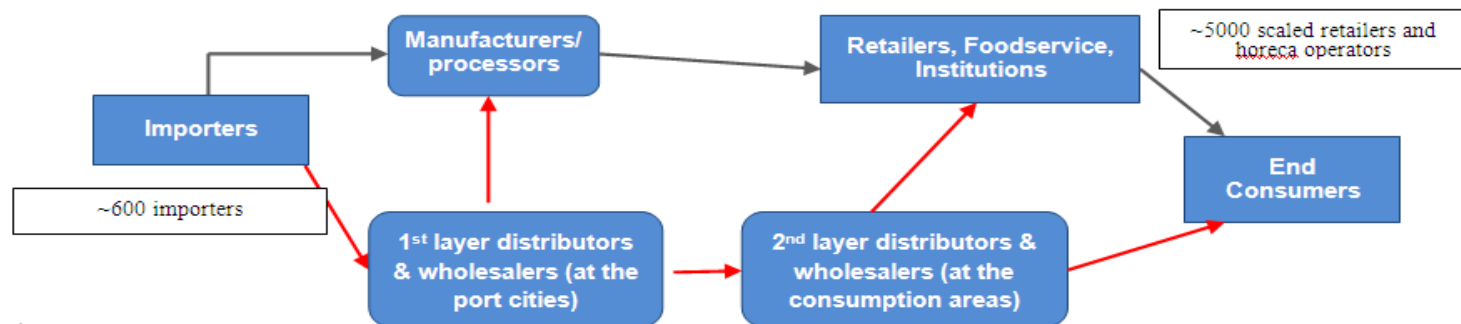
Canales de Distribución – China

Sector Alimentos

Sector Agrario

- ✓ Importación de productos agrícolas es un negocio bastante fragmentado
- ✓ Grandes importadores y distribuidores nacionales:
 - Fruit Shanghai Co Ltd, Beijing Fruit Co Ltd, Beijing Xinfadi Beijing Xinfadi
- ✓ Mercados al aire libre tienen una posición importante en ventas al por mayor y al por menor.
 - Fruits Wholesale Market, Guangzhou Jiangnan Fruits & Vegetables Wholesales Market, entre otros.

- ✓ Primera fase de distribución:
 - Importantes distribuidores y mayoristas ubicados en las ciudades portuarias de China.
 - Realizan actividades de limpieza, etiquetado y embalaje.
- ✓ Segunda fase de distribución:
 - Comercializan con distribuidores locales y mayoristas ubicados en importantes áreas de consumo final.
 - Existe comercialización directa con algunas cadenas de hipermercados como NGS-mart, Suguo CR, Wal-Mart, Carrefour, RT-Mart.

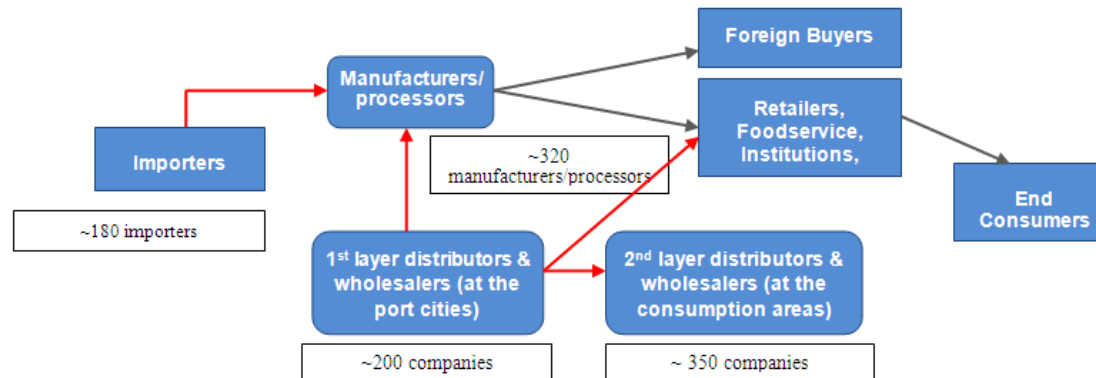


Canales de Distribución – China

Sector Alimentos

Sector Pesca

- ✓ Importación de productos pesqueros es un negocio moderadamente concentrado en China.
- ✓ Grandes importadores nacionales, fabricantes, transformadores y distribuidores son los que tienen mayor cuota del mercado.
 - Zhejiang , Shandong, Liaoning, Este de Guangdong , Shanghai y Tianjin.
- ✓ Gran cantidad de intermediarios comerciales: medianas y pequeñas empresas que importan pescados y mariscos para mayoristas nacionales y distribuidores.
- ✓ Principales minoristas en China no realizan importaciones directas. Se abastecen de importadores y distribuidores regionales / mayoristas:
 - No tienen la licencia de importación.
 - Difícil estandarización: los consumidores tienen diferentes hábitos alimentarios.



Canales de Distribución – China Sector Alimentos

Mayoristas



Mercadillos



Supermercados











- Uno de los muchos centros comerciales, se ubica frente a “The People’s Square” y cerca del malecón del Huangpu tributario del Yangtze.
- Se encuentran tiendas de Adidas, Lacoste, etc. Un polo Lacoste puede alcanzar RMB 999 (US\$ 150) y un polo shirt RMB 1,199 (US\$ 180).
- Se encuentran diferentes “bread talk”.
- Presencia de KFC, Mc Donalds, Starbucks, etc.
- Otros centros comerciales importantes: IFC mall en la zona financiera y Super Brand mall.





Perfil del Consumidor – China

Sector Textil - Confecciones

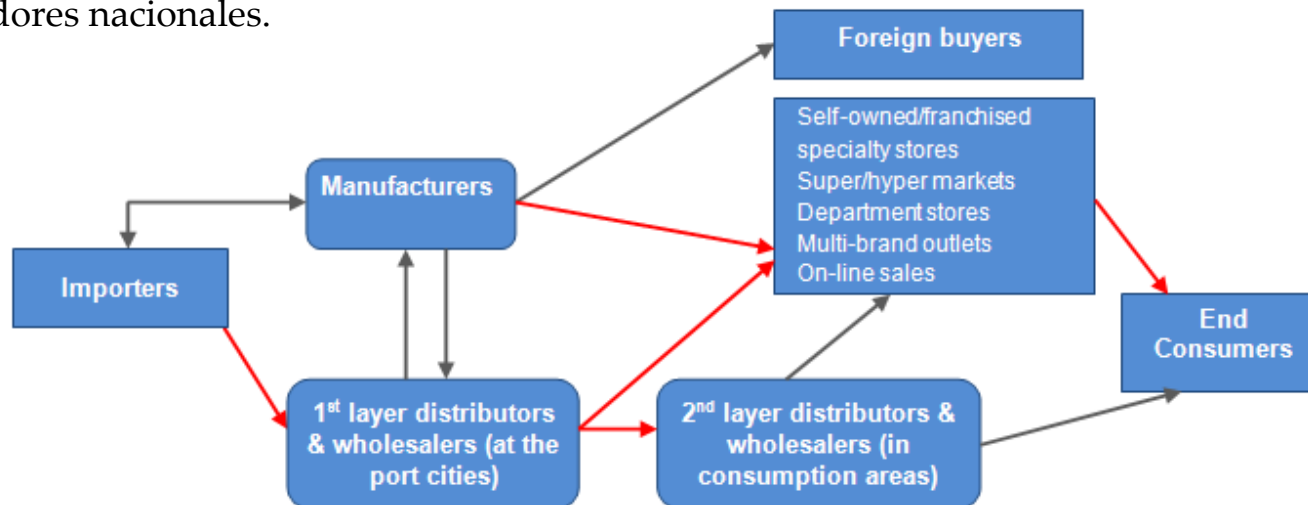
- ✓ La venta de prendas en los canales de ventas al por menor ha crecido en los 137.8% entre 2003-2009.
- ✓ La fuerte competencia en las principales ciudades ha impulsado la expansión de los “retailers” en algunas ciudades al interior de China.
- ✓ Los consumidores chinos se están volviendo más ricos, pero siguen buscando precios bajos.
- ✓ Tendencias de consumo cambian rápidamente. Consumidor chino es inconstante en temas de moda.
- ✓ Mujeres deciden la ropa de los niños y tienen gran influencia en las decisiones de compra de sus parejas.



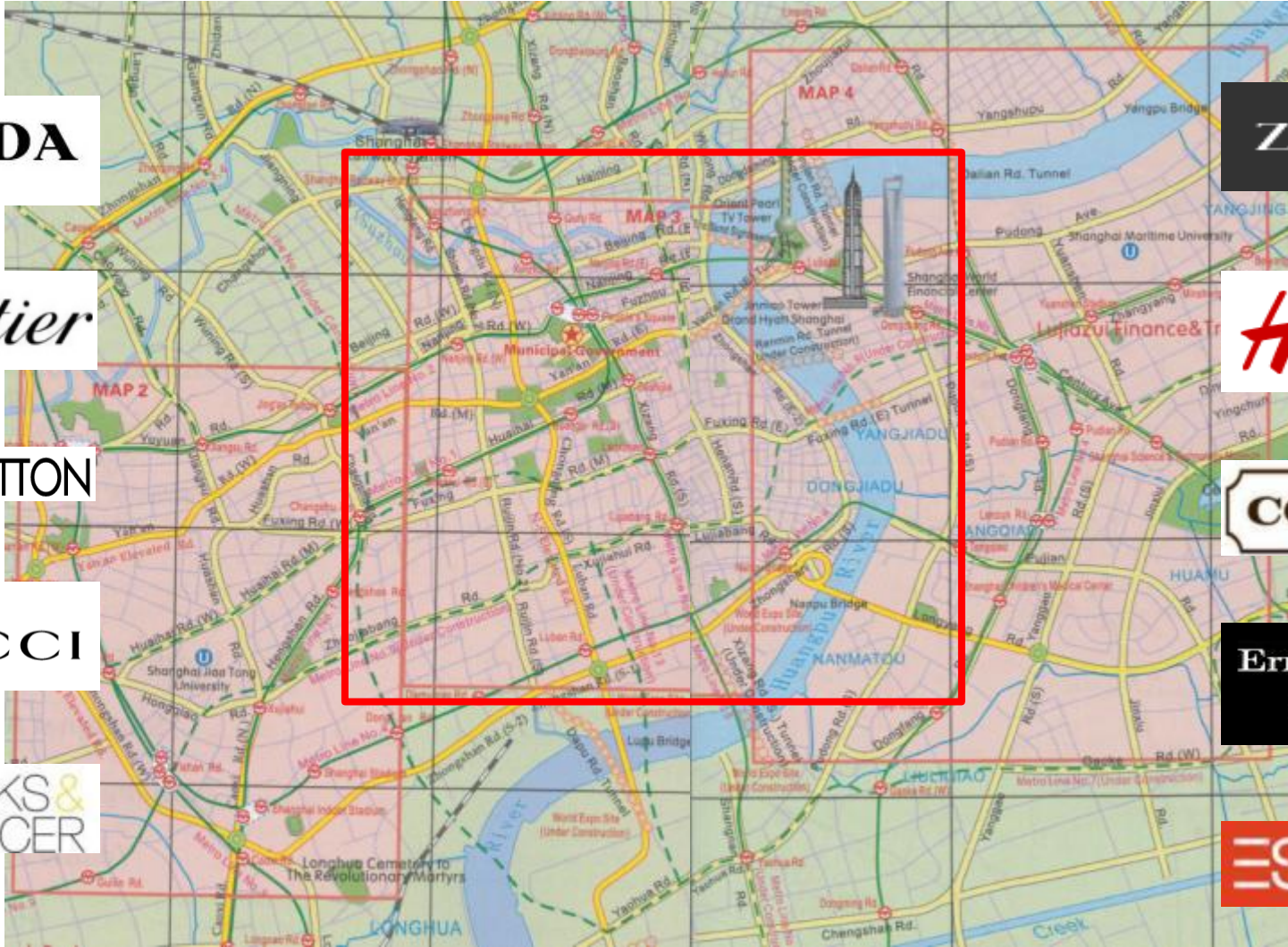
Canales de Distribución – China Sector Textil Confecciones

- ✓ Importación de textiles y ropa es un negocio bastante fragmentado.
- ✓ Los diez principales importadores tienen menos del 10% de las importaciones totales de China.
- ✓ La mayoría de compañías del sector importan materias primas, las procesan y la distribuyen a través de distribuidores locales, mayoristas y minoristas.
- ✓ Existen agencias comerciales dedicadas a importar / exportar textiles y ropa para los compradores nacionales.

- ✓ La ropa importada tiene una mayor presencia en tiendas especializadas.
 - Imagen de marca premium.
 - Prime Success International Group, Belle International Holdings, and 361 Degrees International .
 - Importadores y distribuidores se encuentran principalmente en Jiangsu, Zhejiang, Shandong, Guangdong y Shanghai.



Shanghai "Fashion district"



PRADA
MILANO

ZARA

Cartier

H&M

LOUIS VUITTON

COACH

GUCCI

**Ermenegildo
Zegna**

**MARKS &
SPENCER**

ESPRIT



CNY299.00



CNY399.00



CNY229.00



CNY199.00



CNY399.00



CNY399.00



CNY99.00



CNY139.00



CNY299.00



CNY199.00



CNY99.00



CNY199.00



CNY99.00



CNY169.00



CNY229.00



CNY269.00



CNY169.00



RMB 149



RMB 249



RMB 99



RMB 99



RMB 199



RMB 99

Moda para jóvenes en China



Calzado para jóvenes en China

This advertisement is divided into sections. At the top right is the Lacoste logo and 'Lacoste Footwear'. The left side shows two models: one in a white coat with red shoes and another in a dark jacket with black shoes. The right side features a model in a white sweater and patterned socks with white shoes.

高女人味の深红色
 深红色的鞋在冬季中更显女性的优雅与魅力，搭配各种风格的服装，都能让你成为冬日里的焦点。

纯净率巧的银白色
 银白色的鞋是冬季里最百搭的选择，无论是搭配休闲装还是正式的服装，都能展现出你的优雅与时尚。

酷感十足的黑色
 黑色的鞋是冬季里最流行的选择，无论是搭配休闲装还是正式的服装，都能展现出你的酷感与时尚。

LACOSTE 2010冬季新款发表
COLOURFUL
 雪地靴の百变新LOOK

这个冬季LACOSTE倾力推出最具设计感的Alpama Ski雪地靴系列，舒适的材质提供透气、耐磨、防滑、防水、防风、保暖等多种功能，让您的冬季出行更轻松、更时尚。

时髦率性的海军蓝
 海军蓝的鞋是冬季里最流行的选择，无论是搭配休闲装还是正式的服装，都能展现出你的时髦与率性。

新鲜感十足的黄色
 黄色的鞋是冬季里最流行的选择，无论是搭配休闲装还是正式的服装，都能展现出你的新鲜感与时尚。



Oportunidades Comerciales

Lic. Javier Rebatta Nieto
Especialista de Inteligencia de Mercados



Marzo de 2011



Oportunidades para productos agrícolas

Oportunidades

- ✓ Páprika
- ✓ Café
- ✓ Maíz gigante
- ✓ Productos naturales (imitación a japoneses.
Maca, kiwicha, quinua)
- ✓ Palta, Espárragos y aceitunas
- ✓ Frutas deshidratadas y congeladas
(mango, piña, papaya)

Protocolo Sanitario

- ✓ Los productos que ya tienen protocolo sanitario y poseen posibilidades de crecimiento y consolidación en China son:
 - Mango
 - Uva Red Globe
 - Cítricos (mandarinas, limón y tangelos)

Oportunidades para productos agrícolas (2)

Uvas

- ✓ Cosecha peruana en contra estación.
 - China: Agosto – Octubre
 - Perú: Noviembre - Febrero
- ✓ Ventana comercial importante: Año Nuevo Chino.
- ✓ Preferencia por uva red globe, color rosado
- ✓ Arancel China:
 - Arancel NMF 13%
 - TLC Perú China: 5.2% Se reducirá 1.3% anual hasta llegar a cero.



Oportunidades para productos agrícolas (3)

Mangos

- ✓ Cosecha peruana en contra estación.
 - China: mayo – setiembre
 - Perú: diciembre – marzo
- ✓ Alto consumo durante Año Nuevo Chino.
- ✓ Consumidor chino prefiere variedad Kent. Calibres grandes tienen mejores precios
- ✓ Arancel China:
 - Arancel NMF 15%
 - TLC Perú China: Se reducirá 3% anual hasta llegar a cero en 2015.



Oportunidades para productos agrícolas (4)



Mandarinas

Producción peruana en contra-estación:

- China: Octubre a marzo
- Perú: Febrero - Noviembre.
- Variedad Murkott es la más demandada.
- Preferencia del consumidor: dulce, fácil de pelar, poca fibra, sin pepa, jugosa, color anaranjado, consistencia firme y acabado brillante(waxed)
- 60% del consumo de mandarina se realiza en el norte de China.
- Proveedores: USA (76%), Tailandia (22%).
- Arancel China
 - NMF: 12%.
 - TLC Perú – China: desgravación en 8 años a partir de 2010.



Naranjas

Producción peruana en contra-estación:

- China: Setiembre - Noviembre
- Perú: Mayo – Setiembre
- Variedades preferidas: Navel, Navel Lane Late, Valencia Late
- Proveedores: EE.UU (89%), Sudáfrica (8%)
- China importó US\$ 48 millones en 2009.
- Arancel China
 - NMF: 11%
 - TLC Perú – China: desgravación en 8 años, a partir del 2010.

Oportunidades para productos agrícolas Mediano / Largo Plazo



Espárrago

Perú puede abastecer en contra – estación:

- China: abril - noviembre
- Perú: todo el año.
- Principal demanda:
 - Consumidor del segmento medio – alto
 - Hoteles de las principales ciudades: Beijing, Shanghai y Guangzhou.
- Importante productor de espárragos. Gran parte destinada a la exportación de espárragos en conserva.
- Importaciones son mínimas pero se espera que se incrementen por las propiedades nutritivas
- Arancel China:
 - Arancel NMF 13%
 - TLC Perú - China: 0%



Paltas

- La palta aún no forma parte de la dieta del consumidor chino. Desconocimiento del producto.
- Variedad Hass es la más comercializada.
- Principal demanda:
 - Residentes extranjeros y de altos ingresos.
 - Hoteles de las cadenas internacionales
- Arancel China:
 - Arancel NMF 25%
 - TLC Perú - China: Desgravación a cinco años.



- ✓ Piso de madera.
- ✓ Frisos de madera para parquet
- ✓ Madera aserrada.
- ✓ Hilado y fibras de algodón y alpaca.
- ✓ Confecciones de alto valor agregado.
- ✓ Lacas colorantes
- ✓ Acido ortobórico
- ✓ Discos de zinc
- ✓ Tiras de plástico
- ✓ Alambre de cobre.
- ✓ Fungicidas

Diversificación de productos

Brand & Product Name (1 SKUs)

Wanjiali California Field - Dried Mango in Southeast Asia

Product Category Fruit

Distribution Countries

China

Description

A new Dried Mango in Southeast Asia has recently been launched in China under the Wanjiali California Field brand name. Made in China, it is available in a 120g plastic rack displayed bag for the price of 17.00 CNY. Mita Biotechnology Co., Ltd. is the manufacturer and Food Co-packing Chaozhou Jinbaoli is the distributor.



Brand & Product Name (1 SKUs)

Four Seas - Seaweed Squid Snack - Hot & Spicy; Wasabi

Product Category Other Savory Snacks

Distribution Countries

China

Claims/Tags

Fresh

Description

Two varieties of Seaweed Squid Snack have been launched in China, under the brand name Four Seas. The varieties are - Wasabi and, Hot & Spicy. According to the package, the product is said to be made of quality seaweed with plentiful nutrients, and is reportedly fresh and tasty. The first variant is presented in a plastic packet of 18g, priced at 12.80 CNY. Nico Four Seas (Shantou) Co., Ltd. is its manufacturer.



Brand & Product Name (1 SKUs)

Mingxiang - Seafood Snack - Spicy Baby Squid; Spicy Sliced Octopus; Spicy Sliced Squid; Spicy Squid Head

Product Category Other Savory Snacks

Distribution Countries

China

Claims/Tags

Single Servings

Description

China Marine Food Group Ltd., a processor and distributor of seafood-based snack foods and fresh and frozen marine catch, has introduced four new Seafood Snack products designed to enter two major cities in the Sichuan area of China, Chengdu and Chongqing. The snacks are being marketed under the company's Mingxiang brand name. Reportedly, the foods are packaged in 100 gram multi-serving packages for retail in supermarkets as well as single-serve packets at convenience store locations.



Brand & Product Name (1 SKUs)

Dayang - Fish Snack - Clam; Fillet; Inkfish Shred; Spicy Eel; Squid Head; Squid Shred; Yellow Croaker

Product Category Chilled Fish and Seafood; Other Savory Snacks

Distribution Countries

China

Description

Dayang Fish Snack is new to the China market. It has been launched by Qingdao Beiyang Foods Co., Ltd. There are seven different products available: Squid Shred (50g, 4.30 CNY), 80g), Squid Head, Clam, Yellow Croaker, Inkfish Shred, Spicy Eel and, Fillet. The squid shred is said to be made of natural squid, with rich nutrition and good taste.



Brand & Product Name (1 SKUs)

Chili & Seaweed; Ylang Ylang

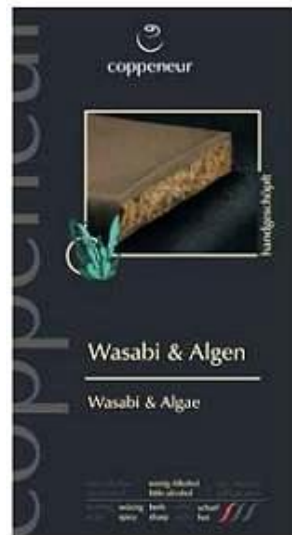
Product Category Chocolate

Distribution Countries

China, others

Description

Confiserie Coppeneur et Compagnon GmbH has recently launched two innovative flavors in its line of Coppeneur Praline-Chocoladen (Filled Chocolate Bars). Chili and Seaweed, and Ylang Ylang both come in bars of 75g, as well as in mini-bars of 18g. The products are available in Germany, Austria, the UK, Japan, Canada and China.



Brand & Product Name (1 SKUs)

Klaus - Criollo Chocolate Bars - Noir 72%; Noir 80%

Product Category Chocolate

Distribution Countries

China

Claims/Tags

Fair Trade

Description

The Klaus brand Criollo Chocolate Bars (100% Criollo, an aromatic and rare cocoa variety), produced by the French manufacture Chocolats Klaus, has been recently imported into China. Two varieties are offered in this line: Noir (Black) 80%, and Noir 72%. These fair trade product are sold in 100g paperboard boxes priced at 38.60 CNY. The products are distributed by Shanghai Sunny Life Enterprise Co., Ltd.





China Fisheries & Seafood Expo

Asia's Largest Seafood Show
Now In Its 17th Year!

Dalian World Expo Center Dalian,
China, November 6-8, 2012

[Home](#) | [Exhibitors Info & Resources](#) | [2011 Exhibitor Directory](#) | [Sustainable Seafood Forum](#)
View the Presentations | [Contact](#)
General Inquiries | [Media](#)

LATEST NEWS  [AgriMarine gearing up Chinese salmon farming operations with largest export of salmon ova to date](#) » [AgriMarine announced that it has](#)



2011 SHOW SETS RECORD

China's increasingly insatiable appetite for seafood was never more apparent than at the record-setting 2011 China Fisheries & Seafood Expo, which concluded November 3rd in Qingdao.

More than 800 companies filled all four halls of the Qingdao International Convention Center. A record 15,300 visitors attended, nearly a 50% increase from last year's show in Dalian. Companies from almost 80 countries participated.

"To say the Chinese market is red hot is an accurate statement," said Peter Redmayne, president of Sea Fare

 **Don't Miss Any 2012 Show News!**
Sign Up for News & Notifications
Registration Opening • Special Offers • More

China Fisheries & Seafood Expo Newsletter

Your Name:

Company:

Your Email (*):

Visitor or Exhibitor? (*): Visitor News Exhibitor News

Featured Exhibitors



"Asia's premier seafood and fisheries trade event."

U.S. Agricultural Trade Office, Shanghai



Where Asia meets the World
食尚亚洲，宴享全球

FOOD CONNECTIONS

May 9-11
2012
5月9-11日

Shanghai
New International
Expo Centre
上海
新国际博览中心



[Home](#)
[ABOUT US](#)
[EXHIBITOR](#)
[VISITOR](#)
[EVENTS](#)
[MEDIA](#)
[USEFUL INFORMATION](#)



May 9-11
2012
5月9-11日

Shanghai
New International
Expo Centre
上海
新国际博览中心

HALLS : N1-N5, E7

Address: Hua Mu Rd. 3#

East Lobby

(near Luo Shan Rd)



Exhibitors

ONLINE MANUAL

SIAL China 2012

OVERVIEW

Visitor Registration

OPEN NOW

PARTNERS

supermarketnews
FMCG MARKET INTELLIGENCE

SUPERMARKETNEWS delivers a lively, concise mix of industry news, interviews and state of the art industry commentary on a wide spectrum of industry topics.

www.supermarketnews.co.nz

NEWS

China's largest international Food & Beverage show !

Get Ready for SIAL China 2012: May 9-11

In 2012, the 13th Edition of SIAL China will be back in May 9-11 in Shanghai New International Expo Center, continuing to set the benchmark for your company. Do not waste time and consider your participation of this strong & growing platform: China's unique meeting point in the F&B & HoReCa industry. Now !



- Better choice (**1,800+** exhibitors) & more pavilions 6 exhibition halls N1 - N5, E7, **70,000** sqm
- More Visitors (**40,000+** visitors)
- High Class Events (**30+** forums & show cooking areas)



ASIA FRUIT LOGISTICA

Inter-
national
trade
exhibition

国际
贸易
展览会

Hong Kong
5-7
September
2012

2012年9月
5-7日,
中国香港

Asia's
Fresh
Produce
Hub

亚洲新鲜
果蔬行业
聚集点

Welcome to ASIA FRUIT LOGISTICA!

ASIA FRUIT LOGISTICA

Visitor Service

Exhibitor Search /
Virtual Market Place

Asiafruit Congress

Press Service


Exhibitor Service

Search 



ASIA FRUIT LOGISTICA 2012 – Asia's fresh produce hub

ASIA FRUIT LOGISTICA is Asia's leading trade show for the international fresh fruit and vegetable business. ASIA FRUIT LOGISTICA 2011 attracted more than 5,300 top decision-makers from 63 countries to Hong Kong. 332 Exhibitors from 33 different countries presented a fascinating overview of the market and an unmissable opportunity to make important business contacts.

 Download Centre

[→ New Venue](#)

ASIA FRUIT LOGISTICA is key to
business in Asia

As fresh produce players worldwide turn their attentions to the rapidly emerging markets, ASIA FRUIT LOGISTICA is becoming their key to growth.

 [Asiafruit Magazine article "The key to expansion in Asia" \(PDF, 1.1 MB\)](#)

[→ Survey Results AFL 2011](#)

[→ Press Photos AFL 2011](#)

“ This year's participation by Chile at ASIA FRUIT LOGISTICA has been fantastic... We're really pleased with the results and the number of

uFi

WoodMac CHINA 2013


The 12th International Forestry and Woodworking Machinery and Supplies Exhibition

FurniTek CHINA 2013


WoodBuild CHINA 2013


中文>>
6-8 March 2013
Shanghai New International Expo Centre · Pudong
Halls:N1-N4


Home Show Info Buyer's Guide Exhibiting Info Visiting Info Media Info Travel Info Organisers





Home

Visitor Pre-registration 

2013 Standing Book 

Exhibitor's Manual 

Latest News 

Advance Buyer's Guide 

B2B Online Service Platform

About WoodMac China 2013

The 12th edition of WoodMac China 2013
12th FurniTek and 10th WoodBuild China 2013


Record sales achieved at WoodMac China 2011

- 360 exhibitors from 18 countries including pavilions from Canada, China, Germany and Italy.
- 16,730 visitors attended the show of which 41% came from Shanghai, 45% from other Chinese cities and 12% or 1,950 came from overseas.
- Overseas buyers came from 73 countries & regions, and the delegations from Belarus, Mongolia, Peru and Russia.

Press Releases

A world's first and international buyers make the news at WoodMac China 2011
The 11th edition of WoodMac China...

Show Photos



Home
繁體
简体

Tue, 20 March 2012

We make markets. Worldwide.

- About Us
- Contact Us
- Media Centre
- Sitemap
- Exhibitor Manual Online
- Visitor Online Registration

Textile fairs > Intertextile Shanghai Apparel Fabrics



intertextile
SHANGHAI apparel fabrics
China International Trade Fair for
Apparel Fabrics and Accessories
22-Oct-12 to 25-Oct-12
Shanghai New International Expo
Centre
Shanghai, China

- Fair facts
- The latest news
- Exhibiting at the fair
- Visiting the fair
- Exhibitor list
- Special events & exhibits
- Promotional materials
- Media Centre
- Travel Centre
- Contacts

Expertise Network

Share the textile
expertise worldwide



Statement from the Organiser

Statement

[Privacy policy] [Online Terms & Conditions] [Webmaster]

The terms and conditions between you and Messe Frankfurt are set out under the session "Terms & Conditions" on the Site available for inspection and your use of the Site will be deemed to be an acceptance of such Terms and Conditions.



Shortcuts to fairs in HK, China, Thailand & Malaysia

Choose from the list

Shortcuts to fairs in Frankfurt and Overseas

Choose from the list

Other Messe Frankfurt websites

Choose from the list



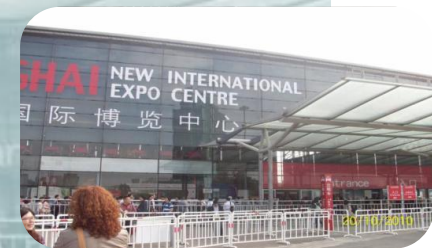
Productpilot, Messe Frankfurt's year-round platform for research, contacts and information is now online!

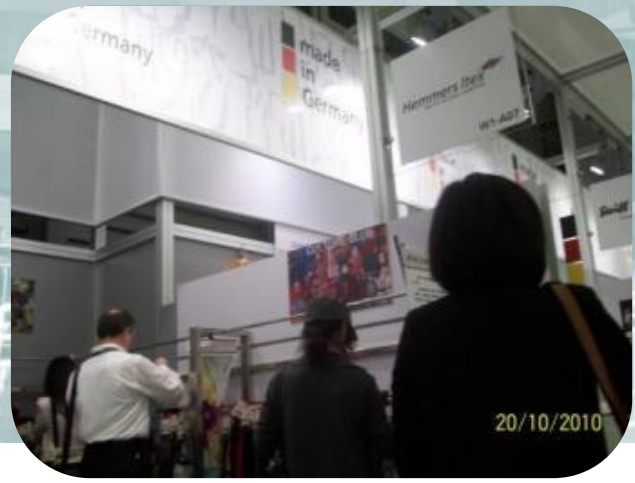
Intertextile Shanghai Apparel Fabrics 2011 by messefrankfurt



Intertextile Shanghai Apparel Fabrics 2011

- Feria con 11 pabellones. Si no estuviera presente Italia, Alemania y EEUU sería enteramente asiática.
- Enfocado a las necesidades de las confecciones asiáticas y principalmente china.
- Las fibras artificiales reinan en esta feria.
- Escasa presencia del algodón (EEUU).
- Menciones al algodón egipcio.
- Japón promociona tejidos con algodón orgánico.
- Vietnam menciona beneficios arancelarios con EEUU en su promoción.
- Ausencia de fibras o tejidos peruanas o de Sudamérica.














General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of P.R.C.

Chinese Version
Home | News Release | Policy Release | Laws & Regulations | Special Topics | Feedback

About AQSIQ Mission Ministers Technical Experts Major Departments Contact Us Hot Links Certification and Accreditation Administration of the PRC Standardization Administration of the PRC Friday, Feb. 24, 2012 Search this site <input style="width: 80%;" type="text"/> <input type="button" value="Search"/> Info Service China Inspection and Quarantine E-cert System China WTO/TBT - SPS National Notification Announcement on the Trial Implementation of the Exemption from Inspection	Photo News more...  <ul style="list-style-type: none"> ▶ Deputy Director-General Sun Dawei and CPSC Chairman Inez Moore Tenenbaum investigate firework exporting enterprises and national key laboratory of firework and firecracker detection (Liuyang) ▶ Deputy Director-General Wei Chuanzhong meets with Lao Deputy Minister of Agriculture and Forestry Puanparisark Pavonhahm ▶ Director-General Zhi Shuping heads for DPRK embassy to mourn Kim Jong Il ▶ Pu Changcheng meets with Japanese guests 	AQSIQ for You <div style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px; text-align: center;">Individual Business</div> I Want to... <ul style="list-style-type: none"> » Learn about Procedures for Quarantine of Articles Posted or Carried » Find Information on Intl Travel Health » Find Registered Planting and Breeding Farms » Search for China Top Brands » Browse GI Product Lists » Submit Enquiries
News Updates more... <ul style="list-style-type: none"> ▶ 1st China-Mongolia Conference on Import and Export Food Safety Negotiation Mechanism held in Dalian <11-11-01> ▶ China, Korea sign Arrangements on Cooperation in Plant Quarantine of Korea's Fresh Farm Products Exported to China <11-10-31> ▶ Pu Changcheng meets with delegation headed by Finnish Minister of Agriculture and Forestry <11-10-26> ▶ Vice Minister Wei Chuanzhong meets Costa Rican guests <11-04-12> ▶ China Quality and Consumer Rights Protection Forum held in Beijing <11-03-30> ▶ Seminar on China-Russia Compulsory Certification and Inspection Supervision Laws held in Harbin <11-03-18> 	Latest Policies more... <ul style="list-style-type: none"> ▶ Joint Announcement No. 125, 2008 of the State Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine and the the Ministry of Agriculture 	Laws & Regulations more... <ul style="list-style-type: none"> ▶ Regulations of the People's Republic of China on Administration of Import and Export of Endangered Wild Animals and Plants ▶ Brochure on Entry-Exit Inspection and Quarantine for the 20th Olympic Games
Online Poll What do you expect from AQSIQ's English website? <input type="checkbox"/> Function and contact methods <input type="checkbox"/> News		



Acuerdos Comerciales del Perú



Inicio | Acuerdos Comerciales | **Cómo exportar** | Noticias | Estadísticas | Contáctenos

TLC China



1,341 millones de chinos consumen nuestras uvas frescas, maderas, parqués...

Buscar...

Textos del acuerdo



TLC Perú - China

- Inicio
- Sobre el acuerdo
- Textos del acuerdo**
- Oportunidades de Negocio
- Preguntas Frecuentes

¿Qué Acuerdos Comerciales tenemos?

En vigencia



Por entrar en vigencia



TLC Perú-China: Textos del Acuerdo

Tratado de Libre Comercio entre el Gobierno de la República del Perú y el Gobierno de la República Popular China, suscrito el 28 de abril de 2009 y ratificado mediante Decreto Supremo Nº 092-2009-RE, publicado en el Diario Oficial El Peruano el 6 de diciembre de 2009. Fue puesto en ejecución mediante Decreto Supremo Nº 005-2010-MINCETUR, publicado en el Diario Oficial El Peruano el 25 de febrero de 2010. Fecha de entrada en vigor: 1 de marzo de 2010.

Texto del Tratado de Libre Comercio Perú-China [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)

- Preámbulo [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)
- Disposiciones Iniciales [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)
- Acceso a Mercados [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)
- Anexo 1 – Excepciones al Trato Nacional [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)
- Anexo 2 – Explicación Categorías de Desgravación Arancelaria [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)
- Oferta de China a Perú [\(inglés\)](#)
- Oferta de Perú a China [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)
- Anexo 3 – Productos con Sistema de Franja de Precios en el Perú [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)
- Reglas de Origen [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)
- Anexo 4 – Reglas Específicas de Origen por Producto (Nota) [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)
- Reglas Específicas de Origen por Producto (Lista) [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)
- Anexo 5 – Certificado y Declaración de Origen [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)
- Procedimientos Aduaneros y Facilitación de Comercio [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)
- Defensa Comercial [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)
- Medidas Sanitarias y Fitosanitarias [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)
- Obstáculos Técnicos al Comercio [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)
- Comercio de Servicios [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)
- Anexo 6.A – Lista de Compromisos Específicos de China [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)
- Anexo 6.B – Lista de Compromisos Específicos de Perú [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)
- Entrada Temporal [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)
- Anexo 7 – Compromiso de Entrada Temporal [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)
- Inversión [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)
- Anexo 8 – Deuda Pública [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)
- Anexo 9 – Expropiación [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)
- Propiedad Intelectual [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)
- Anexo 10 – Indicaciones Geográficas [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)
- Cooperación [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)
- Transparencia [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)
- Administración del Tratado [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)
- Anexo 11 – Comisión de Libre Comercio [\(español\)](#) [\(inglés\)](#)

PROMO



- Lima
- Arequipa, Cusco, Iquitos, Junín, Lambayeque y Piura

- 19 Consejeros-Comerciales
- Compradores
- Expertos del ramo.



Oportunidades Comerciales en China

Lic. Javier Rebatta Nieto
Especialista de Inteligencia de Mercados
Email: jrebatta@promperu.gob.pe



2012

