

### FICHA MERCADO – PRODUCTO



I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA			
1.1. Nombre de la OCEX	OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN BEIJING	1.2. Fecha	15 de diciembre de 2023
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	Ying Chen	
	Cargo	Especialista comercial	
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO			
2.1 Producto	Pisco		
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.; 0806.10)	Capítulo: 2208 Etanol no modificado, concentración de alcohol por volumen <80%; bebidas espirituosas, licores y otras bebidas alcohólicas		
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	皮斯科酒		
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	Aranceles: 0% - Datos del elemento del informe 1. Nombre del producto (nombres chinos y extranjeros); 2. Materias primas; 3. Concentración de alcohol; 4. Especificaciones de embalaje; 5. Marca (nombres chinos y extranjeros); 6. Nivel; 7. Lugar de origen. - Catálogo de Inspección Legal y Cuarentena Condiciones de supervisión aduanera: A [implementación de inspección de entrada y cuarentena]/B [implementación de inspección de salida y cuarentena] -LICENCIA "La importación de este artículo está sujeta a un "Certificado de inspección de mercancías entrantes" emitido por la Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena de la República Popular China (AQSIQ). Es posible que se requieran los siguientes documentos durante la inspección. 1. Formulario de inspección de mercancías importadas; 2. Certificado de origen; 3. Número de registro de exportadores/agentes y consignatarios de mercancías importadas; 4. Certificado sanitario; 5. Muestra de etiqueta original con traducciones al chino; 5. Etiquetas de alimentos preenvasados en chino. Es posible que se requieran licencias o documentos adicionales, dependiendo de la naturaleza exacta del producto importado. Además, el importador también debe proporcionar información detallada del vino. Por ejemplo: contenido de alcohol, tipo de uva, marca del vino, región de producción. del vino, etc.		
2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)	El surgimiento del mercado chino de licores se debe al hecho de que la nueva generación de consumidores se ha convertido en los consumidores principales. El tipo de consumo de los licores se ha convertido desde el tipo de negocio al de fiesta y actividades sociales. Los cambios en el tipo de consumo traen demandas nuevas, el cual es la razón principal del rápido crecimiento del mercado chino de licores. China es uno de los mayores mercados de consumo en el mundo, con una creciente clase media que está ansiosa por descubrir nuevos gustos y experiencias culinarias. Los compradores indican que están interesados en la compra de Pisco por el nuevo sabor. Ya que China es uno de los mayores consumidores mundiales de bebidas alcohólicas. En años recientes, se ha observado un cambio en las preferencias de los consumidores chinos, quienes muestran un mayor gusto por productos premium y de calidad superior. Los		


	<p>consumidores locales buscan probar nuevos sabores y experiencias, y el Pisco, siendo una bebida de alta calidad y con un sabor distintivo, podría ser altamente atrayente para estos consumidores.</p> <p>Con la tendencia de aumento del nivel de la vida actual, el pisco se convierte en una bebida trendy en la escena culinaria o de cócteles en China, esto podría estimular las ventas.</p> <p>Sobre las preferencias del consumidor, los consumidores locales aún no están muy familiarizados con el producto, sin embargo, los consumidores chinos están buscando nuevos sabores y experiencias. Durante la feria de CIFTIS, se destaca que algunos consumidores lo compran por curiosidad y prefieren probarlo con el motivo de comparar la diferencia de sabores del licor chino.</p> <p>Debido a una tendencia de consumo más juvenil, los jóvenes se convertirán en los consumidores principales de los productos importados a China en el futuro. Esto se debe a que los jóvenes persiguen los estilos de vida más populares, su nivel y poder de consumo se mejorarán aún más. Ellos no se adhieren rígidamente a la cultura tradicional china, y su contacto y aceptación de la cultura occidental y la cultura mundial se mejorarán gradualmente. Están más dispuestos a probar nuevos productos. Una vez que este grupo de consumidores se conecte con el mercado de licores importados, la demanda subirá, la variedad y la marca aumentarán. Por lo tanto, el mercado de licores importados tiene una perspectiva considerable.</p> <p>Rápido desarrollo de los canales de comercio electrónico: Con el auge de las plataformas de comercio electrónico, los canales de venta de espíritus han tenido grandes cambios, cada vez más consumidores compran este tipo de producto a través de plataformas de comercio electrónico, que también ofrece más oportunidad de expandirse de las marcas extranjeras.</p> <p>En la era post-epidemia, muchos consumidores han desarrollado el hábito de preparar cócteles en casa, por lo que cada vez más consumidores comprarán online y luego prepararán cócteles de Pisco en casa.</p>
<p>2.6 Estacionalidad de la producción local</p>	<p>En China, todavía no hay producción local de pisco.</p>
<p>2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)</p>	<p>2208 volumen de ingreso 2022</p> <p>Shanghai: 1,158,532,870 USD</p> <p>Guangdong: 772,433,961 USD</p> <p>Hainan: 73,730,940 USD</p> <p>Fujian: 63,981,700 USD</p> <p>Beijing: 62,513,322 USD</p> <p>(Nota: debido al cambio de la estadística de la Administración General de Aduanas de la República Popular China, los datos anteriores son datos estadísticos según el destino de registro)</p>
<p>2.8 Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena)</p>	<p>Exportador - Importador – Distribuidor – Minorista – Comprador final</p> <p>Exportador - Importador - Plataforma E-commerce – Comprador final</p> <p>Exportador – Distribuidor – Comprador</p> <p>Exportador – Comprador</p> <p>Mayoristas y Almacenes:</p> <p>Los mayoristas y almacenes juegan un papel clave en la distribución a gran escala. Compran grandes cantidades de bebidas espirituosas a los importadores y distribuidores para suministrar a minoristas más pequeños y grandes cadenas de tiendas.</p> <p>Minffey Import company, Bojun Yangjiu import company, Yugao Trading company, son las empresas de importación de Bebidas espirituosas.</p> <p>Minoristas:</p> <p>La siguiente etapa involucra a los minoristas que venden las bebidas espirituosas</p>

	<p>directamente a los consumidores. Estos pueden incluir tiendas de licores especializadas, supermercados, tiendas de conveniencia, restaurantes, bares y clubes nocturnos. Huazhi Jiuhang, Cofco Mingzhuanghui, Pinming shijia, Jiubianli, son las franquicias populares de venta de bebidas de licores en China.</p> <p>Plataformas de Comercio Electrónico: Dada la creciente importancia del comercio electrónico en China, las plataformas en línea como Tmall y JD.com también juegan un papel significativo en la comercialización y distribución de bebidas espirituosas. Las marcas pueden tener tiendas oficiales en estas plataformas o asociarse con minoristas en línea. Al mismo tiempo, también existen algunas tiendas directas online especializadas en China que venden productos alcohólicos, como Yemaijiu, Jiuxian.com, etc.</p> <p>Agentes de Ventas y Representantes de Marca: En algunos casos, los productores de bebidas espirituosas pueden emplear agentes de ventas y representantes de marca en China. Estos profesionales trabajan para promocionar y vender las bebidas espirituosas directamente a los distribuidores y minoristas.</p> <p>Transmisión en vivo: En los últimos años, un método de venta emergente es vender productos a través de transmisiones en vivo de KOL. Muchas marcas de alcohol cooperan con KOL para promocionar y vender productos durante períodos de tiempo designados para lograr el doble propósito de ventas y publicidad.</p>
<p>2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Consistencia de la calidad</li> <li>- Precio</li> <li>- Reputación de la marca</li> <li>- Sostenibilidad de la oferta</li> <li>- Fácil de preparación en casa</li> <li>- Variedad</li> </ul>
<p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<p>Para este producto no tiene diferencia de temporadas. Tiene dos modalidades de venta en este mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- On line, en las plataformas de Taobao, JD.com, Douyin, Red Book, etc.</li> <li>- Tienda de licores</li> <li>- Bares, restaurante occidental, etc.</li> </ul>
<p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Influencer Marketing, KOL (wechat, Weibo, Xiaohongshu), Livestream marketing, etc.</li> <li>- Participar en exposiciones profesionales relacionadas con licores.</li> <li>- Cursos de formación profesional para bartenders.</li> <li>- Organizar un concurso especial de coctelería.</li> <li>- Generar alianzas con asociaciones locales relevantes para una promoción conjunta</li> </ul>

ANEXO

PRECIOS DE REFERENCIA EN LOS DIFERENTES CANALES SEGÚN ORIGEN DEL PRODUCTO

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg., otro)	Precio 1* (US\$ por unidad)	Precio 2* (US\$ por unidad)	Precio 3* (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
<p>Taobao Global</p> <p><a href="https://item.taobao.com/item.htm?spm=a21n57.1.0.0.2fe2523c1brPTo&amp;id=592210218260&amp;ns=1&amp;abucket=12#detail">https://item.taobao.com/item.htm?spm=a21n57.1.0.0.2fe2523c1brPTo&amp;id=592210218260&amp;ns=1&amp;abucket=12#detail</a></p>	botella	24.61/700 ml			Perú	14 de diciembre de 2022	Acholado	
<p>JD.HK:</p> <p><a href="https://npcitem.jd.hk/10026127985143.html">https://npcitem.jd.hk/10026127985143.html</a></p>	botella	23.90/700 ml			Perú	14 de diciembre de 2023	Quebranta	

<p>Taobao Global</p> <p><a href="https://item.taobao.com/item.htm?spm=a21n57.1.0.0.2fe2523c1brPTo&amp;id=651689318136&amp;ns=1&amp;abbucket=12#detail">https://item.taobao.com/item.htm?spm=a21n57.1.0.0.2fe2523c1brPTo&amp;id=651689318136&amp;ns=1&amp;abbucket=12#detail</a></p>	<p>botella</p>	<p>28.83/750 ml</p>			<p>Perú</p>	<p>14 de diciembre de 2023</p>	<p>Quebranta</p>	
<p>Nota*: Tipo de cambio USD/RMB: Bank of China</p> <p>Precio 1: se refiere al precio de puntos de venta final</p> <p>Precio 2: se refiere al precio de mercados mayoristas</p> <p>Precio 3: se refiere al precio de distribuidores</p>								

\* Incluir información en distintos puntos de la cadena (mercados mayoristas, distribuidores y puntos de venta final) y de diferentes países de origen.