

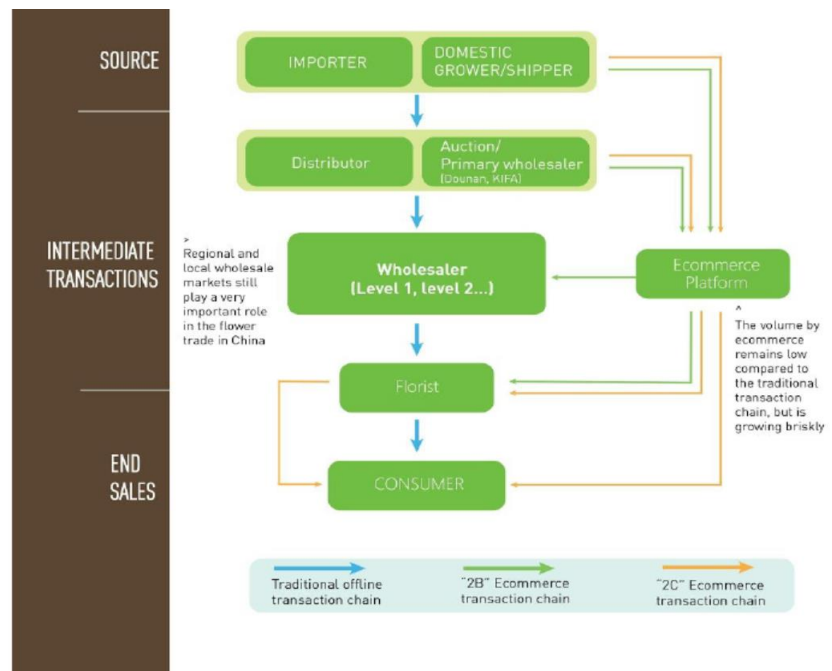
FICHA MERCADO – Flores Frescas de Corte

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA			
1.1. Nombre de la OCEX	SHANGHAI	1.2. Fecha	30/08/2023
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	CARLA MILAGROS CIEZA ANGULO	
	Cargo	ESPECIALISTA COMERCIAL	
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO			
2.1 Producto	Flores frescas de corte (Wax flower)		
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.: 0806.10)	6702903000		
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Wax flower, 西澳蜡花, 澳梅, 蜡花, 蜡梅花, 蜡木, 麻木紫, 石凉茶, 唐梅, 香梅, 即蜡花		
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	En cuanto a los requisitos de acceso, se tiene que considerar los documentos como Guía de Carga (B/L), recibo original (Invoice), contrato original, declaración de importación, Certificado Fitosanitario.		
2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)	<p>Desarrollo inteligente de la plantación</p> <p>La intelectualización del invernadero permite controlar y ajustar en tiempo real el efecto de la temperatura, la luz, la humedad, el agua y el fertilizante en el invernadero mediante el equipo y la tecnología correspondiente, lo que tiene una gran importancia práctica para la plantación de flores. La base del invernadero inteligente es la modernización de las instalaciones, que se manifiesta principalmente en la estandarización de la construcción de invernaderos, la mecanización del cultivo, la ciencia de la tecnología del cultivo y la automatización de la regulación del entorno del invernadero. En el futuro, con el continuo desarrollo y popularización de la inteligencia artificial, Internet y otras tecnologías en China, la tendencia de desarrollo de los invernaderos de flores inteligentes será cada vez más evidente.</p> <p>El cambio del concepto de consumo para promover el desarrollo de la industria</p> <p>Con el desarrollo del nivel económico, la mejora continua del nivel de consumo de vida de las personas, la demanda del nivel espiritual es cada vez más rica, y el estado de ánimo y el cuidado de la salud también están más preocupados, las flores y el arte floral como una de las necesidades espirituales más importantes del público en general, su demanda sigue aumentando. Con el cambio del concepto de consumo de la gente, el consumo de flores ha pasado gradualmente del consumo de grupo en el pasado al consumo de masas. Ha pasado del consumo en festivales y etapas al consumo diario y anual, y el patrón de consumo ha cambiado de la soltería a la compra en grupo, la individualización y la diversificación. El ámbito de consumo ha pasado de ciudades de primer y segundo nivel a ciudades de tercer y cuarto nivel e incluso a zonas rurales, y los grupos de consumo de flores se han ido ampliando. Las flores han pasado gradualmente de un consumo de gama alta a un consumo de masas, los grupos de consumo siguen aumentando, y así se promueve el desarrollo de la industria floral china.</p> <p>Internet para la tendencia de desarrollo de la industria</p> <p>Con la popularidad de internet, teléfonos inteligentes y redes 5G, las compras en línea se han convertido en un medio de compra. Debido a la mejora del nivel de consumo y los ingresos de los residentes, el consumo de flores se ha vuelto en un nuevo estilo de vida de moda verde, con la popularidad de "Internet + flores", el comercio electrónico de flores ha estado cambiando el patrón tradicional de venta minorista de flores. En el futuro, la proporción de ventas de flores en línea superará a la de las floristerías fuera de línea, y los canales de Internet se convertirán inevitablemente en el tema principal del desarrollo de la industria de las flores, y también se seguirán promoviendo negocios y modelos rentables emergentes como O2O, B2B y B2C.</p>		

<p>2.6 Estacionalidad de la producción local</p>	<p>En 1980, la superficie de cultivo de flores de China era sólo de unas 10.000 hectáreas, las ventas de sólo 600 millones, en la agricultura fue una industria muy pequeña. Después de 20 años de rápido desarrollo, en 2000, el área de plantación de flores de China alcanzó 148.000 hectáreas, un aumento de 15 veces, las ventas alcanzaron 16 mil millones de yuanes. Después de más de 10 años de desarrollo, en 2011, el área de plantación de flores de China alcanzó 1,024 millones de hectáreas.</p> <p>Después del XIX Congreso Nacional del PCCh, el área de plantación de flores de China ha crecido constantemente, y las ventas de flores también están aumentando. En 2019, el área de plantación de flores de China alcanzó 1,51 millones de hectáreas y sus ventas llegaron a 255,3 mil millones de yuanes.</p> <p>En referencia a las áreas de producción, la provincia de Yunnan domina esta producción, en primer lugar, debido a su clima favorable (a Yunnan se la suele llamar "la tierra de la eterna primavera"; tiene estaciones secas y lluviosas definidas. Además, desde el comienzo del desarrollo de la floricultura, en torno a 1995, el gobierno chino siempre ha apoyado a Yunnan con medidas especiales o exenciones sobre estrictas normativas. Aparte de Yunnan, otras provincias y regiones con una superficie importante de flores cortadas son Hebei, Liaoning, Jiangsu, Zhejiang, Fujian, Henan, Hubei, Guangdong, Sichuan y Gansu.</p> <p>La floricultura es interesante por la proximidad de ciudades ricas con millones de consumidores y la facilidad de distribución. Incluso cuando el clima es un factor negativo (en Guangdong y Hubei suele hacer demasiado calor, y los inviernos en Hebei, Liaoning y Gansu son gélidos), el cultivo de flores cortadas -a veces estacional- puede seguir mereciendo la pena. Además, los cultivadores con varias ubicaciones trasladan la producción a regiones meridionales como Hainan y Guangdong en la estación invernal (seca y soleada), mientras que en primavera y verano cultivan en zonas más septentrionales y orientales.</p> <p>Sobre la estacionalidad de las flores los brotes tempranos empiezan a mediados de diciembre, floración de enero a marzo, y todavía floración natural en pequeñas cantidades de abril a junio. Las flores crecen a una temperatura óptima de 15-35°C. Aunque puede tolerar temperaturas más bajas, pero no toleran las heladas, que congelan las flores y los capullos afectando así a la calidad de las flores, las heladas severas también pueden causar la muerte de las plántulas. Aunque su clima nativo es más seco, puede introducirse en muchas regiones templadas y subtropicales distintas de los trópicos húmedos, y crece mejor cuando coinciden la lluvia y el calor. Además, aunque las flores de corte crecen en casi cualquier suelo, prefieren un suelo ligeramente ácido y bien drenado con un pH de aproximadamente 6,0 y condiciones secas.</p> <p>Además, el mercado clasifica las flores de corte doméstico en dos tipos. Uno es el waxberry de cabeza plana, con flores nítidas y concentradas y ramas escasas y claras, que resulta más práctico en arreglos florales. El otro es el waxberry puntiagudo, las ramas son esporádicas y desorganizadas, con un fuerte sentido del espacio, que es más adecuado para su uso como producto único o arreglo en florero, por lo que los floristas pueden ser selectivos según las necesidades reales de la compra.</p>
<p>2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)</p>	<p>Entre los principales puertos se encuentran: Kunming, Beijing, Shanghai, Guangzhou, Fuzhu, Ningbo.</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)

Cadena de transacciones tradicional



La típica cadena de transacción tradicional es:

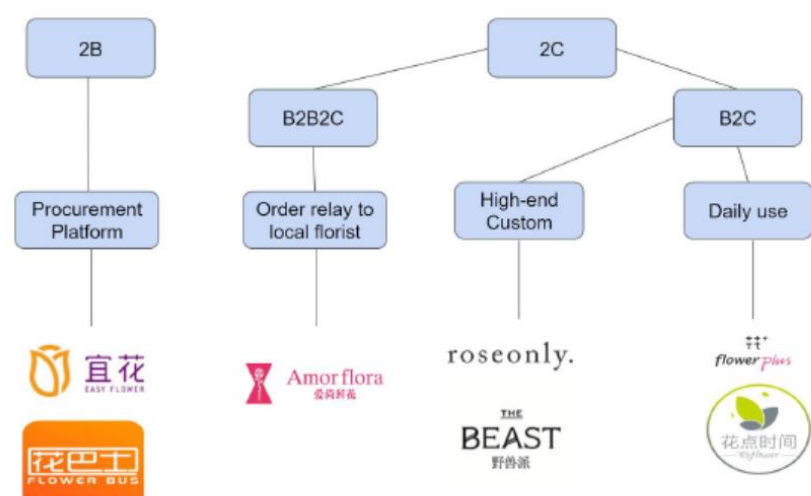
1. Las flores se importan o venden a través de un mercado de transacción primario

a. Flores nacionales:



- i. Mercado mayorista de flores de Dounan en Kunming
- ii. Subasta internacional de flores de Kunming
- iii. Otro gran mercado mayorista cercano a la región de producción, como, por ejemplo Mercado mayorista de Lingnan en Guangzhou u otros.

b. Flores importadas

- i. Compradas por el importador a un cultivador o consolidador en un país extranjero
 - 1. Los importadores más grandes también pueden actuar como distribuidores, enviando las flores a centros de distribución en otras partes de China.
 - 2. Las flores se venden a un mercado mayorista regional o a otro mayorista más cercano en los principales centros de consumo
 - a. Pueden seguir vendiéndose a otro mayorista en un mercado aún más local.
 - 3. Las flores se venden a un florista
 - 4. Las flores se venden al consumidor final

	<p>Cadena de transacciones del comercio electrónico</p>  <p>Las empresas de flores de comercio electrónico están cambiando el modelo de transacción tradicional y se espera que desempeñen un papel mucho más importante en el futuro. Sin embargo, por ahora, el volumen de producto que fluye a través de los canales de comercio electrónico sigue siendo medido en comparación a la venta tradicional.</p> <p>He aquí algunas de las formas en que el comercio electrónico de flores está acortando la cadena de suministro y puede remodelar el modelo estándar en el futuro:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Los proveedores de comercio electrónico B2B pueden comprar directamente a los cultivadores, controlar ellos mismos la cadena de frío, la logística y el procesamiento, y luego entregar el producto directamente a los floristas. ● El comercio electrónico B2C puede comprar directamente a los agricultores y entregar directamente a los consumidores. ■ En este escenario, las empresas de comercio electrónico nunca manipularían el producto, solo lo comercializarían y gestionarían las ventas y la atención al cliente. ■ La empresa de logística S.F. Express y otras han entrado en el procesamiento y/o la gestión de la cadena de suministro de flores. ● En cuanto a la importación, los grandes compradores, como las empresas de comercio electrónico, ahora van directamente a los proveedores extranjeros y reciben la entrega directamente en sus propios almacenes.
<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>	<p>Según la industria, producto o marcas. Si se considera un ítem de alta gama, el orden sería Calidad del producto- Precios- Cantidad disponible para exportación.</p> <p>Si el ítem es general o masivo, el orden sería Precios—Calidad del producto—Cantidad disponible para la exportación.</p> <p>Otros criterios importantes</p> <p>Entrega</p> <p>Fiabilidad</p> <p>Experiencia de exportación al mercado de destino o países cercanos</p> <p>Mantener las comunicaciones abiertas</p>
<p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<p>No se encuentra oferta peruana</p>
<p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<p>Kunming International Flower Expo of China (Kunming)</p> <p>China International Floriculture & Horticulture Trade Fair (Flower Expo China, Guangzhou)</p> <p>Hortiflorexpo IPM Beijing</p> <p>Hortiflorexpo IPM Shanghai</p>

ANEXO
PRECIOS DE REFERENCIA EN LOS DIFERENTES CANALES SEGÚN ORIGEN DEL PRODUCTO

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg., otro)	Precio (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
Online Taobao	Ramas (6-9)	49 RMB	Australia	30/08/2023	Envío en caja corrugada	
Online Taobao	ramo	59.9 RMB	China	30/08/2023	Envío en caja corrugada	
<i>(Agregar las filas que sean necesarias)</i>						

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