

# El mercado de la cerámica en China

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Cantón

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIO  
DE MERCADO

9 de diciembre de 2022  
Cantón

Este estudio ha sido realizado por  
Alejandra De Juan Martín

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Cantón

<http://China.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-22-014-8

Este estudio ha sido realizado con el objetivo de proporcionar información de valor a las empresas españolas sobre la situación actual del **mercado de la cerámica en China**.

Dado que actualmente la cerámica se utiliza en ámbitos industriales muy variados, este documento se ha orientado a analizar la partida **6907** de la clasificación arancelaria del Código Armonizado, que recoge las **placas y baldosas de cerámica, para pavimentación o revestimiento; cubos, dados y artículos similares, de cerámica, para mosaicos, incluso con soporte y piezas de acabado de cerámica**, ya que ha representado entre el 65 % y el 80 % del valor de importaciones chinas del capítulo 69 estos últimos años.

El mercado mundial de baldosas de cerámica está en continuo crecimiento y **China** es el **líder indiscutible** con la mitad de la producción y el consumo de baldosas cerámicas a nivel mundial.

La producción de cerámica en China se concentra en el **sur del país**. Su clúster más importante es el de **Foshan**, en la provincia de **Guangdong**, que ha producido el 54 % de la cerámica nacional y el 25 % de producto mundial en los últimos años. Otras provincias que están adquiriendo cada vez más importancia en este sector son **Shandong, Fujian, Hebei y Jiangxi**.

A pesar de que concentra el 50 % de la producción mundial, es un mercado atomizado y no hay ninguna empresa china entre los 20 primeros productores del mundo. Entre las principales empresas productoras chinas cabe destacar Dong Peng, Monalisa, Marco Polo, George Building Material, Guanzhu Ceramics, Nabel Group, Oceano, Jinduo Ceramics, Xin Zhong Yuan Ceramics y Hongyu Ceramics.

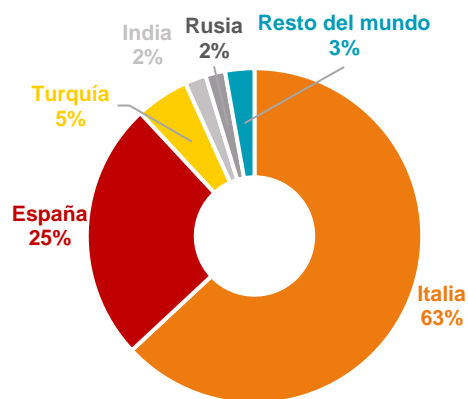
En relación con la oferta internacional, **Italia y España** son los principales proveedores de baldosas de cerámica a China, representando el 63 % y el 25 % del valor total importado por China, respectivamente.

En 2021, cabe destacar que la **cantidad exportada** por España e Italia **se ha mantenido estable** con respecto al año anterior, pero se ha producido un **aumento del precio medio de exportación**. España exportó a China 20.685 toneladas por un valor de 33,62 millones de euros.

A pesar de que China es el mayor productor mundial de baldosas de cerámica, las principales empresas que compiten en **precio y calidad** con España, tanto en China como en el resto del mundo, son las empresas italianas. En China, algunas de las empresas italianas con mayor presencia son **Laminam, Florim, Cooperativa ceramiche d'Imola, Atlas Concorde, Marazzi, Panaria Group, Proxima, Casalgrande Padana, ABK Group e Italcera**.

### PRINCIPALES PROVEEDORES DE BALDOSAS DE CERÁMICA A CHINA EN 2021

% de importaciones según valor, miles de euros



Fuente: Trade Map.



Aunque China es el mayor consumidor de cerámica del mundo, las importaciones chinas de cerámica son muy residuales (145,74 millones de euros en 2021), por lo que **la demanda de cerámica importada representa un nicho de mercado muy pequeño**, aunque en tendencia al alza.

En China, la cerámica extranjera, como la española y la italiana, se configura como un producto aspiracional y que otorga valor añadido a las construcciones en las cuales se incluye, de manera que su mayor precio pueda justificarse frente a la amplia variedad de alternativas locales disponibles. Por este motivo, el **diseño, origen, calidad y marca** juegan un papel muy relevante en la motivación de la decisión de compra.

De esta manera, la demanda de cerámica importada está muy concentrada en **proyectos inmobiliarios de alto perfil, principalmente de ciudades de primer nivel (Pekín, Shanghái, Cantón, Shenzhen)**, como son las **residencias y villas de lujo, hoteles de 5 estrellas, sedes de grandes empresas, centros comerciales y tiendas de lujo, centros médicos de lujo, edificios emblemáticos**, entre otros.

En este contexto, la demanda de baldosas de cerámica en China está ligada a la evolución del sector inmobiliario, su principal cliente final. En el caso de la cerámica española, ligada al desarrollo de **proyectos inmobiliarios de alto nivel**.

En cuanto al **tipo de producto** más demandado, la cerámica importada en China se dirige a clientes del sector lujo, dispuestos a pagar un precio más alto por producto europeo de calidad, y con un componente de **diseño, materiales y marca** importante. Los formatos grandes, por razones estéticas, prácticas y aspiracionales son los más demandados, y la demanda de baldosas con propiedades tecnológicas avanzadas, como sistemas antibacterianos, se ha incrementado tras la pandemia de COVID-19. En cuanto a los diseños, el mercado chino tradicionalmente demanda **diseños sobrios**, con colores apagados, aunque se observa una tendencia creciente a incorporar productos con **diseños más innovadores y atrevidos** en proyectos de corte moderno.

**Italia** es el **principal competidor de España** en precio y calidad en el sector de baldosas de cerámica. Al comparar el **precio unitario de exportación a China** en 2021, este es similar entre ambos países (1,57 €/kg en Italia y 1,63 €/kg en España), y algo superior a la media mundial (1,52 €/kg).

Entre 2020 y 2021 se ha producido un gran incremento de precios de la cerámica provocado por el **aumento desorbitado de los precios del gas y de las materias primas**, ya que ha afectado de forma directa al coste y a la capacidad de producción de las fábricas de las empresas del sector.

La cerámica española se posiciona en China como un producto de **gama muy alta**, realizada con elevados estándares de **calidad** y que destaca por la gran variedad de **diseños** y por tener un carácter cada vez más **innovador**, lo que le supone un **importante valor añadido** en comparación con la cerámica de otros países, de calidad y precios inferiores. Por esta razón, la cerámica



española es demandada por un cliente de **poder adquisitivo medio-alto** que está dispuesto a pagar un precio mayor por adquirir producto europeo.

Los fabricantes de baldosas de cerámica dependen en gran medida de los **constructores y contratistas**, los **arquitectos e ingenieros**, los **institutos de diseño** y los **distribuidores** para introducir sus productos en China y asegurar su éxito en el mercado.

Los clientes principales que demandan cerámica importada en China son los **constructores y contratistas de proyectos inmobiliarios de lujo**. No obstante, estas empresas suelen contar con el apoyo de los **prescriptores**, que son los **arquitectos, ingenieros e institutos de diseño**, ya que son los profesionales que mayor influencia tienen a la hora de decidir qué material se utiliza en los proyectos inmobiliarios.

Las decisiones de estos profesionales sobre qué producto recomendar suponen un riesgo para ellos, al impactar directamente en su marca y reputación. Por ello, para lograr atraer a un mayor número de clientes, es indispensable que las empresas fabricantes de baldosas de cerámica presenten de forma clara y adecuada las características y la calidad de sus productos, así como la forma de instalación y mantenimiento.

La principal forma de entrada de las empresas de cerámica extranjeras en el mercado chino es a través de **importadores y distribuidores locales**, los cuales cuentan con redes de distribución y un conocimiento del mercado elevado, y habitualmente se encargan de presentar los productos a prescriptores y clientes finales, contando con el apoyo de la empresa extranjera.

Los importadores chinos de cerámica habitualmente trabajan con varias marcas y formatos, que les permitan adaptarse a las características de cada proyecto en concreto y la gran mayoría de ellos cuentan con *showrooms* propios ubicados en los grandes centros de la industria de China, como el de la ciudad de Foshan.

Por otra parte, las empresas extranjeras que consideran China un mercado clave y desean tener un mayor control de su producto y marca pueden preferir establecer una **filial comercial** (*Wholly Foreign Owned Enterprise - WFOE* o *Joint Venture* con socio local) en China, contando con un equipo propio de confianza, *showrooms* y almacenes propios y supervisando directamente las acciones logísticas, comerciales y promocionales de sus productos.

Las exportaciones españolas de la **partida 6907** a China soportan un arancel del **7 %** y un IVA estándar del **13 %**.

Por otro lado, la Administración Nacional de Certificación y Acreditación de China (CNCA) exige una **Certificación Obligatoria en China (CCC)** a ciertos productos, tanto importados como domésticos, entre los que se incluye la cerámica, para autorizar su uso, comercialización, venta, importación o distribución en el país, con el objetivo de salvaguardar los derechos e intereses de los consumidores.



Para obtener esta certificación la CNCA exige, entre otros requisitos, que los productos que se vayan a exportar a China cumplan una serie de **estándares nacionales**, que pueden ser **obligatorios (GB)** o **recomendados (GB/T)**.

**Las perspectivas del sector cerámico en China para la cerámica importada, especialmente la cerámica europea, son positivas**, ya que, a pesar de cubrir únicamente el nicho de mercado de desarrollos inmobiliarios de lujo, este segmento presenta una creciente demanda potencial, al no haberse visto prácticamente afectada por las restricciones derivadas de la pandemia de COVID-19, e incluso haber presentado una evolución positiva en determinadas tipologías de proyectos, como la construcción de viviendas de lujo, oficinas de grado A y hoteles.

El **conocimiento del mercado** y la **versatilidad** para desarrollar gamas de producto orientadas al mercado chino es fundamental para la estrategia local de las empresas extranjeras. Se espera que el mercado chino para la cerámica del sector lujo siga demandando productos de gran formato, y valorando características innovadoras en los mismos, como tecnologías antibacterianas, antideslizantes, o no contaminantes, entre otras. Además, las baldosas de cerámica están siendo cada vez más demandadas no sólo como material decorativo o en baños, sino en estos espacios comunes, ya sean de interior o de exterior, sobre todo en cocinas y salones.

En relación con la **comunicación y promoción**, el mercado chino cuenta con unas características específicas que lo diferencian de otros mercados. Además de disponer de una web y catálogo traducidos al chino mandarín y adaptados a los usos chinos, es importante contar con presencia en las redes sociales chinas (WeChat, Weibo, Douyin) para presentar las novedades de producto a distribuidores y prescriptores; y en los *showrooms* físicos, que seguirán jugando un papel relevante como espacio de exposición de producto y sede de reuniones de negocios y eventos de empresa.

En definitiva, los **niveles de exigencia, calidad y diseño de la cerámica española** están entre los más elevados del mundo y España es reconocida en China como el origen más reputado de productos cerámicos, tan sólo por detrás de Italia. Por ello, es de suma importancia que aquellas empresas españolas que ya están presentes en el mercado chino o que tengan interés en acceder a él cuenten con una estrategia adaptada a este, que les permita aprovechar sus oportunidades y anticiparse a las nuevas tendencias, con el objetivo de mantener e incrementar su presencia.

# ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

**Ventana Global**

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)  
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

[www.icex.es](http://www.icex.es)

