

El mercado del aceite de oliva en Hong Kong

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en China – Hong Kong

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

19 de diciembre de 2022
Hong Kong

Este estudio ha sido realizado por
Isabel M.^a Ximénez de Embún Chauca

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en China – Hong Kong

<http://HongKong.oficinascomerciales.es>

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

NIPO: 114-22-014-8



Hong Kong es un mercado muy interesante para los productos agroalimentarios, aunque maduro y competitivo. La población, de 7,4 millones de habitantes en 2021¹, depende en gran medida de las importaciones de alimentos, ya que la producción local agroalimentaria es prácticamente nula. El aceite de oliva se engloba dentro del mercado de los aceites y grasas para cocinar, que abarca diversas categorías de producto: aceites vegetales y de semillas (los más vendidos), grasa de cerdo, mantequilla y margarina, grasas para untar y aceite de oliva. En el presente estudio se analiza el mercado del aceite de oliva virgen y refinado en Hong Kong.

En cuanto al tamaño del mercado, en 2021 el valor total de las importaciones de aceite de oliva en Hong Kong fue de 8,1 millones de euros, lo que representa un incremento del 17 % respecto al año anterior². Si bien Hong Kong es un gran centro reexportador, en el caso concreto del aceite de oliva se consume alrededor del 95 % de lo que se importa.

Italia y España son los principales proveedores de aceite de oliva virgen en Hong Kong, agrupando aproximadamente el 85 % del mercado en valor, media del período analizado. En 2021, Italia ha exportado el 75 % (cerca de 12 millones de euros) del aceite de oliva, ambos virgen y refinado, en valor y España el 15 % (2 millones de euros)³. Otros competidores como Grecia, Reino Unido o Portugal quedan muy lejos de las cifras alcanzadas por estos dos países.

Las ventas de aceites y grasas para cocinar en Hong Kong están dominadas por los aceites vegetales y de semillas. Los aceites más consumidos son los de maíz, oliva y canola. El aceite de oliva en 2021 representó el 11 % del volumen total de ventas de aceites y grasas, aunque con una ratio de crecimiento mayor que el resto de los aceites⁴. Esto se debe a que, a pesar de que el aceite de oliva sea aún un mercado nicho, existe una preocupación creciente por la salud de los hongkoneses que está beneficiando su consumo de forma significativa,

El aceite de oliva es percibido como un producto saludable y más exclusivo que el resto de los aceites para cocinar. Los cuatro grandes grupos de consumidores que compran aceite de oliva son los expatriados, los hongkoneses educados en ultramar, los hongkoneses de clase media y alta concienciados por la salud y los turistas occidentales a través del canal HORECA.

En cuanto a la percepción del producto español, en general, el aceite de oliva español goza de una imagen de calidad en el mercado hongkonés. Sin embargo, todavía está en un segundo plano respecto al aceite de oliva italiano, que suele ocupar los lineales centrales en los supermercados y suele ofrecer mayor variedad de tipos de aceite, marcas y tamaño de los envases.

¹ Census and Statistics Department, 2021. Disponible en: <https://www.censtatd.gov.hk/en/>

² UN Comtrade.

³ UN Comtrade.

⁴ Euromonitor. Edible Oils in Hong Kong, China. Diciembre de 2021. Disponible en: <https://www.euromonitor.com/edible-oils-in-hong-kong-china/report>



Los precios del aceite de oliva varían mucho en función de la marca, el origen y el punto de venta en cuestión. En el presente estudio se ha incluido un *store check* de precios observados en grandes cadenas de supermercados.

Hong Kong es un puerto franco y por ello las barreras de entrada que presenta son prácticamente inexistentes. A parte de las exigencias de etiquetado, comunes a todo producto agroalimentario, y las licencias de importación (cuya responsabilidad es exclusiva del importador, y es un simple trámite), no existen normas reguladoras de la cantidad de mercancía a importar o las condiciones de esta.

Cabe destacar igualmente el enorme crecimiento del canal online o E-Commerce. En 2021, su valor alcanzó los 447 millones de euros en 2021, un incremento del 15 % en comparación con 2020⁵. En este sentido, a raíz de la crisis sanitaria de la COVID-19, el canal *online* se ha convertido en un medio de compra más para los consumidores. A pesar de esto, Hong Kong es todavía un mercado donde el peso del canal online es comparativamente más bajo que en otros mercados de la zona, por lo que el potencial de crecimiento es todavía muy elevado.

En referencia a las perspectivas del sector, la previsión de crecimiento de las ventas del mercado de masas aceite de oliva en Hong Kong para los próximos cinco años es muy positiva. Según Euromonitor, se espera un incremento del 6 % de su valor entre 2022 – 2026. Sin duda, esta tendencia liderada por la creciente concienciación de los consumidores de Hong Kong por la salud representa una importante oportunidad para el aceite de oliva español.

⁵ Retail Foods in Hong Kong, United States Department of Agriculture, Foreign Agricultural Service. Junio de 2022. Disponible en: <https://www.atohongkong.com.hk/wps/wp-content/uploads/HK2022-0047-Retail-Foods.pdf>

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

