

---

2018



# El mercado de los productos orgánicos para la alimentación en China

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Pekín

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



ESTUDIOS  
DE MERCADO

11 de diciembre de 2018  
Pekín

Este estudio ha sido realizado por  
África Matilda Pardavila Morris

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

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

NIPO: 060-18-042-8



El sector de los **productos orgánicos en China** engloba todos aquellos productos (verduras, carne, algodón...etc), que cumplen una serie de **características específicas técnicas** (relacionadas con su modo de producción, procesamiento, transporte, distribución y venta) y que han obtenido una **Certificación Orgánica** por medio de una **Agencia de Certificación Autorizada china**. De forma amplia, estas características implican procesos respetuosos con el medio ambiente así como la no utilización de contaminantes químicos.

**El sistema de certificación orgánico chino se diferencia del europeo en:** diferencias en exigencias técnicas (límites de ciertos compuestos...etc); menor profesionalización a lo largo del proceso de certificación y mayores problemas de corrupción y transparencia.

China es el **tercer mercado más grande del mundo en volumen de ventas procedentes de la agricultura orgánica** con 5,9 mil millones de euros en 2016 y un 6% de cuota de mercado. En este ámbito, por delante de China se encuentran Estados Unidos (47% de cuota) y el mercado de la Unión Europea (37% de cuota).

En 2016, China fue **el tercer país con mayor superficie destinada a la agricultura orgánica del mundo con 2.3 millones de hectáreas** y el segundo país con un mayor incremento de superficie certificada con respecto a 2015. Si se suma la **superficie destinada a la actividad no agrícola en China** (0,82 millones de hectáreas) en total China cuenta con **3.1 millones de hectáreas dedicadas a la producción orgánica**.

En conjunto, el **volumen total de ventas de productos orgánicos agroalimentarios** en China alcanzó en 2016 los 7,7 mil millones de euros con un crecimiento del 180% con respecto a 2012 y del 26% con respecto a 2015. Los productos más vendidos en 2016 fueron las frutas (32% de cuota), seguidas de lácteos (20% de cuota) y nueces (15% de cuota). Las categorías que experimentaron un crecimiento más significativo entre 2016 y 2012 fueron: tubérculos (324%), pescado y marisco (243%) y alimentación para bebés (215%). La venta de productos orgánicos agroalimentarios representa aproximadamente un 1% del total del volumen de ventas agroalimentarias.

Con respecto a la **producción**, se estima un total de **16,3 millones de toneladas** aproximadas de producto orgánico en 2014, última fecha de la cual existen datos relevantes. La producción total puede dividirse en cuatro segmentos: producción procedente de la agricultura, producción procedente de la acuicultura, producción ganadera y producción de productos procesados. De estas cuatro categorías la más importante es la producción agrícola, si bien es la producción de productos procesados la que tiene mayor valor añadido.

Por otro lado, las **exportaciones** chinas de productos orgánicos alcanzaron los **1.049 millones de euros en 2016**, con un 125% de crecimiento con respecto a 2015 y un 188% con respecto a 2013. China aún se encuentra por detrás de países como Estados Unidos en exportaciones pero supera a otros mercados europeos como Francia.



El número de exportadores chinos reconocidos por autoridades de certificación extranjeras en 2016 alcanzaba los 1.198 exportadores. Aproximadamente, **el 19% de los exportadores de productos orgánicos del mundo se encuentran en China.**

En lo relativo a las **importaciones**, el **primer país de origen es Brasil** con 1,5 millones toneladas de producto orgánico (principalmente azúcar de caña) y un 61,3% de cuota de mercado. En segundo lugar, se encuentra Dinamarca (18,8%), Italia, Turquía e India. Estos países en conjunto acaparan el 92,6% del total de la cuota de mercado. Por otro lado, **los países con mayor territorio orgánico reconocido por las Autoridades de Certificación chinas son:** Turquía (con un 68% del total), Dinamarca (20,4%), Brasil, Italia y **España.**

En conjunto, en 2014 las importaciones de productos orgánicos alcanzaron las **2,5 millones de toneladas.** Del total, más de **un 50% son productos envasados** o procesados. Efectivamente, las **principales marcas extranjeras** en China son marcas de productos procesados, concretamente de fórmulas de alimentación infantil. Por orden de importancia, estas marcas son: Abbott Nutrition International (China), Bellamy's Organic Food Trading (Shanghai) Co Ltd, Hain Celestial Group Inc y Ausnutria Dairy (Hunan) Co Ltd.

Uno de los factores más importantes que ha determinado el crecimiento de la **demanda** de productos orgánicos en los últimos años es la **preocupación por la seguridad alimentaria.** Este factor, junto con el positivo desarrollo socioeconómico del país, ha propulsado el **consumo per cápita** de estos productos, el cual en 2016 se situó en los 4,20 euros, un 23% más que en 2015 y un 624% que en 2012.

En general, los **principales segmentos de consumidores** están formados por población de **poder adquisitivo medio-alto.** Los centros con mayor potencial a corto y medio plazo para este tipo de productos son las **ciudades de Nivel 1** (Beijing, Shanghái, Guangzhou y Shenzhen), los centros urbanos con el mayor nivel de ingresos y desarrollo socioeconómico.

Los **precios** de los productos **orgánicos** en China son entre un **10 y un 50% más costosos** que los de los productos **convencionales.** Por ahora, la carga impositiva en China sobre los productos orgánicos es la misma que aquella de sus análogos convencionales.

Los principales **canales de distribución** de los **productos orgánicos procesados** son las cadenas de distribución moderna como hipermercados y supermercados (Hemma, Ole, CityShop...) con un 60% de cuota. En el caso de los **productos frescos**, el canal más importante son las tiendas de distribución tradicionales como mercados locales y tiendas especializadas (60% de cuota). En ambos casos (productos frescos y procesados) el **canal online** gana cada vez más fuerza, un 178% de crecimiento entre 2012 y 2016 en el caso de productos procesados y un 175% en el caso de los productos frescos.

Al ser el espectro de los productos recogidos en este sector tan amplio, las **adaptaciones al mercado** que cada uno de ellos necesita son diferentes. No obstante, en general se recomienda



un trabajo de marketing intensivo en el envasado así como la enfatización de conceptos saludables en el etiquetado.

Seguidamente, las empresas extranjeras que busquen **acceder al mercado** no solo tendrán que tener en cuenta toda la normativa específica y general que afecta a los productos que comercializan, sino que tendrán que prestar especial atención a la normativa específica que afecta a los productos orgánicos. Solo será posible obtener la certificación de “producto orgánico” y de “producto convertido a orgánico” a través de las distintas **Agencias de Certificación chinas autorizadas**, de las cuales es posible encontrar un listado en la **Sección 13.4 de los Anexos**.

No está permitido **vender en China productos etiquetados como orgánicos que no hayan obtenido la Certificación Orgánica china**. Los productos orgánicos que entren en China sin certificar habrán de eliminar del etiquetado las certificaciones extranjeras o cualquier término con referencia a “orgánico”. Actualmente el único país que ha firmado un convenio de homologación (reconocimiento mutuo) con China es Nueva Zelanda.

Por último, las principales **oportunidades** que presenta el mercado se encuentran en los productos procesados y en las Ciudades Nivel 1 y 2. Igualmente, al ser un mercado en fase temprana de crecimiento, hay oportunidades de situarse entre los primeros entrantes y posicionarse en el mercado a través de la obtención de la certificación orgánica y un proceso de investigación de mercado.

# 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**

900 349 000 (9 a 18 h L-V)  
informacion@icex.es

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



**ICEX** España  
Exportación  
e Inversiones