



INFORME
DE FERIA

2020



TOE Wine

Shenzhen

18-20 de septiembre de 2020



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



INFORME
DE FERIA

19 de octubre de 2020
Cantón

Este estudio ha sido realizado por
Ane Duñabeitia Larrauri

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., M.P.

NIPO: 114-20-024-0



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
2. Descripción y evolución de la Feria	6
2.1. Presencia internacional	8
2.2. Presencia española	10
2.3. Actividades paralelas	13
3. Tendencias y novedades presentadas	15
4. Valoración	17
5. Anexos	18
5.1. Mapa de la feria	18
5.2. Actividades paralelas a la feria	19
5.2.1. Eventos	19
5.2.2. Tasting area	20
5.3. Información adicional	20
5.4. Otras recomendaciones	21





1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

Fechas de celebración del evento	18-20 de septiembre de 2020
Horario	09:30 -17:00
Fechas de la próxima edición	16-18 de septiembre de 2021
Frecuencia, periodicidad	Tercera edición. Anual
Lugar de celebración	Shenzhen Convention and Exhibition Center Futian District, Shenzhen Fuhua Third Road, Shenzhen Convention and Exhibition Center https://www.szcec.com/en/
Área de exhibición	15.000 m ²
Precios de entrada y del espacio	Gratis para los visitantes presentando tarjeta profesional. Precios expositores: 9 m ² estándar: 2.840\$ 18 m ² premium: 5.670\$ 36 m ² de espacio libre: 290\$/m ²
Sectores y productos representados	Vinos y otras bebidas.
Número de visitantes	18.936
Número de exhibidores	+200
Organización	Creativity Convention & Exhibition Shenzhen Co. Ltd



Página web	https://en.toewine.com/
Contacto	Project General Manager: Name: Lydia Xu Email: Lydia.xu@cetimes.com Tel: +86 755 8831 2100 Account manager: Name: Vicky He Email: Vicky.he@cetimes.com Tel: +86 755 8666 7462



2. Descripción y evolución de la Feria

Este año se ha celebrado la tercera edición de **TÖE Wine (Taste Of Excellence)**, feria dedicada al vino celebrada en la ciudad de Shenzhen. Se trata de una feria relativamente nueva y pequeña, pero que está cobrando cada vez más importancia en el sur de China, principalmente entre los compradores profesionales.

En los últimos años, la ciudad de Shenzhen está ganando relevancia como mercado y centro de distribución para el vino y bebidas alcohólicas, especialmente importante para aquellas de importación, debido a tres principales razones: en primer lugar, la apertura y crecimiento internacional de Shenzhen ha atraído a un gran número de expatriados, consumidores habituales de la bebida. Como segundo punto, el aumento de la renta media y la categorización como ciudad Tier 1 ha hecho que la población de la ciudad se interese por productos extranjeros y de calidad. Por último, la ciudad concentra a un número elevado de importadores de vino (+3.000) con redes de distribución de alcance provincial e incluso nacional.

El recinto elegido para su celebración ha sido el **Shenzhen Convention and Exhibition Center**, localizado en el distrito central de la ciudad. Inaugurado en 2004, se trata de un centro multiusos, con salas de exhibición, conferencia, negocios, servicios de catering y servicios de entretenimiento.

SHENZHEN CONVENTION AND EXHIBITION CENTER



Imagen obtenida de la página web del recinto

En su tercera edición, la feria continúa siendo de reducidas dimensiones, en comparación con otras ferias del sector del vino en China y reuniendo a las empresas en un solo pabellón. **Contó con más de 200 exhibidores** y se ha caracterizado por ser un evento de carácter profesional. Con la excepción de algunos stands de representaciones nacionales, todos los exhibidores eran importadores chinos. Aun así, se podía encontrar bastante variedad de productos y orígenes, destacando la presencia de los vinos españoles por encima de otras procedencias.

La entrada a los visitantes era gratuita con la presentación de la tarjeta profesional. A pesar de ello, si bien parte de los asistentes eran distribuidores profesionales, también se observó la asistencia de visitantes no profesionales interesados en los productos extranjeros.

En cuanto a la decoración de los stands, se pudieron diferenciar dos categorías. Por un lado, estaban aquellos expositores situados en el centro del pabellón, con stands más grandes y diseños propios. Los stands de los expositores situados en las esquinas, eran generalmente básicos, preparados para mostrar sus productos y con espacio para que sus visitantes pudiesen sentarse y probar los vinos.

EJEMPLOS DE ESTANDS



Imágenes recogidas durante la asistencia a la feria

TÖE Wine ha sido celebrada los días 18-20 de septiembre, esto es, viernes, sábado y domingo. Así, mientras que el viernes, principalmente por la mañana, el público fue más profesional, durante el fin de semana hubo una mayor afluencia de visitantes no profesionales.

La feria ha sido organizada por Creativity Convention & Exhibition Shenzhen Co. Ltd, empresa con más de 20 años de experiencia en la industria de la organización de eventos comerciales y que había trabajado previamente en la celebración de eventos relacionados con el vino.

En atención a la fuerte presencia de productos españoles en la feria, la Oficina Económica y Comercial de España en Cantón fue invitada a participar en el acto de inauguración y a realizar el discurso de apertura, mediante un discurso realizado por el Analista de Mercado, en el cual se resaltó la calidad y diversidad de los vinos españoles, así como la importancia de continuar afianzando las relaciones entre China y España, y de la promoción de la cooperación comercial entre ambos países.

ACTO DE INAUGURACIÓN



Imagen recogida durante la asistencia a la feria

2.1. Presencia internacional

A pesar de sus reducidas dimensiones, TÖE Wine está fuertemente orientada a los vinos y bebidas internacionales, contando tanto con pabellones nacionales como con distribuidores nacionales.

Fueron dos los países que acudieron con pabellón nacional a la feria: Grecia y Sudáfrica. Asimismo, ambos contaron con participación en el acto de inauguración de la feria.



PABELLONES NACIONALES DE GRECIA Y SUDÁFRICA



Imágenes recogidas durante la asistencia a la feria

Tras España, Portugal y Francia fueron los países que contaron con más presencia en el evento, con importadores nacionales y filiales de empresas de origen.

ESTANDS CON PRODUCTOS PORTUGUESES Y FRANCESES



Imágenes recogidas durante la asistencia a la feria

Además del pabellón nacional, Sudáfrica contó con más presencia en la feria, siendo bastante visibles también los vinos australianos.

ESTANDS CON PRODUCTOS SUDAFRICANOS Y AUSTRALIANOS



Imágenes recogidas durante la asistencia a la feria

Cabe destacar que, a pesar de que se encontraron vinos italianos y chilenos, su presencia fue inferior en comparación a otras ferias de vinos, en donde habitualmente son países que acumulan una gran cantidad de pabellones e importadores, remarcando el origen de los productos.

2.2. Presencia española

Los vinos españoles fueron los más presentes en la feria, con un total de 25 importadores y bodegas. Además de vino, el jamón también tuvo una importante presencia en los stands de varios importadores y distribuidores de producto español.

TABLA 1: EXPOSITORES CON PRODUCTOS ESPAÑOLES

EMPRESA	TIPOLOGÍA	PRODUCTOS
VINO DE ARGANZA S.L.	Importador	Vinos con D.O. Bierzo, otros vinos
广州杉泰实业有限公司 Guangzhou Shantai Industrial Co., Ltd.	Importador	Otros vinos con D.O.
FUWINE LTD	Importador	Otros vinos con D.O.
深圳市彼岸食品进出口有限公司 Shenzhen Bi'an Food Import & Export Co., Ltd.	Importador	Vinos con D.O Ribera del Duero, otros vinos
BREAK EVENTS	Consultoría de eventos	Servicios de organización de eventos y representación

Foshan Good Wine Trading Co.,Ltd	Bodega	Otros vinos con D.O.
BODEGAS FINCA LA ESTACADA S.L.	Bodega	Otros vinos con D.O.
FREIXENET SHANGHAI INTERNATIONAL TRADING CO LTD.	Importador	Cava, otros vinos espumosos
中山市顺宜品汇酒业有限公司 Vino Co., Ltd. de Zhongshan Shunyi Pinhui	Bodega+Importador	Vino con D.O. La Mancha, otros vinos
君羿国际贸易 (广州) 有限公司/广州 市展雄商贸有限公司 Comercio internacional de Junyi (Guangzhou) Co., Ltd./Guangzhou Zhanxiong Trading Co., Ltd.	Importador	Otros vinos con D.O.
青田县玛克洛进出口贸易有限公司 Comercio Co., Ltd. de importación y exportación de Makeluo del condado de Qingtian	Importador	Jamón Ibérico (5J, Torreón), vinos de pago
Bodegas Patrocinio S Coop	Bodega	Vinos terroir de La Rioja
青田晟钊进出口贸易有限公司 Qingtian Shengzhao Importación y Exportación Trade Co., Ltd.	Importador	Otros vinos, Jamón Capa Negra, licores
露美思诺酒业 (香港) 有限公司 Lumisino Wines (Hong Kong) Co., Ltd	Importador	Otros vinos con D.O.
深圳市圣斐尔酒业有限公司 Industria del vino Co., Ltd. de Shenzhen Shengfeier	Importador	Otros vinos con D.O.
义乌市奥拉进出口有限公司 Yiwu Aola Import and Export Co., Ltd.	Importador	Otros vinos con D.O.
西国风进出口贸易 (深圳) 有限公司 Comercio de importación y exportación de Xiguofeng (Shenzhen) Co., Ltd.	Importador	Otros vinos con D.O.
广州诗味商贸有限公司 Compañía comercial de Guangzhou Shiwei	Importador	Otros vinos con D.O.

阿托雷进出口贸易有限公司 Atore Import and Export Trade Co., Ltd.	Importador	Otros vinos con D.O.
绿森林 (深圳) 进出口贸易有限公司 Green Forest (Shenzhen) Importación y Exportación Trade Co., Ltd.	Importador	Vino con D.O. Pago de Otazu, vinos de pago, otros vinos
Edetària SL	Bodega	Vinos ecológicos de garnacha
Galician Network of Companies	Importador	Otros vinos con D.O.
图丝商贸 (深圳) 有限公司 Tous Trading (Shenzhen) Co., Ltd.	Importador	Otros vinos con D.O.
名醇酒业 (深圳) 有限公司 Vino Mingchun (Shenzhen) Co., Ltd.	Importador	Otros vinos con D.O.
深圳市卓琳菲尔商贸有限公司 Shenzhen Zhuolinfeier Trading Co., Ltd.	Importador	Otros vinos con D.O.
深圳市前海强网跨境电商有限公司 Shenzhen Qianhai Qiangwang Comercio electrónico transfronterizo Co., Ltd.	Importador	Otros vinos con D.O.

Fuente: Töe Wine

Además de estar fuertemente representada en número de expositores, España contó con algunos de los mayores y más vistosos stands y con la mayor variedad de producto. Además de vino, se pudieron observar otros productos como **cava y espumosos** (Henkell-Freixenet), **licores y whisky** (Brandy de Jerez Fernando de Castilla, Rey Fabio, Almirante), y, sobre todo, **jamón y embutidos** (5J, Ibéricos Torreón, Campofrío, etc.). En concreto, la presencia de cortadores de jamón en los stands de varios importadores fue un atractivo importante para los visitantes que se acercaban a contemplar la liturgia y conocer mejor este producto, cada vez más reconocido en China.

ESTANDS CON PRODUCTOS ESPAÑOLES



Imágenes recogidas durante la asistencia a la feria

2.3. Actividades paralelas

Durante la celebración de la feria se celebraron distintos seminarios y actividades promocionales del evento. Además de ello, durante el año la organización de TÖE Wine ha ido celebrando distintos eventos promocionales. Principalmente se ha trabajado con bares y restaurantes, por un lado, para dar a conocer tanto los establecimientos como vinos y otras bebidas, y, por otro, con el objetivo de mostrar la cultura occidental del consumo de vino en bares y restaurantes.

Seminarios

La feria contaba con cuatro zonas destinadas a los seminarios y presentaciones, en las que se celebraban actividades paralelamente prácticamente durante la totalidad del evento.

Además de presentaciones de vinos de distintos orígenes, tales como Grecia, Alemania o Italia, también se llevaron a cabo catas de vino, competiciones y *masterclasses*,



EVENTO DE CATA DE SAKE JAPONES



Imágenes recogidas durante la asistencia a la feria

Livestreaming

Dentro también de la feria, la organización habilitó un espacio para la realización de livestreamings mostrando y promocionando tanto el evento, como productos concretos de los exhibidores. De esta manera, se consiguió atraer y mostrar la feria a público que no pudo asistir al evento.

Actividades previas a la feria

La organización de TÖE Wine realiza diferentes eventos promocionales durante todo el año, centrándose en la ciudad de Shenzhen.

Ha destacado especialmente el “Wine tour” realizado los días 15-20 de septiembre. En esta actividad, se acondicionó un bus en el que los participantes en el evento tenían la oportunidad de ir bares y restaurantes de alta calidad de Shenzhen, en los que se realizaban catas y presentaciones de vino. En conjunto a ello, se organizaron actividades en los establecimientos que colaboraron con TÖE Wine, ofreciendo una experiencia más completa a los asistentes.

IMAGEN PROMOCIONAL

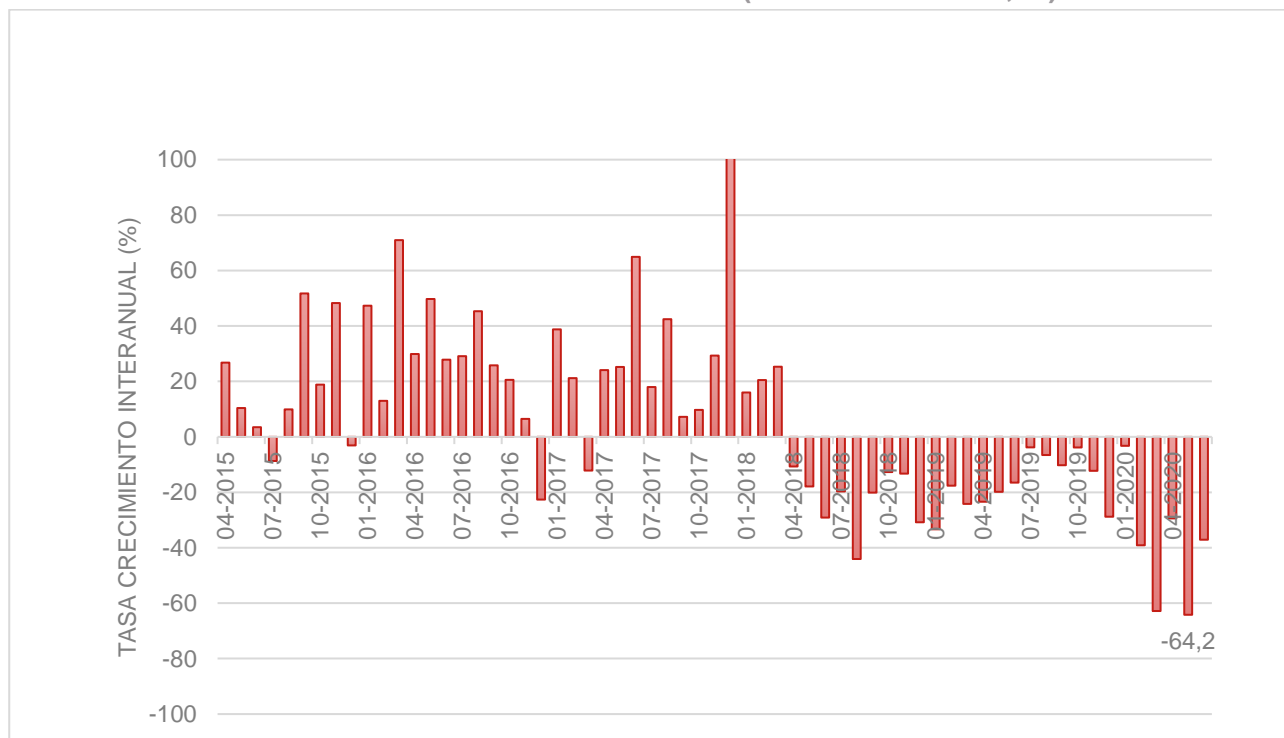


Imagen obtenida de TÖE Wine

3. Tendencias y novedades presentadas

Las exportaciones de vino español a China llevan **26 meses consecutivos de caída**. Este descenso se ha visto acrecentado en los últimos meses a raíz de la pandemia del coronavirus, con tasas de decrecimiento interanual de hasta el -64% en mayo de 2020. Además de la caída en las ventas, el vino español todavía no ha conseguido posicionarse como un producto de calidad en el mercado chino, especialmente frente a los principales países competidores.

EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE VINOS A CHINA (T.C. INTERANUAL, %)



Fuente: ICEX

El mercado chino del vino, y especialmente tras la irrupción de la pandemia del COVID-19, es extremadamente **sensible al precio**. Por una parte, los importadores y distribuidores que trabajan canales mayoristas, hostelería, supermercados, etc., en muchas ocasiones prefieren adquirir calidades más bajas, pero de precio más asequible, ya que cuentan con una mayor rotación y mayor posibilidad de beneficios a corto plazo. Esto beneficia significativamente a países como Australia y Chile, que, debido a sus respectivos acuerdos de libre comercio con China, pueden exportar vino al país con un coste muy inferior.



Por otra, aunque España lleve más tiempo en el mercado del vino en China, todavía no se ha logrado establecer una marca-país de vino de calidad y prestigio, por lo que, salvo en contadas excepciones, en calidades superiores, el consumidor chino opta por otros orígenes, como Francia o Italia. Teniendo esto en cuenta, el producto español se encuentra en una situación de desventaja en el mercado chino.

Por otro lado, el sector del vino ha alcanzado una **fuerte madurez en las ciudades Tier 1** (Pekín, Shanghái, Cantón y Shenzhen), mercados muy saturados y con fuerte competencia, dificultando aún más la introducción de nuevos productos y el cambio de percepción en el consumidor. Aún así, se espera que el tipo de habitantes de Shenzhen, con una de las menores edades medias del país, así como su capacidad económica, favorezca el consumo de vinos de calidad, nicho en el que las empresas españolas quieren afianzarse. Asimismo, **la ciudad acoge a un importante número de importadores con redes de distribución** que en muchos casos exceden la provincia de Guangdong, por lo que es un punto de referencia importante para la importación y distribución de vino en el sur de China.

En todo caso, cabe mencionar que debido a la situación provocada por la expansión del COVID-19, los importadores se encuentran en un ambiente de incertidumbre. A pesar de que algunos importadores destacan que sus ventas han subido respecto al año pasado y que la disminución de competencia puede favorecer a aquellas empresas ya establecidas, la visión general es que las ventas de vino español en China van a seguir disminuyendo durante los próximos años. En este sentido, ante el estancamiento del mercado del vino tranquilo, son varios los importadores que están **diversificando su cartera de productos hacia productos de alimentación**, como el jamón, embutidos y quesos o **licores y espumosos**, cuya demanda es cada vez mayor en China, y especialmente en el sur, cuyos consumidores son más modernos y abiertos a probar nuevos conceptos que en otras zonas más tradicionales.



4. Valoración

A pesar de tratarse de una feria relativamente nueva y de tamaño reducido, TÖE Wine ha demostrado que puede traer a una importante cantidad de **exhibidores e importadores de creciente calidad**, y ha conseguido mantener su tamaño incluso en este año. Se trata de una feria de carácter mayoritariamente profesional, y fuertemente orientada a los productos importados, despuntando como uno de los eventos más importantes para el sector del vino en el sur de China.

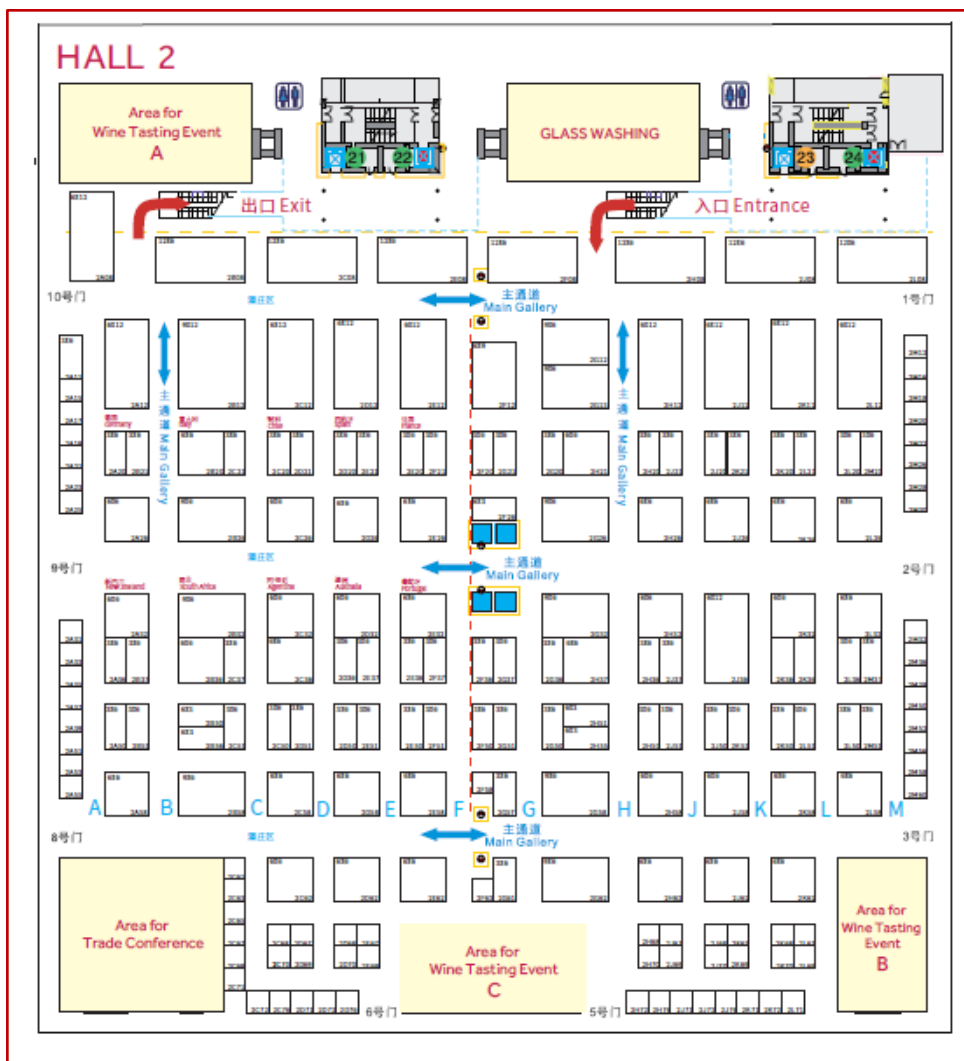
En contra de lo que suele ser habitual en las ferias de vino del sur de China, **la presencia de importadores de vinos españoles destacó por encima del resto de orígenes** internacionales, que además de vino, incorporaban a su cartera otros productos de alimentación y bebidas. Es de subrayar la creciente popularidad que está adquiriendo el jamón ibérico, cada vez más presente en este tipo de eventos y con una demanda creciente.

Asimismo, el mercado del sur de China se mantiene como el más interesante para el sector, ya que se encuentra menos saturado que los mercados de Shanghái y Pekín. Sin embargo, la madurez que ha alcanzado en los últimos años en las ciudades de primer nivel como Guangzhou y Shenzhen, plantea la necesidad de comenzar a acudir a ciudades Tier 2, ya que debido a su rápido desarrollo pueden suponer una gran oportunidad para las bodegas españolas.

Teniendo todo en cuenta, TÖE Wine es una feria que ha sabido adaptarse a las necesidades de importadores y el mercado, no sólo a través de la propia feria sino también con otros eventos y actividades realizadas previamente a la misma. Además de ello, prevén duplicar su tamaño en la edición de 2021 del evento, pasando de un pabellón a tres, ampliando a su vez las categorías de expositores. Sin embargo, todavía se trata de una feria nueva, por lo que habría que esperar para ver si se consolida como un evento de calidad y referencia en el sur de China.

5. Anexos

5.1. Mapa de la feria





5.2. Actividades paralelas a la feria

5.2.1. Eventos

现场活动 / Event			
日期 Date	活动主题 Topic	时间 Time	地点 Location
2020 9/18	开幕礼 Grand Opening	10:00-10:30	开幕式礼堂 Grand Opening atrium area
	品鉴品鉴 来自日本的特殊清酒品鉴 Appreciation of Japanese sake from Sapporo	11:00-13:00	品鉴室 B Tasting Room B
	意大利留学葡萄酒大师课程(多-智利威士忌酒) Sabor y Pasión de los Maestros: Maestros Brevados and Escuela Real Wine Master Class	11:00-13:00	品鉴室 C Tasting Room C
	葡萄酒品鉴 Catering	14:30-16:00	论坛 Forum
	葡萄酒品鉴, 当然的讨论和互动! (葡萄酒品鉴课程) Crown Wine & Spirit Craft/Paste Master Class	15:00-17:00	品鉴室 A Tasting Room A
	爱尔兰单一麦芽威士忌 High Range Malt Whiskey	15:00-17:00	品鉴室 B Tasting Room B
	来自比利时的葡萄酒 Roadbuster South Africa	15:00-17:00	品鉴室 C Tasting Room C
2020 9/19	欧洲葡萄酒品鉴课程 European Grapes and Grapes Quality Miles	11:00-13:00	品鉴室 A Tasting Room A
	威士忌品鉴课程 Whisky Ambassador Experience Class	11:00-13:00	品鉴室 B Tasting Room B
	意大利葡萄酒产区葡萄酒品鉴(2) Tasting event of Italian wine from northern provinces of Helen Mountain (2)	11:00-13:00	品鉴室 C Tasting Room C
	品鉴品鉴 品鉴品鉴 Long night 2p	16:30-16:00	论坛 Forum
	品鉴品鉴, 品鉴品鉴品鉴品鉴品鉴 The taste of sake — exploring the common craft of sake brewing	16:00-17:00	品鉴室 A Tasting Room A
	品鉴品鉴品鉴(产区葡萄酒品鉴(1)) Tasting event of Italian wine from western provinces of Helen Mountain (1)	16:00-17:00	品鉴室 B Tasting Room B
2020 9/20	品鉴品鉴品鉴 Enjoy Sake, Enjoy Life!	15:00-17:00	品鉴室 C Tasting Room C
	第三届全球酒庄品鉴品鉴品鉴品鉴品鉴 The 3rd national competition of star-Arte Ambassador: Shanghai Division	10:30-12:30	论坛 Forum
	品鉴品鉴品鉴品鉴品鉴 Discover the Diversity of German Wines	11:00-13:00	品鉴室 A Tasting Room A
	品鉴品鉴品鉴品鉴品鉴品鉴品鉴 Summit of Wines from Northern Provinces, Italy	11:00-13:00	品鉴室 B Tasting Room B
	品鉴品鉴品鉴品鉴品鉴品鉴品鉴 China's 1st tasting competition, the 6th, in 2020 Guangzhou & Shenzhen Division	15:00-17:00	品鉴室 C Tasting Room C
品鉴品鉴品鉴品鉴 Discover about wine	14:30-16:00	论坛 Forum	





5.2.2. Tasting area



5.3. Información adicional

ACCESO AL RECINTO

DESDE SHENZHEN

Se puede acceder al recinto de diferentes modos:

- En taxi: Se encuentra a 15 minutos de la estación central de Shenzhen, a 8 minutos de la estación de tren de alta velocidad de Futian y a 30 minutos del aeropuerto.
- En metro: Se encuentra en el cruce de las líneas 1 y 4 del metro, con dos paradas con el nombre del recinto.
- En bus: hay más de 20 líneas de buses que pasan por el recinto.

DESDE GUANGZHOU

A pesar de que desde a Guangzhou a Shenzhen se puede ir en coche (trayecto de entre 2-3 horas), debido a los picos de tráfico que puede haber en esta ruta no es la opción más recomendable.

La manera más sencilla de realizar el trayecto es en tren, pudiendo escoger el tren normal desde la estación Guangzhou East (1h45min) o tren de alta velocidad desde la estación Guangzhou South (40 min).

ALOJAMIENTO/RESTAURACIÓN CERCA DEL RECINTO

Cerca del recinto ferial se encuentran multitud de hoteles internacionales, así como restaurantes y centros comerciales en los que es posible encontrar comida occidental. Asimismo, dentro del propio recinto se encuentran puestos de café, té y sándwiches para consumir durante la feria.

LOCALIZACIÓN DEL RECINTO FERIAL

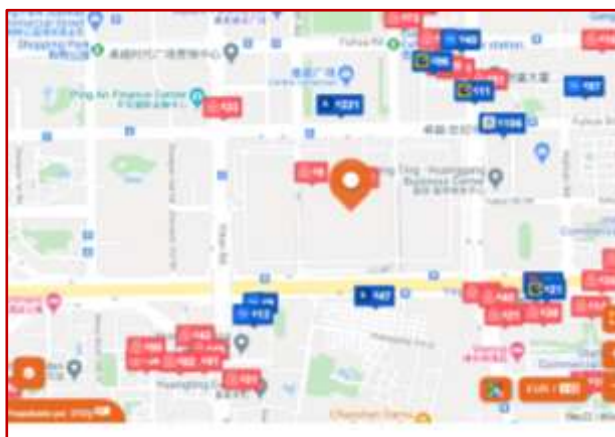


Imagen obtenida de cantonfair.net

5.4. Otras recomendaciones

- **Antes de acudir a la feria conviene solicitar a la Oficina Comercial la información disponible del sector en forma de estudios de mercado o notas sectoriales.**
- **También se recomienda a aquellos exportadores que no hayan comenzado sus operaciones en China o a aquellos que quieran ampliar su cartera de clientes, la utilización de los servicios personalizados que las Oficinas Económicas y Comerciales ponen a disposición de las empresas españolas.** Se puede consultar la información en <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/index.html>
- **Se recomienda realizar el siguiente trabajo previo, antes de acudir a la feria:** informar e invitar a los contactos previos, dar publicidad a la participación en la misma e intentar cerrar reuniones. Las ferias sirven para encontrar nuevos clientes potenciales y fortalecer las relaciones con los clientes existentes, y rara vez se cierran acuerdos. Después de la feria, es importante hacer un seguimiento de los contactos obtenidos, presentando la empresa y sus productos. Respuestas rápidas, un seguimiento continuo e incluso viajes son aspectos muy valorados por

los clientes chinos. El “guanxi”, o “establecer relaciones” es un aspecto muy importante para hacer negocios en China; estas relaciones fomentan la lealtad y confianza entre las partes transmitiendo un respeto por los demás. Tener buen “guanxi” es cuestión de tiempo y paciencia. Debe recordarse que la presencia en el mercado chino requiere un seguimiento continuo y no puede limitarse a la asistencia a ferias.

- **Se recomienda la contratación de un intérprete chino, ya que muchos de los empresarios chinos no son capaces de comunicarse con fluidez en inglés.** Asimismo, la cultura de tarjetas de contacto está muy extendida en China, por lo que se recomienda acudir con un número elevado, a ser posible también traducidas a chino. Los catálogos y las presentaciones deberían estar también traducidos al chino, aspectos también muy valorados.
- **Para abordar el mercado chino, se recomienda establecer una estrategia clara a medio y largo plazo y estar dispuesto a realizar importantes inversiones.** Existen grandes oportunidades, pero el salto cultural es grande y mostrar paciencia y apostar claramente por el mercado resultan básicos. Lo ideal sería contar con presencia física y con stock de producto para poder ofrecer una respuesta rápida a los posibles clientes. También es recomendable que la empresa registre las marcas en español y chino de los productos que se presenten en el mercado con antelación.

ICEX

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



icex España
Exportación
e Inversiones