

MLÉKÁRENSKÝ SEKTOR V ČÍNĚ

Mgr. Ondřej Plaček

Zemědělský diplomat

Velvyslanectví ČR v Pekingu

- ▶ Dlouhodobě rostoucí spotřeba mléčných produktů s prostorem pro další růst.
- ▶ 96 % čínských spotřebitelů považuje mléčné produkty za faktor zvyšující obranyschopnost.
- ▶ Rostoucí zájem o zdravotní benefity konzumace mléčných produktů umocněný vlivem pandemie covid-19.
- ▶ 93 % čínské populace trpí určitým stupněm laktóзовé intolerance.
- ▶ Vládní podpora zvyšování spotřeby.
- ▶ Obavy z možné zavadnosti domácích produktů.
- ▶ Zvýšený důraz na čerstvost potravin.
- ▶ Největšími domácími hráči jsou firmy Yili, Mengniu, Bright Dairy, Sanyuan.

SITUACE NA ČÍNSKÉM TRHU

- ▶ Za rok 2020 dovezeno přes 3.2 milionů tun mléčných produktů (meziroční nárůst o 10 %)
- ▶ Růst u tekutého mléka (16 %), syrovátky (38 %), sýrů (12 %), másla (35 %)
- ▶ Pokles u mléka v prášku (-3.5 %), kondenzovaného mléka (-31 %), kojenecké výživy v prášku (-3 %), jogurtů (-4.9 %)
- ▶ Hlavní exportující země: Nový Zéland (45.3 %), Spojené státy americké (13.7 %), Austrálie (6.6 %), Německo (5.1 %), Francie (4.8 %)

DOVOZ MLÉČNÝCH PRODUKTŮ

- ▶ Orientace na menší balení
 - ▶ U mléka do 250 ml - 93 % veškerých prodejů (srpen 2020)
 - ▶ Prodej v rámci multipacků
- ▶ Covid-19 urychlil růst prodejů mléčných produktů prostřednictvím e-commerce. Offline prodeje však stále kralují.
- ▶ Populární produkty: UHT mléko, sýry, jogurty
- ▶ Rychle se rozvíjející segment pekárenství nabízí příležitosti pro relevantní mléčné produkty
- ▶ Vysoká cena krmiv zvyšuje cenu domácí produkce

PŘÍLEŽITOSTI PRO ČESKÉ FIRMY

- ▶ Vývoz mléčných produktů z České republiky do Číny je považován za tradiční export.
- ▶ Mlékárenské podniky musí být před zahájením vývozu zaregistrovány u Certification and Accreditation Administration of the P.R.C. (CNCA).
- ▶ Za českou stranu registraci zpracovává **Státní veterinární správa ČR**, která předává nezbytné podklady General Administration of Customs of China k evaluaci.
- ▶ Navazování kontaktů s čínskými partnery: účast na veletrzích, B2B seminářích

VSTUP NA ČÍNSKÝ TRH