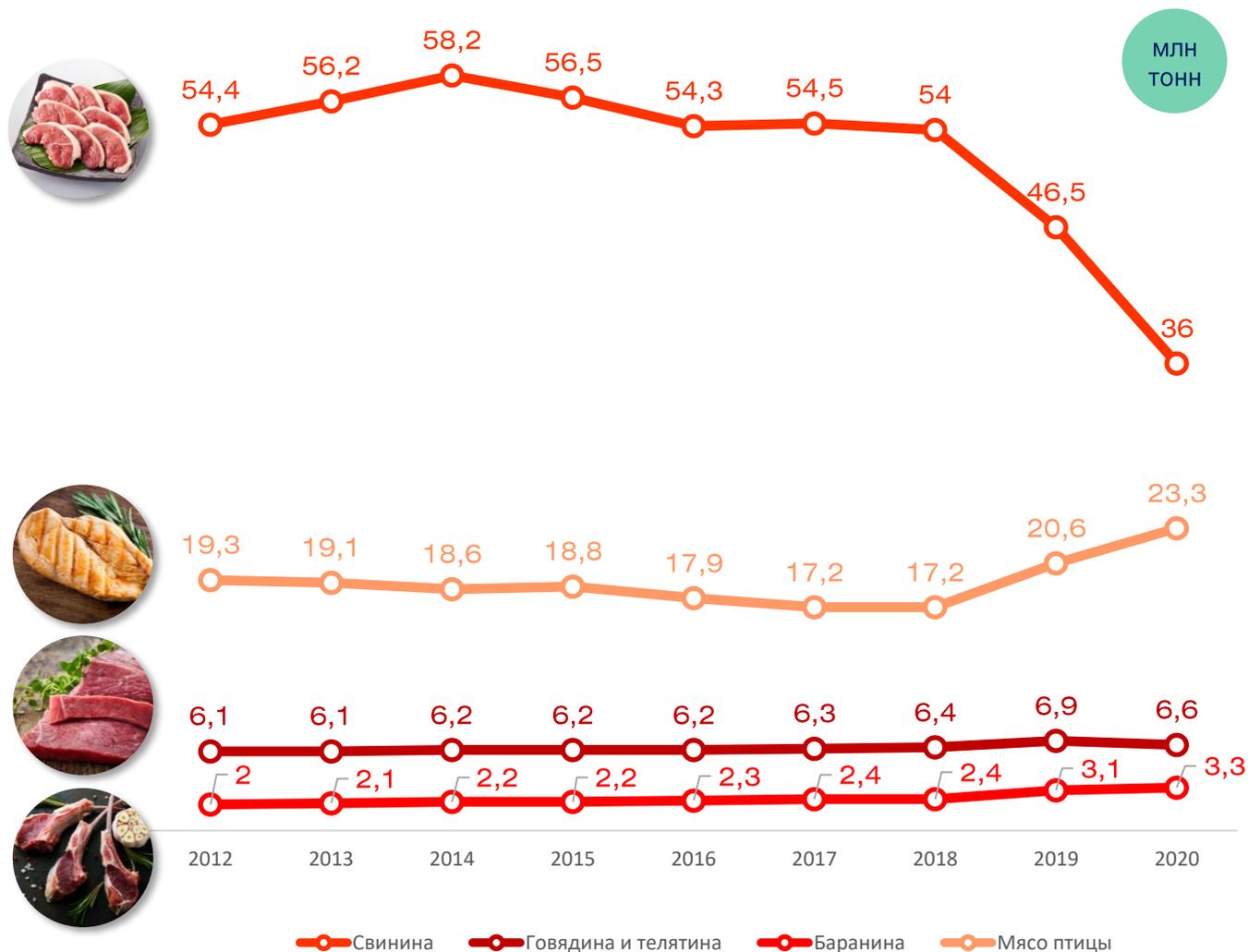


# РЫНОК МЯСА ПТИЦЫ В КИТАЕ



# СТРУКТУРА РЫНКА. ПОТРЕБЛЕНИЕ

## Производство мяса в Китае, в убойном весе



До 2018 года 67% китайского рынка мяса составляла свинина, на птицу приходилось всего 22%. Однако после вспышки африканской чумы свиней (АЧС) в августе 2018 года мясной рынок КНР очень сильно изменился. В 2019 году производство свинины сократилось более чем на 7,5 млн тонн, по сравнению с предыдущим годом, и часть этого сокращения была компенсирована резким увеличением производства и импорта мяса птицы. Кроме того, на рост потребления мяса птицы повлияло также изменение покупательских привычек и потребительских предпочтений.

# КЛЮЧЕВЫЕ СЕГМЕНТЫ РЫНКА МЯСА КУР

## Объем рынка в натуральном выражении



## Объем рынка в стоимостном выражении



- Около 64% рынка потребления приходится на замороженную продукцию.
- Доля замороженной продукции продолжит расти и к 2024 году достигнет 70%.

# РЫНОК ПОТРЕБЛЕНИЯ МЯСА КУР КНР В РАЗРЕЗЕ КАНАЛОВ ПРОДАЖ

ТЫС. ТОНН



МЛН ДОЛЛ.



- Около 57% рынка в натуральном (46% в стоимостном) выражении приходится на оптовые сегменты: предприятия HoReCa и переработчиков. Ожидается, что данные сегменты в прогнозном периоде будут наиболее растущими, что обусловлено урбанизацией и ростом ВВП на душу населения.
- В розничных сегментах стоит выделить онлайн торговлю, доля которой увеличится к 2024 году более чем в 1,5 раза с CAGR, равным 13% и 13,9% в натуральном и стоимостном выражении соответственно.

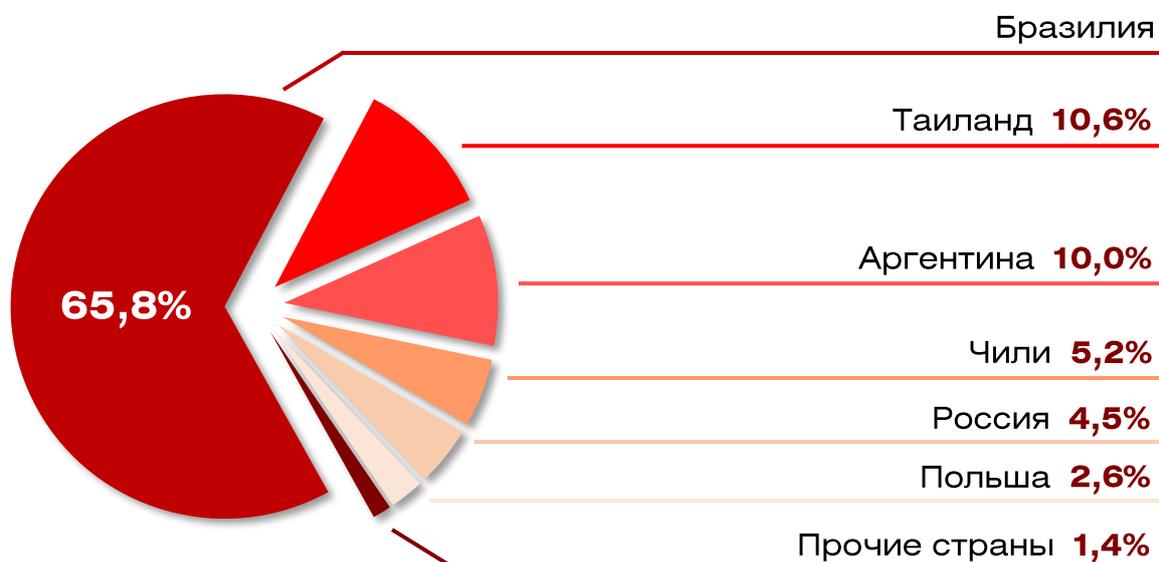
## ИМПОРТ. КЛЮЧЕВЫЕ СТРАНЫ

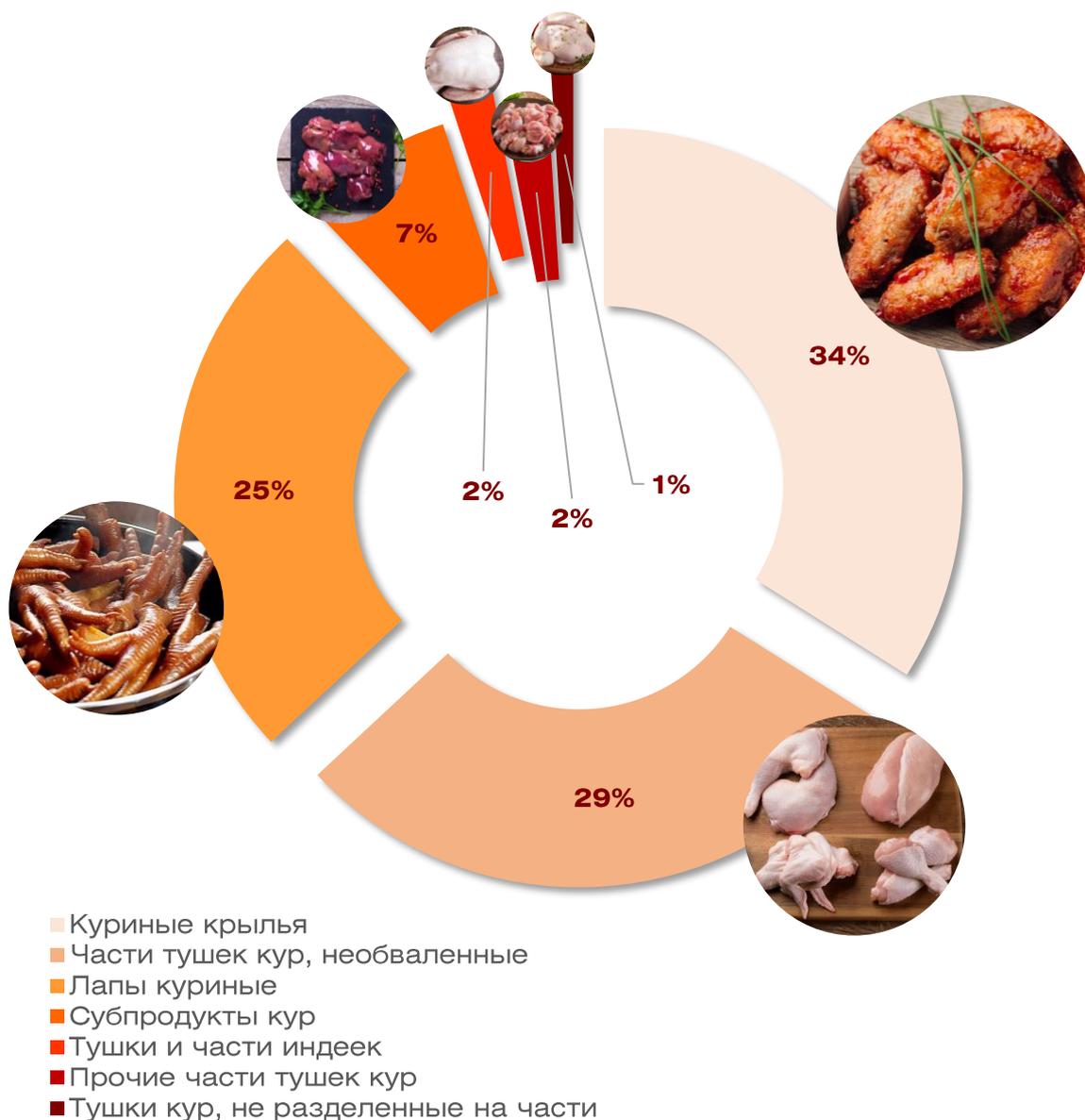
Китайский импорт мяса птицы в 2019 году достиг рекордного уровня в 795,1 тыс. тонн и общей стоимости в 2 млрд долл. В натуральном выражении импорт вырос на 58%, а в стоимостном – на 77%. Основной причиной роста стал высокий внутренний спрос, вызванный дефицитом белка из-за спада в производстве свинины.

### КЛЮЧЕВЫЕ СТРАНЫ ПОСТАВЩИКИ

ПОЗИЦИЯ В 2019 ГОДУ (2018)	СТРАНА	ОБЪЕМ ИМПОРТА В 2019 (МЛН ДОЛЛ.)	ОБЪЕМ ИМПОРТА В 2019 (ТЫС. ТОНН)
1 (1)	Бразилия	1 324,2	537,7
2 (3)	Таиланд	213,2	71
3 (2)	Аргентина	200,5	81,6
4 (4)	Чили	105,4	38,7
5 (7)	Россия	91,3	34,8
6 (5)	Польша	51,4	21,3
7 (6)	Беларусь	24,5	9,1
0 (8)	США	0	0

Бразилия остается главным экспортером мяса птицы в Китай. В 2019 году страна поставила на рынок 537,7 тыс. тонн на 1 324,2 млн долл., что на 28% в натуральном и на 42% в стоимостном выражении больше показателя 2018 года. Значительно увеличили поставки: Таиланд (в 4 раза к уровню 2018 года), Аргентина (в 2 раза) и Чили (в 2 раза). Открытие рынка для российской птицы позволило стране в 2019 году войти в ТОП-5 поставщиков.





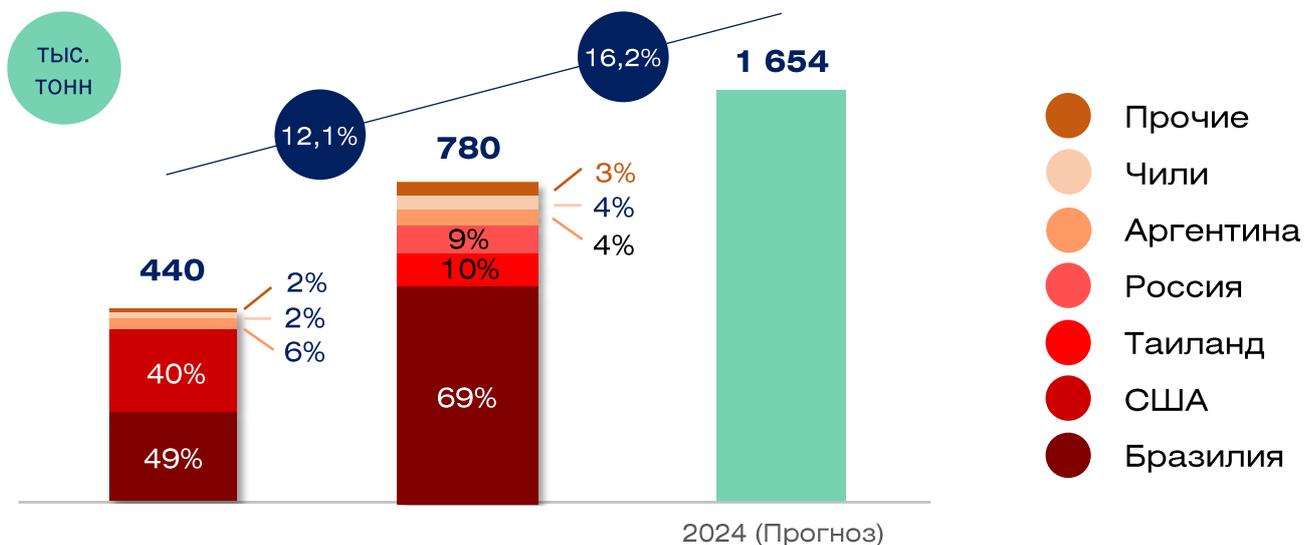
Увеличение объема импорта замороженных частей тушек кур в 2019 году могло быть связано с популяризацией ресторанов быстрого обслуживания и изменением потребительского поведения среди городского населения среднего класса.

По структуре импорта в натуральном и стоимостном выражении существует значительная разница. В натуральном выражении основной импорт приходится на куриные крылья (34%), части тушек кур необваленные (29%) и куриные лапы (25%).

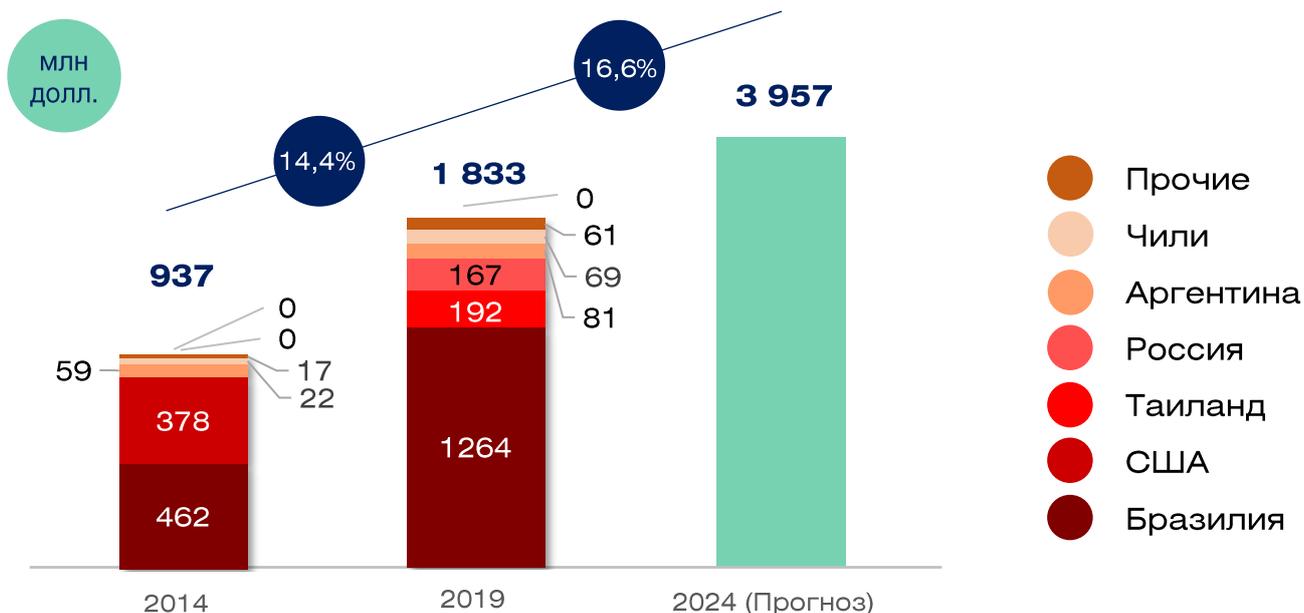
При анализе стоимостной структуры импорта необходимо отметить значительную долю куриных крыльев и лап – 45% и 29% соответственно. Это свидетельствует о более высоких ценах на данные категории продуктов.

# РЫНОК ИМПОРТА МЯСА КУР КНР: ПРОГНОЗ ОБЪЕМА И КЛЮЧЕВЫЕ ПОСТАВЩИКИ

## Объем рынка импорта в натуральном выражении



## Объем рынка импорта в стоимостном выражении



- В 2014 году большую часть поставок обеспечивали США и Бразилия. После ввода запрета на ввоз продукции из США, Бразилия удерживала долю порядка 80% вплоть до 2019 года, когда она снизилась до 69% благодаря входу на рынок новых игроков (Россия, Таиланд, Польша) и увеличению поставок из Аргентины и Чили.
- В перспективе ожидается значительный прирост доли США из-за возобновления поставок американской продукции, а также рост поставок из Таиланда ввиду его логистических преимуществ. Не исключается и дальнейшая диверсификация структуры импорта ввиду тенденции расширения стран-поставщиков.

# СТРУКТУРА ИМПОРТА МЯСА КУР

## Объем рынка импорта в натуральном выражении



## Объем рынка импорта в стоимостном выражении



- КНР импортирует только замороженную продукцию ввиду логистических ограничений и предпочтений рынка.
- До 2024 года ожидается увеличение импорта более чем в 2 раза в сегментах замороженных частей тушек (с костями и без костей).

# НАИБОЛЬШУЮ ДОЛЮ РЫНКА ЗАНИМАЮТ ЗАМОРОЖЕННЫЕ ЧАСТИ ТУШЕК С КОСТЯМИ

## Объем рынка импорта (сегмента) в натуральном выражении



## Объем рынка импорта (сегмента) в стоимостном выражении



- В Китае наиболее востребованы замороженные части тушек с костями: крылья, лапы и ноги. Высокая доля замороженных куриных крыльев и лап в общем объеме импорта отражает традиционные пищевые предпочтения китайских потребителей.

## ДИНАМИКА И СТРУКТУРА ЭКСПОРТА МЯСА КУР ИЗ РОССИИ

Последние несколько лет птицеводческая отрасль России показывает стабильный рост: среднегодовой темп роста производства мяса птицы в период 2014 – 2019 годов составил 3,8%. Ключевыми странами-импортерами российского мяса кур являются: Вьетнам, Саудовская Аравия и страны постсоветского пространства. С 2019 года, после открытия рынка для России, основным экспортным направлением стал Китай.

Структура экспорта в КНР по видам продукции, %

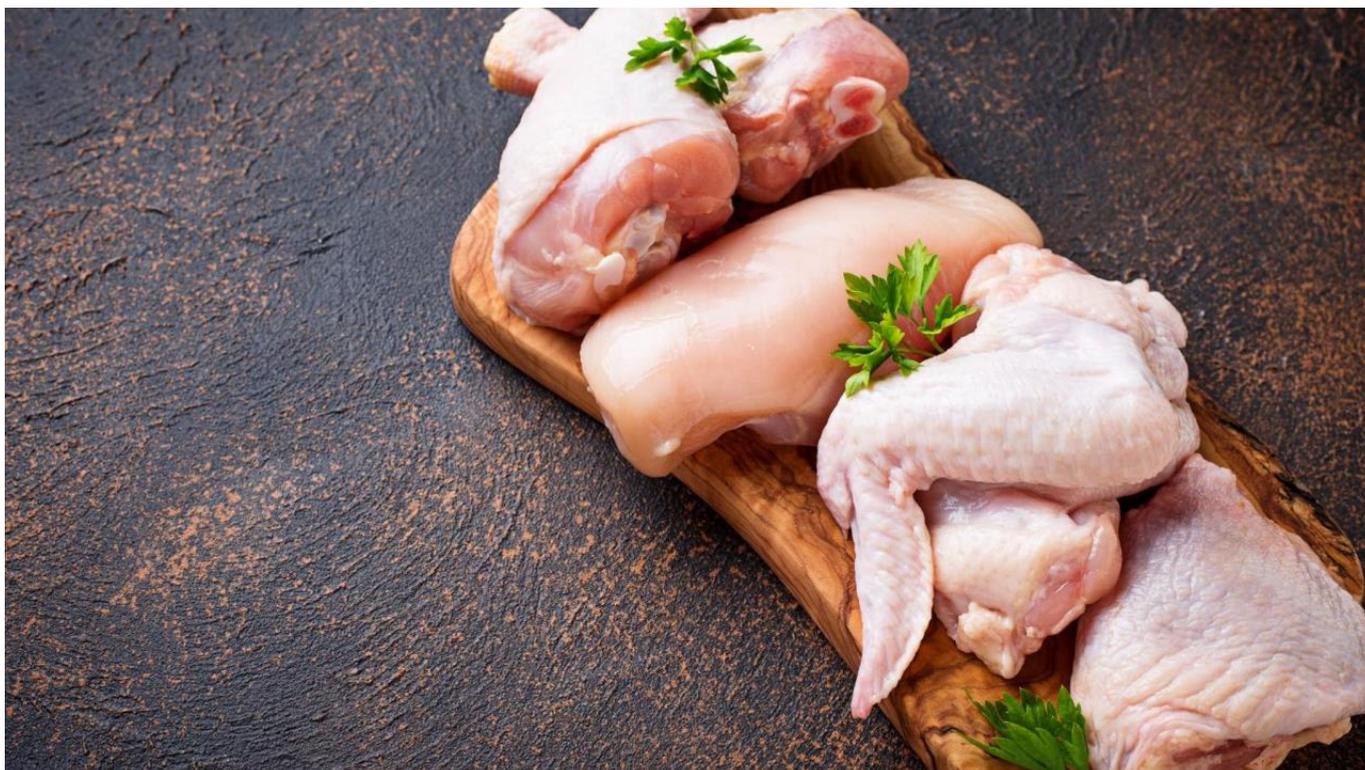


Согласно опросу китайских потребителей, восприятие российской продукции не уступает, и даже превосходит продукцию основных стран конкурентов по ключевым критериям выбора продукции: вкус, соответствие стандартам, свежесть, прослеживаемость цепочки (от производства до потребителя).

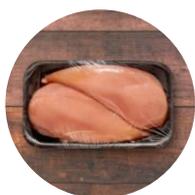
В настоящее время Россия уступает ключевым странам-конкурентам по длительности доставки продукции птицеводства до КНР. Однако Россия обладает ж/д сообщением с КНР, что при условии развития данного направления не только делает длительность доставки из РФ в Китай более конкурентной, но и открывает дополнительные возможности.

## ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

- Наиболее популярными среди китайцев считаются куриные лапы, которые употребляют в пищу в качестве закусок и деликатесов. Такое лакомство они готовят самыми разными способами – обжаривают в кастрюле с маслом, тушат, коптят или варят.
- Среди молодых потребителей пользуются популярностью запеченные или обжаренные продукты. Они отдают предпочтение готовой курице (преимущественно фаст-фуд).
- Ввиду вспышек птичьего гриппа и закрытия рынков живых птиц, китайские покупатели поменяли потребительские привычки в пользу переработанного мяса.
- Вопрос первостепенной важности – это безопасность продуктов питания и отсутствие искусственных добавок и гормонов. Потребители начали обращать внимание на органическое мясо и экологически чистую продукцию.
- Особое внимание уделяют содержанию этикеток: дата изготовления, сроки годности, производитель, а также страна происхождения товара.



# КЛЮЧЕВЫЕ ТРЕНДЫ И ТЕНДЕНЦИИ



Рост продаж продуктов питания и напитков с высокой добавленной стоимостью ввиду вынужденного перехода потребителей на питание дома и отказа от посещения ресторанов



Усиление тренда на сокращение числа розничных магазинов ввиду перехода потребителей на онлайн-покупки



Тренд на полезное питание и заботу потребителей о здоровье.

ПРЕИМУЩЕСТВА	РИСКИ
Растущие потребности Китая в импорте как в 2020 году, так и в последующие годы	Сильные местные конкуренты с большими возможностями дистрибуции
Признание и предпочтение потребителями мяса птицы	Сильные импортеры-конкуренты с местным производством (например, компании Tyson Foods, Inc. и CP Foods)
Конкурентоспособные цены на мясо птицы делают его хорошей альтернативой говядине и баранине	Льготные импортные тарифы для Таиланда и Чили
Лапы и крылья приносят большую доходность в общих экспортных продажах, чем другие продукты	Строгий ветеринарно-санитарный контроль безопасности импортируемого мяса птицы на соответствие национальным стандартам
Наличие потенциальных рыночных ниш (например, индейка)	Возвращение на китайский рынок экспортеров из США
Россия обладает близким ж/д сообщением с КНР	Из-за размера рынка и сложной логистики нелегко контролировать цепочки поставок и безопасность пищевых продуктов

## КЕЙС. ИСТОРИЯ УСПЕХА

Бразильская компания JBS Group занимает 1-е место в списке крупнейших производителей мяса птицы в мире. В настоящее время на китайский рынок приходится более 20% общего экспорта JBS в Азию. Это направление является очень важным и перспективным для компании. JBS инвестировала порядка 8,5 млн долл. США для расширения производственных мощностей нескольких производственных площадок для удовлетворения потребностей китайского рынка.



В январе 2019 года компания модифицировала бренд «Seara», расширив его линейкой «Fresh and Frozen», которая стала популярной среди потребителей на рынке B2C и в секторе общественного питания (HoReCa). Бренд позиционирует себя как надежный поставщик, продукция которого является безопасной и полезной. Курица индивидуальной заморозки имеет компактную порционную упаковку, а также обладает уникальной системой герметичного многоразового замка (zip-lock). Помимо этого, продукция имеет сертификат Халяль. Все эти факторы создают положительный имидж и подчеркивают важность китайского рынка для JBS. За счет этого продукция «Seara» получила популярность для приготовления блюда в стиле хого или китайский самовар (火锅 huǒguō, хот-пот). Способ приготовления таких блюд прост: металлический «котелок» с кипящим бульоном помещается в центре стола, а сырые ингредиенты отдельно, чтобы было удобно добавлять и готовить их в бульоне.

Стоит отметить, что при маркетинговом позиционировании на рынке КНР бразильские компании делают наибольший акцент на узнаваемости бренда и страны происхождения. Часто в качестве продвижения используют интеграцию с известными кулинарными блогерами. За счет нативной рекламы бренда и лояльной аудитории блогера рекламная кампания получает широкий охват и известность среди потребителей.

## ВЫВОДЫ

1. Программа «Один пояс один путь» открывает возможности для дальнейшего развития и наращивания импорта продукции из мяса кур. Логистика ЖД транспортом может стать одним из ключевых факторов конкурентоспособности на рынке КНР.
2. Перспективное направление для российского бизнеса - поставка куриных лап, которые популярны в КНР и не востребованы в РФ. Это дает возможность российским производителям делать наценку до 30 %.
3. Первостепенное значение на китайском рынке отдают контролю цепочки поставок от собственных заводов до потребителя. В связи с этим экспортер должен иметь возможность продемонстрировать свою способность контроля качества и безопасности поставок по всей цепочке дистрибуции.
4. Ключевые факторы успешного присутствия на рынке: раскрытие функциональных преимуществ продукции, посредством презентаций и кулинарных рецептов; раскрытия рациональных преимуществ за счет демонстрации сертификатов безопасности и высокотехнологичного производства.
5. На текущий момент российская продукция из мяса кур имеет нейтральный уровень восприятия по параметрам «цена-качество», являющимся ключевым на рынке КНР. Поэтому важно уделять внимание в том числе и общему имиджу страны. Основа для оптимального позиционирования российского мяса - эффект России как страны происхождения. «Российская курица - источник силы, здоровья и энергии».