

O MERCADO CHINÊS DE CAFÉ



SUMÁRIO

Introdução.....	3	Diversificação do consumo.....	11
Consumo de Café.....	4	Principais players estrangeiros.....	12
Perfil do consumidor.....	5	Nível de concorrência.....	13
Importações.....	6	Parceria com Big Techs.....	14
Principais fornecedores.....	7	Papel do e-commerce.....	15
Café solúvel.....	8	Preço médio.....	16
Marcas mais populares - café solúvel.....	9	Considerações relevantes.....	17
Café em cápsula.....	10	Perspectivas.....	18

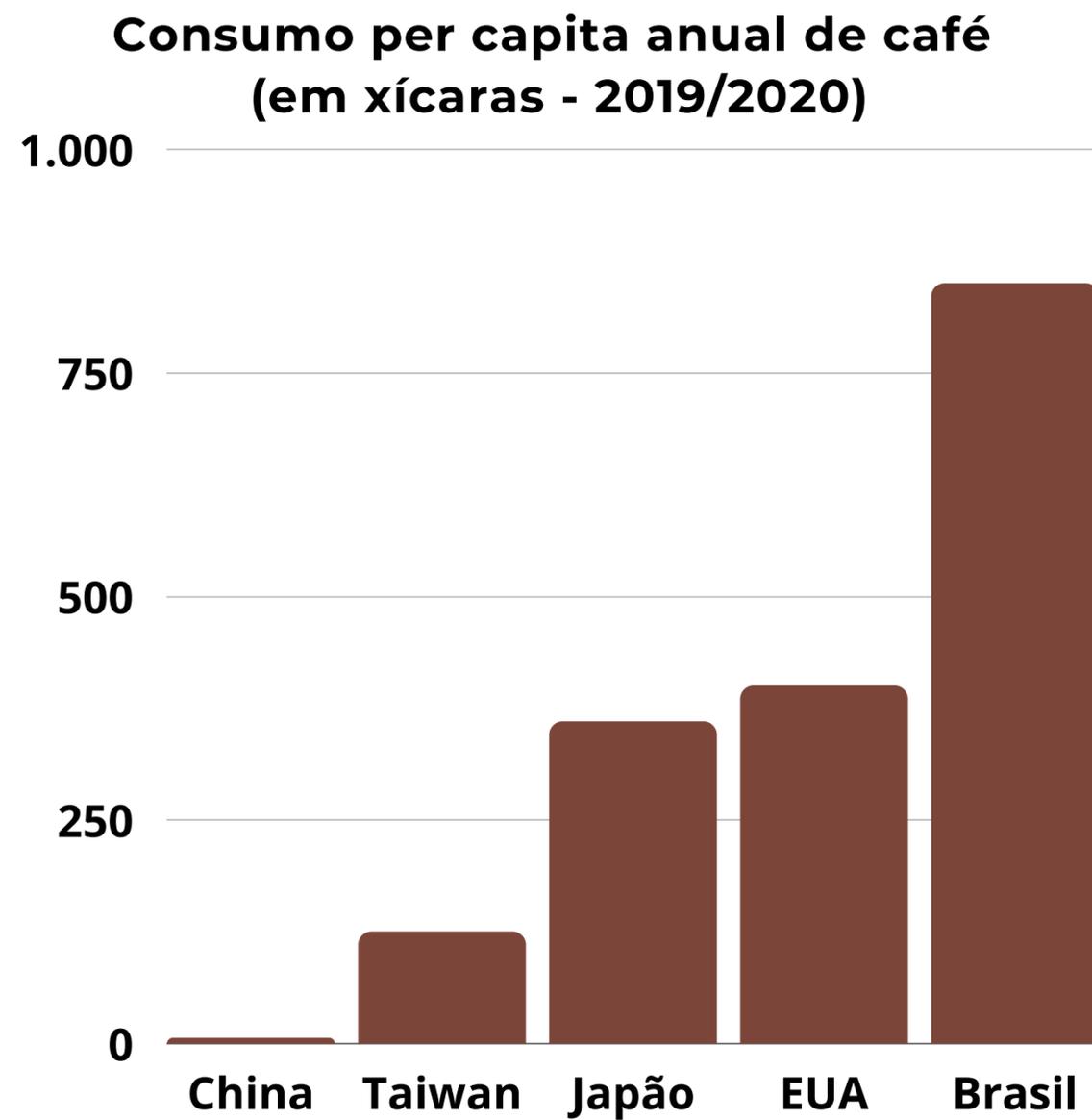
INTRODUÇÃO

O consumo de café aumenta na China, transformando o país tradicionalmente consumidor de chá em um dos mercados mais promissores para a indústria cafeeira.

A fim de suprir essa crescente demanda, é fundamental que as marcas brasileiras conheçam as tendências e especificidades do consumo do grão no país asiático.

Com maior conhecimento sobre as nuances e as tecnologias empregadas na China, empresas do Brasil estarão melhor preparadas para explorar o potencial do mercado chinês de café.

CONSUMO DE CAFÉ



Fontes: China Daily. Globo.com, Statista

Na última década, o consumo de café na China vem **crescendo cerca de 15%/ano** vs. 2% no resto do mundo.

Durante o ano agrícola de 2019/20, a população chinesa consumiu cerca de **3,25 milhões** de sacas de café (60 kg).

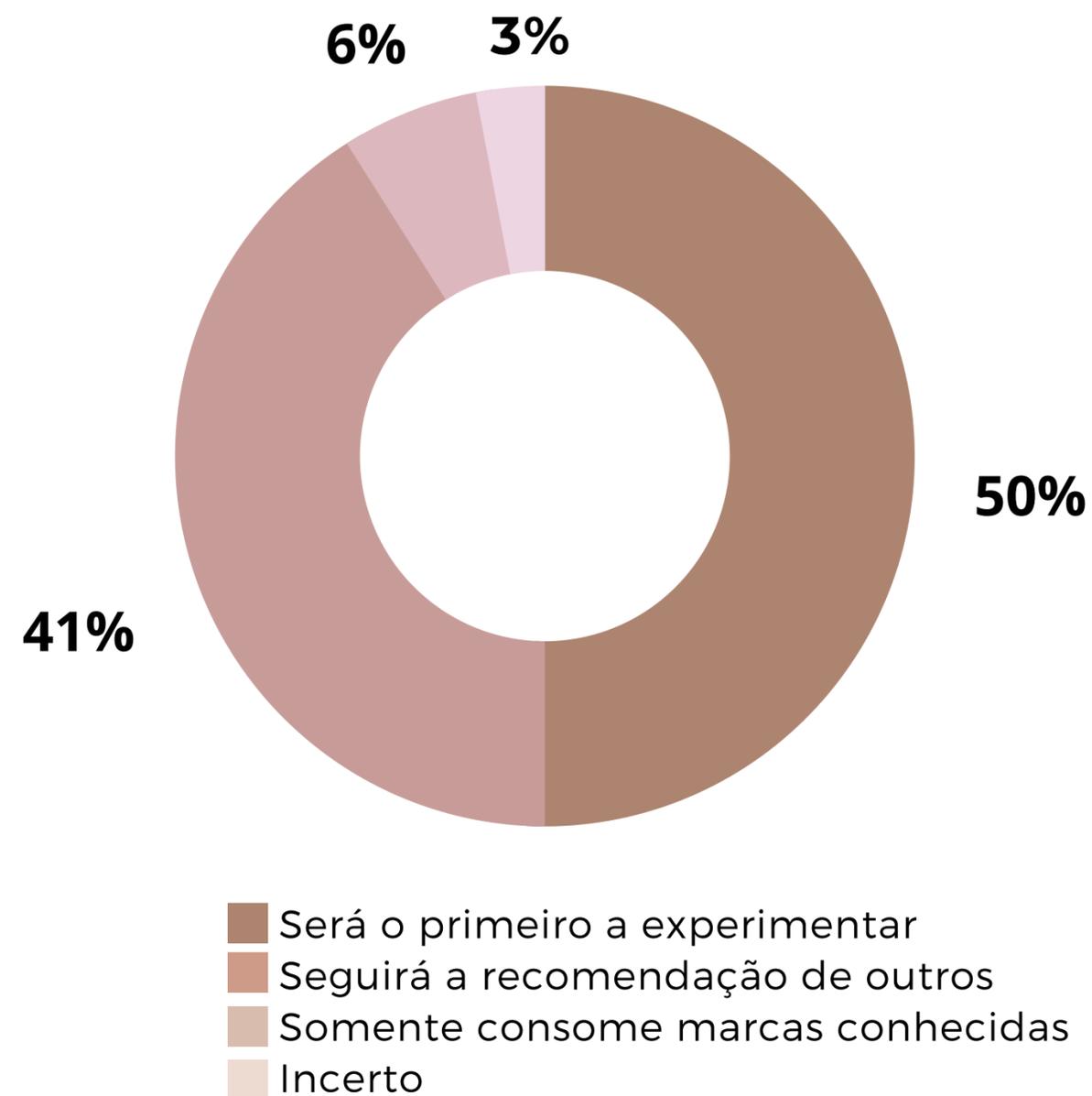
No entanto, o **consumo per capita** no país ainda é **baixo**, de 5 xícaras/ano – no Japão, por exemplo, é de 360 xícaras/ano –, um indicativo de que o consumo da bebida está em fase inicial e ainda não se tornou um hábito diário para a maioria dos chineses.

PERFIL DO CONSUMIDOR

O consumidor chinês de café é **jovem** (millennial, 75% de classe média, e desses 70% são mulheres). Vive principalmente em **regiões urbanas costeiras**, mais desenvolvidas e cosmopolitas, como Guangzhou, Shenzhen, Xangai e Pequim.

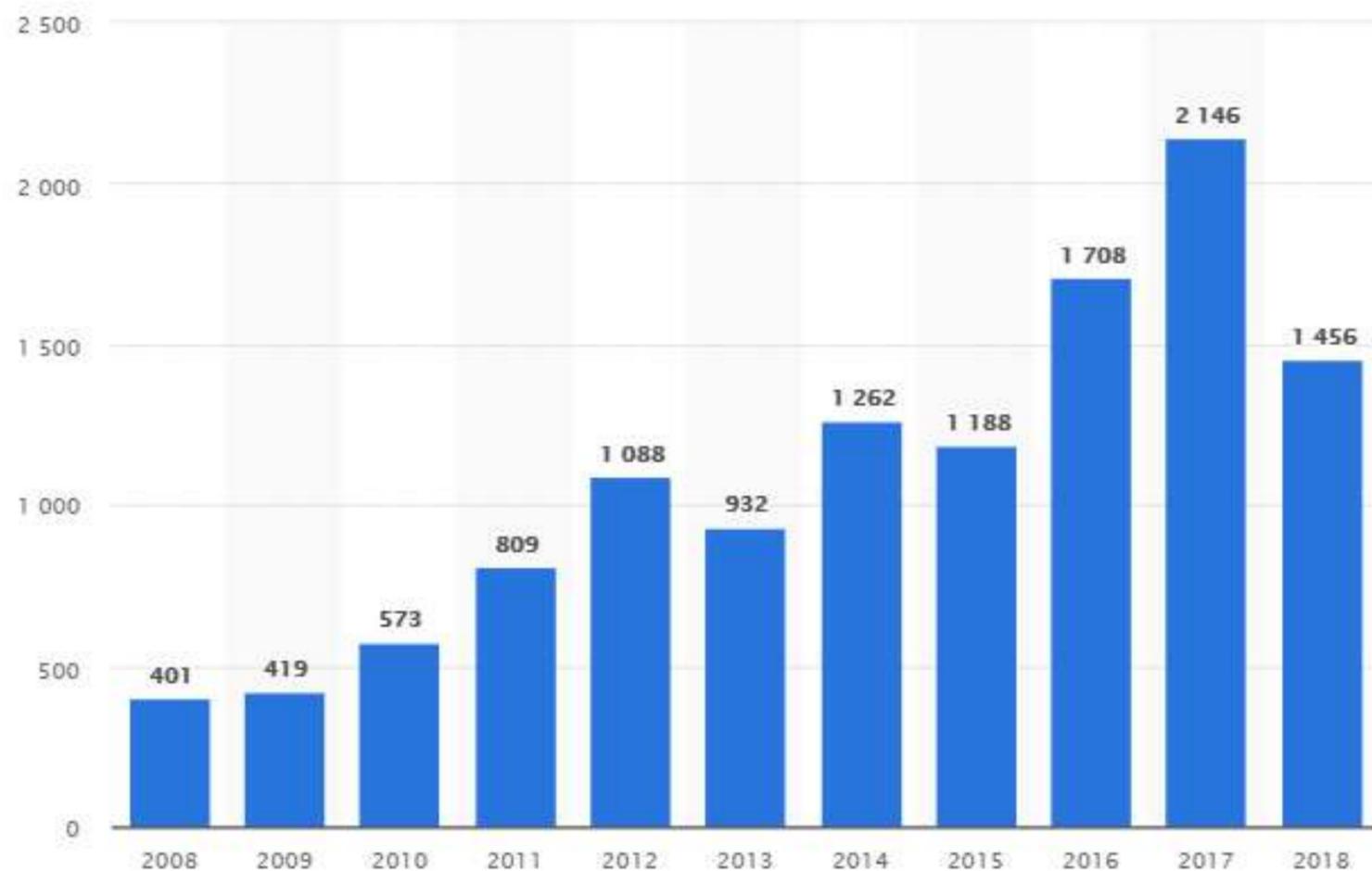
Prefere um **café menos ácido e com menos corpo**, diferente do consumidor brasileiro, e compra mais o produto solúvel, em pó e instantâneo.

A maioria deles se mostra aberta a **experimentar novas marcas de café (51%)** e a **seguir recomendações de outros (41%)**.



IMPORTAÇÕES

Importação de café pela China, 2008-2018
(mil sacas/60kg)



Fontes: Mordor Intelligence, Statista.

O aumento da demanda por café levou a um incremento gradual nas suas importações. Em 2018, a China importou **1,46 milhões de sacas** do grão, em sua maioria **café solúvel**.

No mesmo período, a produção doméstica ficou entre **1,9 e 2 milhões de sacas**, originadas, principalmente, de duas províncias do sul, Yunnan e Hainan. **Yunnan produz >60% de todo o café do país**.

Considerando que grande parte da produção doméstica é exportada como café verde, **estima-se que pelo menos 50% do café consumido na China seja de origem estrangeira**.

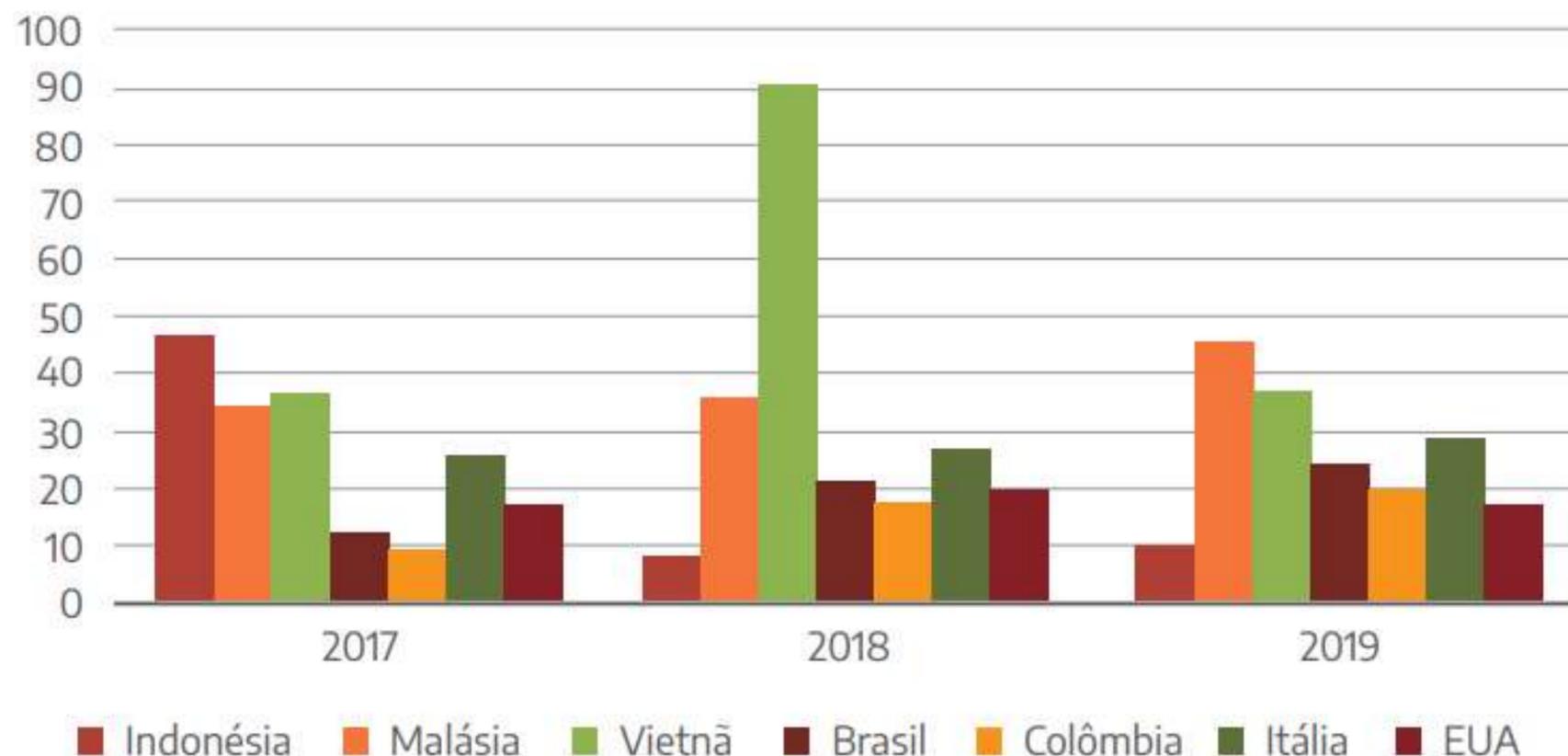
PRINCIPAIS FORNECEDORES

Em 2019, **Malásia** (US\$ 46 milhões) e **Vietnã** (US\$ 38 milhões) foram os principais fornecedores de café para a China, seguidos de **Itália** (US\$ 29 milhões) e **Brasil** (US\$ 24 milhões).

De forma geral, o **SE Asiático/ASEAN** é o principal fornecedor do grão, muito graças aos acordos tarifários negociados no Tratado de Livre Comércio ASEAN-China (ACFTA, na sigla em inglês).

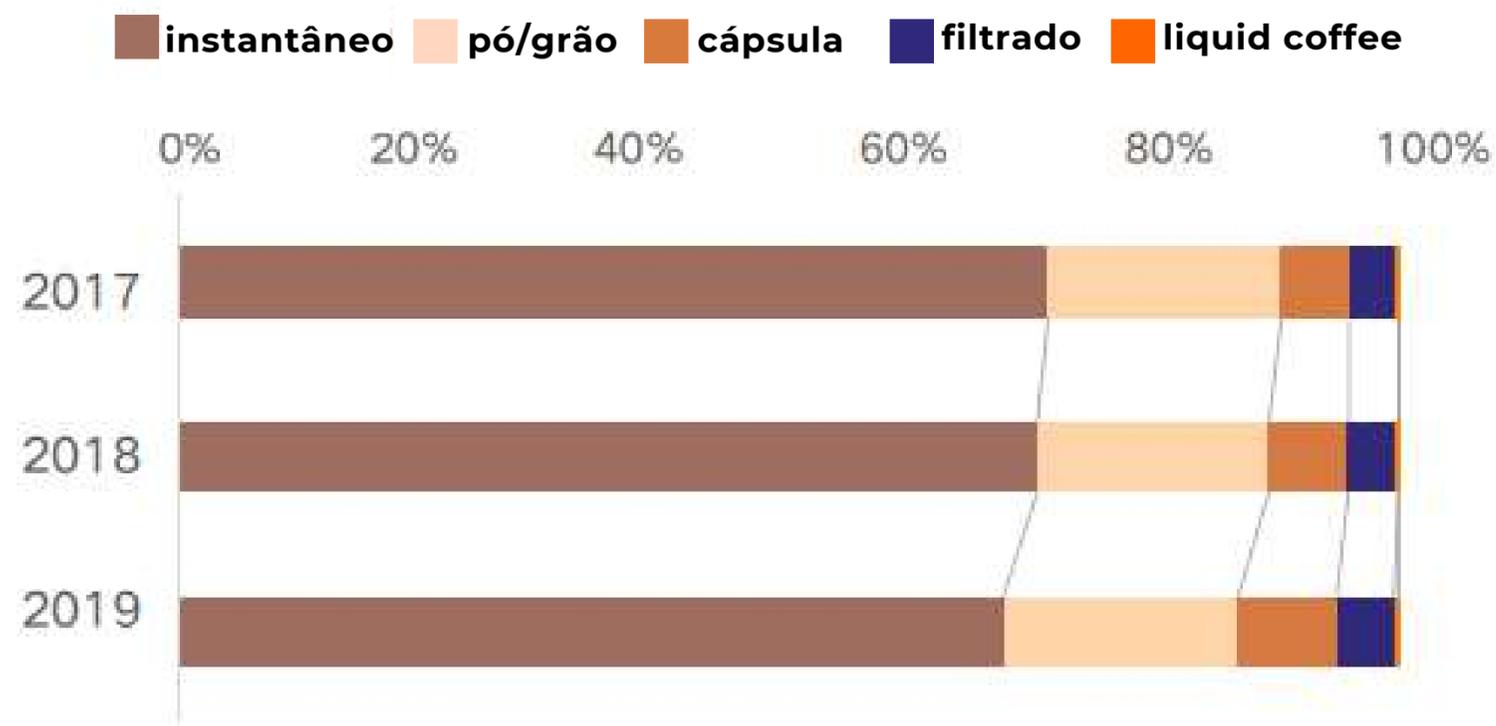
As exportações brasileiras de café para o país asiático **aumentaram mais de 110%** de 2015 a 2019, de 85 mil a 171 mil sacas.

Principais fornecedores de café à China (US\$ milhões)



CAFÉ SOLÚVEL

Participação dos tipos de café em vendas online 2017-2019



Apesar de decrescente, o segmento de café solúvel **domina o mercado de café chinês**.

Foi introduzido no país na década de 1980 como uma opção prática e menos sofisticada dada a falta de lojas ou cafeteiras para preparo café em casa.

Além de facilitar a mistura do grão em outras bebidas, a preferência massiva pelo produto solúvel também resulta do fato de que todos os lugares na China têm torneiras para reposição de água quente, devido ao hábito de consumir chá.

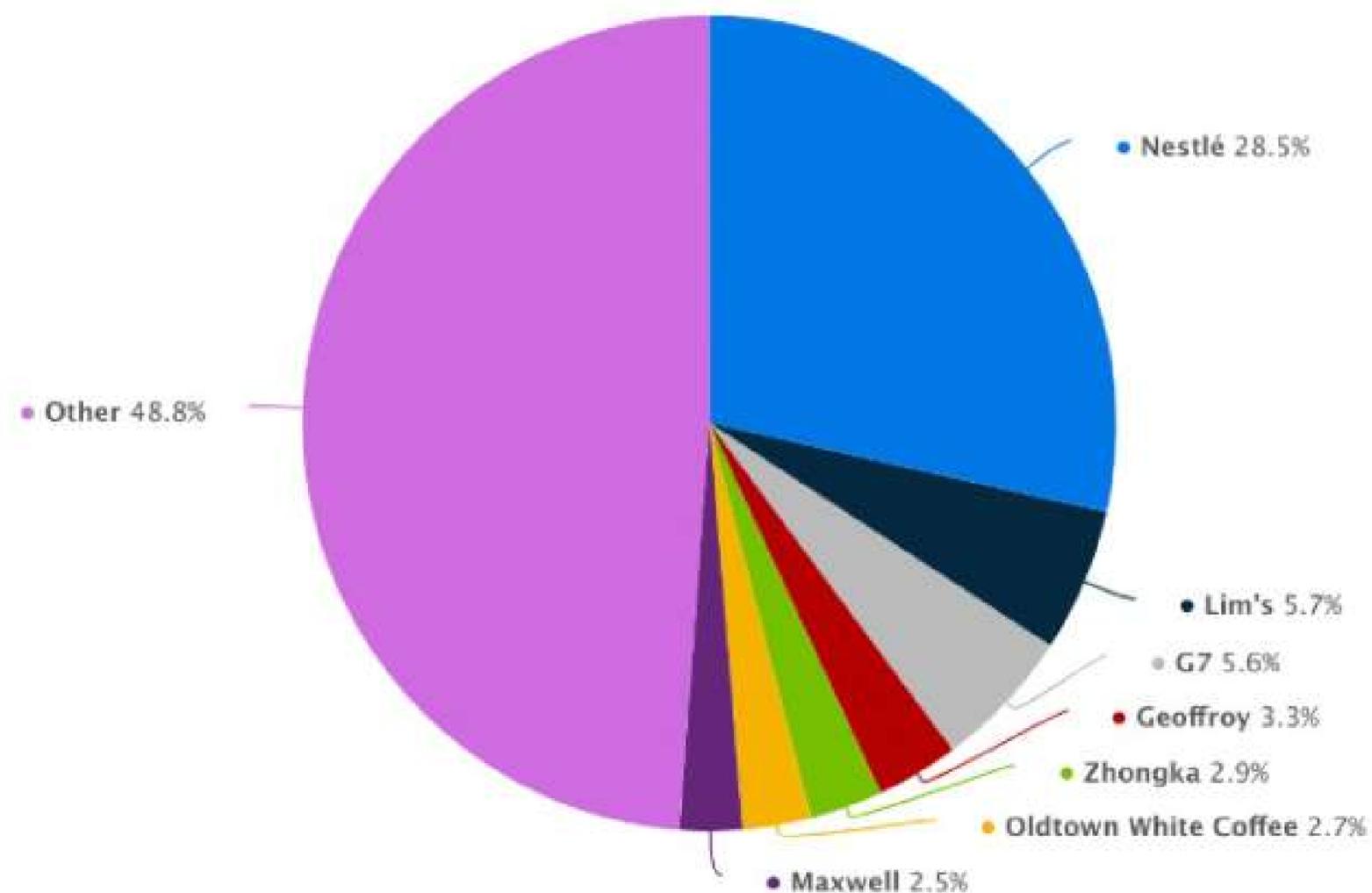
MARCAS MAIS POPULARES - CAFÉ SOLÚVEL

A **Nestlé**, com o **Nescafé**, foi a primeira marca de café solúvel a entrar na China, em 1986. Desde então, mantém a liderança do segmento, com **28%** desse mercado (2018).

A **Saturnbird Coffee**, marca chinesa de café solúvel, vem competindo diretamente com a Nestlé neste segmento.

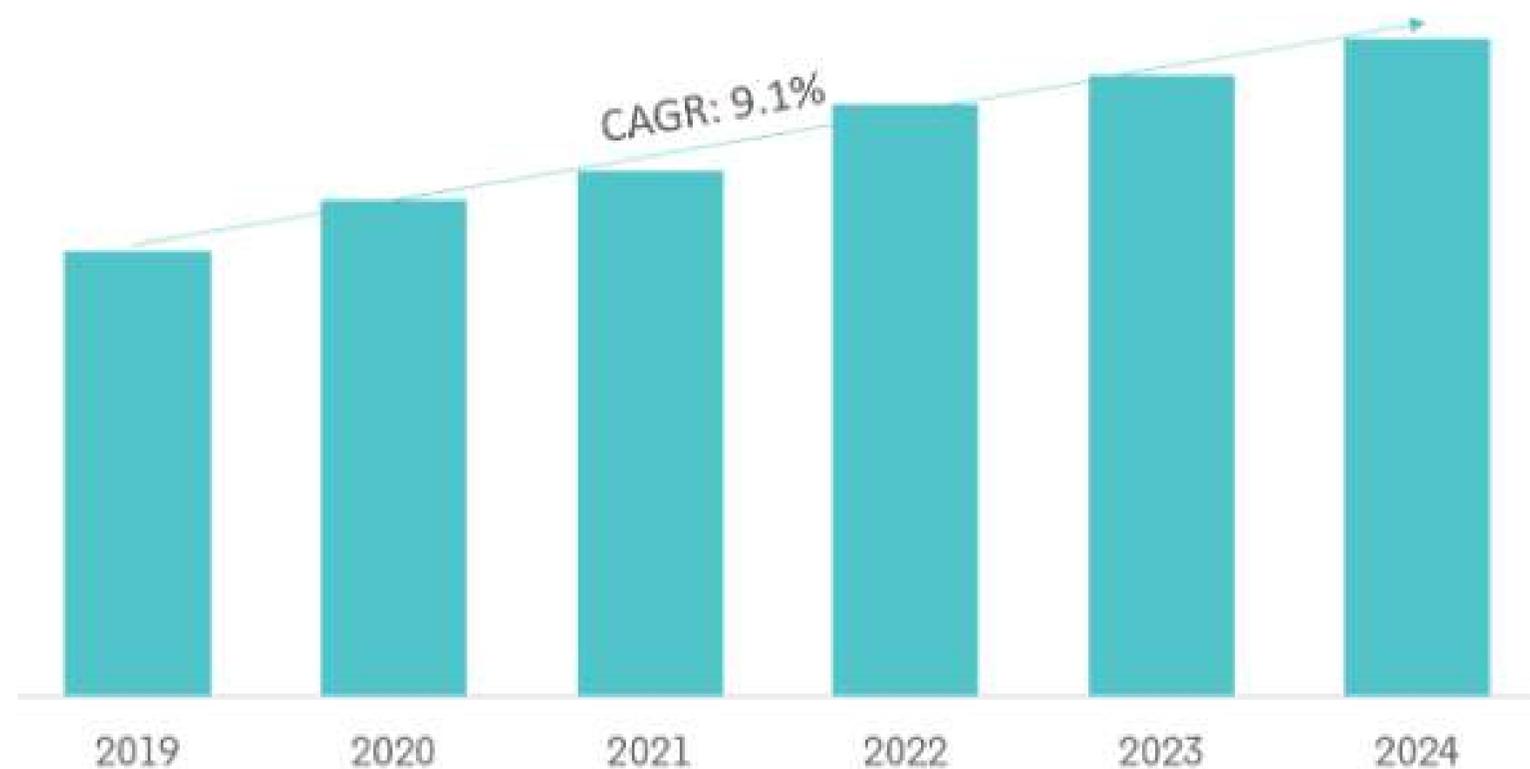
Em 2019, superou a empresa suíça nas vendas do Dia dos Solteiros, tornando-se a **primeira marca local a liderar a lista da categoria de café no Tmall**.

Distribuição do mercado de café solúvel por marca (2018)



CAFÉ EM CÁPSULA

Taxa de crescimento (%) de filtros e cápsulas de café na China (2019-2024)



Nos próximos cinco anos, estima-se que as cápsulas de café representem mais da metade do café moído fresco, indicando que os consumidores chineses podem escolher “pular” o formato padrão de consumir o grão e ir diretamente para as cápsulas.

Além disso, as máquinas de café em cápsula se tornaram a base da experiência de consumir café na China. Portanto, espera-se que o país continue a oferecer um **potencial de crescimento significativo para produtores de cápsulas de café.**

DIVERSIFICAÇÃO DO CONSUMO

O crescimento de cápsulas tem relação com a qualidade, a eficiência e a diversidade de opções oferecidas em uma única porção de café.

A **Nestlé**, com a **NESPRESSO**, domina as vendas de cápsulas no país. Em 2019, a empresa começou a vender cápsulas de café com a marca Starbucks em supermercados e plataformas de e-commerce chineses (Tmall, JD, Suning.com).

Além das cápsulas de café, categorias como **café filtrado** e "**liquid coffee**" têm se popularizado, diversificando o consumo do grão no país.

Fonte: Mordor Intelligence.



PRINCIPAIS PLAYERS ESTRANGEIROS

1 Starbucks Coffee Company

2 Nestle SA

3 Luigi Lavazza SPA

4 Gloria Jeans

5 JAB Holding Company

Players globais dominam o mercado chinês de café. Os atuais líderes do mercado são **Starbucks** Coffee Company, no segmento de franquias, e **Nestlé** SA, no mercado de café solúvel e cápsulas.

O **Starbucks** opera 4.800 lojas em 200 cidades chinesas, empregando mais de 58 mil pessoas. A marca possui quase 60% da participação de mercado em franquias de café no país.

O **McCafé**, filial do McDonald's (China), também é uma franquia com grande presença, tendo mais de 3.600 lojas.

NÍVEL DE CONCORRÊNCIA

O nível de concorrência no mercado de café chinês é **elevado**.

A inexistência de um player dominante e, ainda assim, a forte presença de diferentes players, principalmente internacionais, evidencia a **fluidez** e a **dinamicidade** de um mercado de café ainda não consolidado.

Parcerias, fusões e aquisições têm sido usadas como estratégia de crescimento pelos principais players no país, assim como ofertas e inovação em embalagens, na busca por conquistar os consumidores chineses.



**SATURN
BIRD®
COFFEE**

PARCERIA COM BIG TECHS

Algumas redes de café vêm fechando parcerias com empresas de tecnologia chinesas a fim de **incrementar suas vendas** e ampliar o seu **alcance digital**.

Tim Hortons, uma cadeia canadense de cafeterias presente na China desde 2019, fechou parceria com a **Tencent** em maio de 2020.

Desde então, já acumulou **3 milhões de membros** em um mini programa do WeChat e abriu uma cafeteria com o tema de eSports em Xangai, para conquistar consumidores mais jovens.

A parceria Tim Hortons-Tencent sucede a parceria estratégica entre Starbucks e Alibaba (2018), que levou ao lançamento de lojas expressas – **Starbucks Now**.

Elas são focadas no atendimento de pedidos feitos pelo aplicativo da marca, disponível em plataformas do Alibaba, como Alipay e Taobao .

Tencent 腾讯


Alibaba Group
阿里巴巴集团

PAPEL DO E-COMMERCE

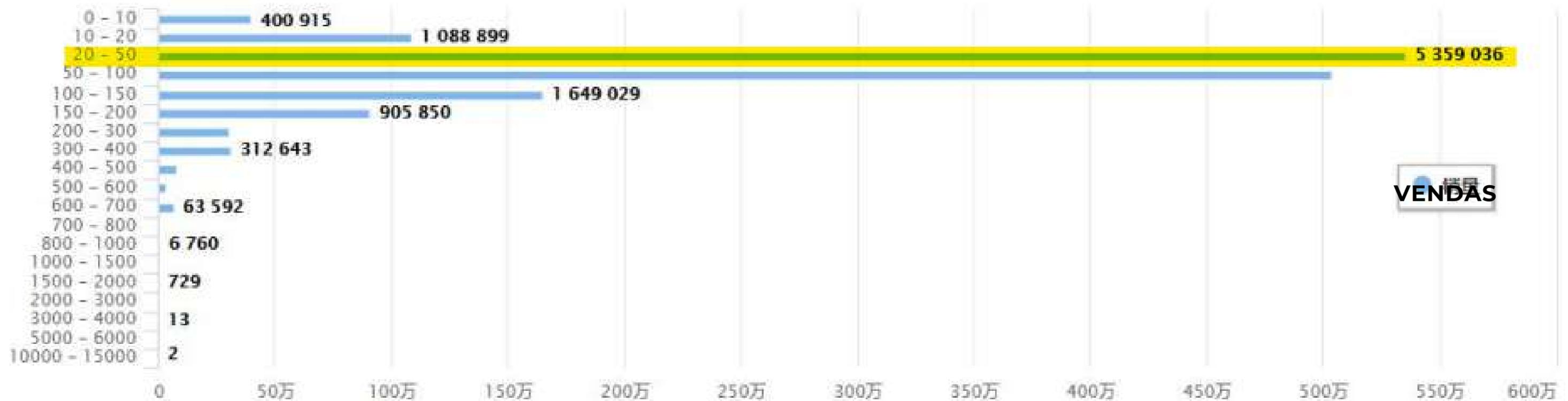


O **Tmall**, plataforma B2B do Alibaba com maior participação no e-commerce chinês (56,6%), lidera o crescimento do mercado online de café.

Pesquisas relacionadas ao grão **saltaram 80%** na plataforma durante a pandemia, transformando o café em uma das principais escolhas dos consumidores online.

Livestreamings produzidos por essas plataformas também contribuem para o aumento das vendas virtuais da bebida. Em 2019, o Starbucks **vendeu +3 mil produtos em apenas 5 segundos** e distribuiu +160 mil cupons de desconto de café em meia hora.

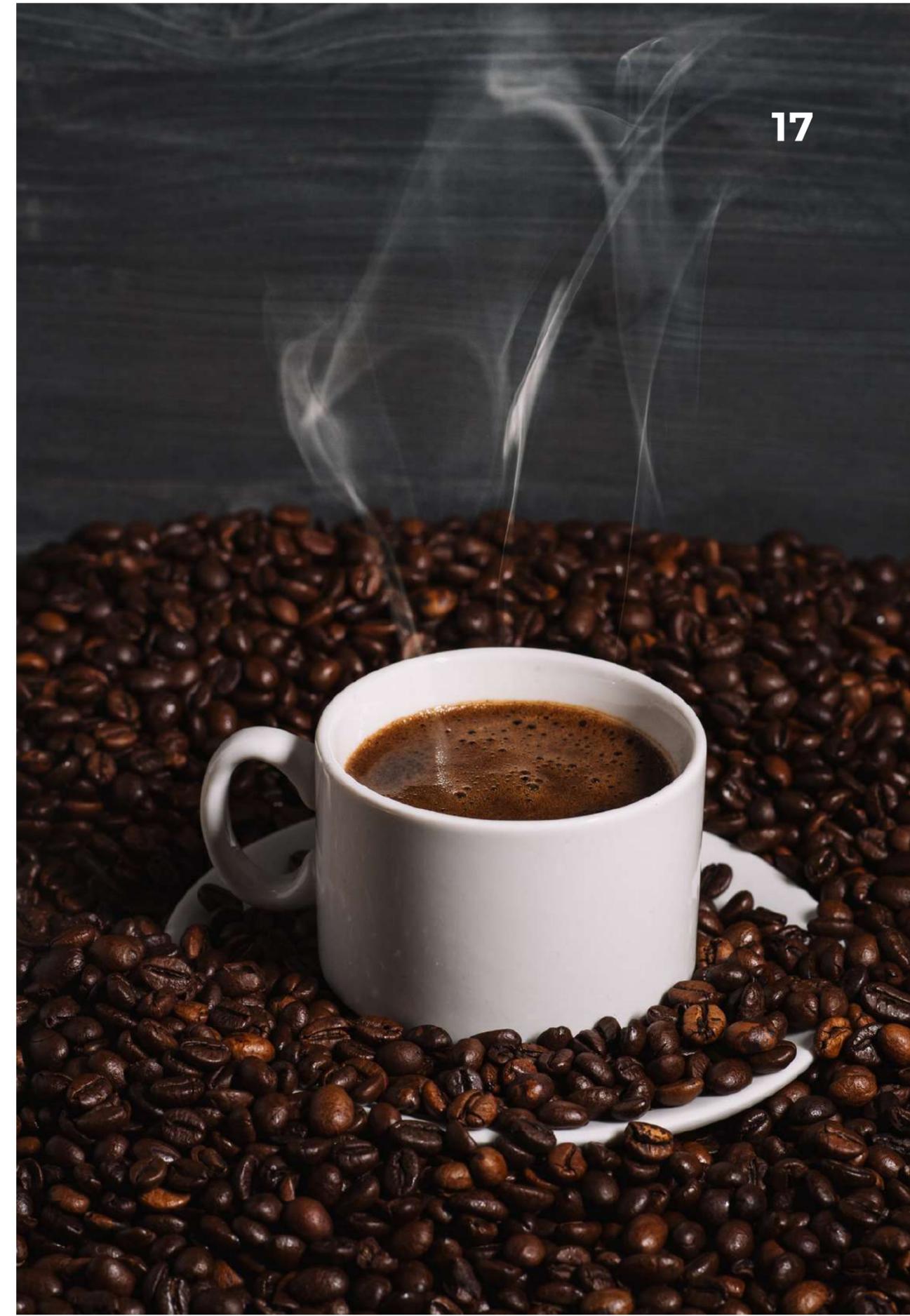
PREÇO MÉDIO



No Taobao, outra plataforma de e-commerce do Alibaba, produtos (café solúvel, grãos e pó de café) na faixa de preço **US\$3 - US\$15** (RMB20- RMB50) são os mais vendidos, visto que são os valores mais acessíveis para consumidores online.

CONSIDERAÇÕES RELEVANTES

- Apesar de serem um dos maiores fornecedores de café para a China, marcas brasileiras são pouco vistas em supermercados, uma vez que o grão brasileiro está, principalmente, em *blends* - misturas.
- O e-commerce chinês deve ser estudado como potencial ponto de venda para o café brasileiro, visto que esse canal é altamente desenvolvido no país e muito usado pelo consumidor alvo.
- Redes de cafeterias internacionais investem pesado para se estabelecerem no país e contam com uma crescente concorrência local.



PERSPECTIVAS

Estima-se que **650 milhões** de chineses passem a consumir café, o triplo da população do Brasil.

A China continuará centrada na cultura do chá, mas o hábito de tomar café tende a se popularizar, com uma gradual **sofisticação do consumo**, aproximando-se dos hábitos de HK e Taiwan.

O consumo do **café em cápsula** tende a permanecer em alta, assim como em **coffee shops**, com a China superando os Estados Unidos como maior mercado do Starbucks, em termos de lojas.

Plataformas online de **e-commerce**, como Taobao e JD, continuarão como lugar importante para vendas do grão.





INOVA CHINA

Trazemos soluções e conteúdos ligados à inovação e tecnologia chinesa. Aliando conhecimento com experiência, buscamos tornar empresas e profissionais mais capacitados para melhorar suas estratégias de negócio a partir das transformações vindas da Ásia.

Nosso objetivo é potencializar negócios, oferecendo ferramentas e insights relevantes. Queremos que a inovação seja mais acessível para gerar valor e construir novas oportunidades entre o mercado brasileiro e chinês.

CONTATO

comercial@ccibc.com

