

ÇİN HALK CUMHURİYETİ GIDA PERAKENDE SEKTÖRÜ

Diğer sektörlerde gözlenen düşüğe karşın, gıda perakende sektöründe önemli gelişmeler gözlenmiş, sadece Şanghay bölgesinde bu sektöre ait satışlar 1998 yılında önceki yıla oranla %13.5 artarak 7.2 milyar \$'a ulaşmıştır. Şanghay Çin'in bu alanda en hızlı gelişen bölgesi olmasına karşın, Guangzhou ve Pekin bölgeleri de öne çıkmaya başlamıştır.

Süper- ve Hipermarketler

Bugünkü durum itibariyle, Şanghay'da yaklaşık 1200 süpermarket ve 20 hipermarket zinciri bulunmakta olup, bu marketler arasında sıkı bir rekabet yaşanmaktadır. Süper- ve hipermarketler özellikle soğutulmuş ve dondurulmuş ürünler satın almak için tercih edilmekte ve sadece dondurulmuş gıda pazarının Şanghay'da büyüklüğü 300-400 milyon \$'a ulaşmış bulunmaktadır. Fakat ülkede soğuk zincir tam anlamıyla sağlanamadığı ve dağıtım ağı çok verimli olmadığı için, bu marketler belirli büyük şehirlerden iç bölgelere doğru dışarı açılmamaktadır. Bu yüzden Çin pazarına giriş bölgesel veya şehir bazında gerçekleştirilmelidir.

Ayrıca, pazara girmek için yerel bir dağıtımcinin faydalı olabileceği de önerilmekte olup, birçok perakendecinin doğrudan ithalat lisansına sahip olmaması nedeniyle bu dağıtımıcılardan alışveriş tercih edilmektedir. Yine ithal edilen ürünler çoğunlukla Çin'li tüketiciler tarafından fazla tanınmadığı için, promosyon faaliyetlerinin önemli olduğunu, firmaların reklamlarla satışlarını artırabilecekleri düşünülmektedir.

Güney Çin bölgesi daha çok Hong Kong'tan ithal edilmiş ürünleri satın almaktadır. Bu yüzden Çin pazarına girmek için Hong Kong'un da önemli bir seçenek olduğu vurgulanmaktadır.

Tablo 1: Kuzey ve Doğu Çin'de Bulunan Başlıca Süper ve Hipermarketler

Marketin Adı	Hangi Ülkeden Olduğu	Mağaza Sayısı	Şehir
Carrefour	Çin- Fransız	14 (artacak)	Şanghay (4), Pekin, Tianjin
Auchon	Çin- Fransız	1	Şanghay
Lotus	Çin- Tayland	3	Pekin, Şanghay
Metro	Çin- Alman	5	Şanghay (3), Hangzhou, Nanjing
Trust Mart	Tayvan	6	Pekin
Ahold Tops	Çin- Hollanda	39 (pazardan çekiliyor)	Şanghay
Walmart	ABD	5	Pekin
CRC (Süpermarket)	Çin	21	Şanghay
Lianhua (Süp.)	Çin	343	Şanghay
Park N'Shop (Süp.)	Hong Kong	50 (yeniden yapılıyor)	Şanghay, Pekin
Hualian (Süp.)	Çin	312	Şanghay

Marketlerin satın alma müdürleri, yeni ürün satın almak için çok aktif girişimlerde bulunmamakta, daha çok üretici ve dağıtıcıların kendilerine başvurmasını beklemektedir. Fakat bu durum perakendecilerin yeni ürünlere açık olmadıkları anlamına gelmeyip, son kararı vermeden rafta birkaç aylık deneme satışı tercih edilmektedir. Böyle durumlarda yeni ürün performansının rafta sergilenen benzer ürünlerin gösterdikleri ortalama satış performansının üzerinde olması gerekmektedir. Ürün sezonu da bu deneme süresi açısından dikkate alınmakta olup, kapora gibi ödemeler de ürünün rafta daha uzun kalmasını sağlamaktadır.

Süper- ve hipermarketler ürün satın alırken kredi talep etmektedirler. Bu geri ödeme market zincirine ve ürüne bağlı olarak değişmesine karşın, ortalama olarak 60-90 gün civarındadır.

Dükkanlar ve Kiosklar:

Bu sektör Çin'de yeni olmasına karşın, tüketiciler arasında popüler olmaya başlamıştır. Burada da yabancı sermaye önem kazanmaya başlamış olup, 7-11, a.m.- p.m. gibi zincirler de mağaza açmaya başlamışlardır. Ayrıca, birçok benzin istasyonu da mağaza kurmaya başlamıştır. Fakat bu sektörde asıl rekabet ülke çapında binlerce sayıda olan kiosklar arasında yaşanmaktadır. Kiosklar, daha çok tamamlayıcı nitelikte görülmekte olup, yaya trafiğinin yoğun olduğu hipermarketlerin yakınında açılmaktadır. Dükkan ve kiosklar hipermarketlerin uyguladıkları stratejileri az çok uygulamaktadır. Dükkan, çoğunlukla benzer tip hazır yiyecekler satışına sunarken, bazı kiosklar taze meyveler üzerinde özelleşmiş bulunmaktadır.

Tablo 2: Şanghay'da Bulunan Başlıca Gıda Mağaza Zincirleri

Perakendeci Adı	Hangi Ülkeden Olduğu	Mağaza Sayısı
Lianhua	Çin	98
Liangyou	Çin	84
Lawson (Hualian)	Çin- Japon	50
Basics	Hong Kong	60 (artacak)
Kedi	Hong Kong (Dairyfarm)	100 (artacak)

Çin'de uygulanan gümrük vergileri yüksek olmasına karşın, Çin'in Dünya Ticaret Örgütü'ne girebilmek için bu vergilerde indirim yapacağı ve pazara giriş koşullarını kolaylaştıracağı düşünülmektedir.

Tablo 3: Potansiyel Arzeden Ürünler

1) Pazarda Mevcut Olup, Gelecekte Pazar Payı Artacağı Düşünülen Ürünler :

- sofralık üzüm, elma ve kiraz gibi meyveler
- kuru meyveler ve sert kabuklular
- pastacılık ürünleri/katkı maddeleri

- şekerleme/çikolata
 - dondurulmuş parmak patates
 - süt tozu, peyniraltı suyu tozu
 - konserve ve dondurulmuş mısır (ayıklanmış veya koçanda)
- 2) Pazarda Çok Miktarda Olmayıp, Fakat İyi Bir Potansiyel Teşkil Edeceđi Düşünülen rnler :**
- bebek mamaları (zellikle meyve ve sebzelerden yapılmış olanlar
 - dondurma
 - turunçgiller
 - kırmızı ve beyaz et
 - dondurulmuş hazır gıdalar
- 3) Pazarda Bulunup Potansiyeli Düşük Olduğu Düşünülen rnler :**
- bira (yüksek gümrük vergileri, talebin üzerinde yerel üretim)
 - şarap (düşük tüketim, ancak uzun vadede potansiyel olacağı düşünülmektedir)
 - pirinç (hkmet tarafından kendi kendine yeterlilik amacıyla yerel üretim teşvik edilmekte olup, ayrıca ithalat kontrol edilmektedir.

Kaynak: FAS/ USDA – Peoples' Republic of China, Retail Sector Report for East and North China 1999

Hazırlayan: Gülay Babadođan, Tarım Dairesi Uzmanı, AR-GE İnf Nisan 2000