



Rijksdienst voor Ondernemend
Nederland

Detailhandel in Wuhan en Centraal China

NBSO Wuhan

*>> Duurzaam, Agrarisch, Innovatief
en Internationaal ondernemen*



Colofon

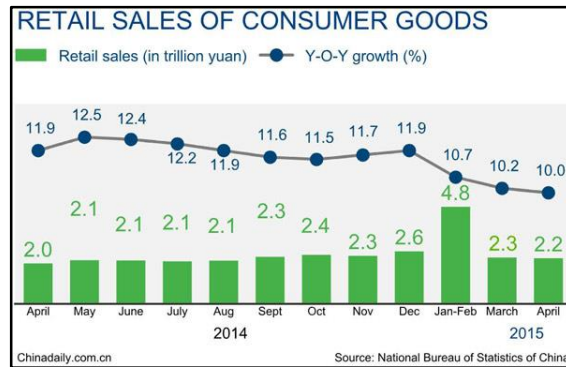
Dit is een publicatie van:
Rijksdienst voor Ondernemend Nederland
NBSO Wuhan
Opgesteld door: Judith van de Bovenkamp
Contactpersonen: Judith van de Bovenkamp
Datum: juli 2015
Coverfoto © Edmond Leong
Design/achitectuur: UN Studio, Wuhan Wanda Hanjie Square

© RVO.nl | Juli 2015

RVO.nl is een agentschap van het ministerie van Economische Zaken. RVO.nl voert beleid uit voor diverse ministeries als het gaat om duurzaamheid, agrarisch, innovatief en internationaal ondernemen. RVO.nl is hét aanspreekpunt voor bedrijven, kennisinstellingen en overheden. Voor informatie en advies, financiering, netwerken en wet- en regelgeving.

RVO.nl streeft naar correcte en actuele informatie in dit dossier, maar kan niet garanderen dat de informatie juist is op het moment waarop zij wordt ontvangen, of dat de informatie na verloop van tijd nog steeds juist is. Daarom kunt u aan de informatie op deze pagina's geen rechten ontleen. RVO.nl aanvaardt geen aansprakelijkheid voor schade als gevolg van onjuistheden en/of gedateerde informatie. Binnen onze website zijn ook zoveel mogelijk relevante externe links opgenomen. RVO.nl is niet verantwoordelijk voor de inhoud van de sites waar naar wordt verwezen.

1. Introductie



Bron: National Bureau of Statistics of China

Uit een onderzoek van CBRE in mei 2015 blijkt dat de helft van de top 20 van meest actieve winkelcentra ter wereld in China staat. In 2014 is er in China 11.4 miljoen m² aan winkelcentrumoppervlakte gebouwd, na 10.6 miljoen m² nieuw winkeloppervlak in 2013. Hierbinnen is Wuhan, de hoofdstad van de provincie Hubei in Centraal China, koploper met bijna 1 miljoen m² aan nieuw winkeloppervlak.

Nederlandse bedrijven die de Chinese markt willen betreden denken vaak in eerste instantie aan first-tier steden zoals Beijing en Shanghai, omdat deze steden een hoger BBP hebben en betere infrastructuur. De afgelopen jaren is het aanbod in deze steden echter min of meer verzadigd geraakt, wat succesvolle marktbetreding lastiger maakt. Huur en andere operationele kosten worden steeds hoger in first-tier steden en daarmee samenhangend marges lager.

Dergelijke kosten liggen lager in Chinese second- en third-tier steden, terwijl het gemiddelde inkomen daar juist gestaag toeneemt. Consumenten in deze steden hebben een toenemende interesse in buitenlandse merken. Het is daarom raadzaam om te kijken naar kansen die deze steden bieden.

2. Wuhan en Centraal China



Bron: Wikimedia Commons

Onder Centraal China worden zes provincies in het Chinese binnenland verstaan (Hubei, Hunan, Henan, Shanxi, Anhui en Jiangxi), waarvan de economische ontwikkeling later is begonnen dan in de kustprovincies en waar de economische groei momenteel nog aanzienlijk hoger ligt dan het nationaal gemiddelde.

Wuhan is de hoofdstad van de provincie Hubei en de enige metropool in de zes provincies. Wuhan heeft tien miljoen inwoners op een totaal van zestig miljoen inwoners in Hubei. Andere belangrijke – aanzienlijke kleinere – steden in Hubei zijn Yichang, Huangguang en Xiangyang.

Hubei's centrale ligging binnen China en Wuhan's ligging aan twee belangrijke rivieren (de Yangtze en de Han) maken zowel de provincie als de stad een belangrijke transporthub. Alle belangrijke noord-zuid verbindingen en west-oost verbindingen in China lopen via Wuhan.

Om het economische verschil tussen China's reeds ontwikkelde oostkust en de centraal gelegen provincies te verkleinen, richt de nationale overheid zich in haar *Rise of the Central China Plain* op Centraal China, waaronder Hubei en Wuhan. Mede door deze nationale voorkeurspolitiek bedroeg de economische groei van Wuhan in 2014 9.7%, wat aanzienlijk hoger ligt dan het nationale gemiddelde van ruim 7%. Volgens een overzicht van de China Daily behoort Hubei sinds 2015 tot de 10 Chinese provincies met het hoogste BBP, met een gemiddeld besteedbaar inkomen van 7.720 yuan per persoon.

3. Detailhandel in Wuhan

Door Wuhan's centrale ligging en status als nationale en regionale transporthub, breiden nationale en internationale verbindingen per spoor, via luchtvervoer, snelwegen en vervoer over de Yangtze Rivier zich continu uit. Mede hierdoor huisvest de stad een aanzienlijke productie en bloeiende nationale handel. Wuhan is hiermee een strategische locatie en wordt gezien als 'springplank' voor bedrijven die hun zaken in de kustprovincies en first-tier steden uit willen breiden naar Centraal China en het westen van het land.

Als enige stad van formaat in de provincie Hubei, ligt het BBP in Wuhan aanzienlijk hoger dan het gemiddelde in de provincie: 33,270 yuan per persoon in het stadscentrum (2014). Een met deze stijging samenhangende trend is dat de huidige generatie het besteedbare inkomen uit kan geven aan producten van hun keuze, in plaats van te sparen voor een huis en de oude dag, zoals gebruikelijk was voor voorgaande generaties. Het belang van Wuhan in deze regionale trend is aanzienlijk: 37% van Hubei's totale omzet in de detailhandel komt uit Wuhan. De stad nam in 2014 de 7^e plaats in op China's lijst van hoogste besteedbare BBP.

3.1 Winkelgebieden in Wuhan



Bron: China Connecting Tours

Wuhan is door haar ligging aan twee rivieren verdeeld in drie districten: het zakelijke centrum Hankou, het culturele en onderwijsdistrict Wuchang en het industriële centrum Hanyang. Hoewel Hankou van oudsher als commercieel centrum het voornaamste winkelgebied is, zijn met name Wuchang maar ook Hanyang bezig met een inhaalslag. Studenten die voornamelijk in Wuchang wonen hebben steeds meer te besteden en de enige internationale school in Wuhan is gevestigd in Hanyang, waardoor een groot aantal expatgezinnen

zich in dit deel van de stad vestigt. In Hanyang zijn daarom een relatief groot aantal buitenlandse restaurants, winkels met geïmporteerde producten, een Franse bakker e.d. gevestigd.

3.2 Overzicht van de voornaamste winkelgebieden in Wuhan

1. Jiangnan Road (Hankou)

De oudste winkelstraat in Wuhan (1920) is ruim 1200 meter lang en gerenoveerd in oude stijl. Jiangnan Road huisvest ruim 400 winkels, restaurants en hotels binnen verschillende prijsklassen. Door inadequate controle op namaak hebben weinig merken uit het hogere prijsklassement zich hier gevestigd, desondanks is Jiangnan Road één van de populairste winkelbestemmingen voor het algemene publiek in Wuhan.

2. Wuhan Tiandi (Hankou)

Ontwikkeld in 2002 in dezelfde stijl als het populaire Xin Tiandi in Shanghai. Wuhan Tiandi is gevestigd in gebouwen uit de jaren 1920-'30 met daartussen nieuwbouw in dezelfde stijl. Winkels, cafés en restaurants wisselen elkaar af. Wuhan Tiandi richt zich duidelijk op een hoger marktsegment en de expat-gemeenschap.

3. Hanjie (Hankou)

Hanjie (Han Street) is onderdeel van het cultureel-commerciële district *Chuhe Hanjie* waar cultuur, commercie en vrije tijd samenkomen. Hanjie is een anderhalve kilometer lange straat gebouwd in neo-koloniale stijl, waarvan wordt gezegd dat het de langste winkelstraat ter wereld is. De meeste merken uit het middensegment hebben er een winkel. Daarnaast zijn er restaurants, het Wuhan Madame Tussauds en het Han Theatre.

4. Optics Valley (Wuchang)

Was Optics Valley tien jaar geleden nog een high-tech bedrijvenpark in een verder onontgonnen gebied, er is het afgelopen decennium hevig in Optics Valley geïnvesteerd. Het centrum bestaat tegenwoordig uit verschillende warenhuizen die zich op een jonger publiek richten en naast winkels ook bioscopen, restaurants en hotels huisvesten. Het nieuwste deel van Optics Valley is gebouwd in Europese stijl, met een Italiaanse, Duitse en Spaanse wijk.

5. Wuhan Mall (Hankou)

Wuhan Mall is gevestigd in het centrum van Hankou's CBD en bestaat uit drie winkelcentra: Wuhan International Plaza, Wuhan Plaza en Shimao Plaza. In Wuhan Plaza en Shimao Plaza vind je de gebruikelijke mix van Chinese en Westerse middeklasse merken, Wuhan International Mall is de plaats in Wuhan (en daarmee Centraal China) waar luxe merken worden verkocht.

6. LIVAT Wuhan (Hankou)

LIVAT Wuhan is het derde 'Inter IKEA Shopping Centre' in China (na Wuxi en Beijing). Inter IKEA is een nieuw concept van IKEA, waar een IKEA winkel is gevestigd in een warenhuis. In LIVAT Wuhan vind je tevens een hypermarkt, Chinese en buitenlandse detailhandel, een bioscoop, restaurants en een ijsbaan, dit alles verspreid over drie verdiepingen.

3.3. Overzicht van voornaamste onroerend goed ontwikkelaars in Wuhan

De belangrijkste uitbaters van grote winkelcentra in Wuhan, met verschillende projecten in de stad zijn:

1. Wanda Group

<http://www.wanda-group.com/businesses/stores/>

2. New World Group

<http://www.nwds.com.hk/en>

3. Wuhan Wushang Group

<http://www.wushang.com.cn/>

4. Zhongbai Holdings Group

<http://www.whzb.com/>

5. Zhongnan Commercial Group

<http://www.zhongshang.com.cn/>

3.4. Overzicht van relevante handelsbeurzen in China

De belangrijkste beurzen waar detailhandelaren Chinese geïnteresseerde organisaties kunnen ontmoeten en hun waar aan een Chinees publiek kunnen presenteren binnen (centraal) China zijn:

1. Expo Central China

Beurs die tweejaarlijks steeds in één van de zes Centraal Chinese provincies wordt gehouden. Zowel B2B als B2C, wordt actief gesteund door de provinciale overheden.

<http://www.expocentralchina.org.cn/>

2. Equipmag Retail Expo China

Jaarlijkse beurs in Shanghai waar buitenlandse detailhandelaren hun nieuwe producten aan een Chinees publiek kunnen tonen.

<http://www.equipmag-china.com/en/index.php>

3. Expo Shop China

Jaarlijkse beurs die steeds in een andere stad wordt gehouden. Biedt een platform voor Chinese detailhandelaren die willen internationaliseren en buitenlandse detailhandelaren die actief zijn of willen worden in de Chinese markt. Expo Shop China 2016 wordt in Shanghai gehouden.

<http://www.exposhop.com.cn/en-us/>

4. C-Star

Driejaarlijkse beurs voortkomend uit de Europese beurs Euroshop.

<http://www.c-star-expo.com/>

4. Ontwikkelingen in Wuhan's detailhandel

Een van de redenen voor de snelle ontwikkelingen in de detailhandel in Wuhan, terwijl de groei in first tier steden juist afneemt, is dat de markt in Wuhan en andere second tier steden nog niet volwassen is. Dit brengt naast kansen een aantal uitdagingen met zich mee, waar Nederlandse betreders van de markt rekening mee dienen te houden.



Bron: © Edmond Leong, UN Studio

- Lokale spelers

De detailhandel in Wuhan wordt vooral nog gedomineerd door een aantal grote lokale spelers, waarvan Wuhan Wushang Group, Zhongbai Holdings Group en Zhongnan Commercial Group de voornaamsten zijn. Samen hebben zij een aanzienlijk deel van Wuhan's warenhuizen en supermarkten in handen, waardoor detailhandelaren vaak niet om samenwerking met minstens één van deze giganten heen kunnen.
- Stijgende huurprijzen

Zoals in alle Chinese steden stijgen de huurprijzen in Wuhan jaarlijks. Om stijgende kosten te vermijden kan er worden uitgeweken naar een locatie buiten de belangrijkste winkeldistricten. Het is hierin belangrijk om met een goede lokale partner samen te werken weet welke districten in opkomst zijn en goed kan onderhandelen.
- E-commerce

De algemene groei van de detailhandel in China neemt sinds 2010 langzaam af, onder andere omdat e-commerce sinds toen erg in opkomst is. De grote spelers Tmall, Taobao en Jingdong nemen een aanzienlijk deel van China's online detailhandel voor hun rekening. Volgens onderzoek van PwC gaat 86% van de Chinese consumenten naar een warenhuis om producten te bekijken en deze vervolgens online aan te schaffen.
- Multi- of omnichannel kanalen

Samenhangend met de groei van e-commerce, komt het concept van multi- of omnichannel sterk op in China. Met de mogelijkheid van in-app aankopen en betaling via apps zoals WeChat, wordt de lijn tussen online en offline steeds dunner voor Chinese consumenten. Om te voorkomen dat een winkel als showroom fungeert en aankopen online worden gedaan, dienen handelaren hierop in te spelen, bijvoorbeeld door op maat gemaakte diensten te bieden.
- Aandacht voor de middenklasse

Was er 20 jaar geleden nog vrijwel geen sprake van een Chinese middenklasse, volgens China Business review zal deze groep in 2016 uit 340 miljoen consumenten bestaan. De nationale trends van urbanisatie en een groeiende middenklasse is zeer zichtbaar in Hubei, waar 3 van de 60 Chinese steden met de grootste groei in middenklasse (een jaarinkomen van boven de ¥30.000) zich bevinden: Wuhan, Xiangyang en Yichang.
- Nieuwe consumententrends

De groeiende middenklasse heeft tot een aantal nieuwe consumententrends geleid, waaronder de bereidheid om meer uit te geven aan kwaliteitsproducten, specifieke producten en diensten voor alleenstaanden en de bereidheid om meer uit te geven aan luxe voedselproducten en uit eten gaan.
- Meer aandacht voor second, third en fourth tier steden

China's toenemende verstedelijking en stijgende BBP zorgt ervoor dat niet alleen consumptie in second tier, maar ook in third en fourth tier steden toeneemt. Bedrijven kunnen hierop inspelen door deze steden nu al mee te nemen in hun strategie voor de komende jaren. De belangrijkste third en fourth steden in Hubei zijn Xiangyang, Yichang, Jingzhou en Huanggang.

5. Kansen voor Nederlandse bedrijven

Er is in China veel vraag naar buitenlandse merken en in het buitenland geproduceerde producten, omdat de kwaliteit hiervan beter aangeschreven staat dan die van Chinese producten. Kansen in B2C verkoop zijn er met name in de verkoop van kleding en accessoires, dagelijkse consumentenproducten, electronica, culturele- en sportproducten, voedsel en dranken.

De distributie van een aantal productcategorieën is aan banden gelegd in China. Daaronder vallen tabak en rookwaren, medicijnen, bepaalde soorten olie, auto-onderdelen en audiovisuele producten. Voor de verkoop van deze producten kan het opzetten van een joint venture in China vereist zijn. Neem voor meer informatie contact op met het NBSO Wuhan.

Nederlandse bedrijven reeds actief in de detailhandel in Wuhan zijn C&A met momenteel 7 winkels en het doel om er 12 te hebben geopend in 2018. Kaldi Koffie & Thee verkoopt Nederlandse koffie in 4 zaken in Wuhan. Nederlandse logistieke bedrijven met een kantoor in Wuhan zijn Develing International en Damco.

6. Meer informatie

Nederlandse bedrijven verdienen hun geld voor een groot deel over de grens. Het ministerie van Buitenlandse Zaken zet zich daarom actief in voor de belangen van Nederlandse bedrijven in het buitenland. Onder meer via het netwerk van ambassades, consulaten en Netherlands Business Support Offices (NBSO).

Nederland is in Hubei vertegenwoordigd met een Netherlands Business Support Office. Wilt u meer weten over kansen voor Nederlandse bedrijven in de detailhandel in Wuhan en Centraal China? Neem dan contact op met het NBSO Wuhan:

Chief Representative: Judith van de Bovenkamp

Deputy Representative: Yuan Fei

T: + 86 (0)27-8576 6511

E: nbsowuhan@nbsowuhan.com

Bronnen:

1. China Daily: "China will overtake US and world's No 1 consumer"¹
2. CBRE report on global shopping centre developments ²
3. China Daily: "Top 10 Chinese provinces with highest disposable income"³
4. Wuhan Bureau of Statistics onderzoek naar Wuhan's BBP ⁴
5. Thomas White International: "Retail sector in China"⁵
6. PwC: "China's retail market starts with digital"⁶
7. Fung Group report on the retail market in China⁷
8. Washington Post: "The shopping habits of China's growing middle class"⁸
9. China Business Review: "Understanding China's retail market"⁹

¹ http://usa.chinadaily.com.cn/epaper/2013-08/15/content_16896046.htm

² <http://www.cbre.com.cn/EN/aboutus/mediacentre/mediaarchives/Pages/CBRE-publishes-report-on-Global-Shopping-Centre-Development.aspx>

³ http://www.chinadaily.com.cn/business/2015-05/04/content_20609345.htm

⁴ <http://www.like-news.us/?i630940-GDP-rose-to-eighth-in-the-country-in-Wuhan>

⁵ <http://www.thomaswhite.com/global-perspectives/retail-sector-in-china-the-next-big-thing/>

⁶ <http://www.marketing-interactive.com/china-retail-journey-starts-with-digital/>

⁷ http://www.funggroup.com/eng/knowledge/research/china_dis_issue114.pdf

⁸ <http://www.washingtonpost.com/blogs/worldviews/wp/2013/01/01/chinese-shopping-trends/>

⁹ <http://www.chinabusinessreview.com/understanding-chinas-retail-market/>

Dit is een publicatie van:

Rijksdienst voor Ondernemend Nederland
Postbus 93144 2509 AC Den Haag
www.rvo.nl