

Special | China

## China ist bei neuen Einzelhandelskonzepten einen Schritt voraus

Die VR China ist der größte Einzelhandelsmarkt der Welt und hat 2016 die USA überholt. Vor allem in den großen Küstenmetropolen hat sich eine konsumfreudige Mittelschicht herausgebildet. Bis 2018 soll der Umsatz im Vergleich zu 2016 um 20% auf 6 Bill. US\$ steigen, so Prognosen von Emarketer.

Gleichzeitig ist China bei neuen Einzelhandelskonzepten vielen Märkten schon einen Schritt voraus. „New Retail“ wird die Verschmelzung von physischem Einzelhandel und Internetshopping genannt. Klassisches Marketing und Ladengeschäfte sterben nicht aus, Firmen müssen sich aber auf diese Struktur einstellen und die Kunden auf den passenden „Kanälen“ ansprechen.

Kennziffern zum Handel in der VR China

	2015	2016	Veränderung 2016/2015 (in %)	Veränderung 2016/2015 (in %) 1)
Einwohner (in Mio.)	1.375	1.383	0,6	-
Bruttoinlandsprodukt pro Kopf (in Euro) 2)	7.211	7.332	1,7	8,0
Verfügbares Einkommen pro Kopf(in Euro) 2)	3.177	3.245	2,1	8,5
Verfügbares Einkommen pro Kopf in städtischen Gebieten (in Euro) 2)	4.512	4.580	1,5	7,8
Umsatz des Einzelhandels (in % des Bruttoinlandsprodukts)	43,9	44,7	-	-

1) auf Yuan-Basis; 2) Umrechnungskurs 2015: 1 Euro = 6,91 Renminbi Yuan (RMB); 2016: 1 Euro = 7,34 RMB

Quelle: National Bureau of Statistics of China

Die verfügbaren Einkommen steigen stark. Gerade in den Städten expandiert die Mittelschicht, der nach Schätzungen bereits über 200 Mio. Menschen angehören. Das verfügbare Einkommen lag 2016 in den Städten bei 33.616 Renminbi Yuan (RMB; rund 5.061 US\$; 1 US\$ = 6,64 RMB; Jahresdurchschnittskurs 2016) pro Kopf, in ländlichen Regionen bei 12.363 RMB.

Der Einzelhandel ist relativ fragmentiert; die größten 100 Einzelhandelsketten standen 2016 nur für 6,4% der Umsätze. Führend sind zunächst Elektronikfirmen wie Suning und Gome, darauf folgt China Resources Vanguard. Ausländische

## CHINA IST BEI NEUEN EINZELHANDELSKONZEPTEN EINEN SCHRITT VORAUS

Ketten wie Metro, Walmart und Carrefour sind ebenfalls aktiv. Vor allem bei Convenience Stores wird derzeit expandiert.

Geprägt wird der Sektor durch die rasante Entwicklung im E-Commerce; 2016 überstieg dessen Umsatz 5 Bill. RMB. Damit lägen die Erlöse doppelt so hoch wie in den USA. Knapp 60% entfallen auf den B2C-Handel (Business-to-Consumer). Gerade die Größe des Landes macht eine Erschließung per Onlinehandel interessant, der im April 2017 rund 17% des gesamten Handels stellte. Die meisten Firmen setzen auf eine Kombination verschiedener Absatzwege: „Omni-Channel Retail“.

Gesamtwirtschaftliche Entwicklung in China (Veränderung in %)

Indikator	2016	2017 1)
Bruttoinlandsprodukt (BIP) 2)	6,7	6,5
Privatkonsum 3)	10,7	10,2
Inflationsrate (CPI)	2,0	2,4

1) Prognose; 2) real; 3) nominal

Quellen: National Bureau of Statistics; IWF

Text: Achim Haug

### Mehr zu:

China

---

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch teilweise – nur mit vorheriger ausdrücklicher Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt keine Haftung für den Inhalt.

© 2021 Germany Trade & Invest

Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.