



CHINA ONLINE

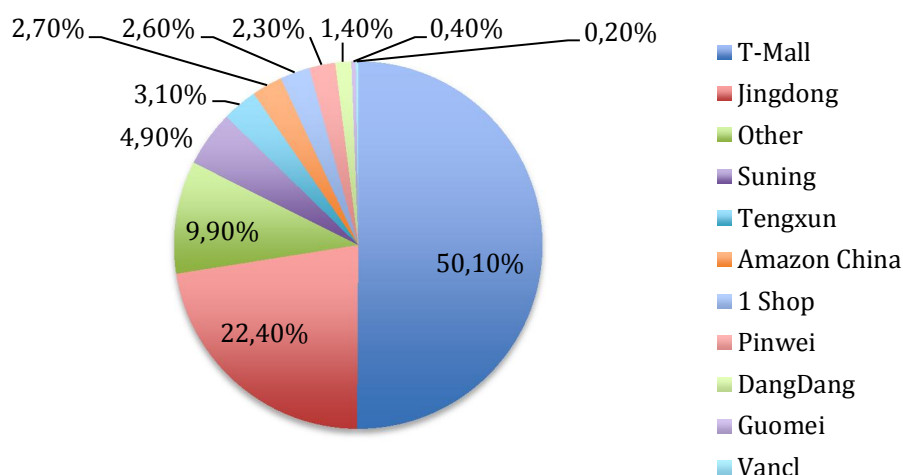
En 2013 la compra por internet en China superaba los **160 billones de USD** (163.200.000.000USD)*

En un país de cerca de 1.400 millones de personas, a finales de 2013 China contaba con **618 millones de usuarios de internet**, de los casi 3.000 millones que hay en el mundo, es decir el 20% de los usuarios mundiales.

Más de **170 millones de compradores online**, con una frecuencia de compra de **3 veces por semana**, hacen más atractivo aún el mercado chino online que la venta tradicional.

En 2014 se estima que se realizarán más de **1,3 billones de RMB** en transacciones electrónicas, lo que supone más de **200.000 millones de USD**.

2013 CHINESE B2C. INTERNET SHOPPING MARKET SHARE PICTURE



En 2013 la venta al detalle a través de internet, incluyendo plataformas independientes, muestra que T-Mall ha supuesto más de la mitad del total ventas, seguido por JD. **Una empresa que pueda vender su producto a través de ambas plataformas estará llegando al 75% de los usuarios.**

*Datos del informe de Marzo de 2014 de CNNIC -China Internet Network Information Center

SCH. China Headquarters Co. Ltd | Jinhua | Zhejiang | CHINA

CHINA | 施帝安(中国) 进出口有限公司 | Guangzhou, Guangdong. Yiwu, Zhejiang. Wuyi, Zhejiang | china@sedeenchina.com

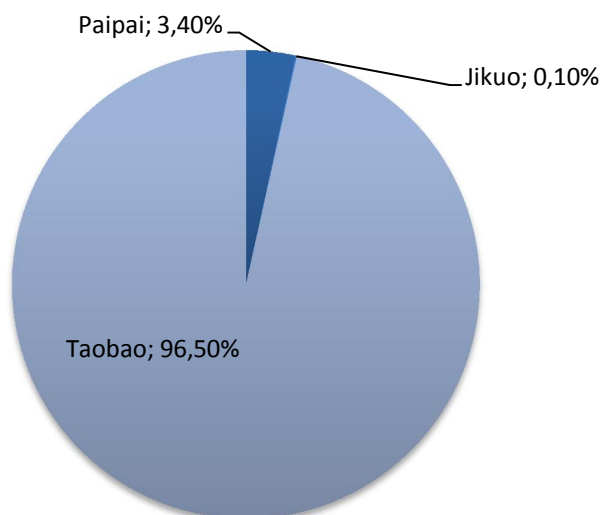
SPAIN | SedeenChina, SL | Madrid |spain@sedeenchina.com | +34 912 523 668

UAE | CHILE | POLAND | www.sedeenchina.com



2013 VENTAS EN EL MERCADO C2C

En cambio si nos centramos en la venta C2C Taobao sigue siendo la plataforma adecuada, casi con el 100% de las ventas



¿CÓMO VENDER ONLINE EN CHINA? CON SEDEENCHINA

SedeenChina ofrece a las empresas la posibilidad de disponer desde el mismo día de su contratación de una **oficina de representación en China, personal a su cargo y la posibilidad de comenzar a trabajar en la investigación y prospección del mercado chino.**

BÚSQUEDAS Y TRAZABILIDAD DE OTRAS MARCAS Y PRODUCTOS SIMILARES

Las herramientas de seguimiento online de SedeenChina permiten analizar el éxito de productos similares para determinar la mejor estrategia en función a los resultados.

*Datos del informe de Marzo de 2014 de CNNIC -China Internet Network Information Center

SCH. China Headquarters Co. Ltd | Jinhua | Zhejiang | CHINA

CHINA | 施帝安(中国) 进出口有限公司 | Guangzhou, Guangdong. Yiwu, Zhejiang. Wuyi, Zhejiang | china@sedeenchina.com

SPAIN | SedeenChina, SL | Madrid |spain@sedeenchina.com | +34 912 523 668

UAE | CHILE | POLAND | www.sedeenchina.com



ELECCIÓN DE LA PLATAFORMA ELECTRÓNICA

PLANIFICACIÓN DE IMPLANTACIÓN Y COSTES

Una vez determinado el público objetivo, las plataformas de mayor éxito, el tipo de venta (B2B, B2C...) se podrá planificar el tiempo de implantación e inversión a realizar.

VENTA OFFLINE

SedeenChina planteará en todo momento otras opciones de venta, sin descartar la venta tradicional si tiene cabida en el producto o estrategia elegida.

Conozca nuestro Método de Implantación en China:

<http://www.sedeenchina.com/exportar/>

[Imprimir documento](#)

*Datos del informe de Marzo de 2014 de CNNIC -China Internet Network Information Center

SCH. China Headquarters Co. Ltd | Jinhua | Zhejiang | CHINA

CHINA | 施帝安(中国) 进出口有限公司 | Guangzhou, Guangdong. Yiwu, Zhejiang. Wuyi, Zhejiang | china@sedeenchina.com

SPAIN | SedeenChina, SL | Madrid |spain@sedeenchina.com | +34 912 523 668

UAE | CHILE | POLAND | www.sedeenchina.com

