



YOUR GATEWAY TO CHINA

CHINA FÜR SCHWEIZER KMU - WARUM & WIE
VSV FRÜHSTÜCK 2019

LUIGI PEZZUTO & ANNA KAEMPFER,
POSTLOGISTICS INTERNATIONAL, POST CH AG

28.03.2019

SWISS POST 

GATEWAY TO CHINA

CHINA FÜR SCHWEIZER KMU - WARUM & WIE

Agenda

1. Charakteristika China & Chinesischer Markt
2. Warum & für wen ist Export Schweiz-China interessant?
3. Kundencase
4. Alles-aus-einer-Hand Angebot der Schweizerischen Post, 5 Leistungspakete
 - Modul 1) China E-Commerce Analyse
 - Modul 2) Activation der Brand in China
 - Modul 3) Performance Optimierung des Online Stores
 - Modul 4) Swiss Pavilion auf Tmall
 - Modul 5) Logistik
5. Q&A



1 CHARAKTERISTIKA CHINA & CHINESISCHER MARKT

INTERKULTURELLE UNTERSCHIEDE MIT NICHT ZU UNTERSCHÄTZENDER GESCHÄFTLICHER RELEVANZ

Unsicherheitsvermeidung tief (Startups, Börse, Offenheit ggü. Neuem; zB. ausländische Produkte)



GUANXI 关系

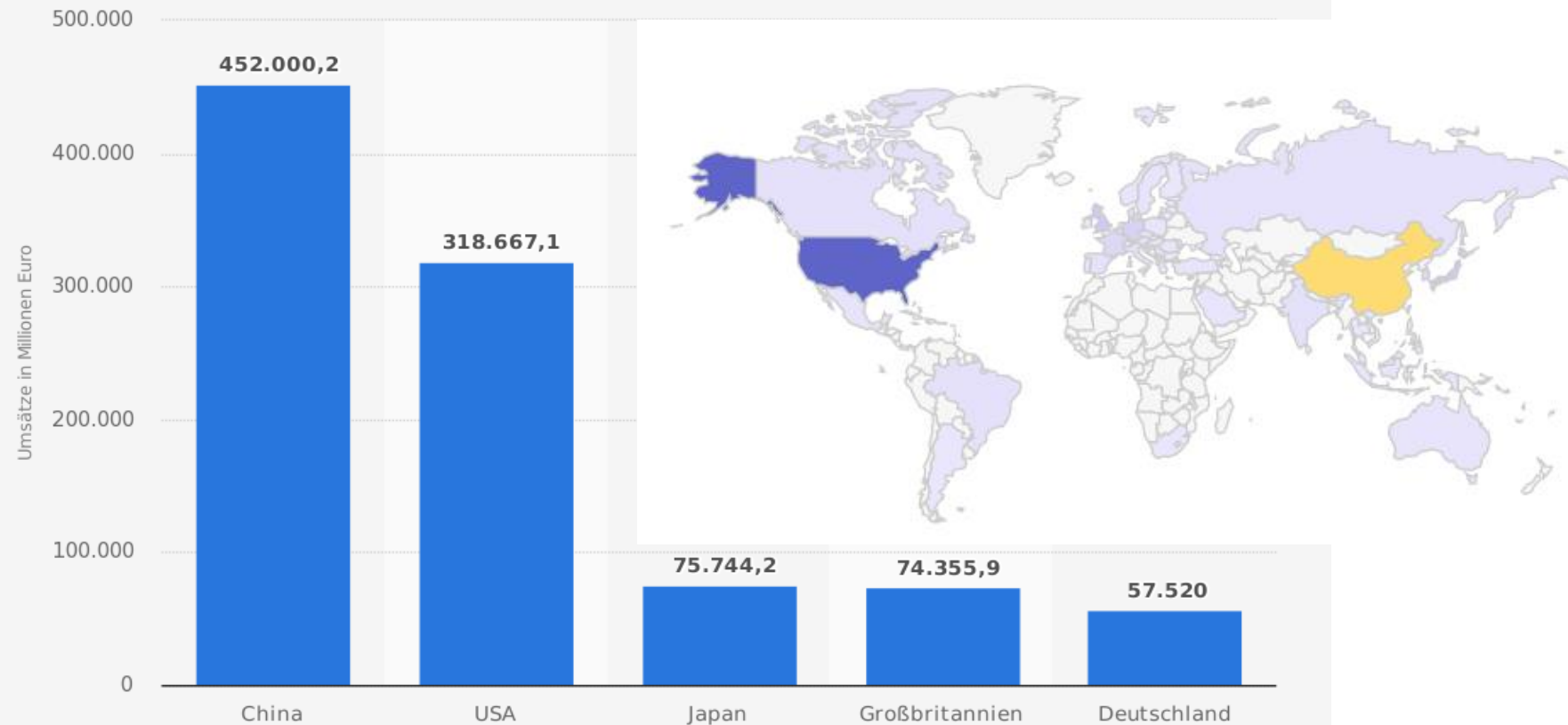
Beziehung: Garantie, Versicherung, Weg zum Ziel

Vertrauen (Empfehlungen von) vertrauten und bekannten Personen (mit Vorbildcharakter)



Globales Ranking: Top 5 Länder nach Umsatz im E-Commerce

Ranking der Länder mit den höchsten Umsätzen im E-Commerce weltweit im Jahr 2017 (in Millionen Euro)



Top Länder	
	China
	USA
	Japan
	Großbritannien
	Deutschland

Quellen
Statista DMO; Statista
© Statista 2018

Weitere Informationen:
Weltweit; Statista DMO; September 2017; ausgewählte Region
beinhaltet nur Länder des Digital Market Outlooks

statista

GESCHÄFTSPROZESSE & DIGITALISIERUNG

VON COPY-CAT ZU VORREITER

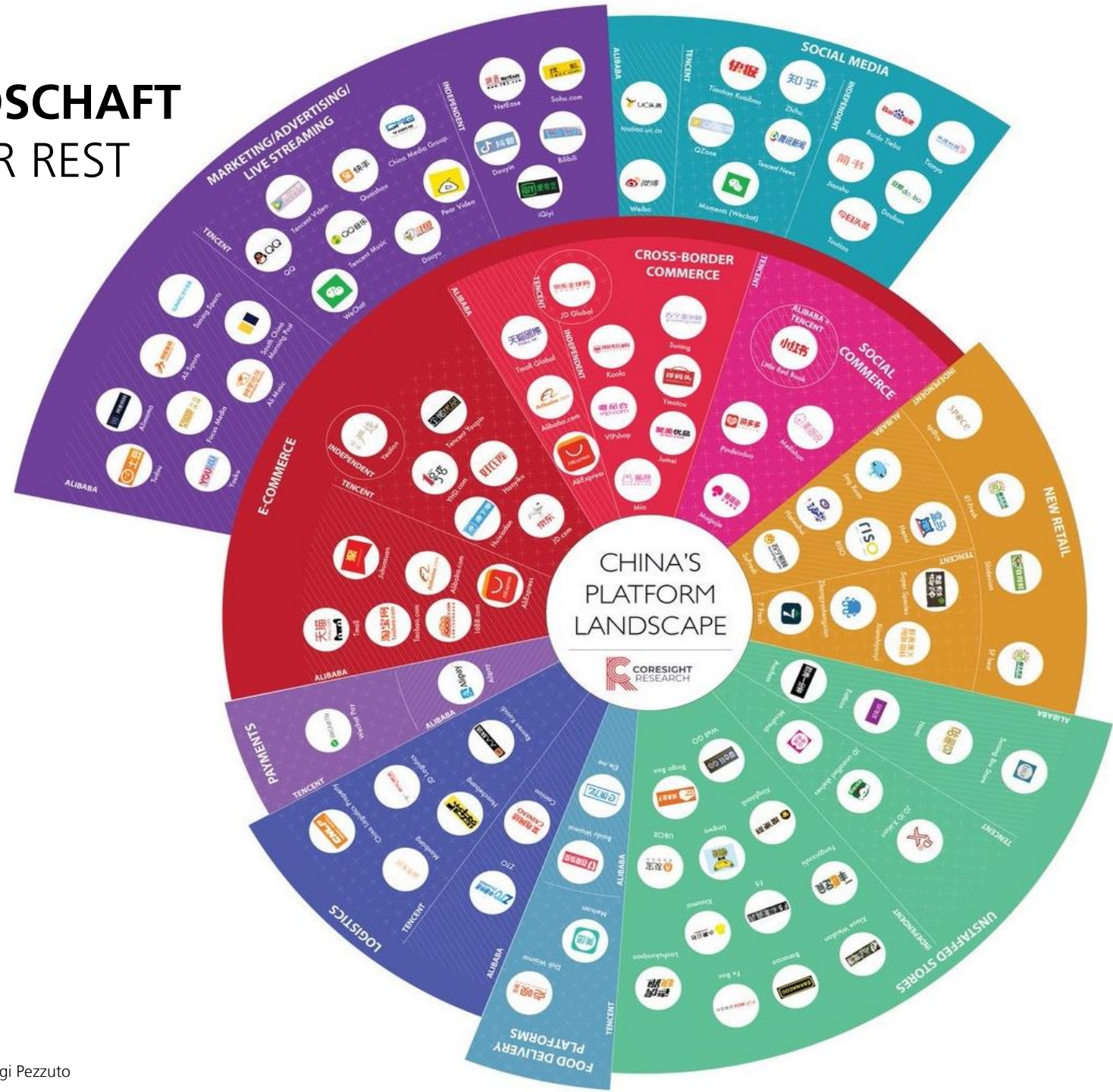
- Geschäftsprozesse = ungeschlagen schnell & wendig (insb. Spitzentechnologien)
- Bei **digitaler Zahlung, Sharing Economy, E-Commerce** den Westen überholt (aufgrund Fehlen alter IT-Technik)
- Millennials sind «**mobile only**» -> **Messenger** (WeChat, Sina Weibo, QQ = bedeutender als im Westen)
- **Täglich** werden **mehr WeChat Unternehmens-Profile** neu angelegt als chinesische Websites registriert sind
- **4G & 5G** verbreitet -> Surfen mit Smartphone sehr schnell
- **90%** des Handels läuft über **Online-Marktplätze**

CHINAS PLATTFORM-LANDSCHAFT

ALIBABA, TENCENT, UND DER REST

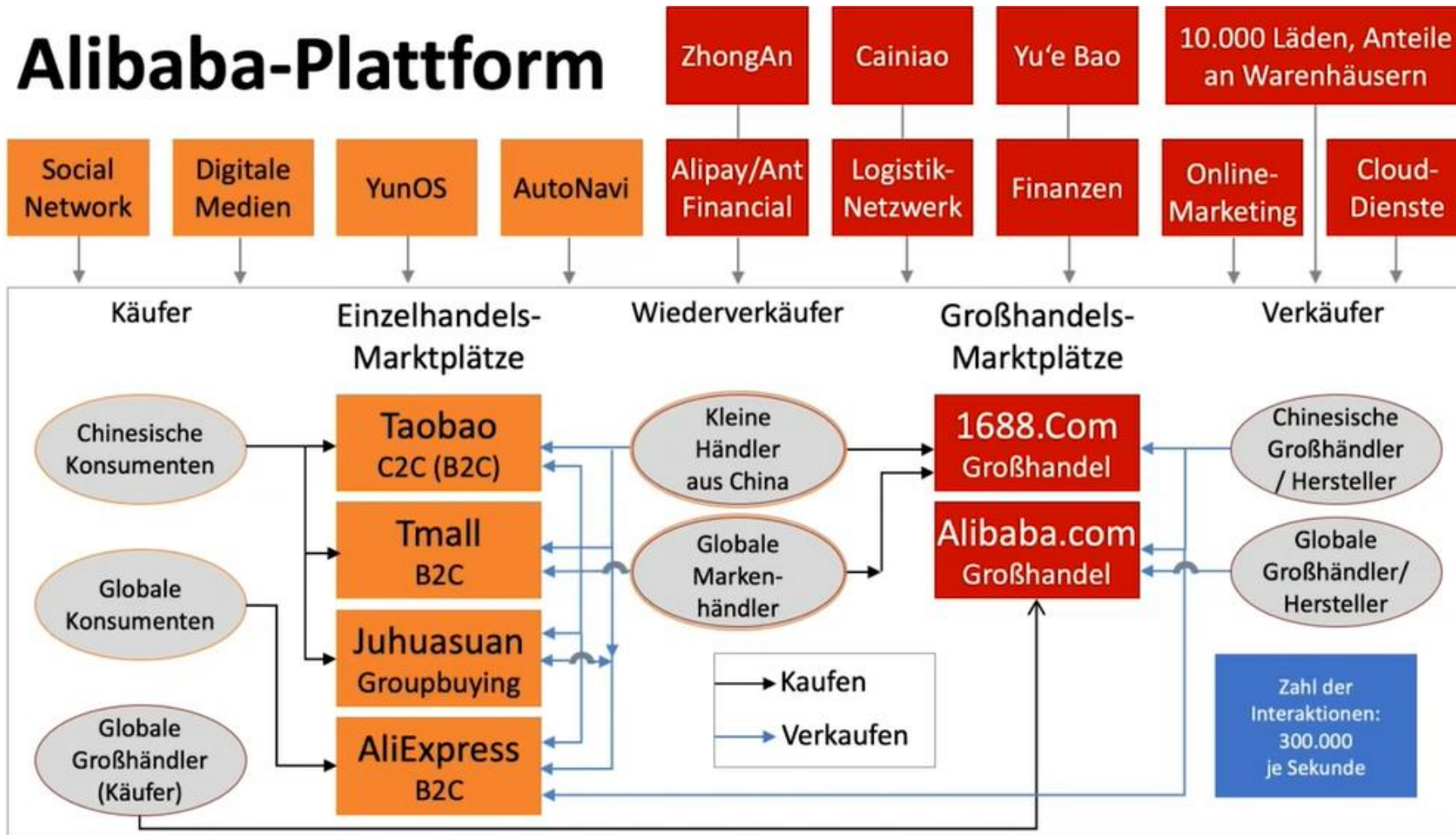
Daten sind das neue Gold und Öl zugleich.

Wer die Daten besitzen, Zusammenhänge herstellen und deuten kann, hat einen entscheidenden **Vorteil**.

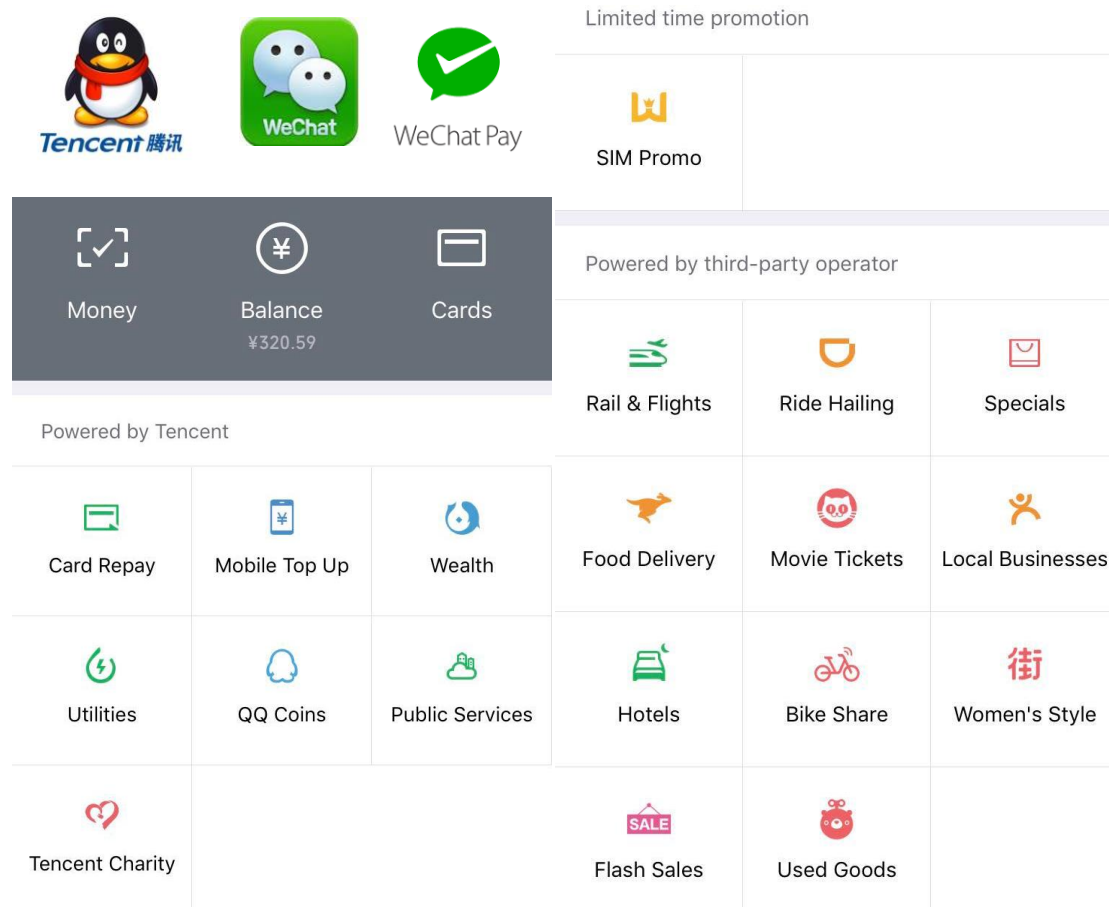


GESCHÄFTSMODELL «PLATTFORM»

ALIBABA PERFEKTIONIERT & VERTIKALISIERT DAS GESCHÄFTSMODELL



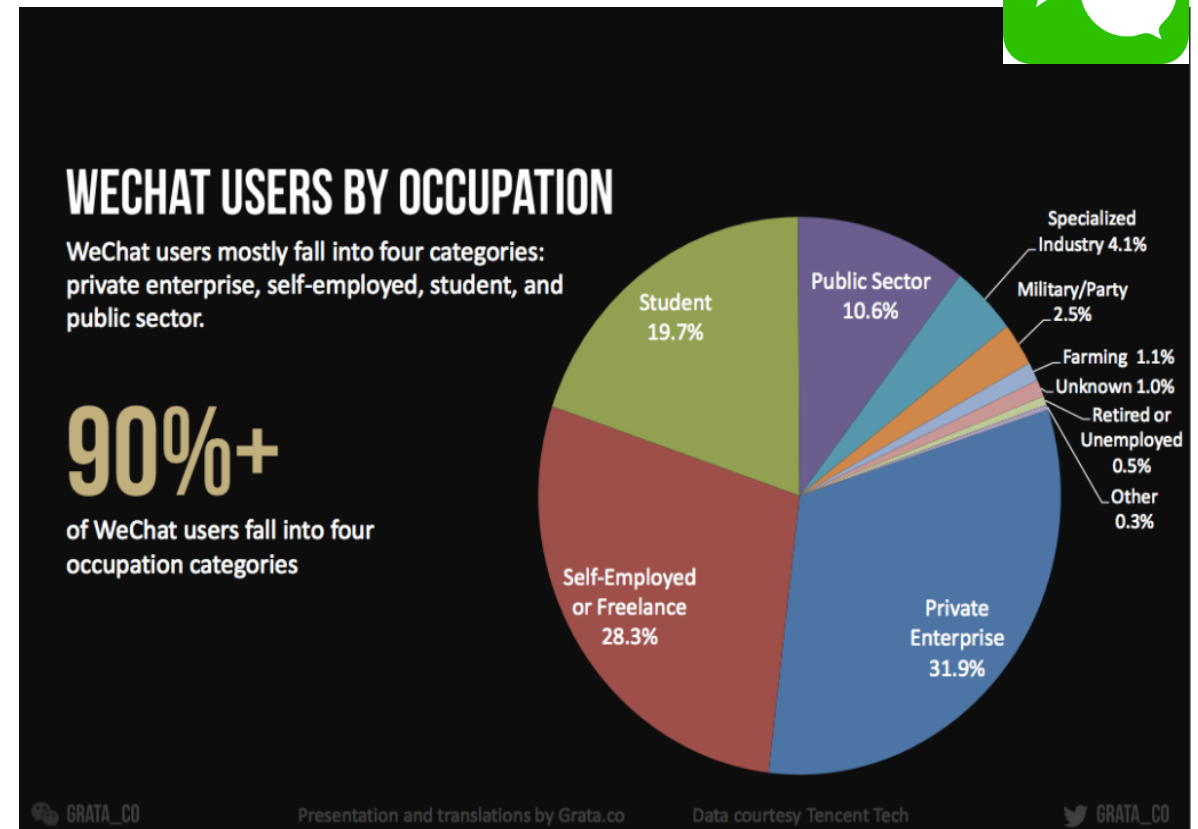
SUPER APPS: INNOVATIVE INTEGRIERTE DIENSTE ODER "WO DAS CHINESISCHE LEBEN STATTFINDET"



- **Mehrwert** integrierter Dienste = hoch → für Nutzer, Anbieter, und die Regierung.
- Datenakkumulation = wertvoller als Summe aller Daten → **transparenter** Bürger / **Konsument**
- Eher **ÖKOSYSTEM** als App → *How China Is Changing Your Internet*. Quelle: The New York Times

WECHAT 微信

- 2011 Chat Dienst (Whatsapp & FB) gegründet
- 2013 Einführung Bezahlungsfunktion (WeChat Pay)
- ca 1 Mia registrierte Nutzer (Stand 1.2019) (3.2018: 800 Mio.)
- > 400 Mio Social-Media Nutzer
- powered by Tencent
- Grossteil Daten -> chin. Regierung -> New Retail -> Social Score



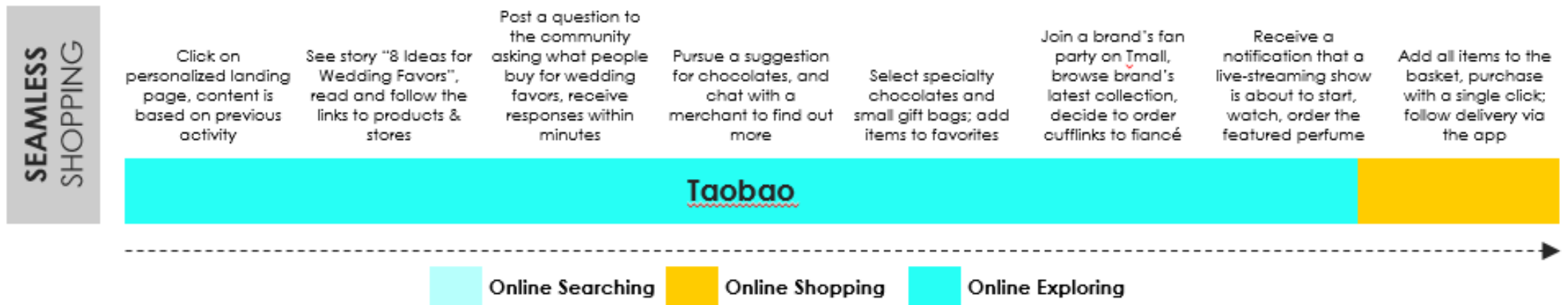
E-COMMERCE IN CHINA IST ANDERS ALS BEI UNS

CHINESEN MÜSSEN KONSTANT UNTERHALTEN UND INVOLVIERT WERDEN

WESTERN CONSUMER JOURNEY



CHINESE CONSUMER JOURNEY



Quelle: Kunfgu Data

WARUM CHINA FÜR AUSLÄNDISCHE MARKEN HERAUSFORDERND IST DIE GRÜNDE SIND VIELFÄLTIG





2 VERKAUF IN CHINA

WARUM & FÜR WEN

**“IN EUROPE, EVERYTHING IS EASY,
BUT NOTHING IS POSSIBLE.”**

**“IN CHINA, EVERYTHING IS
DIFFICULT, BUT NOTHING IS
IMPOSSIBLE.”**

E-COMMERCE IN CHINA – CHANCEN & RISIKEN

STEIGENDE ANZAHL CHINESISCHER KONSUMENTEN & ONLINE-SHOPPER

Chancen

- Riesiger Markt: > 500 Mio. Konsumenten, > 500 Mio. User auf Tmall
- Starkes Import-Wachstum (2017: 50%)
- Import gepusht von Regierung (1. CIIE 2018)

Risiken

- Hohe Komplexität & Dynamik, kulturell & regulatorisch
- Sehr starke internationale Konkurrenz: > 150'000 Brands auf Tmall (> 18'000 ausländisch)
- Brand-Bekanntheit ist (fast) alles, Activation ist teuer

Boom E-Commerce & Shopping Festivals



Umsätze Alibaba Singles Day

2018: **\$30.7 Mia.** (+27%), 40% Umsatz aus x-Border
2017: Singles Day: \$25.4 Mrd. (+40%)

Umsätze Amazon 2018 (in Mia.)

Thanksgiving \$3.2, Black Friday \$6.2, Cyber Monday \$7.9
= **\$17.3 Mia.** (+20%)

CROSS-BORDER E-COMMERCE

VORTEILE GEGENÜBER TRADITIONELLEM HANDEL

Definition xBorder E-Commerce

Direkter Warenimport von ausserhalb China unter Nutzung spezieller Pilotkanäle (Tmall, JD etc) auf Basis begünstigender Faktoren (policy) in auserwählten Zonen (SEZ).

E-Commerce Export

Übersee-Geschäftseinheit (Filiale, Partner, Produzent) importiert Produkt

1. Versand in Bonded Warehouse in CN (B2B2C); Verzollung *nachdem* Produkt bestellt & in China
 2. Direktversand zu Besteller (B2C); Empfänger zahlt Zoll über Produktpreis bei Bestellung.
- Nachteile: Viele oft ändernde Regeln: 5000RMB Grenze (seit 1.1.19), «Positivliste» zugelassener Produkte, unterschiedliche Zollgebühren/Steuern je Produkt, kein Offline-Verkauf
 - Vorteile: Konsument im Lead, kürzere Wertschöpfungskette, weniger Risiko für Händler, uU einzige Möglichkeit, Produkte unverändert in China zu verkaufen (bsp. Louis Widmer, Weleda)

WARUM CHINESEN X-BORDER KAUFEN

MISSTRAUEN IN CHINESISCHE QUALITÄTSSTANDARDS

Aus denselben Gründen wie andere Nationalitäten, und weil E-Commerce keine Landesgrenzen kennt. Hinzu kommen weitere Faktoren wie...

iPhone 6: 22% more
expensive inside China

Luxury Goods have
10 – 50%
import tax

Lack of Trust
+
High domestic pricing of luxury goods
+
Interest in authentic foreign products
=
Cross-border shopping

BEDEUTUNG VON IMAGE UND BEKANNTHEIT - "BRAND"

EINE "BRAND" HABEN IST WICHTIG, ACTIVATION ABER I.D.R. TEUER

- In China steht die **Schweiz** für hohe **Qualität** und **Vertrauenswürdigkeit**
- **Schweizer Brands** können vom guten **Image der Schweiz** in China und von «**Swissness**» profitieren
- **Die Schweizerische Post**, bekannt für ihre hochqualitativen Dienstleistungen, unterstützt **Schweizer Marken** darin, den **Chinesischen Markt** zu erschliessen und gemeinsam mit anderen Schweizer Marken **Visibilität** zu gewinnen.
- **Schweizer Firmen** haben sich bereits **zusammen** geschlossen um ihre **Stärke** unter einem "**Schweizer Schirm**" zu nutzen



3 KUNDENCASE

SCHWEIZER KMU

KOSMETIK-BRANCHE

KUNDE AUS DER KOSMETIK-BRANCHE

SCHWEIZER KMU, MARKE "HAPPY-HAUT"

Firmen-Geschichte

- Produktion: Made in Switzerland
- Qualitätssicherung
- Unabhängigkeit & Corporate Social Responsibility
- Vom Kleinbetrieb zum internationalen Unternehmen

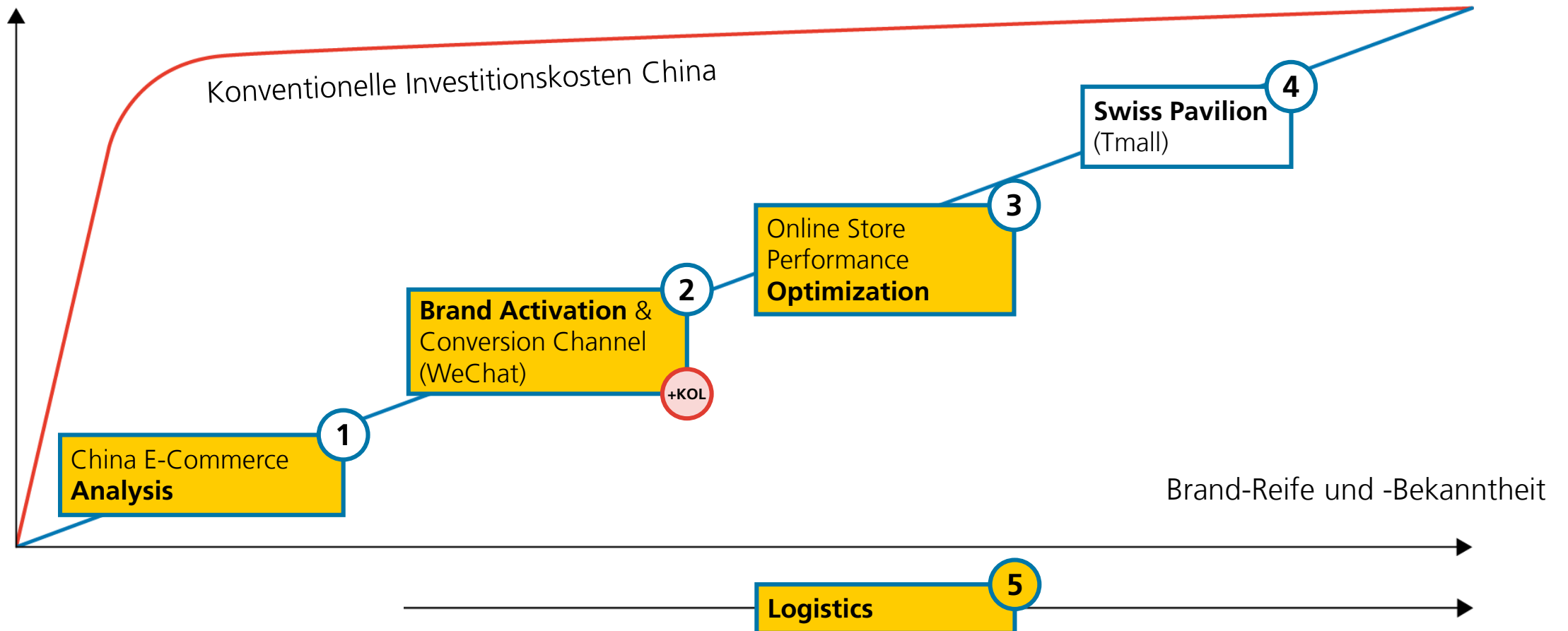
HAPPY-HAUT China

- Markteintritt 2018
- Präsenz auf Tmall Global seit Mitte 2018
- Präsenz auf SwissPost Wechat Marketplace seit Ende 2018
- Module 1 & 3: Marktanalyse & Store Performance Optimierung
- Modul 2 mit Dedicated Marketing Package (eigene Minisite auf Wechat)

GESAMTLÖSUNG "GATEWAY TO CHINA"

5 UNABHÄNGIGE MODULE

Marketing Kosten



ANALYSE: KATEGORIE

MODULE 1 & 3

Swiss Post: China eCommerce Data [FINAL]

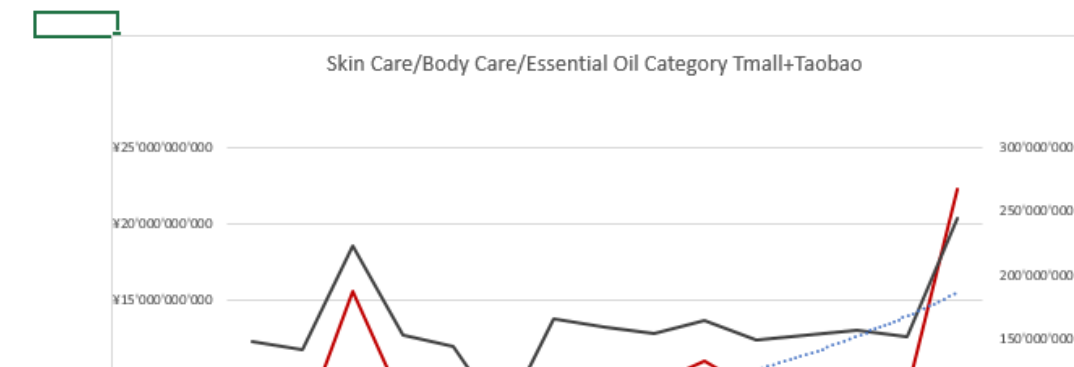
Category:	Skin Care/Body Care/Essential Oil
Report:	Sales revenue and transaction volume of Skin Care/Body Care/Essential Oil category in Tmall and Taobao
Notes:	Data from Sep 2017 - Nov 2018 On 11/11/2018, the sales of Skin Care/Body Care/Essential Oil category was 14,112,384,068 RMB (1,778,089,830 EUR), 127,555,487 units, on Tmall+Taobao. Tmall sold 11,963,108,565 RMB (1,507,291,863 EUR), 88,034,750 units.

Sales Revenue and Transaction Volume (Historical)

The Historical Sales Revenue and Transaction Volume data shows the monthly RMB sales revenue and units sold for the ENTIRE CATEGORY across Tmall, Tmall Global, and Taobao. It indicates total market/category size, growth, seasonality, and average unit prices (AUP). Data is further broken out to show only Tmall (including Tmall Global) (B2C) and only Taobao (C2C) and optionally only in a target price band. November is often a peak month for sales with the 11/11 Singles Day event. February is often a low sales month affected by Chinese New Year.

Skin Care/Body Care/Essential Oil Category Tmall+Taobao

Period	Sales Revenue (RMB)	Transaction Volume (Units)	AUP(RMB)
2017-09	¥7'075'537'135	147'122'580	¥48.09
2017-10	¥6'565'389'661	140'490'538	¥46.73
2017-11	¥15'595'435'747	222'485'943	¥70.10
2017-12	¥8'134'299'823	151'600'569	¥53.66
2018-01	¥7'848'165'642	142'710'255	¥54.99
2018-02	¥5'167'219'898	85'570'627	¥60.39
2018-03	¥10'271'347'914	165'029'521	¥62.24
2018-04	¥9'069'396'461	158'745'493	¥57.13



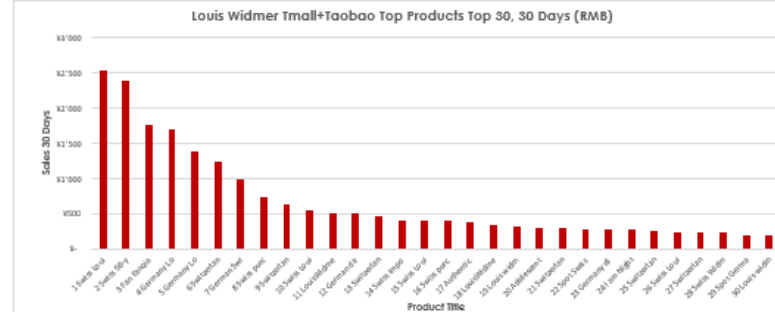
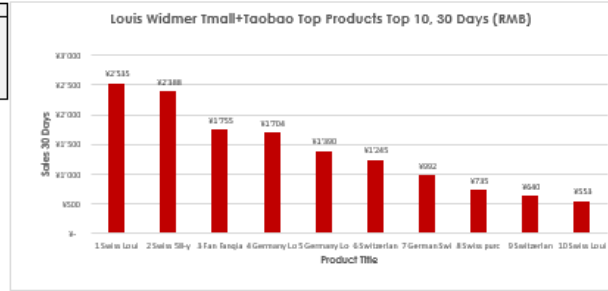
ANALYSE: BRAND, PRODUKTE, WETTBEWERBER

MODULE 1 & 3

Swiss Post: China eCommerce Data (FINAL)

Reports: Top products of brand in Tmall+Taobao
Notes: Search Keyword: Louis Widmer
 Data for Last 30 days, to Sep 19, 2018
 Sorted by 30 Day Transaction Volume (Unit)

Top Products
 Top Products represent the Seller SKUs with the largest RMB revenue in the past 30 days based on specific keyword across Tmall, Tmall Global, and Taobao.

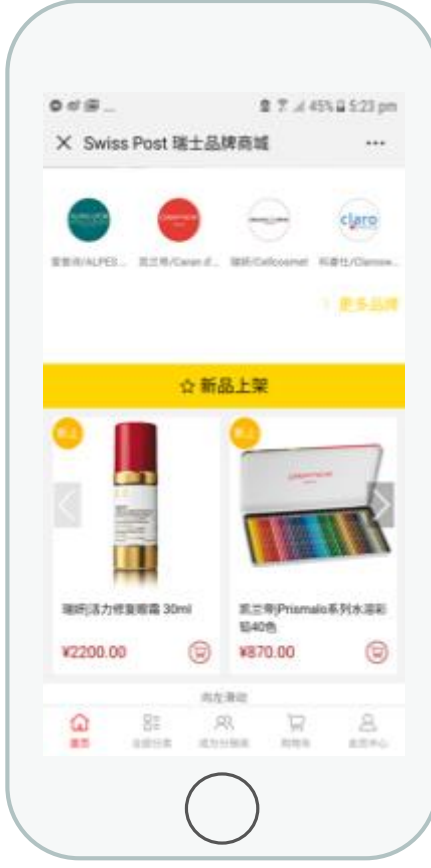
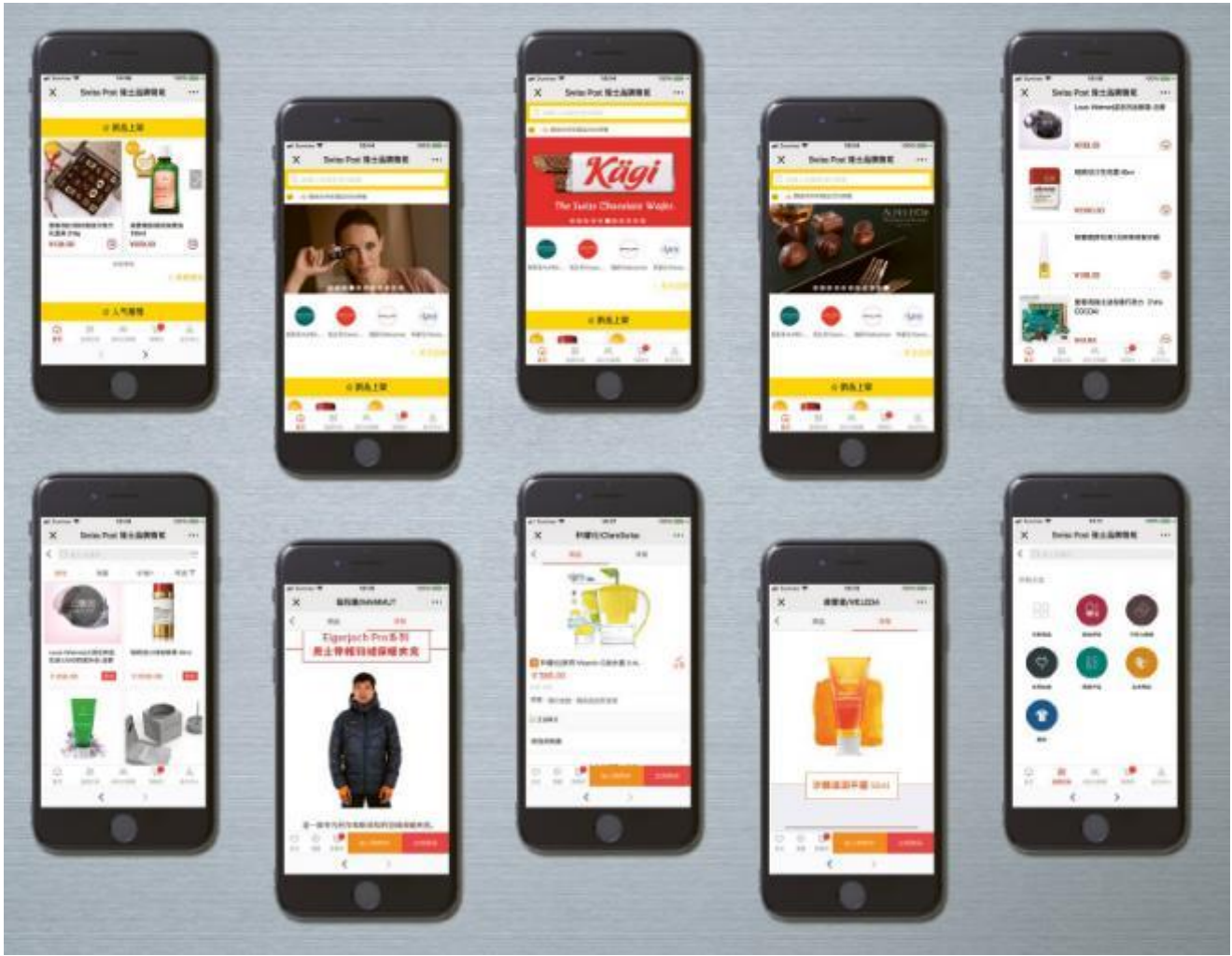
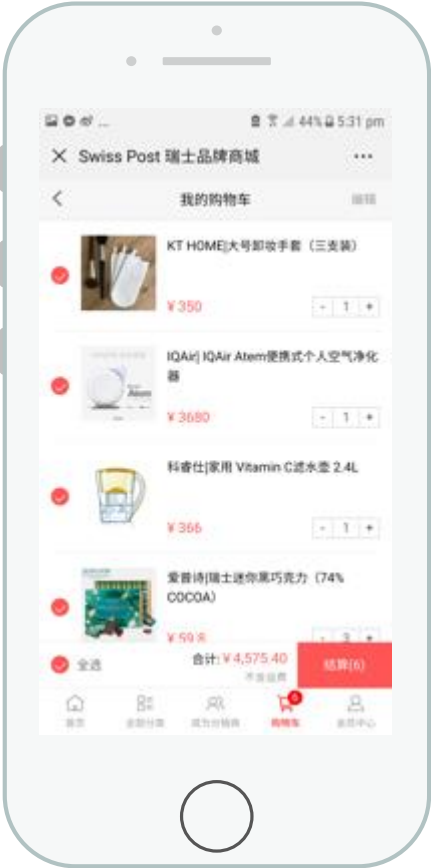


Louis Widmer Tmall+Taobao Top Pr		Total	22*146	124	8888	18*324	639*569	3*222	465	DSR Stars Rating														
R	Product Title	Product Title (English)	Sales (RMB) 30 Day	Units 30 Day	Low Pr (R)	High Pr (R)	Lifetime Sales (R)	Lifetime Units	Review	Transaction 2-30 Day Lifat	Star Rate (Skin)	Star Rate (Eggl)	Star Rate (De)	Market Op	Star Rate 4	Star Rate Rel	Star Type	Star Locat	De	Star S	Star P	First Tier Category	Second Tier Category	Third Tier Category
1	瑞士总代理 Louis Widmer 瑞士总代理 瑞士总代理 30ml	Suizs Louis Widmer anti-wrinkle anti-aging instant moisturizing eye cream 30ml pregnant women can use dark circles	127535	13	195	195	79'560	408	58	3.20%	4.9	4.9	4.9	124	12	99.80%	Taobao	Suzhou, Jiangsu	4.9	4.9	4.9	Beauty Skin / Body / Essential Oil	Eye Care New	Eye Cream
2	瑞士58岁总代理 Louis Widmer 瑞士58岁总代理 瑞士58岁总代理 30ml	Suizs 58-year-old classic carmo-cosmetical Louis Widmer anti-wrinkle moisturizing freckle essence 30ml, 8 weeks effective remarkable	127388	6	398	398	3'184	8	3	75.00%	4.9	4.9	4.9	11	5	99.48%	Taobao	Shenzhen, Guangdong	4.9	4.9	4.9	Beauty Skin / Body / Essential Oil	Facial Essence	
3	瑞士总代理 Louis Widmer 瑞士总代理 瑞士总代理 30ml	Fan Fangqianpuher Suizs Louis widmer eye cream carmo-cosmetical big treasure to final linear to eye bag to dark circles	93755	9	195	195	7'410	38	20	23.70%	4.8	4.8	4.8	61	43	99.60%	Taobao	Shanghai	4.8	4.8	4.8	Beauty Skin / Body / Essential Oil	Eye Care New	Eye Cream
4	德国总代理 Louis Widmer 德国总代理 德国总代理 30ml	Germany Louis Widmer Freckle Cream Spot Remover Moisturizing Firming Anti-Aging Serum Fragrance Free 30ml	93704	3	568	568	10'792	19	4	15.80%	4.9	4.9	4.9	24	10	100.00%	Tmall	Germany	4.9	4.8	4.8	Beauty Skin / Body / Essential Oil	Lotion / Cream	
5	德国总代理 Louis Widmer 德国总代理 德国总代理 20g	Germany Louis Widmer Louis Widmer acne acne acne care ointment 20g	93580	10	139	139	29'051	209	62	4.80%	4.9	4.9	4.9	24	10	100.00%	Tmall	Germany	4.9	4.8	4.8	Beauty Skin / Body / Essential Oil	Lotion / Cream	
6	瑞士总代理 Louis Widmer 瑞士总代理 瑞士总代理 50ml	Suizs total purchasing Suizs famous carmo-cosmetical Louis Widmer skin firming night cream 50ml	93245	5	249	249	2'241	9	2	55.60%	5.0	5.0	5.0	27	7	99.86%	Taobao	Switzerland	5.0	5.0	4.9	Beauty Skin / Body / Essential Oil	Lotion / Cream	
7	德国总代理 Louis Widmer 德国总代理 德国总代理 30ml	German Suizs Carmo-cosmetical Louis Widmer Instant Moisturizing Eye Cream 30ml Spot	93245	4	248	248	278'008	1'121	25	0.40%	4.9	4.9	4.9	126	43	99.94%	Taobao	Shijiazhuang, Hebei	4.9	4.9	4.9	Beauty Skin / Body / Essential Oil	Eye Care New	Eye Cream
8	瑞士总代理 Louis Widmer 瑞士总代理 瑞士总代理 30g	Suizs purchasing Louis Widmer Remo-form super moisturizing day cream for extremely dry skin	93245	3	245	245	9'310	38	11	7.90%	4.9	4.9	4.9	45	10	99.78%	Taobao	Changqing	4.9	4.9	4.9	Beauty Skin / Body / Essential Oil	Lotion / Cream	
9	瑞士总代理 Louis Widmer 瑞士总代理 瑞士总代理 30ml	Suizs total purchasing Louis Widmer Re-generation Essence Extract Liparamal Collagen Hyaluronic Acid	93245	2	320	320	8'000	25	7	8.00%	4.9	4.9	4.9	45	10	99.78%	Taobao	Switzerland	4.9	4.9	4.9	Beauty Skin / Body / Essential Oil	Facial Essence	
10	瑞士总代理 Louis Widmer 瑞士总代理 瑞士总代理 30ml	Suizs Louis Widmer Acne Plus creme oil central acne ointment first aid cream red acne	93245	7	79	79	790	10	5	70.00%	4.9	4.9	4.9	77	12	99.85%	Taobao	Wuhan, Hubei	4.8	4.9	4.9	Beauty Skin / Body / Essential Oil	Facial Essence	
11	德国总代理 Louis Widmer 德国总代理 德国总代理 50ml	Louis Widmer Louis Widmer Deep Hydrating UV30 Refreshing Lotion with Fragrance 50ml	93245	2	259	259	518	2	0	100.00%	4.8	4.8	4.8	43	12	100.00%	Tmall	Germany	4.8	4.8	4.7	Beauty Skin / Body / Essential Oil	Lotion / Cream	
12	德国总代理 Louis Widmer 德国总代理 德国总代理 50ml	German direct mail Louis Widmer Louis Widmer UV10 anti-aging refreshing day cream containing fragrance 50ml	93245	2	249	249	249	1	1	200.00%	4.8	4.8	4.8	43	12	100.00%	Tmall	Germany	4.8	4.8	4.8	Beauty Skin / Body / Essential Oil	Lotion / Cream	
13	瑞士总代理 Louis Widmer 瑞士总代理 瑞士总代理 30g	Suizs total purchasing carmo-cosmetical Louis Widmer instant moisturizing anti-aging eye cream new packaging 30g fragrance-free authentic	93245	2	238	238	11'662	49	3	4.10%	4.9	4.9	4.9	45	10	99.78%	Taobao	Germany	4.9	4.9	4.9	Beauty Skin / Body / Essential Oil	Eye Care New	Eye Cream
14	瑞士总代理 Louis Widmer 瑞士总代理 瑞士总代理 30ml	Suizs imported drug makeup Louis Widmer anti-aging instant no fragrance moisturizing eye cream 30ml	93245	2	205	205	2'665	13	2	15.40%	4.9	4.9	4.9	77	11	99.97%	Taobao	Qingdao, Shandong	4.9	4.9	4.9	Beauty Skin / Body / Essential Oil	Eye Care New	Eye Cream

PROMOTION & VERKAUF

PRÄSENZ AUF WECHAT & INTERNET MARKTPLATZ

MODUL 2



DIE RICHTIGE KOMBINATION: MARKTPLATZ-PRÄSENZ & BRAND ACTIVATION

BASIS-ANGEBOT & AUSWAHL AUS PROMOTION-PACKAGES

MODUL 2

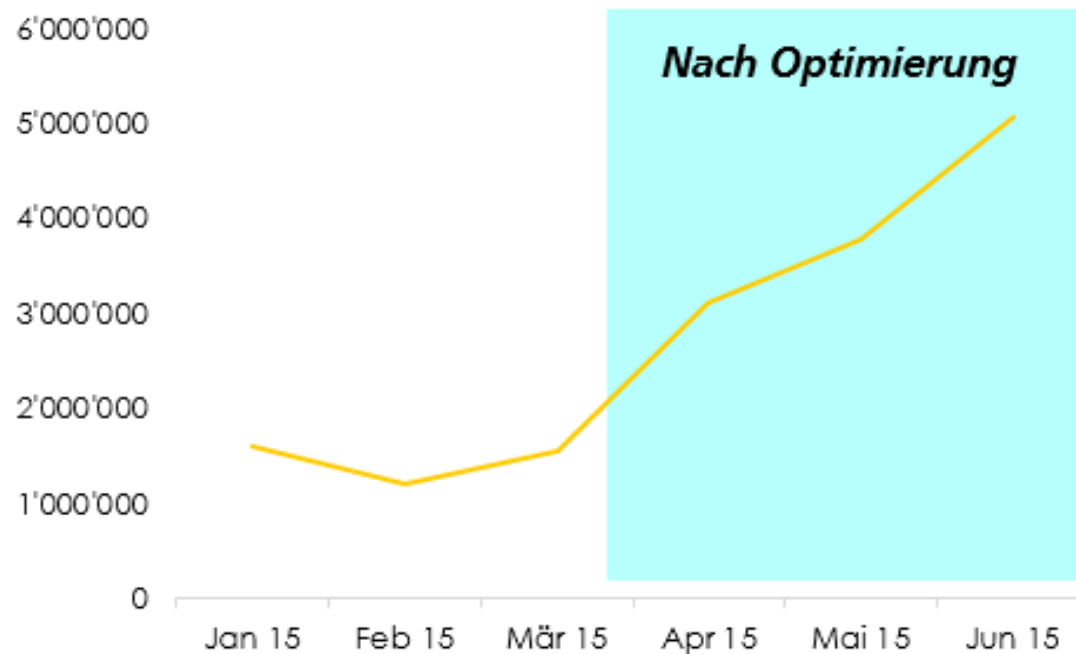
	Marketplace	Promotion Package	Rate (CHF)
Basic	Store Set-up & Rental		CHF 6'000
1	+	Low Intensity Activation	CHF12'000
2	+	Medium Intensity Activation	CHF 20'000
3	+	High Intensity Activation	CHF 30'000
4	+	Dedicated Activation	CHF 80'000

PERFORMANCE STEIGERUNG

100% IM ERSTEN MONAT

MODUL 3

UMSATZ BRAND FLAGSHIP STORE



Die Optimierung des Flagship Stores startete im April. Aus der Optimierung resultierte ein **signifikantes Wachstum**.

Monatliches Umsatzwachstum seit April

Apr-18	Mai-18	Juni-18
101%	21%	34%

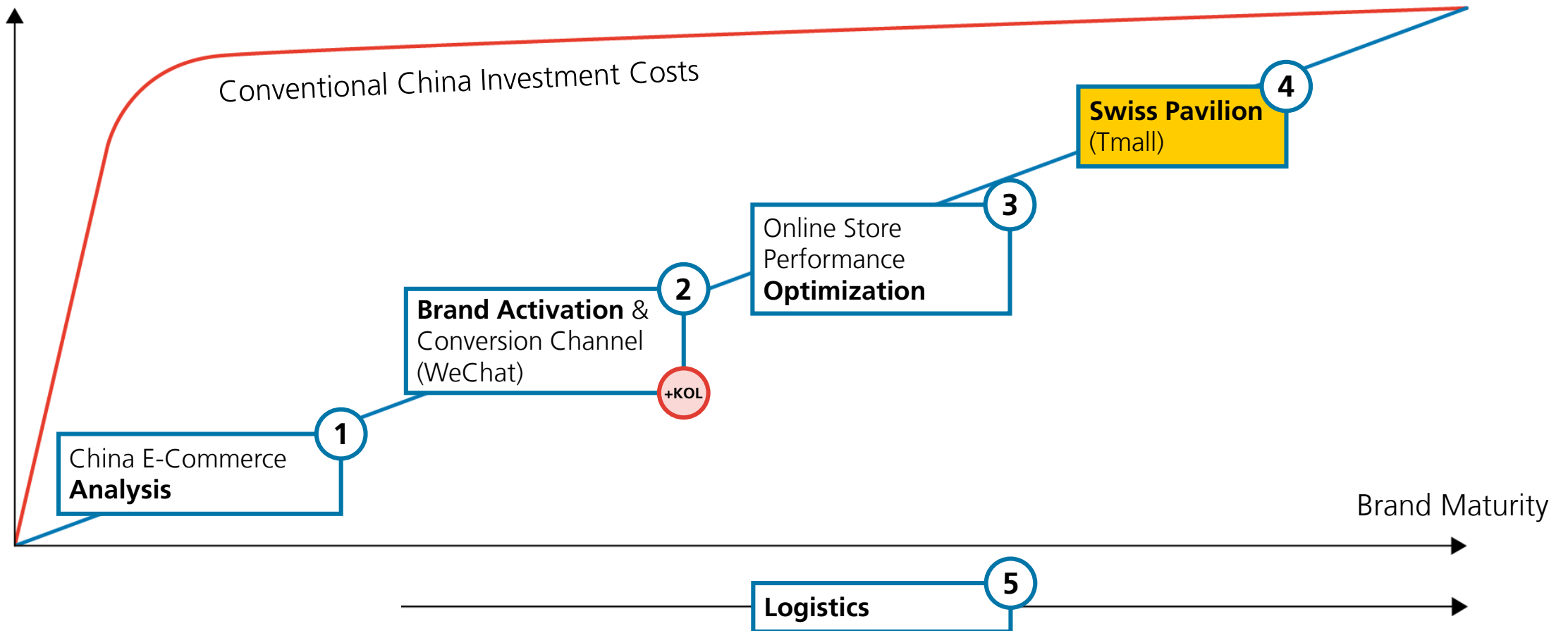
SEO, Traffic & Werbung, Events & Kundenservice werden optimiert

Quelle: KungfuData

DIE KRÖNUNG

SO ERFOLGREICH WERDEN, UM IM SWISS PAVILION AUF TMALL PRÄSENT ZU SEIN MODUL 4

Marketing Cost



SWISS PAVILION

16 TOP PERFORMER BRANDS IM SCHWEIZER SCHAUFENSTER AUF TMALL GLOBAL

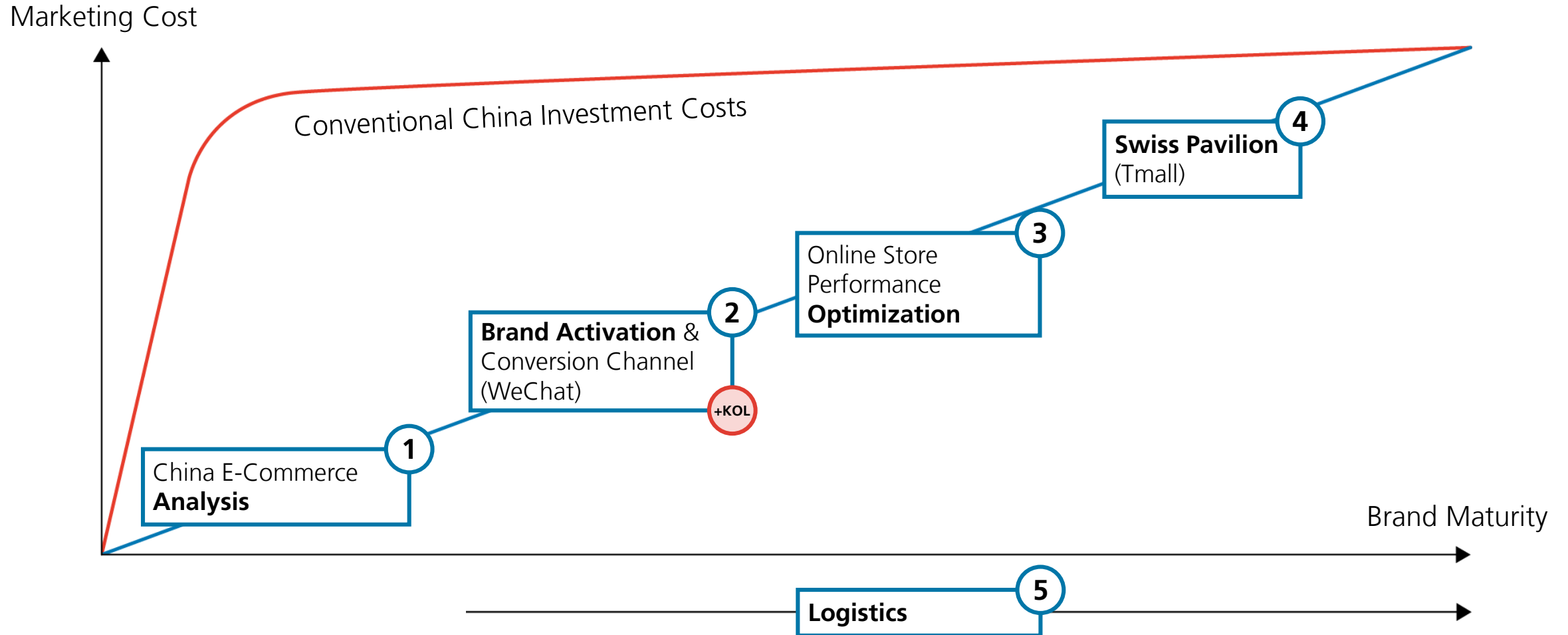




**4 ALLES-AUS-EINER-HAND
ANGEBOT DER POST
5 LEISTUNGSPAKETE**

YOUR GATEWAY TO CHINA

5 INDEPENDENT MODULES ADDRESSING ALL OF YOUR NEEDS



YOUR GATEWAY TO CHINA DELIVERING SWISS CULTURE

[SWISSPOST.CH/CHINA](https://www.swisspost.ch/china)

SWISS POST 



GATEWAY TO CHINA

DARUM.

Vielen Dank für Ihre Zeit und Aufmerksamkeit!
感谢您的时间和关注!



5 Q&A

INFORMATIONEN



为你带来高品质的瑞士产品

Internet
WeChat

www.swisspost.ch/china
mini.swisspostchina.com.cn

SWISS POST 