

Novos hábitos de consumo na China

Priscila Gambale

Para atender aos desejos e necessidades dos consumidores chineses, as empresas precisam estar sempre desenvolvendo estratégias de Marketing para atrair a população que está cada vez mais exigente. Os chineses estão aderindo novos hábitos de consumo, a preocupação com o meio ambiente está crescendo, e o cuidado com a saúde e bem-estar são as novas tendências entre os consumidores.

Com 1,3 bilhão de pessoas e crescimento superior a 10% nos últimos cinco anos, a China representa um enorme potencial de consumo. É baseado nesse crescimento que inúmeras empresas estão criando ações para alavancar as vendas. Na China de hoje, os consumidores demandam mais que atributos funcionais. A importância do design cresce em todas as categorias de produto e se torna um fator-chave de diferenciação das marcas.

A preocupação com a saúde e bem-estar, por exemplo, aumenta a cada dia e abre um leque de oportunidades para as empresas. Uma pesquisa realizada pela TNS apontou que os chineses são atentos às questões saudáveis. Cerca de 80% da população considera que ser saudável é a principal característica avaliada na compra de alimentos. Quase 60% declararam ter a intenção de pagar mais por comidas saudáveis.

Destaques das novas tendências de consumo chinês

Outro segmento que vem ganhando espaço no mercado é a demanda por produtos de luxo. Os chineses desejam se destacar da massa através da compra de produtos e serviços exclusivos e requintados. De acordo o estudo The China Source Book, a China será responsável por 25% do mercado de luxo em 2016. Atualmente, este mercado representa 12% do consumo de luxo Global.

Segundo o assessor da presidência da Câmara de Comércio e Desenvolvimento Brasil-China, Ulisses Vega, com o amadurecimento do mercado de luxo, não há mais um grupo homogêneo de consumidores naquele país. Para aumentar a demanda pelos artigos de luxo, as empresas precisam atender as diferentes necessidades dos consumidores. "As empresas estão aumentando os pontos-de-venda e ampliando o portfólio de produtos", diz Vega em entrevista ao Mundo do Marketing.

Os hipermercados também estão criando uma nova cultura de compras na China. Com lojas que ultrapassam 4 mil m² e com uma infinidade de produtos, fazer compras está se transformando em passeio para os chineses da classe média. Além de estratégias tradicionais como localização e preço baixo, os hipermercados adoraram o "Total shopping experience", que incorpora ao espaço restaurantes, cinemas, lojas de departamentos e cafés.

GAMBALE, Priscila. Novos hábitos de consumo na China. **Mundo do Marketing**, nov. 2008. Disponível em: <<http://www.mundodomarketing.com.br>>. Acesso em 14 nov. 2008