

Le décollage du marché des biens de consommation en Chine et son impact sur le commerce mondial

Françoise Lemoine et Deniz Ünal

Dans la nouvelle phase de développement qu'aborde la Chine, la consommation des ménages est appelée à devenir le moteur principal de la croissance économique, prenant le relai des investissements et des exportations. Ce rééquilibrage, déterminant pour le rythme et la soutenabilité de la croissance du pays dans les prochaines années, a d'ores et déjà changé son mode d'insertion dans l'économie mondiale. Le Panorama analyse d'abord l'offre domestique des biens de consommation et montre que ce secteur est l'un des plus dynamiques de l'appareil de production chinois depuis 2007. Il révèle ensuite la progression accélérée des importations chinoises de biens de consommation depuis dix ans. Une progression suscitée par une forte demande de produits haut de gamme. La Chine est devenue le troisième importateur mondial de biens de consommation, le deuxième pour ceux de haut de gamme, avec l'Europe comme principal fournisseur.

Sommaire

1. **Introduction**
2. **L'offre domestique des biens de consommation**
 - Données statistiques
 - Des industries qui ont le vent en poupe
 - Des secteurs plus profitables et moins endettés
 - Recentrage sur la demande intérieure
 - Les firmes étrangères face aux firmes privées chinoises
3. **Essor en flèche des importations de biens de consommation**
 - Données statistiques
 - Les secteurs porteurs
 - Une demande tirée par le haut de gamme
4. **Emergence d'un grand importateur de biens de consommation**
 - Les grands pôles d'échanges mondiaux : UE28, Etats-Unis, Chine
 - La forte progression de l'UE sur le marché chinois
5. **Conclusions**



1. Introduction

Dans la nouvelle phase de développement qu'aborde la Chine, la consommation des ménages est appelée à devenir le moteur principal de la croissance économique, prenant ainsi le relai de l'investissement et de l'exportation.

Les données macroéconomiques sur l'évolution de la demande intérieure laissent penser que le rééquilibrage vers la consommation est en cours (Kang & Liao, 2016).

Cependant il est relativement lent, autant que l'on puisse en juger à partir des données disponibles de comptabilité nationale qui sous-estiment vraisemblablement les revenus et les dépenses de consommation des ménages (Zhang & Zhu 2013 ; Lemoine & Ünal, 2015).

Ce rééquilibrage est déterminant pour le rythme et la soutenabilité de la croissance en Chine au cours des prochaines années. Il a aussi des incidences majeures sur l'insertion du pays dans l'économie mondiale. L'évolution de la consommation chinoise influence d'ores et déjà non seulement les flux de commerce et d'investissement entre la Chine et ses partenaires mais aussi l'ensemble du réseau mondial des échanges de biens de consommation.

Ce Panorama apporte des éléments d'information sur la question en l'abordant sous deux angles peu étudiés jusqu'à présent. Il fait d'abord le point sur l'évolution de l'offre interne de biens de consommation en Chine (**section 2**) pour analyser ensuite les changements structurels dans la composition par produit et par gamme de qualité-prix des importations chinoises de ces biens (**section 3**). Enfin, il montre que la demande de la Chine a un poids croissant dans le commerce mondial de biens de consommation et que l'Europe est devenue son principal fournisseur (**section 4**).

L'analyse porte sur les dix dernières années. La partie consacrée à l'offre domestique se fonde sur les données de l'annuaire statistique de la Chine tandis que celles consacrées aux flux de commerce international utilisent les statistiques originales du CEPII issues de la base de données WTCF (*World Trade Flows Characterization*).

2. L'offre domestique de biens de consommation

Données statistiques

Les annuaires statistiques de la Chine (*China Statistical Yearbooks*) fournissent des données au niveau d'une cinquantaine de secteurs industriels (**tableau A.1, annexe**). Parmi ceux-ci on peut en identifier neuf dont la production dessert directement la consommation des ménages : industrie alimentaire, boissons, tabacs, vêtements, chaussures & articles en cuir, meubles, imprimerie & enregistrement, culture & loisirs, produits pharmaceutiques. Deux autres secteurs, l'industrie automobile et le matériel informatique & électronique produisent des biens destinés à l'usage à la fois des consommateurs (biens de consommation) et des producteurs (biens d'équipement). Faute de pouvoir distinguer le type d'usage, on fera figurer ces deux secteurs avec leurs caractéristiques, pour mémoire, à côté des autres industries de biens de consommation.

Les données chinoises publiées sur l'industrie se sont raréfiées au cours des dix dernières années : les statistiques relatives à la valeur ajoutée ont cessé d'être publiées depuis 2010, celles relatives à la production brute ainsi qu'à l'emploi depuis 2012. Pour mesurer l'importance et la dynamique relative des industries sur la période plus récente, ce Panorama utilise les données existant sur le nombre d'entreprises, les actifs totaux et le

chiffre d'affaires (issu de l'activité principale) ainsi que certains indicateurs publiés (les ratios 'dettes/actifs' et 'profits/coûts' ou le chiffre d'affaires par travailleur).

Les neuf secteurs de biens de consommation représentaient 9,9% de la production brute et 16,2% de l'emploi dans l'industrie en 2010¹, dernière année où ces chiffres sont disponibles (**tableau 1**, colonnes 1-2). Le groupe des industries alimentaires (y compris boissons et tabac) vient en tête pour la production (3,8%) mais c'est le secteur de l'habillement (vêtements, chaussures & articles en cuir) qui emploie les plus gros effectifs (7,6%). L'industrie pharmaceutique se situe derrière ces deux groupes par sa production (1,7%) mais elle emploie moins d'effectifs que les industries culture & loisirs (1,8% de l'emploi industriel contre 2,2%). À côté, les industries du matériel informatique & électronique (dont une partie seulement est constituée de biens de consommation) représentent environ 8% de l'emploi et de la production. Les chiffres ne sont pas disponibles pour le secteur automobile.

Tableau 1
POIDS DES SECTEURS DE BIENS DE CONSOMMATION DANS L'INDUSTRIE EN 2010 ET 2014
(en % du total de l'industrie)

	2010		2014			
	Production brute (1)	Emploi (2)	Nb. de firmes (3)	Actifs totaux (4)	Chiffre d'affaires (5)	Profits (6)
TOTAL INDUSTRIE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
1-9 TOTAL BIENS DE CONSOMMATION	9,9	16,2	17,3	9,9	12,0	16,4
1-11 <i>Total BC + Automobiles & Mat. Info-électro.</i>	17,8	24,3	24,6	21,6	25,9	31,7
Industries alimentaires	3,8	3,4	3,9	3,7	4,1	6,8
1 Alimentation	1,6	1,8	2,2	1,4	1,8	2,6
2 Boissons	1,3	1,4	1,7	1,5	1,5	2,5
3 Tabac	0,8	0,2	0,0	0,9	0,8	1,8
Industries de l'habillement	2,9	7,6	6,5	2,0	3,2	3,4
4 Vêtements	1,8	4,7	4,2	1,3	1,9	2,0
5 Chaussures & Articles en cuir	1,1	2,9	2,3	0,7	1,3	1,4
6 Industrie du meuble	0,6	1,2	1,4	0,5	0,7	0,7
Industries culture & loisirs	1,0	2,2	3,7	1,3	2,0	2,0
7 Imprimerie & Enregistrement	0,5	0,9	1,4	0,5	0,6	0,8
8 Culture, Education, Loisir, Artisanat	0,4	1,3	2,3	0,8	1,3	1,2
9 Industrie pharmaceutique	1,7	1,8	1,9	2,3	2,1	3,5
10 Automobiles	<i>n.d.</i>	<i>n.d.</i>	3,6	5,5	6,1	9,0
11 Matériel informatique & électronique	7,9	8,1	3,7	6,3	7,7	6,3

Notes : En 2010, la production brute correspond à l'agrégat « output » dans les annuaires statistiques chinois. Non disponible en 2014, le tableau présente à la place de cet agrégat le chiffre d'affaires provenant de l'activité principale (*revenue from principal business*). Le secteur automobile n'est identifié qu'à partir de 2012 (n.d. : non disponible). Pour la définition des actifs totaux, voir les notes du **tableau 2.1**.

Source : Annuaires statistiques 2011 et 2015 de la Chine.

Les données disponibles pour 2014 montrent qu'à cette date les neuf secteurs de biens de consommation cumulent 9,9% des actifs totaux, 12% du chiffre d'affaires et 16,4% des profits de l'ensemble de l'industrie. Sur ces trois critères, le groupe des industries alimentaires est de loin le plus important, suivi des industries de l'habillement et pharmaceutique (**tableau 1**, colonnes 3-6).

À titre de comparaison, ces données montrent que le secteur automobile est celui qui dégage le plus de profits (9% du total). Il est dépassé par le secteur du matériel informatique & électronique par la taille des actifs (5,5 contre 6,3%) et du chiffre d'affaires (7,7 contre 6,1%).

¹ Le périmètre du secteur industriel dans les annuaires statistiques chinois comprend les industries extractives, manufacturières, de recyclage, de réparation d'équipements ainsi que de production & distribution d'eau, de gaz et d'électricité (**tableau A.1, annexe**).

Des industries qui ont le vent en poupe depuis 2010

Les industries de biens de consommation ont connu une nouvelle dynamique depuis le début de l'actuelle décennie.

Les **tableaux 2.1 à 2.3** présentent la part des actifs, du chiffre d'affaires et des profits de ces secteurs dans l'ensemble de l'industrie sur la période 2004-2015. Entre 2004 et 2010, leur poids global en termes d'actifs totaux et de chiffre d'affaires marque un recul (respectivement -2,5 et -1,2 points de pourcentage). La forte croissance économique jusqu'en 2007, puis les plans de relance mis en place après la crise de 2008, ont surtout bénéficié aux secteurs en amont, à savoir les industries lourdes ciblées par les projets d'investissement et d'infrastructures. Même le secteur du matériel informatique & électronique marque un recul relatif en dépit de sa force exportatrice. Toutefois, les industries de consommation maintiennent alors globalement stable leur part dans les profits industriels (celles des industries alimentaires, des boissons et de l'habillement augmentent).

Tableau 2.1
EVOLUTION 2004-2014 DU POIDS DES BIENS DE CONSOMMATION DANS L'INDUSTRIE
ACTIFS TOTAUX* (en % du total de l'industrie)

	2004	2007	2010	2014
TOTAL INDUSTRIE	100,0	100,0	100,0	100,0
1-9 TOTAL BIENS DE CONSOMMATION	11,0	9,2	8,5	9,9
1-11 <i>Total BC + Automobiles & Mat. Info-électro.</i>	18,7	16,1	14,8	21,6
Industries alimentaires	4,6	3,7	3,5	3,7
1 Alimentation	1,4	1,3	1,2	1,4
2 Boissons	1,7	1,4	1,3	1,5
3 Tabac	1,5	1,1	0,9	0,9
Industries de l'habillement	2,3	2,0	1,8	2,0
4 Vêtements	1,4	1,3	1,2	1,3
5 Chaussures & Articles en cuir	0,9	0,8	0,7	0,7
6 Industrie du meuble	0,4	0,5	0,4	0,5
Industries culture & loisirs	1,2	1,0	0,9	1,3
7 Imprimerie & Enregistrement	0,8	0,6	0,5	0,5
8 Culture, Education, Loisir, Artisanat	0,4	0,4	0,3	0,8
9 Industrie pharmaceutique	2,5	2,0	1,9	2,3
10 Automobiles				5,5
11 Matériel informatique & électronique	7,7	6,9	6,4	6,3

* Les actifs totaux désignent toutes les ressources détenues ou contrôlées par les entreprises issues. Ils comprennent les actifs à court terme (capital monétaire, actifs financiers, créances), les placements à long terme, le capital fixe et les actifs immatériels.

Source : Annuaire statistique de la Chine, 2015.

Un tournant s'est amorcé depuis 2010. Les industries des biens de consommation ont mieux résisté que les autres au ralentissement de l'activité économique et à l'essoufflement de performances enregistrées dans l'ensemble de l'industrie. Entre 2010 et 2014 le poids des neuf secteurs passe de 8,5% à 9,9% dans les actifs de l'industrie ; entre 2010 et 2015 il passe de 9,7% à 12,8% dans le chiffre d'affaires, et il explose dans les profits (de 11,9% à 18,3%). Pratiquement tous les secteurs sont concernés, mais les plus fortes progressions ont lieu dans les industries pharmaceutique et de 'culture & loisirs'.

Tableau 2.2
EVOLUTION 2004-2015 DU POIDS DES BIENS DE CONSOMMATION DANS L'INDUSTRIE
CHIFFRE D'AFFAIRES* (en % du total de l'industrie)

	2004	2007	2010	2014	2015
TOTAL INDUSTRIE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
1-9 TOTAL BIENS DE CONSOMMATION	10,9	9,8	9,7	12,0	12,8
1-11 <i>Total BC + Automobiles & Mat. Info-électro.</i>	22,4	19,6	17,6	25,9	27,3
Industries alimentaires	4,1	3,6	3,7	4,1	4,4
1 Alimentation	1,4	1,5	1,6	1,8	2,0
2 Boissons	1,3	1,2	1,3	1,5	1,6
3 Tabac	1,4	0,9	0,8	0,8	0,8
Industries de l'habillement	3,4	3,1	2,8	3,2	3,3
4 Vêtements	2,1	1,8	1,7	1,9	2,0
5 Chaussures & Articles en cuir	1,4	1,2	1,1	1,3	1,3
6 Industrie du meuble	0,5	0,6	0,6	0,7	0,7
Industries culture & loisirs	1,2	1,0	0,9	2,0	2,1
7 Imprimerie & Enregistrement	0,6	0,5	0,5	0,6	0,7
8 Culture, Education, Loisir, Artisanat	0,6	0,5	0,4	1,3	1,4
9 Industrie pharmaceutique	1,7	1,5	1,6	2,1	2,3
10 <i>Automobiles</i>				6,1	6,4
11 <i>Matériel informatique & électronique</i>	11,4	9,8	7,9	7,7	8,2

* Le chiffre d'affaires provenant de l'activité principale (l'agrégat *revenue from principal business*).

Source : Annuaire statistique de la Chine, 2015.

Tableau 2.3
EVOLUTION 2004-2015 DU POIDS DES BIENS DE CONSOMMATION DANS L'INDUSTRIE
PROFITS (en % du total de l'industrie)

	2004	2007	2010	2014	2015
TOTAL INDUSTRIE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
1-9 TOTAL BIENS DE CONSOMMATION	12,1	11,0	11,9	16,4	18,3
1-11 <i>Total BC + Automobiles & Mat. Info-électro.</i>	19,3	16,3	17,3	31,7	34,5
Industries alimentaires	5,9	5,3	5,2	6,8	7,5
1 Alimentation	1,2	1,5	1,9	2,6	2,9
2 Boissons	1,5	1,6	1,9	2,5	2,7
3 Tabac	3,3	2,2	1,4	1,8	1,9
Industries de l'habillement	2,2	2,3	2,8	3,4	3,5
4 Vêtements	1,3	1,3	1,6	2,0	2,1
5 Chaussures & Articles en cuir	0,9	0,9	1,2	1,4	1,5
6 Industrie du meuble	0,4	0,4	0,5	0,7	0,8
Industries culture & loisirs	1,1	0,8	0,9	2,0	2,3
7 Imprimerie & Enregistrement	0,7	0,6	0,6	0,8	0,9
8 Culture, Education, Loisir, Artisanat	0,4	0,3	0,3	1,2	1,4
9 Industrie pharmaceutique	2,5	2,1	2,5	3,5	4,1
10 <i>Automobiles</i>				9,0	9,6
11 <i>Matériel informatique & électronique</i>	7,2	5,3	5,4	6,3	6,7

Source : Annuaire statistique de la Chine, 2015.

Des secteurs plus profitables et moins endettés

Le **tableau 3** présente quatre indicateurs de performance pour les secteurs de biens de consommation en 2014 : le chiffre d'affaires par travailleur, les ratios 'dettes/actifs totaux (actifs fixes et courants)', 'profits/actifs et 'profits/coûts'.

La productivité apparente du travail mesurée par le chiffre d'affaires par travailleur est inférieure à la moyenne industrielle (1 110 mille yuans en 2014) dans tous les secteurs présentés, sauf l'industrie du tabac (avec un niveau exceptionnellement élevé dû à sa situation de monopole étatique aux prix administrés), et celle de l'automobile (très capitalistique). Elle apparaît particulièrement faible dans les secteurs traditionnels comme l'habillement ou les meubles, qui sont très intensives en travail. Dans les industries pharmaceutiques, d'alimentation et des boissons, relativement plus capitalistiques, elle est relativement proche de la moyenne.

Tableau 3
INDICATEURS DE PERFORMANCE DANS LES BIENS DE CONSOMMATION, 2014

	CA/travailleur 10 000 yuans	Dettes/Actifs %	Profits/Actifs %	Profits/Coûts %
TOTAL INDUSTRIE	111	57	7	7
INDUSTRIE MANUFACTURIERE	n.d.	n.d.	8	n.d.
Alimentation	99	47	13	9
Boissons	101	46	12	12
Tabacs	414	21	14	29
Vêtements	46	48	11	7
Chaussures & Articles en cuir	46	46	14	7
Industrie du meuble	61	50	10	7
Imprimerie & Enregistrement	71	46	11	9
Culture, Education, Loisir, Artisanat	66	54	11	6
Industrie pharmaceutique	105	43	11	11
<i>Automobiles</i>	142	57	12	10
<i>Matériel informatique & électronique</i>	94	59	7	5

Notes : CA : chiffre d'affaires. Les coûts recouvrent tous les coûts industriels liés à l'activité principale, au marketing, à la gestion ainsi qu'au financement. n.d. : non disponible.

Source : Annuaire statistique de la Chine, 2015.

Les indicateurs relatifs au profit renseignent sur la rentabilité des entreprises et montrent que les neuf secteurs de biens de consommation ont des taux de profits /actifs supérieurs à la moyenne de l'industrie. Le ratio profits/coûts est aussi plus élevé que la moyenne dans une majorité de secteurs.

Les neuf secteurs affichent tous un ratio dette/actifs inférieur à la moyenne de l'industrie. Leur situation contraste avec celle de nombre de secteurs de l'industrie lourde dont le développement a été financé à crédit et qui se trouvent en situation de surendettement t.

Les situations des deux grands secteurs, automobile et matériel électronique et informatique sont contrastées. Le secteur de l'automobile chinois, grand enjeu pour les constructeurs étrangers, affiche des taux de profits (sur actifs et sur coûts) nettement supérieurs à la moyenne industrielle. Ce n'est pas le cas du matériel 'informatique & électronique', emblématique de la percée chinoise dans l'économie mondiale.

En résumé, les quelques indicateurs disponibles montrent que les niveaux de profitabilité et d'endettement des industries de biens de consommation les mettent dans une situation a priori plus favorable que le reste de l'industrie manufacturière.

Recentrage sur la demande intérieure

Le ratio exportations/production met en évidence des degrés d'ouverture contrastés entre les secteurs produisant des biens de consommation (**tableau 4**). Quatre industries ont une production fortement orientée vers les marchés extérieurs : 1) culture, éducation... ; 2) 'chaussures & articles en cuir' ; 3) vêtements ; 4) meubles.

Au contraire, cinq autres secteurs ('imprimerie et enregistrements' ; pharmacie ; alimentaire ; boissons et tabac) ont des productions quasi-exclusivement destinées au marché intérieur. C'est également le cas dans le secteur automobile alors que dans les industries 'informatique & électronique', la majeure partie de la production est exportée.

Durant la première moitié des années 2000, la tendance dans l'industrie était à une ouverture croissante sur les marchés extérieurs, mais depuis 2004, le ratio exportation/production décline fortement dans la plupart des cas, témoignant du choc de la crise mondiale et du rééquilibrage de l'économie chinoise. Le dynamisme des industries de biens de consommation observé depuis 2010 s'appuie donc bien essentiellement sur la demande intérieure.

Tableau 4
POIDS DES EXPORTATIONS DANS LA PRODUCTION DES BIENS DE CONSOMMATION
2000, 2004, 2009 (%)

	2000	2004	2009	Ratio 2009/2004
TOTAL INDUSTRIE	17	20	13	0,65
TOTAL INDUSTRIE MANUFACTURIERE	20	24	15	0,65
1-9 TOTAL BIENS DE CONSOMMATION	28	30	17	0,57
1-11 <i>Total BC + Automobiles & Mat. Info-électro.</i>	29	38	29	0,75
1 Alimentation	9	11	7	0,60
2 Boissons	3	4	2	0,52
3 Tabacs	1	1	0	0,50
4 Vêtements	57	54	30	0,56
5 Chaussures & Articles en cuir	59	56	31	0,54
6 Industrie du meuble	38	55	29	0,52
7 Imprimerie & Enregistrement	6	10	9	0,91
8 Culture, Education, Loisir, Artisanat	58	59	37	0,63
9 Industrie pharmaceutique	10	11	8	0,73
10 <i>Automobiles</i>	4	5	5	0,93
11 <i>Matériel informatique & électronique</i>	42	62	61	0,98

Source : Base de données mise au point par Lemoine *et alii* (2015) issue des enquêtes d'entreprises du Bureau national de statistiques de la Chine.

Les firmes étrangères face aux firmes privées chinoises

En 2014, les entreprises à capitaux étrangers (entreprises à capital mixte ou entièrement étranger) détiennent 26% des actifs, réalisent 26% du chiffre d'affaires et dégagent 23% des profits dans les neuf industries de biens de consommation prises ensemble. Ces proportions sont similaires à celles qu'elles ont dans l'ensemble de l'industrie manufacturière (**tableau 4**). Cependant, l'importance des entreprises étrangères est nettement supérieure à la moyenne dans l'alimentation, l'habillement ainsi que dans les industries culturelles et éducatives.

Leur présence est exceptionnellement forte dans l'industrie automobile, et notamment dans les profits de ce secteur (41% des actifs, 47% du chiffre d'affaires, et 54% des profits) ainsi que dans les industries informatique & électronique (56% des actifs, 67% du chiffre d'affaires et 57% des profits), deux industries fortement internationalisées.

Dans certains secteurs comme l'automobile, les entreprises entièrement chinoises ont développé récemment leur production et entamé la position autrefois dominante des entreprises à capital étranger. Cependant, la contribution de ces dernières aux industries des biens de consommation en Chine reste forte et elles sont partie prenante du rééquilibrage de l'offre industrielle en faveur de ces secteurs.

Tableau 5
PART DES FIRMES A CAPITAUX ETRANGERS DANS LES SECTEURS DE BIENS DE CONSOMMATION
2014 (en % du total des firmes de chaque secteur)

	Nombre de firmes	Actifs totaux	Chiffre d'affaires*	Profits
TOTAL INDUSTRIE	15	21	23	24
TOTAL INDUSTRIE MANUFACTURIERE	15	25	25	27
1-9 TOTAL BIENS DE CONSOMMATION	20	26	26	23
1 Alimentation	15	32	29	30
2 Boissons	13	25	25	21
3 Tabacs				
4 Vêtements	25	33	30	28
5 Chaussures & Articles en cuir	24	40	35	33
6 Industrie du meuble	18	29	25	23
7 Imprimerie & Enregistrement	13	24	18	23
8 Culture, Education, Loisir, Artisanat	26	33	32	27
9 Industrie pharmaceutique	13	24	22	25
10 Automobiles	21	41	47	54
11 Matériel informatique et électronique	38	56	67	57

* Provenant de l'activité principale

Source : Annuaire statistique de la Chine, 2015.

Les **tableaux 6.1 à 6.3** détaillent les différents types d'entreprises chinoises qui interviennent dans le système productif : entreprises d'Etat, entreprises privées et autres types de firmes (où la propriété du capital n'est pas précisée).

Tableau 6.1
POIDS DES TYPES DE FIRMES DANS LES BIENS DE CONSOMMATION EN 2014 (%) : **ACTIFS**

	A capitaux étrangers	Chinoises d'Etat	Chinoises privées	Autres firmes
TOTAL INDUSTRIE	21	39	22	18
TOTAL INDUSTRIE MANUFACTURIERE	25	26	27	22
1-9 TOTAL BIENS DE CONSOMMATION	26	19	28	26
1 Alimentation	32	9	28	31
2 Boissons	25	26	21	28
3 Tabacs	0	99	0	1
4 Vêtements	33	2	42	23
5 Chaussures & Articles en cuir	40	1	38	22
6 Industrie du meuble	29	2	47	22
7 Imprimerie & Enregistrement	24	14	38	25
8 Culture, Education, Loisir, Artisanat	33	3	44	20
9 Industrie pharmaceutique	24	16	21	39
10 Automobiles*	41	47	14	-1
11 Matériel informatique et électronique	56	17	11	16

* Dans l'industrie automobile, les données sont incohérentes et ne permettent pas une mesure fiable du périmètre des différentes catégories de firmes.

Source : Annuaire statistique de la Chine, 2015.

Dans la distribution des actifs totaux (**tableau 6.1**), le secteur d'Etat est en moyenne nettement moins important dans les industries des biens de consommation (19%) que dans ensemble de l'industrie manufacturière (26%). Les trois autres catégories d'entreprises (à capitaux étrangers, privées chinoises et les autres types de firmes chinoises) contribuent chacune de manière à peu près égale aux actifs des 9 secteurs en 2014 (entre 26% et 28%).

Tableau 6.2
POIDS DES TYPES DE FIRMES DANS LES BIENS DE CONSOMMATION EN 2014 (%) : CHIFFRE D'AFFAIRES*

	A capitaux étrangers	Chinoises d'Etat	Chinoises privées	Autres firmes
TOTAL INDUSTRIE	23	24	34	20
TOTAL INDUSTRIE MANUFACTURIERE	25	18	36	21
1-9 TOTAL BIENS DE CONSOMMATION	26	12	37	25
1 Alimentation	29	6	35	30
2 Boissons	25	16	31	28
3 Tabacs	0	99	0	1
4 Vêtements	30	1	48	21
5 Chaussures & Articles en cuir	35	1	45	20
6 Industrie du meuble	25	1	52	22
7 Imprimerie & Enregistrement	18	7	49	25
8 Culture, Education, Loisir, Artisanat	32	3	47	17
9 Industrie pharmaceutique	22	10	30	39
10 Automobiles**	47	44	16	-7
11 Matériel informatique et électronique	67	8	12	13

* Provenant de l'activité principale. ** Dans l'industrie automobile, les données sont incohérentes et ne permettent pas une mesure fiable du périmètre des différentes catégories de firmes.

Source : Annuaire statistique de la Chine, 2015.

La répartition du chiffre d'affaires par type d'entreprises (**tableau 6.2**) montre que les entreprises d'Etat ont un rôle dominant dans l'industrie du tabac (monopole d'Etat), et que leur poids reste fort dans le secteur automobile. Elles n'ont plus qu'un rôle marginal dans les autres industries. Ce sont les entreprises privées chinoises qui arrivent en première position dans le chiffre d'affaires de la plupart des secteurs, sauf dans le secteur pharmaceutique où ce sont les 'autres types d'entreprises' qui ont le plus grand poids. Ces dernières réalisent des profits qui dépassent ceux des entreprises privées non seulement dans la pharmacie, mais aussi l'alimentation et les boissons (**tableau 6.3**).

Tableau 6.3
POIDS DES TYPES DE FIRMES DANS LES BIENS DE CONSOMMATION EN 2014 (%) : PROFITS

	A capitaux étrangers	Chinoises d'Etat	Chinoises privées	Autres firmes
TOTAL INDUSTRIE	24	21	35	20
TOTAL INDUSTRIE MANUFACTURIERE	27	12	39	22
1-9 TOTAL BIENS DE CONSOMMATION	23	19	31	27
1 Alimentation	30	5	29	36
2 Boissons	21	27	25	27
3 Tabacs	0	99	0	1
4 Vêtements	28	1	48	22
5 Chaussures & Articles en cuir	33	1	46	20
6 Industrie du meuble	23	4	54	20
7 Imprimerie & Enregistrement	23	11	43	23
8 Culture, Education, Loisir, Artisanat	27	3	51	19
9 Industrie pharmaceutique	25	9	24	42
10 Automobiles*	54	50	11	-16
11 Matériel informatique et électronique	57	9	14	20

* Dans l'industrie automobile, les données sont incohérentes et ne permettent pas une mesure fiable du périmètre des différentes catégories de firmes.

Source : Annuaire statistique de la Chine, 2015.

Dans la plupart des secteurs, les entreprises à capitaux étrangers font face à des entreprises privées chinoises mais aussi à ces « autres types d'entreprises », au régime de propriété ambigu, mais qui englobent sans doute des firmes à forte participation de l'Etat.

Dans la concurrence sur le marché intérieur, les entreprises chinoises bénéficient des politiques gouvernementales de soutien et de promotion des industries nationales. Toutefois, les entreprises à capital étranger sont mieux positionnées en termes de gammes de qualité et d'image pour tirer avantage des plus grandes exigences des consommateurs et de l'expansion du pouvoir d'achat des classes aisées.

Comme le souligne le rapport Bain & Company (2016), sur le marché de la consommation de la Chine se joue une bataille continue entre les marques étrangères et locales. En 2015, les entreprises locales ont continué à gagner des parts sur leurs rivaux étrangers. Les marques locales ont l'avantage d'avoir une stratégie axée sur un seul pays. Beaucoup sont dirigées par des première ou deuxième générations d'entrepreneurs, qui peuvent généralement faire exécuter des décisions plus rapidement que leurs homologues dans des sociétés étrangères. Ils peuvent s'adapter rapidement aux nouvelles tendances, une compétence essentielle en ces temps plus difficiles. Ils ont également développé le commerce électronique plus rapidement que leurs concurrents étrangers.

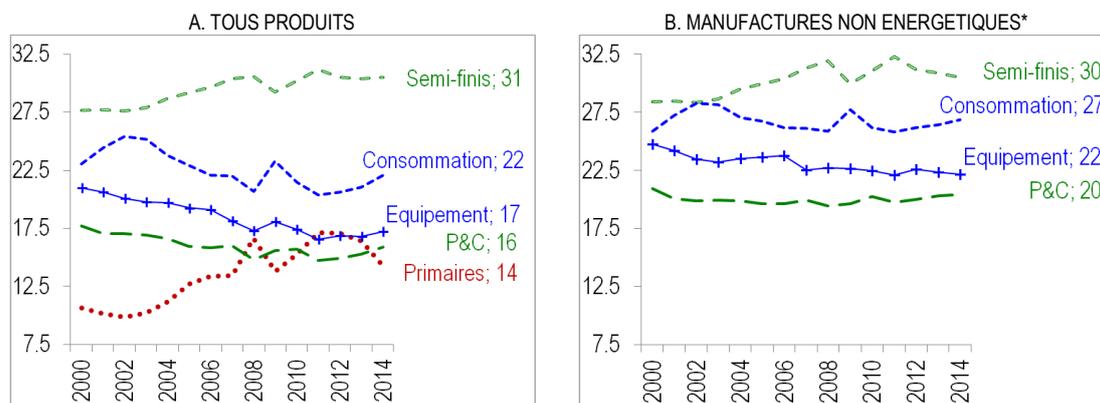
3. Le fort essor des importations chinoises de biens de consommation

Données statistiques

Les données dont on dispose sur les échanges extérieurs de la Chine sont beaucoup plus complètes et détaillées que celles relatives aux productions industrielles. Les statistiques utilisées dans ce Panorama sont issues de la base *World Trade Flows Characterization* du CEPII qui présente des données harmonisées pour plus de 200 pays et plus de 5 000 produits depuis l'année 2000 jusqu'à la dernière année disponible (2014 actuellement). Cette base fournit en outre une classification des flux selon les gammes de prix/qualité (basse, moyenne, haute, **tableau A.3 de l'annexe**) et les types de commerce (inter-branche et intra-branche).

Graphique 1.

LA REPARTITION DU COMMERCE MONDIAL PAR STADES DE PRODUCTION (%)



* Les produits manufacturés non énergétiques regroupent les postes 15 à 36 (hors 23) de la nomenclature CITI.
Source : CEPII, base de données WTCF.

Dans cette étude, ces statistiques détaillées sont d'abord regroupées selon les postes de la Classification par Grandes Catégories Economiques (CGCE) des Nations Unies, puis en cinq stades de production. Ce dernier regroupement qui est adopté depuis de nombreuses années par le CEPII (**tableau A.2 de l'annexe**) distingue les produits primaires en amont des processus productifs, puis deux stades de produits intermédiaires (semi-finis et 'pièces & composants'), enfin deux stades de biens finals en aval (d'équipement et de consommation).

Le stade des biens de consommation regroupe les produits agro-alimentaires (bruts et manufacturés) destinés à la consommation des ménages ; les voitures particulières et autres matériels de transport destinés aux consommateurs ; ainsi que l'ensemble des autres biens de consommation durables, semi-durables et non durables. En 2014, les biens de consommation constituent 22% des échanges mondiaux tous produits et 27% de ces échanges manufacturiers non énergétiques (**graphique 1**).

Les secteurs porteurs

Les biens de consommation constituent la catégorie la plus dynamique des importations manufacturières chinoises depuis 2000. La progression des importations de biens de consommation est restée forte après la crise de 2008 (de l'ordre de 20% par an, en valeur), contrairement à celle des biens d'équipement, des produits semi-finis et des pièces & composants qui ont subi de plein fouet les effets du ralentissement de la croissance industrielle dans le pays et dans le monde (**tableau 7**).

Tableau 7
L'ÉVOLUTION DES IMPORTATIONS CHINOISES DE BIENS PAR STADE DE PRODUCTION
TAUX DE CROISSANCE ANNUEL MOYEN (en valeur, %)

	2000-14	2000-07	2007-14
Biens de consommation	20,4	20,8	20,1
Produits primaires	22,5	30,3	15,3
Tous stades	15,9	22,3	9,9
Pièces & composants	16,0	26,0	6,8
Produits semi-finis	12,4	17,2	7,8
Biens d'équipement	13,2	20,8	6,0

Note : Tri sur la période 2007-14.

Source : CEPII, base de données WTFC.

En 2014, les biens de consommation constituent 13% des importations chinoises de produits manufacturés. Leur part a doublé depuis le milieu des années 2000 mais est encore plus faible que celle des biens d'équipement (22%), des 'pièces & composants' (31%) et des produits semi-finis (35%, **graphique 2**).

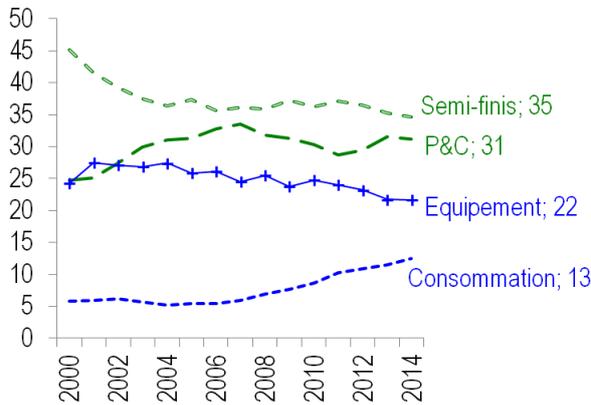
Le **graphique 3** compare le poids des biens de consommation dans les importations manufacturières des grands pays émergents. Au début des années 2000, le poids des biens de consommation dans les importations manufacturières de la Chine était similaire à celui de l'Inde ou de l'Indonésie, mais nettement plus faible que dans le cas du Brésil, du Mexique et de la Turquie. Avec le rattrapage du revenu par habitant par rapport à la moyenne mondiale au cours de la précédente décennie, ce poids a notablement augmenté et, depuis la crise de 2008, les importations de biens de consommation de la Chine progressent de manière accélérée, ce qui n'est pas le cas des autres pays.

La branche automobile occupe une place prédominante dans la demande d'importation chinoise de biens de consommation (**tableau A.3** de l'**annexe**). Son poids relatif a connu une augmentation impressionnante et atteint 45% du total en 2014 contre 28% en 2007 et seulement 8% en 2000. Ces importations ont progressé en valeur de 33% sur la période 2000-2014 en moyenne annuelle.

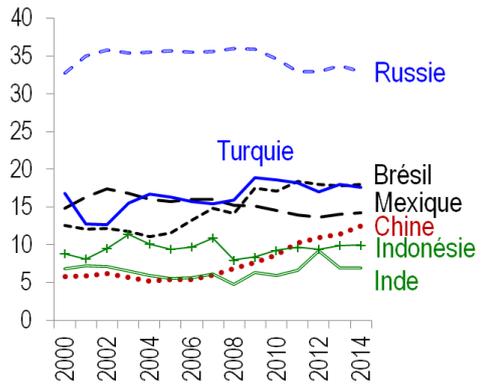
Les deux autres secteurs importants sont l'agro-alimentaire (26% du total en 2014) et la chimie (19%). Ces importations ont progressé moins vite que celles des automobiles depuis le début des années 2000, même si à l'intérieur de ces deux grands secteurs, les importations de certaines branches ont connu des progressions

remarquables depuis la crise de 2008 : les produits de la pêche (+30% en moyenne annuelle) et les produits agricoles (+21%); les produits pharmaceutiques (+24%).

Graphique 2
LES IMPORTATIONS MANUFACTURIERES NON ENERGETIQUES* DE LA CHINE PAR STADES DE PRODUCTION (%)



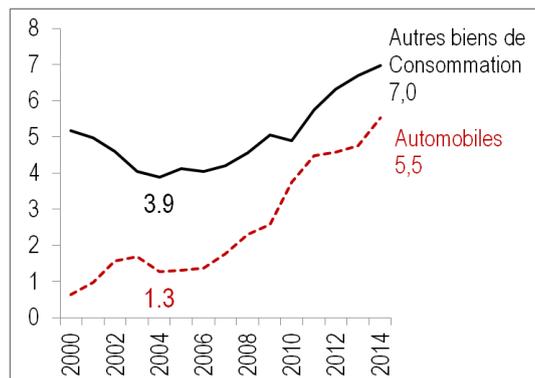
Graphique 3
CHINE COMPAREE AUX GRANDS EMERGENTS** : LE POIDS DES BIENS DE CONSOMMATION DANS LES IMPORTATIONS MANUFACTURIERES NON ENERGETIQUES* (en % des importations du pays)



* Les produits manufacturés non énergétiques regroupent les postes 15 à 36 (hors 23) de la nomenclature CITI.
 **Les grands émergents sont ici les pays dont le du PIB est supérieur à 1% dans le PIB mondial en valeur en 2014.
 Source : CEPII, base de données WTFC.

Hors automobile, les importations de biens de consommation sont passées de 4% à 7% du total des importations manufacturières non énergétiques de la Chine entre 2004 et 2014 (**graphique 4**).

Graphique 4
PART DES AUTOMOBILES ET 'AUTRES BIENS DE CONSOMMATION' DANS LES IMPORTATIONS MANUFACTURIERES NON ENERGETIQUES* DE LA CHINE, 2000-2014 (en %)



* Les produits manufacturés non énergétiques regroupent les postes 15 à 36 (hors 23) de la nomenclature CITI.
 Source : CEPII, base de données WTFC.

Une demande tirée par le haut de gamme

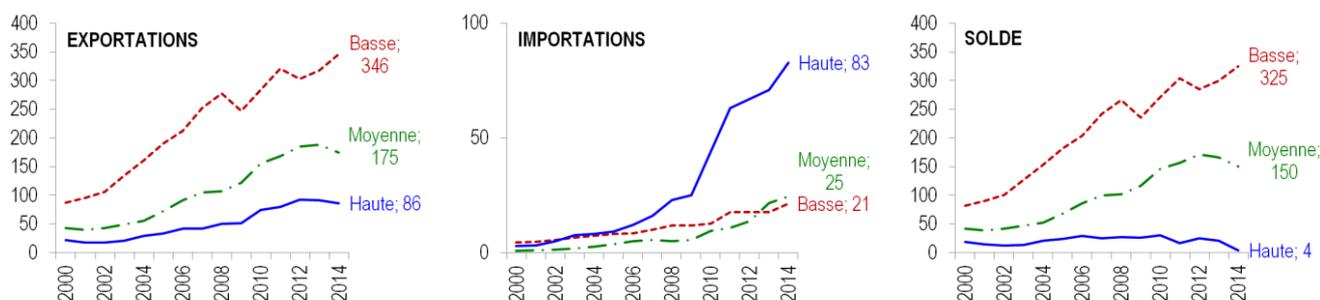
L'importance prise par les biens de consommation dans les importations chinoises est sous-tendue par leur montée en gamme de qualité/prix extrêmement rapide, comme le montre le **graphique 5**. La progression de la demande de biens de consommation haut de gamme débute dès la première moitié des années 2000 et devient explosive à partir de 2008.

Sur la moyenne des années 2012-2014, 62% des importations chinoises de biens de consommation se situent dans le haut de gamme, un poids deux fois plus important qu'il y a dix ans (**tableau A.4 de l'annexe**). Cela s'est fait au détriment des biens de consommation d'entrée de gamme qui ont vu leur part fondre de 42% du total au début de la décennie 2000 à 16% vers le milieu des années 2010, alors que celle des produits de gamme moyenne passait de 10% à 17%.

Le contraste est donc frappant entre la structure des exportations chinoises où dominent les produits d'entrée de gamme et celle des importations essentiellement haut de gamme (**graphique 5**). La Chine importe essentiellement des biens de marque et de niveau élevé de qualité/prix, car elle produit elle-même et exporte massivement des biens de consommation à bas prix (et aussi, de plus en plus, de gamme moyenne).

Graphique 5

STRUCTURE PAR GAMME DE QUALITE-PRIX* DES ECHANGES DE BIENS DE CONSOMMATION DE LA CHINE (milliards USD)



*Voir l'annexe pour la méthodologie.

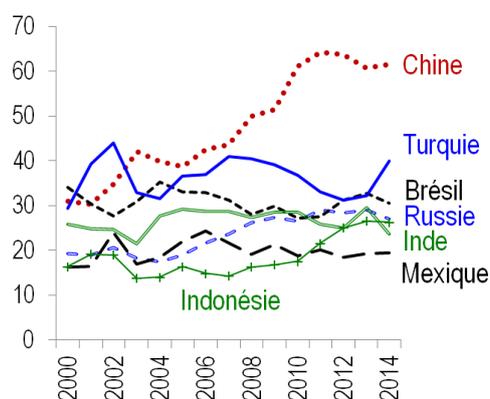
Source : CEPII, base de données WTCF.

La déformation de la structure par gamme vers le haut et, dans une moindre mesure, vers le milieu de l'échelle de prix/qualité s'observe dans tous les grands postes de biens de consommation importés. Elle est particulièrement spectaculaire dans l'automobile (90% de haut de gamme en 2012-2014), les machines (74%) et l'habillement (65%). La gamme moyenne n'est substantiellement représentée que dans l'industrie agroalimentaire.

Le **graphique 6** montre que la prédominance du haut de gamme dans les importations de biens de consommation distingue la Chine des autres grands pays émergents (voir aussi **Lemoine & Ünal, 2015**). Une situation tout à fait singulière même au niveau mondial : la proportion du haut de gamme rapproche la Chine de la Suisse (75%) et de la Norvège (64%). Le poids de haut de gamme est bien moindre dans les importations françaises (40%), allemandes (38%) ou américaines (USA, 27%) de biens de consommation.

La progression accélérée des importations de biens de consommation par la Chine correspond à un rattrapage puisque leur poids était initialement très faible comparé au cas du Brésil, de la Turquie ou du Mexique. Le biais en faveur du haut de gamme peut avoir plusieurs explications. La Chine étant la grande pourvoyeuse au plan mondial de biens de consommation à bas prix, ses importations se portent naturellement vers les autres gammes. Il est probablement lié aussi à une distribution des revenus très inégalitaire, et où les ménages tout en « haut de la pyramide » ont le goût et les moyens de dépenses ostentatoires. La corruption et la pratique d'avantages en nature favorisent aussi ces importations et la campagne menée par le gouvernement contre ces pratiques peut expliquer le recul des importations chinoises d'automobiles en 2015 et 2016.

Graphique 6
CHINE COMPAREE AUX GRANDS EMERGENTS
PART DU HAUT DE GAMME DANS LES IMPORTATIONS DE BIENS DE CONSOMMATION
(en % des importations de biens de consommation du pays)



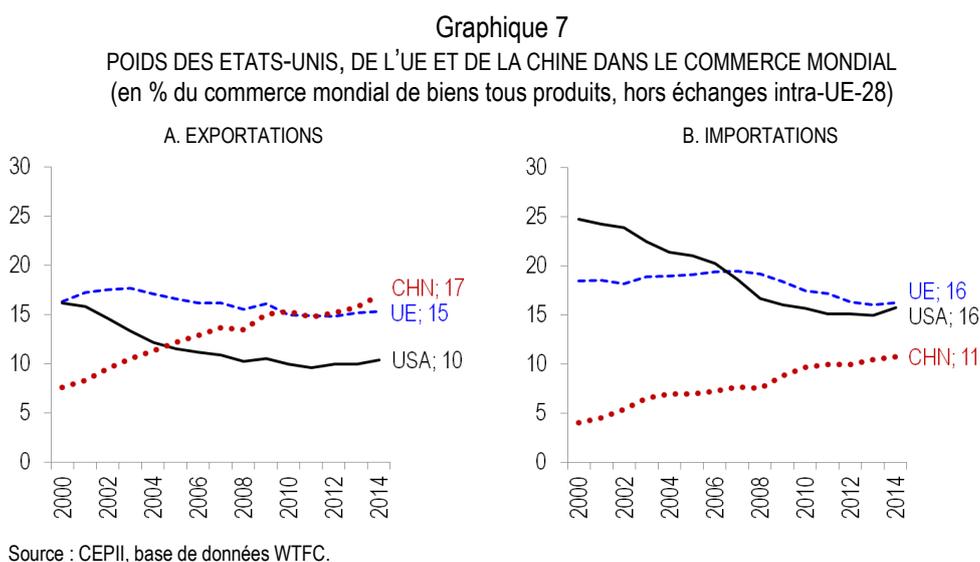
Source : CEPII, base de données WTFC.

La nature des importations de biens de consommation est aussi symptomatique de l'inadéquation de l'offre domestique à la demande. D'une manière générale, avec l'amélioration du niveau de vie de la population et la montée de classes moyennes, les consommateurs chinois ont des exigences accrues en termes de qualité, de sécurité, qui ne sont pas satisfaites par les produits locaux.

4. Emergence d'un grand importateur de biens de consommation

Les grands pôles d'échanges mondiaux : Etats-Unis, UE28, Chine

Le recentrage de la croissance de la Chine sur son marché intérieur est un enjeu majeur non seulement pour le pays mais pour l'ensemble de l'économie mondiale. Première puissance exportatrice, réalisant 17% des exportations mondiales (hors intra-UE) de marchandises, la Chine est encore loin d'égaliser l'importance des pôles européen et américain dans la demande internationale. Ses importations représentent 11% du commerce mondial de biens (hors échanges intra-UE) en 2014 contre 16% pour l'UE-28 et les Etats-Unis chacun (**graphique 7**). Cependant la montée des importations chinoises est rapide jusqu'en 2014 et contraste avec le repli relatif de celles des Etats-Unis et de l'UE.



Depuis le début des années 2000, la position de la Chine dans les échanges mondiaux par rapport aux deux autres grands pôles d'échanges a évolué de manière inégale dans les différents stades (**graphique 8**). La Chine a considérablement élargi son rôle dans la demande internationale de produits primaires, devenant un acteur essentiel sur ces marchés mondiaux : en 2014, elle en réalise 20% des importations mondiales contre 5% en 2000. Elle a aussi accru son poids dans les importations de 'pièces & composants' en raison de son intense participation aux chaînes mondiales de valeur : en 2014, elle en réalise 14% des importations mondiales contre moins de 5% en 2000. Dans les importations mondiales de produits semi-finis et de biens d'équipement, sa part tourne autour de 9% depuis le milieu des années 2000.

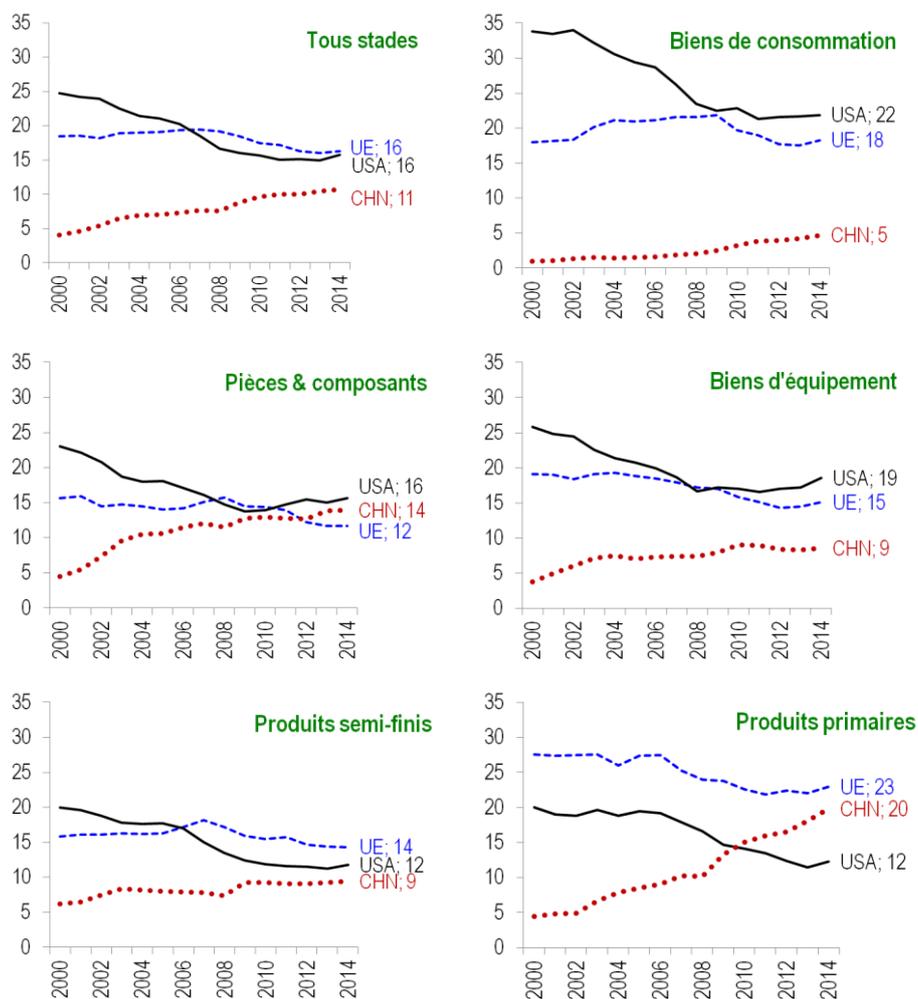
Dans les biens de consommation, la Chine est relativement en retrait, avec des importations globalement bien inférieures à celles des Etats-Unis et de l'UE en 2014. Toutefois, cette grande exportatrice de biens de consommation est en train de prendre aussi place parmi les grands importateurs (**tableau 8**).

Avec 4,7% des importations mondiales (hors intra-UE), elle est ainsi devenue en 2014, le troisième pays importateur mondial de biens de consommation, loin derrière les Etats-Unis (21,9%) mais talonnant le Japon (5,5).

Notons que ce dernier a perdu -3,6 points sur la période 2000-2014 de son poids dans les importations mondiales de biens de consommation au profit de la Chine (+3,7 points). Au sein des pays individualisés de G20, d'autres pays ont accru leurs parts mais de façon moindre. La Russie a ainsi gagné +2,3 points et réalise 3,5% des importations mondiales dans le secteur.

Graphique 8

PART DES ETATS-UNIS, DE L'UE ET DE LA CHINE DANS LES IMPORTATIONS MONDIALES PAR STADE
(en % du commerce mondial dans le stade de production, hors échanges intra-UE28)



Source : CEPII, base de données WTFC

Tableau 8
LA STRUCTURE GEOGRAPHIQUE DES ECHANGES MONDIAUX (HORS INTRA-UE28)
DE BIENS DE CONSOMMATION, 2014 ET VARIATION 2000-2014, PAYS DE G20 INDIVIDUALISES

	Exportations		Importations		Solde
	2014 (%)	2000-2014 (points de %)	2014 (%)	2000-2014 (points de %)	2014 (milliards \$)
Monde	100,0	0,0	100,0	0,0	0,0
Etats-Unis	9,3	-2,0	21,9	-11,9	-358,6
Canada	3,2	-2,7	4,1	-0,9	-26,4
Mexique	3,5	-1,3	1,8	-0,5	50,0
Brésil	1,3	+0,1	1,2	+0,6	2,7
Argentine	0,6	+0,0	0,4	-0,2	5,7
Amérique, autres	2,9	-0,4	3,6	+0,3	-22,5
UE-28	20,4	+2,1	18,3	+0,3	59,0
<i>Allemagne</i>	5,8	+1,0	3,8	-0,1	55,2
<i>France</i>	2,4	-0,1	2,5	+0,1	-0,8
<i>Italie</i>	2,6	-0,2	1,4	-0,1	33,8
<i>Royaume-Uni</i>	2,3	-0,1	2,9	-0,5	-17,2
<i>UE28, autres</i>	7,2	+1,5	7,7	+0,9	-12,0
Russie	0,6	+0,2	3,5	+2,3	-83,1
CEI, autres	0,7	+0,3	1,9	+1,3	-33,9
Turquie	2,4	+1,0	1,1	+0,3	37,6
Europe, autres	4,2	+1,2	4,1	+0,2	2,7
Arabie Saoudite	0,6	0,0	0,6	+0,2	-2,5
Moyen-Orient, autres	0,7	+0,1	2,5	+1,4	-50,1
Afrique du Nord	1,1	+0,1	1,6	+0,7	-13,3
Afrique du Sud	0,1	+0,1	1,6	+0,5	-42,1
Afrique sub-sah., autres	1,3	+0,1	6,2	+3,1	-139,3
Chine	22,5	+6,1	4,7	+3,7	507,2
Japon	4,5	-4,3	5,5	-3,6	-26,5
Corée du Sud	2,5	-0,5	1,9	+0,9	15,9
Indonésie	1,5	-0,2	0,5	+0,2	28,0
Asie de l'Est, autres	9,3	-1,8	9,0	-0,2	9,1
Inde	3,3	+1,4	0,7	+0,4	73,7
Asie de l'Ouest, autres	2,0	+0,5	0,6	+0,2	40,3
Australie	0,9	-0,3	2,3	+0,5	-40,1
Océanie, autres	0,9	+0,1	0,6	+0,1	6,8

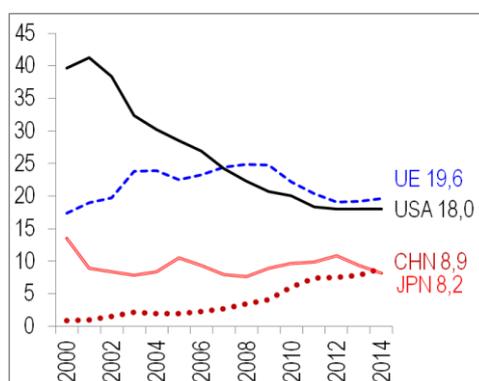
Source : CEPII, base de données WTFC.

Le **tableau A.5** (de l'**annexe**) présente le poids des importations de la Chine sur le marché mondial (hors intra-UE) pour chacune des industries de biens de consommation avec le détail par gamme de qualité/prix. En 2014, sa part est particulièrement grande dans les industries suivantes:

- produits agricoles : 5,2% (avec une part plus élevée de 7,6% sur le segment de la gamme moyenne) ;
- industrie alimentaire : 5,3% (5,8% sur le bas de gamme, 7,2 % sur la gamme moyenne) ;
- produits de l'édition et de l'imprimerie : 7,3% toutes gammes confondues (13,5% sur le haut de gamme) ;
- produits de la pêche : 8,6% toutes gammes confondues (12% sur le bas de gamme, 18% sur le haut de gamme) ;
- automobiles : 11,7% toutes gammes confondues, (31,6% sur le haut de gamme).
- Notons aussi que le poids de la Chine dans les importations de biens de consommation pharmaceutiques toutes gammes confondues est relativement faible, mais dans la gamme moyenne elle reçoit 17,8% des importations mondiales de cette industrie.

L'importance de la Chine dans la demande internationale de produits haut de gamme est devenue remarquable depuis la grande crise : elle reçoit 8,9% des importations mondiales (hors intra-UE) de produits 'haut de gamme' en 2014 contre 2,7% en 2007. Elle est encore loin derrière de l'UE28 (19,6% en 2014, **graphique 9**) et des Etats-Unis (18%), mais elle vient de dépasser le Japon (8,2). La Chine se situe désormais au second rang derrière les Etats-Unis et devant le Japon, l'Allemagne est au 4^{ème} rang avec 3,9% et la France au 7^{ème} (2,8%). Elle présente un marché de premier plan pour les entreprises industrielles des pays développés.

Graphique 9
POIDS DANS LES IMPORTATIONS MONDIALES
DE BIENS DE CONSOMMATION DE HAUT DE GAMME: 2000-2014
(en % du commerce mondial hors intra-UE28
de biens de consommation de haut de gamme)



Source : CEPII, base de données WTFC.

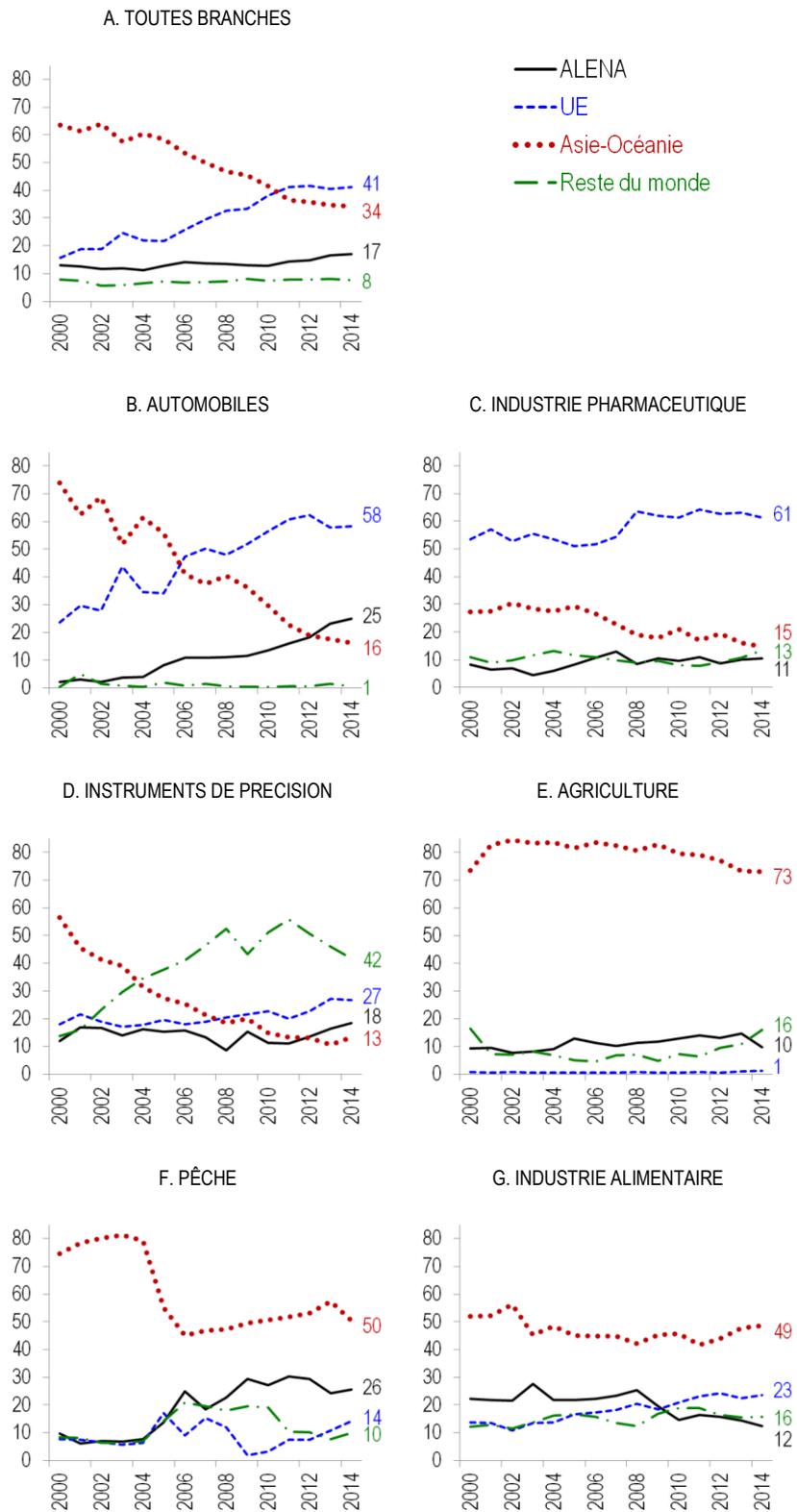
La forte progression de l'UE sur le marché chinois

Les importations chinoises de biens de consommation viennent de trois grandes régions : l'Amérique du Nord, l'UE28, l'Asie-Océanie en assurent plus de 90% (**graphique 5.A**). Depuis le début de la décennie passée, il y a une vaste redistribution des positions entre ces zones, avec la forte progression de l'UE qui devient la principale source d'importation depuis 2011 (41% en 2014 contre 22% dix ans avant), et le déclin correspondant de l'Asie-Océanie (34% en 2014 contre 60% en 2004). L'Amérique du Nord fournit moins de 17% des biens de consommation importés par la Chine, une part en légère progression ces dernières années.

Le changement structurel de la demande chinoise d'importation a donc des effets sur ses grands partenaires. Un récent rapport de la Banque de développement de l'Asie constate que les pays asiatiques qui n'ont pas augmenté la part des produits de consommation dans leurs exportations vers la Chine ont subi de fortes contractions de leur part de marché dans ce pays (**Lee et alii, 2016**).

Le **graphique 10** montre l'évolution de la position des trois grandes régions dans les principales branches de biens de consommation importées par la Chine (panels B à G). La progression de l'UE tient en grande partie à sa performance exceptionnelle dans le secteur automobile où sa part de marché atteint 58% en 2014 (contre 34% en 2004). Sa position est encore plus forte dans le secteur des produits pharmaceutiques où elle assure 61% des importations de la Chine en 2014, tandis qu'elle est en forte progression dans l'industrie alimentaire (23% des importations chinoises en 2014 contre 14% en 2004). L'Asie-Océanie voit ses positions initialement dominantes dans les branches automobile et instruments de précision s'effondrer. En revanche, elle garde son premier rang de fournisseur dans les produits agricoles où jouent les proximités géographiques et culturelles.

Graphique 10
REPARTITION DES IMPORTATIONS DE BIENS DE CONSOMMATION DE LA CHINE PAR GRANDE REGION
 (en % des importations chinoises dans la branche)



Source : CEPII, base de données WTFC

Tableau 9
ORIGINE GEOGRAPHIQUE DES IMPORTATIONS
DE BIENS DE CONSOMMATION DE LA CHINE PAR GAMMES DE QUALITE-PRIX
(moyenne "2012-14" & variation sur la décennie)

Gamme	"2012-14" (en % du total)					Evolution depuis "2000-02" (en points de %)				
	Basse	Moyenne	Haute	Indéfinie	Total	Basse	Moyenne	Haute	Indéfinie	Total
MONDE	16,0	16,9	61,9	5,2	100,0	-26,6	+6,8	+29,6	-9,8	0,0
AMERIQUE	2,9	3,4	12,1	0,2	18,6	-3,9	+1,4	+7,1	-0,3	+4,3
Etats-Unis	1,7	1,9	10,0	0,1	13,7	-2,5	+0,2	+5,4	-0,1	+3,0
Canada	0,5	0,4	0,3		1,3	-0,6	+0,3	+0,2		-0,1
Mexique			1,2		1,3	-0,1		+1,1	-0,1	+1,0
Amérique, autres	0,7	1,0	0,6	0,1	2,4	-0,8	+0,8	+0,4	-0,1	+0,4
EUROPE & CEI	5,5	4,3	35,7	0,2	45,6	-0,5	+1,1	+24,2	-0,8	+24,0
UE-28	3,4	3,7	33,8	0,1	41,0	-1,3	+1,0	+23,8	-0,4	+23,1
<i>Allemagne</i>	0,7	1,0	14,9		16,6	-0,5	+0,6	+9,8		+9,9
<i>Royaume-Uni</i>	0,2	0,4	6,8		7,4	-0,2	+0,2	+5,7		+5,7
<i>France</i>	0,3	0,7	2,4		3,4	-0,2	+0,1	+1,5		+1,4
<i>Italie</i>	0,4	0,1	2,5		3,0	+0,1	-0,6	+1,7		+1,2
<i>Belgique</i>	0,1	0,4	1,3		1,8	-0,1	+0,2	+1,1	-0,2	+1,1
<i>Slovaquie</i>	0,2	0,2	1,2		1,6	+0,2	+0,2	+1,2		+1,5
<i>Espagne</i>	0,4	0,1	0,5		1,1	+0,1		+0,3		+0,4
<i>Danemark</i>	0,2	0,3	0,6		1,1	-0,4	+0,2	+0,5		+0,2
<i>Suède</i>	0,1	0,2	0,8		1,1		+0,2	+0,3		+0,5
<i>Pays-Bas</i>	0,2	0,1	0,7	0,1	1,0	-0,3		+0,6	-0,1	+0,2
<i>UE-28, Autres</i>	0,6	0,2	2,1		3,0		-0,1	+1,2	-0,1	+1,1
Europe, autres	1,2	0,5	1,8		3,6	+0,8	+0,1	+0,9		+1,7
<i>Suisse</i>	1,1	0,2	1,6		2,9	+0,9	+0,1	+0,8		+1,8
CEI	0,9		0,1		1,0	+0,1		-0,6	-0,3	-0,8
AFRIQUE	0,1	0,1	0,2		0,5			0,1		
MOYEN-ORIENT	0,1			0,3	0,4	-0,1		-0,1		-0,2
ASIE - OCEANIE	7,4	9,0	13,9	4,6	34,9	-22,0	+4,2	-1,7	-8,7	-28,2
Japon	0,6	0,2	7,7		8,5	-1,7	-0,2	-3,2	-0,4	-5,5
Corée du Sud	1,1	1,6	1,4		4,1	-3,6	-0,1	+0,2		-3,5
N. Zélande	0,3	2,6	0,5		3,3	-0,8	+2,4	+0,4		+2,1
Thaïlande	0,5	1,7	0,6		2,8	-0,7	+1,0	-0,4		-0,1
Vietnam	1,2	0,8	0,6	0,2	2,8	-0,5	+0,8	+0,4	-0,5	0,2
Hong-Kong	0,6	0,3	0,5	1,3	2,7	-8,8	-0,2		-10,0	-19,0
Taiwan				2,3	2,3	-4,0	-0,3	-0,4	+1,9	-2,9
Singapour	0,6	0,1	1,0	0,3	2,1	-0,2	-0,2	+0,4	+0,2	+0,2
Australie	0,5	0,6	0,7	0,1	1,8	-0,1	+0,4	+0,3		+0,7
Indonésie	0,6	0,2	0,3		1,1	-0,1	+0,1	+0,2		+0,2
Asie-Océanie, autres	1,6	0,9	0,7	0,3	3,5	-1,6	+0,6	+0,3		-0,7

*La gamme de qualité/prix ne peut être définie pour les flux dont ne peut calculer la valeur unitaire par les ratios « valeur/quantité » en raison de la non disponibilité des données sur les quantités (voir l'annexe pour la méthodologie).

Source : CEPII, base de données WTFCS. Source : CEPII, base de données

La progression de l'Union européenne est inséparable de l'amélioration du niveau de qualité de la demande chinoise (**tableau 9**). L'UE enregistre l'intégralité de ses gains de part de marché dans les produits haut de gamme. Elle détient en 2012-14 une position particulièrement forte puisqu'elle assure 55% des importations chinoises de biens de consommation haut de gamme, contre moins du tiers en 2000-02. Ses parts dans les importations de moyenne gamme et de bas de gamme sont relativement stables et tournent autour de 20% en 2012-2014.

L'Amérique du Nord améliore aussi sa position sur le marché chinois grâce à des gains dans le haut de gamme qui compensent (et au-delà) les effets de la contraction de ses importations bas de gamme.

L'Asie Océanie, elle, pâtit du déplacement la demande chinoise vers les produits du haut de l'échelle de qualité. Le recul de sa position est intégralement dû à celui des produits d'entrée de gamme dans les importations chinoises.

Parmi les pays de G20 considérés individuellement, l'Allemagne apparaît comme le grand gagnant de l'expansion de la demande chinoise de biens de consommation en Chine : toutes gammes confondues, elle y progresse de +9,9 points depuis 2000-02 et atteint une part de 16,6% en 2012-14. Au rang du premier fournisseur étranger des consommateurs chinois, elle devance les Etats-Unis (13,7% en 2012-14 avec une progression de +3,3 points depuis 2000-02). Elle a réalisé l'intégralité de sa progression dans les produits haut de gamme.

Dans l'UE, après l'Allemagne, c'est le Royaume Uni qui a progressé le plus et devient le second fournisseur avec une part qui est passée de 1,7% à 7,4% des importations chinoises de biens de consommation. En 2012-14 elle devance de loin la France (3,4%) alors que leurs parts étaient comparables en 2000-02. Les performances des pays européens apparaissent directement liées à leur capacité à répondre à la demande chinoise de produits haut de gamme.

5. Conclusions

Ce Panorama illustre les transformations de l'économie chinoise et sa transition vers une nouvelle étape de développement. Après la grande crise mondiale de 2008, les industries desservant la consommation des ménages ont résisté mieux que les autres au ralentissement de l'activité économique, notamment industrielle, en Chine. Elles sont les secteurs les plus profitables et les moins endettés du paysage industriel.

Les importations chinoises de biens de consommation, à partir d'un niveau de départ très bas, ont crû en flèche depuis le milieu des années 2000. La demande s'est portée très largement sur les produits 'haut de gamme' révélant d'une part l'existence d'une catégorie importante d'acheteurs à fort pouvoir d'achat, d'autre part l'inadéquation de l'offre domestique qui, en qualité, ne répond pas à la demande de ces consommateurs. Les entreprises de l'Union européenne ont tiré parti de la situation grâce à leur positionnement sur le haut de gamme. Elles ont acquis une part dominante dans les importations de consommation de la Chine, évinçant les fournisseurs asiatiques.

La Chine doit son ascension dans le commerce mondial depuis quatre décennies à ses exportations de biens de consommation à bas prix, et plus récemment de gamme moyenne. Ce Panorama montre qu'elle représente désormais un grand marché d'importation de biens de consommation, notamment de haut de gamme.

D'une manière générale, le nouveau modèle de croissance chinois implique que les productions locales s'adaptent aux goûts et aux exigences des nouveaux consommateurs en termes de qualité, de normes de sécurité ou d'image de marque. C'est à cette condition que la consommation des ménages pourra jouer un rôle moteur dans la croissance. Cette priorité sous-tend l'essor des investissements à l'étranger des firmes chinoises, qui visent autant à améliorer leur offre en Chine qu'à capter les marchés étrangers.

 Annexe

Tableau A.1
LA CLASSIFICATION DES SECTEURS INDUSTRIELS DANS LES STATISTIQUES CHINOISES

CHINA STATISTICAL YEARBOOK	EN FRANÇAIS EN GRAS, SECTEURS DES BIENS DE CONSOMMATION RETENUS
Mining and Washing of Coal	Extraction du charbon
Extraction of Petroleum and Natural Gas	Extraction de pétrole
Mining and Processing of Ferrous Metal Ores	Minerais de fer première transformation
Mining and Processing of Non-Ferrous Metal Ores	Minerais non ferreux première transformation
Mining and Processing of Non-metal Ores	Minerais non métalliques
Support Activities for Mining	Support aux activités minières
Processing of Food from Agricultural Products	Transformation des produits agricoles pour alimentation
Manufacture of Foods	Industrie alimentaire (1)
Manufacture of Liquor, Beverages and Refined Tea	Boissons (2)
Manufacture of Tobacco	Tabac (3)
Manufacture of Textile	Industrie textile
Manufacture of Textile, Wearing Apparel and Accessories	Vêtements (4)
Manufacture of Leather, Fur, Feather and Related Products	Chaussures & Articles en cuir (5)
Processing of Timber, Manuf. of Wood, Bamboo, Rattan, Palm & Straw Prod.	Transformation du bois, bambous, etc.
Manufacture of Furniture	Meubles (6)
Manufacture of Paper and Paper Products	Papier
Printing and Reproduction of Recording Media	Imprimerie & Enregistrement (7)
Manuf. of Art. for Culture, Education, Arts&Crafts, Sport & Entertainment Act.	Culture, Education, Loisir, Artisanat (8)
Processing of Petroleum, Coking and Processing of Nuclear Fuel	Transformation du pétrole et du combustible nucléaire
Manufacture of Raw Chemical Materials and Chemical Products	Industries chimiques
Manufacture of Medicines	Pharmacie (9)
Manufacture of Chemical Fibres	Fabrication de fibres chimiques
Manufacture of Rubber and Plastics Products	Caoutchouc et matières plastiques
Manufacture of Non-metallic Mineral Products	Fabrication de produits minéraux non métalliques
Smelting and Pressing of Ferrous Metals	Laminage métaux ferreux
Smelting and Pressing of Non-ferrous Metals	Laminage métaux non ferreux
Manufacture of Metal Products	Produits métalliques
Manufacture of General Purpose Machinery	Machines
Manufacture of Special Purpose Machinery	Machines spécialisées
Manufacture of Automobiles	Automobile (10)
Manufacture of Railway, Ship, Aerospace and Other Transport Equipment	Autres matériels de transport (train, bateaux, avions, etc.)
Manufacture of Electrical Machinery and Apparatus	Machines et matériels électriques
Manufacture of Computers, Communication and Other Electronic Equipment	Mat. informatique, de télécommunication & électronique (11)
Manufacture of Measuring Instruments and Machinery	Instruments de mesure
Other Manufacture	Autres industries manufacturières
Utilization of Waste Resources	Recyclage
Repair Service of Metal Products, Machinery and Equipment	Réparation d'équipements
Production and Supply of Electric Power and Heat Power	Production et distribution d'électricité et de chauffage
Production and Supply of Gas	Production et distribution de gaz
Production and Supply of Water	Production et distribution d'eau

Tableau A.2
LA CLASSIFICATION CGCE* EN 5 STADES DE PRODUCTION

Produits primaires	111	Produits alimentaires et boissons, de base, principalement destinés à l'industrie
	210	Approvisionnements industriels, de base, non désignés ailleurs
	310	Combustibles et lubrifiants, de base
Produits semi-finis	121	Produits alimentaires et boissons, transformés, principalement destinés à l'industrie
	220	Approvisionnements industriels, transformés, non désignés ailleurs
	320	Combustibles et lubrifiants, transformés
Pièces & Composants	420	Parties, pièces détachées et accessoires des biens d'équipement (à l'exclusion du matériel de transport)
	530	Parties, pièces détachées et accessoires du matériel de transport
Biens d'équipement	410	Biens d'équipement (à l'exclusion du matériel de transport)
	521	Autre matériel de transport, destiné à l'industrie
Biens de consommation	112	Produits alimentaires et boissons, de base, principalement destinés à la consommation des ménages
	122	Produits alimentaires et boissons, transformés, principalement destinés à la consommation des ménages
	510	Automobiles pour le transport des personnes
	522	Autre matériel de transport, non destiné à l'industrie
	600	Biens de consommation, non désignés ailleurs (durables, semi-durables et non durables)

* La CGCE comprend aussi un poste codé 700 pour les biens non désignés ailleurs.

LA MESURE DES GAMMES DE QUALITE-PRIX

La méthode retenue ici est celle proposée par Fontagné *et alii* (1997). Nous considérons que les différences de qualité se répercutent dans les différences de prix des biens échangés. Ainsi, pour chaque flux élémentaire (pays, partenaire, produit, année), la gamme est déterminée selon l'écart de la valeur unitaire à la référence mondiale. Cette dernière correspond, pour chaque produit, à la médiane mondiale des valeurs unitaires de tous les flux, pour un même produit dans la même année, pondérés par leurs valeurs :

- si la valeur unitaire du flux est inférieure de 15% à la médiane mondiale, alors le flux sera alors considéré comme « bas de gamme » ;
- si la valeur unitaire du flux est supérieure de 15% à la médiane mondiale, alors le flux sera considéré comme « haut de gamme » ;
- si la valeur unitaire du flux est comprise dans un intervalle de $\pm 15\%$ par rapport à la médiane mondiale, alors le flux sera considéré de « gamme moyenne ».

Les produits sont définis au niveau 6 chiffres de la nomenclature SH (Système Harmonisé) de la base de données BACI du CEPII.

Ce texte est extrait du document méthodologique des pages interactives Profils Pays *visualdata* du CEPII (voir Emlinger *et alii*, 2016).

LES DONNEES DES TABLEAUX SUIVANTS PROVIENNENT DE LA BASE WTFC DU CEPII (http://www.cepii.fr/CEPII/fr/bdd_modele/presentation.asp?id=29).

Tableau A.3. STRUCTURE PAR BRANCHE DES IMPORTATIONS DE BIENS DE CONSOMMATION DE LA CHINE 2000-2007-2014 (en % du total) et TAUX DE CROISSANCE ANNUEL MOYEN (en valeur et en %)

	En % du Total			Croissance annuel moyen (%)		
	2000	2007	2014	2000-14	2000-07	2007-14
Total	100,0	100,0	100,0	20,4	20,8	20,1
Agro-alimentaire	33,7	26,0	25,9	18,2	16,4	20,0
Agriculture	6,4	5,0	5,4	18,9	16,7	21,2
Pêche	1,4	0,7	1,1	18,7	8,7	29,7
Industrie alimentaire	25,6	20,1	19,3	18,0	16,6	19,4
Tabac	0,3	0,2	0,1	13,4	15,8	11,1
Textile & Habillement	15,6	7,2	6,0	12,6	8,1	17,2
Textile	3,3	1,8	1,0	10,8	10,8	10,9
Habillement	8,3	3,3	3,0	11,9	6,0	18,2
Cuir	3,9	2,0	2,0	14,8	9,7	20,1
Bois-Papier-Divers	13,4	9,4	5,3	12,7	14,9	10,5
Bois	0,1	0,1	0,0	8,8	23,4	-4,0
Papier	1,5	0,7	0,7	14,0	9,4	18,8
Edition & Imprimerie	6,4	4,1	1,6	9,1	13,4	5,0
Meubles & Divers	5,3	4,4	2,9	15,4	17,5	13,4
Chimie	18,8	22,3	16,1	19,1	23,7	14,7
Industrie pharmaceutique	5,4	6,6	8,1	24,0	24,2	23,7
Autres industries chimiques	4,9	9,0	4,4	19,6	31,8	8,6
Plastique & Caoutchouc	8,2	6,5	3,4	13,0	16,7	9,5
Matériaux de construction	0,3	0,2	0,2	16,2	15,8	16,5
Mécanique	2,5	1,8	1,1	13,3	15,1	11,5
Produits métalliques	0,9	0,5	0,3	9,9	11,5	8,3
Machines	1,5	1,2	0,8	14,9	17,0	12,8
Matériel électrique	2,4	0,8	0,3	4,4	4,4	4,5
Electronique	3,2	4,3	3,5	21,2	25,9	16,6
Informatique & Bureautique	0,1	0,0	0,0	-2,0	7,2	-10,5
Mat. de télécommunication	1,4	0,9	0,2	5,3	14,1	-2,8
Instruments de précision	1,8	3,4	3,3	25,7	32,0	19,7
Equipement de transport	10,4	28,1	41,5	32,9	39,2	26,9
Véhicules à moteurs	10,1	27,9	41,2	33,1	39,6	26,9
Autres équip. de transport	0,3	0,2	0,3	20,8	16,3	25,4

Tableau A.4 STRUCTURE PAR BRANCHE ET GAMME DE QUALITE-PRIX DES IMPORTATIONS DE BIENS DE CONSOMMATION DE LA CHINE

	Moyenne des années "2012-14" (%)					Evolution depuis 10 ans (en points de %)				
	Basse	Moyenne	Haute	Indéfinie*	Total	Basse	Moyenne	Haute	Indéfinie*	Total
Total	16,0	16,9	61,9	5,2	100	-26,6	6,8	29,6	-9,8	0,0
Agro-alimentaire	30,4	39,0	23,4	7,2	100	-19,0	26,7	8,1	-15,8	0,0
Agriculture	18,0	53,5	17,5	10,9	100	-29,0	37,3	11,2	-19,6	0,0
Pêche	26,2	15,8	53,6	4,3	100	-25,6	5,0	35,7	-15,1	0,0
Industrie alimentaire	33,8	36,5	23,5	6,3	100	-17,0	25,8	5,9	-14,7	0,0
Tabac	69,9	10,3	5,0	14,8	100	61,2	-37,3	-2,9	-20,9	0,0
Textile & Habillement	17,9	13,5	65,3	3,3	100	-44,3	2,0	43,9	-1,6	0,0
Textile	22,8	16,8	55,3	5,1	100	-55,7	14,5	43,3	-2,0	0,0
Habillement	21,5	11,0	64,2	3,3	100	-44,0	6,9	37,4	-0,4	0,0
Cuir	10,0	15,6	72,0	2,4	100	-27,6	-22,2	52,7	-2,9	0,0
Bois-Papier-Divers	17,3	10,2	55,5	17,1	100	-23,0	-2,8	21,1	4,6	0,0
Bois	42,5	5,4	38,7	13,4	100	-10,1	-7,5	14,2	3,4	0,0
Papier	7,9	26,6	61,4	4,1	100	-63,5	5,8	54,4	3,3	0,0
Edition & Imprimerie	2,8	0,5	76,9	19,9	100	-24,1	-4,9	27,0	2,0	0,0
Meubles & Divers	29,1	13,6	39,5	17,8	100	-17,8	-6,2	15,6	8,4	0,0
Chimie	16,7	14,2	60,4	8,6	100	-31,0	6,2	17,4	7,4	0,0
Ind. pharmaceutique	21,5	18,6	57,3	2,6	100	-32,3	11,4	19,4	1,5	0,0
Autres chimie	18,7	11,5	50,8	19,0	100	-31,2	-0,8	14,9	17,1	0,0
Plast. & caoutchoucs	3,6	7,8	79,8	8,8	100	-37,9	2,0	27,9	8,0	0,0
Mat. de construction	10,7	15,6	65,7	8,0	100	-35,1	4,2	25,1	5,7	0,0
Mécanique	10,0	9,4	74,9	5,7	100	-28,9	-8,1	33,2	3,7	0,0
Prod. métalliques	6,3	9,6	76,4	7,7	100	-30,3	-20,5	44,5	6,3	0,0
Machines	11,4	9,3	74,4	4,9	100	-28,7	-1,2	27,2	2,7	0,0
Matériel électrique	33,9	15,1	42,6	8,4	100	-36,4	10,2	24,8	1,4	0,0
Electronique	44,6	6,8	44,2	4,3	100	-0,5	0,0	2,5	-2,0	0,0
Inform. & Bureautique	58,0	0,5	38,2	3,4	100	2,6	-23,4	18,3	2,5	0,0
Mat. de télécom.	10,5	23,7	50,3	15,4	100	-16,5	17,5	-10,4	9,4	0,0
Inst. de précision	47,2	5,5	43,8	3,5	100	-5,6	-1,0	9,7	-3,2	0,0
Equipement de transport	2,8	5,9	90,3	1,1	100	-5,5	0,7	31,7	-26,9	0,0
Véhicules à moteurs	2,7	5,8	90,6	0,8	100	-5,6	0,6	31,6	-26,7	0,0
Autres équip. de transp.	11,8	10,7	46,4	31,0	100	6,8	8,0	9,7	-24,5	0,0

*La gamme de qualité/prix ne peut être définie pour les flux dont ne peut calculer la valeur unitaire par les ratios « valeur/quantité » en raison de la non disponibilité des données sur les quantités.

Tableau A.5
PART DE LA CHINE DANS LES IMPORTATIONS MONDIALES (HORS INTRA-UE)
DE BIENS DE CONSOMMATION SELON LES GAMMES DE QUALITE PRIX
(en pourcentage des importations mondiales* de la branche dans la gamme)

	TOUTES GAMMES			BAS DE GAMME			GAMME MOYENNE			HAUT DE GAMME		
	2000	2007	2014	2000	2007	2014	2000	2007	2014	2000	2007	2014
Total	1,0	1,8	4,7	1,5	1,3	2,1	0,4	1,2	3,6	0,9	2,7	8,9
Agro-alimentaire	1,6	2,4	5,3	3,0	2,9	5,1	0,5	1,9	7,1	0,8	1,3	3,7
Agriculture	1,6	2,3	5,2	2,6	1,7	3,3	0,6	3,2	7,6	0,3	0,6	4,5
Pêche	1,7	2,3	8,6	2,6	2,6	12,0	0,1	0,8	2,8	1,6	2,9	18,1
Ind. alimentaire	1,7	2,5	5,3	3,3	3,3	5,8	0,5	1,6	7,2	1,0	1,5	3,3
Tabac	0,3	0,8	1,1	0,2	0,9	1,3	1,8	0,0	3,0	0,0	0,0	0,4
Textile & Habillement	0,6	0,6	1,4	1,0	0,7	0,7	0,4	0,1	0,8	0,5	0,9	3,2
Textile	0,5	0,6	0,9	1,0	0,8	0,8	0,1	0,1	0,5	0,2	0,6	1,9
Habillement	0,6	0,6	1,4	1,1	0,6	0,8	0,1	0,1	0,8	0,6	0,9	3,0
Cuir	0,8	0,8	1,8	1,0	0,7	0,4	2,1	0,3	1,3	0,8	1,2	4,9
Bois-Papier-Divers	1,0	1,5	2,3	1,4	0,7	0,9	0,5	0,9	1,8	1,2	2,3	3,8
Bois	0,4	1,1	0,8	0,6	0,8	1,2	0,1	0,1	0,1	0,4	2,3	1,1
Papier	2,4	2,1	4,3	7,7	3,4	1,1	1,5	1,8	2,4	0,6	0,5	9,2
Edition & Imprimerie	2,6	3,9	7,3	2,3	0,7	0,8	0,3	0,9	0,1	3,6	6,6	13,5
Meubles & ind. div.	0,6	0,9	1,5	0,9	0,5	0,8	0,5	0,8	1,8	0,5	1,1	1,8
Chimie	1,6	2,8	4,6	2,4	2,7	1,9	1,6	1,0	6,9	1,4	2,9	6,1
Ind. pharmaceutique	1,2	1,7	4,7	1,8	1,6	2,0	1,8	0,3	17,9	0,9	1,9	5,1
Autres chimie	1,5	4,2	4,8	2,3	5,9	2,9	2,7	1,1	5,3	0,8	2,7	6,0
Plast. & Caoutchouc	2,5	3,9	4,7	4,0	1,5	0,7	0,7	1,7	1,5	3,3	8,0	10,5
Mat. de construction	0,4	0,8	1,8	0,5	0,4	0,5	0,2	0,8	1,5	0,4	1,0	3,5
Mécanique	0,6	0,8	1,2	0,6	0,3	0,3	0,3	0,6	0,4	1,0	1,4	3,0
Prod. métalliques	0,8	1,0	1,3	0,9	0,6	0,2	0,3	1,1	0,3	1,4	1,5	3,4
Machines	0,5	0,7	1,2	0,5	0,2	0,3	0,3	0,4	0,4	0,8	1,4	2,8
Matériel électrique	2,9	3,0	3,3	5,2	3,1	2,0	1,1	2,8	5,8	1,2	2,6	4,9
Electronique	0,6	1,2	3,0	0,6	0,6	3,1	0,2	1,2	0,8	0,8	2,1	4,5
Inform. & Bureautique	0,4	0,7	0,5	0,1	0,0	1,9	4,3	0,0	0,0	0,1	2,1	0,1
Mat. de télécom.	0,5	0,5	0,4	0,3	0,1	0,2	0,1	0,1	0,2	1,6	1,6	1,3
Inst. de précision	0,6	2,2	4,8	0,9	1,2	5,3	0,2	5,0	1,9	0,4	2,4	5,7
Equipement de transport	0,5	2,5	10,7	0,1	0,3	1,4	0,1	1,6	1,8	0,8	7,2	29,8
Véhic. à moteurs	0,5	2,7	11,3	0,2	0,3	1,5	0,1	1,7	1,9	0,8	7,8	31,6
Autres éq. de transp.	0,2	0,3	1,2	0,0	0,1	0,3	0,0	0,1	0,3	0,6	0,7	2,6

Lecture du tableau : En 2014, toutes branches et gammes confondues, la part de la Chine dans les importations mondiales de biens de consommation est 4,7% ; en revanche, la Chine importe la même année 18,1% des importations mondiales haut de gamme des produits de la pêche destinés à la consommation. Dans chaque case du tableau, les importations mondiales sont égales à 100.

■ Références

Bain & Company (2016), *Dealing with two-speed China*, China Shopper Report 2016, Vol. 1, June 28.

Emlinger C., H. Guimbard, A. de Saint Vaulry & D. Ünal (2016), "Les Profils Pays du CEPII : indicateurs, bases et nomenclatures", *Panorama du CEPII*, N°2016-02, juin.

Fontagné L., M. Freudenberg & N. Péridy (1997), "Trade Patterns inside the Single Market", *Document de travail CEPII*, N°1997-07.

Kang J. S. & W. Liao (2016), "Chinese Imports: What's Behind the Slowdown?", *IMF Working Paper*, WP/16/106,
Lee H.-H., D. Park & K. Shin (2016), "Effects of the People's Republic of China's Structural Change on the Exports of East and Southeast Asian Economies", *ADB Economic Working Papers Series*, N°492, June.

Lemoine F. & D. Ünal (2015), "Mutations du commerce extérieur chinois", *Lettre du CEPII*, No.352, mars.

Lemoine F., S. Poncet & D. Ünal (2015), "Spatial rebalancing and industrial convergence in China", *China Economic Review*, Vol. 34, pp. 39–63.

May.

Zhang J. & T. Zhu (2013), "Re-Estimating China's Underestimated Consumption", 7th September, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2330698> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2330698>.

■ Auteurs

Françoise Lemoine est conseiller au CEPII (francoise.lemoine@cepii.fr).

Deniz Ünal est économiste au CEPII (deniz.unal@cepii.fr).

■ Citation

Lemoine, F. & Ünal, D. (2017), "Le décollage du marché des biens de consommation en Chine et son impact sur le commerce mondial", *Panorama du CEPII*, n° 2017-01, mars.

Copyright CEPII, 2017. Les lecteurs sont encouragés à citer et reproduire le matériel de ce Panorama pour des fins éducatives et à but non lucratif, à condition de mentionner la source.

Panorama du ■



Le CEPII (Centre d'Études Prospectives et d'Informations Internationales) est le principal centre français d'étude et de recherche en économie internationale. Les analyses et études du Centre contribuent au débat public et à la formulation des politiques économiques en matière de politique commerciale, compétitivité, macroéconomie, finance internationale et croissance.

Panorama du CEPII

- Analyses par thème de l'économie internationale
- Compendium de statistiques à partir des bases du CEPII
- Méthodologies utilisées par le CEPII

© CEPII, PARIS, 2017

Tous droits réservés. Les opinions exprimées dans ce Panorama sont celles des auteurs.

Directeur de la publication :
Sébastien Jean

Rédactrice en chef :
Deniz Ünal

Contact presse :
presse@cepii.fr

CEPII
113, rue de Grenelle
75007 Paris

+33 1 53 68 55 00

www.cepii.fr

RECHERCHE ET EXPERTISE
SUR L'ÉCONOMIE MONDIALE

