



Tercer seminario Internacional
América Latina y el Caribe y China:
condiciones y retos del siglo XXI

30, 31 de mayo y 1 junio de 2016

“El consumidor de bienes de lujo en China:
oportunidades y retos para sectores y empresas
en México enfocados a servir el sector de los
bienes de lujo”

Sergio San Sebastián Chelala

Ciudad de México

Mayo-Junio 2016

Diferentes sectores en el lujo

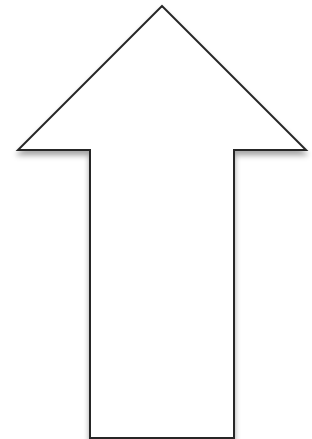
**MODA EN ROPA
Y ACCESORIOS**

**JOYERÍA Y
PIEDRAS
PRECIOSAS**

AUTOMÓVILES

**TURISMO Y
ENTRETENIMIE
NTO**

**ARTE Y
ANTIGUEDADE
S
(COLECCIONAB
LES)**



洋豐藝術的成立宗旨不是為了單純的藝術代理，更是為了鼓勵藝術交流與交換，自2014年創立以來，我們即致力於引進墨西哥及拉丁美洲六、七○到八○年代的視覺藝術家到台北；洋豐藝術所代理的藝術家皆風格鮮明，不但獨具個人色彩，也同時代表拉丁美洲新興的藝術潮流，作品包羅萬象，往往成為全球藝術界收藏家讚譽有加、爭相競價的收藏品。

我們希望搭建亞洲與拉丁美洲之間藝術的橋樑，在亞洲創建一個持續與拉美藝術對話的空間，讓藝術除了私人藝廊、官方美術收藏家獨享之外，也開放給一般民眾與藝術愛好者親近接觸，拓展視野。

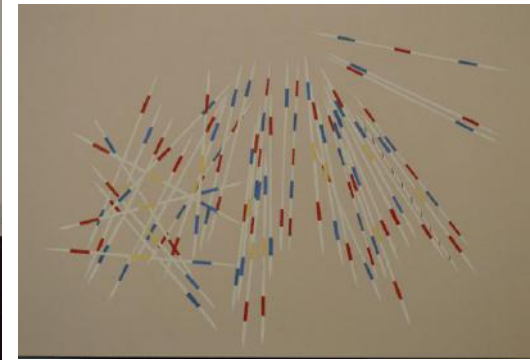
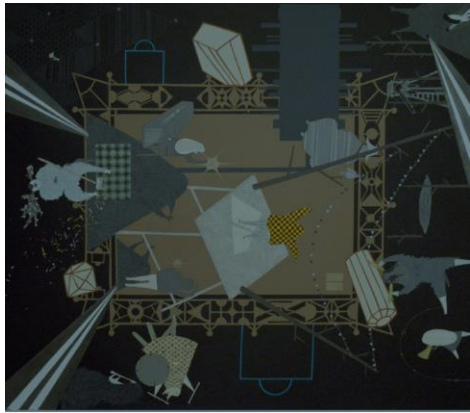
洋豐藝術企圖經由與台灣各個文化及藝術機構、博物館、藝術博覽會和其他業界的藝術相關企業協同合作，促使太平洋相隔的兩岸藝術社群攜手共創，展開別開眼界的交流對話。

sello de agua ART (SDA) promotes, mainly in Taipei City, a group of Mexican and Latin America visual artists born in the 60, 70 and 80, all with a singular artistic language, in the fields of painting, photography, video and installation.

Our aim is to help create a stronger bridge between art and art communities from Mexico and Taiwan and Latin America and Asia Pacific.



Obra



Obra



Obra



Programa Cultural Julio 2014

2014年7月文化活動

Muestra plástica colectiva de pintores mexicanos y hondureños Evento organizado en colaboración con la Embajada de Honduras

墨西哥商務簽證文件暨文化辦事處與宏都拉斯大使館
共同舉辦「墨西哥與宏都拉斯繪畫聯展」

El jueves 24 de julio la Oficina de Enlace de México en Taiwán, en conjunto con la Embajada de Honduras, inauguró la muestra plástica "México - Honduras 2014". La ceremonia contó grata presencia numeroso público taiwanés, representantes de Embajadas y Oficinas de Representación, intelectuales, académicos, así como miembros de la comunidad mexicana y hondureña radicada en Taipéi.



Tanto el Titular de la Oficina de Enlace de México, como el Encargado de Negocios de Honduras, destacaron la importancia de los vínculos culturales que existen entre ambos países desde tiempos ancestrales, mismos que mantiene su fortaleza en la actualidad.

La muestra está conformada por quince obras, ocho correspondientes a artistas mexicanos y siete a hondureños. La muestra incorpora a creadores contemporáneos, quienes abarcan diversas temáticas y técnicas, quienes presentan un amplio espectro de la creatividad plástica.

La muestra permanecerá abierta al público en las instalaciones de la Oficina de Enlace de México hasta el 8 de agosto, en horario de 9 a 13 y de 14 a 17 horas. Los invitamos a que la conozcan.



7月24日星期四墨西哥商務簽證文件暨文化辦事處與宏都拉斯共和國大使館共同為兩國繪畫聯展舉行開幕典禮。來自各界的貴賓，如台灣民眾、駐台使節、學者和兩國僑民一同參與此場盛會。本處處長與宏都拉斯公使分別強調兩國長久以來延續至今的重要文化聯繫。

本場展覽共計15幅作品。墨西哥與宏都拉斯分別有八位和七位藝術家的作品參與其中。本次展出的當代藝術家作品涵蓋各種主題，充分展現繪畫的創意性。

展出持續到8月8日，時間為9點至1點及2點至5點。歡迎各位貴賓踴躍參觀。

Muestra pictórica Colectiva "México - Honduras 2014" 2014 宏都拉斯及墨西哥繪畫聯展

México y Honduras han gozado de excelentes relaciones culturales desde tiempos prehispánicos. Las ruinas mayas de Copán ilustran las relaciones con los mayas de Palenque. Durante el periodo colonial Honduras formó parte de la Capitanía General de Guatemala que generó amplios intercambios con la capital del Virreinato de la Nueva España. Al iniciar la Independencia, que inicialmente incluyó a Centroamérica, un connotado hondureño, Jo Cecilio del Valle, fungió como segundo Canciller de México. Más recientemente el ilustre Rafa Heliodoro Valle fue puente cultural entre ambas naciones. En la actualidad hay un intercambio cultural vibrante, en el que participa la plástica de manera activa.

La pintura es un arte ampliamente apreciado en ambos países, con artistas de gran creatividad. La actual exhibición está compuesta por quince obras. Por parte de México la integran seis artistas, que son Francisco Toledo, Pedro Friedeberg, Rodolfo Nieto, Xavier Castellanos, Roberto Villarreal y Claudia Pérez Pavón. Del lado hondureño tenemos a Wilmer Sandré, Elmer Ciserón Bautista, Melvin Osman Martínez, Arberl (pseudónimo del estilo Garay), Juan Ramón Lainez, Fernando Venegas y Alessandra Foletti. Esta exhibición confirma la colaboración Honduras-México en materia de promoción cultural.

Las obras se concentran en creadores contemporáneos y abarcan diversas temáticas, que reflejan similitud con las tendencias plásticas internacionales. Si bien aparecen algunos cuadros en estilo paisajista/costumbrista, lo que predomina es el arte abstracto contemporáneo, realizado en acrílico y tela. Se han seleccionado dos obras sobre los días del calendario maya para ilustrar las similitudes e influencias históricas. Del lado de Honduras se presenta la serie de metal de estaño, en tanto que en el de México se recurre al grabado a color en piel. Las obras presentadas ilustran las similitudes y la fortaleza de la plástica en ambos países.

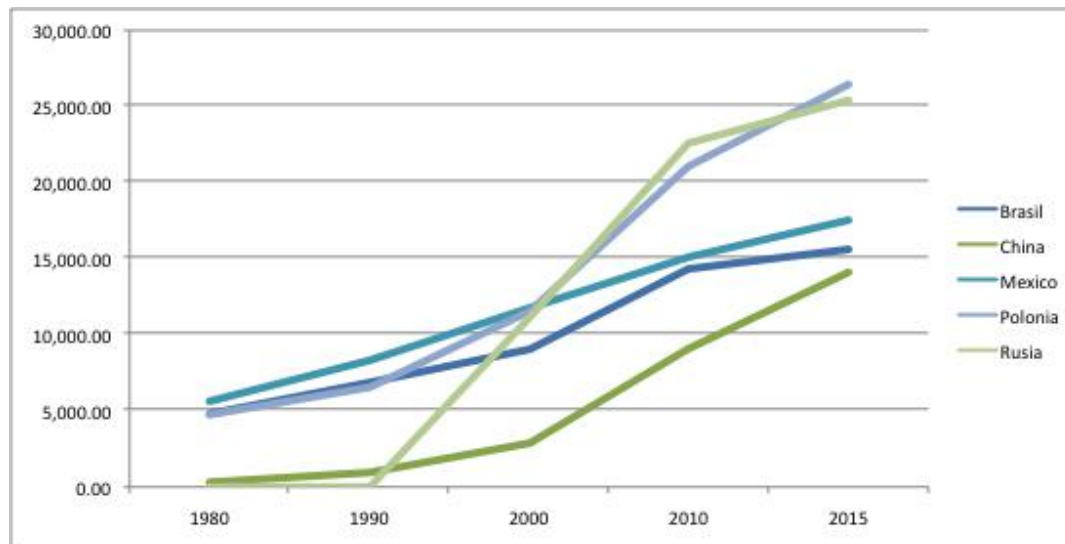
墨西哥和宏都拉斯兩國自殖民時代起就保持良好的文化交流，如科潘瑪雅遺址說明了與帕倫克人之間的關係。在殖民時期，宏都拉斯是瓜地馬拉總督府轄區的一部分，與西班牙總督府首都維持相當的聯繫。獨立初期，中美洲宏都拉斯的荷西·賽西李歐·瓦萊擔任墨西哥外長的職位。現代名人如法蘭·羅曼多、瓦萊則扮演兩國文化交流的橋樑，現今雙方文化交流活躍，尤其繪畫領域。

繪畫藝術家展現出極具創意的繪畫作品，本次展覽包括由墨西哥藝術家法蘭西斯科·托列多、佩德羅·弗列德貝格、羅多爾福·尼埃托、哈維爾·卡斯特拉諾斯、羅伯托·維拉雷亞爾和克勞迪亞·佩雷斯·帕文、宏都拉斯藝術家威爾默·桑德雷、埃爾默·西塞隆·巴蒂斯塔、梅爾文·奧斯曼·馬丁內斯、阿貝爾（風格為蓋雷）、胡安·拉蒙·萊內斯、費爾南多·韋內加斯和亞歷山德拉·福列蒂。此次展覽證實了宏都拉斯與墨西哥在文化推廣方面的合作。



Aumento anual del PIB percápita en China por encima que en otras economías emergentes y desarrolladas lo que ha dado pie a convergencia en el ingreso

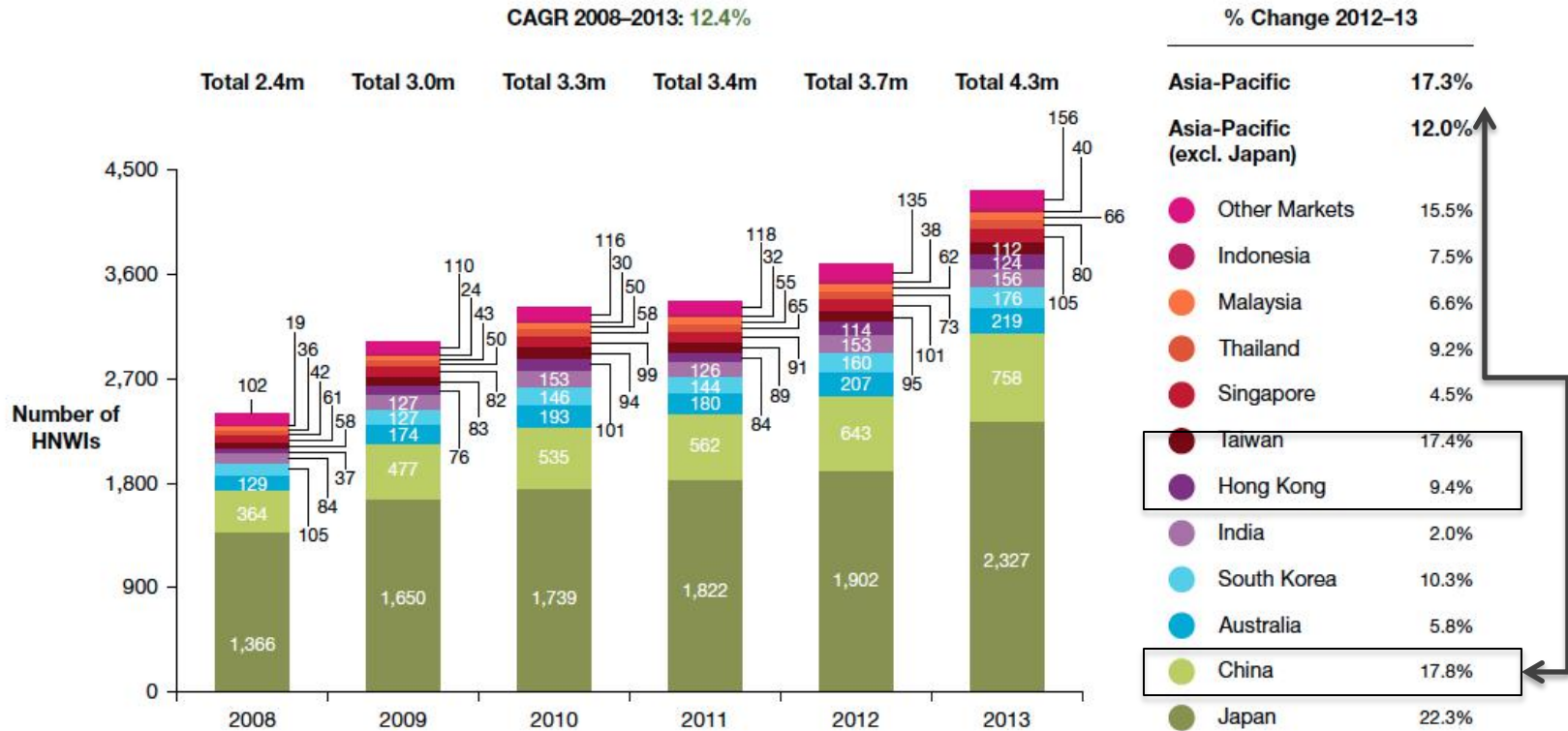
Pais	1980-1990	1990-2000	2000-2010	2010-2015
Brasil	10.8%	1.7%	12.9%	-6.4%
China	1.4%	11.9%	18.7%	15.6%
Mexico	0.3%	7.5%	3.2%	0.4%
Polonia	0.2%	11.9%	12.2%	-0.2%
Rusia	n/a	n/a	22.1%	-5.6%
EEUU	7.4%	4.8%	3.2%	3.7%



Los nuevos millonarios chinos

FIGURE 1. Asia-Pacific HNWI Population, 2008–2013 (by Market)

(000s)



Note: The total for all years are expressed in millions and the 000s in the chart title do not apply to those numbers; Chart numbers and quoted percentages may not add up due to rounding; Other Markets include Kazakhstan, Myanmar, New Zealand, Pakistan, Philippines, Sri Lanka, and Vietnam

Source: Capgemini Financial Services Analysis, 2014

2008:364,000

AP %: 15.1%

JP %: 22%

TCA: 15.8%



2013:758,000

%: 17.6%

%: 32%

Fuente:Capgemini Financial, 2014

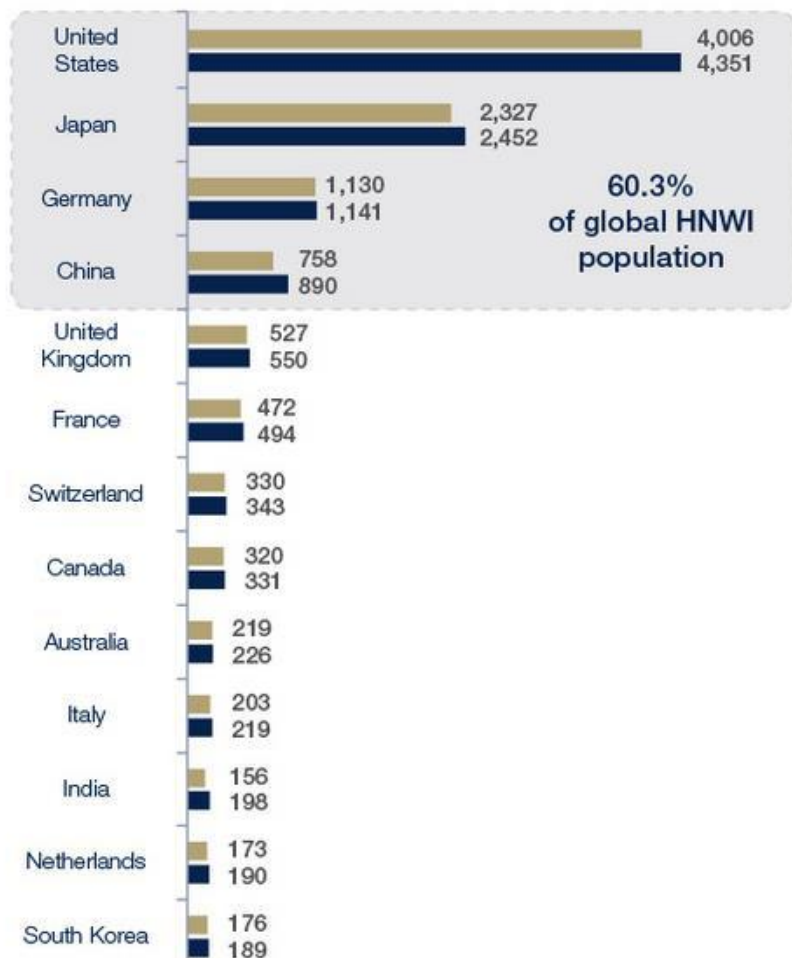
Acumulación riqueza en los millonarios (Reporte Hurun)



China, 4to en número de millonarios, 1º en billonarios

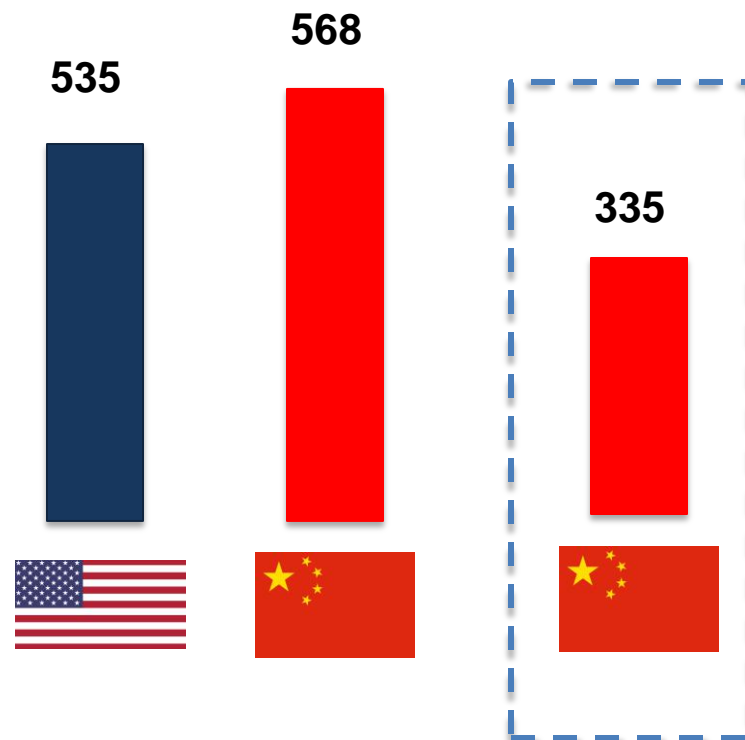
Top 25 HNWI Populations, 2014 (by Market)

(Thousand)



Fuente: Capgemini Financial, 2014

Billonarios (personas), 2016

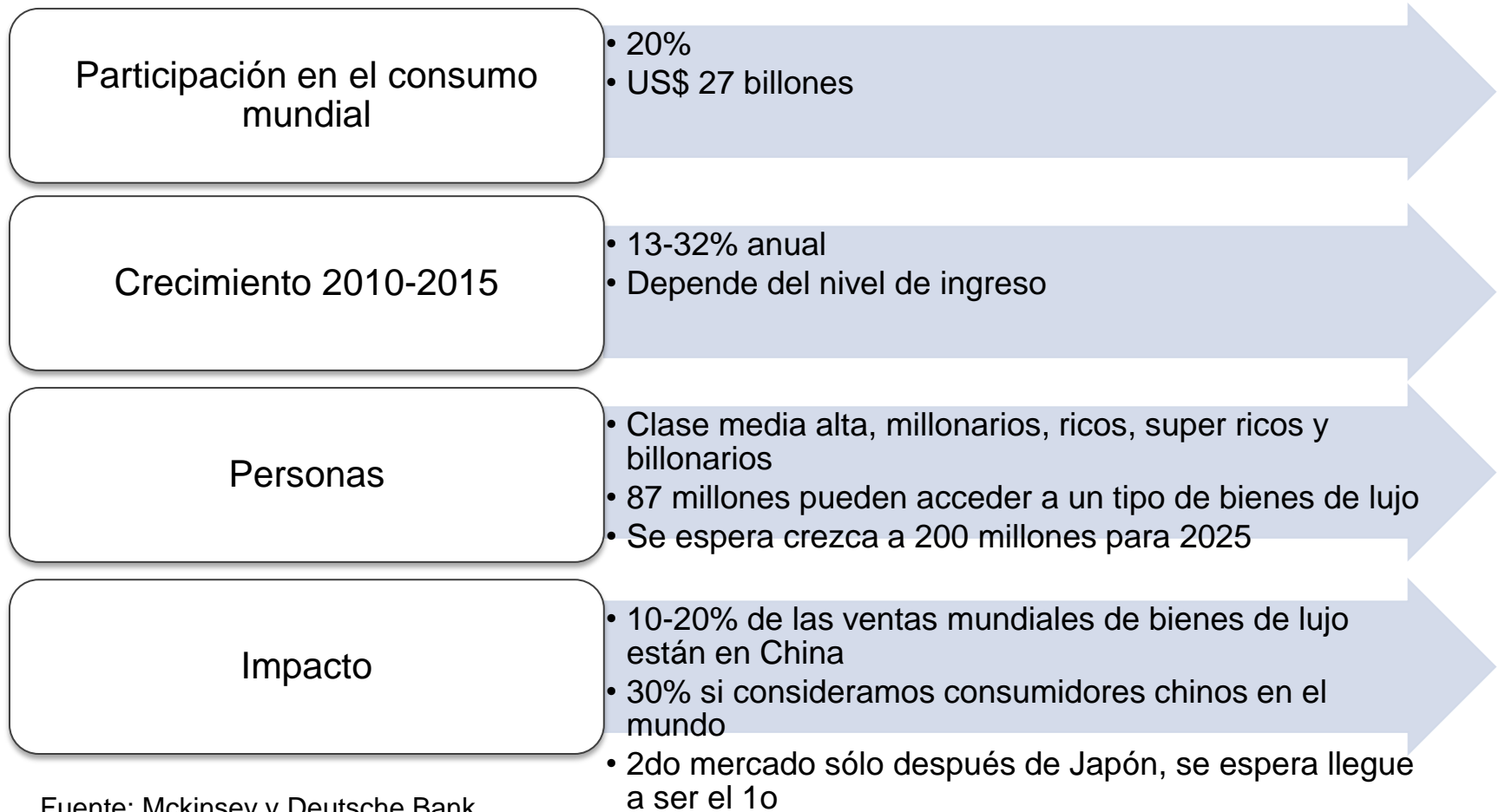


Fuente: Hurun Report, 2016

Fuente: Forbes

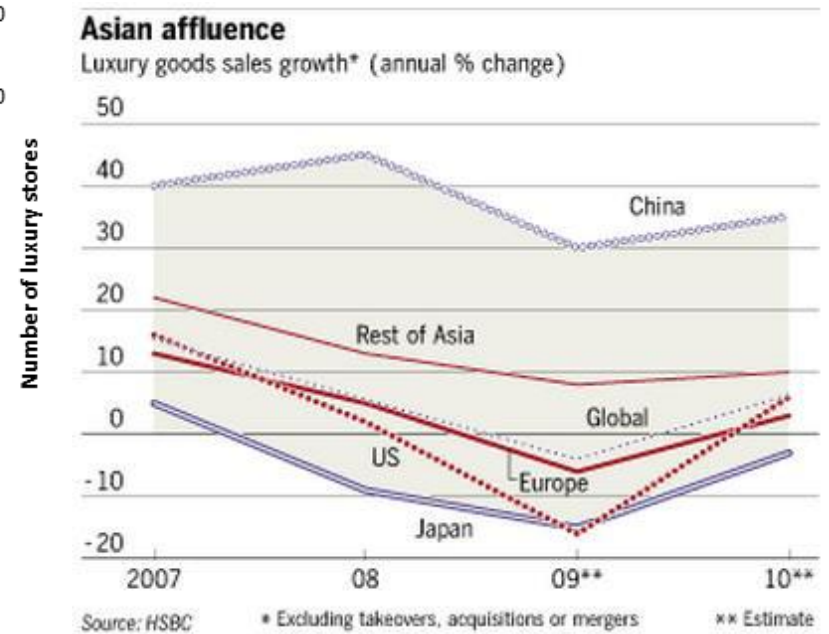
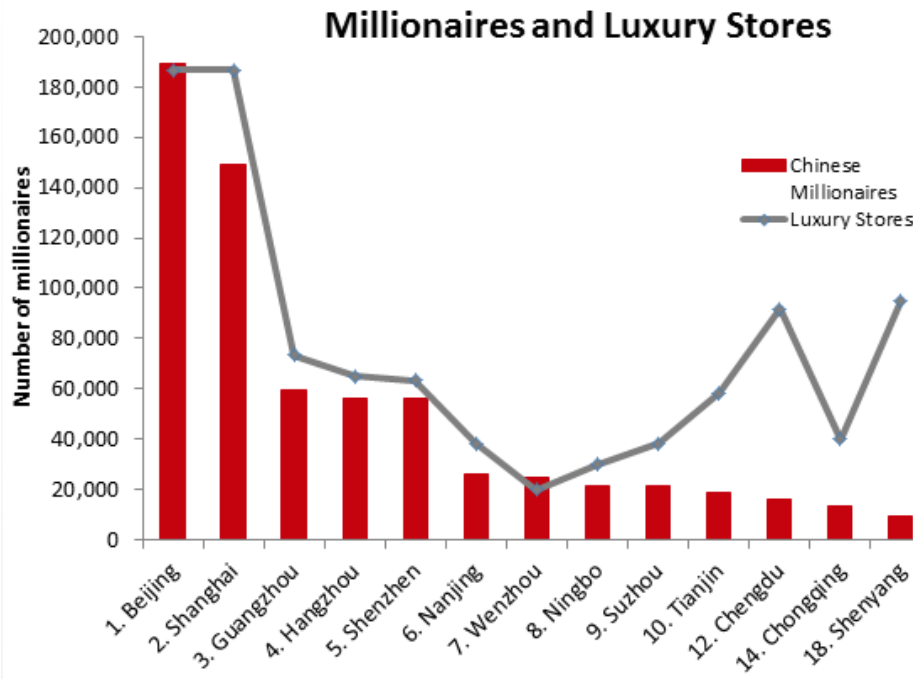


Despegue en el consumo de bienes de lujo en China



Fuente: Mckinsey y Deutsche Bank

Los ricos y el lujo: +100 tiendas en Beijing



Fuente: 2012 Hurun Wealth Report, KPMG Global reach of China Luxury – a KPMG case study 2013, Fung Business Intelligence

<http://red-luxury.com/brands-retail/what-is-the-relationship-between-millionaires-and-luxury-stores-in-china> | Red Luxury

Fuente: HSBC

Sectores de bienes de lujo en China: desde zapatos, ferraris, joyas hasta obras de arte



Consumo de bienes de lujo en China: lo que lo impulsa

Altas tasas de ahorro

- Por arriba del 50% lo que posibilita el consumo esporádico en personas con ingresos medios-altos
- Ha democratizado su consumo

Percepción y sensibilidad a la calidad

- Se consideran bienes de mejor calidad a los producidos localmente

Status Social

- Símbolos inequívocos del esfuerzo y el avance social

Cohesión e influencia colectiva

- China es una sociedad de contexto
- Influencia de familiares y amigos
- Copia de comportamientos

MERCADO DE ARTE Y ANTIGUEDADES EN CHINA

TRADICIÓN

- Acervo de arte antiguo invaluable
- Porcelana, bronce, textiles, muebles, joyas, caligrafía, paisajes
- Ligado a la vida imperial (Huizong emperador-artista)

CRECIMIENTO

- El mercado emergente más importante en los últimos 10 años
- Valor del mercado se estima entre 12 a 14 billones de dólares

DESARROLLO

- Profesionalización enfocado a la venta
- Creación de un ecosistema: galerías, curadores, brokers, casas de subastas

INFLUENCIA

- Segundo mercado en el mundo por su valor (sólo por abajo de EEUU)
- Concentra el 22% a 25% ventas mundiales
- 4to importador de arte

OPORTUNIDADES

Valor en el mercado, base de coleccionistas, tendencias a la importación

- Segundo en el mundo, 12-14 billones de dólares
- Arte visual estimado en \$850 millones
- 29% coleccionistas en Asia

Ecosistema y desarrollo de canales de comercialización

- Desarrollada red de participantes privados, gobierno, extranjeros
- Crecimiento en el número de galerías dese 2002 (10% anual)
- Casas de subasta
- Ferias de arte

Precios en el mercado

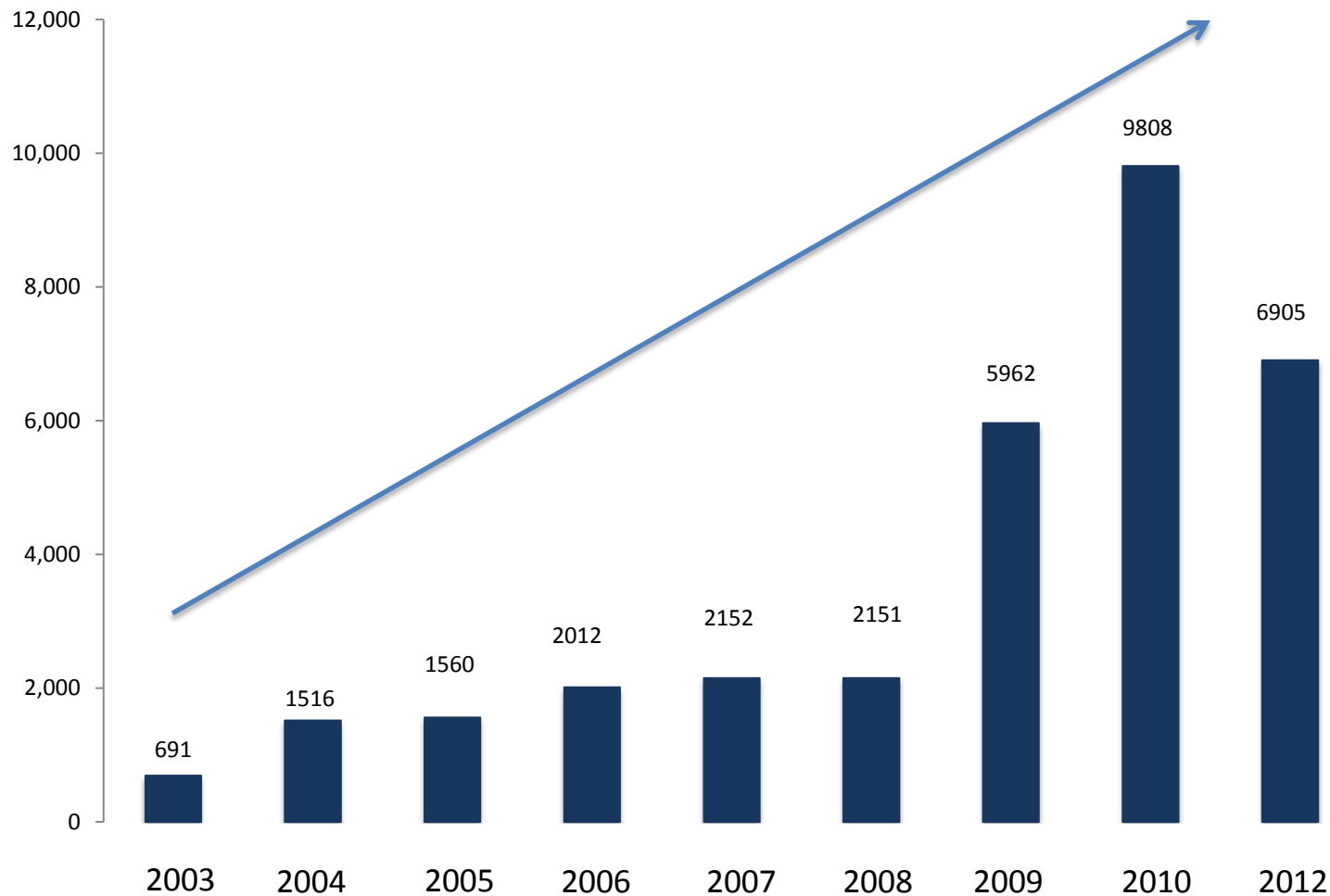
- 4to mercado en cuanto a niveles de precios
- Disposición a pagar por arte
- Precio promedio en obras de arte US95,000

Arte Latinoamericano en China

- Presencia en China data de 10 años
- Algunos galeristas y proyectos de promoción
- Poca saturación

Crecimiento en el valor de las ventas en el mercado

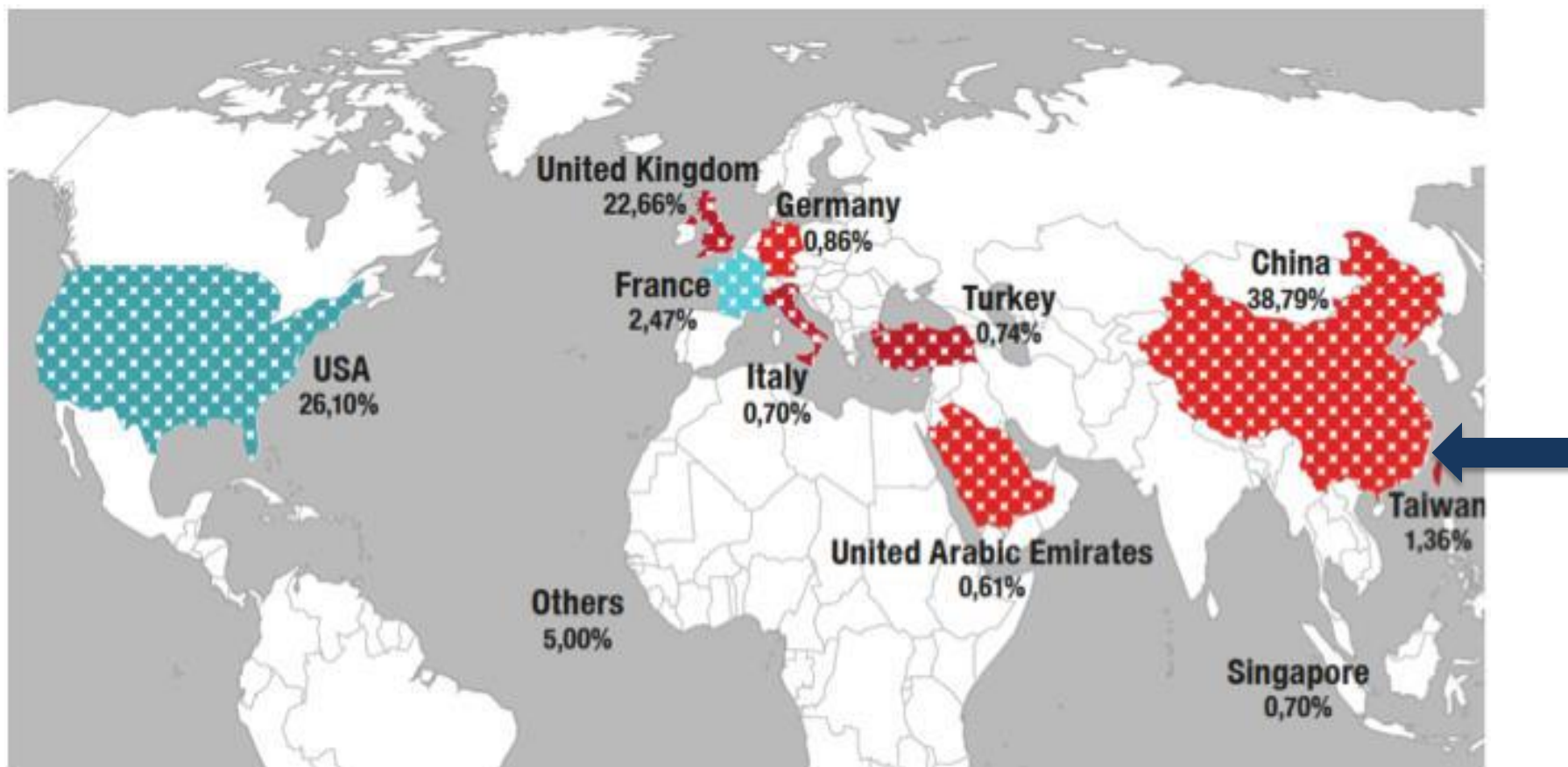
Ventas de arte en subastas, 2002-2012 (millones de euros)



Fuente:Arteconomics (2013)

Participación relevante en ventas mundiales

Arte Contemporáneo, principales mercados por subastas (2011/2012).



Source: Art price.

La mayor base de coleccionistas en Asia

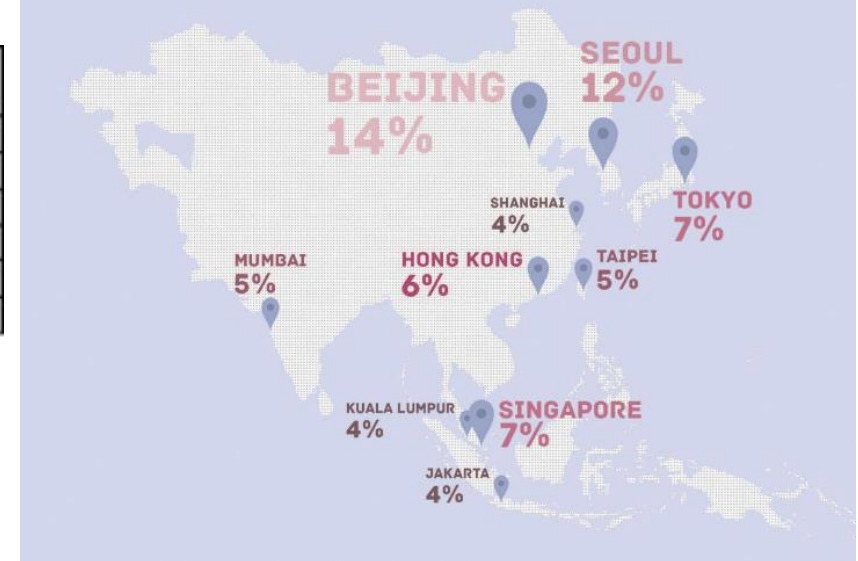
Porcentaje de coleccionistas en China

Ciudad	Participación en coleccionistas asiáticos	Participación en coleccionistas chinos
Beijing	14%	41%
Hong Kong	6%	16%
Shanghai	4%	11%
Taipei	5%	14%
Chengdu	menos del 1%	3%
Total China	24-29%	

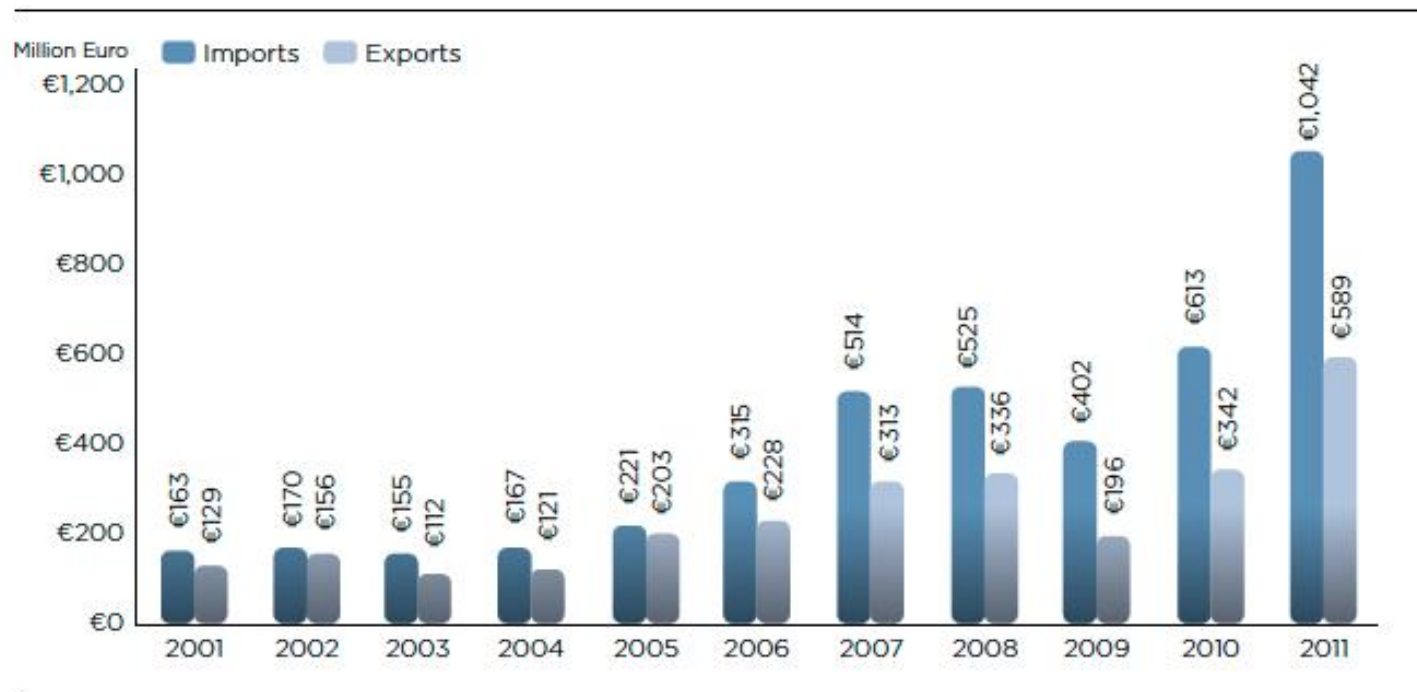
Kao Yun Qi



THE REGIONAL ART COLLECTOR SCENE: ASIA



Importador de arte en crecimiento



Ecosistema en crecimiento y consolidación

6,000 galerías que venden arte y antigüedades

42,000 negocios de arte y antigüedades

7 de las primeras 10 casas de subastas en el mundo

Desarrollado sistema de ferias de arte

Presencia de importantes galerías occidentales: Gagosian y White Cube

Distritos de arte: 798 en Beijing



Mercado de arte caracterizado por altos precios

Precios promedio en obras de arte 2012

País	US\$	Pesos\$	Precios China /país precio
Estados Unidos	91,918	2,757,534	0.5
China	46,211	1,386,333	1
Gran Bretaña	110,100	3,302,988	0.4
Francia	19,555	586,638	2.4
Alemania	8,900	266,994	5.2
Italia	6,887	206,622	6.7
Taiwán	90,502	2,715,063	0.5
Japón	11,739	352,170	3.9
Suecia	11,898	356,928	3.9
Austria	12,958	388,752	3.6
Resto del mundo	13,192	395,772	3.5

Fuente:Arteconomics

Mercado de arte caracterizado por altos precios

Porcentaje de precios en subastas por encima de \$65,000 (2012)

País	Porcentaje de obra subastada por arriba de los US\$65,000	Porcentaje de obra subastada por abajo de los US\$65,000
Estados Unidos	88.9%	11.1%
China	81.1%	18.9%
Gran Bretaña	89.7%	10.3%
Francia	65.2%	34.8%
Alemania	49.3%	50.7%
Italia	46.2%	53.8%
Taiwán	85.6%	14.4%
Japón	39.4%	60.6%
Suecia	55.3%	44.7%
Austria	45.2%	54.8%
Resto del mundo	61.3%	38.7%
Promedio	81.2%	18.8%

Fuente:Arteconomics

Arte Latinoamericano-mexicano en China

Presencia con más de 10 años

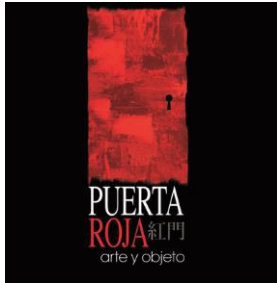
Número reducido de galeristas o proyectos de promoción de arte latinoamericano-mexicano

Sigue siendo considerado como algo exótico

Menor conocimiento en la mente del coleccionista chino

Poca saturación en el mercado, espacio para construir un mercado de nicho

Arte Latinoamericano-mexicano en China



Trazos Art Gallery
LATIN-AMERICAN ART



Retos

Coleccionistas prefieren arte local por considerarlo cercano con su cultura

Difícil llamar la atención a coleccionistas chinos y asiáticos

Costos elevados para acceder a prospectos y realizar ventas: lejanía, costos de transporte, costos de promoción

Dificultades culturales y experiencia en formas de hacer negocios en la cultura china, construcción de Guanxi

Dominio del arte local

Zhang Rui



Coleccionista Arte Moderno y Contemporáneo chino, Beijing

Pierre Chen



Coleccionista Arte Contemporáneo chino y occidental, Taipei

- Más del 90% del arte comercializado es producido en China
- El acervo de arte tradicional representa entre el 63% y 70% del mercado
- Pintura China y caligrafía representa alrededor de 48% del mercado
- Arte contemporáneo chino en crecimiento,
- Importantes artistas como: Zhang Xiaogang, Zeng Fanzhi, Yue Minyun, Fang Feiyun, Ai Wei Wei y Huang Rui

Difícil de atraer coleccionistas chinos

David Tang



Coleccionista Arte Moderno y Contemporáneo chino, HK
Robert Chang



Coleccionista cerámica, jade, y pinturas, HK

- Fuerte apego a valores tradicionales lo que define coleccionismo local
- Del arte extranjero preferencia por el regional (Asia)
- Predilección por la pintura (óleo), escultura, cerámica
- Gusto por arte que retrate la naturaleza, animales, arte abstracto, caligrafía
- Preferencia por un arte visual que represente el lado amable de la vida
- Especuladores
- Coleccionar forma parte del Guanxi
- Opiniones de amigos y familiares muy importante

Estrategias

Definición del producto con base en un mercado de nicho: arte occidental

Posicionamiento cómo producto coleccionable para generar sofisticación y diversidad, tasa de éxito

Ligar el arte con otros sectores dónde existan actualmente intereses y negocios entre México-China

Cooperación con galeristas dentro de china y alianzas entre galeristas mexicanos

Definición de precios de entrada accesibles, potencialidad de revaluación, y creación de mercado secundario

Obras de fácil transporte: en papel, óleo, fotografía

Definir claramente modelo de negocio

Apertura del canal en México para artistas chinos

Mercado de Nicho: arte occidental

- Mercado menor al local, alrededor de 1000 millones de dólares
- Conectarse con coleccionistas de arte occidental: 40 en China
- No competir con el arte local
- Diferenciarse del arte europeo y norteamericano
- Definir colecciones con posibilidad de ser adquiridas
- Creación de una base de clientes a través de educación: conferencias, seminarios, presentaciones, exhibiciones
- Publicaciones en revistas especializadas, invitación a curadores locales
- Incrementar la tasa de éxito (% arte vendido) es vital

Arte y otros sectores

- Experiencias culinarias y arte visual
- Sectores de negocios México-China (bebidas y alimentos, telecomunicaciones, tecnología, financiero)
- Turismo y entretenimiento

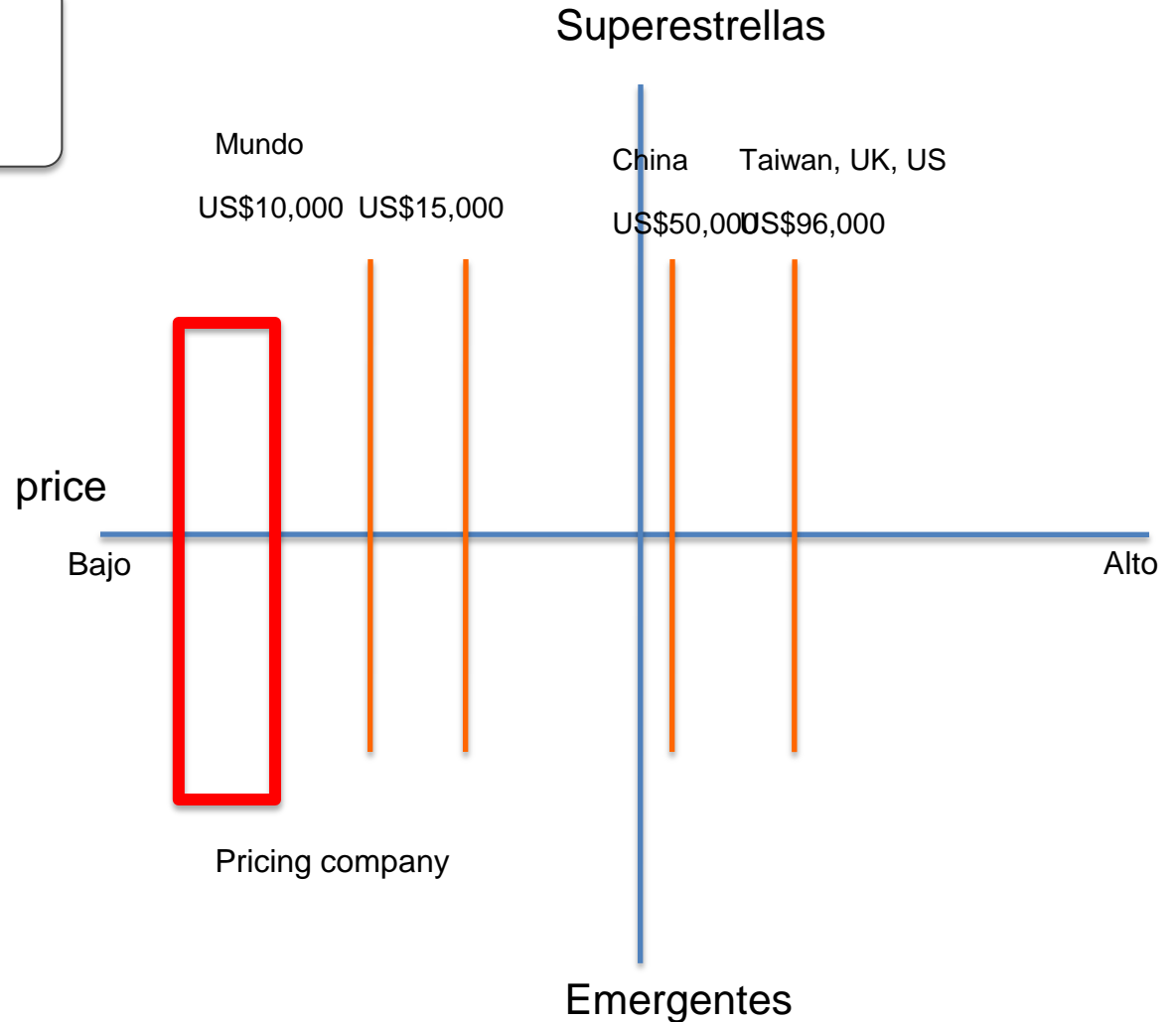
Cooperación con galeristas locales y alianzas entre galeristas mexicanos

- Hay una gran cantidad de galerías en China: hacer adecuado due dilligence y cooperar con alguna o algunas
- Compartir espacio, stands en ferias conjuntos, obras en diferentes galerías
- Cooperar con galerías mexicanas o latinoamericanas en China: ferias, exhibiciones, seminarios, pláticas

Definición de precios de entrada: US1,000-US8,000

INGRESO:

- Comisiones
- Reventa
- Servicios
- Otros



Fácil Transporte para disminución de costos

Óleo

- Enrollada y enmarcada en China
- Uso de empresas de paquetería: DHL, FEDEX, etc

Papel

- Fácil de transportar, enmarcada en China
- DHL, FEDEX

Fotografía

- Impresa y enmarcada en China
- Costos de impresión más bajos que en México

Producción en China

- Artisanas van a China y producen obra ahí: intercambios, residencias, apoyos de fundaciones

Definir claramente el modelo de negocios



Conclusiones

El mercado de arte como otros bienes de lujo es promotor en China y en toda la región de Asia Pacífico

En este proceso hay diferentes fuerzas que están dando forma a las oportunidades para empresas de ir a esos mercados

En este proceso de incremento de nuevos coleccionistas es particularmente claro que el arte latinoamericano está subrepresentado en Asia y en China, no obstante los artistas latinoamericanos han sido coleccionados fuertemente en EEUU y Europa

Esto abre importantes oportunidades para empresas del sector para servir al mercado Chino y asiático

No obstante, el mercado está caracterizado por tener importantes barreras de entrada para nuevos participantes, por lo que se debe contar con una sólida posición financiera para penetrar el mercado, para lograr atraer coleccionistas y crear redes de cooperación en China

Los retos principales son tener acceso y atraer a coleccionistas chinos, crear una base de clientes, entender las preferencias locales,

En este proceso, la tasa de éxito es un elemento muy importante para salir

Referencias

Art Finance Report 2013, Art Tactic, Delloite, 2013.

Art Taipei, <http://art-taipei.com>

Art Kaoshiung, <http://www.art-kaohsiung.com/en/>

Art Revolution Taipei, <http://www.arts.org.tw>

Bar, Julius. Wealth Report: Asia, June 2013.

Becker, Richard. Strategies for Effectively Marketing to High Net Worth Consumers, Equifax, Inc., 2008.

Commercial Galleries and Retail Outlets, Australia National Association for the Visual Arts, 2013.

Curatorial Toolkit, 2010 Legacies Now, 2010. www.2010LegaciesNow.com

Gibson, Charles. Financial Statement Analysis, South Western, CENGAGE Learning.

Magnus Bruno Frederik Resch. Management of Art Galleries-Business Models. University of St. Gallen, School of Management, Economics, Law, Social Sciences and International Affairs, 2011.

Moreu Nathalie, Dominique Sagot-Duvaroux. "*Four Business Models in Contemporary Art*". International Journal of Arts Management, Volume 14, Number 3, Spring, 2012.

McAndrew, Claire. TEFAF, Art Market Report, 2013. The Global Art Market with a Focus on China and Brazil. The European Fine Art Foundation, 2013.

Osterwalder, Alexander and Pigneur Ives. Business Model Generation. Jhon Wiley and Sons, Inc, 2010.

Taiwan Art Gallery Association, <http://www.artsdealer.net/AGA/eng/main.html>

Taiwan Photo Fair, <http://english.taiwanphotofair.com>

Sotheby's, 10-K Report, 2014.

Vrealy, Myers, Allen, Principles of Corporate Finance. Mcgrawhill, Global Edition.

Young Art Taipei, <http://www.youngarttaipei.com>

Gracias

謝謝

Sergio San Sebastián Chelala

sergio.san.sebastian@gmail.com

Ciudad de México

Mayo-Junio 2016