

ITRO Co., Ltd. | Export Consulting
INTERNATIONAL TRADE & REPRESENTATIVE OFFICE



RAPORT 2013

**CHIŃSKI RYNEK OPROGRAMOWANIA
I APLIKACJI MOBILNYCH**

KWIECIEŃ 2013



SPIS TREŚCI

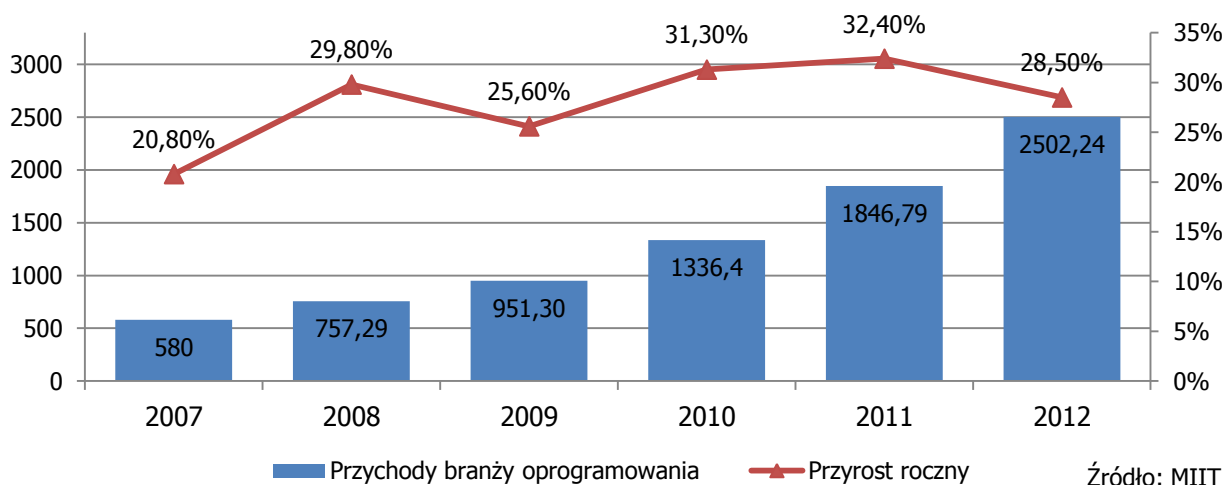
Wielkość branży	2
Struktura rynku oprogramowania.....	3
Rozłożenie geograficzne	5
Rola państwa	6
Rozwój sieci internetowej i urządzenia mobilne.....	8
Aplikacje mobilne	11



WIELKOŚĆ BRANŻY

Ponad trzy dekady bezprecedensowego rozwoju gospodarczego opartego na strategii proeksportowej przyczyniły się do lawinowego wzrostu produkcji i szybkiej industrializacji Chin. Przełom pierwszej i drugiej dekady obecnego stulecia to w Chinach okres przygotowań do zmian w modelu gospodarki, skorzystania z ogromnego poszerzenia rynku wewnętrznego, ciągle rozbudowywanej infrastruktury, postępującej informatyzacji kraju oraz coraz wyższego poziomu edukacji Chińczyków. Doniosłość tych przemian najsilniej objawia się w najbardziej zaawansowanych technologicznie sektorach gospodarki, w tym w branży oprogramowania, stając się jednocześnie głównym motorem jej wzrostu.

Wykres 1
Przychody branży oprogramowania w Chinach oraz dynamika wzrostu (mld RMB), 2007-2012



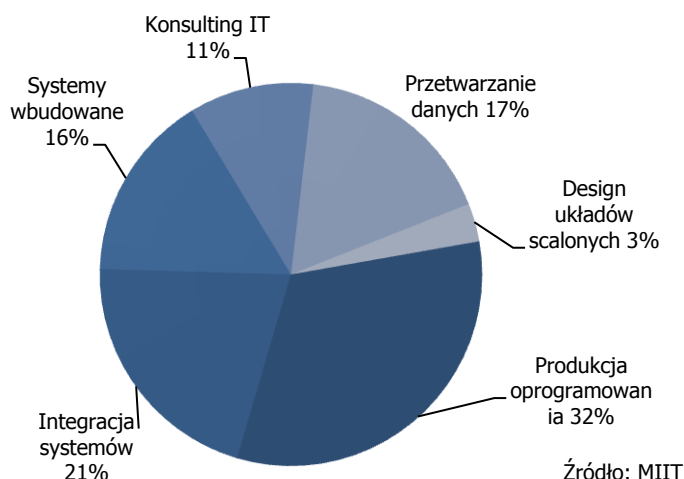
Wysoki wzrost branży oprogramowania nie ucierpiał znacząco podczas globalnego kryzysu gospodarczego. Mimo relatywnego spadku prędkości w roku 2009, w okresie 2007-2012 przychody branży wzrosły ponad czterokrotnie, z 580 mld RMB do 2,5 bln RMB (odpowiednio z 93 mld USD do 402 mld USD przy kursie 1 USD=6.21 RMB). Średnie tempo wzrostu branży wyniosło w tym okresie 28% wobec 10% średniego wzrostu całości PKB Chin, czyniąc ją jedną z najbardziej dynamicznych i dochodowych gałęzi gospodarki.



STRUKTURA RYNKU OPROGRAMOWANIA

Począwszy od końca lat 80, kiedy to pierwsze zagraniczne firmy zagospodarowały sporą część chińskiego rynku oprogramowania, udział firm chińskich sukcesywnie się zwiększa. Obecnie przewagę na rynku produktów średniej i niższej klasy zapewnia im silne wsparcie rządu, znajomość rynku i możliwość przedstawienia klientom zlokalizowanego produktu, dostosowanego do realiów chińskich. Chińskie firmy wciąż nie posiadają jednak dostępu do części kluczowych technologii wysokiej klasy i najbardziej utalentowanej siły roboczej. Sytuacja szybko się zmienia, wiele firm chcących zaoferować produkty najwyższej klasy uzupełnia te braki poprzez licencje lub współpracę z zagranicznymi partnerami.

Wykres 2
Struktura branży oprogramowania, 2012



Źródło: MIIT

W 2012 roku w Chinach zarejestrowanych było 28327 firm z branży oprogramowania, co oznacza przyrost w stosunku do roku poprzedniego o 24%. Branżę podzielić można na kilka sektorów: integrację systemów, przetwarzanie danych, produkcję

oprogramowania, systemy wbudowane, konsulting IT oraz projektowanie układów scalonych.

W zeszłym roku całkowita wartość eksportu oprogramowania wyniosła 36,8 mld USD. Oznacza to wynik o 18% większy niż w 2011 r., ale dynamika wzrostu eksportu w branży jest o 10,5% niższa niż wzrost eksportu całej gospodarki Chin i maleje z roku na rok (odpowiednio 0,6% i 6,5% mniej niż w 2011 i 2010 roku). Jedynym sektorem oprogramowania notującym poważne wzrosty jest outsourcing, który wzrósł o 54% stanowiąc tym samym 60% eksportu całej branży w 2012 roku.



Jest to spowodowane bardzo aktywną polityką rządu, chcącego uczynić Chiny światowym centrum outsourcingu.

Zagraniczne przedsiębiorstwa sektora oprogramowania znajdują swoich klientów głównie w firmach międzynarodowych, obecnych na rynku chińskim oraz wśród bardzo dużych graczy lokalnych. Wynika to z jednej strony z relatywnie łatwego rozpoznania potrzeb takiego klienta, z drugiej strony jest efektem popytu na bardzo zaawansowane technologie informatyczne. Z powodu ograniczeń nakładanych przez rząd ChRL, zagraniczne firmy mają utrudniony dostęp do startowania w publicznych przetargach oraz sprzedaży swoich produktów największym przedsiębiorstwom państwowym.

Sektor małych i średnich przedsiębiorstw zdominowany jest przez lokalnych graczy z branży oprogramowania, których atutami są znajomość lokalnego rynku, znajomość potrzeb klientów oraz konkurencyjne ceny. Niesprzyjającym czynnikiem jest dość niskie uświadomienie korzyści z zastosowań nowoczesnego oprogramowania biznesowego wśród chińskich przedsiębiorców małych i średnich, choć coraz częściej chińskie firmy dostrzegają taką potrzebę, szczególnie, że w ostatnich latach penetracja internetu w sektorze MŚP wzrosła do 91%. Głównymi atutami firm zagranicznych, które funkcjonują na chińskim rynku oprogramowania w tych sektorach są głównie znajomość rynku i doświadczenie, dostosowywanie produktów do lokalnych uwarunkowań chińskich oraz różnego rodzaju partnerstwa z graczami Chińskimi.

Tabela 1. Wybrani najwięksi gracze chińskiego sektora oprogramowania dla firm

Insigma	Powstała w 2001 roku, firma jest jednym z największych dostawców rozwiązań IT z prowincji Zhejiang. Firmę wycenia się na ok. 1 mld \$, operuje globalnie, w 31 miastach w Chinach i za granicą.	http://www.insigma.com.cn/
Beyondsoft	Firma mająca siedzibę w Pekinie, operuje globalnie i jest jednym z największych w Azji dostawców rozwiązań ERP, BPO, badania i rozwoju oraz konsultingu IT.	http://www.beyondsoft.com/
Chinasoft	Założona w 2000 roku, jest dużym graczem na rynku oprogramowania i usług IT, głównie outsourcingu, konsultingu IT i rozwiązań IT dla przemysłu. Zatrudnia ponad 17 tys. pracowników w 25 miastach w Chinach, USA, Japonii i Wielkiej Brytanii.	http://www.chinasoft.com/
Pactera	Dostawca rozwiązań IT dla biznesu i przemysłu, konsultingu IT i usług outsourcingu. Obecna na rynku chińskim od 1995, obecnie operuje globalnie.	http://www.pactera.com/

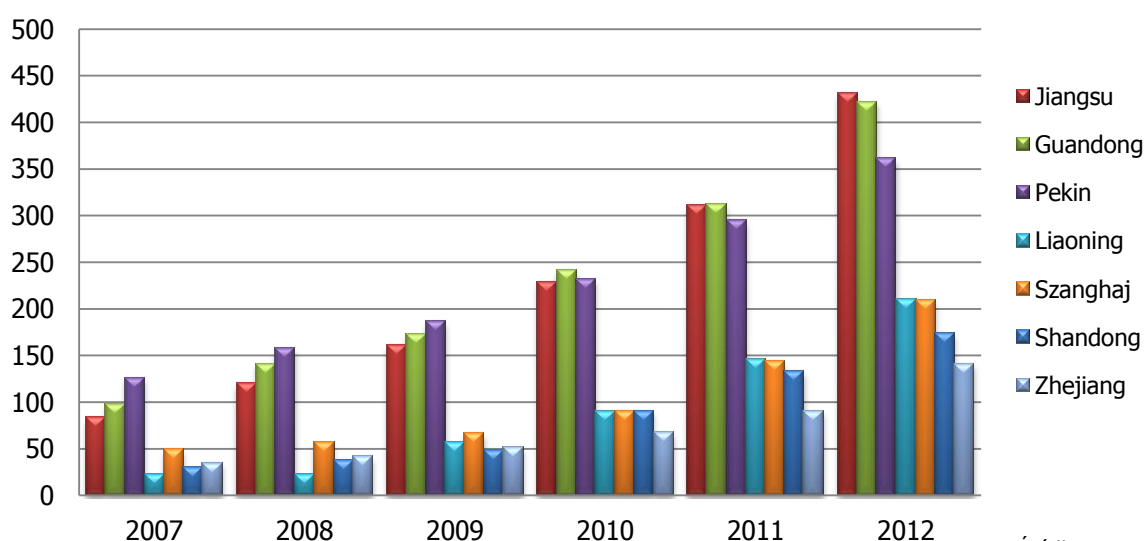


Kingdee	Chiński lider rynku oprogramowania biznesowego, twórca jednego z pierwszych w Chinach systemów ERM będący największą dostawcą systemów tego typu dla MiŚ przedsiębiorstw, zajmuje się również produkcją middleware, rozwiązań e-commerce.	http://www.kingdee.com/
Neusoft	Jedna z najstarszych w Chinach, firma zajmuje się produkcją i inżynierią oprogramowania, integracją systemów oraz usługami IT dla wielu gałęzi gospodarki, w tym sektora medycznego.	http://www.neusoft.com/

ROZŁOŻENIE GEOGRAFICZNE

Tradycyjnie trzema największymi centrami przemysłu informatycznego w Chinach, czerpiącymi swój potencjał ze specjalnego statusu w trakcie otwarcia gospodarczego z lat 80 oraz zaplecza uniwersyteckiego były Pekin, Szanghaj i Guangdong. Wraz ze wzrostem kosztów pracy w największych miastach Chin, przedsiębiorstwa branży IT zaczęły przenosić się do miast drugiego rzędu. Dotyczy to również branży oprogramowania, której geograficzne rozłożenie zmieniło się nieco w ostatnich latach.

Wykres 3
Dochód branży oprogramowania w wybranych prowincjach chińskich (mld RMB), 2007-2012



Źródło: MIIT



Dotychczas najdynamiczniej rozwijający się region, funkcjonujący na prawach prowincji Pekin, ustąpił miejsca dwu prowincjom sukcesywnie zwiększającym swój potencjał, wymienianej wcześniej Guangdong oraz przylegającej do Szanghaju prowincji Jiangu, będącej obecnie liderem z produkcją na poziomie 430 mld RMB (ok. 69 mld USD przy kursie 1 USD=6.21 RMB). Te trzy regiony wraz z czterema kolejnymi (Liaoning, Szanghaj, Shandong i Zhejiang) odpowiadają łącznie za 78% przychodów branży. Do najszybciej rozwijających się miast drugiego rzędu należą m. in. leżące relatywnie blisko Szanghaju Nankin, Wuxi i Suzhou (prowincja Jiangu), Dalian i Shenyang (prowincja Liaoning) a także Jinan i Qingdao (prowincja Shandong).

ROLA PAŃSTWA

Kierunki rozwoju oraz ścieżka zmian w dużej mierze determinowana jest przez aktywną politykę rządu Chińskiej Republiki Ludowej (ChRL), który ogłosił branżę oprogramowania jednym ze strategicznych sektorów gospodarki. Wsparcie państwa wiąże się z preferencyjnym systemem podatkowym dla firm rozwijających najnowsze technologie oprogramowania, zachętami finansowymi i ułatwieniami dla inwestorów, w najnowszej wersji wprowadzonych we wrześniu 2011 roku. Zawierają się w nich m. in. :

- redukcje podatku CIT dla firm posiadających status „high-tech” z poziomu 25% do 15%
- możliwości zwrotu VAT, efektywne zmniejszenie z poziomu 17% do 3-6% dla firm rozwijających i sprzedających oprogramowanie w Chinach
- nowopowstałe firmy produkujące oprogramowanie posiadające rządowy certyfikat są zwolnione z podatku CIT w pierwszych dwóch latach przynoszących zyski, podatek może być zredukowany do 50% od 3 do 5 roku



- konsekwentnie rozwijana jest sieć dedykowanych parków technologicznych, zapewniając sprzyjające otoczenie prawne i wysmienitą infrastrukturę informatyczną dla powstających tam przedsiębiorstw

Strategia faworyzowania produkcji oprogramowania ujawniła się w kolejnych Planach Pięcioletnich, mających duży wpływ na gospodarkę Chin. W obecnie obowiązującym 12 Planie Pięcioletnim (2011-2015), technologie określane jako strategiczne „technologie nowej generacji” to m. in. sieci szerokopasmowe, technologie „internet of things”, chmury danych, cyberbezpieczeństwo.

Jednocześnie państwo jest bardzo dużym odbiorcą rozwiązań informatycznych podczas modernizacji urzędów państwowych (e-government), szpitali (e-health) oraz jako właściciel wielu firm teleinformatycznych (w tym największych graczy). Przy tak dużej roli państwa na chińskim rynku ICT, zarówno od strony zachęt prawnych, jak i popytu, niezbędne dla firm krajowych i zagranicznych jest ciągłe monitorowanie jego bieżących posunięć, w wymiarze ogólnokrajowym i regionalnym.

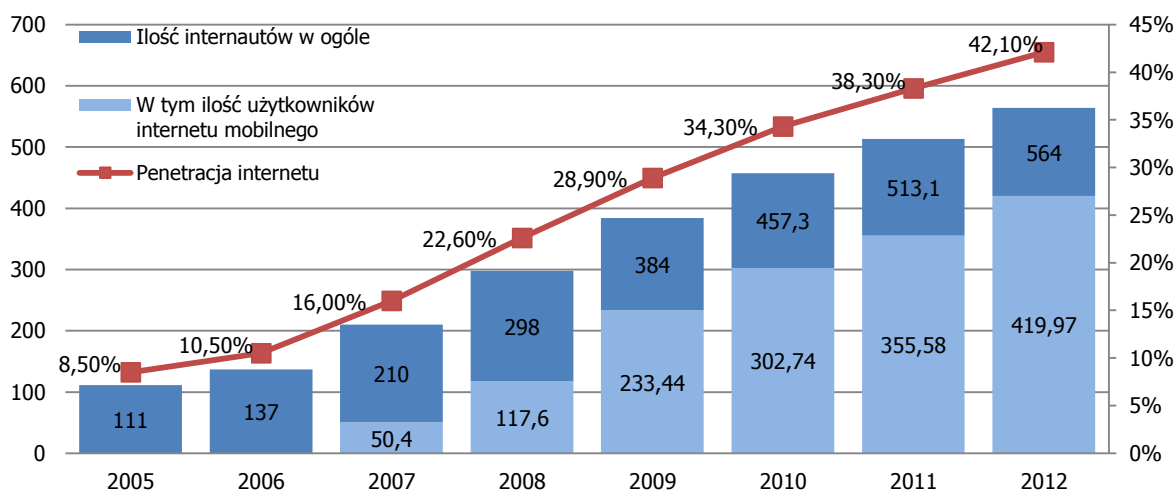


ROZWÓJ SIECI INTERNETOWEJ I URZĄDZENIA MOBILNE

Siłą chińskiego rynku oprogramowania jest bez wątpienia ogromna i wciąż modernizująca się gospodarka oraz prawie półtoramiliardowe grono potencjalnych nabywców. W Chinach mieszka obecnie około 1,343 mld ludzi, w dynamicznie zmieniającym się społeczeństwie otwierają się oni coraz bardziej na nowe technologie. Dla przykładu, w ciągu ostatnich 7 lat ilość Chińczyków korzystających z Internetu zwiększyła się ponad pięciokrotnie, tworząc największą populację internetową na świecie, liczącą pod koniec 2012 roku 564 mln osób.

Źródło: MIIT; CINIC

Wykres 4
Ilość użytkowników Internetu w Chinach, 2005-2012



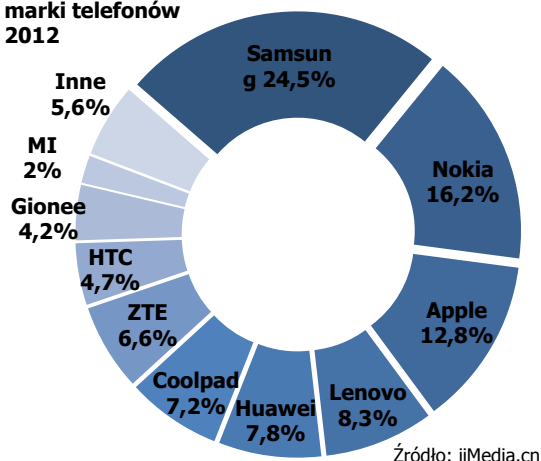
Jednocześnie wskaźnik penetracji internetu, wyrażający stosunek ilości internautów do całości populacji, pozostaje na dość niskim poziomie około 42%, wyrażając tym samym ogromny potencjał do dalszego wzrostu – w samym roku 2012 przybyło w Chinach ponad 50 mln nowych internautów. Warto odnotować, że za 52% tego przyrostu odpowiadali nowi użytkownicy z terenów wiejskich. Zatem dostęp do Internetu nie ogranicza się wyłącznie do miast (skupiających obecnie połowę ludności Chin), 27% ogółu internautów mieszka na terenach wiejskich. Wynika to z realizacji zakrojonych na szeroką skalę projektów rozwoju infrastruktury



– wedle danych rządowych obecnie 88% wiosek chińskich ma dostęp do sieci szerokopasmowej, choć większość nowych użytkowników z terenów wiejskich, 60%, używa połączeń mobilnych.

Ważną charakterystyką chińskiego rynku ICT jest przewaga urządzeń mobilnych nad komputerami stacjonarnymi i laptopami w kwestii dostępu do Internetu. 75% osób korzystających z Internetu robi to przy użyciu urządzeń mobilnych, 71% przy użyciu komputera stacjonarnego i jedynie 45% przy użyciu laptopów. Rosnąca przewaga urządzeń mobilnych w dostępie do Internetu jest kwestią ostatnich kilku lat, dla przykładu w roku 2008 jedynie około 40% internautów w Chinach wybierało połączyć się z Internetem, w 2009 roku było to już 61%. Tak gwałtowny skok 2009 roku wiąże się głównie z wprowadzeniem ulepszanego standardu 3G u głównych operatorów komórkowych w Chinach, niemniej od tamtego czasu udział urządzeń mobilnych stale rósł, aby w 2012 roku prześcignąć dotąd najpopularniejszy komputer stacjonarny.

Wykres 5
Udział w chińskim rynku smartfonów:
marki telefonów
2012



Generalnemu trendowi wzrostu penetracji internetu mobilnego wśród Chińczyków towarzyszy drugi, być może jeszcze ważniejszy trend dotyczący urządzeń mobilnych, a mianowicie radykalne odejście od telefonów starszych generacji na rzecz smartfonów. Na koniec 2012 roku w Chinach było około 380 mln użytkowników smartfonów, co oznacza wzrost o około 52% w stosunku do

poprzedniego roku. W 2012 roku sprzedano w sumie około 169 mln urządzeń, co oznacza wynik o 130% wyższy niż w roku 2011. Rynek smartfonów jest silnie podzielony pod względem producentów, mając jednocześnie trzech wyraźnych liderów: Samsung (24.5% rynku), Nokia (16.2%) oraz Apple (12.8%). Dalsze miejsca



zajmują marki chińskie: Lenovo, Huawei, Coolpad, ZTE, HTC (Tajwan), Gionee, MI itd.

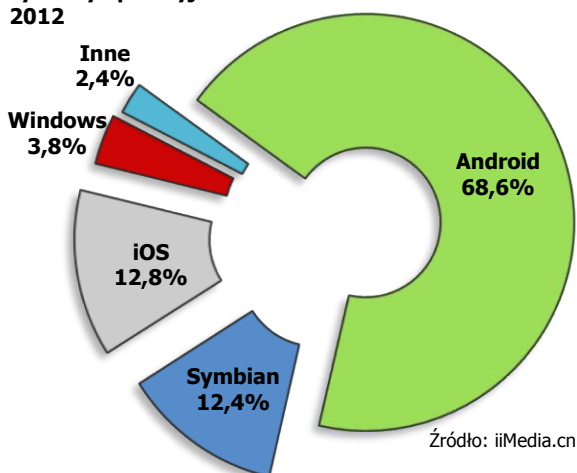
Analizując wyniki sprzedaży z roku 2012 wnioskować można, iż pozycja marek chińskich będzie rosła kosztem marek zagranicznych, przede wszystkim Nokii i Apple. Jediną niechińską marką o niezmiennie dużym potencjale wzrostu jest Samsung, którego telefony odpowiadały za 22.5% ogólnej sprzedaży, za nim uplasowały się wzrastające: Lenovo (10.7%), Huawei (9.9%), Coolpad (9.5%), ZTE (8.9%), Gionee (6.4%). Nieco spada udział Apple (7.7%), a HTC (4.7%) utrzymuje się na tym samym poziomie. Nokia znalazła się na dalekim 11 miejscu z wynikiem 3.1%.



APLIKACJE MOBILNE

Ogromne grono internautów lubujących się w korzystaniu z urządzeń przenośnych wytworzyło potężny i prężnie rozwijający się rynek aplikacji mobilnych i gier mobilnych, a także przyczynia się do wzrostu branż oprogramowania, e-commerce, gier.

Wykres 6
Udział w chińskim rynku smartfonów:
systemy operacyjne
2012



Zanim przejdziemy do jego opisu, należy omówić krótko sytuację na rynku systemów operacyjnych. Zdecydowanie dominującym systemem operacyjnym jest Android (68.6% telefonów), za nim Symbian (12.4%), iOS (12.8%), Windows Phone (3.8%) i inne (2.4%). Zyski firmy Google z rozpowszechnienia systemu Android są jednak w Chinach poważnie ograniczone przez rządowe blokady usług firmy Google.

Tabela 2. Wybrane największe portale z aplikacjami mobilnymi w Chinach

Baidu App Store	http://as.baidu.com/
Tencent App Gem	http://android.myapp.com/
Wandoujia	http://www.wandoujia.com/
AppChina	http://www.appchina.com
D.cn Games Center	http://android.d.cn/
HiAPK	http://apk.hiapk.com/
Anzhi	http://www.anzhi.com/



Z powodu wymienionej wyżej nieprzychylności rządu, braku możliwości zamieszczania płatnych aplikacji oraz skłonności do pomijania sklepu Google Play zarówno przez użytkowników, jak i twórców aplikacji mobilnych (którzy najczęściej zamieszczają na stronach bezpośrednie linki do plików .apk) w Chinach, na rynku pojawiło się kilkadziesiąt alternatywnych portali z aplikacjami, a największe z nich notują dziesiątki milionów pobrań dziennie (zob. Tabela 2). Aplikacje na iOS dystrybuowane są, podobnie jak gdzie indziej, przez portale firmy Apple.

Tak skonstruowana sieć dystrybucji wymaga od zagranicznych twórców aplikacji szczególnej znajomości rynku, przemyślanej strategii wejścia oraz zwrócenia szczególnej uwagi na kwestię praw autorskich. Tym niemniej zagraniczne firmy notują na rynku chińskim spore sukcesy.

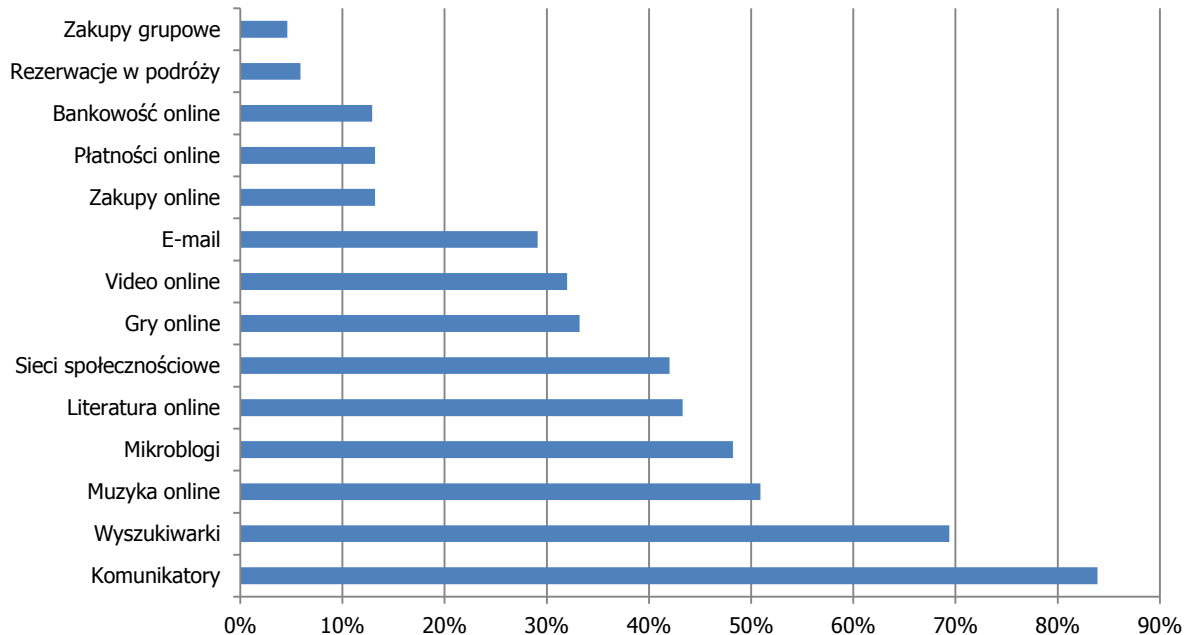
Wedle danych jednego z głównych dystrybutorów aplikacji w Chinach, Wandoujia, o ile wśród 10 najpopularniejszych aplikacji mobilnych pobieranych w 2012 w Chinach tylko jedna stworzona była przez firmę zagraniczną, o tyle wśród gier mobilnych było to już siedem na 10 aplikacji. Najczęściej kluczem do sukcesu jest odpowiednia, językowa i kulturowa lokalizacja produktu oraz znalezienie odpowiedniego partnera w Chinach. Ważne jest także dopasowanie modelu biznesowego do realiów chińskich.



Z powodu nawyków konsumenckich Chińczyków oraz pewnych problemów z mikropłatnościami niemalże wszystkie aplikacje i gry mobilne funkcjonują na modelu freemium opartym na przychodzie z reklam. Dzięki ciągłym ulepszeniom infrastruktury (między innymi wprowadzenia dogodnych opcji mikropłatności przez operatorów komórkowych) zwiększają się możliwości płatności wewnątrz aplikacji i rozwijają się możliwości monetyzacji. Według danych Wendoujia, w 2012 roku przychody z monetyzacji aplikacji i gier mobilnych wzrosły odpowiednio o 44% i 256% rok do roku, osiągając odpowiednio 18 i 25 centów na jedno pobranie aplikacji. Warto dodać, że o ile Chińscy konsumenci są generalnie mniej skłonni do płacenia za aplikację przed jej pobraniem, o tyle dużo chętniej dokonują płatności wewnątrz aplikacji.

Wykres 7
Popularność aplikacji mobilnych według typu,
użytkownicy jako procent wszystkich użytkowników internetu mobilnego,
2012

Źródło: CINIC





DANE KONTAKTOWE

W celu uzyskania dodatkowych informacji prosimy o kontakt:



ITRO Sp. z o.o. | ITRO Co., Ltd.

International Trade & Representative Office

T.: +48 22 188 17 17 F.: +48 22 188 1359

e-mail: info@itro.pl www.itro.pl

PL15-158 Białystok, ul. Wschodnia 46

KRS:0000387148, NIP: 7831672763, REG: 301751271



Adres korespondencyjny | Adres biura

Aleje Jerozolimskie 81

Biurowiec ORCO Tower | 17 p. biuro nr. 2

02-001 Warszawa

Polska

ITRO – to międzynarodowy zespół specjalistów, którzy mają praktyczne wieloletnie doświadczenie na konkretnych rynkach zagranicznych i skutecznie pomagają rozwijać sprzedaż na te rynki. Swobodnie posługują się j. **rosyjskim, niemieckim, chińskim, angielskim i polskim.**

Dziś dzielimy się swoją wiedzą zdobytą w wyniku długoletniej pracy.



Opracował

Jakub Jakóbski

Tel. 22 188 17 17

jakobowski@itro.pl