Terug naar Krant

Cor Molenaar 13 uur Tekst Krant 3 reacties

OPINIE

De Chinezen kunnen ons wel weer eens gaan verrassen

Opinie | Cor Molenaar, hoogleraar eMarketing, EUR

Gesprekken van de Chinese internetgigant Alibaba met België en Nederland over de vestiging van een distributiecentrum naderen hun ontknoping.

Tijdens mijn recente bezoek aan China en aan Alibaba werd ik [illegible] op de groeiende middenklasse van jonge mensen (onder de 35) met veel geld. Deze nieuwe middenklasse wil Europese merken en producten kopen om zich zo te onderscheiden. Ook hebben ze meer vertrouwen in de kwaliteit van Europese producten. Overal werden wij ontvangen en 'lekker gemaakt' met de potentie van China. Faciliteiten om te verkopen, inclusief logistieke diensten, alles kon geregeld worden door Alibaba en de Chinese e-commercereus JD.com.





Topman Jack Ma van Alibaba Foto: HH / Xinhua

De interesse om in Europa te gaan verkopen was gezien de grote potentie in China en Zuid-Azië niet aanwezig. Regelgeving, negatief sentiment over China, strikte privacywetgeving in Europa, lokale belastingen en veel verschillende taalgebieden, daar zitten Chinese bedrijven niet op te wachten. Daarnaast is de groeipotentie van de Chinese markt nog zo groot (800 miljoen Chinezen onder de 35). China heeft 1.4 miljard inwoners, Azië 4.4 miljard en Europa 'slechts' 740 miljoen inwoners. Daarnaast zijn de inwoners in Europa verdeeld over bijna 30 landen met verschillende taalgebieden, wetgeving en cultuur.

Alibaba

De activiteiten van JD.com en Alibaba kunnen wel eens sterk gericht zijn op een Europese hub voor de Chinese vraag in plaats van andersom

JD.com heeft een magazijn in Amsterdam. Alibaba is op zoek naar een vestigingsplaats voor een magazijn, maar heeft al wel een kantoor in Amsterdam om Europese bedrijven te interesseren in China. Zou het dan niet logisch zijn om artikelen van Europese aanbieders op de Chinese markt in de eigen magazijnen klaar te hebben liggen? Is het dan niet logisch om bij een logistiek knooppunt te liggen met een luchthaven? Zijn de magazijnen dan niet bedoeld als een opslagplaats voor producten van Europese leveranciers, zodat deze Europese producten snel in China geleverd kunnen worden?

De activiteiten van JD.com en van Alibaba kunnen wel eens sterk gericht zijn op een Europese hub voor de Chinese vraag in plaats van de verkoop van Chinese goederen in Europa. Dit geeft toch een ander beeld van de huidige ontwikkelingen. Het is wel vaker voorgekomen dat de bedoeling van de Chinezen anders uitpakt dan eerst de perceptie was.

Cor Molenaar is hoogleraar eMarketing aan de Erasmus Universiteit Rotterdam (RSM).

Meest gelezen



Met lage prijs alleen redt Mediamarkt het niet



'Niet afschaffen dividendtaks is beter voor economie'



Familie Visser van Eurocommerce opgepakt