



ΕΞΑΓΩΓΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΤΗΝ ΚΙΝΑ: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΟΔΗΓΟΣ

Εμμανουήλ Στάντζος,
Γενικός Σύμβουλος ΟΕΥ Α', Γραφείο ΟΕΥ Πεκίνου
2012 - 2017



HELLENIC REPUBLIC





Πληθυσμός 1,388 δις (2017)

Διοίκηση 23 Επαρχίες
 5 Αυτόνομες Περιοχές
 2 Ειδικές Διοικ. Περιοχές
 5 Δήμοι

Νόμισμα Renminbi (RMB)
 ή Yuan (¥) 1€ ≈ 7,7¥

ΑΕΠ \$12.4 τρις (2016)

Κατά Κεφαλήν
ΑΕΠ \$8.123 (2016) World Bank

Παρόλο ότι δεν υπάρχουν τυποποιημένα κριτήρια για το σύστημα κατάταξης των πόλεων, **ο διαχωρισμός είναι οφέλιμος στους εξαγωγείς** για τους εξής λόγους:

- ▶ κάθε tier έχει **διαφορετικές καταναλωτικές συνήθειες, εισοδήματα και δυνατότητες επενδύσεων**
- ▶ υποδεικνύει πώς τα κίνητρα για οικονομική ανάπτυξη στην Κίνα **κατευθύνονται στην Κεντρική και Δυτική Κίνα από την Ανατολική**
- ▶ Οι Tier II πόλεις έχουν γίνει **ιδιαίτερα ελκυστικές για εισαγωγείς** καθώς αναπτύσσονται με γοργούς ρυθμούς

Κινεζικό Σύστημα Βαθμίδας Πόλεων

Βαθμίδα I	Μεγάλες πυκνοκατοικημένες αστικές μητροπόλεις με τεράστια οικονομική, πολιτιστική και πολιτική επιρροή στην Κίνα	Beijing, Shanghai, Guangzhou, Shenzhen
Βαθμίδα II	Επαρχιακές πρωτεύουσες, υπο-επαρχιακές πόλεις, ΕΟΖ, και άλλες πιο ανεπτυγμένες πόλεις με πολιτιστική και οικονομική επιρροή	Nanjing, Hangzhou, Tianjin, Shenyang, Wuhan, Chongqing, Chengdu, Jinan, Xi'an, Urumqi (...)
Βαθμίδα III	Ανοικτές παράκτιες πόλεις, πόλεις με υψηλό εισόδημα, και πόλεις με σημαντική οικονομική ανάπτυξη που μπορεί να μην έχετε ακούσει	Beihai, Changzhou, Dongguan, Foshan, Guilin, Jiangmen, Jiaxing, Nantong, Taizhou, Xuzhou (...)
Βαθμίδες IV & V	Μικρότερες πόλεις στην Κίνα, που έχουν τη δυνατότητα να ανεβούν στις βαθμίδες στο μέλλον	Anshan, Chaozhou, Datong, Huzhou, Jilin, Leshan, Nanping, Taizhou (...)



4

Ειδικές Οικονομικές Ζώνες

Shenzhen/Shantou/Zhuhai
Xiamen

- (+) Ειδικά φορολογικά κίνητρα για ξένες επενδύσεις
- (+) Μεγαλύτερη ανεξαρτησία στο διεθνές εμπόριο

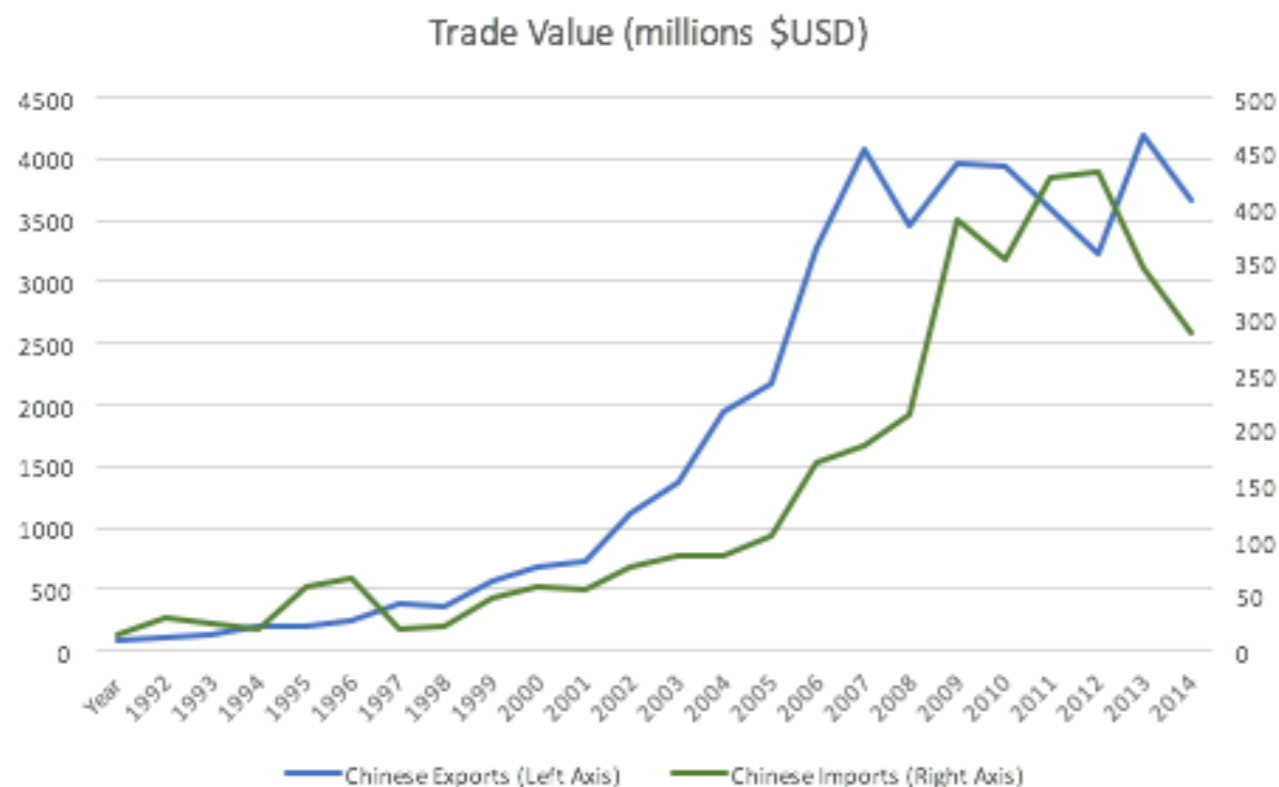
14

Περιοχές Ανάπτυξης Παράκτιων Περιοχών

Dalian/Qinhuangdao/Tianjin/Yantai (...)

- (+) Υποστήριξη και συμμετοχή της κυβέρνησης
- (+) Αυτονομία και hub καινοτομίας και τεχνολογίας

Το διμερές εμπόριο Ελλάδας-Κίνας έχει αναπτυχθεί από το 2000, αλλά παραμένει σε σχετικά χαμηλά επίπεδα



0.9% μερίδιο των Ελληνικών εξαγωγών στην Κίνα

6.0% μερίδιο των Ελληνικών εισαγωγών από την Κίνα

Τop 2 Εξαγωγές στην Ελλάδα (2015)

1. Λέβητες, μηχανές
2. Ηλεκτρικός και ηλεκτρονικός εξοπλισμός

Τop 2 Εισαγωγές από την Ελλάδα (2015)

1. Μάρμαρο, πέτρα, αλάτι, θείο
2. Φαρμακευτικά προϊόντα

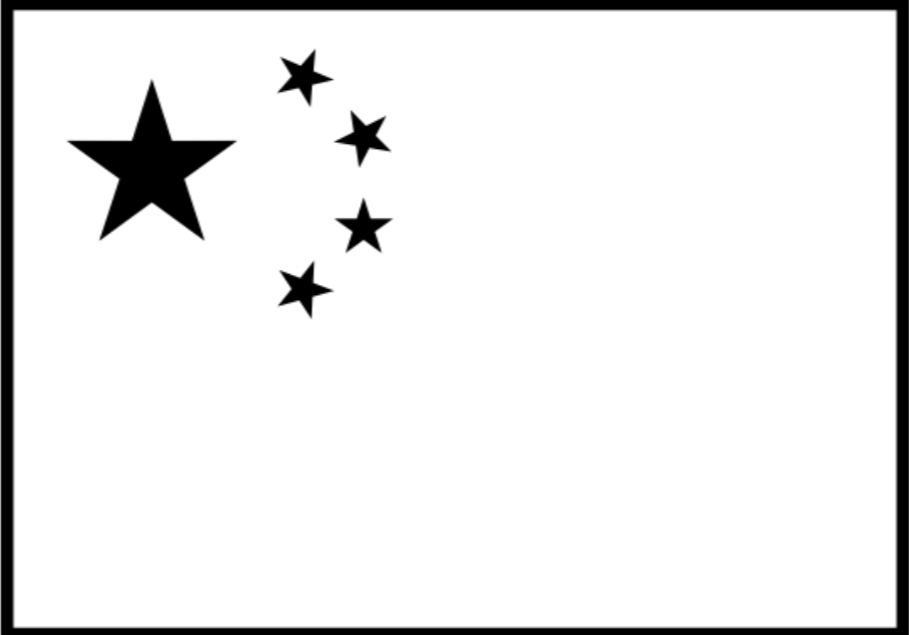
51.9
m

Euros in FDI From China & HK to Greece (2015)



Euros in FDI From Greece to China (2015)

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος





ΑΝΤΑΛΛΑΓΗ ΕΠΙΣΚΕΠΤΗΡΙΑΣ ΚΑΡΤΑΣ

- Να δίνετε την κάρτα σε έναν Κινέζο συνεργάτη **πάντα με τα δύο χέρια** και με τα γράμματα προς το μέρος του
- Όταν λαμβάνετε μία κάρτα, να την λαμβάνετε και με τα δύο χέρια, **αφιερώνοντας προσοχή** στο περιεχόμενο της
- Να είναι **μεταφρασμένη** και στην Κινεζική γλώσσα και προσοχή στην ανάγνωση των ονομάτων Pinyin



Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΑΡΙΘΜΩΝ ΣΤΗΝ ΚΙΝΑ

- Ο **αριθμός 8** θεωρείται ο **τυχερότερος στην Κίνα** καθώς η προφορά του θυμίζει την λέξη “πλούτος”: πολύ συχνά, οι τιμές των προϊόντων στην Κίνα λήγουν σε 8 ή .88
- Ο **αριθμός 4** θεωρείται **άτυχος** καθώς η προφορά του θυμίζει την λέξη “θάνατος”: πολλά κτίρια στην Κίνα δεν έχουν, συνεπώς, 4ο όροφο



ΦΑΓΗΤΟ/ΠΟΤΟ

- Το **δείπνο σε εστιατόριο** είναι ο συνήθης τρόπος ψυχαγωγίας των Κινέζων
- Καθ'όλη την διάρκεια του δείπνου, **να μη σερβίρεστε μόνοι σας** και να κάνετε θετικά σχόλια για το φαγητό, ακόμα και αν δεν σας αρέσει
- Να **αποφεύγετε οποιαδήποτε κριτική της Κίνας** και αναφορά στην Ταϊβάν



Κινεζική κουλτούρα

Gaining and losing face (Miàn zi 面子)

Η ανάγκη να δείξεις “πρόσωπο” στην Κίνα μεταφράζεται και στις εμπορικές συναλλαγές, με συχνές εξόδους για φαγητό, προσφορά δώρων κλπ.

Τα “δύο πρόσωπα” των Κινέζων: πρωτοπόρος και συντηρητικός

Από την μία, κυνηγάει τις τελευταίες τεχνολογίες και design, από την άλλη παραμένει παραδοσιακός και συντηρητικός σε θέματα όπως το φαγητό, φυσική αγωγή, φάρμακα κλπ.

Γεννημένος έμπορος

Ο Κινέζος είναι σκληρός διαπραγματευτής, έχει μεγάλη γνώση της δύναμης της αγοράς τους, και έχει την επιλογή και σε άλλες αγορές

Ισχυρές διαπροσωπικές σχέσεις (Guan Xi)

Στον κινεζικό τρόπο εμπορικών συναλλαγών, απαιτείται η δημιουργία ισχυρών σχέσεων ώστε να διασφαλισθεί η εμπιστοσύνη

Εθνικές προτιμήσεις των Κινέζων καταναλωτών

Αρέσκονται να συνδέονται/σχετίζονται με δικά τους τοπικά προϊόντα



Καταπάτηση Πνευματικών Δικαιωμάτων

- πολύ διαδεδομένο φαινόμενο, όπως και η αντιγραφή δυτικών, κυρίως, προϊόντων
- οι αντιγραφείς κατοχυρώνουν συχνά εμπορικό σήμα παρόμοιο με αυτό της ξένης εταιρίας



Θεσμικό Πλαίσιο και Κρατική Παρουσία

- γενικό, ασαφές και συχνά μεταβαλλόμενο θεσμικό πλαίσιο, διαφορές μεταξύ κεντρικής και τοπικής κυβέρνησης
- κρατικός έλεγχος σε σημαντικούς τομείς της οικονομίας



Συναλλαγές προς αποφυγή

- Μη δέχεστε να κάνετε πληρωμές μέσω Western Union καθώς είναι από τους συχνούς και εύκολους τρόπους απάτης
- Εξασφάλιση ότι η αλλαγή λογαριασμών εξακριβώνεται από τρίτη πηγή



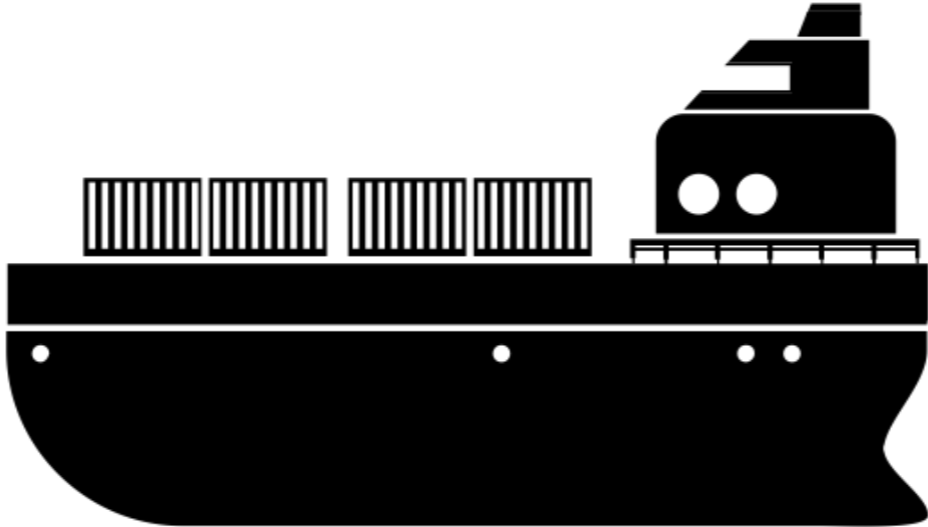
Εισαγωγείς (Ελλάδα)

- Για Κινεζικές εξαγωγές, είθισται να **ζητείται το 30% του συνολικού ποσού σε προκαταβολή** και το υπόλοιπο ποσό καταβάλλεται με την φόρτωση
- Η επιστροφή ελαττωματικών Κινεζικών προϊόντων **πρέπει να γίνεται συνοδευόμενη από τα απαραίτητα δικαιολογητικά** ώστε να μη θεωρείται εξαγωγή από την χώρα μας και επιβληθεί δασμός στην επανεισαγωγή και να μπορεί να **δικαιολογηθεί η επανεξαγωγή των χρημάτων σας.**



Εξαγωγείς (από Ελλάδα)

- Συνήθως **οι εισαγωγείς δέχονται να πληρώσουν το 30% του φορτίου στην παραγγελία** και ανάλογα με την ποσότητα και την διάρκεια ζωής του προϊόντος μπορούν να καταβάλουν και την συνολική αξία στη φόρτωση ή και κατ'εξάιρεση στην παραγγελία
- Στις Κινεζικές αγορές, **ζητείτε πίστωση και πληρωμή μετά την πώληση**, ενώ υπάρχει παρακαταθήκη προϊόντων



Παράδειγμα: Εισαγωγή κρασιού στην Κίνα

ΒΗΜΑ 1: ΥΠΟΓΡΑΦΗ ΣΥΜΒΟΛΑΙΟΥ ΜΕ ΤΟΝ ΕΙΣΑΓΩΓΕΑ

-επικοινωνία μέσω γραφείων ΟΕΥ, Επιμελητηρίων κλπ. για την **εύρεση κατάλληλου εισαγωγέα**

ΒΗΜΑ 2: ΕΓΓΡΑΦΗ ΩΣ ΕΞΑΓΩΓΕΑΣ ΣΤΗΝ AQSIQ

-απαιτείται η **εγγραφή του εξαγωγέα όσο και του εισαγωγέα** στον ειδικό κατάλογο τελωνείων



Importing wine to China

A step-by-step guide to Chinese import regulations

1. Signing the contract with the importer
2. Registration as exporter at AQSIQ
3. Registering the label
4. Shipping your goods
5. Transferring customs documents
6. CIQ inspection and labelling
7. Customs clearance and delivery
- Further reading



Παρόδειγμα εισαγωγής κρασιού

Το αυτόνοτο:

- Ο εξαγωγέας να βρει εισαγωγέα (μέσω Γραφείων ΟΕΥ, Επιμελητηρίων, βάσεων δεδομένων κλπ)

Ιδιαιτερότητα Κίνας:

Να διαθέτει ο εισαγωγέας άδεια εισαγωγών κρασιού ή να χρησιμοποιεί άλλη εταιρεία που διαθέτει τη σχετική άδεια

The EU SME Centre is a project funded by the European Union



Importing wine to China

A step-by-step guide to Chinese import regulations

1. Signing the contract with the importer
2. Registration as exporter at AQSIQ
3. Registering the label
4. Shipping your goods
5. Transferring customs documents
6. CIQ inspection and labelling
7. Customs clearance and delivery
- Further reading



ΒΗΜΑ 3: ΕΓΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΕΤΙΚΕΤΑΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

-μετάφραση της ετικέτας στην κινεζική γλώσσα, η οποία ελέγχεται από το τελωνείο (CIQ)

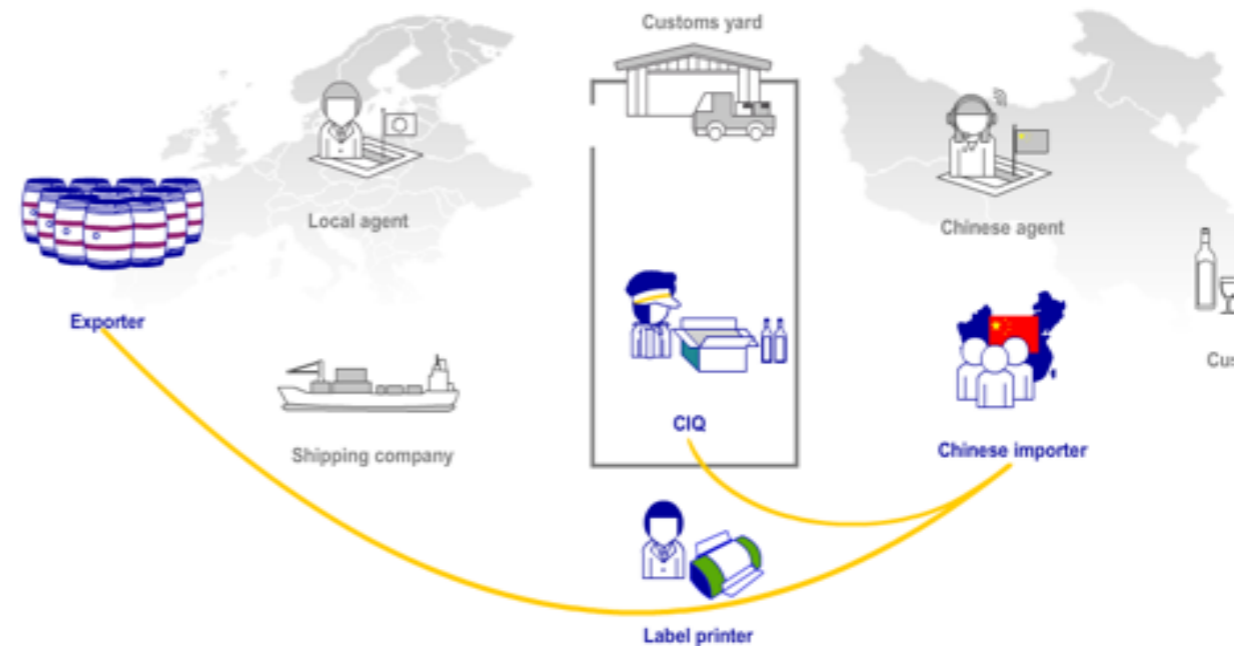
ΒΗΜΑ 4: ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΤΟΥ ΦΟΡΤΙΟΥ



Importing wine to China

A step-by-step guide to Chinese import regulations

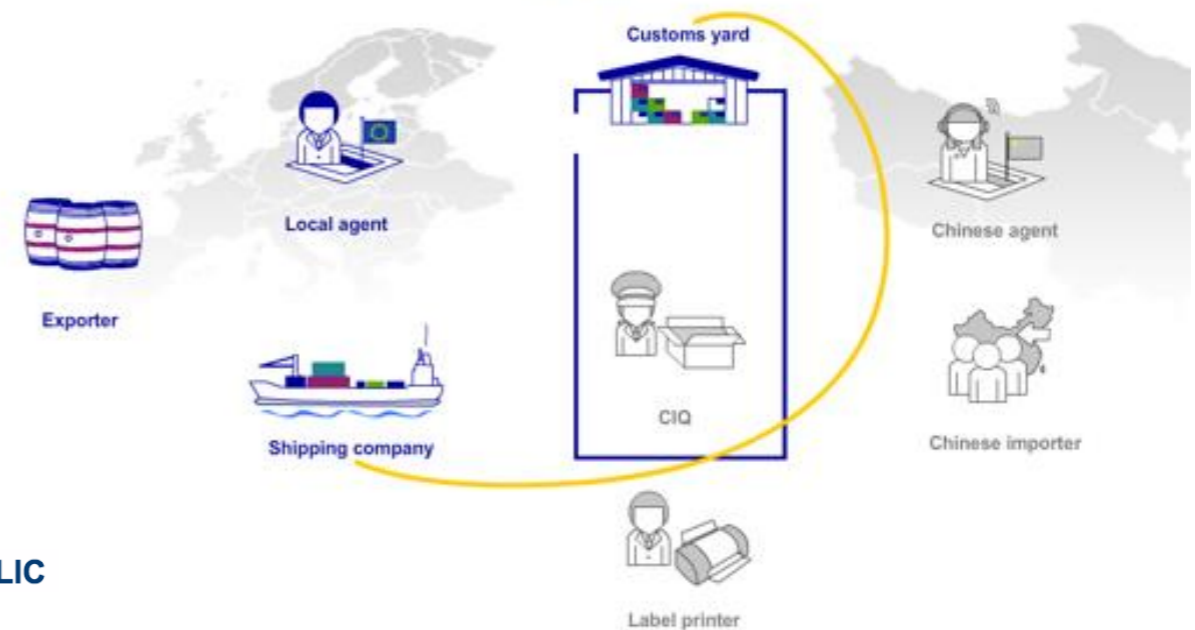
1. Signing the contract with the importer
2. Registration as exporter at AQSIQ
3. Registering the label
4. Shipping your goods
5. Transferring customs documents
6. CIQ inspection and labelling
7. Customs clearance and delivery



Importing wine to China

A step-by-step guide to Chinese import regulations

1. Signing the contract with the importer
2. Registration as exporter at AQSIQ
3. Registering the label
4. Shipping your goods
5. Transferring customs documents
6. CIQ inspection and labelling
7. Customs clearance and delivery

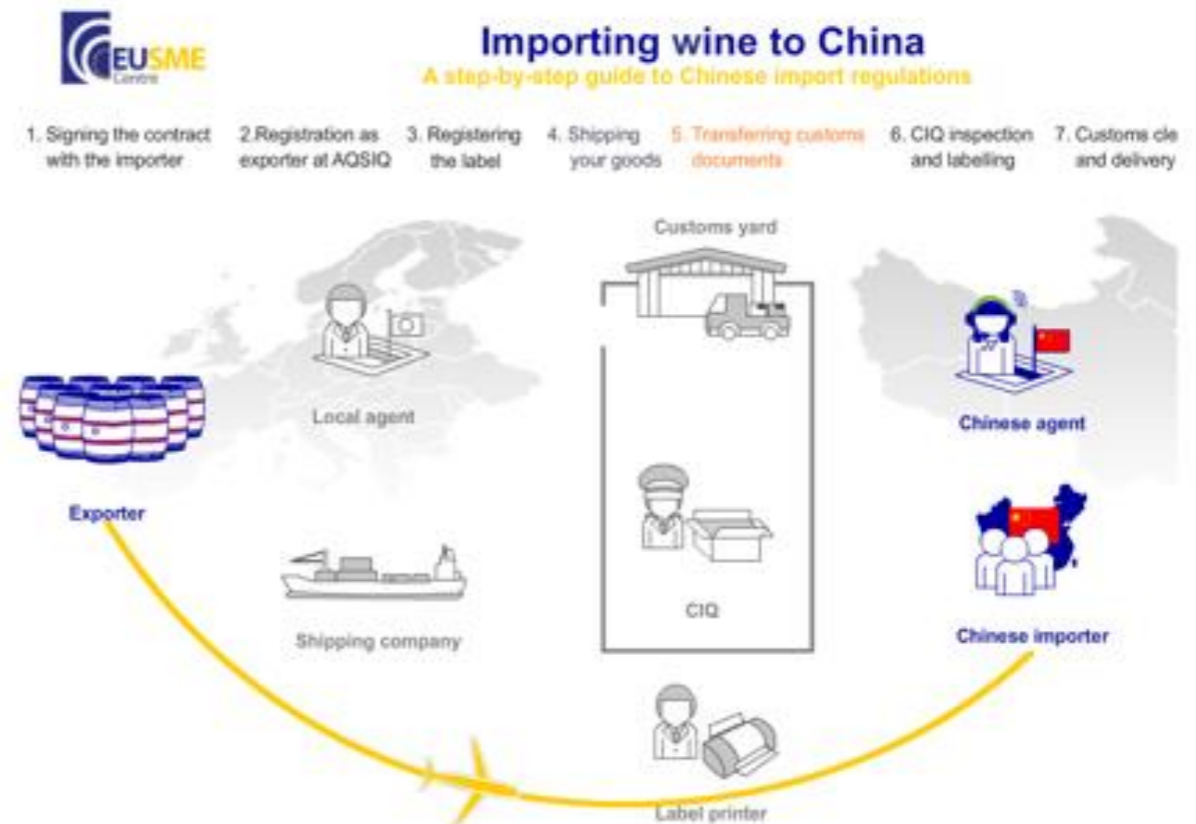


ΒΗΜΑ 5: ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΤΩΝ ΤΕΛΩΝΕΙΑΚΩΝ ΕΓΓΡΑΦΩΝ

-απαιτείται η άμεση αποστολή όλων των τελωνειακών και φορτωτικών εγγράφων στον εισαγωγέα, με προσοχή οι πληροφορίες να είναι ίδιες στα έγγραφα

ΒΗΜΑ 6: ΕΠΙΘΕΩΡΗΣΗ ΑΠΟ CIQ ΚΑΙ LABELLING

-αφαίρεση δείγματος από κάθε κοντέινερ που θα παραλάβουν ανεξαρτήτως αν είναι της ίδιας σειράς παραγωγής (το κόστος επιβαρύνει τον εξαγωγέα)



ΒΗΜΑ 7: ΕΚΤΕΛΩΝΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΔΟΣΗ

-με την έκδοση του φύλλου ελέγχου, **κρατούνται οι δασμοί, ΦΠΑ και λοιποί φόροι**, η καταβολή των οποίων εξαρτάται από τα συμφωνημένα

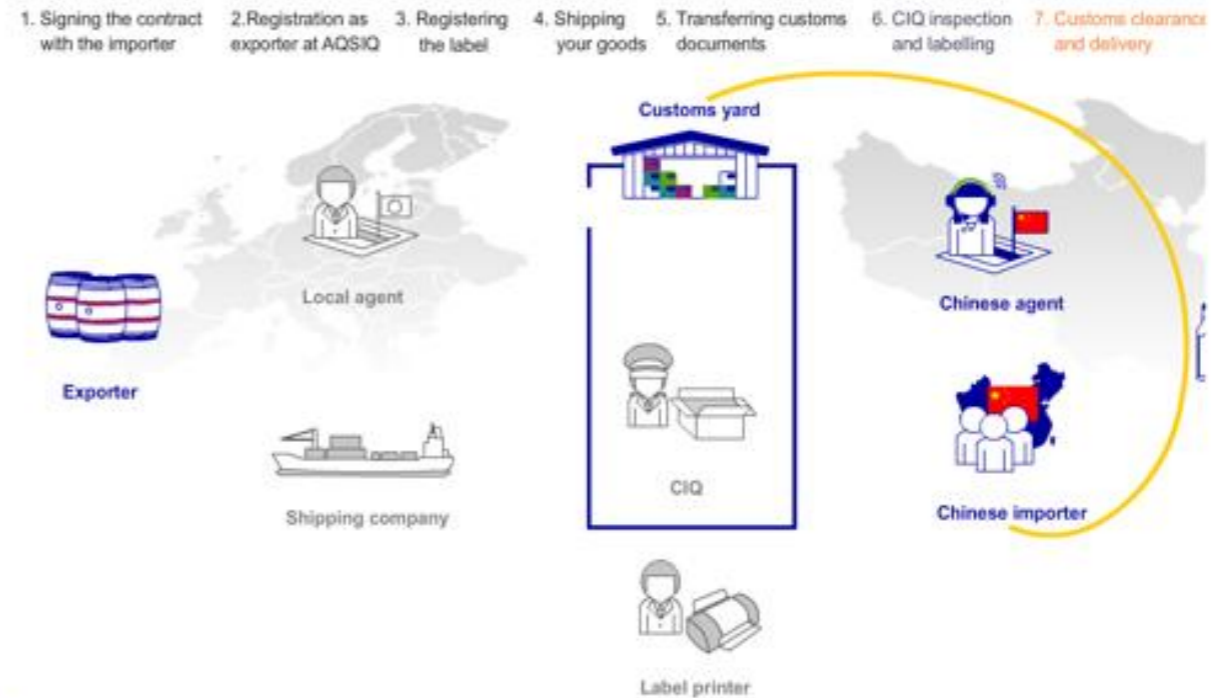
ΣΗΜΕΙΩΣΗ

Να αναμένετε **σημαντική αύξηση στις τιμές**: οι τιμές ραφιού των προϊόντων στην Κίνα θα είναι κατά **100-200% υψηλότερες** από την τιμή παραγωγού (παράδειγμα στα δεξιά τα γαλακτοκομικά προϊόντα)



Importing wine to China

A step-by-step guide to Chinese import regulations



Τιμή Παραγωγής	100
Τιμή CIF (Cost Insurance Freight)	120
Εισαγωγικός δασμός	$120 \times 1.10 = 132$
ΦΠΑ	$132 \times 1.17 = 154.4$
Εισαγωγέας	$154.4 \times 1.20 = 185.3$
Υπο-διανομέας	$185.3 \times 1.25 = 231.66$
Πωλητής λιανικής	$231.66 \times 1.3 = \mathbf{301.16}$





Guobiao (GB) Standards

Εθνικά Κινεζικά πρότυπα τα οποία εκδίδονται από την SAC, την Κινεζική Εθνική Επιτροπή των ISO και IEC



Η βάση για τις δοκιμές προϊόντων κατά την πιστοποίηση CCC*



Είναι είτε υποχρεωτικά (GB) είτε προαιρετικά πρότυπα (GB/T)



Τυγχάνουν συχνών τροποποιήσεων, επιβάλλεται η συνεχής ενημέρωση



Χρώμα

Το **κόκκινο** είναι για καλή τύχη, το **κίτρινο** θεωρείται βασιλικό χρώμα, το **πράσινο** σχετίζεται με την αρμονία και την ευημερία, και το **μωβ** με το θείο και τον έρωτα

► **Συμβολικός ρόλος** των χρωμάτων στην Κινεζική κουλτούρα
► επιλογή χρώματος το οποίο **να ταιριάζει με το προϊόν** (π.χ. φωτεινά, ζωηρά χρώματα για τρόφιμα και ποτά)



Εικόνα/Υλικό

Η εικόνα του προϊόντος επηρεάζει την προσοχή του καταναλωτή: π.χ. είναι πολύ συχνό φαινόμενο η ύπαρξη cartoons σε προϊόντα στην Κίνα, ενώ η αγορά παραμένει συντηρητική στην εικόνα των γυναικών

► **αυξανόμενη τάση** στη χρήση ευέλικτων υλικών συσκευασίας, άκαμπτου πλαστικού και μετάλλου
► τάση στην **χρήση ανακυκλωμένων υλικών** για την συσκευασία



Κινεζικές Εορτές

Οι Κινεζικές Εορτές (Κινεζικό Νέο Έτος, Εθνική Ημέρα κλπ.) προσφέρουν πολλές δυνατότητες για εμπορικές δραστηριότητες

► Κατά την διάρκεια του Κινεζικού Νέου Έτους, **τα εργοστάσια και οι επιχειρήσεις κλείνουν για 2 βδομάδες** προσφέροντας την δυνατότητα αυξημένων πωλήσεων
► Η **ανταλλαγή δώρων** είναι πολύ συχνό φαινόμενο στις εορτές

11.11 光棍节



Η “**Singles’ Day**” αρχικά γιορταζόταν ανάμεσα στους νέους ως γιορτή ότι ήταν ελεύθεροι (η ημερομηνία επιλέχθηκε επειδή ο αριθμός 1 υποδηλώνει έναν ελεύθερο άνθρωπο)

Εξελίχθηκε στην **μεγαλύτερη μέρα ηλεκτρονικού εμπορίου** στην Κίνα με την συμμετοχή κολλοσών όπως η Alibaba με τις πλατφόρμες **Tmall** και **Taobao**

\$17.75
ΙΣ

αξία των συνολικών συναλλαγών μέσω Alibaba (2016)

115εκ

καταναλωτές που αγόρασαν μέσω Alibaba (2015)



Έπειτα από την επιτυχία της 11/11, καθιερώθηκε και η **12/12**, όπου η **JD** και η **Taobao** έχουν μεγάλες ηλεκτρονικές προσφορές, με την **συμμετοχή μικρότερων πωλητών** που δεν είχαν την δυνατότητα συμμετοχής κατά την 11/11 και δεν έχουν μεγάλο όγκο πωλήσεων

80% των καταναλωτών μέσω Alipay γεννημένοι μεταξύ του 1980 και 1990

300,000 επιχειρήσεις συμμετείχαν την συγκεκριμένη ημέρα (2015)

50% εκπτώσεις σε αγορές με πληρωμή μέσω κινητού (π.χ. Alipay)





Αντιπρόσωπος

- Ο αντιπρόσωπος δεν αποθηκεύει προϊόντα
- Εχουν δικούς τους αγοραστές/εισαγωγείς για παραγγελίες



Εισαγωγέας/Διανομέας

- Προσωπική σχέση με τον παραγωγό ή τον αντιπρόσωπο
- Μερικές φορές, ο εισαγωγέας δεν διαθέτει άδεια εισαγωγών και χρησιμοποιεί εισαγωγική εταιρία



E-Commerce

- Πιθανές πωλήσεις εντός Κίνας ή και cross-border trading (διασυνοριακό εμπόριο)
- Πολλαπλές μεγάλες πλατφόρμες όπως η Jindong ή Taobao



Συνδυασμός



Αντιπρόσωπος



Εισαγωγέας/Διανομέας



E-Commerce



Συνδυασμός

- ▣ Ίδιο συμφέρον να κυνηγάει παραγγελίες με τον εξαγωγέα
- ▣ Στενές επαφές με πιθανούς αγοραστές
- ▣ Επικέντρωση στα πιο κερδοφόρα προϊόντα

- ▣ Έχει ήδη εξασφαλίσει τα σημεία ή τις αλυσίδες πωλήσεων
- ▣ Έχει την δυνατότητα να επιλέξει διάφορες οδούς πωλήσεων (π.χ. πλατφόρμα, supermarket)
- ▣ Ζητάει, συχνά, υποστήριξη από τον παραγωγό για εκπαίδευση του προσωπικού ή οργάνωσης γευσιγνωσίας

- ▣ Τεράστια άνθηση του E-Commerce με υψηλότερες τάσεις στο μέλλον
- ▣ Δυνατότητα στοχοποίησης της μεσαίας κοινωνικής τάξης
- ▣ Μεγάλο γλωσσικό εμπόδιο στην προώθηση προϊόντων (περιγραφή, customer service) και πολλές νομικές απαιτήσεις

1.

Παρόλο που τα ελληνικά προϊόντα έχουν μικρή αναγνωρισιμότητα λόγω κατακερματισμού των επώνυμων εταιριών/προϊόντων, τα πακέτα για την Σαντορίνη **ανθίζουν καθώς σχετίζονται με τον έρωτα και τον ρομαντισμό**

2.

Πολλά κινεζικά προϊόντα **τείνουν να χρησιμοποιούν ελληνικά στοιχεία** (π.χ. φωτογραφίες της Σαντορίνης) για να αναδείξουν το προϊόν

3.

Υπάρχει **κατακερματισμός της ελληνικής αγοράς ελαιολάδου**, λόγω της εκπροσώπησης της Ελλάδας με **πολλαπλές μάρκες**, σε αντίθεση με τα Ισπανικά και Ιταλικά προϊόντα, προκαλώντας σύγχυση στον καταναλωτή



1.

Διαπραγμάτευση με περιθώριο υποχώρησης

Να είστε διατεθειμένοι να διαπραγματευτείτε δίχως να υποβαθμίσετε την διαπροσωπική σχέση

2.

Προσοχή στις αποστολές δειγμάτων

Όσο μικρότερος ο αριθμός, τόσο πιο σίγουρο, καθώς και δεν πρέπει να θεωρηθούν ως εμπόρευμα

3.

Έγκαιρη οργάνωση της αποστολής φορτίου

Προσοχή στις κινεζικές αργίες των τελωνείων και ταχυδρομείων σε μεγάλες εορτές (καθυστέρηση εκτελωνισμού, επιβάρυνση κόστους, συσσώρευση εμπορευμάτων κλπ.)

4.

Προσοχή στις απαντήσεις που λαμβάνετε

“Δεν είπαμε, δεν εννοείται”: πολλές καταφάσεις πιθανώς να σημαίνουν μη κατανόηση (η ευγένεια δεν επιτρέπει την άρνηση)

5.

Προσοχή στην χρησιμοποίηση διερμηνέων

Σε συζητήσεις με Κινέζους αντιπροσώπους να κρατάτε τις προτάσεις μικρές

6.

Δημιουργία συνεταιρισμών για διασυνοριακές πωλήσεις

Καθώς το κόστος συμμετοχής σε πλατφόρμες όπως η Taobao είναι μεγάλο, θα συνέφερε η δημιουργία συνεταιρισμού ως είσοδο μίας επιχείρησης

7.

Ηλεκτρονικό Marketing: WeChat, QQ



ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ ΠΟΛΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΟΧΗ ΣΑΣ

Xièxiè 谢谢

