



ÇİN HALK CUMHURİYETİ



MİNERAL VE GAZLI SULAR SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih : 29.7.2025

Raporu Hazırlayan: Pekin Ticaret Müşavirliği

SEKTÖR RAPORLARI FORMATI (MAL TİCARETİ)

1. Ülkenin Mineral ve Gazlı Sular Sektöründe Dış Ticareti

1.1 Mineral ve Gazlı Sular (**220110**) (Tatlandırıcı veya Şeker İçermeyen, Aromasız)
(Alkolsüz) Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

	Ülke Adı	İthalat Değeri (\$)	Miktar* (ton/kg...)	Oran (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat)
1	Fransa	67,608,822		51.49
2	Tayland	38,447,261		29.28
3	İtalya	11,567,761		8.81
4	Fiji	4,745,329		3.61
5	Yeni Zelenda	3,424,080		2.60
6	Avustralya	2,178,697		1.65
7	Japonya	585,936		0.44
8	İspanya	529,163		0.40
9	Rusya	260,015		0.19
10	Birleşik Krallık	201,286		0.15
	Türkiye	22,648		0.01

1.2 Mineral ve Gazlı Sular (**220110**) (Tatlandırıcı veya Şeker İçermeyen, Aromasız)
(Alkolsüz) Sektöründe Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

	Ülke Adı	İhracat Değeri (\$)	Miktar * (ton/kg...)	Oran (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat)
1	Güney Kore	44,418,560		73.20
2	Macao	9,740,918		16.05
3	Hong Kong	4,961,104		8.17
4	Maldivler	410,785		0.67
5	Filipin	260,734		0.42
6	Myanmar	124,405		0.20
7	Kamboçya	118,603		0.19
8	Hollanda	86,342		0.14
9	Almanya	65,872		0.10
10	B.A.E	62,257		0.10
	Türkiye	2,650		0.00

1.3 Mineral ve Gazlı Sular (220210) (Tatlandırıcı veya Şeker İçeren veya Aromalı)
(Alkolsüz) Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

	Ülke Adı	İthalat Değeri (\$)	Miktar* (ton/kg...)	Oran (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat)
1	Japonya	21,540,239		22.19
2	Tayland	21,427,272		22.07
3	Fransa	10,594,186		10.91
4	B.A.E	7,808,883		8.04
5	Güney Kore	6,813,832		7.02
6	Hong Kong	5,748,670		5.92
7	Malezya	3,215,517		3.31
8	Tayvan	3,030,020		3.17
9	Endonezya	2,875,375		2.96
10	Birleşik Krallık	2,191,601		2.25
	Türkiye	656,875		0.67

1.4 Mineral ve Gazlı Sular (220210) (Tatlandırıcı veya Şeker İçeren veya Aromalı)
(Alkolsüz) Sektöründe Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

	Ülke Adı	İhracat Değeri (\$)	Miktar * (ton/kg...)	Oran (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat)
1	Rusya	30,949,357		18.90
2	ABD	26,676,606		16.29
3	Hong Kong	23,979,622		14.64
4	Filipinler	7,871,634		4.80
5	Myanmar	6,486,461		3.96
6	Kamboçya	6,364,649		3.88
7	Macao	6,289,935		3.84
8	Singapur	6,120,136		3.73
9	Avustralya	6,027,795		3.68
10	Endonezya	4,642,399		2.83
	Türkiye	-		-

2. Mineral ve Gazlı Sular Sektöründe Ülkemizden İhracat

2.1 Sektörde Ülkemizin ÇHC'ye İhracatı (USD)

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024
1	220110	Mineral ve Gazlı Sular (Tatlandırıcı veya Şeker İçermeyen, Aromasız) (Alkolsüz)	89,074	18,231	13,570	45,295	22,648
2	220210	Mineral ve Gazlı Sular (Tatlandırıcı veya Şeker İçeren veya Aromalı) (Alkolsüz)	612,152	749,431	1,009,531	829,462	656,875
	TOPLAM		701,226	767,662	1,023,101	874,757	679,523

3. Mineral ve Gazlı Sular Sektöründe İhracat Yoluyla Pazara Giriş

3.1 Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Tier 1 Şehirler: Yüksek Gelirli Tüketici Yoğunluğu

Şanghay, Pekin, Guangzhou

- Gelir Seviyesi: Bu şehirlerdeki orta/üst ve üst gelir grubu, ithal ürünlere yönelik harcama kapasitesine sahip
- Batı Kültürüne Yatkınlık: Genç nüfusun uluslararası markalara ve sağlıklı yaşam trendlerine ilgisi yüksek
- Perakende Altyapı: Premium ürünlerin satışı için optimize edilmiş lüks marketler ve e-ticaret platformları mevcut
- Pandemi Sonrası Talep: Güvenilir ithal gıdalara yönelik bilinç artışı, mineral sular gibi ürünlerin tercihini tetikliyor.

Tier 2 Şehirler: Büyüyen Orta Sınıf ve Tüketim Potansiyeli

Chengdu, Chongqing, Wuhan, Xi'an

- Nüfus ve Gelir Artışı: 10-15 milyon nüfuslu bu şehirlerde harcanabilir gelir son 5 yılda istikrarlı şekilde arttı
- Genç Nüfus Dinamikleri: 18-35 yaş grubu, Batı tarzı tüketim alışkanlıklarını benimsiyor ve sosyal medya aracılığıyla yeni ürünlere açık.

- Sağlık Bilinci: Pandemi sonrası hijyen ve doğal içerikli ürünlere talep, mineral sular için pazarı genişletiyor.

3.2 Mineral ve Gazlı Sular Sektöründe Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

3.2.1 İlgili Oda/Birlik/Dernek/STKlar ve İletişim Bilgileri

China Beverage Industry Association, Natural Mineral Water branch

Tel: 8610-84464668

Email: zyx@chinabeverage.org

Address: Room 1701/1702, Block B, Tianyuan Port Center, No. 2 East Third Ring North Road, Chaoyang District, Beijing

Website: <http://www.chinabeverage.org/>

3.2.2 Önde Gelen İthalatçılar

2201	2202
FEDERAL EXPRESS CORPORATION	SHENZHEN HENGFU IMPORT AND EXPORT CO., LTD.
COFCO COCA-COLA SUPPLY CHAIN (TIANJIN) LIMITED	FEDERAL EXPRESS CORPORATION
МАНЬЧЖУРСКАЯ ТОРГОВАЯ КОМПАНИЯ "ЦЗЫ ХАЙ"	FANGCHENGGANG WEILUN IMPORT AND EXPORT TRADE CO., LTD.
INDIVIDUAL ENTREPRENEUR G. SUYFENHE ELENA SHABOLOVA	DKSH HONG KONG LTD
INNER MONGOLIA YITAI BEIJANG INTERNATIONAL TRADE CO. LTD	GUANGZHOU DEBEDE TRADE CO LTD
ERLIANHOT CITY HAOSHENG FRUITS AND VEGETABLES TRADE CO. LTD	GUANGXI ZHONG AN SHI TRADING CO LTD
ПЕКИНСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВАЯ КОМПАНИЯ С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "ЦЗИНЬ БЭЙ ЮАНЬ"	KING CAR(SHANGHAI) CO LTD
NINGBO TODAY FOOD CO LTD NO 38 TAST ZHONGXING ROAD	ИП БОЧАРОВ АЛЕКСАНДР ВЛАДИМИРОВИЧ ПО

XIKOU FENGHUA NINGBO CITY	ПОРУЧЕНИЮ SUIFENHE WUFENG IMPORT AND EXPORT COMPANY LIMITED
ALCOHK TRADING CO. LTD.	ИП МИХАЙЛЕНКО ЕКАТЕРИНА
HEIHE RUIDA ECONOMIC TRADE CO. LTD	SUIFENHE WUFENG IMPORT AND EXPORT COMPANY LIMITED
MANZHOULI CITY SINO- RUSSIA MUTUAL TRADE "РУССКИЙ ПИНДЖУ"	ZHONGSHAN SENHE FOOD CO. LTD
NINGBO TODAY FOOD CO., LTD	XIAMEN HEYUANYONG IMPORT AND EXPORT. CO. LTD
CHAOPI INTERNATIONAL TRADE (SHANGHAI) CO. LTD.	GUANGDONG VINA DAIRY CO LTD
КОМПАНИЯ XINJIANG TERRITORY VERTICAL ELECTRONIC COMMERCE.LTD	GUANGZHOU YUANHE IMPORT AND EXPORT CO., LTD
KHORGOS AMI IMPORT AND EXPORT TRADE COLTD	FANGCHENGGANG MINGBO TRADING CO.,LTD
XIAMEN TIANRUNHE TRADING CO.	SHENZHEN EASY-IN SUPPLYCHAIN MANAGEMENT CO LTD
XIAMEN COCONUT IMPORT AND EXPORT TR	HEKOU CITY MINGSHENG TRADE CO.,LTD
SUIFENHE JIARONG ECONOMICS AND TRADE CO. LTD	SHANGHAI GREEN SOURCES CO.
ООО "КОМПАНИЯ ПО ВЫРАЩИВАНИЮ ЛЮЦЕРНЫ ЦЗЫЦЗИНЬДИ"	SHENZHEN RICH HARVEST TRADING CO LTD
ZHE JIANG RED FOX INDUSTRY CO.LTD CHINA TEL.008657185787980 FAX:008657188023571	CHUN WAN YI (GUANGZHOU) SUPPLY CHAIN MANAGEMENT LIMITED COMPANY
BEIJING JINGYUN TECHNOLOGY CO. LTD	DKSH HONG KONG LIMITED

SUIFENHE DING DA IMPORT AND EXPORT CO. LTD	SHENZHEN GUOXEN TRADING CO.,LTD
РОССИЙСКО- КИТАЙСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВАЯ КОМПАНИЯ "МАКПРАД"	JIANGSU BAOGOU INTERNATIONAL TRADE CO LTD
GLOBAL SKYWAY SUPPLY CHAIN MANAGEMENT CO. LTD	CKL VIET NAM (S) PTE LTD
YOU YI JIA (SHANGHAI) FOOD TRADING CO., LTD	THUONG GIA TRUNG QUOC - ZENG QI
MANZHOULI SHENLIN ECONOMIC ANDTRADE CO.LTD	CUA HANG THUC PHAM HOI LOI
МАНЧЖУРСКАЯ ТОРГОВАЯ КОМПАНИЯ С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "КЭ ШЭН"	SHENZHEN TOMAX SUPPLY CHAIN MANAGEMENT LTD
HUOERGUOSIBOQI INTERNATIONAL TRADING LIMITED	WAL MART CHINA INVESTMENT CO LTD
HORGOS GUANYNAN INTERNATIONAL TRADE CO. LTD	OTSUKA (CHINA) INVESTMENT CO.,LTD
ООО ХАРБИНСКАЯ ТОРГОВАЯ КОМПАНИЯ "ЩИН ЛУ"	NINGBO TODAY FOOD CO LTD NO 38 EAST ZHONGXING ROAD XIKOU FENGHUA NINGBO CITY ZHEJIANG CHIN

3.3 Mineral ve Gazlı Sular Sektöründe İthalat İçin Zorunlu Belgeler

- 1 Menşe belgesi
- 2.Sağlık sertifikası
- 3.Bileşen analiz/su kalitesi test raporu
- 4.Üretim tarihi ve son kullanım sertifikası
- 5.Yurtdışı üretici kayıt numarası (CIFER Tek pencere)
6. Su kaynağı kanıtı (sadece maden suyu)
7. Bitki denetim sertifikası (bitki bileşenleri söz konusuysa)

3.4 Sektörde sevk öncesi inceleme zorunluluğu var mıdır? Varsa yetkilendirilmiş gözetim şirketleri hangileridir?

Sevk öncesi inceleme uygulaması bulunmamaktadır.

3.5 Sektördeki Önemli Fuarlar

SIAL potansiyel katılımcılar için en önemli fuar konumunda olmakla birlikte daha spesifik fuarların da yer aldığı Çin Ticaret Odası tarafından hazırlanan kapsamlı katalog Müşavirliğimizle temasa geçilmesi halinde e-posta olarak paylaşılmaktadır.

3.6 İhracat için Zorunlu Kayıt Prosedürü

248 sayılı Kararname'nin 2. maddesine göre, tüm yurt dışı yiyecek ve içecek üreten, işleyen veya depolayan kuruluşlar ürünlerini ÇHC'ye göndermeden önce özel bir sistemde (CIFER sistemi) ürünlerini kayıt ettirmek zorundadırlar.

Chinese HS Code	Product Category	Product Name	Inspection and Quarantine Description	GACC/CI Q Inspection and Quarantine Code	Competent Authority Recommendation Required
2201101000	packaged drinking water	Mineral waters not containing added sugar or flavoured (including natural or artificial mineral waters)	Mineral waters not containing added sugar or flavoured (including natural or artificial mineral waters) (natural mineral water)	999	NO
2201102000	Carbonated beverages	Aerated waters not containing added sugar or flavoured	Aerated waters not containing added sugar or flavoured (carbonate beverages)	101	NO
2201901100	packaged drinking water	Natural waters in packing (not containing flavoured, added sugar or other sweetening matter)	Natural waters in packing (not containing flavoured, added sugar or other sweetening matter)	999	NO

Mineralli sular riskli ürün kategorisinde yer almadığından kayıt işlemleri oldukça basittir ve ilgili kişi, Ülkemiz Tarım Bakanlığı sürece dahil olmadan kendisi başvurusunu tamamlayabilir.

Başvurunun Çin Gümrükler Genel İdaresi tarafından kabul edilmesini müteakip yapılacak inceleme sonucunda uygun görülmesi halinde tarafınıza bir kayıt numarası verilecektir.

Kayıt işlemi tamamen on-line gerçekleştirilmekte olup ücretsizdir.

Kayıt işlemi İngilizce dil desteği de sunar;

“<https://cifer.singlewindow.cn>” adresi üzerinden gerçekleştirilir.

Hali hazırda hangi ülkelerden hangi firmaların kayıtlı olduğunu ise <https://ciferquery.singlewindow.cn/> adresi üzerinden çeviri özelliği bulunan bir tarayıcı kullanarak kolayca görebilirsiniz. Potansiyel ithalatçılar da sizlere kayıt numaranızı soracak ve aynı sistem üzerinden kontrol sağlayacaklardır. Örnek olarak Gürcistan'ın “packaged drinking water” kategorisinde kayıtlı firmaları sorgu sonucunda şu şekilde görünmektedir;

Registration information of overseas manufacturers of imported food				Registration information of production enterprises in Hong Kong, Macao and Taiwan			
Registration information of overseas manufacturers of imported food							
Product Category CATEGORY	Country/Region COUNTRY(REGION)	Registration number in China CHINA REG. NO.	Country/region registration number OVERSEAS REG. NO.	The name of the business NAME	The address of the production site ADDRESS	Date of registration REG. DATE	Validity period of r... EXP. DATE
包装饮用水	格鲁吉亚-Georgia	CGEO24012202240001	404905251	LLC GEORGIAN WATER&COMPANY	Yake Saburalo Clinic, Didi Dighomi G.Bruskivale str. No. 5 Ap. 221Bldg, Georgia	2022-02-24	2027-02-24
包装饮用水	格鲁吉亚	CGEO24012203300002	204870944	IDS Borjomi Beverages Co.N.V.	Legal address: 39, Tori St, Borjomi, 1200, Georgia	2022-03-30	2027-03-30
包装饮用水	格鲁吉亚	CGEO24012206010003	70172	IDS Borjomi Beverages Co.N.V.	Legal address: 39, Tori St, Borjomi, 1200, Georgia	2022-06-01	2027-06-01
包装饮用水	格鲁吉亚	CGEO24012206170004	204504113	Aqua Geo LLC	3308, Georgia, Mtskheta Region, Village Mtskheta	2022-06-17	2027-06-17
包装饮用水	格鲁吉亚	CGEO24012308040005	420427381	ANACLIA LLC	Georgia, the city of Zugdidi, 77 Griboyedov Street	2023-08-04	2028-08-04
包装饮用水	格鲁吉亚	CGEO24012311240006	822133831	SAIRME MINERAL WATERS LLC	Georgia, Baghdateli Region, Spa Sairme	2023-11-24	2028-11-24

Kayıt işlemlerine ilişkin detaylı kılavuza ise <https://ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/dogu-asya/cin-halk-cumhuriyeti/raporlar/musavirlik-raporlari> adresinden ulaşmanız mümkündür.

3.7 Mineral ve Gazlı Sular Sektöründe Standartlar

Gıda Güvenliği Ulusal Standardı

Doğal Maden Suyu

Yayınlanma Tarihi: 22 Haziran 2018

Yürürlük Tarihi: 22 Haziran 2019

Yayınlayan Kuruluşlar:

- Çin Ulusal Sağlık Komisyonu
- Devlet Piyasa Denetim İdaresi

1. Kapsam

Bu standard, doğal **maden suyu** için geçerlidir.

2. Terimler ve Tanımlar

2.1 İçme Doğal Maden Suyu

Yer altından doğal olarak çıkan veya sondajla elde edilen, belirli miktarda mineral, eser element veya diğer bileşenleri içeren, herhangi bir kirlenmeye maruz kalmamış ve kirlenmeyi önlemek için tedbirler alınmış su kaynaklarından sağlanan; kimyasal bileşimi, debisi ve sıcaklığı gibi dinamik göstergelerin doğal dalgalanma aralığında sabit olduğu su.

2.1.1 Gazlı Doğal Maden Suyu

Temel özelliklerini ve ana bileşenlerini değiştirmeden, işleme sırasında havalandırma, süzme gibi yöntemlerle kararsız bileşenlerin uzaklaştırılmasına ve aynı kaynaktan elde edilen karbondioksitin eklenmesine izin verilen, ambalajlandığında normal sıcaklık ve basınçta gözle görülür gaz kabarcıkları oluşturan doğal maden suyu.

2.1.2 Karbondioksit Eklenmiş Doğal Maden Suyu

Temel özelliklerini koruyarak, gıda katkısı olarak karbondioksit eklenen ve gaz kabarcıklı hale getirilen doğal maden suyu.

2.1.3 Gazsız Doğal Maden Suyu

Serbest karbondioksit içeriği, suda çözünmüş bikarbonatları dengelemek için gerekli seviyeyi aşmayan, gaz kabarcığı oluşturmeyen doğal maden suyu.

2.1.4 Gazı Alınmış Doğal Maden Suyu

İşlem sırasında karbondioksitin tamamen uzaklaştırıldığı, normal koşullarda gaz çıkışı olmayan doğal maden suyu.

3. Teknik Gereklilikler

3.1 Kaynak Suyu Gereklilikleri

- Kaynak, yer altından doğal çıkışlı veya sondajla elde edilmiş olmalıdır.
- Hijyenik koruma ve su kalitesi izleme, **GB 19304** standardına uygun yapılmalıdır.

3.2 Duyusal Özellikler

Tablo 1'de belirtilen özellikleri karşılamalıdır.

Tablo 1: Duyusal Özellikler

Parametre	Gereklilikler	Test Yöntemi
Renk (Pt-Co)	≤10 (başka renk olmamalı)	GB 8538

Parametre	Gereklilikler	Test Yöntemi
Bulanıklık (NTU)	≤ 1	GB 8538
Tat ve Koku	Maden suyuna özgü tat, yabancı koku olmamalı	-
Görünüm	Eser miktarda mineral çökelti olabilir, yabancı cisim olmamalı	-

3.3 Fizikokimyasal Göstergeler

3.3.1 Sınır Değerler

Aşağıdaki göstergelerden en az biri karşılanmalıdır (Tablo 2).

Tablo 2: Sınır Değerler

Parametre	Minimum Değer	Test Yöntemi
Lityum (mg/L)	≥ 0.20	GB 8538
Stronsiyum (mg/L)	≥ 0.20 (25°C üstü kaynaklarda ≥ 0.40)	GB 8538
Çinko (mg/L)	≥ 0.20	GB 8538
Silisik asit (mg/L)	≥ 25.0 (25°C üstü kaynaklarda ≥ 30.0)	GB 8538
Selenyum (mg/L)	≥ 0.01	GB 8538
Serbest CO ₂ (mg/L)	≥ 250	GB 8538
Çözünmüş Toplam Katı (mg/L)	≥ 1000	GB 8538

3.3.2 Limit Değerler

Tablo 3'te belirtilen limitleri aşmamalıdır.

Tablo 3: Limit Değerler

Parametre	Maksimum Değer	Test Yöntemi
Kurşun (mg/L)	0.01	GB 8538
Arsenik (mg/L)	0.01	GB 8538
Cıva (mg/L)	0.001	GB 8538
Kadmiyum (mg/L)	0.003	GB 8538
Bromat (mg/L)	0.01	GB 8538

Diğer parametreler tabloda detaylandırılmıştır.

3.4 Kirletici Limitleri

GB 2762 standardındaki kirletici limitlerine uyulmalıdır.

3.5 Mikrobiyolojik Limitler

Tablo 4'teki gereklilikleri karşılamalıdır.

Tablo 4: Mikrobiyolojik Limitler

Parametre	Örnekleme Planı (n/c/m)	Limit	Test Yöntemi
Toplam Koliform (MPN/100 mL)	5/0/0	0	GB 8538

Diğer mikrobiyolojik parametreler tabloda belirtilmiştir.

3.6 Gıda Katkı Maddeleri

GB 2760 standardına uygun olmalıdır.

4. Diğer Kurallar

- Ambalajlama**, kaynak noktası yakınında yapılmalı, su başka yere taşınarak doldurulmamalıdır.
- Etiketleme** kuralları (**GB 7718**):
 - Doğal maden suyu kaynağı belirtilmeli.

- Sınır değer göstergeleri, çözünmüş katılar ve ana iyonların (K^+ , Na^+ , Ca^{2+} , Mg^{2+}) içerik aralığı yazılmalı.
- Florür >1.0 mg/L ise "florür içerir" ibaresi eklenmeli.

3.8 Mineral ve Gazlı Sular Sektöründe Etiketleme

GB 7718-2011

Gıda Güvenliği Ulusal Standardı

Önceden Paketlenmiş Gıda Etiketleri Genel Kuralları

1. Kapsam

Bu standart, doğrudan tüketiciye sunulan önceden paketlenmiş gıda etiketleri ve doğrudan tüketiciye sunulmayan önceden paketlenmiş gıda etiketleri için geçerlidir. Bu standart, önceden paketlenmiş gıdaların depolama ve taşıma süreçlerinde koruma sağlayan gıda ambalaj etiketleri, dökme gıdalar ve hazır satılan gıdaların işaretleri için geçerli değildir.

2. Terimler ve Tanımlar

2.1 Önceden Paketlenmiş Gıda

Önceden belirlenmiş miktarlarda paketlenen veya ambalaj malzemeleri ve kaplarında üretilen gıdalar. Bu, önceden belirlenmiş miktarlarda paketlenen ve belirli bir aralıkta tek tip ağırlık veya hacim bilgisine sahip gıdaları içerir.

2.2 Gıda Etiketi

Gıda ambalajı üzerindeki yazılar, grafikler, semboller ve tüm açıklayıcı bilgiler.

2.3 Bileşen

Gıdanın üretim veya işlenmesi sırasında kullanılan ve nihai üründe (değiştirilmiş formda dahil) bulunan herhangi bir madde, gıda katkı maddeleri dahil.

2.4 Üretim Tarihi

Gıdanın nihai ürün haline geldiği tarih. Ambalajlama veya doldurma tarihini de içerir.

2.5 Raf Ömrü

Önceden paketlenmiş gıdanın, etikette belirtilen saklama koşullarında kalitesini koruduğu süre.

2.6 Spesifikasyon

Aynı önceden paketlenmiş ambalaj içinde birden fazla önceden paketlenmiş gıda bulunması durumunda, net miktar ve içerik sayısı arasındaki ilişkinin ifadesi.

2.7 Ana Gösterim Alanı

Önceden paketlenmiş gıda ambalajı veya kabının kolayca görülebilen yüzeyi.

3. Temel Gereklilikler

- Yasalara ve ilgili gıda güvenliği standartlarına uygun olmalıdır.
- Net, belirgin ve dayanıklı olmalı, tüketiciler tarafından kolayca okunabilmelidir.
- Anlaşılır ve bilimsel temellere dayanmalı, yanıltıcı veya aldatıcı ifadeler içermemelidir.
- Gerçek ve doğru bilgiler sağlamalı, tüketiciyi yanıltacak şekilde yazı tipi boyutu veya renk kontrastı kullanılmamalıdır.
- Hastalıkların önlenmesi veya tedavisi gibi iddialar içermemelidir.
- Ambalaj üzerindeki zorunlu bilgilerin yazı, sembol veya rakam yüksekliği, belirtilen minimum boyutlara uygun olmalıdır.

4. Etiket İçeriği

4.1 Doğrudan Tüketiciye Sunulan Önceden Paketlenmiş Gıda Etiketleri

- **Gıda Adı:** Gıdanın gerçek özelliğini yansıtan bir isim kullanılmalıdır.
- **Bileşen Listesi:** Bileşenler, miktara göre azalan sırada listelenmelidir.

- **Net Miktar ve Spesifikasyon:** Ambalajdaki gıdanın net miktarı ve varsa spesifikasyon belirtilmelidir.
- **Üretici ve/veya Satıcı Bilgileri:** Üreticinin adı, adresi ve iletişim bilgileri.
- **Üretim Tarihi ve Raf Ömrü:** Belirtilen saklama koşullarında geçerli olan tarihler.
- **Saklama Koşulları:** Gıdanın nasıl saklanması gerektiği açıkça belirtilmelidir.
- **Gıda Üretim İzin Numarası:** İlgili yönetmeliklere uygun şekilde belirtilmelidir.
- **Ürün Standart Kodu:** Yerel olarak üretilen ve satılan gıdalar için geçerlidir.

4.2 Doğrudan Tüketicie Sunulmayan Önceden Paketlenmiş Gıda Etiketleri

Temel bilgiler (gıda adı, spesifikasyon, net miktar, üretim tarihi, raf ömrü ve saklama koşulları) etikette yer almalıdır. Diğer bilgiler, talimatlarda veya sözleşmelerde belirtilebilir.

4.3 Muafiyetler

- Belirli gıdalar (örneğin, alkollü içecekler, sirke, tuz) raf ömrü belirtmekten muaftır.
- Küçük ambalajlar (yüzey alanı 10 cm²'den az) sadece temel bilgileri içerebilir.

4.4 Tavsiye Edilen İçerikler

- **Parti Numarası:** İsteğe bağlı olarak eklenebilir.
- **Tüketim Talimatları:** Tüketicie yardımcı olacak bilgiler.
- **Alerjen Uyarıları:** Alerjen içeren bileşenler belirtilmelidir.

3.9 Mineral ve Gazlı Sular Sektöründe Ambalajlama

Standartlar GB4806 olarak bilinmektedir. 4806.1 temel gereksinimleri açıklarken, ambalajın türüne göre 4806.x olarak standartlar düzenlenmektedir. Müşavirliğimizle temasa geçilmesi halinde ilgili standardın e-posta yoluyla paylaşılması mümkündür.

3.10 Lojistik (nakliye süresi, en fazla tercih edilen taşıma modları, güzergahlar v.b.)

İhraç edilecek eşyanın niteliği itibarıyla temel taşıma modu denizyolu, alternatifi ise demiryolu olarak karşımıza çıkmaktadır.

3.11 Dağıtım Kanalları,

Geleneksel Perakende Kanalları

- **Hipermarket ve Süpermarketler:**
 - Uluslararası zincirler (Walmart, Carrefour, Metro)
 - Yerel zincirler (Yonghui, Hema, CR Vanguard)
 - Premium marketler (Ole', BLT Market)

Otel-Restoran-Cafe Sektörü

- **Lüks Oteller:**
 - Mandarin Oriental, Ritz-Carlton gibi uluslararası zincirler
- **Gurme Restoranlar:**
 - Michelin yıldızlı restoranlar
 - Uluslararası mutfak konseptli işletmeler
- **Premium Kafe ve Barlar:**
 - Starbucks Reserve, Costa Coffee gibi yüksek segment işletmeler

Dijital Dağıtım Kanalları

- **E-ticaret Platformları:**
 - Tmall Global, JD Worldwide
 - Xiaohongshu (Little Red Book) gibi sosyal e-ticaret platformları
- **Yerel Distribütörler:**
 - COFCO gibi büyük ithalatçılar

3.12 E-Ticaret (Sınır Ötesi E-Ticaret/E-İhracat)

3.12.1 Ülkedeki Pazaryerleri

Çin'in e-ticaret pazarında irili ufaklı birçok çevrim içi pazaryeri bulunmasına rağmen Pinduoduo, Taobao, Tmall, JD.com ve Douyin pazarın %90'ına hâkimdir.¹ Meituan, Missfresh firmaları da pazaryerlerine yatırım yapan orta ölçekli firmalardır.

Sosyal e-ticaret alanında Wechat, Xiaohongshi, Tiktok vb. platformlar ön plana çıkmaktadır. Kuaishou, Parklu is orta ölçekli diğer sosyal medya platformlarıdır.

Çin'de diğer ülkelerden farklı olarak çok kanallı zincir mağazalarından alışveriş yaygın değildir. Ancak, Alibaba; Freshco markası ile JD ise 7Fresh markası ile hibrit modele geçiş yaparak süpermarket alanında fiziki mağazalar açmaktadır. Öte yandan, Alibaba'nın Futuremart ve Tao Cafe fiziki mağazaları kullanılan görsel yüz tanıma, RFID (Radio Frequency Identification- Radyo Frekans İle Kimlik Belirleme), otomatik stok kontrolü gibi teknolojiler ile stok optimizasyonu ve kasiyere ihtiyaç duymaksızın ödeme imkânı gibi kolaylıkları beraberinde getirmekte ve adeta fiziksel mağazaların gelecekteki bir prototipini temsil etmektedir.

3.12.2 Özel Günler, Bayramlar v.b.

Çin'deki çevrim içi alışverişin bir diğer önemli unsuru alışveriş festivalleridir. Bu alışveriş festivallerinden en önemlisi Single's Day olup 2021 yılında bu etkinlik kapsamında Alibaba Group 84,5 milyar ABD doları, JD Global ise 55 milyar ABD dolarlık bir satış hacmine ulaşmıştır. Tüm platformlar üzerinden yapılan toplam alışveriş ise 160 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir.

Ülkede bunun dışında birçok alışveriş festivali bulunmakta olup, e-ticaret kapsamında yapılan alışverişlerin önemli bir kısmı festival sürecinde gerçekleştirilmektedir. Bunlardan en önemlileri olarak Çin Yeni Yılı, Bahar Bayramı, 6.18 (18 Haziran) ve ülkede faaliyet gösteren çevrim içi pazaryerlerinin kuruluş yıldönümleri sıralanabilir. Alışveriş festivallerinde ulaşılan devasa ticaret hacmi, tanıtım faaliyetlerinin de bu dönemlerde yoğunlaşmasına neden olmaktadır.

Ülkede canlı yayın satışları ve sosyal e-ticaret; ülkenin e-ticaret ekosistemine yerleşmekte olan karakteristik bir özelliğini taşımaktadır. İlk kez 2014 yılında Taobao platformu üzerinden gerçekleştirilen bu uygulama, diğer satış platformları tarafından da benimsenmiş ve Çin e-ticaret ekosisteminin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir.

Sosyal medya platformları üzerinden sosyal medya etkileyicisi (influencer), canlı yayınlar kanalıyla ürün tanıtımı yapmakta ve bu yayınlar sırasında tüketiciler ürünü doğrudan alabilmektedir. Söz konusu eğilim çevrim içi alışverişini interaktif ve gerçek zamanlı bir sosyal aktivite haline getirirken tüketici davranışlarını da şekillendirmektedir.

Bu kapsamda e-ticaret platformları, sosyal medya etkileyicilerinin tüketici üzerindeki etkinlik endekslerini güncel olarak tutmakta ve satış stratejileri kapsamında bu kişileri kullanmaktadır. Çin hükümeti de çevrim içi pazarlamanın artan önemine kayıtsız kalmamış ve 2020 yılında çevrim içi pazarlamacılığı resmi meslekler listesine dâhil etmiştir.

Çin'deki Tmall, JD.com, Hema, Suning ve Home Depot China, çok kanallı perakende liderleridir. Tmall ve JD.com, geniş çeşitlilikteki ürünleriyle online alışverişin zirvesinde yer almaktadır. Hema, taze gıda ve hızlı teslimatıyla yenilikçi bir süpermarket deneyimi sunmaktadır. Suning, elektronikten ev eşyalarına kadar çeşitli ürünler sunan, online ve fiziksel mağazalara sahiptir. Bu zincirler, çevrim içi ve fiziksel alışveriş seçenekleriyle alışverişini kolaylaştıran çok kanallı hizmetler sunmaktadırlar.

3.12.3 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Batı kaynaklı sosyal medya platformlarının kullanımının kısıtlı olduğu ülkede, bu platformlara alternatif uygulamalar, kamu ve özel sektör tarafından hayata geçirilmiştir. Çin'de 1,06 milyar sosyal medya kullanıcısı olup, sosyal medyada günlük olarak geçirilen zaman 1 saat 56 dakikadır.

Ülkede birçok sosyal medya platformu faaliyet göstermekte olup bunlardan WeChat, Douyin (TikTok), QQ, Kuaishou ve Xiaohongshu en çok tercih edilen sosyal medya platformları olup, kullanıcı sayısı ve kullanım yoğunluğu bakımından da ön plana çıkmaktadır.

3.12.4 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

Son yıllarda, Çin iç tüketimi teşvik etme politikası kapsamında, e-ithalatın önünü açan politikalar benimsenmektedir. Nitekim yıllık kişi başı 5000 Yuan'a (yaklaşık 777 ABD doları) kadar bireysel gönderiler gümrük vergisinden muaf tutulmakta ve KDV indirimine tabii olmaktadır.

3.12.5 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

Çin devlet politikaları ülkede e-ticaretin bu denli hızlı gelişmesine önayak olmuştur. İlk olarak Çin 2000'li yıllardan bu yana gelişmekte olan e-ticaret sektörünün faaliyetlerini kısıtlayıcı politikalardan kaçınmış, e-ticaret platformlarının vergilerden kaynaklanan maliyetlerini azaltma yoluna gitmiştir. Sektöre dair düzenlemeler sektörün belirli bir olgunluğa erişmesinden sonra ilk olarak 2018 yılında gündeme gelmiştir. Bu destekleyici mekanizmalara paralel olarak ülkenin lojistik ağı ve internet altyapısının geliştirilmesine yönelik altyapı çalışmaları e-ticaret ekosisteminin gelişmesinde katalizör görevi görmüştür.

Sınır ötesi e-ticaret alanında da devlet uygulamalarının sektörün gelişmesindeki rolü büyük olmuştur. Ülke içinde belirli bölgelerde E-Zone denen pilot bölgeler kurularak Çin'den ihraç edilecek eşyaların buralarda konsolide edilmesi ve lojistik faaliyetlerin maliyet-etkin şekilde kurgulanması sağlanmıştır. Bunun dışında da Çin'de belirli merkezlerde konsolidasyon istasyonları hizmet vermektedir.

Diğer taraftan, Çin diğer ülkelerin milli posta hizmetleri ile iş birliklerine giderek lojistik maliyetlerini Çin'in e-ihracatını destekleyecek şekilde optimize etmiştir. Bu doğrultuda, Çin'den kayıtsız gönderi şeklinde çıkan eşyanın, teslimat aşamasının diğer ülke milli posta hizmetlerince takibi, bu ülkelerin posta kotalarının kullanılması suretiyle UPU (Universal Postal Union- Dünya Posta Birliği) tarafından konulan kotaların aşılması yöntemleri Çin tarafından kullanılmıştır.

Çin son yıllarda sınır ötesi e-ticaretini geliştirme stratejisi kapsamında, e-ihracat ve e-ithalat için konumlanmış Cross Border Trade Zone (CBEC) bölgeleri oluşturmuştur. Bu bölgelerde e-ticareti

kolaylaştırıcı mekanizmalar uygulanmaktadır. Bölge sayısı en son açılan 33 bölge ile 165'e çıkarılmıştır.

3.12.6 E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri (Hızlı kargo ve sipariş karşılama hizmetleri (fulfillment) sunan firmalar v.b.)

Pazaryerlerinin kendisi yahut anlaşmalı olduğu firmalar hizmet vermektedir. Dolayısıyla ürünün koyulacağı platformun seçilmesine bağlı olarak diğer hizmet sağlayıcılar değişkenlik gösterecektir.

3.13 Tanıtım ve Pazarlama

Sosyal medya platformları üzerinden sosyal medya etkileyicisi (influencer), canlı yayınlar kanalıyla ürün tanıtımı yapmakta ve bu yayınlar sırasında tüketiciler ürünü doğrudan alabilmektedir. Söz konusu eğilim çevrim içi alışverişi interaktif ve gerçek zamanlı bir sosyal aktivite haline getirirken tüketici davranışlarını da şekillendirmektedir.

3.14 Gümrük Vergisi Oranları

TÜRKİYE	FRANSA	İTALYA	İSPANYA	GÜRCİSTAN
%5 (MFN)	%5 (MFN)	%5 (MFN)	%5 (MFN)	%0 (FTA)

4. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar (Örnek: artan talep, e-ticaretin yaygınlaşması, ülkemizle yapılan Serbest Ticaret Anlaşması v.b.)

- Çin Halk Cumhuriyeti'nin sade maden suyu ithalatı 2017-2023 yılları arasında %70,6'lık bir artış göstererek 101 Milyon 329 Bin USD'ye ulaşmıştır.
- Ülkemizin bu süre zarfında 97 bin USD'lik limitli ihracatı daha da düşerek yaklaşık 45 bin USD olarak gerçekleşmiştir.
- İthal sade maden suyunda Fransa 2023 yılında 101 milyon USD'lik pazarın 74 milyon USD'sini elde ederek pazarın %73'üne hâkim olmuştur.

Pazar birincisi Fransa, Perrier markası nedeniyle istisnai bir yere sahip durumdadır.

Pandemi sonrası, spor ve sağlıklı içecekler kavramları şehirli nüfusun öncelikleri arasında yerini almıştır. Dolayısıyla maden suları da mineral içeriği ile güzel bir spor sonrası takviye olarak tüketici tercihlerinde öne çıkmaya başlamıştır.

Çinli tüketiciler ithal ürünlerde lüks algısının yanı sıra güvenli gıdaya erişime de çok önem vermekte olup yakın dönemde Perrier ürünlerinde çıkan sorunlar sosyal medyada yoğun yer bulmuştur.

5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler

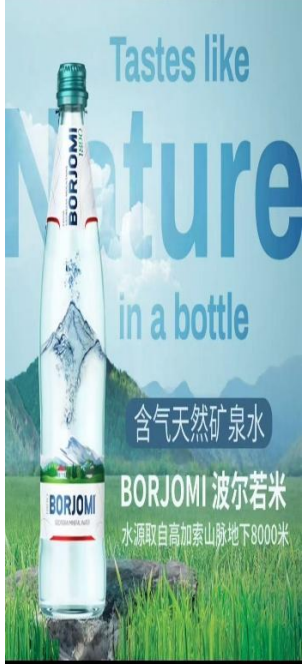
Temel sorun gıda sektöründe Fransa veya İspanya gibi ülkeler kadar lüks algısına hitap etmiyor olmamız olarak görünmektedir. Arada bulunan bu açığı lüks algısını pekiştirecek şişeleme ve ürünün tarihi, hikayesiyle kapatmak makul bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır.

6. Belirtilmesinde Fayda Görülen Diğer Hususlar

ÇHC’de şu anda satışta olan bazı markaların perakende fiyatları örnek teşkil etmesi açısından paylaşılmaktadır.

ÜLKE	ÖNDE GELEN ÜRÜN	SATIŞ ŞEKLİ	ORTALAMA ADET FİYATI
FRANSA		PERAKENDE E-TİCARET KANALI- 24*330ML	0,64 USD

ITALYA		PERAKENDE E-TİCARET KANALI- 24*250ML	0,76 USD
İSPANYA		PERAKENDE E-TİCARET KANALI- 20*500ML	4,36 USD

GÜRCİSTAN		PERAKENDE E-TİCARET KANALI- 20*500ML	2,85 USD
-----------	---	---	----------

7. Genel Değerlendirme

Paketlenmiş gıda ihracatı Çin Halk Cumhuriyeti'ne ihracatta önemli potansiyel arz etmektedir. Doğal maden suları bu noktada diğer paketlenmiş gıdalardan daha büyük bir avantaja sahip olduğu için değil, içerikten ziyade sunumun önem taşıdığı bir kalem olması nedeniyle seçilmiştir. Zira, ÇHC'de ithal ürünler üst gelir grubu tarafından talep görmekte ve satın alınan şey çoğu zaman lüks algısı ve güvenlik olmaktadır. Dolayısıyla ülkemiz paketlenmiş gıda üreticilerinin fiyat rekabetinden çok paketleme ve sunum rekabetine girmesinin pazar açısından daha mantıklı olabileceği değerlendirilmektedir.