

T.C. PEKİN TİCARET MÜŞAVİRLİĞİ

**ÇİN EKONOMİSİ
VE DIŞ TİCARETİ**

**-GENEL DEĞERLENDİRME
-GIDA ÜRÜNLERİ İHRACATIMIZ**

**Hakan KIZARTICI
Pekin Ticaret Başmüşaviri**

15 Mayıs 2023

SUNUM BAŐLIKLARI

- Çin'e İlişkin Temel Bilgiler
- Çin'in Ekonomik Görünümü
- Türkiye – Çin Ekonomik ve Ticari İlişkileri
- Çin'e Gıda Ürünleri İhracatımız
- Firmalarımızın Çin'de Yaşadığı Sorunlar
- Fırsatlar ve Atılabilecek Adımlar

ÇİN'E İLİŞKİN TEMEL BİLGİLER



ÇİN'E İLİŞKİN TEMEL BİLGİLER

GENEL BİLGİLER

RESMİ ADI	Çin Halk Cumhuriyeti
BAŞKENTİ	Pekin
KURULUŞ TARİHİ	1 Kasım 1949
YÖNETİM BİÇİMİ	Komünist Parti Yönetimi
DEVLET BAŞKANI	Xi Jinping (14 Mart 2013'ten beri)
BAŞBAKAN	Li Qiang (11 Mart 2023'ten beri)
RESMİ DİLLER	Standart Çince/Mandarin, Yue, Wu, Minbei, Xiang, Gan, Hakka lehçeleri (İç Moğolistan'da Moğolca, Sincan Uygur Bölgesinde Uygurca, Xizang'da Tibet dili resmidir)
DİN	Taoist, Budist, Hristiyan %3-4, Müslüman %1-2
ETNİK YAPI	Han Çinlileri (%91,5), Zhuang, Manchu, Hui, Miao, Uygur, Tujia, Yi, Moğol, Tibetli, Buyi, Dong, Yao, Koreli ve diğer milletler (%8,5)
YÜZÖLÇÜMÜ	9.596.961 km ² (3. sırada)
NÜFUS	1,4 milyar (1. sırada)
ÜLKEDEKİ TÜRK NÜFUSU	2.000
ULUSLARARASI KURULUŞLAR	APEC, ARF, ASEAN (dialog partneri), FAO, G-20, IBRD, ICAO, ICC, ICRM, ŞİÖ, UN, UNAMID, UNCTAD, UNESCO, UNSC (daimi üye), UNWTO, WCO, WHO, WIPO, WTO

ÇİN'İN EKONOMİK GÖRÜNÜMÜ

ÇİN TEMEL EKONOMİK GÖSTERGELERİ (2022)

GSYİH (Nominal)	18 trilyon ABD Doları (Dünyada 2. sırada)
KİŞİ BAŞINA GSYİH	12.700 ABD Doları
GSYİH BÜYÜME HIZI	%3
ENFLASYON ORANI	%2
REZERVLER TOPLAMI	3,2 trilyon ABD Doları (2022)
İHRACAT	3,6 trilyon ABD Doları (Dünyada 1. sırada)
İTHALAT	2,7 trilyon ABD Doları (Dünyada 2. sırada)
ÜLKEYE GİREN YATIRIM TUTARI	163 milyar ABD Doları (akım,2020)
YURTDIŞINA ÇIKAN YATIRIM TUTARI	132,9 milyar ABD Doları (akım,2020)
İŞSİZLİK ORANI	%5,1
DÜNYA BANKASI İŞ YAPMA KOLAYLIĞI	31/190

TÜRKİYE - ÇİN EKONOMİK VE TİCARİ İLİŞKİLERİ

TÜRKİYE – ÇİN İKİLİ TİCARET VERİLERİ (Milyar \$)

Yıl	İhracat	İhracat Değişim %	Çin'e İhracatımızın Toplam İhracatımızdaki Payı (%)	İthalat	İthalat Değişim %	Çin'den İthalatımızın Toplam İthalatımızdaki Payı (%)	Hacim	Denge
2014	2,9	-20,5	1,8	24,9	0,9	10,3	27,8	-22,1
2015	2,4	-15,6	1,7	24,9	-0,2	12	27,3	-22,5
2016	2,3	-3,6	1,6	25,4	2,3	12,8	27,8	-23,1
2017	2,9	26,1	1,9	23,4	-8,1	10	26,3	-20,5
2018	2,9	-0,1	1,7	20,4	-12,8	9,1	23,4	-17,5
2019	2,7	-12	1,6	19,1	-11	8,7	21,1	-15,9
2020	2,9	5,1	1,7	23	20,1	10,5	25,9	-20,1
2021	3,7	27,9	1,6	32,2	39,9	11,9	35,9	-28,5
2022	3,3	-10,4	1,3	41,3	28,3	11,4	44,6	-38,0

TÜRKİYE - ÇİN EKONOMİK VE TİCARİ İLİŞKİLERİ

Türkiye – Çin İkili Ticaret, 2022

- Dış Ticaret Hacmi: %24 artışla 44,6 milyar dolarlık hacim
- İhracat: %10,4'lük düşüşle 3,3 milyar dolar
- Toplam ihracatımızın %1,3'ü
- İthalat: %28,3'lük artışla 41,3 milyar dolar
- Toplam ithalatımızın %11,4'ü
- Çin, Türkiye'nin üçüncü büyük dış ticaret partneri

TÜRKİYE - ÇİN EKONOMİK VE TİCARİ İLİŞKİLERİ

Türkiye'nin Çin'e İhracatında İlk 10 Ürün

GTIP Altılı Kodu	GTIP Altılı Adı	2021	2022	% Değişim
251512	MERMER VE TRAVERTEN; TESTERE İLE BLOK VEYA KALIN DİLİMLER HALİNDE KESİLMİŞ; BELİRGİN YOĞUNLUĞU >= 2.	590.967.437	398.961.856	-32,49%
284019	DİSODYUM TETRABORAT (ANHİDRİT HARIÇ)	176.445.154	260.256.996	47,50%
261000	KROM CEVHERLERİ VE ZENGİNLEŞTİRİLMİŞ KROM CEVHERLERİ	191.007.625	250.477.653	31,13%
260700	KURŞUN CEVHERLERİ VE ZENGİNLEŞTİRİLMİŞ KURŞUN CEVHERLERİ	194.902.501	166.571.357	-14,54%
260300	BAKIR CEVHERLERİ VE ZENGİNLEŞTİRİLMİŞ BAKIR CEVHERLERİ	86.956.903	150.972.537	73,62%
261690	KIYMETLİ DİĞER METAL CEVHERLERİ VE BUNLARIN ZENGİNLEŞTİRİLMİŞ CEVHERLERİ	153.849.730	145.026.874	-5,73%
252800	TABİİ BORATLAR VE BUNLARIN KONSANTRELERİ, TABİİ BORİK ASİT (H3BO3 <= %85)	88.518.607	110.935.007	25,32%
271012	PETROL VE BİTÜMENLİ YAĞLARDAN ELDE EDİLEN HAFİF YAĞLAR VE MÜSTAHZARLARI (PETROL VEYA BİTÜMENLİ YAĞ O		105.982.578	
750120	NİKEL OKSİT SİNERLERİ VE NİKEL METALÜRJİSİNİN DİĞER ARA ÜRÜNLERİ	55.967.615	95.553.493	70,73%
020714	HOROZ VE TAVUKLARIN PARÇALANMIŞ ET VE SAKATATI (DONDURULMUŞ)	43.991.613	88.426.064	101,01%

TÜRKİYE - ÇİN EKONOMİK VE TİCARİ İLİŞKİLERİ

Türkiye'nin Çin'den İthalatında İlk 10 Ürün

GTIP Altılı Kodu	GTIP Altılı Adı	2021	2022	% Değişim
847130	PORTATİF OTOMATİK BİLGİ İŞLEM MAKİNALARI (EN AZ BİR MERKEZİ İŞLEM BİRİMİ, BİR KLAVYE VE BİR EKRANDAN	1.419.358.998	1.392.940.239	-1,86%
851713	AKILLI TELEFONLAR; HÜCRESEL AĞLAR VEYA DİĞER KABLOSUZ AĞLAR İÇİN		1.070.307.318	
851762	SES, GÖRÜNTÜ VEYA DİĞER BİLGİLERİ ALMAYA, ÇEVİRMEYE, VERMEYE/YENİDEN OLUŞTURMAYA MAHSUS MAKİNALAR (H	893.031.259	947.828.637	6,14%
854142	BİR MODÜL HALİNDE BİRLEŞTİRİLMEMİŞ VEYA PANOLARDA DÜZENLENMEMİŞ FOTOVOLTAİK HÜCRELER		772.958.945	
291736	TEREFTALİK ASİT VE TUZLARI	198.081.253	641.213.013	223,71%
850440	STATİK KONVERTÖRLER	383.437.241	571.571.995	49,07%
841430	SOĞUTMA CİHAZLARINDA KULLANILAN KOMPRESÖRLER	392.454.705	429.145.798	9,35%
852491	SÜRÜCÜLER VEYA KONTROL DEVRELERİ İÇEREN DÜZ PANEL GÖSTERGE MODÜLLERİ (DOKUNMATİK EKLAN İÇERSİN İÇERM		421.426.706	
710691	GÜMÜŞ (ALTIN VEYA PLATİN YALDIZLI GÜMÜŞ DAHİL); İŞLENMEMİŞ		415.456.802	
721913	PASLANMAZ ÇELİK TEN YASSI HADDE MAMULLERİ; RULO HALİNDE, SICAK HADDELENMİŞ, ENİ >= 600 MM, 3MM <= KAL	254.493.458	332.815.639	30,78%

TÜRKİYE - ÇİN EKONOMİK VE TİCARİ İLİŞKİLERİ

ÇİN'E GIDA ÜRÜNLERİ İHRACATIMIZ

Çin'in Gıda İthalatı Kapsamında 248 ve 249 sayılı GACC Düzenlemeleri

- 18'lik ürün grubu ve bu ürünler dışındaki diğer ürünler için ikili sınıflandırma
- 18'lik ürün grubu: “meat and meat products, sausage casings, aquatic products, dairy products, bird nests and bird nest products, bee products, eggs and egg products, edible oils and fats, oilseeds, stuffed wheaten products, edible grains, milled grain industry products and malt, fresh and dehydrated vegetables and dried beans, condiments, nuts and seeds, dried fruits, unroasted coffee beans and cocoa beans, foods for special dietary purposes, and health foods.”
- 18'lik ürün grubundaki ürünleri üreten firmalarımızın kayıtları Tarım ve Orman Bakanlığımız tarafından GACC'ye bildirilmekte.
- Bu gruba dahil olmayan ürünleri üreten firmalarımızın kayıtlarını kendileri yapması gerekmektedir:

singlewindow.cn (ilgili kayıt sayfası: cifer.singlewindow.cn)

TÜRKİYE - ÇİN EKONOMİK VE TİCARİ İLİŞKİLERİ

ÇİN'E GIDA ÜRÜNLERİ İHRACATIMIZ

ÇİN		2021	2022	
		İHRACAT	İHRACAT	
GTIP İkili Kodu	GTIP İkili Adı	2021	2022	% Değişim
02	ETLER VE YENİLEN SAKATAT	44.412.465	88.456.305	99,17%
20	SEBZELER, MEYVELER, SERT KABUKLU MEYVELER VE BİTKİLERİN DİĞER KISIMLARINDAN ELDE EDİLEN MÜSTAHZARLAR	81.316.289	52.301.314	-35,68%
08	YENİLEN MEYVELER VE SERT KABUKLU MEYVELER	45.783.776	46.176.878	0,86%
19	HUBUBAT, UN, NIŞASTA VEYA SÜT MÜSTAHZARLARI, PASTACILIK ÜRÜNLERİ	21.234.311	26.546.995	25,02%
09	KAHVE, ÇAY, PARAGUAY ÇAYI VE BAHARAT	12.694.504	15.738.580	23,98%
23	GIDA SANAYİİNİN KALINTI VE DÖKÜNTÜLERİ, HAYVANLAR İÇİN HAZIRLANMIŞ KABA YEMLER	0	10.491.805	
14	ÖRÜLMEMEYE ELVERİŞLİ BİTKİSEL MADDELER, TARİFENİN BAŞKA YERİNDE BELİRTİLMİYEN VEYA YER ALMAYAN BİTKİSEL	17.738.476	10.036.021	-43,42%
03	BALIKLAR, KABUKLU HAYVANLAR, YUMUŞAKÇALAR VE SUDA YAŞAYAN DİĞER OMURGASIZ HAYVANLAR	5.050.390	8.797.549	74,20%
22	MEŞRUBAT, ALKOLLÜ İÇKİLER VE SİRKE	6.316.530	8.468.036	34,06%
18	KAKAO VE KAKAO MÜSTAHZARLARI	5.393.791	8.315.807	54,17%

TÜRKİYE - ÇİN EKONOMİK VE TİCARİ İLİŞKİLERİ

ÇİN'E GIDA ÜRÜNLERİ İHRACATIMIZ

Gıda Ürünlerinde Çin ile Ticaretimiz

- 2021 yılında 361 milyon dolarlık ihracat (%65'lik artış)
- Başlıca ihracat kalemleri; kanatlı eti ürünleri, meyve-sebze konserveleri, kuru meyveler, süt ürünleri, bitkisel yağlar, makarna, un ve pastacılık ürünleri (bisküvi , gofret vs.).

TÜRKİYE - ÇİN EKONOMİK VE TİCARİ İLİŞKİLERİ

ÇİN'E GIDA ÜRÜNLERİ İHRACATIMIZ

- 2022 yılında %10,9'luk düşüşle 322 milyon dolar
- Sert kabuklu meyvelerde %45, fındıkta %25, pamuk linterinde %43, patateste %20 azalış
- 2021 yılında yaklaşık 21 milyon dolar düzeyinde gerçekleşen süt tozu ihracatımız 2022 yılında 1,5 milyon dolar seviyesinde gerçekleşmiştir.
- Gıda ürünleri ihracatımızdaki en yüksek tutarlı ürün grubunu 2022 yılında bir önceki yıla nazaran %99'luk artış ve 88,4 milyon dolarlık ihracatla “tavukların parçalanmış et ve sakatları” oluşturmuştur.
- Makarna ürün grubundaki artış oranı %67, kayısıda %31, alabalıkta %307, biralarda %46, incirde %48 olmuştur.

TÜRKİYE - ÇİN EKONOMİK VE TİCARİ İLİŞKİLERİ

ÇİN'E GIDA ÜRÜNLERİ İHRACATIMIZ

2023 yılında ise Çin'e gıda ürünleri ihracatımız açısından;

- pandemi sonrasında artan talebe bağlı olarak su ürünleri,
- tekrar açıldığında kanatlı ürünleri
- işlenmiş/paketlenmiş gıda ürünlerinde (özellikle hemen yemeye uygun ürünler –ready to eat)

yüksek potansiyel olduğu görülmektedir.

FİRMALARIMIZIN ÇİN'DE YAŞADIĞI SORUNLAR

Çin'den İthalatta Karşılaşılan Sorunlar

- Çin'den piyasa ortalamasının oldukça altında ürün temin edilebileceği düşüncesi
- Yüklü miktarda avans veya %100 peşin ödeme yapılması
- Alibaba gibi B2B sitelerinden bulunan firmalar ile hizmet sağlayıcı firmaların aradan çıkarılması ve devamında yaşanan sorunlar
- Tüm bu yaşanan sorunlar kapsamında Müşavirliğimizce ilgili Çin makamları nezdinde girişimde bulunulmaktadır.

FİRMALARIMIZIN ÇİN'DE YAŞADIĞI SORUNLAR

Marka Kayıtları

- Çin'de bir yılda yapılan marka başvurusu 7 milyonu, bugüne kadar kaydedilmiş marka sayısı ise 25 milyonu aştı.
- Çin'e ihracat yapan ya da gelecekte yapmayı düşünen firmalarımızın Çin'de marka kayıtlarını yaptırmaları oldukça önemlidir.
- Çin'de markanızın araştırılması için CNIPA Kurumunun internet adresi:
<http://wcjs.sbj.cnipa.gov.cn/>

WWW.CNIPA.GOV.CN WCJS.SBJ.CNIPA.GOV.CN 中文 English Help Instruction The current data is up to: (2022/02/06)

 国家知识产权局商标局 中国商标网
TRADEMARK OFFICE OF CHINA NATIONAL INTELLECTUAL PROPERTY ADMINISTRATION

Home SISTM **SGTMI** STMAS STMG Error report Goods/Services

International Classification

Application No./registration No.

Trademark content

Name of applicant(Chinese)

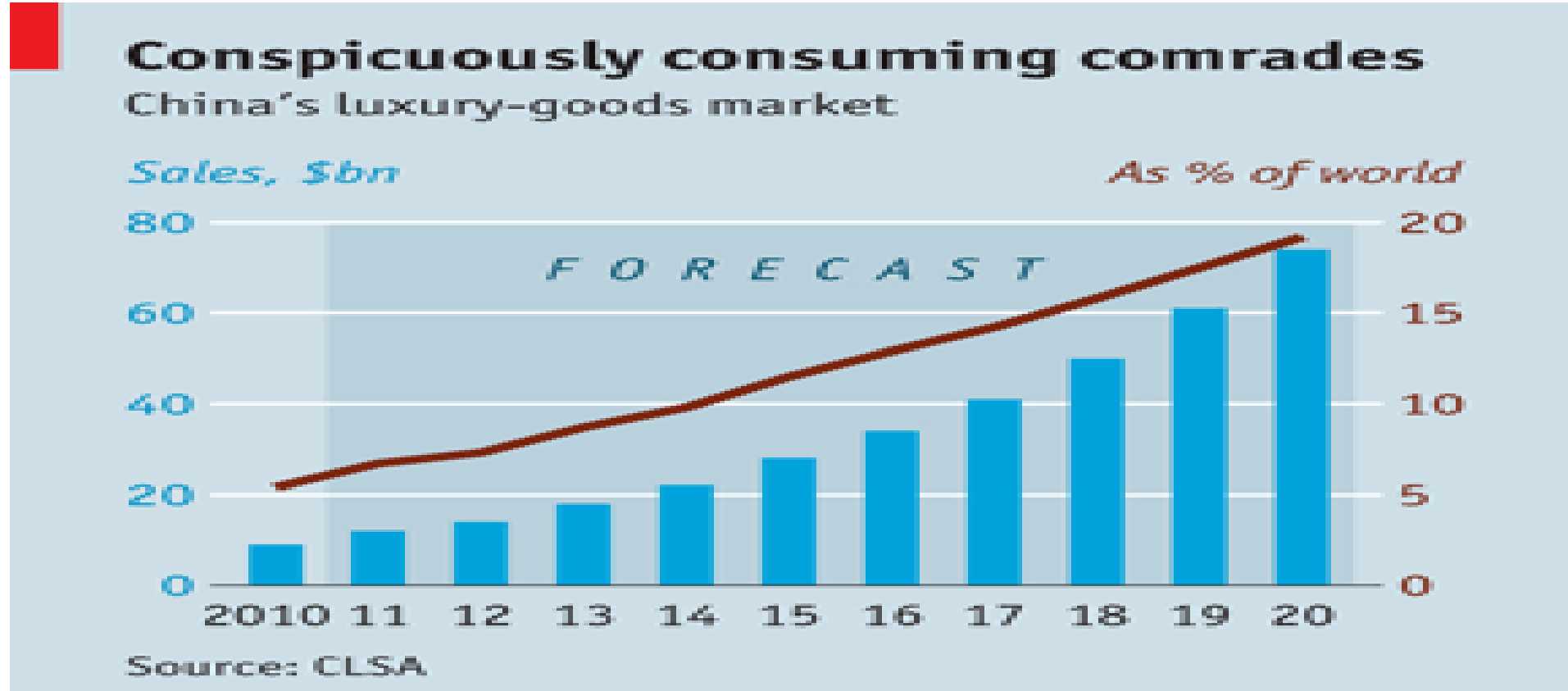
Name of applicant(English)

Copyright: China National Intellectual Property Administration.
IE8 or higher version of browser is required; resolution setting no under 1366*768

 政府网站 找错

FIRSATLAR VE ATILABİLECEK ADIMLAR

- Lüks tüketimde dünya ikincisi
- Yurtdışı seyahatlerde satın alınan ürünler de sayılırsa fakir, tutumlu ve az ile yetinen insanların ülkesi diye bilinen Çin, dünyanın en çok lüks mal tüketilen ülkesi



FIRSATLAR VE ATILABİLECEK ADIMLAR

Fırsatlar

- 400 milyon kişiden oluşan ve daha da büyüyen orta sınıf
- Özellikle orta sınıfın artmakta olan ithal ürün talebi
- Tarım ürünleri ve işlenmiş tarım ürünleri dahil tüm gıda ürünleri, nihai tüketim ürünleri, hazır giyim, ev tekstili, otomotiv yan sanayi ürünleri ilk olarak ön plana çıkmakta
- Gastronomi, genel itibarıyla turizm ve özel olarak sağlık turizmi de pandemi sonrasında öncelik verilebilecek sektörler
- Orta vadede daha fazla Çinli firmanın küreselleşmesine paralel olarak oluşabilecek yatırım imkanları

FIRSATLAR VE ATILABİLECEK ADIMLAR

Fırsatlar: E-Ticaret

- 2021'de Çin'de gerçekleşen online perakende satışlar 2,64 trilyon dolar.
- 2021'de Çin'in sadece sınır e-ithalat pazarı 484 milyar RMB'ye (yaklaşık 70 milyar dolar) ulaşmış durumda.



- **PTTeM tarafından JD'de açılan Türk ürünleri pavilyonu**

Atılabilecek Adımlar

- E-ticaretin ve geleneksel ticaret yollarının birlikte etkin kullanımını
- Fuarlara katılım
- Özellikle pandemi sonrası Tier 2 grubu (Chengdu, Qingdao, Xi'an vs.) olarak adlandırılan şehirlerin hedefe alınması.

pekin@ticaret.gov.tr

+86 10 6464 9538



Ticaret Müşavirlerimizle Elektronik Sohbetler ÇİN HALK CUMHURİYETİ BİLİŞİM SEKTÖRÜ

ŞANGHAY TİCARET ATAŞELİĞİ
16/5/2023

Şanghay Ticaret Ataşeleri
Murat KOCABAŞ
K.Yaprak TAŞAR
Tuğçe TERZİ

SUNUM PLANI

1.Bilişim Sektörü Genel Bilgiler

2.Türk-Çin İnovasyon Merkezi Projesi

-Tanım

-Ziyaret ve Görüşmeler

-Modeller

-Aşamalar

-Belirlenen İlk Firmalar

**TÜRK-ÇİN İNOVASYON
MERKEZİ PROJESİ**
Şanghay



Tanım:




Çin Halk Cumhuriyeti'nin Şanghay şehrinde kurulacak bir platform üzerinden Türkiye'nin küçük ve orta ölçekli teknoloji firmalarının Çin pazarına daha hızlı ve daha az riskli bir şekilde girebilmelerini sağlayacak bir mekanizmanın geliştirilmesi öngörülmektedir.

Amaçlar:

- Ticaret ve yatırımın geliştirilmesi,
- Cari açığın azaltılması,
- Karşılıklı iş kültürlerinin ve teknoloji ekosistemlerinin anlaşılması,
- Türk firmalarının Çinli firmalarla eşleştirilmesi,
- Ortak teknoloji geliştirme ve üretim süreçlerinin özendirilmesi,
- Çin'in finansal destek mekanizmalarına erişilmesi,
- Türk teknoloji şirketlerinin tek çatı altında toplanması,
- Firmaların kuruluş/yönetim süreçlerinde Çin'de karşılaşılabilecek bürokratik engellerin aşılmasının kolaylaştırılması,
- Çinli muhataplar ile kurulacak iş ilişkilerine daha kurumsal bir çerçeve kazandırılması.

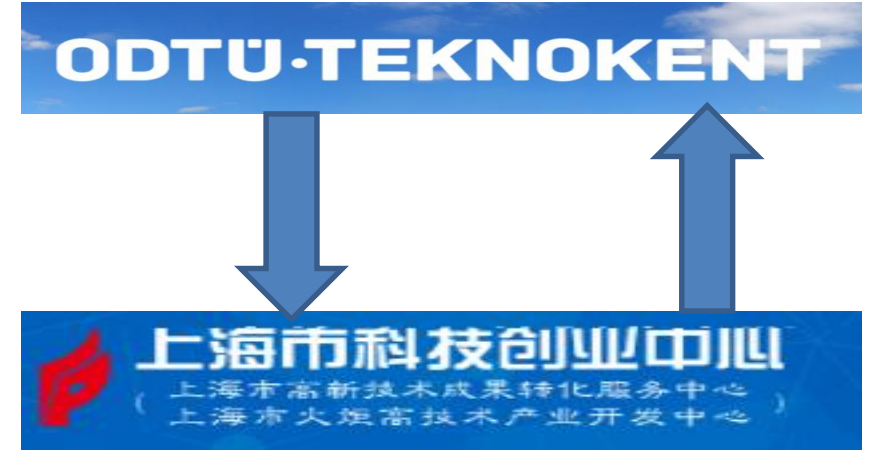
- ❖ *Finnish Innovation Center Ziyareti* 26 Ekim 2022
- ❖ *China-Israel Innovation Hub Ziyareti* 27 Ekim 2022
- ❖ *Lingan Special Economic Zone Ziyareti* 16 ve 21 Kasım 2022
- ❖ *SwissNex Ziyareti* 17 Kasım 2022
- ❖ *Shanghai Technology Innovation Center (STIC) Ziyareti* 9 Aralık 2022



	Model-1 	Model-2 	Model-3	Model-4 
Örnekler	Finland-China Innovation Center (Finchi) Ziyaret tarihi: 26/10/2022	SwissNex Ziyaret tarihi: 17/11/2022	Israel-China Innovation Hub Ziyaret tarihi: 27/10/2022	Shanghai Technology Innovation Center (STIC) Ziyaret tarihi: 09/12/2022
Açıklama	<p>2005 yılında Finlandiya ile Çin arasında imzalanan bir Mutabakat Zaptı ile kurulmuştur. İlk aşamada Finlandiya Hükümeti tarafından fonlanmış olan sözkonusu platform, üyesi olan Fin şirketlerinin Çin pazarına açılmalarına destek vermektedir.</p> <p>Sözkonusu yapı içerisinde şirketlere fiziksel ofis imkanı sunulmakta, ayrıca hem kendi bünyesindeki personelleri hem de dışarıdan anlaşmalı olarak alınan hizmetlerle firmaların ihtiyaçlarına uygun olarak çözümler geliştirilmektedir.</p> <p>Kar amacı gütmeyen (non-profit) bir yapı olarak, büyük ölçekli Fin şirketlerden elde ettiği gelirler sayesinde küçük ölçekli startup firmalara daha uygun fiyatlarla hizmet verebilmektedir.</p>	<p>İsviçre Dışişleri Bakanlığı'nın yurtdışında eğitim, araştırma ve inovasyon alanında faaliyet gösteren firmalar için kurduğu sözkonusu platform, İsviçreli şirketlerin Çin pazarına açılmasına destek vermektedir.</p> <p>SwissNex oluşumu içerisinde katılımcı firmalara temel olarak Çin ekosistemi içerisinde iletişim ve işbirliği ağı kurma hizmeti sağlanmaktadır. Bu süreçte İsviçre'nin resmi inovasyon kuruluşu olan Innosuisse ile ortaklaşa program düzenlenmekte, firmaların ve ürünlerinin Çin pazarına uygunluğu incelenerek çeşitli eğitim programları ile yönlendirme sağlanmaktadır.</p> <p>İletişim ağı oluşturma süreçlerinde İsviçreli firmaların Çin'i ziyaretleri, yerinde incelemeler ve partner bulma faaliyetlerini koordine etmektedir.</p>	<p>Hükümetlerarası bir Mutabakat Zaptı ile 2019 yılında kurulan Merkez, İsrail devletinden ziyade Çin devletince yürütülen bir projedir.</p> <p>İçerisinde İsrail'in dışında birçok ülkeden çeşitli teknoloji firmalarının yer aldığı, Şanghay'ın Putuo ilçesinde inşa edilen gayrimenkul projesinin reklam yüzü olarak tanıtılmaktadır.</p> <p>Platformda yer alan firmaların Çin'e açılımlarına dair ilk aşamada ofis desteği verilmekte, ayrıca belirli kriterlerin karşılanması halinde Putuo yerel hükümetinin finansman imkanları da kullanılmaktadır. Bunun haricinde şirketlere programlı şekilde sunulan farklı bir destek mekanizması bulunmamaktadır.</p>	<p>Şanghay yerel hükümetinin bir parçası olarak farklı ülkelerin teknoloji firmalarının Çin pazarına açılmasına destek vermektedir.</p> <p>Çin'de hizmet veren 189 farklı inkübasyon merkezi ile ortaklaşa olarak firmalara mentorluk hizmeti sağlamakta, oluşturulan pilot programlar ile merkezi ve yerel hükümetin önceliklendirdiği alanlarda faaliyet gösteren firmaların pazara girişlerini kolaylaştırmaktadır.</p> <p>Bağlı olduğu devlet kuruluşunun özellikle Kuşak ve Yol inisiyatifinde yer alan ülkelerin projelerine yönelik finansman sağlama imkanı bulunmaktadır.</p>
Öne Çıkan Yaklaşım	Sahip olduğu İnkübatör lisansı sayesinde küçük ölçekli Fin şirketlerin, 2 sene kadar FinChi çatısı altında faaliyet gösterecek şekilde yapılanmalarına izin verilmekte, bu sayede firmaların bürokratik işlemlerle (şirket kurulumu, vize vs.) uğraşmadan, sadece pazara giriş çalışmalarına odaklanmaları sağlanmaktadır.	Kendisine ait bir inkübatör lisansı olmadığından Şanghay'da yerleşik yerli ve yabancı inkübasyon merkezleri ile çalışmaktadır. Temel faaliyet alanı eğitim ve araştırma olduğundan üniversitelerle ortaklaşa birçok programları mevcuttur.	Çin'in 14. Kalkınma Planı içerisinde atıfta bulunulması nedeniyle iki ülke arasındaki iyi ilişkilerin bir göstergesi olarak Çin basını tarafından sürekli gündemde tutulmaktadır. İsraili şirketler için bir gösteri alanı imkanı sunmaktadır.	Kendisi üzerinden pazara giriş yapmaya çalışan firmalar açısından oldukça fayda sağlayabilecek bir platformdur. Gerek Çin devletinin desteği gerekse üçüncü taraflar üzerinden sağlayacağı yönlendirmelerle uygulanabilir bir model oluşturulabilir.

PROJE AŞAMALARI:

1. Proje taslağının hazırlanması
2. Ziyaretler ve görüşmeler
3. Proje modelinin belirlenmesi
4. Ticaret Bakanlığının bilgilendirilmesi ve onayı
5. ODTÜ ile toplantı
6. Firmaların bilgilendirilmesi ve belirlenmesi (40 firma)
7. Firma bilgilerinin STIC'e iletilmesi
8. STIC tarafından seçilen firmaların başvuru formlarını doldurması
9. Formların STIC'e iletilmesi
10. STIC ile değerlendirme toplantısı
11. İnkübatör belirlenmesi ve firmalar ile eşleştirilmesi
12. Çin pazarına ilişkin online eğitim/seminerler
13. Firma eşleştirme programları
14. Saha ziyaretleri
15. Çalışma ofisi/merkez kurulması



İLK BELİRLENEN FİRMALAR



Teşekkürler.

Şanghay Ticaret Ataşeliği

E-posta adresi: sanghay@ticaret.gov.tr

KEP Adresi: tb.sanhayticaretataseligi@hs03.kep.tr

Müşavire Danışın Sistemi:

<https://musaviredanisin.ticaret.gov.tr>



T.C. HONG KONG TİCARET ATAŞELİĞİ

**SEKTÖREL ELEKTRONİK SOHBET
TOPLANTISI**

Bilgilendirme Semineri

DİNÇER TATLIOĞLU

16 Mayıs 2023

Hong Kong'a İlişkin Genel Bilgiler



- ❖ Tek Ülke İki Sistem
- ❖ Kapitalist Sistem, Vergi Avantajları
- ❖ Savunma ve dış ilişkiler konularında Çin'e bağlı
- ❖ Anglo-Sakson Hukuku

- ❖ Çin'den ayrı gümrük bölgesi
- ❖ İthalat/İhracatta Serbest Pazar ilkesi
- ❖ 1,212 trilyon ABD Doları Seviyesinde Ticaret Hacmi
- ❖ Dünyanın En Büyük 5. , Asya'nın 3. Borsası

HONG KONG'A AİT İSTATİSTİKİ BİLGİLER

GSYİH	: 362 milyar ABD Doları
KİŞİ BAŞINA GSYİH	: 49,337 ABD Doları
BÜYÜME HIZI	: % -1.4
ENFLASYON ORANI	: % +2
PARA BİRİMİ & DÖVİZ KURU	Hong Kong Doları (HKD) 1 USD = 7,82 HKD
İHRACAT	: 581.0 milyar \$
İTHALAT	: 631.7 milyar \$
İŞSİZLİK ORANI	: 2022 – 4.3%
GSYH'NİN SEKTÖREL DAĞILIMI	: Hizmetler (%93.5), Sanayi (%6.4), Tarım (%0.1)
İHRACATINDA BAŞLICA ÜRÜNLER	Elektrikli makineler, cihazlar ve bunların elektrikli parçaları (45%); Telekomünikasyon ve ses kayıt ve çoğaltma cihaz ve ekipmanları (11%); Ofis makineleri ve otomatik bilgi işlem cihazları (10%)
İTHALATINDA BAŞLICA ÜRÜNLER	Elektrikli makineler, cihazlar ve bunların elektrikli parçaları (45.7%); Telekomünikasyon ve ses kayıt ve çoğaltma cihaz ve ekipmanları (11.3%); Ofis Makineleri ve bilgi işlem cihazları (8,5%)
İHRACATINDA BAŞLICA ÜLKELER	Çin (56.7%); USA (6.5%); Hindistan (3.8%); Tayvan (3.4%); Vietnam (2,5%); Japonya (2.3%)
İTHALATINDA BAŞLICA ÜLKELER	Çin (42%); Tayvan (12%); Singapur (8%); Kore (6%); Japonya (5%); USA (4.25%); Malezya (3.5%); Vietnam (3%); Tayland (1.9)
BAŞLICA SANAYİ DALLARI	Tekstil ve hazır giyim, elektronik
BAŞLICA TARIMSAL ÜRETİM	Sebze ve çiçek üretimi dışında Çin'den ithal etmektedir.

GENEL İKİLİ TİCARET

- Bakanlığımız verileri çerçevesinde; Türkiye ile Hong Kong arasında ikili ticaret hacmi 2022 yılında yaklaşık 1,08 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Hong Kong'a ihracatımız bir önceki yıla göre yaklaşık %4 azalış göstererek 962 milyon dolar olurken; ithalatımız yaklaşık %50 artış ile yaklaşık 118 milyon dolar olmuştur. Asya'nın önemli bir re-export merkezi olan Hong Kong'a ihracatımızda başlıca ürünler, demir çelik ürünleri, kuyumculuk ürünleri ve tekstil ürünleridir.
- Ülkemiz firmaları, tarım ürünleri ithalatında Çin'in sahip olduğu katı koruma duvarlarını, Hong Kong üzerinden ihracat gerçekleştirme yolu ile aşmaya çalışmaktadır.
- Hong Kong'dan ithalatımız incelendiğinde ise ağırlığın altın ve kuyumculuk ürünleri, elektrikli makineler ve cihazlar, telekomünikasyon ürünleri olduğu görülmektedir.

BİLGİ TEKNOLOJİLERİ SEKTÖRÜ (GENEL BİLGİLER)

- Asya Pasifik bölgesinde önde gelen bir iş merkezi olan Hong Kong'un bu rolünü, gelişmiş telekomünikasyon altyapısına çok şey borçlu olduğu bir gerçektir. 2020'de bilgi ve iletişim sektörü 93,8 milyar Hong Kong Doları (yaklaşık 12 milyar ABD Doları) katma değer üretti ve Hong Kong'un GSYİH'sinin %3,7'sini oluşturmuştur. Mart 2022'de yapılan bir araştırmaya göre Bölgedeki genişbant oranı %98 olarak gerçekleşmiş ve İletişim Kurumu verilerine göre internet bağlantı hızları dünyanın en yüksekleri arasında sayılmaktadır. 5G ağı Hong Kong'un %90'ından fazlasını kapsamaktadır.
- Temmuz 2022 itibariyle, Hong Kong, geniş bant hizmetleri sağlamak için lisanslanmış 300 İnternet Servis Sağlayıcısına (ISS) ev sahipliği yapmaktadır. Ancak, tüm lisans sahipleri aktif olarak iş yürütmemekte ve ISS pazarına birkaç büyük oyuncu hakimdir. Temel olarak; beş büyük mobil ağ operatörü vardır ve mobil servis abone sayısı 25,5 milyona ulaşmıştır. Hong Kong İnternet Servis Sağlayıcıları Derneği (HKISPA), internet altyapısının geliştirilmesini teşvik etmekten ve pazarda adil rekabeti artırmaktan sorumludur.
- Hong Kong hükümeti bilgi teknolojilerine büyük önem atfetmektedir. Altyapı açısından, her ikisi de tamamen devlete ait olan Hong Kong Bilim ve Teknoloji Parkları (HKSTP) ve Cyberport, Ar-Ge ofisleri, toplantı salonları ve teknik merkezler gibi son teknoloji tesisleri profesyonel destek sağlayarak teknoloji şirketlerini beslemektedir. Mali olarak ise, Hong Kong hükümeti; İnovasyon ve Teknoloji Fonu kurarak (ITF), Bilgi İşlem Teknolojileri endüstrisi için alternatif bir finansman kaynağı sağlamıştır. Mayıs 2022'nin sonu itibarıyla ITF, toplam finansmanı 6 milyar HK\$ olan Bilgi İşlem Teknolojileri projeleri için 1.461 başvuruyu onaylamış bulunmaktadır.

BİLGİ TEKNOLOJİLERİNİN KULLANIMI

2021'de İş Sektöründe Bilgi Teknolojilerinin Kullanımına İlişkin Temel Göstergeler

	Proportion
Bilgisayar Kullanımı	
- Bilgisayar Kullanan İşletmeler	81.0%
İnternet Kullanımı	
- İnternet Kullanan İşletmeler	95.7%
Websitesi Kullanımı	
- Web sitesi olan İşletme Oranı	43.7%
Elektronik İşlemler	
- 2020'de çevrimiçi olarak mal, hizmet veya bilgi teslimi yapan kuruluşlar	94.7%
E-ticaret Satış ve Alımları	
- 2020'de online sipariş alan kuruluşlar	11.3%
- 2020'de online sipariş veren kuruluşlar	25.0%

E-TİCARET/GENEL BİLGİLER

- Kişi başı gelirin oldukça yüksek olduğu Hong Kong'da, kişilerin tüketim eğilimlerinin yüksek olduğu ancak, e-ticaret yolu ile alışverişin sınırlı olduğu görülmektedir. Bu noktada, e-ticaret Pazar yerleri açısından dünyadaki en önemli pazarlardan kabul edilen Çin Halk Cumhuriyeti'nden de ayrılmaktadır. Örneğin, Hong Kong Ticareti Geliştirme Konseyi'nce yayımlanan olduğu bir raporda, "Digital 2021 We Are Social" çalışmasına referansla, Asya ekonomilerinde e-ticarete uyumun %80-%85 aralığında olduğu bilgisi paylaşılırken, dünya genelinde ise bu oranın %77 olduğuna dikkat çekilmiştir. Aynı endekste Hong Kong'un oranı ise dünya ortalamasının da gerisindedir (%74) Merkezi Hong Kong'da olan ve Bölge'de yaygın olarak kullanılan en önemli Pazar yeri HKTV Mall'dur. Bunun dışında, Bölge'nin Anakara Çin ile olan yakın bağları nedeni ile tüketiciler Çin Halk Cumhuriyeti merkezleri platformları da kullanılmaktadır.

HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ

- Yaşlanan bir nüfus, ABD ve Japonya'nın yanı sıra Avrupa'daki birçok gelişmiş ülkenin bir özelliğidir. Birleşmiş Milletler, daha gelişmiş bölgelerde nüfusun %33'ünün 60 yaş ve üzerinde olduğunu iddia etmektedir. Tasarruflar, sosyal güvenlik yardımları ve emekli maaşları ile desteklenen birçok yaşlı, güçlü bir harcama gücüne sahiptir. Japon Hükümeti tarafından yapılan bir araştırma, 60 yaş üstü kişilerin 40-50 yaş grubundakilere göre neredeyse üç kat daha fazla mali varlığa sahip olduğunu göstermektedir.

HAZIR GİYİM/TRENDLER

- Tüketiciler moda ürünlerine para harcarırken aynı zamanda konfor, işlev ve paranın karşılığını veren ürünler ararlar. Uzun ömür, 'yeşil tüketici' kavramının yükselişiyle beraber daha da önemli bir konu haline gelmiştir. Bu, iyi bir ESG geçmişine ve sürdürülebilir, dayanıklı ve geri dönüştürülebilir veya ileri dönüştürülebilir ürünlere sahip markalara yönelik satışları yönlendiren temel bir faktör olmaya devam edecektir.
- Çocuk giyim, giyim sektörünü şekillendirmeye devam ediyor. Küresel çocuk giyim pazarının 2024 yılına kadar 230 milyar ABD dolarını aşacağı tahmin ediliyor. Dünya çapındaki ebeveynler, çocuklarını daha kaliteli giysilerle giydirmeye daha istekli ve yetenekliyken, cinsiyet ayrımı gözetmeyen çocuk giyiminin popülaritesi artıyor. Bu genişleme, iki çocuk politikasının uygulanmasının 2016'dan 2019'a kadar çocuk giyiminde yıllık çift haneli satış büyümesine yol açtığı anakara pazarında özellikle belirgindir.
- Büyük beden pazarı, uzun yıllardır büyümekte olan bir alan olmuştur ve özellikle ABD ve Birleşik Krallık'ta bu eğilimin devam etmesi beklenmektedir. Örneğin, ABD Ulusal Sağlık İstatistikleri Merkezi'nin yakın tarihli bir araştırmasına göre, ortalama bir Amerikalı kadının 1960'takinden yaklaşık 12 kg daha ağır olduğu tahmin edilirken, Amerikalı yetişkinlerin yaklaşık %40'ı ve gençlerin %19'u obezdi. Liz Claiborne, Ralph Lauren, Tommy Hilfiger ve H&M gibi bazı ünlü markalar bu trendden yararlanmak için daha büyük boyutlarda ürünler sunarak yanıt vermiştir.
- Bakımı kolay kumaşlardan yapılan giysiler piyasada iyi karşılanmaktadır. Dockers ve Liz Claiborne gibi büyük giyim markaları, bakımı kolay kıyafetleri zaten kapsamlı bir şekilde pazarlarken, LXN Collection gibi Hong Kong markaları, kişiye özel hızlı kuruyan ve leke tutmaz iş kıyafetlerine odaklanmayı seçti.

GIDA SEKTÖRÜ-ANA MEVZUAT

- Gıda ithalatçıları ithal ettikleri ürünlerin ihracatçıları ile yakın işbirliği halinde ithal ettikleri ürünlerin yerel mevzuata uygunluğunun sağlanmasından sorumludur. Gıda hijyen standartlarına uygunluğun sağlanması için ihracatçı ülke yetkili makamlarından ilgili ürünün insan tüketimine uygun olduğunu belgeleyen sağlık sertifikası alınması teşvik edilmektedir. Çürüyebilir nitelikleri nedeniyle aşağıda belirtilen ürünler için özel hukuki ve idari düzenlemeler yapılmıştır ;
- (a) Etler, kümes ve av hayvanı etleri, (b) Süt ve sütlü içecekler; (c) Dondurulmuş şeker mamulleri; ve (d) Deniz ürünleri

GIDA SEKTÖRÜ-GENEL BAKIŞ

- Hong Kong'da arazi sınırlı ve son derece pahalıdır. Bu nedenle, yerel gıda işleme sektörü küçüktür. Gıdanın yaklaşık yüzde 95'i Kong ithaldir. tüm tarımsal ithalatı 2021 yılında 12 milyar dolar olup, en çok ithal edilen yiyecekler taze meyve, deniz ürünleri, sığır eti, şarap, domuz eti, hazır yemek, süt ürünleri, kümes hayvanı eti, alkolsüz içecekler ve unlu mamullerdir.
- Hong Kong'da 690'dan fazla süpermarket, 1.300 market ve 100'e yakın geleneksel pazar vardır ve bu da gıda alışverişini çok kolay hale getirir. Süpermarketler, perakende gıda satışlarının yüzde 61'inden fazlasını oluşturmaktadır. Geleneksel olarak, Hong Kong tüketicileri taze yiyecekleri tercih ettikleri için günlük alışveriş yaparlar. Alışverişin çoğu, hala sokak pazarları ve yerel olarak sahip olunan dükkanlar dahil olmak üzere geleneksel pazarlarda yapılmaktadır. Genel olarak, sokak pazarındaki satışlar taze gıdalara yönelirken, süpermarketler işlenmiş, soğutulmuş ve dondurulmuş, katma değeri yüksek ve konserve gıda ürünlerinde pazara hakimdir. Son yıllarda sokak pazarları ve süpermarketler arasındaki rekabet son yıllarda yoğunlaşmıştır. Online satışlar ise son yıllarda payını artırsa da; 12 milyar dolarlık pazarda henüz 500 milyon dolar civarında bir payı bulunmaktadır.

GIDA SEKTÖRÜ-PAZARA GİRİŞ

- Hong Kong pazarına girmek için alternatif yollar;
- Hong Kong'da bir temsilcilik ofisi kurmak: Ticari ilişkiler kurmak ve pazarlama programları uygulamak için iyi bir yöntemdir ancak işletme giderleri yüksek olabilir.
- Hong Kong'da yerleşik acente ile ilişki geliştirmek: Köklü şirketlerin süpermarketlere ve diğer perakende satış noktalarına geniş dağıtım ağları vardır ve birçoğu perakende dışı sektörleri de kapsar. Hong Kong acenteleri sıklıkla münhasır satış hakları talep eder. Bu, küçük coğrafi boyut nedeniyle Hong Kong'da yaygındır.
- Doğrudan süpermarketlere ihracat: Doğrudan süpermarketlere satış yapan markalı ürünlerin Hong Kong'daki ürünler için münhasır haklar sağlaması gerekebilir. Bu durumda, pahalı yerleştirme ücretlerinden feragat edilebilir. Markasız ve büyük cirolu ürünler için, süpermarketler maliyet tasarrufu için denizaşırı ihracatçılardan doğrudan satın alma eğilimindedir.
- E-Ticaret: HKTV Mall piyasada yaygın bir online platformdur. Üyelik şartlarına ilişkin bilgiye; <https://linktr.ee/aog.overseas> linkinden ulaşabilirsiniz.

GIDA SEKTÖRÜ-PAZARA GİRİŞ

- Türkiye menşeli “dondurulmuş et, kanatlı eti ve yumurta” ürün grupları için pazara giriş müzakereleri devam etmektedir. Bilgi akışında yaşanan kesintiler ile birlikte 2012 yılından beri devam eden bahse konu sürecin hızlandırılması ve pazara giriş imkanlarımızın arttırılmasına yönelik girişimler, hem Hong Kong makamları hem de Tarım ve Orman Bakanlığımız nezdinde Ataşeliğimizce sağlanmıştır. Bu bağlamda, Tarım ve Orman Bakanlığımız yönlendirmeleri ile pazara giriş sürecinde özellikle yumurta grubunun önceliklendirilmesi ve ayrıca devam eden pazara giriş süreci ile ilgili istişarelerde bulunmak üzere HK Gıda Güvenliği Merkezi ile müzakerelerimiz devam etmektedir.

FAYDALI BAZI LİNKLER

- - Policy on Import and Exports of Goods:

https://www.tid.gov.hk/english/import_export/ie_policy.html

- - Articles subject to Import or Export Control in Hong Kong:

<https://www.tid.gov.hk/service/utf/EnqArticle.do?lang=en&cl=Y>

- - Food Laws in Hong Kong:

https://www.cfs.gov.hk/english/food_leg/food_leg.html

- - Import Control and Food Safety Guidelines:

https://www.cfs.gov.hk/english/import/import_icfsg_02.html



T.C. TİCARET BAKANLIĞI

Dinçer TATLIOĞLU
Ticaret Ataşesi

Tel: (852) 2893 6609

Email: hongkong@ticaret.gov.tr