



Pomorski
BROKER EKSPORTOWY

„Praktyczna wiedza o rynku Azji Pd-Wschodniej”
Chiny, Wietnam, Indonezja

Seminarium: Mikser Eksportowy- kolacja biznesowa dla eksporterów oraz firm zainteresowanych
rozpoczęciem eksportu 11.02.2020 r.

Osoba prowadząca: Jacek Wiatrak - Ekspert

BC (Guangzhou) Trade Co. Ltd – Chiny

BC Consulting Asia Ltd. – Hong Kong



Fundusze
Europejskie
Program Regionalny



Rzeczpospolita
Polska



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego





Firma BC działa od 2008 roku jako firma handlowa zajmująca się projektami eksportowymi / importowymi między Polską/Europą a Azją. Firma specjalizuje się w 2 obszarach:

1. Pomoc w budowie indywidualnych strategii w dotarciu na rynki azjatyckie. Dystrybucji produktów w Chinach i Azji Południowo-Wschodniej.
2. Wyszukiwanie produktów i dostawców w Azji dla europejskich dystrybutorów.

Od początku swojej działalności firma współpracuje z firmami w Chinach. Jacek Wiatrak specjalizuje się w NPD (rozwój nowych produktów) dla sektora FMCG. Współpracował z głównymi detalistami, supermarketami spożywczymi i marketami budowlanymi w Chinach. Ważnym elementem jest współpraca w zakresie inwestycji na rynku chińskim.

W 2014 roku, w odpowiedzi na zapotrzebowanie klientów, firma otworzyła przedstawicielstwo w Hongkongu, gdzie zarejestrowała firmę BC Consulting Asia Ltd. Firma zajmuje się wprowadzaniem europejskich producentów na rynek azjatycki.



Rzeczpospolita
Polska



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego





W 2008 roku stworzył firmę JV z partnerem chińskim. W 2015 roku dla firmy Action zarejestrował w strefie wolnocełowej Nansha i prowadził firmę dystrybucyjną. Na początku 2017 r mając na uwadze potrzeby klientów chińskich Jacek Wiatrak oficjalnie zarejestrowała swoją działalność w Chinach pod nazwą BC (Guangzhou) Trade Co. Ltd. Spółka jako WOFE powstała w strefie wolnego handlu w Kantonie. Główną działalnością jest doradztwo handlowe dla firm z Europy oraz dystrybucja produktów i promocja produktów w Chinach.

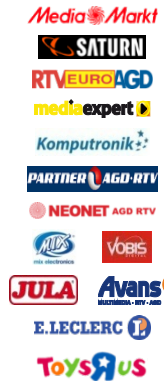
Głównymi odbiorcami produktów są supermarkety (głównie w Chinach Południowych): Vanguard, Rainbow, Parknshop, RT-Market, Tesco, Carefour, Wal-Mart, Tesco.

Współpracuj z producentami żywności z Europy. BC Pomaga naszym klientom znaleźć partnerów handlowych i dystrybutorów hurtowych.

Rejestracja marki i prawne aspekty rejestracji produktu w Chinach

Codzienny kontakt z odprawą celną, organem sanitarnym, urzędem skarbowym w krajach Azji

RETAIL



FOOD



DYI SUPERMARKETS



Inglehart–Welzel Cultural Map

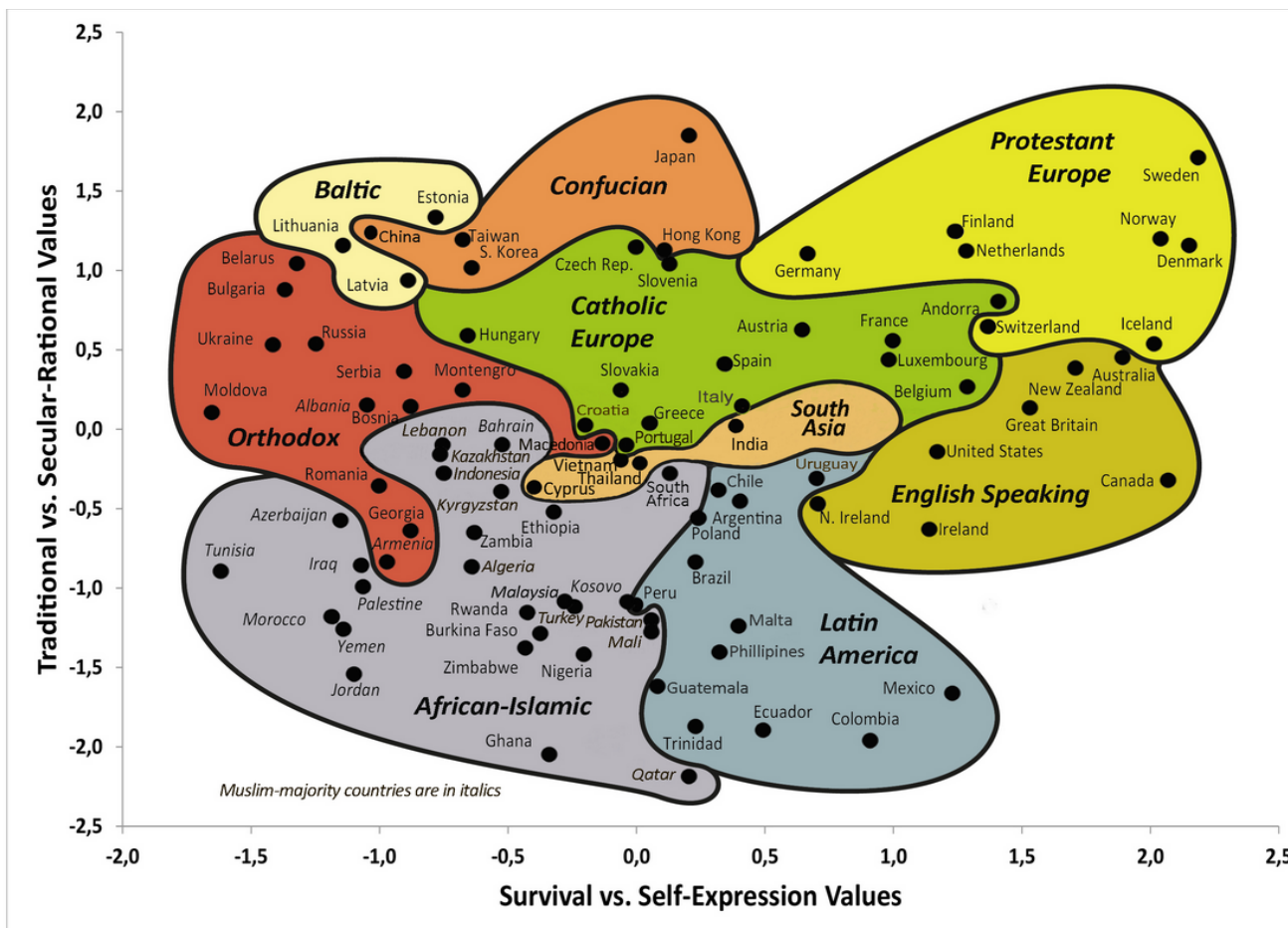


Analiza danych World Values Survey autorstwa Ingleharta i Welzela zapewnia, że istnieją dwa główne wymiary różnorodności międzykulturowej na świecie:

oś x: Wartości przeżycia kontra wartości wyrażania siebie

oś y: Tradycyjne wartości a wartości świecko-racjonalne

Mapa pokazuje, gdzie znajdują się społeczeństwa w tych dwóch wymiarach. Klastry krajów odzwierciedlają ich wspólne wartości, a nie bliskość geograficzną.





GUANXI

Czym jest „Guanxi”?

- Termin Guanxi odnosi się do tworzenia sieci kontaktów. Innymi słowy relacje nawiązane z wykorzystaniem Guanxi są bardzo osobiste i zazwyczaj niemożliwe do przeniesienia.
- W azjatyckich społeczeństwie nie ma granicy między biznesem a życiem społecznym
- Ktokolwiek regularnie prowadzi handel z Azją, ten powinien usprawnić swoje „kompetencje kulturowe”,
- Najważniejszym jest więc, abyśmy byli bardziej „azjatyccy” podczas kontaktów z Azjatami.

A THING OF THE PAST?

Wyzwania rynkowe w Azji



Pomorski
BROKER EKSPORTOWY

- Dotychczas polscy producenci poszukiwali partnerów w Azji poprzez udział w targach – TO ZA MAŁO
- Trudności w znalezieniu odpowiedniego partnera
- Bardzo skomplikowany system prowizyjny dystrybucji w Azji
 - Marża importera – 20-40%
 - Marża dystrybutora – 30-40%
 - Marża detalisty – 50-100% !!!!!!!
- Konieczność dostosowania produktów polskich do wymagań azjatyckiego konsumenta
- Odprawy celne i uzyskanie certyfikatów dla polskiej żywności



Rzeczpospolita
Polska



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego





- Odwiedzaj Azję, rozmawiaj, sprawdź czy produkt konkurencji jest w sklepach
- Porównaj ceny ale pamiętaj o wysokich marżach pośredników, cłach i długim transporcie
- Wybierz kanał sprzedaży
- Zastanów się czy chcesz to robić sam czy szukać partnera
- Przygotuj się na długi proces wejścia





- Jak zawsze, przed wejściem na rynek firmy powinny:
 - rozważyć własne zasoby,
 - wcześniejsze doświadczenia eksportowe lub biznesowe za granicą
 - długoterminową strategię biznesową.
- Reprezentacja w Azji przez agenta, dystrybutora lub partnera, który może zapewnić niezbędną lokalną wiedzę i kontakty, jest często kluczowa dla sukcesu, ale znalezienie odpowiedniego chińskiego agenta lub partnera wymaga przygotowania, cierpliwości i ciężkiej pracy.
- Partner w Azji zawsze oczekuje wyłączności a nie ma pewności co do jego potencjału
- Supermarkety to podstawowy kanał sprzedaży produktów z importu ale dostęp do nich mają praktycznie tylko firmy działające w Chinach
- E-commerce. Wiele ułatwień w tym system cross-border
 - Dostawy bezpośrednio do konsumentów
 - Bez konieczności rejestracji produktów
 - Brak ceł i podatków

Jak szukać Partnerów w Azji





Wietnam szanse rynkowe

- Silny wzrost gospodarczy, trwające reformy i duża populacja wynosząca 93 miliony - z których połowa nie ukończyła trzydziestki –
- Sprzedaż sprzętu, technologii oraz usługi konsultingowe i zarządcze związane ze wzrostem w sektorach przemysłu i eksportu w Wietnamie oraz realizacja dużych projektów infrastrukturalnych nadal stanowią główne źródło działalności Dane, które wskazują, że inwestycje publiczne i prywatne w infrastrukturę Wietnamu są najwyższe w Azji Południowo-Wschodniej, co stanowi średnio 5,7% produktu krajowego brutto (PKB) tego kraju.
- PKB na mieszkańca oszacowano na 2 546 USD w 2018 r. (7 463 USD PPP). Deklarowanym celem rządu jest zwiększenie tej kwoty do co najmniej 18 000 USD do 2035 r.
- Telekomunikacja, technologia informacyjna, wytwarzanie energii, budowa infrastruktury transportowej, zarządzanie i technologia projektów środowiskowych, lotnictwo, obrona i edukacja będą nadal oferować najbardziej obiecujące możliwości. Sektor opieki zdrowotnej będzie również rozwijającym się sektorem.
- Rząd Wietnamu (GVN) odgrywa znaczącą rolę w gospodarce, a przedsiębiorstwa państwowe (SOE) stanowią 35 procent PKB. Strategia GVN polegająca na „zrównaniu” (częściowej prywatyzacji) przedsiębiorstw państwowych we wszystkich sektorach gospodarki powoli postępuje
- Kluczowe produkty rolne do produkcji, takie jak drewno liściaste, bawełna, skóry, skórki i składniki pasz, będą również nadal odgrywać kluczową rolę we wspieraniu strategii produkcyjnej prowadzonej przez Wietnam w eksporcie. Wciąż rośnie także popyt na produkty takie jak mięso, nabiał oraz świeże i suszone owoce.





Wietnam strategii wejścia

- Najlepszą strategią wejścia na rynek: odwiedzanie kraju; zbudowanie relacji dla znalezienia dobrego partnera; stosowanie agentów.
- Wietnam nie jest rynkiem dla niedoświadczonych eksporterów lub firm. Udana sprzedaż na tym rynku może potrwać do jednego lub dwóch lat. Budowanie relacji jest ważne. W zależności od sektora firmy wchodzące na rynek wietnamski muszą stosować dwie strategie marketingowe: jeden skierowany do północnej części kraju, w której występuje większa koncentracja ministerstw i agencji regulacyjnych, a drugi do południa, który jest dominującym ośrodkiem przemysłu. Oba rynki różnią się również pod względem zachowań i preferencji konsumentów.
- Najlepszą strategią jest wyznaczenie przedstawiciela lub dystrybutora. W Wietnamie firmy powinny dołożyć należytej staranności wobec potencjalnych lokalnych przedstawicieli / dystrybutorów, aby upewnić się, że posiadają wymagane zezwolenia, udogodnienia, siłę roboczą i kapitał.
- Firmy duże prowadzące działalność w sektorze transportu, telekomunikacji, energetyki, środowiska, lotnictwa cywilnego, usług finansowych i innych sektorów infrastruktury powinny opracować podstawowe strategie i możliwości wykorzystania projektów ODA (Bank Światowy, Azjatycki Bank Rozwoju, USAID). Wietnam wykorzystał około 5,6 miliarda dolarów na wypłatę oficjalnej pomocy rozwojowej w 2014 r., co oznacza wzrost o 9 procent rok do roku. Sektory, dla których priorytetem jest finansowanie ODA, dotyczą przede wszystkim budowy i modernizacji infrastruktury oraz rozwoju zasobów ludzkich.



Rzeczpospolita
Polska



Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego





Wiodące sektory eksportu i inwestycji w Wietnamie

- Sektor Obrony
- Agrobiznes
- Sprzęt i usługi kontroli środowiska i zanieczyszczenia
- Opieka zdrowotna
- Technologie informacyjne i komunikacyjne
- Wytwarzanie energii
- Edukacja i trening
- Sektor przemysłu franchisingowego
- Lotnictwo

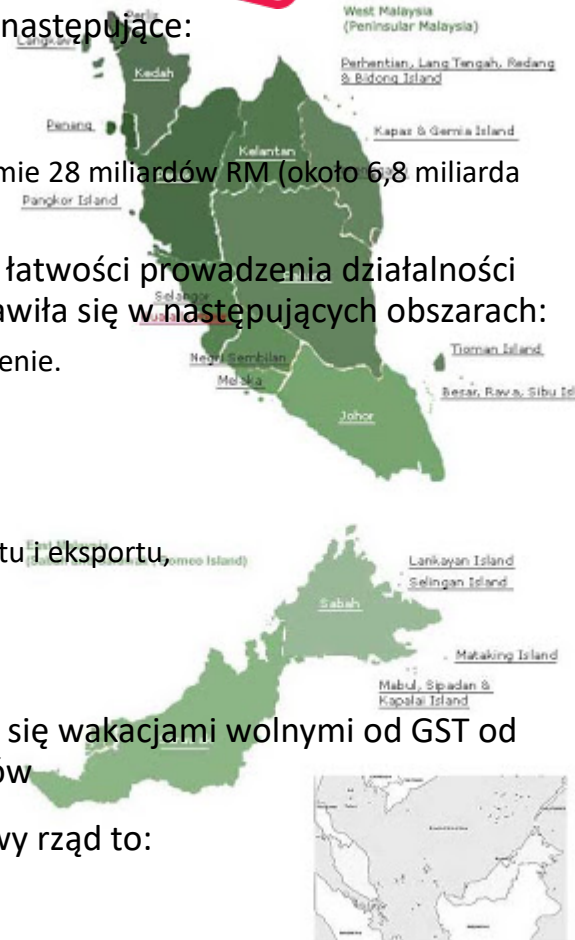


Malezja szanse rynkowe



Pomorski
BROKER EKSPORTOWY

- Najważniejsze informacje na temat rozwoju gospodarczego Malezji i perspektyw na 2019 r. Według Banku Negara są następujące:
 - Utrzymanie tempa wzrostu, prognoza PKB 4,3-4,8 proc
 - Zasadniczo stabilna inflacja, 0,7-1,7 procent
 - Eksport i rachunek bieżący pozostaną dodatnie, prognoza eksportu na poziomie 3,4 procent, saldo rachunku bieżącego na poziomie 28 miliardów RM (około 6,8 miliarda USD) lub 1,5-2,5 procent DNB 2019.
- W globalnym raporcie Doing Business 2019 Banku Światowego Malezja uplasowała się na 15. miejscu pod względem łatwości prowadzenia działalności gospodarczej wśród 190 gospodarek objętych badaniem (wzrost 24 pozycji w 2018 r.). W szczególności Malezja poprawiła się w następujących obszarach:
 - Łatwość założenia firmy: wprowadzono lub usprawniono procedury online oraz skrócono czas przetwarzania wniosków o pozwolenie.
 - Łatwość uzyskania pozwoleń na budowę: skrócono czas aplikacji i usprawniono procedury.
 - Łatwość uzyskania energii elektrycznej: proces zatwierdzania parą.
 - Łatwość rejestracji nieruchomości: skróć czas przetwarzania rejestracji.
 - Łatwość handlu transgranicznego: wprowadzono lub usprawniono elektroniczne przetwarzanie dokumentów dotyczących importu i eksportu.
 - Łatwość rozwiązania problemu niewypłacalności: wprowadzono nową procedurę restrukturyzacyjną.
- Zmiana prawa pracy: zreformowane ustawodawstwo regulujące ochronę pracowników i świadczenia społeczne.
- Podatek od towarów i usług (GST) został uchylony i zastąpiony podatkiem od sprzedaży i usług (SST). Malezja cieszyła się wakacjami wolnymi od GST od czerwca do sierpnia 2018 r., a te wakacje podatkowe zwiększyły konsumpcję dóbr trwałego użytku przez konsumentów
- Najważniejsze projekty infrastrukturalne poddane przeglądowi, renegocjowane i zatwierdzone do realizacji przez nowy rząd to:
 - Połączenie kolejowe wschodniego wybrzeża
 - Bandar Malaysia
 - Projekt modernizacji drugiej fazy linii kolejowych KTM Komuter



Rzeczpospolita
Polska



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz z budżetu Samorządu Województwa Łódzkiego.
Fundusze Europejskie dla rozwoju regionu łódzkiego.

Malezja strategii wejścia



Pomorski
BROKER EKSPORTOWY

- Większość eksporterów uważa, że skorzystanie z lokalnego dystrybutora lub agenta jest najlepszym pierwszym krokiem do wejścia na rynek malezyjski. Lokalny dystrybutor jest zazwyczaj odpowiedzialny za obsługę odprawy celnej, obsługę ustalonych hurtowników / sprzedawców detalicznych, marketing produktu bezpośrednio do dużych korporacji lub rządu oraz obsługę posprzedażną.
- Sprzedaż rządowi Malezji, spółkom powiązanim z rządem (GLC) lub zamówienia w sektorach priorytetowych faworyzują lokalnych przedstawicieli i / lub partnerów joint venture sklasyfikowanych jako przedsiębiorstwo Bumiputra (malajskie). Termin Bumiputra odnosi się do osób, które są etnicznie malajskie. Firma Bumiputra jest definiowana jako firma, która spełnia następujące kryteria:
 - Ustanowiony na podstawie ustawy o spółkach z 1965 r
 - Kapitał wpłacony w wysokości co najmniej 25 000 RM
 - Akcjonariuszami są w 100 procentach Bumiputra
 - Zarząd składa się w co najmniej 51 procent z Bumiputry
 - Personel zarządzający i profesjonalny to co najmniej 51 procent Bumiputra
 - Personel pomocniczy to co najmniej 51 procent Bumiputra
- Rząd Malezji i GLC korzystają z kompensacji i innych środków w celu wspierania transferu technologii, szczególnie w zamówieniach w sektorach priorytetowych. Rząd Malezji i GLCs również pozytywnie patrzą na firmy gdy chcą założyć lokalne biuro, zatrudnić Malezyjczyków, wziąć udział w szkoleniach, podjąć pewną część lokalnego montażu lub produkcji lub przynajmniej zaplanować regularne i częste wyjazdy w celu utrzymania relacji i obecności.
- W sektorach, które nie są zdominowane przez rząd, firmy, agenci lub dystrybutorzy powinni być wybierani w oparciu o względy konkurencyjne (np. warunki techniczne lub znajomość produktu). Ponieważ rynek malezyjski jest rynkiem bardzo zorientowanym na relacje, obecność lokalna lub lokalny przedstawiciel mogą mieć wpływ na ostateczny wynik.



Rzeczpospolita
Polska



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego





Wiodące sektory eksportu i inwestycji w Malezji

- Sektor rolny
- Opieka zdrowotna
- Inteligentne miasta
- Edukacja i trening
- Suplementy diety i żywności
- Technologie informacyjne i komunikacyjne
- Obrona
- Olej i gaz



Malezja - wymagania eksportowe i dokumentacja



Pomorski
BROKER EKSPORTOWY

Do wywozu produktów do Malezji celne Malezji wymagają następujących dokumentów:

- Faktura
- Packing list
- List przewozowy
- Ulotka, katalog lub inne powiązane dokumenty
- Certyfikat ubezpieczenia, jeśli jest ubezpieczony
- Konosament / list przewozowy
- Akredytywa (jeśli jest używana)
- Zezwolenie, licencje / certyfikaty
- Dowód uiszczenia opłaty za przejazd
- Formularz zgłoszenia (formularz celny nr 1), który wskazuje liczbę, opis opakowań / skrzyń, wartość, wagę, ilość i rodzaj towarów oraz kraj pochodzenia
- Wypełnione formularze celne należy składać w urzędach celnych w miejscu importu lub eksportu towarów.
- Wszystkie cła / podatki celne nałożone na importowane towary będą musiały zostać zapłacone z góry, zanim towary zostaną zwolnione. Podatki do zapłaty obejmują podatek importowy i podatek od sprzedaży.



Dodatkowa dokumentacja może być wymagana do certyfikacji. Eksporterom zaleca się potwierdzenie wymagań dotyczących dokumentów przed wysyłką.



Rzeczpospolita
Polska



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz z budżetu Samorządu Województwa Łódzkiego.
Fundusze Europejskie dla rozwoju regionu łódzkiego.



Indonezja szanse rynkowe

- Możliwości rynkowe związane z konsumentami to wzrost konsumpcji w czwartym co do wielkości kraju na świecie. Ekspansja w sektorze detalicznym, opieki zdrowotnej, edukacji, telekomunikacji i usług finansowych gwałtownie wzrosła w ciągu ostatnich kilku lat. Indonezyjski konsument zaliczany jest do najbardziej otwartych na świecie, a około 50% z 262 milionów obywateli Indonezji ma mniej niż 30 lat.
- Indonezyjski rynek lotniczy rośnie o 20% rocznie i preferuje produkty amerykańskie. Części zamienne i usługi lotnicze są cennym i znaczącym rynkiem. Istnieje również zapotrzebowanie na usługi kontroli ruchu lotniczego i logistyki na lotniskach oraz urządzenia do obsługi naziemnej.
- Konkurencyjny i rozwijający się rynek bankowy oferuje znaczące możliwości dostawcom sprzętu informatycznego i bankowego, oprogramowania i IT
- Słabo rozwinięta infrastruktura publiczna Indonezji pozostaje poważnym wyzwaniem krajowym i stwarza możliwości w portach i transporcie lądowym, a także w projektach infrastruktury komunalnej, takich jak systemy zaopatrzenia w wodę i ścieki.
- Monitorowanie i ochrona ruchu morskiego zarówno dla bezpieczeństwa narodowego, jak i egzekwowania przepisów dotyczących rybołówstwa
- Ważne możliwości poza Dżakartą pozostają w zakresie usług przesyłania energii i energii elektrycznej. Rząd Indonezji ogłosił zamiar zwiększenia produkcji energii elektrycznej o 35 000 MW do 2019 r. Nie osiągnięto tego celu, ale oczekuje się, że wzrost projektów wytwarzania energii, konwencjonalnych i odnawialnych, w tym IPP, będzie kontynuowany przez następną dekadę.
- Edukacja i szkolenie zawodowe, sprzęt medyczny i wysokiej jakości towary rolne nawet przy wyższych cenach.
- UE od zawsze jest pożądanym miejscem dla indonezyjskich studentów pragnących studiować za granicą.
- Nowe możliwości obejmują olej palmowy, przetwarzanie biopaliw, czystą energię i technologię w celu poprawy lokalnych zdolności produkcyjnych oraz potencjalnie urządzenia i usługi do przechowywania w chłodniach i przetwórstwie ryb.





Indonezja strategii wejścia

- Firmy muszą odwiedzić rynek indonezyjski, aby właściwie wybrać odpowiedniego agenta lub dystrybutora w Indonezji. Wyznaczenie przedstawiciela wymaga ostrożności, ponieważ trudno jest zakończyć zły związek. Cierpliwość, wytrwałość i obecność to trzy kluczowe czynniki sukcesu w Indonezji.
- Ważnymi czynnikami wpływającymi na decyzje zakupowe w Indonezji są ceny, finansowanie, umiejętności techniczne i obsługa posprzedażna. Firmy powinny być przygotowane do inwestowania w szkolenia dla swojego lokalnego personelu, od personelu podstawowego do doświadczonych menedżerów.
- Indonezyjskie firmy handlowe często zależą od finansowania handlu, przy czym prawie 50% ich finansowania pochodzi z zagranicy za pośrednictwem pożyczek, obligacji i innych kredytów. U.S. Ex-Im Bank i OPIC są aktywnymi dostawcami finansowania handlu i inwestycji dla lokalnych projektów.
- Mimo że firmy mogą sprzedawać bezpośrednio rządowi i spółkom państwowym, lokalni agenci lub dystrybutorzy są często niezbędni (a czasem wymaga tego prawo) dla pomyślnego opracowania projektu i dostarczenia produktów lub usług. Wiele przetargów rządowych jest przyznawanych na podstawie udokumentowanej historii dostawców lub wieloletnich relacji między agencją rządową a agentem lub dystrybutorem.

HOW TO DO BUSINESS IN INDONESIA

A CULTURAL GUIDE



Wiodące sektory eksportu i inwestycji w Indonezji

- Telekomunikacja
- Wyposażenie medyczne
- Lotnictwo
- Wytwarzanie energii
- Edukacja i trening
- Rolnictwo
- Marynistyka





Indonezja - wymagania eksportowe i dokumentacja

- Rząd Indonezji wymaga obszernej dokumentacji przed zezwoleniem na przywóz towarów. Lokalni brokerzy celni znają procedury i wymagany format dokumentacji. Eksporter lub jego agent musi co najmniej dostarczyć fakturę pro-forma, fakturę handlową, świadectwo pochodzenia, list przewozowy, listę przewozową i certyfikat ubezpieczenia. Oprócz tych dokumentów często wymagane są dodatkowe certyfikaty przez agencje techniczne zainteresowane zawartością i zgodnością importowanego produktu, takiego jak żywność, środki farmaceutyczne, nasiona lub chemikalia.
- Proces dostarczania dokumentacji obejmuje wymóg, aby importer powiadomił urząd celny przed przybyciem towarów i przedłożył dokumenty importowe drogą elektroniczną za pośrednictwem elektronicznej wymiany danych (EDI) lub standardowym formacie umieszczonym na dyskach flash. Oprócz dostarczenia dokumentacji importowej urząd celny przeprowadzi kontrolę fizyczną importowanych towarów.
- Obowiązuje opłata importowa za przychodzące towary, która jest oparta na klasyfikacji towarów z indonezyjskiej księgi taryf celnych lub kodu systemu zharmonizowanego.
- Od 2013 r. Produkty żywnościowe muszą posiadać etykiety w języku indonezyjskim.





Wiodące sektory eksportu i inwestycji w Chinach

- Lotnictwo
- Przemysł rolny
- Rail and Urban Rail
- Podróż i turystyka
- Technologia i IT
- Olej i gaz
- Farmaceutyki
- Urządzenia medyczne
- Technologia ochrony środowiska
- Edukacja i trening
- Budownictwo
- Branża motoryzacyjna
- Przemysł maszynowy



Rzeczposp
Polska

łódzkie

Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz z budżetu Samorządu Województwa Łódzkiego.
Fundusze Europejskie dla rozwoju regionu łódzkiego.



Wiodące sektory eksportu i inwestycji w Chinach

- Żywność i napoje (niektóre segmenty rynku) – w związku ze wzrostem konsumpcji wewnętrznej
- Sektor farmaceutyczny – najnowsze rozwiązania technologiczne i wysoką jakość (urządzeń diagnostycznych/mikrochirurgicznych), a także leków na krążenie, raka i choroby zakaźne.
 - w wyniku wzrostu świadomości w dziedzinie ochrony zdrowia,
 - lepszych warunków bytowych i wzrostu przeciętnej długości życia,
- Sektor towarów luksusowych – sektor ten może stać się niezwykle interesujący, zwłaszcza w drugo-trzecie rzędnych miastach, które w wyniku rozwoju urbanizacyjnego tworzą nowe rynki zbytu.
- Zielona energia i ochrona środowiska – sektor ten wciąż zyskuje w Chinach na znaczeniu. Szacuje się, że do roku 2020 około 18% krajowego zapotrzebowania na energię zaspokajane będzie przy użyciu zrównoważonej energii
- Innowacyjne produkty i technologie – obecnie Chiny są producentem większości współczesnych smartfonów i innych urządzeń telekomunikacyjnych.





Etykiety w lokalnych językach

- Chińskie organy kontroli importu wskazują, że etykietowanie jest jednym z głównych powodów raportów niezgodności, które wywołały wiele skarg konsumentów.
- Wszystkie produkty sprzedawane w Chinach muszą być oznakowane w języku chińskim.
- Państwowa Administracja Nadzoru Jakości, Kontroli i Kwarantanny (AQSIQ) wymaga etykiet od importowanych artykułów spożywczych, takich jak cukierki, wino, orzechy, żywność w puszkach i ser
- W celu zweryfikowania etykiet i przetestowania jakości produktów przed importem treść etykiety musi być uzgodniona z CIQ (China inspection and Quarantine)

| Nutrition Information 營養資料 | |
|---|----------------|
| Serving Per Package / 每包裝所含食用分量數目: 3 | |
| Serving Size / 食用分量: 1 box/箱 (85 g / 克) | |
| Per Serving / 每食用分量 | |
| Energy / 能量 | 1004 kcal / 千卡 |
| Protein / 蛋白質 | 2315.1 g / 克 |
| Total fat / 總脂肪 | 1321.2 g / 克 |
| - Saturated fat / 飽和脂肪 | 4521.1 g / 克 |
| - Trans fat / 反式脂肪 | 1245.3 g / 克 |
| Carbohydrates / 碳水化合物 | 3215.2 g / 克 |
| - Sugars / 糖 | 5343.1 g / 克 |
| Sodium / 鈉 | 2434 mg / 毫克 |

List of ingredients: Protein Concentrated Skim Milk, Skim Milk, Sugar, Xanthan Gum, Pasteurized Milk and Cream

Contains:

Crustaceans, Eggs, Fish, Peanuts, Soybeans, Milk, Tree Nuts, Gluten, Sulphites

配料表 濃縮蛋白脫脂牛奶, 脫脂牛奶, 糖, 黃原膠, 巴氏殺菌乳和奶油

含有 殼類動物, 蛋, 魚, 花生, 大豆, 牛奶, 堅果, 麵筋, 亞硫酸



Rzecz
Pol

Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego



Wysokość podatków w Chinach



Pomorski
BROKER EKSPORTOWY

- Określanie wartości celnej. Wartość celna to cena CIF towaru, na którą składa się: cena kontraktowa, koszt opakowania, Frachtu, ubezpieczenia i prowizji sprzedającego. Oceny wartości celnej dokonują chińscy celnicy, posługując się bazą danych oparta na cenach międzynarodowych i krajowych danego towaru. Z reguły akceptowana jest cena deklarowana przez importera, o ile mieści się ona w pobliżu poziomu określonego w bazie danych. Klasyfikacji towaru dokonuje się przy użyciu 10 cyfrowego kodu HS.
- Oprócz stawek celnych importerzy zobowiązani są zapłacić podatek VAT, pobierany na granicy od wartości towaru po opłatach celnych. Podstawowa stawka VAT wynosi 17% lecz niektóre towary pierwszej potrzeby jak żywność, paliwo i inne jest opodatkowana stawką 13%. Małe firmy / o obrocie poniżej 1mln RMB/ podlegają stawce 4% lub 6% w zależności od profilu działalności. Nieliczne grupy towarowe są zwolnione z VAT
- Bariery pozataryfowe w imporcie to kwoty importowe, kwoty powiązane z poziomem opłat celnych tzw. TRQ oraz licencjonowanie importu. Pełną listę towarów objętych licencjonowaniem importu publikuje Chińskie Ministerstwo Handlu na stronach internetowych portalu <http://www.mofcom.gov.cn>. Uzyskiwanie licencji często jest utrudnione i długotrwałe.

| Inne podatki | Last | Previous | Highest | Lowest | Unit |
|--------------------------|-------|----------|---------|--------|---------|
| Corporate Tax Rate | 25.00 | 25.00 | 33.00 | 25.00 | percent |
| Personal Income Tax Rate | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | percent |



Rzeczpospolita
Polska



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego





毕智

BC (Guangzhou) Trading. Co. Ltd.

毕智（广州）贸易有限公司

924 room, Nansha Wanda Plaza, B5 Building,
No. 29 Central Road Huanshi Avenue,
Nansha District, Guangzhou, China

Dziękuję !!!!

毕智

BC Consulting Asia Ltd.

毕智亚洲咨询有限公司

25th Floor, Workington Tower, 78 Bonham Strand
Sheung Wan, HONG KONG



Fundusze Europejskie
Program Regionalny



**Rzeczpospolita
Polska**



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego

