



## نشست آنلاین: راهکارهای توسعه تجارت با چین

با همکاری اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی استان البرز

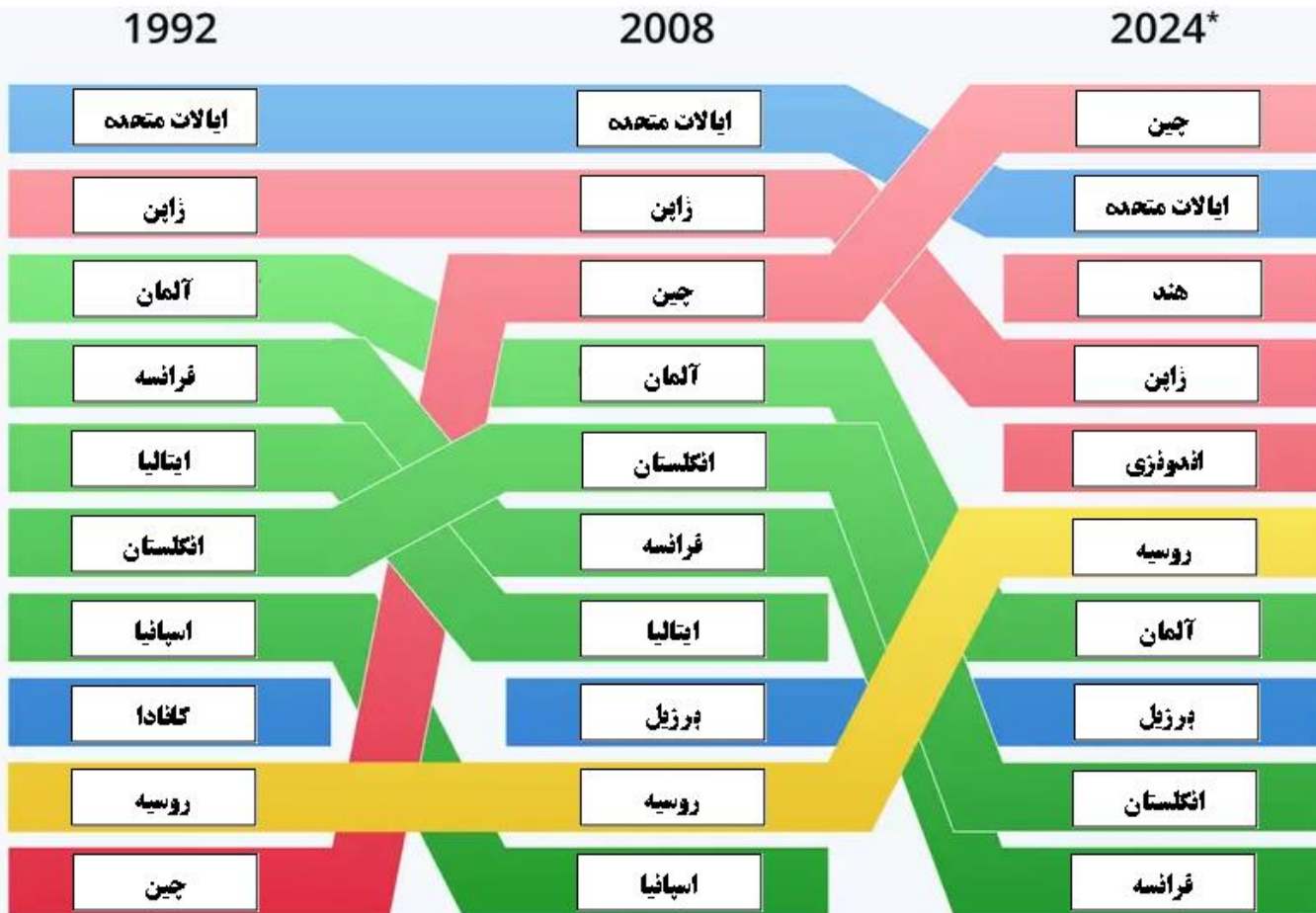


دیماه ۱۴۰۳

## توسعه چین

## بزرگترین اقتصادهای جهان در طول زمان

■ آسیا   
 ■ اروپا   
 ■ آمریکا   
 ■ روسیه



موقعی که چین ساخته شود، یک کشور بزرگ سوسیالیستی است... این کشور قادر خواهد بود با قدرتمندترین کشور سرمایه ای جهان یعنی ایالات متحده مقابله کند.

مائو (۱۹۵۷)

**چگونه چین در ۴۰ سال گذشته توانسته تولید ناخالص داخلی خود را ۳۶ برابر و حجم تجارت خارجی را ۲۰۴ برابر کند؟**

## اقتصاد چین در سال ۱۹۷۸ نقطه آغاز تحولات اقتصادی چین

کشور	سرانه تولید ناخالص داخلی (\$) )
ایالات متحده	۱۰۵۶۴
عربستان	۸۷۱۴
ترکیه	۱۵۵۸
هند	۲۰۶
چین	۱۵۶

❖ سرانه تولید ناخالص داخلی: ۱۵۶ دلار ، رتبه ۱۷۲ طبق گزارش بانک جهانی

❖ سهم ۳۰٪ کشاورزی در اقتصاد

❖ سهم ۵ درصدی صادرات در GDP

❖ سهم بالای ۵۰ درصدی مواد خام در ترکیب صادرات

❖ نسبت شهرنشینی ۳۰ درصد



فاز اول : ۱۹۷۸-۲۰۰۱

**عنوان استراتژی: سیاست درهای باز**

**محورهای برنامه: کاهش تعرفه ها، ایجاد مناطق اقتصادی و پارکهای صنعتی و توسعه تجارت پردازشی**

**دستاوردها: کاهش ۱۴۷ درصدی تعرفه ها، ایجاد ۶ منطقه ویژه اقتصادی، ۵۴ منطقه توسعه ملی، ۵۳ پارک فناوری و سهم ۴۰ درصدی تجارت پردازشی**

## سیر توسعه چین

فاز دوم : ۲۰۰۱-۲۰۱۷

**عنوان استراتژی : تعمیق سیاست درهای باز**

**محورهای برنامه: الحاق چین به WTO، ایجاد مناطق پردازش صادرات، ایجاد مناطق آزاد تجاری و شکل‌گیری شهرهای اقتصادی جدید**

**دستاوردها: استفاده از اثرات مقیاس اقتصاد بزرگ، ایجاد ۱۱ منطقه پردازش صادرات، ایجاد ۷ منطقه تجاری و ۱۲ شهر جدید**



## سیر توسعه چین

فاز سوم : ۲۰۱۷- تاکنون

عنوان استراتژی : سیاست درهای باز همه جانبه

محورهای برنامه:

✓ حداکثر استفاده از توافق نامه تجارت آزاد چین و آسه آن

✓ ابتکار کمربند- راه با مشارکت ۶۴ کشور دنیا، بیش از دو پنجم جمعیت جهان و یک پنجم تولید ناخالص

داخلی دنیا

✓ پروژه منطقه بزرگ خلیج با هدف ایجاد بنادر آزاد تجاری در مقیاس بین المللی مانند سنگاپور و هنگ کنگ

## شاخصهای اقتصادی و اجتماعی چین در سال ۲۰۲۳ در یک نگاه:

1. تولید ناخالص داخلی 126.06 تریلیون یوان ( 17.52 تریلیون دلار) با رشد 5.2٪

2. خرده فروشی 47.15 تریلیون یوان ( 6.55 تریلیون دلار) با رشد 7.2٪

3. ارزش افزوده بخش صنعت: رشد 4.6٪

4. ارزش افزوده بخش خدمات: رشد 5.8٪

5. تجارت خارجی: 41.76 تریلیون یوان ( 5.93 تریلیون دلار) رشد 0.2٪

6. سرمایه گذاری ثابت 50.30 تریلیون یوان ( 6.99 تریلیون دلار) رشد 3.0٪

7. جمعیت: 1.40967 میلیارد نفر؛ کاهش 2.08 میلیون

8. درآمد سرانه 39,218 یوان ( 5,451 دلار) ، رشد 6.1٪

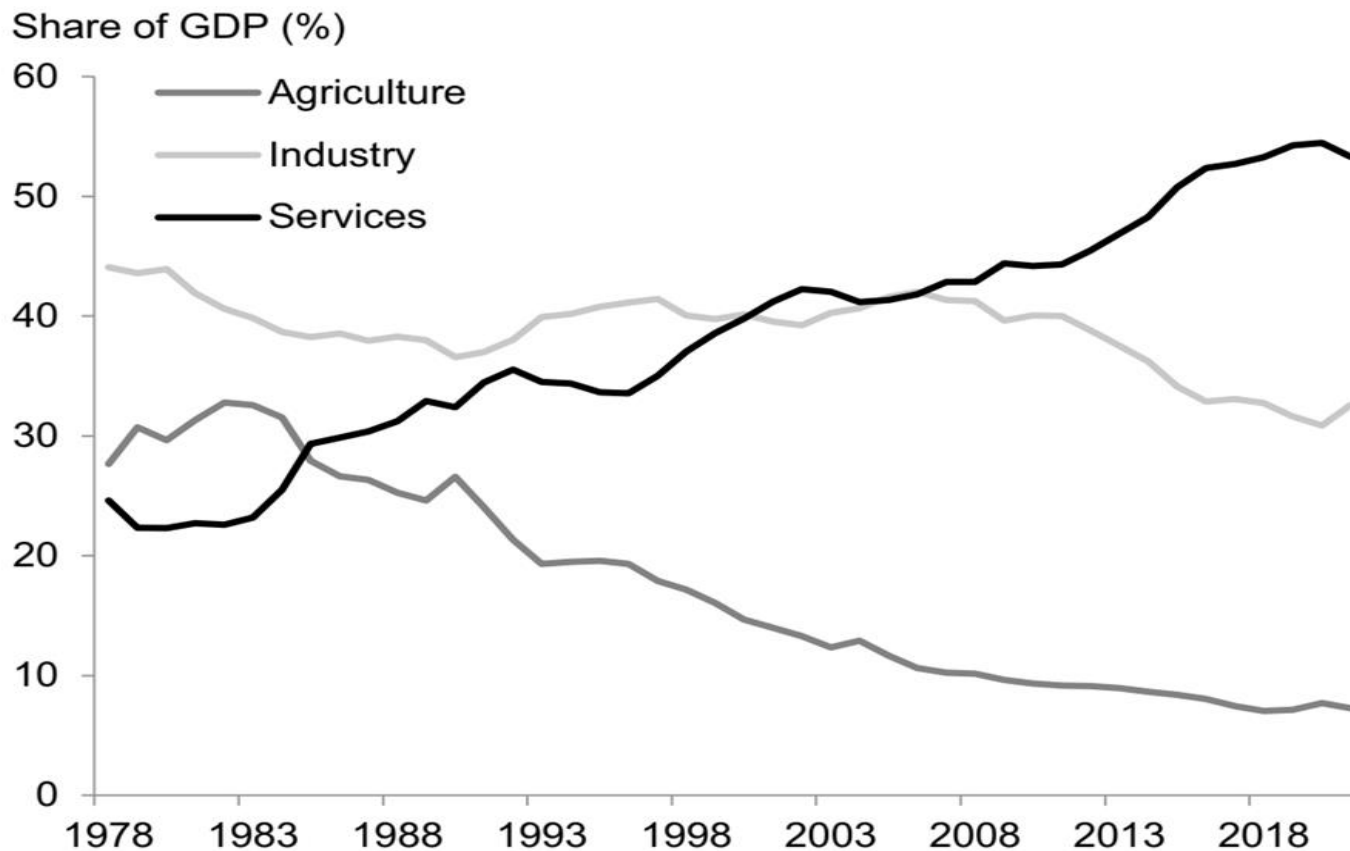
9. نرخ بیکاری: 5.2٪

10. شاخص قیمت مصرف کننده (CPI): 0.2٪

سرانه تولید ناخالص داخلی			
کشور	۱۹۷۸	۲۰۲۳	
ایالات متحده	۱۰۵۶۴	۸۱۶۹۵	۷.۷
عربستان	۸۷۱۴	۲۸۸۹۵	۳.۳
ترکیه	۱۵۵۸	۱۲۹۸۵	۸.۳
هند	۲۰۶	۲۴۸۴	۱۲
چین	۱۵۶	۱۲۶۱۴	۸۰

# سیر توسعه چین

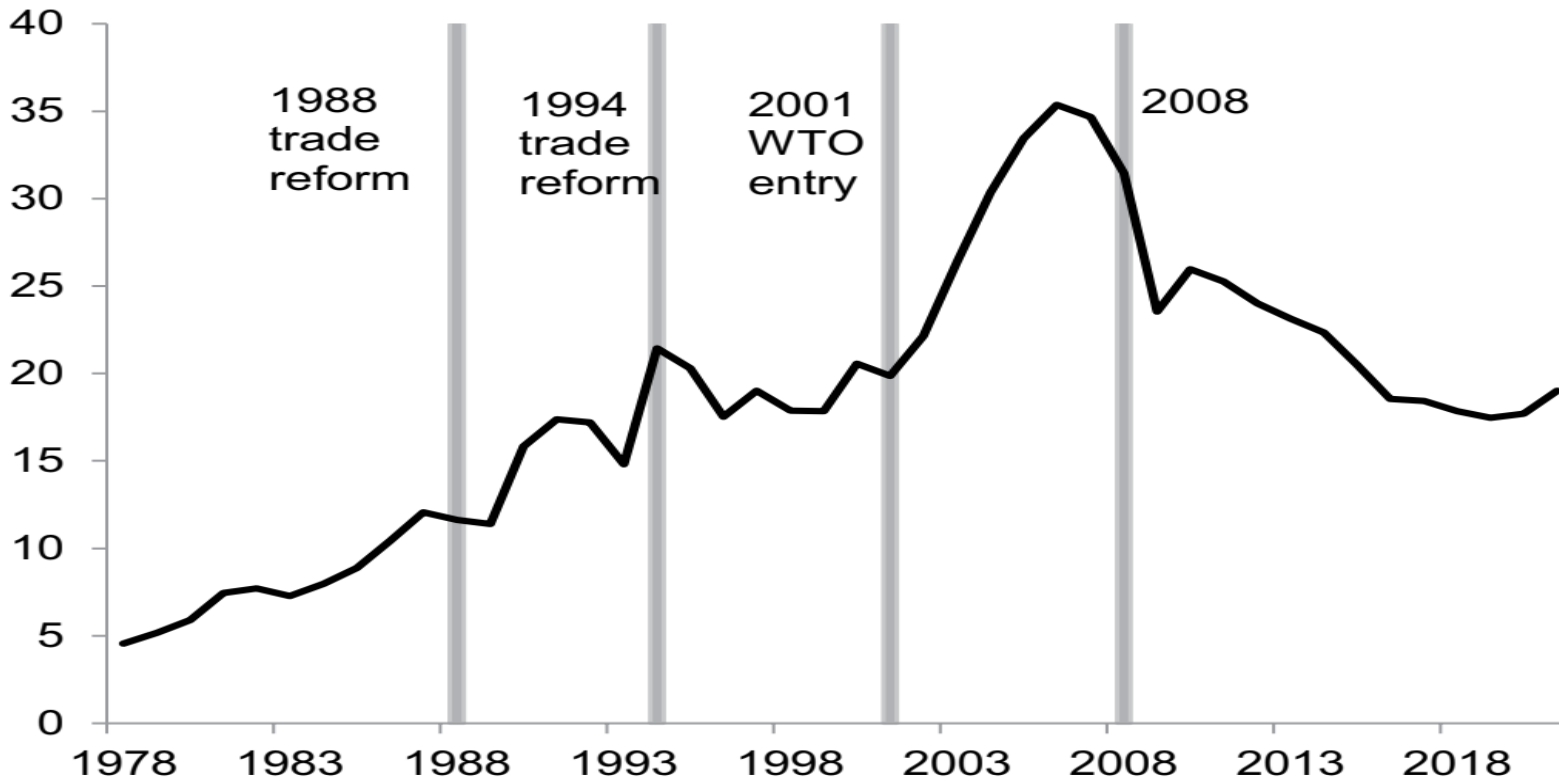
## ساختار اقتصاد



## سیر توسعه چین

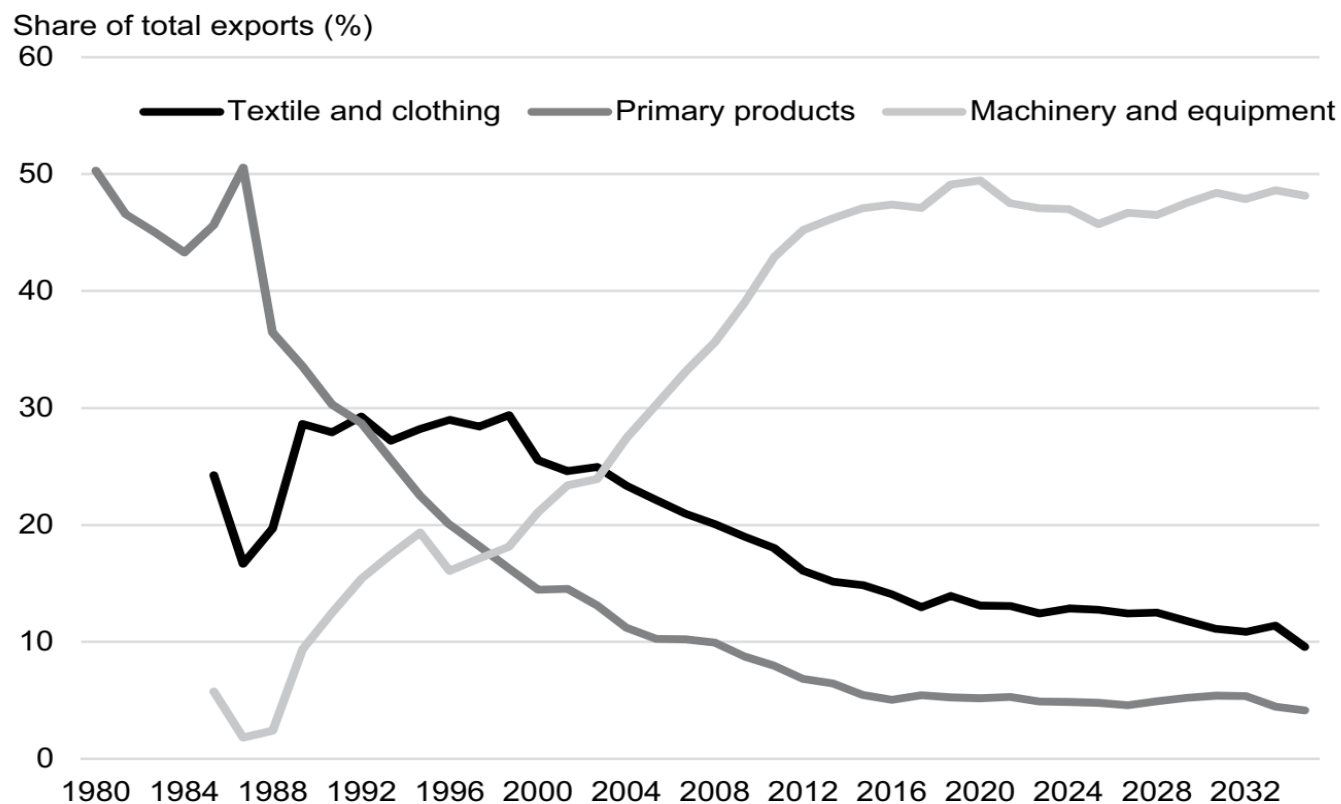
### سهم صادرات در تولید ناخالص داخلی

Exports as a share of GDP (%)



# سیر توسعه چین

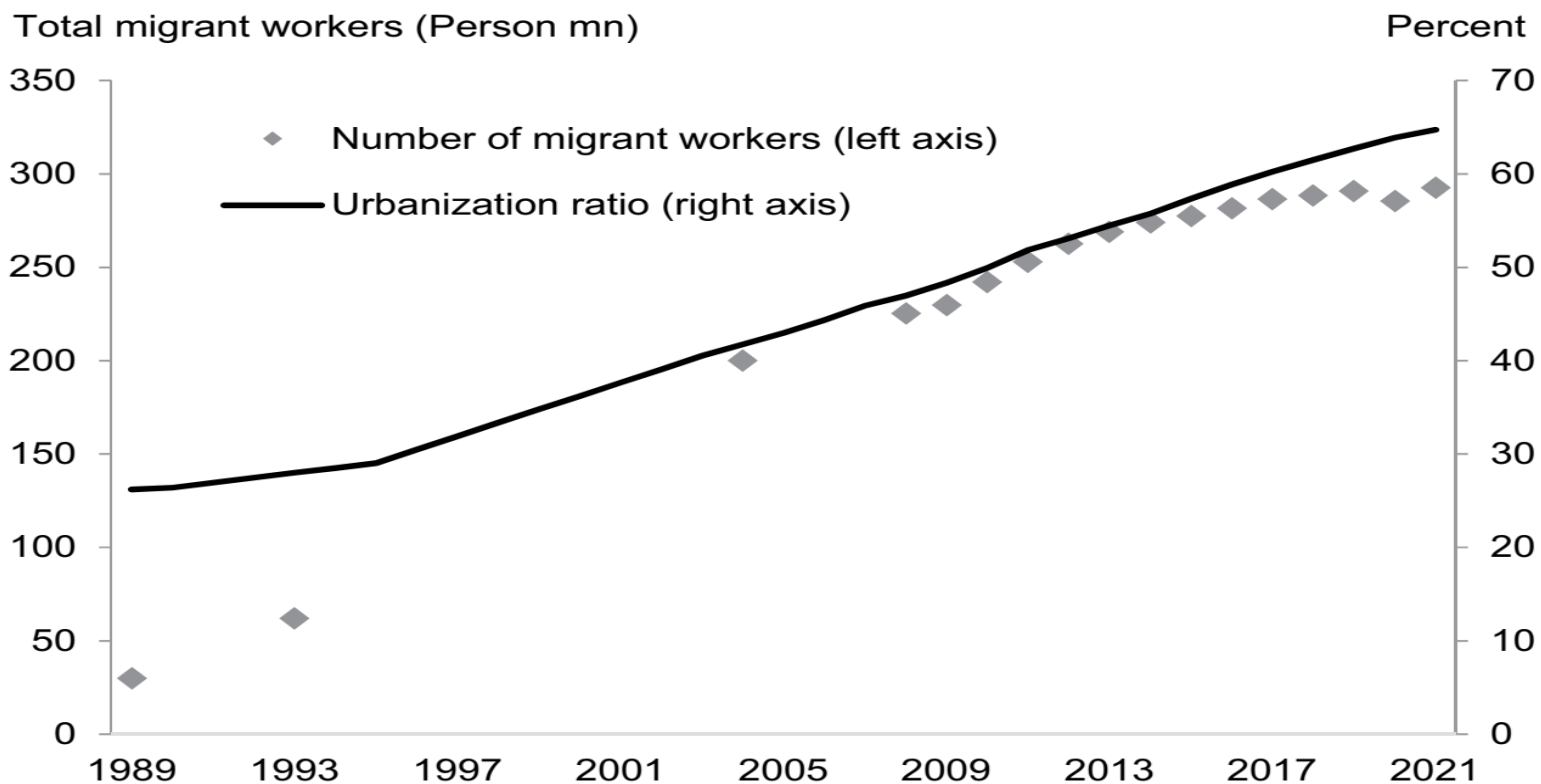
## تغییر ساختار صادرات



Source: China Customs, UN Comtrade, author's estimates.

# سیر توسعه چین

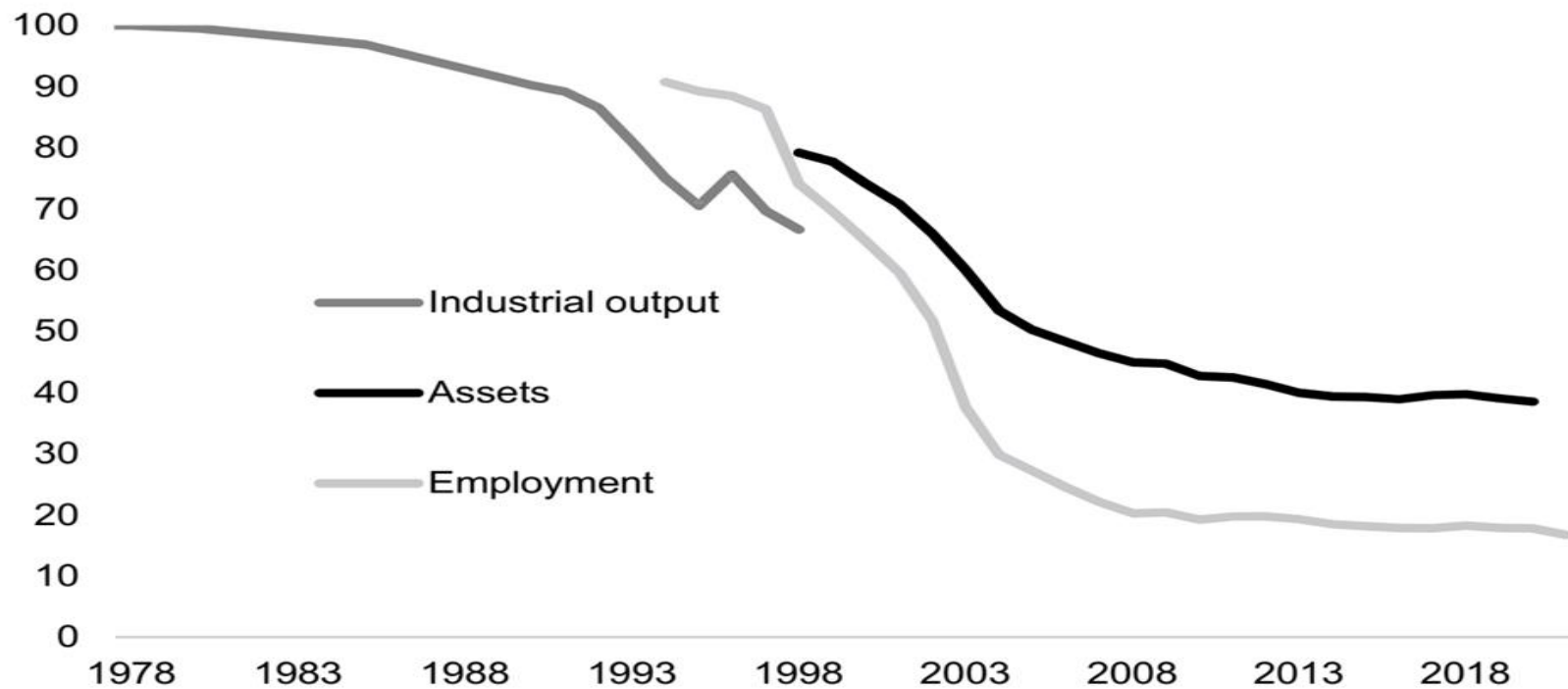
## تحول جمعیت روستایی و شهری



## سیر توسعه چین

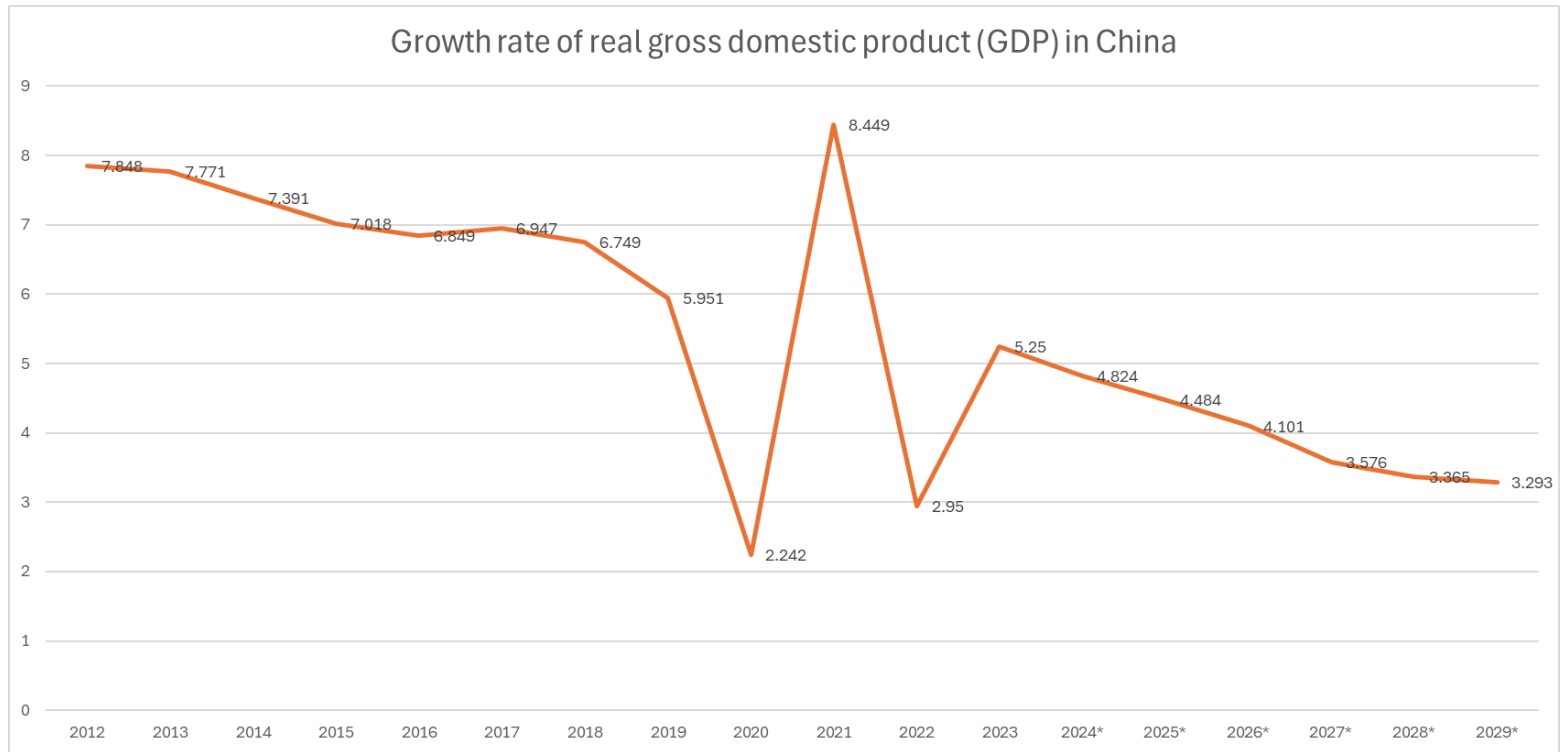
### کاهش سهم شرکت های دولتی در بخش صنعتی

SOE share of total (%)





## رشد واقعی تولید ناخالص داخلی



\*: Forecast Value

Source: IMF

## اقتصاد چین، کتی با رنگ های مختلف

<p>مناطق داخلی بسیار فقیر(نیمی از ساکنان روستایی درآمد سالانه کمتر از ۲۶۰۰ دلار در سال ۲۰۲۱)</p>	<p>VS.</p>	<p>شهرهای مدرن، با زیرساخت های پیشرفته، سه شهر بزرگ شانگهای، پکن و شنژن ۶۵ میلیون نفر است که تقریبا معادل فرانسه است. سرانه تولید ناخالص داخلی بیش از ۲۷،۰۰۰ دلار در سال ۲۰۲۱ داشتند مانند پرتغال یا جمهوری چک</p>
<p>شرکت های خصوصی پر جنب و جوش</p>	<p>VS.</p>	<p>شرکت های غول پیکر دولتی (SOES)</p>
<p>در عین حال یک تازه وارد به صحنه بین المللی، این کشور تا دهه ۱۹۷۰ توسط ایالات متحده و برخی دیگر از قدرتهای بزرگ غربی به رسمیت شناخته نشد. نزدیک به سه دهه بسته بود. یک کشور فقیر، با سهم ۲٪ از تولید ناخالص داخلی جهان، سیاست خارجی آن برای بیش از دو دهه به شعار دنگ شیائوپینگ از (韜 晦) "حرکت با چراغ خاموش" و اجتناب از رهبر بودن</p>	<p>VS.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• یک ملت باستانی با تاریخ ۵۰۰۰ ساله ،</li> <li>• کاغذ سازی حدود ۱۰۰ سال قبل از میلاد</li> <li>• سیستم بوروکراتیک ۱۴۰۰ساله</li> <li>• بزرگترین ناوگان دریایی را برای کشف جهان نیم قرن قبل از کریستف کلمب</li> <li>• سهم ۳۰ درصد از اقتصاد جهان در حدود سال ۱۸۲۰ میلادی،</li> </ul>

## اقتصاد چین، توسعه یافته یا در حال توسعه

اندازه جمعیت چین و توسعه نابرابر منطقه ای شاید دو عامل کلیدی باشد که درک کامل از این کشور و بحث در مورد اینکه آیا این کشور در حال توسعه است یا توسعه یافته است.

توسعه یافته	در حال توسعه
<ul style="list-style-type: none"> <li>• اندازه عظیم اقتصاد</li> <li>• بازارهای مالی</li> <li>• تعداد افراد ثروتمندی</li> <li>• زیرساخت های جدید و مدرن</li> <li>• پیچیدگی محصولات صادراتی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• سرانه تولید ناخالص داخلی</li> <li>• ساختار بازار و نهادهای کمتر توسعه یافته</li> </ul>

## چرا مردم این تصور را دارند که اقتصاد چین عمدتاً دولتی یا تحت کنترل دولت است؟

❖ نسبت مالکیت دولتی ۳۰ تا ۴۰ درصد بالاتر از اکثر اقتصادهای دیگر است.

❖ با توجه به قانون اساسی، چین یک کشور سوسیالیستی به رهبری حزب کمونیست چین (CPC)

❖ ارائه بسیاری از خدمات، از جمله خدمات آب و برق، خطوط هوایی، سیستم راه آهن و بانکداری توسط دولت یا شرکت های دولتی

❖ تسلط دولت بر صنایع مانند انرژی و خدمات مالی

❖ درخواست دولت چین از شرکت ها، از جمله شرکت های خصوصی برای تحقق اهداف اقتصاد کلان و سیاستهای صنعتی

❖ نقش پررنگ دولت در رسانه های خبری، آموزش عالی و موسسات تحقیقاتی

**From High-Speed Growth to High-Quality Development**

# تجارت خارجی چین

## اطلاعات کلی تجارت چین

واردات	صادرات	رتبه در تجارت جهانی ۲۰۲۳
۲	۱	کالا
۲	۵	خدمات

## تجارت چین در یازده ماهه ۲۰۲۴

Unit:US\$1,000

Country (Region)	Trade	Export	Import	Percentage Change		
	1to11	1to11	1to11	Total	Exports	Imports
<b>TOTAL</b>	5,596,742,585	3,240,708,326	2,356,034,258	3.6	5.4	1.2
<b>Asia:</b>	2,800,957,940	1,558,982,066	1,241,975,874	5.1	6.5	3.5
<b>Hong Kong, China</b>	281,139,649	264,188,119	16,951,530	9.1	7.8	33.1
<b>Indonesia</b>	132,093,421	67,867,624	64,225,797	4.3	14.4	-4.6
<b>Iraq</b>	49,969,186	14,327,246	35,641,940	10.7	11.1	10.5
<b>Pakistan</b>	20,501,019	17,998,049	2,502,971	8.6	14.2	-19.8
<b>Qatar</b>	21,783,412	3,681,294	18,102,118	-1.5	13.8	-4.1
<b>Saudi Arabia</b>	97,710,589	44,583,150	53,127,439	-0.9	14.7	-11.1
<b>Republic of Korea</b>	297,027,278	132,623,625	164,403,652	4.9	-2.4	11.7
<b>Türkiye</b>	39,153,935	34,792,757	4,361,178	-2.4	-3.4	6.8
<b>United Arab Emirates</b>	91,976,484	58,678,613	33,297,871	7.4	17.0	-6.2
<b>Africa:</b>	266,845,874	159,667,512	107,178,362	3.5	1.4	6.6
<b>Europe:</b>	1,119,519,164	670,579,692	448,939,473	1.3	3.2	-1.5
<b>Latin America:</b>	475,816,555	253,474,142	222,342,413	6.6	12.7	0.5
<b>North America:</b>	708,010,600	518,346,592	189,664,008	2.8	3.9	-0.1
<b>United States</b>	624,491,494	475,666,871	148,824,623	2.9	3.9	0.0
<b>Oceania:</b>	224,028,873	79,656,971	144,371,902	-6.7	-0.8	-9.6
<b>ASEAN</b>	885,254,283	526,658,155	358,596,127	7.2	11.2	1.8
<b>EU</b>	716,147,187	469,638,876	246,508,310	0.0	2.4	-4.3
<b>APEC</b>	3,419,837,506	1,915,373,411	1,504,464,096	4.3	5.5	2.8



## مهمترین اقلام صادراتی چین

کالا	میلیارد دلار	رشد (%)
محصولات کشاورزی*	۹۹	۰.۹
فرآورده های نفتی	۴۸	۰.۴
عناصر کمیاب	۰.۷۶	-۲۸
مواد دارویی از نوع چینی	۱.۳	-۲
کود	۹.۸	-۱۴
محصولات پلاستیکی	۱۰۱	-۳.۹
چمدان، کیف دستی و اقلام مشابه	۳۵	۳.۹
نخ نساجی، پارچه و متفرعات آن	۱۳۴	-۸.۳
پوشاک و متفرعات آن	۱۵۹	-۷.۸
کفش	۴۹	-۱۲.۶
محصولات سرامیکی	۲۶	-۱۵.۴
محصولات فولادی	۸۴	-۸.۳
محصولات آلومینیوم و آلومینیوم کار نشده	۱۹	-۲۶
مبلمان و قطعات آن	۶۴	-۵.۲
اسباب بازی	۴۰	-۱۲
محصولات مکانیکی و الکتریکی*	۱۹۷۸	-۲.۴
محصولات با فن آوری بالا*	۸۴۲	-۱۰.۸

توجه: "محصولات کشاورزی\*", "محصولات الکتریکی-مکانیکی\*" و "محصولات با فن آوری بالا\*" مشمول اقلام مشابه اند.

## مهمترین اقلام وارداتی چین

کالا	میلیارد دلار	رشد (%)
محصولات کشاورزی*	۲۳۴	-۰.۳
سنگ آهن و کنسانتره	۱۳۳	۲.۳
سنگ مس و کنسانتره	۶۰	۷.۳
زغال سنگ	۵۲	۲۴
نفت خام	۳۳۷	-۷.۷
فرآورده های نفتی	۲۷	۴۳
گاز طبیعی	۶۴	-۸
عناصر کمیاب	۲.۲	۳۳
دارو	۵۲	۷.۸
کود	۵.۵	۱۳
محصولات آرایشی و بهداشتی	۱۸	-۲۰
پلاستیک به شکل اولیه	۴۱	-۲۰
کائوچوی طبیعی و سنتتیک	۱۰	-۱۰
الوار چوب	۱۲	-۱۸
خمیر کاغذ	۲۱.۳	۶
نخ نساجی، پارچه	۱۰.۷	-۳.۲
محصولات فولادی	۱۱.۶	-۲۶
محصولات مسی	۴۳	-۱۲
محصولات مکانیکی و الکتریکی*	۸۴۰	-۱۱
محصولات با فن آوری بالا *	۶۱۶	-۱۱

توجه: "محصولات کشاورزی\*", "محصولات الکتریکی-مکانیکی\*" و "محصولات با فن آوری بالا\*" مشمول اقلام مشابه اند.

# مختصات چین در تجارت ایران

جدول ۱: آمار مقایسه‌ای تجارت خارجی غیرنفتی کشور طی نه ماهه سال ۱۴۰۳ و مقایسه با مدت مشابه سال قبل

فعالیت	نه ماهه سال ۱۴۰۳		نه ماهه سال ۱۴۰۲		درصد تغییرات <sup>۲</sup> نسبت به مدت مشابه سال گذشته	
	وزن (هزار تن)	ارزش (میلیون دلار)	وزن (هزار تن)	ارزش (میلیون دلار)	وزن	دلار
صادرات	۱۱۶,۳۴۸	۴۳,۱۴۰	۱۰۲,۲۶۲	۳۶,۵۵۲	۱۳.۷۷	۱۸.۰۳
واردات	۲۷,۹۴۱	۵۰,۸۸۹	۲۸,۸۵۲	۴۸,۴۶۷	-۳.۱۶	۵.۰۰
مجموع مبادلات تجاری	۱۴۴,۲۸۹	۹۴,۰۲۹	۱۳۱,۱۱۴	۸۵,۰۱۸	۱۰.۰۵	۱۰.۶۰

# شاخص های تجارت ایران با جهان

**\$ ۳۶۶**

ارزش هر تن صادرات به دلار

**\$ ۱,۷۸۶**

ارزش هر تن واردات به دلار

**۱۳۳**

تعداد کشورها

تعداد اقلام

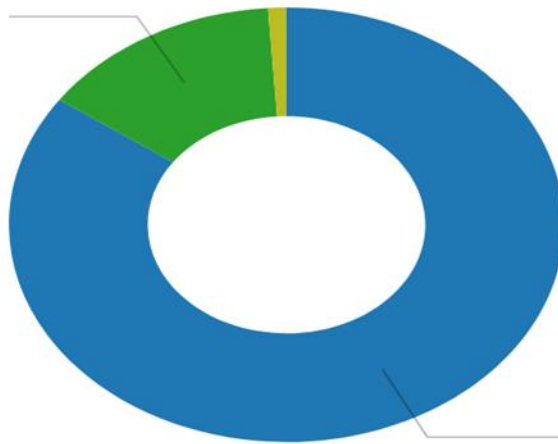
**۳,۷۰۵**

شاخص سهم از کل

**۱۰۰.۰%**

طبقه بندی به تفکیک واسطه ای، سرمایه ای، مصرفی

مصرفی - ۱۴.۱۹%



واسطه ای - ۸۴.۷۵%

## صادرات ایران به کشورهای منتخب

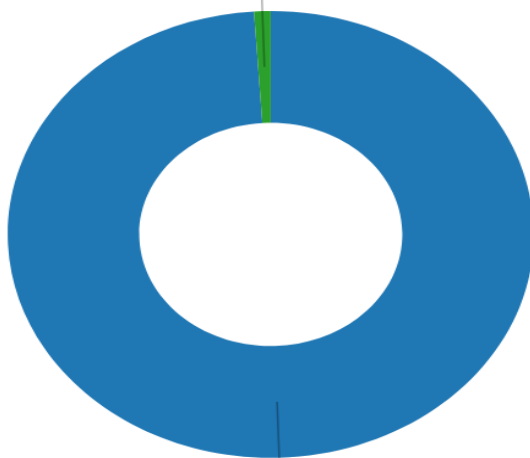
جدول ۴: کشورهای عمده مقصد صادرات غیر نفتی طی نه ماهه سال ۱۴۰۳ و مقایسه با مدت مشابه سال قبل

کشور	نه ماهه سال ۱۴۰۳		سهام		نه ماهه سال ۱۴۰۲		سهام		درصد تغییرات	
	وزن (هزار تن)	ارزش (میلیون دلار)	وزن	ارزش	وزن (هزار تن)	ارزش (میلیون دلار)	وزن	ارزش	وزن	ارزش
چین	۳۴,۷۸۶	۱۰,۹۸۴	۲۹.۹۰	۲۵.۴۶	۳۴,۳۵۰	۱۰,۳۴۱	۳۳.۵۹	۲۸.۲۹	۱.۲۷	۶.۲۲
عراق	۲۶,۷۹۲	۹,۴۱۴	۲۳.۰۳	۲۱.۸۲	۱۹,۷۸۳	۶,۸۹۲	۱۹.۳۵	۱۸.۸۶	۳۵.۴۳	۳۶.۵۹
امارات متحده عربی	۱۰,۵۷۴	۵,۲۷۶	۹.۰۹	۱۲.۲۳	۱۰,۴۴۰	۴,۷۷۱	۱۰.۲۱	۱۳.۰۵	۱.۲۸	۱۰.۵۹
ترکیه	۱۱,۱۷۸	۵,۲۰۳	۹.۶۱	۱۲.۰۶	۶,۴۳۰	۳,۲۷۲	۶.۲۹	۸.۹۵	۷۳.۸۵	۵۹.۰۵
افغانستان	۴,۰۸۴	۱,۷۴۸	۳.۵۱	۴.۰۵	۳,۱۳۹	۱,۳۳۰	۳.۰۷	۳.۶۴	۳۰.۰۸	۳۱.۴۳
پاکستان	۳,۲۱۰	۱,۶۷۶	۲.۷۶	۳.۸۸	۳,۲۱۳	۱,۴۸۵	۳.۱۴	۴.۰۶	-۰.۱۰	۱۲.۸۳
هند	۵,۲۵۳	۱,۴۴۲	۴.۵۲	۳.۳۴	۵,۵۹۱	۱,۶۶۵	۵.۴۷	۴.۵۵	-۶.۰۴	-۱۳.۳۷

# شاخص های تجارت ایران با چین (صادرات) نیمه نخست ۱۴۰۳

طبقه بندی به تفکیک واسطه ای، سرمایه ای، مصرفی

مصرفی - ۱.۰۲%



واسطه ای - ۹۸.۹۸%

**\$ ۳۰۵**

ارزش هر تن صادرات به دلار

**\$ ۳,۴۰۲**

ارزش هر تن واردات به دلار

۱

تعداد کشورها

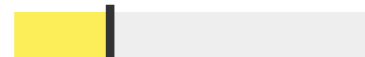
تعداد اقلام

۲۳۲



شاخص سهم از کل

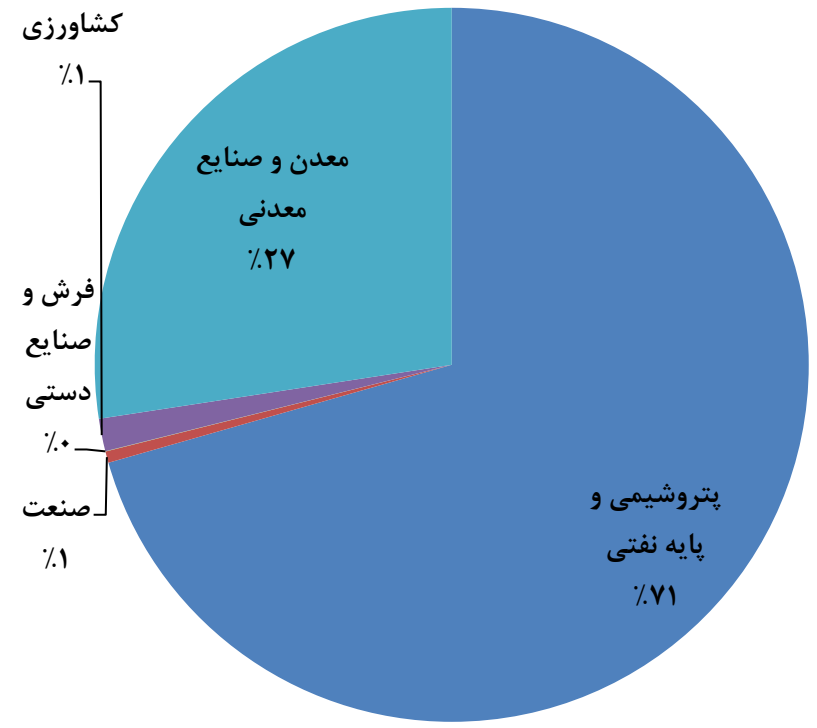
۲۷.۵%



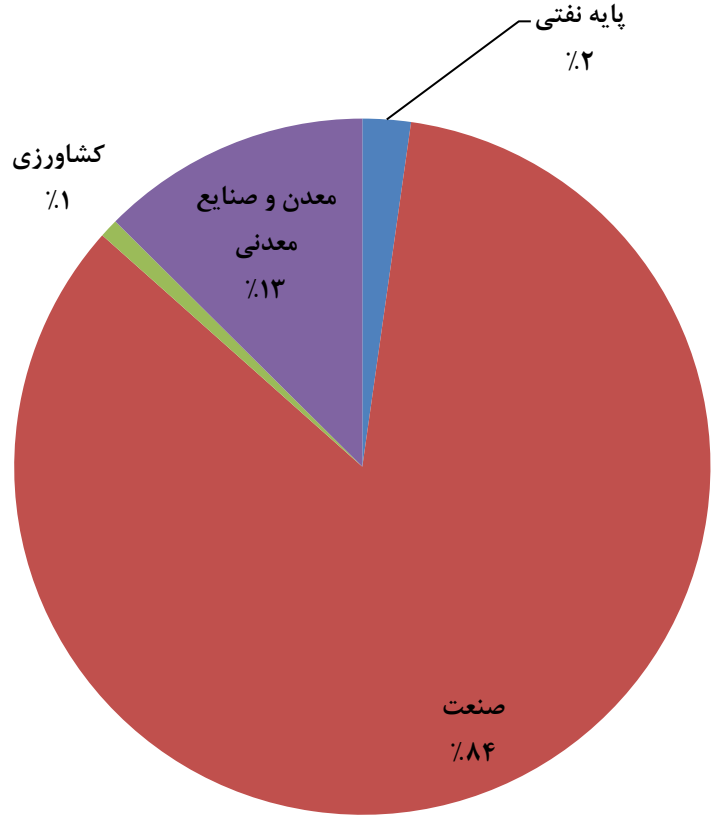


# ساختار تجارت ایران با چین

گروههای کالایی صادراتی

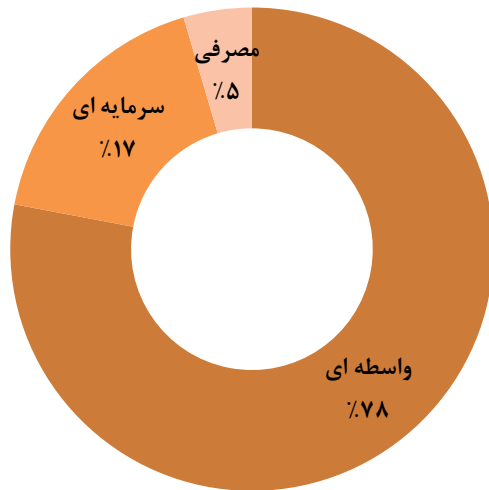


پتروشیمی و گروههای کالایی وارداتی

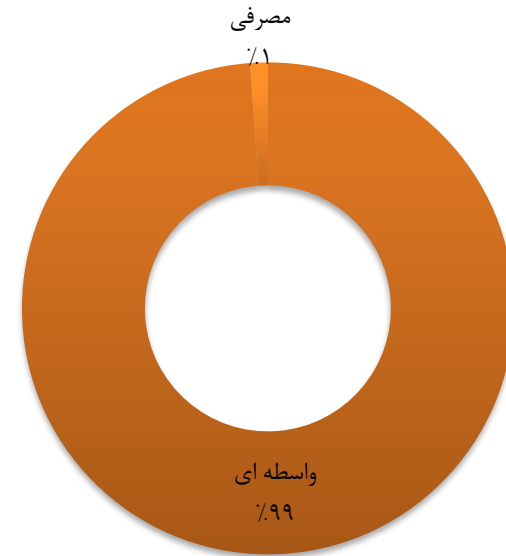


# ساختار تجارت ایران با چین

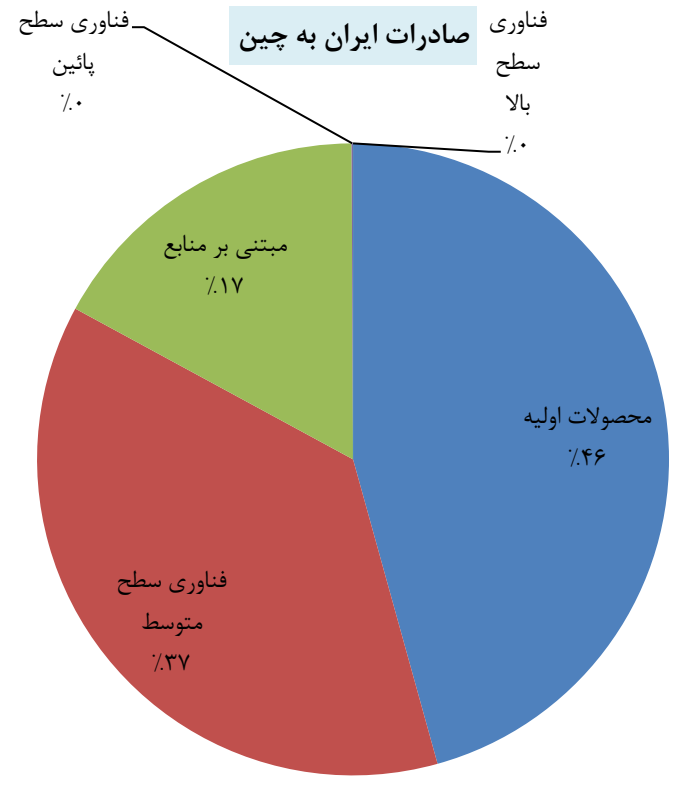
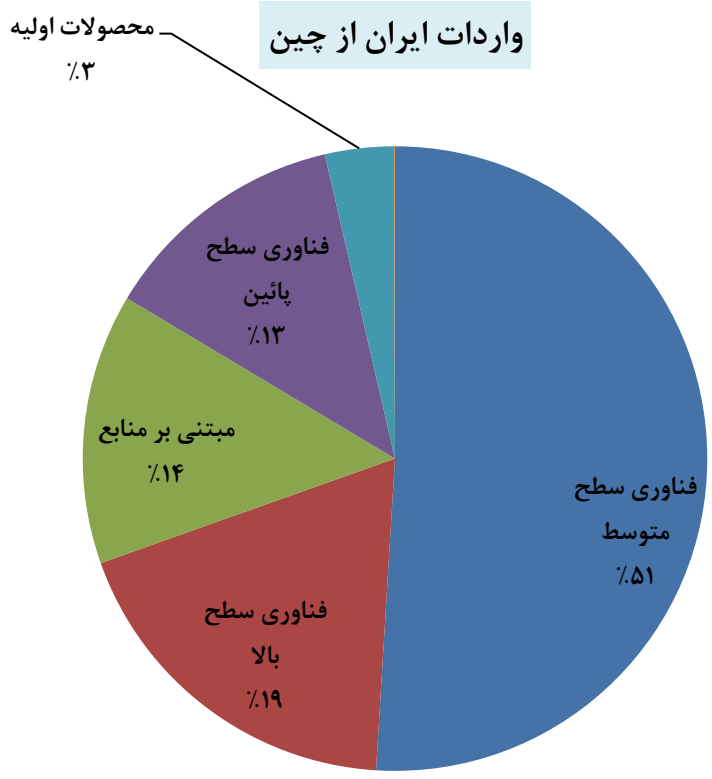
واردات ایران از چین



صادرات ایران به چین



# ساختار تجارت ایران با چین



## اطلاعات مربوط به اقتصاد چین



### مردم

- ۱۵۰ میلیون گردشگر
- ۶۰۴ هزار دانشجو



### سرمایه

- دومین منبع سرمایه گذار
- مستقیم خارجی در جهان
- اولین دریافت کننده سرمایه گذاری مستقیم خارجی ۲۰۲۰

### شرکتها

- ۱۲۳ شرکت چینی در لیست Fortune Global 500 در ۲۰۲۰



### تجارت

- سهم ۱۱٪ تجارت جهانی کالا
- بزرگترین صادرکننده به ۳۳ کشور
- بزرگترین واردکننده از ۶۵ کشور
- مبدا و مقصد نخست واردات / صادرات ایران



### فرهنگ

- دومین گیشه فروش سینمایی دنیا



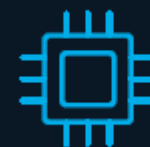
### محیط زیست

- ۴۵٪ سرمایه گذاری دنیا در انرژیهای تجدید پذیر



### اینترنت

- ۸۰۰ میلیون نفر کاربر اینترنت



### تکنولوژی

- ۳۰۰ میلیارد دلار سرمایه گذاری در R&D (رتبه دوم)
- پرداخت ۳۹ میلیارد حق مالکیت معنوی

## اطلاعات کلی تجارت چین

### سهم بخشهای اصلی از تجارت کالا

درصد	سهم بخشهای اصلی از کل واردات	درصد	سهم بخشهای اصلی از کل صادرات
9.1	محصولات کشاورزی	3.3	محصولات کشاورزی
61	تولیدات صنعتی	93.3	تولیدات صنعتی
26.4	تولیدات معدنی و سوختی	3.2	تولیدات معدنی و سوختی
3.5	سایر	0.2	سایر

## اطلاعات کلی تجارت چین

محصولات کشاورزی			
اقلام اصلی وارداتی		اقلام اصلی صادراتی	
شرح تعرفه	HS4	شرح تعرفه	HS4
لوبیای سویا، حتی به صورت خرد شده	HS1201	سبزیجات خشک شده، حتی بریده شده به قطعات یا قاچ شده یا خرده شده	HS0712
عصاره مالت؛ فرآورده‌های غذایی از آرد، بلغور، زبره، نشاسته	HS1901	میوه و سایر اجزای خوراکی نباتات، آماده یا محفوظ شده به نحوی دیگر با یا بدون افزودن قند	HS2008
گوشت حیوانات از نوع گاو، منجمد.	HS0202	سایر سبزیجات آماده یا محفوظ شده	HS2005
روغن نخل و اجزای آن، حتی تصفیه شده ولی از لحاظ شیمیایی تغییر نیافته.	HS1511	فرآورده‌ها از انواعی که برای تغذیه حیوانات مورد استفاده قرار می‌گیرد.	HS2309
پشم، حلاجی نشده و شانه نزده.	HS5101	پیاز، موسیر، سیر، تره‌فرنگی و سایر سبزیجات سیرگونه، تازه یا سرد کرده.	HS0703

## اطلاعات کلی تجارت چین

### محصولات غیر کشاورزی

اقلام اصلی وارداتی		اقلام اصلی صادراتی	
شرح تعرفه	HS4	شرح تعرفه	HS4
مدارهای مجتمع شده (آی سی ها) الکترونیک. □	HS8542	دستگاه‌های فرستنده برای پخش رادیویی یا تلویزیون،	HS8525
نفت خام	HS2709	ماشین‌های خودکار داده‌پردازی و واحدهای آنها	HS8471
سنگ آهن و کنسانتره‌های آن □	HS2601	مدارهای مجتمع شده (آی سی ها) الکترونیک. □	HS8542
گازهای نفتی و سایر هیدروکربورهای گازی شکل. □	HS2711	دستگاه‌های تلفن، شامل تلفن‌هایی برای شبکه‌های رادیو تلفنی یا سایر شبکه‌های بی سیم؛	HS8517
اتومبیل‌های سواری و سایر وسایل نقلیه	HS8703	اجزاء و قطعات و متفرعات فقط یا اساساً مناسب برای استفاده با ماشین‌های ردیف‌های ۷۰ ۸۴ تا ۷۲ ۸۴.	HS8473



## اطلاعات کلی تجارت چین

### سهام بخشهای اصلی از تجارت خدمات

درصد	سهام بخشهای اصلی از کل واردات	درصد	سهام بخشهای اصلی از کل صادرات
21	حمل و نقل	16.3	حمل و نقل
50.5	گردشگری	12.2	گردشگری
27.7	سایر خدمات بازرگانی	60.9	سایر خدمات بازرگانی
0.8	خدمات مربوط به کالا	10.5	خدمات مربوط به کالا

## سایه الگوی وارداتی چین بر ساختار صادراتی ایران

مرغ	برنج	ذرت	گندم	گوشت گاو	خوراک ماهی	سویا	چوب	پوست	پنبه	مس	زغال سنگ	سنگ آهن	آلومینیوم	گاز	نفت	کالا
۱.۶	۴.۱	۱.۱	۱.۳	۷.۴	۶۵.۷	۸۶.۸	۱۱.۷	۶۱.۴	۲۰.۶	۶۶.۴	۵.۷	۸۸.۵	۴۶.۴	۳۰.۳	۶۸.۵	وابستگی چین به واردات

کالاهایی که چین بنا به ملاحظات امنیتی بدنبال خود کفائی

کالاهایی که با افزایش درآمد چینها رابطه مستقیم طبقه متوسط رو به بالا

نفت	
سهم از کل صادرات (درصد)	گروه کالایی
28.71%	پایه پتروشیمی پلیمری
20.49%	پایه پتروشیمی شیمیایی
17.76%	پایه پتروشیمی هیدروکربنی
13.42%	سنگ آهن
8.15%	کاتد مس
5.29%	شمش فولاد

غیر نفتی

## طبقه متوسط چین

- ❖ طبقه متوسط در چین جمعیتی بالغ بر **۴۰۰** میلیون نفر را شامل می شود.
- ❖ پیش بینی می شود **۵۸٪** خانوارهای چینی تا سال **۲۰۳۰** جزء طبقه مرفه یا بالاتر قرار گیرند.
- ❖ میزان واردات چین تا ده سال آینده به **۱۰** تریلیون دلار خواهد رسید.

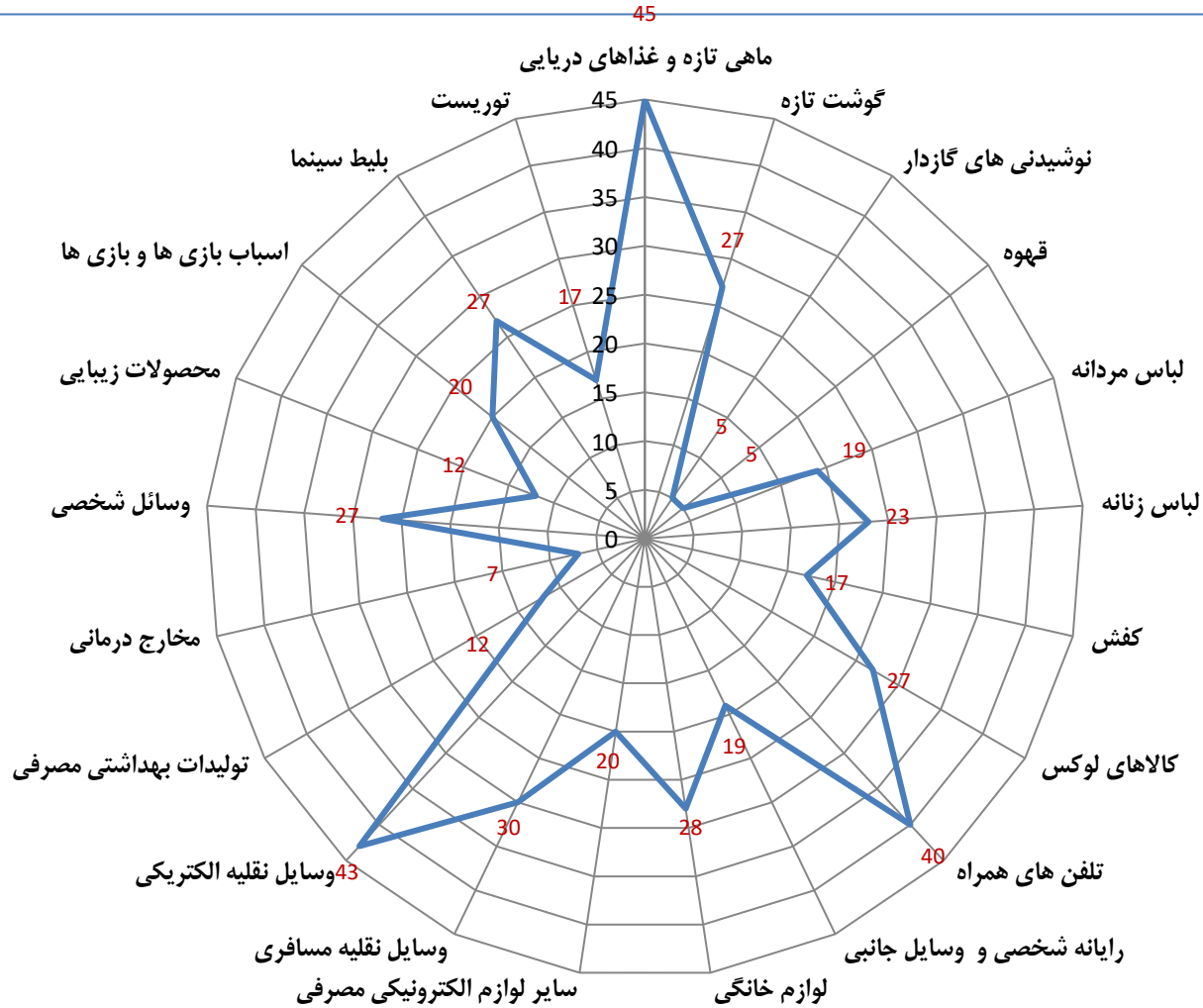
## فرصت های بازار

- ❖ با وجود چالش های بازار چین، گستردگی این بازار، ثروت رو به رشد، تغییر جمعیت و تحول اقتصادی همچنان فرصت هایی را برای حضور شرکتهای خارجی فراهم می سازد.
- ❖ چین به عنوان کارخانه تولیدی جهانی از محرک های رشد اقتصادی دنیاست و در طول دو دهه گذشته، طبقه متوسط این کشور یکی از سریع ترین نرخ های رشد در جهان را تجربه کرده است.
- ❖ تغییر از اقتصاد تولیدی سنتی با دستمزد پایین و نیروی کار فشرده به سمت تولید با ارزش افزوده بالا با فناوری بالا، تقاضای مصرفی برای طیف گسترده ای از محصولات را ایجاد کرده است.
- ❖ در واقع، مصرف کنندگان چینی نقش جهانی مهمی ایفا می کنند و اکنون چین بزرگترین بازار جهان برای بسیاری از محصولات از وسایل نقلیه گرفته تا تهویه مطبوع و بازی های ویدیویی است.
- ❖ عواملی مانند پیری سریع جمعیت، کاهش نیروی کار، کاهش بازده سرمایه، و نیاز به ارائه خدمات به جمعیتی با انتظارات بیشتر هر چند برای دولت چین چالشی جدی است، اما برای شرکتهای خارجی فرصت است.

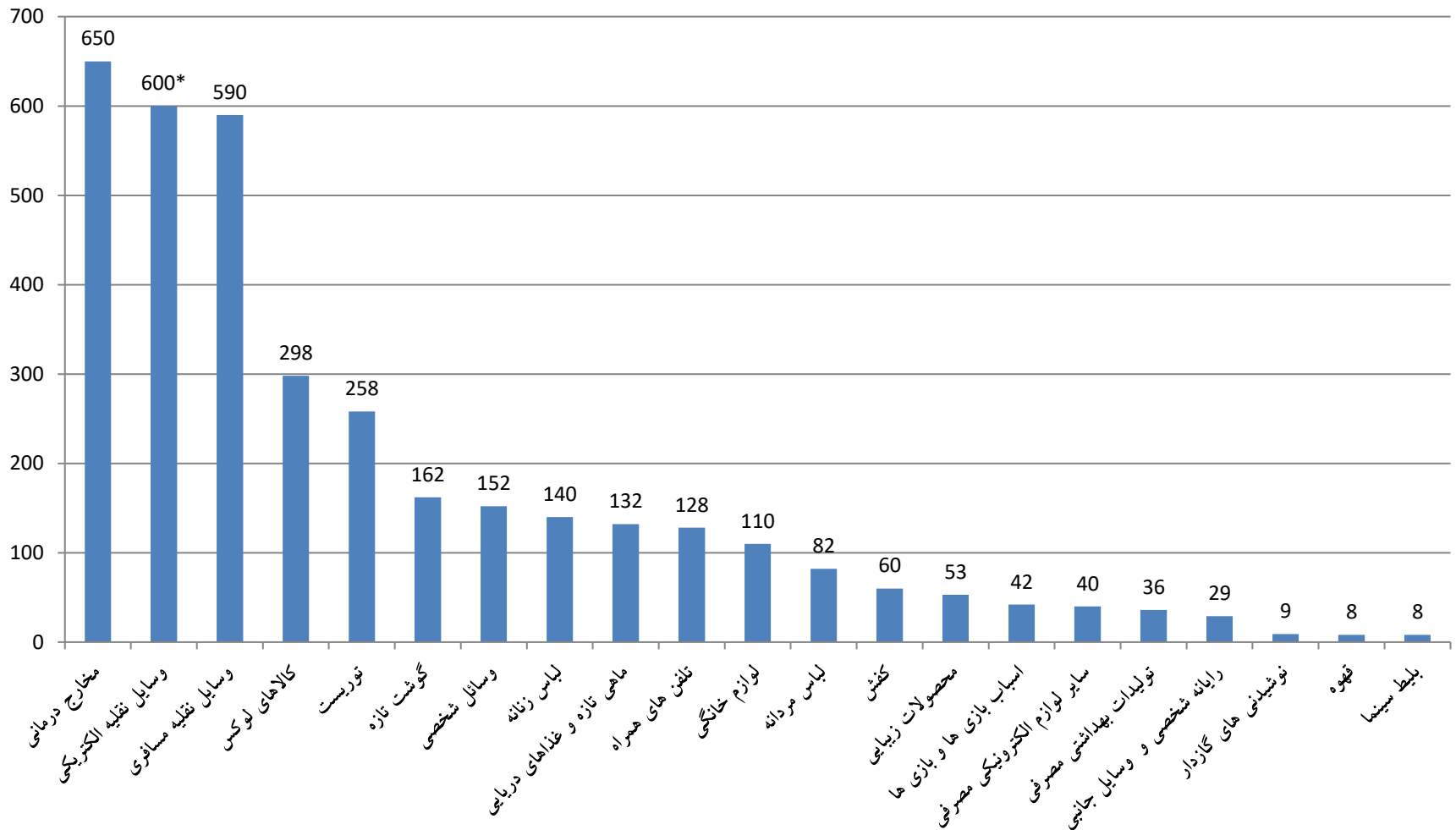
## روند های بازار

- ❖ طبقه متوسط همچنان در حال افزایش است. هنوز هیچ کشور دیگری وجود ندارد که هر ساله به اندازه چین خانوار به طبقه متوسط اضافه کند. و به طور فزاینده ای، این خانوارها با درآمد سالانه بالای ۱۶۰,۰۰۰ یوان به صفوف گروه متوسط و پردرآمد می پیوندند. انتظار می رود طی سه سال آینده، چین ۷۱ میلیون خانوار با درآمد متوسط و بالا اضافه کند.
- ❖ مصرف کنندگان چینی به دنبال برندهای برتر هستند و با وجود چالشهای موجود در اقتصاد چین، با معرفی برندهای محلی مد روز و نوآورانه، بسیاری از برندهای خارجی که زمانی از موقعیت پیشرو در بخش انبوه یا جریان اصلی برخوردار بودند، فشار را احساس می کنند و شاهد کاهش شدید فروش بوده اند.
- ❖ انتخاب چینیهها هوشمندانه تر شده، اما این به معنای مصرف کمتر نیست: در واقع چینیهها در مورد چیزی که می خرند و چگونگی خرید آن هوشمندانه عمل می کنند و در یافتن ارزان ترین راه برای خرید برند مورد نظر خود بسیار خلاق هستند، چه از طریق گروه های WeChat، پلتفرمهای آنلاین مثل Taobao یا آخرین معامله پخش زنده. برخی حتی موفق به مصرف بیشتر می شوند در حالی که هزینه کمتر می کنند.
- ❖ زمانی بود که مصرف کنندگان چینی مشتاق مارک های خارجی بودند و پول بیشتری بابت آنها می پرداختند. آن روزها به پایان رسیده است. شرکت های چینی امروزه محصولات عالی را ارائه می دهند که رقابتی یا حتی گاهی اوقات برتر از همتایان خارجی خود هستند. بنابراین، در حالی که این یک پدیده جدید نیست، ترجیح برندهای محلی در چند سال گذشته شتاب گرفته است. و برخلاف آنچه بسیاری فکر می کنند، غرور ملی تنها عامل محرک نیست. امروز، شرکت های داخلی سریعتر به روندها واکنش نشان می دهند، به مصرف کننده نزدیکتر هستند و سرمایه گذاری های جسورانه تری انجام می دهند.

# سهم چین از مصرف جهانی



## میزان مصرف چین



اعداد به میلیارد دلار  
\* واحد هزار واحد است.








## عملکرد شرکتهای خارجی در بازار چین

تغییر سهم شرکتهای خارجی ۲۰۰۸-۲۰۱۸	سهم شرکتهای خارجی	اندازه بازار (میلیارد دلار)	گروه بندی
↑ 21	52	31	لباس ورزشی
↑ 18	84	25	غذای بچه
↑ 12	40	2	مراقبت از سطح
↑ 12	23	57	کفش
↘ 7	23	28	کیف و چمدان
↘ 6	29	10	نظافت لباس
↘ 5	11	11	اسباب بازی ها و بازی های سنتی
↘ 4	18	50	تنقلات، خوراک مختصر
↘ 3	12	15	لوازم خانگی
↘ 3	7	288	پوشاک
↘ 3	11	9	عینک
↘ 2	5	95	اثاثیه منزل
↘ 1	2	98	جواهر سازی
↘ 0	73	22	تجمل شخصی
↘ 0	55	13	زیبایی و مراقبت شخصی



## عملکرد شرکتهای خارجی در بازار چین

تغییر سهم شرکتهای خارجی ۲۰۰۸-۲۰۱۸	سهم شرکتهای خارجی	اندازه بازار (میلیارد دلار)	گروه بندی
---	-------------------------	--------------------------------	-----------

	0	21	30	لوازم الکترونیکی مصرفی در خانه
	0	37	3	اقلام مصرفی برای سلامتی کودک
	-2	17	2	ظرفشویی
	-2	39	26	رایانه و لوازم جانبی
	-2	13	13	داروهای بدون نسخه
	-2	8	51	لوازم خانگی اصلی
	-3	10	62	لوازم خانگی کوچک
	-4	47	10	ساعت
	-5	7	17	نوشیدنیهای گازدار
	-13	62	528	وسایل نقلیه مسافری
	-13	15	30	بازی های ویدیویی
	-17	40	2	مواد غذایی حیوان خانگی
		13	94	تلفن های هوشمند

## جهت گیریهای صنعتی مناطق چین

## شناسایی بازار چین

- ۱- چین یک بازار واحد و یکپارچه نیست، مجموعه‌ای از بازارهای فرعی است که با ویژگی‌های جمعیتی، اقتصادی و فرهنگی
  - ۲- بین استانهای مختلف از نظر سطح جمعیت، سرانه تولید ناخالص داخلی، میانگین سطح درآمد، عادات مصرف‌کننده، سطح تحصیلات، نرخ سواد، شیوه زندگی و غیره تفاوت‌های زیادی وجود دارد
  - ۳- یک نماینده، توزیع کننده یا شریک چینی که بتواند ذائقه و مخاطبین محلی را شناسایی نماید اغلب برای موفقیت، حیاتی است. با این حال، یافتن شریک مناسب نیاز به صبر و سخت کوشی دارد.
  - ۴- از آنجایی که نمایندگان و توزیع کنندگان در چین اغلب در یک منطقه یا یک محصول تخصص دارند، موفقیت در گسترش به منطقه دیگر تضمین نمی شود.
  - ۵- مقررات محلی را درک کنید.
  - ۶- از حقوق مالکیت معنوی خود محافظت کنید
- شرکت ها و شرکت ها باید قبل از ورود به بازار چین، اقدامات پیشگیرانه ای را برای محافظت از حقوق مالکیت معنوی خود (IPR) تحت قانون جمهوری خلق چین انجام دهند. منابع

اقتصاد چین بزرگتر از مجموع اقتصادهای ژاپن، آلمان و هند است. بزرگترین استان چین، گوانگدونگ، تولید ناخالص داخلی اسمی بزرگتر از اسپانیا دارد. دلتای رودخانه یانگ تسه، که مرکز آن شانگهای است و تقریباً تولید ناخالص داخلی به اندازه آلمان دارد.

## ویژگیهای ورود به بازار چین

اولین گام مؤثر و بهترین استراتژی برای ورود به بازار چین شناسایی موقعیت جغرافیایی بازار (های) هدف و یافتن بهترین مکان

صنعت	استان
پتروشیمی، مواد شیمیایی، دارویی، خودرو، دستگاههای الکترونیکی، مالی	شانگهای (Shanghai)
فناوری اطلاعات، ارتباطات، الکترونیک	پکن (Beijing)
اتومبیل، لوازم الکترونیکی، منسوجات، پوشاک، اسباب بازی، پتروشیمی، مواد شیمیایی	گوانگژو (Guangzhou)
مواد شیمیایی، پارچه، ارتباطات، پتروشیمی، فولاد، مواد غذایی، قطعات خودرو، زیست پزشکی	جیانگ سو (Jiangsu)
فناوری اطلاعات، نیمه هادی، زیست پزشکی، ارتباطات، اطلاعات الکترونیکی	شنژن (Shenzhen)
صنعت سبک، پلاستیک، پارچه، پوشاک، اسباب بازی، متالورژی، لوازم خانگی، مبلمان، وسایل آشپزخانه	ژجیانگ (Zhejiang)
کشاورزی، روغن و مواد غذایی، دارویی	شاندونگ (Shandong)

فعالیت در شهرهای ردیف یک چین (یعنی شانگهای، پکن و گوانگژو)

فعالیت در شهرهای ردیف یک مانند شنژن، تیانجین، ووهان، چونگ چینگ، چنگدو، نانجینگ، چینگدائو، دالیان، سوژو و هانگژو

## قوانین و مقررات

## سیاست ها و مقررات دولت

اگرچه ورود چین به سازمان جهانی تجارت در سال ۲۰۰۱ به آزادسازی فضای تجارت چین تا حدودی کمک کرده است، بسیاری از صنایع همچنان در گیر قوانین و مقررات هستند.



- مبهم بودن قوانین
- اختیاری - اجباری بودن قوانین
- محلی بودن قوانین

## قوانین و مقررات مرتبط با حوزه تجارت

**سه نوع مالیات زیر برای شرکت هایی که کالاهایی را از چین وارد می کنند یا صادر کننده محصولات به چین هستند اعمال می شود:**

- مالیات بر ارزش افزوده (VAT)
- مالیات بر مصرف
- عوارض گمرکی

### **مالیات بر ارزش افزوده برای کالاهای وارداتی**

- از اول آوریل ۲۰۱۹ (۱۲ فروردین ۱۳۹۸)، کلیه کالاهایی که به چین وارد می شوند، مشمول مالیات بر ارزش افزوده ۹ یا ۱۳ درصد می شوند.
- کالاهای خاصی که عمدتاً جزو دسته بندی کالاهای کشاورزی و ابزارهای کاربردی هستند مشمول مالیات ۹ درصدی هستند، و مالیات ۱۳ درصد برای سایر کالاها است.

## قوانین و مقررات مرتبط با حوزه تجارت

### مالیات بر مصرف در چین (CT) محصولات وارداتی مشمول:

- دخانیات یا الکل
- کالاهای لوکس مانند جواهرات و لوازم آرایشی
- محصولات رده بالا مانند اتومبیل و موتور سیکلت

برای کالاهای وارداتی، مالیات بر مصرف، بسته به نوع کالایی که به کشور وارد می شود، متفاوت است.



## قوانین و مقررات مرتبط با حوزه تجارت

### عوارض گمرکی

تعرفه گمرکی سال ۲۰۲۵ چین شامل عوارض واردات و صادرات است و در مجموع ۸،۹۶۰ قلم کالا در این فهرست قرار دارد. عوارض گمرکی بر اساس ارزش یا مقدار محاسبه می شود.

### عوارض واردات

- نرخ عوارض دولت کامله الوداد (MFN)
- نرخ عوارض قراردادی (Conventional duty rates)
- نرخ عوارض ترجیحی ویژه
- نرخ عوارض عمومی
- نرخ تعرفه سهمیه ای (TRQ)
- نرخ عوارض موقت

## قوانین و مقررات مرتبط با حوزه تجارت

### نرخ عوارض MFN

نرخ های MFN متداول ترین نرخ عوارض واردات است. این نرخ بسیار پایین تر از نرخ عوارض عمومی است و برای کالاهای زیر اعمال می شود:

✓ کالاهایی که از کشورهای عضو WTO به چین وارد می شود.

✓ کالاهای وارد شده از کشورهایی که توافقنامه های تجارت دوجانبه شامل مقررات مربوط به MFN را با چین منعقد کرده اند؛

## قوانین و مقررات مرتبط با حوزه تجارت

### نرخ عوارض قراردادی

- برای کالاهایی اعمال می شود که از کشورهایی وارد شده اند که توافقنامه های تجاری منطقه ای با چین دارند که شامل شروط ترجیحی نسبت به نرخ عوارض هستند.
- تاکنون چین با بیش از ۲۳ کشور یا منطقه توافق نامه های تجارت آزاد دو جانبه یا چند جانبه را امضا کرده است. کالاهای وارداتی از این کشورها و مناطق مشمول نرخ متعارف که به طور معمول پایین تر از نرخ عوارض MFN است.
- همچنین به استثنای محصولات اصلی چین به استناد توافق نامه های بین المللی مشمول تعهدات ویژه ای است ، برای کلیه محصولات با منشاء هنگ کنگ و ماکائو تعرفه های صفر اعمال می شود.

## قوانین و مقررات مرتبط با حوزه تجارت

### نرخ عوارض ترجیحی ویژه

طبق این توافقات تجاری، چین متعهد شده برای وارد کردن کالاهای کشورهای طرف توافق، تعرفه‌های پایین‌تری وضع کند تا از این طریق کالاهای کشورهای مذکور قدرت رقابت بالاتری در [بازار](#) داخلی این کشور داشته باشند. این نوع عوارض معمولاً کمتر از نرخ MFN و نرخ عوارض قراردادی هستند.

### نرخ عوارض عمومی:

در مورد کالاهای وارداتی که از کشورها یا سرزمینهایی وارد می‌شوند که شامل هیچ توافق نامه یا معاهده ای نیستند یا مبدا تولید ناشناخته است.

**نرخ تعرفه سهمیه‌ای (TRQ):** براساس این نرخ به کالاهای وارداتی در مقدار سهمیه تعیین شده عوارض کمتری وضع می‌شود و به کالاهای وارداتی بالاتر از میزان سهمیه نرخ‌های تعرفه بالاتری تعلق می‌گیرد. برای مثال، نرخ TRQ برای واردات گندم سهمیه ای یک، نه و یا ده درصد است که به مراتب پایین‌تر از نرخ ۶۵ عوارض MFN و نرخ عوارض عمومی است. در سال ۲۰۲۵ هشت قلم مشمول این تعرفه است.

## قوانین و مقررات مرتبط با حوزه تجارت

### نرخ عوارض موقت:

برای کالاهای وارداتی خاصی تنظیم شده تا واردات را افزایش داده و تقاضای داخلی را تامین کند. در سال ۲۰۱۹، چین نرخ عوارض موقت را اجرا کرد که حتی از تعرفه MFN در ۷۰۶ کالای وارداتی نیز پایین تر است، از جمله در بیش از ۵۰ نوع مواد اولیه داروهای ضد سرطان (صفر درصد)، پوشک (صفر درصد)، عینک آفتابی (شش درصد)، و کائولن (خاک چینی) (یک درصد)

### عوارض صادرات:

عوارض صادرات فقط بر چند محصول منبع محور و کالاهای نیمه ساخته اعمال می شود. از اول ژانویه سال ۲۰۲۵، چین وضع عوارض صادرات بر ۱۰۷ کالای خام صادراتی اعمال می کند. با نرخ ثابت و بدون تغییر را ادامه داد.

## قوانین و مقررات مرتبط با حوزه تجارت

### سایر عوارض

طبق مقررات چین نرخ های قابل توجه بالاتری در مورد اقداماتی مانند دامپینگ و ضد یارانه، ممکن است اعمال شود. همچنین تعرفه های تلافی جویانه می تواند برای کالاهایی که از کشورها یا مناطقی که توافق های تجاری را نقض می کنند، اعمال شود.

در جریان جنگ تجاری ایالات متحده و چین، این کشور تعرفه های تلافی جویانه بر کالاهای آمریکایی به ارزش ۱۱۰ میلیارد دلار از جمله گوشت گاو، بره، گوشت خوک، سبزیجات، آب میوه، روغن پخت و پز، چای، قهوه، یخچال و مبلمان اعمال کرده است.

## قوانین و مقررات مرتبط با حوزه تجارت

### نرخ مالیات بر درآمد شرکت ها در چین ۲۵ درصد است.

این قانون مالیاتی شامل استثنائاتی برای نرخ ثابت ۲۵ درصدی است: یکی برای شرکت های واجد شرایط در مقیاس کوچک و کم سود که ۲۰ درصد پرداخت می کنند و دیگری برای تشویق سرمایه گذاری توسط شرکت های فناوری پیشرفته که ۱۵ درصد پرداخت می کنند.

### Go West



سیاست های توسعه اقتصادی غرب چین به منظور کاهش نابرابری های اقتصادی و اجتماعی میان مناطق پیشرفته و کمتر توسعه یافته این کشور و تحت عنوان کارزار به سمت غرب (Go West) از جمله برنامه های در دست اقدام دولت چین از سال ۲۰۲۰ است. این سیاست ها شامل افزایش سرمایه گذاری در زیرساخت ها، حمایت از صنایع محلی و تبادل فناوری با مناطق شرقی کشور است. با این هدف، کمیسیون ملی توسعه و اصلاحات (NDRC) فهرست جدید صنایع مورد حمایت در استان های غربی چین را منتشر نموده که از ۱ ژانویه ۲۰۲۵ اجرایی شده است.

## واردات ممنوع و محدود

ورود اقلام زیر به چین ممنوع است: اسلحه، مهمات و مواد منفجره از هر نوع. ارزهای تقلبی و اوراق بهادار قابل معامله تقلبی؛ فیلم ها یا عکس هایی که برای منافع سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اخلاقی چین مضر تلقی می شوند. سموم کشنده؛ مواد مخدر غیرقانونی؛ حیوانات و گیاهان ناقل بیماری؛ غذاها، داروها و سایر اقلام که از مناطق مبتلا به بیماری می آیند. لباس های قدیمی/دست دوم؛ و ارز محلی. (RMB) اقلام غذایی حاوی رنگ های خوراکی خاص و افزودنی هایی که توسط کمیسیون ملی بهداشت و تنظیم خانواده (NHFP) برای سلامت انسان مضر تلقی می شوند نیز ممنوع هستند.



# قوانین و مقررات مرتبط با حوزه تجارت

1. به استناد بخش نامه های ۲۴۸ و ۲۴۹ گمرک چین، شرکتهای حوزه محصولات کشاورزی و مواد غذایی که تمایل دارند محصولات خود را به بازار چین عرضه نمایند از ابتدای سال ۲۰۲۲ مکلف شده اند که در سامانه پنجره واحد چین ثبت نام نمایند. اطلاعات مربوط به شرکتهای ثبت شده در گمرک چین به تفکیک رسته فعالیت و کشور از طریق سامانه <https://ciferquery.singlewindow.cn> در اختیار قرار دارد. فرایند ثبت نام شرکتهای ایرانی در سامانه گمرک چین با توجه به حوزه فعالیت ایشان از طریق سازمان حفظ نباتات، سازمان دامپزشکی و سازمان غذا و دارو قابل انجام است.

https://ciferquery.singlewindow.cn



中华人民共和国海关总署  
General Administration of Customs of the People's Republic of China

## 进口食品境外生产企业注册信息

Registration information of overseas manufacturers of imported food

## 港澳台地区生产企业注册信息

产品类别  
CATEGORY  
按空格键检索支持模糊查询

在华注册编号  
CHINA REG. NO.  
请输入在华注册编号

所在国家(地区)  
COUNTRY(REGION)  
伊朗-Iran

状态  
STATE  
全部

所在国家(地区)注册编号  
OVERSEAS REG. NO.  
请输入所在国家(地区)注册编号

企业名称  
ENTERPRISE NAME  
请输入企业名称

查询 重置

序号 NO.	国家(地区) COUNTRY(REGION)	产品类别 CATEGORY	在华注册编号 CHINA REG. NO.	所在国家(地区)注册编号 OVERSEAS REG. NO.	企业名称 NAME	生产场所地址 ADDRESS	注册日期 REG. DATE	注册有效期 EXP. DATE	状态 STATE
1	伊朗	水产品	CIRN18FV1810010001	803	Ferdos Seyd Co., LtdKASRA	Iran, Islamic Republic	2018-10-01	2023-09-30	注销
2	伊朗	水产品	CIRN18FV1810010002	809	Kavian	Iran, Islamic Republic	2018-10-01	2023-09-30	注销
3	伊朗	水产品	CIRN18FV1810010003	810	Sadaf Industrial Fishing Co., AFSoOn	Iran, Islamic Republic	2018-10-01	2023-09-30	注销
4	伊朗	水产品	CIRN18FV1810010004	811	Ferdos Seyd Co., LtdHANY	Iran, Islamic Republic	2018-10-01	2023-09-30	注销
5	伊朗	水产品	CIRN18FV1810010005	812	Ferdos Seyd Co., LtdSETAREH JONOUB	Iran, Islamic Republic	2018-10-01	2023-09-30	注销
6	伊朗	水产品	CIRN18FV1810010006	818	Farsi	Iran, Islamic Republic	2018-10-01	2023-09-30	注销
7	伊朗	水产品	CIRN18PP1810010001	700	mah Protein	Iran, Islamic Republic	2018-10-01	2028-09-30	有效
8	伊朗	水产品	CIRN18PP1810010002	7001	Ghezel Protein Sami Gharb Co.	Iran, Islamic Republic	2018-10-01	2028-09-30	有效
9	伊朗	水产品	CIRN18PP1810010003	7007	Dornika Zarrin Khalij Fars	Iran, Islamic Republic	2018-10-01	2028-09-30	有效
10	伊朗	水产品	CIRN18PP1810010004	7013	Bushehr Persian	Iran, Islamic Republic	2018-10-01	2028-09-30	有效

## شیوه حضور در بازار و ثبت شرکت

## شیوه حضور در بازار چین

معایب	مزایا	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- بالا بودن هزینه اولیه راه اندازی</li> <li>- طولانی بودن دوره بازگشت سرمایه</li> <li>- عدم دسترسی به شرکایی برای سرمایه گذاری مشترک</li> <li>- بالا بودن هزینه های راه اندازی و عملیاتی</li> <li>- محدودیتهای برخی از صنایع</li> <li>- حداقل تعداد کارمندان</li> <li>- چالشهای مالیاتی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- سطح بالای کنترل مدیریتی</li> <li>- استخدام افراد مورد نظر بدون محدودیت</li> <li>- انعطاف پذیری بیشتر</li> <li>- تبدیل سود به سایر واحدهای پولی</li> <li>- سطح بالاتر حمایت از حق مالکیت معنوی</li> </ul>	مالکیت شرکت کاملاً خارجی باشد
<ul style="list-style-type: none"> <li>- کنترل مدیریتی کمتر</li> <li>- حیاتی بودن یافتن یک شریک قابل اعتماد</li> <li>- چالش موافقت با شرایط شریک تجاری</li> <li>- مخاطرات بالقوه برای حقوق مالکیت معنوی</li> <li>- موفقیت ممکن است بستگی به داشتن نیروهایی محلی برای انجام امور داشته باشد</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- اجباری بودن برای برخی از صنایع</li> <li>- امکان استفاده از شبکه های فروش موجود و پایگاه مشتری</li> <li>- دسترسی به منابع موجود شرکا</li> <li>- تجهیزات تولید</li> <li>- هزینه پایین تر (مدیریت محلی)</li> </ul>	سرمایه گذاری مشترک
<ul style="list-style-type: none"> <li>- قادر به تجارت نیست</li> <li>- استخدام نیروی کار بوسیله شخص ثالث</li> <li>- محدودیت تعداد کارمندان</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- سرعت در راه اندازی کسب و کار</li> <li>- هزینه های پایین تر</li> <li>- مناسب برای بازاریابی، حسابرسی و مدیریت</li> </ul>	داشتن نمایندگی



## ثبت شرکت در چین

### رتبه چین در کسب و کار جهانی

2018 DOING BUSINESS 2018 78<sup>th</sup>

2019 DOING BUSINESS 2019 46<sup>th</sup>

2020 DOING BUSINESS 2020 31<sup>th</sup>

**موارد یازده گانه ای برای سنجیدن این شاخص وجود دارد:**  
**شامل پروسه های ثبت و انحلال شرکت ، انتقال و ثبت دارایی ، انجام امور مالیاتی ، سرمایه گذاری ، سهولت انجام امور قراردادی**  
**در زمینه سهولت ثبت شرکت : چین در سال ۲۰۱۹ با امتیاز ۹۳.۵۲ در درجه ۲۸ قرار دارد .**

## ثبت شرکت ، مدارک لازم، هزینه ها

- گرفتن لایسنس شرکت از اداره صنایع و بازرگانی و مجوز ساخت مهر های لازم
- افتتاح حساب بانکی
- ثبت در اداره مالیات
- مجوز واردات و صادرات

ثبت شرکت با یک کپی پاسپورت قابل انجام است که باید توسط دارالترجمه رسمی و سفارت چین در ایران تایید شده باشد.

سابقا نامه اعتباری از بانک و اعلام موجودی هم لازم بود که البته در بعضی موارد ممکن هست درخواست شود .

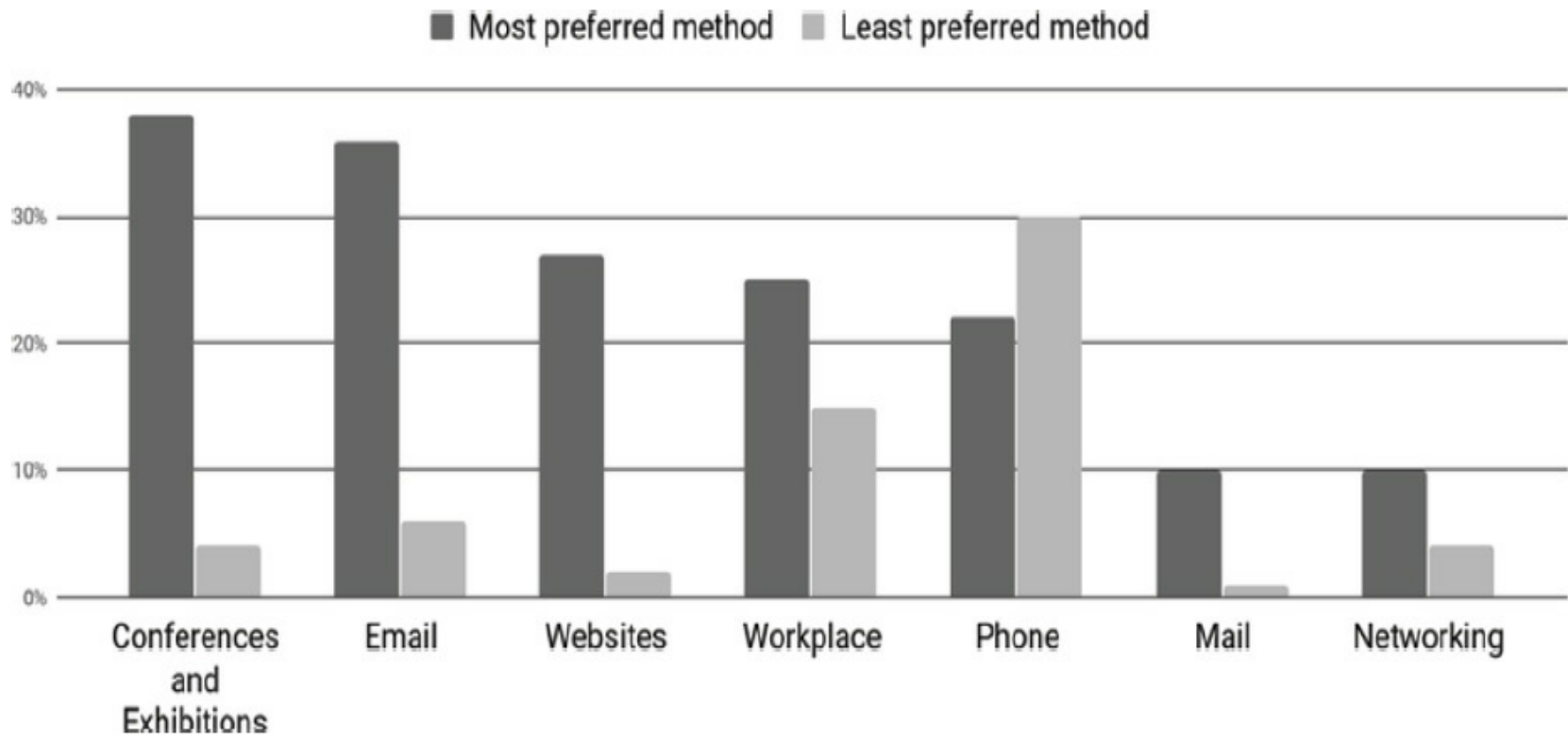
با این وجود در برخی مناطق آزاد نیازی به ترجمه رسمی پاسپورت هم نیست .

## ثبت شرکت ، مدارک لازم، هزینه ها

هزینه تقریبی	زمان	نوع مدارک مربوطه زمان	ردیف
۱۵۰۰-۲۰۰۰ یوان	۷ تا ۱۰ روز کاری	نام شرکت ، موسس، سهامدار، بازرس، (اصل و کپی پاسپورت)، تلفن ایمیل اساسنامه شرکت (که می تونید از تمپلیتهای موجود و با تغییرات استفاده کنید) قرارداد اجاره کپی سند ملک و تلفن ثابت تکمیل فرمهای مربوطه	تاسیس شرکت
۵۰۰-۱۲۰۰ یوان	۳ تا ۵ روز کاری	نسخه اصل و کپی لایسنس شرکت ، اصل و کپی پاسپورت ، مهر شرکت ، اساسنامه، تکمیل فرمهای مربوطه،	تغییرات زمینه
۱۵۰۰-۲۰۰۰ یوان	۳ تا ۵ روز کاری	نسخه اصل و کپی لایسنس شرکت، اصل و کپی پاسپورت موسس شرکت ، ، اصل و کپی پاسپورت سهامداران جدید ( بعضی وقتها عکس یک اینچ سهامداران هم لازم میشه و رزومه اونها) مهر، گزارش سود و زیان شرکت ، مشخصات سهامداران	تغییرات سهامداران

## چگونه در چین مشتریان خود را پیدا کنیم

## مهمترین راههای ارتباطی با شرکتهای چینی



Source: B2B International



## نمایشگاه‌های چین

❖ فعال ترین ماه‌ها برای رویدادها مارس، ژوئن و سپتامبر

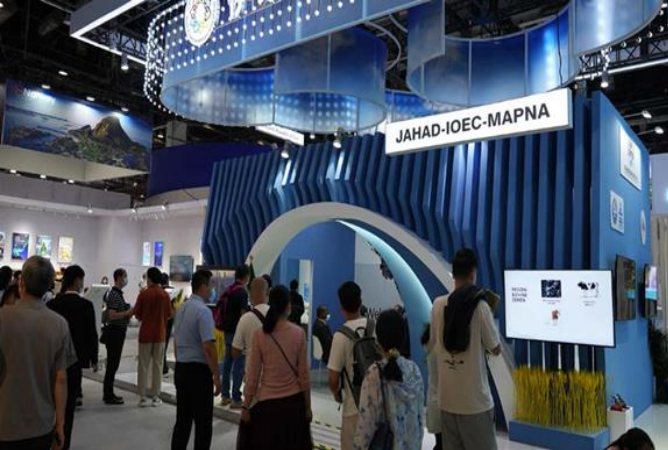
رایج ترین سایت‌های نمایشگاهی:

- شانگهای
- گوانگژو
- پکن

معروفترین نمایشگاه‌ها:

- نمایشگاه کانتون
- نمایشگاه شرق چین (ECF (East China Fair
- شانگهای Automechanika
- نمایشگاه واردات شانگهای
- نمایشگاه تجارت خدمات پکن

## حضور در نمایشگاههای چین



## حضور در نمایشگاههای چین





# حضور در نمایشگاه‌های چین



## بهترین ترتیب و روشهای برقراری ارتباط

- (1) حضور منظم و استراتژیک در نمایشگاه های تجاری و کنفرانس ها برای برقراری ارتباط اولیه ، حفظ آگاهی از نام تجاری
- (2) یک وب سایت واضح ، با طراحی زیبا و درک آسان ضروری است.  
گزینه زبان چینی یا نسخه ساده شده سایت به زبان چینی توصیه می شود.  
انتظار متقابل از همکار چینی
- (3) حضور کسب و کار شما در سایت ها و برنامه هایی مانند WeChat ، Alibaba.com ، 1688.com ، Globalsources.com
- (4) ملاقات حضوری برای پیشبرد امور پس از برقراری تماس اولیه و نشان دادن علاقه ضروری است.

## الزامات اصلی چینها از خارجيها (غير از قيمت)

Most Important

Quality of product or service

Established company

Reliability of delivery or service

Have worked for similar companies

Understands my needs, wants to meet my needs

People I can work with

Local presence

Aftersales service

Least important

## پروتکل برگزاری جلسات در چین

**۱. ورود به جلسه:** به ترتیب رتبه، احترام زیاد به رئیس هیئت چینی، معرفی سایر اعضای گروه توسط بالاترین رتبه

سعی کنید اسامی، موقعیت ها و رتبه های شرکای چینی را که از قبل ملاقات می کنید دریافت کنید تا برای جلسه خود آماده شده و آنها را به یادداشت های خود اضافه کنید.

### ۲. سلام احترام آمیز

سر تکان دادن و لبخند زدن در جلسات تجاری رسمی، دست دادن، تماس چشمی را مختصر

می توانید "您好" (nǐ hǎo) – سلام یا "很高兴认识你" (hěn gāoxìng rènshí nǐ) – از آشنایی با شما خوشحالم)

### ۳. کارت ویزیت

با هر دو دست می پذیرید و کارت خود را با هر دو دست به طرف چینی می دهید

مطمئن شوید که مشخصات شرکت خود را به زبان ماندرین و انگلیسی روی کارت ویزیت خود قرار داده اید.

## پروتکل برگزاری جلسات در چین

### ۴. حفظ کردن وجه

از تحقیر، طعنه، انتقاد آشکار و منفی پرهیز کنید. جواب منفی شدید ندهید.

### ۵. صرفاً درگیر بحث تجاری نشوید

مردم چین، مانند سایر نقاط جهان، اغلب مکالمات خود را با یک مکالمه غیر رسمی آغاز می کنند.

به خاطر داشته باشید که جلسات تجاری اغلب ۹۵٪ مکالمه محاوره ای هستند تا یکدیگر را بشناسید و ببینید آیا می توانید با هم دوست شوید و در نتیجه با هم تجارت کنید. فقط ۵ درصد صحبت تجاری واقعی است. این کاملاً برعکس جلسات تجاری غربی است.

موضوعات بی حاشیه محاوره ای مانند آب و هوا، سفر و غذا را مطرح کنید. صحبت درباره برداشت های مثبت خود از چین در چنین جنبه هایی همیشه مورد استقبال است. از بحث های سیاسی، به ویژه بحث های مربوط به هنگ کنگ، تایوان، تبت و به طور کلی حقوق بشر خودداری کنید.



## عوامل و تکنیک های فروش

**شبکه خوب (guanxi):** روش چینی همیشه ایجاد یک شبکه خوب، (guanxi) است. مفهوم guanxi که به داشتن اعتماد شخصی و رابطه قوی در تجارت اشاره دارد، همچنان یک عامل کلیدی برای مشارکت های موفق است. به خاطر داشته باشید که این یک فرآیند طولانی مدت و صبورانه است. داشتن دانش عمومی خوب از چین به ایجاد guanxi کمک می کند. آشنایی با جنبه های مختلف فرهنگ آن به تسهیل ارتباطات اولیه کمک می کند و به ایجاد پایه های قوی برای روابط تجاری کمک می کند.

**معرفی رسمی:** معرفی شدن به یک شریک تجاری بالقوه چینی از طریق یک واسطه، به موفقیت تجاری شما کمک می کند. زیرا آنها معمولاً ترجیح می دهند با افرادی که ارتباط شخصی با آنها دارند تجارت کنند. به عبارت دیگر، هر چه واسطه شما جایگاه اجتماعی بالاتری داشته باشد، شانس موفقیت شما بیشتر خواهد بود.

**ارتباط مستمر:** بخش مهمی از guanxi اعتماد بین دو طرفی است که تجارت می کنند، بنابراین ارتباط مداوم، بازدیدهای مکرر در محل و شفافیت همگی نقش قابل توجهی در مشارکت های موفق دارند.

### هدیه دادن:

هدایا مورد استقبال تجار چینی قرار می گیرند و بدون شک اعتماد و روابط را تقویت می کنند. هدایایی که منحصر به ایران هستند و/یا لوگوی شرکت شما را دارند معمولاً مناسب ترین هستند.

## شیوه حضور در بازار چین

نبایدها	بایدها
<ul style="list-style-type: none"> <li>• اعتماد به شنیده ها یا اطلاعات دست چند شرکای چینی</li> <li>• فرض بر اینکه در سراسر چین شرایط بازار مشابه است</li> <li>• سرمایه گذاری برای حضور محلی قبل از تحقیق دقیق در مورد بازار</li> <li>• انتخاب شرکا یا کارمندان محلی قبل از احراز صلاحیت</li> <li>• فرض بر اینکه حق مالکیت به طور خود کار طبق قوانین چین محافظت می شود</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• انجام تحقیقات اولیه</li> <li>• انجام تحقیقات گسترده بازار قبل از ورود</li> <li>• تقسیم بازار (براساس جغرافیا، درآمد و عادات مشتری)</li> <li>• انتخاب بهترین شیوه ورود با توجه به نتایج تحقیق</li> <li>• تعیین بهترین مسیر برای شراکت با چینها</li> <li>• مشاوره با کارشناسان حقوقی برای تدوین بهترین استراتژی IPR برای چین</li> <li>• ثبت علائم تجاری در چین قبل از ورود به بازار</li> <li>• انجام ارزیابی صلاحیت در مورد شرکا و کارمندان</li> </ul>

## کانالهای فروش محصولات

صادرکنندگان که وارد بازار چین می شوند باید مناسب ترین کانال فروش را برای محصولات و خدمات خود در نظر بگیرند. گزینه ها شامل موارد زیر است:

- ❖ شرکت های تجاری و توزیع کنندگان: به عنوان واسطه هایی عمل می کنند که کالاها را در مقادیر زیاد خریداری می کنند تا دوباره به خرده فروشان بفروشند.
- ❖ نمایندگان فروش: برای فروش محصولات کمیسیون دریافت کنید.
- ❖ تجارت الکترونیک: معاملات تجاری را به صورت آنلاین انجام دهید .

توزیع کنندگان و نمایندگان ممکن است در استان ها یا مناطق خاص یا در سراسر کشور فعالیت کنند و ممکن است حقوق انحصاری فروش محصولات در یک منطقه خاص را داشته باشند. صادرکنندگان ممکن است چندین کانال فروش داشته باشند که ممکن است بسته به صنعت یا منطقه متفاوت باشد.

# قرارداد



نمونه قرارداد

买卖合同

# SALES CONTRACT

**Contract No.:**

**Date:**

**Buyer:**

**Seller:**

- 1 Commodity Origin:
- 2 Specifications/Quality
- 3 Quantity
- 4 Price
- 5 Payment Terms
- 6 Weight and Quality Inspection
- 7 Shipment / Delivery
- 8 Destination
- 9 General Terms
- 10 Arbitration

Signature of the Buyer:

Signature of the Seller:

Date:

Date:

## نمونه شرط داوری

### نمونه شرط داوری مرکز داوری اتاق بازرگانی ایران

کلیه اختلافات و دعاوی ناشی از این قرارداد و یا راجع به آن از جمله انعقاد، اعتبار، فسخ، نقض، تفسیر یا اجرای آن به مرکز داوری اتاق ایران ارجاع میگردد که مطابق با قانون اساسنامه و آئین داوری آن مرکز با رأی یک یا سه نفر داور بصورت قطعی و لازم الاجراء حل و فصل گردد. داور(ان) علاوه بر مقررات حاکم، عرف تجاری ذیربط را نیز مراعات خواهد (خواهند) نمود. شرط داوری حاضر، موافقتنامه ای مستقل از قرارداد اصلی تلقی می شود و در هر حال لازم الاجراء است

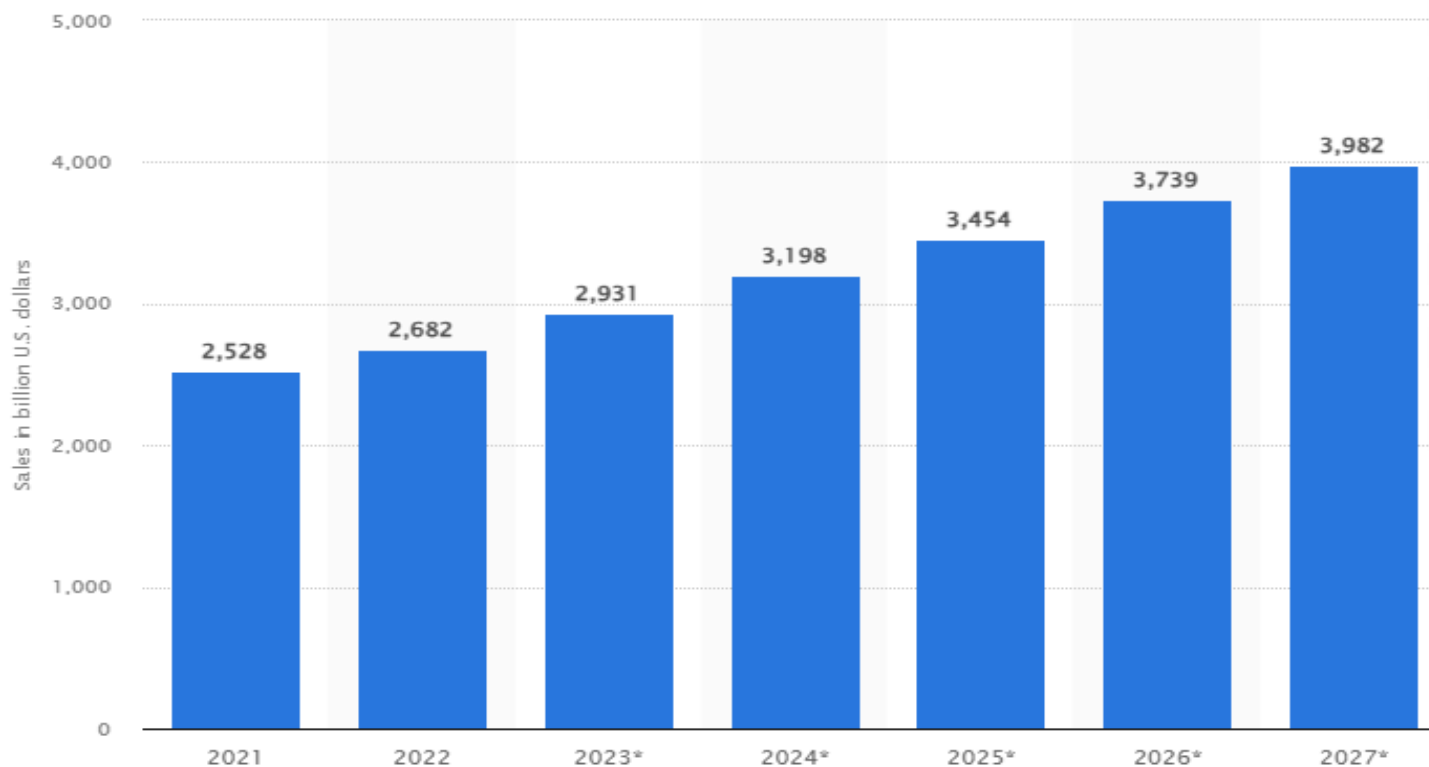
### تفاهم نامه مرکز داوری اتاق بازرگانی ایران و کمیسیون داوری تجاری بین المللی چین

Any dispute arising from or in connection with the Contract shall be settled through friendly negotiation. In case no settlement is reached, the dispute shall be submitted to China International economic and Trade Arbitration Commission (CITAC), Commission for arbitration in accordance with its rules in effect at the time of applying for arbitration. The arbitral award is final and binding upon both parties.

# تجارت الکترونیک در چین

## تجارت الکترونیک در چین

چین بزرگترین بازار تجارت الکترونیک در سطح جهان است که تقریباً ۵۰ درصد از تراکنش‌های جهان را ایجاد می‌کند. در سال ۲۰۲۲، ارزش فروش خرده‌فروشی تجارت الکترونیک چین حدود ۲.۶۸ تریلیون دلار آمریکا بود. پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد که خرده‌فروشی آنلاین در چین تا سال ۲۰۲۷ به چهار تریلیون دلار آمریکا نزدیک خواهد شد.





## فروش محصولات از طریق پلتفرمهای آنلاین چین

تجارت الکترونیکی داخلی (B2C)، تجارت الکترونیکی فرامرزی و تجارت الکترونیکی B2B

فضای تجارت الکترونیکی در چین تحت سلطه سیستم های داخلی یعنی [Taobao](#) و [Tmall](#) که متعلق به علی بابا است (۵۰.۹٪ سهم بازار) و [JD.com](#) (۱۶.۷٪ سهم بازار) است. [Pinduoduo](#)، مدل جدیدی از شرکت تجارت الکترونیکی رسانه های اجتماعی است که از خرید گروهی استفاده می کند، طی دو سال گذشته ده ها رقیب را پشت سر گذاشته و با ۱۳،۷ درصد سهم از بازار، به سومین پلتفرم بزرگ تبدیل شده است. پلتفرم های دیگر از جمله [Yihaodian](#)، [Vipshop](#)، [Gome](#)، [Dianping](#)، [Suning](#)، [Little Red Book \(Xiaohongshu\)](#)، [Kaola](#)، [Dangdang](#)، [Mogujie](#) و [JuMei](#)، سایر سهم بازار را تشکیل می دهند.



天猫 Tmall.com



## تجارت الکترونیک در چین

"روز مجردین"، ۱۱ نوامبر شلوغ ترین روز خرید آنلاین سال در چین است که تخفیف های کلان در هر بستر تجارت الکترونیکی ارائه می شود.

امسال تراکنش های روز مجردی ۲۷ درصد نسبت به سال قبل افزایش یافت و به ۱.۴۴ تریلیون یوان (۲۰۳.۶ میلیارد دلار) رسید.



**THE WORLD'S  
BIGGEST SALE**

STARTING NOV 11<sup>TH</sup>

## تجارت الکترونیک در چین



پخش زنده یک شکل بسیار محبوب از تجارت الکترونیک در چین است که در آن صاحب نظران کلیدی (KOLS) پخش ویدیویی زنده از خود را انجام می دهند در حالی که کالاهای مختلف را برای مخاطبان خود به بازار عرضه می کنند. پخش زنده کاربران تجارت الکترونیک به ۳۸۸ میلیون نفر رسید که ۳۹.۲ درصد از کل کاربران اینترنتی چینی را تشکیل می دهند. پنج پلتفرم برتر پخش زنده برای خرید زنده عبارتند از JD.com, Taobao, Douyin, Xiaohongshu کتاب قرمز کوچک با محصولات از جواهرات و لوازم آرایشی گرفته تا خودرو و املاک و مستغلات.





# پایون ملی ایران در JD

JD یکی از سه پلتفرم بزرگ چین در فروش آنلاین



## 伊朗国家馆

刚刚在京东看到一个不错的店铺，好东西要一起分享，...





# پایون ملی ایران در JD

JD یکی از سه پلتفرم بزرگ چین در فروش آنلاین



## پتانسیل صادراتی ایران به چین

پتانسیل استفاده نشده		صادرات واقعی (دلار)	پتانسیل صادرات (دلار)	محصول
درصد	میلیون دلار			
۲۹	۹۲۷.۹	۲.۴ میلیارد	۳.۲ میلیارد	لاستیک و پلاستیک
۳۶	۸۵۴.۳	۱.۷ میلیارد	۲.۳ میلیارد	مواد شیمیایی
۶۴	۲۷۳.۸	۱۷۰.۲ میلیون	۴۲۷.۷ میلیون	فلزات (به استثنای آهن و فلزات گرانبها)
۹۹	۱۷۳.۴	۹۷۷.۹ هزار	۱۷۴.۴ میلیون	محصولات غذایی فراوری شده
۹۳	۱۰۱.۱	۸.۳ میلیون	۱۰۸.۹ میلیون	ماهی و صدف
۱۰۰	۱۰۷.۳	۶۱.۵ هزار	۱۰۷.۴ میلیون	ماشین آلات
۹۸	۱۰۳.۷	۲.۰ میلیون	۱۰۵.۷ میلیون	میوه
۸۲	۷۲.۰	۱۶.۰ میلیون	۸۸.۱ میلیون	آجیل
۹۲	۶۳.۷	۷.۰ میلیون	۶۹.۳ میلیون	فلزات آهنی

# پتانسیل های صادراتی ایران به چین

(به غیر از محصولات شیمیایی، پتروشیمی و معدنی)

فروش و  
صنایع  
دستی

مواد  
غذایی

کالای  
کودک

گیاهان  
دارویی

شیلات

گردشگری

فناوری  
نو

## صادرات محصولات کشاورزی و مواد غذایی

- ❖ واردات، صادرات و تولید کشاورزی چین از زمان پیوستن به سازمان جهانی تجارت در سال ۲۰۰۱ بسیار گسترش یافته است. واردات مواد غذایی این کشور در سال ۲۰۲۳ به ۱۴۰ میلیارد دلار رسیده است.
- ❖ محصولات کشاورزی و غذایی در چین با مقررات پیچیده، غیرشفاف و همیشه در حال تغییر مواجه هستند
- ❖ تجزیه و تحلیل بیش از ۳۰۰ میلیون کاربر Tmall نشان می‌دهد که مصرف‌کنندگان چینی اکنون سبک زندگی سالم‌تری را دنبال می‌کنند، بیشتر به مواد مغذی و عملکردهای غذا اهمیت می‌دهند، تغییرات ناشی از فناوری‌های پیشرفته و غذای با طعم طبیعی را ترجیح می‌دهند.
- ❖ ظرفیت‌های صادراتی:
  - محصولات لبنی
  - محصولات ماهی
  - محصولات گوشتی
  - میوه تازه
  - مواد غذایی آماده و نیم آماده
  - آجیل





## صادرات محصولات کشاورزی و مواد غذایی

### ❖ نمایشگاه‌های مهم حوزه مواد غذایی:

<https://www.sialchina.com/>

نمایشگاه مواد غذایی چین

<https://www.cfaa.cn/lxweb/toIndex.action?type=fic.en>

مواد اولیه غذایی چین

<https://www.fhcchina.com/en>

غذای چین

<https://chinaseafoodexpo.com/>

نمایشگاه شیلات و غذاهای دریایی چین

## آبزیان

### آبزیان:

#### میگوها و میگوهای یخ زده، حتی دودی (کد تعرفه 030617):

جدول زیر روند صادرات میگوها و میگوهای یخ زده، حتی دودی ایران به جهان و چین را به استناد آمار گمرک ایران در پنج سال اخیر نشان می‌دهد.

Unit: 1000 USD					
	2019	2020	2021	2022	2023
میزان صادرات ایران به جهان	74,042	32,248	76,233	109,333	112,982
میزان صادرات ایران به چین	4,722	238	28,219	17,374	20,328

جدول زیر کشورهای اصلی صادرکننده میگوها و میگوهای یخ زده، حتی دودی به چین را به استناد آمار مرکز تجارت بین المللی (ITC) در پنج سال اخیر نشان می‌دهد.

Unit : 1000 USD

Exporters	Imported value in 2019	Imported value in 2020	Imported value in 2021	Imported value in 2022	Imported value in 2023
World	3,981,083	3,107,150	3,699,525	5,649,987	5,360,321
Ecuador	1,848,727	1,689,580	2,172,887	3,542,296	3,547,927
India	911,280	607,164	724,666	924,007	792,547
Thailand	254,888	165,506	206,134	241,341	262,633
Argentina	254,201	182,897	104,234	145,634	231,171

## زعفران

### زعفران (کد تعرفه 091020):

جدول زیر روند صادرات زعفران ایران به جهان و چین را به استناد آمار گمرک ایران در پنج سال اخیر نشان می‌دهد.

Unit: 1000 USD					
	2019	2020	2021	2022	2023
میزان صادرات ایران به جهان	274,570	235,702	154,191	201,835	253,456
میزان صادرات ایران به چین	2,549	15,222	53,380	30,445	80,306

جدول زیر کشورهای اصلی صادرکننده زعفران به چین را به استناد آمار مرکز تجارت بین الملل (ITC) در پنج سال اخیر نشان می‌دهد.

Unit : 1000 USD					
Exporters	Imported value in 2019	Imported value in 2020	Imported value in 2021	Imported value in 2022	Imported value in 2023
World	2,468	11,153	31,646	13,036	26,515
Iran, Islamic Republic of	2,452	11,132	31,635	12,975	26,505
Greece	0	21			9

## خرما

### خرمای خشک و تازه (کد تعرفه 080410):

جدول زیر روند صادرات خرمای خشک و تازه ایران به جهان و چین را به استناد آمار گمرک ایران در پنج سال اخیر نشان می‌دهد.

Unit: 1000 USD					
	2019	2020	2021	2022	2023
میزان صادرات ایران به جهان	191,218	258,882	309,198	291,356	340,278
میزان صادرات ایران به چین	3,159	3,634	2,890	6,982	12,500

جدول زیر کشورهای اصلی صادرکننده خرمای خشک و تازه به چین را به استناد آمار مرکز تجارت بین الملل (ITC) در پنج سال اخیر نشان می‌دهد.

Unit : 1000 USD

Exporters	Imported value in 2019	Imported value in 2020	Imported value in 2021	Imported value in 2022	Imported value in 2023
World	6,271	5,056	6,332	8,983	12,785
Saudi Arabia	2,570	1,362	2,586	728	4,481
Iran, Islamic Republic of	1,109	1,011	996	4,530	4,182
United Arab Emirates	1,479	676	1,314	3,532	3,424

**پسته خشک و تازه (کد تعرفه 080251):**

جدول زیر روند صادرات پسته خشک و تازه ایران به جهان و چین را به استناد آمار گمرک ایران در پنج سال اخیر نشان می‌دهد.

Unit: 1000 USD

	2019	2020	2021	2022	2023
میزان صادرات ایران به جهان	511,257	1,093,073	873,596	319,496	353,767
میزان صادرات ایران به چین	144,584	477,603	280,927	29,752	70,877

جدول زیر کشورهای اصلی صادرکننده پسته خشک و تازه به چین را به استناد آمار مرکز تجارت بین الملل (ITC) در پنج سال اخیر نشان می‌دهد.

Unit : 1000 USD

Exporters	Imported value in 2019	Imported value in 2020	Imported value in 2021	Imported value in 2022	Imported value in 2023
World	802,117	656,376	835,763	292,215	457,082
United States of America	478,014	259,860	457,864	219,538	392,275
Iran, Islamic Republic of	295,992	393,251	376,607	65,654	60,194
Australia	4,580	3,058	1,018	6,102	3,430
Türkiye	468	158	274	920	1,184

## لبنیات

شیر و خامه شیر، غلیظ نشده < ۱۰٪ (کد تعرفه 040150):

جدول زیر روند صادرات شیر و خامه شیر، غلیظ نشده < ۱۰٪ ایران به جهان و چین را به استناد آمار گمرک ایران در پنج سال اخیر نشان می‌دهد.

Unit: 1000 USD					
	2019	2020	2021	2022	2023
میزان صادرات ایران به جهان	124,803	94,325	59,267	83,596	101,208
میزان صادرات ایران به چین	0	0	0	0	0

جدول زیر کشورهای اصلی صادرکننده شیر و خامه شیر، غلیظ نشده < ۱۰٪ به چین را به استناد آمار مرکز تجارت بین المللی (ITC) در پنج سال اخیر نشان می‌دهد.

Unit : 1000 USD

Exporters	Imported value in 2019	Imported value in 2020	Imported value in 2021	Imported value in 2022	Imported value in 2023
World	505,672	625,003	946,899	961,159	1,032,708
New Zealand	276,526	348,176	508,580	553,370	593,235
France	129,905	136,955	180,948	166,540	173,274
United Kingdom	38,525	35,082	47,919	56,625	63,630
Ireland	11,918	16,548	29,330	39,418	43,466
Spain	15,746	34,550	62,997	46,796	42,582

## شیرینی و شکلات

### شکلات و سایر فرآورده‌های خوراکی دارای کاکائو- سایر (کد تعرفه 180690):

جدول زیر روند صادرات شکلات و سایر فرآورده‌های خوراکی دارای کاکائو- سایر ایران به جهان و چین را به استناد آمار گمرک ایران در پنج سال اخیر نشان می‌دهد.

Unit: 1000 USD					
	2019	2020	2021	2022	2023
میزان صادرات ایران به جهان	47,125	51,264	42,658	30,082	38,365
میزان صادرات ایران به چین	0	1	86	36	83

جدول زیر کشورهای اصلی صادرکننده شکلات و سایر فرآورده‌های خوراکی دارای کاکائو- سایر به چین را به استناد آمار مرکز تجارت بین الملل (ITC) در پنج سال اخیر نشان می‌دهد.

Unit : 1000 USD

Exporters	Imported value in 2019	Imported value in 2020	Imported value in 2021	Imported value in 2022	Imported value in 2023
World	207,964	190,236	275,663	264,117	276,016
Italy	77,892	69,445	89,002	94,313	94,453
Switzerland	20,592	14,439	15,167	15,484	24,205
Malaysia	30,027	17,657	20,611	26,716	24,000
Belgium	13,680	13,133	25,930	17,993	22,443
United States of America	11,889	11,722	18,917	16,743	16,294

## اسانسهای روغنی

### سایر روغن‌های اسانسی، اسانس روغنی از گل محمدی و اسانس گیاهان دارویی (کد تعرفه 330129):

جدول زیر روند صادرات سایر روغن‌های اسانسی. اسانس روغنی از گل محمدی و اسانس گیاهان دارویی ایران به جهان و چین را به استناد آمار گمرک ایران در پنج سال اخیر نشان می‌دهد.

Unit: 1000 USD					
	2019	2020	2021	2022	2023
میزان صادرات ایران به جهان	617	733	507	814	579
میزان صادرات ایران به چین	55	58	110	249	128

جدول زیر کشورهای اصلی صادرکننده سایر روغن‌های اسانسی. اسانس روغنی از گل محمدی و اسانس گیاهان دارویی به چین را به استناد آمار مرکز تجارت بین الملل (ITC) در پنج سال اخیر نشان می‌دهد.

Unit : 1000 USD

Exporters	Imported value in 2019	Imported value in 2020	Imported value in 2021	Imported value in 2022	Imported value in 2023
World	115,128	115,191	148,755	113,481	122,995
United States of America	50,567	52,543	69,380	42,155	45,258
Indonesia	15,315	14,895	17,850	15,509	16,161
France	9,265	9,991	11,943	9,312	8,864
Viet Nam	407	2,312	5,669	6,335	8,116
Australia	7,161	5,962	8,124	4,143	7,718



## بخش املاک و مستغلات

**سنگ مرمر، سنگ‌های تراورتن، سنگ‌های اکوسین و سایر سنگ‌های آهکی، فقط بریده شده به وسیله اره یا به نحوی دیگر، به صورت بلوک (Block) یا به شکل لوح (Slabs) مربع یا مربع مستطیل (کد تعرفه 251512):**

جدول زیر روند صادرات سنگ مرمر، سنگ‌های تراورتن، سنگ‌های اکوسین و سایر سنگ‌های آهکی، فقط بریده شده به وسیله اره یا به نحوی دیگر، به صورت بلوک (Block) یا به شکل لوح (Slabs) مربع یا مربع مستطیل ایران به جهان و چین را به استناد آمار گمرک ایران در پنج سال اخیر نشان می‌دهد.

Unit: 1000 USD					
	2019	2020	2021	2022	2023
میزان صادرات ایران به جهان	3,211	154	285	470	390
میزان صادرات ایران به چین	1,720	7	20	25	26

جدول زیر کشورهای اصلی صادرکننده سنگ مرمر، سنگ‌های تراورتن، سنگ‌های اکوسین و سایر سنگ‌های آهکی، فقط بریده شده به وسیله اره یا به نحوی دیگر، به صورت بلوک (Block) یا به شکل لوح (Slabs) مربع یا مربع مستطیل به چین را به استناد آمار مرکز تجارت بین الملل (ITC) در پنج سال اخیر نشان می‌دهد.

Unit : 1000 USD

Exporters	Imported value in 2019	Imported value in 2020	Imported value in 2021	Imported value in 2022	Imported value in 2023
World	1,394,253	1,140,830	1,598,917	1,145,049	997,912
Türkiye	729,557	608,505	838,814	533,502	439,282
Italy	199,396	147,327	220,060	178,711	165,076
Iran, Islamic Republic of	90,929	74,010	128,224	70,107	72,868
Greece	55,057	50,779	89,715	59,352	53,546

### ❖ نمایشگاه‌های مهم حوزه املاک و مستغلات:

<https://www.stonefair.org.cn/?lang=en>

نمایشگاه سنگ ساختمانی شیامن

<https://cr-expo.com/en/index.aspx>

لوازم خانگی

<https://ishc-cihe.hk.messefrankfurt.com/beijing/en.html>

China International Trade Fair for Heating, Ventilation, Air-Conditioning, Sanitation & Home Comfort Systems – Beijing

<https://guangzhou-international-lighting-exhibition.hk.messefrankfurt.com/guangzhou/en.html>

Guangzhou International Lighting Exhibition – Guangzhou

در سپتامبر ۲۰۲۰، دولت چین تعهد خود را برای اوج انتشار کربن تا سال ۲۰۳۰ و رسیدن به خنثی سازی کربن تا سال ۲۰۶۰ اعلام کرد و در عین حال تلاش می کند تا اندازه اقتصاد چین را تا سال ۲۰۳۵ دو برابر کند.

### نمایشگاههای مهم حوزه انرژی:

- ❖ China International Petroleum and Petrochemical Technology and Equipment Exhibition (CIPPE)—Beijing
- ❖ International Exhibition of Electric Power Equipment and Technology—Shanghai
- ❖ Nuclear Industry China

## مراقبت های بهداشتی

چین دومین بازار بزرگ مراقبت های بهداشتی در جهان است. دستگاه های پزشکی همچنان یک بخش مهم فروش مراقبت های بهداشتی برای مشاغل خارجی، به ویژه برای دستگاه های پزشکی پیشرفته و فناوری سنگین، هستند.

انتظار می رود بازار تجهیزات پزشکی در چین با نرخ رشد سالانه مرکب 8.3 2021-2026 درصد گسترش یابد و تا سال ۲۰۲۶ به ۴۸.۸ میلیارد دلار برسد.

### نمایشگاههای مهم حوزه مراقبت های بهداشتی :

- ❖ China International Medical Equipment Fair (CMEF) -Shenzhen
- ❖ DenTech China - Shanghai
- ❖ Dental South China - Guangzhou
- ❖ China Association of Clinical Laboratory Practice (CACLP) Expo - Nanchang
- ❖ China Hospital Construction Conference - Chengdu
- ❖ CPhI China (China Pharmaceutical) - Shanghai



## مراجع کسب اطلاعات درباره چین

<https://www.mimt.gov.ir/>

<https://tpo.ir/>

<https://iccima.ir/>

<https://iccci.ir/>

<https://china.mfa.gov.ir/>

وزارت صنعت، معدن و تجارت

سازمان توسعه تجارت ایران

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی

اتاق بازرگانی ایران و چین

معاونت اقتصادی وزارت امور خارجه

<http://english.customs.gov.cn>

[English.mofcom.gov.cn](http://English.mofcom.gov.cn)

گمرک چین

وزارت بازرگانی چین

## مراجع کسب اطلاعات درباره چین

سایتهای اطلاع رسانی مهم در حوزه تجارت خارجی چین	
<a href="https://www.ccpit.org/">https://www.ccpit.org/</a>	شورای توسعه تجارت بین الملل چین
<a href="http://www.mofcom.gov.cn/">http://www.mofcom.gov.cn/</a>	وزارت بازرگانی چین
<a href="http://www.stats.gov.cn/">http://www.stats.gov.cn/</a>	مرکز آمار چین
<a href="http://www.chinatax.gov.cn/">http://www.chinatax.gov.cn/</a>	اداره دولتی مالیات چین
<a href="http://www.customs.gov.cn/">http://www.customs.gov.cn/</a>	گمرک چین
<a href="http://www.e-to-china.com/">http://www.e-to-china.com/</a>	راهنمای صادرات به چین
<a href="http://www.ccoic.cn/cms/">http://www.ccoic.cn/cms/</a>	اتاق بازرگانی بین الملل چین
<a href="http://www.mczx.agri.cn/">http://www.mczx.agri.cn/</a>	توسعه تجارت کشاورزی و صنایع غذایی چین
<a href="http://www.ccpittext.com/">http://www.ccpittext.com/</a>	توسعه تجارت صنایع نساجی چین
<a href="http://www.auto-ccpit.org/2020/index.php">http://www.auto-ccpit.org/2020/index.php</a>	توسعه تجارت صنعت خودرو چین
<a href="http://www.ccpitlight.org/">http://www.ccpitlight.org/</a>	توسعه تجارت صنایع سبک چین
<a href="http://www.chinamachine.org.cn/index.php">http://www.chinamachine.org.cn/index.php</a>	توسعه تجارت ماشین آلات صنعتی چین
<a href="http://www.ccpitchem.org.cn/">http://www.ccpitchem.org.cn/</a>	توسعه تجارت صنایع شیمیایی چین
<a href="http://www.ccpitbm.org/">http://www.ccpitbm.org/</a>	توسعه تجارت صنایع ساختمانی چین
<a href="http://www.cpcif.org.cn/">http://www.cpcif.org.cn/</a>	انجمن نفت و پتروشیمی



# اعتبار سنجی شرکتهای چین

<https://www.gsxt.gov.cn/index.html>

## CCPIT Services

- Authentication
- Arbitration
- Mediation
- Patent & Trademark
- Trade Friction Settlement
- Commercial Law
- Conference & Exhibition
- Delegation
- Economic Research
- Training
- IT Support
- Publication

<https://en.ccpit.org/>

<https://www.tianyancha.com>

## مشاوره سفر به چین

برای اخذ ویزا و به روزترین شرایط ورود، خروج و ترانزیت با سفارت جمهوری خلق چین در تهران تماس بگیرید.

<http://ir.china-embassy.gov.cn/eng/>

واحد پول جمهوری خلق چین به طور رسمی رنمینبی (RMB) نامیده می شود و به عنوان یوان یا در محاوره به عنوان Kuai نیز شناخته می شود.

پرداخت های الکترونیکی انتخاب قریب به اتفاق در چین است.

در حالی که کارت های اعتباری اغلب در هتل های بین المللی و/یا رستوران ها پذیرفته می شوند، بسیاری از فروشگاه ها، مغازه ها و رستوران ها فقط پرداخت ها را از طریق Alipay و یا WeChat Pay می پذیرند. به هر دو می توان از طریق یک برنامه مبتنی بر تلفن که می تواند به کارت اعتباری متصل شود، دسترسی داشت. یک حساب بانکی محلی برای پرداخت WeChat مورد نیاز است. با این حال، Alipay به طور کلی می تواند به یک کارت اعتباری خارجی مرتبط باشد.

### تلفنهای ضروری:

آتش نشانی (چینی و انگلیسی): ۱۱۹

اورژانس: ۱۲۰

پلیس (چینی و انگلیسی): ۱۱۰



## مشاوره سفر

• روزهای کاری دوشنبه الی جمعه

ساعت کاری سفارت جمهوری اسلامی ایران در پکن: 9:00 الی 17:30

ساعت پذیرش مراجعین محترم بخش کنسولی: 9:00 الی 12:30

ساعت پاسخگویی تلفنی بخش کنسولی: 14:00 الی 16:00

### Embassy of the Islamic Republic of Iran

آدرس :

No.13 Dong Liu JIE / San Li tun ,Beijing,China

(نزدیکترین ایستگاه مترو به سفارت: خروجی D ایستگاه Liang Ma Qiao واقع در خط ده مترو پکن)

کدپستی : 100600

تلفن سفارت : (+8610)-65324871

بخش کنسولی : داخلی 272,239 شماره نمابر: 65322029

ایمیل سفارت : [iranemb.bjs@mfa.gov.ir](mailto:iranemb.bjs@mfa.gov.ir)

ایمیل بخش اقتصادی سفارت: [bjs.economic-sec@mfa.gov.ir](mailto:bjs.economic-sec@mfa.gov.ir)

آدرس حساب کاربری در توئیتر: @IraninChina

حساب کاربری سفارت در ویبو: 伊朗驻华大使馆

Ministry of Industry,  
Mine and Trade



### Hamid Adeli

Commercial Counselor

No.13,Dang liu jie, Mobile: +86-15001118730

San Li Tun St. Tel: +86-10-85324242

Beijing-100600 Website: <http://china.tpo.ir>

Email: [hamid.adeli@outlook.com](mailto:hamid.adeli@outlook.com)



**با تشکر از توجه شما**