

## به نام خدا

## گزارش پیرامون بازار نوشیدنی‌های میوه‌ای و کنسانتره در کشور مجارستان

## خلاصه مدیریتی (Executive Summary)

- اندازه بازار: ارزش بازار «آب‌میوه و سبزی» در مجارستان در سال ۲۰۲۳ حدود ۱۸۹/۳ میلیون یورو برآورد شده است و روند ۲۰۱۳-۲۰۲۳ رشد ملایمی را نشان می‌دهد ~ CAGR ۱.۹٪؛ سرانه ارزشی ~۱۹.۴ یورو در ۲۰۲۳. (Report Linker)
- مصرف/قیمت: داده‌های رسمی KSH نشان می‌دهد «آب‌میوه/نکتار/شربت» در سبد مصرف خانوار جایگاه پایدار دارد؛ در ۲۰۲۴ قیمت «آب‌میوه و سبزی» ~۹.۵٪ و در دسامبر ۲۰۲۴ ~۴.۴٪ رشد سالانه داشته و در اوت ۲۰۲۵ نیز ~۱۳.۶٪ گزارش شده است (ksh.hu).
- تجارت: واردات فصل ۲۰ آماده‌سازی‌های میوه/سبزی شامل HS 2009 مجارستان در ۲۰۲۳ حدود ۴۲۰ میلیون دلار بوده (+۱۰٪ نسبت به ۲۰۲۲). نکته HS 2009: زیرمجموعه‌ی فصل ۲۰ است. (trendeconomy.com)
- بازیگران کلیدی داخلی Sió-Eckes (Eckes-Granini) و Rauch Hungária از تولیدکنندگان/برندهای پیشرو آب‌میوه در مجارستان هستند (seaopenresearch.eu).
- کانال‌های خرده‌فروشی: زنجیره‌های اصلی شامل SPAR, Lidl, Coop, Tesco, CBA, Auchan, Aldi, Penny هستند؛ گزارش‌های ۲۰۲۴-۲۰۲۵ سهم و رشد بسیار قوی Lidl را نشان می‌دهد. (esmmagazine.com)
- مقررات: تمام آب‌میوه‌ها ذیل HS 2009 طبقه‌بندی می‌شوند؛ الزامات ترکیب/برچسب‌گذاری طبق Directive 2001/112/EC و اصلاحیه 2012/12/EU از جمله ممنوعیت «قند افزوده» در

«آبمیوه» و همچنین قواعد برجسب گذاری عمومی. (EU) No 1169/2011 در ۲۰۲۴ نیز تفسیر رسمی درباره گزاره «بدون قند افزوده» برای نکتارها منتشر شد ([cbi.eu](http://cbi.eu)). نتیجه کلیدی برای ایران: تمرکز بر کنسانتره سیب، انگور، انار و مرکبات با استاندارد کیفی اتحادیه اروپا، بسته بندی صنعتی (Aseptic/Drum)، عرضه B2B به کارخانه های نوشیدنی مجارستان/اتریش/اسلواکی، و ورود از مسیرهای لجستیکی Koper (اسلونی) یا Constanța (رومانی) بهترین نقطه شروع است. (جزئیات در بخش توصیه ها).

### ۱. تعریف دامنه و HS Codes

- **HS 2009:** آبمیوه ها و آب سبزی ها (غیر تخمیری، بدون الکل)، «اعم از غلیظ (concentrated) یا رقیق شده» — کدهای ۸ رقمی انواع پرتقال، سیب، انگور، آناناس، سایر میوه ها، و... را پوشش می دهد ([cbi.eu](http://cbi.eu)).
- سایر اقلام مرتبط: برخی شربت ها/نوشیدنی های پایه سیروپ ممکن است ذیل **HS 2106** قرار گیرند؛ اما بازار هدف این گزارش عمدتاً **HS 2009** است (کنسانتره های صنعتی برای تولید آبمیوه/نکتار) ([cbi.eu](http://cbi.eu)).

### ۲. اندازه و پویایی تقاضا

- ارزش بازار داخلی ~ ۱۸۹.۳ میلیون یورو (۲۰۲۳). روند یک دهه گذشته افزایشی ملایم بوده و سرانه ارزش بازار به ~ ۱۹.۴ یورو رسیده است ([ReportLinker](http://ReportLinker)).
- مصرف سرانه حجمی: سری زمانی KSH برای «آبمیوه/نکتار/شربت» نشان دهنده نوسان در بازه های ~ ۱۲ تا ~ ۲۰ لیتر/نفر/سال طی سال های اخیر است (وابسته به زیرگروه ها و روش محاسبه) ([ksh.hu](http://ksh.hu)).
- تورم دسته آبمیوه: ۲۰۲۴: (۹.۵٪) در ماه مه؛ ۴.۴٪ در دسامبر) و اوت ۲۰۲۵ (~۱۳.۶٪)؛ تورم به همراه رشد هزینه های خرده فروشی بر قیمت گذاری برندها اثر گذاشته است ([ksh.hu](http://ksh.hu)).

### ۳. تجارت خارجی (واردات/صادرات)

- ورود کلی فصل ۲۰: ۴۲۰ میلیون دلار در ۲۰۲۳ (+۱۰٪)؛ سهم از کل واردات ~ ۰.۲۸٪. برای تفکیک دقیق HS 2009 می توان از COMEXT/ITC استخراج ریز داده کرد؛ در این گزارش از فصل ۲۰ به عنوان نماینده خانواده محصول استفاده شده است. ([trendeconomy.com](http://trendeconomy.com))
- روند جهانی: **HS 2009** ارزش تجارت جهانی آبمیوه در ۲۰۲۳ حدود ۱۷.۶ میلیارد دلار (+۲.۹٪ YoY)؛ نشان دهنده بازار جهانی با ثبات با رشد جزئی است — ریسک پایین چرخه ای برای B2B کنسانتره ([The](http://The) Observatory of Economic Complexity)
- اتحادیه اروپا - مرجع طبقه بندی: تمام آبمیوه ها ذیل 2009 طبقه بندی می شوند (شامل کنسانتره و تک قدرت) ([cbi.eu](http://cbi.eu)).

یادداشت اجرایی: برای قرارداد/قیمت‌گذاری، ریزکدهای ۸ رقمی CN (مانند 2009.12، 2009.61، 2009.89 و...) را در پیشنهاد فروش درج کنید.

#### ۴. ساختار عرضه و رقبا

- تولیدکنندگان/برندهای مرجع در بازار داخلی:

○ SIÓ-Eckes خانواده – Eckes-Granini برند. SIÓ

○ Rauch Hungária – Rauch برندهای Happy Day / Rauch

پژوهش دانشگاهی ۲۰۲۰ این دو را به‌عنوان بازیگران برجسته‌ی بازار آب‌میوه مجارستان بررسی کرده است ([seaopenresearch.eu](http://seaopenresearch.eu)).

- کانال‌های فروش سازمان‌یافته SPAR، Lidl، Coop، Tesco، CBA، Auchan، Penny، Aldi. ([esmmagazine.com](http://esmmagazine.com))

○ گزارش‌های ۲۰۲۵ نشان می‌دهد Lidl سهم و رشد پیشرو دارد (رقابت قیمتی شدید در دسته نوشیدنی). ([hungarytoday.hu](http://hungarytoday.hu))

#### ۵. قیمت‌گذاری و حساسیت قیمتی

- تورم مواد غذایی در ۲۰۲۴-۲۰۲۵ روی آب‌میوه نیز منعکس شده است (اعداد بالا). نتیجه: خرده‌فروشان تخفیفی (discounters) مانند Lidl و Penny با SKUهای ارزان‌تر/برند خصوصی، فشار قیمتی بر برندهای وارداتی وارد می‌کنند؛ بنابراین باند قیمتی رقابتی و پیشنهاد ارزش (B2B) (قیمت/کیفیت پایدار، گواهی‌نامه‌ها) حیاتی است ([ksh.hu](http://ksh.hu)).

#### ۶. مقررات و الزامات اتحادیه اروپا

- استاندارد محصول و نام‌گذاری Council Directive 2001/112/EC: و اصلاحیه 2012/12/EU (برچسب‌گذاری، ترکیبات مجاز، شفاف‌سازی «بدون قند افزوده» برای آب‌میوه؛ و قواعد مربوط به نکتارها). سند ۲۰۲۴ نیز پیام‌رسانی «بدون قند افزوده» را برای نکتارها تبیین می‌کند ([یورودکس](#)).
- برچسب‌گذاری تغذیه‌ای/آلرژن‌ها (Reg. (EU) No 1169/2011: ارجاع عمومی).
- تعرفه/دسترسی بازار: تعرفه‌های MFN برای ریزکدهای 2009 متفاوت است) برخی خطوط ad valorem: یا ترکیبی/ویژه. (برای تعیین نرخ دقیق هر HS-8 (مبدأ ایران) از WITS/UNCTAD-TRAINS و مکمپ استفاده کنید هنگام صدور پروفرما (WITS)).

#### ۷. کانال‌های ورود و لجستیک

- دروازه‌های پیشنهادی EU برای مجارستان:

○ بندر Koper در اسلوونی (مسیر ریلی/جاده‌ای به مجارستان کوتاه و پرکاربرد)،

- بندر **Constanța** در رومانی (ارتباط زمینی به بوداپست)،
- یا بنادر آلمان/لهستان (هزینه حمل معمولاً بالاتر).
- اینکوترمز توصیه شده FCA/FOB: برای معاملات عمده کنسانتره؛ DAP برای نمونه ارسال های کوچک.
- بسته بندی صنعتی: درام های آسپتیک ۲۰۰-۲۵۰ کیلوپی با لاینر کیسه ای چندلایه؛ کنترل دما (chilled) برای برخی اقلام با بریکس پایین.
- ۸. فرصت ها برای عرضه ایرانی (B2B و B2C)
- 1. B2B کنسانتره:

- سیب و انگور: تطابق با ترجیحات طعمی و موجودی فصلی تولیدکنندگان محلی؛ مناسب برای بلندینگ.
- انار و مرکبات: تمایز محصولی برای SKU های پریمیوم و نکتهارهای ترکیبی.
- گواهی ها HACCP/ISO 22000:، گواهی باقیمانده سموم (پست های EU MRLs)، تأییدیه های حلال) برای بخش هدف مسلمانان در (EU).
- 2. B2C محدود/مرحله دوم: نکتهارها و آب میوه های پریمیوم با بسته بندی ۱ لیتری/۰/۲۵ لیتری—ورود از طریق خرده فروشی های تخصصی و آنلاین، سپس مذاکره برای برند خصوصی (Private Label) با زنجیره ها.
- 3. OEM/PL: همکاری با Lidl/Aldi/Penny در قالب PL به عنوان اهرم مقیاس و ورود سریع. (سهم بالای دیسکانترها در فروش مواد غذایی مجارستان). ([hungarytoday.hu](http://hungarytoday.hu))

#### ۹ (ریسک ها و ملاحظات

- فشارهای سیاستی بر خرده فروشی (مالیات های بخشی/قیمت گذاری اجباری): پرونده های ۲۰۲۴-۲۰۲۵ نشان می دهد محیط خرده فروشی می تواند با سیاست های قیمتی دولت تحت فشار قرار گیرد—توصیه به اتکا بر قراردادهای B2B با تولیدکنندگان محلی و صادرات غیرمستقیم. (فایننشال تایمز)
- نوسانات قیمت مصرف کننده در دسته آب میوه (تورم/پروموشن های اجباری) ([bbj.hu](http://bbj.hu)).
- ریسک رعایت الزامات برچسب/ترکیب (به ویژه ادعاهای تغذیه ای «بدون قند افزوده» و تمایز Juice/Nectar یورودکس).

#### ۱۰. نقشه اقدام پیشنهادی

##### 1: آماده سازی صادرات

- تثبیت سبد کنسانتره های اولویت دار) سیب ۷۰°Bx، انگور سفید/قرمز ۶۵-۶۸°Bx، انار ۶۵°Bx، پرتقال ۶۵°Bx).
- تطبیق مشخصات فنی (COA)، بریکس، اسیدیته، رنگ (با AIJN Code of Practice و استانداردهای EU.
- (مرجع: دستورالعمل های اتحادیه و راهنماهای صنعتی ([britishsoftdrinks.com](http://britishsoftdrinks.com)))

##### 2: کشف مشتری و قیمت گذاری

- هدف‌گیری خریداران صنعتی **Sió-Eckes** : **Rauch Hungária** و پرکنندگان قراردادی در اتریش/اسلواکی؛ ارسال نمونه و COA. ([seaopenresearch.eu](http://seaopenresearch.eu))
- قیمت‌گذاری بر مبنای **CN-8** و اعلام تعرفه از WITS/TRAINS قبل از پروفرما ([WITS](http://WITS)) .
- 3: زنجیره تأمین و تطابق
- رزرو مسیر **Koper/Constanța**؛ عقد **SLA** برای زنجیره سرد در صورت نیاز.
- آماده‌سازی برجسب/اسناد: گواهی بهداشت، منشأ، برجسب مطابق **EU 12/2012** و **2011/1169** .
- ([يورودكس](http://يورودكس))
- 4: مذاکره و ورود
- پیشنهاد **Private Label** برای دیسکانترها + قرارداد تأمین فصلی برای کارخانه‌های محلی.
- پایش قیمت مصرف‌کننده و کمپین‌های پروموشن در **Z** زنجیره‌ها جهت زمان‌بندی لانچ ([hungarytoday.hu](http://hungarytoday.hu)) .

## منابع کلیدی (قابل استناد)

- **KSH** آمار مجارستان: (تورم و جداول مصرف سالانه) ([ksh.hu](http://ksh.hu)) .
- **TC/Trade Map & Trendeconomy**: فصل ۲۰ مجارستان ۲۰۲۳ .
- ([trendeconomy.com](http://trendeconomy.com))
- **Reportlinker** اندازه/سرانه ارزش بازار ۲۰۲۳ ([ReportLinker](http://ReportLinker)) .
- **OEC** نمای کلی ساختار تجارت مجارستان ([The Observatory of Economic Complexity](http://The Observatory of Economic Complexity)) .
- **Directive 2001/112/EC** اصلاحیه **EU 12/2012** و تفسیر ۲۰۲۴ برای ادعای «بدون قند افزوده» .
- ([يورودكس](http://يورودكس))
- شبکه خرده‌فروشی: رتبه‌بندی زنجیره‌ها ۲۰۲۴ و خبر ۲۰۲۵ درباره برتری ([esmmagazine.com](http://esmmagazine.com)) **Lidl** .
- مطالعه دانشگاهی ۲۰۲۰ درباره **Sió-Eckes** و **Rauch Hungária** ([seaopenresearch.eu](http://seaopenresearch.eu))
- روند جهانی ([The Observatory of Economic Complexity](http://The Observatory of Economic Complexity)) **HS 2009: OEC** .

## \*توصیه‌های عملی نهایی برای هیأت اقتصادی ایران\*

1. ورود **B2B** با کنسانتره‌های استاندارد **AIJN** (سیب/انگور/انار/مرکبات) و عرضه به پرکنندگان/تولیدکنندگان منطقه‌ای؛ برندسازی **B2C** را به مرحله دوم موکول کنید ([cbi.eu](http://cbi.eu)) .
2. قیمت رقابتی + گواهی‌های کیفیت (**HACCP/ISO22000**)، تست‌های باقی‌مانده سموم مطابق **MRLs** اتحادیه، و **COA** دقیق برای هر بیج .

3. مسیر لجستیک **Koper** یا **Constanța** برای دسترسی سریع به بوداپست؛ قرارداد خدمات سرد در صورت نیاز.

4. پایش تورم/پروموشن‌های دولتی در خرده‌فروشی و اتکا بر قراردادهای صنعتی پایدار). [فایننشال تایمز](#))

5. گزینه **Private Label** با دیسکانترها جهت مقیاس‌گیری فروش و کاهش ریسک ورود.  
([hungarytoday.hu](http://hungarytoday.hu))

---

### Executive Summary (English)

Hungary's fruit-juice and concentrate market is ~€189.3m (2023), with modest long-term growth and inflationary pressure in 2024–2025. Leading local fillers are Sió-Eckes and Rauch Hungária; discounters (notably Lidl) shape pricing and shelf dynamics. Comply strictly with EU juice rules (2001/112/EC as amended by 2012/12/EU). Best Iran-EU entry: B2B concentrates (apple, grape, pomegranate, citrus), AIJN-aligned specs, supply via Koper/Constanța, and explore Private Label. ([ReportLinker](#))