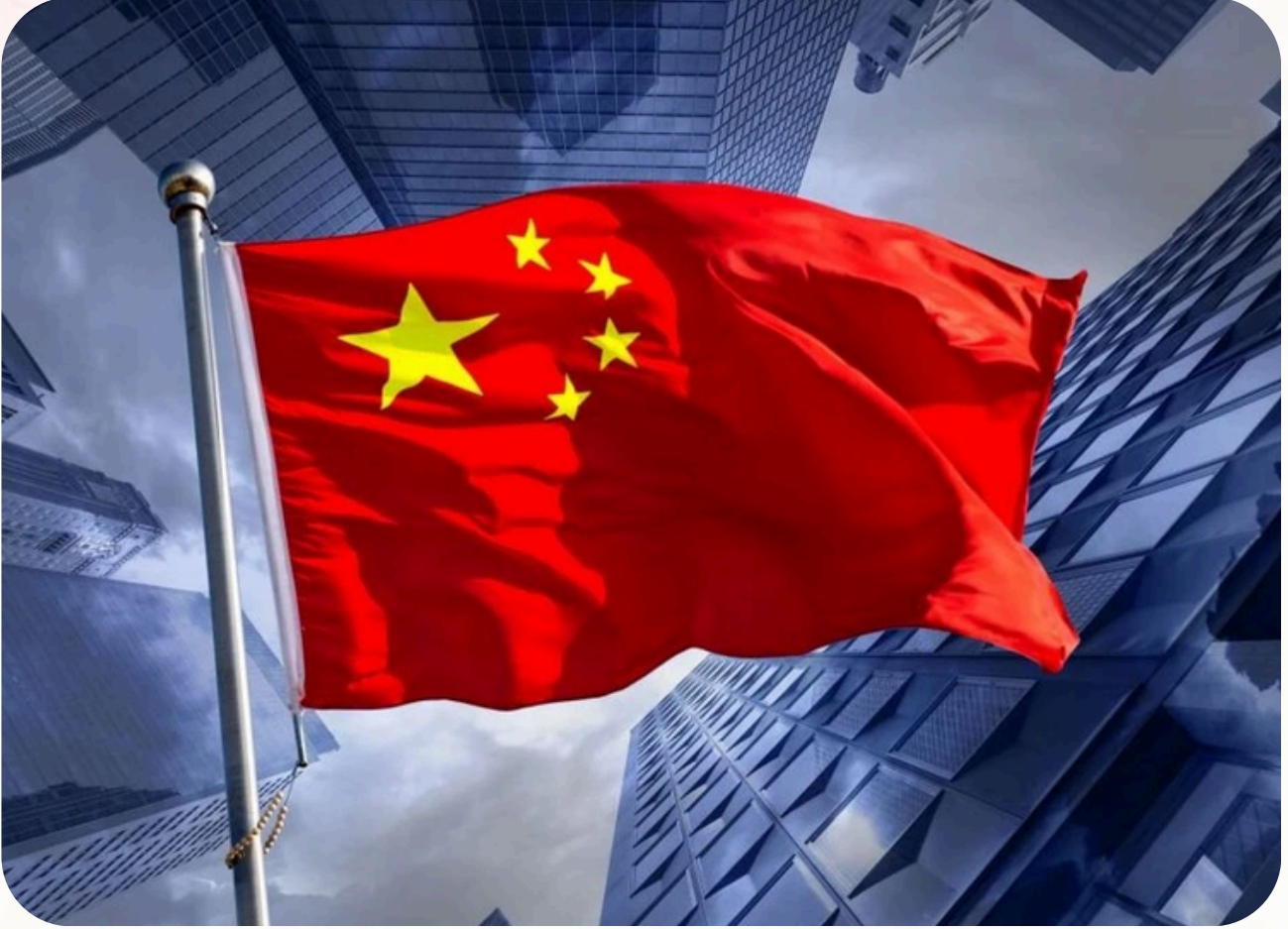
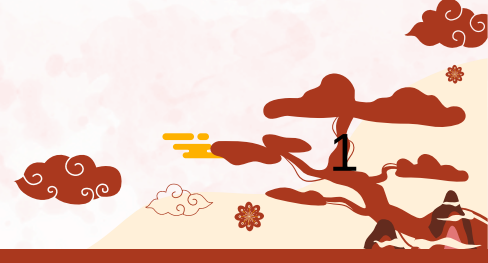




ÇİN HALK CUMHURİYETİ ÜLKE RAPORU

DIŞ TİCARET POLİTİKASI VE UYGULAMALARI

Dış Ticaret Birimi – 2024



1. GİRİŞ

Çin Halk Cumhuriyeti Devlet Başkanı Xi Jinping tarafından 2014 yılında açıklanan “Yeni Normal” kavramı, Çin ekonomisinde yüksek hızlı büyümeden orta-yüksek hızlı ve sürdürülebilir bir büyümeye geçişi, ekonominin yeniden yapılandırılmasını ve girdi ile yatırım temelli büyüme modelinden yenilik temelli büyümeye yönelimi ifade etmektedir.

Bu yaklaşım çerçevesinde, Çin’de son yıllarda arz yönlü reformlar yoluyla büyümenin niceliği kadar niteliği de önemsenmiş, iç tüketimin artırılması ve finansal istikrarın sağlanması önceliklendirilmiştir.

2015’ten itibaren Çin ekonomisinin yıllık büyüme oranı %7’nin altına gerilemiş, 2021 yılında ise %8,1 gibi güçlü bir toparlanma yaşanmıştır.

2020 yılında pandemi nedeniyle büyüme yavaşlamış, ancak yılın ikinci yarısında önemli bir toparlanma gerçekleşmiştir.

Çin ekonomisi, 2023 yılı itibarıyla 2,6 trilyon dolarlık ithalat ile dünyanın en büyük ikinci ithalatçısı, 3,4 trilyon dolar değerindeki ihracatı ile de dünyanın en büyük ihracatçısı konumundadır.

2024 yılı Çin dış ticaret verilerine göre, Çin’in ihracatı yıllık bazda %5,9 artışla 3,6 trilyon dolara ulaşırken, ithalat ise %1,1 artışla 2,6 trilyon dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. Bu dönemde Çin’in dış ticaret fazlası 992 milyar dolar ile tüm zamanların en yüksek seviyesine çıkmıştır.

2025 yılı için Çin hükümeti, ekonomik büyüme hedefini yaklaşık %5 olarak belirlemiş, bütçe açığını GSYH’nin %4’üne çıkararak yakın dönemin en yüksek seviyesine yükseltmiştir.

Bu hedefler, dış belirsizlikler ve ABD ile ticaret gerilimleri karşısında büyümeyi desteklemek amacıyla daha güçlü teşviklerin uygulanacağını göstermektedir. Ayrıca, Çin hükümeti iç tüketimi artırmaya, finansal istikrarı korumaya ve sürdürülebilir büyümeye yönelik yapısal reformları sürdürmektedir.

Çin ekonomisi 2025’te özellikle emlak sektöründeki krizle mücadele, yerel yönetimlerin borç yükünün sürdürülebilir seviyeye çekilmesi, teknolojik inovasyon ve yüksek katma değerli üretime odaklanma, çevresel sürdürülebilirlik ve yeşil teknolojilere yatırım gibi alanlara yoğunlaşmaktadır.



İTHALAT

Çin, ithalata konu ürünleri üç ana başlık altında sınıflandırmaktadır. Bunlar; ithalatına izin verilen ürünler, ithalatına kısıtlı izin verilen ürünler ve ithalatı yasak olan ürünlerdir. Birçok ürünün ithalatı serbestçe gerçekleştirilirken, bazı ürünler üzerinde kota ve ruhsat kısıtlamaları uygulanmaktadır. Zehirli maddeler vs. gibi kalemlerin ithalatı ise yasaktır. Tüm şirketler (Çinli ve yabancı) çoğu ürünü ithal etme hakkına sahiptir, ancak sınırlı sayıda mal devlet ticaret şirketleri aracılığıyla ithalat için ayrılmıştır. Çin Gümrükler Genel İdaresi yasak ve kısıtlamalara tabi olan ürünlerin listesini düzenli olarak güncelleyerek web sitesinde yayınlamaktadır.



İthalat, gümrük vergilerine ve KDV'ye tabi olmakla birlikte belirli ürünler için tüketim vergisi de uygulanmaktadır.

Çin'de gümrük kıymeti, ithal edilen ürünlerin değerlerini uluslararası piyasalardaki fiyatlar, yabancı piyasa fiyatları ve iç piyasadaki fiyatlar temel alınarak oluşturulan bir veri tabanı üzerinden belirlenmektedir.

İthalatçı tarafından beyan edilen fiyatlar genel olarak kabul edilmekteyse de söz konusu veri tabanı ile beyan edilen fiyat arasında ciddi bir farklılık söz konusuysa yeniden bir hesaplama yapılmaktadır.

Çin gümrükleri tarafından ülkeye girecek ürünler için talep edilen evrak, ürünün cinsine göre farklılık göstermektedir. Üretici ya da denetleyici kurum tarafından hazırlanmış olan kalite, miktar ve ağırlık ile ilgili belgeler gümrükte mutlaka talep edilmektedir.

Bazı ürünlerin ülkeye varışında kontrol edilmesi ya da beraberinde Çin hükümeti tarafından kabul edilmiş bir akreditasyon belgesi ile gelmesi gerekmektedir.

Belirlenen şartlara uymayan ürünler satıcıya geri gönderilmekte ve bu durumda alıcının, oluşan zarar nedeniyle bir tazminat ödemesi söz konusu olabilmektedir.

İhracat Rejimi

Çin’de ilgili makamlar nezdinde kayıt yaptırıldıktan sonra yabancı sermayeli olanlar dahil tüm şirketler, dış ticareti yasak olan, kısıtlamaya tabî olan veya sadece devlet tarafından yapılabilen belirli ürünler haricindeki diğer tüm ürünlerin serbestçe ihracat ve ithalatını yapabilmektedir.

İhracattaki belgeler ürün/sektör bazında değişmekle birlikte tüm ürünler açısından yer alması gereken belgeler aşağıda yer almaktadır:

- Ticari fatura
- Gönderilen ürünlerin ayrıntılı listesi
- Konşimento
- Gümrük beyannamesi
- Ürünle ilgili gerekli sertifikalar

Gümrük Tarifeleri

Türkiye’den Çin’e ihraç edilen ürünlerin Çin’deki gümrük işlemleri büyük ölçüde Çin tarafındaki ithalatçı tarafından yapılmaktadır.

Ancak Türkiye’deki ihracatçının da konuya hâkim olması, her adımdan haberdar olması ve gerektiğinde talep edilen belgeleri temin edebilmesi gerekmektedir.

Çin’de Gümrük Vergileri, Çin’in 2001’deki Dünya Ticaret Örgütü üyeliği ile birlikte düşmeye başlamıştır. 2000 yılında %15,3 olan ortalama ithalat tarifesi, 2023 itibarıyla %7,4’e kadar inmiş durumdadır.

Çin’in ürün bazında uyguladığı gümrük vergilerine Çince hizmet veren (web browserın çeviri özelliği ile birlikte kullanılabilir) ÇHC Gümrükler Genel İdaresi sitesindeki aşağıdaki linkten erişmek mümkün olup ülkemiz ürünleri MFN oranlarına tabîdir.

Ayrıca, 2025 yılı için Çin tarafından açıklanan güncel gümrük vergisi düzenlemelerine göre, 1 Ocak 2025 tarihinden itibaren Çin’e gerçekleştirilecek ithalat işlemlerinde 935 adet üründe, MFN (En Çok Kayrılan Ülke) oranlarından daha düşük olan geçici indirimli gümrük tarifeleri uygulanacaktır.

ÇİN PAZARI

Pazarın Özellikleri

Çin, genel itibarıyla diğer pazarlara göre pazara giriş stratejileri bakımından bazı farklılıklar arz etmektedir. Ancak, Çin'i, Avrupa, Ortadoğu ve Afrika pazarlarından "daha zor" veya "daha kolay" bir Pazar olarak tanımlamak yerine "daha farklı" bir Pazar olarak nitelendirmek daha doğrudur.

Ülkemiz ihracatçıların ve yatırımcıların Çin'i diğer ülkelerle kıyaslamak yerine ülkenin kendine özgü dinamikleriyle hareket etmelerinde fayda bulunmaktadır. Bu noktada da istikrar çok önemli bir husus olarak öne çıkmaktadır. Çin nezdinde ithalatta sürdürülebilirlik oldukça ön plana çıkmaktadır. Gıda sektörü başta olmak üzere genel itibarıyla Çinli ithalatçılar, kendilerine düzenli tedarik sağlayacak firmalar ve ülkelerle iş birliklerine önem vermektedir.

Dağıtım Kanalları

Yeni yapılan düzenlemelerle yüzde yüz yabancı sermayeli şirketlerin Çin'de neredeyse tüm sektörlerde perakende ve toptan satış yapmalarına imkân sağlanmış olmasına rağmen bazı istisnalar bulunmaktadır. Örneğin, benzin istasyonlarında çoğunluk hissesinin Çinli ortağa ait olması gerekmektedir. Tütün satışı devletin tekelindedir.

Çin'de en hızlı büyüyen dağıtım kanalı elektronik ticarettir. Dünya genelinde internet üzerinden yapılan alışverişin yaklaşık %50'sinden fazlası Çin'de gerçekleşmekte olup, bu alanda güçlü ve sürdürülebilir bir büyüme trendi devam etmektedir. Çin, halen dünyanın en büyük e-ticaret pazarı konumunda olup, e-ticaretin toplam perakende satışlar içindeki payı %27 seviyesine ulaşmıştır.

Statista ve diğer güncel kaynaklara göre, 2024 yılında Çin'in e-ticaret pazar büyüklüğü yaklaşık 1,4 trilyon ABD dolarına ulaşmış ve 2025'te bu rakamın 2,8 trilyon dolara çıkması beklenmektedir. Bu büyülikle Çin, dünya e-ticaret pazarında açık ara lider konumundadır. ABD e-ticaret pazarı ise 2024'te yaklaşık 1,2 trilyon dolar seviyesinde olup, 2025'te 1,2 trilyon dolar civarında gerçekleşeceği tahmin edilmektedir.





Küresel e-ticaret satışlarının 2025 yılı sonunda 7 trilyon doları aşması beklenirken, Çin'in bu pastadan aldığı payın %50'den fazla olması öngörülmektedir.

Çinli tüketiciler sosyal ticaret, canlı yayın satışları ve mobil ödeme sistemleri gibi yenilikçi yöntemlerle alışveriş deneyimini zenginleştirirken, e-ticaret platformlarında geçirilen günlük süre ABD'ye kıyasla çok daha yüksektir.

Çin'in yeni başlattığı pilot uygulamalarla, yabancı şirketler Çin'de fiziksel bir varlık oluşturmadan bu dağıtım kanalını kullanabilmektedir. Bunun için bir çevrimiçi platform oluşturmaları ve malların dağıtımı için yerel lojistik hizmet sağlayıcılarını kullanmaları gerekmektedir.

Satış Teknikleri ve Satışı Etkileyen Faktörler

Firmalarımızın, öncelikle pazara girmek istedikleri ürünü belirleyerek ürün bazında strateji geliştirmeleri daha faydalı olacaktır. Bununla birlikte, Çin pazarında satışları belirleyen en önemli faktörlerden biri tanıtımdır.

Çünkü ülkemiz firmalarının Çin'deki bilinirliği genel olarak düşük seviyededir. Çin'de yaklaşık 1,41 milyar nüfus bulunmakta olup, bunların 450 milyon civarında orta ve üst sınıf tüketici olduğu tahmin edilmektedir. Bu orta/üst sınıf Çinli tüketiciyi hedefleyerek, Çin'in kendine özgü sosyal medya platformları olan Weibo, WeChat, Kuaishou ve TikTok (Douyin) üzerinden yürütülecek tanıtım faaliyetleri başarı için kritik öneme sahiptir.

Çin'de 2024 yılı itibarıyla 1 milyardan fazla internet kullanıcısı bulunmakta ve bunların yaklaşık %90'ı mobil cihazları günlük hayatında yoğun şekilde kullanmaktadır. Bu nedenle, mobil ve sosyal medya kanalları üzerinden yapılacak tanıtım faaliyetleri, markaların görünürlüğünü artırmada ve tüketiciye ulaşmada son derece etkili olacaktır.

Çin'de rekabetin son derece yoğun olması sebebiyle, firmaların sabırlı olması ve orta-uzun vadeli hedefler belirlemesi gerekmektedir. Kısa vadede hızlı sonuçlar beklemek yerine, sürekli ve etkili iletişimle marka bilinirliğini artırmak, tüketici güvenini kazanmak ve pazar payı elde etmek önem taşımaktadır.





Kamu İhaleleri Süreci ve Dijitalleşme:

Çin’de kamu ihaleleri genellikle merkezi ve yerel yönetimlerin resmi ihale platformları üzerinden yürütülmektedir.

En önemli ihale portalı olan Çin Kamu İhale Merkezi (China Government Procurement Network – CCGP) üzerinden ihaleler duyurulmakta ve teklifler elektronik ortamda alınmaktadır.

Bu platformlar, ihalelerin şeffaf, rekabetçi ve hesap verebilir şekilde yürütülmesini sağlamaktadır.

Türkiye firmaları İçin fırsatlar ve dikkat edilmesi gerekenler:

- Öncelikle pazara girmek istedikleri ürün veya hizmet bazında detaylı bir strateji belirlemeleri,
- Çin’de yerleşik ortaklar veya temsilcilikler aracılığıyla yerel piyasa dinamiklerine hâkim olmaları,
- Çin’in resmi ihale platformlarını ve prosedürlerini yakından takip etmeleri,
- İhalelerin büyük çoğunluğunun Çince yayımlandığını göz önünde bulundurarak, dil ve kültür bariyerlerini aşmak için yerel destek almaları, • Sabırlı ve uzun vadeli planlarla hareket etmeleri gerekmektedir.
- Çin’in resmi kamu ihale portalı: (<https://www.ccg.gov.cn/>)
- Uluslararası ihale ilanlarının yayımlandığı platformlar Bu kaynaklar, firmalarımızın Çin’deki ihale fırsatlarını takip etmelerine ve teklif süreçlerine katılmalarına olanak sağlamaktadır.





ÖNEMLİ SEKTÖRLER

Çin, üretim yatırım ve ihracat alanlarında küresel ölçekte en büyük ve en kapsamlı yapıya sahip ülkelerden biridir.

Bu başarının temelinde, literatürde “cluster” yani sanayi kümeleri olarak tanımlanan odak bölgelerinin büyük rolü bulunmaktadır. Sanayi Kümeleri ve Bölgesel Odaklar:

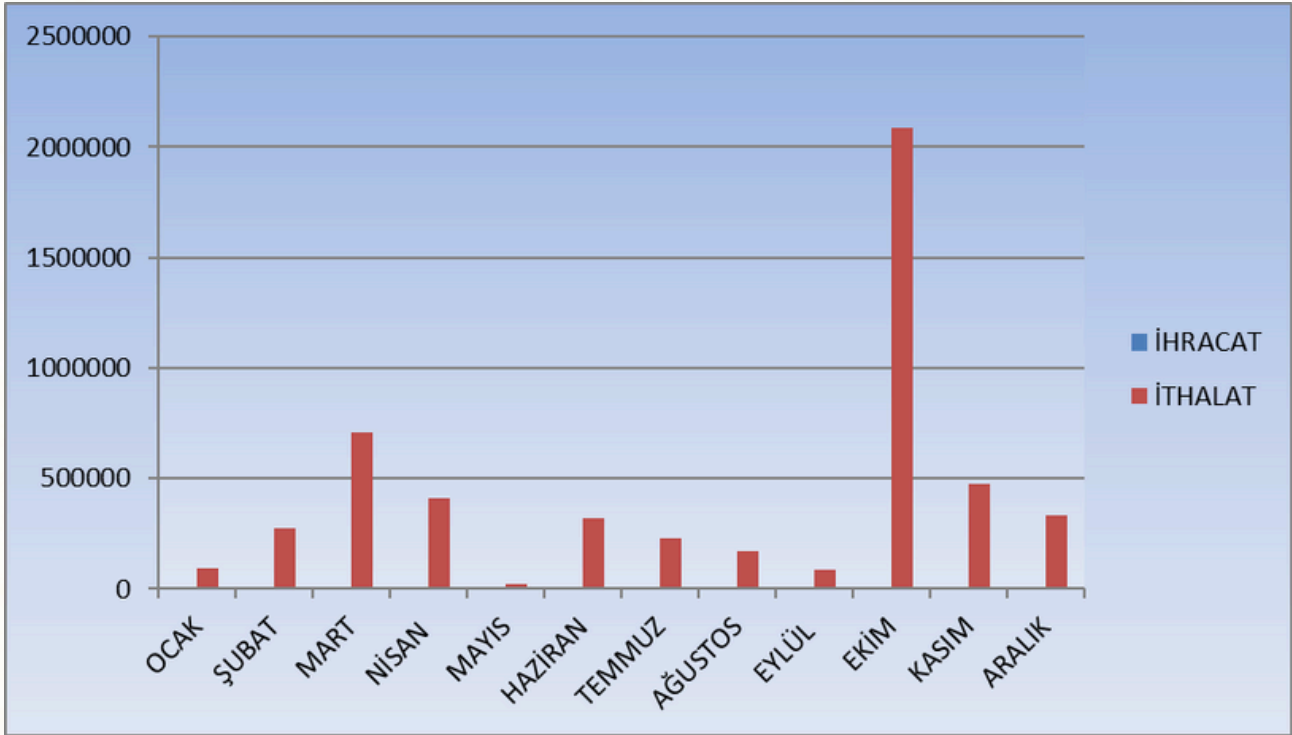
- Kuzey Çin (Pekin, Tianjin, Hebei): Ağır sanayi, kimya, metal, enerji, demiryolu, bilişim ve otomotiv sektörlerinde yoğunlaşmıştır.
- Kuzeydoğu Çin (Dongbei: Liaoning, Jilin, Heilongjiang, İç Moğolistan doğusu): Özellikle ağır sanayi ve otomotiv sektörleri gelişmiştir.
- Shandong Eyaleti: Petrol rafinerisi, nişasta ve gıda endüstrisi ön plandadır.
- Doğu Çin (Şanghay, Jiangsu, Zhejiang): Kimya, petrokimya, demir-çelik, elektrik-elektronik, enerji, makine ve parçaları, ilaç, tekstil ve deri gibi çeşitli imalat sektörleri yoğunlaşmıştır.
- Güney Çin (Guangdong): İhracata yönelik makine, hafif sanayi, seramik ve çok çeşitli imalat ürünleri üretilmektedir.
- Orta Çin (Hunan, Hubei): Demir-çelik, robotik, makine ve metal işleme sektörleri gelişmiştir.
- İç Kesimler (Sichuan, Chongqing): Otomotiv, motosiklet ve çeşitli sanayi kolları önemli üretim merkezleridir. Bu bölgelerde makineden ilaca, tekstilden gıdaya kadar çok çeşitli ürünler rekabetçi şekilde üretilmekte ve hem Çin hem de dünya pazarlarına hızla sunulmaktadır.



VAN-ÇİN İTHALAT İHRACAT GİRİŞİMLERİ

2024 yılında, Van'ın Çin ile olan dış ticaretinde ithalatın belirgin bir şekilde öne çıktığı görülmektedir. Bu durum, ilin üretim yapısının ithalata dayalı olduğunun ve Çin'den gelen ürünlerin önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir. Özellikle tekstil, elektronik ve otomotiv sektörlerinde Çin'den yapılan ithalatın arttığı gözlenmektedir.

2024 yılında Çin'den Van'a ithal edilen veriler.2024 yılı içerisinde ihracat ise gerçekleşmemiştir.



Kaynak: Ticaret Bakanlığı –TÜİK