

3. ÇİN HALK CUMHURİYETİ

GSMH: 25,68 trilyon \$

Kişi Başı Gelir: 18.200 \$

Büyüme Oranı: %2,99

İhracat: 3,71 trilyon \$

İhracat Partnerleri: A.B.D. (%15), Hong Kong (%7), Japonya (%5), Almanya (%4), Güney Kore (%4)

İthalat: 3,13 trilyon \$

İthalat Partnerleri: A.B.D. (%7), Güney Kore (%7), Japonya (%6), Avustralya (%6)

Nüfus: 1,416 milyar

Nüfus Artış Hızı: %0,23

Şehirleşme Oranı: %64,6

Şehirleşme Hızı: %1,78



Türkiye ile Toplam Ticaret:

Yıl	Türkiye'nin İhracatı (Bin USD)	Türkiye'nin İthalatı (Bin USD)
2021	3,662,823	32,239,211
2022	3,281,120	41,353,932
2023	3,305,685	44,980,184

İlgili Ürünlerin İthalat Verileri

İthalat GTİP:2515.12				
Ülke	İthalat Rakamı (Bin USD)	Ton Başı Fiyat	İthalat Artışı 2019-2023 (%)	Gümrük Vergisi
Türkiye	439.282	235	-11	4
İtalya	165.076	641	-2	4
İran	72.868	275	-5	4
Yunanistan	53.546	352	1	4
Kamboçya	34.189	159	174	0

İthalat GTİP:6802.21				
Ülke	İthalat Rakamı (Bin USD)	Ton Başı Fiyat	İthalat Artışı 2019-2023 (%)	Gümrük Vergisi
İtalya	1.537	1.704	-30	13,3
Yunanistan	404	374	-20	13,3
Vietnam	340	79	18	0
Türkiye	222	442	37	13,3
Portekiz	194	2812	-49	13,3

Türk Menşeli Ürünlere Uygulanan Gümrük Vergisi Oranı:

Ürün GTİP	Gümrük Vergisi Oranı
2515.12	4%
6802.21	13,30%

Pazar Bilgisi:

Nominal olarak dünyanın en büyük ikinci, satın alma gücü paritesi ile ise dünyanın en büyük ekonomisi konumunda olan Çin, hızla büyüyen bir iş ve tüketici pazarına sahiptir. 1978 yılında yaptığı ekonomik reformlar sayesinde günümüze kadar yılda ortalama %10'luk hızlı bir ekonomik büyüme sergileyerek dünyanın en büyük üreticisi ve ihracatçısı konumuna ulaşmıştır.

Doğal kaynaklar bakımından zengin bir ülke olan Çin, sahibi olduğu 17 farklı maden ve mineral türünde, hidroelektrik güç potansiyelinde ve kömür rezervlerinde dünya lideri konumundadır. Uzay teknolojisi ve elektronik alanda kullanılan bazı nadir madenlerin de artan oranda üreticisidir.

Çin 1,41 milyarlık nüfusuyla dünyanın en kalabalık ülkesidir ve yüksek bir işgücü potansiyeline sahiptir. Dünya Bankası verilerine göre, kalabalık nüfusunun istihdam oranı 2021 yılında %68 olan Çin, dünyadaki birçok ülkeye kaliteli işgücü göçü vermektedir. Nüfus artış hızını kontrol altına almak için 2016 yılına kadar uyguladığı tek çocuk politikası sonucunda nüfus içerisinde yaşlıların gençlere oranı artmış, bu artış halen sürmektedir. Uluslararası Para Fonu (IMF) verilerine göre, 2021 yılındaki kişi başına düşen milli geliri 12.300 dolar olan Çin, gelişmiş ülkelerin bir hayli gerisindedir. 2021 yılında yıllık reel olarak %8,1 büyüyen Çin ekonomisi, 2022 yılında %3 oranında büyümüştür.

Sektörün Yapısı ve Trendler:

2023 yılındaki 3,3 trilyon dolarlık ihracatı ile dünya lideri olan Çin, en fazla ihracat yaptığı elektrikli cihazlar sektöründe dünya ihracatının %26'sını, en fazla ihracat yaptığı ikinci sektör olan makine ve mekanik cihazlar sektöründe ise %22'sini elinde tutmaktadır. Bu sektörler içinde özellikle yayın ekipmanı, bilgisayar, telefon ve ofislerde kullanılan makinelere yönelik Çin, dünya ülkeleri için uygun üretim fiyatları ile teknolojik ekipman sağlayıcısı konumuna erişmiştir. Türkiye de 2023 yılındaki Çin ithalatının yarısını bu iki sektörden yapmaktadır.

Türkiye'den Çin'e yapılan ihracata bakıldığında ise, ITC verilerine göre en çok ihracat yapılan sektör maden cevheri sektörü ve ikinci sektör tuz, taş ve kireçtir. Çin, bu iki sektörde dünyada en fazla ihracat yaptığımız ülke konumunda olmakla birlikte, her yıl düzenli olarak benzer miktarda alış yaptığı için sektörlerdeki ihracatta önemli bir büyüme yaşanmamaktadır. Son 5 yılda yıllık ortalama %100'ün üzerinde büyüyen bakır ve mamulleri, kağıt ve mukavva, nikel, deniz ürünleri ve değerli taşlar, otomotiv, hava ve uzay araçları ihracatımız, Çin'e olan toplam ihracatımızı artırmak için potansiyel taşımaktadır.

Son yıllarda gerçekleşen politik gelişmeler ve yeni gümrük yasaları uygulamaları ile en büyük ticaret partneri Amerika ile ticaretinin azalması beklenen Çin'in ithalatını başka ülkelere yönlendirmesi ihtimal dâhilindedir. Türkiye'nin, Çin'e olası bir ihracat fırsatında avantaj sağlayabileceği sektörleri ve potansiyel iş birliklerini takipte olması yararına olacaktır. Buna ek olarak, ABD ve Çin arasındaki ticaret savaşlarının küresel düzeyde birçok sektör üzerinde negatif etkileri olabilir. Ticaret savaşları neticesinde uygulanan gümrük vergilerindeki artışın etkisi ya üçüncül ülkeler tarafından bir nebze karşılanabilir, ya ticaretin bir kısmı kaybedilir, ya da üretim içselleştirilebilir. Hâlihazırda bu mevcut senaryolar üzerinde bir kesinlik bulunmamaktadır. Bu nedenle de ticaret savaşlarının ekonomiye etkisinin COVID-19 pandemisi kadar büyük olabileceği yönünde tahminler bulunmaktadır.

Pazarlama Yöntemleri:

Çin, çok büyük bir ülke olması, uyguladığı çeşitli tarifeler ve vergiler ile zorlayıcı ve kompleks pazar yapısından ötürü, pazara girişten önce uzmanlardan tavsiye alınması önerilmektedir. En çok tercih edilen pazara giriş yolları:

Acenteler ve distribütörler: Anadili Çince olan ortaklar ile yerel varlık yaratmak, dil ve kültür farklılıkları ve Çin'de insan ilişkilerine verilen önem açısından avantaj yaratacaktır. Pazar büyüklüğü nedeniyle birden fazla acente veya distribütöre sahip olunması önerilmektedir.

Doğrudan yatırım: Ortak girişim, satın alma, kendi varlığını oluşturma yöntemlerini içeren doğrudan yatırım yöntemi Çin'de iş geliştirmenin en kontrol sahibi yolu iken beraberinde finansal, ticari ve itibar risklerini taşımaktadır. Kalıcı bir mevcudiyet sağlamak uzun süren bir süreçtir fakat uzun vadede daha yüksek büyüme sağlamaktadır.

E-Ticaret: Çin, 2021'de 1.542,6 milyar ABD doları gelirle e-ticaret için en büyük pazardır ve ABD'nin önüne geçen Çin, bu alanda çok çeşitli fırsatlar sunmaktadır. %15'lik bir artışla Çin e-ticaret pazarı,

2021'de dünya çapındaki %15'lik büyüme oranına katkıda bulunmuştur. Tıpkı Çin'de olduğu gibi, küresel e-ticaret satışlarının da önümüzdeki yıllarda artması beklenmektedir. Yeni pazarlar ortaya çıktıkça, küresel büyüme önümüzdeki yıllarda da devam edecektir. Bu gelişme, büyüyen orta sınıfları ve gecikmeli çevrimdışı altyapılarıyla Doğu ve Güneydoğu Asya tarafından desteklenecektir. 2022 ile 2025 arasında yıllık %7 büyüme oranıyla Çin'in, %6'lık küresel ortalamayı geçmesi beklenmektedir.

Ticaret yapılacak site Çince olmalıdır ve çoğu küresel web tarayıcısı, arama motoru ve sosyal medya platformu ülkede yasak olduğundan Çin'in kendi çevrimiçi kanalları üzerinden işlem yapılması gerekmektedir. "Baidu" en çok kullanılan arama motoru (Çin'in Google'ı), Alibaba en çok kullanılan e-ticaret sitesi (Çin'in Amazon'u) ve "WeChat" (Çin'in Facebook'u) en çok kullanılan haberleşme ve sosyal medya platformudur.

İthalata Yönelik Standartlar:

Çin standartlarının hepsi uluslararası standartlarla uyumlu olmadığından ihraç edilecek sektör için geçerli olan yasaları, düzenlemeleri, standartları ve sertifika gereksinimlerini kontrol etmek önemlidir. Tıp ve gıda gibi sektörler özel kayıt ve sertifikasyon gerektirir. Çin Halk Cumhuriyeti Standardizasyon İdaresi'nin sitesi ulaşmak için <https://www.sac.gov.cn/sacen/>