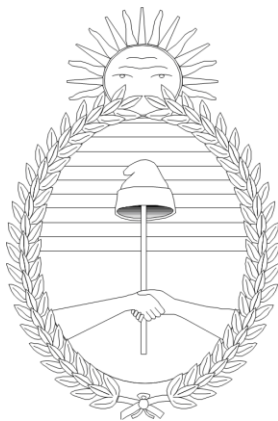


CONSULADO GENERAL Y CENTRO DE PROMOCIÓN ARGENTINA EN
SHANGHÁI



EL MERCADO DE MIEL EN CHINA

Septiembre 2017

INDICE DE CONTENIDO

1. Resumen Ejecutivo	3
2. Oferta	4
• China Como productor mundial de miel	4
• Exportaciones e Importaciones	5
3. Consumo	11
4. Canales de comercialización	12
5. Precio de la Miel en el mercado chino	14
• Precio de Importación	14
• Precio Minorista	14
• Costo de Nacionalización	17
6. Acceso al Mercado	17
7. Recomendación para exportadores argentinos	18
• Misiones Comerciales	18
• Ferias	19
• Catálogos y Tarjetas de Visita	19
• Perspectivas de continuidad	19
• Crecimiento del Mercado Online	20
• Otros aspectos esenciales	20
8. Ferias Importantes	20
9. Importadores importantes de la jurisdicción	21
10. Otros contactos	22
• General	22
• Shanghái	22
• Zona Franca	22

1. Resumen Ejecutivo

Las razones del rápido desarrollo de la industria de la apicultura derivan principalmente de la mejora del nivel de vida del pueblo chino que ha diversificado su consumo de alimentos.

Luego de la reforma y apertura en la década del setenta y atento el aumento de demanda y la consiguiente popularización de la apicultura, la producción de miel china evidenció un continuo y marcado crecimiento.

De acuerdo con las estadísticas de la FAO (2014), Asia es el continente con mayor producción de miel natural, con una participación de aproximadamente el 54%. China es el principal productor mundial de miel, con una participación del 31% en el mundo en el año 2014. Argentina es el principal productor de miel a nivel latinoamericano y se ubica dentro de los primeros cinco del mundo (en la región lo siguen México y Brasil).

En China existen más de 300 mil apicultores y 9 millones de colonias de abejas. Asimismo, existen más de dos mil fabricantes, los cuales se distribuyen principalmente en las provincias de Zhejiang, Jiangsu, Hubei, Anhui, Shandong, Sichuan, Beijing y Shanghai.

China no solo constituye el principal productor de miel en el mundo, sino también el principal exportador. En lo que respecta a las importaciones, constituye el séptimo país importador de miel del mundo (Estados Unidos y Alemania, los principales). El valor en USD de sus importaciones es alrededor de un cuarto del valor de las exportaciones y sus volúmenes son muy bajos expresados en toneladas.

El consumo total de la miel subió casi un 150% durante estos últimos 15 años (el per cápita alcanzó a los 250 gramos en 2015 y es bajo si lo comparamos con el de los países occidentales) con grandes perspectivas continuas de crecimiento. El aumento del nivel de renta per cápita y de las clases medias en China está produciendo una modificación estructural en los patrones de consumo con una mayor propensión a consumir productos beneficiosos para la salud.

En términos generales, la exportación de miel a China requiere de la firma de un protocolo bilateral entre el país exportador y China. En la actualidad, Argentina no lo tiene. Nueva Zelanda y Australia son los principales proveedores de miel al mercado chino (ambos países han firmado TLC con preferencias arancelarias con el gigante asiático).

El 85% de la miel importada se concentra en las zonas más desarrolladas de China que cuentan con mayor capacidad de consumo de productos del extranjero. Shanghai constituye la zona aduanera más importante de importación de miel (35% del total).

Se destaca como mecanismo novedoso de comercialización la amplia gama de posibilidades y servicios que se ofrecen a través del e-commerce. China es el país en el que el comercio electrónico se encuentra más desarrollado lo que posibilita comercializar los productos al consumidor final a través de un menor número de intermediarios y contar con una mayor flexibilidad para realizar ofertas más atractivas y competitivas. Hacia fines de 2017, las ventas online representarían el 12,4% del comercio minorista.

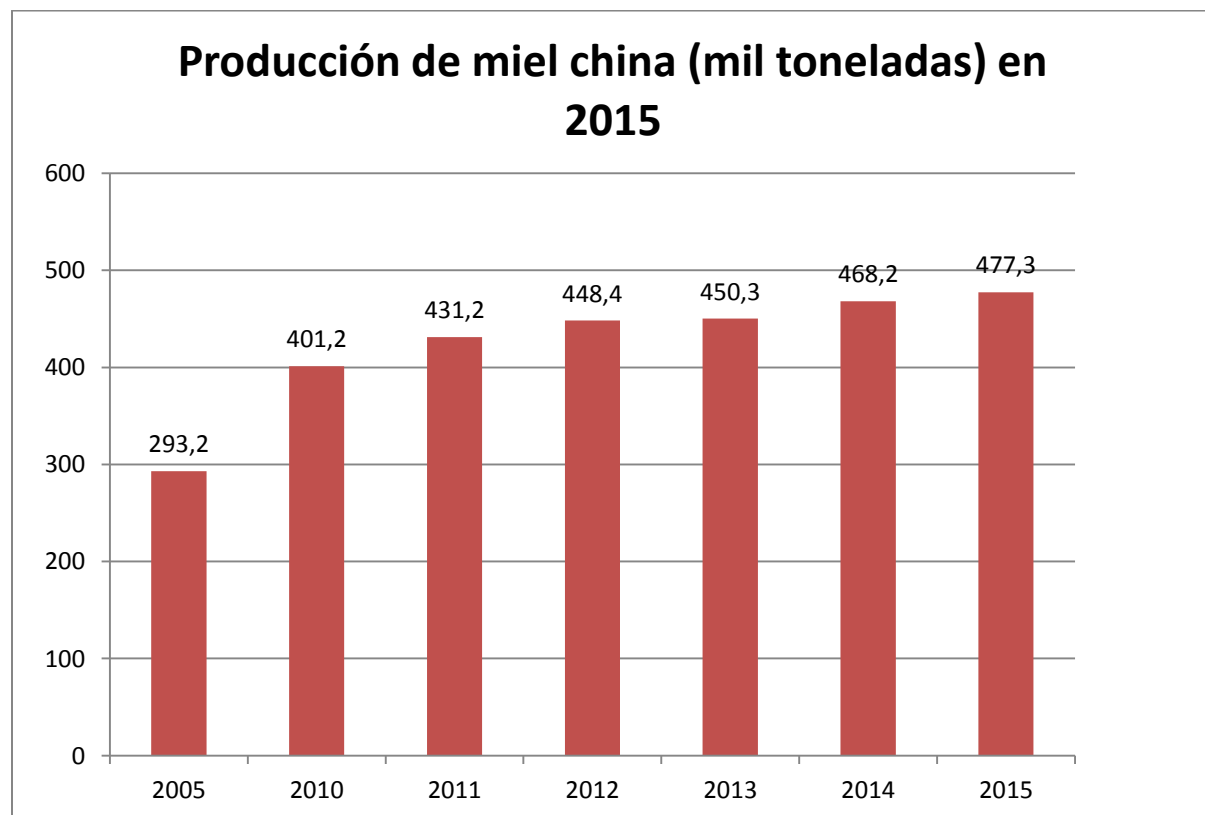
2. OFERTA

2.1. China como productor mundial de miel

Las abejas occidentales fueron introducidas en China a principios del siglo XX. Tradicionalmente los apicultores locales trabajaron por familias. Después de la reforma y apertura en la década del setenta y atento el aumento de demanda y la consiguiente popularización de la apicultura, la producción de miel china evidenció un rápido crecimiento.

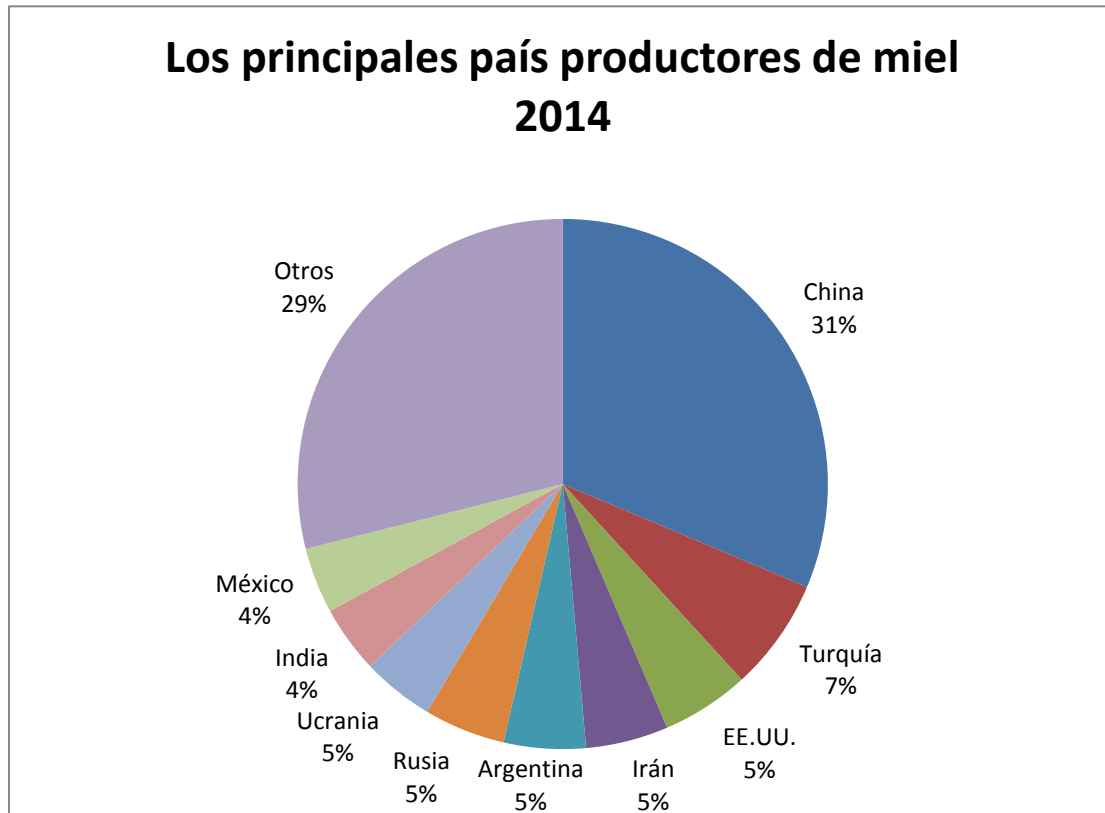
Actualmente, en China existen más de 300 mil apicultores y 9 millones de colonias de abejas. Asimismo, existen más de dos mil fabricantes, los cuales se distribuyen principalmente en las provincias de Zhejiang, Jiangsu, Hubei, Anhui, Shandong, Sichuan, Beijing y Shanghái.

De acuerdo con las estadísticas del Buró Nacional de Estadísticas de China, en 2015 la producción de miel alcanzó 477,3 mil toneladas (casi un 2% superior a la de 2014) y se estima que la producción del año 2016 y 2017 se ha mantenido en el mismo nivel.



Fuente: Buró Nacional de Estadísticas de China

Para la FAO (2014), Asia es el continente con mayor producción de miel natural, con una participación de aproximadamente el 54%. China es el principal productor mundial de miel, con una participación del 31% en el mundo en el año 2014. Argentina es el principal productor de miel a nivel latinoamericano y se ubica dentro de los primeros cinco del mundo (en la región lo siguen México y Brasil).



Fuente: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO).

2.2. Exportaciones e Importaciones

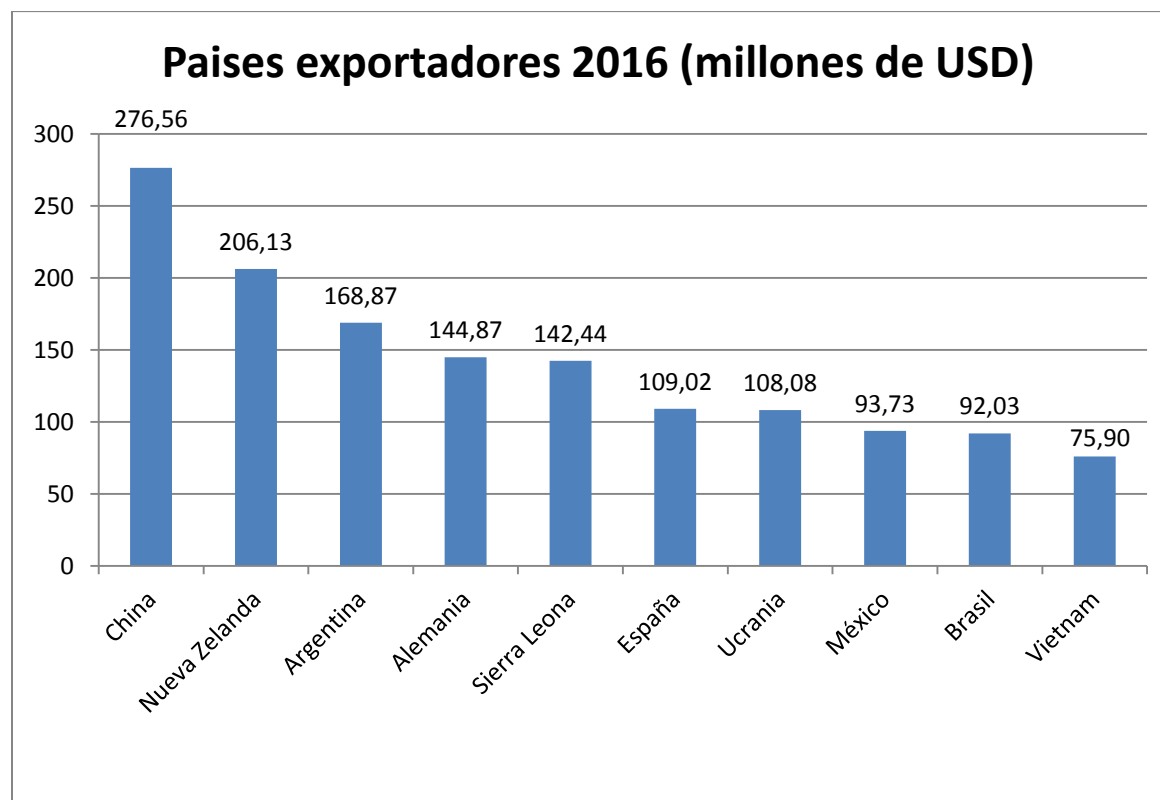
China no solo constituye el principal productor de miel en el mundo, sino también el principal exportador.

En 2016, China exportó miel por un valor de USD 276,56 millones (un descenso del 4% en relación al 2015), seguida por Nueva Zelanda, Argentina y Alemania.

Principales países exportadores de miel del Mundo

2014		2015		2016	
Origen	Mil USD	Origen	Mil USD	Origen	Mil USD
China	260.262	China	288.659	China	276.556
Argentina	204.438	Nueva Zelanda	200.409	Nueva Zelanda	206.136
Nueva Zelanda	168.191	Argentina	163.829	Argentina	168.868
Alemania	151.120	Alemania	142.358	Alemania	144.868

Fuente: Trade Map



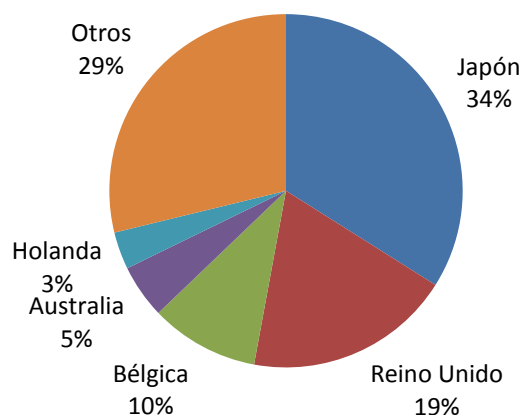
Fuente: Trade Map

De los principales países exportadores de miel, tanto China conjuntamente con México y Brasil suelen exportar el producto a granel. Contrariamente, Nueva Zelanda y Alemania suelen exportar productos envasados con valor agregado y a un precio superior al registrado por los chinos.

La miel China es exportada principalmente a Japón y a los países europeos (Reino Unido, Bélgica y Holanda en los primeros lugares). En 2009,

Estados Unidos comenzó a aplicar derechos antidumping a la miel china.

Los principales destinos de exportación de miel china - Año 2016



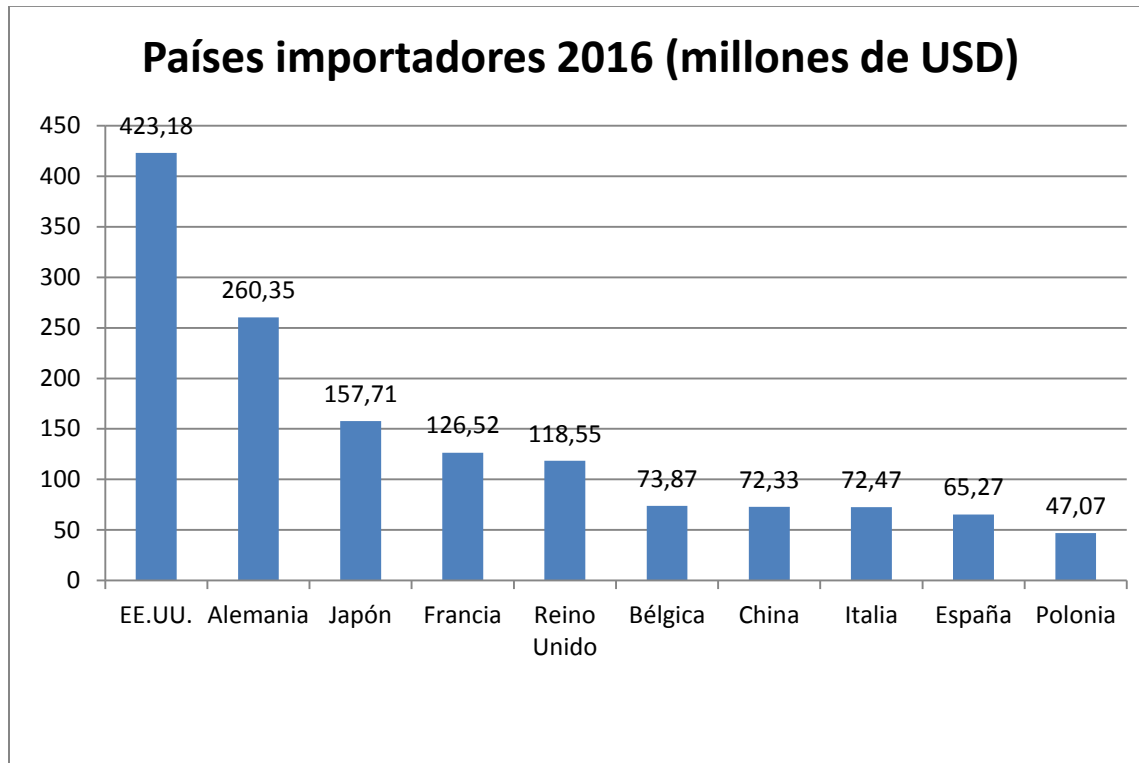
Fuente: Aduana China

Principales destinos de exportación (2014-2016)

Año	País	Cantidad (TN)	%	Valor (millones de USD)	%
2014	Japón	25.992,98	20,91%	58,76	23,58%
	Bélgica	21.327,22	17,15%	47,47	19,05%
	Reino Unido	22.223,07	17,87%	37,45	15,03%
	España	10.631,10	8,55%	19,43	7,80%
	Alemania	7.241,01	5,82%	16,32	6,55%
	Total	129.824,30	100%	260,30	100%
2015	Japón	25.611,89	18,53%	56,44	20,50%
	Bélgica	22.884,86	16,55%	47,47	17,24%
	Reino Unido	26.406,27	19,10%	47,43	17,23%
	España	11.833,04	8,56%	22,44	8,15%
	Alemania	5.730,68	4,15%	12,99	4,72%
	Total	144.756,10	100%	288,67	100%
2016	Japón	38.498,05	31,26%	93,88	35,46%
	Reino Unido	28.362,28	23,03%	52,41	19,80%
	Bélgica	11.753,99	9,54%	27,53	10,40%
	Australia	6.746,42	5,48%	13,62	5,14%
	Holanda	4.808,11	3,90%	9,46	3,57%
	Total	128.329,80	100%	276,56	100%

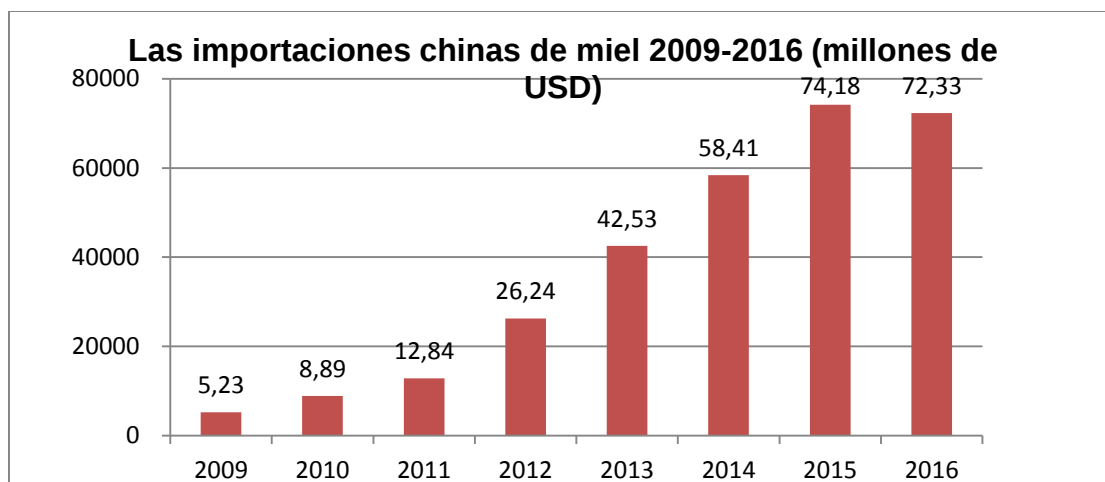
Fuente: Aduana China

En lo que respecta a las importaciones, China constituye el séptimo país importador de miel del mundo (Estados Unidos y Alemania constituyen los mayores importadores). El valor en USD de sus importaciones es alrededor de un cuarto del valor de las exportaciones. Atento China es el principal productor mundial de miel, sus volúmenes de importación son muy bajos expresados en toneladas.



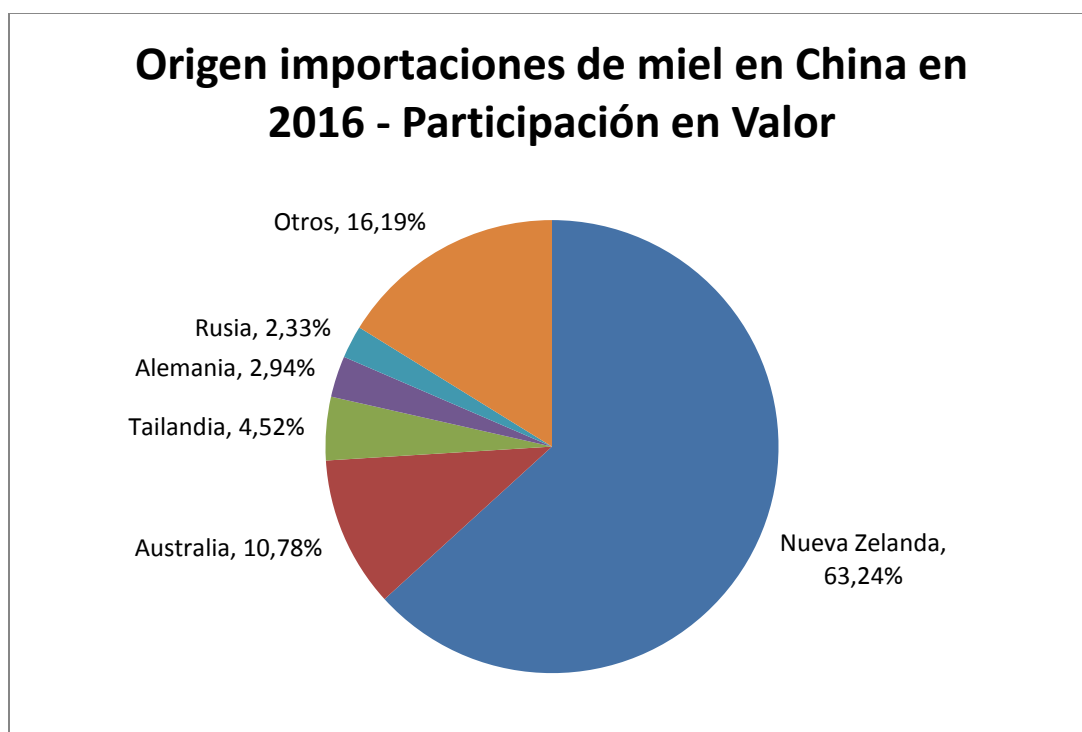
Fuente: Trade Map

El vertiginoso ascenso de la clase media china y el consiguiente aumento en el nivel de ingresos de los consumidores locales ha decantado en un incremento de la demanda de miel de alta calidad. Durante la última década, la importación de miel ha crecido más de 12 veces y los productores internacionales han aprovechado esta tendencia al promover fuertemente sus ventas dentro del mercado chino.



Fuente: Aduana China

En 2016 la importación de miel representó unas 5,9 mil TN por valor de USD 72 millones. Nueva Zelanda ha sido el país que más se benefició, exportando en 2016 por un valor cercano a los USD 45 millones de miel natural de alta calidad a China (63% de la participación en las importaciones chinas expresado en valores monetarios y un 30% en cantidad).



Fuente: Aduana China

Actualmente, la miel natural (PA 04090000) ocupa el segmento más importante dentro de las importaciones chinas de productos relacionados. Lo siguen los productos de abejas (PA 04100049), jalea pura real, jalea pura real en polvo y polen de abeja. Todos estos últimos, con valores muy limitados.

Miel Natural (PA 04090000)

Año	País	Cantidad (TN)	%	Valor (millones de USD)	%
2014	Nueva Zelanda	2.132,34	38,91%	35,10	61,82%
	Australia	381,39	6,96%	4,77	8,41%
	Alemania	316,58	5,78%	2,83	4,99%
	Tailandia	576,52	10,52%	2,23	3,92%
	Malasia	457,97	8,36%	1,88	3,3%
	Total	5.715,95	100%	58,41	100%
2015	Nueva Zelanda	2.039,13	34,38%	47,48	66,19%
	Australia	561,91	9,47%	7,21	10,05%
	Alemania	324,05	5,46%	2,70	3,77%
	Tailandia	587,01	9,9%	2,56	3,56%
	Rusia	557,08	9,39%	1,55	2,17%
	Total	6.256,38	100%	74,18	100%
2016	Nueva Zelanda	1.696,68	30,2%	44,55	63,24%
	Australia	622,16	11,07%	7,59	10,78%
	Tailandia	586,93	10,45%	3,18	4,52%
	Alemania	257,89	4,59%	2,07	2,94%
	Rusia	487,74	8,68%	1,64	2,33%
	Total	5.857,07	100%	72,33	100%

Productos de Abejas. Los demás (PA 04100049)

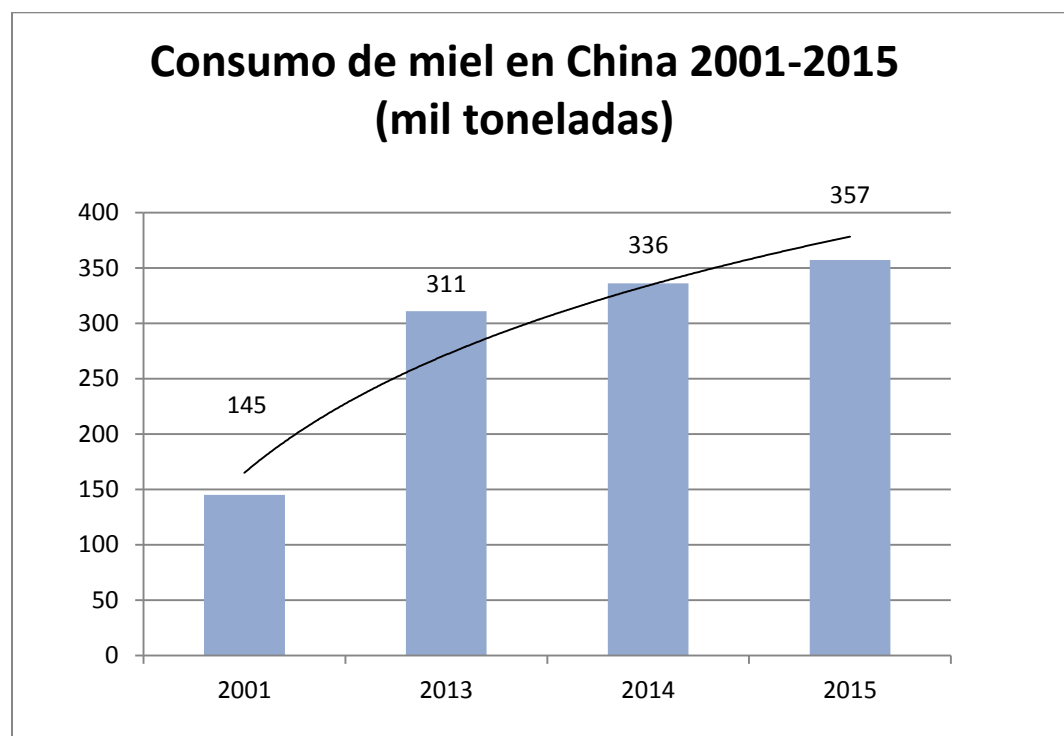
Año	País	Cantidad (TN)	%	Valor (millones de USD)	%
2014	Brasil	26,03	57,98%	3,92	88,63%
	Irán	9,04	20,13%	0,20	4,54%
	Uruguay	2,89	6,43%	0,13	2,99%
	Nueva Zelanda	3,42	7,61%	0,09	1,97%
	Australia	0,52	1,15%	0,05	1,05%
	Total	44,90	100%	4,43	100%
2015	Brasil	13,75	16,31%	2,43	46,92%
	Australia	25,39	30,12%	1,46	28,22%
	Nueva Zelanda	7,20	8,54%	0,54	10,47%
	Uruguay	6,72	7,97%	0,28	5,36%
	Irán	8,00	9,49%	0,18	3,39%
	Total	84,31	100%	5,18	100%
2016	Brasil	22,88	25,21%	4,35	67,77%
	Australia	17,83	19,65%	1,04	16,19%
	Nueva Zelanda	13,21	14,99%	0,35	5,53%
	Irán	9,50	10,47%	0,20	3,05%
	Uruguay	4,18	4,6%	0,18	2,87%
	Total	90,76	100%	6,41	100%

Fuente: Aduana China

3. Consumo

De acuerdo con registros históricos, los chinos recolectaron y comieron miel desde hace 2500 años. Tradicionalmente, la miel ha tenido un alto valor medicinal y nutricional.

Las reformas de apertura económica encaradas a fines de la década del setenta resultaron en un rápido desarrollo de la economía china que trajo aparejado un aumento del consumo masivo de la miel. En comparación con el inicio del siglo XXI, su consumo total subió un 146% (el per cápita alcanzó a los 250 gramos en 2015 y es bajo si lo comparamos con el de los países occidentales) con grandes perspectivas continuas de crecimiento.



Fuente: Buró Nacional de Estadísticas de China

A fines del siglo pasado, el consumo de la miel en China llegaba a unas 145 mil toneladas. En 2015 se incrementó hasta alcanzar las 357 mil toneladas. En la actualidad, la producción doméstica muestra un estable desarrollo (principalmente en cantidad), subordinando y limitando el ingreso de miel importada.

Tradicionalmente y por sus valores nutricionales, son las personas mayores quienes han consumido mayor cantidad de miel en China. Sin embargo, cada vez más la población joven y media va adquiriendo preocupaciones por la salud y la demanda de la miel crecerá paulatinamente.

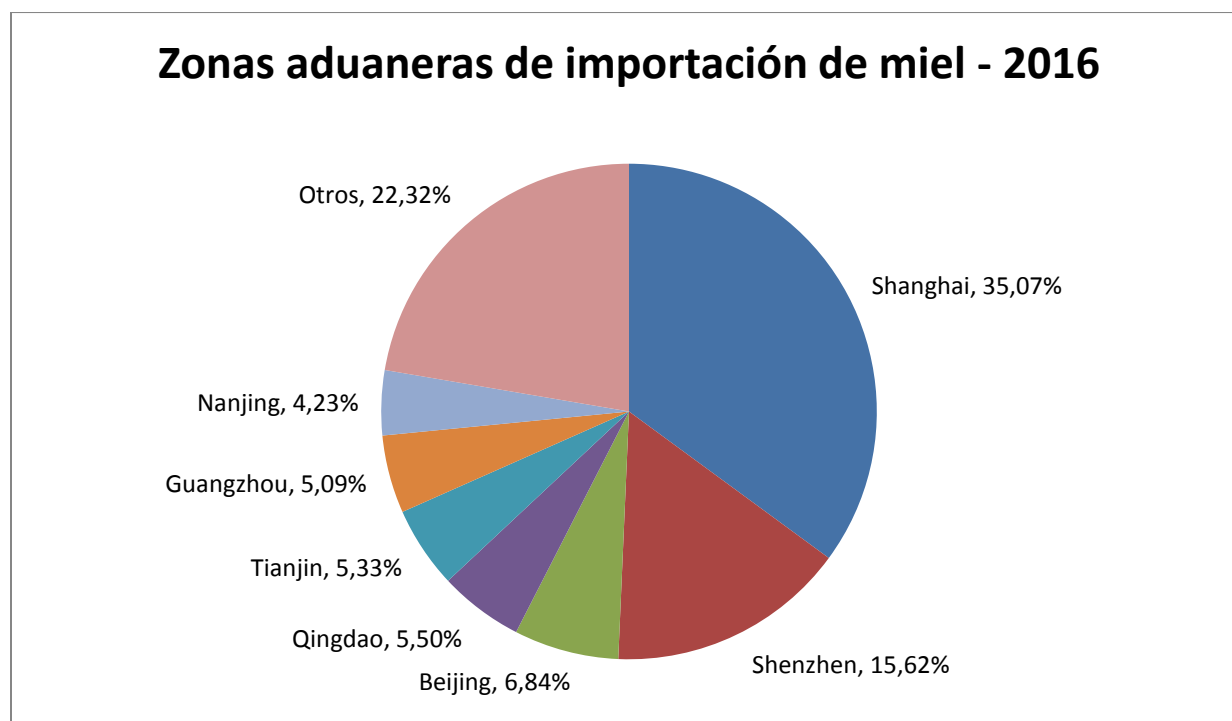
Con el aumento del nivel de renta per cápita y de las clases medias en China se está produciendo una modificación estructural en los patrones de consumo con una mayor propensión a consumir productos beneficiosos para la salud.

Los problemas vinculados a la seguridad alimentaria han generado una mayor propensión de la población a adquirir productos agroalimentarios importados asociados con mayores niveles de calidad y fiabilidad.

Los canales de venta tradicionales se han visto potenciados por el desarrollo de la venta a través de canales on-line, donde se espera un crecimiento exponencial del mercado de la miel para los próximos años, principalmente entre las capas jóvenes de la sociedad. Además, las promociones en los medios han popularizado la venta de productos relacionados con la miel como los propóleos, jalea pura real y polen de abeja.

4. Canales de comercialización.

El 85% de la miel importada se concentra en las zonas más desarrolladas de China que cuentan, asimismo, con mayor capacidad de consumo de productos del extranjero (el delta del río Yangtze, el delta del río de las Perlas y en las zonas aledañas a Beijing).



Fuente: Aduana China

Shanghái constituye la zona aduanera más importante de importación de miel (35% del total), seguida por Shenzhen y Beijing. Entre las diez primeras aduanas de acceso de miel, 9 son de las tres zonas mencionadas ut supra.

Principales aduanas de acceso de miel importada 2016

Ubicación	Cantidad (TN)	Valor (millones de USD)	%
Shanghái	1.711,75	24,93	35,07%
Shenzhen	627,65	11,10	15,62%
Beijing	379,56	4,86	6,84%
Qingdao	305,53	3,91	5,5%
Tianjin	692,25	3,79	5,33%
Guangzhou	110,15	3,62	5,09%
Nanjing	289,05	3,01	4,23%
Dalian	135,93	2,93	4,13%
Ningbo	177,51	2,93	4,13%
Hangzhou	115,79	2,41	3,39%

Fuente: Aduana China

En cuanto al mercado minorista, se concentra en cadenas de supermercados extranjeras y locales. Entre las primeras, encontramos a la estadounidense Wal-Mart, la francesa Carrefour, la alemana Metro, la inglesa Tesco, la taiwanesa RT Mart y las japonesas Japan Plaza y Lotus. Con relación a las cadenas locales, destacamos los supermercados Lianhua Mart, Hualia Mart, Century Mart, NGS, City Super y City Shop.

En lo que hace a la venta directa, se destaca el constante crecimiento de operaciones que se realizan a través de portales de internet. El mercado online, con sus consiguientes ventajas en cuanto al precio, envío a domicilio y pago electrónico, ha alcanzado altas tasas de crecimiento durante los últimos años. Se ha convertido en el canal más popular entre los jóvenes consumidores (25 a 35 años) en las ciudades del primer y segundo nivel y las ventas a través de la televisión también se están popularizando.

Su rápido desarrollo está posibilitando comercializar los productos al consumidor final a través de un menor número de intermediarios y contar con una mayor flexibilidad para realizar ofertas más atractivas y competitivas. Se estima que para fines de 2017, las ventas online representarían el 12,4% del comercio minorista

Los portales electrónicos más populares de venta de miel en China son:

- JD – www.jd.com
- YHD – www.yhd.com

- SFBEST – www.sfbest.com
- WOMAI – www.womai.com
- TMALL – chaosi.tmall.com
- SUNING - chaosi.suning.com

5. Precios de la miel en el mercado chino.

Para analizar la competitividad de la miel argentina consideramos dos tipos de precios:

- Precio de importación de los principales proveedores de miel a China
- Precio minorista

5.1. Precio de Importación.

El precio medio de importación de miel en 2016 fue de USD 12,25/KG. La miel importada más cara en 2016 fue la de Nueva Zelanda, mientras que la más barata fue la rusa.

Evolución de Precio promedio de miel (por kg) CIF (puertos chinos) clasificado por principales orígenes

Precio importación miel USD/KG			
	2015	2016	%2015-2016
Precio medio	11,86	12,25	3,3%
Nueva Zelanda	23,28	26,26	12,8%
Australia	12,83	12,21	-4,8%
Tailandia	4,35	5,42	24,6%
Alemania	8,34	8,04	-3,6%
Rusia	2,79	3,36	20,4%

Fuente: Aduana China

5.2. Precio Minorista.

Los precios minoristas varían en función de la marca, el país de origen, el peso, etc. A modo de ejemplo encontramos:



Origen: China, Peso: 900g, Precio: **29,9RMB**
<https://item.jd.com/381050.html>



Origen: China, Peso: 1000g, Precio: **29,8RMB**
<https://item.jd.com/607471.html>



Origen: Nueva Zelanda, Peso: 250g, Precio: **399RMB**
<https://item.jd.com/1295798.html>



Origen: Australia, Peso: 500g, **Precio: 91RMB**
<https://item.jd.com/3398990.html>



Origen: Rusia, Peso: 500g, Precio: **40RMB**
<http://item.yhd.com/item/63115097?tc=3.0.5.63115097.24&tp=51.%E8%9C%82%E8%9C%9C.124.24.3.LuZL3rn-11-3FLsN&ti=MBY8xo>



Origen: Alemania, Peso: 1000g, Precio: **165RMB**
<http://item.yhd.com/item/39224904?tc=3.0.5.39224904.1&tp=51.%E5%BE%B7%E5%9B%BD%E8%9C%82%E8%9C%9C.124.1.1.LuZU25u-11-3FLsN&ti=C38Y5V>



Origen: Tailandia, Peso: 485g, Precio: **79RMB**

https://detail.tmall.com/item.htm?spm=a220m.1000858.1000725.16.7a2d369cfWR0xW&id=544564498696&areald=310100&user_id=2455566991&cat_id=2&is_b=1&rn=828926e6f5dc3e8b047df6603f39cf8a

5.3. Costo de nacionalización (tipo de cambio 1USD:6,59RMB).

- a) Tratamiento Arancelario de La Aduana China para Países BAJO CLAUSULA MFN 2016: 15% = CIF X 15%
- b) Impuesto al Valor Agregado (VAT): 13% = (CIF + ARANCEL) X 13%
Costo de Apertura de Carta de Crédito: 0,125% (aprox entre 200usd y 500usd) + costo telegrama (200 RMB)
- c) Despacho aduanero y otros costos aprox 5000 RMB/bill (contenedor 20 pies)
- d) Flete marítimo Buenos Aires – Shanghái
Contenedor x 20 pies: 4200 RMB
Contenedor x 40 pies: 4900 RMB

6. Acceso al mercado.

China divide los productos agroalimentarios en tres grandes grupos: los que necesitan la firma de un protocolo, los que necesitan la aprobación de un certificado sanitario y los que no necesitan ni protocolo ni certificado para ingresar en China.

La exportación de miel a este país se encuentra dentro del grupo de los productos que requieren de la firma de un protocolo bilateral entre el país exportador y China.

Actualmente Argentina no tiene protocolo para exportación de miel ni

productos de abejas a China. Por eso, el mercado chino permanece cerrado para miel argentina.

Respecto al tratamiento arancelario de importación, estos son los aranceles y normativas para miel y productos de abejas que ingresan al mercado chino:

Los derechos de importación de miel varían conforme al subproducto:

Posición	Descripción	Derecho Importación	I.V.A.
0409.00.00	Miel natural	15%	13%
0410.00.41	Productos de Abejas. Jalea pura real	15%	13%
0410.00.42	Productos de Abejas. Jalea pura real en polvo	15%	17%
0410.00.43	Productos de Abejas. Polen de abeja	20%	17%
0410.00.49	Productos de Abejas. Los demás	20%	17%

Fuente: Aduana China

En cuanto a la normativa para la importación puede visitarse el siguiente link de la Consejería Agroindustrial de la Embajada de la República en Beijing: <http://www.agrichina.org/view.aspx?cid=473>

7. Recomendación para exportadores argentinos.

Es importante que el potencial exportador comience por establecer contactos con los mercados mayoristas, importadores locales o cámaras sectoriales. No obstante, entre otros elementos a tener en cuenta, destacamos:

7.1 Misiones comerciales

La dificultad de establecer contactos en China, así como la de obtener información del mercado hace que las misiones comerciales cobren relevancia. La formalidad es apreciada por los chinos y les genera seriedad. Por ello, las misiones comerciales son una de las mejores vías de acercamiento y conocimiento del mercado. A través de ellas, el exportador puede analizar la realidad del sector en el país, contemplar las inquietudes de los clientes potenciales, establecer contactos comerciales y observar la posición en el mercado y la de la competencia.

7.2 Ferias

También es importante visitar las ferias para familiarizarse con el mercado y cultura locales de comercialización de miel, ya que son una excelente alternativa para establecer contactos con posibles clientes, proveedores, agentes, etc. Asimismo, es un buen lugar para promocionar y dar a conocer productos y servicios, debiendo identificarse con precisión cuales de ellas pueden ser provechosas. El Consulado General y Centro de Promoción de la República en Shanghái resulta un buen vehículo para conocer la importancia de ferias importantes en la jurisdicción. Alternativamente podrá dirigirse a la oficina comercial de la Embajada en Beijing, así como al Consulado en Hong-Kong o en Guangzhou.

Ferias y exposiciones

Ferias	Lugar	Tipo	Web
Import Food Fair China	Shanghái	General	www.importfoodfair.com
SIAL China	Shanghái	General	www.sialchina.com
FHC China	Shanghái	General	www.fhcchina.com
Cantón Fair	Guangzhou	General	www.cantonfair.org.cn
CIFE	Guangzhou	General	www.cnfood.org

Fuente: Elaboración propia

7.3 Catálogos y tarjetas de visita

Es importante ofrecer catálogos en idioma chino –o en su defecto en inglés-, ya que la potencial contraparte, en numerosas ocasiones, solo habla y lee chino. Por su parte, las tarjetas de visita deben estar preferiblemente escritas de ambos lados, teniendo en uno de ellos caracteres chinos.

7.4 La perspectiva de la continuidad

Una vez que se ha establecido contacto con empresas que resulten de interés, hayan comprado o estén en disposición de hacerlo, es bueno realizar un seguimiento de las relaciones a través de correos electrónicos, cartas de agradecimiento o catálogos nuevos cuando surgen cambios. Los chinos son sumamente ceremoniosos, gustan de las relaciones personales y necesitan la confianza para establecer relaciones comerciales. Es conveniente tener también guardar un registro de lo conversado y actuado, ya que hacer uso de ello en posteriores encuentros reforzará el lazo de confianza. No es recomendable expresar condiciones u opiniones que puedan parecer ambiguas. El no cumplir esta regla puede denotar para ellos falta de seriedad, ya que resultan muy

conservadores, por lo cual una vez tomadas ciertas posturas es bueno mantenerlas lo más rígidamente posible.

7.5 Crecimiento del mercado online

Destacamos como mecanismo novedoso de comercialización la amplia gama de posibilidades y servicios que se ofrecen a través del e-commerce. China es el país en el que el comercio electrónico se encuentra más desarrollado y este canal de distribución no solo permite consolidar el posicionamiento de productos tradicionales sino que ayuda a promocionar, potenciar y agilizar la introducción de productos con mayor valor agregado (artículos gourmet, orgánicos y novedosos).

De tal manera, estos nuevos canales suponen una excelente oportunidad para la venta de miel de forma ágil (las entrega se realizan uno o dos días tras la realización del pedido). Estas plataformas de comercialización también proporcionan un buen canal para educar al consumidor sobre los beneficios de la miel.

Se estima que para fines de 2017, las ventas online representarían el 12,4% del comercio minorista.

7.6 Otros aspectos esenciales

Tomando en consideración estas recomendaciones y oportunidades, se presentan a continuación los aspectos esenciales que debería tener en consideración un exportador de miel argentino para comercializar su producto en China.

1. Conocer la normativa. Conocer los requisitos establecidos por las autoridades chinas.
2. Identificar socios comerciales locales. Realizar una identificación de potenciales importadores en los principales puntos de entrada de miel con capacidad de trabajar con proveedores de servicios de logística fiables y acceso a puntos de distribución que permitan un posicionamiento adecuado del producto.
3. Ofrecer apoyo en actividades de promoción desarrolladas por sus socios comerciales chinos que permitan generar una imagen solida de la miel argentina.

8. Las Ferias importantes

SIAL China

www.sialchina.com/

Es una de las ferias más grandes del sector de alimentos y bebidas en China.

Se celebra en Shanghái, en mayo de cada año.

FHC China 2016

www.fhcchina.com

Es una feria importante del sector de alimentos y bebidas. Se celebra en Shanghái en noviembre de cada año.

China International Import and Export Food & Beverage Exhibition

<http://www.importfoodfair.com/>

Es una de las ferias más importantes de alimentos importados y se llevará a cabo del 14 al 16 de mayo de 2018 en Shanghái.

9. Los importadores importantes de la jurisdicción

- Shanghai City Shop
Tel: 0086-21-62327070
Persona de contacto: Sherry Xie
Email: sherryxie@cityshop.com.cn
- IGO Supermercado
Tel: 0086-21-50485071
Persona de contacto: Friedman Chen
Email: chenyifeng@itoc.com.cn
- Greenland Business Group Ltd
Tel: 0086-21-15000526700
Persona de contacto: Lin Lu
Email: lu.lin@glcp.com.cn
- Shanghai Zetong Imports & Exports Co., Ltd
Tel: 0086-21-28901572
Persona de contacto: Qu Yi
Email: quyi@zetongroup.com
- Shanghai Yiguo E-Commerce Co., Ltd
Tel: 0086-21-13661912868
Persona de contacto: Chen Yong
Email: markuschen@yiguo.com
- Shanghai Bee Garden Industrial Co., Ltd.
Persona de contacto: Stephen Zhao
Email: stephen.zhaoyf@163.com
- Shanghai Dah Chong Hong Food Industries Ltd.

Tel: 0086-13003216087
Persona de contacto: Sun Changzheng
Email: shdchf@online.sh.cn

10. Otros contactos útiles

10.1 General

1. Customs General Administration of the People's Republic of China
Add: No.6 Jianguomen Avenue, Dongcheng District, Beijing
Tel: 0086-10-65194114
Website: www.customs.gov.cn
2. General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the People's Republic of China
Add: No. 9 Madiandonglu, Haidian District, Beijing
Tel: 0086-10-82260219
Fax: 0086-10-82260220
Website: www.aqsiq.gov.cn

10.2 Shanghai

1. Shanghai Customs of The People's Republic of China
Add: 13 Zhong Shan Dong Yi Lu Shanghai 200002 China
Tel: 0086-21-63232410
Fax: 0086-21-63232095
Website: www.shcus.gov.cn
2. Shanghai Entry-Exit Inspection and Quarantine Bureau of The People's Republic of China
Add: 1208 Minsheng Road, Pudong New Area Shanghai
Tel: 0086-21-68549999
Website: www.shciq.gov.cn
3. Shanghai Imported Food Enterprise Association (SIFEA)
Add: Room 1702, Hero Building 2269 Xie Tu Road Shanghai
Tel: 0086-21-64398189
Fax: 0086-21-64398195
Website: www.sifea.cn

10.3 Zona Franca

1. Zona Franca de Waigaoqiao de Shanghai

Organización administrativa: Comisión de Administración de Zona Franca de Waigaoqiao

Dirección: No.9 Jilong Lu, Zona Franca de Zona Franca de Waigaoqiao

Teléfono: 86-21-5869 8500

Fax: 86-21-5869 5800 Página

Web: http://www.waigaoqiao.gov.cn/eIndex/*.jser

2. Zona Franca de Ningbo

Organización administrativa: Comisión de Administración de Zona Franca de Ningbo

Dirección: Edificio 1, Zona Franca de Ningbo, Ciudad de Ningbo

Teléfono: 86- 574-8688 4850

Fax: 86- 574-8688 3518

Página Web: <http://www.nftz.gov.cn/web/english/index.php>

3. Centro logístico de la Zona Franca del Parque Industrial de Suzhou

Organización administrativa: Oficina de Administración de Suzhou Industrial Park Bonded Logistics Center

Teléfono: 86-512-6258596 / 62586597

Fax: 86-512-62586882

Email: liuy@sipac.gov.cn

Página Web: <http://www.sipac.gov.cn/>