



ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΟ ΠΕΚΙΝΟ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ
ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

Ηλεκτρονικό Εμπόριο στη Λ. Δ. της Κίνας

1. Εισαγωγή στο ηλεκτρονικό εμπόριο της Κίνας

Το ηλεκτρονικό εμπόριο B2C είναι η διαδικασία ανταλλαγής δημοσίων καταναλωτικών αγαθών και υπηρεσιών μέσω δικτύων υπολογιστών ή διαδικτύου, υποστηριζόμενα από ηλεκτρονικές μεθόδους πληρωμής. Για να γίνει ξεκάθαρο, είναι απλώς ένα είδος ηλεκτρονικής λιανικής πώλησης. Σύμφωνα με τη 32^η Στατιστική Έκθεση Ανάπτυξης του Διαδικτύου στη Κίνα, η οποία δημοσιεύθηκε από το CNNIC (China Internet Network Information Center - Κινέζικο Κέντρο Πληροφόρησης για το Διαδίκτυο) στα τέλη του Ιουλίου του 2013, οι Κινέζοι χρήστες του διαδικτύου έφτασαν τα 591 εκατομμύρια, ήτοι το 44.1% του πληθυσμού. Κατά τη διάρκεια του πρώτου μισού του 2013, τα κινητά, ως τερματικοί σταθμοί του διαδικτύου, έκαναν εντυπωσιακό έργο, διότι όχι μόνο εκαθίσταντο μία σημαντική πηγή για νέους χρήστες του διαδικτύου, αλλά επίσης απέδωσε καλά σε **διαδίκτυακές εφαρμογές** άμεσων μηνυμάτων και e-business. Ανάμεσα στους χρήστες, περισσότεροι από το 44% ξοδεύουν τα χρήματά τους on-line. Οι ακριβείς αριθμοί προβάλλονται στο ακόλουθο γράφημα. Επιπλέον λόγω του μεγάλου αριθμού on-line καταναλωτών, η Κίνα έχει ήδη γίνει η μεγαλύτερη αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου.

Πίνακας 1. Ο αριθμός on-line δαπανώντων και χρηστών στη Κίνα

	2010	2011	2012	2013e	2014e	2015e
Καταναλωτές διαδικτύου (εκατομμύρια)	150	190	230	270	310	360
Χρήστες διαδικτύου (εκατομμύρια)	460	510	560	610	670	730

Πηγή: CNNIC

Τα τελευταία δέκα χρόνια υπήρξε αξιοπρόσεκτη και ταχεία πρόοδος του ηλεκτρονικού εμπορίου της Κίνας. Η κλίμακα των ηλεκτρονικών αγορών της Κίνας έχει ξεπεράσει την Ιαπωνία με ρυθμό ανάπτυξης 40% μέσα στο 2012. Εν τω παρόντι, οι on-line αγορές της Κίνας περιέχουν όχι μόνο υπολογιστές, επικοινωνίες, ηλεκτρονικά είδη ευρείας κατανάλωσης και βιβλία, αλλά συμπεριλαμβάνουν και καλλυντικά, τρόφιμα, οικιακές συσκευές ή υπηρεσίες νοικοκυριών. Οι ηλεκτρονικές επιχειρήσεις της Κίνας έχουν βιώσει ταχεία και σταθερή ανάπτυξη την τελευταία δεκαετία. Οι ηλεκτρονικές επιχειρήσεις γίνονται βασικό μέσο για την επέκταση της οικιακής κατανάλωσης. Ταυτοχρόνως, έχει προωθήσει την ανάπτυξη των συσχετιζόμενων βιομηχανιών, όπως on-line πληρωμή απευθείας παράδοση και έχει επίσης μειώσει τα ποσοστά ανεργίας στη Κίνα.

Σε μια νέα έκθεση, το BCG (Boston Consulting Group) υπολογίζει ότι κάθε χρόνο, για το προβλέψιμο μέλλον, θα προστεθούν 30 εκ. Κινέζοι οι οποίοι θα έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο και θα προβούν στην πρώτη τους αγορά μέσω αυτού. Από το 2015 εκτιμάται ότι ο καθένας θα ξοδεύει 1.000\$ ετησίως - περίπου όσα ξοδεύουν οι Αμερικάνοι τώρα. Το BCG υπολογίζει ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο θα μπορούσε να αυξηθεί από το 3.3% πωλήσεων λιανικής στη Κίνα σήμερα, στο 7.4% το 2015 –ένα άλμα που για να επιτευχθεί στην Αμερική χρειάστηκε μια δεκαετία.

Πίνακας 2. Μέγεθος αγοράς ηλεκτρονικού εμπορίου Κίνας

	2008	2009	2010	2011	2012	2013e	2014e	2015e
Μέγεθος Αγοράς (Δισ. RMB)	128	263	461	784	1304	1850	2450	3020
Ρυθμός ανάπτυξης (%)	138.4	105.2	75.3	70.2	66.2	41.9	32.4	23.3
Μερίδιο επί της συνολικής κατανάλωσης	1.1	2	2.9	4.3	6.2	7.7	9	10

Πηγή: Ire search (www.iresearch.com.cn)

Στην Κίνα, η ένδυση και τα προϊόντα 3C κατέχουν σχεδόν το 1/3 του συνολικού όγκου του ηλεκτρονικού εμπορίου. Υπάρχουν ειδικές ιστοσελίδες για κάθε κατηγορία, για παράδειγμα, η **JD** εστίασε στα προϊόντα **3C**, η **Suning** και η **Gome** δουλεύουν στις οικιακές ηλεκτρικές συσκευές, ενώ η **Tmall** διαθέτει όλες αυτές τις κατηγορίες, όντας η μεγαλύτερη B2C εταιρεία.

Πίνακας 4. Μερίδια αγοράς κατηγοριών βασικών εμπορευμάτων στη Κίνα

Category	Share(%)
clothing	19
3C(computer, consumer, electronics)	13.2
shoes & bags	7.7
household electrical appliances	5
cosmetics	4.9
books & CDs	3.1
others	47.2

Πηγή: Ire search (www.iresearch.com.cn)

Χάρη στη ταχεία ανάπτυξη της B2C αγοράς, πολλές εταιρίες ξεχωρίζουν σε αυτή τη μεταβαλλόμενη αγορά, όπως η **Tmall**, η **JD**, η **Suning**. Είναι οι πρωτοπόροι σε αυτή τη βιομηχανία και έχουν πετύχει τεράστια επιτυχία τα περασμένα δέκα χρόνια. Σύμφωνα με την Ire Search, η μεγαλύτερη ιστοσελίδα που εστίασε στη μελέτη του διαδικτύου στη Κίνα, οι δέκα μεγαλύτερες B2C επιχειρήσεις στη Κίνα είναι οι ακόλουθες. Παρότι είναι όλες on-line πωλητές, η κύρια περιοχή και η στρατηγική λειτουργίας τους διαφέρουν.

Πίνακας 3. Δέκα μεγαλύτερες B2C επιχειρήσεις στη Κίνα το 2012

rank	company	B2C trading volume
1	Tmall	219.42
2	JD	75.85
3	Suning	21.3
4	Tencent	18.2
5	Amazon	10.45
6	Dangdang	7.35
7	Gome	5.41
8	VIP shop	5.41
9	YiHaoDian	4.64
10	Vancl	4.64
Others		14.32
Total		386.99

Πηγή: Ire search (www.iresearch.com.cn)

1. Tmall (www.tmall.hk)

Ο όμιλος Alibaba ιδρύθηκε το 1999 από 18 άτομα με επικεφαλής τον Jack Ma, έναν πρώην δάσκαλο Αγγλικών από το Hangzhou. Το όραμα του Ma ήταν να χρησιμοποιήσει την “ανοιχτή” φύση του διαδικτύου για να υπάρξει ισότιμη μεταχείριση, ούτως ώστε οι μικρές επιχειρήσεις να μπορέσουν να ανταγωνιστούν πιο αποτελεσματικά στις εθνικές και διεθνείς αγορές. Η αποστολή του ομίλου Alibaba είναι η διευκόλυνση των συναλλαγών παντού. Είναι οι πρωτεργάτες των on-line και των κινητών ηλεκτρονικών αγορών σε εμπόριο καταναλωτών και στο διεπιχειρησιακό εμπόριο, όπως επίσης και για το “υπολογιστικό νέφος (cloud computing)” και άλλες υπηρεσίες. Η εταιρία έχει αφοσιωθεί στην ανάπτυξη ενός εμπορικού οικοσυστήματος, βασισμένο στη τεχνολογία, προς όφελος των καταναλωτών, των εμπόρων και των παροχών υπηρεσιών. Οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις που συμπεριλαμβάνονται στον **Όμιλο Alibaba** είναι οι εξής: **Taobao, Tmall, Alibaba, AliExpress, Alibaba Cloud Computing** και **Alipay**.

Την πρώτη Νοεμβρίου του 2010, η **Taobao Mall** διαχωρίστηκε και ανεξαρτητοποιήθηκε από τη Taobao. Η Taobao Mall είναι η μεγαλύτερη B2C on-line αγορά στην Ασία. Η Taobao Mall ενσωμάτωσε χιλιάδες μάρκες, κατασκευαστές και προσφέρει λύση *μιάς στάσης* διαδικασίας για επιχειρήσεις και καταναλωτές. Η Taobao Mall προσφέρει 100% διασφάλιση ποιότητας εμπορεύματος, μεταγοραστική εξυπηρέτηση του τύπου “επιστροφή προϊόντος χωρίς λόγο σε 7 ημέρες” και την υπηρεσία «Ακύρωσης παραγγελίας εφόσον δεν έχει ήδη επιδοθεί». Η Taobao Mall είναι διαφορετική από τη Taobao διότι είναι πώληση από έμπορο, οπότε υπάρχει απόλυτη εγγύηση ποιότητας. Το πρωί της 11^{ης} Ιανουαρίου του 2012, η Taobao Mall μετονομάστηκε Tmall. Η Tmall, εν τω παρόντι, παρουσιάζει περισσότερες από 70.000 διεθνείς και κινέζικες μάρκες, από περισσότερους των 50.000 εμπόρων και εξυπηρετεί περισσότερους από 180 εκ. πελάτες, κατατάσσοντας τη νούμερο 1 ανάμεσα σε όλες τις κινέζικες B2C ιστοσελίδες λιανικής πώλησης. Η σελίδα έχει 47.6% μερίδιο της on-line B2C αγοράς λιανικής στη Κίνα.

Πρόσφατα, η Alibaba δημιούργησε μια σελίδα αφοσιωμένη στις επιχειρηματικές οντότητες εκτός Κίνας, όπου μάρκες και έμποροι του εξωτερικού μπορούν να πουλήσουν τα προϊόντα τους απευθείας σε Κινέζους on-line αγοραστές, την Tmall International. Η νεοσύστατη διεθνής πλατφόρμα παρέχει αυθεντικά προϊόντα που παράγονται ή πωλούνται σε αγορές του εξωτερικού. Επιπλέον, η πλατφόρμα προσφέρει μια απευθείας υπηρεσία παράδοσης. Οι έμποροι στη πλατφόρμα, επίσης, προσφέρουν υπηρεσία καταναλωτών στη κινέζικη γλώσσα μέσω της πλατφόρμας άμεσων μηνυμάτων της Alibaba, την Alitalk, όπως επίσης και αποστολή εντός 72 ωρών και εγκαταστάσεις επιστροφής προϊόντος στην ηπειρωτική Κίνα. Περισσότεροι από 140 ξένοι έμποροι από τις ΗΠΑ, τη Μεγάλη Βρετανία, την Αυστραλία, τη Νέα Ζηλανδία, την Ιαπωνία, τη Νότια Κορέα κ.α. έχουν εγκατασταθεί στη πλατφόρμα, συμπεριλαμβάνοντας B2C σελίδες όπως η Bonjour, Strawberry.net, Etmall, Kenko, όπως επίσης και πολυτελείς μάρκες, όπως η Anna Sui και η NYR. Προετοιμαζόμενη για την έναρξη, η Tmall International επιστρατεύει διεθνείς επιχειρήσεις από τον Ιούλιο του 2013. Διεθνείς έμποροι που θέλουν να λάβουν μέρος στη πλατφόρμα πρέπει να πληρώσουν μια αρχική προκαταβολή των 25.000\$ και μία ετήσια αμοιβή βασιζόμενη στους τύπους των αγαθών που πωλούν. Η Tmall International θα συλλέγει, επίσης, αμοιβή υπηρεσιών, είτε 5% ή 6% ανά συναλλαγή, ανάλογα το προϊόν, σύμφωνα με τις προϋποθέσεις που θα ανακοινωθούν από την σελίδα.

2. JingDong (www.jd.com)

Από τις αρχές του 2004 συμμετέχει επίσημα στον χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου με ηλεκτρικά και τεχνολογικά προϊόντα κυρίως. Η Jingdong Mall, πάντα τηρεί τη δική της λειτουργία ηλεκτρονικού εμπορίου, κόβοντας τον ενδιάμεσο κρίκο, δίνοντας την ευκαιρία στους καταναλωτές να τύχουν υψηλής ποιότητας προϊόντα και ικανοποιητική εξυπηρέτηση.

Η Jingdong Mall, σήμερα διαθέτει 25 εκ. εγγεγραμμένους χρήστες ανά τον κόσμο, σχεδόν 6000 προμηθευτές και παρέχει on-line πωλήσεις οικιακών ηλεκτρονικών συσκευών, ψηφιακής επικοινωνίας, υπολογιστών, εξαρτημάτων ένδυσης, μητρικών και βρεφικών προϊόντων, βιβλίων, τροφίμων, ήτοι 11 κατηγορίες προϊόντων, Ένα εκατομμύριο περίπου είδη υψηλής ποιότητας αγαθών, επεξεργασία παραγγελιών και περισσότερα από 300000 μοναδικούς επισκέπτες. Η καθημερινή επισκεψιμότητα της ιστοσελίδας είναι μεγαλύτερη των 50 εκ.

3. Womai (www.womai.com)

Η Womai.com είναι μια συγγενής επιχείρηση της COFCO, ένας κρατικός οργανισμός, ο οποίος είναι ο μεγαλύτερος προμηθευτής διαφοροποιημένων προϊόντων και υπηρεσιών για αγροτικά προϊόντα και για τη βιομηχανία τροφίμων στη Κίνα. Είναι αφοσιωμένη στην χρήση ανανεώσιμων φυσικών πόρων με σκοπό την παροχή υγιεινών και θρεπτικών τροφίμων, την υψηλή ποιότητα τρόπου ζωής και υπηρεσιών. Επίσης συνεισφέρει στην βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των πολιτών, στην κοινωνική ευημερία και σταθερότητα.

4. Yihaodian (www.yhd.com)

Η Yihaodian, μια ταχέως αναπτυσσόμενη επιχείρηση ηλεκτρονικού εμπορίου στη Κίνα, παρέχει μια πλατφόρμα αγορών *μίας στάσης*, όπου, οι πελάτες μπορούν να αγοράσουν όλα τα απαραίτητα καθημερινά αγαθά σε ανταγωνιστικές τιμές. Η Yihaodian έχει "εικονικά καταστήματα" που εκθέτουν εικόνες εφοδιασμένων ραφιών παντοπωλείου σε τοίχους και άλλες επιφάνειες σε αστικές δημόσιες περιοχές στη Κίνα, των οποίων οι περαστικοί μπορούν να ανιχνεύσουν τους κωδικούς κάτω από τις εικόνες με μια κινητή συσκευή, ούτως ώστε να αγοράσουν τα αντίστοιχα προϊόντα on-line. Τον Μάιο του 2011, ο γίγαντας της λιανικής **Walmart**, πρώτος επένδυσε στη Yihaodian αποσκοπώντας να ενσωματώσει την επιμελητεία της στην εφοδιαστική αλυσίδα της Yihaodian. Το 2012, η **Walmart** ανακοίνωσε την περαιτέρω επένδυση στη Yihaodian με την έγκριση του Υπουργείου Εμπορίου της Κίνας, κάτι που οδήγησε τη Walmart να γίνει ο μεγαλομέτοχος της Yiyuandian (51% του συνόλου του μετοχών).

5. CCPIT (www.chinimport.com)

Ιδρυθέν τον Μάιο του 1952, το Κινέζικο Συμβούλιο για την Προώθηση του Διεθνούς Εμπορίου (CCPIT) περιλαμβάνει VIPS, επιχειρήσεις και οργανισμούς που είναι αντιπροσωπευτικοί των οικονομικών και εμπορικών τομέων της Κίνας. Είναι το πιο σημαντικό και μεγαλύτερο ίδρυμα για τη προώθηση του εξωτερικού εμπορίου στη Κίνα. Οι στόχοι του CCPIT είναι ο χειρισμός και η προώθηση του εξωτερικού εμπορίου, η χρήση εξωτερικών επενδύσεων, η εισαγωγή προηγμένων ξένων τεχνολογιών, η διεξαγωγή δραστηριοτήτων οικονομικής και τεχνολογικής συνεργασίας σε διάφορες μορφές, η προώθηση της ανάπτυξης οικονομικών και εμπορικών σχέσεων μεταξύ της Κίνας και άλλων κρατών και περιφερειών ανά τον κόσμο και η προώθηση αμοιβαίας κατανόησης και φιλίας ανάμεσα στη Κίνα και στους

ανθρώπους και τους οικονομικούς και εμπορικούς κύκλους όλων των εθνών ανά τον κόσμο, σύμφωνα με το νόμο και κυβερνητικές πολιτικές της Λαϊκής Δημοκρατίας της Κίνας.

Η ιστοσελίδα του δικτύου εισαγωγών της Κίνας είναι <http://www.chnimport.com/>. Παρέχει λύσεις με απλή εφοδιαστική αλυσίδα ενός βήματος, κάτι που βοηθάει και τους πωλητές αλλά και τους αγοραστές να κατανοήσουν τις on-line συναλλαγές. Οι πωλητές του εξωτερικού θα αναπτύξουν στη Κίνα ένα κανάλι αγοράς και διανομής παρέχοντας ποιοτικά αγαθά μέσω μόνο ενός σημείου εξυπηρέτησης, χωρίς να πρέπει οι καταναλωτές να αφήσουν το σπίτι ή το γραφείο τους. Οι εγχώριοι αγοραστές χονδρικής απλά επιλέγουν τα αγαθά που τους ενδιαφέρουν και τα παραγγέλνουν απευθείας από τους πωλητές του εξωτερικού χωρίς να ταξιδεύουν στο εξωτερικό.

6. **Amazon** (<http://www.amazon.cn/>)

Η **Amazon** ιδρύθηκε το 1995, αρχικά πουλώντας αποκλειστικά βιβλία, ενώ πλέον παρέχει μια ποικιλία προϊόντων όπως DVD, εξαρτήματα υπολογιστών, βιντεοπαιχνίδια, ηλεκτρονικά είδη, ρούχα, έπιπλα κ.α. Όντας η μεγαλύτερη εταιρία ηλεκτρονικού εμπορίου παγκοσμίως, υπάρχει εύκολη εύρεση της ιστοσελίδας της εταιρίας από τις ΗΠΑ, τον Καναδά, την Κίνα, τη Γερμανία, την Ιταλία, την Ιαπωνία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Αυτός ο "online" γίγαντας έχει τις κατάλληλες ευκαιρίες επέκτασης στη Κίνα, η οποία κατέχει αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου με διψήφιο ρυθμό ανάπτυξης.

Η επέκταση της εταιρείας στη Κίνα ξεκίνησε με την απόκτηση της **Joyo.com** το 2004, τον μεγαλύτερο κινέζικο έμπορο λιανικής βιβλίων, μουσικής και βίντεο, για 75 εκ. δολάρια. Είναι καλά προσαρμοσμένη στα τοπικά πρότυπα ηλεκτρονικού εμπορίου στη Κίνα και φέρει νέες τεχνολογικές εξελίξεις στο τομέα των online πληρωμών. Για παράδειγμα, προκειμένου να φθάσει αποτελεσματικά όσο το δυνατόν περισσότερους πελάτες, η **Amazon** προσφέρει μια επιλογή αντικαταβολής (COD). Η υποδοχή αυτής της επιλογής ήταν ενθουσιώδης, ιδιαίτερα από τη στιγμή που η χρήση πιστωτικών καρτών δεν είναι πολύ δημοφιλής στη Κίνα. Επιπλέον, η **Amazon** είναι "μπροστά" από τους ανταγωνιστές της λόγω των καλύτερων επιλογών τιμολόγησης, προσφορών και πλατφόρμων. Το 2011, η **Amazon** άνοιξε ένα online κινεζόφωνο βιβλιοπωλείο, λειτουργώντας το από κοινού με τον Κινέζικο Διεθνή Όμιλο Εκδόσεων (China International Publishing Group - CIPG). Το κατάστημα δίνει την ευκαιρία σε αναγνώστες από όλο τον κόσμο να διαβάσουν κινέζικα βιβλία, όπως επίσης να ενισχύσουν τις πολιτιστικές ανταλλαγές μεταξύ Κίνας και άλλων χωρών.

Όσο επεκτείνεται η **Amazon**, μπορούμε να περιμένουμε περισσότερη αφοσίωση στην κατασκευή αποθηκών που θα εξυπηρετήσουν τις μεγάλες κινέζικες μητροπολιτικές περιοχές (Guangzhou, Suzhou, Beijing και Chengdu) αναδεικνύοντας τη μελλοντική ανάπτυξη. Στη Κίνα, η **Amazon** ήδη κατέχει περίπου 50.000 m² επαγγελματικού χώρου, συμπεριλαμβάνοντας ένα κέντρο διανομής στο Πεκίνο μεγέθους 17.000 m².

2. Πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου που συμπεριλαμβάνει 2 διαφορετικές κατηγορίες

- I. Δέχεται μόνο κινέζικες εταιρίες
- II. Δέχεται ξένες εταιρίες

	Όνομα Εταιριών	Website	Τηλ.
Κατηγορία I	Jing Dong	www.jd.com	404-606-5500
	COFCO Womai	www.womai.com	4008-115-117
	Yi Hao Dian:	www.yhd.com	400-007-1111
Κατηγορία II	CCPIT	www.chnimport.com	4006-123-723
	Taobao Tmall	www.tmall.hk	4008-432-288 tmallglobal@ service.alibaba.com

3. Απαιτούμενες προϋποθέσεις

3.1. Κατηγορία I

- 3.1.1. Βασικά Πιστοποιητικά
- 3.1.2. Άδεια λειτουργίας επιχείρησης
- 3.1.3. Τέλη ταξινόμησης
- 3.1.4. Πιστοποιητικό κώδικα οργανισμού
- 3.1.5. TM πιστοποιητικό
- 3.1.6. Άδεια κυκλοφορίας τροφίμων
- 3.1.7. Υγιεινή τροφίμων
- 3.1.8. Έκθεση δοκιμών τροφίμων
- 3.1.9. Κάποια άλλα πιστοποιητικά σύμφωνα με τα προϊόντα
- 3.1.10. Επίπεδα τιμών

<u>Για άνοιγμα καταστήματος στην πλατφόρμα</u>	JD	Womai	YHD
Κατάθεση Εγγύησης	100.000	Cannot open shop in Womai	10.000
Ετήσια συνεισφορά	6.000 ετήσια		650 / μηνιαία
Ποσοστά ανά πώληση	5%		4%
Έξοδα Εξέτασης Φακέλου	-		300 / ετησίως
Για κάθε Μάρκα (Brand)	-		50 / ετησίως
<u>Ανάθεση καθήκοντα προμηθευτού</u>	Αποθήκες, μεταφορές διαλογή.	Ανάλογα με το προϊόν	Απαιτείται συμβόλαιο ανάλογα με το προϊόν

3.2. Κατηγορία II

3.2.1. CHNIMPORT

Υπογραφή συμβολαίου με την ιστοσελίδα και η ιστοσελίδα θα εισάγει τα προϊόντα απευθείας και θα τα τοποθετήσει στην ιστοσελίδα ώστε να πουληθούν.

3.2.2. Tmall

3.2.2.1. Βασικές απαιτήσεις

- Εταιρίες με υπερπόντιες οντότητες
- Εταιρίες λιανικής εξωτερικού / προϋποθέσεις εμπορίου
- Εταιρίες με δικό τους σήμα / άδεια φίρμας / έγκριση αγοράς

3.2.2.2. Όροι προτεραιότητας εισόδου

- Λειτουργία άνω των 2 ετών, με ετήσιο όγκο πωλήσεων μεγαλύτερο των 10 εκ. δολαρίων
- Ξένες γνωστές B2C εταιρίες
- Με δικό τους σήμα ή αντιπροσώπους της φίρμας
- Οι προτεραιότητες είναι μητρικά και παιδικά προϊόντα, προϊόντα υγείας, μόδα και αξεσουάρ, υποδήματα και τσάντες
- Ξένες γνωστές φέρμες και προϊόντα

3.2.2.3. Απαιτήσεις για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες

- **Προϊόντα:** Να προέρχονται ή να πωλούνται σε χώρες του εξωτερικού, και να έχει γίνει επίσημη εισαγωγή των από κινεζικά τελωνεία επισήμως μέσω εταιριών logistics (ήτοι δεν πρέπει να είναι εμπόρευμα που διακινήθηκε μέσω ταξιδιωτών ή βαλίτσας).
- **Η ιστοσελίδα αγορών της Tmall:** Η πληροφόρηση των προϊόντων να είναι στην κινεζική γλώσσα, να χρησιμοποιείται το διεθνές μετρικό σύστημα, με γραμμή ταχείας εξυπηρέτησης στα κινέζικα.
- **Υπηρεσία Logistics:** Διανομή των προϊόντων εντός 72 ωρών, διανομή μεμονωμένων τεμαχίων είναι αναγκαία, η πληροφόρηση της μεταφοράς να δύναται να παρακολουθηθεί.
- **Εξυπηρέτηση μετά την πώληση:** Το γραφείο επιστροφής εντός Κίνας είναι υποχρεωτικό.

3.2.2.4. Επίπεδα τιμών

- Κατάθεση ασφαλείας: **25.000\$**
- Ετήσια αμοιβή : ανάλογα με τα προϊόντα υπάρχουν 2 κατηγορίες, μία των **5.000\$** και μία των **10.000\$** (τα είδη αισθητικής είναι **5.000\$**, τα τρόφιμα και ποτά είναι **5.000\$**)
- Τεχνική εξυπηρέτηση για κάθε πληρωμή: είδη αισθητικής **4%**, τρόφιμα και ποτά **2%**
- Επιπλέον **1%** προμήθεια εξυπηρέτησης για εξωτερικές μεταβιβάσεις

No. 19 Guang Hua Lu, Chao Yang District, Beijing 100600, P.R.China

Τηλ.: +86 (0)10 8532 6718, Fax: +86 (0)10 8532 6738

e-mail: ecocom-beijing@mfa.gr, <http://www.agora.mfa.gr>