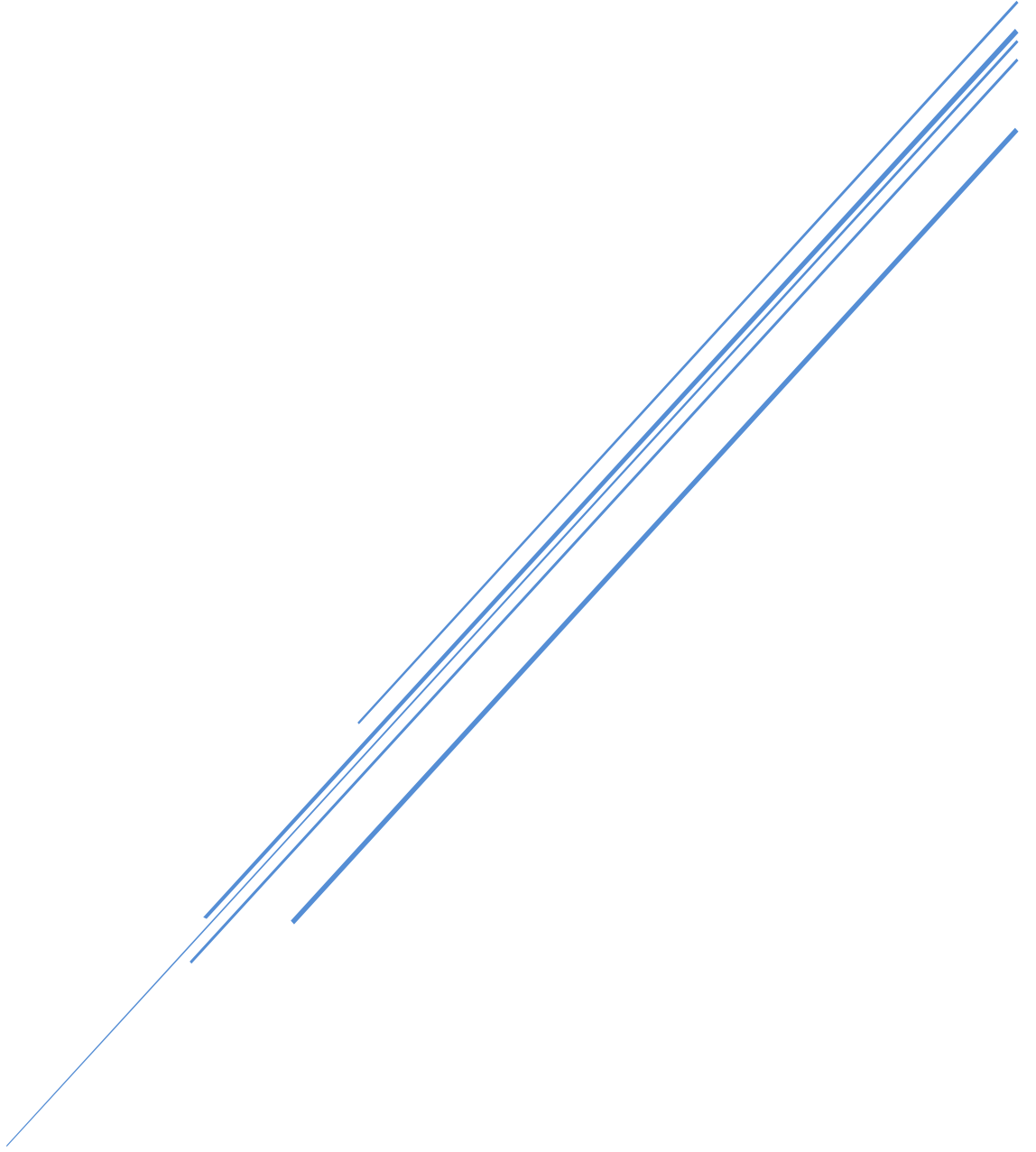


ÇİN ÜLKE PROFİLİ

TÜRK ŞİRKETLERİ İÇİN İŞ YAPMA REHBERİ



Kasım 2021

İÇİNDEKİLER

A. ÇİN'İN EKONOMİK VE TİCARİ GÖRÜNÜMÜ

1. Genel Bilgiler

2. Çin Ekonomisinin Genel Durumu

Büyüme

Sanayi Üretimi

Perakende Satışlar

Tüketici ve Üretici Fiyat Endeksi

İstihdam

Kovid-19 Salgınının Ardından Alınan Ekonomik Önlemler

ÇHC Ekonomi Hedefleri 2019 ve 2020 Karşılaştırması

2021 Temel Hedefleri

3. Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Yabancı Yatırımlara İlişkin Ülke Mevzuatı

Çin'deki Diğer Ülkelerin Yatırımları (Doğrudan Yabancı Yatırım Verileri)

Çin'in Yurtdışındaki Yatırımları

4. Çin'in Dış Ticaret Görünümü

Çin'in Dünyaya İhracatında İlk 10 Ülke

Çin'in Dünyadan İthalatında İlk 10 Ülke

Çin'in Dünyadan İthalatında ilk 10 Ürün

Çin'in Dünyaya İhracatında İlk 10 Ürün

5. Çin'in Ülkemiz ile Ticareti

İkili Ticaret

Ticaret Dengesi

Çin'e İhracatımız

Çin'den İthalatımız

6. Çin ile Demiryolu Taşımacılığı

İstanbul Xi'an Demiryolu Taşımacılığı Hattı

B. ÇİN PAZAR BİLGİLERİ

1. Dış Ticaret Politikası ve Uygulamaları

Gümrük

Lojistik

Tarım Ürünleri İthalatı

2. Pazarın Özellikleri

Fikri, Sınai Mülkiyet Hakları (başvuru belgeleri ve yetkili merci)

Dağıtım Kanalları

Tüketici Tercihleri

Satış Teknikleri ve Satışı Etkileyen Faktörler

Kamu İhaleleri

3. Önemli Sektörler

Öne Çıkan Başlıca Sektörler

4. Şirket Kuruluşu ile ilgili Bilgiler

Yüzde Yüz Yabancı Sermayeli Şirketler

Temsilcilik Ofisleri

Şirketlerin Kurulma Süreci

5. Vergi Uygulamaları

Kurumlar Vergisi

Sermaye Kazançları

Gelir Vergileri

KDV Uygulaması

Diğer Vergiler

6. Finansal Sistem ve Sosyal Güvenlik

Bankacılık ve Finansal Sistem

Sosyal Güvenlik Uygulamaları

7. İş Kültürü ve Seyahat Önerileri

İş Kültürü

Seyahat Önerileri

Para Kullanımı

Resmi Tatiller (milli gün vb) ve Mesai Saatleri

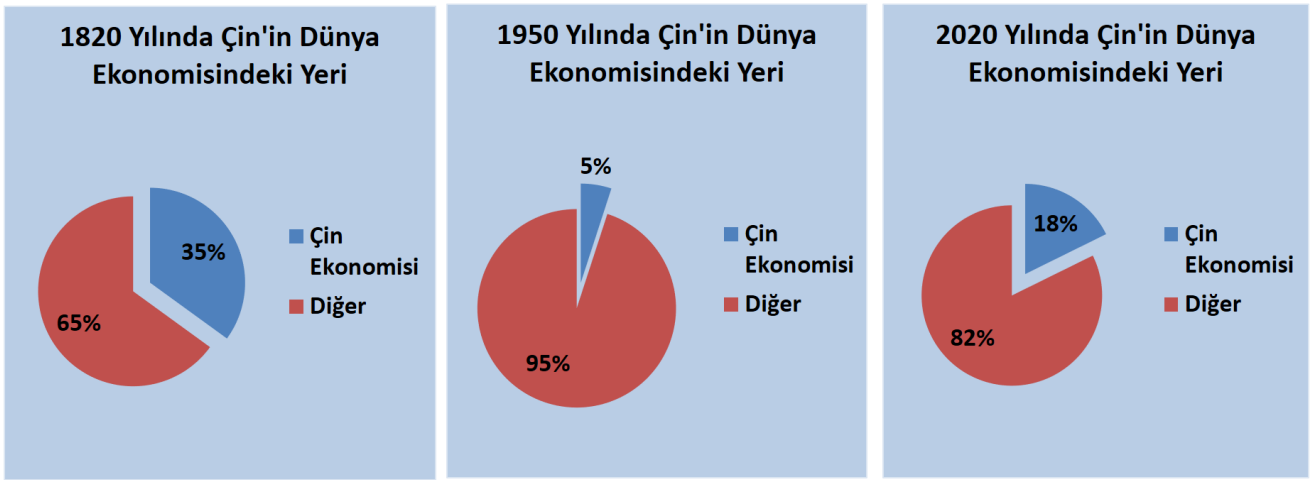
Pasaport ve Ülkeye Geçici Giriş Vizesi Uygulaması

8. Çin ile İlgili Bilinen Temel Yanlıklar

A. ÇİN'İN EKONOMİK VE TİCARİ GÖRÜNÜMÜ

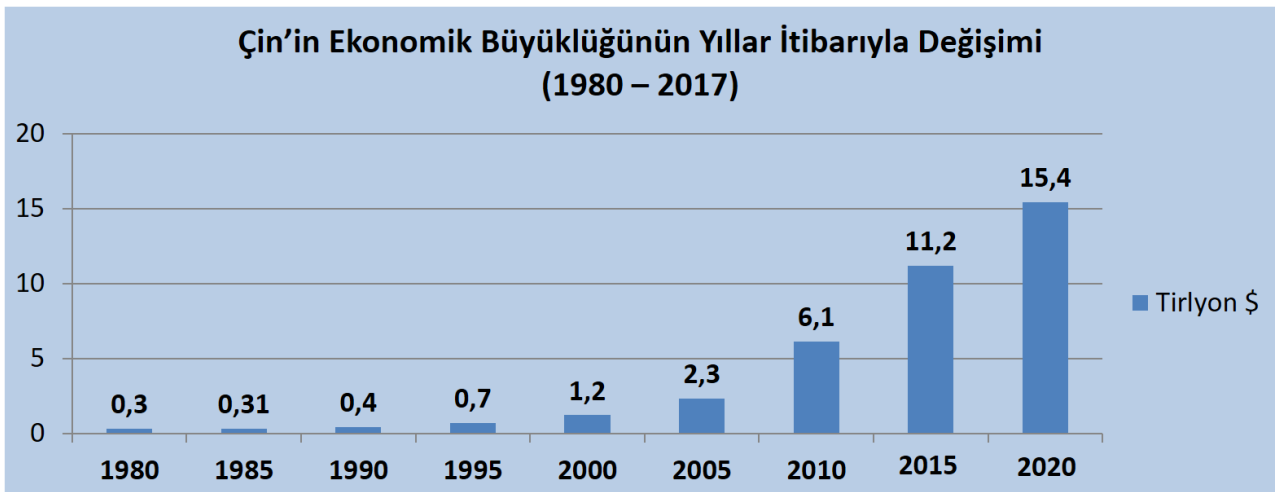
1. Genel Bilgiler

Maddison'un bir tarihsel ekonomi çalışmasına göre miladi takvimin başlangıcından 1800'lerin ortalarına kadar dünyanın en büyük birinci ve ikinci ekonomisi konumları hep Çin ve Hindistan arasında paylaşılmıştır. 1820'li yıllarda dünya ekonomisinin %35'ini Çin ekonomisi oluşturuyordu; toplam payları %20 civarında olan Batı Avrupa ülkelerinin çok önünde dünyanın en büyük ekonomisi olarak bulunuyordu. Bu açıdan düşündüğümüzde Çin'in dünyanın en büyük ikinci ekonomisi konumuna gelmesinin, tarihsel olarak "normal" duruma geri dönüş olarak değerlendirilmesi mümkündür. 1950 yılında Çin'in dünya GSYİH'sından aldığı pay sadece %5'ti. Bugün itibarıyla ise Çin dünya GSYİH'sından %17,7 pay almaktadır.



1990 yılında dünyanın 11. en büyük ekonomisi olan Çin 20 yıl içerisinde dünyanın en büyük ikinci ekonomisi olmuştur. Satın Alma Gücü Paritesine göre ise 2014 yılında Çin dünyanın en büyük ekonomisi olmuş durumdadır. "Dünyanın en büyük ekonomisi" nitelemesi, tarihte ilk defa gelişmiş bir ülke için değil gelişmekte olan bir ülke için kullanılmaktadır.

Çin ekonomisi 1978 yılından 2013 yılına kadar 35 yıl boyunca yılda ortalama %10 büyümüştür. 1980 yılında 305 milyar ABD Doları olan ekonomik büyüklük, 2020 yılında 15,4 trilyon ABD Doları seviyesine ulaşmıştır. 2020 yılında ekonomi 1980 yılına göre 51 katına ulaşmıştır.



Yıllar	GSYİH (Tril. \$)	GSYİH (Dünyadaki Payı, %)	Reel Büyüme (%)	Kişi Başına Gelir (\$)	Enflasyon Oranı (%)	İhracat (Tril. \$)	İhracat (Dünyadaki Payı, %)	İthalat (Tril. \$)	İthalat (Dünyadaki Payı, %)
2014	10,5	13,4	7,3	7.701	1,6	2,3	12,3	2	10,3
2015	11,2	15,1	6,9	8.167	1,7	2,3	13,8	1,7	10,1
2016	11,2	14,9	6,7	8.116	2,1	2,1	13,1	1,6	9,8
2017	12	15	6,9	8.643	1,7	2,3	12,9	1,8	10,3
2018	13,4	15,8	6,6	9.610	2,1	2,4	12,9	2,1	11
2019	14,1	16,2	6,1	10.098	2,9	2,5	13,3	2,1	11
2020	15,4	17,7	%2,3	10.839	2,5	2,6	13,8	2	11

2. Çin Ekonomisinin Genel Durumu

Çin Halk Cumhuriyeti Devlet Başkanı Xi Jinping tarafından 2014 yılı içerisinde açıklanan “Yeni Normal” kavramı ile Çin ekonomisinde yüksek hızlı büyümeden orta - yüksek hızlı ancak sürdürülebilir bir büyümeye geçilmesi, ekonominin yeniden yapılandırılması, girdi ve yatırım temelli bir büyüme modeli yerine yenilik temelli bir büyümenin olanaklı kılınması ifade edilmektedir.

Son yıllarda Çin’de arz yönlü reformlar aracılığıyla büyümenin niceliği kadar niteliğinin de gözetildiği ve finansal istikrarın öncelendiği bir ekonomi politikasının izlendiği söylenebilir. 2015 yılından itibaren Çin ekonomisinin yıllık büyüme oranı %7’nin altında gerçekleşmiştir.

Büyüme

2017 yılında %6,8 oranında büyüyen Çin ekonomisi, 2018 yılında Çin Hükümeti’nce %6,5 olarak belirlenen hedefin üzerinde, %6,7 oranında büyüyerek 91,93 trilyon yuana (yaklaşık 13,08 trilyon ABD doları) ulaşmıştır. Kişi başına düşen GSYH ise 2018 yılında 66.006 yuan (yaklaşık 9.665 ABD doları) olarak gerçekleşmiştir.

2019 yılında Çin ekonomisi %6,1 büyüyerek Çin Hükümetince %6 - %6,5 bandında belirlenen büyüme hedefi aralığında kalmış ve GSYH 99,09 trilyon yuana (yaklaşık 14,38 trilyon ABD doları) ulaşmıştır. Kişi başına düşen GSYH ise 2019 yılında %5,7 artış ile 70.892 yuan (yaklaşık 10.276 ABD doları) olarak gerçekleşmiştir. Buna karşılık, söz konusu büyüme oranı son yirmi dokuz yılda kaydedilen en düşük yıllık büyüme oranına işaret etmektedir.

2019 yılındaki çeyreklik büyüme oranları ise sırasıyla %6,4, %6,2, %6 ve %6 olarak gerçekleşmiştir.

Diğer taraftan, Çin, ekonomik büyüme hedeflerini açıklamaya başladığı 1990 yılından bu yana ilk kez 2020 yılı için bir büyüme hedefi belirlememiştir. Yetkililerce, küresel pandemi sonrasında ekonomi ve ticaretteki belirsizlikler nedeniyle bir GSYH hedefinin belirlenmediği açıklanmıştır.

2020 yılında ise pandeminin etkisiyle, yılın ilk çeyreğinde %6,8 daralan Çin ekonomisi, yılında ikinci, üçüncü ve dördüncü çeyreklerinde sırasıyla %3,2, %4,9 ve %6,5 oranında büyümüştür. Böylece, Çin’de GSYH 2020 yılında %2,3 oranında büyümüştür. Yılın ikinci yarısında önemli derecede toparlanan Çin ekonomisi, tarihinde ilk defa 100 trilyon yuan seviyesini aşarak 101,6 trilyon yuan (15,42 USD) değerinde ekonomik büyüklüğe ulaşmıştır.

Sanayi Üretimi

2019 yılı büyümesinin daha zayıf gerçekleşmesi, özellikle imalat sanayinin yavaşlamasından kaynaklanmıştır. 2018 yılında yıllık % 6,2 büyüme kaydeden sanayi üretimi, 2019 yılında ise %5,7 artış göstermiştir. Sanayi üretiminin alt bileşenleri incelendiğinde, 2019 yılında madencilik % 5, imalat sanayinin % 6 ve elektrik, gaz, su üretim ve dağıtımının ise % 7 artış gösterdiği gözlenmektedir.

Kovid-19 salgını nedeniyle 2020 yılının ilk yarısında azalan sanayi üretimi; yılın ikinci yarısından itibaren yavaş yavaş artışa geçmiş ve özellikle son aylarda artış hızını yükselterek 2020 yılının tamamını %2,8’lik bir artışla kapatmıştır.

Perakende Satışlar

İç talebe ilişkin en önemli göstergelerden biri olan perakende satışlar ise 2017, 2018 ve 2019 yıllarında yıllık olarak sırasıyla % 10,2, % 9 ve %8 büyümeye göstermiştir.

Kovid-19 salgını nedeniyle 2020 yılının Ocak-Mayıs dönemindeki perakende satışlarda %13,5 azalış gerçekleşmiştir. Haziran ayından itibaren başlayan toparlanma sonucunda 2020 sonu itibarıyla 2019'a göre azalış oranı %3,9 olarak gerçekleşmiştir. Üretim tarafında gözlenen toparlanmaya kıyasla, talebin hala zayıf kaldığının söylenmesi mümkündür.

Tüketici ve Üretici Fiyat Endeksi

Çin Ulusal İstatistik Ofisi tarafından açıklanan tüketici fiyat endeksine göre, 2019 yılında tüketici fiyatları yıllık bazda %2,9 artış göstererek, Çin Hükümetince 2019 yılı için belirlenen %3'lük hedefin altında kalmıştır. 2020 yılı hedefi ise %3,5 olarak açıklanmıştır.

2020 yılında tüketici fiyat endeksi artışı 2019 yılına göre %2,5 oranında gerçekleşmiştir.

Diğer taraftan, 2019 yılında yıllık bazda % 0,3 azalış kaydeden üretici fiyatları, 2020 yılını da %0,4'lük bir azalışla tamamlamıştır.

İstihdam

2019 yılının başında işsizlik oranı belirgin bir şekilde yükseliş göstermiştir. Çin Ulusal İstatistik Bürosu tarafından istihdama ilişkin şehirlerde gerçekleştirilen anket verilerine göre, 2019 yılında işsizlik oranı, yıllık bazda 0,3 puan artış göstererek % 5,2 seviyesinde gerçekleşmiştir.

2020 yılı sonu itibarıyla işsizlik oranı %5,2 seviyesindedir.

Sosyal istikrarın korunmasındaki önemi nedeniyle, Çinli yetkililerin son dönemde en çok önem verdikleri göstergelerden biri işsizlik oranı olmuştur. Başbakan Li Keqiang, 22 Mayıs 2020 tarihinde 2020 yılına ilişkin politika gündeminin belirlendiği "Çifte Oturum" esnasında 2020 Yılı Hükümet Çalışmaları Raporuna ilişkin gerçekleştirdiği konuşmada, 2020 yılında 9 milyon kişinin üzerinde yeni kentsel istihdam yaratmayı ve ankete dayalı kentsel işsizlik oranını % 6, kayıtlı kentsel işsizlik oranını da %5,5 civarında tutmayı hedeflediklerini ifade etmiştir.

2021 Yılı Temel Hedefleri

- ◆ GSYH büyümeye hedefi %6'nın üzeri olarak belirlenmiştir.
- ◆ Tüketici Fiyatları Endeksi (TÜFE) %3 civarında tutulacaktır.
- ◆ Bütçe açığının GSYH'ye oranının yaklaşık %3,2'ye düşürülmesi planlanmaktadır.
- ◆ 610 milyar yuan (yaklaşık 94 milyar dolar) tutarındaki merkezi hükümet yatırım bütçesiyle etkin yatırımlar daha da genişletilecektir.

- ◆ Çin Uluslararası İthalat Fuarı, Çin İthalat ve İhracat Fuarı (Kanton Fuarı) ve Çin Uluslararası Hizmet Ticareti Fuarı gibi önemli fuarlar 2021 yılında da düzenlenecektir.
- ◆ İstihdamı önceleyen politikalara daha da fazla ağırlık verilecektir.
- ◆ Makroekonomik politikalarda keskin değişiklikler yapılmayacaktır.
- ◆ Esnek, açık, uygun ve ılımlı nitelikte, ihtiyatlı bir para politikası benimsenecektir.
- ◆ Vergi indirimi politikası devam edecek ve iyileştirilecektir.
- ◆ Çin Yuanı'nın makul ve dengeli bir seviyede istikrarı temel olarak korunacaktır.
- ◆ Dünya standartlarında bir iş yapma ortamı yaratılacaktır.
- ◆ Çin'e yönelik yabancı doğrudan yatırımlarda "negatif liste"nin kapsamı daraltılacaktır.
- ◆ Yabancı şirketlerin meşru hakları korunacaktır.

3. Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Yabancı Yatırımlara İlişkin Ülke Mevzuatı

Çin 2012 yılından bu yana yabancı yatırıma yönelik mevzuatı sadeleştirmek, liberalleştirmek ve uluslararası standartlara yakın bir hale getirmek için çalışmalarını sürdürmektedir. Yabancı Yatırım Kanunu'nda 2016 yılında yapılan geniş kapsamlı değişikliklerle bu amaca büyük ölçüde ulaşılmıştır. Buna göre, her yabancı yatırım projesi daha önce ayrı ayrı incelenip onay sürecine tabi tutulurken, bu değişikliklerle birlikte yatırımlara yönelik ulusal bir negatif liste ile kayıt başvuru işleminden oluşan yeni bir sisteme geçilmiştir.

Düzenli olarak güncellenen negatif liste, yabancı sermayenin girişinin kısıtlı ya da tamamen yasak olduğu sektörleri kapsamaktadır. Kısıtlı sektörlerde yabancı yatırım başvuruları teker teker incelenmekte, projenin sektörüne ve ölçeğine bağlı olarak yatırıma izin kararı verilmektedir. Bu sektörlerin arasında madencilik, otomotiv imalatı; elektrik, su ve doğalgaz üretimi; telekomünikasyon hizmetleri; belirli alanlarda perakende ve toptan ticaret; bankacılık ve sigortacılık; ticari hizmetler; eğitim; kamu sağlığı ve sosyal hizmet; kültür, spor ve eğlence; tarım, ormancılık ve hayvancılık; bilişim teknolojileri ve bilimsel araştırmalar yer almaktadır.

Yasaklı sektörler ise yabancı sermayenin girmesi mümkün değildir. Bu kapsama nadir hayvan ve bitkilerin üretimi; nadir toprak metalleri ve radyoaktif maden üretimi; ilaç üretimi; petrol ve nükleer yakıt işleme; silah ve mühimmat; belirli ölçekte elektrik santralleri; hava trafiği kontrolü ve posta hizmetleri; tütün ve tütün ürünleri; hukuk danışmanlığı; insan genleri, haritacılık ve jeoloji alanında bilimsel çalışmalar; sulama, çevre ve kamu hizmetleri yönetimi; zorunlu ve özel eğitim kuruluşları; sanat, spor ve eğlence sektörlerinin belirli alanları girmektedir. Yabancı sermaye negatif listede yer almayan sektörlerin tamamına hiçbir engelleme ile karşılaşmadan girebilmektedir.

Kayıt başvuru işlemi, yatırım projesinin temel bilgilerini ve kapsamını kayıt altına almayı amaçlamaktadır. İşlem, şirket adının onaylanmasından sonra ve işletme ruhsatının alınmasından bir ay öncesinden bir ay sonrasına kadar olan zaman diliminde internet üzerinden yapılabilmektedir. Aynı sistem yabancı şirketlerin Çin şirketlerinden hisse ya da varlık satın almaları durumunda da kullanılmaktadır.

Çin'in Yabancı Yatırım Kanunu, yabancı yatırımların ulusal güvenlik açısından inceleme altına alınmasını da mümkün kılabilir. Buna göre başvuruda bulunan yabancı sermayeli şirketler uzun vadeli finansman, altyapı geliştirme, doğal kaynakların kullanımı, gayrimenkul alımları ve sıfırdan yatırımlar üzerinden incelemeye tabi tutulabilmekte ve bu inceleme sürecinde söz konusu şirketlerin Çinli rakiplerinin de görüşlerinin alınabilmekte; söz konusu yatırımın Çin'e girmesinin yerel piyasadaki rekabet açısından nasıl bir etkisi olacağı değerlendirilmektedir.

Çin'deki Diğer Ülkelerin Yatırımları (Doğrudan Yabancı Yatırım Verileri)

2019 yılı sonu itibarıyla Çin'de 960.725 yabancı firmanın 2,15 trilyon dolar yatırımı bulunmaktadır. Çin'deki yabancı firmaların yatırımlarına ilişkin yıl bazlı tablo aşağıda yer almaktadır:

Yıl	Yeni Açılan Yabancı Firma Sayısı	Yatırım Bedeli (milyar ABD Doları)
2014	23.794	128,5
2015	26.584	135,5
2016	27.908	133,7
2017	35.662	136,3
2018	60.560	138,3
Toplam	960.725	2.149

Çin'de 2019 yılındaki yabancı yatırımların %64,6'sı hizmetler; %34,9'u sanayi sektörlerine yapılmıştır.

Çin'deki yabancı yatırımların ülkelere göre dağılımları aşağıda yer almaktadır.

Ülke	Firma Sayısı	Yatırım Bedeli (milyar ABD Doları)
Hong Kong	456.900	1.099
Britanya Virjin Adaları	24.478	164,6
Avrupa Birliği (tamamı)	44.376	128,9
Japonya	51.834	111,9
Singapur	24.869	95,2
ABD	70.181	85,1
Güney Kore	65.267	77
Almanya	5.686	33,3
Toplam	960.725	2.149

Çin'deki mevcut yatırımların sektörel dağılımı incelendiğinde %43'ünün imalat sanayinde, %12'sinin gayrimenkul sektöründe, %9'unun leasing ve ticari hizmetlerde olduğu görülmektedir.

Çin'in Yurtdışındaki Yatırımları

Çin'in yurtdışındaki yatırımları akım olarak incelendiğinde 2009 yılından bu yana akım olarak yurtdışı yatırımları 2017 yılına kadar düzenli bir şekilde artmıştır. Çin Ticaret Bakanlığı (MOFCOM) verilerine göre 2018 yılında yurtdışına giden yatırım tutarı akım olarak 2007 yılına göre 7,5 kat daha fazladır.

milyar \$	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
DYY (Akım)	55,9	56,5	68,8	74,7	87,8	107,8	123,1	145,7	196,1	120,1	129,8	110,6	132,9

MOFCOM tarafından 2017 yılındaki çarpıcı düşüğe ilişkin yapılan resmi açıklamada “akılcı olmayan/irrasyonel yatırımlar kısıtlandı” ifadelerine yer verilmiştir. Bu noktada belirtmek gerekir ki Çinli firmaların yurtdışında özellikle spor kulüplerine, gayrimenkule, eğlence sektörüne yönelmesi üzerine Çinli firmaların otel, sinema, eğlence, spor alanlarında yurtdışında yatırım yapmasına devlet tarafından sınırlandırmalar getirilmiştir.

2018 ve 2019 yılları için de “akılcı olmayan” yatırımların kısıtlanmaya devam edildiği belirtilmiştir. Çin’in yurtdışındaki toplam yatırım stoku 900 milyar dolara yaklaşmış bulunmaktadır.

4. Çin'in Dış Ticaret Görünümü

2013 yılında ABD'yi geçerek mal ticaretinde dünyada ilk sıraya yükselen Çin'in dış ticaret hacmi 2020 yılında 4,63 trilyon dolara ulaşmıştır.

Çin'in 2020 yılı dış ticaret rakamları aşağıda yer almaktadır.

- ◆ Çin'in 2020 yılı ihracatı 2019 yılına göre %3,7 oranında artarak 2,59 trilyon dolar olarak gerçekleşmiştir (2019 yılı ihracatı 2,5 trilyon dolardı).
- ◆ Çin'in 2020 yılı ithalatı 2019 yılına göre %1,9 oranında azalarak 2,04 trilyon dolar olarak gerçekleşmiştir (2019 yılı ithalatı 2,08 trilyon dolardı).
- ◆ Çin'in 2020 yılı dış ticaret hacmi 2019 yılına göre %1,2 oranında artarak 4,63 trilyon dolar olarak gerçekleşmiştir (2019 yılı dış ticaret hacmi 4,57 trilyon dolardı).

2020 yılında Çin'in ithalatının 2019 yılına göre 60 milyar dolar azaldığı görülmektedir.

Çin'in Dünyaya İhracatında İlk 10 Ülke

Bölgeler	İhracat Değeri (2018, milyon dolar)	İhracat Değeri (2019, milyon dolar)
Dünya	2.494.230	2.498.569
ABD	479.701	418.584
Hong Kong, Çin	302.960	279.616
Japonya	147.235	143.223
Güney Kore	109.028	110.984
Vietnam	84.015	98.004
Almanya	77.908	79.706
Hindistan	76.880	74.924
Hollanda	73.124	73.945
Birleşik Krallık	56.987	62.275
Tayvan, Çin	48.656	55.079

Çin'in Dünyadan İthalatında İlk 10 Ülke

Bölgeler	İthalat Değeri (2018, milyon dolar)	İthalat Değeri (2019, milyon dolar)
Dünya	2.134.987	2.068.950
Güney Kore	204.566	173.553
Tayvan, Çin	177.345	172.800
Japonya	180.401	171.523
ABD	156.004	123.235
Avustralya	105.083	119.608
Almanya	106.257	105.037
Brezilya	77.141	79.203
Malezya	63.321	71.629

Vietnam	64.087	64.078
Rusya Federasyonu	58.887	60.257

Çin'in Dünyadan İthalatında ilk 10 Ürün

GTİP Kodu	GTİP Adı (Türkçe)	2019 (Yıllık) milyon dolar	2020 (Yıllık) milyon dolar
270900	Petrol Yağları ve Bitümenli Minerallerden Elde Edilen Yağlar (Ham)	238.707	176.048
854231	Elektronik Entegre Devreler; İşlemci ve Kontrolör	143.495	171.431
260111	Demir Cevherleri ve Konsantreleri (Aglomere Edilmemiş)	95.884	114.324
854232	Bellekler	94.612	95.273
854239	Diğer Entegre Devreleri	57.225	70.991
120190	Soya Fasulyesi (Kırılmış Olsun Olmasın); Tohumluk Olmayan	35.419	39.515
851770	Telefon Cihazları, Ses, Görüntü veya Diğer Bilgileri Almaya veya Vermeye Mahsus Diğer Cihazlar İçin	35.434	35.721
260300	Bakır Cevherleri ve Zenginleştirilmiş Bakır Cevherleri	34.080	34.665
870323	Motorlu Taşıtlar; Kıvılcım Ateşlemeli (1500Cm ³ <Silindir=<3000 Cm ³ , İçten Yanmalı Doğrusal Pistonlu Motorlu Olanlar)	30.854	33.023
740311	Rafine Edilmiş Bakır Katotlar Ve Katot Parçaları	26.071	28.176

Çin'in dünyadan ithalatında ilk sırada 238,7 milyar dolar ile petrol yer almaktadır. Altın da 41,1 milyar dolarlık ithalat ile altıncı sırada yer almaktadır.

Söz konusu ürünler arasında Çin'in ihracatında 598,3 milyar dolar tutarında ihracat ile devasa bir yer kaplayan 85. Fasılda (Elektrikli Makina ve Cihazlar ve Bunların Aksam ve Parçaları; Ses Kaydetmeye ve Kaydedilen Sesi Tekrar Vermeye Mahsus Cihazlar; Televizyon Görüntü ve Seslerinin Kaydedilmesine ve Kaydedilen Görüntü ve Sesin Tekrar Verilmesine Mahsus Cihazlar ve Bunların Aksam, Parça ve Aksesuarı) yer alan ürünler için aramalı niteliği taşıyan ürünler, dört kalem ile yer almaktadır (Çin'in 85. Fasılda toplam ithalatı 457,9 milyar dolardır). Temel bir yaklaşım ile Çin'in bu ürünlerde %30 civarında katma değer yarattığını söylemek mümkündür.

Söz konusu her dört kalemde de Çin'in temel ithalatçılarının Asya ülkeleri olduğu net bir şekilde görülmektedir. Benzer şekilde "optik alet ve cihazlar, fotoğraf ve sinema cihazları" ithalatında da Asya ülkelerinin egemenliği göze çarpmaktadır.

Söz konusu 10 ürün arasında yer alan diğer iki ürünün demir cevheri ve bakır cevheri olduğu görülmektedir. Bu ürünler de yine dünyanın üretim üssü olan Çin sanayisinin ihtiyaç duyduğu ürünlerdir. Diğer bir önemli ithalat kalemi olan soya fasulyesinde Çin'in temel tedarikçileri Brezilya, ABD ve Arjantin'dir.

Tüm bu veriler dikkate alındığı Çin'in ithalat ettiği ilk 10 ürün açısından aramalı mahiyetindeki ürünlerin büyük bir yer kapladığı ve bu ürünlerin temel tedarikçilerinin Asya ülkeleri olduğu görülmektedir.

Ülke bazlı ve ürün bazlı veriler Çin'in ithalatına ilişkin genel bir görünüm çizse de dünyanın en büyük ikinci ithalatçısı olan Çin açısından bu veriler yeterli değildir. Zira, Çin, altılı GTİP bazında 100 milyon doların üzerinde 1.267 ürünün ithalatını gerçekleştirmektedir.

İthalat Meblağı	Ürün Sayısı (Altılı GTİP Bazında)
100 milyon doların üzerinde	1.267
50 ile 100 milyon dolar arasında	481
10 ile 50 milyon dolar arasında	1.166
1 ile 10 milyon dolar arasında	1.243
1 milyon doların üzerinden Çin'in ithalat gerçekleştirdiği toplam ürün sayısı	4.157

Dünyada 2020 yılında ithalata konu olan 5.828 ürün (1 dolar ve üzerinde ithalat gerçekleşen) olduğu göz önüne alındığında Çin'in yukarıda yer alan ithalat rakamları çok daha fazla anlam kazanmaktadır.

Özetle, Çin, dünyada ithalata konu olan ürünlerin neredeyse tamamının ithalatını yüksek meblağlar ile gerçekleştirmektedir. Nitekim, Çin'in 10 milyon dolar ve üzerinde ithalat gerçekleştirdiği ürün sayısı 2.914'tür. Bu bakımdan Çin, ülkemiz ihracatçıları açısından birçok fırsatı barındırmaktadır.

Çin'in Dünyaya İhracatında İlk 10 Ürün

GTİP Kodu	GTİP Adı (Türkçe)	2019(Yıllık) milyon dolar	2020 (Yıllık) milyon dolar
851712	Hücreli Ağlar İçin veya Diğer Kablosuz Ağlar İçin Telefonlar	125.432	126.086
847130	Portatif Nümerik Otomatik Bilgi İşlem Makineleri; Ağırlık<10 Kg.	95.669	115.314
854232	Bellekler	52.446	55.864
630790	Diğer Hazır Eşya	38.543	53.776
851762	Ses, Görüntü/Diğer Bilgileri Almaya, Çevirmeye, Vermeye/Yeniden Oluşturmak İçin Makina	46.600	48.184
851770	Telefon Cihazları, Ses, Görüntü veya Diğer Bilgileri Almaya veya Vermeye Mahsus Diğer Cihazlar İçin	47.859	45.193
854231	İşlemciler ve Kontrolörler (Elektronik Entegre Devreler)	35.800	40.198
950300	Üç Tekerlekli Bisikletler, Skuterler, Pedallı Arabalar ve Benzeri Tekerlekli Oyuncaklar	31.342	33.484
847330	Otomatik Bilgi İşlem Makine ve Ünitelerinin Aksam, Parçası	31.443	30.618
854140	Işığa duyarlı yarı iletken tertibat; ışık yayan diyodlar (LED)	22.641	23.841

5. Çin'in Ülkemiz ile Ticareti

2020 yılı itibarıyla Çin'e ihracatımızın 2,9 milyar dolar; ithalatımızın ise 23 milyar dolar olduğu görülmektedir.

Çin'e ihraç ürünlerimiz ağırlıklı olarak hammaddelerden oluşmaktadır. Diğer taraftan, 2020 yılında dünyadan 2,1 trilyon dolar ithalat yapan Çin, dünya ithalatının %11'ini gerçekleştirmiştir. Çin'in dünyadan ithalatından ülkemizin aldığı pay ise %0,12'dir.

Ülkede gittikçe zenginleşen ve halihazırda 400 milyon bireyden oluştuğu ifade edilen bir orta sınıf bulunmakta ve söz konusu orta sınıfın kaliteli nihai tüketim ürünleri talebi her geçen gün artmaktadır. Buna karşılık, ülkemiz iş dünyasında Çin, "ucuz" üretimin olduğu sadece ithalatın gerçekleştirileceği bir ülke olarak algılanmaktadır. Dünyanın en büyük ikinci ithalatçısı olan Çin'in taşıdığı bu potansiyelden ülkemiz firmalarının daha fazla yararlanabilmesi ve ihraç ürün çeşitliliğimizin artırılarak ihracat artışımızın sağlanması önem arz etmektedir.

İkili Ticaret

Ülkemiz ile Çin arasındaki ticari ilişkilerde, 20 milyar dolar seviyesi 2011 yılında aşılmıştır. En yüksek seviyeye, 28,3 milyar dolar ile 2013 yılında ulaşılmış olup, 2020 yılındaki ikili ticaret hacmi 21,1 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Çin ile ülkemiz arasında dengesiz ve tek taraflı bir dış ticaret ilişkisi mevcuttur. Çin, 2013 yılında Almanya'yı geride bırakarak, ithalat yaptığımız ülkeler arasında Rusya'dan sonra 2. sıraya, 2015 yılında ise birinci sıraya yerleşmiştir. Çin 2020 yılı itibarıyla Türkiye'nin üç numaralı ticaret partneri konumundadır.

Yıl	İhracat \$ / Bin	İhracat Değ. %	İthalat \$ / Bin	İthalat Değ. %	Hacim \$ / Bin	Denge \$ / Bin
2008	1.437.204	38,3	15.658.210	18,3	17.095.414	-14.221.007
2009	1.599.139	11,3	12.676.573	-19,0	14.275.712	-11.077.433
2010	2.269.175	41,9	17.180.806	35,5	19.449.982	-14.911.631
2011	2.466.316	8,7	21.693.336	26,3	24.159.652	-19.227.019
2012	2.833.255	14,9	21.295.242	-1,8	24.128.497	-18.461.987
2013	3.600.865	27,1	24.685.885	15,9	28.286.751	-21.085.020
2014	2.861.052	-20,5	24.918.224	0,9	27.779.276	-22.057.171
2015	2.414.790	-15,6	24.873.457	-0,2	27.288.247	-22.458.666
2016	2.328.044	-3,6	25.441.433	2,3	27.769.477	-23.113.389
2017	2.936.262	26,1	23.370.620	-8,1	26.306.881	-20.434.358
2018	2.915.130	-0,7	20.719.070	-11,3	23.634.200	-17.803.940
2019	2.726.077	-6,5	19.128.159	-7,7	21.854.236	-16.402.082
2020	2.865.554	4,9	23.019.929	16,9	25.885.483	-20.154.375

Ticaret Dengesi

Çin ile ticaretimizde ülkemiz yüksek dış ticaret açığı vermektedir. 2013 yılında 20 milyar dolar tutarındaki açık seviyesi aşılmış olup, 2016 yılındaki 23,1 milyar dolar değerindeki dış ticaret açığı en yüksek tutar olmuştur. 2020 yılındaki dış ticaret açığı 20,2 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

2016 yılında Türkiye'nin toplam dış ticaret açığı içerisinde %41 olan Çin payı, 2017 yılında %26,5 seviyesine düşmüştür. 2018 yılında ise bu oran %32,3 olarak gerçekleşmiştir. Bununla birlikte, 2019 yılında Türkiye'nin toplam dış ticaret açığı içerisinde Çin'in payı %51,1'e yükselmiştir. 2020 yılında ise bu rakam %40,2 olarak gerçekleşmiştir.

Çin'e İhracatımız

2020 yılı itibarıyla Çin, en çok ihracat gerçekleştirdiğimiz onaltıncı ülke konumundadır. 2013 yılında gerçekleştirdiğimiz 3,6 milyar dolar değerindeki ihracatımız ulaşılan en yüksek tutar olmuştur. 2020 yılında ise 2,9 milyar dolar değerinde ihracat gerçekleştirilmiştir.

GTİP Kodu**	GTİP Adı (Türkçe)	2019 (Yıllık)	2020 (Yıllık)	2019/2020 Değişim (%)
251512	Mermer Ve Traverten (Blok, Kalın Dilimler Şeklinde Kesilmiş)	658.686.326	502.958.459	-23,6
261690	Diğer Kıymetli Metal Cevherleri Ve Konsantreleri	130.639.163	174.291.950	33,4
260700	Kurşun Cevherleri Ve Konsantreleri	128.325.483	153.178.736	19,4
261000	Krom Cevherleri Ve Konsantreleri	142.238.048	98.474.351	-30,8
260300	Bakır Cevherleri ve Konsantreleri	76.043.743	89.282.241	17,4
284019	Diğer Disodyum Tetraborat	153.829.304	77.321.447	-49,7
260111	Demir Cevherleri ve Konsantreleri (Aglomere Edilmemiş)	19.342.075	72.518.996	274,9
750120	Nikel Oksit Sinterleri ve Nikel Ara Ürünleri	30.148.172	62.542.434	107,5
740329	Bakır Alaşımları; Diğer Bakır Alaşımlar (74.05'deki Ön Alaşımlar Hariç)	46.364.562	61.522.083	32,7
252800	Tabii Boratlar Ve Bunların Konsantreleri, Tabii Borik Asit (H3bo3 <= %85)	85.168.317	58.614.192	-31,2

Çin'e ihracatımızın önemli bir kısmını mermer ve travertenler, krom, boratlar, kurşun, kıymetli metal cevherleri, yün ve yapağı, nikel matları gibi ham ve yarı işlenmiş ürünlerden oluşmaktadır. Bu ürünlerin ithalatının, genel olarak Çin sanayisinin ihtiyaç duyduğu hammadde ve ara malı ihtiyacı için yapıldığı görülmektedir. Bu ürün yapısının çok uzun yıllardır bu şekilde

devam ettiği ve ürün çeşitlendirilmesinin de istenilen düzeyde gerçekleştirilemediği görülmektedir.

İthalat Meblağı	Çin'in Tüm Dünyadan İthal Ettiği Ürün Sayısı (2019, Altılı GTİP Bazında)	Çin'in Ülkemizden İthal Ettiği Ürün Sayısı (2019, Altılı GTİP Bazında)	Yüzde
100 milyon doların üzerinde	1.267	6	0,5
50 ile 100 milyon dolar üzerinde	481	2	0,4
10 ile 50 milyon dolar arasında	1.166	29	2,4
1 ile 10 milyon dolar arasında	1.243	151	12
1 milyon doların üzerinden Çin'in ithalat gerçekleştirdiği toplam ürün sayısı	4.157	188	4,5

Ülkemizin Çin'e gerçekleştirdiği ihracat incelendiğinde 100 milyon dolar ve üzerinde ihracat gerçekleştirdiği yalnızca altı adet ürünün olduğu görülmektedir. 100 milyon dolar ve üzerinde tüm dünyaya gerçekleştirdiğimiz ihraç ürün sayısı ise 272'dir. Yukarıdaki tablodan da görüleceği üzere 100 milyon doların üzerinde Çin'in tüm dünyadan ithal ettiği ürün sayısı 1.267'dir. Sadece bu veriler dahi Çin'e olan ihraç ürün çeşitliliğimizin kısıtlılığını ortaya koymaktadır.

Ülkemizin Çin'e gerçekleştirdiği ihracat incelendiğinde 1 milyon dolar ve üzerinde ihracat gerçekleştirdiği 188 adet ürünün olduğu görülmektedir. 1 milyon dolar ve üzerinde tüm dünyaya gerçekleştirdiğimiz ihraç ürün sayısı ise 2.737'dir. Bu durum da yukarıda bahsekonu tespiti ortaya koymaktadır.

Bununla birlikte, ülkemiz ihracat potansiyelini de göz önüne aldığımızda özellikle tarım ürünleri ve işlenmiş tarım ürünleri dahil tüm gıda ürünleri, nihai tüketim ürünleri, hazır giyim, deri ürünleri (ayakkabı ve çanta), ev tekstili ilk olarak ön plana çıkmaktadır. Ayrıca, pandemi sonrası dönemde gastronomi, genel itibarıyla turizm ve özel olarak sağlık turizminde de ülkemizin potansiyeli bulunmaktadır.

Cin'den İthalatımız

2020 yılında ülkemiz Çin'den 23 milyar dolar ithalat gerçekleştirmiştir. 2016 yılında gerçekleşen 25,4 milyar dolar değerindeki ithalatımız ulaşılan en yüksek tutar olmuştur. 2017 yılında 23,4 milyar dolar değerinde; 2018 yılında 20,7 milyar dolar değerinde; 2019 yılında ise 18,5 milyar dolar değerinde ithalat gerçekleştirilmiştir.

İthalat Meblağı	Ülkemizin Çin'den İthal Ettiği Ürün Sayısı (2019, Altılı GTİP Bazında)
100 milyon doların üzerinde	25
50 ile 100 milyon dolar arasında	45
10 ile 50 milyon dolar arasında	357
1 ile 10 milyon dolar arasında	1.123

1 milyon doların üzerinden Çin'in ithalat gerçekleştirdiği toplam ürün sayısı	1.550
---	-------

Çin'den gerçekleşen ithalatın yapısı incelendiğinde, geniş bir ürün çeşitliliği ile karşılaşılmaktadır. Nitekim altılı GTİP bazında 100 milyon dolar ve üzerinde ithalat gerçekleştirdiğimiz 25 ürün yer almaktadır.

GTİP Kodu	GTİP Adı (Türkçe)	2019 (Yıllık)	2020 (Yıllık)	2019/2020 Değişim (%)
851712	Hücreli Ağlar İçin Veya Diğer Kablosuz Ağlar İçin Telefonlar	1.221.112.364	1.553.848.273	27,2
847130	Portatif Nümerik Otomatik Bilgi İşlem Makineleri; Ağırlık<10 Kg.	638.901.032	1.202.906.860	88,3
851762	Ses, Görüntü/Diğer Bilgileri Almaya, Çevirmeye, Vermeye/Yeniden Oluşturmak İçin Makina	508.713.533	770.841.922	51,5
852990	Hava Taşıtı, Radar, Telsiz-Uzaktan Kumanda Cihazı Aksam, Parçaları	542.044.656	720.069.650	32,8
841430	Soğutma Cihazlarında Kullanılan Kompresörler	220.257.706	287.565.439	30,6
850440	Statik Konvertörler	219.844.876	263.088.026	19,7
854140	Işığa Duyarlı Yarı İletken Tertibat ve Işık Yayan Diyodlar (LED)	172.316.007	232.438.450	34,9
853710	Kontrol-Dağıtım Tabloları (Gerilim=<1000 V.)	162.095.749	206.825.046	27,6
840211	Su Buharı Üreten Su Borulu Kazanlar > 45 Ton/Saat	6.128.069	172.977.475	2722,7

Çin'den ithal ettiğimiz ürünlerde ilk sıraları cep telefonları, veri işleme cihazları (bilgisayarlar), ses kayıt cihazları gibi ürünler almaktadır.

6. Çin ile Demiryolu Taşımacılığı

Son dönemde, özellikle Covid sonrasında Çin ve Avrupa arasında demiryoluyla gerçekleşen ticaretin arttığı görülmektedir. Çin'in Avrupa'ya demiryolu ile navlun taşımacılığı 2020'de %50 oranında artarak 12.400 sayısına ulaşmıştır. Bir başka ifadeyle, 2020 yılında Çin'den Avrupa'ya günde ortalama 34 tren yola çıkarak Avrupa'ya ulaşmıştır. Demiryolu taşımacılığındaki konteyner bazındaki artış oranı is %56 olarak gerçekleşmiştir.

Bu artışta rol oynayan temel etmenle aşağıda yer almaktadır.

- ◆ Tedarik zincirindeki avantajını kaybetmek istemeyen Çin'in bu hatlara ağırlık vererek Avrupa'nın tedarik zincirindeki yerini korumak istemesi,
- ◆ Deniz yolu taşımacılığında Covid nedeniyle yaşanan aksaklıklar ve fiyat artışlarının demiryolunu ekonomik olarak avantajlı kılması,
- ◆ Çin'e ihracatını artırmak isteyen Avrupalı firmaların bu hatların zaman avantajını kullanarak Çin pazarındaki varlıklarını artırmak istemesi,
- ◆ Covid döneminde artan e-ticaret hacmi nedeniyle sınır ötesi bireysel kargo sevkiyatının hızlı şekilde artması sonucunda, lojistik sürelerinin kısaltılması zaruretinin doğması,
- ◆ Çin'in Avrupa'ya giden lojistik yollarını çeşitlendirmeye yönelik milli stratejisi nedeniyle, ekonomik saiklerden bağımsız olarak bu hatların sübvansede ediliyor olması.

Çin'in 20 farklı şehrinden çıkan trenler, Avrupa'da (Avrasya bölgesi dahil) 20 farklı ülkede 90 farklı şehre varmaktadır. Çin ile Avrupa arasındaki taşımacılıkla en önemli şehirler sırasıyla Xi'an, Chonqing, Chengdu, Wuhan, Yiwu, Zhengzhou ve Suzhou şehirleridir. 2020 yılı Kasım ayı sonu itibarıyla Xi'an'dan 3.441 tren çıkış yapmıştır. Bu bakımdan Çin'den çıkan trenlerde Xi'an oranı %30,5'tir. Bu kapsamda, aşağıda yer alan istatistik ve değerlendirmelerin Çin'in demiryolu üzerinden gerçekleştirdiği dış ticaretin kompozisyonuna ilişkin genel bir fikir verdiği değerlendirilmektedir.

Varış Noktası	Tren Frekans Sayısı (Haftada) (Westbound: WB - Çin'den batıya) Eastbound: EB - Avrupa'dan Çin'e)	Süre (Gün)
Almanya Ekspres Treni	1 WB	10
Xi'an-Duisburg/Hamburg	11 WB / 4 EB	15
Xi'an-Ghent	3 WB / 3 EB	17
Xi'an-Budapeşte	7 WB	11
Xi'an-Kouvola(Finlandiya)	1 WB / 1 EB	12
Xi'an-Orta Asya	14 WB	10
Xi'an-Verona/Milano	1 WB / 1 EB	15
Xi'an - Rostock	1 WB / 1 EB	15

İstanbul Xi'an Demiryolu Taşımacılığı Hattı

Ülkemizden Çin'e yola çıkan ilk ihracat treni için 4 Aralık 2020 tarihinde İstanbul'da bir tören yapılmıştır. 17 Aralık 2020 tarihinde Çin'e giriş yapmış olan tren, 19 Aralık 2020 tarihinde varış noktası olan Xi'an'a ulaşmıştır. İhracat trenimizin toplamda varış süresi 12 gün 18 saat olarak gerçekleşmiştir.

2021 yılının geri kalan döneminde haftada bir adet trenin karşılıklı olarak ulaşımı hedeflenmektedir.

B. ÇİN PAZAR BİLGİLERİ

1. Dış Ticaret Politikası ve Uygulamaları

Çin Halk Cumhuriyeti Devlet Başkanı Xi Jinping tarafından 2014 yılı içerisinde açıklanan “Yeni Normal” kavramı ile Çin ekonomisinde yüksek hızlı büyümeden orta - yüksek hızlı, ancak sürdürülebilir bir büyümeye geçilmesi, ekonominin yeniden yapılandırılması, girdi ve yatırım temelli bir büyüme modeli yerine yenilik temelli bir büyümenin olanaklı kılınması ifade edilmektedir.

Son yıllarda Çin’de arz yönlü reformlar aracılığıyla büyümenin niceliği kadar niteliğinin de gözetildiği ve finansal istikrarın öncelendiği bir ekonomi politikasının izlendiğini belirtmek mümkündür.

Çin’in yeni ekonomi politikası çerçevesinde Çin’in kaliteli ithal ürünleri talebi her geçen gün artmaktadır. Nitekim, Çin 2020 yılı itibarıyla 2 trilyon dolarlık ithalatı ile dünyanın en büyük ikinci ithalatçısı konumundadır. 2020 yılındaki 2,6 trilyon dolar değerindeki ihracatı ile de dünyanın en büyük ihracatçısıdır.

Özellikle Çin’in 2001’deki Dünya Ticaret Örgütü üyeliği ile birlikte Çin’in dış ticaret rejiminde önemli liberalleşmeler yaşanmış ve yaşanmaya devam etmektedir. Çin’de ilgili makamlar nezdinde kayıt yaptırdıktan sonra yabancı sermayeli olanlar dahil tüm şirketler, dış ticareti sadece devlet tarafından yapılabilen belirli ürünler haricindeki tüm ürünlerin ihracat ve ithalatını serbestçe yapabilmektedir. İthal edilen malların ülke içerisinde dağıtımını yapabilmek için malın dağıtım haklarının da alınması gerekmektedir.

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.

İhracat ve ithalat, gümrük vergilerine ve KDV’ye tabi olmakla birlikte belirli ürünler için tüketim vergisi de uygulanmaktadır. Gümrük vergileri, Çin’in 2001’deki Dünya Ticaret Örgütü üyeliği ile birlikte aşağı inmeye başlamıştır. 2000 yılında %15,3 olan ortalama ithalat tarifesi, 2020 itibarıyla %9,6’ya kadar inmiş durumdadır. Tarım ürünleri için ortalama tarife %15,5 ile daha yüksek iken, tarım dışı ürünler için ortalama tarife %8,7’dir.

Geçmiş dönemde, Çin’de dış ticaret haklarına sahip az sayıda şirket bulunmaktaydı. Çin’in DTÖ’ye katılımını takiben, Dış Ticaret Yasası ve Dış Ticaret Operatörlerinin Dosyalandırılması ve Kayıtlarına İlişkin Önlemler uyarınca dış ticaret yapmaya yetkili şirketlerin sayısı hızlı bir şekilde artmıştır.

Çin açısından, yurtiçi tüketici talebinin artırılması, istikrarlı ekonomik büyüme ve ekonominin yeniden yapılandırılması en önemli araçlardan biridir. Bu kapsamda, Çin, özellikle nihai tüketiciye yönelik ithal ürünlerine gümrük vergilerini düşürmektedir.

Çin’de ithalatın bedelinin ödenmesi için ağırlıklı olarak akreditif ve vesaik mukabili ödeme yöntemleri kullanılmaktadır. Çin bankalarının büyük çoğunluğunun hem ihracat hem de ithalat için akreditif açma yetkisi bulunmaktadır. Çin’de şubesi ya da temsilcilik ofisi olan yabancı sermayeli bankalar için de aynı durum söz konusudur.

Vesaik mukabili ödeme ise akreditife benzemekte ancak daha az karmaşık ve daha esnek bir ödeme olanağı sağlamaktadır. Bu yöntemde, ihracatçının malı yüklemesinin ardından, sevk belgeleri ihracatçının bankası kanalıyla, bedelinin tahsili karşılığında teslim edilmek üzere Çin’deki ithalatçının bankasına gönderilmektedir. Bu banka, mal bedelini tahsil ettikten sonra ithalatçıya söz konusu malların çekilmesini sağlayacak evrakı teslim etmektedir.

Diğer taraftan, Çin’in, özellikle tüketim malları için ürün bazında belirlenmiş etiketleme ve ambalajlama gereksinimleri bulunmaktadır. Bazı durumlarda, bu gereklilikleri karşılamayan malların Çin’e girişi reddedilmektedir.

Ticaretin olağan akışında, ilgili Çin ithalatçısı (acente, distribütör, ortak girişim ortağı vs) mal ithalatı için gerekli belgeleri ihracatçıdan temin etmekte ve bunları Çin Gümrük İdaresine sunmaktadır. Gerekli belgeler ürüne göre değişmektedir; ancak genel olarak konşimento, fatura, gönderim listesi, gümrük beyannamesi, sigorta poliçesi ve satış sözleşmesi gibi standart belgeler ile ithalat kota sertifikası (talep edilmesi halinde), ithalat lisansı (talep edilmesi halinde), denetim sertifikası (talep edilmesi halinde) ve diğer belgeleri içermektedir.

Gümrük

Çin’e ihraç edilen tüm ürünler yerel mevzuata uygun olmak zorundadır. Ülkeye yapılan ithalat Çin hükümeti tarafından üç kategoride ele alınmaktadır; bunlar ülkeye girişi yasak olan ürünler, kısıtlı olarak izin verilen ürünler ve serbestçe ticareti yapılabilen ürünlerdir. Çin Gümrükler Genel İdaresi yasak ve kısıtlamalara tabi olan ürünlerin listesini düzenli olarak güncelleyerek web sitesinde yayınlamaktadır.

Çin’de gümrük değerlemesi, ithal edilen ürünlerin değerlerini uluslararası piyasalardaki fiyatlar, yabancı piyasa fiyatları ve iç piyasa fiyatları temel alınarak listeleyen bir veri tabanı üzerinden gerçekleştirilmektedir. 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 evraklar ürünün cinsine göre farklılık göstermektedir. Üretici ya da denetleyici kurum tarafından hazırlanmış olan kalite, miktar ve ağırlık ile ilgili belgeler 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 gönderilir ve bu durumda alıcı tarafında oluşan zarar nedeniyle bir tazminat da söz konusu olabilir.

Türkiye’den Çin’e ihraç edilen ürünlerin Çin’deki gümrük işlemleri büyük ölçüde Çin tarafındaki ithalatçı tarafından yapılacaktır. Ancak Türkiye’deki ihracatçının da konuya hâkim olması, her adımdan haberdar olması ve gerektiğinde talep edilen belgeleri temin edebilmesi gerekmektedir.

Lojistik

Çin'in lojistik altyapısı, başta ulaştırma ve telekomünikasyon olmak üzere oldukça kaliteli durumda olup büyük yatırımlarla bu alanda daha da fazla gelişme kaydedilmesi amaçlanmaktadır. Ancak, kalitenin ülkenin her bölgesinde aynı olmadığını, lojistik altyapısının ülkenin ekonomik olarak daha gelişmiş kesimlerinde daha yaygın ve daha kaliteliyken, ülkenin iç ve batı kesimlerine gidildikçe seyrekleştiğini ve kalitenin de düştüğünü göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Çin genelinde toplam 4,5 milyon kilometrelik karayolu bulunmakta olup bunun 120 bin kilometresi otobandır. Demiryolu uzunluğu ise 112 bin kilometredir.

Çin'de ekonomik büyümenin yüksek bir performansla devam etmesi, üretimin ve ticaretin artması ve elektronik ticaretin de gelişmesiyle birlikte lojistik sektörü hızlı bir gelişim sürecine girmiştir. Çin Bilimler Akademisi'nin yaptığı bir hesaplama göre ülkedeki lojistik sektörü 2018 yılı itibariyle 43,5 milyar dolarlık bir büyüklüğe ulaşmıştır.

Tarım Ürünleri İthalatı

Çin Halk Cumhuriyeti (ÇHC) mevzuatı uyarınca, gıda ürünleri ithalatında bütün ihracatçı ülkeler tarafından risk analizi ve ürün spesifik protokollerin imzalanmasını öngören bir pazara giriş sürecinin tamamlanması gerekmektedir. Konu ile ilgili kurum olan ÇHC Kalite Kontrol, Denetim ve Karantina Genel İdaresi (AQSIQ) yeniden yapılandırılmış, 2017 yılından bu yana anılan konu kapsamında ÇHC Gümrükler Genel İdaresi (GACC) yetkili kılınmıştır.

Gıda sektörü, ülkemizin Çin'e yönelik ihracatının geliştirilmesi ve ürün çeşitliliğinin sağlanması açısından önem ve potansiyel arz eden bir sektör konumundadır. Bu kapsamda, ülkemizin gıda ürünlerinin Çin'e yönelik ihracatının arttırılması amacıyla bir süredir sistematik çalışmalar yürütülmektedir. Bu kapsamda, ilk olarak, gıda ürünlerimizin Çin'e yönelik girişinin kolaylaştırılması amacıyla, iki ülke arasında işbirliğine yönelik bir çerçeve anlaşması olan "Gıda Güvenliği Anlaşması" 19 Nisan 2013 tarihinde imzalanmış bulunmaktadır.

Çin'e gıda ürünlerimizin ihracatı kapsamında 2019 yılında kiraz ihracatımızda fümigasyon yönteminin önü açılmış, antepfıstığı ihracatımız resmi olarak başlamış, Çin'e ihraç edilebilen su ürünlerimize ise ton balığı ve alabalık ürünleri eklenmiştir. 2020 yılında ise süt ürünleri ve kanatlı eti ihracatımızın önü açılmıştır.

Yeni ürünler ekleme yönündeki çalışmalarımız kapsamında ÇHC Gümrükler Genel İdaresi nezdindeki girişimlerimize kanatlı eti, narenciye, nar ve iç badem, üzüm, kivi, elma ve defne yaprağı ürünlerinde devam edilmektedir.

2. 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 yerine “daha farklı” 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 işbirliklerine önem vermektedir.

Fikri, Sınai Mülkiyet Hakları (başvuru belgeleri ve yetkili merci)

Fikri mülkiyet haklarının korunması ve yabancı şirketlerin Çinli ortakları ya da üçüncü taraf şirketler tarafından fikri mülkiyet haklarının ihlal edildiğine dair şikayetleri, Çin'de faaliyet gösteren yabancı sermayeli şirketlerin Çin'de yaşadığı en büyük sorundur. Ancak, Çin hükümetinin son dönemde bu alanda yaptığı reform çalışmaları gelecekte bu sorunun çözülmesine katkı sunmayı hedeflemektedir.

Pekin, Şanghay ve Guangzhou'da hayata geçirilen fikri mülkiyet haklarına yönelik ihtisas mahkemeleri, ortalama dört ayda davaları sonuca bağlamaktadır. Bu mahkemelerin başka şehirlerde de açılması planlanmaktadır.

Dünya Ticaret Örgütü üyeliğine 2001'de kabul edilen Çin'in bu çerçevede kendi uygulamalarını örgütün Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Anlaşması (TRIPS) hükümleriyle uyumlu hale getirmesi gerekmektedir.

Çin aynı zamanda 2007 tarihli Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) Telif Hakları Anlaşması'nın da taraflarından birisidir. Bugüne değin fikri mülkiyet haklarının korunması konusunda uluslararası yükümlülüklerle giren ve mevzuatını kuvvetlendiren Çin, artık kanunların pratikte uygulanmasında da daha kararlı bir tavır sergilemektedir. Bununla birlikte, fikri mülkiyet hakları ihlali Çin'de iş yapan şirketler açısından önemli bir risktir. Bu kapsamda, şirketlerimizin markalarını Çin'de her iki dilde (İngilizce ve Çince) tescil ettirmeleri önem arz etmektedir.

ÇHC'deki marka tescili konusunda temel olarak “China National Intellectual Property Administration (CNIPA)” yetkili bulunmaktadır (<http://english.sipo.gov.cn/>). Marka tescili ise söz konusu kuruluş bünyesindeki “Trademark Office” aracılığı gerçekleştirilmektedir.

Çin'de mevcut marka tescili uygulaması “first-to-file rule” kuralını içermektedir. Bu kural uyarınca, ticari marka başvurusunda ilk olarak bulunan kişi veya şirkete genellikle bu ticari marka hakkı verilmektedir. Nitekim, mevcut “Marka Kanunu” da bu hususu içermektedir (<http://english.sipo.gov.cn/lawpolicy/relatedawsregulations/915599.htm>).

Bir kişi veya firmanın marka tescil başvurusu kabul edilip ilana çıkılmasından sonra bir yıl süreli itiraz dönemi başlamaktadır. Eğer bu dönemde bir itiraz gelmezse, başvuran firma veya kişi markayı tescil ettirmiş olmaktadır. Marka tescili ile firma, ürünlerinin Çin anakarasında satış ve üretim haklarını (hatta ihracat) almaktadır.

Markanın Çinli bir firma tarafından kopyalanmış olması halinde ise, markanın esas sahibi firma ürünlerini Çin'e ihraç etmek istediğinde, ürünlerinin ithaline izin verilmemesi riskiyle karşı karşıya kalmaktadır. Firmalarımızın, markalarını aşağıdaki web sitesi aracılığıyla kontrol etmeleri mümkündür. Firma kayıtları, firmalarımızın bilgisi dışında yapıldıysa Müşavirliğimizle irtibata geçmeleri mümkündür.

<http://wcjs.sbj.cnipa.gov.cn>

Dağıtım Kanalları

Yeni yapılan düzenlemelerle yüzde yüz yabancı sermayeli şirketlerin Çin'de neredeyse tüm sektörlerde perakende ve toptan satış yapmalarına imkan sağlanmış olmasına rağmen bazı istinastar bulunmaktadır. Örneğin, benzin istasyonlarında çoğunluk hissesinin Çinli ortağa ait olması gerekmektedir. Tütün satışı devletin tekelindedir. Gemicilik acentelerinin de yine çoğunluk hisselerinin Çinli yatırımcılara ait olması gerekmektedir. Yabancı yatırımcıların Çin'de kendi başlarına ya da Çinli bir firmayla kurdukları ortak teşebbüsler üzerinden franchising yapmalarına da izin verilmektedir.

Çin'de en hızlı büyüyen dağıtım kanalı, elektronik ticarettir. Dünyada internet üzerinden alışverişin %47'si Çin'de gerçekleştirilmekte ve bu alanda çok güçlü bir büyüme trendi bulunmaktadır.

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 dağıtımını için motorlu kurye hizmetini kullanmaları gerekmektedir.

Çin'in global e-ticaret hacmi içerisindeki yeri on sene önce sadece yüzde 1 iken günümüzde %40 seviyesine ulaşmıştır ve Çin'i dünya liderliğine taşımıştır. Ülkenin e-ticaret pazarında iki büyük oyuncu (TMall ve JD) dikkat çekmekle birlikte birçok oyuncu bulunmaktadır. Çin e-ticaret ortamını değerlendirirken sınırötesi ticareti de dikkate almakta fayda olacaktır. 2017 yılında 80 milyar dolarlık bu hacmin 2021 yılında 140 milyar dolara ulaşması beklenmektedir. Bu dev platformların yanısıra Çin marketine girmenin alternatif yöntemleri arasında WeChat veya TaoBao gibi alternatif platformları kullanarak da e-satış yapmak mümkündür.

Tüketici Tercihleri

Çin, dünyanın en büyük ikinci ithalatçısıdır. Çin, bugün itibarıyla; zenginleşen halkı ve büyüyen ekonomisiyle tüketen bir toplum haline gelmiştir.

Çin'in 2018 yılındaki ithalatı, 2017 yılına göre 300 milyar dolar artarak 2,1 trilyon dolara ulaşmıştır. Başka bir ifadeyle, Çin'in ithalatı 2018 yılında %16 oranında artmıştır. 2019 yılında da Çin, 2,1 trilyon dolar değerinde ithalat gerçekleştirmiştir.

Ülkede gittikçe zenginleşen ve halihazırda 400 milyon bireyden oluşan bir orta sınıf bulunmakta ve söz konusu orta sınıfın kaliteli ve ithal nihai tüketim ürünleri talebi her geçen gün artmaktadır. Bu noktada, Çin'in genelinde sınıflar arasındaki tüketici eğilimlerinin farklılığından da bahsetmek gerekmektedir. Alt ile alt/orta sınıflar açısından gelecek endişesi ile tasarruf eğilimi oldukça yüksektir. Söz konusu sınıfların tercihleri yerel ürünler olmaktadır.

Bununla birlikte, Tier 1 olarak adlandırılan Şanghay, Pekin, Guangzhou şehirlerindeki orta/üst ile üst gelirli sınıfların tercihlerinde ithal ürünler önemli yer tutmaktadır. Ayrıca, Tier 2 olarak adlandırılan Xi'an, Chengdu, Chongqing, Wuhan gibi şehirlerdeki nüfusun da harcanabilir geliri her geçen gün artmaktadır. Bu şehirlerdeki nüfusun tercihlerinde de son 5 yıllık dönemde önemli değişiklikler göze çarpmaktadır. Kümülatif olarak incelenecek olursa orta/üst ile üst sınıfı her geçen gün büyüyen Çin'in tüketici tercihleri ithal ürünler yönünde seyretmektedir.

Diğer taraftan, özellikle genç neslin tercihlerinde, "klasik Çinli" tercihlerinin oldukça ötesine geçildiği görülmektedir. Bu kapsamda, örneğin protein ağırlıklı beslenme Çin'de artmakta; hazır giyimde özellikle Avrupa modası takip edilmekte; kozmetik ürünlerinin tüketimi düzenli olarak yükselmektedir. Tier1 ve Tier2 şehirleri dışında yer alan ve daha az gelişmiş olan bölgelerdeki gençler, e-ticaret platformları sayesinde online olarak neredeyse tüm ithal ürünlere erişebilmektedir.

Satış Teknikleri ve Satışı Etkileyen Faktörler

Firmalarımızın, öncelikle pazara girmek istedikleri ürünü belirlemeleri ve ürün bazında strateji geliştirmeleri daha yararlı olacaktır. Bununla birlikte genel olarak, satışı belirleyen faktörlerin başında tanıtım gelmektedir. Zira, ülkemiz firmalarının genel olarak bilinirliği düşük seviyelerdedir.

400 milyon kişiden oluşan orta/üst sınıf Çinli tüketiciyi hedefe alarak Çin'in kendine özgü weibo, wechat gibi sosyal medya hesapları üzerinden yürütülecek tanıtım faaliyetleri de başarıya ulaşmak açısından önemli bir araçtır. Çin'de 800 milyonu aşkın internet kullanıcısı bulunmaktadır. Bunların %85'i mobil cihazları günlük hayatında son derece yoğun bir şekilde kullanmaktadır. Bu bakımdan, sosyal medya üzerinden yapılacak tanıtım faaliyetleri son derece önemlidir.

Çin'de rekabetin son derece üst seviyelerde olması sebebiyle sabırlı olmak ve orta/uzun vadeli hedefler koymak önem arz etmektedir.

Kamu İhaleleri

Çin Halk Cumhuriyeti'nin (ÇHC) 1980'lerle başlayan ekonomik kalkınma hamlelerinde önemli bir rol oynayan müteahhitlik sektörü, son 30 yıllık süreçte ülkenin gayri safi yurt içi hasılasındaki (GSYİH) artışta ciddi bir payı bulunmaktadır.

Ülkede en güncel veriler olan 2018 yılı istatistiklerine göre, toplam 83.000 inşaat şirketi mevcut olup; söz konusu şirketlerce yaklaşık 51,8 milyon kişi istihdam edilmektedir. Sektörde faaliyet gösteren yabancı sermayeli şirket sayısı ise 261 olarak açıklanmıştır.

Yabancı firmaların ağırlıklı olarak, teknoloji ve marka avantajlarını kullandıkları kısıtlı projelerde yer aldığı bilinmektedir. Tamamına yakınında yerel (devlet ya da özel) firmaların faaliyet gösterdiği Çin'in müteahhitlik sektörüne yabancı firmaların girişinde ciddi zorluklarla karşılaşıldığı bilinmektedir.

Çin'de ihalelerin çoğu Çince dilinde çıkmaktadır. Teknik müşavirlik sektörü için hem ihale hem de doğrudan teklif alınması durumlarının olduğu bilinmektedir. Ancak Çinli firmalar veya Çin'de yerleşik yabancı firmalar burada tercih edilmektedir. Bu doğrultuda, Çin'de iş yapmak için burada yerleşik olmak önem arz etmektedir.

3. Önemli Sektörler

Çin’de üretim, yatırım ve ihracat çok kapsamlı ve hacmen büyük olup; bu yapıda literatürde “cluster” olarak tanımlanan odak bölgelerinin büyük payı vardır.

Kuzey Çin’de Pekin, Tianjin ve Hebei (ağır sanayi, kimya, metal, enerji, demiryolu, bilişim, otomotiv); Kuzeydoğuda Dongbei (Liaoning, Jilin ve Heilongjiang ile aynı zamanda İç Moğolistan’ın doğusu) olarak nitelenen üç eyalet (ağır sanayi, otomotiv); Shandong eyaleti (petrol rafinerisi, nişasta, gıda endüstrisi); Doğu Çin’de Şanghay, Jiangsu ve Zhejiang (kimya, petrokimya, demir çelik, elektrik-elektronik, enerji, makineler ve parçaları, muhtelif imalat sanayi, metaller, ilaç, tekstil, deri); güneyde Guangdong eyaleti (ağırlıklı olarak ihracata yönelik makine, hafif sanayi, seramik de dahil her türlü imalat), Orta Çin’de Hunan, Hubei eyaletleri (demir-çelik, robot, makine ve metal işleme başta olmak üzere birçok sanayi kolu) ile iç kesimlerde Sichuan Eyaleti ile Chongqing (otomotiv başta olmak üzere birçok sanayi kolu) önemli sınai odak noktalarıdır. Bu sınai odak bölgelerinde makineden ilaca, tekstilden gıdaya birçok ürün rekabetçi şekilde üretilerek hızlı şekilde Çin ve dünya piyasalarına sunulabilmektedir.

Öne Çıkan Başlıca Sektörler

1978 yılında Deng Xiaoping liderliğinde, ekonomide liberalleşmeyi ve dışa açılmayı hedefleyen reformlar başlamıştır. Emek yoğun ve ihracata odaklı bir üretim süreciyle Çin tüm dünya için düşük maliyetli üretim yapan bir ülke haline gelmiştir. Bu süreç içerisinde fiyatlar serbestleştirilmiş, kamu iktisadi teşebbüslerinin ekonomideki ağırlıklı konumları korunduysa da özel girişime de önem verilmiş ve özel girişimin gelişimi sağlanmıştır. Üretim ve ihracat arttıkça ürünlerin katma değeri yükselmiş ve basit tüketici ürünlerinden kademeli olarak daha sofistike ürünlere geçiş yapılmıştır.

Çin’in 2001 yılında Dünya Ticaret Örgütü’ne (WTO) üye olmasıyla ihracatın önündeki engeller de kaldırılmıştır. Çin’de kişi başına düşen milli gelir 1978 yılında Sahra altı Afrika oranlarına yakın ve Asya ortalamasının yarısına bile ulaşamıyorken, yıllık çift haneli büyüme oranları kişi başına düşen gelirin, o dönemden bugüne kadar yaklaşık altmış katına çıkmasını sağlamıştır.

İmalat sanayi, düşük maliyetlerin de sağladığı avantaj sayesinde Çin büyümesinin itici gücü olmuştur ve son yıllarda artan maliyetlere rağmen büyük ölçüde bu konumunu korumaktadır. Çin GSYH’sinin %40,7’sine tekabül eden imalat sektörü, süreç içerisinde kaliteyi, teknoloji içeriğini ve katma değeri artırarak dünya standartlarında üst konumlara ulaşmıştır. Bununla birlikte, bugün Çin’in ihraç ettiği sanayi ürünlerinin yarısı yabancı sermayeye sahip şirketler tarafından üretilmektedir.

Çin şu anda dünyadaki;

- ◆ Çeliğin yüzde 50’sini,
- ◆ Otomobillerin yüzde 30’unu,
- ◆ Cep telefonlarının yüzde 90’ını,
- ◆ Bilgisayarların yüzde 80’ini,
- ◆ Gemilerin yüzde 40’ını,
- ◆ Ayakkabıların yüzde 60’ını üretmektedir.

Çin'in gelişen tarım ve madencilik sektörleri büyük ölçüde yerel talebi karşılamak için çalışmaktadır ve talebin büyüklüğü karşısında bunda da tam yeterli olamamaktadır. Örneğin, Çin her ne kadar önemli bir petrol üreticisi olsa da (dünyanın en büyük beşinci üreticisi) ürettiği petrol ancak kendi ihtiyacının yarısını karşılamaya yetmektedir.

Hizmet sektörü ise, halen Çin'de en hızlı büyüyen ve uluslararası ölçekte etkisini artıran sektör durumundadır ve büyüklüğü GSYH'nin %50'sini aşmış bulunmaktadır.

Özetle; 2018 yılı itibarıyla Çin ekonomisinin %7,2'si (1 trilyon dolar) birinci endüstri olarak tabir edilen tarım sektöründen, %40,7'si (5,8 trilyon dolar) ikinci endüstri olarak tabir edilen sanayi sektöründen, %52,2'si (7,4 trilyon dolar) ise üçüncü endüstri olarak tabir edilen hizmetler sektöründen oluşmaktadır.

Tüm bu bilgiler kapsamında, Çin'in birçok sektör açısından dünyanın üretim merkezi olduğunu söylemek gerekmektedir.

4. Şirket Kuruluşu ile ilgili Bilgiler

Çin’de yabancı sermayeli bir limitet şirket iki farklı şekilde kurulabilmektedir:

- Yüzde yüz yabancı sermayeli bir şirket kurmak,
- Temsilcilik ofisleri kurmak,

Yüzde Yüz Yabancı Sermayeli Şirketler

Yüzde yüz yabancı sermayeli şirketler, yatırımcıya şirket üzerinde tam kontrol sağlamakta ve günümüzde Çin’de yabancı sermayenin en çok tercih ettiği model olarak ortaya çıkmaktadır. Yabancı ülke vatandaşları tarafından yabancı sermaye ile kurulan limited şirketler çoğunlukla üretimini Çin’de yapan ve buradan diğer ülkelere ihracat gerçekleştiren iş modelleri için tercih edilmektedir. Bununla birlikte, yüzde yüz yabancı sermayeli şirketlerin kurulabileceği sektörler hizmet sektörü, danışmanlık, ticaret ve imalat olarak belirlenmiş durumdadır. Çin’de yüzde yüz yabancı sermayeli bir şirketi hayata geçirmek sektöre, bölgeye ve diğer koşullara bağlı olarak değişmekle birlikte ortalama bir ay sürmektedir.

Temsilcilik Ofisleri

Temsilcilik ofisleri, yabancı şirketler tarafından Çin’de doğrudan gelir getirmeyen faaliyetlerin gerçekleştirilmesi, örneğin pazarlama faaliyetlerinin sürdürülmesi, pazar araştırması yapılması, satın alınacak ürünlerin tespit edilmesi, ana şirketin Çin’deki faaliyetlerinin koordine edilmesi ya da farklı paydaşlarla ilişkilerin devam ettirilmesi amacıyla açılmaktadır. Bu tür ofisler sayesinde şirketler, Çin pazarına ilk adımı atmış olmaktadır. Temsilcilik ofisleri doğrudan ürün satmak, alım yapmak ya da farklı hizmetler sunmak gibi faaliyetleri gerçekleştiremez, fatura kesemez, ancak bağlı oldukları şirketin mevcut ve potansiyel müşterileri ile temas kurma ve şirket adına sözleşme yapma hakları bulunmaktadır. Temsilcilik ofislerinin avantajı düşük maliyetli olmaları, yüzde yüz yabancı sermayeli şirketlerden farklı olarak bir asgari sermaye yatırımı ya da iş planı gerektirmemeleri, kolay kurulabilmeleri ve yönetimlerinin de kolay olmasıdır. Bununla birlikte, Çin kanunlarına göre temsilcilik ofislerinin doğrudan eleman alımı yapamamaları, bunun yerine yetkili bir insan kaynakları ajansı kullanmalarının zorunlu olması önemli bir dezavantajdır.

Şirketlerin Kurulma Süreci

Bir şirketin kurulma süreci, yukarıda bahsedilen modellerden hangisinin tercih edildiği, şirketin hangi sektörde faaliyet gösterdiği ve hangi coğrafi bölgede kurulduğuna göre farklılıklar sergilese de, Çin’in yabancı sermaye mevzuatı, yabancı sermayeli bir şirketin beş adımda hayata geçirilmesini öngörmektedir. Bunlar aşağıdaki gibidir:

- ✓ Şirketin isminin Sanayi ve Ticaret İdaresi nezdinde kayıt altına alınması,
- ✓ Şirketin iştegal edeceği sektörün Negatif Liste’de, başka bir deyişle yabancı sermayeye açık olmayan sektörler listesinde bulunmaması koşuluyla, Ticaret Bakanlığı’na internet üzerinden başvuru yapılması (Başvurunun eksiksiz yapılması kaydıyla Ticaret Bakanlığı üç gün içerisinde onay mesajı göndermektedir),

- ✓ Şirketin yerel Sanayi ve Ticaret İdaresi ofisinde kaydının yapılması (Bu ofislerin uygulamaları ve koşulları bölgeden bölgeye değişebilmektedir. Bazı bölgelerde süreç kolaylaştırılırken, bazı bölgelerde ek koşullar getirilebilmektedir),
- ✓ Yerel Sanayi ve Ticaret İdaresi nezdinde şirketin düzenleyici gereksinimlere uygunluğunun belgelenmesi (Bu kapsamda örneğin enerji tüketim raporu, arazi kullanım raporu, yerel istihdam etki raporu, inşaat güvenlik belgeleri, çevre etki raporu gibi dokümanların temin edilmesi gerekmektedir ve istenen belge sayısı bölgeden bölgeye değişebilmektedir),
- ✓ İşletme lisansı çıktıktan sonra Sanayi ve Ticaret İdaresi, vergi dairesi ve denetim kurumunda şirketin kaydının yaptırılması ve banka hesaplarının açılması (Burada da işlem sayısı bölgeye ve sektöre göre değişebilmektedir.). Bu adım tamamlandıktan sonra şirket faaliyetlerine başlayabilir.

5. Vergi Uygulamaları

Çin’de kurulmuş ya da yönetimi Çin’de bulunan bir firma Çin’de yerleşik olarak kabul edilmektedir ve gelirleri üzerinden vergilendirilmektedir. Çin’in halen 105 ülkeyle bu Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşması bulunmaktadır.

Ülkemiz ile Çin arasında yapılmış olan Türkiye Cumhuriyeti ile Çin Halk Cumhuriyeti Arasında Gelir Üzerinden Alınan Vergilerde Çifte Vergilendirmeyi Önleme ve Vergi Kaçakçılığına Engel Olma Anlaşması” 01.01.1998 tarihinde uygulamaya alınmıştır.

Vergilendirilebilir gelir, şirketin o mali yıldaki brüt gelirlerinden masrafların ve kayıpların düşülmesiyle hesaplanmakta ve tüm karlar, sermaye kazançları, temettüleri, faiz getirileri, kira gelirleri ve telif ücretleri bu kapsama girmektedir. Çin’de, üç kategoriye ayrılacak 18 farklı vergi türü bulunmaktadır:

1. KDV, Tüketim Vergisi, İşletme Vergisi, Taşıt Alım Vergisi ve Gümrük Vergisi dahil olmak üzere mal ve hizmet vergileri.
2. Kurumlar Vergisi ve Bireysel Gelir Vergisi dahil olmak üzere gelir vergileri.
3. Arazi Takdir Vergisi, Emlak Vergisi, Kent ve İlçe Arazi Kullanım Vergisi, Ekilebilir Arazi Kullanım Vergisi, Tapu Vergisi, Kaynaklar Vergisi, Taşıt Vergisi, Damga Vergisi, Kentsel Bakım ve İnşaat Vergisi, Tütün Vergisi ve Gemi Tonaj Vergisi gibi diğer vergiler.

Kurumlar Vergisi:

Çin’de kurumlar vergisi oranı %25 olarak belirlenmiştir. Ancak şirketin özelliğine göre ve belirli koşulların yerine getirilmesi durumunda farklı oranlar uygulanabilmektedir. Örneğin, küçük ölçekli ve karlılığı düşük firmalar %20 vergi öderken, bu oran yüksek teknoloji statüsüne sahip ya da yüksek katma değerli hizmet sektöründe faal olan şirketler için %15’e düşmektedir. Temettüleri, faiz getirileri, kira gelirleri ve telif ücretleri gibi pasif gelirler üzerinden uygulanan stopaj vergisinin oranı %10 olarak belirlenmiştir.

Sermaye Kazançları:

Sermaye kazançları için ise ayrı bir vergi kalemi bulunmazken bu gelirler diğer faaliyet gelirleri ile birleştirilerek vergilendirilmektedir. Çin’de yerleşik olan gerçek kişiler, tüm dünyada elde ettikleri gelir üzerinden kişisel gelir vergisine tabi tutulurken, yerleşik olmayan gerçek kişiler ise gelir kaynaklarına göre vergilendirilmektedir.

Ülkede en az beş yıldır yaşamakta olan yabancı ülke vatandaşları, altıncı yıldan itibaren ülkede en az bir yıl daha kalmaları durumunda kişisel gelir vergisine tabi olmaktadır.

Ülkede bir yıl ile beş yıl arasında yaşamakta olanlar, Çin’de elde ettikleri gelir üzerinden ve eğer bir Çinli firma ya da şahıs tarafından ödeniyorsa, yurtdışında da elde ettiği gelir üzerinden vergilendirilir.

Çin’de 90 günden uzun bir süredir bulunan (ya da konuyla ilgili uluslararası anlaşmaların mevcut olduğu durumda 183 gün) ancak henüz bir yılı doldurmamış yerleşik olmayan gerçek

kişiler, Çinli bir firmanın müdürü ya da üst düzey yöneticisi değilse Çin’de elde ettikleri kazanç üzerinden vergilendirilmektedir.

Gelir Vergileri:

Çin’deki gerçek kişiler, çalışma geliri, işletme geliri ve yatırım geliri gibi farklı gelir çeşitleri üzerinden farklı şekilde vergilendirilir. Maaş ve aylık gelirler %3 ile 45 arasında değişen oranlarda vergiye tabi tutulabilmektedir.

KDV Uygulaması:

Çin hükümeti 2012 yılından beri işletme vergisinden Katma Değer Vergisine (KDV) geçiş sürecini yürütmektedir. Burada amaç, tüm ciro üzerinden hesaplanan işletme vergisi yerine, gelirlerin sadece katma değerli kısmını vergilendiren KDV’ye geçiş suretiyle şirketlerin üzerindeki vergi yükünün azaltılmasıdır.

Çin’de dört olan KDV dilimi Temmuz 2017’de yapılan değişikliklerle üçe indirilmiştir. Standart KDV oranı %13’tür. Tarım ürünleri, yakıtlar, kitap, medya ürünleri ve tuz üzerindeki KDV %10’dur. İnşaat ve gayrimenkul sektörlerindeki KDV oranı %10’dur. Finansal ve kişisel hizmetler sektörlerinde %6 oranında KDV uygulanmaktadır.

İhracat KDV’den muaftır, ihraç edilen ürün için kullanılan girdilerin üzerindeki KDV ise kısmen ya da tamamen iade edilmektedir.

Diğer Vergiler:

Kanun koyucu tarafından belirlenmiş lüks tüketim ve çevre dostu olmayan mallar (bunlara sigara, alkollü içecekler, üst kategori kozmetik ürünleri, mücevherat, araç yakıtı, otomobiller, pil ve kaplama maddeleri de dahildir) Çin Halk Cumhuriyeti’nde tüketim vergisine tabidir. Vergi yükümlülüğü satılan malın tutarına veya satış hacmine göre belirlenir. Hesaplama yöntemi ve oranı maldan mala bağlı olarak değişir.

6. Finansal Sistem ve Sosyal Güvenlik

Bankacılık ve Finansal Sistem

Çin'deki bankacılık ve finans sektörü ağırlıklı olarak kamu tekelinde bulunmaktadır. Piyasanın dört büyük oyuncusunun tamamı devlet bankasıdır. Bunlar, Agricultural Bank of China, Bank of China, China Construction Bank ve ICBC bankalarıdır. Kamuya ait ticari bankalar piyasadaki toplam varlık, kredi ve mevduatların %60'ını ellerinde bulundurmaktadır.

Diğer bir grup olan anonim bankalar ise daha fazla çeşitlilik gösteren hissedar yapılarına sahip olup yabancı sermayeli bankaların yanı sıra kırsal kredi kooperatifleri de bunların arasında yer almaktadır.

Ülkenin politikalarına hizmet eden bankalar ise, Çin Kalkınma Bankası, Çin Eximbank ve Çin Zirai Kalkınma Bankası'dır. Bankalar, alternatif finans enstrümanları ve sermaye piyasalarının yeterince gelişmemiş olması sebebiyle, finans sistemi içerisinde çok büyük bir ağırlığa sahiptir.

Sosyal Güvenlik Uygulamaları

Çin'in halihazırdaki en büyük avantajlarından birisini işgücü oluşturmaktadır. Ülkenin 1,4 milyarlık nüfusunun yaklaşık yüzde 70'i çalışma yaşı olarak nitelendirilen 15-64 yaş grubunda yer almaktadır. Ancak, hızla yaşlanan nüfus ekonomi üzerinde giderek bir baskı oluşturmaktadır.

Çin'de beş çalışma gününden oluşan hafta, günlük 8 çalışma saatinden toplam 40 saat olarak belirlenmiştir. Çin kanunlarına göre işletmeler, (yabancı sermayeli olanlar da dahil olmak üzere) çalıştırdıkları her tam zamanlı çalışan ile yazılı bir sözleşme yapmak zorundadır. Bu sözleşmeler belirli bir dönem için olduğu gibi, açık süreli de olabilmektedir. Ancak bir işletmenin çalışanıyla açık süreli sözleşme yapabilmesi için, önce aynı çalışanla iki dönem belirli süreli sözleşmeyle çalışmış olması gerekmektedir.

Dönem süreleri altı ayı geçmemektedir. İşgücüne dahil olan tüm Çin vatandaşları ve yabancı uyruklu çalışanlar, Çin'in sosyal güvenlik sistemine katılmak zorundadır ve sistem beş farklı sigortadan oluşmaktadır; bunlar, emeklilik sigortası, genel sağlık sigortası, iş kazası sigortası, işsizlik sigortası ve doğum sigortasıdır. İşveren, çalışanlarının sosyal güvenlik ve konut fonu ödemelerini yapmakla yükümlüdür. Çin sınırları içerisindeki tüm yabancıların, (daimi oturma iznine sahip olanlar hariç) ülkede çalışabilmek için ilgili makamlardan gerekli izinleri almaları gerekmektedir. Bu izin süreci sırasıyla şu aşamalardan oluşmaktadır:

1. Sağlık kontrolleri,
2. Çalışma izni bildirimini,
3. Tek girişli "Z" tipi vize,
4. Geçici ikamet kaydı,
5. Çalışma izni,
6. Oturma izni.

7. İş Kültürü ve Seyahat Önerileri

İş Kültürü

Çinli firmalarla iş yapan yabancı firmaların Çin'in kendine has kültürel özelliklerinin, adetlerin, davranış şekillerinin farkında olması gerekmektedir. Bu anlamda, Çin'de iş yapacak Türk firmalarına verilebilecek bazı öneriler aşağıda yer almaktadır.

İş Yapma Tarzı:

- ◆ Batı'da kişinin kendisine ayırdığı zaman ve özel hayat çok önemliyken, Çin'de iş hayatın kendisidir. Çinliler günde 24 saat boyunca işleri hakkında konuşabilirler ve iş ile ilgili birçok etkinlik, örneğin toplantılar, yemekler, mesai saatleri dışında yapılabilir.
- ◆ Kişisel ilişkiler ya da Çincedeki deyimiyile “guanxi”, Çin'de Batı kültüründe olduğundan çok daha önemlidir ve bu açıdan Çin'in aslında Türk kültürüne yakın olduğu söylenebilir.
- ◆ Bir iş anlaşması imzalanmadan önce Çin tarafı müstakbel ortağıyla önce güçlü bir kişisel ilişki kurmak ister ve yapılan ilk birkaç toplantının sadece bu amaç doğrultusunda kullanılması gerekebilir.
- ◆ Karar verme aşamasında Çin tarafı kendisine avantaj sağlamak için müzakereleri gereğinden fazla uzatma yoluna gidebilir. Gecikmelerin kabul edilmesi ve karşı tarafı sıkıştırma veya zaman kısıtlamaları ile son tarihleri hatırlatma yoluna gitmektense sabretmek daha faydalıdır.

Toplantılar:

- ◆ Çin tarafı toplantı salonuna hiyerarşik bir sırayla girer ve aynı sırayla çıkar. Salona ilk girenin gruptaki en kıdemli kişi olması beklenir.
- ◆ Çin tarafının lideri konumundaki kişiye saygı gösterilmelidir.
- ◆ Toplantıya katılan ekibi Çin tarafında ekibin lideri, yani en kıdemli kişisi tanıştırır.
- ◆ Toplantıya iyi hazırlanılması beklenir. Örneğin bir sunum yapılacaksa, mutlaka sunumun bir çıktısı toplantıdaki tüm katılımcılara dağıtılmalıdır.
- ◆ Toplantıların başında hal hatır sormak, tabir yerindeyse “havadan sudan” konuşmak normal, hatta gereklidir.
- ◆ Toplantılar sırasında duyguları fazla belli etmek Çin tarafında olumsuz bir etki bırakabilir. Aynı şekilde kinaye ve alaycılıktan da kaçınılmalıdır.
- ◆ Toplantılarda muhafazakar, kapalı, koyu renkli kıyafetler tercih edilmelidir. Mümkün olduğunca yüksek kaliteli takımlar giymek, güçlü bir izlenim bırakacaktır.

- ◆ Tercüman kullanılıyorsa Çin tarafına yöneltilecek soruları doğrudan tercümana hitap ederek sormak değil de Çin tarafına hitap ederek sorup tercümanın çevirmesini beklemek daha doğru olacaktır.

Kartvizit:

- ◆ Kartvizit değişimi çok önemlidir, bu yüzden toplantılara ve görüşmelere giderken bol bol kartvizit bulundurmakta fayda vardır.
- ◆ Kartvizitin bir tarafı mutlaka Çince olmalı, diğer taraf tercihe göre İngilizce ya da Türkçe olabilir.
- ◆ Sizinle ve şirketinizle ilgili önemli bilgiler mutlaka kart üzerinde yer almalıdır. Unvan mutlaka yazılı olmalıdır.
- ◆ Çinli yetkiliye hitap ederken önce soyadın söylenmesi gerekmektedir.
- ◆ Kartvizit iki elle tutularak ve Çince tarafı üstte yer alacak şekilde takdim edilmelidir. Aynı şekilde sunulan kartvizit yine iki elle alınmalı ve alındıktan sonra bir süre üzerindeki yazılar okunarak incelenmelidir. Alınan kart toplantı sırasında masada alan kişinin hemen önünde durabilir. Alınan kartı hemen cebe ya da cüzdana koymamak gerekir.

Diyaloglar:

- ◆ Çince bilmeyenlerin de birkaç kelime Çince öğrenip kullanmaları olumlu etki yaratır.
- ◆ Çince “yemek yedin mi?” ya da “nereden geliyorsun?” gibi sorular, Türkçedeki “ne haber?” ya da “nasılsın?” gibi nezaket gereği kullanılan ve aslında tam bir cevabı beklenmeyen ifadelerdir. Bu nedenle bu soruları bire bir olarak alıp detaylı cevaplar vermemek gerekir.
- ◆ Çinliler net olumsuz ifadelerden kaçınırlar ve bu tür ifadeler kaba bulunur. Örneğin Çinli taraf “çok sorun yok” diyorsa bu aslında hala sorunların olduğu anlamına gelebilir. Çinlilerle konuşurken de bu konuya dikkat etmeli, örneğin doğrudan bir “hayır” yerine “düşüneceğim”, “göreceğiz” gibi ifadeler kullanılmalıdır.
- ◆ Sohbetlerde Çin’in zenginliklerine örneğin doğal güzelliklerine, tarihi mekanlarına vs. atıfta bulunma olumlu bir hava yaratacaktır. Aynı şekilde karşıdaki kişinin ailesini sormak da olumlu karşılanır. Bununla birlikte siyasi konulardan kaçınmakta da fayda vardır.
- ◆ Karşıdaki kişiye parmakla işaret etmek hoş karşılanmaz. Bunun yerine çok gerekiyorsa açık bir el ile işaret etmek, ya da mümkünse hiç el kullanmadan göz teması kurmak tercih edilmelidir.
- ◆ 2020 yılı itibarıyla 2,1 trilyon dolar ithalat gerçekleştiren ve dünyanın en büyük ikinci ithalatçısı olan Çin’e “alternatif pazar” olarak yaklaşılması gerekmektedir. Çinli ithalatçılara, ana pazar olarak hedeflendiklerinin hissettirilmesi önemlidir.

Yemekler:

- ◆ Bir yemeğe davet edilenler, masada istediği bir yere oturmaktansa nereye oturacaklarının gösterilmesini beklemelidir. Yemek oturma düzenleri hiyerarşik bir düzene göre planlanır, buna uyulmalıdır.
- ◆ Genellikle yuvarlak masalar etrafında yenen iş yemeklerinde masaya çok sayıda farklı tabak gelecektir. Her birinden az bir parça almak yeterli olur.
- ◆ Kişinin önüne gelen tabağı tamamen bitirmesi “yemek az geldi” anlamını taşıyacağı gibi hiç dokunmaması da “yemeği beğenmedim” anlamına gelebilir. Orta bir noktada durulmalıdır.
- ◆ Yemek sırasında farklı kişiler tarafından kadeh kaldırılıp nezaket konuşmaları yapılabilir, misafirlerin de ev sahiplerine teşekkür amacıyla bu yöntemi kullanmaları önerilir.

Rakamlar:

- ◆ 8 rakamı Çin kültüründe şanslı rakamdır. Bir şeyden 8 tane almak ya da vermek, güçlü bir iyi niyet göstergesidir.
- ◆ 6 rakamı da gelişime, ilerlemeye işaret eder.
- ◆ 4, Çincedeki “ölüm” kelimesiyle eş sesli olduğundan uzak durulan bir rakamdır.

Sevahat Önerileri

- ◆ Çin vizesinin mümkün olduğunca erken alınması önemlidir. Eksik belge vs. gibi sebeplerle vize süreci uzayabilmekte, konsoloslukların ve vize başvuru merkezlerinin kapalı oldukları resmi tatiller nedeniyle bekleme süresi artabilmektedir.
- ◆ Çin’in artık fiyatların düşük olduğu bir ülke olmadığını unutmamak gerekmektedir. Çin’de üretim maliyetleri arttıkça fiyatlar da giderek yükselmiş ve bu fiyat artışları tüm sektörlere yansımıştır.
- ◆ Cep telefonuna WeChat uygulamasını yüklemek gerekmektedir. Türkiye’de de yaygın bir şekilde kullanılan WhatsApp uygulaması Çin’de erişime kapalıdır. Bu nedenle benzer özellikleri taşıyan ve Çin’de 700 milyonun üzerinde kullanıcısı olan WeChat’i kullanmak, bu uygulama üzerinden ücretsiz arama da yapılabildiği düşünülürse oldukça faydalı olacaktır.
- ◆ Çin’de Google başta olmak üzere birçok internet hizmetinin erişime kapalı olması, çalışmalarını sektöre uğratabilmektedir. Örneğin, e-mail hesabına erişim mümkün olmayabilir. Bu konuyla ilgili olarak Çin’e gitmeden önce gerekli önlemleri almak (örneğin VPN yüklemek) faydalı olacaktır.
- ◆ Çince bilmiyorsanız sadece iş görüşmelerinizde değil, alışverişten yemeğe Çin’deki tüm deneyiminizde zorluk çekebilirsiniz. Seyahate Çince bilen bir çalışan ya da iş arkadaşı ile çıkmak ya da bir tercümanla çalışmak çözüm olabilir.

- ◆ Çin’de elektronik ödeme şekilleri giderek yaygınlaşmaktadır. Kredi kartı kullanımında ise giderek Çin’in kendi sistemi olan Union Pay’ın tercih edildiği, Master Card ve Visa gibi sistemlerin kullanımının ise azaldığı görülmektedir. Bu nedenle kredi kartlarından ziyade nakit bulundurmakta fayda vardır.
- ◆ Çin’e iş amacıyla seyahat eden kişilerin bu ülkeye gidince danışmanlık ya da benzeri isimler altında faaliyet gösteren, ancak yeterince yetkin olmayan ya da farklı amaçları olan kişi ya da kurumların eline düştükleri ve bu nedenle ciddi kayıplara uğradıkları gözlemlenmektedir. Bu konuda, firmalarımızın seyahat öncesinde Ticaret Müşavirliğimizle irtibata geçmeleri mümkündür.

Para Kullanımı

Çin’de ödemeler yerel para birimi olan Yuan (RMB) ile yapılmaktadır. Bu kapsamda, Çin’e seyahat eden vatandaşlarımızın yanlarında Yuan (RMB) bulundurmaları gerekmektedir. Uluslararası beş yıldızlı otellerde kredi kartı ile ödeme mümkünken, günlük hayatta kredi kartı ile ödeme neredeyse mümkün değildir.

Ayrıca, Çin’de günlük hayatta ödemelerin neredeyse tamamı Wechat ve Alipay programları aracılığı ile yapılmaktadır. Ancak, Çin’de bankası hesabı olmaması halinde, programın bir ödeme aracı olarak kullanılması mümkün değildir.

Resmi Tatiller (milli gün vb) ve Mesai Saatleri

Çin’deki resmi tatiller aşağıda yer almaktadır.

Tarihler	Tatiller
1 Ocak 2021	Yeni Yıl Tatili
11 - 17 Şubat 2021	Bahar Festivali
3 - 5 Nisan 2021	Ching Ming Festivali
1 - 5 Mayıs 2021	İşçi Bayramı
12 - 14 Haziran 2021	Dragon Boat Festivali
19 - 21 Eylül 2021	Sonbahar Ortası Festivali
1 - 7 Ekim 2021	Ulusal Bayram

Çin’de mesai saatleri genel olarak sabah 9’da başlayıp akşam 6’da sona ermektedir. Çin’de tek bir yerel saat kullanılmakta olup, ülkemizin beş saat ilerisindedir.

Pasaport ve Ülkeye Geçici Giriş Vizesi Uygulaması

ÇHC, Umuma Mahsus Pasaport hamillerini vizeye tabi tutmaktadır. Resmi Pasaport hamilleri ise anılan ülkeye yapacakları 30 güne kadar ikamet süreli seyahatlerinde vizeden muafır. 15 Şubat 2016 tarihinden bu yana işadamlarımızın ticari vize başvurularında Çin'den davet eden firmaların davet mektupları kabul edilmemektedir.

Bu çerçevede, Çin'in yetkilendirilmiş resmi devlet kuruluşlarının verdikleri davet mektubunun ıslak imzalı aslı (Davetiye) kabul edilmektedir. Ayrıca, turizm amaçlı olarak Çin'e seyahat edecek olan kişilerin bireysel olarak yaptıkları turistik vize başvuruları kabul edilmemektedir. Turistik amaçlı sadece grup vize başvuruları kabul edilmektedir. Çin'in başlattığı bu uygulama nedeniyle vize başvuru prosedürü uzun zaman almaktadır. Bu kapsamda, vatandaşlarımızın seyahatlerinden makul bir süre önce vize için başvuruda bulunmaları önem arz etmektedir.

8. Çin ile İlgili Bilinen Temel Yanlılar

- ◆ Çin, sadece üreten, ihraç eden bir ülke değildir. Çin tüketen ve dünyanın en büyük ikinci ithalatçısı olan bir ülkedir. Çin, zenginleşen halkı ve büyüyen ekonomisiyle tüketen bir toplum haline gelmiştir.
- ◆ Çin halkı azla yetinen, ithal ürün talebi olmayan bir halk değildir. Çin’de gittikçe zenginleşen ve halihazırda 400 milyon bireyden oluşan bir orta sınıf bulunmakta ve söz konusu orta sınıfın kaliteli ve ithal nihai tüketim ürünleri talebi her geçen gün artmaktadır.
- ◆ Çin, ekonomi yönetiminde salt devletin yer aldığı bir ülke değildir. Ekonomide özel sektörün ve müteşebbislerin payı önemli bir seviyeye gelmiş ve her geçen gün artmaktadır.
- ◆ Çin, ürünleri ucuza ve kalitesiz olarak üreten bir ülke değildir. Çinli firmalar, ithalatçının talebine ve bütçesine göre üretim yapmaktadır. Ayrıca, bugün itibarıyla Çinli firmalar, birçok sektörde AR-GE yatırımları ile dünya standartlarında üretim gerçekleştirmektedir.