PORTUGAL EXPORTA

CARNE DE PORCO CONGELADA NA CHINA

FICHA DE ENTRADA NO MERCADO

aicep Portugal Global

NOVEMBRO 2022

(Dados INE/Comtrade atualizados em fevereiro 2023)

Índice

PRINCIPAIS *INSIGHTS* **2**

RECOMENDAÇÕES **3**

Abordagem ao Mercado 3
Abordagem ao Cliente 4
Opções de Comunicação 5

CONSUMO **6**

Dimensão e Comportamento do Mercado 6
Características do Consumo 8
Oferta portuguesa 10

QUADRO LEGAL E REGULAMENTAR **10**

Tributação 10
Formalidades 11
Entraves 15

CONCORRÊNCIA **17**

Concorrência estrangeira 17
Concorrência local 21

CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO **23**

Físicos 23
E-commerce 24

COMUNICAÇÃO **25**

Feiras setoriais 25
Publicações setoriais 26
Associações setoriais 26

TENDÊNCIAS **26**

Consumo 26
Canal 26
Embalagem 27

ANÁLISE SWOT **27**

Pontos Fortes 27
Pontos Fracos 28
Oportunidades 28
Ameaças 28

PRINCIPAIS *INSIGHTS*

- A **China foi o 1º importador mundial de carne de porco congelada em 2021[1],** com um total de importações de **9.882 milhões de USD**, de acordo com o Comtrade.
- As **importações de carne de porco congelada na China**, de 2017 a 2021, **têm vindo a crescer**, com uma evolução média anual de **64,3%,** um comportamento muito mais favorável que o das importações mundiais, que registaram um crescimento de 13,9%, no mesmo período. A dinâmica observada na taxa de variação média anual das importações de carne de porco congelada pela China ficou a dever-se ao aumento observado entre 2019 e 2020, de 4.508 milhões de USD para 12 mil milhões de USD.
- De acordo com o INE, em 2022, **o valor das exportações para a China foi de 5.821 mil euros, o que representa uma diminuição de 81,0%** em relação a 2021. No mesmo período as exportações totais do setor diminuíram 4,6%.
- A China foi o principal importador de carne de porco congelada, em 2021, responsável por 26% das importações mundiais, com um total de 3,57 milhões de toneladas.
- Ao **nível doméstico, a carne de porco foi a principal proteína animal produzida em 2021**, num total de **52,96 milhões de toneladas (+29% face a 2020)** (Fonte: Bureau Nacional de Estatísticas da China).
- De acordo com o Comtrade, Portugal foi o **14º fornecedor de carne de porco congelada para a China, com uma quota de mercado de 0,6%** e com preço médio de importação de 3 USD por quilo.
- A carne de porco é a principal carne consumida no país, estimando-se que mantenha a posição de liderança nos próximos 5 anos (2021-2025), aumentando o consumo *per capita* dos 23,5 quilogramas registados em 2021, para os 33,8 quilogramas até 2025 (Fonte: GIRA Foodservice Monitor).
- **O mercado chinês de carne de porco congelada revela um comportamento cíclico**, com períodos de maior e menor procura de carne de porco importada, consoante o nível de produção e oferta local.
- A China apenas autoriza as importações de carne de porco congelada com origem em estabelecimentos portugueses habilitados para o efeito. Portugal conta atualmente com 9 empresas habilitadas a exportar para o mercado chinês.

[1] Nota: este trabalho abrange os produtos das posições pautais 020321, 020322 e 020329.

- As atividades de exportação para o mercado são fortemente condicionadas por contextos sanitários, políticos e pela disponibilidade de oferta de carne de porco produzida localmente.
- Os **principais fornecedores destes produtos à China são sobretudo a Espanha, mas também o Brasil**, sendo que juntos atingem uma quota de **48,5% do total importado, em 2021** (Fonte: Comtrade).
- Apesar do crescimento célere das vendas *online* de alimentares, movimento acelerado pela pandemia, **no que respeita à carne de porco congelada, a preferência pela loja física é óbvia e incontornável.**

RECOMENDAÇÕES

Abordagem ao Mercado

- **A capitalização de oportunidades de negócio no mercado não será possível sem a habilitação prévia do estabelecimento junto da Administração Geral das Alfândegas da China (GACC**), pois a China apenas permite a importação de proteína animal com origem em fornecedores validados pelas autoridades alfandegárias chinesas.
- **Face à dimensão territorial da China e do seu mercado, recomenda-se uma abordagem regional**, com foco inicial nas cidades de primeira e segunda linha do país, como **Pequim, Xangai, Cantão, Tianjin, Nanjing, Chengdu, Chongqing, Hangzhou, Suzhou, Xian, Xiamen, Wuhan e Changsha**.
- **A representação permanente (ex. através de agentes locais) revela-se muito importante** para "alimentar" a imagem do fornecedor português no mercado, e na condução de atividades de *lobby* junto de associações empresariais, câmaras de comércio e institutos governamentais que trabalham o setor de carne de porco, fortemente regulado pelas autoridades chinesas.
- **O mercado chinês de carne de porco revela um comportamento cíclico**, com períodos de maior e menor procura de produto importado, consoante o nível de produção e oferta local permite responder à procura, motivo por que os fornecedores nacionais deverão ponderar o seu grau de dependência da China, apostando em estratégias de diversificação de mercados.
- **A importação de carne de porco congelada na China encontra-se dependente de contextos sanitários**, sendo procedimento habitual a implementação de embargos de carne de porco com origem em países/regiões que reportam surtos de doenças animais (p.e. gripe suína africana) à Organização Mundial de Saúde Animal (OIE) e à Administração Geral das Alfândegas da China (GACC).

- **A excelência técnica, ao nível produtivo e de acordo com os requisitos chineses, bem como ao nível técnico-burocrático, na emissão de certificados sanitários, é essencial para uma aposta sustentada no mercado,** diminuindo o risco de suspensões que a GACC possa vir a aplicar a estabelecimentos portugueses, mediante a identificação de falhas e incumprimentos pontuais, nas inspeções realizadas à chegada das mercadorias à China e auditorias-vídeo, realizadas aos estabelecimentos portugueses.
- **As atividades de importação de produtos agroalimentares congelados são fortemente marcadas pelo contexto de SARS-CoV-2**, sendo necessário observar as regras de prevenção e controlo da pandemia aplicadas a produtos importados, vigentes na China.

Abordagem ao Cliente

- A **cooperação com agentes locais, especializados no *procurement* de carne de porco é importante na "navegação" das especificidades do mercado agroalimentar chinês e na abordagem aos grandes importadores**, que contratualizam as suas atividades de aquisição de produtos alimentares críticos para a China – como a carne de porco congelada – a entidades terceiras.
- A negociação direta com parceiros locais é demorada, com muitos avanços e recuos. A adoção de uma postura paciente, consistente e persistente trará resultados positivos.
- **Recomenda-se a identificação de agentes e outros parceiros que desenvolvam estratégias de promoção (presenciais ou eletrónicas) e vendas diferenciadas, com aposta na qualidade.**
- **O exportador deve acompanhar, ativamente, a atividade do parceiro local**, sobretudo a gestão diária da imagem dos produtos e das marcas, as iniciativas de prospeção e angariação de novos clientes, ações promocionais, e a criação de uma narrativa comercial, envolvendo a elaboração de catálogos e conteúdos promocionais em mandarim que, de forma apelativa, relatem a história da empresa, a qualidade e características do produto e contenham um preçário**. Um relacionamento próximo entre o produtor/exportador e parceiro local permitirá alcançar a longevidade da marca no mercado.**
- Tendo em conta que a maioria da carne de porco importada pela China tem como destino grandes empresas do setor alimentar, posteriormente responsáveis pela sua distribuição e venda ao consumidor final, é pouco comum o desenvolvimento de marcas de carne de porco importada junto do consumidor final, apostando-se, preferencialmente, no desenvolvimento de relações com agentes e importadores.

- O **argumentário de vendas deve ser prático, conciso, objetivo e convincente (assente nas vantagens em comprar produto português)**, bem como as respostas às solicitações dos interlocutores locais.
- A **presença nas feiras e eventos é fundamental,** pois trata-se de um local privilegiado para se estabelecer relações e identificar as pessoas chaves na cadeia de decisão. Esta presença poderá ser feita virtualmente, tanto quanto possível, enquanto a China não abandonar as atuais políticas de prevenção e controlo de casos importados de Covid que dificultam as deslocações ao mercado.

Opções de Comunicação

- **Os produtos agroalimentares portugueses carecem de notoriedade no mercado, ao contrário de produtos concorrentes oriundos de países como Espanha, França ou Itália**, pelo que o uso de instrumentos de *marketing* e comunicação é fundamental numa abordagem sustentável do mercado, utilizando conteúdos exclusivamente em mandarim, em colaboração com os parceiros locais.
- **A presença nos meios digitais é incontornável**, empreendendo ações sensibilizadoras sobre Portugal e a qualidade dos produtos portugueses, implementando uma estratégia "*online-to-offline*" também conhecida como "O2O". Reforça-se a relevância de parceiros locais com alguma maturidade digital.
- **Deslocações frequentes ao mercado** (com ressalva para as medidas restritivas em vigor na China) **para visitar potenciais clientes ou participar regularmente em feiras setoriais, concursos e outros eventos são essenciais** para promover o aumento da notoriedade e o consumo dos produtos agroalimentares portugueses entre profissionais, conhecedores e consumidores.

Algumas campanhas bem-sucedidas no mercado utilizaram:

- **Associação a campanhas promocionais dos produtos europeus no mercado**, financiadas pelo Fundo de Desenvolvimento Regional Europeu (ERDF), em conjunto com associações setoriais de outros Estados Membro da UE27.
- **Realização de ações de "*livestreaming*"** dedicadas à promoção digital, nas diferentes redes sociais chinesas (Douyin; Weibo; We Chat; Little Red Book; Yizhibo), demonstrando as aplicações da carne de porco portuguesa na gastronomia chinesa, realizadas por Chefes locais e *key opinion leaders* (KOL's) especializados.

- **Participação em ações de promoção, presenciais e digitais,** organizadas por entidades como a Delegação da UE na China, a Embaixada de Portugal, os Consulados Gerais e as Delegações da AICEP no mercado (Pequim, Xangai e Cantão).
- **Promoção de carne de porco através do patrocínio de eventos *business-to-business*** (ex. eleição do chefe do ano), patrocínio do Guia Michelin da China continental e cooperação com escolas de hotelaria e restauração da China.
- **Deslocações frequentes à China e organização de missões a Portugal**, convidando potenciais clientes, KOL's, chefes de cozinha e jornalistas especializados para visitarem as instalações fabris em Portugal.
- **Apresentação de brochuras e catálogos, preferencialmente em mandarim ou, alternativamente, em língua inglesa,** contendo informação descritiva, visualmente apelativa e atualizada, fichas técnicas, tabelas de preços, destacando as diferentes características do produto, com o respetivo preçário.
- ***Websites***, com uma opção que direcione para uma versão em mandarim e contemple plataformas que proporcionem experiências interativas e dinâmicas, com informação destacada sobre preços, *stocks*, encomendas, acessórios, serviço pós-venda, etc. que facilitem o primeiro contacto ao parceiro.
- **Participações frequentes em feiras especializadas,** colocação de artigos na imprensa setorial e contratação de líderes e influenciadores de opinião, com muitos seguidores nas redes sociais chinesas.

CONSUMO

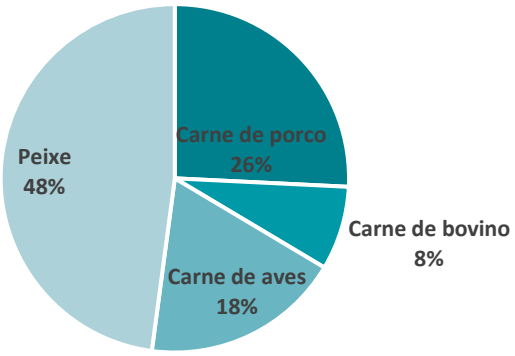
Dimensão e Comportamento do Mercado

- A China foi o **principal importador de carne de porco em 2021**, **responsável por 26% do total de importações** (Fonte: Comtrade), num total de 3,57 milhões de toneladas.
- Ao **nível doméstico, a carne de porco foi a principal proteína animal produzida em 2021**, num total de 52,96 milhões de toneladas (+29%), de acordo com o Bureau Nacional de Estatísticas da China.
- **Devido às grandes oscilações de preço, não foi possível identificar um valor correspondente ao preço médio da carne de porco para todo o ano de 2021 nas estatísticas oficiais chinesas**. No entanto, fazendo as contas para o preço médio da carne de porco em dezembro de 2021 (*CPI - consumer price index december* 2021), a 22,78 yuan por quilo, para um total de 56,53 milhões

de toneladas deste produto (3,57 importadas e 52,96 produzidas localmente), estima-se que o valor do mercado de carne de porco rondou os 1.288 mil milhões de yuans, o que à taxa de câmbio média de 2021 (NY-USD) ascenderá a cerca de 199,7 mil milhões de USD (199 743 013 000 / TC 1USD:0,155CNY). Tendo em conta o preço de carne de porco registado no final de 2021, e à taxa de câmbio do mesmo ano, o mercado de carne de porco encerrou o ano a valer 199,7 mil milhões de USD. Contudo, o preço da carne de porco oscila mensalmente e, por vezes, sofre grandes flutuações. Por exemplo, em setembro de 2022, o preço da carne de porco já subiu para os 31,17 yuan o quilo.

- **A carne de porco é a principal carne consumida no país, estimando-se que mantenha esta posição durante os próximos 5 anos (2021-2025)**, aumentando, a sua prevalência no consumo e passando, segundo as estimativas do GIRA Foodservice Monitor, dos 23,5 quilogramas *per capita* registados em 2021, para os 33,8 quilogramas *per capita* até 2025.

Consumo Proteína Animal *Per Capita* na China em 2021



Fonte: GIRA Foodservice Monitor

- **O consumo de carne de porco *per capita* na China diminuiu, entre 2014 e 2021**, com a população chinesa a favorecer outras fontes de proteína. **A quebra de consumo é também explicada pelo aumento do preço deste produto, em virtude da crise vivida no setor suinícola da China, entre 2018 e 2020, com a ocorrência de graves surtos de gripe suína africana (ASF) no país**, que resultaram no abate de metade da população de suínos no país. Esta situação já foi ultrapassada.
- **O mercado de carne de porco é marcado por ciclos de maior e menor oferta e respetiva evolução dos preços,** atendendo ao nível de produção doméstica, que se traduzem em períodos de maior necessidade de importações, alternados por outros, de menor necessidade.

- Os **distribuidores de carne de porco que controlam grande parte do mercado, de âmbito estatal** ou com ligações próximas ao aparelho estatal do país, **privilegiam a produção local e a proteção económica dos produtores chineses**.
- Face à insuficiência da oferta doméstica para satisfazer a procura, as autoridades chinesas viram-se obrigadas a aumentar a importação desta proteína animal (carne de porco congelada), em 2018, 2019 e 2020, assinando protocolos sanitários com vários países (incluindo Portugal).
- Posteriormente, o forte investimento realizado ao nível interno, no sentido de recuperar o setor suinícola da China, permitiu que o país atingisse, em 2021, níveis de produção equivalentes aos pré-ASF (*African Swine Feever*), enquanto mantinha um elevado grau de importação de carne de porco congelada, conduzindo à abundância desta proteína animal no mercado.
- **A abundância da oferta reduziu a necessidade de importação, a partir do segundo semestre de 2021, com as autoridades alfandegárias chinesas a apertarem o controlo aos produtores estrangeiros habilitados a exportar para o mercado**, aplicando suspensões temporárias a estabelecimentos e autoridades certificadoras que revelaram falhas, ao nível técnico, burocráticas, como na emissão defeituosa de certificados sanitários.
- O segundo semestre de 2022 marcou nova viragem do ciclo, observando-se nova a diminuição da oferta local e o aumento do preço, obrigando a China a subir novamente as importações e a libertar reservas nas semanas que antecederam o feriado nacional de 1 de outubro, onde habitualmente se regista um pico de consumo de carne de porco (a par com o ano novo lunar chinês).
- Em **outubro de 2022, o preço médio do quilo de carne de porco cifrou-se nos 35,67 yuans** (4,92 USD) nos canais grossistas, de acordo com o Ministério da Agricultura e Assuntos Rurais da China (MARA).
- A carne de porco é considerada um elemento-chave para a população e autoridades chinesas, pelo que o setor é fortemente controlado pelas autoridades chinesas e produtores e importadores estatais.

Características do Consumo

- **Os consumidores chineses revelam uma preferência histórica pelos produtos frescos**, considerados mais saborosos, em detrimento dos congelados. Em especial, a frescura dos produtos é importante para os costumes gastronómicos das diferentes regiões chinesas, pela sua textura, cor, aroma e sabor.

- A carne de porco é a mais consumida na generalidade do país, havendo uma cultura de consumo de todas as partes do animal, nomeadamente miudezas, órgãos brancos e pés de porco, consideradas iguarias na gastronomia chinesa. O mesmo é válido para cartilagens, medula óssea e ossos moles do animal, igualmente muito apreciados pela população chinesa.
- **Produtos curados, carnes fumadas, salsichas de carne e de sangue são também muito apreciadas** pela população, variando de região para região. As províncias de Hunan, Yunnan e Guizhou possuem uma forte tradição no consumo de carnes fumadas, ao passo que regiões de Leste, como Xangai, Jiangsu ou Zhejiang têm por hábito a confeção de pratos de carne de porco com a utilização de açúcar. Por seu turno, em regiões do interior, como Sichuan e Chongqing, é mais frequente o consumo de miudezas, como estômago e tripas, na confeção do prato tradicional chinês "*hotpot*".
- **Os períodos que observam a celebração de festividades chinesas como o ano novo lunar e o feriado nacional, registam um pico no consumo de carne de porco, incluindo congelado.**
- O consumo destes produtos e a sua tipologia são igualmente influenciados pelo clima, com regiões mais frias e invernos mais rígidos, como no norte da China (excluindo Mongólia Interior e Xinjiang que privilegiam o consumo de cordeiro por motivos religiosos e culturais), a aumentarem o consumo de sopas de carne, nomeadamente sopa de pés de porco, muito apreciadas naqueles períodos.
- De acordo com o Bureau Nacional de Estatísticas da China (NBSC), **as regiões chinesas que registam o maior consumo *per capita* de carne de porco concentram-se no interior sul, centro e nos grandes centros urbanos do Leste da China.**

Consumo *Per Capita* de Carne de Porco na China – Principais Regiões (2020)

Região	Consumo *Per Capita* (Kg)
Chongqing	29,9
Sichuan	28,0
Guangdong	26,0
Jiangxi	24,9
Hunan	22,7
Guizhou	22,3
Guangxi	20,7
Zhejiang	20,0
Hubei	19,4
Shanghai	19,1

Fonte: Bureau Nacional de Estatísticas da China

- Tendo em conta a preferência do consumidor final pela carne de porco fresca, o comércio deste tipo de carne tende a ser mais localizado e em menor escala. **Mesmo para carne congelada produzida domesticamente, bem como para a carne importada, os pontos de venda ao consumidor final (ex. hipermercados e supermercados) fazem o descongelamento prévio do produto, apresentando o produto descongelado ao consumidor final, com uma aparência mais fresca e cores mais vívidas.**

Oferta portuguesa

- Segundo o Comtrade**, Portugal foi o 14º fornecedor da China em 2021,** ao preço de 3 USD por quilograma. Em 2021, Portugal ocupou uma quota de 0,6% do mercado de carne de porco importada pela China.
- De acordo com o INE, em 2022, **o valor das exportações para a China foi de 5.821 mil euros, o que representa uma diminuição de 81,0% em relação a 2021**. No mesmo período, as exportações totais do setor diminuíram 4,6%.
- **Portugal apenas se encontra habilitado a exportar carne de porco congelada para a China desde o primeiro trimestre de 2019**, período em que os 4 primeiros estabelecimentos nacionais receberam habilitação por parte da GACC, após a assinatura do protocolo sanitário entre Portugal e a China;
- Cinco estabelecimentos foram adicionalmente habilitados, no início de 2020. Atualmente, Portugal conta com 9 estabelecimentos habilitados a exportar para o mercado chinês.
- **A carne de porco portuguesa é destinada a empresas de distribuição alimentar,** com alcance regional, sendo importada por agentes ou importadores chineses autorizados para o efeito. A maioria das exportações nacionais têm como **destino a região oriente e sul da China**, nomeadamente Xangai, Fujian, Hunan e Guangdong.

QUADRO LEGAL E REGULAMENTAR

Tributação

- **Direitos aduaneiros** – os produtos importados na China, provenientes da União Europeia (UE) estão sujeitos aos direitos aduaneiros decorrentes da aplicação da Cláusula da Nação Mais Favorecida (*MFN Tariff/WTO*), **correspondendo à carne de porco congelada da posição pautal 020321, a taxa de 12% e da posição pautal 020322, a taxa de 8%.**

- À comercialização de produtos da posição pautal 0203 aplica-se um **IVA de 9%**, não havendo lugar à tributação a título de Imposto Especial sobre o Consumo.

Nota: no seguimento da última epidemia de Gripe Suína Africana (ASF), a China reduziu a tarifa de importação de carne de porco congelada de 12% para 8%, em 2020. **Desde 1 de janeiro de 2022, a tarifa de importação de carne de porco congelada, de acordo com a cláusula da nação mais favorecida, regressou aos 12%.**

Formalidades

Customs Registration Number:

- Em termos de procedimentos aduaneiros, qualquer agente económico estabelecido na China (ex.: importador) **tem de estar registado junto das autoridades aduaneiras locais - *Customs Registration Number – CR*.** Os exportadores nacionais devem indicar nas faturas comerciais que acompanham as mercadorias este *Consignee CR Number*, a posição pautal correta dos produtos e preencher (de forma exata e pormenorizada) e a descrição dos mesmos de acordo com os respetivos *HS Codes*, que na China passaram de 10 para 13 dígitos (os últimos 3 constituem o código de inspeção e quarentena).

Habilitação obrigatória do produtor pela Administração Geral das Alfândegas da China (GACC):

- **Apenas os estabelecimentos habilitados pela Administração Geral das Alfândegas da China (GACC) poderão exportar carne de porco congelada para a China.**
- **No caso de Portugal, o protocolo sanitário celebrado em 2018 entre o Ministério da Agricultura, Florestas e Desenvolvimento Rural (MAFDR) e a GACC, permite a exportação de carcaças de carne de porco congelada para a China, pelos estabelecimentos nacionais habilitados para o efeito.**
- Em maio de 2019, este protocolo foi alargado a mais partes do animal, nomeadamente membros e pés. **O Protocolo em apreço não permite a exportação de carne fresca ou refrigerada, miudezas nem carnes de porco curadas.**
- Os estabelecimentos produtores que ainda não estejam habilitados e pretendam exportar carne de porco congelada para a China deverão manifestar a sua intenção junto da Direção Geral de Alimentação e Veterinária (DGAV).

Registo obrigatório do produtor na plataforma *CIFER*:

- Conforme Comunicado da DGAV (https://www.dgav.pt/destaques/noticias/china-alteracao-das-regras-de-exportacao-1-janeiro-2022/), a **China, através dos Decretos GACC 248 e 249, alterou as regras de registo a cumprir, a partir do início de 2022 pelos operadores que pretendam exportar produtos alimentares para o mercado, nomeadamente a necessidade de se registarem na plataforma "*Singlewindow-Cifer*"**.
- De acordo com esta lista de produtos/códigos HS, o operador que comercialize produtos que não requerem validação pela DGAV (de baixo risco – categoria 2), dever-se-á registar individualmente na plataforma *Singlewindow – Cifer*, enquanto o operador que comercializa produtos que requerem validação pela DGAV deverá obtê-la antes de proceder à aplicação do seu registo na plataforma *Registration information of overseas manufacturers of imported food* (CIFER) da Administração Geral das Alfândegas da China (GACC). Caso não o esteja, deverá contactar a DGAV (através do e-mail secretariadodim@dgav.pt), que assegurará o seu registo.
- Após validação da DGAV e GACC, o produtor deverá monitorizar o sistema CIFER, recorrendo à sua conta, até que lhe seja atribuído um número de registo chinês com 18 dígitos, iniciado por "CPRT", que a empresa deverá utilizar para efeitos de declaração alfandegária.
- Encontra-se disponível, para acesso público, um diretório de empresas registadas na plataforma CIFER, acessível em: https://ciferquery-singlewindow-cn.translate.goog/?_x_tr_sl=zh-CN&_x_tr_tl=pt&_x_tr_hl=pt-PT&_x_tr_pto=sc Para consulta pública das empresas registadas, poderá escrever "PRT" na barra de pesquisa "*Country (Region)* e clicar na opção azul "procurar".
- **Para os estabelecimentos habilitados**, as mercadorias exportadas para a China deverão ser acompanhadas pelo **certificado sanitário acordado entre a DGAV e GACC** (**modelo 1512/DGAV**) e respetiva **certificação** (assinatura do Veterinário e selo da Direção Regional da DGAV). Esta, apenas poderá ser concedida por um dos Veterinários Oficiais Portugueses indicados para o efeito, na lista de veterinários certificadores portugueses acordados entre Portugal e a China.
- Os estabelecimentos deverão obedecer às seguintes normas chinesas:
    - GB 12694-2016: "*National Food Safety Standard Hygienic Specification for Livestock and Poultry Slaughtering and Processing*".
    - GB 14891.6-1994: "*Hygienic Standard for irradiated Hog Carcass*".
    - GB 20799-2016: "*General Hygienic Practice for Sales of Meat and Meat Products*".

Medidas de Prevenção e Controlo de SARS-CoV-2:

- A pandemia veio aumentar o grau de exigência colocado pelas autoridades alfandegárias chinesas, que atribuem às mercadorias importadas (com especial atenção às mercadorias da

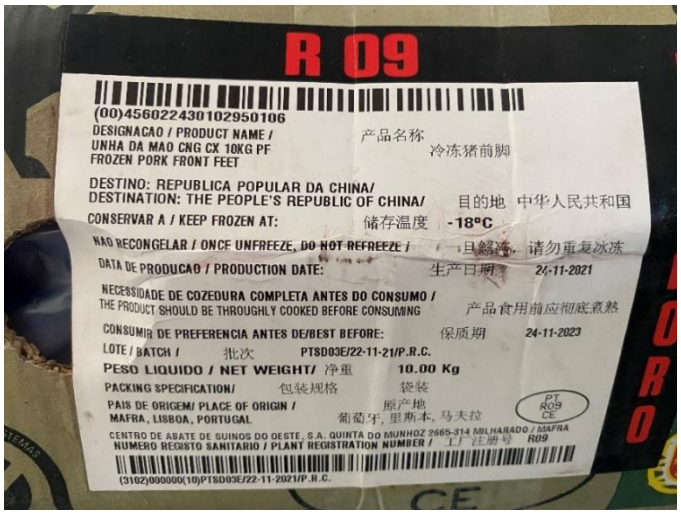
cadeia de frio), risco de importação do vírus, sendo um país que persegue uma estratégia de "tolerância-zero".

- A GACC exige aos estabelecimentos fornecedores o cumprimento das orientações emitidas pela Organização Mundial de Saúde (OMS), no dia 7 de outubro de 2020, intituladas "*Covid-19 and food safety: guidance for food businesses*".
- Além das orientações da OMS, a GACC exige o cumprimento da última atualização dos guias "*Cold chain food production and operation of new coronavírus prevention and control technical guide*" e "*Cold chain food production and operation process of the new coronavirus prevention and control – technical guide to disinfection*", emitidos pela Administração Geral das Alfândegas da China/GACC.

Requisitos de rotulagem:

- De acordo com os referidos Decretos 248 e 249 da GACC, todos os bens agroalimentares e bebidas **produzidos após 01.01.2022 deverão mencionar o número de registo CIFER nos rótulos das embalagens exteriores e interiores**, incluindo no da menor embalagem unitária de venda ao consumidor (embalagem interior) **e caixas de transporte** (embalagem exterior). No caso da carne de porco, o número utilizado poderá corresponder ao número de registo português (ex. RT00PT) ou o número de registo chinês, recomendando a GACC, a utilização do número de registo chinês.
- **O rótulo deverá incluir as seguintes informações:** código de barras; designação do produto; destino; temperatura de conservação; data de produção; aviso sobre necessidade de cozedura completa antes do consumo; aviso sobre o não recongelamento dos produtos; data de validade; número de lote; peso líquido; país de origem; nome do produtor; número de registo do produtor e marca de identificação do produtor.
- Aplicam-se, adicionalmente, os seguintes requisitos de rotulagem: **GB 7718-2011: "*General Rules for the Labelling of Pre-packed Foods*" (em revisão).**

Exemplo de Rótulo Exterior de Embalagem de Carne de Porco Portuguesa



Fonte: AICEP Pequim

Exemplo de Rótulo Interior de Embalagem de Carne de Porco Portuguesa

Fonte: AICEP Pequim

Preenchimento da Declaração Alfandegária

- Todas as declarações aduaneiras de agroalimentares e bebidas expedidos para a China deverão incluir o número de registo chinês (com 18 dígitos), atribuído pela plataforma CIFER, independentemente da sua data de produção, sendo necessário distinguir entre a data de expedição (apenas para efeitos de declaração aduaneira) e a data de produção, para efeitos de rotulagem.

- Ao contrário do número de registo no rótulo, que poderá ser o do registo chinês ou outro número português tido por adequado pelo produtor e importador, o número a preencher na declaração alfandegária será obrigatoriamente o do registo chinês.

Tradução e autenticação da documentação

- Toda a documentação de apoio preparada pelo exportador deve ser legalizada pela Embaixada ou Secção Consular chinesa no país de exportação, devendo, antes disso, ser certificada por uma câmara de comércio ou por um notário, dependendo da natureza dos documentos específicos. As traduções, quando necessárias, geralmente devem ser preparadas por tradutores, sendo que a embaixada pode estabelecer condições suplementares, como a junção dos documentos originais ao arquivo da representação ou a legalização de todos os documentos ser inscrita em formulário próprio.

Consultar: *Access2Markets – O Meu Assistente Comercial* (depois de selecionado o produto consultar na coluna lateral esquerda "Procedimentos e Formalidades | Síntese | Geral | Específicos").

Entraves

- Observa-se um **grau crescente das exigências da Administração Geral das Alfândegas da China (GACC), difícieis de cumprir por parte dos produtores**, deixando os mais expostos a eventuais suspensões temporárias, e outras restrições aplicadas pelas autoridades chinesas.

Propriedade industrial – apropriação indevida de marcas

- Apesar da evolução positiva do ambiente regulamentar da China, nesta matéria e nos últimos anos, continua a ser frequente a apropriação e registo de marcas de forma indevida, por parte de empresas e nacionais chineses, o que impede, posteriormente, o exercício pelos fabricantes estrangeiros dos seus direitos *in loco*. Assim, é usual a exigência do pagamento de comissões para utilização das suas marcas. Esta questão ganha ainda particular importância pelo facto de Portugal possuir 3 indicações geográficas de azeite na segunda lista do acordo de proteção mútua de indicações geográficas UE-China, que deverá entrar em vigor no primeiro trimestre de 2024.
- O registo de marcas no mercado é assegurado pela *China National Intellectual Property Administration* (CNIPA). **Recomenda-se, veementemente, o registo prévio da marca na China**, junto da CNIPA, antes de iniciar a abordagem ao mercado ou de marcar presença em feiras e

outros eventos promocionais no mercado chinês. Existe, ainda, o risco de, mesmo numa ação internacional fora da China, os eventuais "usurpadores" chineses ali presentes identificarem marcas para posteriormente copiarem.

- Entidades como o *China Chamber for the Promotion of International Trade* (CCPIT), *IPR Help Desk* e o *EUSME Centre* prestam aconselhamento e recomendam agências de propriedade intelectual acreditadas pela CNIPA para prestação destes serviços. O recurso a agências acreditadas é obrigatório, não sendo possível solicitar diretamente um pedido de registo de marca junto da CNIPA.

Registo de exportadores

- Problemas técnicos ao nível do registo obrigatório *online* dos exportadores/importadores de bens alimentares.

Fraude e incumprimentos contratuais

- Riscos de ocorrência de fraude na negociação com empresários locais.
- A deterioração da situação económica das empresas chinesas, sobretudo de âmbito mais regional, em virtude das rigorosas políticas de "tolerância zero dinâmica de Covid-19" poderá provocar atrasos de pagamento ou incumprimentos contratuais, ou até mesmo falência, sem anúncio prévio por parte dos clientes chineses.

Prevenção e controlo de SARSCoV-2 (Deslocações ao mercado e logística de mercadorias)

- **Desde 2020, a GACC implementou um sistema de suspensão de estabelecimentos produtores estrangeiros que reportem casos de SARS-CoV-2 entre os seus trabalhadores.** Esta política já resultou na suspensão de 3 estabelecimentos portugueses, em dezembro de 2020 (revertida em abril de 2021).
- Devido às medidas de prevenção e controlo epidémico adotadas, no que respeita à entrada de pessoas no país, os **empresários estrangeiros encontram-se impossibilitados de realizar deslocações de prospeção e acompanhamento, desde março de 2020, sendo um mercado que requer uma presença assídua** e depende muito do desenvolvimento de relações com potenciais parceiros locais chineses.
- As autoridades chinesas apenas validam a entrada de cidadãos estrangeiros com autorizações de residência, vistos de trabalho no país, ou em regime de exceção.
- A política de "tolerância-zero" contra a Covid imposta pelas autoridades chinesas obriga a que todos os passageiros observem quarentena centralizada, em locais designados pelos governos regionais, com a duração mínima de 7+3 dias (em atualização), extensíveis, caso a pessoa teste positivo ao chegar ao país. Este constrangimento dificultou, sobretudo as operações das PME

nacionais no mercado, sem representação permanente na China e dependentes de deslocações frequentes ao país. Além destas dificuldades, a participação em feiras e missões está também obviada, circunscrevendo os eventos a um pequeno grupo de firmas que têm representação permanente.

- **Recomenda-se que os produtores portugueses impedidos de visitar o mercado, procurem alternativas digitais no contacto com parceiros** e potenciais clientes chineses, através de plataformas como o ZOOM ou TENCENT MEETINGS, e participem em edições *online* de feiras de maior relevo.
- **A tese das autoridades chinesas, de que os produtos importados comportam risco de contágio de SARS-CoV-2, fez aumentar os receios dos importadores e distribuidores locais**, orientando-os para cadeias de abastecimento chinesas e inventários de mercadorias importadas, atualmente armazenados na China.
- O Conselho de Estado da China anunciou, em 2020, a implementação de medidas adicionais de prevenção e controlo sobre produtos agroalimentares importados, em especial os bens da cadeia de frio, cuja monitorização e implementação é da responsabilidade da GACC. As medidas incluem quarentena, desinfeção e testagem das mercadorias à chegada aos entrepostos alfandegários chineses, aumentando ali o tempo da sua permanência e a duração do desalfandegamento.

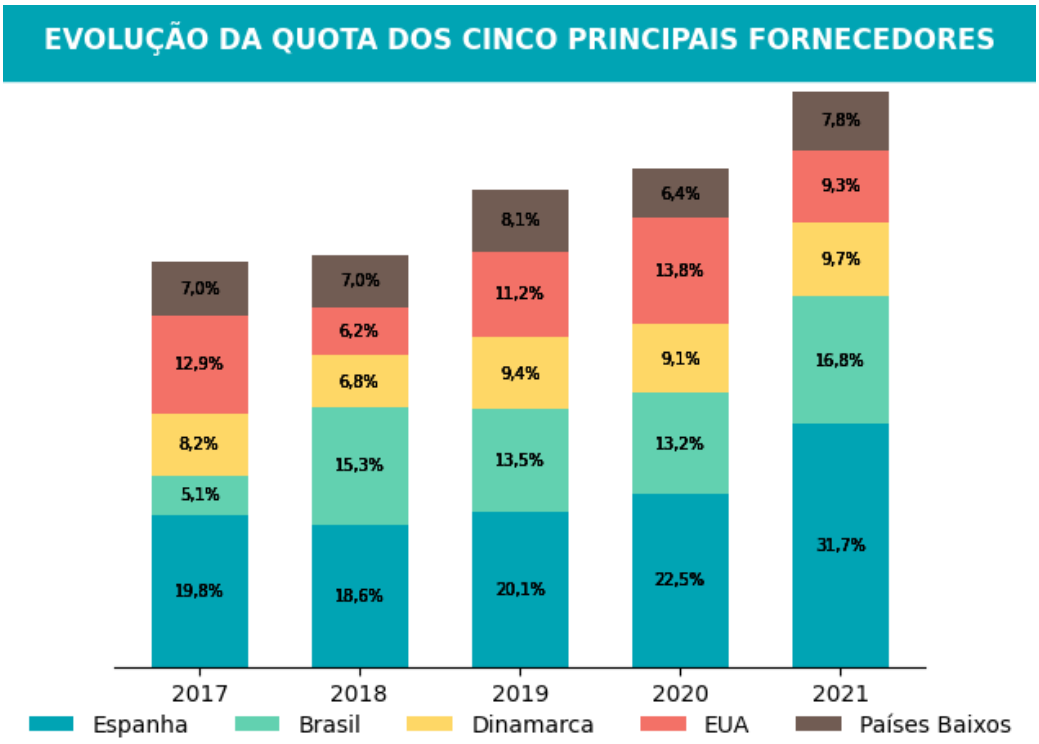
Consultar: *Access2Markets* - Obstáculos ao Comércio.

Nota: A informação apresentada no capítulo "Quadro Legal e Regulamentar" reporta a novembro 2022.

CONCORRÊNCIA

Concorrência estrangeira

- De acordo com o Comtrade, **a China foi o 1º importador mundial de carne de porco congelada em 2021** com um total de importações de **9.882 milhões de USD.**



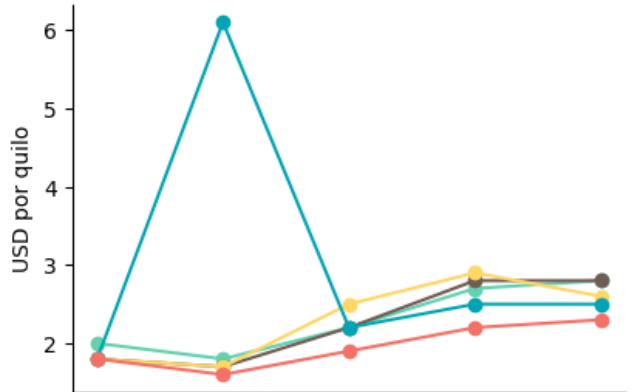
Fonte: Comtrade

Em 2021, o mercado de importação de carne de porco congelada na China foi dominado por 3 fornecedores, Espanha, Brasil e Dinamarca, **que representaram 58,2% do total importado**. Os principais fornecedores foram, segundo o Comtrade:

- **Espanha com uma quota de mercado de 31,7%** e com preço médio de importação de 2 USD por quilo.
- **o Brasil com uma quota de 16,8%** e com preço médio de importação de 3 USD por quilo.
- **a Dinamarca com uma quota de 9,7%** e com preço médio de importação de 3 USD por quilo.
- **os EUA com uma quota de 9,3%** e com preço médio de importação de 2 USD por quilo.
- **os Países Baixos com uma quota de 7,8%** e com preço médio de importação de 3 USD por quilo.
- **Portugal foi o 14º fornecedor de carne de porco congelada para a China**, com uma quota de mercado de 0,6% e com preço médio de importação de 3 USD por quilo.

- Os seguintes países europeus possuem acordos de exportação de carne de porco para a China: Portugal; Espanha; Alemanha; Itália; França; Dinamarca; Países Baixos; Bélgica; Áustria; Finlândia; Irlanda; Roménia e Hungria.
- A Alemanha, Itália, Hungria e Roménia estão atualmente impossibilitados de exportar para o mercado devido à ocorrência de Gripe Suína Africana (ASF) nos seus territórios.
- A Alemanha foi, em 2020, o 3º principal fornecedor de carne de porco da China, depois da Espanha e do Brasil, com uma quota de mercado de 10,7%. Contudo, o aparecimento de casos de ASF em território alemão (em javalis), perto da fronteira com a Polónia (igualmente afetado), em setembro de 2020, levou à suspensão das importações chinesas com origem naquele país.

PRECO MÉDIO (USD) DE CARNE DE PORCO CONGELADA



	2017	2018	2019	2020	2021
Brasil	2,0	1,8	2,2	2,7	2,8
Países Baixos	1,8	1,7	2,2	2,8	2,8
Dinamarca	1,8	1,7	2,5	2,9	2,6
Espanha	1,8	6,1	2,2	2,5	2,5
EUA	1,8	1,6	1,9	2,2	2,3

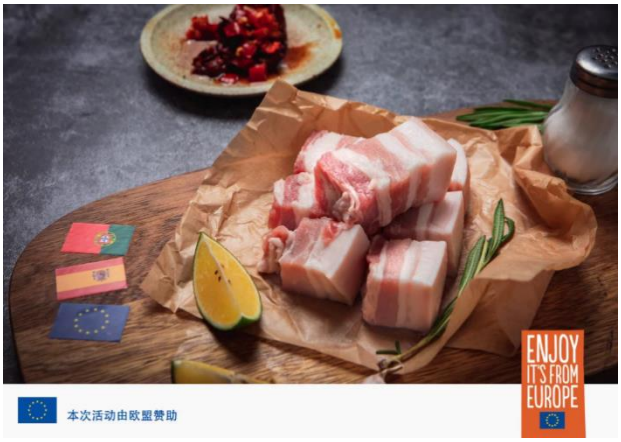
Fonte: Comtrade

- Segundo o Comtrade, o **preço médio de importação da China de carne de porco congelada foi de 3 USD por quilo, em 2021.** Este preço médio tem vindo a crescer, de 2017 a 2021, a uma taxa variação média anual de 10,6%.
- De acordo com a mesma fonte, as **importações de carne de porco congelada na China, de 2017 a 2021, têm vindo a crescer**, com uma **evolução média anual de 64,3%,** um comportamento muito mais favorável que o das importações mundiais, que registaram um crescimento de 13,9%, no mesmo período. A dinâmica observada na taxa de variação média anual das

importações de carne de porco congelada pela China ficou a dever-se ao aumento observado entre 2019 e 2020, de 4.508 milhões de USD para 12 mil milhões de USD, respetivamente.

- A esmagadora maioria da carne de porco importada destina-se ao segmento B2B, sendo maioritariamente adquirida por importadores estatais, com o monopólio da distribuição alimentar em cada província. É também comum a importação realizada por terceiras partes, contratadas pelos governos locais ou empresas estatais para o efeito.
- Os **principais clientes consistem em grandes empresas de *catering* e distribuição alimentar** e empresas de *catering* de pequena e média dimensão (abastecedoras de hipermercados e supermercados). **O retalho é fornecido pelos grandes importadores estatais chineses**.
- **Não é comum o desenvolvimento de marcas de carne de porco importada no seguimento *business-to-consumer***, nomeadamente no que respeita à carne de porco fresca ou congelada. No entanto, a carne de porco ibérica, pela sua fama (tal como o presunto ibérico), é colocada à venda ao consumidor final de nicho e apreciada pelos conhecedores, estando disponível em menus de restaurantes de gastronomia mediterrânica, nas principais cidades do país e em supermercados de produtos *gourmet* e canais de plataformas de comércio eletrónico, como o Taobao. No **nicho de carne de porco ibérica**, destaca-se a marca El Pozo (marca espanhola), colocada à venda ao consumidor final, em parceria com parceiros locais nas cidades de primeira linha.
- No sentido de **sensibilizar o consumidor final para a carne de porco importada, empresas e associações setoriais promovem campanhas de notoriedade no mercado**. Destaca-se, como exemplo, a campanha europeia "*European Pork. Excellence from Farm to Fork*", financiada pela Comissão Europeia. As campanhas em apreço promovem ações presenciais, nos principais supermercados de produtos importados das cidades de primeira linha (*Corner´s Deli; 7Fresh; Jenny Lou; Jenny Wang; April Gourmet*), bem como ações digitais, alimentando as redes sociais com informação sobre as qualidades e aplicações da carne de porco, respeitando os hábitos de consumo e a cultura gastronómica da China.

Campanha Promocional no Mercado "European Pork: *Excellence from Farm to Fork*"



Fonte: AICEP Pequim

- Países como França e Espanha estão a negociar acordos de regionalização com a China, no sentido de proteger as suas exportações de carne de porco congelada para o mercado face à ocorrência de surtos de ASF nos seus territórios, permitindo que os embargos aplicados pela Administração Geral das Alfândegas da China (GACC) aos seus produtos abranjam apenas a região que reporta casos, e não a totalidade do país.

Concorrência local

- **A China é tradicionalmente o maior produtor de carne de porco a nível mundial.** Os dois principais produtores chineses em 2020 foram, simultaneamente os principais produtores mundiais, de acordo com a Genesus.

Principais Produtores de Carne de Porco da China (2020)

1. **Muyuan Foodstuff Co., Ltd**
2. **Wens Group**
3. **Zhengbang Group**
4. **New Hope Group**
5. **Techbank Food Co., Ltd**
6. **Sichuan Dekon Group**
7. **Twins Group**
8. **Yangxiang Group**
9. **Da Bei Nong Co., Ltd**
10. **COFCO Group**

- De acordo com a *Muyuan Foodstuff Co., Ltd*, em 2021, esta empresa, conjuntamente com os grupos **Zhengbang, Wens, Twins** e **New Hope,** foram responsáveis por 13,4% do total da produção doméstica. Entre eles, a Muyuan Foodstuff Co., Ltd vendeu 40,26 milhões de suínos.

Principais Regiões Produtoras de Carne de Porco na China (2020)

Região	Produção (toneladas)
Sichuan	3,94 milhões
Hunan	3,37 milhões
Henan	3,24 milhões
Yunnan	2,91 milhões
Shandong	2,71 milhões
Hebei	2,26 milhões
Hubei	2,03 milhões
Guangdong	1,92 milhões
Liaoning	1,83 milhões
Anhui	1,83 milhões

Fonte: Bureau Nacional de Estatísticas da China

- A produção alimentar local é ciclicamente afetada por escândalos alimentares, fomentando receios junto da população chinesa sobre fornecedores menos conceituados, percecionando a carne importada como sendo de qualidade superior e mais segura. Não obstante, a carne colocada à venda ao consumidor final provem, maioritariamente, da produção doméstica, não havendo opção de escolha na esmagadora maioria dos pontos de venda.
- Os produtores locais procuram promover as características diferenciadores das suas carnes, de acordo com a região de onde provêm, fomentando uma imagem de produtos "caseiros", produzidos ao abrigo de elevados padrões sanitários e ambientais e frescos.
- A preferência do consumidor local por carnes frescas ou refrigeradas é muito explorada e aproveitada pelos produtores locais, que utilizam a sua proximidade ao ponto de venda como argumento de venda, em detrimento das importações de carne de porco congelada.
- **O preço da carne doméstica é fortemente condicionado pela disponibilidade de animais para abate no mercado, verificando-se oscilações substanciais, num curto espaço de tempo.** A título de exemplo, de acordo com o Ministério da Agricultura e Assuntos Rurais da China (MARA), entidade que monitoriza o mercado de carne de porco da China, o quilo de carne de porco na primeira semana de outubro de 2022 (2-9 de outubro), aumentou 88%, por comparação com igual período de 2021, cifrando-se nos 32,82 USD (4,62 EUR). Este preço foi, ainda, 3,9% superior ao registado na semana precedente (26 de setembro a 1 de outubro).

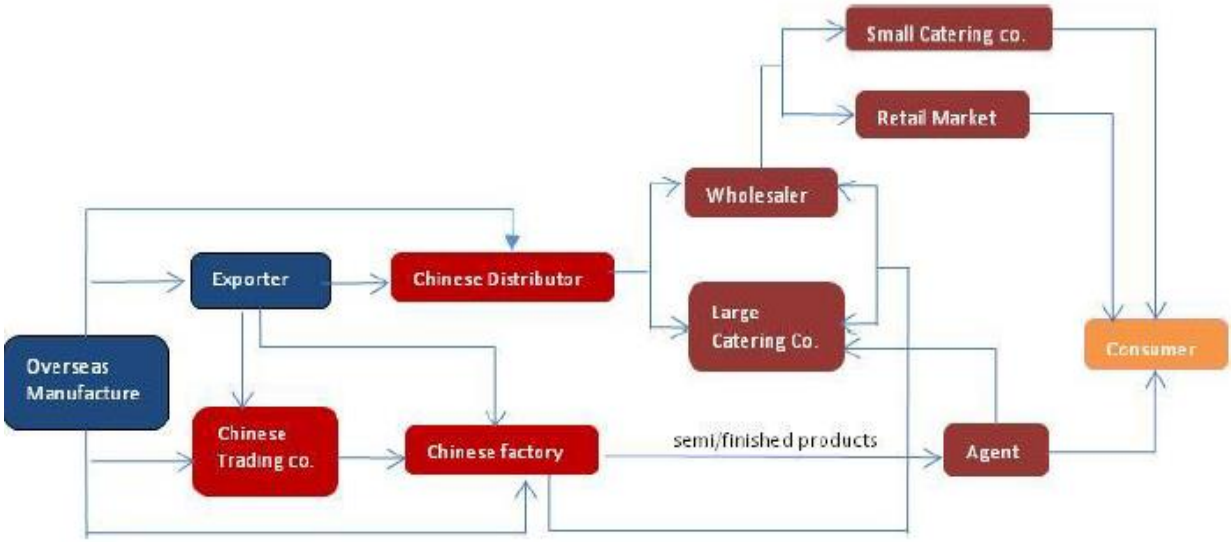
- Os produtores locais tiram partido do condicionamento enfrentado por produtores estrangeiros, total ou parcialmente impedidos de exportar miudezas do animal para a China devido à dificuldade de associação das miudezas à respetiva carcaça do animal, em matéria de prevenção de doenças como a *Aujeszky,* conforme defendido pela Administração Geral das Alfândegas da China (GACC).

CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

Físicos

- Os canais de distribuição de carne de porco importada na China obedecem a **duas vias de comercialização**: **por recurso a agentes ou, pela importação direta** - as empresas exportadoras vendem os produtos a distribuidores locais ou a empresas de *trading*, que por seu turno, os distribuem pelas cadeias grossistas e grandes empresas de *catering* (no caso dos distribuidores), ou a fábricas locais que processam a proteína em produtos acabados ou semiacabados, destinados ao consumidor final. As grandes empresas de *catering* são depois responsáveis pela distribuição dos produtos junto dos canais retalhistas e empresas de *catering* de pequena ou média dimensão.

Fluxograma dos Canais de Distribuição de Carne de Porco Importada na China



Fonte: EU SME Centre

- **Uma quantidade muito reduzida (residual) da carne de porco importada é diretamente colocada à venda ao consumidor final.**

E-commerce

- O comércio eletrónico tem ganho forte preponderância nos hábitos de consumo na China, acentuada pela pandemia. **A maioria da carne de porco importada não é, no entanto, destinada a este canal que tem como *target* o consumidor final, seguindo antes a via dos canais de distribuição físicos**.
- A comercialização de carne de porco pela via eletrónica, em plataformas de alcance nacional, mas sobretudo, em plataformas de alcance regional ou municipal, é da responsabilidade dos canais retalhistas e restauração.
- Não obstante, empresas e marcas com produtos diferenciadores, como a carne de porco ibérica, apoiando-se nos seus parceiros locais, promovem estes produtos nos canais de venda eletrónicos chineses.

Venda ao Consumidor Final de Carne de Porco Importada
(plataforma de comércio eletrónico Taobao)

Costeletas de porco El Pozo (2Kg) – 122 CNY (17 EUR) / Secretos de porco preto Castro Y Gonzales (700gr) – 204,17 CNY (28,5 EUR)

Fonte: AICEP

- A modalidade de comércio eletrónico transfronteiriço ou "*cross-border e-commerce*" não se aplica à carne de porco, que deverá seguir o método tradicional de importação e ser, posteriormente, colocada à venda pelos parceiros locais nas plataformas de comércio eletrónico chinesas.

COMUNICAÇÃO

Feiras setoriais

- **Sial Shanghai**

- **China Import and Export Fair (Canton Fair)**

Devido ao impacto da pandemia, a edição de 2022 foi organizada em formato virtual, nos meses de março e abril. A edição e o formato para 2023, encontram-se por anunciar – na cidade de Cantão.

- **FHC Shanghai Global Food Trade Show China**

- **China International Import Expo (CIIE)**

- **Anufood China**

10-12 maio 2023, Shenzhen

Nota 1: face às medidas de prevenção e controlo epidémico implementadas, a organização de feiras é condicionada pela Covid-19 na cidade e respetiva província onde decorrem. Os interessados devem acompanhar de perto a evolução da situação epidémica local nos meses que antecedem a realização das ações. A participação de convidados estrangeiros, não residentes na China, é fortemente limitada devido ao encerramento parcial das fronteiras chinesas, sendo apenas permitidas deslocações de cidadãos estrangeiros em regime excecional, ou de portadores de visto de residência ou de trabalho.

Nota 2: ocorre a promoção da organização de formatos *online* de feiras e eventos, devido aos constrangimentos epidémicos e às dificuldades de deslocação ao mercado, sugerindo-se que os produtores portugueses procurem aderir a estas iniciativas que são, atualmente, as alternativas mais viáveis para manter o contacto com o mercado, se não contarem com agentes ou distribuidores locais.

Publicações setoriais

- Exporting Pork Products to China (EU SME Centre).
- How to Export Pork Meat to China (S-GE).
- China Pork Production Volume 2021 (Statista).
- How the Pig became a pork factory in China (China Dialogue).

Associações setoriais

- China Meat Association (China).
- China Agricultural Wholesale Markets Association - CAWA (China).
- International Investment and Trading Network (China).
- China Chamber for the Promotion of International Trade - CCPIT (China).

TENDÊNCIAS

Consumo

- **Manutenção de picos de consumo associados a festividades do calendário chinês**.
- **Subsistência do consumo de sopa de pés de porco**, em especial nas estações de outono e inverno.
- Continuação do consumo de sopa de carne de porco considerado benéfico para mães em fase de amamentação de recém-nascidos.
- **Aumento da procura de produtos confecionáveis em barbecue**.
- Crescente procura de bacon e outros produtos curados.

Canal

- **Importância crescente da promoção digital no sucesso dos produtos agroalimentares importados de origem menos conhecidas no mercado.** Marcas e associações setoriais apostam, cada vez mais, em criar uma pegada digital nas principais redes sociais chinesas (*Weibo*, *Douyin*, *Little Red Book* e *WeChat)*, porque as redes sociais ocidentais como o Facebook ou o Instagram, estão bloqueadas na China. Entre as ações de promoção nas **plataformas sociais chinesas que**

revelam maior aceitação encontram-se as ações de "*livestream cooking*", nomeadamente nas plataformas *Douyin e Weibo.*

- **Continuação da presença em feiras setoriais,** mais relevantes ao nível nacional e regional, promovidas por entidades governamentais, destinadas ao segmento B2B.
- Manutenção da relevância do papel fundamental dos grandes importadores e distribuidores no processo de importação.
- **Permanência da importância dos canais físicos na aquisição destes produtos pelo consumidor final.**

Embalagem

- **Embalagens com alusão à União Europeia**, considerada pelos importadores chineses como origem de carne de porco de qualidade superior. É uma tendência que se vai manter.

ANÁLISE SWOT

Pontos Fortes

- **Carne de portuguesa, ibérica e europeia percecionada como de maior qualidade** por parte do consumidor chinês conhecedor. **Presença forte e reconhecimento do produto proveniente da UE.**
- ***Know-how* produtivo, capacidade de produção e diversidade de produtos da oferta mais qualificada** (variabilidade dos produtos transformados), com reconhecimento em mercados exigentes.
- Produtos de qualidade associados ao Regime Genético Animal.
- Alimentação animal com estratégias de inovação, investigação e segurança alimentar.
- Recurso a tecnologia de ponta e boas condições ambientais e sanitárias da produção. Baixas emissões de CO2 em relação às outras carnes.
- Indústria com capacidade inovadora e reestruturação / otimização das explorações.
- **Melhoramento genético dos animais** e valorização de um tipo de produção específica (leitão).
- **Vocação exportadora e larga experiência** adquirida em mercados igualmente muito exigentes.
- **Boa relação qualidade-preço dos produtos** e imagem muito positiva dos produtos provenientes de raças autóctones.
- **Diversidade da oferta de produtos**, com algum reconhecimento em mercados exigentes.

Pontos Fracos

- Custos de produção (alimentos compostos) e necessidade de adaptação ambiente-bem-estar animal.
- **Custo de adaptação a novas tecnologias**.
- **Dimensão limitada da produção nacional, e do número reduzido de empresas portuguesas com capacidade para dar resposta às exigências do mercado chinês**.
- **Pouca presença e visibilidade da oferta nacional** no mercado.
- Capacidade limitada da indústria portuguesa para fazer face à concorrência de fornecedores de grande escala, como Espanha, França ou Brasil.
- Elevada exposição a um leque reduzido de mercados e clientes.

Oportunidades

- **Incapacidade produtiva da China para dar resposta à procura crescente do mercado**.
- **Aumento do consumo de proteína animal na China**, com preferência para a carne de porco. Larga tradição de consumo de produtos transformados à base de carne de porco.
- Crescimento da divulgação informativa sobre os benefícios da carne de suíno para a saúde humana.
- **Aumento da classe média e classe média alta** que procura produtos alimentares diferenciados.
- **Oportunidades ao nível da cooperação científica e tecnológica no setor suinícola**.
- Fornecimento de suínos reprodutores (animais vivos).
- Aumento da procura de carnes curadas, em especial presunto (dependente da assinatura de protocolo entre Portugal e a China).

Ameaças

- **Fator preço/oferta do mercado doméstico chinês** com forte impacto nas atividades de importação de carne de porco congelada importada.
- **Implementação de embargos à importação de carne de porco** com origem em Portugal, caso ocorram doenças nos animais em território nacional.
- **Requisitos excessivos e cientificamente questionáveis** da GACC que poderão conduzir a suspensões temporárias de estabelecimentos portugueses habilitados a exportar para o

mercado, nomeadamente em períodos de maior oferta doméstica que levem a um aumento do protecionismo dos produtores chineses.

- Cortes de carne específicos para o mercado chinês poderão dificultar o escoamento de produtos para outras geografias.
- **Restrições arbitrariamente aplicadas pela GACC** em virtude das relações políticas internacionais.
- **Excesso de zelo da GACC** em matéria de prevenção e controlo de SARS-CoV-2, aplicando medidas adicionais como quarentenas temporárias, desinfeção de produtos e suspensão de estabelecimentos, reduzindo o risco de importação do vírus em produtos e superfícies da cadeia de frio.
- Maior poder de *lobby* e experiência de associações setoriais e instituições de grandes produtores como Espanha, França ou Brasil, junto das entidades reguladoras chinesas.
- Processo moroso e burocrático para a habilitação de novos estabelecimentos e renovação de registos junto da Administração Geral das Alfândegas da China (GACC).

aicep Portugal Global