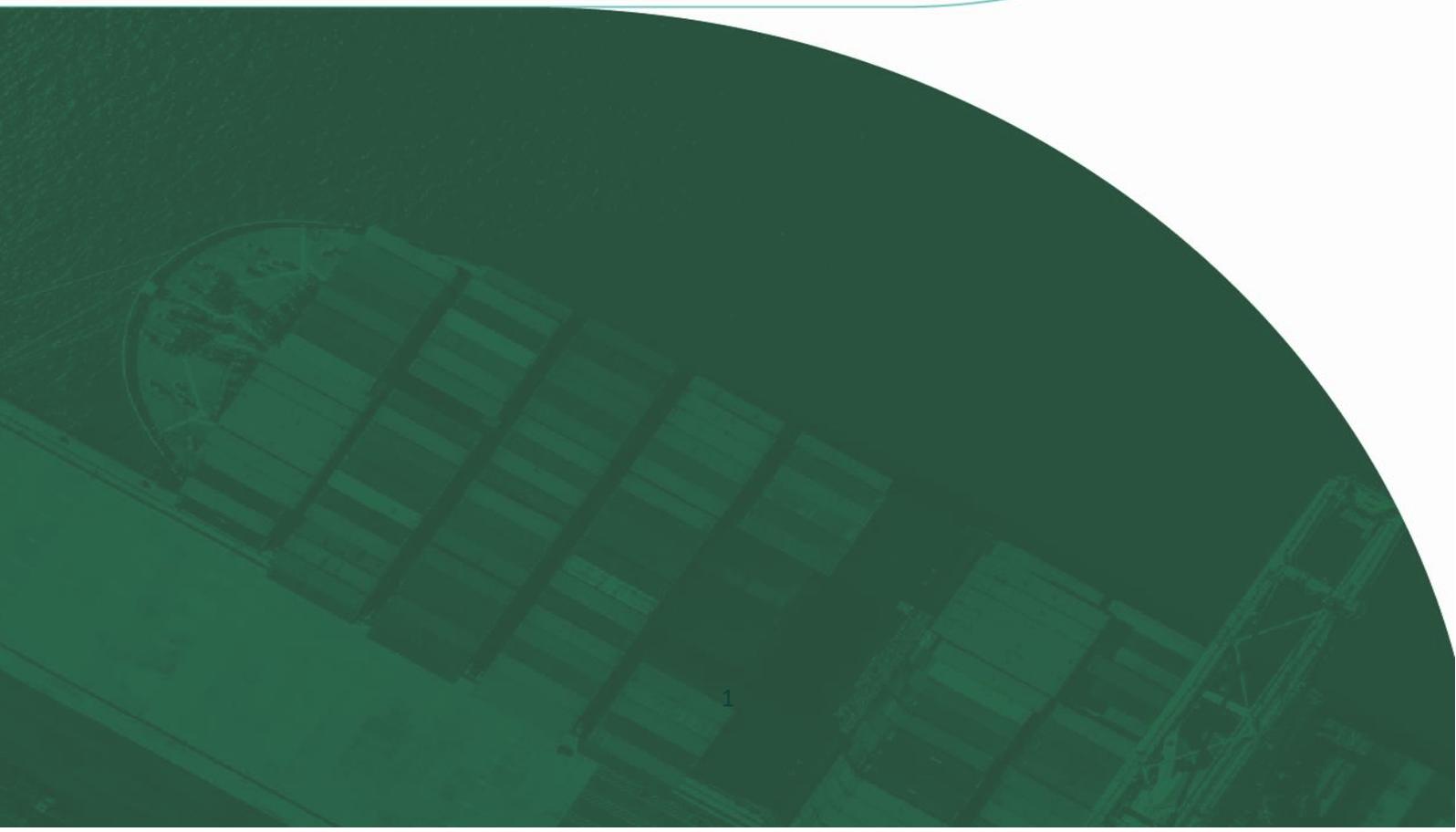


CLIPPING DE NOTÍCIAS

ESCRITÓRIO INTERNACIONAL DA CNA EM XANGAI

14 a 28 de outubro de 2022

O sabor de ir mais longe



MÍDIAS LOCAIS

Comissão Nacional de Desenvolvimento e Reforma disponibilizará o 6º lote de reservas de carne suína de 2022 (19 de outubro)

<http://www.jwview.com/jingwei/html/10-19/508513.shtml>

De acordo com monitoramento realizado pela Comissão Nacional de Desenvolvimento e Reforma (CNDR) em 36 cidades chinesas de grande e médio porte, o preço médio da carne suína no varejo aumentou mais de 40% em relação ao mesmo período do ano passado, acionando o alerta de primeiro nível para aumentos excessivos nos preços.

A fim de garantir efetivamente a estabilidade de preços de suínos vivos, o governo central chinês liberará o sexto lote de reservas nacionais de carne suína deste ano e orientará os governos locais a aumentar os esforços para liberar simultaneamente as reservas de carne suína do governo local.

A CNDR afirmou que o preço atual dos suínos vivos está em um nível historicamente alto. Recomenda-se que as plantas e granjas (principalmente as de produção familiar) mantenham um ritmo normal de abate e liberem os suínos para abate de acordo com a demanda. A diretriz tem como finalidade evitar o risco de flutuação dos preços no mercado e impedir que os produtores de suínos façam a engorda sem monitorar a demanda.

Na semana de 14 de outubro, o preço médio do suíno comercial foi de 28,07 RMB/kg, um aumento acentuado de RMB 1,98 em relação à semana anterior. No final de setembro, em uma amostra de 123 empreendimentos, havia mais de 7 milhões de porcas reprodutoras, um aumento de 0,71% em relação ao mês anterior e o quinto aumento consecutivo dos últimos meses, encerrando-se assim um período de redução da capacidade reprodutora.

Em setembro, os governos estaduais e locais planejavam liberar cerca de 200 mil toneladas das reservas de carne suína, mas a reação do mercado foi estável e o volume geral de transações foi pequeno, o que teve pouco impacto na oferta do mercado.

Em outubro, o clima ficará gradualmente mais frio na China, iniciando a alta temporada de consumo doméstico de carne suína. Há uma expectativa, de acordo com os criadores, de que no quarto trimestre de 2022 o preço do suíno aumente.

Importações e exportações *cross-border e-commerce* da China aumentaram dez vezes nos últimos cinco anos (18 de outubro)

<http://www.cb.com.cn/index/show/special/cv/cv13447257165>

De acordo com o GACC (Administração Geral de Alfândegas da China), as importações e exportações de *cross-border e-commerce* (comércio eletrônico transfronteiriço, em português) da China cresceram quase dez vezes em cinco anos. Em 2021, o faturamento do setor foi de RMB 1,92 trilhão, um aumento de 18,6% em relação ao ano anterior, tornando o *cross-border e-commerce* um novo meio de expansão do comércio exterior chinês.

Da América do Norte ao Sudeste Asiático, na última década, os vendedores chineses atualizaram sua postura para se integrarem ao processo de globalização, utilizando cada vez mais o *cross-border e-commerce* ao seu modelo de negócios. De fato, a ascensão do comércio eletrônico transfronteiriço também foi reforçada pela ênfase nas diretrizes de desenvolvimento tecnológico e digitalização do comércio na China. Pautados pelo ditado "vender o mundo, comprar o mundo" sem sair de casa, a tecnologia digital diminuiu as limitações do comércio internacional e possibilitou a participação de micro e pequenos negócios no comércio digital global.

De acordo com o Ministério do Comércio da China (MOFCOM), em 2013, existiam mais de 200 mil empresas nacionais realizando comércio eletrônico transfronteiriço por meio de várias plataformas. Em 2014, a escala das transações de comércio eletrônico transfronteiriço da China foi de RMB 4,2 trilhões, um aumento anual de 33,3%. Ferramentas de pagamento, como o Alipay, decolaram, mas naquela época ainda prevalecia o modelo de pagamentos realizados por bancos estrangeiros e empresas de pagamento em liquidação internacional, que tornava, muitas vezes, as operações do comércio internacional inviáveis e caras, criando uma enorme lacuna entre oferta e demanda.

Foi nesse cenário, que a partir de 2015, principalmente em Hangzhou, o Vale do Silício chinês, que novas soluções de pagamento transfronteiriço surgiram, trazendo qualidade, agilidade e menores custos aos empreendimentos de micro e pequenos portes nas transações de pagamento dentro do modelo *cross-border e-commerce*, os quais faziam transações pequenas, com alta frequência e fragmentadas. Mediante as novas ferramentas digitais, a taxa nas transações transfronteiriço diminuiu 70% e o tempo de recebimento da remessa diminuiu para apenas algumas horas.

Desde 2015, o Conselho Nacional da China estabeleceu 132 zonas pilotos para *cross-border e-commerce*, envolvendo 30 províncias e cidades do país.

Por meio de iniciativas como essa, as marcas chinesas que visam o mercado exterior podem disfrutar de algumas vantagens, sendo as principais:

- i) Maior inserção em mercados emergentes - mudança de prioridade do mercado europeu e americano como destino principal das exportações chinesas para países do Sudeste Asiático, América Latina e África;
- ii) Crescimento das plataformas digitais - além das plataformas tradicionais de serviços como o Alibaba, cresceram também plataformas de marcas independentes voltadas para os seus respectivos consumidores alvos no mercado internacional;
- iii) Digitalização das empresas - a pandemia acelerou a transformação digital das empresas tradicionais que passaram a utilizar novos canais digitais voltados ao mercado internacional.

Novo complexo varejista de comércio eletrônico transfronteiriço em Hunan inicia testes(19 de outubro)

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1747081015277379625&wfr=spider&for=pc>

Em 16 de outubro de 2022, o complexo varejista de *cross-border e-commerce* (comércio eletrônico transfronteiriço , em português), YouA Mall, na província de Hunan iniciou seu teste de operação. A partir de agora, os consumidores de Hunan podem comprar mercadorias globais "autênticas" sob a supervisão da alfândega a um preço inferior a quase 30% ao praticado no mercado interno.

O modelo:

1. As empresas chinesas de *e-commerce* solicitam a importação das mercadorias diretamente na plataforma on-line da Alfandega da Zona Abrangente de Huanghua, sem a necessidade de pagamento no momento da solicitação do pedido, e podem exibir as mercadorias para venda em suas lojas de varejo localizada no YouA Mall.
2. Os consumidores, após confirmação das informações de identidade, podem realizar compras nas lojas físicas e também receber os produtos na hora.
3. Após o pagamento on-line dos pedidos realizado pelos consumidores, as empresas enviam, em tempo real, para a alfândega através do porto eletrônico de Changsha¹, as seguintes informações: o pedido do cliente, processo de pagamento, informações de logística e lista de declarações.
4. Após a liberação alfandegária, será realizada a coleta e entrega da compra, essa operação tem duração de 3 a 5 minutos, e em no máximo 15 minutos, o consumidor pode retirar suas compras no local. A operação desse novo complexo também oferece serviços pós-venda como supervisão e experiência de compra.

Este modelo combina as vantagens das zonas francas e do *cross-border e-commerce*. Ao reduzir efetivamente os riscos da supervisão alfandegária, este modelo melhora a eficiência do desembaraço aduaneiro, aprimora a experiência de compra dos consumidores e fornece *cross-border e-commerce* ágil

Festival de compras “11/11” de 2022 pode ultrapassar RMB 1 trilhão (25 de outubro)

<https://news.sina.com.cn/o/2022-10-25/doc-imqqsmrp3753922.shtml#/>

Em 25 de outubro de 2022, foi lançado pela *Brain&Company* a pesquisa intitulada “11/11 em 2022: a fidelidade do cliente vale mais do que as vendas de trilhões de dólares”. A pesquisa revelou que o total de vendas on-line deve ultrapassar a marca de RMB 1 trilhão e que 69% dos entrevistados planejam fazer compras em 3 ou mais

¹ Changsha é a capital da província de Hunan.

plataformas durante o período do 11/11 (também conhecido como o Dia dos Solteiros ou, em inglês, *Double Eleven*).

O *Double Eleven* é atualmente o maior festival de compras do mundo. Em 2021, o total de vendas online do *Double Eleven* foi de RMB 952 bilhões e espera-se que esse ano ultrapasse a marca de RMB 1 trilhão.

A pesquisa entrevistou cerca de 3.000 consumidores de diferentes cidades da China. De acordo com a pesquisa, em 2022, o *Double Eleven* deverá ser menor em relação aos anos anteriores apenas em termos de participação do consumidor. Por exemplo, 34% dos entrevistados que compraram durante o evento do ano passado e planejam também comprar esse ano irão reduzir seus gastos totais online e offline durante o *Double Eleven* deste ano, somente 24% dos entrevistados disseram que aumentariam os gastos.

As opções de plataformas de compras também estarão mais diversificadas para os consumidores. Em 2021, 56% dos entrevistados planejavam fazer compras em 3 ou mais plataformas durante o *Double Eleven*, este ano a porcentagem aumentou para 69%. Ao mesmo tempo, 37% dos entrevistados disseram que planejam fazer compras em 5 ou mais plataformas este ano.

No passado, os consumidores de cidades subdesenvolvidas na China foram a principal força impulsionadora do crescimento do volume de vendas) durante o *Double Eleven*, mas apenas 8% dos entrevistados dessas cidades que planejam participar do 11/11 este ano nunca participaram em edições passadas. Ou seja, a porcentagem de novos clientes da *Double Eleven* 2022 será menor que em 2021 (12%).

Em 2021, os dois principais eventos de compras na China, o 11.11 e o 618 (Festival de Compras em 18 de junho) contribuíram juntos com cerca de 12% das vendas de varejo online na China.

À medida que o *Double Eleven* entra em seu 14º ano, os varejistas chineses enfrentarão novos desafios e pressões. A principal estratégia, apontada pela pesquisa, que os vendedores chineses devem adotar é ajustar o foco dos descontos e promoções no intuito de cultivar e aprofundar a fidelidade do cliente, de modo a manter uma melhor atividade do consumidor ao longo do ano, e não somente nessas datas.

Por que o preço da carne suína continua subindo? (26 de outubro)

<https://new.qq.com/rain/a/20221026A0312Q00>

Desde o início de outubro, o preço da carne suína apresenta alta nos preços. A carne magra do pé dianteiro e traseiro do suíno está custando em média RMB 15,50/500g; a ponta com pele RMB 25,98/500g; o lombo suíno RMB 31,98/500g; a carne de porco com pele RMB 33,98/500g e cortes especiais de RMB 39,98/500g a RMB 49,90/500g.

De acordo com dados da *China Pig Network*, o preço dos porcos vivos este ano voltou a aumentar depois bater seu menor preço em 21 de março de 2022, RMB 11,78/kg.

No terceiro trimestre deste ano, especialmente em outubro, a crescente alta nos preços tornou-se mais evidente. De acordo com dados do Gabinete Nacional de Estatísticas da China, o preço ao produtor de suínos vivos aumentou 36,1% no terceiro trimestre deste ano, interrompendo a queda vista nos últimos sete trimestres consecutivos. Em 20 de outubro, o preço do suíno vivo atingiu RMB 28,59/kg, novo recorde este ano, aumento acumulado de mais de 100% nos últimos seis meses.

Especialistas que participaram da análise e monitoramento organizado pelo Departamento de Preços da Comissão Nacional de Desenvolvimento e Reforma (CNDR) apontaram que, a partir dos dados históricos, o preço médio dos suínos vivos nos períodos anteriores a 2019 era cerca de RMB 21/kg. Mesmo considerando o aumento dos custos produtivos nos últimos anos, o preço atual encontra-se em um nível excessivamente alto.

Afetadas pelo aumento dos preços, as empresas de criação de suínos que tinham sofrido com perdas por mais de 6 meses, viram sua receita aumentarem setembro. 16 empresas produtoras de suínos que publicaram seus dados no mercado de ações, somam um total de cerca de 10,2 milhões de suínos vivos, com receita total de vendas de RMB 24,3 trilhões.

A *China News Weekly* observou que o preço médio dos porcos vivos vendidos em setembro estava acima de RMB 23/kg, com máxima de RMB 26,81/kg. Em 2021, o preço médio do suíno era cerca de RMB 12/kg.

Suinocultores relutantes em vender animais

Na pesquisa organizada pela CNDR, os especialistas acreditam que o recente aumento nos preços do suíno vivo deve-se principalmente ao fato de que alguns agricultores pressionaram irracionalmente o mercado e relutaram em vender animais.

Analistas apontam que esse fenômeno é uma especulação óbvia e que os produtores estão apostando que os preços aumentarão ainda mais no futuro. Daqui dois meses, será a época de pico para o consumo de carne suína por conta do inverno e das datas comemorativas (Dia Nacional, Festival da Lua e Ano Novo Chinês), época em que há também alta nos preços da carne suína por conta da maior demanda.

Por trás desse movimento dos produtores está a busca por lucro, especialmente depois de passar por uma crise na produção em 2018.

Em 19 de outubro, a CNDR anunciou que o país liberará o 6º lote das reservas nacionais de carne suína deste ano e instruirá todos os governos locais a aumentarem os esforços para liberar simultaneamente suas reservas de carne suína.

Desde 15 de outubro, Pequim começou a liberar reservas estatais de carne suína. A Secretaria Municipal de Comércio de Pequim declarou que esse lote deve ser de 600 toneladas, e um total de 576 lojas, 24 redes de supermercados e dois pontos de varejo corporativos na cidade servirão como pontos de venda.

A fim de aliviar efetivamente as flutuações cíclicas do preço da carne suína e dos suínos vivos, em junho de 2021, diversos órgãos governamentais emitiram em conjunto o "Mecanismo de ajuste e melhoramento da reserva de carne suína do governo" e o "Plano de Trabalho de Oferta de Mercado e Preço Estável". O plano deu pleno destaque ao importante papel do governo no ajuste das reservas de suínos como um ponto de partida fundamental para estabilizar o preço dos suínos vivos e da carne suína.

Outro ponto fundamental para estabilização dos preços, é orientar a produção das plantas e regularizar as atividades comerciais delas para que se evite danos à ordem do mercado por empresas em busca de lucros excessivos.