

Zonas de Comércio Livre Chinesa de E-Commerce

Um mercado de e-commerce em rápida expansão tem o potencial de ser um importante impulsionador do crescimento das PMEs ao longo das rotas comerciais da Belt and Road Initiative (BRI).

28 de maio de 2018

Economist Intelligence Group

<https://www.business.hsbc.com/belt-and-road/e-free-trade-zones>

ZCL facilitar o acesso das **pequenas e médias empresas estrangeiras (PMEs)** ao amplo mercado consumidor on-line da China.

O comércio eletrônico oferece a eles uma alternativa - vender diretamente além das fronteiras para outras empresas (B2B) ou consumidores (B2C).

A China estabeleceu-se rapidamente como um mercado global líder em comércio eletrônico. Em 2016, ela representava quase 40% do mercado global de comércio eletrônico, com um valor total de transações de cerca de US \$ 800 bilhões.

Em 2015, ano em que o comércio geral da China despencou, as importações de B2C via e-commerce aumentaram 92%, em comparação com o crescimento de 60% nas exportações de B2C. A venda de mercadorias para a China através de plataformas online está ficando mais fácil.

O novo regime regulatório para o comércio eletrônico, do qual as zonas-piloto podem tirar proveito, derrubou as barreiras enfrentadas pelos vendedores estrangeiros.

O registro obrigatório de produtos com **Inspeção e Quarentena da China pode levar de 12 a 18 meses para o comércio geral; para o comércio eletrônico transfronteiriço leva de 4 a 6 semanas e é significativamente mais barato.**



A China está desenvolvendo várias zonas destinadas a impulsionar o comércio eletrônico transfronteiriço, facilitando o acesso das pequenas e médias empresas estrangeiras (PMEs) ao amplo mercado consumidor on-line da China, que cresce rapidamente. De curto a médio prazo, os benefícios parecem destinados principalmente aos vendedores nas economias desenvolvidas. Mas os provedores de serviços de comércio eletrônico e relacionados da China estão se internacionalizando, e sua expansão ajudará a construir novas ligações entre os mercados emergentes nas zonas de comércio eletrônico Belt e Road e China.

O mercado de comércio eletrônico da China, grande e em rápida expansão, tem potencial para ser um importante impulsionador do crescimento das PMEs ao longo das rotas comerciais da Belt and Road Initiative (BRI). As empresas menores, que não possuem a escala necessária, podem achar difícil conectá-las às cadeias globais de valor das multinacionais. O comércio eletrônico oferece a eles uma

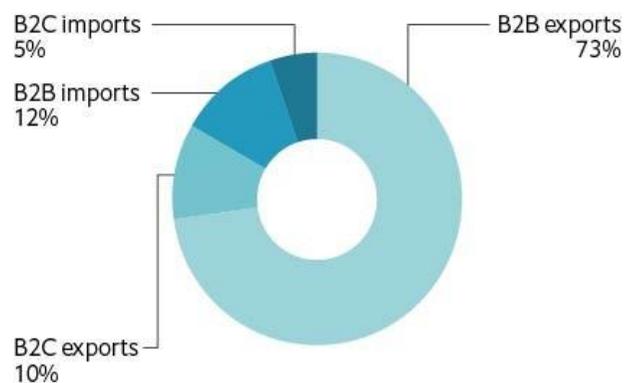
alternativa - vender diretamente além das fronteiras para outras empresas (B2B) ou consumidores (B2C). Dado o papel fundamental que as PMEs desempenham na geração de empregos, particularmente nos países em desenvolvimento, as organizações econômicas regionais, como a APEC (Cooperação Econômica Ásia-Pacífico), desejam que o comércio eletrônico desempenhe um papel mais importante na integração econômica regional.

A China estabeleceu-se rapidamente como um mercado global líder em comércio eletrônico. Em 2016, ela representava quase 40% do mercado global de comércio eletrônico, com um valor total de transações de R \$ 5,16 trilhões (cerca de US \$ 800 bilhões),

Segundo dados do Ministério do Comércio. Isso faz com que seja um mercado atraente para empresas estrangeiras, mas quando se trata de comércio eletrônico transfronteiriço, o principal fluxo de mercadorias é para fora (ver gráfico).

China's cross-border e-commerce, 2015

(%)



Sources: AliResearch and Alibaba's Cross-border Research Center, 2016; APEC.

As vendas B2C de entrada ocupam um segmento pequeno, mas de rápido crescimento. Em 2015, ano em que o comércio geral da China despencou, as importações de B2C via e-commerce aumentaram 92%, em comparação com o crescimento de 60% nas exportações de B2C. A venda de mercadorias para a China através de plataformas online está ficando mais fácil.

Zonas piloto de comércio eletrônico transfronteiras

Desde 2015, a China estabeleceu 13 "zonas-piloto abrangentes de e-commerce transfronteiriças", começando com Hangzhou e seguido por Chengdu, Chongqing, Dalian, Guangzhou, Hefei, Ningbo, Qingdao, Xangai, Shenzhen, Suzhou Tianjin e Zhengzhou. Semelhante a quando foram designadas zonas econômicas especiais nos primeiros anos de reforma e abertura, os governos locais nessas áreas devem desenvolver infraestrutura logística e financeira de apoio e testar novas regulamentações.

A China já possui várias empresas de sucesso do setor de comércio eletrônico que fazem lobby por um comércio transfronteiriço mais livre e se afirmam como principais interessados em algumas zonas-piloto. O maior deles é o Alibaba Group, que opera uma série de plataformas domésticas e transfronteiriças. Internamente, sua plataforma Tmall tem mais da metade do mercado B2C, e a Tmall Global permitiu a importação de B2C para a China desde 2013. Não é coincidência que a primeira das zonas-piloto de comércio eletrônico esteja localizada em Hangzhou, a cidade natal do Alibaba.

O fundador da Alibaba, Jack Ma, fez lobby por uma "plataforma eletrônica de comércio mundial" (eWTP) para tornar mais fácil para as PMEs se engajarem no comércio transfronteiriço. Como o primeiro passo para este eWTP, em 2017 o Alibaba Group lançou uma zona de livre comércio digital em Kuala Lumpur, em cooperação com o estado da Malásia. Em seguida, assinou um acordo com o governo da

Malásia e o governo municipal de Hangzhou para explorar as ligações entre essa nova zona de livre comércio digital e a zona piloto de comércio eletrônico de Hangzhou. Isso oferece um modelo para a futura cooperação regional entre os países da BRI no desenvolvimento e harmonização da infraestrutura logística e financeira para o comércio eletrônico, embora seja um modelo que beneficiaria desproporcionalmente algumas plataformas dominantes.

O envolvimento do setor privado nas zonas de comércio eletrônico da China não se limita às empresas chinesas. As autoridades da zona-piloto de Hangzhou assinaram um acordo com o Google, e a zona de Fujian se associou ao eBay, uma década depois de o segundo ter derrubado seu site de leilões online no país. Esses exemplos de participação estrangeira visam principalmente apoiar a incubação de empresas domésticas de e-commerce, portanto podem ter mais impacto sobre as exportações chinesas do que ajudar PMEs estrangeiras a acessar o mercado chinês.

Regulagem mais leve do comércio eletrônico

O novo regime regulatório para o comércio eletrônico, do qual as zonas-piloto podem tirar proveito, derrubou as barreiras enfrentadas pelos vendedores estrangeiros. O governo chinês reduziu a burocracia para o comércio eletrônico em comparação com o comércio em geral, permitindo uma entrega mais rápida e facilitando o atendimento ao mercado chinês de comércio eletrônico sem ter uma presença registrada ou mesmo uma conta bancária no país, reduzindo assim a necessidade para empresas estrangeiras pagarem taxas de agentes.

As zonas baseiam-se no conceito de armazenagem alfandegada, em que as empresas estrangeiras podem importar mercadorias a granel e armazená-las sob a supervisão das autoridades alfandegárias da China, a fim de permitir o cumprimento mais rápido dos pedidos. As zonas de comércio eletrônico gozam de taxas de impostos

preferenciais, apesar dos movimentos do governo nos últimos anos para alinhar a tributação do comércio eletrônico com o comércio geral. O governo também introduziu procedimentos alfandegários simplificados. Um esquema de despacho aduaneiro de 24 horas para as importações de comércio eletrônico foi introduzido em maio de 2015, e as mercadorias anteriormente sujeitas a escrutínio individual podem agora ser aprovadas a granel. O registro obrigatório de produtos com Inspeção e Quarentena da China pode levar de 12 a 18 meses para o comércio geral; para o comércio eletrônico transfronteiriço leva de 4 a 6 semanas e é significativamente mais barato.

Dentro das zonas, serviços logísticos e financeiros estão disponíveis para lidar com entregas e pagamentos internacionais. Segundo o Centro de PME da UE, um serviço de consultoria da União Europeia, isso torna relativamente simples para uma PME de outra região como a Europa realizar um pedido de um cliente em qualquer lugar da China dentro de cinco dias para gerenciar e acompanhar todo o processo on-line, e para receber o pagamento através de um "portal de pagamento", que converte o dinheiro do renminbi para a moeda local e transfere-o para a conta do banco de origem.

Uma nova lei de comércio eletrônico está sendo desenvolvida na China. O segundo rascunho, divulgado para consulta pública em novembro de 2017, reforça certas proteções ao consumidor e à propriedade intelectual e, quando introduzido, pode ajudar a criar confiança no comércio eletrônico chinês.

Quem se beneficia?

A curto e médio prazo, os benefícios das novas zonas-piloto de comércio eletrônico da China parecem destinados principalmente às empresas em economias maduras do Ocidente e da Ásia-Pacífico. Os principais países que venderam para a China via Tmall Global em 2016 foram o Japão, os EUA, a Coreia do Sul, a Alemanha e a

Austrália, de acordo com CBNDData e Tmall Global. O comércio eletrônico entre a Europa Ocidental e a China está se tornando mais fácil. As ligações entre os hubs digitais de Hangzhou e Kuala Lumpur podem impulsionar o comércio ao longo da rota Marítima da Rota da Seda, ajudadas pela participação majoritária que o Alibaba Group detém em Lazada, o principal player de comércio eletrônico no sudeste da Ásia. Mas para as PMEs dos países em desenvolvimento em regiões como a Ásia Central, o Sul da Ásia e a África, é provável que demore mais para ter acesso às novas zonas de comércio eletrônico da China. Muitas dessas PMEs enfrentam obstáculos ao abrir uma conta bancária em uma das moedas comercializáveis internacionalmente que são usadas em plataformas de negociação on-line ou no acesso a serviços financeiros. Muitos também têm que lidar com infraestrutura logística deficiente no nível local.

Alguns dos provedores de serviços que apoiam a expansão do comércio eletrônico na China também estão expandindo para o exterior. O WeChat Pay e o AliPay, os principais prestadores de serviços de pagamento eletrônico da China, estão competindo por mercados estrangeiros (embora atualmente estejam principalmente visando o turismo chinês no exterior, em vez de e-commerce). Os fornecedores de logística da China também estão saindo: a SF Express tem serviços de frete aéreo cobrindo países do norte, sul e sudeste da Ásia e do Oriente Médio, bem como de outros países. Os provedores de logística chineses e as plataformas de e-commerce estão expandindo sua gama de serviços com o objetivo de se tornarem balcões únicos para importações e exportações online. Muitas dessas empresas construíram seus negócios encontrando maneiras de incorporar as áreas rurais e menos desenvolvidas da China em redes de e-commerce, tornando-os bem adequados para servir outros países desenvolvidos. Sua expansão, com o tempo, ampliará o acesso às zonas de e-commerce da China para mais PMEs ao longo do Belt e Road.



<https://www.business.hsbc.com/belt-and-road/e-free-trade-zones>

Zonas Comércio Livre



- | | |
|---------|-----------|
| 1.北京 | Beijing |
| 2. 呼和浩特 | Horhot |
| 3.沈阳 | Shenyang |
| 4.长春 | Changchun |
| 5.哈尔滨 | Harbin |
| 6.南京 | Nanjing |
| 7.南昌 | Nanchang |
| 8.武汉 | Wuhan |
| 9.长沙 | Changsha |
| 10.南宁 | Nanning |
| 11.海口 | Haikou |
| 12.贵阳 | Guiyang |
| 13.昆明 | Kunming |
| 14.西安 | Xi'na |
| 15.兰州 | Lanzhou |
| 16.厦门 | Xiamen |
| 17.唐山 | Tangshan |
| 18.无锡 | Wuxi |
| 19.威海 | Weihai |
| 20.珠海 | Zhuhai |
| 21.东莞 | Dongguan |
| 22.义乌 | Yiwu |