

CHINA

Hoe de Chinese markt digitaal bewerken?

China heeft de grootste e-commerce markt ter wereld; elk jaar groeit de online B2C-verkoop met 25%.

Er is zelfs een speciale jaarlijkse online winkeldag – ‘Singlesdag’ – die in 2017 alleen al goed was voor een omzet van EUR 2 miljard.

De meest ronkende naam in de Chinese e-commerce markt is de internetreus

Alibaba die thans de grootste webwinkel ter wereld is met een hogere omzet dan eBay en Amazon samen.

Alibaba zal in de komende jaren een kleine vijftien miljard euro investeren om het netwerk van haar logistieke firma Cainiao nationaal en internationaal uit te breiden en technologisch te optimaliseren.

Vijf steden werden uitgeroepen tot **internationale hubs**: Hangzhou, Dubai, Kuala Lumpur, Moskou en Luik.

De Alibaba Group, die in 1999 in de stad Hangzhou **opgericht** werd door de charismatische **Jack Ma**, beheert verschillende websites.

- ✓ **Alibaba.com (1999)**: Dit is een business-to-businessportaal om Chinese producenten in verbinding te brengen met buitenlandse kopers.
 - ✓ **Taobao (2003)**: Dit is een consumer-to-consumerportaal die nu tot de twintig meest bezochte websites wereldwijd behoort.
 - ✓ **Tmall (2008)**: Dit is een business-to-consumerportaal
 - ✓ **Tmall Global (2014)**: Dit is een cross-border B2C marktplaats die Chinese en buitenlandse bedrijven toelaat internationale merken bij de Chinese consumenten aan de man te brengen.
- In China is er namelijk onder de groeiende middenklasse net een alsmaar groeiende vraag naar producten uit Europa, die geassocieerd worden met kwaliteit. Het verkoopplatform Tmall van de Chinese internetgigant laat hen toe de Chinese markt voorzichtig af te tasten, zonder al te veel investeringen te moeten doen of winkels te moeten openen.

met steun van

AGENTSCHAP
INNOVEREN &
ONDERNEMEN



EFRO
EUROPEES FONDS
VOOR REGIONALE
ONTWIKKELING



in samenwerking met



projectpartner



FLANDERS
INVESTMENT &
TRADE

een organisatie van



- Buitenlandse bedrijven kunnen zich registreren op Tmall Global op **voorwaarde** dat zij
 - Geregistreerd zijn buiten de landsgrenzen van de Volksrepubliek
 - Een handelsvergunning hebben in hun land van oorsprong
 - Eigenaar zijn van een merk of een officiële verdeler zijn van dat merk
 - In het bezit zijn van buitenlandse handelskwalificaties
 - In het bezit zijn van het relevant aantal aandelen

- T-mail focust op het volgende soort bedrijven:
 - Firma's die actief zijn voor meer dan 2 jaar en die een jaarlijks verkoopcijfer van meer dan 10 miljoen US\$ genereren
 - Overzeese B2C handelaars met een eigen merk
 - Eigenaars van eigen merken of hun officiële verdelers

- De gebruikers van Tmall Global zijn verplicht om
 - Klantendienstverlening in het Chinees aan te bieden
 - Aan klanten in China de mogelijkheid tot retourzending aan te bieden
 - Rechtstreeks verzending naar de klant in China te organiseren
 - Tmall kan helpen met de uitbesteding van bovenstaande dienstverleningen aan derden
 - Een waarborg te deponeren tussen de US\$8,000 en de US\$25,000 afhankelijk van het webwinkelformaat.
 - **Flagship Store:** Om een flagship store te kunnen openen moet de handelaar in het bezit is van een eigen merk of optreden als exclusieve agent van dat merk. Het product moet in bezit zijn van een relevante handelsmerkregistratie in Hong Kong de handelaar (merkeigenaar of agent) moeten hiervan een certificaat kunnen voorleggen.
 - **Specialty Store:** Om een specialty store te kunnen openen moet een handelaar bewijs kunnen leveren van de productoorsprong en facturen voor de aangekochte producten. De naam van de specialty store mag niet in inbreuk zijn op de rechten van anderen. Tenslotte mogen specialty stores maximum twee categorieën van producten te koop aan bieden.
 - **Authorized store:** Op een authorized store moeten de producten een handelsmerkregistratie voor Hong Kong hebben. Indien de handelaar niet de eigenaar is van het productmerk dan moet hij/zij een officiële TMall gebruikspermissie kunnen voorleggen.

met steun van

AGENTSCHAP
INNOVEREN &
ONDERNEMEN



EFRO
EUROPEES FONDS
VOOR REGIONALE
ONTWIKKELING



in samenwerking met



projectpartner



FLANDERS
INVESTMENT &
TRADE

een organisatie van



- **Andere verplichtingen:**
 - Producten die verhandeld worden via Tmall Global moeten authentiek zijn, in het bezit zijn van een oorsprongscertificaat en goedgekeurd zijn door zowel de Chinese douane als de Tmall Global Security.
 - Op het etiket moet de beschrijving van zowel het product als van de klantendienstverlening in de Chinese taal zijn. Daarenboven mag op het etiket alleen gebruik gemaakt worden van internationaal erkende maateenheden.
 - De logistieke verzending moet plaatsvinden binnen een tijdspanne van 72 uur na bestelling en moet verlopen via directe levering of via een douane-entrepot in China. Het logistiek proces moet door de koper via een automatisch opsporingssysteem gevolgd kunnen worden.
 - Retourverzending moet verplicht deel uitmaken van de naverkoopdienst via locatie(s) in China.
 - Sinds 2015 kunnen gebruikers niet meer zelf registreren maar moet dit gebeuren via een erkende TMall-partner die optreedt als een soort sponsor. Er is een hele industrie ontstaan van grote en kleine TMall-partners en het is van het grootste belang om de juiste partner te vinden.

- **Betalingen:**
 - Tmall gebruikt als betalingssysteem het zogenaamde Alipay. Dit is een online betalingsplatform dat in 2004 in China in gebruik genomen werd. Sinds kort bestaat er ook een Engelstalige versie van Alipay.
 - Chinese klanten betalen via RMB en Alipay doet de omzetting en stort het geld op de rekening van de handelaar. Het is dus niet nodig om een Chinese bankrekening te hebben. Alipay rekent wel een kost aan voor die transactie (tussen de 1,8 en de 3% van de transactiewaarde).

- **Belastingregels:**
 - In april 2016 voerde de Chinese overheid [nieuwe belastingregels in voor grensoverschrijdende e-commerce](#), om de sector te reguleren en de veiligheid van consumenten te verbeteren.

met steun van

AGENTSCHAP
INNOVEREN &
ONDERNEMEN



EFRO
EUROPEES FONDS
VOOR REGIONALE
ONTWIKKELING



Europese Unie

in samenwerking met



projectpartner



FLANDERS
INVESTMENT &
TRADE

een organisatie van



- In ons land werkt Alibaba (Tmall) samen met:
 - Colruyt (Halle) Leonidas (Brussel)
 - Hedgren (Kontich)
 - Ickx (Essen)
 - Lotus Bakeries (Lembeke)
 - AB Inbev (Leuven)
 - Guylian (Sint-Niklaas)
 - Kipling (Bornem)

Voor meer informatie zie volgende links:

- ✓ <https://www.tijd.be/ondernemen/voeding-drank/belgische-pralines-via-alibaba-naar-china/9998408.html>
- ✓ <http://www.gondola.be/nl/news/food-retail/alibaba-verkoopt-cara-pils-china>
- ✓ <http://www.gondola.be/nl/news/digital/steeds-meer-belgische-bedrijven-boren-chinese-markt-aan-alibabas-tmall>
- ✓ <https://www.nsdesign.co.uk/sell-chinese-market-using-tmall-alibaba/>
- ✓ <http://www.china-briefing.com/news/2017/10/03/selling-to-china-without-having-a-physical-presence-opening-up-an-online-shop-on-tmall-global.html>
- ✓ http://about.tmall.com/tmallglobal/opening_a_store
- ✓ <https://www.emerce.nl/nieuws/luik-grote-europese-logistieke-hub-alibaba>

met steun van

AGENTSCHAP
INNOVEREN &
ONDERNEMEN



EFRO
EUROPEES FONDS
VOOR REGIONALE
ONTWIKKELING



Europese Unie

in samenwerking met



projectpartner



FLANDERS
INVESTMENT &
TRADE

een organisatie van

