

Um
mundo de
oportunidades

Volume 12
Origem: animal

AGRO INSIGHT



Institucional

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Presidente da República

CARLOS HENRIQUE BAQUETA FÁVARO

Ministro de Estado da Agricultura e Pecuária

IRAJÁ REZENDE DE LACERDA

Secretário-Executivo do Ministério da Agricultura e Pecuária

GUILHERME CAMPOS JÚNIOR

Secretário de Política Agrícola do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLOS GOULART

Secretário de Defesa Agropecuária do Ministério da Agricultura e Pecuária

LUIS RUA

Secretário de Comércio e Relações Internacionais do Ministério da Agricultura e Pecuária

MARCELO NARVAES FIADEIRO

Secretário de Inovação, Desenvolvimento Sustentável, Irrigação e Cooperativismo do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLOS ERNESTO AUGUSTIN

Assessor Especial do Gabinete do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLA MADEIRA GONÇALVES SIMÕES DOS REIS

Chefe de Assessoria Especial de Comunicação Social do Ministério da Agricultura e Pecuária

Elaboração, distribuição, informações:

Ministério da Agricultura e Pecuária

Secretaria de Comércio e Relações Internacionais

Departamento de Promoção Comercial e Investimentos - DPR

Coordenação-Geral de Gestão dos Adidos Agrícolas

Endereço: Esplanada dos Ministérios, Bloco D - 3º andar, Sala 300

CEP: 70043-900 Brasília - DF

Tel.: (61) 3218-2821 e-mail: divulgacao.scri@agro.gov.br

Editorial:

Priscilla Burmann

João Huguenin

Coordenação:

Luís Rua

Marcel Moreira

Carolina Eufemia Aquino de Sá

Ângela Pimenta Peres

Jennifer Santos Costa

Jennya Silva Brito

Equipe técnica:

Carlos Vitor Muller

Eduardo Sampaio Marques

José Guilherme Tollstadius Leal

Adriano Perrelli Pestana de Castro

Luciana Pich Gomes

Andrea Claudia Parrilla

Daniela de Moraes Aviani

Silvio Luiz Rodrigues Testaseca

Glauco Bertoldo

Nilton Antônio de Moraes

Paulo Márcio Mendonça de Araújo

Rodrigo do Espírito Santo Padovani

Leandro Diamantino Feijó

Jean Felipe Celestino Gouhie

Clóvis Augusto Versalli Serafini

Ricardo Zanatta Machado

Priscila Rech Pinto Moser

Rafael Mohana de Carvalho Refosco

Vanessa Medeiros de Jesus

Ana Lúcia de Paula Viana

Fabiana Villa Alves

Virgínia Arantes Ferreira Carpi

Ângelo de Queiroz Maurício

Bruno Cavalheiro Breitenbach

Marlos Schuck Vicenzi

Fernanda Vanessa Mascarenhas

Magalhães

Marco Aurélio Pavarino

Dalci de Jesus Bagolin

Ellen Elizabeth Laurindo

Adriane Reis Cruvinel

Frederique Rosa e Abreu

Warley Efreim Campos

Márcio Rezende Evaristo Carlos

Marco Túlio Santiago

Luiz Cláudio de Santana e Caruso

Rafael D'Aquino Mafra

Ana Carolina Miranda Lamy

Diego Leonardo Rodrigues

Juliano Vieira

Permitida a reprodução sem fins lucrativos, parcial ou total, por qualquer meio, se citada a fonte e o sítio da Internet onde pode ser encontrado o original (www.gov.br/agricultura).

Catálogo na Fonte

Biblioteca Nacional de Agricultura – BINAGRI

Resumo

O AgrolInsight nasce do compromisso do Ministério da Agricultura e Pecuária com o fortalecimento da presença do agronegócio brasileiro no mercado internacional.

Desenvolvido pela Secretaria de Comércio e Relações Internacionais (SCRI), com apoio dos adidos agrícolas presentes em 38 países, o material reúne análises estratégicas e oportunidades de negócios para produtores, exportadores e associações setoriais que buscam crescer de forma competitiva e sustentável.

Com base nas diretrizes do ministro Carlos Fávaro e sob a liderança do secretário Luis Rua, o AgrolInsight é resultado do esforço de uma equipe dedicada que acredita no potencial do Brasil como potência agroexportadora.

Este relatório é mais do que um compilado de dados — é uma ponte entre o agro brasileiro e o mundo.



CBEC: CAMINHO SIMPLIFICADO PARA APRESENTAR PRODUTOS DO AGRO BRASILEIRO AO CONSUMIDOR CHINÊS

Data: 02/12/2025

Posto: Pequim/China

Palavras-chave: Cross-Border E-commerce, CBEC, transfronteiriço

Responsável: Jean Felipe Celestino Gouhie

SUMÁRIO:

O comércio eletrônico transfronteiriço Cross-Border E-commerce (CBEC) tornou-se uma das portas mais acessíveis para que marcas estrangeiras ingressem no mercado chinês. Dentro dos limites de RMB 5.000 (aproximadamente USD 700) por pedido e RMB 26.000 (aproximadamente USD 3.600) por consumidor/ano, o CBEC permite importação com tarifa zero, aplicação de IVA e imposto de consumo sobre apenas 70% da base tributável e despacho simplificado. O canal funciona mediante a lista positiva, que define produtos elegíveis, e se apoia em uma rede crescente de zonas-piloto alfandegadas, hoje presentes em 178 cidades chinesas. Para o Brasil, o CBEC abre espaço relevante para alimentos de origem vegetal e animal, como, por exemplo, castanhas, mel, cachaça, pet food diretamente diante da classe média chinesa, altamente digitalizada e sensível à narrativa de origem e qualidade.

O que é o CBEC?

O comércio eletrônico transfronteiriço (CBEC) é uma forma simplificada de vender produtos diretamente ao consumidor chinês por meio de plataformas on-line. A compra acontece em sites e aplicativos como Tmall Global, JD Worldwide ou Douyin, e a entrega pode ser feita por logística internacional ou a partir de armazéns alfandegados localizados em zonas especiais na China.

Desde 2014, o governo chinês vem aperfeiçoando esse modelo, criando zonas-piloto, ajustando regras fiscais e modernizando os procedimentos aduaneiros. Na prática, conforme figura, o CBEC funciona como uma porta de entrada rápida e com menor burocracia, e menor custo, permitindo que empresas testem produtos no mercado chinês antes de realizar o registro completo exigido no comércio tradicional.

Existem dois caminhos operacionais:

- Envio direto ao consumidor, no qual o produto sai do país de origem após o pedido;
- Armazém alfandegado (bonded warehouse), aonde o produto chega antecipadamente à China, é armazenado em zona especial e só então enviado ao cliente.

Ambos são reconhecidos pela Administração-Geral de Aduanas da China (GACC), mas alguns produtos podem ser autorizados apenas para um dos modelos, conforme determina a lista positiva.

O ecossistema digital chinês acelera ainda mais esse processo, combinando e-commerce tradicional (Taobao, JD), live commerce e plataformas de conteúdo (Douyin, Xiaohongshu) e canais privados via WeChat, um modelo híbrido que aumenta a visibilidade e impulsiona vendas.

No CBEC, a tributação é bastante diferenciada e constitui um dos principais atrativos do sistema:

- Tarifa de importação: 0%
- IVA e imposto de consumo: cobrados sobre 70% da base de cálculo
- Limites de elegibilidade: até RMB 5.000 por pedido (aprox. USD 700) e RMB 26.000 por consumidor/ano (aprox. USD 3.600)
- Vendas que excedem esses limites deixam de se enquadrar no CBEC e passam a ser tributadas pelo regime tradicional, com todas as exigências regulatórias correspondentes.

A GACC controla automaticamente o valor acumulado por consumidor, o histórico de compras e a elegibilidade de cada item, garantindo que as operações se mantenham dentro das regras do canal.

Figura 1: Infográfico sobre o Cross-Border E-commerce (CBEC)

CBEC

Caminho simplificado para testar e apresentar produtos brasileiros na China



LISTA POSITIVA

A lista positiva inclui 426 alimentos e produtos agropecuários que podem ser importados pelo CBEC com benefícios fiscais

TARIFAS

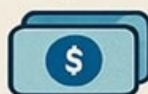
Tarifa de importação

0%

IVA e imposto de consumo: cobrados sobre 70% da base de cálculo



Envio direto ao consumidor
ou
Armazém alfandegado



Até RMB 5.000 por pedido
Até RMB 26.000 por consumidor/ano

ZONAS-PILOTO

Atualmente
178 cidades
chinesas



ROTULAGEM

A embalagem original é aceita, sem necessidade de rótulo físico em chinês.



** Produtos classificados como "alimentos especiais" (infantis, funcionais, dietéticos) continuam exigindo registro formal antes da venda, mesmo via CBEC*

Fonte: Elaborado pelo autor.

Dimensão do mercado e dinâmica das plataformas

O CBEC representava cerca de 1% do comércio exterior chinês em 2019 e alcançou aproximadamente 5% em 2023, mantendo expansão sólida. Apenas nos três primeiros trimestres de 2025, o comércio eletrônico transfronteiriço movimentou USD 290 bilhões, com crescimento de 6,4% e forte predominância de bens de consumo.

Zonas-piloto hoje se estendem por 178 cidades, incluindo Shanghai, Hangzhou, Ningbo, Guangzhou, Shenzhen, Tianjin e Zhengzhou, que concentram grande parte do consumo importado via CBEC.

Entre os produtos mais importados pela China via CBEC destacam-se alimentos premium, suplementos, frutas processadas e cafés especiais, categorias nas quais o Brasil possui competitividade crescente.

Lista positiva e elegibilidade

A lista positiva reúne 1.476 linhas tarifárias, das quais 426 são alimentos e produtos agropecuários. Ela define quais bens podem ser importados pelo CBEC com benefícios fiscais e sem registro prévio de rótulo. A última atualização ocorreu em 2022 e novas revisões seguem em discussão.

- Link oficial da lista positiva CBEC da China (em chinês):
<http://gss.mof.gov.cn/gzdt/zhengcefabu/202202/P020220221322524635155.pdf> (Ministério das Finanças da China)
- Links (não oficiais) apresentando lista positiva CBEC da China, em inglês:
<https://22765819.fs1.hubspotusercontent-na2.net/hubfs/22765819/MyMyPanda-Positive%20list-2022.pdf> (Mymypanda)
- <https://www.tmogroup.asia/china-positive-list/> (TMO Group)

É essencial confirmar se o produto brasileiro que se pretende exportar está na lista positiva e se sua categoria está autorizada para envio direto, para bonded warehouse (Armazém alfandegado) ou para ambos. Em alguns casos, a China restringe o canal, por exemplo, produtos apícolas foram limitados ao modelo bonded.

Convém ressaltar que a presença de um item na lista positiva não substitui a necessidade de o produto brasileiro em específico possuir acesso sanitário / fitossanitário formal ao mercado chinês, conforme protocolos ou autorizações expressas pela GACC.

Requisitos de conformidade e rotulagem

Mesmo com facilidades, produtos vendidos via CBEC devem cumprir regras de segurança alimentar e atender às exigências digitais de rotulagem:

- A embalagem original é aceita, sem necessidade de rótulo físico em chinês.
- A plataforma deve disponibilizar descrição on-line em chinês com ingredientes, alergênicos, país de origem e recomendações de uso.
- Produtos classificados como “alimentos especiais” (infantis, funcionais, dietéticos) continuam exigindo registro formal antes da venda, mesmo via CBEC.
- Para o modelo bonded, deve existir na China um responsável legal que responda por reclamações e rastreabilidade.

Principais plataformas para CBEC

Tabela 1: Lista não exaustiva (meramente ilustrativa) dos principais operadores e provedores de serviço CBEC, com breve descrição extraída dos sites próprios

PRINCIPAIS OPERADORES E PROVEDORES DE SERVIÇO		
NOME	DESCRIÇÃO	SITE
Xingyun Group	Alega ser líder em cadeia logística transfronteiriça e seu site informa expertise para produtos sensíveis, carne processada, café torrado, mel, frutas desidratadas e alimentos funcionais.	https://www.xingyungroup.com/en_US/brand
Higob	Informa atuação em categorias infantis e de saúde, produtos premium e naturais (mel, leite em pó, suplementos) com distribuição ampla e logística integrada.	http://www.higob.com/page2.html
KKS	Destaca a facilitação de conexões B2B e B2B2C, e o trabalho com cooperativas e pequenas agroindústrias que desejam acessar distribuidores chineses sem intermediários tradicionais.	https://www.klub1699.com/
Onion Global	Voltada para consumidores jovens e lifestyle, é ideal para produtos agro de identidade forte: cafés especiais, cacau	http://ir.msyc.com/IR-Home.html
	premium, produtos wellness e ingredientes inovadores, usando big data e influenciadores digitais.	
Youzan, Weidian e Mengdian	São integradores para operações via WeChat Store, apoiando desde mini-programas até pagamentos e logística.	https://www.tmogroup.asia/insights/sell-on-wechat-top-3rd-party-wechat-e-commerce-platforms-in-china-now/

Tabela 2: Lista não exaustiva (meramente ilustrativa) das principais plataformas de CBEC, com breve descrição extraída dos sites próprios

PLATAFORMAS DE CBEC		
NOME	DESCRIÇÃO	SITE
Tmall Global	Principal porta de entrada do Alibaba para marcas internacionais, com forte exposição em grandes eventos de e-commerce e infraestrutura robusta de armazenagem aduaneira. Boa para produtos premium, como café especial, mel, castanhas e alimentos funcionais.	https://merchant.tmall.hk/en
JD Worldwide	Logística mais rápida da China e tecnologia blockchain	https://cooperation.jd.com/lang/zh?showNav=1
	para rastreamento. Ideal para produtos que exigem cadeia fria, cafés e produtos gourmet	
Douyin Global	E-commerce baseado em vídeos curtos e transmissões ao vivo. Excelente para alimentos com forte storytelling.	https://b.guantou.com/?locale=en

Kuaishou/Kwai Shop	Forte em cidades menores com alto engajamento comunitário. Oportunidade para ampliar consumo de produtos de uso frequente, como cafés, produtos apícolas e alimentos saudáveis.	https://www.kwaixiaodian.com/crossborder
DHGate	Plataforma B2B que permite entrada no mercado chinês em pequenos lotes. Útil para	https://seller.dhgate.com/merchant/register/pageLoad.do?act=pageload#hp-head-2?f=xf
	cooperativas e pequenas agroindústrias testarem demanda.	
Suning	Modelo online-offline. Boa vitrine para produtos diferenciados do agro.	https://sop.suning.com/sel/dhic/hwgInvestmentPolicysEN.htm
WeChat Store	Canal social de conversão direta via mini-programas. Essencial para marcas que precisam comunicar rastreabilidade, origem e atributos técnicos. Alta capacidade de fidelização.	https://store.weixin.qq.com/

vip.com	Plataforma com forte uso de IA para segmentar consumidores. Bom espaço para <u>snacks</u> saudáveis, cafés especiais e produtos naturais.	https://www.vip.com/en/about-us
---------	---	---

O CBEC consolidou-se como o canal mais rápido, flexível e de menor risco regulatório para inserir produtos do agro brasileiro no mercado chinês. A combinação entre elegibilidade na lista positiva, respeito aos tetos tributários e uso estratégico de plataformas on-line e influenciadores permite que empresas brasileiras testem produtos, construam marca e escalem operações com custos controlados.

Referências

1. Serviços de comércio eletrônico transfronteiriço ajudam mais produtos brasileiros a entrar no mercado chinês (Xinhua em português). Notícia que relata casos concretos de marcas brasileiras entrando no mercado chinês via CBEC. Link: <https://portuguese.xinhuanet.com/20240914/ce971e8480ca40bfb270186f337380db/c.html>
2. Comércio eletrônico transfronteiriço cresce com força no Delta do Rio Yangtzé (CGTN em português). Notícia que mostra como regiões piloto estão se engajando mais no CBEC. Link: <https://portuguese.cgtn.com/2025/06/16/ARTI1750062107587892>
3. Publicação do MDIC / MRE sobre o e-commerce da China Documento em PDF que menciona que plataformas chinesas de comércio eletrônico transfronteiriço aceitam registro de exportadores brasileiros. Link: https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/sdic/observatorio/publicacoes/copy_of_DocumentoelaboradopeloMREsobreoecommerceChina.pdf