

Um
mundo de
oportunidades

Volume 8
Origem: vegetal

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

PEDRO ALVES CORRÊA NETO

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

4ª edição. Ano 2025

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:

Carolina Eufemia Aquino de Sá

Ângela Pimenta Peres

Estella R. Borges de Brito

Jennifer Santos Costa

Jennya Silva Brito

Manoel Augusto Soares Junior

Marcel Moreira

Filipe Guerra

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 Efrem 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

Leandro Antunes

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.



O MERCADO DE PRODUTOS ORGÂNICOS NA CHINA: OPORTUNIDADES PARA OS PRODUTOS DE ORIGEM VEGETAL DO BRASIL

Data: 01/08/2025

Posto: Pequim/China

Palavras-chave: China; vegetais; produtos orgânicos

Responsável: Leandro Diamantino Feijó, Adido Agrícola em Pequim

SUMÁRIO:

Nas últimas décadas, a China emergiu como o terceiro maior mercado global de orgânicos, com faturamento de ¥1 016 bi em 2023. Impulsionado pelo crescente poder aquisitivo da classe média urbana e por preocupações com saúde e segurança alimentar, o consumo de orgânicos no país cresce em média 9,3% ao ano. O arcabouço regulatório chinês, baseado no padrão GB/T 19630-2019 e supervisionado pela SAMR e CNCA, exige certificação local rigorosa para produtos nacionais e importados. A produção interna, concentrada em grãos, hortaliças, frutas, não supre totalmente a demanda, abrindo espaço para importações especializadas. O Brasil, com ampla diversidade climática e experiência em certificações internacionais, tem potencial competitivo em açúcar, café, soja especial, frutas tropicais e castanhas. No entanto, barreiras fitossanitárias, custos de dupla certificação e exigências de rotulagem em chinês representam importantes desafios. Canais de e-commerce e parcerias locais são fundamentais para inserir produtos brasileiros, especialmente em nichos de alto valor agregado. Recomenda-se investimento prévio em certificação chinesa, foco em produtos de nicho e estratégias de marketing adaptadas ao consumidor chinês. A atuação coordenada entre setor privado e governo, promovendo acordos de equivalência e apoio logístico, será decisiva para ampliar a presença brasileira no mercado orgânico chinês.

INTRODUÇÃO

O mercado de alimentos orgânicos vem apresentando forte expansão global nas últimas décadas, impulsionado pela maior conscientização dos consumidores acerca de saúde, meio ambiente e segurança alimentar. Em 2022, as vendas mundiais de produtos orgânicos alcançaram cerca de €145 bilhões (aproximadamente R\$800 bilhões), com mais de 76 milhões de hectares de terras agrícolas manejadas organicamente no planeta (Figura 01).

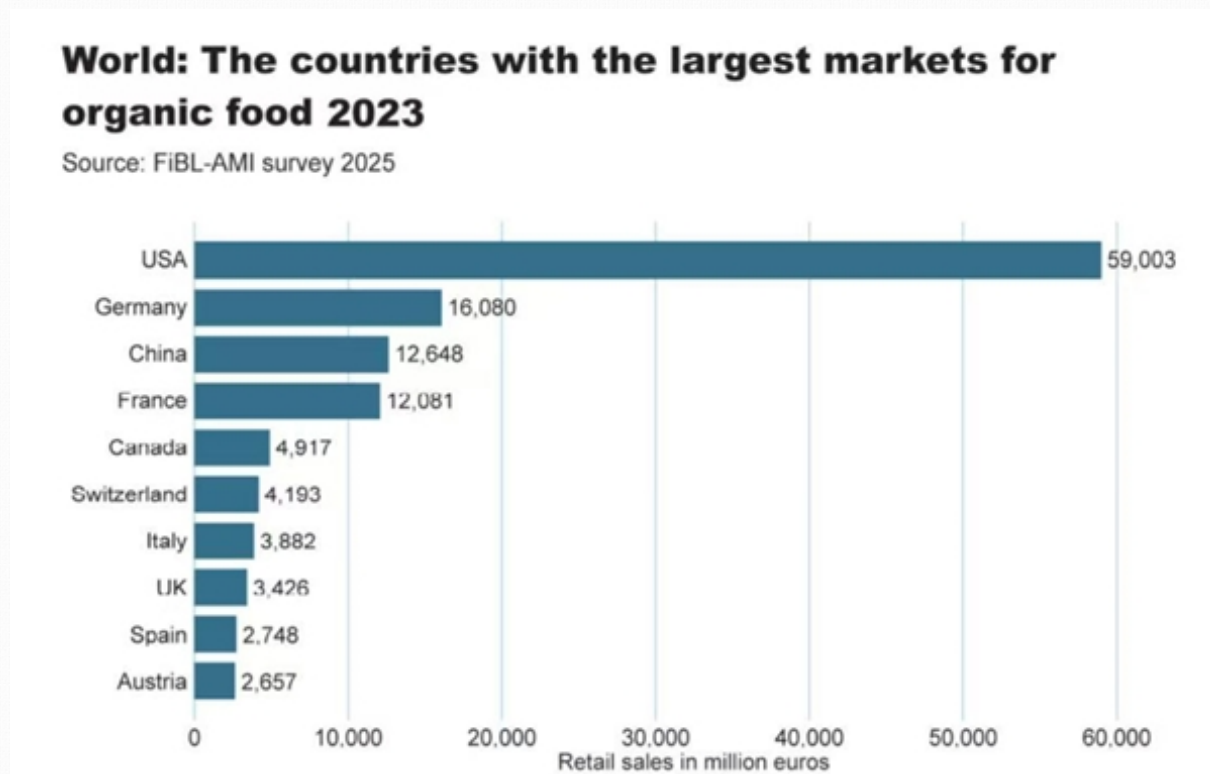
Figura 01 – Países com as maiores áreas de agricultura orgânica em 2023



Fonte: FILBL 2025,266

A China insere-se de forma crescente nesse contexto: em 2023, o país tornou-se o terceiro maior mercado orgânico do mundo (Figura 02), com faturamento estimado em ¥1016 bilhões (cerca de US\$14 bilhões). Tal posição global foi atingida após um período de crescimento acelerado, as vendas de orgânicos na China aumentaram 61% entre 2018 e 2023 (taxa média anual de ~9,3%). Historicamente, o movimento orgânico moderno teve origem na primeira metade do século XX na Europa, mas ganhou escala comercial a partir dos anos 1990. Na China, os primeiros passos ocorreram por volta de 1990, quando foi exportado chá orgânico chinês para a Europa. Nos anos 1990, o governo chinês lançou o selo “Green Food” (alimentos ecológicos de baixo resíduo) como etapa preliminar, e o primeiro centro de certificação orgânica doméstico (OFDC) surgiu em 1994. A regulamentação específica de orgânicos consolidou-se no início dos anos 2000, a partir de 2003 foram instituídas leis e normas nacionais para produção orgânica, dando base para um crescimento organizado do setor. Especialistas ressaltam que, após 2010, a demanda interna por orgânicos decolou, impulsionada por inúmeros escândalos alimentares domésticos e pela rápida ascensão da classe média. Se inicialmente a produção orgânica chinesa era quase toda voltada à exportação (especialmente de mel, chás, grãos e oleaginosas), na última década o foco voltou-se cada vez mais para o mercado interno em expansão.

Figura 02 – Mercado global de alimentos orgânicos em 2023



Fonte: FiBL/IFOAM/2024

Do ponto de vista do agronegócio brasileiro, o mercado chinês possui importância estratégica. A China já é o principal destino de várias commodities agropecuárias convencionais do Brasil (como soja, açúcar e café) e responde por uma parcela significativa das exportações totais do setor. Com 1,4 bilhão de habitantes, renda per capita em crescimento e urbanização acelerada, a China representa um enorme mercado consumidor, inclusive para produtos de maior valor agregado e apelo de qualidade, caso dos orgânicos. A demanda chinesa por alimentos mais saudáveis e seguros cria oportunidades para diversificação das exportações brasileiras, indo além das commodities tradicionais. Nesse contexto, este trabalho tem por objetivo analisar o mercado de produtos orgânicos na China, sua evolução, políticas, consumidores, produção local e fluxos de comércio e identificar oportunidades e desafios para os produtos orgânicos de origem vegetal do Brasil. Espera-se, assim, oferecer subsídios para produtores, exportadores e formuladores de políticas que visam posicionar o Brasil como fornecedor qualificado nesse promissor mercado asiático.

CONTEXTUALIZAÇÃO DO MERCADO CHINÊS DE PRODUTOS ORGÂNICOS

Definição e regulamentação

Na China, considera-se “produto orgânico” aquele obtido respeitando os ciclos naturais de plantas e animais, sem uso de insumos químicos sintéticos (agrotóxicos, fertilizantes artificiais, reguladores de crescimento) nem organismos geneticamente modificados. A certificação orgânica chinesa baseia-se nos princípios da saúde, ecologia, equidade e cuidado, buscando otimizar em conjunto os benefícios ecológicos, econômicos e sociais da produção.

O arcabouço legal atual fundamenta-se no Padrão Nacional GB/T 19630-2019, emitido pela Administração Estatal de Regulamentação de Mercado (SAMR). Esse padrão estabelece os requisitos para produção, processamento, rotulagem e comercialização de orgânicos, valendo tanto para produtos nacionais quanto importados. A versão original data de 2011 e foi atualizada em 2019, em vigor desde 2020. Adicionalmente, a China promulgou as Medidas Administrativas de Certificação de Produtos Orgânicos (última revisão em 2022), que determinam que qualquer entidade envolvida na produção, processamento, importação ou venda de orgânicos no mercado chinês deve obter a certificação orgânica chinesa. Em outras palavras, mesmo produtos já certificados como orgânicos no exterior precisam de certificação por um organismo credenciado chinês para serem comercializados como “orgânicos” na China. Não há (até recentemente) reconhecimento automático de selos estrangeiros, embora existam acordos bilaterais de equivalência em casos pontuais (por exemplo, com a Nova Zelândia, desde 2016).

POLÍTICAS PÚBLICAS E DIRETRIZES GOVERNAMENTAIS

O desenvolvimento da agricultura orgânica integra uma agenda governamental mais ampla de “agricultura verde” e sustentabilidade na China. O 14º Plano Quinquenal (2021-2025) enfatiza a necessidade de desenvolvimento sustentável e de uma transformação verde abrangente do sistema econômico e social. Em linha com isso, o Ministério da Agricultura e dos Assuntos Rurais (MARA) e outros órgãos lançaram iniciativas para promover a agricultura ecológica. Por exemplo, o Ministério de Ecologia e Meio Ambiente emitiu diretrizes para construção de bases nacionais de produção de alimentos orgânicos padronizadas, visando ampliar a oferta de produtos orgânicos e ecológicos. Subsídios locais, projetos-piloto e metas de conversão de área para manejo orgânico têm sido adotados em várias províncias.

A certificação orgânica é vista pelo governo como ferramenta para agregar valor ao campo, reduzir poluição difusa na agricultura e impulsionar a revitalização rural. Em 2024, a SAMR divulgou o relatório anual “China Organic Product Certification and Industry Development”, destacando os avanços do setor e orientando medidas futuras. Em resumo, há um esforço estatal coordenado, do planejamento nacional a ações regulatórias, para expandir a produção orgânica, padronizar a certificação e fomentar o consumo interno como parte de uma transição mais ampla para padrões de produção e consumo sustentáveis.

PANORAMA DO CONSUMO DE ORGÂNICOS

O mercado chinês de produtos orgânicos apresenta crescimento vigoroso. Em 2023 (Figura 03), as vendas domésticas de orgânicos ultrapassaram pela primeira vez ¥1000 bilhões (cerca de US\$14 bi). Esse montante coloca a China atrás apenas dos Estados Unidos e Alemanha em consumo orgânico global. Mesmo assim, ainda há amplo espaço de expansão: o consumo per capita anual de orgânicos na China é estimado em apenas €9 (cerca de R\$50), bem abaixo da média global (€17) e de países como Suíça (€437).

Os produtos orgânicos respondem por menos de 2% do mercado alimentar chinês, enquanto em líderes como a Dinamarca essa fatia ultrapassa 12%. Esses indicadores refletem tanto o enorme potencial latente do mercado chinês quanto os desafios (preços elevados e confiança do consumidor, discutidos adiante).

Fatores macroeconômicos têm favorecido o crescimento: o aumento da renda disponível, especialmente entre as classes médias urbanas, e a urbanização (mais de 60% da população já vive em cidades) ampliaram a demanda por alimentos de maior qualidade e seguros.

Figura 03 – Evolução das vendas de produtos orgânicos na China (2013 a 2023)



Fonte: Qianzhan/SAMR

Adicionalmente, recorrentes incidentes de segurança alimentar estimularam uma parcela do público a buscar selos de orgânico como garantia de menor risco (de agrotóxicos, adulterações, etc.). A pandemia de COVID-19 reforçou essa tendência, elevando a preocupação com saúde e imunidade, o que levou, por exemplo, a crescimento de 13% nas vendas de alimentos orgânicos embalados em 2021, com destaque para fórmulas infantis orgânicas (+15,6%), acima da média do mercado alimentício convencional.

PRINCIPAIS CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO

Os principais canais de comercialização de orgânicos na China refletem as transformações no varejo do país. As grandes metrópoles contam com redes de supermercados premium e mercearias especializadas que dispõem de seções orgânicas. Todavia, o comércio eletrônico tornou-se um vetor fundamental: plataformas online e apps de alimentos frescos (como Hema, JD.com, Tmall) possibilitam que consumidores em várias regiões adquiram produtos orgânicos com entrega rápida (Figura 04).

Em busca no aplicativo Hema Fresh, por exemplo, encontram-se desde carnes suínas orgânicas a ovos e leite orgânicos; alguns dos produtos orgânicos mais vendidos na plataforma incluem banana orgânica importada e alface orgânica “do planalto” (variedade cultivada em altitudes elevadas), com milhares de unidades comercializadas mensalmente. Ou seja, o canal online não só amplia o acesso (inclusive a produtos importados que antes ficavam restritos a lojas de nicho), mas também atende à preferência do público urbano jovem por conveniência e diversidade de oferta. Feiras e mercados de produtores orgânicos também existem em grandes cidades (p.ex. Beijing, Xangai), embora atendam um nicho mais limitado. Em síntese, a cadeia de distribuição dos orgânicos na China combina redes varejistas modernas, canais especializados e e-commerce, com este último respondendo por uma fatia crescente das vendas devido à logística eficiente e ao marketing digital voltado ao consumidor preocupado com saúde.

Figura 04 – Exemplo de plataformas chinesas online para compra de alimentos



Fonte: <https://sekkeidigitalgroup.com/top-social-commerce-platforms-in-china/>

PERFIL DO CONSUMIDOR CHINÊS DE PRODUTOS ORGÂNICOS

Segmentação demográfica e de renda

O consumidor típico de orgânicos na China concentra-se nas classes média e alta urbanas, com maior incidência em faixas etárias de 20 a 45 anos. Pesquisas indicam que lares de renda elevada, sobretudo nos grandes centros (Pequim, Xangai, Guangzhou, Shenzhen), têm probabilidade bem maior de comprar alimentos orgânicos regularmente. Dentro desses lares, destacam-se pais de crianças pequenas: muitos começam a adquirir orgânicos (como legumes, frutas, cereais e especialmente leite) quando preparam alimentos para bebês, buscando proteger os filhos de resíduos químicos. Em contrapartida, grupos de menor poder aquisitivo ainda consomem orgânicos de forma esporádica, devido ao preço premium. Assim, a base atual de consumidores concentra-se nos estratos que podem arcar com o sobrepreço e que valorizam qualidade de vida.

Preferências e atributos valorizados

Várias pesquisas de mercado confirmam que os consumidores chineses de orgânicos priorizam atributos relacionados à saúde e segurança alimentar. Em primeiro lugar está a percepção de qualidade superior e ausência de resíduos nocivos, ou seja, esperam que os orgânicos sejam mais seguros, livres de pesticidas, antibióticos, hormônios etc (Figura 05). Esse fator tornou-se especialmente relevante após incidentes de contaminação de leite em pó e outros escândalos, criando demanda por produtos considerados “seguros o suficiente para bebês”.

A rastreabilidade também é muito valorizada: compradores querem garantia de autenticidade, origem confiável e certificação rigorosa, muitos verificam selos nas embalagens e até códigos de produto orgânico que podem ser conferidos online. Outros atributos citados incluem sabor e frescor (no caso de hortifrúti), bem como impactos ambientais positivos. Consumidores mais jovens e escolarizados começam a associar orgânicos a sustentabilidade e responsabilidade ambiental, alinhando-se a tendências globais de consumo consciente. Em síntese, o público chinês de orgânicos busca produtos que entreguem benefícios à saúde (pessoais e familiares) e que estejam alinhados a valores de qualidade, autenticidade e, crescentemente, sustentabilidade.



Fonte: <https://normex.ca/news/food-safety-certifications-a-friendly-and-professional-guide-to-choosing-the-right-one-for-your-business>

Existe no mercado chinês um misto de entusiasmo e ceticismo em relação aos orgânicos importados. Por um lado, muitos consumidores afluentes confiam mais em marcas estrangeiras por acreditarem que os padrões orgânicos na Europa, Estados Unidos, Oceania etc. são mais rígidos ou melhor fiscalizados. Essa confiança beneficia especialmente itens como fórmulas infantis, laticínios, vinhos e frutas secas/orgânicas embaladas de origem estrangeira, que costumam ser vistos como de qualidade premium. Por outro lado, esses produtos importados chegam com preços bastante altos, o que restringe o público. Já os produtos orgânicos nacionais, apesar de mais acessíveis, enfrentam um déficit de confiança de parte dos consumidores.

CADEIA PRODUTIVA DE PRODUTOS ORGÂNICOS NA CHINA

Produção orgânica local, principais produtos, regiões e desafios

A China possui a 4ª maior área agrícola orgânica do mundo, com mais de 4 milhões de hectares certificados (dados de 2023). Essa área, que cresceu rapidamente partindo de ~1,16 milhão ha em 2013, representa cerca de 0,5% do total da terra agrícola chinesa, indicando potencial para expansão. As produções orgânicas distribuem-se em diversas províncias: destacam-se regiões do nordeste (Heilongjiang, Jilin) pela produção de grãos (arroz, soja, milho) e oleaginosas orgânicas, e o norte/noroeste (Mongólia Interior, Ningxia) pela pecuária leiteira e por cadeias de carne orgânica em surgimento. Províncias como Shandong, Hebei e Shanxi têm polos de hortaliças e frutas orgânicas, enquanto o sul (Yunnan, Guangxi) desponta com chás, ervas medicinais e frutas tropicais orgânicas. Em termos de produtos, os laticínios orgânicos ocupam papel proeminente no mercado interno: apenas em 2023 foram emitidos quase 3,75 bilhões de selos orgânicos para leite UHT (longa vida), tornando-o o produto orgânico individual de maior volume no país. Outros itens relevantes são hortaliças frescas, frutas (por exemplo, maçãs, frutas vermelhas), cereais (arroz, trigo), produtos derivados de soja (tofu, leite de soja) e bebidas como chá verde orgânico. Notavelmente, até mesmo categorias inusitadas entraram na lista orgânica chinesa – por exemplo, houve 700 milhões de selos orgânicos emitidos para aguardente (baijiu) em 2023, indicando produção de bebidas alcoólicas orgânicas. Apesar do crescimento, a produção orgânica local enfrenta desafios: os custos de conversão e certificação são elevados, a produtividade por hectare tende a ser menor que na agricultura convencional, e muitos agricultores relatam dificuldade em acessar canais premium para escoar a produção. Além disso, a estrutura de produção ainda é concentrada em produtos primários, cerca de 90% das certificações orgânicas são de produtos “in natura” (produção agrícola ou pecuária e matérias-primas), com pouca diversificação em itens processados de maior valor agregado. Esse perfil primário limita a oferta de produtos orgânicos mais elaborados. Desta forma, a China ampliou significativamente sua base produtiva orgânica (em área e variedade), mas enfrenta o desafio de integrar mais produtores, aumentar eficiência e diversificar a cadeia produtiva mantendo a confiabilidade do selo.

LEGISLAÇÃO CHINESA DE PRODUTOS ORGÂNICOS

A China desenvolveu um robusto marco regulatório para produtos orgânicos, visando garantir a qualidade desses produtos, proteger consumidores e o meio ambiente, e alinhar-se a normas internacionais. Esse arcabouço normativo estabelece requisitos claros que devem ser seguidos pelo governo, pelos organismos certificadores e pelas empresas (chinesas e estrangeiras) interessadas em produzir, certificar ou comercializar produtos de origem vegetal orgânicos no mercado chinês.

Assim, para que um produto de origem vegetal seja vendido como “orgânico” na China, ele precisa cumprir a legislação chinesa específica de orgânicos e obter a certificação orgânica chinesa correspondente. A seguir, apresenta-se uma contextualização das principais leis, regulamentos e órgãos governamentais chineses envolvidos nesse sistema.

ÓRGÃOS GOVERNAMENTAIS CHINESES

Vários órgãos governamentais chineses atuam na implementação e fiscalização desse marco regulatório de orgânicos, cada qual com responsabilidades definidas nas legislações:

Conselho de Estado da China: órgão máximo da administração chinesa, foi responsável por emitir o Regulamento de Certificação e Acreditação de 2003 que serve de base legal para todas as normas subsequentes. Esse regulamento geral confere autoridade legal para os demais atos normativos em matéria de certificação, incluindo as regras de orgânicos, e delega a supervisão setorial a órgãos especializados.



Administração Estatal de Regulação do Mercado (SAMR): é a agência governamental central atualmente encarregada da gestão do sistema de certificação de produtos orgânicos. A SAMR, criada em 2018 por meio de uma reforma institucional que incorporou atribuições do antigo AQSIQ, coordena nacionalmente a certificação orgânica, elabora e atualiza as normas e regras específicas (como o catálogo de produtos orgânicos certificáveis e as regras de implementação), e supervisiona as atividades de certificação em todo o país. Por exemplo, cabe ao SAMR aprovar quais organismos de certificação podem realizar auditorias orgânicas e assinar acordos internacionais de reconhecimento de certificações orgânicas.

Em 2022, foi a SAMR que promulgou a revisão das Medidas Administrativas para Certificação de Produtos Orgânicos (Portaria SAMR nº 61/2022) visando aprimorar e atualizar a regulamentação. Além disso, a SAMR conduz programas de cooperação internacional em orgânicos: de acordo com o princípio de reciprocidade, a SAMR (por meio de seu departamento competente) pode avaliar a equivalência de sistemas estrangeiros de certificação orgânica e firmar Memorandos de Entendimento com autoridades de outros países. Esses acordos visam o reconhecimento mútuo ou facilitação da entrada de produtos orgânicos estrangeiros, quando os padrões e procedimentos são considerados equivalentes. Maiores informações podem ser obtidas pelo site: [Órgãos governamentais chineses](#)



Comitê Nacional de Certificação e Acreditação (CNCA): trata-se do órgão especializado, originalmente estabelecido no âmbito do AQSIQ, responsável pela implementação prática das políticas de certificação. Na estrutura atual, as funções do CNCA foram incorporadas ao SAMR, mas na legislação ele é referido como a autoridade competente em matéria de certificação. O CNCA, em conjunto com o SAMR, foi historicamente responsável por emitir normas técnicas complementares (como as Regras de Implementação da Certificação Orgânica e o Catálogo de Produtos Orgânicos Certificáveis) e por gerenciar o sistema de certificação no dia a dia. Na prática, o CNCA (agora dentro do SAMR) habilita e monitora os organismos certificadores.

Também é o CNCA/SAMR que mantém o banco de dados nacional de certificações orgânicas, onde, por exemplo, pode-se consultar pelo código do selo se um determinado produto importado ou nacional possui certificação orgânica válida. Em suma, o CNCA atua como a autoridade certificadora central, assegurando que as diretrizes da SAMR sejam executadas e que haja uniformidade nos procedimentos de certificação em todo o país. Maiores informações podem ser obtidas pelo site: Órgãos governamentais chineses



Administração Nacional de Normalização (SAC): é a entidade governamental responsável por desenvolver e publicar os Padrões Nacionais Chineses (GB). No contexto de orgânicos, a SAC, em conjunto com o SAMR, publicou a norma GB/T 19630-2019, a qual serve de referência técnica obrigatória para a certificação orgânica. A SAC coordena com comitês técnicos e especialistas (incluindo representantes de ministérios, universidades e centros de pesquisa agrícola) a elaboração e revisão desses padrões, garantindo que os requisitos técnicos estejam atualizados e compatíveis com as melhores práticas internacionais. Qualquer revisão futura dos critérios de produção orgânica passará por esse órgão. Maiores informações podem ser obtidas pelo site: pelo site: Administração Nacional de Normalização (SAC):

Outros órgãos: Embora a regulação e certificação em si sejam conduzidas pelos órgãos acima, cabe recordar que o Ministério da Agricultura e Assuntos Rurais (MARA) da China também desempenha um papel de apoio e promoção da agricultura orgânica. O MARA incentiva práticas sustentáveis e pode estabelecer diretrizes agrícolas, mas não realiza a certificação orgânica comercial, esta é centralizada sob o sistema do SAMR/CNCA. Já a Administração-Geral das Alfândegas da China (GACC) coopera na fiscalização de importações: produtos declarados como orgânicos ao entrar no país estão sujeitos à verificação do cumprimento das exigências chinesas. Em linha com o que determinam as Medidas Administrativas, as alfândegas chinesas exigem que produtos importados com rótulo “orgânico” tenham obtido certificação orgânica chinesa ou sejam provenientes de países com acordo de equivalência em vigor. Caso contrário, o produto não pode ser comercializado como orgânico dentro da China. Maiores informações podem ser obtidas pelos sites: <http://english.customs.gov.cn/> e <https://english.moa.gov.cn/>

MARCO REGULATÓRIO E PRINCIPAIS NORMAS

Ordem SAMR nº 61, de 29/09/2023: A legislação vigente é estabelecida pelas Medidas de Administração da Certificação de Produtos Orgânicos, inicialmente publicadas em 2013 (valendo a partir de 2014) e revisadas pela Ordem nº 166 de 25/08/2015 da AQSIQ (Administração-Geral de Supervisão de Qualidade, Inspeção e Quarentena). Em 2018, as atribuições foram transferidas para a Administração Estatal de Regulamentação do Mercado (SAMR), que emitiu nova revisão em setembro de 2022 (Ordem SAMR nº 61), vigente desde 29/09/2023. A regulamentação aplica-se integralmente à produção, processamento, importação e comercialização de produtos orgânicos no território chinês, abrangendo tanto produtos nacionais quanto importados.

As Medidas Administrativas estabelecem que qualquer produção, processamento, importação ou venda de produtos orgânicos em território chinês deve obedecer a esse regulamento. Nelas, define-se “produto orgânico” como aquele destinado ao consumo humano ou animal produzido, processado e comercializado em conformidade com o padrão nacional chinês de produtos orgânicos. Ou seja, fica explícito que a certificação orgânica na China deve seguir estritamente os padrões nacionais de orgânicos vigentes. Essas Medidas Administrativas unificam o sistema de certificação orgânica no país. Elas preveem um catálogo único de produtos certificáveis, um padrão nacional único e regras unificadas de certificação e uso do selo orgânico. Também atribuem claramente as responsabilidades institucionais: a Administração Estatal de Regulação do Mercado (State Administration for Market Regulation - SAMR) é encarregada da gestão, supervisão e coordenação unificadas da certificação orgânica em todo o país, enquanto as agências locais de supervisão de mercado ficam responsáveis pela fiscalização das atividades de certificação orgânica em suas respectivas jurisdições.

Ainda conforme as Medidas, somente organismos de certificação que tenham personalidade jurídica na China e aprovação do órgão regulador podem conduzir certificações de produtos orgânicos. Esses organismos certificadores devem operar conforme as regras unificadas estabelecidas pela autoridade central. De fato, para complementar as Medidas Administrativas, foram emitidas as Regras de Implementação da Certificação de Produtos Orgânicos (CNCA Anúncio nº 21/2019), que detalham os procedimentos técnicos que as certificadoras devem seguir, desde a análise de pedido, auditoria in loco, coleta de amostras, até a decisão de certificação, emissão do certificado e supervisão pós-certificação.

Desta forma, a legislação chinesa sobre produtos orgânicos estabelece um processo rigoroso de certificação e controle, que empresas brasileiras precisam conhecer detalhadamente ao almejar aquele mercado. O foco nas normas de produção vegetal orgânica indica que apenas produtos cultivados e processados segundo os padrões chineses, e auditados por certificadoras aprovadas na China, podem ser promovidos como orgânicos no país. Isso envolve adequar práticas agrícolas, documentação e rotulagem aos requisitos chineses, bem como investir na certificação junto a organismos competentes.

A atualização de 2023 reforçou o papel central do órgão regulador (SAMR) e manteve as exigências essenciais, como o limite mínimo de 95% de ingredientes orgânicos nos produtos certificados e a obrigatoriedade do selo nacional nas embalagens. Para as empresas brasileiras de produtos vegetais orgânicos, seguir essa legislação significa não apenas cumprir burocracias, mas garantir acesso a um dos maiores mercados consumidores de orgânicos do mundo de forma legal e competitiva. Não há atalho: sem o certificado orgânico chinês, o produto não pode ser chamado de orgânico na China. Portanto, vale a pena planejar a certificação com antecedência, escolher parceiros de certificação experientes e adaptar-se às normas chinesas, assegurando que o atributo “orgânico” de seus produtos seja reconhecido e valorizado pelos consumidores chineses dentro da lei vigente.



GB/T 19630-2019: Outro componente fundamental é o padrão nacional de produtos orgânicos. O padrão técnico atualmente em vigor é a Norma Nacional GB/T 19630-2019, intitulada “Produtos Orgânicos – Requisitos para Produção, Processamento, Rotulagem e Sistema de Gestão” (Organic Products – Requirements for Production, Processing, Labeling and Management System), publicada em 30/08/2019 e implementada a partir de 01/01/2020.

A GB/T 19630-2019 se aplica a toda a cadeia de produção de alimentos orgânicos, abrangendo a produção de produtos de origem vegetal, animal e microbiana, bem como o processamento de alimentos, rações, têxteis e outros produtos orgânicos, incluindo etapas de embalagem, armazenamento, transporte, rotulagem e venda desses produtos. No catálogo oficial de produtos elegíveis à certificação orgânica constam diversas categorias de produtos de origem vegetal, como vegetais, frutas, grãos, leguminosas, sementes oleaginosas, especiarias, chás, fibras naturais (algodão, cânhamo), açúcar, entre outros. Assim, qualquer alimento de origem vegetal destinado ao mercado chinês que seja comercializado como “orgânico” deve atender a essa norma e ser certificado conforme o sistema chinês.

Esse padrão nacional substituiu versões anteriores (de 2005 e 2011) e estabelece criteriosamente as práticas permitidas na produção agrícola orgânica, processamento, insumos, requisitos de rotulagem, bem como exigências de sistema de manejo e controle para que um produto seja considerado orgânico na China. Todas as certificações orgânicas na China devem ser realizadas com base nessa norma nacional, conforme previsto pelas próprias Medidas Administrativas. Em outras palavras, o padrão GB/T 19630 constitui, junto com a legislação, a espinha dorsal do sistema regulatório de orgânicos: produtores e processadores devem segui-lo, e as certificadoras devem utilizá-lo como referência para auditar a conformidade dos produtos. A emissão da versão 2019 dessa norma foi feita conjuntamente pelo SAMR e pela Administração Nacional de Normalização (Standardization Administration of China – SAC), órgão responsável pela publicação de normas técnicas nacionais.

Anúncio nº 21/2019: Para que um produto de origem vegetal seja vendido como orgânico no mercado chinês, ele deve estar em conformidade com a legislação local e ser certificado por um organismo credenciado chinês, recebendo o selo orgânico oficial da China. Em 2019, houve uma atualização importante nessa legislação: a Administração de Certificação e Acreditação da China (CNCA) publicou o Anúncio Nº 21/2019, introduzindo uma nova versão das “Regras de Implementação para Certificação de Produtos Orgânicos”. Essa revisão entrou em vigor em 1º de janeiro de 2020, sendo a primeira atualização das regras desde 2014.

O objetivo declarado da revisão foi aprimorar o sistema de certificação orgânica chinês, padronizar as atividades de certificação e garantir maior consistência e eficácia no processo. As empresas foram orientadas a adequar seus procedimentos e documentação às novas regras, bem como à nova norma nacional GB/T 19630-2019 (que estabelece os requisitos de produção, processamento, rotulagem e gestão para produtos orgânicos).

Um ponto fundamental da legislação chinesa é o Catálogo de Produtos Certificáveis como orgânicos, que lista todas as categorias de produtos elegíveis à certificação orgânica. Em novembro de 2019, junto com as novas regras, a CNCA publicou uma versão revisada desse catálogo (sexta revisão desde 2012). O novo catálogo ampliou o escopo para 1.136 produtos distribuídos em 46 categorias, um aumento em relação às 35 categorias da lista de 2018. As principais categorias contempladas são de origem vegetal, incluindo hortaliças, frutas, leguminosas, cereais e ervas medicinais tradicionais chinesas.

Conforme determinação da CNCA, somente produtos listados nesse catálogo podem ser certificados como orgânicos na China. A partir da publicação da lista, os organismos certificadores passaram a recusar novas solicitações de certificação para quaisquer produtos não constantes no catálogo. Para empresas que já possuíam certificação orgânica chinesa de um produto que ficou fora da nova lista, houve uma medida transitória: o certificado pôde ser usado até sua data de vencimento, mas não pôde ser renovado (sendo considerado expirado automaticamente ao término da validade).

Desta forma, produtos de origem vegetal não incluídos no catálogo não podem ostentar o rótulo orgânico na China, o que destaca a importância de verificar se o item agrícola ou alimento processado em questão está contemplado na lista oficial. Por fim, o marco regulatório chinês também inclui regras específicas quanto à rotulagem e ao uso do selo “orgânico” (Figura 06).

Figura 06 – Selo orgânico concedido no processo de certificação chinesa para uso no produto



Fonte: China's organic agriculture and food sector

Somente produtos que tenham sido certificados podem ostentar no rótulo a designação “orgânico” em chinês ou outros idiomas, e todos os produtos certificados devem exibir o selo oficial de certificação orgânica da China, também chamado de “China Organic”, com um código de rastreabilidade único. Conforme as regras, apenas alimentos processados com no mínimo 95% de ingredientes orgânicos (em peso ou volume, excluídos água e sal) podem receber a certificação orgânica e usar a denominação “orgânico” em suas embalagens. Produtos com teor orgânico inferior a 95% não podem ser certificados nem rotulados como orgânicos. Essa medida garante rigor na utilização do termo e evita que produtos parcialmente orgânicos induzam o consumidor a erro.

O selo orgânico chinês, emitido junto com o certificado, contém um número/código específico para cada lote de produto, o que permite às autoridades e consumidores verificarem, em sistemas oficiais, a autenticidade da certificação e os dados do produto certificado (Figura 06). O uso indevido do selo ou a rotulagem de produtos não certificados como “orgânicos” está sujeito a sanções, conforme previsto nas normas chinesas.

Apresenta-se abaixo imagens capturadas em supermercados de Pequim que revelam, de forma concreta, como os produtos de origem vegetal com certificação orgânica são disponibilizados ao consumidor chinês. Os rótulos exibem claramente os selos oficiais de certificação emitidos por organismos credenciados pela Administração Estatal de Regulação do Mercado (SAMR), conforme exigido pela norma nacional GB/T 19630-2019. Além do selo verde com o logotipo da certificação orgânica da China, é possível visualizar o número do certificado e, em alguns casos, QR codes que direcionam para informações detalhadas sobre a rastreabilidade do produto. Essas evidências demonstram o nível de exigência e controle no processo de certificação, além do grau de transparência ofertado ao consumidor. As fotos ilustram, ainda, a presença de produtos orgânicos em seções destacadas, com materiais promocionais específicos, evidenciando o crescimento da demanda por alimentos saudáveis e ambientalmente sustentáveis no mercado chinês (Figuras 07).

Figura 07 – Fotos de produtos de origem vegetal com certificação orgânica em supermercados em Pequim/China.



Fonte: Acervo pessoal

Figura 07 – Fotos de produtos de origem vegetal com certificação orgânica em supermercados em Pequim/China.



Fonte: Acervo pessoal

Figura 07 – Fotos de produtos de origem vegetal com certificação orgânica em supermercados em Pequim/China.



Fonte: Acervo pessoal

PRINCIPAIS CERTIFICADORAS DE PRODUTOS ORGÂNICOS

A certificação de produtos orgânicos na China, incluindo produtos de origem vegetal, tanto in natura quanto processados, é realizada por organismos de certificação aprovados pelo governo chinês. Essas certificadoras verificam o cumprimento do Padrão Nacional de Produtos Orgânicos da China (GB/T19630) em todas as etapas de produção, processamento, rotulagem e comercialização.

Para empresas brasileiras interessadas no mercado chinês, é fundamental conhecer quais são as principais certificadoras orgânicas ativas na China e qual o escopo de trabalho de cada uma. A seguir, apresentam-se as principais certificadoras chinesas de produtos orgânicos de origem vegetal, seguidas pelas certificadoras estrangeiras autorizadas a atuar no país, com foco naquelas que abrangem produtos vegetais.

CERTIFICADORAS CHINESAS DE PRODUTOS ORGÂNICOS

OFDC – Centro de Desenvolvimento de Alimentos Orgânicos (Nanjing Guohuan)



O Nanjing Guohuan Organic Product Certification Center, conhecido pela sigla OFDC (Organic Food Development Center), foi o primeiro organismo de certificação de produtos orgânicos estabelecido na China, em 1994.

Vinculado ao Instituto de Ciências Ambientais de Nanjing (Ministério da Ecologia e Meio Ambiente), o OFDC foi também um dos primeiros credenciados pela Administração de Certificação e Acreditação da China (CNCA) para certificar alimentos e produtos agropecuários orgânicos.

Seu escopo de atuação inclui a certificação de produtos orgânicos vegetais (produzidos e processados), e ao longo dos anos o OFDC obteve diversos reconhecimentos internacionais: é acreditado pelo CNAS (órgão chinês de acreditação), pelo IFOAM/IOAS e por órgãos da União Europeia, Canadá, Estados Unidos e outros.

O OFDC mantém escritórios internacionais (por exemplo, em Bolonha, Itália) e colabora com entidades estrangeiras de certificação, o que permite que suas certificações orgânicas sejam aceitas em múltiplos mercados.

Além da certificação em si, o OFDC atua em pesquisa e desenvolvimento da agricultura orgânica, intercâmbio técnico e treinamento de inspetores, tendo sido pioneiro em integrar a promoção da agricultura orgânica às políticas de proteção ambiental rural na China. Maiores informações podem ser obtidas pelo site: <https://www.ofdc.org.cn/en/>

COFCC – Centro Chinês de Certificação de Alimentos Orgânicos (Beijing Zhonglu Huaxia)



O Beijing Zhonglu Huaxia Organic Product Certification Center, ou COFCC (China Organic Food Certification Center), é uma certificadora orgânica vinculada ao Ministério da Agricultura e Assuntos Rurais da China.

Foi a primeira instituição de certificação de produtos orgânicos aprovada pelo CNCA quando do estabelecimento do sistema nacional de certificação orgânica no início dos anos 2000. O COFCC tem como foco a promoção da agricultura orgânica e atua não apenas certificando produtos de origem vegetal, mas também oferecendo treinamento de inspetores, pesquisa em técnicas de agricultura orgânica, desenvolvimento do mercado orgânico doméstico e internacional, cooperação internacional e serviços de informação sobre produtos orgânicos.

Por sua ligação direta com o sistema agrícola governamental, o COFCC dispõe de uma ampla rede de auditores e especialistas técnicos em todo o país. Nos últimos anos, o COFCC se mantém entre os líderes em número de certificações orgânicas emitidas na China, tanto para produtores domésticos quanto para operações no exterior.

A entidade também mantém parcerias com organizações internacionais reconhecidas, como a IFOAM, JONA (Japão), ACO (Austrália) e BioAudita (Chile), visando harmonização e cooperação na certificação orgânica. Maiores informações podem ser obtidas pelo site: <https://www.ofdc.org.cn/en/>

Hangzhou WIT Certification (Wan Tai)



A Hangzhou Wan Tai Certification Co., Ltd., conhecida pela marca WIT Certification, é uma das primeiras empresas chinesas de certificação que atuam no setor orgânico. Fundada em 1993, a WIT foi pioneira na oferta de serviços de certificação de terceiros na China.

Hoje é uma organização de grande porte, com creditações abrangentes em sistemas de gestão, certificação de produtos e serviços, consultoria técnica e, destacadamente, certificação de produtos orgânicos. A WIT está aprovada pelo CNCA e acreditada pelo serviço nacional de acreditação (CNAS).

No âmbito de produtos orgânicos de origem vegetal, a WIT realiza certificações de acordo com as normas chinesas para produtores agrícolas, processadores de alimentos e outras empresas do setor.

A empresa ganhou destaque especial por seu trabalho na certificação de produtores orgânicos estrangeiros que visam o mercado chinês, foi uma das primeiras a oferecer serviços de certificação orgânica chinesa no exterior.

Clientes da WIT abrangem mais de 30 países, incluindo o Brasil, onde produtores de commodities vegetais buscaram a certificação orgânica chinesa para acessar o mercado chinês.

Esse alcance internacional fez da WIT uma das líderes em certificações orgânicas para importação na China, ao lado de entidades como o OFDC, COFCC e CQC. Maiores informações podem ser obtidas pelo site: <https://www.wit-int.com/products/about-wit/>

CQC – Centro de Certificação de Qualidade da China



O China Quality Certification Center (CQC) é a maior e mais tradicional organização chinesa de certificação de produtos e sistemas de qualidade. Apesar de ser mais conhecida por certificações industriais e pelo selo de conformidade obrigatória (CCC), o CQC também atua fortemente na certificação voluntária de produtos orgânicos no país.

A inclusão da certificação de produtos orgânicos agroalimentares em seu portfólio veio após a implementação do padrão nacional de orgânicos, e o CQC encontra-se aprovado pelo CNCA para conduzir esse escopo.

Na prática, o CQC avalia produtores agrícolas, empresas de alimentos e cooperativas quanto ao cumprimento da norma GB/T 19630 (que define os requisitos de produção orgânica). O centro conta com ampla estrutura nacional, o que facilita auditorias em diversas regiões da China.

De acordo com dados setoriais recentes, o CQC figura entre as cinco certificadoras que mais emitiram certificados orgânicos (incluindo produtos vegetais) para empresas chinesas e estrangeiras. Sua participação no mercado reforça a confiança de importadores e consumidores, já que o CQC possui longa experiência em certificações de qualidade e segurança de alimentos na China. Maiores informações podem ser obtidas pelo site <https://www.cqc.com.cn/www/english/>

Certificadoras Estrangeiras Autorizadas na China

Além dos organismos nacionais, a China também autoriza algumas certificadoras estrangeiras a emitir o selo orgânico chinês, desde que cumpram os requisitos regulatórios e sejam aprovadas pela CNCA.

Essas certificadoras internacionais, muitas já conhecidas por empresas brasileiras, atuam frequentemente na certificação de produtores orgânicos fora da China que exportam para o mercado chinês. A seguir, destacam-se as principais:

ECOCERT (Beijing Ecocert Certification)



A Ecocert, organização francesa de certificação orgânica, foi a pioneira entre as estrangeiras a obter autorização formal na China. Sua subsidiária local, a Beijing Ecocert Certification Center, foi estabelecida em 2007 e aprovada pelo CNCA naquele ano. A Ecocert China tornou-se assim a primeira joint-venture sino-estrangeira apta a conduzir de forma independente a certificação de produtos orgânicos segundo as normas chinesas. O escopo inicial abrangeu produtos agrícolas orgânicos (incluindo os de origem vegetal) para o mercado interno chinês, complementando os serviços que a Ecocert já prestava a exportadores chineses segundo padrões da UE, EUA e Japão desde o final dos anos 1990. Posteriormente, em 2016, a Ecocert ampliou sua acreditação na China para incluir também a certificação em Boas Práticas Agrícolas (ChinaGAP), reforçando seu papel no apoio à qualidade agropecuária. Reconhecida internacionalmente, a Ecocert é uma das maiores certificadoras orgânicas do mundo e trouxe essa expertise ao mercado chinês, fator valioso para produtores estrangeiros (como do Brasil) que buscam uma certificação chinesa com uma entidade de renome global. Em suma, a Ecocert China realiza inspeções e certifica fazendas, processadores e produtos vegetais conforme o padrão chinês, permitindo que esses produtos ostentem o rótulo orgânico oficial ao ingressarem na China. Maiores informações podem ser obtidas pelo site: <https://www.ecocert.com/en/certification>

CERES (Shanghai Ceres Certification)



A CERES (Certification of Environmental Standards) é uma certificadora alemã de destaque no setor orgânico internacional. Na China, a CERES atua através da Shanghai Ceres Certification Co., Ltd, uma joint-venture estabelecida em Shanghai em parceria com a empresa local OSC (Shanghai Orizin Tech). A CERES Shanghai foi aprovada pelo CNCA em 2007 para conduzir certificações de produtos orgânicos de acordo com as normas chinesas. A empresa é especializada em padrões orgânicos e de sustentabilidade, e seu escopo na China inclui principalmente produtos de origem vegetal (além de algumas categorias de processamento e eventualmente têxteis orgânicos).

A CERES traz para o mercado chinês a experiência de sua matriz europeia, que opera em dezenas de países. Sua presença beneficia exportadores estrangeiros de produtos orgânicos, a exemplo de chás, grãos, frutas e ingredientes, que podem ser inspecionados pela CERES em seus países de origem e assim obter a certificação orgânica válida para exportação e venda na China. Como joint-venture sino-alemã devidamente credenciada, a CERES Shanghai assegura que as avaliações cumprem tanto os requisitos chineses quanto os rigorosos procedimentos internacionais de certificação, reforçando a credibilidade de seus certificados. Maiores informações podem ser obtidas pelo site: <https://www.ceres-cert.de/en/ceres-locations-worldwide>

Kiwa BCS (Hunan Ouge Organic Certification)



A certificadora Kiwa BCS, originária da Alemanha (anteriormente BCS Öko-Garantie GmbH), também está estabelecida na China por meio de uma joint-venture local. Em 2006 foi fundada a Hunan Ouge Organic Certification Co., Ltd. na cidade de Changsha, resultado da parceria entre a BCS e uma empresa chinesa (Shenzhen Ouge Technology). Essa joint-venture recebeu aprovação da CNCA e do Ministério do Comércio da China para atuar em certificação de produtos orgânicos, obtendo formalmente sua licença em 2013). A Kiwa BCS China é especializada em certificação de produtos orgânicos de origem vegetal e opera tanto dentro da China quanto em outros países, certificando produtores que queiram acessar o mercado chinês. Desde sua criação, a empresa conduziu centenas de projetos de certificação orgânica na China e no exterior, atendendo produtores de alimentos orgânicos (grãos, chás, óleos vegetais etc.) conforme os padrões chineses. Como parte do grupo Kiwa, a Hunan Ouge (BCS China) combina o conhecimento local das regulamentações chinesas com a experiência internacional da BCS, sendo assim um canal importante para empresas estrangeiras, inclusive brasileiras, obterem o selo orgânico chinês em seus produtos vegetais de exportação. Maiores informações podem ser obtidas pelo site: <https://www.kiwa.com/en/services/certification/chn-organic-certification-gb-t-19630/>

Além das já citadas, outras empresas globais de certificação possuem aprovação para conduzir certificações orgânicas na China. Destacam-se, por exemplo, a SGS (Société Générale de Surveillance, da Suíça), uma multinacional de inspeção e certificação que oferece serviços de certificação de produtos orgânicos conforme as normas chinesas e as certificadoras alemãs TÜV Rheinland e DEKRA, que através de suas subsidiárias chinesas também foram autorizadas a atuar em certificação orgânica no país. Essas empresas geralmente têm um portfólio amplo (abrangendo desde sistemas de qualidade até segurança de alimentos), mas incorporaram a certificação de orgânicos diante da crescente demanda.

Assim, a China conta hoje com mais de uma centena de organismos de certificação habilitados para produtos orgânicos, entre nacionais e estrangeiros. No entanto, apenas uma parcela deles concentra a maior parte das certificações, especialmente no setor de produtos de origem vegetal. Para o governo e as empresas brasileiras interessados no mercado orgânico chinês, conhecer essas certificadoras principais, seus perfis e escopos de atuação é crucial, pois elas serão as portas de entrada para que produtos orgânicos brasileiros (grãos, frutas, óleos, entre outros) obtenham o selo orgânico chinês, garantindo acesso competitivo a um mercado em rápida expansão e cada vez mais exigente quanto à conformidade orgânica.

Cabe ressaltar que todos os certificadores seguem as mesmas normas nacionais (GB/T 19630) e estão sujeitos à fiscalização. O processo de certificação envolve inspeção documental, vistorias in loco anuais obrigatórias em fazendas e instalações, além de análises laboratoriais para detecção de resíduos químicos. Importante mencionar que produtores estrangeiros que queiram vender seus itens como orgânicos na China podem recorrer a esses organismos credenciados, já que muitos oferecem serviços de certificação fora do país (com auditores deslocando-se ou escritórios no exterior). Em síntese, o sistema chinês conta com diversos órgãos certificadores respeitados (COFCC, OFDC, CQC, CGC etc.), porém todos trabalhando sob um mesmo esquema normativo estrito, garantindo um nível de controle relativamente uniforme sobre o uso do rótulo orgânico no país.

PROCEDIMENTOS DE CERTIFICAÇÃO, FISCALIZAÇÃO E RASTREABILIDADE

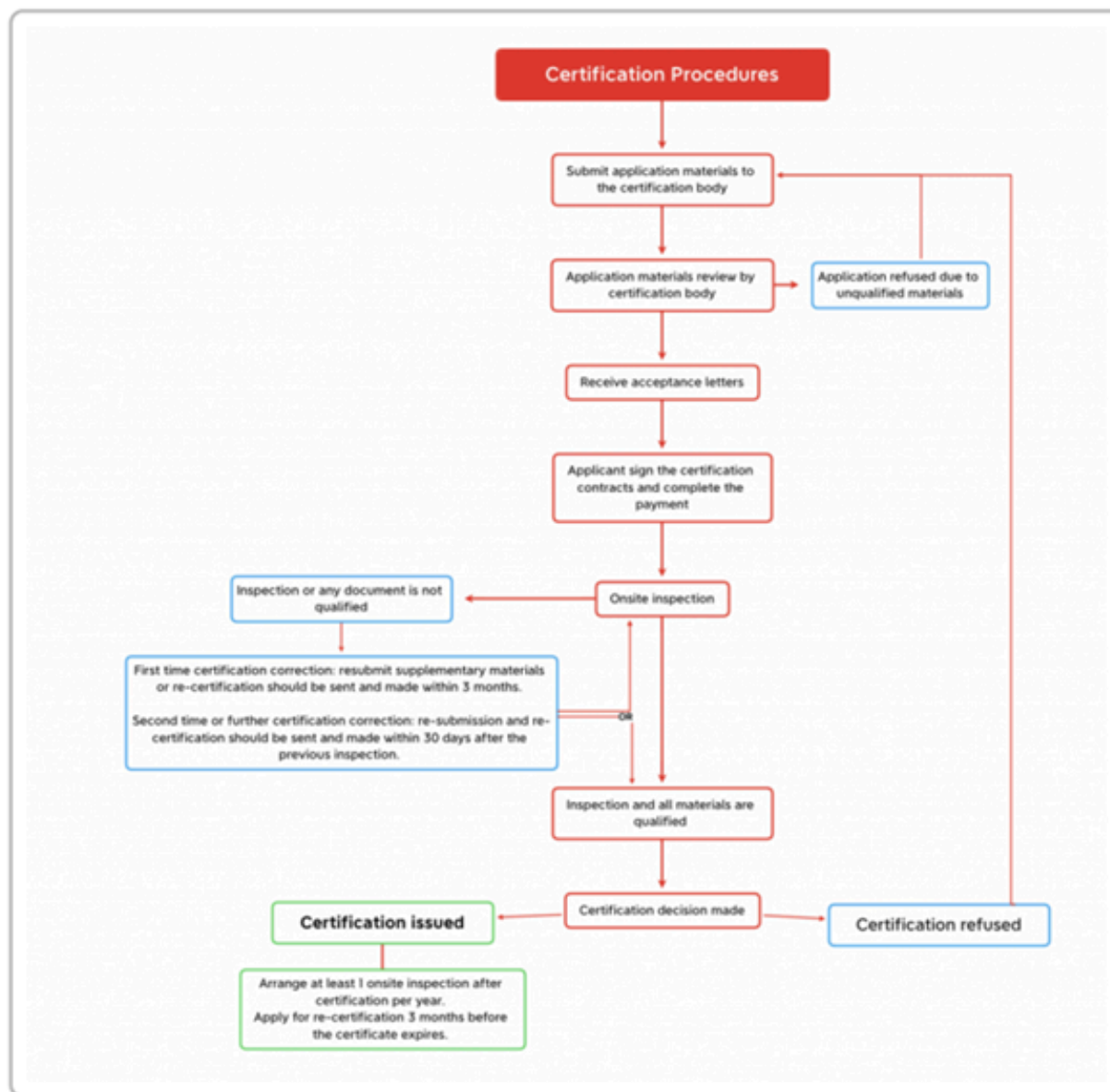
A China possui um sistema rigoroso de certificação orgânica, requerido para que qualquer produto seja comercializado como “orgânico” em seu mercado, incluindo produtos importados. Esse sistema é regido por normas nacionais e regulamentos oficiais chineses, envolvendo três elementos principais: padrões técnicos, autoridades reguladoras e organismos certificadores.

Para que um produto de origem vegetal brasileiro seja vendido como orgânico na China, ele deve cumprir o padrão chinês GB/T 19630-2019 e passar pela certificação orgânica conduzida por organismo credenciado pelo governo chinês.

Abaixo, apresenta-se o passo a passo desse processo, cobrindo dois cenários: (1) certificação direta por uma certificadora chinesa (ou estrangeira autorizada na China) e (2) certificação via reconhecimento de equivalência, caso venha a existir no futuro um Memorando de Entendimento (MoU) entre Brasil e China (Figura 08).

Vale destacar que este passo a passo foca no processo de certificação orgânica em si, pressupondo que o produto vegetal (in natura ou processado) já esteja habilitado para exportação à China do ponto de vista fitossanitário e de registro na GACC (Administração-Geral de Aduanas da China), ou que seja um produto não sujeito à pré-aprovação de importação.

Figura 08 – Passo a passo do procedimento para obtenção da certificação orgânica



Fonte: Autor (informações obtidas da SAMR, CNCA e SAC)

Certificação Orgânica Direta por Organismo Credenciado na China

Neste cenário, a empresa brasileira busca certificar seus produtos orgânicos de origem vegetal através de um organismo de certificação credenciado pelo governo chinês. Como a China não reconhece certificados orgânicos estrangeiros de forma automática (salvo acordos bilaterais especiais), é obrigatório obter a certificação orgânica chinesa para usar o rótulo “orgânico” no mercado chinês. Seguem os passos típicos a serem seguidos:

1. Verificação de elegibilidade: Confirmar se o produto vegetal consta no Catálogo de Produtos Orgânicos Certificáveis da China.
2. Escolha da certificadora: Selecionar um organismo aprovado pelo CNCA/SAMR — pode ser chinês ou subsidiária de certificadora estrangeira.
3. Envio da aplicação: Preencher formulários e apresentar documentos em mandarim (plano de manejo, insumos, registros, fluxo produtivo, rótulo etc.).

1. **Análise documental:** Em até 10 dias úteis, a certificadora analisa os materiais. Em caso de pendência, há oportunidade de correção.
2. **Inspeção in loco:** Auditoria no Brasil com checagem de práticas agrícolas, controle de insumos, registros e coleta de amostras para análise laboratorial.
3. **Decisão de certificação:** Se não houver não conformidades graves, o certificado é emitido com validade de 1 ano.
4. **Uso do selo orgânico:** Após certificação, os produtos devem ostentar o selo chinês com QR code de rastreabilidade.
5. **Exportação e liberação na alfândega chinesa:** Exige apresentação do certificado orgânico e do certificado de venda por lote.
6. **Renovação anual:** Nova inspeção anual obrigatória. Pode haver inspeções surpresa. Mudanças devem ser comunicadas à certificadora.

Certificação via Equivalência (Memorando de Entendimento Brasil-China)

Este segundo cenário considera a possibilidade de aproveitamento de um futuro acordo de equivalência orgânica a ser firmado entre os governos do Brasil e da China. Sob um acordo desse tipo (geralmente formalizado por Memorando de Entendimento – MoU), cada país reconhece que o sistema de certificação orgânica do outro é equivalente ao seu, permitindo reconhecimento mútuo das certificações sem necessidade de uma recertificação completa.

Em outras palavras, os produtos orgânicos brasileiros poderiam ser aceitos como orgânicos na China com base na certificação obtida no Brasil, seguindo condições definidas no acordo. Atualmente (2025), Brasil e China não possuem um MoU de equivalência orgânica em vigor, embora a China tenha firmado recentemente arranjos com alguns países (por exemplo, Nova Zelândia, Austrália, Dinamarca) com vistas ao reconhecimento mútuo de certificações. Caso um acordo Brasil-China venha a ser estabelecido, o fluxo para exportadores brasileiros seria simplificado conforme abaixo:

1. **Verificar existência do MoU:** Checar se há acordo de equivalência orgânica em vigor e quais produtos ele cobre.
2. **Certificação no Brasil:** Obter certificação orgânica brasileira válida pelo Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica.
3. **Cumprimento de requisitos específicos:** O MoU pode exigir declaração de não uso de substâncias específicas ou certificado adicional de exportação.
4. **Notificação às autoridades:** Informar ao MAPA e à certificadora a intenção de exportar sob o MoU. Pode haver necessidade de cadastro prévio com o SAMR.
5. **Rotulagem e rastreabilidade:** O produto pode precisar ser rotulado em chinês, com QR code ou menção ao reconhecimento bilateral.
6. **Entrada na China:** Entregar certificado brasileiro e declaração oficial na alfândega. Se os documentos estiverem conformes ao MoU, o produto é aceito como orgânico.
7. **Fiscalização contínua:** Mesmo com equivalência, ambos os países monitoram conformidade e trocam informações sobre os produtos.

O fluxograma simplificado acima ilustra o processo de certificação orgânica para exportar produtos vegetais ao mercado chinês. À direita (caminho em vermelho), estão as etapas quando não há acordo de equivalência, iniciando com a aplicação à certificadora chinesa, inspeção e testes, até emissão do certificado e uso do selo orgânico chinês. À esquerda (caminho em verde), um cenário alternativo caso exista no futuro um Memorando de Entendimento de equivalência Brasil–China, no qual o produto certificado no Brasil seja reconhecido como orgânico na China mediante cumprimento dos termos do acordo. Ao final de ambos os caminhos, o resultado é o produto brasileiro rotulado como orgânico disponível no mercado da China.

Assim, pode-se notar que o processo para obtenção do Selo Orgânico da China é notoriamente exigente. Empresas ou indivíduos (produtores, processadores, importadores ou comerciantes) devem se registrar e aplicar junto a um organismo credenciado, submetendo um dossiê completo de informações sobre o sistema de produção, manejo e cadeia logística.

Produtos importados, além de certificar a origem, passam por testes fronteiriços rigorosos. Todos os produtos orgânicos aprovados recebem um código único e selo autoadesivo numerado. Em 2023, foram emitidos cerca de 4,99 bilhões desses selos para produtos orgânicos vendidos no território chinês. Esse sistema de selos codificados permite ao consumidor escanear ou checar online a autenticidade (via bancos de dados do CNCA/SAMR), reforçando a rastreabilidade.

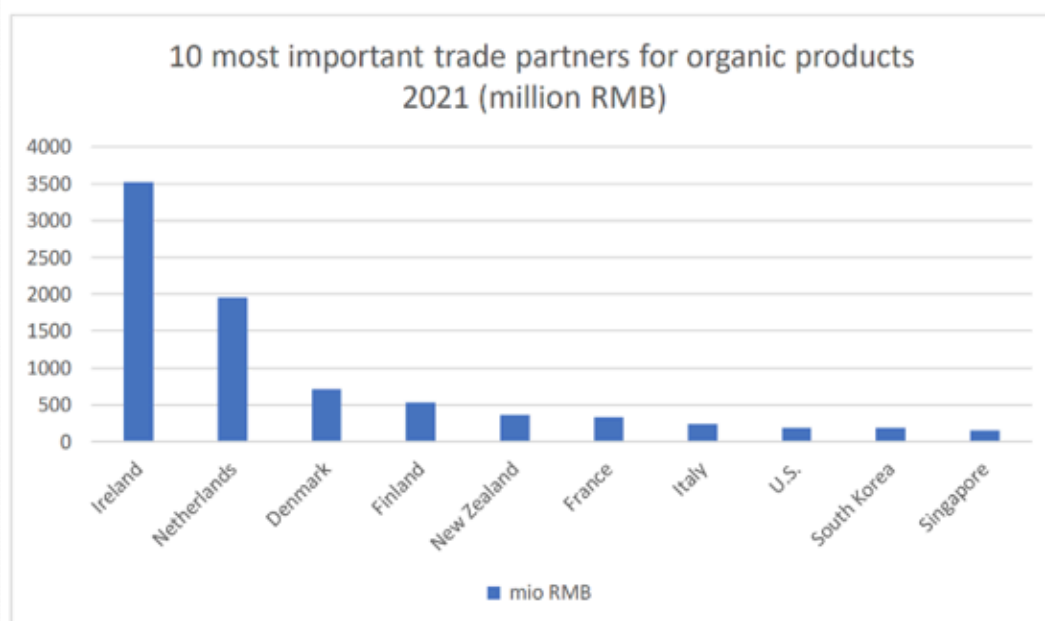
A fiscalização governamental foi reforçada nos últimos anos para coibir fraudes: existem penalidades pesadas para uso indevido do selo orgânico ou venda de produtos falsamente rotulados. Apesar disso, ainda há desafios na cadeia de rastreabilidade, especialmente em sistemas complexos (p.ex. insumos alimentares de animais). Melhorias em tecnologia (blockchain na cadeia alimentar, por exemplo) começam a ser testadas para aumentar a confiança.

No geral, a fiscalização chinesa sobre orgânicos tem se tornado mais efetiva, visando proteger consumidores e produtores idôneos, dado que a credibilidade do selo é crucial para o desenvolvimento sustentável do setor.

PRINCIPAIS PAÍSES EXPORTADORES PARA A CHINA

Em função de fatores geográficos, comerciais e de preferências de consumo, poucos países lideram o fornecimento de orgânicos ao mercado chinês (Figura 09). Nos dados mais recentes, a Nova Zelândia desponta como o principal fornecedor: em 2024, estima-se que a Nova Zelândia exportou 11,2 mil toneladas de produtos orgânicos para a China, movimentando cerca de US\$69 milhões. Os produtos neozelandeses mais exportados são laticínios orgânicos (notadamente leite em pó e fórmulas infantis), além de carne bovina/ovina e frutas (kiwis, maçãs) orgânicas.

Figura 09 – Principais parceiros comerciais exportadores de produtos orgânicos para a China.



Fonte: CNCA/China Agriculture University 2022

Na sequência, figuram países europeus e da Oceania com tradição em orgânicos. Por exemplo, Dinamarca e Holanda têm grande presença: a Dinamarca possui ampla área certificada para laticínios e carnes destinados à China, enquanto a Holanda atua muitas vezes como entreposto de reexportação de orgânicos europeus e também importa produtos chineses (é o maior destino das exportações orgânicas da China, com US\$150 milhões em 2023). Turquia é outro ator relevante, atendendo a demanda chinesa por frutas e nuts orgânicos, o país tem mais de 180 mil ha certificados por auditorias chinesas principalmente para romãs e pistaches orgânicos a serem exportados. Austrália também integra a lista de grandes fornecedores, aproveitando sua proximidade e acordo comercial com a China para vender carnes, cereais e vinhos orgânicos. Os Estados Unidos exportam para a China itens como alimentos infantis, produtos para dietas especiais e algumas frutas orgânicas (apesar de tensões comerciais, marcas americanas de orgânicos ainda são reconhecidas pelos consumidores chineses).

Por fim, países em desenvolvimento da Ásia e América Latina têm participações menores: Tailândia fornece frutas tropicais (manga, coco) orgânicas; Chile exporta vinhos e blueberries orgânicos aproveitando zero tarifa via acordo comercial; e Brasil começa a marcar presença em nichos como açúcar e café orgânico.

Desta forma, o perfil de fornecedores é diversificado geograficamente, mas todos competem para atender nichos específicos da demanda chinesa – seja por lácteos e carnes (Oceania/Europa), seja por frutas exóticas (Ásia/Oceania) ou ingredientes industriais (açúcar, óleos, etc.). Destaca-se ainda que a China vem firmando acordos bilaterais para facilitar esse comércio: além do já citado acordo com a Nova Zelândia sobre orgânicos, pactos no âmbito de acordos comerciais (como o RCEP – Parceria Econômica Regional Abrangente, envolvendo China, ASEAN, Austrália, NZ, Japão e Coreia) podem simplificar procedimentos alfandegários e reduzir tarifas de importação para vários produtos agrícolas. Por exemplo, frutas tropicais de países do Sudeste Asiático entram na China com tarifas reduzidas e sem cotas, o que favorece também suas versões orgânicas.

Em contrapartida, países sem acordos preferenciais, caso do Brasil, enfrentam as tarifas NMF (Nação Mais Favorecida) padrão, que em alguns casos são elevadas (p.ex., suco de laranja 30%, café torrado 15%, açúcar dentro de cotas 15% e fora de cotas 50%). Tais barreiras tarifárias podem influir na competitividade do produto orgânico importado, que já chega com preço premium.

Contudo, dado o apetite do consumidor chinês por novidades e produtos de qualidade, as oportunidades para exportadores orgânicos existem e tendem a se ampliar, desde que se construa abordagem estratégica para superar os obstáculos regulatórios e de mercado.

POTENCIAL DO BRASIL COMO FORNECEDOR DE PRODUTOS ORGÂNICOS PARA CHINA



Principais produtos vegetais exportáveis do Brasil:

Considerando as oportunidades no mercado chinês, alguns produtos de origem vegetal do Brasil despontam com alto potencial:

Açúcar Orgânico de Cana: O Brasil é líder mundial em açúcar orgânico. A China, grande importadora de açúcar convencional brasileiro, é um alvo natural. Com o consumo per capita de açúcar em ascensão na Ásia, e uma busca por adoçantes mais naturais, há espaço para o açúcar orgânico brasileiro, desde que contornado o regime de cotas tarifárias (o que pode exigir negociação bilateral).

Café Orgânico: O Brasil é o maior produtor de café do mundo e possui parcela crescente de produção orgânica certificada, inclusive de cafés especiais (arábica gourmet) e café solúvel orgânico. O consumo de café na China está em rápida expansão – importações de café brasileiro cresceram quase quatro vezes de 2022 para 2023, e embora o segmento orgânico seja nichado, pode atrair consumidores jovens nas grandes cidades e redes de cafeterias premium interessadas em grãos sustentáveis. Lotes de cafés orgânicos do Brasil já têm boa reputação na Europa e EUA; com promoção adequada (por exemplo, narrativas de origem, terroir), podem conquistar apreciadores chineses em busca de novidades e qualidade.

Soja e Grãos Especiais: A soja orgânica brasileira é reconhecida no mercado internacional, usada tanto para alimentação humana (tofu, leite de soja orgânicos) quanto como insumo de rações orgânicas. A China é o maior importador mundial de soja convencional, mas também importa volumes crescentes de soja orgânica para uso alimentício. Além da soja, outros grãos especiais, como milho orgânico e arroz orgânico podem encontrar nichos na China, principalmente ligados a alimentos saudáveis e ingredientes para produtos processados orgânicos.

Frutas Tropicais e Polpas: O Brasil dispõe de grande variedade de frutas tropicais que despertam interesse internacional. Produtos como açaí orgânico (em polpa congelada ou pó liofilizado) já são consumidos em metrópoles chinesas por seu apelo de “superfood”. Outras frutas e polpas orgânicas com potencial: manga, acerola, cupuaçu, graviola, maracujá, seja in natura (se protocolos permitirem) ou na forma de sucos e polpas congeladas. O mercado chinês de sucos e bebidas funcionais cresce rapidamente, podendo absorver esses itens pelas características de sabor exótico e propriedades nutritivas.

Oleaginosas e Castanhas: Produtos como castanha-de-caju orgânica, castanha-do-Brasil (castanha do Pará) e amendoim orgânico são potenciais exportações para snacks saudáveis e ingredientes na confeitaria. A China já importa grandes quantidades de castanhas (ex: amêndoas, pistache) e poderia se interessar por essas opções tropicais, desde que apresentadas com controle de qualidade e certificação. A castanha-do-Brasil orgânica, por exemplo, proveniente de coleta sustentável na Amazônia, poderia unir os apelos de saudabilidade e conservação da floresta, história valorizada em nichos de alto padrão.

Chás, Ervas e Especiarias: Embora a China seja berço do chá, há oportunidades para chás e infusões orgânicas diferenciadas do Brasil. Um caso é o mate orgânico (erva-mate), que pode ser posicionado como chá funcional; outros são chás de frutas e ervas brasileiras (capim-limão, hortelã etc.) embalados para o segmento gourmet. Condimentos como pimenta-do-reino orgânica (o Brasil é grande fornecedor mundial) também podem ampliar participação, dado o interesse chinês por especiarias de qualidade.

OPORTUNIDADES E DESAFIOS PARA PRODUTOS BRASILEIROS NA CHINA

Produtos com maior potencial



Com base na análise da demanda chinesa e da oferta brasileira, é possível identificar vários produtos orgânicos brasileiros promissores para o mercado chinês. Entre eles:

Castanhas e Nuts: As castanhas brasileiras têm boa aceitação global e encaixam na tendência chinesa de consumir nozes e amêndoas como snacks saudáveis. A castanha-do-Pará orgânica (também conhecida como castanha-do-Brasil) pode se destacar por seu apelo de selva amazônica e alto teor nutricional (selênio). A castanha de caju orgânica, por sua vez, conecta-se a um lanche popular na China (castanhas de caju são consumidas, inclusive em pratos culinários). Apresentar essas nuts com certificação orgânica e storytelling de sustentabilidade pode agregar valor e diferenciá-las de produtos de outros países.

Frutas Tropicais e Derivados: Conforme mencionado, o açaí orgânico é um produto-estrela potencial, capitalizando na demanda por superfoods. Polpas congeladas de açaí ou misturas de smoothie orgânico (açaí com outras frutas) podem ser vendidas em cafeterias e lojas de suco nas grandes cidades. Outras frutas tropicais orgânicas com apelo incluem manga, abacaxi, maracujá e acerola, seja para consumo direto (via importação de fruta fresca, se autorizada) ou como sucos orgânicos e concentrados. O Brasil já exporta suco de laranja convencional concentrado em grande escala; uma linha de sucos orgânicos (laranja, manga, caju) poderia atrair nichos de mercado de bebidas saudáveis na China, especialmente se posicionada como premium e sustentável.

Grãos especiais e cereais: Além da soja orgânica (usada em tofu e plant-based milk), há oportunidades para milho orgânico (destinado a snacks, pipoca gourmet orgânica, ou mesmo ração para produção animal orgânica local), arroz orgânico (o arroz é um alimento básico na China, e versões orgânicas já encontram consumidores preocupados com resíduos).

Chá Mate e Ervas: Conforme citado, o mate brasileiro orgânico poderia ser introduzido como um chá funcional (energizante natural rico em antioxidantes). A China possui enorme mercado de chá e infusões; mesmo uma pequena fatia representa volumes consideráveis. Infusões mistas com ervas brasileiras (cidreira, camomila, etc.) orgânicas, direcionadas ao relaxamento ou bem-estar, poderiam complementar portfólios de importadores de produtos naturais.

Óleos Vegetais e Ingredientes Gourmet: O Brasil produz alguns óleos orgânicos especiais, como óleo de coco orgânico, azeite de dendê orgânico (para nicho gourmet) e óleos essenciais orgânicos (usados em aromaterapia e cosméticos). Com o interesse chinês crescente por bem-estar holístico, esses itens podem encontrar mercado via e-commerce, embora sejam segmentos menores comparados a alimentos.

Barreiras técnicas e fitossanitárias

Para viabilizar a entrada desses produtos, diversos desafios precisam ser superados. Uma das principais barreiras sanitárias são os protocolos de acesso fitossanitário: muitos produtos vegetais in natura do Brasil ainda não possuem autorização para entrar na China (por exemplo, frutas frescas tropicais dependem do estabelecimento de protocolos).

Assim, mesmo que haja demanda por manga orgânica brasileira, a exportação só será possível após assinatura de protocolo fitossanitário contemplando garantias acordadas. Produtos processados (sucos, polpas congeladas) enfrentam menos restrições sanitárias, então podem ser uma forma de driblar barreiras de fruta fresca. No campo regulatório, deve-se atentar a padrões de rotulagem e composição: a China possui limites diferentes para aditivos mesmo em produtos orgânicos. Por exemplo, um suco orgânico brasileiro não pode conter nenhum conservante não aprovado na norma chinesa; mesmo aditivos naturais têm listas positivas. Testes de resíduos e contaminantes também são rigorosos, metais pesados, micotoxinas e outras substâncias são controladas e podem reprovar um lote importado. Logo, os exportadores devem adotar programas de qualidade e análise periódica para garantir conformidade.

Logística, canais de distribuição e parcerias comerciais

Considerando a distância geográfica e as particularidades do mercado chinês, estratégias logísticas e de distribuição adequadas são determinantes. Produtos orgânicos, em especial, requerem cuidado para manter integridade (cadeia de frio, armazenagem separada de não-orgânicos etc.). Uma alternativa interessante é utilizar canais de ecommerce cross-border: plataformas chinesas permitem que produtos importados sejam vendidos diretamente ao consumidor com ingresso via zonas de livre comércio, o que pode reduzir burocracias de registro inicial (Figura 10). Essa via tem sido usada para testagem de mercado, por exemplo, vender pequenas quantidades de polpa de açaí orgânica via Tmall Global para avaliar a recepção.

Figura 10 – Plataformas chinesas de ecommerce Cross-border



Fonte: <https://sekkeidigitalgroup.com/cross-border-e-commerce-in-china/>

No longo prazo, porém, para escalar, é importante estabelecer parcerias com importadores e distribuidores locais. Identificar distribuidores especializados em produtos saudáveis/naturais na China pode ajudar a colocar os orgânicos brasileiros em supermercados premium, lojas especializadas e hotéis/restaurantes. Feiras e eventos B2B na China (como SIAL, FHC, China International Import Expo) são oportunidades onde empresas brasileiras podem encontrar esses parceiros.

Além disso, pode ser útil unir forças sob a marca setorial Brasil: assim como Austrália e Nova Zelândia promovem imagem de “origem limpa e verde”, o Brasil poderia, via associações e Apex, destacar ainda mais seus produtos orgânicos como provenientes de uma agricultura sustentável tropical única. Aspectos logísticos em si, transporte marítimo, tempos de trânsito, também influenciam que produtos focar. Itens com maior valor por volume e mais estáveis (como açúcar, café, castanhas) possuem vantagem natural. Já produtos muito perecíveis (verduras frescas, por exemplo) são inviáveis pela distância, a menos que via aérea para nichos muito exclusivos, o que raramente compensa. Portanto, planejar a logística de forma a assegurar qualidade e certificação até o destino final é parte essencial do negócio. Em muitos casos, pode valer a pena processar e embalar no Brasil o produto final pronto para prateleira (com rótulo chinês aprovado), reduzindo manuseios intermediários na China.

ESTRATÉGIAS PARA INSERÇÃO

Traçar uma estratégia de entrada no mercado chinês de orgânicos envolve ações em múltiplas frentes. Participar de feiras comerciais na China é quase obrigatório para dar visibilidade, ter um pavilhão brasileiro de orgânicos destacaria a oferta nacional. Missões comerciais e degustações guiadas podem educar importadores e consumidores sobre produtos menos conhecidos (por exemplo, promover sessões de degustação de açaí bowl orgânico para influenciadores de alimentação saudável).

No campo institucional, avaliar a viabilidade de se buscar reconhecimento mútuos de certificação poderia se constituir em um “divisor de águas”.

Outra estratégia é aproveitar o marketing de origem: contar a história do produtor brasileiro, a fazenda familiar orgânica, ou o ecossistema (Mata Atlântica, Amazônia) de onde o produto vem, conferindo um diferencial de narrativa. Consumidores chineses valorizam historicamente conceitos de pureza e origem natural (vide marketing de lácteos da Nova Zelândia); o Brasil pode se posicionar mostrando imagens de campos orgânicos exuberantes, florestas preservadas ao redor, certificações internacionais, etc. Além disso, dado o alto uso de redes sociais e influenciadores digitais na China, parcerias com Key Opinion Leaders (KOLs) de alimentação saudável seriam bem-vindas para divulgar os produtos brasileiros.

Nesse sentido, inserir-se no mercado chinês não é trivial, mas com planejamento, combinando conformidade técnica, logística eficiente e marketing inteligente, os produtos orgânicos brasileiros podem conquistar seu espaço, inicialmente em nichos urbanos de alto poder aquisitivo e, gradativamente, ampliando alcance conforme o mercado orgânico amadurecer na China.

PRINCIPAIS FEIRAS E EVENTOS DE PRODUTOS ORGÂNICOS NA CHINA

A China possui um mercado de produtos orgânicos em rápida expansão, criando oportunidades significativas para exportadores de alimentos de origem vegetal. As vendas de orgânicos no país ultrapassaram 100 bilhões de yuans em 2023, tornando a China o terceiro maior mercado consumidor de orgânicos no mundo.

Para empresas brasileiras interessadas em aproveitar esse potencial, é fundamental conhecer as principais feiras e eventos comerciais na China voltados a produtos orgânicos (frescos e processados). Esses eventos oferecem acesso direto às tendências de mercado, consumidores e importadores chineses, além de possibilitar exposição de produtos e networking com parceiros locais. A seguir, apresenta-se as principais feiras e eventos:

China International Organic Food Expo (CIOFE) e Green Food Expo



Uma das feiras nacionais de maior destaque é a China International Organic Food Expo (CIOFE – Feira Internacional de Alimentos Orgânicos da China), frequentemente realizada em conjunto com a China Green Food Expo (Feira de Alimentos Verdes da China). Trata-se de um evento oficial aprovado pelo Ministério da Agricultura e Assuntos Rurais da China, voltado a promover alimentos com certificação orgânica e “verde” no mercado chinês. Essa feira reúne delegações de mais de 20 províncias e regiões da China, além de centenas de empresas de orgânicos nacionais e estrangeiras, configurando-se como o maior e mais importante evento comercial do setor orgânico no país. A organização do evento normalmente setoriza os pavilhões em áreas temáticas: pavilhões de produtos orgânicos típicos de cada província chinesa, pavilhão internacional, área de marcas destacadas, seção de produtos diversos e espaço para atividades ao vivo. Com isso, a feira consegue apresentar a diversidade e as inovações da indústria de orgânicos chinesa em um só local. Durante o evento, ocorrem ações promocionais como apresentações de produtos, encontros de negócios entre produtores e redes de supermercados, e-commerce de alimentos e distribuidores, além de ampla cobertura da mídia local. Por seu porte e relevância, a CIOFE é considerada uma exposição extremamente profissional, de grande escala e autoridade dentro do setor orgânico chinês.

Para as empresas brasileiras, esta feira é uma oportunidade ímpar de conhecer produtos orgânicos líderes na China, entender preferências do consumidor local e conectar-se com compradores de diferentes regiões do país. Vale destacar que a realização conjunta com a Green Food Expo, voltada a alimentos certificados como “verdes” (categoria chinesa de produto com menor uso de insumos químicos), adiciona valor, atraindo um público profissional ainda mais amplo interessado em produtos agrícolas de alta qualidade e sustentáveis. Maiores informações podem ser obtidas pelo site: <http://en.organicexpo.cn>

BIOFACH CHINA (Asia International Organic Products Expo)



A BIOFACH CHINA é a edição chinesa da renomada feira internacional de orgânicos BIOFACH, originária da Alemanha. Estabelecida em 2007 em Xangai, tornou-se ao longo de 18 anos uma das principais plataformas B2B internacionais de negócios em orgânicos de toda a Ásia. Organizada pela NürnbergMesse em parceria com instituições chinesas, a BIOFACH CHINA ocorre anualmente (geralmente em Xangai) e funciona como um termômetro do setor orgânico asiático, reunindo principais marcas orgânicas, compradores profissionais, especialistas e até consumidores finais interessados.

Essa feira destaca-se pelo perfil internacional: na edição de 2019, por exemplo, contou com 391 expositores de 22 países e atraiu 18.046 visitantes durante três dias. Possui pavilhões nacionais (delegações internacionais), áreas temáticas como produtos naturais e orgânicos para bebês, e em paralelo organiza fóruns e conferências de alto nível sobre tendências de mercado, políticas e cooperação internacional no setor orgânico. Autoridades e representantes de diversos países costumam prestigiar a abertura do evento, evidenciando sua importância global. Para expositores estrangeiros, a BIOFACH CHINA é reconhecida como um dos melhores canais para construir imagem de marca, lançar novos produtos e expandir canais de distribuição no mercado chinês. O rigor na seleção de expositores (com critérios orgânicos estritos) assegura aos compradores que encontrarão produtos de alta qualidade. Assim, empresas brasileiras de orgânicos que participem dessa feira podem aumentar sua visibilidade internacional, acessar importadores chineses qualificados e entender as exigências e novidades do mercado orgânico chinês em primeira mão. Maiores informações podem ser obtidas pelo site: <https://www.biofachchina.com/en/>

CIHIE – Expo Internacional de Alimentos Orgânicos e Verdes (Pequim/Shanghai)



Outra série de feiras de grande porte é organizada pelo grupo Shibowei sob o guarda-chuva da China International Health Industry Expo (CIHIE). Dentro dessa exposição de indústria da saúde, ocorre a China International Organic & Green Food Expo, uma feira dedicada a alimentos orgânicos, produtos “verdes”, ingredientes e produtos agrícolas premium. Essa exposição, realizada duas vezes ao ano (primeiro semestre em Pequim e segundo semestre em Xangai), já teve mais de 26 edições de sucesso, sendo considerada a maior feira do setor de alimentos orgânicos na China.

Iniciada em 2004, a feira cresceu de um pequeno evento regional para mais de 100 mil m² de área em 2024, com 1500+ expositores e público superior a 160 mil visitantes nas edições recentes. Hoje conta com expositores de mais de 70 países e já gerou um volume de negócios acumulado superior a 55 bilhões de RMB. A CIHIE Organic & Green Food Expo recebe forte apoio de órgãos governamentais: foi reconhecida pelo Ministério do Comércio chinês por vários anos como “Feira Nacional-chave orientada e apoiada pelo governo” dada sua relevância estratégica. Além disso, conta com participação ativa de diversos governos provinciais chineses, que organizam pavilhões regionais, e tem atraído delegações oficiais de países interessados em promover seus orgânicos na China. Os produtos em exibição cobrem uma vasta gama: de alimentos orgânicos in natura (grãos, frutas, vegetais, carnes, lácteos) e processados (snacks, congelados, bebidas orgânicas), a alimentos “verdes” certificados, alimentos funcionais enriquecidos (ex. ricos em selênio) e ingredientes gourmet. Também inclui segmentos de insumos orgânicos (como fertilizantes naturais, sementes) e produtos sustentáveis de lifestyle.

Para empresas brasileiras, as edições de Pequim e Xangai dessa feira representam uma oportunidade de acesso tanto ao mercado do norte quanto do sul da China, respectivamente. Como a feira faz parte de um evento maior de saúde, há sinergia com setores como suplementos, produtos naturais e nutracêuticos, ampliando o leque de potenciais parceiros comerciais. Participar dessa feira “indispensável” do setor permite às empresas do Brasil conectar-se com distribuidores, redes de supermercado, lojas especializadas e plataformas de e-commerce que buscam fornecedores de orgânicos pelo mundo. Ademais, o respaldo governamental garante boa visibilidade e ambiente propício para firmar contatos com instituições e associações chinesas ligadas à promoção dos orgânicos. Maiores informações podem ser obtidas pelo site: <http://en.gnfexpo.com>

Guangzhou International Nutrition, Health Food & Organic Products Expo (CINHOE)



No sul da China, o destaque fica por conta da China (Guangzhou) International Nutrition, Healthy Food & Organic Products Expo, conhecida pela sigla CINHOE, realizada anualmente em Guangzhou. Em 2025, chega à sua 24ª edição, realizada de 12 a 14 de junho no complexo da Feira de Importação e Exportação da China (Complexo de Feiras de Cantão).

Esta feira integra o circuito do evento IHE China (Expo Internacional da Indústria de Saúde) e é coorganizada por entidades nacionais importantes, como o Centro Chinês de Promoção de Cooperação para PMEs, a Câmara Chinesa de Comércio de Importação e Exportação de Produtos Alimentícios (CFNA), a Associação Nacional de Saúde da China, além da Federação Internacional de Movimentos de Agricultura Orgânica (IFOAM) e associações orgânicas regionais. A presença dessas instituições assegura um caráter oficial e profissional ao evento.

O foco da feira de Guangzhou está em nutrição, saúde e orgânicos, refletindo a tendência de convergência desses segmentos. Com o aumento da conscientização sobre saúde na China, há uma demanda crescente por alimentos naturais e orgânicos. Segundo dados do próprio evento, o mercado chinês de alimentos nutritivos e saudáveis atingiu cerca de 600 bilhões de RMB em 2023 (aproximadamente US\$ 180 bilhões), com um dos maiores ritmos de crescimento global. Esse cenário impulsiona a busca por produtos orgânicos e funcionais, sobretudo entre consumidores jovens e a população sênior (acima de 60 anos) que valoriza qualidade de vida. A CINHOE em Guangzhou congrega centenas de expositores chineses e estrangeiros apresentando desde superalimentos orgânicos, suplementos naturais, chás e bebidas saudáveis, até alimentos dietéticos e produtos para cuidados pessoais orgânicos. Por acontecer em Cantão (grande centro comercial), atrai um público diversificado de compradores: distribuidores, atacadistas, redes de supermercados, plataformas de comércio eletrônico, hotéis, empresas de import/export, entre outros. Os organizadores oferecem benefícios como programas de compradores VIP e matchmaking, visando conectar efetivamente oferta e demanda durante os três dias de evento.

Para o Brasil, participar desta feira é estratégico para acessar o dinâmico mercado do sul da China, incluindo províncias economicamente fortes como Guangdong e também compradores do Sudeste Asiático que visitam Guangzhou. Além disso, a presença da CFNA e IFOAM indica que é um ambiente favorável para quem busca parcerias de importação e informações atualizadas sobre regulamentações de orgânicos na China. Maiores informações podem ser obtidas pelo site: <https://www.cinhoe.com/en/>

Organic Festa Asia – Exposição Asiática da Indústria Orgânica



Uma novidade no calendário é a Organic Festa Asia, feira que terá sua inauguração em 2025 (dias 3 a 5 de setembro) em Xangai. Trata-se de um evento internacional voltado exclusivamente à indústria orgânica e à sustentabilidade, organizado em parceria pela IFOAM - Organics Asia e pela Messe Düsseldorf Shanghai.

O surgimento desta feira reflete o rápido crescimento da indústria orgânica na China e na Ásia: nos últimos anos, a China consolidou-se entre os líderes globais, com vendas orgânicas superando 1000 bilhões de yuans (100 bilhões) em 2023. Aproveitando esse momento, a Organic Festa Asia pretende reunir os principais recursos e players globais do setor orgânico, servindo como plataforma integrada de exposição, intercâmbio, cooperação e promoção para o desenvolvimento orgânico sustentável na região.

O escopo dessa feira abrange produtos orgânicos certificados de todas as categorias (alimentos in natura e processados, bebidas, têxteis orgânicos, cosméticos naturais, etc.), bem como soluções e tecnologias ligadas à produção orgânica e estilo de vida sustentável. Espera-se a participação de marcas orgânicas de ponta do mundo todo, compradores especializados e especialistas do setor, com uma programação que inclui fóruns sobre tendências e oportunidades em orgânicos e sustentabilidade. Por ser apoiada por uma aliança internacional (IFOAM Asia) e uma grande organizadora de feiras, a Organic Festa Asia tem perfil para se tornar um evento de referência anual.

Empresas brasileiras de orgânicos devem observar essa feira emergente como mais um canal para acesso ao mercado asiático, especialmente para lançar produtos inovadores alinhados a tendências de consumo consciente e fortalecer contatos com a comunidade global de orgânicos. Maiores informações podem ser obtidas pelo site: <https://organic-festa.com/en>

PERSPECTIVAS FUTURAS E TENDÊNCIAS

O horizonte para o mercado orgânico na China é de continuidade da expansão vigorosa observada nos últimos anos. Diversos elementos respaldam essa tendência: a prioridade governamental à segurança alimentar e sustentabilidade, mudanças nos hábitos de consumo pós-pandemia e a incorporação de novas tecnologias e canais de venda. Estima-se que, mantido o ritmo atual, o mercado orgânico chinês possa crescer entre 7% e 15% ao ano na próxima meia década, dependendo da categoria. Isso significaria dobrar de tamanho em menos de 10 anos, tornando-se possivelmente o segundo maior do mundo. Uma das forças motrizes é a contínua urbanização e aumento da renda: milhões de novos consumidores ingressarão na classe média e terão acesso a supermercados modernos e e-commerce, onde produtos orgânicos estarão disponíveis. As gerações mais jovens (Millennials e Gen Z chineses) tendem a ter preocupação maior com saúde preventiva e com origem dos alimentos, impulsionando demanda por orgânicos, naturais e funcionais.

A digitalização e o comércio eletrônico seguirão como pilares desse crescimento. A China já lidera mundialmente em vendas online de alimentos, e no segmento de orgânicos não é diferente. Novas plataformas e aplicativos focados em alimentos saudáveis surgem a cada ano, e a integração de sistemas de rastreabilidade via QR codes e blockchain pode aumentar a confiança do consumidor nos produtos orgânicos vendidos digitalmente. Por exemplo, startups chinesas estão desenvolvendo aplicativos onde o cliente escaneia o código do produto orgânico e acessa informações do produtor, métodos de cultivo e certificados, o que é um atrativo para os entusiastas de tecnologia e transparência. Além disso, o modelo “farm to table” online deve ganhar espaço: serviços por assinatura que conectam diretamente fazendas orgânicas a consumidores através de entregas semanais. Tudo isso indica que os canais digitais não apenas ampliarão o alcance dos orgânicos (inclusive para cidades de médio porte), mas também educarão o consumidor e reforçarão a cadeia de confiança via informação.

No tocante a políticas, espera-se um refinamento das exigências ambientais e de rastreabilidade. A China tem metas ambiciosas de redução de poluição e carbono; a agricultura orgânica é vista como uma aliada nesse esforço, por evitar agrotóxicos e incentivar práticas de baixo carbono. É plausível que o governo estabeleça metas para aumento da área orgânica (a UE, por exemplo, almeja 25% da área agrícola em orgânico até 2030; a China com 0,5% atual pode buscar 1-2% no médio prazo).

Também poderemos ver incentivos financeiros ou creditícios para produtores orgânicos domésticos, elevando a competitividade local. Por outro lado, a fiscalização deve apertar o cerco contra fraudes, mais auditorias surpresa e punições severas, pois a credibilidade do selo é fundamental.

A integração de critérios ESG (ambientais, sociais e de governança) nas cadeias de suprimento será outra marca das tendências futuras. Grandes varejistas e plataformas na China começam a adotar políticas de sustentabilidade e a exigir de seus fornecedores práticas responsáveis. Isso deve favorecer ainda mais os produtos orgânicos, que já nascem com um viés ambiental positivo. Produtores orgânicos que demonstrem preocupação adicional com bem-estar dos trabalhadores, comércio justo e redução de carbono terão um apelo especial.

Do ponto de vista do comércio internacional, podemos esperar maior cooperação e harmonização. A China deve avançar em acordos de equivalência de orgânicos com mais parceiros (União Europeia, por exemplo, negocia com a China o reconhecimento mútuo de certificações). Tais acordos facilitariam a entrada de produtos estrangeiros, ampliando a oferta interna. Ao mesmo tempo, a China buscará exportar mais seus produtos orgânicos, tornando-se talvez no futuro um hub asiático de orgânicos. Entretanto, dado o tamanho de seu mercado doméstico, é provável que continue sendo grande importadora líquida de itens específicos que não consiga suprir internamente (lácteos, certos grãos, frutas não nativas).

Em resumo, as perspectivas são de aceleração do consumo saudável e orgânico na sociedade chinesa, apoiado pela digitalização das vendas e pela incorporação da sustentabilidade como valor socioeconômico. Para os exportadores (como os brasileiros), isso significa um mercado crescente, porém competitivo: será preciso inovar, comunicar valor e assegurar conformidade para aproveitar a janela de oportunidade em um país que caminha para se tornar um dos maiores consumidores de orgânicos do planeta.

CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

O mercado de produtos orgânicos na China mostrou-se dinâmico e em forte expansão, sustentado por políticas governamentais de promoção da agricultura ecológica, por uma base consumidora urbana cada vez mais preocupada com saúde e qualidade, e por canais de distribuição modernos que facilitam o acesso a esses produtos. Em 10 anos, a China passou de iniciante a 3º maior mercado orgânico global, com vendas superiores a US\$13-14 bilhões. No entanto, a penetração de orgânicos no universo alimentar chinês ainda é baixa (<2%), denotando potencial de crescimento extraordinário conforme aumentem a conscientização e a confiança do consumidor.

A cadeia produtiva doméstica, embora em expansão (4 milhões de hectares orgânicos, 18 mil empresas certificadas), enfrenta desafios de estruturação e não supre toda a demanda qualitativa e quantitativa, abrindo espaço para importações pontuais de itens de alto valor ou escassez interna. Por outro lado, barreiras regulatórias significativas existem, já que a China mantém um rigoroso sistema próprio de certificação e controle, exigindo que importados se adequem plenamente aos seus padrões.

Dentro desse contexto, o Brasil desponta como um potencial beneficiário, pois possui uma oferta variada de produtos orgânicos (de commodities a especiais) e características produtivas favoráveis. Contudo, converter essa potencialidade em realidade comercial exige estratégia e ação coordenada.

Recomendações para produtores e exportadores brasileiros:

Aos produtores/exportadores que almejam o mercado chinês de orgânicos, recomendam-se os seguintes passos:

Preparação e Certificação: Investir antecipadamente em conhecer e atender aos requisitos chineses. Isso pode incluir contratar uma certificadora com experiência China para uma pré-avaliação das operações. Iniciar o processo de certificação orgânica chinesa com antecedência, idealmente, fazer a certificação ainda no Brasil através de organismos credenciados (muitos atuam globalmente). Isso evitará surpresas e agregará credibilidade junto aos importadores chineses. Documentos como manual de rastreabilidade, registros detalhados de insumos e controles de qualidade devem estar em ordem, pois serão exigidos.

Foco em Produtos de Nicho e Valor: Priorizar os itens em que o Brasil tem clara vantagem e que encontrem nicho receptivo na China. Por exemplo, em vez de tentar exportar hortaliças comuns (onde a China é autossuficiente), focar em superfrutas, castanhas, açúcar orgânico e cafés especiais, produtos com diferencial que justifique a importação. Apresentar esses produtos não apenas como commodities, mas com história, marca e certificações adicionais (orgânico + Fair Trade, por exemplo) pode diferenciá-los.

Parcerias Locais: Buscar importadores/distribuidores chineses confiáveis, de preferência que já atuem com produtos orgânicos ou gourmet. Eles serão essenciais para navegar na burocracia local, posicionar o produto nos canais certos e até auxiliar com requisitos de rotulagem e marketing culturalmente adequado. Participar de rodadas de negócio, usar contatos via Embaixada/consulados e plataformas como Alibaba para identificar potenciais parceiros são caminhos a explorar.

Adequação Logística: Planejar a logística considerando tempo de trânsito e necessidades de conservação. No caso de produtos com demanda pulverizada, avaliar estocar em zonas de livre comércio na China (como em Xangai, Guangzhou) para distribuição conforme pedidos, vários importadores oferecem esse serviço, facilitando vendas a pronta-entrega no e-commerce local.

Marketing e Educação do Consumidor: Estar preparado para investir em marketing do produto no destino. Isso inclui rótulos em chinês bem-feitos, com informações claras dos atributos (p.ex.: “sem agrotóxicos”, “origem amazônica”, “rico em vitamina C”) que atraiam o consumidor local. Usar mídias sociais chinesas (ex: WeChat, Weibo) possivelmente via influencers para divulgar receitas ou modos de uso do produto orgânico brasileiro. Feiras de degustação para o público final também ajudam a educar o paladar, por exemplo, apresentar açaí frozen em eventos de alimentos naturais.

Persistência e Adaptação: Entender que entrar no mercado chinês pode demandar tempo e ajustes. Testes piloto com pequenos volumes via canais online podem guiar decisões maiores. Feedback de parceiros e consumidores chineses deve ser incorporado, seja adaptar o sabor (menos doce, por exemplo, conforme preferência local), seja ajustar embalagens (tamanhos menores são comuns devido à falta de despensa nas casas). Ter flexibilidade e ouvir o mercado é chave para construir presença sustentável.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O mercado chinês de produtos orgânicos representa, simultaneamente, um dos maiores potenciais de crescimento e um dos mais desafiadores ambientes de negócios no agronegócio mundial. Para o Brasil, que construiu uma forte pauta de exportação agro voltada a commodities, a aproximação com esse segmento de maior valor agregado pode trazer benefícios em várias frentes: diversificação de mercados, melhores margens para produtores orgânicos (muitos dos quais familiares ou cooperativas), além de projetar internacionalmente uma imagem de país fornecedor de produtos sustentáveis e de alta qualidade.

Os próximos anos serão decisivos para consolidar a confiança do consumidor chinês em orgânicos, tanto domésticos quanto importados, e para estabelecer canais comerciais estáveis. Em vista disso, iniciativa privada e governo no Brasil precisam atuar de forma coordenada para posicionar os produtos orgânicos brasileiros como opção confiável, saborosa e competitiva no mercado da China. Com estratégia, persistência e cooperação, há caminho para que o Brasil se torne um parceiro importante na jornada da China rumo a um consumo alimentar mais saudável e sustentável.