

Um
mundo de
oportunidades

Volume 9
Origem: animal

AGRO INSIGHT



Institucional

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Presidente da República

CARLOS HENRIQUE BAQUETA FÁVARO

Ministro de Estado da Agricultura e Pecuária

IRAJÁ REZENDE DE LACERDA

Secretário-Executivo do Ministério da Agricultura e Pecuária

GUILHERME CAMPOS JÚNIOR

Secretário de Política Agrícola do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLOS GOULART

Secretário de Defesa Agropecuária do Ministério da Agricultura e Pecuária

LUIS RUA

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

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:

Marcel Moreira

Carolina Eufemia Aquino de Sá

Ângela Pimenta Peres

Estella R. Borges de Brito

Jennifer Santos Costa

Jenny Silva Brito

Manoel Augusto Soares Junior

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

Virginia Arantes Ferreira Carpi

Ângelo de Queiroz Maurício

Bruno Cavalheiro Breitenbach

Marlos Schuck Vicenzi

Fernanda Vanessa Mascarenhas

Magalhães

Marco Aurélio Pavarino

Dalci de Jesus Bagolin

Ellen Elizabeth Laurindo

Adriane Reis Cruvinel

Frederique Rosa e Abreu

Warley Efreim Campos

Márcio Rezende Evaristo Carlos

Marco Túlio Santiago

Luiz Cláudio de Santana e Caruso

Rafael D'Aquino Mafra

Ana Carolina Miranda Lamy

Diego Leonardo Rodrigues

Juliano Vieira

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.



MEL E DERIVADOS NA TAILÂNDIA: CRESCIMENTO E OPORTUNIDADES

Data: 15/09/2025

Posto: Bangkok/Tailândia

Palavras-chave: Mel Tailandês; Saúde e Beleza; Exportações e Importações; Produtos Apícolas; Regulamentação de Importação

Responsáveis: Ana Carolina Miranda Lamy, Wiranpat Boonyarattapan

SUMÁRIO:

O mercado tailandês de mel e derivados apresenta crescimento contínuo, impulsionado por tendências de saúde, bem-estar e beleza, embora o consumo per capita ainda permaneça abaixo da média global. O varejo moderno concentra a maioria das vendas, mas canais digitais e de comércio social ganham espaço rapidamente. A produção local é estável e fortemente associada ao mel de flor de longan, enquanto a Tailândia se consolida como hub regional de processamento e reexportação. As exportações mantêm desempenho consistente, com destaque para Taipé Chinês e Estados Unidos, enquanto as importações revelam forte dependência de fornecedores como Vietnã e China. Para o Brasil, que avança em negociações sanitárias para acesso do mel in natura, surgem oportunidades imediatas em produtos de maior valor agregado, como extrato de própolis, cápsulas de geleia real e suplementos, com ênfase na própolis verde brasileira, já reconhecido no mercado local pela qualidade e propriedades bioativas.

MEL E DERIVADOS NA TAILÂNDIA: CRESCIMENTO E OPORTUNIDADES

I.Regulação e Classificação de Mel e Derivados na Tailândia

Na Tailândia, o comércio de mel e produtos apícolas é regulado por dois órgãos principais: o Departamento de Desenvolvimento Pecuário (DLD), vinculado ao Ministério da Agricultura e Cooperativas (MOAC), responsável pelo controle sanitário de produtos de origem animal; e a Administração de Alimentos e Medicamentos (FDA), subordinada ao Ministério da Saúde Pública (MOPH), encarregada do registro de alimentos (processados), suplementos e cosméticos que contenham ingredientes de origem animal.

De acordo com a notificação do MOAC (2018) “Alimentos cozidos feitos de, que contenham, ou derivados de carcaça devem ser considerados como carcaça nos termos da Lei de Epidemias Animais BE 2558 (2015)”, no caso do mel e seus derivados, três itens são classificados como “carcaças”:

- 1.Mel natural;
- 2.Favo de mel;
- 3.Geleia real (fresca).

Para esses produtos, países exportadores devem solicitar acesso ao mercado junto ao DLD/MOAC, o que incluiu o preenchimento de questionário de avaliação de risco sanitário, apresentação de documentos técnicos, e missão de auditoria nos estabelecimentos interessados em exportar os seus produtos. Após a aprovação do DLD e a obtenção de um acordo sanitário entre o país exportador e a Tailândia, os importadores tailandeses precisam obter uma licença de importação do DLD, além de registrar os produtos junto à FDA/MOPH, na categoria correspondente.



Mel natural, favo de mel e geleia real (fresca) requerem certificação sanitária para ser exportado para a Tailândia.

Produtos derivados do mel que não se enquadram nesses três grupos (como cápsulas, sprays, bebidas, cosméticos e doces) não requerem a autorização sanitária do DLD, mas continuam sujeitos ao registro obrigatório na FDA/MOPH. Esse registro deve ser feito pelo importador tailandês.

A Tabela 1 a seguir apresenta exemplos de mel e produtos derivados, com a indicação do respectivo código SH, da autoridade competente e das condições de importação aplicáveis.

Tabela 1. Mel e produtos a base de mel

Produtos	Código SH	Acordo sanitário (e licença de importação) DLD/MOAC	Registro FDA/MOPH
Mel natural Favo de mel	0409.00	Sim	Sim
Geleia real (fresca)	0410.00	Sim	Sim
Cápsulas de geleia real ou própolis	2106.90.99	Não	Sim
Spray/extrato de própolis	2106.90.30	Não	Sim

Fonte: DLD e Alfândega Tailandesa

I. Consumo Doméstico

Nos últimos três anos, o consumo de mel na Tailândia apresentou tendência de crescimento, impulsionada pelos movimentos de saúde, bem-estar e beleza. No período pós-COVID-19, o mel passou a ser amplamente aceito como um alimento associado à imunidade e vitalidade. Consumidores o incorporam em suas rotinas, seja misturado com água morna e limão para aliviar irritações na garganta, seja como substituto do açúcar em dietas de “alimentação limpa”. Paralelamente, restaurantes e cafeterias voltados à saúde adotaram o mel como adoçante natural em cardápios.

No setor de beleza, o mel e outros produtos apícolas permanecem populares, tanto para consumo interno (nutrição) quanto para uso externo em cosméticos (máscaras faciais e sabonetes), em linha com a preferência por ingredientes naturais e a imagem do mel como produto que apoia saúde e estética.

Em termos de comportamento de compra, há uma demanda crescente por mel de origem confiável, adquirido diretamente de apiários, canais on-line de agricultores ou e-commerce especializado. Além disso, consumidores demonstram interesse em produtos especiais ou regionais — como o “mel do quinto mês” ou o mel de flor de longan — valorizados por seus perfis de sabor e qualidade distintos.

Apesar da expansão, o consumo per capita na Tailândia permanece baixo, estimado em menos de 0,1 kg por pessoa/ano, abaixo da média global (0,234 kg em 2023) e de países de alto consumo, como a Alemanha (1,3 kg por pessoa/ano). Ainda assim, a tendência é de crescimento constante, sustentada pelo envelhecimento da população, pelo movimento de saúde preventiva e pela escolha de consumidores mais jovens em substituir açúcar por mel.

O mercado tailandês de mel pode ser dividido em quatro canais principais:

1.Comércio moderno (45–50%) – Supermercados, hipermercados e lojas de conveniência (ex.: 7-Eleven, com mais de 14.000 unidades). Esse canal é a espinha dorsal do varejo tailandês, crescendo em média 5–5,5% ao ano. Preços de referência:

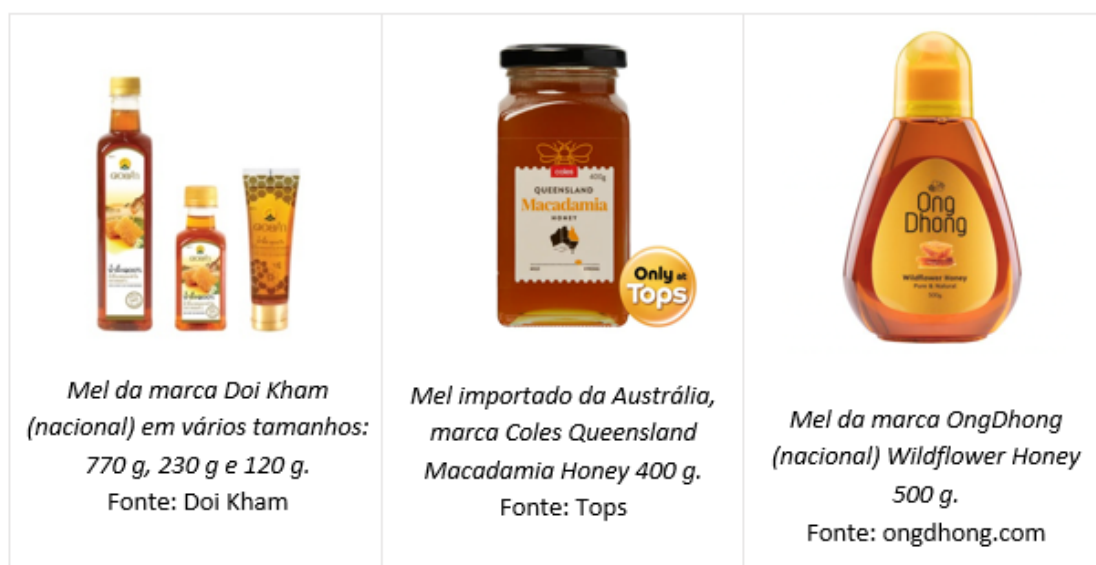
- o Doi Kham: 120 g (US\$ 1,29), 230 g (US\$ 2,45), 770 g (US\$ 5,82).
- o Importado Coles Queensland Macadamia Honey (Austrália, 400 g): US\$ 6,80.

2.Varejo tradicional/mercados locais (25–30%) – Forte presença nas províncias, com preços competitivos e logística simplificada. Exemplo: OngDhong (mel silvestre, 500 g) a US\$ 5,97.

3.E-commerce e marketplaces (15–20%) – Plataformas como Shopee, Lazada e TikTok Shop, acompanhando a expansão do consumo on-line.

4.Social commerce e vendas diretas (5–10%) – Impulsionadas pelo “live commerce”, no qual produtores usam redes sociais e LINE em conjunto com marketplaces para concluir vendas em tempo real.

Exemplos ilustrativos de produtos de mel comercializados na Tailândia



III.Produção de Mel na Tailândia

A Tailândia é considerada um produtor de porte médio no mercado asiático de mel. Em 2023, a produção nacional alcançou aproximadamente 11,8 mil toneladas, o que representou cerca de 0,6% da produção global (estimada em 1,9 milhão de toneladas), posicionando o país na 22ª colocação mundial.

A produção concentra-se principalmente na região norte e depende fortemente da floração de longan e lichia, além da prática da apicultura migratória. O período de colheita ocorre sobretudo entre fevereiro e março, quando os apicultores levam colmeias diretamente aos pomares de longan, gerando tanto um perfil de sabor característico quanto uma forte variação sazonal nos volumes produzidos, em função do clima.



Produção de mel na província de Nong Bua Lamphu, Tailândia.

Fonte: Suwan Bee Farm

A cadeia de suprimento segue um fluxo estruturado:

Apicultores → **coletores ou cooperativas** (extração, filtração, redução de umidade) → **plantas de envase e marcas** (testes de qualidade, como HMF, resíduos de antibióticos e atividade diastásica, conforme os requisitos dos mercados de destino) → **distribuição** para atacado, varejo, HoReCa e exportação.

Os custos médios de produção variam conforme a escala do apiário:

- Grandes fazendas: US\$ 1,74/kg
- Médias fazendas: US\$ 2,23/kg
- Pequenas fazendas: US\$ 2,43/kg

Os preços médios recebidos na porteira são de US\$ 2,79/kg, US\$ 2,86/kg e US\$ 2,52/kg, respectivamente, resultando em margens brutas indicativas de US\$ 1,05/kg (grandes fazendas), US\$ 0,64/kg (médias) e apenas US\$ 0,09/kg (pequenas).

Em termos anuais, os custos totais das fazendas variam de US\$ 14.171 a US\$ 140.572, com os principais direcionadores sendo: mão de obra, realocação sazonal de colmeias e taxas de posicionamento, alimentação suplementar em períodos de escassez, e testes de qualidade e embalagem.

Do lado dos processadores e marcas, destacam-se custos adicionais com embalagem, certificações, normas sanitárias e marketing.



Indústria de processamento de mel na província de Chiang Mai, Tailândia.

Fonte: suphabeefarm.com

Cabe destacar que a produção de mel tailandesa tem avançado além da condição de matéria-prima agrícola, consolidando-se em nichos de saúde, bem-estar, nutracêuticos e indústria por meio de cinco eixos principais:

1. Suplementos alimentares e terapias orais – derivados de própolis, geleia real e pólen de abelha. Exemplos: spray de garganta, balas/pastilhas, e cápsulas.
2. Bebidas funcionais e ingredientes culinários – como o vinagre de mel fermentado, oferecido por empresas como Fora Bee e Big Bee, em versões prontas para beber ou como ingrediente de cozinha, ampliando o portfólio e o valor unitário em relação ao mel in natura.
3. Cosméticos e cuidados pessoais – produtos como bálsamos labiais de cera de abelha com mel e derivados, que reforçam o valor agregado, a percepção de beleza natural e o reconhecimento das marcas locais.
4. Indústria de alimentos e bebidas – o mel é amplamente utilizado no processamento de alimentos como adoçante natural, aromatizante suave e ingrediente funcional (humectante/ligante) em produtos de panificação, cereais matinais, snacks, além de bebidas, molhos e laticínios. Suas propriedades contribuem para a retenção de umidade, melhora da textura e aceleração do escurecimento via reação de Maillard, permitindo substituir parcialmente o açúcar em formulações ajustadas (com redução de água e controle da temperatura de assamento).
5. Nutrição animal – na Tailândia, o mel é utilizado em níveis baixos como suplemento energético e melhorador de palatabilidade, misturado à ração ou à água. No entanto, não se consolidou como ingrediente principal devido ao custo elevado, em comparação ao melaço, amplamente empregado como fonte de energia e agente ligante em fazendas e formulações fermentadas.

Exemplos ilustrativos de produtos a base de mel industrializados na Tailândia



Spray de garganta Propoliz Plus X-Herb, da Tman Pharmaceutical Co., Ltd.
Fonte: Tman Pharmaceutical



Cápsulas de geleia real Big Bee, da Big Bee Farm Co., Ltd.
Fonte: Thaihoney.com



Vinagre de mel Fora Bee, da Chiangmai Healthy Product Co., Ltd.
Fonte: Fara Bee



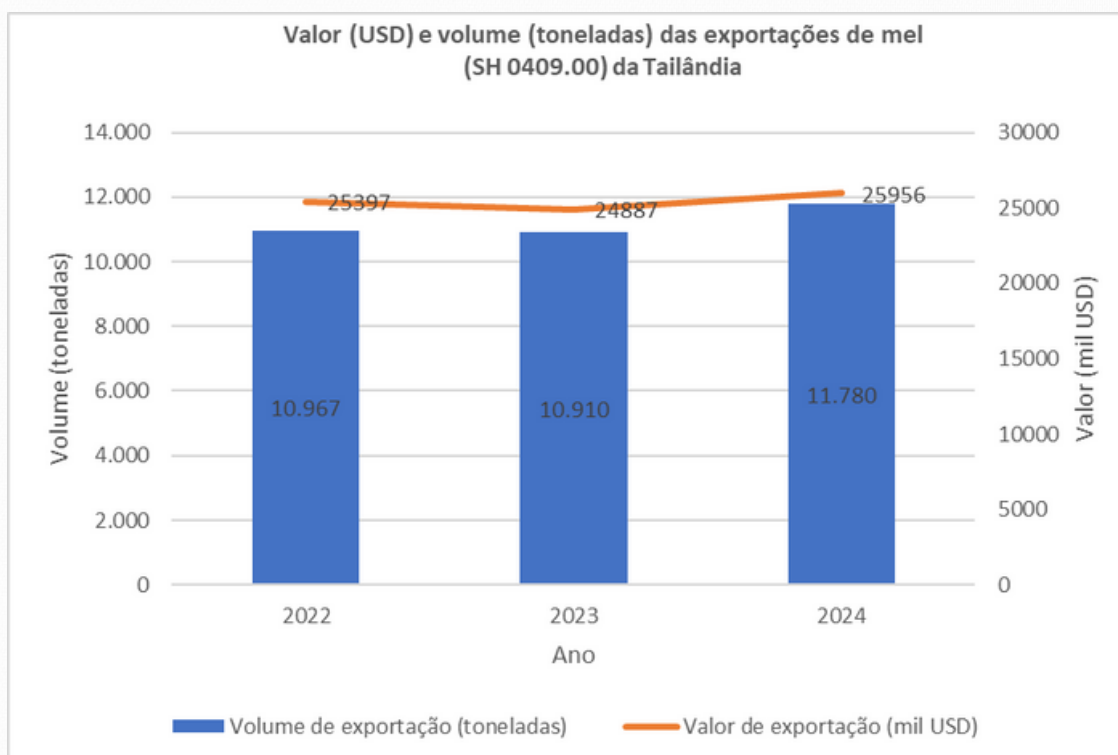
Bálsamo labial de cera de abelha com vitamina E e manteiga de karité, da Big Bee Farm Co., Ltd.
Fonte: Thaihoney.com

IV. Exportações de Mel e Produtos de Mel

O setor de mel da Tailândia (SH 0409.00) apresenta desempenho estável no comércio internacional, com volumes e valores de exportação relativamente constantes nos últimos anos. Os dados recentes revelam uma leve tendência de crescimento em 2024, acompanhada por uma diversificação de mercados de destino, ainda que com maior concentração em parceiros estratégicos como Taipé Chinês e Estados Unidos.

O Gráfico 1 mostra a evolução do valor e do volume das exportações tailandesas de mel (SH 0409.00) entre 2022 e 2024. O volume exportado manteve relativa estabilidade entre 2022 e 2023, em torno de 11 mil toneladas, mas registrou um crescimento em 2024, alcançando 11,8 mil toneladas. Já o valor exportado apresentou leve oscilação: partiu de US\$ 25,4 milhões em 2022, recuou ligeiramente para US\$ 24,9 milhões em 2023, e voltou a subir em 2024, chegando a US\$ 26,0 milhões. Esses dados indicam que, apesar de pequenas variações, o setor manteve desempenho estável, com tendência positiva no último ano analisado.

Gráfico 1. Valor (USD) e volume (toneladas) das exportações de mel tailandês (SH 0409.00) entre 2022 e 2024.



Fonte: ITC/Trademap

A seguir, o Gráfico 2 destaca a participação dos principais mercados de destino das exportações tailandesas de mel em 2024. O maior comprador foi Taipé Chinês, responsável por 31% do total exportado, seguido pelos Estados Unidos (16%), Austrália e Indonésia (10% cada), Malásia e China (9% cada) e Canadá (7%). A categoria “Outros” respondeu por 8%. Essa distribuição revela tanto a importância estratégica de Taipé Chinês como a diversidade dos mercados compradores, ainda que com certo grau de concentração nos principais destinos.

Gráfico 2. Principais mercados de exportação de mel natural (SH 0409.00) da Tailândia em 2024



Os exportadores de mel da Tailândia têm como principais clientes, envasadores e fabricantes de alimentos e bebidas no Leste Asiático, na América do Norte e na ASEAN. O mel tailandês, em especial o de flor de longan, é valorizado pelo sabor e cor consistentes, além de contar com certificações de produção reconhecidas. Em 2024, Taipé Chinês tornou-se o maior mercado de destino, impulsionado pela forte demanda local e pela produção doméstica insuficiente, o que reforça o papel da Tailândia como fornecedora estratégica. Essas características tornam o produto adequado tanto para marcas próprias (private label) quanto para uso como ingrediente em misturas.

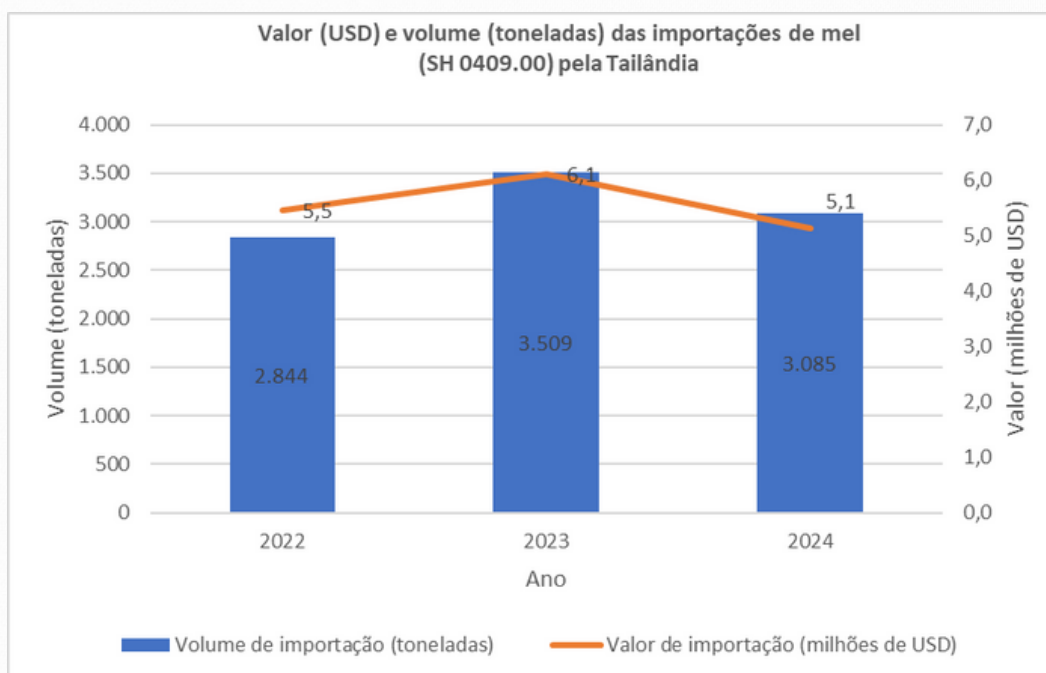
Entre os principais exportadores, a All Thai Bee Farm Co., Ltd. envia Thai polyfloral honey para importadores nos Estados Unidos, responsáveis pelo envase e distribuição. A Siam Honey International Co., Ltd. atende compradores industriais nos EUA e no Canadá, fornecendo mel em tambores de 265 a 300 quilos para uso em linhas de produção. A Chiang Mai Healthy Products Co., Ltd. (ForaBee) comercializa sob sua própria marca e também em regime OEM (Original Equipment Manufacturer), no qual fabrica o mel para ser envasado e vendido com a marca do importador. A Honey Polyplus Co., Ltd. concentra suas vendas no mercado da ASEAN, especialmente para Indonésia e Filipinas, em aplicações de bebidas e alimentos processados. Já a Fortuner Honey Co., Ltd., sediada em Lamphun — polo da produção de mel de flor de longan —, atende compradores do Leste Asiático e da ASEAN que valorizam o sabor e a cor distintiva desse produto.

No que se refere às exportações tailandesas de produtos derivados do mel de maior valor agregado, como própolis e cápsulas de geleia real, verificam-se inconsistências nos dados disponíveis. Em razão disso, tais informações não serão consideradas na presente publicação.

V.Importações de Mel e Derivados

As importações tailandesas de mel (SH 0409.00) cresceram em 2023, mas recuaram em 2024, conforme apresenta o Gráfico 3 abaixo. Em 2022, o país importou 2,8 mil toneladas, com um valor de US\$ 5,5 milhões. No ano seguinte, 2023, houve um crescimento significativo, atingindo 3,5 mil toneladas e US\$ 6,1 milhões, o ponto mais alto da série. Já em 2024, tanto o volume quanto o valor recuaram: as importações caíram para 3,1 mil toneladas e US\$ 5,1 milhões, embora ainda permanecessem acima dos níveis de 2022.

Gráfico 3. Valor (USD) e volume (toneladas) das importações de mel (SH 0409.00) pela Tailândia.

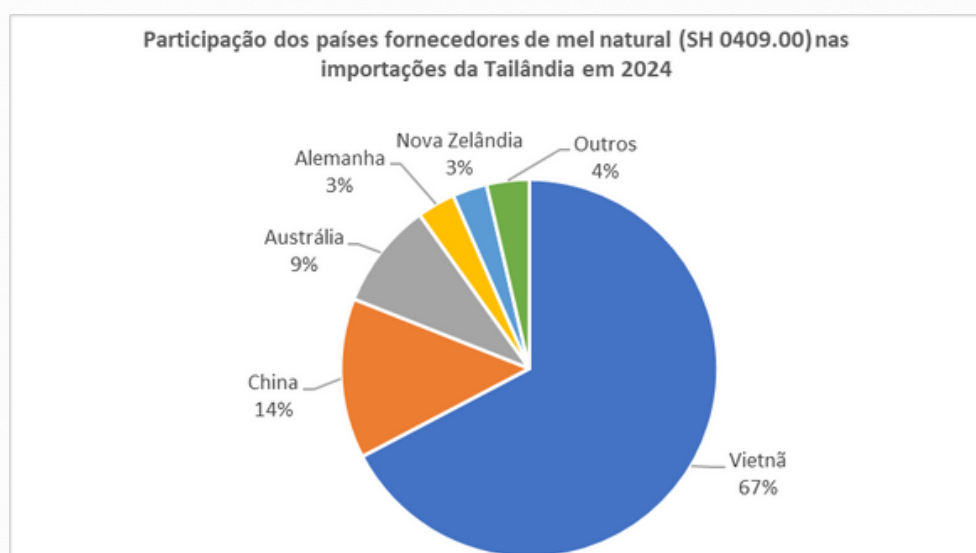


Fonte: ITC/Trademap

Esse comportamento revela um mercado de importação relativamente volátil, com crescimento em 2023, seguido por retração em 2024. As oscilações podem estar associadas a fatores como preços internacionais, produção doméstica, estoques acumulados ou ajustes na demanda interna. No entanto, os dados confirmam que a Tailândia mantém uma demanda consistente por mel importado, ainda que sujeita a variações anuais.

O Gráfico 4 a seguir ilustra a participação dos países fornecedores de mel natural (SH 0409.00) nas importações da Tailândia em 2024. É possível perceber forte concentração: o Vietnã liderou amplamente com cerca de US\$ 3,4 milhões (67% do total), seguido por China (US\$ 0,7 milhão; 14%) e Austrália (US\$ 0,5 milhão; 9%). Alemanha e Nova Zelândia contribuíram com cerca de 3% cada, enquanto os demais países somaram apenas 4%.

Gráfico 4. Participação dos países fornecedores de mel natural (SH 0409.00) nas importações da Tailândia em 2024.



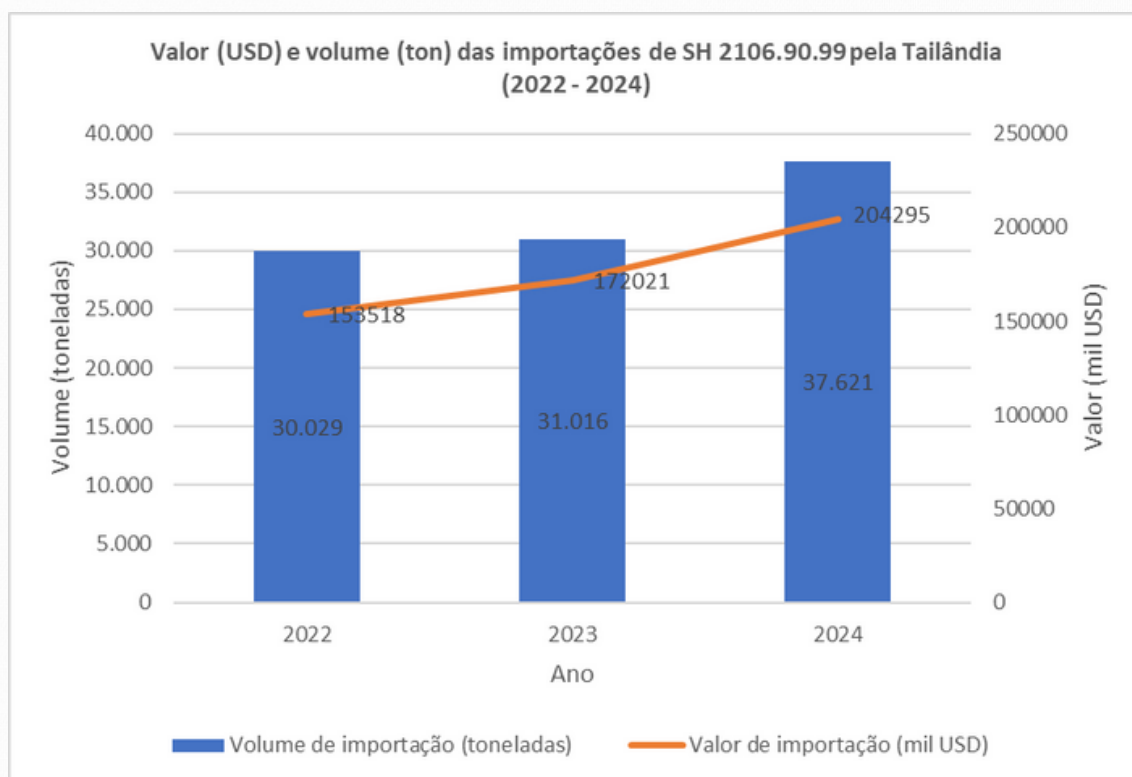
Em relação às importações tailandesas de produtos sob código SH 2106.90.99, como cápsulas de própolis e geléia real, o Gráfico 5 a seguir apresenta a evolução do valor (USD) e do volume (t) no período de 2022 a 2024.

O volume importado cresceu de 30,0 mil toneladas em 2022 para 37,6 mil toneladas em 2024, o que representa um aumento próximo de 25% em três anos. Esse crescimento gradual evidencia uma demanda crescente do mercado tailandês por produtos classificados nesse código tarifário.

Já o valor das importações evoluiu de US\$ 153,5 milhões em 2022 para US\$ 204,3 milhões em 2024, um avanço de aproximadamente 33%. Esse resultado mostra que o crescimento do valor foi proporcionalmente maior do que o aumento do volume, sugerindo uma elevação no preço médio por tonelada ou a importação de produtos de maior valor agregado.

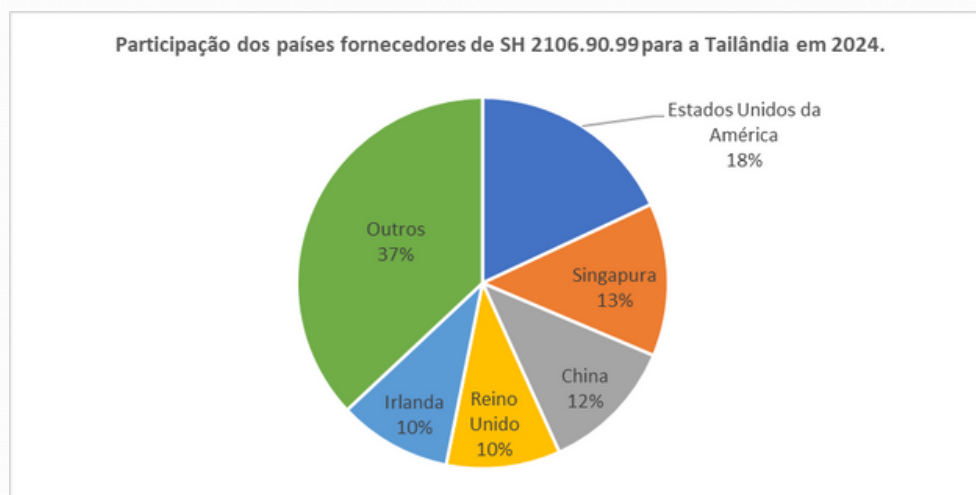
Em síntese, o gráfico demonstra um mercado em expansão, caracterizado por aumento tanto em volume quanto em valor, mas com destaque para a valorização unitária das importações, o que reforça a importância estratégica desse segmento para o comércio exterior tailandês.

Gráfico 5. Evolução do valor (USD) e volume (toneladas) das importações da Tailândia de produtos SH 2106.90.99, como cápsulas de própolis e geléia real, no período de 2022 a 2024.



O Gráfico 6 abaixo apresenta a distribuição das importações tailandesas do código SH 2106.90.99 por país de origem, em 2024.

Gráfico 6. Participação dos países fornecedores do SH 2106.90.99 para a Tailândia em 2024.

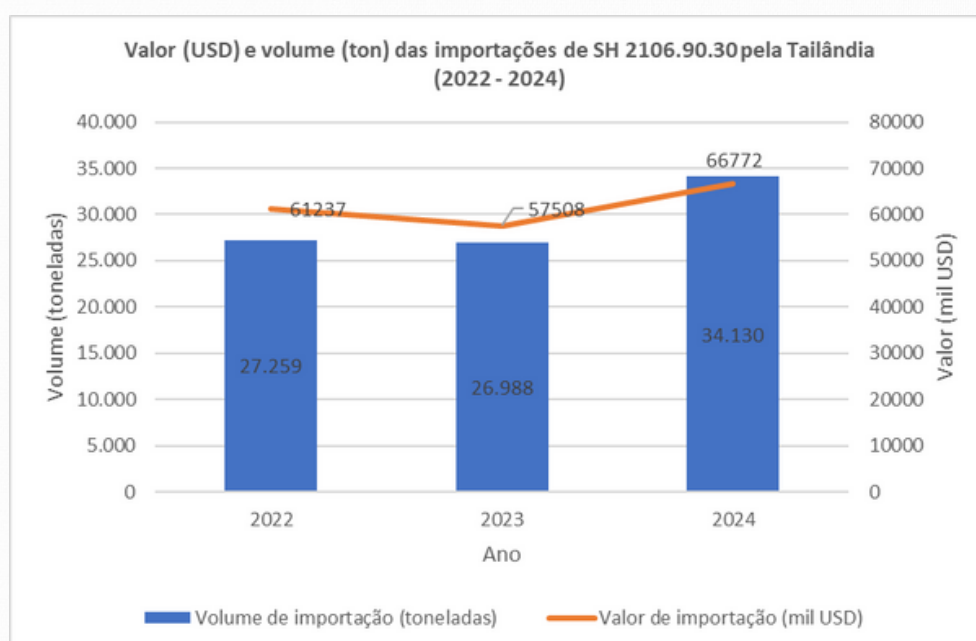


Fonte: ITC/Trademap

Observa-se que os Estados Unidos ocupam a posição de principal fornecedor individual, com participação de 18% no total importado. Em seguida aparecem Singapura, com 13%, China, com 12%, e Reino Unido e Irlanda, ambos com 10% de participação. Embora esses países tenham relevância significativa, a categoria “Outros” responde por 37% das importações, evidenciando uma estrutura de fornecimento relativamente pulverizada. Esse perfil indica que a Tailândia mantém uma rede diversificada de abastecimento, reduzindo a dependência de um único parceiro comercial e assegurando maior estabilidade no fornecimento desses produtos.

Em referência às importações tailandesas de produtos sob código SH 2106.90.30, como spray e extrato de própolis, o Gráfico 7 a seguir apresenta a evolução do valor (USD) e do volume (t) no período de 2022 a 2024.

Gráfico 7. Evolução do valor (USD) e volume (toneladas) das importações da Tailândia de produtos SH 2106.90.30, como spray e extrato de própolis, no período de 2022 a 2024.



O volume importado cresceu de 27,3 mil toneladas em 2022 para 34,1 mil toneladas em 2024, com uma leve queda em 2023 (26,9 mil toneladas). No acumulado do período, houve aumento de cerca de 25%, indicando recuperação e expansão da demanda.

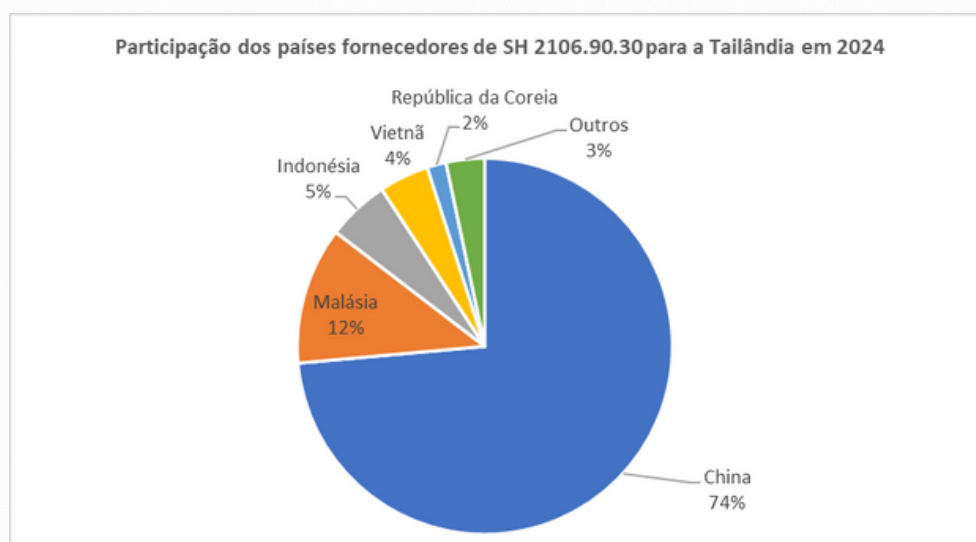
O valor importado acompanhou essa trajetória. Em 2022, as importações somaram US\$ 61,2 milhões, caindo para US\$ 57,5 milhões em 2023 e voltando a crescer em 2024, alcançando US\$ 66,8 milhões. Esse movimento sugere que, após um ajuste de preços ou demanda em 2023, houve recuperação no ano seguinte, com valorização do preço médio por tonelada ou maior procura por produtos de maior valor agregado.

Em síntese, os dados indicam um mercado em expansão, com tendência positiva em 2024, marcada tanto pelo aumento do volume quanto pelo crescimento do valor das importações, o que reforça o dinamismo do segmento representado pelo código SH 2106.90.30.

Entre os principais países fornecedores do código SH 2106.90.30 no mercado tailandês em 2024, observa-se clara predominância da China, responsável por 74% das importações, seguida pela Malásia (12%), Indonésia (5%), Vietnã (4%) e Coreia do Sul (2%). Os demais países agrupados na categoria “Outros” representam apenas 3% (Gráfico 8).

Esse quadro evidencia um alto grau de concentração das importações em um único fornecedor, configurando uma dependência significativa da China para o abastecimento desse produto no mercado tailandês.

Gráfico 8. Participação dos países fornecedores do SH 2106.90.30 para a Tailândia em 2024.



VI.Importadores Tailandeses de Mel e Derivados

Os principais importadores tailandeses de mel desempenham papel estratégico no abastecimento do mercado doméstico e na consolidação da Tailândia como hub regional de processamento e reexportação. Essas empresas atuam como elo central entre produtores internacionais e a indústria local, garantindo o fornecimento contínuo de matéria-prima para alimentos, bebidas, panificação e outros segmentos, ao mesmo tempo em que investem em envase, formulação, marca própria e distribuição multicanal.

A seguir, a Tabela 2 apresenta as empresas que lideram esse mercado.

Tabela 2. Lista dos 5 principais importadores tailandeses de mel natural (SH 0409.00)

Nº	Nome da empresa
1	Siam Honey International Company Limited
2	Chiang Mai Healthy Products Company Limited
3	AZ Global Trade Company Limited
4	Sunshine Thai Foods Company Limited
5	Global Food Products Company Limited

Fonte: Ministério do Comércio

As importações tailandesas de mel natural (SH 0409.00) integram uma cadeia de valor que vai da triagem e formulação até a embalagem e distribuição, fornecendo um suprimento confiável de matéria-prima para fabricantes de alimentos e bebidas.

- A Siam Honey International Co., Ltd. importa mel a granel em grandes recipientes, realiza testes de qualidade, ajusta formulações conforme especificações do cliente e o envasa em embalagens de varejo ou bombonas (jerry cans) para o mercado interno e para reexportação.
- A Chiang Mai Healthy Products Co., Ltd. combina atuação com suas próprias marcas e serviços de fabricação sob contrato (OEM/Private Label), direcionando o mel para bebidas, alimentos funcionais e alguns itens de cuidados com a pele.
- A AZ Global Trade Co., Ltd. funciona como uma trading de adoçantes e insumos agrícolas, atendendo fabricantes de alimentos, padarias e atacadistas.
- A Sunshine Thai Foods Co., Ltd. atua na importação, envase e distribuição em redes de atacado, varejo e canais on-line, oferecendo tanto mel 100% puro quanto formulações prontas para consumo.
- A Global Food Products Co., Ltd. inclui o mel em seu portfólio diversificado, distribuindo-o pelo comércio moderno e pelo e-commerce.

De forma geral, esses importadores desempenham dois papéis centrais: ampliar o suprimento de matéria-prima para indústrias de alimentos, bebidas e panificação, e agregar valor por meio de classificação, embalagem, branding e fabricação sob contrato, antes da distribuição a consumidores e clientes B2B em todo o país.

A Tabela 3 a seguir apresenta a lista dos principais importadores tailandeses de produtos derivados de mel de alto valor agregado, como própolis e cápsulas de geleia real, provenientes de diferentes origens.

Tabela 3. Principais importadores tailandeses de produtos sob código SH 2106.90.30 e 2106.90.99.

N.º	Nome da empresa
1	T.MAN Pharmaceutical Co.Ltd.
2	Saint Connection Group Co., Ltd.
3	Cony Bright Intertrade Co., Ltd.

De forma geral, o mercado tailandês de derivados de mel é abastecido por diferentes origens e marcas consolidadas, o que reforça o caráter diversificado das importações nesse segmento. A T.MAN Pharmaceutical Co. Ltd. destaca-se pela importação de própolis verde do Brasil, confirmando a presença de produtos brasileiros no setor de suplementos e nutracêuticos da Tailândia. A Saint Connection Group Co., Ltd. concentra suas operações na importação de cápsulas de geleia real da marca Now, provenientes dos Estados Unidos, enquanto a Cony Bright Intertrade Co., Ltd. atua com a importação de cápsulas de geleia real da marca Nubolic, originárias da Austrália, evidenciando a competitividade australiana no fornecimento de suplementos apícolas.

Esses produtos são distribuídos por uma ampla rede de canais, que inclui farmácias, lojas de produtos naturais e saudáveis, lojas de conveniência, plataformas de comércio eletrônico, além de clínicas e hospitais públicos e privados, garantindo aos consumidores acesso prático e diversificado, independentemente do ponto de compra.

VII. Tarifa de Importação de Mel e Derivados

Em relação às tarifas de importação, as remessas provenientes do Brasil e de outros países que não possuem acordo de livre comércio (FTA) com a Tailândia estão sujeitas à alíquota geral, conforme estabelecido pela Seção 12 do Decreto de Tarifas Aduaneiras B.E. 2530.

Para esses casos, as tarifas aplicáveis aos produtos brasileiros são: mel (SH 0409.00) com imposto de 30%; geleia real fresca (SH 0410.00) isenta de tarifas; cápsulas de geleia real ou de própolis (SH 2106.90.99) com tarifa de 5%; e spray/extrato de própolis (SH 2106.90.30) também com tarifa de 5%.

Para países com acordos preferenciais em vigor, aplicam-se alíquotas diferenciadas, que geralmente resultam em isenção total do imposto de importação, reforçando a competitividade dos fornecedores que integram a rede de FTAs da Tailândia.

A tabela a seguir apresenta a estrutura tarifária aplicável às importações de mel e produtos relacionados, discriminando as alíquotas máximas, gerais, multilaterais (OMC) e preferenciais, conforme cada acordo comercial vigente:

Tabela 4. Alíquotas tarifárias de importação para mel e produtos relacionados ao mel.

Acordo/Regime	SH 0409.00 Mel	SH 0410.00 Geleia real (fresca)	SH 2106.90.99 Cápsulas de geleia real ou própolis	HS 2106.90.30 Spray de própolis
Seção 12 (alíquota geral)	30%	Isento	5%	5%
Decreto de Tarifas Aduaneiras B.E. 2530 (alíquota máxima)	65%	35%	60%	60%

OMC	30%	30%	20%	20%
ASEAN–Austrália–Nova Zelândia	Isento	Isento	Isento	Isento
ASEAN – China	Isento	Isento	Isento	Isento
ASEAN – Hong Kong	10%	Isento	Isento	Isento
ASEAN – Japão	Isento	Isento	Isento	Isento
ASEAN – Coreia	Isento	Isento	Isento	Isento
ATIGA (ASEAN)	Isento	Isento	Isento	Isento
Tailândia – Austrália	Isento	Isento	Isento	Isento
Tailândia – Chile	Isento	Isento	Isento	Isento
Tailândia – Nova Zelândia	Isento	Isento	Isento	Isento

Fonte: Alfândega Tailandesa

VIII.Oportunidades para o Brasil

Embora as exportações brasileiras de mel in natura — incluindo favo de mel e geleia real fresca — ainda não tenham acesso ao mercado tailandês, por dependerem da conclusão das negociações sanitárias em andamento junto ao Departamento de Desenvolvimento Pecuário do Ministério da Agricultura e Cooperativas (DLD/MOAC), já se abrem oportunidades imediatas para o Brasil no segmento de produtos de maior valor agregado, como própolis, geleia real em cápsulas, e suplementos.

Esses produtos não requerem autorização sanitária do DLD, apenas registro junto à Administração de Alimentos e Medicamentos (FDA/MOPH). O Brasil já participa desse nicho com a própolis importada por empresas tailandesas e utilizado em linhas de sprays e pastilhas, consolidando a imagem positiva do país como fornecedor de ingredientes diferenciados.

O consumo tailandês de produtos voltados à saúde, bem-estar e beleza cresce de forma consistente, ampliando as perspectivas para os derivados apícolas brasileiros em segmentos como nutracêuticos, cosméticos naturais e alimentos funcionais. Além disso, a Tailândia atua como hub regional de processamento e reexportação, o que significa que a inserção de produtos brasileiros pode abrir acesso indireto a outros mercados asiáticos.

Dentro desse contexto, uma estratégia brasileira deve combinar duas frentes: (i) prosseguir com as negociações sanitárias já em andamento, com vistas a garantir o acesso ao mercado tailandês para o mel in natura; e (ii) intensificar a promoção comercial de produtos processados, aproveitando as condições regulatórias atuais para ampliar a participação do Brasil em nichos de maior valor agregado e em mercados consumidores dinâmicos.

O caso da própolis ilustra bem esse potencial. Embora seja um produto de nicho em comparação ao mel, vem ganhando força entre consumidores tailandeses focados em saúde preventiva. A própolis é amplamente incorporado a suplementos e fitoterápicos, especialmente sprays e pastilhas para a garganta, nos quais o extrato é ingrediente principal.

A própolis verde brasileira desfruta de reputação global por sua composição química concentrada e potentes propriedades bioativas, o que a torna altamente valorizado por fabricantes tailandeses que buscam matérias-primas confiáveis e de alta qualidade.



Spray bucal com extrato de própolis verde de origem brasileira comercializado na Tailândia.
Fonte: Balans