



NL.IN.
BUSINESS.COM

SUCCESVOL ZAKENDOEN IN CHINA

E-BOOK

VOOR WIE IS DIT E-BOOK?

Wil jij zakendoen in China

- Ben jij van plan op korte termijn zaken te gaan doen in China?
- Wil je weten wat nodig is om succesvol te starten?
- Zoek je een praktisch overzicht van alles waar je aan moet denken?
- Voorkom je veelgemaakte fouten door te leren van ondernemers die je voorgingen?

Dan is dit e-book voor jou!

HOE GEBRUIK JE DIT E-BOOK?

Dit e-book biedt je een overzicht van de belangrijkste kansen voor Nederlandse ondernemers in China. Het e-book bevat ook tips voor het doen van zaken in China en het vinden van een goede lokale partner.

Je kunt de verschillende hoofdstukken van dit e-book achter elkaar lezen, maar je kunt ze ook afzonderlijk erbij pakken wanneer je het antwoord op een specifieke vraag zoekt. Achterin vind je een handige lijst van



betrouwbare bedrijven die je verder kunnen helpen met bijvoorbeeld het werven van medewerkers of de juridische aspecten van zakendoen in China.

China is de grootste economie ter wereld en biedt enorme kansen voor Nederlandse ondernemers. De Chinese markt is enorm groot, met meer dan 1,4 miljard inwoners. De Chinese consument is daarnaast steeds meer bereid om te betalen voor kwaliteitsproducten en diensten.

Er zijn veel verschillende sectoren waar Nederlandse ondernemers kunnen profiteren van de Chinese markt. Enkele van de meest veelbelovende sectoren zijn:

- Agrifood
- Automotieve
- Chemie
- Energie
- Infrastructuur
- ICT
- Medische technologie
- Toerisme
- Woningbouw

Om succesvol te zijn in China is het belangrijk om goed onderzoek te doen naar de Chinese markt en de Chinese cultuur. Je moet ook bereid zijn om te investeren in een goede lokale partner. Een lijst van betrouwbare partners vind je [hier](#).



INHOUDSOPGAVE

Voor wie is dit e-book?	2
Taal & Cultuur	4
Marktonderzoek	6
Intellectueel eigendom	9
Bedrijfsetiquette	10
Interessante marktkansen in China	11
Waar moet je op letten bij zakendoen in China	13
China's Corporate Social Credit System	14
Internettoegang in China	16
Ervaringen en tips van andere ondernemers	17
Exporteren naar China	18
Colofon	20

TAAL & CULTUUR

TAAL IN CHINA: BEGRIJPEN EN BEGREPEN WORDEN

Als je begint met zakendoen in China, is de kans groot dat je te maken krijgt met taalbarrières. De officiële taal van China is Mandarijn (ook bekend als Standaard Chinees of Putonghua), dat door ongeveer 70% van de bevolking wordt gesproken. Hoewel het Engels in sommige stedelijke en zakelijke omgevingen wordt gesproken, kun je er niet van uitgaan dat er Engels gesproken wordt en is een tolk essentieel. Daarom is het belangrijk dat je begrijpt hoe taal invloed kan hebben op je onderneming in China¹.

Het leren van Mandarijn is ongetwijfeld een voordeel, maar het kan een uitdaging zijn vanwege het complexe karakter en de tonale aard. Dus wat moet je dan doen als je geen Mandarijn spreekt? Er zijn verschillende benaderingen die je kunt nemen. De eerste is het in dienst nemen van een tolk. Dit kan een waardevolle investering zijn, vooral tijdens de vroege stadia van zakendoen. Een tolk kan niet alleen helpen met de taal, maar ook met het navigeren door culturele nuances². [China Trainers](#) kan je op weg helpen met inzicht in de Chinese zakencultuur.



Een andere benadering is het aannemen van lokaal talent. Het inhuren van lokale werknemers die zowel vloeiend Mandarijn als goed Engels spreken, kan je helpen bij het overbruggen van de taalbarrière. Ze kunnen je helpen bij het opbouwen van relaties, het onderhandelen over deals, en het begrijpen van de lokale marktdynamiek.

Het is ook belangrijk om te begrijpen dat taal meer is dan alleen woorden. In China is de manier waarop je communiceert net zo belangrijk als wat je zegt. Er zijn veel culturele nuances en ongeschreven regels die je moet begrijpen en respecteren. Bijvoorbeeld, indirecte communicatie wordt vaak verkozen boven directe, en het is belangrijk om gezichtsverlies te vermijden. Een onbedoelde belediging kan niet alleen je relatie schaden, maar ook je zakelijke kansen⁴.

Het navigeren door de Chinese taal kan in eerste instantie ontmoedigend lijken, maar met de juiste aanpak kan het een beheersbare uitdaging worden. Door gebruik te maken van tolken, taaldiensten en lokaal talent, kan je effectief communiceren en succesvolle zakelijke relaties opbouwen. Door je bewust te zijn van en respect te tonen voor de culturele nuances van communicatie in China, kan je vertrouwen opbouwen en langdurige partnerschappen bevorderen.

Samengevat, als je zaken wilt doen in China, moet je de rol van taal niet onderschatten. Een goede communicatie is de sleutel tot succes in elke onderneming en in China is dat niet anders. Dus investeer in taal, of het nu is door het leren van Mandarijn, het inhuren van een tolk, of het gebruiken van een taaldienst. Door dit te doen, leg je de basis voor succesvolle zakelijke relaties in China.

CULTUUR

In de dynamische wereld van internationale handel speelt China een onmiskenbare rol. Als één van de grootste economieën ter wereld, biedt China een overvloed aan zakelijke mogelijkheden⁵. Door de enorme bevolking van ruim 1,4 miljard mensen en groeiende welvaart en diversiteit, vormt China een aantrekkelijke markt voor zowel import als export⁶. Toch gaat succesvol zakendoen in China niet enkel over de grootte van de markt.

Het is belangrijk je te realiseren dat China's zakelijke cultuur sterk verschilt van die van Nederland. Zakelijke relaties zijn gebaseerd op respect, vertrouwen en begrip. Het bouwen van persoonlijke relaties, oftewel 'Guanxi', is van fundamenteel belang.

Een ander belangrijk aspect van de Chinese zakelijke cultuur is het concept van 'Mianzi' of 'gezicht'. Het behouden van het 'gezicht' gaat over het handhaven van de reputatie en eer van zowel jezelf als anderen. Het openlijk bekritisieren of kleineren van een zakenpartner kan leiden tot het verlies van 'gezicht' en kan ernstige schade toebrengen aan de zakelijke relatie.

REGIONALE VERSCHILLEN

Bij het betreden van de Chinese markt moet je ook rekening houden met regionale verschillen. De regio's in China verschillen sterk van elkaar, wat betekent dat de zakelijke mogelijkheden per regio kunnen verschillen⁷. Verschillende regio's hebben verschillende prioriteiten en zakelijke mogelijkheden, dus het is essentieel om je te concentreren op de regio die het beste past bij jouw product of dienst⁸.

Daarnaast is het essentieel om bewust te zijn van mogelijke risico's bij het zakendoen in China. Onderwerpen zoals intellectueel eigendom, maatschappelijk verantwoord ondernemen en zakelijke etiquette zijn van groot belang en moeten goed worden begrepen. In de volgende hoofdstukken wordt daar verder aandacht aan besteed. Houd er ook rekening mee dat je waarschijnlijk te maken krijgt met verschillende invoerrechten en andere formaliteiten bij het zakelijk invoeren van goederen vanuit China.

Kortom, succesvol zakendoen in China vereist een goed begrip van de lokale zakelijke cultuur en marktdynamiek. Je moet bereid zijn om te investeren in het opbouwen van sterke relaties, het respecteren van lokale gewoonten en het aanpassen aan regionale verschillen.

MARKTONDERZOEK

In dit hoofdstuk gaan we dieper in op het belang van marktonderzoek in China voor Nederlandse ondernemers en exportmanagers. China biedt een overvloed aan kansen voor internationale handel en investeringen, maar het is essentieel om de markt grondig te begrijpen om succesvol te zijn.

AANDACHTSPUNT 1: CULTURELE EN ECONOMISCHE ASPECTEN

Het begrijpen van de culturele en economische aspecten van China is van vitaal belang voor Nederlandse ondernemers en exportmanagers.

- (internationale) handel en (re-)migratie heeft altijd belangrijke rol gespeeld in de Chinese economische cultuur en maatschappij, het zijn van nature échte ondernemers die niet bang zijn om risico's te nemen.

Voorbeeld hiervan is het gigantische netwerk aan Chinese diaspora (overzeese Chinezen) die in elke uithoek van de wereld te vinden zijn en veelal lokale- (en tegenwoordig ook steeds meer grootschalige, internationale) handel bedrijven.

- Chinezen doen dus graag zaken met wie dan ook en stellen de handel en commercie voorop met weinig aandacht voor mogelijk tegenstrijdige politieke, culturele of religieuze belangen die spelen.
- Bij zowel kleine als grote ondernemingen stellen ze doorgaans snelheid, flexibiliteit, efficiëntie en progressie bovenaan.

Voorbeeld hiervan is dat het niet ongebruikelijk is om tijdens onderhandelingen het idee te hebben dat je Chinese zakenpartner verschillende belangen behartigd. Dit is vaak toe te wijzen aan (interne) wisselende prioriteiten of strategieën n.a.v. nieuwe marktsituaties of kansen, en niet aan een onzekere of slecht voorbereide zakenpartner die jou om de tuin zit te leiden.

Een ander voorbeeld is de informele zakelijke benadering. Er wordt weinig gemailed, genotuleerd of vastgelegd - Chinezen prefereren telefoongesprekken, chatjes over WeChat of besprekingen over een avondmaaltijd.

- Houd er rekening mee dat wij doorgaans de voorkeur hebben voor een weldoordacht en onderbouwd plan met heldere stappen richting een gemeenschappelijk doel, terwijl Chinezen liever sneller bewegen en besluiten met jou als persoon in zee te gaan en dan samen toekomstige uitdagingen aan te gaan wanneer ze zich presenteren.

Een voorbeeld hiervan is dat Chinezen veel tijd steken in informele kennismaking (uit eten, drinken, beursbezoeken, chatten en appen, etc.) omdat ze de relatie met jou als persoon vaak belangrijker achten dan de relatie met jouw bedrijf of onderneming.

AANDACHTSPUNT 2: EXPERTISE EN HULPBRONNEN

Als Nederlandse ondernemer of exportmanager die geïnteresseerd is in de Chinese markt, kan het ontbreken van specifieke expertise en hulpbronnen een uitdaging vormen. Het betreden van een nieuwe markt vereist vaak diepgaande kennis van lokale zakelijke praktijken, regelgeving, en culturele nuances. Gebrek aan dergelijke kennis kan leiden tot misverstanden en mislukte zakelijke inspanningen.

Het is van cruciaal belang om gebruik te maken van diensten van ervaren partners, zoals bijvoorbeeld de [China Trainers](#) om met expertise en efficiëntie de Chinese markt te betreden. Het inschakelen van lokale experts en adviseurs kan helpen bij het overwinnen van taalbarrières, het navigeren door complexe regelgeving, en het identificeren van de juiste partners voor samenwerking.

AANDACHTSPUNT 3: CONCURRENTIEANALYSE EN MARKTPOTENTIEEL

Het uitvoeren van een grondige concurrentieanalyse en marktpotentieelonderzoek is een kritieke stap bij het betreden van de Chinese markt. China is een enorm land met diverse regio's en marktsegmenten. Wat in één regio succesvol is, kan elders anders uitpakken. Het is essentieel om te begrijpen wie je concurrenten zijn, hoe zij opereren, wat hun sterke en zwakke punten zijn, en hoe jouw producten of diensten zich onderscheiden.

Daarnaast is het belangrijk om de specifieke marktpotentie te beoordelen. Welke behoeften en wensen hebben Chinese consumenten of bedrijven? Hoe groot is de doelgroep voor jouw producten of diensten? Welke trends en ontwikkelingen zijn van invloed op de vraag naar jouw aanbod? Het beantwoorden van deze vragen helpt bij het identificeren van lucratieve kansen en het ontwikkelen van een effectieve marktstrategie.



WAT DOET AEXI?

Kansen liggen vaak dichterbij dan je denkt wat weer voordelen oplevert in vervoersafstand en impact op het milieu. AEXI is hiermee dé online tool om met een druk op de knop exportkansen voor een product te achterhalen.

Aexi kan je helpen om de beste exportlanden voor jouw product of dienst te vinden. Je vindt informatie over de omvang van de markt, de concurrentie en de potentiële kansen.

Zo krijg je inzicht in:

- welke landen het meest ontvankelijk zijn voor jouw product of dienst
- marktkansen in landen waarvan je niet wist dat hier de beste afzetmarkten voor jouw product of dienst liggen
- mogelijkheden voor het verlagen van je ecologische voetafdruk.

Waardevolle informatie die je kan gebruiken voor je exportplan en als leidraad voor eventueel verder onderzoek.

Meer informatie over de kansen die AEXI biedt vind je [hier](#).

Marktonderzoek is een cruciale voorbereidende stap voor Nederlandse ondernemers en exportmanagers die geïnteresseerd zijn in zakelijke kansen in China. Het begrijpen van de culturele en economische aspecten, het vinden van de juiste expertise en hulpbronnen, en het uitvoeren van een grondige concurrentieanalyse en marktpotentieelonderzoek zijn drie essentiële aandachtspunten om met succes de Chinese markt te betreden.





INTELLECTUEEL EIGENDOM

China's systeem voor de registratie, bescherming, en implementatie van intellectueel eigendomsrecht (IE-recht) verschilt sterk van veel Westerse systemen¹⁰. In dit hoofdstuk vind je meer informatie hierover.

1. Registratie: In China wordt je intellectuele eigendom alleen beschermd als het bij de relevante Chinese autoriteiten geregistreerd staat. Dit komt doordat China een first-to-file-systeem hanteert voor IE, waarbij de eerste partij die registreert, de IE-rechten heeft, zelfs als deze partij niet de oorspronkelijke uitvinder is¹¹. Ook

als je enkel in China produceert, is het raadzaam om je handelsmerk te registreren. Vergeet niet om je merknaam zowel in het Nederlands als in het Chinees te registreren, dit verhoogt de bescherming en herkenbaarheid van je producten.

2. Handhaving: Als er sprake is van inbreuk op je intellectueel eigendom, zijn er verschillende opties beschikbaar. Je kunt websites vragen om producten offline te halen, samenwerken met de Chinese douane of een rechterlijk bevel aanvragen. Het is echter belangrijk op te merken dat de effectiviteit van deze acties sterk kan variëren en dat je mogelijk gespecialiseerde juridische ondersteuning nodig hebt om deze processen te navigeren.

3. Staatsbemoeienis: De Chinese overheid heeft een actieve rol in het ondersteunen en beschermen van Chinese bedrijven, met name die in bepaalde sectoren, tegen buitenlandse concurrentie. Dit beleid kan ook van invloed zijn op je IE-rechten, vooral bij het overwegen van overnames of joint ventures.

Intellectueel eigendom is een complexe en potentieel risicovolle ruimte voor bedrijven die zich op de Chinese markt willen begeven. Het is daarom cruciaal dat je je bewust bent van de uitdagingen en mogelijkheden voordat je je inzet in China. Plan vooruit, registreer en bescherm je IE zorgvuldig en houd rekening met de rol van de Chinese overheid om een goede start te maken.

BEDRIJFSETIQUETTE

Als je in China wilt ondernemen, is het van essentieel belang om je bewust te zijn van de Chinese bedrijfsetiquette. Je zakelijke succes kan grotendeels afhangen van je vermogen om te navigeren door de complexiteit van de Chinese bedrijfscultuur en etiquette.

1. Respect voor hiërarchie en autoriteit: In China speelt respect voor hiërarchie een belangrijke rol in de bedrijfsetiquette. Chinese bedrijven zijn meestal sterk hiërarchisch georganiseerd. Het is essentieel om respect te tonen voor superieuren en autoriteiten. Wanneer je een bijeenkomst bijwoont, zorg er dan voor dat je eerst de hoogstgeplaatste persoon begroet. Wanneer je een geschenk of visitekaartje overhandigt, doe dit dan met beide handen om respect te tonen.

2. Zakelijke geschenken: Het geven van geschenken is een belangrijk onderdeel van de Chinese zakelijke cultuur. Het wordt gezien als een teken van respect en kan helpen om zakelijke relaties op te bouwen. Het is belangrijk om een passend geschenk te kiezen dat niet te extravagant is, om niet de indruk te wekken dat je

probeert te slijmen. Vermijd ook het geven van klokken, paraplu's en bloemen, omdat deze in de Chinese cultuur worden geassocieerd met negatieve symboliek.

3. Zakelijke onderhandelingen: Onderhandelen is een kunst in China en kan soms ingewikkeld zijn. Het is essentieel om geduld te hebben en niet te proberen om de zaken te forceren. In Chinese zakelijke gesprekken wordt er vaak om de hete brij heen gedraaid, en directe confrontaties worden vermeden. Het is belangrijk om gezichtsverlies ("losing face") te vermijden, aangezien dit als zeer onbeleefd wordt beschouwd. Zorg ervoor dat je goed voorbereid bent en alle noodzakelijke informatie bij de hand hebt voordat je aan de onderhandelingstafel gaat zitten.

Natuurlijk is dit slechts het topje van de ijsberg als het gaat om bedrijfsetiquette in China. Het land is ongelooflijk divers en de praktijken kunnen variëren afhankelijk van de regio waarin je zaken doet¹². Daarom is het altijd een goed idee om grondig onderzoek te doen of een lokale expert te raadplegen om ervoor te zorgen dat je volledig bent voorbereid. Op de site van NLinBusiness.com vind je hier meer informatie over.

China biedt talloze ondernemerskansen, maar het is cruciaal om je bewust te zijn van de unieke uitdagingen van het zakendoen in het land. Door je bewust te zijn van de bedrijfsetiquette in China, kun je effectiever navigeren in de zakelijke omgeving en je kansen op succes vergroten.

INTERESSANTE MARKTKANSSEN IN CHINA

Als je van plan bent om te ondernemen in China, biedt dit dynamische land een schat aan mogelijkheden. Van agri-food en automotieve tot medische technologie en infrastructuur, er zijn veel sectoren die uitstekende kansen bieden voor Nederlandse ondernemers en exportmanagers. In dit hoofdstuk onderzoeken we enkele van de meest veelbelovende sectoren in China en hoe je daar als Nederlandse ondernemer je voordeel mee kan doen.

Laten we beginnen met de **agri-foodsector**. China's snelgroeiende stedelijke middenklasse koopt steeds meer hoogwaardige voedingsproducten. Dit biedt enorme kansen voor Nederlandse producenten van kwaliteitsvoeding en landbouwtechnologie. Houd er wel rekening mee dat de Chinese markt zeer gereguleerd is. Je zult je producten mogelijk moeten aanpassen aan de lokale smaak- en veiligheidsvoorschriften.

De **automotieve industrie** in China is 's werelds grootste, en Nederlandse bedrijven kunnen profiteren van deze groeiende markt. Vooral op het gebied van elektrische voertuigen en zelfrijdende technologie is er grote vraag, gezien China's ambitieuze klimaatdoelen en snelle technologische vooruitgang.

Vervolgens is er de **chemische industrie**. China is de grootste producent en consument van chemische producten ter wereld. Er is een grote vraag naar gespecialiseerde chemische producten en diensten, zoals polymeerontwerp, procestechnologie en milieutechnologie. Nederlandse bedrijven, bekend om hun expertise en innovatieve aanpak, kunnen een betekenisvolle rol spelen op deze markt.

De **energiesector** is een andere belangrijke groeimarkt in China. Met de toenemende vraag naar schone en hernieuwbare energie, kan de Nederlandse expertise in wind- en zonne-energie, maar ook in energie-efficiënte technologieën, een aanzienlijke invloed hebben. China streeft naar koolstofneutraliteit in 2060 en Nederlandse bedrijven kunnen een rol spelen in deze transitie.

China's ambitieuze Belt and Road Initiative en voortdurende urbanisatie vereisen aanzienlijke **infrastructuurontwikkelingen**. Nederlandse bedrijven met ervaring in duurzame stadsontwikkeling, waterbeheer en transportinfrastructuur kunnen een sleutelrol spelen in het ondersteunen van deze grootschalige projecten.

De **IT-sector** is in China een goudmijn aan kansen. Met het groeiende digitale landschap en een hoog niveau van internetpenetratie, zijn er kansen in e-commerce, digitale marketing, cloud computing en kunstmatige intelligentie.

De **medische technologiesector** biedt ook volop mogelijkheden. China's vergrijzende bevolking en stijgende gezondheidsuitgaven creëren een sterke vraag naar geavanceerde medische apparatuur en diensten. Hier kunnen Nederlandse bedrijven, bekend om hun expertise in deze sector, helpen bij het bevorderen van medische innovaties en het verbeteren van de gezondheidszorg.

Als we kijken naar de **toerismesector**, groeit het binnenlands toerisme in China snel en is er ook een toenemend aantal Chinese toeristen dat naar het buitenland reist. Als je actief bent in de toerismesector, zijn er mogelijkheden om unieke en op maat gemaakte ervaringen aan te bieden aan deze groeiende markt.

Tot slot biedt de **woningbouwsector** in China aanzienlijke kansen voor Nederlandse bedrijven. Met de aanhoudende urbanisatie en de vraag naar groenere en meer duurzame woonoplossingen, is er ruimte voor Nederlandse bedrijven om hun expertise op het gebied van duurzame bouw en slimme stadsoplossingen in te zetten.

Volop kansen dus! NLinBusiness.com is de partner om je verder op weg te helpen door je te koppelen aan de juiste partner. Meer informatie over kansen vind je [hier](#) op de website van NLinBusiness.com.



WAAR MOET JE OP LETTEN BIJ ZAKENDOEN IN CHINA

China is een markt vol potentie, maar zakendoen in dit land vereist wel wat specifieke aandachtspunten. Dit hoofdstuk is bedoeld om je bewust te maken van enkele van de belangrijkste overwegingen wanneer je zakendoet in China. We zullen het hebben over zowel marketingstrategieën als cultuurverschillen die van invloed kunnen zijn op je zakelijke succes.

MARKETING IN CHINA

Het marketingspeelveld in China is uniek en zeer digitaal. Traditionele Westerse platforms zoals Facebook en Google zijn geblokkeerd, en Chinese platforms zoals WeChat en Weibo zijn dominant. Je zult moeten leren hoe je deze platforms effectief kunt gebruiken om je doelgroep te bereiken.

Het is ook essentieel om te investeren in een goed vertaalde en gelokaliseerde Chinese website. Dit toont respect voor de Chinese cultuur en maakt het gemakkelijker voor Chinese consumenten om je producten te begrijpen en te kopen.

Consumenten in China vertrouwen ook sterk op online beoordelingen en aanbevelingen van vrienden en familie bij het maken van aankoopbeslissingen. Zorg er daarom voor dat je een sterke aanwezigheid opbouwt op relevante beoordelingssites en investeer in mond-tot-mondreclame en influencer marketing.

BEGRIJPEN EN AANPASSEN AAN LOKALE CONSUMENTENBEHOEFTE

Chinese consumenten kunnen heel andere verschillende behoeften en voorkeuren hebben dan je gewend bent. Het is essentieel om grondig marktonderzoek te doen en je producten of diensten waar nodig aan te passen. Wees niet bang om te leren van lokale bedrijven en hun succesvolle strategieën.

Bovendien zijn Chinese consumenten over het algemeen zeer merkbewust en statusgericht. Ze zijn bereid meer te betalen voor producten die als luxueus of van hoge kwaliteit worden beschouwd. Als je in staat bent om je merk als zodanig te positioneren, kan dit leiden tot hogere winstmarges.

INVESTEREN IN LANGE-TERMIJN RELATIES

Zakendoen in China is een lange termijn spel. Het opbouwen van sterke relaties, het navigeren in de regelgevende omgeving en het begrijpen van de lokale markt kost tijd. Wees geduldig en bereid om te investeren in een langetermijnstrategie.

Kortom, zakendoen in China kan enorm lonend zijn, maar het vereist geduld, begrip en aanpassingsvermogen. Door respect te tonen voor de Chinese cultuur, je marketingstrategieën aan te passen aan de lokale markt en te investeren in lange-termijn relaties, zul je goed gepositioneerd zijn om succes te behalen in deze dynamische en snelgroeiende markt.

CHINA'S CORPORATE SOCIAL CREDIT SYSTEM

Het doel van het sociale kredietsysteem (CSCS) is om het voor mensen en bedrijven gemakkelijker te maken om volledig geïnformeerde zakelijke beslissingen te nemen. Een hoge sociale kredietscore zal een indicator zijn dat een partij in een zakelijke context te vertrouwen is.

Het CSCS in China is een complex en allesomvattend ratingsysteem dat in 2014 is geïntroduceerd. Het is ontworpen om elk aspect van het gedrag van zowel bedrijven als individuen te volgen en te beïnvloeden. De resultaten hiervan kunnen van grote invloed zijn op je succes in de Chinese markt.

De basis van het CSCS is vrij eenvoudig - het belooft bedrijven die zich gedragen volgens de regels en bestraft degenen die dat niet doen. Het omvat niet alleen economische en commerciële activiteiten, maar ook milieu-, belasting-, en arbeidswetgeving, om maar enkele gebieden te noemen.



Elk bedrijf in China wordt beoordeeld op een reeks van criteria, variërend van belastingbetalingen en product-kwaliteit tot milieubescherming en arbeidsveiligheid. Dit betekent dat je als bedrijf moet zorgen dat je op alle gebieden aan de normen voldoet.

Een hoge score in het CSCS kan leiden tot voordelen zoals eenvoudiger toegang tot overheidscontracten, betere financieringsvoorwaarden en snellere goedkeuringsprocessen. Aan de andere kant kan een lage score leiden tot sancties, waaronder hogere inspectiefrequenties, minder toegang tot openbare aanbestedingen en zelfs uitsluiting van de markt.

Het CSCS maakt de concurrentie op de Chinese markt nog heuiger. Het dwingt bedrijven om nauwkeurig hun zakelijke activiteiten te beheren, transparant te zijn over hun operaties en bij te dragen aan sociale verantwoordelijkheidsinitiatieven.

Hoewel het CSCS uitdagend kan zijn, biedt het ook kansen. Het moedigt bedrijven aan om goede bedrijfsburgers te zijn en bij te dragen aan een duurzamere en verantwoordelijkere economie. Bedrijven die in staat zijn om zich aan te passen aan de eisen van het systeem en die de waarde ervan inzien, kunnen zich op de lange termijn onderscheiden en succes behalen.

Bij het navigeren door het CSCS is het cruciaal om te investeren in lokale kennis. Het hebben van adviseurs die de nuances van het systeem begrijpen, kan van onschatbare waarde zijn. Het is ook belangrijk om proactief te zijn in het naleven van de regels en normen die door het systeem worden opgelegd.

Als je van plan bent om zaken te doen in China, is het belangrijk om je bewust te zijn van het CSCS en de implicaties ervan voor je bedrijf. Hier zijn enkele belangrijke punten om te onthouden:

- Het CSCS is een uitgebreid systeem dat alle aspecten van het bedrijfsleven in China beïnvloedt.
- Het beloont bedrijven die voldoen aan regels en normen, en bestraft degenen die dat niet doen.
- Een goede score kan leiden tot aanzienlijke voordelen, terwijl een slechte score ernstige sancties kan opleveren.
- Het CSCS kan zowel uitdagingen als kansen bieden voor bedrijven.
- Investeren in lokale kennis en proactief naleven van regels kan je helpen navigeren door het systeem.

In de complexe en competitieve markt van China kan het begrijpen en navigeren van het CSCS het verschil maken tussen succes en falen. Zorg dat je voorbereid bent, blijf proactief en zet de stappen om een verantwoordelijk bedrijfscitizen te worden in het hart van China's groeiende economie.

MEER LEZEN?

sccei.fsi.stanford.edu

nhglobalpartners.com

INTERNETTOEGANG IN CHINA

Als je in China zakendoet, is het belangrijk om een VPN te gebruiken. Een VPN, of Virtual Private Network, zorgt ervoor dat je jouw internetverkeer versleutelt en via een server in een ander land verstuurt.

- Je kunt websites en apps openen die in China zijn geblokkeerd.
- Je kunt jouw internetverkeer versleutelen, waardoor het moeilijker is voor de Chinese overheid om jouw online activiteiten te monitoren.
- Je kunt je IP-adres verbergen, waardoor het moeilijker is voor websites om jouw locatie te achterhalen.
- Je kunt een VPN gebruiken om veilig te internetten in openbare wifi-netwerken.

WAT IS EEN VPN?

VPN's zijn diensten die een veilige en versleutelde verbinding creëren over een minder beveiligd netwerk, zoals het internet. Ze kunnen je in staat stellen om gecensureerde websites te bezoeken en de online privacy te verbeteren. In de context van China kunnen VPN's cruciaal zijn om toegang te krijgen tot de onbelemmerde informatie en digitale tools die essentieel zijn voor je zakelijke activiteiten.

Hoewel de Chinese regering het gebruik van VPN's die niet door de overheid zijn goedgekeurd, heeft verboden, blijven ze een essentieel hulpmiddel voor veel internationale bedrijven die in China opereren. Het gebruik van een VPN kan je helpen om de communicatie- en informatie-uitdagingen te navigeren die kunnen ontstaan door internetbeperkingen.

Er zijn veel verschillende VPN-providers, maar niet alle providers zijn geschikt voor zakendoen in China. Sommige providers worden door de Chinese overheid geblokkeerd, andere providers hebben een te lage snelheid of een te klein servernetwerk.

Hier zijn een aantal tips voor het kiezen van een VPN-provider voor zakendoen in China:

- Kies een VPN-provider die niet wordt geblokkeerd door de Chinese overheid.
- Kies een VPN-provider met een hoge snelheid.
- Kies een VPN-provider met een groot servernetwerk.
- Kies een VPN-provider met een goede klantenservice.

Hier zijn een aantal VPN-providers die geschikt zijn voor zakendoen in China:

- ExpressVPN
- NordVPN
- CyberGhost
- Private Internet Access
- VyprVPN

Zodra je een VPN-provider hebt gekozen, kun je deze installeren op je computer of smartphone. Nadat je de VPN hebt geïnstalleerd, moet je een account aanmaken en een server kiezen in een land van jouw keuze.

Als je eenmaal bent verbonden met een VPN-server, kun je je internetverkeer via deze server versturen. Dit maakt het moeilijker voor de Chinese overheid om jouw online activiteiten te monitoren.

ERVARINGEN EN TIPS VAN ANDERE ONDERNEMERS

Maak vooral actief gebruik van het bestaande netwerk, zoals de RVO, de Nederlandse Ambassade en uiteraard de de officieel geaccrediteerde NL Business Hub.

Daarnaast is een bezoek aan relevante beurzen om het aanbod van aanbieders en mogelijke concurrenten te zien ook altijd erg verstandig. De meeste beurzen worden ook actief door de Business Hub ondersteund en door lid te worden kunnen er zakelijke introducties geregeld worden. Verder geeft lidmaatschap diverse voordelen om op te hoogte te blijven van belangrijke sector rapportages en marktinformatie, relevante bedrijfsevenement, bedrijfsbezoeken etc.



Ben Boterkooper – CIL China

"Als ondernemer moet je China willen begrijpen. Je moet een beetje Chinees willen worden. Om winstgevend te worden, dien je als bedrijf dus ook kennis op te doen." [Lees verder](#)



Podcast - Ondernemen in China

"Het is belangrijk om een product aantrekkelijk te maken, zodat de Chinese consument het graag wil proberen. Een leuke en bijvoorbeeld mysterieuze verpakking helpt in de verkoop". [Lees verder](#)



Arthur Tideman – Orange Creatives

"China is gigantisch. Er zijn enorme inkomensverschillen in het land en grote culturele verschillen tussen noord en zuid. Benader de regio's alsof je aparte landen benadert". [Lees verder](#)



EXPORTEREN NAAR CHINA

WETTELIJKE AANDACHTSPUNTEN BIJ EXPORTEREN NAAR CHINA

Bij het exporteren naar China zijn er verschillende wettelijke aandachtspunten waar je rekening mee moet houden. Hier zijn enkele belangrijke punten:

a. Exportvergunningen: Controleer of de producten of goederen exportvergunningen vereisen voordat je ze naar China verzendt. Bepaalde producten, zoals militaire goederen of strategische technologieën, kunnen aan beperkingen onderhevig zijn. Het is essentieel om te

voldoen aan de exportcontrolewetten en -voorschriften van Nederland en die van China.

b. Intellectueel eigendom: Bescherming van intellectueel eigendom is een belangrijke overweging bij het zakendoen in China. Zorg ervoor dat jouw merken, patenten en auteursrechten goed beschermd zijn voordat je producten naar China exporteert. Het is slim om juridisch advies in te winnen om ervoor te zorgen dat jouw intellectuele eigendomsrechten worden gerespecteerd.

c. Juridische en regelgevende naleving: Zorg ervoor dat je op de hoogte bent van de relevante wet- en regelgeving met betrekking tot het exporteren naar China. Dit omvat zaken als productetikettering, verpakkingseisen, veiligheidsnormen en andere regelgevende vereisten. Het is verstandig om samen te werken met een gekwalificeerde douane-expediteur of een handelsadvocaat om ervoor te zorgen dat je voldoet aan alle noodzakelijke voorschriften.

PRODUCTVOORWAARDEN BIJ EXPORTEREN NAAR CHINA

Bij het exporteren naar China is het belangrijk om de specifieke productvoorwaarden te begrijpen die van invloed zijn op jouw exportactiviteiten. Hier zijn enkele punten om in gedachten te houden:

a. Kwaliteitsnormen: China hanteert specifieke kwaliteitsnormen en -certificeringen voor verschillende productcategorieën. Zorg ervoor dat jouw producten voldoen aan de vereiste normen en certificeringen om handelsbelemmeringen te voorkomen. Houd er rekening mee dat de Chinese regelgeving op dit gebied kan veranderen, dus blijf op de hoogte van eventuele updates.

b. Verpakking en labeling: Zorg ervoor dat jouw producten correct zijn verpakt en geëtiketteerd volgens de Chinese voorschriften. Het is belangrijk om te voldoen aan de vereisten voor etikettering van producten, inclusief informatie zoals productnaam, fabrikant, samenstelling, gebruiksinstructies en waarschuwingen indien van toepassing. Het naleven van de juiste verpakgings- en labelingnormen draagt bij aan een soepele douaneafhandeling en voorkomt mogelijke vertragingen.

c. Taalvereisten: Houd rekening met de taalvereisten bij het exporteren naar China. Zorg ervoor dat jouw productetiketten en documentatie in het Chinees beschikbaar zijn. Het hebben van accurate en begrijpelijke Chinese vertalingen zal helpen bij het verzekeren van een goede communicatie met Chinese klanten en handelspartners.

DOUANEVOORSCHRIFTEN BIJ EXPORTEREN NAAR CHINA

Bij het exporteren naar China zijn er verschillende douanevoorschriften waarmee u rekening moet houden. Hier zijn enkele belangrijke aspecten:

a. Douane-documentatie: Zorg ervoor dat je de juiste douane-documentatie invult en indient voor exportzendingen naar China. Dit omvat documenten zoals handelsfacturen, paklijsten, vrachtbrieven en douaneaangiften. Het is belangrijk om de juiste informatie te verstrekken en ervoor te zorgen dat alle vereiste documenten volledig en correct zijn ingevuld.

b. Tarieven en belastingen: Informeer jezelf over de toepasselijke douanerechten, invoerbelastingen en andere heffingen die van toepassing zijn op uw producten bij invoer in China. Deze tarieven kunnen variëren afhankelijk van het type product en de oorsprong ervan.

c. Douaneaangifteprocedures: Zorg ervoor dat je op de hoogte bent van de douaneaangifteprocedures bij het exporteren naar China. Dit omvat zaken als de vereiste documentatie, het gebruik van de juiste codes en classificatiesystemen, en het volgen van de juiste procedures voor douaneafhandeling. Het naleven van de douaneaangifteprocedures is essentieel om vertragingen of problemen bij de grens te voorkomen.

Het exporteren naar China biedt ondernemers veel kansen, maar het is belangrijk om de juiste kennis en voorbereiding te hebben.

COLOFON

Zakendoen over de grens? Maak van je ambitie, een succesvol internationaal bedrijf!

Internationaal zakendoen betekent nieuwe markten ontdekken, inspelen op kansen en mogelijkheden. Maar ook weten met wie je het beste zaken kan doen, welke cultuurverschillen belangrijk zijn en in welke wet- en regelgeving je terechtkomt.

NLinBusiness.com helpt Nederlandse mkb'ers met internationale ambities op weg met de juiste contacten én kennis. Of je nog aan het oriënteren bent, wilt opschalen of als ervaren exporteur specifieke informatie zoekt: wij zijn er voor je!

NLinBusiness.com Hét ondernemersplatform voor de mkb'er die internationaal zaken wil doen.

Copyright © 2024 NLinBusiness.com

geproduceerd door NLinBusiness.com. vormgeving: Arie de Vroed





Heb je specifieke vragen over China,
[neem dan contact met ons op](#)