

به نام خدا

گزارش پیرامون بازار نوشیدنی‌های میوه‌ای و کنسانتره در کشور مجارستان

خلاصه مدیریتی (Executive Summary)

- اندازه بازار: ارزش بازار «آب‌میوه و سبزی» در مجارستان در سال ۲۰۲۳ حدود ۱۸۹/۳ میلیون یورو برآورد شده است و روند ۲۰۱۳-۲۰۲۳ رشد ملایمی را نشان می‌دهد ~ CAGR ۱.۹٪؛ سرانه ارزشی ~۱۹.۴ یورو در ۲۰۲۳. (Report Linker)
- مصرف/قیمت: داده‌های رسمی KSH نشان می‌دهد «آب‌میوه/نکتار/شربت» در سبد مصرف خانوار جایگاه پایدار دارد؛ در ۲۰۲۴ قیمت «آب‌میوه و سبزی» ~۹.۵٪ و در دسامبر ۲۰۲۴ ~۴.۴٪ رشد سالانه داشته و در اوت ۲۰۲۵ نیز ۱۳.۶٪ گزارش شده است (ksh.hu).
- تجارت: واردات فصل ۲۰ آماده‌سازی‌های میوه/سبزی شامل HS 2009 مجارستان در ۲۰۲۳ حدود ۴۲۰ میلیون دلار بوده (+۱۰٪ نسبت به ۲۰۲۲). نکته HS 2009: زیرمجموعه‌ی فصل ۲۰ است. (trendeconomy.com)
- بازیگران کلیدی داخلی (Eckes-Granini) Sió-Eckes و Rauch Hungária از تولیدکنندگان/برندهای پیشرو آب‌میوه در مجارستان هستند (seaopenresearch.eu).
- کانال‌های خرده‌فروشی: زنجیره‌های اصلی شامل SPAR, Lidl, Coop, Tesco, CBA, Auchan, Aldi, Penny هستند؛ گزارش‌های ۲۰۲۴-۲۰۲۵ سهم و رشد بسیار قوی Lidl را نشان می‌دهد. (esmmagazine.com)
- مقررات: تمام آب‌میوه‌ها ذیل HS 2009 طبقه‌بندی می‌شوند؛ الزامات ترکیب/برچسب‌گذاری طبق Directive 2001/112/EC و اصلاحیه 2012/12/EU از جمله ممنوعیت «قند افزوده» در

«آبمیوه» و همچنین قواعد برجسب گذاری عمومی. (EU) No 1169/2011 در ۲۰۲۴ نیز تفسیر رسمی درباره گزاره «بدون قند افزوده» برای نکتارها منتشر شد (cbi.eu). نتیجه کلیدی برای ایران: تمرکز بر کنسانتره سیب، انگور، انار و مرکبات با استاندارد کیفی اتحادیه اروپا، بسته بندی صنعتی (Aseptic/Drum)، عرضه B2B به کارخانه های نوشیدنی مجارستان/اتریش/اسلواکی، و ورود از مسیرهای لجستیکی Koper (اسلونی) یا Constanța (رومانی) بهترین نقطه شروع است. (جزئیات در بخش توصیه ها).

۱. تعریف دامنه و HS Codes

- **HS 2009:** آبمیوه ها و آب سبزی ها (غیر تخمیری، بدون الکل)، «اعم از غلیظ (concentrated) یا رقیق شده» — کدهای ۸ رقمی انواع پرتقال، سیب، انگور، آناناس، سایر میوه ها، و... را پوشش می دهد (cbi.eu).
- سایر اقلام مرتبط: برخی شربت ها/نوشیدنی های پایه سیروپ ممکن است ذیل **HS 2106** قرار گیرند؛ اما بازار هدف این گزارش عمدتاً **HS 2009** است (کنسانتره های صنعتی برای تولید آبمیوه/نکتار) (cbi.eu).

۲. اندازه و پویایی تقاضا

- ارزش بازار داخلی ~ ۱۸۹.۳ میلیون یورو (۲۰۲۳). روند یک دهه گذشته افزایشی ملایم بوده و سرانه ارزش بازار به ~ ۱۹.۴ یورو رسیده است (ReportLinker).
- مصرف سرانه حجمی: سری زمانی KSH برای «آبمیوه/نکتار/شربت» نشان دهنده نوسان در بازه های ~ ۱۲ تا ~ ۲۰ لیتر/نفر/سال طی سال های اخیر است (وابسته به زیرگروه ها و روش محاسبه) (ksh.hu).
- تورم دسته آبمیوه: ۲۰۲۴: (۹.۵٪) در ماه مه؛ ۴.۴٪ در دسامبر) و اوت ۲۰۲۵ (~ ۱۳.۶٪)؛ تورم به همراه رشد هزینه های خرده فروشی بر قیمت گذاری برندها اثر گذاشته است (ksh.hu).

۳. تجارت خارجی (واردات/صادرات)

- ورود کلی فصل ۲۰: ۴۲۰ میلیون دلار در ۲۰۲۳ (+۱۰٪)؛ سهم از کل واردات ~ ۰.۲۸٪. برای تفکیک دقیق HS 2009 می توان از COMEXT/ITC استخراج ریز داده کرد؛ در این گزارش از فصل ۲۰ به عنوان نماینده خانواده محصول استفاده شده است. (trendeconomy.com)
- روند جهانی: **HS 2009** ارزش تجارت جهانی آبمیوه در ۲۰۲۳ حدود ۱۷.۶ میلیارد دلار (+۲.۹٪ YoY)؛ نشان دهنده بازار جهانی با ثبات با رشد جزئی است — ریسک پایین چرخه ای برای B2B کنسانتره (The Observatory of Economic Complexity)
- اتحادیه اروپا - مرجع طبقه بندی: تمام آبمیوه ها ذیل 2009 طبقه بندی می شوند (شامل کنسانتره و تک قدرت) (cbi.eu).

یادداشت اجرایی: برای قرارداد/قیمت‌گذاری، ریزکدهای ۸ رقمی CN (مانند 2009.12، 2009.61، 2009.89 و...) را در پیشنهاد فروش درج کنید.

۴. ساختار عرضه و رقبا

- تولیدکنندگان/برندهای مرجع در بازار داخلی:

○ SIÓ-Eckes خانواده Eckes-Granini برند. SIÓ

○ Rauch Hungária - برندهای Rauch / Happy Day

پژوهش دانشگاهی ۲۰۲۰ این دو را به عنوان بازیگران برجسته‌ی بازار آب‌میوه مجارستان بررسی کرده است (seaopenresearch.eu).

- کانال‌های فروش سازمان‌یافته SPAR، Lidl، Coop، Tesco، CBA، Auchan، Penny، Aldi. (esmmagazine.com)

○ گزارش‌های ۲۰۲۵ نشان می‌دهد Lidl سهم و رشد پیشرو دارد (رقابت قیمتی شدید در دسته نوشیدنی). (hungarytoday.hu)

۵. قیمت‌گذاری و حساسیت قیمتی

- تورم مواد غذایی در ۲۰۲۴-۲۰۲۵ روی آب‌میوه نیز منعکس شده است (اعداد بالا). نتیجه: خرده‌فروشان تخفیفی (discounters) مانند Lidl و Penny با SKUهای ارزان‌تر/برند خصوصی، فشار قیمتی بر برندهای وارداتی وارد می‌کنند؛ بنابراین باند قیمتی رقابتی و پیشنهاد ارزش (B2B) (قیمت/کیفیت پایدار، گواهی‌نامه‌ها) حیاتی است (ksh.hu).

۶. مقررات و الزامات اتحادیه اروپا

- استاندارد محصول و نام‌گذاری Council Directive 2001/112/EC: و اصلاحیه 2012/12/EU (برچسب‌گذاری، ترکیبات مجاز، شفاف‌سازی «بدون قند افزوده» برای آب‌میوه؛ و قواعد مربوط به نکتارها). سند ۲۰۲۴ نیز پیام‌رسانی «بدون قند افزوده» را برای نکتارها تبیین می‌کند ([یورودکس](#)).
- برچسب‌گذاری تغذیه‌ای/آلرژن‌ها (Reg. (EU) No 1169/2011: ارجاع عمومی).
- تعرفه/دسترسی بازار: تعرفه‌های MFN برای ریزکدهای 2009 متفاوت است (برخی خطوط ad valorem: یا ترکیبی/ویژه). (برای تعیین نرخ دقیق هر HS-8 (مبدأ ایران) از WITS/UNCTAD-TRAINS و مکمپ استفاده کنید هنگام صدور پروفرما (WITS)).

۷. کانال‌های ورود و لجستیک

- دروازه‌های پیشنهادی EU برای مجارستان:

○ بندر Koper در اسلوونی (مسیر ریلی/جاده‌ای به مجارستان کوتاه و پرکاربرد)،

- بندر **Constanța** در رومانی (ارتباط زمینی به بوداپست)،
- یا بنادر آلمان/لهستان (هزینه حمل معمولاً بالاتر).
- اینکوترمز توصیه شده FCA/FOB: برای معاملات عمده کنسانتره؛ DAP برای نمونه ارسال های کوچک.
- بسته بندی صنعتی: درام های آسپتیک ۲۰۰-۲۵۰ کیلوپی با لاینر کیسه ای چندلایه؛ کنترل دما (chilled) برای برخی اقلام با بریکس پایین.
- ۸ فرصت ها برای عرضه ایرانی (B2B و B2C)
- 1. B2B کنسانتره:
 - سیب و انگور: تطابق با ترجیحات طعمی و موجودی فصلی تولیدکنندگان محلی؛ مناسب برای بلندینگ.
 - انار و مرکبات: تمایز محصولی برای SKU های پریمیوم و نکتارهای ترکیبی.
 - گواهی ها HACCP/ISO 22000:، گواهی باقیمانده سموم (پست های EU MRLs)، تأییدیه های حلال) برای بخش هدف مسلمانان در (EU).
- 2. B2C محدود/مرحله دوم: نکتارها و آب میوه های پریمیوم با بسته بندی ۱ لیتری/۰/۲۵ لیتری—ورود از طریق خرده فروشی های تخصصی و آنلاین، سپس مذاکره برای برند خصوصی (Private Label) با زنجیره ها.
- 3. OEM/PL: همکاری با Lidl/Aldi/Penny در قالب PL به عنوان اهرم مقیاس و ورود سریع. (سهم بالای دیسکانترها در فروش مواد غذایی مجارستان). (hungarytoday.hu)
- ۹ (ریسک ها و ملاحظات
- فشارهای سیاستی بر خرده فروشی (مالیات های بخشی/قیمت گذاری اجباری): پرونده های ۲۰۲۴-۲۰۲۵ نشان می دهد محیط خرده فروشی می تواند با سیاست های قیمتی دولت تحت فشار قرار گیرد—توصیه به اتکا بر قراردادهای B2B با تولیدکنندگان محلی و صادرات غیرمستقیم. (فایننشال تایمز)
- نوسانات قیمت مصرف کننده در دسته آب میوه (تورم/پروموشن های اجباری) (bbj.hu).
- ریسک رعایت الزامات برچسب/ترکیب (به ویژه ادعاهای تغذیه ای «بدون قند افزوده» و تمایز Juice/Nectar یورودکس).
- ۱۰. نقشه اقدام پیشنهادی
- 1: آماده سازی صادرات
- تثبیت سبد کنسانتره های اولویت دار) سیب ۷۰°Bx، انگور سفید/قرمز ۶۵-۶۸°Bx، انار ۶۵°Bx، پرتقال ۶۵°Bx).
- تطبیق مشخصات فنی (COA)، بریکس، اسیدیته، رنگ (با AIJN Code of Practice و استانداردهای EU. (مرجع: دستورالعمل های اتحادیه و راهنماهای صنعتی (britishsoftdrinks.com))
- 2: کشف مشتری و قیمت گذاری

- هدف‌گیری خریداران صنعتی **Sió-Eckes** : **Rauch Hungária** و پرکنندگان قراردادی در اتریش/اسلواکی؛ ارسال نمونه و COA. (seaopenresearch.eu)
- قیمت‌گذاری بر مبنای **CN-8** و استعلام تعرفه از WITS/TRAINS قبل از پروفرما (WITS) .
- 3: زنجیره تأمین و تطابق
- رزرو مسیر **Koper/Constanța**؛ عقد **SLA** برای زنجیره سرد در صورت نیاز.
- آماده‌سازی برجسب/اسناد: گواهی بهداشت، منشأ، برجسب مطابق **EU 12/2012** و **2011/1169** .
- (يورودكس)
- 4: مذاکره و ورود
- پیشنهاد **Private Label** برای دیسکانترها + قرارداد تأمین فصلی برای کارخانه‌های محلی.
- پایش قیمت مصرف‌کننده و کمپین‌های پروموشن در **Z** زنجیره‌ها جهت زمان‌بندی لانچ (hungarytoday.hu) .

منابع کلیدی (قابل استناد)

- **KSH** آمار مجارستان: (تورم و جداول مصرف سالانه) (ksh.hu) .
- **TC/Trade Map & Trendeconomy:** فصل ۲۰ مجارستان ۲۰۲۳ .
- (trendeconomy.com)
- **Reportlinker** اندازه/سرانه ارزش بازار ۲۰۲۳ (ReportLinker) .
- **OEC** نمای کلی ساختار تجارت مجارستان (The Observatory of Economic Complexity) .
- **Directive 2001/112/EC** اصلاحیه **EU 12/2012** و تفسیر ۲۰۲۴ برای ادعای «بدون قند افزوده» .
- (يورودكس)
- شبکه خرده‌فروشی: رتبه‌بندی زنجیره‌ها ۲۰۲۴ و خبر ۲۰۲۵ درباره برتری (esmmagazine.com) **Lidl** .
- مطالعه دانشگاهی ۲۰۲۰ درباره **Sió-Eckes** و (seaopenresearch.eu) **Rauch Hungária** .
- روند جهانی (The Observatory of Economic Complexity) **HS 2009: OEC** .

توصیه‌های عملی نهایی برای هیأت اقتصادی ایران

1. ورود **B2B** با کنسانتره‌های استاندارد **AIJN** (سیب/انگور/انار/مرکبات) و عرضه به پرکنندگان/تولیدکنندگان منطقه‌ای؛ برندسازی **B2C** را به مرحله دوم موکول کنید (cbi.eu) .
2. قیمت رقابتی + گواهی‌های کیفیت (**HACCP/ISO22000**)، تست‌های باقی‌مانده سموم مطابق **MRLs** اتحادیه، و **COA** دقیق برای هر بچ.

3. مسیر لجستیک **Koper** یا **Constanța** برای دسترسی سریع به بوداپست؛ قرارداد خدمات سرد در صورت نیاز.

4. پایش تورم/پروموشن‌های دولتی در خرده‌فروشی و اتکا بر قراردادهای صنعتی پایدار). [فایننشال تایمز](#))

5. گزینه **Private Label** با دیسکانترها جهت مقیاس‌گیری فروش و کاهش ریسک ورود.
(hungarytoday.hu)

Executive Summary (English)

Hungary's fruit-juice and concentrate market is ~€189.3m (2023), with modest long-term growth and inflationary pressure in 2024–2025. Leading local fillers are Sió-Eckes and Rauch Hungária; discounters (notably Lidl) shape pricing and shelf dynamics. Comply strictly with EU juice rules (2001/112/EC as amended by 2012/12/EU). Best Iran-EU entry: B2B concentrates (apple, grape, pomegranate, citrus), AIJN-aligned specs, supply via Koper/Constanța, and explore Private Label. ([ReportLinker](#))