



Πρεσβεία της Ελλάδος στη Σεούλ
Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων

ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΟΥ ΜΕΛΙΟΥ ΣΤΗ ΝΟΤΙΑ ΚΟΡΕΑ

Η παρούσα Έρευνα Αγοράς αφορά τον ακόλουθο κωδικό της Συνδυασμένης Ονοματολογίας (Combined Nomenclature): HS 040900 – Φυσικό μέλι.

Σεούλ, Ιούλιος 2026

Σύνταξη-Επιμέλεια
Κωνσταντίνος Δασκαλόπουλος
Σύμβουλος ΟΕΥ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΣΥΝΟΨΗ.....	4
A. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΛΑΔΟΥ/ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ	5
A.1 Περιγραφή Κλάδου - Γενικά Χαρακτηριστικά	5
A.2 Ιστορική Αναδρομή.....	5
A.3 Συγκριτική σπουδαιότητα του κλάδου/προϊόντος	5
B. ΠΡΟΣΦΟΡΑ	6
B.1 Δομή Παραγωγής.....	6
B.2 Εξέλιξη Παραγωγής.....	6
B.3 Παραγωγική δυναμικότητα κλάδου/προϊόντος.....	7
B.4 Κόστος Παραγωγής.....	7
B.5 Τεχνολογία παραγωγής.....	7
B.6 Μέθοδοι - βαθμός κάθετης ολοκλήρωσης στον κλάδο	7
B.7 Προοπτικές στην εξέλιξη της παραγωγής.....	7
Γ. ΖΗΤΗΣΗ	8
Γ.1 Μέγεθος αγοράς / τμήματα αγοράς.....	8
Γ.2 Αγοραστική συμπεριφορά.....	9
Γ.3 Προοπτικές στην εξέλιξη της ζήτησης.....	9
Δ. ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	10
Δ.1 Ροές εμπορίου - εμπορικό ισοζύγιο.....	10
Δ.2 Ανάλυση εξαγωγών - εισαγωγών	10
Δ.2.1 Ανάλυση διμερούς εμπορίου με την Ελλάδα.....	11
Δ.3 Δασμολογικό καθεστώς και μη δασμολογικά εμπόδια.....	12
E. ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ.....	13
E.1 Δομή αγοράς - Δίκτυα Διανομής.....	13
E.2 Βαθμός συγκέντρωσης.....	13
E.3 Παρουσία ελληνικών προϊόντων - μερίδιο αγοράς	13
E.4 Τιμές λιανικής πώλησης	14
E.5 Δυναμική συνθηκών ανταγωνισμού	16
ΣΤ. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	16
ΣΤ.1 Νομικό πλαίσιο που διέπει τη λειτουργία του κλάδου	16
ΣΤ.1.1 Επισήμανση και προδιαγραφές	17
ΣΤ.2 Επιπτώσεις θεσμικού πλαισίου στον ανταγωνισμό	18
Z. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	18
Z.1 Παράγοντες που επηρεάζουν ζήτηση - προσφορά.....	18
Z.2 Προοπτικές ελληνικών προϊόντων	19
Z.2.1 Προτεινόμενο χαρτοφυλάκιο πρώτης φάσης	19
Z.2.2 Τριετές εμπορικό πλάνο.....	19
Z.2.3 Άμεσες προτεραιότητες δράσης.....	19
ΠΗΓΕΣ ΚΑΙ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	21



ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1. Συνοπτική παρουσίαση	4
Πίνακας 2. Βασική τμηματοποίηση της κορεατικής αγοράς μελιού.....	5
Πίνακας 4. Κίνηση αποθεμάτων μελιού ακακίας.....	6
Πίνακας 5. Λειτουργική τμηματοποίηση της ζήτησης	8
Πίνακας 6. Κύριες προμηθεύτριες χώρες, 2024	10
Πίνακας 7. Εισαγωγές μελιού στην κορεατική αγορά από την Ελλάδα.....	12
Πίνακας 8. Κατάταξη εισαγωγών μελιού στην Ν. Κορέα ανά χώρα προέλευσης.....	12
Πίνακας 9. Κύρια δασμολογικά και μη δασμολογικά εμπόδια.....	13
Πίνακας 10. Καταλληλότητα καναλιών για ελληνικό μέλι.....	13
Πίνακας 11. Ιεράρχηση ελληνικών προϊόντων	14
Πίνακας 12. Ενδεικτικές λιανικές τιμές εγχώριων προϊόντων μελιού	15
Πίνακας 13. Ενδεικτικές λιανικές τιμές εισαγόμενων προϊόντων μελιού	15
Πίνακας 14. Ανταγωνιστικός χάρτης προελεύσεων	16
Πίνακας 15. Συνοπτική ανάλυση SWOT	16
Πίνακας 16. Checklist πριν από την πρώτη εμπορική αποστολή	17
Πίνακας 17. Κύριοι παράγοντες ζήτησης και προσφοράς	18
Πίνακας 18. Σενάρια 2026–2029	19
Πίνακας 19. Τριετής οδικός χάρτης	19

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1. Μέση παραγωγή μελιού ανά κυψέλη	6
Διάγραμμα 3. Εξέλιξη και πρόβλεψη λιανικού όγκου.....	8
Διάγραμμα 4. Αξία εισαγωγών φυσικού μελιού	10
Διάγραμμα 5. Μεριδίο αξίας έναντι μεριδίου όγκου	11
Διάγραμμα 6. Μέση τελωνειακή αξία ανά προέλευση	11
Διάγραμμα 7. Ενδεικτική κλίμακα διαδικτυακών τιμών λιανικής	14

ΣΥΝΟΨΗ

Η αγορά μελιού της Νότιας Κορέας είναι ώριμη ως προς τον συνολικό όγκο, αλλά εξακολουθεί να δημιουργεί αξία μέσω premium τοποθέτησης, πιστοποιημένης προέλευσης, εξειδικευμένων βοτανικών τύπων και εύχρηστων συσκευασιών. Η λιανική αξία της αγοράς μελιού στη Νότια Κορέα εκτιμάται ότι ανήλθε το 2025 σε **220,1 εκατ. δολ. ΗΠΑ**, αυξημένη κατά **1,1%** έναντι του 2024. Αντίθετα, ο λιανικός όγκος περιορίστηκε από 10,3 σε **10,1 χιλ. τόνους**, σημειώνοντας μείωση περίπου **1,9%**. Η μέση λιανική αξία διαμορφώθηκε σε περίπου **21,71 δολάρια ανά κιλό**, έναντι 21,24 δολαρίων το 2024. Έως το 2029 προβλέπεται η αξία να αυξηθεί ήπια στα 227,5 εκατ. δολάρια, αλλά ο όγκος να υποχωρήσει στους 9,6 χιλ. τόνους. Η αντίθετη πορεία αξίας και όγκου αποτυπώνει άνοδο της μέσης τιμής και μετατόπιση της αγοράς προς προϊόντα υψηλότερης προστιθέμενης αξίας. [1]

Πίνακας 1. Συνοπτική παρουσίαση

Λιανική αγορά 2025	220,1 εκατ. \$	Λιανικός όγκος 2025	10,1 χιλ. τόνοι
Εισαγωγές 2024	17,18 εκατ. \$ / 2.138 τόνοι	Εισαγωγές 2025	21,2 εκατ. \$ (+23,4%)
Ελληνικό μερίδιο 2024	3,87% αξίας / 1,65% όγκου	Μέση αξία ελληνικού μελιού	\$18,86/kg
Δασμολογική ποσόστωση ΕΕ	75 τόνοι με μηδενικό δασμό	Απόθεμα εγχώριου μελιού ακακίας	περ. 2.200 τόνοι, τέλος 2024

Πηγές βασικών δεικτών: OEC, MAFFRA, Συμφωνία ΕΕ–Κορέας, Τελωνειακή Αρχή Κορέας

Οι εισαγωγές φυσικού μελιού ανήλθαν το 2024 σε 17,18 εκατ. δολ. και 2.137,5 τόνους. Το 2025 αυξήθηκαν σε 21,2 εκατ. δολ. ενώ οι κορεατικές εξαγωγές παρέμειναν αμελητέες στα 138 χιλ. δολ. Η εισαγωγική αγορά είναι έντονα διττή. Το Βιετνάμ κάλυψε πάνω από το ήμισυ του όγκου το 2024, αλλά μόνο 7,3% της αξίας, με μέση τελωνειακή αξία περίπου 1,08 δολ./kg. Αντίθετα, η Νέα Ζηλανδία κατείχε 41,7% της αξίας με μόλις 11,1% του όγκου και μέση αξία άνω των 30 δολ./kg, κυρίως λόγω της ισχυρής κατηγορίας Manuka. [1][2]

Η Ελλάδα κατέλαβε το 2024 την έκτη θέση μεταξύ των προμηθευτών κατά αξία, με 664,3 χιλ. δολ. και 35,2 τόνους. Η μέση δηλωμένη αξία των ελληνικών αποστολών, 18,86 δολ./kg, ήταν υπερδιπλάσια του παγκόσμιου μέσου όρου της κορεατικής εισαγωγικής αγοράς. Η θέση αυτή επιβεβαιώνει ότι το ελληνικό προϊόν ήδη λειτουργεί ως premium προέλευση. Η Ελλάδα καταγράφεται από όλες τις έρευνες συναφών οργανισμών μεταξύ των τριών ταχύτερα αναπτυσσόμενων προελεύσεων το 2025, με αύξηση αξίας 424 χιλ. δολαρίων σε σχέση με το προηγούμενο έτος· η ένδειξη πρέπει να ερμηνεύεται κατευθυντικά, επειδή οι βάσεις δεδομένων διαφέρουν.

Τα στοιχεία για το 2025 εμφανίζουν εξαγωγές της Ελλάδας προς τη Νότια Κορέα να ανέρχονται σε διαχρονικό υψηλό φθάνοντας το 1, 1 εκ. δολ και 55,9 τόνους ενώ οι συνολικές εξαγωγές της ΕΕ ανήλθαν σε 1,8 εκατ. δολάρια και 76,1 τόνους. Με αυτή τη βάση, η Ελλάδα αντιπροσώπευε περίπου 61,3% της ενωσιακής αξίας και 73% του ενωσιακού όγκου.

Κεντρικό συμπέρασμα

Η ελληνική ευκαιρία δεν βρίσκεται στο φθηνό πολυανθικό μέλι ή στη μεγάλη οικογενειακή συσκευασία. Βρίσκεται σε σαφώς διαφοροποιημένα βοτανικά μέλια, σε σύγχρονη κορεατική παρουσίαση, σε μικρές premium συσκευασίες και σε gift/convenience μορφές που αποδεικνύουν αυθεντικότητα και προσφέρουν συγκεκριμένη περίπτωση κατανάλωσης.

Το σημαντικότερο εμπόδιο είναι η πρόσβαση στη δασμολογική ποσόστωση της Συμφωνίας ΕΕ–Κορέας. Από το έτος 16 και μετά, μόνον 75 τόνοι ενωσιακού φυσικού μελιού εισέρχονται ετησίως χωρίς δασμό και η ποσότητα κατανέμεται μέσω τριμηνιαίων δημοπρασιών από την Korea Agro-Fisheries Trade Corporation. Πάνω από την ποσόστωση εφαρμόζεται το εξαιρετικά υψηλό βασικό δασμολογικό καθεστώς. Τα στοιχεία καθρέφτη της WITS για το 2024 καταγράφουν 74,7 τόνους εξαγωγών της ΕΕ προς την Κορέα, επίπεδο που υποδηλώνει σχεδόν πλήρη αξιοποίηση της ποσόστωσης. Πρόκειται για εύλογη εξαγωγική ερμηνεία και όχι για επίσημο στοιχείο κατανομής της δημοπρασίας. [8][10]

Η προτεινόμενη είσοδος είναι «niche first – proof then scale»: επιλογή δύο ή τριών κωδικών, συνεργασία με κορεατικό εισαγωγέα που διαθέτει εμπειρία στις δημοπρασίες ποσόστωσης και στις διαδικασίες MFDS, πιλοτική διάθεση σε premium ηλεκτρονικό εμπόριο, food halls και επιλεγμένα δώρα, μέτρηση επαναγοράς και κλιμάκωση μόνο των προϊόντων που αποδεικνύουν σταθερό sell-through. Για πρώτη φάση προκρίνονται θυμαρίσιο, πευκόμελο/δασόμελο, μέλι καστανιάς ή άλλη σαφώς τεκμηριωμένη ελληνική βοτανική ταυτότητα, σε γυάλινα βάζα 250–500 g και σε sticks ή μικρά gift sets.

A. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΛΑΔΟΥ/ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

A.1 Περιγραφή Κλάδου - Γενικά Χαρακτηριστικά

Η παρούσα μελέτη εξετάζει το φυσικό μέλι που ταξινομείται στον κωδικό HS 040900. Ως φυσικό μέλι νοείται το προϊόν που παράγεται από τις μέλισσες από νέκταρ ή εκκρίματα φυτών και διατίθεται χωρίς προσθήκη άλλων τροφίμων ή γλυκαντικών. Η κορεατική αγορά διακρίνει το φυσικό μέλι από το λεγόμενο «μέλι τροφοδοσίας με ζάχαρη» (sugar-fed honey), το οποίο παράγεται όταν οι μέλισσες τρέφονται με ζάχαρη και υπάγεται σε ειδική υποχρέωση επισήμανσης. Η διάκριση έχει άμεση εμπορική σημασία, διότι η αυθεντικότητα, η βοτανική προέλευση και η μέθοδος παραγωγής αποτελούν βασικούς παράγοντες τιμολόγησης. [5][7]

Πίνακας 2. Βασική τμηματοποίηση της κορεατικής αγοράς μελιού

Τμήμα αγοράς	Τυπικά προϊόντα	Κύριο κριτήριο αγοράς	Κατάλληλη ελληνική πρόταση
Βασικό / value	πολυανθικό, μεγάλες συσκευασίες	τιμή ανά 100 g, διαθεσιμότητα	χαμηλή προτεραιότητα
Εγχώριο φυσικό	ακακία, ανθόμελο, καστανιά	εμπιστοσύνη, τοπικότητα, συνεταιρισμός	μόνον με σαφή διαφοροποίηση
Premium εισαγόμενο	Manuka, ειδικά μονοανθικά	πιστοποιημένη λειτουργικότητα, προέλευση	θυμαρίσιο, πευκόμελο/δασόμελο, σπάνια βοτανική ταυτότητα
Gift & convenience	sticks, mini jars, gift boxes	συσκευασία, ευκολία, ιστορία	sticks 10–15 g, σετ 3 γεύσεων
B2B / συστατικό	bakery, ποτά, sauces, HMR	σταθερότητα, κόστος, τεχνική προδιαγραφή	επιλεκτικές συνεργασίες, όχι commodity

Πηγές βασικών δεικτών: OEC, MAFRA, Τελωνειακή Αρχή Κορέας, KCCI, KOIMA

Η λιανική αγορά και οι τελωνειακές εισαγωγές δεν είναι άμεσα συγκρίσιμα μεγέθη. Η λιανική αξία περιλαμβάνει εγχώριο μέλι, εμπορικά περιθώρια, φόρους, συσκευασία και υπηρεσίες διανομής, ενώ η τελωνειακή αξία αφορά το προϊόν κατά την είσοδο στη χώρα. Αντίστοιχα, ο λιανικός όγκος δεν ταυτίζεται με την ετήσια κατανάλωση λόγω αποθεμάτων, βιομηχανικής χρήσης και διαφορών στα κανάλια. Ωστόσο, η σύγκριση δίνει μία χρήσιμη τάξη μεγέθους: οι εισαγωγές του 2024 αντιστοιχούσαν περίπου στο ένα πέμπτο του καταγεγραμμένου λιανικού όγκου. [1]

A.2 Ιστορική Αναδρομή

Το μέλι έχει μακρά παρουσία στην κορεατική διατροφική και θεραπευτική παράδοση, τόσο ως γλυκαντικό όσο και ως προϊόν ευεξίας και δώρου. Η σύγχρονη αγορά στηρίχθηκε επί δεκαετίες στην εγχώρια μελισσοκομία, με κυρίαρχο το ήπιο μέλι ακακίας, αλλά και σε προϊόντα από καστανιά, αγριολούλουδα και άλλες ανθοφορίες. Η αύξηση του αριθμού των κυψελών, η ανάπτυξη συνεταιριστικής συλλογής και τυποποίησης και η δημιουργία εγχώριων εμπορικών σημάτων ενίσχυσαν την τοπική προσφορά.

Από το 1995, η αγορά προστατεύτηκε με το σύστημα ελάχιστης πρόσβασης του ΠΟΕ και πολύ υψηλό δασμό εκτός ποσόστωσης. Οι συμφωνίες ελεύθερων συναλλαγών με βασικούς εμπορικούς εταίρους δημιούργησαν επιμέρους αδασολόγητες ποσοστώσεις και επέτρεψαν σε εισαγόμενες κατηγορίες να αναπτυχθούν. Η Νέα Ζηλανδία οικοδόμησε ιδιαίτερα ισχυρή premium θέση μέσω του Manuka, οι Ηνωμένες Πολιτείες μέσω μεγάλων συσκευασιών και διαφοροποιημένων ανθόμελων, ενώ νεότεροι προμηθευτές όπως το Βιετνάμ αύξησαν γρήγορα τον όγκο στην οικονομική κατηγορία. [1][8][12]

Κατά τη δεκαετία 2020–2024, οι εισαγωγές αυξήθηκαν από 12,46 σε 17,18 εκατ. δολάρια και από 1,01 σε 2,14 χιλ. τόνους. Την ίδια περίοδο, οι ελληνικές αποστολές αυξήθηκαν από 301 χιλ. σε 664 χιλ. δολάρια, παρά την έντονη διακύμανση του 2022–2024. Η τάση δείχνει ότι η κορεατική αγορά είναι δεκτική σε νέες premium προελεύσεις, αλλά οι όγκοι επηρεάζονται έντονα από την πρόσβαση στην ποσόστωση, τις μεμονωμένες παραγγελίες και την απόδοση κάθε εισαγωγέα. [1]

A.3 Συγκριτική σπουδαιότητα του κλάδου/προϊόντος

Το μέλι δεν αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες κατηγορίες της κορεατικής βιομηχανίας τροφίμων σε όγκο, έχει όμως μεγαλύτερη σημασία από το μέγεθός του λόγω της σύνδεσής του με την αγροτική παραγωγή, την επικοινωνία, την ασφάλεια τροφίμων και την αγορά προϊόντων ευεξίας. Ο αριθμός των κυψελών διατηρείται σε ιστορικά υψηλό επίπεδο και η πολιτεία έχει θεσπίσει ειδικό νόμο για την προώθηση και στήριξη της μελισσοκομικής βιομηχανίας, αναγνωρίζοντας τόσο την οικονομική όσο και την οικολογική αξία των μελισσών. [4][16]

Από εμπορική άποψη, το μέλι λειτουργεί ως «μικρή αλλά υψηλής αξίας» κατηγορία. Η μέση λιανική αξία ανά τόνο ανήλθε σε 21.244 δολάρια το 2024 και προβλέπεται να φθάσει τα 23.666 δολάρια το 2029. Η κατηγορία προσφέρει, επομένως, περιθώριο για προϊόντα με ισχυρή προέλευση, πιστοποιημένη αυθεντικότητα και κατάλληλη συσκευασία, ακόμη και όταν ο συνολικός όγκος υποχωρεί. [1]

Για την Ελλάδα, η Νότια Κορέα είναι μικρή σε σχέση με τις κύριες ευρωπαϊκές αγορές, αλλά στρατηγικά ενδιαφέρουσα. Η Ελλάδα εξήγαγε παγκοσμίως το 2024 φυσικό μέλι αξίας 28,6 εκατ. δολαρίων και όγκου 6.274 τόνων. Η κορεατική αγορά απορρόφησε μόλις

ένα μικρό μέρος του συνόλου, όμως η υψηλή μοναδιαία αξία και η ήδη σημαντική συμμετοχή της Ελλάδας στις ενωσιακές αποστολές αποδεικνύουν ότι υπάρχει βάση για οργανωμένη ανάπτυξη. [10][11]

B. ΠΡΟΣΦΟΡΑ

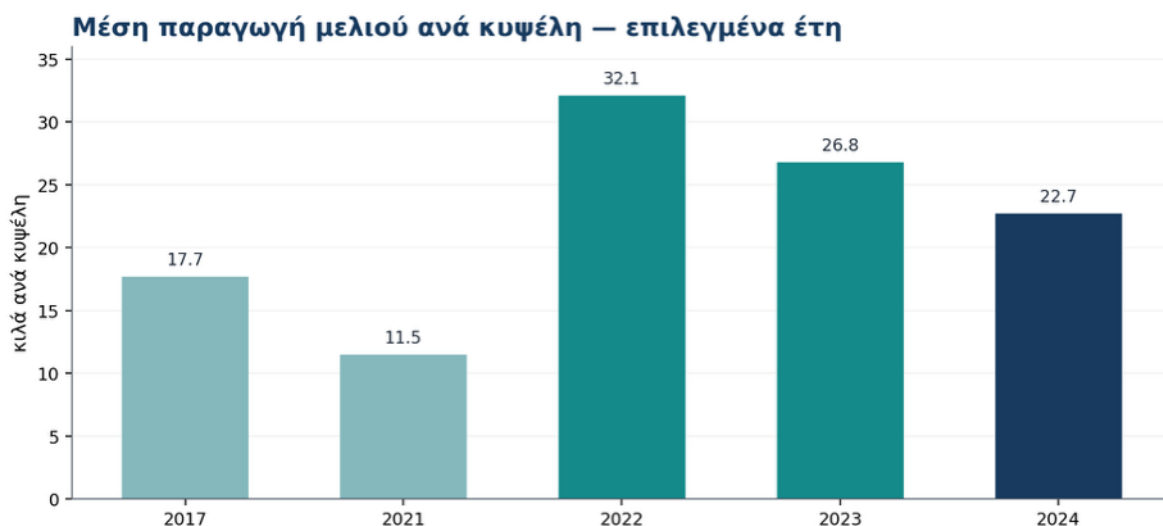
B.1 Δομή Παραγωγής

Η εγχώρια προσφορά βασίζεται σε μεγάλο αριθμό μελισσοκομικών εκμεταλλεύσεων διαφορετικού μεγέθους, από μικρές οικογενειακές μονάδες έως επαγγελματίες μετακινούμενους μελισσοκόμους. Η αλυσίδα συμπληρώνεται από συνεταιρισμούς, συλλέκτες, εγκαταστάσεις φιλτραρίσματος και τυποποίησης, εταιρείες τροφίμων, εμπορικά σήματα, διαδικτυακούς πωλητές και μεγάλους λιανεμπόρους. Η εγγραφή των μελισσοκομικών εκμεταλλεύσεων προβλέπεται από τη νομοθεσία προώθησης της μελισσοκομίας, γεγονός που ενισχύει τη θεσμική παρακολούθηση του κλάδου. [16]

Ο αριθμός των αποικιών αυξήθηκε από περίπου 0,53 εκατ. το 1990 σε 1,53 εκατ. το 2011, 2,39 εκατ. το 2017 και περίπου 2,57 εκατ. το 2023 (προσωρινό στοιχείο). Η μεγάλη αυτή βάση δεν συνεπάγεται ομοιογενή παραγωγικότητα. Οι αποδόσεις επηρεάζονται από την έκταση των μελισσοκομικών φυτών, τη διάρκεια ανθοφορίας, τις καιρικές συνθήκες, τις απώλειες μελισσών, τη διαχείριση της βαρρόα και την κινητικότητα των κυψελών. [3][4]

Στην εμπορική παραγωγή κυριαρχεί η ακακία/black locust, με ήπιο χρώμα και γεύση, ενώ συνυπάρχουν ανθόμελα, καστανιά, δασικά και τοπικά προϊόντα. Παράλληλα, η κορεατική αγορά περιλαμβάνει «μέλι τροφοδοσίας με ζάχαρη», κατηγορία η οποία επιτρέπεται αλλά πρέπει να επισημαίνεται ρητά. Η ύπαρξη της αυξάνει τη σημασία του ελέγχου αυθεντικότητας και της σαφούς επικοινωνίας για το εισαγόμενο φυσικό μέλι. [5]

B.2 Εξέλιξη Παραγωγής



Η μεγάλη διακύμανση αντανακλά ευαισθησία σε καιρό, ανθοφορία και υγεία των αποικιών.

Διάγραμμα 1. Μέση παραγωγή μελιού ανά κυψέλη

Πηγή: Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs (MAFRA).

Η μέση παραγωγή ανά κυψέλη παρουσιάζει μεγάλη μεταβλητότητα. Από 17,7 kg το 2017 υποχώρησε σε 11,5 kg το 2021, ανήλθε σε 32,1 kg το 2022 και περιορίστηκε σε 26,8 kg το 2023 και 22,7 kg το 2024. Η σειρά δεν πρέπει να διαβάζεται ως σταθερή τάση, αλλά ως ένδειξη της ισχυρής επίδρασης καιρού και ανθοφορίας. [3]

Το 2024, η MAFRA ανέφερε ότι η παραγωγή μελιού ακακίας βρισκόταν στο 128,2% του «κανονικού» επιπέδου. Παράλληλα, στα τέλη του έτους ο Korean Beekeeping Cooperative διέθετε σωρευτικό απόθεμα 7.635 drums ακακίας, ή περίπου 2.200 τόνους, έναντι 4.803 drums το 2022. Η συσσώρευση αποθέματος δείχνει ότι η βασική εγχώρια κατηγορία δεν αντιμετώπιζε έλλειψη προσφοράς, αλλά μάλλον πρόκληση απορρόφησης και ισορροπίας τιμών. [3][4]

Πίνακας 3. Κίνηση αποθεμάτων μελιού ακακίας

Έτος	Αγορές cooperative (drums)	Πωλήσεις (drums)	Σωρευτικό απόθεμα (drums)
2022	7.649	3.151	4.803
2023	5.560	3.998	5.983
2024	5.427	3.501	7.635

Πηγή: MAFRA. Ένα drum αντιστοιχεί σε περίπου 288 kg.

B.3 Παραγωγική δυναμικότητα κλάδου/προϊόντος

Η συνύπαρξη περίπου 2,5 εκατ. κυψελών, σχετικά υψηλής μέσης απόδοσης τα τελευταία έτη και σημαντικών αποθεμάτων υποδηλώνει ισχυρή εγχώρια παραγωγική δυναμικότητα. Δεν είναι ασφαλές να πολλαπλασιαστεί μηχανικά ο αριθμός των κυψελών με τη μέση απόδοση για να εξαχθεί επίσημη ετήσια παραγωγή, επειδή οι στατιστικές μπορεί να διαφέρουν ως προς τον ενεργό πληθυσμό κυψελών, τον αριθμό τρύγων και την κάλυψη των εκμεταλλεύσεων. Η εικόνα, ωστόσο, είναι σαφής: οι εισαγωγές δεν καλύπτουν μια γενικευμένη φυσική έλλειψη, αλλά κυρίως διαφοροποίηση τύπων, τιμής, λειτουργικής τοποθέτησης και προέλευσης.

Η παραγωγική δυναμικότητα περιορίζεται ποιοτικά από τη διαθέσιμη μελισσοκομική χλωρίδα. Το μέλι ακακίας εξαρτάται από ένα σύντομο παράθυρο ανθοφορίας, ενώ η κλιματική μεταβλητότητα μπορεί να μετακινεί ή να συμπιέζει το παράθυρο συλλογής. Η μείωση των εκτάσεων με μελισσοκομικά φυτά και οι απώλειες κατά τη διαχείριση αποτελούν διαρθρωτικούς κινδύνους. Τον χειμώνα 2024/25, η MAFRA ανέφερε μέση μείωση πληθυσμού περίπου 24,9% σε δείγμα εκμεταλλεύσεων, ενώ τόνισε ότι μέρος των απωλειών είναι φυσιολογικό και ότι η ανάκαμψη των αποικιών την άνοιξη μπορεί να είναι ταχεία. [15]

B.4 Κόστος Παραγωγής

Το κόστος εγχώριας παραγωγής περιλαμβάνει εργασία, μετακίνηση κυψελών, αγορά ή ανανέωση βασιλισσών, τροφές σε περιόδους χωρίς νέκταρ, φάρμακα και διαχείριση παρασίτων, απώλειες αποικιών, εξοπλισμό εξαγωγής, δοχεία, ενέργεια, εργαστηριακές αναλύσεις και χρηματοδότηση αποθέματος. Η αυξημένη μεταβλητότητα ανθοφορίας οδηγεί σε υψηλότερο κόστος ανά κιλό όταν η απόδοση υποχωρεί. Επιπλέον, μεγάλα αποθέματα δεσμεύουν κεφάλαιο και δημιουργούν πίεση για προωθητικές πωλήσεις.

Για τον εισαγωγέα, το πλήρες κόστος υπερβαίνει την τιμή FOB/CIF. Περιλαμβάνει το κόστος απόκτησης ποσόστωσης μέσω δημοπρασίας, δασμό εφόσον δεν υπάρχει ποσόστωση, μεταφορά και ασφάλιση, εργαστηριακό έλεγχο πρώτης εισαγωγής, κορεατική ετικέτα, αποθήκευση, περιθώριο εισαγωγέα και λιανεμπόρου, προωθητικές χρεώσεις, επιστροφές και συναλλαγματικό κίνδυνο. Επειδή ο βασικός δασμός εκτός ποσόστωσης είναι απαγορευτικός, η αξία της άδειας ποσόστωσης μπορεί να επηρεάζει ουσιαστικά την τελική τιμή ακόμη και όταν ο ονομαστικός προτιμησιακός δασμός είναι μηδενικός. [8][12]

B.5 Τεχνολογία παραγωγής

Η τεχνολογική εξέλιξη αφορά τόσο το μελισσοκομείο όσο και την τυποποίηση. Στο πεδίο αναπτύσσονται αισθητήρες θερμοκρασίας και υγρασίας, ηλεκτρονικές ζυγαριές κυψέλης, παρακολούθηση σμηνών, βελτιωμένες πρακτικές ελέγχου βαρρόα και προγράμματα γενετικής επιλογής ανθεκτικότερων μελισσών. Η κορεατική διοίκηση έχει ανακοινώσει κατεύθυνση προς «smart beekeeping», ενίσχυση μελισσοκομικών φυτών και ανθεκτικές γραμμές μελισσών. [15]

Στην τυποποίηση, κρίσιμες είναι η ήπια θέρμανση, η αποφυγή υπερβολικής αύξησης HMF, η ομογενοποίηση παρτίδων χωρίς απώλεια ταυτότητας, η μέτρηση υγρασίας, η ανάλυση ισοτόπων άνθρακα, η γυρεοσκοπική ή άλλη τεκμηρίωση βοτανικής προέλευσης και η ιχνηλασιμότητα lot. Η μορφή συσκευασίας αποτελεί επίσης τεχνολογία αγοράς: squeeze bottles, sticks, mini jars, easy-open gift sets και QR codes που οδηγούν σε κορεατικό περιεχόμενο μειώνουν το αντιληπτό ρίσκο του καταναλωτή.

B.6 Μέθοδοι - βαθμός κάθετης ολοκλήρωσης στον κλάδο

Ο βαθμός κάθετης ολοκλήρωσης ποικίλλει. Μικροί μελισσοκόμοι πωλούν χύδην σε συνεταιρισμούς ή τυποποιητές, ενώ μεγαλύτερες επιχειρήσεις ελέγχουν την παραγωγή, συλλογή, εργαστηριακή επαλήθευση, συσκευασία, εμπορικό σήμα και απευθείας ηλεκτρονική πώληση. Οι αγροτικοί συνεταιρισμοί λειτουργούν ως μηχανισμός συγκέντρωσης όγκου και δημιουργίας εμπιστοσύνης. Στην εισαγωγική αλυσίδα, ο κορεατικός εισαγωγέας είναι συνήθως ο κανονιστικός και εμπορικός κόμβος, επειδή αναλαμβάνει τη δήλωση εισαγωγής, τη διαχείριση quota, την κορεατική ετικέτα και την πρόσβαση στα κανάλια.

Για ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις, η πλήρης ιδιόκτητη διανομή στη Νότια Κορέα δεν είναι συνήθως οικονομικά αποδοτική στην αρχική φάση. Πιο ρεαλιστική είναι η συνεργασία με έναν εισαγωγέα πολλαπλών καναλιών ή με εισαγωγέα-διανομέα που μπορεί να συνδυάσει premium online, food halls και εταιρικά δώρα. Η αποκλειστικότητα πρέπει να συνδέεται με ελάχιστες ποσότητες, επιτυχία σε δημοπρασίες quota, υποχρεώσεις marketing και πρόσβαση σε δεδομένα sell-through.

B.7 Προοπτικές στην εξέλιξη της παραγωγής

Η εγχώρια παραγωγή αναμένεται να παραμείνει επαρκής για το βασικό μέλι ακακίας, αλλά με αυξημένη μεταβλητότητα από κλίμα, ασθένειες και περιορισμό ανθοφορίας. Η σημαντική βάση κυψελών και τα αποθέματα μειώνουν την πιθανότητα διαρθρωτικής έλλειψης, ενώ η ανάγκη για καλύτερη διαχείριση ποιότητας, διαφοροποίηση και απορρόφηση αποθεμάτων θα εντείνει τον ανταγωνισμό στο μεσαίο τμήμα τιμής.

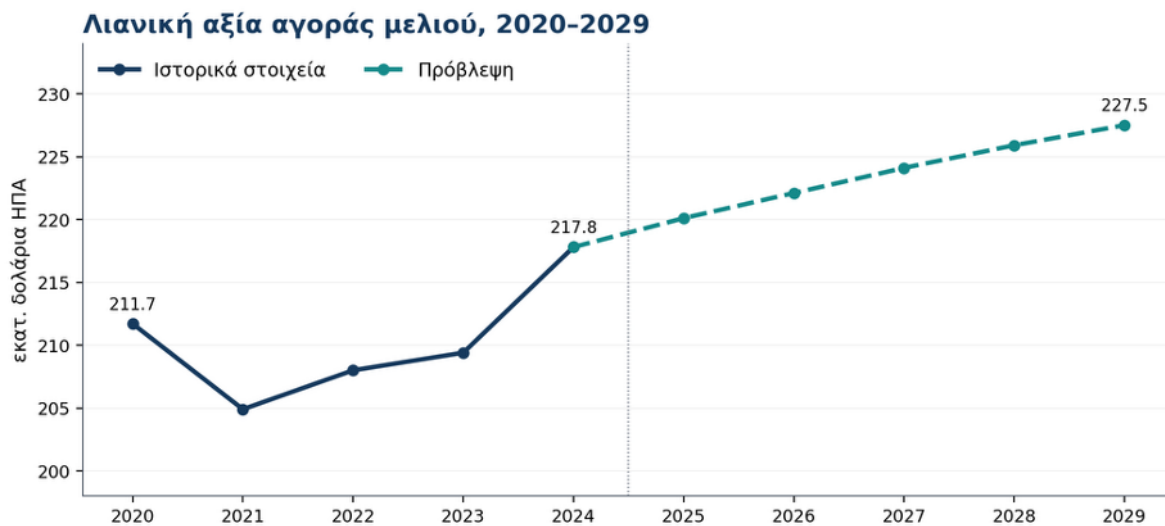
Οι εισαγωγές θα συνεχίσουν να έχουν ρόλο κυρίως σε τρία πεδία: λειτουργικό premium μέλι με αναγνωρίσιμη πιστοποίηση, ιδιαίτερη βοτανική/γεωγραφική προέλευση και οικονομικό χύδην προϊόν για ανάμιξη ή χρήση ως συστατικό. Το ελληνικό μέλι ανήκει κυρίως στο δεύτερο πεδίο. Η διατηρήσιμη ανάπτυξή του εξαρτάται περισσότερο από τη συνέπεια παρτίδων και το brand building παρά από την αύξηση της συνολικής κορεατικής κατανάλωσης.

Γ. ΖΗΤΗΣΗ

Γ.1 Μέγεθος αγοράς / τμήματα αγοράς

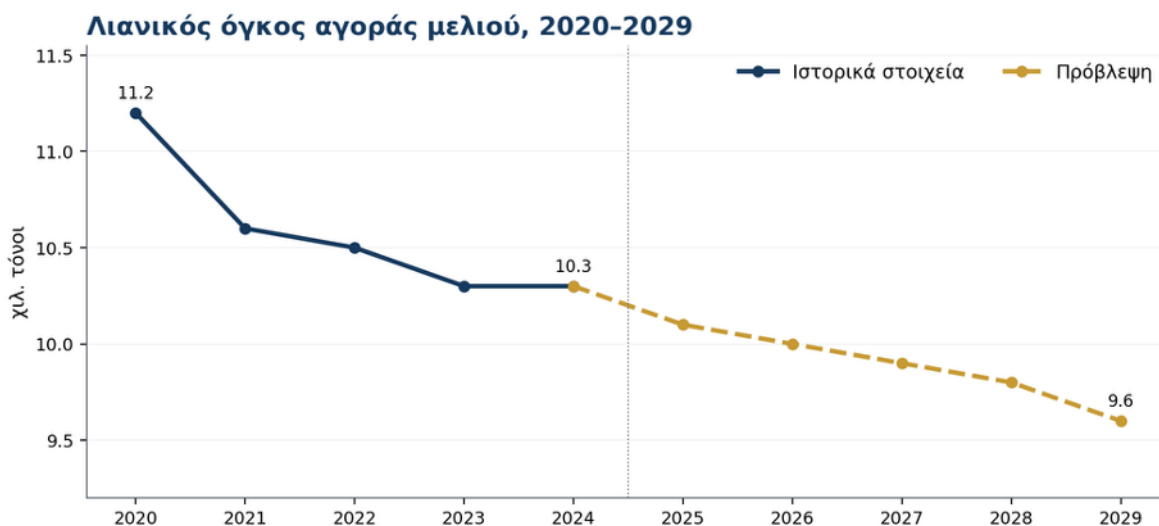
Η λιανική αγορά μελιού αποτιμήθηκε σε 217,8 εκατ. δολάρια το 2024, από 211,7 εκατ. το 2020. Η μέση ετήσια αύξηση της αξίας ήταν μόλις 0,7%, ενώ ο όγκος μειώθηκε από 11,2 σε 10,3 χιλ. τόνους. Για την περίοδο 2024–2029 προβλέπεται άνοδος αξίας 0,9% ετησίως και πτώση όγκου 1,4% ετησίως. Η μέση λιανική αξία ανά τόνο αναμένεται να αυξηθεί από 21.244 σε 23.666 δολάρια. [1]

Λιανική αξία αγοράς μελιού, 2020–2029



Πρόβλεψη 2024–2029: CAGR αξίας περίπου +0,9%.

Πηγές βασικών δεικτών: OEC, MAFRA, Τελωνειακή Αρχή Κορέας, KCCI, KOIMA



Πρόβλεψη 2024–2029: CAGR όγκου περίπου -1,4%.

Πηγές βασικών δεικτών: OEC, MAFRA, Τελωνειακή Αρχή Κορέας, KCCI, KOIMA

Διάγραμμα 2. Εξέλιξη και πρόβλεψη λιανικού όγκου

Η αντίθεση των δύο σειρών οδηγεί σε σαφή στρατηγική ερμηνεία: η αγορά δεν χρειάζεται περισσότερο μη διαφοροποιημένο μέλι, αλλά προϊόντα που δικαιολογούν υψηλότερη τιμή. Η αύξηση της αξίας μπορεί να προέλθει από βοτανική προέλευση, πιστοποιημένη αυθεντικότητα, λειτουργική τοποθέτηση, premium συσκευασία, μικρότερες μερίδες και ευκολία. Αντίθετα, η μεγάλης κλίμακας εισοδος με βασικό πολυανθικό προϊόν θα συγκρουστεί με εγχώρια αποθέματα και πολύ φθηνές εισαγωγές.

Πίνακας 4. Λειτουργική τμηματοποίηση της ζήτησης



Τμήμα	Ενδεικτικός ρόλος	Μορφή	Προοπτική
Value / καθημερινό	γλυκαντικό, μαγείρεμα	1–2,4 kg, squeeze	πιεσμένο περιθώριο
Premium botanical	γεύση, προέλευση, gifting	250–500 g γυάλινο	θετική για διαφοροποιημένες προελεύσεις
Functional premium	ευεξία, πιστοποιημένη βαθμίδα	250–500 g	υψηλή τιμή, κυριαρχία Manuka
Convenience	τσάι, εργασία, ταξίδι	sticks 10–15 g, pouches	αναπτυσσόμενη χρήση
Foodservice/B2B	bakery, sauces, ποτά	bulk / foodservice	μεγαλύτερη ευαισθησία στην τιμή
Gift market	Seollal, Chuseok, εταιρικά δώρα	σετ, mini jars	ελκυστική αλλά εποχική

Πηγές βασικών δεικτών: OEC, MAFRA, Τελωνειακή Αρχή Κορέας, KCCI, KOIMA

Η δυναμική χρήσης φαίνεται και στα λανσαρίσματα προϊόντων. Κατά την περίοδο 2020–2024 καταγράφηκαν 1.362 νέα τρόφιμα που περιείχαν μέλι, εκ των οποίων 279 το 2024. Οι συχνότερες κατηγορίες ήταν bakery, snacks, sweet spreads, ποτά και έτοιμα γεύματα. Μεταξύ των συχνών claims περιλαμβάνονταν premium τοποθέτηση, δυνατότητα προετοιμασίας σε φούρνο μικροκυμάτων, φιλική προς το περιβάλλον συσκευασία και ευκολία χρήσης. Τα στοιχεία δείχνουν ότι το μέλι λειτουργεί όχι μόνο ως τελικό spread αλλά και ως συστατικό γεύσης και marketing. [1]

Γ.2 Αγοραστική συμπεριφορά

Η αγοραστική απόφαση καθορίζεται από έξι κύριους παράγοντες: αυθεντικότητα, χώρα και βοτανική προέλευση, αντιλαμβανόμενη υγεία, γεύση, μορφή συσκευασίας και τιμή ανά 100 g. Το μέλι συνδέεται με φυσικό γλυκαντικό, με ρόφημα, ψωμί ή γιαούρτι, σπιτική μαγειρική και δώρο. Ωστόσο, ο καταναλωτής διακρίνει πλέον μεταξύ απλού γλυκαντικού και προϊόντος με ιδιαίτερη ιστορία ή πιστοποιημένη λειτουργικότητα.

Η εμπιστοσύνη είναι κρίσιμη λόγω της δυσκολίας οπτικής διάκρισης φυσικού από sugar-fed ή νοθευμένο μέλι. Η κορεατική αγορά χρησιμοποιεί, μεταξύ άλλων, τον λόγο σταθερών ισотόπων άνθρακα ως δείκτη. Για το φυσικό μέλι αναφέρεται όριο –22,5‰ ή χαμηλότερο, ενώ από τον Δεκέμβριο 2017 το sugar-fed honey πρέπει να φέρει σαφή σχετική διατύπωση. Για τον Έλληνα εξαγωγέα, η ανάλυση παρτίδας, η γυρεοσκοπική τεκμηρίωση, η ιχνηλασιμότητα και η κατανοητή κορεατική ετικέτα αποτελούν εμπορικά εργαλεία και όχι απλώς υποχρεώσεις συμμόρφωσης. [5]

Η premium τιμή γίνεται αποδεκτή όταν το όφελος είναι ορατό. Η Νέα Ζηλανδία έχει εκπαιδεύσει τον καταναλωτή σε βαθμίδες MGO/UMF, δημιουργώντας σαφή κλίμακα τιμής. Το ελληνικό μέλι δεν διαθέτει αντίστοιχο διεθνώς εδραιωμένο σύστημα στη Νότια Κορέα, άρα πρέπει να μεταφράσει την ταυτότητά του σε απλές αποδείξεις: συγκεκριμένο φυτό ή δασικό οικοσύστημα, περιοχή, συγκομιδή, γευστικό προφίλ, προτεινόμενη χρήση και εργαστηριακή επαλήθευση. Οι γενικές φράσεις «παραδοσιακό» ή «υψηλής ποιότητας» δεν αρκούν.

Η συσκευασία και το κανάλι επηρεάζουν την αντίληψη. Οι μικρές συσκευασίες 250–500 g μειώνουν το αρχικό κόστος δοκιμής και ταιριάζουν σε μικρά νοικοκυριά. Τα sticks λειτουργούν ως μερίδα για τσάι, γραφείο ή ταξίδι και έχουν ισχυρή δυνατότητα gifting. Στο ηλεκτρονικό εμπόριο, η μικρογραφία της συσκευασίας, η βαθμολογία, οι κριτικές, η φωτογραφία υφής και η σαφής αναγραφή KRW/100 g επηρεάζουν άμεσα τη μετατροπή.

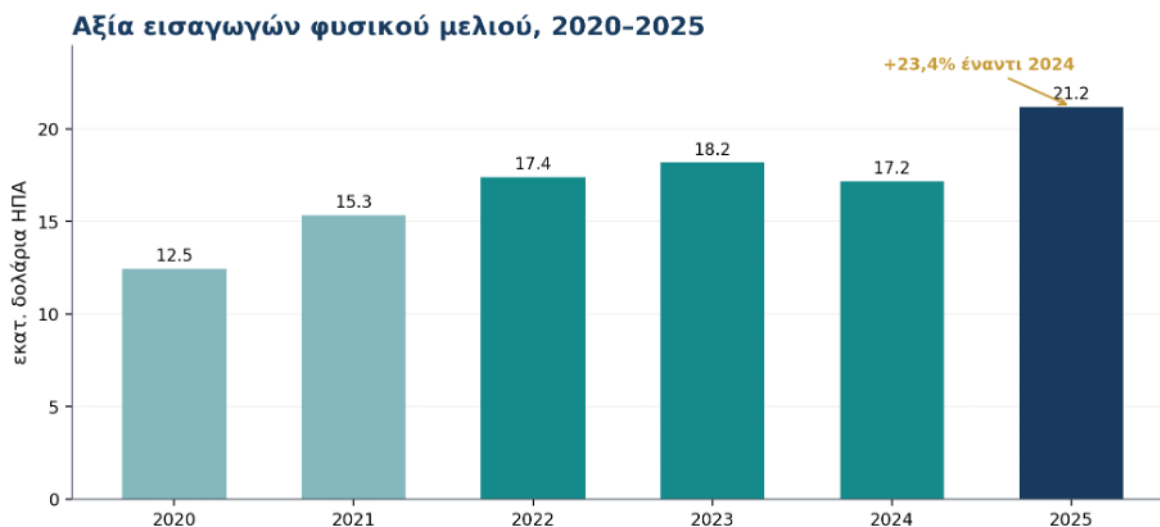
Γ.3 Προοπτικές στην εξέλιξη της ζήτησης

Το βασικό σενάριο είναι σταθερή ή ελαφρώς αυξανόμενη αξία με μειούμενο όγκο. Οι θετικές δυνάμεις είναι η προτίμηση σε φυσικά συστατικά, η ανάπτυξη premium gifting, η διεύρυνση των δυτικών πρωινών, η χρήση σε bakery/ροφήματα και το ηλεκτρονικό εμπόριο. Οι αρνητικές δυνάμεις είναι η ευαισθησία στη ζάχαρη, η γήρανση του πληθυσμού, η πίεση διαθέσιμου εισοδήματος, τα υποκατάστατα spreads και η επάρκεια εγχώριου μελιού ακακίας.

Η μεγαλύτερη ευκαιρία βρίσκεται στη «μικρότερη ποσότητα – μεγαλύτερη αξία». Προϊόντα με υψηλή γευστική ένταση, σαφή χρήση και ισχυρή συσκευασία μπορούν να αυξάνουν την αξία χωρίς να χρειάζονται μεγάλους όγκους. Για την Ελλάδα, αυτό σημαίνει ότι η επιτυχία δεν πρέπει να μετράται πρωτίστως σε τόνους, αλλά σε επαναλαμβανόμενες πωλήσεις ανά SKU, μικτό περιθώριο, βαθμολογία reviews και ποσοστό πωλήσεων χωρίς βαθιά έκπτωση.

Δ. ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Δ.1 Ροές εμπορίου - εμπορικό ισοζύγιο



2020-2024: Global Trade Tracker/AAFC. 2025: OEC, προσωρινή/συγκεντρωτική εικόνα.

Διάγραμμα 3. Αξία εισαγωγών φυσικού μελιού

Πηγές βασικών δεικτών: OEC, MAFRA, Τελωνειακή Αρχή Κορέας, KCCI, KOIMA

Το 2024 η Νότια Κορέα εισήγαγε φυσικό μέλι αξίας 17,176 εκατ. δολαρίων και όγκου 2.137,5 τόνων. Η αξία ήταν ελαφρώς χαμηλότερη από το 2023, αλλά ο όγκος αυξήθηκε απότομα λόγω της διεύρυνσης των χαμηλής μοναδιαίας αξίας εισαγωγών από το Βιετνάμ. Το 2025, η OEC κατέγραψε εισαγωγές 21,2 εκατ. δολαρίων, αύξηση περίπου 23,4% σε σχέση με το συνολικό 2024 της σειράς AAFC. Επειδή οι πηγές χρησιμοποιούν διαφορετικές βάσεις και χρόνους ενημέρωσης, η σύγκριση αποτυπώνει κατεύθυνση και όχι απολύτως εναρμονισμένη στατιστική σειρά. [1][2]

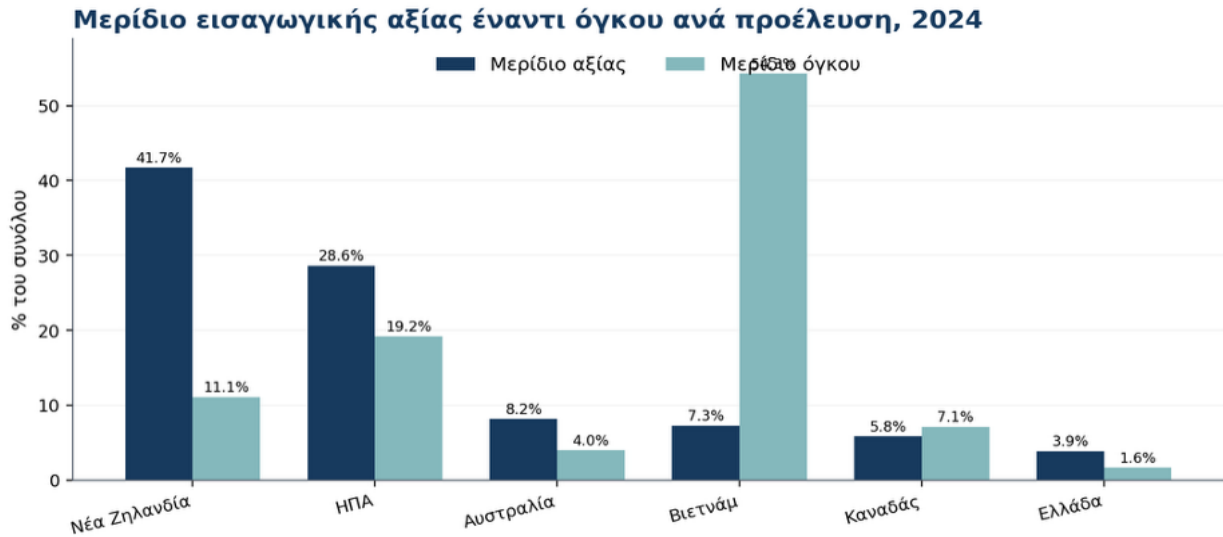
Οι εξαγωγές της Νότιας Κορέας είναι πολύ μικρές: 152,5 χιλ. δολάρια και 8,5 τόνοι το 2024 σύμφωνα με WITS, και 138 χιλ. δολάρια το 2025 σύμφωνα με OEC. Το εμπορικό έλλειμμα του 2025 υπολογίζεται σε περίπου 21,1 εκατ. δολάρια. Το έλλειμμα δεν σημαίνει ότι η χώρα στερείται εγχώριας παραγωγής: αποτυπώνει ότι η Κορέα εισάγει συγκεκριμένες κατηγορίες και προελεύσεις με διαφορετικό εμπορικό ρόλο από το εγχώριο μέλι. [2][11]

Δ.2 Ανάλυση εξαγωγών - εισαγωγών

Πίνακας 5. Κύριες προμηθεύτριες χώρες, 2024

Προέλευση	Αξία (χιλ. \$)	Όγκος (kg)	Μερίδιο αξίας	Μερίδιο όγκου
Νέα Ζηλανδία	7.169,3	237.214	41,7%	11,1%
ΗΠΑ	4.918,7	411.218	28,6%	19,2%
Αυστραλία	1.409,7	85.688	8,2%	4,0%
Βιετνάμ	1.251,8	1.161.160	7,3%	54,3%
Καναδάς	1.002,5	152.789	5,8%	7,1%
Ελλάδα	664,3	35.221	3,9%	1,6%
Λοιπές	760,0	54.219	4,4%	2,5%

Πηγές βασικών δεικτών: OEC, MAFRA, Συμφωνία ΕΕ-Κορέας, Τελωνειακή Αρχή Κορέας

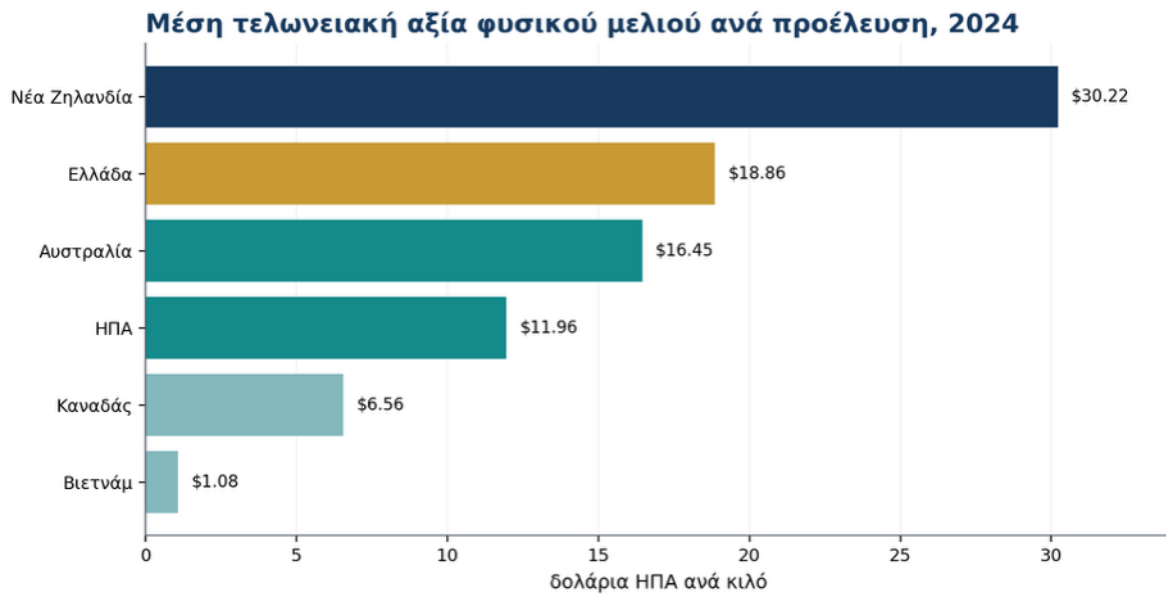


Το Βιετνάμ κυριαρχεί σε όγκο· η Νέα Ζηλανδία σε premium αξία. Η Ελλάδα εμφανίζει υψηλή αξία ανά κιλό.

Διάγραμμα 4. Μερίδιο αξίας έναντι μεριδίου όγκου

Πηγές βασικών δεικτών: OEC, MAFRA, Συμφωνία ΕΕ–Κορέας, Τελωνειακή Αρχή Κορέας

Η εισαγωγική αγορά είναι συγκεντρωμένη σε αξία: Νέα Ζηλανδία και Ηνωμένες Πολιτείες κάλυψαν μαζί 70,4% το 2024, ενώ οι πέντε πρώτοι προμηθευτές κάλυψαν 91,7%. Η συγκέντρωση αυτή δεν ισοδυναμεί με ομοιογενή ανταγωνισμό. Η Νέα Ζηλανδία κυριαρχεί στο ακριβό functional premium, οι ΗΠΑ στο value/mid-tier και σε μεγάλες συσκευασίες, το Βιετνάμ στον χαμηλόκοστο όγκο, η Αυστραλία σε premium και καθημερινά προϊόντα, και ο Καναδάς σε ανθόμελα μέσης τιμής. [1]



Υπολογισμός: δηλωμένη αξία εισαγωγών / δηλωμένος όγκος. Δεν ισοδυναμεί με λιανική τιμή.

Πηγές βασικών δεικτών: OEC, MAFRA, Τελωνειακή Αρχή Κορέας, KCCI, KOIMA

Διάγραμμα 5. Μέση τελωνειακή αξία ανά προέλευση

Η μέση τελωνειακή αξία δείχνει τη θέση της Ελλάδας: 18,86 δολ./kg, χαμηλότερη από τη Νέα Ζηλανδία αλλά υψηλότερη από Αυστραλία, ΗΠΑ, Καναδά και Βιετνάμ. Το αποτέλεσμα δεν αποδεικνύει από μόνο του ποιότητα, επειδή επηρεάζεται από μίγμα συσκευασιών, όρους παράδοσης και προϊόντα, αλλά επιβεβαιώνει ότι οι ελληνικές αποστολές δεν ανταγωνίζονται στο χαμηλότερο τμήμα τιμής.

Δ.2.1 Ανάλυση διμερούς εμπορίου με την Ελλάδα

Οι κορεατικές εισαγωγές από την Ελλάδα αυξήθηκαν από 301 χιλ. δολάρια και 16,6 τόνους το 2020 σε 664,3 χιλ. δολάρια και 35,2 τόνους το 2024. Ο σύνθετος ετήσιος ρυθμός αύξησης ήταν 21,9% σε αξία και 20,8% σε όγκο. Το 2022 καταγράφηκε κορύφωση 1,24 εκατ. δολαρίων και 68,2 τόνων, γεγονός που καταδεικνύει ότι η αγορά μπορεί να απορροφήσει υψηλότερο όγκο όταν εξασφαλισθούν ποτота και εμπορική συμφωνία, αλλά και ότι η βάση είναι ευμετάβλητη. [1]

Πίνακας 6. Εισαγωγές μελιού στην κορεατική αγορά από την Ελλάδα

Έτος	Αξία (χιλ. \$)	Όγκος (kg)	Μέση αξία (\$/kg)
2020	301,0	16.561	18,17
2021	342,9	16.667	20,57
2022	1.240,1	68.211	18,18
2023	708,4	37.812	18,73
2024	664,3	35.221	18,86
2025	1.088,	55,9	19,4

Πηγή: Τελωνειακή Υπηρεσία Ν. Κορέας.

Τα στοιχεία για το 2025 εμφανίζουν εξαγωγές της Ελλάδας προς τη Νότια Κορέα να ανέρχονται σε διαχρονικό υψηλό φθάνοντας το 1, 1 εκ. δολ και 55,9 τόνους ενώ οι συνολικές εξαγωγές της ΕΕ ανήλθαν σε 1,8 εκατ. δολάρια και 76,1 τόνους. Με αυτή τη βάση, η Ελλάδα αντιπροσώπευε περίπου 61,3% της ενωσιακής αξίας και 73% του ενωσιακού όγκου.

Η Ελλάδα κατέλαβε την 5η θέση μεταξύ των χωρών προέλευσης των εισαγωγών φυσικού μελιού της Νότιας Κορέας το 2025, με βάση την αξία εισαγωγών του κωδικού HS 0409.

Πίνακας 7. Κατάταξη εισαγωγών μελιού στην Ν. Κορέα ανά χώρα προέλευσης

Θέση	Χώρα προέλευσης	Αξία εισαγωγών 2025
1	Νέα Ζηλανδία	10,4 εκατ. δολ.
2	Ηνωμένες Πολιτείες	4,5 εκατ. δολ.
3	Βιετνάμ	1,85 εκατ. δολ.
4	Αυστραλία	1,31 εκατ. δολ.
5	Ελλάδα	1,09 εκατ. δολ.

Πηγή: Τελωνειακή Υπηρεσία Ν. Κορέας

Η Ελλάδα καταλαμβάνει το μεγαλύτερο ποσοστό της αναλογούσας ποσόστωσης της ΕΕ και είναι ο μεγαλύτερος εξαγωγέας μελιού εκ των κ-μ ΕΕ στην Κορέα.

Δ.3 Δασμολογικό καθεστώς και μη δασμολογικά εμπόδια

Το κρίσιμο οικονομικό σημείο

Ο βασικός κορεατικός δασμός για το φυσικό μέλι είναι 243% ή 1.864 KRW/kg, όποιο είναι υψηλότερο. Για ενωσιακό μέλι, η Συμφωνία ΕΕ–Κορέας παρέχει ετήσια αδασμολόγητη ποσόστωση μόλις 75 τόνων. Η εμπορική βιωσιμότητα ενός ελληνικού SKU εξαρτάται συνεπώς από την πραγματική πρόσβαση στην ποσόστωση και όχι μόνο από την ύπαρξη της συμφωνίας. [8][12]

Η αδασμολόγητη ποσότητα αυξήθηκε σταδιακά από 50 τόνους στο έτος 1 σε 75 τόνους στο έτος 16 και παραμένει σταθερή έκτοτε. Η Korea Agro-Fisheries Trade Corporation διαχειρίζεται την ποσόστωση και κατανέμει τις ποσότητες μέσω τριμηνιαίων δημοπρασιών τον Δεκέμβριο, Μάρτιο, Ιούνιο και Σεπτέμβριο. Οι εισαγωγές πάνω από την ποσόστωση υπάγονται στην κατηγορία Ε, δηλαδή εξαιρούνται από τη δασμολογική κατάργηση. [8]

Η ενωσιακή καταγωγή αποδεικνύεται με δήλωση καταγωγής σε εμπορικό έγγραφο. Κάθε εξαγωγέας μπορεί να συντάξει δήλωση για αποστολή έως 6.000 ευρώ, ενώ για υψηλότερη αξία απαιτείται κατά κανόνα ιδιότητα εγκεκριμένου εξαγωγέα. Το EUR.1 δεν γίνεται δεκτό στο πλαίσιο της συγκεκριμένης συμφωνίας. Για το Κεφάλαιο 4, ο κανόνας καταγωγής πρέπει να ελεγχθεί προσεκτικά, ιδίως σε blends ή προϊόντα που περιέχουν μη ενωσιακό μέλι. [9]

Πίνακας 8. Κύρια δασμολογικά και μη δασμολογικά εμπόδια

Εμπόδιο	Επίδραση	Πρακτική αντιμετώπιση
Περιορισμένη quota ΕΕ	υψηλή αξία πρόσβασης, αβεβαιότητα ποσότητας	εισαγωγέας με ιστορικό δημοπρασιών και ετήσιο πλάνο
Βασικός δασμός εκτός quota	σχεδόν απαγορευτικό landed cost	μην οριστικοποιείται τιμή πριν από επιβεβαίωση quota
Πρώτη εργαστηριακή δοκιμή	καθυστέρηση και κόστος πρώτης αποστολής	pilot με επαρκές shelf-life και πλήρη φάκελο
Κορεατική ετικέτα / nutrition	κόστος redesign και κίνδυνος απόρριψης	native regulatory review πριν από εκτύπωση
Αυθεντικότητα / ισότοπα	κίνδυνος μη συμμόρφωσης και φήμης	ανάλυση κάθε παρτίδας και τεκμηρίωση προέλευσης
Υψηλές απαιτήσεις claims	περιορισμός health marketing	γευστικό/γεωγραφικό storytelling, όχι θεραπευτικές υποσχέσεις

Ε. ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Ε.1 Δομή αγοράς - Δίκτυα Διανομής

Η λιανική διανομή των sweet spreads –ευρύτερη κατηγορία στην οποία εντάσσεται το μέλι– παραμένει κυρίως φυσική. Το 2024 τα offline κανάλια κάλυπταν 89,5% και οι grocery retailers 83,5%. Οι υπεραγορές αντιπροσώπευαν 49,1%, τα supermarkets 18,2%, τα μικρά τοπικά καταστήματα 11,3%, τα convenience stores 2,9% και τα warehouse clubs 1,2%. Το ηλεκτρονικό εμπόριο είχε μερίδιο 10,5%, αλλά εμφάνισε την ταχύτερη αύξηση μεριδίου την περίοδο 2020–2024. Τα ποσοστά αφορούν sweet spreads συνολικά και λειτουργούν ως οδηγός καναλιών, όχι ως ακριβής κατανομή μόνο του μελιού. [1]

Πίνακας 9. Καταλληλότητα καναλιών για ελληνικό μέλι

Κανάλι	Κατάλληλα προϊόντα	Προτεραιότητα	Κύριο όφελος	Κύριος κίνδυνος
Premium e-commerce	250–500 g, sticks, gift sets	Υψηλή	στοχευμένη δοκιμή, reviews, δεδομένα	κόστος απόκτησης πελάτη και promotions
Food halls / πολυκαταστήματα	premium botanical, δώρα	Υψηλή	sampling και εικόνα κύρους	υψηλές χρεώσεις και εποχικότητα
Supermarkets / hypermarkets	core SKU μετά το pilot	Μεσαία	κλίμακα και ορατότητα	πίεση τιμής, επιστροφές, listing fees
Warehouse clubs	μεγάλες value συσκευασίες	Χαμηλή	όγκος	ασύμβατο με ελληνική premium στρατηγική
Bakery / HORECA / B2B	foodservice packs, sticks	Μεσαία	επαναληψιμότητα και χρήση ως συστατικό	χαμηλότερο brand control
Corporate gifting	σετ 3 γεύσεων, mini jars	Υψηλή-εποχική	υψηλή μέση συναλλαγή	σύντομο παράθυρο πωλήσεων

Ο εισαγωγέας πρέπει να μπορεί να λειτουργήσει ως quota bidder, importer of record, regulatory coordinator και distributor. Η απλή πρόσβαση σε ένα κανάλι δεν αρκεί. Απαιτείται ικανότητα διαχείρισης πρώτης εργαστηριακής δοκιμής, ετικέτας, αποθήκης, online περιεχομένου, gift calendar και δεδομένων sell-through. Για pilot, τα premium online grocers και τα food halls προσφέρουν καλύτερη ισορροπία ελέγχου μάρκας και επένδυσης από την άμεση εθνική είσοδο σε hypermarket.

Ε.2 Βαθμός συγκέντρωσης

Η συγκέντρωση διαφέρει ανά επίπεδο. Στις εισαγωγές, οι δύο πρώτες χώρες κατέχουν 70,4% της αξίας και οι πέντε πρώτες 91,7%, άρα η προμηθευτική βάση είναι ιδιαίτερα συγκεντρωμένη. Στη λιανική sweet spreads, αντίθετα, η αγορά είναι κατακερματισμένη: η μεγαλύτερη εταιρεία είχε μόλις 6,6% το 2024 και η κατηγορία «λοιποί» 67,2%. Τα στοιχεία εταιρικών μεριδίων δεν είναι αποκλειστικά για μέλι, αλλά δείχνουν ότι υπάρχει χώρος για niche σήματα παρά την ισχύ μεγάλων λιανεμπόρων. [1]

Στο εγχώριο τμήμα, συνεταιριστικά και γνωστά κορεατικά σήματα διαθέτουν πλεονέκτημα εμπιστοσύνης και τιμής. Στο εισαγόμενο premium, η Νέα Ζηλανδία έχει το ισχυρότερο country-of-origin asset. Η Ελλάδα δεν μπορεί να ξεπεράσει αυτό το πλεονέκτημα με γενική αναφορά στη «Μεσόγειο». Χρειάζεται πιο στενή θέση: συγκεκριμένη γεύση, botanical proof, pairing με κορεατικές χρήσεις και συνεπής παρουσία σε δύο ή τρεις πλατφόρμες.

Ε.3 Παρουσία ελληνικών προϊόντων - μερίδιο αγοράς

Η ελληνική παρουσία είναι μικρή αλλά μετρήσιμη. Το 2024 η Ελλάδα κατείχε 3,87% της εισαγωγικής αξίας και 1,65% του όγκου, ενώ τα στοιχεία καθρέφτη δείχνουν ότι αντιπροσώπευε περίπου το μισό της ενωσιακής αποστολής προς

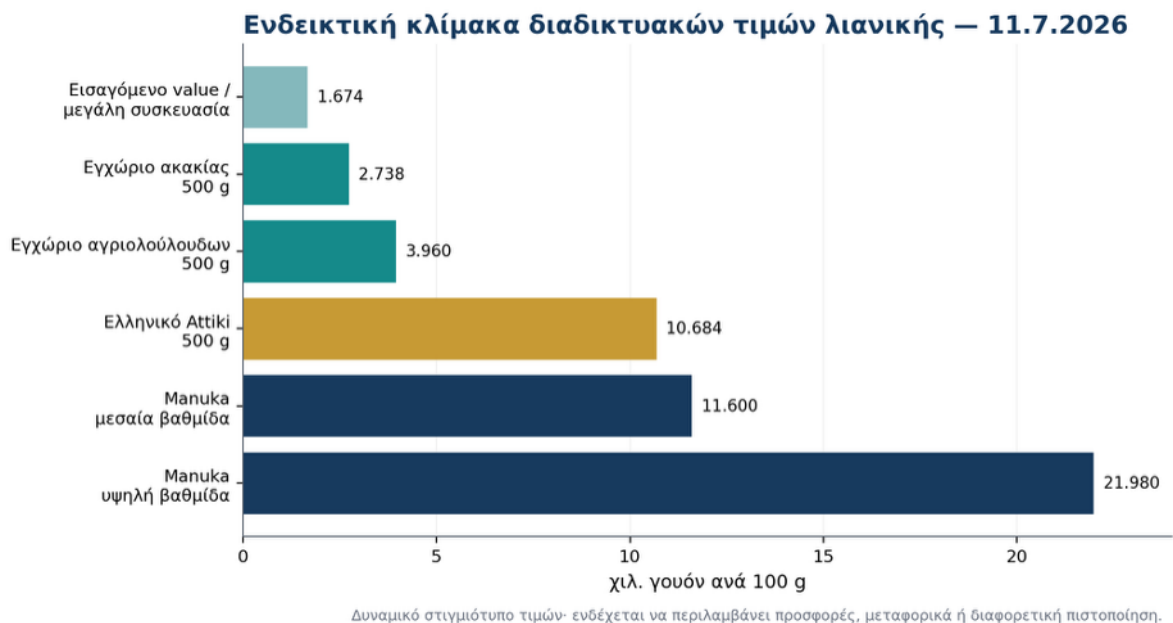
την Κορέα. Η αγορά διαθέτει ήδη τουλάχιστον μεμονωμένες online καταχωρίσεις ελληνικών εμπορικών σημάτων, γεγονός που μειώνει το κόστος εκπαίδευσης αλλά δεν συνιστά ακόμη ευρεία διανομή. [1][10][13]

Πίνακας 10. Ιεράρχηση ελληνικών προϊόντων

Ελληνική πρόταση	Δυναμικό	Ιδανική μορφή	Κύριο μήνυμα	Κύριος κίνδυνος
Θυμαρίσιο	Υψηλό	250/400/500 g γυάλινο	έντονο άρωμα, ελληνικό τοπίο, pairing	ανεπαρκής τεκμηρίωση botanical claim
Πευκόμελο / δασόμελο	Υψηλό	250–500 g, dark honey	λιγότερο ανθικό, σύνθετη γεύση, cheese/tea	χρειάζεται εκπαίδευση γεύσης
Καστανιά / ελάτης / σπάνια ανθοφορία	Niche υψηλής αξίας	mini jars, gift set	γευστική εξερεύνηση και δώρο	μικρή σταθερότητα όγκου
Ακακία	Χαμηλό-μεσαίο	μόνο premium proof	καθαρότητα και ελληνική προέλευση	ισχυρή εγχώρια προσφορά
Πολυανθικό / bulk	Χαμηλό	foodservice μόνον	σταθερή προδιαγραφή	Βιετνάμ/ΗΠΑ και δασμολογικό κόστος
Sticks / sachets	Υψηλό ως format	10–15 g, 15–30 τεμάχια	ευκολία, γραφείο, gifting	κόστος συσκευασίας

Το ελληνικό positioning πρέπει να συνδέει προέλευση και χρήση. Ενδεικτικά: «σκούρο ελληνικό δασόμελο για ώριμα τυριά και ζεστό τσάι», «θυμαρίσιο μέλι με έντονο άρωμα για γιαούρτι και πρωινό» ή «σετ τριών ελληνικών τοπίων». Η κορεατική περιγραφή πρέπει να αποφεύγει υπερβολικές λειτουργικές υποσχέσεις και να εξηγεί απλά την κρυστάλλωση ως φυσικό φαινόμενο όπου είναι σχετικό.

Ε.4 Τιμές λιανικής πώλησης



Διάγραμμα 6. Ενδεικτική κλίμακα διαδικτυακών τιμών λιανικής

Στιγμιότυπο Coupang, Costco Korea και Kurly, 10-14/6/2026.

Η διαδικτυακή αγορά αποτυπώνει τρεις ζώνες. Η value ζώνη κινείται περίπου στα 700–2.000 KRW/100 g για χαμηλού κόστους εισαγόμενο ή μεγάλη συσκευασία. Το βασικό εγχώριο φυσικό μέλι κινείται συχνά περίπου στα 2.000–4.000 KRW/100 g. Το premium εισαγόμενο ξεκινά πολύ υψηλότερα: καταχώριση ελληνικού μελιού 500 g εμφανιζόταν στα 10.684 KRW/100 g, ενώ προϊόντα Manuka κυμαίνονταν περίπου από 10.380 έως 21.980 KRW/100 g. [13]

Οι τιμές αυτές δεν αποτελούν επίσημο δείκτη αγοράς και μεταβάλλονται ανά πωλητή, προώθηση και μεταφορικά. Είναι, όμως, χρήσιμες για τη διαμόρφωση price ladder. Ως στρατηγική υπόθεση δοκιμής –και όχι ως δεδομένη τιμή αγοράς– ένα core ελληνικό premium SKU θα μπορούσε να εξεταστεί στην περιοχή 6.000–9.000 KRW/100 g, εφόσον έχει εξασφαλισθεί quota και ανταγωνιστικό landed cost, ενώ σπάνιες βοτανικές ή gift σειρές μπορούν να δοκιμαστούν στην περιοχή 10.000–15.000 KRW/100 g. Η τελική τιμή πρέπει να επαληθεύεται με A/B test και πραγματικό περιθώριο του εισαγωγέα.

Ενδεικτικές λιανικές τιμές μελιού στη Νότια Κορέα

Α. Εγχώρια προϊόντα

Πίνακας 11. Ενδεικτικές λιανικές τιμές εγχώριων προϊόντων μελιού

Προϊόν	Κατηγορία	Σημείο πώλησης	Συσκευασία	Τιμή, KRW	Τιμή ανά 100 γρ., KRW
Peacock ακακίας	Εγχώριο φυσικό μέλι	E-Mart/SSG	500 γρ.	13.800	2.760
Gabo Premium αγριολούλουδων	Εγχώριο φυσικό μέλι	E-Mart/SSG	500 γρ.	12.900	2.580
Kkotsem ακακίας	Εγχώριο μέλι	E-Mart/SSG	500 γρ.	14.510	2.902
Bee Master, ακακίας	Εγχώριο φυσικό μέλι	Coupage	500 γρ.	16.900	3.380
Εγχώριο 100% φυσικό μέλι ακακίας	Εγχώριο φυσικό μέλι	Coupage	2 × 500 γρ.	24.990	2.499
Jirisan εγχώριο μέλι ακακίας	Εγχώριο φυσικό μέλι	Coupage	2 × 500 γρ.	24.880	2.488
Premium ακακίας Bonghwagol	Εγχώριο φυσικό μέλι	Coupage	1,2 κιλά	36.800	3.067
Kkotsem sayang honey	Εγχώριο μέλι τροφοδοσίας	E-Mart/SSG	1 κιλό	10.950	1.095
Dalkom Dalkom sayang honey	Εγχώριο μέλι τροφοδοσίας	Coupage	1 κιλό	8.360	836

Πηγή: Έρευνα Γραφείου ΟΕΥ Σεούλ

Οι τιμές των Peacock και Gabo καταγράφονται στο E-Mart/SSG, ενώ το Kkotsem ακακίας εμφανίζεται περίπου στα 14.510 KRW ανά 500 γραμμάρια.

Στο Coupage, τα περισσότερα εγχώρια φυσικά μέλια ακακίας κινούνται περίπου μεταξύ 2.500 και 3.400 KRW ανά 100 γραμμάρια, ανάλογα με τον παραγωγό και το μέγεθος της συσκευασίας.

Β. Εισαγόμενα προϊόντα

Πίνακας 12. Ενδεικτικές λιανικές τιμές εισαγόμενων προϊόντων μελιού

Προϊόν	Χώρα προέλευσης	Σημείο πώλησης	Συσκευασία	Τιμή, KRW	Τιμή ανά 100 γρ., KRW
Langnese μέλι αγριολούλουδων	Γερμανία	SSG – διεθνής αποστολή	500 γρ.	17.500	3.500
Capilano Pure Honey	Αυστραλία	Coupage	500 γρ.	17.810	3.562
Capilano Pure Honey, πολυσυσκευασία	Αυστραλία	Coupage	5 × 500 γρ.	73.900	2.956
Comvita Clover Honey	Νέα Ζηλανδία	Coupage	2 × 500 γρ.	52.750	5.275
Attiki πευκόμελο/μέλι δάσους	Ελλάδα	Coupage	250 γρ.	34.800	13.920
Attiki θυμαρίσιο μέλι	Ελλάδα	Coupage	250 γρ.	39.800	15.920
Attiki πευκόμελο, συσκευασία δώρου	Ελλάδα	Coupage	500 γρ.	53.960	10.792
Capilano Manuka MGO 100+	Αυστραλία	Coupage	250 γρ.	25.500	10.200
Comvita Manuka UMF 10+	Νέα Ζηλανδία	Shinsegae Mall/SSG	250 γρ.	57.370	22.948
Hi Well Manuka UMF 15+	Νέα Ζηλανδία	Shinsegae Mall/SSG	250 γρ.	65.930	26.372
Puriti Manuka UMF 20+	Νέα Ζηλανδία	Shinsegae Mall/SSG	250 γρ.	65.380	26.152
Hi Well Manuka UMF 20+	Νέα Ζηλανδία	Shinsegae Mall/SSG	250 γρ.	113.400	45.360

Πηγή: Έρευνα Γραφείου ΟΕΥ Σεούλ

Το συμβατικό εισαγόμενο μέλι από τη Γερμανία και την Αυστραλία πωλείται σε τιμές σχετικά κοντά στο κορεατικό φυσικό μέλι, περίπου 3.000–3.600 KRW ανά 100 γραμμάρια.

Το ελληνικό μέλι Attiki καταλαμβάνει σαφώς υψηλότερη, premium θέση. Οι ενδεικτικές τιμές κυμαίνονται από περίπου 10.792 έως 15.920 KRW ανά 100 γραμμάρια, ανάλογα με τον τύπο και τη συσκευασία.

Τα πιστοποιημένα μέλια Manuka αποτελούν ξεχωριστή υπερ-premium κατηγορία. Στα προϊόντα UMF 10+ έως UMF 20+, οι τιμές που καταγράφηκαν κυμαίνονται περίπου από 22.948 έως 45.360 KRW ανά 100 γραμμάρια.

E.5 Δυναμική συνθηκών ανταγωνισμού

Πίνακας 13. Ανταγωνιστικός χάρτης προελεύσεων

Ανταγωνιστική πλατφόρμα	Πλεονέκτημα	Αδύνατο σημείο	Απάντηση Ελλάδας
Κορέα	τοπική εμπιστοσύνη, ακακία, τιμή	περιορισμένη εξωτική διαφοροποίηση	μη σύγκρουση στην ακακία· γευστικό niche
Νέα Ζηλανδία	Manuka, MGO/UMF, brand origin	πολύ υψηλή τιμή	premium κάτω από Manuka με γαστρονομικό χαρακτήρα
ΗΠΑ/Καναδάς	κλίμακα, ποικιλία, μεγάλες συσκευασίες	λιγότερο distinct story	μικρή premium συσκευασία και ευρωπαϊκή προέλευση
Βιετνάμ	εξαιρετικά χαμηλό κόστος	χαμηλή μοναδιαία αξία	καμία σύγκρουση σε commodity
Αυστραλία	καθαρή προέλευση, premium	μεσαία αναγνωρισιμότητα	πιο ιδιαίτερη botanical και Mediterranean χρήση

Ο ανταγωνισμός θα ενταθεί κυρίως στην ψηφιακή ορατότητα και στη σαφήνεια claims. Οι πλατφόρμες επιτρέπουν σε μικρά σήματα να εισέλθουν, αλλά ευνοούν προϊόντα με υψηλή βαθμολογία, γρήγορη παράδοση και επαρκές διαφημιστικό budget. Η ελληνική επιχείρηση πρέπει να επενδύσει σε μία «hero» σελίδα προϊόντος, σε κορεατικό video χρήσης, σε sampling και σε συνεργασία με chef ή δημιουργό περιεχομένου, αντί να διασπείρει πόρους σε πολλά SKU.

Πίνακας 14. Συνοπτική ανάλυση SWOT

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ	ΑΠΕΙΛΕΣ
Ιδιαίτερη μεσογειακή χλωρίδα Υψηλή μέση αξία εξαγωγών Ενωσιακή καταγωγή Ευελξία μικρών premium σειρών	Χαμηλή αναγνωρισιμότητα Μικρή/ασταθής ποσότητα quota Απόσταση και κόστος Κατακερματισμένο marketing	Premiumization παρά πώση όγκου Gift & sticks Online niche Η Ελλάδα ήδη ισχυρή εντός ΕΕ	Βασικός δασμός 243% Manuka brand leadership Εγχώρια αποθέματα Αυθεντικότητα και κανονιστικός κίνδυνος

ΣΤ. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

ΣΤ.1 Νομικό πλαίσιο που διέπει τη λειτουργία του κλάδου

Η εισαγωγή τροφίμων στη Νότια Κορέα εποπτεύεται κυρίως από το Ministry of Food and Drug Safety (MFDS), βάσει του Special Act on Imported Food Safety Control, του Food Sanitation Act, του Act on Labeling and Advertising of Foods και του Korean Food Code. Για την εγχώρια μελισσοκομία εφαρμόζεται επίσης ο Act on the Promotion and Support of the Beekeeping Industry, ο οποίος προβλέπει σχεδιασμό πολιτικής, στήριξη εγκαταστάσεων και έρευνας, προστασία μελισσοκομικών φυτών και εγγραφή των εκμεταλλεύσεων. [6][7][16]

Η αλλοδαπή εγκατάσταση παραγωγής πρέπει να είναι καταχωρισμένη στο MFDS πριν από τη δήλωση εισαγωγής. Η καταχώριση μπορεί να γίνει ηλεκτρονικά από τον παραγωγό ή τον κορεατικό εισαγωγέα, ολοκληρώνεται συνήθως εντός τριών εργάσιμων ημερών και ισχύει για δύο έτη. Το MFDS μπορεί να διενεργήσει επιτόπιο έλεγχο και να αναστείλει εισαγωγές σε περίπτωση άρνησης, αποφυγής ή σοβαρής ανησυχίας ασφάλειας. [6][7]

Δεν απαιτείται ξεχωριστή προέγκριση κάθε προϊόντος, αλλά κάθε νέο προς την αγορά προϊόν υπόκειται σε υποχρεωτικό εργαστηριακό έλεγχο στην πρώτη εισαγωγή. Μετά από επιτυχή πρώτη δοκιμή, οι επόμενες αποστολές του ίδιου προϊόντος απαλλάσσονται από επαναληπτικό arrival testing για πέντε έτη, με εξαίρεση τους τυχαίους ή στοχευμένους ελέγχους. Ο ενδεικτικός χρόνος είναι δύο ημέρες για έλεγχο εγγράφων, τρεις για οπτικό, δέκα για εργαστηριακό και πέντε για τυχαίο έλεγχο. [7]

Στο πλαίσιο της Συμφωνίας Ελευθέρων Συναλλαγών μεταξύ Ευρωπαϊκής Ένωσης και Νοτίου Κορέας οι εισαγωγικοί δασμοί έχουν σταδιακά μηδενισθεί ή μειωθεί ιδιαίτερα για τα περισσότερα προϊόντα ελληνικού ενδιαφέροντος, ενώ για κάποια προϊόντα, όπως το μέλι, ισχύει ειδικό καθεστώς ποσοστώσεων (quotas). Η ελληνική εξαγωγική επιχείρηση μπορεί εξάλλου να ελέγξει εύκολα την τρέχουσα δασμολογική επιβάρυνση των προϊόντων της, με βάση τον κωδικό συνδυασμένης ονοματολογίας τους, μέσω της ιστοσελίδας



<http://www.customs.go.kr/kcshome/tariff/CustomsTariffView.do>.

Για να υπαχθεί το εξαγόμενο ελληνικό προϊόν στην Συμφωνία Ελευθέρων Συναλλαγών (ΣΕΣ), εφόσον η συνολική αξία του εμπορεύματος υπερβαίνει τις 6.000 ευρώ, ο εξαγωγέας θα πρέπει να ζητήσει την έκδοση "Άδειας Εγκεκριμένου Εξαγωγέα" από την Τελωνειακή Περιφέρεια στην χωρική αρμοδιότητα της οποίας είναι εγκατεστημένος, καθώς η εν λόγω συμφωνία δεν προβλέπει την έκδοση πιστοποιητικών κυκλοφορίας EUR.1 ή EORI. Ο Αριθμός Εγκεκριμένου Εξαγωγέα έχει την μορφή GR/00/0000/0000 (country code/customs code/certification number/year of approval). Οι όροι και οι προϋποθέσεις για την έκδοση Άδειας Εγκεκριμένου Εξαγωγέα καθορίζονται με την υπ' αριθμ. Δ17Γ 5005477 ΕΞ2012/03-02-2012 Απόφαση του Υπουργού Οικονομικών (Α.Υ.Ο.), η οποία δημοσιεύθηκε στο ΦΕΚ αρ. 588/Τεύχος Β' 05-03-2012 και αναρτήθηκε στο διαδικτυακό τόπο διαύγεια, όπου και είναι προσβάσιμη στο σύνδεσμο

<https://diavgeia.gov.gr/doc/%CE%9244%CE%A5%CE%97-%CE%913%CE%A3?inline=true>.

Επίσης, υφίσταται και διευκρινιστικό έγγραφο της Διεύθυνσης Δασμολογικών Θεμάτων και Τελωνειακών Οικονομικών Καθεστώτων του Υπουργείου Οικονομικών, το οποίο δύναται να αντληθεί από την ιστοσελίδα της Γενικής Γραμματείας Πληροφοριακών Συστημάτων <https://www.aade.gr/epiheiriseis/teloneiakies-ypiresies/pliories-pros-oikonomikoys-foreis/teloneia/aploroiimeni-diadikasia-apodeixis-protim> (πρόκειται για το αρχείο Απλοποιημένη Διαδικασία _ Εξαγωγές στην Κορέα - Συμφωνία Ελευθέρων Συναλλαγών μεταξύ Ευρωπαϊκής Ένωσης και Δημοκρατίας της Κορέας).

Από τον ανωτέρω σύνδεσμο έχει κανείς πρόσβαση και στα απαραίτητα δικαιολογητικά που θα πρέπει να υποβληθούν στην αρμόδια τελωνειακή αρχή (Αίτηση, Υπεύθυνες Δηλώσεις, Ερωτηματολόγιο αυτό-αξιολόγησης).

Παράλληλα απαιτείται η Εγγραφή στο Μητρώο του Υπουργείου Ασφάλειας Τροφίμων και Φαρμάκων γίνεται μέσω της ιστοσελίδας [Imported Food Information Maru \(mfds.go.kr\)](http://imported.foodinformation.maru(mfds.go.kr)). Στην ιστοσελίδα θα επιλέξετε το μενού > Application for Foreign Food Facility και ακολούθως θα κάνετε την εγγραφή. Όταν ολοκληρωθεί η διαδικασία θα σας αποσταλεί σχετικό ηλεκτρονικό μήνυμα από την κορεατική Αρχή, ενώ στον ιστοχώρο [Food and Drug Safety > Petition Application > Foreign food Facility Detail > List of Registered Foreign Food Facility \(mfds.go.kr\)](http://foodanddrug.safetypetition(application>foreignfoodfacilitydetail>listofregisteredforeignfoodfacility(mfds.go.kr))) θα μπορείτε να διαπιστώσετε την εγγραφή και τον σχετικό αριθμό που έχει λάβει.

Η εισαγωγή επεξεργασμένων ξηρών καρπών και μειγμάτων ξηρών καρπών στη Νότια Κορέα απαιτεί την υποβολή υποχρεωτικής τεκμηρίωσης στο Υπουργείο Ασφάλειας Τροφίμων και Φαρμάκων (MFDS) και στην Τελωνειακή Υπηρεσία της Κορέας (KCS). Ανεξάρτητα από την προέλευση της πρώτης ύλης, η τελική εγκατάσταση συσκευασίας, ο κατάλογος συστατικών και η μέθοδος επεξεργασίας πρέπει να δηλώνονται ρητά.

Η επίσημη κρατική πλατφόρμα της Νότιας Κορέας για την αναζήτηση κωδικών HS και δασμολογικών συντελεστών, είναι η βάση δεδομένων **KCS Tariff D/B (Inquiry)** της Τελωνειακής Υπηρεσίας της Κορέας (Korea Customs Service <https://www.customs.go.kr/english/ad/ct/CustomsTariffList.do?mi=8037>).

Για τις διεθνείς συναλλαγές, η Νότια Κορέα χρησιμοποιεί ένα **10ψήφιο σύστημα κωδικών** (γνωστό ως HSK), σε αντίθεση με το 8ψήφιο ή 10ψήφιο σύστημα της Ευρώπης

ΣΤ.1.1 Επισήμανση και προδιαγραφές

Η ετικέτα πρέπει να είναι ευανάγνωστη στα κορεατικά. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί μη αποσπώμενο αυτοκόλλητο, εφόσον δεν καλύπτει κρίσιμες πληροφορίες της αρχικής συσκευασίας. Ανάλογα με το προϊόν, αναγράφονται ονομασία, καθαρό περιεχόμενο, συστατικά, στοιχεία εισαγωγέα και αλλοδαπού παραγωγού, ημερομηνία ή best-before/use-by, συνθήκες αποθήκευσης, χώρα προέλευσης, προειδοποιήσεις και λοιπά υποχρεωτικά στοιχεία. Για μέλι και επεξεργασμένα προϊόντα γύρης απαιτείται διατροφική επισήμανση, με εξαιρέσεις όταν το προϊόν χρησιμοποιείται αποκλειστικά ως συστατικό ή έχει κύρια επιφάνεια προβολής κάτω από 30 cm². [7]

Η διατροφική δήλωση περιλαμβάνει θερμίδες, νάτριο, υδατάνθρακες, σάκχαρα, λιπαρά, κορεσμένα και trans λιπαρά, χοληστερόλη και πρωτεΐνη. Οι ισχυρισμοί HACCP, ISO, organic ή άλλοι πρέπει να τεκμηριώνονται. Ισχυρισμοί χωρίς αντικειμενική και επιστημονική βάση ή θεραπευτικές υποσχέσεις δεν επιτρέπονται. Το «natural» μπορεί να χρησιμοποιείται για μέλι υπό τις κορεατικές προϋποθέσεις, αλλά η ακριβής μετάφραση και το συνολικό label πρέπει να ελεγχθούν από native regulatory reviewer. [7]

Η αυθεντικότητα ελέγχεται με τις προδιαγραφές του Korean Food Code, οι οποίες περιλαμβάνουν υγρασία, αδιάλυτα στερεά, οξύτητα, σάκχαρα, HMF, χρωστικές, γλυκαντικά, ισομερή σάκχαρα και ισοτοπικό λόγο άνθρακα. Οι αγγλικές μεταφράσεις των κορεατικών προδιαγραφών είναι χρήσιμες αλλά μη δεσμευτικές. Ο τελικός φάκελος πρέπει να βασίζεται στο ισχύον κορεατικό κείμενο κατά την ημερομηνία αποστολής. [5][7]

Πίνακας 15. Checklist πριν από την πρώτη εμπορική αποστολή

Βήμα	Απαιτούμενο τεκμήριο/έλεγχος	Κύρια ευθύνη
1. Ταξινόμηση	HSK 0409.00.0000 και ακριβής περιγραφή	εξαγωγέας + εισαγωγέας
2. Καταγωγή	κανόνας «wholly obtained», supplier declarations	εξαγωγέας / τελωνειακός σύμβουλος
3. Quota	άδεια/κατανομή από δημοπρασία aT	κορεατικός εισαγωγέας



Βήμα	Απαιτούμενο τεκμήριο/έλεγχος	Κύρια ευθύνη
4. Εγκατάσταση	MFDS foreign facility registration	παραγωγός ή εισαγωγέας
5. Προδιαγραφή	σύνθεση, υγρασία, HMF, σάκχαρα, ισότοπα	QA / εργαστήριο
6. Ετικέτα	κορεατικό label και nutrition facts	regulatory + native reviewer
7. Πρώτη εισαγωγή	φάκελος και χρόνος lab test	εισαγωγέας
8. Logistics	lot, best-before, συνθήκες αποθήκευσης	παραγωγός + 3PL
9. Claims	τεκμήρια botanical/quality/organic	marketing + regulatory
10. Ανάκληση	lot traceability και τοπικό contact point	QA + εισαγωγέας

ΣΤ.2 Επιπτώσεις θεσμικού πλαισίου στον ανταγωνισμό

Το θεσμικό πλαίσιο δημιουργεί υψηλό σταθερό κόστος εισόδου και ευνοεί εισαγωγείς με εμπειρία, κεφάλαιο και πρόσβαση στη δασμολογική ποσόστωση. Η quota των 75 τόνων είναι πολύ μικρή σε σχέση με τις συνολικές εισαγωγές άνω των 2.100 τόνων το 2024. Η σχεδόν πλήρης αξιοποίησή της, όπως υποδηλώνουν τα στοιχεία καθρέφτη, σημαίνει ότι οι ενωσιακές μάρκες ανταγωνίζονται όχι μόνο τον καταναλωτή αλλά και για το δικαίωμα χαμηλού landed cost. [1][8][10]

Οι απαιτήσεις αυθεντικότητας και επισήμανσης προστατεύουν τους καταναλωτές και, ταυτόχρονα, επιτρέπουν σε σοβαρούς premium προμηθευτές να διαφοροποιηθούν. Για μικρές επιχειρήσεις, όμως, το κόστος εργαστηριακής τεκμηρίωσης, κορεατικής συσκευασίας και επανασχεδιασμού μπορεί να είναι δυσανάλογο. Η ομαδοποίηση αποστολών, η κοινή συμμετοχή σε quota μέσω αξιόπιστου εισαγωγέα και η χρήση δύο ή τριών κοινών formats μπορούν να μειώσουν το κόστος.

Η οργανική επισήμανση απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή. Δεν πρέπει να χρησιμοποιείται στην κορεατική αγορά μόνο βάσει ευρωπαϊκού λογοτύπου χωρίς επιβεβαίωση αναγνώρισης ή πιστοποίησης από το National Agricultural Products Quality Management Service. Αντίστοιχα, claims υγείας που θα μπορούσαν να μετατρέψουν το προϊόν σε health functional food πρέπει να αποφεύγονται χωρίς ειδική έγκριση. Η ασφαλέστερη πρώτη στρατηγική είναι γευστική, γεωγραφική και γαστρονομική τοποθέτηση.

Ζ. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ζ.1 Παράγοντες που επηρεάζουν ζήτηση - προσφορά

Πίνακας 16. Κύριοι παράγοντες ζήτησης και προσφοράς

Παράγοντας	Κατεύθυνση	Επίδραση στην αγορά
Premiumization	Θετική για αξία	αύξηση μέσης τιμής παρά πτώση όγκου
Εγχώρια αποθέματα ακακίας	Αρνητική για βασικό εισαγόμενο	πίεση τιμής και χαμηλή ανάγκη υποκατάστασης
Health/natural perception	Θετική υπό όρους	ενισχύει μέλι, αλλά όχι μη τεκμηριωμένους claims
Sugar awareness	Αρνητική για όγκο	μικρότερες μερίδες και έμφαση σε γεύση
E-commerce / gifting	Θετική	διευκολύνει niche και sticks
Quota ΕΕ	Κρίσιμη/περιοριστική	καθορίζει landed cost και μέγιστο διαθέσιμο όγκο
Κλίμα και απώλειες μελισσών	Μεταβλητή	αυξάνει διακύμανση εγχώριας παραγωγής
Συναλλαγματική ισοτιμία / νάυλοι	Μεταβλητή	επηρεάζει premium εισαγόμενα και περιθώριο
Αυθεντικότητα / ιχνηλασιμότητα	Θετική για αξιόπιστους	δημιουργεί εμπιστοσύνη και barrier to entry

Στο βασικό σενάριο 2026–2029, η συνολική αξία της αγοράς αυξάνεται χαμηλά, ο όγκος μειώνεται και το premium τμήμα διατηρεί χώρο για νέες προελεύσεις. Στο θετικό σενάριο, η επιτυχής πρόσβαση σε quota, η ισχυρή κορεατική συσκευασία και η επαναγορά σε premium online κανάλια επιτρέπουν στην ελληνική προέλευση να αναπτυχθεί ταχύτερα από την αγορά. Στο δυσμενές σενάριο, απώλεια quota, αδύναμο γουόν, υψηλά μεταφορικά και προωθητική εκκαθάριση εγχώριων αποθεμάτων συμπιέζουν απότομα το περιθώριο.

Πίνακας 17. Σενάρια 2026–2029

Σενάριο	Βασικές υποθέσεις	Εμπορική συνέπεια	Αντίδραση
Βασικό	αξία +0,9%/έτος, όγκος –1,4%/έτος	σταδιακή niche ανάπτυξη	2–3 SKU, pilot, έλεγχος margin
Θετικό	quota, ισχυρός importer, gift/e-commerce traction	ανάπτυξη από χαμηλή βάση	co-marketing και δεύτερο κανάλι
Δυσμενές	χωρίς quota, ακριβό γουόν/ναύλοι, domestic discounting	μη βιώσιμη premium τιμή ή αργό sell-through	πάγωμα κλίμακας, μικρότερες συσκευασίες, credit control

2.2 Προοπτικές ελληνικών προϊόντων

Οι προοπτικές είναι θετικές σε ένα περιορισμένο αλλά αξιόλογο premium niche. Η Ελλάδα έχει ήδη αποδείξει ότι μπορεί να πετύχει υψηλή μέση τελωνειακή αξία και σημαντικό ποσοστό των ενωσιακών αποστολών. Η ανάπτυξη, ωστόσο, δεν πρέπει να βασιστεί σε αισιόδοξη υπόθεση μεγάλης ζήτησης. Πρέπει να σχεδιαστεί γύρω από τη σπάνια quota, το πραγματικό landed cost, την επαναγορά και τη σαφή διαφοροποίηση.

Προτεινόμενη θέση αγοράς

«Ελληνικό μέλι τοπίου»: αυθεντικό φυσικό μέλι με τεκμηριωμένη βοτανική ταυτότητα, σύγχρονη συσκευασία και συγκεκριμένη χρήση – όχι γενικό premium και όχι φθηνό υποκατάστατο του κορεατικού μελιού.

2.2.1 Προτεινόμενο χαρτοφυλάκιο πρώτης φάσης

1. Hero SKU: θυμαρίσιο ή άλλο έντονα αρωματικό ελληνικό μέλι, 250–400 g, με σαφή κορεατική περιγραφή γεύσης και χρήσης.
2. Dark SKU: πευκόμελο/δασόμελο ή καστανιά, 250–400 g, τοποθετημένο για τσάι, cheese pairing και premium tasting.
3. Convenience/Gift SKU: sticks 10–15 g ή σετ 3 mini jars, σχεδιασμένο για εταιρικά δώρα, Seollal/Chuseok και online sampling.
4. Προαιρετικό B2B: επιλεγμένο foodservice pack μόνο εφόσον υπάρχει σταθερός πελάτης bakery/ποτών και επαρκές περιθώριο quota.

2.2.2 Τριετές εμπορικό πλάνο

Πίνακας 18. Τριετής οδικός χάρτης

Περίοδος	Στόχος	Κύριες ενέργειες	Ενδεικτικά KPI
Έτος 1	Συμμόρφωση και proof of demand	2–3 SKU, importer scorecard, quota plan, πρώτη δοκιμή, pilot online/food hall	μηδενικές αποκλίσεις· 2 επαναπαραγγελίες· ≥4,3/5 reviews
Έτος 2	Τοπική προσαρμογή και δεύτερο κανάλι	μόνιμη κορεατική συσκευασία, sticks/gift set, chef/creator content, corporate gifts	≥60% πωλήσεις χωρίς βαθιά έκπτωση· repeat rate ≥25%
Έτος 3	Επιλεκτική κλιμάκωση	ετήσιος σχεδιασμός quota, national account ή private label, κοινό marketing	2 σταθερά κανάλια· θετική συνεισφορά· διαφοροποιημέν ο πελατολόγιο

2.2.3 Άμεσες προτεραιότητες δράσης

1. Επιλογή κορεατικού εισαγωγέα που αποδεικνύει συμμετοχή σε δημοπρασίες quota και εμπειρία σε MFDS, όχι απλώς γενική πρόσβαση σε λιανεμπόριο.
2. Οριστικοποίηση 10ψήφιου HSK, κανόνα καταγωγής, εγκεκριμένου εξαγωγέα και γραπτής δέσμευσης ποσόστωσης πριν από την εμπορική τιμή.
3. Εργαστηριακός φάκελος ανά SKU: υγρασία, HMF, σάκχαρα, ισότοπα, αυθεντικότητα, botanical proof και shelf-life.
4. Κορεατική ονομασία, native label review και online product page πριν από την παραγωγή τελικής συσκευασίας.
5. Blind tasting με κορεατικά μέλια, Manuka και ένα premium αυστραλιανό/αμερικανικό προϊόν, σε πραγματικές τιμές ραφίου.
6. Pilot με ποσότητα αρκετή για δύο κύκλους επαναπαραγγελίας, όχι μεμονωμένο promotional shipment.
7. Μέτρηση sell-through ανά εβδομάδα, βαθμολογίας, επαναγοράς 60–90 ημερών, ποσοστού πωλήσεων με έκπτωση και πλήρους μικτού περιθωρίου.
8. Δημιουργία content γύρω από γεύση και χρήση: γιαούρτι, τσάι, τυρί, ψωμί και gifting – χωρίς μη εγκεκριμένες θεραπευτικές υποσχέσεις.
9. Σχεδιασμός Seollal/Chuseok τουλάχιστον έξι μήνες πριν, ώστε quota, συσκευασία και παραγωγή να μην συμπιεστούν στο τέλος.



10. Κλιμάκωση μόνο των SKU που έχουν αποδείξει επανάληψη και όχι του συνολικού καταλόγου της ελληνικής επιχείρησης.

Η Νότια Κορέα ανταμείβει την ακρίβεια, την τεκμηρίωση και τη μακροχρόνια συνέπεια. Για μία ελληνική επιχείρηση που είναι διατεθειμένη να επενδύσει σε quota planning, κορεατική γλώσσα, αυθεντικότητα και συγκεκριμένη περίπτωση κατανάλωσης, η αγορά προσφέρει δυνατότητα δημιουργίας κερδοφόρου premium θέσης. Η επιτυχία θα είναι μικρή σε όγκο αλλά δυνητικά υψηλή σε αξία, εικόνα και στρατηγική παρουσία στην Ασία.



ΠΗΓΕΣ ΚΑΙ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- [1] Agriculture and Agri-Food Canada, “Customized Report Service – Sweet spreads and honey in South Korea”, 26.11.2025.
- [2] Observatory of Economic Complexity (OEC), “Honey in South Korea Trade”, στοιχεία 2025.
- [3] Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs (MAFRA), ενημερωτικό για απόδοση ανά κυψέλη και αποθέματα μελιού ακακίας, 16.4.2025.
- [4] MAFRA, ενημερωτικό για αριθμό αποικιών, απώλειες και παραγωγή ακακίας, 29.8.2024.
- [5] Seoul Research Institute of Public Health and Environment, “우리가 먹는 시중 유통 벌꿀, 알고 먹으면 더 좋아요!”, διάκριση φυσικού και sugar-fed honey.
- [6] Ministry of Food and Drug Safety (MFDS), “Imported Food Safety”.
- [7] USDA Foreign Agricultural Service, “FAIRS Country Report Annual – Republic of Korea”, Report KS2026-0007, 7.5.2026.
- [8] Free Trade Agreement between the European Union and the Republic of Korea, Annex 2-A, TRQ for natural honey.
- [9] European Commission, Access2Markets, “EU–South Korea Free Trade Agreement” – proof of origin.
- [10] World Integrated Trade Solution / UN Comtrade, “Natural honey exports to Korea, Rep. – 2024”.
- [11] World Integrated Trade Solution / UN Comtrade, “Natural honey exports by country – 2024”.
- [12] Official Korean tariff schedules published in FTA annexes, HSK 0409000000 – base rate 243% or KRW 1,864/kg, whichever is greater.
- [13] Ενδεικτική διαδικτυακή έρευνα λιανικών τιμών, κυρίως Coupang, πρόσβαση 11.7.2026.
- [14] Enterprise Greece, “Food & Beverage – Greek Honey”.
- [15] Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs (MAFRA), ενημερωτικό για τη χειμερινή μείωση πληθυσμού αποικιών 2024/25 και μέτρα smart beekeeping, 5.5.2025.
- [16] Korea Legislation Research Institute, “Act on the Promotion and Support of the Beekeeping Industry”.

Σημείωση χρήσης: Η μελέτη αποτελεί εργαλείο εμπορικού σχεδιασμού και δεν υποκαθιστά νομικό, τελωνειακό ή κανονιστικό έλεγχο.