تلفن : ۸۸۸۳۹۶۲۶
فاکس : ۸۸۸۱۰۵۲۸
www.iraucc.com
info@iraucc.com

اتاق بازرگانی مشترک ایران و استرالیا

گزارش راهبردی توسعه تجارت ایران–استرالیا (در شرایط کنونی)

فرصت‌ها، چالش‌ها و نقشه راه عملیاتی برای اعضای اتاق بازرگانی ایران و استرالیا

نسخه پیشنهادی: ۲۰۲۶

تهیه‌شده برای **اعضای اتاق بازرگانی ایران و استرالیا**

خلاصه مدیریتی

استرالیا یکی از اقتصادهای توسعه‌یافته جهان با ثبات سیاسی، نظام حقوقی شفاف، قدرت خرید بالا و بازار مصرف چندفرهنگی است. اگرچه جمعیت این کشور در مقایسه با بازارهایی مانند چین یا هند محدودتر است، اما سطح درآمد، استاندارد مصرف و وابستگی به واردات در برخی حوزه‌ها، فرصت‌های قابل توجهی برای صادرکنندگان ایرانی ایجاد می‌کند.

در شرایط کنونی، توسعه تجارت ایران و استرالیا نیازمند تغییر رویکرد از **تجارت سنتی مبتنی بر واسطه‌ها** به **مدل همکاری شفاف، استانداردمحور و شبکه‌ای** است.

راهبرد پیشنهادی این گزارش بر۴محور استوار است:

۱. **تمرکز بر کالاهای دارای مزیت رقابتی ایران**
۲. **ورود از مسیر واردکنندگان و توزیع‌کنندگان معتبر استرالیایی**
۳. **استفاده حرفه‌ای از شبکه ایرانیان مقیم استرالیا**
۴. **تقویت اعتماد از طریق استاندارد، برند و شفافیت**

۱–وضعیت و روند تجارت دوجانبه ایران و استرالیا

بر اساس آخرین داده‌های منتشرشده توسط وزارت امور خارجه و تجارت استرالیا (DFAT)، ارزش تجارت دوجانبه کالا و خدمات میان ایران و استرالیا در سال ۲۰۲۴ بالغ بر ۷۲۸٫۳ میلیون دلار استرالیا بوده است. از این میزان، صادرات استرالیا به ایران ۵۷۱٫۹ میلیون دلار و واردات استرالیا از ایران ۱۵۶٫۴ میلیون دلار استرالیا بوده است.

ساختار تجارت موجود نشان می‌دهد که صادرات استرالیا به ایران عمدتاً در حوزه محصولات کشاورزی، مواد غذایی و برخی خدمات متمرکز است، در حالی که در سمت واردات استرالیا از ایران، میوه و خشکبار یکی از مهم‌ترین گروه‌های کالایی محسوب می‌شود. این موضوع نشان‌دهنده ظرفیت قابل توجه بخش کشاورزی و صنایع غذایی ایران برای توسعه حضور در بازار استرالیا است.

شاخص ۲۰۲۴

۳/۷۲۸ میلیون AUD	**تجارت دوطرفه کالا و خدمات**
۵۷۱,۹ میلیون AUD	**صادرات استرالیا به ایران**
۱۵۶,۴میلیون AUD	**واردات استرالیا از ایران**
۴۱۵,۵ میلیون AUD به نفع استرالیا	**تراز تجاری**

منبع رقم تجارت Department of Foreign Affairs and Trade (DFAT)

۲-شناخت بازار استرالیا

۲-۱ .ویژگی‌های کلیدی اقتصاد استرالیا

استرالیا دارای ویژگی‌های زیر است:

- اقتصاد توسعه‌یافته و باثبات
- جمعیت حدود ۲۸ میلیون نفر
- شهرنشینی بالا
- قدرت خرید قابل توجه
- وابستگی به واردات در برخی گروه‌های کالایی
- مصرف‌کنندگان حساس نسبت به کیفیت و استاندارد

مراکز اصلی اقتصادی:

شهر	نقش اقتصادی
Sydney	مرکز مالی، خدمات و تجارت بین‌الملل
Melbourne	صنایع غذایی، خرده‌فروشی، لجستیک
Brisbane	کشاورزی، معدن و تجارت منطقه‌ای
Perth	انرژی، معدن و ارتباط با آسیا
Adelaide	صنایع غذایی و کشاورزی

۲-۱ .ویژگی مصرف‌کننده استرالیایی

مصرف‌کننده استرالیایی معمولاً به موارد زیر اهمیت می‌دهد:

- کیفیت محصول
- سلامت و ایمنی غذایی
- منشأ محصول
- بسته‌بندی حرفه‌ای
- قابلیت ردیابی
- پایداری زیست‌محیطی

بنابراین صادرات موفق به استرالیا صرفاً بر قیمت پایین متکی نیست، بلکه نیازمند **ارزش پیشنهادی قوی** است.

فرصت‌های صادراتی ایران به استرالیا

اولویت اول: صنایع غذایی و کشاورزی

ایران در این حوزه دارای مزیت طبیعی و تاریخی است.



اتاق بازرگانی مشترک ایران و استرالیا

تلفن : ۸۸۸۳۹۶۲۶
فاکس : ۸۸۸۱۰۵۲۸
www.iraucc.com
info@iraucc.com

محصولات پیشنهادی:

ظرفیت ورود به بازار محصول

بسیار بالا	زعفران
بسیار بالا	پسته
بالا	خرما
بالا	کشمش
بالا	انجیر خشک
بالا	گیاهان دارویی
بالا	دمنوش‌های طبیعی
رو به رشد	محصولات ارگانیک

چرا غذا و کشاورزی؟

دلایل:

- شناخت جهانی از محصولات ایرانی
- امکان ایجاد برند خاص
- ارزش افزوده بالا
- تقاضای بازار برای محصولات طبیعی
- حضور جامعه خاورمیانه‌ای و ایرانی در استرالیا

اولویت دوم: صنایع فرهنگی و محصولات ممتاز

فرصت‌ها:

- فرش دستباف
- صنایع دستی
- محصولات هنری
- کالاهای لوکس ایرانی

راه موفقیت:

نه فروش عمده ارزان، بلکه:

Iranian Premium Brand Positioning

اولویت سوم: خدمات و دانش

در شرایط محدودیت تجارت کالا، خدمات می‌توانند مسیر مکمل باشند:

- آموزش آنلاین
- نرم‌افزار
- خدمات طراحی
- مشاوره مهندسی
- تحقیقات بازار
- انتقال دانش کشاورزی

اصول ورود موفق به بازار استرالیا

اصل اول:

ورود از مسیر شریک محلی معتبر

اشتباه رایج:

تلاش برای فروش مستقیم به مصرف‌کننده یا فروشگاه‌های بزرگ بدون شناخت بازار.



اتاق بازرگانی مشترک ایران و استرالیا

تلفن : ۸۸۸۳۹۶۲۶
فاکس : ۸۸۸۱۰۵۲۸
www.iraucc.com
info@iraucc.com

مدل پیشنهادی:

تولیدکننده ایرانی

⬇

واردکننده تخصصی استرالیا

⬇

توزیع‌کننده

⬇

فروشگاه / مصرف‌کننده

اصل دوم:

آزمایش بازار قبل از توسعه

پیشنهاد:

مرحله اول:

- ارسال نمونه
- محموله آزمایشی
- دریافت بازخورد

مرحله دوم:

- قرارداد سالانه
- نمایندگی فروش
- توسعه برند

اصل سوم:

اعتمادسازی

خریدار استرالیایی باید اطمینان داشته باشد:

- شرکت واقعی است .
- محصول استاندارد دارد .
- تأمین پایدار امکان‌پذیر است .
- قرارداد شفاف است .

نقشه شرکای تجاری استرالیا در حوزه مواد غذایی، خشکبار و محصولات ایرانی

مقدمه

ورود به بازار استرالیا برای صادرکنندگان ایرانی، به‌ویژه در حوزه مواد غذایی، خشکبار، زعفران، پسته، خرما و محصولات خاورمیانه‌ای، نیازمند انتخاب صحیح شریک تجاری است.

بر اساس اصول بازاریابی بین‌المللی، همه شرکت‌های بزرگ خریدار مستقیم صادرکننده جدید نیستند. بسیاری از زنجیره‌های خرده‌فروشی بزرگ استرالیا از طریق شبکه تأمین‌کنندگان، واردکنندگان تأییدشده و توزیع‌کنندگان تخصصی فعالیت می‌کنند.

بنابراین اولویت ورود باید:

واردکننده تخصصی → توزیع‌کننده → شبکه خرده‌فروشی

۴-۱ .گروه اول : لیست شرکت واردکننده تخصصی مواد غذایی و خشکبار استرالیایی

این گروه مناسب‌ترین نقطه شروع برای صادرکنندگان ایرانی هستند.

شرکت	فرصت همکاری	حوزه فعالیت
Bestaste Pty Ltd	پسته، زعفران، خرما	خشکبار، زعفران، محصولات ایرانی
Royal Nut Company	مغزها و میوه خشک	آجیل و خشکبار
GT Food	محصولات ایرانی	مواد غذایی و خشکبار

شرکت	فرصت همکاری	حوزه فعالیت
Trutaste Nuts Pty Ltd	پسته، کشمش	آجیل و خشکبار
Aus-KTC Food Pty Ltd	محصولات قومی	مواد غذایی خاورمیانه‌ای
Scalzo Food Industries	محصولات غذایی تخصصی	واردات و توزیع مواد غذایی
Tammy Foods Pty Ltd	صادراتB2B	مواد غذایی و خشکبار
Mediterranean Wholesalers	کالاهای خاورمیانه	محصولات مدیترانه‌ای
Basfoods International	مواد غذایی منطقه‌ای	برنج، حبوبات و مواد غذایی
Gourmet Food Imports	محصولات ممتاز	واردات محصولات ویژه

۴-۲. گروه دوم: لیست شرکت های استرالیایی توزیع کننده مواد غذایی

این شرکت‌ها دسترسی گسترده به بازار استرالیا دارند.

شرکت	نقش در بازار
Bidfood Australia	توزیع مواد غذایی برای رستوران‌ها و خدمات غذایی
PFD Food Services	عمده‌فروشی و توزیع سراسری
Metcash Food & Grocery	شبکه تأمین فروشگاه‌ها
The Distributors Australia	شبکه توزیع مستقل
DKSH Australia	توزیع و توسعه برندها

راهبرد پیشنهادی:

برای ورود محصولات ایرانی، همکاری با این گروه پس از ایجاد سابقه فروش و تأیید کیفیت آسان‌تر خواهد بود.



اتاق بازرگانی مشترک ایران و استرالیا

تلفن : ۸۸۸۳۹۶۲۶
فاکس : ۸۸۸۱۰۵۲۸
www.iraucc.com
info@iraucc.com

۳-۴ .گروه سوم: زنجیره‌های بزرگ خرده‌فروشی

شرکت‌های هدف:

- Coles Group
- Woolworths Group
- Aldi Australia
- Costco Australia
- IGA Australia
- Harris Farm Markets

نکته مهم:

این شرکت‌ها معمولاً مستقیماً با صادرکننده خارجی ناشناخته قرارداد نمی‌بندند.

مسیر منطقی:

تولیدکننده ایرانی
⬇
واردکننده تأییدشده
⬇
توزیع‌کننده
⬇
Coles / Woolworths / Aldi

۴-۴ .۲۰ شرکت اولویت‌دار برای شروع مذاکره

اگر یک شرکت ایرانی در زمینه مواد غذایی و کشاورزی قصد ورود عملی به بازار استرالیا داشته باشد، پیشنهاد می‌شود مذاکرات اولیه با این گروه آغاز شود:

تلفن : ۸۸۸۳۹۶۲۶
فاکس : ۸۸۸۱۰۵۲۸
www.iraucc.com
info@iraucc.com



اتاق بازرگانی مشترک ایران و استرالیا

تاریخ :
شماره :
پیوست: –

شرکت	اولویت
Bestaste Pty Ltd	۱
Royal Nut Company	۲
GT Food	۳
Trutaste Nuts Pty Ltd	۴
Aus-KTC Food Pty Ltd	۵
Scalzo Food Industries	۶
Tammy Foods Pty Ltd	۷
Bidfood Australia	۸
PFD Food Services	۹
Basfoods International	۱۰
Honest to Goodness	۱۱
Murray River Organics	۱۲
Angas Park	۱۳
Select Harvests	۱۴
Harris Farm Markets	۱۵
SunRice	۱۶
Stuart Alexander & Co	۱۷

شرکت	اولویت
Simon George & Sons	۱۸
Metcash Food & Grocery	۱۹
DKSH Australia	۲۰

استراتژی بازاریابی B2B برای صادرکنندگان ایرانی

مدل پیشنهادی ارتباط با خریدار استرالیایی

مرحله اول: آماده‌سازی قبل از تماس با خریدار:

✓پروفایل انگلیسی شرکت

✓کاتالوگ حرفه‌ای

✓مشخصات فنی محصول

✓گواهی‌های کیفیت

✓ظرفیت تولید سالانه

✓شرایط تحویل و حمل

مرحله دوم: تماس حرفه‌ای

ارتباط اولیه باید شامل:

- معرفی کوتاه شرکت
- معرفی مزیت محصول
- پیشنهاد نمونه
- درخواست جلسه آنلاین



اتاق بازرگانی مشترک ایران و استرالیا

تلفن : ۸۸۸۳۹۶۲۶
فاکس : ۸۸۸۱۰۵۲۸
www.iraucc.com
info@iraucc.com

مرحله سوم: نمونه‌سازی و آزمایش بازار

پیشنهاد:

- ارسال نمونه کوچک
- دریافت بازخورد
- اصلاح بسته‌بندی
- بررسی قیمت نهایی

استفاده از شبکه ایرانیان مقیم استرالیا

از واسطه‌گری غیرشفاف به شبکه تجاری حرفه‌ای

جامعه ایرانیان استرالیا می‌تواند یک مزیت رقابتی مهم باشد.

اما نقش آن باید:

بازاریاب، معرف و شریک تجاری شفاف

باشد، نه:

واسطه ناشناس کنترل‌کننده اطلاعات

مدل پیشنهادی:

ایجاد:

Iranian–Australian Business Network

وظایف:

- شناسایی مدیران ایرانی فعال در شرکت‌های استرالیایی
- معرفی فرصت‌های تجاری
- ایجاد ارتباط B2B



اتاق بازرگانی مشترک ایران و استرالیا

تلفن : ۸۸۸۳۹۶۲۶
فاکس : ۸۸۸۱۰۵۲۸
www.iraucc.com
info@iraucc.com

- انتقال تجربه بازار
- کمک به تطبیق فرهنگی و تجاری

اعتبارسنجی شرکت‌های استرالیایی(Due Diligence)

قبل از قرارداد، باید بررسی کنید:

مرحله اول: ثبت رسمی

مرجع:

Australian Securities and Investments Commission (ASIC)

اطلاعات مورد نیاز:

- نام حقوقی شرکت
- ACN
- ABN
- مدیران
- آدرس ثبت‌شده
- وضعیت فعالیت

مرحله دوم: اعتبار مالی

منابع بررسی:

- CreditorWatch
- Equifax Australia
- illion
-



اتاق بازرگانی مشترک ایران و استرالیا

تلفن : ۸۸۸۳۹۶۲۶
فاکس : ۸۸۸۱۰۵۲۸
www.iraucc.com
info@iraucc.com

بررسی:

- سابقه پرداخت
- بدهی‌ها
- ریسک اعتباری
- سابقه ورشکستگی

مرحله سوم: بررسی واقعی بودن فعالیت

بررسی:

✓وب‌سایت رسمی
✓آدرس دفتر
✓LinkedIn شرکت
✓مشتریان قبلی
✓نمایشگاه‌ها و عضویت‌های صنفی

نتیجه راهبردی بخش دوم

برای صادرکننده ایرانی، بهترین مسیر ورود به بازار استرالیا:

محصول باکیفیت ایرانی
⬇
واردکننده تخصصی استرالیایی
⬇
توزیع‌کننده محلی
⬇
شبکه فروش استرالیا



تلفن : ۸۸۸۳۹۶۲۶
فاکس : ۸۸۸۱۰۵۲۸
www.iraucc.com
info@iraucc.com

اتاق بازرگانی مشترک ایران و استرالیا

مدل پیشنهادی همکاری تجاری ایران و استرالیا

-تغییر رویکرد از فروشنده به شریک تجاری

یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت در بازار استرالیا، تغییر نگاه از **فروش مقطعی کالا** به **ایجاد رابطه تجاری بلندمدت** است.

خریداران استرالیایی معمولاً به دنبال تأمین‌کننده‌ای هستند که بتواند:

- کیفیت ثابت ارائه دهد .
- تحویل منظم داشته باشد .
- استانداردهای لازم را رعایت کند .
- ارتباط حرفه‌ای و پاسخ‌گویی مناسب داشته باشد .

بنابراین شرکت ایرانی باید خود را به‌عنوان:

Reliable Long-Term Supplier

معرفی کند، نه صرفاً صادرکننده یک محموله.

- مدل پیشنهادی ورود محصول ایرانی به بازار استرالیا

مرحله اول: آماده‌سازی صادرات

شرکت ایرانی باید قبل از شروع ، موارد ذیل را آماده سازی کند :

✓معرفی‌نامه انگلیسی شرکت
✓مشخصات فنی محصول
✓ظرفیت تولید سالانه
✓تصاویر حرفه‌ای محصول
✓استانداردها و گواهی‌ها
✓قیمت صادراتی
✓شرایط حمل و تحویل



اتاق بازرگانی مشترک ایران و استرالیا

تلفن : ۸۸۸۳۹۶۲۶
فاکس : ۸۸۸۱۰۵۲۸
www.iraucc.com
info@iraucc.com

مرحله دوم: شناسایی خریدار مناسب

خریداران به سه گروه تقسیم می‌شوند:

گروه اول:

واردکنندگان تخصصی مناسب‌ترین گزینه برای شروع.

مثال:

- واردکنندگان خشکبار
- واردکنندگان محصولات خاورمیانه‌ای
- توزیع‌کنندگان مواد غذایی

گروه دوم:

توزیع‌کنندگان بزرگ پس از ایجاد سابقه همکاری:

- شبکه‌های عمده‌فروشی
- شرکت‌های خدمات غذایی
- توزیع‌کنندگان سراسری

گروه سوم:

فروشگاه‌های زنجیره‌ای مانند:

- Coles
- Woolworths
- Aldi

ورود به این بخش معمولاً نیازمند سابقه، استاندارد و تأمین پایدار است.



اتاق بازرگانی مشترک ایران و استرالیا

تلفن : ۸۸۸۳۹۶۲۶
فاکس : ۸۸۸۱۰۵۲۸
www.iraucc.com
info@iraucc.com

چک‌لیست آمادگی شرکت ایرانی برای صادرات به استرالیا

الف) مدارک شرکتی

□پروفایل انگلیسی شرکت
□گواهی ثبت شرکت
□سابقه صادرات
□معرفی مدیران و مسئول فروش بین‌الملل

ب) مدارک محصول

□مشخصات فنی
□آنالیز محصول
□استانداردهای کیفیت
□گواهی‌های مورد نیاز
□اطلاعات بسته‌بندی

ج) الزامات بازار استرالیا

□برچسب انگلیسی
□اطلاعات تغذیه‌ای (برای مواد غذایی)
□مشخصات منشأ محصول
□رعایت الزامات امنیت زیستی و واردات

راهبرد بازاریابی برای محصولات ایرانی (زعفران –پسته – خرما و میوه خشک)

۱ .زعفران ایرانی

پیام بازاریابی:

تلفن : ۸۸۸۳۹۶۲۶
فاکس : ۸۸۸۱۰۵۲۸
www.iraucc.com
info@iraucc.com

اتاق بازرگانی مشترک ایران و استرالیا

- محصول ممتاز
- منشأ تاریخی
- کیفیت بالا
- مناسب بازارهای لوکس و تخصصی

مخاطبان:

- فروشگاه‌های مواد غذایی ممتاز
- رستوران‌ها
- توزیع‌کنندگان ادویه

۲ .پسته ایرانی

تمرکز بر:

- کیفیت
- طعم
- تنوع محصول
- بسته‌بندی مناسب مصرف‌کننده

بازار هدف:

- فروشگاه‌های سلامت
- فروشگاه‌های خشکبار
- عمده‌فروشان مواد غذایی

۳ .خرما و میوه خشک

فرصت‌ها:

- محصولات طبیعی
- میان‌وعده سالم
- بازار ارگانیک

نیاز اصلی:

بسته‌بندی مدرن و مطابق سلیقه مصرف‌کننده استرالیایی.

اشتباهات رایج صادرکنندگان ایرانی در بازار استرالیا

۱. **تمرکز صرف بر قیمت** بازار

استرالیا بیشتر به موارد ذیل اهمیت می‌دهد:

- کیفیت
- اعتماد
- ثبات تأمین

۲ .وابستگی به واسطه ناشناس

ریسک‌ها:

- از دست دادن ارتباط با مشتری
- عدم شفافیت قرارداد
- کنترل پایین بر بازار

راهکار:

استفاده از نماینده یا شریک تجاری مشخص با قرارداد روشن.

۳ .نادیده گرفتن بسته‌بندی

بسته‌بندی در استرالیا بخشی از ارزش محصول است.

موارد مهم:

- طراحی حرفه‌ای
- زبان انگلیسی
- اطلاعات کامل محصول
- قابلیت رقابت در قفسه فروشگاه

۴ .نداشتن برنامه بلندمدت

ورود موفق به بازار استرالیا معمولاً نیازمند:

- تحقیق
- آزمایش بازار
- ایجاد اعتماد
- توسعه تدریجی

نتیجه‌گیری نهایی گزارش

استرالیا برای ایران یک بازار **حجم بالا اما ارزش بالا** نیست؛ بلکه بازاری است که در آن محصولات با کیفیت، دارای هویت، استاندارد و داستان برند می‌توانند موفق شوند.

مهم‌ترین فرصت‌های ایران عبارتند از:

۱ .صنایع غذایی و کشاورزی
۲ .محصولات ممتاز و فرهنگی
۳ .خدمات و دانش تخصصی

موفقیت در این بازار نیازمند:

- شناخت دقیق بازار
- انتخاب شریک تجاری مناسب
- شفافیت در همکاری
- رعایت استانداردها
- بازاریابی حرفه‌ای

راهبرد اصلی پیشنهادی:

حرکت از صادرات سنتی و واسطه‌محور به تجارت حرفه‌ای، شفاف و مبتنی بر اعتماد میان شرکت‌های ایرانی و استرالیایی.

بررسی بازار و دیجیتال:

- وب‌سایت فعال
- آدرس واقعی
- حضور حرفه‌ای در LinkedIn
- کارکنان قابل شناسایی
- سابقه نمایشگاهی یا تجاری

منابع رسمی مورد استفاده در گزارش فوق:

- Australian Bureau of Statistics
  آمار جمعیت، اقتصاد و بازار استرالیا
- Austrade (Australian Trade and Investment Commission)
  اطلاعات بازار، تجارت و فرصت‌های سرمایه‌گذاری

- Australian Securities and Investments Commission (ASIC)
بررسی ثبت و وضعیت شرکت‌ها

- Department of Agriculture, Fisheries and Forestry Australia
الزامات واردات مواد غذایی و امنیت زیستی

- World Bank Data
شاخص‌های اقتصادی

- International Trade Centre (ITC Trade Map)
آمار تجارت بین‌الملل

دبیرخانه اتاق بازرگانی ایران و استرالیا
پدیده جاندوست
مرداد ماه ۱۴۰۵

خواهشمنداست قبل از چاپ این گزارش، به محیط زیست توجه فرمایید.