



INSIDE CHINA

SIERPIEŃ 2018



波中法律经济研究中心
Polish Research
Centre for Law and
Economy of China



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego



DIALOG

POLSKIE CENTRUM STUDIÓW NAD PRAWEM I GOSPODARKĄ CHIN

Polskie Centrum Studiów nad Prawem i Gospodarką Chin (中国法律与经济波兰研究中心) zostało założone w 2016 roku na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego. Strategicznym partnerem Centrum jest KGHM Polska Miedź S.A. Centrum jest instytucją badawczą, której jednym z podstawowych celów jest prowadzenie badań naukowych w dziedzinie prawa i gospodarki współczesnych Chin i publikacja ich wyników.

Naszą jednostkę tworzy interdyscyplinarny zespół składający się z prawników, ekonomistów, sinologów oraz przedsiębiorców, których łączy doświadczenie związane z realizowaniem projektów w Chińskiej Republice Ludowej.

Centrum działa w czterech obszarach: naukowym, biznesowym, rządowosamorządowym i studenckim, wspierając polskie podmioty w stosunkach z chińskimi partnerami. W październiku odbędzie się inauguracja flagowego projektu Centrum – Szkoły Prawa i Gospodarki Chin.

Polskie Centrum Studiów nad Prawem i Gospodarką Chin prowadzi nieodpłatne działania finansowane ze środków Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego w ramach programu „Dialog”, w tym: Raport „Inside China”, szkolenia dla przedsiębiorców oraz pracowników sektora publicznego.

W ramach prowadzonych działań mogą skorzystać Państwo również z odpłatnych usług, świadczonych przez ekspertów, którzy świadczą pomoc analityczną oraz doradczą związaną z działaniami podejmowanymi w Chińskiej Republice Ludowej.

W przypadku zainteresowania naszymi usługami oraz pytań związanych z naszą działalnością zapraszamy Państwa do kontaktu.

Polskie Centrum Studiów nad Prawem i Gospodarką Chin

email: china.law@wpia.uw.edu.pl

tel.: 575 777 688

METODOLOGIA

Raport „Inside China” składa się z części głównej oraz dodatku sektorowego. Część główna podzielona jest na 9 rozdziałów tematycznych. Każdy rozdział zbudowany jest z trzech podrozdziałów: wydarzeń, tła oraz wniosków.

Wydarzenia zawierają przegląd wydarzeń dotyczących Chińskiej Republiki Ludowej, które miały miejsce w miesiącu poprzedzającym wydanie raportu i mają – w opinii autorów – wpływ na polskie podmioty. Zostały one wybrane na podstawie przeglądu mediów internetowych w czterech językach: chińskim, angielskim, niemieckim oraz polskim.

Poprawna interpretacja niektórych wydarzeń wymaga zrozumienia różnic społecznych, gospodarczych, prawnych, historycznych oraz kulturowych. Podrozdział **Tło** zawiera informacje potrzebne Czytelnikowi do odczytania kontekstu wybranych wydarzeń. Zostało one przytoczone tylko tam, gdzie jest to niezbędne do poprawnej interpretacji faktów.

W podrozdziale **Wnioski** zawarte są informacje dla odbiorców raportu o tym, co adresaci powinni zrobić, aby wykorzystać daną perspektywę lub się jej przeciwstawić. Nie z każdym pojedynczym wydarzeniem związana jest jakaś szansa lub zagrożenie, czasem stwarza je kilka zdarzeń łącznie. W raporcie przytoczone zostały również wydarzenia, które nie znajdują bezpośredniego odniesienia do zamierzeń polskich podmiotów, lecz świadomość ich wystąpienia może wpływać na proces decyzyjny polskich organów administracji publicznej oraz przedsiębiorców.

Drugą częścią raportu jest dodatek sektorowy, który w każdym kolejnym miesiącu poświęcony jest innemu rynkowi Chińskiej Republiki Ludowej. Wybór danego sektora jest dokonywany na podstawie oceny trendów rynkowych w Polsce oraz Chinach, a także możliwości produkcyjnych i eksportowych polskich przedsiębiorstw.

Raport „Inside China” poświęcony jest w całości Chińskiej Republice Ludowej, ze względu na odmienne warunki społeczno-gospodarcze, kulturowe oraz prawne wydarzenia dotyczące Tajwanu, Hongkongu oraz Makau, zostały opisane w raporcie jedynie wtedy, gdy mają istotny wpływ na pozostałą część ChRL.

EKSPERCI ODPOWIEDZIALNI ZA RAPORT „INSIDE CHINA”

Maximilian Piekut



**Zastępca Kierownika Polskiego Centrum
Studiów nad Prawem i Gospodarką Chin**

Absolwent Uniwersytetu Warszawskiego (prawo), Szkoły Głównej Handlowej (finanse i rachunkowość), Uniwersytetu Ludwika i Maksymiliana (LLM). Studiował również na Fudan University (język chiński) oraz China University of Political Science and Law (prawo chińskie).

m.piekut@wpia.uw.edu.pl

+48 575 777 688

Karol Piekut



**Ekspert Polskiego Centrum Studiów
nad Prawem i Gospodarką Chin**

Absolwent Szkoły Głównej Handlowej (finanse i rachunkowość) oraz Mercyhurst College (biznes międzynarodowy oraz zarządzanie). Spędził ponad 5 lat w Szanghaju, gdzie uczył się na Fudan University oraz prowadził firmę handlową.

karol@mpiekut.com

+48 535 733 456

SPIS TREŚCI

Gospodarka.....	5
Przemysł	9
Rynki finansowe.....	13
High-tech oraz e-commerce	16
Rolnictwo i sektor spożywczy	20
Motoryzacja	23
Energetyka i środowisko	26
Polityka międzynarodowa	29
Edukacja, turystyka oraz sport.....	31
Dodatek sektorowy. Przemysł meblarski.....	34

GOSPODARKA

Streszczenie

- ▶ Chiny rozpoczynają **kampanię przeciwko naruszeniom prawa własności intelektualnej**. To dobry prognostyk dla zagranicznych firm w Chinach.
- ▶ W Chinach występuje „efekt szminki” – **rośnie sprzedaż kosmetyków, drogich alkoholi oraz urządzeń elektronicznych**.
- ▶ Wojna handlowa pomiędzy USA a Chinami wymusza na Pekinie **obniżkę podatków, intensyfikację działań związanych z inicjatywą „Pasa i Szlaku”, przyciąganie podmiotów zagranicznych do Chin**.
- ▶ W listopadzie odbędą się pierwsze targi importowe – China International Import Expo. **To ważne wydarzenie dla wszystkich podmiotów chcących eksportować do Chin**.
- ▶ Gospodarka Państwa Środka jest stabilna, **IMF potwierdza chińskie prognozy wzrostu PKB**.

Wydarzenia

1. Międzynarodowy Fundusz Walutowy (International Monetary Fund) w swoim raporcie rocznym potwierdził prognozowany wzrost gospodarczy Chin na poziomie 6,6% w 2018 r.¹
2. 5 listopada 2018 r. odbędą się pierwsze targi China International Import Expo (CIIE). Organizator tego wydarzenia zapowiada, że na targach będzie obecnych 160 000 kupców, a ponad 2 800 producentów wyraziło chęć reklamowania swoich towarów podczas CIIE.
3. 28 sierpnia 2018 r. Rada Państwa ChRL (中华人民共和国国务院) ogłosiła redukcję obciążeń podatkowych. Zgodnie z obliczeniami władz na obniżce podatków firmy zaoszczędzą łącznie 6,59 mld USD.
4. 23 sierpnia 2018 r. kurs RMB do USD osiągnął wartość 6,8271. Oznacza to, że kurs yuana znowu rośnie. Po spadkowym trendzie chińscy analitycy przewidują stabilizację kursu i stopniowy jego wzrost pod koniec roku².
5. Chiński regulator odpowiedzialny za nadzór nad rynkiem (国家市场监督管理总局)³ zapowiedział podjęcie kroków w celu zwalczania sprzedaży oraz produkcji podróbek. Działania będą skierowane przeciwko sprzedawcom podróbek na platformach e-commerce oraz ich dostawcom. Regulator jednocześnie podejmuje działania mające

¹ International Monetary Fund, *China's Economic Outlook in Six Charts*, imf.org (dostęp: 30.08.2018 r.).

² 证券日报, 人民币汇率四连升 专家称年底前还将回升, xinhuanet.com (dostęp: 30.08.2018 r.).

³ Z angielskiego State Market Regulatory Administration (w skrócie SMRA).



zapewnić, że operatorzy platform e-commerce sami będą podejmowali wymagane prawem działania mające zapewniać prawowitym właścicielom ochronę własności intelektualnej. **Szerzej na ten temat w podrozdziale „Tło”.**

6. Szanghajska spółka YTO Express Group Ltd. planuje stworzenie huba logistycznego w delcie rzeki Jangcy. Centrum logistyczne ma oferować transport oraz dystrybucję towarów drogą lotniczą.
7. Rada Państwa ChRL (中华人民共和国国务院) zatwierdziła plan stworzenia na terenie Chin 22 dodatkowych stref transgranicznego handlu elektronicznego (*cross border e-commerce* – CBEC). Strefy te będą podlegać organom władz lokalnych, które mają zapewnić przedsiębiorcom ułatwienia w procesie rejestracji, organizacji logistyki, magazynowania, odprawy celnej.
8. Jak podaje agencja Xinhua liczba osób w Chinach żyjących w ubóstwie od 2012 r. zmniejsza się o 10 mln rocznie. Odsetek osób żyjących w ubóstwie spadł w tym czasie z 10,2% do 3,1%. W dalszym ciągu jednak w 120 powiatach odsetek ten wynosi 18%⁴.
9. W Chinach uwidacznia się „efekt szminki” (口红效应) polegający na wzroście konsumpcji na dobra luksusowe o niższej wartości oraz na spadku wydatków na produkty o wysokiej wartości. Konsumenci coraz chętniej kupują kosmetyki, urządzenia elektroniczne, dobrą żywność, a coraz mniej samochodów. **Szerzej na ten temat w podrozdziale „Tło”.**
10. Zgodnie z raportem półrocznym dotyczącym gospodarki wydanym przez Shanghai Stock Exchange (上证所或上交所) prowincje znajdujące się wzdłuż rzeki Jangcy (w tym Guizhou, Yunnan, Jiangxi, Anhui, Sichuan, Hubei, Hunan) osiągnęły największy wzrost PKB, wynoszący blisko 10%.
11. Prowincja Xinjiang jest największym hubem logistycznym dla transportu kolejowego wzdłuż „Pasa i Szlaku”. Około 85% wszystkich pociągów z Chin do Europy jest obsługiwane w Urumqi lub innych miastach prowincji⁵.
12. Narodowa Komisja ds. Rozwoju oraz Reform (中华人民共和国国家发展和改革委员会) wydała raport podsumowujący 5 lat inicjatywy „Pas i Szlak” (一带一路倡议五周年). Z raportu wynika, że Chiny podpisały umowy dotyczące tej inicjatywy z ponad 100 krajami oraz organizacjami międzynarodowymi. W wyniku tego w projekty infrastrukturalne zainwestowano ponad 7,4 mld USD⁶.
13. Według agencji Xinhua nieprawdziwe są doniesienia medialne o planowanej sprzedaży sklepów Carrefour na terenie Chin oraz opuszczeniu przez tę spółkę rynku Państwa Środka⁷, chociaż sieć borykała się z problemami finansowymi, które spowodowały redukcję etatów w 270 sklepach na terenie ChRL.

⁴ Xinhuanet, 共同富裕路上 别少了他们, xinhuanet.com (dostęp: 30.08.2018 r.).

⁵ China Daily, *Xinjiang becomes logistics hub of Belt and Road*, chinadaily.com.cn (dostęp: 30.08.2018 r.).

⁶ CCTV, 一带一路 倡议五周年 国家发展改革委: 五年来成效显著, xinhuanet.com (dostęp: 30.08.2018 r.).

⁷ Xiang Bo, *Carrefour to continue sustainable development in China*, xinhuanet.com (dostęp: 30.08.2018 r.).



Tło

Własność intelektualna

Chiny od dłuższego czasu zapewniają, że prowadzą walkę z naruszeniami własności intelektualnej (ang. *intellectual property* - dalej: „IP”). Do chwili obecnej problem ten pozostaje jednak nierozwiązany, a część podjętych działań była nieefektywna. **Sytuacja w Chinach zmienia się jednak bardzo dynamicznie**, a agendy rządowe zyskały potężny argument za wprowadzeniem należytej ochrony IP – według Qingnan Xie oraz Richarda Freemana **Chiny są liderem badań naukowych**. Wnioski wymienionych autorów zostały sformułowane na podstawie wyników badań naukowych publikowanych w czołowych czasopismach naukowych w kategorii „Science” oraz „Nature”⁸. **Oznacza to, że problem naruszeń IP coraz częściej będzie dotyczył również chińskich spółek. Jeśli władze centralne w najbliższym czasie nie rozwiążą tego problemu, będzie on przeszkodzą również dla krajowych liderów branży R&D, którzy będą stawali się ofiarami nadużyć ze strony lokalnej konkurencji.**

Ogłoszenie nowej kampanii przeciwko naruszeniom praw własności intelektualnej zbiega się w czasie z wojną handlową ze Stanami Zjednoczonymi, które jako główny powód podejmowanych działań podnoszą właśnie naruszenia IP.

Warto odnotować podejmowanie takich działań w skali mikro, na przykład regulator rozpoczął egzekwowanie prawa wymagającego od operatorów platform e-commerce weryfikacji produktów oferowanych na swoich stronach internetowych. 1 sierpnia 2018 r. State Market Regulatory Administration ogłosiło raport dotyczący sprzedaży podrobionych produktów na platformie Pinduoduo oraz zobowiązało Szanghajski Urząd ds. Przemysłu oraz Handlu (上海市工商行政管理局) do wszczęcia postępowania w tej sprawie.

Co więcej, 28 sierpnia 2018 r. premier ChRL spotkał się dyrektorem generalnym World Intellectual Property Organization. **Po spotkaniu wydano ogłoszenie, w którym rząd ChRL zapewnia, że podniesie poziom ochrony IP, a łamanie prawa będzie surowo karane.**

„Efekt szminki”

Teoria „efektu szminki” zakłada, że podczas spowolnienia gospodarczego konsumenci zmieniają swoje preferencje w wyborze dóbr luksusowych. W tym czasie częściej kupują dobra konsumpcyjne niż dobra trwałe. **Zakup produktu luksusowego o niższej wartości (szminki) ma zapewnić poczucie bezpieczeństwa związanego z posiadaniem odpowiedniego statusu społecznego.** W Chinach, pomimo wzrostu gospodarczego prognozowanego na poziomie 6,6% PKB w 2018 r., obserwujemy spowolnienie w stosunku do wcześniejszego okresu wzrostowego na poziomie 10% PKB rocznie. **Cel wzrostu PKB na najbliższy okres został wyznaczony na 6-7% PKB rocznie oraz określony mianem New Normal (新常态).**

⁸ Akshat Rathi, *The world has underestimated China's rise as a scientific power*, qz.com (dostęp: 30.08.2018 r.).



„Efekt szminki” tłumaczy, dlaczego obecnie w Chinach **rośnie sprzedaż luksusowych alkoholi, zdrowej żywności oraz drogich kosmetyków, a spada sprzedaż samochodów oraz mieszkań**. Konsumenci zastępują tanie produkty codziennego użytku (*low-end consumer goods*) droższymi odpowiednikami, co przyjęło się określać mianem **consumption upgrade** (消費升級).

Wnioski

- | | |
|----------------|--|
| Rząd | <ul style="list-style-type: none"> ▶ Targi China International Import Expo to świetna okazja do promowania polskich produktów. Polska Agencja Inwestycji i Handlu powinna wykorzystać tę szansę, wystawiając stoisko krajowe, a na nim towary wpisujące się trendy rynkowe („efekt szminki”). ▶ Zagraniczne Biura Handlowe we współpracy z Polską Agencją Inwestycji i Handlu oraz China IPR SME Helpdesk powinny prowadzić działalność edukacyjną związaną z ochroną własności intelektualnej w Chinach. Wśród podejmowanych działań powinno znaleźć się kompleksowe opracowanie problematyki ochrony IP, monitoring polskich marek oraz doraźna pomoc w przypadku naruszeń. ▶ Podobne działania powinny zostać podjęte w celu promocji stref cross-border e-commerce, które są najłatwiejszą drogą do wejścia na rynek Państwa Środka. |
| Samorząd | <ul style="list-style-type: none"> ▶ Informacja na temat rozwoju prowincji wzdłuż rzeki Jangcy i jej dopływów oraz hubu logistycznego w prowincji Xinjiang powinna zostać wykorzystana przy planowaniu współpracy z partnerami z Chin. Oprócz dobrze znanych nam miast, Pekinu, Szanghaju czy Chengdu, istnieją miasta, a nawet całe prowincje, które bardzo dynamicznie się rozwijają ze względu na położenie na szlakach handlowych, lecz z nimi do tej pory nie nawiązano współpracy na poziomie samorządowym. ▶ Dodatkowo warto zwrócić uwagę na nowo powstałe strefy cross-border e-commerce, które będą stymulowały lokalną konsumpcję. Tworzą one szanse na sprzedaż polskich produktów. Bardzo istotnym elementem wymiany handlowej w Chinach jest aspekt polityczny. Zorganizowanie połączonej delegacji przedsiębiorców i samorządu przynosi znacznie lepsze efekty niż samotne starania firm. |
| Przedsiębiorcy | <ul style="list-style-type: none"> ▶ Zastrzeżenie znaku towarowego to pierwsza czynność, która powinna być podejmowana przez polskie firmy, które chcą wejść na chiński rynek. Zalecamy korzystanie z chińskich kancelarii, które rozumieją lokalne uwarunkowania prawne (różnice pomiędzy ochroną nazwy po angielsku a nazwą po chińsku). ▶ E-commerce to ogromna szansa na szybkie wejście na rynek ChRL. Strefy cross-border e-commerce oferują dodatkowe ułatwienia dla zainteresowanych. Sugeruje się wybieranie mniej popularnych miast, których władarze konkurują o przyciąganie podmiotów zagranicznych. ▶ Ze względu na dominację MŚP w polskiej gospodarce warto, aby firmy podejmowały działania wspólnie. Rynek chiński jest na tyle duży, że firmy z Polski nie muszą konkurować ze sobą, a współpraca może przynieść lepsze efekty oraz pozwoli na dzielenie się kosztami wejścia na rynek. Warto rozważyć organizację wspólnego stoiska na targach czy delegacji wraz z przedstawicielami samorządu. ▶ China International Import Expo powinno stać się stałym punktem w kalendarzu firm planujących ekspansję na rynek chiński. To doskonała szansa na poznanie lokalnych dystrybutorów oraz kupców, zweryfikowanie oferty produktowej, a także przyjrzenie się konkurencji. |

PRZEMYSŁ

Streszczenie

- ▶ Wojna handlowa pomiędzy USA a Chinami ma ogromny wpływ na światowy rynek surowców naturalnych. Państwo Środka jest największym konsumentem miedzi na świecie. KGHM Polska Miedź S.A. odczuje skutki tego konfliktu.
- ▶ Dostosowanie produktu oraz kanałów informacyjnych do odbiorcy jest kluczem do sukcesu na rynku chińskim. Potwierdza to przykład marki Prada.
- ▶ Skandale jakościowe, zatrute składniki, brak dostępności oraz wysokie ceny leków to obecny stan przemysłu farmaceutycznego w Chinach. Należy się spodziewać dynamicznej i zdecydowanej reakcji rządu ChRL.
- ▶ Niezadowolający stan przemysłu farmaceutycznego w Chinach to szansa dla polskich producentów leków generycznych.

Wydarzenia

1. NFC Africa, spółka córka China Non-ferrous Metals Company Limited (CNMC), zainwestowała 832 mln USD w kopalnię miedzi w Zambii. Kopalnia pełną zdolność produkcyjną, która prognozowana jest na poziomie 60 000 ton, ma osiągnąć w 2020 r. **Szerzej na ten temat w podrozdziale „Tło”.**
2. 15 sierpnia 2018 r. światowa cena stali osiągnęła rekordowo niską wartość 5 773 USD (Benchmark Cooper CMCU3 / London Metal Exchange). 29 sierpnia br. cena ta wzrosła do poziomu 6 100 USD. Analitycy odpowiedzialność za rekordowo niską cenę przypisują masowej wyprzedaży miedzi spowodowanej wojną handlową pomiędzy USA a Chinami⁹.
3. Przemysł maszynowy w Chinach ponownie wchodzi w okres wzrostu. Jednak wzrost miesięczny w granicach 7-8% jest niższy w porównaniu z analogicznym okresem poprzedniego roku. Głównym motorem napędowym przemysłu maszynowego jest produkcja elektroniki użytkowej, sprzętu związanego z ochroną środowiska oraz mitygacją efektów zanieczyszczenia powietrza, a także zaawansowanych urządzeń produkcyjnych (*intelligent manufacturing machines*).
4. Prada zyskuje na chińskim rynku przez dostosowanie swojej oferty do młodszych odbiorców. Oprócz tworzenia odzieży dopasowanej do preferencji osób z grupy wiekowej pomiędzy 18-35. rokiem życia, marka poświęciła więcej uwagi nowoczesnym technologiom, wykorzystując potencjał tzw. influencerów oraz sprzedaży internetowej.

⁹Pratima Desai, *U.S.-China trade tensions to shackle copper prices*, reuters.com (dostęp: 30.08.2018 r.).



5. Personalizacja produktów odzieżowych to najnowszy trend w Chinach. Według danych YBREN (衣邦人) ponad 450 000 osób w Chinach skorzystało już z usługi szycia ubrań na miarę¹⁰.
6. Producenci leków generycznych w Chinach mają problem z przejściem testów okresowych badających jakość produktu. W prowincji Jiangxi tylko trzy firmy utrzymały dostęp do rynku. Zaostrzona kontrola producentów leków jest wynikiem nowych wytycznych Rady Państwa ChRL, które stanowią odpowiedź na liczne skandale farmaceutyczne mające miejsce w Chinach¹¹. **Szerzej na ten temat w podrozdziale „Tło”.**
7. Wysokie ceny leków przeciwnowotworowych powodują, że niektórzy pacjenci są zmuszeni kupować importowane leki na czarnym rynku. Działania chińskiego rządu polegające na zniesieniu ceł, usprawnieniu procesu dopuszczenia do rynku, wprowadzeniu subsydiów do tej pory nie przyniosły efektów. Popularny lek na białaczkę „Gleevec” kosztuje w Chinach 23 500 RMB za jedno opakowanie, co sprawia, że pacjent musi wydać rocznie około 2 mln RMB.
8. Rząd chiński opublikował do konsultacji publicznych projekt reformy refundacji leków podstawowych oraz związanych z chorobami chronicznymi (关于进一步完善国家基本药物制度的意见-征求意见稿). Głównym zadaniem tej reformy jest zapewnienie szerzej refundacji i dostępności leków oraz zwiększenie kontroli ich jakości.
9. Na świecie wybuchł kolejny skandal farmaceutyczny związany z producentem z Chin. Spółka Zhejiang Huahai Pharmaceutical przyznała, że walsartan, organiczny związek chemiczny wykorzystywany w leczeniu nadciśnienia tętniczego, produkowany w Chinach zawierał N-nitrozodimetyloaminę, związek rakotwórczy.
10. Ponad 500 000 szczepionek niespełniających norm bezpieczeństwa, wyprodukowanych przez Changsheng Bio-technology Co Ltd, trafiło na rynek. Szczepionki przeciw błonicy, kokluszowi oraz tężcowi uznano za nieskuteczne. W wyniku śledztwa w tej sprawie zostało aresztowanych 18 osób.

Tło

Zależność surowcowa Chin

Chiński rozwój gospodarczy od trzech dekad obejmował głównie przemysł. Przemysł produkcyjny i energetyczny jest silnie uzależniony od zużycia surowców naturalnych. Chiny są największym importerem i konsumentem miedzi, ropy naftowej, węgla, a wkrótce – zgodnie z przewidywaniami – staną się również największym importerem gazu ziemnego¹². **Przy tak ogromnym zapotrzebowaniu na surowce naturalne nie jest możliwe, aby Chiny były samowystarczalne.** Dlatego jednym z kluczowych celów chińskiej polityki

¹⁰ Zheng Yiran, *Customers spending thousands of dollars online on customized clothes*, chinadaily.com (dostęp: 30.08.2018 r.).

¹¹ Guangzhou Daily, 仿制药 “大考” 动真格 洗牌或提速, xinhuanet.com (dostęp: 30.08.2018 r.).

¹² Reuters, *China to become world's top importer of natural gas in 2019*, scmp.com (dostęp: 30.08.2018 r.).



zagranicznej jest dążenie do zmniejszenia zależności od podmiotów zewnętrznych, co ma wpłynąć na stabilność chińskiej gospodarki. **Niewystarczalność zasobów w Państwie Środka jest kompensowana przez przejmowanie podmiotów wydobywczych poza granicami kraju.** O ile w Europie czy USA zaangażowanie w strategiczne sektory chińskiego kapitału budzi sprzeciw, o tyle na Bliskim Wschodzie oraz w Afryce inwestycje takie są mile widziane. W tej perspektywie należy patrzeć na inwestycję NFC Africa, spółki w całości o kapitale chińskim, w kopalnię miedzi w Zambii.

Warto zwrócić uwagę na to, że największym polskim eksportem do Chin jest KGHM Polska Miedź S.A., która odpowiada za ponad 50% polskiego eksportu do Państwa Środka. Chiny konsumują rocznie około 11 mln ton miedzi, z czego importują ponad 3 mln ton. **Kopalnia w Zambii nie powinna zatem wpłynąć na eksport KGHM do Chin, gdyż jej zdolności produkcyjne wynoszą zaledwie 60 tys. ton, co zmniejszy zależność Chin od importu tylko w nieznacznym stopniu.**

Co więcej, **Chiny objęły miedź z USA 25-procentowymi cłami w ramach trwającego konfliktu handlowego.** Oznacza to, że – z jednej strony – zwiększy się chiński import miedzi z innych krajów, a z drugiej – na rynku powstanie nadwyżka miedzi amerykańskiej.

Przemysł farmaceutyczny

Przemysł farmaceutyczny w Państwie Środka przechodzi przez strukturalny kryzys. Liczba ludności przekraczająca ponad 1,3 mld oraz długotrwałe zaniedbania przyczyniają się do słabego stanu zdrowia publicznego. **Liczne problemy z dostępnością, jakością i bezpieczeństwem leków wywołują kolejne skandale.** Nie sposób oczekiwać, że władze centralne rozwiążą problem tego sektora w krótkim czasie, gdyż długotrwałe zaniedbania doprowadziły do problemu strukturalnego. **Jednocześnie można się spodziewać, że rozwiązanie tego palącego problemu stanie się priorytetem dla chińskiego rządu i rozpocznie się proces głębokiej reformy.** Oznacza to, że Chiny będą czyniły ogromne nakłady na zdrowie publiczne, w szczególności na badania i rozwój. Z perspektywy historycznej wynika, że **gdy Państwo Środka w przeszłości borykało się z problemem trudnym do rozwiązania na szczeblu krajowym, chętniej otwierało dany sektor na przedsiębiorstwa zagraniczne, do czasu osiągnięcia odpowiedniego poziomu rozwoju.**

Wnioski

Rząd

- Dopuszczenie leków do obrotu na chińskim rynku wymaga uprzedniej zgody wyrażonej przez odpowiedni chiński organ. **Memorandum o dopuszczeniu leków zazwyczaj jest podpisywane na szczeblu ministerialnym. To dobry okres, aby rozpocząć bądź kontynuować negocjacje w tym zakresie.**



Rząd

- Wojna handlowa pomiędzy USA a Chinami ma ogromny wpływ na handel surowcami naturalnymi, przemysł oraz inne gałęzie gospodarki. Widać to szczególnie przez wpływ konfliktu na ceny miedzi. **Duża fluktuacja cen surowca (szczególnie trend spadkowy) wpływa negatywnie na KGHM Polska Miedź S.A.**, która stanowi jedną z największych spółek Skarbu Państwa. **Jednocześnie jest to doskonała szansa, aby wypełnić lukę w zaopatrzeniu miedzi, która powstała po objęciu cłami importu miedzi z USA do Chin. Najważniejsze jest obecnie podjęcie starań na rzecz zapewnienia długoterminowych kontraktów KGHM w Chinach.**

Samorząd

- **Rozwój trendu personalizacji odzieży oraz wzrost popytu na zagraniczną odzież są mocnymi sygnałami dla województwa łódzkiego**, aby dalej rozwijać współpracę z Chinami. Dotychczasowe relacje Łódź – Chengdu stanowią dobrą podstawę współpracy, która **może stać się motorem napędowym ekspansji łódzkiego przemysłu włókienniczego w Chinach.**

Przedsiębiorcy

- Trendy zauważalne na rynku odzieżowym świadczą o tym, jak **ważne jest dostosowanie kanałów marketingowych oraz oferty produktowej do grupy wiekowej pomiędzy 18. a 35. rokiem życia.** Osoby te są bardziej skłonne kupować towary zagraniczne oraz dodatkowo cechuje je **chęć wyróżnia się na tle rówieśników**, stąd wykazują duże zainteresowanie **personalizacją produktów. Działania prowadzone online są najlepszym sposobem dotarcia do tej grupy.**
- **Polscy producenci leków generycznych stoją przed dużą szansą wejścia na rynek chiński.** Powinni oni współpracować z organami rządowymi w celu dopuszczenia polskich farmaceutyków do obrotu na rynku chińskim.

RYNKI FINANSOWE

Streszczenie

- ▶ Chiński yuan staje się coraz popularniejszą walutą w obrocie międzynarodowym. Pekin dąży do internacjonalizacji własnej waluty.
- ▶ Chiny powoli otwierają swój rynek kapitałowy na inwestorów zagranicznych.
- ▶ Problem niewypłacalności i nadmiernego ryzyka finansowego dotyczy licznych podmiotów chińskich z sektora ubezpieczeniowego oraz pożyczkowego.
- ▶ Reforma organizacyjna na rynku gier powoduje spadek wartości akcji producentów.

Wydarzenia

1. Wraz z rosnącą wymianą handlową pomiędzy krajami Afryki a Chinami chiński yuan staje się coraz popularniejszą walutą w obrocie państw afrykańskich. Przedstawiciele banków centralnych 14 państw afrykańskich rozważają przyjęcie RMB jako waluty rezerwowej. **Szerzej na ten temat w podrozdziale „Tło”.**
2. Heineken NV zamierza kupić 40% udziałów China Resources Beer Co Ltd (CR Beer) za kwotę 1,3 mld USD. CR Beer to producent popularnego w Chinach piwa – „Snow Beer”. **Szerzej na ten temat w podrozdziale „Tło”.**
3. Alibaba Group ogłosiła swoje wyniki finansowe za pierwszy kwartał 2018 r., które wskazują wzrost przychodów o 61% względem analogicznego okresu w roku poprzednim. Największy wzrost spółka zanotowała w swojej głównej działalności operacyjnej (e-commerce). Warto zwrócić uwagę na to, że spółka w tym okresie sprawozdawczym dokonała przejęć innych przedsiębiorstw za kwotę 9,5 mld USD¹³.
4. Chiński regulator przygląda się funkcjonowaniu internetowego rynku pożyczek. Zdaniem urzędników skala rynku oraz niski stopień zabezpieczeń jest zagrożeniem dla systemu finansowego oraz stabilności gospodarczej.
5. Chiński rząd we współpracy z brytyjskim rządem planuje połączenie London Stock Exchange z Shanghai Stock Exchange; projekt nosi nazwę „Huluntong”. Głównym założeniem projektu jest otwarcie giełd na wzajemne przepływy w postaci kwitów depozytowych. Jest to kolejny krok zmierzający do otwarcia chińskich rynków finansowych.
6. Raporty finansowe chińskich firm ubezpieczeniowych ujawniają problem z utrzymaniem współczynnika wypłacalności. Problem dotyczy zwłaszcza małych oraz średnich

¹³ Securities Daily, Alibaba released Q1 financial report for the fiscal year 2019, revenue of 80.92 billion yuan, an increase of 61%, xinhuanet.com (dostęp: 30 sierpnia 2018 r.).



firm. Pomimo poprawy wyników w drugim kwartale, liczne firmy ubezpieczeniowe są w bardzo słabej kondycji finansowej.

7. Akcje spółek produkujących gry zanotowały spadek rzędu 3-8% w ciągu jednego dnia. Spadek kursu akcji spowodowany jest wstrzymaniem procesu akceptacji gier przez chińskiego regulatora. Przyczyną niewydawania pozwoleń na publikację gier jest proces reorganizacji organu odpowiedzialnego za tę kwestię.

Tło

Wejście na rynek przez przejęcie konkurenta

Jednym ze sposobów na umocnienie pozycji rynkowej w Państwie Środka jest przejęcie lokalnego lidera bądź zawiązanie z nim joint-venture (dalej: „JV”). Część sektorów gospodarczych uznanych za strategiczne przez Pekin **jest całkowicie niedostępna dla podmiotów zagranicznych**, natomiast w innych sektorach regulowanych możliwe jest **wejście na rynek przez zawiązanie JV z chińskim partnerem**.

Heineken NV, który działa na rynku chińskim od dłuższego czasu, postanowił nawiązać współpracę z największym producentem i dystrybutorem piwa w Chinach. Holenderska firma odkupi 40% udziałów chińskiego browaru, a za całość działalności w Państwie Środka będzie odpowiadała spółka CR Beer. **Znajomość rynku, która pozwoliła CR beer stać się numerem jeden wśród chińskich producentów piwa, z pewnością ułatwi wypromowanie marki Heineken na chińskim rynku piwa.** Jednocześnie holenderski koncern ograniczy ryzyko związane ze swoją działalnością w Chinach oraz zyska dodatkowy strumień dochodów pochodzący z popularnych marek chińskich piw, na przykład „Snow”.

Internacjonalizacja RMB oraz otwarcie rynków kapitałowych

Reformy otwierające poszczególne sektory w Chinach zawsze przebiegają stopniowo. Dotyczy to w szczególności gałęzi uznanych za strategiczne, a do takich Pekin zalicza rynek finansowy. Działalność podmiotów zagranicznych do tej pory była znacznie ograniczona. **Władze ChRL chcą czerpać korzyści z internacjonalizacji waluty oraz z dodatkowego napływu kapitału na chiński rynek kapitałowy,** jednocześnie nie chcą utracić kontroli nad swoim systemem finansowym.

Przyjęto strategię stawiania małych kroków, a po każdym z nich następuje weryfikacja, czy został on poczyniony w dobrym kierunku. Można spodziewać się **kontynuacji podjętych działań,** lecz w dalszym ciągu będą to drobne zmiany.



Wnioski

Rząd

- **Stopniowe otwieranie rynku finansowego jest szansą dla polskiego rynku kapitałowego.** Polska wcześniej korzystała z chińskich obligacji „panda bonds” (熊猫债券) – czyli obligacji denominowanych w RMB. Rozmiar Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie jest zdecydowanie mniejszy niż giełd w Szanghaju, Shenzhen czy Hongkongu. **Warto jednak podjąć próbę nawiązania współpracy** podobnej do tej pomiędzy giełdą londyńską a szanghajską, **szczególnie że decyzje o współpracy zapadają na szczeblu politycznym.**

Przedsiębiorcy

- **Przykład Heinekena pokazuje, że nawet globalne koncerny mają problem z funkcjonowaniem na rynku Państwa Środka.** Sprzedaż piw należących do koncernu nie osiągnęła sukcesu. Bogaci Chińczycy, których stać na segment premium, wolą browary lokalne¹⁴. **Przykład Heinekena pokazuje, że nie każdy produkt sprzeda się w Chinach, a jeśli chce się osiągnąć sukces w Państwie Środka, trzeba dostosować się do trendów rynkowych, nawet jeśli to wymaga wypuszczenia nowej linii produktów o zupełnie innej charakterystyce lub we współpracy z chińskim konkurentem.**
- Sytuacja na rynku gier pokazuje, że funkcjonując w Państwie Środka, trzeba na bieżąco śledzić sytuację legislacyjną oraz polityczną. **Uwarunkowania prawne prowadzonej działalności podlegają częstym zmianom i powinno to być brane pod uwagę zwłaszcza przez podmioty zagraniczne.**
- Rynek gier w Chinach rozwija się dynamicznie, dlatego **Polscy producenci gier powinni rozważyć możliwość sprzedaży swoich gier w Państwie Środka.**

¹⁴ Daniel Shane, *Heineken just made a big bet on China's beer market*, money.cnn.com (dostęp: 30.08.2018 r.).

HIGH-TECH ORAZ E-COMMERCE

Streszczenie

- ▶ Chińskie firmy dominują pod względem innowacyjności na rynkach wschodzących.
- ▶ Rynki e-commerce oraz usług *online to offline* (O2O) przechodzą przez proces konsolidacji, spółki walczą o pozycję lidera na rynku, jednocześnie rozszerzając zakres oferowanych usług. Firmy technologiczne z Państwa Środka poszukujące przewagi komparatywnej stawiają na partnerstwo z zachodnimi firmami (Starbucks, Kroger, Walmart).
- ▶ Samsung i Apple Inc znajdują się w trudnej sytuacji przez konkurencję chińskich producentów smartfonów – Huawei oraz Xiaomi.

Wydarzenia

1. 25 chińskich firm znalazło się na liście 100 najbardziej innowacyjnych firm na rynkach wschodzących w raporcie Boston Consulting Group. Ranking odnosi się do tych firm, które są w stanie wykorzystać technologie cyfrowe zarówno do konkutowania na rynkach wschodzących, jak i globalnie¹⁵.
2. Chiński gigant internetowy Tencent podpisał porozumienie o współpracy z China Chamber of International Commerce (CCOIC). CCOIC to jedna z największych izb handlowych na świecie, zrzeszająca ponad 150 000 podmiotów. Współpraca dotyczy wykorzystania aplikacji WeChat Enterprise w celu organizacji konferencji, zarządzania projektami oraz automatyzacji zarządzania biurem.
3. W drugim kwartale 2018 r. Huawei Technologies Co Ltd wyprzedziło Apple Inc. pod względem ilości sprzedanych smartfonów. Chiński producent urządzeń mobilnych sprzedał w ostatnim kwartale 54,2 mln telefonów, co jest drugim najwyższym wynikiem spośród wszystkich spółek technologicznych. Pierwsze miejsce zajmuje w dalszym ciągu Samsung Electronics Co Ltd.
4. Starbucks podpisał umowę o współpracy z Eleme, platformą oferującą zamówienie przez Internet jedzenia na dowóz. Eleme należy do chińskiego giganta internetowego Alibaba Group. **Szerzej na ten temat w podrozdziale „Tło”.**
5. Grupa Alibaba planuje połączyć swoje oddziały dostarczające żywność i zebrać fundusze na zjednoczenie usług dostaw, intensyfikując rywalizację z Tencent, wspieranym przez Meituan, o dominację na rozwijającym się chińskim rynku usług „na żądanie”.

¹⁵Boston Consulting Group, *World's top 100 most innovative companies in emerging markets*, bcg.com (dostęp: 30.08.2018 r.).



Alibaba i Meituan to dwie główne firmy, które oferują kompleksowe usługi O2O (*online-to-offline*). Wartość transakcji O2O w Chinach wzrosła w zeszłym roku o 72%, do wartości 146 mld USD¹⁶.

6. Samsung Electronics rozważa zawieszenie działalności jednego z jej zakładów produkujących telefony komórkowe w Chinach ze względu na spadek sprzedaży i rosnące koszty pracy. Samsung jeszcze w tym roku może przestać produkować telefony komórkowe w zakładzie położonym w mieście Tianjin. Zaledwie 5 lat temu Samsung posiadał 20% chińskiego rynku, natomiast dziś ma mniej niż 1%, ze względu na rosnącą popularność tańszych urządzeń chińskich marek, takich jak Huawei i Xiaomi. **Szerzej na ten temat w podrozdziale „Tło”.**
7. Amerykańska sieć supermarketów Kroger podjęła współpracę z Alibaba Group, aby sprzedawać orzechy, suplementy i inne produkty w Chinach, po raz pierwszy rozszerzając swoją działalność poza Stany Zjednoczone. Kroger będzie sprzedawać w Chinach produkty marki Simple Truth w sklepie internetowym, Tmall Global, w celu zaspokojenia rosnącego zapotrzebowania chińskich konsumentów na produkty organiczne wysokiej jakości.
8. Właściciel drugiej największej platformy e-commerce w Chinach, JD.com, oświadczył, że podejmie kroki, aby usprawnić zarządzanie zasobami magazynowymi. Od kwietnia do czerwca tego roku platforma notowała straty. JD.com posiada obecnie około 2,5 mln mkw powierzchni magazynowej, część z nich nabyła w ostatnich latach na korzystnych warunkach od samorządów, które w ten sposób dążyły do zwiększenia liczby miejsc pracy.
9. Chińska firma Dada-JD Daojia poinformowała, że w ramach ostatniej rundy finansowania pozyskała w sumie 500 mln USD od amerykańskiego giganta Walmart i chińskiego JD.com. Firma Dada zapewnia dostawę w ciągu godziny artykułów spożywczych, kwiatów, wypieków i produktów farmaceutycznych poprzez partnerstwo ze sklepami detalicznymi. Obecnie obsługuje ponad 400 miast w Chinach oraz realizuje do 10 mln zamówień dziennie.
10. Rynek gier komputerowych i mobilnych wzrósł o 5,2% rok do roku, osiągając wartość 105 mld RMB (15 mld USD) w pierwszej połowie tego roku. Wzrost ten w dużej mierze spowodowany jest rosnącą siłą nabywczą głównej grupy konsumentów, czyli tak zwanych milenialsów¹⁷.

Tło

Konsolidacja na rynku e-commerce

Na rynku e-commerce występuje trzech głównych aktorów: **Alibaba**, **JD.com** oraz **Tencent**. Zakres usług oraz produktów wyżej wymienionych firm jest niezwykle szeroki, punktem

¹⁶ *Alibaba merging China food delivery units*, chinadaily.com (dostęp: 30.08.2018 r.).

¹⁷ *Ouyang Shijia, Millennials driving gaming revenues*, chinadaily.com (dostęp: 30.08.2018 r.).



wspólnym jest posiadanie co najmniej jednej platformy e-commerce, w tym platformy oferującej transakcje *cross-border e-commerce*. **Obecnie trwa walka pomiędzy gigantami o pozycję lidera, przy czym prowadzone działania opierają się na ten sam schemacie:** wykupowanie mniejszych graczy; poszerzanie wachlarza usług, w szczególności o usługi związane z dowożeniem żywności; współpraca z zagranicznym koncernem.

Zachodnie koncerny są zainteresowane współpracą z chińskimi gigantami internetowymi, gdyż oznacza to **dostęp na milionów konsumentów** oraz pozwala na utrzymanie pozycji na rynku lub nawet jej poprawienie. **Współpraca Starbucks z Eleme to nic innego, jak odpowiedź na działania operacyjne chińskiego konkurenta Luckin Coffee**¹⁸.

Smarfony jako motor napędowy nowej technologii

Za dynamicznym rozwojem sektora e-commerce stoi ogromny przeskok technologiczny, który był spowodowany wkroczeniem w erę urządzeń mobilnych. **Przy czym w odróżnieniu od Zachodu, gdzie przemiana następuje stopniowo, od komputera stacjonarnego przez laptop do smartfonu, w przypadku Chin mówi się przejściu z ery „pre-web” do ery Internetu mobilnego.** Stąd Chińczycy są przyzwyczajeni do robienia wszystkiego na telefonie, a nie na komputerze, w tym oglądania filmów, czytania książek i wiadomości, robienia zakupów.

Dynamiczny tryb życia, długie godziny pracy, ogromne odległości pokonywane z domu do pracy sprawiły, że smartfon stał się główną osią życia. Podczas 40-minutowej podróży do pracy metrem można przecież dowiedzieć się, co słychać w świecie, obejrzeć ulubiony serial, a na koniec zrobić zakupy, tak aby czekały one pod domem w momencie powrotu z pracy. **Społeczeństwo chińskie cechuje zaufanie do technologii mobilnych, w przeciwieństwie do Zachodu, gdzie nieufność wobec nowych technologii była początkowo barierą rozwoju.** Dzięki temu aplikacje płatnicze oraz platformy e-commerce w Chinach rozwinęły się znacznie szybciej niż w innych państwach.

Wnioski

Rząd

- ▶ Współpraca **WeChat Enterprise** z jedną z największych izb gospodarczych stanowi **dobry przykład** z jednej strony **wsparcia innowacyjnych rozwiązań**, z drugiej strony – **sposobu na przyspieszenie cyfryzacji sektora publicznego** lub związanego z sektorem publicznym.
- ▶ Chiński sektor technologiczny zawdzięcza swoją pozycję wsparciu rządowemu. Można wyróżnić trzy rodzaje tego wsparcia: (1) wsparcie finansowe; (2) metody protekcyjistyczne mające na celu powstrzymanie monopolizacji rynku przez podmioty zagraniczne; (3) korzystanie z usług lokalnych dostawców innowacyjnych rozwiązań. **O ile rozwiązanie drugie jest praktycznie niemożliwe do zastosowania w Unii Europejskiej**, o tyle warto się przyjrzeć trzeciej opcji. **Chiński rząd zlecał realizację zadań publicznych: infrastrukturalnych, technologicznych, energetycznych lokalnym przedsiębiorcom**, korzystając w usług podmiotów zagranicznych, jedynie gdy było to konieczne.

¹⁸ Więcej na ten temat w raporcie „Inside China” z lipca 2018 r.



Samorząd

- **Rozwój firmy JD.com** był możliwy dzięki wsparciu ze strony samorządu, który w zamian za utworzenie miejsc pracy udostępniał spółce powierzchnie magazynowe. W Chinach trudno oddzielić relacje biznesowe od samorządowych oraz politycznych. **Samorząd jest bardzo powiązany z biznesem, wspiera rozwój lokalnych przedsiębiorstw, pomaga w organizacji regionalnych izb, prowadzi dialog z pracodawcami.** Stąd też przy kontaktach biznesowych ze stroną chińską często występuje strona samorządowa, która oczekuje, że u boku zagranicznego partnera pojawi się jego lokalny odpowiednik.
- Oprócz gigantycznych platform e-commerce, które oferują swoje usługi na terenie całych Chin, **występują liczne platformy lokalne.** Są one zazwyczaj administrowane przez samorząd lub pośrednio przez specjalną strefę ekonomiczną. **Polski samorząd może pełnić kluczową rolę w nawiązywaniu kontaktów z takimi platformami i we wspieraniu polskiego biznesu w Chinach.**

Przedsiębiorcy

- **Główny trend widoczny na rynku e-commerce to rozszerzenie usług związanych z dostawą żywności.** Chińczycy coraz częściej przenoszą również tę sferę życia do wirtualnej rzeczywistości. **Jest to odejście od tradycji chińskiej, gdzie wspólny posiłek jest postrzegany jako element życia społecznego oraz budowania relacji.** To ważna wiadomość dla polskich producentów żywności, szczególnie że Chińczycy podążają za modą na zdrowe odżywianie. **Znalezienie agencji lub partnera platformy e-commerce zajmującej się dostarczaniem żywności może być lepszym rozwiązaniem niż współpraca z lokalnym dystrybutorem,** zaopatrującym sklepy i restauracje.
- W Polsce działania *online-to-offline* nie są jeszcze zbyt popularne. **W Chinach rozwinęły się one głównie dzięki wykorzystaniu kodów QR.** Można uznać, że **jest to odpowiedź tradycyjnego biznesu na obecne trendy rynkowe: konsument potrzebuje ciągłego dopływu informacji o produkcie, a w zwłaszcza o promocjach,** ale może też skorzystać ze stacjonarnego sklepu, gdzie można obejrzeć produkt i go wypróbować. **Dlatego oprócz działań wirtualnych, warto rozważyć fizyczną obecność w postaci show-roomu bądź sklepu stacjonarnego.**
- W Chinach częściej się używa smartfonu niż laptopa czy komputera stacjonarnego. To ważna informacja, bo oznacza, że wszystkie treści muszą być dopasowane do przeglądania na urządzeniu mobilnym.

ROLNICTWO I SEKTOR SPOŻYWCZY

Streszczenie

- ▶ Na chińskim rynku rolno-spożywczym występują liczne braki w zaopatrzeniu związane z wojną handlową pomiędzy USA a Chinami.
- ▶ Wzrost popularności zdrowego odżywiania się nie przekłada się na proporcjonalny wzrost świadomości konsumenckiej.
- ▶ Chiny są zagrożone epidemią afrykańskiego pomoru świń.
- ▶ Firmy logistyczne oraz firmy z branży rolno-spożywczej stawiają na zaawansowaną technologię w celu zaspokojenia rosnących potrzeb rynku.

Wydarzenia

1. Niemiecka spółka Bayer AG podpisała porozumienie z chińskim producentem drożdży XAG oraz z gigantem internetowym Alibaba Group, mające na celu rozwój współpracy w zakresie technologii zrównoważonego rolnictwa. Według przedstawiciela spółki Bayer AG w przyszłości rolnik będzie musiał tylko siać i zbierać żniwa, pozostałe czynności zostaną zautomatyzowane¹⁹.
2. SF Holding zawarł joint-venture z Havi Logistics. Obie te chińskie firmy zajmują się rozwiązaniami logistycznymi. Celem joint-venture jest wypracowanie oraz wdrożenie zaawansowanego technologicznie procesu łańcucha chłodniczego. Sektor transportu chłodniczego dopiero się rozwija w Chinach, a zapewnienie odpowiedniego transportu dla żywności jest wciąż wyzwaniem.
3. Chiński gigant mięsny COFCO Meat Holdings Ltd importuje wieprzowinę z Chile oraz Unii Europejskiej. Po wprowadzeniu ceł na amerykańską wieprzowinę import do Chin tego rodzaju mięsa stał się nieopłacalny. Dodatkowo przez nałożenie ceł na soję²⁰ wzrosła cena produkcji mięsa wieprzowego w Chinach.
4. Według doniesień chińskiej agencji prasowej Xinhua oraz lokalnego organu kontroli sanitarnej Ningxia Food and Drug Administration (宁夏食品药品监督管理局) wiele skandali żywnościowych jest fabrykowanych. Organ ten zbadał doniesienia o dodawaniu papieru toaletowego do pieczywa gotowanego na parze, które okazały się być

¹⁹ Jing Shuiyu, *Bayer partners with Chinese firms to develop sustainable farming*, chinadaily.com (dostęp: 30.08.2018 r.).

²⁰ Soja jest wykorzystywana w produkcji pasz.



- falszywe. Agencja zwraca uwagę na to, że wiele doniesień medialnych jest fabrykowanych w celu przyciągnięcia uwagi widza²¹.
5. Chińscy konsumenci podążają za trendem kupowania ekologicznej, organicznej oraz zdrowej żywności²². 86% respondentów ankiety stwierdziło, że kupuje żywność organiczną. Jednak aż 50,6% ankietowanych nie potrafiło wymienić przykładu²³. **Szerzej na ten temat w podrozdziale „Tło”.**
 6. Przymrozki spowodowały, że zbiory chińskich jabłek są rekordowo niskie. Część analityków prognozuje nadejście złotego okresu dla dystrybutorów, gdyż cena za kilogram jabłek w hurcie w październiku ma sięgnąć 15 RMB (8,12 PLN) za kilogram. Cena detaliczna wyniesie około 20 RMB/kg.
 7. W wyniku objęcia cłami produktów rolnych z USA import sorgo, kukurydzy oraz pszenicy w lipcu spadł odpowiednio o 62,5%, 63,7% oraz 43,03% w porównaniu z analogicznym okresem w poprzednim roku²⁴.
 8. Ceny kukurydzy na rynku futures w Chinach poszybowały w górę, osiągając poziom 1883,81 RMB za tonę²⁵ po ogłoszeniu rządowego planu promowania wykorzystania etanolu w biopaliwach.
 9. We wschodniej prowincji Anhui wykryto piąty w ciągu miesiąca przypadek afrykańskiego pomoru świń. Ministerstwo Rolnictwa oraz Wsi wprowadziło zakaz transportu świń na zagrożonym obszarze. Wszystkie pięć przypadków dotyczy obszaru o promieniu 300 kilometrów.

Tło

Zdrowa żywność w Państwie Środka

Wzrost spożycia zdrowej żywności w Chinach znajduje swoje uzasadnienie w sferze zdrowotnej oraz popkulturze. **Najbardziej oczywistym powodem zwracania uwagi na jakość pożywienia są liczne skandale żywieniowe w Chinach.** Osoby należące do rosnącej **kłasy średniej** mogą jednak swobodnie wybierać produkty spośród tysięcy różnych rodzajów składników, półproduktów oraz gotowych posiłków, nie będąc zmuszeni do wyboru najtańszej alternatywy. **Chęć zdrowego odżywiania się nie przekłada się natomiast na wzrost świadomości na temat diety.**

Obserwując chińską popkulturę promującą wysportowaną sylwetkę, jedzenie organicznych i ekologicznych produktów, konsumenci wpadają w pułapkę chęci wpisania się

²¹ Xinhuanet.com, 馒头里添加卫生纸? 食品安全谣言为何成了顽疾, xinhuanet.com (dostęp: 29.08.2018 r.).

²² Więcej o różnicach pomiędzy jedzeniem ekologicznym a organicznym w artykule Anna Bismar, *Ask the expert ecological, organic and natural, makeitlast.se* (dostęp: 30.08.2018 r.).

²³ Badanie 中国青年报社社会调查中心 [w:] China Youth Daily, 认证花钱就能买? 有机食品市场乱象调查, xinhuanet.com (dostęp: 30.08.2018 r.).

²⁴ Reuters, *China's July grain imports plunge as tariffs on U.S. supplies bite*, reuters.com (dostęp: 30.08.2018 r.).

²⁵ Dane według Dalian Commodity Exchange, dce.com.cn (dostęp: 30.08.2018 r.).



w panujące trendy bez posiadania fundamentalnej wiedzy na ten temat. Pokazuje to badanie, w którym 86% osób stwierdziło, że kupuje żywność organiczną, jednocześnie ponad 50% nie potrafiło wymienić, jaki był to produkt. **Chęć zysku prowadzi do tego, że lokalne oraz międzynarodowe firmy umieszczają popularne hasła na swoich produktach, takie jak „organiczny”, „ekologiczny”, „naturalny”,** a konsumenci nie posiadając wystarczającej wiedzy, są skazani na zaufanie producentowi. W ten sposób dochodzi do licznych oszustw, w wyniku których klient płaci wyższą marżę za hasło marketingowe, które nie znajduje pokrycia w produkcie.

Co więcej, **brak wiedzy konsumenta może powodować, że mimo iż produkt naprawdę posiada określone właściwości, to nie zdecyduje się on na jego kupno, gdyż nie będzie wiedział, jak go wykorzystać.** Za przykład może posłużyć granola, która może być spożywana z jogurtem lub mlekiem, ale również jako dodatek to innych potraw. Aby sprzedać taki produkt w Chinach, najpierw trzeba go przedstawić i pokazać, jak można dzięki niemu wzbogacić codzienną dietę.

Wnioski

- | | |
|----------------|---|
| Rząd | <ul style="list-style-type: none"> ► Obserwowanie trendów rynkowych jest kluczem do zwiększenia polskiego eksportu do Chin. Dostęp do bieżących informacji pozwala ocenić, jakie są trendy oraz na jakie produkty występuje zwiększone zapotrzebowanie. Wystąpienie braków towarowych na rynku Państwa Środka to chwila, kiedy istnieje największa szansa na otworzenie danego rynku dla produktów z Polski. Pozycja negocjacyjna Polski w takich okresach jest najmocniejsza. ► W związku z toczącym się konfliktem handlowym pomiędzy USA a Chinami na chińskim rynku brakuje obecnie wieprzowiny, sorgo, kukurydzy oraz pszenicy. Dodatkowo import wieprzowiny przyspieszy występujące ognisko afrykańskiego pomoru świń, a kukurydzy – zapotrzebowanie na etanol produkowany z tego warzywa. Przymrozki w Chinach spowodowały z kolei małe zbiory jabłek, a ceny za kilogram tych owoców mają osiągnąć poziom 15 RMB. |
| Samorząd | <ul style="list-style-type: none"> ► Rolnicy oraz przedsiębiorstwa spożywcze z Polski produkują wysokiej jakości produkty. W Chinach brakuje elementarnej świadomości o Polsce, a tym bardziej o naszym rolnictwie czy przemyśle spożywczym. Produkty rolno-spożywcze są wskazywane jako potencjalny hit eksportowy na kierunkach azjatyckich. Samorząd powinien pełnić aktywną rolę w promocji polskich produktów rolnych oraz spożywczych. W oparciu o promocję żywności można budować polską markę oraz zwiększać wiedzę o naszym kraju. ► Chcąc nawiązać relacje z partnerem chińskim czy promować własny region w Chinach, nie wystarczy odwiedzić targi oraz odbyć kilka spotkań z chińską delegacją. Potrzebny jest stały dostęp do odbiorców. Najefektywniejszą drogą budowania wizerunku polskich regionów jest obecność w mediach społecznościowych. Obecność w chińskiej sieci pozwala niskim kosztem tworzyć i przekazywać wartościowe informacje. |
| Przedsiębiorcy | <ul style="list-style-type: none"> ► Rolnicy powinni rozważyć opłacalność eksportu kukurydzy, pszenicy oraz wieprzowiny. Pierwszym etapem powinno być sprawdzenie opłacalności eksportu, biorąc pod uwagę koszty wejścia na rynek na poziomie indywidualnym (certyfikacja zakładu/produkcji). Proces certyfikacji jest długotrwały, lecz sytuacja na rynku importu produktów rolno-spożywczych w Chinach pokazuje, że braki w zaopatrzeniu będą się utrzymywać przez dłuższy czas. |

MOTORYZACJA

Streszczenie

- ▶ Chiński rząd konsekwentnie stawia na samochody napędzane alternatywnymi źródłami energii (NEVs), co roku przedstawiając nowe zachęty dla producentów oraz konsumentów.
- ▶ Chińskie firmy z sektora motoryzacyjnego w poszukiwaniu technologii przejmują aktywa za granicą oraz budują centra badań i rozwoju.
- ▶ Państwo Środka liberalizuje przepisy dotyczące działalności w sektorze motoryzacyjnym podmiotów zagranicznych.

Wydarzenia

1. Pekin redukuje o połowę obciążenia podatkowe samochodów napędzanych alternatywnymi źródłami energii (*new energy vehicles*). Redukcja taka dotyczy podatku konsumpcyjnego płaconego corocznie przez właścicieli samochodów. Stawka podatku w zależności od prowincji oraz rozmiaru silnika waha się od 100 do 1000 RMB. Narodowa Komisja ds. Rozwoju i Reform zapowiada wdrożenie kolejnego pakietu reform mających na celu zmniejszenie emisji transportu drogowego. Nowa polityka dotycząca pojazdów spalinowych jest określana jako najbardziej rygorystyczny krok rządu w walce z zanieczyszczeniem powietrza spowodowanym przez samochody²⁶. **Szerzej na ten temat w podrozdziale „Tło”.**
2. Contemporary Amperex Technology Ltd (CATL) planuje w 2019 r. rozpoczęcie produkcji nowej generacji baterii opartych w 80% na niklu. Bateria NCM 811 jest odpowiedzią na rosnącą cenę kobaltu. Nowy model baterii ma być tańszy w produkcji, a także ma mieć dłuższą żywotność.
3. Chińska spółka Chejiahao, właściciel portalu internetowego Autohome oraz China's Carfax, zatrudniła 27 blogerów, którzy publikując ciekawe oferty i informacje dotyczące utrzymania oraz napraw samochodów, mają zwiększyć rozpoznawalność firmy oraz przyczynić się do zawierania większej liczby transakcji przez użytkowników.
4. Największy producent samochodów ciężarowych w Chinach, spółka Sinotruk, planuje otwarcie trzech centrów R&D (Research & Development) w Hongkongu, Denver oraz Monachium. Dyrektor generalny spółki ma nadzieję, że dostęp do zagranicznych

²⁶ Economic Information, 多项政策酝酿出台 新能源汽车再迎利好, xinhuanet.com (dostęp: 30.08.2018 r.).



naukowców przyczyni się do rozwoju nowych technologii, które zapewnią firmie przewagę konkurencyjną²⁷.

5. Rząd ChRL wydał ponad 100 dokumentów dotyczących liberalizacji dostępu przedsiębiorstw zagranicznych do rynku samochodowego, samolotowego oraz stoczniowego. Pierwszym beneficjentem zmian będzie Tesla, która zbuduje w Szanghaju fabrykę samochodów elektrycznych o rocznej zdolności produkcyjnej równej 500 000 samochodów.
6. Chiński producent samochodów Geely Automobile Holdings Ltd prognozuje wzrost sprzedaży i kontynuację planów ekspansji na kolejne kraje. Według przedstawicieli firmy nie odczuła ona konfliktu handlowego pomiędzy USA a Chinami, gdyż nie bazuje na importowanych częściach²⁸. Dodatkowo firma buduje fabrykę samochodów w Ningbo (prowincja Zhejiang), która pozwoli produkować 250 000 samochodów rocznie. Nowa fabryka ma służyć rozszerzeniu oferty koncernu o większe samochody. Dotychczas producent skupiał się na produkcji małych samochodów miejskich.
7. Didi Chuxing Technology zapowiedziało, że zainwestuje 1 mld USD w poszerzenie swoich usług transportu samochodowego oraz rebranding. Działania te wiążane są z wyczekiwaną pierwszą ofertą publiczną (IPO)²⁹.
8. Nissan przyjął ofertę chińskiej spółki Envision Group, obejmującą sprzedaż spółki córki (Automotive Energy Supply Corp - AESC) produkującej baterie litowe do samochodów. Zgodnie z uzgodnieniami firm Envision Group utworzy nową spółkę, która przejmie AESC. Nissan utrzyma 25% udziałów w jednostce produkującej baterie.

Tło

New energy vehicles

Gdy Chiny w 2016 r. ogłaszały, że do 2030 r. ponad połowa, a do 2050 r. ponad 90% globalnej produkcji samochodów elektrycznych będzie produkowane w Państwie Środka, większość analityków podchodziła sceptycznie do możliwości realizacji tego planu. Konsekwencja w dążeniu do założonego celu, zarówno po stronie rządowej, jak i po stronie producentów, świadczy o priorytetowym podejściu do tematu. Początkowo rewolucja samochodowa obejmowała głównie publiczne środki transportu. **Jednak rok po roku rząd ChRL wprowadza nowe inicjatywy mające na celu wsparcie producentów oraz konsumentów samochodów napędzanych alternatywnymi źródłami energii. Silne wsparcie po stronie administracji ma utrzymać się do 2021 r., po tym czasie dotacje mają być stopniowo zmniejszane.**

Dotacje rządowe zapewniają firmom bezpieczeństwo finansowe **w początkowej fazie, gdy rozwój technologii jest nieopłacalny kosztowo.** Wiele firm nie jest w stanie

²⁷ Jing Shuiyu, *Switching gears for R&D edge*, chinadaily.com (dostęp: 30.08.2018 r.).

²⁸ Yilei Sun, Brenda Goh, *China's Geely sees minimal impact from US-China trade row, 2018 sales jump*, reuters.com (dostęp: 30.08.2018 r.).

²⁹ *China's Didi to invest \$1 billion in its auto services platform*, reuters.com (dostęp: 30.08.2018 r.).



inwestować w rozwój technologii, która przez kilka lat wymaga znacznych nakładów i powoduje stratę. Stąd nie dziwi, że **część przedsiębiorstw pozbywa się swoich aktywów (Nissan), które są odpowiedzialne za technologie NEV.**

Wprawdzie ambitny plan Pekinu może nie zostać wykonany w pełnym zakresie, jednak można przypuszczać, że jeśli zostanie utrzymana obecna tendencja, to **Chiny** i tak osiągną status lidera w branży.

Wnioski

- | | |
|----------------|---|
| Rząd | <ul style="list-style-type: none"> ► Jednym z priorytetów gospodarczych obecnego rządu RP jest rozwój elektromobilności. Polityka Pekinu w tym zakresie może być przykładem, za którym należy podążać. Charakterystyka rynku jest jednak inna, chiński rząd wspiera bowiem istniejących producentów samochodów, podczas gdy w Polsce znajdują się jedynie podwykonawcy części samochodowych. Polski rząd zdecydował się zbudować samochód elektryczny, tworząc w tym celu specjalny podmiot. Pekin wspierał przekształcenie producentów samochodów z silnikami spalinowymi w producentów samochodów elektrycznych. Pomimo widocznych różnic warto zwrócić uwagę na to, w jaki sposób Chiny zachęcały konsumentów do użytkowania samochodów elektrycznych chińskiej produkcji. ► Chińskie spółki z sektora motoryzacyjnego coraz częściej decydują się na budowę centrów R&D w krajach Zachodu. Przyciągnięcie takich inwestycji z pewnością wpłynęłoby korzystnie na rozwój tego sektora w Polsce. |
| Samorząd | <ul style="list-style-type: none"> ► Samorząd odgrywa kluczową rolę w rozwoju elektromobilności, odpowiadając w znacznym stopniu za rozwój infrastruktury. Rozsądne wydaje się nawiązanie współpracy z chińskimi prowincjami w celu wymiany doświadczeń. |
| Przedsiębiorcy | <ul style="list-style-type: none"> ► Chińscy producenci samochodów będą szukać rynków zbytu wyprodukowanych przez siebie pojazdów. Polskie firmy z sektora motoryzacyjnego mogą potraktować to jako argument zachęcający do współpracy. Umożliwienie dostępu do polskiego rynku powinno iść w parze ze współpracą technologiczną lub kontraktami na dostarczanie podzespołów. |

ENERGETYKA I ŚRODOWISKO

Streszczenie

- ▶ Pekin dąży do zapewnienia ciągłości dostaw surowców energetycznych, w tym celu poszukuje nowych źródeł zaopatrzenia.
- ▶ Chińskie firmy z sektora hutniczego oraz wydobywczego przechodzą konsolidację. Chiński rząd oczekuje, że usprawni to innowacje technologiczne w branży.
- ▶ Chiny są zagrożone epidemią afrykańskiego pomoru świń.
- ▶ Unia Europejska znosi środki antydumpingowe w stosunku do paneli słonecznych z ChRL.

Wydarzenia

1. Członkowie Narodowej Komisji ds. Rozwoju i Reform (中华人民共和国国家发展和改革委员会) spotkali się z przedstawicielami China National Petroleum Corporation (中国石油天然气集团公司) w celu omówienia bezpieczeństwa dostaw gazu. Szefowie CNPC mają zapewnić bezpieczeństwo energetyczne kraju i stabilną podaż ropy i gazu, szczególnie w zbliżającym się sezonie zimowym. **Szerzej na ten temat w podrozdziale „Tło”.**
2. W wyniku wprowadzenia 25-procentowego cła na LNG dostawy z USA spadły do najniższego od roku poziomu. Chińscy importerzy szukają nowych dostawców w Katarze oraz Australii. Przykładem może być spółka ENN, która jest pierwszym prywatnym właścicielem portu LNG, która pierwszą dostawę LNG otrzymała od Qatar's Ras Laffan LNG³⁰.
3. Prowincja Jiangsu wygrała sprawę w sądzie przeciwko spółce Anhui Haide Chemical Technology Corporation, od której domagała się odszkodowania za zanieczyszczanie rzeki Yangtze. Firma została zobowiązana do zapłacenia równowartość 29,8 mln PLN na rzecz władz lokalnych.
4. Ministerstwo Środowiska ostrzega przed manipulowaniem w zakresie monitorowania emisji zanieczyszczeń powietrza. Ostrzeżenie zostało opublikowane po tym, jak wyszło na jaw, że urzędnicy z Linfen prawie 100 razy ingerowali w stacje odczytu jakości powietrza.
5. W wiosce położonej w prowincji Sichuan władze wyburzyły 7 małych tam. To początek działań, których celem tych jest zamknięcie co najmniej setki tam o wadliwych konstrukcjach.

³⁰ Więcej o pierwszym prywatnym gazoporcie w Chinach w raporcie „Inside China” z lipca 2018 r.



6. W Guangzhou 60 000 rowerów poddano recyklingowi. Mają one zostać przetworzone na nowe dwusłady lub wykorzystane do produkcji mebli. Celem tych działań jest ograniczenie powstawania „cmentarzy” rowerów oraz dbałość o środowisko.
7. Chiny stawiają na konsolidację przedsiębiorstw wydobywczych oraz hutnictwa. Łączenie podmiotów ma się przyczynić do modernizacji technologicznej sektora. Ważnym elementem sektora ma być poprawa jakości systemu wydobycia i dostaw. W sektorze stalowym przedsiębiorstwa są zachęcane do przeprowadzania ponadregionalnych fuzji i przejęć w celu promowania rozwoju hutnictwa wysokiej jakości.
8. Według Agencji Reutera statek przewożący ładunki węgla ze Stanów Zjednoczonych do Chin w trakcie rejsu zmienił swój punkt docelowy na Koreę Południową. Korekty kursu dokonano dzień po tym, jak Państwo Środka nałożyło 25-procentowe cła na surowce energetyczne z USA³¹.
9. Unia Europejska we wrześniu chce zlikwidować cła antydumpingowe i kontrole importowe dla paneli słonecznych i ogniw z Chin. Sprzeciw europejskich producentów solarów, twierdzących, że otwarcie wspólnego rynku doprowadzi do nagłego zalania UE produktami po cenach dumpingowych nie zostanie uwzględniony.

Tło

Bezpieczeństwo energetyczne Chin

Jedną z flagowych polityk chińskiego rządu jest zastąpienie węgla w ciepłownictwie i energetyce gazem naturalnym³². Celem prowadzonej kampanii jest **redukcja zanieczyszczenia powietrza**, w szczególności w głównych ośrodkach miejskich. Jednym z głównych narzędzi użytych w celu realizacji tego ambitnego planu był zakaz używania węgla w okresie zimowym do celów ciepłowniczych w dużych miastach. Spowodowało to **dynamiczny wzrost zapotrzebowania na gaz naturalny**, w tym LNG. Rynek nie był w stanie nadążyć za rosnącym popytem, w wyniku czego **cena LNG w ciągu miesiąca wzrosła dwukrotnie**.

Chiny starają się pogodzić dwa cele: **bezpieczeństwo energetyczne** oraz **cele środowiskowe**, co jest trudne w sytuacji, gdy krajowe zasoby energetyczne nie są wystarczające. Spodziewając się podobnej sytuacji w tym roku, rząd oraz podmioty zależne czynią wszelkie starania, aby być przygotowanym do zimy w tym roku. **Znacznie zliberalizowano przepisy dotyczące infrastruktury LNG, co doprowadziło do budowy pierwszego prywatnego gazoportu w Chinach**.

Po ograniczeniu dostaw LNG z USA chińskie podmioty szukają innych źródeł, głównie z Kataru oraz Australii.

³¹ Collin Eaton, *U.S. coal shipment to China shifts to South Korea amid trade spat*, reuters.com (dostęp: 30.08.2018 r.).

³² Więcej na ten temat David Sandalow, Akos Losz and Sheng Yan, *A Natural Gas Giant Awakens: China's Quest for Blue Skies Shapes Global Markets*, energypolicy.columbia.edu (dostęp: 30.08.2018 r.).



Wnioski

Rząd

- Sektor energetyczny w Chinach przechodzi transformację, coraz **mniejsze znaczenie będą miały moce wytwórcze oparte na spalaniu węgla**. Jednak w krótkim czasie Chiny nie będą mogły zupełnie zrezygnować z czarnego złota, ze względu na duże uzależnienie hutnictwa i przemysłu od tego surowca. **Istnieje pole do współpracy w zakresie energetyki jądrowej, gazowej oraz technologii czystego spalania węgla.**
- Warto, aby polski sektor energetyczny przyglądał się zmianom zachodzącym w Chinach, gdyż **efekty pośrednio będą odczuwalne w Polsce**. Dotyczy to zwłaszcza LNG, na który w Państwie Środka rośnie popyt. Rezygnacja z dostaw z USA wymusza poszukiwanie nowych dostawców w Katarze i Australii. **Warto zwrócić uwagę, że Polska również zakupuje katarski gaz. Nadwyżka popytu może przyczynić się do wzrostu ceny. Jednocześnie surowiec ze Stanów Zjednoczonych może być tańszy.**

Samorząd

- Chiny wprowadziły nowe przepisy pozwalające samorządom na egzekwowanie norm środowiskowych. Samorząd terytorialny odgrywa kluczową rolę w monitoringu podmiotów zanieczyszczających środowisko. **Kary za zanieczyszczanie środowiska - wbrew obowiązującemu prawu - są znacznie wyższe w Chinach, o czym świadczy kara w wysokości prawie 55 mln RMB nałożona na Anhui Haide Chemical Technology Corporation.** Jednocześnie samorząd w Chinach ma dodatkową motywację do przeprowadzania kontroli, gdyż kary są przekazywane na rzecz lokalnego samorządu.
- **Ogólnokrajowy monitoring oraz wyśrubowane normy, z których rozliczany jest właśnie samorząd terytorialny, prowadzą niestety również do absurdów**, jak ten, gdy urzędnicy fałszowali odczyty jakości powietrza.

Przedsiębiorcy

- **Transformacja energetyczna Chin jest dodatkowym stymulantem dla technologii związanych z energetyką jądrową, gazową oraz innymi czystszyimi źródłami energii.** Polskie firmy technologiczne opracowujące produkty z tej dziedziny, w szczególności z uwzględnieniem poprawy norm emisyjnych, mogą z sukcesem komercjalizować swoje produkty w Chinach.
- Jednocześnie większość tych sektorów jest bardziej rozwinięta w Państwie Środka niż w Polsce. **Nawiązywanie współpracy badawczej czy nawet zakup technologii jest dobrym pomysłem na modernizację sektora energetycznego w Polsce.**

POLITYKA MIĘDZYNARODOWA

Streszczenie

- ▶ Stany Zjednoczone wprowadzają kolejne cła na towary z Chin. Pekin odpowiada tym samym.
- ▶ Brak jest wyraźnych sygnałów, aby konflikt handlowy mógł się wkrótce zakończyć.
- ▶ Chiny planują stymulować swoją gospodarkę poprzez wzrost wydatków budżetowych, aby zminimalizować oddziaływanie wojny handlowej.

Wydarzenia

1. 23 sierpnia 2018 r. Stany Zjednoczone wprowadziły kolejne cła na chińskie produkty. 25-procentowa stawka celna obejmuje 279 towarów, w tym półprzewodniki, środki chemiczne, plastik, motocykle oraz skutery elektryczne. **Szerzej na ten temat w podrozdziale „Tło”.**
2. W odpowiedzi na wprowadzone przez USA 25-procentowe stawki celne na chińskie produkty z tym samym dniem Chińska Republika Ludowa wprowadziła cła tej samej wysokości na 333 produkty pochodzenia amerykańskiego. Towary dotknięte nową taryfą to przede wszystkim silniki samochodowe, samochody oraz środki chemiczne.
3. W związku z konfliktem handlowym chiński rząd planuje wzrost wydatków budżetowych. Głównym celem działań jest udzielenie wsparcia dla firm oraz walka z potencjalnym wzrostem bezrobocia. Jednym z głównych narzędzi finansowych programu mają być obligacje emitowane przez samorządy lokalne wspierające projekty infrastrukturalne.
4. Według analityków Reutera w długiej perspektywie czasowej to Chiny mogą wygrać na wojnie handlowej ze Stanami Zjednoczonymi. Blokowanie przez administrację Trumpa sektorów zaawansowanych technologicznie może być sygnałem stymulującym innowacje w Państwie Środka³³.

³³ David A. Andelman, *Commentary: China could win Trump's trade war*, reuters.com (dostęp: 20.08.2018 r.).



Tło

Wojna handlowa pomiędzy USA a Chinami

Wojna celna pomiędzy USA a Chinami pozostaje najważniejszym tematem w stosunkach międzynarodowych przez kolejny miesiąc. Kolejna seria ceł nałożona przez USA na Chiny w wysokości 25% weszła w życie. Chiny odpowiedziały w ten sam sposób, nakładając cła na 333 towary ze Stanów. **Skutki konfliktu są coraz bardziej widoczne na rynkach międzynarodowych, na których powodują spadki lub podwyżki cen towarów (miedzi, LNG, kukurydzy).** Chiny są zmuszone szukać alternatywnych dostawców produktów rolny oraz surowców energetycznych. **Jednocześnie prawdopodobne jest wystąpienie polaryzacji pomiędzy krajami trzecimi,** których współpraca ze Stanami Zjednoczonymi lub Chinami może być uznawana **jako zajęcie stanowiska po jednej ze stron.** Stąd spodziewać się można **formalnych i nieformalnych nacisków,** zwłaszcza **na mniejsze gospodarki (w tym na Polskę), nawiązujących do zatrzymania współpracy z Państwem Środka.**

Waszyngton był w Polsce uznawany za gwaranta bezpieczeństwa, w związku z czym można zauważyć, że polskie elity rządzące w tym sporze są po stronie USA. Może dojść do sytuacji, w której **osoby decyzyjne będą powstrzymywały się przed rozwojem stosunków z Chinami.**

Wnioski

- | | |
|----------------|--|
| Rząd | <ul style="list-style-type: none"> ▶ W polityce zagranicznej polski rząd musi kierować się wieloma czynnikami, uwzględniając obecną sytuację na scenie międzynarodowej. Najlepszym wyjściem byłoby zachowanie neutralności oraz postępowanie z zasadą „business as usual”. Jednak naciski sojuszników mogą uniemożliwić takie działanie. |
| Samorząd | <ul style="list-style-type: none"> ▶ Działania samorządu terytorialnego nie są tak silnie uwarunkowane stosunkami międzynarodowymi. Nie ma przeszkód, aby organy samorządowe kontynuowały współpracę z chińskimi partnerami lub ją intensyfikowały. ▶ Gdy organy centralne są związane obowiązującymi sojuszami, samorząd terytorialny może odegrać ważną rolę, wypełniając powstałą w skutek sytuacji dyplomatycznej lukę w zaangażowaniu politycznym. |
| Przedsiębiorcy | <ul style="list-style-type: none"> ▶ Przedsiębiorcy, którzy nie są zależni od wpływów politycznych (tak jak spółki Skarbu Państwa), powinni wykorzystać szansę związaną z wypełnieniem luki produktowej, która powstała w wyniku nałożenia ceł przez Chiny na USA. ▶ Istotne jest kontrolowanie działań amerykańskiego i chińskiego rządu, gdyż dalsza eskalacja konfliktu będzie miała wpływ na rynki międzynarodowe. |

EDUKACJA, TURYSTYKA ORAZ SPORT

Streszczenie

- ▶ Rośnie rynek kursów programowania, artystycznych oraz wyjazdów edukacyjnych dla dzieci i młodzieży w Chinach.
- ▶ Sektor sportowy w Chinach dynamicznie się rozwija. Tempo wzrostu to prawie 20% rocznie.
- ▶ Dorasta kolejne pokolenie turystów urodzonych w latach 80.; jest to szansa dla Polski, aby przyciągnąć nowych gości.

Wydarzenia

1. W okresie wakacyjnym około 90% chińskich rodziców zapisało dzieci na letnie kursy edukacyjne, obejmujące zajęcia z matematyki, fizyki, języka angielskiego oraz nauki gry na instrumencie. Natomiast 35% dzieci brało udział w trzech lub więcej blokach tematycznych³⁴.
2. Od 10 lat Chiny 8 sierpnia obchodzą Narodowy Dzień Sportu. Zainteresowanie sportem i fitness co roku wzrasta. Według danych Mass Sports China Development Report 2018 (中国群众体育发展报告) na każdego mieszkańca przypada 1,66 m² powierzchni sportowych³⁵.
3. Sektor sportowy w Chinach wytwarza 1% PKB kraju, natomiast tempo wzrostu jest na poziomie 20% rocznie. Chinom zależy na rozbudowie istniejącej infrastruktury, co ma ułatwić mieszkańcom dbanie o zdrowie, ale także wspomóc proces szukania przyszłych sportowych reprezentantów kraju.
4. Rośnie sektor turystyki i obozów letnich dla dzieci oraz młodzieży w Chinach. Wraz z bogaceniem się społeczeństwa rodzice coraz częściej decydują się wysyłać dzieci na różnego rodzaju wyjazdy turystyczne bądź edukacyjne. Ceny takich wyjazdów wahają się od 900 do 20 000 RMB za tydzień. **Szerzej na ten temat w podrozdziale „Tło”.**
5. Dotychczas większość turystów stanowiły osoby urodzone w latach 60. i 70. Najnowsze dane pokazują, że za wzrostem popytu na usługi turystyczne stoi pokolenie osób urodzonych w latach 80. Najczęściej miejsca wybierane jako cel podróży to Pekin i Szanghaj oraz prowincje: Zhejiang, Hunan, Jiangxi, Fujian, Guizhou, Sichuan, Gansu i Shaanxi³⁶.

³⁴ Xinhua, 孩子暑假去哪儿？补习班里连轴转, xinhuanet.com (dostęp: 30.08.2018 r.).

³⁵ Economic Daily, 健身去哪儿，难题如何破?, xinhuanet.com (dostęp: 30.08.2018 r.).

³⁶ Xinhua, 年轻人渐成红色旅游主力人群 兼顾市场发展和公益性将是方向, xinhuanet.com (dostęp: 30.08.2018 r.).



6. W 2016 r. chiński rynek kursów artystycznych dla dzieci przekroczył wartość 21 mld PLN. Dochody gospodarstw domowych stale rosną, oczekuje się, że ponad 100 mln dzieci będzie uczestniczyć w różnego rodzaju kursach każdego roku. Od 2009 r. do 2016 r. stopa wzrostu tego rynku wynosiła około 12%, a do 2023 r. wielkość rynku wyniesie 64 mld PLN³⁷.
7. Rozwija się rynek kursów programowania dla dzieci w wieku 3-18 lat. Uczestnicy zajęć informatycznych uczą się obsługi programów graficznych, języka programowania oraz logicznego myślenia.

Tło

Wojna handlowa pomiędzy USA a Chinami

Polityka jednego dziecka, która obowiązywała w Chinach od 1979 r. do 2013 r., wykształciła w rodzicach oraz społeczeństwie bardzo silną presję na rozwój dziecka. W związku z czym **skłonność rodzin do ponoszenia wydatków na edukację dzieci w Chinach jest znacznie wyższa niż w krajach zachodnich.** Edukacja jest traktowana jak inwestycja, która ma pozwolić dziecku wyróżnić się na tle rówieśników. **Od najmłodszych lat (3-4. rok życia) dzieci uczęszczają na zajęcia dodatkowe z języka angielskiego, muzyki, plastyki oraz programowania.** Ceny za wyjazdy edukacyjne sięgają nawet kilkudziesięciu tysięcy RMB, a mimo to cieszą się dużą popularnością.

Dzieje się tak również ze względu na słaby system edukacji publicznej na poziomie podstawowym (do liceum). **Wysokie wymagania egzaminacyjne i ograniczone miejsca na uniwersytetach sprawiają, że młodzi ludzie nie są w stanie dostać się na prestiżową uczelnię bez korepetycji.** W okresie przygotowawczym **młodzież spędza cały dzień na zajęciach w szkole i na dodatkowych korepetycjach, a kończy go w bibliotece.** Prowadzi to do dysproporcji pomiędzy bogatymi a biednymi, dzieci z uboższych rodzin nie mają bowiem wsparcia w postaci prywatnych zajęć, więc dużo trudniej jest im się dostać na dobrą uczelnię.

Wnioski

Rząd

- **W Chinach bardzo popularna jest turystyka edukacyjna.** Studenci chińskich uczelni szukają kursów letnich, programów magisterskich lub dyplomowych prowadzonych w języku angielskim na zagranicznych uniwersytetach. **Dostosowanie oferty polskich uniwersytetów do trendów chińskich może przyczynić się do poprawy budżetów uczelni wyższych w Polsce.**

³⁷ Prospective Industry Research Institute, 2015-2020年中国少儿艺术培训行业市场前瞻与投资战略规划分析报告 [w:] Xinhua, 少儿艺术培训一片火热, xinhuanet.com (dostęp: 30.08.2018 r.).



- ▶ W Polsce bardzo dobrze rozwinięty jest sektor szkoleń dla programistów. **Szkoły programowania powinny rozważyć możliwość ekspansji do Chin, w szczególności dostosowując swoje programy dla dzieci oraz młodzieży.**
- ▶ Istnieje miejsce na organizację kursów edukacyjnych, kulturowych oraz językowych dla chińskich dzieci w Polsce. **Warto pamiętać o tym, że Chopin jest marką rozpoznawczą Polski w Chinach.** Fakt ten z łatwością można wykorzystać, promując kursy muzyczne w Chinach.

DODATEK SEKTOROWY

PRZEMYSŁ MEBLARSKI

Chiny posiadają drugą największą gospodarkę na świecie oraz najliczniejszą bazę potencjalnych konsumentów. Zwiększeniu zamożności społeczeństwa chińskiego towarzyszy wzrost skłonności do konsumpcji. Obecnie w Państwie Środka obserwujemy „efekt szminki”, co oznacza, że pomimo spadku sprzedaży nieruchomości wydatki na urządzenie i odnawianie mieszkań mogą rosnąć.

Obywatele Chin są coraz bardziej otwarci na produkty pochodzące z krajów dotychczas słabo im znanych, do których należy również Polska. W tej edycji raportu chcielibyśmy przedstawić sektor meblarski w Chińskiej Republice Ludowej. Polski przemysł meblarski jest traktowany priorytetowo w „Planie na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju”. Co więcej, Polska należy do światowych liderów w eksporcie i produkcji mebli.

Struktura rynku

Chiny są największym producentem i eksporterem mebli na świecie. Na rynku meblowym w Państwie Środka występuje 5 777 podmiotów działających na wielką skalę (z ang. *oversized*) oraz 80 000 małych i średnich firm. Cały chiński przemysł meblarski zatrudnia łącznie 1 221 000 pracowników³⁸.

W sektorze produkcji mebli istnieje podział w zależności od typu używanego materiału: drewna, bambusu/rotangu, metalu, plastiku oraz mieszanego materiału. Gałąź mebli wykonanych z drewna jest największa, producenci mebli drewnianych stanowią ponad 60% wszystkich zakładów meblarskich³⁹.

Cały sektor można podzielić na dwa główne segmenty⁴⁰:

- ▶ segment mebli do lokali mieszkalnych (zakupy dokonywane przez bezpośrednich użytkowników); jest to segment B2C (*business-to-consumer*), dla którego łóżka, sofy, stoły, krzesła, garderoby oraz szafy itp. są głównymi produktami;
- ▶ segment mebli do obiektów komercyjnych: segment B2B (*business-to-business*), zakupy dokonywane przez firmy, szpitale, hotele, restauracje, centra handlowe itd.

³⁸ National Bureau of Statistics of China (国家统计局), *China Statistical Yearbook 2016*, stats.gov.cn (dostęp: 30.08.2018 r.).

³⁹ HKTDC Research, *China's Furniture Market*, china-trade.research.hktdc.com (dostęp: 30.08.2018 r.).

⁴⁰ Marketing to China, *The Chinese furniture Market*, marketingtochina.com (dostęp: 30.08.2018 r.).



Rozmiar sektora

W 2017 r. wartość analizowanego sektora w Chinach wyniosła 905,6 mld RMB, co w porównaniu do poprzedniego roku stanowi wzrost o 10,1%⁴¹. Podobne tempo wzrostu odnotowano w przypadku dochodów, które zwiększyły się o 9,3% (do 56,5 mld RMB)⁴². Marża ze sprzedaży od 2012 r. utrzymuje się na poziomie powyżej 6,1%. Chińskim podmiotom gospodarczym w przemyśle meblarskim udaje się sprzedać znaczną część swojej produkcji, w 2017 r. wskaźnik sprzedaży wyniósł 98,2%⁴³.

Rynek lokalny

W Chinach istnieją dwie bariery, które wywierają negatywny wpływ na ekspansję sektora: pierwsza z nich to słabość lokalnych producentów, druga, która dotyczy również zagraniczne firmy, to spadek tempa wzrostu sprzedaży nieruchomości.

Obecnie w chińskim przemyśle meblarskim zastosowanie nowych materiałów i technik produkcyjnych jest wciąż ograniczone. W fabrykach panują szkodliwe warunki: nadmierny hałas, kurz oraz szkodliwe związki lotne. Kolejny problem to nieefektywne wykorzystanie energii, brakuje bowiem inwestycji w urządzenia energooszczędne, a odpady produkcyjne nie są recyklingowane. Według Leading Industry Research nie udało się jeszcze ustanowić zrównoważonego ekologicznego systemu produkcji⁴⁴. Dotychczas stawiano na ilość. Jakość ma poprawić się dopiero wraz z konsolidacją na rynku poprzez fuzje i przejęcia bądź rozwój badań.

Drugi wspomniany czynnik to sprzedaż nieruchomości. W 2017 r. sprzedano 1 160 061 600 m², co stanowi wzrost o 10,3% w porównaniu do poprzedniego okresu, jednak tempo wzrostu spadło o 15,6%. Wartość sprzedaży nieruchomości wyniosła ponad 9 bln RMB, ale tempo wzrostu spadło o 26,7%. Od lat pojawiają się informacje o bańce spekulacyjnej na chińskim rynku nieruchomości. Do tej pory rządowe programy wspierające rynek kredytowy pojawiały się na czas, co uchroniło sektor przed zapaścią. Nie można jednak zakładać, że tak będzie za każdym kolejnym razem. Jeśli spadkowy trend będzie się utrzymywał się w następnych latach, można się spodziewać spadku popytu na meble⁴⁵.

⁴¹ 杨帆, 中国家具行业快速发展 2017年营收达9056亿元, qianzhan.com (dostęp 30.08.2018 r.).

⁴² HKTDC Research, *China's Furniture Market*, hktdc.com (dostęp 30.08.2018).

⁴³ Leading Industry Research, 18年我国家具行业企业数量、收入、利润及出口数据, leadingir.com (dostęp: 30.08.2018 r.).

⁴⁴ *Ibidem*.

⁴⁵ Marketing to China, *The Chinese...*



Czynniki wzrostu

Wewnętrzne

Jednym z głównych elementów ekspansji sektora jest nieustająca urbanizacja. Obecnie odsetek ludzi mieszkających na terenach miejskich wynosi 57,9% (wzrost o 0,9% w porównaniu do 2016 r.)⁴⁶. Wraz z zasiedlaniem miast rosło zapotrzebowanie na wyposażenie mieszkań. W drugiej fazie rozwoju istotnym czynnikiem był wzrost dochodów. Zakupy mebli nie ograniczały się tylko do nabycia niezbędnych przedmiotów, ale konsumenci zaczęli nabywać również dodatkowe elementy wyposażenia wnętrza domu⁴⁷.

Proces tzw. nowej urbanizacji będzie pociągać za sobą strategiczne planowanie przestrzeni miejskich dostosowanych do preferencji konsumentów, co wpłynie na optymalizację struktury konsumpcji, przyczyni się do wzrostu inwestycji w infrastrukturę miejską oraz obiektów usług publicznych i budownictwo mieszkaniowe⁴⁸.

Kolejnym elementem mającym pozytywny wpływ na sektor jest pełna liberalizacja polityki „jednego dziecka”, która przyczyni się do rozwoju segmentu mebli dziecięcych w krótkim okresie i zapewni wzrost popytu rynkowego oraz rozwoju branży meblarskiej w długim okresie⁴⁹.

Dodatkowo do 2020 r. planowane jest odnowienie 54 mln domów w ramach „Shantytown reconstruction project” (projektu odbudowy starych zabudowań mieszkalnych)⁵⁰. Sam projekt jest skierowany na pomoc mniej zamożnym grupom społecznym, które raczej nie będą kupować mebli importowanych. Może to jednak skusić część chińskich firm do przestawienia się na produkcję mebli skierowanych właśnie dla grupy docelowej projektu „Shantytown reconstruction”.

Zewnętrzne

Oprócz dużego rynku wewnętrznego Chiny są jednocześnie największym eksporterem mebli nie świecie. Wartość wywożonych mebli wynosi 181,16 mld PLN⁵¹. Dla porównania Polski eksport jest wart około 42 mld PLN⁵². W ramach trzynastej 5-latki (2016–2020) (中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要) planowane tempo wzrostu eksportu ma wynieść 3–5%⁵³.

⁴⁶ Statista, *China: Urbanization from 2007 to 2017*, statista.com (dostęp: 30.08.2018 r.).

⁴⁷ HKTDC Research, *China's Furniture...*

⁴⁸ Leading Industry Research, 18年我国家具...

⁴⁹ *Ibidem*.

⁵⁰ HKTDC Research, *China's Furniture...*

⁵¹ Statista, *Export value of furniture from China between 2009 and 2016 (in billion U.S. dollars)*, statista.com, (dostęp: 30.08.2018 r.).

⁵² KPMG, *Polska mebluje świat*, kpmg.com (dostęp: 30.08.2018 r.).

⁵³ HKTDC Research, *China's Furniture...*



Polski eksport mebli w porównaniu do chińskiego

Kierunki eksportu

Głównymi rynkami zbytu dla polskiego eksportu mebli są rynki krajów sąsiednich. W 2016 r. prawie 80% naszego eksportu trafiało do państw europejskich, wśród których wiodącą pozycję utrzymują Niemcy⁵⁴. Natomiast Chiny z racji swojej pozycji „fabryki świata” swoim zasięgiem obejmują cały świat, produkując pod własną marką lub pod szyldem zagranicznych korporacji.

Ograniczenia w eksporcie z Polski do Chin

Jedną z podstawowych barier utrudniających dalszą ekspansję na rynku chińskim jest odległość. Oba kraje dzieli około 7 000 km w prostej linii, co wydłuża czas realizacji zamówienia czy uzupełnienia zapasów.

Drugim ograniczeniem jest często brak bezpośredniego kontaktu z końcowym odbiorcą. Na ten element dodatkowo składają się różnice kulturowe, trendy konsumpcyjne oraz trudności językowe.

Trzeci problem to kwestie strategiczne związane z formą zaangażowania firmy polskiej w Chinach. Najlepszym rozwiązaniem jest bezpośrednia fizyczna obecność w postaci własnej spółki w Chinach, której zadaniem byłoby budowanie otoczenia gospodarczego. Drugą opcją jest współpraca z chińskim importerem, jednak ci często dysponują szeroką gamą produktów i skupiają się głównie na tych, z których czerpią największe zyski. Istnieją również możliwości sprzedaży przez Internet, przy pomocy platform lokalnych bądź *cross-border*.

Charakterystyka konsumentów

Dla chińskich konsumentów wygląd zewnętrzny odgrywa najważniejszą rolę w preferencjach zakupowych. Dotyczy to również mebli, wystrój domu czy mieszkania jest symbolem statusu. Z tego względu na rynku można zauważyć pewną lojalność wobec wybranych marek, z którymi klienci utożsamiają się. Dążenie do wyższego standardu życia oraz świadomość jakości produktu motywuje konsumentów do poszukiwania brandów spełniających ich oczekiwania i aspiracje. Charakterystyczne dla klientów jest szukanie produktów o zrównoważonej cenie w stosunku do jakości mebli⁵⁵.

Kolejny element kreujący zachowania konsumentów to miejsce zamieszkania. Istnieją duże dysproporcje w wysokości dochodu rozporządzalnego. Poniżej tabela przedstawia podział Chin na cztery regiony.

⁵⁴ KPMG, *Polska mebluje...*

⁵⁵ Marketing to China, *The Chinese furniture market...*


Tabela 1. Dochód rozporządzalny w latach 2013-2016 (zł/rok)⁵⁶

Rok/Region ⁵⁷	2014	2015	2016
Wschodni	18508,49	20029,28	21644,94
Centralny	13501,57	14634,99	15764,81
Zachodni	13314,49	14451,30	15617,64
Północno-wschodni	13963,17	14823,80	15855,32

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z National Bureau of Statistics of China (国家统计局)

Wschodnie wybrzeże, gdzie znajdują się główne ośrodki administracyjne i finansowe (Pekin i Szanghaj) oraz porty morskie, było pierwszym beneficjentem reform gospodarczych w Państwie Środka. Stąd też obecnie rejony te dysponują wyższym dochodem rozporządzalnym niż pozostałe regiony kraju. Na wschodzie Chin znajdują się także największe ośrodki miejskie, do których w pierwszej kolejności trafiają dobra importowane.

Grupy konsumentów

Nabywców mebli w Chinach można umownie podzielić na trzy grupy⁵⁸:

1. awangardową – grupa bardzo bogatych konsumentów, dla których cena nie jest istotnym czynnikiem; najchętniej kupują drogie meble zachodnie, klasyczne meble chińskie bądź bardziej awangardowe; są najbardziej impulsywni z tych trzech grup, dlatego dokonują zakupów pod wpływem chęci posiadania czegoś, co zrobiło na nich wrażenie;
2. markową – konsumenci pragnący, aby meble odzwierciedlały ich klasę i upodobania, dbający o prestiż społeczny; nabyte dobra mają potwierdzać ich pozycję; dla nich liczy się estetyka i oryginalność;
3. średnich zarobków – jest to najliczniejsza grupa, która stara się wyważyć pomiędzy ceną a jakością; zanim podejmą decyzję o zakupie, starają się sprawdzić różne kanały dystrybucji.

Wielkość wydatków na urządzenia domowe

Podobnie jak w przypadku wysokości dochodu rozporządzalnego (zob. tabelę 1), 4 z 5 miast o największych wydatkach na urządzenia domowe znajduje się we wschodnim regionie (Guangdong leży na południu). Poniżej prezentujemy tabelę 2 z dokładnymi danymi.

⁵⁶ National Bureau of Statistics of China (国家统计局), *China Statistical Yearbook*...

⁵⁷ 10 wschodnich prowincji, w tym ośrodki administracyjne: Pekin, Tianjin, Hebei, Szanghaj, Jiangsu, Zhejiang, Fujian, Shandong, Guangdong and Hainan; 6 centralnych prowincji: Shanxi, Anhui, Jiangxi, Henan, Hubei and Hunan; 12 zachodnich prowincji, w tym region autonomiczne include: Inner Mongolia, Guangxi, Chongqing, Sichuan, Guizhou, Yunnan, Tibet, Shaanxi, Gansu, Qinghai, Ningxia and Xinjiang, 3 północno-wschodnie prowincje: Liaoning, Jilin and Heilongjiang.

⁵⁸ HKTDC Research, *China's Furniture*...



Tabela 2. Wydatki na konsumpcję ogółem oraz jej część przeznaczona na urządzenia domowe, artykuły i usługi⁵⁹ – lista 5 największych miast pod względem wydatków domowych⁶⁰

	Konsumpcja ogółem (zł/rok)	Urządzenia domowe (zł/rok)
Pekin	20883,15	1370,72
Szanghaj	21757,28	1019,72
Guangdong	16165,49	940,02
Tianjin	15472,93	908,35
Jiangsu	14429,36	882,15

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z National Bureau of Statistics of China (国家统计局)

W największych ośrodkach miejskich, należących do grup pierwszej i drugiej (ośrodki administracyjne, stolicy prowincji), znajduje się najwięcej ludzi zamożnych, którzy wykazują większą skłonność do eksperymentowania. To oni częściej decydują się na zakup produktów marek, których wcześniej nie kupowali. Przyzwyczaili się również do obecności obcokrajowców, a także ich trendy konsumpcyjne przypominają coraz bardziej obywateli państw zachodnich.

Kanały dystrybucji

Sieci handlowe i supermarkety są głównym kanałem dystrybucji mebli w Chinach. Natomiast dobra importowane sprzedawane są najczęściej w wyspecjalizowanych sklepach bądź w specjalnych sklepach segmentu premium. Oprócz tradycyjnych kanałów sprzedaży w ostatnim czasie rośnie popularność handlu elektronicznego. Wygoda związana z zakupem mebli przy pomocy platform e-commerce skłania coraz więcej ludzi do korzystania z kupna online. Jednak najlepszym rozwiązaniem jest połączenie offline (tradycyjne sklepy) i online (platformy handlu elektronicznego). Klienci mają możliwość porównywania cen oraz ewentualnego zakupu w Internecie, a odbioru mogą dokonać bezpośrednio w sklepie. Pozwala to skrócić czas niezbędny na dokonanie transakcji, co jest obopólnie korzystne dla stron. Chińscy konsumenci dokładnie analizują produkty, które kupują, połączenie pozytywnych doświadczeń offline i online przyczynia się do pozyskania lojalnych klientów⁶¹.

Jednak najlepszym kanałem dystrybucji wydają się być platformy cross-border, gdzie chiński konsument kupuje meble bezpośrednio od polskiego producenta. Naszym

⁵⁹ Urządzenia domowe, artykuły i usługi dotyczy mebli, dekoracji wnętrz, sprzęt AGD, artykuły codziennego użytku oraz usług.

⁶⁰ National Bureau of Statistics of China (国家统计局), *China Statistical Yearbook...*

⁶¹ Marketing to China, *The Chinese furniture market...*



producentom pozwala to ominąć pośredników, a tym samym zwiększyć marżę, natomiast dla nabywców jest to gwarancja otrzymania oryginalnych mebli⁶².

Czynniki wpływające na decyzję o zakupie

Większość firm, którym udało się wypracować rozpoznawalność marki, zawdzięcza to przede wszystkim działaniom marketingowym opartym na reklamach i promocji. W ramach poszukiwania nowych nabywców firmy często prezentują swoje produkty w specjalnych dodatkach do czasopism bądź periodykach związanych z meblami. Klienci dodatkowo zwracają uwagę na to, co pojawia się w tych czasopismach, poszukując nowych pomysłów aranżacji domu czy lokalu. Magazyny te najczęściej odpowiadają za kreowanie nowych trendów i przyczyniają się do wzrostu sprzedaży⁶³.

Oprócz zewnętrznych czynników wpływających na decyzję o zakupie należy wymienić jeszcze rekomendacje osób z najbliższego kręgu rodzinnego bądź znajomych. W Chinach konsumenci nie mają pełnego zaufania do oficjalnych kanałów reklamowych, dlatego przy zakupie biorą pod uwagę opinie innych.

Konkurencja na rynku

Firmy lokalne

Do końca 2016 r. w Chinach istniało prawie 80 000 firm meblarskich (małych i średnich) oraz 5 777 podmiotów działających na wielką skalę (z ang. *oversized*). Istnieje duża liczba firm meblarskich, ale koncentracja przemysłu jest niewielka. Chiński przemysł meblarski cechują niskie bariery wejścia i prosty model biznesowy. Znaczna liczba przedsiębiorstw i brak korzyści skali dotychczas uniemożliwiały stworzenie grupy wiodących przedsiębiorstw o określonym udziale w rynku. W chińskim przemyśle meblarskim brak jeszcze jasnej strategii budowania marki na rynek lokalny, choć czasopisma z meblami i Internet są kluczem do rozwoju firm. Dotychczas znaczna część producentów opierała się na konkurencji cenowej, ograniczając wartość dodaną. Chińskie meble na rynkach światowych najczęściej są tanim substytutem dla produktów lokalnych⁶⁴.

W Chinach można także zauważyć specjalizację poszczególnych regionów bądź miast w produkcji mebli⁶⁵.

⁶² Marketing to China, *The Chinese furniture market...*

⁶³ *Ibidem*.

⁶⁴ Leading Industry Research, 18年我国家具...

⁶⁵ HKTDC Research, *China's Furniture...*



Lokalizacja	Specjalizacja
Dalian city, Liaoning	Meble z litego drewna
Ningjin county, Shandong	Krzesła i stoły
Yuhuan county, Zhejiang	Klasyczne meble zachodnie
Anji county, Zhejiang	„Stolica” produkcji krzeseł
Zhongshan city, Guangdong	Meble klasyczne i z drzewa różanego
Dongguan city, Guangdong	Meble na eksport
Foshan city, Guangdong	Materiały do produkcji mebli

Lista znanych chińskich producentów mebli:

- ▶ QuanU Furniture (成都市全友家私销售有限公司) - <http://www.quanyou.com.cn>
- ▶ Royal Furniture (广州皇朝家具有限公司) - <http://www.hkroyal.com>
- ▶ QM Furniture (北京曲美馨家商业有限公司) - <http://www.qumei.com>
- ▶ Red Apple Furniture (深圳天诚家具有限公司) - <http://www.redapple.com.cn>
- ▶ M&Z Furniture (明珠家具股份有限公司) - <http://www.zsmz.com>

Firmy zagraniczne

W Chińskiej Republice Ludowej meble importowane pojawiają się głównie w trzech miejscach.

Pierwsze to specjalne wielkopowierzchniowe salony mebli⁶⁶:

- ▶ JSWB (吉盛伟邦公司) - <http://www.jswb.com>
- ▶ MMACALLINE (红星美凯龙家居集团股份有限公司简) - <http://www.chinaredstar.com/EN/>
- ▶ Yuexing Furnishing (月星集团有限公司) - <http://www.yuexing.com>
- ▶ B&Q China (投资有限公司) - <http://www.bnq.com.cn>
- ▶ Home Mart (好美家公司) - <http://www.homemart.com.cn>
- ▶ Easy Home (居然之家公司) - <http://www.juran.com.cn>

Drugie miejsce to platformy handlu elektronicznego:

- ▶ Taobao (淘宝) - <http://www.taobao.com>
- ▶ Ejuhome (意俱) - <http://www.ejuhome.com>
- ▶ Eurooo - <https://www.eurooo.cn>
- ▶ Luxury Living (奢居网) - <http://www.luxuryliving.cn>

Trzecie miejsce to targi związane z sektorem meblarskim:

Data	Nazwa	Miejsce
10-13 września 2018 r.	China International Furniture Fair	National Exhibition and Convention Center (Shanghai)

⁶⁶ PAIH, *Polish Furniture how to export*, 2017 (dostęp: 30.08.2018 r.).



Data	Nazwa	Miejsce
11-14 września 2018 r.	China International Furniture Expo	Shanghai New International Expo Centre
15-18 marca 2019 r.	China International Integrated Custom House Expo	New China International Exhibition Center (Beijing)
18-21 marca 2019 r. (faza 1); 28-31 marca 2019 r. (faza 2)	China International Furniture Fair (Guangzhou)	China Import and Export Fair Pazhou Complex & PWTC Expo, Guangzhou

Na targach oraz w wielkopowierzchniowych sklepach dominują producenci z Włoch, natomiast na platformach e-commerce można znaleźć firmy z całego świata. W większości przypadków popularność kraju pochodzenia jest powiązana z promocją „Made in...”. Państwa, które mają reputację kraju produktów luksusowych, zwiększają szanse swoim producentom na zaistnienie w świadomości chińskich konsumentów.

Regulacje prawne

Import mebli do Chin

Od chwili wstąpienia Chin do WTO większość stawek celnych została diametralnie obniżona. Natomiast od 2005 r. zniesiono cła na wszystkie kategorie mebli, z wyjątkiem poniższej listy.

Tabela 3. Chińskie cła na importowane meble w 2018 r.

HS Code	Opis	Stawka %
94012010	Siedzenia do pojazdów wykonane ze skór	10
94012090	Inne rodzaje siedzeń do pojazdów	10
94019011	Urządzenia służące do regulacji kąta siedzenia	10
9404	Podpory na materace i inne meble wyposażone w sprężyny	10

Źródło: Customs Import and Export Tariff of the People's Republic of China 2018 (中华人民共和国海关总署)⁶⁷

Regulacje wewnętrzne

Począwszy od 1 października 2004 r. wszystkie wyprodukowane meble muszą posiadać dokumentację, w której powinny się znaleźć: instrukcja obsługi, data produkcji, lista

⁶⁷ 中华人民共和国海关总署, customs.gov.cn (dostęp: 31.08.2018 r.).



użytych materiałów, dane techniczne, sposoby naprawy, model, struktura. Oprócz tego wszystkie produkty muszą spełniać wymogi dotyczące bezpieczeństwa, ochrony zdrowia i środowiska. Wszystkie użyte materiały niebezpieczne muszą zostać podane do wiadomości odbiorcy⁶⁸.

Kolejnym zagadnieniem są regulacje dotyczące mebli przeznaczonych dla dzieci w wieku 3-14 lat. Materiały użyte do ich produkcji podlegają szczególnemu standardowi, który różni się od mebli dla dorosłych, w celu ochrony zdrowia dzieci i zapobiegania wypadkom. Standardy dotyczą wykonania mebli, w szczególności takie meble nie powinny mieć ostrych krawędzi bądź odstających części, które zagrażają życiu czy zdrowiu. Normy ograniczają również używanie potencjalnie niebezpiecznych materiałów⁶⁹.

1 lutego 2017 r. dokonano aktualizacji przepisów dotyczących etykiet środowiskowych. Nowe regulacje wymagają, aby producenci mebli dokonywali klasyfikacji i usuwania odpadów. Bezpośrednie wyrzucanie trocin i kurzu jest zabronione. Natomiast podczas malowania przedsiębiorstwa muszą zadbać o odpowiednie gromadzenie i ściąganie gazów oraz ich późniejszą utylizację⁷⁰.

Od lipca obowiązują zasady dotyczące mebli wykonanych z kamienia. Regulacje te precyzują parametry techniczne, rozmiar, kształt, właściwości fizyczne i chemiczne, ograniczenia w zastosowaniu toksycznych substancji, logo, wymogi dotyczące instrukcji obsługi⁷¹.

Prognozy dla rynku chińskiego oraz trendy

A. Prognozy co do dalszego rozwoju branży

Przemysł meblarski w Chinach zakończył etap szybkiego rozwoju i wszedł w fazę rozwoju średniej prędkości. Wolniejszy wzrost stanie się normą w tej branży. Na rynku będzie zaostriżać się konkurencja i część przedsiębiorstw może nie przetrwać. Przewiduje się wystąpienie „efektu Św. Mateusza” – silniejsze firmy będą coraz bardziej dominować, a słabsze będą upadać, przez co nastąpi konsolidacja na rynku. Może to mieć pozytywny wpływ na rynek pod względem poprawy jakości oraz ekspansji firm lokalnych⁷².

Obecnie pojemność rynku w Chinach osiągnęła lub zbliża się do górnej granicy, tj. 98,2% sprzedanej produkcji. Stopień automatyzacji i informatyzacji chińskiego przemysłu

⁶⁸The General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ); The Standardization Administration Committee (SAC) of the People's Republic of China, Instructions for Use of Products of Consumer Interest Part 6: Furniture (消费品使用说明 第 6 部分: 家具), bzxzk.net (dostęp: 31.08.2018 r.).

⁶⁹The General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ); The Standardization Administration Committee (SAC) of the People's Republic of China, *General Technical Requirements for Children's Furniture* (儿童家具通用技术条件 GB 28007-2011), biaoqhun.org (dostęp: 31.08.2018 r.).

⁷⁰HKTDC Research, *China's Furniture...*

⁷¹*The General Technical Requirements for Indoor Stone Furniture (GB/T 32282-2016)*, xinhuanet.com, http://www.xinhuanet.com/jiaju/2017-07/06/c_1121273985.htm (dostęp: 30.08.2018 r.).

⁷²Leading Industry Research, 18年我国家具...



meblarskiego nadal jest bardzo ograniczony i trudno porównywać go do międzynarodowego poziomu innowacyjności⁷³.

B. Panujące w Chinach trendy i preferowane style mebli

Zapotrzebowanie na nowoczesne meble zmienia się. Komfort jest jednym z ważniejszych kryteriów oceny zasadności kupna mebli, zwłaszcza w przypadku wyboru stołu, biurka, łóżka itp. Natomiast połączenie doświadczenia produkcyjnego i badań naukowych pozwala tworzyć meble, które są w stanie zaspokoić potrzeby klientów. To właśnie synergia tych dwóch dziedzin może przyczynić się do uzyskania przewagi nad konkurencją na chińskim rynku.

Dodatkowo można zaobserwować jeszcze cztery inne tendencje w chińskim sektorze meblarskim:

1. Meble na zamówienie: konsument bezpośrednio współpracuje z producentem, który zna dane dotyczące lokalu. Fabryka mebli opracowuje projekt, który jest dostosowany do potrzeb klienta. Odbiorca wybiera styl, strukturę, kolor. Ważnym elementem jest zastosowanie technologii cyfrowej, dzięki której klient może obejrzeć projekt graficzny z urządzonym pomieszczeniem; alternatywą mogą być drukowane katalogi bądź zdjęcia. Dla producenta ta metoda jest niestety kosztowna i czasochłonna. Pozwala ona jednak na bezpośredni kontakt z klientem oraz ułatwia pozyskanie nowych klientów z polecenia. Warto dodać, że udział mebli na zamówienie w rynku to 20%.
2. Meble modułowe: dzięki możliwości łączenia poszczególnych elementów czy dobierania kolorów klienci sami decydują o zastosowaniu i aranżacji mebli. Odbiorcy wykorzystują meble w zależności od swoich potrzeb, a co ważniejsze – dają upust swojej wyobraźni i kreatywności.
3. Smart meble: łóżka wykonane z włókna węglowego, podgrzewane fotele z opcją masażu czy inne elementy wyposażenia wnętrza, które dzięki technologii można dopasować do własnych potrzeb. Dodatkową zaletą jest możliwość połączenia mebli z urządzeniami mobilnymi, które umożliwią konsumentom zarządzanie na odległość w czasie rzeczywistym.
4. Dekoracje: odnosi się to do elementów dekoracyjnych, takich jak oświetlenie, zasłony, firanki, obrazy, ozdoby itp. Należy pamiętać o dwóch rzeczach, po pierwsze, elementy dekoracyjne muszą być „eco-friendly”, a po drugie – należy brać pod uwagę chińską specyfikę, np. Feng Shui⁷⁴ (风水)⁷⁵.

Kolejny czynnik, który w najbliższej przyszłości będzie wywierał wpływ na rynek meblarski, to liberalizacja polityki „jednego dziecka”. Przewiduje się, że wraz ze wzrostem

⁷³ Leading Industry Research, 18年我国家具...

⁷⁴ Starożytna praktyka planowania przestrzeni w celu osiągnięcia zgodności ze środowiskiem naturalnym.

⁷⁵ Marketing to China, *The Chinese Furniture market...*



dietności zwiększą się zakupy mebli dla niemowląt i dzieci. Dla rodziców z klasy średniej i wyższej ważnym czynnikiem będzie ekologiczność mebli⁷⁶.

Wnioski dla polskich przedsiębiorstw

- Chińska produkcja mebli pod względem aspektów ekologicznych i jakościowych odstaje od czołowych firm polskich. Jest to kluczowy element w rozwijaniu rodzimego eksportu do Państwa Środka. Przy odpowiedniej reklamie produktów i promocji marki „Made in Poland” można wykreować większy popyt na polskie meble.
- Spadek tempa sprzedaży nieruchomości może doprowadzić do zmniejszenia zamówień. Jednak chiński rynek mieszkaniowy cechują spore wahania, które dodatkowo pojawiają się w różnych regionach. Dobierając chińskich partnerów, warto zwrócić uwagę na potencjalny zasięg geograficzny dystrybutora mebli. Pamiętać należy o stałym rozwoju procesu urbanizacji. Istnieje duże prawdopodobieństwo, że ich trendy konsumpcyjne upodobnią się do zachowań pozostałych mieszkańców, a co za tym idzie – pojawi się chęć posiadania dóbr zagranicznych.
- Wraz z liberalizacją polityki „jednego dziecka” rząd Chin liczy na wzrost narodzin dzieci. Najczęściej osoby z klasy średniej i wyższej decydują się na drugie bądź kolejne dziecko. Ta sama grupa ludzi jest bardziej skłonna do nabywania mebli zachodnich, zwłaszcza dla dzieci.
- Chińscy konsumenci przed dokonaniem zakupu produktów dokonują szczegółowej analizy. Dotyczy to zarówno cen, jak i jakości. Dla polskich producentów oznacza to konieczność oferowania wysokiej jakości mebli, ale w cenie niższej niż np. meble włoskie, bądź oferowanie oryginalnych mebli, dla których nie ma substytutów. Oczywiście najlepszym regionem docelowym jest wschodnie wybrzeże, gdzie mieszkańcy dysponują największym dochodem rozporządzalnym.
- Dla firm dopiero rozpoczynających współpracę z Chinami najlepszym rozwiązaniem są platformy *cross-border e-commerce*, dzięki którym można ominąć prowizję pośredników. Natomiast dla firm, które już sprzedają produkty w Państwie Środka kolejnym naturalnym etapem jest założenie spółki w jednej ze specjalnych stref ekonomicznych i dalsza praca nad rozpoznawalnością marki.
- Wydaje się, że dwa główne trendy, tj. meble na zamówienie i meble modułowe mogą być kluczowe dla polskich producentów. W przypadku tych pierwszych ograniczenia czasowe związane z produkcją i transportem nie byłyby tak uciążliwe dla chińskich konsumentów poszukujących oryginalnych produktów. Natomiast meble modułowe można przygotować wcześniej, w różnych wariantach, konfiguracjach czy kolorach. Dzięki temu konsument może w każdej chwili przemeblować mieszkanie bądź dokupić kolejne elementy do posiadanego już zestawu.

⁷⁶ Marketing to China, *The Chinese Furniture market...*

POLSKIE CENTRUM STUDIÓW NAD PRAWEM I GOSPODARKĄ CHIN
WYDZIAŁ PRAWA I ADMINISTRACJI UNIWERSYTETU WARSZAWSKIEGO

Krakowskie Przedmieście 26/28, 00-927 Warszawa
china.law@wpia.uw.edu.pl

Piotr Grzebyk

Kierownik Centrum
+48 506 019 551, p.grzebyk@wpia.uw.edu.pl

Maximilian Piekut

Zastępca Kierownika
+48 575 777 688, m.piekut@wpia.uw.edu.pl