

Pomorskie szanse w Chinach



SŁAWOMIR BERBEĆ

Dyrektor Biura Pomorskiego w Chinach

Jeszcze do niedawna Chiny były uznawane za „fabrykę świata” – taniego podwykonawcę, potrzebującego zaawansowanych technologii z Zachodu. Dziś sytuacja się odwraca – jakie z tego wnioski powinny wyciągnąć pomorskie firmy? Przedsiębiorstwa z jakich branż są dziś w Państwie Środka najlepiej widziane? Jakie są największe bariery związane z ich wchodzeniem na chiński rynek? Jak zmieniły się w Chinach warunki prowadzenia biznesu przez zagraniczne firmy?

Rozmowę prowadzi Marcin Wandałowski – redaktor prowadzący „Pomorskiego Przeglądu Gospodarczego”.

Z czym w Chinach kojarzy się – od strony gospodarczej i nie tylko – Polska?

Odpowiadając na to pytanie, należy rozróżnić środowisko władzy i tzw. zwykłych obywateli. Bez wątplenia większą wiedzę na temat naszego kraju – polskiej gospodarki oraz sytuacji politycznej – mają środowiska rządowe, centralne instytucje państwowe czy bardziej znaczące chińskie firmy. Jeśli chodzi o społeczeństwo – coraz więcej Chińczyków, głównie z większych ośrodków miejskich, Polska kojarzy się już dziś z europejskim państwem o bogatej kulturze i historii. Jednak dla przeciętnego mieszkańca Państwa Środka, zwykle pochodzącego z prowincji, często nic nie znaczymy, bądź też jesteśmy myleni z innymi europejskimi państwami.

Czy jesteśmy utożsamiani z Unią Europejską, czy traktuje się nas jako zgoła odmienny byt?

Polska jest oczywiście utożsamiana z Unią Europejską, choć funkcjonujemy też mocno w ramach politycznej koncepcji 16+1, grupującej 16 krajów z Europy Środkowo-Wschodniej w relacji z Chinami. Strategia polityczna chińskich władz preferuje jednak prowadzenie rozmów z poszczególnymi państwami osobno niż z całym blokiem. Tego typu działanie zwiększa możliwości negocjacyjne i umożliwia łatwiejsze osiągnięcie korzyści przez Chińską Republikę Ludową. Pojedyncze państwo często nie jest w stanie wiele wskórać w rozmowach z ogromem Państwa Środka.

Jak są postrzegane polskie, w tym przede wszystkim pomorskie, firmy w Chinach – czy widzą nas przez pryzmat stereotypów, które przez lata pokutowały chociażby w krajach Europy Zachodniej?

Stereotypy o Polsce mają w Chinach znacznie mniejsze oddziaływanie niż te dotyczące lepiej rozpoznawanych państw zachodnich. Kojarzmy się przede wszystkim z tym, że nasze towary są tańsze od podobnych produktów czy technologii wytworzonych w Europie Zachodniej. W ostatnich latach doszedł do tego jeden pozytywny aspekt, a mianowicie panuje coraz bardziej powszechne przekonanie, że polskie wyroby są zdrowe i dobrej jakości. Cały czas jednak metka *bolan zhizao* (*made in Poland*) ma w Chinach o wiele mniejszą renomę niż *deguo zhizao* (*made in Germany*).

Jak wiele pomorskich firm jest dziś obecnych w chińskiej gospodarce? Jakie branże reprezentują?

Chiny są najludniejszym krajem świata i drugim pod względem wielkości produktu krajowego brutto państwem globu. Miast o liczbie ludności równej lub większej niż populacja województwa pomorskiego jest tam 50, a o dochodzie równym lub większym od dochodu Pomorza – około 100. Na tak olbrzymim i potężnym organizmie trudno pomorskim firmom w spektakularny sposób odcisnąć swoje piętno. Właściwie jedyną firmą, której się to udało, jest spółka Chipolbrot. Wynika to przede wszystkim z jej statusu jako przedsiębiorstwa założonego przez ministerstwa transportu Polski i Chin w szczególnych dla Państwa Środka latach 50. ubiegłego wieku.

Jeśli chodzi o nieco mniejsze akcenty – od początku obecnego dziesięciolecia dość wyraźnie swoją obecność na chińskim rynku zaznacza producent specjalistycznych sprzętów budowlanych na bazie wymienników ciepła – firma Secespol. Gdańsk i Pomorze nadal kojarzą się Chińczykom z bursztynem oraz szerzej – z wyrobami jubilerskimi, choć – jak się wydaje – szczyt zainteresowania bursztynem w Chinach już minął. Nie zmienia to faktu, że na terenie tego kraju bardzo sprawnie działają Międzynarodowe Stowarzyszenie Bursztywników i afiliowane przy nim firmy. Od lat bardzo mocną pozycję na rynku utrzymuje firma złotnicza S&A, posiadająca kilkadziesiąt sklepów franczyzowych. Pojawiają się też zwabione wielkością chińskiego rynku pomorskie firmy kosmetyczne. Dobrze na Dalekim Wschodzie radzą dziś też sobie przedsiębiorstwa z sektora logistycznego, np. Uni-Logistics, zaangażowana w transporty kolejowe do Azji. Spory potencjał cechuje także firmy z branży spożywczej. Do momentu wystąpienia w Polsce afrykańskiego pomoru świń oraz ptasiej grypy firma Pago była jednym z większych polskich podmiotów eksportujących mięso wieprzowe i drób do Państwa Środka.

Patrząc szerzej – w skali całego kraju – struktura polskich produktów, którymi zainteresowani są Chińczycy, jest podobna do pomorskiej?

Szczególnie dobrze odbierana jest nasza branża spożywcza. Podczas spotkań chińscy przedsiębiorcy niezmiennie pytają o miody, sery, jogurty czy alkohole. Warto zaznaczyć, że polskie mleko ma już dziś w Chinach większą rozpoznawalność niż bursztyn bałtycki. Nasze firmy są też cenionymi dostawcami produktów dla niemowląt. Wraz z modowymi trendami wśród młodszej części chińskiego społeczeństwa zaczyna się pojawiać zainteresowanie naszymi produktami kosmetycznymi i suplementami diety. Zamożniejsi konsumenci zwracają natomiast uwagę na wysokiej jakości polskie meble oraz luksusowe jachty.

“ W Chinach szczególnie dobrze odbierana jest nasza branża spożywcza. Podczas spotkań chińscy przedsiębiorcy niezmiennie pytają o miody, sery, jogurty czy alkohole. Polskie mleko ma już dziś w Państwie Środka większą rozpoznawalność niż bursztyn bałtycki.

Pewnym *novum* na chińskim rynku jest to, że z perspektywy bogatszych Chińczyków jednym z głównych czynników wpływających na późniejszy sukces ich dzieci jest ich odpowiednie wykształcenie. Nie szcędzą oni pieniędzy na to, by było ono jak najlepsze. Dlatego też dużym popytem cieszą się wszelkiego typu aplikacje usprawniające i wspomagające naukę – a w tej dziedzinie polskie firmy mają już swoją markę.

Jakie są dziś największe bariery związane z ekspansją zagraniczną polskich przedsiębiorstw do Chin – zarówno od strony regulacyjnej, rynkowej, jak i kulturowej?

Bariery te są niezmiennie od lat, podzieliłbym je na trzy grupy. Pierwsza dotyczy ogólnej nieznamomości rynku oraz odległości geograficznej i odmienności kulturowej, które nierzadko powodują obawy przed prowadzeniem działalności gospodarczej w tym kraju. Druga jest związana z nieznamomością reguł podatkowych i celnych, które częstokroć są stosowane uznaniowo, a nie według czytelnych dla Europejczyka zasad. Wchodzącym na chiński rynek przedsiębiorcom zazwyczaj brakuje znajomości praktyki biznesowej w tych dziedzinach.

Trzecia grupa barier wiąże się z protekcyjnistyczną polityką chińskich władz, objawiającą się blokowaniem bądź też utrudnianiem dostępu na lokalny rynek produktów i usług, które są wytwarzane bądź świadczone przez miejscowych przedsiębiorców (np. cały przemysł rolno-spożywczy). Jeżeli są już one dopuszczane, to na podstawie specjalnych chińsko-zagranicznych umów aprobujących produkty z danego państwa (ściśle określony asortyment oraz zakłady produkcyjne) w zamian za pewne ustępstwa (np. w kwestii realizacji przez chińskie firmy projektów infrastrukturalnych na terenie danego kraju). Wyroby z branż niepodlegających takim obostrzeniom muszą natomiast uzyskać certyfikacje produktów – oddzielne pozwolenie na każdy specyfik, co jest zarówno kosztowne, jak i czasochłonne. W wypadku uzyskania koncesji czy obowiązywania międzynarodowej umowy może dojść do ich natychmiastowego zawieszenia z powodu informacji o ich najmniejszym choćby naruszeniu. Powrót zaś do stanu pierwotnego potrafi ciągnąć się latami mimo ustania przyczyn ich powodujących, czego najlepszym przykładem jest polskie mięso wieprzowe i drobiowe.

“ Chińczycy utrudniają dostęp na lokalny rynek zagranicznym produktom i usługom, które są wytwarzane bądź świadczone przez miejscowych przedsiębiorców. Wyjątkiem są specjalne chińsko-

-zagraniczne umowy aprobowujące produkty z danego państwa w zamian za pewne ustępstwa.

Jakiego typu pomocy najczęściej oczekują wchodzące na chiński rynek polskie przedsiębiorstwa?

Zazwyczaj zależy im na sprawdzeniu wiarygodności potencjalnych partnerów, przedstawieniu potencjalnych kooperantów oraz zbadaniu taryf celnych w celu objaśnienia zasad administracyjnych związanych z wprowadzaniem towarów na chiński rynek. Mimo pewnych uciążliwych barier coraz więcej polskich firm chce próbować swoich sił w Państwie Środka. Moim zdaniem nie ma co się dziwić – chiński rynek charakteryzuje się potężnym potencjałem nabywczym, na co w rozmowach z zagranicznymi partnerami zawsze zwracają uwagę chińscy urzędnicy. Gdy uda się już przebrnąć przez gęszcz trudnień, głównie natury regulacyjno-administracyjnej, dana działalność stoi przed możliwością uzyskania wielkich profitów.

Jak w Chinach zmieniają się warunki do prowadzenia biznesu przez zagraniczne firmy? Jak sytuacja wyglądała, gdy otwierano Biuro Pomorskie, a jak wygląda obecnie?

Od czasu powstania Biura Pomorskiego w Pekinie 9 lat temu nastąpiły dość istotne zmiany administracyjne dotyczące zasad prowadzenia działalności gospodarczej przez zagraniczne firmy. W 2010 r. istniały trzy możliwości aktywności biznesowej przedsiębiorstw spoza Państwa Środka, były to: przedsiębiorstwa o całościowym kapitale zagranicznym, przedsiębiorstwa o kapitale mieszanym oraz przedstawicielstwa. W wypadku pierwszych dwóch warunkiem koniecznym było założenie w Chinach biura, przejście długiej procedury administracyjnej oraz wniesienie dużego, liczonego co najmniej w setkach tysięcy dolarów kapitału założycielskiego.

W ostatnich latach chińskie władze, zdając sobie sprawę z rosnącej konkurencji ze strony innych państw (Wietnamu, Bangladeszu czy krajów Europy Środkowo-Wschodniej) oraz ze splotu niekorzystnych czynników wewnętrznych, takich jak wzrost kosztów produkcji, wysokie obciążenia fiskalne czy przeszkody natury biurokratycznej, wprowadziły znaczne ułatwienia dla zagranicznych firm chcących ulokować się w Chinach. Wszystko to w celu utrzymania swojej dotychczasowej przewagi i konkurencyjności.

“ Chińskie władze, zdając sobie sprawę z rosnącej konkurencji ze strony innych państw oraz ze splotu niekorzystnych czynników wewnętrznych wprowadziły znaczne ułatwienia dla zagranicznych firm chcących ulokować się w Chinach. Wszystko w celu utrzymania swojej dotychczasowej przewagi i konkurencyjności.

Jakich zmian dokonano?

Wśród nich znalazło się m.in. obniżenie wymagań dotyczących kapitału zakładowego czy skrócenie procedury rejestracyjnej zagranicznych firm z kilku miesięcy do dwóch tygodni. Z myślą o zewnętrznych inwestorach utworzono też specjalne strefy ekonomiczne, np. Shanghai Pilot Free Trade Zone. Umożliwiają one działającym w ich ramach firmom niepłacenie ceł i podatków aż do momentu rozpoczęcia sprzedaży produktu.

Czy jakieś zmiany zaszły pod kątem barier dotyczących dość zamkniętego charakteru chińskiego rynku?

W ostatnim roku nastąpiło jego częściowe otwarcie. Możliwe stały się chociażby inwestycje w branży motoryzacyjnej, w których kapitał zagraniczny odpowiada za więcej niż 50% całości przedsięwzięcia. Zredukowano też cła z 17% do 7% dla około 180 kategorii produktów – głównie z branży kosmetycznej, wyposażenia domu, suplementów diety i żywności, sprzętu AGD, produktów dla niemowląt, leków oraz odzieży.

Wydaje się, że oprócz chęci utrzymania swojej pozycji w globalnej grze rynkowej Chińczycy mogą też liczyć na to, że za sprawą swoich ustępstw uda im się uzyskać dla siebie także inne korzyści. O co jeszcze toczy się gra?

W zagranicznych relacjach handlowych faktycznie często można doszukiwać się drugiego dna podejmowanych działań. Wydaje się, że zmiany ułatwiające funkcjonowanie zagranicznych podmiotów na chińskim rynku mogą do pewnego stopnia wiązać się z tym, że chińskie władze dostrzegły, że tylko w taki sposób świat zewnętrzny, w tym przede wszystkim Azja i Europa, mogą pozytywnie przyjąć koncepcję stworzenia Nowego Jedwabnego Szlaku. Jest to z perspektywy Chin główna koncepcja eksportowej wymiany gospodarczej. Bez ustępstw i otwarcia chińskiego rynku na importowane towary nie ma ona jednak szans na powodzenie, czyli zaakceptowania przez zagranicznych partnerów.

Jeszcze niedawno Chiny były określane jako „fabryka świata”, kojarzono je z tanim podwykonawstwem i pozyskiwaniem zaawansowanych technologii z Zachodu. Czy ta ocena jest aktualna również dzisiaj?

Na przestrzeni ostatnich lat można zauważyć olbrzymi rozwój technologiczny tutejszych firm. Dobrymi przykładami są tu m.in. branża elektrotechniczna, w tym producenci telefonów, sprzętu i podzespołów elektronicznych (Huawei, OnePlus, Xiaomi, Lenovo, ZTE), przemysł motoryzacyjny (Geely, BYD) czy kolejowy (CRRC Sifang). Nie zmienia to jednak faktu, że w chińskim eksporcie cały czas dominujący udział mają towary o niskiej marży, stosunkowo mało przetworzone, a gospodarka Państwa Środka, mimo że spragniona zaawansowanych technologii z Zachodu, nadal jest uznawana generalnie za podwykonawcę – choć coraz rzadziej taniego.

“ W chińskim eksporcie cały czas dominujący udział mają towary stosunkowo mało przetworzone, a gospodarka Państwa Środka, mimo że spragniona zaawansowanych

technologii z Zachodu, nadal jest uznawana generalnie za podwykonawcę – choć coraz rzadziej taniego.

Czy należy się spodziewać, że w nadchodzących latach ta sytuacja się odwróci?

Obecnie realizowana strategia rozwoju państwa bardzo mocno stawia na wytwarzanie coraz bardziej zaawansowanych technologicznie produktów, zakłada ona również wzrost wynagrodzeń Chińczyków. Należy się spodziewać, że innowacyjność chińskiej gospodarki będzie w nadchodzących latach rosła.

Czy oznacza to, że Chiny całkowicie odejdą od prostego podwykonawstwa?

Chiny są ogromnym państwem i nie przewiduję, by innowacyjne podejście miały nagle wykazywać chociażby mało rozwinięte pod względem ekonomicznym północne i zachodnie rejony kraju. Sądzę, że chińska gospodarka może pozostać znaczącym producentem niektórych mało przetworzonych produktów, np. tekstyliów, jednocześnie jednak znacznie zwiększając automatyzację produkcji.

Choć przyszłe chińskie elity gospodarcze uczą się na najlepszych światowych uczelniach, a także w ambitnie rozwijanych chińskich uniwersytetach, by dokonać skoku technologiczno-cywilizacyjnego Państwo Środka potrzebuje i będzie potrzebować specjalistów z wielu dziedzin. Czy również szuka ich w Polsce?

Zdecydowanie tak – w tym kontekście zapotrzebowanie od lat jest wysokie. Szczególnie w cenie są dziś specjaliści z branż, takich jak medycyna, IT, elektronika czy ochrona środowiska. Korzystają z nich zarówno lokalne firmy, jak i ośrodki badawcze oraz uczelnie. Rozwój chińskiego społeczeństwa niesie jednak też za sobą wzrost popytu na profesjonalistów spoza nauki i biznesu, np. fryzjerów, wizażystów czy nauczycieli piłki nożnej w szkołach średnich.

O rozmówcy



SŁAWOMIR BERBEĆ

Dyrektor Biura Pomorskiego w Chinach

Sławomir Berbeć jest Dyrektorem Biura Pomorskiego w Chinach z siedzibą w Pekinie, którego celem jest wspieranie pomorskich przedsiębiorców, a także promocja województwa w Państwie Środka.

Partnerzy „PPG”



SAMORZĄD
WOJEWÓDZTWA POMORSKIEGO



GDAŃSK

