



INFORMACJA PRASOWA

Import z Chin nabiera rozpędu

Polacy z każdym rokiem coraz chętniej nawiązują współpracę z Chinami. W 2014 wartość importu z Chin do Polski wzrosła o ponad 20 proc. w stosunku do roku poprzedniego. W 2015 odnotowano wzrost w wysokości 15,9 proc., natomiast w I kwartale br., wartość ta zwiększyła się o kolejne 10 proc. Skąd ta tendencja wzrostowa?

Potwierdzeniem kwitnącej współpracy na linii Polska – Chiny jest chociażby czerwcowa wizyta Prezydenta Chin Xi Jinpinga w Polsce, która zaowocowała podpisaniem aż 40 umów handlowych i porozumień dwustronnych. Polacy przede wszystkim coraz chętniej importują towar z Chin – głównie z powodu rosnącej jakości chińskich produktów, usprawnień transportu, jak i coraz bardziej przetartych szlaków w budowaniu relacji handlowych z chińskimi firmami. Wśród importowanych dóbr konsumpcyjnych z Chin do krajów europejskich, w tym Polski, królują m.in. tekstylia, wyroby skórzanego oraz skóropodobnego, odzież, elektronika, chemikalia, pojazdy i części motoryzacyjne, produkty rolne oraz żywność. O czym warto pamiętać, chcąc importować towary z Państwa Środka?

Nowa jakość „Made in China”

Chiński rynek kojarzony był dotychczas z taną siłą roboczą i niską jakością produktów w konkurencyjnej cenie. I choć koszty pracy oraz towarów nadal pozostają relatywnie niskie, sukcesywnie rośnie jakość produkcji. Jest to wynik m.in. obostrzeń i wymogów, jakie narzucają na chińskich producentów zagraniczni partnerzy. O jakości i wizerunek swoich chińskich wyrobów dba również sam chiński rząd oraz przedstawiciele biznesu. Potwierdzeniem tego jest chociażby zapowiadany jeszcze w 2015 program „Made in China 2025”, który ma na celu m.in. podniesienie jakości towarów produkowanych w Chinach w przeciągu najbliższych lat – *Chiny, wychodząc naprzeciw potrzebom zagranicznych konsumentów, wprowadzają innowacje oraz zaawansowane technologie, dzięki którym możliwy będzie rozwój dóbr konsumpcyjnych oraz zwiększenie jakości produkowanych towarów przy jednoczesnym obniżeniu kosztów. Planują także rozszerzyć swoją ofertę, co przyczyni się do zwiększenia konkurencyjności chińskich wyrobów na rynku europejskim* – mówi Bartosz Sosnowski, wiceprezes zarządu MT Polska, współorganizatora targów China Expo – China Brand Show Poland 2016, poświęconych współpracy na linii Polska – Chiny.

Nowy Jedwabny Szlak

Na zwiększenie zainteresowania importem z Chin do Polski duży wpływ ma też, bez wątpienia, Nowy Jedwabny Szlak, który w znacznym stopniu usprawnił oraz podniósł jakość współpracy na linii Polska – Chiny, dając możliwość szybkiego oraz ekonomicznego transportu importowanych dóbr. Zgodnie z koncepcją Nowego Jedwabnego Szlaku, Chiny inwestują w sieci dróg lądowych i morskich łączących Państwo Środka z Europą, czyli swoim głównym partnerem handlowym. Sieć połączeń handlowych obejmuje również Polskę – od 2013 roku czynne jest połączenie kolejowe cargo na linii Łódź – Chengdu, czyli stolicy południowo-zachodniej prowincji Syczuan.

Coraz łatwiejszy start



INFORMACJA PRASOWA

Decydując się na import produktów z Chin, warto przede wszystkim znaleźć niszowy produkt, który znajdzie popyt na rodzimym rynku oraz zapoznać się z lokalnymi przepisami i ograniczeniami dotyczącymi działalności importowej. Import z Państwa Środka wymaga sporej wiedzy oraz zaangażowania, szczególnie wtedy, gdy firma nie prowadziła dotąd działalności importowej lub eksportowej. Koniecznością jest lektura przepisów celno-podatkowych, a w niektórych branżach również norm krajowych oraz dyrektyw Unii Europejskiej, regulujących m.in. standardy bezpieczeństwa, wymogi techniczne czy zasady ochrony środowiska. Firma planująca nawiązanie współpracy z Chinami powinna także zdecydować, czy zleci import towaru firmie zewnętrznej, czy sama będzie odpowiedzialna za związane z nim kwestie. W pierwszym przypadku przedsiębiorstwo może liczyć na pomoc związaną z wyszukiwaniem dostawców, ich weryfikację, prowadzenie negocjacji handlowych, nadzorowanie próbek towarów oraz realizację zamówień, prowadzenie kontroli jakości, wysyłkę towarów oraz obsługę celną. W drugim natomiast – współpraca odbywa się poprzez darmowe internetowe platformy wspomagające działania biznesowe z Chinami, m.in. poprzez weryfikację wiarygodności producenta. – *Wsparcie w budowaniu relacji z Chinami mają również na celu organizowane w Polsce wydarzenia, takie jak targi China Expo – China Brand Show Poland. Ideą imprezy, która co roku gromadzi średnio ponad 200 wystawców z Państwa Środka, jest ułatwienie przedsiębiorcom nawiązania kontaktów handlowych, jak również przedstawienie odwiedzającym specyfiki funkcjonowania chińskiego rynku – dodaje Bartosz Sosnowski z MT Polska.*

China Expo – China Brand Show Poland to cykliczna impreza targowa poświęcona współpracy biznesowej z Chinami. W organizację VI edycji, która odbędzie się w dniach 15-17 września br. w warszawskim Centrum Targowo-Kongresowym MT Polska, włączyło się chińskie Ministerstwo Handlu, a wśród patronów honorowych znajdują się m.in. Ministerstwo Rozwoju, Polska Izba Handlu czy Krajowa Izba Gospodarcza. Więcej informacji na temat wydarzenia znajduje się na stronie <http://www.china-expo.pl/>.

Kontakt dla mediów:

Marta Myszkowska

tel.: +48 720 908 124

e-mail: marta.myszkowska@goodonepr.pl