

PIERWSZE KROKI | Jak wejść na największe rynki świata

# Chiny i Indie: Dwa kraje, w których czeka 2,5 mld klientów



♦ Tłumy konsumentów czekają na nasze towary

ALEKSANDRA PTAK-IGLEWSKA

Czy warto zainteresować się rynkiem, na którym łącznie żyje ponad 2,5 mld ludzi? Zapewne. A jednak polski eksport do Indii i Chin wciąż kuleje, mimo że na te dwa kraje jako niezmiernie perspektywiczne dla polskiego eksportu wskazują wszystkie możliwe analizy.

## Gdzie szukać szans

Zacznijmy więc od branż, które według analiz niosą z sobą szanse na sukces. Według analiz BZ WBK, udostępnionych „Rzeczpospolitej”, Chinami powinni zainteresować się eksporterzy z branży motoryzacyjnej, meblarskiej, chemii gospodarczej i kosmetyków, a także – producenci mięsa, produktów mleczarskich, piekarze i cukiernicy. Indie z kolei mogą okazać się – zdaniem analityków banku – ziemią obiecaną dla polskich

mebli, kosmetyków i chemii gospodarczej, a także produktów piekarniczo-cukierniczych.

Ekspert Korporacji Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych (KUKE) w rozmowie z „Rzeczpospolitą” wskazał, że na rynku chińskim warto plasować towary związane z dzisiejszymi priorytetami mieszkańców tego kraju. A są to jego zdaniem m.in. artykuły dla dzieci, związane z pielęgnacją, karmieniem, dbaniem o zdrowie i edukację. – Chińczycy cenią europejską jakość. Wszystkie rzeczy związane z zachowaniem zdrowia i ekologią powinny się dobrze sprzedawać. Chińczycy wiedzą, że dokonali swojego skoku gospodarczego nieco na kredyt środowiska naturalnego i teraz prowadzą bardzo forsowne prace, by odwrócić ten stan rzeczy – mówił Piotr Soroczyński, główny ekonomista KUKE.

Bartosz Urbaniak, szef Bankowości Agro BNP Paribas na Europie Środkowo-Wschodnią i Afrykę, w wywiadzie dla „Rzeczpospolitej” zauważył, że rośnie potencjal

# 8,7 mld zł

wyniósł w 2017 r. eksport polskich towarów do Chin. Import był 12 razy wyższy, sprowadziliśmy z Chin towary o wartości 103,6 mld zł

sprzedaży żywności w Indiach i Chinach, ponieważ w ciągu najbliższej dekady ten pierwszy kraj te stanie się rynkiem o największej populacji, a Chiny wciąż mają 1,4 mld ludzi. Jak tłumaczył Urbaniak, dziś 80 proc. Hindusów nie je mięsa, jednak społeczeństwo Indii się bogaci, a każdy awans społeczny kraju powoduje, że ludność gwałtownie zwiększa wydatki na jedzenie, zwłaszcza to wcześniej niedostępne.

## Eksport wygląda inaczej

Wymienione branże przyszłości niepełnie pokrywają się z na-

szym aktualnym eksportem na te rynki. Eksport do Indii rośnie od kilku lat. Jeszcze w 2004 roku, gdy wchodziliśmy do Unii Europejskiej, według danych GUS Polska wysyłała do Indii towary warte zaledwie 311,2 mln zł. Potroiliśmy ten wynik w sześć lat – w 2010 r. kwota ta przekroczyła miliard i potem rosła aż o pół miliarda rok do roku, by w 2012 r. sięgnąć już 2,1 mld zł. Niestety, przez następne trzy lata eksport utrzymywał się na poziomie 1,5–1,7 mld, by nagle wyskoczyć w 2016 roku do 2,6 mld zł. A w ubiegłym roku wzrósł o 6 proc., do 2,78 mld zł. Z Indii do Polski sprowadziliśmy natomiast towary o wartości 9,2 mld zł, saldo handlowe sięgnęło więc blisko 6,5 mld na naszą niekorzyść. W ciągu pierwszych pięciu miesięcy 2018 r. eksport zaliczył kolejne 5,5 proc. wzrostu wobec analogicznego okresu ubiegłego roku i wynosi obecnie 1,5 mld zł, import wyniósł 3,1 mld zł.

Jak kraj rolniczy, Indie potrzebują ogromnej ilości nawozów i środków ochrony roślin, eksperci uznają te obszary za potencjalnie obiecujące dla polskich producentów. Żywności wysyłamy wciąż niewiele, tu wyróżnia się jednak kilka kategorii. W ciągu pierwszych pięciu miesięcy 2018 r. na całe 9 mln zł wysłanych tam produktów pochodzenia roślinnego za aż 7 mln odpowiada eksport polskich jabłek, które płyną tam coraz szerszym strumieniem. W Indiach jabłka kosztują ok. 10 zł za kilogram, a ich popularność szybko rośnie. Te owoce z ceną w skupach oscylującą wokół 2 zł mają na tym rynku spory potencjał.

Największą wartość, bo 325 mln zł, ma w tym roku eksport maszyn i urządzeń mechanicznych, następnie produkty mineralne z eksportem wartym 285 mln zł. Eksport metali nieszlachetnych wart jest 162 mln zł, co ważne, jest to nie tylko miedź, ale też aluminium, żelazo i stal. Tworzywa sztuczne to 90 mln zł, z czego ponad połowa

wysyłanych towarów to kauczuk. Eksport produktów chemicznych sięga zaś 66 mln zł.

Podobnie wygląda eksport do Chin, to na razie wciąż niezrealizowany potencjał oraz ogromne jęmnym saldo w wymianie handlowej. Dość wskazać, że Polska wysłała w ubiegłym roku do Chin towary o wartości 8,7 mld zł, sprowadziła natomiast wartość 103,6 mld zł, saldo handlowe ma więc dziurę o głębokości - 94,9 mld zł. W ciągu pierwszych pięciu miesięcy 2018 r. eksport wyniósł 3,089 mld zł, import z Chin był 13 razy większy - i zbliżył się do 31,8 mld zł.

Mimo ogromnych dysproporcji w wymianie handlowej coś jednak wysyłamy do Państwa Środka, choć ze zmiennym szczęściem. Dobrze zapowiadający się eksport polskiego drobiu przerwała ptasia grypa, mimo wysiłków polskich drobiarzy, wspieranych przez Ministerstwo Rolnictwa, negocjacje zmierzające do przywrócenia Polakom pozwolenia na wysyłanie polskiego drobiu do Chin od kilku miesięcy są „na ostatniej prostej”. Główną rolę w polskim eksporcie odgrywa przemysł maszynowy, z eksportem wartym miliard złotych, maszyny i urządzenia mechaniczne, odpowiadają w tym roku za jedną trzecią całego eksportu do Chin.

Wysyłane do Pekinu metale nieszlachetne i artykuły z nich są warte łącznie pół miliarda złotych, uchodzi zwłaszcza o miedź. Stosunkowo silnie reprezentowany jest także przemysł chemiczny, worywa sztuczne to 300 mln zł eksportu, artykuły przemysłowe to kolejne 265 mln zł, a pojazdy nieszlachetne - 151 mln zł. Wysyłamy także również sporo wszelkiego rodzaju aparatury, sprzedaż przyrządów i aparatury optycznej, fotograficznej, pomiarowej sięgnęła do maja 2018 r. 146 mln zł.

## Podstawa to rozwiązać towar

O specyfikę wchodzenia na rynek Indii zapytaliśmy dr. Pradeepa Kumara, Hindusa mieszkającego od lat w Polsce i założyciela fundacji Indo-European Education Foundation. Zauważył on, że Indie wdrożyły nowy program „Making India”, który zmienił nieco reguły handlu, stąd dużo łatwiej jest sprzedawać na tym rynku, jeśli produkcja choć częściowo jest prowadzona na miejscu. Kluczowym krokiem, by rozwinąć taką działalność, jest znalezienie właściwego partnera handlowego. - Polskie firmy muszą znaleźć partnera

## SPECYFIKA PAŃSTWA ŚRODKA

**Do roku 2020 Chiny mają być największym rynkiem dla towarów importowanych. Same zagraniczne zakupy za pośrednictwem e-commerce ma osiągnąć - według szacunków - 245 mld dolarów.**

Dla eksporterów szykuje się z kolei wielka impreza, na którą przyjedzie cały świat zainteresowany sprzedażą do Chin. Pod patronatem i na zlecenie samego prezydenta Xi Jinpinga, prezydenta Chin, odbędą się w listopadzie targi China International Import Expo. Będzie tam również Polska, PAIH szykuje misję gospodarczą, w której weźmie udział ok. 100 firm. Agencja zaprosiła do udziału firmy z branży żywności, ochrony środowiska, maszyn górniczych, mebli, urządzeń medycznych, kosmetyków i wyrobów luksusowych oraz gier, ponieważ w jej ocenie - te towary mają największe szanse na wzrost eksportu do Chin.

Podobnie jak w Indiach, także w Państwie Środka dla efektywnej promocji eksportu ważne jest rozpoznanie skutecznych kanałów dystrybucji i dotarcia do odbiorców hurtowych i indywidualnych. Promocja powinna być prowadzona w wybranych pod kątem zapotrzebowania na dany rodzaj towaru regionach kraju. Wśród barier wchodzenia na ten rynek polskie firmy mogą się natknąć na takie bariery systemowe, jak wymagana rejestracja oraz certyfikacja producentów, zwłaszcza dla żywności

w Indiach, w ten sposób mogą zacząć działać najszybciej - zachęca. Jest to szczególnie ważne w wypadku żywności, ponieważ, jak twierdzi Kumar, Indie nie mają dobrze zorganizowanego rynku chłodni. Dlatego by z powodzeniem sprzeda-

ć kosmetyków. Mogą też pojawiać się problemy administracyjne i biurokratyczne, koszty oraz ograniczenia rejestracji spółki, a napięcie generować może dodatkowo rosnąca konkurencja ze strony lokalnych oraz międzynarodowych przedsiębiorstw. Poznawanie rynku na własną rękę może być kosztowne, jednak akurat w Chinach polska dyplomacja gospodarcza działa od lat. W odróżnieniu od wielu innych rozsiągniętych po całym świecie, wydział promocji handlu i inwestycji w Szanghaju był dobrze oceniany, po likwidacji sieci WPHI w Szanghaju zostało utworzone zagraniczne biuro handlowe, a niedługo mają zostać otwarte w kolejnych miastach - Chengdu, Hongkongu i na Tajwanie.

W Chinach kluczowe dla prowadzenia biznesu jest poznanie się partnerów i szeroko pojęte relacje, tzw. guanxi. Bardziej doświadczeni w kontaktach z Chinami Europejczycy zauważają, że przedsiębiorcy często się niecierpliwą powolnymi postępami negocjacji, jednak chińscy partnerzy najpierw wymagają wypracowania relacji, co przekłada się na wiele spotkań i podróży do tego kraju. Wsparcie zależy od reprezentowanej branży, na przykład polskie firmy high-tech w budowie strategii ekspansji do Chin mogą korzystać z programu Polskich Mostów Technologicznych prowadzonego przez PAIH, ale przy badaniu rynku - można korzystać z misji

Według prognoz, w 2020 r. sektor transportu ma rosnąć dzięki inwestycjom zagranicznym o 20 proc. rocznie.

Jak zauważa Kumar, Indie to nie tylko New Delhi czy Mumbai, wśród 29 stanów, na które podzielony jest

gospodarczych, które organizuje nie tylko ta agencja, ale też na przykład Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa. Swoje przedstawicielstwo, w nadziei na ponowne otwarcie Chin dla polskiego drobiu, utrzymuje tam Krajowa Rada Dobiarstwa. Jak pisze Michał Bilewicz w raporcie „Stodko-kwaśna droga na chińskie stoły” - „zdecydowanie rekomenduję się obranie Chin jako strategicznego kierunku eksportu”, choć wymaga to niejednokrotnie specjalnego przygotowania produktów pod chińskiego klienta. W Chinach zmieniają się dziś same zwyczaje robienia zakupów. Na rynku wzrost światowy gigant Alibaba, który prowadzi wielką chińską platformę Aliexpress, to jeszcze w latach Chinach wprowadzono jeden standard płatności Alipay. To wpłynęło nawet na zmianę zwyczajów kupowania żywności, w ostatnich latach powstał nowy podział kanałów sprzedaży: offline - czyli tradycyjna sprzedaż z udziałem dystrybutorów, detalistów, hurtowników, restauracji - oraz online - czyli sprzedaż, w której zamówienie jest realizowane w internecie poprzez sklep detaliczny lub w formule O2O (online to offline), czyli zamówienia ze sklepu detalicznego czy restauracji, kierowane przez sklep internetowy do importera, dystrybutora lub hurtownika. Według raportu - często tematem rozmów jest biznes wyłącznie online lub offline. ■

klientom. I znowu wraca kwestia wiarygodnego dystrybutora, który dysponuje np. siecią chłodni.

W Indiach także gwałtownie rośnie zapotrzebowanie na wszelkie technologie ochrony środowiska, jak np. oczyszczalnie ścieków. Jednym z przykładów jest projekt „Czysty Ganges”, którego zadaniem jest uzdatnienie wody w rzece. Wartym uwagi rozwiązaniem jest zainwestowanie w produkcję żywności w regionach. W takim wypadku inwestorzy mają szansę na tanią ziemię na realizację projektów lub otrzymują ulgi podatkowe. Zachęty inwestycyjne różnią się między stanami, zależą też od sektora inwestycji.

Zapytany o różnice kulturowe, Kumar wskazał na sposób nawiązywania relacji. O ile w Europie relacje handlowe zaczynają się formalnie, o tyle w Indiach kluczowe ustalenia często zapadają nad posiłkiem czy przy kawie. Biznes robi się nieformalnie, ważne natomiast są referencje. ☺☺

” Indie -- zdaniem analityków - mogą okazać się ziemią obiecaną dla polskich mebli, kosmetyków i chemii gospodarczej

wać jabłka, na które rośnie popyt, warto znaleźć partnera w odpowiednim sektorze, jak sieć chłodni, czy firmę transportową, która zatrądzi się o właściwą dystrybucję.

Sam transport także jest wart zainteresowania potencjalnych inwestorów, ponieważ jest on uważany za jedno z głównych wyzwań w prowadzeniu biznesu w Indiach.

kraj, są takie, które nie mają dobrego dostępu do globalnego rynku, ale wciąż, jak przystało na jeden z najludniejszych krajów na ziemi, żyje tam kilkadziesiąt milionów ludzi, którzy potrzebują zdrowej żywności i słodczy. Ważnym krokiem dla eksporterów są testy konsumenckie, by sprawdzić na miejscu swoje produkty z lokalnym dystrybutorem, czy spodobać się