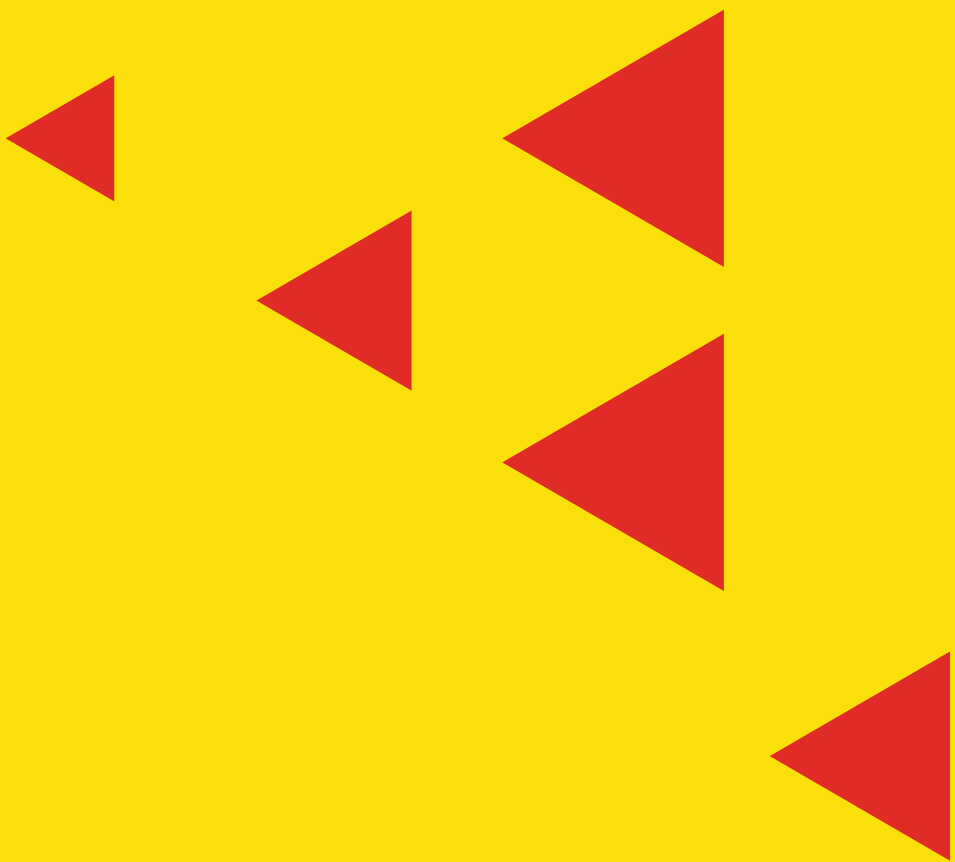




HEPA

KÍNA

EXPORT KISOKOS SOROZAT



KÍNA



HEPA

Magyar Exportfejlesztési
Ügynökség

Több mint Export

Tisztelt Érdeklődő!

Sok kis- és középvállalkozás növekedésének kulcsa az ország határain túli kereslet kiszolgálása lesz. A külpiacra lépés piaci előnyhöz juttatja a gazdasági társaságokat, ugyanakkor fontos ismerni az export tevékenységgel járó nehézségeket is. A sikeres exporttevékenységhez elengedhetetlen a célpiacok alapos feltérképezése, a kereslet és a szabályozási környezet alapos megismerése.

A HEPA Magyar Exportfejlesztési Ügynökség Exportakadémia Képzési Központja és az Enterprise Europe Network gondozásában megjelenő Export Kisokos sorozatát azzal a céllal indítottuk el, hogy a hazai vállalkozóknak a mindennapokban használható gyakorlati tudáselemeket adjunk át. Kiadványainkban közérthető, gyorsan áttekinthető formában mutatjuk be az export piacra lépés legfontosabb mérföldköveit, kockázati tényezőit, valamint az export stratégia fejlesztés alapvető döntési pontjait.

Küldetésünknek tekintjük, hogy a HEPA gyakorlati üzletfejlesztési szolgáltatásain keresztül bővítsük külpiacokon is sikeres hazai kis- és középvállalkozások körét. Exportakadémia Képzési Központunk felnőttképzési engedély mellett kínálja moduláris felépítésű képzéseit, melyek jelenléti, online és e-learning formában is elérhetőek.

A HEPA kiterjedt kapcsolati hálójával bír mind idehaza, mind külföldön. Ügynökségünk látja el az Európai Bizottság vállalkozásfejlesztési hálózatának, az Enterprise Europe Network képviselőt a Közép- és Észak-Magyarország régióban. A hálózaton keresztül több, mint 60 ország szakértőit tudjuk bevonni akár üzleti, akár technológiai partnerkeresésbe, finanszírozási és szellemi tulajdonvédelmi kérdésekbe.

EXPORT
AKADÉMIA
POWERED BY HEPA



Éljen Ön is a lehetőséggel!
Szerezzen friss tudást, kérje tanácsadóink segítségét
a külpiacra lépés tervezéséhez, megvalósításához!

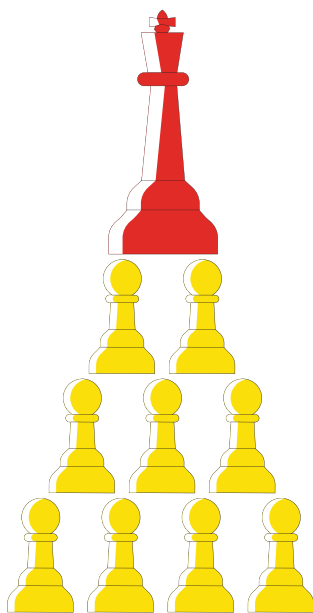
HEPA Magyar Exportfejlesztési Ügynökség

Általános országbemutató

Földrajzi bemutatás

Kínát hagyományosan Belső- és Külső-Kínára szokás felosztani. Külső-Kínához tartoznak a hatalmas területű, de csekély népességű nyugati és északi peremterületek (Tibet, Hszincsiang, Belső-Mongólia, Csinghaj, Ningszia és Kanszu). Belső-Kína részei a sűrűn lakott középső, keleti és déli tartományok.

Az ország közigazgatásilag 32 tartományi jogú egységre oszlik:
4 központi fennhatóságú városra (Peking, Tiencsin, Sanghaj, Csungking),
5 nemzetiségi autonóm területre és 23 tartományra, Tajvannal együtt.



Politikai környezet

Kína államformája népköztársaság. Kommunista egypártrendszer, a hatalmat a Kínai Kommunista Párt gyakorolja. Emellett létezik nyolc formálisan független párt a Kínai Kommunista Párt ellenőrzése alatt.

Gazdasági szerkezet, kiemelkedő iparágak és fő kormányzati fejlesztési irányok

Kína a **világ legnagyobb fejlődő országa**, amelynek gazdasági ereje nem csupán hatalmas, hanem az elmúlt évtizedekben folyamatosan növekvő is: míg az évezred kezdetén a kínai gazdaság – a bruttó nemzeti termék (GDP) értékét alapul véve – alig 10%-a volt az amerikaiak, addig ma már bőven több mint 60%-a, vásárlóerő-paritáson mérve pedig 2013-ban meg is előzte az Egyesült Államokat. Az 1990-es évek során felgyorsult, majd a 2000-es évek elején is szárnyaló kínai GDP növekedését 2010 után lassuló – de mára talán stabilizálódó – ütem jellemzi, mely 2019 végén 7% körül mozgott, miközben külgazdasági expanziója továbbra is töretlen.



Kína egyedülálló előnyökkel és kedvező feltételekkel rendelkezik: a több mint 1,38 milliárdnyi ember önmagában is hatalmas piacot jelent. Kínát stabil, altruista társadalom, innovációs képesség és az együttműködések iránt nyitott üzleti környezet jellemzi.

Főbb gazdasági régiók



- **Észak-Kína:** Peking (ipari és kereskedelmi központ), Tiencsin (ipari és kereskedelmi központ), Hopej (mezőgazdaság), Senhszi (szénbányászat), Belső-Mongólia (állattenyésztés, nehézipar)
- **Északkelet (Mandzsúria):** Liaoning, Csilin, Hejlungcsiang (mezőgazdaság, bányászat, kohászat, gépgyártás, olajipar)
- **Kelet-Kína:** Sanghaj, Santung, Csiangszu, Csöcsiang, Anhuj, Csianghszi, Fucsien (rizs- és teatermesztés, selyemgyártás, egyéb mezőgazdaság, nehézipar, textilgyártás)
- **Közép-dél:** Honan, Hupej, Hunan, Kuangtung, Kuanghszi, Hajnan (mezőgazdaság, élelmiszeripar, textilipar, nehézipar, selyemgyártás)
- **Délnyugat:** Csungking, Szecsuan, Kujcsou, Jünnan, Tibet (nehézipar, mezőgazdaság, selyemgyártás, bányászat)
- **Északnyugat:** Senhszi, Kanszu, Csinghaj, Ninghszia, Hszincsiang (mezőgazdaság)

Főbb import termékek, szolgáltatások, technológiák

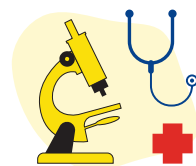
Az importált áruk köre széles, illetve dinamikus növekedést mutat a behozatal nagysága is. Magyar szempontból a termékek, szolgáltatások és technológiák kínai importja kapcsán az alábbi kategóriák emelhetők ki:



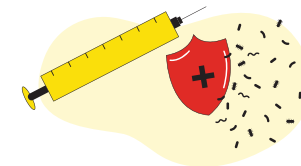
minőségi élelmiszeripari termékek, ezen belül kiemelten a bor



márkás felhasználói termékek és brandek



orvostechnikai eszközök



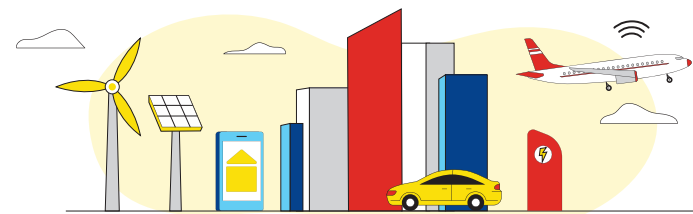
gyógyszeripari termékek



életmódjavító és készségfejlesztő szolgáltatások



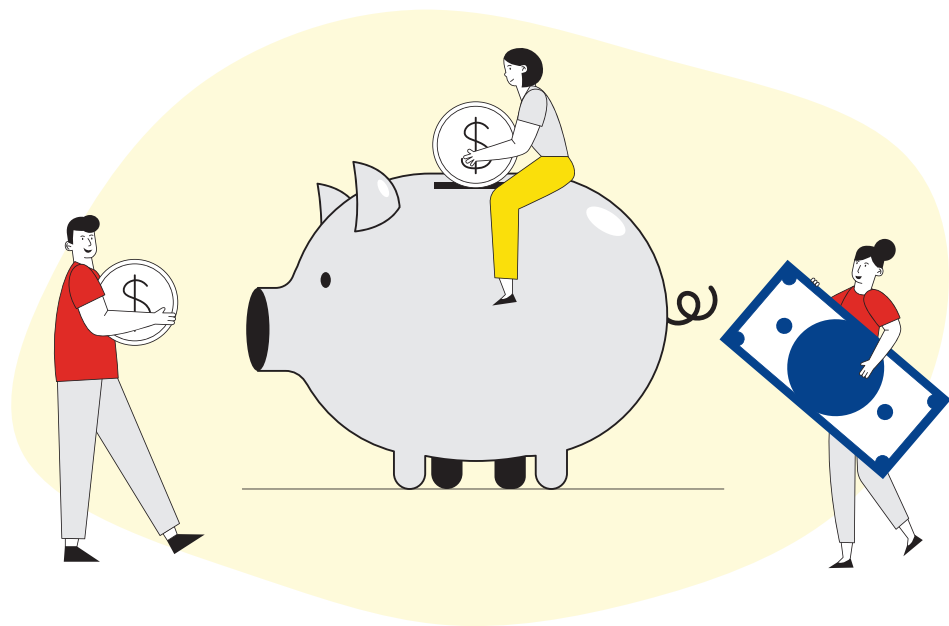
víz- és talajjavítási technológiák



iparfejlesztési tervekben meghatározott területek high-tech termékei, IT és smart city szolgáltatások

Javasolt piacra lépési modellek

- Importőr, disztribútor partner
- Európai importkapcsolattal rendelkező forgalmazó partner
- Helyi leányvállalat
- Joint venture létrehozása (kezdeti időszakában nem ajánlott)



Magyar/EU-s kereskedelmi megállapodások

- Átfogó stratégiai partnerségi megállapodás Magyarország és Kína között (2017)
- Egyetértési Nyilatkozat Magyarország Kormánya és a Kínai Népköztársaság Kormánya között a Selyemút Gazdasági Övezet és a 21. Századi Tengeri Selyemút kiépítésének közös előmozdítása területén történő együttműködés tárgyában (2015)
- Gazdasági együttműködési megállapodás (2004)
- EU—Kína Átfogó Befektetési Megállapodás (CAI) (2021)

Hatósági követelmények

A Kínába irányuló magyar áruk beviteléhez a következő okmányok szükségesek:



- kereskedelmi számla,
- export- vagy importszerződés,
- szállítmányozási rendelkezések,
- fuvarokmányok, hajóraklevél (B/L),
- légfuvar levél,
- csomagolási jegyzék (Packing List),
- importkvóta-tanúsítvány,
- importengedély,
- a kínai „National Import & Export Commodity Inspection Bureau”,
- vagy helyi irodáinak tanúsítványa,
- biztosítási okmányok.

Az importengedélyeket a Kínai Népköztársaság Kereskedelmi Minisztériuma (Ministry of Commerce, MOFCOM) adja ki. Az importkérelem benyújtásakor az „Application Form for Imports of Goods License” megnevezésű kérelmet kitöltve, pecséttel ellátva kell beadni. A Kínába behozott árukra kivetett vámok és adók változhatnak attól függően, hogy egyéni vagy kereskedelmi mennyiségben történik a behozatal. Vámmentesek az 50 jüan érték alatti termékek, a 400 jüan alatti értékű termékminták, a tájékoztatók és reklámanyagok, az oktatási anyagok, a jótékonyági adományok és az élelmiszer-segélycsomagok, a szabadkereskedelmi zónákban értékesített termékek, valamint a feldolgozás alatt álló termékek.

(Forrás: MKIK)



Gyakorlati tapasztalatok

Kína kereskedelme erősen szabályozott és bürokratikus.

A helyi engedélyezési eljárások, a speciális regisztrációk szinte kiismerhetetlenek egy külföldi számára. A már meglévő helyi irodák, kapcsolatok a kereskedelmi folyamatok gyors megkezdésének az egyik kulcsát jelentik.

A kínai vállalatokkal kapcsolatos kereskedelmi ügyleteknél ajánlott a 100%-os előre fizetésben megállapodni, amely sokkal biztonságosabb a magyar fél részére. Gyakran van azonban, hogy a kínai vásárlók fizetési határidővel (akkreditív módon) szeretnének fizetni. Az ilyen ügyleteknél javasolt egy helyi iroda segítségét kérni, aki a vevőről a szükséges háttér információkat beszerzi. Az utólagos fizetést semmilyen esetben sem javasoljuk.

Kína sok esetben nem tartja tiszteletben a nemzetközi szellemi tulajdonra vonatkozó törvényeket.

Mindig tanácsos a magyar termék vagy szolgáltatásmárkát mind magyar, mind kínai nyelven bejelenteni a Kínai Állam Szellemi Tulajdon Hivatalnál.

A külföldi kereskedők szembesülhetnek azzal, hogy márkáikat egy ismeretlen kínai cég előzetesen regisztrálta, ami szükségtelen költségeket és kellemetlenségeket eredményezhet a piacra lépéskor. Az alkalmazandó törvények és rendeletek értelmében a vámhivatalok elkobozzák és lefoglalják, illetve megsemmisítik azokat a termékeket, amelyek sértik a fenti jogokat.



A HEPA tapasztalatai az országban

Minimum követelmények a piacra lépéshez

1. Termékengedélyek, auditált minőségbiztosítási rendszer:

A kínai partner először tudni akarja, hogy a magyar fél tisztában van-e a termék importjának szabályaival, logisztikai követelményekkel, hozzávetőleges költségekkel. A kijánló katalógusok csak a piacra alkalmas és a piacon megjeleníteni tervezett termékeket tartalmazzák! A magyar fél felkészültségi fokát nagyban mutatja, ha a piacra célzott marketinggel és a piacra alkalmas termékekkel készül a tárgyalásra. A magyar termék a piacvezetővel egyenrangú vagy magasabb minőséggel lesz versenyképes.

2. Kínai nyelvű céges bemutatkozó anyag, katalógusok, prospektusok:

Ez szoftverek esetén is minimum követelmény, mert bár a nemzetközi ügyleteket bonyolító beszerző menedzserektől elvárható a megfelelő angol nyelvtudás, de a szoftverek alkalmazóitól nem elvárt. Az alkalmazók nyitottabbak az anyanyelvi programok iránt. Tapasztaltuk azt is, hogy a vezetői piramis csúcsán hoznak meg sokszor aprónak tűnő döntéseket is. Itt viszont a 30-40 éves – angolul már minimum értő, akár jól is beszélő – réteg továbbra is alulreprezentált. A csúcsvezetők számára történő anyagok továbbítását megkönnyíti és meggyorsítja a kínai nyelvű bemutatók prezentálása.



3. Elégséges tapasztalat, európai piacon szerzett erős referencia:

A hatékony kijánlások lebonyolításához alá kell támasztani, hogy a brandnek, terméknek milyen reputációja, sikere, piaci részesedése van az adott európai piacon. Szintén elvárásként jelentkezik mérnöki és IT termékek esetében a mintaprojektek részletes bemutatása. Ennek oka, hogy a korábbi évekhez képest kisebb a kockázatvállalási hajlandóság a kínai üzletemberek részéről is. Jelentősen megkönnyíti, meggyorsítja a tárgyalásokat, ha a magyar fél ezekkel az információkkal előre készül.

4. Stabilitás, hosszabb távú stratégia:

A komoly kínai partnerek nem egyszeri ügyletre törekednek, hanem akár már a kapcsolat elején rendszeres szállításokat, megrendeléseket helyeznek kilátásba. Olyan partnereket keresnek, akik az igényeiket hosszú távon, megbízhatóan, fennakadások nélkül, egyenletes minőségben tudják kielégíteni.



5. Megfelelő szabad kapacitás

A kínai fél részéről joggal elvárt, hogy a magyar partner ne az aktuális, megmaradt készlet eladásában gondolkodjon, hanem hosszú távra tervezzen, és folyamatosan képes legyen az igényeket kielégíteni. Fontos, hogy aki komolyan gondolkodik a kínai piacon való megjelenésben, az a tárgyalások megkezdésekor rendelkezzen azonnal kijánlható szabad kapacitással, vagy az üzletkötést követően azonnal képes legyen a kapacitás felszabadoztatására, a kínai partner igényeinek kielégítésére. A túl hosszú szállítási periódusok vagy túl alacsony kezdő mennyiség miatt a beszerzők könnyen elveszítik az érdeklődésüket.

6. Folyamatos kapcsolattartás

A sikeres kínai együttműködések alapja az előkészítésben rejlik. Sok esetben kifejezetten részletes, precíz információkat igényelnek a beszerzendő termékről vagy szolgáltatásról. Ennek célja gyakran a költségek optimalizálása és a vámügyintézésnél vagy a projekt végrehajtásánál való fennakadások minél biztosabb elkerülése. A folyamatos kommunikáció nagy szerepet játszik a hosszútávú kapcsolat kiépítésében. Az előkészítés még termékexport esetén is minimum 6 hónapot vesz igénybe. Az idő elhúzódsága nem jelenti feltétlenül a kínai partner komolytalanságát, így a tárgyalások, egyeztetések elhúzódságára a magyar cégeknek fel kell készülnie.

Erősen ajánlott követelmények:

1. Erőforrás és nyitottság a rendszeres személyes találkozókra

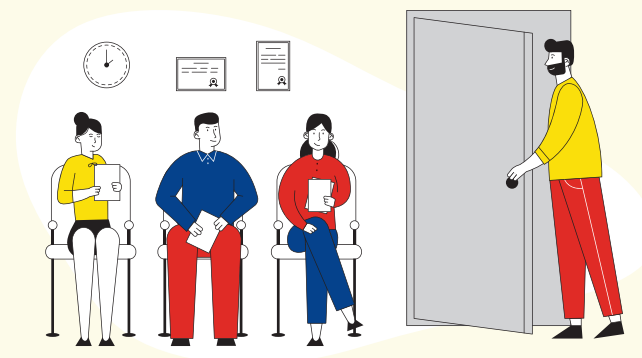
A kínai partner számára fontos a személyes jó kapcsolat, bizalom kialakítása. Kölcsönös bizalom elérésére leginkább a rendszeres találkozók adnak alkalmat. A kölcsönös utazásokhoz, ebéd-, vacsora-meghívásokhoz - már üzletkötés előtt is - anyagi erőforrások szükségesek.

2. Nyitottság a kapacitás bővítésére

Ha beválik egy kínai partnernek a magyar termék és gördülékeny az együttműködés, akkor az esetek döntő többségében egyre nagyobb megrendelések várhatóak. A kínai partner szívesen tárgyal már az üzletkötés elején a magyar partner fejlesztési hajlandóságáról, felméri a partnerség hosszútávú lehetőségeit.

3. Kínai nyelvtudás

A marketing anyagok előkészítése mellett az operatív folyamatok során is rendkívül nagy előnyt jelent már akár egy középfokú kínai nyelvtudással rendelkező tolmács, exportmenedzser alkalmazása. Egy ponton túl a kapcsolat csak kínai nyelven történő kapcsolattartással növekedhet tovább.



4. Kínai helyi jelenlét – megbízott vagy kereskedelmi iroda

Azok a partnerek, akik hosszabb távon, komolyan terveznek a kínai piaci jelenlét fejlesztésével, mindenképpen kalkuláljanak egy kínai helyi partner alkalmazásával, vagy helyi reprezentatív iroda létrehozásával. Nem csak a piaci szándékok komolyságát mutatják ezzel, hanem szert tehetnek információkra a versenytársakról, lehetőséget nyerhetnek a helyi tenderekbe való bekapcsolódásra és exponenciálisan növekedhetnek az üzleti kapcsolataik.

Kína tárgyalási szokásai, üzleti etikett

Üdvözlés, mindennapi kommunikáció

A megismerkedés első lépése általában a **névjegy**, amelyet a kínai fél két kézzel nyújt át, így is illik átvenni, és illik azt pár pillanatig nézegetni is. A kínai üzletemberek, politikusok szeretnek minél több titulust feltüntetni rajta, így az adott vállalatnál betöltött pozíció mellett például társadalmi szervezetben betöltött posztot, kamarai funkciót is.



Arc, kapcsolat, hátsó kapu: e három fogalom alapvetően meghatározza az üzleti életet Kínában. Az arc (mianzi) a tekintély szó szinonimája a kínaiában. A tárgyalások során ügyelni kell arra, hogy szerezzünk magunknak arcot (vagyis tekintélyt), ugyanakkor a partner se veszítse el azt, még vitás ügyek tisztázásakor sem. A másik meghatározó fogalom a kapcsolat, (guanxi), általában ez a külföldi üzletemberek által megtanult első kínai szavak egyike. A szövevényes kapcsolatrendszer minden szinten működik, szívességért szívesség jár. A harmadik alapvető fogalom a hátsó kapu, (houmen), mely a guanxiból következik. Ha valami a túlzott szabályozás miatt nehezen kivitelezhető, gyakran a kapcsolatrendszeren keresztül érik el céljukat. A kínai üzletemberek a formális kereteket feltétlenül betartják.

Az üzletkötéshez és az eredményességhez Kínában rengeteg türelem és kitartás kell. A tárgyalások menete általában hosszú és vontatott, gyakran kiegészül közös ebéddel, vacsorával, vagy más programmal. Első körben a közös üzleti haszonról, a hosszú távú együttműködés lehetőségeiről, a közös sikerekről szeretnek beszélni, ezt követően térnek csak rá bizonyos részletek tisztázására, amelyek még mindig nem a kulcsfontosságú momentumok. Szeretik olyan könnyebb kérdésekkel kezdeni, ahol még kevésbé számíthatnak vitára.



Az üzlet sorsa azonban gyakran nem is a tárgyalóasztal mellett, hanem ebéd vagy vacsora közben dől el. Az együtt étkezés nagyon fontos szerepet játszik az üzletkötésnél.

Tárgyalási stílus

A szóbeli megállapodás, az adott szó a kínai üzleti életben is óriási jelentőséggel bír. Önmagában persze nem szabad látatlanban erre támaszkodni, de általában szavatartóak a kínai üzletemberek. Meg kell azonban jegyezni, hogy az aláírt szerződés nem szentírás, a kínai fél az üzleti környezet változásaihoz alkalmazkodva azonnal módosítja a szerződésben rögzített feltételeket, ha azok számára előnytelenné válnak.



A tárgyalás a kínaiak számára is egyfajta rituálé, mindennek megvan a maga forgatókönyve és nyelvi eszköztára.

Tanácsos ezeket ismerni, mert ha jól tárgyalunk, megalapozhatjuk az irántunk való bizalmat, ami a későbbiekben elengedhetetlen lesz. A sok szubjektív elem ellenére viszont az is jellemző, hogy racionálisan, gazdasági vagy politikai (e kettő esetenként szorosan összefonódik) elvtől vezérelve kötik az üzletet. Rendkívül jellemző és sok megnyilvánulásban tetten érhető a gazdagság és a hatalom kultusza, mely napjainkban ismét egyre inkább a felszínre kerül.

Arra is érdemes felkészülni, hogy sok kínai a közhiedelemmel ellentétben hajlamos a túlzásokra, és szereti felnagyítani saját súlyát, befolyását, képességeit. Az ilyen kijelentéseket óvatosságból fogadjuk eleinte fentartással, de kételyünknek semmiképpen ne adjunk hangot.

Nemek, család és hierarchia szerepe

A hölgyekhez a kínai üzleti életben mindenki máshogy viszonyul. Nekik néha fokozottabb erőfeszítéseket kell tenniük azért, hogy a tárgyalóteremben méltó partnerként fogadtassák el magukat. Aki viszont kivívta ezt, arcot szerez, és jól tárgyal, nagyon sikeres lehet.

!

A nőkkal szembeni udvariasság itthon megszokott szabályai kint nem érvényesek, ezért a hölgyek ne csodálkozzanak, és ne sértődjenek meg, ha nem engedik őket előre az ajtónál, vagy esetleg megkérdezik, hány éves, hány gyereke van.

Kínában nagyon nehéz olyan témába botlani a tárgyalás során, amiről a partner ne beszélne szívesen. Mivel a család az egyik legfontosabb érték, egyáltalán nem veszik zokon az erre irányuló kérdéseket, sőt: előszeretettel mesélnek róla. A pénz sem számít tiltott témának, szemrebbenés nélkül megkérdezik tőlünk is, hogy mennyi a fizetésünk. Az egyetlen kényes terület a politika, ahol nem tanácsos állást foglalni, nem tudhatjuk, hogyan vélekedik az adott témáról üzletfelünk. Saját értékrendünket, véleményünket nem szabad rájuk erőltetni.

A kínai társadalomban az emberek mélyen tisztelik szüleiket és az idősebbeket, ezért ellenszenvet válthat ki, ha rajtunk az ellenkezőjét veszik észre. A tisztelet természetesen a feljebbvalóknak is kijár, vállalaton belül komoly hierarchia szerint dolgoznak, és szeretik ugyanezt látni a magyar delegációk tagjainál is.

Ajándékozási szokások

A személyes kapcsolatot már találkozáskor meg lehet alapozni egy nem túl értékes, de figyelemfelkeltő ajándékkal. Kiváló ajándék lehet például egy jellegzetes magyar bor, de vihetünk akár egy különlegesebb tollat, vagy nyugati teát is. Órát viszont véletlenül se adjunk ajándékba, mert ezt a kínaiak úgy értelmezik, hogy az illető halálát kívánjuk. Ne csomagoljuk az ajándékokat fehér papírba, mert a fehér a gyász színe Kínában, a vörös színhez viszont számos pozitív fogalmat kapcsolnak, így ez remek választás lehet.



www.hepa.hu
info@hepa.hu
enterpriseeurope.hu



HEPA

Magyar Exportfejlesztési
Ügynökség

EXPORT
AKADÉMIA

POWERED BY HEPA



Üzletfejlesztés karnyújtásnyira