

Perspektywy rozwoju współpracy gospodarczej Polski z Chińską Republiką Ludową

Raport Polskiego Instytutu Spraw Międzynarodowych



WARSZAWA
LUTY 2012

ARTUR GRADZIUŁ, JUSTYNA SZCZUDLIK-TATAR

POLSKI INSTYTUT SPRAW MIĘDZYNARODOWYCH

PERSPEKTYWY ROZWOJU
WSPÓŁPRACY GOSPODARCZEJ POLSKI
Z CHIŃSKĄ REPUBLIKĄ LUDOWĄ

Artur Gradziuk,
Justyna Szczudlik-Tatar

Warszawa, luty 2012

Zdjęcie na okładce: ulica Wangfujing w Pekinie, 3 lutego 2010 r.
Autor: Piotr Semaniuk

© Polski Instytut Spraw Międzynarodowych, 2012

ISBN 978-83-62453-26-9

Polski Instytut Spraw Międzynarodowych
ul. Warecka 1a, 00-950 Warszawa
phone (+48) 22 556 80 00, fax (+48) 22 556 80 99
pism@pism.pl, www.pism.pl

SPIS TREŚCI

Streszczenie	5
Wprowadzenie	7
1. Wybrane aspekty współpracy gospodarczej Chin z zagranicą	8
1.1. Zapotrzebowanie importowe Chińskiej Republiki Ludowej	8
1.2. Wewnętrzne uwarunkowania ekspansji inwestycyjnej chińskich przedsiębiorstw . . .	8
1.3. Instytucje finansowe wspierające realizację strategii	9
1.4. Motywy i metody ekspansji chińskich przedsiębiorstw	10
1.5. Chińskie inwestycje na rynku europejskim	11
2. Współpraca gospodarcza Polski z Chinami: kierunki rozwoju oraz instrumenty wsparcia	13
2.1. Wymiana handlowa	13
2.2. Polityka wspierania eksportu	13
2.2.1. Instrumenty bezpośrednio ukierunkowane na Chiny	14
2.2.2. Instrumenty ogólne bezpośrednie	14
2.2.3. Instrumenty ogólne pośrednie	15
2.3. Wzajemne inwestycje	15
2.4. System zachęt inwestycyjnych	16
2.5. Instytucje zaangażowane w polsko-chińską współpracę gospodarczą	16
2.6. Zakres wsparcia ze strony polskich placówek dyplomatycznych	17
Rekomendacje	18

Streszczenie

Chiny są obecnie drugą największą gospodarką na świecie i wiele państw stara się wykorzystać możliwości wynikające z jej dynamicznego rozwoju oraz pogłębiania integracji z gospodarką globalną do realizacji własnych interesów. Z perspektywy Polski najważniejsze dla poprawy stosunków gospodarczych z Chinami powinny być wzrost polskiego eksportu oraz napływ chińskich inwestycji.

Chiny są trzecim największym importerem na świecie i ukształtowana struktura wymiany towarowej z zagranicą sprawia, że dla nowych eksporterów nie będzie to rynek łatwy. Potrzeby importowe związane są przede wszystkim z montażem i produkcją na eksport (import głównie dóbr pośrednich), zapotrzebowaniem na surowce, produkty chemiczne oraz nowoczesne technologie.

Nowym interesującym przejawem rosnącego potencjału gospodarczego Chin jest międzynarodowa ekspansja kapitałowa. Realizując strategię *go global*, chińskie przedsiębiorstwa w coraz większym zakresie inwestują w projekty zagraniczne, w czym mogą liczyć na pomoc państwa. Chińskich inwestorów interesują szczególnie dostęp do złóż surowców, przejmowanie zagranicznych przedsiębiorstw z sektora wysokiej techniki oraz dostęp do rynku przez założenie zakładu fabrycznego w danym kraju. Kryzys finansowy wpłynął na zwiększenie chińskich inwestycji za granicą, zainteresowanie innymi sektorami oraz zaangażowanie kapitałowe w papiery dłużne państw zachodnich. Choć Europa nie jest głównym kierunkiem inwestycji z Chin, zauważalny stał się wzrost zainteresowania chińskich podmiotów rynkiem europejskim.

W ostatnich latach nastąpiła poprawa stosunków gospodarczych Polski z Chinami (wzrost obrotów handlowych i wzajemnych inwestycji), i wciąż są duże możliwości ich rozwoju. Najistotniejszym problemem jest wysoki deficyt handlowy po stronie Polski, wynikający w znacznym stopniu z niezbyt zróżnicowanej polskiej oferty eksportowej na chiński rynek. Stosunkowo niski poziom wzajemnych inwestycji spowodowany jest niewielką liczbą polskich przedsiębiorstw z doświadczeniem i dużym potencjałem kapitałowym oraz obawami przed zaangażowaniem kapitałowym na tak odległym rynku, zaś chińskie przedsiębiorstwa są wciąż mało zainteresowane inwestowaniem w Polsce. Dla rozwoju polskiego eksportu i inwestycji do Chin niezbędne są określenie branż, w których Polska mogłaby być konkurencyjna dla chińskiego importera, poprawa systemu promocji polskich towarów i przedsiębiorstw oraz rozwój instrumentów wsparcia ukierunkowanych na chiński rynek. Obecnie istniejący system bezpośrednich instrumentów wsparcia eksportu (ze środków budżetowych i unijnych) obejmujący działania promocyjno-marketingowe ma charakter ogólny, co oznacza, że jest skierowany do przedsiębiorstw bez względu na rynek zainteresowania. Wobec przewidywanego wzrostu zainteresowania polskich przedsiębiorstw rynkiem chińskim, konieczny będzie również rozwój sekcji ekonomicznych polskich przedstawicielstw dyplomatycznych w Chinach oraz przedstawicielstw innych podmiotów (samorządów gospodarczych, władz lokalnych) w celu wsparcia doradczego dla potencjalnych polskich eksporterów i inwestorów w Chinach.

Wprowadzenie

Coraz więcej państw przywiązuje dużą wagę do zacieśniania i pogłębiania relacji z Chinami ze względu na ich wzrastające znaczenie w gospodarce światowej. Postrzegają je jako najważniejszego lub jednego z najważniejszych partnerów w Azji, chcąc wykorzystać przemiany oraz rosnący potencjał ekonomiczny ChRL do realizacji własnych interesów gospodarczych. W niektórych państwach opracowano szczegółowe strategie lub plany działania określające cele stosunków z Chinami oraz narzędzia ich osiągnięcia. Również Polska powinna przyznać priorytet rozwojowi relacji z jednym z najbardziej perspektywicznych pozaeuropejskich partnerów gospodarczych. Niemniej, ze względu na różnice w potencjale oraz strukturę gospodarki Polski i Chin, nie we wszystkich dziedzinach istnieją możliwości rozwoju współpracy. Autorzy raportu przyjęli założenie, że z punktu widzenia polskich interesów priorytetowymi zadaniami powinny być wzrost polskiego eksportu oraz zachęcanie chińskich przedsiębiorstw do inwestowania w Polsce.

Polski eksport jest skoncentrowany na rynkach Unii Europejskiej oraz krajów Europy Wschodniej. Niewielki udział rynków pozaeuropejskich wynika przede wszystkim z jego struktury towarowej, w której najważniejsze towary (samochody i ich części, odbiorniki radiowo-telewizyjne) są produkowane przez przedsiębiorstwa z kapitałem zagranicznym, z przeznaczeniem na rynek europejski, oraz (meble, żywność, towary niskoprzetworzone) przez małe i średnie przedsiębiorstwa bez odpowiedniego kapitału lub z awersją do ryzyka związanego z ekspansją na tak odległym terenie, jak Chiny. Wprawdzie ChRL jest trzecim największym importerem na świecie, z zapotrzebowaniem na niemal wszystkie towary, lecz duża konkurencja eksporterów z innych państw utrudnia wejście na rynek chiński nowym dostawcom. Dlatego możliwości dla polskich eksporterów tkwią głównie w znalezieniu nisz rynkowych, w których ich oferta może być atrakcyjna.

Perspektywicznym, aczkolwiek wciąż w niewielkim stopniu wykorzystanym obszarem współpracy gospodarczej jest międzynarodowa ekspansja inwestycyjna Chin. Chińskie przedsiębiorstwa zainteresowane są przede wszystkim ominięciem barier handlowych oraz inwestycjami zagranicznymi związanymi z uzyskaniem dostępu do surowców mineralnych i energetycznych czy nowoczesnych technologii. Po kryzysie gospodarczym 2008 roku nastąpił wyraźny wzrost chińskich inwestycji zagranicznych, poszerzyła się również ich struktura branżowa. Choć Unia Europejska nie jest głównym kierunkiem ekspansji inwestycyjnej Chin, zauważalne jest ich coraz większe zaangażowanie kapitałowe na rynku europejskim, nie tylko w formie fuzji i przejęć, ale i przez zakup obligacji emitowanych przez rządy państw członkowskich.

Niniejszy raport jest analizą wybranych aspektów polsko-chińskiej współpracy gospodarczej, które mają oraz mogą mieć wpływ na perspektywy jej rozwoju. Pierwsza część dotyczy stosunków gospodarczych ChRL z zagranicą pod kątem dwóch zagadnień: handlu zagranicznego oraz inwestycji zagranicznych. Autorzy zawarli w niej analizę aktualnych potrzeb importowych gospodarki chińskiej oraz wewnętrznych uwarunkowań internacjonalizacji chińskich przedsiębiorstw. Omówione zostały najważniejsze instytucje wspierające realizację strategii *go global*, motywy i strategie inwestycji zagranicznych, główne kierunki chińskich inwestycji oraz stopień zaangażowania kapitałowego na rynku europejskim. Druga część opracowania poświęcona jest stosunkom gospodarczym Polska–Chiny. W centrum uwagi autorów znalazły się instrumenty wspierania eksportu i wzajemnych inwestycji oraz działalność instytucji zaangażowanych w rozwój współpracy gospodarczej obu krajów. Rekomendacje zawarte w ostatniej części dotyczą działań koniecznych do wsparcia rozwoju i realizacji polskich interesów gospodarczych.

1. Wybrane aspekty współpracy gospodarczej Chin z zagranicą

1.1. Zapotrzebowanie importowe Chińskiej Republiki Ludowej

Jak już było wspomniane, Chiny są obecnie trzecim (po Unii Europejskiej i Stanach Zjednoczonych) największym na świecie importerem. Pomimo wysokiego popytu importowego struktura wymiany towarowej z zagranicą, ukształtowana przede wszystkim w pierwszej dekadzie XXI wieku, sprawia, że dla nowych eksporterów nie będzie to rynek łatwy.

Najistotniejsze potrzeby importowe związane są z montażem i produkcją na eksport, a główne towary w postaci dóbr pośrednich (np. komponenty do produkcji sprzętu elektronicznego, telekomunikacyjnego, maszyn i urządzeń elektrycznych, czyli najważniejszych grup towarowych w chińskim eksporcie) Chiny sprowadzają przede wszystkim z Japonii, Korei Południowej, Hongkongu i Tajwanu.

Drugą grupą importowanych towarów, na którą zapotrzebowanie rośnie w ostatnich latach, są surowce mineralne i energetyczne. Chiny są największym lub jednym z trzech największych (obok USA i UE) importerem większości surowców mineralnych (przede wszystkim rudy żelaza, miedzi, węgla kamiennego, aluminium) oraz ich produktów (zwłaszcza stali), jak również ropy naftowej oraz paliw. Na potrzeby rozwijającej się gospodarki poszukują nowych źródeł dostaw, także przez inwestycje zagraniczne chińskich przedsiębiorstw powiązane z dostępem do złóż.

Chiny są również jednym z największych importerów produktów przemysłu chemicznego (polietylenów, polipropylenów czy polistyrenów) i nawozów sztucznych. Rośnie import produktów rolnych i żywności. Najważniejszymi towarami importowymi w tej grupie są soja oraz tłuszcze zwierzęce i roślinne, chociaż widać zainteresowanie na przykład produktami mleczarskimi, z obawy o jakość chińskich produktów po aferze ze sprzedażą zatrutego mleka dla dzieci.

Ponadto w Chinach wciąż notuje się wysokie zapotrzebowanie na nowoczesne technologie, ale zmiany w wewnętrznej strukturze produkcji przemysłowej sprawiły, że wejście na ten rynek jest coraz trudniejsze. Przyjęte w ostatnich latach regulacje wprowadziły ograniczenia na import tych towarów średniej i wysokiej techniki, które są już produkowane przez krajowe przedsiębiorstwa. Zagraniczni dostawcy dla ominięcia utrudnień przenoszą produkcję do Chin (często zakładając spółkę *joint venture* z lokalnym partnerem), aby mieć możliwość sprzedaży swoich produktów na miejscowym rynku. Na zainteresowanie Chin mogą zatem liczyć technologie nowe, towary wytwarzane w ograniczonym zakresie lub w ogóle nie wytwarzane lokalnie, jak również wysokiej jakości wyspecjalizowane maszyny i urządzenia produkcyjne, w związku z bardzo dużą liczbą zakładów fabrycznych. Realizacja chińskiej polityki klimatycznej i energetycznej generuje popyt na przyjazne środowisku technologie, ale potrzeby w tej dziedzinie w coraz większym zakresie są zaspokajane dzięki szybko rozwijającej się produkcji lokalnych przedsiębiorstw.

1.2. Wewnętrzne uwarunkowania ekspansji inwestycyjnej chińskich przedsiębiorstw

Wyrazem integracji Chin z gospodarką światową jest wzrost chińskich bezpośrednich inwestycji za granicą. Ten stosunkowo nowy trend ma związek z polityką rządu opartą na strategii *go global*, przedstawionej w 2001 r. Strategia zakładała pomoc państwa dla chińskich przedsiębiorstw w inwestowaniu za granicą, a jako najważniejsze dziedziny globalnej ekspansji wymieniała: tworzenie działalności produkcyjnej, eksploatację surowców z lokalnymi partnerami, realizację międzynarodowych kontraktów na projekty inżynierskie oraz wzrost eksportu usług pracowniczych.

Wsparcie finansowe dla globalnej ekspansji chińskich przedsiębiorstw ma postać tak subsydiów na pokrycie kosztów inwestycji, jak i preferencyjnego oprocentowania kredytów.

Jest dostępne na realizację dużych projektów, o wartości co najmniej 1 mln USD, i na działalność badawczo-rozwojową w dziedzinie nowoczesnych technologii (500 tys. USD). Jeśli chodzi o wydatki poprzedzające realizację inwestycji – subsydia obejmują koszty: usług prawnych, technicznych, konsultingu, studium wykonalności projektu, tłumaczenia dokumentów z jego realizacji. Wsparcie na pokrycie kosztów operacyjnych z zasady nie jest praktykowane, choć wyjątkiem są projekty związane z tworzeniem i działalnością jednostek badawczo-rozwojowych w dziedzinie nowoczesnych technologii. Ponadto częściowo zwracane są koszty transportu surowców do Chin przedsiębiorstwom zaangażowanym w eksploatację złóż poza granicami kraju.

Pomoc rządu dla chińskich przedsiębiorstw w globalnej ekspansji polega także na ich promowaniu w trakcie oficjalnych wizyt państwowych, włączaniu negocjacji kontraktów na określone projekty do agendy współpracy międzyrządowej, tworzeniu bazy danych na temat warunków prowadzenia działalności gospodarczej w danym kraju czy na doradztwie dla firm planujących inwestycje zagraniczne. Oprócz rządu centralnego również władze lokalne starają się wspierać zagraniczną aktywność chińskich przedsiębiorstw.

Priorytetem chińskiego rządu w ramach strategii *go global* jest wykreowanie tak zwanych globalnych czempionów, czyli dużych międzynarodowych przedsiębiorstw o globalnie rozpoznawalnej marce, które będą zdolne do rywalizacji na rynku międzynarodowym z najważniejszymi korporacjami transnarodowymi. Szczególne nadzieje pokłada się w przedsiębiorstwach, które odniosły sukces na rynku wewnętrznym i były w stanie eksportować konkurencyjne produkty. Wsparcie polityczne i finansowe oferowane takim przedsiębiorstwom, głównie państwowym, daje im przewagę nad zachodnimi korporacjami, które nie mają chociażby dostępu do taniego kredytu. Dzięki temu firmy Haier, Huawei czy Lenovo potrafiły zwiększyć skalę swojej działalności, podnieść jakość oferowanych towarów i zakumulować kapitał odpowiedni do inwestycji poza granicami Chin.

1.3. Instytucje finansowe wspierające realizację strategii

Pomocy finansowej przedsiębiorstwom chińskim realizującym strategię *go global* udzielają dwa banki: China Development Bank oraz China Exim Bank.

Misją China Development Bank, który funkcjonuje pod nadzorem rządu centralnego, jest długoterminowe finansowanie dużych projektów infrastrukturalnych (budowa autostrad, linii kolejowych, gazociągów, elektrowni), strategicznych sektorów gospodarki (górnictwo, petrochemiczne, telekomunikacyjne, zaawansowanych technologii) oraz rozwoju zachodnich prowincji i regionu przemysłowego w północno-wschodniej części kraju. Bank wspierał realizację wielu projektów zagranicznych ważnych z punktu widzenia interesów strategicznych Chin, między innymi inwestycje zagraniczne CNPC, Sinopec, ChemChina, CITIC, budowę rurociągu z Kazachstanu do Chin, projekt eksploatacji złóż miedzi w Chile przez China Minmetals, przejęcie przez CITIC od kanadyjskiej National Energy Company złóż ropy w Kazachstanie, przejęcie przez ChemChina francuskiego przedsiębiorstwa Adisseo czy przejęcie przez China Aluminium Corporation przedsiębiorstwa Peru Copper Inc. Ponadto China Development Bank samodzielnie rozpoczął własną ekspansję zagraniczną, czego przykładem jest nabycie za 1,45 mld funtów udziałów w Barclays Bank.

Misją Export-Import Bank of China (China Exim Bank) jest wspieranie finansowe projektów dotyczących współpracy gospodarczej z zagranicą zgodnych z polityką rządu. Dlatego na pomoc China Exim Banku mogą liczyć przedsiębiorstwa eksportujące produkty zaawansowane technologicznie i przemysłu elektromaszynowego, co wpisuje się w dążenia rządu do poprawy struktury towarowej chińskiego eksportu. Bank wspiera również przedsięwzięcia w ramach polityki *go global*, udzielając pożyczek chińskim przedsiębiorstwom realizującym zagraniczne kontrakty budowlane oraz projekty inwestycyjne. Ponadto bank udziela wsparcia finansowego na projekty ułatwiające eksport chińskiego sprzętu, maszyn, materiałów budowlanych, technologii oraz realizowane przez chińskich pracowników

(przychody z tego muszą być nie mniejsze niż 15% wartości kontraktu). Z zagranicznych projektów inwestycyjnych China Exim Bank zainteresowany jest takimi przedsięwzięciami, jak: projekty eksploatacji złóż surowców, projekty infrastrukturalne, centra badań i rozwoju chińskich przedsiębiorstw za granicą, centra marketingu, sprzedaży i serwisu, przejęcia, fuzje, nabycie udziałów i inne przedsięwzięcia w celu ekspansji na rynku globalnym. Bank udziela pożyczek na projekty o wartości co najmniej 1 mln USD. Przykładem są: wsparcie dla Huawei Technologies Co. Ltd i ZTE Corporation w wysokości 10 mld RMB (ok. 1,5 mld USD) na ekspansję międzynarodową, wsparcie dla Aviation Industry Corporation of China (AVIC) na eksport, realizację kontraktów zagranicznych i import technologii oraz sprzętu technicznego (umowa o współpracy na kwotę 100 mld RMB, tj. ok. 15 mld USD), wsparcie dla Chery Auto na eksport pojazdów i inwestycje zagraniczne (umowa o strategicznej współpracy na kwotę 10 mld RMB) oraz wsparcie dla China State Shipbuilding Corporation (CSSC) na budowę i eksport statków (umowa na 100 mld RMB).

China Export & Credit Insurance Corporation (Sinosure) jest państwową firmą ubezpieczeniową specjalizującą się w ubezpieczeniach handlu zagranicznego i inwestycji zagranicznych. Sinosure ma na celu wspieranie rządowej strategii zachęcania krajowych przedsiębiorstw do inwestowania za granicą, ale dostępna jest również dla inwestorów zagranicznych inwestujących w zachodniej części Chin. Oferuje ubezpieczenia związane z ryzykiem politycznym i komercyjnym, przydatne przedsiębiorstwom, które decydują się na inwestowanie w państwach zagrożonych kryzysem finansowym, wojną domową, niewypełnieniem kontraktu, konfiskatą własności czy restrykcją transferu środków finansowych.

Przedsiębiorstwa prowadzące ekspansję poza granicami kraju mogą ponadto liczyć na kredyty z czterech największych chińskich banków: Industrial and Commercial Bank of China, Bank of China, China Construction Bank oraz Agriculture Bank of China. Zarządzają one większością chińskich oszczędności i udzielają kredytów na zasadach komercyjnych, także na realizację projektów w ramach strategii *go global*.

1.4. Motywy i metody ekspansji chińskich przedsiębiorstw

Najważniejszym motywem globalnej ekspansji chińskich przedsiębiorstw jest uzyskanie dostępu: do źródeł surowców, do nowoczesnych technologii oraz do nowych rynków.

Priorytetowe znaczenie dla interesów ChRL ma dostęp do źródeł surowców energetycznych i mineralnych w celu zwiększenia bezpieczeństwa energetycznego i dostaw dla rozwijającego się przemysłu. Państwowe przedsiębiorstwa realizują ten cel przez przejęcie lub nabycie udziałów w lokalnych przedsiębiorstwach zaangażowanych w eksploatację surowców, zakładanie spółki joint venture z lokalnym partnerem czy zakup praw lub licencji na eksploatację złóż. Najważniejszymi chińskimi przedsiębiorstwami prowadzącymi taką ekspansję są: China National Petroleum Corporation (CNPC), China National Offshore Oil Corporation (CNOOC), Sinopec, Nonferrous Metal Mining Group (CNMC), Sinosteel Corporation, China International Trust Investment Company (CITIC). Obecnie ilość surowców energetycznych i mineralnych produkowana przez chińskie przedsiębiorstwa za granicą jest niewielka w stosunku do zapotrzebowania rynku wewnętrznego. Można więc oczekiwać dalszej aktywności międzynarodowej podmiotów z Chin zmierzającej do pozyskania udziałów w nowych złożach zagranicznych oraz do współpracy z lokalnymi przedsiębiorstwami w ich eksploatacji.

Innym charakterystycznym przejawem ekspansji chińskich przedsiębiorstw jest przejmowanie znanych zagranicznych firm w celu zdobycia dostępu do ich technologii, know-how, znaków towarowych i kanałów dystrybucji. Choć nie zawsze to jest opłacalne, umożliwia chińskim producentom zaistnienie na rynku globalnym pod nazwą kojarzoną z przejętym właścicielem, poprawę rozpoznawalności własnej marki i realizację własnej strategii globalnej produkcji i sprzedaży. Przedsiębiorstwami z sektorów wysokiej i średniej techniki, które zdecydowały się na ekspansję międzynarodową poprzez fuzje i przejęcia są między innymi:

TCL, Lenovo, Shanghai Automotive Industry Corporation, BOE Technology, Holley Group, Geely.

Wiele chińskich przedsiębiorstw zdecydowało się na globalną ekspansję przez organiczny rozwój międzynarodowej działalności, polegający na zakładaniu za granicą przedstawicielstw oraz zakładów produkcyjnych. W ten sposób chińskie przedsiębiorstwa starały się dostosować asortyment własnych produktów do potrzeb lokalnego rynku, a głównym celem było budowanie marki rozpoznawalnej na rynku międzynarodowym.

Większość głównych chińskich inwestorów to przedsiębiorstwa państwowe lub kontrolowane przez państwo, co może świadczyć o tym, że ich strategia inwestycyjna odzwierciedla priorytety polityki rządu. Motywy ich decyzji inwestycyjnych są często odmienne od motywów przedsiębiorstw z innych państw Azji Wschodniej. Na ekspansję zagraniczną przedsiębiorstw japońskich czy koreańskich wpływ miały: rosnące koszty operacyjne i koszty pracy, konkurencja i nasycenie na rynku wewnętrznym, aprecjacja krajowej waluty. Chińskie przedsiębiorstwa dążą przede wszystkim do zdobycia surowców naturalnych, nowych rynków zbytu, nowoczesnych technologii i know-how, przejęcia strategicznych aktywów, ominięcia barier handlowych, wzrostu przychodów walutowych. Chęć pozyskania nowoczesnych technologii i dużych rynków zbytu jest widoczną przyczyną koncentracji chińskich ZIB w Europie czy Stanach Zjednoczonych. Natomiast polityka rządu zmierzająca do uzyskania dostępu do źródeł surowców naturalnych przejawia się w rosnącym zaangażowaniu inwestycyjnym chińskich przedsiębiorstw państwowych w krajach Ameryki Łacińskiej, Afryki oraz w Australii.

Charakter inwestycji zagranicznych chińskich przedsiębiorstw świadczy również o tym, że podniesienie efektywności przez relokację produkcji za granicę jest mniej istotne przy podejmowaniu decyzji o ZIB. Ze względu na potencjał ilościowy siły roboczej w Chinach przenoszenie produkcji do USA czy Europy jest nieopłacalne, chyba że umożliwi ominięcie barier handlowych, lepsze dostosowanie produktów do wymagań lokalnego rynku oraz pozytywnie wpływa na wizerunek i rozpoznawalność danej firmy. Ważną i charakterystyczną cechą najbardziej ambitnych chińskich przedsiębiorstw (np. Haier, ZTE, Huawei) jest tworzenie zagranicznych jednostek badawczo-rozwojowych, co znacznie poprawia możliwość ich globalnego rozwoju.

1.5. Chińskie inwestycje na rynku europejskim

Po wybuchu globalnego kryzysu finansowego można zaobserwować wyraźny wzrost chińskich zagranicznych inwestycji bezpośrednich. Według danych chińskich, w roku 2007 ich wartość wyniosła 26,5 mld USD, a w 2008 wzrosła do 55,9 mld USD. W 2010 roku Chiny były piątym na świecie źródłem ZIB, które szacowano na 68,8 mld USD. Zakumulowana wartość chińskich zagranicznych inwestycji bezpośrednich w 2010 r. wyniosła 317 mld USD. Głównym kierunkiem chińskich ZIB są przede wszystkim Azja (75% zakumulowanych ZIB) oraz Ameryka Łacińska (12%). Na Europę przypada zaledwie 4% (15,7 mld USD), choć w ostatnich trzech latach znacznie wzrosło zainteresowanie chińskich inwestorów tym rynkiem: w 2008 r. chińskie ZIB w Europie osiągnęły wartość 876 mln USD, w 2009 r. 3,352 mld USD, a w 2010 r. aż 6,670 mld USD. Najwięcej chińskich inwestycji bezpośrednich zostało ulokowanych w Luksemburgu (5,8 mld USD), Niemczech (1,5 mld USD), Szwecji (1,5 mld USD), Wielkiej Brytanii (1,4 mld USD) i Holandii (487 mln USD). Według danych chińskich zakumulowana wartość chińskich inwestycji w Polsce na koniec 2010 r. wyniosła 140 mln USD i była wyższa niż w innych państwach Europy Środkowej, oprócz Węgier, gdzie szacowana była na 466 mln USD.

Zaangażowanie chińskiego kapitału na rynku europejskich przybiera trzy formy: inwestycji bezpośrednich, zakupu obligacji oraz udziału w przetargach publicznych.

Jeśli chodzi o inwestycje bezpośrednie – głównym motywem napływu chińskiego kapitału do Europy jest chęć nabycia strategicznych udziałów w przedsiębiorstwach z sektorów wysokiej i średniej techniki oraz pominięcia barier handlowych, na jakie napotyka chiński

eksport do UE. Osłabienie kursu euro w połączeniu z kłopotami finansowymi niektórych europejskich firm sprawiły, że fuzje i przejęcia na rynku europejskim stały się atrakcyjną formą inwestycji dla chińskich przedsiębiorstw również w innych sektorach. Największymi takimi inwestycjami podmiotów z Chin w ostatnich latach były:

- w sektorze energetycznym – przejęcie przez Sinopec firmy Addax Petroleum z siedzibą w Szwajcarii (największe przejęcie przez chińskie przedsiębiorstwo – 7,2 mld USD); przejęcie przez Sinochem firmy Emerald Energy (Wielka Brytania); przejęcie przez CNOOC firmy Awilco Offshore (Norwegia); zakup przez CNPC udziałów w INEOS (Francja), a przez SAFE 1,6% udziałów w Total (Francja) oraz 1% udziałów w BP (Wielka Brytania),
- w sektorze transportowym – przejęcie od Forda przez chiński koncern Zhejiang Geely Holding Group udziałów w Volvo Car; przejęcie przez Great Wall Motors bułgarskiego Litex Motors; przejęcie przez China International Marine Containers firmy Burg Industries (Holandia); zakup przez Zhejiang Youngman Lotus i Pang Da Auto udziałów w Spyker Cars (Holandia) oraz umowa COSCO Holdings na dzierżawę poru w Pireusie (w planach są inwestycje w porcie w Neapolu),
- w sektorze przemysłowym – zakup udziałów w firmach chemicznych BorsodChem (Węgry), oraz przejęcie Rhodia (Francja),
- w sektorze nieruchomości – inwestycje w branży budowlanej Sany Heavy Industries w Niemczech, Sinoma w Ukrainie, Zoomlion we Włoszech, a w branży turystycznej inwestycje HNA w Hiszpanii, BCEGI w Grecji,
- w sektorze finansowym – zakup przez CITIC udziałów w Cheuvrruex i CLSA (Francja), przez CIC udziałów w Apax Finance (Wielka Brytania), przez Ping An udziałów w Fortis (Belgia) oraz przez China Development Bank udziałów w Barclays (Wielka Brytania),
- w sektorze nowoczesnych technologii – zakup przez China Unicom udziałów w hiszpańskiej Telefonice i przejęcie przez Lenovo niemieckiej firmy Medion.

Drugim przejawem chińskiego zaangażowania kapitałowego na rynku europejskim jest zakup obligacji skarbowych. Głównymi podmiotami realizującymi inwestycje w europejskie papiery skarbowe są Państwowa Administracja Walutowa (SAFE) oraz China Investment Corporation (CIC). Dokładne dane dotyczące tych kwestii nie są znane (SAFE i CIC nie publikują takich informacji), niemniej wiadomo, że Chiny zainwestowały w zakup obligacji skarbowych państw dotkniętych kryzysem finansów publicznych: Hiszpanii, Portugalii, Grecji, Irlandii, Włoch oraz Węgier. Nie są również znane chińskie inwestycje w papiery skarbowe państw Unii Europejskiej dokonywane przez państwa trzecie, chociażby raje podatkowe.

Trzecim przejawem aktywności chińskich podmiotów na rynku europejskim jest udział w przetargach publicznych na realizację projektów infrastrukturalnych. Dotychczas tego typu projekty (budowa dróg i autostrad, szpitali, hoteli, stadionów) były realizowane przede wszystkim w krajach rozwijających się, w Afryce i Ameryce Łacińskiej, gdzie finansowanie inwestycji ze źródeł chińskich sprzyjało zawieraniu kontraktów na inne przedsięwzięcia, głównie w sektorze wydobywczym. Poza tymi rynkami chińskim przedsiębiorstwom budowlanym udało się uzyskać niewiele kontraktów. Przykładami projektów infrastrukturalno-budowlanych realizowanych przez podmioty chińskie są: budowa mostu między San Francisco a Oakland w USA, budowa kompleksu kasyna i hoteli na Bahamach czy budowa mostu na Dunaju w Serbii. Nieudana realizacja budowy odcinków autostrady A2 w Polsce świadczy o tym, że chińskie przedsiębiorstwa są wciąż słabo przygotowane do działalności na rynkach rozwiniętych, a polskie niepowodzenie COVEC może negatywnie wpłynąć na perspektywy ich ekspansji na rynku europejskim.

2. Współpraca gospodarcza Polski z Chinami: kierunki rozwoju oraz instrumenty wsparcia

2.1. Wymiana handlowa

Pomimo dynamicznego wzrostu wymiany handlowej między Polską a Chinami, jej cechą charakterystyczną jest ujemne saldo po stronie Polski. Wartość importu z Chin przewyższa ponad dziesięciokrotnie wartość polskiego eksportu do tego państwa i są małe szanse na zmianę tych niekorzystnych proporcji. Główną przyczyną nierównowagi jest konkurencyjność cenowa chińskich towarów – nie tylko niskoprzetworzonych i tanich produktów, lecz także towarów wysoko przetworzonych i komponentów, które stanowią ponad 50% chińskiego eksportu do Polski. Ta druga grupa towarowa ma charakter importu zaopatrzeniowego do zagranicznych fabryk w Polsce, a nowe chińskie, japońskie oraz koreańskie inwestycje, o które Polska zabiega, generują jego wzrost.

Według danych polskich w 2010 r. łączne obroty handlowe między Polską a Chinami wyniosły 18,091 mld USD, co stanowi wzrost o 17,6% w porównaniu z rokiem 2009. Import z Chin wzrósł o 18,3% i wyniósł 16,460 mld USD, polski eksport do Chin wzrósł o ok. 11% i wyniósł 1,631 mld USD, zaś ujemne saldo po stronie Polski wyniosło 14,830 mld USD.

Najważniejszymi towarami eksportowanymi z Polski do Chin są wyroby metalurgiczne, maszyny i urządzenia oraz produkty przemysłu chemicznego (blisko 80% tego eksportu), samoloty, aparatura elektryczna, kauczuk syntetyczny, wały napędowe, maszyny specjalistyczne. Główny surowiec eksportowy Polski to miedź. W chińskim eksporcie do Polski najważniejszą grupę stanowią wyroby przemysłu elektromaszynowego (55%), towary włókiennicze (13%), zabawki i meble (ok. 6.5%) oraz wyroby metalurgiczne. Podstawowe produkty sprzedawane Polsce to komputery, aparaty telefoniczne, akcesoria i części komputerowe, transformatory. Taka struktura towarowa świadczy o tym, że polska oferta eksportowa obejmuje głównie towary niskoprzetworzone i jest mało zróżnicowana, gdy oferta chińska jest o wiele bardziej różnorodna.

Celem Polski powinno być nie tyle ograniczanie chińskiego importu, ile działanie zmierzające do zwiększenia polskiego eksportu na rynek chiński. Chińscy importerzy zainteresowani są towarami branży górniczej (urządzeniami zapewniającymi bezpieczeństwo pracy w kopalniach), przemysłu metalurgicznego (import miedzi), przemysłu lotniczego (samolotami rolniczymi, transportowymi i śmigłowcami), przemysłu chemicznego oraz energetycznego.

Wśród branż, którymi w przyszłości mogą być zainteresowani chińscy importerzy, można wymienić przede wszystkim ochronę środowiska (technologie ochrony środowiska, oszczędzania energii) i branżę spożywczą (mleko w proszku, mięso, słodczyce, wyroby piekarskie, żywność ekologiczna). Zaletą Polski w tej ostatniej dziedzinie jest stosowanie mniejszej ilości nawozów sztucznych niż w Chinach oraz opinia o polskiej żywności jako pochodzącej z kraju Unii Europejskiej, a więc wyróżniającej się wysoką jakością i uznawanej za zdrową i bezpieczną. Szansą jest również eksport luksusowego alkoholu, bursztynu, jego wyrobów i ekskluzywnej biżuterii oraz polskiego rękodzieła i wzornictwa. Należy jednak podkreślić, że sukces na rynku chińskim wiąże się z długookresowym utrwalaniem kontaktów biznesowych z chińskimi partnerami i często wymaga stałej obecności w Chinach, czyli założenia tam przedstawicielstwa polskiego przedsiębiorstwa.

2.2. Polityka wspierania eksportu

Polski system wspierania eksportu opiera się głównie na instrumentach o charakterze ogólnym, w sensie zarówno geograficznym (nie są one skierowane na rynek chiński), jak i branżowym (brak systemu wsparcia eksportu towarów zdefiniowanych jako perspektywiczne na chińskim rynku). Środki finansowe przeznaczone na wsparcie eksportu nie są skon-

centrowane na rynkach priorytetowych, za który należy uznać Chiny. Pomimo stosunkowo dużej liczby instrumentów jedynie rządowy kredyt eksportowy definiowany jako oficjalna pomoc rozwojowa (ODA) jest ukierunkowany na chiński rynek. Pozostałe instrumenty, bezpośrednie i pośrednie, dostępne są dla eksporterów bez względu na interesujący ich rynek i obejmują głównie działania marketingowo-promocyjne.

2.2.1. Instrumenty bezpośrednio ukierunkowane na Chiny

Jedynym bezpośrednim instrumentem wspierania polskiego eksportu na rynek chiński jest tak zwany rządowy kredyt eksportowy – dostępny od 2001 r. i regularnie przedłużany (w ramach obecnie obowiązujących uzgodnień – do stycznia 2013 r.). Według umowy wielkość kredytu wynosi 285 mln USD, a środki mogą być wykorzystane na sfinansowanie w Chinach inwestycji z zakresu ochrony środowiska, ochrony zdrowia, oświaty, infrastruktury, komunikacji, górnictwa, przemysłu energetycznego, rolnictwa, przetwórstwa spożywczego, materiałów budowlanych oraz innych dziedzin uzgodnionych przez rządy obu stron i odpowiadających ustaleniom OECD. Kredyt jest przeznaczony na pokrycie 100% wartości kontraktów na dostawy do Chin maszyn, urządzeń, usług, technologii, przy czym udział wyprodukowanych w Polsce nie może być niższy niż 60%. W ramach kredytu rozpoczęto realizację projektów z branży górniczej, budowlanej i ochrony środowiska, a wartość zakontraktowanych towarów wynosi ok. 275 mln USD.

Kredyt ma charakter oficjalnej pomocy rozwojowej i jest nisko oprocentowany (0,8%). Jednak w lipcu 2011 r. PKB per capita Chin przekroczył poziom uprawniający do korzystania z kredytów o charakterze pomocy wiązanej (*tied aid*) zgodnie z zasadami OECD. Jeśli według danych Banku Światowego za 2011 r. wskaźnik PNB per capita przewyższy dopuszczalny próg, to ChRL nie będzie mogła korzystać z tego typu wsparcia od lipca 2012 r.

2.2.2. Instrumenty ogólne bezpośrednio

W ramach instrumentów ogólnych bezpośrednio polscy eksporterzy mają dostęp do wielu form wsparcia ze środków budżetowych i europejskich. Zalicza się do nich:

- rządowy program wsparcia eksportu realizowany przez BGK,
- ubezpieczenia eksportowe oraz poręczenia i gwarancje na przedsięwzięcia proeksportowe realizowane przez Korporację Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych (KUKE),
- program dopłat do oprocentowania kredytów eksportowych (DOKE),
- branżowe projekty promocyjne dotyczące eksportu, realizowane przez Ministerstwo Gospodarki,
- certyfikaty eksportowe, czyli pomoc Ministerstwa Gospodarki w uzyskaniu lub przedłużeniu certyfikatu na towary sprzedawane za granicą,
- przedsięwzięcia promocyjne i wydawnicze wspierające i promujące eksport oraz ogólne programy promocyjne Ministerstwa Gospodarki,
- paszport do eksportu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, który jest skierowany do sektora małych i średnich przedsiębiorstw podejmujących działalność eksportową,

Obecnie Ministerstwo Gospodarki nie dysponuje analizą skali zainteresowania instrumentami wsparcia eksportu i wykorzystania ich przez polskich przedsiębiorców chcących wejść na rynek chiński – ani w ramach pomocy budżetowej *de minimis*, ani ze środków europejskich. Nie ma również analiz skuteczności instrumentów wykorzystywanych przez firmy eksportujące do Chin. Niemniej zauważalne jest zainteresowanie udziałem w misjach i wyjazdach targowych do tego kraju, a także dofinansowaniem wydawnictw promocyjnych skierowanych na rynek chiński. Obecnie są opracowywane branżowe programy promocyjne w ramach poddziałania 6.5.1 (promocja 15 polskich branż), w których bierze się pod uwagę Chiny – jednak tylko jako jeden z wielu rynków docelowych. Ograniczeniem wykorzystania

tego instrumentu są: wymóg „innovacyjności”, który wyklucza możliwość promocji wielu tradycyjnych branż, oraz sposób kontroli wydatków ze środków europejskich, często zniechęcający potencjalnych beneficjentów programu.

2.2.3. Instrumenty ogólne pośrednie

Istotną rolę informacyjno-promocyjną odgrywają pośrednie instrumenty wsparcia eksportu o charakterze ogólnym, do których zalicza się portale internetowe WPHil, portal promocji eksportu, centra obsługi inwestorów i eksporterów oraz usługi doradcze na rzecz przedsiębiorców.

Zadaniem portali WPHil jest promocja polskich interesów gospodarczych: szeroko rozumianej współpracy gospodarczej oraz polskich przedsiębiorstw.

Funkcję integracji rozproszonych zasobów Internetu o tematyce gospodarczej spełnia portal promocji eksportu. Ma ułatwiać nawiązywanie kontaktów biznesowych oraz przedstawiać polską ofertę eksportową. Źródłem informacji portalu są zapytania ofertowe kierowane do WPHil oraz materiały Ministerstwa Gospodarki. Planowane jest skonsolidowanie portali www.trade.gov.pl i www.eksporter.gov.pl. Na potrzeby przedsiębiorców mogą być zakupione i udostępnione na portalu promocji eksportu opracowania, analizy, badania, opinie prawne czy ekspertyzy rynkowe.

Celem centrów obsługi inwestorów i eksporterów (COIE) jest umiędzynarodowienie polskich przedsiębiorstw (przez ułatwienie dostępu do usług informacyjnych niezbędnych do planowania, organizowania i realizacji eksportu i/lub inwestycji poza granicami kraju) oraz zwiększanie inwestycji zagranicznych w Polsce przez ułatwianie dostępu do informacji przedsiębiorstwom zagranicznym. Przewiduje się utworzenie tego typu jednostek w każdym województwie.

2.3. Wzajemne inwestycje

Według danych NBP na koniec 2010 r. łączna wartość inwestycji polskich w Chinach wyniosła 112 mln USD. Struktura tych inwestycji wskazuje, że polskie przedsiębiorstwa są zainteresowane współpracą inwestycyjną w sektorze górniczym, farmaceutycznym, chemii budowlanej oraz przemyśle odzieżowym. Natomiast skumulowana wartość chińskich inwestycji bezpośrednich w Polsce na koniec 2010 r. wyniosła 328 mln USD. Chińskie inwestycje w Polsce obejmują głównie branżę elektroniczną, przede wszystkim produkcję telewizorów i monitorów LCD (np. TCL Corporation w Żyrardowie, Digital View w Koszalinie), elektromaszynową (Nuchtech w Kobyłce pod Warszawą, produkujący skanery do prześwietlania pociągów i pojazdów), dystrybucję towarów (GD Poland w Wólce Kosowskiej) i branżę IT (ZTE, Huawei). Największą chińską inwestycją w Polsce jest zakup huty Stalowa Wola przez LiuGong. Jest to pierwsza w Polsce prywatyzacja przeprowadzona w całości przez chiński kapitał.

Pomimo wzrostu wzajemnych inwestycji w ostatnich latach ich poziom nadal jest niewielki. Z jednej strony, polscy przedsiębiorcy obawiają się chińskiego rynku (np. skomplikowanych przepisów inwestycyjnych, zagrożeń kopiowania znaków towarowych). Z drugiej strony, chińscy przedsiębiorcy nie są właściwie przygotowani do rozpoczęcia inwestycji (np. nie znają zasad przetargów czy przepisów prawa pracy). O niewłaściwym przygotowaniu chińskich przedsiębiorców do prowadzenia działalności na polskim rynku świadczy niepowodzenie konsorcjum COVEC (np. brak odpowiedniej wiedzy na temat warunków działalności na polskim rynku). Wycofanie się konsorcjum z kontraktu na budowę odcinka autostrady A2 może utrwalić negatywny obraz chińskich przedsiębiorstw w Polsce, ale też wpłynąć na wizerunek Polski wśród chińskich inwestorów jako rynku trudnego, w którym duże projekty inwestycyjne chińskich podmiotów się nie powiodły.

2.4. System zachęt inwestycyjnych

Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych, która jest główną instytucją odpowiedzialną za promocję Polski wśród potencjalnych chińskich inwestorów, (Agencja organizuje misje gospodarcze do Chin oraz Polski, publikuje przewodniki dla chińskich inwestorów), a także firmy doradcze czy kancelarie prawne, które prowadzą działania konsultingowe dla chińskich przedsiębiorców, przekonując ich do inwestowania w Polsce, zwracają uwagę na takie jej zalety, jak:

- strategiczne położenie w centrum Europy, oznaczające dostęp nie tylko do dużego polskiego rynku, lecz także do całego rynku unijnego;
- dostęp do młodej, wykształconej i stosunkowo taniej siły roboczej;
- 14 specjalnych stref ekonomicznych oferujących ulgi inwestycyjne;
- gospodarcza i polityczna stabilność Polski wyrażająca się we wzroście gospodarczym (w 2011 r. ok. 4%) pomimo kryzysu;
- stabilność systemu bankowego i finansowego;
- aktywność samorządów w nawiązywaniu kontaktów handlowych i inwestycyjnych z przedsiębiorstwami chińskimi
- atrakcyjność inwestycyjna w takich obszarach, jak: centra serwisowe, badania i rozwój, przemysł stoczniowy, przemysł samochodowy, rozwój infrastruktury, przekształcenia systemu ochrony zdrowia (np. własnościowe), prywatyzacja polskich przedsiębiorstw.

Preferencyjne warunki inwestowania oferowane są chińskim przedsiębiorcom w specjalnych strefach ekonomicznych. W Polsce działa 14 SSE o łącznej powierzchni inwestycyjnej 15 tys. ha. Do tej pory zainwestowano tam 73 mld zł, powstało 230 tys. miejsc pracy. Inwestycje z Chin plasują się na 18 miejscu. SSE oraz samorzady, na terenie których funkcjonują strefy, prowadzą działania informacyjne i promocyjne skierowane do chińskich przedsiębiorców. Do najważniejszych zachęt dla inwestorów w SSE zaliczyć można: zwolnienia z podatku CIT w zależności od nakładów inwestycyjnych, możliwość przyznania przez władze lokalne ulg w podatku od nieruchomości, „opiekę” władz SSE i władz lokalnych nad projektem oraz odpowiednie doradztwo.

2.5. Instytucje zaangażowane w polsko-chińską współpracę gospodarczą

Oprócz WPHI i PAIilZ, instytucjami zaangażowanymi w polsko-chińską współpracę gospodarczą są: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, która prowadzi działalność informacyjną, na przykład publikując przewodniki dla polskich firm zainteresowanych rynkiem chińskim; Krajowa Izba Gospodarcza, organizująca szkolenia dla przedsiębiorców, misje gospodarcze oraz wyjazdy targowe do Chin; oraz Polsko-Chińska Izba Gospodarcza, do której działań należy udostępnianie informacji o planowanych i realizowanych inwestycjach polskich w Chinach i chińskich w Polsce, poszukiwanie partnerów biznesowych, promocja Polski w Chinach, organizacja misji gospodarczych.

Współpracę z ChRL rozwijają również samorzady lokalne. Przykładem jest aktywność samorządu województwa pomorskiego. W 2009 r. otworzono Biuro Pomorskie w Pekinie. Celem Biura jest wspieranie pomorskich przedsiębiorców, a także promocja Pomorza w Chinach. Biuro świadczy usługi, które pomagają w nawiązywaniu kontaktów biznesowych. W maju 2011 r. marszałek województwa pomorskiego podpisał z przedstawicielami samorządów Gdańska, Sopotu, Gdyni, Słupska oraz instytucji i związków gospodarczych regionu list intencyjny o powołaniu inicjatywy „Pomorskie w Chinach”.

Rozwojem współpracy z Chinami zainteresowane są niektóre polskie miasta. Kielce otworzyły w Pekinie swoje przedstawicielstwo, zajmujące się między innymi organizacją misji gospodarczych, kreowaniem kontaktów biznesowych i szeroko pojętą promocją miasta. Łódź

od 1994 r. jest miastem partnerskim Tianjinu. Przedstawiciele Łódzkiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej odwiedzają Chiny, spotykają się z inwestorami, zachęcają chińskich partnerów do inwestowania w Łodzi. W nawiązywanie współpracy z Chinami angażuje się także Częstochowa. W wyniku rozmów z partnerami chińskimi planowane jest otwarcie przedstawicielstwa chińskiego stowarzyszenia biznesowego w tym mieście. W Warszawie działania promocyjne skierowane do Chińczyków prowadzi Stołeczne Biuro Turystyki. Głównym celem tych działań jest prezentowanie Warszawy jako miasta atrakcyjnego dla chińskich inwestorów oraz turystów.

2.6. Zakres wsparcia ze strony polskich placówek dyplomatycznych

Wydziały promocji handlu i inwestycji (wcześniej WEH) prowadzą głównie działalność informacyjną przez zamieszczanie na swoich stronach internetowych informacji o możliwościach inwestowania w Chinach czy sposobach zakładania działalności gospodarczej. Przygotowane zostały między innymi publikacje: *Przewodnik po prowincji Fujian*, Szanghaj 2005; *Zhejiang, wiodąca gospodarczo prowincja Chin. Przewodnik dla polskich handlowców i inwestorów 2003–2004*, Szanghaj 2005; *Przewodnik po prowincji Szanghaj*, Szanghaj 2005; *Hongkong, Specjalny Region Administracyjny. Przewodnik dla polskich przedsiębiorców*, Hongkong 2006; *Delta rzeki Jangcy – Głowa Gospodarczego Smoka. Publikacja dla polskich przedsiębiorców*, Szanghaj 2010; *Poradnik eksportera na rynek chiński*, Szanghaj 2010.

WPHI są również instytucjami, do których zwracają się polscy eksporterzy lub inwestorzy zainteresowani chińskim rynkiem. Najczęściej zapytania i prośby dotyczą poszukiwania partnerów handlowych, nawiązywania z nimi współpracy czy instytucji konsultingowych pomocnych w rozpoczęciu działalności w Chinach. Są to działania o charakterze doraźnym. Brak natomiast systemowego wsparcia dla polskich przedsiębiorców. Obecnie obejmuje ono głównie odpowiedzi na ich pytania i umieszczanie na stronach internetowych informatorów dla eksporterów i innych danych ogólnych. WPHI mogłyby odgrywać większą rolę w promocji polskich interesów, lecz z uwagi na ograniczoną liczbowo kadre, szczególnie w obliczu wzrostu zainteresowania chińskim rynkiem, przy niewielkim zaangażowaniu innych instytucji (takich jak samorząd gospodarczy) oraz niedoskonałości systemu wspomagania eksportu, który nie jest ukierunkowany geograficznie, w przyszłości nie będą w stanie obsłużyć coraz większej liczby zwracających się do nich przedsiębiorców.

Rekomendacje

- 1) **Opracowanie strategii rozwoju stosunków gospodarczych Polski z Chinami.** Cele polskiej polityki wobec Chin w dziedzinie rozwoju współpracy gospodarczej mają obecnie charakter rozproszony i nie są jasno zdefiniowane. W publikacjach na temat stosunków polsko-chińskich oraz wypowiedziach polityków, urzędników państwowych i ekspertów wymieniane są takie cele, jak: zmniejszenie deficytu obrotów towarowych, wzrost polskiego eksportu, promocja polskich inwestycji w Chinach oraz przyciąganie chińskich inwestycji do Polski, udział przedsiębiorstw chińskich w realizacji projektów infrastrukturalnych w Polsce, współpraca naukowo-techniczna. Dlatego należy rozważyć opracowanie okresowej strategii (np. do roku 2015 lub 2020) rozwoju stosunków gospodarczych z Chinami, która w sposób spójny i klarowny definiowałaby cele, instrumenty oraz podmioty odpowiedzialne za jej realizację. Tego typu dokumenty istnieją w innych państwach Unii Europejskiej, chociażby w Wielkiej Brytanii (*Zjednoczone Królestwo – Chiny: Ramowy plan zaangażowania*, definiujący cele polityki wobec Chin na lata 2009–2012), Hiszpanii (*Plan działania Azja Pacyfik na lata 2009–2012*) i Czechach (*Czeska Republika w Azji. Strategia rozwoju stosunków z krajami i obszarami Azji, Strategia eksportu Ministerstwa Przemysłu i Handlu na lata 2006–2010 oraz Strategia realizacji długofalowych interesów Republiki Czeskiej w Chinach*). Podobny polski dokument, który podlegałby cyklicznemu przeglądowi pod kątem postępu w realizacji, określałby wskaźniki sukcesu w polskiej polityce wobec Chin.
- 2) **Poprawa współpracy administracji publicznej z sektorem przedsiębiorstw.** Należy rozważyć powołanie stałego forum dialogu o strategii rozwoju współpracy gospodarczej z Chinami. Forum, skupiające przedstawicieli administracji publicznej, sektora przedsiębiorstw i ekspertów, którego działalność mogłaby być koordynowana przez instytucję badawczo-analityczną, ułatwiłoby kształtowanie i bieżące korygowanie założeń polityki wsparcia polskich eksporterów i inwestorów odpowiednio do oceny wpływu aktualnej koniunktury na perspektywy wzmocnienia polskiej pozycji na rynku chińskim. Wymiana poglądów i informacji istotnych z punktu widzenia strategii przedsiębiorstw oraz możliwość przedstawiania postulatów przez same przedsiębiorstwa pomogłyby w lepszym dostosowaniu (w istniejących ramach) instrumentów wsparcia i działalności administracji publicznej do realizacji polskich interesów gospodarczych w stosunkach z Chinami.
- 3) **Zwiększenie polskiego eksportu do Chin.** Wprawdzie ograniczenie deficytu obrotów bieżących z Chinami jest mało prawdopodobne, niemniej jednym z celów polskiej polityki wobec Chin powinien być wzrost eksportu. Działaniami sprzyjającymi realizacji tego celu (np. podejmowanymi przez Ministerstwo Gospodarki we współpracy z polskimi przedstawicielstwami dyplomatycznymi) mogłyby być: opracowywanie aktualizowanych okresowo prognoz dotyczących szczegółowych potrzeb gospodarki chińskiej, z myślą o dopasowaniu do nich polskiej oferty eksportowej, wyselekcjonowanie przedsiębiorstw odnoszących sukcesy w eksporcie na inne rynki i pomoc w przygotowaniu ich oferty na rynek chiński, wspieranie przedsiębiorstw już obecnych w Chinach w poszukiwaniu nowych partnerów i nabywców. Ze względu na obawy polskich przedsiębiorców związane z ryzykiem zaangażowania na rynku chińskim (wysokie koszty początkowe,

nieznajomość przepisów chińskich, kopiowanie znaków towarowych, bariery w dostępie do rynku itp.), inicjowanie działań promocyjnych mających doprowadzić do zwiększenia polskiego eksportu do Chin mogłoby (przynajmniej w fazie wstępnej) należeć do instytucji państwowych.

- 4) **Dotarcie z kompleksową informacją na temat Chin do polskich przedsiębiorstw.** Podstawowym zadaniem w osiągnięciu celu, jakim jest wzrost polskiego eksportu na rynek chiński, jest dotarcie z kompleksową informacją do krajowych przedsiębiorstw mających możliwości sprzedaży swoich produktów i usług do Chin i wykazujących tym zainteresowanie. Za wskazane trzeba uznać opracowanie systemu szkoleń, które obejmowałyby kwestie horyzontalne o znaczeniu praktycznym (sposoby uruchamiania działalności gospodarczej w Chinach, najlepsze formy współpracy z partnerem chińskim, kwestie różnic kulturowych itp.) oraz, na następnym etapie, szkolenia skierowane do przedsiębiorstw określonego sektora. Specyfika rynku chińskiego, na którym obecnych jest wiele przedsiębiorstw zagranicznych, wymaga perspektywy długookresowej oraz większego zaangażowania kapitałowego, ponieważ dla powodzenia przedsięwzięć handlowych często konieczna jest stała obecność w Chinach – założenie przedstawicielstwa polskiego przedsiębiorstwa.
- 5) **Promocja współpracy polskich przedsiębiorstw.** Rozwojowi współpracy gospodarczej z Chinami nie sprzyjają różnice w strukturze gospodarek obu państw. Polska gospodarka w wysokim stopniu oparta jest na działalności małych i średnich przedsiębiorstw, chińska natomiast – na działalności dużych korporacji. Chińskie firmy są zazwyczaj zainteresowane projektami na bardzo dużą skalę, polskie mają problem ze znalezieniem odpowiedniego partnera w kraju, gotowego realizować duże przedsięwzięcia. Rozwiązaniem mogłoby być zachęcanie polskich przedsiębiorstw do wspólnego działania w ramach konsorcjów projektowych skierowanych na rynek chiński.
- 6) **Poprawa efektywności instrumentów wsparcia eksportu.** Należy rozważyć opracowanie całościowego programu wsparcia eksportu i rozwoju polskich inwestycji, który będzie skierowany na rynek chiński (podejście geograficzne) i określenie tego rynku mianem priorytetowego. Obecnie istnieje wiele ogólnych instrumentów wspierania eksportu i inwestycji, lecz analizie powinna zostać poddana efektywność ich wykorzystania przez przedsiębiorstwa zainteresowane rynkiem chińskim.
- 7) **Zwiększenie możliwości wynikających z członkostwa Polski w UE.** Z obserwacji rozwoju współpracy gospodarczej państw Unii Europejskiej z Chinami wynika, że główną płaszczyzną realizacji interesów gospodarczych są stosunki dwustronne. Niemniej na płaszczyźnie relacji UE–Chiny znacznie łatwiej jest rozwiązywać problemy, z jakimi borykają się europejskie przedsiębiorstwa działające na rynku chińskim: dostęp do rynku, nieprzejrzystość przepisów administracyjnych, wymogi certyfikacyjne i standaryzacyjne, brak ochrony własności intelektualnej. Dlatego niezwykle istotna jest identyfikacja problemów w eksporcie i inwestycjach polskich przedsiębiorstw na rynku chińskim, podnoszenie tych kwestii na forum UE oraz zgłaszanie postulatów ich uwzględnienia w unijnym stanowisku w negocjacjach z Chinami, także dotyczących przyszłego porozumienia o partnerstwie i współpracy. Jednocześnie warto zachęcać i wspierać polskie firmy w uzyskaniu członkostwa w Izbie Handlowej Unii Europejskiej w Chinach (EUCCC), która jest podmiotem prowadzącym wnikliwą analizę różnych aspektów

działalności zagranicznych przedsiębiorstw w tym kraju oraz wartościowym źródłem informacji na ten temat.

- 8) **Zwiększenie napływu chińskich inwestycji.** W związku z rosnącym poziomem inwestycji zagranicznych podmiotów chińskich po globalnym kryzysie finansowym należy rozważyć przygotowanie kompleksowego programu promocji i zachęt dla chińskich przedsiębiorców. Ponadto warto podjąć lub zintensyfikować działania zmierzające do zwiększenia napływu bezpośrednich inwestycji z Chin, jak: aktywna promocja Polski jako kraju stabilnego ekonomicznie i atrakcyjnego dla inwestorów zagranicznych ukierunkowanych na rynek nie tylko polski, ale też europejski; zwiększenie zasobów finansowych i potencjału kadrowego w polskich placówkach w Chinach i odpowiednich instytucjach w Polsce; podjęcie współpracy z chińskimi bankami – China Development Bank i China Exim Bank – finansującymi inwestycje i realizację projektów infrastrukturalnych przez chińskie przedsiębiorstwa za granicą. Wyjątkowa atrakcyjność Polski wynika też z położenia geograficznego w sytuacji, gdy Europa Środkowa i Wschodnia staje się centrum logistyczno-spedycyjnym dla chińskich towarów. Szansą na wzrost chińskich inwestycji są udział chińskich firm w procesach prywatyzacyjnych w Polsce oraz działania o charakterze finansowym – zakup polskich obligacji. Dlatego wskazane jest opracowanie programu informacyjnego i promocyjnego (np. kompleksowej informacji na temat planowanych projektów prywatyzacyjnych) dla potencjalnych chińskich inwestorów.
- 9) **Udział chińskich przedsiębiorstw w realizacji projektów infrastrukturalnych.** Pomimo niekorzystnych doświadczeń związanych z budową odcinków autostrady A2 przez COVEC, nie należy rezygnować z zachęcania chińskich przedsiębiorstw do udziału w przetargach na realizację projektów budowlanych w Polsce. Aby uniknąć podobnych niepowodzeń, trzeba z jednej strony poddawać wnikliwej analizie możliwości potencjalnych wykonawców w realizacji określonych projektów, z drugiej – udzielać informacji na temat obowiązujących w Polsce procedur i przepisów prawa oraz wspierać znalezienie odpowiedniego polskiego partnera, który współpracowałby z chińskim przedsiębiorstwem w okresie realizacji danego projektu.
- 10) **Zdefiniowanie specyficznych dziedzin współpracy.** W Polsce brakuje dwustronnych instytucji/forów sektorowych związanych z przyszłościowymi obszarami współpracy. Instytucje tego typu funkcjonują np. w Wielkiej Brytanii (UK – China Economy and Finance Dialogue; UK – China Working Group on Climate Change; UK – China Energy Working Group; UK – China Sustainable Development Dialogue). Jedynym dwustronnym polsko-chińskim forum o takim charakterze jest mieszana komisja gospodarcza, co należy uznać za niewystarczające. Dlatego warto rozważyć powołanie polsko-chińskich sektorowych grup roboczych w dziedzinach perspektywicznych dla polskiego eksportu (np. technologie przyjazne środowisku, górnictwo). Uczestnikami byłiby przedstawiciele administracji rządowej oraz biznesu obu stron. Ułatwiłoby to lepsze rozpoznanie możliwości współpracy w danym sektorze, nawiązanie bezpośrednich kontaktów, co w rezultacie powinno korzystnie wpłynąć na wzrost polskiego eksportu i inwestycji.

- 11) Organizacja i wsparcie instytucjonalne realizacji polityki.** Realizacja polityki wobec Chin powinna mieć większe wsparcie instytucjonalne. W Polsce brakuje zinstytucjonalizowanej współpracy międzyresortowej dotyczącej stosunków z Chinami. Dlatego należy rozważyć powołanie lub wyznaczenie jednej instytucji (bądź części instytucji), która koordynowałaby realizację programu rozwoju współpracy gospodarczej z Chinami. Ułatwiłoby to skoordynowanie działań i podział zadań oraz uniknięcie przedsięwzięć o charakterze jednostkowym, *ad hoc*. Jednocześnie uzasadnione jest utworzenie/wydzielenie w poszczególnych resortach *stricte* gospodarczych, ale także w innych ministerstwach (np. szkolnictwa wyższego, edukacji) zespołów typu *task force* zajmujących się problematyką chińską. Warto także ustalić kryteria skuteczności działań podejmowanych przez administrację państwową, które umożliwią okresową modyfikację programu rozwoju współpracy gospodarczej z ChRL. Czynnikiem sprzyjającym zwiększeniu ich spójności jest coraz większa – wśród polskich polityków i władz – świadomość znaczenia Chin i konieczności bliższych z nimi relacji. Dotyczy to nie tylko sektora rządowego, o czym świadczą coraz intensywniejszy dialog polityczny oraz działania agencji rządowych (PALiIZ, PARP, POT, IAM itd.) lecz także samorządów, które chętnie nawiązują współpracę z chińskimi prowincjami lub miastami w celu promocji swoich regionów oraz rozwoju handlu, inwestycji i turystyki.
- 12) Wzmocnienie obecności w Chinach podmiotów reprezentujących polskie interesy.** Należy rozważyć wzmocnienie sekcji ekonomicznych polskich placówek dyplomatycznych w Chinach, między innymi przez zwiększenie proporcji pracowników odpowiedzialnych za kwestie gospodarcze (jak się dzieje w ambasadach innych państw UE). Obecnie jedynie w Pekinie i w Szanghaju funkcjonują wydziały promocji handlu i inwestycji. Warto się zastanowić nad utworzeniem WPHil również w Kantonie w prowincji Guangdong – z zadaniem zbadania możliwości zaangażowania inwestycyjnego w Polsce przedsiębiorstw z sektora wysokiej techniki, mających siedziby w południowych Chinach. Liczba podmiotów dbających o polskie interesy w ChRL powinna być zwiększona. Obecnie PALiIZ ma swoje biuro jedynie w Szanghaju, a samorząd gospodarczy reprezentuje tylko Polsko-Chińska Izba Gospodarcza w Kunmingu. Istotna jest przede wszystkim stała i liczniejsza obecność w Chinach agend rządowych o charakterze gospodarczym i samorządu gospodarczego. Powinny funkcjonować nie tylko w najważniejszych miastach, lecz także w wybranych ośrodkach Chin Środkowych i Zachodnich (np. Chongqing i/lub Chengdu). Pozytywnym sygnałem jest otwieranie biur przez samorządy lokalne (np. Biuro Pomorskie czy przedstawicielstwo Kielc w Pekinie). Dużo bardziej rozwiniętą sieć instytucji mają w Chinach Wielka Brytania, Hiszpania, Czechy czy Austria. Oprócz placówek dyplomatycznych, działają tam biura o charakterze gospodarczym (UK Trade and Investment, China – Britain Business Council, British Chamber of Commerce in China, biura gospodarcze i handlowe przy hiszpańskich placówkach w Pekinie, Szanghaju i Hongkongu; Czech Trade w Szanghaju i Chengdu; Czech Invest w Hongkongu; Czech Tourism w Pekinie; Federalna Austriacka Izba Gospodarcza). Powstawanie polskich przedstawicielstw podobnego typu powinien wspierać rząd. Polski personel tych przedstawicielstw w dużym stopniu mógłby być uzupełniony personelem lokalnym, znającym specyfikę rynku i regionu.

- 13) Współpraca edukacyjna.** Szansą na rozwój kontaktów międzyludzkich, które w przyszłości mogą przekształcić się w kontakty biznesowe, jest pogłębianie współpracy edukacyjnej – chociażby przyciąganie do Polski chińskich studentów. Ponieważ na polskich uczelniach studiuje obecnie pokolenie niżej demograficznego, edukacja może stać się perspektywiczną dziedziną współpracy. Dobrym przykładem jest działające od 2009 r. międzyuczelniane Konsorcjum Michała Boyma (na razie obejmuje pięć polskich uczelni wyższych). Jego celem jest promocja studiów w Polsce (przedstawiciele konsorcjum przeprowadzają w Chinach postępowania rekrutacyjne, dokonując wyboru kandydatów) oraz obecność polskich uczelni w Chinach (wspólne prace są bardziej efektywne niż działania samodzielne). W przyszłości konsorcjum planuje powołanie polsko-chińskiej szkoły wyższej. Tymczasem razem z uczelniami chińskimi organizuje seminaria dotyczące współpracy w ramach projektów innowacyjnych i uczestnicy prezentują nowe technologie mające zastosowanie w obu krajach. Administracja państwowa powinna inicjować tego typu przedsięwzięcia oraz udzielać im wsparcia (finansowego, doradczego).
- 14) Wsparcie polityczne rozwoju współpracy gospodarczej.** Realizowanie celów polskiej polityki wobec Chin należy wesprzeć intensywniejszym dialogiem politycznym. Strona chińska ceni kontakty na najwyższym szczeblu i zasadę wzajemności. Do tej pory spotkania na tym poziomie nie były częste. Niemcy, Francja, Wielka Brytania, Austria czy Hiszpania organizują takie spotkania średnio raz w roku. Dlatego należy zintensyfikować wizyty na szczeblu szefów państw i premierów (jedna w roku) oraz utrzymywać częste kontakty na poziomie ministerialnym. Podpisanie wspólnego oświadczenia w sprawie ustanowienia partnerskich stosunków strategicznych podczas ostatniej wizyty prezydenta Komorowskiego w Chinach w grudniu 2011 r., podkreślenie w dokumencie wagi częstych kontaktów przywódców obu krajów oraz decyzja o ustanowieniu mechanizmu strategicznego dialogu na szczeblu wiceministrów spraw zagranicznych stanowi dobry punkt wyjścia do intensyfikacji relacji na szczeblu najwyższym.

PISM | POLSKI INSTYTUT SPRAW MIĘDZYNARODOWYCH
THE POLISH INSTITUTE OF INTERNATIONAL AFFAIRS

POLSKI INSTYTUT SPRAW MIĘDZYNARODOWYCH (PISM) JEST CZOŁOWYM ŚRODKOWO-EUROPEJSKIM THINK TANKIEM ZAJMUJĄCYM SIĘ POLITYKĄ ZAGRANICZNĄ, INTEGRACJĄ EUROPEJSKĄ, BEZPIECZEŃSTWEM ORAZ MIĘDZYNARODOWYMI STOSUNKAMI GOSPODARCZYMI. SYTUUJĄC SIĘ MIĘDZY ŚWIATEM POLITYKI A NIEZALEŻNĄ ANALIZĄ, PISM JEST PROPAGATOREM IDEI WSPIERAJĄCYCH POLSKĄ DYPLMACJĘ ORAZ ROZWÓJ STOSUNKÓW MIĘDZYNARODOWYCH.

POLSKI INSTYTUT SPRAW MIĘDZYNARODOWYCH
THE POLISH INSTITUTE OF INTERNATIONAL AFFAIRS
UL. WARECKA 1A, 00-950 WARSZAWA
PHONE (+48) 22 556 80 00, FAX (+48) 22 556 80 99
PISM@PISM.PL, WWW.PISM.PL

ISBN 978-83-62453-26-9

