

Ķīnas Tautas Republika

Esošā situācija

IKP pieaugums	Q 1	Q2	Q3	Q 4
2017	6,9%	6,9%	6,8%	6,8%
2018	6,8%	6,7%	6,5%	6,5%*

* prognoze

Gada otrā puse sākās ar ASV noteiktajiem tirdzniecības tarifiem daļai no Ķīnas eksporta precēm. Tie pagaidām nav atstājuši jūtamu iespaidu uz Ķīnas ekonomiku, taču jau tagad valda viedoklis, ka t.s. tirdzniecības karš ieilgs, jo tas ir daļa no ASV Ķīnas "savaldīšanas" (containment) politikas. Kā arī būtiskākie būs nevis abpusējie tarifi importa precēm, bet gan sacensība par līderību jaunajās tehnoloģijās (5G, AI utt.).

Ķīnas Tautas Republikas (turpmāk – ĶTR) valdība turpina uzturēt augstu iekšējo investīciju līmeni tautsaimniecībā, it īpaši publiskajā un infrastruktūras sektoros, un kopā ar pieaugošo iekšējā patēriņa līmeni tas ir ļāvis 2017.gadā sasniegt IKP līmeni 6,9%. 2018.gadā IKP tiek prognozēts 6,5%. Valdība uzsver izaugsmes kvalitāti nevis kvantitāti un to, ka jācīnās pret iepriekšējo gadu izaugsmes izraisīto dabas piesārņojumu un nevienlīdzību sabiedrībā. Eksportā balstītais izaugsmes modelis ir sevi izsmēlis un tiek ieviestas strukturālas reformas, lai stimulētu iekšējo patēriņu, uzlabotu lielo valsts monopoluzņēmumu darbību, daudzi no kuriem ir neefektīvi konkurences apstākļos un joprojām darbojas ar plānveida ekonomikas "domāšanu". Būtiskākās problēmas šo uzņēmumu vidū ir pārprodukcija, īpaši tērauda ražošanā, nerentabilitāte un augsts parādu līmenis, kas balstās valsts garantijās. Ķīna joprojām ir un paliks viens no pasaules lielākajiem un pievilcīgākajiem noieta tirgiem ārzemju uzņēmumiem.

Ķīna ir izstrādājusi iniciatīvu "Made in China 2025" ar mērķi virzīties uz augšu globālās ražošanas vērtību ķēdē, tas ir, tālāk attīstīt pievienotās vērtības produktu izpēti, attīstību un ražošanu. Uzsvars tiek likts uz nozarēm, kas ir saistītas ar internetu, *big data* un mākslīgo intelektu, kā arī zaļajām tehnoloģijām, pēdējā no kurām arī palīdzētu risināt lielā vides piesārņojuma problēmu Ķīnā. Iniciatīvas ietvaros tiek veicināta tehnoloģisko parku, izpētes centru, biznesa inkubatoru izveide un starptautiskā sadarbība, kā arī šādi uzņēmumi var saņemt būtisku atbalstusubsīdijas no valdības. Tā pat tiek veicināta tehnoloģiju pārnese no ārzemēm šajās jomās, lai mazinātu un ātrāk sašaurinātu plaisu ar attīstītajām valstīm.

Joprojām tiek kontrolēta izejošā finanšu kapitālu plūsma. Tiek stingrāk izvērtēts izejošo investīciju lietderīgums. Vairāki zināmi lieliuzņēmumi ir bijuši spiesti atbrīvoties no ieguldījumiem ārzemēs, jo tas nav atbildis viņu pamatnodarībai. Lielajos uzņēmumos, pat tajos, kuros nav valsts kapitāls, ir tieša saikne ar vadošo partiju, un valsts vadlīnijas tiek uztvertas kā pašsaprotamas un ievērojamas.

Ķīnas investīcijas Eiropā ienāk pārsvarā kā M&A, t.i. uzņēmumu pirkšana (zināšanu un tehnoloģiju pārnese), kamēr ES investīcijas Ķīnā pārsvarā ir "greenfield"

investīcijas. KTR prezidenta Sjī uzsāktā “Viena ceļa, vienas joslas” iniciatīva joprojām dominē starptautiskajās attiecībās un ir par pamatu daudziem pasākumiem – izstādes, konferences, ekspozīcijas utt. ES pauž neapmierinātību, ka netiek ievērota paritāte – vairākas nozares un nozaru sektori Ķīnā nav atvērti investīcijām; kamēr ķīnieši var salīdzinoši brīvi investēt un pārpirkt ES uzņēmumus; rezultātā Eiropas Savienībā sāk runāt par nepieciešamību pārbaudīt (screening) Ķīnas investīcijas, it īpaši stratēģiski nozīmīgos sektoros. Ķīna atbild, ka ekonomikas atvēršana ĀTI notiek pakāpeniski (lasi: tad, kad Ķīnas uzņēmumi ir gatavi konkurēt ar ārzemniekiem).

Honkongā kā atsevišķai administratīvai vienībai ir cita likumdošana, valūta un biznesa vide bez regulatīvajiem šķēršļiem, kas ir lielajā Ķīnā. Tāpēc šajā tirgū ir vieglāk uzsākt darbu, ja salīdzina eksporta procedūru slogu. Toties Honkongas tirgus ir piesātināts un daudz neatšķiras no Rietumvalstu tirgiem.

Lai padarītu ārzemju produktus pieejamākus visiem iedzīvotājiem un samazinātu “iepirkumu” tūrisma un nenomaksātos nodokļus, tiek veicināta pārrobežu e-komercijas tirdzniecības gan caur brīvajām ekonomiskajām zonām, gan pa tiešo no izcelsmes valstīm caur tiešsaistes veikaliem.

Potenciālās iespējas sektoros

Latvijas uzņēmējiem iespējas ir sekojošos sektoros – kokrūpniecība, pārtika, kosmētika, tūrisms, izglītība, dizains, IT un investīcijas.

Kokrūpniecības sektors

Kokmateriāli stabili ieņem pirmo vietu eksportā uz Ķīnu un ir novērojams stabils pieprasījums pēc Latvijā ražotās produkcijas. Latvijas fokusam jāpaliek pie nožāvētiem un izkaltētiem, bērza, priedes un egles dēļiem. Tomēr, koksnes ražotājiem jāreķinās, ka krīzes gadījumā viņiem būs strauji jāpārorientējas uz citiem tirgiem. Pārorientēties uz augstākas vērtības produktiem ierobežo Ķīnas ievadmu nodevas, kas apzināti aizsargā savus pārstrādes ražotājus. Iespējas pastāv saliekamo koka māju jomā (īgauņi ir atvēruši kopuzņēmumu Ķīnā šajā jomā).

Pārtikas sektors

Apstrādājamās zemes trūkuma dēļ Ķīna fiziski nespēj nodrošināt savus iedzīvotājus ar nepieciešamo pārtikas apjomu, tādēļ ir spiesta importēt dažādas pārtikas kategorijas. 2019. gadā turpināsies importētās pārtikas produktu pieaugums. Pārtikas tirgu Ķīnā ietekmē arī tādi faktori kā ienākumu pakāpenisks pieaugums, patērētāju neuzticamība vietējās pārtikas kvalitātei. Īpaši lielas iespējas tiek paredzētas – piena produktiem, medum, alum, šokolādei, cepumiem, brokastu pārslām un bērnu pārtikai. Šādus secinājumus savā pētījumā par pārtikas un dzērienu tirgu izdara ES MVU centrs. No otras puses visi vēlas eksportēt uz Ķīnu, tāpēc šajā tirgū jākonkurē ar visas pasaules reģionu ražotājiem. Ķīnas patērētājam nav izpratnes par kvalitāti un šajā tirgus attīstības stadijā importētāji fokusējas uz cenu un īstermiņa tirgus tendencēm – ja kāds produkts “aiziet” citiem, tad arī tie to sāks importēt. Produktu izvēlē liela nozīme ir valsts atpazīstamībai, kas faktiski nozīmē, ka valstīm ārpus G7 ir nelabvēlīgāka situācija konkurētspējā. Arī pārtikas sektorā ir iespējama pārrobežu e-komercija, kad preces tiek ievestas un atrodas muitas zonas noliktavās un tikai pārdošanas un nosūtīšanas brīdī tiek apliktas ar ievadmu nodevām un nodokļiem, ko sedz gala patērētājs, tādējādi atvieglotot muitas procedūras. Šis modelis gan tikai attiecas uz t.s. B2C - transakcijām ar gala lietotājiem. Pārstāvniecības plāno fokusēties uz tiešajiem B2B kontaktiem Ķīnā.

Kosmētika un dizains

Kosmētikas produktiem ir nepieciešama sarežģīta sertifikācija, kas apgrūtina kosmētikas importu Ķīnā. Tas neattiecas uz ziepēm, šampūniem utt. Taču ir iespējama pārrobežu e-komercija, uz kuru neattiecas striktās prasības sertificēt produkciju.

Dizaina preču jomā ir svarīga valsts un zīmola atpazīstamība. Turklāt uzmanība jāpievērš iespējamajai produktu kopēšanai. Taču ir patērētāju segments, kas novērtē kvalitāti un unikālu dizainu.

Šos abus sektorus ir vieglāk virzīt Honkongā, Šanhajā un Pekinā, kur ir augstāks pirktspējas līmenis.

Tūrisma un izglītības sektors

Izejošā tūrisms apjoms Ķīnā turpina palielināties. Populārs sāk kļūt individuālais tūrisms pretstatā Āzijā tik ierastajam grupu tūrismam, kas joprojām dominē. Ķīnieši tāpat kā citi aziāti nejutās droši par savām svešvalodas spējām un saskarsmē ar citu kultūru izvēlas pārbaudītas lietas, tāpēc atstāj ceļojuma plānošanu speciālistu ziņā. Tas paver ceļu sadarbībai aģentūru starpā. Informējot Latvijas puses partnerus par ķīniešu tūristu vēlmēm (*China friendly* koncepts), tiktu panākti labvēlīgas atsauksmes un novērtējums.

Ārvalstu augstākajā izglītībā Ķīnā dominē Austrālija, ASV un Anglija un tad seko citas valstis. Piedāvājot šauru specializācijas jomu par pieņemamām cenām, arī Latvijai ir izredzes piesaistīt studentus. Viena no iespējām ir piedāvāt īstermiņa vasaras kursus ķīniešu studentiem Latvijas universitātēs. Perspektīvas arī būtu vasaras bērnu nometnes ar apmācības iespējām.

Investīciju piesaiste (tajā skaitā IT sektoram)

Ķīnas prioritāte ir pārveidot ražošanu no tādas, kas konkurē ar zemām darbaspēka izmaksām, uz augstas pievienotās vērtības ražošanu, attiecīgi valsts atbalsta un veicina investīcijas ārvalstu tehnoloģijās, kas ļautu sasniegt šo mērķi. Kā arī tiek veicinātas investīcijas, kas ļautu izmantot liekos resursus nozarēs, kur ir pārprodukcija, piem., infrastruktūras būvniecība.

Sagatavojis LIAA pārstāvniecības Ķīnā (Šanhaja) vadītāja A.Stūrmane, LIAA pārstāvniecības Ķīnā (Pekinā) vadītājs I. Rozenblats