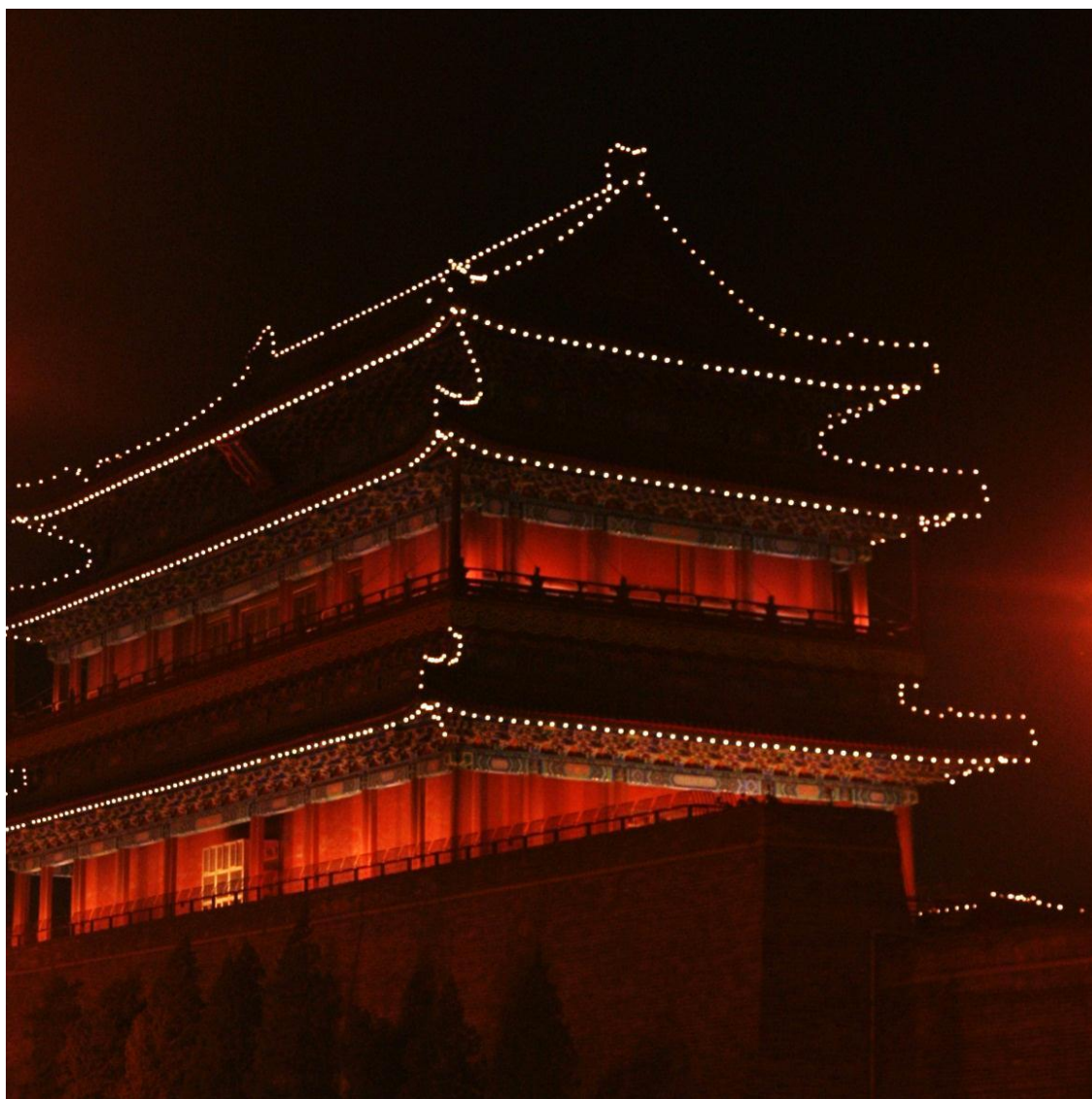


WYDZIAŁ PROMOCJI HANDLU I INWESTYCJI  
AMBASADY RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ  
W PEKINIE



PORADNIK EKSPORTERA I INWESTORA  
DO CHIŃSKIEJ REPUBLIKI LUDOWEJ



Wydanie IV



## SPIS TREŚCI

<b>1. GOSPODARKA CHIN – SŁOWO WSTĘPNE</b> .....	<b>2</b>
1.1. POLITYKA GOSPODARCZA RZĄDU .....	4
1.2. WYNIKI W GŁÓWNYCH SEKTORACH GOSPODARKI, W TYM W HANDLU ZAGRANICZNYM .....	4
1.2.1. WZROST GOSPODARCZY, PRODUKCJA PRZEMYSŁOWA, INWESTYCJE .....	4
1.2.2. WSPÓLPRACA GOSPODARCZA CHIN Z ZAGRANICĄ .....	5
1.2.3. INFLACJA I BEZROBOCIE .....	6
<b>2. DWUNASTY „PLAN PIĘCIOLETNI”</b> .....	<b>9</b>
<b>3. WSPÓLPRACA GOSPODARCZA POLSKI Z CHIŃSKĄ REPUBLIKĄ LUDOWĄ</b> .....	<b>10</b>
3.1 EKSPORT Z POLSKI Z UWZGLĘDNIENIEM POSZCZEGÓLNYCH PROWINCJI CHIN .....	13
3.2 IMPORT Z CHIN Z UWZGLĘDNIENIEM POSZCZEGÓLNYCH PROWINCJI CHIN .....	14
3.3 UDZIAŁ POSZCZEGÓLNYCH PROWINCJI CHIN W OBROTACH HANDLU ZAGRANICZNEGO Z POLSKĄ .....	15
<b>4. MOŻLIWOŚCI EKSPORTOWE BRANŻ I TOWARÓW</b> .....	<b>16</b>
4.1. PERSPEKTYWICZNE BRANŻE EKSPORTOWE DO CHIN:.....	16
4.2. EKSPORT MIĘSA DO CHIN.....	17
<b>5. BARIERY WEJŚCIA NA RYNEK CHIŃSKI</b> .....	<b>18</b>
<b>6. PRZEDSIĘBIORSTWA Z UDZIAŁEM KAPITAŁU ZAGRANICZNEGO W CHINACH</b> .....	<b>19</b>
6.1. BIURO PRZEDSTAWICIELSKIE .....	19
6.2. SPÓŁKA JOINT VENTURE .....	19
6.3. PRZEDSIĘBIORSTWO ZE 100% KAPITAŁEM ZAGRANICZNYM .....	21
<b>7. SPÓŁKI Z UDZIAŁEM KAPITAŁU ZAGRANICZNEGO</b> .....	<b>22</b>
<b>8. ZAMÓWIENIA PUBLICZNE</b> .....	<b>23</b>
<b>9. SYSTEM FINANSOWY I PODATKOWY W CHINACH</b> .....	<b>24</b>
9.1. GŁÓWNE PODATKI, KTÓRE DOTYCZĄ FIRM Z KAPITAŁEM ZAGRANICZNYM: .....	24
<b>10. OCHRONA WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ</b> .....	<b>24</b>
10.1. REJESTRACJA ZNAKU TOWAROWEGO .....	25
10.2. WNIOSKI PATENTOWE W CHRL.....	26
10.3. OCHRONA PRAW WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ .....	27
<b>11. REGULACJE CELNE I DOSTĘP DO RYNKU CHRL</b> .....	<b>27</b>
11.1. CERTYFIKATY I INNE WYMOGI W DOSTĘPIE DO RYNKU .....	28
11.2. BADANIE TOWARÓW W OBROTCIE TOWAROWYM CHRL Z ZAGRANICĄ I ICH KWARANTANNA .....	28
11.3. NADZÓR I BADANIA ARTYKUŁÓW ŻYWNOŚCIOWYCH .....	29
11.4. NADZÓR NAD BADANIAMI PRODUKTÓW MECHANICZNYCH I ELEKTRONICZNYCH .....	29
11.5. NADZÓR NAD BADANIAMI LEKÓW .....	30
11.6. PRZEPROWADZANIA BADAŃ I KWARANTANNY TOWARÓW IMPORTOWANYCH I EKSPORTOWANYCH	31
<b>12. WERYFIKACJA FIRMY CHIŃSKIEJ</b> .....	<b>31</b>
12.1 LISTA PRZYKŁADOWYCH FIRM ZAJMUJĄCYCH SIĘ WERYFIKACJAMI CHIŃSKICH PRZEDSIĘBIORSTW:.....	31
<b>13. PIECZĘCI</b> .....	<b>32</b>
<b>14. DUE DILLIGENCE</b> .....	<b>33</b>
<b>15. ROZSTRZYGANIE SPORÓW, WINDYKACJA NALEŻNOŚCI</b> .....	<b>34</b>
<b>16. LISTA WYBRANYCH KANCELARII PRAWNICZYCH I DORADCZYCH Z SIEDZIBĄ W CHINACH</b> .....	<b>34</b>

<b>17. LISTA WYBRANYCH KANCELARII PRAWNICZYCH I DORADCZYCH Z SIEDZIBĄ ..... W POLSCE.....</b>	<b>38</b>
<b>18. ZWYCZAJE HANDLOWE. ETYKA BIZNESOWA W CHINACH .....</b>	<b>39</b>
18.1. HIERARCHIA I GODNOŚĆ OSOBISTA .....	39
18.2. PRZYWITANIE I PRZEDSTAWIANIE SIĘ .....	39
18.3. SPOTKANIA .....	39
18.4. UBIORY .....	39
18.5. NEGOCJACJE.....	40
18.6. PODEJMOWANIE GOŚCI.....	40
18.7. WRĘCZANIE UPOMINKÓW.....	41
<b>19. INFORMACJE DOTYCZĄCE KULTURY I OBYCZAJÓW CHIN.....</b>	<b>41</b>
19.1. CO KSZTAŁTOWAŁO CHIŃSKIE PODEJŚCIE DO BIZNESU? .....	41
19.2. KOMUNIKACJA .....	42
19.3. ZALEŻNOŚCI MIĘDZYLUDEK A PODEJŚCIE DO ZADANIA .....	42
19.4. EMOCJE SKRYTE POD MASKĄ.....	43
19.5. JEDNOSTKA A KOLEKTYW .....	43
19.6. PODEJŚCIE DO PODEJMOWANIA RYZYKA .....	43
19.7. WYCZUCIE CZASU .....	44
19.8. PIRAMIDA WŁADZY .....	44
19.9. NAOKOŁO DO CELU .....	44
19.10. SZEROKA PERSPEKTYWA .....	45
19.11. INNY SPOSÓB PATRZENIA.....	45
<b>20. PRZEDSIĘWZIĘCIA TARGOWO-WYSTAWIENNICZE W 2013R.....</b>	<b>45</b>
<b>21. WAŻNE ADRESY I LINKI.....</b>	<b>46</b>
<b>22. LISTA POLSKICH ZAKŁADÓW MLECZARSKICH DOPUSZCZONYCH NA RYNEK CHIŃSKI .....</b>	<b>48</b>
<b>23. LISTA POLSKICH ZAKŁADÓW DROBIARSKICH DOPUSZCZONYCH NA RYNEK CHIŃSKI .....</b>	<b>49</b>
<b>24. LISTA POLSKICH ZAKŁADÓW MIĘSNYCH DOPUSZCZONYCH NA RYNEK CHIŃSKI Z WIEPRZOWINĄ .....</b>	<b>50</b>
<b>25. SŁOWNICZEK POLSKO – CHIŃSKI.....</b>	<b>50</b>
<b>26. NOTATKI.....</b>	<b>60</b>

## 1. Gospodarka Chin – słowo wstępne



*Szanowni Czytelnicy,*

Nasze biuro w ostatnich miesiącach jest zasypywane informacjami o oszustwach, których ofiarami padły firmy polskie, współpracujące z - jak się okazało później - nierzetelnymi partnerami z Chin. Najczęściej dochodzi do wysyłania przez chińskich dostawców towarów niezgodnych z zamówieniem. I tak pewien biznesmen z Polski zamiast zamówionego złomu aluminiowego otrzymał... kamienie. Zanim otworzył kontener w Polsce, wysłał pieniądze za towar do banku na... Kajmanach. Inny przedsiębiorca zamówił blachy o grubości 8 milimetrów dostał je, ale o grubości 4 milimetrów. Takich przypadków jest coraz więcej. Co łączy tych przedsiębiorców? Naiwne przekonanie, że tam daleko w Chinach działają tylko rzetelni i uczciwi handlowcy. Dopiero jak „mleko się wyleje”, pokrzywdzeni szukają w internecie adresu WPHI i proszą o interwencję („Mądry Polak po szkodzi”). Nasze skromne możliwości to poinformowanie władz chińskich, list upominający do firmy, która „nagle” przestaje istnieć a jej właściciel „gdzieś” wyjechał oraz towarzyszenie pokrzywdzonemu przy składaniu zawiadomienia o popełnianiu przestępstwa na chińskiej policji (jeżeli sprawa ma miejsce w Pekinie).

Stare przysłowie mówi - przezorny zawsze ubezpieczony. Przy zawieraniu kontraktów zawsze należy pamiętać, iż:

- Klient z Polski zawsze powinien poprosić swojego chińskiego kontrahenta o przysłanie kopii dokumentów rejestrowych (Enterprise Judicial Personal Business Licence - 企业法人营业执照 oraz Tax Registration Certificate - 税务登记证). Ważna jest okrągła pieczęć firmowa z gwiazdą pośrodku i numer rejestru,
- Najlepiej wynająć sobie tłumacza języka chińskiego (tych, nota bene, jest coraz więcej w Polsce). Tłumacz będzie w stanie sprawdzić na stronie Państwowej Administracji Przemysłu i Handlu (SAIC, <http://www.saic.gov.cn>), udostępniającej on-line bazę chińskich firm, po wpisaniu numeru rejestrowego z otrzymanych dokumentów, czy dana firma jest zarejestrowana (czy istnieje). Każde miasto posiada takie rejestry w Chinach. Jeśli firma jest np. z Ningbo, to trzeba jej szukać na stronie lokalnego SAIC Ningbo lub prowincji Zhejiang,
- Bezpieczniej stosować formę płatności w postaci inkasa lub akredytywy. Są one co prawda droższe, ale bezpieczniejsze. Brak akceptacji strony chińskiej na taką formę płatności powinien wzbudzić czujność w polskiej firmie,
- Pożądaną formą kontroli transakcji jest wynajęcie wykwalifikowanej osoby bądź specjalistycznej firmy (jeżeli osobisty przyjazd do Chin jest niemożliwy), która dokona odbioru jakościowo-ilościowego towaru przygotowywanego do wysyłki i sporządzi raport z inspekcji oraz ewentualnie wyśle próbką zamówionego przez nabywcę towaru a także będzie obecna przy załadunku i plombowaniu kontenera. Daje to pewność, że nikt później nie będzie do kontenera zaglądał,
- W obliczu coraz częstszych włamań hakerów do skrzynek mailowych chińskich firm (rzeczywistych lub fikcyjnych) dokonujących transakcji międzynarodowych, zalecane jest weryfikowanie informacji o nagłej zmianie numerów kont bankowych drogą inną niż mailowa (faksem, telefonicznie) oraz możliwość kontaktu z więcej niż jednym pracownikiem (a najlepiej z CEO lub general menagerem firmy) w celu potwierdzenia czy zmiany istotnie zaszły. Znane są nam przypadki przechwytywania przez hakerów maili między polskimi

nabywcami i chińskimi dostawcami i prowadzenie dalej korespondencji w taki sposób, że strona polska przelewała pieniądze (nawet dziesiątki tysięcy dolarów) na inne, często posiadające podobny numer, konto. Zwykle poszkodowany orientował się w oszustwie w chwili, gdy chiński dostawca przypominał o zbliżającej się wysyłce towaru oraz konieczności uregulowania pozostałej kwoty za towar, monitując, iż nie otrzymał pieniędzy. W takich wypadkach możliwości odzyskania pieniędzy z konta są bliskie zeru.

Naiwnych nie brakuje. Pragniemy przestrzec także przed „pośrednikami” z Chin. Zdarzały się bowiem przypadki, że naiwnym biznesmenom z Polski proponowano „pomoc” w zawarciu korzystnych kontraktów. I tak liderem tego smutnego rankingu jest pewien przedsiębiorca z Polski, który uwierzył, że po wpłaceniu (wręczeniu) 50 tysięcy dolarów „pośrednikowi” otrzyma kontrakt na szycie butów dla chińskiej armii. Chodzi o miliony żołnierzy służących w siłach zbrojnych ChRL. Pieniądze zniknęły razem z pośrednikiem. Inny przedsiębiorca, ( na szczęście skorzystał z pomocy biznesmena z Polski, który miał doświadczenie w transakcjach na terenie ChRL) miał zawrzeć korzystny kontrakt w Jinanie. Gdy pomagający mu biznesmen dojechał na zaproszenie pośredników do hotelu w Jinanie i spytał się na jakiej podstawie ma wypłacić akonto transakcji 10 tysięcy dolarów zmieszani pośrednicy starali się go nakłonić by zapłacił przynajmniej 2 tysiące dolarów. Pośrednicy po odmowie gdzieś wyjechali w pilnej sprawie – a biznesmen musiał opłacić hotel i luksusową limuzynę, która wynajęli nieuczciwi pośrednicy.

Fatum naiwności nie omija organizacji charytatywnych. Jedna z nich zamówiła pojemniki na wodę dla dzieci by rozdawać je latem. Organizacja skontaktowała się z pośrednikiem, który miał rzekomą licencję na obsługę tego typu przedsięwzięć.

Na 10 tysięcy pojemników tylko 10 (dziesięć) nie było dziurawych lub uszkodzonych. Krótko mówiąc w Chinach nadal można robić dobre interesy, stopa zwrotu jest często wysoka, ale i ryzyko jest większe. Wizja wysokich zysków nie powinna przysłaniać nam zdolności oceny sytuacji i zachowania najwyższych środków ostrożności.

*Robert Góralczyk, Radca Kierownik WPHiI w Pekinie*

## 1.1. Polityka gospodarcza rządu

W 2012 roku polityka gospodarcza rządu chińskiego opierała się na następujących założeniach:

1. Pobudzenie konsumpcji wewnętrznej,
2. Wdrażanie 12-ego planu pięcioletniego na lata 2011-2015,
3. Powstrzymanie inflacji, która w lipcu 2011 r. osiągnęła najwyższy poziom 6,5% i od tamtego czasu stopniowo spada,
4. Schłodzenie rynku nieruchomości,
5. Obniżenie docelowego wzrostu gospodarczego do 7,5%,
6. Kontrola nad inflacją,
7. Stymulowanie rozwoju regionów wiejskich oraz działania na rzecz utrzymania stabilności społecznej,
8. Dążenie do zmniejszenia uzależnienia wzrostu gospodarczego w Chinach od eksportu i inwestycji.

Rząd ChRL w 2011 r. kontynuował walkę z rosnącymi cenami na rynku mieszkaniowym. Jednocześnie Ludowy Bank Chin rozpoczął pod koniec roku łagodzenie polityki pieniężnej, aby przeciwdziałać skutkom spowolnienia tempa wzrostu gospodarczego. Zdaniem chińskich ekspertów gospodarczych problem rosnącej inflacji został w pewnym stopniu ograniczony i obecnie oczekuje się dalszej obniżki stopy rezerw obowiązkowych i stóp procentowych banku centralnego w celu stymulowania wzrostu. Średnioroczna dynamika PKB w 2012 r. wyniosła 7,8%. Celem rządu pozostawała realizacja założeń planu pięcioletniego przyjętego w marcu 2011 roku i wzmocnienie chińskiej gospodarki poprzez wzrost konsumpcji wewnętrznej, rozwój sektora usług, wzrost udziału produkcji o wyższej wartości dodanej, energooszczędność i czyste środowisko naturalne.

## 1.2. Wyniki w głównych sektorach gospodarki, w tym w handlu zagranicznym

### 1.2.1. Wzrost gospodarczy, produkcja przemysłowa, inwestycje

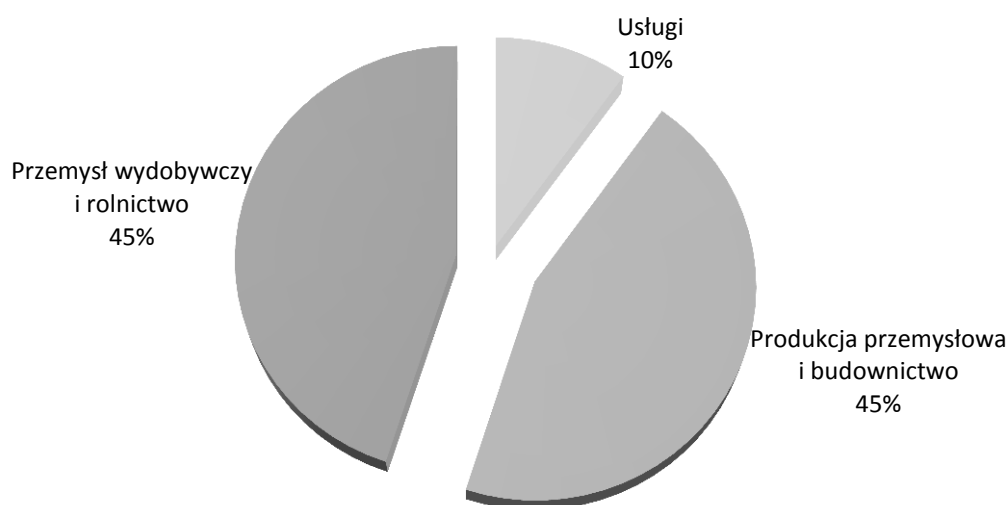
Wzrost PKB w latach 2003-2012



Zgodnie z danymi Narodowego Biura Statystycznego Chin (NBS) tempo wzrostu gospodarczego PKB w 2012r. wyniosło 7,8%. Dynamika wzrostu była o 1,1 pkt. proc niższa niż w 2010r. Wielkość wypracowanego PKB osiągnęła wartość 51,932.2 bln RMB, czyli około 8,243.21 bln USD (kurs wymiany 6,3 RMB za 1 USD).

Na koniec roku 2012 wzrost PKB był najwyższy w produkcji przemysłowej i budownictwie (tzw. secondary industry) wyniósł 8,1% i wyniósł 23,531.9 bln RMB (45,3%, 3,735.22 bln USD). W usługach (tzw. tertiary industry) odnotowano również wzrost w wysokości 8,1% i wyniósł on 23,162.6 bln RMB (44,6%, 3,767.60 bln USD). Najmniejszy wzrost odnotowano dla przemysłu rolniczego i wydobywczego (tzn. primary industry), 4,5% a jego wartość wyniosła 5,237 bln RMB (10,1%, 831,38 mld USD).

## Udział poszczególnych działów gospodarki w tworzeniu PKB ChRL w 2012 roku.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych NBS

### 1.2.2. Współpraca gospodarcza Chin z zagranicą

Wartość obrotów handlowych Chin na koniec grudnia 2012 r. oszacowano na poziomie 3,866.760 mld USD, w tym eksport 2,048.935 mld USD i import 1,817.86 mld USD. Dynamika wzrostu importu była niższa (4,3%), niż dynamika wzrostu eksportu (7,9%). Nadwyżka handlowa wyniosła 231,1 mld USD (w zeszłym roku 155,1 mld USD). Kraje UE pozostają największym partnerem handlowych Chin. Wartość dwustronnych obrotów na koniec 2012 r. wyniosła 546,04 mld USD. Wartość eksportu do krajów UE wyniosła 333,99 mld USD (spadek o 6,2%). Import z krajów UE do Chin zamknął się kwotą 212,06 mld USD, co oznacza wzrost o 0,4%. Deficyt handlu zagranicznego UE wyniósł 121.93 mld USD.

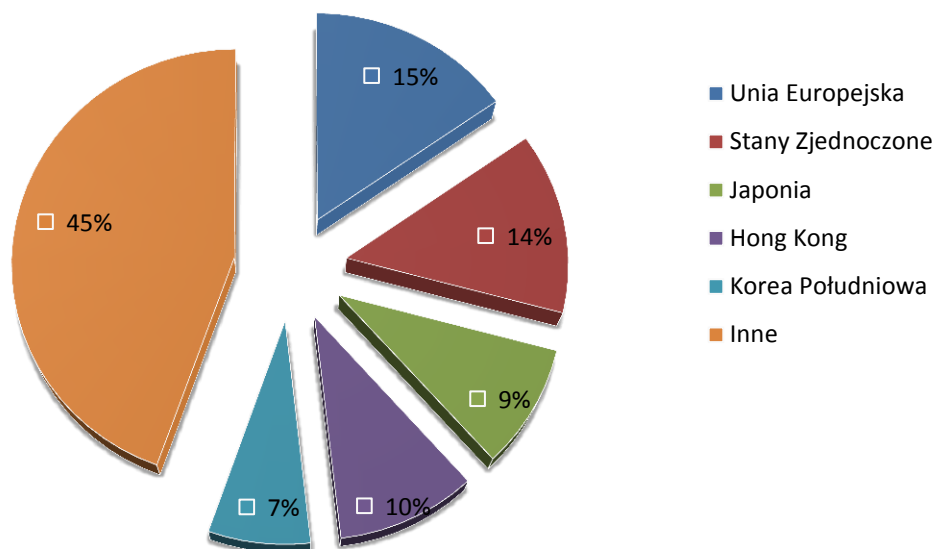
Wśród krajów członkowskich UE największy poziom obrotów handlowych z Chinami na koniec 2011 r. notują odpowiednio: Niemcy (175,5 mld USD), Holandia (74,6 mld USD), Wielka Brytania (69,2 mld USD), Francja (55,6 mld USD), Włochy (45,5 mld USD).

Stany Zjednoczone są drugim największym partnerem handlowym Chin. Łączna wartość obrotów handlowych wyniosła 53,1 mld USD. Eksport Chin do Stanów Zjednoczonych wyniósł 384,2 mld USD (wzrost o 18,4%). Wartość importu do Chin zamknęła się kwotą 146,6 mld USD (wzrost o 20%). Wartość nadwyżki Chin w handlu ze Stanami Zjednoczonymi wyniosła 237.6 mld USD. Hong Kong zajmuje trzecie miejsce jako największy partner handlowy Chin. Łączna wartość obrotów handlowych wyniosła 381,3 mld USD z czego 361.1 mld USD stanowi eksport, a pozostałe 20,1 mld USD import. Japonia spadła na czwarte miejsce. Wartość obrotów na koniec 2012 r. zamknęła się kwotą 356,1 mld USD (eksport do Japonii 164,4 mld USD, import z Japonii 191,7 mld USD).

Cztery kraje/regiony notują obroty handlowe z Chinami przekraczające 200 mld USD (USA, Japonia, Hongkong, Korea Płd.).



## Najwięksi partnerzy handlowi Chin w 2012 r. pod względem obrotów handlowych



Źródło: Opracowanie własne na podstawie China's Customs

Chiny posiadają największe na świecie rezerwy dewizowe, które na koniec IV kwartału 2012 r. wyniosły 3311,0 mld USD. Oznacza to wzrost o 285,0 mld USD (o 4,05%) w porównaniu do stanu na koniec IV kw. 2011 r.

### 1.2.3. Inflacja i bezrobocie

W 2012 r. wskaźnik inflacji osiągał 4,23%. Najwyższy wzrost wartości wskaźnika odnotowano w kategorii „mięso, drób i przetwory mięsne” 22,6%. Najniższy wzrost odnotowano w kategorii „rekreacja, edukacja i kultura” 0,4%.

Tabela: Stopa inflacji w Chinach w okresie styczeń 2008 - grudzień 2012 [%]

	Sty	Lut	Mar	Kwi	Maj	Cze	Lip	Się	Wrz	Paź	Lis	Gru	Śr. Rok
<b>2012 r.</b>	4,1	4,5	3,2	3,6	3,4	3	2,2	1,8	2	1,9	1,	2	2,8
<b>2011 r.</b>	4,9	4,9	5,4	5,3	5,5	6,4	6,5	6,2	6,1	5,5	4,2	4,1	5,4
<b>2010 r.</b>	1,5	2,7	2,4	2,8	3,1	2,9	3,3	3,5	3,6	4,4	5,1	4,6	3,3
<b>2009 r.</b>	1,0	1,6	-1,2	-1,5	-1,7	-1,7	-1,8	-1,2	-0,8	-0,5	0,6	1,9	-0,7
<b>2008 r.</b>	7,1	8,7	8,3	8,5	7,1	7,1	6,3	4,9	4,6	4,0	2,4	1,2	5,9

Wskaźnik bezrobocia na terenach zurbanizowanych pozostawał w pierwszych trzech kwartałach 2011 roku stabilny i na koniec października wyniósł 4,1%. Poziom bezrobocia jest znacznie wyższy na terenach wiejskich niż w miastach. Szacuje się, że na terenach wiejskich wciąż istnieje nadwyżka siły roboczej w wysokości ponad 120 mln os  $\text{os}^1$ .

<sup>1</sup> Oficjalne statystyki nie rejestrują bezrobocia na obszarach wiejskich, na których nadal mieszka prawie połowa społeczeństwa.

Tabela: Podstawowe dane makroekonomiczne o gospodarce Chin

Wyszczególnienie	2009	2010	2011	2012
Liczba ludności (mln)	1 334,7	1 341,0	1 347,4	1 344,13
Stopa wzrostu PKB (%)	8,7	10,3	9,2	7,9
PKB (mld USD)	4 932	5 939	6 988*	7 298
PKB (per capita w USD)	3 744	4 382*	5 183*	2 634
Udział rolnictwa i leśnictwa w PKB (%)	10,6	9,5	10,6	10,1
Udział przemysłu w PKB (%)	46,8	48,1	46,8	45,3
Udział sektora usług w PKB (%)	42,6	42,3	43,1	44,6
Inflacja CPI – ceny towarów konsumpcyjnych (%)	- 0,7	3,3	5,4	2,0
Stopa bezrobocia (bezrobotni zarejestrowani w miastach) (%)	4,3	4,1	4,12	4,1
Obroty handlowe (mld USD)	2 207,2	2 972,8	3 642,1	3 866,8
Stopa wzrostu obrotów handlu zagranicznego (%)	-13,9	34,7	18,4	6,2
Eksport (mld USD)	1 201,6	1 577,9	1 898,6	2 048,9
Stopa wzrostu eksportu (%)	-16,0	31,3	20,3	7,7
Import (mld USD)	1 005,5	1 394,8	1 743,5	1 817,9
Stopa wzrostu importu (%)	-11,2	38,7	24,9	4,3
Saldo (mld USD)	+196,1	+170,4	+155,1	+231,4
Zrealizowane bezpośrednie inwestycje zagraniczne w Chinach (mld USD)	90,0	105,7	116,0	111,7
Skumulowana wartość bezpośrednich inwestycji zagranicznych w Chinach (w mld USD)	549,78	655,5	771,6	811,3
Bezpośrednie inwestycje Chin za granicą (w mld USD) (z wyłączeniem inwestycji strictly kapitałowych)	43,3	59,0	60,1	77,22
Skumulowana wartość bezpośrednich inwestycji zagranicznych Chin (w mld USD)	175,49	258,8	318,9	424,7
Liczba nowych projektów z udziałem kapitału zagranicznego	23.435	27.406	27.712	28.813
Rezerwy dewizowe (mld USD)	2 399,2	2 850,0	3 181,1	3 311,0
Kurs walutowy USD/RMB	6,83	6,77	6,30	6,28

Uwaga: Chińskie dane statystyczne publikowane przez Narodowe Biuro Statystyczne ChRL nie zawsze są jednolite.

\* - szacunki Międzynarodowego Funduszu Walutowego

<sup>2</sup> Dane za październik 2011.

Tabela: Obroty handlowe wybranych państw Unii Europejskiej z Chinami  
(dane chińskie z 2012r., w tys. USD)

<i>Kraje UE</i>	<i>Eksport do Chin</i>	<i>Zmiana (%)</i>	<i>Import z Chin</i>	<i>Zmiana (%)</i>	<i>Obrót</i>	<i>Zmiana (%)</i>	<i>Saldo</i>
Unia Europejska	212 054 847	0,4	333 988 452	-6,6	546 043 299	-3,9	-121 933 605
Niemcy	91 912 191	-0,9	69 217 528	-10,4	161 129 719	-5,0	22 694 663
Holandia	8 704 703	0,6	58 904 339	-1,0	67 609 042	-0,8	-50 199 636
Wielka Brytania	16 806 471	13,4	46 298 910	4,7	63 105 381	7,0	-29 492 439
Francja	24 121 761	8,5	26 900 113	-11,5	51 021 874	-2,1	-2 778 352
Włochy	8 704 703	-102,0	25 657 052	-31,3	34 361 755	-49,2	-16 952 349
Belgia	9 964 126	-1,7	16 377 280	-15,9	26 341 406	-10,5	-6 413 154
Hiszpania	6 330 987	-19,4	18 237 847	-8,1	24 568 834	-11,0	-11 906 860
Szwecja	6 919 470	-3,1	6 416 256	-2,3	13 335 726	-2,7	503 214
<b>Polska</b>	<b>1 997 348</b>	<b>-2,6</b>	<b>12 386 791</b>	<b>11,7</b>	<b>14 384 139</b>	<b>9,7</b>	<b>-10 389 443</b>
Finlandia	3 834 315	-18,5	7 441 480	10,8	11 275 795	0,8	-3 607 165
Dania	2 903 255	3,1	6 541 672	1,4	9 444 927	2,0	-3 638 417
Austria	4 719 870	-0,9	2 040 354	-9,1	6 760 224	-3,4	2 679 516
Rumunia	979 596	3,2	2 797 355	-23,5	3 776 951	-16,5	-1 817 759

## 2. Dwunasty „Plan Pięcioletni”

Wprowadzone w 1953 roku „Plany Pięcioletnie” naznaczają inicjatywy rządu chińskiego w celu promowania oraz prowadzenia wzrostu społecznego i ekonomicznego. W ostatnim, dwunastym *Planie Pięcioletnim*, głównym założeniem jest skupienie się na wewnętrznej, krajowej konsumpcji, dzięki czemu rząd chiński ma zamiar zmienić gospodarkę opartą na eksporcie, do tej napędzanej rodzimą konsumpcją.

Rząd ChRL w związku z tym zapisał kilka punktów, którymi ma się charakteryzować tegoroczny Plan:

1. **Utrzymanie wzrostu ekonomicznego**

Chińskie PKB powinno wynosić w granicach 7% (w poprzednim planie 7,5%),

2. **Krajowa Konsumpcja**

wewnętrzna, krajowa konsumpcja ma mieć 40% udziału w PKB ChRL,

3. **Podniesienie jakości opieki społecznej**

wzrost pomocy państwa w systemie edukacji, opieki zdrowotnej, ubezpieczeń społecznych,

4. **Redukcja zużycia energii**

zmniejszenie konsumpcji energii o 16% w stosunku do PKB,

5. **Strategia Zachodniego Rozwoju**

rząd ma zamiar kontynuować swoją politykę rozwoju Zachodnich Chin, w szczególności poprzez wykorzystanie źródeł naturalnych, migrację przedsiębiorstw oraz transport,

6. **Rozwój działu gospodarki opartego na usługach**

celem jest aby udział sektora usługowy wynosił 47% PKB ChRL, co ma zostać osiągnięte, między innymi, poprzez specjalne reformy podatkowe w sektorze usługowym.

Ponadto, Centralny Rząd Chiński wybrał 7 *Strategicznych Wschodzących Przemysłów* (Strategic Emerging Industries), które mają być ważnym punktem dla rozwoju ekonomicznego w najbliższej przyszłości: nowe materiały, biotechnologia, ochrona energii i środowiska, technologie, wysokiej klasy sprzęt produkcyjny, nowa energia, alternatywna energia dla różnych pojazdów. Rząd Centralny zainwestuje znaczną sumę w powyższe, wymienione obszary rynku.

12-ty Plan Pięcioletni, obejmuje ogólne tematy, jednak przewiduje wzrost w bardzo konkretnych obszarach przemysłu.

### 3. Współpraca gospodarcza Polski z Chińską Republiką Ludową

**Chińska Republika Ludowa** (ChRL, 中华人民共和国 „Państwo Środka” 中国) obejmuje swym obszarem 9,6 mln km<sup>2</sup>. Zajmuje 4 miejsce na świecie pod względem powierzchni, po Rosji, Kanadzie i USA. Chiny zamieszkuje 1,3 mld ludności. W Chinach obowiązuje socjalistyczna gospodarka rynkowa, która w praktyce nosi znamiona państwowego kapitalizmu. Ze względu na wielkość i potencjał gospodarczy, Chiny są liderem w świecie pod względem wzrostu PKB, który w 2012 r. osiągnął wielkość prawie 7,3 bln USD, a wartość obrotów handlowych wyniosła ponad 3,9 bln USD. Najwięcej eksportuje się maszyn, urządzeń, paliw oraz samochodów. Za nimi plasują się tekstylia i ubrania, obuwie, zabawki, sprzęt sportowy.

Na podstawie danych Głównego Urzędu Celnego ChRL, wymiana handlowa między Polską a Chinami wyniosła w 2012 roku ponad 14,4 mld USD, z czego Polski eksport do Chin osiągnął wartość 2,0 mld USD a import 112,4 mld USD. Oznacza to wzrost obrotów o ponad 9,7% w porównaniu do roku poprzedniego. Stan ten wynika ze spadku się wartości polskiego eksportu do Chin o ponad 2,6% w stosunku do 2011 roku i wzrostu eksportu z ChRL do Polski o ponad 11,7%. Według polskich danych, eksport do Chin wyniósł 1,75 mld USD, a import do Polski ok. 17,51 mld USD. Bilans handlu zagranicznego dla Polski był ujemny i wyniósł 15,76 mld USD. Oznacza to spadek obrotów o ponad 4,9% w porównaniu do roku poprzedniego. Stan ten wynika ze spadku wartości polskiego eksportu do Chin o ponad 6,0% w stosunku do 2011 roku i spadku importu z ChRL do Polski o ponad 4,7%. Duże różnice w statystyce obrotów handlowych wynikają z importu pośredniego pewnych towarów do krajów UE, które statystyki chińskie zaliczają np. eksport do Niemiec, a które potem trafiają do Polski zgodnie z świadectwem pochodzenia jako towary importowane z Chin.

Polska jest największym partnerem gospodarczym Chin w Europie Centralnej zarówno pod względem obrotów i importu. Import z Chin do Polski stanowi 2,63% całości chińskiego eksportu do krajów UE w 2012 roku. Natomiast eksport do Chin stanowi 0,96% eksportu z Polski ogółem (0,97 w 2011 r. i 1,05% w 2010 r.). Z kolei import z Chin stanowi 9,0% całkowitego importu do Polski (8,8% w 2011 r., 9,48% w 2010 r.). Pod względem obrotów, udział Chin w handlu zagranicznym Polski wynosi 5,1% (4,99% w 2011 r., 5,49% w 2010 r., 5,3% w 2009 r.). Chiny są naszym drugim po Turcji rynkiem eksportowym do Azji oraz największym partnerem w imporcie z Azji i trzecim w imporcie ogółem<sup>3</sup>.

Wymiana handlowa z Polską stanowi niewielki procent handlu zagranicznego Chin. W roku 2012 r. udział Polski w całości chińskiej wymiany zagranicznej przedstawiał się następująco (według danych chińskich):

- Eksport z Polski do Chin: 0,11% (0,12% w 2011 r.);
- Import z Chin do Polski: 0,60% (0,58% w 2011 r.);
- Obroty handlowe: 0,37% (0,36% w 2011 r.);

Według danych Ministerstwa Gospodarki RP, 65% importu z Chin stanowią wyroby przemysłu elektromaszynowego. Ważnymi kategoriami towarowymi są także wyroby przemysłu chemicznego (17%), produkty mineralne, które stanowią 14%, a także wyroby metalurgiczne (10%) oraz wyroby różne, w tym meble. Na liście najważniejszych towarów w naszym imporcie z Chin czołowe miejsca zajmują wyroby przemysłu elektronicznego i urządzenia dla telekomunikacji.

**Według tych samych danych, w polskim eksporcie największy udział mają wyroby metalurgiczne oraz wyroby przemysłu elektromaszynowego i chemicznego.** Łącznie wymienione trzy kategorie stanowią 78,7% eksportu z Polski. Na liście najważniejszych towarów w naszym eksporcie do Chin pierwsze miejsce zajmuje miedź. Ważne miejsce zajmują produkty chemiczne oraz maszyny specjalistyczne.

**UWAGA:** Dane statystyczne dotyczące wymiany towarowej Polski z Chinami publikowane są także na stronach [www.shanghai.trade.gov.pl](http://www.shanghai.trade.gov.pl) i [www.beijing.tade.gov.pl](http://www.beijing.tade.gov.pl) oraz [www.mg.gov.pl](http://www.mg.gov.pl)

<sup>3</sup> Polskie i chińskie statystyki różnią się znacznie, co wynika głównie ze: (i) znacznego handlu prowadzonego za pośrednictwem krajów trzecich (w tych przypadkach towar klasyfikowany jest w kraju eksportera jako wysyłany do kraju trzeciego, a w kraju importera na podstawie świadectwa pochodzenia jako import z drugiego z krajów); (ii) w mniejszym stopniu, z międzyokresowych różnic w czasie pomiędzy wysyłką a otrzymaniem towaru (np. towar wyeksportowany z jednego z krajów w grudniu dociera do drugiego kraju w styczniu).

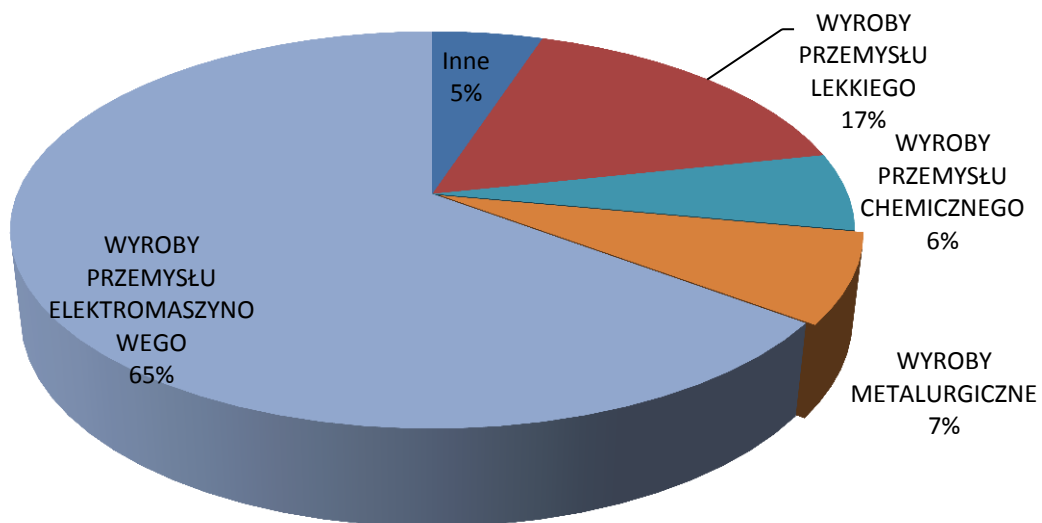
Tabela: Obroty handlowe Polski z Chinami w latach 2008 – 2012  
Według statystyk chińskich (w mln USD)

	2008	2009	2010	2011	2012
Eksport z Polski	1 392,564	1 504,734	1 695,744	2 048,575	1 997,348
Dynamika wzrostu	+25,2%	+8,05%	+12,69%	+20,80%	-2,5%
Import do Polski	9 036,746	7 561,767	9 439,383	10 940,623	12 386,791
Zmiana % r/r	+37,9%	-16,32%	+24,83%	+15,90%	+13,2%
Obroty	10 429,310	9 066,501	11 135,127	12 989,199	14 384,139
Zmiana % r/r	+36,1%	-13,07%	+22,82%	+16,65%	+10,7%
Saldo	- 7 644,182	-6 057,033	-7 743,639	-8 892,048	-10 389,443

Według statystyk polskich (w mln USD)

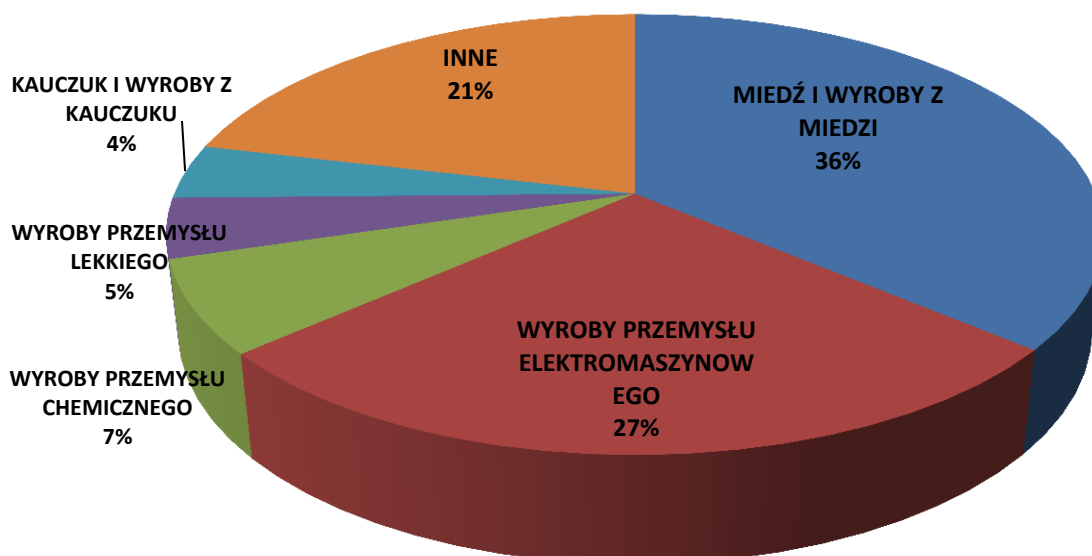
	2008	2009	2010	2011	2012
Eksport z Polski	1 269,450	1 469,61	1 630,75	1 862,68	1 748,87
Dynamika wzrostu	+28,68%	+15,76%	+10,96%	+14,45%	-6,0%
Import do Polski	16 797,900	13 914,394	16 460,483	18 380,397	17 513,389
Zmiana % r/r	+44,32%	-17,17%	+18,29%	+10,04%	-4,7%
Obroty	18 067,350	15 384,004	18 091,233	20 243,079	19 262,264
Zmiana % r/r	+43,1%	-14,85%	17,59%	10,43%	-4,9%
Saldo	-15 528,450	-12 444,784	- 14 829,733	- 16 517,715	-15 764,513

### Struktura towarowa polskiego importu z Chin w 2012 r.



Źródło: Opracowanie na podstawie danych z Ministerstwa Gospodarki

### Struktura towarowa polskiego eksportu do Chin w 2012r.



Źródło: Opracowanie na podstawie danych z Ministerstwa Gospodarki

### 3.1 Eksport z Polski z uwzględnieniem poszczególnych prowincji Chin

(dane chińskie)

waluta: USD

Prowincja	Eksport z Polski w 2012r	Udział w eksporcie	Eksport z Polski w 2011r	Udział w eksporcie	Zmiana
<b>Chiny ogółem</b>	<b>1 997 348 369</b>	<b>100,00%</b>	<b>2 048 575 620</b>	<b>100,00%</b>	<b>-51 227 251</b>
Shanghai	577 765 207	28,93%	577 081 277	28,17%	683 930
Jiangsu	305 231 626	15,28%	305 124 476	14,89%	107 150
Pekin	256 110 447	12,82%	202 229 607	9,87%	53 880 840
Shandong	192 515 602	9,64%	169 246 560	8,26%	23 269 042
Zhejiang	167 145 364	8,37%	189 143 374	9,23%	-21 998 010
Guangdong	134 979 414	6,76%	215 063 027	10,50%	-80 083 613
Jilin	61 174 850	3,06%	60 893 395	2,97%	281 455
Tianjin	44 949 437	2,25%	28 802 099	1,41%	16 147 338
Fujian	41 490 081	2,08%	141 949 983	6,93%	-100 459 902
Liaoning	38 816 055	1,94%	36 987 247	1,81%	1 828 808
Xinjiang	25 589 420	1,28%	53 597	0,00%	25 535 823
Hubei	24 332 166	1,22%	24 903 818	1,22%	-571 652
Hunan	22 371 196	1,12%	8 057 205	0,39%	14 313 991
Jiangxi	17 894 616	0,90%	5 831 577	0,28%	12 063 039
Guangxi	14 311 451	0,72%	17 873 772	0,87%	-3 562 321
Hebei	13 376 674	0,67%	9 148 028	0,45%	4 228 646
Henan	12 659 333	0,63%	13 257 857	0,65%	-598 524
Chongqing	12 461 207	0,62%	15 225 420	0,74%	-2 764 213
Sichuan	5 728 802	0,29%	2 915 289	0,14%	2 813 513
Heilongjiang	5 656 425	0,28%	5 821 283	0,28%	-164 858
Anhui	5 340 221	0,27%	7 056 142	0,34%	-1 715 921
Shanxi	4 446 913	0,22%	112 253	0,01%	4 334 660
Shaanxi	4 435 687	0,22%	7 022 625	0,34%	-2 586 938
Yunnan	3 445 357	0,17%	69 394	0,00%	3 375 963
Mongolia Wewnętrzna	1 824 350	0,09%	356 819	0,02%	1 467 531
Hainan	1 634 711	0,08%	2 049 491	0,10%	-414 780
Guizhou	489 495	0,02%	-	0,00%	-
Ningxia	363 156	0,02%	46 681	0,00%	316 475
Qinghai	1 914	0,00%	16 552	0,00%	-14 638
Gansu	-	-	2 236 772	0,11%	-2 236 772
Neimenggu	-	-	-	0,00%	-
Qinhuangdao	-	-	-	0,00%	-
Shenyang	-	-	-	0,00%	-



### 3.2 Import z Chin z uwzględnieniem poszczególnych prowincji Chin

(dane chińskie)

waluta: USD

Prowincja	Import do Polski w 2012r	Udział w imporcie	Import do Polski w 2011r	Udział w imporcie	Zmiana
<b>Chiny ogółem</b>	12 386 790 768	<b>100%</b>	<b>10 940 623 958</b>	<b>100%</b>	1 446 166 810
Guangdong	3 108 540 308	25,10%	2 623 177 103	23,98%	485 363 205
Jiangsu	2 475 149 279	19,98%	2 248 064 111	20,55%	227 085 168
Zhejiang	2 206 059 398	17,81%	2 242 335 254	20,50%	-36 275 856
Shanghai	783 713 640	6,33%	843 463 500	7,71%	-59 749 860
Fujian	759 602 291	6,13%	619 413 148	5,66%	140 189 143
Shandong	754 207 711	6,09%	991 053 082	9,06%	-236 845 371
Liaoning	429 316 412	3,47%	171 265 699	1,57%	258 050 713
Hubei	272 995 718	2,20%	104 235 168	0,95%	168 760 550
Chongqing	234 701 550	1,89%	62 289 660	0,57%	172 411 890
Pekin	220 000 884	1,78%	152 374 970	1,39%	67 625 914
Anhui	210 654 884	1,70%	114 069 496	1,04%	96 585 388
Hebei	190 800 907	1,54%	201 851 201	1,84%	-11 050 294
Tianjin	166 875 071	1,35%	191 659 018	1,75%	-24 783 947
Jiangxi	118 015 416	0,95%	54 304 066	0,50%	63 711 350
Sichuan	94 441 192	0,76%	48 369 015	0,44%	46 072 177
Henan	66 021 053	0,53%	64 769 313	0,59%	1 251 740
Hunan	50 127 942	0,40%	43 290 554	0,40%	6 837 388
Guangxi	37 746 160	0,30%	28 745 809	0,26%	9 000 351
Shaanxi	36 083 720	0,29%	14 754 441	0,13%	21 329 279
Shanxi	33 743 331	0,27%	30 232 422	0,28%	3 510 909
Tybet	32 069 944	0,26%	-	-	-
Heilongjiang	21 005 803	0,17%	12 498 293	0,11%	8 507 510
Xinjiang	19 639 058	0,16%	11 326 321	0,10%	8 312 737
Mogolia Wewnętrzna	17 373 749	0,14%	15 206 665	0,14%	2 167 084
Yunnan	16 411 702	0,13%	16 070 253	0,15%	341 449
Jilin	8 740 957	0,07%	11 924 389	0,11%	-3 183 432
Ningxia	8 691 647	0,07%	1 137 839	0,01%	7 553 808
Guizhou	7 045 951	0,06%	2 441 692	0,02%	4 604 259
Hainan	5 604 713	0,05%	9 185 389	0,08%	-3 580 676
Qinghai	1 410 377	0,01%	2 811 410	0,03%	-1 401 033
Gansu	-	-	8 304 677	0,08%	-8 304 677
Shenyang	-	-	-	0,00%	-
Qinhuangdao	-	-	-	0,00%	-

### 3.3 Udział poszczególnych prowincji Chin w obrotach handlu zagranicznego z Polską

(dane chińskie)

waluta: USD

Prowincja	Obroty w 2012 r.	Udział w obrotach	Saldo	Obroty w 2011 r.	Udział w obrotach	Saldo
<b>Chiny ogółem</b>	<b>14 384 139 137</b>	<b>100,00%</b>	<b>-10 389 442 399</b>	<b>12 989 199 578</b>	<b>100%</b>	<b>-8 892 048 338</b>
Guangdong	3 243 519 722	22,55%	-2 973 560 894	2 625 413 875	20,21%	-2 620 940 331
Jiangsu	2 780 380 905	19,33%	-2 169 917 653	2 553 188 587	19,66%	-1 942 939 635
Zhejiang	2 373 204 762	16,50%	-2 038 914 034	2 431 478 628	18,72%	-2 053 191 880
Shanghai	1 361 478 847	9,47%	-205 948 433	1 160 299 642	8,93%	-821 806 522
Shandong	946 723 313	6,58%	-561 692 109	1 420 544 777	10,94%	-266 382 223
Fujian	801 092 372	5,57%	-718 112 210	634 638 568	4,89%	-604 187 728
Pekin	476 111 331	3,31%	36 109 563	210 999 229	1,62%	-192 703 173
Liaoning	468 132 467	3,25%	-390 500 357	220 461 117	1,70%	-162 856 919
Hubei	297 327 884	2,07%	-248 663 552	150 254 660	1,16%	133 645 306
Chongqing	247 162 757	1,72%	-222 240 343	114 069 496	0,88%	-114 069 496
Anhui	21 599 5105	1,50%	-205 314 663	208 252 946	1,60%	-134 278 452
Tianjin	211 824 508	1,47%	-121 925 634	243 808 836	1,88%	186 317 218
Hebei	204 177 581	1,42%	-177 424 233	354 604 577	2,73%	49 854 637
Jiangxi	135 910 032	0,94%	-100 120 800	78 027 170	0,60%	-51 511 456
Sichuan	100 169 994	0,70%	-88 712 390	72 817 784	0,56%	48 969 006
Henan	78 680 386	0,55%	-53 361 720	129 138 986	0,99%	-79 331 350
Hunan	72 499 138	0,50%	-27 756 746	69 345 802	0,53%	-55 233 518
Jilin	69 915 807	0,49%	52 433 893	18 319 576	0,14%	-6 677 010
Guangxi	52 057 611	0,36%	-23 434 709	51 347 759	0,40%	-35 233 349
Xinjiang	45 228 478	0,31%	5 950 362	16 139 647	0,12%	-16 000 859
Shaanxi	40 519 407	0,28%	-31 648 033	21 777 066	0,17%	-7 731 816
Shanxi	38 190 244	0,27%	-29 296 418	60 135 643	0,46%	-48 472 489
Heilongjiang	26 662 228	0,19%	-15 349 378	20 315 464	0,16%	15 432 080
Yunnan	19 857 059	0,14%	-12 966 345	51 284 304	0,39%	-45 453 726
Mogolia Wewnętrzna	19 198 099	0,13%	-15 549 399	30 344 675	0,23%	-30 120 169
Ningxia	9 054 803	0,06%	-8 328 491	1 184 520	0,01%	-1 091 158
Hainan	7 239 424	0,05%	-3 970 002	15 563 484	0,12%	-14 849 846
Qinghai	1 412 291	0,01%	-1 408 463	11 234 880	0,09%	-7 135 898
Gansu	-	-	-	11 379 918	0,09%	-11 272 724
Guizhou	-	-	-	2 827 962	0,02%	-2 794 858
Shenyang	-	-	-	-	0,00%	-
Qinhuangdao	-	-	-	-	0,00%	-
Tybet	-	-	-	-	0,00%	-

## 4. Możliwości eksportowe branż i towarów

W polskim eksporcie największy udział miały wyroby metalurgiczne oraz wyroby przemysłu elektromaszynowego i chemicznego. Na liście najważniejszych towarów w naszym eksporcie do Chin pierwsze miejsce zajmuje miedź. Ważne miejsce zajmują produkty przemysłu chemicznego oraz maszyny specjalistyczne.

Z tych samych danych wynika, że Polska prowadzi handel głównie z prowincjami najlepiej rozwiniętego pasa nadmorskiego Chin Wschodnich (prawie 2/3 handlu polsko – chińskiego). Dalsze miejsca zajmują Chiny Środkowo-Południowe oraz Chiny Północne. Z punktu widzenia wielkości polskiego eksportu największym odbiorcą polskich towarów jest Shanghai (ok. 28%) i Jiangsu (ok. 15%). Obszar, na którym działa WPHI w Pekinie generuje około 70% polskiego eksportu do ChRL.

Polska jest największym partnerem gospodarczym Chin w Europie Centralnej zarówno pod względem obrotów, eksportu oraz importu. Duży popyt Chin występuje w zakresie surowców naturalnych (miedź), komponentów, maszyn i urządzeń (przemysł wydobywczy, przemysł lotniczy). Częściowo wpływ na wzrost zainteresowania polską ofertą eksportową miało przystąpienie Polski do UE, dzięki czemu polskie towary zaczęły być postrzegane w Chinach, jako wyroby o wysokiej, europejskiej jakości, lecz jednocześnie tańsze niż ich odpowiedniki z Europy Zachodniej i USA. Specyfikację rynkową regionu rzeki Jangcy i możliwości eksportu w ten rejon ChRL opisano szerzej w publikacji „Delta rzeki Jangcy – Głowa Gospodarczego Smoka” zamieszczonej na [www.shanghai.trade.gov.pl](http://www.shanghai.trade.gov.pl)

### 4.1. Perspektywiczne branże eksportowe do Chin:

- **Górnictwo:** maszyny i urządzenia górnicze oraz urządzenia bezpieczeństwa pracy w górnictwie; *vide* polsko-chińskie j.v. w prowincji Shandong produkujące obudowy ścianowe do kopalń,
- **Przemysł metalurgiczny:** miedź, maszyny flotacyjne,
- **Przemysł lotniczy:** lekkie samoloty rolnicze i transportowe oraz śmigłowce,
- **Przemysł chemiczny:** chemia nieorganiczna i organiczna, surowce i komponenty chemiczne, technologie, chemia dla budownictwa;
- **Ochrona środowiska:** w szczególności realizacja kompletnych projektów inwestycyjnych, jak oczyszczalnie ścieków, stacje uzdatniania wody, stacje utylizacji odpadów stałych, filtry
- **Energetyka:** technologie wytwarzania, urządzenia dla elektrowni, kable energetyczne i odgromniki
- **Przemysł rolno – spożywczy:** Obejmuje to sprzedaż towarów masowych (zboża, rzepak), półprodukty dla przemysłu spożywczego (chmiel, słód jęczmienny, kazeina), gotową żywność (mięso i przetwory mięsne i drób – po uzyskaniu stosownych zezwoleń, słodycze, napoje typu instant, alkohole, mleko w proszku, przetwory mleczarskie i komponenty), kompletne linie produkcyjne np. zakłady masarskie, mleczarnie, piekarnie, browary itp.
- **Urządzenia medyczne:** wyposażenie szpitali;
- **Budownictwo:** (materiały budowlane, jak stolarka budowlana do wykończenia wnętrza);
- **Przemysł papierniczy:** papier i wyroby
- **Produkty luksusowe:** w tym biżuteria srebrna oraz wyroby z bursztynu, kosmetyki, galanteria skórzana.
- **Inne:** komponenty elektroniczne, specjalistyczne maszyny i urządzenia.

## 4.2. Eksport mięsa do Chin

Jeszcze w połowie 2012 roku wysokość eksportu polskiego mięsa do Chin była marginalna i nie przekraczała 200 tys. USD, aby w lipcu podwoić wartość a następnie w sierpniu osiągnąć poziom 2,7 mln USD oraz po 5,2 mln USD we wrześniu i październiku. Ogromny wręcz wzrost eksportu polskiego mięsa nastąpił w czwartym kwartale 2012 i utrzymuje tendencję wzrostową w pierwszej połowie 2013 roku.

Jest to między innymi efektem starań rządu polskiego i polskiej dyplomacji, dzięki którym udało się doprowadzić do otwarcia rynku chińskiego na polskie mięso - w chwili obecnej 14 zakładów mięsnych oraz 4 chłodnie z Polski posiada owe dopuszczenie (dla porównania, Wielka Brytania lub Holandia posiadają zaledwie po kilka dopuszczonych zakładów).

Polskie mięso trafia w większości do chińskich restauracji i hoteli najwyższej klasy, gdzie priorytetem jest jakość żywności. Opinie specjalistów branżowych wskazują, że chiński rynek mięsa, z populacją powyżej miliarda trzystu milionów konsumentów, jest w dalszym ciągu nienasycony i każda tona polskiego mięsa znajdzie tutaj swoich odbiorców.

Kod CN	Nazwa	Wartość eksportu w roku [mln USD]		
		2011	2012	I – VI 2013
02	Mięso i jego podroby	\$ 2 796 200	\$ 49 448 760	\$ 66 539 671
0203	Mięso ze świń świeże, schłodzone lub zamrożone	\$ 615 122	\$ 23 450 336	\$ 40 896 806
0206	Podroby jadalne z bydła, świń, owiec, kóz, koni, osłów, mułów i osłomułów, świeże, schłodzone lub zamrożone	\$ 1 531 816	\$ 20,844,848	\$ 19 876 767
0207	Mięso i podroby jadalne, z drobiu objętego pozycją 0105, świeże, schłodzone lub zamrożone	\$ 649 262	\$ 5 153 576	\$ 5 766 098

Tabela: Porównanie zmian w eksporcie według kategorii CN w oparciu o dane Głównego Urzędu Statystycznego

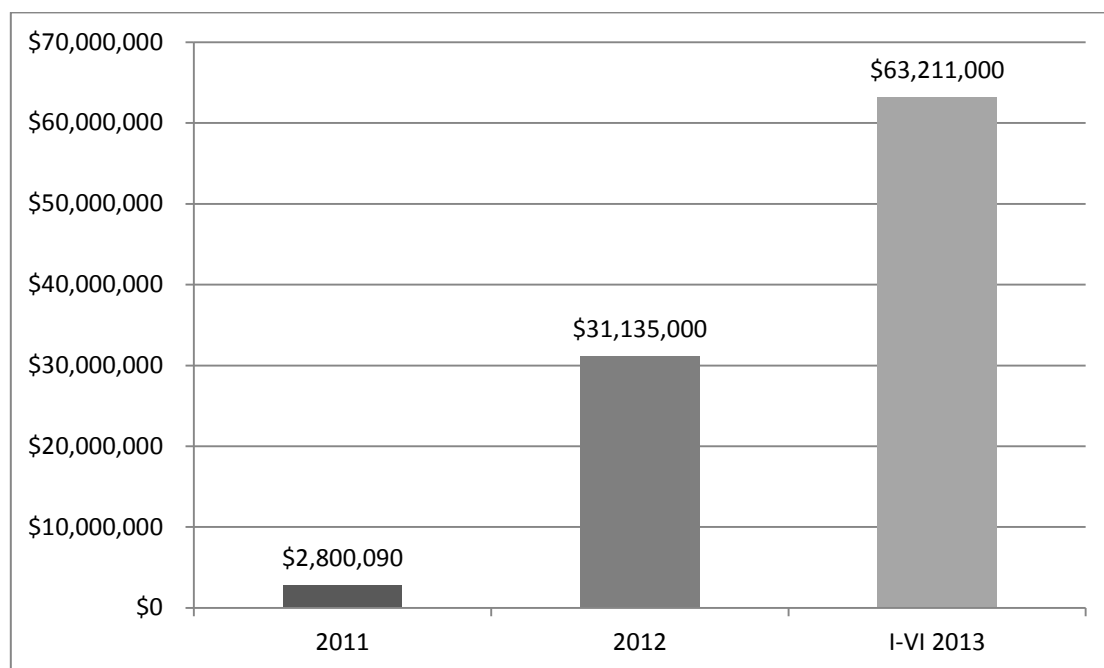


Tabela: Eksport mrożonego mięsa wieprzowego i drobiowego do Chińskiej Republiki Ludowej w oparciu o dane China's Customs Statistics

## 5. Bariery wejścia na rynek chiński

Wejście na rynek chiński jest przedsięwzięciem trudnym, czasochłonnym i kosztownym. Na przeszkodzie stają bariery w dostępie do rynku chińskiego. Ich istnienie bynajmniej nie wynika tylko z różnic kulturowych, językowych czy też odmienności systemu prawnego oraz praktyk i specyfiki prowadzenia działalności gospodarczej. Podstaw głównych barier w dostępie do rynku chińskiego upatrywać należy przede wszystkim w konsekwencjach polityki rozwoju gospodarczego. W skrócie, cele tej polityki można określić jako dążenie rozwoju rodzimych zdolności wytwórczych przy wykorzystaniu zagranicznych technologii, surowców i kapitału. Ponadto, określa się branże traktowane priorytetowo, jak np. przemysł samochodowy, gdzie inwestor zagraniczny nie może posiadać większości kapitału lub sektor budowlany, w którym trzeba wykazać się długoletnim doświadczeniem na rynku by móc ubiegać się o realizację projektów. Konsekwencją tego są przykładowo wyższe wymogi przy zakładaniu firm handlowych z kapitałem zagranicznym, czasochłonne procedury certyfikacji wyrobów przemysłowych czy też zakazy importu szeregu artykułów rolno - spożywczych. Za to dużo łatwiej jest kupić gotowe wyroby przemysłowe, sprzedać surowce, a nawet dostarczyć technologię.

Spośród różnorodnych barier w dostępie do rynku chińskiego, największe znaczenie z punktu widzenia polskiego potencjału eksportowego mają:

A. Bariery taryfowe (taryfa celna, procedury celne);

B. Bariery pozataryfowe:

- Kwoty i licencje;
- Nieprzejrzystość regulacji prawnych;
- Postępowania ochronne, antydumping;
- Zasady konkurencji;
- Zamówienia rządowe;
- Reguły standaryzacji, certyfikacji i norm technicznych;
- Wymagania finansowe dla zagranicznych inwestorów;
- Wysokie koszty akwizycji i reklamy;

C. Bariera językowa i kulturowa

## 6. Przedsiębiorstwa z udziałem kapitału zagranicznego w Chinach

Wejście na rynek chiński jest przedsięwzięciem trudnym, czasochłonnym i kosztownym, obfitującym w szereg barier. Ich istnienie wynika między innymi z różnic kulturowych, językowych czy też odmienności systemu prawnego, praktyk i specyfiki prowadzenia działalności gospodarczej. Centralnie planowana gospodarka z elementami socjalistycznej gospodarki rynkowej w oparciu o kapitalistyczne, wolnorynkowe metody produkcji i handlu, przyniosły nadszpodziewanie dobre wyniki ekonomiczne. Chiny od kilkudziesięciu lat przeżywają, dynamiczny wzrost gospodarczy stając się obecnie 2-gą gospodarką świata lub inaczej „fabryką świata”.

Dążenie do rozwoju rodzimych zdolności wytwórczych przy wykorzystaniu technologii, surowców i kapitału własnego, stworzenie wielu regulacji prawnych, faworyzujących np. tworzenie spółek z udziałem kapitału zagranicznego w formie joint venture, lokowanie w Chinach najnowocześniejszych technologii, spowodowało stworzenie potęgi gospodarczej od której produkcji uzależniony jest cały świat

Poniżej przedstawiono dostępne formy prowadzenia działalności gospodarczej z udziałem kapitału zagranicznego w Chinach.

### 6.1. Biuro Przedstawicielskie

Jednym z popularnych i zarazem najtańszych, w fazie zakładania, sposobów prowadzenia działalności przez cudzoziemców w Chinach jest założenie biura przedstawicielskiego. (Representative Offices – RO). Biura te często zajmują się np. badaniem miejscowego rynku, nawiązywaniem kontaktów biznesowych czy kontrolą kontrahentów. Forma ta nie wymaga znacznych nakładów początkowych np. w postaci zainwestowanego kapitału założycielskiego, jednakże wiąże się ona z szeregiem ograniczeń. RO nie posiada osobowości prawnej, nie ma zatem możliwości dochodzenia roszczeń przed sądem. Występuje tu także brak możliwości bezpośredniego zaangażowania w działalność generującą dochód, a co za tym idzie, konieczność fakturowania klientów przez przedsiębiorstwo macierzyste. Jak wynika z powyższych uwag, biuro przedstawicielskie może istnieć jedynie w przypadku funkcjonowania przedsiębiorstwa macierzystego np. w Europie, co w niektórych przypadkach jest utrudnieniem. Innym elementem charakterystycznym jest fakt, iż przedstawicielstwo handlowe opodatkowywane jest na bazie ponoszonych kosztów, a nie na podstawie przychodów. W większości wypadków podatek ten wynosi 10% z ogólnej sumy poniesionych kosztów. Ponadto biuro przedstawicielskie nie może samodzielnie zatrudniać miejscowych pracowników, a jedynie poprzez autoryzowane chińskie agencje pośrednictwa pracy.

Pierwszym krokiem przy założeniu biura przedstawicielskiego (RO) jest zatwierdzenie proponowanego opisu projektu przez właściwe władze. Następnie należy zarejestrować się w lokalnym oddziale Państwowej Administracji ds. Przemysłu i Handlu, (State Administration of Industry and Commerce – SAIC; przydatne adresy internetowe administracji państwowej, stowarzyszeń, izb i chińskich organizacji gospodarczych znajdują się na końcu broszury). Wydanie certyfikatu zatwierdzającego powinno nastąpić w ciągu 30 dni od daty złożenia wniosku. Następnie należy wystąpić o sporządzenie oficjalnych pieczęci firmowych oraz rejestrację w lokalnym Biurze Bezpieczeństwa Publicznego (PSB). Kolejnymi krokami są: wystąpienie do lokalnego Biura Nadzoru Jakościowego i Technicznego w celu uzyskania tzw. Enterprise Code, rejestracja w lokalnym urzędzie podatkowym oraz w Centralnym Urzędzie Podatkowym, wystąpienie o otwarcie rachunku bankowego, a także rejestracja w lokalnym urzędzie Foreign Service Ltd.

Dla uzyskania zezwolenia na rozpoczęcie naboru lokalnych pracowników kieruje się wniosek do Urzędu Pracy i Ubezpieczeń Socjalnych. W celu otrzymania kart pobytu (residence permit) oraz wiz dla zagranicznego personelu należy skierować wniosek do Biura Bezpieczeństwa Publicznego. Cały proces rejestracji Przedstawicielstwa zajmuje od 2 do 3 miesięcy. Certyfikat zatwierdzający (Approval Certificate) jest ważny przez okres trzech lat. Rejestracja RO jest ważna przez 1 rok i każdorazowo wymaga odnowienia.

### 6.2. Spółka Joint Venture

Inną formą prowadzenia działalności gospodarczej przez cudzoziemców w Chinach jest zarejestrowanie spółki Joint Venture. Spółka ta zakładana jest zazwyczaj przez jednego lub większą liczbę partnerów chińskich wraz z jednym lub większą liczbą partnerów zagranicznych.

W Chinach wyróżnia się dwa główne typy spółek joint venture dostępnych dla cudzoziemców. **Pierwszą z nich jest kontraktowa spółka joint venture (Contractual Joint Venture), drugą kapitałowa spółka joint venture (Equity Joint Venture).** Zasadnicza różnica między tymi formami polega na podziale zysków oraz partycypacji w ponoszeniu ryzyka i strat. W przypadku spółki kontraktowej podział ten następuje zgodnie z zapisami kontraktu wiążącego obie strony. W przypadku spółki kapitałowej podział następuje w relacji do procentu zainwestowanego kapitału początkowego.

Kapitałowe spółki joint venture posiadają osobowość prawną w Chinach, mogą być właścicielami aktywów, posiadają możliwość dochodzenia swoich praw przed sądem. Majątek wspólników oddzielony jest od majątku spółki, czyli generalnie rzecz ujmując, odpowiedzialność ograniczona jest w większości przypadków do wielkości udziałów. Rozwiązanie to wykazuje zatem podobieństwa do spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w Polsce.

Inną istotną cechą jest fakt, że inwestor zagraniczny powinien posiadać co najmniej 25% udziałów w spółce. W uzasadnionych przypadkach Ministerstwo Handlu ChRL może wydać zezwolenie na założenie spółki joint venture, gdzie udział inwestora zagranicznego będzie mniejszy niż 25%. W przypadku kapitałowej spółki joint venture nie ma możliwości wycofania zainwestowanego przez cudzoziemca kapitału początkowego do momentu wygaśnięcia jej istnienia.

Dla porównania, cudzoziemcy zakładający kontraktowe joint venture nie mają konieczności wnoszenia minimalnego wkładu początkowego. Posiadają oni także wybór i możliwość zakupu praw do statusu osoby prawnej.

Prowadzenie działalności gospodarczej przez cudzoziemców w Chinach jako spółki joint venture jest formą szczególnie wspieraną przez rząd chiński. Wynika to między innymi z ewentualnych korzyści dla lokalnej gospodarki (możliwość transferu nowych technologii, wykształcenie kadr, zdobycie nowych doświadczeń). Zazwyczaj prowadzenie tego rodzaju działalności gospodarczej ograniczone jest czasowo na okres od 30 do 50 lat. W niektórych okolicznościach warunek ten może zostać zniesiony szczególnie w przypadku transferu bardzo nowoczesnych technologii. Rozwiązanie typu joint venture jest w przypadku pewnych branż jedyną dostępną formą prowadzenia przedsiębiorstwa dla cudzoziemców. Na przykład joint venture jest jedynym dostępnym sposobem dla prowadzenia przedsiębiorstwa budowlanego, firmy oferującej usługi gastronomiczne, produkcji samochodów, czy produkcji kosmetyków.

**W tabeli 1** przedstawiono wysokość koniecznego kapitału założycielskiego w spółkach joint venture z udziałem zagranicznym dla wybranych rodzajów działalności gospodarczej.

Tabela 1.

Rodzaj prowadzonej działalności gospodarczej	Minimalny kapitał założycielski ( w RMB)
Sprzedaż detaliczna	50.000 30.000 – w części centralnej i zachodnich rejonach Chin
Sprzedaż hurtowa	80.000
Działalność bankowa	300.000.000
Usługi finansowe	200.000.000
Usługi turystyczne	1.500.000
Działalność produkcyjna	1.000.000
Usługi konsultingowe	10.000
Handel zagraniczny	30.000 – 500.000

**W tabeli 2** zaprezentowano limit czasowy dla wpłaty kapitału założycielskiego w przedsiębiorstwach z udziałem kapitału zagranicznego.

Tabela 2.

Zarejestrowany kapitał	Limit czasowy
Do 500.000 USD	Rok od daty wydania business certificate
500.000 USD – 1.000.000 USD	1,5 roku od daty wydania business certificate
1.000.000 USD – 3.000.000 USD	W ciągu 2 lat od daty wydania business certificate
3.000.000 USD – 10.000.000 USD	W ciągu 3 lat od daty wydania business certificate
Powyżej 10.000.000 USD	Zatwierdzany przez właściwe władze na podstawie indywidualnego przypadku

W praktyce występują pewne udogodnienia obrotu kapitału założycielskiego, w zależności od prowincji i rodzaju działalności

### 6.3. Przedsiębiorstwo ze 100% kapitałem zagranicznym

Innym modelem prowadzenia działalności gospodarczej w Chinach jest założenie **przedsiębiorstwa, które w całości należy do zagranicznego właściciela**. Rozwiązanie to znane jest w Chinach jako **WFOE** czyli Wholly Foreign Owned Enterprise. Oferuje ono najwięcej swobód w prowadzeniu, jednakże założenie wymaga znacznych nakładów finansowych. Dla przykładu, przedsiębiorca może osiągać dochód z działalności gospodarczej prowadzonej na terenie Chin oraz wystawiać tu faktury. W ten sposób może przyjmować zapłatę na terenie Chin w Yuanach (RMB), co ułatwia działalność związaną z eksportem produktów i usług do Chin.

**W tabeli 3** przedstawiono rodzaje przedsiębiorstw zakładanych jako przedsiębiorstwa ze 100% udziałem kapitału zagranicznego wraz ze wskazaniem na minimalny kapitał zakładowy potrzebny na ich założenie.

Tabela 3<sup>\*</sup>).

Rodzaj prowadzonej działalności	Minimalna kwota kapitału zakładowego
Przedsiębiorstwo konsultingowe (Consulting WFOE)	RMB 100,000 ~ RMB 500,000
Przedsiębiorstwo usługowe (Service WFOE)	RMB 100,000 ~ RMB 500,000
Przedsiębiorstwo technologiczne (Hi-Tech WFOE)	RMB 100,000 ~ RMB 500,000
Przedsiębiorstwo handlowe (Trading WFOE / FICE)	RMB 500,000 ~ RMB 1 million
Firma z branży spożywczej Food & Beverage WFOE	RMB 500,000 ~ RMB 1 million
Przedsiębiorstwo produkcyjne Manufacturing WFOE	RMB 1 million or USD 140,000



Kwoty kapitału przedstawione w tabeli potwierdzają, że zagraniczni przedsiębiorcy zamierzający założyć działalność gospodarczą w ChRL z wyłącznie własnym udziałem, powinni dysponować znacznymi środkami na wpłatę kapitału zakładowego. Podane w tabeli sumy kwot minimalnych to kwoty niezbędnego kapitału założycielskiego dla danego przedsiębiorstwa. Uzależnione są one od lokalizacji, w której prowadzona będzie działalność gospodarcza. System ten, jako element polityki gospodarczej chińskiej administracji, pozwala między innymi na planowanie i koordynowanie rozwoju poszczególnych chińskich prowincji oraz miast.

*\*) UWAGA: Liczby podane w tabelach odnoszą się do danych z 2010 roku, sugerujemy wcześniej upewnić się jakie są aktualne warunki.*

## **7. Spółki z udziałem kapitału zagranicznego**

Procedury oraz wymagane dokumenty dla założenia działalności gospodarczej w formie spółek joint venture oraz przedsiębiorstw ze 100% udziałem kapitału zagranicznego (WFOE) są zbliżone.

Na początku wymagany jest list intencyjny lub Porozumienie (Memorandum of Understanding). Etap ten obowiązuje wyłącznie inwestorów pragnących założyć spółkę joint venture. Dokumenty te powinny zawierać opis projektu, planowane rozłożenie udziałów pomiędzy przyszłymi partnerami oraz sumę planowanej kapitalizacji spółki.

Umowa wstępna powinna zostać dołączona do propozycji projektu i dostarczona przez partnera lub partnerów chińskich do rozpatrzenia przez odpowiednie władze. W zależności od rozmiarów i zakresu projektu jest to: Ministerstwo Handlu ChRL lub np. w przypadku Szanghaju, Szanghajska Komisja Planowania i Rozwoju. (Shanghai Development and Planning Commission), Szanghajska Komisja Współpracy Zagranicznej i Handlu (Shanghai Foreign Economic Relations and Trade Commission (SMERT) lub Szanghajska Komisja Inwestycji Zagranicznych (Shanghai Foreign Investment Board).

Kolejnym krokiem w procesie tworzenia spółki joint venture jest dostarczenie propozycji projektu dla wstępnego rozpatrzenia. Krok ten jest pierwszym ruchem w przypadku zakładania przedsiębiorstw ze 100% udziałem kapitału zagranicznego (WFOE). Inwestor zagraniczny może wyznaczyć lokalnego pełnomocnika do kontaktów z władzami. Po otrzymaniu zatwierdzenia propozycji projektu należy wystąpić o rejestrację nazwy przedsiębiorstwa.

Następnym krokiem jest przedstawienie studium wykonalności przedsięwzięcia w przypadku spółki jv oraz umowy najmu w przypadku WFOE. Dla joint venture kolejnym etapem jest przygotowanie umowy spółki, zobowiązań działania oraz wniosku o oficjalne zatwierdzenie działalności gospodarczej. Kontrakt musi spełnić oczywiście warunki chińskiego prawa o spółkach joint venture lub prawa o przedsiębiorstwach. Studium wykonalności oraz dokument o wstępnym zatwierdzeniu projektu powinny zostać załączone do umowy i przedstawione do oficjalnego zatwierdzenia. Należy mieć świadomość, iż finalizacja niejednokrotnie trudnych negocjacji z chińskimi partnerami, mające na celu ustalenie warunków przyszłej współpracy, to dopiero pierwszy etap powoływania spółki do życia.

O faktycznym podjęciu działalności gospodarczej można mówić dopiero po uzyskaniu wszelkich zgód i dokonaniu formalności z chińskimi urzędami. Nierzadko w związku z brakiem formalnej zgody trzeba powtórnie powrócić do negocjacyjnego stołu. Dlatego warto o tym wiedzieć na etapie rozpoczynania rozmów z partnerami chińskimi.

W przypadku WFOE nie mamy do czynienia z umową wiążącą obie strony. Do niezbędnych dokumentów wymaganych w celu utworzenia spółki należą: pisemny wniosek o utworzenie WFOE, studium wykonalności, zobowiązanie działania, lista zarządu, pełnomocnictwo przedstawicieli prawnych, certyfikat założenia przedsiębiorstwa inwestora zagranicznego, dowód zdolności kredytowej, a także pisemne zatwierdzenie propozycji projektu oraz pozostałe wymagane dokumenty. Na tej podstawie wydawany jest przez odpowiedni Urząd certyfikat (Approval Certificate).

Ponadto należy zarejestrować się w Urzędzie Celnym oraz Urzędzie Skarbowym, a także w Urzędzie Wymiany Walutowej oraz w Biurze Bezpieczeństwa Publicznego, a także w Urzędzie Pracy i Opieki Społecznej, na tym etapie następuje otwarcie rachunku bankowego. Po dokonaniu tych wszystkich czynności można rozpocząć prowadzenie działalności gospodarczej na terenie Chin.

Reasumując należy stwierdzić, że założenie podmiotu gospodarczego w Chinach jest stosunkowo skomplikowanym i czasochłonnym procesem. Wynika to zarówno z szeregu wymogów formalno-prawnych jak też z bariery językowej (np. wszystkie dokumenty muszą być sporządzone w języku chińskim).

Pomocne na tym etapie mogą być kancelarie prawne bądź lokalne przedsiębiorstwa konsultingowe, które oferują kompleksową obsługę i przeprowadzenie całej procedury rejestracyjnej w urzędach. Na rynku działają także agencje autoryzowane przez lokalne władze, czyli przez Komisję d/s Współpracy Gospodarczej i Handlu z Zagranicą (Foreign Economic Relations and Trade Commission). Agencje te oferują również wsparcie w procesie rejestracji przedsiębiorstwa w Chinach. Ponadto firmy te oferują przedsiębiorcy dostarczenie podstawowych informacji o potencjalnych partnerach biznesowych, co jest przydatne np. przy wyborze właściwego partnera w celu utworzenia spółki joint venture.

Kancelarie prawne dostarczają informacji o numerze rejestracyjnym firmy, dacie rejestracji, jej siedzibie, składzie zarządu, itd. Można także zapoznać się z sytuacją partnera z okresu rejestracji: np. otrzymać informację o kapitale założycielskim, zakresie i rodzaju prowadzonej działalności gospodarczej, okresie wygaśnięcia jej ważności, przynależności do stowarzyszeń i zrzeszeń, zmianach w kapitale zakładowym, a także informacji znajdujących się w obowiązkowych raportach okresowych. Czas oczekiwania na powyższe dane to zazwyczaj 5 dni roboczych.

W ofercie firm prawnych znajduje się także pomoc w sprawach dotyczących prawa własności, reprezentacja klientów w negocjacjach, sporządzanie opinii prawnych oraz przeprowadzanie audytów przedsięwzięć gospodarczych. Firmy te oferują pomoc prawną w sprawach sądowych oraz zastępstwo w sporach przed komisjami arbitrażowymi. Firmy prawnicze pobierają wynagrodzenie według kosztów sprawy. Opłaty te regulują przepisy o wynagrodzeniach prawników, w tym przypadku dokument „Implementation Measures on Administration of Legal Service Fee of Lawyers”. Na przykład przy sprawach o wartości do 100 tysięcy RMB wynagrodzenie kancelarii wynosi od 8% do 12%. Dla spraw powyżej 100 tysięcy RMB od 5% do 7% wartości sprawy. Od 1 miliona RMB do 10 milionów RMB od 3% do 5%. Od 10 milionów RMB do 100 milionów RMB od 1 do 3%. Powyżej 100 milionów RMB od 0,5 do 1%.

Firmy konsultingowe z kolei specjalizują się zazwyczaj w opracowywaniu wszelkich analiz, w tym analiz technicznych, raportów na temat poszczególnych branż i rynków, planów marketingowych, a także studiów wykonalności, opracowań specjalistycznych itp. Oferują one także pomoc i przejęcie wszelkich formalności związanych z rejestracją przedsiębiorstwa w Chinach.

Uproszczony system rejestracji działalności gospodarczej i otwierania firm możliwy jest w Hong Kongu – Specjalnej strefie autonomicznej. Procedura rejestracji firmy jest dużo prostsza i szybka. Firmy zarejestrowane w HK mogą prowadzić działalność na terytorium ChRL.

W ChRL podejmuje działalność coraz więcej kancelarii prawnych, firm doradczych i konsultingowych. Jednakże ze względu na zawłość przepisów, bariery językowe, czasochłonność procedur itd. warto mieć nie tylko sprawdzonego partnera w biznesie, ale i wiarygodną firmę doradczą.

## **8. Zamówienia publiczne**

Zamówienia publiczne w ChRL reguluje obecnie ustawa Prawo Zamówień Publicznych, obowiązująca od 1 stycznia 2000r. Jej treść (w jęz. angielskim) zamieszczona jest na stronach <http://beijing.trade.gov.pl> oraz <http://shanghai.trade.gov.pl> w zakładce „Przewodnik po rynku”. Dodatkowo, ustawę uzupełniają liczne akty wykonawcze, normujące postępowanie nawet dla poszczególnych sektorów przemysłu. Należy nadmienić, że tylko największe firmy zagraniczne, zatrudniające własnych prawników chińskich, przystępują do przetargów samodzielnie. Podobnie jak w Polsce firmy chińskie wynajmują kancelarie prawnicze w celu zapewnienia poprawności formalnej wniosków, w Chinach – chcąc uniknąć błędów proceduralnych – również sugeruje się korzystanie z usług lokalnych firm prawnych. O ile część ogłoszeń dotyczących przetargów publicznych w Chinach posiada wersję angielską, o tyle dokumentacje przetargowe a także obowiązujące formularze w większości są tylko po chińsku. Ogranicza to w zdecydowany sposób – choć nie eliminuje – udział zagranicznych podmiotów w zamówieniach publicznych. W praktyce mało jest firm zagranicznych zaangażowanych projekty infrastrukturalne w Chinach. Zamierzając przystąpić do przetargów, z powodu trudności komunikacyjnych i kulturowych, najlepiej jest korzystać z kancelarii prawniczo-konsultingowych wyspecjalizowanych w obsłudze przedsiębiorców zagranicznych. Więcej informacji dotyczących zamówień publicznych można znaleźć na stronach internetowych, m.in. [www.lehmanlaw.com](http://www.lehmanlaw.com) czy [www.chinabidding.com](http://www.chinabidding.com)

## 9. System finansowy i podatkowy w Chinach

Chiński system finansowy jest w dużym stopniu regulowany administracyjnie przez państwo, natomiast podlega on stopniowym reformom związanym zarówno z koniecznością obsługi coraz większej liczby inwestycji zagranicznych lokowanych w ChRL, jak i rozwojem rynku kapitałowego. Bankiem centralnym ChRL jest People's Bank of China. Inne najważniejsze i największe banki chińskie to: Bank of China Ltd., China Development Bank, Agricultural Bank of China, Industrial and Commercial Bank of China i China Construction Bank.

Znaczny rozwój notuje rynek giełdowy, z giełdami w Szanghaju i Shenzhen. Giełda nadzorowana jest przez China Securities Regulatory Commission.

Chińska waluta to renminbi (RMB), inaczej yuan. RMB dzieli się na 100 fenów lub 10 jiao. Pieniądz ChRL emitowany jest przez People's Bank of China. Kurs wymiany określany jest również przez Bank Centralny, a publikowany przez State Administration of Foreign Exchange.

Szybki rozwój gospodarki chińskiej w ostatnich latach spowodował istotny wzrost rezerw kapitałowych państwa, jak i przyczynił się do zainteresowania chińskich podmiotów gospodarczych podejmowaniem inwestycji za granicą.

Także chiński system podatkowy podlegał w ostatnich latach istotnym zmianom, czemu sprzyjała coraz większa liczba inwestycji z udziałem przedsiębiorców zagranicznych. Reformy przyniosły ujednoczenie stawek celnych dla firm z kapitałem zagranicznym i firm chińskich, jak też stopniowo przybliżają chiński system podatkowy do międzynarodowych standardów. Dwie instytucje regulujące system podatkowy Chin to: State Administration of Taxation (SAT) i Ministry of Finance (MOF). Chiny stosują system dwóch poziomów podatkowych, tj. system podatków centralnych (np. VAT, podatek dochodowy od firm z kapitałem zagranicznym) i podatki lokalne (podatki od osób fizycznych).

### 9.1. Główne podatki, które dotyczą firm z kapitałem zagranicznym:

- a/ Business Tax (BT) – od 3% do 20%
- b/ Value Added Tax (VAT) (małe/średnie przedsiębiorstwa – 6%; Commercial Business Enterprise – 4%; prywatna osoba – 17%)
- c/ podatek od dochodów firm (EIT) – 25%
- d/ podatek od towarów luksusowych (CT) – dotyczy sprzedaży, czy importu takich artykułów, jak wyroby tytoniowe, alkohole, kosmetyki, biżuteria, produkty petrochemiczne, luksusowe zegarki itp. – od 3% do 5%

Od 1 lipca 2011 roku w Chinach weszło w życie nowe prawo ubezpieczeń społecznych. Regulacje mają charakter powszechny, system obejmie wszystkie grupy zatrudnionych, włączając sezonowych robotników migracyjnych a także obcokrajowców pracujących w Chinach. Według szacunków zachodnich ekspertów, zależnie od realnego stopnia implementacji systemu ubezpieczeń, spodziewać się można wzrostu kosztów produkcji chińskich towarów.

## 10. Ochrona własności intelektualnej

Ochrona własności intelektualnej (IPR – Intellectual Property Rights) to jedno z głównych zobowiązań ChRL w momencie przystąpienia do Organizacji Światowego Handlu (WTO). Chodzi głównie o dostosowanie prawa w zakresie patentów, praw autorskich i znaków handlowych do wymogów dokumentu WTO pod nazwą TRIPS Agreement (Agreement on Trade Related Aspect of Intellectual Property Rights). Ochrona własności intelektualnej to jedno z najważniejszych wyzwań dla przedsiębiorców podejmujących działalność w Chinach. Jak wskazują doświadczenia, często brak odpowiednich zabezpieczeń i znajomości przepisów prawnych jest źródłem wielu problemów.

Dla otrzymania ochrony IPR należy zarejestrować znak, patent lub prawa autorskie w jednej z poniższych organizacji:

**Znaki handlowe** – Trademark Office of the State Administration for Industry and Commerce (SAIC)

**Patenty** – State Intellectual Property Office (SIPO)

**Prawa autorskie** – National Copyright Administration (NCA)

Ważne, by zarejestrować patent bądź znak handlowy pod nazwą swojej firmy, natomiast w zapisach kontraktowych z podmiotami współpracującymi w ChRL należy wpisywać klauzule odnoszące się do wymogów ochrony IPR. W przypadku inwestorów podejmujących produkcję w ChRL wyrobów nowoczesnej technologii wskazane jest, by część komponentów „wrażliwych” na skopiowanie, produkowana była poza Chinami.

## 10.1. Rejestracja znaku towarowego

Za rejestrację znaków towarowych odpowiada Urząd Patentowy ChRL (State Intellectual Property Office of the People's Republic of China). Urząd ten posiada swoich Rzeczników Patentowych w różnych większych miastach Chin, a prowincjonalne komórki zajmują się sprawami związanymi ze znakami towarowymi, ich ochroną, prawami wynikającymi z ich stosowania oraz rozwiązując problemy związane z ich naruszeniem.

Stosowany w Chinach system rejestracji jest zgodny z International Classification System i obejmuje 34 kategorie produktów i 8 kategorii usług. W formularzu zgłoszeniowym należy opisać towar zgodnie z obowiązującymi międzynarodowymi standardami. Każdy obcokrajowiec lub zagraniczna firma może wnioskować o rejestrację znaku towarowego, zgodnego z odpowiednimi umowami zawartymi pomiędzy krajem, który reprezentuje a Chinami oraz zgodnego z odpowiednimi międzynarodowymi umowami (traktatami) podpisanymi przez oba kraje, a także na zasadzie wzajemności. Zagraniczny inwestor może wnioskować o rejestrację znaku towarowego samodzielnie lub za pośrednictwem licencjonowanego agenta.

Przy rejestracji znaku towarowego należy przedłożyć następujące dokumenty:

- wniosek o rejestrację (Application for Trademark Registration),
- prawomocne upoważnienie,
- 10 kopii (reprodukcji) znaku towarowego (kolorowych, jeżeli takie są wymagane),
- 1 kopię czarno-białą.

Kopie znaku towarowego muszą być wyraźne, zrobione na jasnym trwałym papierze lub zastąpione fotografiami o wymiarach nie większych niż 10 cm i nie mniejszych niż 5 cm. Składany przez cudzoziemca lub zagraniczne przedsiębiorstwo wniosek musi być sporządzony w języku chińskim (każdy dokument obcojęzyczny musi mieć autoryzowane chińskie tłumaczenie).

Dodatkowo:

- przy rejestracji wyrobów farmaceutycznych przeznaczonych dla ludzi wymagany jest certyfikat zezwalający na produkcję i dystrybucję wystawiony przez miejscowy departament zdrowia,
- przy rejestracji papierosów, cygar i tytoniu wymagany jest certyfikat producenta wystawiony przez odpowiednie władze lub właściwy urząd centralny zajmujący się tą dziedziną,
- przy rejestracji gazet, wydawnictw i magazynów prasowych wymagany jest certyfikat rejestracyjny z kodem CN przydzielonym przez centralny urząd prasy i publikacji (State Press and Publication Administration).

Wnioski dotyczące znaków towarowych są rozpatrywane pod kątem zgodności z prawem (Trademark Law) przez miejscowy Urząd d/s Ochrony i Rejestracji znaków towarowych (Trademark Office). Wątpliwości lub dodatkowe wyjaśnienia należy uzupełnić w ciągu 15 dni od dnia otrzymania pisemnej informacji w tej sprawie. Po wstępnym zaakceptowaniu wniosku, znak towarowy jest publikowany. W ciągu trzech miesięcy od daty opublikowania znaku towarowego można wnieść do urzędu d/s ochrony i rejestracji znaków towarowych zastrzeżenie. Na jego rozpatrzenie urząd ma 30 dni. Gdy nie ma przeciwwskazań Urząd d/s Ochrony i Rejestracji Znaków Towarowych (**UOiRZT**) rejestruje znak towarowy. Prawo pierwszeństwa znaków towarowych rozpatrywane jest zgodnie z Konwencją Paryską. Okres ważności znaków towarowych wynosi 10 lat od daty rejestracji. Wniosek o przedłużenie ważności znaku powinien być złożony na 6 miesięcy przed upływem terminu ważności do (Trademark Office). Do wniosku (Application for Renewal of Trademark Registration) należy załączyć 5 kopii znaku. Przedłużenie ważności znaku dokonywane jest na następne 10 lat.

Używanie znaku towarowego przez inne osoby może odbywać się jedynie za zgodą jego właściciela, wyrażoną w kontrakcie. Licencjodawca i licencjobiorca zobowiązani są do prezentacji kopii kontraktu we władzach powiatowych w ciągu trzech miesięcy od dnia podpisania tego dokumentu. Licencjodawca zobowiązany jest także do przedłożenia kopii kontraktu w UOiRZT (Trademark Office), w celach rejestracyjnych i ogłoszenia tego faktu do publicznej wiadomości.

W przypadku zagubienia lub uszkodzenia certyfikatu znaku towarowego, należy w UOiRZT przedłożyć odpowiedni wniosek (Application for Re-issuance of Certificate of Trademark Registration) wraz z pięcioma kopiami zarejestrowanego znaku towarowego. W przypadku zagubienia certyfikatu, dodatkowo należy złożyć odpowiednie oświadczenie w prasie (Trademark Gazette).

Dobrze znane znaki towarowe są chronione przez UOiRZ. Wszelkie nazwy innych towarów kojarzące się z znanymi zarejestrowanymi markami nie zostaną zarejestrowane przez Trademark Office.

## **10.2. Wnioski patentowe w ChRL**

Zagraniczni inwestorzy mogą składać aplikacje patentowe (jedynie w języku chińskim) do biur patentowych w poszczególnych prowincjach bezpośrednio lub za pośrednictwem agentów. Jeżeli firma składa więcej niż dwa wnioski patentowe i nie ma agenta, wówczas powinna do załatwiania spraw wyznaczyć swojego przedstawiciela. Jednakże, wnioski patentowe w sprawie wynalazków i wzorów użytkowych powinny być ograniczone do jednego. Dwa lub więcej wynalazków lub wzorów użytkowych, wywodzących się z jednego ogólnego pomysłu, powinny być włączone do jednej aplikacji patentowej.

Składający aplikację patentową dla wynalazku lub wzoru użytkowego (w dwóch egzemplarzach) musi załączyć następujące dokumenty:

- podanie obejmujące: nazwę wynalazku lub wzoru użytkowego, nazwisko wynalazcy, nazwisko i adres wnioskodawcy oraz inne informacje związane z wynalazkiem,
- opis i wyciąg z opisu oddający obraz wynalazku lub wzoru użytkowego napisany w sposób zrozumiały dla czytającego. Jeżeli zrozumienie tematu wymaga odpowiednich rysunków to należy je załączyć,
- twierdzenia wraz z opisem powinny obejmować zakres ochrony patentowej. Mogą one zawierać formuły chemiczne i matematyczne bez przykładów.
- wymagane dokumenty do aplikacji patentowej dotyczącej projektów (w dwóch egzemplarzach).

Podanie opisujące projekt i jego klasyfikację musi zawierać:

- rysunki lub fotografie projektu, o wymiarach nie mniejszych niż 3 cm x 8 cm i nie większych niż 15 cm x 22 cm,
- krótki opis projektu,
- prototyp lub model projektu, jeżeli to konieczne.

Po wstępnej analizie wynalazku i sprawdzeniu jego zgodności z prawem, Urząd Patentowy publikuje stosowną informację po upływie 18 miesięcy od dnia złożenia aplikacji. Na życzenie wnioskodawcy okres ten może ulec skróceniu. W ciągu trzech lat od daty złożenia wniosku Urząd Patentowy bada gruntownie wynalazek. Jeżeli w tym okresie nie ma przeciwwskazań, Urząd Patentowy wydaje decyzję o przyznaniu patentu, wystawia certyfikat wynalazku, rejestruje go i podaje do publicznej wiadomości. Prawo do patentu wchodzi w życie z dniem jego publikacji.

W przypadku patentu na wzór użytkowy, Urząd Patentowy dokonuje jego wstępnej analizy i jeśli nie ma przeciwwskazań do odmowy, podejmuje decyzję o udzieleniu patentu. Jednocześnie wystawia certyfikat wzoru, rejestruje go i fakt ten podaje do publicznej wiadomości. Prawo do patentu wzoru użytkowego wchodzi w życie z dniem jego publikacji.

Prawa do patentu wynalazca może wykorzystywać sam lub autoryzować do tego celu inną osobę. Korzystanie z patentu może mieć charakter dobrowolny lub obowiązkowy (przymusowy).

Dobrowolne korzystanie z patentu następuje w wyniku negocjacji. Wynalazca (licencjodawca) może podpisać kontrakt licencyjny z drugą stroną (licencjobiorcą) na korzystanie z wynalazku w określony sposób, na określony czas i na określonym terytorium. Kontrakt powinien mieć formę pisemną i po podpisaniu przez obie strony powinien być dostarczony w ciągu trzech miesięcy do Urzędu Patentowego.

Obowiązkowe korzystanie z patentu może mieć miejsce gdy:

- jednostka posiada odpowiednią wiedzę do wykorzystywania wynalazku lub wzoru użytkowego i podejmowane przez nią próby uzyskania autoryzacji do jego prawa nie odnoszą sukcesu. Wówczas Urząd Patentowy po trzech latach od przyznania praw patentowych, może na wniosek tej jednostki udzielić jej obowiązkowej licencji.
- w wyjątkowych przypadkach dotyczących spraw wagi państwowej i wymagających zabezpieczenia interesu publicznego, Urząd Patentowy może udzielić obowiązkowej licencji na wykorzystywanie patentu na wynalazek lub wzór użytkowy.

Gdy wynalazek lub wzór użytkowy są bardziej zaawansowane technicznie od poprzedniego wynalazku lub wzoru użytkowego, od których wykorzystania zależy ich działanie (wdrożenie), wówczas Urząd Patentowy może na wniosek zainteresowanego wynalazcy udzielić mu obowiązkowej licencji.

Jednostka, która otrzymuje możliwość do obowiązkowego korzystania z patentu nie ma do niego praw wyłączności. Płaci ona właścicielowi patentu opłatę eksploatacyjną. W przypadku braku porozumienia między stronami co do wysokości opłaty, decyzję w tej sprawie podejmuje Urząd Patentowy. Jeżeli strony nie są usatysfakcjonowane decyzją Urzędu Patentowego, mogą w ciągu trzech miesięcy od otrzymania takiej decyzji odwołać się do właściwego sądu cywilnego.

Wynalazki chronione są prawem patentowym przez okres 20 lat, a wzory użytkowe przez okres 10 lat, licząc od dnia złożenia wniosku patentowego.

### **10.3. Ochrona praw własności intelektualnej**

Prawa własności intelektualnej są chronione w ChRL przed ich naruszeniem zarówno środkami administracyjnymi, jak i na drodze postępowania sądowego. Chiny zaadoptowały podwójną ścieżkę ochrony przed naruszeniem praw własności intelektualnej. Pierwszą jest rozwiązanie spornej sprawy na szczeblu właściwego powiatu a drugą wykorzystanie do tego celu agenta patentowego. Zgodnie z chińskim prawem patentowym, agent może pełnić funkcję mediatora.

W przypadku naruszenia praw własności intelektualnej, właściciel takiego prawa może wystąpić z powództwem do właściwego sądu cywilnego, który w ChRL jest pierwszą instancją w tych sprawach. W przypadkach nadzwyczajnych zainteresowana strona może prosić sąd o zamrożenie aktywów pozwanego.

## **11. Regulacje celne i dostęp do rynku ChRL**

Po przystąpieniu do Światowej Organizacji Handlu (WTO) w grudniu 2001 roku, ChRL podjęła wysiłki dla stopniowego wypełnienia zobowiązań wynikających z tego faktu. Odnosi się to do takich kwestii jak: obniżenie taryf przywozowych, usuwanie barier pozataryfowych, zwiększenie dostępu do rynku dla firm zagranicznych, poprawa stanu ochrony własności intelektualnej, dostosowanie prawa do wymogów międzynarodowych i poprawa transparentności w gospodarce. Rozwiązania w zakresie chińskiego systemu taryfowego w imporcie opierają się na regulacjach HSCC (Harmonised System of Classification Codes). W praktyce obowiązują stawki taryfowe dla dostawców z państw objętych klauzulą uprzywilejowania (Most Favoured Nation – MFN) i stawki ogólne (General Rates). Taryfy celne zależą od typu produktu, stosowanych składników i komponentów, jak też jego zastosowania. Większość stawek celnych kalkulowana jest ad valorem jako procent od wartości towaru określonej na bazie CIF. Średni poziom stawek celnych został zredukowany w ostatnich latach do poziomu 9,8%, w tym produkty pochodzenia rolniczego podlegają średniej stawce 15,3%, a produkty przemysłowe – 8,95%. Chiny stosują także politykę zwolnień z naliczania cła w przypadku wybranych importowanych towarów, takich jak sprzęt i wyposażenie, które sprzyja postępowi technologicznemu, rozbudowie sektora badawczo – rozwojowego i inwestycjom w branżach nowoczesnych technologii. Zagraniczni eksporterzy podkreślają często sporą niekonsekwencję lokalnych urzędów celnych w stosowaniu właściwej klasyfikacji dla danego towaru i w efekcie, w naliczaniu opłaty celnej.

## **11.1. Certyfikaty i inne wymogi w dostępie do rynku**

Władze chińskie stosują szereg wymogów dotyczących zgód na import, certyfikacji, etykietowania czy zasad w zakresie pakowania towarów. Bardzo ważną sprawą jest zaznajomienie się ze szczegółowymi regulacjami odnoszącymi się do poszczególnych produktów, by uniknąć kategorycznej odmowy lub znacznego opóźnienia we wprowadzeniu towaru na obszar celny ChRL. Główne trudności to czasochłonna procedura w uzyskaniu certyfikatu dopuszczenia konkretnego produktu na rynek i niekonsekwencje urzędów w definiowaniu wymogów co do konkretnej grupy towarowej. W ChRL sprawami certyfikacji produktów, inspekcją i kwarantanną zajmuje się General Administration for Quality Supervision and Quarantine (AQSIQ).

Uzyskanie znaku CCC (China Compulsory Certification) jest wymogiem w przypadku eksportu bądź produkcji i sprzedaży w ChRL większości produktów z takich branż jak przemysł elektryczny i elektroniczny, motoryzacyjny, jak i większości produktów związanych z konsumpcją i bezpieczeństwem. Spośród wymogów koniecznych do spełnienia przez polskie przedsiębiorstwa, pragnące eksportować towary objęte powyższymi kategoriami do Chin, istnieje konieczność wysłania przez te podmioty specyfikacji technicznych oraz próbek produktów do China Quality Certification Center (CQC). Następnie, po wstępnym zatwierdzeniu specyfikacji i próbek będzie miała miejsce obowiązkowa wizyta chińskich specjalistów w rodzimych zakładach produkcyjnym w Polsce. Po uzyskaniu certyfikatu (China Compulsory Certificate), umożliwiającego eksport do Chin, z reguły corocznie, przeprowadzana jest dodatkowa inspekcja w zakładach produkcyjnych. Wszelkie koszty wskazanych działań i wizyt pokrywają polskie przedsiębiorstwa, pragnące uzyskać certyfikat.

Prowadzona jest także certyfikacja dla wybranych grup produktów, np. eksporterzy kosmetyków muszą otrzymać świadectwo wydawane przez chińskie Ministerstwo Zdrowia. Szczegółowe procedury obowiązują też w przypadku towarów spożywczych czy farmaceutyków. Świadectwo fitosanitarne wymagane jest w eksporcie do ChRL roślin i produktów roślinnych.

Chiny stosują wymogi dotyczące etykietowania towarów, głównie spożywczych, przestrzeganie zasad w tym względzie nadzoruje China Entry - Exit Quarantine and Inspection (CIQ). Napisy na opakowaniach w języku chińskim (znaki chińskie w tzw. „simplified Chinese”) muszą odpowiadać szczegółowym wymogom określonym dla poszczególnych grup towarowych, w niektórych przypadkach wymagane jest, by etykiety były dwujęzyczne (j. chiński i j. angielski). Koniecznym warunkiem jest, by etykiety spełniające wszystkie wymogi formalne, umieszczone zostały na towarze przed jego wysyłką do Chin. Biorąc pod uwagę konieczność klarownego sprecyzowania wymogów, co do etykietowania konkretnego towaru (w tym precyzja w opisie w języku chińskim), eksporterzy powinni wymagać współpracy w tym względzie ze strony chińskiego importera / agenta. Od 2006 roku Chiny odstąpiły od zasady zatwierdzania etykiet przed wprowadzeniem towaru do obrotu – obecnie jeśli w trakcie kontroli w urzędzie celnym, okaże się, że towar nie jest opisany zgodnie z wymogami, kierowany jest do magazynu, jako nie – kwalifikujący się do wprowadzenia do obrotu i eksporter ponosi wszelkie przewidziane w takim przypadku koszty. np. opakowania drewniane muszą być zabezpieczone i certyfikowane zgodnie z międzynarodową normą ISPM 15.

## **11.2. Badanie towarów w obrocie towarowym ChRL z zagranicą i ich kwarantanna**

W ramach zobowiązań podjętych przez ChRL wobec Światowej Organizacji Handlu (WTO), od dnia 1 października 2002 r. obowiązują nowe zasady przeprowadzania badań towarów będących przedmiotem wymiany handlowej z zagranicą. Katalog towarów podlegających badaniom i kwarantannie obejmuje listę 4.113 różnych towarów podzielonych na 21 kategorii. Katalog ten określa również zakres badań i kwarantanny, jakim powinny podlegać poszczególne towary. Techniczne normy (standardy) przeprowadzania badań i inspekcji obejmują chińskie standardy, standardy międzynarodowe i standardy krajów wysokorozwiniętych.

W Chinach występują następujące normy:

- normy krajowe,
- normy branżowe (w przypadku braku norm krajowych),
- normy zakładowe (w przypadku braku norm branżowych i zakładowych)

Kryteria przeprowadzanych badań określają centralne władze sanitarne (AQSIQ Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine). Badania przeprowadzane są zgodnie z obowiązującymi normami krajowymi, branżowymi i innymi obowiązującymi przepisami. W przypadku braku ww. norm badanie towaru jest

przeprowadzane w zgodności z kontraktem, w oparciu o wcześniej pobrane próbki (wzory) towaru. Jeżeli normy jakościowe są mniej wymagające w stosunku do wymagań kontraktowych, zastosowanie mają wymagania określone w kontrakcie. W przypadku, gdy normy dotyczące badań nie są określone i nie ma ich w zwartym kontrakcie (lub są niejasne), stosuje się standardy międzynarodowe lub AQSIQ.

### **11.3. Nadzór i badania artykułów żywnościowych**

W katalogu towarów (Catalogue of Commodities Subject to Inspection and Quarantine) wymieniono około tysiąca rodzajów żywności importowanej oraz tyle samo rodzajów żywności eksportowanej, które podlegają badaniom i kwarantannie.

#### **11.3.1. Badanie żywności importowanej**

Cała importowana żywność w tym: napoje, alkohole i cukier, konserwy spożywcze, opakowania, materiały do pakowania i przerabiania żywności podlegają zgłoszeniu do władz sanitarnych w celu przeprowadzenia stosownych badań dla określonego rodzaju żywności. Tylko żywność spełniająca należne wymagania może być wpuszczona na obszar celny ChRL.

#### **11.3.2. Badanie żywności eksportowanej**

Cała żywność będąca przedmiotem eksportu (w tym m.in. wyroby gotowe, surowce do produkcji żywności i potrawy przygotowywane tradycyjnymi metodami zawierające składniki lecznicze). Żywność niebadana lub nieodpowiadająca normom nie może być przedmiotem eksportu.

#### **11.3.3. Wykaz importowanych towarów, zwierząt i roślin**

AQSIQ odpowiada za prowadzenie, dokonywanie korekt i publikowanie katalogu importowanej i eksportowanej żywności, zwierząt i roślin mających wpływ na ludzkie zdrowie. Katalog zawiera wykaz przetworzonej żywności do bezpośredniego spożycia (np. żywność w puszkach, napoje alkoholowe) oraz wykaz półproduktów i surowców (np. mięso, owoce morza i warzywa). Zagraniczni producenci mogą składać aplikacje o rejestrację swych wyrobów w AQSIQ za pośrednictwem władz higieniczno-sanitarnych w swoich krajach. Wszyscy, których produkty odpowiadają wymaganiom AQSIQ, będą figurować w wykazie AQSIQ jako mający dopuszczenie swych produktów do sprzedaży na chińskim rynku. Każdy dopuszczony w ten sposób wyrób ma swój własny kod rejestracyjny.

#### **11.3.4. Rejestracja żywności eksportowanej, zwierząt i roślin**

Wszystkie przedsiębiorstwa w ChRL zajmujące się przetwarzaniem i przechowywaniem żywności przeznaczonej na eksport, w tym ubojem zwierząt na eksport, muszą posiadać licencję wydaną przez lokalny wydział zdrowia oraz odpowiedni certyfikat (Registration Certificate) wydany przez centralne władze sanitarne.

W przypadkach, gdy zachodzi potrzeba wydania certyfikatu dla zagranicznego odbiorcy towaru, eksporter powinien wystąpić z odpowiednim wnioskiem do AQSIQ.

### **11.4. Nadzór nad badaniami produktów mechanicznych i elektronicznych**

Dla AQSIQ podstawą do badań i kontroli produktów jest "Statistical Handbook on the Import and Export of Mechanical and Electronic Products" opracowany przez chińskie Ministerstwo Handlu i Współpracy Gospodarczej z Zagranicą z 1999 r.

#### **11.4.1. Wyroby mechaniczne i elektroniczne przeznaczone na eksport**

Władze sanitarne nadzorują eksporterów biorąc pod uwagę jakość produktów i jakość zarządzania przedsiębiorstwem. Z przeprowadzania badań zwolnione są przedsiębiorstwa posiadające pozwolenie na eksport (Exemption Certificate).



Produkty mechaniczne i elektroniczne podlegają obowiązkowym badaniom pod względem wymogów bezpieczeństwa, zdrowia i ochrony środowiska. Ich jakość nie może odbiegać od norm państwowych. Dla innych produktów normy ustalane są w kontraktach handlowych.

Dla ułatwienia eksportu produktów, AQSIQ wprowadził tymczasowy system badań certyfikacyjnych produktów przeznaczonych na eksport. AQSIQ promuje przedsiębiorstwa, które pragną uzyskać certyfikaty ISO 9000, ISO 14000 oraz inne dotyczące jakości produkowanych przez siebie produktów. Przedsiębiorstwa, które posiadają certyfikat zaaprobowany przez Chinese National Accreditation Board są zwalniane z badań i klasyfikowane w odpowiedniej kategorii przedsiębiorstw.

W Chinach popierane są przedsiębiorstwa produkujące na eksport produkty finalne. Jednocześnie przedsiębiorstwa te zobowiązane są do rejestracji swoich wyrobów w lokalnych władzach certyfikacyjnych. Badania te wykonywane są bezpłatnie, jako pomoc dla przedsiębiorstw podejmujących produkcję odpowiadającą wymaganiom i standardom międzynarodowym.

#### 11.4.2. Wyroby mechaniczne i elektroniczne pochodzące z importu

Chiny opublikowały wykaz towarów, które podlegają badaniom jakościowym oraz związanych z bezpieczeństwem (Catalogue of Import Commodities Subject to the Safety and Quality Licensing System). Towary nie odpowiadające wymogom nie są wpuszczane na obszar celny ChRL. Zabroniony jest także import używanych wyrobów mechanicznych i elektronicznych. Wyjątkowo można importować towary używane tylko dla celów specjalnych.

Mając na uwadze bezpieczeństwo narodowe, ochronę środowiska i zdrowia, przedsiębiorstwa dokonujące takiego importu zobowiązane są do przeprowadzenia odpowiednich badań w kraju eksportera, co powinno być zapisane w kontrakcie. Importer zobowiązany jest do zgłoszenia importu do władz sanitarnych w miejscu przekroczenia towaru przez granicę. Do towaru muszą być dołączone poświadczony kopie zezwoleń importowych, dokumenty handlowe i deklaracja celna towaru. Po odprawie celnej towaru, importer zobowiązany jest poinformować władze sanitarne o miejscu i okresie użytkowania towaru i przedstawić faktury handlowe, specyfikację towaru, konosamenty i inne niezbędne dokumenty do inspekcji.

### **11.5. Nadzór nad badaniami leków**

#### 11.5.1. Leki z importu

Przed wejściem na rynek chiński, każdy lek z importu musi otrzymać certyfikat rejestracyjny z Państwowego Urzędu Leków (State Drug Administration – SDA).

Zgłoszony do rejestracji lek z importu musi posiadać dopuszczenie do obrotu w kraju jego produkcji oraz przejść badania w laboratorium autoryzowanym przez State Drug Administration, w miejscu przekroczenia granicy. Zobowiązani do zgłoszenia leku do rejestracji są chińskie biura lub agenci zagranicznych producentów leków. W tym celu powinni oni przedłożyć wniosek na formularzu “Imported Drug Registration Certificate Application Form” do kontroli i aprobaty wraz z innymi dokumentami wymaganymi przez SDA. Biura i agenci, muszą legitymować się dokumentami autoryzowanymi przez State Administration for Industry and Commerce (SAIC). Po zakończeniu badań klinicznych, SDA wystawia certyfikat “Imported Drug Registration Certificate”, który stanowi podstawę do rejestracji leku, jego importu i dystrybucji w Chinach.

Leki z importu mogą być wwożone do ChRL jedynie poprzez wyznaczone punkty graniczne. Przesyłka leków musi być zgłoszona w Urzędzie ds. Leków znajdującym się w punkcie granicznym. Importer leku jest zobowiązany do wypełnienia formularza “Imported Drug Inspection Form” i przedłożenia go w autoryzowanym laboratorium we wskazanym punkcie granicznym wraz z oryginałem lub kopią certyfikatu “Drug Registration Certificate”.

Laboratorium sporządza protokół badań (Imported Drug Inspection Report) i jeśli wyniki przeprowadzonych badań są pozytywne, wystawia certyfikat (Imported Drug Customs Note). W przypadku negatywnych wyników badań, można odwołać się w ciągu 30 dni do laboratorium w celu przeprowadzenia badań ponownie. Gdy odwołanie jest nieskuteczne, można skorzystać z arbitrażu oraz odwołania do Państwowego Instytutu Kontroli Wyrobów Farmaceutycznych i Biologicznych (National Institute for the Control of Pharmaceutical and Biological Products) w ciągu 30 dni.

### 11.5.2. Leki eksportowane

W ChRL producenci leków muszą posiadać licencję na ich produkcję wystawioną przez lokalne władze sanitarne. Licencja jest podstawą do rejestracji w State Administration for Industry and Commerce (SAIC).

Producenci leków są zobowiązani do produkcji leków zgodnych z wymaganiami jakościowymi określonymi przez State Drug Administration (SDA). SDA jest jednocześnie instytucją certyfikującą leki oraz nadzorującą przestrzeganie wymagań jakościowych przez producentów leków.

Jeżeli przedsiębiorstwo zamierza eksportować określony lek to musi wystąpić do odpowiedniego laboratorium wyznaczonego przez Ministra Zdrowia ChRL z wnioskiem o przeprowadzenie badań leku. Kryteria badań wyznaczone są kontraktem eksportowym.

### 11.6. Przeprowadzania badań i kwarantanny towarów importowanych i eksportowanych

Agentami uprawnionymi do przeprowadzania badań i kontroli towarów eksportowanych oraz towarów importowanych są firmy, które:

- posiadają licencję do prowadzenia działalności gospodarczej (Corporate Business Licence),
- są zarejestrowane w State Administration for Industry and Commerce (SAIC),
- są zarejestrowane w lokalnych władzach sanitarnych i posiadają świadectwo "Agent Registration Certificate".

Agenci odpowiadają za kontakty z władzami sanitarnymi, ustalają terminy przeprowadzania badań, koordynują prace instytucji zaangażowanych w proces przeprowadzania badań oraz dokonują opłat w imieniu swoich klientów.

## 12. Weryfikacja firmy chińskiej

Wydział Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Pekinie może zweryfikować firmę chińską w bardzo ograniczonym zakresie – zawężonym do dokumentów rejestrowych firmy. W przypadku chęci uzyskania pomocy z naszej strony, należy uzyskać od chińskiej firmy następujące dokumenty:

1. Enterprise Judicial Personal Business Licence - 企业法人营业执照
2. Tax Registration Certificate - 税务登记证

Po czym przesłać na [beijing@trade.gov.pl](mailto:beijing@trade.gov.pl). WPHI w odpowiedzi przekaże wiadomości na temat danych adresowych firmy, o osobach reprezentujących prawnie firmę, jej kapitale, rodzaju działalności, dacie założenia, itp. (odpowiedniki polskiego KRS). Bardziej dogłębną weryfikację firm prowadzą – na zasadach komercyjnych - kancelarie prawne i konsultingowe. Pełną wersję firm, zajmujących się weryfikacją chińskich przedsiębiorców, można znaleźć na naszej stronie [www.beijing.trade.gov.pl](http://www.beijing.trade.gov.pl) w zakładce "Przewodnik po rynku" plik "Firmy prawnicze i konsultingowe".

### 12.1 Lista przykładowych firm zajmujących się weryfikacjami chińskich przedsiębiorstw:

#### **Beijing Goldcredit Information Technology Co., Ltd**

Ms. Michelle Sun

Mail: [sll@gold-credit.com.cn](mailto:sll@gold-credit.com.cn)

[www.gold-credit.com.cn](http://www.gold-credit.com.cn)

Address: 2302, West Tower, Van Palace, Chaoyang District, Beijing, 100084, PRC

Tel: 0086-10-65020012 or 0086-10-65020013 Ext: 8013

#### **All China Marketing Research Co. Ltd. (ACMR)**

Ms. Huang Ying

[huangying@acmr.com.cn](mailto:huangying@acmr.com.cn)

Tel: +8610-68032288 ext. 1049

Mr. Tony Lin

[tonylin@acmr.com.cn](mailto:tonylin@acmr.com.cn)

Tel: +86-10-6803 2288 ext. 2125

Fax: +8610-68012338

www.acmr.com.cn

Add: 8th floor, Jingrun Mansion, No.28-A Fuchengmenwai Street, Xicheng District, Beijing, China, 100037

#### **CINWA Credit Management Co. Ltd**

Ms. Jojo Yang

jojoyang@21315.com

Tel: +8610-65122771

Fax: +8610-65266590

http://en.21315.com/

Add: A502 Century Square No. 99 Wangfujing Street, Beijing, China

#### **CIECC (China International Electronic Commerce Center)**

Mr. Gao Kun

gaokun@ec.com.cn

Tel: + 86-10-67876100 ext. 8058

Fax: + 86-10-87519001 ext. 8058

www.sinocredit.com.cn

Add: No.1, Zhonghe Street, Beijing Economic-technological Development Area, Beijing, 100176, P.R. China

#### **China Export & Credit Insurance Corporation**

Mr. Vincent Wang Shu

ws@sinosure.com.cn

Tel: + 86-10-66582633

Fax: + 86-10-66512606

Mobile: 13466328885

www.sinosure.com.cn

Add: Fortune Times Building, No. 11 Fenghuiyuan, Xicheng District, Beijing, 100032, P.R. China

## **13. Pieczęci**

Każdy dokument uznany za oficjalny powinien być przypieczętowany. Pieczęć firmy jest jej „urzędowym podpisem” i powinna być umieszczona na każdym dokumencie, który otrzymujesz. Ważność pieczęci w Chinach jest taka sama jak podpis prezesa czy dyrektora generalnego w Europie. Bez obecności pieczęci, dokument może być łatwo zakwestionowany jako nieoficjalny.

Zadaj sobie dwa bardzo ważne pytania na temat pieczęci firmowej podczas szukania partnera biznesowego w Chinach:

*Czy pieczęć jest prawdziwa?*

1. Pójdź do AIC oraz Biura Bezpieczeństwa Publicznego (Public Security Bureau) w mieście, w którym znajduje się siedziba firmy,
2. Spytaj czy pieczęć firmy jest zarejestrowana. Rejestracja pieczęci w Biurze Bezpieczeństwa Publicznego jest obowiązkowa. Sprawdź różne dokumenty złożone u lokalnych władz,
3. Upewnij się, że ta sama pieczęć została użyta na wszystkich dokumentach,
4. Tylko, jeśli pieczęć jest zarejestrowana oraz/albo używana na oficjalnych dokumentach możesz być pewny, że jest prawdziwa.

*Czy pieczęć jest używana przez upoważnionego przedstawiciela firmy?*

1. Odwiedź siedzibę firmy,
2. Spytaj: „Czy osoba, która podpisała ten dokument jest zatrudniona przez Waszą firmę?”,
3. Spytaj: „Czy ten pracownik jest uprawniony do używania pieczęci?”,
4. Jeśli na oba pytania uzyskałeś odpowiedzi twierdzące, używanie pieczęci zostało autoryzowane.

Rodzaje pieczęci:

1. **Pieczęć Partii** – okrągła, w centrum sierp i młot, średnica 4.2cm, zaokrąglone krawędzie o szerokości 0.1cm, nazwa organizacji Partii zapisana od lewej do prawej, czcionka Song,

2. **Pieczęć Zjednoczenia/Związek Zawodowy** – okrągła, Średnica 4.2cm, dwie krawędzie, zewnętrzna krawędź o szerokości 0.1 cm, wewnętrzna krawędź 0.01 cm, nazwa organizacji na łuku, czcionka Song,
3. **Przedsiębiorstwa państwowe (pieczęć firmy i departamentów)** – okrągła, średnica 4.2cm, w centrum gwiazda pięcioramienna (średnica końcówki gwiazdy to 1.4cm), zaokrąglone krawędzie o szerokości 0.12cm, nazwa firmy zapisana od lewej do prawej za gwiazdą albo drugą częścią; nazwa departamentu zapisana od lewej do prawej pod gwiazdą, czcionka Song,
4. **Specjalna pieczęć** – okrągła, średnica 4.0cm, zaokrąglone krawędzie o szerokości 0.1cm, nazwa firmy w łuku zapisana od lewej do prawej, centrum puste, tekst drukowany czcionką Song,
5. **Inne przedsiębiorstwa prywatne i firmy handlowe** – okrągła, średnica 3.8cm, zaokrąglone krawędzie o szerokości 0.1cm, w centrum pięcioramienna gwiazda, w pieczęć wpisana zgoda na licencję firmy, nazwa zapisana czcionką Song,
6. **Pieczęć na kontrakt firm biznesowych** – okrągła, średnica 5.8cm, zaokrąglone krawędzie o szerokości 0.15cm, nazwa firmy wpisana od lewej do prawej, bez pięcioramiennej gwiazdy, konto bankowe firmy, telefon oraz adres firmy zapisany z góry na dół, czcionka Song,
7. **Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością** – okrągła, średnica 4.0cm, w centrum pięcioramienna gwiazda, nazwa od lewej do prawej,
8. **Firmy skarbowe** – okrągła, średnica 3.8cm, w centrum pięcioramienna gwiazda nazwa od lewej do prawej,
9. **Firmy joint-venture z kapitałem zagranicznym** – owalna, średnica 4.5cm, nazwa firmy od lewej do prawej (też w poziomie), w języku angielskim.
10. **Lokalne grupy społeczne** – średnica 4.2cm, w centrum pięcioramienna gwiazda, nazwa od lewej do prawej, uproszczona czcionka.
11. **Faktury** – kształt owalny, rozmiar 40 × 30 (mm), krawędź 1mm, czcionka Arial, szerokość tekstu 1.3mm.



## 14. Due Dilligence

*Due diligence* (ang. *należyta staranność*) – poddanie przedsiębiorstwa, będącego potencjalnym obiektem współpracy bądź przejęcia, wyczerpującej analizie pod względem jego kondycji handlowej, finansowej, prawnej i podatkowej, w celu identyfikacji związanych z nim szans i ryzyk przed podjęciem właściwych negocjacji dotyczących transakcji kapitałowej.

Analiza ta przeprowadzana jest na podstawie już posiadanych informacji, w takich obszarach jak:

- produkty/usługi (obecne, wdrażane, planowane czy rozważane) i otoczenie przedsiębiorstwa - klienci i konkurenci,
- zespół zarządzający,
- organizacja przedsiębiorstwa,
- analiza finansowa,
- inne: analiza aspektów prawnych, analiza księgową.

Do przeprowadzenia badania *due diligence* angażuje się wykwalifikowane w tych obszarach osoby, zwykle rzeczoznawców, prawników lub doradców podatkowych.

Dokładna analiza oraz przeprowadzenie *due diligence* na potencjalnym partnerze może pomóc uniknąć wielu typowych pułapek pojawiających się podczas współpracy z chińskimi spółkami, takimi jak:

- **Falszywe firmy**  
Firma potencjalnego partnera może faktycznie nie istnieć,
- **Papierowe tygrysy**  
Potencjalny partner może promować siebie jako wiodąca firma w branży, ale w rzeczywistości jest oszustem bądź w ogóle nie istnieje,
- **Firmy fasadowe**  
Firma posiadająca wszystkie potrzebne dokumenty rejestracyjne, ale nieposiadająca kapitału i nieprowadząca własnej działalności,
- **Tzw. Firma pasożyt**  
Potencjalny partner może polegać zbyt mocno na jego relacjach z lokalnymi urzędnikami. Może to oznaczać, że firma działa w szarej strefie prawnej i jest podatna na zmiany pracowników rządowych.

## 15. Rozstrzygnięcie sporów, windykacja należności

Każdą transakcję z partnerem chińskim należy poprzedzić podpisaniem umowy / kontraktu, w którym zawarte będą zapisy na temat postępowania reklamacyjnego oraz sposobu rozstrzygnięcia sporów. Należy również wspólnie ustalić język, w którym umowa będzie sporządzona. W zdecydowanej większości sytuacji Chińczycy umów (w tym handlowych) dotrzymują. Jeśli strony chcą prowadzić interesy ze sobą w długim okresie czasu, to ewentualne spory rozstrzygane są polubownie, poprzez wspólnie wypracowane rozwiązania.

Należy pamiętać, iż zmuszanie Chińczyków do czegokolwiek w biznesie (szczególnie, jeśli chodzi o kwestie finansowe), stawianie ich w sytuacji „bez wyjścia”, brak dobrej woli strony poszkodowanej do zgodnego rozstrzygnięcia sprawy, nie spowoduje zakończenia sporu – wręcz przeciwnie – zaogni konflikt. Skierowanie sprawy do sądu powszechnego lub arbitrażowego – w Chinach – wiąże się z długotrwałym i kosztownym procesem, wymagającym zaangażowania lokalnych kancelarii prawnych, tłumaczy itd. Pozwy z sądów zagranicznych – strona chińska najczęściej ignoruje, ew. markuje dobrą wolę rozwiązania konfliktu, ale tylko przed sądem chińskim.

To samo dotyczy windykacji należności. W przypadkach, które udokumentowane są niepodważalnymi dowodami, oraz odpowiedniej kwocie należności (znacznie przewyższającej koszty obsługi prawnej), kancelarie prawnicze (w tym międzynarodowe) w Chinach notują sukcesy. Jest to jednak procedura bardzo kosztowna i długotrwała. Z tego powodu zaleca się polubowne rozstrzygnięcie konfliktów, aż do chwili wyczerpania wszelkich opcji rozwiązania sporu.

## 16. Lista wybranych kancelarii prawniczych i doradczych z siedzibą w Chinach

I.p.	Nazwa firmy	Adres	Zakres usług
1.	EU SME Center in China	Sunflower Tower pok 910 37 Maizidian West Street Chaoyang District 100125 Pekin, Chiny. Tel: +86 10 85275300 Fax: +86 10 85275093 enquiries@eusmecentre.org.cn www.eusmecentre.org.cn	EU SME Center oferuje szeroki zakres praktycznych usług wsparcia dla małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) europejskich pomagając im w wejściu na chiński rynek oraz utrzymaniu działalności handlowej.
Oferując wsparcie poprzez dostarczanie informacji, poufne porady, imprezy networkingowe oraz szkolenia, SME Center skupia się na najważniejszych, wczesnych etapach strategii rynkowej. SME Center również działa na rzecz wspomagania koordynacji państw członkowskich i publicznych oraz prywatnych małych i średnich dostawców usług. Zespół ekspertów zapewni darmowe praktyczne porady i wsparcie, aby wspomóc MŚP			

rozwoju firmy, dając im realną wiedzę i narzędzia niezbędne do dostępu do rynku i zwiększenie konkurencyjności swojej na rynku chińskim.

- **Business Development** - dostarczanie informacji o rynku, rozwoju biznesu i doradztwo gospodarcze,
- **Prawne** - informacje prawne, "Zapytaj eksperta" wstępne konsultacje i praktyczne podręczniki,
- **Normy** - standardy i wymogi zgodności w przypadku eksportu do Chin, narzędzia wyszukiwania do standardowych baz danych i wytycznych dotyczących oceny zgodności,
- **HR i szkolenia** - programy szkolenia, bazy danych na temat dostępnych szkoleń, doradztwo w zakresie zagadnień HR. Dostęp do katalogu dostawców usług informatycznych i baz danych,
- **Hot-desking** - wolne, tymczasowe przestrzenie biurowe w UE MSP Centrum do zbadania lokalnych możliwości biznesowych. Wszelkie inne, praktyczne usługi wsparcia dla MŚP w UE, które chcą eksportować lub inwestować w Chinach i kierowanie MŚP do innych wyspecjalizowanych usługodawców.

2.	Lehman, Lee & Xu <i>China Lawyers, Patent &amp; Trademark Agents</i>	10-2 Liangmaqiao Diplomatic Compound No.22 Dongfang East Road Chaoyang District 100600 Pekin tel. /+86 10/ 85321919 fax. /+86 10/ 85321999, 65323877  Kontakt: Ms. Renata Anna Inokomis rinokomis@lehmanlaw.com (posługuje się językiem polskim)  <a href="http://www.lehmanlaw.com">http://www.lehmanlaw.com</a>	Profesjonalna obsługa klientów na rynku chińskim; pomoc firmom w wejściu na chiński rynek; doradztwo prawne, podatkowe, biznesowe, rozwiązywanie sporów handlowych, badania rynku, darmowe prezentacje dla polskich delegacji na temat prowadzenia biznesu w Chinach. Biura w Pekinie, Szanghaju, Shenzhen, Guangzhou, Chengdu, Hongkongu, Makao, Chicago i Ułan Bator. Międzynarodowe rachunkowości, doradztwo biznesowe, profesjonalne usługi, rozwiązania systemowe, pomoc w tworzeniu biur lub przedsiębiorstw, strategie podatkowe, strategie wejścia na rynek doradztwa finansowego. Biura w Pekinie, Szanghaju, Shenzhen, Tianjin i Hong Kongu, Makao, Mongolii.
3.	Lehman Bush <i>Accounting Consulting</i>	<a href="http://www.lehmanbush.com">http://www.lehmanbush.com</a>	
4.	LehmanBrown <i>International- Tax Accounting Services</i>	<a href="http://www.lehmanbrowninternational.com">http://www.lehmanbrowninternational.com</a>	
5.	Hogan Lovells International LLP	31st Floor, Tower 3 China Central Place No. 77 Jianguo Road Chaoyang District 100025 Pekin Phone +86 10 6582 9488 Fax +86 10 6582 9499 <a href="http://www.hoganlovells.com/">http://www.hoganlovells.com/</a>	Profesjonalne usługi prawne na rynku chińskim i na świecie – firma posiada swoje oddziały w Polsce.
6.	Sunfaith Ltd.	Beijing Branch Rm. 910, Tower B, COFCO Plaza, No. 8 Jianguomennei Avenue, 100005 Pekin tel. /+86 10/ 85110562 fax. /+86010/ 85110577 Kontakt: Mr. Frank Wang frank.wang@sunfaith.com Ms. Jane Wu jane_wu@sunfaith.com <a href="http://www.sunfaith.com">www.sunfaith.com</a>	Firma jest zaangażowana w badania rynku, sporządzanie raportów kredytowych, Business Intelligence i usługi chroniące własność intelektualną. Posiada siedziby w Pekinie, Tokio, oraz Cambridge.

7.	Sinotrust Business Information and Consulting Ltd.	7/F, C&W Mansion, No. 14 Jiuxiangqiao Road, Chaoyang District, 100016 Pekin, tel. /+86 10/ 58671888 fax. /+86 10/ 58671866 info@sinotrust.cn Kontakt: Ms. Ivy Peng www.sinotrust.cn	Raporty o profilach firm, sprawozdania, raporty kredytowe, Business Intelligence, raporty i analizy branżowe.
8.	Beijing Dequan Law Firm	Suite 1008,10/F, Kuantai International Masion,B 12 Chaowai Avenue 100020 Pekin Tel. /+86 10/ 65081195 fax. /+86 10/ 65019465, 65535556 Ms. Xie Hua ip@dequanlawfirm.com www.dequanlawfirm.com	Różne zawodowe usługi prawne.
9.	Dezan Shira & Associates China Law & Tax Structuring	Suite 701, East Tower Twin Towers B-12 Jinaguomenwai Avaneue 100022 Pekin, Tel: +86 10 6566 0088 Fax: +86 10 6566 0288 www.dezshira.com	Doradztwo podatkowe, usługi księgowo-ustrukturyzacji prawne i podatkowe, rejestracje oraz pozwolenia. Firma posiada biura w Pekinie, Szanghaju, Shenzhen i w Hong Kongu.
10.	Beijing HanYa Investment Consultant Co., Ltd.	Room 917,Floor 9,wukuang Bldg., Chaoyang District, 100101 Pekin tel./fax. /+86 10/ 64663366-1122/1123 e-mail: invest@hanya.info http://www.hanya.cn/english/index.asp	Usługi dla inwestycji foreign venture, profesjonalni prawnicy, zawodowi księgowi oraz budowa stron internetowych.
11.	United China Consultants Ltd. (UCC)	Unit 808, No.2 Building, Beautiful Asia Holiday Garden, No.8 Xinglong Xijie, Taipingzhuang, Chaoyang District, 100025 Pekin Tel. +8610 857 69 651 Fax.: +8610 857 69 654 Mr.Thomas Yin & Mr.Michal Bojusz E-Mail: info@ucc-beijing.com www.ucc-beijing.com	Badania i analizy rynku, strategia rynku, badanie przepisów prawnych, business Intelligence, znajdowanie nowych możliwości m.in. outsourcing, rozwiązywanie problemów: negocjacje, zlecenia, wdrażanie rozwiązań, fuzje, przejęcia, restrukturyzacja, doradztwo w zakresie zarządzania.
12.	MQM Consulting Ltd.	Suite 4C, Regal Int'l East Asia Hotel, 516 Heng Shan Road, 200030 Szanghaj tel. /+86 21/ 64456718-103 fax. /+86 21/ 64660813 http://www.mqmconsulting.co.uk/	Zarządzanie jakością, zaopatrzenie (inspekcja przed wysyłką, nadzór produkcji), tworzenie biur przedstawicielskich.
13.	China Trademark & Patent Law Office	14, Yuetan Nanjie, Xichengqu, Yuexin Bld. 100045 Pekin tel. /+86 10/ 68528686 fax. /+86 10/ 68575680 (znaki towarowe), 68575836 (sprawy patentowe) www.cntrademark.com	Usługi doradcze, usługi związane z krajowymi i międzynarodowymi znakami towarowymi, patenty.
14.	Tianjin Int'l Labor & Technique Services Co.	Suite 305, Jinding Building, No. 1 Yingkou Road, Heping District, 300040 Tianjin tel. /+86 22/ 23136452, 23136375 fax. /+86 22/ 23300602, 27318709	Informacje handlowe, doradztwo prawne, stadium wykonalności, pomoc w rejestracji firm, zakupie urządzeń, produkty reklamowe, agent dla zagranicznych firm.

15.	Beijing King & Bond development Department	Rm 2003, Tower A CITIC Building No. 19 Jianguomenwai Street, Chaoyang District, 100004 Pekin www.kingandbond.com	Doradztwo korporacyjne, papiery wartościowe, restrukturyzacja, finansowanie przedsiębiorstw, bankowość, ubezpieczenia, nieruchomości oraz budowy, własność intelektualna, sprawy małżeńskie i rodzinne, media kultura, dochodzenia antymonopolowe, międzynarodowe finansowanie, , międzynarodowy handel i inwestycje, windykacja.
16.	Guangdong Shunhua Law Firm	1008, Guangzhou Exchange Square, No. 268, Dongfeng Mid-Road Guangdong 510030 Guangzhou Tel. +86 20 8333 6711-213 Fax: +86 20 8335 2213 Email: liaozhichao@gmail.com Mr. Forest Liao	Standardowe usługi dla zagranicznych klient ów: doradztwo w zakresie planowania strategicznego, prowadzenie negocjacji, porozumienia, reprezentacja inwestor ów, łączenia i przejęcia, informacje dotyczące prawa handlowego i cywilnego, przepisy celne, własność intelektualna i e-commerce, międzynarodowe podatki, rozstrzyganie spor ów, arbitraż, spółki offshore.
17.	G&K Asia Invest (HK) Ltd.	Flat 9L, 9/F 151 Hollywood Rd., Central District Hong Kong SAR China Tel.: +852 3711 3055 Fax: +852 3711 3288 Email: office@gkasiainvest.hk Kontakt: Mr. Andrzej Konarski <a href="http://www.gkasiainvest.com/">http://www.gkasiainvest.com/</a>	Firma zajmująca się handlem, inwestycjami i doradztwem. Pomaga przedsiębiorstwom w rozpoczęciu działalności gospodarczej w Hong Kongu, Chinach i w Polsce.
18.	China International Electronic Commerce Center, MOFCOM National Credit	No.1 Zhong He Street, Beijing Economic-Technologica Development Area, Beijing 100176, www.ec.com.cn www.sinocredit.net www.sinocredit.com.cn	Doradztwo biznesowe, raporty i analizy.
19.	China Talent Group	Floor 12, Gemdale-Plaza Tower A No.91 Jianguo Road, Chaoyang District, 100022 Pekin Tel.: (86 10) 5869 8880 ext.6313 Fax.: (86 10) 8589 3010 www.en.ctghr.com	Firma pomaga rozwijać biznes w Chinach. Usługi w zakresie rekrutacji, zatrudnienia, rozwiązywaniu sporów pracy, przestrzeganie prawa pracy w Chinach.
20.	JLJ Group	Suite 2002, Building 1 Blue Castle International Center 3 West Dawang Road 100026 Pekin Tel +86 10 6582 0268 Fax +86 10 6582 0251 www.jljgroup.com	Firma zajmuje się pomocą przedsiębiorstwom zagranicznym w wejściu i rozwoju na rynku chińskim.



21.	Yingke Law Firm	6th Floor, Tower C of Dacheng International Center No.76 East 4th Ring Road, Chaoyang, 100124 Pekin T +8610-59626911, 400-700-0148 F +8610-59626918 M +86 -13121586147 Kontakt: Ms. Monika Prusinowska (posługuje się językiem polskim) monika.prusinowska@yingkelawyer.com www.yingke.com www.yingkelawyer.com	Profesjonalne usługi prawne na rynku chińskim i na świecie – firma posiada swoje oddziały w Polsce.
-----	-----------------	---	---

## 17. Lista wybranych kancelarii prawniczych i doradczych z siedzibą w Polsce

lp.	Nazwa firmy	Adres	Zakres usług
22.	Domański Zakrzewski Palinka	Rondo ONZ 1 00-124 Warszawa, Tel. (+48) 22 557 76 00 Fax. (+48) 22 557 76 01 Kontakt: Dr. Marek Świątkowski dzp@dzp.pl <a href="http://www.dzp.pl/">http://www.dzp.pl/</a>	Firma świadczy pełen zakres usług prawniczych dla podmiotów gospodarczych polskich i chińskich, działających bądź zamierzających rozpocząć działalność w Chinach i Polsce
23.	NWS Adwokaci Nowina-Witkowski, Szperl i Wspólnicy – Sp.k.	ul. Nowy Świat 39 00-029 Warszawa Tel 22 875 24 70 Fax 22 825 40 95 biuro@nws.com.pl <a href="http://www.nws.com.pl/">http://www.nws.com.pl/</a>	Profesjonalna obsługa klientów międzynarodowych na polskim rynku prawniczym.
24.	Gessel Kancelaria Prawna	Ul. Sienna 39, 00-121 Warszawa, Tel. (+48) 22318 69 01 Fax. (+48) 22 318 69 31 mail@gessel.com.pl <a href="http://www.gessel.pl/">http://www.gessel.pl/</a>	Firma świadczy pełen zakres usług prawniczych dla podmiotów gospodarczych polskich i chińskich, działających bądź zamierzających rozpocząć działalność w Chinach i Polsce
25.	Cancelaria.pl	ul. Marszałkowska 80, 00-517 Warszawa tel.: +48 222 90 22 44 fax: +48 22 211 1252 Kontakt: Mr. Maciej Andruch Email: info@cancelaria.pl www.cancelaria.pl	Firma świadczy pełen zakres usług prawniczych dla podmiotów gospodarczych polskich i chińskich, działających bądź zamierzających rozpocząć działalność w Chinach i Polsce

Lista w całości publikowana jest na stronach <http://beijing.trade.gov.pl> oraz <http://shanghai.trade.gov.pl>, w zakładkach „Przewodnik po rynku”. Jest ona na bieżąco aktualizowana i zawiera wykaz kancelarii prawniczych i konsultingowych, głównie pekińskich i szanghajskich, które zajmują się tego typu usługami dla firm.

Ogólnie, zaleca się stosować praktykę „dobrych zasad kupieckich”, zasadę ograniczonego zaufania, zwłaszcza w stosunku do nowych lub nieznanymi partnerów chińskich, zdecydowanie unikać tzw. „okazji” do szybkiego i łatwego zarobku, nie korzystać z ofert chińskich sklepów internetowych i sprzedaży wysyłkowej, w tym z najpopularniejszych chińskich portali typu B2B (business to business).

## 18. Zwyczaje handlowe. Etyka biznesowa w Chinach

### 18.1. Hierarchia i godność osobista

Przestrzeganie zasad hierarchii jest bardzo ważne we wszystkich kontaktach z Chińczykami, a w szczególności w trakcie negocjacji i spotkań o charakterze nieformalnym. Niezachowanie etykiety wynikającej z hierarchii jest postrzegane jako próba poniżenia godności partnera chińskiego, zwłaszcza jeżeli sytuacja ma miejsce w obecności osób trzecich. Chińczycy są szczególnie wrażliwi na „utrata twarzą” w oczach podwładnych lub osób na tym samym szczeblu. Powiedzenie lub zrobienie czegokolwiek, co powoduje wcześniej wspomnianą „utrata twarzą” u partnera chińskiego, może negatywnie wpłynąć na relacje i planowane przedsięwzięcia. Nie należy krytykować Chińczyka w obecności innych osób, zwłaszcza Chińczyków, podobnie jak również nie żartować z chińskich partnerów w ich obecności. Należy także pamiętać, aby nie traktować Chińczyka w sposób, który koliduje z jego miejscem w drabinie hierarchii służbowej w jego firmie.

### 18.2. Przywitanie i przedstawianie się

Uścisk dłoni, nawet długi, jest akceptowaną formą przywitania się. Nie należy dłoni ścisnąć mocno i należy stronie chińskiej pozostawić inicjatywę w zakresie wyciągnięcia ręki, gdyż nie wszyscy stosują tę formę. W trakcie powitania dobrze jest nieco spuścić wzrok. Patrzenie prosto w oczy partnerowi może spowodować jego zakłopotanie. Typowym przywitanie po chińsku jest *ni hao* odpowiednik *dzień dobry*.

Wymiana kart wizytowych to istotny element etykiety w relacjach z Chińczykami. Wręcza się je obiema rękami. Otrzymawszy wizytówkę od Chińczyka należy zapoznać się z jej treścią, trzymając ją w obu dłoniach. Dopiero po dłuższej chwili można ją odłożyć lub schować. Przed spotkaniami lub wyjazdem biznesowym należy zadbać o wystarczająco duży zapas wizytówek. Najlepiej, gdy wizytówka zadrukowana jest dwustronnie - jedna strona z tekstem w jęz. angielskim, druga – po chińsku. Konieczne jest podanie na wizytówce zajmowanego stanowiska. Dla Chińczyków procedura wymiany wizytówek jest ważna również dlatego, że pozwala im określić rangę poszczególnych osób i ich wpływ na podejmowanie decyzji. Jeśli firma, którą reprezentujemy wyróżnia się w jakiś wyjątkowy sposób (np. wielkością, rangą itp.), należy o tym napisać na wizytówce.

W Chinach jako pierwsze podaje się nazwisko a dopiero potem imię. Zwracając się w celach biznesowych do np. dr Zhang Tan, zawsze używa się formuły Mr. Zhang lub Dr Zhang. Jeśli przykładowy dr Zhang jest prezesem firmy, należy to szczególnie uszanować, zwracając się do niego przy każdej okazji w formie „Chairman Zhang”. Nie należy zbyt łatwo przechodzić na formę zwracania się po imieniu, ani nie nalegać, aby chiński partner zwracał się do nas w ten sposób.

Nasza wizyta w firmie, fabryce, szkole, itp. może być nagrodzona oklaskami, jako znakiem powitania. Należy je odwzajemnić oklaskami. Chińczycy są bardzo oszczędni w wyrażaniu swych emocji.

### 18.3. Spotkania

Spóźnienie na umówione spotkanie jest uważane w Chinach za zachowanie obraźliwe. Uważa się, że najlepsze okresy w roku do spotkań to kwiecień-czerwiec oraz wrzesień-październik. W Chinach pracuje się 6 dni w tygodniu t.j. od poniedziałku do soboty. Jednakże w dużych miastach coraz popularniejszy staje się 5 dniowy tydzień pracy, od poniedziałku do piątku. Urzędowe i biznesowe godziny pracy trwają od 8.00 do 17.00. Większość pracowników w Chinach przestrzega przerwy obiadowej w godz. od 12.00 do 14.00. Z reguły spotkania rozpoczynane są od mowy powitalnej ze strony chińskich gospodarzy. Przemawia szef delegacji, zwracając się do swego odpowiednika wśród gości. Później oczekuje się analogicznego zachowania się drugiej strony. Rozmowa najpierw koncentruje się na tematach zastępczych, aby wytworzyć przyjazną atmosferę i „rozluźnić” gości.

### 18.4. Ubiory

Obecnie styl ubierania się w Chinach zmienia się bardzo szybko i istnieje pod tym względem duża dowolność. Niemniej jednak pewien kanon ubioru biznesowego nadal istnieje. Jest to styl konserwatywny – w ciemnych kolorach,

zarówno garnitury i krawaty dla mężczyzn jak i suknie i kostiumy (także ze spodniami) dla kobiet. Wykluczone są szorty, krótkie spódniczki (nad kolana), duże dekolty i ostentacyjna biżuteria. Najbardziej preferowana wysokość obuwia dla kobiet to płaski lub niewysoki obcas. W lecie mężczyźni nie muszą wkładać marynarek i krawatów. Wystarczą ciemne spodnie i koszula z rozpiętym kołnierzykiem. Dżinsy uważane są przez Chińczyków obu płci za strój nieformalny.

## **18.5. Negocjacje**

Negocjacje w Chinach zawsze prowadzone są przez szefów delegacji. Żeby zapewnić sobie obecność w trakcie negocjacji wysokiej rangi przedstawicielei strony chińskiej należy zadbać o udział osób odpowiedniej rangi w delegacji gości. Szef delegacji powinien wkraczać do sali, gdzie odbywają się negocjacje, jako pierwszy. Powinny być przestrzegane zasady hierarchii. Należy uważać, aby członkowie delegacji nie wyrażali sądów krytycznych na temat ich chińskich partnerów, aby nie spowodować przez nich „utrąty twarzy” oraz opinii sprzecznych z wypowiedziami szefa delegacji. Na spotkanie dobrze udać się w obecności własnego tłumacza. Należy pamiętać, że znajomość jęz. angielskiego wśród Chińczyków (choć z roku na rok wzrasta dynamicznie), nie jest powszechna. Dotyczy to w szczególności osób starszych. Często ważniejsze niż fakty, są dla Chińczyków subiektywne opinie i doświadczenia, które stanowią podstawę do formułowania opinii i podejmowania decyzji.

Warunkiem udanych negocjacji jest nawiązanie dobrych osobistych relacji pomiędzy obu stronami. Umowa ustna zawarta pomiędzy partnerami ma dla Chińczyków większe znaczenie niż dokument w formie pisemnej. Dlatego często zdarzają się sytuacje, gdy już po podpisaniu umowy strona chińska zgłasza do niej kolejne uwagi.

Należy nastawić się, że negocjacje będą trwały długo i a ich wynik może być niepewny. Należy poddać się rytmowi narzuconemu przez Chińczyków, zachować spokój, optymizm, nie kierować się emocjami. Należy pamiętać, że Chińczycy bardzo rzadko w trakcie negocjacji będą wypowiadać wprost swe negatywne stanowisko wobec zgłaszanych im propozycji. Najczęściej usłyszeć wówczas można, że „do propozycji wrócimy później”, „propozycja jest dobra ale wymaga analizy”, „być może”, „zobaczymy” itp. Takie sformułowania w ustach Chińczyków mogą oznaczać po prostu „nie”. Chińczycy nie lubią, jak się wyznacza ostateczne terminy zakończenia spraw, dlatego ramy czasowe negocjacji należy planować realistycznie. Należy unikać tematów politycznych i religijnych.

Podpisanie wynegocjowanego kontraktu w niektórych przypadkach nie jest traktowane jako formy ostatecznej, ale w każdym momencie może być zmieniane, ku zdziwieniu polskiej strony.

## **18.6. Podejmowanie gości**

Właściwe podejmowanie gości jest bardzo istotne dla powodzenia interesów w Chinach. Niektóre spotkania biznesowe mogą odbywać się w restauracjach i rozpoczynają się w porze obiadu (ok. 12.00) lub kolacji (ok. godz.18) Spotkania mogą trwać do dwóch godzin. Powitanie gości następuje zwykle przy wejściu do restauracji. Pierwsza wchodzi osoba najwyższą rangą wśród gości i zajmuje przy stole honorowe miejsce, naprzeciwko lub obok najwyższego rangą przedstawiciela strony chińskiej. Należy zajmować miejsca zgodnie z instrukcjami gospodarza. Gospodarz zazwyczaj daje sygnał do rozpoczęcia jedzenia. Zwyczajowo, gospodarz zamawia potrawy w ilości znacznie przekraczającej możliwości konsumpcji osób zasiadających przy stole. Celem takiego posunięcia ze strony gospodarza jest wywołanie w gościach poczucia obfitości, a środkiem do tego jest duża ilość jedzenia, która pozostaje już po spożytym posiłku. W jego trakcie serwuje się zwykle ok. 10 – 20 dań stawianych na środku stołu. Każdego z nich należy skosztować. Goście sami nakładają sobie na talerze. Warto pochwalić smakowitość potraw. Chińczycy traktują obfitość i smakowitość dań na stole jako sposób na przekazanie gościom przez gospodarza spotkania najlepszych życzeń.

Gospodarze na pewno docenią, jeśli goście potrafią posługiwać się pałeczkami, nie jest to jednak konieczne. Należy pamiętać, aby po zakończeniu jedzenia ułożyć pałeczki obok talerza (na specjalnej podkładce). Nie należy pozostawiać ich ułożonych równolegle na talerzu/miseczce, gdyż – jak uważa się – to może przynieść nieszczęście. Sygnałem do zakończenia kolacji jest zazwyczaj podanie owoców.

Obecnie coraz częściej kolacje biznesowe mają przebieg dużo mniej formalny, niż opisano powyżej. Pozwala to uczestnikom przy stole czuć się bardziej swobodnie.

## 18.7. Wręczenie upominków

Wzajemne wręczenie upominków odgrywa w kulturze chińskiej rolę w budowaniu długotrwałych, przyjaznych relacji. Z tego powodu, warto przywiązywać wagę do wyboru i zasad ich wręczenia. Należy jednak wziąć pod uwagę ewentualność, że kontrahent może nie być przygotowany na tego rodzaju okoliczność i poczuć się skrępowany w przypadku niemożności odwzajemnienia się. Jeżeli już dojdzie do wręczenia upominku, warto zwrócić uwagę, żeby był on zapakowany. Najbezpieczniejszym kolorem do opakowania jest kolor czerwony. Dobry jest również kolor złoty, srebrny i różowy. Należy unikać kolorów czarnego i białego. Zazwyczaj osoba obdarowywana początkowo odmawia przyjęcia. Po zaakceptowaniu prezentu osoba obdarowana wyraża swoją wdzięczność.

Zegary, parasole, chusteczki do nosa, białe kwiaty, czy ostre przedmioty jak i jakiegokolwiek przedmioty w zestawach, np. po 4 sztuki, nie powinny być wręczone ze względów kulturowych. Dla przykładu liczba 4 uważana jest przez Chińczyków za przynoszącą nieszczęście. Jeżeli zdarzy się wizyta w domu chińskiego partnera, można przekazać upominek charakterystyczny dla Polski: dla gospodarza przykładowo drobne upominki, rękodzieło artystyczne, nagrania muzyczne (muzyka Chopina) lub alkohol. W przypadku żony gospodarza, można wręczyć drobną biżuterię (poleca się wyroby z bursztynu), czekoladki lub inne słodycze. Prezenty wręczamy w końcowej części przyjęcia.

## 19. Informacje dotyczące kultury i obyczajów Chin

### 19.1. Co kształtowało chińskie podejście do biznesu?

Chiny to równocześnie jedna z prastarych kolebek cywilizacji jak i kształtujące się centrum gospodarcze. Rozprawy Konfucjusza, Sun Zi czy Lao Zi pochodzące z czasów jeszcze przed naszą erą przez lata kształtowały się w społeczeństwie i stały się jego nieodzowną częścią. Dzieła tej trójki autorów miały tak dogłębny wpływ na społeczeństwo, nie tylko Chin, ale także w innych krajach Azji, że nawet ponad dwa milenia później ich wpływ nadal jest widoczny w azjatyckim sposobie myślenia, nastawieniu do rodziny, państwa, czy też w stylu zachowań biznesowych.

Koncepcje strategii zawarte w dziele Mistrza Sun (Sun Zi), który żył na przełomie V i IV w p.n.e. rozprawie „Sztuka Wojenna” od starożytności po dziś dzień uważa się za podstawy do osiągnięcia sukcesu w handlu. Jego strategie, które prawią o bezkrwawych wojnach opartych na manipulacji, oszustwie oraz zwodzeniu przeciwnika, niewykluczając jednoczesnego głoszenia wzniosłych deklaracji. Te strategie są również stosowane w polityce i dyplomacji. Trwałe zakorzenienie się tej filozofii tłumaczy w pewnym stopniu działania chińskich polityków oraz biznesmenów. Filozofię tą można również zastosować w sferze codziennej oraz w odniesieniu do innych. Dzieło bowiem zawiera podstawy prakseologii - nauki o efektywnym działaniu we wszystkich sferach życia. Sun Zi rozprawia o sztuce osiągnięcia sukcesu, jak się zachowywać w sytuacji gdy interesy stron są sprzeczne, czy gdy jedna ze stron usilnie narzuca coś drugiej oraz jak osiągnąć swój cel wbrew woli przeciwnika, jak wykorzystywać operacje psychologiczne a także jak kształtować zachowanie ludzi poprzez umiejętne kreowanie sytuacji.

Myśli zawarte w „Sztuce Wojny” na stałe weszły w codzienne życie, cytowane są w innych pracach historycznych, wspominane w literaturze, można je usłyszeć podczas przedstawień teatralnych, a niektóre cytaty przeistoczyły się w przysłowia. Konfucjanizm i nurt strategiczny z dzieła Mistrza Sun uzupełniają się - pierwszy rozprawia na temat życia społecznego oraz harmonii przez pryzmat moralności, drugi z kolei o rozwiązywaniu konfliktów, minimalizując zakłócenia harmonii. Nurt strategiczny jest bardziej pragmatyczny, gdyż w pewien amoralny sposób przyzwala na oszustwa w celu odniesienia własnych korzyści. Nie ma odpowiedzi na pytanie czy nurt strategiczny, tak jak konfucjanizm, ułożył w słowa już istniejący w społeczeństwie nurt, czy też jest on wynikiem indywidualnej inspiracji Mistrza Sun.

## 19.2 Komunikacja

Sposób chińskiej komunikacji wywodzi się z zasad konfucjanizmu – zgodnie z nimi Chińczycy podczas rozmowy powinni wykazać się skromnością, pokorą, harmonią oraz szacunkiem dla rozmówcy. Chiński styl komunikacji można podzielić na dwa typy: pierwszy, gdzie osoba mówiąca ma na myśli więcej niż to co słyszy druga strona i drugi, gdzie pierwsza osoba nie mówi wszystkiego co ma na myśli. Prowadząc rozmowy z Chińczykami nie należy używać za bardzo bezpośredniego języka oraz graniczyć słowo „nie” do niezbędnego minimum.

Wielowymiarowe powiązania międzyludzkie są kluczem do osiągnięcia każdego celu. Dojście do konsensusu może trwać długo, bowiem muszą się na niego zgodzić wszystkie obecne strony. Poza tym, większość ważnych przedsięwzięć biznesowych musi mieć zgodę rządu, a uzyskanie jej jest najczęściej czasochłonne.

Chińczycy są doskonałymi strategami i zręcznymi negocjatorami. Aby zwiększyć swoje szanse, Chińczycy wolą prowadzić negocjacje na własnym terenie. Zdarza się, że chińskie firmy nastawiają zagraniczne firmy przeciwko sobie nawzajem, dzięki czemu zdobywają informacje na temat sposobu działania skłóconych przedsiębiorstw.

Na sposób komunikacji wpływ mają również różnice językowe. Chiński jest językiem tonalnym, przez co wypowiedziane kwestie mogą czasami wydawać się wypowiedziane w sposób agresywny, co jest nieporozumieniem wynikającym właśnie z jego tonalności. Chiński może wydawać się niejasny lub ogólnikowy, ale podczas rozmów również należy pamiętać, że chiński język składa się z około 15 tysięcy znaków, z których każdy ma swój szczególne znaczenie, a nie jest łatwo o tłumacza który w idealny sposób przetłumaczy to, co Chińska strona ma na myśli wraz z tonem wypowiedzi. W przeciwieństwie do naszej grupy językowej, nie można starać się zrozumieć zdania na podstawie kontekstu, a nieznanostwo jednego znaku w zdaniu często oznacza brak możliwości dokładnego przetłumaczenia całej wypowiedzi.

Uzgodnienia działają w obydwie strony a przysługi są zawsze zwracane, niekoniecznie samemu inicjatorowi, ponieważ mogą być one przekazywane z pokolenia na pokolenie. Pomimo dużej wagi tradycji, ze zmianami zachodzącymi na rzecz modernizacji, sposób komunikacji również ulega zmianie na bardziej bezpośredni.

## 19.3. Zależności międzyludzkie a podejście do zadania

Wynikająca z relacji społecznych koncepcja „*guanxi*” jest silnie zakorzeniona w chińskiej sferze biznesu. Określenie *guanxi* odnosi się do skomplikowanej sieci relacji międzyludzkich i biznesowych, które w znacznym stopniu można opisać przy pomocy powiedzenia: „nie ważne co wiesz, ważne kogo znasz”. W Chinach powszechnie jest, że podczas rozmów z nieznanym, potencjalnym partnerem zaangażowani są pośrednicy.

Jak głosi Konfucjańska nauka, zhierarchizowane stosunki rodzinne leżą u podstaw sprawnie działającej społeczności. Wraz z koncepcją *guanxi* oraz podejściem do rodziny, sieć powiązań oparta na pokrewieństwie i znajomościach może być bardzo silna i rozległa. Jak stosunki rodzinne kształtuje się przez lata, tak i nowi partnerzy w biznesie muszą włożyć duży wysiłek aby zyskać sympatię i zaufanie potencjalnego partnera. Na wstępie często organizowane są spotkania podczas których nie rozmawia się o planach biznesowych, ale wykorzystuje się je jako formę wzajemnego poznania się.

Podążając za koncepcją *guanxi*, podczas negocjacji nie zasady prawne, ale zasady moralne i etyczne będą odgrywały bardzo ważną rolę. Strona chińska będzie dokładnie analizowała wpływ swojej decyzji na obecne związki ze swoimi dotychczasowymi dostawcami, klientami, organami rządowymi i urzędnikami. *Guanxi* mogą być najważniejsze w układach biznesowych z Chińczykami, ale pragmatyczne podejście do

interesów również jest ważne. Można z tego wywnioskować, że możliwość odniesienia sukcesu jak i pieniądze również są dla naszego chińskiego partnera silnymi bodźcami.

#### **19.4. Emocje skryte pod maską**

Różnice kulturowe i filozoficzne mają swoje odzwierciedlenie w sposobie komunikacji. W Chinach popularna jest koncepcja „twarzy”, w pewnym sensie można ją porównać do europejskiego konceptu honoru. W Chinach do zachowań które mogą spowodować „utratę twarzy” należą między innymi, otwarte krytykowanie lub zniesławienie kogoś o wyższej pozycji, niewiedza, znalezienie się w niestosownej sytuacji, przyznanie się do błędu czy pokazanie słabości. Duże znaczenie zachowania „twarzy” w pewnym stopniu czyni z Chińczyków introwertyków. Emocje, zwłaszcza negatywne rzadko są przez nich okazywane, ponieważ brak kontroli nad własnymi emocjami świadczyłoby to o niedojrzałości. Chińczycy utrzymują ścisły podział między ludźmi im bliskimi i dalszymi, to właśnie w grupie bliskich im osób (naixin) wyrażają swoje szczere opinie i uczucia często kontrastujące z tym co pokazują publicznie (biaomian).

Chińczycy unikają bezpośredniego mówienia „nie”, używania nieprzyjemnych wyrażań, bezpośredniego wypowiadania się negatywnie lub przyznania się do błędu, wolą słuchać ponieważ dzięki temu zmniejszają szansę na „stracenie twarzy”. W przypadku gdy prośba jest niemożliwa do spełnienia, można usłyszeć słowa z rzędu „zobaczę co da się zrobić”. W pewnym sensie Pauzy podczas rozmów, które bywają dłuższe niż w zachodnim świecie, mogą świadczyć o niezrozumieniu, niezgodzie lub o skupieniu.

#### **19.5. Jednostka a kolektyw**

Rodzina jest najważniejszą jednostką społeczną. Koncepcja rodziny przyjęta w Chinach wywodzi się od Konfucjusza i zakłada, że każdy ma swoją pozycję w hierarchii. Chińczycy, przykładają dużą wagę do wartości rodzinnych oraz są z natury bardzo dumnym narodem.

Chiny przez wieki były społeczeństwem rolnym, a od czasów komunizmu wykonywanie pewnych prac było przypisywane grupom ludzi. Gminy rolne zaczęły powstawać w latach 50-tych XX wieku podczas tak zwanego „Wielkiego Skoku Naprzód”. Podczas Rewolucji Kulturalnej wszelkie wyrazy indywidualności i wyrażania siebie były tłumione. Aby zgodnie z założeniami systemu wszyscy byli równi, wielu musiało zapłacić za to własnymi wolnościami. Mimo rozpoczętych w latach 70-tych zmian, wpływ Partii na społeczeństwo nadal jest bardzo silny.

Ten okres w historii ukształtował chińskie znaczenie dzielenia się, co oznacza, że na rzecz sprawiedliwego podziału oraz przyjaźni, oczekuje się od silniejszej strony, że wesprze słabszą stronę (np. w negocjacjach), podczas gdy słabsza strona spodziewać się będzie korzyści pochodzących od silniejszej ze stron. Takie podejście może mieć wpływ na kształtowanie się spółek joint ventures.

#### **19.6. Podejście do podejmowania ryzyka**

Chińczycy za wszelką cenę próbują unikać ryzyka. Kolejny raz nawiązując do koncepcji *guanxi* oraz grupy bliskich ludzi *naixin*, bardzo trudno jest zdobyć zaufanie strony chińskiej.

Zgodnie z hierarchią, nie należy kwestionować opinii osoby wyższej w hierarchii. Począwszy od wczesnych lat nauki, uczniowie są uczeni do niekwestionowania autorytetu władz. Nie namawia się ich również do niezależnych wypowiedzi. Dorośli źle odnajdują się w „burzy mózgow”, ponieważ daje to zbyt wiele możliwości na „stracenie twarzy”, na przykład poprzez powiedzenie czegoś co nie jest jednomyślne

ze zdaniem reszty grupy lub jest niezgodne ze zdaniem przełożonego. Jak mówi chińskie przysłowie: „Ostrożni nie popełniają błędów”.

Inne jest podejście do ryzyka w społeczeństwie miejskim i wiejskim. Chińczycy pochodzący z większych, bardziej zindustrializowanych miast na wschodnim wybrzeżu są bardziej skłonni do podjęcia ryzyka.

### **19.7. Wycucie czasu**

W stosunkach z Chińczykami warto jest mieć dobry wycucie czasu. Chińczycy mają zazwyczaj pragmatyczne podejście do biznesu, więc wycucie czasu i punktualność pokazują szacunek do drugiej strony i działają na jej korzyść. Menadżerowie chińscy często nie planują wydarzeń z dużym wyprzedzeniem, można się spotkać z tym, że umawiają termin spotkania z dwutygodniowym wyprzedzeniem. Chińczycy nauczyli się wykorzystywać poczucie czasu lepiej niż ich zachodni koledzy. W przeciwieństwie do zachodniego świata potrafią oni igrać z ostatecznymi terminami, zwłaszcza gdy wiedzą, że druga strona działa pod presją. Zazwyczaj robią to intencjonalnie w celu sprawdzenia cierpliwości.

### **19.8. Piramida władzy**

Zgodnie z myślą Mistrza Sun, jedną z 5 zasad prowadzenia zwycięskiej wojny jest „jedność moralna ludu z władcą” – lud pragnie tego samego co nim rządzący.

Władza w Chinach pochodzi od góry. Chiny, jako najdłużej i nieprzerwanie istniejąca cywilizacja, od zawsze była w rękach dyktatorów lub cesarzy, a od 1949 roku Chiny są jednopartyjnym państwem. Zgodnie z zasadami konfucjanizmu, władza pochodzi z samej góry drabiny hierarchii i rozprzestrzenia się po niższych szczeblach dzięki skomplikowanej sieci powiązań zwanych *guanxi*. Trudność w osiągnięciu wysokiej pozycji w hierarchii może rekompensować wspomniane właśnie *guanxi*.

Wielka powierzchnia Chin utrudnia jednakowe egzekwowanie prawa w odległych prowincjach. Czasem uzyskanie zgody z rządu centralnego nie będzie wystarczające. W takim przypadku, konieczne jest zwrócenie się do samorządów lokalnych, gdzie samodzielne podejmowanie akcji jak i skorumpowanie nie jest nieobecne.

### **19.9. Naokoło do celu**

Chińczycy niemalże zawsze chcą dostrzec większy obraz sytuacji. Jest to związane z tym, że chcą być przygotowani na konsekwencje swoich decyzji oraz jakie będzie odzwierciedlenie tych decyzji na ich sieć znajomości. Negocjacje mogą być przerywane na rzecz pobocznych dyskusji z dostawcami oraz agencjami rządowymi, co wydłuża czas negocjacji.

Chińczycy przykładają bardzo dużą wagę do procesu jakim jest słuchanie. Wynika to z tego, że w zhierarchizowanej społeczności tylko wybrane osoby mogą sobie pozwolić na wyrażenie własnego zdania. Podczas negocjacji powszechne jest również robienie notatek, notatki uważane są za pewne dowody do których można powrócić w dalszych etapach negocjacji. W przypadku zmiany sytuacji, zdarza się, że chińska strona potrafi ponownie analizować propozycje, które zostały już wcześniej odrzucone. Zagraniczni negocjatorzy powinni wykazać się dużą cierpliwością. Chińczycy muszą przeanalizować wszystkie możliwe opcje i zdarza się że prowadzą równoległe negocjacje.

## 19.10. Szeroka perspektywa

Chińczycy aby dojść do sedna problemu, zwracają wielką uwagę na kontekst. Aby zmniejszyć ryzyko, będą analizować wszystkie opinie i możliwe reperkusje. Etyczne i moralne zasady są uważane za ważniejsze niż prawne. Jednakże w ostatnich latach można zaobserwować zmieniający się trend na rzecz częstszej analizy danych i faktów procesie podejmowania decyzji. Dane i fakty brane pod uwagę mogą zawierać informacje na temat związków biorących udział oraz jaki wpływ na nie miały podjęte decyzje. W ostatnich latach udział przepisów wzrósł w przypadkach rozwiązywania nieporozumień oraz podczas negocjacji kontraktów. W przypadku nieporozumień dotyczących kontraktu, Chińczycy preferują zasiąść przy stole i starać się o partnerskie rozwiązanie zamiast analizować błędy w kontrakcie jedynie z prawnej perspektywy.

Udział prawników na spotkaniach powinien być ograniczony do minimum, ponieważ uważa się, że lepszym rozwiązaniem jest zorganizowanie specjalnego spotkania tylko dla prawników obu firm. Ze względu na ich kolektywistyczną naturę, nie zdarza się aby chińskie firmy delegowały jednego negocjatora. Aby zatem nie stawiać ich na uprzywilejowanej pozycji, na spotkania biznesowe nie należy wybierać się w pojedynkę. Podczas prezentacji chińska strona nie będzie jedynie oczekiwała obszernej wiedzy na temat związany z prezentacją, ale również będzie oczekiwała, że zostanie jej przedstawiony kontekst, informacje dotyczące rynków, konkurentów oraz informacji dotyczących firmy. Chińczycy mają także skłonność do częstego zadawania podobnych pytań w celu sprawdzenia spójności odpowiedzi partnera.

## 19.11. Inny sposób patrzenia

Chińczycy zazwyczaj działają zgodnie z logicznymi i spójnymi wytycznymi, których korzenie sięgają głównie filozofii Konfucjańskiej oraz Taoistycznej. Osadzony w codziennym życiu konfucjanizm, nie tylko definiuje podstawy zachowań etycznych i moralnych, ale zawiera też precyzyjne wzory zachowań w zależności od sytuacji. Mimo wielu lat komunistycznych rządów Chińczycy są często głęboko wierzący, najczęściej są wyznawcami Buddyzmu. Dzięki wpływowi wcześniej wspomnianych filozofii, Chińczycy doszukują się związków między pewnymi rzeczami, co trudno będzie zrozumieć lub zaakceptować ludziom podążającym za zachodnim tokiem myślenia. Chińska strona może uzależnić swoją decyzję od czynników, które nie byłyby rozważane na zachodzie, czego przykładem może być wynik uprzedniej rozmowy z ekspertem Feng Shui na temat dat i liczb.

## 20. Przedsięwzięcia targowo-wystawiennicze w 2013r.

**Zestawienie wybranych imprez targowych w 2013 r, w których Wydział Promocji Handlu i Inwestycji w Pekinie będzie miał swoje stoiska wystawiennicze.**

LP.	Exhibition	City	Period
1.	The 11th China Int'l Gold, Jewellery & Gem Fair	Shenzhen	26.02 -01.03 2013
2.	Mongolia Mining Expo	Ulan Bator	19-20.04.2013
3.	The 16th SME's Product, Service and Technology Fair	Ulan Bator	07-11.06.2013
4.	The 24th China Harbin International Economic and Trade Fair	Harbin	15-19.06.2013
5.	The 24th HK Trade Development Council Food Expo	Hong Kong	15-19.08.2013



6.	The 3rd China – Euroasia Expo 2013	Urumqi	2-7.09.2013
7.	China International SME Fair	Kanton	25-28.09.2013
8.	The 11th China International Meat Industry Exhibition (CIMIE)	Qingdao	13-15.10.2013
9.	The EU-China Business & Technology Cooperation Fair	Chengdu	21-23.10.2013
10.	The 15th China Coal and Mining Expo	Pekin	22-25.10.2013
11.	The 5th China Overseas Investment Fair	Pekin	29-30.10.2013
12.	China High-Tech Fair (CHTF)	Shenzhen	16-21.11.2013
13.	World SME Expo	Hong Kong	5-7.12.2013

Dodatkowe informacje o programach imprez można uzyskać na stronach organizatorów, m.in: [www.shanghaimart.com](http://www.shanghaimart.com), [www.sniec.net](http://www.sniec.net), [www.westernchinafair.org](http://www.westernchinafair.org), [www.fhcchina.com](http://www.fhcchina.com), [www.chtf.com](http://www.chtf.com), [www.cantonfair.org.cn](http://www.cantonfair.org.cn)

## 21. Ważne adresy i linki

### 21.1 Polskie Instytucje i linki gospodarcze

- Ministerstwo Gospodarki RP <http://www.mg.gov.pl>
- Ministerstwo Spraw Zagranicznych <http://www.msz.gov.pl>
- Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych <http://www.paiz.gov.pl>
- Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości <http://www.parp.gov.pl>
- Portal Promocji Eksportu <http://www.eksporter.gov.pl>
- Portal Go China <http://www.gochina.gov.pl/>

### 21.2 Chińskie Instytucje i linki gospodarcze

- Ministerstwo Handlu ChRL (MOFCOM), <http://english.mofcom.gov.cn/organization.shtml>  
Link zawiera wykaz ministerstw, najważniejszych komisji i departamentów ChRL
- Chińska Rada Promocji Handlu Międzynarodowego CCPIT <http://www.bizchinanow.com/>
- Administracja Nadzoru Jakości, Inspekcji i Kwarantanny AQSIQ <http://aqsiq.net/>
- Państwowa Administracja Podatkowa <http://www.chinatax.gov.cn>
- Państwowa Administracja Przemysłu i Handlu SAIC <http://www.saic.gov.cn>
- Państwowe Biuro ds. Własności Intelektualnej SIPO <http://www.sipo.gov.cn>
- Narodowa Administracja Prawami Autorskimi NCA <http://www.ncac.gov.cn>
- Państwowa Administracja Żywności i Leków SFDA <http://eng.sfda.gov.cn>
- Administracja Certyfikacji i Akredytacji ChRL CNCA <http://www.cnca.gov.cn>
- Chińskie Międzynarodowe Stowarzyszenie Kontrahentów CICA <http://www.chinca.org>
- Chińskie Stowarzyszenie Mięsa CMA <http://chinameat.org>
- Portal biznesowy <http://alibaba.com>
- Jong Dong <http://www.jd.com>
- Amazon <http://www.amazon.cn>
- Tmall <http://www.tmall.com/>

## 21.3 Placówki dyplomatyczne, biura reprezentacyjne

### **Ambasada RP w Pekinie:**

Add: 1 Ritan Road, Jianguomenwai, Beijing 100600

建国门外日坛路光华路口波兰大使馆

E-mail: [pekin.amb.sekretariat@msz.gov.pl](mailto:pekin.amb.sekretariat@msz.gov.pl),

Tel.: 0086 10 65321235, fax: 0086 10 65321745

<http://pekin.msz.gov.pl/pl/>

### **Konsulat Generalny RP w Szanghaju**

Add: 618 Jianguo Xi Lu, Szanghaj 200031

e-mail: [szanghaj.kg.sekretariat@msz.gov.pl](mailto:szanghaj.kg.sekretariat@msz.gov.pl)

<http://szanghaj.msz.gov.pl/pl/>

### **Konsulat Generalny RP w Kantonie**

Add: 63 Shamian Dajie, Guangzhou 510130

E-mail: [office@polandguangzhou.com](mailto:office@polandguangzhou.com)

<http://www.kanton.msz.gov.pl/pl/>

### **Konsulat Generalny RP w Hongkongu**

Add: 3505-6, Hopewell Center, 183 Queen's Road East

e-mail: [kgrphk@netvigator.com](mailto:kgrphk@netvigator.com)

<http://www.hongkong.msz.gov.pl/pl/>

### **Wydział Promocji Handlu i Inwestycji**

**Konsulatu Generalnego RP w Szanghaju**

Add: 100 Zunyi Road, Changning

Rooms 1906-1907, Tower B,

City Center of Shanghai 200051

e-mail: [shanghai@trade.gov.pl](mailto:shanghai@trade.gov.pl)

<http://shanghai.trade.gov.pl>

### **Delegacja Unii Europejskiej w ChRL:**

Add: 15 Dongzhimenwai Dajie, Chaoyang District, Beijing 100600

e-mail: [delegation-china@ec.europa.eu](mailto:delegation-china@ec.europa.eu)

[http://eeas.europa.eu/delegations/china/index\\_en.htm](http://eeas.europa.eu/delegations/china/index_en.htm)

### **Izba Handlowa Uni Europejskiej w Chinach**

Add: Beijing Lufthansa Center, Office C412,

50 Liangmaqiao Road,

Beijing, 100125 e-mail: [eucc@eucc.com.cn](mailto:eucc@eucc.com.cn)

### **Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych**

**Biuro Reprezentacyjne w Szanghaju**

Add: Nanjing West Road 993/1406

Shanghai Tel: 0086 15859210097

### **Polish Logistic Center (Polskie Centrum Logistyczne –Wystawiennicze w Szanghaju)**

Nr Pawilonu 32,

Shanghai, Xijiao International Agricultural Product Trade Center

Add: NO.3833, Huaxu Highway Huaxin Town, Qingpu District,

Shanghai, 200335

[office@plcshanghai.com](mailto:office@plcshanghai.com)

tel: 0086 13917079947

## **Wydział Promocji Handlu i Inwestycji**

### **Ambasady RP w Pekinie:**

Add: 1 Ritan Road, Jianguomenwai, Beijing 100600

e-mail:beijing@trade.gov.pl,

http://beijing.trade.gov.pl

tel.: 0086 10 65321235 w. 146, 65321888

fax: 0086 10 65324958

## **22. Lista polskich zakładów mleczarskich dopuszczonych na rynek chiński**

1. P.P.H.U A-LIMA-BIS Sp. z o.o.
2. Proszkownia Mleka Sp. z o. o.
3. "ROTR" Spółdzielnia Mleczarska w Rypinie
4. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska
5. Spółdzielnia Mleczarska "Michowianka"
6. MLEKCZAR Sp. z o.o.
7. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Opolu Lubelskim
8. Spółdzielcza Mleczarnia SPOMLEK
9. Spółdzielnia Mleczarska Ryki
10. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Krasnymstawie Zakład Produkcyjny w Zamościu
11. Spółdzielnia Mleczarska "Mlekpol" w Grajewie Oddział Produkcji Mleczarskiej wGorzowie Wlkp.
12. "ZORINA" Sp. z o. o.
13. GEO-POLAND Sp. Z o.o. Zakład Produkcyjny w Kutnie
14. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Łowiczu
15. Kilargo Sp. z o.o.
16. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Radomsku
17. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska "WART-MILK"
18. "LACTECO" Sp.z o. o. Zakład Mieszanek Mlecznych
19. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Skierniewicach
20. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska wMiechowie
21. Zakłady Mleczarskie "LAKTOPOL-A" Sp. z o.o. w Łosicach
22. Hochland Polska Sp. z o .o. Zakład Mleczarski w Baranowie
23. OSTROWIA Sp. z o.o.
24. POLMLEK Raciąż Sp. z o. o..
25. "BEL POLSKA" Sp. z o. o.
26. Spółdzielnia Mleczarska "MAZOWSZE"
27. Mlekoma Sp.z o.o., Zakład Przetwórstwa Mleka i Serwatki w Przasnyszu
28. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Siedlcach
29. Bakoma Sp. z o.o.
30. Agus Innovation Sp. z o.o.
31. Hochland Polska Sp. z o. o. Zakład Mleczarski w Węgrowie
32. Spółdzielnia Mleczarska "Mlekpol" w Grajewie Oddział Zakład Produkcji Mleczarskiej w Zwoleniu
33. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Piątnicy Zakład Produkcyjny w Ostrołęce
34. Mleczarnia "TUREK"Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
35. Spółdzielnia Mleczarska MLEKOVITA Oddział "RESMLECZ" w Trzebowniku
36. Nestle Polska S.A.Oddział w Rzeszowie
37. Spółdzielnia Mleczarska wŁapach
38. "Mlekovita" Sp. z o. o..
39. "Bielmlek" Spółdzielnia Mleczarska
40. Spółdzielnia Mleczarska "MLEKPOL" w GrajewieZakład Produkcji Mleczarskiej w Grajewie
41. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Hajnówce

42. Spółdzielnia Mleczarska "MLEKPOL" w Grajewie Oddział Zakład Produkcji Mleczarskiej w Kolnie
43. Moniecka Spółdzielnia Mleczarska w Mońkach
44. Spółdzielnia Mleczarska "MLEKPOL" w Grajewie Zakład Produkcji Mleczarskiej w Sejnach
45. Polser Sp. z o.o.
46. Spółdzielnia Mleczarska "Mlekovita"
47. Spółdzielnia Mleczarska "MLEKPOL" w Grajewie, Zakład Produkcji Mleczarskiej w Zambrowie
48. Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowo-Usługowe "LAKTOPOL" Sp. z o.o Zakład Produkcyjny Nr 1 w Suwałkach
49. UNILEVER POLSKA S.A., Zakład Produkcyjny w Baninie
50. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Nowym Dworze Gdańskim
51. CARGOFRUIT Sp. z o.o.
52. Firma Produkcyjno-Usługowo-Handlowa "MOKATE"
53. DANONE Sp. z o. o., Fabryka w Bieruniu
54. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska "Rokitnianka"
55. SERTOP Sp. z o.o.
56. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Końskiem
57. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska we Włoszczowie
58. Sery ICC Pasłek Sp. z o. o.
59. Bartex Sp. z o. o.
60. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Giżycku
61. Spółdzielnia Mleczarska MLEKOVITA Oddział w Lubawie
62. Polmlek Sp. z o.o. Zakład Mleczarski w Lidzbarku Warmińskim
63. Spółdzielnia Mleczarska "MLEKPOL" w Grajewie Zakład Produkcji Mleczarskiej w Mrągowie
64. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Olecku
65. "LACTIMA" Spółka z o. o.
66. OSM Czarnków Zakład Produkcyjny w Chodzieży
67. Zakłady Mięsne "ŁAGROM" Sp. z o.o. Chłodnia składowa
68. Spółdzielnia Mleczarska w Gostyniu
69. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Kole
70. Spółdzielnia Mleczarska Mlekovita Oddział Produkcyjny w Kościanie
71. Spółdzielnia Mleczarska "LAZUR"
72. HOCHLAND Polska Sp. z o. o.
73. Mleczarnia "Turek" Sp. z o. o.
74. Zakład Przetwórstwa Mleka "Mlecz" Sp. z o. o. w Wolsztynie
75. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Koninie
76. ARLA FOODS S.A.
77. Mleczarnia Gościno Sp. z o. o.
78. STARCO Zakład Mleczarski Sp. z o. o.
79. Spółdzielnia Mleczarska MLEKOVITA Oddział Produkcyjny KURPIE w Baranowie

**UWAGA:** Według informacji opublikowanych przez General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (IQSIG), w maju 2014 nastąpią zmiany regulacji dostępu producentów wyrobów mleczarskich do Chińskiej Republiki Ludowej, które zostaną natychmiastowo opublikowane na stronach [www.shanghai.trade.gov.pl](http://www.shanghai.trade.gov.pl), [www.beijing.tade.gov.pl](http://www.beijing.tade.gov.pl) oraz [www.mg.gov.pl](http://www.mg.gov.pl)

### **23. Lista polskich zakładów drobiarskich dopuszczonych na rynek chiński**

- |                    |  |
|--------------------|--|
| 1. Hamrol          | <a href="http://www.storteboom">www.storteboom</a> ,             |
| 2. Prosper         | <a href="http://www.prosper.biz.pl">www.prosper.biz.pl</a> ,     |
| 3. Superdrob       | <a href="http://www.superdrob.pl">www.superdrob.pl</a> ,         |
| 4. Nestle Polska   | <a href="http://www.nestle.pl">www.nestle.pl</a>                 |
| 5. ZD „Koziegłowy” | <a href="http://www.zd-kozieglowy.pl">www.zd-kozieglowy.pl</a> , |

- |                             |               |
|-----------------------------|---------------|
| 6. Indykpol                 | www.indykp.pl |
| 7. PAGO Sp.z.o.o            | (chłodnia)    |
| 8. Zakłady Mięsne Biernacki | (chłodnia)    |

## 24. Lista polskich zakładów mięsnych dopuszczonych na rynek chiński z wieprzowiną

1. Z.M.SKIBA Andrzej Skiba Ubojnia
2. „SOKOŁÓW” S.A. Oddział w Jarosławiu
3. „SOKOŁÓW” S.A. Oddział w Sokołowie Podlaskim
4. „SOKOŁÓW ” SA Oddział w Robakowie,
5. Grupa ANIMEX Spółka Akcyjna Oddział w Starachowicach
6. „PINI POLONIA” Sp. z o.o.
7. Zakłady Mięsne "ZAKRZEWSKY" Dariusz Zakrzewski, Janusz Zakrzewski Sp. j.
8. Agro Handel Sp. z o.o.
9. PAGO SP.Z O.O.(chłodnia 1)
10. PAGO SP.Z O.O.(chłodnia 2)

**UWAGA:** Procedury dostępu mięsa, wyrobów mleczarskich oraz jabłek na rynek Chińskiej Republiki Ludowej są dostępne na stronach: [www.shanghai.trade.gov.pl](http://www.shanghai.trade.gov.pl), [www.beijing.tade.gov.pl](http://www.beijing.tade.gov.pl) oraz [www.mg.gov.pl](http://www.mg.gov.pl)

## 25. Słowniczek polsko – chiński

Standartowy język mandaryński ma 4 tony:

- 1) ā (ton płaski, wyrażony dźwiękiem „Aaa”, na tym samym poziomie)
- 2) á (ton przypominający dźwięk wyrażony „zdziwieniem”/”pytaniem”)
- 3) ǎ (ton wyrażony dźwiękiem „spadająco-wznoszącym”)
- 4) à (ton ostro spadający)



### PODSTAWOWE ZWROTY

POLSKI	PIN YIN	汉字
1. Witaj / Dzień dobry	Nǐ hǎo	你好
2. Jak się masz?	Nǐ hǎo ma?	你好吗?
3. Nazywam się ....	Wǒ jiào. . .	我叫。。。。
4. Jak się nazywałeś?	Nǐ jiào shénme mǐngzì?	你叫什么名字?
5. Czy mówisz po Angielsku?	Nǐ huì shuō yīngwén ma?	你会说英文吗?
6. Nie mówię po Chińsku	Wǒ bù huì shuō zhōngwén	我不会说中文
7. Tak / Jest	Shì	是
8. Nie / Nie jest	Shì bù shì	不是

9. Gdzie jest?	... Zài nǎr?	...在哪儿?
10. Ja	Wǒ	我
11. Ty	Nǐ	你
12. On, ona, ono	Tā, tā, tā	他, 她, 它
13. My / Wy / Oni	Wǒmen, nǐmen tāmen	我们, 你们, 他们
14. Chłopak / Mężczyzna	Nán	男
15. Dziewczyna / Kobieta	Nǚ	女
16. Duży	Dà	大
17. Mały	Xiǎo	小
18. To	Zhè	这
19. Tamto	Nà	那
20. Czy zrozumiałeś?	Tīng dǒngle ma?	听懂了吗?
21. Nie rozumiem	Tīng bù dǒng	听不懂
22. Zrozumiałem	Tīng dǒngle	听懂了
23. Do widzenia	Zàijiàn	再见
24. Proszę	Qǐng	请
25. Dziękuję	Xièxiè	谢谢
26. Nie ma za co	Bùkèqì	不客气
27. Przepraszam	Duìbùqǐ	对不起
28. Można, OK	Kěyǐ (xíng)	可以 (行)
29. Nie można	Bùkěyǐ (bùxíng)	不可以 (不行)
30. Nie ma sprawy	Méiguānxi/méiwèntí	没关系 / 没问题
31. Wszystko jedno	Wúsuǒwèi	无所谓
32. Zapomnij, daj spokój	Suànleba	算了吧
33. Mam, ma	Yǒu	有
34. Nie mam, nie ma	Méiyǒu	没有
35. Masz czy nie masz?	Yǒuméiyǒu...?	有没有。。。?
36. Chcieć, chcę	Yào	要
37. Nie chcieć, nie chcę	Bùyào	不要
38. Chcę,	Wǒyào.	我要。。。。
39. Nie dosłyszałem	Wǒtīngbùjiàn	我听不见
40. Proszę mówić wolniej	Mǎnyīdiǎnshuō	慢一点说
41. Proszę powtórzyć	Zàishuōyīcì	再说一次
42. Proszę poczekać	Děngyīhuì	等一会
43. Zapisać	Xiěxiàláì	写下来
44. Jak się czyta ten znak?	Zhègèzìzěnněnniàn?	这个字怎么念?
45. Pisać	Xiě	写
46. Dom	Jiā	家
47. Chodźmy do domu	Wǒmenhuíjiā	我们回家
48. Patrzyć / widzieć	Kàn	看
49. Myśleć	Xiǎng	想
50. Słyszeć	Tīng	听
51. Mówić	Shuō	说
52. Iść / Jechać	Qù	去
53. Ćwiczyć	Duànliàn	锻炼
54. Przyjść	Lái	来
55. Szybko	Kuǎi	快
56. Wolno	Mǎn	慢
57. Nad	Shàng	上
58. Pod	Xià	下

59. Obok	Pángbiān	旁边
60. I / Oraz	Hé	和
61. Albo / lub	Huòzhě	或者
62. Oprócz / bez	Chúle	除了
63. Razem	Yìqǐ	一起
64. Osobno	Fēnkāi	分开
65. Także	Yě	也
66. Potrzebuję pomocy	Wǒ xūyào bāngzhù	我需要帮助
67. Oszukujesz mnie	Nǐ piàn wǒ	你骗我
68. O której jest otwarte?	Nǐ jǐ diǎn kāimén	你几点开门
69. O której jest zamknięte?	Nǐ jǐ diǎn guānmén	你几点关门

## BIZNES

POLSKI	PIN YIN	汉字
70. Biznes	Shāngyè	商业
71. Gdzie jest twoje biuro	Nǐ de bàngōngshì zài nǎr?	你的办公室在哪?
72. O której możemy się spotkać	Jǐ diǎn wǒmen jiànmiàn ne?	几点我们见面呢?
73. Jakie oferujecie produkty?	Nǐmen yǒuxiē shénme chǎnpǐn?	你们有些什么产品?
74. Ile czasu, aby wyprodukować jeden?	Zuò yīgè yào duō cháng shíjiān?	做一个要多长时间?
75. Ile osób zatrudniacie?	Nǐmen yǒu duōshǎo gōnggrén?	你们有多少工人?
76. Czy mogę zobaczyć?...	Wǒ kěyǐ kàn kàn. . .ma?	我可以看看。。。吗?
77. ... próbki	Yàngpǐn	。。。样品
78. ... projekt	Shèjì	。。。设计
79. ... fabryka	Gōngchǎng	。。。工厂
80. ... dokumenty eksportowe	Chūkǒu wénjiàn	。。。出口文件
81. Czy możecie zorganizować fracht?	Néng dàibàn yùnsū ma?	能代办运输吗?
82. W jakich godzinach pracujecie?	Yītiān gōngzuò duōshǎo xiǎoshí?	一天工作多少小时?

## JEDZENIE

83. Menu	Càidān	菜单
84. Menu po angielsku	Yīngwén càidān	英文菜单
85. Menu ze zdjęciami potraw	Yǒu túpiàn de càidān	有图片的菜单
86. Rachunek	Jiézhàng	结账
87. Rachunek	Mǎidān	买单
88. Faktura	Fāpiào	发票
89. Kelner / Kelnerka	Fúwùyuán	服务员
90. Co to jest?	Zhèshìshénme	这是什么
91. Ostre	Làde	辣的
92. Nie chcę ostrego	Wǒ bù yào làde	我不要辣的
93. Mało ostre	Wēi là	微辣
94. Słodkie	Tián de	甜的
95. Kwaśne	Suān de	酸的
96. Słone	Xián de	咸的
97. Widelec	Chāzi	叉子
98. Łyżka	Sháozi	勺子

99. Nóż	Dāozi	刀子
100. Pałeczki	Ku āzi	筷子
101. Pałeczki 1 razowe	Yīcì xìngkuàizi	一次性筷子
102. Serwetki	Cānjīnzhǐ	餐巾纸
103. Sól	Yán	盐
104. Pieprz	Làjiāo	辣椒
105. Ryba	Yú	鱼
106. Mięso ...	Ròu	肉
107. Wołowina	Ni úròu	牛肉
108. Wieprzowina	Zhūròu	猪肉
109. Kurczak	Jīròu	鸡肉
110. Baranina	Yánggròu	羊肉
111. Szaszłyki	Ròu chuàn	肉串
112. Ryż	Mǐfàn	米饭
113. Bułka na parze	Mántou	馒头
114. Pierogi na parze	Bāozi	包子
115. Pierogi	Jiǎozi	饺子
116. Kaczka po pekińsku	Běijīng kǎo yā	北京烤鸭
117. Kurczak słodko kwaśny	Táng cù jīròu	糖醋鸡肉
118. Kurczak w cieście z ananasem	Bōluó jīròu	菠萝鸡肉
119. Wołowina z brokułami	Xīlánhuā chǎo niúròu	西兰花炒牛肉
120. Makaron smażony w ostrym sosie	Lǎo gàn mā chǎomiàn	老干妈炒面
121. Zupa wołowa z makar.	Hóngshāo niúròu miàn	红烧牛肉面
122. Sałatka ogórkowa	Pāi huángguā	拍黄瓜
123. Smażony ryż	Chǎo mǐfàn	炒米饭
124. Zupa rybna	Yú tāng	鱼汤
125. Kapusta podsmażana	Chǎo báicài	炒白菜
126. Ziemniak ostro-kwaśny	Suān là tǔdòu sī	酸辣土豆丝
127. Ziemniak smażony	Chǎo tǔdòu sī	炒土豆丝
128. Bakłażan, ziemniak, papryka	Sù sān xiān	素三鲜
129. Pomidor	Xīhóngshì	西红柿
130. Kukurydza	Yùmǐ	玉米
131. Cebula	Yángcōng	洋葱
132. Czosnek	Su àn	蒜
133. Grzyby	Mógu	蘑菇
134. Jabłko	Píngguǒ	苹果
135. Banan	Xiāngjiāo	香蕉
136. Arbuz	Xīguā	西瓜
137. Truskawka	Cǎoméi	草莓
138. Orzeszki ziemne	Huāshēng	花生

## NAPOJE

	POLSKI	PIN YIN	汉字
139.	Piwo	Píjiǔ	啤酒
140.	Napój	Yǐnliào	饮料
141.	Gotowana woda	Kāishuǐ	开水
142.	Woda butelkowana	Píngzhuāng shuǐ	瓶装水
143.	Wódka	Báijiǔ	白酒
144.	Kawa	Kāfēi	咖啡



145. Coca Cola	Kě kǒu kě lè	可口可乐
146. Sok	Guǒzhī . . .	果汁
147. ... sok	...Zhī	。。。汁
148. Gorąca czekolada	Rè qiǎokèlì	热巧克力
149. Mleko	Niúnǎi	牛奶
150. Woda mineralna	Kuànguǎn shuǐ	矿泉水
151. Pepsi	Bǎishìkělè	百事可乐
152. Drinki	Qìshuǐ	汽水
153. Mleko sojowe	Dòujiāng	豆浆
154. Sprite	Xuěbì	雪碧
155. Woda	Shuǐ	水
156. Wino ryżowe	Mǐjiǔ	米酒
157. Czerwone wino	Hóng pútáojiǔ	红葡萄酒
158. Białe wino	Bái pútáojiǔ	白葡萄酒
159. Jogurt	Suānnǎi	酸奶
160. Milk Shake	Suānnǎi xī	酸奶昔
161. Zimne piwo	Bīng píjiǔ	冰啤酒
162. Lód	Bīng kuài	冰块
163. Bez lodu	Bù jiā bīng kuài	不加冰块
164. Herbata	Ch á	茶
165. Czerwona Herbata	Hóngch á	红茶
166. Herbata chryzantemowa	Júhuā chá	菊花茶
167. Herbata 8 skarbów	Bā bǎo chá	八宝茶
168. Zielona herbata	Lǜchá	绿茶
169. Herbata jaśminowa	Mòlihuā chá	茉莉花茶
170. Herbata cytrynowa	N íngm éng ch á	柠檬茶
171. Herbata Puer	Pǔ'ěr chá	普洱茶
172. Herbata Oolong	Wūlóngchá	乌龙茶

## **ZAKUPY**

173. Ile kosztuje	Duōshǎo qián	多少钱
174. Dobrze, zgadzam się	Hǎo	好
175. Nie dobrze, nie zgadzam...	Bù hǎo	不好
176. Chciałbym kupić ...	Wǒ xiǎng mǎi	我想买
177. Prezent	Lǐpǐn	礼品
178. Bransoletka	Shǒuzhuó	手镯
179. Sukienka	Liányīqún	连衣裙
180. Jeansy	Niúzái kù	牛仔库
181. Koszula	Chènshān	衬衫
182. Szalik, chustka	Wéijīn	围巾
183. Czapka, kapelusz	Màozi	帽子
184. Biżuteria	C ìi ù	刺绣
185. Malowidło chińskie	Shuǐmòhuà	水墨画
186. Rękodzieło	Shǒu gōngyìpǐn	手工艺品
187. Krawat jedwabny	Zhēnsī língdài	真丝领带
188. Chodźmy na miasto	Shàng jiē zhuǎn yī zhuàn	上街转一转
189. Sklep z ubraniami	Bǎihuò shāngdiàn	百货商店
190. Supermarket	Zìxuǎn shāngchǎng	自选商场
191. Rynek	J ísh ì	集市

192. Czy mogę to obejrzeć	Bǎ zhège gěi wǒ kàn kàn?	把这个给我看看?
193. Chciałbym to kupić	Wǒ xiǎng mǎi zhège	我想买这个
194. Jaki rozmiar	Duōdà hào	多大号
195. Mały rozmiar (S)	Xiǎo hào	小号
196. Średni rozmiar (M)	Zhōng hào	中号
197. Duży rozmiar (L)	Dà hào	大号
198. XL	Tèdà hào	特大号
199. Czy mogę przymierzyć	Wǒ kěyǐ shì yīxià ma?	我可以试一下吗?
200. Czy macie większy rozmiar?	Yǒu dà hào ma?	有大号吗?
201. Czy są inne kolory?	Yǒu qítā yánsè ma?	有其它颜色吗?
202. Nie pasuje	Bù hégù	不合适
203. Pasuje b. dobrze	Chuān qǐlái hěn héshì	穿起来很合适
204. Czy mogę Ci pomóc?	Wǒ néng bāng nǐ ma?	我能帮你吗?
205. Czy możesz mi pomóc?	Bāng yīxià máng	帮一下忙
206. Czy są inne?	Yǒu qítā de ma?	有其它的吗?
207. Ten kolor jest za jasny	Yánsè tài yànle	颜色太艳了
208. Przepiękny	Hǎo piàoliang/tàiměile	好漂亮/太美了
209. Chcę tylko obejrzeć	Wǒ zhǐshì kàn kàn	我只是看看
210. Nie ma za co	Bù xiè	不谢
211. Czy obniżysz cenę	Jiàgé kěyǐ shǎo diǎn ma?	价格可以少点吗?
212. Trochę taniej	Piányi yīdiǎn	便宜一点
213. Czy dostanę zniżkę?	Kěyǐ dǎzhé ma?	可以打折吗?
214. Zniżka, dyskont	Dǎzhé	打折
215. 10 proc.	Jiǔ zhé	九折
216. 20 proc.	Bā zhé	八折
217. Chcę to ubranie	Wǒ yào zhè jiàn	我要这件
218. Nie chcę	Wǒ bù yào	我不要
219. Czy macie opakowanie?	Yǒu hézi zhuāng ma?	由盒子装吗?
220. Czy można zapakować?	Kěyǐ bāo yīxià ma?	可以包一下吗?
221. Zapakować oddzielnie	Fēnkāi bāo	分开包
222. Chciałbym zwrócić	Wǒ yào tuìhuò	我要退货
223. Tutaj jest defect	Zhèlǐ huàile	这里坏了
224. Jaka to jest materiał?	Zhèshì shénme liàozi de?	这是什么料子的?
225. Wełna	Mián bù	棉布
226. Jedwab	Sī	丝

## HOTEL

POLSKI	PIN YIN	汉字
227. Pokój	Fángjiān	房间
228. Jednoosobowy pokój	Dān rén fáng	单人房
229. Dwuosobowy pokój	Shuāngrén fáng	双人房
230. Standardowy pokój	Biāozhǔn fáng	标准房
231. Luksusowy pokój	Háohuá fáng	豪华房
232. Hotel	Bīnguǎn, jiǔdiàn, fàndiàn	宾馆, 酒店, 饭店
233. Ile za pokój standardowy za noc?	Biāo jiān duōshǎo qián yī wǎn?	标间多少钱一晚?
234. Czy pokój ma?...	Fángjiān li yǒu. . .	房间里有。。。.
235. Klimatyzacja	Kōngtǐ áo	空调
236. Wiatrak	Diàn fēngshàn	电风扇
237. Ładny widok	Hǎo fēngjǐng	好风景

238. Śniadanie wliczone	Miǎnfèi zǎocān	免费早餐
239. Chcę zostać na 2 noce	Wǒ xiǎng zhù liǎng wǎn	我想住两晚
240. Proszę obudzić o (6ej)	Míngtiān zǎochen (liù diǎn) jiào xǐng wǒ	明天早晨 (六点) 叫醒我
241. Suite	T àof áng	套房
242. Depozyt	Yājīn	押金
243. Klucz	Y àoshi	钥匙
244. Czy mogę zapłacić kartą?	Wǒ néng yòng xìnyòngkǎ ma?	我能用信用卡吗?
245. Chcę się wymeldować	Wǒ yào tuì fáng	我要退房
246. Chciałbym zmienić pokój	Wǒ xiǎng huàngè fángjiān	我想换个房间
247. Co powinienem zrobić?	Zěnmě bàn?	怎么办?
248. Ile nocy chcesz zostać?	Nǐ yào zhù jǐ wǎn?	你要住几晚?

## CZAS

	POLSKI	PIN YIN	汉字
249. ... Godzina		... Diǎn	... 点
250. ... Sekundy		... Miǎo	... 秒
251. ... Minuta		... Fēnzhōng	... 分钟
252. Godzina		Xiǎoshí	小时
253. Dzień		Tiān	天
254. Tydzień		Xīngqī, lǐbài	星期, 礼拜
255. Miesiąc		Yu è	月
256. Rok		Ni án	年
257. Dzisiaj		Jīntiān	今天
258. Jutro		Míngtiān	明天
259. Wczoraj		Zuótiān	昨天
260. Pojutrze		Hòutiān	后天
261. Przedwczoraj		Qiántiān	前天
262. Za tydzień		Yīzhōu hòu	一周后
263. Potem		Ránhòu	然后
264. Przyjdę jutro		Wǒ míngtiān lái	我明天来

## BEZPIECZEŃSTWO

265. Policja	Gōng'ān	公安
266. Policjant	Jǐngchá	警察
267. Wezwać policję	Jiào jǐngchá	叫警察
268. Złodziej	Zéi	贼
269. Kieszonkowiec	Xiǎotōu	小偷
270. Bezpieczny	Ānquán	安全
271. Depozyt	Bǎoxiǎnxiāng	保险箱
272. Korupcja	Huìlù, fǔbài	贿赂, 腐败
273. Ambasada	Dàshǐ guǎn	大使馆
274. Konsulat	Lǐngshìguǎn	领事馆
275. Paszport	Hùzhào	护照
276. Wiza	Qiānzhèng	签证
277. Chciałbym przedłużyć moją wizę	Wǒ xūyào yáncháng wǒ de qiānzhèng	我需要延长我的签 证

**KOMUNIKACJA**

<b>POLSKI</b>	<b>PIN YIN</b>	<b>汉字</b>
278. Prosto / do przodu	Zhí zǒu	直走
279. Lewo	Zuǒ	左
280. Prawo	Yòu	右
281. Do tyłu	Hòu	后
282. Północ	Běi	北
283. Południe	Nán	南
284. Wschód	Dōng	东
285. Zachód	Xī	西
286. Stop	Tíng	停
287. Początek	Kāishǐ	开始
288. Koniec	Jiéshù	结束
289. Telefon komórkowy	Yídòng diànhuà, shǒujī	移动电话, 手机
290. Chciałbym kupić ...	Wǒ xiǎng mǎi. . .	我想买。。。
291. Karta prepaidowa	Yùfù fèi diànhuàkǎ	预付费电话卡
292. Jaki jest nr. telefonu?	Diànhuà hàomǎ	电话号码
293. China Telecom	Zhōngguó diànxìn	中国电信
294. China Mobile	Zhōngguó yídòng	中国移动
295. China Unicom	Zhōngguó liántōng	中国联通
296. Komputer	Diànnǎo	电脑
297. Internet	Yīntèwǎng	因特网
298. Email	Diànzǐ yóujiàn	电子邮件
299. Kafejka internetowa	Wǎngbā	网吧
300. Ile za godzinę?	Yī xiǎoshí duōshǎo qián	一小时多少钱
301. Wydrukować	Dǎyìn	打印
302. Skserować	Yǐngyìn, fùyìn	影印, 复印
303. Ubezpieczenie	Bǎoxiǎn	保险
304. Interesujące	Yǒuyìsi	有意思
305. Toaleta	Wèishēngjiān	卫生间
306. Papier toaletowy	Wèishēngzhǐ	卫生纸
307. Poczta	Yóujú	邮局
308. Lotnisko	Fēijī chǎng	飞机场
309. Terminal	Dēng jī lóu	登机楼
310. Metro	Dìtiě	地铁
311. Pociąg	Huǒchē	火车
312. Taksówka	Chūzū chē	出租车
313. Paragon	Fāpiào	发票

**PRZYKŁADOWE KRAJE**

314. Australia	Àodàliyǎ	澳大利亚
315. Austria	Àodìlì	奥地利
316. Belgia	Bīlìshí	比利时
317. Kanada	Jiānádà	加拿大
318. Czechy	Jíqù	捷克
319. Chiny	Zhōngguó	中国
320. Francja	Fǎguó	法国
321. Niemcy	Déguó	德国
322. Węgry	Xiōngyáli	匈牙利

323. Japonia	Riběn	日本
324. Korea Płd.	Hánguó	韩国
325. Anglia	Yīngguó	英国
326. Polska	Bōlán	波兰
327. Rosja	Èluósī	俄罗斯
328. Słowacja	Sīluòfákè	斯洛伐克
329. Hiszpania	Xībānyá	西班牙
330. Szwecja	Ruǐdiǎn	瑞典
331. Szwajcaria	Ruìshì	瑞士
332. Ukraina	Wūkèlán	乌克兰
333. USA	Měiguó	美国

### LICZBY

0	Líng	零
1	Yī	一
2	Èr/ Liǎng	二
3	Sān	三
4	Sì	四
5	Wǔ	五
6	Lìù	六
7	Qī	七
8	Bā	八
9	Jiǔ	九
10	Shí	十
11	Shíyī	十一
12	Shíèr	十二
20	Èrshí	二十
31	Sānshíyī	三十一
42	Sìshíèr	四十二
53	Wǔshí sān	五十三
64	Lìùshí sì	六十四
75	Qīshíwǔ	七十五
86	Bāshíliù	八十六
97	Jiǔshíqī	九十七
100	Yībǎi	一百
200	Èrbǎi	二百
1000	Yīqiān	一千
2000	Liǎng qiān	两千
10,000	Yī wàn	一万
20,000	Liǎng wàn	两万
100,000	Shí wàn	十万
200,000	Èrshí wàn	二十万
500,000	Wǔshí wàn	五十万
1,000,000	Yībǎi wàn	一百万
100,000,000	Yī yì	一亿
1miliard	Shí yì	十亿



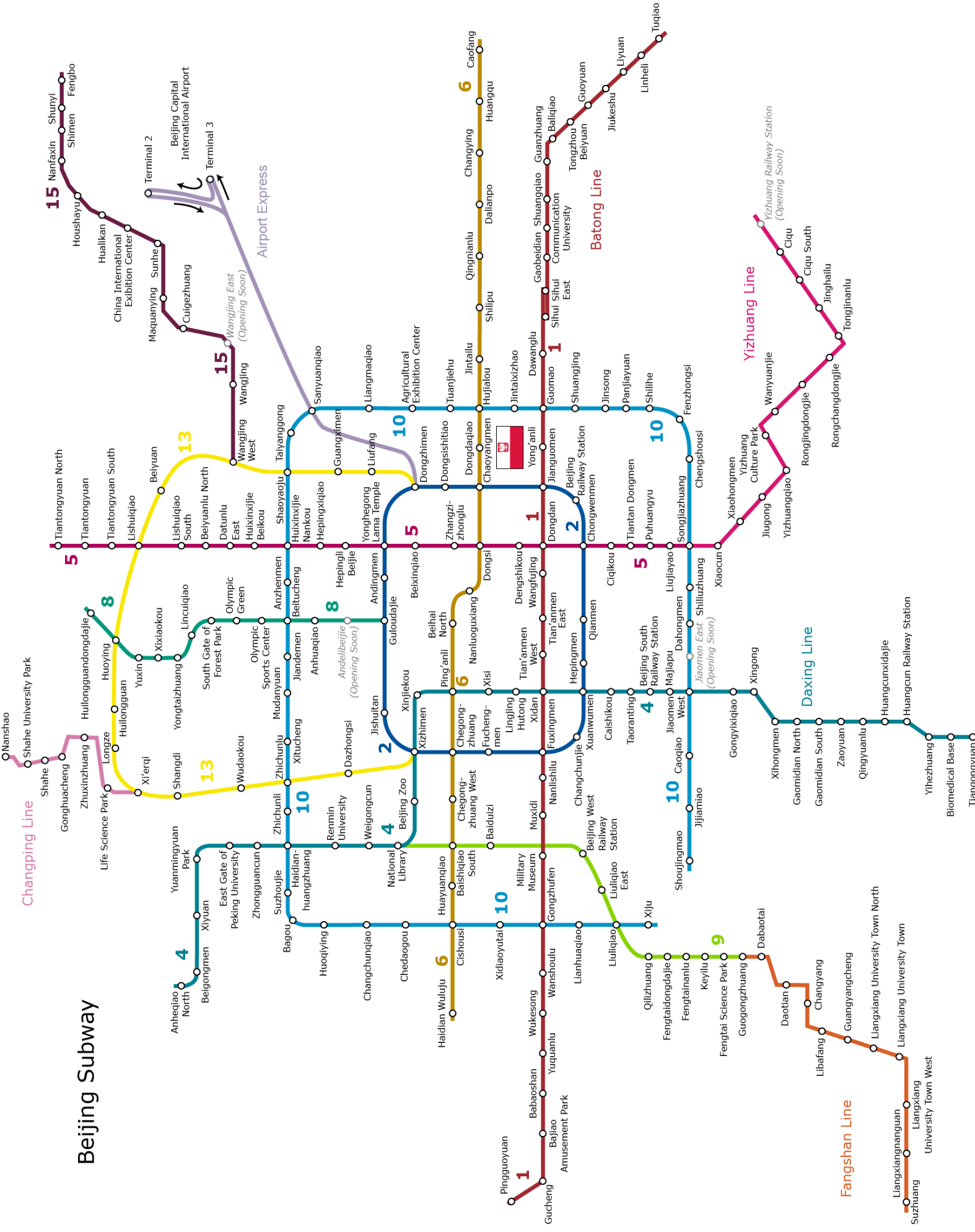
## 26. NOTATKI

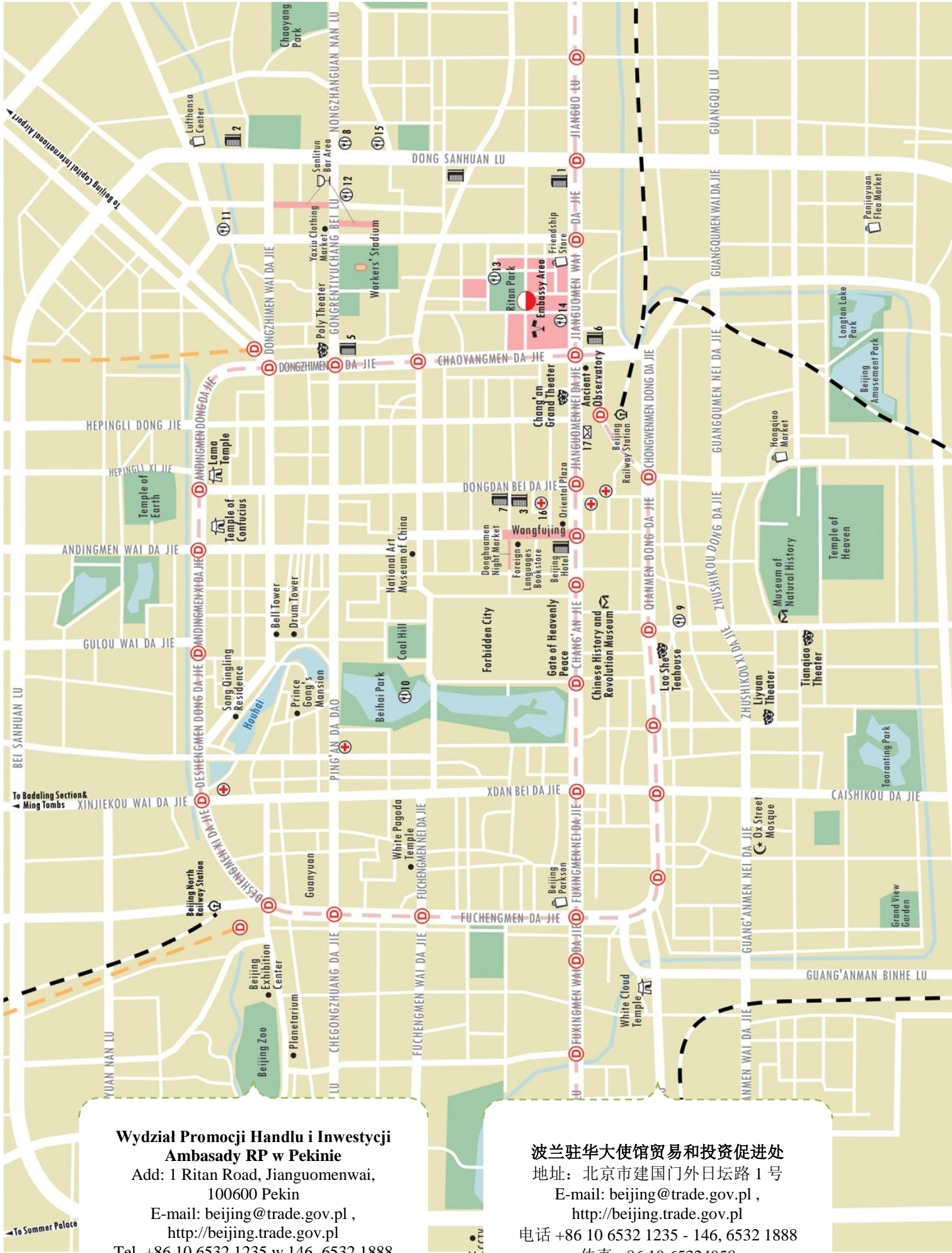
Materiał przygotowany wspólnie przez Wydziały Promocji Handlu i Inwestycji w Pekinie i Szanghaju.  
Rozdział I przygotowany wspólnie z Wydziałem Ekonomicznym Ambasady RP w Chinach.  
Zdjęcie na stronie tytułowej autorstwa Natalii Góralczyk.





# Beijing Subway





**Wydział Promocji Handlu i Inwestycji**  
**Ambasady RP w Pekinie**  
 Add: 1 Ritan Road, Jianguomenwai,  
 100600 Pekin  
 E-mail: [beijing@trade.gov.pl](mailto:beijing@trade.gov.pl) ,  
<http://beijing.trade.gov.pl>  
 Tel. +86 10 6532 1235 w.146, 6532 1888  
 Fax: +86 10 65324958

**波兰驻华大使馆贸易和投资促进处**  
 地址: 北京市建国门外日坛路1号  
 E-mail: [beijing@trade.gov.pl](mailto:beijing@trade.gov.pl) ,  
<http://beijing.trade.gov.pl>  
 电话 +86 10 6532 1235 - 146, 6532 1888  
 传真 +86 10 65324958