



HUNGARY CHINA COMMERCIAL AGENCY  
**HCCA Consult Kft.**  
1154 Budapest, Damjanich János utca 2.  
[www.hcca.hu](http://www.hcca.hu)

---

### NAK Export Konferencia 2019. október 2.

A sikeres piaci jelenléthez, elengedhetetlen a kínai piac előzetes ismerete.

- **Mit lehet tudni a kínai piaci lehetőségekről?**
- **Mi kell a sikeres kínai piaci jelenléthez?**
- **Hogy kell ezt csinálni a gyakorlatban?**

#### ***Mit lehet tudni a kínai piaci lehetőségekről, mit lehet tudni általában a kínai piaci helyzetről:***

Elsőként is beszéljünk egy kicsit magáról Kínáról. A Kínai Népköztársaság 34db közigazgatási területre tagozódik:

- 23 tartomány
- 4 központilag irányított város (Peking, Tianjin, Shangdung, Shanghai)
- 5 autonóm régió
- 2 különleges igazgatási terület (Makao, Hongkong)

Lakossága 1,4MRD fő, területe 9,5 M km<sup>2</sup> (100 szorosa Magyarországnak).

Kína nem csupán a világ második legnagyobb gazdasága, de a világ legnagyobb exportőre is. valószínű, hogy itt is mindenki elmondhatja magáról, hogy rendelkezik Kínában előállított termékkel. Legyen az légkondicionáló, számítógép, telefon, ruházat stb. Emellett azonban számos olyan információ van, amit a többség nem tud a kínai gazdaságról.

Kína növekvő gazdasága nemcsak javuló általános életszínvonalat hoz magával, de nő a luxuscikkek iránti kereslet is, miközben az országban egyre több a milliárdos. a régi szokások pedig ma már szorosan összekapcsolódnak a modern gazdasággal. A legfontosabb kínai ünnepnek számító Holdújév (február 4.-éhez legközelebb eső újhold napja) például mára a legnagyobb vásárlási hétté nőtte ki magát az országban.

Engedjenek meg pár lélegzetállító adatot a kínai gazdaságról:

- Hatalmas felvevőpiac:

Noha Kína a globális exportban világszű, az ország óriási importpiacnak is számít. A mezőgazdaságban különösen izgalmas helyet foglal el. Kína az Egyesült Államokban megtermelt mezőgazdasági javak legnagyobb felvevőpiaca. 2018-ban 9,2 milliárd dollárért importált Kína amerikai mezőgazdasági termékeket, melynek több mint a felét a szójabab tette ki.



**HUNGARY CHINA COMMERCIAL AGENCY**  
**HCCA Consult Kft.**  
1154 Budapest, Damjanich János utca 2.  
[www.hcca.hu](http://www.hcca.hu)

---

### **NAK Export Konferencia 2019. október 2.**

#### **- Kiskereskedelmi óriás:**

Sokan azt gondolják, hogy a világ legnagyobb kiskereskedelmi cége a Walmart vagy az Amazon. Ez azonban óriási tévedés. A kínai Alibaba ugyanis mindkét vállalatot maga mögé szorítja. A kínai online kereskedelmi gigász, nagyjából háromszor akkora forgalmat bonyolít, mint az Amazon és bőven leghagyja a Walmartot.

#### **- Luxus és milliárdosok:**

A milliárdosok létszáma, a második az USA mögött. A kínai háztartások elég gazdagok lettek ahhoz, hogy a luxusipar kiemelkedő fogyasztóivá lépjenek elő. Különösen a fiatalok hajtják ezt a trendet, és az életszínvonal széleskörű javulásának köszönhetően a kínaiak 2018-ban már 73milliárd dollárt költöttek el luxuscikkekre.

#### **- Jövedelem:**

A fentiek viszont nem mehettek volna végbe anélkül, hogy Kínában ne emelkedtek volna meg drasztikusan a jövedelmek elmúlt években. Kína robbanásszerűen növekvő gazdasága ugyanis nem csupán a milliárdosok számát emelte fel, de az átlagemberek jövedelmét is felhúzta. Ennek következtében 2002 és 2012 között a kínai háztartások átlagjövedelme évi 987 dollárról 4273 dollárra emelkedett, ami több mint 400 százalékos erősödésnek számít. 2013-ra ez az összeg 4800 dollárra emelkedett, ami az ötszöröse a 2002-es szintnek. 2019-ben a havi átlagkereset 4000Yuan, azaz 520EURO. Tehát, az átlagos kínai fogyasztó már megengedheti magának azokat a termékeket, azokat a kiadásokat, amik ezelőtt 15-20 évvel elképzelhetetlen volt. A kínai fogyasztók kifejezetten érdeklődnek az import termékek iránt. Szeretik, és jobb minőségűnek tartják az import élelmiszert, ruházatot, egészségügyi szereket.

Viszont!!!! Nagyon fontos tisztában lennünk azzal, hogy a határon ott áll a világ összes gyártója. Erre a piacra akar betörni az amerikai, a német, az olasz, a koreai, a japán stb. stb. Ezért nekünk, Magyaroknak nagyon fontos a helyes piacra lépés, a megfelelő időzítés, a megfelelő kínai partner megtalálása. Tapasztalatunk alapján a kínaiak kifejezetten kedvelik az európai termékeket. Ismerik Magyarországot, benne vagyunk a köztudatban, tudják, hogy a két ország baráti viszonyban áll egymással. Idén ünnepli a Kína Népköztársaság a megalakulásának 70. évfordulóját, melyet Magyarország a világon negyedikként ismert el. Ezt Ők tudják, nagyra értékeli a mai napig is. Ez a kapcsolat, ez a baráti hozzájárulás segít az üzleteket, ezt számtalanszor tapasztaltuk.

Valóban jellemző volt Kínára (mai napig is vannak bizonyos szektorok, ahol ez erősen megmaradt) hogy szinte minden állami kézben volt. Tömeggyártásban, tömegkereskedelemben gondolkoztak. Ebben az esetben a Magyar cégek számára esélytelen volt a kínai piacra lépés, hiszen a magyar



**HUNGARY CHINA COMMERCIAL AGENCY**  
**HCCA Consult Kft.**  
1154 Budapest, Damjanich János utca 2.  
[www.hcca.hu](http://www.hcca.hu)

---

### **NAK Export Konferencia 2019. október 2.**

gyártó egyszerűen képtelen volt kiszolgálni ezeket a nagy állami monopól vállalatokat. Azonban az utóbbi években, a kínai belső Központi Bizottság puhította a vállalatokra vonatkozó szabályozását. Ennek köszönhetően ma már minden 13.-ik család vállalkozó, ezért az állami vállaltokon túl megjelentek azok a kínai magán vállalkozások, akik nyugati mintájú, de Kínában jól működő termékek gyártásával, forgalmazásával foglalkoznak. Ennek okán rugalmasabban - de a jogszabályokat betartva gyorsabban tudnak új termékek bevezetésében gondolkodni. Van megfelelő pénzügyi háttérük, kifejezetten kedvelik az európai termékeket, valamint ismerik a piacra vezetés legjobb eszközeit, melyek ismerete elengedhetetlen és sok esetben különbözik a nálunk megszokottaktól. Jól használják a kommunikációs csatornákat, közösségi oldalak adta lehetőségeket.

#### ***Mi kell a sikeres kínai piaci jelenléthez?***

Ha egy gondolattal kellene megfogalmaznom, akkor azt mondanám, hogy ott kell lenni. Természetesen kellene hozzá azok a fontos elemek, is mint jó termék, vagy szolgáltatás, vagy technológia. Szükséges rendelkezni kapcsolatokkal az üzleti szférában, nagyon fontos a termék piacra vezetésének vizsgálatánál a jogi háttér ismerete, tudni kell azokat a szabályokat, amelyek az adott project sikeres megvalósításához elengedhetetlenek. Amellett hogy ott kell lenni fontos ismerni az üzleti kultúrát, el kell tudni fogadni a kulturális különbséget, meg kell érteni a gondolkodásukat és erre kell építeni az üzleti stratégiát, ennek figyelembe vételével tudják elérni céljaikat, az oda készülő vállalkozások. Példaként említeném a névjegykártya átadásának módját, az ajándékozási szokásokat, az időzítés fontosságát, hogy mikor lehet előmozdítani az üzlet megkötését. A nyelvismeret fontos feltétel, de tudjuk, hogy kevés európai beszéli a nehéz kínai nyelvet, ezért tolmácsra van szüksége az adott vállalkozásnak. Erre itt is szeretnénk felhívni a figyelmet, hogy a nem megfelelő tolmács hajlamos túllépni a kompetenciáját, ígéretet fogalmaz meg, nem szó szerint tolmácsol, ezért akár az üzleti tárgyalás azonnal tévútra fut, el sem indul, meghiúsul az üzlet.

#### ***Hogy kell ezt csinálni a gyakorlatban?***

Az elhangzott adatokon túl, valamint azon a tényen, hogy a világon mindenki rendelkezik Kínában gyártott termékkel, Kína nagyon védi a saját piacát. Erős, központi, állami irányítás működik szigorú bürokráciával. A külföldi termékek behozatala szigorú engedélyezési eljárási folyamaton kell átmenni. Vannak bizonyos termékeke, melyek államközi megállapodási protokollhoz kötöttek, van, ami kvóta kötelezett, valamint az ezekben nem sorolható termékek bevitele is engedélyköteles. Engedélyezési eljáráson kell átmenni.



**HUNGARY CHINA COMMERCIAL AGENCY**  
**HCCA Consult Kft.**  
1154 Budapest, Damjanich János utca 2.  
[www.hcca.hu](http://www.hcca.hu)

---

### **NAK Export Konferencia 2019. október 2.**

Azt mondanám, hogy a Kínába igyekvő, a Kínai piac iránt érdeklődő vállalat vegye fel a kapcsolatot egy erre szakosodott céggel. Informálódjon, konkrétan az ő általa gyártott termék vonatkozásában. Sokan vannak a piacon, akik csak általános, innen-onnan összeszedett információkkal, általános információkkal rendelkeznek, nem tudnak a cégekre, személyre szabottan megoldási javaslattal élni. Tapasztalatunkból állíthatjuk, hogy szinte minden cég más-más, még ha hasonló a termék is eltérhet a kapacitás mennyisége, így már teljesen más megoldást kell keresni a Kínai piacra lépésre.

A mi esetünkben a HCCA Ügynökség regisztrálva van Magyarországon és Kínában is. Két irodával rendelkezünk Kínában. Az egyik Qigdao, egy 9,2Milliós lakosú kikötőváros, a másik Csonkcsingban található, mely egy 30Milliós lakosú, a négy központi irányítású város egyike. Nagy előny ez nekünk, hiszen a kínai partnerek bármikor bejöhetnek hozzánk, amikor termékeket, technológiákat keresnek, és mi is gyorsan rugalmasan tudjuk ügyfeleink érdekeit képviselni. Irodavezetőink több éve kint élő magyar emberek, akik diplomáciai tapasztalatokkal rendelkeznek, az alkalmazottak mind egytől egyig kínaiak. Irodánkban be tudjuk mutatni a termékeket, bármikor el tudunk menni a kínai cégekhez, nem igényel olyan szervezést és befektetést mintha azt itthonról kell megszervezni. Fontos, hogy nagyon jó személyes kapcsolatot alakítsunk ki a kínai cégekkel, ez csak a helyben levő folyamatos jelenléttel lehetséges. Emellett a helyi önkormányzatokkal való remek kapcsolataink lehetővé teszik az információ szerzés gyorsaságát és megbízhatóságát. Mindannyian találkoztunk már azzal, hogy a magyar cégek a próbaszállításokat sem tudták teljesíteni, ezért mi megtaláljuk a magyar cégek kapacitásához mért kínai partnert. Talán ez a legnagyobb feladat, hiszen így a magyar vállalkozások félelmei eloszlanak a teljesítést illetően. Kiemelt feladattunk, hogy a magyar agrárvállalkozások és élelmiszergyártó vállalatok kapacitásának megfelelő vevőket találjunk, így a magas hozzáadott értékű termékek is el tudjuk juttatni a világ legnagyobb piacára.

Vegyük egy ügyfelünk példáját, konkrétan:

Ügyfelünk prémium élelmiszert gyárt, jelenleg Magyarországon forgalmazza viszonteladókon keresztül és az interneten. Felvette velünk a kapcsolatot, hogy szeretne a kínai piacra lépni.

- Személyes konzultáció.

Személyesen meglátogattuk a céget. Meg kellett értsük az értékesítés szempontjából fontos információkat, azokat a szakmai unikális elemeket, melyek kiemelik a termékét a versenykörnyezet többi szereplőinek termékei közül. Megértettük a tevékenységét, és célját a kínai piac vonatkozásában, továbbá megismertük a korábbi kínai piaci aktivitását és tevékenységét, valamint tisztáztuk a gyártási kapacitását. Volt már pár évvel ezelőtt kiállításon Kínában, nagyon tetszett a termék, de mivel visszajött minden kapcsolat megszakadt.



**HUNGARY CHINA COMMERCIAL AGENCY**  
**HCCA Consult Kft.**  
1154 Budapest, Damjanich János utca 2.  
[www.hcca.hu](http://www.hcca.hu)

---

### **NAK Export Konferencia 2019. október 2.**

- Információgyűjtés, termék vizsgálat.

A kínai irodánknak megadtuk a szükséges információkat a termék vonatkozásában. Ellenőriztük, hogy a termékre milyen beviteli szabályozás vonatkozik. Vannak-e olyan összetevők, adalékanyagok, melyek tiltó listán vannak, így annak jelenléte kizárhatja teljes mértékben a bevittelt. Jelen esetben nem volt. Meghatároztuk a kapacitásának megfelelő desztinációt, lehetséges üzleti partner típusát. Konkrét példánkban pillanatnyilag havi 5000doboz szabad kapacitással rendelkezik, így számára egy konkrét város prémium delikátesz hálózata az ideális partner.

- Felkészítés.

A termék bemutatkozó anyagának összeállításában segítettünk. Első körben magyarul véglegesítettük, majd ezt elkészítettük kínai nyelven. Átbeszéltük, felkészítettük a várható eseményekre. Például, ha Kínában megjelenünk a kiajánlójával, várható, hogy az internetnek hála, közvetlenül is meg fogják kínai vállalatok keresni, ez nagyon jellemzi Őket, ezt hogyan kezelje stb. De egyelőre nem aktivizáltuk magunkat, mert a következő lépés fontos előtte.

- Árvizsgálat.

Az adott termék Kínai piaci árvizsgálatát végeztük el. Milyen hasonló termékek vannak az adott desztinációban, mennyibe kerülnek, milyen kiszerezésben, hol kaphatóak, milyen cégek forgalmazzák stb.

- Stratégiai vizsgálat.

Az adott termék kínai piacra lépésének kidolgozása. A beszerzett információk figyelembevételével, a céggel közösen kidolgoztuk a piaca lépés stratégiáját. Milyen cégeket keressünk meg, kivel vegyük fel a kapcsolatot stb.

- Megvalósítás.

A megbeszéltek szerint elkezdtek a munkát. Bemutatkozó anyag, minta kiküldése, kapcsolatfelvételek a lehetséges disztribútorokkal, jelentkező cégek ellenőrzése. Jelen pillanatban négy céggel tárgyalunk és készítjük elő a személyes találkozót ügyfelünk és a kínai partnerek között.



**HUNGARY CHINA COMMERCIAL AGENCY**  
**HCCA Consult Kft.**  
1154 Budapest, Damjanich János utca 2.  
[www.hcca.hu](http://www.hcca.hu)

---

**NAK Export Konferencia 2019. október 2.**

A HCCA Ügynökség egy üzleti vállalkozás természetesen. Viszont, mivel cégünk és az Agrárkamara között van egy együttműködési megállapodás, így Agrárkamarai tagok számára az elsődleges konzultáció, elsődleges információgyűjtést Kínában ingyenesen végezzük az Agrárkamarai cégek számára. Így arra bátorítom önöket, hogy éljenek ezzel a lehetőséggel, nézzük meg, hogy az önök cége által gyártott termékének van-e lehetősége a kínai piacon megjeleneni.