

Boštjan Polajžer
Nataša Turk

KAKO USPEŠNO POSLOVATI NA KITAJSKEM



Ljubljana, december 2013

Osnovni podatki o Kitajski za leto 2012

Uradno ime države	Ljudska republika Kitajska
ISO koda države	CN
Število prebivalcev	1,349 milijarde
Površina	9.596.961 km ²
Gostota prebivalcev	141 prebivalcev/km ²
Glavno mesto (št. preb. v mio)	Peking (14,4)
Pomembnejša mesta (št. preb. v mio)	Šanghaj (16,4), Čengdu (8,8), Wuhan (8,5), Shenzhen (11,5), Xi'an (7,1), Tianjin (9,5), Zhengzhou (7,1), Chongqing (9,5), Nanjing (6,4), Guangzhou (9,4)
Glavna pristanišča	Dalian, Guangzhou, Ningbo, Qingdao, Qinhuangdao, Šanghaj, Shenzhen, Tianjin
Valuta	1 Yuan Renminbi (juan) = 10 Jiao = 100 Fen
Oznaka za valuto	CNY
Menjalni tečaj	1 EUR = 8,1735 CNY
Jezik	standardna kitajščina / mandarinščina, kantonščina, šanghajščina ...
Merske enote	1 jin = 0,5 kg; 2,000 jin = 1 t; 1 dan = 50 kg; 20 dan = 1 t; 1 mu = 0,0667 ha; 15 mu = 1 shang = 1 ha
Finančno leto	januar - december
Časovni pas	enoten časovni pas za celotno državo 7 ur pred slovenskim časom (zimski čas) 6 ur pred slovenskim časom (poletni čas)
Pomembnejši prazniki	kitajsko novo leto, ki se ravna po luninih menah (1. - 5. februar 2014) Praznik dela (29. april - 1. maj) Dan državnosti (1. - 7. oktober)

Boštjan Polajžer
Nataša Turk

KAKO USPEŠNO POSLOVATI NA KITAJSKEM



Ljubljana, december 2013

**SPIRIT
SLOVENIJA**
JAVNA AGENCIJA

**I FEEL
SLOVENIA**



REPUBLIKA SLOVENIJA
**MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO**

Gospodarska
zbornica
Slovenije 



VSEBINA

1 POSLOVNO OKOLJE	7
1.1 POLITIČNO OKOLJE	7
1.2 EKONOMSKO OKOLJE	10
1.2.1 Potrošniški trg	14
1.2.2 Izvoz blaga in storitev	15
1.2.3 Prenos tehnologije	20
1.2.4 Uvoz blaga	22
1.3 SOCIALNO OKOLJE	23
1.4 TEHNOLOŠKO OKOLJE	25
2 INVESTICIJSKO OKOLJE	27
2.1 USTANOVITEV PODJETJA	28
2.1.1 Predstavitev zasnove ustanovitve podjetja na Kitajskem	30
2.1.1.1 Predstavnštvo	33
2.1.1.2 Družba v popolni tuji lasti - WFOE	33
2.2 DAVKI IN DRUGE DAJATVE	44
2.3 VZPODBUDE IN DAVČNE OLAJŠAVE	46
2.4 ZAPOSLOVANJE IN STROŠKI DELOVNE SILE	47
3 PREGLED IZBRANIH INDUSTRIJSKIH PANOG	49
3.1 AVTOMOBILSKA INDUSTRIJA, SESTAVNI DELI	49
3.1.1 Značilnost trga	49
3.1.2 Sejmi na področju avtomobilske industrije 2014	51
3.1.3 Koristne spletne strani	51
3.2 HRANA IN PIJAČA	52
3.2.1 Značilnost trga	52
3.2.2 Sejmi na področju industrije prehrane in pijač 2014	55
3.2.3 Koristne spletne strani	55
4 MEDKULTURNE RAZLIKE	57
4.1 POSLOVNA KULTURA	57
4.2 KAKO NAČRTOVATI POSLOVNI OBISK NA KITAJSKEM	59

5 GOSPODARSKI ODNOSI MED SLOVENIJO	
IN KITAJSKO	61
5.1 BLAGOVNA MENJAVA	61
5.2 BILATERALNI SPORAZUMI NA PODROČJU GOSPODARSTVA	63
6 PRILOŽNOSTI ZA SLOVENSKA PODJETJA	65
7 KORISTNI POSLOVNI KONTAKTI	66
7.1 SLOVENSKA POSLOVNA SKUPNOST NA KITAJSKEM	66
7.2 DIPLOMATSKO - KONZULARNA PREDSTAVNIŠTVA	67
8 KORISTNE SPLETNE STRANI	69
8.1 VLADA IN MINISTRSTVA	69
8.2 POSLOVNA ZDRUŽENJA	69
8.3 NEPOSREDNE TUJE NALOŽBE	70
8.4 CARINSKE IN NECARINSKE OMEJITVE	70
8.5 INTELEKTUALNA LASTNINA	71
8.6 VODNIKI PO POSLOVANJU NA KITAJSKEM TRGU	71
8.7 SEJMI	72
8.8 S KITAJSKO POVEZANA DRUŠTVA V SLOVENIJI	72
9 LITERATURA IN VIRI	73

01 POSLOVNO OKOLJE



1.1 Politično okolje

Kitajska je **enopartijsko vodena država**. Komunistična partija Kitajske je na oblasti že od leta 1949, opozicija pa uradno ni priznana. Najvišji odločevalni organ je Nacionalni ljudski kongres. V zdajšnjem mandatu je v njem 2.987 delegatov, ki so izvoljeni za obdobje petih let in zastopajo kitajske province, avtonomne regije, občine in oborožene sile.



Zasedanje Komunistične partije Kitajske novembra 2013
(Central People's Government of PRC 2013)

V tem (prvem) mandatu aktualnega partijskega vodstva **ni pričakovati bistvenih političnih zasukov in novih reform**. Po predvidevanjih naj bi se namreč nadaljevale začete gospodarske reforme in dolgoročna rast gospodarstva, seveda ob še vedno skrbnem političnem nadzoru gospodarstva in zatiranju socialnih nemirov. Pričakovana povprečna letna stopnja realne rasti bruto družbenega proizvoda v obravnavanem obdobju, kot napoveduje kitajska oblast, je 6,6-odstotna, s trendom kasnejšega postopnega upadanja. Po napovedih vlade bi morala rast bruto družbenega proizvoda v prihodnje temeljiti predvsem na večji zasebni potrošnji in manj na dosedanjem modelu prekomernih, državno diktiranih javnih naložb. Napovedi kažejo, da se bo v prihodnjih letih zmanjšal obseg delovno

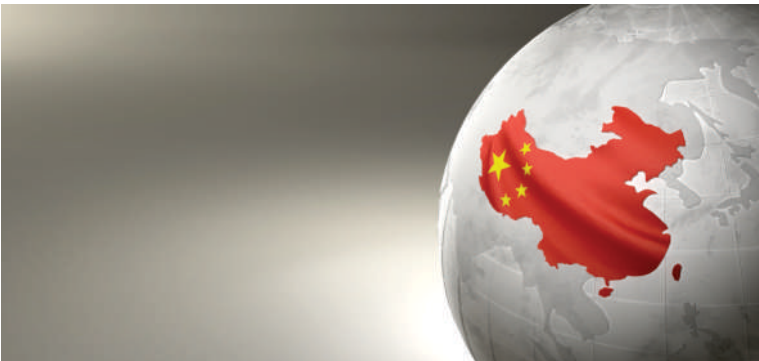
aktivnega prebivalstva, kar bo neposredno vplivalo na zviševanje plač ter inflacijo. Ta bo po napovedih EIU (*Economist Intelligence Unit*) na letni ravni v povprečju dosegla 3,8 odstotka. Kitajske oblasti bodo dovolile zmerno povečanje vrednosti kitajskega juana v primerjavi z ameriškim dolarjem (EIU, 2013).

Administrativna ureditev po ozemlju četrte največje države sveta je po merilih kitajske vlade **22 + 1 provinca** (Anhui, Fujian, Gansu, Guangdong, Guizhou, Hainan, Hebei, Heilongjiang, Henan, Hubei, Hunan, Jiangsu, Jiangxi, Jilin, Liaoning, Qinghai, Shaanxi, Shandong, Shanxi, Sichuan, Yunnan, Zhejiang (tudi Tajvan naj bi bil namreč po mnenju kitajskih oblasti provinca Kitajske), **pet avtonomnih regij** (Guangxi, Nei Mongol (Notranja Mongolija), Ningxia, Xinjiang Uygur, Xizang (Tibet) in **štiri občine** (Peking, Chongqing, Šanghaj, Tianjin). **Posebni administrativni regiji** sta Hong Kong in Macao (CIA, 2013).



Finančno središče v Šanghaju

Pregled osnovne politične ureditve Kitajske



Oblika vlade	enopartijski sistem; Komunistična partija Kitajske (CCP - China Communist Party); generalni sekretar, ki je hkrati član politbiroja in predsednik države, je Xi Jinping
Izvršna oblast	Državni svet (State Council)
Vodstvo države	predsednik Xi Jinping; podpredsednik Li Yuanchao
Zakonodajna oblast	Nacionalni ljudski kongres (NPC - National People's Congress), 2.987 delegatov
Regionalne skupščine in administracije	22 + 1 provinc, 4 občine, neposredno pod nadzorom centralne vlade
Nacionalne volitve	na 18. kongresu je bilo izvoljeno novo vodstvo CCP, katerega mandat je, z možnostjo ponovitve, določen do 2017/2018
Nacionalna vlada	sedemčlanski politbiro CCP odloča o političnih ukrepih in nadzira vse administrativne in izvršilne kadre; predsednik vlade je Li Keqiang, podpredsedniki vlade: Zhang Gaoli, Liu Yandong, Wang Yang, Ma Kai

Vir: EIU, 2013

1.2 Ekonomsko okolje

Gospodarske reforme kitajskega gospodarstva, ki so se pričele leta 1978, pomenijo postopno in počasno prehajanje iz centralno planskega gospodarstva v tržno gospodarstvo. Od začetka gospodarskih reform pa do današnjega dne se je kitajski bruto domači proizvod realno povečal za desetkrat, kar je 500 milijonom ljudi med drugim omogočilo izhod iz revščine. Leta 2010 je Kitajska postala **vodilni izvoznik v svetovnem merilu**, v letu 2012 pa **drugo najmočnejše gospodarstvo sveta**. Na drugi strani pa so podjetja v državni lasti, še zlasti za gospodarske dejavnosti strateškega pomena, še dandanes deležna posebnih, neposrednih državnih finančnih vzpodbud za poslovanje tako na domačem kot tujih trgih. Nadalje država dovoljuje tudi apreciacijo njihove valute, ki se je na primer v obdobju 2005 – 2008 okrepila za 20 odstotkov v primerjavi z ameriškim dolarjem in neposredno pospešuje kitajski izvoz (CIA, 2013).

Struktura bruto družbenega proizvoda v letu 2012 kaže, da je največji del ustvarila industrija, in sicer 45,3 odstotka, sledijo storitve s 44,6 odstotka in kmetijska proizvodnja z 10,1 odstotka.



Nakladanje kontejnerjev

Kitajska je v letu 2012 med **skupinami proizvodov** na svetovne trge **izvozila** največ, 47,1 odstotka celotnega izvoza, strojev in transportne opreme, sledijo različni proizvodi s 26,1 odstotka, materiali s 16,3 odstotka ter kemični proizvodi s 5,5 odstotka. Med **izvoznimi trgi** so s 17,2 odstotka vrednosti kitajskega izvoza na prvem mestu ZDA, sledi Hong Kong s 15,8 odstotka, Japonska s 7,4 odstotka ter Južna Koreja s 4,3 odstotka. Med vodilnimi **skupinami uvoznih proizvodov** je bilo 35,9 odstotka strojev in transportne



Shenzhen, pristanišče Yantian

opreme, 17,2 odstotka mineralnih goriv in olj, 14,8 odstotka surovin ter 9,9 odstotka kemičnih proizvodov. Kitajska je največ, 9,8 odstotka **uvoza**, napravila z Japonsko, sledi Južna Koreja z 9,3 odstotka, ZDA s 7,3 odstotka in Tajvan s 7,3 odstotka (EIU, 2013).

Osnovni makroekonomski kazalci kitajskega gospodarstva

Kazalec / leto	2012	2013 (ocena)	2014 (ocena)	2015 (ocena)
BDP	6.258 mrd	6.999 mrd	8.010 mrd	9.178 mrd
	EUR	EUR	EUR	EUR
BDP na prebivalca	4.713 EUR	5.237 EUR	5.961 EUR	6.803 EUR
Rast BDP	7,8 odstotka	7,9 odstotka	7,7 odstotka	7,5 odstotka
Stopnja nezaposlenosti	6,5 odstotka	6,4 odstotka	6,1 odstotka	5,8 odstotka
Inflacija (letna raven)	2,6 odstotka	3,4 odstotka	3,9 odstotka	4,2 odstotka
Izvoz blaga	1.595 mrd	1.723 mrd	1.907 mrd	2.115 mrd
	EUR	EUR	EUR	EUR
Uvoz blaga	1.345 mrd	1.476 mrd	1.670 mrd	1.902 mrd
	EUR	EUR	EUR	EUR

Vir: EIU, 2013

Kitajsko gospodarstvo se je med **azijskimi hitro rastočimi gospodarstvi** po **povprečnih stroških dela na delavca** v letu 2012 **uvrstilo na tretje mesto**, takoj za Malezijo in Filipini. Plače so se v večini kitajskih provinc v letu 2009 v povprečju povišale za 22,8 odstotka, leto kasneje pa še za dodatnih 20 odstotkov. To je zmanjšalo konkurenčnost proizvodnje nizko-tehnoloških proizvodov in povečalo kupno moč povprečnega kitajskega delavca. Slednji se je na drugi strani soočil tudi z rastjo življenjskih stroškov, ki je bila sicer precej manjša od rasti plač. Državni svet za zaposlovanje je v dvanajstem petletnem planu za obdobje 2011 – 2015 določil, da se bo v tem obdobju kitajska **minimalna plača na letni ravni povečala vsaj za 13 odstotkov**, kar bi v celotnem obdobju povprečnemu državljanu prineslo povišanje plače za vsaj 40 odstotkov.

Povprečna letna rast produktivnosti kitajskega gospodarstva v prihodnjih treh desetletjih

Kazalec / obdobje	2012 - 2020	2021 - 2030	2012 - 2030
Realna rast BDP na prebivalca	6,3 %	3,6 %	4,9 %
Realna rast BDP	6,8 %	3,6 %	5,1 %
Rast produktivnosti dela	6,7 %	4,4 %	5,5 %

Vir: EIU, 2013

Ne glede na zgoraj omenjena dejstva je bila Kitajska, za katero je Mednarodni denarni sklad **v obdobju 2012 – 2017** napovedal **povprečno letno gospodarsko rast v višini 8,5 odstotka** (IMF, 2013) ter državni javni dolg v višini 16 odstotkov bruto domačega proizvoda, po Bloombergovi raziskavi v letu 2012 še vedno **najprivlačnejša država za tuje neposredne investitorje** v industrijske panoge z visoko dodano vrednostjo, in na drugi strani z ekonomijo obsega potrošnje **meka za prodajo dobrin za končnega potrošnika**.

Kitajska oblast se **sooča z neenakomerno gospodarsko razvitostjo provinc, s staranjem prebivalstva in z degradacijo okolja**. Gospodarski razvoj vzhodnih, obalnih provinc je neprimerno hitrejši v primerjavi s provincami za zahodu Kitajske. To je nenazadnje v letu 2011 med drugim povzročilo ekonomsko migracijo 250 milijonov ljudi. Zaradi uveljavljanja tako imenovane politike enega otroka je Kitajska danes ena najhitreje starajočih se narodov na svetu. Slabšanje razmer v okolju, predvsem onesnaženost zraka, erozija tal in upadanje podtalnice, so dolgoročni problemi, ki vplivajo na slabšanje kakovosti življenja. Kitajska si ob naraščanju potreb po energetski oskrbi prizadeva za vzpostavitev sistemov proizvodnje energije iz nuklearnih in obnovljivih virov (CIA, 2013).



Prihod tankerja v pristanišče

Med **težavami**, s katerimi se soočajo **tuja podjetja**, ki poslujejo na kitajskem trgu, so najpogostejše izpostavljene nepredvidljive spremembe poslovnega okolja, absolutno privilegiran položaj kitajskih podjetij v državni lasti v primerjavi s tujimi investitorji, neposredno subvencioniranje izvoza kitajskih podjetij, nespoštovanje pravic intelektualne lastnine, zakonitosti plansko vodenega gospodarstva in vpliv komunistične partije na poslovanje podjetij (USA Commercial Service, 2012, str. 10).

V dvanajstem petletnem planu za obdobje 2011 – 2015 si je Kitajska, da bi stabilizirala in omogočila dolgoročnejšo rast gospodarstva, zastavila cilj **povečanja deleža zasebne potrošnje** iz obstoječih 35 odstotkov bruto domačega proizvoda na 50 odstotkov do leta 2015. S tem naj bi se izognila preveliki odvisnosti rasti gospodarstva od izvoznih aktivnosti. Nadalje je v planu med prioritete umestila varovanje okolja, povečanje energetske učinkovitosti, proizvodnjo vrhunske industrijske opreme, biotehnologijo, povečevanje socialne varnosti z bolj dostopnim izobraževanjem in širšemu krogu ljudi dostopnejšo zdravstveno oskrbo (USA Commercial Service, 2012, str. 8).

1.2.1 Potrošniški trg

Potencial 1,3-milijardnega **trga potrošnikov** se primarno kaže v absolutnem številu, nadalje v strukturi vse bolj starajočega se prebivalstva s povprečno starostjo populacije 35 let in pričakovano življenjsko dobo 75 let ter naraščajočim deležem urbanega prebivalstva. Razpoložljivi dohodek na družinskega člana se povečuje tudi na račun povečanja družinskega proračuna, h kateremu prispevajo plače več kot enega družinskega člana.



*Kitajsko **potrošništvo** je s krepitvijo kupne moči prebivalstva in rastočo urbanizacijo v **polnem razcvetu**, se stalno spreminja, pogleduje po zahodnih dobrinah ter navadah in dandanes dostopa tudi do novih oblik financiranja oziroma kreditiranja. Potrošniki si z uporabo in razkazovanjem **kakovostnih blagovnih znamk** do določene mere pomagajo graditi svoj status v družbi. Osnovno vodilo sodobnih kitajskih potrošnikov srednjega razreda je, da drugi opazijo in vidijo, kaj vse si lahko privoščijo. Nema lokrat na ulicah kitajskih velemest opazite **potrošniški kompromis**, ki ga prakticira omejeno finančno sposoben potrošnik, ko ponosno razkazuje Appleove slušalke, napeljane na v žepu skrbno skrit kitajski mobilni telefon ...*

1.2.2 Izvoz blaga in storitev

Za uspešno poslovanje s Kitajsko je že v začetni fazi potrebna dobro pripravljena in dolgoročno zastavljena strategija. Potrebno se je zavedati povečanega tveganja poslovnih sporov in temu primerno prilagoditi strategijo poslovanja ter upoštevati medkulturne razlike.

Pri poslovanju s kitajskimi partnerji in v izogib poslovnim sporom je potrebno posebno pozornost nameniti **skrbnemu pregledu potencialnega partnerja**. V množici podjetij se namreč lahko pojavljajo tudi tako imenovana lažna podjetja, papirnati tigri, lupine podjetij in zjedavska podjetja. Preveriti je potrebno pravno organizacijsko obliko in registracijo podjetja, finančno stanje in poslovanje (EU SME Centre, 2011a, str. 7).

Nadalje je potrebno preveriti **poslovno licenco**, ki vsebuje podatke o imenu podjetja, naslovu, uradnem zastopniku, registriranem kapitalu, pravno-organizacijski obliki podjetja, registrirani dejavnosti, lastnikih, pogojih in obdobju poslovanja, uradni - letno potrjeni štampiljki lokalne državne ustanove za industrijo in trgovino, AIC (angl. *Administrative Bureau for Industry and Commerce*). Te informacije je mogoče s pomočjo licenciranega kitajskega odvnetnika preveriti pri SAIC (angl. *State Administration of Industry and Commerce*) in regionalnih AIC podružnicah (EU SME Centre, 2011a, str. 7).



Za uspešno poslovanje je potrebna dobra strategija.

Vsak uradni dokument, ki ga izda kitajsko podjetje, mora biti potrjen z uradno, pri pristojnih organih (kot je Public Security Bureau) registrirano **štampljko podjetja** (EU SME Centre, 2011a, str. 10).

Kitajsko podjetje mora imeti **dovoljenje ali licenco** za opravljanje določenih poslovnih aktivnosti. Tudi **pravica za začasno, srednjeročno uporabo zemljišč** je lahko pokazatelj stvarnih poslovnih načrtov podjetja (EU SME Centre, 2011a, str. 11).

Pozorni moramo biti, če se srečujemo s **pritiski partnerjev**, kot so: pritisk na sprejemanje izredno hitrih odločitev, ponujeno ceno, ki bistveno odstopa od konkurenčne na trgu, (ne)usklajenost kitajskih in angleških opisov in kontaktov podjetja, komunikacije preko splošnih e-domen, kot so yahoo, sina.com in 163.com. Pomembno je vzpostaviti telefonski stik preko fiksne telefonske linije. Menjavanje kontaktnih oseb, podatkov o bančnih računih, pritisk na izvršitev posla, nekompetentnost oseb v poslu ipd. so lahko pokazatelj sumljivega posla (EU SME Centre, 2011a, str. 17).

Izvoz blaga na Kitajsko, nemoten prehod blaga čez mejo ter mednarodno plačilo običajno poteka preko **licenciranega uvoznika**, ki ima na Kitajskem registrirano podjetje za opravljanje uvožno-izvoznih poslov in nastopa kot vmesni člen med prodajalcem in kitajskim kupcem (EU SME Centre, 2011b, str. 4).



Izvoz na Kitajsko poteka preko licenciranega uvoznika.

Pogodbo s kitajskim **licenciranim uvoznikom proizvodov** je potrebno skrbno pripraviti in vanjo vključiti jasno opredeljene obveznosti in odgovornosti pogodbenih partnerjev, natančen opis vseh karakteristik proizvoda, ki se bo izvažal, zagotavljanje kakovosti, količin in uporabe merskih enot, ceno in način plačila, zaupnost podatkov, način dostave, veljavnost pogodbe, zavarovanje, način reševanja sporov in uporabo arbitraže (EU SME Centre, 2011a, str. 17).

V osnovi **proces izvoza blaga** na Kitajsko obsega sosledje aktivnosti, kot je razvidno iz naslednje slike.

Proces izvoza blaga

Opredeliti kategorijo proizvoda / storitve za uvoz.
Opraviti registracijo za uvozne licence, kvote pri kitajskem ministrstvu za trgovino.
Zagotoviti skladnost s kitajskimi proizvodnimi / storitvenimi standardi.
Pridobiti certifikat CCC – China Compulsatry Certification, v kolikor je to potrebno.
Zagotoviti ustrezno označevanje in pakiranje proizvodov.
Pripraviti dokumentacijo za carinske in inšpekcijske organe pred samim prihodom blaga v kitajsko namembno luko.
Pripraviti in predvideti časovno in finančno komponento morebitnega inšpekcijskega pregleda.
Poskrbeti za plačilo dajatev in pristojbin.
Po opravljenih carinskih formalnostih sprostiti blago v promet.

Vir: Prirejeno po EU SME Centre (2011b, str. 5)

Po aktualni zakonodaji se **proizvodi in storitve za uvoz** na Kitajsko v osnovi razvrščajo v tri **kategorije**:

- prost uvoz (za določene proizvode je potrebno pridobiti avtomatsko licenco¹ MOFCOM-a),
- omejen uvoz (licence², kvote, sistem izvajanja tarifnih kvot³),
- prepovedan uvoz⁴.

Kitajski uvoznik nadalje poskrbi za **prijavo uvoza blaga** pri pristojnih carinskih oblasteh ter **inšpekcijo blaga** pri AQSIQ - General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (EU SME Centre, 2011c, str. 8). Proizvodi in storitve morajo zadostiti **obveznim nacionalnim⁵ standardom**, na izbiro je še uporaba profesionalnih⁶ in lokalnih standardov ter internih in standardov podjetja (EU SME Centre, 2011b, str. 8).

Pred začetkom izvoznega postopka je za določene proizvode potrebno pridobiti **CCC - China Compulsory Certification**, kitajsko oznako za varnost in kakovost proizvodov. Seznam proizvodov objavljavljata pristojna organa (EU SME Centre, 2011b, str. 9):

- CNCA - Certification and Accreditation Administration, na spletni strani: <http://www.cnca.gov.cn/cnca/cncatest/20040420/column/227.htm> in
- China Quality Certification Centre, na spletni strani: <http://www.cqc.com.cn/english/ProductCertification/CCC/CertificationScope/webinfo/2011/08/1312736507034722.htm>.

Proizvodi, ki se prodajajo na Kitajskem, morajo imeti ustrezne označbe - **etikete** - v kitajskem jeziku, nekateri tudi v angleškem, kot to zahteva AQSIQ (*General Administration of Quality Supervision*), Inspection and Quarantine of the PRC. Zahteve glede vsebine na etiketah se razlikujejo po posameznih vrstah proizvodov.

1 katalog proizvodov, za katere je potrebno pridobiti avtomatsko licenco za uvoz (v kitajskem jeziku): <http://english.mofcom.gov.cn/article/policyrelease/buwei/201212/20121208497947.shtml>; http://www.e-to-china.com/tariff_changes/Policy_Focus/2012/0111/99612.html

2 katalog proizvodov, za katere je potrebno pridobiti licenco za uvoz:

<http://english.mofcom.gov.cn/article/policyrelease/buwei/201212/20121208497947.shtml>

3 trenutno npr. za žitarice, sladkor, bombaž, rastlinska olja; seznam se sproti spreminja

4 npr. proizvodi, storitve, ki ogrožajo državno varnost, zdravje in okolje (npr. orožje, strelivo, droge ...)

5 Standardization Administration of China (SAC): <http://www.sac.gov.cn/>

6 http://www.cssn.net.cn/pages/nv_search/index.jsp (v kitajskem jeziku)

Za določene proizvode, ki jih objavlja AQSIQ - General Administration of quality supervision, Inspection and Quarantine of the PRC, Catalogue of Import-Export Commodities Subject to Compulsary Inspection and Quarantine, velja **obvezen inšpekcijski pregled**.

Pred sprostitvijo blaga v promet je potrebno poravnati vse **dajatve in pristojbine**, ki se nanašajo na uvoz blaga na Kitajsko, kot so uvozne carine, davek na dodano vrednost, mnogokrat tudi davek na potrošnjo, v kolikor je blago pod kvotnimi omejitvami, tudi davek na kvote, če so kvote presežene, pa še temu ustrezno dodatni davek (EU SME Centre, 2011c, str. 10).

SAFE - State Administration of Foreign Exchange - je nadzorni organ za mednarodne finančne transakcije.



*Povprečna informativna carinska stopnja za izvoz proizvodov slovenskega oziroma EU porekla na Kitajsko je v letu 2011 znašala 11,98 odstotka, za industrijske proizvode 11,18 odstotka, za kmetijske pa 22,62 odstotka (ITC, 2013). Celotno **izvozno dokumentacijo in spremljajoče carinske ter ostale dajatve za izvoz na Kitajsko** je mogoče brezplačno preveriti preko vira Evropske komisije, tako imenovane Baze dostopa na trg: <http://madb.europa.eu/madb/indexPubli.htm>, ali preko vira kitajskih carinskih oblasti Export to China: <http://www.e-to-china.com/>.*

1.2.3 Prenos tehnologije

Obstaja več vrst **prenosa tehnologije**: licence (patenti, dizajn, tehnične skrivnosti in know-how / znanje) ter prenos lastništva⁷. V osnovi **proces prenosa tehnologije** na Kitajsko obsega aktivnosti, kot so prikazane na spodni sliki.

Proces prenosa tehnologije

Urediti varovanje intelektualne lastnine
na domačem in kitajskem trgu.

V katalogu legalno dovoljenih tehnologij
za uvoz na Kitajsko kitajskega ministrstva za trgovino preveriti,
če je tehnologijo mogoče prosto uvoziti na Kitajsko;
drugače pridobiti dovoljenje ministrstva.

Narediti skrben pregled potencialnih kupcev tehnologije.

Uskladiti in skleniti pogodbo o prenosu tehnologije.

Registrirati pogodbo.

Vzdrževati redne stike in krepiti zaupanje med partnerji.

Vir: Prirejeno po EU SME Centre (2011b, str. 29)

Kitajski sistem varovanja intelektualne lastnine omogoča zaščito preko patentov, blagovnih znamk in avtorskih pravic. Pravni postopki na Kitajskem so časovno potratni, stroški vložitve prijave in aktivnega varovanja - reševanja sporov - so visoki, prijavna dokumentacija pa mora biti v kitajskem jeziku. Prijavitelji, ki nimajo sedeža podjetja na Kitajskem, morajo prijavo vložiti preko kitajskega odvetnika ali zastopnika. Priporočljivo je, da **podjetja pridobijo formalno pravno varstvo pravic intelektualne lastnine še pred vstopom na kitajski trg** (GZS, 2012).

⁷ zaradi tveganja, da bo prišlo do kršenja pravic intelektualne lastnine, se ta oblika odsvetuje

Patente, blagovne znamke in avtorske pravice upravljajo različni vladni organi, in sicer:

- za patente: State Intellectual Property Office of China - <http://www.sipo.gov.cn/>,
- za blagovne znamke: Chinese Trade Mark Office - <http://www.ctmo.gov.cn/>,
- za avtorske pravice: National Copyright administration - <http://www.ncac.gov.cn/> (GZS, 2012).

Z vstopom Kitajske v Svetovno trgovinsko organizacijo leta 2001 je država odpravila sistem ugovarjanja prijavam intelektualne lastnine tako, da je mogoče registrirano intelektualno lastnino izpodbijati le z dokazovanjem ničnosti registrirane intelektualne lastnine. Vloga za razglasitev ničnosti se lahko vloži kadarkoli. V praksi se tuja podjetja nenehno soočajo s problemi zlorab pravic intelektualne lastnine. Podjetja iz EU se lahko pri reševanju tovrstnih problemov obrnejo na posebej za tovrstno problematiko ustanovljeni center **China IPR SME Helpdesk**, ki aktualne novice objavlja na spletni strani: <http://www.china-iprhelpdesk.eu/>.

S **patenti** upravlja State Intellectual Property Office of China (<http://www.sipo.gov.cn/>). Država pozna tri vrste patentov:

- patent za izume (angl. *patent for invention*): nova tehnična rešitev, ki se nanaša na proizvod, proces ali izboljšave za obdobje 20 let;
- patent z uporabnim modelom (angl. *patent for utility model*): nova tehnična rešitev v zvezi z obliko, s strukturo ali njune kombinacije izdelka, ki je primeren za praktično uporabo za obdobje 10 let;
- patent za model (angl. *patent for design*): nova zasnova oblike, z motivom ali s kombinacijo motivov, kombinacijo barve, z obliko ali vzorcem v proizvodu, ki ustvarja estetski občutek in je primeren za industrijsko uporabo za obdobje 10 let (GZS, 2012).

Izumov, ki so v nasprotju z zakonom, moralo, ki škoduje javnemu interesu, snovi, pridobljene s pomočjo jedrske transformacije in podobno, ni mogoče patentirati (GZS, 2012).

Za upravljanje z **blagovnimi znamkami** je pristojen Chinese Trade Mark Office - <http://www.ctmo.gov.cn/>. Zaščita blagovne znamke deluje po pravilu „first-to-file“, kar pomeni, da ima oseba, ki prva registrira znamko, splošno prednost pred ostalimi subjekti. Blagovna znamka se lahko izbriše iz registra, če je lastnik ne uporablja tri ali več zaporednih let po vpisu (GZS, 2012).

1.2.4 Uvoz blaga

Pri iskanju zanesljivega dobavitelja na Kitajskem se je, poleg priporočil, zapisanih v poglavju 1.2.2, potrebno držati vsaj še osnovnih pravil, kot so:

1. dobro **spoznati potencialnega dobavitelja**:
<http://info.hktdc.com/authentication/>,
2. povezati se s **slovenskimi podjetji, predstavništvi slovenskih podjetij, poslovnimi**, ki delujejo na Kitajskem in v Hong Kongu (SPIRIT Slovenija, 2013b):
[http://www.izvoznookno.si/Dokumenti/Slovenska%20podjetja%20na%20Kitajskem%2012-2011\(1\).pdf](http://www.izvoznookno.si/Dokumenti/Slovenska%20podjetja%20na%20Kitajskem%2012-2011(1).pdf),
3. proučiti potencialno zanimive **nabavne vire**, kot jih priporoča hongkonški trgovinski razvojni center (**HKTDC**, 2013):
 - E-katalogi skupin proizvodov:
<http://www.hktdc.com/mis/pm/en/s/product-magazine-magazine-enterprise.html>,
 - Virtualno B2B stičišče:
<http://www.hktdc.com/suppliers/china-wholesale-suppliers/en>,
 - Mala naročila (100 do 1.000 kosov): <http://small-order.hktdc.com/>,
4. preveriti **nabavne vire**, kot jih priporoča kitajsko ministrstvo za trgovino (**MOFCOM**, 2013a):
 - China Commodity Net: <http://ccne.mofcom.gov.cn/>,
 - World Importers Net: <http://win.mofcom.gov.cn/en/>,
 - China Sourcing: <http://en.chinasourcing.org.cn/>.

1.3 Socialno okolje

Na Kitajskem, ki je po površini primerljiva s površino ZDA, po številu prebivalcev pa je z 1,3 milijarde najštevilčnejša država na svetu, je bilo v letu 2012 kar **171 mest z več kot milijon prebivalci**. V letu 2011 je delež urbanega prebivalstva, ki je v absolutnem številu presegel 690 milijonov, prvič presegel delež ruralnega prebivalstva. Statistično gledano je **bruto družbeni proizvod na prebivalca, ki je živel v mestu**, v letu 2011 znašal **3.454 ameriških dolarjev**, medtem ko je na prebivalca podeželja približno tretjino tega, natančneje 1.105 ameriških dolarjev (USA Commercial Service, 2012, str. 9).

Pod pragom revščine, kar je po kitajskih merilih letni zaslužek na prebivalca pod 2.300 kitajskih juanov oziroma približno 1,8 ameriškega dolarja na dan, je leta 2011 živelo **13,4 odstotka prebivalstva** Kitajske, kar je v absolutnem pomenu drugo najštevilčnejše prebivalstvo na svetu (CIA, 2013).



Kitajska ima kar 171 mest z več kot milijon prebivalci.



Delež mlade populacije vztrajno upada.

Prebivalstvo se zaradi desetletij uveljavljene politike enega otroka⁸ in dviga pričakovane življenjske dobe **izrazito stara**. Tako je bilo v letu 2011 že **8,4 odstotka prebivalcev starejših od 65 let**. V zadnjih sedmih letih se je življenjska doba v povprečju povečala za 0,16-odstotne točke na leto. **Delež populacije pod 15 let** je v letu 2011 znašal **19,1 odstotka** in se je v zadnjih sedmih letih v povprečju zmanjšal za 0,17-odstotne točke na leto. **Pričakovana življenjska doba** na Kitajskem rojenega moškega je danes 71,6 leta, ženske 75 let. Pri obeh spolih se je življenjska doba v zadnjih sedmih letih povečala za 1,3 leta (OECD, 2013).



Zaradi selekcije pred rojstvom je bilo **razmerje med moškimi in ženskami** v letu 2013 1,12 : 1 v prid moškega spola (CIA, 2013).

⁸ Na zadnjem, tretjem plenumu Komunistične partije, ki je potekal novembra 2013, so izglasovali spremembo na področju načrtovanja družine: parom, kjer je eden od partnerjev edinec, je dovolila dva otroka.

1.4 Tehnološko okolje

Po podatkih kitajske vlade je **60 odstotkov različnih vrst kitajskih tehnologij**, od jedrske energije in fizike, vesoljske tehnologije in biologije do informacijske tehnologije, že **zelo blizu ali pa celo na ravni svetovno znanih tehnologij**. Kitajska je tako oktobra 2003 kot tretja država na svetu uspešno izstrelila vesoljsko plovilo s človeško posadko, v obdobju 1970 do 2000 pa v zemeljsko orbito poslala 75 satelitov ter razvila 12 modelov nosilnih raket dolgega doseg. Decembra 2013 je na luni pristalo tudi prvo kitajsko vesoljsko vozilo.



Kitajska vesoljska tehnologija sodi med razvitejše na svetovni ravni.

Nacionalna strategija razvoja znanosti in tehnologije je z letom 2002 doživela zasuk. Iz sledilca tehnološkega razvoja je Kitajska začela postajati nacija z lastnimi, neodvisnimi inovacijami in tehnologijami. Na državni ravni je vlada ustanovila številne razvojne cone za visoko tehnologijo, v katerih delujejo visoko tehnološka podjetja. Le-ta veliko prispevajo h gospodarski rasti kitajskega gospodarstva (Central People's Government of PRC, 2013).

Chinese Academy of Sciences (CAS) je najvišji kitajski akademski inštitut naravoslovnih znanosti. National Natural Science Foundation of China (NSFC) nudi strokovno in finančno podporo bazičnim raziskavam in aplikativnim razvojnim projektom (Central People's Government of PRC, 2013).

V letu 2011 je imelo po podatkih OECD **30,9 odstotka gospodinjestev dostop do interneta**. Povprečen kitajski uporabnik interneta le-tega uporablja skoraj 19 ur na teden (OECD, 2013).



02 INVESTICIJSKO OKOLJE



Kitajsko tržišče predstavlja zelo velik poslovni in trgovski potencial. Spremembe na številnih področjih so povzročile velike premike tako v tržnem okolju kot tudi na mikro in makro ravni gospodarstva. Tržno okolje se je v zadnjih dvajsetih letih močno spremenilo. Postalo je bolj prilagodljivo, deloma pa se je otreslo tudi neposrednega državnega nadzora. Posledično se je povečal pritok tujih naložb, kar je obenem prispevalo k stabilni rasti bruto družbenega proizvoda.

Na Kitajskem je razvit kompleksen sistem spodbujanja tujih naložb v tako imenovanih **prostih ekonomskih conah** (angl. *SEZs - Special Economic Zones*). Te se nahajajo v posebnih področjih večjih mest, kot so Šanghaj, Shenzhen, Shantou, Zhuhai, Xiamen in Hainan, v štirinajstih obalnih mestih, razvojnih conah in posebej določenih mestih v notranjosti države, ki privabljajo investitorje s posebnimi investicijskimi in davčnimi spodbudami. Poleg teh obstaja cela vrsta prostocarinskih pristanišč.

Ob načrtovanju ustanavljanja pravno-organizacijskih oblik na Kitajskem se je potrebno zavedati, da je **vsak vstop na kitajsko tržišče dolgotrajen in povezan z velikimi vstopnimi stroški**.



Vstop na kitajsko tržišče ni poceni.



2.1 Ustanovitev podjetja

Temeljni **zakon**, ki ureja ustanavljanje podjetij na Kitajskem, je Zakon o gospodarskih družbah Ljudske Republike Kitajske (angl. *Company Law Of The People's Republic Of China*), ki je stopil v veljavo 1. julija 1994.

Najpomembnejši zakoni, ki jih je treba upoštevati ob ustanovitvi podjetja, so še (China.org, 2013):

- The Law of the People's Republic of China on Chinese-Foreign Joint Ventures,
- Procedures of the People's Republic of China for the Registration and Administration of Chinese-Foreign Joint Ventures,
- Provisions of the People's Republic of China for Labor Management in Chinese-Foreign Joint ventures,
- Interim Procedures for the Handling of Loans by the Bank of China to Chinese-Foreign Joint Ventures,
- The Income Tax Law of the People's Republic of China Concerning Chinese-Foreign Joint Ventures,
- Detailed Rules for the Implementation of the Law of the People's Republic of China on Sino-Foreign Contractual Joint Ventures,
- Rules for the Administration of Employment of Foreigners in China,
- Detailed Rules For The Implementation Of The Law Of The People's Republic Of China On Sino-Foreign Contractual Joint Ventures,
- Rules for the Implementation of the Income Tax Law of the People's Republic of China Concerning Chinese-Foreign Joint Ventures,
- The Income Tax Law of the People's Republic of China Concerning Foreign Enterprises,
- Interim Provisions of the State Council of the People's Republic of China for the Control of Resident Representative Offices of Foreign Enterprises,
- The Law of the People's Republic of China on Enterprises Operated Exclusively with Foreign Capital,
- Notice of the General Administration for Industry and Commerce of the People's Republic of China Concerning the Handling of Registration Matters by Resident Representative Offices of Foreign Enterprises,
- Interim Regulations on Foreign Exchange Control of the People's Republic of China,
- Provisions on the Establishment of Foreign-Funded Construction Enterprises.

Najpogostejše **pravno-organizacijske oblike**, ki jih uporabljajo tuji investitorji na Kitajskem, so (Dezan, 2012, str. 8):

- **predstavništvo** (angl. *RO - Representative Office*),
- **podjetja v popolni tuji lasti** (angl. *WFOE - Wholly Foreign Owned Enterprise*); oblika družbe, ki je v 100-odstotni lasti enega ali več tujih podjetij. Običajno jih tuja podjetja ustanovijo za proizvodnjo oziroma sestavljanje izdelkov, ki gredo v izvoz. Predstavljajo skoraj dve tretjini tujih naložb,
- **skupne naložbe** (angl. *JV - Joint Venture*) v mešani lasti med tujim investitorjem in lokalnim investitorjem. Obstajajo **lastniške** (angl. *EJV - Equity Joint Venture*) in **pogodbene** (angl. *CJV - Contract Joint Venture*) skupne naložbe. To je oblika družbe, pri kateri se tuje podjetje poveže s kitajskim poslovnim partnerjem, pri čemer je najpogostejši razlog za takšno obliko družbe prodor na kitajsko tržišče,
- **družba z omejeno odgovornostjo** (angl. *LLC - Limited Liability Company*),
- **tuja delniška družba** (angl. *FICLS - Foreign Invested Company limited by shares*).

Oblike in organizacijo družb na Kitajskem določa Zakon o družbah (ang. *China Company Law*), tuje naložbe ureja Zakon o podjetjih v popolni tuji lasti, lastniške skupne naložbe pa ureja Zakon o lastniških skupnih naložbah.



Ustanovitev in poslovanje podjetij na Kitajskem opredeljuje vrsta zakonov.

2.1.1 Predstavitev zasnove ustanovitve podjetja na Kitajskem

Potek ustanovitve podjetja smo zasnovali po korakih. Vsak od devetih korakov pomeni fazo, ki jo je treba izpolniti, da bi lahko pristopili k naslednjemu koraku.

I. korak

Po (poslovni) odločitvi o ustanovitvi družbe na Kitajskem ter opredelitvi njenega delovanja, namena ustanovitve in oblike družbe **je treba pripraviti ustrezno dokumentacijo za ustanovitev družbe**. V tej fazi definiramo strategijo in razvojni načrt družbe ter vse ključne dejavnike za delovanje družbe v skladu z lokalnimi predpisi in s politiko matične družbe.

II. korak

Izberemo primerno lokacijo, kjer naj bi družba poslovala. Predvideti moramo vse dejavnike za uspešno delovanje družbe, saj nekatere lokacije niso najbolj primerne za določene poslovne dejavnosti. Prav tako je pomemben dejavnik infrastruktura ter logistične poti, še posebej, če se odločamo z vidika stroškov najema delovne sile. Ta je v notranjosti namreč precej cenejša in »primernejša« z vidika davčnih olajšav. Olajševalne okoliščine pa niso vedno pozitivne, predvsem če pri tem upoštevamo tudi infrastrukturo in logistiko.

III. korak

Iskanje primerne lokacije na mikro ravni smo strnili v tretji korak, kjer iščemo najbolj primerno lokacijo v že izbrani regiji oziroma mestu za izbran segment industrije oziroma storitev. Upoštevati moramo vse dejavnike, ki lahko pozitivno ali negativno vplivajo na dolgoročni razvoj družbe. Pomembno je, kakšno lokacijo bomo izbrali, v kateri ekonomski coni ali izven nje, kakšne so olajšave v posamezni coni oziroma izven nje, lokalna zakonodaja, ekspanzija in podobno.

IV. korak

Četrty korak predstavlja začetek **registracije družbe pred lokalnimi oblastmi**. Gre za pridobivanje in izpolnjevanje dokumentacije za registracijo družbe na izbrani lokaciji v skladu z nacionalnimi in lokalnimi predpisi. Če smo za našo lokacijo izbrali ekonomsko cono, nam ta pomaga pri registraciji družbe preko njihove registracijske pisarne, tako imenovane enokontaktne točke (angl. *one-stop office*⁹).

⁹ One-stop office je pisarna, kjer se izpolnijo in s pomočjo uslužbencev predajo vsi dokumenti za registracijo družbe.

V. korak

Zelo pomemben korak je **registracija intelektualne lastnine**. S tem zavarujemo svoje znanje in tehnologijo, ki jo nameravamo izvoziti na Kitajsko, seveda če je to mogoče. S petim korakom se konča uradna registracija družbe in pridobivanje licence za poslovanje s strani kitajskih oblasti.

VI. korak

Zaposlovanje je eden ključnih dejavnikov. Pomembno je, da izberemo primeren kader za opravljanje dejavnosti, ki ga je običajno dovolj na tržišču. Dober in izobražen kader z referencami je drag, saj je plača primerljiva s slovensko ali celo evropsko, zlasti če gre za vrhunsko znanja. Pomembne so tudi pogodbe, ki naj bi se letno obnavljale, saj se s tem zavarujemo pred morebitnimi neželenimi učinki tako imenovane kitajske delavske politike zaposlovanja. V tem koraku družba postavi vse vitalne funkcije družbe za poslovanje.

VII. korak

Družba **išče lokalne dobavitelje surovin in drugih repromaterialov**. Izbira lokalnih dobaviteljev mora biti premišljena in strateško naravnana, saj morajo biti lokalni viri karseda zanesljivi. Pomembno je tudi, da ima družba vedno eno ali dve alternativni možnosti, če primarni dobavitelj ne izpolni svojih pogodbenih obveznosti.

VIII. korak

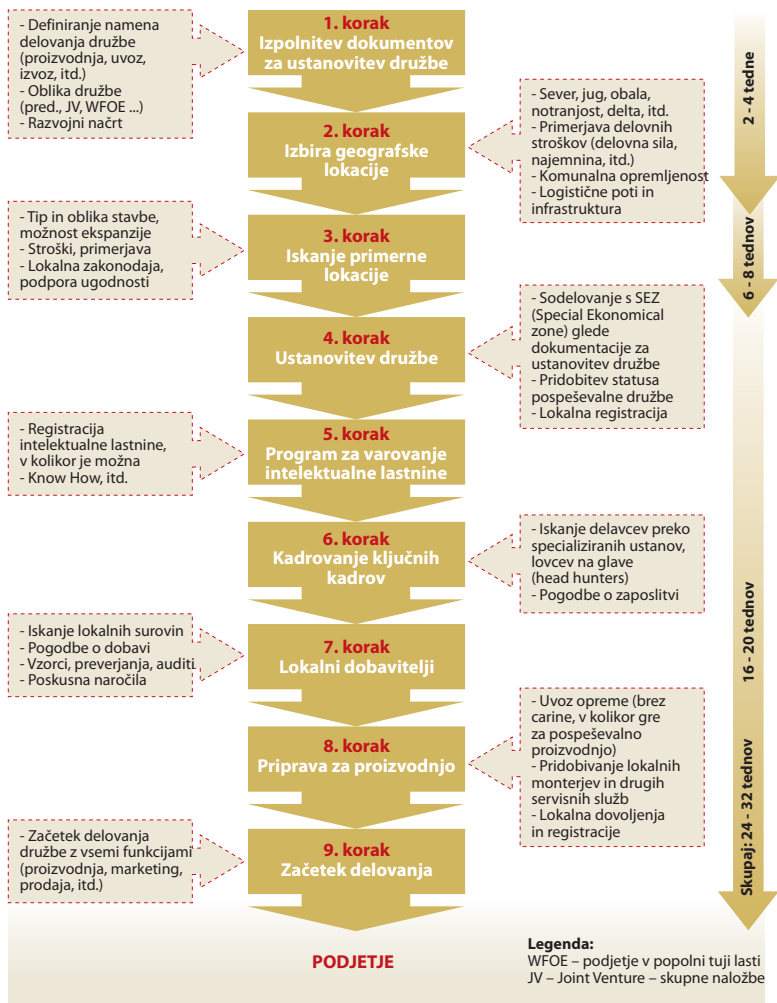
Če gre za spodbujevalno oziroma pospeševalno proizvodnjo s **kitajskega spodbujevalnega seznama, ima investitor pravico do uvoza strojev in opreme brez carine**. Seveda pa je to smiselno preveriti že na samem začetku projekta ustanovitve družbe na Kitajskem. Predhodno je treba preveriti, ali se proizvodnja družbe, ki se namerava registrirati na Kitajskem, nahaja na tem seznamu. V tem primeru ji namreč pripadajo določene ugodnosti in pravice. V tem koraku gre tudi za zaključno fazo vseh bistvenih elementov za delovanje družbe.

IX. korak

Družba začne **polno obratovati** z vsemi zmogljivostmi v približno 24 do 32 tednih, ob predpostavki, da investitor dobro pozna postopek registracije družbe in da je strategija nastopa ter delovanja družbe na Kitajskem dobro zastavljena.

V predhodno navedenih korakih je predstavljen potek ustanavljanja družbe WFOE oziroma podjetja v popolni tuji lasti, ki pa je v veliki meri odvisen od registracije družbe in tudi namena delovanja.

Ustanovitev podjetja na Kitajskem



2.1.1.1 Predstavništvo

Predstavništvo (angl. *RO - Representative Office*) je najpogostejša oblika poslovne licence, ki jo tuja podjetja uporabljajo **ob prvem vstopu na kitajsko tržišče**. Seveda pa s to obliko podjetje ne more poslovati oziroma izdajati računov. Primarno je namenjena **pospeševanju direktne prodaje in promociji**. S to obliko lahko podjetje najame delovni prostor in lokalno delovno silo.

Predstavništvo lahko opravlja naslednje aktivnosti:

- išče stranke za matično podjetje in direktno prodajo,
- nadzira in usmerja nabavne vire za matično podjetje,
- nadzira kakovost nabavnih virov,
- izvaja promocijo za matično podjetje,
- izvaja tržne raziskave za matično podjetje,
- izvaja druge dejavnosti, ki niso profitnega značaja.

Predstavništva se v večini primerov ustanavljajo v mestnih centrih v zgradbah tipa A. Zgradba tipa A pomeni, da ima lastnik zgradbe pravico oddajati poslovne prostore tujcem. Vsaka zgradba ne sodi v ta okvir, zato se je treba predhodno pozanimati glede možnosti najemodajalca. Seveda obstajajo tudi izjeme. Najem mora biti sklenjen za najmanj eno leto.

Vsako predstavništvo mora imeti vodjo predstavništva (angl. *Chief Representative*), ki je pooblaščen in odgovoren za vodenje in poslovanje predstavništva na Kitajskem.

Predstavništva ne morejo izdajati računov in ne morejo delovati kot profitna organizacija. Ne glede na zakon pa predstavništva zaračunavajo storitve, ki jih opravljajo za stranko, vendar pa ne morejo izdati uradnega računa »*fapiao*¹⁰«. Takšen račun izda matično podjetje, kamor se izvede tudi finančna transakcija.

2.1.1.2 Družba v popolni tuji lasti – WFOE

Družba v popolni tuji lasti (angl. *WFOE - Wholly Foreign Owned Enterprise*) je najbolj razširjena oblika, ki jo pri poslovanju uporabljajo tuji investitorji na Kitajskem.

¹⁰ Fapiao (发票) – uraden kitajski račun, registriran pri lokalni davčni pisarni.

Ta oblika družbe **omogoča tujim vlagateljem, da na kitajskem tržišču nastopajo samostojno in neodvisno, hkrati pa jim omogoča popoln nadzor nad vsemi posli družbe.**

Družbo v popolni tuji lasti je mogoče registrirati za tri glavne namene:

- storitveni WFOE,
- trgovski WFOE (angl. *FICE - Foreign-invested Commercial Enterprise*),
- proizvodni WFOE.

Najpoglavitnejši del ustanovitve WFOE je akt o ustanovitvi. Ta mora biti izdelan zelo strokovno, da kasneje ne bi prihajalo do kakršnih koli nevšečnosti s kitajskimi oblastmi. Med pomembnejše člene, ki jih mora vsebovati akt o ustanovitvi, sodita tudi prenos dobička v tujino in likvidacija podjetja (Dezan, 2006, str. 31).

Za ustanovitev in registracijo je potrebna vrsta dokumentov, ki se razlikujejo od province do province.

Osnovni kapital družbe je odvisen od lokacije ustanovitve podjetja in področja delovanja oziroma registracije podjetja ter okoliščin. Minimalni zahtevani kapital znaša 30.000 kitajskih juanov za družbo z več lastniki ter 100.000 kitajskih juanov za družbo z enim lastnikom.

Kitajska trenutno izvaja politiko "ničelnega registriranega kapitala" za domača podjetja v mestih Shenzhen, Zhuhai, Dongguan in Shunde. Ta omogoča podjetjem registracijo družb brez začetnega kapitala. Vendar pa je treba v ustanovnem aktu družbe opredeliti način, količino in časovni razpored morebitne dokapitalizacije. Čeprav je ta politika trenutno veljavna le za domača (kitajska) podjetja, obstaja možnost, da bo to v prihodnje veljalo tudi za tuje naložbe, zato je to informacijo pred vstopom na kitajski trg smiselno preveriti (China Briefing, 2013).

Družba WFOE je registrirana kot **družba z omejeno odgovornostjo**, v kateri so posebej navedene odgovorne osebe. Kitajske oblasti takšno družbo registrirajo za minimalno obdobje 10 let, največ pa 30 let - odvisno od panoge ali okolja, kjer bo novonastala družba delovala. Po izteku tako imenovane življenjske dobe družbe jo je mogoče podaljšati za nadaljnjih 20 let. Tako lahko družba obstaja največ 50 let. Med tem časom je možno družbo pod posebnimi pogoji likvidirati (CCPIT, 2002, str. 46).

Družba WFOE lahko posluje v okviru dovoljenj, pridobljenih od državnih organov. Takšna družba torej lahko posluje le za dejavnosti, za katere je bila registrirana. Nadaljnja razširitev dejavnosti je odvisna od razširitve registracije oziroma predregistracije dejavnosti. Po navedbah Dezana (2006, str. 11–18) kitajske oblasti delijo **tuje naložbe** na štiri kategorije: na spodbujevalne (angl. *encouraged*), dovoljene (angl. *permitted*), omejene (angl. *restricted*) in nedovoljene (angl. *prohibited*). Med **spodbujevalne** sodijo predvsem nova znanja in tehnologije ter oprema, ki lahko pripomorejo k napredku kitajskega gospodarstva na vseh področjih. Med **omejene** dejavnosti sodijo dejavnosti, ki so že tehnološko zastarele, okolju neprijazne dejavnosti, izkoriščanje naravnih virov ter industrija, ki je še v fazi liberalizacije (trenutno npr. bančni sistem). Med **dovoljene** sodijo vse tiste dejavnosti, ki niso zajete med ostalimi tremi kategorijami. **Prepovedane** dejavnosti pa so dejavnosti, ki se neposredno navezujejo na nacionalne interese, močno vplivajo na okolje in ljudi ter na ekosistem.

Pri registraciji družbe je treba upoštevati tudi višino tuje naložbe, ki mora biti odobrena bodisi s strani lokalnih oblasti bodisi s strani NDRC¹¹. Tuje naložbe so v določenih sektorjih omejene na določeno vsoto.

Kitajske oblasti lahko glede na zakonodajo **zavrnejo registracijo družbe WFOE iz petih razlogov** (Dezan, 2006, str. 9):

- nevarnost družbe za kitajsko državo,
- kršitev kitajske zakonodaje in predpisov,
- škodljivost glede na nacionalni interes in suverenost države,
- neskladnost s politiko nacionalnega razvoja kitajskega gospodarstva,
- onesnaževanje okolja oziroma okolju neprijazna industrija.

¹¹ NDRC – nacionalna razvojna in reformna komisija (angl. National Development and Reform Commission)



Minimalni registrirani kapital se **razlikuje glede na panoge in provinco**, kar pomeni, da je lahko minimalni kapital različen v Pekingu in Tjjanjinu ali kateri drugi provinci. Priporočljivo je, da tuji investitorji predhodno raziščejo lokalne zakonske zahteve in se nato odločijo registrirati in ustanoviti družbo tam, kjer je zanje najbolj ugodno pravno in davčno okolje, kjer so ugodnosti za tuje investitorje ter ustrezna lokacija in infrastruktura. Višina minimalnega ustanovnega kapitala je odvisna tudi od višine tuje naložbe in od študije izvedljivosti, ki jo je treba priložiti ob registraciji podjetja. Na podlagi predložene študije izvedljivosti lokalni državni organ določi višino minimalnega potrebnega kapitala. Minimalni registrirani kapital se določi za vsak primer posebej in je izražen v odstotku od celotne tuje naložbe, navedene v študiji izvedljivosti. Minimalni registrirani kapital je kapital, za katerega tuji investitor odgovarja z vsem svojim premoženjem (Dezan, 2006, str. 21).

Na Kitajskem razlikujejo proizvodnjo tudi glede na **tip proizvodnje in samih produktov**. Tako so lahko nekatere panoge privilegirane glede dajatev, saj poznajo davčne olajšave glede na vrsto proizvodnje. Na Kitajskem namreč obstaja pospeševalna lista (angl. *encouraged list*), kjer so navedene spodbujene vrste proizvodnje. Med te denimo sodi napredna tehnologija (angl. *high-tech*), ki ima posebno davčno olajšavo po sistemu 2 + 3, kar pomeni, da so te družbe dve leti oproščene kakršnega koli davka na dobiček, v naslednjih treh letih pa imajo splošno 50-odstotno davčno olajšavo na dobiček.

Davek na dobiček (angl. *CIT - Corporate Income Tax*) je odvisen od lokacije, kjer je ustanovljena družba WFOE. Vsesplošni davek na dobiček družb od leta 2008 znaša 25 odstotkov, v odprtih mestih in drugih področjih je znižan na 24 odstotkov, v ekonomskih, razvojnih in prostocarinskih conah pa na 15 odstotkov. V nekaterih panogah, kot sta kmetijstvo in visoka tehnologija, je možna oprostitev plačila davka na dobiček za dobo od petih do osmih let, kar predpišejo kitajski organi ob dovoljenju za ustanovitev družbe.

Družba WFOE, ki se ukvarja s prodajo na kitajskem tržišču, mora plačevati **davek na dodano vrednost**, ki znaša 17 odstotkov, prav tako pa mora plačevati **carinske dajatve** na uvoženo blago po veljavni carinski tarifi.

Registracija proizvodne družbe WFOE običajno traja od dva do štiri mesece, odvisno od vrste proizvodnje in lokacije. Družba lahko začne delovati z izdajo poslovne licence (angl. *business licence*).

Proces registracije družbe WFOE

V nadaljevanju predstavljamo proces registracije družbe v popolni tuji lasti (WFOE), pri katerem so upoštevani vsi bistveni koraki, pomembni za registracijo. Treba je upoštevati, da je shematični prikaz procesa registracije družbe WFOE namenjen zlasti lažji predstavitvi, saj lahko v praksi zaradi določenih posebnosti pride do odstopanj.

Za registracijo oziroma izdajo licence za poslovanje je potrebnih približno od šest do osem tednov. Vendar pa družba po tem času še ne more delovati, saj mora prej opraviti še druge registracijske postopke pred državnimi organi, kot so davčni, carinski, inšpekcijski in drugi postopki. Za pridobitev vseh licenc in odprtje tako računa v domači valuti, kot deviznega računa, pa je potrebnih od 16 do 20 tednov. Seveda se lahko vsak postopek še podaljša - odvisno od pravilnosti dokumentacije, ki jo predložimo posameznemu državnemu organu. Trajanje postopka je odvisno tudi od province in lokalne zakonodaje.

Proces ustanovitve družbe WFOE je slikovno ponazorjen na strani 43 in je razdeljen na štiri korake. To pa še ne pomeni, da lahko podjetje praktično že začne s poslovanjem. Do dokončanja registracije je še kar nekaj postopkov, nekateri se prekrivajo oziroma jih je možno opraviti sočasno, nekaterih pa ni mogoče opraviti pred predhodnim korakom.

Potek registracije družbe v popolni tuji lasti (WFOE) lahko strnemo v štiri korake.

1. korak

Prvi korak je **predregistracija imena družbe** pri lokalni državni ustanovi za industrijo in trgovino (angl. *AIC - Administrative Bureau for Industry and Commerce*). Ime družbe mora biti dvojezično - v nacionalnem, kitajskem jeziku in mednarodnem ali lokalnem jeziku investitorja. Ime družbe v kitajščini mora biti sestavljeno iz štirih besed:

- prva beseda – lokacija / ime mesta,
- druga beseda – ime družbe / proizvoda,
- tretja beseda – področje delovanja,
- četrta beseda – oblika družbe.

Imena, kot so China, Sino in International, v kitajskem jeziku niso dovoljena, dovoljena pa so v navedbi v mednarodnem ali nacionalnem jeziku investitorja. Vedno je treba predlagati še dve pomožni izpeljanki v kitajskem jeziku. Predregistracija imena po vložitvi vloge traja do največ pet delovnih dni.

II. korak

Glede na zakon o ustanavljanju družb v popolni tuji lasti (PRC WFOE Law) in podzakonske akte iz aprila 2001 je potrebna **pridobitev** oziroma **soglasje za projekt s strani lokalnega odobritvenega urada**, kjer se bo ustanovil WFOE. Projekt mora vsebovati:

- namen ustanovitve WFOE, proizvodni načrt in predvideno tržišče,
- področje delovanja in obseg poslovanja ter opis predvidenih proizvodov oziroma storitev,
- financiranje, finančni načrt in vrednotenje,
- uporaba tehnologije in opreme,
- predvidena velikost zemljišča in izbira kraja,
- kadri in plače,
- infrastrukturne zahteve (voda, elektrika, telefon itd.).

Prav tako je treba lokalnemu odobritvenemu uradu predložiti naslednje **dokumente**, prevedene v kitajski jezik:

- prošnjo za ustanovitev družbe WFOE,
- študijo izvedljivosti,
- člene ustanovitvenega akta bodoče WFOE (statut),
- predlog predsednika in članov uprave skupaj s pismom imenovanja,
- dokument o ustanovitvi družbe s strani investitorja, uradno preveden v kitajščino,
- bančno kreditno potrdilo s strani investitorjeve banke (izdano v roku treh mesecev), uradno prevedeno v kitajščino,
- pogodba oziroma predpogodba o najemu prostorov oziroma zemljišča,
- odgovor lokalnega odobritvenega urada glede predregistracije imena družbe,
- registracijo družbe v matični državi, overjeno s strani kitajskega ministrstva za zunanje zadeve in veleposlaništva, uradno prevedeno v kitajščino,
- potrdilo o ustanovnem kapitalu matične družbe, overjeno s strani kitajskega ministrstva za zunanje zadeve in veleposlaništva, uradno prevedeno v kitajščino,
- opis investitorjeve dejavnosti (registracija dejavnosti, statut, letno poročilo, internetna stran in drugi pomembni dokumenti o obstoju in poslovanju družbe).

Odobritveni urad mora v skladu z zakonodajo izdati odločbo o odobritvi projekta v roku 90 dni po prejemu popolne dokumentacije. Vsa dokumentacija mora biti vložena v kitajskem jeziku oziroma mora biti uradno prevedena.

Družba v popolni tuji lasti, ki se namerava registrirati kot proizvodna družba WFOE, mora zaprositi za okoljevarstveno poročilo pooblaščenih okoljevarstvenih agencij. Poročilo izdajo po pregledu lokacije proizvodnje in bistvenih elementov, ki vplivajo na izdajo poročila, kot so protipožarni sistem, odvod odpadnih voda in vpliv hrupa na okolje.

III. korak

Po pridobitvi odobritve projekta je treba v roku 30 dni vložiti vlogo za odobritev in **izdajo licence za poslovanje pri lokalni državni ustanovi za industrijo in trgovino (AIC)**. Za izdajo licence je treba predložiti podobne dokumente, kot je že omenjeno v drugem koraku, in sicer:

- registracijo družbe v matični državi, overjeno s strani kitajskega ministrstva za zunanje zadeve in veleposlaništva, uradno prevedeno v kitajščino,
- bančno kreditno potrdilo investitorjeve banke (izdano v roku treh mesecev), uradno prevedeno v kitajščino,
- fotokopijo potnega lista uradnega predstavnika tujega investitorja in eno fotografijo,
- statut družbe,
- ime družbe, namen poslovanja, registrirani kapital, poslovne določbe,
- najemno pogodbo,
- življenjepis direktorja, fotokopijo potnega lista in eno fotografijo,
- študijo izvedljivosti,
- poročilo urada za varovanje okolja.

Lokalna državna ustanova za industrijo in trgovino (AIC) mora v roku 30 dni po vložitvi vse dokumentacije izdati licenco za poslovanje družbe WFOE. Po izdaji licence je pravno-formalno ustanovljena družba v popolni tuji lasti WFOE.

IV. korak

Po izdaji poslovne licence je treba družbo registrirati še pri nekaterih drugih državnih uradih in pridobiti dovoljenja, odvisno od narave in namena poslovanja. Ne glede na namen pa je treba pridobiti **dovoljenja**, kot so prikazana v tabeli na strani 41.

Postopki po pridobitvi poslovne licence za poslovanje družbe WFOE

Postopek	Državni urad	Časovni okvir (dnevi)
Preveritev s strani javnega varnostnega urada	Javni varnostni urad (angl. Public Security Bureau)	2
Odobritev in izdaja matične številke in potrdila	Tehnični nadzorni urad (angl. Quality and Tehnology Control Bureau)	3
Vloga za izdajo uradne štampljke družbe	Policija (angl. Police Bureau)	1
Davčna registracija in preveritev prostorov	Lokalni davčni urad (angl. Local Tax Bureau)	3
Državna davčna registracija	Državni davčni urad (angl. State Tax Bureau)	1
Devizna registracija in pridobitev dovoljenja SAFE	Državni devizni urad (angl. SAFE - State Administration of Foreign Exchange)	5
Odprtje RMB računa	Banka	10 - 15
Finančna registracija	Finančni urad (angl. Finance Bureau)	2
Carinska registracija	Carinski urad (angl. Customs Bureau)	5
Registracija blaga oziroma proizvodov pri blagovnem inšpekcijskem uradu	Blagovni inšpekcijski urad (angl. Commodity Inspection Bureau)	2
Odprtje deviznega računa	Banka	15
Prenos tujega kapitala in izdaja potrdila o prenosu	Banka	5
Obnovitev poslovne licence	Lokalna državna ustanova za industrijo in trgovino (angl. AIC)	5
Statistična registracija	Statistični urad (angl. Statistic Bureau)	1

Družba WFOE ne more začeti s poslovanjem, pa čeprav pravno obstaja, saj mora za poslovanje prej **pridobiti vse potrebne dokumente**. WFOE mora po vplačilu tujega kapitala na devizni račun ponovno obnoviti licenco pri AIC. Po pridobitvi obnovljene licence družba WFOE registrira svojo dejavnost pri statističnem uradu in davčnem uradu, kjer dobi status davkoplačevalca. Po končanju vseh postopkov in pridobitvi vseh potrdil in licenc lahko družba pravno-formalno začne z delovanjem.

Proces je predstavljen v sliki na strani 43, vendar je možno tudi odstopanje v časovni komponenti, kakor tudi v samih postopkih. Le-ti se namreč lahko razlikujejo od lokacije in zahtev lokalnih oblasti, pa tudi od narave dejavnosti, ki se bo opravljala. Za posamezne specifične dejavnosti je treba pridobiti tudi nekatera druga potrdila in soglasja oziroma certifikate, ki v tem modelu niso navedeni - odvisno od tipa registracije tuje družbe in narave proizvodnje ali storitev.

Registracijski postopek od predaje dokumentacije oziroma od prvega koraka pa do začetka poslovanja družbe WFOE traja od dveh do petih mesecev, odvisno od vrste dejavnosti in dokumentov, ki jih je treba pripraviti za registracijo. Seveda se lahko kakšen postopek zavleče, posebej če so bili predani napačni, pomanjkljivi ali napačno izpolnjeni dokumenti.



Registracija podjetja lahko traja do pet mesecev.

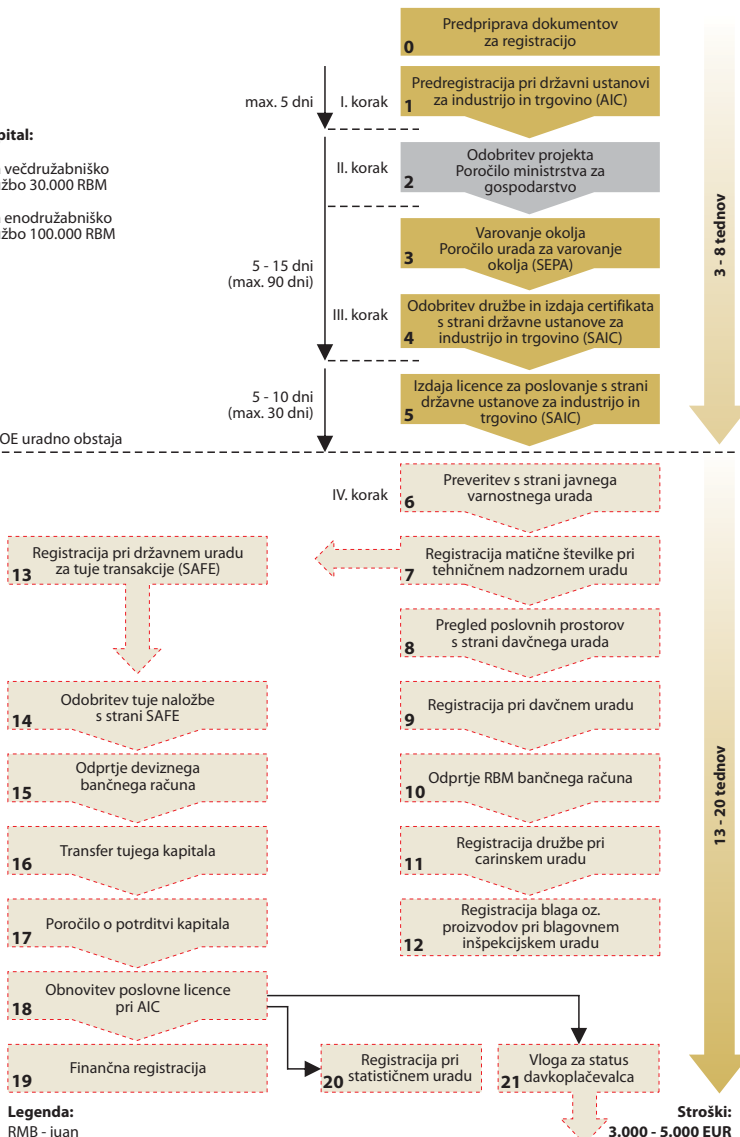
Potek registracije družbe VFOE

Kapital:

- za večdružabniško družbo 30.000 RBM

- za enodružabniško družbo 100.000 RBM

WFOE uradno obstaja



2.2 Davki in druge dajatve

Davčna politika na Kitajskem je zelo kompleksne narave, saj na dejstvo, katere in koliko davkov bo družba plačala, vpliva kraj registracije in dejavnost same družbe ter dogovor z lokalnimi oblastmi. Pred registracijo kakršne koli družbe se je treba posebej pozanimati glede davka na dobiček, dohodnine in davka na prihodke.

Kitajski davčni sistem pozna naslednje pomembne davke, ki jih morajo upoštevati tuji investitorji:

- davek od dohodka pravnih oseb (angl. *corporate income tax*),
- davek na dodano vrednost (angl. *value-added tax*),
- davek po odbitku (angl. *withholding tax*) in
- carinske dajatve (angl. *customs duties*).

Davek od dohodka pravnih oseb

Stopnja davka od dohodka pravnih oseb (angl. *CIT – Corporate Income Tax*) znaša 25 odstotkov tako za domače kot za tuje investitorje. Davek od dohodka pravnih oseb se izračuna na podlagi neto prihodkov v poslovnem letu po zmanjšanju ustreznih stroškov in izgub. V praksi bi to lahko enačili z davkom na dobiček.

Davek na dodano vrednost

Davek na dodano vrednost (angl. *VAT - Value added tax*) oziroma davek iz dejavnosti (angl. *BT - Business Tax*), ki ga je 1. avgusta 2013 nadomestil novi davek na dodano vrednost, se plačuje glede na prihodke od prodaje izdelkov ali storitev (pilotni projekt uvedbe davka na dodano vrednost se je začel 1. januarja 2012 v provinci Šanghaj, 1. avgusta 2013 se je razširil na še deset provinc, v ostalih provincah pa ostaja stara oblika davka). Višina davka znaša 6, 11 in 17 odstotkov, odvisno od panoge in lokacije družbe. Davek se plačuje mesečno lokalnemu davčnemu uradu. Obračuna se vstopni in izstopni davek.

Davek na dodano vrednost glede na panogo

%	Izvoz blaga
6 %	Storitveni sektor: potovalne agencije, skladiščenje, reklamne storitve, svetovanje, prodaja nepremičnin in neopredmetenih sredstev
11 %	Cestni, ladijski, zračni in železniški javni prevozi, vodovod
17 %	Lizing za premične predmete

Vir: GNS China, 2013

Davek po odbitku

Gre za obdavčitev pasivnih prihodkov, kot so dividende, obresti, najemnine, prenos premoženja ipd., ki jih družbe na Kitajskem prejmejo od družb s sedežem v tujini (izven Kitajske). Davek po odbitku znaša 10 odstotkov. V določenih primerih je na osnovi odobritve davčnih organov mogoče uveljaviti znižano davčno stopnjo.

Carinske dajatve

Carinske dajatve se plačujejo ob uvozu blaga glede na uvrstitev v carinsko tarifo. Carinske dajatve so razdeljene v dve skupini, in sicer na splošne in preferencialne carinske stopnje. Uvozne stopnje so odvisne od države izvora blaga. Če ima izvozna država sklenjen sporazum o preferencialnih stopnjah, potem se obračunajo uvozne carinske dajatve po nižji preferencialni stopnji.

Ostali davki

Kitajski davčni sistem pozna tudi druge davke, kot je na primer davek na porabo luksuznih proizvodov. Višina davka se razlikuje glede na proizvod, npr. cigare so obdavčene s 36-odstotnim davkom.

Poznajo še davek na žig (ang. *stamp tax*) v višini od 0,005 do 0,1 odstotka, ki se plačuje pri kupoprodajnih pogodbah, gradbenih pogodbah, lizingu, zavarovanju itd. od vrednosti pogodbe.

Prav tako je treba upoštevati davek na plače (angl. *individual income tax*) tujih delavcev, ki znaša od treh do 45 odstotkov, odvisno od višine plače (Soler, 2013, str. 207).

Višina davka na plače

Višina plače v juanih	Višina davka
< 1.500	3 %
1.500 - 4.500	10 %
4.500 - 9.000	20 %
9.000 - 35.000	25 %
35.000 - 55.000	30 %
55.000 - 80.000	35 %
> 80.000	45 %

Vir: Soler, 2013, str. 207



Vsekakor se je pri lokalnih davčnih svetovalcih dobro vnaprej pozanimati glede davkov, ki jih je treba plačevati oziroma plačati ob nakupu in / ali prodaji blaga in storitev ter pri drugih poslih, kjer se plačujejo davki.

2.3 Vzpodbude in davčne olajšave

Določene ugodnosti tujim investitorjem ne pripadajo samodejno. V veliki meri je to odvisno od pogajalskih sposobnosti investitorja pri dogovoru s lokalnimi oblastmi. Takšne ugodnosti oziroma spodbude so: nižja stopnja davka na dobiček (na državni oziroma lokalni ravni), nižje carine, možnost najema zemlje po nižji ceni, določene ugodnosti pri uporabi infrastrukturnih storitev in podobno. Posebne ugodnosti veljajo tudi za naložbe v tehnološko razvite panoge in izvozno usmerjene investicije. Med **prednostne panoge** sodijo transport, komunikacije, energetika, metalurgija, kemična proizvodnja, farmacija, medicinska oprema, varstvo okolja in elektronika.

Razlike med državnimi, provincialnimi in lokalnimi davčnimi predpisi zapletajo poslovanje tujih investorjev, še posebej v nerazvitih in odmaknjenih področjih.

Usmeritveni **Katalog za tuje neposredne naložbe LR Kitajske** je dokument, s katerim Državna komisija za razvoj in reforme (angl. *NDRC - National Development and Reform Commission*) ter Ministrstvo za gospodarstvo (angl. *MOFCOM - Ministry of Commerce People's Republic Of China*) urejata tuje naložbe v kitajskih podjetjih. Katalog razvršča morebitne tuje neposredne naložbe v različne poslovne dejavnosti, kot so tiste, ki jih država spodbuja, omejuje, prepoveduje ali dovoljuje. Za dejavnosti, ki v katalogu niso navedene, velja, da so dovoljene za tuje naložbe, če ni drugih državnih predpisov, ki bi jih prepovedovali. Iz kataloga je razvidno, da so (SPIRIT Slovenija, 2013a):

- dovoljene dejavnosti: standardna kategorija, brez posebne omejevalne ali vzpodbujevalne obravnave;
- vzpodbujevane dejavnosti: naložbe v dejavnosti v tej kategoriji so predmet manj strogih upravnih zahtev in lahko uživajo določene davčne in druge ugodnosti;
- omejevane dejavnosti: naložbe v dejavnosti v tej kategoriji so predmet višje ravni nadzora in strožjih upravnih zahtev, izvajanje naložb lahko zavrne pristojni organ odločanja;
- prepovedane dejavnosti: tuje naložbe niso dovoljene.

Nov katalog tujih neposrednih naložb za Kitajsko je stopil v veljavo 30. januarja 2012. Odraža zavezanost Kitajske, da nadaljuje odprtje svojega trga za tuje naložbe. Prav tako sledi kitajskemu 12. petletnemu načrtu, ki si prizadeva za vzpostavitev inovativnega in okolju prijaznega gospodarstva. Katalog je dostopen na spletni povezavi: http://www.gov.cn/flfg/2011-12/29/content_2033089.htm.

2.4 Zaposlovanje in stroški delovne sile

Kitajska delovna zakonodaja zelo ščiti pravice delavcev, zato je pred vsako zaposlitvijo lokalne delovne sile nujno potrebno dobro preučiti zakonodajo na tem področju. V veliki meri tujim investitorjem svetujejo **lokalne pisarne za posredovanje delovne sile**.

Višina plač na Kitajskem zaradi razvitosti gospodarstva in novih zaposlitvenih možnosti narašča. Vendar pa obstajajo med regijami, panogami in med vodilnimi ter navadnimi delavci razlike, kar prikazuje tudi spodnja slika.



Višina plač na Kitajskem zaradi razvitosti gospodarstva narašča.

Minimalna plača se razlikuje od province do province. Lokalne provincialne oblasti vsako leto na osnovi zakona o minimalni plači predpišejo minimalno plačo za delavce različnih razredov. Zasledimo lahko, da minimalna plača v provinci Heilongjiang znaša 600 RMB (juanov), medtem ko v mestni provinci Šanghaj le-ta znaša že 1.450 RMB (več informacij na spletni povezavi: <http://www.china-briefing.com/news/2012/05/25/china-minimum-wage-update.html>).



48

PREGLED IZBRANIH
INDUSTRIJSKIH PANOG

03 PREGLED IZBRANIH INDUSTRIJSKIH PANOG



3.1 Avtomobilska industrija, sestavni deli



Kitajska - največji avtomobilski trg na svetu

3.1.1 Značilnost trga

Leta 2009 je **Kitajska postala največji avtomobilski trg** na svetu. Na prvem mestu je tako nadomestila ZDA. V obdobju 2001 – 2010 je skupna letna stopnja rasti kitajskega avtomobilskega trga znašala 25 odstotkov. Samo v letu 2010 je bilo prodanih več kot 18 milijonov avtomobilskih enot, od tega **13,8 milijona osebnih vozil**. To kaže na velik **potencial za evropske dobavitelje originalnih vgradnih in rezervnih delov** (EU SME Centre/The Automotive Market in China, 2012, str. 1).



Med **osebnimi vozili** je bilo 70 odstotkov prodanih avtomobilov tujih blagovnih znamk; največ Mercedes Benz, BMW, Subaru, Lexus, med **komercialnimi vozili** pa je bilo 80 odstotkov prodanih vozil domačih blagovnih znamk. Med **tovornimi vozili** je bilo v letu 2010 prodanih 443.000 avtobusov in 3,5 milijona tovornjakov (EU SME Centre, 2011d, str. 5).

Med **avtomobilskimi deli**, ki jih Kitajska uvaža, je bilo leta 2010 vrednostno največ uvoza menjalnikov (30,5 odstotka), sledijo karoserije in avtomobilska oprema (19,7 odstotka), deli za avtomobilske motorje (13 odstotkov) in avtomobilski motorji (9,6 odstotka) (EU SME Centre/The Automotive Market in China, 2012, str. 6). **Tuji proizvajalci sestavnih delov za avtomobilsko industrijo na Kitajskem** obvladujejo proizvodnjo ključnih sestavnih delov, kot so elektronske komponente (servo krmiljenje, elektronski zavorni sistemi, vzmetenje, ipd.). Globalni proizvajalci sestavnih delov za avtomobilsko industrijo vse bolj iščejo tovrstne kitajske dobavitelje. Avtomobilski sektor je, kar zadeva neposredne tuje naložbe, omejen na lokalno proizvodnjo v okviru skupnih vlaganj. Podjetja v popolni tuji lasti v obravnavanem sektorju po trenutno veljavni zakonodaji niso možna (EU SME Centre, 2011d, str. 12).

Na rast avtomobilskega trga na Kitajskem najbolj vplivajo dejavniki, kot so:

- močna rast bruto domačega proizvoda in posledično dvig kupne moči prebivalstva,
- potencial do sedaj relativno nerazvitega trga, kjer je lastništvo avtomobilov 10-krat manjše, kot je povprečje v EU,
- rastoča potrošnja v mestih »drugega« oziroma »tretjega reda« kot posledica padca cen avtomobilov,
- vladne finančne spodbude končnim potrošnikom za energetske manj poratne avtomobile (EU SME Centre, 2011d, str. 6-7).

Prodaja avtomobilov je največja v razvitih delih vhodne, južne in severne Kitajske, kjer je bilo leta 2010 preko 60.000 distributerjev, med vodilnimi Panda Group in Yaxia Automobile (EU SME Centre, 2011d, str. 9). **Mreža prodaje rezervnih delov in dodatkov za avtomobile** je zelo razvejana in poteka preko tako imenovanih 4S (angl. 4S - sale, spare parts, service, survey) trgovin, verig avtomobilskih in bencinskih servisov ter pooblaščenih servisov motornih vozil.

Klasičen kitajski potrošnik se za nakup avtomobila odloči na osnovi cene, zmogljivosti, kakovosti in porabe goriva, medtem ko se podjetja pri nakupu tovornih vozil ozirajo na donosnost naložbe in zmogljivost prevoza velikih količin blaga.

3.1.2 Sejmi na področju avtomobilske industrije 2014

21. – 29. april 2014:

Auto China - International Automotive Industry Exhibition -
<http://www.china-autoshow.com>

10. – 12. december 2014:

Automechanika Shanghai - <http://www.automechanika-shanghai.com/>

September 2014:

CIAPE - China International Auto Parts Expo - <http://www.iapechina.com/>

3.1.3 Koristne spletne strani

China Automotive Information Net - <http://english.autoinfo.gov.cn/>

Wheelon Info Net - <http://www.wheelon.net/>

China Automotive Technology and Research Center -
http://www.catarc.ac.cn/ac_en/index.htm

China Autoweb - <http://chinaautoweb.com/>

China Automotive Review - <http://www.chinaautoreview.com>

China Association Of Automobile Manufacturers -
<http://www.caam.org.cn/english>

(EU SME Centre, 2011d, str. 22).

3.2 Hrana in pijača

3.2.1 Značilnost trga

Kljub temu, da se konkurenca zahodnih ponudnikov prehrabnenih proizvodov in pijač v velemestih in na industrializiranih področjih krepi (kar posledično pomeni višje vstopne stroške, zaostrovanje pogajanj o cenah vstopa na prodajne police in možnosti financiranja poslov), je **trg enormen in raznolik**. Raste tudi pomen internetne prodaje prehrabnenih artiklov in pijač končnim potrošnikom. Glede plačilnih pogojev se izvozniki običajno dogovarjajo za **varne plačilne instrumente**, kot sta avans ali akreditiv (L/C). Vstop na kitajski trg je **lažji in bolj transparenten preko hongkonških poslovnežev**, ki so vajeni evropskega razmišljanja o poslu in govorijo angleški jezik. Za uspešno realizacijo poslov je za tujega ponudnika ključno najti pravega, **izkušenega, licenciranega lokalnega agenta**, ki kompetentno spremlja aktualno lokalno zakonodajo, vzdržuje ključne poslovne stike z lokalnimi oblastmi in s podjetniki ter prevzema del tveganja realizacije poslov.



Na trgovskih policah je vse več organsko pridelane hrane.

Na urbanih področjih je letna potrošnja gospodinjstev za hrano in pijačo še leta 1990 znašala skromnih 160 evrov, leta 2009 pa se je že povzpela na dobrih 1.980 evrov. Gospodinjstva so višje dohodke namenila v večji meri za prehranjevanje v restavracijah, za nakupe mlečnih proizvodov ter pakirane predelane hrane. **Evropsko poreklo prehrambenih proizvodov**, še posebej hrane za otroke, je med kitajskimi potrošniki, ki si to lahko privoščijo, **zelo cenjeno**. Narašča tudi potrošnja organsko pridelane hrane (EU SME Centre, 2011e, str.5).

Potrošniki pripisujejo velik **pomen privlačnosti embalaže**, saj na primer uvoženo hrano raje kot za prehranjevanje uporabljajo za razkazovanje. Vrhunsko buteljno vino na primer se dobro prodaja zapakirano v ličnih lesenih škatlah, v kombinaciji z moderno oblikovanimi kozarci (EU SME Centre, 2011e, str.5).



Vrhunska vina dosegajo ceno tudi do 160 eur.

Uvozni in distribucijski kanali so kompleksni in se **nenehno spreminjajo**. Uvozne postopke vodi licenciran uvoznik, ki nadalje sodeluje z generalnim distributerjem ali logističnim agentom, ti nadalje z grosisti, distributerji ali nabavnimi centri hipermarketov in lokalnimi distributerji, ki nato blago dobavljajo lokalnim trgovinam, supermarketom in hipermarketom. Med svetovno znanimi hiper- oziroma supermarketi so na Kitajskem prisotni Carrefour, Metro, Wal-Mart in Tesco (EU SME Centre, 2011e, str.8).

Obstajajo velike **pravne in zakonodajne ovire za dostop do trga**, kar povzroča visoke vstopne stroške na račun pridobivanja obveznih certifikatov in virov za registracijo proizvoda, označevanje in rok uporabe proizvodov. Na kitajskem trgu so odkrili tudi že ponaredke svetovno znanih blagovnih znamk evropskih vin. Pri premagovanju birokratskih ovir pomagajo dobri osebni odnosi s pomembneži in z »*guanxi*«/ prijatelji (EU SME Centre, 2011e, str. 11).

Na področju prigrizkov je najmočnejša **konkurenca** s strani japonskih in korejskih podjetij, pri slaščičarskih proizvodih pa ameriška konkurenca. Hladna distribucijska veriga in netarifne ovire povzročajo največ težav na področju mlečnih proizvodov, nadzor kakovosti, higienski problemi in distribucija pa na področju piva (EU SME Centre, 2011e, str. 20).

Trg je cenovno občutljiv, močno je prisotna lokalna ponudba, pa tudi ponaredki vin, kultura pitja vina je na nizki ravni. **Priložnosti** so za visokokakovostne proizvode s privlačno embalažo, ki so namenjena obdarovanju. To so denimo **vino, čokolada, slaščičarski in pekovski proizvodi**. Nadalje sledijo **mlečni proizvodi**, kot so jogurti, pa lahka piva, rdeča in peneča vina. Obstaja trg za **najboljša vrhunska vina**, ki dosegajo ceno do 160 evrov in cenena vina za tri do šest evrov, medtem ko je prodajo vina srednjega cenovnega razreda (med 10 in 31 evri) mogoče pospešiti z dragimi degustacijami in s promocijami proizvodov (EU SME Centre, 2011e, str. 16).

Med mesta prvega reda, kjer je **stopnja rasti potrošnje uvožene hrane** največja, sodijo **Peking, Šanghaj, Guangzhou, Shenzhen ter Congqing in Chengdu**.



Ste vedeli?

Poraba ustekleničene vode na Kitajskem se je v obdobju 2005 – 2010 količinsko povečala za kar 60 odstotkov.

V prihodnjem desetletju naj bi Kitajska postala četrto največje tržišče za organsko pridelano hrano.

Trenutno je četrtna družinskega proračuna namenjena oskrbi s hrano.

Največjo rast pri impulzivnih nakupih je dosegel segment piškotov, sledijo sladki in pikantni prigrizki ter sladoled.

3.2.2 Sejmi na področju industrije prehrane in pijač 2014

13. – 15. maj 2014:

SIAL CHINA - International Food Product Trade Show -
<http://www.sialchina.com>

12. – 14. november 2014:

FHC CHINA - International Food, Drink, Hospitality, Foodservice, Bakery and
Retail IT Exhibition - <http://www.fhcchina.com>

15. – 17. november 2014:

Interwine China - <http://www.interwine.org>

November 2014:

HKIWSF - Hong Kong International Wine & Spirits Fair -
hkwinefair.hktdc.com

3.2.3 Koristne spletne strani

Izvozna veterinarska spričevala za Hong Kong in Kitajsko, Ministrstvo za
kmetijstvo in okolje, Uprava RS za varno hrano, veterinarstvo in varstvo
rastlin -
[http://www.uvhvvr.gov.si/si/delovna_podrocja/mednarodne_zadeve/izvoz/
veterinarska_izvozna_spricevala/azija](http://www.uvhvvr.gov.si/si/delovna_podrocja/mednarodne_zadeve/izvoz/veterinarska_izvozna_spricevala/azija)

Registracija za hrano - <http://ire.eciq.cn>

AQSIQ: Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine –
<http://www.aqsiq.gov.cn>



04 MEDKULTURNE RAZLIKE



Pred samo odločitvijo za vstop na kitajski trg je potrebno dodobra spoznati njihovo kulturo in filozofijo poslovanja. Ta še dandanes temelji na tako imenovanem *Guanxi*-ju (关系), ki pomeni prijateljstvo oziroma koncept kitajske družbe. Le-ta temelji na posebni vezi med člani oziroma prijatelji. »*Guanxi*« je v kitajskem poslovnem svetu sestavljen iz sedmih elementov: **zaupanja, zvestobe, obveze in recipročnosti, kredibilnosti in ugleda, zanesljivosti, spoštovanja in čustev** (Yeung, 1997, str. 29).

Mnogo mednarodnih poslov ne propade zaradi finančnih ali tehničnih vzrokov, ampak zaradi neuspešnega načina komuniciranja ali celo napačnega razumevanja neverbalne komunikacije. Spoštovanje medkulturnih razlik je osnova za uspeh na kitajskem tržišču.

4.1 Poslovna kultura

Kitajska kultura in tamkajšnje poslovne prakse se znatno razlikujejo od drugih kultur. Pomembno je, da vzamemo njihove kulturne navade in običaje v zakup, saj bomo le tako lahko uspešni pri poslovanju na tem trgu. V nadaljevanju predstavljamo kratek niz smernic o kitajskih poslovnih običajih in praksah, ki jih je treba upoštevati pri poslovanju s Kitajci.

Posebej je potrebno omeniti, da Kitajci zelo cenijo **predstavitev in zapomnitev osebe, spoštovanje starejših in naslavljanje**, predvsem uradnikov in pomembnih oseb, **potrpežljivost, skromnost in vljudnost**.

Zelo pomembni so **osebni odnosi**, saj Kitajci temu posvečajo veliko pozornosti. Osebni odnosi so ključnega pomena za vzpostavitev in vzdrževanje dobrih odnosov s ključnimi poslovnimi partnerji in pomembnimi vladnimi uradniki. Zelo priporočljiva je udeležba na različnih dogodkih, kjer se je mogoče srečati s pomembnimi ljudmi. Z njimi skušajte vzpostaviti čim bolj pristen stik. Prav tako je na takšnih srečanjih velika možnost mreženja, kar lahko predstavlja začetek gradnje dolgoročnih odnosov s potencialnimi kitajskimi poslovnimi partnerji.

Opozoriti je potrebno tudi na splošno **previdnost pri poslovanju s kitajskimi partnerji**. Vseskozi moramo biti pozorni na podrobnosti pogovora in se zavedati morebitnih pasti in nevarnosti, ki pretijo na tem enormnem tržišču.

Obiske poslovnih partnerjev je treba točno načrtovati, se dodobra pozanimati o njihovem podjetju, izdelkih in se držati dogovorjene ure sestanka. Izognite se obiskom ob njihovih praznikih, predvsem 1. maja in 1. oktobra. Ta dva praznika sta zelo pomembna državna praznika, ki jima pravijo tudi »zlati teden« (angl. *golden week*). Prav tako se velja izogibati kitajskemu lunarnemu novem letu, ki je v januarju ali februarju.

Pred sestankom se je tudi priporočljivo pozanimati o njihovem znanju angleškega jezika, saj še dandanes **veliko kitajskih poslovnežev ne govori angleščine**. V takih primerih uporabljajo prevajalce. Kljub morebitnemu slabšemu znanju angleščine je za poslovanje na Kitajskem zelo priporočljivo imeti materiale v angleškem jeziku. Prav tako naj bodo tako v angleščini kot kitajščini tudi **poslovne vizitke**. V večini kitajskih družb, ki poslujejo s tujino, si zaposleni zaradi lažje komunikacije poleg svojega kitajskega imena dodajo še angleško ime. Prav tako si tujci, ki veliko poslujejo s Kitajci, dodajo kitajsko ime poleg svojega imena. Poslovne vizitke se vedno izročijo poslovnemu partnerju (najprej najvišjemu predstavniku) z obema rokama. Prav tako je treba z obema rokama sprejeti njihovo vizitko. Gre za prvi vtis o poznavanju in spoštovanju kitajske kulture in poslovnega partnerja. Na enak način poteka sprejem in poklanjanje daril.

Zaželeno je, da na poslovne sestanke prihajamo v poslovnih oblekah oziroma **formalni obleki**, predvsem če se srečamo z vodstvom družbe ali zaposlenimi na višjih položajih, pa tudi z vladnimi predstavniki. Grimase in podobna dejanja so negativno sprejeta. Vedno je treba izkazati posebno spoštovanje do direktorja oziroma vedeti, kdo je najvišji predstavnik družbe, ter ga tudi naslavljati z nazivom, kot je npr. direktor ipd.

Največkrat se sestanki končajo s **poslovnim kosilom** ali z **večerjo**. Pri pogostitvi sledimo gostitelju. Gostitelj vedno začne jesti prvi. Prav tako pa je običajno, da gostitelj večkrat med obedom nazdravi s priložnostnimi zdravljicami in z zahvalami oziroma željami za uspešno dolgoročno sodelovanje. Velikokrat se zgodi, da je potrebno večkrat nazdraviti in izpiti ponujeno pijačo do dna – vse za uspešno sodelovanje (kitajsko *gan bei*). Zavrnitev pijače je lahko žaljiva za gostitelja. Če ne uživamo alkohola, je potrebno o tem obvestiti gostitelja pred obedom, in to bodo spoštovali.

Pogostitev se konča, ko gostitelj vstane od mize. To se lahko zgodi tudi naenkrat z zahvalo in odhodom. Sledijo mu tudi ostali gostje.

Obdarovanje je pogosta praksa med poslovnimi partnerji. Darila ne smejo biti predraga in ponavadi je najbolje, da so lokalnega značaja, torej nekaj tipičnega iz Slovenije. Podobno darilo lahko pričakujemo tudi od kitajskih partnerjev. Kitajci imajo radi darilno embalažo v temno rdeči, zlati ali modri barvi. Izogibajte se zavijanju daril v belo ali črno barvo. Darila se predajo z obema rokama nasprotni strani, ponavadi ob koncu sestanka ali po obedu. Ponavadi kitajski partnerji na začetku zavrnejo darilo, vendar je potrebno vztrajati.

Navedena so le nekatera pomembna dejstva, na katera moramo biti pozorni ob prvem stiku s kitajskimi poslovnimi partnerji. Priporočljivo je, da se najprej dobro pozanimamo o poslovnih partnerjih in njihovih običajih, ki se tudi razlikujejo od province do province.

4.2 Kako načrtovati poslovni obisk na Kitajskem

Pred poslovnim obiskom na Kitajskem je treba narediti načrt obiska, se dodobra pozanimati o poslovnem partnerju, opredeliti cilje in izhodišča za sestanek. Zavedati se moramo, da se bo tudi kitajski partner prav tako pripravil na naš obisk.

Za obisk si je potrebno pripraviti zapiske, ki jim skušamo med sestankom slediti in si medtem tudi zapisovati. Tako bo kitajski partner dobil vtis organizirane in urejene osebe. Prav tako si pripravite vprašanja in tudi odgovore na možna vprašanja. Na ta način se lahko izognete neprijetnim situacijam, v katere bi vas lahko kitajski partner privedel. Posebej si pripravite vprašanja glede njihovega podjetja, saj jim boste s tem dali vtis, da se zelo zanimате za njihovo podjetje in sodelovanje z njimi.

Pomembno je, da gremo na obisk h kitajskim partnerjem pozitivno naravnani, saj bomo le tako na drugi strani dosegli pozitiven odziv.



60

GOSPODARSKLODNOSTI
MED SLOVENTJO IN KITAJSKO

05 GOSPODARSKI ODNOSI MED SLOVENIJO IN KITAJSKO



5.1 Blagovna menjava

Podatki o vrednosti slovenske blagovne menjave s Kitajsko med leti 2000 in 2012 kažejo na **trend rasti blagovne menjave**. Vrednost blagovne menjave med državama se je namreč v tem času 4,6-krat povečala - z dobrih 164 milijonov evrov v letu 2000 je v letu 2012 narasla na skoraj 753 milijonov evrov. Slovenija ima **v proučevanem obdobju** s Kitajsko **vseskozi trgovinski primanjkljaj**. Ta se je s 133 milijonov evrov v letu 2000 povečal na 483 milijone evrov v letu 2012. **Slovenski izvoz** na Kitajsko je, kot je razvidno iz tabele na strani 62, leta 2000 znašal skoraj 16 milijonov evrov. Kitajska je bila takrat 38. najpomembnejša izvozna partnerica za Slovenijo. Leta 2012 je bil izvoz vreden 136 milijonov evrov, Kitajska pa je bila na 27. mestu med izvoznimi državami Slovenije. Uvoz iz Kitajske je v letu 2000 znašal 149 milijonov evrov in Kitajska je bila za Slovenijo 18. najpomembnejši uvozni trg. Leta 2012 je bila 618 milijoni že 8. najpomembnejši uvozni trg za Slovenijo.



Blagovna menjava med državama stalno raste.



Blagovna menjava med Slovenijo in Kitajsko med leti 2000 in 2013

LETO	IZVOZ BLAGA	UVOZ BLAGA	SKUPAJ
	v 000 EUR	v 000 EUR	v 000 EUR
2000	15.828	148.556	164.384
2001	12.626	176.786	189.411
2002	22.908	237.569	260.476
2003	26.460	291.017	317.476
2004	27.856	150.001	177.857
2005	36.248	196.800	233.048
2006	53.579	245.842	299.421
2007	66.037	346.400	412.437
2008	77.689	441.852	519.541
2009	76.779	367.302	444.081
2010	102.116	512.688	614.804
2011	99.051	575.830	674.881
2012	135.589	618.202	753.791
2012(I-IX)	95.778	456.160	551.938
2013(I-IX)	95.246	416.289	511.535

Vir: GZS, SKEP 2013

V letu 2012 je bilo vodilnih naslednjih deset **izvoznih skupin proizvodov** (razvrščenih po štirimestni carinski tarifi): deli za rotacijske električne stroje (carinska tarifa 8503), odpadki in ostanki iz plastičnih mas (3915), električna oprema za kolesa, motorna vozila (8512), stroji za obdelavo kovin (8459), odpadki in ostanki iz bakra (7404), stroji za obdelavo gume, plastičnih mas (8477), električni motorji in generatorji (8501), električni kondenzatorji (8532), stroji in mehanske naprave (8532), drugo pohištvo in njihovi deli (9403).

Vodilnih deset **skupin proizvodov**, razvrščenih po štirimestni carinski tarifi, **v uvozu iz Kitajske** so v letu 2012 obsegale naslednje kategorije: kotli za pridobivanje vodne in druge pare (8402), heterociklične spojine (2933), sulfonamidi (2935), stroji za avtomatsko obdelavo podatkov (8471), diode in tranzistorji (8541), druge heterociklične spojine (2934), druge igrače (9503), elektromehanski gospodinjski aparati (8509), elektro-termični aparati za gospodinjstvo (8516), karbonske kisline in njihovi derivati (2918).

5.2 Bilateralni sporazumi na področju gospodarstva

Med pomembnejše zakone in uredbe, ki urejajo gospodarsko sodelovanje med Slovenijo in Kitajsko, sodijo:

- Zakon o ratifikaciji sporazuma med Vlado Republike Slovenije in Vlado Ljudske Republike Kitajske o trgovinskem in gospodarskem sodelovanju (BCNTGS) (Uradni list RS-MP, št. 9-51/1993),
- Zakon o ratifikaciji Sporazuma med Vlado Republike Slovenije in Vlado Ljudske republike Kitajske o izogibanju dvojnega obdavčevanja in preprečevanju davčnih utaj, v zvezi z davki na dohodek (BCNIDO) (Uradni list RS-MP, št. 13-69/1995),
- Zakon o ratifikaciji sporazuma med Vlado Republike Slovenije in Vlado Ljudske republike Kitajske o spodbujanju in vzajemni zaščiti investicij (BCNSZI) (Uradni list RS-MP, št. 3-27/1994),
- Zakon o ratifikaciji sporazuma o znanstvenem in tehnološkem sodelovanju med Vlado Republike Slovenije in Vlado Ljudske republike Kitajske (BCNZT) (Uradni list RS-MP, št. 3-28/1994),
- Zakon o ratifikaciji sporazuma o sodelovanju v izobraževanju, kulturi in znanosti med Vlado Republike Slovenije in Vlado Ljudske republike Kitajske (BCNIKZ) (Uradni list RS-MP, št. 3-29/1994),
- Uredba o postopku pridobitve uvoznega dovoljenja za uvoz določenih izdelkov s poreklom iz Ljudske Republike Kitajske po vstopu Republike Slovenije v Evropsko skupnost (Predpisi - PRED) (Uradni list RS, št. 121-5216/2003, 8. 12. 2003),
- Akt o nasledstvu sporazumov nekdanje Jugoslavije z Ljudsko republiko Kitajsko, ki naj ostanejo v veljavi med Republiko Slovenijo in Ljudsko republiko Kitajsko (BCNNSNS) (Uradni list RS-MP, št. 20-64/1997) (IUS SOFTWARE d. o. o. Ljubljana, 2013).



06 PRILOŽNOSTI ZA SLOVENSKA PODJETJA

Proizvodi, storitve in tehnologije, po katerih kitajska podjetja najpogosteje povprašujejo, so naštetí v nadaljevanju.

Varovanje okolja: tehnologija odstranjevanja težkih kovin iz vode in zemlje, ravnanje s trdimi, tekočimi in plinastimi odpadki, ravnanje z nevarnimi odpadki, oprema za čiščenje dimnih plinov, obnovljivi viri kogeneracije.



Vrata na kitajski trg so odprta.

Prehrabena industrija in industrija pijač: mleko v prahu za dojenčke, UHT mleko, vrhunska vina, naravni sokovi, gurmanske-lovske specialitete. Več tudi na spletni povezavi:
http://www.gzs.si/slo/skupne_naloge/mednarodno_poslovanje/63058.

Avtomobilska industrija in komponente za svetovne proizvajalce avtomobilov.

07 KORISTNI POSLOVNI KONTAKTI



7.1 Poslovna skupnost na Kitajskem

Klub Slovencev, Shanghai

Anzej Lemut, direktor, Sinoslo Technology SIP

Predstavnica Slovencev, živečih na Kitajskem, Svet Vlade RS za Slovence po svetu, Urška KUPEC, vodja, Gorenje Asia

Slovenska podjetja na kitajskem trgu: SPIRIT Slovenija (2013b) - http://www.izvoznookno.si/Dokumenti/Drzave_Prvi%20del/2013/SloPodjetja/SloPodjetja_Kitajska.pdf in <http://www.izvoznookno.si/Dokumenti/SLOVENIJA%20-%20PODJETJA%20IN%20PREDSTAVNISTVA%20NA%20KITAJSKEM%2007-2012.pdf>

Urad vlade za Slovence v zamejstvu in po svetu (2013a): **Poslovni imenik slovenskih podjetnikov, poslovnežev in poslovnih klubov zunaj RS** - http://www.uszs.gov.si/fileadmin/uszs.gov.si/pageuploads/SPLETNI_IMENIK_SLOVENSKIH_PODJETNIKOV_ZUNAJ_RS_14._11._2013.xls

Urad vlade za Slovence v zamejstvu in po svetu (2013b): **Spletni imenik slovenskih znanstvenikov, raziskovalcev in strokovnjakov zunaj Slovenije** - http://www.uszs.gov.si/fileadmin/uszs.gov.si/pageuploads/Spletni_imenik_ZNANSTVENIKI_01.xls

7.2 Diplomatsko - konzularna predstavništva

Veleposlaništvo Republike Slovenije

Nj. eksc. Marija Adanja, veleposlanica

E-pošta: vpe@gov.si

Miloš Prislan, ekonomski svetovalec

E-pošta: milos.prislan@gov.si; Tel.: +86 10 6 468 11 54

Konzulat Republike Slovenije v Šanghaju

Drago Napotnik, konzul

E-pošta: drago.napotnik@gov.si; Tel.: +86 21 621 830 55

Konzulat Republike Slovenije v Hong Kongu

Bernard C. W. Lau, častni konzul

E-pošta: phlandpt@biznetvigator.com, Tel.: +852 2 545 21 07

(Vir: Ministrstvo za zunanje zadeve, 2013)

Veleposlaništvo Ljudske republike Kitajske

Nj. eksc. ZHANG Xianyi, veleposlanik

E-pošta: kitajsko.veleposlanistvo@siol.net; Tel.: 386 1 420 28 55

Spletna stran: <http://si.china-embassy.org>

Economic & Commercial Counsellor's Office

Zhao Xiufen, ekonomska svetovalka

E-pošta: ecco@china-embassy.si; Tel.: 386 1 2005873

Aktualni postopki, obrazci za pridobitev kitajskega vizuma so podrobno opisani na spletni povezavi:

<http://si.chineseembassy.org/eng/> (Embassy of the PRC in RS, 2013)



08 KORISTNE SPLETNE STRANI

8.1 Vlada in ministrstva

- Ministry of Commerce of the PR of China (MOFCOM) - <http://english.mofcom.gov.cn/>
- Ministry of Foreign Affairs of the PR of China - <http://www.fmprc.gov.cn/eng/>
- Customs General Administration PR of China - <http://www.customs.gov.cn/>
- State Administration of Taxation - <http://www.chinatax.gov.cn/> (v kitajskem jeziku)
- The Central People's Government of the PR of China - <http://english.gov.cn/business.htm>
- China Customs Information Center - <http://www.customs-info.com/>

8.2 Poslovna združenja

Nacionalna poslovna združenja

- China Council for the Promotion of International Trade (CCPIT) - China Chamber of International Commerce (CCOIC) - [http://www.ccpit.org](http://www.ccpit.org;); <http://www.bizchinanow.com/>
- European Chamber of Commerce in China (EUCCC) - <http://www.europeanchamber.com.cn/en/home>
- Macao Trade and Investment Institute - <http://www.ipim.gov.mo/en/index2.asp>
- Hong Kong Trade Development Council - <http://www.hktdctrade.com>

Poslovna združenja po industrijskih panogah / proizvodih

China Chamber of Commerce for Import and Export of Textiles - <http://www.ccct.org.cn>

China Chamber of Commerce for Import and Export of Light industrial Products & Arts-Crafts - <http://www.cccla.net/english/index.asp>

China Chamber of Commerce for I&E of Metals, Minerals and Chemical Products - <http://www.cccmc.org.cn/EnglishWeb/EngDefault.aspx>
 China Chamber of Commerce for Import and Export of Foodstuffs, Native Produce and Animal By-Products - <http://www.agriffchina.com/e-agriffchina/index0.jsp>
 China Chamber of Commerce for Import and Export of Machinery and Electronic Products - <http://www.cccme.cn.net/eng/index.htm>
 China Chamber of Commerce of Medicines & Health Products Importers & Exporters - <http://www.cccmhpie.org.cn>
 China International Contractors Association - <http://211.167.246.106:1000/>
 China Association of Enterprises with Foreign Investment - <http://www.caefi.org.cn/>
 China National Enterprises Association for Foreign Trade & Economic Cooperation - <http://www.china-commerce.com.cn/>
 China Association of International Engineering Consultants - <http://www.caiec.org/eweb/index-e.htm>
 China International Freight Forwarders Association - <http://www.cifa.org.cn/>
 China-Europe Association for Technical and Economic Cooperation - <http://www.ceatec.org.cn/english/index.htm>;
<http://ciecos.mofcom.gov.cn/>
 China Accounting Society of Foreign Economic Relations & Trade - <http://kjxh.mofcom.gov.cn/>

8.3 Neposredne tuje naložbe

- Invest in China - <http://www.fdi.gov.cn>
- National Development and Reform Commission - <http://www.ndrc.gov.cn>
- State Intellectual Property Office of the PRC - <http://www.sipo.gov.cn>
- Ministry of Land and Resources PRC - <http://www.mlr.gov.cn>
- National Bureau of Statistics of China - <http://www.stats.gov.cn>

8.4 Carinske in nectarinske omejitve

- China Low Info - <http://www.lawinfochina.com>
- China Compulsory Certification - <http://www.ccc-mark.com>

8.5 Intelktualna lastnina

- China IPR SME Helpdesk - <http://www.china-iprhelpdesk.eu>
- China IPR helpdesk - <http://www.china-iprhelpdesk.eu>
- Zakonodaja - <http://english.sipo.gov.cn/laws>
- Patenti: State Intellectual Property Office of China - <http://www.sipo.gov.cn>
- Blagovne znamke: Chinese Trade Mark Office - <http://www.ctmo.gov.cn>
- Avtorske pravice: National Copyright administration - <http://www.ncac.gov.cn>
- Zaščita računalniške programske opreme: Regulations on Computers Software Protection – <http://www.ccpit-patent.com.cn>
- Upravljanje z blagovnimi znamkami: Chinese Trade Mark Office - <http://www.ctmo.gov.cn>
- Patentna baza - http://59.151.93.237/sipo_EN/search/tabSearch.do?method=init
- Baza blagovnih znamk - <http://www.saic.gov.cn>

8.6 Vodniki po poslovanju na kitajskem trgu

- GZS, Go International Slovenia / Izvoznikov CD - <http://www.gzs.si/datoteke/gb/GI/1-slike/Kitajska.pdf>
- Javna agencija RS SPIRIT Slovenija - <http://www.izvoznookno.si>
- EU SME Centre - <http://www.eusmecentre.org.cn>
- Coface - <http://www.coface-usa.com>
- ITC - <http://www.intracen.org>
- U.S. Commercial Service - <http://www.buyusainfo.net>
- OECD - <http://www.oecd.org>
- World Bank - <https://openknowledge.worldbank.org>
- Camere di Commercio d'Italia - <http://www.globus.camcom.it>
- Australian Government Department of Foreign Affairs and Trade - <http://www.dfat.gov.au>
- The Dezan Shira & Associates - <http://www.dezshira.com>
- China Commodity Net - <http://ccne.mofcom.gov.cn>
- World Importers Net - <http://win.mofcom.gov.cn>
- China Sourcing - <http://en.chinasourcing.org.cn>

8.7 Sejmi

- Specializirani HKTDC sejmi v Hong Kongu - <http://www.hktdc.com/info/trade-events/EX/en/Exhibitions.htm>
- Baza svetovnih sejmov AUMA - <http://www.auma.de>
- Baza svetovnih sejmov M+A Expo - <http://www.expodatabase.com>
- Kako se predstaviti na kitajskih sejmih - <http://www.china-iprhelpdesk.eu/emodule/2/>

8.8 S Kitajsko povezana društva v Sloveniji

- Društvo slovensko – kitajskega prijateljstva - <http://www.slo-cn.si>
- Sinološko društvo Yuan - <http://www.yuan.si>
- Konfucijev inštitut - http://www.ef.uni-lj.si/konfucijev_institut/o_nas



Starodavna tradicija je še vedno trdno zasidrana v kitajski kulturi.

09 LITERATURA IN VIRI

Banka Slovenije (2013). Dnevna tečajnica – referenčni tečaji ECB. Najdeno 13. novembra 2013 na spletni strani: <http://www.bsi.si>.

Baza dostopa na trg (2013a). Najdeno 19. novembra 2013 na spletni strani: <http://madb.europa.eu>.

Central People's Government of PRC (2013). Najdeno 13. novembra 2013 na spletni strani: <http://english.gov.cn>.

China Briefing (2013). ***Setting Up a Wholly Foreign-Owned Enterprise in China***. Najdeno 13. novembra 2013 na spletni strani: <http://www.china-briefing.com/news/2013/09/11/setting-up-a-wholly-foreign-owned-enterprise-in-china.html>.

China.org. B. I. (2013). ***Investment laws***. Najdeno 13. novembra 2013 na spletni strani: <http://www.china.org.cn/english/investment/12887.htm>.

CIA (2013). ***The World Factbook***. Najdeno 19. novembra 2013 na spletni strani: <https://www.cia.gov>.

Dezan Shira & Associates (2006). ***Setting up wholly foreign owned enterprises in China***. Hong Kong: China Briefing Media.

Dezan Shira & Associates (2012). ***Doing Business in China***. Hong Kong: China Briefing Technical Guides.

EIU (2013). ***The Economist Intelligence Unit Access China Estimates***. Najdeno 19. novembra 2013 na spletni strani: <http://country.eiu.com/China>.

Embassy of the PRC in RS (2013). Najdeno 19. novembra 2013 na spletni strani: <http://si.chineseembassy.org/eng>.

EU SME Centre (2011a). ***Knowing your partners in China***. Najdeno 19. novembra 2013 na spletni strani: <http://www.eusmecentre.org.cn/content/known-your-partners-china>.

EU SME Centre (2011b). ***Are you ready for China***. Najdeno 19. novembra 2013 na spletni strani: <http://www.eusmecentre.org.cn/content/are-you-ready-china>.

EU SME Centre (2011c). **Exporting Goods, Services and Technology to China.**

Najdeno 19. novembra 2013 na spletni strani:

<http://www.eusmecentre.org.cn/content/exporting-goods-services-and-technology-chinese-market>.

EU SME Centre (2011d). **The Automotive Market in China.** Najdeno 19. novembra

2013 na spletni strani: <http://www.eusmecentre.org.cn/content/automotive-market-sector-report>.

EU SME Centre (2011e). **Food and Beverages.** Najdeno 19. novembra 2013 na spletni

strani: <http://www.eusmecentre.org.cn/content/food-and-beverages>.

GNS China (2013). **An Overview of Taxation in China.** Najdeno 13. novembra 2013 na spletni strani:

<http://www.gnschina.com/uploads/pdf/An%20Overview%20of%20Taxation%20in%20China.pdf>.

GZS (2012). **Poslovna zbirka CD GZS Inovativna Slovenija.** Najdeno 19. novembra

2013 na spletni strani: <http://www.inogzs.si/cd/start.html>.

GZS (2013). **SKEP Zbirke. Baza zunanja trgovina.** Interno gradivo.

HKTDC – Hong Kong Trade Development Center (2013). Najdeno 19. novembra 2013

na spletni strani: <http://www.hktdc.com>.

IMF (2013). **World Economic Outlook.** Najdeno 19. novembra 2013 na spletni strani:

<http://www.imf.org>.

Indiawrites (2013). Najdeno 19. novembra 2013 na spletni strani:

<http://www.indiawrites.org>.

ITC (2013). **Market Access Map.** Najdeno 19. novembra 2013 na spletni strani:

<http://www.macmap.org>.

IUS SOFTWARE d. o. o. Ljubljana (2013). **Register predpisov. Mednarodno pravo.**

Najdeno 19. novembra 2013 na spletni strani: <http://www.iusinfo.si>.

SPIRIT Slovenija (2013a). **Izvozno okno. Nov Katalog tujih neposrednih investicij za Kitajsko 2012: preverite dejavnost pred investiranjem!** Najdeno 19. novembra 2013 na spletni strani:

http://www.izvoznookno.si/Aktualno/Nov_Katalog_tujih_neposrednih_investicij_za_Kitajsko_2012_preverite_dejavnost_pred_investiranjem!_16521.aspx.

Ministrstvo za zunanje zadeve (2013). **Predstavnništva po svetu.** Najdeno 19.

novembra 2013 na spletni strani: <http://www.mzz.gov.si>.

MOFCOM – Ministry of Commerce of the People's Republic of China (2013b). **Statistics of FDI in China in January-July 2013**. Najdeno 19. novembra 2013 na spletni strani: <http://english.mofcom.gov.cn/aarticle/statistic/foreigninvestment/200607/20060702705397.html>.

MOFCOM - Ministry of Commerce of the PR of China (2013a). Najdeno 19. novembra 2013 na spletni strani: <http://english.mofcom.gov.cn>.

OECD (2013). **Country statistical profile: China 2013**. Najdeno 19. novembra 2013 na spletni strani: <http://www.oecd-ilibrary.org>.

Soler, F. (2013). **Invest in China**. Beijing: China Intercontinental Press.
SPIRIT Slovenija (2013b). **Izvozno okno**. Najdeno 19. novembra 2013 na spletni strani: <http://www.izvoznookno.si>.

Urad vlade za Slovence v zamejstvu in po svetu (2013a). **Poslovni imenik slovenskih podjetnikov, poslovnežev in poslovnih klubov zunaj RS**. Najdeno 19. novembra 2013 na spletni strani: <http://www.uszs.gov.si>.

Urad vlade za Slovence v zamejstvu in po svetu (2013b). **Spletni imenik slovenskih znanstvenikov, raziskovalcev in strokovnjakov zunaj Slovenije**. Najdeno 19. novembra 2013 na spletni strani: <http://www.uszs.gov.si>.

USA Commercial Service (2012). **China Business Handbook**. Najdeno 19. novembra 2013 na spletni strani: <http://export.gov/china>.

Wai-chung Yeung, H. (1997). **Cooperative Strategies and Chinese Business Networks: A Study of Hong Kong Transnational Corporations in the ASEAN Region**. V Beamish W. Paul, Killing J. Peter: Cooperative Strategies (Asian Pacific Perspectives). San Francisco: The New Lexington Press, 427.

Prispevki avtorjev po poglavjih:

Boštjan Polajžer

- 2 - Investicijsko okolje
- 4 - Medkulturne razlike

Nataša Turk

- 1 - Poslovno okolje
- 3 - Pregled izbranih industrijskih panog
- 5 - Gospodarski odnosi med Slovenijo in Kitajsko
- 6 - Priložnosti za slovenska podjetja
- 7 - Koristni poslovni kontakti
- 8 - Koristne spletne strani

Kako uspešno poslovati na Kitajskem

Izdajatelj: SPIRIT Slovenija, javna agencija

Avtorja: Boštjan Polajžer in Nataša Turk

Lektorica: Bojana Jančič

Fotografije: Shutterstock, spletni viri

Oblikovanje: Studio Corner

Tisk: Tiskarna Petrič, december 2013

Naklada: 500 izvodov, prvi natis

© SPIRIT Slovenija, javna agencija, in GZS. Vse pravice pridržane.

Izdaja priročnika je sofinancirana s strani Javne agencije Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, inovativnosti, razvoja, investicij in turizma in Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo Republike Slovenije.

Informacije v priročniku so pripravljene z vso skrbnostjo, vendar avtorja ter izdajatelj in založnik ne prevzemajo nikakršne odgovornosti za točnost in popolnost objavljenih podatkov ter kakršno koli škodo, ki bi lahko nastala kot posledica uporabe informacij v priročniku. Priročnik je namenjen uporabi v raziskovalne namene in se ne more uporabljati kot nadomestilo pravniskim in davčnim svetovanjem.

CIP - Kataložni zapis o publikaciji
Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

338(510)(035)
339.5/.7(510)(035)

POLAJŽER, Boštjan, 1970-

Kako uspešno poslovati na Kitajskem / Boštjan Polajžer, Nataša Turk ;
[fotografije Shutterstock, spletni viri]. - 1. natis. - Ljubljana : Spirit Slovenija,
javna agencija, 2013

ISBN 978-961-92668-2-3
1. Turk, Nataša, 1974-
271405568

Program za krepitev internacionalizacije slovenskega gospodarstva



GZS
go international
slovenia

www.gzs.si/cemp



Gospodarska
zbornica
Slovenije





IZVOZNO OKNO 

Kako uspeti na tujih trgih?

Storitve SPIRIT Slovenija za slovenske izvoznike:

► Spletni portal Izvozno okno www.izvoznookno.si

"Izvozno okno se mi zdi zelo uporabna spletna stran, kjer podjetja lahko dobijo veliko izvoznih informacij in konkretnih napotkov."

Mitja Kolbe, ŠPICA INTERNATIONAL d. o. o.

► Izobraževanje za mednarodno poslovanje

"Doslej smo se izvoza lotevali precej intuitivno. Razviti znamo odličen izdelek, ne znamo pa ga prodati. V izobraževanju ITM smo se naučili načrtovanja prodora na tuje trge, izdelati tržno raziskavo, najti poslovne partnerje itd."

Irena Štamcar, HYB d. o. o.

► Tržne raziskave

"S ciljem razpršitve izvoza na ruski trg smo želeli pridobiti informacije o profilu odjemalcev in konkurentov ter tehničnih standardih. S pomočjo kvalitetno izdelane tržne raziskave, ki jo je sofinancirala agencija SPIRIT Slovenija, smo dobili osnovo za vstop na trg in pridobivanje prvih poslov."

Renato Vindiš, ROBOTIKA KOGLER d. o. o.

► Svetovanje in pomoč na tujem trgu

"Z nepoznavanjem tujega jezika je izjemno težko opraviti primerno analizo tujega trga, zato se zahvaljujemo Slovenskemu poslovnemu klubu v Ukrajini za odličen pregled trga in potencialnih poslovnih partnerjev, kar za nas predstavlja dragoceno podlago za pripravo podrobne strategije vstopa na ukrajinski trg."

Matjaž Petrovič, GENEPLANET d. o. o.

► Organizacija gospodarskih delegacij

"Z udeležbo v profesionalno organizirani gospodarski delegaciji na Irsko, pod okriljem SPIRIT Slovenija, smo pridobili uporabne kontakte in informacije o potencialnih kupcih in možnostih poslovanja na Irskem. Še posebej smo bili zadovoljni, da so bili poslovni sestanki že vnaprej dogovorjeni. To omogoča večjo učinkovitost in hitrejše sklepanje poslov s potencialnimi partnerji. S pomočjo le-teh smo prejeli tudi že konkretno naročilo naših izdelkov."

Tatjana Potokar, EMMA d. o. o.

► Sejemske predstavitve slovenskega gospodarstva v tujini

"Na sejmu farmacevtskih izdelkov CPHI v Frankfurtu smo razstavljali celoten program embalaže za farmacijo. Na račun novih povpraševanj pričakujemo zapolnitev razpoložljivih proizvodnih kapacitet oz. celo širjenje proizvodnje. Pozdravljamo aktivnosti SPIRIT Slovenija, javne agencije, da s finančnimi sredstvi spodbuja sejemske predstavitve podjetij v tujini."

Martina Šifrar, SIBO GROUP d. o. o.

Vse informacije in storitve so **brezplačne**.

Dodatne informacije: ► www.izvoznookno.si ► izvoznookno@spiritslovenia.si

**SPIRIT
SLOVENIJA**

JAVNA AGENCIJA

**I FEEL
SLOVENIA**



REPUBLIKA SLOVENIJA
**MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO**



O AVTORJIH



mag. BOŠTJAN POLAJŽER

Mag. Boštjan Polajžer je že vrsto let vpet v delovanje in poslovanje na mednarodnih trgih. Pri tem je v zadnjih več kot desetih letih veliko pozornosti namenjal poslovanju s Kitajsko in z Bližnjim vzhodom. Med drugim je poslovanje s Kitajsko ter svoje raziskovalne dosežke predstavil na mednarodnih in domačih konferencah ter znanstvenih in strokovnih publikacijah doma in v tujini. Ustanavljanje družbe v popolni tuji lasti (WFOE) na Kitajskem je bila tudi tema njegove magistrske naloge, ki jo je zagovarjal leta 2008 na Fakulteti za management v Kopru.



NATAŠA TURK, mag. posl. ved

Nataša Turk že več kot desetletje deluje kot vodja področja za Azijo na Centru za mednarodno poslovanje pri Gospodarski zbornici Slovenije, sodelovala pa je tudi pri pripravi in izvedbi Strategije nastopa slovenskega gospodarstva na kitajskem trgu 1999 - 2003. Tako dodiplomski kot podiplomski študij mednarodnega poslovanja je opravila na Ekonomski fakulteti v Ljubljani, kjer je leta 2010 pridobila naziv magistra poslovnih ved.