

Charakterystyka rynku

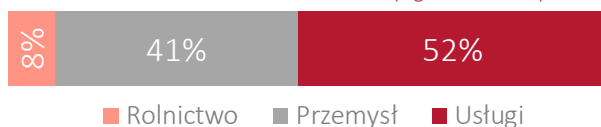
INFORMACJE GOSPODARCZE

UWARUNKOWANIA RYNKOWE



Bezrobocie (2021, prog. MFW)	3,96%
Inflacja (2021, MFW)	0,85%
Populacja (2021, Bank Światowy)	1 410,93 mln
Przeciętna płaca (mc) (2016, ILOStat)	847,43 USD

UDZIAŁ SEKTORÓW W GOSPODARCE (wg CIA Factbook)

SKUMULOWANA ZMIANA
2012-2021: 79,7%PROGNOZOWANA ZMIANA
2021-2023: 20,0%PKB per capita PPP (2021, MFW)²

+2,03% r/r

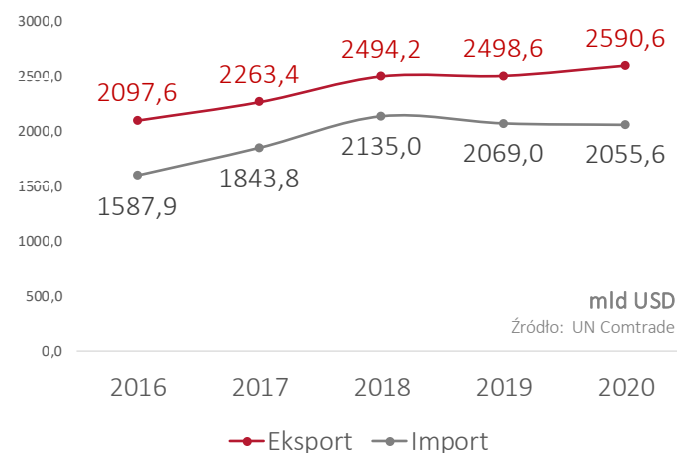
¹dolar międzynarodowy | ²dla wybranych krajów wartości za rok 2020 wg prognozy MFWPozycja Doing
Busines 2020

Doing Business 2020	Kategoria:	Pozycja kraju	Polska
	Rozpoczęcie działalności	27	128
	Rejestracja własności	28	92
	Rozwiązywanie sporów handlowych	5	55

Import z Polski (2020)

	Urządzenia elektryczne 781,65 mln USD
	Metale nieżelazne 634,19 mln USD
	Pojazdy drogowe 498,40 mln USD
	Maszyny ogólnego zastosowania przemysłowego 342,00 mln USD
	Przyrządy i aparatura, profesjonalna, naukowa i kontrolna 160,27 mln USD

Wymiana handlowa



Źródło danych handlowych: UN Comtrade.

Import ogółem (2020)

	Urządzenia elektryczne 476 900,67 mln USD
	Ropa naftowa, produkty naftowe 204 285,53 mln USD
	Rudy metalonośne i złom metali 188 766,24 mln USD
	Przyrządy i aparatura, profesjonalna, naukowa i kontrolna 75 949,20 mln USD
	Pojazdy drogowe 73 900,07 mln USD



Chiny to gigantyczny rynek, na którym panuje hiperkonkurencja. Zagraniczne produkty rywalizują z lokalnymi producentami przede wszystkim jakością, bezpieczeństwem i innowacyjnością. Podczas gdy rodzima produkcja dominuje w segmencie masowym, zagraniczne produkty najczęściej wciąż mają przewagę w segmencie premium. Obecnie szanse rynkowe posiadają firmy, które oprócz dobrego produktu posiadają także zaplecze marketingowe, dobry serwis posprzedażowy oraz wykazują elastyczność w podejściu do rynku chińskiego.

ELEMENTY KULTURY BIZNESU



Negocjacje to długi, wieloetapowy proces, który często zaciera granicę między formalnymi spotkaniami i budowaniem nieformalnych relacji prywatnych.



Chiński partner często nie wyrazi jasno swojej negatywnej opinii, dlatego warto jest być wyczulonym na miękkie formy przekazu.



Przekazywanie wizytówek w Chinach jest niezwykle ważne, bowiem pokazuje szacunek między potencjalnymi partnerami.

MOCNE I SŁABE STRONY



Gigantyczny rynek, którego potencjał nieustannie rośnie.



Produkty importowane postrzegane są jako produkty wysokiej jakości.



Rosnąca w siłę rodzima produkcja, która w wielu segmentach wypiera zagraniczne firmy.



Wysokie bariery wejścia.



Słaba rozpoznawalność Polski i polskich produktów.



Odmienność kultury biznesowej oraz preferencji konsumentów.



Protekcjonizm w zakresie zamówień publicznych.

PERSPEKTYWY DLA BRANŻ



Wykorzystanie kanałów online w sprzedaży i marketingu.



Dla zagranicznych producentów wciąż perspektywiczny jest sektor rolno-spożywczy, w którym priorytetem jest jakość i bezpieczeństwo.



Kosmetyki i kosmeceutyki – szczególnym zainteresowaniem cieszą się kosmetyki wielofunkcyjne dostosowane do chińskiego konsumenta.



Technologie VR/AR.

PRZYDATNE LINKI:

Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.

ul. Krucza 50
00-025 Warszawa

NIP: 526-030-01-67

KRS: 0000109815

Kontakt:

tel.: [22 334 99 55](tel:223349955)

paih24@paih.gov.pl

www.paih.gov.pl



Polska Agencja
Inwestycji i Handlu
Grupa PFR



RYNKI ZAGRANICZNE

Przegląd wybranych gospodarek

Przygotowanie:

Departament Strategii i Promocji Gospodarczej
Centrum Eksportu oraz Zagraniczne Biura Handlowe PAIH

Materiał zawiera grafiki pochodzące z serwisu flaticon.com.

Zastrzeżenie:

Powyższy materiał jest chroniony prawami autorskimi, które przysługują Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu S.A. („PAIH”) i można go wykorzystywać w sposób dozwolony przez przepisy ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (t.j. Dz. U. z 2019, poz. 1231), ale jedynie w celach niekomercyjnych (tj. na użytek własny). Nie jest dozwolone komercyjne wykorzystanie przekazywanych treści. Ponadto, materiał ten można wykorzystać, jeżeli przepisy lub zgoda uprawnionego zakładają, że wykorzystanie w celach niekomercyjnych nie wymaga pozwolenia ze strony uprawnionego. Dla innych sposobów wykorzystania materiału niezbędne jest uzyskanie pozwolenia od uprawnionego z tytułu autorskich praw majątkowych. PAIH nie ponosi odpowiedzialności z tytułu jakiegokolwiek szkody bezpośredniej lub pośredniej jakiegokolwiek rodzaju, w tym szkody za utratę zysków, wynikłej z całkowitego lub częściowego wykorzystania informacji udostępnionych przez PAIH w niniejszym materiale. W związku z tym, każdy odbiorca tych informacji powinien sprawdzić przydatność i poprawność wyżej wymienionych informacji zgodnie z ich przeznaczeniem i korzystać z tych informacji na własną odpowiedzialność. PAIH oraz jej pracownicy nie ponoszą w żadnym wypadku odpowiedzialności za jakąkolwiek decyzję lub działanie podjęte w oparciu o wyżej wymienione informacje, ani za jakiegokolwiek konsekwencje wynikające z decyzji podjętych w oparciu o te informacje.