

Hongkong jako brama do chińskiego rynku

Podlascy przedsiębiorcy zapoznali się z możliwościami współpracy z Hongkongiem i dalszą ekspansją na rynek chiński. 28 marca w Białymstoku odbyło się seminarium zorganizowane przez Centrum Obsługi Inwestorów i Eksporterów działające w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Podlaskiego oraz Hong Kong Trade Development Council.

- Zachęcam państwa do rozmowy o tym, jak można budować współpracę między tak potężnym krajem, jakim są Chiny, a naszym regionem. To niewątpliwie duże wyzwanie dla nas wszystkich, a szczególnie dla podlaskich przedsiębiorców. Aż trudno sobie wyobrazić, jak wielką gospodarką są Chiny, dlatego takie spotkania są potrzebne - by poznać ich potencjał. – powiedział wicemarszałek Stanisław Derehajło otwierając seminarium.

W spotkaniu wzięli udział eksperci posiadający praktyczną wiedzę dotyczącą eksportu i importu towarów z Hongkongu m.in. Maciej Wilk, dyrektor warszawskiego oddziału HKTDC i Jacek Strzelecki, ekspert ds. chińskiego rynku rolno-spożywczego. Głos w dyskusji mieli też sami przedsiębiorcy posiadający doświadczenie we współpracy z Chinami, przykładem jest tu Mlekovita.

Seminarium było też okazją do zapoznania się z możliwościami wsparcia oferowanymi przez Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego (Dotacje w ramach poddziałania 1.4.1 Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podlaskiego na lata 2014-2020) w organizacji misji gospodarczych czy udziale w targach zagranicznych.

Od roku 1997 Hongkong posiada status Specjalnego Regionu Administracyjnego (SAR) Chińskiej Republiki Ludowej. "Jeden kraj, dwa systemy" to wynegocjowany pomiędzy Chinami i Wielką Brytanią koncept, dzięki któremu Hongkong zachowuje polityczną niezależność, z wyjątkiem polityki zagranicznej i kwestii bezpieczeństwa państwa. Mimo swej niedużej powierzchni oraz zaledwie kilkumilionowej populacji Hongkong jest 7 największą gospodarką handlową świata. Ponad 90 procent PKB Hongkongu pochodzi z sektora usług, co sprawia iż jest on najbardziej zorientowaną na usługi gospodarką na świecie, a także jednym z największych eksporterów zegarków, gier i zabawek, telefonów komórkowych oraz elektroniki. Hongkong to również brama na rynki azjatyckie dla eksporterów. Ponad 90% importowanej do Hongkongu żywności przeznaczone jest do ponownego eksportu. Wypromowane tu marki łatwiej sprzedają się w Chinach kontynentalnych, ponieważ chińscy konsumenci są przekonani o wysokich standardach jakości i bezpieczeństwa produktów europejskich dostępnych na półkach sklepowych w Hongkongu. Hongkońskie firmy wyspecjalizowały się we wprowadzaniu zachodnich marek na rynek chiński. Swoją skuteczność zawdzięczają nie tylko ugruntowanym kontaktom i znajomości lokalnych przepisów i kanałów dystrybucji, znaczną rolę odgrywa tu rozumienie zarówno kultury i języka zachodu, jak i mentalności chińskiej. Jeśli chodzi o polskie produkty największe szanse na powodzenie w Hongkongu mają: żywność i napoje, produkty i technologie ICT, meble i wyposażenie wnętrz, szkło, artykuły luksusowe, biżuteria z bursztynem, kosmetyki, sprzęt medyczny i suplementy diety.

Szczegółowy program w załączeniu.



 Formularz zgł HK.docx (70.31 KB)

 Program 28_03_2019-seminarium Hong Kong.docx (68.34 KB)

