



EASTINFO SZOLGÁLTATÓ ÉS KERESKEDELMI KFT.
AZ ÖN PARTNERE KÍNÁBAN

MAGYAR-KÍNAI KAPCSOLATOK
RÖVIDÍTETT VÁLTOZAT

ÍRTA: MOHR RICHÁRD

2008.

Eastinfo Magyarország
Budapest H-1152
Szentmihályi út 171.
China Mart. 3. em. 3.13.
Telefon: (+36 1) 414 7290
Fax: (+36 1) 414 7291
Web: www.eastinfo.hu
E-mail: eastinfo@eastinfo.hu

Eastinfo Kína
Kínai Népköztársaság, Peking,
Dongcheng kerület, Dongzhimen Waidajie út 48.
Oriental Kenzo, D épület, 12. em. B.
Telefon: (+86 10) 8447 6289
Fax: (+86 10) 8447 6421
Web: www.eastinfo.org.cn
E-mail: eastinfo@eastinfo.org.cn

A magyar-kínai kapcsolatok

A kapcsolatok rövid történeti háttere az 1950-es évektől 1989-ig

Magyarország és Kína kapcsolata hosszú időkre tekint vissza. Magyarország kínai nyelvű megnevezése, *Xiongyali* (ejtsd kb. Hszjungjáli), a *xiongnu*, vagyis az „ázsiai hun nemzetiség” szó gyökerét tartalmazza. Ez a kínai emberek számára azt közvetíti, hogy mi, magyarok Ázsiából származó rokonaik vagyunk. Család- és keresztnévünk Európában egyedülálló sorrendje is megegyezik a kínai nevek sorrendjével, illetve a dátumot is azonos sorrendben írjuk (év-hónap-nap), a legtöbb más országtól eltérően. A számos hasonlóság is az egyik érv volt amellett, hogy a magyar sinológia, vagyis a Kína-kutatás történetileg a magyarság eredetkutatását tűzte ki céljául.

Mivel a népköztársaság megalakulását (1949) követő időszakban Kína ideológiai zártsága nem tette lehetővé a nyugati kultúra széles körű megjelenését, ezért a kelet-európai, baráti szocialista országok kulturális és gazdasági ismertsége volt az általános. A Honvéd táncegyüttes szereplése az 50-es évek derekán, a Ludas Matyi és egyéb magyar filmek, Petőfi versei, vagy az Ikarus buszok legalább olyan triviális gondolati kapcsolatot jelentettek ekkor a kínaiaknak Magyarországgal, mint ahogy számunkra most a Nagy Fal, a kínai piacok és éttermek, illetve az olcsó kínai áru képviseli Kínát.

A kulturális forradalom időszaka (1966-1976) komoly szakadást hozott kapcsolatainkban. A kutatókon kívül sokan nem is figyeltek fel az 1970-es évek végén megindult kínai reformfolyamatokra. A kínaiak viszont mindig is komoly figyelmet fordítottak ránk. Az 1980-as évek magyar reformfolyamatai iránt komoly érdeklődést tanúsított Kína, ebben az időben kínai szakértői delegációk egymásnak adták a kilincset Budapesten, hogy a magyar megoldásokból és szakértőktől tanuljanak.

Az 1989-et követő időszak és annak problémái

Az 1990-as évek elejétől a magyar gazdaságpolitika EU-orientált fejlődési irányába nem került bele elég hangsúlyosan a Kínával kapcsolatos gazdaságfejlesztés. Az új piac, vagyis az EU-val való kapcsolatépítés lassú és nehéz folyamat volt, ennek a piacváltásnak és a hagyományos keleti piacok elvesztésének a makrogazdasági hatásai a mai napig érezhetők. Az elmúlt másfél évtizedben, amikor az egész világ az általunk „leépített” piacok kegyeit kereste, Magyarország csak nagyon lassan kezdett hozzá, hogy újra megkeresse helyét a keleti piacokon.

Kína legújabb kori reformja az 1990-es évek elején még a kezdeti szakaszban járt, a mostani állapothoz viszonyítva nem volt ennyire egyértelmű, hogy „aki lemarad, az kimarad”. Viszont földrajzilag és gondolkodásmódban ekkor is távol voltunk egymástól, a magyar gazdasági változások pedig azonnali új piacokat igényeltek, ezért a XX. század utolsó évtizedében a kínai-magyar kereskedelmi kapcsolatok újraépítése nem tartozott a magyar gazdaságpolitikai nagy prioritású kérdései közé. Ez már csak azért is volt téves gondolkodás, mert 1990-92 között – az akkori magyar-kínai vízumentességnek köszönhetően – sok tízezer kínai kereskedő érkezett Magyarországra, és bár számuk a szigorodó szabályok és a további elvándorlás miatt ma 10-30 ezer közöttire tehető, de a közép-európai térségben így is Magyarországon alakult ki a legnépesebb kínai kolónia.

Magyarországon általában téves kép él az emberekben Kínáról, de mégis a velünk élő kínaiaknak köszönhető, hogy sok embernek egyáltalán valamilyen fogalma van róla. Szomorú tény, hogy még mindig van, aki lenézi Kínát és a kínaiakat, holott nálunknál jóval nagyobb európai és tengerentúli hatalmak hódolnak be a kínai fejlődés előtt, mivel tudomásul vették, hogy amit nem lehet megváltoztatni, annak érdemes az élére állni. Azt sem lehet figyelmen kívül hagyni, hogy a kínai emberek rengeteg munkával, komoly erőfeszítéssel érték el az eredményeiket, és ezt a nálunk élő

kolónia is tükrözi: elég megnézni, hogy naponta hány órát dolgoznak a piacokon a kínai árusok, vagy milyen hosszan vannak nyitva a kínai boltok.

Miközben a XX. század utolsó évtizedében újradefiniáltuk kapcsolatunkat az EU-val, az 1950-es, 1960-as években Kínában szerzett hírnevünk lassan végleg megkopott. Közben viszont Kína ahhoz az időszakhoz képest nagyon megváltozott: kitérte előtte a világ összes lehetősége, hiszen maga is szélesre tárta a korábbi zárt kapukat. Az Egyesült Államok és Kanada, az EU, Japán, Ázsia kistigrisei, Ausztrália egyaránt meg akarta lovagolni a sárkány röptét és gazdagodását, ezért az elmúlt két évtizedben ezen országokban mind a kormány, mind az üzleti szféra fokozódó figyelmet fordított Kínára, a kínai kapcsolatok fejlesztésére. A kelet-európai országokban pedig az átalakulás sokkjával és tőkehiánnyal küzdő vállalati szektor nem igazán engedhette meg magának azokat a nagy volumenű befektetéseket, amelyekkel ezen országok ismert nevekké váltak Kínában.

Az elmúlt évek dinamikus kapcsolatfejlesztése

A kínai-magyar kapcsolatok 2003 augusztusában, Dr. Medgyessy Péter hivatalos miniszterelnöki látogatását követően indultak nagy volumenű fejlődésnek. A 44 év utáni első magyar miniszterelnöki látogatást Kína is kiemelt politikai eseményként kezelte. A látogatás alatt a felek megállapodtak, hogy Magyarország adottságai alapján Kína közép-európai regionális gazdaságfejlesztési központjává válhat és a felek ezen cél elérésére törekszenek. A kapcsolatrendszer mindkét fél számára felértékelődött, ezt jelzi az is, hogy alig egy hónappal Magyarország EU-csatlakozását követően Hu Jintao kínai államfő hivatalos látogatást tett Magyarországon. Ebből az alkalomból a felek Közös Nyilatkozatot adtak ki, amelyben együttműködési partnerségi szintre emelték a bilaterális kapcsolatokat. Emellett a látogatás során más dokumentumok mellett a felek aláírták a két ország közötti Gazdasági Együttműködési Megállapodást is. Innentől kezdve rendszeressé váltak a magasszintű látogatások, évről-évre egyre több magasszintű magyar delegáció látogatott el Kínába.

A 2003-as miniszterelnöki látogatás következménye és eredményeképpen több olyan döntés született, ami Kína számára is egyértelműen jelezte Magyarország elkötelezettségét a kétoldalú kapcsolatok fejlesztése iránt, valamint Magyarország kínai kapcsolatait irányító intézményi rendszer bővítését célozták meg. Ezek közül a legfontosabb elemek az alábbiak:

Kínai ügyekért felelős kormánybiztosi iroda

2003 októberében a magyar kormány által kinevezett, a magyar-kínai kapcsolatok fejlesztéséért felelős kormánybiztos a magyar kormányzati intézmények munkájának összehangolását, a legfelsőbb vezetők találkozási során meghatározott feladatok kivitelezését, valamint a magyar-kínai kapcsolatok általános fejlesztését és kormányközi koordinációját felügyeli. A kínai kormányzat rendkívül fontosnak tartja ezt az intézményt, mivel az elmúlt években – a korábbi időkkel ellentétben – folyamatosságot és következetességet biztosított a kínai-magyar kapcsolatok fejlődésében. 2006-tól nem kormánybiztosi, hanem változatlan tartalommal miniszterelnöki megbízotti posztta változott.

Gazdasági Vegyesbizottság

2004. április 19-én sor került a korábban is működő, de nem elég aktív szerepet betöltő Magyar-Kínai Kormányközi Gazdasági Vegyesbizottság (GVB) pekingi ülésére. A GVB tulajdonképpen a gyakorlati gazdasági kérdések megvitatásának és a kormányzati hatáskörbe tartozó problémák egyeztetésének fóruma. A GVB-n az elmúlt években példátlanul sok vállalat képviseltette magát. A GVB üléséhez kapcsolódva sor került a korábbi Gépipari Munkacsoport alapján létrehozott Ipari Munkacsoport vezetőinek találkozására. 2004. májusában sor került a Befektetési Munkacsoport pekingi ülésére is, majd 2005. szeptemberében a GVB budapesti ülésére is. A Mezőgazdasági munkacsoport első ülésére 2006. áprilisban került sor.

TÉT Vegyesbizottság

A 2002-ben létrejött Tudományos és Technológiai Vegyesbizottság a vonatkozó kormányközi egyezmény alapján két éves időszakokra fogad el a két ország által anyagilag is támogatott közös projekteket. A TÉT VB legutóbbi ülésére 2006. augusztusban Budapesten került sor.

Külképviseleti infrastruktúra bővülése

2004 során turisztikai képviselő és agrárattasé kezdte meg munkáját Pekingben, és újra megnyílt az 1990-es évek elején bezárt Sanghaji Főkonzulátus is. 2005-ben TÉT-attasé és migrációs attasé, 2006-ban pedig külkereskedelmi szakattasé került Pekingbe, illetve a külképviseletek egyre több, Kínához kiválóan értő és kínaiul beszélő munkatárssal dolgoznak, ami az elmúlt évtizedek kínai oktatásának is jelentős eredménye.

MKIK magyar-kínai tagozat

2004-ben a Magyar Kereskedelmi és Iparkamarán belül létrejött a magyar-kínai tagozat. A több mint száz vállalatot tömörítő tagozat aktív szerepet vállal a két ország közötti üzleti lehetőségek fejlesztésében, illetve maga az MKIK is rendszeresen szervez különböző üzletember-találkozókat és Kínával kapcsolatos eseményeket.

IT iroda, Shenzhen

2005 októberében az IHM segítségével IT iroda nyílt Shenzhenben, ami a kínai-magyar gazdasági kapcsolatok egyik legfontosabb elemét, az informatikai együttműködést hivatott elősegíteni.

Mint a fentiek is jól mutatják, az elmúlt években rendkívül szerteágazó és átfogó fejlődés indult meg a magyar-kínai kapcsolatok intézményi rendszerében, amelynek minden egyes eleme azt a kiemelt figyelmet hivatott szolgálni, amely a magyar-kínai kapcsolatokat meghatározza.

A magyar-kínai kapcsolatok reneszánsza és eredményei

A magyar-kínai kapcsolatok fejlesztésében meghatározó az állam szerepe. Bár Kína maga is baráti kapcsolatot kíván ápolni a világ minden országával és területével, de Magyarországnak – már csak méreténél fogva is – az aktív szerepvállalás mellett átgondolt és Kína számára is előnyös együttműködési stratégiát kell felmutatnia, hiszen Kína hihetetlenül gyors gazdasági fejlődése magára vonta a világ minden részének figyelmét, és ebben a futamban igencsak nehéz jó pozícióhoz jutni. Megállapítható, hogy bár más fejlett országok jóval korábban, már az 1980-as években fejleszteni kezdték Kínával kapcsolataikat, de Magyarország az elmúlt néhány évben ezen a téren tett fejlődése egyelőre megelőzi a környező közép-európai országokat.

Ennek megfelelően mára Magyarország lett Kína egyik legnagyobb kereskedelmi partnere a közép-európai térségben, és az ázsiai régióban Kína Magyarország legnagyobb kereskedelmi partnere. Megállapítható azonban, hogy a kiváló kapcsolatokat egyelőre a gazdasági együttműködés volumene még nem tükrözi, de a kétoldalú kereskedelem fejlődésének trendje biztató. Jelenleg a kapcsolatok gyors fejlesztésének megalapozása folyik, így már több komoly eredménye jött létre az élénkülő kapcsolatoknak, amelyek a későbbi gazdasági és egyéb területek együttműködéseit elősegíthetik. Ezen eredmények elsősorban az alábbiak:

- A Malév és a Hainan légitársaság code-share üzemeltetésű Budapest-Peking közvetlen járata egyedüli a régióban. A járat 2004. augusztusában indult el.
- A két kormány közös döntése értelmében 2004. szeptemberétől Budapesten a XV. kerületben létrejött egy magyar-kínai kéttannyelvű általános iskola. Az iskola egyedülálló egész Európában, mivel része Magyarország oktatási rendszerének.
- A Bank of China az európai kontinensen egyedül Budapesten létesített leánybankot 2003-ban.

- A Magyar Évad programsorozat keretében Magyarország újratemti hírnevét Kínában.
- A Kínai Márkás Termékek Kereskedelmi Központja nevű, állami dotációval létrejövő óriásprojekt európai helyszínének Kína Budapestet választotta.
- Fontos eredmény, hogy egyre több magyar vállalat veszi észre és érti meg a Kína által kínált lehetőségeket, így reális esély van a további fejlődésre.

Az elmúlt néhány év intenzív kapcsolatfejlesztésének köszönhetően a kétoldalú kereskedelem volumene 2005-ben megközelítette a 4 milliárd USD-t, 2007-ban pedig átlépte az 5 milliárd USD-t, vagyis tíz év alatt több mint tízszeresére növekedett. Ezen belül meghatározó a Kínából származó import, kínai exportunk mindössze tizede a kínai importnak. A magyar szállítások jelenleg főként motor és alkatrészei, elektronikai távközlési termékek, számítástechnikai eszközök, egyéb gépipari termékek, műanyag alapanyagok és gyógyszer. Az agrár-exportunk meghatározó része a toll, az agrár-együttműködés legnagyobb vállalkozása pedig a Belső-Mongóliában víziszármazó teljes vertikumú feldolgozására létrehozott vegyesvállalat. A legfontosabb importtétel gépek és berendezések, elektronikus alkatrészek, számítástechnikai eszközök, továbbá textil és ruházati cikkek, vegyi anyagok. A Kínából importált termékek túlnyomó része re-exportra kerül.

Öröndetes tény, hogy megjelentek Magyarországon a kínai nagyvállalatok első befektetései is. A kínai elektronikai termékeket gyártó Hisense Group a Flextronics-szal közösen hozott létre egy televízió-összeszerelő üzemet. A Huawei nagyvállalat magyarországi leányvállalata már közel 100 magyar munkatárssal rendelkezik. A 2005. őszén Kínában meghirdetett 11-ik ötéves program irányvonalaihoz és az ún. „harmonikus társadalom” építési tervéhez igazodva a magyar-kínai együttműködés következő időszakának két kiemelt területe lehet a mezőgazdaság és a környezetvédelem, mely területeken máris élénk érdeklődés és kapcsolatépítés folyik.

Mindkét ország kiemelt figyelemben részesíti a másikat. Hu Jintao kínai elnök budapesti tárgyalásai során kifejtette, hogy *„Kínának nem érdeke hosszútávon a kereskedelmi deficit fenntartása”* és *„azonos ajánlat esetén a magyar vállalatokat részesítik előnyben az importban”*, valamint *„a kínai kormány elősegíti tőkeerős kínai vállalatok magyarországi befektetéseit”*. A 2010-es Sanghaji Világkiállítás magyar kormánybiztosának kinevezését követően 2005. őszén Magyarország elsőként írta alá az Expo részvételről szóló memorandumot.

Megoldandó kérdések a kapcsolatokban

Kínával való kapcsolatunk problémáinak egyik legfőbb oka az ismeretek hiánya. Magyarországon még ma is sokan teljesen téves elképzeléseket táplálnak Kínával kapcsolatban: az emberek többsége valószínűleg nem tud azokról az eredményekről, amelyet az elmúlt két és fél évtized gazdasági fejlődése hozott. Az emberek fejében élő képhez képest a valóság sokkolóan hat minden idelátogató külföldre: a városok fejlettsége, a felhőkarcolók, a kerékpárok helyett megjelent autóáradat és a mindennapos közlekedési dugók – pedig az igazi különbség a prekoncepciókhoz képest leginkább az országban rejlő elképesztő tudatosság, a gazdasági és pénzügyi potenciál, az általános kereskedelmi környezet, az emberek üzleti érzéke és a lehetőségek területén mutatkozik meg. Sajnálatos, hogy Magyarországról Kínában sem tudnak eleget az emberek, bár könnyen indokolható, hogy miért kell nekünk többet tudni Kínáról.

Unalomig ismert tény, hogy Kínában hatalmas a piac, de ha valaki nem járt még erre, akkor nem is gondolja igazán végig, hogy az egész világ megpróbálja ide eladni a termékeit. Lehet, hogy magyar gyártmányú szalámit még nem lehet kapni, de Ausztráliából exportált „Hungarian Salami”-t igen. A kínai jövedelmek növekedésével párhuzamosan Kínában létrejött az egyik legjellemzőbb gazdasági sznobhatás is: a termék eladhatóságát annak ismertsége, esetlegesen a gyártó ország hírneve határozza meg. Ráadásul a kínai fogyasztók közben egyre tehetősebbek is, ami válogatósá tette őket.

Mivel Kínában szerzett hírnevünk már korábban megkopott, az elmúlt évtizedekben pedig a magyar export és a marketing döntően az EU felé irányult, ezért termékeinknek nem is nagyon volt lehetősége felvenni a harcot a német autókkal, a francia borokkal, az amerikai gyorséttermekkel, a japán elektronikai termékekkel és így tovább. Bár mostanában újra igyekszünk a hírnevünket növelni, de ismertségben egyelőre nem versenyezhetünk a nyugat-európai országokkal, így a termékeink is versenyhátrányba kerültek.

Ezen állapot megváltoztatását célozta meg a 2007 ősztől 2008 tavaszig Kína 8 városában rendezett Magyar Évad, ami Magyarország egyik legnagyobb volumenű bemutatkozása külföldön. Az Évad során kulturális, turisztikai, gasztronómiai események és gazdasági rendezvények követték egymást, melyek révén valamelyest sikerült a kínai társadalom szemében ismét megteremteni Magyarország ismertségét. A médiában megjelenő hírek, a kínai nyelvű kiadványok, az internetes reklámok egyértelmű üzenetet fogalmaztak meg a kínai befogadóknak: miközben Kína ennyit változott, Magyarország is megújult, modern gazdaságot és ipart teremtett, amely területeken keressük a kapcsolódási pontokat, a kultúra területén régi keletű a kapcsolatunk. Az Évad megléte örvendetes tény és nagy előrelépés a kínai ismertségünkben, ugyanakkor csak egy hosszú út kezdete, melynek során egy leendő világbirodalomban szeretnénk legjobb hírét vinni Hazánknak.

Gazdaságunk 1989-et követő átalakulását követően hagyományos ipari termékeink nagyüzemi gyártása mára lassan emlékké halványodott. Elkerülhetetlen következménye volt ez a politikai átalakulásának, a gazdasági szerkezet megváltoztatásának, az orosz és kínai piactól való teljes elfordulásnak. Sajnálatos, hogy a 90-es éveket megelőzően a keleti piacokon rendkívül jól ismert termékeink és márkáink sorra eltűntek, holott a Szovjetunióban a Globus márkanév korábban a konzerv szinonimája volt, Kínában pedig néhány évtizede még lépten-nyomon lehetett Ikarus buszt látni. Mára a termékek értékesítésének alternatívájaként a technológiák hasznosítása maradt. Sokan berzenkednek a technológiák értékesítése ellen, talán nem is teljesen oktanul, bár ezeknek a hazai hasznosíthatósága egyre kérdésesebb, egy esetleges értékesítés, netán vegyesvállalati formában való üzemeltetése azonban reális gazdasági hasznot is teremthet, illetve Magyarország hírét is öregbíti.

Csakhogy a magyar technológia hiába erősségünk, viszont önmagában nem „eladható termék”, Kínában történő hasznosításához elengedhetetlen a megfelelő vállalkozói-üzleti ismeret és a tőke, amely tekintetekben szintén szűkös lehetőségekkel rendelkezünk, illetve az ismeretek, a biztos üzleti háttér hiánya miatt alternatív finanszírozási lehetőségek (bankhitel, befektetés) ritkán jöhetnek szóba. Ehelyett általános az a vállalkozói elképzelés, hogy „van egy találmányom/technológiám, vegyék meg a kínaiak”. Ez igen nehezen járható út (és semmiképpen nem ilyen egyszerű), hiszen egyrészt a kínai tőkebefektetés még nem általános, másrészt a nyugati befektetők nagy lehetőséget látnak a kínai piacon, és szívesen be is fektetnek oda, így nyilván inkább rájuk esik a választás, hiszen nemcsak technológiát, de pénzt is hoznak.

Természetesen nem lehetetlen a magyar technológia kínai értékesítése, de érdemes felkészülni arra, hogy sok befektetésre van ahhoz szükség, hogy bármit (akár technológiát is) eladjunk Kínában, és ezt a befektetést a kezdeti időszakban ritkán hajlandó a technológia tulajdonosán kívül más finanszírozni. Érdemes alaposan végiggondolni – akár szakértők igénybevételével is – a realitásokat, megkeresni a legjárhatóbb modellt, gazdasági számításokat, terveket készíteni, vagyis nem „vaktában próbálkozni”, mert abból a legritkább esetben lesz üzlet.

Noha Kína elképesztő összegű devizatartaléka jól mutatja, hogy eredményes a tőkebevonásra és exportra alapuló gazdaságpolitika, de ez korántsem jelenti azt, hogy most már minden ágazatban kínai tőkebefektetők nyüzsögnek. Azok a területek, ahol az általunk kínált mezőgazdasági vagy egyéb technológiákra igény van, jellemzően nem a legtökeerősebb területek, viszont a befektetőknek nagy

kedvezményeket nyújtanak. A megoldás az lehetne, ha a technológia tulajdonosa és egy befektető közösen látna fantáziát egy-egy ilyen üzletben, de úgy tűnik, a szereplők egyelőre nehezen találják meg egymást, ami szintén az információ hiányára vezethető vissza. Szerencsére lassan ezen a területen is vannak sikeres példák.

Magyarország kínai kapcsolataiban most saját értékeit definiálja újra, hiszen a multinacionális tőkebefektetésekre és az általuk generált EU exportra épülő gazdaság jellemzően nem érdekelt a Magyarországról indított kínai exportban, a kiváló magyar technológiai megoldásokat kézben tartó vállalkozások azonban kevés kivételtől eltekintve nem rendelkeznek elegendő tőkével, üzleti ismeretekkel és/vagy érdeklődéssel ezen technológiák kínai bevezetéséhez.

Annak ellenére, hogy a kínai reform és nyitás politikája az elmúlt három évtizedben elképesztő, a világon addig sehol nem tapasztalt megoldásokat vezetett be (egy ország – két rendszer, piacgazdaság és szocializmus ötvözése, stb.), de a hagyományos kínai felfogás és módszerek szerint mindig csak lépésről lépésre érdemes fejlődni, és bár feltétlenül szükséges mások megoldását tanulmányozni, azonban nem szabad mindent szolgáian utánozni. Kína jelenlegi fejlődési állapotát figyelembe véve ez racionális, megfontolandó gondolkodásnak tűnik. Eltekintve a megoldásra váró problémáktól, Kína láthatólag megtalálta a világban betöltött szerepét, tudja saját előnyeit és gyengeségeit, és fejlődésének záloga pontosan a saját lehetőségeinek felismerése és kihasználása.

Úgy tűnik viszont, hogy a fordított irányú tanulás még nem jellemző, holott a kínaiaktól nagyon sok mindent érdemes lenne átvenni. Igaz, hogy módszereik egyedisége szorosan kapcsolódik ahhoz, hogy a nyugati emberektől gyökeresen eltér a mentalitásuk és gondolkodásmódjuk, de ha csak a megoldások pragmatikus megközelítését eltanuljuk, már azzal is részesülhetünk hasonló sikerekből. Viszont azon mégis érdemes elgondolkozni, hogy a legjobb terveket sem lehet kivitelezni, ha az emberek nem értnek vele egyet, márpedig Kína azért is tud könnyen fejlődni, mert a kínai emberek elfogadják az ország fejlődésével kapcsolatos terveket és hajlandók kivitelezni azokat, lévén az ázsiai emberekre sokkal kevésbé jellemző az individualista gondolkodás.

Cél: Magyarország legyen Kína kapuja az EU felé?

A fent ismertetett tényezők alapján egyértelmű, hogy Magyarország és Kína kapcsolatainak előrelépése az elmúlt években egyedülálló és látványos eredményeket hozott. Azonban a cél nem csak Magyarország és Kína kapcsolatainak erősítése, hanem az is, hogy Magyarország ugródeszkává válhasson a Kína-EU kapcsolatban. A fenti elemek nem titkoltan a magyarországi befektetési környezet Kína-baráttá tételét is szolgálják. Persze nem elégséges csak az egyik irányban gondolkodni: nagyon nagy szükség van arra is, hogy Magyarországról egyre többen tudjanak Kínáról, egyre többen ismerjék fel, hogy ez a világ meghatározó országa.

A kínai kormány által néhány éve meghirdetett „Go Global” stratégia célja a kínai nagyvállalatok multinacionálissá válása, és ezen belül az európai piac az egyik legfontosabb célpont. Ehhez szükség lesz a kínai vállalatok részéről Európába telepíteni bizonyos mértékű gyártókapacitásokat, kutató-fejlesztő központokat, értékesítési vállalatokat és logisztikai bázisokat. Magyarország mindezekhez egyre javuló lehetőségeket nyújt. Az elmúlt másfél évtizedben országunk sikertörténet volt a kelet-európai országok között a közvetlen külföldi tőkebefektetés terén, most pedig itt áll előttünk az a lehetőség, hogy a következő évtizedekben megpróbáljuk kihasználni a kínai tőkeexpánziót is.

Emellett a Közép-Európában egyedüli közvetlen repülőjárat révén a turisztikában nyújtott lehetőségek kiaknázása is cél, hiszen a dinamikusan növekvő számú és újabb élményekre vágyó kínai turisták a hagyományos nyugat-európai célpontok mellett egyre inkább érdeklődnek Kelet-Európa iránt.

Szolgáltatásexportként ez az egyik kitörési lehetőségünk a külkereskedelmi passzívum ledolgozásában, ráadásul egymás megismerésében semmi sem lehet olyan hatékony, mint a személyes kapcsolatok. Azok a kínai turisták, akik Magyarországon járva megszeretik az országunkat, a legjobb reklámhordozóink lehetnek Kínában is, hiszen a kapcsolataink fejlesztésének legnagyobb problémája még mindig a kölcsönös ismeretek hiányára vezethető vissza.

Kínai Márkás Termékek Kereskedelmi Központja (CBTC)

Az elméleten túl valamilyen gyakorlati platformra is szükség volt, ahol a kínai márkatulajdonosok megvethetik a lábukat és megkezdhetik az európai piac meghódítását. A Budapesten 2009. elején hivatalosan megnyíló China Brand Trade Center, vagyis Kínai Márkaközpont lesz az a hely, ahol a kínai termékek bebizonyíthatják Európának, hogy nemcsak túljutottak a „gagyí”-korszakon (ezt persze Európában már sokan nagyon pontosan tudják), hanem képesek saját márkanévvel belépni a piacra, európai marketinget és értékesítési hálózatot kiépíteni. Ugyanaz a cél, mint ami a koreai, vagy korábban japán termékekénél is volt: először árban, majd minőségben versenyezni az európai piacon jelenlévő termékekkel. Ez a folyamat ijesztőnek tűnhet, de igazából csak egy ijesztőbb lehetőség van: ha nem rajtunk, hanem más európai országon keresztül jutnak be a kínai cégek a piacra.

Konklúzió

Összességében Magyarországnak minden lehetősége és adottsága megvan ahhoz, hogy az európai-kínai kapcsolatokat alakító európai központ legyen, az a kiindulási bázis, amelyen keresztül a kínai nagyvállalatok – majdani világvállalatok – bejuthatnak Európába. Ennek kivitelezése további eltökéltséget igényel, hiszen a kínai cégek jövőbeni központ-választása a lehető legkevésbé történik érzelmi alapon, ebben csak a gazdasági racionalitás játszik majd szerepet. Ugyanakkor megfelelő eszközökkel – mint például a kínai márkás termékek kereskedelmi központjának Budapestre telepítése – olyan kiinduló helyzetet teremthetünk, amely a későbbiekben racionális alapot szolgáltat ahhoz, hogy újra ránk essen a döntés. Ismertségünk növekedésével újra fokozódhat az igény Kínában a magyar termékek és megoldások iránt. A mostani sikeres példák viszont azt mutatják, hogy hosszú és nehéz út Kínában üzletet kötni, nagyon tisztában kell lenni a külföldi félnek saját lehetőségeivel és a kínai sajátosságokkal, ami nélkülözhetetlenné teszi a megfelelő szakértők alkalmazását.

Belátható időn belül a kínai tőke-akkumuláció képes és hajlandó lesz egyre nagyobb befektetéseket is eszközölni – ha ekkor a kínai gondolkodásban mi is jelen leszünk, akkor elérhető, hogy az általunk kínált megoldásokat és lehetőségeket válasszák. Tehát a következő tíz-tizenöt évben, amelyet – ha minden rendben lesz – a kínai gazdaság további növekedése mellett a kínai gazdasági expanzió fog jellemezni, csak rajtunk áll, hogy a már felismert szerepünket képesek leszünk-e kivitelezni, az újtába állunk ennek a fejlődésnek, vagy kapuvá leszünk az úton. A kínai gondolkodás azt tanítja: lépésről-lépésre kell haladni – ehhez az első lépés pedig önmagunk és Kína megismerése.

Mohr Richárd
Peking, 2008