

Polski eksport na Daleki Wschód w roku pandemii



ŁUKASZ SAREK

Miniony rok, biorąc pod uwagę trudną sytuację na rynkach światowych spowodowaną pandemią, był dość dobry dla polskich firm działających na rynkach dalekowschodnich. Wzrost eksportu do Chin, Filipin, Tajwanu, Wietnamu, Singapuru, Hongkongu, Korei Południowej był znacznie wyższy niż do większości kluczowych polskich rynków eksportowych.

Dla polskich MŚP szczególnie interesujące mogą być rynki Wietnamu i Korei Południowej, ze względu na strukturę eksportu do tych państw. Coraz bardziej otwiera się również na polskie produkty Tajwan. Nadal atrakcyjny, głównie dla dóbr przemysłowych, jest rynek chiński.

Wzrost eksportu na Daleki Wschód

Według danych GUS dotyczących pierwszych dziesięciu miesięcy ubiegłego roku wzrósł polski eksport do większości państw tego regionu. Spadek w dwóch ostatnich miesiącach 2020 r., spowodowany między innymi kolejnymi falami pandemii czy problemami transportowymi, nie powinien drastycznie zmienić obrazu eksportu w ubiegłym roku. Spośród państw ASEAN i pięciu gospodarek Azji Wschodniej

(Chiny, Korea, Japonia, Hongkong i Tajwan) spadek odnotowano tylko dla czterech: Japonii, Malezji, Indonezji i Mjanmy. W tabeli zaprezentowano eksport, zmianę wartości eksportu oraz tempo eksportu do tych państw. Z powodu marginalnej wielkości eksportu w tabeli pominięto Brunei. Ze względu na format w artykule omówiono eksport do wybranych państw. Chiny były liderem zarówno pod względem wartości eksportu, jak i pod względem dynamiki wzrostu. Bardzo dynamicznie rósł eksport do Filipin i na Tajwan. Odbił się nieznacznie eksport do Singapuru, który w ostatnich latach notował dramatyczne spadki oraz eksport do Hongkongu. Pozytywnym sygnałem jest dość dynamiczny wzrost eksportu do Wietnamu, który jest coraz bardziej otwartym rynkiem dla polskich produktów ze stabilnie rosnącym w ostatnich latach polskim eksportem.



Wyrzucić: ze stabilnie rosnącym w ostatnich latach polskim eksportem. Pozytywny jest również nieznaczny wzrost eksportu do Korei, która jest kluczowym rynkiem pod względem wartości eksportu i ustępuje jedynie Chinom i minimalnie Japonii.

Kluczowe grupy produktowe

Sam wzrost wartości eksportu sygnalizuje potencjał danego rynku dla polskich MŚP. Jednak o wiele istotniejsza jest struktura grup produktowych, specyficzna dla poszczególnych państw.

Chiny

Motorem wzrostu eksportu były trzy pozycje: surowce – koks i drewno oraz turbiny gazowe. Stanowiły one łącznie połowę ogólnej wartości wzrostu eksportu, który wyniósł 748 mln USD. Kolejne pozycje obejmowały głównie produkty przemysłu maszynowego (w znacznej części eksportowane w ramach łańcuchów dostaw korporacji) oraz produkty przemysłu mleczarskiego – mleko, serwatkę.

Dość widoczny, choć dużo mniejszy wzrost odnotowano w produktach interesujących sektor MŚP, takich jak piwo, produkty przemysłu papierniczego i maszyny do produkcji papieru, leki i produkty farmaceutyczne, cukry, środki czyszczące, ceramika przemysłowa i laboratoryjna, tekstylia gumowane, mąki i mączki.

Udział dóbr konsumenckich w eksporcie do Chin jest, podobnie jak w poprzednich latach, nadal niewielki. Polskie przedsiębiorstwa z różnych przyczyn wciąż nie są w stanie

wykorzystać potencjału chińskiego rynku i wejść z ofertą atrakcyjną dla chińskiego społeczeństwa.

Filipiny

Wzrost eksportu do tego państwa wynikał prawdopodobnie przede wszystkim z dostawy śmigłowców wyprodukowanych w Mielcu. Z grup produktowych, które mogą być natomiast interesujące dla MŚP wzrosła znacząco wartość eksportu mleka i śmietany i innych produktów mlecznych, urządzeń ortopedycznych, papieru i tektury. W innych grupach eksport jest jednak stosunkowo niewielki i Filipiny wciąż są mniej znaczącym rynkiem tego regionu dla polskich firm.

Tajwan

Eksport wrósł głównie dzięki wyrobom z miedzi i turbinom gazowym, które stanowiły ponad 40 proc. dodatniego wzrostu eksportu. Dla MŚP atrakcyjne mogą być jednak inne grupy, takie jak: leki, skrobie i inulina, różne rodzaje pieczywa, kosmetyki, przyrządy chirurgiczne. Spadł natomiast znacznie eksport pierza i puchu oraz czekolady.

Wietnam

Trzy pierwsze grupy produktów, które były podstawą wzrostu polskiego eksportu do Wietnamu i których wartość wynosiła ponad połowę dodatniego wzrostu eksportu to pojazdy specjalistyczne, katody miedziane i mięso wieprzowe.

W odróżnieniu jednak od Chin i Tajwanu większą rolę we wzroście eksportu odgrywają również grupy produktów, w których MŚP mogą szukać swojej szansy jak mączki z mięsa, podroby, ryby, tłuszcze wieprzowe, cukry, urządzenia do przetwarzania danych, elementy konstrukcji stalowych, różnego rodzaju produkty mleczne.

Porównanie eksportu towarów z Polski do wybranych państw Dalekiego Wschodu w okresie I-X 2019 i I-X 2020

Lata	Eksport w 2019 (mln usd)	Eksport w 2020 (mln usd)	Wartość wzrostu (mln usd)	Tempo wzrostu (%)
Chiny	2 389	2 769	380	16
Filipiny	102	184	82	81
Tajwan	141	194	53	38
Hongkong	331	371	40	12
Singapur	255	284	30	12
Wietnam	292	315	23	8
Korea Płd.	580	597	17	3
Kambodża	7	15	8	124
Tajlandia	182	189	7	4
Laos	3	5	3	103
Mjanma (Birma)	11	7	-4	-36
Japonia	642	600	-42	-7
Indonezja	181	128	-53	-29
Malezja	218	149	-68	-31

Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Mimo spadku eksportu w niektórych pozycjach w pierwszych dziesięciu miesiącach ub.r. znaczną rolę w eksporcie do Wietnamu odgrywają różnego rodzaju mięsa i podroby, mięso rybne mrożone, filetowane, leki i produkty do higieny osobistej.

Korea Południowa

Również dość różnicowany jest eksport do Korei Południowej. Co prawda niemal 44 proc. dodatniego wzrostu eksportu przypada na złom metali szlachetnych i pojazdy transportowe, jednak pozostała część wzrostu była generowana przez między innymi takie grupy produktów jak: ceramika laboratoryjna, poliamidy, odczynniki diagnostyczne, przetwory spożywcze, materiały i przyrządy szlifierskie, urządzenia do pomiaru ciśnień, pompy do cieczy.

Istotnymi grupami produktowymi, które mogą być interesujące dla MŚP, to skrobie i inulina, piwo, przyrządy chirurgiczne i urządzenia ortopedyczne, leki oraz mleko i jego przetwory jak np. sery i twarogi.

Hongkong i Singapur

Mięso, podroby i wyroby mięsne były obok turbin gazowych i papieru kluczowymi produktami, które stały za wzrostem eksportu do Hongkongu. Jest możliwe, że część tych produktów trafiała następnie nielegalnie do państw, które wciąż blokują ich import z Polski, w szczególności do Chin.

Wzrost eksport do Singapuru również w ogromnej części był spowodowany przez zwiększenie eksportu dóbr przemysłowych, ale zróżnicowanie istotniejszych grup było większe niż w wypadku Hongkongu, a kilka z nich może być interesujące dla polskich MŚP między innymi przetwory spożywcze, czekolada, czy jaja ptasie.

Perspektywy

Pandemia koronawirusa była wydarzeniem, które miało przemożny wpływ na procesy gospodarcze na rynkach światowych i lokalnych. Ograniczenia w przepływie osób i towarów, prowadzeniu działalności produkcyjnej i handlowej,

spowodowały kryzys gospodarczy, który dotknął również gospodarki dalekowschodnie i wpłynął negatywnie na skłonność do importu.

Polski eksport na rynkach Azji Wschodniej i Południowo-wschodniej, mimo trudnego otoczenia biznesowego, radził stosunkowo dobrze.

Według prognoz IMF wzrost gospodarczy a co za tym idzie również zapotrzebowanie na dobra importowane w pań-

stwach regionu, ma wzrosnąć w przyszłym roku.

Chiny są wskazywane jako lider z ponad 8 proc. wzrostem. Tempo wzrostu koreańskiej gospodarki ma wynieść 2,9 proc., tajwańskiej 3,2 proc. a singapurskiej 5 proc.

Jeszcze wyższy wzrost gospodarczy prognozowany jest dla Wietnamu 6,7 proc. i dla kilku innych państw regionu ASEAN. Istotnymi czynnikami, które determinują zapotrzebowanie na import, będą również: wielkość popytu gospodarstw domowych i powiązany z nim wzrost sprzedaży detalicznej, wysokość bezrobocia i ocena perspektyw gospodarczych determinująca poziom skłonności do konsumpcji.

Największy prognozowany na ten rok spadek bezrobocia będzie dotyczył Filipin (3 pkt proc.) oraz Wietnamu (0,6 pkt

proc.). Jedynie bezrobocie w Korei ma pozostać na zbliżonym poziomie.

Wzrost gospodarczy czy popyt gospodarstw domowych nie muszą przełożyć się na wielkość zmiany zapotrzebowania na polskie produkty, szczególnie na dobra konsumenckie. Jednak stosunkowo dobre wyniki eksportu w trudnym roku 2020 skłaniają do bardziej optymistycznych perspektyw na ten rok. Planując strategię rozwoju eksportu i dywersyfikacji rynków warto wziąć pod uwagę rynki Dalekiego Wschodu.

■

Autor jest analitykiem rynku chińskiego i konsultantem w Foray China

