

## Együttműködés Kínával – Veszélyből esély

# Textil- és divatfórum az AsiaCenterben

Barna Judit

Az AsiaCenterben található és évek óta dinamikusán bővülő CBTC (Kínai Márkák Kereskedelmi Központja), amely Kelet-Közép-Európa egyik legnagyobb kínai befektetési és kereskedelmi kapcsolatok közvetítésére specializálódott üzleti platformja, valamint a Textilipari Műszaki és Tudományos Egyesület (TMTE) „Együttműködés Kínával – Veszélyből esély” címmel 2013. június 26-án közös rendezvényt, Divat Fórumot tartott, amire a 6. Kínai Márkák Kiállítása és Fóruma című rendezvény adott alkalmat. A CBTC két munkatársa – akik a fórumot megszervezték és a lebonyolításáért igen felelős munkát végeztek – a TMTE szakértőivel több megbeszélésen egyeztettek a részleteket. A Textil Fórum szakmai programja így beékelődött a három napos kiállítás eseményeibe.

A jelen cikk összeállítója úgy látta a legjobbnak, hogy erről a fontos eseményről nem szokásos formában ír, hanem a szakma felkért hozzászólóinak véleményét tolmácsolja a lehető leghitelesebben, a saját szavaikkal, szinte jegyzőkönyvszerűen.

### Tíz éves az AsiaCenter

Az AsiaCenter Budapesten, a rákospalotai Szentmihályi úton van. A feng shui építészeti filozófia szerint épült kereskedelmi központ nemcsak lakossági kiskereskedelmi tevékenységet folytat, hanem Kelet-Közép-Európa egyik legnagyobb kínai befektetési és kereskedelmi kapcsolatok közvetítésére specializálódott üzleti platformja is. Kiterjedt szakértői csoporttal és két kínai irodával rendelkezik. A központ azoknak a kínai üzleti vállalkozásoknak és üzletfejlesztési szervezeteknek nyújt állandó bemutatkozási lehetőséget, amelyek komoly kereskedelmi kapcsolatokat kívánnak kiépíteni Európában. Partnereinkkel együttműködve számtalan hazai és kelet-közép-európai vállalkozás terjesztheti ki üzleti tevékenységét, fejlesztheti vállalkozását a kínai cégek minőségi és versenyképes kínálata révén. Legyen szó akár gyártói, akár forgalmazói tevékenységről, a CBTC biztosítja az értékesítések nyomán követését, valamint a garanciaszolgáltatásokat.

Bemutatótermeik és irodáik az AsiaCenter Nyugati szárnyában találhatóak 4 000 m<sup>2</sup> nettó kereskedelmi területen, amelyhez újabb 10 000 m<sup>2</sup> modern raktárkapacitás kapcsolódik. Kiváló logisztikai háttérrel, kiváló minőségű üzleti környezetben koordinálják a kelet-közép-európai rendelésvételeket és biztosítják az üzleti partnerek kiszolgálását.

### Nyílt pódiumbeszélgetés a Textil Fórumon

A dél-kelet kínai Fujian (Fucsien) tartományból érkezett 200 kínai kiállító a Nyugati szárny I. és II. emeletén 3000 négyzetmétert foglalt el a termékeivel. A látogatók között a legnépszerűbb termékek a márvány, nyílászárók, a napenergia hasznosítására szolgáló be-

rendezések, a CD-k, a LED világítóberendezések. 55 kiállító hozott a kiállításra „Fashion & Textile” kategóriában divat késztermékeket és méterárut.

A textilméteráru termékek megtekintése után a magyar textilruházati szakma képviselőinek tudatosan irányított találkozója olyan témákkal foglalkozott, mint a kooperációs igények, a bér munkavégzés, az áruren- delés tapasztalatai. Az üzletközpont Smaragd termében a pódiumbeszélgetés résztvevői nem kendőzték el a kínai termékekről alkotott véleményüket, nyíltan beszéltek a kínai partnerekkel kapcsolatban szerzett tapasztalataikról, az együttműködéseket gátló tényezőkről és a gyakori hibákról.

A hozzászólók egyöntetűen megállapították, hogy a hazai textilruházati ipar több évtizede megkerülhetetlenül találkozik kínai cégekkel és termékekkel az üzleti életben, ezért fontos az együttműködési szándék. Le kell számolni azonban a túlzott illúziókkal, viszont keresni kell a mindkét fél számára előnyös üzleti modelleket.

**A pódiumbeszélgetés résztvevői a következők voltak:**

**Gyulai Mihály**, az Első Magyar Divattervezők Szövetség (EMDSZ) elnöke,

**Hannauerné Szabó Anna**, a Textil- és Ruhaipari Innovációs Klaszter – Dél-Alföld képviselője, az INNOWEAR-TEX Kft. ügyvezető igazgatója, a VOSZ Textil- és Ruházatiipari szekciójának elnöke,

**Nagyné Miske Margit**, a Naturtex Kft. ügyvezető igazgatója,

**Dr. Pataki Pál**, az INNOVATEX Zrt. vezérigazgatója, a TMTE elnöke,

**Szórád Gábor** a CBTC kínai értékesítési irodáit vezető,

**Tomor János**, a Magyar Könnyűipari Szövetség, ügyvezető elnöke,

**Várhegyi Zoltán**, a – Firenze Divatház Kft. ügyvezető igazgatója,

**Dr. Várszegi András**, az – Országos Kereskedelmi Szövetség Ruhaipari tagozatának vezetője, Korona Zrt. kereskedelmi igazgatója.

### 1. téma – A magyar textil- és ruházati iparpozicionálásáról, a kooperációs igényekről, az együttműködésen alapuló lehetőségekről Európában és Ázsiában

**Dr. Pataki Pál:** A textil- és ruhaiparban 11–19 %-os exportnövekedés figyelhető meg. A magyar export növelésében az a lényeg, hogy a versenyképes szegmenst találjuk meg. A nemzetközi Öko-Tex szervezet által minősített közel 120 ezer termék több, mint 50%-a ázsiai termék, amelynek jelentős része magas minőségi színvonalú kínai gyártmány, és ezek megfelelnek az Öko-Tex követelményeinek. Azt javasolta a résztvevőknek, hogy ne a versenyen legyen a hangsúly, hanem az együttműködés lehetőségét vizsgáljuk kínai cégekkel.



**Hannaerné Szabó Anna:** Nem csak az export érdekli Kínát. Kétségtelen, hogy vannak innovatív alapanyagaik, azonban vannak olyanok is, amelyek ott nem találhatók meg, vagy csak költségesen állíthatók elő, ilyen például a toll. A Kínában előállított párnák, tollkabátok töltőanyagához hazánkból importálnak tollat. A magyar kreatív tudás érdekli a kínai partnereket, érdemes velük együttműködéseket kialakítani. A régi bér munkázatok egy részénél megfigyelhető, hogy sokan visszatérnek Kínából Európába. További kitörési pont lehet a munkavédelmi ruházat szegmense.

**Tomor János:** Magyarországon nagyon éles a verseny, túlkínálat van a piacon. Meg kell nyerni a vevőt, jó minőségű alapanyaggal, jó árral. Célzott piacokra, harmadik országba van lehetőségünk együtt betörni, kölcsönös üzleti előnyökkel. Hosszú tárgyalásokkal, lassú látványos eredményekkel el lehet indulni ezen az úton.

**Szórád Gábor:** A magyar-kínai együttműködés, a közös út elejét jelenti a mai Fórum. A Kínában működő két CBTC kirendeltségen felméri a kínai cégek igényeit. Az AsiaCenterben létrehozták a kínai kiállító központot. Kínában növekednek a költségek, ezért keresik a lehetőségeket az európai megrendelőkkel való közös bér munkában, a magyar tervezők bevonásában.

## 2. téma – Magyarország, mint európai bér munkaközpont: Együttműködés kínai alapanyaggyártókkal és az európai vevőkkel

**Tomor János:** Nem reális a kínai-magyar bér munka együttműködés a hazai gyártásban, esetleg speciális védőruha gyártásban lehet esély.

**Gyulai Mihály:** Az EMDSZ-t a divattervezők hét éve alapították. A szövetség érdekét képviselné, ha a magyar divattervezők szellemi tőkéjét, tudását tudnánk exportálni és hasznosítani a kínai cégekkel való együttműködésben, a divattervezésben. Már van jó néhány magyar divattervező, akik a kínai ruhaiparban dolgoznak.

**Várhegyi Zoltán:** A Firenze Divatház termelése nem csökkent. Véleménye szerint a jövő a márkaépítés lehet. Bevezetett márkanév nélkül nem reális elképzelés kínai méteráruból, magyar munkával készült ruházati termékeket Nyugat-Európában eladni.

**Szórád Gábor:** A CBTC-nek az a feladata, hogy a kínai és a magyar cégeknek lehetőséget, helyszínt adjon a kapcsolatok építéséhez. Ezt a háromnapos kiállítás és a Textil Fórum is erről szól. A legfontosabb, hogy mindkét fél résztvevője üzletileg legyen érdekelt és motivált az együttműködésekben.

**Dr. Pataki Pál:** Európa 27 országának és benne a magyaroknak a lehetőségeit külön kell választani a világ legnagyobb textilruházati gyártóknak – India, Kína, Törökország és mások – óriási tömegtermelésétől. Más szegmenst kell keresni, nem a tömegtermelés az irány, hanem a magasabb hozzáadott értékű termékek tervezése és előállítása.

## 3. téma – Árurendelés Kínából, tapasztalatok és gyakori hibák

**Nagné Miske Margit:** 15 éve rendelnek lakástextil gyártáshoz alapanyagokat, segéd- és csomagolóanyagokat Kínából, ebben már nagy tapasztalatuk van. Rendszeresen látogatnak kiállításokat és figyelemmel kísérik a kínálatot. Bevizsgált termékekkel és tanúsításokkal találkozhatnak. Megfigyelhető, hogy az együttműködési rugalmasság és a kommunikáció határozottan fejlődött az elmúlt évtizedekben, de még mindig nagy különbség van a megszokott európai kommunikációhoz képest. A reális veszély nem annyira a kínai gyártói oldalon rejlik, nekik érdekük a partner elégedettsége, és az új rendelés. Ázsia országai közül cégüknek a kínai üzletfelek állnak a legközelebb, az indiai, pakisztáni cégeket megelőzve. A kínai fizetési kondíciók megfelelőek, mindig elérhetőek. Az elakadt szállítások, nem teljesült, de kifizetett rendelések hátterében inkább a szepitőr cégek csalásai állnak, ezért kiemelten fontos, hogy a szállítmányozó partnert is jól ismerjék. Új jelenség, hogy a fejlődő kínai belső piac, az emelkedő bérek és fejlesztési költségek miatt a cégek egy része már nem érdekelt európai szállításban.

**Dr. Várszegi András:** mint az Országos Kereskedelmi Szövetség alelnöke és mint egy 60 éves ruházati kiskereskedelmi cég tulajdonosa, elsősorban a kereskedőket képviseli. Németországból 3 nap alatt megkapják a megrendelt minőségi árut, Kínából ezt nem lehet megtenni. Tapasztalata szerint több üzlet sikertelen lett, mert a szállított áru nem volt azonos a mintával. A reklamációk intézése sem egyszerű.

**Várhegyi Zoltán:** A túlzott illúziókkal le kell számolni. Fontos az együttműködésben a méretállások, színek, modellek azonos értelmezése. Megkerülhetetlen az együttműködés, mert a magyar cégek kénytelenek itthon jó minőségű, de olcsóbb termékeket forgalmazni.

**Szórád Gábor:** összefoglalta, hogy mire kell ügyelniük az európai üzletembereknek a Kínával való üzleteleésben:

- A minimális darabszám problematikáját több megrendelés összevonásával lehet kezelni.
- A csalókkal való kapcsolatba kerülés veszélyét el lehet kerülni, ha a magyar cégek a HITA-val előre ellenőrzik a kínai partnereket.
- Fizetési feltételeket előre tisztázni kell.
- A szállítmány és a minta azonosságának biztosítására ellenőrt kell bevonni a berakodásnál, mert utóbb már nehéz árut visszaküldeni.
- A belső kínai piac élénküléséhez külső tanácsadók, dizájnerek szükségesek. 2020-ig 600 millió lesz a kínai közép-fogyasztó, akik napi 10-100 US\$ értékű fogyasztást képviselnek.
- Kína a gyártókapacitásainak jórészét kitelepíti Vietnámba és Kambodzsába. A szimpla gyártásról áttérnek a márkaépítésre, de nem tudnak értékesítési láncokat megszervezni. A marketinghez, disztribúcióhoz még nem értenek. A magyar cégek előtt ezek a lehetőségek állnak. Jó példaként említi a PEAK sportcipő-

márkát, amely 500 millió US\$ éves árbevétellel, 4000 üzlettel az amerikai NBA 3 legnagyobb szponzora. A cég kiválóan tud gyártani, de európai szakemberek segítségével akarnak termékeikkel az Európai Unióba betörni.

### **Tapasztalatok a kiállításról**

A pódiumbeszélgetésben résztvevők vegyes képet alkottak a kiállított termékekről és a kiállító cégek munkatársainak felkészültségéről is. Pozitív tapasztalat a korábbiakhoz képest, hogy több a magasabb minőségi színvonalú ruházati készáru és méteráru termék. Azonban még mindig a tömegáruk a jellemzők, pedig a magyar piac, illetve a dizájnerek és a gyártó cégek különlegesebb, természetes szálból készült textil-alapanyagokat igényelnének. Örömmel nyugtázható, hogy az egyik cég kiállította a humánökológiaileg megvizsgált termékének Öko-Tex bizonyítványát is.

Hiányolható, hogy a standokon a termékekről, azok részletes paramétereiről, a szállítási feltételekről, a vámkérdésekről kevés információ tudható meg, nagyobb felkészültséget és jobb kommunikáló képességet várnak a magyar partnerek. A fejlődés és az akarás látszik, mert a kínaiak kitörést látnak Magyarországon keresztül Európába. Az együttműködés keretében a magyar szakemberek által átadható tapasztalatokat a kínai cégek a saját belső piacukon is hasznosíthatnák.

A továbbiakban javasolható a CBCT számára a hatékonyabb, tematikus kiállítás, valamint a kiállítók felkészültségének előmozdítása.

### **A magyar cégek képviselőinek véleménye**

- Egy szolnoki ruházati kereskedelmi cég 15 éve gyártat Kínában military ruházatot, vannak megbízható partnereik. Kifogásolta, hogy a kelme bevizsgálást a kínai cégek megfizettetik és a további fejlesztés is több pénzbe kerül nekik, de még mindig megéri Kínában gyártatni. Három céggel tárgyaltak, érdeklődnek a további hasonló rendezvény iránt.

- A szakma egyik legnagyobb gyártó vállalkozását alapanyagimport érdekelte, jónak tartaná, ha a kínai partner a gyártást is részben idehozná. A termékek között találtak lakástextil alapanyagot. A kiállítás indulásnak nagyon jó volt, a továbbiak is érdeklik őket.

- Egy lakástextiliát nagy tételben gyártó és nyugati országokba exportáló cég képviselője örömmel tájékoztatta a hallgatóságot, mert a kiállításon talált 3D-s anyagot. Folyamatosan kapcsolatban van kínaiakkal, a beszállítást magyar cég szervezi korrekt módon. Számára profitáló a kínai együttműködés.

\* \* \*

A TMTE és a CBTC szakemberei a rendezvény után – értékelve az eseményt – megállapították, hogy az első találkozást indulásként jónak tartották. A hazai textil-ruházati szakma érdeklődése kimutatható a kínai méteráru iránt, mert egyre jobb minőségű árut lehet jó áron kapni.

A következő, szeptemberi rendezvényre az együttműködés lehetőségei már körvonalazódnak.