



Aktuální možnosti obchodování s Čínou

*Michal Dúbrava
ZK CzechTrade Jihozápadní Čína*

25. 5. 2022



Obsah

1. Cestování do Číny
2. Trh a obchodní příležitosti
3. Čínský spotřebitel
4. Plánované akce 2022

1

Cestování do Číny

COVID 19 – cestování do Číny

- **Zavřené hranice**, velmi omezené množství letů, suspendace letů, extrémně drahé letenky (zpáteční 150 tis. Kč a výše), možné jen pracovní/obchodní cesty
- Pro vydání víza do Číny je potřeba **PU letter** (zvací dopis vydaný lokální vládou)
- Při prodělání onemocnění COVID-19 nebo pozitivním RT-PCR testu je nutné požádat velvyslanectví ČLR o stanovení karantény a sledování zdravotního stavu (14 dní), platí i pro naočkované
- Pro získání zdravotního kódu je potřeba **negativní 1x RT-PCR test** ve dvou rozdílných laboratořích (tj. celkem 2 testy) a **1x antigenní test**, platí i pro naočkované
- Podání žádosti o vydání zdravotního kódu [zde](#)
- **Nejsou přímé lety z ČR do Číny**, povolen pouze jeden tranzit
- V tranzitní zemi je nutné podstoupit **opětovné testování a znovu požádat o vydání zdravotního kódu** => požadavky na testování viz příslušný zastupitelský úřad ČLR v dané zemi (ve Frankfurtu 3x RT-PCR a 1 antigenní test), platí i pro naočkované
- Vzájemné uznávání cestovních kódů a vakcín neexistuje
- Soubor požadavků k získání zeleného kódu je průběžně aktualizován [čínským velvyslanectvím v Praze](#)
- **Po přiletu karanténa 14 + 7 + 7**, tj. 14 dní v přiděleném hotelu, 7 dní domácí karanténa a 7 dní monitorování, platí i pro naočkované
- Podmínky se mohou **mírně lišit** pro různá města

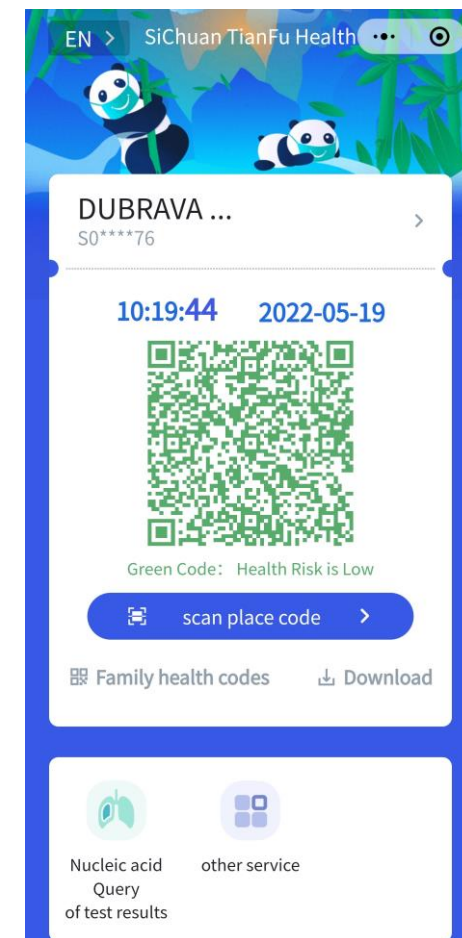


The screenshot shows a digital 'Health Declaration' form. At the top, it says 'Health Declaration' with a globe icon on the left and a user profile icon on the right. Below this, the name '*Důbrava' is displayed. The form contains the following information: 'Passport No.: S0 **** 76', 'Nationality: Czechia', 'The HDC is valid until 06:59, 2021/12/30 Beijing time.', and 'The HDC will expire in 32 hours and 28 minutes.' A large QR code with 'HDC' in the center is shown. At the bottom, it says 'Embassy of P. R. China in the Czech Republic' and includes a link 'View your declaration'.

COVID 19 – cestování po Číně



- **Kódy** – cestovní aplikace „šipka“ pro pohyb po Číně (pozor na hvězdičku), zdravotní kód (každá provincie má svůj)
- **Lockdowny** - místní úřady rozhodují o uzavření měst (Xi'an, Tianjin, Šanghaj, Shenzhen, Guangzhou...)
- **Testy** – při přesunu mezi městy/provinciemi, ale i při účasti na akcích atd.
- Situace **v různých městech/provinciích je odlišná** => je nutné si hlídat situaci v místě, kam se chystám
- **Zákaz vycestování** ze země pro Číňany – pouze nezbytné případy
- Striktní dodržování **zero covid policy**
- Situace je ve srovnání s rokem 2021 **horší**



A black and white photograph of three business professionals in an office setting. A woman on the left is looking towards a man in the center who is smiling and looking at another man on the right. They are all dressed in business attire. The background is a blurred office environment with large windows.

2

Trh a obchodní příležitosti

Charakteristika trhu

- Transformace z nízkonákladové výrobní ekonomiky k hi-tech ekonomice služeb
- Obrovský trh s obrovskou konkurencí – jaké jsou moje unikátní výhody, co nabízím jiného, lepšího?
- Zdlouhavé a neprůhledné administrativní postupy zejména pokud jde o povolení, registraci a udělování licencí
- Díky covidovým omezením a nemožnosti cestování mimo Čínu narostly úspory domácností => zvýšení spotřeby v Číně, rozvoj sportovních aktivit, tuzemského cestování aj.
- Vláda hraje významnou roli – důležité rozumět vládním cílům a strategiím, a jak v tomto rámci fungovat ([14. pětiletý plán](#))

Made in China 2025

WHAT IS 'MADE IN CHINA 2025'?

A strategic plan by the Chinese government to transform the country into a global high-tech powerhouse across 10 key sectors:



Vybrané oblasti

- **Strojírenství**
- **Letectví**
- **ICT – herní průmysl**
- **Vzdělávání**
- **Energetika**
- **Environmentální technologie, vodohospodářství**
- **Zemědělství**
- **Potravinářství**
- **Healthcare, biomedicína a zdravotnické prostředky**
- **Spotřební zboží (kosmetika, produkty pro děti, sportovní zboží...)**
- **Luxusní zboží**
- **E-commerce**

Příležitosti a hrozby

— PŘÍLEŽITOSTI

- Sofistikované hi-tech produkty a technologie s vysokou přidanou hodnotou
- Transfer technologií spíše než hotové produkty
- Technická řešení a aplikace
- Společný vývoj
- Univerzitní spolupráce
- Nové, neobvyklé, odlišné produkty

— HROZBY

- Problematika IPR (situace se zlepšuje)
- Velká konkurence – **domácí** i zahraniční
- V rámci JV sdílení know-how
- Tendence zvýhodňovat domácí podniky

TIPY

- Sledovat situaci a postupně budovat svou pozici – vznikají nové příležitosti
- Přemýšlet v kontextu vládních plánů a strategií udávajících směr budoucího vývoje země.

3

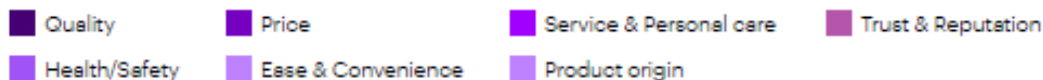
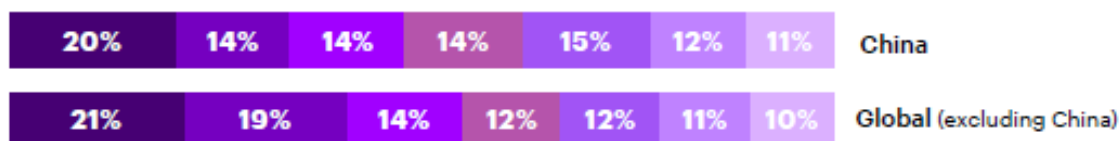
Čínský spotřebitel

Charakteristika spotřebitele

klíčové trendy

- Pandemie urychlila změnu v myšlení a chování spotřebitelů => 4 mega trendy (průzkum Accenture)
 - Změny chování
 - Změny myšlení
- Pandemie odhalila nové nákupní motivace
 - Zdraví a bezpečnost, servis a osobní péče, snadnost a pohodlí, původ produktu a důvěra a pověst

Weighted importance of factors in consumers' purchase decisions



Data Source: Accenture Global Consumer Pulse Research 2021

Změny chování

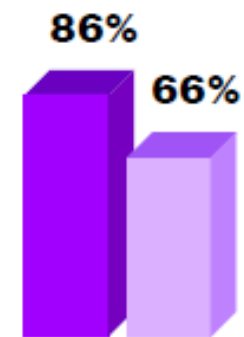
Likely to shop via social media platforms



■ China ■ Global (excluding China)

Data Source: Accenture COVID-19 Pulse Survey Wave 9 (November 26th – Dec 10th 2020), Accenture analysis

Likely to shop health consciously



■ China ■ Global (excluding China)

Data Source: Accenture COVID-19 Pulse Survey Wave 9 (November 26th – Dec 10th 2020)

— 360° digital focus

- Zvýšená závislost na digitálních kanálech pro každodenní interakce a činnosti
- Hledání digitálních alternativ pro splnění kritických každodenních potřeb – od nakupování po konzultace ve zdravotnictví.
- Rozvoj 3 klíčových oblastí – expanze online nákupních platforem, rozšíření kategorií nákupů na platformách online-to-offline, vznik virtuálních zdravotních konzultací

— Vše je o zdraví

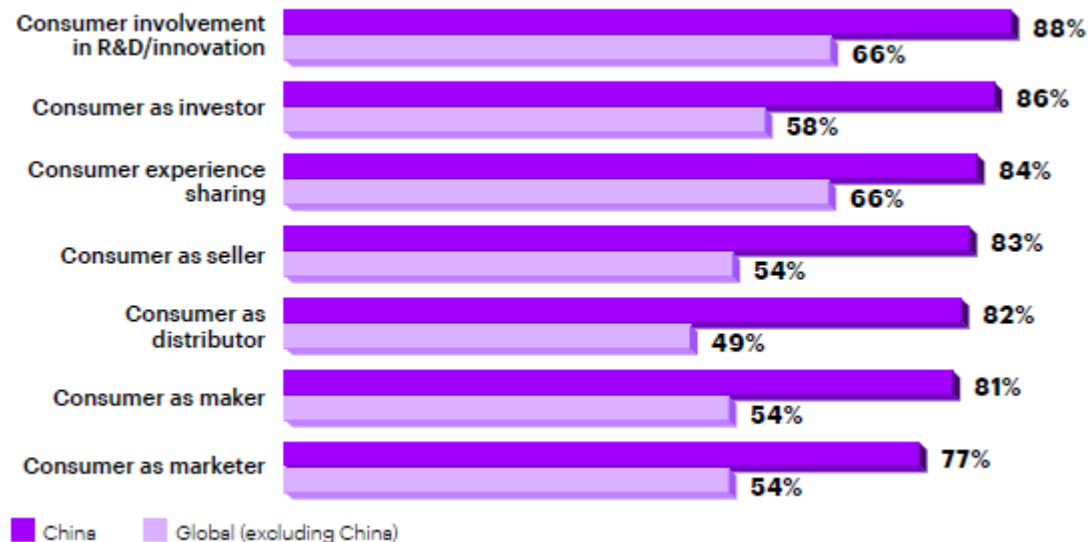
- Zdravý životní styl, kvalitnější a zdravější potraviny, sport

Změny myšlení

Nový důraz na udržitelnost

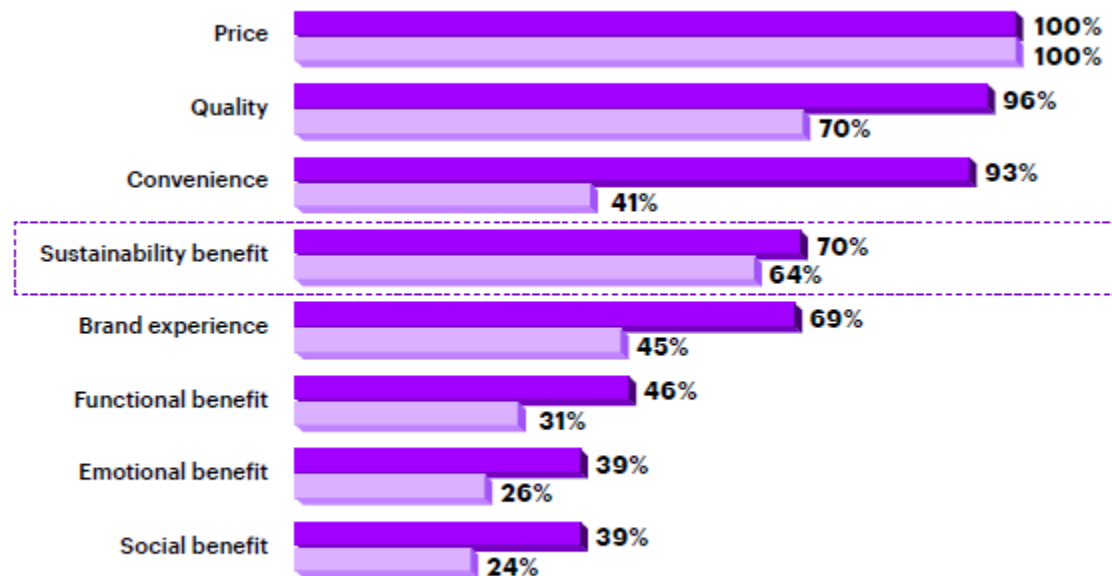
- Větší zaměření na udržitelnost při rozhodování o nákupu
- Čínští spotřebitelé stále považují cenu, kvalitu a pohodlí za své tři hlavní nákupní faktory => firmy musí vyvážit udržitelnost s dalšími atributy, aby co nejúčinněji přilákaly spotřebitele ke koupi

Ways consumers would like to collaborate with companies



Data Source: Accenture COVID-19 Pulse Survey Wave 10 (February 25th – March 5th 2021)

Attributes considered when choosing which brands to buy (percentage indexed to price)



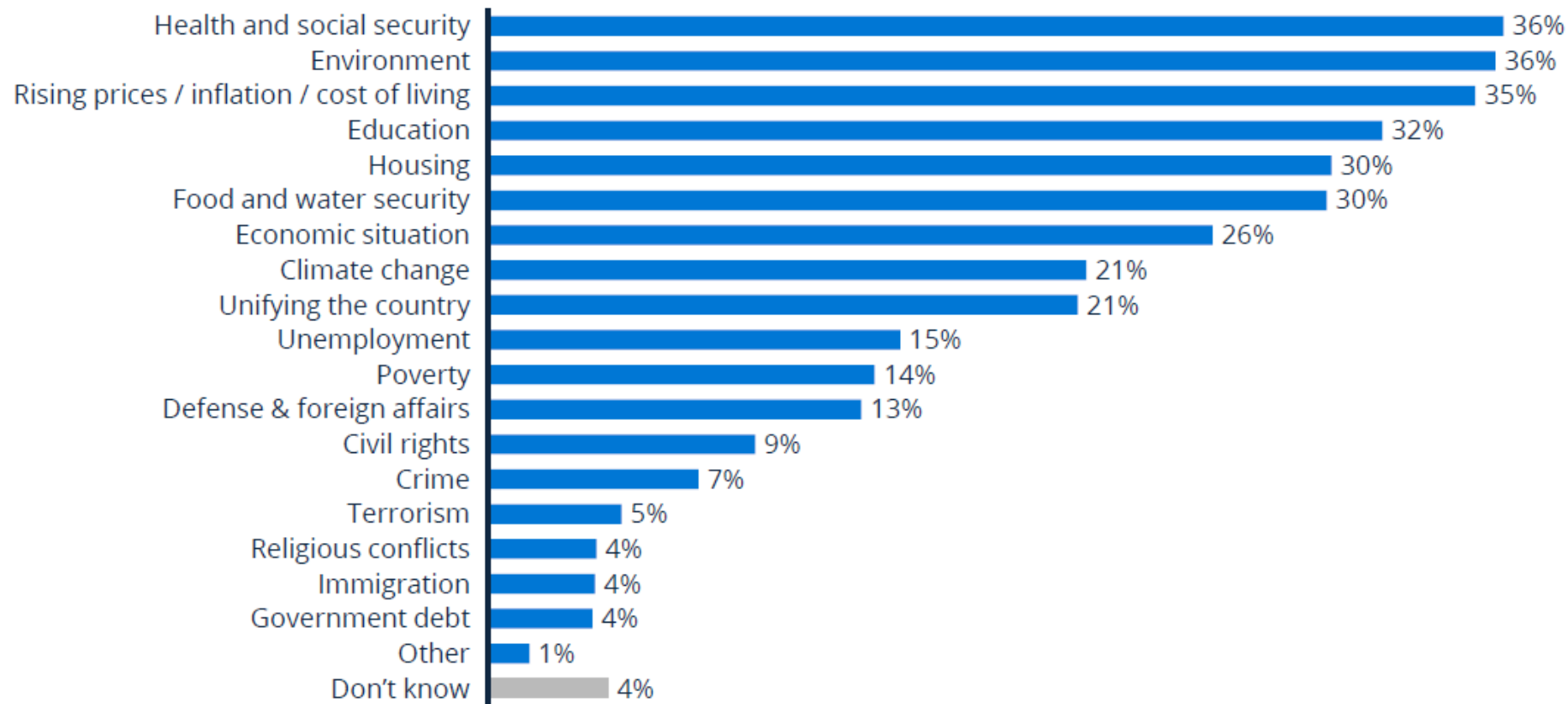
Legend: China (dark blue), Global (excluding China) (light blue)

Data Source: Accenture COVID-19 Pulse Survey Wave 9 (November 26th – Dec 10th 2020)

Otevřenost k novým věcem

- Čínští spotřebitelé jsou velmi vnímaví k novým způsobům nákupu a novým komerčním interakcím
- Jejich zvědavost a ochota experimentovat může podnikům otevřít obrovské příležitosti

Čínský spotřebitel: Největší výzvy, kterým země v současnosti čelí



Notes: "What do you personally think are the most important issues in your country of residence that need to be addressed?"; Multi Pick; Base: n=21,535 all respondents

Sources: [Statista Global Consumer Survey](#) as of November 2021

Co je potřeba?

— TRPĚLIVOST a VYTRVALOST

- Navázání spolupráce podmiňuje vybudování vztahů, to trvá velmi dlouho
- Průnik na čínský trh, obzvláště u sofistikovanějších produktů, se počítá na roky

— ODHODLÁNÍ

- Vstup na čínský trh je velmi náročný a vyžaduje velké množství finančních, lidských a časových zdrojů
- V minulosti však již některé české firmy zaznamenaly úspěch na čínském trhu

— DOBRÉ PODMÍNKY

- Příhodné politické klima (dobré vztahy na úrovni států)
- Kvalitního čínského partnera (bez lokálního partnera je působnost na čínském trhu téměř nemožná)

4

Plánované akce 2022

Plánované akce v Jihozápadní Číně

- Smart China Expo (Chongqing; srpen)
- The 18th Western China International Fair (Chengdu; září)
- The 8th Sichuan Agricultural Expo (Chengdu; září)

CzechTrade Jihozápadní Čína

Michal Dúbrava
ředitel zahraniční kanceláře
CzechTrade Jihozápadní Čína
2303, Ping An Finance Center, 99 Dongdajie,
610021, Chengdu, Sichuan, China

Mob.: + 86 151 9669 2218
Tel.: + 86 28 6012 9269
E-mail: michal.dubrava@czechtrade.cz
www.czechtrade-china.cn



Děkuji

谢谢 (Xie xie)