



Succesvol zakendoen met China

Tien belangrijke principes



Atradius Disclaimer

Dit rapport wordt louter ter informatie verstrekt en is niet bedoeld als enige aanbeveling of advies aan de lezer(s) met betrekking tot een specifieke transactie, investering of strategie. Lezers zijn zelf verantwoordelijk voor het nemen van commerciële en andere beslissingen omtrent de verstrekte informatie. Hoewel Atradius al het noodzakelijke heeft gedaan om te verzekeren dat de informatie in dit rapport verkregen is van betrouwbare bronnen, kan Atradius niet verantwoordelijk gesteld worden voor fouten of omissies, of voor de resultaten verkregen door gebruik van deze informatie. Alle informatie in dit rapport wordt gegeven 'zoals ze is', zonder garantie op volledigheid, accuraatheid, tijdsgebondenheid, of op de resultaten verkregen door gebruik van het rapport, en zonder garantie van enige soort, uitdrukkelijk of geïmpliceerd. In geen geval zal Atradius, haar gerelateerde partners of corporaties, of de partners, agenten of werknemers hiervan verantwoordelijk gesteld kunnen worden voor enige genomen beslissing of actie die zij zouden nemen op basis van de in dit rapport verstrekte informatie om het even welke schade het betreft, zelfs wanneer vooraf geïnformeerd over de mogelijke negatieve gevolgen.

Copyright Atradius N.V. 2016



“

Elke crisis is een kans.

Chinees gezegde

Het klopt dat China momenteel enigszins in een economische crisis verkeert, hoewel het een soort crisis is waar de meeste landen blij mee zouden zijn. In het eerste kwartaal van 2016 groeide zijn economie met 'slechts' 6,7% - zijn traagste kwartaalgroei in zeven jaar - en het laatste landenrapport over China van Atradius (januari 2016) heeft het over een verwachte bbp-groei van 6,6% voor 2016. Daarmee vergeleken gaan de vooruitzichten voor de VS en de grootste West-Europese economieën uit van een bbp-groei van maximaal 2,8% - en in veel gevallen zelfs veel minder.

Als China al een probleem heeft, dan is het dat het slachtoffer van zijn eigen succes is, als de 'fabriek van de wereld'. Nu wil de Chinese overheid de economie van het land opnieuw in evenwicht brengen, door deze op consumptie te baseren in plaats van op een door investeringen gestuurde groei. Gezien de voorbereidingen die onder andere in dit rapport aan bod komen, kan dat goed nieuws betekenen voor buitenlandse bedrijven die hun stempel willen drukken op deze enorme exportmarkt.

China is zeker niet het gemakkelijkste land om zaken mee te doen: volgens de laatste 'Ease of doing business'-index van de Wereldbank staat China op de 84e plaats van de 181 onderzochte landen. Sinds zijn toetreding tot de Wereldhandelsorganisatie in 2001 heeft China echter grote vorderingen gemaakt om zich open te stellen voor de internationale handel - door de tarieven, quota en andere handelsbarrières te versoepelen. Ook evolueert zijn munt, de renminbi, in de richting van een volledige internationalisering.

Niettemin moeten buitenlandse leveranciers de eigenaardigheden van de Chinese wetgeving - en de praktische kant van de verkoop aan Chinese klanten - begrijpen wanneer ze hun exportstrategie plannen. We hopen dat deze tien principes u daarbij zullen helpen.



01

Blijf op de hoogte van de Chinese invoerregels

Net als in veel andere landen hanteert China complexe invoerregels – die geregeld wijzigen. China deelt goederen op in drie categorieën: verboden, beperkt en toegestaan. Sommige goederen, zoals afval en giftig materiaal, mogen niet worden ingevoerd, in het openbaar belang of om het milieu te beschermen. Andere goederen zijn streng beperkt: daarop zijn quota of vergunningen van toepassing. In 2015 verlaagde China bijvoorbeeld de quota voor buitenlands katoen, om de vraag naar zijn binnenlandse producten op te drijven. Het Ministerie van Handel (MOFCOM), de overheidsinstantie die verantwoordelijk is voor de buitenlandse handel in China, publiceert en herzielt regelmatig deze lijsten van beperkte of verboden goederen.

In de praktijk is het vooral de tweede categorie – beperkte goederen – die relevant kunnen zijn voor buitenlandse leveranciers. De meeste goederen behoren tot de categorie van de toegelaten goederen; buitenlandse leveranciers en hun Chinese klanten kunnen naar eigen goeddunken beslissen hoeveel en wanneer ze deze goederen leveren en kopen. Voor sommige toegelaten goederen – dat kan alles zijn van vee tot bepaalde elektrische producten – gebruikt MOFCOM een vergunningssysteem om de invoer naar China te controleren. En hoewel alle bedrijven het recht hebben om de meeste producten in te voeren, mogen een beperkt aantal goederen zoals ruwe olie en meststoffen enkel via staatsbedrijven of andere door MOFCOM goedgekeurde bedrijven worden ingevoerd. Een gedetailleerde lijst van goederencategorieën is

te verkrijgen bij MOFCOM zelf of bij de handelsmissies van uw land naar China.

Tarieven worden geheven op de meeste goederen die in China worden ingevoerd, op basis van hun waarde inclusief verpakking, vervoer, verzekering en andere kosten die worden gemaakt vóór de goederen worden geleverd. Maar, als bewijs van China's geleidelijke aanvaarding van de internationale handel, het gemiddelde tarief van ruim 15% in 2000 daalde naar 9,8% in 2015. Een tariefregeling, die jaarlijks wordt bijgewerkt, is te verkrijgen bij China Customs Press, Jia 1, East Fourth Ring South, Chaoyong District, Beijing 100023; telefoon: 86 10 6519 5616.



02

Profiteer optimaal van de Chinese vrijhandelszones

Als reactie op veranderingen in de internationale handelspatronen creëerde de Chinese overheid in 2013 de eerste Vrijhandelszone (FTZ) op het Chinese vasteland, in Shanghai.

Op de internationale markt van vandaag worden onderdelen uit één land vaak geassembleerd in een ander land en verkocht in een derde land. Naarmate de internationale handel groeit, bieden FTZ's (vrijhandelszones) tal van voordelen. Daar kunnen buitenlandse goederen en onderdelen worden aangeleverd, geassembleerd of gebruikt bij het productieproces en opnieuw worden geëxporteerd, zonder de gebruikelijke tussenkomst van de douane instanties.

De FTZ van Shanghai draait vooral rond financiële diensten, handel, scheepvaart en logistiek. In 2015 werden nog drie andere FTZ's gecreëerd in China:

- Tianjin: vooral gericht op maritieme en luchtvrachtlogistiek; financiële diensten, high-end productie; scheepvaartdiensten; scheepsregistratie; zeerecht.
- Fujian: vooral gericht op productie en diensten; onderhoud van machines en scheepvaart; scheepvaartdiensten.
- Guangdong: vooral gericht op productie; leasing; commerciële en financiële diensten; onderzoek en ontwikkeling van farmaceutische en chemische producten.

Buitenlandse bedrijven zullen zien dat ze hun producten en diensten naar deze FTZ's kunnen exporteren tegen lagere invoerrechten of zelfs zonder invoerrechten.

In 2016 zijn er zeven nieuwe vrijhandelszones goedgekeurd, waardoor het handelsverkeer nog verder wordt opengesteld.



03

Denk Chinees

Of u nu in uw eigen land of in het buitenland verkoopt, potentiële klanten sluiten doorgaans makkelijker en met meer vertrouwen een verkoopcontract met u, als u hen lijkt te begrijpen – en u zelfs als hen gedraagt. Het is dan ook een slimme zet om wat meer te leren over het gedrag van uw Chinese prospects en – wat nog belangrijker is – om ook de Chinese bedrijfscultuur te appreciëren.

In de Chinese zakenwereld zijn formaliteit en respect voor de hiërarchie essentieel. Een belangrijk aspect van de Chinese cultuur is het concept van ‘aanzien’: een combinatie van handelingen en percepties die zakelijke betrekkingen kunnen bevorderen of schaden. Buitenlandse bedrijven kunnen bijvoorbeeld ‘aanzien’ winnen wanneer hun Chief Executive vergaderingen bijwoont en blijk geeft van kennis en respect voor de Chinese cultuur. ‘Aanzien’ kan daarentegen worden verloren wanneer buitenlandse vertegenwoordigers van het bedrijfsleven zich, volgens de Chinese normen, ongepast gedragen op een vergadering.

Afspraken voor bedrijfsvergaderingen zijn essentieel – maak deze het liefst zo vroeg mogelijk, misschien zelfs een of twee maanden van tevoren. Vaak is het aan te raden om u voor te stellen via een tussenpersoon en een tolk mee te brengen naar de vergadering. Geef vooraf altijd een schriftelijke introductie van uw bedrijf en wat u hoopt te bereiken (in vereenvoudigd Chinees) en wees op tijd voor de vergadering. De aanwezigen zullen naar hun stoel worden gebracht in aflopende rangorde: de meest hooggeplaatste tegenhangers zitten tegenover elkaar.

De overhandiging van visitekaartjes is een belangrijke formaliteit bij het begin van een zakelijke vergadering. Uw kaartje moet aan beide kanten bedrukt zijn: een kant in uw eigen taal en een in het Chinees. Bied het kaartje met beide handen aan, met de Chinese kant naar boven.

Zorg ervoor dat elk document dat u meebrengt naar de zakelijke vergadering, ook in vereenvoudigd Chinees en in het Engels of in uw eigen taal, juist is en niet verkeerd kan worden geïnterpreteerd. Als u van plan bent om visuele hulpmiddelen te gebruiken, hou die dan eenvoudig – zwarte letters op een witte achtergrond – aangezien kleuren een speciale betekenis hebben in China en beledigend kunnen overkomen.

Wees vooral geduldig. Chinese onderhandelingen duren lang en uw Chinese tegenhanger kan zinnen gebruiken zoals ‘we zullen erover nadenken’ in plaats van een duidelijk ‘ja’ of ‘nee’. Beslissingen kunnen veel tijd in beslag nemen; uw prospect zal er zeker van willen zijn dat een zakelijke betrekking het potentieel heeft om rendabel te zijn.

Er valt heel wat te leren over de Chinese bedrijfscultuur, maar het loont zeker de moeite.



04

Leef de Chinese concurrentiewetten na

Het maakt niet uit welke nationale wetgeving wordt gekozen voor het verkoopcontract, elke overeenkomst om goederen of diensten in China te verkopen valt onder de Chinese concurrentiewetten: die gaan vooral over de bestrijding van monopolies, oneerlijke concurrentie, antidumpingmaatregelen en compenserende (anti-subsidiëerings)regels.

Net als in de meeste andere landen mogen concurrenten geen prijsafspraken maken, productie- en verkoopvolumes beperken, de markt verdelen, de aankoop of ontwikkeling van nieuwe producten beperken, of leveranciers boycotten.

In verticale relaties tussen leveranciers en kopers is het de partijen niet toegestaan vaste doorverkooprijzen of minimumdoorverkooprijzen overeen te komen. Bij buitenlandse handelsactiviteiten mogen bedrijven zich niet schuldig maken aan oneerlijke concurrentie, zoals misleidende reclame, samenspannen bij offertes, aan commerciële omkoperij doen of afbraakprijzen hanteren. Bovendien kunnen de autoriteiten anti-dumping- of compenserende maatregelen nemen – en dat doen ze ook – om hun binnenlandse sectoren te beschermen.

Sinds begin 2015 beslist het Ministerie van Handel (MOFCOM) over wat het als dumping van verschillende materialen uit het buitenland beschouwt, waaronder ongebleekt zakpapier, methylmethacrylaat (een stof die bij de productie van harsen en kunststoffen wordt gebruikt) en koudgewalst elektrisch staal. Als gevolg daarvan werden bijkomende rechten geheven op de invoer daarvan, als tegenmaatregel.

Op <http://english.mofcom.gov.cn> vindt u meer informatie (in het Engels) over de beleidslijnen en beslissingen van MOFCOM.

Belangrijkste importlanden

(2015, % van totaal)



Belangrijkste exportmarkten

(2015, % van totaal)





Prognose sectorgebonden prestaties

Landbouw



Uitstekend

Automotive/
Transport



Redelijk

Chemie/
Farmacie



Redelijk

Bouw



Matig

Bouwmaterialen



Matig



05

Bescherm uw intellectuele eigendom (IE)

Historisch gezien heeft China de ongelukkige reputatie van een land waar de productie van piraat- en namaakgoederen wijdverspreid is. Toch heeft het de voorbije jaren grote stappen gezet om die perceptie te veranderen. Als lid van de Wereldhandelsorganisatie en ondertekenaar van het Verdrag van Parijs, de Conventie van Bern, het Protocol van Madrid en het Octrooisamenwerkingsverdrag heeft het daadwerkelijk wetten uitgevaardigd om IE te beschermen.

IE houdt verband met auteursrechten, octrooien, ontwerpen en handelsmerken.

- Auteursrechten hebben betrekking op schriftelijke of gepubliceerde werken, waaronder boeken, muziek, films, websites en artwork. Hoewel u niet verplicht bent om auteursrechten te laten registreren in China, is dat toch aan te raden voor het geval u uw eigendomsrecht moet bewijzen. Auteursrechten gelden tot 50 jaar na het overlijden van de auteur.
- Octrooien betreffen commerciële uitvindingen zoals een nieuw industrieel product of proces. Ontwerpen beschermen bedrijfsmiddelen zoals computermodellen of bouwkundige tekeningen. Octrooien beschermen een uitvinding tot 20 jaar lang, en gebruiksmodellen tot 10 jaar lang, tegen een jaarlijkse vergoeding. De Chinese octrooiwetgeving werkt op basis van het principe 'eerste aanvrager': met andere woorden, als twee personen een octrooi aanvragen voor identieke uitvindingen, zal de eerste aanvrager het octrooi krijgen.
- Handelsmerken houden verband met logo's, symbolen, woorden – en zelfs geluiden – die een product of dienst onderscheiden van producten of diensten van concurrenten. Net als bij octrooien worden handelsmerken beschermd op basis van het principe 'eerste aanvrager'.

De rechthebbende kan niet alleen een octrooi, ontwerp of handelsmerk laten registreren, maar ook de aantekening – de beschermingsaanvraag – daarvan verzoeken bij de Chinese douane die inbreukmakende goederen dan kan onderscheppen, of deze nu geëxporteerd of geïmporteerd worden. De rechthebbende kan de douane helpen door informatie te delen over de inbreukmakers en hun toegang tot de markt.

Uw rechten laten registreren is de eerste stap. Die rechten afdwingen, indien nodig, is de volgende stap. Net als bij andere zakelijke aangelegenheden kiezen Chinezen eerder voor bemiddeling dan voor confrontatie. In eerste instantie kan een rechthebbende, alvorens de autoriteiten in te schakelen, gewoonweg zijn advocaat een brief laten sturen, waarin van de inbreukmaker wordt geëist dat hij zijn praktijken stopzet en waarin met verdere stappen wordt bedreigd.

Zelfs nadat de autoriteiten erbij betrokken werden, worden veel IE-geschillen beslecht nog vóór gerechtelijke stappen worden gezet. Als dat niet lukt, kunnen administratieve stappen nodig zijn. Rechtszaken in verband met handelsmerken en namaak zijn vaak simpel, maar het helpt altijd uw zaak wanneer tastbaar bewijs kan worden verzameld.

Naast het inschrijven van uw geregistreerde IE-rechten zijn er verschillende manieren om uw IE te beschermen. Regelmatige risico-evaluaties, advies van lokale vertegenwoordigers of anderen die al zaken doen in China en IP-gerelateerde clausules in uw arbeidsovereenkomsten kunnen allemaal helpen.

Een belangrijke rechtszaak rond IP-inbreuken in China illustreert welke lange weg China heeft afgelegd op het vlak van IE-bescherming. In januari 2016 kreeg het Franse bedrijf Moncler de maximale schadevergoeding die is toegestaan volgens de nieuwe Chinese wet op handelsmerken (RMB 3 miljoen: ongeveer EUR 408.000) voor een inbreuk op zijn handelsmerk door Nuoyakate, gevestigd in Beijing. Deze beslissing van de rechtbank bewijst dat China zich nu veel harder wil opstellen dan in het verleden, zelfs wanneer de inbreukmaker een Chinees bedrijf is.



06

Kies de juiste betalingswijze

Er is een gezegde dat vaak wordt gebruikt, vooral in kredietkringen: 'Een verkoop is een geschenk tot het betaald is'. Dat klopt telkens wanneer een verkoop wordt gesloten, maar daarom hoeft u nog geen groter risico te lopen omdat uw goederen of diensten aan een klant in China worden geleverd.

Toch wees Atradius, in zijn Market Monitor van april 2016 over de Chinese sector van de duurzame consumptiegoederen en de detailhandel, op de mogelijkheid van langere betalingstermijnen naarmate de economie vertraagt. Vooral kleine bedrijven zouden op officieuze kredietverleners vertrouwen, zoals 'schaduwbanken'. Ook e-commerce (waarover we het later in dit rapport zullen hebben) kunnen de financiering onder druk zetten – en zelfs het aantal insolventies doen stijgen – bij bedrijven die zwaar investeren in hun online aanwezigheid.

Met dat in het achterhoofd loont het de moeite om eens naar die betalingswijzen – met verschillende veiligheidsniveaus – te kijken die een buitenlandse leverancier kan overwegen. Daarbij moet gezegd worden dat niet alle betalingswijzen geschikt zullen zijn voor elke omstandigheid.

Vooruitbetaling: dit is een vorm van zekerheid waarbij de Chinese klant een bepaalde mate van vertrouwen moet hebben dat de buitenlandse leverancier zijn verplichtingen in het kader van de overeenkomst zal nakomen. Voor goederen met een lange productietermijn kunnen deelbetalingen handig zijn.

Letter of Credit: hoewel een LC – vooral dan een bevestigde en onherroepelijke LC – een bepaalde mate van zekerheid kan geven, heeft hij toch nadelen. Het grootste nadeel is dat hij de betalingsverplichting verschuift van de klant naar de bank van de klant. De bank heeft geen belang bij de kwaliteitsborging van de verstrekte producten of diensten, maar zal wel verwachten dat elk detail van de LC precies overeenkomt met de details van de contractuele en leveringsdocumenten.

Elke afwijking daarvan zal de LC ongeldig maken en de bank ontslaan van haar betalingsverplichting. Bovendien kunnen LC's duur zijn, zowel voor de koper als voor de verkoper, en dus niet geschikt voor overeenkomsten met een lage waarde.

Documentair incasso: onder deze voorwaarden zou de verkoper verwachten dat de koper betaalt bij ontvangst van de documenten die de verzending bevestigen. De eigendomsdocumenten (zoals de vrachtbrief) zullen pas aan de koper worden overhandigd wanneer hij betaalt (cash tegen documenten) of instemt met de betaling (documenten tegen aanvaarding). Deze vorm van zekerheid kan gepast zijn in sommige gevallen – bijvoorbeeld wanneer de goederen cruciaal zijn voor de activiteiten van de Chinese klant – maar kan een risico inhouden voor de buitenlandse verkoper, bijvoorbeeld wanneer de goederen bederfelijk zijn. De koper kan dat dan gebruiken als argument om opnieuw over de prijs te onderhandelen.

Als u er vertrouwen in heeft dat uw klant zal betalen, of als de concurrentiegraad op de markt dat vereist, kunt u ook zonder voorwaarden werken. Die bieden de minste zekerheid en zullen het interessantst zijn voor uw klant.

Net als bij elke overeenkomst komt het uiteindelijk neer op vertrouwen en een betalingswijze kiezen waarmee beide partijen het eens kunnen zijn. Maar, zoals we verder in dit rapport zullen zien, is een grotere mate van zekerheid mogelijk, ook wanneer u zonder voorwaarden werkt.



07

Een lokale aanwezigheid kan uw verkoop verhogen

Fysiek aanwezig zijn in China kan echt voordeel opleveren voor buitenlandse leveranciers: zo helpt het hen de markt volledig te begrijpen en is er meer mogelijkheid tot persoonlijke contacten met bestaande en potentiële klanten.

De eerste vragen die een buitenlands bedrijf zich echter moet stellen, zijn: 'Naar welk soort bedrijven is China op zoek?' en 'Waar kunnen we ons het best vestigen?'

Het antwoord op de eerste vraag is te vinden in het vijfjarenplan van de Chinese overheid, waarin wordt beschreven welke activiteiten ze wil aanmoedigen.

En het antwoord op de tweede vraag hangt af van de aard van uw bedrijf. Als u bijvoorbeeld een hightech bedrijf bent, is Beijing misschien de beste locatie. Afhankelijk van uw activiteiten kan een nabijgelegen haven belangrijk zijn; omgekeerd kan een locatie in het binnenland beter zijn voor uw bedrijf.

Een gemakkelijke manier om u deze vragen te helpen beantwoorden is advies inwinnen bij een Kamer van Koophandel, beroepsvereniging of andere bedrijven die zich al in China gevestigd hebben.

Er zijn verschillende opties qua bedrijfsstructuur:

- een onderneming die volledig in buitenlandse handen is (OVBH): een naamloze vennootschap met 100% buitenlandse eigenaars;
- een equity joint venture (EJV): een besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid, opgericht door zowel buitenlandse als Chinese partijen;
- een coöperatieve joint venture (CJV): een joint venture met zowel buitenlandse als Chinese investeerders; of gewoonweg
- een vertegenwoordigingskantoor of lokale vertegenwoordiging door derden

Elk hiervan heeft zijn voor- en nadelen. Een vertegenwoordigingskantoor bijvoorbeeld is een eenvoudige optie, maar beperkt uw mogelijkheden in China: eigenlijk is het slechts een manier om uw naamsbekendheid te vergroten.

Een OVBH is dan wel de meest ingewikkelde ondernemingsvorm, maar geeft een buitenlands bedrijf de volledige controle over de samenwerking: technologie, knowhow en, het belangrijkste van al, commerciële vertrouwelijkheid.

Tussen deze twee uitersten liggen de joint ventures. Deze kunnen nuttig zijn voor buitenlandse leveranciers met een beperkte kennis van de Chinese markt en bedrijfscultuur; hun lokale partner zal immers een betere toegang tot lokale klanten hebben en kan de verkoop in China helpen uitbreiden.

De participatie van een buitenlandse leverancier in een EJV moet doorgaans minstens 25% bedragen. De winst wordt verdeeld in verhouding tot de inbreng van elke partij in het maatschappelijk kapitaal. Een CJV biedt meer flexibiliteit, doordat de partijen een winstverdeling kunnen overeenkomen die niet op het pro rata principe gebaseerd is. Dit kan belangrijk zijn voor een bedrijf dat een betere toegang tot de markt zou hebben indien het door de Chinese partner werd gecontroleerd, terwijl de goederen en diensten vooral door de buitenlandse leverancier worden geleverd.

Een CJV hoeft niet als een onafhankelijke rechtspersoon te worden opgericht en kan dus van een zeer flexibel bestuursregime genieten. Ondertussen staat de Chinese overheid echter weigerachtig tegenover de oprichting van dergelijke CJV's, wegens de 'flexibiliteit' van hun structuur. De voorbije jaren werden er geen CJV's zonder rechtspersoonlijkheid opgericht, wegens de fiscale/boekhoudkundige en operationele uitdagingen in verband met deze structuur.

Andere zaken waarmee u rekening dient te houden, zijn de omvang van de lokale onderneming en de complexiteit van lokale vereisten inzake werknemers, belastingen en administratie. Maar ondanks de bijkomende administratieve last komen steeds meer buitenlandse leveranciers tot de vaststelling dat een aanwezigheid in China hun merkwaarde versterkt, dankzij de meer rechtstreekse toegang tot lokale klanten, betere controle over de distributiekanaalen en meer mogelijkheden om onderhouds- en after sales diensten te verstrekken op lokaal vlak, in plaats van deze taken te moeten uitvoeren vanuit het buitenland of via lokale vertegenwoordigers.



Belangrijkste cijfers

Bbp (miljard) **€7.065,85** (miljard euro, 2010)

Bbp-groei (2016 naar schatting.) **6,6%**

Sectoren

Sinds het zich in 1979 openstelde voor buitenlandse handel en investering, is China uitgegroeid tot een van de snelst groeiende economieën ter wereld en heeft het zich opgeworpen als een belangrijke economische en handelsmogendheid. Het land is wereldleider in de landbouw- en industriële productie. De grootste sector is die van de verwerkende nijverheid, die ijzer, staal, kleding, chemie, elektronica, telecommunicatie, scheepsbouw en tal van andere producten omvat. De landbouwsector is gespecialiseerd in onder andere rijst, tabak, vis en vee.

Export jaarlijkse groei (2016 naar schatting) **7,5%**

Import jaarlijkse groei **6,1%**

Prognose sectorgebonden prestaties

Duurzame consumptiegoederen



Redelijk

Elektronica/ICT



Redelijk

Financiële diensten



Uitstekend

Voeding



Redelijk

Machines/Engineering



Redelijk

08

Overweeg online verkoop

China heeft de grootste e-commerce markt ter wereld; elk jaar groeit de online B2C-verkoop met 25%. Er is zelfs een speciale jaarlijkse online winkeldag – ‘Singlesdag’ – die in 2015 alleen al goed was voor een omzet van EUR 12 miljard. Een verleidelijke kans voor buitenlandse bedrijven die de Chinese markt willen betreden.

Maar we willen u waarschuwen. Zelfs als u al ervaring heeft met online verkoop in uw eigen land en op de Westerse markt, zal u merken dat de Chinese digitale markt totaal anders is. U bent misschien vertrouwd met sociale media zoals Facebook en Twitter, maar de Chinese consument gebruikt Renren, Sina Weibo, Tencent, Tudou en Youku. Paypal mag dan de meest gebruikte, veilige betalingswijze in het Westen zijn, in China is dat Alipay. En terwijl Westerse consumenten hun aankopen vaak rechtstreeks op de website van een detailhandelaar doen, verkiezen ze in China de grote e-markten zoals Tmall.

Op voorwaarde dat buitenlandse bedrijven bereid zijn om tijd en geld te investeren in een goed begrip van de markt, kan hen dat veel opleveren. Chinese ‘surfers’ zullen online zeker op zoek gaan naar kortingen, vooral voor artikelen zoals elektronica, maar Chinese kopers zijn bereid om online veel te betalen voor buitenlandse producten met een zekere uitstraling – zoals originele designkleding.

In april 2016 voerde de Chinese overheid nieuwe belastingregels in voor grensoverschrijdende e-commerce, om de sector te reguleren en de veiligheid van consumenten te verbeteren. Op <http://www.kpmg.com/CN/en> vindt u een handige samenvatting van de wijzigingen opgemaakt door KPMG.

Een groot deel van de investeringen van een buitenlandse verkoper zal opgaan aan de uitvoering, waaronder de logistiek en technische ondersteuning. Dit veronderstelt een zekere aanwezigheid ‘op het terrein’. En uw online aanwezigheid zal natuurlijk ook de Chinese psyche moeten aanspreken; u zal dus meer moeten doen dan enkel uw huidige website vertalen.



09

Kies de beste manier om geschillen te beslechten

Op enkele uitzonderingen na kunnen de partijen bij een grensoverschrijdende leveringsovereenkomst kiezen tussen de Chinese wet of de wet van een ander land voor hun relatie. Hierbij moet echter worden vermeld dat de verplichte bepalingen van de Chinese wet, zoals de belasting-, valuta- en concurrentieregels, van toepassing zullen zijn ongeacht de keuze van de partijen voor buitenlands recht.

Alvorens een overeenkomst te sluiten voor de levering van goederen en diensten aan een klant in China, kan een buitenlandse leverancier het best juridisch advies inwinnen, voor de opname van een clause met betrekking tot de beslechting van geschillen in de overeenkomst. De Chinese wet houdt enkele beperkingen in op de manier waarop en de plaats waar handelsgeschillen beslecht kunnen worden. Daar moet u dus rekening mee houden bij de opmaak van uw overeenkomst.

Voor tal van bedrijven die verwickeld zijn in een geschil met hun Chinese klant is arbitrage de eerste keuze, in plaats van een rechtszaak. Dit verloopt des te makkelijker indien een arbitrageclause al in de overeenkomst is opgenomen. Joint ventures die in China actief zijn (zie punt 7 hierboven), worden trouwens als Chinese entiteiten beschouwd; geschillen in verband met joint ventures zullen doorgaans als binnenlandse Chinese geschillen worden beschouwd, wat arbitrage betreft.

Doorgaans zijn er vier soorten rechtbanken voor grensoverschrijdende leveringsovereenkomsten: Chinese staatsrechtbanken, Chinese arbitrage-instellingen (in het bijzonder de China International Economic & Trade Arbitration Commission - CIETAC), buitenlandse rechtbanken en buitenlandse arbitragehoven.

De keuze van de meest gepaste rechtbank om een geschil te beslechten hangt af van de omstandigheden van elk geval, rekening houdend met het feit dat:

- Buitenlandse gerechtelijke en arbitrageprocedures enkel mogelijk zijn voor overeenkomsten met buitenlandse elementen; zoals hierboven vermeld, kan het feit dat een buitenlandse leverancier een joint venture in China is aangegaan, hierbij een rol spelen.

- Beslissingen van buitenlandse arbitrage-instellingen kunnen – en worden vaak – in China afgedwongen overeenkomstig de Conventie van New York, terwijl vonnissen van buitenlandse rechtbanken doorgaans niet afdwingbaar zijn in China.
- Lokale gerechtelijke en arbitrageprocedures kunnen wenselijk zijn, wanneer een korte procedure (zoals een rechterlijk bevel) in China de grootste zorg van de partijen is. Bevelen in verband met het behoud van bedrijfsmiddelen en bewijzen zijn mogelijk in het kader van gerechtelijke en arbitrageprocedures binnen de Chinese Volksrepubliek en uitspraken in kortgeding zijn enkel mogelijk ter ondersteuning van processen rond inbreuken op auteursrechten, handelsmerken en octrooien of inbreuk op handelsgeheimen in China.

In ieder geval moet de leveringsovereenkomst zorgvuldig worden opgesteld wanneer de partijen voor een buitenlandse wetgeving kiezen, in combinatie met een proces bij de Chinese staatsrechtbanken. De meeste lokale rechtbanken hebben geen ervaring met de toepassing van buitenlandse wetten en, als een rechtbank oordeelt dat de toepasselijke buitenlandse wet niet goed kan worden geverifieerd, mag ze de Chinese wet toepassen, ondanks de contractuele keuze van de partijen.



10

Zorg voor een veiligheidsnet om uw verkoop op krediet te beschermen

In punt 6 hadden we het over de betalingswijzen. Daarbij merkten we op dat er bij elke verkoop van goederen tussen partijen, alvorens de betaling is uitgevoerd, het risico bestaat dat geen betaling wordt ontvangen. Misschien omdat de klant niet kan of niet wil betalen, of misschien om een andere reden – waarover de klant geen controle heeft – bijvoorbeeld omdat de betaling wordt geblokkeerd door een wijziging van het beleid inzake buitenlandse handel van het land van de klant.

Een slimme voorzorgsmaatregel is bescherming te voorzien in de vorm van een kredietverzekering, om die potentiële risico's te beperken die due diligence alleen niet kan vermijden.

Dat houdt ook andere voordelen in. Een kredietverzekering biedt namelijk niet alleen bescherming, maar stelt de leverancier ook gerust in verband met de identiteit en kredietwaardigheid van de potentiële klant. Dat is niet onbelangrijk: in een land dat zo groot is als China is het niet moeilijk om twee gelijkaardig klinkende firmanamen door elkaar te halen.

Dankzij die combinatie van bescherming, geruststelling en marktinformatie kunnen buitenlandse bedrijven die op zoek zijn naar een markt voor hun goederen en diensten in China, het zich veroorloven om competitieve betalingsvoorwaarden aan te bieden.

Tot besluit: er zijn voldoende kansen, maar u mag er niet van uitgaan dat de bedrijfstechnieken die u op uw thuismarkt hanteert, ook in China zullen werken.

In onze inleiding vermeldde we dat de Chinese overheid maatregelen neemt om de economie weer in evenwicht te brengen. In het landenrapport over China van Atradius (januari 2016) worden deze maatregelen en hun potentieel voor succes verder belicht:

‘Tot op zekere hoogte is de groei van de particuliere consumptie de teruglopende investeringen begonnen te compenseren. Sinds de zomer van 2015 werden de overheidsuitgaven opgedreven om de economie te ondersteunen. Tegelijkertijd heeft de centrale bank, de People's Bank of China (PBOC), sinds november 2014 haar referentiepercentage voor leningen herhaaldelijk verlaagd, tot 4,35%. Gezien de bescheiden inflatievooruitzichten van minder dan 2,0%, heeft de PBOC nog ruimte voor een verdere versoepeling van het monetaire beleid, indien dat nodig zou zijn.’

Hoewel dat een positief signaal is voor buitenlandse bedrijven die op zoek zijn naar nieuwe verkoopmogelijkheden in China, mogen ze er niet van uitgaan dat de bedrijfstechnieken waarmee ze succes boeken op hun thuismarkt, ook in China zullen werken.

De Chinezen hebben een woord – ‘Guanxi’ – voor de persoonlijke band, respect en vertrouwen die men eerst tot stand moet brengen, alvorens een zakelijke relatie verder kan groeien. Het bestaan van – of gebrek aan – Guanxi zal invloed hebben op het gemak waarmee een deal kan worden gesloten.

Prognose sectorgebonden prestaties

Metaal



Slecht

Papier



Matig

Diensten



Goed

Staal



Slecht

Textiel



Matig



Dit overzicht is bedoeld als algemene leidraad bij het rechtskader dat van toepassing is op relaties met Chinese klanten. Het is niet de opzet van dit overzicht juridisch advies uit te brengen of een grondig onderzoek van een leveringsovereenkomst overbodig te maken.

Als u dit rapport nuttig vond, bezoek dan ook onze website www.atradius.nl
U vindt hier nog meer publicaties van Atradius die zich richten op de wereldeconomie, waaronder landenrapporten, sectoranalyses, advies over credit management en artikelen over actuele zakelijke thema's.

Actief op Twitter? Volg [@atradiusNL](https://twitter.com/atradiusNL) om op de hoogte te blijven.

Volg Atradius op Social Media



www.atradius.nl

Atradius N.V.

David Ricardostraat 1 · 1066 JS Amsterdam
Postbus 8982 · 1006 JD Amsterdam
Nederland

Tel. : 020 553 9111
info@atradius.nl
www.atradius.nl

