Chińscy producenci opon nie myślą o cłach. Chcą konkurować jakością [WYWIAD]

data aktualizacji: 2018.04.26



- Stany Zjednoczone wprowadziły cła antydumpingowe na opony chińskie już w 2009 r. Nie zmieniło to faktu, że USA nadal są największym krajem eksportowym dla chińskich opon – mówi nam Sam Lai, kierownik ds. marketingu w Reliable International Exhibition Services Ltd, które jest organizatorem wiodących targów branży oponiarskiej w Chinach CITEXPO. 16. edycja targów odbędzie się w dniach 20-22 sierpnia 2018 w Szanghaju.

O rozważanym przez Unię Europejską pomyśle na wprowadzenie ceł na import opon ciężarowych sprowadzanych z Chin do Europy – pisaliśmy TUTAJ.

Czy ogłoszenie informacji o cłach na opony ciężarowe wpłynęło na sprzedaż tych produktach z Chin do Europy?



Sam Lai, kierownik ds. marketingu w Reliable International Exhibition Services Ltd

Z tego co słyszę od naszych producentów ten wpływ jest minimalny. Zarówno chińscy producenci, jak i ich importerzy z Europy, czekają na szczegółowe informacje. Koncentrują się natomiast na realizacji bieżących zamówień. Po prostu robią interesy.

Nie brakuje opinii, że o ile nałożenie cła to rzecz zgodna z prawem, o tyle oclenie produktów już sprzedanych przez ostatnie lata byłoby nieuczciwą praktyką. Jakie zdanie mają na ten temat chińscy producenci?

Nie jestem ekspertem w dziedzinie handlu międzynarodowego, ale jako menedżer biznesu wiem, że należy przestrzegać prawa i przepisów. Nie ma zgody ani niezgody. Uważamy to za problem biznesowy. Jeden z wielu, z którymi spotykamy się bardzo często. Chińscy producenci koncentrują się na rozwoju. Jeśli istnieje zapotrzebowanie na oponę w dowolnym miejscu na świecie, będą starać się ją dostarczyć.

Co zamierzają z tym zrobić?

Ponieważ temat ten nie jest jeszcze rozstrzygnięty, nie znamy szczegółów, producenci skupiają się na obecnej pracy. Bariery handlowe są przemijalne. Prawo się zmienia. Natomiast dobre produkty, efektywne działania i budowanie marki to dużo bardziej istotne działania. Na tym skupiają się teraz chińscy producenci.

W jaki sposób planują konkurować w Europie w świetle proponowanych zmian?

Polecam filmy na YouTube. Zakłady Sentury i Doublestar mają jedne z najbardziej zautomatyzowanych linii produkcyjnych na świecie, dzięki czemu mogą obniżać koszty produkcji, co przekłada się na bardzo dobrą pozycję na konkurencyjnym rynku. Jakość opon produkowanych w Chinach cały czas rośnie. Ciekawy przykład - linia produktów Sentury w lotnictwie obejmuje oponę do podwozia głównego dla samolotów Boeing 737-700 / 800/900 certyfikowanych zgodnie ze standardem technicznym USA FAA. A Giti zaczyna dostarczać opony do wyścigów Formuły 3. To są chyba wystarczające dowody jakości.

Czy chińscy producenci zmienią teraz cel i charakter swoich działań marketingowych?

Większość chińskich producentów ma globalne ambicje i planuje wejść na każdy rynek. Obecny trend zakłada jednak, że region Azji i Pacyfiku osiągnie szybki wzrost sprzedaży opon, w szczególności w Chinach, Indiach, Indonezji i Tajlandii. Region Afryka / Bliski Wschód oraz Ameryka Środkowa i Południowa będą wykazywać ponadprzeciętne wzrosty popytu. Ameryka Północna i Europa Zachodnia będą natomiast dostarczać niewielkie zyski w wysokości zaledwie jednego procenta rocznie w 2019 roku. Jednak producenci z Chin dostrzegają wartość globalnej marki. Reszta świata spogląda na rynki USA i Europy Zachodniej w celu rozpoznania marki.

Czy opłaty te zmienią sposób, w jaki chińscy producenci wprowadzają swoje produkty do Europy?

Sprawią, że producenci będą bardziej ostrożni. Myślę, że jeśli europejskie media będą w stanie dostarczyć chińskim producentom konkretne i opłacalne rozwiązania, będzie to bardzo mile widziane. Ponadto, Google i Facebook naprawdę zamieszały na rynku reklamowym.

W jaki sposób producenci postrzegają przyszłość chińskiego przemysłu oponiarskiego w świetle wprowadzenia ceł na wielu rynkach?

Stany Zjednoczone wprowadziły cła antydumpingowe na opony chińskie od 2009 r. Nie zmieniło to faktu, że USA nadal są największym krajem eksportowym dla chińskich opon. W tym samym okresie chińscy producenci zwiększyli udział w rynku w Europie czy Indiach. Cały przemysł wciąż się rozwija. Obecna sytuacja polityczna w USA sprawia, że cła ponownie stają się gorącym tematem. Niepokojący jest fakt, że inne kraje będą podążały za Stanami Zjednoczonymi. I myślę, że wszyscy producenci są w stanie potraktować te informacje w taki sposób, że należy skupić się na produktach wysokiej jakości, zbudować globalną markę, zróżnicować produkcję na kluczowe rynki i przejść od "niskiej ceny" do "wysokiej wartości".

Czy można spodziewać się konsolidacji w chińskim przemyśle?

Chiny mają ponad 600 producentów opon, dzięki czemu są bardzo konkurencyjnym rynkiem. Ponadto istnieje nadwyżka mocy w oponach radialnych średnich i niskiej klasy, więc producenci mogą konkurować ceną. Ponadto, ponieważ rząd centralny koncentruje się na rozwoju wysokiej jakości i ochronie środowiska, wewnętrzna konsolidacja ma miejsce i już się dzieje. To tylko część procesu. Branża oponiarska na zachodzie ma prawie 160 lat, więc są już bardziej skonsolidowane.

Europa i inne światowe rynki uważają, że wielu chińskich producentów stwarza nieuczciwą konkurencję. Jaka jest droga rozwoju chińskiego przemysłu oponiarskiego w przyszłości?

O tej "nieuczciwej" konkurencji mówiło się z powodu niskich kosztów pracy, obaw o środowisko i wsparcia rządowego w przeszłości. Wszystkie te tematy są już nieaktualne. Jednym z największych atutów chińskich producentów opon jest fakt, że Chiny same w sobie są największym, i wciąż rosnącym, rynkiem oponiarskim. To naprawdę pomaga chińskim producentom pod względem skali

produkcji, która pozwala obniżyć koszty.

Dziękuję za rozmowę.

Źródło: http://www.swiatopon.info/drukujpdf/artykul/66441