



Čína: Megaměsta na vzestupu

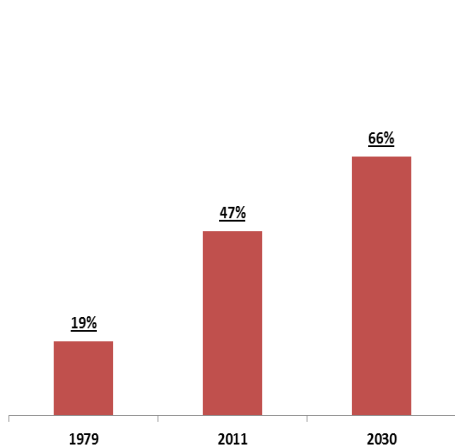
- **Hledá se nový model růstu, urbanizace je klíčem**
- **Doprava se šíří na sever a západ**
- **Veřejný transport vs. auta – kdo z koho?**
- **Města, která neničí: místo pro život, nejen pro práci**
- **Sebevědomí spotřebitelé vstupují na trh**

Obrovské **přesuny populace** mění čínskou ekonomiku a životní styl. Rozsah urbanizace je největší v historii lidstva. Aby se ekonomika rozvíjela, musí se spojit vyspělý jih se severem a západem země. Ničené životní prostředí se může zotavit jen pomocí lepšího plánování, šetrného přístupu a **nových technologií**. Spotřebitelé mezi dvěma trendy: tradiční šetrnost vs. nové nákupní zvyky. **Centrální plánování** může Čínu nenávratně poškodit (byrokracie, korupce) nebo **posunout mezi lídry 21. století** (investice podložené vizemi rozvoje).

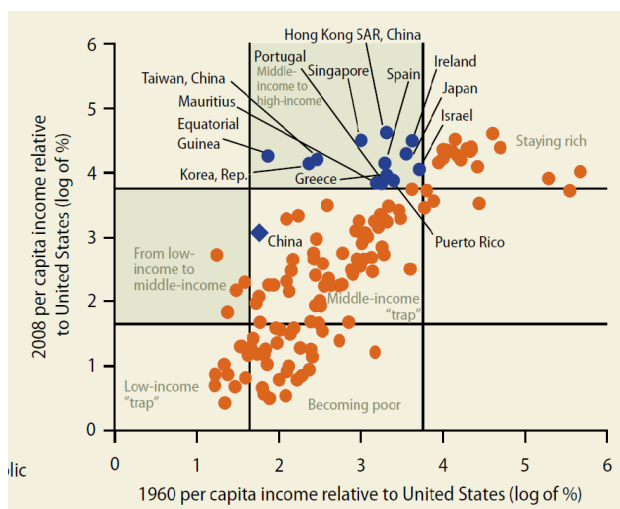
MILIONY NA CESTĚ

Velká **migrace vesnických obyvatel do čínských měst** byla nejvýznamnějším ekonomickým fenoménem druhé poloviny 20. století. V roce 1979 žilo ve městech méně než 20 % Číňanů, nyní je to více než polovina a v roce 2030 to už budou téměř tři čtvrtiny. Každoročně se do měst z venkovských oblastí přestěhuje více než 10 milionů obyvatel. Předpokládá se, že v roce 2030 bude 221 čínských měst větších než jeden milion a 23 větších než pět milionů. V současnosti se odhaduje, že ve městech především na jihu a východě země pracuje přes čtvrt miliardy dočasných migrantů z chudého vnitrozemí. Vesničané jsou ve městech vítanou a levnou pracovní silou. Nedostává se jim ale prakticky žádných výsad, na které mají nárok domácí obyvatelé (vzdělání, zdravotnictví, dostupné bydlení,...).

I díky historicky nevídanému růstu městské populace a dostatku lidí do exportně orientovaných firem, vyrábějící zboží s nižší přidanou hodnotou (Čína jako továrna světa), se Čína dostala do skupiny zemí se středními příjmy. Mnoho zemí se na této úrovni ale dostalo do tzv. **středně-příjmové pasti** („middle-income trap“): zastavení ekonomického růstu a vyčerpanost dříve fungujících růstových stimulů. Aby se Čína zařadila mezi země, kterým v minulosti se podařilo se této pasti vyhnout (Japonsko, Jižní Korea, Irsko,...), musí zásadně změnit svoji ekonomickou politiku a **nalézt nové zdroje růstu**: inovace pro růst produktivity, zdravotnictví, vzdělávání, IT, zelené technologie,... Tyto změny mohou probíhat jedinečně ve velkých městech, které jsou centrem podnikatelské dynamiky, přitahují talenty a pomáhají lidem realizovat jejich plány a sny. Proto je **zvládnutí urbanizace klíčem** pro moderní a dynamickou Čínu 21. století.



Procento městské populace v Číně



Hrozba středně-příjmové pasti

Obrovský **tlak na infrastrukturu měst a jejich životní prostředí** přináší výzvy a problémy, se kterými se čínští plánovači musí vyrovnat. Investiční a podnikatelské příležitosti pro domácí i zahraniční jsou ale také obrovské. Jejich využití bude závislé na zvládnutí strategického přístupu k Číně a schopnostech firem adekvátně **reagovat na trendy a pohyby v čínské společnosti**.

PROPOJENÁ ČÍNA: GO WEST (AND NORTH)!

Světový **trend snižování dopravních nákladů** na jednotku přepravy ovlivnil Čínu a její hospodářský úspěch jako žádnou jinou zemi na světě. Aby ale říše středu dokázala pokračovat v růstu, který potřebuje k dosažení vyspělých zemí, musí rozvoj rozšířit i do vnitrozemí. Bez zlepšení dopravní obslužnosti na západ a sever země nedojde k rozšíření vnitřního čínského trhu, kapitál nebude alokovan produktivně a vzdělaná třída bude nadále odcházet do pobřežních oblastí, kde je zatím příležitostí daleko více.

Podle studií konzultačních firem je v Číně **HDP na obyvatele v přímé korelaci s dopravní dostupností** a firmy v těchto oblastech dosahují vyšší ziskovosti. Nejlepší spojení mají dnes tři geografické oblasti: delty Žluté a Yangtze řeky a oblast mezi Pekingem a Tianjinem, Bohai. Dvacet nejrychleji rozvíjejících se čínských měst přitom leží ve vnitrozemí. K růstu ekonomické vyspělosti a HDP bude potřeba dopravovat stále větší množství zboží na západ a sever země a silniční síť není ještě na tento nápor připravena. Dopravní propojení s ekonomickými centry na jihu země je šancí, jak zpomalit růst nákladů na pracovní sílu, který už nyní trápí hodně firem.



Tři hlavní ekonomická centra s nejlepší dopravou

V Číně dnes probíhá pomyslná **bitva mezi automobily a kolejovými způsoby dopravy** (metro, železnice) a sázet na vítěze je v tuto chvíli předčasné. Do roku 2015 by se metro v Pekingu mělo stát největší na světě, co do kilometrů i počtu vozů. Kolem čtyřiceti měst buduje městskou železniční síť. Veřejná doprava je pro Čínu také největším pomocníkem ve vyhlášeném boji proti emisím CO₂. **Intelligentní města** („smart cities“), budou muset vzniknout proměnou stávajících center, která se rychle rozrůstají a pohlcují okolní vesnice při současném růstu hustoty obyvatel.

Čínský **trh s automobily** se v roce 2011 stal největší na světě, když překonal Spojené státy. Tento trh už největší na světě zůstane. V zemi je 106 milionů registrovaných automobilů, ročně se tu prodá přes 18 milionů nových vozidel, která navíc v naprosté většině jezdí ve městech. S takovou dynamikou rozvoje automobilizmu dnes nikdo neví, jestli se Číně opravdu podaří skloubit ekonomickou sílu s trvalou udržitelností tohoto růstu.

Čínská vláda si přitom dobře uvědomuje, že současná úroveň domácích znalostí a zkušeností se jen stěží vyrovná s nároky na výstavbu moderní infrastruktury. Proto se pouští do společných podniků se zahraničními firmami, od kterých kromě investic očekává technologický a znalostní transfer. S firmou SAP uzavřela smlouvu na **spuštění inteligentního dopravního systému** na řízení provozu v celé zemi. Investice kolem 500 milionů EUR ročně má společnému podniku umožnit zpracovávat obrovské množství dostupných dopravních dat a rozvoj dopravy učinit dlouhodobě udržitelným.

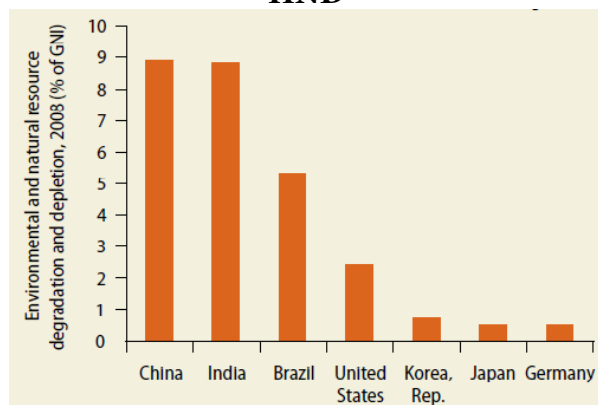
ABY MĚSTA ŽILA A DÝCHALA

“Nestabilní, nevyrovnaný, nekoordinovaný a neudržitelný“. Tak popsal dosavadní, na investicích založený růst, bývalý čínský premiér Wen Jiabao. Tento růst, anglicky označovaný jako „**grow now, clean up later**“, vedl k tomu, že jen 5 % čínských měst splňuje nároky WHO na zdraví neohrožující stav ovzduší. Megalomanské bulváry a ponurá sídliště jsou každodenní realitou velké části městského obyvatelstva. V takovéto situaci mohou města jen s obtížemi plnit roli ekonomického dynama celé země, lákající kapitál k produktivnímu využití.

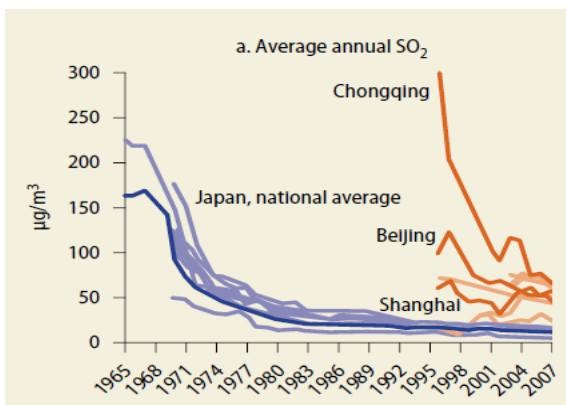
Dnes je jen minimum čínských měst obyvatelných i v mezinárodním srovnání. Zlepšení infrastruktury a zlepšení dopravní a energetické situace si vyžádají **obrovské náklady**. Vláda ve svém 12-tém pětiletém plánu plánuje v období 2011-15 do základní infrastruktury investovat 300 miliard USD. Investice do lepšího ovzduší formou **snižování emisí CO₂** (veřejná doprava, přísnější emisní požadavky na auta, lepší tepelné vlastnosti budov) jsou velkou příležitostí pro firmy a dodavatele technologií ze všech oblastí podnikání, které snižují energetickou náročnost.

I když průměrný Američan stále spotřebuje 5x více energie než Číňan, je Čína již dnes největším znečišťovatelem životního prostředí na světě a další, energeticky značně náročný, ekonomický růst by situaci jen zhoršil. Že je snižování znečištění životního prostředí cesta náročná, ale přesto možná, ukazuje graf srovnání deseti čínských a japonských měst a jejich historie snižování emisí SO₂.

**Degradace životního prostředí v %
HND**



Snižování emisí SO₂ v Číně a Japonsku



Míra znečištění vzduchu v městských aglomeracích se v poslední době přeci jen pomalu snižuje, jak vyplývá z dostupných dat. Ale městská populace za stejnou dobu

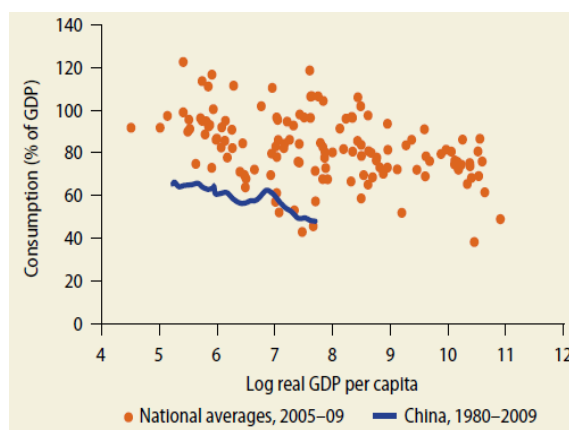
vzrostla natolik, že, navzdory určitému zlepšení, se **náklady na léčení nemocí dýchacího aparátu celkově zvýšily**.

NOVÝ SPOTŘEBITEL: MEZI ITÁLIÍ A BRAZÍLIÍ

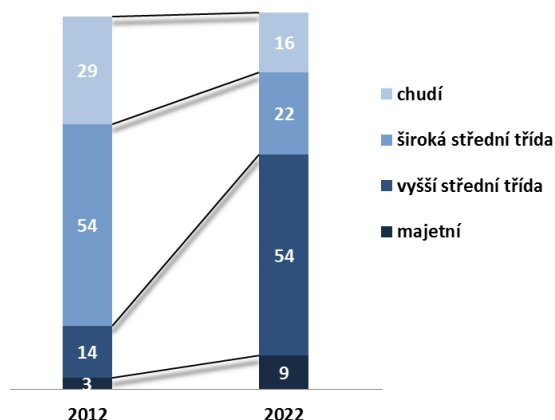
Čínský spotřebitel, onen často vzývaný příslušník „globální střední třídy“, se začíná projevovat se stále větším sebevědomím a **má více peněz k útratě** podle vlastní volby. Dosavadní strategie většiny domácích i zahraničních maloobchodních řetězců ve stylu „**pilling them high, selling them cheap**“ (např. Carrefour) se, vzhledem k rozšíření koncentrace spotřebitelů i do dalších měst, začíná více soustředit na přesně definované cílové skupiny. Tyto „**strategie cedníku**“ se snaží o zasáhnutí velkého počtu menších trhů najednou, což zvyšuje nároky na marketingové dovednosti prodejců a lepší poznání spotřebitele. Agentury na výzkum trhu zažívají v Číně dobré časy.

Čínská střední třída sice roste a podle sociologů má ambice jako generace baby-boomers z 50. let 20. století, jejich kupní sílu ale nebude mít ještě dlouho. Protínají se tu **dva protichůdné trendy**: od spojitosti s předky, která se projevuje ve stále vysoké míře úspor (viz graf podílu spotřeby na HDP) až k výrazům silné nezávislosti, preferenci kvality a otevřenosti k novým zkušenostem, spojenými s **preferencí vybraných značek** před masovostí. Tady se v praxi projevuje výchova generace, narozené po roce 1985 a vychovávané (rozmazlované) nejčastěji jako jediné děti v čínských rodinách. Všechny tyto problémy ale z pohledu západních firem hravě zastíní fakt, že **čínská střední třída je 3x početnější než byli baby-boomers v Americe**.

Číňané stále málo utrácí



Změna v podílu střední třídy



Chudí: pod 9.800 USD ročně, široká střední třída 9.800-17.000, vyšší střední třída 17.000-37.000, majetní: nad 37.000 USD ročně

Zdroje: Světová banka a AT Kearney

Maloobchodní značky již ovládly hlavní města čínského konzumu (města označovaná jako Tier-1). Komerční úspěch závisí nyní na tom, nakolik se firmám podaří zasáhnout **dvě skupiny zákazníků**: luxus vyžadující bohatou třídu v hlavních centrech (italské nákupní zvyky) a stále početnější skupinu spotřebitelů, která se na trhu teprve orientuje a mnoho značek (brandů) nakupuje poprvé v životě (brazílské spotřební chování). U druhé skupiny jde geograficky především o okraje

velkých měst a regionální centra. Především rozšíření konzumních trendů na sever a západ země stojí za růstem objemu maloobchodu, který od roku 2006 nikdy nebyl menší než 15 % ročně. **Klesající cenová senzitivita domácí střední třídy** je pozitivním trendem pro ty firmy, které nabízejí kvalitnější zboží za vyšší ceny. Zboží jako kabelky, kožené oblečení, hodinky a šperky by měly zaznamenat nejvyšší růst.

Aby se Čína přeorientovala z exportně závislé země na ekonomiku stojící na vlastních spotřebitelích, potřebuje, aby růst počtu spotřebitelů a jejich útrat ještě dlouho pokračoval. Vláda tomu může napomoci **změnami v oblasti zdravotnictví a vzdělávání**, které jsou hlavními příčinami toho, že se v Číně hodně spoří a omezuje spotřeba. Bude-li vláda pokračovat v opatrně nastoupených změnách i v těchto oblastech, poroste poptávka po lepším zboží, kvalitnějších službách a aktivnějším využitím volného času. Sedavý způsob života, rostoucí obezita a stres z pracovního vypětí také zvyšují poptávku po určitých skupinách služeb a zboží. Firmy se budou muset ještě lépe a přesněji soustředit na cílové skupiny („empowered consumers“), mezi kterými bude více rozdílů než v nedávné minulosti.

SWOT ANALÝZA

S – Změna růstového modelu na domácí spotřebu. Centrální plánování dává výhled do budoucnosti. Sílicí střední třída se západními nákupními zvyklostmi.

W – Byrokratické fungování a nedostatek flexibility státních úřadů. Rostoucí zpomalení růstu. Zdravotní problémy populace, velká hustota obyvatelstva.

O – Investice do infrastruktury a zlepšování životního prostředí. Inteligentní města. Automobilový průmysl, výroba dopravních zařízení. Snížování energetické náročnosti budov i provozů.

T – Konkurence tlačící na nízké marže. Rostoucí příjmová nerovnost. Ohrožení duševního vlastnictví ve společných podnicích.

Kontakt na velvyslanectví ČR v Peking

2 Ritan Lu
Jianguomenwai
100600 Beijing

Telefon +0086 10 8532 9509
e-mail: commerce_beijing@mzv.cz
www.mzv.cz/beijing