

Außenwirtschaft

*(15)

Wachsende Chancen für WTO-Beitritt 1997

Während der WTO-Ministertagung in Singapur Anfang Dezember 1996 nahm der Generalsekretär der WTO, Renato Ruggiero, Stellung zur Frage des Beitritts der VR China in die Welthandelsorganisation. Ruggiero zufolge seien die Beitrittsverhandlungen nach wie vor schwierig, doch gebe es einen wachsenden politischen Konsens, daß China und die WTO-Mitgliedsländer bis Ende 1997 die Verhandlungen abgeschlossen haben sollten. (IHT, 9.12.96)

Nach Angaben von Sir Leon Brittan, Vizepräsident der EU, werden die bilateralen Gespräche zwischen China und den größten Handelspartnern wie geplant 1997 fortgesetzt. So wird Brittan mit einer Gruppe EU-Experten im Januar zu Gesprächen nach China fahren. (NfA, 13.12.96)

Der chinesische Delegationsvertreter bei der WTO-Tagung und Verhandlungsführer bei den Beitrittsverhandlungen, Long Yongtu, äußerte in Singapur vorsichtigen Optimismus. Long sieht einen Wandel im Verhalten der USA zur Beitrittsfrage, das inzwischen stärker durch eine pragmatische Haltung geprägt sei. So seien sich die USA bewußt geworden, daß die Aufnahme Chinas in die Welthandelsorganisation auch Vorteile für die USA mit sich bringen würde. Darüber hinaus setzten sich innerhalb des US-Kongresses inzwischen zahlreiche Vertreter für Chinas Beitritt ein.

Long geht davon aus, daß sich die Position der USA inzwischen stärker derjenigen der EU angenähert habe, d.h. auch die USA befürworteten, daß China eine im einzelnen zu spezifizierende Übergangsperiode für die Anpassung an die WTO-Bedingungen eingeräumt werde. Im Gegenzug hat China die Forderung auf Entwicklungsländerstatus bei Eintritt in die WTO insoweit eingeschränkt, als nur noch für bestimmte Wirtschaftsbranchen Übergangszeiten ausgehandelt werden sollten.

Zur nächsten Gesprächsrunde der WTO zur Beitrittsfrage im Februar 1997 wird Long zufolge ein verbessertes Verhand-

lungsangebot von China vorgelegt werden. Obwohl über die Inhalte des Angebots im einzelnen noch nicht entschieden sei, werde die chinesische Seite wohl u.a. anbieten, nicht-tarifäre Barrieren wie Quoten und Lizenzen früher als bisher verlangt abzubauen und den Bankensektor stärker zu öffnen. (FT, 11.12.96) -schü-

*(16)

Erste Daten zur Entwicklung von Außenhandel und ausländischen Direktinvestitionen 1996

Unter Einbeziehung der Außenhandelsentwicklung im November 1996 wird für das gesamte Jahr mit einem deutlichen Handelsüberschuß gerechnet, der nach unterschiedlichen Berechnungen zwischen 10 bis 15 Mrd. US\$ ausmachen kann.

Huang Guohua von der Statistikabteilung der chinesischen Zollbehörde geht von einem Gesamtvolumen des Außenhandels von 288 Mrd. US\$ aus, dies wäre ein Anstieg um rd. drei Prozent gegenüber 1995. Bei Exporten in Höhe von 151,5 Mrd. US\$ und Importen von 136,5 Mrd. US\$ kommt Huang zu einem Überschuß von 15 Mrd. US\$. Bis Ende November belief sich der kumulative Handelsüberschuß auf rd. 14 Mrd. US\$.

Auslandsunternehmen trugen in den ersten elf Monaten d.J. mit einem Anteil von 53% zu den gesamten Importen bei; 28% ihrer Importe bestanden aus Kapitalgütern für ihren eigenen Gebrauch. Die Exporte der Unternehmen mit Auslandskapital stiegen im obigen Zeitraum um 32% und weisen auf die Funktion dieser Unternehmen als Motor der Außenhandelsentwicklung hin. (XNA, 15.12.96; SCMP, 23.12.96)

Nach Einschätzung des Außenwirtschaftsministeriums (MOFTEC) wird in diesem Jahr mit einem Gesamtvolumen realisierter Auslandsinvestitionen in Höhe von rd. 40 Mrd. US\$ gerechnet werden können. Dies würde einen Anstieg um 16% gegenüber 1995 darstellen, obwohl die Zahl der genehmigten Projekte um 20% niedriger ausfallen werde. Offiziellen Statistiken zufolge wurden bis Ende November 22.000 Projekte mit Auslandskapital mit einem Gesamtvolumen zugesagter Investitionen in Höhe von 66,5 Mrd. US\$ genehmigt. Die bereits realisierten Investitionen beliefen sich auf 36,9 Mrd. US\$. Das durchschnittliche Investi-

tionsvolumen je Investitionsprojekt lag in den ersten zehn Monaten mit 3,03 Mio. US\$ deutlich höher als in der Vergleichsperiode des Vorjahres mit 2,47 Mio. US\$.

Die beachtliche Zunahme der Investitionen wird nach MOFTEC-Angaben insbesondere auf das stärkere Engagement von multinationalen Unternehmen zurückgeführt. Zwischen 1992 und 1996 hätten rd. 400 solcher multinationaler Unternehmen in China investiert; Ende letzten Jahres waren es lediglich rd. 200. Die Mehrzahl der multinationalen Unternehmen kämen aus den USA, aus Japan und der EU. Sie seien von der sozialen Stabilität, dem hohen Wirtschaftswachstum, der soliden Industriebasis, dem enormen Marktpotential sowie den günstigen Investitionsbedingungen angezogen worden. (XNA, 26.12.96)

Die Staatliche Planungskommission rechnete Ende Dezember mit einem Gesamtvolumen ausländischen Kapitals von rd. 51 Mrd. US\$ für 1996. Ein Anteil von 11 Mrd. US\$ entfällt der Planungskommission nach auf Auslandskredite, die vor allem in die Infrastruktur und für die Schlüsselindustrien mit zunehmender Bevorzugung der Inlandsprovinzen verwendet werde. Bisher erhielten diese Regionen 47% der gesamten ausländischen Regierungskredite und 40% der Darlehen internationaler Finanzorganisationen. (XNA, 27.12.96)

Für 1997 erwartet China einen weiteren Anstieg der Auslandsinvestitionen, und zwar um rd. 15% auf 49,5 Mrd. US\$. (NfA, 9.12.96) -schü-

*(17)

Japanische Direktinvestitionen und neue Regierungskredite

Einer Umfrage der Export-Import-Bank of Japan zufolge wird China für japanische Unternehmen auch in den nächsten drei Jahren das attraktivste Investitionsziel vor Thailand und Indonesien sein. Die jährliche Befragung der Bank richtete sich an 722 japanische Unternehmen, von denen 432 Unternehmen antworteten.

Auch langfristig über einen Zeitraum von 10 Jahren steht nach der Einschätzung japanischer Unternehmen China an erster Stelle der Länder, die am vielversprechendsten für Investitionen gelten, an zweiter Stelle wurde Vietnam und an dritter Stelle Indien genannt.

In der jährlichen Befragung der Bank wird jedoch deutlich, daß die japanischen Unternehmen eine vorsichtigeren Haltung China gegenüber einnehmen als zuvor. Während im Vorjahr noch 78% der befragten Unternehmen China als wichtigstes Investitionsziel nannten, fiel dieser Anteil im neuesten Bericht der Bank auf 68%. Diese veränderte Einschätzung wird auf die relative Verschlechterung der Investitionsbedingungen durch Abschaffung bestimmter Privilegien für ausländische Investoren sowie auf das relativ schlechte Abschneiden der bereits in China tätigen Unternehmen aus Japan zurückgeführt. Weiterhin nannten die japanischen Unternehmen Probleme im Rechts- und Steuersystem sowie im Bereich der Infrastruktur.

Im laufenden Geschäftsjahr 1996/97 (bis 31. März) gehen die japanischen Unternehmen davon aus, daß ihr Investitionsvolumen 11,5 Mrd. US\$ betragen wird, ein Anstieg um 39% gegenüber der Vorjahresperiode. Investitionen in die Elektronik-, Chemie- und Automobilindustrie zeigten die höchsten Zuwachsraten. (AWSJ, 10.12.96)

Die Begleitung des China-Engagements japanischer Unternehmen durch Regierungskredite ist von herausragender Bedeutung. Mitte Dezember kündigte das japanische Außenministerium an, daß Japan die Entwicklungshilfe wieder aufnehmen wird. Im laufenden Fiskaljahr wird China eine Summe von 1,5 Mrd. US\$ für 22 Projekte zur Verfügung gestellt werden. Zu den Projekten zählen acht im Umweltsektor, drei landwirtschaftliche Projekte und eine Anzahl von Projekten im Transport- und Telekommunikationsbereich. Von den 22 Projekten wird der größte Teil, nämlich 17 Projekte, auf die Inlandprovinzen entfallen.

Der zugesagte Kredit ist der erste Teil eines Kreditpakets für die kommenden drei Jahre. Die Rückzahlungsperiode beträgt 30 Jahre, wobei in den ersten 10 Jahren keine Rückzahlung geleistet werden muß. Der Zinssatz beläuft sich auf durchschnittlich 2,3%, ist bei Umweltprojekten mit 2,1% jedoch noch günstiger. (AWSJ, 26.12.96) -schü-

*(18)

Werbeagenturen erfolgreich im China-Geschäft

Das Werbegeschäft in China ist in den letzten Jahren schnell expandiert. Die Werbeausgaben erhöhten sich von 2,5

Mrd. Yuan im Jahre 1990 auf 20 Mrd. Yuan im Jahre 1994. Schätzungen für 1995 und 1996 rechnen mit einem Volumen von 30 bzw. 45 Mrd. Yuan. Mittelfristige Prognosen gehen sogar von einem Anstieg auf 185,6 Mrd. Yuan bis zum Jahre 2000 aus. (State Administration for Industry and Commerce; Shanghai Werbeagentur Bridge-J. Walter Thompson, in SCMP, 12.12.96)

Das Wachstum der Werbeindustrie vor allem in den letzten drei Jahren führt Soames Hines, Geschäftsführer der Werbeagentur Bridge-J. Walter Thompson (B-JWT) in Shanghai, vor allem auf folgende Ursachen zurück:

- * Die Zunahme ausländischer Investoren in China.
- * Die wachsende Zahl von Auslandsunternehmen, die ihre Marketingoperationen von Hongkong auf das chinesische Festland mit Schwerpunkt in Shanghai, Beijing und Guangzhou verlegen.
- * Die Zunahme der Werbeaktivitäten lokaler Unternehmen als Reaktion auf die ausländische Konkurrenz sowie
- * die Zunahme von Medien.

Die B-JWT eröffnete vor sechs Jahren in Shanghai auf den Wunsch eines Großkunden eine Niederlassung. Im Gegensatz zu anderen Ländern machte Soames Hines in China die Erfahrung, daß Kunden die Agentur aufsuchen und nicht umgekehrt. Seine Klienten sind i.d.R. Unternehmen, die mit dem chinesischen Markt nicht vertraut sind und deshalb Werbeagenturen mit der Vermarktung ihrer Produkte beauftragen. Da die Nachfrage nach den Leistungen von Vermarktungsagenturen das Angebot bei weitem überschreitet, ist die B-JWT in der Lage, sich die Kunden aussuchen zu können.

Die Gründe hierfür sind einerseits, daß zu viele ausländische Unternehmen den chinesischen Markt erobern wollten und qualifizierte Dienstleister benötigten. Andererseits seien die meisten chinesischen Werbeagenturen in der Regel nicht wettbewerbsfähig und die Qualität ihrer Leistungspalette genüge nicht den Ansprüchen multinationaler Unternehmen. Zukünftig werde hier jedoch mit einem schnellen Aufholen gerechnet werden müssen. Auch B-JWT bildet bereits inländische Mitarbeiter aus, da ausländische Fachkräfte aufgrund der Kostensituation eingespart werden müßten. Während derzeit von 130 Beschäftigten noch 30 ausländische Fachkräfte

in der Agentur sind, soll ihre Zahl bis 1998 auf 25 im kommenden Jahr und auf 15 im Jahre 1998 reduziert werden. (SCMP, 12.12.96)

Wie entscheidend die richtige Werbung für den Umsatz sein kann, zeigt das Beispiel der Branntweinfirma Qinchí. Für die Ausstrahlung eines Werbespots zahlte das Unternehmen rd. 66 Mio. Yuan. Der Fünfssekundenspot wurde täglich nach den 7-Uhr-Nachrichten für die Dauer eines Jahres ausgestrahlt und führte zu einer Verdreifachung des Umsatzes von Qinchí. Inzwischen haben sich die Kosten für die Haupteinschaltzeiten im Fernsehen wesentlich erhöht, so daß Qinchí für den gleichen Werbespot im Jahre 1997 320 Mio. Yuan zahlen muß. (SCMP, 11.12.96)

Im Kampf um den chinesischen Konsumenten verändert sich auch zunehmend das Straßenbild. In der Shanghai Nanking-Straße beispielsweise zeigt sich die Konkurrenz zwischen Pepsi und Cola auf beiden Seiten der Straße durch beleuchtete runde Werbescheiben. Plakate mit Zigarettenwerbung säumen zunehmend die Straßen der meisten Großstädte, vor allem, nachdem diese Werbung im Fernsehen untersagt wurde. (AWSJ, 27./28.12.96) -schü-

Binnenwirtschaft

*(19)

Erfolge und Probleme der Wirtschaftsentwicklung 1996

Das Staatliche Statistikamt veröffentlichte im Dezember vorläufige Angaben zur Wirtschaftsentwicklung im Jahre 1996, die auf die Erfolge der wirtschaftspolitischen Stabilisierungsmaßnahmen hinweisen.

Wirtschaftswachstum und Inflation:

Als besondere Leistung wird das Abbremsen der Inflationsentwicklung bei gleichzeitiger Aufrechterhaltung eines hohen Wachstumstempos angesehen. Während das gesamtwirtschaftliche Entwicklungstempo (Bruttoinlandsprodukt) einen Wert von 9,7% erreichte, konnte die Inflationsrate von 14,7% (Einzelhandelspreise) im Jahre 1995 auf rd. 6% bis Ende 1996 gesenkt werden. Damit wird die Inflationsrate in diesem Jahr noch unter der ursprünglich angesetzten Zielvorgabe von 10% liegen.