

poland china



Polsko-Chińska
Rada Biznesu
波中商务联合会

Strategiczne partnerstwo Polska-Chiny

波中战略伙伴关系初论



Aktywność inwestycyjna
polskich firm na rynku
chińskim
s. 10

Inwestycje
w polskiej energetyce
a Sun Tzu
s. 14

Współpraca
Polska-Chiny
na poziomie
władz lokalnych s. 18

Szanse i zagrożenia współpracy
polsko-chińskiej w perspektywie
rozwoju globalnego szkolnictwa
wyższego s. 26

Graficy z Chin na
Biennale Plakatu
w Warszawie
s. 32



Polsko-Chińska
Rada Biznesu
波中商务联合会

Polsko-Chińska Rada Biznesu to:

- wypracowywanie inicjatyw służących rozwojowi biznesu;
- kontakty z organizacjami rządowymi i samorządami regionalnymi obu krajów;
- wspieranie organizacji pozarządowych w zakresie aktywizowania kontaktów pomiędzy obu krajami;
- dostęp do bieżącej bazy danych na temat polskich i chińskich przedsiębiorstw;
- pomoc w założeniu firmy w Polsce i Chinach;
- uczestnictwo w wyjazdach, wizytach biznesowych w obu krajach;
- promocja w „Poland-China Business Magazine” - kwartalniku wydawanym przez Radę i kolportowanym w obu krajach;
- pośrednictwo w uzyskaniu wiz, pozwoleń na pracę, tłumaczenia specjalistyczne itp.;
- szkolenia biznesowe oraz w zakresie lepszego zrozumienia pomiędzy partnerami, zmniejszania różnic kulturowych w bezpośrednich kontaktach;
- analizy rynku, przepisów regulujących funkcjonowanie przedsiębiorstw oraz poszczególnych sektorów gospodarki;
- spotkania i konferencje.

波中商务联合会提供:

- 商业发展规划;
- 与波中两国中央政府和地方政府交流;
- 支持非政府组织在波中两国的交流活动;
- 使用波中企业数据库;
- 协助企业在波兰和中国成立公司;
- 提供商务考察的机会;
- 在中国和波兰出版的联合会刊物上刊登广告;
- 协助办理签证、工作许可, 提供专业翻译;
- 培训企业高层管理人员以加深对对方文化的了解, 减少文化差异带来的误解和不便;
- 市场分析、政府法规分析及行业分析;
- 组织洽谈和会议。

...dołącz do nas!

加入我们的联合会!

Zarząd 董事会

Dominika Kulczyk – prezes 会长
Jarosław Bagiński – wiceprezes 副会长
Jacek Boczek – wiceprezes 副会长
Monika Hałupczak – wiceprezes 副会长

Monika Karpińska-Krystek – wiceprezes 副会长
Zbigniew Niesiołędzki – wiceprezes 副会长
Patrycja Piekutowska – wiceprezes 副会长
Edward Zhu – wiceprezes 副会长
Helena Żuraw – wiceprezes 副会长



Fot. arch. redakcji

Szanowni Państwo,

Polsko-Chińska Rada Biznesu jest organizacją pozarządową, skupiającą ekspertów i przedsiębiorców działających na rynku polskim i chińskim. Rada została powołana w odpowiedzi na podniesienie stosunków polsko-chińskich do rangi partnerstwa strategicznego oraz współpracę biznesowo-inwestycyjną w ramach formatu „Europa Środkowa – Chiny (16+1)”.

Osoby wchodzące w skład Rady łączą swoje doświadczenie w budowie silniejszych i trwalszych relacji z Państwem Środka. Wiedząc, jaką rolę w tworzeniu partnerstwa biznesowego odgrywa wzajemne zbliżenie i zrozumienie na płaszczyźnie kulturowej, kładziemy nacisk na połączenie bilateralnych wydarzeń gospodarczych z promocją polskiej kultury. Jednocześnie udzielamy wsparcia stronie chińskiej w funkcjonowaniu na rynku polskim i tworzeniu przestrzeni, w której działania gospodarcze mogą iść w parze z szerzeniem wiedzy o chińskim społeczeństwie i kulturze.

Jednym z naszych celów jest wspieranie ważnych inicjatyw administracji rządowej i samorządowej, służących pogłębieniu współpracy między naszymi krajami. W celu maksymalizacji korzyści dla członków naszego stowarzyszenia współpracujemy z instytucjami, agencjami i izbami gospodarczymi na szczeblu międzynarodowym.

Zacieśnianie i intensyfikacja wymiany gospodarczej i kulturalnej wymaga wiele pracy i wysiłku, które jesteśmy gotowi podjąć, licząc na Państwa efektywną współpracę.

Z poważaniem

Dominika Kulczyk

Prezes Zarządu Polsko-Chińskiej Rady Biznesu

波中商务联合会是一个由波中两国专业人士和企业家组成的非政府组织。是在近年波中两国战略伙伴关系和中国-中东欧1+16国合作不断发展的背景下成立的。

我们的成员将结合自己的经验，发展两国间更好的可持续的关系。理事会的职能包括：促进两国之间的贸易和投资，为波兰企业家进入中国市场寻找机会，促进波中企业家在投资领域的合作，提供市场信息和商业机会，在波兰和中国通过组织商务及文化活动建立两国地区间，企业家间交流的平台。联合会将与其它外国机构和商会进行国际合作，以便会员更大的获益。

深化及推动两国经济和文化交流需要大量工作和努力，我们将担此任，期待着与您的合作！

多米尼卡·库奇科
波中商务联合会会长



Szanowni Państwo,

Mamy przyjemność przekazać w Państwa ręce pierwszy numer kwartalnika „Poland-China Business Magazine”. Jest on jednym z przedsięwzięć wydawniczych Polsko-Chińskiej Rady Biznesu. Za jego pośrednictwem będziemy starali się przybliżyć Państwu istotne zagadnienia dotyczące stosunków polsko-chińskich w obszarach: partnerstwo strategiczne, współpraca na szczeblu rządowym i pozarządowym, gospodarka i biznes, a także kultura i edukacja, w tym aktualne wydarzenia, pojawiające się trendy, statystyki i wywiady. Tematy te podejmować będą najlepsi polscy i chińscy eksperci, specjalizujący się w poszczególnych zagadnieniach. Wiele artykułów będzie mieć charakter cykliczny.

Zakładamy, że pełna i fachowa informacja przekazywana w dwóch językach, polskim i chińskim, posłuży lepszemu zrozumieniu skomplikowanej i dynamicznie zmieniającej się rzeczywistości w Polsce i Chinach, wskazując obszary potencjalnej współpracy oraz szanse i bariery ich rozwoju pomiędzy obu krajami.

Uzupełnieniem wydania drukowanego, kolportowanego wśród instytucji i firm współpracujących w Polsce i Chinach, oraz członków Rady, będzie wersja elektroniczna udostępniona na stronie Polsko-Chińskiej Rady Biznesu: www.pchrb.pl

Zespół redakcyjny

尊敬的女士们、先生们！

很高兴向您介绍《Poland-China Business Magazine波中商务》季刊。这是波中商务联合会出版的刊物之一。内容涵盖波中关系的方方面面，如：战略合作关系、政府和非政府合作、经济、贸易、文化和教育，以及时事报道，新兴趋势，统计数据和访谈。本刊刊登由波兰和中国各领域著名专家撰写的文章。其中有许多专题系列报道。

我们相信全面、专业的波中双语报道将会帮助读者了解复杂，而迅速变化的现实情况，挖掘潜在的合作领域或障碍，促进波兰和中国两国之间的不断合作。

除了《Poland-China BUSINESS MAGAZINE波中商务》纸质版刊物外，波中商务联合会将提供《波中商务通讯》电子期刊，可以从本会的网站下载：www.pchrb.pl

编辑团队

Poland-China Business Magazine
nr 01/2014 (kwartalnik)

Wydawca: Polsko-Chińska Rada Biznesu
Adres redakcji:
ul. Mińska 25 / 44, 03-808 Warszawa
tel. +48 22 584 16 50
e-mail: biuro@pchrb.pl
www.pchrb.pl

Tłumaczenia: Agnieszka Wu-Skawińska
Opracowanie graficzne i projekt okładki:
GRAPHIC-DESIGN, Warszawa
Skład do druku: TW POLIGRAFIA, Warszawa
Zdjęcia: Shutterstock
Druk: Paper&Tinta

SPIS TREŚCI

目录

波中战略伙伴关系初论

Dominik Mierzejewski



7

Uwagi wstępne o strategicznym polsko-chińskim partnerstwie

Dominik Mierzejewski

波兰公司在发展中的中国市场的投资活动

Jarosław Linka



10

Aktywność inwestycyjna polskich firm na rozwijającym się rynku chińskim

Jarosław Linka

孙子兵法与波兰能源业投资

Tomasz Chmal



14

Inwestycje w polskiej energetyce a Sun Tzu

Tomasz Chmal

波兰-中国地方政府合作的经济意义

Tomasz Jurczyk



18

Wymiar gospodarczy współpracy polsko-chińskiej na poziomie władz lokalnych

Tomasz Jurczyk

商业欺诈剖析

Monika Prusinowska



22

Anatomia oszustwa w biznesie

Monika Prusinowska

全球高等教育发展中的波中合作机会

Anna Zalewska i Marcin Kozłowski



26

Szkolnictwo wyższe - - szanse współpracy polsko-chińskiej w perspektywie rozwoju globalnego

Anna Zalewska i Marcin Kozłowski

中国设计师参加华沙国际海报双年展

Jacek Sacha



32

Graficy z Chin na Międzynarodowym Biennale Plakatu w Warszawie

Jacek Sacha

波兰雪雕作品“启示”在哈尔滨的成功

Jarosław Bagiński, Tomasz Kocłęga,
Bartłomiej Bala, Piotr Proba, Wojciech Majewski



34

Sukces polskiej rzeźby „Objawienie” w chińskim Harbinie

Jarosław Bagiński, Tomasz Kocłęga,
Bartłomiej Bala, Piotr Proba, Wojciech Majewski



Dominik
Mierzejewski

Uwagi wstępne o strategicznym polsko-chińskim partnerstwie

波中战略伙伴关系初论

(连载)

梅德明 博士，副教授

Podpisanie „strategicznego partnerstwa” z Chińską Republiką Ludową w grudniu 2011 r. stanowi istotny „zaczyn” w dyskusjach poświęconych intensyfikacji wzajemnych relacji. Z punktu widzenia interesów Rzeczypospolitej Polskiej podstawowym zagadnieniem będzie dokładne zdefiniowanie i realizacja „strategicznego partnerstwa”, zdefiniowanie funkcjonowania chińskich instytucji finansowych odpowiedzialnych za inwestycje zagraniczne oraz wskazanie możliwości i sektorów współpracy.

Z punktu widzenia Rzeczypospolitej, jak się wydaje, „strategiczne partnerstwo” jest istotne o tyle, o ile przez odgórnie idący sygnał Polska przedstawiona jest jako rzetelny i dobry partner gospodarczy. Jednak z uwagi na określone uwarunkowania, w tym przede wszystkim skalę i ogrom Chin, należy określić wymiary i możliwości wypełnienia deklaracji z 2011 r. Z punktu widzenia Pekinu to chęć zachowania rynków zbytu stanowiła zasadniczą przesłankę posługiwania się językiem „strategicznego partnerstwa”, do uczestnictwa w którym, oprócz Unii Europejskiej, Chiny zaliczyły Wielką Brytanię, Niemcy, Francję czy Polskę¹⁾.

„Strategiczne partnerstwa”, jak wskazują niektórzy chińscy politolodzy, mogą być interpretowane jako element poszukiwania „sojuszników” Chin w sprawach międzynarodowych oraz ograniczanie zagrożenia ze strony „hegemonizmu” i „polityki z użyciem siły”. Przykładem takiego rozumienia stało się zapewnienie dyplomacji polskiej o „wspieraniu dla zniesienia embarga na broń oraz akceptacji statusu gospodarki rynkowej Chin” przez struktury europejskie oraz wsparciu wysiłków Chin na rzecz integracji w regionie Azji Wschodniej. Dodatkowo, „strategiczni partnerzy”, w opinii władz w Pekinie, nie powinni podnosić kwestii związa-

2011年12月波兰和中华人民共和国签署的建立战略伙伴关系的联合声明是加深两国关系新的起点。从波兰的利益角度来看，明确定义“战略伙伴”的内涵和实施方式，确定负责对外投资的中国金融机构的作用，寻找可能合作的领域是最为重要的。

从波兰共和国的角度来看，“战略伙伴关系”给予了一个从上至下的信号，即波兰是值得信赖的友好商业伙伴。但是由于条件的限制，特别是由于中国的规模和特别性，需要确定2011年联合声明的可执行性与范围。从北京的角度来看，保证其在欧洲地区的市场的愿望是“战略伙伴关系”的主要原因。除了欧盟以外，中国还与英国、德国、法国和波兰达成了战略伙伴关系¹⁾。据中国政治学家的阐释，“战略伙伴”有中国国际关系领域里的“盟友”，减少“霸权”和“使用武力政策”的含义。波兰对此政策理解表现为外交部表示在欧盟层面对解除中国武器禁运和承认中国市场经济地位的支持立场和支持中国“东亚地区一体化”的努力。另外，北京认为“战略伙伴”不应该提出人权或西藏局势的问题，因为战略伙伴的意义在于“搁置争议”谋求切实利益。

加强双边关系的重点是经济关系。其实施需要涉及各级政府。因此区域合作是非常重要的。

¹⁾ W języku „strategicznego partnerstwa” istnieje rozróżnienie na: ustanowienie strategicznego partnerstwa (*jianli zhanlue huoban guanxi* 建立战略伙伴关系), wzmacnianie, intensyfikację kompleksowego strategicznego partnerstwa (*jiaqiang quanmian zhanlue huoban guanxi* 加强全面战略伙伴关系), kompleksową kontynuację strategicznego partnerstwa (*quanmian tuijin zhanlue huoban guanxi* 全面推进战略伙伴关系), pogłębianie kompleksowego strategicznego partnerstwa (*shenhua quanmian zhanlue huoban guanxi* 深化全面战略伙伴关系), inicjowanie nowego typu relacji strategicznego partnerstwa (*kaichuang xinxing zhanlue huoban guanxi* 开创新型战略伙伴关系) oraz rozwój kompleksowych relacji strategicznego partnerstwa (*fazhan quanmian zhanlue huoban guanxi* 发展全面战略伙伴关系) Por. *Zhong De Guanyu quanmian tuijin zhanlue huoban guanxi de lianhe gongbao* (Wspólny komunikat chińsko-niemiecki o promowaniu relacji strategicznego partnerstwa), strona internetowa <http://www.fmprc.gov.cn/chn/pds/ziliao/1179/t717598.htm> (dostęp: 12.09.2012); *Zhonghua Renmin Gong he Guo he Bolan Gong he Guo guanyu jianli zhanlue huoban guanxi de lianhe gongbao* (Wspólny komunikat ChRL i RP o nawiązaniu relacji strategicznego partnerstwa), strona internetowa http://www.gov.cn/gongbao/content/2004/content_62850.htm (dostęp: 12.09.2012); *Zhu Liqun, Zhao Guangcheng, Zhongguo guoji guan de bianhua yu gonggu: dongli yu qushi* (Tendencje i zmiany: zmiany i konsolidacja międzynarodowego poglądu Chin), *Waijiao pinglun* 2008, nr 101, s. 20–21.

nych z prawami człowieka czy sytuacją w Tybecie, bo przecież strategiczny znaczący „przechodzący ponad kontrowersjami”, tak by osiągać materialne zyski.

Priorytetem w relacjach bilateralnych będą relacje gospodarcze.

Realizacja tychże wymaga skoordynowania działań na każdym poziomie administracyjnym. Z tego punktu widzenia istotne będzie prowadzenie współpracy regionalnej oraz realizowanie zapisów „strategicznego partnerstwa” dotyczących współpracy między polskimi województwami a chińskimi prowincjami czy też pomiędzy małymi i średnimi przedsiębiorstwami. Zdajemy sobie sprawę z różnic w potencjałach. Wystarczy wspomnieć, iż prowincja Guangdong ma dwukrotnie większe PKB od Polski, a polskie PKB jest porównywalne z prowincją Chin centralnych – Henanem. Dodatkowo dochodzą sprawy związane z potencjałem demograficznym – prowincja Guangdong to ponad 100 milionów mieszkańców! W tym kontekście pojawia się kwestia znalezienia odpowiednich punktów odniesienia. Polska bowiem zarówno pod względem liczby ludności, jak i terytorium jest ponad 30-krotnie mniejsza niż Chiny. Ukierunkowanie polskich podmiotów samorządowych, biznesowych na pojedyncze, wybrane obszary w Chinach, tj. prowincję, miasto wydzielone czy region autonomiczny, może przynieść lepsze efekty, choć jedynie przez działanie zespołowe, objęte

要的, 体现在波兰和中国之间的省级战略合作, 以及两国中小企业之间的合作。我们意识到两国之间的巨大差异性, 如广东省的国内生产总值比波兰的国内生产总值高两倍, 波兰国内生产总值只能与中国中部地区的河南省相比。此外人口也有重大差异 – 如广东省有超过一亿多人口。由此我们需要寻找适当的参照点。波兰不管是在人口数量还是在面积都比中国小三十倍。相对于与中央政府, 波兰省市和企业与中国省政府、直辖市或自治区的合作更有实效。在这种情况下, 在与中国合作的省、自治区、直辖市内建立波兰代表处, 集中代表波兰中央政府和地区的经济活动, 有助于最有效的实施“战略伙伴关系”。

实现“战略伙伴关系”的另一种可能性是超越国家边界, 在区域经济合作的框架下展开合作。与中国展开如中国-东欧区域(例如结合波兰-捷克-斯洛伐克)的合作。与经过认真分析, 挑选的中国省、自治区或直辖市的合作。跨国和跨区合作是波兰地区发展重要因素。因此, 如果得到维谢格拉德集团首脑会议的支持, 将会产生效果并将促进共同



1) “战略合作”分为: 建立战略伙伴关系, 加强全面战略伙伴关系, 全面推进战略伙伴关系, 深化全面战略伙伴, 开创新型战略伙伴关系, 并且发展全面战略伙伴关系。参阅: 《中德关于全面推进战略伙伴关系的联合公报》
<http://www.fmprc.gov.cn/chn/pds/ziliao/1179/t717598.htm> (参见与2012年9月12日); 《中华人民共和国和波兰共和国联合声明》
http://www.gov.cn/gongbao/content/2004/content_62850.htm (参见与2012年9月12日); 朱立群, 赵广成, 《中国国际观念的变化与巩固: 动力与趋势》, 外交评论(外交学院学报)2008, 1, 20-21页

patronatem władz centralnych. W tej sytuacji kolejnym krokiem winno być stworzenie biura reprezentującego jednostki samorządu państwowego oraz gospodarczego wspólnie z władzami centralnymi na terenie wytypowanej (po uprzedniej analizie) prowincji, regionu autonomicznego czy miasta wydzielonego. Wskazywana uprzednia analiza ma służyć określeniu maksymalnie efektywnego wykorzystywania i realizacji „strategicznego partnerstwa”.

Inną możliwością realizacji „strategicznego partnerstwa” może być wyjście poza ramy narodowe. W kontekście współpracy samorządowo-gospodarczej zasadne wydaje się wykorzystanie współpracy ponadnarodowej i próba nawiązania relacji z Chinami w formule: europejski region (połączenie współpracy np. polsko-czesko-słowackiej) i wybrana, po uprzedniej solidnej analizie, chińska prowincja, region autonomiczny czy miasto wydzielone. Międzynarodowa współpraca transgraniczna i międzyregionalna stanowi istotny element polityki rozwoju polskich województw, zatem taka formuła przy wsparciu prezydenta np. na forum Grupy Wyszehradzkiej powinna przynieść zakładane efekty i dalszy rozwój gospodarczy oparty na wspólnych korzyściach. W tym wariancie przydatna będzie Bruksela czy choćby coraz bardziej widoczna i aktywna Grupa Wyszehradzka, jako wsparcie dla organizacji spotkań i konferencji mających ułatwić współpracę z Chinami.

Od podpisania „strategicznego partnerstwa” w grudniu 2011 r. relacje polsko-chińskie nabrały rozpędu. Duże zainteresowanie Polską nie przekłada się jeszcze na wymierne korzyści gospodarcze. Chociaż już dzisiaj z sukcesem sprzedajemy do Chin mleko łożwickie, a polskie wyroby czekoladowe czy soki pojawiają się w chińskich sklepach. Niewątpliwie przyczynia się do tego sygnał „strategicznego partnera”. Jednak aby wypełnić deklarację podpisaną przez prezydenta Bronisława Komorowskiego i przewodniczącego Hu Jintao, należy przede wszystkim skoordynować działania zarówno na niwie krajowej, jak i europejskiej. ■



利益和经济的发展。至少在此条件下会利于布鲁塞尔或者维谢格拉德集团组织与中国合作的会谈

从2011年12月签署的“战略伙伴关系”联合声明为发展波中关系增添了动力。虽然中国浓厚的兴趣还没有给波兰带来实在的经济利益，但成功的把“罗兹姑娘”牛奶，巧克力和果汁出口到中国毫无疑问的是“战略伙伴”的信号。为了落实科莫罗夫斯基总统和胡锦涛主席签订的宣言，我们需要国家甚至欧盟层面的协调工作。■



Dominik Mierzejewski

梅德明博士，副教授
(Mei Deming, Ph.D.,
Assistant Professor)

Dominik Mierzejewski - adiunkt w Zakładzie Azji Wschodniej na Wydziale Studiów Międzynarodowych i Politologicznych UŁ, doktor habilitowany nauk społecznych, w dziedzinie nauki o polityce (2014), doktor nauk humanistycznych w zakresie historii najnowszej (2006), studia jęz. chińskiego na Shanghai International Studies University (1999–2000 i 2003–2004), stypendium Jana Karskiego przyznawane przez American Center for Polish Culture, staż w Chińskiej Akademii Nauk Społecznych (2010–2011, Pekin); członek organizacji międzynarodowych: Association for Asian Studies, European Association for Chinese Studies (członek zarządu), European International Studies Association oraz członek zespołów redakcyjnych „Azja-Pacyfik” (rocznik) oraz „Journal of Contemporary Eastern Asia” (Austria/Korea Południowa); publikacje m.in. w China Policy Institute na Uniwersytecie Nottingham, w pracach zbiorowych wydawanych przez Routledge, Rowman and Littlefield oraz periodykach: „China: An International Journal” czy „Journal of Contemporary Eastern Asia”; autor monografii „Między pragmatyzmem a konfucjańską moralnością. Dezideologizacja retoryki chińskiej polityki zagranicznej w okresie reform”.

罗兹大学国际关系与政治学系东亚学院讲师，社会政治学教授/特许任教资格（2014年），历史人文学博士（2006年），上海外国语大学汉语专业（1999-2000和2003-2004），获得美国波兰文化委员会（The American Council for Polish Culture）颁发的“JanKarski”奖学金，中国社会科学院（2010-2011，北京）；国际组织会员：亚洲研究协会，欧洲汉学学会（总会会员），欧洲国际研究协会；编辑组成员：《亚太》（年刊）和《Journal of Contemporary Eastern Asia》（奥地利/韩国）；文章刊登于：诺丁汉大学中国政策研究所，由Routledge, Rowman and Littlefield出版社出版的集体作品，期刊：《China: An International Journal》，《Journal of Contemporary Eastern Asia》；《实用主义与儒家道德之间：改革期间内中国外交政策的修辞的意识形态去除》专题论文作者。

Aktywność inwestycyjna polskich firm na rozwijającym się rynku chińskim

Jarosław Linka

波兰公司在发展中的中国市场的投资活动

Jedną z najistotniejszych zmian ostatnich trzech dekad w globalnej gospodarce jest stopniowe wyłanianie się Chin jako dominującej siły napędowej. Od momentu wprowadzenia reform otwarcia na świat i programu czterech modernizacji Deng Xiaopinga w 1978 r. kraj ten rozwija się nieprzerwanie w najszybszym tempie na świecie, ze średnim rocznym wzrostem PKB ok. 8 proc. W tym krótkim czasie Chińska Republika Ludowa (ChRL) przekształcona została z jednego z najbardziej izolowanych i zacofanych ekonomicznie państw świata w szybko rozwijającą się i dynamiczną gospodarkę. O skali rozwoju ChRL w ostatnim dziesięcioleciu świadczy również awans z siódmego na drugie miejsce wśród największych gospodarek świata.

Przeprowadzone reformy wraz z wstąpieniem do Światowej Organizacji Handlu (WTO) w 2001 r. spowodowały dynamiczny napływ bezpośrednich inwestycji zagranicznych (BIZ) oraz włączenie Chin do globalnego łańcucha dostaw i konkurencji. Wynikiem tego jest druga pozycja wśród największych odbiorców bezpośrednich inwestycji zagranicznych. W samym tylko 2013 r. wartość BIZ wyniosła ponad 117 mld USD, z liczbą przeszło 25 tys. nowo utworzonych przedsiębiorstw. Według wyliczeń znanego chińskiego ekonomisty Wu Jingliana pośród 500 największych korporacji świata ponad 400 ma obecnie swoje projekty inwestycyjne w Chinach.

Po pionierskich inwestycjach wielkich korporacji transnarodowych lat 80. i 90. nadszedł czas dla sektora małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP), które po wstąpieniu Chin do WTO zaczęły powszechnie uwzględniać ten rynek w swoich planach ekspansji międzynarodowej. Ostatnie statystyki wyraźnie potwierdzają tę tendencję, wskazując na MŚP jako najczęściej inwestującą grupę. Średnia wartość bezpośrednich inwestycji zagranicznych w ostatnich latach według chińskich danych nie przekraczała 4 mln USD.

Obecność w Państwie Środka stała się dla wielu firm nie tylko okazją do poszukiwania zysków z obniżenia kosztów produkcji, lecz także koniecznym wyborem strategicznym w globalnej konkurencji, w której potencjał zakupowy chińskich konsumentów

przez trzy dekady, stał się jednym z najważniejszych czynników napędzających wzrost gospodarki. W tym czasie, od 1978 roku, kraj ten stał się jednym z najszybciej rozwijających się państw na świecie. Wzrost PKB w tym czasie wyniósł ponad 800 proc. W tym czasie Chińska Republika Ludowa przekształciła się z jednego z najbardziej izolowanych państw w dynamiczną gospodarkę. W 2013 roku wartość BIZ wyniosła ponad 117 mld USD, z liczbą przeszło 25 tys. nowo utworzonych przedsiębiorstw. Według wyliczeń znanego chińskiego ekonomisty Wu Jingliana pośród 500 największych korporacji świata ponad 400 ma obecnie swoje projekty inwestycyjne w Chinach.

Przez trzy dekady, od 1978 roku, kraj ten stał się jednym z najszybciej rozwijających się państw na świecie. Wzrost PKB w tym czasie wyniósł ponad 800 proc. W tym czasie Chińska Republika Ludowa przekształciła się z jednego z najbardziej izolowanych państw w dynamiczną gospodarkę. W 2013 roku wartość BIZ wyniosła ponad 117 mld USD, z liczbą przeszło 25 tys. nowo utworzonych przedsiębiorstw. Według wyliczeń znanego chińskiego ekonomisty Wu Jingliana pośród 500 największych korporacji świata ponad 400 ma obecnie swoje projekty inwestycyjne w Chinach.

Przez trzy dekady, od 1978 roku, kraj ten stał się jednym z najszybciej rozwijających się państw na świecie. Wzrost PKB w tym czasie wyniósł ponad 800 proc. W tym czasie Chińska Republika Ludowa przekształciła się z jednego z najbardziej izolowanych państw w dynamiczną gospodarkę. W 2013 roku wartość BIZ wyniosła ponad 117 mld USD, z liczbą przeszło 25 tys. nowo utworzonych przedsiębiorstw. Według wyliczeń znanego chińskiego ekonomisty Wu Jingliana pośród 500 największych korporacji świata ponad 400 ma obecnie swoje projekty inwestycyjne w Chinach.

Przez trzy dekady, od 1978 roku, kraj ten stał się jednym z najszybciej rozwijających się państw na świecie. Wzrost PKB w tym czasie wyniósł ponad 800 proc. W tym czasie Chińska Republika Ludowa przekształciła się z jednego z najbardziej izolowanych państw w dynamiczną gospodarkę. W 2013 roku wartość BIZ wyniosła ponad 117 mld USD, z liczbą przeszło 25 tys. nowo utworzonych przedsiębiorstw. Według wyliczeń znanego chińskiego ekonomisty Wu Jingliana pośród 500 największych korporacji świata ponad 400 ma obecnie swoje projekty inwestycyjne w Chinach.

tów nie może być już pominięty. Według różnych szacunków chińska klasa średnia liczy aktualnie już ok. 300–400 mln osób. Liczba chińskich milionerów, która nieustannie wzrasta i wynosi obecnie ok. 300 tys., odpowiada za ponad 20 proc. światowej sprzedaży dóbr luksusowych. Podobnie rośnie wartość całej sprzedaży detalicznej, tj. o ok. 15–20 proc. rocznie.

Czy polskie firmy, które w większości należą właśnie do sektora MŚP, rzeczywiście są obecne na tym rynku i wykorzystują szanse jakie stwarza dostęp do chińskich konsumentów?

Uwzględniając historyczne uwarunkowania, podmioty z polskim rodowodem działały w ChRL długo przed otwarciem na świat i reformami rynkowymi. Od 1951 r. istnieje np. polsko-chińskie joint venture Chipolbrok zajmujące się transportem morskim. Warto podkreślić, że jest to pierwsze i najstarsze joint venture utworzone w ChRL po II wojnie światowej, z powodzeniem działające do dzisiaj i będące znamiennym symbolem możliwości kooperacyjnych między Polską i Chinami. Rzeczywiste sukcesy nie są jednak tak imponujące, jak mogłoby to się wydawać po analizie tego pojedynczego przykładu. Przedsiębiorstwa z Polski bezpośrednio obecne na tym rynku należą do chlubnych wyjątków. W latach 1951–2013, według danych chińskiego Ministerstwa Gospodarki, polskie firmy rozpoczęły niespełna 270 projektów opartych na bezpośrednich inwestycjach zagranicznych. Należy zaznaczyć, że w ostatnich latach niewątpliwie nastąpiło przyspieszenie aktywności inwestycyjnej, do 2005 r. bowiem polskie podmioty miały zaledwie 69 takich przedsięwzięć. Według szacunków polskiego Ministerstwa Gospodarki do końca 2012 r. łączna wartość polskich BIZ w Chinach wyniosła ok. 200 mln USD, chociaż według chińskich statystyk jest to zaledwie 140 mln USD.

Niski poziom aktywności polskiego biznesu w tym obszarze potwierdzają również wyniki badań własnych autora, przeprowadzone wśród polskich inwestorów w latach 2008–2009 i w 2013 r. Szacunkowo, swoją działalność na terenie ChRL prowadzi jedynie ok. 80–90 podmiotów z polskim kapitałem. Wśród przebadanych 60 podmiotów dominującą formą działalności są biura przedstawicielskie (representative office) – 42 proc., joint venture – 28 proc., przedstawicielstwa w ChRL spółek utworzonych w Hongkongu – 21 proc., oraz tylko 13 proc. przedsiębiorstwa ze 100-proc. kapitałem zagranicznym (WFOE – Wholly Foreign Owned Enterprise). W większości polskie firmy wybierały na lokalizację Pekin i Szanghaj (odpowiednio 34 proc. i 30 proc.) oraz Shenzhen i Kanton (15 proc.). Pojedyncze przypadki działają w innych miastach wschodniego wybrzeża, takich jak: Qingdao, Ningbo, Tianjin, Dalian, oraz w centrach produkcyjnych Foshan i Wuxi.

Do najbardziej znanych polskich firm działających na chińskim rynku należą wcześniej wspomniany Chipolbrok i Grupa Seleno posiadająca wraz z partnerami koreańskimi joint venture Foshan Chinuri Seleno Chemicals oraz największą samodzielną polską inwestycję produkcyjną Seleno Nantong.

Polonia w Chinach bezpośrednia inwestycja sytuacja jak? Polonia małych przedsiębiorstw czy naprawdę chwyciła tę szansę na rynku dla chińskich konsumentów?

Polonia firma w Chinach przed otwarciem już była na chińskim rynku. Jak od 1951 roku zaczął działać Chipolbrok. Warto podkreślić, że firma została założona w Chinach po II wojnie światowej, z powodzeniem działając do dzisiaj i będąc znamiennym symbolem możliwości kooperacyjnych między Polską i Chinami. Rzeczywiste sukcesy nie są jednak tak imponujące, jak mogłoby to się wydawać po analizie tego pojedynczego przykładu. Przedsiębiorstwa z Polski bezpośrednio obecne na tym rynku należą do chlubnych wyjątków. W latach 1951–2013, według danych chińskiego Ministerstwa Gospodarki, polskie firmy rozpoczęły niespełna 270 projektów opartych na bezpośrednich inwestycjach zagranicznych. Należy zaznaczyć, że w ostatnich latach niewątpliwie nastąpiło przyspieszenie aktywności inwestycyjnej, do 2005 r. bowiem polskie podmioty miały zaledwie 69 takich przedsięwzięć. Według szacunków polskiego Ministerstwa Gospodarki do końca 2012 r. łączna wartość polskich BIZ w Chinach wyniosła ok. 200 mln USD, chociaż według chińskich statystyk jest to zaledwie 140 mln USD.

Do najbardziej znanych polskich firm działających na chińskim rynku należą Chipolbrok i Grupa Seleno posiadająca wraz z partnerami koreańskimi joint venture Foshan Chinuri Seleno Chemicals oraz największą samodzielną polską inwestycję produkcyjną Seleno Nantong.





Do głównych przyczyn braku aktywności polskich firm na tym rynku zaliczyć można skomplikowane stosunki polityczne między obu krajami po 1989 r., odstąpienie od systemu clearingu na rzecz rozliczeń wolnodewizowych na początku lat 90., a obecnie przede wszystkim silną konkurencję dynamicznie rozwijających się rodzimych firm chińskich i korporacji międzynarodowych penetrujących ten rynek. Powszechnym problemem jest ponadto brak dostatecznej wiedzy na temat odmienności otoczenia społeczno-kulturowego tego rynku.

Od 2010 r. ma również stałe przedstawicielstwo w Szanghaju nasz największy producent miedzi, firma KGHM. W przemyśle górniczym dodatkowo w oparciu o spółki joint venture funkcjonują od wielu lat: Kopex, Fasing i Grupa Gwarant. Takie firmy jak: Rovese (wcześniej Cersanit), Barlinek, North Fish, Synthos, reprezentowane są od ponad ośmiu lat na tym rynku przez Magellan Trading Shanghai, podmiot ze 100-proc. kapitałem polskim. W ramach joint venture od ponad dekady systematycznie powiększa produkcję artykułów instalacyjno-sanitarnych Grupa Ferro. W okolicach Qingdao samodzielnie duży zakład produkcji okien dachowych wybudowała spółka Fakro. Dystrybucję polskich artykułów spożywczych rozwija firma Shanghai Lezhitao Trading (Max Trade). W Szanghaju w sektorze usług medycznych działa z powodzeniem od ponad czterech lat pierwsza zagraniczna klinika słuchu – New Wave, oparta na polsko-norweskim kapitale i know-how. Pozostałe podmioty to raczej niewielkie przedstawicielstwa handlowe, biura odpowiedzialne za zakupy i nadzór podwykonawców oraz firmy wyspecjalizowane w obsłudze rynku chińskiego świadczące usługi polskim importerom.

Do głównych przyczyn braku aktywności polskich firm na tym rynku zaliczyć można skomplikowane stosunki polityczne między obu krajami po 1989 r., odstąpienie od systemu clearingu na rzecz rozliczeń wolnodewizowych na początku lat 90., a obecnie przede wszystkim silną konkurencję dynamicznie rozwijających się rodzimych firm chińskich i korporacji międzynarodowych penetrujących ten rynek. Powszechnym problemem jest ponadto brak dostatecznej wiedzy na temat odmienności otoczenia społeczno-kulturowego tego rynku, na co wskazywali niemal wszyscy polscy menedżerowie biorący udział w badaniach autora.

Według danych z 2008 r. i 2009 r., oraz 2013 r. przeprowadzonych badań, wyniki badań wykazują, że poziom inwestycji polskich firm w Chinach jest niski, obecnie w Chinach działa około 80 do 90 polskich firm. Wśród badanych 60 firm, większość działa w formie przedstawicielstwa (42%), spółki z ograniczoną odpowiedzialnością 28%, spółki z udziałem zagranicą 21%, a firmy z kapitałem zagranicznym 13%. W Chinach polskie firmy mają swoje przedstawicielstwa głównie w Pekinie i Szanghaju (34% i 30%), a także w Shenzhen i Guangzhou (15%). Inne polskie firmy lub przedstawicielstwa są rozmieszczone wzdłuż wschodniego wybrzeża Chin, np. w Qingdao, Ningbo, Tianjin, Dalian, Foshan i Wuxi.

W Chinach najbardziej znanymi polskimi firmami są te, które działają w branży transportu morskiego i przemśle chemicznym, np. w branży transportu morskiego: Chinuri i w przemyśle chemicznym: Barlinek, North Fish, Synthos. Grupa Ferro ma swoje przedstawicielstwo w Chinach od ponad 10 lat, jej produkcja produktów higienicznych stale się zwiększa. Fakro ma w Qingdao własny zakład produkcyjny. Max Trade ma w Chinach własny dystrybutor. Polnord ma w Chinach własny dystrybutor. Polnord ma w Chinach własny dystrybutor.

Elastyczność w działaniu

Chińskie otoczenie wymusza ekstremalną wręcz elastyczność w działaniu. Dodatkowo zróżnicowanie geograficzne, społeczne, językowe tego kraju powoduje, że to, co jest skuteczne w jednym mieście, w innym, oddalonym o zaledwie kilkadziesiąt kilometrów, nie będzie się sprawdzało. Poza tym uzyskanie wiarygodnych danych rynkowych jest prawie niemożliwe. Wynika to nie tylko ze skali rynku, ale także odmienności kulturowej. Ważne jest tu zatem nie tylko wsłuchiwanie się w to, co klienci mówią, ale wnikliwa obserwacja i zrozumienie tego, co naprawdę cenią. Implementacja wypróbowanej strategii z własnego lub innych globalnych rynków zazwyczaj się też nie sprawdza. Należy ją zawsze dostosować do wymagań lokalnych z podziałem na prowincje, a nawet poszczególne miasta. Polskie firmy muszą zmierzyć się z faktem, że nawet ich przewaga technologiczna, produktowa oraz doskonałe umiejętności organizacyjne nie są wystarczające do wygrania na tym rynku. Zarządzanie inwestycjami bezpośrednimi jest tu bez wątpienia bardziej skomplikowane, zawile oraz wymagające poświęceń od menedżerów więcej czasu, szczególnie na misternie budowane relacje personalne z szeroko pojętymi interesariuszami.

Warto dodać, że liczne tezy o postępującym zacieraniu się różnic w prowadzeniu działalności gospodarczej między Chinami a Zachodem mogą się okazać słuszne głównie w wymiarze technologicznym i legislacyjnym, w mniejszym stopniu zaś w społeczno-kulturowym. Jest bowiem wątpliwe, czy społeczeństwo chińskie będzie skłonne porzucić rodzime normy społeczne i wartości kulturowe na rzecz nowych wzorców. Postępująca okcydentalizacja Chin okazać się może bardzo powierzchowna. Pokazała to historia innych azjatyckich krajów uprzemysłowionych, które zachowały swoje dziedzictwo kulturowe mniej lub bardziej nienaruszone. Tradycyjna kultura Japonii, Singapuru i Korei Południowej, mimo szybkiej i radykalnej modernizacji, nadal jest bardzo silna i to zachodni inwestorzy muszą przyzwyczaić się i zaakceptować jej normy i zasady.

Mimo wspomnianych trudności Chiny bez wątpienia powinny być brane pod uwagę jako jeden z najważniejszych kierunków w ekspansji międzynarodowej polskich firm. Pozyskana umiejętność kooperacji z chińskimi partnerami, praktyka zdobywania zaufania chińskich konsumentów i odniesienie sukcesu na tym rynku może przyczynić się w przyszłości do osiągnięcia znacznej przewagi w globalnej konkurencji. ■

了第一个海外的听力诊所“New Wave”已有四年多时间，并且获得了成功。其它公司主要是，负责采购和产品质量控制的代表处。此外还有一些为波兰进口商提供相关服务的公司。

波兰公司在中国市场上不活跃的原因包括：1989年以后两国之间复杂的政治关系，及90年代初货币自由流动代替了记账贸易；近年中国国内企业的日益激烈竞争及大型跨国公司的进入；缺乏对中国文化和社会环境多样性的了解也是常见的问题，这也是所有参与调查的波兰经理人都提到的问题。

想要在中国环境内经营企业必须保持特殊的灵活性。中国地理、社会、语言差别对外商都是障碍。在中国一个城市有效，也许在距离才几十公里的地方却没有任何作用。另外，想要获得真实可靠的市场数据几乎是不现实的。这不仅是由市场规模造成的，而且还有文化差异的因素。因此，不仅要聆听客户，还需观察和理解他们真正重视的东西。在其它全球市场上行之有效的策略往往在中国没有任何作用。要根据各省、各市的特点而调整自己的战略。波兰公司不得不面对的事实是：他们的技术、产品和管理优势都不能保证在中国市场上获得成功。管理直接投资公司则更复杂、更费时间，并且广泛地与利益相关者建立私人间的密切关系尤其重要。

需要注意的是，中国所谓的西化主要涉及到技术和立法，但在社会及文化领域与西方差异依然很大。“中国人会随着不断西方化而愿意抛弃自己的社会规范和文化习俗”的观点是值得怀疑的。中国的西方化可能是肤浅的。正如其它高度发展的亚洲工业化国家大都保留了自己的文化遗产。比如日本、新加坡和韩国，这些国家虽然快速发展，但是保留了其传统文化，因此西方投资者必须尊重该国的规范和原则。■



Jarosław Linka

Jarosław Linka jest pracownikiem naukowym Instytutu Organizacji i Zarządzania w Przemśle „ORGMAZ”. Od dziesięciu lat związany z rynkiem chińskim. Jest jednym z nielicznych polskich specjalistów zajmujących się problematyką ekspansji firm międzynarodowych na terenie Chińskiej Republiki Ludowej (ChRL). Przeprowadził m.in. przekrojowe badania dotyczące polskich inwestycji bezpośrednich w ChRL. Autor licznych artykułów naukowych i opracowań dotyczących funkcjonowania firm w chińskim otoczeniu rynkowym. Konsultant wielu podmiotów działających w Chinach i współpracujących z chińskimi partnerami.

先生是 ORGMASZ 产业组织与管理科学研究所工作人员。十年以来一直关注中国市场。是波兰少数研究外国企业在中国市场发展的专家。进行过波兰在中国的对外直接投资跨领域的研究。撰写了多篇涉及到外国企业在中国市场上经营的文章，同时也是多家在中国经营的外国企业的顾问。

Inwestycje w polskiej energetyce a Sun Tzu

Tomasz Chmal

孙子兵法与波兰能源业投资

Transakcje w sektorze energetycznym należą do jednych z najtrudniejszych do przygotowania i zamknięcia. Jest tak z kilku powodów. Po pierwsze są one związane z wrażliwą dla każdego państwa kwestią bezpieczeństwa energetycznego, a tym samym podlegają dodatkowym rygorom i ograniczeniom. Po drugie projekty związane z budową elektrowni, infrastruktury sieciowej, współpracy w zakresie pozyskiwania złóż są zwykle projektami długoterminowymi, w przypadku których zwrot z inwestowanego kapitału nie jest bardzo szybki, lecz w miarę pewny i stabilny w długim okresie. Długoterminowość projektu wymaga także zbudowania zaufania do partnera. W ramach inwestycji w energetyce rzadko bywają proste transakcje kupna-sprzedaży, w przypadku których partnerzy mogą stosunkowo łatwo zakończyć współpracę. Po trzecie wejście nowego inwestora na rynek projektów energetycznych w Polsce powoduje jeszcze większą konkurencję wśród firm, a to z kolei presję na ceny. Nie wszyscy dotychczasowi uczestnicy rynku muszą być z takiej sytuacji zadowoleni. Jeśli wziąć pod uwagę fundusze przyznawane państwom członkowskim UE, rywalizacja z zasiedzającymi firmami z UE staje się jeszcze trudniejsza.

Czy zatem inwestorzy chińscy w energetyce skazani są na porażkę? Oczywiście nie! Lecz muszą zostać spełnione określone warunki. Sun Tzu powiedział: *Kto zna przeciwnika i zna siebie, temu nic nie grozi choćby w stu bitwach. Kto nie zna przeciwnika, a zna siebie, czasem odnosi zwycięstwo, a czasem ponosi klęskę. Kto nie zna przeciwnika, ani siebie, nieuchronnie ponosi klęskę w każdej walce.*

Wydaje się, że dziś sytuację inwestorów chińskich w energetyce w Polsce dobrze opisuje drugie zdanie Sun Tzu: „Kto nie zna

energetyki inwestycji należy do najtrudniejszych do przygotowania i zamknięcia. Jest tak z kilku powodów. Po pierwsze są one związane z wrażliwą dla każdego państwa kwestią bezpieczeństwa energetycznego, a tym samym podlegają dodatkowym rygorom i ograniczeniom. Po drugie projekty związane z budową elektrowni, infrastruktury sieciowej, współpracy w zakresie pozyskiwania złóż są zwykle projektami długoterminowymi, w przypadku których zwrot z inwestowanego kapitału nie jest bardzo szybki, lecz w miarę pewny i stabilny w długim okresie. Długoterminowość projektu wymaga także zbudowania zaufania do partnera. W ramach inwestycji w energetyce rzadko bywają proste transakcje kupna-sprzedaży, w przypadku których partnerzy mogą stosunkowo łatwo zakończyć współpracę. Po trzecie wejście nowego inwestora na rynek projektów energetycznych w Polsce powoduje jeszcze większą konkurencję wśród firm, a to z kolei presję na ceny. Nie wszyscy dotychczasowi uczestnicy rynku muszą być z takiej sytuacji zadowoleni. Jeśli wziąć pod uwagę fundusze przyznawane państwom członkowskim UE, rywalizacja z zasiedzającymi firmami z UE staje się jeszcze trudniejsza.

中国投资者是注定会失败的么？当然不是，但有一定的条件。语出《孙子·谋攻篇》故曰：知己知彼，百战不殆；不知彼而知己，一胜一负；不知彼，不知己，每战必殆。”

“不知彼而知己，一胜一负”这句话似乎描写中国投资者目前在波兰能源市场上的情况。分析波兰电力投资能感觉到中国投资者已了解很清楚自己的优势和缺点。他们依靠自己的投资资本，并且了解自己在世界上的投资范围，因此知道自已的重要性。但是，中国投资者对投资国的法律和公关了解不足而遇到许多困难，因此他们在波兰的投资进步缓慢。



Sun Tzu (Zi), (544 p.n.e.- 496 p.n.e.?) - starożytny chiński myśliciel i strateg, autor *Sztuki wojennej*. Nazywał się Sun Wu, w chińskiej tradycji nazywa się go Mistrzem. Mistrz Sun, to po chińsku Sun Zi. Znany jest również pod imieniem dworskim Chang Qing.

Jedynym źródłem o życiu Sun Zi jest biogram zamieszczony w *Zapiskach historyka* Sima Qiana z II wieku p.n.e. Według Sima, Sun Zi był generałem w służbie króla Helü w królestwie Wu w VI wieku p.n.e.

przeciwnika, a zna siebie, czasem odnosi zwycięstwo, a czasem ponosi klęskę". Kiedy analizuje się inwestycje w polskiej energetyce, można stwierdzić, że inwestorzy chińscy dość dobrze znają swoje mocne i słabe strony. Mają świadomość swojego znaczenia, wartości funduszy, którymi dysponują, i skali własnych inwestycji na całym świecie. Jednocześnie jednak można odnieść wrażenie, że inwestorom tym stosunkowo trudno przychodzi poruszanie się po takich obszarach jak prawo czy komunikacja z opinią publiczną. Wydaje się więc, że dlatego inwestycje w polskiej energetyce idą stosunkowo powoli.

Prawo w energetyce

Sektor energetyczny ze względu na swoje znaczenie dla każdej gospodarki podlega silnym regulacjom. Są to zarówno regulacje dotyczące wprost energetyki, jak i związane z nimi regulacje dotyczące zamówień publicznych, ochrony środowiska, prawa konkurencji. Regulacje te mają znaczenie niezależnie od porozumień politycznych i deklaracji intencji na najwyższym szczeblu politycznym. Powyższe znajduje wyraz w polskiej konstytucji, która stanowi, że Rzeczpospolita Polska jest demokratycznym państwem prawnym. Innymi słowy prawo jest fundamentem, w oparciu o który należy przygotowywać inwestycje. Obok regulacji publicznoprawnych (państwowych czy samorządowych) istnieje bardzo szeroki zakres regulacji prywatnoprawnych (umowy), gdzie strony czynią sobie wzajemnie ustępstwa w celu

energie相关法律

由于能源行业的战略地位，涉及能源的法律规则很严。能源法不仅涉及到能源控制，而且与公共采购法、环保法及竞争法有关。无论政治协定如何，无论宣言和承诺如何相关的法律依然生效。波兰共和国宪法规定了波兰为法制民主国家，也就是说法律作为每个项目的基础。国家与自治政府法规以外有很大的私法规定范围（即合同），为了履行项目合同双方相互让步。协商合作协议时要指定多年的合作规则。此文件十分重要，须按照现有的法律秩序而分析。因此，合作方所有的口头协议应该写进合同里。经常，由于一方的律师误解了对方的意思，使合同内容与协商的内容不一致。所以明确指定合同条款，并且双方经理和律师的密切合作尤其重要。签订后的合同法律生效，签订后再协商该合同条款有一定的难度。“法律的无知百害无一利”此古罗马的原则依然生效。试图向法官解释合同一方当事人与合同内容不同的意图会非常复杂耗时，且法庭不一定会接受。



„Kto zna przeciwnika i zna siebie,
temu nic nie grozi choćby w stu bitwach.
Kto nie zna przeciwnika, a zna siebie,
czasem odnosi zwycięstwo, a czasem
ponosi klęskę. Kto nie zna przeciwnika,
ani siebie, nieuchronnie ponosi klęskę
w każdej walce”
Sun Tzu

wspólnej realizacji projektu. Zawierając umowę o wspólpracy, określa się zasady współdziałania często na wiele lat. Dokument ten jest niezwykle istotny z punktu widzenia partnerów i podlega interpretacjom zgodnie z obowiązującym porządkiem prawnym. Tym samym każde uzgodnienie ustne pomiędzy partnerami winno znaleźć dokładne odbicie w postanowieniu umowy. Często jednak w praktyce okazuje się, że prawnicy drugiej strony odmiennie odczytali intencje negocjatorów biznesowych i postanowienie umowy nie oddaje intencji obu stron. Dlatego konieczne jest precyzyjne opracowanie parametrów umowy i bliska współpraca osób odpowiedzialnych za biznes oraz prawników. Podpisana umowa wiąże strony, a powrót do renegocjacji w przypadku niezadowolonych z treści umowy może się okazać bardzo trudny. Cały czas obowiązuje stara rzymska zasada, że „nieznajomość prawa szkodzi”, a przekonanie sądu, że intencje stron były inne niż to, co zawarto faktycznie w umowie, może okazać się bardzo skomplikowane i czasochłonne.

Mając na uwadze wielopoziomowy świat regulacji europejskich, krajowych i lokalnych (samorządowych) oraz istotność umów (w szczególności długoterminowych) w sektorze energetycznym rola prawników jest bardzo znacząca. Nieprzypadkowo amerykańskie, europejskie, japońskie czy koreańskie firmy, inwestując za granicą, w tym w Polsce, korzystają z pomocy najlepszych doradców prawnych. Udział doradców prawnych na najwcześniejszym możliwym etapie transakcji ma znaczenie także z punktu widzenia przygotowania optymalnej struktury transakcji i opodatkowania. Przy strukturyzowaniu transakcji dotyczącej wielu państw bardzo pomocne okazują się kancelarie globalne mające siedziby w wielu państwach świata. W tym kontekście kluczowa staje się kwestia zaufania do doradcy.

Obok sfery prawnej, szczególnie w długoterminowych projektach infrastrukturalnych, istotne jest rozumienie trendów, zależności, które wpływają na projekt, np. polityka energetyczno-klimatyczna UE, tworzenie nowych rozwiązań prawnych w zakresie poszukiwania i rozpoznawania złóż czy ochrony środowiska. Wszystkie te elementy mogą w sposób istotny poprawiać albo pogarszać rentowność projektu, a klauzule zmiany prawa w czasie życia projektu czy zmiany parametrów rynkowych są jednymi z ważniejszych elementów umowy długoterminowej (np. dostawy paliwa, odbioru energii). Dodatkowo rozwiązanie, które sprawdza się w jednym państwie UE, niekoniecznie musi być akceptowane w innym.

Komunikacja

Do przygotowania i realizacji projektów długoterminowych w energetyce konieczna jest dobra komunikacja z opinią publiczną. To obywatele za pośrednictwem polityków w dużej mierze wpływają na decyzje inwestycyjne. Sektor energetyczny w Polsce to dość skomplikowany system naczyń połączonych – energetyka konwencjonalna oparta na węglu jest w dużej mierze kontrolowana przez państwo, energetyka odnawialna z kolei uzależniona jest od systemu wsparcia w postaci zielonych certyfikatów, dostawy gazu zależą od naszych stosunków z Rosją. Naszej niezależności energetycznej służą m.in. budowane nowe połączenia systemowe, w tym terminal odbiorczy LNG, zapowiadane są inwestycje w energetykę atomową. Wiele dyskusji powoduje, że obywatele oraz politycy tracą rozeznanie, w jaki sposób podejmować decyzje w długim okresie. Niemniej jednak rozważając inwestycje w Polsce, należy liczyć się ze zdaniem obywateli. W tym zakresie z pomocą przychodzą doradcy do spraw komunikacji. Dla każdego istotnego projektu w energetyce tworzone są strategie komunikacyjne, w których próbuje się zdobyć poparcie opinii publicznej. Nie trzeba dodawać, że takie strategie tworzą i realizują także przeciwnicy danego rozwiązania (projektu). Innymi słowy w przestrzeni publicznej trwa wojna informacyjna na racje i argumenty stron. Swoje racje prezentują zwolennicy energetyki węglowej, odnawialnej i atomowej, zwalczając swoich oponentów. Nie inaczej jest w infrastrukturze energetycznej, gdzie ścierają się zwolennicy i przeciwnicy energetyki scentralizowanej i rozproszonej. Obok walki informacyjnej na poziomie centralnym trwa batalia na poziomie lokalnym, gdzie ścierają się racje zwolenników i przeciwników danego projektu – spalarni odpadów, farmy wiatrowej i innych. Jakkolwiek w mniejszym zakresie do Polski dociera zachodnioeuropejski syndrom NIMBY: „Byle nie na moim podwórku”.

Kwestia ta także wymaga odpowiedniego zarządzania. Biorąc pod uwagę tylko te dwa aspekty realizacji długoterminowych projektów, jakimi są prawo i komunikacja, planując inwestycje, warto jest po pierwsze mieć świadomość ich znaczenia, po drugie nie obawiać się ich, lecz dobrze przygotować. Jak powiedział Sun Tzu: „Kto zna przeciwnika i zna siebie, temu nic nie grozi choćby w stu bitwach”. ■



Tomasz Chmal

Tomasz Chmal jest partnerem kierującym praktyką energetyczną w kancelarii prawnej White & Case w Warszawie. Kompleksowo doradza firmom z sektora energetycznego inwestującym w Polsce i w regionie CEE. White & Case posiada 39 biur w 26 krajach na świecie, w tym w Pekinie, Szanghaju i Hong Kongu.

律师是White & Case律师事务所华沙办公室负责能源项目的合伙人。他为能源行业公司在波兰及中东欧地区投资提供复杂的法律意见。White & Case律师事务所全球26个国家拥有39间办公室，在北京、上海和香港均设有办事处。

考虑到多层次的欧盟、国家和地方（自治政府）法规、能源行业合同的重要性，律师的工作十分重要。难怪美国、欧洲、日本和韩国公司对外投资（包括在波兰的投资）依靠最优秀的法律顾问。法律顾问参与投资最初阶段对交易准备和优化税费结构很重要。若交易涉及到许多国家，位于不同国家的国际律所有很大的帮助。关键的是对顾问的信任。

除了对法律了解，尤其是对长期的公共设施项目，了解影响到项目的趋势和根据也十分重要，如：欧盟能源与环保政策，能源开采及矿产勘探方面新的法规。上述的因素对项目的盈利有很大的影响，并且长期合同缺少不了项目执行时随时间的法律更新条款与市场变化条款（如：燃料供应、供电）。另外，某个欧盟法律方案不一定在其它欧盟国家有效。

交流

长期的能源投资离不开与公共舆论的交流。经过政治家、民众影响投资发展方向。波兰能源业的确复杂 - 依赖煤炭的常规能源由国家控制，绿色能源也离不开绿色证书，天然气由俄罗斯供应，并建设新的输送网和液化天然气接收站，并且波兰有计划建设核电站。每个能源方案都有优点和缺点，政治家和民众也不清楚哪一个能源最可靠。波兰政府必须考虑到民众的意见，因此公共咨询非常重要。每个关键的能源项目都有独特的公关战略，便于获得公共舆论的支持。当然反对者也会履行自己的公关战略。也就是说公共舆论中不断在战斗。常规能源、可回收能源及核能各有各的支持者和反对者。涉及到电力设施，也有中央管理和分撒管理制度支持者。除了政府辩论以外，对某些项目也有民间抗议，如：反对在镇县建设垃圾焚烧厂，或者风力电厂等。波兰虽然没有像西欧邻避情节那么严重但 - “别建在我们家后院”这个问题也需要适当地处理。

考虑到履行长期项目上述的两个因素，即法律和交流，准备投资计划时不要忽略它们，也不需过分担心，但一定要做好准备。孙子曰：知己知彼，百战不殆。■

Global Mindset
Local Instinct

 **YINGKE 盈科**
LAW FIRM 律所 KANCELARIA PRAWNA



ul. Mińska 25, 03-808 Warszawa, Poland
tel. +48 22 584 16 50, e-mail: poland@yingke.com

Współpraca gospodarcza na poziomie władz lokalnych

Tomasz Jurczyk

波兰-中国地方政府合作的经济意义

Czy droga do realizacji polskich interesów gospodarczych w Chinach wiedzie wyłącznie przez Pekin, Szanghaj i Kanton? Co mogą zaoferować nieznane większości Polaków miasta takie jak Chengdu, Wuhan albo Zhengzhou? Pytania te dotyczą w dużej mierze zasadności współpracy pomiędzy polskimi samorządami a chińskimi władzami lokalnymi. Dotychczasowy ich charakter, m.in. liczba misji handlowych, jednoznacznie wskazuje bowiem na priorytetowe traktowanie kwestii ekonomicznych. Tym, co łączy miasta i regiony z obydwu krajów, jest zatem wsparcie eksportu i inwestycji zagranicznych przedsiębiorstw z ich terenu oraz przyciągnięcie inwestorów z zagranicy.

Choć pierwsze polsko-chińskie partnerstwa na poziomie lokalnym zainicjowano w latach 80. i 90. XX w., obecna sytuacja stawia tak samorządy, jak i firmy przed nowymi wyzwaniami. Dwadzieścia lat temu deklarowane obszary współpracy ograniczały się do sfery kultury, edukacji i sportu, co nie odbiegało zresztą od generalnej praktyki relacji zagranicznych samorządów, rzadko uwzględniających obszar biznesu. Pierwszym wyzwaniem jest więc już samo wypracowanie metod dyplomacji ekonomicznej samorządów. W przypadku Chin mamy dodatkowo do czynienia ze znaczną różnicą potencjału gospodarczego i demograficznego partnerów, chińskie prowincje odpowiadają w tym względzie krajom, miasta regionom. Ogromne znaczenie ma także odległość: geograficzna, kulturowa oraz systemów politycznych. Pomimo wymienionych potencjalnych trudności współpraca na poziomie władz lokalnych wydaje się jednak otwierać nowe perspektywy dla polsko-chińskich stosunków gospodarczych.

Dlaczego dyplomacja samorządowa?

Przede wszystkim należy zwrócić uwagę na to, że nawiązywanie współpracy na poziomie miasta lub prowincji odpowiada zalecanemu firmom podejściu, według którego nie powinny one traktować Chin jako jednolitego rynku. Wynika to nie tylko z silnego zróżnicowania wewnętrznego Chin, ale również z samej wielkości rynków lokalnych, dodatkowo połączonej z dużą samodzielnością w podejmowaniu decyzji ekonomicznych,

realizacji polski w Chinach. Czy droga do realizacji polskich interesów gospodarczych w Chinach wiedzie wyłącznie przez Pekin, Szanghaj i Kanton? Co mogą zaoferować nieznane większości Polaków miasta takie jak Chengdu, Wuhan albo Zhengzhou? Pytania te dotyczą w dużej mierze zasadności współpracy pomiędzy polskimi samorządami a chińskimi władzami lokalnymi. Dotychczasowy ich charakter, m.in. liczba misji handlowych, jednoznacznie wskazuje bowiem na priorytetowe traktowanie kwestii ekonomicznych. Tym, co łączy miasta i regiony z obydwu krajów, jest zatem wsparcie eksportu i inwestycji zagranicznych przedsiębiorstw z ich terenu oraz przyciągnięcie inwestorów z zagranicy.

虽然最初的波中地方合作关系在80年代至90年代已经建立，但是目前的情况对于地方政府和企业间带来新的挑战。二十年前（两国联合）声明的合作领域仅限于文化、教育和体育交流，而商务交往在当时是少见的。第一个挑战是建立经济外交方案。与中国打交道，我们面对的是一个经济和人口有着潜在差异的合作伙伴。中国一个省相当于一个国家，而一个城市相当外国的省份。地理距离、文化和政治制度的区别尤其重要。克服上述的障碍才能开创波中地方经济合作新的前景。

为何需要地方政府外交？

首先，需要注意，根据不应该把中国市场视为单一市场的原则，与不同省级或市级政府，企业进行合作。这不仅由于中国国内市场多样性，并且与区域市场规模及地方政府的经济决策权有关。此原则不仅涉及到省级，更主要是最常见的波中的合作伙伴关系-市级政府之间。要记住，中国市场内在的经济关联可能并没有那么强，比如某个中国分销商的竞争优势往往只限于区域市场或几个省。很难从一个中心调覆盖全国市场。

关注在中国发生的社会经济的变革改变同样

jaką mają władze lokalne w Chinach. Dotyczy to przy tym nie tylko prowincji, ale, co ważniejsze z punktu widzenia polskich samorządów, także miast – najczęstszych partnerów. Nie można również zapomnieć o tym, że powiązania wewnątrz gospodarki chińskiej nie są tak silne, jak mogłoby się wydawać, np. chińscy dystrybutorzy zwykle mają silną pozycję tylko na jednym rynku regionalnym, w najlepszym razie obejmującym kilka prowincji. Stąd też trudno prowadzić działalność obejmującą całe Chiny z jednego centralnego ośrodka.

Nie mniej ważne od opisanej powyżej specyfiki chińskiej są także zmiany gospodarczo-społeczne, jakie zachodzą obecnie w Państwie Środka. W omawianym kontekście należy zwrócić uwagę w szczególności na rozwój obszarów w głębi Chin, urbanizację oraz ekspansję chińskich firm na rynki zagraniczne. Prowincje środkowej i zachodniej części Chin, dążąc do nadrobienia zapóźnienia gospodarczego względem wybrzeża, starają się powielić sprawdzony w ostatnich dziesięcioleciach model rozwoju. Oznacza on bardzo szybki wzrost gospodarczy, napędzany w dużej mierze rozbudową infrastruktury i połączony z oczekiwaniem przyciągnięcia dzięki temu inwestycji (jednym z jego efektów jest też silna konkurencja wewnętrzna pomiędzy poszczególnymi prowincjami i miastami). Kolejnym procesem wpływającym na przyszłość Chin jest urbanizacja. Według prognoz McKinsey Global Institute w 2030 r. chińskie miasta będzie zamieszkiwało miliard ludzi (w 2005 r. były to 572 miliony), co spowoduje wzrost liczebności klasy średniej, ale niesie za sobą także koszty społeczne, ekologiczne itd. Zmienia się również

ważne. Besondersie内陆地区的发展、城市化和中国企业的“走出去”。中国中部和西部省份努力仿效近二十年沿海地区的发展途径，依靠扩大基础设施建设投资带来经济的迅速发展也导致了省市间的相互的竞争。城市化是另一个影响中国未来的主要因素。据麦肯锡全球研究院的预计于2030年中国城市人口将达到十亿人（2005年城市人口为5亿7千2百万），使得中产阶级数量大幅增长，但也会引起社会和环境后果。中国对外投资的趋势也有所改变。过去几乎所有中国对外投资都被北京或上海国有企业垄断，而未来民营企业 and 地区国有企业的对外投资将不断扩大。

地方政府在经济中心外的项目中的无疑是主要角色，由于波兰外交机构位于中国的经济中心，对波兰投资者在外省市的支持很有限。地方政府的优势是他们距离近，因此能更好地了解企业的需求。他们给国家中央政府提供相应的信息，补充国家的政策。中小企业尤其需要地方政府介绍合作伙伴，帮助进入市场和宣传，并建立信用。要特别注意中国商业文化的形式和政府在经济活动中的干预作用，因此各级政府的支持，特别是是高级决策者的个人支持对合作的成功十分重要。



obecność chińskich firm na rynkach światowych. Dotąd prawie wszystkie chińskie inwestycje zagraniczne były realizowane przez przedsiębiorstwa państwowe, najczęściej mające siedziby w Pekinie i Szanghaju. Wiele wskazuje na to, że w przyszłości będzie zwiększał się zarówno udział kapitału prywatnego, jak i państwowego pochodzącego z różnych części Chin.

Samorządy są przy tym predestynowane do odegrania istotnej roli w wykorzystaniu szans, jakie pojawiają się poza głównymi ośrodkami. Biorąc pod uwagę to, że polskie placówki w Chinach są ulokowane w tradycyjnych centrach gospodarczych, ich rola w bieżącym wsparciu polskiego biznesu w oddalonych od nich miejscach jest ograniczona. Zaletą władz lokalnych jest ich bliskość, dzięki której mogą one lepiej poznać potrzeby konkretnych firm. Oferują one też dodatkowy kanał komunikacji z władzami w drugim kraju, dobrze uzupełniając działalność prowadzoną przez rządy. Pomoc w nawiązaniu kontaktów, przygotowaniu do wejścia na rynek, promocji czy uwiarygodnieniu będzie z kolei szczególnie ważna dla małych i średnich przedsiębiorstw. Nie można też zapomnieć o znaczącym sformalizowaniu chińskiej kultury biznesowej połączonym z nadal silną obecnością państwa w gospodarce, przez co wsparcie ze strony władz różnych szczebli, zwłaszcza osobiste poparcie decydentów, odgrywa niezwykle istotną rolę.

W jaki sposób wykorzystać dyplomację samorządową?

Wychodząc z założenia, iż o sukcesie w kontaktach z Chińczykami decydują relacje osobiste, należy dążyć do zbudowania bliskich i trwałych dwustronnych związków pomiędzy władzami, firmami, uczelniami, instytucjami kultury itd. Współpraca wielopoziomowa, nieograniczająca się wyłącznie do sfery gospodarczej, pozwoli nie tylko na lepsze poznanie wzajemnych oczekiwań, ale też przyczyni się do zwiększenia rozpoznawalności i stworzy dodatkowe okazje do nawiązania bezpośredniego kontaktu. Samorządy mogą przy tym włączyć się w już istniejącą współpracę pomiędzy podmiotami z danych ośrodków, czego przykładem może być podpisanie listu intencyjnego i rozpoczęcie kooperacji pomiędzy Łodzią i Chengdu po tym, jak firmy logistyczne uruchomiły kolejowe połączenie towarowe łączące obydwa miasta. Realnie funkcjonująca współpraca stanowi niewątpliwie najlepszy fundament długofalowych relacji z Chinami.

Konieczna jest przy tym otwartość i poszukiwanie nowych modeli współpracy. Wymusza to charakter prowadzonych



怎样利用自治政府外交？

成功的与中国决策者建立关系的基础是要努力建立密切的长期的政府间、企业、大学、文化机构之间的多层次关系。而不仅仅限于经济领域的合作。多层次的合作使双方能够加深了解，提高相互的需要和增加知名度，并且创造更多直接的接触的机会。同时，地方政府可以利用当地机构或企业现有的合作交流，例如：借两国运输公司开通蓉欧快铁的机会罗兹和成都两市签署了意向书并开始合作。实质性的合作绝对是波中长期合作最好的基础。

有必要开放性的寻求新的合作方式。在企业开发距离遥远、文化，资源差异大陌生的市场时依靠两国地方政府的支持。因此，波兰地方政



Tomasz Jurczyk

Tomasz Jurczyk jest doktorantem w Zakładzie Azji Wschodniej Uniwersytetu Łódzkiego. W ramach stypendiów rządowych spędził łącznie 3 lata w Chinach kontynentalnych i na Tajwanie. Jego zainteresowania naukowe koncentrują się wokół relacji ponad Cieśniną Tajwańską, polityki zagranicznej Chin oraz roli władz lokalnych w stosunkach międzynarodowych. Działa na rzecz rozwoju współpracy z Chinami przez polskie samorządy.

汤马士·尤兹克（尤德茂），罗兹大学东亚研究所博士研究生。获得政府奖学金在中国大陆和台湾留学三年。研究中国大陆和台湾的关系、中国对外政策及地方政府对外交关系的贡献。致力于推动波兰地方政府与中国的合作。



działań – wsparcie firm w ekspansji na nieznane rynki w oparciu o relacje pomiędzy władzami lokalnymi z dwóch odległych i znacznie różniących się państw, dodatkowo dysponującymi nieporównywalnymi zasobami. Stąd też polskie samorządy powinny zmierzać w kierunku efektywnego łączenia dialogu na poziomie regionalnym, krajowym i unijnym. Ciekawą propozycją wydaje się podjęcie wspólnych działań przez kilka jednostek samorządu terytorialnego, zwłaszcza w obrębie jednego województwa (np. wspólne biuro przedstawicielskie, oferta inwestycyjna czy misje handlowe). Do tej pory przedstawiciele Polski byli też mało aktywni w inicjatywach unijno-chińskich, np. w Dialogu Urbanizacji UE-Chiny. Warto przy tym śledzić nowatorskie sposoby prowadzenia relacji przez inne państwa, obejmujące choćby jednoczesną współpracę z kilku jednostek po obydwu stronach, zawieranie szerokich partnerstw strategicznych bezpośrednio angażujących partnerów spoza władz lokalnych czy podpisywanie porozumień także z władzami na szczeblu centralnym.

Współpraca gospodarcza z Chinami stanowi niewątpliwie duże wyzwanie, tak dla polskich przedsiębiorstw, jak i samorządów. O tym, że nie uciekają one od niego, świadczy fakt, iż Chiny stały się już największym pozaeuropejskim partnerem polskich samorządów. Realnie oceniając, trzeba przyznać, że jest to trudne i wymagające zadanie. Wbrew głosom mówiącym o tym, że Polska spóźniła się ze swoim zainteresowaniem Chinami, można powiedzieć, że nie skorzystaliśmy z poprzednich etapów reform chińskich. W tym związanym z rozwojem interioru i większym włączeniem się chińskich firm w gospodarkę światową mamy jeszcze możliwość wziąć udział. Szansą może być właśnie

府应该结合地方、国家及欧盟级别的对话机制。整合不同地区的项目，特别是一个省内的项目，设立共同代表处，联合派遣经贸代表团是一个有效的方式。目前波兰代表也积极参与了欧盟中国的对话机制，如：欧盟-中国城市化对话等。我们也值得关注其他国家的创新的合作方式，包括：双方几个机构同时合作，两国地方政府间外达成战略合作伙伴关系，或者与中央政府签订协议等。

对波兰企业和地方政府来说波中合作是个挑战，但中国已成为波兰的欧洲外最大的合作伙伴的事实证明了他们没有回避此挑战。实事求是并不简单。虽然波兰没有利用到近年的中国的改革开放的机会，但发展与中国的合作并不迟。我们还有机会在中国内陆地区的发展和中国企业加速全球化的过程中受益。我们的机会就在区域地方政府合作中。你不能错过在中国发展最快的新的市场创造的机会，还有近年来新开通中欧铁路运输线的机会。

随着越来越多的与中国接触，人民了解了中国多样性。越来越多的人知到北京和上海与中西部的城市的巨大差异，与当地人的不同的经验和习俗。不要把中国只作为一个整体，但不应该只限于感知这些差异分。重视到各个省和市的主管部门在政治和经济上的作用关键的。适当了解地方政府领导的关系网对利用商业机会有很大的帮助。■

polsko-chińska współpraca na szczeblu regionalnym i lokalnym. Nie można przegapić okazji pojawiających się w najszybciej rozwijających się miejscach w Chinach, w których otwierają się nowe rynki zbytu. Interesujące możliwości otwierają także powstające w ostatnich latach połączenia kolejowe z Chin do Europy.

Wraz z rosnącą liczbą kontaktów z Chinami coraz więcej osób jest już świadomych niejednorodności Państwa Środka. Zdaje sobie sprawę z tego, że światowe metropolie takie jak Pekin i Szanghaj są inne niż miasta w środkowej i zachodniej części kraju, a doświadczenia i zwyczaje mieszkańców poszczególnych regionów Chin są zdecydowanie odmienne. Nietraktowanie Chin jako monolitu nie powinno jednak ograniczać się tylko do dostrzegania wspomnianych różnic. Równie ważne jest docenienie roli polityczno-gospodarczej, jaką odgrywają władze poszczególnych miast i prowincji, zarówno w wymiarze wewnątrzchińskim, jak i zagranicznym. Właściwe rozpoznanie sieci powiązań i interesów łączących poszczególne jednostki administracji terytorialnej, a zwłaszcza ich liderów, powinno pomóc w odkryciu i wykorzystaniu szans biznesowych. ■

Anatomia oszustwa w biznesie

商业欺诈剖析

Monika
Prusinowska

YINGKE law firm
Pekin

Importowanie produktów z Chin to w dzisiejszych czasach chleb powszedni. Niestety, swoistą powszedniość przypisać można również oszustwom z nim związanym. Oszustwom tym bardziej niebezpiecznym, że coraz to bardziej wyrafinowanym. Internet jest głównym źródłem informacji o dostawcach z Chin i tam też głównie czyhają anonimowi oszuści. „Kupuję – płacę – nie dostaję nic” to niejedyny scenariusz. „Płacę zaliczkę – dostaję dowody wysłania towaru – płacę resztę – nie dostaję nic, towar zupełnie inny lub wadliwy” – niestety też.

Jak się ustrzec przed podobnymi scenariuszami? Czym się kierować przy wyborze sprzedawcy? Wprawdzie nie ma uniwersalnego klucza, a techniki oszustów są coraz bardziej wysublimowane, ale warto poczynić kilka podstawowych kroków i być wyczulonym na błędy, które powtarzają się regularnie. Często pozwoli to uniknąć strat, a nie są to działania ani kosztowne, ani specjalnie trudne.

今天谁都可以从中国进口产品。不幸的是，伴随而来的还有不断增长的商业欺诈行为，而且欺诈手段也越来越复杂。互联网是主要的中国供应商信息库，因此存在着大量匿名欺诈者。“购买-支付-什么都没收到”或者“支付定金-获得提单-支付剩余款项-没有货，或者不是所定货物，或者运来的是劣质商品”这都是常见的例子。

如何避免上述的情况？选择供应商应该注意到什么？虽然没有万能的解决方案，而且欺诈手段越来越精明，可是仍值得学习一些防欺诈常识，纠正一些常见的错误行为。这将对避免损失有帮助，所推荐的方法并不昂贵，也不难学。



Kilka prostych rad

Minimum: nie rób tego, czego z pewnością nie robiłbyś podczas transakcji ze sprzedawcą z własnego kraju. W przypadku sprzedawcy z Chin trzeba być podwójnie ostrożnym, bo kilka tysięcy kilometrów od domu trudniej namierzyć oszusta. Wedle uniwersalnej zasady – lepiej zapobiegać niż leczyć, bo w przypadku zaistniałego oszustwa nawet chińska medycyna zda się na niewiele, czyli – **SPRAWDZAJ!**

ALIBABA to nie wyrocznia

Portali typu alibaba.com czy made-in-china.com nie można traktować jak wyroczni. Nie są one w stanie w 100 proc. zwerifikować pojawiających się tam sprzedawców. Nawet jeśli sprzedawca to tzw. China Gold Supplier, poza „złotą” nazwą nie musi to oznaczać wiele. Tytuł ten może otrzymać każdy, kto za niego zapłaci, i część „złotych sprzedawców” to weterani sprawnie oszukujący od dłuższego czasu.

Niedostatek informacji i informacje rozbieżne

Im więcej wiemy o firmie, tym lepiej. W przypadku gdy firma posługuje się angielską nazwą, należy poprosić o jej pełną nazwę w języku chińskim, adres siedziby i numery telefonów. Jeśli sprzedawca podaje jedynie numer telefonu komórkowego, powinno budzić to wątpliwości. Jeżeli podany zostanie numer stacjonarny, należy sprawdzić, czy ktoś telefon odbiera i czy osoba odbierająca ma pojęcie o tym, w jakiej kwestii dzwoniemy. Przydatne będą też kopie licencji biznesowej i odpowiednich certyfikatów. Dodatkowo można spróbować poprosić o listę klientów (w szczególności z Polski) i poddać ją weryfikacji. Jakikolwiek rozbieżności w danych powinny być sygnałem ostrzegawczym. Jednym ze standardowych rodzajów oszustw jest zmiana numeru rachunku bankowego, na które ma być dokonany przelew. W takiej sytuacji oszustwem może być nieuczciwy kontrahent. Zdarza się także, że konto uczciwego kontrahenta zostało „zhakowane”. W przypadku otrzymania informacji o zmianie numeru konta należy wnikliwie przeanalizować podane nazwy firm, adresy mejlowe i numery kont oraz skontaktować się z dostawcą w celu potwierdzenia informacji różnymi niezależnymi drogami – faksem, przez telefon itp.

Język angielski nie świadczy o profesjonalizmie firmy

Używanie języka angielskiego w kontaktach wcale nie oznacza międzynarodowego charakteru firmy i odpowiednio wysokiego standardu usług. Co więcej, jeśli strona internetowa sprzedawcy prowadzona jest tylko w języku angielskim, należy być ostrożnym. Może to oznaczać, że adresatami takiego sprzedawcy są jedynie obcokrajowcy. Ponadto osoby podające swoje dane kontaktowe posługują się często tylko angielskim imieniem. W takiej sytuacji należy poprosić o pełne dane personalne i numer telefonu. Pracownik rzetelnej firmy z pewnością nie poczuje się urażony taką prośbą.

首先, 从一些简单的窍门入手。

至少:

与本国供应商不能采取的贸易方式, 选择中国供应商时也不应采取类似贸易方式。考虑中国供应商时要特别小心, 因为远在千里的骗子更难寻。按照普遍的原则: 治病不如预防, 就是说事先一定要仔细核查。

阿里巴巴不是圣人

不要把“阿里巴巴网”或者中国供应商（made-in-china.com）类似的网站看作定心丸。这些网站也无法审核100%的供应商信息。若供应商已获得“金牌供应商”的称号, 也不代表着除了“金牌”名称外他还有别的优势。金牌的名号可以买来, 因此“金牌供应商”当中也有很有经验的骗子。

信息的缺乏与冲突

我们对供应商公司了解得越多越好。若公司有英文名称, 要问该公司的中文全称、办公地址和联系电话。如果供应商只提供手机号, 这应引起我们的怀疑。有了固定电话要确认是否有人接听, 并且询问是否知道我们之间的合作事宜。经营许可证和其它相关的证书副本也很有用。另外, 可以要求供应商提供客户名单（尤其是波兰客户）, 从而能进一步核查。

遇上公司信息不一致时更应该引起怀疑。更改银行账户是一个常见的欺诈手段。在这样的情况下或是合作伙伴欺骗你, 或者他的银行账户被他人入侵。收到银行账户变更通知时必须仔细检查账户公司名称、地址和账号, 并且要及时联系供应商, 通过不同的联系方式——传真、电话等一一确认信息。

Adres e-mailowy z domeny publicznej

Ostrożnym należy być również, jeśli osoba, z którą się kontaktujemy, nie posługuje się firmowym adresem mejlowym, a jedynie adresem z domeny publicznej typu @yahoo.com.cn czy @163.cn.

Bardzo niska cena

Cena tak dobra, że aż nieprawdopodobna? To niekoniecznie okazja i od razu powinna nam się zapalić czerwona lampka. Jeśli mimo wszystko dalej jesteśmy zainteresowani ofertą, należy zapytać sprzedawcy, dlaczego cena jest tak niska. Ponadto warto pamiętać, że ceny oryginalnych produktów marek takich jak Apple czy Nokia są mniej więcej podobne na całym świecie i oferta oryginalnych urządzeń za 20 proc. wartości rynkowej to zwyczajne oszustwo.

Warunki płatności

Często sprzedawca żąda 100 proc. płatności przed wysłaniem towaru. Warto się nad tym zastanowić, szczególnie przy pierwszej transakcji z takim sprzedawcą. Poważni sprzedawcy zazwyczaj akceptują różne metody płatności – na przykład rozłożenie na 30 proc. przedpłaty i pozostałe 70 proc. sumy po otrzymaniu dokumentów przewozowych. Opcją finansowego zabezpieczenia transakcji jest akredytywa.

Zdecydowanie należy unikać sprzedawców, którzy proszą o płatność za pośrednictwem Western Union. Jest to jeden z najbardziej pospolitych sposobów na wyłudzenie, gdyż praktycznie nie ma możliwości, żeby zweryfikować odbiorcę pieniędzy.

Płatność na rachunek osoby fizycznej zamiast na rachunek firmowy też co do zasady nie powinna wchodzić w grę. Firmy chińskie powinny posiadać rachunek bankowy. Częstym sposobem działania oszustów jest informowanie, że wpłata na konto prywatne pozwoli uniknąć opodatkowania, ale nie warto skusić się na taki bonus.

Sektory szczególnie podatne na oszustwa

Utrzymuje się tendencja, że oszustwa najczęściej dotyczą sektora chemicznego i elektronicznego.

Dokumenty to nie wszystko

Niestety, fałszowane bywają też dokumenty, w tym Bill of Lading, dlatego trzeba je wnikliwie analizować. Sam fakt posiadania odpowiedniego dokumentu nie powinien uspić czujności. Warto wspomnieć, że potwierdzeniu autentyczności dokumentu w Chinach służy pieczęć i jest to kwestia kluczowa, a nie jedynie dodatek do podpisu.

Oczywiście zdarza się, że na przykład pomimo używania domeny publicznej w adresie mejlowym sprzedawca jest rzetelny, ale jako że powyższe kwestie to najczęstsze metody działania oszustów, należy być na nie szczególnie wyczulonym.

Angielska usługa nie oznacza profesjonalizmu

Można używać angielskiego do kontaktów z zagranicą i nie oznacza to profesjonalizmu. Nie gwarantuje to również poziomu usług. Ponadto, jeśli strona internetowa ma tylko wersję angielską, należy być szczególnie ostrożnym. Może to oznaczać, że firma służy tylko zagranicy, nie ma więc kontaktu z lokalnym rynkiem i nie ma żadnych informacji o swojej działalności.

Jak się zabezpieczyć?

Pierwszą zasadą jest nie podejmować decyzji na szybko. Aby uniknąć problemów, należy dokładnie przeanalizować ofertę i sprawdzić opinie o firmie.

Audyt internetowy

Należy przede wszystkim sprawdzić, czy strona internetowa jest profesjonalna. Warto również sprawdzić, czy firma ma siedzibę w Chinach i czy ma odpowiednie licencje. Jeśli firma nie ma siedziby w Chinach, należy być szczególnie ostrożnym. Ponadto, jeśli firma ma siedzibę w Chinach, należy sprawdzić, czy ma odpowiednie licencje.

Profesjonalny audyt i umowa

Ważnym elementem jest również profesjonalny audyt i umowa. Należy pamiętać, że umowa musi być podpisana przez osobę odpowiedzialną za firmę.

Ważnym elementem jest również profesjonalny audyt i umowa. Należy pamiętać, że umowa musi być podpisana przez osobę odpowiedzialną za firmę.

"Swoi ludzie" na miejscu

Ważnym elementem jest również profesjonalny audyt i umowa. Należy pamiętać, że umowa musi być podpisana przez osobę odpowiedzialną za firmę.

Szybkość jest złym doradcą

Należy pamiętać, że szybka decyzja może być błędna. Warto poświęcić trochę czasu na dokładną analizę oferty i sprawdzenie opinii o firmie.

Jeśli spotkasz oszusta?

Ważnym elementem jest również profesjonalny audyt i umowa. Należy pamiętać, że umowa musi być podpisana przez osobę odpowiedzialną za firmę.

Co można zrobić?

Przede wszystkim nie warto podejmować decyzji spontanicznie. Należy zwiększyć bezpieczeństwo na samym początku i dokładnie przeanalizować sprzedawcę i ofertę.

Audyt internetowy

Na początek warto zrobić analizę w oparciu o dostępne źródła internetowe. Należy zwrócić uwagę na zawartość strony internetowej i kwestie opisane powyżej. Warto sprawdzać wszelkie dostępne informacje, dzwonić na podane numery telefonów, prosić o pełne dane personalne, zadawać pytania sprzedawcom. Jeśli wciąż jest jakieś podejrzenie - najlepiej po prostu się wycofać. Jeśli sprzedawca sam zgłasza się z ofertą należy sprawdzić czy ktoś nie podszywa się pod istniejącą firmę. Ponadto można wpisać w wyszukiwarkę nazwę firmy dodając frazy typu "scam", "fraud", "swindler" itp. i zobaczyć jakie będą wyniki takiego wyszukiwania.

Profesjonalny audyt i kontrakt

Szczególnie w przypadku dużych przedsięwzięć warto pomyśleć o powierzeniu audytu profesjonalistom. Tarczą w razie problemów z chińskim importerem może być dobrze napisany kontrakt. Jednak jeśli sprzedawca jest sprzedawcą jedynie „wirtualnym”, działającym po to żeby oszukiwać nawet umowa nie będzie niestety przydatna.

„Swoj” człowiek na miejscu

Jeśli istnieje taka możliwość, dobrze jest sprawdzić na miejscu firmę i towar, dopilnować załadunku. Szczególnie przy większych transakcjach należy zadbać o bezpośredni kontakt – złożyć wizytę w firmie (najlepiej jedną niezapowiedzianą, gdyż zdarzają się firmy-atrapy aranżowane na potrzeby konkretnej wizyty). Przy okazji wizyty warto poprosić o odpowiednie certyfikaty i licencję firmy. Każda chińska firma posiada tzw. business licence - 企业法人营业执照.

Pośpiech jest złym doradcą

W przypadku nowego sprzedawcy współpracę należy rozpoczynać stopniowo. Nie warto spieszyć się o dobrą cenę. Jeśli sprzedawca informuje, że korzystna oferta aktualna jest tylko „dzisiaj” - lepiej dać sobie spokój. Dobrym pomysłem jest poproszenie o próbki towarów producenta, zaś pierwsze zamówienia powinny być w miarę skromne.

A jeśli już się stało?

Można próbować interweniować w drodze prawnej. Niestety często oszusta nie udaje się namierzyć lub szanse wyegzekwowania straconych pieniędzy są niewielkie i przykre doświadczenie będzie jedynie lekcją na przyszłość. ■

W przypadku wykrycia oszustwa można próbować interweniować w drodze prawnej. Niestety często oszusta nie udaje się namierzyć lub szanse wyegzekwowania straconych pieniędzy są niewielkie i przykre doświadczenie będzie jedynie lekcją na przyszłość.

可以采取法律措施。可惜，往往很难追踪到骗子或成功索赔的可能性很小。不愉快的经历带来的仅仅是个教训。



Szkolnictwo wyższe -

- szanse współpracy polsko-chińskiej
w perspektywie rozwoju globalnego

Anna Zalewska

Marcin Kozłowski

全球高等教育发展中的波中合作机会



Mobilny student

Internacjonalizacja edukacji to proces postępujący na całym świecie, szczególnie w obszarze szkolnictwa wyższego. Ograniczenia geograficzne przestały stanowić dla edukacji wyższej jakkolwiek barierę. Stąd zjawisko „mobilnych studentów”, młodych ludzi wybierających na miejsce swojej wyższej edukacji kraj nierzadko oddalony o kilka czy nawet kilkanaście tysięcy kilometrów od miejsca zamieszkania. Według danych OECD (Education at a Glance 2012) w 2010 roku ponad 4,1 miliona studentów studiowało poza granicami swojego kraju. W ciągu niecałych ośmiu lat, w okresie 2003–2010, odnotowano wzrost tej liczby o prawie 55 proc., a według prognoz do 2020 wartość ta zostanie podwojona.

Wśród mobilnych studentów najwięcej jest przedstawicieli Chin, Indii i Korei Południowej. Trend ten potwierdzają prognozy Komisji Europejskiej, według których liczba studentów w 2030 r. wzrośnie do 400 mln, przy czym wzrost ten będzie szczególnie silny w Azji i Ameryce Południowej. Do Europy przyjeżdża obecnie około 45 proc. studentów zagranicznych, jednak w państwach konkurencyjnych rośnie tempo inwestycji w szkolnictwie wyższym.

Chiny w centrum globalnej edukacji

Struktura społeczna Państwa Środka nieustannie ewoluuje. Co roku do klasy średniej awansują miliony Chińczyków. Jak podają przedstawiciele międzynarodowego zespołu analityków rynku chińskiego ChinaWay, prawie 300 mln obywateli dysponuje dochodem 1 000+ USD, 125 milionów zarabia ponad 2500 USD miesięcznie. Klasa średnia szybko rośnie – w 2020 będzie liczyć ok. 700 mln osób – a wraz z nią apetyt na dobrą, często zagraniczną edukację.

Pokłosiem tej rosnącej zamożności jest fakt, iż studia zagraniczne przestały być dla Chińczyków dobrem luksusowym. Beijing Overseas Study Service Association wskazuje, iż zagraniczna edukacja nie jest już zarezerwowana dla niewielkiej grupy społeczeństwa, za to wyróżniający się uczniowie coraz chętniej wybierają uczelnie zagraniczne, a rodzice decydują się na wysyłanie swoich pociec poza Chiny w coraz to młodszy wiek. Według danych Ministerstwa Edukacji Chińskiej Republiki Ludowej liczba studentów chińskich studiujących poza granicami kraju wzrosła o 17,7 proc. w roku 2012 w stosunku do roku 2011. W sumie 399 600 młodych Chińczyków studiowało w 2012 roku za granicą. UNESCO wskazuje na migrację ponad połowy miliona (562,8 tys.) obywateli chińskich w celach edukacyjnych do blisko 90 krajów (liderami są USA, Australia, Japonia, Wielka Brytania i Korea Południowa) w roku 2010. Warto też pamiętać, że mimo licznych stypendiów oferowanych przez Państwo Środka coraz więcej studentów chińskich samodzielnie finansuje swoją zagraniczną edukację. Raport Ministerstwa Edukacji ChRL potwierdza, iż ok. 380 tys. z prawie 400 tys. studiujących poza granicami kraju w 2012 samodzielnie opłacało swoje studia.

Flowing students

Edukacja międzynarodowa jest światową tendencją, szczególnie w obszarze szkolnictwa wyższego. Ograniczenia geograficzne przestały stanowić dla edukacji wyższej jakkolwiek barierę. Stąd zjawisko „flowing students”, młodych ludzi wybierających na miejsce swojej wyższej edukacji kraj nierzadko oddalony o kilka czy nawet kilkanaście tysięcy kilometrów od miejsca zamieszkania. Według danych OECD (Education at a Glance 2012), w 2010 roku ponad 4,1 miliona studentów studiowało poza granicami swojego kraju. W ciągu niecałych ośmiu lat, w okresie 2003–2010, odnotowano wzrost tej liczby o prawie 55 proc., a według prognoz do 2020 wartość ta zostanie podwojona.

Wśród mobilnych studentów najwięcej jest przedstawicieli Chin, Indii i Korei Południowej. Trend ten potwierdzają prognozy Komisji Europejskiej, według których liczba studentów w 2030 r. wzrośnie do 400 mln, przy czym wzrost ten będzie szczególnie silny w Azji i Ameryce Południowej. Do Europy przyjeżdża obecnie około 45 proc. studentów zagranicznych, jednak w państwach konkurencyjnych rośnie tempo inwestycji w szkolnictwie wyższym.

China's central role in world education

Chinese social structure is constantly changing. Every year tens of millions of Chinese enter the middle class. As ChinaWay, an international market analysis firm, reports, nearly 300 million citizens have an income of over 1,000 USD, 125 million earn more than 2,500 USD a month. The middle class is growing rapidly – by 2020 it will number about 700 million people – and with it, the appetite for a good, often foreign, education.

As a result of this growing affluence, overseas study is no longer a luxury. The Beijing Overseas Study Service Association reports that overseas education is no longer reserved for a small group of society, but that increasingly more students are choosing foreign universities, and parents are sending their children abroad at ever younger ages.

According to Chinese Ministry of Education statistics, in 2012 compared to 2011, the number of Chinese students abroad grew by 17.7%. In 2012, there were 399,600 Chinese students abroad. According to UNESCO data, in 2012, 562,800 Chinese citizens migrated for educational purposes to nearly 90 countries, with the USA, Australia, Japan, the UK and South Korea ranking highest. Although China has a scholarship system, more and more students are financing their overseas education themselves. The Chinese Ministry of Education confirms that in 2012, 380,000 of the 400,000 students studying abroad financed their studies themselves.

Don't forget that the number of Chinese students participating in the Gaokao exam is declining, because some people do not need to take the exam to choose to study abroad. Between 2006 and 2013, the number of students taking the Gaokao exam fell from 126,000 to 70,000. It is expected that even 60% of the students who pass the exam and are academically优秀 will eventually choose to study abroad (often to read for a master's or doctorate degree). According to China Daily,

Należy też nie zapominać, że coraz mniej młodzieży w Państwie Środka decyduje się na przystąpienie do trudnego egzaminu kwalifikującego na studia w Chinach – gaokao, który nie jest im potrzebny podczas ubiegania się o przyjęcie na studia zagraniczne. W Pekinie liczba uczniów zapisanych na egzamin gaokao z 126 tys. w 2006 roku spadła do 72,7 tys. w roku 2013. Odważne szacunki mówią, iż nawet 60 proc. uczniów, którzy zdali gaokao na wysokim poziomie, wcześniej czy później (częściej na poziomie magisterskim lub doktoranckim) decyduje się na zagraniczne studia. Jak donosi „China Daily”, niektóre australijskie uczelnie, w tym zwłaszcza University of Sydney, przyjmują nawet wyniki gaokao za podstawę do kwalifikacji na swoje studia. Australia jednak była pionierem i już wiele lat temu dostrzegła potencjał Chin w obszarze edukacji i pozyskiwania studentów na tym rynku.

O tym, jak wielki potencjał edukacyjny Państwo Środka posiada w ujęciu globalnym, jednoznacznie świadczą statystyki. Zgodnie z opublikowanym w listopadzie 2013 raportem The Institute of International Exchange Open Doors 2013, w roku akademickim 2012/2013 29 proc. studentów zagranicznych w USA stanowili Chińczycy (ponad 235 tys.) – co oznacza wzrost o 21 proc. względem roku poprzedniego, a zarazem największy skok w ostatniej dekadzie.

Podobną tendencję można zauważyć nie tylko na kontynencie północnoamerykańskim, ale także w Europie.

Liczba studentów rozpoczynających studia w Wielkiej Brytanii w roku akademickim 2011/2012 wzrosła w ciągu roku o prawie 17 proc., osiągając poziom ponad 78 tys. (raport Higher Education Statistics Agency).

Polsce, według danych Urzędu do spraw Cudzoziemców, także przybywa imigrantów z krajów azjatyckich. Na koniec 2012 r. ważne karty pobytu posiadało 4,5 tys. Chińczyków, w 2008 r. tylko 1,6 tys. – to wzrost o prawie 200 proc. w ciągu niespełna pięciu lat.

Odpływ studentów z Chin na studia zagraniczne odbił się szerokim echem także w samym Państwie Środka. W ostatnich latach zarówno chiński rząd, jak i chińskie uczelnie starają się przyciągnąć studentów zagranicznych, a inwestycje w naukę przyjmują imponujący rozmiar. Jak podaje The Institute of International Exchange w wynikach Projektu Atlas, największy przyrost studentów zagranicznych na świecie w 2012 zanotowano w Chinach. Skok o 12,2 proc. dający liczbę ponad 328 tys. studentów zagranicznych i trzecie miejsce na świecie (po USA i Wielkiej Brytanii). Szacuje się, że ta tendencja będzie postępować bardzo dynamicznie.

Polska, czyli Chopin

W Polsce, według danych GUS, w roku akademickim 2012/2013 studiowało ponad 1,67 mln osób, w tym 29 172 studentów zagranicznych (nie uwzględniając uczestników wymian np. programu Erasmus). Od kilku lat, głównie za sprawą niżu demograficznego,

raporty, które niektóre z uniwersytetów w Australii już teraz wykorzystują jako warunek przyjęcia. Australia w dziedzinie edukacji międzynarodowej jest liderem, od wielu lat odkrywa ona potencjał rosnącej liczby studentów z Chin.

Statystyki jednoznacznie potwierdzają globalny potencjał edukacyjny Chin. Według „International Education Association 2013 Report”, w 2012/2013 roku chińscy studenci stanowili 29 proc. (235 tys.) z 810 tys. studentów z zagranicy w USA – wzrost o 21 proc. w stosunku do roku poprzedniego, co jest największym przyrostem w dekadzie.

Nie tylko w USA, ale także w Europie. W Wielkiej Brytanii w 2011/2012 roku liczba studentów z zagranicy wzrosła o 17 proc. do 78 tys. W Australii, która od lat jest liderem w przyjmowaniu studentów z zagranicy, w 2012 roku liczba ta wzrosła o 12,2 proc. do 328 tys. Chińczycy zajęli trzecie miejsce na świecie, po USA i Wielkiej Brytanii. Szacuje się, że ta tendencja będzie postępować bardzo dynamicznie.

Wielka liczba studentów z Chin, którzy przyjeżdżają do Australii, ma również wpływ na edukację w Polsce. W ostatnich latach liczba studentów z zagranicy w Polsce wzrosła o 12,2 proc. do 29 172 osób. W tym czasie liczba studentów z zagranicy w Polsce wzrosła o 12,2 proc. do 29 172 osób. W tym czasie liczba studentów z zagranicy w Polsce wzrosła o 12,2 proc. do 29 172 osób.

Poland is Chopin

Według danych GUS, w 2012/2013 roku w Polsce studiowało ponad 1,67 mln osób, w tym 29 172 studentów zagranicznych (nie uwzględniając uczestników wymian np. programu Erasmus). Od kilku lat, głównie za sprawą niżu demograficznego,



zauważalny jest spadek ogólnej liczby studentów (w 2005/2006 – 1,94 mln; w 2011/2012 – 1,76 mln) i wzrost liczby cudzoziemców studiujących w Polsce (10 089 w 2005/2006). Co roku zmniejsza się liczba maturzystów (według prognoz GUS w 2016 r. liczba maturzystów będzie o 40 proc. mniejsza niż obecnie i ma spadać aż do 2030 r.), a konsekwencje tej sytuacji łagodzi otwieranie się polskich uczelni na studentów zagranicznych poprzez dostosowywanie programów, infrastruktury oraz ożywioną współpracę z partnerami zagranicznymi. Procentowy wzrost liczby Chińczyków studiujących w Polsce w latach 2005–2012 jest imponujący – to prawie 450 proc., ale wartości bezwzględne zdecydowanie nie są już tak optymistyczne – 128 studentów w 2005 i 618 w 2012 roku (co stanowi jedynie 2,1 proc. ogółu studentów zagranicznych w Polsce).

W obliczu takich statystyk nie można unikać pytania:

Dlaczego tak niewielu studentów z Chin wybiera Polskę?

W 2013 roku Polska Organizacja Turystyczna realizowała największą do tej pory kampanię promocyjną Polski na kluczowych dla rodzimej turystyki przyjazdowych rynkach azjatyckich, tj. chińskim, indyjskim i japońskim. Na potrzeby kampanii przeprowadzono badania rynku, które wykazały, że ogólna wiedza Chińczyków o Polsce jest bardzo mała. Polska kojarzy się Chińczykom głównie z Chopinem i postrzegana jest zazwyczaj przez pryzmat jej przeszłości (komunizmu i II wojny światowej). Pomimo pozytywnych skojarzeń Chińczycy postrzegają Polskę jako biedny kraj, który nie jest konkurencyjny i ma niewiele do zaoferowania. Wobec małej rozpoznawalności Polski jako destynacji edukacyjnej skutecznym wydaje się model oparty na porozumieniach międzyuczelnianych oraz współpracy na poziomie instytucji rządowych i pozarządowych.

Właśnie taki wymiar miała podpisana w Pekinie w 2011 r. przez minister nauki i szkolnictwa wyższego prof. Barbarę Kudrycką, w obecności prezydenta RP Bronisława Komorowskiego

大学生总数明显下降（2005/2006年 一百九十四万人；2011/2012年一百七十六万人），而留学生人数增长了（2005/2006年 一万零八十九位）。每年高中毕业生人数下降（据统计局的预计，2016年高中毕业生人数将比目前少40%，直到 2030年将继续下降）。波兰的大学通过调整课程，设施及与外国合作伙伴积极的合作减轻波兰大学生人数下降的后果。中国留学生从2005年到2012年有着令人惊讶的450%增长，但绝对值却没那么好 – 2005年只有128个中国留学生，2012年有618位（只占外国留学生总数的2,1%）。面对这个数字不能不提出这样的问题：

为什么选择来波兰上学的中国留学生人数那么少？

2013年波兰旅游组织在亚洲市场上，特别是在中国、印度和日本，作为波兰入境旅游关键的市场上进行了有史以来最大的推广波兰活动。其进行的市场调查显示中国人关于波兰的了解很有限。中国人对于波兰的印象仅限于肖邦和共产主义及第二次世界大战的历史。

除了对波兰的一些积极的印象之外，中国人眼中的波兰贫穷，没有竞争力，没有吸引力。由于波兰知名度比较低，进行教育交流最好依靠两国大学之间的协议，以及政府和非政府组织的合作。

2011年在北京，在波兰总统布罗尼斯瓦夫·科莫罗夫斯基与中国主席胡锦涛的见证下，波兰科学和高等教育部部长芭芭拉·库德雷茨卡教授和中国教育部签订波中高等教育合作协议。协议主要致力于大学生和学者交换，共同进行科学研究，和在波兰开启新的中文系，在中国开新的波兰语系。两国代表承诺，将鼓励两国的大学相互签订教育合作协议。协议涉及每年交换四十位奖学金留学生；包括大学生和教学研究人员进行一年留学或实习项目，以学习中文为主。

中国的教育需求开展了波中高等教育合作的新领域。中国本科生（在读四年）经常参与“1-2-1”或者“2+2”项目，提供项目的中国大学允许学生在国外完成部分学习项目。2013年10月罗兹大学与郑州大学展开了这样的合作。两所大学签订了“2+2”交流协议（唯一的获得



*Nadzieją napawa wchodząca w życie
1 maja 2014 roku nowa ustawa
o cudzoziemcach, która przewiduje
szereg ułatwień w zakresie legalizacji
pobytu obcokrajowców w Polsce.*

2014年5月1日波兰新的移民法案开始生效，将给在波兰的外国人的居留合法化带来便利。



i przewodniczącego Chińskiej Republiki Ludowej Hu Jintao, polsko-chińska umowa o współpracy w dziedzinie szkolnictwa wyższego. Główne jej postanowienia to rozwój wymiany studentów i naukowców, wspólne badania naukowe oraz nowe katedry polonistyczne w Chinach i sinologiczne w Polsce. Oba państwa zadeklarowały się także działać na rzecz zawierania umów partnerskich między polskimi i chińskimi uczelniami. Porozumienie przewiduje m.in. wymianę 40 stypendystów, w tym studentów i pracowników naukowo-dydaktycznych na roczne studia lub staż naukowy, głównie w celu nauki języka chińskiego. Kolejną płaszczyznę współpracy polsko-chińskiej w zakresie edukacji wyższej zarysowała tendencja wywodząca się z potrzeb edukacyjnych Państwa Środka. Studenci studiów licencjackich (trwających w Chinach cztery lata) coraz częściej uczestniczą w programach „1-2-1” lub „2+2”. Te programy oferowane przez chińskie uczelnie umożliwiają studentom w ramach programu studiów realizację ich części poza granicami kraju.

波兰和中国高等教育部支持的项目)。让大学生获得两个大学的经济专业毕业证书是项目的目的，前两年在中国郑州大学读在书，之后波兰罗兹大学经济和社会学系继续读两年。本项目包括教授交换，并且允许本科生毕业后在罗兹大学续读。中国只与国外63所大学建立了类似的项目，罗兹大学是波兰唯一的参与本项目的大学。另外，实行波中大学双学位项目的大学数渐渐增长，其中有罗兹大学（2011年12月在北京中波大学校长论坛签署协议的第一所大学）和从2013年7月起开始的弗洛兹瓦夫环境与生命科学大学。2014年5月1日波兰新的移民法案开始生效，将给在波兰的外国人的居留合法化带来便利。在波兰留学的外国人将获得有效期15个月的



Anna Zalewska

Anna Zalewska - Prezes Polish-Chinese Training Institute, członek zarządu Polsko Chińskiej Rady Biznesu, właściciel INTI – firmy kompleksowego zarządzania projektami profilowanymi dla szkolnictwa wyższego, współpracownik Izby Gospodarki Elektronicznej. Promotor międzynarodowych projektów edukacyjnych i rozwojowych, w tym rekrutacji zagranicznej, eventów, inicjatyw studenckich i współpracy akademickiej. Przez blisko dwa lata dyrektor Biura Informacji i Promocji Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. Odpowiedzialna m.in. za promocję krajową i zagraniczną, organizację eventów, komunikację, udział w rankingach i product placement. Przez sześć lat kierowała działem marketingu i współpracy międzynarodowej w Wyższej Szkole Turystyki i Rekreacji im. Mieczysława Orłowicza w Warszawie. Wcześniej przez siedem lat pracowała w branży turystycznej (cztery lata na stanowiskach menedżerskich). Posiada tytuł magistra zarządzania i marketingu oraz licencjata z zakresu turystyki i rekreacji. Ukończyła studia podyplomowe z marketingu internetowego w SGH oraz wiele kursów i szkoleń. Pasjonatka biegania, amatorka podróży, propagatorka zdrowego stylu życia.

波中培训研究所总裁，波中商务联合会创始成员之一，INTI – 高等教育个性化项目全面管理公司所有人。电子商会活动经理。国际教育和研发项目促进人，包括国外应聘，活动，大学活动和大学交流。管理华沙“Mieczysław Orłowicz”旅游大学营销和国际合作处六年。前七年从事了旅游业相关的工作（包括四年当经理）。旅游专业本科学位，管理和营销硕士学位。参与了华沙经济学院网络营销毕业生课程，并且许多培训。跑步、旅游爱好者，健康生活方式的推广者。



Marcin Kozłowski
Polska Akademia Nauk
波兰科学院。

Na taki rodzaj współpracy w październiku 2013 zdecydowały się Uniwersytet Łódzki (UŁ) i Zhengzhou University (ZZU). Podpisano umowę o współpracy akademickiej i realizacji programu „2+2” (jako jedyny zyskał poparcie ministerstw Szkolnictwa Wyższego Polski i Chin). Projekt ma na celu umożliwienie studentom zdobycia dyplomów obu uczelni na kierunku Economics. Przez pierwsze dwa lata student podejmuje naukę w Chinach w ZZU, a następnie kontynuuje kolejne dwa lata na Wydziale Ekonomiczno-Socjologicznym UŁ. Program obejmuje także wymianę wykładowców i możliwość kontynuacji nauki na UŁ po ukończeniu studiów licencjackich. W tego typu programie biorą udział tylko 63 uczelnie spoza Chin, a Uniwersytet Łódzki jest pierwszą taką uczelnią w Polsce. Rośnie również liczba uczelni realizujących polsko-chińskie programy podwójnych dyplomów, m.in. Politechnika Łódzka (która jako pierwsza podpisała taką umowę podczas Polsko-Chińskiego Forum Akademickiego w grudniu 2011 w Pekinie) czy (od lipca 2013 r.) Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu.

Nadzieją napawa także wchodząca w życie 1 maja 2014 r. nowa ustawa o cudzoziemcach, która przewiduje szereg ułatwień w zakresie legalizacji pobytu cudzoziemców w Polsce.

Cudzoziemcom studiującym na polskich uczelniach zezwolenie na pobyt czasowy będzie przyznawane na okres 15 miesięcy, a nie jak dotąd na rok. Ustawa wydłuża także z jednego do dwóch lat zezwolenie na pobyt czasowy dla cudzoziemców kontynuujących studia na kolejnym roku. Wprowadza również możliwość udzielenia zezwolenia na roczny pobyt czasowy absolwentom polskich uczelni wyższych poszukujących pracy w Polsce.

Nie można się jednak oprzeć wrażeniu, że w przypadku polskich działań na chińskim rynku edukacyjnym zdecydowanie brakuje koherentnej strategii w zakresie umiędzynarodowienia systemu stypendialnego dla najzdolniejszych studentów zagranicznych i wsparcia wyspecjalizowanej agencji zorientowanej na wymianę akademicką oraz promującej markę polskiego szkolnictwa wyższego. Skutecznych wzorów do naśladowania jest wiele: amerykański Education USA, francuski CampusFrance, British Council, holenderski Nuffic czy niemiecki DAAD. Rozpoczęta w 2012 r. inicjatywa Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego „Ready, study, go! Poland”, mająca nakłonić młodych ludzi z całego świata do kontynuowania edukacji w Polsce, jak dotąd funkcjonuje w bardzo ograniczonym i nieporównywalnym do wspomnianych wyżej agencji zakresie. ■

签证,而目前只限于一年。另外,本法案允许延期续读大学的外国人获得一年到两年的居留许可。并且允许从波兰大学毕业后在波兰居留一年以便找工作。

我们常常感慨波兰在中国教育市场上的活动缺乏一致的国际化战略,优秀的外国留学生奖学金分配系统,专业大学交换机构的支持及波兰大学的品牌宣传。在国际教育界上有着丰富多样的典范:如美国的EducationUSA、法国的CampusFrance、英国的British Council、荷兰的Nuffic、德国的DAAD。2012年波兰科学和高等教育部的“Ready, study, go! Poland”的倡议力求促进世界各地的学生来波兰上学,但作用有限,和上述外国机构相差甚远。■



**CENTRUM
JĘZYKA
CHIŃSKIEGO**



POZNAJ Z NAMI JĘZYK I KULTURĘ CHIN

al. KEN 21 U 8, Warszawa
tel. 22 415 88 17, 668 640 506
e-mail: biuro@cjch.com.pl

www.centrumjezykachinskiego.pl

W 2013 roku Centrum Języka Chińskiego
było partnerem wystawy „Za Wielkim Murem”
w Muzeum Narodowym w Warszawie

Graficy z Chin na Międzynarodowym Biennale Plakatu w Warszawie

Jacek
Sacha

中国设计师参加华沙国际海报双年展

24. Międzynarodowe Biennale Plakatu będzie jednym z ważniejszych tegorocznych wydarzeń artystycznych Warszawy. Jego uroczyste otwarcie nastąpi 7 czerwca 2014 roku w Muzeum Plakatu w Wilanowie. W tym roku nadesłano 2000 prac, wśród nich jest kilkaset z Chin.

- Z każdym kolejnym Biennale ilość prac nadsyłanych z Państwa Środka jest coraz większa - mówi Mariusz Knorowski, kurator Muzeum Plakatu. - Obserwujemy to zjawisko z uwagą, bowiem plakaty chińskich grafików za każdym razem są na coraz coraz wyższym poziomie artystycznym. To budzi uznanie.

- Większość autorów plakatów nadsyłanych z Chin to ludzie młodzi - dodaje Jacek Szlegejd z Muzeum Plakatu. - Dla większości z nich warszawskie biennale to pierwsza impreza konkursowa poza granicami kraju. Niektóre prace naśladują style mistrzów plakatu światowego, ale pojawia się wiele prac bardzo dojrzałych, wskazujących na ciekawy, indywidualny styl. Przypomnę, że w 23. Biennale (2012) chiński grafik Bang-gian Zheng zdobył brązowy medal w kategorii plakat ideowy, a wcześniej, w 22. edycji konkursu (2010), Lee Bob z Chin zdobył nagrodę w kategorii Złoty Debiut. Wielokrotnym laureatem jest Jianping He, grafik pochodzący z Chin, osiadły w Niemczech. Jak będzie w tym roku, zobaczymy już w czerwcu.

Zgodnie z regulaminem, w lutym zamknięta została lista zgłoszeniowa. Prace nadesłane z całego świata przez autorów indywidualnych, grupy i agencje artystyczne oceniane będą w dwóch kategoriach: plakaty powstałe w okresie od 2012 do 2013 roku i Złoty Debiut im. Henryka Tomaszewskiego (studentów i absolwentów uczelni artystycznych do 2 lat po dyplomie). Spośród tysięcy prac komisja kwalifikacyjna wybierze kilkaset, które zobaczymy później w Muzeum Plakatu i wielu galeriach Warszawy (wystawy towarzyszące Biennale potrwać do września).

第24届国际海报双年展是今年华沙最重要的艺术活动之一，本届双年展的开幕式将于2014年6月7日在维拉诺夫海报博物馆隆重举行。今年入选的作品有两千余件，其中几百件作品出自中国设计师之手。

华沙海报博物馆馆长Mariusz Knorowski先生说：越来越多中国的海报入选双年展。我们认真关注这个趋势，因为中国平面设计师的海报艺术水平越来越高，赢得了尊重。

海报博物馆的Jacek Szlegejd先生说：来自中国的参赛者大部分是年轻人，本次双年展对他们大部分来说是今年第一个国外比赛。一些展品模仿世界著名海报大师的风格，但许多展品已形成自己成熟、有趣、独特的风格。来自中国的设计师Zheng Benggian的作品获得了2012年第23届华沙国际海报双年展思想类铜奖。在第22届国际海报比赛中来自中国的Lee Bob获得了金首秀奖。来自中国目前定居德国的He Jianping设计师是历届海报展多次获奖者。今年比赛的结果如何，让我们6月份拭目以待。

根据规则，作品提交截止日期至2月底。评委会将对来自世界各地的设计师、设计团队及设计机构送交的作品评出两个类别的奖项：2012年至2013年年度最佳作品和亨利·托马耶夫斯基奖学金（面向美术学院在校学生和两年内毕业的毕业生作品）。评委会将从几千件入围作品中选择数百件在华沙海报博物馆及其他华沙展览馆内展出，展览将持续到9月份。

Międzynarodowe Biennale Plakatu zostało zapoczątkowane w 1966 r. i było pierwszą tego typu imprezą na świecie. Co dwa lata podsumowuje dorobek uznanych plakacistów, a jednocześnie jest szansą dla młodych artystów do zaprezentowania się w kategorii Złoty Debiut. Konkurs objęty jest stałym patronatem Międzynarodowej Rady Stowarzyszeń Grafików Projektantów ICOGRADA.

第一届波兰华沙国际海报双年展于1966年举行，是世界上最早的此类展览。两年一次的展览总结全球著名海报艺术家的成就，并且通过设立金首秀奖给年轻艺术家们创造首次展示自己的作品的机会。ICOGRADA国际平面设计协会是历届展会的赞助者。



1.



3.



2.



4.

Plakaty chińskich grafików

1. „Jak u mamy”
autor: Pin Gao
2. „Moje Chiny”
autor: Lee Bob
3. „Czerwona recepta”
autor: Banngian Zeng
4. „Chiny 1911 Revolution”
autor: Dawang Sun

Reprodukcje udostępnione przez Muzeum Plakatu w Wilanowie.

Najsłynniejszymi laureatami tego konkursu są m.in.:
 双年展获奖者中不乏世界著名的设计师:
 Andy Warhol, Hiroshi Tanaka, Kazumasa Nagai, Hans Hillmann, Pierre Bernard, Shigeo Fukuda, Ikko Tanaka, Uwe Loesch, Milton Glaser, Andre Francois, Mitsuo Katsui, Andriej Logvin, Paul Davis, Aleksander Faldin, Henryk Tomaszewski, Jan Lenica, Roman Cieśliewicz, Jan Sawka, Jan Młodożeniec, Waldemar Świerzy, Franciszek Starowieyski. 等人的作品。

Muzeum Plakatu w Wilanowie powstało w 1968 roku, jako oddział Muzeum Narodowego w Warszawie. Na siedzibę wybrany został teren dawnej ujeżdżalni należącej do kompleksu zabudowań pałacu w Wilanowie. Pierwszą wystawą otwierającą była prezentacja prac laureatów 1. Biennale z 1966 r. Oprócz cyklicznych imprez, jak Międzynarodowe Biennale Plakatu i Salon Plakatu Polskiego mają tu miejsce wystawy autorskie i tematyczne, a także spotkania z wybitnymi grafikami oraz koncerty. Placówka może pochwalić się kolekcją plakatu artystycznego liczącą 60 tys. tytułów, w tym wiele prac chińskich grafików, najwięcej w kolekcji plakatu propagandowego z lat 50. i 60. (www.postermuseum.pl)

华沙维拉诺夫海报博物馆成立于1968年，作为波兰国家博物馆的分馆，前身是维拉诺夫夏宫的马术练习场。成立后的首次展览中展示了1966年第一届双年展获奖者的作品。除了周期性的活动如国际海报双年展和波兰海报沙龙以外，海报博物馆还会举办个人艺术作品展和主题展览，并且组织与著名平面设计师的会面和音乐会。博物馆拥有六万多艺术海报，其中有许多中国平面设计师的作品，尤其是五、六十年代时期的海报最多。 (www.postermuseum.pl)

Sukces polskiej rzeźby „Objawienie” w chińskim Harbinie

波兰雪雕作品“启示”在哈尔滨的成功



- Konkursy tego typu to swoisty mariaż sztuki i sportów ekstremalnych. Bez zgranego, rozumiejącego się zespołu nie można nic osiągnąć. Oprócz projektu i idei, które trzeba umieć zrealizować w ekstremalnie trudnych zimowych warunkach, najważniejsza staje się umiejętność pracy w zespole. Tylko dzięki wspólnemu zaangażowaniu wszystkich członków zespołu możliwy był nasz wspólny sukces - mówi Tomasz Kocłęga, twórca projektu artystycznego rzeźby.

Autorzy 作者: Jarosław Bagiński, Tomasz Kocłęga, Bartłomiej Bala, Piotr Proba, Wojciech Majewski.

Festiwal Lodu i Śniegu w Harbinie jest unikalnym przedsięwzięciem artystycznym z wykorzystaniem ulotnego tworzywa, jakim jest śnieg, oraz największą tego typu imprezą na świecie. Poza lodowym miasteczkiem rozrywki oraz parkami Sun Island i Zhaolin Park organizowane są w ramach tego festiwalu profesjonalne konkursy rzeźb w śniegu i lodzie.

W bieżącym sezonie zimowym 2013/2014 odbył się już 30. Festiwal Lodu i Śniegu, w trakcie którego po raz pierwszy w historii konkursu rzeźb w śniegu (19th Harbin International Snow Sculpture Competition) uczestniczyła polska ekipa.

Stało się to dzięki inicjatywie dwóch osób, a mianowicie Wojciecha Majewskiego, dyrektora Festiwalu Kręgi Sztuki, oraz Jarosława Bagińskiego, wiceprezesa Polsko-Chińskiej Rady Biznesu, który jednocześnie podjął się zadania organizacji wyjazdu do Harbinu i udziału naszej ekipy w konkursie.

Z rekomendacji Wojciecha Majewskiego, tego trudnego i ambitnego wyzwania artystycznego, podjął się znany artysta rzeźbiarz monumentalista i pracownik dydaktyczny w ASP w Katowicach Tomasz Kocłęga. Do swojego zespołu zaprosił utalentowanych młodych artystów, absolwentów ASP w Katowicach – Bartłomieja Bałę oraz Piotra Probę. Należy podkreślić, że wyprawa do Harbinu doszła do skutku dzięki sponsoringowi firmy Bakoma sp. z o.o. (przy istotnej pomocy Artura Krystka), która w większości sfinansowała wyjazd do Chin.

Nie można też nie wspomnieć o świetnej organizacji konkursu i stworzeniu przyjaznej atmosfery przez chińskich organizatorów, którymi były władze miasta Harbin. W tym miejscu chcielibyśmy serdecznie podziękować Pani Catherine WANG Ning.

Czterooosobowa polska ekipa w ciągu niecałych czterech dni (31 grudnia 2013 – 3 stycznia 2014) musiała stworzyć swoje dzieło, mając do dyspozycji blok śniegu o wymiarach 4m x 3m x 3m.

Rzeźbienie w takim materiale z ograniczeniem czasowym przypomina hybrydę sportu ze sztuką, niebezpieczną mieszankę wzmożonego wysiłku i kontemplacji – mówi Bartłomiej Bala, asystent artysty.

W konkursie brało udział 17 zespołów z 9 krajów. Obok Polaków swoje śniegowe koncepcje rzeźbili artyści z Chin, Rosji, Korei Płd., Nowej Zelandii, Australii, W. Brytanii, Japonii i Szwajcarii.

Artystów nie rozpieszczała pogoda. Trzydzieści pięć stopni mrozu to standardowa temperatura o tej porze w Heilongjiang, najbardziej wysuniętej na północ prowincji Chin.

Koncepcja Tomasza Kocłęgi zakładała realizację rzeźby przedstawiającej wbitą z wielką siłą, obróconą do góry nogami, ludzką głowę. Trzeba podkreślić, że polska rzeźba wyróżniała się formą artystyczną od większości pozostałych prac, których autorzy położyli nacisk na chińskie motywy (np. w związku z Rokiem Konia) i precyzyjność wykonania, głównie ażurowych elementów. Polska propozycja jest znacząco inna. Masywna, ale zarazem dynamiczna głowa przypomina meteoryt, który uderzył w Ziemię. Z tyłu głowy wspina się człowiek, który niczym alpinista próbuje zdobyć szczyt. Jest to symboliczne nawiązanie do ludzkich zdolności przezwyciężenia wszelkich ograniczeń, za sprawą których dokonał się postęp naszej cywilizacji. Czy słusznie? Pytanie to Twórca pozostawia otwarte.

Miarą popularności polskiej rzeźby było duże zainteresowanie chińskich mediów (czego potwierdzeniem były artykuły prasowe i informacje w mediach elektronicznych) i publiczności. W sumie ukazało się co najmniej 20 informacji o udziale polskiej ekipy w konkursie, tak w chińskich mediach, jak i potem w polskich i międzynarodowych.

Polacy pozostawili po sobie w ulotnym tworzywie, jakim jest śnieg, trwałe ślady i pokazali, jak człowiek nawet w ekstremalnych warunkach potrafi wnieść w zimową przestrzeń poezję, niewyrażoną słowami.

Ukoronowaniem wizji artystycznej Tomasza Kocłęgi i pracy całego zespołu było przyznanie polskiej ekipie nagrody „Best Creativity Award”, co niewątpliwie należy uznać za ogromny sukces polskiej sztuki.

Zachęcona tym sukcesem polska ekipa rozważa w następnych latach udział w podobnych imprezach – poza Harbinem – we Włoszech, w Japonii, USA i Kanadzie. ■

Harbin Ice and Snow Festival is the world's largest ice and snow art festival. Besides the Ice Paradise, Sun Island and兆麟公园 (Zhaolin Park) ice lantern art festival, the festival also includes international ice sculpture and snow sculpture competitions.

This year the Polish team participated for the first time in the 30th Harbin Ice and Snow Festival and the 19th International Snow Sculpture Competition.

The Polish team's participation was organized by Wojciech Majewski, Director of the Circle of Art Festival, and Jarosław Bagiński, Vice President of the Polish-Business Association in Harbin.

According to Wojciech Majewski's recommendation, by the Polish famous sculptor, Katowice Art Academy Professor Tomasz Kocłęga and two young artists who graduated from Katowice Art Academy, Bartłomiej Bala and Piotr Proba, the Polish snow sculpture team was formed.

With the help of Artur Krystek, the team was able to cover the expenses of the artists' trip to Harbin.

Particular thanks go to the organizers of this event, the Harbin City Government, Catherine WANG Ning, for her support in organizing the snow sculpture competition, which was a great success and filled with a friendly atmosphere.

The team of four Polish artists, formed in December 31, 2013, completed their unique snow sculpture within four days, using a 4m x 3m x 3m block of snow.

“Using such materials, completing the sculpture within a limited time is a combination of art and sport, a mix of vitality and contemplation,” said Bartłomiej Bala.

“This competition is like a mix of art and extreme sports. It requires good teamwork, otherwise it's impossible to achieve anything. In addition to completing the design concept under extreme winter conditions, teamwork is the most important. All team members must work together for us to succeed.” – Snow sculpture designer Tomasz Kocłęga summarized.

In addition to Poland, there were also teams from China, Russia, Korea, New Zealand, Australia, Britain, Japan and Sweden. A total of 17 teams participated in this competition.

The cold weather was also a challenge for the artists.零下三十五度 (minus 35 degrees Celsius) is the normal temperature in the northernmost province of Heilongjiang.

Tomasz Kocłęga's design of the snow sculpture was a head standing upside down, with the head being hit by a hammer from the ground. The shape of the Polish snow sculpture was very distinctive. Other artists' sculptures were mostly Chinese-themed, such as the design related to the Year of the Horse.

The Polish snow sculpture was completely different. The dynamic head looked like a meteorite hitting the Earth. A person was climbing up the back of the head, as if they were climbing the mountain. This sculpture is a metaphor for human overcoming limits and promoting the progress of civilization.

The artist only proposed but did not answer the question: Is this behavior correct?

Chinese media and audiences were very interested in the Polish snow sculpture. In China, Poland, and the media in Poland, there were nearly 20 articles about the Polish snow sculpture team's report. Polish artists left lasting traces in the snow, which is a material that is easy to change. It proves that even in the extreme conditions of winter, one can create poetry that cannot be expressed in words.

The Polish team's work “Revelation” won the Best Creativity Award in the snow sculpture competition, which is a recognition of Tomasz Kocłęga's artistic vision and the Polish team's efforts.

Due to the success of this competition, the Polish team is considering participating in similar competitions in Italy, Japan, the USA and Canada. ■

Industrial and Commercial Bank of China (Europe) S.A. (Spółka Akcyjna) Oddział w Polsce



Industrial and Commercial Bank of China (ICBC) jest największym na świecie notowanym na giełdzie bankiem pod względem wartości depozytów, zysków i wartości marki. Posiada również doskonale rozwiniętą bazę klientów i zróżnicowaną strukturę biznesową. Cechą charakterystyczną banku jest jego innowacyjność i wysoka konkurencyjność na wszystkich rynkach, na których działa. Bank ICBC oferuje kompleksowe produkty i usługi finansowe dla 4,37 milionów klientów korporacyjnych i 292 milionów klientów indywidualnych. ICBC sprzedaje swoje produkty i usługi za pośrednictwem sieci dystrybucyjnej składającej się z ponad 16 tysięcy placówek w Chinach, 252 placówek zagranicznych i niemal 1 700 banków partnerskich na całym świecie. Bank oferuje również usługi e-bankowości w ramach sieci internetowych i telefonicznych usług oraz samoobsługowych centrów bankowych. Razem stanowią ponadrynkową, międzynarodową strukturę, która skupia się na bankowości komercyjnej i utrzymaniu wiodącej pozycji ICBC wśród banków komercyjnych.

„Sezon Promocji” na przelewy przez bankowość internetową w oddziale Warszawskim ICBC

Wszyscy Klienci otwierający konta i rejestrujący bankowość internetową w okresie między styczniem a grudniem 2014 r. mają szansę dostać upominek. W czasie promocji wszelkie przelewy na terenie Polski i EUR przelewy w strefie SEPA będą bezpłatne, a przelewy międzynarodowe o połowę tańsze. Zainteresowane osoby prosimy o kontakt: tel. +48 22 278 80 66

Industrial and Commercial Bank of China (Europe) S.A. (Spółka Akcyjna) Oddział w Polsce otrzymał zgodę Komisji Nadzoru Finansowego na prowadzenie działalności w dniu 20 marca 2012 roku, jako pierwszy bank chiński zarejestrowany w Polsce jest jednocześnie pierwszym oddziałem ICBC w Europie Środkowej. Wiodąca pozycja rynkowa ICBC umożliwia oferowanie szerokiej gamy produktów i usług finansowych, m.in. prowadzenie rachunków bankowych, dokonywanie przelewów i rozliczeń międzynarodowych oraz finansowanie handlu.

Polski Oddział ICBC realizuje międzynarodową strategię banku. Stanowi to gwarancję najwyższego poziomu obsługi klientów w zakresie bankowości korporacyjnej i detalicznej. Poza zapewnianiem klientom kompleksowych usług bankowych, celem ICBC jest stworzenie pomostu między Polską a Chinami, który przełoży się na rozwój obustronnych kontaktów i polsko-chińskiej współpracy gospodarczej.



Plac Trzech Krzyży 18, 00-499 Warszawa
tel. +48 22 278 80 66 www.icbcpl.com