Apr 2011.04.27 04:15 Page 20

Kína az új magyar külgazdasági stratégiában

Majoros Pál

A tanulmány bevezető részében a szerző bemutatja az új magyar külgazdaság-politika és -stratégia alapvető rendezőelveit. Rámutat, hogy az EU közös kereskedelempolitikájának átvétele módosította a magyar külgazdasági politika mozgásterét és lehetőségeit. A gazdasági válság következtében a világgazdasági súlypontok azonban átrendeződtek: a kelet-ázsiai térség vált a világ legdinamikusabban fejlődő régiójává. Ezért a magyar gazdaságban a külkereskedelmi partnerszerkezet földrajzi átalakítására, új súlypontok képzésére van szükség. A szerző véleménye szerint Kína lehet egy jövőbeli súlypont. Két tényező is indokolja potenciális szerepe növekedését: egyrészt gyors növekedése húzóerejét jó lenne nekünk is kihasználni. Másrészt a térség kereskedelmi jelentőségét növeli, hogy igen nagy a kereskedelmi deficitünk a régióval, benne Kínával (ez az EU egészére elmondható). A tanulmány az EU–Kína viszony elemzését követően részletesen bemutatja a magyar–kínai kapcsolatok politikai, gazdasági-kereskedelmi, működőtőke-vonatkozásait. Ezután elemzi Kína szerepét a magyar külgazdasági stratégiában: bemutatja a stratégiai célokat és azok megvalósításának feltételeit.

A nemzeti gazdaságpolitika egyik legfontosabb feladata a külgazdasági kapcsolatrendszer feltárása, feltérképezése, és ezek tükrében vizs-

MAJOROS PÁL C.Sc, intézetvezető főiskolai tanár, Budapesti Gazdasági Főiskola, Külkereskedelmi Főiskolai Kar, Jean Monnet Chair (Majoros.Pal@kkfk.bgf.hu).

Apr 2011.04.27 04:15 Page 21

gálni a világgazdasági illeszkedés lehetőségeit, miként jét. A gazdaságpolitikán belül elkülönült külgazdaság-politika foglalkozik ezekkel a kérdésekkel. Célja a komparatív és a kompetitív előnyök kihasználása, a nemzetgazdaságnak a külső környezet követelményeihez való alkalmazkodása miként jének, a szükséges eszközrendszernek a feltárása, elfogadtatása.

Az országoknak gazdasági, benne az ehhez szervesen kapcsolódó külgazdasági stratégiát kell kialakítani. A stratégia kialakítása során a gazdasági folyamatokat komplexitásában, rendszer-összefüggéseiben kell vizsgálni. A következő szempontokra kell ügyelni a stratégia készítésekor[1]:

– A gazdasági folyamatokat nem szabad kiszakítani a társadalmi-politikai összefüggéseiből. A gazdasági döntésekben nem csak a közvetlen haszonmotiváció játszik szerepet, hanem a hosszabb távú társadalmi érdekek érvényesítése (pl. munkahelyteremtés).

– A világban és az országban lezajló folyamatokat történelmi, nemzetközi, társadalmi összefüggéseiben kell értékelni és figyelembe venni. Érdemes odafigyelni a tapasztalatokra: mind a történelmi tapasztalatokra, mind a nemzetközi, más országok tudományosan feltárt eredményeire.

– A külgazdasági és a belgazdasági folyamatok mesterségesen nem szakíthatók szét: csak az lehet a nemzetközi porondon is versenyképes, aki a hazai gazdaságban is versenyképes.

– A makro, mezo és a mikro szint összefüggései is kiemelt figyelmet érdemelnek: sikeres vállalatok nélkül nem lehetséges sikeres nemzetgazdaság. Kiemelt feladat tehát a vállalatok feltételeinek javítása.

– Az ágazati szemlélet helyett a termelési kultúrára, a komplex szektorokra kell a hangsúlyt fektetni.

– A stratégia kialakításában az időtávok alakítására is figyelni kell. A közép- és hosszú távú elképzelések bizony gyakran a rövid távú kényszerek fogságában formálódnak. De mindenképpen szükséges egy cél, egy olyan pozitív jövőkép, amelyhez tartani szeretnénk, amelynek megfelelően óhajtjuk felépíteni a jövőt. Ehhez meg kell fogalmaznunk az állami szerepvállalás miként jét, eszközeit.

A MAGYAR KÜLGAZDASÁGI STRATÉGIA ALAPKÉRDÉSEI[2]

A nemzetközi méretekben is erősen nyitott magyar gazdaság fejlődését meghatározzák a külső feltételek és az ország külső kapcsolati rendsze-

Apr 2011.04.27 04:15 Page 22

re. A 2008. évi világgazdasági válság megváltoztatta a világgazdaság feltételrendszerét. A válság a nagy, zártabb gazdaságokat kevésbé, a nyitott gazdaságokat erősen érintette, és világossá tette, hogy a feltörekvő gazdaságok, különösen a BRIC-országok világgazdasági súlya és szerepe erőteljesen megnőtt. Az OECD-előrejelzések szerint 2010–2011-től a világkereskedelem a világgazdaság termelésétől gyorsabban bővül, ami alapjában kedvező környezetet jelent a magyar gazdaságnak. Sajnos az EU a világ átlagától kissé elmaradva növekszik (bár az új tagállamok azt meghaladóan gyorsulnak).

A kivitel közel 90%-a hazánk kb. 1500 km-es átmérőjű körzetében realizálódik.

A válság világgazdaságot átalakító hatásai mellett figyelembe kell venni az elmúlt években kialakult problémákat is. A magyar export mind földrajzi, mind az exportáló vállalatok szerint is erősen koncentrált. A kivitel közel 90%-a hazánk kb. 1500 km-es átmérőjű körzetében realizálódik. Megközelítően 80%-a az EU tagállamaiba irányul (tehát függünk a közösségen belüli viszonyoktól, változásoktól), illetve a kivitel több mint háromnegyede a hazánkban megtelepedett multinacionális cégekhez köthető. Az elmúlt évtizedben Magyarország versenyképessége szinte minden mutató alapján romlott: részben ez is oka annak, hogy a működőtőke-beáramlás csökkenő, míg a tőkeexport növekvő tendenciájú.

A magyar külgazdasági stratégia feladata a világgazdasági válság és az elmúlt évek negatív jelenségeire adandó kielégítő válasz. Ezért elsődleges célja a hazai gazdaság nemzetközi munkamegosztásba való hatékony bekapcsolódásának elősegítése, a nemzetközi versenyképességi pozíció javítása, ezek segítségével a gazdasági helyzet javítása. A magyar gazdaság mint kis, nyitott gazdaságú ország szempontjából evidencia az exportorientált gazdasági stratégia. Alapcélunk tehát az export növelése, amely a gazdaság minden területére pozitívan hat (munkahelyteremtés, adó- és járulékbevételek növekedése), segíti a gazdaság külső egyensúlyának javítását. A külgazdasági stratégia kiemelt figyelmet fordít a külföldi közvetlen működőtőke-befektetésekre is, melyek exportnövelő hatásuk mellett szintén javítják az elhelyezkedési lehetőségeket, növelik a költségvetési bevételt, javítják az ország technikai színvonalát.

A külgazdasági prioritások hazánk EU-csatlakozásával nem módosultak, azonban megváltozott a megvalósítás feltétel- és eszközrendszere.

Apr 2011.04.27 04:15 Page 23

A közös kereskedelempolitika átvétele módosította a magyar külgazdasági politika mozgásterét és lehetőségeit.

1. Az EU a világgazdaság legnagyobb globális szereplője, s egy ilyen közösségben való taggá válás jelentős mértékben megnövelte Magyarország tárgyalási alkuerejét, amelynek eredményeként eltűnt a kis ország kontra nagy ország közötti aszimmetria a tárgyalási alkuerőben. A nemzeti érdekeket a közösségi mechanizmusokon keresztül érvényesíthetjük. A Közösségen belüli érdekérvényesítés komoly tárgyalási, konzultációs többletet igényel, a szolidaritási elv figyelembevételét, de felvállalva az esetleges konfliktusokat is. A Közösségen kívüli érdekérvényesítésben megnő annak jelentősége, hogy az EU tagjaiként, a Közösség is kiáll érdekünkben, vagyis integrált érdekérvényesítés vált lehetővé.

2. A Közösség külgazdasági szerződésrendszerébe tartozó országokban a magyar vállalatok és áruk piacra jutási feltételei javultak. Az EU 130-140 országgal alakított ki bilaterális módon viszonos vagy nem viszonos preferenciális kapcsolati rendszert (pl. Európai Gazdasági Térség, Euro-Mediterrán Megállapodások, Európa Megállapodások, egyéb szabadkereskedelmi megállapodások pl. ASEAN, Mexikó stb., a Cotonoui Megállapodás az ACP országokkal), és ez kedvezőbb piacra jutási lehetőségeket biztosíthat a hazai vállalati körnek. A nemzetközi szervezetek (WTO, IMF, IBRD) körében az érdekérvényesítésben az EU jár el helyettünk (természetesen részt veszünk a tárgyalásokon, de a közösség együtt szavaz a döntési eljárásokban).

3. A külgazdasági eszközrendszer sokat változott. Az Európai Unión belüli gazdasági kapcsolatokra az egységes belső piac jogszabályi rendszere vonatkozik. Az Európai Unión belüli (kül)kereskedelem dominanciája miatt a közös külgazdasági-kereskedelmi politika a magyar külkereskedelemnek csupán kb. 25 százalékát befolyásolja.

4. A harmadik országokkal folytatott kereskedelmi kapcsolatok esetében az importszabályozás teljes egészében közösségi hatáskörbe került. Tehát a közös vámpolitika határozza meg a vámtételeket, szabályokat és importpolitika egészét. A piacvédelem kikerült a magyar szabályozási körből, ezen a téren semmilyen önállóságunk nincs. Ez érthető is, mert az importált termék nem egyszerűen a magyar piacra kerül, hanem az egységes belső piacra.

5. Az EU-tagság következtében a közös kereskedelempolitika átvétele meghagyta a magyar külgazdaság-politikán belül a kereskedelemfej-

Apr 2011.04.27 04:15 Page 24

lesztés (exportösztönzés), az idegenforgalom és a befektetési politika viszonylagos önállóságát. Ezért ennek az export fokozására, az idegenforgalom serkentésére és a működőtőke-beáramlás ösztönzésére kell koncentrálnia.

Az Európai Unión kívüli kereskedelem súlypontjai

Az Európai Unión belüli külkereskedelem dominanciája miatt a magyar külkereskedelemnek mindössze kb. 25 százaléka realizálódik az EU-n kívüli kapcsolatokban (az export 20, az import 30%-a). Az exportösztönzés politikája részben megmaradt nemzeti hatáskörben (más multilaterális megállapodások a keretfeltételeket természetesen befolyásolják), ezért a magyar külgazdaságpolitikának lehetősége van súlypontokat képezni, vagyis az exportnövelést a partnerstruktúra módosításával is javítani lehet. A gazdasági válság következtében a világgazdasági súlypontok kissé átrendeződtek: a kelet-ázsiai térség vált a világ legdinamikusabban fejlődő régiójává. Ezeket a változásokat a magyar gazdaság sem hagyhatja figyelmen kívül: egy kis ország nem építhet minden irányba kapcsolatokat. A külkereskedelmi partnerszerkezet földrajzi átalakítására, új súlypontok képzésére van szükség, ami potenciális exportbővítéssel jár. A súlypontok képzésében a következőkre kell figyelemmel lenni:

– Meg kell próbálni növelni az értékesítést azon régiókban, ahol jelentős a magyar kereskedelmi passzívum.

– További erőfeszítéseket kell tenni azon országokban, ahol jelenleg is aktívum van.

– Célszerű a magasabb növekedési ütemű országokkal építeni a kapcsolatokat, abban a reményben, hogy gyors növekedésük húzóerőt jelent a kapcsolatainkban.

– Új piacokat kell találni (fejleszteni) az EU külkapcsolati megállapodásainak figyelembevételével. A lehetőségek felmérése után ki kell használni a szabadkereskedelmi és preferenciális megállapodások adta lehetőségeket.

– Bővíteni, javítani kell a kapcsolatokat azon európai országokkal, amelyek közép-, hosszú távon az EU tagjaivá válhatnak. Ez rövid távon is előnyös lehet, de közép-, hosszú távon a már piacon levő szereplőknek feltétlenül jó lesz.

Apr 2011.04.27 04:15 Page 25

Az EU további bővülése és az európai szomszédsági politika felértékeli a magyar külgazdasági politika 1000–1500 km-es akciórádiuszába tartozó országokat. (Kiemelt figyelmet érdemelnek a szomszéd országok, vagyis a Kárpát-medence országai, melyek súlya a magyar külkereskedelemben az elmúlt 20 évben megduplázódott: egy részük már EU-tag, a többiek taggá szeretnének válni. Különösen a kkv-k számára fontosak, amelyek akciórádiusza kb. 500 km.)

A hosszú távon feltáruló lehetőségek a déli és keleti irányt emelik ki közvetlen környezetünkből, illetve az ázsiai és az észak-amerikai térséget. A súlypontképzésben az ország politikai kapcsolatait, politikai tőkéjét is célszerű számításba venni. Ezek alapján négy súlypont alakítható ki:

1. A szomszédos országok, kiemelten a Balkán országai, amelyek potenciális közösségi tagok.
2. Kelet-Európa, különös tekintettel Oroszországra és Ukrajnára.
3. Az ázsiai térség, benne Kína, India, az ASEAN-országok, továbbá Japán és Dél-Korea.
4. A NAFTA-országok, különösen az USA.

Természetesen figyelni kell a világ többi részére is, de ezek a fenti régiók potenciális lehetőségeket hordoznak.

Az ázsiai térség: Kína, India, az ASEAN-országok, továbbá Japán és Dél-Korea

A felsorolt országok az elmúlt néhány évtizedben a világ leggyorsabb fejlődését valósították meg. Japán az ötvenes évek végétől a kilencvenes évek elejéig, Dél-Korea és az ASEAN-országok a hetvenes évektől kis megingással napjainkig, Kína a nyolcvanas évektől, míg India a kilencvenes évek közepétől napjainkig nagyon gyors (évi átlagos 8–10%) növekedést mutat fel. Két tényező is indokolja potenciális szerepük növekedését: egyrészt gyors növekedésük húzóerejét jó lenne bizonyos mértékig nekünk is kihasználni. Másrészt a térség kereskedelmi jelentőségét növeli, hogy igen nagy a kereskedelmi deficitünk a régióval (ez az EU egészére elmondható). Fontos megemlítenünk a bővülő tőkemozgások jelentőségét is: egyre több ázsiai tőke jelenik meg hazánkban. Úgy vélem, hogy ezek meggyőzően bizonyítják a régió kiemelt kezelését, sőt felvetik, hogy az EU Ázsia-stratégiájára alapozva célszerű lenne elkülönült magyar Ázsia-stratégiát kialakítani, benne kiemelt figyelmet

Apr 2011.04.27 04:15 Page 26

fordítva a megjelölt országokra. Az EU preferenciális megállapodást kötött az ASEAN-országokkal, 2010-ben aláírták Dél-Koreával az ipari szabadkereskedelmi megállapodást; Japán, Kína és India esetében a WTO multilaterális keretei biztosítják a külkereskedelem feltételrendszerét (ez azt jelenti, hogy Kína és India bizonyos termékekre GSP-kedvezményt kaphat). Jelen tanulmányban Kínára, a magyar–kínai kapcsolatokra koncentrálunk.

KÍNA HELYE ÉS SZEREPE HAZÁNK KÜLGAZDASÁGI KAPCSOLATAIBAN

Miért éppen Kína, vetődik fel a kérdés! Azért, mert Kína az elmúlt harminc évben kiemelkedő fejlődést mutatott. A GDP 1985 és 2010 között évi átlagban 10%-kal nőtt (pl. 2005 és 2010 között megduplázódott a kínai gazdaság teljesítménye), így Kína a világgazdaság harmadik legnagyobb termelője (az EU-t és az USA-t követően, sőt ha csak az országokat nézzük, akkor már a második). WTO-csatlakozását követően (2001) ugrásszerűen nőtt külkereskedelme: a harmadik legnagyobb kereskedő-hatalom és 2007-től a legnagyobb exportőr a világban (megelőzve Németországot és az USA-t). Átalakulóban van termelési és exportszerkezete is: a hagyományosnak mondható könnyűipari termékek mellett arányában egyre jelentősebb a fejlett iparcikk kivitele. A nyersanyagigényes ágazatok visszaszorulóban vannak, és dinamikusan növekszik a magas technológiaigényű iparágak (pl. gépipar) súlya. Igaz, hogy a munkaerő-igényes termelés továbbra is jelentős. A struktúraváltozás eredménye, hogy a kínai export szerkezete egyre közelebb van és hasonlít a fejlett országokéhoz. Pl. a világ laptoptermelésének 70–75%-a realizálódik az országban, de a félvezetők, chipek gyártásának nagy része is.

Kína a világ egyik legfontosabb befektetési célpontja lett (az elmúlt években átlagosan 80–100 Mrd USD érkezett Kínába), de az ezredfordulót követően a kínai tőke is aktivizálódott (a saját régióján kívül Fekete-Afrikában és Latin-Amerikában, de Kelet-Közép-Európában is megjelent, ha nem is nagy befektetésekkel). Kína devizatartalékai 2010 év végén meghaladják a 2840 Mrd USD-t: ez a nagy tartalék sajátos fenyegetés részben az USA, de a világgazdaság egésze irányában is.

Kína azonban továbbra is szocialista (ideológiáját tekintve marxista–leninista–maoista) országnak vallja magát, amely piacgazdaságot épít. A kínai gazdaság átmenetben van kettős értelemben is: egyrészt

Apr 2011.04.27 04:15 Page 27

tervgazdaságból a piacgazdaságba, másrészt az extenzív fejlődési útról az intenzívre. Kína egyértelműen exportorientált gazdasági stratégiát folytat: a GDP kb. egyharmadát exportálja, de a kivitel több mint felét külföldi tőkével működő vállalatok bonyolítják (Inotai, 2007, 5. o.). A világgazdasági válság kezelésének egyik következménye, hogy Kína ösztönzi a belső kereslet növekedését (a gyors növekedés fenntartása a cél), illetve imázsfejlesztésre költ. Így a 2008. évi sikeres olimpia rendezése, a 2010. évi világkiállítás mind a pozitív Kína-kép kialakítását szolgálják.

… nem az Egyesült Államoknak kell legjobban tartania a kínai áruktól, hanem az EU-nak …

Kínáról el kell mondani, hogy méltán büszke ötezer éves történelmére és kultúrájára, de évezredeken keresztül el volt zárva a világtól. Meghatározó a történelem és a hagyományok tisztelete, a kultúra és a technika fontossága. Az egész kínai társadalmat és gondolkodást áthatja a konfucianizmus, amely számunkra három fő jellemzőjét tekintve jelentős: nem individualista társadalom (a közösség, a csoport kiemelkedő szerepe); a rendszeren belül kell érvényesülni; de kell a „tisztelt vezető", ilyen volt a császár és ma a pártfőtitkár elnök, aki meghatározza a fő irányvonalat (Majoros, 2011).

Kína és az Európai Unió

Az Európai Unió 1975-ben vette fel a kapcsolatot Kínával, de az első igazán fontos momentum az 1985-ös EU–Kína Kereskedelmi és Együttműködési Egyezmény megkötése volt. Ezt az egyezményt váltotta fel 2007-ben az EU Kína-stratégiáját részletesen szabályozó Partnerségi és Együttműködési Megállapodás. Eltekintve a rendszeres kereskedelmi, politikai és gazdasági tárgyalásoktól 2010-ben 24 különféle szektorális megállapodás volt érvényben a két fél között, melyek a környezetvédelemtől kezdve az iparpolitikán át az oktatásig szinte minden területet lefednek.

Kína WTO-taggá válását követően már nem az Egyesült Államoknak kell legjobban tartania a kínai áruktól, hanem az EU-nak, ugyanis a kiemelkedően magas dinamikának köszönhetően 2005-től Kína lett az

Apr 2011.04.27 04:15 Page 28

EU–25 legjelentősebb külső szállítója, 2007-től pedig az EU–27 lett Kína legnagyobb kereskedelmi partnere, második helyre szorítva az Egyesült Államokat[3]. Mindezek eredményeként 2008-ra az EU és Kína között alakult ki a világgazdaság legjelentősebb bilaterális kapcsolatrendszere, jelentős kínai kereskedelmi többlettel. Folyamatosan modernizálódik a kereskedelem termékszerkezete is: a kínai kivitel jelentős része magas hozzáadott értékű termék, de érdemes tudni, hogy Kína gépipari szállításai az EU-ba nagyobb értékűek, mint az EU teljes exportja az országba. Komoly problémát jelent, hogy Kína megpróbálja kihasználni az EU-n belül meglévő vitákat, megosztottságot, vagyis egyre inkább az egyes országokkal levő bilaterális kapcsolatokra koncentrál. Az EU-nak ugyan van hivatalos Kína-stratégiája, de a tagállamok saját gazdasági érdekeik szerint cselekednek, melyet Kína kihasznál(hat). Az egyes tagállamok közül kiemelkedő Németország szerepe: az, hogy Németországban 2010-ben 3%-ot meghaladó GDP-növekedés volt, jelentős részben a kínai piac húzóerejének tudható be (erre nekünk is jó lenne felkapaszkodnunk). Az EU-kivitel közel fele Németországból származik. A német–kínai együttműködés több téren is túllépett az uniós kereteken.

A kétoldalú kereskedelmet hatalmas kínai többlet jellemzi. Az EU kivitele a behozatalnak kb. az egyharmadát éri el. Ez a deficit nem csupán

1. táblázat: Az EU kereskedelme Kínával 2003-2009 között (Mrd euró)[4]

Év	Import	Változás %-ban	Részesedés az EU importjából (%)	Export	Változás %-ban	Részesedés az EU exportjából (%)	Egyenleg	Forgalom
2003	106,22	–	11,36	41,47	–	4,77	–64,75	147,69
2004	128,69	21,2	12,52	48,38	16,6	5,08	–80,32	177,07
2005	160,33	24,6	13,59	51,82	7,1	4,92	–108,50	212,15
2006	194,83	21,5	14,41	63,79	23,1	5,50	–131,05	258,62
2007	232,62	19,4	16,24	71,86	12,7	5,79	–160,76	304,48
2008	247,60	6,6	15,80	78,40	9,2	6,00	–169,20	326,00
2009	214,10	–13,5	17,80	82,40	5,1	7,50	–131,70	296,50
Átl. éves növekedés		10,8			11,6			

Apr 2011.04.27 04:15 Page 29

az EU-t mint integrációt jellemzi, hanem valamennyi tagállamát – köztük természetesen Magyarországot – is. Az egyre igényesebb termékekből álló kínai kivitelt főleg az EU-ból származó tőkével, de Kínában gyártott termékek alkotják. Az EU elsődleges célja az óriási deficit csökkentése, ami több okból sem egyszerű. Elsősorban azért, mert a gazdasági válság csak tovább növeli az olcsó termékek iránti keresletet a fejlett országokban. Másodsorban pedig azért, mert amióta Kína is a WTO tagja lett, az egyetlen ütőkártyája az maradt, ha minél tovább elhúzza Kína piacgazdasági státusának elismerését (2010-ben megkapta). Ezzel ugyanis lehetősége marad – az egyébként gyakran alkalmazott – antidömping eljárások indítására, amit az esetek többségében meg is nyer. Ugyanakkor mindent megtesz, hogy Kína jobban nyissa meg előtte piacát[5], igyekszik kihasználni a működő tőke exportja révén az olcsó kínai munkaerő biztosította lehetőségeket is. Egyébként ezen a területen is van még hova fejlődni, hiszen annak ellenére, hogy az EU a világ egyik legnagyobb tőkeexportőre és Kína az egyik legnagyobb tőkeimportőre, Kínában mégis viszonylag csekély az EU-ból származó tőke szerepe.[6]

A jónak mondható kapcsolatok ellenére azért bőven találunk problémákat is. Kereskedelmi viták elsősorban a könnyűipar területén jelentkeznek, de több kifogásolható tényező akad Kína gazdaság- és kereskedelempolitikájával kapcsolatban is. Kína erősen védi a piacát, emellett hanyagul kezeli a WTO piacra jutás feltételeivel kapcsolatos szabályait. Ezeken túl ráadásul sajátságosan értelmezi a külföldi tőkére vonatkozó szabályokat, valamint a szellemi tulajdonjog védelmét, továbbá esetenként termékei minősége is kívánnivalót hagy maga után. A gazdaságpolitika területén is akadnak konfliktusok, ami elsősorban a jelentős kínai exporttöbbletből és a leértékelt kínai deviza exportösztönző szerepéből fakad, és hiányzik a megfelelő környezetvédelmi felelősségvállalás is (Majoros, 2008, 7. o.).

Az EU Kína-stratégiáját a minden területre kiterjedő Partnerségi és Együttműködési Megállapodás szabályozza (ez adja a fő keretét a magyar-kínai kapcsolatoknak is). Az EU érdekelt a kereskedelem fejlesztésében, de csökkenteni óhajtja jelentős deficitjét. Ennek érdekében mindent megtesz, hogy Kína jobban nyissa meg piacát (a WTO-megállapodás fokozatos piacnyitást ír elő), másrészt azonban igyekszik kihasználni a működő tőke exportja révén az olcsó kínai munkaerő biztosította lehetőségeket (Majoros–Kovács, 2001).

Apr 2011.04.27 04:15 Page 30

Magyarország és Kína politikai kapcsolatai

A magyar–kínai kapcsolatok több évtizedes múltra tekintenek vissza. Hazánk a rendszerváltás előtt, és azt követően is korrekt, jó kapcsolatot ápol Kínával.

1949. október 6. Magyarország és Kína felvette egymással a diplomáciai kapcsolatot, két nappal azután, hogy hazánk bejelentette, elismeri a KNK-t. Ezt követően a két nemzet magas rangú vezetői gyakran tettek látogatást egymásnál, és együttműködés alakult ki a két ország között.

… mi akkor vonulunk ki, amikor a világ befelé megy.

'50-es évek vége: Eltávolodás kezdődik. Meglazultak a kapcsolatok az ideológiai különbség elmélyülése miatt (nagy ugrás, kulturális forradalom). Az államközi kapcsolatok alacsony szinten, felfüggesztették a pártközi kapcsolatokat. A súrlódások megszaporodtak.

1978: A Kínában kezdődő reformok következtében újra közeledés figyelhető meg: tanulmányozzák a magyar új gazdasági mechanizmust.

1980-tól a két ország közös erőfeszítéseinek eredményeként lassanként normalizálódott a helyzet, és újra elkezdődött a kooperáció.[7]

1984: Jegyzőkönyv a Magyar–Kínai Gazdasági, Kereskedelmi és Műszaki-tudományos Együttműködési Bizottság létrehozásáról. Megsűrűsödtek a baráti látogatások, amelyek a magyar rendszerváltásig rendszeresek voltak.

1989–1992: A magyarországi rendszerváltás következménye a Nyugat felé fordulás. A magyar–kínai kapcsolatok kikerülnek a politikai gondolkodás központjából, ugyanakkor az akkor meglevő vízummentesség eredményeként sok kínai érkezik Magyarországra. (Figyelem: ekkor Kína már gyorsan fejlődik, a világból áramlik be a tőke, a fejlett világ fejleszti kapcsolatait, és mi akkor vonulunk ki, amikor a világ befelé megy. Pedig ekkoriban Magyarország a legismertebb kelet-közép-európai volt szocialista ország Kínában.)

1990: Kormányközi kereskedelmi egyezmény.

1991: Beruházásvédelmi és kettős adóztatást kizáró megállapodás.

1995: Vám-együttműködési megállapodás, melynek eredményeként 1998-tól fejlődésnek indulnak a kereskedelmi kapcsolatok.

Apr 2011.04.27 04:15 Page 31

1996–2002: Magyarország NATO- és EU-csatlakozási törekvései, illetve csatlakozása miatt nem fordul elég figyelem Kína felé, pedig ekkor már száguld a „kínai expressz".

2003: A kínai–magyar kapcsolatok új időszámítása 2003 augusztusában kezdődött. Az esemény Medgyessy Péter hivatalos miniszterelnöki látogatásához kötődik, aki magyar miniszterelnökként 44 év után először tett látogatást Kínában. A látogatás alatt a felek feleleventették kihűlt kapcsolataikat és megállapodtak, hogy Magyarország adottságai alapján Kína közép-európai regionális gazdaságfejlesztési központjává válhat. Turisztikai szempontból fontos, hogy megkaptuk Kínától az ADS[8] (jóváhagyott célország) státust (ekkor csak 3 EU-ország kapta ezt meg, de 2004-től valamennyi tagállam).

2004–2010: Alig egy hónappal Magyarország EU-csatlakozását követően Hu Jintao kínai államfő hivatalos látogatást tett hazánkban. Ekkor Közös Nyilatkozatot adtak ki, amelyben partnerségi szintre emelték a bilaterális kapcsolatokat, és aláírták a két ország közötti Gazdasági Együttműködési Megállapodást, valamint innentől kezdve rendszeressé váltak a kölcsönös magas szintű látogatások is. Számos kulturális, tudományos, technológiai és oktatási megegyezés jött létre Magyarország és a KNK között, benne a magyar–kínai két tannyelvű iskola megalapítása 2005-ben.[9]

2007–2008: „Magyar évad Kínában!" Magyar kulturális események, gazdasági találkozások, vagyis hazánk bemutatkozása.

2010: Orbán Viktor miniszterelnöki látogatása Kínába megerősítette, hogy továbbra is nyitottak vagyunk a pragmatikus kapcsolatok fejlesztése terén.

A 2003-tól kezdődő időszak komoly politikai, gazdasági sikereket hozott a kapcsolatokban: a már említett kínai iskola mellett meg kell említeni az ELTE-n létrehozott Konfuciusz Intézetet, a Budapest–Peking légi járatot (egyedüli Közép-Európában), a Bank of China budapesti leányvállalatát. 1998 és 2010 között megsokszorozódott a kereskedelmi forgalom (a válság éveiben is bővült a magyar kivitel), igen jelentős kínai többlettel, és ha csekélyebb mértékben is, de a tőkemozgások is elkezdődtek. A magyar gazdasági szektor értékeli a változásokat, így pl. a Magyar Kereskedelmi és Iparkamarán belül magyar–kínai tagozatot hoztak létre, majd ebből alakult ki a Magyar–Kínai Gazdasági Kamara.

Apr 2011.04.27 04:15 Page 32

Gazdasági-kereskedelmi kapcsolatok

A '90-es években a jó politikai kapcsolatok csak mérsékelten tükröződtek a gazdaságban. Magyarország kereskedelmi kapcsolatát Kínával az export és import közötti szakadék elmélyülése, a deficit jellemezte és jellemzi. A kapcsolatok fejlődésében a fordulópont Kína WTO-csatlakozása (ezért két szakaszra bontottam a kereskedelmi kapcsolatok elemzését). 1995 és 2000 között dinamikusan nőtt a kínai export (közel nyolcszorosára). 1999-ben a magyar export Kínába 71 millió USD, míg a kínai export hazánkba ennek 8,5-szeresére. 2000-ben a magyar export visszaesésével és az import növekedésével a különbség 22-szeresére nőtt. Az 1995 és 2001 közötti kumulált deficit pedig túllépte a 3000 millió USD-t. Ennek a helyzetnek a kialakulásában szerepet játszott az, hogy 1991-től a két ország a svájci frankban vezetett számlavezetésről – és utólagos elszámolásról – áttért a közvetlen dollárelszámolásra (ez a kereskedelmi mérleg passzívumát az 1994-es 1:9-es arányról 2000-re 1:23-ra növeli), valamint, hogy minimális figyelem irányult a kínai piacra, és az ezredfordulóig sem sikerült olyan termékkínálatot kialakítanunk, amely állandóan jelen lett volna a kínai piacon.

2. táblázat: A magyar–kínai külkereskedelmi forgalom alakulása 1995 és 2001 között

(értékek millió USD-ban)

	Import	Export	Forgalom	Egyenleg
1995	126	22	148	–104
1996	192	17	209	–175
1997	289	16	305	–273
1998	435	19	454	–426
1999	610	71	681	–539
2000	939	41	980	–898
2001	1333	113	1446	–1220

Forrás: Juhász Ottó–Inotai András–Tálas Barna: Magyarország Kína-stratégiájának megalapozása. Letölthető: www.vki.hu/projektek/Kinarovidleiras2007okt.pdf és KSH.

Apr 2011.04.27 04:15 Page 33

Kína belépésével a WTO-ba Magyarország várakozásai megnőttek a kínai piac lehetőségeivel kapcsolatban. A tagsággal számunkra is megnyíltak olyan piaci szegmensek, amelyek eddig elzártak voltak a külföldi befektetők elől. Ez viszont azt is jelentette, hogy Kína gazdasági jelentőségének okán, a világgazdaság szereplői kemény harcot vívnak majd a piacra jutásért, amelyben a mi kis országunk jelentős hátrányokkal indult (Mészáros, 2002).

Annak ellenére, hogy Magyarország exportja és importja is (1221 millió USD és 4950 millió USD 2009-ben) dinamikusan bővül a kínai kapcsolatban, mégis a kereskedelmi mérleg passzívumán nem sikerült javítani, sőt a deficit egyre csak nőtt, és 2008-ban meghaladta az 5 Mrd USD-t (3. táblázat). Megjegyzést érdemel azonban, hogy a magyar exportnövekedés dinamikája magasabb ütemű volt, sőt a válság évében is sikerült növelni a kivitelünket, ennek eredményeként 2009-ben sikerült csökkenteni a külkereskedelmi deficitet.

A kétoldalú kereskedelmi forgalom azonban jelentős részben a multinacionális vállalatok leányvállalatai közötti belső forgalomból fakad. Ez azt is jelenti, hogy a hazai cégek felhasználják, beépítik a kínai alkatrészeket, részegységeket, majd a végtermékek exportra kerülnek. Statisztikai szempontból nehezen számszerűsíthető, de a Kínából származó import nagy része tovább feldolgozva, magasabb hozzáadott értékkel, kész termékekbe beépülve reexport formájában rövid időn belül elhagyja Magyarországot az Európai Unióba, illetve más fejlett országba (Csirikusz, 2008). (Szakértői vélemények szerint a magyar kivitel és a hazánkban maradó kínai import viszonya jóval kedvezőbb, bár ez is negatív mérlegű.)

A külkereskedelmi forgalom koncentráltnak mondható, mert mind az export, mind az import több mint 70%-a tíz termékcsoportban realizálódik, mindkettőben gépi berendezések, elektronikai termékek, gépjárművek és alkatrészeik találhatók. A termékszerkezetet tekintve, Magyarország kivitelében a legnagyobb arányt a motorok, távközlési alkatrészek, szórakoztató elektronikai termékek, mobiltelefonok, polivinil-klorid, műszerek, röntgenkészülékek és sebességváltók teszik ki. A behozatal főbb termékei a mobiltelefonok és tartozékaik, diódák, számítógépek és alkatrészeik, nyomtatott és integrált áramkörök, tv- és videomonitorok, laptopok, cipők és textiltermékek.

Apr 2011.04.27 04:15 Page 34

A vizsgált időszakból 1995 és 2004 között Magyarország volt Kína legfontosabb partnere a régiónkból. 2005-től Lengyelország már többet importál, de az oda irányuló magyar kivitel még mindig magasabb. A bő egymilliárd dolláros kivitel ellenére Magyarország szinte láthatatlan a kínai piacon: nincs olyan termelőnk és termékünk, amellyel látványosan megjelenhetnénk az 1,3 milliárd lakosságú piacon. A kivitel növeléséhez két út lehetséges: egyrészt a nálunk levő multik növelhetik kivitelüket, másrészt szükséges az exportképes magyar áruk felkutatása, bevezetése, megismertetése, a kínai piaci rések feltárása (ez azonban a szállítási költségek növekedése miatt elsősorban a tudásigényes területeken és a hungarikumok révén lehetséges).

3. táblázat: A magyar–kínai külkereskedelmi forgalom alakulása 2002 és 2009 között

(értékek millió USD-ban)

	Import	Export	Forgalom	Egyenleg
2002	2085	155	2240	–1930
2003	3285	178	3463	–3107
2004	2874	390	3264	–2483
2005	3587	401	3988	–3185
2006	3856	762	4618	–3094
2007	4367	1070	5437	–3297
2008	6129	1.110	7239	–5019
2009	4950	1221	6172	–3729

Forrás: Juhász Ottó–Inotai András–Tálas Barna: Magyarország Kína-stratégiájának megalapozása, www.vki.hu/projektek/Kinarovidleiras2007okt.pdf, ITD Hungary, http://orszaginfo.itdhungary.com/?p=tarsadalmi_gazdasagi_helyzet&c=cn#bilateralis.

A tőkemozgásokat tekintve azt látjuk, hogy itt szerényebbek a kapcsolatok. Örvendetes tény, hogy Magyarországon is megjelentek a kínai nagyvállalatok első befektetései. A kínai elektronikai termékeket gyártó Hisense Group a Flextronics-szal közösen hozott létre egy televízió-összeszerelő üzemet. A Huawei nagyvállalat magyarországi leányvállalata pedig már közel 100 magyar munkatárssal rendelkezik. A kínai befektetések szolidan bővülnek: 2009 végéig a kumulált összeg mintegy 6–800 millió USD, ami nagy részben a hazai kínai kolónia kereskedelmi és vendéglátó-ipari beruházásaiból tevődik össze. A Magyarországon mű-

Apr 2011.04.27 04:15 Page 35

ködő több mint 3000 kínai befektetés elsősorban a kereskedelembe és a vendéglátóiparba koncentrálódik, és erősen kötődnek a magyarországi bő húszezres kínai kolóniához.

A Kínában befektetett magyar tőke kumulált összege 2009 végéig mintegy 300 millió USD volt, amivel hazánk a külföldi befektetők rangsorában a 45–50. helyen szerepelt. Sajnálatos viszont, hogy a fenti összeg jelentős hányada valószínűsíthetően a hazánkban bejegyzett kínai vállalatokhoz köthető, akik „külföldi befektetőként" jelentős kedvezményekben részesülnek az anyaországban.

… hazánk a külföldi befektetők rangsorában a 45–50. helyen szerepelt.

Magyar Kulturális Évad Kínában

A kiválóan alakuló kínai–magyar kapcsolatrendszer kiemelkedő eseménye volt a magyar kulturális évad Kínában. A diplomáciai életben egyre gyakoribb, hogy a különböző szakdiplomáciai ágak (gazdaság, sajtó, kulturális, tudományos és technikai diplomácia) összefognak, és egymás hatását erősítve próbálnak eredményt elérni. Jól bevált módszer a magyar évadok szervezése: Franciaország, Olaszország és Nagy-Britannia után Európán kívül először Kínában szerveztünk ilyet. Korábban egyik magyar évad sem volt bő nyolc hónap hosszúságú, és olyan komplex (a kulturális, turisztikai és gazdasági kínálat együtt mutatkozott be), mint Kínában. Az évad célkitűzése a modern, fejlett iparú, vonzó kultúrájú Magyarország képének bemutatása volt. Három szakaszban, azon belül több részben, összesen kilenc nagyvárosba jutott el a magyar kultúra és gazdaság: Peking, Sanghaj, Hongkong, Sencsen (Kuangtung tartomány), Csengtu (Szecsuán tartomány), Lancsou (Kanszu tartomány), Csingtao (Santung tartomány), Kuangcsou (Kanton tartomány), Urumqi (Ujgur tartomány). Az volt a cél, hogy kiszakadjunk a Peking–Sanghaj–Hongkong központúságból, és olyan helyekre jussunk el, ahová kevesebb külföldi művész és üzletember megy.

A magyar évad mottója „Szabadság, szerelem Kínában". Azért ezt választották, mert Kínában jól ismerik Petőfit (ma is tananyag). A kulturális kínálatban mindig voltak kiállítások, koncertek, egyéb előadások.

Apr 2011.04.27 04:15 Page 36

Minden helyszínen volt gasztronómiai hét, turisztikai kiállítás. A legfontosabb cél azonban az évadhoz kapcsolódó gazdasági, üzleti bemutatkozás. Szerveztek befektetési és üzletfejlesztési konferenciákat, szemináriumokat, üzleti fórumokat, üzletember-találkozókat, árubemutatókat, technológiai börzéket, célzott partnerlátogatásokat.

A kulturális évad elérte a célját. Erősítettük jelenlétünket Kínában. Ebben a nyolc hónapban nagyon sokat beszéltek Magyarországról, különösen a megcélzott városokban: az állami televízióban rendszeresen beszámoltak az eseményekről. Az évadhoz magas szintű politikai látogatások is kapcsolódtak, amelyek azt erősítették, hogy számunkra fontos a kínai kapcsolat, és ez sokat segített az üzletembertalálkozók szervezésében is. Impozánsak az eredmények: több mint 1200 kínai és 240 magyar üzletember kapcsolatfelvétele, több szándéknyilatkozat és szerződés aláírása, rengeteg megkezdett vállalatközi tárgyalás, befektetési projektekről egyeztetések, magyar vállalati képviseletek megnyitása – ez a gyors mérleg. Magyarország, a magyar üzleti körök erősítették jelenlétüket Kínában, túllépve a hagyományos kereskedelmi kapcsolatokat. Sikerült felhívni a kínai üzleti körök figyelmét az EU- és schengeni tagságunkból fakadó előnyökre (Magyarország hídfő szerepet tölthet be a Kína–EU kapcsolatokban), illetve lökést adni a magyar kivitel növelésének, a tudományos-technikai együttműködés fejlődésének (N. Vadász, 2008). Kiemelt szerepet kapott az együttműködésben a környezetvédelem (ipari és kommunális szennyvíztisztítás és a hulladékkezelés), érdeklődtek az agrártechnológiák és a gyógyszeripar eredményei felől is. 2008 első félévének adatai azt mutatják, hogy tovább nőtt a magyar kivitel is.

A magyar kulturális évad talán legnagyobb tanulsága, hogy kell ilyeneket szervezni. Igaz, a teljes költségvetése kb. 1 Mrd forint (szponzori és egyéb támogatásokkal együtt), de a korábbi 3 ilyen évad és a kínai eredménye beváltották a hozzá fűzött reményeket.

KÍNA A MAGYAR KÜLGAZDASÁGI STRATÉGIÁBAN

Az Európai Unió 1995-ben fogalmazta meg első saját középtávú Kína-stratégiáját és az együttműködés főbb vonalait, de ettől függetlenül a tagállamok nemzeti érdeke egy saját koncepció kidolgozása. Magyarországnak – már csak méreténél fogva is – az aktív szerepvállalás mellett

Apr 2011.04.27 04:15 Page 37

átgondolt és Kína számára is előnyös együttműködési stratégiát kell felmutatnia, hiszen Kína hihetetlenül gyors gazdasági fejlődése magára vonta a világ minden részének figyelmét. Miközben az elmúlt években a két ország közötti kapcsolatok jelentősen fejlődtek, nagyon messze vagyunk akár a jelenben elérhető optimumtól, akár a jövőbeli lehetőségekre való felkészüléstől.

Kína-stratégiánk kidolgozásának alapvető célja, hogy hosszabb távra kijelölje azokat a célokat, együttműködési elveket és szervezeti formákat, amelyek segítségével a magyar–kínai gazdasági, idegenforgalmi, kereskedelmi, kulturális, műszaki-tudományos, oktatási, pénzügyi, politikai és egyéb együttműködés mindkét fél számára – a kínai üzleti kultúrában megszokott „win-win" alapon – nyereséggel járjon.

Magyarország és Kína kapcsolatainak újraértelmezése látványos eredményeket hozott. Azonban a cél nemcsak a két ország kapcsolatainak erősítése, hanem az is, hogy Magyarország ugródeszkává válhasson a Kína–EU kapcsolatokban. A fenti elemek nem titkoltan a magyarországi befektetési környezet Kína-baráttá tételét is szolgálják. Természetesen nem elégséges csak az egyik irányban gondolkodni: nagyon nagy szükség van arra is, hogy Magyarországon egyre többen tudjanak Kínáról, és egyre többen ismerjék fel a világ eme meghatározó országában rejlő lehetőségeket. A kínai kormány által meghirdetett „Go Global" stratégia célja a kínai nagyvállalatok multinacionálissá válása, és ezen belül az európai piac is fontos célpont. Ehhez szükség lesz a kínai vállalatok részéről Európába telepíteni bizonyos mértékű gyártókapacitásokat, kutató-fejlesztő központokat, értékesítési vállalatokat és logisztikai bázisokat. Magyarország mindezekhez egyre javuló lehetőségeket nyújt.

Magyarország elsőrendű feladata, hogy a feltételek ismeretében kidolgozza saját Kína-stratégiáját. Ebben építhetünk a jónak mondható politikai kapcsolatokra. A személyes kapcsolatok, a hazánkban megtelepedett kínai populáció is segíthet a kapcsolatrendszer fejlesztésében. A Kína-stratégiát arra kell alapoznunk, hogy Kína a világ legdinamikusabban bővülő gazdasága, szerepe a világtermelésben és világkereskedelemben tovább növekszik (szakértői becslések szerint 15–25 éven belül megelőzheti az USA-t), vagyis a növekvő forgalomra, és benne kínai importra számíthatunk a jövőben.

Apr 2011.04.27 04:15 Page 38

Hosszú távú stratégiát kell kidolgozni a növekvő kínai szerepvállalás miatt, de tudni kell azt is, hogy Kínában a kapcsolatok hosszú távra szólnak. A stratégiát ideológiamentesen kell kialakítani. Ez a Kína már nem az a „Kína": ugyan továbbra is szocialistának vallja magát, de gazdaságában egyértelműen a kapitalizmus piacgazdaságát valósítja meg. Tehát nem szabad ideológiai okok miatt ellenségesen viszonyulni hozzá. A stratégia kialakításakor szemléletváltásra van szükség. Tudatosítani kell, hogy hazánk számára az EU-n kívüli kereskedelemben Kína az egyik legfontosabb partner (Oroszország, az USA és Japán mellett). De Kína számára is fontos Magyarország: EU-tagságunk és jó geopolitikai helyzetünk számukra is kihasználható lehetőség.

Ez a Kína már nem az a „Kína".

Stratégiai célok

A Kína-stratégia tehát politikamentes jövőkép kell hogy legyen a mindenkori magyar kormányok számára, amely a hosszú távú célokat és azok megvalósíthatóságának legfontosabb feltételeit tartalmazza. Jó lenne elérni, hogy Kína számára Közép-Európában Magyarország legyen a legfontosabb partner.

Kereskedelembővítés. A kínai relációban hosszú távon meglevő, jelentős külkereskedelmi deficit csökkentése lehet az elsődleges cél. Figyelemreméltó, hogy az elmúlt években a magyar export gyorsabban nőtt, mint az import. A növekedési ütem különbség megtartása és a kivitel további növelése lehet az egyik irány. A magyar kivitel bővítésére kismértékben az agrártermékeknél számíthatunk (de a hatalmas kínai piac számára nagyon kicsi az exportvolumen), különösen a magyar bor- és hús-, húskészítmény-export növelésére lehet lehetőség. Megfelelő marketingtevékenységgel bővíthető a magyar hungarikumok értékesítése (túllépve a paprika, szalámi, tokaji aszú bűvkörén).

A termékexport növelése azonban csak korlátozottan lehetséges. A kínai piacon keresnivalónk a tudásintenzív területeken lehet, a technológia és tudástranszfer révén. A magyar technika-, technológiakivitel elsősorban a kínai vidék számára lehet érdekes. Ezek a területek a következők:

Apr 2011.04.27 04:15 Page 39

– Korszerű mezőgazdasági (állattenyésztés, növénytermesztés) technológiák, és a hozzájuk tartozó eszközök.
– Élelmiszergazdaság.
– Környezetvédelmi technológiák és eszközök.
– Gyógyszeripar.
– Vízgazdálkodással kapcsolatos ismeretek és technológiák.
– Alternatív energiaforrások (megújuló energia) hasznosítása.

A szolgáltatáskereskedelem bővítése csak korlátozottan lehetséges: Kína a WTO-csatlakozásakor hosszú átmenetet fogadtatott el a szolgáltatáskereskedelem liberalizálására, így piacait is csak fokozatosan, lépésről lépésre nyitja meg. Sajnos a legfejlettebb országok is felfigyeltek erre a bődületesen nagy piacra, így itt csekélyek a lehetőségeink.

Befektetési kapcsolatok bővítése. Kína legnagyobb kereskedelmi partnere az Európai Unió, ezért fontos számára, hogy exportcikkei folyamatosan jelen legyenek a térségben. Ezt a KNK befektetésekkel és gyártóbázisok létrehozásával próbálja megvalósítani, melyhez Magyarország optimális feltételekkel szolgál számára. Hazánk központi elhelyezkedése a kelet-közép-európai régióban ideális arra, hogy logisztikai és pénzügyi központja lehessen a térségnek. Magyarország összekötő, logisztikai kapocs lehet Kína és az EU között. Hazánk az EU tagja, viszonylag bőséges ismeretekkel az európai piacról. Magyarország, és benne Budapest, a kínai termékek elosztóközpontja lehet. Ezért számít nagyon fontos eredménynek a 2007-ben aláírt megállapodás, hogy Budapest lesz a márkás kínai termékek bemutató- és kereskedelmi központja (China Brand Trade Center: Ezt úgy kell felfogni, mint egy koncentrált kiállítási lehetőséget: koncentráltan bemutatják a kínai termékeket, nálunk köttetnek az üzletek – mert az európai kereskedők zöme nem szívesen hagyja el a kontinenst –, majd innen osztják szét is ezeket). A létesítmény egyedülálló Európában, és viszonylag jelentős befektetés: 268 ezer négyzetméter alapterület, kb. 1 Mrd USD értékben. Ez a funkció (ld. a kínai termékek kiállítása, szétosztása, elhelyezése) valahol mindenképpen létre fog jönni Európában, a kínai termékoffenzíva elől nem térhetünk ki, akkor már miért ne mi legyünk ez a központ? Mivel a CBTC nem csak a magyar piacot, hanem az EU valamennyi lehetséges kínai partnerét célozza, ezért hazánk lehet a kínaiak „európai hídfőállása”, ami mindenképpen előnyt jelent a magyar gazdaságnak. A várakozások szerint a felélénkülő üzleti kapcsolatok komoly gazdasági turizmust ge-

Apr 2011.04.27 04:15 Page 40

nerálhatnak majd a központ irányába. Ez jelentős kínai beruházásokat hozna az országba, munkahelyet teremtene akár több ezer embernek is, és ez lehetőséget biztosít, hogy az idelátogató külföldi vásárlók megismerjék a magyar termékkínálatot is. Egy ilyen megoldásnak ugyan sok magyar vesztese is lenne, de ez csupán felgyorsítaná az ellehetetlenülésüket, mert az perspektivikusan nem kivédhető, ha saját maguk nem változnak meg. Ha ezt sikerül megvalósítanunk, mi is „felkapaszkodhatunk a robogó kínai expresszre". Ösztönözheti a további kínai, termelési jellegű befektetéseket, hogy a Magyarországon előállított termékek vámmentesen kerülhetnek be az EU piacára.

Magyarország kiemelt szerepét mutatja Kína európai terjeszkedésében, hogy a kínai kereskedelmi minisztérium első külföldi befektetésösztönzési ügynökségét (CIPA) Budapesten nyitotta meg. Nagy fontosságú, hogy ez az iroda nem egyszerűen a kínai–magyar bilaterális kapcsolatok fejlesztését segíti, hanem európai központként is funkcionál, a CIPA Európai Irodája néven.

A tőkekivitel kétirányú folyamat: a magyar vállalatok csekélyebb tőkeereje miatt vélhetően nagyon jelentősen nem növekszik a magyar tőkeexport, de a korábban említett ágazatokban létrehozandó vegyesvállalatok pozitív hatást gyakorolhatnának a kereskedelmi mérlegre is. (Már vannak jó példák, pl. a teljes vertikumú lúd- és kacsafarmok, pálinkafőzők, környezetvédelmi beruházások.)

Regionális változások. Kína-stratégiánk fontos eleme lehet, ha a földrajzilag igen nagy országból nem elsősorban Pekingre és Sanghajra koncentrálunk (mert rájuk figyel a világ nagy része), hanem tevékenységünket és kapcsolatainkat kiterjesztjük a tengerparti területeken kívüli részekre, pl. Belső-Mongólia, Ujgur tartomány stb. (Részben ezt szolgálja a 2010-ben megnyitott csungkingi regionális iroda.) Egy-egy tartomány lakosságszáma és gazdasági ereje meghaladja hazánkét. Magyarország lehetőségei inkább vidéken jók. Fontos lenne ezekkel a régiókkal külön megállapodásokat kötni, és kihasználni, hogy Kínában úgy tartják, a magyarok a legnyugatabbra került kínai–hun törzs (Tálas, 2008, 200. o.). A regionális kapcsolatépítés fontosságát kiemeli, hogy Kína közép- és hosszú távú terveiben kiemelt feladat a vidékfejlesztés, az elmaradott régiók felzárkóztatása. A kapcsolatfejlesztés a magyar cégek befektetési lehetőségeit is javíthatja. Magyar ipari parkok létrehozására is lehetőség nyílik a tengerparttól távoli régiókban.

Apr 2011.04.27 04:15 Page 41

Turizmus. Az UNWTO (ENSZ Turisztikai Világszervezete) adatai alapján Kína egyre lényegesebbé válik a világ idegenforgalmában is. A nagy lakosságszám és a liberalizálódó utazási lehetőségek miatt egyre több kínai utazik külföldre, és egyre több külföldi turista Kínába. (Jól szolgálta céljaikat az olimpia és a világkiállítás sikeres megrendezése.) Hazánk 2003-ban megkapta a jóváhagyott célország státust, azonban nem nagyon tudtunk élni ezzel a lehetőséggel. Ennek sajnos objektív okai voltak: 2003 év végén tört ki a madárinfluenza-járvány, ami ellehetetlenítette a kínai turisták mozgását. Mire felszámolták a korlátozásokat, minden EU-tagállam megkapta ezt a státust, és a kínai turisták csak viszonylag csekély számban választanak minket. Pedig a magyar idegenforgalmi és vendéglátó-ipari szakma felkészült a kínai turisták fogadására (pl. a Magyar Turizmus Zrt. külön Kína-stratégiát dolgozott ki). Kitartó és jobb marketing- és országismereti tevékenységgel lényegesen bővíthetjük az idegenforgalmi kapcsolatokat is, és célszerű lenne a közép-európai országokkal összefogva tematikus, több országra kiterjedő körutazásokat szervezni (pl. utazások a Duna mentén; az operett fővárosai; a visegrádi országok stb.).

A stratégia megvalósításának néhány feltétele

A célok sikeres megvalósításához szemléletváltásra van szükség a magyar–kínai kapcsolatokban. Ki kell emelni a távlatban való gondolkodást, a politikamentességet, az elfogulatlanságot. Meg kell ismerni a kínai gondolkodást lényegesen befolyásoló konfucianizmust.

Politikai kapcsolatépítés. Kínában nem, vagy csak nehezen tud jó üzletet kötni az, akit nem ismernek, vagy akiről nincs referenciájuk, és ez nem csak cégekre, hanem országokra is vonatkozik. A pozitív országkép a kapcsolatépítés alapfeltétele. Magyarország a kínai ismertségi listán valaha előkelő helyen állt, de az ezredfordulóra a Kínában szerzett hírnevünk erősen megkopott, és a jelenleg hatalmon lévő generációnak Magyarország neve a kínai népnevünk alapján feltételezett hun rokonságon kívül, mást szinte nem is juttat az eszébe, miközben más, hasonló nagyságrendű országok elénk kerültek a kínaiak ismertségi rangsorában. Éppen ezért a talán legfontosabb feltétel az államközi politikai kapcsolatok fejlesztése, a jó politikai háttér. Érzékeltetnünk kell, hogy hazánk Ázsia-politikájának központjában Kína van. Rendszeresíteni kel-

Apr 2011.04.27 04:15 Page 42

lene az állam- és kormányfők, a miniszterek és a kormányszervek közötti találkozókat. Az ilyen törekvés tudatosítaná a kínai vezetőkkel, hogy Magyarország stratégiai partnernek tekinti Kínát. Az elmúlt években Kína együttműködő magatartást mutat hazánk irányába, ezt tanúsítják a kínai vezetők magyarországi látogatásai.

A kapcsolatépítés fontos szintje a regionális kapcsolatoké. A tartományi, regionális szinten is fontos az ország megjelenése: javítani kell ismertségünkön, be kell mutatni a magyar piaci lehetőségeket (bemutatni, hogy mit tudunk), feltárni a magyar értékesítési és befektetési lehetőségeket. Ez a gazdaságdiplomáciánk területén igényel lényeges, tartalmi változásokat. Diplomáciai szinten másutt is akadnak teendők: segíteni kellene a testvérvárosi kapcsolatok fejlesztését (akár a nálunk levő kínai kolónia erőteljesebb bekapcsolásával a folyamatokba). Fontos lehetőségeket rejt magában a társadalmi szervezetek közötti kapcsolattartás, így pl. a kamarák közötti kapcsolatoké. Az ilyen kapcsolattartás természetesen pénzbe kerül, de úgy vélem, már középtávon meghozhatja az eredményt.

Vállalatközi kapcsolatfejlesztés. A magyar vállalatok kínai szemüveggel nézve kis-, középvállalatnak számítanak. Külön gondot jelent, hogy a magyar cégeknek általában nincs igazán pénzügyi lehetőségük, hogy állandó képviselettel rendelkezzenek Kínában.

Jó lenne, ha a magyar cégek is nagyobb figyelmet fordítanának a kínai kapcsolatra: ezt a kapcsolatot mindenképpen hosszú távra kell építeni. Ezért megéri kínai nyelv- és piacismerettel bíró munkatársakat foglalkoztatni. Itt is ki kell emelni a regionális kapcsolatépítés és a kamarák szerepét. A Magyar–Kínai Gazdasági Kamarának már több száz tagja van (benne kínai tulajdonban levő, hazánkban működő cégek is). Rendszeresen szerveznek üzletember-találkozókat, információval segítik a Kínába készülő magyar vállalkozókat, fórumokat tartanak részükre. Felvették a kapcsolatot a kínai társszervezetekkel is. A Magyar Befektetési és Kereskedelemfejlesztési Zrt., 2011-től utódja a Nemzeti Külgazdasági Hivatal is segíti a vállalatközi kapcsolatépítést: megszervezik kínai üzletemberek és újságírók magyarországi látogatását; hazánkban és Kínában is szerveznek üzletember-találkozókat, befektetésösztönzési fórumokat; támogatják a magyar kkv-k megjelenését nemzetközi (benne kínai) kiállításokon és vásárokon; adatbázist működtetnek a relációról; kiadványokat készítenek Kínáról a magyar, és hazánkról kínai üzletembereknek; információval és más eszközökkel segítik a magyar vállalato-

Apr 2011.04.27 04:15 Page 43

kat a Pekingben és Sanghajban levő kereskedelmi irodáik.

Egyre fontosabbá válik az Eximbank és a MEHIB szerepe is: támogatják a kkv-k piaci megjelenését kínai viszonylatban külön hitelkeret megnyitásával, illetve befektetési projekteket támogatnak.

Kulturális és oktatási kapcsolatfejlesztés. A magyar–kínai kapcsolatokban a továbblépés legnagyobb problémája a kölcsönös ismeretek hiánya. Ez kétirányú folyamat. Kínában a felnövekvő, fiatal generációkkal újra meg kell ismertetni Magyarországot, a magyar kultúra és technika eredményeit. A Magyarország-kép megújításának és megtartásának pótolhatatlan eszköze a kulturális jelenlét, amely a kapcsolatok érzelmi hátterét adja. Mivel a Kínával ápolt kapcsolatainknak a zene[10], a tánc és az irodalom[11] területén vannak a legjelentősebb hagyományai, így mindenképp érdemes volt a kínaiak rokonszenvének megszerzését ezekbe a kategóriákba eső eszközökkel kezdenünk[12]. A kedvező országkép elengedhetetlen feltétele az üzleti kapcsolatoknak.

A kedvező országkép elengedhetetlen feltétele az üzleti kapcsolatoknak.

Ezek szerint Kínában a hírnevünk sínen van, de az éremnek két oldala van. Magyarországot vizsgálva elmondható, hogy az ismeretek hiánya jelenti a legnagyobb problémát. Az emberek többsége nem tud azokról az eredményekről, amelyet az elmúlt három évtized gazdasági fejlődése hozott Kínában: a 2008. évi olimpia közvetítései után megdöbbenéssel fogadták a felhőkarcoló-erdőket, az autóáradatot, az ápolt köztereket és mindazt az életszínvonalat, ami egy átlag városlakó kínait jellemez. Pedig az igazi különbség leginkább az országban rejlő elképesztő tudatosságban, a gazdasági és pénzügyi potenciálban, az általános kereskedelmi környezetben, az emberek üzleti érzékében és szorgalmában, valamint a kimeríthetetlennek tűnő lehetőségek területén mutatkozik meg.

Tehát hazánkban is pontosan, korrekten kell bemutatni Kínát, a kínai piaci lehetőségeket, a kínai kultúrát és embereket. Bemutatni, hogy Kína a világ jövőbeni fejlődésében meghatározó szerepet játszik. Érdemes megemlíteni, hogy a kínai nyelvtudás egyre fontosabbá válik, ma az érvényesülhet jobban, aki valamennyire ismeri a nyelvet. Ezért nagyobb figyelmet kell szánni a kínai nyelv oktatásának.

Az oktatási kapcsolatokban bővíteni kellene az egyetemi és főiskolai

Apr 2011.04.27 04:15 Page 44

szektor erőfeszítéseit a kínai kapcsolatépítésben. Tanár- és diákcserék nem csak a kapcsolatépítésben játszanak szerepet, hanem a szemléletformálásban is. Törekedjünk arra, hogy minél több kínai diák tanuljon nálunk.

A hazai kínai kolónia szerepnövelése. Fontos megemlíteni, hogy Kelet-Közép-Európában hazánkban él a legrégebbi és a legnagyobb kínai kolónia. Nincsenek pontos adataink az itt élő kínaiakról, de 20–40 ezer közötti a számuk. A kolónia tagjainak egy része csak átmenetileg van nálunk (nemcsak a magyar piac vonzotta őket ide), de nagyobb számban már lassan másfél évtizede hazánkban élnek, gyermekeik itt járnak iskolába. Budapesten jött létre az első kínai (magyar) iskola. Az itt élőket hatékonyabban és dinamikusabban be kellene kapcsolni ebbe a folyamatba. A kínai vállalkozások gyakran családi alapon épülnek fel: a hozzánk került rokon összehozhat a Kínában maradtakkal. Felhasználhatjuk a kolónia származási kapcsolatait a regionális kapcsolatépítésben. Ráadásul van egy kínai elitünk is, amely tehetsége és nálunk szerzett pénze révén otthon is megbecsültségnek örvend, így olyan ajtók is megnyílhatnak előtte, amelyek magyar vállalkozók előtt nem. Amennyiben ápoljuk a hozzájuk fűződő kapcsolatainkat, akkor mindenképpen hasznos hídszerepet tudnak betölteni. Mindenekelőtt a jelentősebb forgalmat lebonyolító és tőkeerős kínai cégek képviselőire és tulajdonosaira érdemes nagyobb figyelmet fordítani, és őket megnyerni a magyar áruk, szolgáltatások és szellemi termékek Kínába történő exportjának elősegítésére, de ne tévesszük szem elől a kisebb cégeket sem, mert a jövőben még ezek is nagyobb és tőkeerősebb cégekké válhatnak. További vívmány lehetne, ha ezek a cégek nem csak célpiacnak, hanem a térség logisztikai központjának is tekintenének minket.

A fenti célok eléréséhez azonban más magatartásra, stílusra és legfőképp szemléletre lenne szükség, és a magyar közvéleményben felbukkanó előítéletek, valamint tévhitek helyett inkább a valóságból kellene kiindulnunk, s megpróbálkozni azzal, hogy saját érdekeinket összehangoljuk az övéikkel. Szemléletváltásra lenne szükség a nálunk élő kínaiak viszonylatában: látni és láttatni kell, hogy az itt élők keményen dolgoznak a megélhetésért. „Az itt élő kínaiakat szelektíven kell kezelni, mind az itteni beilleszkedésük, mind pedig a magyar–kínai együttműködés fejlesztésében való fokozottabb részvételre történő kiválasztásuk tekintetében." (Tálas, 2008, 217. o.)

Apr 2011.04.27 04:15 Page 45

Felkészülés a kínai piacra lépésre

Eddig viszonylag kevés magyar cégnek sikerült a piacra jutás. Ennek nem csak az óriási verseny az oka: olyan piacról van szó, ahol eltérő a gondolkodásmód, mások a szokások, és ezek megjelennek az üzleti életben is.

A kialakulóban levő piacgazdaság (konfuciánus kapitalizmus) következménye, hogy a piacra készülő magyar vállalkozónak olyan dolgokra is fel kell készülnie, amivel Európában, illetve konszolidált piacgazdaságban nem találkozik (Dessewffy–Szajp, 2007). Ilyen a szabályozók rendszeres változása, és emiatt újabb és újabb kiskapuk nyitása; a törvények, szabályozók európai normáktól való jelentős eltérése; komoly és reális esélye annak, hogy a terméket hamar lemásolják, esetleg a márkanevet is levédik; gyenge a fizetési hajlandóság.

A Kínában piacra lépőnek hosszú távú gondolkodásra, tartós jelenlétre kell berendezkednie, ha komoly üzleti kapcsolatok kiépítését tervezi, és sikeres szeretne lenni. A felsorolt anomáliákat teljes biztonsággal nem lehet kivédeni, de nem szabad spórolni helyi jó ügyvédek és jogászok szolgáltatásain, és a megbízható helyi alkalmazottak munkáján sem. Nem feltétlenül szükséges a kínai nyelv ismerete (egyre többen beszélnek angolul), de ez mindenképpen előny. A hazai cég képviselője lehetőség szerint beszélje a nyelvet. A kockázat nagy, de a siker is óriási lehet.[13]

BEFEJEZÉS

Kína növekvő világgazdasági és geopolitikai szerepe, illetve pozíciója mostanra mindenki számára nyilvánvalóvá vált. Kína a világ legdinamikusabban fejlődő gazdasága, a kínai feldolgozóipar újra növekedési pályára állt, mutatva, hogy 2008–2009-ben a gazdaságba áramoltatott több száz Mrd USD beváltotta a hozzá fűzött reményeket.

A világ jövőbeni fejlődését az USA, EU és Kína (Távol-Kelet) kapcsolata fogja meghatározni. Igazsággá vált a kínai állítás, hogy nemcsak Kínának van szüksége a világra, hanem a világnak is Kínára. Jelenleg szinte mindenki keresi Kína kegyeit, igyekszik kihasználni a kínai gyors fejlődés adta lehetőségeket. A „nagyok" között persze viták, konfliktusok és feszültségek is vannak, de reméljük, hogy kereskedelmi háborúk nem lesznek közöttük. Hármójuk együttműködése és szembenállása határozza meg a világ további fejlődését. Egy kis ország, mint Magyaror-

Apr 2011.04.27 04:15 Page 46

ság, a nagyok vitáiba nem szólhat bele, de kihasználhatja a viták adta lehetőséget, annak ellenére, hogy az EU tagjai vagyunk.

A „Kínában jelen kell lennünk" szlogen valósággá vált. Hazánk hídfőállás lehet a kínai–EU kapcsolatokban. Kína már felfigyelt Magyarországra, az ország központi fekvéséből adódó egyéb stratégiai jelentőségére, amely utat biztosít kereskedelme számára a dél-európai és balti államokba vagy akár Oroszország európai területeire is. Azonban a kereskedelmi kapcsolatok ápolásán kívül törekednünk kell a sokoldalú partnerségre, a befektetések ösztönzésére, a turizmus fejlesztésére, a további banki és logisztikai együttműködésre. Nem csak fel kell figyelnünk a gazdasági és kereskedelmi átrendeződésekre, hanem érdemben tudnunk is kell azokra válaszolni. Ebben a képességben rejlik Magyarország és a magyar–kínai kapcsolatok jövője.

Akárhogy is alakul, az előnyök és a hátrányok adottak, így nekünk arra kell koncentrálnunk, hogy hol és hogyan profitálhatunk Kína meneteléséből. Úgy tűnik, hogy a magyar export számára kapóra jönnek Kína környezetvédelemmel és mezőgazdasággal kapcsolatos problémái, de a kínaiak európai expanziójába bekapcsolódva a gyors fejlődésükben is megtalálhatjuk számításainkat. Ezt támasztja alá az ilyen jellegű disztribúcióhoz szükséges infrastruktúra egyre bővülő kiépítése is. Mindezen tények és a kapcsolatokról szóló pozitív hírek ellenére nem használjuk ki eléggé a Kínában rejlő lehetőségeket, és szinte csak egy helyben toporgunk. A téma állandóan napirenden van, de konkrét eredményeket nem sikerül felmutatnunk. Ettől függetlenül úgy véljük, hogy minden lehetőségünk és adottságunk megvan ahhoz, hogy az európai–kínai kapcsolatokat alakító európai központ legyünk. Megfelelő kormányzati támogatással ez a reláció a jövő sikertörténete lehet, de elsősorban az üzletembereken múlik a kínai–magyar kapcsolatok fejlődésének iránya és mértéke! Úgyhogy merjünk nagyot álmodni, merjünk nagyban gondolkodni.

JEGYZETEK

[1] Kozma Ferenc Külgazdasági stratégia c. könyvének előszavában, illetve Gáspár Tamás: A stratégiaalkotás új módszertani kihívásai c. tanulmányában megfogalmazottak felhasználásával.

[2] Majoros Pál: A magyar külgazdasági stratégia, 151–193. o. felhasználásával.

[3] A dinamikus kereskedelemfejlesztés mellett ebben jelentős szerepe volt az EU 25-ről 27 tagra történő bővítésének is.

Apr 2011.04.27 04:15 Page 47

[4] Forrás: http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2006/september/tradoc_113366.pdf – Bizottság, DG Trade.

[5] A WTO-megállapodás fokozatos piacnyitást ír elő.

[6] A Kínában lévő külföldi tőke mindössze kb. 10%-a származik az EU-ból.

[7] A kínai–magyar kétoldalú kapcsolatok, letölthető: www.chinaembassy.hu/hu/zxgx/zzgx/t84598.htm.

[8] ADS – Approved Destination Status (jóváhagyott célország).

[9] Magyar Köztársaság Külügyminisztériuma, letölthető: www.kulugyminiszterium.hu/kum/hu/bal/Kulpolitikank/Ketoldalu_kapcsolatok/ketoldalikapcsolatok.aspx?d=Gazdasági%20kapcsolatok&c= 71&z=%c3%81zsia.

[10] Liszt Ferenc nevét még most is sokan ismerik, és Kínában működik a világ legnagyobb taglétszámú Kodály Társasága is.

[11] Petőfi Sándor teljes életművét lefordították kínai nyelvre, és a Szabadság, szerelem c. verse a mai napig benne van a tankönyvekben.

[12] Ezeken kívül még az építészet területén tudunk jelentősebb eredményeket felmutatni, ugyanis Sanghajban közismert Hudec László építész, aki a múlt század első felében a város több nevezetes épületét is tervezte.

[13] A piacra lépés, illetve magyar vállalkozók lehetőségeit a Majoros Pál–Busa I.: A Nagy Falon innen és túl, avagy a magyar vállalkozók lehetőségei Kínában c. tanulmányban mutatjuk be részletesen.

HIVATKOZÁSOK

Csirikusz Gábor: *A magyar–kínai kétoldalú gazdasági kapcsolatok fejlesztésének lehetőségei, különös tekintettel a Pekingi Olimpiára és a Sanghaji Világkiállításra.* In: Inotai András–Juhász Ottó: Kína: realitás és esély (Tanulmányok Magyarország Kína-stratégiájának megalapozásához), MTA Világgazdasági Kutatóintézet és Miniszterelnöki Hivatal kiadvány, Budapest, 2008, 303–327. o.

Dessewffy T.–Szajp Sz.: *A kínai kapcsolat.* A kínai kihívásra adott intézményi-strukturális válaszok. DEMOS Magyarország, Budapest, 2007.

Gáspár Tamás: *A stratégiaalkotás új módszertani kihívásai.* A gazdaságelemzés módszerei. ECOSTAT, 2008/I., Budapest, 2008.

Inotai András–Juhász Ottó: *A változó Kína.* Akadémiai Kiadó, Budapest, 2009.

Inotai András–Juhász Ottó: *Kína: realitás és esély (Tanulmányok Magyarország Kína-stratégiájának megalapozásához).* MTA Világgazdasági Kutatóintézet és Miniszterelnöki Hivatal kiadvány, Budapest, 2008.

Inotai András: *Az Európai Unió és Kína gazdasági kapcsolatai.* Külgazdaság, 2007. november-december,. 4–37. o.

Apr 2011.04.27 04:15 Page 48

Kína. Külgazdasági országtanulmány, Magyar Kereskedelmi és Befektetésfejlesztési Kht., 2007.

Kozma Ferenc: *Külgazdasági stratégia.* Aula Kiadó, Budapest, 2003.

Majoros Pál: *A magyar külgazdasági stratégia.* In: Külgazdaság, stratégia, integráció. Emlékkonferencia Kozma Ferenc születésének 75. évfordulója alkalmából, szerk. Blahó András, Budapesti Corvinus Egyetem Nemzetközi Kapcsolatok Multidiszciplináris Doktori Iskola, Budapest, 2008.

Majoros Pál: *Kína, a világ(gazdaság) műhelye.* In: Régiók a világgazdaságban, szerk. Majoros Pál, Perfekt Kiadó, 2011.

Majoros Pál–Busa I.: *A Nagy Falon innen és túl, avagy a magyar vállalkozók lehetőségei Kínában.* Gazdasági élet és társadalom, 2010. I–II., 220–250. o.

Majoros Pál: *Kína szerepe a magyar külgazdasági stratégiában*, EU Working Papers, XI./3., 2008, 3–21. o.

Majoros Pál: *Kína, a világgazdaság motorja.* In: Világgazdasági régiók, szerk. Majoros Pál, Perfekt Kiadó, 2004, 118–164. o.

Majoros Pál–Kovács Réka: *Az Európai Unió és Kína kapcsolatai az ezredfordulón.* EU Working Papers, 2001/1.

Mészáros Klára: *Magyar–kínai gazdasági kapcsolatok – a sokoldalú partnerség követelménye.* VKI-Kihívások, 155. sz., MTA VKI, Budapest, 2002. március.

Mohr Richard: Magyar évad Kínában, Kína-évad a világban c. előadás a Mindentudás Egyeteme a Külkeren sorozatban, 2007. okt. 15-én a BGF Külkereskedelmi Főiskolán.

Németh Ágota: Kínai–magyar gazdasági kapcsolatok, letölthető: www.pbkik.hu/index.php?id=4958

N. Vadász Zsuzsa: *Véget ért a Kínai Magyar Évad.* Világgazdaság, 2008. június 3.

Tálas Barna: Adalékok Kína-stratégiánk megalapozásához. In: Inotai András–Juhász Ottó: Kína: realitás és esély (Tanulmányok Magyarország Kína-stratégiájának megalapozásához), MTA Világgazdasági Kutatóintézet és Miniszterelnöki Hivatal kiadvány, Budapest, 2008.