افزایش سریع صادرات کالاهای صنعتی چین به ژاپن

در سال 1992 بریا اولین بار ارزش صادرات کالاهای‏ ساخته شده چین به ژپان از مرز ده میلیارد دلار گذشت‏ و چین را که از این لحاظ در سال 1991 رتبهء چهارم‏ داشت به مقام دومین صادرکننده بزرگ مصنوعات‏ (بعد از امریکا)به این بازار رساند.

چینیها از دسامبر 1978(آذر 1357)سیاست‏ درهای باز را پیش گرفتند.این گرایش در دهه‏ 1990 تصویب شده است.طبق این سیاست که‏ مبتنی بر آزادسازی اقتصادی است اقتصاد چین‏ از رشد سریعی برخوردار گردیده است.رشد اقتصادی چین در 1992 بر پایه محاسبات اولیه‏ 8/12%بود که با توجه به چشم‏انداز تیره‏ بازرگانی جهان،نرخ بسیار بالائی محسوب‏ می‏شود.

از سوی دیگر چین سرمایه‏گذاری خارجی را شدیدا تشویق کرده است.میزان سرمایه‏گذاری‏ مستقیم خارجی در سال 1991 و نیمه اول‏ 1992 در این کشور بسرعت افزایش یافت. قسمت عمده این سرمایه‏گذاری از هنگ‏کنگ، تایوان،ژاپن و امریکاست.این عوامل باعث‏ رشد صادرات کالاهای ساته شده چین به ژاپن‏ گردیده است.

نوع واردات

بیش از 80%واردات کالاهای ساخته شده‏ چین به ژاپن را ماشین آلات،منسوجات و مصنوعات متفرقه تشکیل می‏دهد.واردات‏ ماشین‏آلات چینی در سال 1992 حدود 35% افزایش یافت و به 12/1 میلیارد دلار رسید. 4/10%واردات کالاهای ساخته شده چین به‏ ژاپن متعلق به ماشین‏آلات بود.

بیشتر این ماشین‏آلات شامل ماشینهای برفی‏ بود که 4/70%واردات ماشین‏آلات به آنها اختصاص داشت.در میان اینماشینها پرارزشترین اقلام عبار بود از موتورهای‏ دی سی(جریان مستقیم)با بازده کمتر از 10 وات،ترانسفورماتورها،لوازم مدارهای‏ الکتریکی،رادیوها و قطعات وسایل سمعی- بصری،غرزش کلی این پنج گروه در سال 92 مبلغ 400 میلیون دلار یعنی معادل 3/35% واردات ماشین‏آلات و 50%واردات ماشینهای‏ برقی بود.

به علت افزایش واردات موتورهای دی سی، رادیو و وسایل سمعی بصری از چین،آمار واردات این اقلام در ژاپن بالا رفته است.از طرف‏ دیگر به سبب افزایش واردات لوازم مدارهای‏ الکتریکی از چین،واردات این اقلام را کشورهای دیگر به ژاپن،تنزل کرده است.

پنج گروه محصول نامبرده کالاهای کم حجم و کاربر(1)هستند بنابراین سازندگان می‏توانند در اندک مدتی بعد از سرمایه‏گذاری،تولید را شروع کنند و بر حسب نیاز،تولید را افزایش‏ دهند.شرکتهای ژاپنی که سخت نیازمند کاهش‏ هزینه‏اند امسال بیش از بیش به چین روی خواهند آورد.

افزایش واردات کالاهای نساجی

ورد کالاهای نساجی چین به سال 92 معادل‏ 40% بالا رفت و به 73/5 میلیارد دلار رسید. این ترتیب روند صعودی سالهای قبل ادامه‏ یافت.در سال مذکور 5/40% کل واردات نساجی‏ ژاپن به چین اختصاص داشت و به این سبب‏ چین مقام اول را بین صادرکنندگان این کالا به‏ ژاپن،کسب کرد.کره‏جنوبی با اختلاف زیاد مقام دوم(2/16%)را به دست آورد.

53% واردات کالاهای ساخته شده چین به‏ ژاپن،فرآورده‏های نساجی است بطوریکه از 50 قلم واردات عمده از چین،22 قلم در سال‏ 92 به منسوجات اختصاص داشته است.

یکی از ویژگیهای واردات عمده ژاپن در سال‏ 1992 افزایش البسه سنگین بود.برای اولین بار کت و شلوار مردانه(100 میلیون دلار،رتبه‏ بیست و شششم)و کتهای مردانه(70 میلیون‏ دلار،رتبه چهل و چهارم)جزء پنجاه قلم عمده‏ واردات شد.پالتو مردانه و پسرانه(460 میلیون‏ دلار،رتبه سوم)پالتو زنانه و دخترانه‏ (290 میلیون دلار،رتبه هفتم)نیز جایگاهشان‏ در جدول بالا رفته بود.

اما محصولاتی که تولیدشان کار کمتری می‏برد از قبیل پارچه‏های نخی(240 میلیون دلار،رتبه‏ یازدهم)و پارچه‏های ابریشمی(60 میلیون‏ دلار،رتبه چهل و ششم)در رده پائین‏تری قرار گرفتند.افزایش صادرات البسه سنگین از چین‏ که تولید آنها به کار بیشتر نیاز دارد نشانه‏ پیشرفت صنعت این کشور است.علاوه بر این‏ حاکی از کوششی است که چین برای صادر کردن‏ محصولاتی با ارزش افزوده زیادتر،بکار می‏برد.

مقایسه بهای واحد صادرات نساجی چین با اقتصادهای تازه صنعتی شده‏ای چون کره‏جنوبی، هنگ‏کنگ و تایوان گویای آن است که قیمتهای‏ چین یک سوم الی دو سوم قیمتهای اقتصادهای‏ تازه صنعتی شده آسیاست.تنها استثناء در این‏ میان،قیمت بلوزهای چینی است که آن هم به‏ خاطر مرغول بودن پشم و بافت آنهاست. منسوجات چین به دلیل ارزانتر بودن،بیش از منسوجات کشورهای تازه صنعتی شده آسیا در ژاپن مشتری دارد.

عوامل دیگر افزایش واردات چین یکی تغییر سلیقه مصرف‏کنندگان و دیگری تغییر کانالهای‏ توزیع در ژاپن است.از هنگام به اصطلاح، ترکیدن اقتصاد(2)حبابی،مصرف‏کننده‏ مرتبا در جستجوی کالاهای ارزانتر است. نگاهی به روند قیمتهای ده نوع لباس درجه اول‏ در فروشگاههای بزرگ نشان میدهد که بهای همه‏ آنها در سال 92 تنزل کرده است.تولید- کنندگان ناگزیرند برای حفظ موجودیشان‏ محصولات ارزانتر با کیفیت خوب تهیه نمایند. در نتیجه،حتی تولیدکنندگان ژاپنی البسه‏ مرغوب نیز برای استفاده از دستمزدهای ارزان، در چین کارخانه تأسیس می‏کنند.

تغییر کانالهای توزیع،مربوط به ظهور فروشگاههای اختصاصی در حومه شهره و خرید و فروش کالا از طریق پست بوده است مخصوصا در زمینه البسه مردانه،این قبیل فروشگاها علیرغم کاهش تقاضا،سهم خود را در بازار افزایش داده‏اند.

بررسی آماری یکی ار نشریات معتبر بازرگانی‏ ژاپن نشان می‏دهد که 26%فروش لباسهای‏ مردانه در سال 1991 توسط فروشگاههای‏ اختصاصی حومه شهره صورت گرفته است‏ همچنین فروش البسه سبک زنانه و دخترانه از طریق پست افزایش یافته است.این نوع‏ کانالهای توزیع مستقلا برنامه تولید دارند.

تهیه‏کنندگان لباس،در کشورهائی که در آنها دستمزد ارزان است نیز کارخانه دایر می‏کنند مانند ویتنام،سریلانکا و کشورهای‏ دیگری در آسیای جنوب‏غربی.اما سهم چین‏ در بازار واردات لباس به ژاپن به مراتب از سهم این کشورها زیادتر است و آنها هنوز موقعیت چین را در این بازار تهدید نمی‏کنند.

از سوی دیگر کره‏جنوبی که قبلا بزرگترین‏ صادرکننده البسه به ژاپن بود مستقیما یا چین رقابت نمی‏کند ولی از نزدیکی فاصله‏ جغرافیائی‏اش با ژاپن و تکنولوژی برترش‏ استفاده می‏کند و محصولات شیکتری صادر می‏کند.البسه شیک به مقادیر کمتر تولید می‏شود و باید سریعتر تحویل گردد.

چین در این بازار، سهم کشورهای تازه صنعتی شده‏ را قبضه می‏کند

افزایش واردات کالاهای صنعتی از چین در مورد کالاهائی نظیر کیف‏دستی،کفش،اسباب‏ بازی و دیگری کالاهای صنعتی سبک نیز مشاهده‏ می‏شود.از سال 1988 به این طرف واردات‏ تقریبا کلیه اقلام زیاد شده است.ژاپن‏ از دیرباز وابستگی زیادی به واردات این کالاها داشته است اما تا اواخر ده 1980 مبداء عمده‏ آنها کره‏جنوبی و تایوان بود.با شروع سالهای‏ 1990 چین بازار را از کشورهای تازه صنعتی‏ شده آسیا گرفت.در اینجا واردات عمده چین‏ را با واردات عمده کره‏جنوبی(که نمایانگر اینگونه کشورهاست)مقایسه می‏کنیم.

افزایش سهم چین در واردات ژاپن بسبب‏ کاهش سهم کره‏جنوبی در واردات کالائی مانند کفش و اسباب‏بازی مشخص است.واردات کفش‏ از چین ظرف چهار سال تقریبا هشت برابر شد یعنی از 60 میلیون دلار در 1988 به 510 میلیون دلار در 1992 رسید.لیکن واردات این‏ کالا از کره جنوبی کمتر شد و ظرف همین چهار سال از 480 میلیون دلار به 470 میلیون دلار رسید.نتیجا کره‏جنوبی که در سال 1988 بزرگترین صادرکننده کفش به ژپان در سال‏ 1992 این مقام را به چین واگذار کرد.

رابطه میان صعود چین و نزول کره‏جنوبی‏ در بازار ژاپن،در اسباب‏بازی آشکارتر است تا در کفش،ژاپن در سال 1988 اسباب‏بازی به‏ ارزش 50 میلیون دلار و در 1992 به ارزش 380 میلیون دلار از چین وارد کرد که افزایش حدود هشت برابر را نشان می‏دهد در صورتیکه از کره‏ جنوبی در سال 88،اسباب‏بازی به ارزش 110 میلیون دلار و در سال 92،فقط به ارزش 70 میلیون‏ دلار،وارد کرد.در 1992 واردات اسباب‏بازی‏ از چین 86%نسبت به سال 1991 زیاد شد در حالیکه واردات از کره‏جنوبی قریب 33%کاهش‏ یافت.لذا رتبه اول در صادرات اسباب‏بازی‏ به ژاپن،در 1992 از کره‏جنوبی به چین‏ انتقال یافت.

واردات چمدان و کیف‏دستی از کره‏جنوبی‏ روبه افزایش است اما سرعت افزایش واردات این‏ اقلام از چین،زیادتر است.هرچند کره‏ جنوبی در 1992 همچنان بزرگترین صادرکننده‏ این محصولات به ژاپن بود اما سهم آن نسبت‏ به سال 1988 معادل 8%تنزل کرده بود. برعکس،چین در سال 92 خود را از مقام پنجم‏ (در سال 88)به مقام سوم رساند و ارزش این‏ نوع صادراتش 4/12%افزایش یافت.

این مصنوعات متفرقه هم کالاهای کاربر هستن.صادرکنندگان عمده کالاهای مرغوب به‏ ژاپن کشورهای اروپایی هستند و صادرکنندگان عمده‏ کالاهای تولید انبوه،کشورهای تازه صنعتی‏ شده آسیا،کشورهای آسئان(اتحادیه آسیای‏ جنوب‏شرقی مانند اندونزی،تایلند،فلیپین)، چین و دیگر اقتصادهای آسیایی هستند.

تا سال 19877-ژپان قسمت عمده واردات‏ کالاهای انبوه را از کشورهای تازه صنعتی شده‏ آسیا بویژه از کره‏جنوبی تأمین می‏کرد.در آن‏ زمان دستمزد کارگز در این کشورهای کمتر از چین‏ و کیفیت کالاهایشان از چین بهتر بود.اما با شروع دهه 1990 دستمزد در آن کشورها بالا رفت و رقابت‏پذیری آنها در قیمت ضعیف شد. در عین حال چینیها سطح تکنولوژی خود را بالا بردند لذا کم‏کم چین سهم آنها را در بازار واردات ژاپن قبضه کرد.

چشم‏انداز آینده

حسن عمده اقتصاد چین برخورداری از نیروی‏ کار وسیع،ارزان و با کیفیت خوب است.قسمت‏ اعظم واردات کالاهای صنعتی از چین شامل‏ فرآورده‏های کاربر از طیف وسیعی از صنایع‏ است که از این حسن استفاده می‏کنند.

سابقا بسیاری از واردات کالاهای کاربر به‏ ژاپن از کشورهای تازه صنعتی شده آسیا تأمین‏ می‏شد اما با افزایش دستمزد در این کشورها این‏ امر اکنون مقرون به صرفه نیست.تولیدکنندگان‏ هنک‏کنگی و تایوانی که با ژاپن داد و ستد می‏کردند تعداد کثیری از کارخانجاتشان را به‏ چین منتقل کرده‏اند.این انتقال بنحو آشکار بر صادرات کالاهای ساخته شده چین افزوده است.

از سوی دیگر ژاپنیهای هم بر اثر ترکیدن‏ "اقتصاد حبابی‏"علاقه روزافزونی به کالاهای‏ ارزانتر نشان میدهند.چین برای پاسخگویی به‏ این نیاز بر کشورهای تازه صنعتی شده آسیا برتری دارد تا زمانی که اعتماد به کیفیت‏ صادراتش سست نشده است این برتری را حفظ خواهد کرد.

مأخذ:نشریهء تریداسکوپ 24/7/93 نشریه‏ سازمان تجارت خارجی ژاپن