

# بررسی بازار کالاهای چرمی اروپا، بلژیک و لوکزامبورگ

قسمت چهارم

## راهنمای عملی برای صادرکنندگان کشورهای

### در حال توسعه

از : مرکز تجارت بین‌المللی، انکادگات

خدمات وارد کنندگان را از شما مطلع می‌کند. در نظر خریداران عمده، دستیابی به این نوع خدمات همچون تاثیر قیمت در تصمیمگیری برای خرید کالا بسیار پراهمیت است.

نخستین تماس فرستنده احتمالاً با وارد کننده از اهمیت چشمگیری برخوردار است. وارد کنندگانی که برای تهیه این بررسی با آنها تماس گرفته شده معتقدند که از انجام برخی کارها باید خودداری کرد. معمولاً صادرکنندگان برای بازدیدهای بازرگانی از بلژیک دست خالی سفر می‌کنند یا نامه‌هایی می‌فرستند که در آنها خود را به عنوان "صادرکننده عمده" معرفی می‌نمایند و آن‌ها اسناد و مدارک کافی و اطلاعاتی را جمع به قیمت ارائه کرده باشند. واگر وارد کنندگانی زحمت یا سخندان را به خود بدهد (که احتمال این کار بسیار ضعیف است) و اسناد و مدارک و قیمت کالا را درخواست کند آن وقت است که برخی از صادرکنندگان حتی پاسخ نیز نمی‌دهند. ارسال یک نامه تنها چیزی است که آنها می‌خواهند و وسیله آن دادوستد خود را آغاز کنند.

برخی از صادرکنندگان عکس و مدارک دیگری ارائه می‌دهند ولی به قیمت هیچ اشاره‌ای نمی‌کنند. آنها از خریداری خواهند تا قیمت کالاهای مورد نظر خود را اعلام کند. باید توجه داشت که صادرکنندگان بلژیکی در وقت دارند از این طریق وارد معامله شوند. نه علاقه‌ای به معظنه‌های بالذتسراز قیمت‌های جهانی دارند و به صراحت دعوت صریح

است که صادرکنندگان می‌توانند اقلامی را که از لحاظ ارزش در بالاترین و پیاپی ترین حد خود باشند صادر کنند. در این مورد، مبداء کالا بسیار مهم است.

آشکارا است که هدف بیشتر کشورهای در حال توسعه برای حضور در بازار بلژیک عرضه اقلام ارزان قیمت است. چرا که رقابت با کیفیت بالای اروپا - گرچه دیگر غیر ممکن نیست - ولی دشوار خواهد بود. شانس کالاهای با قیمت متوسط، به دلیل تقاضای پایین، ظاهراً اندک است. البته کیفیت دیپلماتی در این طبقه بندی قیمتی قرار دارد که با آرا آن هنوز از بین نرفته است.

صادرکنندگان باید به خاطر داشته باشند که خدمات فروش برای خریداران بلژیک - لوکزامبورگ اهمیت بسیار دارد. بسیاری از خریداران، از جمله خریداران بزرگ، به همین دلیل از تماس مستقیم با کارخانه‌های خارج خود داری کرد و با وارد کنندگان داخلی معامله می‌کنند، البته تا این پدید منحصربه این منطقه نیست. اطلاعات وارد کننده در مورد کشورهای تولید کننده، کارخانه‌ها، شیوه دادوستد و تجارب بازاریابی و طراحی آنها فوق‌العاده با ارزش تلقی می‌شود.

وارد کنندگان تمام موضوعاتی مربوط به تولید، حمل و نقل، تحویل، ترتیب پرداخت و تأمین مالی موجودی را انجام می‌دهد. در نتیجه، تعجبی ندارد که پرداخت‌های این کارها در ازای ارائه

در این بررسی، بلژیک و لوکزامبورگ وابسته به یک اتحادیه گمرکی هستند و به عنوان یک موجودیت واحد تلقی می‌شوند. اشاره به هر یک از آنها هر دو کشور را در بر می‌گیرد.

تولید داخلی کیفیت و کالاهای چرمی کوچک (طبق شماره ۲۰۲/۳۰/۵۰ به خاطر هزینه بالای نیروی کار تقریباً "ناچیز است. با این حال، صادرات مجدد انواع کالاهای چرمی چشمگیر بوده و مقصد اصلی آنها هلند و فرانسه می‌باشد. واردات این کالا هم پاسخگوی تقاضای داخلی است و هم صادرات مجدد را عملی می‌سازد.

از لحاظ مقدار، ایتالیا، در رده نخست، و فرانسه و هلند در رده‌های بعدی صادرکنندگان کیفیت دستی در سال ۹۹۰۰ بود مانند کشورهای رومانی، آلمان شرقی سابق، هلند و آلمان غربی سابق مراکز مهم کیفیت دستی، کیف، گارمندی و کیف مدرسه به شمار می‌رفتند. فرانسه نیز تولید کننده اصلی کالاهای چرمی مسافرتی بود. در حالی که هلند بزرگترین منبع گمریند به شمار می‌رفت، همین محصولات به طور کلی صادرات مجدد را نیز تشکیل می‌داد. چین، تایوان و هند وستان تنها صادرکنندگان مهم در میان کشورهای جهان سوم بودند. چین (در سال ۹۹۰۰ در رده نخست) و هند وستان (در رده چهارم) در زمینه تولید کالاهای چرمی کوچک بسیار فعال هستند.

ویژگی بازارهای بلژیک - لوکزامبورگ در این

برای مذاکره "رابید بریند" .

در ابتدا ، صادرکنندگان هنگام ارائه محصولات خود به واردکنندگان ، باید حداقل قیمتی را که می توانند با آن کار کنند محاسبه کرده و همین قیمت را اعلام کنند . آنها نباید فراموش کنند ، که بیشتر واردکنندگان بلژیکی از قبل برای کالاها ی مورد نظر خود با فروشندگان قدیمی داد و ستد دارند و احتمال اینکه با آنها نارضی باشند یا اصولاً "علاقه ای به تغییر انتخاب خود داشته باشند ضعیف است .

روشن است که صادرکنندگان مشتاقی باید از ابتدای کار با قیمت هایی که اعلام می کنند بهترین شرایط را برای جلب وارد کنند فراهم کنند . بر اساس مدارک موجود ، یکی از صادرکنندگان ۳ سال وقت صرف کرد تا پانزدهمین ترین قیمت واقعی خود را به یکی از واردکنندگان بزرگ بلژیکی اعلام کند ، و علت اینکه سرانجام موفق به انجام داد و ستد بازرگانی با واردکننده مذکور شد تنها به صورتی بود که مربوط می شد . اگر از ابتدا ، همان مظنه واقعی را برای قیمت کالای خود اعلام کرده بود ، این ۳ سال را از دست نمی داد . این مورد ، اهمیت در کرد و جانبدار خریدار و فروشند را از عادات و مسائل بازرگانی یکدیگر نشان می دهد . با این گونه تفا همی می توان در کمترین زمان به متوافقهای تجاری دست یافت .

همچنین توصیه می شود که در نخستین برخورد تنها با ۳ یا ۴ خریدار احتمالی در بلژیک - لوکز امبورگ تماس گرفته شود .

تا آنجا که به کالا مربوط می شود ، صدور محصولات ساد هم برای شروع بهترین راه است و این مورد بویژه برای تولیدکنندگانی که ماشین آلات تولیدشان به چرخ خیاطی و سایر ابزار ابتدایی محدود می شود مصداق دارد . تولیدکنندگان باید از ارائه نظریه های تجملی و مدلهای رنگارنگ و فانتزی خود داری کنند . خط تولید باید به سمت ریج و یا همگامی نزدیک با خریداران ایجاد شود که نام این مهم به زمانی طولانی نیاز دارد .

## اطلاعات بازرگانی

تصویر کالاهای چرمی وارداتی ، موفقیت کالاهای چرمی وارداتی در بازارهای بلژیک - لوکز امبورگ ،

برخلاف سایر بازارها ، بیشتر به کیفیت چرم مسورد استفاده میسنگی دارد تا طرح یا نحوه ساخت و ارائه کالا .

گفته می شود که مشکل اصلی در مورد بسیاری از محصولات چرمی از بد باغی آنها ناشی می شود و به کارخانه کالا های چرمی ارتباط پیدا نمی کند . چرمی که کیفیت بد داشته باشد تصویر ناخوشایندی از کشور مبدا ارائه می دهد . این طور به نظر می رسد که قبلاً "برخی از کشورهای در حال توسعه چندین تصویری در بازار بلژیک از خود نشان داد و شاید تا حدی به همین خاطر با شد که بسیاری از آنها موفق نشده اند به این بازار را مهیا کنند .

برخی از واردکنندگان خاطر نشان می کنند که مثلاً "در حالی که ایالتی می تواند از زیوست و سالامبورستنا" نامرغوب چرم خوب تولید کند ، کشورهای در حال توسعه از بهترین پوست ، چرم متوسط یا حتی با کیفیت بد تولید می کنند . در این مورد ، برخی از واردکنندگان بلژیکی آماند ماند تا برای تولید چرم به شرکت های صلاحیت دار کشورهای در حال توسعه کمک و آموزش دهند .

نتایج حاصل از بررسیهای انجام شده نشان می دهد که روی هم رفته واردکنندگان بلژیکی از روی تجربه در یافتن کمرای واردات از کشورهای در حال توسعه باید با احتیاط عمل کنند . به نفع صادرکنندگان این کشورهاست که به واردکنندگان نشان دهند که در سالهای اخیر توانایی و ظرفیت آنها چگونه بهبود یافته است . هم اینک ، برخی از کشورهای در حال توسعه چرمهای بسیار مرغوب را از منابع متعدد ، از جمله اروپا ، بعنوان مواد خام کالا های چرمی خسود وارد می کنند . امکان تا بد باغی آنها نیز به نحو چشمگیری بهبود یافته و برخی از کشورها اکنون می توانند چرم را مطابق با کیفیت اروپائی تولید کنند .

## طرح ، رنگ و مد

اگر چه تغییر مد بویژه برای جوانان به سرعت انجام می شود ولی باید توجه داشت که در بلژیک ، همچون بقیه اروپا ، دو مجموعه اصلی وجود دارد : پاییز و زمستان ، بهار و تابستان

## شیوه پرداخت

پرداختها معمولاً "نوسیله" اعتبار نامه و پول نقد در برابر سند صورت می گیرد . برای صادرکنندگانی که مبتدیانگی داد و ستد خود را در بلژیک آغاز کرده باشند ، اعتبار نامه اولویت دارد . معمولاً خریداران پیش از حمل کالا و پرداخت وجه آن برای بازرسی محموله فشاری می کنند .

آنها می توانند خودشان این کار را انجام دهند ، یا اینکه آن را به عهده یک سازمان بازرسی مستقل مانند Societe generale de surveillance (SGS)

که تقریباً "در تمام بنا در دنیا نمایندگی دارد و گذار کنند . در صورتی که انجام بازرسی ضرورت داشته باشد ، خریداری می تواند ارائه گواهی بازرسی را به عنوان شرط پرداخت تعیین کند .

خریداران کوچک که امکان انجام بازرسی پیش از حمل کالا بر خود را ندارند ، در عین حال رابطه استواری با یک فروشنده ایجاد نکردند احتمالاً "ترجیح می دهند تا از خیر واردات مستقیم بگذرند و کالای مورد نیاز خود را از واردکننده داخلی تأمین کنند .

## حمل و نقل

حمل کالاهای آرسالی از کشورهای در حال توسعه می تواند از طریق هوا یا دریای انجام شود ، حمل مرکب دریا - هوا توصیه نمی شود ، تجربه بازرگانان بلژیکی از حمل مرکب نشان داده است که مضرات این کار بیش از مزایای آن است . محصولات چرمی کوچک تقریباً "همیشه از طریق هوا وارد این کشور می شود .

## شرایط تحویل

شرایط تحویل که اکنون اعمال می شود عبارتند از : فوب (تحویل روی کشتی) ، سی اند اف (قیمت و هزینه حمل) ، سی اف (بهای کالا ، هزینه بیمه و حمل) ، خریداران بلژیکی که برای نخستین بار به کار خرید مبادرت می کنند ، روش "سی اند اف" یا سیف را ترجیح می دهند .

## بسته بندی

بسته بندی محصول باید با نوع حمل و نقل مطابقت داشته باشد. حمل دریایی به مقاصد زیاد نیاز دارد و استفاده از بسته بندی پلاستیکی لازم است. عمل تهویه نیز اهمیت دارد، زیرا رطوبت ناشی از وجود آب یا نبود تهویه ممکن است موجب پیدایش میکروبی جرم، زنگ زدگی، زبیرها، سگکها و سایر متعلقات فلزی شود.

در برخی کشورهای فروشنده، مواد تولید شده توسط صنایع کارتن سازی بسته بندی از کیفیت مطلوبی برخوردار نیست. بسته بندی با این نوع مواد رفتنها موجب میشود تا یک محصول خوب از جدابیت بیفتد بلکه ممکن است در مقصد، وپیش از آنکه کالا دوباره حمل یا به مشتری ارائه شود، بسته بندی مجدد نیاز داشته باشد.

باید با خطرات اشتباه گیری از خریداران عمده، مانند فروشگاههای بزرگ، می خواهد کالا با همان کارتنهای ارزاسالی مستقیماً به مقصدهای فروش منتقل شود. اگر بسته بندی گیرایی نداشته باشد یا اینکه آسیب دید ما شد قابل فروش نیست. محصولات که به خاطر صرفه جویی در داخل کارتن یا جعبه روی هم فشرده شده باشند و به صورت چروک یا صاف شده خارج شوند نیز همین وضع را خواهند داشت. تطبیق کالا با وضع نمایشگاهها، حتی بدتر، و نیز بسته بندی دوباره آنها هزینه بردارد کمی تردید خریدار به طریقی آن را به گردن صادرکننده خواهد انداخت. بنا بر این بمنفع خود صادرکننده است که ببینند آیا بسته بندی به طور مناسب انجام گرفته و همچنین باید درک کند که پرداخت کرایه اضافی برای بسته بندی محکم و جامد در نهایت بسیار ارزانتر تمام خواهد شد.

## برچسب مبداء

تعیین کشور مبداء روی برچسب کالا قانوناً الزامی نیست، و بیشتر محصولات کشورهای در حال توسعه دارای چنین برچسبی نیستند. در واقع، به خاطر چهره منفی برخی کشورها در بلژیک، بهتر است که مبداء محصول یا بسته بندی قید نشود.

## نشریات و نمایشگاههای تجاری

هیچ مجله تخصصی در مورد کالاهای چرمی در بلژیک وجود ندارد. مهمترین نمایشگاه تجاری این کشور ضمن انجام این بررسی "بروکسل اینترنشنال ترید مارک" است. این نمایشگاه صرفاً به کالاهای چرمی اختصاص ندارد بلکه یک نمایشگاه عمومی است که بخشی از آن ویژه این محصول می باشد.

## اطلاعات کالایی

کالاهای سفری، کیف چینی ساخته شده از پوست خوک همچنان مورد علاقه بازرگانان بلژیکی است. همچنین، برای کالاهای سفری سایر کشورها که از قیمت مناسب و جرم ضخیم دباغی شده (از نوع آمریکای لاتین) برخوردارند بازار مناسب وجود دارد. این محصولات با مارکهای گرانقیمت و مرغوبی که عمدتاً "از اروپا و ایالات متحده آمریکا وارد می شوند رقابت خواهند کرد.

چرم خزندگان، هنوز برای محصولات که از پوست خزندگان ساخته می شود تقاضا وجود دارد. ولی تقاضا برای محصولات پوست مار کاهش یافته و چرم اصل سوسمار نیز از مد افتاد است. نفوذ اکولوژیستها روز به روز افزایش می یابد و به طور کلی پیشبینی می شود که هیچ آئینده ای برای چرم خزندگان در بازار بلژیک-لوکزامبورگ وجود نداشته باشد.

چرمهای جدید، در طول انجام این بررسی، برخی از وارد کنندگان بزرگ هنوز با چرمهای جدید که از پوست ماهی، قورباغه، پای مرغ، و معدده گاو تهیه

می شود به هیچ وجه آشنایی نداشتند. از این رو - می توان پنداشت که مصرف کنند % متوسط نیز آگاهی چندانی از این نوع چرمها ندارند.

اگر عرضه این نوع محصولات جدید با اعتراض اکولوژیستهای نافذ روبرو نشود، ممکن است بازار با بی برای آنها ارزشمند باشد. این چرمها بسیار خوش ظاهر هستند و به خوبی می توانند جایگزین چرم خزندگان شود. بیشتر مصرف کنندگان قادر نخواهند بود بین چرم ماهی و چرم خزندگان چون مار و مارمولک تمیز قایل شوند.

برای جلب نظر مصرف کنندگان به این نوع چرمها باید قیمت آنها مناسب و بسیار پایین تر از قیمت چرم خزندگان باشد، گمالبته این نباید مشکل باشد. تعرفه های وارداتی و مالیاتی. بلژیک و لوکزامبورگ از تعرفه مشترک با زار و اپا برای کالاهایی که از کشورهای ثالث وارد می شوند استفاده می کنند. به منظور کسب آگاهی بیشتر از این تعرفه ها می توانید به فصل ۶ (جدول ۲) و فصل ۷ (بخش مربوط به دسترسی بازار) (۱) رجوع کنید. بلژیک و لوکزامبورگ طرحهای قرارداد "سیستم هماهنگ شده کدینگ کالایی" هستند.

از فروش تمام محصولات و خدمات داخلی و وارداتی بر اساس نرخ و جد مالیات بر ارزش افزوده دریافت می شود. مالیات بر واردات بر مبنای مجموع هزینه کالای با رگیری شده (سیف مقصد) بعلاوه هرگونه گمرکی، مالیاتهای جنبی و سایر عوارضی که متوسط گمرک هنگام واردات جمع آوری شده اخذ می شود. کالاهای صادراتی از مالیات بر ارزش افزوده معاف هستند.

گروه کالایی	ارزش	درصدی از کل واردات
مجموع شامل:	۵۵/۵۵۰۰	۱۰۰
کیف دستی	۲۴/۲۸۰	۴۳/۷
کمر بند و سایر	۱۴/۲۶۸	۲۵/۷
کالاهای کوچک چرمی	۶/۸۶۸	۱۲/۴
کالاهای سفری	۶/۲۴۶	۱۱/۷
کیف دیپلمات، دستی، مدرسو سایر	۳/۶۰۸	۶/۵

منبع: جدول اول - ۱۴-۱

واردات

توزیع محصولات وارداتی به تفکیک گروه کالایی در سال ۱۹۹۰ در جدول زیر آمده است. همانگونه که مشاهده می شود کیفیت دستی ۴۴ درصد، کمر بند و حمایل ۲۶ درصد و کالاهای کوچک چرمی ۱۲ درصد از تمام واردات را در بر می گیرد.

توزیع تقریبی جمعیت در بلژیک - لوکزامبورگ به تفکیک گروه سنی در جدول شماره ۹ آمده است. از ارقام مربوطه در محاسبه ارقام واردات سرانه، که بعداً در این بخش ارائه می شود، استفاده شده است.

جدول ۹ - بلژیک - لوکزامبورگ: جمعیت به تفکیک گروه سنی و جنسیت، سال ۱۹۸۹ (به میلیون)

گروه سنی / جنسیت	مجموع، تمام سنها	۱۵-۳۰ ساله	۳۰ تا ۵۰ ساله	۵۰ سال به بالا
مذکر	۴/۸	۱/۲	۱/۴	۱/۴
مؤنث	۵/۰	۱/۲	۱/۳	۱/۷

منبع: سازمان ملل متحد، سالنامه آماری ۱۹۸۹

در همین سال، عمده ترین فروشنده یعنی فرانسه از نظر حجم و ارزش به ترتیب ۷۷ درصد و ۶۲ درصد از کل صادرات رایبه خود اختصاص داد. در میان کشورهای یانواحی در حال توسعه، تنها چین جزو تولید کنندگان مهم به شمار می رفت، ولی حجم کالاهای صادراتی آن تنها با ۵ درصد از حجم محصولات فرانسه در سال ۱۹۹۰ برابر بود. چین از لحاظ مقدار، شانس بهتری برای پیشی جستن از آلمان غربی، هلند دارد. گفتنی است که تا سال ۱۹۹۰ ایتالیا از چین عقب افتاده بود.

همانگونه که در جدول شماره ۱۱ مشاهده می شود، مجموع واردات در سال ۱۹۸۹ بهمنحوه چشمگیری افزایش یافت ولی در آخرین سال بررسی از نظر مقدار با کاهش همراه بود. بیشترین افزایش در سال ۱۹۹۰ (۲۵ برابر بیشتر از سال پیش از آن) بهچین اختصاص داشت. در سال ۱۹۸۹، واردات سرانه گروه سنی ۱۵ تا ۶۴ سال به ۹/۰ واحد پوند اروپا بالغ می شد. در سال ۱۹۹۰، بخش عمده کیفیت دستی (بسه شماره CN ۲/۲۱/۰۰/۴۲۰۲) از ایتالیا (۵۶ درصد) و فرانسه (۱۵ درصد) وارد شد. همچنین بیشترین افزایش در طول دوره مورد بررسی مربوط به این دو کشور بوده است (بهجدول شماره ۱۲ نگاه کنید). سهم کشورهای یانواحی در حال توسعه از لحاظ مقدار حدود ۸ درصد و از نظر ارزش ۳ درصد بود، که عمده ترین آنها چین، تایوان و هندوستان بودند ولی عرضه این محصولات از جانب چین و هندوستان در سالهای ۱۹۸۹-۱۹۹۰ با کاهش روبهرو شد.

ارزش مجموع واردات کیفیت دستی با ۲۲ درصد افزایش در طول سال ۱۹۹۰/۲۴ میلیون واحد پول

جدول شماره ۱۰ - بلژیک - لوکزامبورگ: واردات کیفهای اداری، دستی، مدرسه و مشابه

(به شماره CN ۴۲۰۲/۱۱/۱۰، به تفکیک مبدأ، دوره ۱۹۹۸-۱۹۹۰ مقدار (م): ۱۰۰۰ کیلوگرم ارزش (۱): ۱۰۰۰ واحد پول اروپا

مبدأ	۱۹۸۸		۱۹۸۹		۱۹۹۰		رده بندی بر حسب مقدار، سال ۱۹۹۰
	م	الف	م	الف	م	الف	
جمع	۳۱۷	۳۹۶۸	۲۶۱	۳۱۳۲	۲۹۵	۲۶۰۸	
از میان آنها عبارتند از:							
آلمان غربی	۴۲	۸۱۲	۳۱	۶۱۴	۲۲	۶۶۵	۴
فرانسه	۱۲	۳۸۶	۳۷	۵۹۰	۲۱	۵۶۴	۵
رومانی	۳۹	۲۶۴	۵۵	۳۶۲	۶۵	۴۵۳	۱
هلند	۳۷	۳۶۲	۲۱	۲۸۷	۳۳	۳۶۸	۳
آلمان شرقی	۸۰	۴۵۹	۴۳	۲۹۸	۴۸	۲۸۲	۲
چین	-	۸	۴	۳۴	۲۲	۲۶۷	۶
ایتالیا	۳	۱۰۸	۳	۱۶۳	۲	۱۴۲	۱۰
چکسلواکی	۳۷	۳۷۶	۱۶	۲۳۲	۱۴	۱۱۰	۷
انگلستان	۱۴	۱۹۴	-	۱۴	۵	۷۴	۹
تایوان	۲۰	۱۵۱	۱۰	۶۱	۱۴	۷۴	۸
رکیه	۱۳	۲۷۳	۹	۲۵۷	۱	۱۹	۱۱
لهستان	۹	۶۴	-	۱	۱	۳	۱۲
سایر	۱۱	۳۱۱	۳۵	۲۳۰	۱۲۷	۵۸۵	

منبع: ارواستات، تجارت خارجی (لوکزامبورگ) ۱۹۸۸، ۱۹۸۹، ۱۹۹۰

در سال ۱۹۹۰، ۴۲ درصد از حجم واردات مربوط به گروه کالایی شماره ۴۲۰۲/۱۱/۱۰ (جدول شماره ۱۰) به کشورهای در حال توسعه و اروپای شرقی اختصاص داشت، که ارزش سهم این کشورها به ۳۳ درصد می رسید. رومانی و آلمان شرقی از لحاظ حجم، صادر کنندگان اصلی آن سال بودند. بزرگترین عرضه کنندگان این گروه کالاهای از نظر ارزش عبارت بودند از آلمان غربی، فرانسه، رومانی و هلند. چکسلواکی و لهستان در دوره ۱۹۸۸-۱۹۹۰ صادرات خود را به بلژیک و لوکزامبورگ کاهش دادند. کشورهای عضو بازار مشترک اروپا از لحاظ حجم، ۲۶ درصد از واردات رایبه خود اختصاص دادند که مهمترین آنها عبارت بودند از: هلند، آلمان غربی و فرانسه که همگی سهمی تقریباً "برابری" داشتند. ایتالیا سهم ناچیزی از مجموع فروش داشت. واردات سرانه برای سنین بین ۱۵ تا ۶۴ سال در سال ۱۹۸۹ به ۴۶/۰ واحد پول اروپا می رسید.

محصولات کشورهای در حال توسعه و اروپای شرقی از نظر حجم و ارزش به ترتیب تنها ۷ و ۶ درصد از مجموع واردات کالاهای سفری (به شماره CN ۹

جدول ۱۱- بلژیک - لوکزامبورگ: واردات چمدان، ساک دستی، کیف توالت و اقلام مشابه (به شماره CN ۴۲۰۲/۱۱/۹۰) به تفکیک مبدأ، ۱۹۸۸-۱۹۹۰  
مقدار (م) به هزار کیلوگرم ارزش (۱) به هزار واحد پول اروپا

مبدأ	۱۹۸۸		۱۹۸۹		۱۹۹۰	
	م	الف	م	الف	م	الف
جمع از جمله شامل:	۴۶۹	۲/۵۳۲	۶۵۶	۶/۱۳۲	۶۱۹	۶/۲۷۶
فرانسه	۳۲۸	۲/۵۰۳	۵۳۴	۴/۱۵۶	۴۷۸	۴/۰۳۹
ایتالیا	۲۴	۵۱۱	۱۱	۴۲۲	۲۱	۸۰۴
آلمان (غربی)	۳۱	۵۴۳	۲۵	۴۷۰	۳۲	۵۳۷
هلند	۲۶	۴۲۹	۲۹	۴۸۶	۲۶	۴۰۲
چین	۲	۱۹	۱	۸۱	۲۵	۲۹۰
تایوان	۱۶	۱۵۸	۱۶	۹۶	۱۳	۶۲
انگلستان	۵	۹۹	۴	۷۷	۲	۵۸
کره جنوبی	۱	۸	۲	۲۸	۳	۳۶
ایالات متحده آمریکا	-	-	۱	۳۸	۱	۳۳
سایر	۲۶	۲۶۲	۳۳	۳۵۱	۱۸	۲۱۵

منبع: ارواستات، تجارت خارجی (لوکزامبورگ، ۱۹۸۸، ۱۹۸۹، ۱۹۹۰)

اروپا در سال ۱۹۹۰ رسید، و امداد سرنه برای افراد بین ۱۵ تا ۶۴ سال به ۲/۹۰ و واحد پول اروپا در سال ۱۹۸۹ بالغ شده بود.

همانگونه که در جدول شماره ۱۳ نشان داده می شود، واردات کالاهای چرمی کوچک (به شماره CN ۴۲۰۲/۳۱/۰۰) در طول دوره مورد بررسی به تدریج افزایش یافت. تا ۱۷ درصد بین سالهای ۱۹۸۸ و ۱۹۸۹ و ۲۲ درصد از سال ۱۹۸۹ تا سال ۱۹۹۰ بر حسب مقدار. کشورهای فرانسه، آلمان (غربی)، هلند و هندوستان از لحاظ ارزش عمده ترین صادرکنندگان بودند. در سال ۱۹۹۰، سهم کشورهای در حال توسعه از مجموع مقدار صادرات به ۴۴ درصد بالغ شد. این رقم در سالهای ۱۹۸۸ و ۱۹۸۹ برای آنها به ترتیب ۲۶ درصد و ۲۷ درصد بوده است. بزرگترین صادرکننده از لحاظ مقدار در سال ۱۹۹۰ چین بود که ۲۳ درصد از حجم واردات بلژیک و لوکزامبورگ را به خود اختصاص داد. پس از چین کشورهای هلند، آلمان (غربی) و هندوستان قرار گرفتند. در این میان، صادرات فرانسه و ایتالیا به تدریج با کاهش روبرو شد. بیشترین افزایش مربوط به چین و هندوستان بود که حجم تولید آنها بین سالهای ۱۹۸۹ و ۱۹۹۰ تقریباً "دو برابر" (برای هندوستان) و بیش از دو برابر برای چین بود. سرنه و واردات کالاهای چرمی کوچک برای افراد ۱۵ تا ۶۴ سال در سال ۱۹۸۹ به ۰/۸۷ و واحد پول اروپا بالغ شد.

جدول ۱۲- بلژیک - لوکزامبورگ: واردات کیف دستی (به شماره CN ۴۲۰۲/۲۱/۰۰) به تفکیک مبدأ، ۱۹۸۸-۱۹۹۰  
مقدار (م) به هزار کیلوگرم ارزش (۱) به هزار واحد پول اروپا

مبدأ	۱۹۸۸		۱۹۸۹		۱۹۹۰	
	م	الف	م	الف	م	الف
جمع از جمله شامل:	۵۰۷	۱۹/۸۲۰	۴۸۲	۱۹/۸۴۵	۵۸۹	۲۴/۲۸۰
ایتالیا	۲۴۸	۹/۹۲۶	۲۴۸	۹/۴۰۲	۳۳۰	۱۲/۱۷۷
فرانسه	۵۱	۳/۹۹۸	۷۱	۵/۳۵۷	۹۱	۶/۴۳۱
آلمان (غربی)	۳۶	۱/۶۵۵	۳۰	۱/۶۳۲	۳۴	۱/۹۳۶
هلند	۵۷	۱/۸۷۰	۷۳	۱/۷۱۹	۶۴	۱/۹۰۲۰
سوئیس	۲	۱۷۵	۳	۳۵۱	۲	۳۶۱
چین	۴۷	۵۲۷	۲۷	۳۵۰	۲۴	۳۱۰
هندوستان	۱۶	۳۳۸	۱۲	۲۵۸	۱۱	۲۸۰
تایوان	۸	۲۴۵	۱۱	۲۶۹	۱۲	۲۴۹
اسپانیا	۹	۳۹۴	۶	۲۷۶	۴	۳۰۸
سایر	۳۳	۵۸۲	۴	۲۳۱	۱۶	۴۳۴

منبع: ارواستات، تجارت خارجی (لوکزامبورگ، ۱۹۸۸، ۱۹۸۹، ۱۹۹۰)

بر اساس جدول شماره ۱۴، واردات کمر بند و حمایل (شماره ۴۲۰۳/۳۰/۰۰) از لحاظ مقدار بین سالهای ۱۹۸۸ و ۱۹۹۰ سالانه افزایش داشته است (۳۱ درصد در سال ۱۹۸۹ و ۲۵ درصد در سال ۱۹۹۰). رشد سالانه این محصولات از لحاظ ارزش ۲۰ درصد بود. هلند مهم ترین تامین کننده کالاهای مذکور بود که سهم آن از لحاظ مقدار در سال ۱۹۹۰ به ۴۷/۶ درصد می رسید، با این حال بخش عمده محصولات که از این کشور صادر می شود احتمالاً "جزو صادرات مجدد است. ایتالیا از لحاظ مقدار در درده دوم تولید کنندگان قرار دارد، ولی از نظر ارزش مقام نخست را به خود اختصاص داده است. هیچ جایگاه مهمی برای کشورهای در حال

توسعه و اروپای شرقی در این زمینه وجود ندارد.  
سوانه واردات این کالا در سال ۱۹۸۹ به ۱/۷۴ و  
واحد پول اروپا می رسید.

اطلاعات در مورد صادرات بلژیک - لوکزامبورگ  
مربوط به گروه های کالایی در دست بررسی در پیوست  
شماره ۲ آمده است.

### پیوست شماره یک

### بلژیک: نشانیهای برگزیده

واردکننده ها:

**Azur Media**  
212 Elizabethlaan  
2600 Antwerp  
Tel: (03) 218 9095  
Fax: (03) 218 5716

**Basyn Bvba**  
3-7 Doorniksewijk  
8500 Kortrijk  
Tel: (056) 22 1598  
Fax: (056) 22 8818

**Bavelco PVBA**  
Generaal van Merlenstraat 30  
2600 Berchem Antwerp  
Tel: (03) 239 0940  
Telex: 32695

**Boland SPRL**  
32 rue Brogniez  
1070 Brussels  
Tel: (02) 523 0129  
Telex: 22858

**Concordia Mail**  
Parklaan 22  
B-2300 Turnhout  
Tel: (014) 609 211

**Confinvest SA-NV**  
1 avenue Maurice  
1050 Brussels  
Tel: (02) 648 3025  
Telex: 64 866 confinvb  
Fax: (02) 648 2168

جدول ۱۳ - بلژیک - لوکزامبورگ: واردات کالاهایی که معمولاً در جیب یا کیف دستی حمل  
می شود کالاهای چرمی کوچک، (به شماره CN ۴۲۰۲/۳۱/۰۰) به تفکیک مبدأ، ۱۹۸۸-۱۹۹۰  
مقدار (م) به هزار کیلوگرم ارزش (۱) به هزار واحد پول اروپا

مبدأ	۱۹۸۸		۱۹۸۹		۱۹۹۰		رده بندی بر حسب مقدار، ۱۹۹۰
	م	الف	م	الف	م	الف	
جمع از جمله شامل:	۱۳۶	۴/۹۳۲	۱۶۰	۵/۹۸۷	۱۹۵	۶/۸۶۸	
فرانسه	۲۳	۱/۲۴۶	۱۹	۱/۳۹۰	۱۸	۱/۵۶۰	۵
آلمان (غربی)	۱۸	۹۳۶	۳۹	۱/۲۹۴	۳۳	۱/۳۱۱	۳
هلند	۲۷	۶۲۰	۳۴	۹۵۷	۴۱	۱/۱۲۷	۲
هندوستان	۱۴	۵۶۸	۱۷	۶۳۴	۳۳	۱/۰۵۸	۴
ایتالیا	۸	۳۸۲	۶	۳۴۱	۵	۴۴۹	۶
چین	۱۴	۲۵۱	۱۷	۲۸۱	۴۵	۴۱۱	۱
تایلند	۴	۲۰۷	۴	۱۹۵	۵	۳۰۹	۷
اسپانیا	۲	۱۲۳	۱	۱۲۶	۲	۲۵۲	۹
انگلستان	۲	۱۰۱	۱	۸۳	۱	۶۷	۱۰
تایوان	۵	۵۷	۳	۲۱۹	۲	۳۱	۸
سایر	۱۹	۴۴۲	۱۹	۴۶۷	۱۰	۲۹۳	-

منبع: ارواستات، تجارت خارجی (لوکزامبورگ، ۱۹۸۸، ۱۹۸۹، ۱۹۹۰)

جدول ۱۴ - بلژیک - لوکزامبورگ: واردات کمر بند و حمایل (به شماره CN ۴۲۰۳/۳۰/۰۰)  
به تفکیک مبدأ، ۱۹۸۸-۱۹۹۰

مقدار (م) به هزار کیلوگرم ارزش (۱) به هزار واحد پول اروپا

مبدأ	۱۹۸۸		۱۹۸۹		۱۹۹۰		رده بندی بر حسب مقدار، ۱۹۹۰
	م	الف	م	الف	م	الف	
جمع از جمله شامل:	۲۰۵	۹/۹۴۳	۲۶۹	۱۱/۹۳۸	۳۳۸	۱۴/۲۶۴	
ایتالیا	۶۶	۳/۳۸۱	۷۴	۴/۱۴۸	۹۶	۵/۳۸۱	۲
هلند	۷۸	۲/۲۷۷	۱۱۳	۲/۹۵۴	۱۶۱	۳/۷۶۲	۱
فرانسه	۲۴	۲/۰۲۶	۳۲	۲/۳۵۸	۳۱	۲/۴۳۶	۳
انگلستان	۵	۴۳۸	۵	۴۶۲	۵	۴۷۹	۵
اسپانیا	۶	۳۹۱	۴	۲۶۰	۳	۲۱۵	۶
آلمان (غربی)	۱۹	۱/۱۲۱	۳۰	۱/۳۲۰	۲۰	۱/۴۱۷	۴
سایر	۷	۳۰۹	۱۱	۲۳۶	۲۲	۵۷۸	

منبع: ارواستات، تجارت خارجی (لوکزامبورگ، ۱۹۸۸، ۱۹۸۹، ۱۹۹۰)

**Stuart Bvba**  
518-526, Boomsesteenweg  
2000 Antwerp  
Tel: (03) 827 7920  
Telex: 32902 supertools

**Van de Neste SPRL**  
35 avenue Van Muylders  
1200 Brussels  
Tel: (02) 771 6538

**Marks and Spencer**  
6 boulevard Emile Jacquain  
1000 Brussels  
Tel: (02) 219 4336  
Telex: 61388

**Mondial Gifts SA-NV**  
145-147 Moeremanslaan  
1710 Dilbeek  
Tel: (02) 466 2990  
Telex: 65885 mongif b  
Fax: (02) 466 7088

**Cuirlux Coninck**  
347 Prins Boudewijnlaan  
2520 Edegem  
Tel: (03) 149 4013

**Esquenet NV**  
25 Sint-Jansstraat  
8500 Kortrijk  
Tel: (056) 224 761  
Telex: 85 832 esq b  
Fax: (056) 228 196

نمایشگاههای بازرگانی:

**AGIM**  
(Brussels International Trade Mart)  
Atomium Square  
1020 Brussels  
Tel: (02) 478 4989  
Telex: 21638  
Fax: (02) 478 6258

**Pier Import Belgique S.A**  
2 rue Neuve  
1060 Brussels  
Tel: (02) 513 3168

**Rodelle S.A.**  
143-149 rue de Mérode  
1060 Brussels  
Tel: (02) 538 6214  
Telex: 24780

**Ets Lucien Engels**  
B.I.T.M.  
N.B. 453  
Atomium Square 1  
B.P. 425  
1020 Brussels  
Tel: (02) 479 5842  
Telex: 63913

پیوست شماره دو

بلژیک - لوکزامبورگ: آمار صادرات

۱۹۸۸-۱۹۹۰

**Euro Leather N.V.**  
Hanssenslaan 141  
2598 Heist-Op-Den-Berg  
Tel: 24 99 98

**Sarma**  
8 rue d'Argent  
1000 Brussels  
Tel: (02) 424 2212  
Fax: (02) 212 8400

**Franz Colruyt S.A. (Organisation Boni)**  
93-97 Steenweg naar Bergen  
Chaussée de Mons  
B-1500 Halle  
Tel: (02) 356 3880  
Telex: 24160

جدول الف: بلژیک - لوکزامبورگ: صادرات کیف اداری، کیف کوچک، کیف مدرسه و اقلام مشابه

(به شماره CN ۱۰/۱۱/۴۲۰۲) برحسب مقصد، ۱۹۸۸-۱۹۹۰

مقدار (م) به هزار کیلوگرم. ارزش (۱) به هزار واحد پول اروپا

مقصد	۱۹۸۸		۱۹۸۹		۱۹۹۰	
	الف	م	الف	م	الف	م
جمع از جمله شامل:	۸۷	۱/۵۹۷	۷۴	۱/۲۷۱	۷۰	۸۷۷
هلند	۵۰	۶۶۹	۲۴	۴۶۵	۲۵	۳۲۹
فرانسه	۶	۱۴۹	۲۳	۳۴۱	۱۸	۲۳۷
آلمان (غربی)	۶	۱۶۶	۵	۷۹	۱۳	۱۳۵
انگلستان	۱۰	۱۷۳	۹	۱۲۹	۸	۸۸
سوئیس	۲	۶۸	۱	۳۵	۱	۱۵
ایالات متحده						
آمریکا	-	۱	۱	۲۱	-	۶
ایتالیا	-	-	۲	۱۷	۱	۵
سایر	۱۳	۳۷۱	۹	۱۸۲	۴	۶۲

منبع: ارواسنات، تجارت خارجی (لوکزامبورگ) ۱۹۸۸، ۱۹۸۹، ۱۹۹۰

**Galleries Anspach**  
36 boulevard Anspach  
1000 Brussels  
Tel: (02) 217 8012

**Gemini SPRL**  
14 avenue de l'Europe  
4100 Seraing  
Tel: (041) 376 641  
Telex: 42815 gemini b  
Fax: (041) 360 369

**Innovation/Bon Marché/GB**  
20 avenue des Olympiades  
1140 Brussels  
Tel: (02) 243 2111  
Fax: (02) 243 2323

**Laurent David**  
Rietschoorvelden 20  
B-2060 Antwerp  
Tel: (03) 640 9311  
Telex: 34871 masint

جدول ب - بلژیک - لوکزامبورگ: صادرات چمدان، ساک دستی، کیف نوالت و اقلام مشابه (به شماره CN ۴۲۰۲/۱۱/۹۰)،  
به تفکیک مقصد، ۱۹۹۰-۱۹۸۸  
مقدار (م) به هزار کیلوگرم ارزش (۱) به هزار واحد پول اروپا

جدول ت - بلژیک - لوکزامبورگ: صادرات اقلامی که معمولاً در جیب یا کیف دستی حمل می شود (به شماره CN ۴۲۰۲/۳۱/۰۰)،  
به تفکیک مقصد، ۱۹۹۰-۱۹۸۸  
مقدار (م) به هزار کیلوگرم ارزش (۱) به هزار واحد پول اروپا

مقصد	۱۹۸۸		۱۹۸۹		۱۹۹۰	
	م	الف	م	الف	م	الف
جمع از جمله شامل:	۴۰	۵۴۴	۴۸	۶۸۶	۶۲	۸۰۵
هلند	-	-	۲۷	۳۰۵	۳۴	۳۱۸
فرانسه	۱۳	۱۵۱	۶	۱۱۹	۱۰	۱۲۷
آلمان (غربی)	۱	۲۲	۳	۴۱	۱	۱۹
سایر	۲۶	۳۷۱	۱۲	۲۲۲	۱۷	۳۴۱

منبع: ارواستات، تجارت خارجی (لوکزامبورگ، ۱۹۸۸، ۱۹۸۹، ۱۹۹۰) (۱۹۹۰)

مقصد	۱۹۸۸		۱۹۸۹		۱۹۹۰	
	م	الف	م	الف	م	الف
جمع از جمله شامل:	۱۹	۶۱۳	۲۰	۸۳۰	۲۹	۱/۰۱۵
فرانسه	۶	۱۹۶	۱۰	۳۰۱	۱۷	۳۹۳
هلند	۵	۱۰۱	۵	۱۶۱	۶	۲۴۰
آلمان (غربی)	۷	۲۲۶	۳	۱۶۶	۵	۱۹۲
سایر	۱	۹۰	۲	۲۰۲	۱	۱۹۰

منبع: ارواستات، تجارت خارجی (لوکزامبورگ، ۱۹۸۸، ۱۹۸۹، ۱۹۹۰) (۱۹۹۰)

جدول پ - بلژیک - لوکزامبورگ: صادرات کیف دستی  
(به شماره CN ۴۲۰۲/۲۱/۰۰) به تفکیک مقصد، ۱۹۹۰-۱۹۸۸  
مقدار (م) به هزار کیلوگرم ارزش (۱) به هزار واحد پول اروپا

جدول ث - بلژیک - لوکزامبورگ: صادرات کمر بند و حمایل  
(به شماره CN ۴۲۰۳/۳۰/۰۰) به تفکیک مقصد،  
۱۹۹۰-۱۹۸۸

مقصد	۱۹۸۸		۱۹۸۹		۱۹۹۰	
	م	الف	م	الف	م	الف
جمع از جمله شامل:	۱۷۶	۳/۶۰۰	۱۵۳	۴/۲۹۹	۱۴۸	۴/۴۵۴
فرانسه	۴۱	۱/۴۵۰	۴۸	۱/۷۸۰	۵۲	۲/۰۷۲
ژاپن	۲	۳۳۵	۲	۶۷۹	۶	۷۱۴
هلند	۷۹	۸۲۰	۶۲	۹۴۸	۲۹	۶۲۰
انگلستان	۲۶	۲۶۴	۲	۲۵۱	۷	۳۴۱
آلمان (غربی)	۱۳	۲۶۳	۱۸	۲۳۸	۷	۲۱۲
سوئیس	۲	۶۷	۳	۶۸	۲	۷۲
ایتالیا	۲	۱۲۱	۲	۸۴	۱	۶۱
اتریش	۲	۱۶	۲	۴۹	-	۶
سایر	۹	۲۶۴	۱۱	۱/۸۱۲	۲۴	۳۵۸

منبع: ارواستات، تجارت خارجی (لوکزامبورگ، ۱۹۸۸، ۱۹۸۹، ۱۹۹۰) (۱۹۹۰)

مقصد	۱۹۸۸		۱۹۸۹		۱۹۹۰	
	م	الف	م	الف	م	الف
جمع از جمله شامل:	۲۲	۱/۱۷۸	۲۴	۱/۲۰۵	۳۷	۱/۲۹۰
هلند	۵	۵۳۵	۱۰	۴۹۶	۱۲	۵۲۷
فرانسه	۹	۲۲۶	۳	۱۷۹	۴	۲۵۵
آلمان (غربی)	۴	۱۶۶	۴	۲۱۴	۹	۲۲۰
ایتالیا	-	۳۹	۳	۱۱۰	-	۴۰
سایر	۴	۴۱۲	۵	۳۰۵	۱۲	۲۴۸

منبع: ارواستات، تجارت خارجی (لوکزامبورگ، ۱۹۸۸، ۱۹۸۹، ۱۹۹۰) (۱۹۹۰)

این نوشت  
۱- این دو فصل در شماره های پیشین نامها را با بازرگانی به چاپ رسیده است