

Co nowego w Chinach

PIOTR KRÓL

Wyjazd do Chin na targi w Kantonie (15–20 października 2006 r.) był doskonałą okazją do przyjrzenia się z bliska zmianom, jakie zachodzą w chińskim przemyśle płytek ceramicznych.

Była to już setna edycja targów i dlatego miała szczególną oprawę. Mimo to ekspozycja daje tylko powierzchowne wyobrażenie o nowych trendach we wzornictwie i technologii. Wielkość stoisk nie pozwala bowiem na pełną prezentację oferty. Spowodowane jest to dużą liczbą chętnych i zbyt małą powierzchnią wystawienniczą (jak na chińskie warunki!!!) pomimo tego, iż targi odbywają się w nowym obiekcie, który jest gigantyczny. Jeżeli ktoś odwiedza te targi po raz pierwszy, może się rozczarować porównując je do imprez w Bolonii lub Walencji. Być może zmieni się to w przyszłości, ponieważ prezentowane są już plany rozbudowy terenów targowych w Kantonie i rozpoczęły się właśnie prace budowlane. Poza tym są to targi wielobranżowe, skierowane na promocję eksportu różnych towarów i oferta płytek ceramicznych jest jedną z wielu. W związku z tym po pierwszych wrażeniach targowych niezbędna jest wizyta w fabrykach i dokładniejsze zapoznanie się z ofertą wybranego producenta.

Od grudnia 2005 r. odwiedziłem Chiny po raz czwarty i za każdym razem jestem zdziwiony postępem w technologii i wzornictwie. Nie dotyczy to oczywiście wszystkich fabryk. Te najsilniejsze są w stanie finansować badania i rozwój, te mniejsze pozostają na określonym już dawno poziomie, chyba że znajdą dla siebie odpowiednią niszę rynkową. W ofercie chińskich producentów można obecnie znaleźć bardzo dobrej jakości gresy barwione w masie, zarówno polerowane jak i matowe. Do niedawna chińscy producenci mieli problemy z produkcją tego typu gresów matowych (nie mówię o gresach szkliwionych), ale wydaje mi się, że ta bariera została właśnie przełamana.

We wzornictwie dominuje styl „metal” o powierzchni matowej i „lappato”. Rozmawiając na stoiskach na temat tego wzornictwa z dumą mi oznajmiano, że technologia i materiały są „from Italy”. Uwagę zwracają również płytki ceramiczne imitujące drewno, w formatach od 15x60 cm do 60x120 cm.

Po udowodnieniu całemu światu (czas jakiś temu), że lokalne fabryki są w stanie wyprodukować naprawdę duże płyty, do 120x180 cm włącznie, skupiono się na formatach, które cieszą się większym zainteresowaniem. Wybór płyt w formacie 60x120 cm (gresy), czy 30x90 cm lub 33x100 cm (glazura) jest naprawdę imponujący, a ich jakość i wzornictwo bardziej niż zadowalające.

Wśród narodowości odwiedzających targi przeważali Rosjanie. Jeżeli chodzi o Polaków z branży to osobiście zetknąłem

Chiny są obecnie największym na świecie producentem i konsumentem płytek ceramicznych. Wg danych Chińskiego Stowarzyszenia Producentów Płytek Ceramicznych i Ceramiki Sanitarnej w 2005 r. wyprodukowano ich przeszło 2,5 mld m², z czego wyeksportowano 380 mln m² (80% na rynki azjatyckie). Dynamicznie rozwijającym się rynkiem dla Chin są Stany Zjednoczone. W 2005 r. wyeksportowano 20 mln m² (100% więcej niż w 2004 r.). Średnia cena sprzedaży płytek do USA wyniosła 6,4 USD/m². Coraz ważniejszym dla Chińczyków jest też rynek europejski. W 2005 r. do Europy wyeksportowano ok. 25 mln m². W dużej mierze zakupem płytek zajmują się zagraniczni dystrybutorzy przyciągani tanim, często dobrej jakości produktem.

Obecnie wiele firm włoskich, hiszpańskich, amerykańskich, tajwańskich itp. zleca chińskim fabrykom produkcję niektórych swoich kolekcji. Warto też podkreślić, że od ubiegłego roku trwa w Chinach restrukturyzacja branży płytek ceramicznych. Część firm nie wytrzymuje konkurencji na rynku. Tylko w 2005 r. z 3000 firm 20% zbankrutowało. Umacniają się zakłady silne, o dobrej organizacji, dysponujące nowoczesnymi technologiami. (dm)

Opracowano na podstawie Ceramic Review Chinese Edition



Serie wybrane z propozycji prezentowanych na targach w Kantonie (fot. P. Król)

się tylko z dwiema sympatycznymi koleżankami z dużej firmy handlowej z południowo-zachodniej Polski, a odwiedzając na targach pawilony z wyrobami z innych branż, nigdzie nie natknąłem się na ludzi mówiących po polsku (z pewnym wyjątkiem, ale był to mój znajomy Amerykanin polskiego pochodzenia, pracujący w chińskiej firmie).

W drodze powrotnej w samolocie przeczytałem w „China Daily” informację, iż kolejne edycje targów w Kantonie będą nosić nową nazwę: China Export and Import Commodities Fair (dotychczas China Export Commodities Fair). Oznacza to nową orientację targów, która ma służyć również prezentacji ofert firm zagranicznych na terenie Chin.

Czyżby szansa dla polskich producentów płytek ceramicznych? ■