



POLSKI DRÓB ZACZYNA PODBIJAĆ CHIŃSKI RYNEK

Miniony rok był kolejnym, w którym odnotowano wzrost polskiego eksportu drobiu. W pierwszych dziesięciu miesiącach 2013 roku wywóz żywca, mięsa i przetworów drobiowych osiągnął nienotowany dotąd poziom 576 tys. ton i był o 9% wyższy niż w analogicznym okresie roku 2012. Czy możliwe jest zwiększenie eksportu polskiego mięsa drobiowego do Chin?

W roku 2013 sprzedaż takiego mięsa do Państwa Środka rosła w tempie trzykrotnie wyższym niż eksport na rynki Unii Europejskiej, a nadal widać duży potencjał wzrostowy w tym zakresie. Prezes Polskiego Związku Zrzeszeń Hodowców i Producentów Drobiu Andrzej Danielak mówi, że produkcja drobiu rośnie w Polsce szybciej niż konsumpcja, w związku z czym już około 40% idzie na eksport, również do Chin. Rynek ten jest wprawdzie specyficzny,

ale polska branża drobiarska bez problemu radzi sobie z dostarczaniem produktów, na które w Chinach jest popyt, np. kurzych łapek. Najwięcej eksportujemy do Chin przez Hongkong – mówi Danielak.

On sam odwiedził Chiny w roku 2007, aby wziąć udział w zorganizowanych w Kunmingu targach towarów spożywczych. Bardzo dobrze tamtą wizytę wspomina, szczególnie wrażenie zrobiły na nim chińskie miasta – wielkie, ale sprawnie zarządzane. Nie kryje wprawdzie pewnych obaw przed potencjalnymi konkurentami z Chin, ale jednocześnie uważa, że polska branża drobiarska dysponuje mocnymi atutami. Mam nadzieję, że na tak dużym rynku znajdzie się miejsce i dla polskiego mięsa, a konsumenci nadal będą doceniać jego jakość – mówi Andrzej Danielak.

Jak pokazują chińskie statystyki celne, import



mięsa z Polski systematycznie i bardzo szybko rośnie. Kolejne polskie firmy uzyskują uprawnienia umożliwiające im sprzedaż swoich produktów na rynku chińskim, w ostatnim czasie takie zezwolenia wydano kolejnym kilkunastu przedsiębiorstwom. Generalny dyrektor Krajowej Rady Drobiarstwa - Izby Gospodarczej Łukasz Dominiak chwali współpracę z chińskimi władzami, która – w jego opinii – pozwala liczyć na wejście polskich producentów drobiu na rynek chiński z kolejnymi produktami. Jest to dla nas bardzo interesujący rynek, i to pod względem różnych gatunków drobiu, nie tylko kurczaka – mówi Dominiak. Również on wspomina o chińskim popycie na „nietykowe” produkty drobiarskie (łapki i lotki), który dla polskich przedsiębiorstw stanowi szansę na bardzo dobry interes.

Dominiak nie dostrzega wprawdzie żadnych zasadniczych przeszkód dla rozwoju polskiego eksportu drobiu do Chin, wskazuje jednak kilka obszarów, w których Polacy liczą na przyspieszenie lub usprawnienie działań ze strony chińskiej. Liczy on przede wszystkim na częstsze wizyty w Polsce inspekcji z Chin,

gdyż to od nich uzależnione jest dopuszczanie zakładów drobiarskich do eksportu mięsa i innych produktów na chiński rynek. Podkreśla, że polska strona jest gotowa do eksportu i mogłaby go w każdej chwili zwiększyć, gdyby nie musiała dość długo oczekiwać na akredytację dla kolejnych firm.

Zarówno Łukasz Dominiak, jak i Andrzej Danielak, zgodnie mówią o potrzebie bardziej intensywnego promowania polskiego drobiu na rynku chińskim. Uczestniczyliśmy już w targach na terenie Chin i myślimy o kolejnych, aby zaprezentować stronie chińskiej naszą ofertę – mówi Dominiak.

Sekretarz Zarządu Polskiego Związku Zrzeszeń Hodowców i Producentów Drobiu Aldona Łoś podkreśla, że polscy producenci dysponują bardzo nowoczesnymi zakładami, na najwyższym europejskim poziomie. Chętnie też, jak mówi, wejdą na rynek chiński, pod warunkiem skutecznego pokonania kulturowych i administracyjnych barier.

Według polskich ekspertów z branży drobiarskiej, popyt na żywność wzrośnie w Chinach o 25% do roku 2022, a import żywności do Chin będzie do tego czasu o 10% większy. Oznacza to, że chiński rynek mięsa, w tym również mięsa drobiowego, nadal pozostaje nienasycony. To źródło optymizmu i przekonania, że każda tona znakomitego polskiego mięsa (jak również łapek czy lotek) znajdzie w Chinach nabywcę. (tekst: Tang Li) 