

中国ビジネス



中国ビジネス

馬可 李俊 等 編著
土肥民雄 楊哲三 章輝夫 訳

五洲伝播出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国商务 / 马可, 李俊主编; 章辉夫, (日) 土肥民雄,
杨哲三译. —北京: 五洲传播出版社, 2004. 5

ISBN 7-5085-0452-6

I. 中... II. ①马... ②李... ③章... ④土... ⑤杨...
III. 商务—概况—中国—日文 IV. F72

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 018375 号

顾 问 赵启正

策 划 李 冰

主 编 郭长建

副 主 编 宋坚之 吴 伟

撰 稿 马 可 李 俊 何 方 王学文 文 江

翻 译 土肥民雄 杨哲三 章辉夫

责任编辑 冯凌宇

编辑助理 苏 谦

装帧设计 郑方红

图片提供 www.photocome.com

出版发行 五洲传播出版社

地 址 北京北三环中路 31 号

邮 编 100088

电 话 (010)82008396 82008228

网 址 www.cicc.org.cn

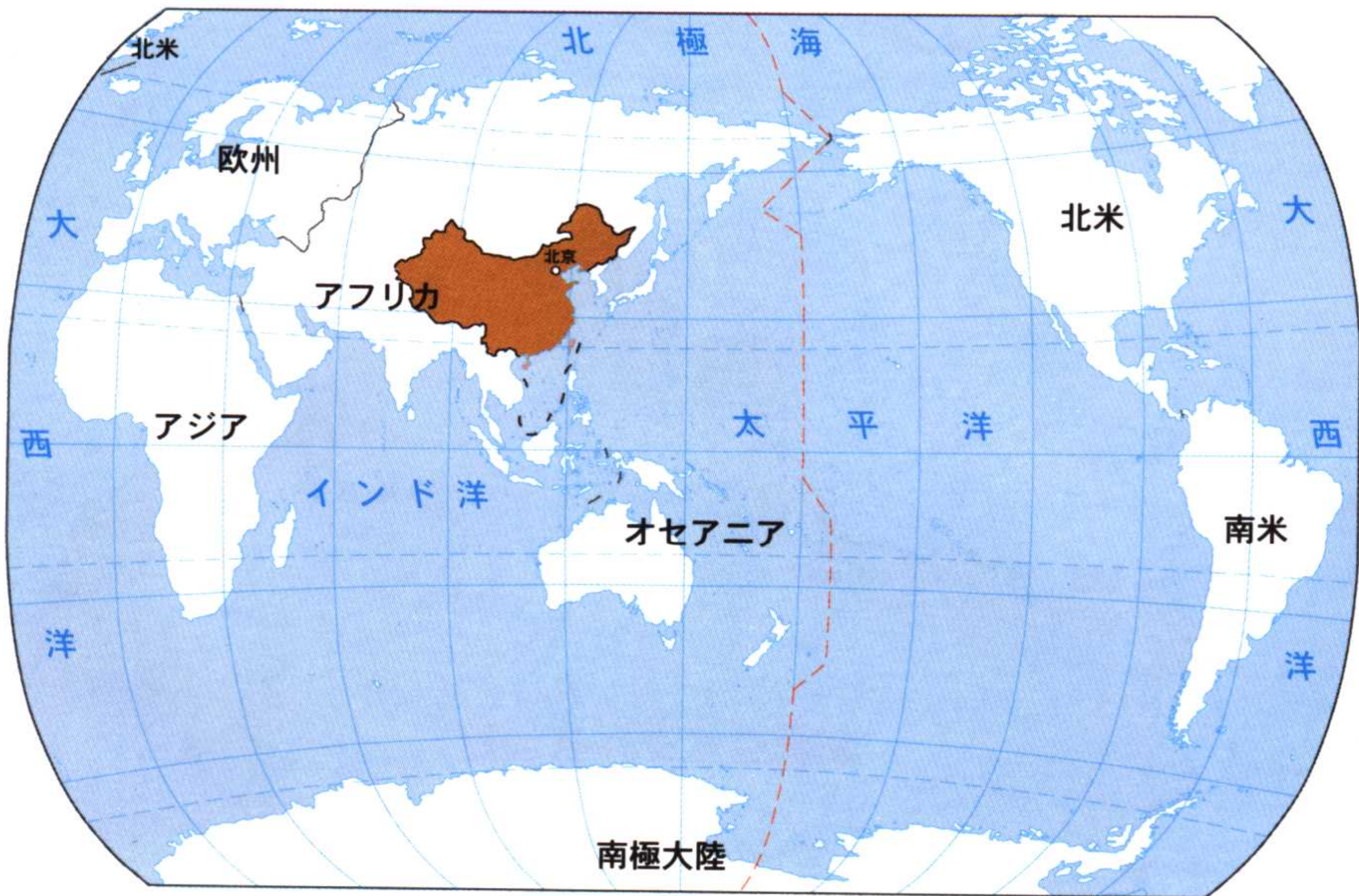
制 作 北京天人鉴设计制作有限公司

印 刷 利丰雅高印刷 (深圳) 有限公司

版 次 2004 年 5 月第 1 版第 1 次印刷

定 价 188.00 元

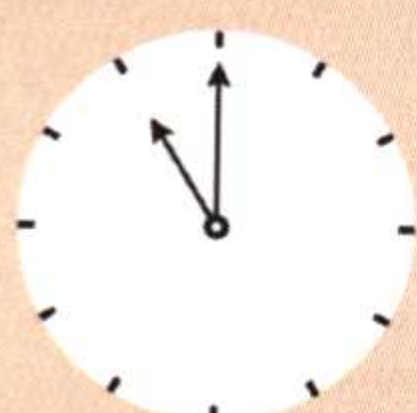
中国の位置



都市の時差



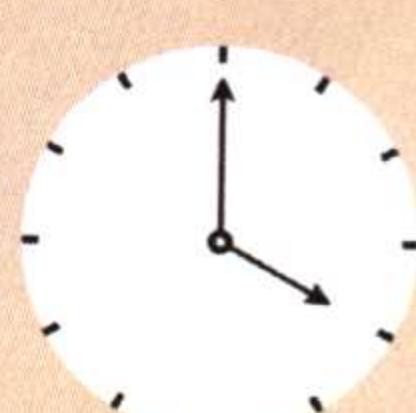
北京
東八区



ニューヨーク
-13



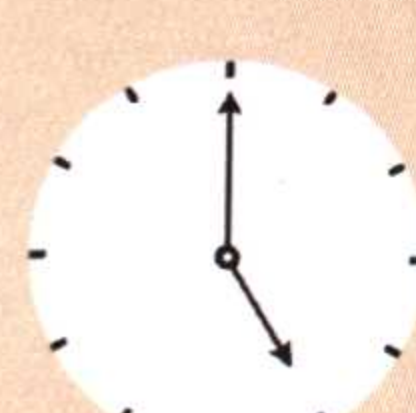
ブラジリア
-11



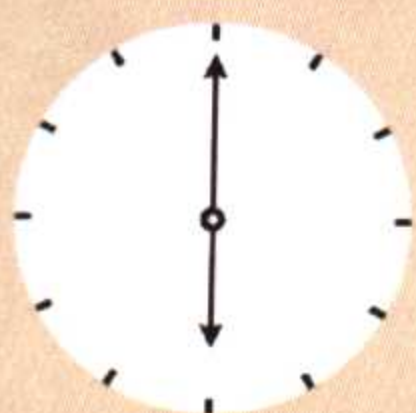
ロンドン
-8



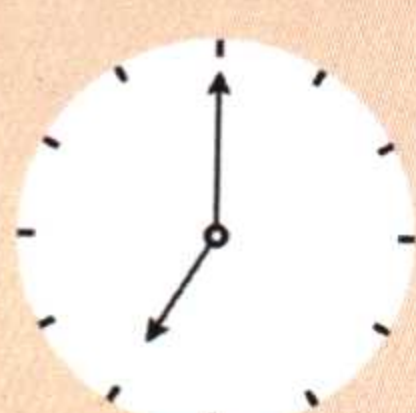
ベルリン
-7



パリ
-7



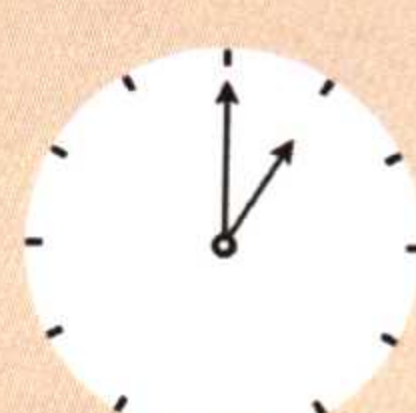
カイロ
-6



モスクワ
-5



シンガポール
0



ソウル
+1

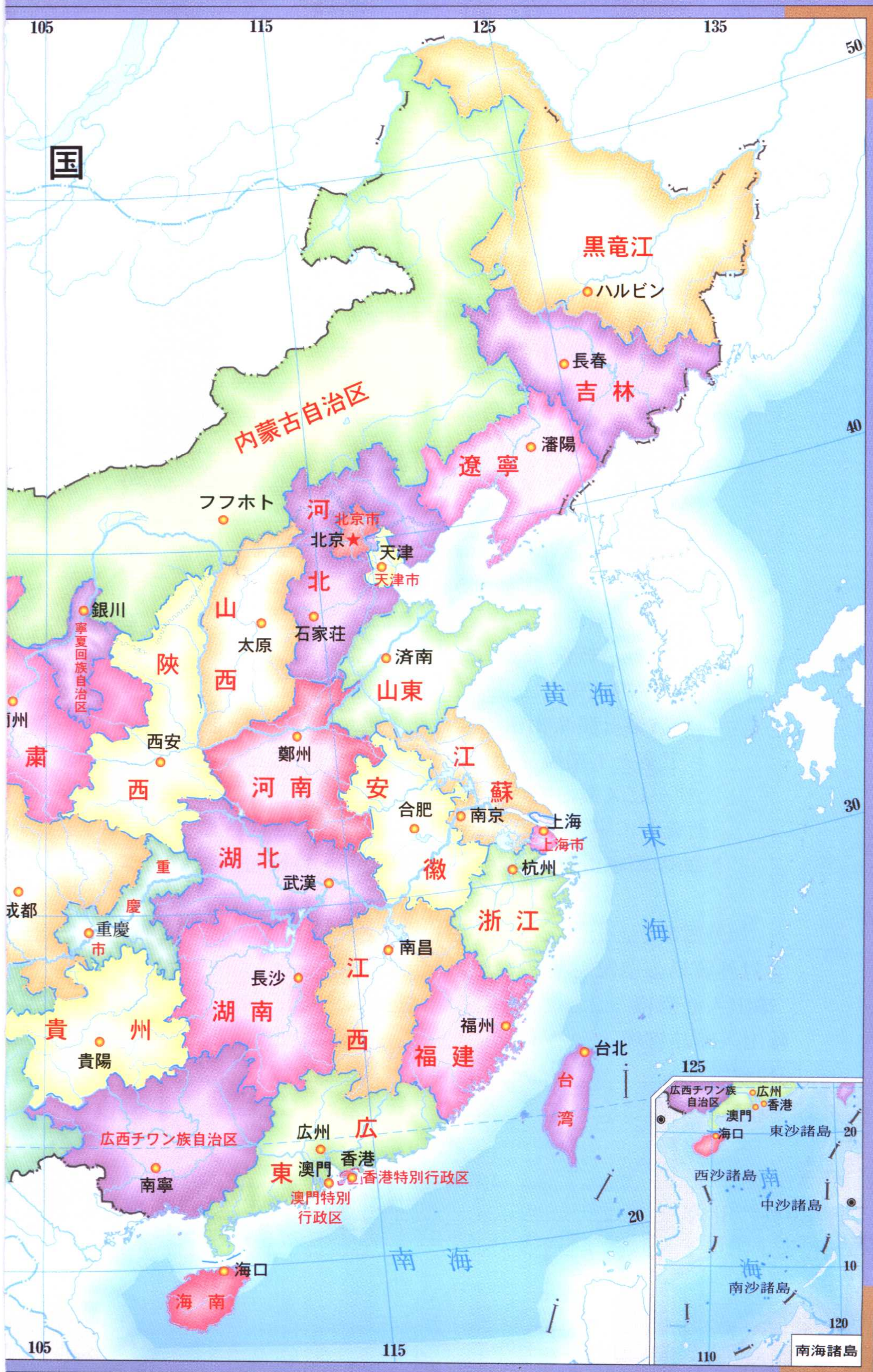


東京
+1



シドニー
+2





目次

まえがき	6
ビジネス背景	10
地 理	10
人 口	14
政 治	17
社 会	22
金 融	34
交 通	40
通 信	46
エネルギー	48
産業と市場	52
経済概況	52
産業政策	55
農業と農産物市場	60
工業と工業製品市場	64
サービス業とその発展政策	95
消費財市場	111
当面の国家重点発展奨励産業・製品・技術目録	124
対外貿易	142
対外貿易の概況	142
輸出入経営権	146
輸出入商品管理	150
関税政策	153
加工貿易政策	154
外商投資	158
外商投資の現状	158
外商投資の形態	160

外商投資の基本政策	167
経済特別区と開発区	174
外国投資企業の設立	183
外国投資企業に対する税政策	188
土地、労働と外国為替管理	189
外商投資方向指導規定	199
外商投資産業指導目録	203
知的所有権	224
知的所有権の法律・法規	224
商標と特許の申請	227
知的所有権保護の承諾	229
中国各地	234
各地の概況	234
都市の発展	293
西部大開発	297
中西部地区外国企業投資優位産業リスト	311
ビジネス活動	320
ビジネス情報の入手	320
仕事と生活	324
付録：機構とホームページ	331
中央機構	331
地方情報	335
業界情報	342
貿易投資	345
社会、メディア及び観光	354
中国駐在大使館	358
中国主要都市・地区の長距離電話局番	375

まえがき

2001年のある日、外国のある会社の社長が保険の知識・技術を売り込もうと、中国にやって来た。ところが、思惑はずれ、売れるどころか、反対に中国の保険業務管理のコンピュータ・ソフトウェアを買う羽目になってしまった。

「中国でいま何が起きているかを知らないなら、中国について何も知らないのと同じだ」。これは中国を訪れた多くのビジネスマンの感想である。

ここ20余年間、中国の経済成長は世界で一番速かった。中国の各地を訪れ、最も直感的に目にするのは高層ビル、近代的工場、発展する大都市、各地に走る高速道路……である。だが、これは「中国物語」の表紙にすぎない。「中国物語」のほんとうの偉大さは計画経済から市場経済への転換、および開放、民主、法治社会の構築にある。

20数年前、今日のような中国になるとは恐らく誰も予測しなかっただろう。そのころ、中国では、企業の生産から人びとの生活までほとんどすべてを国が一手に取り仕切り、当時は人だけが多く、その他のものはほとんど何もかも不足し、多くのモノがキップによる配給制が実施されていた。そのころに中国の扉が開かれ、外国のビジネスマンや企業家が中国にやって来るようになった。その後の物語はわりに順調に進み、いまでは中国は貿易大国となり、外商（外国企業または外国投資家のこと）が熱い目を注ぐ国となり、いまにも世界の「製造中心」になろうとしている。

中国は外国が100年かかって歩んだ道のりを20余年間で歩き終えた。このこと自体が偉大な成果であると言えよう。もしこの過程を知らないで、人びとを奮い立たせるような成果だけを見るか、それとも人びとを失望させるような問題だけを見るのはいずれも一面的な見方である。発展途上国に問題が存在するのは必然的なことである。重要なのは、多くの国と比べ、中国がこれらの問題を解決するのに要した時間がずっと短かったことである。「世界の各地に工場をもっ



「WTO 加盟」の夜



海外小売業者は中国市場を狙っている

ているが、中国に設けた工場は収益が一番よい」と満足している多国籍企業が多い。

中国は「黄金のような国」というような神話がつくられたり、「経済はまもなく崩壊する」と言われたりもした。世論がどう言おうと、世界経済が不景気であるの

に、外資がぞくぞくと中国に進出しているのをわれわれは目にしている。これは言うまでもなく市場の力によるものである。

中国というこの吸引力のある市場は多くの角度から考察して見るだけの価値がある。

買う方からいうと、「made in china」は第一次産品だけにとどまらず、ハイテク製品が多くなってきており、しかも安い。

売る方からすると、まだ裕福ではないが、人口が世界一の大国であり、さまざまな内外の製品を大量に消費している。対外開放して自信をつけた中国人はどのように外国の商品とサービスを享受するかをよく知っている。2001年、ある経済アナリストはある研究レポートの中で、各国の商社は「もし中国人観光客をまだ見たことがないのなら、自分の開いている商店の準備をよくしておくべきで、そうすれば、50年間は問題なく儲かるはずだ」と言っている。

投資家からみると、中国はWTO（世界貿易機関）に加盟したことにより、より自由、より規範化された投資環境をもつようになってきている。

中国人はいま、変化しつつある環境の中に置かれており、古い原則や理念の多くはもはや当面の問題を解決するのに適用しなくなっている。この環境は、自分を知り、相手を知って、状況に応じて適時に調整できるよう人びとに求めている。今日の中国は歴史上のどの時代よりもより大きなチャレンジ精神をもち、またより大きな魅力のあるビジネスの場所となっている。この発展中の国に引かれて、世界の2500万の人が中国以外のところで中国語を学んでいる。それがどのような動機から出たにせよ、かれらにとっては中国に触れるための近道である。

本書『中国ビジネス』は中国でビジネスにたずさわっている人びとに各種の細則を提供するだけでなく、中国のビジネス環境——現実の概況、今後数年の経済計画、ビジネス活動の実際の運行状況など——を理解するうえでの一助となり、読者に中国市場の評価およびこの市場での経営にとって必要な基本的知識を提供するものである。事実、より多くの文字をもってしてもこれらの問題をはっきりさせるのは難しいことであるので、本書の附録で価値のある多くのホームページ、機構を付し、読者がそこからより多くの、よりタイムリーな情報を入手され、さまざま異なる観点や論説を知ることができるように計らった。

本書で援用した多くの資料、データは、国家統計局の関連出版物、国家経済貿易委員会の業界報告など主として政府部門から提供されたものである。これは透明性が高くなってきている政府および情報が発達してきている社会の協力によるものである。ここで指摘しておきたいのは、本書で述べられているビジネス環境、各データは別に説明があるものを除き、中国大陆を含んでいるだけで、香港、澳門（マカオ）、台湾地区は含まれていないことである。

小馬が川を渡るとき、老いた牛は浅い、小羊は深いと言ったという話があるが、中国という飛び立ちつつある巨竜からすると、本書で叙述しているのは片鱗にすぎないが、深いか浅いかは読んでみてはじめて分かるものであると思う。

ビジネス背景

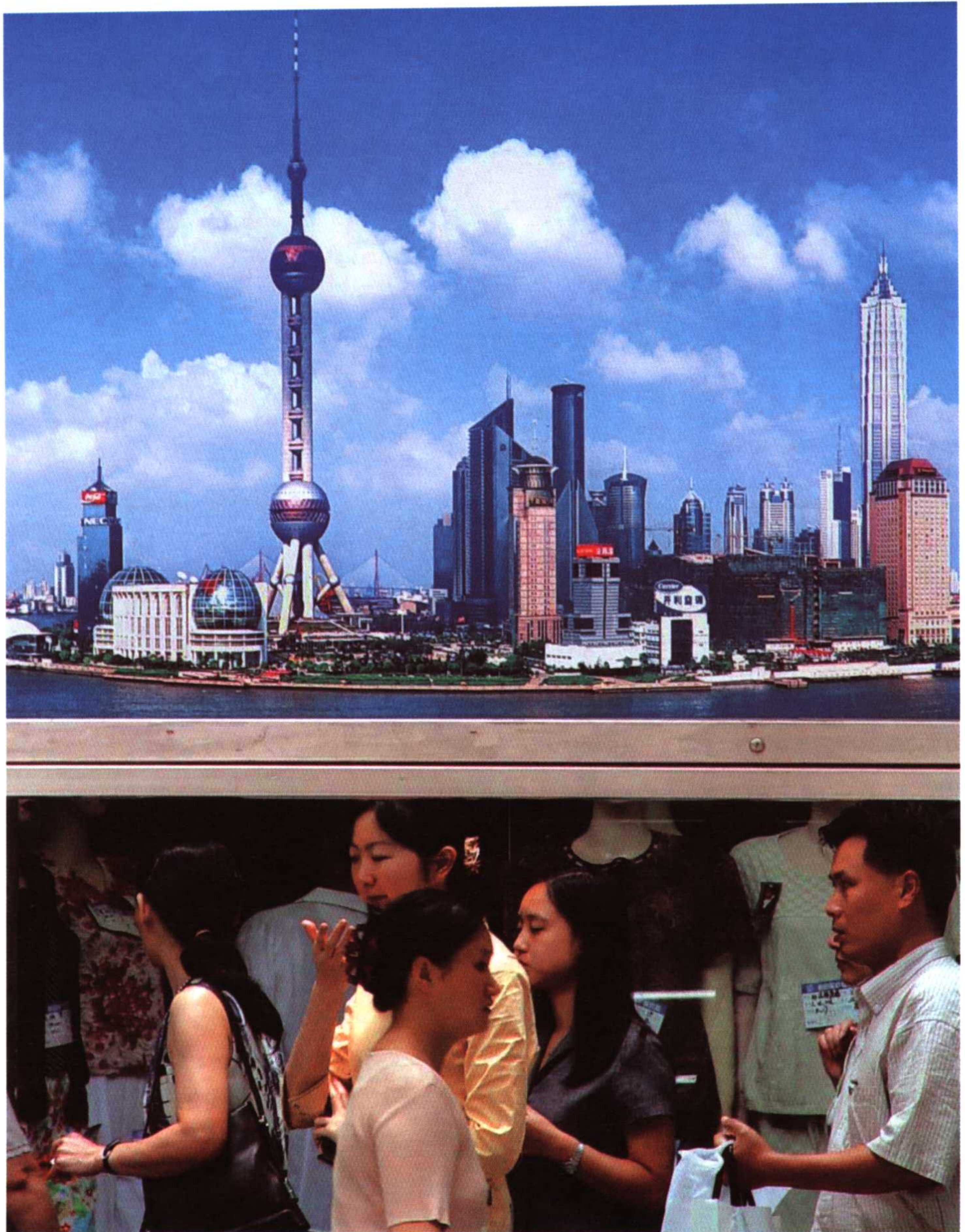
「戦争の勝敗、国の盛衰は「天の時、地の利、人の和」などの諸要因の影響を受ける」——これは中国の古人が言ったことばである。中国でビジネス活動を展開するには、中国の自然、社会、政治、経済環境などを含むビジネス環境を知っておく必要がある。その内容は広く、一章で系統的に説明するのは到底できないので、まずここにその背景を紹介しておきたい。細心な読者はおそらくこの本全体が中国のビジネス環境について述べていることに気が付かれておられると思う。

地 理

中国はアジアの東部、太平洋の西岸に位置し、全領土が赤道以北にある。地図を見ると、夜明けを告げる雄鶏のような形をしている。南北の長さは5500キロに及び、東北地方が氷に閉ざされ、冰雪祭りなどさまざまな観光、商業、貿易活動が開催されているとき、南国の広東、海南は春のような暖かさである。

東西は5200キロで、時差が4時間以上あり、東部の上海の人びとが朝の八、九時に仕事を始めるとき、西部の新疆ウイグル自治区の区都ウルムチでは人びとが朝、目を覚ましたところで、オフィスに電話を掛けても特別な時でないかぎり、受ける人はいないだろう。中国の各地は北京時間を標準時としている。北京は東八区に位置し、グリニジ時より8時間早い。

中国の陸地面積は約960万平方キロ、世界三位で、ほぼ欧州の広さと同じである。2.2万キロ余りの陸上国境線沿いに15の隣国があり、そのほとんどが発展途上国で、東は朝鮮、東北と北はロシア、モンゴル、西はカザフスタン、キルギス、タジキスタン、アフガニスタン、パキスタン、西南と南はインド、ネパール、シッキム、ブータン、ミャンマー、ラオス、ベトナムとそれぞれ隣接し



上海・浦東

ている。中国の東部と東南部に1.8万キロの海岸線があり、海を隔てて韓国、日本、フィリピン、ブルネイ、マレーシア、インドネシアの6カ国と向かい合っている。以上の21カ国の総人口は20億に達し、これに中国の人口を加えると、世界人口の半分以上を占めることになる。中国人は「遠くの親戚より近くの他人」という言葉をよく口にするが、隣近所との付き合いとおなじように、国を治める目標の一つは「近隣国と仲良くする」ことである。中国は善隣友好の外交政



万里の長城は昔のままだが、中国は大きく変わった

策をとり、周辺国とみな外交関係を結んでいる。

中国の国土の約98%は北緯20°から北緯50°の間にあり、その約半分が湿潤・半湿潤地帯に属し、気候条件が良く、生物資源が豊富である。地球を見渡すと、北緯30°線はその大部分が降水量が少なく、乾燥した砂漠・半砂漠で、「回帰線」の砂漠と言われているが、中国領土内のこの線には長江流域があり、山水が美しく、人口の密度が高い。西北部の乾燥地帯には砂漠が広がっているが、石油・天然ガス資源が豊富で、今日では宝の地となっている。東部は太平洋に面し、海運、水産業、海洋工業などの発展に良い条件を提供している。

中国の土地総面積のうち山地が一番広く、約33%を占め、次は高原で約26%、その次は盆地で約19%を占め、平原と丘陵はだいたい同じで、それぞれ約12%、10%を占めている。山地が多く、交通、農業の発展に不利であるが、森林、草地、鉱物、水力エネルギー、観光などの資源が豊富である。

秦嶺——淮河は中国の気候の南北分界線となっている。夏は全国的に高温、多雨で、南北の気温差が小さい。冬は大部分の地区が寒冷で、乾燥し、南北の気温差が大きい。降水量が多いのは夏季で、南部は雨期が長く、5—10月に集中し、北部は雨期が短く、7—8月に集中している。降水地区の分布は東部が多く、西部が少なく、東南沿海から西北内陸へと次第に減っていく。各地は気候差が大きい。例えば東北地方は冬が長く、厳寒であり、黒竜江省のハルビンには「氷

の町」といわれ、南部の海南省は夏が長く、冬がなく、熱帯の風趣にあふれ、西南部の雲南省の昆明は一年じゅう春のように暖かく、「春の町」といわれている。

中国の資源は豊富で、現在、埋蔵量確認済みの鉱物は156種あり、多くの非鉄金属、例えばタングステン、鉛、亜鉛、バナジウム、チタン、錫、モリブデン、ニッケル、希土などの埋蔵量は世界一か上位にあり、非金属、例えば石膏、重晶石、燐鉱、雲母、石綿、カオリンなどは世界の上位にある。エネルギー資源の石炭、石油、天然ガスの確認済み埋蔵量もかなりあり、水力包蔵量とその開発可能量は世界一である。経済の発展レベルと地理などの違いから、全国を東部、中部、西部の三大経済地帯に分けることができる。東部地区は海に臨み、平原、丘陵が多く、工業基礎が厚く、交通などのインフラがわりに整備されており、科学・技術、文化・教育、経営管理レベルがかなり高く、経済が相対的に発達している。とくに改革・開放後、中央政府は東部により多くの政策面からの支持を与え、経済特別区、沿海開放都市、経済開発区の多くは東部に分布している。

中部地区は中国の内陸部にあり、経済の発展レベルは東部地区より低いが、わりに良い工業基礎があり、エネルギー、非鉄金属、鉄合金、化学工業などの資源が豊富であって、工業が発達し科学・技術レベルが比較的高い都市と地区も少なくなく、全国の食糧、綿花、搾油作物の主要生産地である。

西部地区は全国陸地面積の70%を占め、水力エネルギー、石油、天然ガス、石炭、希土、非鉄金属などエネルギー鉱物資源の埋蔵量がきわめて豊富である。西部地区は十数カ国・地域と境界を接し、中国からユーラシアに通ずる重要な通路であり、周辺諸国との経済・貿易協力を発展させるのに有利である。だが、自然条件、歴史、文化、政策、体制など多くの原因によって、西部地区の開発レベルがまだ低い。2000年から中央は西部大開発戦略を実施し、政策面から優遇し、大量の資金を投入し、交通、エネルギー、通信などのインフラ建設面での発展が非常に速く、一年ごとに環境が良くなってきている。

「その地はその地の人を育てる」といわれる。中国でビジネス活動を展開するには、各地の自然、経済、社会、文化などの面の違いを考慮に入れる必要がある。例えば自転車を売ろうとするなら、坂の多い重慶はダメである。東南沿海の一部の地方で、財産保険

コカコーラの中国イメージ包装



をかけるときは台風のことを計算に入れておく必要がある。また、ある調査によると、肌荒れ止めクリームは北京、天津などの都市ではよく売れるが、上海、広州などの都市ではあまり売れない。主な原因は南方は気候が湿潤で、その需要が乾燥した北方より少ないからである。また例えば2002年、外国のある自動車メーカーが北京と広州で同時に同じ銘柄のマイカーを売り出したところ、反応が違っていた。北京ではアンケートに答えた人の半分以上が同車の内部空間は狭い、車のエアコンの性能は良いと答え、広州では内部空間はまずまずだと答えた人が多かったが、エアコンには多くの人が不満を示した。その原因はおもに南北の人びとの体格と気候が違うからである。全体的には北方人は南方人より背が高いので、内部空間が広いことを望み、南方は気候が暑く、湿気が多いので、エアコンへの要求が北方より高い。

全体的にみて、中国の南部の経済は北部より発達している。5つの経済特別区はいずれも南部にあり、国の改革の実験もほとんど南部ではじまったものである。南方人は商品観念と経営意識がより強く、消費観念がわりに实际的で、商品に対する理解と対比意識が一般に北方人より全面的で、細かい。こうした考えの違いは南北の文化的な違いとかかわりがある。例えば北部は小麦粉を主食とし、肉、乳製品の消費量も大きい、南部は米を主食とし、おかずの味をより大切にす。性格、審美などの面では、「南柔北剛」とよくいわれる。

ところ変われば、風習も変わるもので、「天の時、地の利、人の和」の恩恵にあずかろうとするなら、中国の社会発展の背景の違いをよく理解し、各地の自然、経済、文化、地理などの特徴を知らなければならない。多くの外国企業家は中国市場の地域差をよく理解し、市場を開拓するさい、地元の人材を信頼し、重用している。

人 口

2000年11月、中国で、第五回全国人口調査が行われた。その統計によると、大陸部の総人口は12.6583億で、世界一。20数年前から、中国は人口増加を抑えるため、計画出産政策を実施した。一般的に言って、都市では、一組の夫婦で子供を一人暮らし、農村または少数民族地区では子供を二人暮らしのものが普通である。そのため、家庭では、子供を可愛がりすぎる傾向がある。親は子供の生活、教育などの面での資金投入を惜しまないので、賢い商社はこの大きな「ケーキ」に目をつけている。中国の人口自然増加率はすでに中レベルに下がったが、基数が大きいため、毎年、人口がかなり多く増加し、1990-2000年、毎年平均1200万人近く増加した。

2003年末、中国の65歳以上の人口は総人口の7.5%にあたる9692