

به کانال تلگرام ما بپیوندید:
@Import_Export

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

کشور چین راه‌نمای تجارت با



tpo.ir

Iran Trade Promotion Organization

سرشناسه عنوان و نام پدیدآور	الفت، حامد، مجری پژوهش راهنمای تجارت با کشور چین / مجریان طرح حامد الفت ، آرش غریبی ؛ مدیر طرح رضا توفیقی ؛ [تهیه‌کننده] سازمان توسعه تجارت ایران. تهران : شرکت چاپ و نشر بازرگانی ، ۱۳۸۷. ۱۶۴ ص. : مصور ، جدول ، نمودار. ۴۰۰۰۰ ریال : ۳-۱۶۵-۴۶۸-۹۶۴-۹۷۸
مشخصات نشر مشخصات ظاهری شابک	
وضعیت فهرست نویسی : فیپا یادداشت	واژه‌نامه.
موضوع	چین -- بازرگانی -- ایران
موضوع	ایران -- بازرگانی -- چین
شناسه افزوده	غریبی، آرش، مجری پژوهش
شناسه افزوده	توفیقی، رضا
شناسه افزوده	سازمان توسعه تجارت ایران
شناسه افزوده	شرکت چاپ و نشر بازرگانی
رده بندی کنگره	۱۳۸۷ الف۹الف/۲۸۲۸ HF
رده بندی دیویی	۳۸۲/۰۵۱۰۹۵۵
شماره کتابشناسی ملی: ۱۵۵۶۴۶۱	

شابک: ۳-۱۶۵-۴۶۸-۹۶۴-۹۷۸

راهنمای تجارت با کشور چین

شناسنامه پدیدآورندگان:

سازمان توسعه تجارت ایران

معاونت بازاریابی و تنظیم روابط سازمان: دکتر محمدعلی ضیغمی

مدیر طرح: رضا توفیقی

مجریان طرح: حامد الفت و آرش غریبی

طراح و مدیر هنری: محبوبه اصغرپور

شناسنامه کتاب:

چاپ اول: آذر ماه ۱۳۸۷

تیراژ: ۳۰۰۰ نسخه

قیمت: ۴۰۰۰۰ ریال

ویرایش، صفحه‌آرایی، لیتوگرافی، چاپ و صحافی: شرکت چاپ و نشر بازرگانی
ناشر: شرکت چاپ و نشر بازرگانی وابسته به موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی
نشانی: تهران، بزرگراه شهید چمران، محل دائمی نمایشگاه‌ها، سازمان توسعه تجارت ایران
تلفن: ۲-۲۲۶۶۴۰۳۱

نسخه الکترونیکی کتاب: www.tpo.ir

E.mail: info@tpo.ir

سخن رئیس کل سازمان

ن وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ.

طی سالهای گذشته، شاهد تکوین تدریجی «نظام اقتصادی یکپارچه جهانی» بوده‌ایم. توسعه دانش و فناوری در عرصه‌های مختلف، وضعیت متفاوتی از کسب و کار را در این سالها در پی داشته است. از یک‌سو توسعه ارتباطات و دسترسی گسترده مشتریان به اطلاعات، چهره بازارها را دگرگون نموده و «خواسته‌های» آنها را تحت تأثیر قرار داده و از سوی دیگر تولید مبتنی بر فناوری پیشرفته و روشهای اصلاح شده، امکان پاسخگویی به تقاضاهای متنوع و متغیر مشتریان را فراهم نموده است.

نقش تعیین کننده عوامل تولید در معرفی محصول، به ویژه محصولات جدید، اکنون جای خود را به عوامل موجد رضایت مشتری و بازار داده است. این وضعیت، پارادایم حاکم بر روابط صنعت - بازار را به نفع بازار تغییر داده و نقش تعیین کننده بازار و فرصتها و محدودیتهای آن را به جای تولید و فرصتها و محدودیتهای آن نشانده است. اگر به این مهم، جهانی شدن بازارها را نیز بیافزاییم، آنگاه ضرورت مطالعه و شناخت بازارها، بخشهای آن و راهکارهای بازاریابی برای کسب سهم مناسب از بازارهای هدف به خوبی نمایان می‌شود.

تعدد و تنوع عوامل محیطی مؤثر بر موفقیت کسب و کارها، به ویژه در بازارهای جهانی، نسبت به گذشته که قلمرو فعالیتها محلی و ملی بوده، بسیار بیشتر است. امروزه شناخت این عوامل نسبت به شناخت عوامل داخلی بنگاه به دلیل تأثیرگذاری آنها در تحلیلهای مربوط به فرصتهای کسب و کار مقدم است. به همین دلیل مدیران سازمانها باید عناصر غیر قابل کنترل محیطی را شناخته و آنها را تا آنجا که ممکن است، مدیریت نمایند.

در تمام محیطهای کسب و کار، شرایط نامطمئن به وسیله عناصر غیرقابل کنترل به وجود می‌آید و هر بازار جدید، مجموعه عوامل غیر قابل کنترل خاص خود را نیز به آن اضافه

می‌کند. مدیر موفق برنامه بازاریابی خود را به نحوی طراحی می‌کند که بهتر بتواند با شرایط نامطمئن محیط کسب و کار منطبق شود.

مهم‌ترین عوامل غیر قابل کنترل محیط بین‌المللی عبارت‌اند از :

❖ عوامل سیاسی - قانونی

❖ عوامل فرهنگی

❖ عوامل اقتصادی

❖ زیر ساختها، فناوری، رقبا، نظام توزیع و غیره

تلاش همه بنگاه‌ها برای دسترسی به اطلاعات مربوط به عناصر غیر قابل کنترل محیطی، مستلزم صرف هزینه و ایجاد مخاطرات ناشی از عدم صحت و دقت اطلاعات جمع‌آوری شده است. به این جهت و در راستای حمایت از شرکتهای ایرانی، برای ورود و کسب موفقیت آنها در بازارهای خارجی، سازمان توسعه تجارت ایران اقدام به تهیه و انتشار مجموعه کتابهایی با عنوان «راهنمای تجارت با کشورها» نموده است.

در گردآوری و تدوین اطلاعات این کتابها تلاش شده است تا اطلاعات دقیق و به‌روز، با بهره‌گیری از منابع اطلاعاتی موثق در اختیار خواننده گرامی قرار گیرد. به دلیل تغییرات نسبتاً سریع، این اطلاعات در فاصله‌های زمانی مناسب به روز شده و در چاپهای بعدی منتشر خواهد شد. با این حال، این دقت ما را از رهنمودهای اساتید و صاحب‌نظران محترم بی‌نیاز نمی‌کند و از هرگونه راهنمایی و تذکر صاحبان فکر و فعالان عرصه تجارت خارجی ایران استقبال می‌نماییم.

در پایان لازم می‌دانم از همکاری همه دست‌اندرکاران تهیه و تولید مجموعه کتابهای حاضر به ویژه جناب آقای دکتر محمدعلی ضیغمی «معاون بازاریابی و تنظیم روابط سازمان» و جناب آقای رضا توفیقی، «مدیر طرح» و کلیه کارشناسان سازمان که با این مجموعه همکاری نموده‌اند، کمال تشکر و قدردانی را بنمایم. همچنین از سرکار خانم محبوبه اصغرپور و همکاران شرکت چاپ و نشر بازرگانی به خاطر تلاشهای ایشان در طراحی و تولید این مجموعه سپاسگزارم.

مهدی غضنفری

معاون وزیر و رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران

فهرست صفحه

بخش اول: کلیات

اطلاعات پایه

- ۱۳ نام کشور
- ۱۳ موقعیت جغرافیایی
- ۱۳ مساحت
- ۱۳ همسایگان
- ۱۴ جمعیت
- ۱۴ شهرهای مهم
- ۱۵ واحد پول
- ۱۵ اختلاف زمان با ایران

فصل اول: محیط سیاسی و قانونی

- ۱۷ محیط سیاسی
- ۱۷ تاریخچه حکومت
- ۲۰ نوع و ارکان اصلی حکومت
- ۲۶ افراد و گروههای با نفوذ
- ۲۶ سیاست خارجی

- ۲۸ وضعیت ریسک سیاسی
- ۲۸ محیط قانونی**
- ۲۸ قانون اساسی
- ۲۹ قانون مناطق ویژه و آزاد تجاری و صنعتی
- ۳۱ اجازه باز کردن حساب ارزی در بانکها توسط اشخاص حقیقی و حقوقی
- ۳۱ قوانین گمرکی
- ۳۲ نظام مالکیت
- ۳۳ قوانین کنسولی
- ۳۴ قوانین مالیاتی
- ۳۶ مراحل راه‌اندازی یک کسب و کار
- ۳۹ عضویت در پیمانهای اقتصادی و نهادهای بین‌المللی**
- ۳۹ بانک توسعه آسیایی
- ۴۰ بانک توسعه آفریقایی
- ۴۰ مؤسسه اقتصادی آسیا و اقیانوسیه
- ۴۰ انجمن ملل آسیای جنوب شرقی به‌علاوه سه
- ۴۱ بانک توافقات بین‌المللی
- ۴۱ بانک توسعه چین
- ۴۱ سازمان کشاورزی و غذا
- ۴۲ گروه جی ۷۷
- ۴۲ گروه جی ۲۴
- ۴۲ بانک بین‌المللی بازاری و توسعه
- ۴۲ آژانس سرمایه‌گذاری بین‌المللی توسعه کشاورزی
- ۴۳ اتاق بین‌المللی بازرگانی
- ۴۳ سازمان بین‌المللی کار
- ۴۳ صندوق بین‌المللی پول
- ۴۳ سازمان بین‌المللی استانداردها
- ۴۳ اتحادیه بین‌المللی مخابرات
- ۴۴ آژانس چند جانبه ضامن سرمایه‌گذاری
- ۴۴ گروه کارپردازی هسته‌ای

- ۴۴ انجمن جزایر اقیانوسیه
۴۴ انجمن همکاری منطقه‌ای آسیای جنوبی
۴۵ سازمان همکاریهای شانگهای
۴۵ سازمان ملل متحد
۴۵ انجمن امنیت سازمان ملل متحد
۴۶ کنفرانس ملل متحد برای تجارت و توسعه
۴۶ سازمان فرهنگی، علمی و آموزشی ملل متحد؛ یونسکو
۴۷ سازمان گمرکات جهانی
۴۷ سازمان سلامت جهانی
۴۷ سازمان جهانی تجارت

فصل دوم: محیط فرهنگی

- ۴۹ ارکان فرهنگی و اجتماعی
۴۹ فرهنگ
۵۰ مذهب
۵۱ زبان
۵۲ الگوی زندگی
۵۳ نهادهای اجتماعی و دینی
۵۴ رسانه‌ها
۵۹ تعطیلات رسمی
۶۱ آداب و رسوم خاص
۶۳ فرهنگ مذاکره
۶۳ دیدگاه کلی نسبت به ایران
۶۴ آداب مذاکره

فصل سوم: محیط اقتصادی

- ۶۹ سیستم اقتصادی و نقش دولت
۷۱ کشاورزی
۷۲ صنایع

۷۳	معادن
۷۵	خدمات
۷۶	جمعیت
۷۷	تولید ناخالص داخلی GDP
۷۸	شاخصهای مهم اقتصادی
۷۸	درآمد سرانه
۷۹	نرخ تورم
۷۹	نرخ بیکاری
۷۹	دستمزد نیروی کار
۸۰	ترازها
۸۰	تراز تجاری
۸۰	تراز تجاری با ایران
۸۰	میزان ذخایر ارزی
۸۱	نظام نرخ گذاری
۸۱	منابع طبیعی

فصل چهارم: زیرساختها

۸۳	حمل و نقل
۸۳	دریایی
۸۴	هوایی
۸۵	ریلی
۸۶	زمینی
۸۷	نظام بانکی
۹۰	نظام بیمه‌ای
۹۲	زیرساختهای ارتباطی
۹۳	مخابرات
۹۳	اینترنت

بخش دوم: تجارت خارجی

فصل پنجم: اطلاعات کلی

- ۹۷ تراز تجاری
- ۹۸ صادرات
- ۱۰۰ واردات
- ۱۰۷ کشورهای صادرکننده
- ۱۱۷ ساختار تعرفه‌ای
- ۱۱۸ سرمایه‌گذاریه‌های عمده

فصل ششم: وضعیت مبادلات بازرگانی با ایران

- ۱۱۹ تراز تجاری
- ۱۱۹ واردات چین از ایران
- ۱۱۹ گروه کالایی
- ۱۲۱ صادرات چین به ایران
- ۱۲۱ گروه کالایی
- ۱۲۳ روابط اقتصادی دو کشور
- ۱۲۴ موافقت‌نامه
- ۱۲۴ اجلاسها
- ۱۲۵ هیأت‌های تجاری
- ۱۲۵ تحلیل موقعیت SWOT
- ۱۲۷ پیشنهادات

بخش دوم: تجارت خارجی

- ۱۳۱ مناطق تجاری آزاد، ویژه و معاف از مالیات در چین

- ۱۳۳ نمایشگاه‌های چین
- ۱۴۴ هتل‌های چین
- ۱۴۸ دانشگاه‌های چین
- ۱۵۰ بنادر چین
- ۱۵۱ آژانس‌های مسافرتی
- ۱۵۲ روزنامه‌های چین
- ۱۶۳ منابع و مآخذ

بخش اول کلیات



اطلاعات پایه



◆ نام کشور

جمهوری خلق چین

◆ موقعیت جغرافیایی

این کشور در نیمکره شمالی در قسمت شرقی قاره آسیا و ساحل غربی اقیانوس آرام قرار دارد.

مختصات جغرافیایی آن ۳۵۰۰ شمالی و ۱۰۵۰۰ شرقی است. این کشور هم مرز با دریای چین شرقی، خلیج کره، دریای زرد و بین کره شمالی و ویتنام است.

◆ مساحت

چین مساحتی بالغ بر ۹.۵۹۶.۹۶۰ کیلومتر مربع دارد که از این مقدار، ۹.۳۲۶.۴۱۰ کیلومتر مربع آن را خشکی و ۲۷۰.۵۵۰ کیلومتر مربع آن را آب تشکیل می‌دهد.

در مقایسه می‌توان گفت این کشور پس از روسیه، کانادا و آمریکا چهارمین کشور پهناور جهان است.

◆ همسایگان

چین دارای ۲۲.۱۱۷ کیلومتر مرز زمینی و ۱۴.۵۰۰ کیلومتر خط ساحلی است. کشورهای هم‌مرز با این کشور عبارت‌اند از:

افغانستان (۷۶ کیلومتر)، بوتان (۴۷۰ کیلومتر)، برمه (۲۱۸۵ کیلومتر)، هندوستان (۳۳۸۰ کیلومتر)، قزاقستان (۱۵۳۳ کیلومتر)، کره شمالی (۱۴۱۶ کیلومتر)، قرقیزستان (۸۵۸ کیلومتر)، لائوس (۴۲۳ کیلومتر)، مغولستان (۴۶۷۷ کیلومتر)، نپال (۱۲۳۶ کیلومتر)، پاکستان (۵۲۳ کیلومتر)، روسیه شمال شرقی (۳۶۰۵ کیلومتر)، روسیه شمال غربی (۴۰ کیلومتر)، تاجیکستان (۴۱۴ کیلومتر) و ویتنام (۱۲۸۱ کیلومتر).



این کشور دارای مرز منطقه‌ای مشترک با هنگ کنگ (۳۰ کیلومتر) و ماکائو (۰/۳۴ کیلومتر) است.

◆ جمعیت

مطابق تخمین به عمل آمده در جولای سال ۲۰۰۷، جمعیت چین بالغ بر ۱,۳۲۱,۸۵۱,۸۸۸ نفر است. بیشینه مردم چین از نژاد زرد هستند.

علاوه بر چینیه‌ها تیره‌های دیگری نیز در این سرزمین پهناور زندگی می‌کنند مانند مغولها، تبتیه‌ها و غیره. علاوه بر این شماری از تاجیکها نیز در بخش سین کیانگ چین زندگی می‌کنند.

◆ شهرهای مهم

مرکز اداری، سیاسی و فرهنگی کشور چین، شهر تاریخی پکن است. شهرهای مهم دیگر چین شانگهای، وهان، شن یانگ، گوانگ ژو و کونینگ دائو می‌باشد.



♦ واحد پول

واحد پول کشور چین، Renminbi · RMB یا یوان می‌باشد. یک Renminbi معادل ۱۰ Jiao و ۱۰۰ fen است.

نرخ تبدیل یوان به دلار آمریکا در طی چند سال گذشته متغیر بوده است.

بر طبق آخرین آمار این نرخ به شرح ذیل تغییر نموده است:

❖ سال ۲۰۰۷، هر دلار آمریکا برابر با ۷/۶۱ یوان

❖ سال ۲۰۰۶، هر دلار آمریکا برابر با ۷/۹۷ یوان

❖ سال ۲۰۰۵، هر دلار آمریکا برابر با ۸/۱۹۴۳ یوان

❖ سال ۲۰۰۴، هر دلار آمریکا برابر با ۸/۲۷۶۸ یوان

❖ سال ۲۰۰۳، هر دلار آمریکا برابر با ۸/۲۷۷ یوان



اسکناسهای موجود شامل ۱، ۲، ۵، ۱۰، ۲۰، ۵۰ و ۱۰۰ Jiao؛ ۱ و ۲ fen است. سکه‌های موجود نیز عبارت‌اند از ۱ یوان؛ ۱، ۲ و ۵ Jiao و همچنین ۱، ۲ و ۵ fen می‌باشند.

اختلاف زمان با ایران

تفاوت زمان شهر پکن با گرینویچ +۸ ساعت بوده و در نتیجه زمان آن از ایران چهار ساعت و نیم جلوتر است.

فصل اول

محیط سیاسی و قانونی

در این فصل محیط سیاسی و قانونی کشور چین و عوامل موثر بر این محیط را بررسی خواهیم کرد. در ابتدا کلیاتی از وضعیت سیاسی و ارکان حکومتی و سپس قوانین مهم حاکم بر این کشور را تشریح خواهیم نمود.

۱. محیط سیاسی

در این قسمت سعی می‌کنیم تصویری کلی از وضعیت سیاسی چین ارائه کنیم. نخست تاریخچه‌ای از نحوه تشکیل حکومت بیان خواهیم کرد و پس از آن ارکان حکومت و افراد سیاسی را معرفی می‌کنیم.

۱-۱. تاریخچه حکومت

چین تاریخ کهنی دارد. گاهی یکپارچه و گاهی به مانند چند کشور جدا از هم بوده است. همسایگان همواره به این سرزمین می‌تاخته‌اند من جمله مغولها که در روزگار چنگیزخان بر چین جنگ انداختند.

چین تاریخ کهنی دارد. گاهی یکپارچه و گاهی به مانند چند کشور جدا از هم بوده است. همسایگان همواره به این سرزمین می‌تاخته‌اند من جمله مغولها که در روزگار چنگیزخان بر چین جنگ انداختند.

رژیم چین پس از انقلاب مردمی از پادشاهی به جمهوری تبدیل شد. وقتی جمهوری چین در سال ۱۹۱۲ تأسیس شد، سون یات سن اولین رئیس جمهور چین در سال ۱۹۱۲ بود. او بعداً هم حزب ملی چین، کومین تانگ را تأسیس کرد و تا سال ۱۹۲۱ رهبر این حزب

بود. سون یات سن در سال ۱۹۲۱ در گذشت.

حزب کمونیست چین در سال ۱۹۲۱ میلادی تأسیس شد. از سال ۱۹۲۱ مبارزات مردم چین را رهبری می‌کرد و در نتیجه ضمن برانداختن چیرگی امپریالیسم، فئودالیسم و سرمایه‌داری بروکراتیک را سرکوب و جمهوری خلق چین را در سال ۱۹۴۹ تأسیس نمود. آنگاه ژاپنیها بر این سرزمین تاختند. با پایان جنگ جهانی دوم تاخت و تاز ژاپنیها متوقف شد ولی جنگ داخلی میان هواداران ژنرال چیانگ کای شک و مائو تسه تونگ بالا گرفت که سرانجام به پیروزی هواداران حزب کمونیست چین انجامید و از آن پس چین تا به امروز کمونیستی اداره می‌شود و هواداران چیانگ کایچک نیز که از ملیها بودند به جزیره تایوان گریختند و تا به امروز به ایستادگی در برابر فشار جمهوری خلق چین ادامه داده‌اند.

از سال ۱۹۵۶، حزب کمونیست چین به دلیل فقدان تجربه کافی در جریان رهبری اقتصادی و نوسازی چین اشتباهاتی مرتکب شد. به تبع آن مبارزه قدرت (انقلاب فرهنگی چین) در سالهای ۱۹۶۶ تا ۱۹۷۶ در حزب کمونیست چین شروع شد. چهره‌های میانه‌رو حزب اخراج شدند. پس از پایان انقلاب فرهنگی در اکتبر سال ۱۹۷۶، چین به دوره نوین توسعه تاریخی وارد شد.

از آغاز سال ۱۹۷۹ حزب کمونیست چین سیاستهای اصلاحات و درهای باز را که تنگ شیائوپنگ مطرح کرد، به اجرا گذارد. پس از اجرای سیاستهای اصلاحات و درهای باز به این طرف، توسعه اقتصاد ملی و اجتماعی چین به دستاوردهای چشمگیری نائل آمده است. چهره کشور دستخوش تغییرات عظیمی شد. این دوران از لحاظ وضعیت، بهترین زمان پس از تأسیس جمهوری خلق و بهترین دوره برای مردم به لحاظ تأمین منافع آنان به شمار می‌رود.

با وجود آنکه حزب کمونیست چین در سال ۱۹۲۱ میلادی تأسیس شد، عقاید سوسیالیستی در چین قبل آن هم رایج بوده است. عقاید سوسیالیستی در اواخر قرن ۱۹ وارد چین شد و در سال ۱۹۰۷، کمونیسم آنارشستی شکل غالب عقاید سوسیالیستی در چین بود.

پس از سرنگونی سلسله گینگ و تأسیس جمهوری چین فعالیتهای کمونیستی در چین تشدید شد و بسیاری از گروه‌های چپ به‌عنوان متحد کومین‌تانگ پذیرفته شدند که این حزب سپس توسط سون یات سن که یک انقلابی جمهوریخواه بود، رهبری شد.

کومین تانگ و سون یات سن متحده شوروی بودند و شوروی مشاورانی را برای آنها گسیل می‌داشت. حزب کمونیست چین در ابتدا با بسیاری از گروه‌های چپ کومین تانگ متحد شد و در واقع پیمان اتحاد را با کل مجموعه کومین تانگ در «جبهه متحد اول چین» بست. کمینترن به حزب کمونیست چین رهنمود داده بود تا با کومین تانگ در ارتباط باشد. با افزایش نفوذ حزب کمونیست چین و شوروی و ظهور مارکسیسم - لنینیسم در چین دچار زوال شد و آنارشیسم چینی تحت تأثیر حزب کمونیست چین کمرنگ شد.

پس از مرگ سون یات سن و پس از کودتای چیانگ کای شک و کسب قدرت نظامیان، رهبری چین به رهبری نظامی تبدیل شد و کومین تانگ با مشکلاتی مواجه شد.

چیانگ کای شک پس از مرگ سون یات سن، در آنچه در چین به‌عنوان ترور سفید معروف است تلاش کرد تا احزاب چپ را پاکسازی کند که این پاکسازی احزاب چپ موجود در کومین تانگ، حزب کمونیست چین، مشاوران روسی و رهبران نظامی را نیز در بر می‌گرفت. این عمل باعث شد جنگ داخلی چین رخ دهد. در نتیجه دو دولت کومین تانگ در یوهان و نانجینگ (به ترتیب توسط جناح چپ و جناح راست) شکل گرفت و در نهایت رابطه حزب چپ کومین تانگ و حزب کمونیست چین دچار مشکل شد. سرانجام دولت یوهان سرنگون شد و همین سرنوشت با لشکرکشی شمالی چیانگ کای شک در انتظار رهبران نظامی بود.

جنگ داخلی چین در ۱۹۲۶ با تصفیه کومین تانگ از اعضای چپ و حزب کمونیست توسط رهبر وقت آن، چیانگ کای شک، آغاز شد. سرانجام حزب کمونیست چین طی سالهای ۱۹۳۷ تا ۱۹۴۵ میان رعایا در دوران جنگ دوم چین و ژاپن مقبولیت پیدا کرد و در همین حین کومین تانگ در اثر جنگ با ارتش امپراطوری ژاپن تحلیل رفت. در نتیجه کمونیستها کنترل بخش قاره‌ای چین را به دست گرفتند و ناسیونالیستها به مناطق کوچکی در تایوان، پنگ‌هو و جزایر فوجیان عقب نشینی کردند.

پس از تأسیس جمهوری خلق چین، تحت رهبری این حزب مردم ملیتهای سراسر کشور ضمن حفظ استقلال و امنیت کشور، در تحقق گذر جامعه چین از جامعه دموکراتیک نوین به ساختار سوسیالیستی برنامه‌ریزی شده در مقیاس وسیعی مبادرت ورزیده و چین در امور اقتصادی و فرهنگی به پیشرفتهای عظیم بی‌سابقه‌ای نائل آمده است.

۲-۱. نوع و ارکان اصلی حکومت

جمهوری خلق چین یک کشور سوسیالیستی است. نظام سوسیالیسم نظام اصلی جمهوری خلق چین است.

اهم سیستم مرکزی دولت اداره‌کننده چین را شش جایگاه تشکیل می‌دهد که عبارت‌اند از: کنگره ملی نمایندگان خلق و کمیته مرکزی حزب کمونیست چین، رئیس جمهور، شورای دولتی چین، کمیسیون نظامی حزب کمونیست چین، دادگاه عالی خلق و دادستانی عالی خلق.

سیستم حکومتی چین، جمهوری خلق و مبتنی بر حاکمیت مطلق حزب کمونیست است. بر اساس قانون اساسی کشور، حزب کمونیست بر عملکرد هفت ارگان مندرج در قانون اساسی نظارت کامل داشته و قانون اساسی این کشور، از زمان تأسیس جمهوری خلق چین تاکنون پنج بار اصلاح شده و متن نهایی آن در سال ۱۹۹۲ به تصویب رسیده است. از جمله مهم‌ترین ارگانهای حکومتی کشور چین می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

❖ کنگره ملی خلق (مجلس نمایندگان)

❖ ریاست جمهوری

❖ شورای دولتی

❖ حکومت‌های محلی (استانها)

❖ دادگاه عالی خلق

❖ دادستانی عالی خلق

❖ کنفرانس مشورتی - سیاسی خلق

گفتنی است که در کشور چین تفکیک کامل قوا وجود نداشته و تعدادی از مقامات دولتی و حزبی عضو مجلس نیز هستند.

۲-۱-۱. کنگره ملی نمایندگان خلق

بالاترین مرجع قانون‌گذار چین، کنگره ملی مردمی^۱ است. کنگره خلق از ۲۹۷۸ نفر عضو برخوردار است که برای مدت پنج سال توسط کنگره‌های محلی انتخاب می‌گردند. کنگره

1. National Peoples Congress (NPC)



ملی، به برپایی اجلاس عمومی سالیانه مبادرت نموده و کمیته دائمی آن نیز که متشکل از معاونین کنگره و تعدادی از نمایندگان برگزیده است، تشکیل جلسه می‌دهد. تعداد اعضای کمیته دائم ۱۳۵ نفر و تعداد معاونین کنگره ۱۹ نفر است. از جمله اهم وظایف کنگره می‌توان به تدوین یا اصلاح قانون اساسی، وضع قوانین جدید، تصویب

طرحها و لوایح و تصمیم‌گیری در خصوص سیاستهای جنگ و صلح و انتخاب و عزل رئیس جمهور، رئیس کمیسیون نظامی، رئیس دیوان عالی کشور، نخست وزیر و اعضای کابینه اشاره نمود. علاوه بر این واحدهای کوچکی از کنگره محلی خلق در سطح ایالتها، شهرستانها و شهرکها فعالیت دارند که اعضای آن توسط مردم انتخاب می‌گردند. گفتنی است که وظیفه کنگره‌های محلی نظارت بر اجرای صحیح قانون اساسی و سایر قوانین کشور در سطوح مختلف جامعه است.

۱-۲-۲. رئیس جمهور

ریاست کشور چین با رئیس جمهور است. مقام ریاست جمهوری از نظر سلسله مراتب پس از دبیرکل حزب قرار دارد. از جمله مهم‌ترین وظایف وی می‌توان به ابلاغ قوانین مصوب کنگره به دستگاههای اجرایی، معرفی نخست وزیر و معاونین به کنگره، اعطای نشانهای دولتی، اعلام جنگ، حکومت نظامی و بسیج عمومی و دریافت استوارنامه سفرا و کارداران خارجی، عزل و نصب کارداران چینی مستقر در خارج از کشور و تایید قراردادهای منعقد شده با دول خارجی اشاره نمود.

مدت دوره ریاست جمهوری در نهایت پنج سال است و بیشتر از دو دوره نمی‌تواند انتخاب پیاپی شود. اختیارات شامل قدرتهای گوناگون در داخل و علاوه بر آن قدرتهایی در خارج نیز می‌باشد.



در حال حاضر، آقای HU Jintao رئیس جمهور چین است که از تاریخ ۱۵ مارس ۲۰۰۳ و پس از رأی‌گیری کنگره ملی نمایندگان خلق با ۲۹۳۷ رأی برای یک دوره پنج ساله انتخاب گردیده است.

۱-۲-۳. شورای دولتی چین

شورای دولتی بالاترین سازمان دولتی است که در واقع حکم کابینه را دارد. این شورا که در حقیقت همان دولت مرکزی خلق می‌باشد، عالی‌ترین ارگان اداری کشور است که ضمن اجرای قوانین تنظیم شده و قطعنامه‌های مصوب توسط مجلس ملی نمایندگان خلق چین و کمیته دائمی، در قبال مجلس ملی نمایندگان خلق و کمیته دائمی پاسخگو بوده و فعالیت‌های خود را برای آنان گزارش می‌کند. شورای دولتی حق دارد در چارچوب اختیارات خود تدابیر و مقررات اداری را تنظیم و تصمیمات و دستورهای را صادر کند. ترکیب این شورا توسط کنگره ملی مردمی انتخاب می‌شود و بر اساس توصیه‌های حزب کمونیست عمل می‌کند. شورای دولتی مرکب از نخست وزیر، معاونین نخست وزیر، اعضای شورای دولتی، وزیران، رؤسای کمیسیونها، رئیس اداره آمار و دبیر کل است.

اکنون شورای دولتی چین دارای بیست و هشت اداره می‌باشد، از جمله وزارت خارجه، وزارت دفاع، کمیسیون ملی توسعه اصلاحات، وزارت آموزش و پرورش، وزارت علوم و فنون، کمیسیون علوم و فنون و صنایع دفاعی، کمیسیون ملی امور ملیتها، وزارت امنیت عمومی، وزارت امنیت ملی، وزارت نظارت، وزارت امور مدنی، وزارت قضایی، وزارت امور پرسنل، وزارت کار و تأمین اجتماعی، وزارت راه‌آهن، وزارت راه و ترابری، وزارت منابع زمینی، وزارت سازندگی، وزارت اطلاع رسانی، وزارت آبیاری، وزارت فرهنگ، وزارت بهداشت، وزارت کشاورزی، وزارت بازرگانی، کمیسیون ملی جمعیت و تنظیم خانواده، بانک خلق و اداره رسیدگی و ممیزی.

۱-۲-۴. کمیسیون نظامی حزب کمونیست چین

کمیسیون مرکزی نظامی، عالی‌ترین ارگان رهبری نظامی تحت رهبری حزب کمونیست چین است که مرکب از رئیس، معاون و اعضای آن می‌باشد. کمیسیون مرکزی نظامی توسط کمیته مرکزی حزب کمونیست ایجاد شده و نظام مسئولیت شناسی هیأت رئیسه را اجرا می‌کند. وظیفه عمده آن رهبری مستقیم نیروهای مسلح است. کمیسیون مرکزی نظامی جمهوری خلق چین، ارگان رهبری نظامی دولتی و مسئول رهبری نیروهای مسلح سراسر کشور است. این کمیسیون مرکب از رئیس، چند معاون و تعدادی اعضا است. رئیس این کمیسیون توسط مجلس ملی نمایندگان خلق انتخاب می‌شود و در قبال مجلس و کمیته دائمی پاسخگو است. دوره مأموریت این کمیسیون پنج سال است. نیروهای مسلح

چین مرکب از ارتش آزادی‌بخش خلق، واحدهای پلیس مسلح خلق و چریکها می‌باشد. ارتش آزادی‌بخش خلق چین، ارتش دائمی کشور بوده و واحدهای پلیس مسلح مسئول دفاع از امنیت کشور و حفظ نظم اجتماعی هستند و چریکهای مسلح توده‌ای نیز بخشی از این نیروها محسوب می‌شوند.

۱-۲-۵. دادستانی عالی خلق

دادستانی عالی خلق تحت نظارت دولت فعالیت داشته و عهده‌دار مسئولیت نظارت بر اجرای عدالت است. دادستانی خلق ارگان نظارت بر قانون کشور است.

دادستانی خلق با استفاده از حق دادستانی وظایف خود را انجام می‌دهد که عبارت است از رسیدگی و محاکمه پرونده‌های استیناف و یا پرونده‌هایی که علیه حکم و قضاوت دادگاههای محلی درخواست استیناف شده و پرونده‌هایی که دادستانی عالی خلق طبق تشریفات نظارت بر محاکمه درخواست استیناف می‌کند، رسیدگی و تصویب محکومیت به مرگ. دیوان عالی خلق زمانی که متوجه اشتباه دادگاههای خلق سطوح مختلف در محاکمه و قضاوت که اعتبار قانونی گرفته است بشود، حق دارد این پرونده را مورد رسیدگی مجدد قرار دهد و یا دستور محاکمه مجدد به دادگاه مادون صادر نماید.

وظایف دادستانی عبارت است از رسیدگی به پرونده‌های خیانت به میهن، پرونده فعالیت‌های جدایی‌طلبانه و پرونده‌های مهم و پرونده‌های ادارات امنیت عمومی، دادخواهی و معافیت از دادخواهی، پرونده‌های جزایی، رسیدگی به فعالیت‌های ادارات امنیت عمومی، دادگاه‌های خلق، زندانها، بازداشتگاه‌ها و ارگانهای دیگر قضایی و انطباق فعالیت‌های آنها با قانون. دادستانی خلق طبق قانون به‌طور مستقیم حق دادستانی را اعمال می‌کند. ادارات اجرایی، گروه‌های اجتماعی و اشخاص نمی‌توانند در کار آن مداخله کنند.

دادستانی خلق چین به چهار بخش تقسیم می‌شود؛ شامل دادستانی پایه، متوسط، عالی و عالی‌ترین. دادستانی عالی خلق، عالی‌ترین ارگان دادستانی کشور محسوب می‌شود و به نمایندگی از طرف کشور به‌طور مستقیم حق دادستانی را اجرا و اعمال می‌کند و در قبال مجلس ملی نمایندگان خلق پاسخگو است. وظایف عمده آن هدایت و رهبری دادستانیهای سطوح مختلف محلی و دادستانیهای مخصوصی برای انجام وظایف آنها بر اساس نظارت طبق قانون و تضمین اجرای واحد و درست قوانین کشور است.

۱-۲-۶. دادگاه عالی خلق

دادگاه‌ها در چهار سطح مختلف طبقه بندی شده‌اند که از آن جمله می‌توان به دادگاه عالی خلق، دادگاه‌های استانی، دادگاه‌های شهرستانی و دادگاه‌های بخشی اشاره نمود.

دادگاه عالی خلق، بالاترین مرجع قضایی کشور است که تحت نظارت مستقیم کنگره ملی خلق قرار دارد. این دادگاه، عالی‌ترین ارگان قضایی کشور است که به‌طور مستقیم حق قضاوت را اجرا می‌کند و همچنین عالی‌ترین ارگان نظارت بر کارهای محاکمه و قضایی دادگاه‌های خلق سطوح مختلف محلی و کارهای محاکمه دادگاه‌های خلق مخصوصی محسوب می‌شود. دادگاه عالی خلق در قبال مجلس ملی نمایندگان خلق و کمیته دائمی پاسخگو بوده و کار خود را برای آنها گزارش می‌کند. وظایف عمده دادگاه عالی خلق عبارت است از رسیدگی به پرونده‌های مطروحه دادستانی عالی خلق طبق تشریفات نظارت بر قضاوت، بررسی اشتباهات حکم دادگاه‌های محلی، محاکمه و دستور به دادگاه‌های سطوح پایین‌تر برای محاکمه، حق رسیدگی به جرمی که در ماده‌های قانون جزایی قید نشده، چگونگی استفاده از قانون و تشریح آن در جریان محاکمه.

۱-۲-۷. کنفرانس مشورتی - سیاسی خلق

کنفرانس مشورتی - سیاسی خلق چین نهادی است که با نظارت بر اوضاع جاری کشور پیشنهادهایی در خصوص برطرف نمودن مشکلات و مسائل سیاسی و اجتماعی جاری کشور به دولت ارائه می‌نماید. گفتنی است که سازمان مذکور در دوران اولیه فعالیت خود که به سالهای آغازین انقلاب کمونیستی چین باز می‌گردد، نقش ارگان قانون‌گذار کشور را بر عهده داشته و به جای کنگره ملی فعالیت می‌نموده است. بعدها با تشکیل کنگره ملی خلق، نقش سازمان فوق کاهش یافت و به مجلس مشورتی تغییر وضعیت داد.

این کنفرانس در حقیقت سازمان جبهه میهن پرستی و واحد مردم چین بوده و ارگان مهم همکاری چند حزبی و مشورت سیاسی به رهبری حزب کمونیست چین محسوب شده و شکل مهم شکوفایی دموکراسی سوسیالیستی در زندگی سیاسی چین به شمار می‌رود. همبستگی و دموکراسی دو موضوع مهم کنفرانس مشورت سیاسی خلق چین است. کنفرانس مشورت سیاسی خلق چین مرکب از حزب کمونیست، احزاب دموکراتیک، شخصیت‌های بی‌طرف، گروه‌های مردمی، نمایندگان اقلیتهای ملی و محافل مختلف، هموطنان مناطق اداری ویژه هنگ کنگ، ماکائو، نمایندگان هموطنان تایوان و هموطنان

مقیم خارج از چین و شخصیت‌های ویژه است. مأموریت آن پنج سال است. وظیفه عمده کنفرانس مشورت سیاسی خلق چین مشورت سیاسی، نظارت دموکراتیک و شرکت و بررسی امور دولتی و سیاسی است.

مشورت سیاسی به معنای مشورت و رایزنی درباره سیاست‌های خطیر و رهنمود دولتی و محلی و مسائل مهم سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و زندگی اجتماعی قبل از اجرای آن و مشورت و رایزنی درباره مسائل مهم در جریان اجرای تصمیمات است. کمیته سراسری کشور، کنفرانس مشورت سیاسی خلق و کمیته‌های محلی می‌توانند طبق پیشنهاد حزب کمونیست، کمیته دائمی مجلس ملی نمایندگان خلق، دولت مردم، احزاب دموکراتیک و گروه‌های مردمی نشست احزاب دموکراتیک، مسئولان گروه‌های مردمی و شخصیت‌های محافل مختلف را برگزار و مشورت کنند و به آنان پیشنهاد دهند که مسائل مهم را برای مشورت تسلیم کنند. نظارت دموکراتیک به معنای استفاده از پیشنهادهای و انتقادهای مطروحه در خصوص اجرای قانون اساسی، نظارت بر قوانین و مقررات کشور، اجرای رهنمودها و سیاست‌های مهم و امور ادارات دولتی و کارمندان است. مشارکت و بررسی درباره امور دولتی و سیاسی به معنای تحقیق و بررسی در خصوص مسائل مهم در زندگی سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی و مسائل مورد توجه توده مردم است، این امر نشانگر خواست مردم است. علاوه بر این مسائل اجتماعی نیز مورد بحث و مشورت قرار گرفته و نتیجه از طریق گزارش تحقیقاتی، طرح پیشنهاد و به اشکال دیگر به حزب کمونیست و ارگانهای دولتی منتقل می‌شود. ماه سپتامبر سال ۱۹۴۹، نخستین اجلاس عمومی کنفرانس مشورت سیاسی خلق چین به نمایندگی از طرف مجلس ملی نمایندگان خلق و به نمایندگی از سوی مردم سراسر کشور، ایجاد جمهوری خلق چین را اعلام کرده و در نتیجه نقش مهم تاریخی را ایفا نمود.

پس از برگزاری اولین اجلاس عمومی مجلس ملی نمایندگان خلق، نقش کنفرانس مشورت سیاسی خلق تغییر کرد و به‌عنوان بزرگترین سازمان میهن پرستی و واحد چین به کار خود ادامه داده و در حیات سیاسی و اجتماعی و ارتباطات دوستانه چین با خارج از کشور سهم مهمی ادا کرده است. کنفرانس مشورت سیاسی خلق تا ماه مارس سال ۲۰۰۴ با ۱۷۰ ارگان از ۱۰۱ کشور جهان و هشت سازمان بین‌المللی و منطقه رابطه برقرار کرده و مبادلات دوستانه داشته است.

در حال حاضر نقش این سازمان، ضمن نظارت و ارائه مشاوره در خصوص سیاستها و

برنامه‌های عمده حزب کمونیست، در صدد برقراری تماس و وحدت میان گروه‌های اجتماعی، احزاب سیاسی و شهروندان چینی تبار مقیم خارج است.

۱-۳. افراد و گروه‌های با نفوذ



بیشتر قدرت سیاسی چین در دست اداره سیاسی پلیت برو می‌باشد. این اداره ۱۹ تا ۲۵ نفر عضو دارد که بر عملکرد حزب کمونیست چین نظارت دارند. کمیته‌های دائمی پلیت برو شامل پنج تا هفت عضو است که قدرتمندترین افراد کشور هستند.

اعضای پلیت برو، به‌طور اسمی از سوی کمیته مرکزی حزب کمونیست چین انتخاب می‌شوند؛ ولی از سال ۱۹۸۰، رویه عملکرد این حزب به‌صورت انتصاب دائمی بوده است.

پلیت برو در اوایل سال ۱۹۸۰ زیر نظر Hu Yaobang توسط دبیرخانه حزب کمونیست شکل گرفت اما پس از برکناری وی در سال ۱۹۸۷، به‌عنوان قدرت اصلی پدیدار گشت.

اعضای این اداره مشتمل بر Xi Jinping, Wang Gang, Wang Lequan, Wang Zhaoguo, Wang Qishan, Hui Liangyu, Liu Qi, Liu Yunshan, Liu Yandong, Li Changchun, Li Keqiang, Li Yuanchao, Wu Bangguo, Wang Yang, Zhang Gaoli, Zhang Dejiang, Zhou Yongkang, Hu Jintao, Yu Zhengsheng, He Guoqiang, Jia Bo Xilai و Qinglin, Xu Caihou, Guo Boxiong, Wen Jiabao می‌باشد.

۱-۴. سیاست خارجی

کشور چین با قاطعیت تمام در جهت حفظ صلح و حاکمیت استقلال حرکت می‌کند که هدف اصلی آن حفظ امنیت و پاسداری از صلح جهانی و مخالفت با استبداد و استیلا در جهان بوده است. این کوششها به‌همراه تلاش در جهت حفظ استقلال و تمامیت ارضی کشور چین و افزایش حسن همجواری صورت گرفته است.

چین به سوی ایجاد یک دستورالعمل جدید در شکل سیاست اقتصادی خارجی خود مبنی بر عدالت، بی طرفی و منطبق در قرن جدید حرکت می‌کند. این کشور یکی از اعضای دائم شورای امنیت سازمان ملل متحد است که در حل و فصل مناقشات مناطق بحرانی، فعالیتهای مثبت زیادی انجام داده است. کشور چین پیوسته کوششهای فراوانی در جهت تاکید بر حفظ و دفاع از حقوق بشر انجام می‌دهد.

به عبارت دیگر می‌توان گفت که سیاست خارجی کشور چین برگسترش رابطه با کلیه کشورها جدا از گرایشات ایدئولوژیک و پرهیز از هرگونه درگیری استوار می‌باشد. از جمله مهمترین پایه‌ها و اصول سیاست خارجی کشور چین می‌توان به پنج اصل ذیل اشاره نمود:

- ❖ احترام متقابل به حاکمیت و تمامیت ارضی کشورها
- ❖ عدم تجاوز به حقوق سایر کشورها
- ❖ عدم مداخله در امور سایر کشورها
- ❖ نیل به اتخاذ سیاست کسب منافع متقابل در برقراری رابطه با سایر کشورها
- ❖ برقراری همزیستی مسالمت آمیز با سایر کشورها

از آنجایی که کشور چین به‌عنوان یک کشور جهان سوم و در حال توسعه، جهت پیشرفت و نیل به توسعه ملی خود نیازمند ثبات و آرامش در همسایگی خود و برخورداری از محیط امن بین‌المللی است، لذا به تلاش در جهت پرهیز از هرگونه برخورد نظامی و حتی مناقشات سیاسی با سایر کشورها مبادرت می‌نماید. این کشور همزمان با توسعه مناسبات خود با کشورهای جهان سوم به‌عنوان یکی از اولویتهای سیاست خارجی خود در راستای کسب اعتبار بین‌المللی بیشتر و به‌ویژه کشورهای آسیایی و آفریقایی، جهت تحکیم روابط خود با کشورهای توسعه یافته صنعتی نظیر ژاپن، آمریکا و اروپای غربی نیز اهمیت ویژه‌ای قائل است، چرا که کشورهای مذکور به‌عنوان منابع اصلی تأمین سرمایه و فناوری مورد نیاز کشور چین جهت اجرای برنامه اصلاحات اقتصادی به شمار می‌آیند. این درحالی است که کشور چین در روند برقراری روابط خود با کشورهای غربی با مشکلاتی نیز مواجه است که به‌طور عمده ناشی از اختلاف نوع نظامهای سیاسی می‌باشد. کشور چین همچنین مایل است جایگاه مطلوبتری در نظم نوین جهانی به خود اختصاص داده و از سهم بیشتری در مشارکت و اداره امور جهانی برخوردار باشد.

۵-۱. وضعیت ریسک سیاسی

بنا بر گزارش ماه آوریل سال ۲۰۰۷ موسسه بیمه اعتبار صادراتی اویلر هرمس آلمان، رتبه ریسک کشور چین برابر دو محاسبه شده است. این رتبه نشان‌دهنده آن است که کشور چین از ریسک سیاسی پایینی برخوردار بوده و جهت سرمایه‌گذاری مناسب می‌باشد. قابل ذکر است که رتبه ریسک سیاسی کشور ایران توسط موسسه بیمه اعتبار صادراتی اویلر هرمس برابر با پنج محاسبه شده است.

دلایل اصلی ریسک سیاسی در چین را می‌توان شامل تظاهرات و اعتراضات، مسائل سه‌گانه کشاورزی (کشاورزی، مناطق شهری و مزرعه‌داران)، بیکاری، اختلافات (فقیر - غنی، شهری - روستایی، شرق - غرب) و علاوه بر این موارد امنیت عمومی و محافظت اجتماعی، دانست.

۲. محیط قانونی

بعد از بررسی وضعیت سیاسی کشور چین، نوبت آن است که با زیرساخت‌های قانونی این کشور آشنا شویم، در این قسمت آن دسته از قوانین را که برای برقراری ارتباطات و مناسبتهای تجاری و بازرگانی ضروری می‌باشند، به طور خلاصه معرفی می‌کنیم. اطلاعات ارائه شده در این قسمت، نشانگر پتانسیل‌های کلی موجود در قوانین چین برای برقراری روابط تجاری می‌باشد و بدیهی است که در مرحله عمل، بایستی به‌طور مستقیم به متن این قوانین مراجعه شده و با جزئی‌نگری بیشتری سنجیده شوند. در انتها با مراحل راه‌اندازی یک کسب کار در چین آشنا می‌شویم.

۲-۱. قانون اساسی

قانون اساسی قانون اصلی چین است. در قانون اساسی معمولاً مضامین مهمی مانند اصول اساسی نظام اجتماعی و نظام کشور، اصول اساسی سازماندهی اداره دولتی و فعالیت‌های آن، حقوق و وظایف اساسی اتباع قید شده است. علاوه بر این، در این قانون مضامینی مانند پرچم ملی، سرود ملی، نشان ملی و پایتخت و نظام‌های دیگر مورد توجه طبقه حاکم قید شده است که مربوط به تمام زمینه‌ها در کشور است. قانون اساسی عالی‌ترین مرجع حقوقی بوده و مآخذ تنظیم قوانین دیگر است. هیچ قانون و مقرراتی نباید با قانون اساسی

مغایرت داشته باشد.

برنامه مشترک کنفرانس مشورت سیاسی خلق چین که در آستانه تأسیس جمهوری خلق چین صادر شده، نه تنها اساسنامه جبهه واحد دموکراتیک خلق چین بوده، بلکه نقش قانون اساسی موقت را اجرا کرده است. برنامه مشترک نخستین اجلاس عمومی کنفرانس مشورت سیاسی خلق چین به تصویب رسید و در ۲۹ سپتامبر سال ۱۹۴۹ میلادی صادر شد و قبل از صدور قانون اساسی جمهوری خلق چین نقش قانون اساسی موقت را ایفا کرد.

پس از تأسیس جمهوری خلق چین در اول اکتبر سال ۱۹۴۹، جداگانه در سالهای ۱۹۵۴، ۱۹۷۵، ۱۹۷۸ و ۱۹۸۲ چهار قانون اساسی جمهوری خلق چین تنظیم و صادر شد.

چهارمین قانونی اساسی جمهوری خلق چین یعنی قانون اساسی فعلی در چهارم دسامبر سال ۱۹۸۲ در پنجمین اجلاس پنجمین مجلس ملی نمایندگان خلق چین به تصویب رسیده و صادر شد. این قانون ضمن ادامه و توسعه اصول اساسی قانون اساسی سال ۱۹۵۴، با توجه به جمع‌بندی تجربیات توسعه سوسیالیستی چین و جلب تجربیات بین‌المللی در این زمینه، یک قانون اصلی دارای ویژگیهای چین و منطبق با نیازساختار مدرنیزاسیون سوسیالیستی چین محسوب می‌شود. در این قانون به‌طور مشخص نظامهای سیاسی و اقتصادی جمهوری خلق چین، حقوق و وظایف اتباع، تأسیس ارگانهای دولتی و چهارچوب مأموریت و وظایف اصلی کشور در آینده قید شده است. ویژگیهای اساسی این قانون قید نظام و وظایف اصلی چین، تشخیص چهار اصل اساسی و رهنمود اساسی اصلاحات و درهای باز است. در این قانون قید شده است که مردم تمام ملیتها و سازمانهای سراسر کشور باید طبق قانون اساسی فعالیت کرده و هیچ سازمان یا شخصی حق تخطی و نقض قانون اساسی و قوانین دیگر را ندارد.

این قانون به پنج بخش مقدمه، برنامه اساسی، حقوق و وظایف اساسی اتباع، ارگانهای دولتی، پرچم ملی، نشانه ملی و پایتخت تقسیم شده و شامل چهار فصل و ۱۳۸ ماده است. چین پس از صدور این قانون برای چهار بار در آن تجدید نظر کرده است.

۲-۲. قانون مناطق ویژه، آزاد تجاری و صنعتی

با توجه به قانون مناطق آزاد در چین، در این مناطق فعالیتهای تولید، تجارت، انبارداری،

صادرات و آژانسهای نمایشگاهی مجاز می‌باشد. سایر ویژگیهای این مناطق عبارت‌اند از:

- ❖ کالاها تحت شرایط تضمین شده مشمول حق واردات و مجوز واردات و صادرات نمی‌شوند.
- ❖ امکان تبادل الکترونیکی اطلاعات بین گمرکات و شرکتهای وجود دارد.
- ❖ تبادل ارز خارجی مورد قبول است.
- ❖ امکان باز شدن حسابهای ارزی خارجی وجود دارد.

مناطق آزاد چین جهت سرمایه‌گذاری دارای مزایای بالقوه‌ای می‌باشند. از این مزایا می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

- ❖ شرکتهای درگیر در فرایند صادرات از اولین سال تا سال سودرسانی، مشمول مالیات بر درآمد (۱۵ درصدی) نمی‌شوند.
- ❖ از سومین تا پنجمین سال فعالیت، ۵۰ درصد مالیات بر درآمد اخذ می‌شود.
- ❖ معاملاتی که با مناطق آزاد تجاری انجام می‌شوند، از مالیات بر ارزش افزوده مستثنی هستند.

موارد ذیل از حقوق گمرکی، مالیات بر ارزش افزوده و مالیات بر مصرف آزاد هستند:

- ❖ ماشین‌آلات، تجهیزات، مصالح ساخت و ساز و تجهیزات دفتری که جهت استفاده خود شرکت واردکننده وارد چین می‌شود.
- ❖ مواد خام وارداتی، قطعات جدا از هم، سوختها، مواد بسته‌بندی شده.
- ❖ کالاهای ترانزیتی ذخیره شده در انبار.
- ❖ کالاهای تمام شده که از مواد خام ساخته شده‌اند، می‌توانند در بازار داخلی به فروش برسند. کالاهای تمام شده مشمول حقوق گمرکی و مالیات بر ارزش افزوده می‌باشند.
- ❖ همه کالاهای ضمانت شده و ضمانت نشده می‌توانند درون انبارهای مناطق ویژه تجاری ذخیره‌سازی شوند.

سیاستهای مناطق ویژه را می‌توان شامل موارد ذیل دانست:

- ❖ انگیزه‌های مالیاتی ویژه برای سرمایه‌گذاران خارجی در مناطق ویژه اقتصادی.

❖ استقلال بیشتر در فعالیتهای تجاری بین‌المللی

❖ ویژگیهای اقتصادی که بر پایه چهار اصل زیر استوارند:

❖ ساخت و ساز اساساً بر جذب و به‌کارگیری سرمایه‌های خارجی استوار است.

❖ اشکال اولیه اقتصادی هم به‌صورت شراکتی^۱ چین با کشور خارجی و هم به‌صورت مالکیت مستقل کشور خارجی مطرح است.

❖ تولیدات به‌صورت اولیه صادرات – گرامی باشند.

❖ فعالیتهای اقتصادی اصولاً تحت تاثیر محرکهای بازار می‌باشند.

۲-۳. اجازه باز کردن حساب ارزی در بانکها توسط اشخاص حقیقی و حقوقی

افراد می‌توانند در بانکهای چین حساب ارزی باز کنند و ارز خود را مورد استفاده قرار دهند. شرکتهای خارجی و بنگاههای با سرمایه‌گذاری خارجی می‌توانند معاملات خود را به دلار آمریکا انجام دهند و نیز می‌توانند جهت متوازن ساختن سرمایه‌های ارزی در قبال ارائه یوان، ارز لازم را از مراکز ارزی با محدودیتهایی تهیه نمایند.

۲-۴. قوانین گمرکی

کشور چین دارای سیاستهای گمرکی در بخش واردات کالا می‌باشد. کالاهای مشمول کاهش نرخ عوارض وارداتی در دو بخش قرار می‌گیرند:

❖ مواد خام طبیعی و کالاهای اولیه نظیر چرم، الوار و خمیر کاغذ.

❖ تجهیزات و ماشین آلات پیشرفته و ماشین آلات با فناوری بالا، قطعات، لوازم و غیره.

در این بخش لازم است تا نکات ذیل نیز در نظر گرفته شوند:

❖ عوارض وارداتی، مالیاتها و هزینه‌های مربوط به حمل و نقل، انبارداری و هزینه‌های عملیاتی بعد از انجام واردات اخذ می‌شوند.

❖ مواد خام، قطعات و وسایل، لوازم و مواد بسته‌بندی که توسط موسسات خارجی برای پردازش یا مونتاژ عرضه می‌شود از عوارض وارداتی مستثنی هستند ولی باید

ظرف مدت مشخصی صادر شوند.

❖ **تعرفه‌های وارداتی به‌طور موقت بر روی واردات مواد خام فلزی (قلع، ورقه گالوانیزه فولادی، ورقه فولاد ضخیم، مواد خاص، مس تصفیه شده)، مواد خام شیمیایی، مواد کشاورزی، ماشین آلات، قطعات و وسایل آن اعمال می‌شوند.**

۵-۲. نظام مالکیت

طبق قانون اساسی چین، این کشور اکنون در مرحله اولیه سوسیالیستی بوده و نظام اقتصادی بر محوریت مالکیت عمومی و توسعه نظام‌های مالکیت اقتصادی مختلف و نظام توزیع با محوریت توزیع به اندازه کار و وجود شیوه‌های مختلف توزیع را اجرا می‌کند.

اکنون در اقتصاد چین، اقتصاد دولتی، اقتصاد اشتراکی، اقتصاد خصوصی، اقتصاد با سرمایه مشترک، اقتصاد سهامی، اقتصاد با سرمایه‌گذاری خارجی و اقتصاد با سرمایه‌گذاری هنگ کنگ، ماکائو و تایوان نیز مشاهده می‌شود.

اقتصاد دولتی، شامل اقتصادی است که وسایل تولیدی در آن متعلق به کشور می‌باشد. اقتصاد اشتراکی نوعی از اقتصاد می‌باشد که وسایل تولیدی در آن متعلق به گروهی از اتباع است. در اقتصاد خصوصی وسایل تولیدی متعلق به اتباع شخصی بوده و بر اساس کار نیروی کار است. در اقتصاد شخصی وسایل تولیدی متعلق به کارکنان شخصی و بر اساس نیروی کار شخصی بوده و نتایج کار از آن کارکنان می‌باشد و توسط کارکنان توزیع می‌شود. اقتصاد با سرمایه مشترک، نوعی اقتصاد است که انواع گوناگون مؤسسات با سرمایه‌گذاری مشترک جامعه اقتصادی جدید را تشکیل می‌دهند. اقتصاد سهامی نوعی اقتصاد است که به وسیله سرمایه‌گذاری سهامداران و ایجاد مؤسسات به شیوه سهامداری شکل گرفته است. اقتصاد با سرمایه‌گذاری بازرگانان خارجی به این معناست که سرمایه‌گذاران خارجی طبق قوانین و مقررات ذی‌ربط اقتصاد خارجی چین، به وسیله سرمایه‌گذاری مشترک، همکاری و یا سرمایه‌گذاری مستقل مؤسسات را در چین ایجاد کنند. این نوع اقتصاد سه شکل مؤسسات با سرمایه مشترک چینی و خارجی، مؤسسات با همکاری مدیریت چینی و خارجی و مؤسسات با سرمایه‌گذاری مستقل را شامل می‌شود.

اقتصاد با سرمایه‌گذاری هنگ کنگ، ماکائو و تایوان نوعی اقتصاد است که سرمایه‌گذاران سه منطقه مذکور در جریان آن طبق قوانین و مقررات مربوطه اقتصاد خارجی چین، با شیوه‌های سرمایه‌گذاری مشترک، همکاری و یا سرمایه‌گذاری مستقل در خاک اصلی

چین مؤسسه تأسیس کنند. این نوع اقتصاد همانند اقتصاد با سرمایه‌گذاری بازرگانان خارجی، سه شکل مذکور را در بر گرفته است.

طبق قانون اساسی چین، تصاحب و یا تخریب اموال کشور و یا دسته‌جمعی توسط هر سازمان و شخصی به هر شیوه ای ممنوع است. کشور از منافع اقتصادهای غیر دولتی مانند اقتصادهای شخصی و خصوصی حفاظت می‌کند و اموال قانونی اتباع غیر قابل تجاوز است.

۹-۲. قوانین کنسولی

اشخاصی که تمایل دارند به چین سفر کنند، بایستی برای کسب روادید به کنسولگری یا سفارت چین در کشور متبوع خود مراجعه نمایند. در زمان درخواست برای روادید، لازم است از سازمان چینی میزبان دعوت‌نامه ارائه شود. ویزای صادر شده عموماً برای یک بار ورود صادر می‌شود و برای مدت محدودی اعتبار دارد.

برای ورود به چین نیاز به اخذ ویزا است. ویزای چین برای یک خارجی به جهت اجازه ورود و خروج و حمل و تردد در خاک این کشور توسط مقامات ویزای چین، صادر می‌شود. مقامات چین با توجه به مقصود و مشخصات فرد خارجی، ویزاهای دیپلماتیک، خدماتی و معمولی را صادر می‌نمایند.

ویزای معمولی چین شامل هشت زیر بخش اصلی است که توسط حروف چینی مشخص شده است.

ویزای D: برای خارجیانی که قصد مهاجرت موقتی را دارند، صادر می‌شود. جهت جهت اخذ ویزای موقتی، لازم است فرم تقاضای اقامت موقت تکمیل گردد.

ویزای Z: برای خارجیانی صادر می‌شود که قصد دارند در قسمتی از چین استخدام شوند و در کنار خانواده خود باشند.

ویزای X: برای خارجیانی صادر می‌شود که قصد ادامه تحصیل و تحصیلات عالیه و آموزش شغلی برای یک دوره شش ماهه یا بیشتر را دارند.

ویزای L: برای خارجیانی صادر می‌شود که برای بازدید از چین، دیدار خانواده و دیگر دلایل شخصی به چین می‌آیند. برای یک متقاضی توریستی، به‌طور کلی لازم است تا وی توانایی مالی برای تأمین مخارج سفر در چین را داشته باشد و در هنگام لزوم، بتواند بلیط

هوایما، قطار یا کشتی را خریداری نماید. برای بازدیدکنندگانی که قصد ملاقات خانواده خود را دارند نیز برگه دعوت نامه لازم است.

ویزای G: برای خارجیانی صادر می شود که قصد عبور از چین را دارند. برای متقاضیان لازم است تا ویزای مجازی را نشان داده و بلیط عبور خود را به مسئولان مربوطه تحویل دهند.

ویزای C: برای خدمه قطار، هوایما و کشتی که در حال ارائه خدمات بین المللی هستند، صادر می شود.

ویزای J-1: برای خبرنگاران مقیم چین صادر می شود.

ویزای J-2: برای خبرنگارانی که برای انجام وظایف خود قصد سفر کوتاهی به چین دارند، صادر می شود. متقاضی ویزای J-1 و J-2 باید گواهینامه ای مبنی بر تأیید مقامات چین را داشته باشند.

۷-۲. قوانین مالیاتی

مالیاتها پراهمیت ترین منابع برای دولت جمهوری خلق چین به شمار می روند. مالیات به عنوان مهم ترین منبع مالی و کلید اقتصادی قوانین و مقررات اقتصاد کلان به شمار می رود و به شدت اقتصاد و توسعه اقتصادی چین را تحت تأثیر خود قرار داده است.

هریک از ارگانهای کشوری که قدرت تخمین و فرمول گذاری سیاستهای قوانین مالیاتی را داشته باشند می توانند اقدام به قانون گذاری مالیاتی نمایند. از این ارگانها می توان به کنگره ملی مردمی و هیأت ناظر بر آن، مجلس سنا، هیأت وزیران مالی، مدیریت مالیاتی، کمیته مجلس کشوری و مدیریت کلی بر گمرک، اشاره نمود. قوانین مالیاتی توسط کنگره ملی مردمی وضع می شوند.

طبق سیستم مالیات جاری چین، در حدود ۲۶ نوع مختلف از مالیات در چین وجود دارد، با توجه به ماهیت و قاعده آنها را می توان به هشت دسته مختلف تقسیم بندی نمود:

- ❖ مالیاتهایی که به کارخانه ها و تجارت تعلق می گیرد: این مجموعه خود نیز به سه دسته تقسیم می شود: مالیات ارزش افزوده، مالیات مصرف و مالیات تجارت.
- ❖ مالیاتهای حاصل از درآمد: این دسته نیز خود شامل مالیات بر درآمد کلی (قابل

اطلاق به آن دسته از تشکیلات داخلی مانند قسمتهای وابسته به دولت، مجموعه‌های وابسته، تشکیلات خصوصی، تشکیلات وابسته به یکدیگر و شرکتهای (متساوی‌السهم)؛ مالیات مربوط به شرکتهای سرمایه‌گذار خارجی و تشکیلات خارجی و مالیات درآمد شخصی. این مالیاتها به مأخذ سودهای به‌دست آمده توسط تولیدکنندگان و فروشندگان، یا درآمدهای شخصی تعلق می‌گیرد.

❖ مالیاتهای منابع: این دسته شامل مالیاتهای منابع و مالیات مصارف شهری و روستایی است. این مالیاتها به بهره‌برداران منابع طبیعی و مصرف‌کنندگان شهری و روستایی آن تعلق می‌گیرد.

❖ مالیاتهای مربوط به اهداف بخصوص: این مالیات مربوط به تعمیر و ساخت شهر و مالیات اصناف کشتزارها، مالیات قوانین جهت‌گیری برای سرمایه‌گذاری‌های ثابت و مالیات کسب سود اتومبیل می‌باشد. این مالیاتها برای اهداف مخصوص تنظیم و قابل حصول می‌باشد.

❖ مالیاتهای دارایی: این مورد شامل مالیات مربوط به خانه، مالیات بر مستغلات شهری و مالیات بر ارث می‌باشد.

❖ مالیات رفتاری^۱: این دسته خود شامل مالیات بر وسیله نقلیه و عبور و مرور، مالیات بر پلاک وسایل نقلیه، تمبر مالیاتی، مالیات بر سند و مالیات بر اوراق بهادار می‌باشد.

❖ مالیات مربوط به کشاورزی: مالیات متعلق به این دسته عبارت‌اند از مالیات کشاورزی (وابسته به خود کشاورزی)، مالیات دامپروری که به تشکیلات بزرگ تعلق می‌گیرد، مالیات مربوط به اشخاص و واحدهایی که از طریق دامپروری یا کشاورزی، درآمدی کسب می‌نمایند.

❖ دسته عوارض گمرکی: عوارض گمرکی به کالاها و موادی تعلق می‌گیرد که وارد یا به سرزمینی خارج از جمهوری خلق چین صادر می‌گردد، که شامل مالیات بر مصرف نیز می‌شود.

از قوانین مالیاتی چین می‌توان به قوانین موقت جمهوری خلق چین در ارتباط با مالیاتهای ارزش‌گذاری شده و قوانین به‌کارگیری آنها، قوانین موقت جمهوری خلق چین بر مالیاتهای مصرفی به تفصیل قوانین به‌کارگیری آن، قوانین موقت جمهوری خلق چین بر مالیاتهای بازرگانی برای به‌کارگیری آن، قوانین موقت جمهوری خلق چین بر مالیاتهای درآمد نهادها که در یک ژانویه سال ۱۹۹۴ به اجرا در آمده‌اند، اشاره نمود.

۸-۲. مراحل راه‌اندازی یک کسب و کار

در این قسمت با مراحل راه‌اندازی یک کسب و کار در کشور چین آشنا می‌شویم. آشنایی با این مراحل برای سرمایه‌گذاران خارجی که خواهان تأسیس یک شرکت در این کشور هستند، ضروری است.

مراحل آغاز نمودن یک کسب و کار در چین را می‌توان در ۱۳ گام خلاصه کرد. در ادامه سعی شده تا توضیح خلاصه‌ای از هر یک از مراحل به همراه مدت زمان تقریبی و هزینه انجام مرحله ارائه گردد.

مرحله یک؛ اخذ تأیید اولیه نام شرکت

در ابتدا لازم است متقاضی فرم اولیه تأییدیه نام شرکت را از سازمان مدیریت صنعتی و تجاری محلی (AIC)، اخذ نموده یا آن را از وب سایت AIC اخذ نماید. متقاضی پس از تکمیل فرم با توجه به کارت شناسایی خود، آن را امضا می‌نماید. در ضمن متقاضی باید یکی از سهامداران شرکت نیز باشد. زمان تقریبی انجام این مرحله یک روز و هزینه تقریبی آن نیز ۸۰ RMB خواهد بود.

مرحله دوم؛ ایجاد حساب بانکی اولیه و دریافت گواهی سپرده

با توجه به ماده ۲۶ قوانین مربوط به شرکتها، کمترین سرمایه اولیه برای ثبت شرکت ۳۰.۰۰۰ یوان است. زمان تقریبی انجام این مرحله یک روز خواهد بود و با توجه به ماده ۲۷ قانون ثبت شرکتها، اگر سرمایه اولیه سهامداران به صورت پول نقد است، لازم است تا پس از اخذ مجوز نام شرکت در "مرحله یک"، اقدام به باز نمودن حساب بانکی جدید نمایند. همچنین بر اساس این قانون، مبلغ واریز شده به‌عنوان ودیعه نزد بانک باقی می‌ماند؛ در صورتی که سرمایه اولیه سهامداران بصورت دارایی‌های غیر پولی است، باید ارزش هر یک از این دارایی‌ها توسط مؤسسات قانونی ارزیابی تخمین زده شوند.

مرحله سوم؛ دریافت گواهی ثبت "مجوز کسب و کار اشخاص حقوقی" یا SAIC یا معادل داخلی

برای تکمیل گواهی ثبت، لازم است اطلاعاتی چون: تأییدیه نام شرکت، اجاره‌نامه یا مدرکی جهت اثبات وجود دفتر، گزارش تأیید ارزش سرمایه، اساسنامه‌ای که توسط

همه شرکا تکمیل شده، کارت شناسایی شرکا و رئیس هیأت مدیره، اسناد کار و اسناد شناسایی مانند نام و آدرس مدیران، سرپرستان و مامورین، اسناد کار و شناسایی نمایانگر حقوقی شرکت به همراه سایر مدارک که توسط مقامات تکمیل می‌شوند؛ در داخل فایلی دسته‌بندی شود. **پس از ۱۵ روز کاری، AIC در مورد تایید یا عدم تایید ثبت شرکت تصمیم می‌گیرد.** پس از تایید ثبت، لازم است شرکت به افتتاح حساب بانکی رسمی و پرداخت‌های مالیاتی مبادرت ورزد. زمان تقریبی دریافت گواهی در صورت مراجعه حضوری، یک روز و در صورت پیگیری با پست الکترونیکی ۱۴ روز خواهد بود. همچنین هزینه مورد نیاز این مرحله ۰/۰۸ درصد از سرمایه به ثبت رسیده به علاوه ۱۰ RMB جهت کپی مجوز بازرگانی به علاوه ۵۰۰ RMB برای اعلام عمومی خواهد بود.

مرحله چهارم؛ اخذ تأییدیه از اداره پلیس جهت ساخت مهر شرکت

اگر ثبت شرکت توسط اداره پلیس تایید شود، مجوز ساخت مهر به شرکت اعطا می‌شود. زمان تقریبی این مرحله یک روز است.

مرحله پنجم؛ ساخت مهر شرکت

شرکت لازم است جهت سفارش ساخت مهر، طراحی را انتخاب نماید که مجوز مخصوص صنعت شانگهای را داشته باشد. زمان تقریبی این مرحله، یک روز و مبلغ مربوط به این سفارش از ۷۰ تا ۳۰۰ یوان، با توجه به طراحی و کیفیت متغیر است.

مرحله ششم؛ اخذ کد سازمانی که توسط دفترخانه نظارت بر فناوری و کیفیت صادر می‌شود.

شرکت باید در مدت ۳۰ روز پس از دریافت مجوز کسب و کار، جهت دریافت کد سازمانی درخواستی اقدام نماید. در این راستا لازم است فرم درخواست کد مربوط به مرکز مدیریت سازمانی شانگهای تکمیل شده و اسنادی چون مجوز کسب و کار (اصل و کپی آن) به همراه کارت شناسایی حقیقی به آن الصاق شود. زمان تقریبی این مرحله، پنج روز و هزینه تقریبی آن حدود ۱۵۰ RMB خواهد بود.

مرحله هفتم؛ ثبت در دفترخانه آمار

شرکت در مدت ۳۰ روز پس از دریافت مجوز کسب و کار، باید به تکمیل فرم مربوط به دفترخانه ثبت آماری به همراه اسنادی چون مجوز کسب و کار (کپی آن) و مجوز کد

سازمانی (کپی آن) اقدام نماید. زمان تقریبی این مرحله ۱ روز و هزینه تقریبی انجام آن حدود ۵۰ RMB خواهد بود.

مرحله هشتم؛ ثبت در دفترخانه مالیاتی کشوری و محلی

مدت زمان قانونی برای صدور درخواست ثبت مالیاتی، ۳۰ روز پس از دریافت فرم ثبت توسط شرکت است. لازم است شرکت، فرم ثبت مالیاتی و گزارش ضروری مالیاتی را بایگانی نماید. در این درخواست شرکت باید اسناد زیر را ارسال نماید: مجوز کسب و کار در دو نسخه (اصل و کپی آن)، کارت شناسایی برای پرسنل مالیاتی (اصل و کپی)، کارت شناسایی حقوقی (اصل و کپی آن)، توافق نامه اجاره و اجاره پرداخت شده دفتر، متونی جهت نمایش همکاری (اصل و کپی) و همچنین گواهی ثبت نهایی حساب بانکی. زمان تقریبی این مرحله ۱۰ روز و هزینه تقریبی آن نیز ۱۰۰ RMB می باشد.

مرحله نهم؛ افتتاح حساب رسمی در بانک و انتقال سرمایه های ثبت شده به آن

اسناد و مدارک مورد نیاز برای انتقال این مبلغ، با توجه به هر بانک متغیر است. زمان تقریبی این مرحله، یک روز خواهد بود.

مرحله دهم؛ تقاضای صدور مجوز خرید و یا چاپ فاکتور

پس از ثبت در دفترخانه های مالیاتی کشوری یا محلی و اخذ گواهی ثبت مالیاتی، شرکت باید به طور جداگانه به ادارات مربوطه (دفاتر مالیاتی کشوری و یا محلی) درخواستی را جهت اجازه خرید صورتحساب های مالی صادر نماید. مدارک لازم برای تکمیل این درخواست عبارت اند از: گواهی ثبت مالیاتی (یک کپی)، کارت شناسایی اشخاص مالیاتی (یک کپی)، و فرمهای درخواست مربوط به مهر. زمان تقریبی این مرحله، ۱۰ روز خواهد بود.

مرحله یازدهم؛ خرید فاکتورهای یک شکل

شرکت باید برگ درخواست خرید فاکتورهای یک شکل را دریافت و تکمیل نماید. فرمها و کتابچه مربوطه باید به دفتر مالیاتی ارائه شوند. زمان تقریبی این مرحله، یک روز و هزینه تقریبی آن بین ۱/۰۵ تا ۱/۶۷ RMB برای هر دفترچه فاکتور متغیر است.

مرحله دوازدهم؛ ثبت استخدام در مرکز خدمات اشتغال محلی

در مدت ۳۰ روز پس از استخدام کارکنان، باید شرکت در مرکز خدماتی اشتغال محلی ثبت گردد. اسناد لازم برای ثبت عبارت‌اند از: مجوز کسب و کار (اصل و کپی)، گواهینامه کد سازمانی (اصل و کپی)، مهر شرکت و کارت شناسایی کارکنان و تأییدیه کارفرما (کپی آن). زمان تقریبی این مرحله یک روز خواهد بود.

مرحله سیزدهم؛ ثبت در مرکز تأمین اجتماعی

پس از گذشت ۳۰ روز از ثبت شرکت، لازم است تا شرکت در مرکز تأمین اجتماعی ثبت گردد. مدارک لازم برای ثبت عبارت‌اند از: گواهی کد سازمانی (اصل و یک کپی) و مجوز کسب و کار (اصل و کپی). پس از ثبت، دفاتر مرکز تأمین اجتماعی جهت افتتاح حساب بیمه اجتماعی در بانک، شرکت را مطلع خواهند نمود. زمان تقریبی این مرحله، یک روز خواهد بود.

۳. عضویت در پیمانهای اقتصادی و نهادهای بین‌المللی

در این قسمت با روابط بین‌المللی چین در قالب پیمانها و نهادهایی که این کشور به عضویت آنها درآمده است، آشنا خواهیم شد:

۳-۱. بانک توسعه آسیایی^۱

بانک توسعه آسیایی، یک بانک توسعه منطقه‌ای است که در سال ۱۹۶۶ بنیان‌گذاری شده است. هدف از تأسیس آن افزایش توسعه اقتصادی و اجتماعی در کشورهای آسیا و اقیانوسیه به واسطه کمکهای فنی و وام می‌باشد. این بانک به‌عنوان یک مؤسسه توسعه اقتصادی چندجانبه مطرح است که از ۶۷ عضو، که ۴۸ عضو آن از منطقه و الباقی از اقصی نقاط جهان می‌باشند، تشکیل یافته است. جمهوری چین در سال ۱۹۶۶ و جمهوری خلق چین در سال ۱۹۸۶ به عضویت این مؤسسه درآمده است.

چشم‌انداز این بانک، پاکسازی منطقه از فقر بوده و مأموریت آن کمک به کشورهای در حال توسعه عضو جهت کاهش فقر و ترفیع کیفیت زندگی برای شهروندان می‌باشد.

۳-۲. بانک توسعه آفریقایی^۱

بانک توسعه آفریقایی، یک بانک توسعه ای است که در سال ۱۹۶۴ با هدف افزایش توسعه اقتصادی و اجتماعی در آفریقا بنیان‌گذاری گردید. چین به‌عنوان یکی از کشورهای غیر آفریقایی در این مؤسسه عضویت دارد.

۳-۳. مؤسسه اقتصادی آسیا و اقیانوسیه^۲

مؤسسه اقتصادی آسیا و اقیانوسیه، جایگاهی برای ۲۱ کشور و منطقه حاشیه اقیانوس است تا در ارتباط با اقتصاد منطقه‌ای، همکاری، تجارت و سرمایه‌گذاری با یکدیگر مباحثه نمایند. چین در سال ۱۹۹۱ به عضویت این انجمن در آمد.

چین پس از پیوستن به سازمان همکاری اقتصادی آسیا و اقیانوسیه، به طور فعال در فعالیتهای این سازمان شرکت کرده و برای اصلاحات و درهای باز چین محیط خارجی مطلوبی ایجاد کرده و به توسعه روابط دو جانبه این کشور با کشورهای عضو دیگر این سازمان مساعدت کرده است. رئیس جمهوری خلق چین از سال ۱۹۹۳ به این طرف، هر سال در نشست غیر رسمی رهبران سازمان مذکور حضور داشته و در این نشستها، پیشنهادها و موضع اصولی چین را اعلام و برای برگزاری موفقیت‌آمیز این نشستها نقش مثبت و سازنده‌ای ایفا کرده است. چین در سال ۲۰۰۱، در شانگهای با موفقیت نشست غیر رسمی رهبران سازمان مذکور را برگزار کرد.

۳-۴. انجمن ملل آسیای جنوب شرقی به‌علاوه سه^۳

انجمن ملل آسیای جنوب شرقی به‌علاوه سه، یک سازمان سیاسی اقتصادی متشکل از ۱۰ کشور از آسیای جنوب شرقی می‌باشد. این سازمان در هشت آگوست سال ۱۹۶۷ توسط کشورهای اندونزی، مالزی، فیلیپین، سنگاپور و تایلند بنیان‌گذاری گردید. هدف اصلی این سازمان تسریع رشد اقتصادی، پیشرفت اجتماعی، توسعه فرهنگی میان اعضا و ترقی صلح منطقه‌ای می‌باشد.

1. African Development Bank: AfDB

2. Asia-Pacific Economy Corporation: APEC

3. Association of Southeast Asian Nations Plus Three: ASEAN

APT انجمنی است که با هدف ایجاد هماهنگی‌های لازم برای همکاری میان ملل آسیای شرقی با سه کشور چین، ژاپن و کره جنوبی بنیان‌گذاری شده است.

چین با تمام کشورهای عضو این اتحادیه روابط سیاسی برقرار ساخته و در سال ۱۹۹۶ به کشور مشارکتی گفت و گو در همه زمینه‌ها با این اتحادیه تبدیل شده است.

۳-۵. بانک توافقات بین‌المللی^۱

بانک توافقات بین‌المللی، یک سازمان متشکل از بانکهای مرکزی است که برای افزایش همکاری میان بانکهای مرکزی و آژانسهای دیگر و در راستای ثبات اقتصادی بنیان‌گذاری شده است. بانک مرکزی جمهوری خلق چین نیز به‌عنوان یکی از اعضای این سازمان مطرح است.

۳-۶. بانک توسعه چین^۲

بانک توسعه چین، یک مؤسسه مالی در جمهوری خلق چین است که تحت نظارت مستقیم مجلس ملی در حال فعالیت می‌باشد. این بانک یکی از سه بانک سیاسی چین است که اساساً مسئول افزایش سرمایه‌گذاری برای پروژه‌های زیربنایی بزرگ می‌باشد. این بانک تحت قانون بانکهای سیاسی در سال ۱۹۹۴ تأسیس گردید.

۳-۷. سازمان کشاورزی و غذا^۳

سازمان کشاورزی و غذا، یکی از سازمانهای بخصوص سازمان ملل متحد می‌باشد که به انجام تلاشهای بین‌المللی در راستای از بین بردن گرسنگی می‌پردازد. این سازمان بدون در نظر گرفتن میزان توسعه‌یافتگی کشورها، باب مذاکره با کشورها را باز گذاشته است. این سازمان، همچنین به‌عنوان منبعی از دانش و اطلاعات است که به کشورهای در حال توسعه در مدرنیته نمودن و پیشرفت کشاورزی، جنگلداری و ماهیگیری کمک نموده و تغذیه مناسب و امنیت غذایی را برای همه تضمین می‌نماید.

1. Bank for International Settlements: BIS
2. China Development Bank: CDB
3. Food and Agriculture Organization: FAO

۳-۸. گروه جی ۷۷^۱

گروه جی ۷۷، ائتلافی متشکل از کشورهای در حال توسعه زیر نظر سازمان ملل متحد می‌باشد که در راستای ترقی منفعت اقتصادی اعضا و ایجاد ظرفیت بالاتر مذاکره در سازمان ملل ایجاد شده است. این گروه در سال ۱۹۶۴ توسط ۷۷ کشور بنیان‌گذاری شد که هم‌اکنون تعداد کشورهای عضو به ۱۳۰ رسیده است.

۳-۹. گروه جی ۲۴^۲

گروه جی ۲۴ به‌عنوان بخشی از گروه جی ۷۷، در سال ۱۹۷۷ در راستای هماهنگی موقعیت کشورهای در حال توسعه برای بررسی مسائل مالی بین‌المللی و توسعه سرمایه‌گذاری و جهت اطمینان از اینکه مسائل قابل توجه آنها در مذاکرات موارد مالی بین‌المللی معرفی می‌گردد، تشکیل یافته است.

۳-۱۰. بانک بین‌المللی بازسازی و توسعه^۳

بانک بین‌المللی بازسازی و توسعه، یکی از پنج مؤسسه تشکیل‌دهنده بانک جهانی می‌باشد. این بانک به‌عنوان یک سازمان بین‌المللی مطرح است که مأموریت اصلی آن سرمایه‌گذاری برای بازسازی کشورها و مقابله با فقر می‌باشد.

۳-۱۱. آژانس سرمایه‌گذاری بین‌المللی توسعه کشاورزی^۴

آژانس سرمایه‌گذاری بین‌المللی توسعه کشاورزی، یکی از آژانسهای سازمان ملل متحد می‌باشد که به‌عنوان یک مؤسسه بازرگانی بین‌المللی در سال ۱۹۷۷ پایه‌گذاری گردید. این آژانس جهت از بین بردن فقر روستایی در کشورهای در حال توسعه پدید آمده است.

1. G-77

2. G-24

3. International Bank for Reconstruction and Development : IBRD

4. International Fund for Agriculture Development: IFAD

۳-۱۲. اتاق بین‌المللی بازرگانی^۱

اتاق بین‌المللی بازرگانی به‌عنوان یکی از اعضای گروه بانک جهانی به سرمایه‌گذاری پایدار بخش خصوصی در کشورهای در حال توسعه به‌عنوان راهی برای کاهش فقر و ترقی زندگی مردم می‌پردازد.

۳-۱۳. سازمان بین‌المللی کار^۲

سازمان بین‌المللی کار یکی از آژانسهای بخصوص سازمان ملل متحد می‌باشد که به مسائل کارگران می‌پردازد.

۳-۱۴. صندوق بین‌المللی پول^۳

صندوق بین‌المللی پول یک سازمان بین‌المللی است که بر سیستم مالی جهانی به‌واسطه نظارت بر نرخهای تبدیل و متعادل نمودن پرداختها سرپرستی می‌نماید.

۳-۱۵. سازمان بین‌المللی استانداردسازی^۴

سازمان بین‌المللی استانداردسازی، سازمانی متشکل از نمایندگانی از سازمانهای استاندارد ملی مختلف می‌باشد.

۳-۱۶. اتحادیه بین‌المللی مخابرات^۵

اتحادیه بین‌المللی مخابرات، یک سازمان بین‌المللی است که در راستای استانداردسازی و تنظیم مخابرات و رادیوی بین‌المللی تأسیس شده است.

1. International Finance Corporation: IFC

2. International Labor Organization: ILO

3. International Monetary Fund: IMF

4. International Organization for Standardization :ISO

5. International Telecommunication Union:ITU

۳-۱۷. آژانس ضمانت سرمایه‌گذاری چند جانبه^۱

آژانس چند جانبه ضامن سرمایه‌گذاری، یکی از اعضای گروه بانک جهانی می‌باشد که در راستای پیشرفت سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در میان کشورهای در حال توسعه به‌واسطه اطمینان‌دهی به سرمایه‌گذاران در مقابل ریسک سیاسی، توصیه دولتها به جذب سرمایه‌گذاری، به اشتراک‌گذاری اطلاعات از طریق خدمات اطلاعات سرمایه‌گذاری برخط و وساطت مباحثات میان دولتها و سرمایه‌گذاران بنیان‌گذاری شده است.

۳-۱۸. گروه کارپردازی هسته‌ای^۲

گروه کارپردازی هسته‌ای، یک گروه چند ملیتی است که در راستای جلوگیری از ازدیاد انرژی هسته‌ای به‌واسطه کنترل نمودن صادرات و انتقال مجدد لوازمی که ممکن است در ایجاد و توسعه تسلیحات هسته‌ای کاربرد داشته باشد، تأسیس گردیده است. جمهوری خلق چین در سال ۲۰۰۴ به عضویت این گروه در آمده است.

۳-۱۹. انجمن جزایر اقیانوسیه^۳

چین یکی از اعضای انجمن جزایر اقیانوسیه است. این انجمن یک سازمان میان دولتی است که هدف آن افزایش همکاری میان کشورهای مستقل اقیانوس آرام و معرفی منافع آنها است. این انجمن در سال ۱۹۷۱ با عنوان انجمن اقیانوسیه جنوبی بنیان‌گذاری شد و در سال ۲۰۰۰ نام آن تغییر یافت تا بهتر بتواند موقعیت کشورهای عضو را در شمال و جنوب اقیانوس نمایان کند.

۳-۲۰. انجمن همکاری منطقه‌ای آسیای جنوبی^۴

چین در انجمن همکاری منطقه‌ای آسیای جنوبی، به‌عنوان ناظر مطرح می‌باشد. این انجمن یک سازمان سیاسی اقتصادی متشکل از هشت کشور در جنوب آسیا متشکل از هند، پاکستان، بنگلادش، سریلانکا، نپال، مالدیو، بوتان و افغانستان است که در سال

1. Multilateral Investment Guarantee Agency: MIGA

2. Nuclear Suppliers Group: NSG

3. Pacific Islands Forum: PIF

4. South Asian Association for Regional Cooperation: SAARC

۱۹۸۵ بنیان‌گذاری گردید.

۳-۲۱. سازمان همکاریهای شانگهای^۱

ژوئن سال ۲۰۰۱، سران شش کشور چین، روسیه، قزاقستان، قرقیزستان، تاجیکستان و ازبکستان در شانگهای ملاقات کردند و با امضای بیانیه ایجاد سازمان همکاری شانگهای^۱ یک سازمان همکاری چند جانبه منطقه‌ای جدید بر پایه مکانیسم پنج کشور شانگهای^۱ را اعلام کردند. اهداف این سازمان عبارت است از تقویت اعتماد متقابل و حسن همجواری و دوستی بین کشورهای عضو این سازمان؛ تشویق و ترغیب کشورهای عضو همکاریهای مؤثر در قلمروهای سیاسی، اقتصادی و تجاری، علمی و فنی، فرهنگی، آموزشی، انرژی، راه، حفظ محیط زیست و غیره، تلاش مشترک برای حفظ و تأمین صلح و امنیت و ثبات جهان و منطقه، ایجاد نظم نوین بین‌المللی سیاسی، اقتصادی دموکراتیک. طرفین همچنین تصمیم گرفتند که دبیرخانه این سازمان در پکن تأسیس شود.

چین به‌عنوان یکی از کشورهای بنیان‌گذار و عضو و عامل فعال در سازمان مذکور، فعالانه در فعالیتهای این سازمان شرکت کرده و برای توسعه و گسترش آن، پیشنهادها و اصول سازنده‌ای مطرح کرده و نقش مهمی ادا نموده است.

۳-۲۲. سازمان ملل متحد^۲

سازمان ملل متحد، یک سازمان بین‌المللی است که هدف آن تسهیل‌سازی همکاری در قانون بین‌المللی، امنیت بین‌المللی، توسعه اقتصادی، پیشرفت اجتماعی و مسائل حقوق بشر می‌باشد. این سازمان در سال ۱۹۴۵ در راستای جلوگیری از جنگ میان ملل و بازگشایی چارچوبی برای گفتگو ایجاد گردید.

۳-۲۳. انجمن امنیت سازمان ملل متحد^۳

چین به‌عنوان یکی از اعضای دائمی انجمن امنیت سازمان ملل متحد است. این انجمن،

1. Shanghai Cooperation Organization: SCO
2. United Nations: UN
3. UN Security Council: UNSC

ارگانی است زیر نظر سازمان ملل متحد که در راستای بقای صلح و امنیت بین‌المللی ایجاد گردیده است.

۳-۲۴. کنفرانس تجارت و توسعه ملل متحد^۱

کنفرانس ملل متحد برای تجارت و توسعه، در سال ۱۹۶۴ به‌عنوان یک ارگان دائمی میان دولتی تأسیس گردید تا به مسائل توسعه، سرمایه‌گذاری و تجارت بپردازد.

۳-۲۵. سازمان فرهنگی، علمی و آموزشی ملل متحد (یونسکو)^۲

یونسکو، یکی از سازمانهای خصوص سازمان ملل متحد است که در ۱۶ نوامبر ۱۹۴۵ تأسیس شده است. هدف اصلی این سازمان، مشارکت در صلح و امنیت به کمک پیشرفت همکاریهای بین‌المللی در زمینه‌های آموزشی، علمی و فرهنگی می‌باشد تا بتوان عدالت جهانی، قاعده قانون، حقوق بشر و آزادیهای بنیادی اعلام شده در پیمان سازمان ملل متحد را تحقق بخشد.

۳-۲۶. سازمان گمرکات جهانی^۳

سازمان گمرکات جهانی یک سازمان میان دولتی است که به اعضا (مدیران گمرک ۱۷۰ کشور که نماینده دولت هستند) کمک می‌نماید تا در مسائل گمرکی با یکدیگر ارتباط برقرار کرده و همکاری نمایند. این سازمان در سال ۱۹۵۲ به‌عنوان انجمن همکاریهای گمرکی تأسیس شد و عنوان حاضر در سال ۱۹۹۴ به آن منتسب گردید.

۳-۲۷. سازمان بهداشت جهانی^۴

سازمان سلامت جهانی یکی از سازمانهای خصوص سازمان ملل متحد می‌باشد که به‌عنوان یک نهاد هماهنگ‌کننده در زمینه سلامت عمومی بین‌المللی فعالیت می‌نماید. این سازمان در هفت آوریل ۱۹۸۴ بنیان‌گذاری شده است.

1. United Nations Conference on Trade and Development: UNCTAD

2. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization : UNESCO

3. World Customs Organization: WCO

4. World Health Organization: WHO

۳-۲۸. سازمان جهانی تجارت^۱

سازمان جهانی تجارت، یک سازمان بین‌المللی است که جهت هدایت و رفع ممانعت از تجارت بین‌المللی تأسیس شده است. این سازمان در یک ژانویه ۱۹۹۵ بنیان‌گذاری شد و جایگزین "پیمان عمومی تعرفه و تجارت"^۲ شده است. سازمان جهانی تجارت، قواعد تجارت میان کشورها را در سطحی نزدیک به سطح جهانی هدایت نموده و مذاکره و اجرای پیمانهای تجاری جدید را بر عهده دارد.

اهداف این سازمان عبارت است از مساعدت به توسعه اقتصادی و تجاری برای ارتقای سطح زندگی مردم، تضمین اشتغال کامل، تأمین رشد درآمد واقعی و افزایش تقاضای موثر؛ استفاده معقولانه از منابع جهان و گسترش تولید کالا و خدمات بر حسب هدف پیشرفت پایدار، حصول توافق‌نامه ذی‌نفع برای طرفین؛ کاهش و لغو فراگیر تعرفه گمرکی و موانع دیگر بازرگانی و رفع برخوردهای تبعیض آمیز در تجارت بین‌المللی. این سازمان از ۱۴۴ کشور عضو تشکیل شده و مقر آن در ژنو است.

چین برای پیوستن به سازمان جهانی تجارت بسیار تلاش کرد. از ژانویه تا سپتامبر سال ۲۰۰۱، گروه کاری چین در این سازمان چهار بار نشستهایی برگزار کرده و مذاکرات چند جانبه برای پیوستن چین به سازمان جهانی تجارت را انجام داد. اسناد قانونی برای پیوستن چین به سازمان مذکور نیز به تصویب رسید. ۹ تا ۱۴ نوامبر سال ۲۰۰۱، چهارمین نشست وزرای سازمان جهانی تجارت در دوحه پایتخت قطر برگزار شد، هیأت نمایندگی چین به ریاست "شی گوانگ‌سنگ" وزیر اقتصادی و تجارت خارجه وقت چین در این نشست شرکت کرد. ۱۱ نوامبر، چین پروتکل پیوستن به این سازمان را امضا کرد. ۱۹ تا ۲۰ دسامبر، چین به‌عنوان عضو رسمی این سازمان در نشست شورای حکام این سازمان حضور یافت.

از دیگر نهادهای بین‌المللی که کشور چین در آنها عضویت دارد، می‌توان به سازمان هواشناسی جهانی^۳، سازمان مالکیت فکری جهانی^۴، اتحادیه پست جهانی^۵، و سازمان توریسم جهانی^۶ و غیره اشاره نمود.

1. World Trade Organization: WTO
2. General Agreement on Tarrifs and Trade: GATT
3. World Meteorological Organization: WMO
4. World Intellectual Property Organization: WIPO
5. Universal Postal Union: UPU
6. United Nations World Tourism Organization :UNWTO

فصل دوم

محیط فرهنگی

شناسایی فرهنگی و آداب و رسوم اجتماعی حاکم بر یک کشور، یکی از کلیدی‌ترین عوامل توسعه روابط و مناسبات تجاری با آن کشور به شمار می‌رود. از این رو در این فصل نخست با ارکان فرهنگی و آداب و رسوم کشور چین آشنا شده و سپس سعی خواهیم نمود سلايق رفتار مردم این کشور را در هنگام فعالیتهای تجاری بررسی کنیم.

۱. ارکان فرهنگی و اجتماعی

در این قسمت با ارکان تشکیل دهنده فرهنگ کشور چین نظیر مذهب و زبان مردم این سرزمین آشنا شده و سپس با آداب و رسوم کلی این کشور آشنا خواهیم شد.

۱-۱. فرهنگ

کشور چین کشوری با تمدن باستانی، تاریخچه‌ای کهن و آداب و سنن فرهنگی متنوع می‌باشد. تا قبل از تشکیل جمهوری خلق چین در سال ۱۹۴۹ تنها تعداد محدودی از امکانات فرهنگی در شهرهای متوسط و بزرگ این کشور دایر بود. اکثریت جمعیت این کشور که به طور عمده کشاورز بودند، با حیات فرهنگی در انزوا قرار گرفته و کاملاً یکنواخت زندگی خود را می‌گذراندند. در همین اثنا، هنرهای ملی باستانی چین در ورطه نابودی قرار داشت و درآمد و زندگی نویسندگان و هنرمندان کشور از سطح استاندارد بسیار پایینی برخوردار بود. اما پس از به قدرت رسیدن حکومت جمهوری در کشور چین رشد و توسعه فرهنگی کشور وارد مرحله جدیدی از حیات گردید. رشد و غنای فرهنگی در چین جدید به واسطه بهبود و رشد اقتصادی کشور بود. دولت چین اهمیت زیادی برای رشد و توسعه هر چه بیشتر فعالیتهای فرهنگی و اجرای تعهدات فرهنگی قائل شد و در این راستا به دستاوردهای بزرگ و مهمی در زمینه‌های مختلف فرهنگی دست یافت.

سیاست فرهنگی - ملی این کشور، باگذشت زمان، مشخص تر و کامل تر می گردد. از زمان اجرای سیاست اصلاحات و ساماندهی و تغییر شکل سیاست فرهنگی، کشور چین به تلاشهای بی وقفه‌ای در زمینه وضع قانون برای بخش فرهنگی کشور و اعمال یک مجموعه از لوایح قانونی فرهنگی در جهت حفظ، نگهداری و ارتقای هر چه بیشتر میراث فرهنگی کشور اقدام کرده است. این کشور هم اکنون در مرحله گذر به یک جامعه سوسیالیستی جامعه‌گرا قرار دارد.

از جمله مشکلات کشور چین در زمینه‌های فرهنگی، می توان به عدم برقراری تناسب و توازن مناسب میان نیازهای فرهنگی جامعه و تولیدات اجتماعی عقب مانده کشور اشاره نمود.

دولت چین بر این باور است تنها زمانی که توسعه اقتصادی، سیاسی و پیشرفتهای فرهنگی کشور کاملاً متناسب شود و پیشرفت دو جانبه‌ای میان ابزارها و نگرشهای فرهنگی کشور رخ دهد، می توان شاهد حکومتی سوسیالیستی با مشخصات و ویژگیهای چینی در کشور بود.

۲-۱. مذهب

در کشور بزرگ چین از روزگاران گذشته ادیان متعددی وجود داشته است و همچنان برخی از ادیان در میان مردم رواج دارد.

سه آئین کنفوسیوس، دائو و بودا به عنوان مهم ترین ادیان تاریخی چین به شمار می آیند، که همچنان بیشترین پیروان را در میان مردم چینی دارند ولی آئین های چینی به این سه ختم نمی شود و آئین های دیگری نیز از زمانهای قدیم در چین رواج داشته است.

مهم ترین ادیان چین عبارتند از:

- ❖ آئین بودایی یا بودیسم: این آئین از هند و آسیای مرکزی به چین راه یافت. آئین بودا را در چین «شی جیاومنی» می خوانند.
- ❖ آئین دائو (دائوئیسم): بر گرفته از تعلیمات دو حکیم به نام «لائوتزو» و «چوانگتزو» است که به ترتیب در قرنهای ششم و چهارم قبل از میلاد می زیستند. دوران گسترش این آئین را قرن دوم و قرن هفتم میلادی می دانند.
- ❖ آئین کنفوسیوس: این آئین همان تعلیمات کنفوسیوس، (۵۵۱-۴۷۹ ق.م) فیلسوف

و حکیم نامدار چین است. آئین کنفوسیوس طی بیش از دو هزار سال بیشترین نفوذ را در جامعه چین داشته است.

❖ اسلام: قدیمی ترین تاریخی که برای راهیابی دین اسلام به جامعه چین ذکر می شود سال ۶۵۱ میلادی است که نماینده ای از سوی دولت عثمانی به دربار امپراتور تانگ وارد شد.

ولی گسترش اسلام در چین در دوره های بعد اتفاق افتاد و به ویژه در دوران حاکمیت مغولان (سلسله یون) دین اسلام در چین گسترش بیشتری یافت.

علاوه بر ادیان فوق الذکر ادیان دیگری نیز با پیروانی به مراتب کمتر در چین رواج دارد که مهم ترین آنها عبارتند از:

❖ مسیحیت

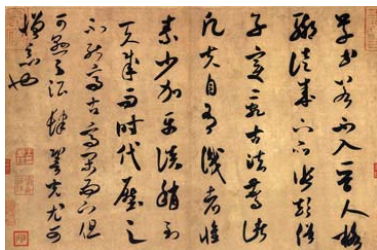
❖ آئین زرتشتی

❖ مانویت

❖ یهودیت

۱-۳. زبان

زبان چینی جزو زبانهایی است که دیرینه ترین قدمت و بیشترین استفاده کنندگان را دارد. خلق و استفاده از زبان چینی نه تنها به توسعه فرهنگ چین کمک کرده، بلکه تاثیرات دیرپایی بر توسعه فرهنگ جهان داشته است.



ساختار کامل زبان چینی در قرن ۱۶ قبل از میلاد در سلسله شانگ شکل گرفت. مطالعات تاریخ شناسی نشان می دهد در آن زمان تمدن در چین به سطح بالایی رسیده و بزرگ ترین ویژگی آن اختراع زبان جیا گو ون بوده است.

کلمات تصویری اساس کلمات زبان چینی است و کلمات تصویری - تلفظی که بر اساس کلمات تصویری اختراع شده، اکثر واژه های چینی را تشکیل می دهد و شمار آنها به ۱۰۰۰۰ واژه می رسد، اما فقط ۳۰۰۰ کلمه از میان آنها اغلب مورد استفاده قرار می گیرد.

زبان چینی در کشورهای همسایه نفوذ دارد. زبانهای ژاپنی، ویتنامی و کره‌ای بر اساس زبان چینی خلق شده‌اند.

زبان رسمی کشور چین زبان چینی ماندارین است ولی از زبانهای دیگری نیز در این کشور استفاده می‌شود. از جمله زبانهای مورد استفاده دیگر در این کشور، زبان چینی کانتونی است.

از سوی دیگر، سرزمین چین در گذشته‌های بسیار دور یکی از عرصه‌های مهم نفوذ زبان فارسی و فرهنگ ایرانی بوده است. تاریخ روابط مشترک دو کشور ایران و چین یادآور دورانی بس درخشان از حضور ایرانیان در سرزمین چین و رواج زبان فارسی در این سرزمین است. راه یافتن دین اسلام به چین خود موجب تقویت عنصر ایرانی و عامل تقویت زبان فارسی بود و متقابلاً زبان فارسی به‌عنوان زبان دین اسلام در گسترش این دین در چین تأثیرگذار بود. پیوند دیرین میان زبان فارسی و اسلام در چین به حدی است که عناصری مانند اسلام و قوم ایرانی و زبان فارسی در مقاطعی از تاریخ چین از یکدیگر تفکیک ناپذیر بوده‌اند. امروزه نیز کشور چین یکی از مناطق مهم گسترش زبان فارسی در جهان به شمار می‌آید و برای ایران دارای اهمیتی راهبردی است.

همکاریهای علمی و فرهنگی میان دانشگاه‌های ایران و چین از چند دهه قبل آغاز گردیده و هم اکنون در چند دانشگاه چین زبان فارسی در مقاطع مختلف تدریس می‌شود. در این مدت تلاشهای قابل توجهی از سوی پژوهشگران چینی و علاقمندان به زبان فارسی و فرهنگ ایرانی برای شناخت تاریخ و فرهنگ ایران و معرفی آن به جامعه چین صورت گرفته است و در نتیجه علاوه بر بسیاری از آثار ادبی و تاریخی فارسی که به زبان چینی ترجمه شده آثاری نیز در این زمینه تألیف گردیده است.

امروزه علاوه بر انگیزه‌های فرهنگی و ادبی، مناسبات اقتصادی و سیاسی میان دو کشور نیز خود یکی از انگیزه‌های مهم آموزش زبان فارسی در چین و زبان چینی در ایران به شمار می‌آید. همه این عوامل اعم از فرهنگی، ادبی، اقتصادی و سیاسی، آموزش زبان فارسی در چین را ضروری ساخته است.

۴-۱. الگوی زندگی

سرزمین چین وسیع و پهناور است و مردم مناطق مختلف به سبب تنوع محصولات،

رسوم خاص خود را در زمینه خوراک و نوشیدنیهای مختلف دارند.

چینی‌ها از قدیم به خوردن محصولات غله به‌عنوان غذای اصلی و خوراک گوشت، مرغ، تخم مرغ، محصولات دریایی و سبزی به‌عنوان خوراک فرعی عادت کرده‌اند.

خوراک گندم پخته و برنج پخته دو نوع خوراک عمده چینیان است. در مناطق شمالی چین، مردم گندم کشت می‌کنند و خوراک عمده آنان گندم پخته است. مردم مناطق جنوب چین و مناطق شمال شرقی چین نیز برنج می‌کارند و خوراک عمده آنان برنج است. علاوه بر این، محصولات کشاورزی مانند ذرت، ذرت خوشه‌ای، ارزن و سیب‌زمینی از انواع خوراک عمده مناطق مختلف است. خوراک فرعی گوشت در چین به‌طور عمده گوشت خوک، گاو و گوسفند است. خوراک تخم شامل تخم مرغ، تخم اردک و تخم بلدرچین است. خوراک فرعی دیگر شامل محصولات دریایی ماهی، میگو و خرچنگ و سبزیجات، سیب زمینی، پیاز، کلم چینی، هویج، گوجه فرنگی، بادنجان و غیره است. به‌سبب روشهای متنوع مواد خام، روش پختن و چاشنی، خوراک پخته مناطق مختلف دارای ویژگیهای مختلف است.

۵-۱. نهادهای اجتماعی و دینی

در این قسمت، برای آشنایی بیشتر با محیط فرهنگی و اجتماعی چین، سعی کردیم با نهادهای اجتماعی و دینی موجود در این کشور آشنا شویم.

۱-۵-۱. نهادهای اجتماعی (قومیتها)

قومیتها را می‌توان یکی از مهم‌ترین نهادهای اجتماعی هر کشور به حساب آورد. تعدد و تنوع قومیتها می‌تواند شکل‌دهنده بسیاری از ساختارها و روابط اجتماعی باشد.

کشور چین در کل با داشتن ۵۶ قومیت (به ثبت رسیده) به‌عنوان کشوری با نژادها و اقوام فراوان به حساب می‌آید. در این میان قوم هان^۱ اکثر جمعیت کشور، که در حدود ۹۲ درصد کل جمعیت چین است را شامل می‌شود و ۵۵ قوم دیگر هشت درصد جمعیت باقی‌مانده را تشکیل می‌دهند. از این تعداد ۱۰ قوم مسلمان بوده و جمعیت آنان در حدود ۲۰ میلیون نفر است.

اقوامی که در چین زندگی می‌کنند، بر اساس رده بندی دولتی چین عبارت‌اند از:

آچانگ، بایی، بلانگ، بونان، بویی، دایی، دائور، دئانگ، درونگ، دونگ، دونگ ژیانگ، اونک، گائوشان، گلائو، هان، هانی، هژن، هوئی، جینگپو، جینو، قزاق، گین، قرقیز، کرهای، لاهو، لهوبا، لی، لیسو، منچو، مائونان، میائو، مونپا، مغول، مولائو، ناخی، نو، اوروقن، پومی، چیانگ، روس، سالار، شه، شوئی، تاجیک، تاتار، تبتی، تو، توجیا، اویغور، ازبک، وا، ژیبه، یائو، یی، یوگور، ژوانگ و قومیت‌های تعریف نشده. ناگفته نماند که ۳۵۰ گروه قومی باقی مانده‌اند که تعدادی از آنها تلاش می‌کنند تا از طرف دولت به رسمیت شناخته شوند.



تصویر مقابل می‌تواند به صورت شماتیک نحوه پراکندگی اقوام مهم را در کشور چین نمایش دهد.

۱-۵-۲. نهادهای دینی

چین کشوری کثیر المذهب است. طبق آمار؛ در حال حاضر در چین بیش از ۱۰۰ میلیون معتقد مذهبی زندگی می‌کنند و ۸۵ هزار محل برای برگزاری فعالیت‌های مذهبی؛ سیصد هزار روحانی؛ سه هزار گروه مذهبی و ۷۴ مدرسه و دانشگاه الهیات وجود دارد. گروه‌های مذهبی سراسری در چین انجمن‌های بودا؛ تائو و اسلام، انجمن میهن پرستانه دین کاتولیک؛ هیأت اسقف‌های کلیسای کاتولیک و کمیته جنبش میهن پرستی دین مسیح را شامل می‌شود. هر سازمان مذهبی طبق منشور خود کادر رهبری و ارگان رهبری را انتخاب می‌کند، بدون مداخله‌ای امور مذهبی را انجام داده و طبق نیاز دانشکده‌ها و مدارس مذهبی را تشکیل داده و کتب مقدس کلاسیک و مجلات و نشریات مذهبی را چاپ و منتشر کرده و ادارات خدماتی غیر انتفاعی را ایجاد می‌کند.

۱-۶. رسانه‌ها

در این قسمت با رسانه‌های فعال در کشور چین آشنا می‌شویم.

۱-۶-۱. تلویزیون

در حال حاضر در چین یک ایستگاه تلویزیون ملی و ۳۱ تلویزیون استانی وجود دارد. در چند سال گذشته بازار صنعت تلویزیونی چین بازتر شده و ایستگاه‌های تلویزیونی مختلف فعالانه به نوآوری دست زده و رقابت بین برنامه‌های تلویزیونی به‌طور روزافزون شدیدتر شده و در نتیجه آن بسیاری از برنامه‌های عالی پخش شده است.

ایستگاه تلویزیون مرکزی چین^۱ یگانه ایستگاه تلویزیون ملی چین است. سالهای متمادی این ایستگاه بر پخش موضوعات ایدئولوژیک و فرهنگی که با جریانات معاصر همخوانی دارد، پایبند بوده است.

برخی برنامه‌های معروف CCTV مانند «پخش مجموعه اخبار»، «گزارش رویدادهای مهم»، «همان ترانه» در چین برای هر خانواده‌ای آشناست. این ایستگاه تلویزیونی در زمینه تهیه برنامه‌ها به کیفیت اهمیت می‌دهد. برای نمونه، کانال یک CCTV به‌عنوان یک کانال مهم مسائل اجتماعی را به تصویر می‌کشد. در چین هر روز بیش از ۶۵۰ میلیون نفر برنامه‌های CCTV را تماشا می‌کنند.

برای جابگویی به خواست بینندگان، ایستگاه تلویزیون مرکزی در تنوع بخشیدن به برنامه‌ها تلاش زیادی کرده است.

شبکه مرکزی تلویزیونی چین با ۱۲ کانال، بزرگ‌ترین شبکه در سطح چین است. شبکه بین‌المللی CCTV چین، با ۹ کانال به اخبار و اطلاعات مرتبط با این کشور، تعلق دارد.

- ❖ **کانال ۱: اخبار کلی و آخرین اطلاعات هواشناسی توسط این شبکه ارائه می‌شود.**
- ❖ **کانال ۲: این شبکه مربوط به تجارت است.**
- ❖ **کانال ۳: این شبکه مربوط به هنر است.**
- ❖ **کانال ۴: این شبکه بین‌المللی بوده و مربوط به زبان چینی است.**
- ❖ **کانال ۵: این شبکه مربوط به ورزش است.**
- ❖ **کانال ۶: این شبکه مربوط به فیلم است.**
- ❖ **کانال ۷: این شبکه مربوط به امور نظامی و کشاورزی است (هنگام غروب نیز**

برنامه‌هایی برای کودکان پخش می‌نماید)

❖ کانال ۸: این شبکه مربوط به نمایش است.

❖ کانال ۹: این شبکه بین‌المللی بوده و به زبان انگلیسی پخش می‌شود.

❖ کانال ۱۰: این شبکه مربوط به امور آموزش و پرورش است.

❖ کانال ۱۱: این شبکه مربوط به پخش اپرا است.

❖ کانال ۱۲: این شبکه مربوط به قانون و اجتماع است.

همچنین برنامه‌های ذیل نیز به طور منظم از کانال‌های مختلف پخش می‌شوند.

❖ اخبار ۲۴ ساعته

❖ کانال کودکان

❖ موزیک

❖ فیلمهای دوبله شده از زبان فرانسوی و اسپانیایی

کانالهای کابلی و ماهواره‌ای، بخشی از شبکه تلویزیونی چین به‌شمار می‌روند. اغلب استانهای چین دارای شبکه‌های مخصوص به خود هستند. این شبکه‌ها معمولاً شامل شش الی ۱۰ کانال بوده و بیشتر روی مواردی چون اقتصاد، سرگرمی، ورزش و غیره T در ارتباط با خود استان، تمرکز دارند. اغلب این کانالها به‌صورت برخط^۱ در دسترس هستند.

۱-۶-۲. رادیو

رادیو بین‌المللی چین، سوم دسامبر سال ۱۹۴۱ تأسیس شد و هدف از تأسیس آن ارتقای درک و دوستی متقابل چین با مردم کشورهای دیگر جهان است.

این رادیو روزانه ۲۹۰ ساعت برنامه به ۴۳ زبان برای سراسر جهان پخش می‌کند که شامل اخبار، امور جاری و موضوعات سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و علمی و فنی است. همچنین بخش فارسی رادیو بین‌المللی چین در ۱۵ اکتبر سال ۱۹۵۷ میلادی تأسیس شد. بخش فارسی رادیو بین‌المللی چین همه روزه برنامه‌های خود را در سه نوبت به مدت یک ساعت و نیم برای فارسی‌زبانان و شنوندگان کشورهای ایران، افغانستان و تاجیکستان پخش

می‌کند. بخش فارسی هرروز به غیر از اخبار چین و جهان، برنامه‌های گوناگونی مانند حوادث بین‌المللی، حوادث چین، رویدادهای اقتصادی چین، اقلیتهای چین، برترینهای چین، گردشگری در چین، جهان ورزش، صندوق پستی شنوندگان، دایره المعارف چین، حکایات و لطایف، جامعه و زندگی، و موسیقی و آموزش زبان چینی و فرهنگ چین دارد.

۱-۶-۳. روزنامه

شمار روزنامه‌های چین از ۴۲ مورد در سال ۱۹۶۸، امروزه به بیش از ۲۲۰۰ مورد رسیده است. در سال ۲۰۰۶، چین بزرگ‌ترین بازار فروش روزنامه در جهان را داشت. این تعداد چیزی بالغ بر ۹۶/۶ میلیون روزنامه در روز بود. درآمدهای حاصل از تبلیغات در روزنامه‌های چین رشدی بالغ بر ۱۲۸ درصد در طی سالهای ۲۰۰۱ تا ۲۰۰۶ را داشته است. فهرست کاملی از روزنامه‌های چین در بخش پیوست ارائه شده است.

۱-۶-۴. اینترنت

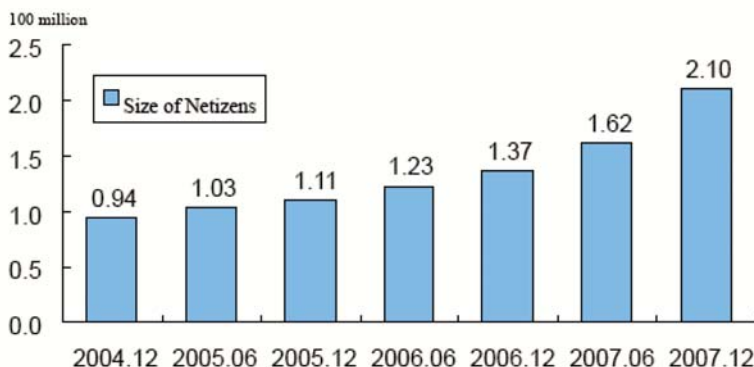
شبکه اطلاعات چین، هر شهروند چینی که سن وی بیش از شش سال بوده و بیش از نیم سال از اینترنت استفاده کرده باشد را کاربر اینترنت نامگذاری کرده است. در قسمتهای دیگر مانند ماکائو، هر کسی که میانگین استفاده او از اینترنت یک ساعت یا بیشتر در طی هفته باشد را نیز کاربر اینترنت به حساب می‌آورند.

آمار استفاده کاربران چینی از اینترنت به شرح ذیل است:

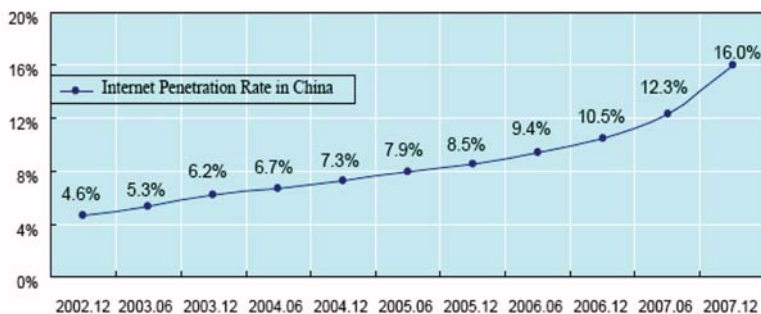
- ❖ تا نزدیکی ماه دسامبر سال ۲۰۰۷، تعداد کاربران اینترنت چینی به ۲۱۰ میلیون نفر می‌رسید، که به حدود ۷۳ میلیون نفر بیش از سال گذشته رسیده بود.
- ❖ اینترنت هم‌اکنون در حال گسترش بین تمام سطوح مختلف مردم می‌باشد. خارج از کاربران جدید اینترنت در سال ۲۰۰۷، کاربران اینترنت دارای سن کمتر از ۱۸ سال و بیش از ۳۰ سال به سرعت در حال افزایش هستند.
- ❖ آمار کل کاربران اینترنت در چین به ۱۶ درصد در کل جهان می‌رسد که این میزان از استاندارد جهانی که ۱۹/۱ درصد است، به اندازه ۳/۱ درصد کمتر است.

❖ نظر به روشهای مختلف دسترسی، میزان ۱۶۳ میلیون نفر از شبکه‌های پهن باند و ۵۰/۴۰ میلیون نفر نیز از شبکه‌های تلفن همراه استفاده می‌کنند؛ با وجود این هر دو دسته در حال رشد می‌باشند.

❖ نظر به مناطق مختلف استفاده‌کننده از اینترنت، پکن و شانگهای از نرخ کاربری بیشتری در اینترنت چین برخوردار می‌باشند، که به ترتیب ۴۶/۶ درصد و ۴۵/۸ درصد از کاربران را به خود اختصاص می‌دهند.



میزان کاربران اینترنت در چین در سالهای مختلف



درصد کاربران اینترنت در چین

با توجه به بررسیهای انجام شده و با توجه به این موضوع که میزان کاربران اینترنت در چین در سال ۲۰۰۶، ۱۰/۵ درصد از کل کاربران جهان را داشته و نظر به اینکه در سال ۲۰۰۷، ۱۶ درصد از کاربران را در جهان به خود اختصاص داده است، می‌توان دریافت که

چین از شرایط اینترنت خوبی برخوردار می‌باشد.

۷-۱. تعطیلات رسمی

در چهارم آوریل ۲۰۰۸، فستیوال Qingming به‌عنوان روز تعطیلی ملی اعلام شد و در حال حاضر هفت روز تعطیلی عمومی رسمی، طبق جدول شماره ۱ در چین وجود دارد.

جدول ۱: تعطیلات رسمی در چین

ردیف	تاریخ	عنوان	در سال ۲۰۰۸
۱	یک زانویه	سال جدید	یک روز
۲	اولین روز اولین ماه قمری	سال جدید چینی	سه روز
۳	پنجمین دوره شمسی (چهار آوریل یا پنج آوریل)	فستیوال Qing Ming	یک روز
۴	اول می	روز کارگر	یک روز
۵	پنجمین روز پنجمین ماه قمری	فستیوال قایق اژدها	یک روز
۶	پانزدهمین روز هشتمین ماه قمری	فستیوال وسط پاییزه	یک روز
۷	اول اکتبر	روز ملی	سه روز

در چین تعدادی تعطیلات عمومی رسمی نیز وجود دارد که تنها برای بخشهای خاصی از مردم تعطیل است. این تعطیلات طبق جدول شماره ۲ می‌باشد.

جدول ۲: تعطیلات رسمی خاص در چین

تاریخ	عنوان	مدت تعطیلی	قابل استفاده برای
هشت مارچ	روز بین‌المللی زن	نیم روز	زنان
چهار می	روز جوان	نیم روز	جوانان بالای ۱۴ سال
یک ژوئن	روز کودک	یک روز	کودکان زیر ۱۴ سال
یک آگوست	روز ارتش	نیم روز	پرسنل ارتش در خدمات فعال

تعطیلات سنتی در کشور چین مطابق با جدول شماره ۳ هستند.

جدول ۳: تعطیلات سنتی در چین

ملاحظات	عنوان	تاریخ
	سال جدید	یک ژانویه
	روز بین‌المللی زن	هشت مارچ
روز درختکاری ملی نیز نام دارد	روز سبزه	۱۲ مارچ
	روز کارگر	یک می
یادآور جابجایی چهار می	روز جوان	چهار می
	روز کودک	یک ژوئن
تأسیس اولین کنگره ملی در یک جولای ۱۹۲۱	سالگرد تأسیس حزب کمونیست چین	یک جولای
یادآور اولین سفر دریایی of Zheng He	روز دریانوردی	۱۱ جولای
یک آگوست ۱۹۲۷	روز ارتش	یک آگوست
روز تأسیس جمهوری خلق چین در یک اکتبر ۱۹۴۹	روز ملی	یک اکتبر
بر پایه تقویم چینی	فستیوال بهاری (سال جدید چینی)	اولین روز اولین ماه قمری
بر پایه تقویم چینی	فستیوال Zhonghe (اژدها سر خود را بالا می‌برد)	دومین روز دومین ماه قمری
بر پایه تقویم چینی	فستیوال چراغ دریایی	پانزدهمین روز اولین ماه قمری
تنها در تقویم چینیه‌ها وجود دارد و به‌جای ماه قمری بر اساس ماه شمسی است	روز یادبود چینیه‌ها (Qing Ming Jie)	پنجمین دوره شمسی (چهار آوریل یا پنج آوریل)
بر پایه تقویم چینی	فستیوال قایق اژدها	پنجمین روز پنجمین ماه قمری

روز عشق و رزی چینیهها، بر پایه تقویم چینی	فستیوال دو تا هفت	هفتمین روز هفتمین ماه قمری
بر پایه تقویم چینی	فستیوال روح	پانزدهمین روز هفتمین ماه قمری
بر پایه تقویم چینی	فستیوال نیمه پائیزه (فستیوال ماه)	پانزدهمین روز هشتمین ماه قمری
بر پایه تقویم چینی	فستیوال دو تا نه	نهمین روز نهمین ماه قمری

۸-۱. آداب و رسوم خاص

هر کشوری در امور مختلف دارای آداب و رسوم مختص به خود می‌باشد. چین نیز از این امر مستثنی نبوده و می‌توان در زمینه‌های مختلفی مانند ملاقات، هدیه دادن، غذا خوردن، انعام دادن، تجارت و مذاکره آداب و رسوم خاص این کشور را بررسی کرد.

آداب و رسوم در زمان برگزاری ملاقاتها را می‌توان به شرح ذیل برشمرد:

- ❖ **احترامات رسمی هستند و افراد مسن‌تر باید در ابتدا مورد احترام قرار گیرند.**
- ❖ **دست دادن، متداول‌ترین شکل احترام گذاشتن به افراد خارجی است.**
- ❖ **بسیاری از چینی‌ها در زمان احترام گذاری به شخصی، به زمین نگاه می‌کنند.**
- ❖ **شخص را با عنوان تجلیلی و نام کوچک صدا می‌نمایند.**
- ❖ **چینی‌ها بسیار خوش مشرب بوده و به مزاح علاقه دارند.**

آداب و رسوم در زمان هدیه دادن را می‌توان چنین برشمرد:

- ❖ **هدایا به صورت کلی در مناسبت‌هایی چون سال نو، عروسی، تولد نوزاد و اخیراً نیز روزهای تولد اهدا می‌شوند.**
- ❖ **یک بسته زیبای شکلات به همراه یک غذای خوشمزه چینی، به‌عنوان یک هدیه مناسب شمرده می‌شود.**
- ❖ **از دادن اشیای تیز همچون چاقو به‌عنوان هدیه خودداری شود، زیرا نمایانگر خشونت در روابط می‌باشد.**
- ❖ **از دادن ساعت، دستمال گردن و کفش حصیری به‌عنوان هدیه خودداری شود، زیرا چینی‌ها این اشیا را مرتبط با مراسم تدفین می‌دانند.**

- ❖ از دادن گل به عنوان هدیه خودداری گردد، زیرا بسیاری از چینی‌ها گل را مرتبط با مراسم تدفین می‌دانند.
- ❖ هدایا در کاغذهای سیاه، سفید و یا آبی پیچیده نشوند.
- ❖ عدد چهار به عنوان عدد بدشانسی در چین مطرح است. از چیزی چهار عدد به کسی هدیه داده نمی‌شود. عدد هشت به عنوان عدد خوش‌شانسی مطرح است و هدیه دادن هشت عدد از یک چیز به عنوان خوش‌شانسی گیرنده آن مطرح است.
- ❖ همیشه هدیه با دو دست تقدیم گردد.
- ❖ هدایا زمان تحویل، باز نمی‌گردند.
- ❖ یک چینی ممکن است پیش از پذیرفتن یک هدیه، پذیرش آن را تا سه مرتبه رد نماید.

آداب و رسوم در زمان غذا خوردن را می‌توان چنین برشمرد:

- ❖ چینی‌ها ترجیح می‌دهند که به جای خانه خود، در اماکن عمومی از مهمان پذیرایی نمایند، بخصوص زمانی که مهمان خارجی داشته باشند.
- ❖ اگر کسی را برای پذیرایی به خانه خود دعوت نمایند، نشانه آن است که احترام بسیاری برای او قائل شده‌اند.
- ❖ اگر در برنامه زمانی شما با دعوت یک چینی تداخلی ایجاد شد و نتوانستید دعوت او را بپذیرید، حتماً تداخل زمانی را برای ایشان تشریح نمایید تا عدم قبول شما به عنوان بی‌احترامی شمرده نشود.
- ❖ سر وقت حاضر شوید.
- ❖ پیش از ورود به خانه، کفشهای خود را در آورید.
- ❖ هدیه‌ای کوچک برای میزبان ببرید.
- ❖ به خوبی غذا بخورید تا نشان دهید از غذا و پذیرایی لذت برده اید.

آداب و رسوم سر میز غذاخوری را می‌توان چنین برشمرد:

- ❖ نحوه استفاده از چوبهای غذاخوری را یاد بگیرید.
- ❖ صبر کنید تا به محل نشستن دعوت شوید. مهمانان محترم، مقابل در دعوت به نشستن می‌شوند.

- ❖ میزبان ابتدا شروع به غذا خوردن می نماید.
- ❖ هر چیزی که به شما پیشنهاد می شود را امتحان نمایید.
- ❖ هرگز آخرین تکه باقیمانده در سینی را نخورید.
- ❖ مراقب نیازمندی افراد دیگر بر سر میز باشید و به آنها کمک کنید.
- ❖ استخوانها را در ظرف خود نگذارید. آنها را یا بر روی میز گذاشته و یا در ظرف دیگری که مخصوص این کار است، قرار دهید.
- ❖ هنگام خوردن، بشقاب غذا را نزدیک به دهان خود نگه دارید.
- ❖ اگر یک چینی غذا را با سر و صدا می خورد، ناراحت نشوید. این امر نشان دهنده آن است که از خوردن غذا لذت می برد.
- ❖ مهم نیست که از غذای شما در بشقابتان باقی بماند.

در ارتباط با انعام دادن نیز می توان اذعان نمود که این کار پیش پا افتاده تر شده، بخصوص برای کارگران جوان تر. اگرچه کارگران مسن همچنان این کار را توهین می دانند. دادن چند سکه به عنوان انعام کافی است.

۲. فرهنگ مذاکره

بعد از آشنایی با فرهنگ عمومی و عادات و رفتارهای معمول شهروندان و مردم چین، زمان آن فرا رسیده است تا کمی هم با آداب و رفتارهای ایشان در مناسبات تجاری و مذاکرات مربوطه آشنا شویم.

۱-۲. دیدگاه کلی نسبت به ایران

از آنجایی که چین اکنون روز به روز در حال تقویت جایگاه خود در عرصه اقتصادی است، لذا نیازمند است تا برخی از کشورها را پایه فعالیتهای خود قرار دهد. از آنجایی که خطه جنوب شرقی آسیا مکان مناسبی از جهت موقعیت جغرافیایی در جهان است، لذا چین نگاهی ویژه به این منطقه دارد. در این میان ایران به دلیل منابع و موقعیت جغرافیایی - سیاسی از اهمیت ویژه ای برای چین برخوردار است. ایران منابع عمده نفت را دارا بوده و به جهت عدم وجود فناوری کافی در این کشور برای تولید محصولات مرتبط با صنعت نفت، چین خود را به عنوان کشوری می پندارد که می تواند با دانش خود تولید این

محصولات را در ایران افزایش دهد. هم‌اکنون همکاری ایران و چین در ارتباط با گاز و نفت خام می‌باشد.

۲-۲. آداب مذاکره

مواردی چون روابط بین‌المللی، اصلاحات دولتی، اقتصاد در حال گسترش و سرمایه‌گذاریهایی خارجی فراوان باعث آن شده است تا انجام تجارت در چین به امری پر منفعت تبدیل گردد. انجام تجارت در چین بدان معناست که بازرگانان خارجی با بازرگانان و ادارات چینی تماسهای مکرری را آغاز می‌نمایند.

انجام تجارت در چین نیازمند یادگیری فرهنگ تجارت، آداب تجارت، قواعد برگزاری جلسه و تکنیکهای مذاکره در چین می‌باشد تا به کمک این موارد بتوان تأثیرپذیری ارتباطات تجاری را به حداکثر رساند.

لذا در این بخش سعی گردیده است تا موارد بسیار مهم در امر انجام تجارت در چین مورد آشنایی معرفی شوند.

در برقراری روابط و ارتباطات تجاری باید نکات ذیل را مورد توجه قرار داد:

- ❖ چینی‌ها از انجام دادن تجارت با شرکتهایی که نمی‌شناسند استقبال نمی‌نمایند و بایستی حتماً از طریق واسطه‌ای این کار انجام گردد. این واسطه می‌تواند یک شخص حقیقی و یا شرکت حقوقی باشد که شرکت مورد نظر را به‌طور رسمی معرفی نموده و قابلیت اطمینان آن را تضمین نماید.
- ❖ پیش از ورود به چین جهت مذاکره، مواردی را برای معرفی شرکت خود همچون رزومه به همراه فعالیتها و خدمات به زبان چینی برای شرکت مورد نظر ارسال نمایید. چینی‌ها معمولاً سؤالات خود را از طریق واسطه مطرح می‌نمایند و ترجیح می‌دهند که این امر را به‌طور مستقیم انجام ندهند.
- ❖ روابط بازرگانی زمانی رسمیت می‌یابد که چینی‌ها شرکت مقابل را بشناسند.
- ❖ جهت برقراری روابط تجاری با چینی‌ها باید بسیار صبور بود، زیرا زمان قابل توجه و بروکراسی بسیار زیادی را می‌طلبد.
- ❖ رتبه‌بندیها در برقراری روابط بسیار مهم هستند و در خاطر نگه داشتن اختلاف در رتبه‌ها در زمان برقراری ارتباط الزامی است.

❖ ملاقاتها بسیار رسمی بوده، بخصوص زمانی که افراد با رتبه بالاتری در جلسه حضور دارند. اگر رسمیت در جلسات حفظ نگردد، ممکن است منجر به از بین رفتن روابط گردد.

❖ چینی‌ها ملاقات رو در رو را به تلفن و مکاتبه بیشتر ترجیح می‌دهند.

❖ هنگام غذا خوردن و یا دیدارهای اجتماعی، مباحث تجاری را مطرح ننمایید. در چین تجارت و مسائل اجتماعی از یکدیگر مجزا هستند و باید سعی شود تا این دو مورد با یکدیگر آمیزش نیابند.

در ارتباط با آداب هدیه دادن در روابط تجاری چین می‌توان اذعان نمود که بر خلاف بسیاری از کشورها، در چین هدیه دادن هیچ ذهنیت منفی در انجام تجارت ایجاد نمی‌نماید. هدایا معمولاً در جشنها به‌عنوان تشکری برای همکاری یا برای مساعدتهای آتی تبادل می‌شوند. مهم است توجه شود که در صورت عدم وجود دلیل مناسب، هدیه‌ای نایست داده شود تا باعث سوء تفاهم گردد.

❖ در چین متداول است تا از طرف مقابل در ارتباط با نوع هدیه سؤال شود. در این صورت عاقلانه است که برای قدردانی از فرهنگ چین، جوهر و یا جای را به‌عنوان هدیه مورد علاقه مطرح کرد.

❖ هدایای تجاری در چین معمولاً توسط طرف چینی جبران می‌شوند. چینی‌ها به هدیه تجاری به‌عنوان بدهی می‌نگرند که می‌بایست جبران گردد. هیچ‌گاه نباید پول نقد به‌عنوان هدیه تجاری اهدا شود و در زمینه هدیه دادن نباید زیاد صرفه‌جو بود.

در مورد قرار ملاقات با طرف چینی، سعی شود تاریخ جلسات بین آوریل تا ژوئن و سپتامبر تا اکتبر رزرو گردد. در تنظیم تاریخ جلسات باید تعطیلات رسمی چین، علی‌الخصوص سال جدید چینی مورد توجه قرار گیرند.

❖ جلسه باید با سخن کوتاه و خلاصه آغاز شود. اگر اولین جلسه است، در ارتباط با تجارب شخصی در کشور چین صحبت کوتاهی شود و توجه گردد که این مورد با دید مثبت و خودداری از هرگونه بحث سیاسی انجام پذیرد.

❖ پیش از هر جلسه، بایستی دستور جلسه آن ارائه گردد. این امر کمک می‌نماید تا کنترل بر جریان جلسه وجود داشته باشد. چینی‌ها به‌صورت متفاوت به جلسات می‌نگرند و بایستی سعی گردد تا از بیان مسائل حاشیه‌ای خودداری شده و تنها مسائل اساسی مورد توجه قرار گیرند.

- ❖ تعیین قرار ملاقات بسیار مهم است و معمولاً برای یک تا دو ماه بعد انجام می‌گردد و ترجیحاً بهتر است به صورت کتبی اعلام گردد.
- ❖ اگر قرارداد قبلی با شرکت مورد نظر در چین ندارید، از طریق واسطه‌ای کمک بجوئید تا شرکت شما را به طور رسمی معرفی نماید. پس از آنکه معرفی انجام شد، اطلاعاتی از شرکت خود و هدف از برگزاری جلسه به شرکت چینی ارسال نمایید.
- ❖ بایستی سر وقت و یا زودتر در جلسه حاضر شوید. چینی‌ها به نکات ریز بسیار توجه دارند و دیر حاضر شدن در جلسه را بی‌احترامی تلقی نموده و در نگرش منفی آنها نقش دارد.
- ❖ به دستور جلسه‌ای که طرف چینی در جلسه معرفی می‌نماید، توجه بسیاری معطوف نمایید.
- ❖ پیش از جلسه، دستور جلسه ای برای شرکت چینی ارسال نمایید تا آنها بتوانند با افراد مجرب فنی مطابق با نیاز شما در جلسه حاضر شوند. پیش از ارائه دستور جلسه، آن را با مترجم یا واسطه خود بررسی کنید.
- ❖ ملاقاتها نیازمند شکیبایی است. زنگ زدن تلفنهای همراه پشت سر هم انجام می‌پذیرد و گفتگوها با هنجار صورت می‌گیرد. از چینی‌ها هرگز نخواهید تا گوشیهای تلفن همراه خود را خاموش نمایند.
- ❖ میهمانان تا محل نشستن همراهی می‌شوند و افراد بلندمرتبه در مقابل افراد بلندمرتبه خواهند نشست.
- ❖ به همراه آوردن مترجم در جلسات به خصوص زمانی که مباحث قانونی و فنی هستند، الزامی است.
- ❖ موارد مکتوب باید هم به زبان چینی و هم انگلیسی مهیا باشند. در نوشتن موارد، دقت زیادی باید صورت گیرد و از اینکه موارد ترجمه شده صحیح و دقیق هستند و سوء تفاهم پیش نمی‌آورند، باید اطمینان حاصل نمود.
- ❖ از ابزار بصری در جلسات طولانی زیاد استفاده می‌شود، تنها بایستی از ماژیک سیاه و تخته سفید استفاده نمود. رنگها دارای معانی بسیاری بوده و عدم احتیاط در انتخاب رنگ ممکن است موجب عدم موفقیت شود.
- ❖ ارائه مطالب باید به صورت واقعی و با جزئیات باشد و مزایای بلندمدت را در نظر داشته باشد. بایستی آماده بود تا ارائه مطالب منجر به چالش گردد.

چینی‌ها در دنیا به عنوان مذاکره‌کنندگان بی‌مانندی مشهور شده‌اند. هدف اصلی

چینیها در جلسات دستیابی به امتیازات است. با در نظر گرفتن این مورد، بایستی راهبردی تدوین گردد و در جلسات باید مصالحه نشان داده شود و این اطمینان به مذاکره‌کنندگان چینی داده شود که آنها به امتیازهای اصلی دست خواهند یافت.

یکی از راهبردهای شناخته شده مذاکره‌کنندگان چینی آغاز نمودن مذاکرات با نشان دادن فروتنی و احترام‌گذاری است. این راهبرد جهت آن طراحی شده تا چینی‌ها خودشان را آسیب پذیر و ضعیف نشان دهند و از طرف مقابل، به‌عنوان طرف قوی‌تر، انتظار می‌رود به‌واسطه اعطای امتیازات به آنها یاری رسانند.

در زمان مذاکرات با چینی‌ها می‌بایست به نکات ذیل توجه گردد:

❖ *تنها افراد بلند مرتبه از گروه مذاکره‌کننده صحبت می‌نمایند، لذا فردی را که در گروه بالاترین رتبه را دارد به‌عنوان سخنگو معرفی نمایید.*

❖ مذاکرات تجاری با سرعت پایینی انجام می‌شوند.

❖ چینیها به‌صورت آشکار "نه" نمی‌گویند و معمولاً از واژه‌های "در این باره فکر خواهیم کرد" و یا "خواهیم دید" استفاده می‌نمایند.

❖ مذاکرات چینی‌ها، فرایندگرا است. آنها می‌خواهند معلوم نمایند که آیا روابط می‌تواند به مرحله‌ای توسعه یابد که دو طرف تجاری به راحتی با یکدیگر تجارت نمایند یا خیر.

❖ تجارت در چین سلسله مراتبی است. بعید است که تصمیمات آن گونه که شما قصد دارید در طول جلسات گرفته شوند.

❖ چینی‌ها مذاکره‌کنندگان زیرکی هستند.

هنگام ملاقاتهای تجاری بهتر است موارد ذیل در نوع پوشش ملاحظه گردد:

❖ *لباس تجاری، سنتی و خالی از زرق و برق است.*

❖ مردها باید لباس سنتی تجاری به رنگ سیاه بپوشند.

❖ زنان باید لباس سنتی تجاری با گردن‌بند بلند بپوشند.

❖ زنان باید کفشهای تخت و یا با پاشنه کوتاه بپوشند.

❖ از پوشیدن رنگهای روشن باید خودداری شود.

جهت ارائه کارت ویزیت در زمان ملاقاتهای تجاری، باید به نکات زیر توجه شود:

- ❖ کارتهای ویزیت بایستی پس از اولین معرفی رد و بدل شوند.
- ❖ یک طرف کارت ویزیت را به زبان چینی و با واژه‌های ساده و جوهر طلایی چاپ نمایید. رنگ طلایی در چین رنگ خجسته ای است.
- ❖ سمت شما باید بر روی کارت ویزیت نوشته شده باشد. اگر شرکت شما در کشورتان بزرگترین و یا قدیمی ترین شرکت در زمینه بخصوصی به شمار می رود، حتما این مورد بر روی کارت ذکر گردد.
- ❖ زمان ارائه کارت ویزیت به طرف چینی، آن را با دو دست نگه دارید.
- ❖ هرگز بر روی کارت ویزیت کسی چیزی ننویسید.

فصل سوم

محیط اقتصادی

این فصل به معرفی محیط اقتصادی حاکم بر کشور چین و عوامل موثر بر آن اختصاص یافته است. برای این منظور نخست سیستم اقتصادی این کشور را بررسی و پارامترهای جمعیتی را معرفی کرده در ادامه شاخصهای مهم اقتصادی این کشور ارائه می‌شود.

۱. سیستم اقتصادی و نقش دولت

اقتصاد در چین به سرعت رو به گسترش است، به‌ویژه پس از سال ۱۹۷۹. اصلاح ساختار اقتصادی در جهت سیاست اقتصادی درهای باز، اوضاع اقتصادی کشور به طرز چشمگیری گسترش یافته است. چین، کشوری است که در راه گسترش بازار اقتصادی خود تغییر ساختار بازار اقتصادی را گام نخست خود قرار داده است. قابل ذکر است که در این راه ساختار عملکرد شرکتهای مختلف در ۷۰ درصد کشور اصلاح و بازسازی شده است.

در ۲۵ سال اخیر، اقتصاد چین از برنامه‌ای نزدیک به تجارت بین‌المللی تبعیت می‌نماید که به سرعت در حال رشد به سوی بخش خصوصی است. این بهسازی نیز از اواخر دهه ۱۹۷۰ با خروج تدریجی به‌کارگیری کشاورزی و توسعه آزادی در نرخها، عدم تمرکز مالیاتی، افزایش آزادی در تشکیلات اقتصادی، ایجاد اساس مختلف بانکداری، توسعه مراکز خرید، رشد مراکز غیرخصوصی و فضای باز تجارت خارجی و سرمایه‌گذاری حاصل گردید.

بانک جهانی نیز وضعیت اقتصادی چین را مطلوب و محیط اقتصاد کلان این کشور را با ثبات توصیف کرده است. دولت چین در گزارشی اعلام کرده که حجم اقتصاد چین در سال ۲۰۰۴ معادل ۱۶/۸ درصد بیش از رقمی بوده است که در بدو امر محاسبه شده بود.

حجم اقتصاد چین معادل ۲۸۳ میلیارد دلار بیشتر از مقداری است که آمار قبلی نشان داده بود.

حجم اقتصاد چین در سال ۲۰۰۷، ۷,۰۴۳,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ دلار بیشتر از ژاپن بوده و بلافاصله پس از اتحادیه اروپا و آمریکا یعنی در مقام سوم جهان قرار دارد. چنانچه رشد کنونی اقتصادی چین ادامه یابد، چین از نظر اقتصادی در حال رسیدن به آمریکا یعنی بزرگ‌ترین اقتصاد جهان است و باید خود را برای مقابله با پیامدهای سیاسی و اقتصادی آن آماده کند.

بانک جهانی آمار جدید را یک پیشرفت عمده توصیف کرده است. با وجود افزایش میزان تولید ناخالص داخلی، نرخ سرانه تولید اقتصادی هنوز بسیار پایین است و برای اینکه چین به سطح کشورهای توسعه یافته برسد هنوز راه زیادی را باید طی کند.

در گزارشی از صندوق بین‌المللی پول^۱ عنوان آمده است که رشد اقتصادی مناسب دو کشور هند و چین باعث تعدیل تأثیرات گرانی نفت در منطقه آسیا شده است. همچنین مقامات صندوق بین‌المللی پول، رشد اقتصادی آسیا را در سال ۲۰۰۷، هفت درصد و رشد اقتصادی کشور چین را ۱۱/۴ درصد اعلام کردند.

در ارتباط با نقش دولت در فعالیتهای اقتصادی چین می‌توان متذکر شد که از سال ۱۹۴۹ دولت تحت سیستم سیاسی و اقتصادی، مسئولیت برنامه‌ریزی و مدیریت اقتصاد ملی را بر عهده گرفت. در اوایل دهه ۱۹۵۰، سیستم تجارت خارجی توسط دولت به صورت انحصاری درآمد. تمامی سازمانهای خدمتگذار تحت مالکیت دولت در آمد و دولت برای کالاهای کلیدی قیمت‌گذاری می‌نمود و سطح و توزیع عمومی وجوه سرمایه‌گذارها را کنترل می‌نمود و همچنین اهداف خروجی برای سازمانها و شعبه‌های مختلف را معین می‌نمود و منابع انرژی را تخصیص می‌داد، دستمزدها و استخدامها را تنظیم می‌کرد، شبکه‌های خرده‌فروشی و عمده‌فروشی را ایجاد می‌نمود و سیستمهای بانکداری و سیاستهای مالی را هدایت می‌نمود.

دولت در اواسط دهه ۱۹۵۰ در حومه شهر الگویی از محصولات ایجاد نمود، سطوح قیمتها را تنظیم نمود و اهداف خروجی برای کلیه محصولات اصلی را به تثبیت رساند.

از سال ۱۹۷۸ در زمانی که اصلاحات اقتصادی انجام پذیرفت، نقش دولت در اقتصاد به بالاترین درجه کاهش یافته است. خروجیهای صنعتی سازمانهای دولتی به آرامی کاهش یافته و تنها امروزه چند صنعت وجود دارند که وابسته به دولت هستند. از زمانی که نقش دولت در مدیریت اقتصاد کاهش یافته و نقش شرکتهای خصوصی و محرکههای بازار افزایش یافته است، دولت نقش اصلی را در اقتصاد شهری بر عهده گرفته است. با سیاستهای دولت در مواردی چون تولیدات کشاورزی، همچنان به عنوان نقش اصلی در کارایی بخش روستایی نیز مطرح است.

بر اساس قانون اساسی سال ۱۹۸۲ مشخص گردید که دولت به واسطه تصمیم‌سازیهایی گسترده در سیاستها و اولویتهای اقتصادی، توسعه اقتصادی کشور را هدایت خواهد نمود، و مجلس به واسطه انجام کنترل اجرایی، بخشهای وابسته را در تهیه و اجرای طرح اقتصادی ملی و بودجه دولت هدایت می‌نماید.

تجارت خارجی توسط وزارت بازرگانی، گمرک و بانک چین، هدایت می‌شود. بانک چین به عنوان بازوی تبادلات ارز سیستم بانکداری چین، دسترسی به ارزهای خارجی مورد نیاز برای واردات را کنترل می‌نماید. از زمانیکه محدودیتهای تجارت خارجی کاهش یافتند، فرصتهای بسیاری برای سازمانهای مستقل برای مشارکت در تبادلات با شرکتهای خارجی بدون مداخله آژانسهای دولتی پدید آمد. اگرچه هنوز دولت، اقتصاد را در بخشها کنترل می‌نماید، ولی بخش عمده کنترل آن توسط حجم زیادی از فعالیتهای اقتصادی محدود شده است. از این گذشته، مفهوم هدایت دولت بر اقتصاد از کنترل مستقیم به هدایت غیر مستقیم تبدیل شده که منجر به اقتصاد پویاتری شده است.

۱-۱. کشاورزی

چین، پر جمعیت ترین کشور جهان و بزرگترین تولیدکننده و مصرف کننده محصولات کشاورزی است.



مطابق «برنامه غذایی جهانی» سازمان ملل، چین در سال ۲۰۰۳، ۲۰ درصد تغذیه جمعیت جهان را با دارا بودن تنها هفت درصد از زمین قابل کشت در دنیا

تولید نموده است. چین با آنکه دارای ۱۰ تا ۱۵ درصد زمین قابل کشاورزی می‌باشد، دارای رتبه اول جهانی در این زمینه است. در حدود ۶۰ درصد از جمعیت چین در روستا زندگی می‌کنند و تا دهه ۱۹۸۰، بسیاری از آنها زندگی خود را از طریق کشاورزی تأمین می‌نمودند. از آن پس بسیاری از مردم تشویق به ترک روستا و روی آوردن به فعالیت‌هایی چون تولید، تجارت و حمل و نقل شده‌اند و در اواسط دهه ۱۹۸۰ درآمد از بخش کشاورزی به کمتر از نصف رسید و امروزه کشاورزی تنها ۱۳ درصد از GDP چین را تأمین نموده است.



در حدود ۴۵ درصد از نیروی کار چین، در بخش کشاورزی مشغول به فعالیت هستند. بیش از ۳۰۰,۰۰۰,۰۰۰ از چینیه‌ها بر روی مزارع کار می‌کنند. از تمامی زمینهای قابل کشت برای محصولات غذایی استفاده می‌شود.

چین بزرگ‌ترین تولیدکننده برنج و یکی از تولیدکنندگان اصلی محصولات چوبی، پنبه، سیب زمینی، چای، ارزن، جو، دانه‌های روغن، لوبیای سویا و چغندر در جهان می‌باشد.

دامداری به‌عنوان دومین جزو اصلی در بخش کشاورزی چین مطرح است. چین، تولیدکننده اصلی خوک، مرغ و تخم مرغ در جهان بوده و دارای گله‌های بزرگی از گاو و گوسفند است.

۲-۱. صنایع

توسعه سریع صنایع چین از اوایل دهه ۱۹۵۰ آغاز شد. پس از تأسیس چین جدید در سال ۱۹۴۹ میلادی، صنایع چین وارد مرحله احیا و توسعه همه‌جانبه شده‌اند. تا قبل از اجرای سیاست‌های اصلاحات و درهای باز در سال ۱۹۷۸، چین به طور اولیه مکانیسم به نسبت کامل اقتصاد صنعتی را ایجاد کرد. صنایع سنتی پتروشیمی و صنایع شیمیایی و الکتریکی به‌عنوان صنایع جدید نیز رشد سریعی داشته و صنایع هسته‌ای و صنایع فضاپیمایی به‌عنوان صنایع با علوم و فنون عالی، پیشرفت قابل ملاحظه‌ای حاصل کرده است.

می‌توان ادعا نمود که دو بخش صنایع و ساخت و ساز در حدود ۴۸ درصد از GDP

چین را تأمین می‌نمایند. در حدود هشت درصد از ساخت و تولید جامع جهان تنها از طریق چین تأمین می‌شود.

چین از لحاظ خروجیهای صنعتی در مقام سوم جهان قرار دارد.

صنایع اصلی شامل استخراج معدن و فراوری کانه‌های معدنی؛ آهن و فولاد؛ آلومینیوم؛ ذغال‌سنگ؛ منسوجات؛ ماشین‌آلات؛ تسلیحات؛ جامه؛ نفت خام؛ سیمان؛ مواد شیمیایی؛ فراوری مواد غذایی؛ کود شیمیایی؛ اتومبیل و دیگر تجهیزات حمل و نقل شامل ماشین ریلی و لوکوموتیو، کشتی و هواپیما؛ محصولات مصرفی شامل کفش، اسباب بازی و لوازم برقی؛ مخابراتی و فناوری اطلاعات می‌باشد. چین بزرگ‌ترین تولیدکننده فولاد در جهان است و تولید آن از ۱۴۰ میلیون تن در سال ۲۰۰۰ به ۴۱۹ میلیون تن در سال ۲۰۰۶ افزایش یافته است.



همچنین تمرکز گسترده‌ای بر صنایع شیمیایی موجب گسترش فراورده‌هایی چون الیاف مصنوعی، پلاستیک و کودهای شیمیایی شده است.

در میان محصولات مصرفی، بیشترین تاکید بر روی پوشاک و منسوجات می‌باشد که بخش عظیمی از صادرات چین را نیز تأمین می‌نماید.

صنایع اصلی کشور چین شامل آهن، فولاد، ذغال‌سنگ، ماشین‌سازی، محصولات سبک صنعتی، تسلیحات و منسوجات می‌باشد. سایر صنایع این کشور را می‌توان مشتمل بر صنایع اتومبیل‌سازی، فولاد، ارتباط از دور، دارویی، دفاع و بارگیری دانست. همچنین چین در سال ۲۰۰۶ در مقام سوم بزرگترین تولیدکنندگان اتومبیل و بعد از آمریکا و ژاپن قرار گرفت.

۳-۱. معادن

مهم‌ترین تولیدات معدنی چین در سال ۲۰۰۴ عبارت بوده‌اند از ذغال‌سنگ (نزدیک به دو میلیارد تن)، سنگ آهن (۳۱۰ میلیون تن)، نفت خام (۱۷۵ میلیون تن)، گاز طبیعی (۴۱ میلیون مترمکعب)، انتیموان (۱۱۰ هزار تن)، قلع غنی شده (۱۱۰ هزار تن)، کانه

نیکل (۶۴ هزار تن)، تنگستن غنی شده (۶۷ هزار تن)، نمک تصفیه نشده (۳۷ میلیون تن)، وانادیوم (۴۰ هزار تن) و کانه مولیبدن (۲۹ هزار تن). در مرتبه بزرگی هیدروکسید آلومینیوم، سنگ گچ، سولفات باریت طبیعی، کربنات منیزیم طبیعی، کانه منگنز، فلورسپار و فلز روی نیز مهم به شمار می‌آیند. به علاوه ۲،۴۵۰ تن نقره و ۲۱۵ تن طلا در سال ۲۰۰۴ در چین تولید گردید.

بخش معدن کمتر از ۰/۹ درصد از کل اشتغال در سال ۲۰۰۲ را در بر داشته و در حدود ۵/۳ درصد از تولیدات کلی صنعتی را شامل بوده است.

۱-۳-۱. ذغال سنگ

ذغال سنگ مهم‌ترین منبع معدنی در چین می‌باشد. منابع معدنی چین مشتمل بر ذخایر عظیمی از ذغال سنگ و سنگ آهن می‌باشد. با آنکه ذغال سنگ در کلیه بخشهای کشور وجود دارد ولی بخش اعظم آن در بخش شمالی کشور قرار داد.

ذغال سنگ بخش اعظم مصرف انرژی در چین (۷۰ درصد در سال ۲۰۰۵) را تأمین کرده است و چین به‌عنوان بزرگ‌ترین تولیدکننده و مصرف‌کننده ذغال سنگ در جهان مطرح است. اگرچه انرژی حاصل از ذغال سنگ در چین در حال کاهش است اما همچنان مصرف آن در حال افزایش می‌باشد.

۲-۳-۱. نفت و گاز طبیعی

منابع نفتی روی ساحل در چین در شمال شرقی این کشور واقع شده‌اند. سنگ نفت‌زا در بسیاری از مناطق یافت شده است. نفت سبک در رودخانه پیرل^۱ در مدخل دریای چین جنوبی با کیفیت بالا یافت شده است.

کشور چین بیشتر خروجیهای نفتی خود را مصرف می‌کند و همچنین روغن خام و محصولات نفتی را نیز صادر می‌نماید.

از آنجایی که اکتشافات اندکی برای گاز طبیعی صورت گرفته است، حجم کلی ذخایر گاز طبیعی چین نامشخص است.

۱-۳-۳. فلزی و غیرفلزی

منابع سنگ آهن در اکثر مناطق کشور چین وجود دارد. بزرگ‌ترین ذخایر معدنی در شمال رودخانه یانگ‌تسه^۱ واقع شده‌اند. به‌جز نیکل، کرم و کبالت، چین دارای تولید وسیعی از آلیاژ آهن‌دار و منگنز می‌باشد. ذخایر تنگستن بسیار وسیع نیز وجود دارند. ذخایر مس در حد متوسط هستند. ذخایر سرب و روی نیز موجود هستند و ذخایر هیدروکسید آلومینیوم به فراوانی در چین یافت می‌شوند. بزرگ‌ترین ذخایر انتیموان جهان نیز در چین وجود دارد. ذخایر قلع نیز فراوان است. همچنین چین به‌عنوان پنجمین تولیدکننده بزرگ طلا در جهان مطرح است و در قرن بیست و یکم به‌عنوان یک تولیدکننده و صادرکننده مهم فلزات کمیاب مورد نیاز در صنایع فناوری بالا^۲ مطرح می‌باشد.

چین همچنین دارای حجم وسیعی از مواد معدنی غیرفلزی است. یکی از مهم‌ترین این موارد نمک می‌باشد. ذخایر وسیعی از سنگ فسفات نیز در بسیاری از مناطق موجود است. سنگ چخماق، فلورسپار، سنگ گچ، پنبه نسوز و سیمان نیز در این کشور فراوانند.

۱-۴. خدمات

چین از نظر نقش بخش خدمات در اقتصاد، دارای رتبه هفتم جهانی است. در سال ۲۰۰۵، بخش خدمات ۴۰/۳ درصد از GDP چین را تأمین نمود. در حال حاضر نیز سهم بخش خدمات چین در GDP با نسبت آن در کشورهای توسعه یافته نیز غیر قابل مقایسه است. عمده‌فروشی و خرده‌فروشی به سرعت رشد کرده‌اند و مناطق شهری دارای بازارهای خرید، فروشگاههای خرده‌فروشی، رستورانهای زنجیره‌ای و هتل‌های زیادی هستند. مدیریت عمومی همچنان به‌عنوان یکی از اجزای اصلی بخش خدمات مطرح بوده، در حالی که توریسم یک عامل مهم در اشتغال و به‌عنوان منبع مهمی برای مبادلات خارجی مطرح است.

اکنون، صنایع خدماتی با صنف غذایی، گردشگری، خرده‌فروشی، بانکداری، بیمه، اطلاع‌رسانی، حمل و نقل، آگهی، قانون، محاسبه، مدیریت خدمات ساختمان و غیره مرتبط است. طبق برنامه‌ریزی توسعه چین، تا سال ۲۰۲۰، نسبت ارزش افزوده صنایع خدماتی در ارزش کل تولیدات داخلی از یک سوم به بیش از ۵۰ درصد ارتقا خواهد یافت.

1. Yangtze

2. High-Tech

۱-۴-۱. توریسم

صنعت توریسم در چین به‌عنوان یکی از صنایع با رشد سریع در اقتصاد ملی مطرح بوده و همچنین به‌عنوان یکی از صنایع با حد بسیار ممتاز در رقابت جهانی مطرح است. درآمد کلی چین از صنعت توریسم در سال ۲۰۰۲، ۶۷/۳ میلیارد دلار و برابر با ۵/۴۴ درصد GDP بوده است که به‌علت بیماری سارس در سال ۲۰۰۳ به ۵۹ میلیارد دلار کاهش یافت. با این حال، برای مناطقی که از نظر توریستی غنی هستند، توریسم به‌عنوان منبع اصلی درآمد مالیاتی و صنعت اصلی برای توسعه اقتصادی مطرح می‌باشد.

مطابق با برنامه «مدیریت توریسم ملی چین»، تعداد توریستهای وارد شونده، دریافتی ارز خارجی از توریسم و حجم بازار داخلی هدف‌گذاری شده‌اند تا طی پنج تا ده سال آتی رشد سالانه‌ای به ترتیب چهار درصد و هشت درصد داشته باشند.



همچنین سازمان جهانی تجارت پیش‌بینی نموده است که صنعت توریسم چین ۸/۶ درصد از سهم بازار جهانی را جذب خواهد نمود تا در سال ۲۰۲۰ بزرگ‌ترین صنعت توریسم در جهان باشد.

۲. جمعیت

بر اساس تخمین سال ۲۰۰۷، جمعیت چین بالغ بر ۱,۳۲۱,۸۵۱,۸۸۸ نفر می‌باشد. بر اساس همین تخمین، مشخصات جمعیتی کشور چین عبارت است از:

ساختار سنی جمعیت چین را می‌توان به‌صورت زیر بیان نمود:

- ❖ جمعیت ۰ تا ۱۴ سال: ۲۰/۴ درصد (۱۴۳,۵۲۷,۶۳۴ مرد و ۱۲۶,۶۰۷,۳۴۴ زن)
- ❖ جمعیت ۱۵ تا ۶۴ سال: ۷۱/۷ درصد (۴۸۷,۰۷۹,۷۷۰ مرد و ۴۶۰,۵۹۶,۳۸۴ زن)
- ❖ جمعیت بالای ۶۵ سال: ۷/۹ درصد (۴۹,۶۸۳,۸۵۶ مرد و ۵۴,۳۵۶,۹۰۰ زن)

میانگین سنی در چین بدین‌گونه است که میانگین سنی کل برابر با ۳۳/۲ سال، میانگین سنی مردان برابر با ۳۲/۷ سال و میانگین سنی زنان برابر با ۳۳/۷ سال می‌باشد.

نرخ رشد جمعیت برابر با $0/606$ درصد می‌باشد. نرخ تولد در چین برابر با $13/45$ تولد در $1,000$ نفر جمعیت می‌باشد. نرخ مرگ و میر برابر با هفت مرگ در $1,000$ نفر جمعیت می‌باشد. نرخ خالص مهاجرت برابر با $0/39-$ مهاجر در $1,000$ نفر جمعیت می‌باشد.

نسبت جنسی در چین را می‌توان چنین بیان نمود که این نسبت در زمان تولد برابر با $1/11$ (نسبت مرد به زن)، زیر 15 سال برابر با $1/134$ (نسبت مرد به زن)، بین 15 تا 64 سال برابر با $1/057$ (نسبت مرد به زن)، 65 سال و بالاتر برابر با $0/914$ (نسبت مرد به زن) و کل جمعیت برابر با $1/06$ (نسبت مرد به زن) می‌باشد.

نرخ مرگ و میر کل کودکان در چین برابر با $22/12$ مرگ در $1,000$ تولد زنده، پسران برابر با $20/01$ مرگ در $1,000$ تولد زنده و دختران برابر با $24/47$ مرگ در $1,000$ تولد زنده می‌باشد.

امید به زندگی در زمان تولد در چین برای کل جمعیت برابر با $72/88$ سال، برای مردان برابر با $71/13$ سال و برای زنان برابر با $74/82$ سال می‌باشد.

نرخ کلی باروری، $1/75$ کودک متولد بر زن است.

بر اساس سرشماری سال 2000 و بر اساس تعریف با سواد (فرد بالای 15 سال که می‌تواند بخواند و بنویسد با سواد است)، آمار باسواد در کشور چین در کل جمعیت $90/9$ درصد، در مردان $95/1$ درصد و در زنان $86/5$ درصد است.

نرخ جمعیت زیر خط فقر در این کشور، هشت درصد می‌باشد. بر اساس تخمین سال 2006 ، $21/5$ میلیون نفر روستایی زیر خط فقر مطلق زندگی می‌نمایند (درآمد آنها تقریباً 90 دلار در سال است) و علاوه بر آن حدود $35/5$ میلیون نفر روستایی بالای خط فقر مطلق و پائین تر از خط درآمد پایین (با درآمدی تقریباً برابر با 125 دلار در سال) زندگی می‌نمایند.

۳. تولید ناخالص داخلی^۱

بر اساس آمار^۲ سال 2007 ، اطلاعات مرتبط با تولید ناخالص داخلی کشور چین عبارت

1. GDP

2. Photius

است از:

GDP برابری قدرت خرید برابر با ۱۰ تریلیون دلار می‌باشد. بر این اساس در این زمینه این کشور مقام سوم دنیا را دارد.

GDP نرخ تبدیل رسمی ارز برابر با ۲/۵۱۲ تریلیون دلار می‌باشد.

نرخ رشد واقعی GDP برابر با ۴ / ۱۱ درصد می‌باشد. بر این اساس در این زمینه این کشور مقام هشتم را در دنیا دارد.

سرانه GDP برابری قدرت خرید برابر با ۷,۶۰۰ دلار می‌باشد. بر این اساس این کشور در این زمینه مقام ۹۰ را در دنیا دارد.

سهام بخشهای مختلف اقتصادی در تولید ناخالص داخلی چین در سال ۲۰۰۷ در جدول شماره ۴ گزارش شده است. نکته قابل توجه این است که صنعت شامل ساخت و ساز نیز می‌باشد.

جدول ۴: سهم بخشهای اقتصادی در تولید ناخالص داخلی چین

کشاورزی	صنعت	خدمات
۱۱/۷ درصد	۴۹/۲ درصد	۳۹/۱ درصد

۴. شاخصهای مهم اقتصادی

در این قسمت برخی از شاخصهای مهم اقتصادی چین را معرفی و تحلیل می‌کنیم.

۴-۱. درآمد سرانه

درآمد سرانه در چین در سه دهه گذشته نرخ سالانه متوسطی بیش از هشت درصد رشد داشته است. ولی این رشد همواره با نابرابری درآمدها همراه بوده است. درآمد سرانه کشور در تقسیم‌بندی استاندارد جهانی، درجه پایین را دارد. بر اساس گفته صندوق بین‌المللی پول، درآمد سرانه چین در سال ۲۰۰۶، در حدود ۲۰۰۰ دلار (رتبه ۱۰۷ بین ۱۷۹ کشور) و درآمد سرانه براساس برابری قدرت خرید در حدود ۷۸۰۰ دلار بوده است.

۲-۴. نرخ تورم

طی زمستان سال ۲۰۰۷ تا ۲۰۰۸ و طبق آمار ماه فوریه سال ۲۰۰۸ که در ماه مارس ۲۰۰۸ انتشار یافت، تورم در چین که اصولاً متوسطی در حدود هفت درصد در سال را داشت، ۸۱٫۷ درصد اعلام شد. بخشهای غذا و سوخت و گوشت مشکل اصلی در این معزل را داشتند.

کمبود بنزین و سوخت موتورهای دیزلی، در سال ۲۰۰۷ که در پی بی میلی پالایشگاهها در تولید سوخت با قیمت ارزانتر بود یکی از این عوامل مهم به شمار می آید. مشکل تورم، نگرانی مقامات مسئول دولت چین را سبب شده است، به نحوی که در تاریخ ۹ ژانویه سال ۲۰۰۸ مقامات چین در وب سایت رسمی خود مقاله زیر را انتشار دادند:

"مقامات چین در روز سه شنبه تصمیم گرفتند تا اقدامات بیشتری را در ارتباط با تثبیت قیمتهای بازار انجام دهند و سخت گیری خود را در ارتباط با مجرمانی که از طریق احتکار و تقلب باعث افزایش قیمتها می شوند، افزایش دهند."

۳-۴. نرخ بیکاری

بر اساس تخمین سال ۲۰۰۷، نرخ بیکاری در مناطق شهری چهار درصد و در مناطق روستایی نیز بیکاری مطلق وجود دارد.

بر این اساس کشور چین از نظر نرخ بیکاری مقام ۴۶ را در دنیا دارد.

۴-۴. دستمزد نیروی کار

در ماه مارچ ۲۰۰۴، وزارت کار و تأمین اجتماعی چین اولین قانون مرتبط با حداقل دستمزد را تنظیم نمود. این قانون در راستای حصول اطمینان از تأمین نیازمندیهای پایه کارگران و خانوادههای آنان و برای کمک به ترقی کارایی کارگران و پیشرفت رقابت عادلانه میان سازمانها تصویب گردید. بر اساس این قانون، بالاترین دستمزد ۴/۶۶ یوآن (تقریباً برابر با ۰/۶ دلار آمریکا) در ساعت و کمترین دستمزد برابر با ۰/۶۹ یوآن (حدوداً برابر با ۰/۲۵ دلار آمریکا) در ساعت می باشد.

۵. ترازها

در این قسمت به بررسی ترازهای تجاری مهم کشور چین می‌پردازیم.

۵-۱. تراز تجاری

بر اساس گزارش ارائه شده از طرف کشور چین در سال ۲۰۰۷ در سایت ITC، میزان صادرات این کشور به جهان ۱,۲۱۷,۷۷۵,۷۴۴ هزار دلار و میزان واردات این کشور از جهان ۹۵۵,۹۵۵,۸۴۰ هزار دلار بوده است. در نهایت **میزان اختلاف صادرات و واردات این کشور یا به عبارت دیگر تراز تجاری آن در سال ۲۰۰۷ برابر با ۲۶۱,۸۱۹,۹۰۴ هزار دلار مثبت می‌باشد.**

۵-۲. تراز تجاری با ایران

بر اساس گزارش ارائه شده از طرف کشور چین در سال ۲۰۰۷ در سایت ITC، میزان صادرات این کشور به ایران ۷,۲۸۴,۰۴۹ هزار دلار و میزان واردات این کشور از ایران ۱۳,۳۰۶,۷۶۲ هزار دلار بوده است.

بالاترین سهم از میزان واردات ایران به چین را نفت و فرآورده‌های آن در بر می‌گیرد که ۱۱,۶۴۲,۷۹۱ هزار دلار اعلام شده است. در نهایت تراز تجاری چین با ایران با احتساب نفت و بدون احتساب آن چنین است:

تراز تجاری چین با ایران با احتساب نفت برابر با ۶,۰۲۲,۷۱۳ هزار دلار منفی و بدون احتساب نفت برابر ۵,۶۲۰,۰۷۸ هزار دلار مثبت می‌باشد. واضح است که بدون احتساب فروش نفت، این تراز همراه به ضرر ایران منفی بوده است.

۵-۳. میزان ذخایر ارزی

بر اساس تخمین سال ۲۰۰۷، میزان ذخایر ارزی و طلا در کشور چین، ۱/۴۹۳ تریلیون دلار بوده که مقام اول را در جهان و با اختلاف عظیمی با کشور دوم، ژاپن، کسب نموده است.

۶. نظام نرخ گذاری

با الحاق کشور چین به سازمان جهانی تجارت و تبعیت از نظام اقتصاد آزاد، دخالت دولت در نظام نرخ گذاری بسیار اندک بوده و قیمت‌ها تابع مکانیسم عرضه و تقاضا می‌باشد.

۷. منابع طبیعی

منابع طبیعی بسیاری در کشور چین وجود دارند. از این منابع، می‌توان به ذغال سنگ، سنگ آهن، نفت خام، گاز طبیعی، جیوه، قلع، تنگستن، سنگ سرمه، منگنز، مولیبدنوم، وانادیوم، مگنتیت، آلومینیوم، سرب، روی، اورانیوم، پتانسیل نیروی محرکه برق بزرگ‌ترین در جهان اشاره نمود.

فصل چهارم

زیرساختها

در این فصل به معرفی زیرساختهای موجود در کشور چین می‌پردازیم که برای برقراری مناسبات تجاری و مبادله کالا و ارائه خدمات کلیدی به شمار می‌روند. این زیرساختها عبارت‌اند از شبکه حمل و نقل، نظام بانکی، نظام بیمه‌ای و شبکه مخابراتی.

۱. حمل و نقل

چین از یک شبکه گسترده و به نسبت مجهز حمل و نقل برخوردار است. این کشور از انواع حمل و نقل اعم از ریلی، دریایی، هوایی و زمینی برخوردار است. در این قسمت به معرفی امکانات و زیرساختهای حمل و نقل می‌پردازیم.

۱-۱. دریایی



راههای آبی چین بیش از ۱۱۰,۰۰۰ رودخانه را در بر می‌گیرد که برای حمل و نقل داخلی قابل استفاده هستند. حمل و نقل دریایی چین خط ساحلی به طول ۱۸,۰۰۰ کیلومتر دارد که از کنار ۲۰ شهر بزرگ و متوسط می‌گذرد. زیرساخت حمل و نقل دریایی در چین را می‌توان مشتمل بر دو عنصر اصلی دانست؛ کانالها و بنادر که در ادامه به ارائه مشخصاتی از آنها خواهیم پرداخت. کانالها در کشور چین را می‌توان شامل سه کانال اصلی دانست:

❖ **کانال Grand** که طول آن ۱,۷۷۰ کیلومتر است.

❖ کانال Lingqu؛ طول این کانال ۳۶/۴ کیلومتر است.

❖ کانال Zhengguo

بنادر مهم چین شامل شانگهای، دالیان، تیانجین، سینگانگ، لانگ کو، هوانگ پو، کینگوانگ دائو، بی های، فیوزو، لیانیوگانگ، گوانگ زو، کینگ دائو، وتزو، ینگ کائو، یانتایی، نینگ پو، شانتو، باساو، فانگ چنگ، زانگ چیانگ، های کو، زیامن، زانگ جیاگانگ، نانتونگ، شی جیو وی های است.

بزرگ‌ترین بندر چین، شانگهای است. این بندر در حدود ۱۸۱ لنگرگاه دارد که از این تعداد ۵۵ لنگرگاه قادر به پذیرش کشتیهایی با ظرفیت ۱۰,۰۰۰ تن بار می‌باشند.



بندر شانگهای می‌تواند در یک زمان تا ۳۰,۰۰۰ کشتی را بپذیرد. بنادر اقماری نیز برای تقسیم کالاها و رساندن آنها به وسیله کشتیهایی کوچک‌تر به شانگهای ایجاد شده‌اند. حمل‌کنندگان خارجی می‌توانند از طریق بزرگ‌ترین رودخانه چین یعنی یانگ تسه حرکت نمایند.



بندر تیانجین بندر اصلی ساحل غربی دریای Bohai در شمال شرق چین است و مهم‌ترین بندر شهر صنعتی تیانجین و بندر اصلی ورود به شهر پکن محسوب می‌شود. از میان ۳۹ لنگرگاه این بندر، ۲۹ لنگرگاه پذیرای کشتیهایی با ظرفیت ۱۰,۰۰۰ تن یا بیشتر است. بندر تیانجین سالانه در حدود ۲۰ میلیون تن کالا را جابه‌جا می‌کند و گنجایش ۶۸۲۸ کانتینر را دارد.

۲-۱. هوایی

کشور چین در راستای توسعه صنعت هوانوردی، تا سال ۲۰۰۷ در حدود ۵۰۰ فرودگاه مختلف را ایجاد نموده است. در حدود ۴۰۰ نوع از آن دارای باند پرواز روسازی شده و در حدود ۱۰۰ مورد از آنها باند پروازی حدود ۳۰۰۰ متر یا کوتاه‌تر دارند.

تا سال ۲۰۰۷، ۳۵ مورد باند فرود هلی کوپتر نیز گزارش شده است.

در سال ۲۰۰۲، دولت نه مجموعه از خطوط هوایی که اکثراً دارای پروازهای خارجی بودند، را ادغام نمود. تا سال ۲۰۰۵، شش دسته از پروازهای دیگر نیز به این مجموعه اضافه شدند. این مجموعه‌های ادغام شده هوایی، چیزی بالغ بر ۸۶۰ هوانورد داشتند که اکثر آنها را هواپیماهای بوئینگ تشکیل می‌دادند.



شمار کلی هواپیماهایی که در چین وجود دارند، تا سال ۲۰۱۰ چیزی بالغ بر ۱۵۸۰ فروند خواهد بود. ۲۷ خط هوایی در چین، ۱۳۸ میلیون مسافر را جابه‌جا خواهد کرد.

شرکت ملی حمل و نقل تجارت خارجی چین^۱ سرویس کالایی خوبی را ارائه می‌دهد. این شرکت کالاها را به اروپا، آمریکای شمالی، ژاپن و جنوب شرقی آسیا حمل می‌کند.

چین شرکتهای سرمایه‌گذاری مشترکی برای ایجاد دفاتر امانات پستی از چین به سایر کشورهای جهان جهت برآورده ساختن نیازهای تجارت بین‌الملل ایجاد نموده است.

۳-۱. ریلی

خط آهن مهم‌ترین بخش در حمل و نقل چین به شمار می‌رود. در چین ۷۰ درصد حمل بار از طریق راه آهن انجام می‌شود. توسعه خط آهن یک عامل مهم در رشد اقتصاد ملی و افزایش استانداردهای سطح زندگی مردم بوده است. راه آهن در چین یک سیستم حیاتی برای اقتصاد این کشور به حساب می‌آید. راه آهن چین حجمی بالغ بر ۲۴ درصد از حجم کل راه‌آهنهای دنیا را در بر می‌گیرد و چین رتبه سوم را در دنیا به خاطر راه آهن خود کسب نموده است. طول کل مسیر آهن در چین در پایان سال ۲۰۰۶، ۷۶,۰۰۰ کیلومتر گزارش شده است.

سیستم ملی راه آهن در چین به سرعت در حال مدرنیزه شدن و توسعه می‌باشد. در حدود

۷۱,۸۹۸ کیلومتر از این خط آهن در پایان سال ۲۰۰۲ قابل استفاده بوده است. در کل از میزان ۷۱,۸۹۸ کیلومتر خط آهن، در حدود ۲۳,۹۴۵ کیلومتر از این مسیر را خط آهن برقی تشکیل می‌دهد که اندازه این ریلها ۰/۷۵ متر و گاهی به یک متر نیز می‌رسد.

در حدود ۲۳,۹۴۵ کیلومتر راه آهن دوطرفه نیز وجود دارد که در آمار کل به حساب نیامده است. از سال ۲۰۰۲، ۲۳,۰۵۸ کیلومتر مسیراز خط آهن دوطرفه شده است که در کل حدود ۳۸/۷ درصد را تشکیل می‌دهد.

در سال ۲۰۰۴ چین ۱۵,۴۵۶ لوکوموتیو داشته که مربوط به شبکه ملی ریلی بوده است. در زمانهای گذشته این لوکوموتیوها ۱۴۰۰ عدد و از نوع بخاری بودند که از سال ۱۹۹۹ به‌عنوان یکی از موارد جذب توریست به کار می‌روند؛ سایر لوکوموتیوهای باقی‌مانده را لوکوموتیوهای دیزلی و الکتریکی تشکیل می‌دهند، ۳۵۲ لوکوموتیو دیگر توسط راه‌آهن‌های محلی نگهداری می‌شوند. ۶۰۴ مورد نیز راه‌آهن‌های سرمایه‌گذاری مشترک می‌باشند.

خطوط راه‌آهن ارتباط با کشورهای چین قزاقستان، مغولستان و روسیه را برقرار نموده و ارتباط مستقیم با افغانستان، هند، نپال، پاکستان یا تاجیکستان بایستی از طریق لائوس ایجاد گردد.

۴-۱. زمینی

در مدت زمان جنگ با ژاپن در سال ۱۹۳۰، در چین راه‌های زیادی ساخته شد. زمانی که حزب کمونیست چین به روی کار آمد، تلاش زیادی جهت راه‌اندازی بزرگراه‌هایی نمود تا چین را به فراتر از مرز داخلی خود متصل نماید.

در سال ۲۰۰۵ چین در مجموع بیش از ۳/۳ میلیون کیلومتر از شبکه راه‌ها را دارا بود، اگرچه تقریباً ۱/۴۷ میلیون کیلومتر از این شبکه به‌عنوان "مسیر روستایی" نامگذاری شده است. راه‌های روسازی شده در سال ۲۰۰۴ به میزان ۷۷۰۲۶۵ کیلومتر می‌رسیدند؛ باقی‌مانده این میزان را جاده‌های شنی، زمین بهبود یافته و زمین دست نخورده تشکیل می‌دهند.

انتظار می‌رود تمام شهرهای اصلی تا سال ۲۰۲۰ توسط آزادراه‌هایی به یکدیگر متصل شوند. بزرگراه‌ها و وسایل نقلیه موتوری چیزی بالغ بر ۱۳/۵ درصد از محموله‌های دریایی و ۴۹/۱ درصد از مسافران را حمل می‌نمایند.

در سال ۲۰۰۳ چین گزارش داد که ۲۳/۸ میلیون وسیله نقلیه که برای مقاصد تجاری

استفاده شده اند، شامل ۱۴/۸ میلیون وسایل حمل و نقل عمومی و ۸/۵ میلیون کامیون بوده است. آخرین آمار مبنی بر وجود ۱/۳ میلیون وسیله شخصی در پکن بوده است که در پایان سال ۲۰۰۴، برای هر ۱۰۰ نفر، ۱۱ وسیله شخصی وجود داشته است.

در حدود ۴/۲۵ بلیون دلار آمریکا برای زیرساخت پکن در سال ۲۰۰۴ سرمایه‌گذاری شده است و همچنین قبل از المپیک سال ۲۰۰۸ نیز ۲۲ بلیون دلار آمریکا برای این شهر، سرمایه‌گذاری شده است.

۲. نظام بانکی

نظام بانکداری چین، نظامی متشکل از کنترل و تعدیل بانک مرکزی و با محورهای بانک کشوری و تقسیم کار بانکی، همکاریهای ارگانهای بانکداری، با سیاست‌گذاری و بازرگانی و ارتباط متقابل مکمل است. نظام بانکداری در چین شامل بانکهای تخصصی مرکزی (بانکداری تجاری)، مؤسسات غیر بانکی و مؤسسات اعتباری است.

بانک خلق چین عهده‌دار مسئولیتهای بانک مرکزی بوده و صنایع بانکداری سراسر چین را مورد کنترل و تعدیل قرار داده و بر آنها نظارت می‌کند. بانک چین تنها بانک برای عملیات بانکی بین‌المللی دولت است. این بانک مسئول نقل و انتقال ارزی، واریز کردن پرداختهای تجاری و غیر تجاری با کشورهای خارجی، گرفتن وامها و نگاه داشتن سپرده‌های ارزی است. این بانک بیشتر نقل و انتقالات مربوط به بیش از ۸۰ درصد درآمد و هزینه‌های ارزی در ارتباط با صادرات و واردات را بر عهده دارد.

بانک صنایع و بازرگانی، بانک چین، بانک کشاورزی و بانک سازندگی چین چهار بانک بازرگانی دولتی چین است. علاوه بر این، سه بانک سیاست‌گذاری بانک توسعه کشاورزی چین، بانک توسعه کشور و بانک واردات و صادرات در این کشور وجود دارد. در سال ۱۹۹۵، چین با صدور "قانون بانکهای بازرگانی" برای ایجاد سیستم و تشکیلات بانکی بازرگانی شرایط مناسبی فراهم کرده و برای تبدیل بانکهای تخصصی کشور به بانکهای بازرگانی دولتی بنیان قانونی ایجاد کرد. از سال ۱۹۹۶ به این طرف، سیستم تشکیلاتی صنایع بانکداری به تدریج تکمیل یافته و بانکهای بازرگانی با سرمایه دولتی به مؤسسات بانکداری مدرن با مدیریت مالی تبدیل شده و بیش از ۱۲۰ بانک بازرگانی سهامی کوچک و متوسط تأسیس و تشکیل شده است. همچنین ارگانهای بانکداری مربوط نظام اوراق بهادار و بیمه را استاندارد کرده و آن را توسعه بخشیده است.

کمیته نظارت و مدیریت صنایع بانکداری چین ارگان نظارتی و مدیریتی بانکهای چین

است. از ۲۸ آوریل سال ۲۰۰۳، این ارگان به‌طور رسمی وظایف خود را اجرا کرده است. این ارگان مقررات، نظام و شیوه‌های مربوط به نظارت و مدیریت ارگانهای بانکداری صنایع بانکی را تنظیم و به‌طور مستقیم و غیر مستقیم بر ارگانهای مذکور نظارت و بر آنها مدیریت می‌کند و طبق قوانین اقدامات مغایر با قوانین و مقررات را پیگیری و به آنها رسیدگی می‌کند.

به‌طور کلی بانکهای اصلی چین به شرح ذیل هستند:

- ❖ بانک چین^۱
- ❖ بانک کشاورزی چین^۲
- ❖ بانک توسعه کشاورزی چین^۳
- ❖ بانک پکن^۴
- ❖ بانک ارتباطات^۵
- ❖ بانک شانگهای^۶
- ❖ بانک ساختمان چین^۷
- ❖ بانک توسعه چین^۸
- ❖ بانک Everbright چین^۹
- ❖ بانک بازرگانان چین^{۱۰}
- ❖ شرکت سهامی خاص بانکی Minsheng^{۱۱}
- ❖ بانک توسعه گوانگ دونگ^{۱۲}
- ❖ بانک هواکسیا^{۱۳}

1. Bank of China

2. Agricultural Bank of China

3. Agricultural Development Bank of China

4. Bank of Beijing

5. Bank of Communications

6. Bank of Shanghai

7. China Construction Bank

8. China Development Bank

9. China Everbright Bank

10. China Merchants Bank

11. China Minsheng Banking Corp. LTD

12. Guangdong Development Bank

13. Huaxia Bank

- ❖ بانک تجاری صنعتی چین^۱
- ❖ بانک صنعتی^۲
- ❖ بانک توسعه پودنگ شانگهای^۳
- ❖ بانک تجاری شن زن^۴
- ❖ بانک توسعه شن زن^۵
- ❖ بانک صادرات-واردات چین^۶
- ❖ بانک بین‌المللی زیامن^۷

کلیه بانکهای فوق دارای شعباتی در سراسر چین هستند. شاخصهای مرتبط با هفت بانک مهم چین طبق جدول شماره ۵ می‌باشد:

جدول ۵: شاخصهای مرتبط برای هفت بانک چین واحد: ۱۰۰ میلیون دلار آمریکا

رتبه در ۱۰۰۰ بانک برتر جهان	عنوان بانک	سرمایه اولیه	دارایی نهایی	سودهای پیش - مالیات	نرخ رشد سود واقعی درصد
۶	بانک تجاری - صنعتی چین	۲۲۲/۱۳	۳۹۱۲/۱۳	۴/۱۷	۱۴/۱
۱۸	بانک چین	۱۴۷/۱۲	۲۹۹۰/۰۷	۴/۲۵	- ۷۴/۲
۶۵	بانک ساختمان چین	۵۹/۸۸	۲۰۳۱/۱۶	۱۲/۱۵	۲۰/۱
۹۹	بانک کشاورزی	۴۸/۰۲	۱۹۰۰/۴۵	۰/۹۵	- ۸۳/۷
۱۲۹	بانک ارتباطات	۲۸/۱۶	۵۸۴/۵۴	۳/۲۲	- ۴۸/۵
۳۰۰	بانک بازرگانان	۹/۷۴	۱۶۶/۷۹	۲/۴۲	- ۲۹/۷
۹۳۸	بانک بین‌المللی Xiamen	۱/۶۳	۱۲/۰۸	۰/۲۲	- ۱۴/۶

Beijing Review Vol. 43 No. 16 Ap

1. Industrial and Commercial Bank of China
2. Industrial Bank Co. LTD
3. Shanghai Pudong Development Bank
4. Shenzhen Commercial Bank
5. Shenzhen Development Bank
6. The Export-Import Bank of China
7. Xiamen International Bank

۳. نظام بیمه‌ای

صنایع بیمه چین پس از توقف ۲۰ ساله از سال ۱۹۸۰ کار خود را از سر گرفته است. در سال ۱۹۸۱، شرکت بیمه خلق چین از یک ارگان دولتی به یک شرکت تخصصی تبدیل شده و شرکت کل و شرکتهای فرعی در استانها، مناطق خودمختار، شهرهای تابع مرکز و شرکتهای فرعی در شهرستانها را تأسیس کرد. در سال ۱۹۸۸، شرکت بیمه تندرستی و شرکت بیمه اقیانوس آرام که به طور عمده در مناطق ساحلی فعالیت می‌کنند تأسیس شدند. در سال ۱۹۹۶، شرکت بیمه خلق چین ضمن تغییر نظام مدیریت و شیوه‌های مدیریت، نظام موسسه مدرن را ایجاد کرد و گامی بزرگ در زمینه پیوستن به بازار بین‌المللی برداشت. صدور قانون بیمه چین در سال ۱۹۸۵ و تأسیس کمیته نظارت و مدیریت بیمه چین در سال ۱۹۸۸، برای گردش بازار بیمه این کشور اساس قانونی و مقررات گردش‌ی ایجاد کرده است.

اکنون چین جمعاً بیش از ۷۰ هزار شرکت بیمه، ارگان واسطه‌ای بیمه، ارگانهای کفالت بیمه و انواع گوناگون بیمه مانند بیمه عمر، بیمه تندرستی، بیمه حوادث و بیمه دارایی دارد. به علاوه بیش از ۳۰ شرکت بیمه مجاز با سرمایه خارجی در چین فعالیت می‌کنند و بیش از ۱۰۰ شرکت بیمه با سرمایه خارجی بیش از ۲۰۰ نمایندگی در چین تأسیس کرده و منتظر ورود به بازار بیمه چین هستند.

بیمه در چین به دلیل رشد سریع سرمایه‌گذاریهای خارجی، تولید مشترک با شرکتهای خارجی، تجارت متقابل و صادرات نیروی کار، رو به رشد است. بیمه‌های زیر در اختیار تجارت کالایی بین‌المللی می‌باشند:

- ❖ بیمه دریایی برای کالاهای وارداتی و صادراتی
- ❖ ضرر و زیان هزینه برای شخص ثالث
- ❖ ریسکهای حمایتی و غرامت
- ❖ بیمه تصادف شخصی
- ❖ جنگ و مخاطرات سیاسی
- ❖ بیمه سرمایه‌گذاری
- ❖ بیمه مسئولیت

- ❖ بیمه تمام خطرات^۱
 - ❖ بیمه موسسات و داراییهای خصوصی
 - ❖ بیمه پردازش مواد خارجی و تجارت متقابل^۲
 - ❖ بیمه دارایی در ارتباط با سرمایه‌گذاری مشترک، شامل خرابی ماشین آلات، ورشکستگی و تصادف شخصی
 - ❖ ضمانت حسن انجام کار^۳
 - ❖ بیمه ریسک سیاسی و بیمه عمر گردشگری
- پوشش عمده بیمه در چین شامل موارد ذیل می‌باشد:

❖ بیمه حمل کالا

❖ بیمه دریایی

❖ بیمه FPA^۴ که موارد زیر را در بر می‌گیرد:

الف) تمامی ضرر کالای ارسالی که به علت بلایای طبیعی یا تصادف در حین حمل آسیب دیده است.

ب) ضرر ناشی از افتادن کل محموله یا بسته‌ها در دریا حین بارگیری، انتقال و جابه جایی یا تخلیه

ج) ضرر ناشی یا خسارت به‌وجود آمده برای محموله‌ها به دلیل به گل نشستن، به صخره خوردن، غرق شدن، برخورد با یخهای شناور یا سایر حوادث به‌وجود آمده با آتش یا انفجار

❖ بیمه WA^۵ شامل بیمه مسئولیت مدنی یا تحت FPA و همین‌طور ضررهای جزئی که در اثر بلایای طبیعی ایجاد شده که تحت پوشش FPA نیست.

❖ بیمه تمام ریسکها^۶، که تکامی مسئولیتها را تحت FPA و WA و همین‌طور تمامی

1. All Risk and Erection All Risks

2. Compensation

3. Surety and performance bounding

4. Free of Particular Average

5. With Average

6. All Risks

ضررها و خسارات ناشی از عوامل خارجی را پوشش می‌دهد.

- ❖ بیمه کلی حمل و نقل یا خسارت ایجاد شده در اثر بلایای طبیعی یا حوادثی نظیر تصادف و واژگون شدن قطار یا کامیون در حال حمل کالا.
 - ❖ بیمه پستی. این بیمه، ضرر یا خسارات مربوط به بسته‌های پستی، ناشی از بلایای طبیعی یا حوادث در حین ارسال را شامل می‌شود.
 - ❖ بیمه حمل هوایی ضرر یا خسارات ناشی از بلایای طبیعی یا حوادثی نظیر انفجار، تصادف یا سقوط هواپیمای حامل کالا را پوشش می‌دهد.
 - ❖ بیمه موتور (ماشین) شامل بیمه کشتی و شخص ثالث
- تجارت بیمه در چین توسط شرکتهای تحت نظر دولت انجام می‌شود.

اسامی این شرکتهای به شرح زیر می‌باشد:

- ❖ شرکت بیمه خلق چین^۱
- ❖ شرکت بیمه چین^۲
- ❖ شرکت بیمه Tai Ping^۳
- ❖ شرکت بیمه کشاورزی؛ سین جیانگ
- ❖ شرکت بیمه Pingan
- ❖ بانک ارتباطات

شرکت بیمه چین و شرکت بیمه Tai Ping تحت هدایت شرکت بیمه خلق چین کار می‌کنند و دارای شعباتی در هنگ‌کنگ، ماکائو و سنگاپور می‌باشند که امور آن سوی دریاها را انجام می‌دهند. شرکت بیمه خلق چین در لندن، نیویورک، هامبورگ و توکیو دفتر نمایندگی دارد.

۴. زیرساختهای ارتباطی

در این قسمت به تشریح زیرساختهای ارتباطی موجود در چین شامل امکانات و تجهیزات

1. PICC
2. CIC
3. TPIC

مخابراتی و اینترنتی می‌پردازیم. برای این منظور نخست سازمانها و شرکتهای مسئول در این زمینه را معرفی کرده و سپس تصویری از میزان توسعه زیرساختهای ارتباطی در این کشور ارائه خواهیم نمود.

۴-۱. مخابرات

در سال ۲۰۰۲، چین به‌عنوان بزرگ‌ترین کشور از لحاظ تشکیلات مخابراتی شناخته شد. مخابرات چین در بین سالهای ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۲ چیزی بالغ بر ۲۰ درصد رشد داشته است. تا سال ۲۰۰۴، ۲۵ بلیون دلار آمریکا برای خطوط ثابت در چین سرمایه‌گذاری شده است. تا سال ۲۰۰۰ تنها از هر ۱۰ فرد چینی، یک نفر تلفن داشت. امروزه بیش از یک سوم مردم دارای تلفن ثابت هستند. در طول پنج سال ۹۵۰ میلیون موبایل و خط ثابت در چین وجود خواهد داشت که این میزان، سه بار بزرگ‌تر از جمعیت آمریکا می‌باشد.

اپراتورها نیز منحصراً چینی هستند، دو اپراتور خط ثابت با پهنه ملی و دو سیستم اپراتور موبایل نیز در این بین وجود دارد. این تجهیزات (وجود شبکه بی‌سیم و ADSL) باعث به‌وجود آمدن خدماتی همچون دولت الکترونیک، بانک الکترونیک و تجارت الکترونیک شده است.

۴-۲. اینترنت

با توجه به بررسیهای انجام شده، و با توجه به این موضوع که میزان کاربران اینترنت در چین در سال ۲۰۰۶، ۱۰/۵ درصد از کل کاربران جهان را داشته و نظر به اینکه در سال ۲۰۰۷، ۱۶ درصد از کاربران را در جهان به خود اختصاص داده است، می‌توان دریافت که چین از شرایط اینترنت خوبی برخوردار می‌باشد.

بخش دوم تجارت خارجی



فصل پنجم

اطلاعات کلی

در این فصل آخرین وضعیت صادرات و واردات کشور چین را بررسی نموده و کشورهای عمده طرف مبادلات تجاری با این کشور را معرفی می‌نماییم.

۱. تراز تجاری

در سال ۲۰۰۷ میلادی، ارزش واردات چین ۹۵۵,۹۵۵,۸۴۰ هزار دلار بوده است. این در حالی است که در همین سال این کشور ۱,۲۱۷,۷۷۵,۷۴۴ هزار دلار کالا صادر نموده است. ارقام یاد شده نشان می‌دهد که در سال ۲۰۰۷ تراز تجاری چین ۲۶۱,۸۱۹,۹۰۴ هزار دلار مثبت بوده است.

در جدول شماره ۶ تراز تجاری چین طی سالهای ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۷ ارائه شده است.

جدول ۶: تراز تجاری چین در سالهای ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۷

شرح	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷
صادرات	۴۳۸,۲۲۷,۷۶۷	۵۹۳,۳۲۵,۵۸۱	۷۶۱,۹۵۳,۴۱۰	۹۶۸,۹۳۵,۶۰۱	۱,۲۱۷,۷۷۵,۷۴۴
واردات	۴۱۲,۷۵۹,۷۹۶	۵۶۱,۲۲۸,۷۴۸	۶۵۹,۹۵۲,۷۶۲	۷۹۱,۴۶۰,۸۶۸	۹۵۵,۹۵۵,۸۴۰
حجم مبادلات تجاری	۸۵۰,۹۸۷,۵۶۳	۱,۱۵۴,۵۵۴,۳۲۹	۱,۴۲۱,۹۰۶,۱۷۲	۱,۷۶۰,۳۹۶,۴۶۹	۲,۱۷۳,۷۳۱,۵۸۴
تراز تجاری	۲۵,۴۶۷,۹۷۱	۳۲,۰۹۶,۸۳۳	۱۰۲,۰۰۰,۶۴۸	۱۷۷,۴۷۴,۷۳۳	۲۶۱,۸۱۹,۹۰۴

همان‌گونه که جدول فوق نشان می‌دهد، طی سالهای ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۷ نسبت صادرات به واردات در چین بیشتر بوده است. اختلاف میان میزان صادرات و واردات طی سالهای

۲۰۰۳ تا ۲۰۰۴ به نسبت اندک بوده و از سال ۲۰۰۵ این اختلاف رو به افزایش گذاشته و همان گونه که مشاهده می شود در سال ۲۰۰۷ به ۲۶۱,۸۱۹,۹۰۴ هزار دلار رسیده است.

تراز تجاری کشور چین همواره طی سالهای ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۷ مثبت بوده است.

۲. صادرات

بر اساس اطلاعات مندرج در سایت ICT ارزش کل صادرات چین در سال ۲۰۰۷، برابر با ۱,۲۱۷,۷۷۵,۷۴۴ هزار دلار بوده که از این میزان، بیشترین سهم مرتبط با گروه کالایی شماره ۸۵ (ماشین آلات و دستگاههای برقی و اجزا و قطعات آنها؛ دستگاههای ضبط و پخش صوت، دستگاههای ضبط و پخش صوت و تصویر تلویزیونی، اجزا و قطعات و متفرعات این دستگاهها) برابر با ۳۰۰,۲۶۳,۳۶۰ هزار دلار و پس از گروه کالایی شماره ۸۴ (راکتورهای هسته‌ای، دیگ بخار و آبگرم، ماشین آلات و وسایل مکانیکی؛ اجزا و قطعات آنها) برابر با ۲۲۸,۵۵۱,۸۰۸ هزار دلار بوده است.

جدول شماره ۷ ارزش صادرات چین را در سال ۲۰۰۷ به تفکیک گروه کالایی نشان می دهد. در سال ۲۰۰۶ نیز ارزش کل صادرات چین برابر با ۹۶۸,۹۳۵,۶۰۰ هزار دلار بوده که همانند سال ۲۰۰۷ همچنان بیشترین سهم مربوط به گروههای کالایی شماره ۸۴ و ۸۵ بوده است.

جدول ۷: ارزش صادرات چین در سال ۲۰۰۷ به تفکیک گروه کالایی

ردیف	کد	نام محصول	ارزش (هزار دلار)	رشد سالانه ارزش بین سالهای ۲۰۰۶-۲۰۰۷ (درصد)
		کل محصولات	۱,۲۱۷,۷۷۵,۷۴۴	۲۵/۶۸
۱	۸۵	ماشین آلات	۳۰۰,۲۶۳,۳۶۰	۳۲
۲	۸۴	دیگهای بخار	۲۲۸,۵۵۱,۸۰۸	۲۲/۵
۳	۶۱	لباس (کشباف)	۶۱,۳۲۶,۰۰۸	۳۶/۵۸
۴	۶۲	لباس (غیرکشباف)	۴۷,۳۱۵,۶۵۶	۸/۲۲
۵	۷۲	چدن، آهن و فولاد	۳۹,۹۴۲,۵۴۰	۵۸/۹۳

۱۳/۶۵	۳۷,۰۶۱,۷۲۰	آلات و دستگاههای اپتیک	۹۰	۶
۳۶/۹۴	۳۶,۶۷۷,۸۴۸	مصنوعات از چدن و آهن	۷۳	۷
۲۸/۵۷	۳۵,۹۴۲,۰۲۰	مبلمان طبی	۹۴	۸
۴۲/۱۵	۳۱,۸۰۳,۵۶۰	وسایل نقلیه زمینی	۸۷	۹
۱۹/۷۴	۲۷,۱۰۵,۱۸۸	اسباب‌بازیا	۹۵	۱۰
۱۸/۷۸	۲۶,۳۹۷,۲۳۲	مواد پلاستیکی	۳۹	۱۱
۱۶/۰۱	۲۵,۳۰۵,۵۸۸	کفش	۶۴	۱۲
۳۲/۵۲	۲۰,۵۹۶,۷۸۴	محصولات آلی	۲۹	۱۳
۱۲/۲۷	۱۹,۹۵۰,۹۷۰	سوختها	۲۷	۱۴
۱۴/۷۲	۱۴,۲۲۹,۳۴۰	اشیای چرمی	۴۲	۱۵
۱۲/۲۴	۱۳,۵۵۴,۹۰۱	سایر اشیای نسجی دوخته مهیا	۶۳	۱۶
۵۰/۶۹	۱۲,۲۲۰,۱۰۹	کشتیها، قایقها و شناورها	۸۹	۱۷
۲۴/۷۵	۱۱,۵۷۲,۹۵۲	آلومینیوم	۷۶	۱۸
۳۶/۴۹	۱۰,۱۱۵,۵۷۹	کائوچو	۴۰	۱۹
۱۴	۹,۷۷۳,۱۱۹	چوب و اشیای چوبی	۴۴	۲۰

جدول شماره ۸ نیز کشورهای عمده واردکننده کالا از چین را در سال ۲۰۰۷ نشان می‌دهد.

جدول ۸: مهم‌ترین واردکنندگان کالا از چین در سال ۲۰۰۷

ردیف	نام کشور	ارزش (میلیارد دلار)	سهم از کل صادرات (درصد)
۱	امریکا	۲۳۳	۱۹/۱
۲	هنگ کنگ	۱۸۴/۴	۱۵/۱
۳	ژاپن	۱۰۲	۸/۴
۴	جمهوری کره	۵۶	۴/۶
۵	آلمان	۴۸/۷	۴

۳/۴	۴۱/۴	هلند	۶
۲/۶	۳۱/۶	انگلستان	۷
۲/۴	۲۹/۶	سنگاپور	۸
۲/۳	۲۸/۴	روسیه	۹
۲	۲۴	هند	۱۰

به طوری که مشاهده می‌شود، ایران جزو ۱۰ کشور عمده مقصد صادرات چین نیست. ارزش صادرات چین به ایران در سال ۲۰۰۷، حدود ۷/۲ میلیارد دلار بوده است که ۰/۶ درصد ارزش کل صادرات چین را در این سال تشکیل داده است.

۳. واردات

جدول شماره ۹، ارزش واردات چین را در سالهای ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۷ به تفکیک گروه کالایی نشان می‌دهد. همان‌گونه که مشاهده می‌گردد، چین در سال ۲۰۰۷، ۹۵۵،۹۵۵،۸۴۰ هزار دلار واردات داشته که از این میزان، بیشترین سهم مرتبط با کالای شماره ۸۵ (ماشین‌آلات و دستگاههای برقی و اجزا و قطعات آنها؛ دستگاههای ضبط و پخش صوت، دستگاههای ضبط و پخش صوت و تصویر تلویزیونی، اجزا و قطعات و متفرعات این دستگاهها) و بعد از آن کالای شماره ۸۴ (راکتورهای هسته‌ای، دیگ بخار و آبگرم، ماشین‌آلات و وسایل مکانیکی؛ اجزا و قطعات آنها) بوده است.

جدول ۹: ارزش مهم‌ترین اقلام وارداتی چین در سالهای ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۷ (هزار دلار)

کد	نام محصول	۲۰۰۷	۲۰۰۶	۲۰۰۵	۲۰۰۴	۲۰۰۳
	کل محصولات	۹۵۵،۹۵۵،۸۴۰	۷۹۱،۴۶۰،۸۶۸	۶۵۹،۹۵۲،۷۶۲	۵۶۱،۲۲۸،۷۴۸	۴۱۲،۷۵۹،۷۹۶
۸۵	ماشین‌آلات	۲۵۶،۸۲۸،۹۹۲	۲۱۸،۹۶۵،۷۴۳	۱۷۴،۸۳۵،۲۴۲	۱۴۲،۳۱۳،۳۳۷	۱۰۳،۹۱۸،۳۹۹
۸۴	دیگهای بخار	۱۲۴،۱۷۴،۱۲۰	۱۰۹،۱۲۲،۴۲۵	۹۶،۲۸۳،۶۹۱	۹۱،۶۰۱،۱۴۰	۷۱،۴۹۰،۸۷۶
۲۷	سوختها	۱۰۴،۹۸۶،۱۰۴	۸۹،۰۹۸،۴۳۵	۶۴،۰۸۸،۹۵۶	۴۸،۰۲۶،۷۷۱	۲۹،۲۴۷،۵۵۴
۹۰	آلات و اپتیک	۶۹،۵۳۴،۵۱۲	۵۸،۸۵۹،۷۰۹	۴۹،۹۶۳،۳۲۵	۴۰،۱۴۷،۰۱۲	۲۵،۱۳۴،۱۹۸

۷,۱۷۴,۹۰۴	۱۷,۲۷۲,۵۸۰	۲۶,۰۳۲,۵۲۰	۳۲,۱۶۴,۴۳۳	۵۴,۰۴۹,۹۲۰	سنگ فلز، جوش و خاکستر	۲۶
۲۱,۰۳۰,۳۴۴	۲۸,۰۵۵,۵۳۱	۳۳,۳۰۸,۲۰۵	۳۷,۸۳۲,۸۹۲	۴۵,۳۲۳,۳۷۶	مواد پلاستیکی	۳۹
۱۶,۰۰۵,۸۱۶	۲۳,۸۴۶,۴۸۱	۲۸,۰۱۹,۳۶۰	۲۹,۸۵۹,۴۸۴	۳۸,۴۲۶,۰۱۲	محصولات شیمیایی آلی	۲۹
۷,۱۶۶,۲۰۵	۱۰,۴۷۶,۴۸۸	۱۲,۸۹۶,۳۶۲	۱۷,۱۸۶,۶۵۸	۲۷,۱۶۵,۵۶۰	مس	۷۴
۲۲,۲۲۲,۷۸۱	۲۳,۶۹۱,۳۹۲	۲۶,۲۰۹,۹۴۳	۲۰,۰۳۵,۹۲۴	۲۳,۰۱۵,۴۱۲	چدن، آهن و فولاد	۷۲
۱۱,۷۸۶,۵۱۴	۱۳,۱۰۲,۳۵۲	۱۲,۳۰۹,۰۹۱	۱۷,۰۵۱,۷۹۸	۲۲,۱۳۳,۰۹۰	وسایل نقلیه زمینی	۸۷
۵,۶۵۹,۹۴۴	۷,۳۷۱,۶۱۵	۸,۱۵۸,۷۴۴	۸,۱۱۷,۲۰۲	۱۲,۲۶۶,۵۰۰	دانه و میوه روغنی	۱۲
۴,۴۶۱,۳۱۸	۴,۹۹۰,۲۵۷	۶,۵۶۱,۲۵۵	۱۰,۹۴۰,۳۵۷	۱۰,۴۶۷,۶۹۰	وسایل نقلیه هوایی	۸۸
۳,۷۱۵,۰۷۷	۴,۷۴۲,۲۰۷	۵,۵۸۴,۹۵۱	۸,۴۳۹,۹۸۶	۹,۵۹۲,۸۴۱	کائوچو	۴۰
۳,۸۹۱,۸۶۸	۵,۲۹۶,۷۱۴	۶,۱۸۲,۶۳۴	۷,۱۴۰,۳۱۴	۹,۵۸۹,۵۸۹	خمیر چوب	۴۷
۴,۹۴۰,۶۴۰	۴,۸۴۸,۰۰۹	۶,۰۵۲,۱۲۰	۷,۴۱۰,۹۹۵	۸,۲۹۳,۹۹۸	محصولات شیمی	۳۸
۳,۳۷۳,۰۴۸	۴,۶۴۱,۳۱۲	۵,۵۹۶,۰۷۶	۶,۹۴۴,۶۱۲	۸,۰۴۵,۰۶۴	مصنوعات	۷۳
۴,۶۴۲,۵۰۴	۵,۲۰۳,۹۶۷	۵,۷۱۲,۸۴۳	۶,۴۶۰,۰۶۵	۷,۹۷۹,۳۹۱	چوب و اشیای چوبی	۴۴
۴,۶۴۹,۵۲۲	۶,۸۹۷,۹۰۵	۷,۰۷۷,۵۰۷	۹,۱۰۹,۳۸۱	۷,۷۱۸,۱۹۹	پنبه	۵۲
۲,۹۲۴,۹۳۳	۴,۲۰۸,۵۴۴	۳,۳۱۰,۷۹۹	۳,۹۲۰,۳۷۵	۷,۵۷۵,۶۶۴	چربیها	۱۵
۳,۳۵۴,۰۵۷	۴,۹۳۰,۸۱۰	۵,۰۱۱,۵۵۴	۶,۱۹۳,۵۹۳	۶,۷۴۴,۸۸۹	آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم	۷۶
۸۹۵,۵۳۹	۱,۳۲۳,۲۰۰	۲,۱۷۶,۷۰۵	۳,۵۷۸,۴۴۶	۶,۵۲۱,۷۳۹	نیکل و مصنوعات از نیکل	۷۵

۲,۷۲۵,۴۳۹	۳,۹۶۰,۶۶۶	۴,۸۱۱,۷۸۹	۶,۲۸۶,۸۰۱	۶,۴۱۶,۵۳۰	محصولات شیمیایی	۲۸
۱,۸۴۷,۲۷۹	۲,۶۵۵,۰۳۶	۳,۴۶۹,۷۴۷	۴,۶۱۶,۲۰۷	۶,۲۵۶,۶۶۷	مروارید و سنگ	۷۱
۳,۷۶۵,۸۹۰	۴,۶۰۰,۵۳۳	۴,۸۲۶,۶۳۹	۵,۵۶۷,۱۹۳	۵,۹۶۴,۶۷۴	پوست خام و چرم	۴۱
۴,۳۹۳,۰۲۷	۴,۶۳۷,۵۱۰	۴,۳۸۷,۳۳۹	۴,۲۱۵,۰۶۲	۴,۲۸۷,۳۷۹	کاغذ و مقوا	۴۸
۲,۵۸۲,۹۹۸	۲,۹۷۵,۱۸۳	۳,۰۸۱,۴۰۵	۳,۵۰۷,۲۸۱	۳,۸۰۵,۶۷۴	عصاره دباغی	۳۲
۳,۶۰۳,۰۴۵	۳,۸۰۷,۶۶۱	۳,۷۷۵,۹۵۷	۳,۷۹۵,۱۹۰	۳,۷۵۷,۱۶۲	الیاف سنتتیک	۵۴
۱,۳۹۱,۵۶۹	۱,۵۷۱,۷۴۰	۱,۹۵۸,۷۱۱	۲,۳۹۴,۲۱۹	۳,۴۵۰,۸۲۶	محصولات دارویی	۳۰
۱,۸۶۴,۸۹۹	۲,۳۳۹,۹۴۴	۲,۸۷۹,۰۶۸	۳,۱۵۵,۱۳۶	۳,۴۴۲,۷۶۶	ماهیهها و قشرداران	۳
۲,۰۶۳,۳۱۲	۲,۴۷۵,۳۷۳	۲,۵۴۶,۷۷۶	۲,۹۶۳,۰۶۱	۳,۲۷۳,۴۷۰	شیشه و محصولات شیشه ای	۷۰
۱,۲۸۰,۷۲۸	۱,۸۰۱,۱۵۷	۲,۱۷۱,۱۰۲	۲,۲۷۴,۸۴۳	۳,۰۵۰,۶۲۲	نمک و گوگرد	۲۵
۱,۷۶۳,۰۹۸	۲,۲۸۷,۶۸۵	۳,۰۵۱,۴۲۳	۲,۴۸۴,۳۹۸	۲,۹۰۶,۱۹۴	کودها	۳۱
۳,۲۶۱,۱۶۲	۳,۴۲۱,۴۹۷	۳,۲۵۷,۴۹۶	۲,۸۲۶,۸۴۷	۲,۸۰۷,۰۸۸	الیاف سنتتیک	۵۵
۱,۶۸۲,۸۵۵	۲,۰۸۸,۷۶۴	۲,۱۴۷,۲۷۸	۲,۱۴۰,۹۴۷	۲,۶۹۸,۳۰۳	پشم، کرک	۵۱
۱,۲۶۵,۴۲۶	۱,۵۲۸,۰۳۱	۲,۰۰۴,۶۳۸	۲,۰۲۹,۳۹۱	۲,۴۶۳,۲۲۸	سایر کالاها	۹۹
۱,۶۴۰,۳۴۱	۱,۸۱۲,۰۱۱	۱,۸۷۸,۲۵۶	۲,۱۵۲,۶۹۰	۲,۳۲۸,۶۲۶	پارچه کشیاف	۶۰
۹۵۲,۱۲۵	۱,۳۲۹,۲۱۵	۱,۵۹۸,۷۲۴	۱۳,۸۶۶,۸۹۲	۲,۱۸۰,۰۸۶	ابزارها	۸۲
۷۵۸,۱۶۱	۱,۰۳۰,۶۲۲	۱,۲۳۷,۰۱۷	۱,۴۹۷,۰۴۷	۱,۸۵۹,۱۶۳	صابون	۳۴
۱,۲۲۵,۴۶۲	۱,۳۴۹,۸۲۷	۱,۴۵۰,۱۲۴	۱,۵۶۸,۸۷۰	۱,۷۰۷,۹۴۰	پارچه آغشته و اندوده	۵۹
۷۵۷,۵۵۱	۴۷۵,۷۹۰	۵۸۶,۷۳۹	۶۸۵,۷۳۸	۱,۵۱۹,۷۶۰	گوشت و احشاء خوراکی	۲
۹۳۸,۲۰۴	۱,۰۶۳,۶۲۴	۱,۰۹۶,۸۸۱	۱,۱۰۵,۷۳۴	۱,۴۴۰,۳۲۴	اشیای صنعت ساعت سازی	۹۱

۴۴۷,۵۷۱	۳۴۵,۵۹۹	۴۸۲,۵۲۰	۱,۲۰۶,۰۹۲	۱,۴۲۲,۲۶۴	لوکوموتیوهای راه آهن یا تراموا	۸۶
۶۱۰,۳۴۹	۷۸۷,۹۲۸	۸۸۴,۵۴۲	۱,۰۶۷,۸۶۸	۱,۳۳۱,۵۴۰	مواد آلبومینوئید	۳۵
۶۶۰,۱۶۵	۸۵۲,۶۶۲	۵۲۷,۸۲۰	۹۴۴,۸۴۵	۱,۲۹۹,۷۶۱	میلهای طبی	۹۴
۴۴۴,۷۳۲	۴۹۰,۰۹۰	۶۰۸,۵۵۴	۷۶۰,۳۸۷	۱,۲۹۴,۶۳۶	اسباب بازیها	۹۵
۶۵۹,۱۷۸	۹۴۶,۴۷۸	۱,۳۰۵,۴۶۲	۱,۲۹۷,۳۲۱	۱,۲۷۹,۲۵۶	تفاله خوراکی	۲۳
۵۷۶,۸۳۱	۷۳۴,۸۹۴	۸۶۰,۲۹۵	۱,۱۰۴,۷۴۴	۱,۲۶۲,۵۷۴	مصنوعات گونگون از فلزات معمولی	۸۳
۷۲۰,۴۷۸	۸۹۶,۱۲۵	۹۸۰,۰۷۷	۱,۰۶۰,۲۹۲	۱,۲۴۷,۶۷۲	محصولات عکاسی	۳۷
۴۱۸,۱۸۸	۶۵۲,۳۷۸	۱,۰۰۵,۸۶۶	۱,۵۸۰,۲۵۳	۱,۲۳۴,۷۹۹	روی و مصنوعات از روی	۷۹
۷۸۴,۰۰۴	۷۹۲,۵۹۹	۸۱۴,۹۹۳	۸۶۸,۴۵۹	۱,۰۲۲,۳۶۹	لباس (غیر کشیاف)	۶۲
۸۱۲,۰۸۷	۱,۰۲۳,۴۲۵	۴۸۲,۲۷۷	۵۳۰,۷۵۶	۹۹۳,۰۲۰	کشتیها، قایقها و شناورها	۸۹
۲۴۲,۳۲۰	۴۲۰,۰۵۶	۶۵۲,۳۳۲	۸۱۸,۳۱۱	۹۶۹,۸۴۴	سایر فلزات معمولی	۸۱
۴۹۵,۹۶۷	۶۱۸,۹۰۳	۶۵۸,۷۲۷	۷۳۸,۵۶۲	۹۱۵,۰۱۷	میوه	۸
۵۲۴,۶۳۴	۶۱۸,۷۴۰	۷۰۶,۸۸۴	۸۳۲,۵۷۸	۹۰۰,۰۱۴	نمد و پارچه نبافته	۵۶
۱۸۶,۴۶۷	۲۶۱,۰۷۲	۴۰۹,۶۱۰	۵۸۵,۷۸۲	۸۶۶,۱۵۹	نوشابهها، آبگونههای الکلی و سرکه	۲۲
۲۸۱,۲۵۰	۳۹۲,۸۴۹	۵۰۰,۵۰۶	۵۹۹,۵۸۵	۸۰۹,۸۲۰	روغنهای اسانسی و شبه رزین ها	۳۳

۴۸۵,۸۳۱	۶۱۵,۷۱۳	۶۷۵,۱۵۴	۷۱۸,۱۰۲	۸۰۴,۴۷۰	مصنوعات گوناگون	۹۶
۲۴۱,۷۶۸	۸۴۳,۴۰۴	۵۲۳,۵۸۱	۷۵۵,۵۳۴	۸۰۰,۲۶۸	سبزیجات، نباتات و غده‌های زیر خاکی خوراکی	۷
۵۵۶,۵۶۲	۶۴۲,۲۴۹	۶۹۵,۴۵۶	۷۱۷,۰۴۷	۷۸۹,۹۰۰	لباس (کشپاف)	۶۱
۷۰۷,۳۴۹	۸۱۷,۸۷۸	۸۴۵,۷۷۹	۸۳۸,۱۷۸	۷۶۷,۸۹۲	پارچه‌های تاروپود	۵۸
۳۴۱,۵۱۱	۴۶۴,۴۹۹	۵۳۵,۸۲۹	۶۴۰,۴۵۲	۷۶۰,۲۵۴	مصنوعات سنگی	۶۸
۳۴۹,۸۳۲	۴۴۸,۰۷۲	۴۶۱,۷۸۰	۵۶۵,۲۴۳	۷۵۳,۱۱۰	شیر، محصولات لبنی	۴
۳۷۳,۶۲۲	۴۷۴,۸۳۷	۵۴۱,۷۰۲	۶۰۸,۱۸۳	۷۲۶,۴۹۶	کفش	۶۴
۳۴۴,۷۲۶	۳۷۳,۶۹۷	۴۳۲,۹۱۷	۵۳۷,۶۶۱	۶۴۹,۴۵۷	کتاب	۴۹
۳۰۷,۳۷۵	۲۹۲,۰۰۹	۳۸۳,۸۰۹	۴۶۳,۳۰۰	۵۴۰,۹۴۷	توتون و تنباکو	۲۴
۴۴۴,۳۵۶	۲,۲۱۷,۲۳۶	۱,۳۹۳,۷۸۰	۸۲۰,۶۱۰	۵۱۵,۱۶۳	غلات	۱۰
۱۲۷,۷۳۶	۱۸۲,۵۹۹	۲۵۳,۱۲۵	۳۵۶,۸۹۹	۵۰۸,۶۱۱	اشیای ساخته از چرم	۴۲
۴۳۴,۸۶۱	۴۷۰,۷۷۰	۴۷۷,۳۰۲	۴۸۵,۸۶۲	۵۰۵,۵۰۰	سایر الیاف نسجی نباتی	۵۳
۲۱۵,۸۰۶	۳۳۶,۱۷۷	۴۵۱,۳۹۶	۶۱۷,۶۹۹	۴۸۵,۳۳۳	قند و شیرینی	۱۷
۱۳۴,۴۹۶	۲۵۵,۶۹۱	۴۰۴,۵۷۰	۳۸۵,۵۳۷	۴۴۸,۴۶۳	قلع و مصنوعات از قلع	۸۰
۱۴۸,۱۶۷	۱۹۴,۹۳۹	۲۳۹,۳۸۶	۳۵۹,۳۲۵	۴۴۴,۶۸۹	فرآورده‌های غلات	۱۹

جدول شماره ۱۰، سی کشور عمده صادرکننده به چین در سال ۲۰۰۷ را نمایش می‌دهد.

همان‌گونه که مشاهده می‌گردد، کشورهای ژاپن، کره و تایوان سهم عمده‌ای از صادرات را داشته و ایران نیز در مقام ۱۷ قرار گرفته است.

جدول ۱۰: کشورهای مهم صادرکننده به چین طی دوره زمانی ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۷ (هزار دلار)

ردیف	نام کشور	۲۰۰۷	۲۰۰۶	۲۰۰۵	۲۰۰۴	۲۰۰۳
	چنان	۹۵۵,۹۵۵,۸۴۰	۷۹۱,۴۶۰,۸۶۸	۶۵۹,۹۵۲,۷۶۲	۵۶۱,۲۲۸,۷۴۸	۴۱۲,۷۵۹,۷۹۶
۱	ژاپن	۱۳۳,۹۴۲,۷۱۲	۱۱۵,۶۷۲,۵۸۱	۱۰۰,۴۰۷,۶۸۱	۹۴,۳۲۶,۷۲۷	۷۴,۱۴۸,۱۲۵
۲	جمهوری کره	۱۰۳,۷۵۱,۹۵۲	۸۹,۷۲۴,۱۴۲	۷۶,۸۲۰,۴۰۴	۶۲,۲۳۴,۱۰۲	۴۳,۱۲۸,۰۵۴
۳	تایوان	۱۰۱,۰۲۷,۲۰۰	۸۷,۰۹۸,۶۲۳	۷۴,۶۸۰,۴۳۴	۶۴,۷۵۹,۳۱۶	۴۹,۳۶۰,۵۹۸
۴	چین	۸۵,۷۷۲,۹۷۶	۷۳,۳۳۲,۸۳۴	۵۵,۱۶۲,۹۰۵	۳۸,۶۵۴,۵۳۸	۲۵,۰۹۴,۳۹۶
۵	آمریکا	۶۹,۵۲۸,۷۲۸	۵۹,۳۱۴,۲۷۰	۴۸,۷۴۱,۳۵۹	۴۴,۷۴۷,۸۶۹	۳۳,۹۴۴,۱۶۶
۶	آلمان	۴۵,۳۸۳,۰۶۰	۳۷,۸۷۹,۳۶۵	۳۰,۷۲۲,۹۲۸	۳۰,۳۵۶,۰۲۱	۲۴,۲۹۱,۸۸۹
۷	مالزی	۲۸,۶۹۷,۰۵۲	۲۳,۵۷۲,۴۳۴	۲۰,۰۹۳,۲۰۵	۱۸,۱۷۴,۷۳۷	۱۳,۹۸۶,۴۰۸
۸	استرالیا	۲۵,۸۴۳,۲۳۸	۱۹,۳۳۳,۲۹۹	۱۶,۱۹۳,۶۲۷	۱۱,۵۵۲,۴۸۹	۷,۳۰۰,۰۷۲
۹	فیلیپین	۲۳,۱۱۷,۸۴۰	۱۷,۶۷۴,۵۶۱	۱۲,۸۶۹,۶۸۹	۹,۰۵۹,۴۴۳	۶,۳۰۶,۸۳۳
۱۰	تایلند	۲۲,۶۶۴,۶۹۲	۱۷,۹۶۲,۴۲۸	۱۳,۹۹۱,۸۸۷	۱۱,۵۴۰,۵۰۵	۸,۸۲۶,۸۴۲
۱۱	روسیه	۱۹,۶۸۸,۵۸۰	۱۷,۵۵۴,۳۲۷	۱۵,۸۸۹,۹۴۳	۱۲,۱۲۷,۴۱۱	۹,۷۲۸,۰۶۸
۱۲	برزیل	۱۸,۳۳۹,۴۵۲	۱۲,۹۰۹,۴۹۵	۹,۹۹۲,۵۲۴	۷,۵۲۲,۶۴۵	۵,۸۴۲,۲۹۲

۵,۱۷۲,۳۲۲	۱۲,۲۴۵,۷۱۵	۱۲,۲۴۵,۷۱۵	۱۵,۰۸۴,۵۳۲	۱۷,۵۵۹,۶۸۴	عربستان سعودی	۱۳
۱۰,۴۸۴,۸۵۱	۱۳,۹۹۴,۴۷۳	۱۶,۵۱۴,۵۹۶	۱۷,۶۷۲,۶۱۶	۱۷,۵۲۳,۶۸۴	سنگاپور	۱۴
۴,۲۵۱,۳۷۷	۷,۶۷۸,۰۳۰	۹,۷۶۶,۲۱۶	۱۰,۲۷۷,۴۴۹	۱۴,۶۱۸,۰۶۱	هند	۱۵
۶,۱۰۲,۶۴۹	۷,۶۵۴,۸۶۶	۹,۰۱۶,۸۳۹	۱۱,۲۸۸,۷۲۲	۱۳,۳۵۲,۴۱۹	فرانسه	۱۶
۳,۳۰۷,۳۶۰	۴,۴۹۰,۶۹۴	۶,۷۸۶,۶۷۸	۹,۹۵۸,۴۵۶	۱۳,۳۰۶,۷۶۲	ایران	۱۷
۲,۲۰۵,۹۳۵	۴,۷۱۷,۳۳۹	۶,۵۸۱,۸۲۹	۱۰,۹۳۳,۳۹۵	۱۲,۸۸۸,۶۶۵	آنگولا	۱۸
۱۱,۱۱۸,۶۶۱	۱۱,۷۹۶,۷۲۲	۱۲,۲۲۴,۷۸۴	۱۰,۷۷۹,۷۶۳	۱۲,۸۰۴,۲۰۲	هنگ کنگ	۱۹
۵,۷۴۶,۹۷۱	۷,۲۱۵,۶۷۱	۸,۴۳۶,۹۶۰	۹,۶۰۵,۷۴۳	۱۲,۳۹۶,۴۸۹	اندونزی	۲۰
۳,۲۷۴,۴۹۲	۷,۳۵۲,۹۹۰	۷,۵۱۱,۱۵۵	۷,۶۶۲,۱۱۴	۱۰,۹۷۹,۱۳۴	کانادا	۲۱
۲,۲۴۸,۱۵۸	۳,۶۶۶,۷۲۴	۴,۹۹۱,۵۳۶	۵,۷۳۵,۸۷۲	۱۰,۲۸۴,۶۳۰	شیلی	۲۲
۵,۰۸۰,۶۰۶	۶,۴۵۱,۳۹۱	۶,۹۲۵,۲۹۲	۸,۶۰۰,۴۲۸	۱۰,۲۱۰,۹۲۶	ایتالیا	۲۳
۳,۵۷۰,۳۴۲	۴,۷۵۸,۵۰۲	۵,۵۲۳,۷۸۳	۶,۵۰۶,۳۹۵	۷,۷۷۵,۵۲۲	انگلیس	۲۴
۱,۹۸۵,۷۵۴	۴,۲۷۸,۴۸۷	۴,۱۳۸,۹۱۳	۶,۱۲۹,۴۷۴	۶,۷۲۲,۷۳۱	عمان	۲۵
۱,۸۳۹,۹۹۳	۲,۹۶۰,۲۰۳	۳,۴۴۳,۰۵۲	۴,۰۸۵,۲۵۸	۶,۶۱۶,۷۶۲	آفریقای جنوبی	۲۶
۱,۷۱۹,۹۸۰	۲,۲۸۶,۲۷۱	۲,۹۰۹,۳۵۵	۳,۶۰۷,۲۷۳	۶,۴۳۱,۹۰۹	قزاقستان	۲۷
۲,۷۲۹,۰۷۶	۳,۲۵۴,۸۷۴	۳,۷۹۹,۳۱۰	۳,۷۰۰,۱۸۵	۶,۳۳۴,۵۰۱	آرژانتین	۲۸
۲,۶۹۲,۲۱۴	۳,۶۳۶,۷۱۶	۳,۸۹۰,۲۰۱	۴,۴۶۸,۲۲۲	۵,۸۶۸,۴۶۸	سوئیس	۲۹
۲,۷۶۸,۱۸۴	۳,۵۱۹,۷۸۰	۴,۰۰۵,۴۶۵	۴,۳۰۴,۲۹۸	۴,۹۷۳,۱۴۴	بلژیک	۳۰

۴. کشورهای صادرکننده

در این قسمت، مهم‌ترین کشورهای صادرکننده کالا به چین را معرفی می‌کنیم.

برای این منظور در هر گروه کالایی، مهم‌ترین کشورهای صادرکننده و سهم هر یک را ارائه خواهیم نمود. آگاهی از این اطلاعات برای حضور کالاهای ایرانی در بازار چین بسیار حائز اهمیت است.

در حقیقت کشورهای معرفی شده در این قسمت، مهم‌ترین رقبای تجاری ایران، برای حضور در بازار چین به شمار می‌روند.

جداول شماره ۱۱ تا ۳۰ مهم‌ترین کشورهای صادرکننده کالا به چین را به تفکیک ۲۰ گروه کالایی اول نشان می‌دهد.

جدول ۱۱: مهم‌ترین کشورهای صادرکننده کالا به چین در گروه ماشین‌آلات و دستگاههای برقی و اجزاء و قطعات آنها؛ دستگاههای ضبط و پخش صوت، دستگاههای ضبط و پخش صوت و تصویر تلویزیونی، اجزا و قطعات و متفرعات این دستگاهها در سال ۲۰۰۷ (کد ۸۵)

ردیف	صادرکنندگان	ارزش صادرات (هزار دلار)	سهم کشور از کل بازار کالاهای چین (درصد)
	جهان	۲۵۶,۸۲۸,۹۹۲	۱۰۰
۱	چین	۴۷,۵۴۰,۵۰۸	۱۸/۵
۲	تایوان	۴۱,۶۳۲,۳۷۶	۱۶/۲
۳	ژاپن	۴۱,۳۶۲,۵۰۰	۱۶/۱
۴	جمهوری کره	۳۵,۷۲۰,۷۸۰	۱۳/۹
۵	فیلیپین	۱۷,۶۰۷,۱۴۴	۶/۹

جدول ۱۲: مهم‌ترین کشورهای صادرکننده کالا به چین در گروه راکتورهای هسته‌ای، دیگ بخار و آبگرم، ماشین آلات و وسایل مکانیکی؛ اجزا و قطعات آنها در سال ۲۰۰۷ (کد ۸۴)

ردیف	صادرکنندگان	ارزش صادرات (هزار دلار)	سهم کشور از کل بازار کالاهای چین (درصد)
	جهان	۱۲۴,۱۷۴,۱۲۰	۱۰۰
۱	ژاپن	۲۵,۹۴۷,۱۷۲	۲۰/۹
۲	چین	۱۵,۹۵۲,۵۵۹	۱۲/۸
۳	آلمان	۱۵,۳۰۸,۸۹۲	۱۲/۳
۴	جمهوری کره	۱۱,۳۲۱,۸۱۱	۹/۱
۵	آمریکا	۱۰,۸۹۱,۵۸۴	۸/۸

www.trademap.org

جدول ۱۳: مهم‌ترین کشورهای صادرکننده کالا به چین در گروه سوخته‌های معدنی، روغنهای معدنی و محصولات حاصل از تقطیر آنها؛ مواد قیری و مومهای معدنی در سال ۲۰۰۷ (کد ۲۷)

ردیف	صادرکنندگان	ارزش صادرات (هزار دلار)	سهم کشور از کل بازار کالاهای چین (درصد)
	جهان	۱۰۴,۹۸۶,۱۰۴	۱۰۰
۱	عربستان سعودی	۱۳,۶۴۳,۸۳۶	۱۳
۲	آنگولا	۱۲,۸۷۹,۵۳۴	۱۲/۳
۳	ایران	۱۱,۶۴۲,۷۹۱	۱۱/۱
۴	روسیه	۹,۳۵۳,۶۶۴	۸/۹
۵	عمان	۶,۵۹۵,۷۱۳	۶/۳

www.trademap.org

جدول ۱۴: مهم‌ترین کشورهای صادرکننده کالا به چین در گروه آلات و دستگاههای اپتیک، عکاسی، سینماتوگرافی، سنجش، کنترل، دقت سنجی، آلات و دستگاههای طبی - جراحی؛ اشیاء صنعت ساعت سازی؛ آلات موسیقی؛ اجزا و قطعات و متفرعات آنها در سال ۲۰۰۷ (کد ۹۰)

ردیف	صادرکنندگان	ارزش صادرات (هزار دلار)	سهم کشور از کل بازار کالاهای چین (درصد)
	جهان	۶۹,۵۳۴,۵۱۲	۱۰۰
۱	تایوان	۱۹,۱۴۰,۰۴۴	۲۷/۵
۲	جمهوری کره	۱۵,۴۶۷,۴۲۲	۲۲/۲
۳	چین	۱۰,۶۰۹,۲۸۳	۱۵/۳
۴	ژاپن	۱۰,۵۸۶,۸۱۶	۱۵/۲
۵	آمریکا	۴,۸۸۶,۹۵۲	۷

www.trademap.org

جدول ۱۵: مهم‌ترین کشورهای صادرکننده کالا به چین در گروه سنگ فلز، جوش و خاکستر در سال ۲۰۰۷ (کد ۲۶)

ردیف	صادرکنندگان	ارزش صادرات (هزار دلار)	سهم کشور از کل بازار کالاهای چین (درصد)
	جهان	۵۴,۰۴۹,۹۲۰	۱۰۰
۱	استرالیا	۱۳,۹۴۳,۰۱۸	۲۵/۸
۲	برزیل	۹,۶۶۱,۹۷۹	۱۷/۹
۳	هند	۸,۷۹۴,۷۶۵	۱۶/۳
۴	شیلی	۳,۳۶۷,۹۰۱	۶/۲
۵	پرو	۳,۰۶۲,۲۷۰	۵/۷

www.trademap.org

جدول ۱۶: مهم‌ترین کشورهای صادرکننده کالا به چین در گروه مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از آنها در سال ۲۰۰۷ (کد ۳۹)

ردیف	صادرکنندگان	ارزش صادرات (هزار دلار)	سهم کشور از کل بازار کالاهای چین (درصد)
	جهان	۴۵,۳۲۳,۳۷۶	۱۰۰
۱	تایوان	۸,۳۸۹,۸۵۴	۱۸/۵
۲	جمهوری کره	۷,۶۶۱,۵۳۶	۱۶/۹
۳	ژاپن	۷,۵۴۰,۷۴۶	۱۶/۶
۴	آمریکا	۴,۴۷۵,۷۳۴	۹/۹
۵	سنگاپور	۲,۰۹۷,۹۷۷	۴/۶

www.trademap.org

جدول ۱۷: مهم‌ترین کشورهای صادرکننده کالا به چین در گروه محصولات شیمیایی آلی در سال ۲۰۰۷ (کد ۲۹)

ردیف	صادرکنندگان	ارزش صادرات (هزار دلار)	سهم کشور از کل بازار کالاهای چین (درصد)
	جهان	۳۸,۴۲۶,۰۱۲	۱۰۰
۱	جمهوری کره	۹,۰۶۸,۶۹۶	۲۳/۶
۲	ژاپن	۶,۸۹۲,۵۴۸	۱۷/۹
۳	تایوان	۵,۹۳۶,۶۴۴	۱۵/۴
۴	آمریکا	۲,۸۲۲,۶۰۸	۷/۳
۵	عربستان سعودی	۲,۶۰۶,۸۷۱	۶/۸

www.trademap.org

جدول ۱۸: مهم‌ترین کشورهای صادرکننده کالا به چین در گروه مس و مصنوعات از سال ۲۰۰۷ (کد ۷۴)

سهم کشور از کل بازار کالاهای چین (درصد)	ارزش صادرات (هزار دلار)	صادرکنندگان	ردیف
۱۰۰	۲۷,۱۶۵,۵۶۰	جهان	
۲۰/۷	۵,۶۱۰,۰۵۴	شیلی	۱
۱۵/۶	۴,۲۳۸,۴۴۸	ژاپن	۲
۱۰/۴	۲,۸۱۸,۳۶۵	تایوان	۳
۸/۴	۲,۲۸۱,۶۰۹	جمهوری کره	۴
۴/۸	۱,۳۱۲,۹۰۸	قزاقستان	۵

www.trademap.org

جدول ۱۹: مهم‌ترین کشورهای صادرکننده کالا به چین در گروه چدن، آهن و فولاد در سال ۲۰۰۷ (کد ۷۲)

سهم کشور از کل بازار کالاهای چین (درصد)	ارزش صادرات (هزار دلار)	صادرکنندگان	ردیف
۱۰۰	۲۳,۰۱۵,۴۱۲	جهان	
۳۰/۷	۷,۰۵۷,۸۳۶	ژاپن	۱
۱۵/۴	۳,۵۳۶,۷۸۵	تایوان	۲
۱۴/۹	۳,۴۲۸,۴۷۷	جمهوری کره	۳
۳/۹	۹۰۰,۳۱۳	قزاقستان	۴
۳/۸	۲۳,۰۱۵,۴۱۲	آلمان	۵

www.trademap.org

جدول ۲۰: مهم‌ترین کشورهای صادرکننده کالا به چین در گروه وسایل نقلیه زمینی غیر از نواقل روی خط راه‌آهن یا تراموا، و اجزا و قطعات و متفرعات آنها در سال ۲۰۰۷ (کد ۸۷)

ردیف	صادرکنندگان	ارزش صادرات (هزار دلار)	سهم کشور از کل بازار کالاهای چین (درصد)
	جهان	۲۲,۱۳۳,۰۹۰	۱۰۰
۱	ژاپن	۷,۳۷۸,۸۴۳	۳۳/۳
۲	آلمان	۶,۵۱۴,۱۷۱	۲۹/۴
۳	جمهوری کره	۲,۰۶۹,۸۶۴	۹/۴
۴	آمریکا	۲,۰۴۷,۴۸۳	۹/۳
۵	انگلیس	۶۳۲,۴۳۵	۲/۹

www.trademap.org

جدول ۲۱: مهم‌ترین کشورهای صادرکننده کالا به چین در گروه دانه و میوه‌های روغن دار؛ دانه و بذر میوه‌های گوناگون؛ نباتات صنعتی یا دارویی؛ کاه و نواله در سال ۲۰۰۷ (کد ۱۲)

ردیف	صادرکنندگان	ارزش صادرات (هزار دلار)	سهم کشور از کل بازار کالاهای چین (درصد)
	جهان	۱۲,۲۶۶,۵۰۰	۱۰۰
۱	آمریکا	۴,۲۹۶,۱۲۳	۳۵
۲	برزیل	۳,۸۹۴,۲۲۴	۳۱/۷
۳	آرژانتین	۳,۱۸۲,۷۵۷	۲۵/۹
۴	کانادا	۳۸۴,۴۹۹	۳/۱
۵	اوروگوئه	۱۵۵,۲۸۱	۱/۳

www.trademap.org

جدول ۲۲: مهم‌ترین کشورهای صادرکننده کالا به چین در گروه وسائط نقلیه هوایی، فضائی، و اجزا و قطعات آنها در سال ۲۰۰۷ (کد ۸۸)

ردیف	صادرکنندگان	ارزش صادرات (هزار دلار)	سهم کشور از کل بازار کالاهای چین (درصد)
	جهان	۱۰,۴۶۷,۶۹۰	۱۰۰
۱	آمریکا	۵,۲۵۷,۹۲۲	۵۰/۲
۲	فرانسه	۳,۳۹۶,۰۲۶	۳۲/۴
۳	آلمان	۱,۳۵۶,۱۶۲	۱۳
۴	کانادا	۱۷۵,۸۵۷	۱/۷
۵	انگلیس	۹۱,۶۸۵	۰/۹

www.trademap.org

جدول ۲۳: مهم‌ترین کشورهای صادرکننده کالا به چین در گروه کائوچو و اشیای ساخته شده از آن در سال ۲۰۰۷ (کد ۴۰)

ردیف	صادرکنندگان	ارزش صادرات (هزار دلار)	سهم کشور از کل بازار کالاهای چین (درصد)
	جهان	۹,۵۹۲,۸۴۱	۱۰۰
۱	تایلند	۱,۹۷۵,۵۰۹	۲۰/۶
۲	مالزی	۱,۴۲۷,۲۹۳	۱۴/۹
۳	ژاپن	۱,۱۸۸,۸۸۲	۱۲/۴
۴	جمهوری کره	۸۵۲,۶۴۸	۸/۹
۵	اندونزی	۸۰۴,۸۷۳	۸/۴

www.trademap.org

جدول ۲۴: مهم‌ترین کشورهای صادرکننده کالا به چین در گروه خمیر چوب یا سایر مواد الیافی و سلولوزی؛ کاغذ یا مقوای بازیافتی (آخال و خرده ریز) در سال ۲۰۰۷ (کد ۴۷)

ردیف	صادرکنندگان	ارزش صادرات (هزار دلار)	سهم کشور از کل بازار کالاهای چین (درصد)
	جهان	۹,۵۸۹,۵۸۹	۱۰۰
۱	آمریکا	۲,۵۰۳,۸۱۱	۲۶/۱
۲	کانادا	۱,۵۵۱,۷۱۰	۱۶/۲
۳	اندونزی	۷۱۶,۹۸۱	۷/۵
۴	شیلی	۷۰۰,۲۷۲	۷/۳
۵	روسیه	۶۸۱,۸۹۷	۷/۱

www.trademap.org

جدول ۲۵: مهم‌ترین کشورهای صادرکننده کالا به چین در گروه محصولات گوناگون صنایع شیمیایی در سال ۲۰۰۷ (کد ۳۸)

ردیف	صادرکنندگان	ارزش صادرات (هزار دلار)	سهم کشور از کل بازار کالاهای چین (درصد)
	جهان	۸,۲۹۳,۹۹۸	۱۰۰
۱	ژاپن	۲,۰۷۸,۰۶۰	۲۵/۱
۲	آمریکا	۱,۶۳۲,۴۵۳	۱۹/۷
۳	تایوان	۹۷۵,۵۱۰	۱۱/۸
۴	آلمان	۷۰۴,۳۲۳	۸/۵
۵	جمهوری کره	۶۲۳,۲۶۹	۷/۵

www.trademap.org

جدول ۲۶: مهم‌ترین کشورهای صادرکننده کالا به چین در گروه مصنوعات از چدن، آهن یا فولاد در سال ۲۰۰۷ (کد ۷۳)

ردیف	صادرکنندگان	ارزش صادرات (هزار دلار)	سهم کشور از کل بازار کالاهای چین (درصد)
	جهان	۸,۰۴۵,۰۶۴	۱۰۰
۱	ژاپن	۲,۱۷۵,۶۸۳	۲۷
۲	آلمان	۱,۴۵۵,۷۵۸	۱۸/۱
۳	آمریکا	۸۸۱,۹۷۵	۱۱
۴	جمهوری کره	۸۴۰,۸۵۹	۱۰/۵
۵	تایوان	۵۶۲,۱۹۶	۷

www.trademap.org

جدول ۲۷: مهم‌ترین کشورهای صادرکننده کالا به چین در گروه چوب و اشیای چوبی؛ ذغال چوب در سال ۲۰۰۷ (کد ۴۴)

ردیف	صادرکنندگان	ارزش صادرات (هزار دلار)	سهم کشور از کل بازار کالاهای چین (درصد)
	جهان	۷,۹۷۹,۳۹۱	۱۰۰
۱	روسیه	۲,۹۸۴,۷۳۳	۳۷/۴
۲	آمریکا	۶۱۰,۱۱۱	۷/۶
۳	مالزی	۴۳۸,۶۵۱	۵/۵
۴	گینه نو	۴۲۲,۵۴۸	۵/۳
۵	گابن	۴۰۱,۹۲۹	۵

www.trademap.org

جدول ۲۸: مهم‌ترین کشورهای صادرکننده کالا به چین در گروه پنبه در سال ۲۰۰۷ (کد ۵۲)

ردیف	صادرکنندگان	ارزش صادرات (هزار دلار)	سهم کشور از کل بازار کالاهای چین (درصد)
	جهان	۷,۷۱۸,۱۹۹	۱۰۰
۱	آمریکا	۱,۶۱۵,۷۳۲	۲۰/۹
۲	چین	۱,۴۷۷,۱۷۸	۱۹/۱
۳	هند	۱,۰۱۴,۷۶۲	۱۳/۱
۴	پاکستان	۷۳۳,۷۹۱	۹/۵
۵	ژاپن	۷,۷۱۸,۱۹۹	۶/۹

www.trademap.org

جدول ۲۹: مهم‌ترین کشورهای صادرکننده کالا به چین در گروه چربیها و روغنهای حیوانی یا نباتی؛ فرآورده‌های حاصل تفکیک آنها؛ چربیهای خوراکی آماده؛ مومهای حیوانی یا نباتی در سال ۲۰۰۷ (کد ۱۵)

ردیف	صادرکنندگان	ارزش صادرات (هزار دلار)	سهم کشور از کل بازار کالاهای چین (درصد)
	جهان	۷,۵۷۵,۶۶۴	۱۰۰
۱	مالزی	۲,۹۰۱,۳۲۴	۳۸/۳
۲	آرژانتین	۱,۷۵۹,۲۴۳	۲۳/۲
۳	برزیل	۱,۵۹۷,۰۷۴	۲۱/۱
۴	کانادا	۳۱۷,۱۱۹	۴/۲
۵	استرالیا	۲۸۵,۶۱۸	۳/۸

www.trademap.org

جدول ۳۰: مهم‌ترین کشورهای صادرکننده کالا به چین در گروه آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم در سال ۲۰۰۷ (کد ۷۶)

سهم کشور از کل بازار کالاهای چین (درصد)	ارزش صادرات (هزار دلار)	صادرکنندگان	ردیف
۱۰۰	۶,۷۴۴,۸۸۹	جهان	
۱۳/۵	۹۰۹,۵۶۰	جمهوری کره	۱
۱۳/۴	۹۰۱,۶۰۷	آمریکا	۲
۱۱/۴	۷۷۱,۹۰۵	ژاپن	۳
۸/۶	۵۸۲,۳۹۰	تایوان	۴
۷/۶	۵۰۹,۳۴۶	چین	۵

www.trademap.org

۵. ساختار تعرفه‌ای

چین در سال ۱۹۹۸، در دوازدهمین سال مذاکرات خود جهت ورود به سازمان جهانی تجارت^۱، همان توافق عمومی بر روی تعرفه و تجارت پیشین، به‌طور قابل توجهی تعرفه واردات خود را کاهش داد. در سابق چین در سال ۱۹۹۶، در بیش از ۴۰۰۰ رشته تعرفه‌ای تقلیل ایجاد نموده و متوسط تعرفه‌ها را از ۳۵ درصد به ۲۳ درصد کاهش داده بود. تقلیل تعرفه‌های بعدی در اول اکتبر ۱۹۹۷، متوسط تعرفه‌ها را به ۱۷ درصد کاهش داد.

اعضای آتی جهت ورود به سازمان جهانی تجارت، ملزم بودند تا با مقررات اصولی تجارت موافقت نموده و در واقع دسترسی به بازار را برای سایر اعضا فراهم نمایند. بسیاری از کشورهای اصلی تجارت، همچون آمریکا، اتحادیه اروپا و ژاپن، نسبت به دسترسی به چین نگرانی داشتند. این نگرانیها در ارتباط با مواردی چون؛ دسترسی رضایتمندانه به بازار کالا و خدمات چین، رعایت حقوق تجاری کامل برای مصرف کنندگان چینی و کاربران نهایی،

عدم تبعیض بین فعالیتهای تجاری محلی و خارجی در چین، کاهش فعالیتهای تجاری کشوری انحصاری و حذف استانداردهای فنی غیر علمی و یا قراردادی بود.

۶. سرمایه‌گذاریهای عمده

بر اساس آمار سرمایه‌گذاری جهانی در سال ۲۰۰۶، جمعاً ۱/۳ تریلیون دلار در سطح جهان سرمایه‌گذاری شده است که از این مبلغ، چین ۹۳/۷۵ میلیارد دلار سرمایه جذب کرده و از این لحاظ در میان کشورهای جهان رده ۲۳ را به خود اختصاص داد.

فصل ششم

وضعیت مبادلات بازرگانی با ایران

۱. تراز تجاری

بر اساس گزارش ارائه شده از طرف کشور چین در سال ۲۰۰۷ در سایت ITC، میزان صادرات این کشور به ایران ۷,۲۸۴,۰۴۹ هزار دلار و میزان واردات این کشور از ایران ۱۳,۳۰۶,۷۶۲ هزار دلار بوده است. بالاترین سهم از میزان واردات ایران به چین را نفت و فرآورده‌های آن در بر می‌گیرد که ۱۱,۶۴۲,۷۹۱ هزار دلار اعلام شده است. در نهایت تراز تجاری چین با ایران با احتساب نفت و بدون احتساب آن چنین است:

تراز تجاری چین با ایران با احتساب نفت برابر با ۶,۰۲۲,۷۱۳ هزار دلار منفی و بدون احتساب نفت برابر ۵,۶۲۰,۰۷۸ هزار دلار مثبت می‌باشد.

واضح است که بدون احتساب فروش نفت، این تراز همواره به ضرر ایران منفی بوده است.

۲. واردات چین از ایران

در این قسمت به بررسی وضعیت واردات چین از ایران می‌پردازیم. برای این منظور وضعیت واردات چین را در سطح گروه کالایی بررسی می‌نماییم.

۱-۲. گروه کالایی

در سال ۲۰۰۷ میلادی، مطابق اطلاعات سایت Trademap، ارزش واردات چین از ایران ۱۳/۳ میلیارد دلار بوده است. طبق جدول شماره ۳۱، ارزش کل واردات چین، ۹۵۵/۹ میلیارد دلار بوده است که نشانگر سهم بسیار ناچیز ایران در بازار چین است. در این سال،

ایران ۱/۳ درصد از سهم واردات کل چین را دارا بوده است. بیشترین ارزش صادرات ایران مربوط به گروه کالایی ۲۷ (سوخته‌های معدنی، روغنهای معدنی و محصولات حاصل از تقطیر آنها؛ مواد قیری ومومهای معدنی) می‌باشد که برابر ۱۱/۶ میلیارد دلار بوده است. این در حالی است که در این گروه کالایی در همین سال، چین نزدیک به ۱۰۴/۹ میلیارد دلار کالا از سراسر جهان وارد نموده است. همین وضعیت در سایر گروه‌های کالایی نیز به چشم می‌خورد که نشانگر سهم اندک ایران در تسخیر بازار چین است.

جدول ۳۱: ارزش واردات چین از ایران در سال ۲۰۰۷ به تفکیک گروه‌های کالایی (هزار دلار)

ردیف	کد تعرفه	نوع کالا	واردات از ایران	واردات از جهان
			ارزش	ارزش
۱	۲۷	سوختها	۱۱,۶۴۲,۷۹۱	۱۰۴,۹۸۶,۱۰۴
۲	۲۶	سنگ فلز، جوش و خاکستر	۷۶۲,۹۴۷	۱۰۴,۰۴۹,۹۲۰
۳	۲۹	محصولات آلی	۲۹۲,۹۳۲	۳۸,۴۲۶,۰۱۲
۴	۲۵	نمک و گوگرد	۲۱۶,۵۵۷	۳,۰۵۰,۶۲۲
۵	۳۹	مواد پلاستیکی	۱۷۸,۲۳۶	۴۵,۳۲۳,۳۷۶
۶	۷۴	مس	۴۸,۷۷۰	۲۷,۱۶۵,۵۶۰
۷	۰۸	میوه	۳۰,۵۰۲	۹۱۵,۰۱۷
۸	۸۶	لوکوموتیوهای راه آهن یا تراموا	۷,۰۷۳	۱,۴۲۲,۲۶۴
۹	۴۰	کائوچو	۵,۴۴۰	۹,۵۹۲,۸۴۱
۱۰	۴۱	پوست خام و چرم	۵,۱۸۷	۵,۹۶۴,۶۷۴
۱۱	۰۳	ماهیهها و قشر داران	۴,۶۹۶	۳,۴۴۲,۷۶۶
۱۲	۷۶	آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم	۳,۸۵۶	۶,۷۴۴,۸۸۹

۲,۶۹۸,۳۰۳	۲,۴۹۸	پشم، کرک	۵۱	۱۳
۷,۷۱۸,۱۹۹	۱,۵۹۰	پنبه	۵۲	۱۴
۸,۰۴۵,۰۶۴	۷۳۲	مصنوعات از چدن، آهن یا فولاد	۷۳	۱۵
۹,۵۸۹,۵۸۹	۵۰۶	خمیر چوب یا سایر مواد الیافی و سلولوزی	۴۷	۱۶
۹۱,۰۰۳	۳۲۲	فرش و سایر کفیوشها از مواد نسجی	۵۷	۱۷
۱۲۴,۱۷۴,۱۲۰	۳۰۴	دیگهای بخار	۸۴	۱۸
۷۶۰,۲۵۴	۲۶۴	مصنوعات سنگی	۶۸	۱۹
۲۲,۱۳۳,۰۹۰	۲۴۳	وسایل نقلیه زمینی غیر از نواقل روی خط راه آهن یا تراموا	۸۷	۲۰

www.trade map.org

۳. صادرات چین به ایران

در این قسمت به بررسی وضعیت صادرات چین به ایران می‌پردازیم. برای این منظور وضعیت صادرات چین را در سطح گروه بررسی می‌نماییم.

۳-۱. گروه کالایی

در سال ۲۰۰۷ میلادی، مطابق اطلاعات سایت Trademap، ارزش صادرات چین به ایران حدود ۷/۲ میلیارد دلار بوده است.

طبق جدول شماره ۳۲، بیشترین ارزش صادرات چین به ایران مربوط به گروه چدن، آهن و فولاد (کد ۷۲) به ارزش ۱/۵ میلیارد دلار و پس از آن مربوط به گروه رآکتورهای هسته‌ای، دیگ بخار و آبگرم، ماشین آلات و وسایل مکانیکی؛ اجزا و قطعات آنها (کد ۸۴) بوده که ۱/۱ میلیارد دلار ارزش داشته است.

جدول ۳۲: ارزش صادرات چین به ایران در سال ۲۰۰۷ به تفکیک گروه کالایی (هزار دلار)

واردات از چین	واردات از جهان	نوع کالا	تعرفه	ردیف
ارزش	ارزش			
۱.۵۸۹,۱۲۵	۳۹,۹۴۲,۵۴۰	چدن، آهن	۷۲	۱
۱,۱۵۰,۰۷۹	۲۲۸,۵۵۱,۸۰۸	دیگهای بخار	۸۴	۲
۸۷۳,۶۹۳	۳۱,۸۰۳,۵۶۰	وسایل نقلیه زمینی	۸۷	۳
۷۹۹,۵۲۹	۳۰۰,۲۶۳,۳۶۰	ماشین آلات	۸۵	۴
۳۲۹,۷۶۲	۳۶,۶۷۷,۸۴۸	مصنوعات	۷۳	۵
۱۹۳,۵۸۴	۷,۷۹۱,۵۶۸	رشته‌های سنتتیک یا مصنوعی	۵۴	۶
۱۷۷,۵۴۹	۲۶,۳۹۷,۲۳۲	مواد پلاستیکی	۳۹	۷
۱۷۴,۷۴۰	۲۰,۵۹۶,۷۸۴	محصولات آلی	۲۹	۸
۱۳۰,۲۱۰	۹,۶۶۱,۱۷۳	محصولات شیمیایی	۲۸	۹
۱۲۸,۴۰۵	۷,۰۹۲,۳۶۸	کاغذ و مقوا	۴۸	۱۰
۱۱۳,۹۲۳	۳۷,۰۶۱,۷۲۰	آلات و اپتیک	۹۰	۱۱
۱۰۶,۶۱۲	۱۱,۵۷۲,۹۵۲	آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم	۷۶	۱۲
۱۰۵,۰۰۷	۱۰,۱۱۵,۵۷۹	کائوچو و اشیای ساخته شده از آن	۴۰	۱۳
۹۷,۲۲۹	۳۵,۹۴۲,۰۲۰	مبل	۹۴	۱۴
۹۰,۸۴۱	۶۱,۳۲۶,۰۰۸	لباس	۶۱	۱۵

۷,۱۴۸,۵۵۱	۸۵,۲۹۴	شیشه	۷۰	۱۶
۱۹,۹۵۰,۹۷۰	۸۴,۷۸۲	سوختها	۲۷	۱۷
۴,۶۸۷,۴۳۷	۸۰,۶۲۸	پارچه‌های تار و پود باف مخصوص	۵۸	۱۸
۹,۵۳۹,۷۵۳	۷۴,۷۱۸	لوکوموتیوهای راه آهن یا تراموای	۸۶	۱۹
۷,۱۸۶,۸۵۱	۶۷,۶۷۶	ابزارها	۸۲	۲۰

۴. روابط اقتصادی دو کشور

روابط اقتصادی دو کشور ایران و چین، از سابقه‌ای بسیار کهن و تاریخی برخوردار است. رفت و آمد بازرگانان ایرانی به چین از حدود دو هزار سال پیش تاکنون (از طریق جاده ابریشم) ادامه داشته و یکی از مهم‌ترین عوامل پیوندهای تجاری و فرهنگی دو کشور به حساب می‌آید.

ارزش واردات چین از ایران در سال ۲۰۰۷ برابر با ۱۳/۳ میلیارد دلار و در سال ۲۰۰۶ برابر ۹/۹ میلیارد دلار بوده است. واردات چین از ایران دارای رشد سالانه ۴۳ درصدی بین سالهای ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۶ بوده است. این امر در حالی است که ارزش کل واردات چین در سال ۲۰۰۷ برابر با ۹۵۵ میلیارد دلار و در سال ۲۰۰۶ برابر با ۷۹۱ میلیارد دلار بوده است و این میزان نشانگر سهم بسیار ناچیز ایران در بازار چین است.

بنا بر اطلاعات مذکور، ایران در سال ۲۰۰۷، ۱/۳ درصد از سهم واردات کل چین را دارا بوده است. بیش‌ترین ارزش صادرات ایران مربوط به گروه کالایی ۲۷ (سوختهای معدنی، روغنهای معدنی و محصولات حاصل از تقطیر آنها؛ مواد قیری ومومهای معدنی) می‌باشد که برابر ۱۱/۶ میلیارد دلار بوده است. این در حالی است که در این گروه کالایی در همین سال، چین نزدیک به ۱۰۴/۹ میلیارد دلار کالا از سراسر جهان وارد نموده است.

همین وضعیت در سایر گروه‌های کالایی نیز به چشم می‌خورد که نشانگر سهم اندک ایران در تسخیر بازار چین است.

همچنین ارزش واردات ایران از چین در سال ۲۰۰۷ برابر با ۷/۲ و در سال ۲۰۰۶ برابر با ۴/۴ میلیارد دلار بوده است که در بین سالهای ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۶ دارای رشد سالانه ۲۷

درصدی بوده است. بیشترین ارزش صادرات چین به ایران در سال ۲۰۰۷ مربوط به گروه چدن، آهن و فولاد (کد ۷۲) به ارزش ۱/۵ میلیارد دلار و در سال ۲۰۰۶ مربوط به گروه راکتورهای هسته‌ای، دیگ بخار و آبگرم، ماشین‌آلات و وسایل مکانیکی؛ اجزا و قطعات آنها (کد ۸۴) بوده که ۷۱۰ میلیون دلار ارزش داشته است.

۴-۱. موافقت‌نامه‌ها

اهم موافقت‌نامه‌های امضا شده میان دو کشور را می‌توان شامل موارد ذیل دانست:

- ❖ موافقت‌نامه تشویق و حمایت متقابل از سرمایه‌گذاری
- ❖ یادداشت تفاهم همکاری‌های معدنی و فلزی
- ❖ یادداشت تفاهم همکاری‌های نفتی
- ❖ یادداشت تفاهم تشکیل شورای مشترک بازرگانی دو کشور
- ❖ یادداشت تفاهم اجلاسهای کمیسیون مشترک
- ❖ موافقت‌نامه اجتناب از اخذ مالیات مضاعف
- ❖ موافقت‌نامه دریایی
- ❖ موافقت‌نامه بازرگانی
- ❖ یادداشت تفاهم همکاری بین صندوق ضمانت صادرات ایران و طرف چینی
- ❖ موافقت‌نامه قرنطینه گیاهی
- ❖ یادداشت تفاهم صادرات گاز طبیعی مایع شده^۱ به چین به ارزش بیش از ۷۰ میلیارد دلار
- ❖ یادداشت تفاهم همکاری میان سازمان توسعه تجارت ایران و شورای توسعه تجارت بین‌المللی چین
- ❖ یادداشت تفاهم همکاری‌های نمایشگاهی

۴-۲. اجلاسها

اجلاسهای مشترک دو کشور در جدول شماره ۳۳ معرفی شده‌اند:

جدول ۳۳: اجلاسهای مشترک دو کشور

محل برگزاری	تاریخ	متولی	عنوان اجلاس
تهران	اردیبهشت ۷۶	نهاد ریاست جمهوری	نهمین اجلاس کمیسیون مشترک
پکن	آذر ۷۸	نهاد ریاست جمهوری	دهمین اجلاس کمیسیون مشترک
تهران	اسفند ۸۰	نهاد ریاست جمهوری	یازدهمین اجلاس کمیسیون مشترک
پکن	فروردین ۸۳	سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی سابق کشور	دوازدهمین اجلاس کمیسیون مشترک
تهران	آبان ۸۷	وزارت امور خارجه	سیزدهمین اجلاس کمیسیون مشترک

۴-۳. هیأت‌های تجاری

اهم مبادله هیأت‌های تجاری میان دو کشور را می‌توان مشتعل بر موارد ذیل دانست:

- ❖ اعزام هیأت تجاری توسط اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران
- ❖ برگزاری چهارمین سمینار همکاریهای تجاری، اقتصادی و سرمایه‌گذاری ایران و چین در شانگهای
- ❖ پذیرش هیأت تجاری و صنعتی چین طی سالهای ۸۳-۷۶ و مذاکره با تجار ایرانی
- ❖ سفر آقای سید محمد خاتمی ریاست محترم وقت جمهوری اسلامی ایران و هیأت همراه به چین در تیرماه ۷۹
- ❖ سفر آقای دکتر محمود احمدی نژاد ریاست محترم جمهوری اسلامی ایران و هیأت همراه به چین در خردادماه ۸۵ جهت شرکت در اجلاس سازمان همکاریهای شانگهای
- ❖ سفر آقای دکتر محمود احمدی نژاد ریاست محترم جمهوری اسلامی ایران و هیأت همراه به چین (پکن) در شهریور ماه ۸۷ جهت شرکت در مراسم افتتاحیه بازاریهای پارالمپیک پکن

۵. تحلیل موقعیت^۱

در این قسمت بعد از بررسی روابط تجاری ایران و چین، سعی خواهیم کرد تا برای ایجاد

چشم‌اندازی از وضعیت آتی روابط دو کشور، وضعیت موجود را ارزیابی و تحلیل کنیم. برای این منظور از روش تحلیل موقعیت، استفاده خواهیم نمود. برای این منظور نخست نقاط ضعف^۱ و قوت^۲ را بررسی کرده و سپس عوامل خارجی تأثیرگذار بر این روابط شامل تهدیدات^۳ و فرصتهای موجود^۴ را معرفی می‌کنیم.

جدول شماره ۳۴، نقاط ضعف و قوت روابط دو کشور را معرفی می‌کند.

جدول ۳۴: نقاط ضعف و قوت روابط تجاری ایران و چین

قوتها	ضعفها
<ul style="list-style-type: none"> ❖ وجود مناطق آزاد و ویژه تجاری در هر دو کشور ❖ وجود مناطق معاف از مالیات در چین ❖ رشد روزافزون مبادلات تجاری در سالهای اخیر ❖ ارتقاء روابط سیاسی و اقتصادی جمهوری اسلامی ایران با کشورهای شرق آسیا ❖ وجود خطوط راه‌آهن بین دو کشور ❖ شرکت نمودن دو کشور در نمایشگاه‌های بین‌المللی طرفین 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ مشکلات زیاد در ساختار مالی و بانکی ایران ❖ کوچک بودن اندازه بنگاه‌های صادراتی ایران در مقایسه با رقبا ❖ بالا بودن رتبه ریسک کشوری ایران (۵) ❖ وجود هزینه بندری زیاد (Tonnage Dues) و هزینه رزرو محصولات (Booking Fee) برای کشتیرانی ایرانی و نفت کش در بنادر چین ❖ نداشتن توان مالی و اقتصادی مناسب صادرکنندگان ایرانی در مقایسه با سایر رقبا ❖ عدم وجود برند در محصولات صادراتی کشور ❖ عدم شناخت صحیح از سلايق و الگوهای مصرفی مردم چین

جدول شماره ۳۵، فرصتها و تهدیدات موجود بر سر راه روابط تجاری دو کشور را می‌نمایاند.

1. Weakness

2 Strength

3.Threats

4. Opportunites

جدول ۳۵: فرصتها و تهدیدات روابط تجاری دو کشور

فرصتها	تهدیدات
<ul style="list-style-type: none"> ❖ امکان افزایش مبادلات تجاری ایران با کشورهای شرق آسیا به دلیل اعمال تحریمهای کشورهای ۱+۵ بر علیه ایران ❖ رشد اقتصادی بسیار مناسب چین در سالهای اخیر ❖ پایین بودن رتبه ریسک کشوری چین (رتبه ۲ در مقابل رتبه ۵ ایران) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ فشارهای سیاسی و اقتصادی (تحریمها) شورای امنیت و برخی از کشورها در جهت محدود کردن مبادلات تجاری و بانکی با ایران ❖ افزایش شدت رقابت در بازار صادراتی چین و حضور رقبای قدرتمند آسیایی، اروپایی و آمریکایی در این بازار ❖ عضویت چین در سازمان همکاریهای اقتصادی آسیا-اقیانوسیه (APEC) و اعمال برخی ترجیحات تجاری برای کشورهای عضو اتحادیه ❖ عضویت چین و عدم عضویت ایران در WTO و وجود تعرفه‌های ترجیحی برای کشورهای عضو ❖ فقدان ارتباط اثربخش با اتحادیه‌های تجاری منطقه‌ای و جهانی و محدودیت دسترسی به بازار داخلی این اتحادیه‌ها ❖ بسیار پائین بودن دستمزد نیروی کار در چین و لذا ارزان تمام شدن اجناس چینی

۹. پیشنهادات

پس از بررسی نقاط ضعف و قوت دو کشور چین و ایران، در این قسمت پیشنهادهایی برای توسعه روابط تجاری بین دو کشور ارائه می‌شود.

❖ صادرات مواد غذایی ایران به چین در بسته بندی مناسب و با کیفیت بسیار بالا

- ❖ اعزام رایزن بازرگانی ایران به چین جهت آشنایی با فرصت‌های تجاری و شناسایی نیازها و سلیقه‌های مصرفی در بازار چین، زیرا بازار چین برای ایران جدید و ناشناخته است.
- ❖ انجام فعالیتهای بازاریابی و تبلیغاتی در بازار چین
- ❖ تمرکز بر صادرات کالاهای غیرنفتی به چین
- ❖ استفاده از تجارب ارزنده چین در خصوص سازمان جهانی تجارت
- ❖ همکاری در مناطق آزاد تجاری - صنعتی دو کشور
- ❖ سرمایه‌گذاری مشترک با چین در کشورهای همسایه ایران و CIS
- ❖ ترغیب چین جهت الحاق به موافقت‌نامه کریدور شمال - جنوب به منظور ترانزیت کالاهای چینی از ایران به آسیای میانه و قفقاز (CIS)
- ❖ تاکید بر همکاری بیشتر اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و چین
- ❖ تشکیل کمیته مشترک سرمایه‌گذاری میان دو کشور
- ❖ توجه به منطقه ویژه اداری هنگ‌کنگ، به عنوان دروازه ورود به چین
- ❖ تشکیل کمیته مشترک حل اختلافات تجاری بین اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و طرف ذی‌ربط چینی جهت حل اختلافات تجاری
- ❖ تأسیس شرکت مشترک بازرسی بین دو کشور و تدوین استانداردهای مورد قبول برای کالاهای چینی

بخش سوم پیوستها



مناطق تجاری آزاد، ویژه و معاف از مالیات در چین

چین دارای مناطق مختلف تجاری همچون مناطق آزاد، ویژه و معاف از مالیات می‌باشد.

نقش اصلی مناطق آزاد در کشور بزرگی چون چین را می‌توان تغییر تفکر اقتصادی در این کشور و همسویی اقتصاد ملی با اقتصاد جهانی است. کشور چین از ابزار منطقه آزاد به خوبی در راستای بازگشایی اقتصادی خویش بهره گرفته و توانسته با تغییر قوانین و مقررات در راه جذب سرمایه‌گذاری خارجی و ایجاد فضای مناسب توسعه از تکنولوژی و علم دیگران بهره گیرد و با افزایش تعداد مناطق آزاد با سرعت بیشتری فضای درونی اقتصاد ملی را تغییر دهد و قوانین و مقررات و سیاست کلی اقتصادی را با شرایط اقتصاد جهانی هماهنگ و هم‌جهت سازد.

چین طی سالهای اخیر با اعمال سیاست باز اقتصادی کوشش وافر در ایجاد محیط مناسب سرمایه‌گذاری خارجی کرده و با وجود مالکیت دولتی با اعمال سیاست آزادسازی و به کارگیری ابزار منطقه آزاد اقتصاد خود را جهش داده و اصلاحات گسترده‌ای را در آن به عمل آورده است. راز موفقیت چین باید در وحدت تصمیم‌گیری و حمایت قاطع دولت چین از اصلاحات اقتصادی که همسو و هماهنگ با اهداف مناطق آزاد می‌باشد دانست. مناطق آزاد را در چین با واژه FTZ نمایش می‌دهند.

مناطق آزاد تجاری موجود در چین عبارت‌اند از Shanghai Waigaoqiao FTZ، Tianjin FTZ، Shenzhen FTZ (Futian, Shatoujiao, Yantiangang)، Xiamen Xiangyu FTZ، Dalian FTZ، Zhangjiagang FTZ، Ningbo FTZ، Fuzhou FTZ، Qingdao FTZ، Zhuhai FTZ، Guangzhou FTZ، Shantou FTZ، Haikou FTZ.

دولت چین ضمن اتخاذ تصمیماتی مبنی بر اصلاح ساختار اقتصادی در سال ۱۹۷۸، طبق برنامه و گام به گام سیاست درهای باز را اجرا کرده است. از سال ۱۹۸۰، چین در شهرهای "شن جن"، "جوهای"، "شن تو" استان "گوانگ دونگ" و شهر "شیا من" استان "فو جیان" و استان "های نان" پنج منطقه ویژه اقتصادی تأسیس کرده است. در سال ۱۹۸۴ چین ۱۴ شهر ساحلی از جمله "دالیان"، "چین هوانگ دائو"، "تیان جین"، "یان تائو"، "چینگ دائو"، "لیان یون گانگ"، "نان تون"، "شانگهای"، "نینگ بو"، "ون جو"، "فو جو"، "گوانگ جو"، "جان جیانگ" و "به های" را به روی خارج باز کرد. پس از سال ۱۹۸۵، همچنین دلتای رودخانه "یانگ تسه"، دلتای رودخانه "جو جیانگ"، منطقه دلتای "مین نان"، شبه جزیره "شان دونگ"، شبه جزیره "لیائو دونگ"، "هه به" و "گوانگ شی" به عنوان مناطق باز اقتصادی معرفی شدند و نواحی باز اقتصادی در سواحل دریا شکل گرفتند. در سال ۱۹۹۰، دولت چین تصمیم گرفت منطقه جدید "پو دونگ" شهر شانگهای را عمران و باز و بیش از پیش شهرهای ساحلی رودخانه "یانگ تسه" را گشایش دهد و سپس ناحیه باز رودخانه "یانگ تسه" با محور منطقه "پو دونگ" شکل گرفت. از سال ۱۹۹۲، چین تصمیم گرفت گروهی از شهرهای مرزی و تمامی مراکز استانها و مناطق خودمختار را به روی خارج باز کند. همچنین در برخی شهرهای بزرگ و متوسط ۱۵ منطقه تجارت آزاد و ۴۹ منطقه اکتشاف فنون اقتصادی کشوری و ۵۳ منطقه اکتشاف صنایع فنون عالی و جدید تأسیس شده است.

بنابراین، وضعیت باز همه جانبه، در سطوح مختلف و مرتبط با قلمروهای گسترده با تشکیل مناطق ساحلی دریا، رودخانه، مرزی و داخلی در چین شکل گرفته است.

مناطق باز یاد شده به علت اجرای سیاستهای مختلف دارای اولویت، در زمینه های توسعه اقتصاد مرتبط خارجی، جمع آوری ارز از طریق صادرات و ورود فناوری پیشرفته همچون پلی در مناطق داخلی چین نقش ایفا کرده اند.

مناطق معاف از مالیات نیز مانند مناطق تجارت آزاد بین المللی است که شورای دولتی چین آن را تعیین کرده و در آن به امور تجارت بین المللی پرداخته شده و برنامه معافیت از مالیات در آنها اجرا می شود. در این مناطق به بازرگانان خارجی اجازه داده می شود به سرمایه گذاری، مدیریت، تجارت بین المللی و توسعه امور ذخیره در انبارها، تهیه فرآورده ها و صادرات با معافیت از مالیات و غیره بپردازند. اکنون در چین جمعا ۱۵ منطقه مذکور از جمله منطقه معاف از مالیات "وای گائو چائو" شانگهای وجود دارد که به

نقاط مرتبط جدید اقتصاد چین و جهان مبدل شده است.

نمایشگاه‌های چین

نمایشگاه‌های سال ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ در برخی از شهرهای مهم چین در جدول ذیل ارائه شده است. برای کسب اطلاعات بیشتر از وضعیت نمایشگاه‌ها در چین می‌توان به لینک مراجعه <http://www.exponet.ru/exhibitions/countries/chn/topics/index.en.htm> کرد.

جدول ۳۶: نمایشگاه‌های سال ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ در پکن

توضیحات	تاریخ	ردیف
Palm Expo - 2008 International Exhibition of Pro Audio, Light, Music and Technology	29.05 01.06.2008	۱
SportShow Summer - 2008 22nd China International Sporting Goods Show	29.05 01.06.2008	۲
Sino Dental - 2008 International Exhibition on Dental Equipment, Technology and Materials	05.06 08.06.2008	۳
China Power & Alternative Energy Summit - 2008 4th Specialized Chinese Summit on Electric Power Engineering and Alternative Sources of Energy	10.06 12.06.2008	۴
Beijing International Tourism Expo - 2008 International Tourism Exhibition	19.06 21.06.2008	۵
Wind Power Asia - 2008 5rd Asian Wind Power Exhibition & Conference	25.06 27.06.2008	۶
BI Jewel - 2008 9th Beijing International Jewellery Fair	19.07 22.07.2008	۷
BIBF - 2008 Beijing International Book Fair	01.09 04.09.2008	۸

China Composites Expo - 2008 14th International Exhibition of Composites and Fiber Glass	17.09 19.09.2008	۹
China Brew & Beverage - 2008 International Brew & Beverage Processing Technology and Equipment Exhibition for China	24.09 27.09.2008	۱۰
IMPC Beijing - 2008 24th International Mineral Processing Congress	24.09 28.09.2008	۱۱
CIOF - 2008 China International Optics Fair	26.09 28.09.2008	۱۲
VIV China - 2008 Specialized Exhibition of Cattle, Poultry and Fish Breeding	20.10 22.10.2008	۱۳
Expo Comm China South - 2008 China's Southern Exhibition and Conference for Telecommunications, the Internet, IT and Wireless / Broadband Technologies	21.10 25.10.2008	۱۴
AvioniChina - 2008 China International Conference & Exhibition on Avionics & Test Equipments	25.10 27.10.2008	۱۵
BioEnergy Asia - 2008 Asian International Biomass Energy Conference & Exhibition	25.10 27.10.2008	۱۶
CIAIE - 2008 China International Aircraft Interiors Expo	10.11 13.11.2008	۱۷
Water Expo China - 2008 International Exhibition of Water Technologies of China	10.11 13.11.2008	۱۸
EP / Electrical China - 2008 12th Exhibition on Electric Power Equipment and Technology; 6th International Exhibition on Electrical Engineering, Electrical Equipment and Contractors Supplies	12.11 14.11.2008	۱۹
EP China - 2008 International Exhibition on Electric Power Equipment and Technology	12.11 14.11.2008	۲۰
COS+H 2008 4th China International Occupational Safety and Health Exhibition	17.11 20.11.2008	۲۱

CIRIE - 2008 China International Railway Interiors Expo	19.11 21.11.2008	۲۲
FW & WM China - 2008 11th China International Furniture World and Woodworking Machinery Exhibition	25.11 28.11.2008	۲۳
Inter Airport China - 2008 International Exhibition for Airport Equipment, Technology and Services	02.12 04.12.2008	۲۴
FHC Beijing - 2009 International Exhibition of Food, Drinks, Hospitality, Foodservice, Bakery and Supermarket Industries	10.06 12.06.2009	۲۵

جدول ۳۷: نمایشگاه‌های سال ۲۰۰۸ در Chengdu

توضیحات	تاریخ	ردیف
Chengdu Motor Show - 2008 International Exhibition of Automobiles and Spare Parts	20.09 26.09.2008	۱

جدول ۳۸: نمایشگاه‌های سال ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ در Dalian

توضیحات	تاریخ	ردیف
Furniture China & Wood Work - 2008 International Furniture & Woodworking Machinery Exhibition	12.06 15.06.2008	۱
Senior Health & Lifestyle Expo - 2008 Senior Health & Lifestyle Expo	21.08 24.08.2008	۲
Shiport China - 2008 International Ship Building, Port and Maritime Technologies and Transportation Equipment Exhibition	25.10 28.10.2008	۳
Work Boat China - 2009 International Exhibition of Work Boats	23.06 26.06.2009	۴

جدول ۳۹: نمایشگاه‌های سال ۲۰۰۸ در Dongguan

توضیحات	تاریخ	ردیف
Linkage - 2008 International Fair of Machine Tools and Engineering Equipment	10.06 13.06.2008	۱

جدول ۴۰: نمایشگاه‌های سال ۲۰۰۸ در Guangzhou

توضیحات	تاریخ	ردیف
Interfood China - 2008 5th China International Foodstuff Exposition	03.06 05.06.2008	۱
Interwine China - 2008 3rd International Trade Fair of Wine, Brewing, and Production of Soft Drinks. Technologies and Equipment	03.06 05.06.2008	۲
Metro - 2008 12th International Exhibition on Metro, Light Rail Transit and Intercity Hi-Speed Rail Transit	03.06 05.06.2008	۳
Guangzhou Lighting Exhibition - 2008 Guangzhou International Lighting Exhibition	08.06 11.06.2008	۴
Electrical Building Technology Guangzhou - 2008 Guangzhou International Lighting Exhibition	08.06 11.06.2008	۵
Canton Sew - 2008 Guangzhou International Exhibition on Sewing Equipment	09.06 11.06.2008	۶
GIMT+AMB China Show - 2008 China International Machine Tool Exhibition	16.06 19.06.2008	۷
Scan Guangzhou / RFID China - 2008 Scanning Technologies Exhibition	19.06 21.06.2008	۸
Hosfair - 2008 International Hotel Equipment and Supplies Exhibition in Guangzhou	26.06 28.06.2008	۹
CBD China - 2008 China International Building and Decoration Exhibition	06.07 09.07.2008	۱۰

CIPS China - 2008	06.11	۱۱
CIPS China International Exhibition of Supplies for Pets	09.11.2008	
China Sign Fair - 2008	20.11	۱۲
Chinese Exhibition of Advertisement Projects and Technologies	22.11.2008	

جدول ۴۱: نمایشگاه‌های سال ۲۰۰۸ در Haerbin

توضیحات	تاریخ	ردیف
Harbin International Trade and Economic Fair - 2008	1 5 . 0 6	۱
19th International Fair	19.06.2008	

جدول ۴۲: نمایشگاه‌های سال ۲۰۰۸، ۲۰۰۹ و ۲۰۱۰ در Hong Kong

توضیحات	تاریخ	ردیف
Asian Automation - 2008 Automation Solutions for Industry and Building Management Systems Exhibition	04.06 06.06.2008	۱
Asian Building Technologies - 2008 International Showcase for Building Automation and Management Systems, Featuring	04.06 06.06.2008	۲
Asian Elenex - 2008 Asian International Power, Electric and Electronic Engineering	04.06 06.06.2008	۳
Asian Securitex - 2008 10th Asiatic Exhibition and Conference on Fire Safety and Protection	04.06 06.06.2008	۴
ITE - 2008 Hongkong International Travel Exhibition	12.06 15.06.2008	۵
June Hong Kong Jewellery & Watch Fair - 2008 Hongkong Jewellery & Watch Fair	19.06 22.06.2008	۶
Hong Kong Licensing Show and Conference - 2008 Conference on Enterprises Licensing Business	02.07 04.07.2008	۷

Summer Sourcing Show for Gifts, Houseware & Toys - 2008 Summer Sourcing Show for Gifts, Houseware & Toys	02.07 05.07.2008	۸
Hong Kong Book Fair - 2008 Hong Kong Book Exhibition	23.07 29.07.2008	۹
Food Expo - 2008 Food Exhibition	14.08 18.08.2008	۱۰
Hong Kong International Medical & Health Care Fair - 2008 International Exhibition of Medical Technologies & Public Health Care	14.08 18.08.2008	۱۱
Amazia - 2008 Asia's Ultimate Entertainment Content Market	17.11 20.11.2008	۱۲
World Tobacco Asia - 2008 Main Event Dedicated to the Tobacco Industries of China and Asia	18.11 20.11.2008	۱۳
InfoComm Asia - 2008 1st International Trade Fair for Information and Telecommunications Technologies, Audio and Video Equipment	19.11 21.11.2008	۱۴
Hong Kong International Stationery Fair - 2009 Hong Kong International Stationery Fair	05.01 08.01.2009	۱۵
Hong Kong Toys & Games Fair - 2009 Hong Kong Toys & Games Fair	05.01 08.01.2009	۱۶
HOFEX - 2009 13th Asian International Exhibition of Food & Drink, Hotel, Restaurant & Foodservice Equipment, Supplies & Services	06.05 09.05.2009	۱۷
Aircraft Interiors Expo Asia - 2009 International Exhibition for Aircraft Interior Design & Equipment	08.09 10.09.2009	۱۸
Transed - 2010 12th International Conference on Transport and Transportation Means for Aged and Invalids	07.11 11.11.2010	۱۹

جدول ۴۳: نمایشگاه‌های سال ۲۰۰۸ در Nanjing

توضیحات	تاریخ	ردیف
Asia Outdoor - 2008 International Show of Goods for Sport and Rest	30.07 02.08.2008	۱

جدول ۴۴: نمایشگاه‌های سال ۲۰۰۸ در Qingdao

توضیحات	تاریخ	ردیف
CIHF - 2008 China International Hardware Fair	08.09 10.09.2008	۱

جدول ۴۵: نمایشگاه‌های سال ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ در Shanghai

توضیحات	تاریخ	ردیف
Auto Components Shanghai - 2008 6th Shanghai International Automotive Parts & Accessories, Workshop & Service Station Equipment Exhibition	08.06 10.06.2008	۱
CRC - 2008 China Retail Conference & Exposition	11.06 13.06.2008	۲
Shanghai TV Festival / Shanghai International Film Festival - 2008 Shanghai TV Festival / Shanghai International Film Festival	14.06 22.06.2008	۳
Transport Logistic China - 2008 International Exhibition for Transports, Telematics and Logistic	17.06 19.06.2008	۴
SAE - 2008 1st SAE International Powertrains, Fuels and Lubricants Congress	23.06 25.06.2008	۵
CPhI - China 2008 International Exhibition of Pharmaceutical Ingredients and Intermediates	24.06 26.06.2008	۶

Cityscape China - 2008 Exhibition and Conference on Architecture and Investments in Construction	25.06 27.06.2008	۷
PPPEXPO - 2008 International Exhibition of Press, Packing, Paper and Labels	02.07 05.07.2008	۸
Imaging Expo China / Interphoto Shanghai - 2008 Exhibition on Photographic Technologies and Photographies	03.07 06.07.2008	۹
Bevtek & Brewtek China - 2008 International Beer, Brewing & Beverage Production, Bottling and Packaging Technology Exhibition	09.07 11.07.2008	۱۰
Machine Tool Fair - 2008 Machine Tool Fair	09.07 12.07.2008	۱۱
Propak China - 2008 14th International Processing, Packaging & Printing Exhibition	09.07 11.07.2008	۱۲
ChinaJoy - 2008 International Exhibition and Conference of Electronic Entertainment Products and Technologies	17.07 19.07.2008	۱۳
CITME - 2008 China International Textile Machinery Exhibition	27.07 31.07.2008	۱۴
ITMA - 2008 International Exhibition of Textile and Textile Machinery	27.07 31.07.2008	۱۵
Intertextile Shanghai Home Textiles - 2008 International Exhibition of Home Textile	26.08 28.08.2008	۱۶
WCNDT - 2008 17th World Exhibition and Conference on NDT	26.08 31.08.2008	۱۷
ACLE - 2008 All China Leather Exhibition	03.09 05.09.2008	۱۸
China Label - 2008 9th China International Label & Trademarks Printing & Processing Technology Exhibition	03.09 05.09.2008	۱۹
CIFF - 2008 International Footwear Fair	03.09 05.09.2008	۲۰

World of Food China - 2008 International Exhibition and Conference for Food and Beverage Industry, Sweets of China	03.09 05.09.2008	۲۱
Pet Fair Asia Professional - 2008 Pet Fair Asia for Professionals	04.09 06.09.2008	۲۲
Pet Paradise Asia - 2008 Pet Fair	04.09 06.09.2008	۲۳
SpinExpo - 2008 International exhibition of fibers & yarn	08.09 10.09.2008	۲۴
MedTec - 2008 Exhibition-Conference on Medical Engineering	09.09 11.09.2008	۲۵
FMC - 2008 China International Furniture Manufacturing and Supply Expo	10.09 13.09.2008	۲۶
Furniture China - 2008 China International Furniture Expo	10.09 13.09.2008	۲۷
Citexpo - 2008 6th China International Tire and Wheels Expo	12.09 14.09.2008	۲۸
Automotive Testing Expo China - 2008 Trade Fair for Automotive Vehicle and Component Test, Evaluation and Quality Engineering	17.09 19.09.2008	۲۹
China Paper / China Forest - 2008 International Exhibition and Conference for Pulp and Paper / Forestry and Plantations Industries / Corrugated Cardboard	17.09 19.09.2008	۳۰
AnalyticaChina - 2008 International Trade Fair for Analysis, Biotechnology, Diagnostics and Laboratory Technology	23.09 25.09.2008	۳۱
Bearing - 2008 International Industry Fair	23.09 26.09.2008	۳۲
Ifat China - 2008 International Trade Fair for Environmental Protection	23.09 26.09.2008	۳۳
Tube China - 2008 China Tube Exhibition	23.09 26.09.2008	۳۴
Wire China - 2008 International Exhibition-Fair of Wires and Cables Production Technologies	23.09 26.09.2008	۳۵

ISTS12 - 2008 12th International Symposium on Tubular Structures	08.10 10.10.2008	۳۶
Cinte Techtextil China - 2008 International Trade Fair for Technical Textiles and Nonwovens	20.10 22.10.2008	۳۷
CEBIT Asia - 2008 International Trade Fair for Information and Telecommunications Technologies	27.10 30.10.2008	۳۸
CeMAT Asia - 2008 International Exhibition of Handling and Transport Systems, Logistics and Freight Flow Automation	27.10 30.10.2008	۳۹
Bauma China - 2008 4th International Exhibition of Building Machines, Equipment for Building Materials Production, Transport and Equipment of Building Industry	25.11 28.11.2008	۴۰
FurniTek China - 2009 International Forestry and Woodworking Machinery and Supplies Exhibition / Furniture Production, Upholstery and Furnishing	17.02 20.02.2009	۴۱
KBC - Kitchen & Bathroom Cabinet China 2009 China International Kitchen and Bathroom Exhibition	17.02 20.02.2009	۴۲
WoodBuild China - 2009 International Exhibition of Timber and Woodworking Industries	17.02 20.02.2009	۴۳
Woodmac - 2009 10th International Forestry & Woodworking Machinery and Supplies Shanghai Exhibition	17.02 20.02.2009	۴۴
Sino-Corrugated - 2009 5th International Exhibition of Corrugated Cardboard Production Equipment, Materials and Technologies	07.04 10.04.2009	۴۵
Auto Shanghai - 2009 International Exhibition of Automobile Spare Parts and Technologies	20.04 28.04.2009	۴۶

ShanghaiTEX - 2009 International Exhibition of Textile Industry	12.06 15.06.2009	۴۷
All in Print China - 2009 International Exhibition for All China Printing Technology & Equipment	14.06 17.06.2009	۴۸

جدول ۴۶: نمایشگاه‌های سال ۲۰۰۸ در Shenyang

توضیحات	تاریخ	ردیف
Liaoning International Education Exhibition-Shenyang - 2008	26.07	۱
Leading Annual International Education Exhibition in Northeast China	27.07.2008	

جدول ۴۷: نمایشگاه‌های سال ۲۰۰۸ در Shenzhen

توضیحات	تاریخ	ردیف
CWJF - 2008 19th China Watch Jewellery & Gift Fair	03.07 06.07.2008	۱
NEPCON South China - 2008 International Exhibitions of Electronic Industry and Microelectronics	26.08 29.08.2008	۲

جدول ۴۸: نمایشگاه‌های سال ۲۰۰۸ در Wenzhou

توضیحات	تاریخ	ردیف
China Optics - 2008 International Optics Trading Fair	10.07 12.07.2008	۱
All China Shoetech - 2008 International Shoe Machinery & Raw Materials Exhibition	24.09 26.09.2008	۲

جدول ۴۹: نمایشگاه‌های سال ۲۰۰۸ در Zhuhai

توضیحات	تاریخ	ردیف
Airshow China - 2008 International Aero Trade Show	31.10 05.11.2008	۱

هتل‌های چین

جدول شماره ۵۰ شامل برخی از هتل‌های شهر پکن است. برای به دست آوردن اطلاعات کامل‌تر در ارتباط با هتل‌های کشور چین به لینک <http://www.chinahotels.org> مراجعه شود.

جدول ۵۰: هتل‌های چین

تعداد ستاره هتل	نام هتل	ردیف
★★★	Spring Garden Hotel	۱
★★★	Autumn Garden Courtyard Hotel, Beijing	۲
★★★★★	Beijing Xinyuan Hotel	۳
★★★★★	Beijing Fujian Hotel	۴
★★★	Sanyuan Jinan Hotel Beijing	۵
★★★★★	Beijing HWA(Apartment) Hotel	۶
★★	Jinbaili Hotel Beijing	۷
★★★	Golden Summer Commercial Hotel	۸
★★★★★	Asia Jinjiang Hotel, Beijing	۹
★★★★★	Zhong Tang Hotel, Beijing	۱۰
★★	Hengchuan jiajin Business Hotel, Beijing	۱۱
	Prime Hotel, Beijing	۱۲
★★★★★	Beijing Jianguo Garden Hotel	۱۳

★★★★★	King&Queen Garden Hotel, Beijing	۱۴
★★★★★	The Apartments On Financial Street	۱۵
★★★★★	China People's Palace	۱۶
★★★	Time Holiday Hotel Beijing	۱۷
★★★★★	Beijing East Gate Plaza Service Apartment	۱۸
★★★★★	Beijing Oriental Culture Hotel	۱۹
★★★★	Beijing Yuexiu Hotel	۲۰
★★★★	Beijing YongAn Hotel	۲۱
★★★★	Dong Chang An Hotel, Beijing	۲۲
★★★★★	Fragrant Hill Empark Hotel, Beijing	۲۳
★★★★★	Howard Johnson Paragon Hotel Beijing	۲۴
★★★★★	Jianguo Qianmen Hotel, Beijing	۲۵
★★★★★	King Wing Hot Spring International Hotel, Beijing	۲۶
★★★★	Suyuan Phoenix Hotel, Beijing	۲۷
★★★★★	Park Plaza Beijing Science Park	۲۸
★★★★★	Shen Zhou (Beijing) International Hotel	۲۹
★★★★★	Beijing Yuyang Hotel	۳۰
★★★★	Sihe Hotel (courtyard), Beijing	۳۱
★★★★	Hua Fu International Hotel	۳۲
★★★★	Beijing Somerset Apartment Hotel	۳۳
★★★★☆	Sariz International Hotel	۳۴
★★★★	Shenneng Wanshougong Business Hotel, Beijing	۳۵
★★★★	JingZhou Hotel Beijing	۳۶
★★★★☆	Jujingyuan --Xiaojing Hotel	۳۷
★★★★☆	Beijing LuHong Hotle	۳۸

★★★★	Dongdanyindi hotel	۳۹
★★★★	BDA Wanyuan Apartment Hotel	۴۰
★★★★	Ao You Hotel, Beijing	۴۱
★★★★☆	Beijing Phoenix Grand Hotel	۴۲
★★★★	Beijing Airport Garden Hotel	۴۳
★★★★	Beijing Fuhao Hotel	۴۴
★★★★	Beijing Harmony Hotel	۴۵
★★★★★	Rosedale Hotel & Suites, Beijing	۴۶
★★★★★	Central Garden Hotel	۴۷
★★★★★	Debao Hotel	۴۸
★★★★	Beijing Airport Lantian Mansion	۴۹
★★★★☆	Easyspring Hotel, Beijing	۵۰
★★★★★	Sino-Swiss Hotel, Beijing Airport	۵۱
★★★★★	Tianxiang Courtyard-Hotel Beijing	۵۲
★★★★	Twenty First Century Hotel	۵۳
★★★★	Xin Yancheng Hotel, Beijing	۵۴
★★★★	Beijing Friends Hotel	۵۵
★★★★	Beijing Exhibition Centre Hotel	۵۶
★★★★★	Traders Hotel, Beijing	۵۷
★★	Beijing New dragon Hostel	۵۸
★★★★	Beijing Yang Qiao Hotel	۵۹
★★★★	Bamboo Garden Hotel, Beijing	۶۰
★★★★☆	Beijing Shunfu Commercial hotel	۶۱
★★	Beijing Lishi Hotel	۶۲
★★★★★	Beijing Plaza Hotel	۶۳

★★★★★	Beijing Shanshui Hotel	۶۴
★★★★	Beijing Tibet Mansion	۶۵
★★★★★	China World Hotel Beijing	۶۶
★★★★☆	Tangshan Hotel, Beijing	۶۷
★★★★★	Grand View Garden Hotel, Beijing	۶۸
★★★★★	Holiday Inn Chang An West, Beijing	۶۹
★★★★	Yayuncun Hotel	۷۰
★★★★	Huiyuan International Apartment Beijing	۷۱
★★★★★	Oriental Garden Hotel, Beijing	۷۲
★★★	Oriental Peace Hotel, Beijing	۷۳
★★★☆	Jujingyuan --Wanfeng Hotel	۷۴
★★★★★	Shangri-La's Kerry Centre Hotel, Beijing	۷۵
★★★★★	Tsinghua Unisplendour International Center	۷۶
★★★	365Inn (Xiaoxitian Branch)	۷۷
★★★★	Jing lin Hotel	۷۸
★★★★	GOTO Modern Hotel	۷۹
★★★★	Beijing Neimenggu Hotel	۸۰
★★★★	Beijing Xiaoxiang Building	۸۱
★★★★	Beijing Shatan Hotel	۸۲
★★★★★	Avic Hotel Beijing	۸۳
★★★☆	Ke Tong Hotel, Beijing	۸۴
★★★☆	Jujingyuan -Guang'anmen Hotel	۸۵
★★★★☆	Beijing Double Happiness Courtyard Hotel	۸۶
★★★★	Qinglian Furun Hotel, Beijing	۸۷
★★★★	My House Hotel, Beijing	۸۸

☆☆☆	CYTS Shanshui Hotel-Hangtian Bridge Branch	۸۹
☆☆☆☆	Kaiheng Century Hotel, Beijing	۹۰
☆☆	Tianyuan Huida Hotel	۹۱
☆☆☆☆	Fortune-land International Hotel	۹۲
☆☆☆☆☆	Jinqiao Hotel Apartment, Beijing	۹۳
☆☆☆☆☆	Loong Palace Hotel & Resort, Beijing	۹۴
☆☆☆☆☆	Beijing Xiyuan Hotel	۹۵
☆☆☆☆☆	Shangri-La Hotel	۹۶

دانشگاه‌های چین

مهم‌ترین دانشگاه‌های کشور چین به ترتیب امتیاز، در جدول شماره ۵۱ مورد اشاره قرار گرفته‌اند.

جدول ۵۱: فهرست دانشگاه‌های چین

امتیاز کلی	نام دانشگاه	رتبه
۱۰۰.۰	Tsinghua University	۱
۹۴.۰	Peking University	۲
۸۳.۰	Nanjing University	۳
۷۲.۰	Fudan University	۴
۷۱.۰	University of Science and Technology of China	۵
۶۸.۰	Shanghai Jiaotong University	۶
۶۴.۰	Zhejiang University	۷
۶۴.۰	Nankai University	۷

۶۲.۰	Renmin University of China	۹
۶۱.۰	Beijing Normal University	۱۰
۶۱.۰	Sun Yat-Sen University	۱۰
۵۷.۰	Beihang University	۱۲
۵۷.۰	Xi'an Jiaotong University	۱۲
۵۴.۰	Tianjin University	۱۴
۵۴.۰	Harbin Institute of Technology	۱۴
۵۳.۰	Huazhong University of Science and Technology	۱۶
۵۲.۰	Wuhan University	۱۷
۵۲.۰	Dalian University of Technology	۱۷
۵۱.۰	Sichuan University	۱۹
۵۰.۰	Southeast University	۲۰
۴۹.۰	Northwestern Polytechnical University	۲۱
۴۸.۰	Xiamen University	۲۲
۴۸.۰	University of Science and Technology Beijing	۲۲
۴۷.۰	Tongji University	۲۴
۴۷.۰	Lanzhou University	۲۴
۴۷.۰	China Agricultural University	۲۴
۴۷.۰	Central South University	۲۴
۴۶.۰	East China Normal University	۲۸
۴۶.۰	Shanghai Second Medical University	۲۸
۴۶.۰	Beijing Institute of Technology	۲۸
۴۴.۰	Jilin University	۳۱
۴۴.۰	South China University of Technology	۳۱

بنادر چین

فهرستی از بنادر چین در جدول شماره ۵۲ ارائه شده است.

جدول ۵۲: فهرست بنادر چین

نام بندر	ردیف	نام بندر	ردیف
Ning Bo	۲۰	<u>Dan Dong</u>	۱
Hai Men	۲۱	<u>Da Lian</u>	۲
Wen Zhou	۲۲	<u>Ba Yu Quan</u>	۳
Fu Zhou	۲۳	<u>Ying Kou</u>	۴
Mei Zhou Wan	۲۴	<u>Jin Zhou</u>	۵
Quan Zhou	۲۵	<u>Hu Lu Dao</u>	۶
Xia Men	۲۶	<u>Qin Huang Dao</u>	۷
Zhang Zhou	۲۷	<u>Tang Shan</u>	۸
Shan Tou	۲۸	<u>Tian Jin</u>	۹
Shan Wei	۲۹	<u>Huang Hua</u>	۱۰
Hui Zhou	۳۰	<u>Lai Zhou</u>	۱۱
Hong Kong	۳۱	<u>Long Kou</u>	۱۲
Shen Zhen	۳۲	<u>Peng Lai</u>	۱۳
Dong Guan	۳۳	<u>Yan Tai</u>	۱۴
Guang Zhou	۳۴	<u>Wei Hai</u>	۱۵
Zhu Hai	۳۵	<u>Shi Dao</u>	۱۶
Xin Hui	۳۶	<u>Qing Dao</u>	۱۷
Yang Jiang	۳۷	<u>Ri Zhao</u>	۱۸
Zhan Jiang	۳۸	<u>Lan Shan</u>	۱۹

Bei Hai	۵۹	Lian Yun Gang	۳۹
Qin Zhou	۶۰	Chang Shu	۴۰
Fang Cheng	۶۱	Tai Cang	۴۱
Hai Kou	۶۲	Nan Tong	۴۲
Yang Pu	۶۳	Zhang Jia Gang	۴۳
Ba Suo	۶۴	Jiang Yin	۴۴
San Ya	۶۵	Chang Zhou	۴۵
Keelung	۶۶	Zhen Jiang	۴۶
TanShui	۶۷	Tai Zhou	۴۷
Suao	۶۸	Yang Zhou	۴۸
Hualien	۶۹	Nan Jing	۴۹
Taichung	۷۰	Ma An Shan	۵۰
Kaohsiung	۷۱	Wu Hu	۵۱
She Kou	۷۲	Tong Ling	۵۲
Ma Wan	۷۳	Chi Zhou	۵۳
Chiwan	۷۴	An Qing	۵۴
Yan Tian	۷۵	Shang Hai	۵۵
Dong Shan Dao	۷۶	Zha Pu	۵۶
Cao Fei Dian	۷۷	Ma Ji Shan	۵۷
Shui Dong	۷۸	Zhou Shan	۵۸

آژانسهای مسافرتی

فهرستی از چند آژانس مسافرتی مطرح در چین در جدول شماره ۵۳ ارائه شده است.

جدول ۵۳: آژانس‌های مسافرتی مطرح در چین

ردیف	نام	تلفن	فکس
۱	China International Travel Service, Head Office	۰۰۸۶۱۰ ۶۶۰۱۱۱۲۲	۰۰۸۶۱۰ ۶۶۰۵۲۲۳۵
۲	China Travel Service, Head Office	۰۰۸۶۱۰ ۶۴۶۲۲۲۸۸	۰۰۸۶۱۰ ۶۴۶۱۲۵۰۹
۳	China CYTS Tours Holding Co. Ltd.	۰۰۸۶۱۰ ۶۵۱۳۷۶۴۶	۰۰۸۶۱۰ ۶۵۲۴۹۸۰۹
۴	China Merchants International Travel Co.	۰۰۸۶۱۰ ۶۵۹۷۵۱۵۸	۰۰۸۶۱۰ ۶۵۰۱۱۳۰۳
۵	China International Travel Service, Beijing Office	۰۰۸۶۱۰ ۶۵۱۵۸۵۸۶	۰۰۸۶۱۰ ۶۵۱۵۸۶۰۳
۶	China Travel Service, Beijing Office	۰۰۸۶۱۰ ۶۵۰۲۳۶۰۲	۰۰۸۶۱۰ ۶۵۰۲۳۳۶۰
۷	Beijing Overseas Tourism Corp.	۰۰۸۶۱۰ ۶۵۱۵۸۳۸۱	۰۰۸۶۱۰ ۶۵۱۵۸۳۸۱
۸	Beijing Xinhua International Tours Co. Ltd.	۰۰۸۶۱۰ ۸۷۷۵۷۰۸۰	۰۰۸۶۱۰ ۸۷۷۵۷۱۱۰

روزنامه‌های چین

در جداول ذیل فهرستی از روزنامه‌های موجود در چین ارائه شده است. جهت آشنایی بیشتر با روزنامه‌های چین می‌توان به سایت www.wikipedia.com مراجعه نمود.

جدول ۵۴: فهرست روزنامه‌های ملی

ردیف	نام
۱	China Daily - English language national daily.
۲	China Economic Times - daily
۳	China Public Security Daily - official public security bureau paper.[1]

China Youth Daily (Zhongguo Qingnian Bao) - state-run, associated with the Communist Youth League of China	۴
Economic Information Daily (Jingji cankao bao)	۵
The Economic Observer - English edition of the privately-owned weekly newspaper[2]	۶
Gongren Ribao (Workers' Daily)	۷
Guangming Daily - conservative tabloid, close to the Communist Party of China	۸
Hua Xia Wen Zhai	۹
Legal Daily (Fazhi Ribao) - supervised by the Ministry of Justice	۱۰
Nongmin Ribao (Farmers' Daily) - agricultural and rural issues	۱۱
PLA Daily (Jiefangjun Bao) - official daily of the People's Liberation Army	۱۲
People's Court Daily	۱۳
People's Daily (Renmin Ribao) - voice of the Central People's Government and CPC Central Committee (Communist Party daily)	۱۴
Reference News - has the largest circulation in mainland China, published by Xinhua News Agency	۱۵

جدول ۵۵: فهرست روزنامه‌های محلی

Beijing	
A Liar's Digest - a Beijing-based underground newspaper in mainland China, which pokes fun at the state-controlled media.	
Beijing Chenbao	
Beijing Daily Messenger - prints 180,000 to 200,000 — 60,000 for subscribers; of the 120,000 retail copies, at least one-third is unsold.	
Beijing Entertainment News	
Beijing Evening News - prints 700,000 copies — 450,000 for retail and 250,000 for subscribers. Of the retail copies, 50,000 to 100,000 are unsold.	
Beijing Globe	

Beijing Morning News - prints 180,000 — 130,000 are for subscribers; of the 50,000 retail copies, at least 20,000 are sold by the distribution center director as waste paper.

Beijing News (Xin Jing Bao) - newly-launched daily with reformist ambitions

Beijing Portal

Beijing Ribao

Beijing Times

Beijing Today* - the English weekly edition of the Beijing Youth Daily

Beijing Youth Daily - best-selling daily in the capital

Freezing Point

Legal Mirror

Qianlong

Chongqing

China High Tech

Chongqing Evening News

Chongqing Globe

Chongqing News (Chinese, English)

Chongqing Today

Qianjiang Evening News

Yeski

Gansu

Gansu Daily

Guangdong

Guangdong Public Security News

Guangzhou Daily

Guangzhou Morning Post

Nanfang City News

Nanfang Dushi Bao (Southern Metropolitan Daily) - Guangzhou-based paper that takes a questioning line

Nanfang Ribao (Southern Daily) - Communist Party daily, Guangdong province

News Guangdong (English)

Shenzhen Economic Daily

Shenzhen Evening News

Shenzhen Daily - One of China's three English language daily newspapers[3]

Shenzhen Dushi News

Shenzhen Special Zone Daily

Shenzhen Youth News

Southern Weekend

Yangcheng Wanbao

Zhongshan Ribao

Guangxi

Guangxi Daily

Fujian

Fujian Ribao

Common Talk

Guizhou

Guizhou Business Daily

Guizhou Daily

Guizhou Provincial

Huaxi City Daily

Heilongjiang

Harbin Daily

Hebei

Hebei Daily

Yanzhao Metropolis Daily

Henan

Central Railway News

Dahe Newspaper

Luoyang Daily

Hubei

Hubei News

Chutian Metro Daily

Wuhan Evening News

Hunan

Changsha News (Chinese, English)

Hunan Technology Newspaper

Inner Mongolia

Hulunbeir Daily

Jiangsu

Xinhua Daily

Yangtse Evening Post - Nanjing

Yangzhou Ribao

Jiangxi

Information Daily

Jiangnan newspaper

Jiangxi Daily

Jilin

China Jilin

Jilin News

Today New

Liaoning

Dalian Daily

Dalian Evening News

Liaoning Daily

Liaoning Farmer

North Morning News

Peninsula Morning News

Peninsula City News

Shenyang Wanbao

Times Business Daily

Liaoning

Dalian Daily

Dalian Evening News

Shaanxi

Sanqin Daily

Shaanxi Daily

Shandong

Dazhong Ribao

Jinan Ribao

Jinan Times - daily

Qilu Evening News - 1.2 million circulation

Qingdao Daily

Qingdao Globe

Qingdao News

Shanghai

Jiefang Daily (Liberation Daily) - official daily of Shanghai Committee of the Communist Party of China

Shanghai Daily - voice of the Shanghai People's Government

Shanghai Morning Post

Shanghai Post

Shanghai Star - weekly tabloid providing reports on people and issues in Shanghai and neighbouring regions.

Shanghai Xinmin Evening News

Oriental Morning Post

Wen Hui Bao, published in Shanghai (not confused with Wen Wei Po, a newspaper with the same Chinese name published in Hong Kong)

Wenhui Book Review

Xinmin Evening News

Xinmin Wanbao

China Youth Daily (Youth Daily)

Shanxi

Shanxi Daily

Sichuan

Chengdu Economic Daily

Sichuan Daily

Trust Post

Tianjin

Jin Wanbao

Tianjin Ribao

Tibet

Lasa Evening News

Tibet Broadcast

Tibet Daily

Xinjiang

Xinjiang Daily

Xinjiang Newspaper

Yunnan

Yunnan Daily

Zhejiang

Zhejiang Ribao

Special administrative regions

Hong Kong

See Newspapers of Hong Kong

Macau

See Media of Macau

جدول ۵۶: فهرست مجلات مرتبط با کسب و کار

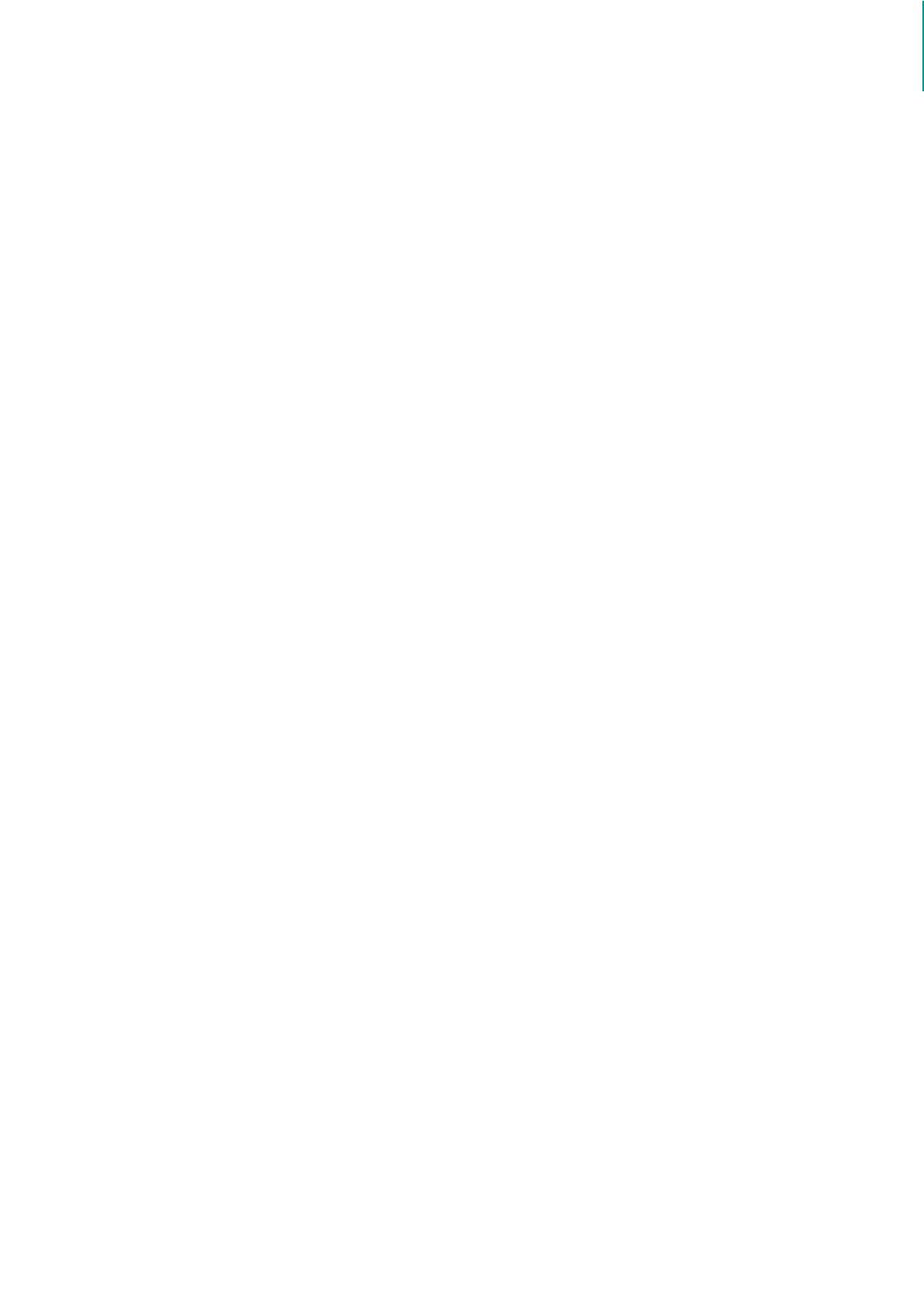
نام مجله	ردیف
China Economic Times (Zhongguo Jingji Shibao) - Chinese financial and economy information.	۱
National Business Daily - publishes eight pages apiece on domestic and international business news.	۲
China Business - Business weekly. Published by the Chinese Academy of Social Sciences.	۳
China Business News - First Chinese business daily, aims «to be the most influential, authoritative and respected financial daily newspaper in China.	۴
21st Century Business Herald - Southern Media Group publishes this paper twice weekly.	۵
The Economic Observer - China's leading weekly for economy, politics, and culture. English edition of the privately-owned weekly newspaper[4]	۶
China Stock News - China's leading newspaper for stock market, provide lots data for access.	۷
China Financial News - published in 1987, official newspaper of all Chinese major banks.	۸
Chinese Business View	۹
Xinhua Business Weekly is an English newsletter published weekly by Xinhua News Agency	۱۰

جدول ۵۷: فهرست مجلات مرتبط با فناوری اطلاعات

نام مجله	ردیف
China Information World - published for 20 years, as their name, offer all IT information.[5]	۱
PC World - provides IT resources to enterprise, download, IT blog, and other technical journals.[6]	۲
IT Management - News centre for IT manager, project manger, CIO etc. [7]	۳
PC Professional China - computer technical discussion zone newspaper, offers buyer guide too.[8]	۴
China PC News - covers Chinese IT news, consumer news, PC services, software and hardware[9]	۵
IT Business Information - Provides mainly software solutions to both buyer and seller.[10]	۶
Programing and Maintenance - covers topics from programming to PC maintenance.[11]	۷

جدول ۵۸: فهرست مجلات مرتبط با ورزش

نام مجله	ردیف
Titan Sports Weekly - China's most successful sports bi-weekly newspaper. It started off as a photocopied football fanzine in the 1990s.	۱
Soccer News - dedicated for Chinese soccer fans, reports national and international soccer news.	۲
Nanfeng Daily - China sports events by calendar.	۳
Sports China - cover sports news for every sports events, includes Chinese martial arts.	۴
Oriental Sports Daily - focus on eastern China's football events.	۵



منابع و مأخذ

- آمارنامه گمرکی جمهوری اسلامی ایران
- بولتن ریسک کشوری
- راهنمای صادرات به چین، ۱۳۷۹، مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، تهران
- جمهوری خلق چین و روابط دوجانبه با ایران، ۱۳۸۶، سازمان توسعه تجارت ایران، اداره کل بازرگانی آسیا و اقیانوسیه
- چین در یک نگاه، ۲۰۰۴، سفارت چین در ایران
- گزارش تنظیم تراز تجاری جمهوری اسلامی ایران با جمهوری خلق چین، ۱۳۸۶، سازمان توسعه تجارت ایران، اداره کل بازرگانی آسیا و اقیانوسیه
- سایت مرکز تجارت جهانی (سایت ITC)
- شورای دولتی چین
- سرمایه‌گذاری در چین
- بانکداری در چین
- سایت تولید ناخالص ملی چین
- روزنامه‌ها
- قوانین بنادر
- سایت بانک جهانی
- سایت نقطه تجاری
- سایت پروفایل کشورها
- سایت فرهنگ مذاکره
- سایت فرهنگ مذاکره
- سایت سازمان تجارت جهان
- قوانین چین
- سفارت خانه های چین
- سایت اتاق بازرگانی چین
- www.trademap.or
- www.persian.cri.cn
- www.China.org.cn
- www.novexc.cn
- www.adb.org
- www.NewsPapers.com
- [www. tradeinservices.mofcom.gov.cn](http://www.tradeinservices.mofcom.gov.cn)
- www.worldbank.org
- www.irtp.com
- www.OEDC.com
- www.kwintessential.co.uk
- www.communicaid.com
- www.wto.org
- www.chinatoday.com
- www.chinaembassy.ir
- www.iran-chinachamber.com

www.mim.gov.ir

www.intracen.org

www.cia.gov

www.doingbusiness.org

www.wikipedia.org

www.lawmoose.com

www.PINR.com

www.eleechina.com

CHINA ABC <http://persian.cri.cn>

– سایت وزارت صنایع و معادن کشور