

# Çin seramik kaplama malzemeleri sektörü

## Chinese ceramic tile sector

Mustafa E. Ayaydın

Seramik Federasyonu

Turkish Ceramics Federation

Bugüne kadar, uluslararası pazarlarda agresif fiyat politikaları uygulayan, 2005 yılından itibaren kotaların libere edilmesiyle beraber tüm dünyada büyük bir tehdit oluşturacağı düşünülen Çin'in seramik kaplama malzemeleri endüstrisi üzerine bir araştırma yapılmıştır.

Çin seramik kaplama malzemeleri endüstrisinin son yıllardaki muazzam büyümesine bakıldığında, endüstriyi objektif olarak güvenilir bilgilere dayanarak analiz edebilmek, gittikçe önem taşır hale gelmiştir.

Bu amaçla Şanghai Uluslararası Seramik, Mermer ve Banyo Ürünleri Fuarı sırasında yapılan görüşmelerden edinilen bilgiler, Şanghai'nin merkezindeki yapı marketlerde yapılan pazar araştırmasının sonuçları, Çin İnşaat ve Sıhhi Tesisat Malzemesi Derneği'nden temin edilen veriler, Şanghai Ticaret Müşavirliğimizden alınan veriler ile karşılaştırılmış özellikle enerji ve işçilik giderleri değişik kaynaklardan araştırılmıştır.

### ÜRETİM

Çin, dünyanın en önde gelen seramik kaplama malzemesi üretici ülkesidir. Çin'in 2002 yılı seramik kaplama malzemesi üretimi 2.100 milyon metrekare'dir. Bugüne kadar hep ihtiyatlı yaklaşılsa da, artık Çin'in 2.100 milyon metre kare seramik kaplama malzemesi üretimi olduğu tartışılmamaktadır.

Bunu gerçekten anlayabilmek için, Şanghai'yi ziyaret etmek yeterlidir. Çin'deki dünyaya en açık ve dinamik şehir olan Şanghai, 16 milyon nüfusu ile, Avrupa ülkelerinin en büyüğünden daha fazla inşaat faaliyetine sahiptir.

1,3 milyardan fazla nüfusu, % 8'lik yıllık ekonomik büyüme oranı ve modern hizmetleri benimseme ve temel barınma gereksinimlerini karşılama ihtiyacı ile; Çin, 2 milyar metrekare seramik kaplama malzemesi üretiminin tamamını tüketebilecek bir pazara sahiptir.

Çin'in üretimde kullandığı teknoloji, ithal (İtalyan) ve bir kısmı yerel olarak üretilmiş makineler. Yerel makine endüstrisi son yıllarda önemli bir gelişme göstermiş, hatta uzakdoğu ülkelerine ihraç edilmeye bile başlanmış. Kullanılan teknolojinin kaynağı ne olursa olsun bugün Çin'deki seramik kaplama malzemesi üreticileri, uluslararası pazarlarda satılan ürün türlerinin tartışılmaz olarak en az % 95'ini üretebilmektedir.

A study was conducted on the ceramic tile industry of China, which so far has implemented aggressive pricing policies in international markets and which is believed that it will create a major threat to the whole world upon liberalization of quotas starting from 2005.

Looking at the enormous growth of the Chinese ceramic tile industry in recent years, it has become increasingly important to be able to analyze the industry objectively based on reliable data.

To that end, the data obtained from discussions held during the Shanghai International Ceramic Marble and Bathroom Ware Exhibition, the results of the market research carried out in the building markets at the center of Shanghai and data obtained from Chinese Construction and Sanitary Ware Association were compared with the data obtained from our Shanghai Trade Consulting Office and specifically, power and workmanship costs have been investigated through various sources.

### PRODUCTION

China is the leading ceramic tile producing country in the world. China's year 2002 ceramic tile production is 2,100 billion square meters. Although a reserved approach has been taken so far, the fact that China produces 2,100 million square meters of ceramic tile is not disputed any more.

Visiting Shanghai is enough to understand this fact. Shanghai, which is the city most open to the world and most dynamic in China, has more construction activity than the largest European country.

China has a market that can consume whole of its ceramic tile production of 2 billion square meters with its population over 1,3 billion, its rate of annual economic growth of 8 % and its requirement for adopting modern services and satisfying basic accommodation needs.

China uses imported (Italian) and some locally manufactured machinery in the technology it employs in production. The local machinery industry has demonstrated significant development in recent years and has even started to be exported to Far Eastern countries. Regardless of the source of employed technology; today, Chinese ceramic tile producers are able to manufacture minimum 95 % of product types sold in international markets.

### Çin Seramik Kaplama Malzemeleri Sektörü / Chinese Ceramic Tile Sector

		1998	1999	2000	2001	2002
Üretim	Production	1.594	1.600	1.600	1.700	2.100
İç Tüketim	Domestic Consumption	1.400	1.300	1.300	1.600	1.700-1.800
İthalat	Imports	2	2.0	2.0	2.1	1.8
İhracat	Exports	19	19	24	53	122

Kaynak: Çin İnşaat ve Sıhhi Tesisat Malzemesi Derneği (Milyon m<sup>2</sup>) / Source: Chinese Construction and Sanitary Ware Association (Million m<sup>2</sup>)

İtalya, İspanya Brezilya ve Türkiye’de olduğu gibi, Çin’de de seramik kaplama malzemesi üretimi, miktar açısından en önemlisi Hong Kong’un iç kısmında olan Foshan (Guang Dong) olmak üzere 4 bölgede yoğunlaşmıştır.

**Foshan:** Çin üretiminin % 60-70’ini oluşturan çeşitli komşu alanlardan oluşuyor (Nanzhuang, Shiwan ve Nanhai). Toplam 250-300 şirket faaliyet gösteriyor. Bunların 72’si kaplama malzemesi üretiminde uzmanlaşmış kent olarak tanımlanan Nanzhuang’da. Birkaç büyük şirket, başka bölgelerde de fabrikalar işletiyor. Şirketler, çoğu Çinlilerin sahip olduğu özel ve kamu şirketleri. Ürün kalitesi yerel standartlara göre orta-üst düzeydedir.

**Şanghay:** Şanghay’da yaklaşık 30-40 orta-büyük ölçekli şirket faaliyet göstermekte. Bu bölgede; çoğu Taiwan, belli ölçüde de Japon olmak üzere, yoğun yabancı sermayeli şirketler bulunuyor. Bu şirketler, ürünlerini esas olarak yakın bölgelere olmak üzere, yerel olarak ve ihracat pazarlarına satıyor. Bu bölge, toplam üretimin % 15’ini karşılıyor. Geniş ürün yelpazeleri ve ortalamanın üzerindeki fiyatları ile, en çok pazarlamaya yönelik şirketlere yuva teşkil ettiğinden; Şanghay bölgesi özellikle önemlidir. Bu şirketlerden bazıları, ürünlerini diğer bölgelerde imal edilenlerden ayırt etmek için “Made in Shanghai” deyimini kullanıyor.



**Shandong:** Esas olarak Pekin bölgesine hizmet veriyor ve toplam üretimin yaklaşık % 10’unu sağlıyor.

**Chongging:** Çin’deki en büyük kentlerden biri. Ülkenin iç bölümünde ve kıyıya nehirle bağlı. Şu anda toplam üretimin % 5’ini sağlıyor; Chongging yüksek kaliteli hammadde ve enerji imkanına sahip. Önümüzdeki yıllarda kırsal iç kesimlerin geliştirilmesi politikaları onaylanırsa, bu bölgedeki üretim artabilir.

En fazla üretim yapan üç bölgenin Çin’deki en büyük kentsel alanlardan pek uzak olmaması ve dördüncüsünün de büyük bir kente yakın olması dikkat çekicidir. Çin son derece büyük bir hızla büyümektedir. 1978-2002 yılları arası ekonomik büyüme oranı %8, 2003 yılında ise büyüme oranı %9.3’tür. Diğer sektörlerde olduğu gibi seramik kaplama malzemeleri sektörü üretimindeki büyümenin spekülasyon balon olma riski kesin olarak varsa da, gayrimenkul pazarı en dinamik sektörlerden biridir. Çin pazarı, İtalya, İspanya ve Türkiye’de olduğu gibi tarih boyunca seramiğe ilgi göstermiş olup; tüketicilerin küçük bir yüzdesi de (mutlak rakamlar açısından büyük) Avrupa ortalamasından çok aşağıda olmayan gelirlere sahip olmaya başlıyor.

Like in Italy, Spain, Brazil and Turkey, the ceramic tile production in China is concentrated in 4 regions with the one most significant quantity-wise being Foshan (Guang Dong) in the inner part of Hong Kong.

**Foshan** Foshan comprises various adjacent areas generating 60-70 % of the production of China (Nanzhuang, Shiwan ve Nanhai). In total, 250-300 companies are active. 72 of these are situated in Nanzhuang, known as a city specialized in tile production. Several major companies operate factories in other regions as well. Companies are private and public ones, majority owners being Chinese. The product quality is at middle-upper level based on local standards.

**Shanghai** Approximately 30-40 middle-large size companies are operating in Shanghai. Companies with foreign capital, mostly Taiwanese and some Japanese are situated in this region. These companies sell their products locally and to export markets basically to nearby regions. This region accounts for 15 % of the total production. The Shanghai region is especially important as it is home to companies that are oriented towards marketing most, with their wide product ranges and above-average prices. Some of these companies use the phrase “Made in Shanghai” to differentiate their products from those manufactured in other regions.

**Shandong** Basically serves the Beijing area and accounts for approximately 10 % of the total production.

**Chongging** One of the largest cities in China. It is in the inner part of the country and is connected to the coast by a river. At the present, it accounts for 5 % of total production; Chongging has access to high quality raw material and power. Should the policies for development of rural inner areas are approved in the coming years, the production in this area may grow.

It is interesting that the three regions with highest production are not too far from the largest urban areas of China and the fourth one is close to a major city. China is growing at an extremely high rate. The economic growth rate between 1978-2002 was 8 % and it was 9,3 % in 2003. Although there is the risk of the growth in the ceramic tile sector being a speculative bubble like in other industries, the real estate market is one of the most dynamic sectors. The Chinese market has shown interest in ceramics through history like in Italy, Spain and Turkey and a small percentage of consumers (large in terms of absolute figures) is starting to have an income not much less than the European average. Like in Italy and Spain, one of the significant factors of success behind production is the extremely dynamic domestic market which is ready to accept new products.

## FOSHAN

Foshan is a city in Guangdong Province with a land area of 3.813,64 m<sup>2</sup> and a population of 3.324.600. Foshan is on the left bank of the Pearl River delta and shares a border with Guangzhou.

The ceramic production in Foshan comes from a powerful tradition. Especially, Shiwan, a district of the city is known for its high quality raw material used by factories for making table and kitchenware in the last centuries.

Starting with 1960s, the Regional Government resolved to establish ceramic tile factories to satisfy domestic requirements and to offer services to other regions of China. Some of these were very large and had low productivity.

İtalya ve İspanya'da olduğu gibi, üretimin arkasındaki önemli başarı faktörlerinden biri, yeni ürünleri kabul etmeye çok yatkın olan, son derece dinamik iç pazardır.

## FOSHAN

Foshan, 3.813,64 m2 yüzölçümü ve 3.324.600'lük bir nüfus ile Guangdong Eyaleti'nde bir kent. Foshan, Pearl nehri deltasının sol kıyısında bulunuyor ve Guangzhou ile sınırdış.

Foshan'daki seramik üretimi güçlü bir geleneğe dayanıyor. Özellikle kentin ilçelerinden biri olan Shiwan, son yüzyıllarda sofrta ve mutfak eşyası yapmak için fabrikalar tarafından kullanılan yüksek kaliteli hammaddesi ile tanınıyor.

1960'lı yıllardan itibaren Bölgesel Hükümet, yerel gereksinimleri karşılamak ve Çin'in diğer bölgelerine hizmet vermek için seramik kaplama malzemesi fabrikaları kurmayı kararlaştırdı. Bunlardan bazıları çok büyüktü ve düşük verimliliğe sahipti. 1979'dan beri "Açık Kapı" politikası, yerel makamların kontrolü altında, hem özel sektör, hem de kamu sektörü yatırımları için yeni fırsatlar doğurdu. Özellikle, Nanzhuang Belediyesi tarafından 70 kadar şirket kuruldu. Foshan Bölgesi'nde şu anda 300 kadar imalat şirketi ve ilgili sektörlerde faaliyet gösteren 800 firma bulunmaktadır. Guangdong Eyaleti'nin resmi üretim rakamları, 1.500 milyon metrekareyi göstermektedir. Bu sektörde toplam istihdam 100.000 kadardır. İhracat, toplam üretimin sadece % 5-7'sini oluşturuyor ve büyük ölçüde diğer Asya ülkelerine gönderiliyor.

## ÜRETİM MALİYETLERİ

### A. İŞÇİLİK

Ülke boyunca çok büyük değişiklikler görülse de, Çin'de işçilik maliyetleri ülkemize ve diğer Avrupalı üreticilere göre çok düşük.

Şanghay bölgesi en yüksek işçilik maliyetlerine sahip. Genel olarak maliyetler; kıyı bölgelerinde, iç bölgelerden daha yüksek. Foshan'da bir işçinin ortalama maliyeti, emeklilik ve sigorta primleri dahil ayda 1.300 Yuan kadar. Sabit kur oranı 1 \$ = 8,21 Yuan olduğundan, aylık işçilik maliyeti 160 \$ düzeyinde.

Bir uzman teknisyen veya mühendisin maliyeti 5.000 Yuan (610 \$) düzeyinde. Bu, kısmen Dolar'a endeksli olan Yuan'ın devalüasyonundan dolayı çok düşük bir oran. Satış personelinin aylıkları çok değişken ve gerçekleşen satışlara bağlı. Bu maliyetler, Çin'deki ortalamaya göre çok yüksek.

Çinli işçiler iki sınıfa ayrılıyor: Sürekli ve geçici. Sürekli işçiler, çalıştıkları bölgede fiilen oturanlar. Geçici işçiler ise, geçici çalışma izinlerine sahip işçiler. Bunların süresi dolduğunda veya işten çıktıklarında geldikleri yere dönmek zorundalar. (Ülkemizde fındık ve pamuk hasatı döneminde Güneydoğu illerinden çalışmak üzere bu bölgelere giden geçici işçiler gibi) İlgili rakamlar hakkında bir bilgi vermek için, Nanzhuang kentinde 76.000 sürekli işçi ve 80.000 geçici işçi olduğu belirtilmektedir.

Ücret artışları konusunda birbirinden zıt gelişmeler yaşanıyor. Bir yanda, çalışmak için sanayisi olan şehirlere taşınmaya hazır, kırsal bölgelerde yaşayan yüz milyonlarca fakir insan nedeniyle ücretler düşme eğiliminde, diğer yanda, Foshan'daki hızlı büyüme ve eğitilmiş işgücü talebi ücretlerin artışına yol açıyor.

Bölgedeki aylıkların şu andaki göreceli dengeliği (ulusal ortalamasının üzerinde bir düzeyde), karşı yönlere etki yapan çok

Starting with 1979, the "Open Door" policy led to new opportunities for both private sector and also public sector investments under the supervision of local authorities. Specifically, about 70 companies were established by Nanzhuang Municipality. At the present, there are about 300 manufacturing concerns and 800 firms operating in connected industries in the Foshan Region. The official production figures of Guangdong Province point to 1,500 million square meters. The total employment in this industry is about 100,000. Exports account for only 5-7 % of the total production and are mainly sent to other Asian countries.

## PRODUCTION COSTS

### A. WORKMANSHIP

Although quite major differences are observed through the country, the workmanship costs in China are much lower than in our country and of other European producers.

Shanghai region has the highest labor costs. In general, costs are higher in coastal areas than in inner parts. The average cost of a worker in Foshan is about 1,300 Yuans per month including pension and insurance premiums. As the fixed exchange rate is 1 \$ = 8.21 Yuan, the monthly cost of a worker is about \$ 160.

The cost of an expert technician or engineer is about 5,000 Yuan (\$ 610). This is a very low rate due to the devaluation of Yuan, which is partly pegged to the Dollar. Salaries of sales personnel vary and depend on the realized sales. Such costs are very high compared to the Chinese average.

Chinese workers fall into two categories: Permanent and temporary. Permanent workers are those who actually reside in the area they live. Permanent workers, on the other hand, are those with temporary work permits. These are required to go back to where they come from when their permits expire or when they leave the jobs (Like the temporary workers who go to other regions to work, from South Eastern Provinces for hazelnut and cotton picking in our country). Just to give an idea, it is reported that there are 76,000 permanent workers and 80,000 temporary workers in the city of Nanzhuang.

There are contradictory developments regarding wage increases. On the one hand, wages tend to fall because of hundreds of millions of poor people ready to move to industrial cities to work, living in rural areas; yet, on the other hand, the rapid growth and the demand for skilled labor in Foshan drive the wages upwards.

The relative equilibrium of salaries in the region at the present (much above the national average) is as a result of very strong forces pushing in opposite directions. There is a very high risk of a price/monthly inflation spiral and there is also a very realistic risk of appearance of social tensions as a result of the great discrepancies in wealths.

The fact that the labor market has not collapsed is attributable to partially an institutional mechanism and partially to the following objective factor. During the last 15 years, Chinese economy has grown at a rate of approximately 8 %. As a result, the majority of Chinese are in better shape compared to 15 years ago. This, in turn, mitigates the social tensions arising from the non-uniform growth. Yet, the risk of social tensions appearing is quite real.

Chinese officials announce the unemployment rate in the country as 12 %. Unemployment rate of 12 %, which is seemingly low, means that 110 million people are unemployed and that would

güçlü kuvvetlerin bir sonucu. Çok büyük bir fiyat/aylık enflasyon döngüsü riski var ve ayrıca servetlerdeki büyük farklılıklar sonucunda, sosyal gerilimlerin ortaya çıkması konusunda çok gerçekçi bir risk de mevcut.

İşçilik piyasasının çökmemiş olması olgusu, kısmen bir kurumsal düzenekten ve kısmen de, kısaca şu objektif faktörden ileri geliyor. Son 15 yılda Çin ekonomisi, yılda yaklaşık % 8 oranında büyüdü. Bunun sonucunda, Çinlilerin çoğunluğu, 15 yıl öncesine göre daha iyi durumda. Bu da, tekdüze olmayan büyümeden doğan sosyal gerilimleri hafifletiyor. Ancak sosyal gerilimlerin ortaya çıkması konusunda çok gerçekçi bir risk de mevcut.

Çin’li yetkililer ülkedeki işsizlik oranını %12 olarak açıklıyorlar. %12 düzeyindeki işsizlik oran olarak düşük gibi gözükmesine karşılık 110 milyon kişinin işsiz olduğu anlamını taşır ki bu da Türkiye nüfusunun bir buçuk katının ya da Avrupa nüfusunun üçte birinin işsiz olduğu anlamına gelir.

Bilindiği gibi ülkemizde DİE’nin istatistiklerine göre 2003 yılında işsizlik oranı %10.3 (2.4 milyon kişi) idi. Ancak Türkiye’deki işsiz sayısının 4.5-5 milyon düzeyinde olduğu bir gerçek. Aynı şekilde Çin gibi verilere zor ulaşılabilen bir ülkede işsizlik oranının çok daha fazla olduğu ileri sürülebilir.

## B. ENERJİ

Çin’de çok hızlı bir şekilde inşa edilen binalar ve fabrikalar paralelinde elektrik enerjisi üretimi yatırımı yapılamamış ve elektrik tüketimi üretimin çok önüne geçmiş. Bu nedenle elektrik kısıtlamaları gündemde. Bazı fabrikalardan, enerji tüketiminin düşük olduğu gece saatlerinde çalışmaları istenmekte ve gece kullanım tarifelerinde düşük fiyatlar uygulanmakta.

Enerji üretiminin % 72’ si kömür ile çalışan termik santrallerden, % 7’ si hidroelektrik santrallerden, geri kalanın nükleer santrallerinden gerçekleştirilmekte. En büyük enerji açıkları kıyı bölgelerinde (Japon Denizi’ne kıyı sanayinin geliştiği bölgeler, ülkemizde Marmara Bölgesi’nin benzeri). Çin dünyanın en büyük kömür üreticisi ülkesi. Büyük şehirler civarında kömür rezervleri tükenmiş. Çin kömür rezervinin %40’ı Uygur ve Sincan bölgelerinde. Demiryolu ile bu bölgelerden kömür taşınması yapılmakta, bu hem zaman kaybını hem de maliyet artışını beraber getirmektedir.

Elektrik ve doğalgaz fiyatlarına göre karşılaştırma yapıldığında, Çin’deki üreticilerin enerji maliyetleri ülkemize ve diğer Avrupalı üretici ülkelere göre olması gerekenden daha düşük. Bunun nedeni büyük ölçüde zayıf çevre koruması ve ucuz ancak çok kirlenici teknolojilerin kullanımından ileri geliyor. Seramik sektörü bunun tipik bir örneği. Foshan’da fırınlar büyük ölçüde, ucuz ancak pek saf olmayan kömür gazı ile çalışıyor. Aynı şekilde, elektrik üretmek için gene ucuz ancak çok kirlenici olan kömür yakan enerji santralleri sıklıkla kullanılıyor.

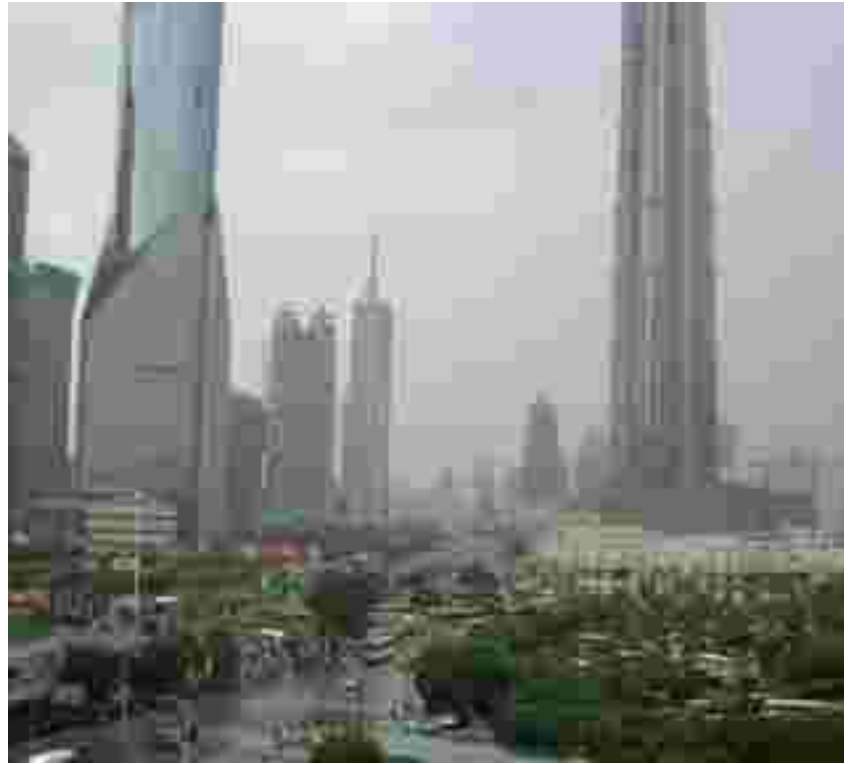
mean that one and a half times the population of Turkey or one third of the population of Europe is unemployed. As it is common knowledge, the unemployment rate in our country in 2003 was 10.3 % (2.4 million people) according to the statistics of the State Statistics Institute. However, it is a reality that the number of unemployed in Turkey is about 4.5-5 million. In the same manner, it can be argued that in a country like China where data are hard to reach, the unemployment rate is much higher.

## B. ENERGY

Electrical power generation investments have not kept up with the extremely fast building and factory construction in China and the electricity consumption is ahead of production. Therefore, power restrictions are being employed. Some factories are asked to operate in night hours when the power consumption is low and low rates are implemented in night consumption tariffs.

72 % of power generation comes from coal-operated thermal power stations, 7 % from hydroelectricity stations and the balance from nuclear power stations. The largest energy deficits are in the coastal areas (Industrial regions on the coast of the Sea of Japan, similar to the Marmara Region in our country). China is the largest coal producing country in the world. Coal reserves are depleted around major cities. 40 % of Chinese coal reserves are in Uigur and Sinjan regions. Coal is transported from these regions by railroad and this brings together both loss of time and also increase of cost.

When compared in terms of the price of electricity and natural gas, the energy costs of Chinese manufacturers are lower than what should be, compared to our country and other European producer countries. This is attributable largely to poor environmental protection and employment of cheap and highly polluting technologies. The ceramic industry is a typical example. In Foshan, kilns largely operate on cheap and impure coal gas. In the same manner, often power stations burning cheap and highly polluting coal are often used for generation of electricity.



### Elektrik Fiyatları

Elektrik fiyatları sanıldığı gibi ülkemize ve diğer Avrupa ülkelerine göre çok düşük değil. Farklı bölgelerde farklı elektrik fiyatı uygulanıyor. Sanayileşmemiş, geri kalmış kırsal bölgelerde elektrik fiyatı 2 cent/kwh düzeyinde. Foshan Bölgesi'nde ise ortalama elektrik fiyatı kwh başına 0.55 Yuan, dolar fiyatı ile 6.6 cent/kwh'dir. (Karşılaştırma açısından ülkemizde 2001 yılı ortalama elektrik fiyatı 6.0 cent/kwh, 2002 yılında 7.1 cent/kwh, 2003 yılında 6.8 cent/kwh'dir.)

### Doğalgaz Fiyatları

Doğalgaz fiyatında da durum pek farklı değil. Meskenlerde kullanılan doğalgazın metreküp fiyatı 17.7 cent, sanayide kullanılan doğalgazın metreküp fiyatı ise 15 cent seviyesinde. (Ülkemizde 2003 yılında ortalama doğalgaz fiyatı 17 cent/kwh'dir.)

### Electricity Prices

Prices of electricity is not much lower than in our country or other European countries as people think. Different electricity prices are implemented in different areas. The cost of electricity is at 2 cent/kwh level in unindustrial backward rural areas. Yet, in the Foshan region, the average price of electricity is 0.55 Yuan/kwh, equivalent to 6.6 cent/kwh. (For comparison purposes, in our country, the average electricity price in 2001 was 6.0 cent/kwh and was 7.1 cent/kwh in 2002 and 6.8 cent/kwh in 2003.

### Natural Gas Prices

The situation is not much different for natural gas. The cubic meter price of natural gas used domestically is 17.7 cent and the cubic meter price of natural gas used in industry is 15 cent. (The average price of natural gas in our country in 2003 was 17 cent/kwh)

## C. ARAZI

Çin Halk Cumhuriyeti'nde arazi devlete ait. Ekonominin liberalleşmesi aşamasında vergi muafiyetleri ile birlikte arazi tahsisi, yabancı yatırımları teşvik etmek için devlet tarafından en çok kullanılan araçlardan biri idi. Yerel idarelerin belirttiği sektörlerde belirli büyüklükte yatırımlar yapıldığı takdirde, iyi şartlarla arazi veriliyordu. Bugün Foshan Bölgesi'nde ticari amaçlı arazi kiralamanın maliyeti aylık metrekare başına 8-10 Yuan (1-1.2 \$) kadar. Bu Çin'in iç bölgelerine göre çok yüksek ve önemli bir maliyet.

Ayrıca, organize sanayi bölgelerinde arazi kiralama oranında düşmekte, ancak stratejik önemi olan sektörlerin (teknoloji) bu bölgelerde yatırım yapmasına müsaade ediliyor. Özellikle hızlı gelişen bölgelerde arazi fiyatları daha az dinamik sektörlerdeki birçok şirketi, daha içerideki bölgelere yerleşerek kıyı bölgelerinde sadece en yüksek katma değerli ve daha çok yan hizmet gerektiren işletmeleri bırakmaya zorluyor.

Seramik sektörü bunun tipik bir örneği. Foshan Bölgesi'nde tesislerini yenilemek zorunda kalan şirketler, gittikçe artarak düşük arazi ve işçilik fiyatlarından yararlanabilecekleri ve genellikle hammaddelere de daha kolay erişebilecekleri ülkenin iç bölümlerine doğru kaymaya karar veriyorlar.

## D. SERMAYE

Çin şirketleri için sermaye maliyetinin etkisi, hemen hiçbir zaman bir rekabet faktörü olarak düşünülüyor. Bunu daha iyi anlayabilmek için Çin şirketlerinin yapılarını bilmek gerekiyor. Son birkaç yılda gerçekleşen özelleştirme süreci sonrasında, Çin şirketleri, 3 ayrı idari/yasal kategoriye ayrılabilir.

- Kamu İktisadi Teşekkülleri (KİT)
- Yerel İdare Yatırımları (YİY)
- Özel şirketler

Son 10 yıl içinde hem kamu yönetimindeki, hem de kolektif işletmeler, yoğun bir özelleştirme sürecinden geçtiler. Çoğu kez, özellikle seramik sektöründe, özelleştirme süreci öncesinde KİT ve YİY'lerde büyük ölçüde güncellenmiş son teknolojiye sahip fabrikaları vardı. (Ancak, düşük işçilik maliyetler yüzünden aşırı bir otomasyon düzeyleri yoktu.) Özelleştirmeler genellikle güçlü siyasi ilişkileri olan bu şirketlerin yöneticilerine yarar sağladı.

## C. LAND

Land belongs to the state in People's Republic of China. Alongside of tax exemptions, allocation of land was one of the tools most commonly used by state to encourage foreign investment during the liberalization of the economy. Land was provided under convenient terms if investments in certain sizes were made in the industries designated by local administrations. Today, the cost of leasing of commercial land in the Foshan region is about 8-10 Yuan (1-1.2 \$) per square meter per month. This is a cost that is very high and significant compared to the inner parts of China.

Furthermore, land rents in organized industrial zones show a drop of about 60 %. However, only strategic sectors (technology) are allowed to invest in these zones. Land costs, especially in the rapidly developing regions, force many companies in less dynamic industries to settle at more inward regions, leaving coastal areas to the undertakings with highest added value requiring more auxiliary services.

The ceramic sector is a typical example. Companies forced to renew their facilities in the Foshan Region increasingly decide to move towards the inner parts of the country where they can benefit from low land and labor costs, allowing easier access to raw materials.

## D. CAPITAL

The impact of cost of capital is almost never considered as a competitive factor for Chinese companies. One has to know the structures of the Chinese companies to understand this more fully. Following the privatization process that took place in the last few years, Chinese companies may be divided into three separate administrative/legal categories.

- State Economic Enterprises (SEE)
- Local Administration Investments (LAI)
- Private companies

During the last 10 years, both state-managed and also collective undertakings went through an intense privatization process. Especially in the ceramic industry, prior to the privatization process, SEEs and LAIs had factories with largely updated state-of-the-art technology (However, they did not have an excessive automation level because of low labor costs). Privatizations, in general, benefited the executives of such companies who had powerful political contacts.

Çoğu zaman bu şirketler, SSCB'nin yıkılmasından sonra Rusya Federasyonu'nda yaşandığı gibi gerçek değerlerinin çok altında (ortalama olarak onda bir fiyata) satıldı ve ödemeler de yöneticilerin, şirketlerin yarattığı kaynakları kullanabilmeleri için zamana yayıldı. Dolayısıyla, bu girişimciler için sermaye maliyeti açıkça çok düşük ve fiyatlar üzerinde göz ardı edilebilir bir etkiye sahip. Bu durum, fabrikalar yenilendikçe, yeni yatırımlar yapıldıkça ortadan kalkacak olan geçici bir fenomen; ancak, orta vadede Çin'li üreticiler için güçlü bir rekabet faktörü oluşturuyor.

Aynı süreç, yani başımızda SSCB dağıldıktan sonra Rusya Federasyonu'nda da yaşanmıştı. Son on yıl içinde Rusya'da yeni oluşan burjuva sınıfı çok küçük yatırımlar karşılığında bu ülke için stratejik öneme sahip işletmelerin (petrol & doğalgaz, kimya v.s.) kontrolünü ele geçirmeyi başardılar.

### Mali Sistem

Çin'deki mali sistem verimsiz bir yapıya sahip. Devlet bankacılık sektörüne hakim durumda. Ülkede 4'ü tam anlamıyla devlet, 11 yarı özel, 112'si yerel yönetimlerin kontrolünde 127 banka var. Devlet bankaları toplam varlıkların ve kredilerin %80'nini kontrolleri altında tutuyorlar. Çin Bankacılık Düzenleme Kurumu'nun açıklamasına göre geri dönmeyen sorunlu işletme kredilerinin tutarı 231 milyar dolara ulaşmış durumda. Bankalardaki toplam mevduatın 2.7 trilyon \$ düzeyinde olduğu düşünülürse bankacılık sisteminde mali bir kriz yaşanması göz ardı edilemeyecek bir ihtimal. Devlet bankalarının kredi dağıtımında KİT'lerden yana tavır almaları özel sektör tarafında bazı sorunlara neden oluyor. Ayrıca devlet bankaları kredi kullanırken sektörlere göre seçici davranıyor. Bugün Eyalet Hükümetleri seramik sektörünü hayli önemli görsele de; sektöre elektronik, kimya ve tekstil gibi sektörlerden çok daha düşük öncelik tanıyorlar (Şanghay Bölgesi'nde hükümet yetersiz katma değer yaratırken, aşırı kirlenme yaptığını inandığı seramik sektörüne karşı caydırıcı önlemler alıyor.)

Genel olarak Çin'de uygulanan ekonomi politikasının 3 temel amacı var. Yatırımı ve paralelinde istihdamı artırmak, yabancı sermayeyi çekmek ve mümkün olduğunca fazla döviz girdisi sağlamak. Bu durumda maliyet hesabına sadece hammadde dahil edilmekte diğer yükler dikkate alınmamaktadır.

## TÜKETİM

Kesin rakamlar elde edilememişse de , seramik kaplama malzemeleri, Çin'de en fazla kullanılan yer ve duvar kaplama malzemeleridir. Kişi başı tüketim 1.4 m2 düzeyindedir. (Türkiye'de 2003 yılında kişi başı tüketim 1.5 m2) Seramik kaplama malzemelerinin pazar penetrasyonu; ülkemiz ve Avrupa ülkeleri ile benzer durumdadır.

Aradaki fark, esas olarak; büyük boyutlu ürünlerin (60x60 cm ve üzeri) kapsamlı kullanımı ile ilgilidir. Çin pazarı, büyük boyutlu ürün türlerine karşı dünyadaki tüm diğer pazarlardan daha yatkın. Ticari açıdan en iyi organize olmuş şirketlerin katıldığı uluslararası fuarlarda Çin'li üreticiler standlarında ya büyük ve çok büyük boyutları, ya da mozaikleri (seramik ve cam) sergiliyorlar. Diğer taraftan, orta boyutları sınırlı bir alanda sergiliyorlar. Çin, ayrıca, küçük boyutlu seramik karoları (5x10 cm veya 10x10 cm) büyük ölçüde kullanmaktadır.

Orta ve uzun vadede diğer sektörlerde yaşandığı gibi (tekstil, elektronik v.s.) Çin'in bu pazara girmeye hazır olan yabancı seramik şirketleri için bir potansiyel sunduğuna inanılmaktadır. Çin'deki gümrük vergileri giderek düşüğe, yerel üretimden farklı, moda uygun, geniş çeşitlilikte ürün tedarik edebilen şirketler için birçok fırsat ortaya çıkabilir.

Most of these companies were sold much under their true values (one tenth on the average) as it was the case in the Russian Federation following the collapse of the Soviet Union and payments were spread over time so that the executives could make use of the funds generated by companies. Therefore, cost of capital is clearly very low for such entrepreneurs and it has a negligible impact on prices. This is a temporary phenomenon which will disappear as factories are renewed and new investments are made; but, in the medium term, it creates a strong competitive factor for Chinese manufacturers.

The same process had taken place in Russian Federation after the Soviet Union dissolved right next to us. The bourgeoisie newly created in Russia in the last 10 years was able to take control of undertakings with strategic significance for this country (oil & natural gas, chemicals, etc.) in consideration of very small investments.

### Financial System

The financial system in China is quite unproductive. The government controls the banking sector. There are 127 banks in the country; 4 of which are fully controlled by the government, 11 of which are semi-private and 112 of which are under the control of local administrations. Government banks control 80 % of total assets and loans. According to the announcement of Chinese Banking Regulation Authority, the amount of non-performing, problematic operating loans has reached 231 billion Dollars. Considering that the total amount of deposits with the banks is about \$ 2.7 trillion, it is a distinct possibility for a financial crisis to occur in the banking system. Government banks take the side of SEEs in distribution of loans and this creates problems for the private sector. Furthermore, government banks are selective depending on the sector when extending loans. Today, provincial governments give much less priority to the ceramic sector compared to electronics, chemicals and textiles, although they consider the ceramic sector to be quite significant (The government creates insufficient added value; yet, takes discouraging measures against the ceramic sector it believes to cause excessive pollution in the Shanghai region).

In general, the economic policy implemented in China has three basic objectives: To increase investment and employment, to draw foreign capital and to derive as much foreign currency input as possible. Here, only raw material is included in the calculation of costs and other charges are not taken into consideration.

## CONSUMPTION

Although it was not possible to obtain conclusive figures, ceramic tiles are the most widely used floor and tile covering materials in China. Per capita consumption is at 1.4 m2 level (In Turkey, per capita consumption in 2003 was 1.5 m2). Market penetration of ceramic tile is similar to the situation in our country and in European countries.

The main difference involves wide use of large-size products (60x60 cm and above). The Chinese market is more inclined to use large-size products than all other markets in the world. Chinese manufacturers display either large or very large sizes or mosaics (ceramic and glass) in their stands in the international fairs participated by companies best organized commercially. On the other hand, they display medium sizes in a limited area. China, also uses small-size ceramic tiles (5x10 cm or 10x10 cm) widely.

It is believed that in medium and long-term, like it was the case in other sectors (textile, electronics, etc.) that China offers a potential

## İç Pazar Fiyatları

Çin'deki seramik kaplama malzemesi yurt içi satış fiyatlarını tespit etmek amacıyla Şanghay'daki B&Q Mağazasında (Çok Uluslu İngiliz İnşaat Malz. Mağazaları Zinciri, Türkiye'de KOÇTAŞ ile ortak) ve OBI Mağazasında (Alman İnşaat Malz. Mağazaları Zinciri) fiyat araştırması yapılmıştır.

Yapı marketlerde 20X25 ebatlı karo satışına rastlanmamıştır. En ucuz ürün grubu 20x30 ebatlı ürünlerdir.

20X30 Baskılı Ürünler – 6.2 \$/m2  
33X33 Mermer Desenli—3.5 \$/m2 - 3.8 \$/m2  
33X33 Truva tarzı—3.8 \$/m2  
33X33 Crosscut Tarzı: 20 \$/m2  
33X45 duvar karosu 6.9 \$/m2  
33X45 dekor 20 \$  
25X33 beyaz -8.34 \$/m2,  
Rolyefli ürünler ve Riga tarzı ürünler 33.45 \$  
30x30 yer karosu acık renkler mermer desenli ürünler 4.36\$/m2,  
Çanakkale çakıl taşı tarzı ürünler – 6\$/m2,  
Canlı renkler (taba yeşil sarı ) 16 \$/m2  
30x30 fildişi parlak 14.6 \$/m2  
Yeşil-Sarı parlak 17.3 \$/m2  
Mavi-Siyah- Taba 30.6 \$/m2  
60x60 Sırsız Porselen Parlak 18 \$/m2- 28\$/m2-33 \$/m2

Dünyanın diğer B&Q mağazalarında olduğu gibi Çin'deki B&Q satın alınan ürünü, başka bir mağazada daha düşük fiyatlı bulmanız halinde ürünü geri alma garantisi veriyor.

Görüldüğü gibi fiyatlar ülkemizde düşünüldüğü gibi çok düşük değil. Ve hatta satın alma gücü farkları göz önüne alındığında, bunlar aslında ülkemizin ötesinde Avrupa ve Amerika'da uygulanan fiyatlardan daha yüksek.

## İHRACAT

Tablo I. II. Çin'in ilk defa yayımlanan Seramik Kaplama Malzemesi İthalat ve İhracat rakamlarını veriyor. Bu verileri incelerken özellikle ürünlerin kesin sınıflandırması ve harmonize GTİP'lerin kesin belirlenmesi konularında bir ölçüde temkinli olmak gerekmektedir.

Çin'in 2002 yılı seramik kaplama malzemeleri ihracatı 122 milyon metrekare düzeyindedir. İhracatın değer olarak karşılığı 319 milyon USD'dir. 2002 yılı ortalama fiyatı ise 2.60 USD/m2'dir. En fazla ihracat yapılan ülke, 46 milyon metrekare ile toplam ihracatın üçte birini alan Hong Kong. Bu satışların belli bir bölümünün sonradan reeksport edildiği düşünülmektedir. En fazla ihracat yapılan ülkeler Asya ve Ortadoğu'da bulunurken (toplamın % 84'ünden fazla); onları Afrika takip ediyor. Kuzey Amerika ve Avrupa, henüz çok düşük düzeylerde, 2,02 \$/m2 ortalama fiyatla, sırlı seramik kaplama malzemesi ihracatı, toplamın üçte ikisi kadarını oluşturuyor. 3,71 \$/m2 ortalama fiyatla, sırsız seramik kaplama malzemesi (porselen kaplama malzemesi) ihracatı, sırlı malzemelere göre daha hızlı artıyor. ABD'ye yapılan sırsız malzeme ihracatı, sırlı malzemelerin onda biri kadar.

for foreign ceramic companies ready to enter this market. Numerous opportunities may emerge for companies that can supply fashionable products of wide diversity different from those locally produced, as the customs tariffs decline progressively in China.

## Domestic Market Prices

A price study was carried out to determine the domestic sale prices of ceramic tiles in China in the B&Q Store in Shanghai (Multinational British Construction Materials Store Chain, Partners with KOÇTAŞ in Turkey) and OBI Store (German Construction Materials Store Chain).

No 20X25 size tile was found to be offered for sale in building material stores. The product group with cheapest price is those 20x30 in size.

20X30 Printed Products – 6.2 \$/m2  
33X33 Marbel Patterned—3.5 \$/m2 - 3.8 \$/m2  
33x33 Troia Style—3.8 \$/m2  
33X33 Crosscut Style: 20 \$/m2  
33X45 Wall tile 6.9 \$/m2  
33X45 décor 20 \$  
25X33 white -8.34 \$/m2, Relieved Products and Riga ware products 33.45 \$  
30x30 floor tiles light colored marble patterned products 4.36\$/m2, Çanakkale gravel style products – 6\$/m2, vivid colors (brick, green, yellow) 16 \$/m2  
30x30 ivory glossy 14.6 \$/m2  
Green-Yollow glossy 17.3 \$/m2  
Blue-Black- Brick 30.6 \$/m2  
60x60 Unglazed Porcelain Glossy 18 \$/m2- 28\$/m2-33 \$/m2

Like in other B&Q stores in the world, B&Q in China gives the guarantee of taking back the sold product if you find the same product for a lower price in another store.

As it can be observed, the prices are not as low as it is believed to be in our country. And, in fact, considering the purchasing power differences, these are much more expensive than the prices implemented in Europe and America, let alone our country.

## EXPORTS

Tables I and II give the ceramic tile import and export figures published for the first time in China. One has to be measuredly cautious when analyzing these data, especially in conclusive classification of products and conclusive determination of harmonized GTIPs.

China's exports of ceramic tiles in 2002 were at the 122 million square meter level. This corresponds to USD 319 million. The average price for 2002 was 2.60 USD/m2. The country which receives most of the exports is Hong Kong, accounting for one third of total exports with 46 million square meters. It is believed a certain portion of these sales is subsequently re-exported. Whilst countries which receive the majority of the exports are in Asia and the Middle East (more than 84 % of the total); they are followed by Africa. North America and Europe are still at very low levels. The exports of glazed ceramic tile accounts for about two thirds of the total, with an average price of 2,02 \$/m2. The exports of unglazed (porcelain tiles) ceramic tile are increasing faster than glazed tiles with an average price of 3,71 \$/m2. The exports of unglazed tiles to the US is one tenth of glazed tiles.

## Çin'in 2002 Yılı Seramik Kaplama Malzemeleri İhracatı / China's Ceramic Tile Exports in 2002

Ülkeler Countries	Sırlı Seramik Karo Glazed Ceramic Tile		Sırsız Seramik Karo Unglazed Ceramic Tile		Toplam İhracat Total Exports		Fiyat Price (\$/m <sup>2</sup> )
	Miktar Quantity	Değer Value	Miktar Quantity	Değer Value	Miktar Quantity	Değer Value	
Hong Kong Hong Kong	29.516	57.707	17.175	67.853	46.692	125.560	2.69
Güney Kore South Korea	11.151	20.696	2.254	8.425	13.405	29.121	2.17
Suudi Arabistan Saudi Arabia	6.082	10.209	3.316	13.966	9.398	24.175	2.57
Malezya Malaysia	2.993	4.737	2.264	5.370	5.257	10.107	1.92
ABD USA	3.384	10.358	323	1.574	3.706	11.933	3.22
Filipinler Phillippines	3.005	5.196	625	2.261	3.629	7.457	2.05
Kuveyt Kuwait	2.182	3.539	1.100	3.794	3.282	7.334	2.23
BAE UAE	1.910	3.292	1.164	4.034	3.074	7.326	2.38
Kamboçya Kampuchea	1.907	2.266	802	1.388	2.709	3.654	1.35
Japonya Japan	1.329	11.240	1.016	6.037	2.345	17.277	7.37
Nijerya Nigeria	648	953	1.645	2.580	2.293	3.533	1.54
Singapur Singapore	1.042	2.219	992	3.720	2.033	5.939	2.92
Avustralya Australia	1.069	3.550	548	2.615	1.618	6.165	3.81
Güney Afrika South Africa	1.347	1.839	158	399	1.506	2.238	1.49
İtalya Italy	329	921	768	3.216	1.097	4.136	3.77
Diğer Ülkeler Other Countries	12.624	23.983	8.100	29.471	20.725	53.455	2.58
<b>Toplam Total</b>	<b>80.518</b>	<b>162.706</b>	<b>42.251</b>	<b>156.702</b>	<b>122.769</b>	<b>319.409</b>	<b>2.60</b>

Miktar: Bin m<sup>2</sup>, Değer: Bin USD, Fiyat: USD/m<sup>2</sup> (FOB) - Kaynak: Ceramics China Information Network  
Quantity: Thousand m<sup>2</sup>, Value: Thousand USD, Price: USD/m<sup>2</sup> (FOB) - Source: Ceramics China Information Network

## İhracat Fiyatları

Çinli seramik üreticileri son birkaç yıldır kaliteye ve global pazarlamaya dikkat etmeden, aşırı düşük fiyatlar ile uluslararası pazarlara girdiler. Özellikle sırlı seramik karolarda fiyatlar (hem FOB, hem CIF) tüm rakip ülkelerin çok altında seyrediyor. Yukarıda verilen bilgiler dahilinde Çin'in 2002 yılı sırlı seramik karo ihracatının ortalama fiyatı 2.02 \$/m<sup>2</sup>, sırsız seramik karo ihracatının ortalama fiyatı 3.71 \$/m<sup>2</sup>. Dünyanın önde gelen seramik fuarlarına katılan Çin'li üreticilerin verdiği fiyatlar ise bu fiyatların %30-40 üstünde.

Görüşümüze göre, Çin'deki yurtiçi satış fiyatları dikkate alındığında bu fiyatlar açık bir dumping örneği olarak üretim maliyetlerine hiç bakmadan hesaplanıyor. İhracat şu anda Çin'de sadece değerli döviz elde etmek için izlenen bir ekstra yöntem.

## Export Prices

Chinese ceramic producers entered international markets in the last few years without considering quality and global marketing with excessively low prices. Especially, in glazed ceramic tiles, prices (both FOB and CIF) run much below those of all competitor countries. According to the above data, the average price of China's glazed ceramic tile exports in 2002 was 2.02 \$/m<sup>2</sup> and the average price of unglazed ceramic tile exports is 3.71 \$/m<sup>2</sup>. The prices quoted by Chinese manufacturers participating in the leading ceramic fairs of the world are 30-40 % above these prices.

In our opinion, considering the domestic sale prices in China, such prices are calculated disregarding production costs totally as a manifest example of dumping. Exporting at the moment is just an extra technique pursued to obtain valuable foreign currency in China.

### İhracatçıya özel kur uygulaması

Genel piyasada 1 \$=8.21 Yuan iken, ihracatı desteklemek amacıyla ihracat bedellerinde uygulanan kur 1 \$=9.21 Yuan. Bu da ihracatçıya %12 oranında bir gizli teşvik anlamına geliyor. Kısa bir süre öncesine kadar %17 olan ihracat vergi iadesi %13'e indirilmiş. (Ülkemizde değişik platformlarda ifade edilen, Çin Hükümeti'nin ihracat yapan firmalara sağladığı %30 oranındaki teşvik, %12 oranındaki kur karı ve %17 oranında vergi iadesinden oluşmaktadır.)

### Special exchange rate practice for exporters

Whilst 1 \$=8.21 Yuan in the general marketplace, the rate implemented on export prices is 1 \$=9.21 Yuan to support export. This means a concealed subsidy to the exporter, of 12 %. The tax rebate for exports which was 17 % until a short time ago has been reduced to 13 %. (The subsidy of 30 % provided by the Chinese Government to exporting firms as stated in various platforms in our country comprises the exchange rate profit of 12 % and the tax rebate of 17 %)

Bir elin parmakları ile sayılabilecek istisnalar dışında; Çinli imalatçılar şu anda Avrupa ve Kuzey Amerika gibi titiz pazarlara doğrudan hizmet verecek durumda değil. Bunun yerine, tüm rekabeti ortadan kaldıracak şekilde, büyük boyutlu porselen fayanslar gibi yüksek katma değerli ürünleri çok düşük fiyatlardan teklif edebiliyorlar.

Aside from very few exceptions, Chinese manufacturers are not in position to serve directly the meticulous markets like Europe and North America at the present. Instead, they are able to offer products with high added value like large-size porcelain tiles at very low prices in such a way to eliminate all competition.

Diğer ülkelerdeki imalatçılar, doğrudan Çin'den alım yaparak ürün gamlarına bazı Çin ürün türlerini katıyor ve pazarlamayı organize ediyor.

The producers in other countries, by making direct purchases from China, add certain Chinese products to their product ranges and organize the marketing.

Önümüzdeki yıllarda Çin'in ihracatı kaçınılmaz olarak artacak ve bu artışın arkasındaki en önemli faktör, diğer ülkelerdeki üretici şirketlerin dış kaynaklaması olacak. (Belirli ebatlardaki ürünlerin veya porselen üretimi yapmayan firmaların bu ürünleri Çin'den ithal etmesi şeklinde, ülkemizde de 2003 yılında Çin'den yapılan seramik karo ithalatındaki artış, yerli bir üreticinin yaptığı ithalattan kaynaklanmaktadır)

In the upcoming years, China's exports will increase unavoidably and the most significant factor driving this increase will be the outsourcing by producer companies in other countries. (Like importing of certain size products or by firms which do not produce porcelain. The increase in the imports of ceramic tiles from China in our country in 2003 stem from the imports carried out by a local manufacturer).

Çin ihracat ürünleri lehindeki fiyat farkı, kendisi için önemli iç tüketim olan ve ölçek ekonomisi elde etmenin mümkün olduğu, cilalı, büyük boyutlu fayanslar için (50x50 cm'nin üstü) özellikle fazla. Küçük boyutlar için fark çok daha az ve genellikle üretici firmalar tarafından alımı yapmaya değmediği düşünülmektedir.

The price difference in favor of Chinese export products is specifically high for polished, large-size tiles (over 50x50 cm), which are important domestic consumption items in China and for which it is possible to achieve economies of scale. The difference is much less for smaller sizes and it is believed that producing firms usually do not find it worth to purchase those.

Globalleşme çağında ürünleri gerçekte ithal etmenin gerekmediği, malzemeleri varış pazarlarına yönlendirerek lojistik düzeyde çalışmanın yeterli olduğu düşünülmektedir. Örneğin, bir İtalyan, İspanyol şirketi, Çin ürünlerini gamının bir parçası olarak Amerika Birleşik Devletleri'nde satabilir. Batılı üreticiler konjonktürü kendi lehlerine kullanmak isteyebilirler. Tabii bunun en doğal sonucu bu şirketlerin ve ülkelerin üretimindeki azalma olacaktır.

It is believed that in the era of globalization, one does not actually have to import the products and it is adequate to operate at logistic level by directing the materials to their destination markets. For example, an Italian or Spanish company may sell Chinese products in the US as part of its product range. Western manufacturers may wish to use the conjuncture in their favor. Indeed, the most natural outcome of this will be the decline in the production of such companies and countries.

## Kaynakça / References

- 01 Giorgio Prodi, "Exploring the Chinese Ceramic Industry" 2004/1 Tile International
- 02 Graziona Sezi, "China At Our Gates", 2003/53 Ceramics World Review