

بسم الله الرحمن الرحيم

کشور هنگ کنگ

راهنمای تجارت با



tpo.ir

Iran Trade Promotion Organization

شابک: ۹-۱۵۰-۴۶۸-۹۶۴-۹۷۸

راهنمای تجارت با کشور هنگ کنگ

شناسنامه پدیدآورندگان:
سازمان توسعه تجارت ایران
معاونت بازاریابی و تنظیم روابط سازمان: دکتر محمدعلی ضیغمی
مدیر طرح: رضا توفیقی
مجری طرح: کیومرث شریفی و لیلا مواسات
طراح و مدیر هنری: محبوبه اصغرپور
ویرایش، صفحه‌آرایی و طراحی: شرکت چاپ و نشر بازرگانی

شناسنامه کتاب
چاپ اول: شهریور ماه ۱۳۸۷
تیراژ: ۳۰۰۰ نسخه
قیمت: ۴۰۰۰۰ ریال

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: ۲-۲۶۶۴۰۳۱

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، نسب 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 اصغریپور 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 رسمی کشور
- ۱۳ موقعیت جغرافیایی
- ۱۳ مساحت
- ۱۴ جمعیت
- ۱۴ شهرهای مهم
- ۱۴ همسایگان
- ۱۴ واحد پول
- ۱۵ تفاوت زمان با ایران

فصل اول: محیط سیاسی و قانونی

- ۱۷ محیط سیاسی
- ۱۷ تاریخچه حکومت
- ۱۸ نوع و ارکان اصلی حکومت
- ۲۰ افراد و گروه های با نفوذ
- ۲۰ وضعیت ریسک سیاسی

- ۲۰ محیط قانونی
- ۲۱ قانون اساسی
- ۲۱ حقوق مالکیت
- ۲۲ قانون مالکیت فکری
- ۲۳ قانون سرمایه‌گذاری
- ۲۴ قوانین گمرکی
- ۲۴ قوانین کنسولی
- ۲۶ حمایت‌های تجاری از صادرکنندگان
- ۲۶ مقررات برگزاری نمایشگاه خارجی
- ۲۷ رسیدگی به اختلافات تجاری
- ۲۸ قوانین مالیاتی
- ۲۹ مراحل راه‌اندازی یک کسب و کار
- ۳۰ عضویت در پیمان‌های اقتصادی و نهادهای بین‌المللی
- ۳۰ سازمان‌های بین‌المللی
- ۳۲ اتحادیه‌های گمرکی
- ۳۲ پیمان‌های اقتصادی

فصل دوم: محیط فرهنگی

- ۳۳ ارکان فرهنگی و اجتماعی
- ۳۳ مذهب
- ۳۳ زبان
- ۳۴ الگوی زندگی
- ۳۴ نهادهای اجتماعی و دینی
- ۳۶ رسانه‌ها
- ۳۶ عادات خرید و مصرف
- ۳۷ تعطیلات رسمی
- ۳۹ فرهنگ مذاکره
- ۴۰ دیدگاه کلی نسبت به ایران
- ۴۰ آداب مذاکره

۴۲ تحلیل حرکات بدنی

فصل سوم: محیط اقتصادی

۴۵ سیستم اقتصادی و نقش دولت

۴۶ بخش کشاورزی

۴۶ بخش صنعت و معدن

۴۷ بخش خدمات

۴۸ جمعیت

۴۹ (GDP) تولید ناخالص داخلی

۵۰ شاخصهای مهم اقتصادی

۵۰ نرخ تورم

۵۰ نرخ بیکاری

۵۱ دستمزد نیروی کار

۵۱ تراز حساب جاری

۵۱ توزیع و بازاریابی

۵۱ شبکه‌های توزیع

۵۳ بازاریابی و تبلیغات

۵۴ نظام نرخ‌گذاری

۵۴ منابع طبیعی

فصل چهارم: زیرساختها

۵۵ حمل و نقل

۵۵ حمل و نقل دریایی

۵۶ حمل و نقل هوایی

۵۷ حمل و نقل ریلی

۵۷ حمل و نقل زمینی

۵۷ نظام بانکی

۵۹ نظام بیمه‌ای

۶۰ زیر ساختهای ارتباطی

بخش دوم: تجارت خارجی

فصل پنجم: اطلاعات کلی

۶۵ تراز تجاری

۶۶ صادرات

۷۱ واردات

۷۸ کشورهای صادرکننده

۹۰ سرمایه‌گذاری عمده

فصل ششم: وضعیت مبادلات بازرگانی با ایران

۹۳ تراز تجاری

۹۵ واردات هنگ‌کنگ از ایران

۱۰۲ میوه‌های خوراکی

۱۰۳ مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد

۱۰۴ پوست خام و چرم

۱۰۵ پشم و موی نرم

۱۰۶ فراورده‌های گوشت، ماهی یا قشرداران

۱۰۷ گوشت و احشا خوراکی

۱۰۸ سایر محصولات

۱۱۸ صادرات هنگ‌کنگ به ایران

۱۲۵ هیأت‌های تجاری

۱۲۷ زیرساختهای موجود بین دو کشور

۱۲۷ حمل و نقل دریایی

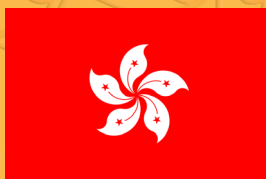
- ۱۲۷ حمل و نقل هوایی
- ۱۲۸ روابط بانکی
- ۱۳۰ تحلیل موقعیت
- ۱۳۳ راهبردهای پیشنهادی
- ۱۳۳ راهبردهای ترکیبی
- ۱۳۳ راهبردهای مرتبط با هر موقعیت
- ۱۳۴ نتیجه‌گیری و پیشنهادات

بخش سوم: پیوست‌ها

- ۱۳۹ وبسایتهای اینترنتی وزارت خانه‌ها و سازمانهای مهم هنگ کنگ
- ۱۴۰ فهرست اتاقهای مهم بازرگانی
- ۱۴۱ فهرست بانکهای مهم
- ۱۴۲ فهرست روزنامه‌ها و مجلات بازرگانی و اقتصادی مهم
- ۱۴۲ فهرست چند شرکت بیمه‌ای تجاری مهم
- ۱۴۳ فهرست چند شرکت باربری مهم
- ۱۴۳ فهرست چند شرکت ترخیص کار گمرکی
- ۱۴۴ فهرست شرکتهای مهم مشاوره و تحقیقات بازاریابی
- ۱۴۴ وبسایتهای اینترنتی شرکتهای نمایشگاه‌های هنگ کنگ
- ۱۴۵ فهرست چند شرکت زنجیره‌ای بازرگانی
- ۱۴۵ فهرست چند شرکت مهم صنعتی، بازرگانی، کشاورزی
- ۱۴۶ فهرست هتل‌های چند شهر مهم هنگ کنگ
- ۱۴۷ فهرست آژانسهای هواپیمایی در چند شهر مهم هنگ کنگ
- ۱۴۸ فهرست بیمارستانهای چند شهر مهم هنگ کنگ
- ۱۴۸ فهرست آژانسهای اتومبیل کرایه‌ای در چند شهر مهم هنگ کنگ

- ۱۴۹ فهرست چند آژانس املاک در شهرهای کولون و ویکتوریا
- ۱۴۹ فهرست میلیاردرهای هنگ کنگی در سال ۲۰۰۷
- ۱۴۹ نشانی سفارتخانه جمهوری اسلامی ایران در هنگ کنگ
- ۱۵۱ منابع و مآخذ

بخش اول کلیات



اطلاعات پایه



◆ نام رسمی کشور

منطقه اجرایی ویژه هنگ کنگ^۱

◆ موقعیت جغرافیایی

هنگ کنگ در جنوب شرق آسیا، بین دریای چین جنوبی و سرزمین اصلی کشور چین واقع است.

◆ مساحت

۱۰۴/۱ کیلومتر مربع

◆ جمعیت

براساس آمار سال ۲۰۰۷، جمعیت این منطقه بالغ بر ۶/۹ میلیون نفر است که حدود ۹۵ درصد از این جمعیت، چینی تبار و دو درصد فیلیپینی هستند.



1. Hong Kong Special Administrative Region

◆ شهرهای مهم

شهرهای ویکتوریا و کولون از مهم‌ترین شهرهای هنگ کنگ هستند. شهر ویکتوریا پایتخت و مرکز سیاسی هنگ کنگ است. این شهر مرکز تجاری منطقه است و بخش شمالی منطقه هنگ کنگ، مرکز فعالیتهای محدود کشاورزی است.



◆ همسایگان

منطقه اجرایی ویژه هنگ کنگ از شمال به سرزمین اصلی چین و از سایر جهات به دریای چین جنوبی محدود است.

◆ واحد پول

واحد پول این منطقه، دلار هنگ کنگ است. هر دلار آمریکا معادل ۷/۷۵ دلار هنگ کنگ است. اسکناسهای رایج در این کشور ۵، ۱۰، ۲۵، ۵۰ و ۱۰۰ دلاری و سکه‌های رایج آن ۱، ۵، ۱۰، ۲۰ و ۵۰ سنتی است. مشابه با دلار آمریکا، هر دلار هنگ کنگ برابر با ۱۰۰ سنت است.

♦ اختلاف زمان با ایران

ساعت رسمی منطقه اجرایی ویژه هنگ‌کنگ، +۸ ساعت GMT است و براین اساس، با کشور ایران از لحاظ زمانی چهار ساعت و نیم اختلاف دارد.



فصل اول

محیط سیاسی و قانونی

در این فصل، محیط سیاسی و محیط قانونی منطقه اجرایی ویژه هنگ کنگ به صورت مجزا بررسی می‌شود. در بخش محیط سیاسی، تاریخچه، نوع حکومت، میزان ریسک سیاسی و میزان تأثیر افراد و گروه‌های با نفوذ سیاسی در فعالیتهای اقتصادی و تجاری بررسی می‌شود.

در بخش محیط قانونی، نیز نظام قانون گذاری، حقوقی و قضایی، قانون اساسی، قوانین مالکیت، مالکیت فکری، گمرکی، کنسولی، سرمایه گذاری، ثبت و راه اندازی شرکتها، قوانین بانکی و مالیاتی، قوانین و ضوابط برگزاری نمایشگاه‌ها، عضویت در پیمانهای اقتصادی، اتحادیه‌های گمرکی و نهادهای بین‌المللی و ... تشریح می‌شود.

۱. محیط سیاسی

در این قسمت، تاریخچه کشور، نوع حکومت و نحوه انتخاب رئیس و ارکان اصلی کشور، میزان ریسک سیاسی و میزان تأثیر افراد و گروه‌های بانفوذ سیاسی در فعالیتهای اقتصادی و تجاری تحلیل و بررسی می‌شود.

۱-۱. تاریخچه حکومت

جزیره هنگ‌کنگ در سال ۱۸۴۱ و پس از شکست چین به کشور انگلیس واگذار شد. در سال ۱۸۹۸، بریتانیا یک اجاره نامه ۹۹ ساله را با چین تنظیم کرد و براساس این اجاره‌نامه، هنگ‌کنگ یک بندر آزاد اعلام شد. در سال ۱۹۴۲ با ایجاد جمهوری خلق چین و قدرتمند شدن حزب کمونیست در این کشور، بسیاری از شرکتهای تجاری فعال

در شانگهای^۱ و گوانگجو^۲ فعالیت‌هایشان را به هنگ‌کنگ منتقل کردند و از این پس، این مستعمره به محلی برای انجام معاملات تجاری بین سرزمین اصلی چین و دنیای غرب، تبدیل گردید.

در سال ۱۹۷۸، هنگ کنگ، اصلی‌ترین محل برای سرمایه‌گذاری خارجی در سرزمین اصلی چین محسوب می‌شد. طی این سالها، در اقتصاد هنگ کنگ، بخش خدمات به تدریج جایگزین بخشهای تولیدی شد و بخشهای مالی و بانکداری به سرعت غالب شدند. در سال ۱۹۸۴ دو کشور چین و انگلیس توافق کردند که حکومت مستقل هنگ‌کنگ را در سال ۱۹۹۷ به جمهوری خلق چین منتقل کنند. در توافق‌نامه آمده است که هنگ‌کنگ به عنوان یک منطقه اداری خاص اداره خواهد شد و حداقل به مدت ۵۰ سال یک حکومت آزاد خود مختار خواهد داشت. براساس چارچوب فوق، این منطقه فقط از نظر دفاعی و امور خارجه، تابع دولت چین است.

۲-۱. نوع و ارکان اصلی حکومت

حکومت هنگ‌کنگ از سال ۱۹۹۷ دارای نوعی دموکراسی و خود مختاری محدود بوده است. حکومت منطقه دارای سه رکن اصلی به شرح زیر است: شورای اجرایی (کابینه) با ۱۴ عضو، شورای قانون گذاری (پارلمان) با ۶۰ عضو و دادگاه استیناف نهایی به عنوان قوه قضاییه.

۱-۲-۱. پارلمان

شورای قانون گذاری منطقه اجرایی ویژه هنگ‌کنگ، دارای یک رئیس و ۶۰ عضو است. نیمی از نمایندگان مجلس از طریق آرای عمومی انتخاب می‌شوند. مابقی نمایندگان از سوی حوزه‌های انتخابی مشاغل مشخص می‌شوند. حوزه‌های انتخابی یادشده دربردارنده همه افراد دینفع و نمایندگان اتحادیه‌های تجاری هستند. تمام حقوق اعضا و وظایف آنان در تمام زمینه‌ها مطابق قانون تعیین می‌شود. براساس این قانون، تعیین رئیس مجلس، معاون و سایر اعضای هیأت رئیسه مجلس با استناد به آرای نمایندگان مجلس و کسب اکثریت آرا انجام می‌شود.

1. Shanghai

2. Cuang zhou

اولین شورای قانون‌گذاری هنگ‌کنگ در سال ۱۹۹۶ میلادی و قبل از انتقال حاکمیت هنگ‌کنگ به جمهوری خلق چین آغاز به کار کرد. هدف از تأسیس شورای یادشده بررسی و تصویب قوانین مورد نیاز آن منطقه و آماده کردن زمینه‌های انتقال منطقه بود. با انتقال حاکمیت سیاسی هنگ‌کنگ به چین، شورای موقت قانون‌گذاری در سال ۱۹۹۸ به شورای قانون‌گذاری تبدیل شد. پس از آن، انتخابات مجلس به صورت مرتب برگزار می‌شود. این شورا ۶۰ کرسی دارد. نیمی از نمایندگان از طریق آرای مستقیم مردم و مابقی از سوی حوزه‌های انتخابی برای یک دوره چهار ساله انتخاب می‌شوند. قانون مشترک با چین، مبنای اقدامات شورای قانون‌گذاری هنگ‌کنگ است.

۱-۲-۲. قوه مجریه

در منطقه اجرایی ویژه هنگ‌کنگ، ریاست اجرایی منطقه، مقام رئیس قوه مجریه را دارد. ریاست اجرایی منطقه از طریق مراجعه به آرا «کمیته انتخاب رئیس اجرایی» برگزیده می‌شود. اعضای تیم اجرایی (کابینه) از طریق آرای عمومی و انتخاب ریاست اجرایی منطقه مشخص می‌شوند.

۱-۲-۳. قوه قضاییه

سیستم قضایی این منطقه بر پایه قوانین قضایی انگلستان بنا شده است. از این رو قوه قضاییه در بررسی شکایات و دعاوی مطرح‌شده، از قوانین قضایی انگلستان تبعیت می‌کند. این سیستم در برگیرنده دادگاه‌های عالی، بخش و استیناف نهایی است. معمولاً اختلافات و دعاوها ابتدا در دادگاه‌های بخش بررسی می‌شوند. سایر دادگاه‌های تابع قوه قضاییه عبارت‌اند از: دادگاه ملک، دادرسی، نوجوانان، پزشکی قانونی، کار، دعاوی کوچک و موضوعات ناپسند.

❖ **دادگاه عالی:** دادگاه عالی مسئولیت بررسی و اظهار نظر در خصوص همه موضوعات قضایی را دارد. این دادگاه از ترکیب دادگاه‌های شهادت اولیه و استیناف به وجود آمده است.

❖ **دادگاه بخش:** این دادگاه اولین مرجع بررسی اختلافات و مشاجرات پدید آمده در هنگ‌کنگ است. دادگاه بخش مسئولیت بررسی اختلافات خانوادگی را نیز دارد.

❖ **دادگاه استیناف نهایی:** این دادگاه مرجع بررسی و اظهار نظر در خصوص تقاضاهای استیناف صادره از سوی مراجع قضایی است. اعضای این دادگاه از سوی ریاست اجرایی منطقه انتخاب می‌شوند.

۱-۳. افراد و گروه های با نفوذ

با توجه به اینکه سیستم حکومتی هنگ کنگ، سیستمی تقریباً مستقل است، پستهای کلیدی سیاسی و اقتصادی در اختیار حزبی است که اکثریت کرسیها را در مجلس در اختیار دارد. نمایندگان سایر احزاب نیز از طریق حضور در مجلس و اعلام نظر در خصوص برنامه‌های پیشنهادی دولت، در هدایت کشور نقش دارند. این روند از سوی همه احزاب به رسمیت شناخته شده است. در راستای حفظ دموکراسی، احزاب به این فرایند قانونی پایبند هستند.

مجموعه قوانین مصوب مجلس در خصوص گروه‌های سیاسی، نحوه حضور آنها در فعالیتهای سیاسی و جایگاه آنها در فعالیتهای کشور را به روشنی مشخص کرده‌است.

بر پایه این قوانین، حزب «اتحاد دموکراتیک برای بهبود و پیشرفت»، مقتدرترین حزب در هنگ کنگ بوده و حضور آن در همه فعالیتهای ضروری است.

در چنین شرایطی جهت موفقیت در بازار این منطقه و انجام طرحهای کلان اقتصادی، تجاری و سرمایه‌گذاری، برقراری و حفظ ارتباط با اعضای این حزب راهگشا است.

۱-۴. وضعیت ریسک سیاسی

بر اساس ارزیابی‌های انجام‌شده از سوی مراجع بین‌المللی، منطقه اجرایی ویژه هنگ کنگ یکی از مناطق بسیار با ثبات است. طبق ارزیابی مؤسسه PRS، منطقه هنگ کنگ در رده کشورهای «باریسک بسیار پایین» قرار دارد. طبق ارزیابی‌های انجام شده از سوی صندوق ضمانت صادرات ایران، این منطقه در طبقه‌بندی ریسک، رتبه ۱ را دارد و سقف اعتبارات کوتاه‌مدت (زیر دو سال) برای این کشور معادل ۹۰ میلیون دلار و برای اعتبارات میان‌مدت و بلندمدت (بالای دو سال) معادل ۱۸۰ میلیون دلار است.

۲. محیط قانونی

بعد از بررسی وضعیت سیاسی هنگ کنگ، نوبت آن است که با زیرساختهای قانونی این کشور آشنا شویم، در این قسمت آن دسته از قوانین را که برای برقراری ارتباطات و مناسبات تجاری و بازرگانی ضروری هستند، به‌طور خلاصه معرفی می‌کنیم. اطلاعات ارائه

شده در این قسمت، نشانگر پتانسیلهای کلی موجود در قوانین هنگ کنگ برای برقراری روابط تجاری می‌باشد و بدیهی است که در مرحله عمل، بایستی به‌طور مستقیم به متن این قوانین مراجعه و با جزیی‌نگری بیشتری سنجیده شوند. در انتها با مراحل راه‌اندازی یک کسب و کار در هنگ کنگ آشنا می‌شویم.

۱-۲. قانون اساسی

قانون پایه این منطقه به گونه‌ای، قانون اساسی کوچک آن را تشکیل می‌دهد. این قانون در ماه مارس ۱۹۹۰ به تصویب کنگره ملی خلق چین رسیده است. این قانون فرمول «یک کشور- دو سیستم» را برای اداره این منطقه تعیین کرده است.

۲-۲. حقوق مالکیت

بر طبق قوانین منطقه اجرایی ویژه هنگ کنگ، افراد خارجی از نظر تملک املاک محدود هستند. این افراد می‌توانند فقط یک ملک مسکونی برای اقامت، خریداری کنند. تملک این ملک نیز به شرطی میسر است که آنها حداقل یک سال با مجوز اقامت در کشور چین زندگی کرده باشند.

افراد خارجی تبعه هنگ کنگ از این قاعده مستثنی هستند. افراد خارجی که تبعه هنگ کنگ نباشند، امکان اخذ حق مالکیت دائم زمینها را ندارند. آنها می‌توانند زمین مورد نظر خود را از طریق اجاره در اختیار بگیرند. زمینهای قابل بهره‌برداری از سوی افراد غیر هنگ‌کنگی شامل زمینهای مسکونی، تجاری، صنعتی و کشاورزی است. طی سالهای اخیر، دولت هنگ کنگ و سایر کشورها در خصوص نحوه استفاده از زمینهای آن منطقه قراردادهایی به امضا رسانده‌اند. بر اساس این قراردادها اتباع کشورهای خارجی حق دارند تحت شرایط ویژه از زمینهای منطقه بهره‌برداری کنند. در مقابل افراد هنگ‌کنگی نیز امکان بهره‌برداری از زمینهای کشورهای خارجی را دارند. نمونه‌ای از این قراردادها بین هنگ کنگ و استرالیا به امضا رسیده است.

رئیس و اعضای نمایندگی‌های سیاسی کشورهای خارجی در هنگ کنگ و همچنین سازمانهای بین‌المللی و منطقه‌ای به شرط پذیرش متقابل دولتهای متبوع می‌توانند در هنگ کنگ ملک مسکونی داشته باشند.

۲-۳. قانون مالکیت فکری

این منطقه یکی از امضاکنندگان کنوانسیون پاریس در زمینه حمایت از حقوق مالکیت فکری است. این منطقه اهمیت زیادی برای حفاظت از مالکیت فکری قائل است. این امر با حمایت از خلاقیت و نوآوری به همراه افزایش امکان کسب درآمد از ایده‌های نوین انجام می‌شود. در این زمینه قوانین متعددی از سوی شورای قانون‌گذاری تصویب شده است. با استناد به مجموعه قوانین یادشده، دولت با جدیت از این مالکیت حفاظت کرده و با متخلفان برخورد می‌کند.

۲-۳-۱. علائم تجاری^۱

اداره حفاظت از مالکیت فکری هنگ کنگ، مسئولیت ثبت و حفاظت از علائم تجاری را بر عهده دارد. این اداره ضمن ارائه پیشنهاد به دولت هنگ کنگ، زمینه‌ساز تصویب قوانین و آیین‌نامه‌های مرتبط با حفاظت از علائم تجاری شده است. دادگاه‌ها و مقامات دولتی هنگ کنگ، بازرگانی را که قانون مذکور را نقض کرده‌اند، جریمه و یا تحت تعقیب قانونی قرار می‌دهند.

۲-۳-۲. حق التألیف^۲

قانون حمایت از حق التألیف منطقه هنگ کنگ در سال ۲۰۰۱ به تصویب رسیده است. این کشور یکی از متعهدان به اجرای قانون حمایت از حق التألیف است. متمم این قانون جهت اعمال جرایم متناسب با تخلف از قانون و با توجه به تعهدات آن منطقه در زمینه تجارت بین‌المللی در سال ۲۰۰۷ تصویب شده است. بر اساس قانون جدید حمایت از حق التألیف در منطقه هنگ کنگ، دولت به شدت با متخلفان برخورد قانونی می‌کند.

۲-۳-۳. حق انحصاری اختراع^۳

دولت هنگ کنگ یکی از امضاکنندگان کنوانسیون‌های بین‌المللی در زمینه ثبت حق انحصاری اختراع و دفاع از حقوق مخترعان است. قانون ثبت حق انحصاری اختراع

1. Trade Marks
2. Copy Right
3. Patent

هنگ‌کنگ در سال ۱۹۹۷ به تصویب رسیده است. بر پایه چارچوب فوق یک مخترع می‌تواند حق انحصاری اختراع محصولات یا بهبود فرایندها و روشهای موجود را دریافت کند. درخواستها بایستی به اداره ثبت اختراعات هنگ‌کنگ ارائه شود و مخترع موظف است طی دو سال از زمان اعطای مجوز، اقدام به بهره‌برداری از آن در مقیاس صنعتی کند. **براساس قانون فوق اختراعات ثبت‌شده در اروپا و چین نیز تحت حمایت این قانون قرار دارند. حق انحصاری اختراع پس از ثبت شدن به مدت ۲۰ سال اعتبار دارد و قابل تمدید است.**

۴-۲. قانون سرمایه‌گذاری

الف. برای شروع و راه‌اندازی یک طرح سرمایه‌گذاری به دست یک فرد (حقیقی یا حقوقی) خارجی در منطقه هنگ‌کنگ باید شرایط زیر رعایت شود:

ب. فعالیتهای سرمایه‌گذاری باید جزو فهرست سرمایه‌گذاریهای مجاز خارجی در هنگ‌کنگ باشد.

پ. متقاضی سرمایه‌گذاری، باید شخصیت حقیقی یا حقوقی داشته باشد.

ت. فعالیت سرمایه‌گذاری با همکاری شرکتهای بومی یا در قالب سرمایه‌گذاریهای خطرپذیر دارای اولویت هستند.



ث. متقاضی سرمایه‌گذاری باید از توافقیهای هنگ‌کنگ و سایر کشورها در زمینه سرمایه‌گذاریهای مجاز تبعیت کند.

ج. متقاضی سرمایه‌گذاری نباید در محاکم قضایی، پرونده تخلفات تولیدی داشته باشد.

چ. متقاضی سرمایه‌گذاری نباید سابقه سوء استفاده تجاری و مالی در هنگ‌کنگ یا سایر کشورها را داشته باشد.

ح. صدور مجوز سرمایه‌گذاری خارجی برای فعالیت مورد نظر نباید با مفاد موافقتنامه‌های بین‌المللی یا

منطقه‌ای در تضاد باشد.

ح. اطلاعات ارائه‌شده در فرمهای درخواست مجوز سرمایه‌گذاری باید صحیح و دقیق باشند. نادرستی اطلاعات ارائه شده، موجب حذف تقاضا از فرایند بررسی درخواستها خواهد شد.

خ. متقاضی سرمایه‌گذاری، ملزم به تهیه همه امکانات مورد نیاز برای شروع فعالیت خود است.

۵-۲. قوانین گمرکی

آیین‌نامه تعیین کالاهای مشمول مالیات مصوب منطقه اجرایی ویژه هنگ کنگ، چارچوب فعالیت‌های اداره وضع مالیات و خدمات گمرکی آن منطقه را تشکیل می‌دهد.

منطقه اجرایی ویژه هنگ کنگ بندر آزاد است، از این رو فقط چهار کالای لیکور، تنباکو، روغن هیدروکربن و الکل متیل، کالاهای وارداتی مشمول پرداخت مالیات محسوب می‌شوند. سایر کالاهای وارداتی از پرداخت مالیاتها معاف هستند. به عبارت بهتر میانگین تعرفه وارداتی همه گروه‌های کالایی، صفر است.

مبنای محاسبه تعرفه کالاهای وارداتی به هنگ کنگ براساس ارزش CIF است. برای واردات این کالاها، واردکننده باید همه مبالغ قانونی را پرداخت کند. از سوی دیگر این منطقه از اعضای سازمان همکاری‌های اقتصادی آسیا-اقیانوسیه است. از این رو هنگ کنگ از توافقات کشورهای یادشده در خصوص وضع مالیات پیروی می‌کند. برای دسترسی به اطلاعات بیشتر و همچنین فهرست کالاهای معاف از حقوق گمرکی می‌توان به وبسایت اداره وضع مالیات و خدمات گمرکی هنگ کنگ به نشانی: www.customs.gov.hk مراجعه کرد.

همچنین این کشور از سال ۱۹۹۵ به عضویت سازمان تجارت جهانی (WTO) درآمده است.

۶-۲. قوانین کنسولی

شرایط صدور ویزا در هنگ کنگ به نسبت آسان است. سه نوع ویزا در این کشور صادر

می‌شود که در زیر شرایط صدور هریک از این ویزاها برشمرده می‌شود:

الف) ویزای تجاری برای بازرگانان

- ❖ حداقل اعتبار گذرنامه برای سفر تجاری به این منطقه شش ماه است.
- ❖ *روادید از سوی بخش ویزای کنسولگری جمهوری خلق چین^۱ صادر می‌شود.*
- ❖ متقاضی ضمن تکمیل فرمهای مربوطه و هزینه بررسی، باید معرفی‌نامه‌ای از شرکت یا مؤسسه محل کار اخذ و ارائه کند.
- ❖ *برای اقامت کمتر از ۹۰ روز نیازی به اخذ ویزا نیست.*
- ❖ ارائه مستندات مرتبط با در اختیارداشتن مبلغ کافی برای اقامت یا ضمانت مالی الزامی است.
- ❖ برای ورود به منطقه نیازی به ارائه مدارک واکسیناسیون نیست.

ب) ویزای اقامت یا کار: جهت تعیین شرایط و مدارک مورد نیاز اخذ ویزای اقامت یا کار، متقاضی باید با کنسولگری جمهوری خلق چین تماس بگیرد.

پ) ویزای توریستی

- ❖ ارائه کپی بلیط رفت و برگشت از سوی متقاضی ضروری است.
- ❖ حداقل اعتبار گذرنامه برای سفر تجاری به این منطقه شش ماه است.
- ❖ *روادید از سوی بخش ویزای کنسولگری جمهوری خلق چین صادر می‌شود.*
- ❖ برای اقامت کمتر از ۹۰ روز نیازی به اخذ ویزا نیست.
- ❖ برای ورود به منطقه نیازی به ارائه مدارک واکسیناسیون نیست.
- ❖ ارائه مستندات مرتبط با در اختیارداشتن مبلغ کافی برای اقامت یا ضمانت مالی الزامی است.

۷-۲. حمایت‌های تجاری از صادرکنندگان

شورای توسعه تجارت هنگ کنگ، مسئولیت حمایت از صادرکنندگان آن کشور را بر عهده دارد. بدین منظور مجموعه اقدامات گسترده‌ای از سوی این شورا انجام می‌شود.

بخشی از برنامه‌های حمایتی از صادرکنندگان این کشور عبارت‌اند از:

- ❖ گردآوری و انتشار اطلاعات جامع و به روز از بازارهای کشورهای خارجی
- ❖ ارزیابی میزان آمادگی شرکتها برای فعالیت در حیطه صادرات
- ❖ بررسی بازارهای منطقه و بین‌المللی در خصوص کالاهای قابل صدور و نحوه حضور در آنها و انتشار گزارشها
- ❖ ایجاد شرایط و بسترهای مناسب برای حضور تجار هنگ کنگی در نمایشگاه‌های بین‌المللی
- ❖ تجزیه و تحلیل تجارت بین‌المللی از دیدگاه‌های کمی و کیفی و ارائه پیشنهاد برای بهبود آن
- ❖ مشارکت در طرحهای توسعه و حمایت از صادرات مانند: فاینانس بلندمدت، ضمانت صادرات ریسکهای اقتصادی و ...
- ❖ برقراری ارتباط بین تجار هنگ کنگ و سایر کشورهای جهان براساس تشابه زمینه‌های فعالیت یا علایق مشترک
- ❖ ارائه خدمات مشاوره‌ای و بازاریابی به شرکت‌های علاقه‌مند به فعالیت در حیطه صادرات
- ❖ امضای موافقت‌نامه‌های اقتصادی و تجاری چندجانبه و دوجانبه
- ❖ ارائه اطلاعات جامع در خصوص توانمندی‌های صادرکنندگان در سایت اینترنتی شورا

جهت کسب اطلاعات بیشتر می‌توان به وب سایت شورای توسعه تجارت هنگ کنگ به نشانی: www.tdctrade.com مراجعه کرد.

۸-۲. مقررات برگزاری نمایشگاه خارجی

برای برگزاری یک نمایشگاه خارجی در هنگ کنگ، لازم است نکات زیر رعایت شود:

جهت حضور در نمایشگاه باید حداکثر تا سه ماه قبل از برگزاری نمایشگاه نام دقیق کالاها، افراد و شرکت متقاضی حضور در نمایشگاه اعلام شود.

جهت ارائه کاتالوگ، کارت ویزیت، بروشور یا هر گونه اقلام تبلیغاتی در نمایشگاه از سوی شرکت یا نماینده هنگ کنگی شرکت، باید همه موارد سه ماه قبل از برگزاری نمایشگاه به صورت کتبی به شورای توسعه تجارت هنگ کنگ اعلام شود.

در صورت نیاز به استقرار ماشین آلات و راه اندازی آنها در محل نمایشگاه، باید شرح جزییات حداکثر تا دو ماه قبل از برگزاری نمایشگاه به شورای توسعه تجارت هنگ کنگ اعلام شود.

۹-۲. رسیدگی به اختلافات تجاری

رسیدگی و حل و فصل اختلافات تجاری در منطقه هنگ کنگ در حوزه وظایف اداره دادگستری است. این اداره با ایجاد تنوع در زمینه دادگاه‌های موجود، شکایات و دعاوی ارائه شده در زمینه تجاری را با سرعت بررسی می‌کند. معمولاً اختلافات و دعاوها ابتدا در دادگاه‌های بخش بررسی می‌شوند. با توجه به این امر تجار می‌توانند با تناسب میزان شکایت خود به دادگاه‌ها مراجعه و اقامه دعوا کنند. به‌طور مثال دادگاه دعاوی کوچک به شکایات کوچک تجار رسیدگی می‌کند. سایر دادگاه‌های هنگ کنگ عبارت‌اند از: دادگاه ملک، دادرسی، نوجوانان، پزشکی قانونی، کار، دعاوی کوچک و موضوعات ناپسند.

داوری نوعی شیوه پذیرفته شده برای حل اختلافات تجاری در هنگ کنگ است. داوری باید با مجموعه مشروحاتی از الزام‌های حاکم بر انتخاب داوران، مدت زمان داوری و تجدیدنظر در تصمیم داوران مطابقت داشته باشد. در منطقه هنگ کنگ نیز حکم یا رأی داوری باید به وسیله دادگاه تأیید شود. بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهند که آغاز به کار دادگاه‌های عنوان شده در هنگ کنگ موجب تسریع بررسی شکایات تجاری و رفع اختلافات تجاری شده است.

مقامات اداره دادگستری هنگ کنگ ضمن بهره‌گیری از توانمندی‌ها و امکانات فناوری اطلاعات و ارتباطات توانسته‌اند کانال‌های ارتباطی جدید و مستقیم با مردم ایجاد کنند. این امر، تسریع ارائه شکایات و دعاوی به مقامات دادگستری را در پی داشته است.

همچنین هنگ کنگ کنوانسیون مربوط به حل اختلافات سرمایه‌گذاری بین کشورها را به

طور کامل پذیرفته و به تصویب رسانده است. منطقه اجرایی ویژه هنگ کنگ عضو مرکز بین‌المللی حل اختلافات مربوط به سرمایه‌گذاری است. در سال ۱۹۹۸ یک موافقت‌نامه در خصوص حمایت قانونی از سرمایه‌گذاری خارجی تضمین شده بین آژانس تضمین سرمایه‌گذاری چندجانبه از یک سو و چین و منطقه هنگ کنگ از سوی دیگر امضا شد. آژانس مذکور قواعد خاص خود را در مورد قراردادهای استاندارد تضمین شده دارد.

۱-۲. قوانین مالیاتی

اساس مالیاتی منطقه اداری هنگ کنگ به گونه‌ای است که تحت آن قوانین مالیاتها فقط بر اساس سود یا درآمد منابع داخلی هنگ کنگ وضع می‌شوند. **درآمدهایی که اساس خارجی دارند، مشمول پرداخت مالیات نیستند.**

اداره مالیات بر درآمد، مسئول مقولات مالیاتی در هنگ کنگ است. نظام مالیاتی این منطقه اداری کاملاً از سرزمین اصلی چین جدا است و هیچ مالیاتی را به این سرزمین ارسال نمی‌کند.

سال مالی هنگ کنگ از اول آوریل تا ۳۱ مارس (۲۱ فروردین تا ۱۱ فروردین سال بعد) است. مالیاتهای اصلی، مالیات بر سود حاصل از مشاغل، مالیات بر درآمد، مالیات بر اموال و درآمد حاصل از اموال است.

براساس چارچوب اخذ مالیات در منطقه اداری هنگ کنگ، در خصوص موارد زیر مالیاتی اخذ نمی‌شوند:

- الف. سود سرمایه
- ب. سود و منافع سهام
- پ. ارث
- ت. ارزش افزوده
- ث. فعالیت شرکتهای امنیت اجتماعی

دولت هنگ کنگ جهت تشویق بخش صنایع و تأسیس طرحهای صنعتی در منطقه اداری، سیاستهای تشویقی زیر را اعمال می‌کند:

الف. تسهیل شرایط پرداخت مالیات

ب. دریافت مالیات کم از سرمایه‌گذاران

۱۱-۲. مراحل راه‌اندازی یک کسب و کار

آغاز فعالیت یک شرکت در منطقه اجرائی ویژه هنگ کنگ نیازمند طی مراحل پنج‌گانه و ارائه مستندات مورد نیاز به اداره ثبت شرکت‌ها، اداره درآمد داخلی، مسئولان شهری و سازمان حفاظت از محیط زیست است.

مراحل ثبت شرکت جدید در هنگ کنگ در جدول شماره ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. مراحل راه‌اندازی کسب و کار در هنگ کنگ

شماره مرحله	عنوان مرحله	مدت زمان لازم (روز)	هزینه‌های لازم (دلار هنگ کنگ)
اول	انتخاب نام شرکت، ارائه درخواست برای اخذ مجوز فعالیت به اداره ثبت شرکتها	۷	۱.۷۲۰ دلار جهت درخواست + ۰/۱ درصد از سرمایه شرکت
دوم	کسب گواهی ثبت کسب و کار از اداره درآمد داخلی	۱	۲.۶۰۰ دلار برای گواهی یک ساله
سوم	تشکیل پرونده با استفاده از مشخصات دقیق شرکت در اداره ثبت شرکتها	۱	هزینه ندارد
چهارم	امضاء مدارک مربوط به بیمه درآمد کارمندان و صندوق اجباری پس‌انداز	۱	هزینه ندارد
پنجم	ایجاد آرم و مهر لاستیکی شرکت	۱	۲۱۵ دلار

منبع: اداره توسعه سرمایه‌گذاری هنگ کنگ

۳. عضویت در پیمانهای اقتصادی و نهادهای بین‌المللی

در این قسمت با روابط بین‌الملل هنگ کنگ در قالب پیمانهایی که این کشور به عضویت آنها درآمده است، آشنا خواهیم شد.

۳-۱. سازمان‌های بین‌المللی

به دلیل دموکراسی فعالی که هنگ کنگی‌ها در پیش گرفته‌اند، این منطقه در سازمان‌های بین‌المللی متعددی عضویت یافته یا ناظر می‌باشد. در جدول شماره ۲، نام این سازمانها آورده شده است:

جدول ۲. سازمانها و نهادهای مهم بین‌المللی که هنگ کنگ عضو آنهاست

ردیف	نام
۱	سازمان همکاری کشورهای جنوب شرق آسیا
۲	سازمان ارتباطات آسیا-اقیانوسیه
۳	کمیسیون اقتصاد و جامعه سازمان ملل متحد برای آسیا و اقیانوسیه
۴	شورای تجارت کشورهای مشترک‌المنافع
۵	سازمان جهانی استاندارد
۶	سازمان غذا و کشاورزی
۷	انستیتو بین‌المللی جلوگیری از تغییرات آب و هوا
۸	اتحادیه بین‌المللی مخابرات
۹	انجمن مدیریت منابع اطلاعات
۱۰	جمعیت صلیب سرخ
۱۱	سازمان بین‌المللی کار
۱۲	پلیس بین‌المللی
۱۳	سازمان ملل متحد

سازمان علمی فرهنگی آموزشی ملل متحد	۱۴
کمیساریای عالی پناهندگان سازمان ملل متحد	۱۵
سازمان توسعه صنعتی ملل متحد	۱۶
مؤسسه تعلیم و توسعه سازمان ملل متحد	۱۷
سازمان جهانی گردشگری ملل متحد	۱۸
اتحادیه جهانی پست	۱۹
کنفدراسیون جهانی کار	۲۰
سازمان بهداشت جهانی	۲۱
سازمان جهانی حقوق مالکیت معنوی	۲۲
صندوق بین‌المللی پول	۲۳
آژانس تضمین سرمایه‌گذاری چندجانبه	۲۴
آژانس بین‌المللی انرژی اتمی	۲۵
سازمان جهانی هواوردی غیرنظامی	۲۶
دادگاه جرایم بین‌المللی	۲۷
سازمان بین‌المللی دریانوردی	۲۸
کمیته بین‌المللی المپیک	۲۹
سازمان بین‌المللی مهاجرت	۳۰
کنفدراسیون اتحادیه تجارت جهانی	۳۱
سازمان جهانی هواشناسی	۳۲
بانک ترمیم و توسعه بین‌المللی	۳۳
صندوق بین‌المللی توسعه کشاورزی	۳۴
کنفرانس بازرگانی و توسعه سازمان ملل متحد	۳۵
سازمان تجارت جهانی	۳۶
فدراسیون جهانی اتحادیه‌های تجاری	۳۷
سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی	۳۸

۳-۲. اتحادیه‌های گمرکی

منطقه اجرایی ویژه هنگ کنگ در اتحادیه‌های گمرکی متعددی عضویت داشته یا ناظر بر اجرای آنها است. از مجموعه اتحادیه‌های یادشده می‌توان به اتحادیه گمرکی کشورهای عضو سازمان تجارت جهانی و اتحادیه گمرکی کشورهای مشترک‌المنافع اشاره نمود. از سوی دیگر این منطقه با کمیسیون اروپا توافق‌نامه‌ای در زمینه گمرک و وضع مالیات بر کالاها به امضاء رسانده است.

همان‌گونه که اشاره شد، منطقه هنگ کنگ از سال ۱۹۹۵ عضو سازمان تجارت جهانی است. این منطقه در راستای اجرای برنامه‌های آن سازمان در خصوص توسعه تجارت، اقدامات متعددی را انجام داده است. یکی از این موارد حذف تعرفه گمرکی برای محصولات کشورهای اروپائی و کشورهای عضو سازمان همکاری اقتصادی کشورهای آسیا-اقیانوسیه است.

۳-۳. پیمان‌های اقتصادی

این کشور در چندین پیمان اقتصادی منطقه‌ای و بین‌المللی عضویت دارد. از جمله این پیمانها می‌توان به سازمان همکاری‌های اقتصادی آسیا-اقیانوسیه (APEC)، پیمان جلوگیری از پرداخت مالیات مضاعف، بین هنگ‌کنگ و زلاندنو و پیمان مالیاتی بین هنگ‌کنگ و لوگزامبورک اشاره نمود.

فصل دوم

محیط فرهنگی

شناسایی فرهنگ 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 هنگ‌کنگ آشنا شده و سپس سعی خواهیم نمود سلیقه‌ها و رفتارهای مردم این کشور را در هنگام فعالیت‌های تجاری بررسی کنیم.

۱. ارکان فرهنگی و اجتماعی

در این قسمت، نخست ارکان اصلی تشکیل دهنده فرهنگ کشور هنگ‌کنگ، نظیر مذهب و زبان مردم را معرفی نموده و سپس با آداب و رسوم کلی این سرزمین آشنا خواهیم شد.

۱-۱. مذهب

اکثریت جمعیت هنگ‌کنگ (حدود ۹۰ درصد) از آیین بودایی پیروی می‌کنند. پیروان مذاهب مسیحیت، یهودیت، اسلام، تائوئیسم و هندو نیز در هنگ‌کنگ زندگی می‌کنند.



۱-۲. زبان

زبان رسمی و اصلی مردم کانتونیزی است و زبان انگلیسی به عنوان زبان اصلی در محیط‌های کاری رواج دارد و بیشتر مراکز تجاری، دستگاه‌های

دولتی، دانشگاه‌ها و مراکز علمی از آن استفاده می‌کنند. سایر زبانهای مورد استفاده در هنگ کنگ عبارت‌اند از: آلمانی، ژاپنی، کره‌ای، ویتنامی، تک لوگ، اندونزیایی، تایی، هندی، اردو، نپالی، پنجابی و عربی.

۳-۱. الگوی زندگی

مردم هنگ کنگ به دلیل ویژگیهای خاص فرهنگی و اجتماعی و تنوع نژادی خود، از علایق و الگوی زندگی و مصرف خاصی برخوردارند. در زیر به برخی از این ویژگیها اشاره شده است.

- ❖ هنگ‌کنگی‌ها علاقه زیادی به صرف غذا و نوشیدنی محلی خود دارند. بیشتر این غذاها از موجودات دریایی تولید می‌شوند.
- ❖ ساکنان هنگ کنگ از تفریح در محیطهای فرهنگی، باشگاه‌ها، رستورانها و ... لذت می‌برند.
- ❖ استفاده از محصولات نو و مد روز یکی از اصول زندگی مردم منطقه محسوب می‌شود. از این رو آنها زمان زیادی را برای تهیه کالاهای مورد نظر خود صرف می‌کنند. ساعات خرید از فروشگاه‌ها در هنگ کنگ از ساعت ۱۰ صبح تا ۱۰ شب است.
- ❖ ساکنان هنگ کنگ خود را مقید به حضور در مراسم رسمی و جشنواره‌ها می‌دانند.
- ❖ اغلب نمایشها در رستورانها و منازل برگزار می‌شوند. از این رو حضور در چنین مراسمی نیازمند پوشیدن لباس رسمی است.

۴-۱. نهادهای اجتماعی و دینی

۴-۱-۱. نهادهای اجتماعی

با توجه به سوابق سیاسی منطقه هنگ کنگ، حضور آن در مجموعه کشورهای مشترک‌المنافع انگلستان و بهره‌برداری از قوانین مشترک با انگلستان در اداره امور منطقه، این منطقه شاهد دموکراسی جوان و حضور و فعالیت احزاب سیاسی متعدد است. احزاب یادشده در همه انتخابات رسمی منطقه نقش فعال و جدی دارند. در این منطقه حزب

«اتحاد دموکراتیک برای بهبود هنگ کنگ»، حزب مقتدر منطقه محسوب می‌شود. آنها در شرایط و موقعیتهای بحرانی در کشور، نقش جدی و فعالی در تغییر شرایط دارند.

دستگاه قانون‌گذاری مقتدری که اعضای آن با حضور مستقیم مردم و کمیته‌های انتخاباتی محلی انتخاب شده‌اند، در این کشور وجود دارد. اتحادیه‌های شغلی و صنفی رسمیت دارند و بالطبع سازمانهای ناظر حقوق بشر نیز در این کشور دیده می‌شوند. **در قوانین منطقه هنگ‌کنگ، زنان مجاز به فعالیت در همه زمینه‌ها هستند و محدودیت خاصی در این زمینه مشاهده نمی‌شود.**

بر اساس اطلاعات و آمارهای موجود، زنان نقش بسیار مهمی در فعالیتهای اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی دارند. زنان هنگ‌کنگی از پوشش سنتی و غربی جهت حضور در موقعیتهای مختلف بهره‌برداری می‌کنند.

۱-۴-۲. نهادهای دینی

اکثر مردم کشور هنگ‌کنگ تابع دین بودا و آیین تائو هستند. پس از آنها، پیروان کنفوسیوس، مسیحیت، اسلام، یهودیت، هندوها و سیکها در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند. با وجود چنین دامنه گسترده‌ای از اعتقادات مذهبی، مردم به همه اعتقادات مذهبی احترام می‌گذارند و در اکثر مراسم مذهبی شرکت می‌کنند.

براساس آخرین آمارهای رسمی، در منطقه اجرایی ویژه هنگ‌کنگ ۸۰.۰۰۰ مسلمان زندگی می‌کنند. مسلمانان این منطقه در چهار مسجد و یک مرکز اسلامی مراسم مذهبی خود را برگزار می‌کنند. مرکز اسلامی هنگ‌کنگ^۱ مسئولیت برگزاری و هماهنگی مراسم مذهبی مسلمانان این منطقه را بر عهده دارد.

مسجد خیابان شلی^۲ قدیمی‌ترین مسجد هنگ‌کنگ است. سایر مساجد هنگ‌کنگ عبارت‌اند از: مسجد کولون، مسجد قبرستان مسلمانان^۳ و مسجد اوکی وان^۴.

1. Incorporated Trustees of the Islamic Community Fund of Hong Kong

2. Shelley

3. Collinson

4. Okiwan Road

۵-۱. رسانه‌ها

ارتباطات در هنگ کنگ از سوی دولت نظارت می‌شود. در این منطقه اجرایی، سه ایستگاه رادیویی و همچنین شش فرستنده تلویزیونی وجود دارد. شبکه رادیو تلویزیون هنگ کنگ هم‌اکنون یکی از معتبرترین شبکه‌های خبری به حساب می‌آید و از سوی اداره ارائه مجوز نمایش و تلویزیون اداره می‌شود. در این منطقه رسانه‌ها از آزادی کامل به لحاظ ارائه مطالب برخوردار هستند و دولت در این خصوص کمترین دخالت را دارد.

از مجموع شش ایستگاه تلویزیونی، پنج ایستگاه تلویزیونی متعلق به بخش خصوصی و یک ایستگاه دولتی است. نام ایستگاه‌های تلویزیونی هنگ کنگ به شرح زیر است:

- ♦ Television Broadcasts Limited (TVB)
- ♦ Phoenix TV (PTV)
- ♦ Asia Television Ltd (ATV)
- ♦ Cable TV (CTVHK)
- ♦ Now TV (NTV)
- ♦ Radio Television Hong Kong (RTVHK)

۶-۱. عادات خرید و مصرف

همان‌طور که قبلاً بیان شد، مردم هنگ کنگ از درآمد سرانه زیادی برخوردار هستند. وجود اقوام مختلف در آن منطقه، اقامت تجار کشورهای جهان در هنگ کنگ، حجم بالای ترانزیت کالاهای متنوع از طریق زیرساخت‌های آن منطقه موجب شده است تا ساکنان هنگ کنگ عاداتی خرید و مصرف خاصی داشته باشند. این عادات با عاداتی مردم سایر مناطق و حتی مردم سرزمین اصلی چین فرق می‌کند.

همه ساکنان هنگ کنگ در جستجوی کالای نو، بادوام و با قیمت مناسب هستند. نتایج تحقیقات انجام‌شده در خصوص رفتار خرید در هنگ کنگ نشان می‌دهد که خریداران توجه خاصی به محصولات قابل بازیافت و دوستدار طبیعت دارند.

خریداران هنگ کنگی به دنبال کسب رضایت از کالای خریداری شده هستند. این امر با توجه به میزان پاسخگویی کالا به نیازهای آنها انجام می‌شود. معمولاً خریداران به سابقه

فروشنده و نحوه فعالیت آن توجه می‌کنند و تلاش دارند تا از فروشندگان خوش‌سابقه خریداری کنند.

با توجه با درآمد سرانه بالا و وجود مکانیزم مطمئنی برای موازنه میان عرضه و تقاضا در صورت فراوانی یک محصول یا کالای خاص قدرت چانه‌زنی مشتری و حق‌انتخاب او برای انتخاب کالای مشابه میان عرضه‌کنندگان مختلف کاهش می‌یابد.

این امر در شرایطی عنوان می‌شود که اغلب خریداران هنگ کنگی تمایلی به چانه‌زنی ندارند.



بدیهی است که فروشنده با حسن سلوک و آداب معاشرت بهتر در این میان موفق‌تر خواهد بود. این نکته هنگامی که فروشندگان (به‌طورعمده در بازارهای محلی) کالای یکسانی را عرضه می‌کنند، نمود بیشتری خواهد داشت.

۷-۱. تعطیلات رسمی

روزها و مناسبت‌های مهم در منطقه اجرایی ویژه هنگ کنگ به سه دسته تعطیلات سیاسی و ملی، مناسبت‌های مذهبی و مناسبت‌های قومی و قبیله‌ای تقسیم می‌شوند. زمان برگزاری مناسبت‌های یادشده به شرح زیر است:

۷-۱-۱. تعطیلات سیاسی و ملی

تعطیلات سال نو میلادی و چینی، جشنواره‌ها، روز کارگر، روز تأسیس مناطق ویژه و خاص در هنگ کنگ، روز ملی و جمهوری مردم چین از جمله تعطیلات اجباری کارمندان دولت هستند. زمان برگزاری مراسم و تعطیلات رسمی منطقه اجرایی ویژه عبارت‌اند از:

❖ سال نو میلادی: اولین روز ماه ژانویه

❖ سال نو چینی: روزهای اول تا سوم اولین ماه سال چینی (معمولاً در اواخر ماه جولای و اوایل فوریه قرار دارد)

- ❖ جشنواره چینگ هنگ: روز پنجم آوریل
- ❖ روز کارگر: روز اول ماه مه
- ❖ جشنواره قایق اژدها: پنجمین روز اولین ماه سال چینی
- ❖ روز تأسیس مناطق ویژه و خاص در هنگ کنگ: اول ژوئیه
- ❖ روز بعد از جشنواره نیمه پائیز: شانزدهمین روز از ماه هشتم سال چینی (معمولاً در ماه سپتامبر برگزار می‌شود)
- ❖ جشنواره چانگ یونگ: نهمین روز از ماه نهم سال چینی (معمولاً در ماه اکتبر برگزار می‌شود)
- ❖ جشنواره بادبادکها: روز نهم سپتامبر
- ❖ روز ملی و جمهوری مردم چین: اول اکتبر (معمولاً این جشن به مدت دو روز در روزهای اول و دوم اکتبر برگزار می‌شود)
- ❖ تعطیلات اجباری: بر طبق قانون استخدام نیروی کار، ۱۲ روز از ۱۷ روز تعطیلات عمومی به‌طور اجباری برای کارمندان و کارکنان دولت تعطیل است.

۱-۷-۲. تعطیلات مذهبی

در منطقه اجرایی ویژه هنگ کنگ، پیروان ادیان اسلام، مسیحیت، یهودیت، بودا و آیین‌های کنفوسیوس، تائو، هندو و سیکها زندگی می‌کنند. از این رو در این منطقه مناسبت‌های مذهبی متعددی وجود دارد. از سوی دیگر مجموعه‌های دینی نیز در هنگ کنگ مدارس مذهبی و مؤسسات خیریه تأسیس کرده‌اند. تعطیلات مناسبت‌های مذهبی هنگ کنگ عبارت‌اند از:

❖ جمعه قبل از عید پاک

❖ عید پاک

❖ روز کریسمس

❖ جشن Easter

❖ روز تولد بودا

همه ایام تعطیل با توجه به تقویم چینی تعیین می‌شوند.

۱-۷-۳. مناسبت‌های قومی و قبیله‌ای

مناسبت‌های قومی و قبیله‌ای منطقه هنگ‌کنگ مانند کشور چین است. این مناسبت‌ها عبارت‌اند از:

- ❖ جشنواره ریزش آب
- ❖ جشنواره مشعل
- ❖ جشنواره تیغه قطبی
- ❖ جشنواره جنگ گاوها
- ❖ جشن بلوغ
- ❖ نمایشگاه ماه مارس
- ❖ نمایشگاه نادام
- ❖ جشنواره کایژای

روزهای کاری در هنگ‌کنگ، دوشنبه تا شنبه هر هفته و ساعات کاری از ۹ صبح تا ۵ بعدازظهر است.

۲. فرهنگ مذاکره

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

به دلیل وجود اکثریت نژاد چینی در بافت جمعیتی هنگ‌کنگ، فرهنگ مذاکره و معامله در آن مشابه با سرزمین اصلی چین است. از این رو مردم براساس سنت و باورهای خود به اجرای توافقات انجام‌شده و سرپیچی نکردن از آنها پایبند هستند. در هنگ‌کنگ به صداقت و درستکاری و عمل به تعهدات مذاکره‌کننده اهمیت زیادی می‌دهند.

منطقه اجرایی ویژه هنگ‌کنگ وارث فرهنگ، آداب و رسوم مردم چین است. به‌رغم هدایت این منطقه به مدت ۱۵۰ سال از سوی انگلستان، ساکنان این منطقه به فرهنگ و سنت‌ها شدیداً پایبند هستند. این سنت‌ها زندگی روزمره آنها را تحت‌الشعاع خود قرار می‌دهد. این افراد در هر شرایط و موقعیتی باز هم پایبندی خود را به فرهنگشان ابراز می‌دارند.

۱-۲. دیدگاه کلی نسبت به ایران

سابقه روابط تجاری ایران و دولت منطقه هنگ کنگ به سالهای پایانی قرن بیستم باز می‌گردد. منافع دو جانبه، تعهد طرفین به اجرای توافقات، مناسب بودن شرایط همکاری‌های تجاری و سایر عوامل دیگر موجب شده‌اند که دولت هنگ کنگ از حضور شرکتهای ایرانی در آن منطقه استقبال کند. در ضمن ایران و هنگ کنگ در زمینه تقویت روابط دو جانبه گام برمی‌دارند.

طی سالهای اخیر، دموکراسی نوپای منطقه هنگ کنگ از سوی جمهوری اسلامی ایران مورد حمایت قرار گرفته است. این امر موجب شده است تا مردم هنگ کنگ، با دید مثبت به روابط دوجانبه نگاه کنند.

۲-۲. آداب مذاکره

برخی از ویژگیهای فرهنگی مردم و تجار هنگ کنگ که به منظور بهبود فرایند مذاکره می‌توان از آنها استفاده کرد، در زیر بیان شده است. رعایت این موارد چه برای خرید کالا از هنگ کنگ، چه فروش کالا به این کشور ضروری است.

❖ *مذاکره‌کنندگان بایستی کاتالوگها و بروشورهای مختلف را به زبان انگلیسی برای توزیع در شرکتها و آژانسها تهیه و آماده کنند. آنها باید آمادگی لازم جهت تهیه و ارائه بروشورها به زبان چینی را داشته باشند.*

❖ *همه موضوعات و نظرات باید در نهایت صبر و شکیبایی فروان مطرح شوند.*

❖ *همه اطلاعات و گزارشها را نباید یکباره به طرف مذاکره کننده انتقال داد، زیرا ممکن است، این فقط یک جلسه تشریفاتی باشد.*

❖ *مردم هنگ کنگ به ویژه در ملاقاتهای تجاری، برای دقیق بودن اهمیت زیادی قائل هستند. به عبارت بهتر، تجار هنگ کنگی برای سر وقت بودن به عنوان یک ارزش مهم توجه ویژه‌ای قائل هستند. بنابراین تجار خارجی باید در هنگام برنامه‌ریزی ملاقات با تجار هنگ کنگی این نکته را مدنظر قرار دهند. در این زمینه اماکن عمومی متعددی، فضاهای مناسب جهت برگزاری ملاقاتهای تجاری را در اختیار تجار قرار می‌دهند.*

❖ *با توجه به وجود سنتها و باورهای مشترک بین مردم هنگ کنگ و سرزمین اصلی چین، پابندی به برنامه‌های تعیین شده و اجرای آنها بسیار مهم است. بر اساس*

این دیدگاه، تخطی از تعهدات موجب بدنامی فرد یا مؤسسه خواهد شد. از این رو مردم و بخصوص تجار هنگ کنگی، سعی زیادی در اجرای تعهدات و برنامه‌های تدوین‌شده از قبل دارند.

براساس بررسیهای انجام‌شده، اکثریت دولتمردان هنگ کنگی علاقه دارند در طول سال بیش از یک سفر تفریحی داشته باشند. هنگ‌کنگ از اوقات فراغت جهت حضور در مهمانیهای خانوادگی، مطالعه، خرید و ... استفاده می‌کنند. آنها تلاش دارند تا از اوقات فراغت خود به بهترین شکل ممکن بهره‌برداری کنند.

۱-۲-۲. هدیه و سوغات

هدایا و سوغات به عنوان یک مؤلفه اجتماعی، در هنگ‌کنگ از اهمیت اجتماعی بالایی برخوردار هستند. برخی از این ویژگی‌ها عبارت‌اند از:

- ❖ مردم هنگ‌کنگ معتقدند که دریافت هدیه باید با دو دست انجام شود و گیرنده آن باید در هنگام دریافت، کف دستهای خود را بالا نگه دارد و تا زمانی که قدردانی و تشکر را به حد وفور در کلام و حرکات صورت خود نشان نداده‌است، نباید هدیه را به زمین بگذارد.
- ❖ باز کردن هدیه در مقابل فردی که آن را تهیه کرده است، کار خوشایند و صحیحی به نظر نمی‌رسد.
- ❖ زمان دادن هدیه به یک فرد هنگ‌کنگی باید انتظار داشته باشید که او تعارف زیادی بکند و در شروع هدیه را قبول نکند، اما با اصرار به‌طور حتم موفق خواهید شد.
- ❖ برای دادن هدیه به یک هنگ‌کنگی، هرگز به سراغ ابزار و وسایل تیز و برنده، دستمال و ساعت نروید. این وسایل از نظر آنها نماد و مظهر قطع ارتباط و دوستی هستند.
- ❖ عدد چهار در فرهنگ و آداب و رسوم این مردم خوش‌یمن و خوشایند نیست و نباید هدیه را به تعداد چهار تهیه کرد. درضمن باید توجه داشت که تهیه هدیه به تعداد فرد هم مقبول نیست و بهتر است تعداد هدیه زوج باشد.
- ❖ هدیه مورد نظر را نباید در کاغذ سفید، سیاه و یا آبی بیچید چون از نظر مردم هنگ‌کنگ رنگهای ذکر شده بوی مرگ و غم می‌دهند. در عوض رنگ قرمز، زرد یا صورتی نماد شادی است.

- ❖ نباید پیام دوستانه خود را با خودکار قرمز روی هدیه بنویسید چون به صورت غیرمستقیم او را به قطع رابطه دعوت کرده‌اید.
- ❖ همه مردم خود را متعهد به حفظ سنتهای دیرین می‌دانند. در این زمینه آنها با تمامی توان خود تلاش می‌کنند.
- ❖ مهم‌ترین و ارزشمندترین مهمانان، جهت حضور در مهمانی صرف جای دعوت می‌شوند.
- ❖ نوع، کیفیت و نحوه سرو غذا برای مردم هنگ‌کنگ بسیار مهم است. در این زمینه آنها حساسیت زیادی از خود نشان می‌دهند.
- ❖ در ساعات رسمی کار، خانمها و آقایان از پوشش غیرسنتی استفاده می‌کنند.
- ❖ مردم هنگ‌کنگ خیلی سنتی هستند و این سنت‌گرایی را به حوزه مسائل تجاری نیز تسری داده‌اند.
- ❖ افراد مسن در جامعه هنگ‌کنگ از ارزش و جایگاه ویژه‌ای برخوردارند و احترام به آنها در هر شرایطی الزامی است.
- ❖ اکثریت افراد بین سنین ۱۵ تا ۵۴ سال از صرف غذاهای سرپایی لذت می‌برند. طی سالهای اخیر تعداد علاقمندان به این نوع مواد غذایی در حال افزایش است.
- ❖ گوش دادن به انواع موسیقی‌های سنتی و خارجی در زمانهای مختلف یکی از تفریحات مردم هنگ‌کنگ به شمار می‌رود.
- ❖ مطالعه مجلات، روزنامه‌ها و نشریات با هدف کسب اخبار روز در زمینه‌های مختلف، مورد توجه همه اقشار مختلف جامعه است.

۲-۳. تحلیل حرکات بدنی

- در هر منطقه از جهان، مردم برای ابراز نظر یا نشان دادن تمایلات و علایق خود از رفتارها و حرکات خاصی استفاده می‌کنند. این امر بیش از سایر مناطق جهان در هنگ‌کنگ مشاهده می‌شود. برخی از موارد قابل ملاحظه در حرکات مردم آن منطقه عبارت‌اند از:
- ❖ استفاده از دم و بازدم با استفاده از دهان به منظور نمایش علاقه نداشتن به مخاطب
 - ❖ سکوت در زمان شنیدن سخنان مخاطب به منظور احترام به جایگاه او
 - ❖ بهره‌برداری از حرکات عضلات صورت در زمانهای مختلف به منظور نمایش حالات

شخصی

- ❖ تمرکز نکردن چشمها بر صورت مخاطب به منظور نمایش میزان احترام به او
- ❖ استفاده نکردن از علائم اختصاری موجود در کشور به منظور نداشتن درک مناسب از آنها



فصل سوم

محیط اقتصادی

این فصل به معرفی محیط اقتصادی حاکم بر کشور هنگ کنگ و عوامل مؤثر بر آن اختصاص یافته است. برای این منظور، نخست سیستم اقتصادی این کشور را بررسی کرده و سپس پارامترهای جمعیتی را معرفی می‌کنیم. در ادامه نیز شاخصهای مهم اقتصادی این کشور را ارائه می‌کنیم.

۱. سیستم اقتصادی و نقش دولت

آزادترین اقتصاد در جهان به منطقه اداری هنگ کنگ تعلق دارد. انستیتو اقتصاد، هنگ کنگ را به عنوان نظام سرمایه‌داری اقتصاد آزاد توصیف کرده است. آزادی اقتصاد هنگ کنگ، ناشی از دولت پیشین (انگلیس) است.

در سال ۱۹۹۴ بانک جهانی اعلام کرد که رشد اقتصادی هنگ کنگ از سال ۱۹۶۵ تا سال ۱۹۸۹ به طور متوسط سالیانه ۶/۵ درصد بوده است. این میزان رشد در طول ۲۵ سال در مقایسه با سایر اقتصادهای در حال رشد جهان بسیار مطلوب است.

با توجه به اینکه منطقه هنگ کنگ زمینهای زراعی و منابع طبیعی کمی را در میان کشورهای مجاورش دارد، بنابراین باید بیشتر مواد غذایی و مواد خام را از سایر کشورها وارد کند. در سال ۲۰۰۶ میلادی، هنگ کنگ یازدهمین کشور از لحاظ ارزش صادرات و واردات در جهان است.

میزان ذخایر ارزی و طلای هنگ کنگ، مبلغ ۱۵۲/۷ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۷ میلادی بوده است.

سیستم اقتصادی هنگ کنگ تابع بازار آزاد است. بر مبنای بودجه ارائه شده از سوی دولت در سال ۲۰۰۷، میزان درآمدها معادل ۳۶/۹ میلیارد دلار و میزان هزینه‌ها معادل ۲۹/۴ میلیارد دلار است. بدهی‌های خارجی این کشور در سال ۲۰۰۷، بر مبنای آمار ارائه شده از سوی بانک جهانی، ۵۸۸ میلیارد دلار بوده است. میزان کمکهای خارجی دریافت شده در سال ۲۰۰۴ برابر با ۶/۹۵ میلیون دلار بود.

بخشهای مختلف اقتصادی کشور هنگ کنگ شامل بخشهای صنعت، کشاورزی و خدمات از روند روبه رشدی برخوردار هستند. وضعیت این بخشهای اقتصادی در زیر شرح داده شده است.

۱-۱. بخش کشاورزی

بخش کشاورزی منطقه اجرایی ویژه هنگ کنگ به عنوان آخرین بخش مولد اقتصاد این منطقه شناخته می‌شود. بخش کشاورزی هنگ کنگ در حدود ۰/۱ درصد تولید ناخالص داخلی هنگ کنگ را تشکیل می‌دهد. به عبارت بهتر، سهم کشاورزی در اقتصاد هنگ کنگ در حد صفر بوده و عمده کالاهای کشاورزی مورد نیاز، از سایر کشورها تأمین می‌شود. محصولات عمده کشاورزی هنگ کنگ شامل سبزیجات تازه، ماکیان، خوک و ماهی است.

۱-۲. بخش صنعت و معدن

وضعیت بخش صنعت و معدن هنگ کنگ که ۸/۱ درصد تولید ناخالص داخلی این کشور را تشکیل می‌دهد به صورت زیر است:

- ❖ صنعت نساجی و تولید پوشاک
- ❖ گردشگری
- ❖ تولید دستگاه‌های الکترونیکی از جمله کامپیوتر
- ❖ صنعت تولید لوازم پلاستیکی
- ❖ تولید اسباب‌بازی
- ❖ صنعت ساعت‌سازی

میزان مصرف نفت در هنگ کنگ ۲۹۲۰۰۰ بشکه در روز است. در این منطقه استخراج نفت انجام نمی‌شود. این ارقام در شرایطی عنوان می‌شوند که هنگ کنگ در زمینه صادرات و واردات نفت فعالیت می‌کند.

میزان صادرات و واردات نفت به ترتیب ۲۲۷۰۰ و ۳۱۴۷۰۰ بشکه در روز است.



۱-۳. بخش خدمات

وضعیت بخش خدمات هنگ کنگ که ۹۱/۸ درصد تولید ناخالص داخلی آن را تشکیل می‌دهد به صورت زیر است:

- ❖ خدمات مالی، بانکی و بیمه از مهم‌ترین بخش‌های خدماتی ارائه شده در این کشور هستند.
- ❖ در هنگ کنگ مجموعه‌ای از خدمات بازاریابی شامل تبلیغات، مشاوره، روابط عمومی، ارتباطات و تحقیقات بازار به شرکت‌های مختلف ارائه می‌شود.
- ❖ بخش خدمات فناوری اطلاعات و ارتباطات و خدمات مخابراتی از رشد مناسبی برخوردار است.
- ❖ فناوری‌های نوین از جمله الکترونیک، بیوتکنولوژی، نانو تکنولوژی و ... از جایگاه مطلوبی در این منطقه برخوردار است.
- ❖ سیستم توزیع شامل عمده‌فروشی و خرده‌فروشی و حمل و نقل نیز یکی دیگر از بخش‌های خدماتی را تشکیل می‌دهند.
- ❖ در سال ۲۰۰۶ میلادی، ۲۵/۲ میلیون گردشگر از هنگ کنگ دیدن کرده‌اند؛ بنابراین خدمات گردشگری نیز از مهم‌ترین بخش‌های اقتصاد خدماتی هنگ کنگ است.
- ❖ میزان تولید و مصرف برق در هنگ کنگ به ترتیب ۳۸/۶ و ۴۰/۳ میلیون کیلووات ساعت است. هنگ کنگ در زمینه صادرات برق اقدام کرده و در حال حاضر میزان صادرات برق این کشور ۴/۵ میلیارد کیلووات ساعت است. حجم واردات برق هنگ کنگ ۱۰/۹ میلیارد کیلووات ساعت اعلام شده است.
- ❖ در حال حاضر بیشتر شرکت‌های خارجی وارد شده به بازار، رقابت شدیدی برای اخذ مجوز و فعالیت در حیطه خدمات بازاریابی دارند.

❖ شرکتهای هنگ کنگی با تکیه بر بازار بزرگ موجود در سرزمین اصلی چین، تمرکز عمده‌ای بر فروش و توزیع محصولات خانگی دارند.

افزایش تقاضا برای خدمات روابط عمومی شرکتهای چینی که به سمت جهانی‌شدن حرکت می‌کنند، وجود دارد.

۲. جمعیت

منطقه اجرایی ویژه هنگ کنگ، دارای مردمی از نژاد چینی و تیره‌های جمعیتی متفاوت است.

در جدول شماره ۳، به تیره‌های جمعیتی مردم این منطقه اشاره شده است.

جدول ۳. تیره‌های جمعیتی مردم هنگ کنگ

ردیف	نام تیره	درصد
۱	چینی	۹۵
۲	سایر (هندی، پاکستانی، نیالی، ویتنامی، اندونزیایی، اروپایی، آمریکایی، فیلیپینی استرالیایی، کانادایی، ژاپنی و کره‌ای)	۵

ویژگیها و نسبتهای جمعیتی مردم این منطقه نیز در جدول شماره ۴ بیان شده است.

جدول ۴. ویژگیها و نسبتهای جمعیتی هنگ کنگ

ردیف	نسبت یا ویژگی	میزان
۱	نسبت جمعیت زیر ۱۴ سال	۱۳ درصد
۲	نسبت جمعیت ۱۵ تا ۶۴ سال	۷۴ درصد
۳	نسبت جمعیت ۶۵ سال و بالاتر	۱۲/۹ درصد
۴	نرخ رشد جمعیت	۰/۹ درصد
۵	نرخ زاد و ولد در هر هزار نفر	۶۵/۶

۳۶/۹	نرخ مرگ و میر در هر هزار نفر	۶
۴/۷۲	نرخ خالص مهاجرت در هر هزار نفر	۷
۲/۹۴	نرخ مرگ و میر کودکان در هر هزار نفر	۸
۰/۹۵	نرخ باروری زنان (تعداد مولید به ازای هر زن)	۹
۰/۴۸	نسبت جنسی مردان در کل جمعیت	۱۰
سال ۷۸/۹۹	امید به زندگی در بین مردان	۱۱
سال ۸۴/۶	امید به زندگی در بین زنان	۱۲
درصد ۷۶/۳	نرخ باسوادی در کل جمعیت بالای ۱۵ سال	۱۳
درصد ۹۶/۹	نرخ باسوادی در مردان بالای ۱۵ سال	۱۴
درصد ۸۹/۶	نرخ باسوادی در زنان بالای ۱۵ سال	۱۵

۳. تولید ناخالص داخلی (GDP)

تولید ناخالص داخلی (GDP) این کشور در سال ۲۰۰۶ بالغ بر ۱۶۳ میلیارد دلار بوده است. تولید ناخالص داخلی (GDP) به تفکیک سهم بخشهای عمده اقتصادی همراه با درآمد سرانه، در جدول شماره ۵ ارائه شده است.

جدول ۵. تولید ناخالص داخلی (GDP) کشور هنگ کنگ به تفکیک سهم بخشهای عمده اقتصادی

میزان	شاخص
۲۸۹/۷ میلیارد دلار (براساس PPP)	تولید ناخالص داخلی (GDP)
۱۶۳ میلیارد دلار بر اساس نرخ رسمی ارز	تولید ناخالص داخلی (GDP)
۴۲/۰۰۰ دلار (براساس PPP)	درآمد سرانه
۶/۳ درصد	نرخ رشد تولید ناخالص داخلی

نسبت سرمایه‌گذاری (ناخالص ثابت)	۲۲ درصد از تولید ناخالص داخلی
سهم بخش صنعت از GDP	۸/۱ درصد
سهم بخش کشاورزی از GDP	۰/۱ درصد
سهم بخش خدمات از GDP	۹۱/۸ درصد

www.cia.gov

۴. شاخصهای مهم اقتصادی

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

۴-۱. نرخ تورم

نرخ تورم این منطقه در پنج سال گذشته همواره تک رقمی بوده است. نرخ تورم در سالهای ۲۰۰۲ و ۲۰۰۳ به بالاترین و در سال ۲۰۰۵ به پایین‌ترین میزان خود در ۵ سال گذشته رسیده است.

در جدول شماره ۶، نرخ تورم طی سالهای ۲۰۰۲-۲۰۰۶ نشان داده شده است.

جدول ۶. نرخ تورم هنگ‌کنگ طی دوره زمانی ۲۰۰۲-۲۰۰۶

سال	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶
نرخ تورم (درصد)	۳	۳	-۲/۶	-۰/۳	۰/۹

www.imf.org

۴-۲. نرخ بیکاری

براساس آمار رسمی سال ۲۰۰۷ میلادی، نرخ بیکاری در منطقه اجرایی هنگ‌کنگ ۴/۴ درصد است. شایان ذکر است که نرخ بیکاری در این منطقه در سال ۲۰۰۶، ۵/۶ درصد بوده است. این آمار نشان می‌دهد که نرخ بیکاری نسبت به سال گذشته ۱/۲ درصد

کاهش یافته است.

۳-۴. دستمزد نیروی کار

دستمزدها معمولاً ساعتی، روزانه، ماهانه یا کارمزدی هستند. در سپتامبر سال ۲۰۰۴، متوسط دستمزد ماهانه برای سرپرستی و نظارت فنی و صنعتی و دفتری و کارگران غیرتولیدی در بخش عمده‌فروشان، خرده‌فروشان، صادرات و واردات، رستورانها و هتلها برابر ۲۹۳/۱۱ دلار آمریکا بوده است. متوسط دستمزد روزانه کلی برای کارگران در بخش صنعت و سطوح اجرایی در بخش تولید برابر ۳۱۱ دلار بوده است.

لازم به ذکر است که در این منطقه حداقل دستمزد به صورت قانونی وجود ندارد. سطح دستمزد به طور معمول بر اساس مکانیسم عرضه و تقاضا تعیین می‌شوند. استخدام کارگران خارجی از سوی کارفرمایان هنگ کنگی طبق شرایط و مقررات وزارت کار صورت می‌گیرد.

۴-۴. تراز حساب جاری

براساس اطلاعات ارائه‌شده در سال ۲۰۰۷ میزان تراز حساب جاری هنگ کنگ مبلغ ۱۹/۸۷ میلیارد دلار بوده است.

۵. توزیع و بازاریابی

در این قسمت به معرفی شبکه‌های توزیع کالا در هنگ کنگ و روشهای مؤثر بازاریابی در این منطقه می‌پردازیم.

۱-۵. شبکه‌های توزیع

وجود یک فرودگاه فعال بین‌المللی، برخورداری از ۱۸۳۱ کیلومتر بزرگراه و ۲۹۰۰ کیلومتر جاده آسفالت، ۲۱۱ کیلومتر خطوط ریلی و هشت بندر باعث شده که سیستم حمل و نقل کالا در این کشور از پویایی و رشد مناسبی برخوردار باشد. این امر بر سرعت و مدت زمان حمل کالا از بنادر به شهرهای دیگر آن منطقه تأثیر می‌گذارد.

شبکه ارتباطی و حمل و نقل هنگ کنگ از جمله پیشرفته‌ترین شبکه‌های ارتباطی در جهان است. الگوی اصلی این شبکه ارتباطی از کشورهای پیشرفته مانند انگلستان و سنگاپور اخذ شده است. این منطقه از انواع خطوط ریلی، مترو، خطوط اتوبوسرانی و ... به منظور برقراری ارتباط بین نواحی مختلف و ارائه خدمات به مردم بهره‌برداری می‌کند. همه مناطق هنگ کنگ از شبکه حمل و نقل مناسب برخوردار است.

مدت زمان حمل کالا از بنادر اصلی به شهرهای دیگر کوتاه است. انبارها و سردخانه‌های متعددی در سطح شهرهای آن منطقه وجود دارد.

شرکتهای متعددی در زمینه حمل و نقل کالا در این کشور فعال هستند. به همین دلیل هنگ کنگ از زیرساختهای مناسب حمل و نقل و توزیع کالاها و خدمات برخوردار است. با وجود این طی سالهای اخیر برنامه‌های متعددی در زمینه بهبود و ارتقای سطح زیرساختهای ارتباطی تدوین و به مرحله اجرا درآمده است.

موقعیت جغرافیایی این منطقه و همسایگی آن از سه جهت با دریایی چین جنوبی باعث شده که هنگ کنگ از جایگاه ویژه‌ای در سیستم حمل و نقل دریایی برخوردار شود. از سوی دیگر، اتصال این منطقه به سرزمین اصلی چین در شمال موجب شده است که این منطقه به زیرساختهای ارتباطی چین ارتباط یابد. این زیرساخت ارتباطی امکان تسریع حمل و نقل محصولات آن منطقه از طریق زمینی به سایر کشورها را فراهم کرده است.

بازار هنگ کنگ به خودی خود یک بازار بزرگ محسوب می‌شود. به دلیل وجود نداشتن تعرفه گمرکی برای بیشتر کالاها و وارداتی و فراهم‌بودن شرایط ورود و بهره‌برداری از تعداد زیادی از کالاها، تجار همه کشورها علاقه‌مند به فعالیت در این منطقه هستند.

مشخصه بارز بازار هنگ کنگ، وجود مصرف‌کنندگانی است که درآمد بالایی دارند. الگوهای زندگی و مصرف ساکنان این منطقه موجب افزایش تقاضا برای دامنه وسیعی از کالاها و محصولات مصرفی در سالهای آینده خواهد شد.

در این منطقه کلاً سه منطقه بازاریابی اصلی وجود دارد: منطقه شمالی شامل جزیره کولون، منطقه مرکزی شامل جزیره هنگ کنگ با مرکزیت شهر ویکتوریا، منطقه شرقی شامل جزیره لانتائو با مرکزیت شهر تای. برای صادرکنندگان ایرانی، تعیین نمایندگی‌ها یا توزیع‌کنندگان کالاها در منطقه مرکزی، سودمند و به صرفه است.

۵-۲. بازاریابی و تبلیغات

هنگ کنگ به عنوان یک بازار تجاری توسعه یافته، همواره از بازاریابی و تبلیغات به عنوان یکی از ابزارهای کلیدی توسعه اقتصادی بهره می برد. برخی از ویژگیهای بازاریابی و تبلیغاتی این منطقه به صورت زیر است:

❖ *خریدهای اصلی و اولیه تجار هنگ کنگی نیازمند تماس و ارتباط رودررو است. از این رو تجار در زمینه حضور به موقع در ملاقاتها و اجرای دقیق تعهدات خود باید دقت زیادی داشته باشند.*

❖ *شرکتها جهت معرفی خود و محصولات قابل ارائه از ابزارهای متنوعی بهره برداری می کنند. بهترین و کاراترین روشهای تبلیغاتی در هنگ کنگ عبارتند از:*

❖ *نمایشگاهها و بازارهای تجاری ویژه*

❖ *تبلیغ در رسانه های جمعی*

❖ *برگزاری سمینارهای تخصصی*

❖ *تجار هنگ کنگ در خصوص مواردی مانند قیمت، کیفیت، زمان تحویل کالا و خدمات به موقع حساسیت ویژه ای دارند. از این رو ایجاد اعتماد در زمینه عوامل فوق، می تواند بر توسعه سهم بازار تأثیر بگذارد.*

❖ *معرفی محصولات و خدمات در نمایشگاه های تخصصی و عمومی بهترین راهکار جذب مشتریان بالقوه در هنگ کنگ به شمار می رود.*

❖ *با توجه به دقت خریداران در زمینه استاندارد بودن محصولات ارائه شده، در زمینه اخذ استانداردهای جهانی مرتبط با تولید محصول اقدام شود. ضمناً مشخصات استاندارد یاد شده باید در کاتالوگها، بروشورها و سایر ابزارهای تبلیغاتی درج شوند.*

❖ *دیدگاه عموم مردم در خرید، بر اصل خرید کالاهای قابل باز یافت و دوستدار طبیعت متمرکز است. از این رو فروشندگان کالاها باید در زمینه وجود چنین شرایطی در محصولات خود دقت و آن را در تبلیغات خود لحاظ کنند.*

❖ *مجلات بازرگانی متعددی در هنگ کنگ منتشر می شوند. حیطه فعالیت آنها شناسایی کالاها و محصولات جدید معرفی شده در صنایع مختلف و چاپ آگهی های مربوط به آن است. از این رو درج آگهی در این مجموعه از نشریات راهگشا است.*

۶. نظام نرخ گذاری

منطقه اجرایی ویژه هنگ کنگ یکی از معدود کشورهای آسیا است که نرخ تورم بسیار نازلی دارد و به همین دلیل سطح عمومی قیمت‌ها در طول زمان تقریباً ثابت است و از این لحاظ ثبات قیمت‌ها در اقتصاد کلان حکمفرماست. در چند سال گذشته، نرخ تبدیل دلار آمریکا در برابر دلار هنگ کنگ ثابت نگه داشته شده، به طوری که رابطه مبادله (یک دلار آمریکا = ۷/۷۵ دلار هنگ کنگ) بدون تغییر مانده است. در بررسی‌های انجام‌شده در سال ۲۰۰۶ میلادی، این منطقه رتبه اول از میان ۱۵۷ کشور جهان در زمینه آزادی اقتصادی را کسب کرده است.

با الحاق این کشور به سازمان تجارت جهانی از یک طرف و تبعیت از نظام اقتصاد آزاد، دخالت دولت در نظام نرخ‌گذاری بسیار اندک بوده و قیمت‌ها تابع مکانیسم عرضه و تقاضا است. در حال حاضر بخش خدمات بیش از سایر بخش‌ها مورد توجه دولت است. دولت تلاش دارد در سایه همکاری‌های منطقه‌ای و بین‌المللی جایگاه آن منطقه در عرصه تجارت جهانی را بهبود بخشد.

۷. منابع طبیعی

هنگ کنگ به دلیل مساحت اندک از منابع طبیعی چشمگیری برخوردار نیست. با توجه به این منابع محدود، بیش از ۹۰ درصد اقتصاد این کشور به بخش خدمات اختصاص یافته است. از سوی دیگر، این کشور یکی از عمده‌ترین واردکنندگان مواد خام از سایر کشورهای جهان است. برخی از منابع طبیعی هنگ کنگ که بیشتر از دید توریسم مورد توجه قرار می‌گیرند، شامل خلیج عمیق هنگ کنگ، جزیره چانگ‌چو، تنوع گیاهی و جنگل‌ها است.



فصل چهارم

زیرساختها

در این فصل زیرساخت‌های موجود در کشور هنگ‌کنگ را معرفی می‌کنیم که برای برقراری مناسبات تجاری و مبادله کالا و ارائه خدمات، کلیدی هستند. این زیرساخت‌ها عبارت‌اند از شبکه حمل و نقل، نظام بانکی، نظام بیمه‌ای و شبکه مخابراتی.

۱. حمل و نقل

هنگ‌کنگ از لحاظ سیستم‌های حمل و نقل جاده‌ای، ریلی و آبی و زیرساخت‌های حمل و نقل از جمله بنادر و فرودگاه‌ها، وضعیت بسیار پیشرفته‌ای دارد. مشخصات سیستم حمل و نقل هنگ‌کنگ، شامل حمل و نقل جاده‌ای، ریلی و دریایی به صورت زیر است:

۱-۱. دریایی

هنگ‌کنگ از امکانات گسترده حمل و نقل دریایی داخلی و خارجی بهره می‌برد. مشخصات سیستم حمل و نقل دریایی هنگ‌کنگ به شرح زیر است:

- ❖ **حمل و نقل دریایی داخلی هنگ‌کنگ در زمینه حمل مسافر نیز فعالیت می‌کنند.** در این زمینه ۲۷ شرکت خدماتی مشغول به کار هستند.
- ❖ **عبور از برخی از مسیرهای حمل و نقل دریایی داخلی مستلزم پرداخت هزینه است.**
- ❖ **حمل و نقل دریایی خارجی هنگ‌کنگ به حمل کالا و مسافر اختصاص یافته است.** عمده فعالیت در این زمینه به منظور برقراری ارتباط بین هنگ‌کنگ، چین و ماکائو است.
- ❖ **ناوگان هنگ‌کنگ دارای ۱۰۰۹ کشتی بالای ۱۰۰۰ تن است: دو کشتی حمل قایق،**

۴۹۹ کشتی حمل کالاهای بسیار سنگین، ۱۳۵ کشتی باری، ۵۱ تانکر شیمیایی، سه تانکر ترکیبی نفت و سنگ معدن، ۱۷۳ کانتینر، ۲۴ تانکر حمل گاز مایع، شش کشتی حمل مسافر، پنج کشتی حمل مسافر و بار، ۹۱ تانکر نفت، چهار کشتی هدایت کننده، هشت تانکر ویژه و هشت کشتی حمل خودرو، از جمله این کشتیها هستند.

❖ تعداد ۲۷۵ کشتی از مجموعه فوق در سایر کشورها به ثبت رسیده‌اند.

مهم‌ترین بندر هنگ کنگ، بندر ویکتوریا^۱ است که در نزدیکی مرکز سیاسی هنگ کنگ قرار دارد. سایر بنادر مهم این منطقه اداری عبارت‌اند از:



❖ بندر آبردين^۲

❖ دابل هاون^۳

❖ پورت شلتر^۴

❖ اینر پورت شلتر^۵

❖ بندر تولو^۶

❖ بندر راکي^۷

❖ بندر خليج^۸

۲-۱. هوايي

منطقه اجرایی ویژه هنگ کنگ دارای یک فرودگاه بین‌المللی است. بر اساس اطلاعات ارائه شده، این فرودگاه در سال ۲۰۰۶، در میان ۱۶۵ فرودگاه معتبر جهان، به عنوان دومین فرودگاه برتر معرفی شد. از سوی دیگر آمارهای موجود گویای این امر است که در سال ۲۰۰۴ میلادی ۳۶ میلیون نفر از این فرودگاه استفاده کرده‌اند. این رقم در سال ۲۰۰۵ میلادی به ۴۰ میلیون نفر رسید.

1. Victoria Harbour
2. Aberdeen Harbour
3. Double Haven
4. Port Shelter
5. Inner Port Shelter
6. Tolo Harbour
7. Rocky Harbour
8. Three Fathoms cove

۳-۱. حمل و نقل ریلی

هنگ کنگ دارای شبکه خطوط ریلی به طول ۲۱۱ کیلومتر است. این شبکه دربردارنده سه سیستم خط آهن است که همه بخشهای تشکیل دهنده منطقه را به یکدیگر متصل می کند. شبکه فوق دارای ۱۵۰ ایستگاه در مسیر حرکت قطارها است. خطوط ریلی سبک این منطقه خصوصیات تراموا را دارد. از این رو جهت ارائه خدمات در داخل شهرها از این خطوط استفاده می شود.

۴-۱. زمینی

هنگ کنگ دارای ۲۰۰۹ کیلومتر جاده است و کل این جاده ها آسفالت هستند. جاده های این منطقه از نظر تعداد وسایل نقلیه موجود از متراکم ترین جاده ها در دنیا است. به منظور جلوگیری از افزایش حجم ترافیک، دولت برنامه وسیع ساخت و ساز جاده های جدید را آغاز کرده است.

۲. نظام بانکی

بانک مرکزی هنگ کنگ که مسئولیت کنترل و نظارت بر مسائل مالی آن منطقه را بر عهده دارد، با عنوان اداره پول هنگ کنگ^۱ شناخته می شود.

در هنگ کنگ بانکها و مؤسسات بانکی مختلفی فعالیت می کنند. براساس آمار بانک مرکزی هنگ کنگ، بیش از ۱۴۲ شعبه بانک محلی و خارجی در آن منطقه مشغول فعالیت هستند. حیطه عملکردی این بانکها شامل مواردی مانند مستغلات و املاک، ساختمان، مالی و بازرگانی و سرمایه گذاری می شود.

برخی از بانکهای فعال در منطقه اجرایی ویژه هنگ کنگ عبارتند از:

- ♦ ABN AMRO Bank N.V.
- ♦ Bank Of China (Hong Kong) Ltd
- ♦ Bank Of Communications Co Ltd

- ♦ China Construction Bank (Asia) Corporation Ltd
- ♦ China Construction Bank (Asia) Ltd
- ♦ Chiyo Banking Corporation Ltd
- ♦ Chong Hing Bank Ltd
- ♦ Citic Ka Wah Bank Ltd
- ♦ DAH Sing Bank Ltd
- ♦ DBS Bank Ltd
- ♦ Deutsche Bank AG

بانکهای فعال در سرمایه‌گذاری در هنگ‌کنگ نیز عبارت‌اند از:

- ♦ HSBC
- ♦ Bank of China
- ♦ Deutsche Bank
- ♦ First Metro Int'l Investment Company Limited
- ♦ Depfa Investment Bank Limited
- ♦ Investec Bank Limited
- ♦ Flemings Investment Banking, Hong Kong branch

در هنگ‌کنگ هیچ محدودیت قانونی در مورد میزان خرید و فروش ارز وجود ندارد. تعدادی از مؤسسات ارزی و بانکها در هنگ‌کنگ وظیفه تبدیل ارزهای رایج به یکدیگر را به عهده دارند. آنها بابت ارائه خدمات تبدیل ارز بین ۳ تا ۱۵ درصد از مشتریان، پول دریافت می‌کنند، در صورتی که سیستمهای ATM با نرخ بین صفر تا سه درصد این خدمت را ارائه می‌دهند.

اداره توسعه سرمایه‌گذاری هنگ‌کنگ که در سال ۱۹۹۷ تأسیس شده است، مهم‌ترین نهاد هنگ‌کنگ در امر تصمیم‌گیری در مورد سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی در این کشور است.

سرمایه‌گذاران خارجی مجاز به فعالیت و سرمایه‌گذاری در زمینه‌های زیر هستند:

❖ خدمات تجاری و مهارتی

- ❖ خدمات مالی
- ❖ فناوری اطلاعات
- ❖ رسانه‌ها و چندرسانه‌ای‌ها
- ❖ فناوری به جز الکترونیک و بیوتکنولوژی
- ❖ مخابرات
- ❖ گردشگری و سرگرمی
- ❖ حمل و نقل
- ❖ پروژه‌های خاص به جز محصولات غذایی و صنعتی
- ❖ انتشارات
- ❖ خدمات مدیریتی

قانون اداره توسعه سرمایه‌گذاری هنگ‌کنگ بر سرمایه‌گذاری در بخشهای اقتصادی فوق حاکمیت دارد. سرمایه‌گذاران خارجی ملزم هستند تا تمامی مقررات مربوط به سرمایه‌گذاری و قوانین خاص هر بخش و صنعت را رعایت کنند.

۳. نظام بیمه‌ای

هنگ‌کنگ به عنوان مرکز شرکتهای بیمه در آسیا، بسیاری از شرکتهای بیمه تراز اول جهان را جذب کرده است. در حال حاضر بیش از یک سوم شرکتهای بیمه‌گر فعال در هنگ‌کنگ متعلق به ۱۰ مؤسسه بیمه رده اول جهان هستند. شرکتهای بیمه در بخش بیمه‌های عمومی، تجاری، اجباری، بلندمدت و سایر شاخه‌های بیمه فعالیت می‌کنند.

در سالهای اخیر با توجه به ورود چین به سازمان تجارت جهانی، بسیاری از شرکتهای بیمه جهانی، شعبات خود را در منطقه هنگ‌کنگ توسعه داده‌اند. از سوی دیگر شرکتهای فعال در سرزمین اصلی چین نیز به دلیل خدمات بیمه‌ای مناسب ارائه شده از سوی شرکتهای بیمه‌گر هنگ‌کنگی، روابط خود را با آنها تقویت کرده‌اند.

جدول شماره ۷ شامل فهرست شرکتهای مشاوره بیمه و نمایندگان شرکتهای خارجی است.

جدول ۷. فهرست شرکتها و کارگزاران بیمه در هنگ کنگ

کارگزاران بیمه‌ای (بروکرها)	ردیف	شرکتهای بیمه‌گر دارای مجوز فعالیت	ردیف
Speedinsure.com Ltd	۱	Now Insurance Consultants Co	۱
Global Star Insurance Consultant Ltd	۲	ABC Ins Consultants Ltd	۲
Goodhealth Worldwide (Asia Pacific) Limited	۳	Ae Ins Consultants Ltd	۳
New World Insurance Services Limited	۴	ARC Ins Consultants Ltd	۴
Modern Insurance Consultants Co	۵	Asia Professional Ins Consultants Ltd	۵
A Bilbrough & Co Ltd	۶	BMJ Ins Consultants & Underwriters Co	۶
A U Hop Yick Enterprises Ltd	۷	Champion Ins Consultants Co	۷

منبع: انجمن بیمه‌گزاران هنگ کنگ

۴. زیر ساختهای ارتباطی

منطقه اجرایی ویژه هنگ کنگ از لحاظ زیرساختهای ارتباطاتی، کشوری بسیار پیشرفته محسوب می‌شود. این منطقه از نظر بسیاری از شاخصها و زیرساختهای ارتباطاتی، از موقعیت مطلوبی در میان سایر کشورهای جهان برخوردار است.

جدول شماره ۸، زیرساختها و شاخصهای ارتباطاتی منطقه اجرایی ویژه هنگ کنگ را نشان می‌دهد.

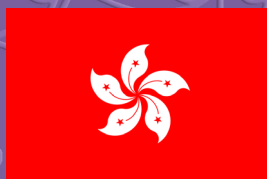
جدول ۸. زیرساختها و شاخصهای ارتباطاتی هنگ کنگ

شاخص	میزان
تعداد خطوط تلفن ثابت	۳/۸۷ میلیون خط
تعداد خطوط تلفن همراه	۹/۹۱۳ میلیون خط
کاربران اینترنتی	۴.۸۷۸.۸۱۳ کاربر
میزان پوشش باند عریض ^۱ اینترنت در سطح کشور	۱۰۰ درصد
تعداد ایستگاههای تلویزیونی	۶ ایستگاه
ماهوارههای مخابراتی مورد استفاده	۷ ماهواره

۱

بخش دوم

تجارت خارجی



فصل پنجم

اطلاعات کلی

در این فصل آخرین وضعیت صادرات و واردات کشور هنگ کنگ را بررسی و کشورهای عمده طرف مبادلات تجاری با این کشور را معرفی می‌کنیم.

۱. تراز تجاری

در سال ۲۰۰۷ میلادی، ارزش واردات هنگ کنگ ۳۷۰.۱۳۲ میلیون دلار بوده است. این درحالی است که در همین سال این کشور تنها ۳۴۹.۳۸۶ میلیون دلار کالا صادر کرده است. ارقام یادشده نشان می‌دهد که در سال ۲۰۰۷، تراز تجاری هنگ کنگ ۲۰.۷۴۶ میلیون دلار منفی بوده است.

جدول شماره ۹، وضعیت صادرات و واردات و تراز تجاری هنگ کنگ را طی سالهای ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۶ نشان می‌دهد.

جدول ۹. وضعیت صادرات و واردات و تغییرات تراز تجاری هنگ کنگ طی سالهای ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۶

شرح	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷
صادرات	۲۰۱/۹۲۸	۲۲۸/۷۰۸	۲۶۵/۵۴۳	۲۹۲/۱۱۹	۳۲۲/۶۶۹	۳۴۹.۳۸۶
واردات	۲۰۷/۹۶۹	۲۳۳/۲۴۹	۲۷۲/۸۹۳	۳۰۰/۱۶۰	۳۳۵/۷۵۴	۳۷۰.۱۳۲
تراز تجاری	-۶/۰۴۱	-۴/۵۴۱	-۷/۳۵۰	-۸/۰۴۱	-۱۳/۰۸۵	-۲۰.۷۴۶
نسبت صادرات به واردات	۹۷	۹۸	۹۷	۹۷	۹۶	۹۵

چنانچه در جدول بالا مشاهده می‌شود، طی دوره شش ساله ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۷ تراز تجاری هنگ کنگ همواره اندکی منفی بوده‌است.

۲. صادرات

هنگ کنگ در سال ۲۰۰۷ میلادی معادل ۳۴۹.۳۸۶ میلیارد دلار صادرات داشته‌است. اقلام عمده صادراتی هنگ کنگ شامل ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی، رآکتورهای هسته‌ای، دیگهای بخار و آبگرم، مروارید طبیعی، سنگهای گرانبها، پوشاک، مواد پلاستیکی، اسباب‌بازی، دوربینهای عکاسی و فیلمبرداری، کفش و محصولات چرمی می‌شود. مهم‌ترین عامل رشد درآمدهای صادراتی هنگ کنگ، افزایش بی‌سابقه تقاضای دریافت خدمات مخابراتی در سطح جهان است.

فهرست اقلام مهم صادراتی این کشور به جهان طی دوره زمانی ۲۰۰۳-۲۰۰۷ در جدول شماره ۱۰ نشان داده شده است.

جدول ۱۰. اقلام مهم صادراتی هنگ کنگ و ارزش صادراتی هر یک طی دوره زمانی ۲۰۰۳-۲۰۰۷ (میلیون دلار)

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	روند صادرات
	کل محصولات	-	۲۲۸.۷۰۸	۲۶۵.۵۴۳	۲۹۲.۱۱۹	۳۲۲.۶۶۹	۳۴۹.۳۸۶	افزایشی
۱	ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و اجزا و قطعات آنها	۸۵	۷۱.۶۷۰	۹۱.۲۲۳	۱۰۴.۹۲۲	۱۲۱.۵۳۳	۱۴۵.۲۰۶	افزایشی
۲	رآکتورهای هسته‌ای، دیگهای بخار و آبگرم	۸۴	۳۱.۴۸۹	۳۶.۲۶۳	۴۵.۴۴۶	۴۹.۹۱۷	۴۵.۰۸۳	نامنظم
۳	مروارید طبیعی یا پرونده، سنگهای گرانبها یا نیمه گرانبها	۷۱	۱۱.۴۰۲	۱۴.۱۵۷	۱۲.۹۶۱	۱۸.۳۰۶	۱۹.۷۳۳	نامنظم
۴	لباس و متفرعات لباس، کشاف یا قلاب باف	۶۱	۱۱.۱۶۴	۱۲.۲۰۲	۱۳.۳۱۷	۱۳.۸۱۵	۱۴.۴۰۳	افزایشی

۵	بازیچه، اسباب بازی و لوازم ورزش، اجزای و قطعات و متفرعات آنها	۹۵	۱۰.۹۷۵	۱۱.۲۸۹	۱۱.۶۸۹	۱۱.۵۲۵	۱۳.۹۲۸	نامنظم
۶	مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد	۳۹	۹.۳۹۶	۱۱.۰۳۶	۱۲.۱۹۸	۱۳.۰۸۰	۱۳.۸۷۰	افزایشی
۷	لباس و متفرعات لباس، غیرکشیاف یا غیرقلاب‌باف	۶۲	۱۰.۵۴۹	۱۱.۲۳۶	۱۲.۲۵۲	۱۲.۹۱۹	۱۲.۸۷۴	نامنظم
۸	آلات و دستگاه‌های اپتیک، عکاسی، سینماتوگرافی	۹۰	۹.۳۲۸	۱۰.۴۵۸	۱۱.۲۲۰	۱۱.۳۹۷	۱۱.۶۸۵	افزایشی
۹	اشیاء صنعت ساعت‌سازی	۹۱	۵.۳۸۰	۵.۸۶۲	۵.۹۳۳	۶.۰۵۰	۶.۴۰۴	افزایشی
۱۰	اشیای ساخته شده از چرم؛ مصنوعات زین و برگ‌سازی؛ لوازم سفر	۴۲	۴.۷۱۰	۵.۲۷۳	۵.۵۷۶	۵.۸۲۲	۶.۲۱۱	افزایشی
۱۱	کفش، گتر و اشیای همانند، اجزای این اشیا	۶۴	۵.۷۴۷	۵.۶۹۸	۶.۱۴۴	۶.۰۲۴	۵.۹۶۲	نامنظم
۱۲	پنبه	۵۲	۴.۸۱۰	۵.۳۰۴	۵.۰۷۵	۵.۱۰۰	۴.۸۹۸	افزایشی
۱۳	پارچه‌های کشیاف یا قلاب‌باف	۶۰	۲.۵۴۸	۲.۸۹۷	۲.۹۰۲	۳.۰۸۷	۳.۰۷۶	افزایشی
۱۴	پوست خام (غیر از پوستهای نرم) و چرم	۴۱	۲.۶۱۹	۳.۰۱۴	۳.۰۵۴	۳.۲۲۰	۲.۹۴۷	افزایشی
۱۵	چدن، آهن و فولاد	۷۲	۲.۳۵۸	۲.۸۶۳	۲.۹۵۲	۲.۵۸۰	۲.۹۰۷	افزایشی
۱۶	مس و مصنوعات از مس	۷۴	۱.۱۸۴	۱.۴۹۱	۱.۷۳۹	۲.۵۲۹	۲.۷۳۷	افزایشی
۱۷	کاغذ و مقوا؛ اشیای ساخته‌شده از خمیر کاغذ، از کاغذ یا از مقوا	۴۸	۱.۹۷۶	۲.۰۶۶	۲.۰۴۱	۱.۹۹۷	۱.۹۹۱	نامنظم
۱۸	کتاب، روزنامه، تصویر	۴۹	۱.۱۵۸	۱.۳۸۱	۱.۵۵۱	۱.۷۵۱	۱.۹۴۶	افزایشی

۱۹	وسایل نقلیه زمینی غیر از نواقل روی خط راه آهن یا تراموا	۸۷	۲۰۶۷	۱۸۱۳	۱۷۶۶	۱۴۵۱	۱۵۸۴	نامنظم
۲۰	رشته‌های سنتتیک یا مصنوعی	۵۴	۱۷۱۷	۱۷۵۸	۱۶۱۰	۱۵۴۹	۱۴۶۵	نامنظم
۲۱	مصنوعات گوناگون از فلزات معمولی	۸۳	۱۰۲۷	۱۱۹۳	۱۲۴۰	۱۳۵۹	۱۴۵۲	افزایشی
۲۲	مصنوعات گوناگون	۹۶	۱۱۵۵	۱۲۲۲	۱۲۶۹	۱۳۳۱	۱۴۴۰	افزایشی
۲۳	مصنوعات از چدن، آهن یا فولاد	۷۳	۱۲۱۴	۱۲۱۴	۱۲۶۰	۱۲۶۹	۱۳۶۶	افزایشی
۲۴	محصولات شیمیایی آلی	۲۹	۹۹۳	۱۱۷۰	۱۱۰۱	۱۱۴۵	۱۳۳۰	نامنظم
۲۵	محصولات گوناگون شیمیایی	۳۸	۹۹۳	۱۰۸۳	۱۰۵۵	۱۲۴۲	۱۳۰۷	نامنظم
۲۶	پوستهای نرم طبیعی و پوستهای نرم بدلی	۴۳	۹۸۸	۱۳۲۰	۱۴۱۰	۱۳۵۶	۱۲۴۱	نامنظم
۲۷	میل؛ مبله‌های طبی – جراحی؛ اسباب تختخواب و همانند	۹۴	۲۰۳۲	۱۸۳۹	۱۵۱۴	۱۲۸۹	۱۱۴۹	کاهشی
۲۸	عصاره‌های دباغی یا رنگرزی، تاننها و مشتقات آنها	۳۲	۱۱۴۵	۱۱۹۰	۱۰۷۰	۱۰۶۳	۱۰۸۳	نامنظم
۲۹	آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم	۷۶	۷۰۴	۸۹۱	۸۵۳	۹۸۴	۱۰۴۹	نامنظم
۳۰	محصولات دارویی	۳۰	۵۴۶	۵۳۶	۵۹۵	۷۵۳	۹۸۸	نامنظم

تجزیه و تحلیل ارقام موجود در جدول نشان می‌دهد که میزان صادرات هنگ کنگ از سال ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۷ از نرخ رشد متوسط ۱۲/۴ درصدی برخوردار بوده‌است. تقریباً میزان صادرات ۱۰ گروه کالایی عمده صادراتی که بیش از ۸۰ درصد صادرات هنگ کنگ در سال ۲۰۰۶ را تشکیل می‌دهند، از روندی افزایشی برخوردار بوده‌است.

کشورهای جنوب شرق آسیا و ایالات متحده آمریکا عمده کشورهای واردکننده کالا از هنگ کنگ هستند. در سال ۲۰۰۷، بیش از ۷۰ درصد صادرات هنگ کنگ به پنج کشور چین، ژاپن، تایوان، سنگاپور و آمریکا صورت پذیرفته‌است.

جدول شماره ۱۱ مهم‌ترین کشورهای واردکننده کالا از هنگ کنگ و سهم آنها از صادرات این کشور در سال ۲۰۰۷ را نشان می‌دهد.

جدول ۱۱. مهم‌ترین کشورهای واردکننده کالا از هنگ کنگ و میزان واردات آنها در سال ۲۰۰۷ (میلیون دلار)

رتبه	نام کشور	ارزش صادرات	سهم از کل صادرات (درصد)
۱	چین	۱۷۰.۵۵۶	۴۶/۱
۲	ژاپن	۳۷.۳۵۲	۱۰/۱
۳	تایوان	۲۶.۵۰۶	۷/۲
۴	سنگاپور	۲۵.۳۸۷	۶/۹
۵	امریکا	۱۷.۹۸۳	۴/۹
۶	کره جنوبی	۱۵.۳۶۴	۴/۲
۷	مالزی	۸.۰۶۰	۲/۲
۸	تایلند	۷.۶۵۹	۲/۱
۹	فیلیپین	۶.۴۳۵	۱/۷
۱۰	آلمان	۶.۱۷۹	۱/۷
۱۱	هند	۶.۱۲۱	۱/۷
۱۲	سوئیس	۴.۶۴۳	۱/۳

۱/۱	۴.۱۲۳	ایتالیا	۱۳
۱	۳.۸۸۵	انگلستان	۱۴
۰/۸	۲.۹۷۹	فرانسه	۱۵
۰/۷	۲.۴۶۵	بلژیک	۱۶
۰/۶	۲.۱۱۰	اندونزی	۱۷
۰/۶	۲.۰۶۹	استرالیا	۱۸
۰/۵	۱.۸۳۷	اسرائیل	۱۹
۰/۵	۱.۸۲۰	هلند	۲۰
۰/۴	۱.۵۰۲	امارات متحده عربی	۲۱
۰/۴	۱.۴۸۰	کانادا	۲۲
۰/۴	۱.۴۲۹	برزیل	۲۳
۰/۳	۱.۱۲۰	ایرلند	۲۴
۰/۲	۷۶۸	آفریقای جنوبی	۲۵
۰/۲	۷۴۲	ویتنام	۲۶
۰/۲	۶۵۳	اسپانیا	۲۷
۰/۲	۶۳۳	پاکستان	۲۸
۰/۲	۶۱۳	اتریش	۲۹
۰/۲	۶۰۶	دانمارک	۳۰
۰/۱	۵۳۰	سوئد	۳۱
۰/۱	۴۹۸	کاستاریکا	۳۲
۰/۱	۴۷۱	عربستان سعودی	۳۳
۰/۱	۳۸۹	روسیه	۳۴
۰/۱	۳۸۱	نیوزیلند	۳۵
۰/۱	۳۷۹	ماکائو	۳۶
۰/۱	۳۷۹	فنلاند	۳۷

۰/۱	۲۹۹	مکزیک	۳۸
۰/۱	۲۷۱	نروژ	۳۹
۰/۱	۲۶۲	آرژانتین	۴۰
۰/۱	۲۲۱	مراکش	۴۱
۰/۱	۲۱۱	مالت	۴۲
۰/۱	۱۸۹	ایران	۴۳
۰	۱۸۳	جمهوری چک	۴۴
۰	۱۶۷	ترکیه	۴۵
۰	۱۶۶	شیلی	۴۶
۰	۱۵۴	لوکزامبورگ	۴۷
۰	۱۲۶	مصر	۴۸
۰	۱۱۶	مجارستان	۴۹
۰	۱۱۰	بنگلادش	۵۰

www.tradema p.org

شایان توجه است که ایران جزو ۵۰ کشور اول مقصد صادرات هنگ کنگ نیست.

۳. واردات

هنگ کنگ در سال ۲۰۰۷ معادل ۳۷۰/۱۳۲ میلیارد دلار واردات داشته است. اقلام عمده واردات منطقه اداری هنگ کنگ شامل محصولات خام و نیمه مصنوعی، قطعات، کالاهای مصرفی، کالاهای سرمایه‌ای، مواد غذایی و سوختی هستند.

ارزش واردات هنگ کنگ از جهان طی دوره پنج ساله ۲۰۰۳-۲۰۰۷ بیش از ۵۸ درصد رشد داشته است، به‌طوری‌که از ۲۳۳/۲۴۹ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۳ به ۳۷۰/۱۳۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۷ بالغ گردیده است.

جدول شماره ۱۲ اقلام مهم وارداتی هنگ کنگ از جهان و ارزش وارداتی هریک طی دوره زمانی ۲۰۰۳-۲۰۰۷ را نشان می‌دهد.

جدول ۱۲. اقلام مهم وارداتی و ارزش هر یک طی دوره زمانی ۲۰۰۷-۲۰۰۳ (میلیون دلار)

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	روند واردات
	کل محصولات	-	۲۳۳.۲۴۹	۲۷۲.۸۹۳	۳۰۰.۱۶۰	۳۳۵.۷۵۴	۳۷۰.۱۳۲	افزایشی
۱	ماشین آلات و دستگاه های برقی و اجزا و قطعات آنها	۸۵	۷۴.۵۷۵	۹۵.۹۰۵	۱۰۹.۲۴۳	۱۲۷.۳۹۸	۱۵۰.۳۳۶	افزایشی
۲	راکتورهای هسته ای، دیگ های بخار و آبگرم	۸۴	۳۳.۵۳۱	۳۷.۴۷۲	۴۲.۸۹۴	۴۸.۹۵۵	۴۵.۸۰۵	نامنظم
۳	مروارید طبیعی یا پرورده، سنگهای گرانبها یا نیمه گرانبها	۷۱	۱۰.۶۰۸	۱۲.۵۲۱	۱۳.۷۰۷	۱۶.۵۷۱	۲۰.۶۳۱	افزایشی
۴	مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد	۳۹	۹.۵۳۹	۱۱.۵۳۶	۱۳.۳۶۲	۱۴.۵۳۱	۱۴.۸۰۰	افزایشی
۵	بازیچه، اسباب بازی و لوازم ورزش، اجزا و قطعات و متفرعات آنها	۹۵	۶.۹۸۹	۷.۹۴۵	۸.۶۲۲	۹.۹۹۷	۱۲.۱۳۴	افزایشی
۶	آلات و دستگاه های اپتیک، عکاسی، سینماتوگرافی	۹۰	۷.۵۳۳	۸.۵۳۸	۹.۷۰۱	۱۰.۹۹۳	۱۱.۵۲۶	افزایشی
۷	سوخت های معدنی، نفت خام	۲۷	۴.۶۸۰	۶.۴۱۸	۷.۹۶۷	۹.۷۷۳	۱۱.۳۳۹	افزایشی
۸	لباس و متفرعات لباس، کشیاف یا قلاب باف	۶۱	۸.۱۷۴	۸.۸۱۰	۹.۲۳۶	۹.۴۷۸	۹.۸۸۸	افزایشی
۹	لباس و متفرعات لباس، غیر کشیاف یا غیر قلاب باف	۶۲	۶.۷۹۰	۷.۱۵۸	۸.۰۱۸	۸.۲۵۲	۸.۲۴۹	نامنظم
۱۰	اشیاء صنعت ساعت سازی	۹۱	۴.۱۰۶	۴.۵۶۰	۴.۶۲۷	۴.۳۶۹	۵.۲۸۲	نامنظم
۱۱	کفش، گتر و اشیای همانند، اجزای این اشیاء	۶۴	۵.۰۰۸	۴.۹۶۰	۵.۳۸۵	۵.۲۴۹	۵.۱۳۶	نامنظم
۱۲	پنبه	۵۲	۴.۲۶۰	۴.۷۹۵	۴.۷۲۵	۴.۹۳۸	۴.۸۴۶	نامنظم

۱۳	اشیای ساخته شده از چرم؛ مصنوعات زین و برگ سازی؛ لوازم سفر	۴۲	۳.۶۸۳	۴.۱۵۹	۴.۲۴۰	۴.۳۹۱	۴.۸۲۲	افزایشی
۱۴	چدن، آهن و فولاد	۷۲	۳.۱۰۶	۳.۷۳۰	۳.۶۲۹	۳.۴۸۰	۳.۹۵۲	نامنظم
۱۵	پوست خام (غیر از پوستهای نرم) و چرم	۴۱	۳.۱۴۳	۳.۶۱۳	۳.۶۲۱	۳.۸۷۳	۳.۵۶۸	نامنظم
۱۶	مس و مصنوعات از مس	۷۴	۱.۲۸۳	۱.۷۱۹	۱.۹۹۸	۲.۹۹۹	۳.۳۴۸	افزایشی
۱۷	وسایل نقلیه زمینی غیر از نواقل روی خط راه آهن یا تراموا	۸۷	۳.۱۱۹	۲.۹۰۴	۲.۷۰۱	۲.۶۵۷	۲.۰۶۲	نامنظم
۱۸	پارچه های کشاف یا قلاب باف	۶۰	۲.۴۶۸	۲.۷۳۹	۲.۷۲۷	۲.۸۴۸	۲.۷۸۹	نامنظم
۱۹	کاغذ و مقوا؛ اشیای ساخته شده از خمیر کاغذ، از کاغذ یا از مقوا	۴۸	۲.۲۵۴	۲.۴۲۲	۲.۳۷۷	۲.۳۸۳	۲.۳۷۷	نامنظم
۲۰	محصولات شیمیایی آلی	۲۹	۱.۴۳۵	۱.۶۰۷	۱.۶۴۱	۱.۸۵۵	۲.۲۳۷	افزایشی
۲۱	گوشت و احشای خوراکی	۰۲	۱.۳۸۸	۱.۲۷۹	۱.۳۵۴	۱.۵۵۴	۲.۲۰۰	نامنظم
۲۲	ماهی ها و قشرداران، صدفداران و سایر آبزیان فاقد ستون فقرات	۰۳	۱.۵۶۵	۱.۷۰۹	۱.۷۰۹	۱.۸۵۹	۲.۰۲۳	افزایشی
۲۳	رشته های سنتتیک یا مصنوعی	۵۴	۲.۰۱۶	۲.۰۷۸	۱.۸۶۷	۱.۸۳۴	۱.۷۳۴	نامنظم
۲۴	مصنوعات از چدن، آهن یا فولاد	۷۳	۱.۴۰۱	۱.۴۰۹	۱.۴۹۲	۱.۴۶۸	۱.۵۵۷	نامنظم
۲۵	روغنهای اسانس و شبه رزینها (رزینوئیدها)	۳۳	۹۶۰	۱.۱۲۰	۱.۱۳۹	۱.۲۶۴	۱.۵۰۰	افزایشی
۲۶	پوستهای نرم طبیعی و پوستهای نرم بدلی	۴۳	۱.۱۲۹	۱.۴۷۹	۱.۶۳۰	۱.۷۳۶	۱.۴۸۳	نامنظم
۲۷	شیشه و مصنوعات شیشه ای	۷۰	۹۴۵	۱.۱۳۲	۱.۴۷۲	۱.۳۹۱	۱.۳۹۴	نامنظم
۲۸	مبل؛ مبلهای طبی - جراحی؛ اسباب تختخواب و همانند	۹۴	۱.۹۹۳	۱.۸۵۳	۱.۶۲۷	۱.۴۱۰	۱.۳۳۲	کاهشی

۲۹	محصولات گوناگون شیمیایی	۳۸	۱۰۶۲	۱۰۵۲	۱۰۱۱	۱۰۲۵۸	۱۰۳۳۰	نامنظم
۳۰	محصولات دارویی	۳۰	۷۳۹	۸۰۹	۸۶۹	۱۰۲۹	۱۰۲۹۸	افزایشی
۳۱	کتاب، روزنامه، تصویر	۴۹	۷۳۱	۸۳۶	۹۴۶	۱۰۹۰	۱۰۲۷۱	افزایشی
۳۲	عصاره‌های دباغی یا رنگرزی، تاننها و مشتقات آنها	۳۲	۱۰۴۲۶	۱۰۴۴۶	۱۰۳۱۱	۱۰۲۷۴	۱۰۲۵۸	نامنظم
۳۳	میوه‌های خوراکی، پوست مرکبات یا پوست خربزه و همانند	۰۸	۱۰۰۰	۹۱۳	۹۵۸	۱۰۵۹	۱۰۲۵۴	نامنظم
۳۴	وسایل نقلیه هوایی، فضایی و اجزا و قطعات آنها	۸۸	۷۷۸	۷۵۰	۱۰۰۳	۷۷۴	۱۰۲۰۹	نامنظم
۳۵	آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم	۷۶	۹۲۸	۱۰۵۹	۹۸۸	۱۰۱۳۹	۱۰۱۳۵	نامنظم
۳۶	الیاف سنتتیک یا مصنوعی غیر یکسره	۵۵	۱۰۳۳۶	۱۰۳۶۱	۱۰۲۴۹	۱۰۲۲۷	۱۰۱۱۷	نامنظم
۳۷	مصنوعات گوناگون از فلزات معمولی	۸۳	۹۳۱	۱۰۱۲	۱۰۱۱	۱۰۳۴	۱۰۰۹۶	نامنظم
۳۸	مصنوعات گوناگون	۹۶	۸۶۰	۹۱۲	۹۳۹	۹۲۱	۱۰۵۵	نامنظم
۳۹	نوشابه‌ها، آبگون‌های الکلی و سرکه	۲۲	۷۴۳	۸۴۱	۸۸۱	۸۵۷	۱۰۳۹	نامنظم
۴۰	کائوچو و اشیای ساخته شده از کائوچو	۴۰	۹۴۱	۱۰۰۹	۹۵۰	۱۰۳۵	۹۸۶	نامنظم
۴۱	پشم، موی نرم (کرک)	۵۱	۷۵۶	۹۱۸	۹۵۶	۸۵۵	۸۷۵	نامنظم
۴۲	محصولات شیمیایی غیر آلی، ترکیبات آلی یا غیر آلی فلزات گرانبها	۲۸	۴۰۳	۶۳۶	۹۴۴	۵۸۵	۸۲۹	نامنظم
۴۳	نیکل و مصنوعات از نیکل	۷۵	۲۴۰	۳۹۵	۳۹۱	۵۳۳	۷۹۶	نامنظم
۴۴	ابزارها، ابزار آلات، مصنوعات چاقوسازی، قاشق و چنگال	۸۲	۶۶۵	۶۶۸	۷۸۶	۸۰۶	۷۹۴	نامنظم
۴۵	شیر و محصولات لبنی؛ تخم پرندگان؛ عسل طبیعی	۰۴	۴۸۱	۵۴۸	۶۰۸	۶۴۷	۷۵۹	افزایشی

۴۶	اشیای هنری، اشیای کلکسیون یا عتیقه	۹۷	۱۷۰	۲۰۰	۲۶۸	۳۸۰	۶۹۰	افزایشی
۴۷		۵۹	۵۸۷	۵۶۷	۶۰۰	۶۳۳	۶۵۵	نامنظم
۴۸	روی و مصنوعات از روی	۷۹	۲۲۴	۳۲۵	۳۷۳	۶۵۹	۶۵۰	نامنظم
۴۹	چوب و اشیای چوبی؛ زغال چوب	۴۴	۹۷۳	۸۷۳	۷۰۱	۶۷۴	۶۳۴	کاهشی
۵۰	پارچه های تار و پود باف مخصوص، پارچه های نسجی منگوله بافت	۵۸	۶۲۲	۶۳۹	۶۶۹	۶۶۲	۶۱۳	نامنظم
۵۱	توتون و تنباکو و بدل توتون و تنباکوی ساخته شده	۲۴	۴۵۵	۵۳۹	۴۵۶	۴۹۴	۵۴۹	نامنظم
۵۲	فراورده های گوشت، ماهی یا قشرداران، صدف داران یا سایر آبزیان فاقد ستون فقرات	۱۶	۳۶۲	۳۹۸	۳۹۵	۴۳۳	۵۳۰	نامنظم
۵۳	فراورده های خوراکی گوناگون	۲۱	۳۷۴	۴۱۳	۴۰۲	۴۳۹	۴۵۵	نامنظم
۵۴	محصولات عکاسی و سینماتوگرافی	۳۷	۷۵۲	۷۲۱	۵۸۶	۴۹۵	۴۴۱	کاهشی
۵۵	پر و پر نرم آماده و اشیاء ساخته شده از پر یا از پر نرم	۶۷	۵۸۹	۵۴۷	۵۰۵	۴۴۹	۴۲۶	کاهشی
۵۶	صابون، فراورده ها برای شستشو، فراورده های روان کننده	۳۴	۳۷۶	۴۲۲	۴۲۶	۴۱۱	۴۰۸	نامنظم
۵۷	مصنوعات از سنگ، گچ، سیمان، پنبه نسوز (Asbestos)، میکا یا از مواد همانند	۶۸	۳۳۰	۳۸۱	۴۰۷	۳۹۱	۳۸۸	نامنظم
۵۸	فراورده های غلات، آرد، نشاسته، فکول یا شیر، نانهای شیرینی	۱۹	۳۰۴	۳۲۱	۳۴۶	۳۶۵	۳۸۷	افزایشی
۵۹	سایر اشیای نسجی دوخته و مهیا	۶۳	۴۲۰	۴۰۰	۴۰۳	۳۹۳	۳۵۴	نامنظم
۶۰	چربیها و روغنهای حیوانی یا نباتی	۱۵	۳۲۶	۳۲۶	۲۳۵	۲۱۵	۳۳۰	نامنظم

بررسی آمار و ارقام جدول فوق نشان می‌دهد که میزان واردات کالا در بیشتر گروه‌های کالایی، به ویژه در ۱۰ گروه کالایی عمده وارداتی، افزایشی بوده است. میزان واردات هنگ کنگ از سال ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۷ از نرخ رشد متوسط ۱۲/۷ درصد برخوردار بوده است. **مهم‌ترین شرکای تجاری هنگ کنگ در حوزه واردات، به ترتیب کشورهای چین، ایالات متحده آمریکا، ژاپن، انگلستان، آلمان، کره جنوبی، تایوان و سنگاپور هستند.**

سهم چین از بازار ۳۷۰/۱۳۲ میلیارد دلاری هنگ کنگ در سال ۲۰۰۷، حدود ۴۸/۳ درصد بوده است. کشور آمریکا ۱۳/۵ درصد، ژاپن ۴/۴ درصد، انگلستان ۳ درصد، آلمان ۳ درصد، کره جنوبی ۲/۱ درصد، تایوان ۲ درصد و سنگاپور ۱/۹ درصد از واردات هنگ کنگ را در اختیار دارند. این هشت کشور جمعاً ۷۸/۲ درصد از واردات هنگ کنگ را به خود اختصاص می‌دهند.

مهم‌ترین صادرکنندگان کالا به هنگ کنگ و ارزش صادرات آنها در سال ۲۰۰۷ در جدول شماره ۱۳ ارائه شده است.

جدول ۱۳. مهم‌ترین صادرکنندگان کالا به هنگ کنگ و ارزش صادرات آنها در سال ۲۰۰۷ (میلیون دلار)

رتبه	نام کشور	ارزش صادرات	سهم از کل صادرات (درصد)
۱	چین	۱۶۸.۶۰۴	۴۸/۳
۲	امریکا	۴۷.۳۱۹	۱۳/۵
۳	ژاپن	۱۵.۳۴۱	۴/۴
۴	انگلستان	۱۰.۵۲۸	۳
۵	آلمان	۱۰.۴۲۶	۳
۶	کره جنوبی	۷.۲۵۹	۲/۱
۷	تایوان	۷.۱۲۵	۲
۸	سنگاپور	۶.۵۰۲	۱/۹
۹	هلند	۵.۶۹۴	۱/۶

۱۰	هند	۴.۹۵۵	۱/۴
۱۱	فرانسه	۴.۵۶۰	۱/۳
۱۲	استرالیا	۴.۴۴۱	۱/۳
۱۳	ایتالیا	۴.۲۱۶	۱/۲
۱۴	تایلند	۳.۸۰۰	۱/۱
۱۵	کانادا	۳.۴۳۶	۱
۱۶	مالزی	۳.۲۴۶	۰/۹
۱۷	سوئیس	۳.۰۴۳	۰/۹
۱۸	فیلیپین	۲.۸۶۵	۰/۸
۱۹	امارات متحده عربی	۲.۶۲۲	۰/۸
۲۰	ویتنام	۲.۴۴۸	۰/۷
۲۱	اسپانیا	۲.۳۹۶	۰/۷
۲۲	ماکائو	۲.۲۴۲	۰/۶
۲۳	بلژیک	۱.۸۸۹	۰/۵
۲۴	اندونزی	۱.۸۱۳	۰/۵
۲۵	مکزیک	۱.۵۹۵	۰/۵
۲۶	اسرائیل	۱.۴۸۸	۰/۴
۲۷	برزیل	۱.۳۳۱	۰/۴
۲۸	فنلاند	۱.۲۱۳	۰/۳
۲۹	مجارستان	۱.۱۵۲	۰/۳
۳۰	سوئد	۹۸۶	۰/۳
۳۱	روسیه	۸۹۶	۰/۳
۳۲	دانمارک	۸۶۲	۰/۲
۳۳	آفریقای جنوبی	۷۸۹	۰/۲
۳۴	اتریش	۷۰۸	۰/۲

۰/۲	۶۴۵	بنگلادش	۳۵
۰/۲	۶۲۴	ترکیه	۳۶
۰/۲	۶۱۲	کامبوج	۳۷
۰/۲	۶۱۱	لهستان	۳۸
۰/۲	۵۸۲	جمهوری چک	۳۹
۰/۱	۵۲۱	نیوزیلند	۴۰
۰/۱	۴۹۴	پاناما	۴۱
۰/۱	۴۳۹	سريلانکا	۴۲
۰/۱	۴۰۸	عربستان سعودی	۴۳
۰/۱	۴۰۰	شیلی	۴۴
۰/۱	۳۹۷	ایرلند	۴۵
۰/۱	۳۶۴	نروژ	۴۶
۰/۱	۳۵۱	آرژانتین	۴۷
۰/۱	۲۹۹	یونان	۴۸
۰/۱	۲۴۸	پرتغال	۴۹
۰/۱	۲۱۵	اردن	۵۰

www.trademap.org

ایران در سال ۲۰۰۷ با صادرات ۸۳/۱۱۵ میلیون دلار به هنگ کنگ، رتبه ۶۵ را به خود اختصاص داده است. سهم ایران از کل صادرات انجام شده به هنگ کنگ در این سال، بسیار ناچیز و در حد صفر درصد است.

۴. کشورهای صادرکننده

در این قسمت، کشورهای عمده صادرکننده به هنگ کنگ و سهم هر کشور در ۲۰ گروه کالایی اول وارد شده از سوی هنگ کنگ ارائه می شود. این اطلاعات می تواند تصویر روشنی از رقبای بالقوه و بالفعل در گروه های کالایی اصلی وارداتی به هنگ کنگ برای تجارت ایرانی فراهم کند. طبق بررسی های انجام شده، شش کشور اول در هر گروه کالایی به طور

متوسط بیش از ۶۰ درصد واردات را انجام داده‌اند. بنابراین در جدولهای شماره ۱۴ تا ۳۳ کشورهای واردکننده و سهم هر کدام در ۲۰ گروه کالایی ارائه شده است.

جدول ۱۴. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و اجزا و قطعات آنها در بازار هنگ کنگ سال ۲۰۰۷ (کد ۸۵)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۶۹.۹۸۲	۴۶/۶
۲	تایوان	۱۶.۶۳۸	۱۱/۱
۳	ژاپن	۱۵.۷۲۹	۱۰/۵
۴	سنگاپور	۱۴.۳۵۳	۹/۵
۵	کره جنوبی	۸.۰۹۷	۵/۴
۶	امریکا	۵.۶۵۲	۳/۸
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۱۵۰.۳۳۶ میلیون دلار			

جدول ۱۵. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین رآکتورهای هسته‌ای، دیگهای بخار و آبگرم در بازار هنگ کنگ در سال ۲۰۰۷ (کد ۸۴)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالادر هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۲۱.۲۰۷	۴۶/۳
۲	ژاپن	۶.۵۷۱	۱۴/۳
۳	امریکا	۲.۸۰۲	۶/۱
۴	سنگاپور	۲.۳۵۰	۵/۱
۵	تایوان	۲.۲۳۵	۴/۹
۶	تایلند	۱.۱۵۷	۴/۷
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۴۵.۸۰۵ میلیون دلار			

جدول ۱۶. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین مروارید طبیعی یا پرورده، سنگهای گرانبه‌ها یا نیمه گرانبه‌ها در بازار هنگ‌کنگ در سال ۲۰۰۷ (کد ۷۱)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ‌کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ‌کنگ (درصد)
۱	هند	۴.۹۲۱	۲۳/۹
۲	چین	۳.۹۵۶	۱۹/۲
۳	امریکا	۱.۸۴۳	۸/۹
۴	اسرائیل	۱.۵۷۵	۷/۶
۵	ژاپن	۱.۳۹۴	۶/۸
۶	بلژیک	۱.۳۸۸	۶/۷
جمع کل واردات هنگ‌کنگ: ۲۰.۶۳۱ میلیون دلار			

جدول ۱۷. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد در بازار هنگ‌کنگ در سال ۲۰۰۷ (کد ۳۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ‌کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالدر هنگ‌کنگ (درصد)
۱	چین	۳.۸۱۱	۲۵/۷
۲	تایوان	۲.۲۹۶	۱۵/۵
۳	ژاپن	۲.۱۵۷	۱۴/۶
۴	کره جنوبی	۱.۳۶۶	۹/۲
۵	امریکا	۱.۲۳۵	۸/۳
۶	سنگاپور	۷۷۴	۵/۲
جمع کل واردات هنگ‌کنگ: ۱۴.۸۰۰ میلیون دلار			

جدول ۱۸. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین بازیچه، اسباب بازی و لوازم ورزشی، اجزا و قطعات و متفرعات آنها در بازار هنگ کنگ در سال ۲۰۰۷ (کد ۹۵)

دیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۹۰۴۸۳	۷۸/۲
۲	ژاپن	۱۰۸۶۷	۱۵/۴
۳	امریکا	۲۳۳	۱/۹
۴	فیلیپین	۱۲۸	۱/۱
۵	تایوان	۱۱۹	۱
۶	سنگاپور	۱۰۲	۰/۸
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۱۲۰۱۳۴ میلیون دلار			

جدول ۱۹. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین آلات و دستگاههای اپتیک، عکاسی، سینماتوگرافی در بازار هنگ کنگ در سال ۲۰۰۷ (کد ۹۰)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۶۰۲۶۲	۵۴/۳
۲	ژاپن	۱۰۷۲۴	۱۵
۳	امریکا	۱۰۷۰	۹/۳
۴	آلمان	۴۱۰	۳/۶
۵	تایوان	۲۹۶	۲/۶
۶	سنگاپور	۲۰۱	۱/۷
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۱۱۰۵۲۶ میلیون دلار			

جدول ۲۰. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین سوخته‌های معدنی، نفت خام در بازار هنگ‌کنگ در سال ۲۰۰۷ (کد ۲۷)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ‌کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ‌کنگ (درصد)
۱	سنگاپور	۵۰۴۲۲	۴۷/۸
۲	چین	۲۰۵۳۴	۲۲/۳
۳	کره جنوبی	۱۰۳۲۳	۱۱/۷
۴	تایوان	۵۵۲	۴/۹
۵	اندونزی	۵۴۹	۴/۸
۶	ژاپن	۲۳۸	۲/۱

جمع کل واردات هنگ‌کنگ: ۱۱۰۳۳۹ میلیون دلار

جدول ۲۱. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین لباس و متفرعات لباس، کشفاف یا قلاب باف در بازار هنگ‌کنگ در سال ۲۰۰۷ (کد ۶۱)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ‌کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ‌کنگ (درصد)
۱	چین	۹۰۹۷	۹۲
۲	ایتالیا	۲۱۸	۲/۲
۳	ماکائو	۹۶	۱
۴	فرانسه	۸۶	۰/۹
۵	ژاپن	۷۷	۰/۸
۶	انگلستان	۴۶	۰/۵

جمع کل واردات هنگ‌کنگ: ۹۰۸۸۸ میلیون دلار

جدول ۲۲. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین لباس و متفرعات لباس،
غیرکشاف یا غیرقلاباف در بازار هنگ کنگ در سال ۲۰۰۷ (کد ۶۲)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۷۰۴۱۶	۸۹/۹
۲	ایتالیا	۲۵۹	۳/۱
۳	فرانسه	۹۷	۱/۲
۴	انگلستان	۶۳	۰/۸
۵	ماکائو	۵۷	۰/۷
۶	ژاپن	۴۸	۰/۶
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۸۰۲۴۹ میلیون دلار			

جدول ۲۳. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین اشیای صنعت ساعت‌سازی در
بازار هنگ کنگ در سال ۲۰۰۷ (کد ۹۱)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	سوئیس	۲۰۳۹	۳۸/۶
۲	چین	۱۰۹۱۱	۳۶/۲
۳	ژاپن	۶۹۶	۱۳/۲
۴	سنگاپور	۱۳۹	۲/۶
۵	تایلند	۹۱	۱/۷
۶	امریکا	۶۱	۱/۲
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۵۰۲۸۲ میلیون دلار			

جدول ۲۴. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین کفش، گتر و اشیای همانند، اجزای این اشیاء در بازار هنگ کنگ در سال ۲۰۰۷ (کد ۶۴)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالادر هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۴۵۶۸	۸۸/۹
۲	ایتالیا	۱۴۹	۲/۹
۳	ویتنام	۷۶	۱/۵
۴	فرانسه	۶۴	۱/۲
۵	امریکا	۵۱	۱
۶	سوییس	۴۳	۰/۸
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۱۳۶/۵ میلیون دلار			

جدول ۲۵. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین پنبه در بازار هنگ کنگ در سال ۲۰۰۷ (کد ۵۲)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۳۲۰۶	۶۶/۲
۲	پاکستان	۴۹۳	۱۰/۲
۳	تایوان	۱۶۸	۳/۵
۴	ایتالیا	۱۶۴	۳/۴
۵	ژاپن	۱۳۸	۲/۸
۶	کره جنوبی	۱۲۴	۲/۶
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۸۴۶/۴ میلیون دلار			

جدول ۲۶. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین اشیای ساخته شده از چرم؛
مصنوعات زین و برگ‌سازی؛ لوازم سفر در بازار هنگ کنگ در سال ۲۰۰۷
(کد ۴۲)

دیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۳.۶۴۶	۷۵/۶
۲	فرانسه	۵۱۹	۱۰/۸
۳	ایتالیا	۲۰۲	۴/۲
۴	سوئیس	۱۷۲	۳/۶
۵	انگلستان	۵۷	۱/۲
۶	امریکا	۵۳	۱/۱
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۸۲۲/۴ میلیون دلار			

جدول ۲۷. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین چدن، آهن و فولاد در بازار
هنگ کنگ در سال ۲۰۰۷ (کد ۷۲)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۱.۱۸۱	۲۹/۹
۲	ژاپن	۱.۰۵۲	۲۶/۶
۳	تایوان	۶۰۸	۱۵/۴
۴	کره جنوبی	۳۷۱	۹/۴
۵	فنلاند	۱۰۵	۲/۶
۶	آلمان	۶۸	۱/۷
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۳.۹۵۲ میلیون دلار			

جدول ۲۸. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین پوست خام (غیر از پوستهای نرم) و چرم در بازار هنگ‌کنگ در سال ۲۰۰۷ (کد ۴۲)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ‌کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ‌کنگ (درصد)
۱	چین	۷۴۴	۲۰/۹
۲	ایتالیا	۶۱۸	۱۷/۳
۳	هند	۲۹۳	۸/۲
۴	امریکا	۲۷۱	۷/۶
۵	برزیل	۲۵۹	۷/۳
۶	کره جنوبی	۱۷۹	۵
جمع کل واردات هنگ‌کنگ: ۵۶۸/۳ میلیون دلار			

جدول ۲۹. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین مس و مصنوعات از مس در بازار هنگ‌کنگ در سال ۲۰۰۷ (کد ۷۴)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ‌کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ‌کنگ (درصد)
۱	چین	۱۰۸۲	۳۲/۳
۲	تایوان	۴۳۶	۱۳
۳	کره جنوبی	۳۷۵	۱۱/۲
۴	ژاپن	۲۴۶	۷/۳
۵	امریکا	۱۹۵	۵/۸
۶	استرالیا	۱۳۱	۳/۹
جمع کل واردات هنگ‌کنگ: ۳۴۸/۳ میلیون دلار			

جدول ۳۰. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین وسایل نقلیه زمینی غیر از نواقل روی خط راه‌آهن یا تراموا در بازار هنگ‌کنگ در سال ۲۰۰۷ (کد ۸۷)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ‌کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ‌کنگ (درصد)
۱	ژاپن	۹۴۲	۳۰/۷
۲	آلمان	۸۹۲	۲۹/۱
۳	چین	۳۱۱	۱۰/۲
۴	انگلستان	۱۹۴	۶/۳
۵	امریکا	۱۷۳	۵/۷
۶	سوئد	۱۱۲	۳/۷
جمع کل واردات هنگ‌کنگ: ۰۶۲/۳ میلیون دلار			

جدول ۳۱. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین پارچه‌های کشفاف یا قلاب باف در بازار هنگ‌کنگ در سال ۲۰۰۷ (کد ۶۰)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ‌کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ‌کنگ (درصد)
۱	چین	۲۰۹۶	۷۵/۲
۲	تایوان	۲۷۳	۹/۸
۳	کره جنوبی	۱۵۷	۵/۶
۴	ایتالیا	۷۹	۲/۸
۵	ژاپن	۶۴	۲/۳
۶	تایلند	۱۸	۰/۷
جمع کل واردات هنگ‌کنگ: ۷۸۹/۲ میلیون دلار			

جدول ۳۲. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین کاغذ و مقوا؛ اشیای ساخته‌شده از خمیر کاغذ، از کاغذ یا از مقوا در بازار هنگ کنگ در سال ۲۰۰۷ (کد ۴۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۱۲۸۲	۵۴
۲	ژاپن	۲۴۸	۱۰/۴
۳	امریکا	۱۳۲	۵/۶
۴	کره جنوبی	۱۰۱	۴/۲
۵	اندونزی	۷۳	۳/۱
۶	تایلند	۶۸	۲/۹
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۳۷۷/۲ میلیون دلار			

جدول ۳۳. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین محصولات شیمیایی آلی در بازار هنگ کنگ در سال ۲۰۰۷

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	ژاپن	۴۹۰	۲۱/۹
۲	کره جنوبی	۲۸۰	۱۲/۵
۳	امریکا	۲۰۶	۹/۲
۴	عربستان سعودی	۲۰۲	۹
۵	چین	۲۰۲	۹
۶	ایرلند	۱۹۲	۸/۶
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۲۳۷/۲ میلیون دلار			

به طوری که مشاهده می شود عمده ترین کالای وارداتی از سوی هنگ کنگ، اجزا و قطعات ماشین آلات و دستگاه های برقی است. از این اجزا و قطعات در تولید محصولات الکترونیکی استفاده می شود.

کشورهای پیشرو در زمینه تولید این محصولات، از جمله چین، تایوان، ژاپن، سنگاپور و کره جنوبی که همگی از لحاظ جغرافیایی در نزدیکی هنگ کنگ قرار دارند، بیش از ۸۴ درصد از این بازار را در اختیار دارند. با توجه به وجود نداشتن پتانسیلها و مزیت های رقابتی مناسب در تولید اجزا و قطعات الکترونیکی و وابستگی کشور به واردات این قطعات، فرصت مناسبی برای شرکتهای ایرانی جهت حضور مؤثر و ایجاد سهم بازار در هنگ کنگ وجود دارد.

گروه کالایی بعدی وارد شده از سوی هنگ کنگ را رآکتورهای هسته ای، دیگهای بخار و بویلرها تشکیل می دهند. هر چند کشور ایران نیز در زمینه صدور این گروه کالایی به هنگ کنگ فعال است، ولی عمده واردات از کشورهای جنوب شرق آسیا و ایالات متحده امریکا صورت می پذیرد.

شرکتهای ایرانی با توجه به حضور در بازار این گروه از کالاها در بازار هنگ کنگ و با توجه به نیاز این کشور، با تدوین برنامه ای مناسب و توجه به نیازهای مخاطبان در این بازار می توانند از فرصتهای موجود در زمینه بازار رآکتورهای هسته ای، دیگهای بخار و بویلر بهره برداری مناسب کنند.

سومین گروه کالایی عمده وارد شده به بازار هنگ کنگ شامل مروارید طبیعی یا پرورده، سنگهای گرانبها یا نیمه گرانبها می شود. کشورهای هند، چین، آمریکا، اسرائیل، ژاپن و بلژیک به ترتیب بیشترین سهم را در صادرات این گروه از محصولات به کشور هنگ کنگ در اختیار دارند. این شش کشور در مجموع بیش از ۷۴ درصد از این بازار را در اختیار دارند. هنگ کنگ در سال ۲۰۰۷ بیش از ۲۰ میلیارد دلار مروارید طبیعی یا پرورده، سنگهای گرانبها یا نیمه گرانبها از کشورهای مختلف جهان وارد کرده است.

کشور ایران با توجه به وجود معادن و کانسارهای متعدد سنگهای گرانبها و در اختیار داشتن اکوسیستمهای دریایی متنوع، از پتانسیل بالایی در زمینه صادرات این گروه از کالاها برخوردار است که تا کنون به آن توجه نشده است.

کشور هنگ کنگ در سال ۲۰۰۶ میلادی، بیش از ۱۴/۵ میلیارد دلار مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد را وارد کرده است.

چهار کشور چین، تایوان، ژاپن و کره جنوبی در حدود ۶۳ درصد از این بازار را در اختیار دارند. مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از آن به عنوان یکی از صنایع وابسته به صنعت نفت و پتروشیمی محسوب می‌شود. در صورتی که ایران بخواهد در این بازار بزرگ از جایگاه مطلوبی برخوردار شود، بایستی از ظرفیتهای موجود حداکثر بهره‌برداری را کرده و در صنایع تولید قطعات و اشیای پلاستیکی با توجه به وجود میزان کافی مواد اولیه نفتی و پتروشیمی در کشور، سرمایه‌گذاری کافی را انجام دهد.

این کشور همچنین در سال ۲۰۰۷، بالغ بر ۱۲ میلیارد دلار اسباب‌بازی و لوازم ورزشی، بیش از ۱۱/۵ میلیارد دلار دستگاه‌های عکاسی و فیلمبرداری، بیش از ۱۱ میلیارد دلار سوخت و نفت خام و نزدیک به ۱۰ میلیارد دلار البسه و پوشاک وارد کرده است.

ایران به واسطه وجود منابع طبیعی و خدادادی در زمینه استخراج و تولید نفت و گاز و تولید محصولات پتروشیمی از جایگاه مطلوبی برخوردار است؛ بنابراین با وجود برنامه مناسب و مدون بازاریابی و صادرات می‌توان سهم بازار کشور را در بازارهای رو به رشد گروه‌های کالایی فوق در کشور هنگ‌کنگ افزایش داد.

۵. سرمایه‌گذاری عمده

بر مبنای اطلاعات ارائه شده از سوی اداره توسعه سرمایه‌گذاری هنگ‌کنگ، میزان سرمایه‌گذاری خارجی انجام شده در سال ۲۰۰۶ این منطقه بالغ بر ۴۲/۹ میلیارد دلار بوده که نسبت به سال ۲۰۰۵ با رشدی معادل ۲۸ درصد همراه بوده است.

اداره توسعه سرمایه‌گذاری هنگ‌کنگ از بدو فعالیت با ارائه اطلاعات و آمار جامع در خصوص پتانسیلها و زمینه‌ها و اعمال مشوقهای مناسب سرمایه‌گذاری، بستر مناسبی برای جذب سرمایه‌های خارجی از نقاط مختلف جهان ایجاد کرده است.

میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی انجام شده در هنگ‌کنگ از سال ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۶ در جدول شماره ۳۴ ارائه شده است.

جدول ۳۴. میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی انجام شده در هنگ کنگ از سال ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۶ (میلیارد دلار)

سال	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶
میزان سرمایه‌گذاری خارجی (میلیارد دلار آمریکا)	۹/۷	۱۳/۶	۳۴	۳۳/۶	۴۲/۹

منبع: اداره توسعه سرمایه‌گذاری هنگ کنگ

هنگ کنگ با کشورهای مختلف جهان به ویژه کشورهای جنوب شرق آسیا روابط اقتصادی و سیاسی بسیار خوبی دارد. بخش عمده سرمایه‌گذاری‌های خارجی انجام شده از طرف کشورهای ژاپن، چین، سنگاپور، تایلند، انگلیس، آمریکا و هلند صورت پذیرفته است.

بر مبنای آمار ارائه شده از سوی اداره توسعه سرمایه‌گذاری هنگ کنگ، کل سرمایه‌گذاری خارجی انجام شده در هنگ کنگ از ابتدا تا کنون ۵۲۰ میلیارد دلار است.

زمینه‌های مناسب سرمایه‌گذاری در منطقه هنگ کنگ به‌طور عمده شامل خدمات است. مناسب‌ترین زمینه‌های سرمایه‌گذاری در این منطقه عبارت‌اند از:

- ❖ خدمات مالی
- ❖ فناوری اطلاعات
- ❖ خدمات رسانه‌ای و چندرسانه‌ای
- ❖ خدمات بیمه
- ❖ فناوری‌های نوین از جمله الکترونیک و بیوتکنولوژی
- ❖ مخابرات و ارتباطات از راه دور
- ❖ خدمات حرفه‌ای در زمینه کسب‌وکار
- ❖ عمده‌فروشی و خرده‌فروشی
- ❖ گردشگری
- ❖ حمل و نقل
- ❖ پروژه‌های خاص مانند تولید محصولات صنعتی و مواد غذایی

فصل ششم

وضعیت مبادلات بازرگانی با ایران

با توجه به اینکه حکومت هنگ کنگ از سال ۱۹۹۷ دارای نوعی دموکراسی و خود مختاری محدود بوده است، بنابراین مناسبات اقتصادی ایران با این کشور محدود به ۱۰ سال گذشته می شود.

در سالهای اخیر روند مبادلات تجاری دو کشور به صورت مستمر در حال افزایش بوده است. در این فصل، روند صادرات، واردات و تراز تجاری بین دو کشور طی سه سال گذشته بررسی و تجزیه و تحلیل می شود.



۱. تراز تجاری

تراز تجاری جمهوری اسلامی ایران با هنگ کنگ در سالهای اخیر همواره مثبت بوده است. در سال ۲۰۰۵ میلادی تراز تجاری ایران به میزان ۱۲۹ میلیون دلار، در سال ۲۰۰۶ به میزان ۸۳ میلیون دلار و در سال ۲۰۰۷ به میزان ۱۰۶ میلیون دلار مثبت بوده است.

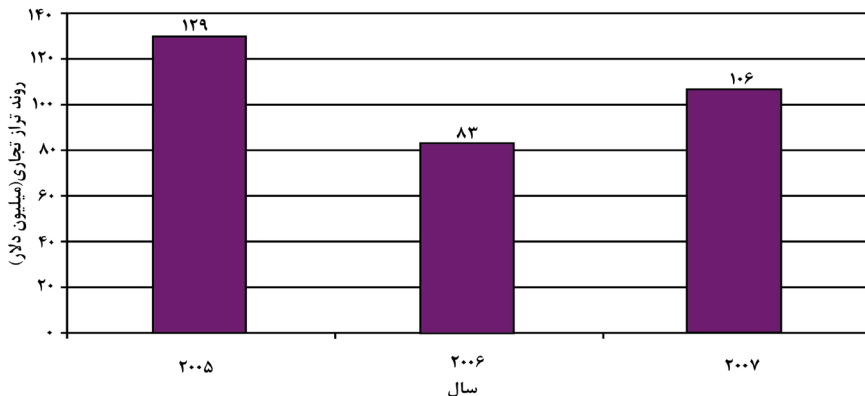
جدول شماره ۳۵ روند تراز تجاری ایران با هنگ کنگ در سالهای ۲۰۰۷ - ۲۰۰۵ را نشان می دهد.

جدول ۳۵. روند تراز تجاری ایران با هنگ کنگ طی سالهای ۲۰۰۵-۲۰۰۷ (میلیون دلار)

سال	صادرات ایران	واردات ایران	تراز تجاری	روند تغییر تراز تجاری
۲۰۰۵	۱۹۰	۶۱	+۱۲۹	به نفع ایران
۲۰۰۶	۱۶۸	۸۵	+۸۳	به نفع ایران
۲۰۰۷	۱۸۹	۸۳	+۱۰۶	به نفع ایران

www.trademap.org

نمودار شماره ۱ روند تراز تجاری ایران با هنگ کنگ در سالهای ۲۰۰۵ - ۲۰۰۷ را نشان می‌دهد.



نمودار ۱. روند تراز تجاری ایران با هنگ کنگ طی سالهای ۲۰۰۵-۲۰۰۷ (میلیون دلار)

همان‌گونه که ذکر شد، روند تراز تجاری ایران با هنگ‌کنگ طی سالهای ۲۰۰۴ تا ۲۰۰۶ همواره مثبت بوده است. مشاهده و تحلیل اقلام صادرات غیرنفتی ایران به هنگ‌کنگ در سال ۲۰۰۷، نشان می‌دهد که مهم‌ترین دلیل مازاد تجاری ایران با هنگ‌کنگ تمرکز بر صادرات میوه‌های خوراکی به بازار این کشور است. در سالهای اخیر همواره بیش از ۱۰۰ میلیون دلار میوه از ایران به بازار این کشور صادر شده است.

سایر دلایل مازاد تراز تجاری ایران عبارت‌اند از:

- ❖ تدوین برنامه و هدف‌گذاری دولت و زیرمجموعه‌ها از جمله وزارت بازرگانی و سازمان توسعه تجارت جهت حضور جدی شرکتهای ایرانی در بازار کشورهای جنوب شرق آسیا
- ❖ وجود مشوقهای صادراتی و ردیفهای اعتباری مناسب جهت توسعه صادرات شرکتهای ایرانی به بازار هنگ‌کنگ
- ❖ برگزاری سمینار بررسی فرصتهای همکاری ایران و هنگ‌کنگ
- ❖ اعزام هیأت تجاری بازاریابی سازمان توسعه تجارت جهت حضور در نمایشگاه بین‌المللی شرکتهای کوچک و متوسط هنگ‌کنگ در سال ۱۳۸۶
- ❖ ملاقات هیأت تجاری ایران با مسئولان شورای توسعه و اتاقهای بازرگانی هنگ‌کنگ
- ❖ دیدار معاون خاورمیانه شورای توسعه تجارت هنگ‌کنگ با مسئولان بخش خصوصی و دولتی کشاورزی ایران

۲. واردات هنگ‌کنگ از ایران

در سال ۲۰۰۵ ارزش صادرات غیرنفتی جمهوری اسلامی ایران به هنگ‌کنگ معادل ۱۹۰ میلیون دلار بوده که با فراز و نشیب‌هایی در سال ۲۰۰۷ به ۱۸۹ میلیون دلار رسیده است. به عبارت دیگر، ارزش صادرات غیرنفتی ایران به هنگ‌کنگ در طول دوره مذکور تقریباً ثابت و بدون رشد بوده است.

جدول شماره ۳۶، ارزش صادرات غیرنفتی ایران به هنگ‌کنگ طی سالهای ۲۰۰۷ - ۲۰۰۵ را نشان می‌دهد.

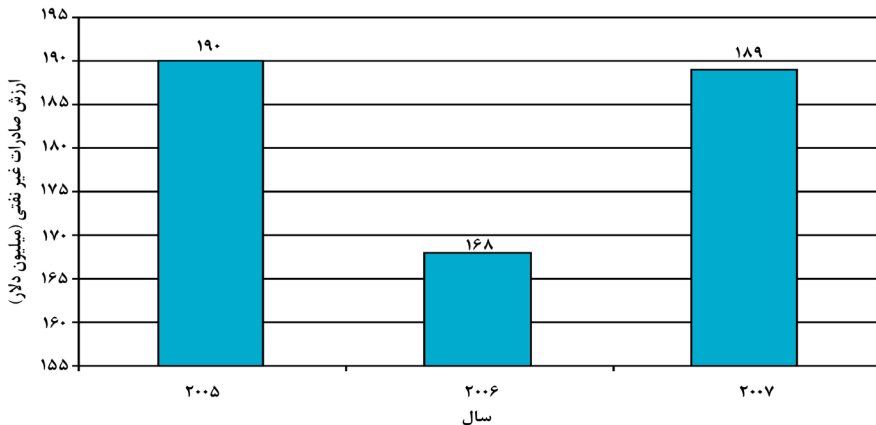
جدول ۳۶. ارزش صادرات غیرنفتی ایران به هنگ کنگ طی سالهای ۲۰۰۵-۲۰۰۷ (میلیون دلار)

سال	ارزش صادرات	نرخ رشد نسبت به سال قبل (درصد)
۲۰۰۵	۱۹۰	-
۲۰۰۶	۱۶۸	۱۱-/۵
۲۰۰۷	۱۸۹	۱۲/۵

www.trademap.org

همان گونه که مشاهده می شود، روند صادرات ایران به هنگ کنگ در سال ۲۰۰۶ با ۱۱/۵ درصد رشد نسبت به سال قبل، به رقم ۱۶۸ میلیون دلار کاهش یافته است. اما این روند در سال ۲۰۰۷ مسیر معکوس یافته و با ۱۲/۵ درصد رشد مثبت، به ۱۸۹ میلیون دلار افزایش یافته است. مهم ترین دلایل ایجاد ثبات نسبی در صادرات ایران به هنگ کنگ، تمرکز صادرات کشور بر محصولاتی همچون میوه، پوست خام و چرم، گوشت و مواد پلاستیکی است.

نمودار شماره ۲ ارزش صادرات غیرنفتی ایران به هنگ کنگ در سالهای ۲۰۰۵-۲۰۰۷ را نشان می دهد.



نمودار ۲. ارزش صادرات غیرنفتی ایران به هنگ کنگ در سالهای ۲۰۰۵-۲۰۰۷ (میلیون دلار)

هنگ کنگ در بین مقاصد صادراتی جمهوری اسلامی ایران در سال ۲۰۰۶ میلادی، مقام بیستم را به خود اختصاص داده و سهم آن در کل صادرات کشور ایران، تقریباً برابر با صفر است.

کل صادرات غیرنفتی ایران به هنگ کنگ در سال ۲۰۰۶ میلادی، به ۲۷ گروه کالایی و در مجموع سه سال گذشته به ۳۱ گروه کالایی موجود در جدول شماره ۳۷ محدود می‌شود. اقلام عمده صادراتی ایران به هنگ کنگ شامل میوه‌های خوراکی، سبزیجات، مواد پلاستیکی، پوست خام و چرم، گوشت و خشکبار می‌شود.

میوه‌های خوراکی با ۱۶۳ میلیون دلار، به تنهایی بیش از ۸۶ درصد از صادرات ایران به هنگ کنگ در سال ۲۰۰۷ را به خود اختصاص داده است. پوست خام و چرم نیز با هشت میلیون دلار، پنج درصد از صادرات کشور به هنگ کنگ را تشکیل می‌دهند.

جدول ۳۷. اقلام مهم صادراتی ایران به هنگ کنگ طی دوره ۲۰۰۵-۲۰۰۷ (میلیون دلار)

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	رشد صادرات
	کل محصولات	-	۱۹۰	۱۶۸	۱۸۹	نامنظم
۱	میوه های خوراکی، پوست مرکبات یا پوست خربزه و همانند	۰۸	۱۵۸	۱۴۵	۱۶۳	نامنظم
۲	پوست خام (غیر از پوستهای نرم) و چرم	۴۱	۷	۴	۸	نامنظم
۳	پشم، موی نرم (کرک)	۵۱	۱	۲	۶	افزایشی
۴	مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد	۳۹	۸	۸	۳	کاهشی

نامنظم	۳	۰/۶۷	۰/۹	۱۶	فراورده‌های گوشت، ماهی یا قشرداران، صدف داران یا سایر آبزیان فاقد ستون فقرات	۵
کاهشی	۲	۳	۱۰	۰۲	گوشت و احشای خوراکی	۶
افزایشی	۱	۰/۰۰۶	۰	۷۴	مس و مصنوعات از مس	۷
افزایشی	۰/۸۱	۰/۲۲	۰	۵۲	پنبه	۸
نامنظم	۰/۷۶	۰/۴۳	۱	۲۵	نمک، گوگرد، خاک و سنگ، گچ، آهک و سیمان	۹
نامنظم	۰/۵	۳	۱	۸۴	راکتورهای هسته‌ای، دیگهای بخار و آبگرم	۱۰
نامنظم	۰/۳۳	۰/۴۷	۰/۲۹	۸۵	ماشین آلات و دستگاه‌های برقی و اجزاء و قطعات آنها	۱۱
افزایشی	۰/۲۹	۰	۰	۷۲	چدن، آهن و فولاد	۱۲
نامنظم	۰/۲۷	۰/۲۲	۰/۵۹	۰۳	ماهی‌ها و قشرداران، صدف‌داران و سایر آبزیان فاقد ستون فقرات	۱۳
نامنظم	۰/۲۴	۰/۰۷	۰/۳۲	۵۷	فرش و سایر کفپوشها از مواد نسجی	۱۴

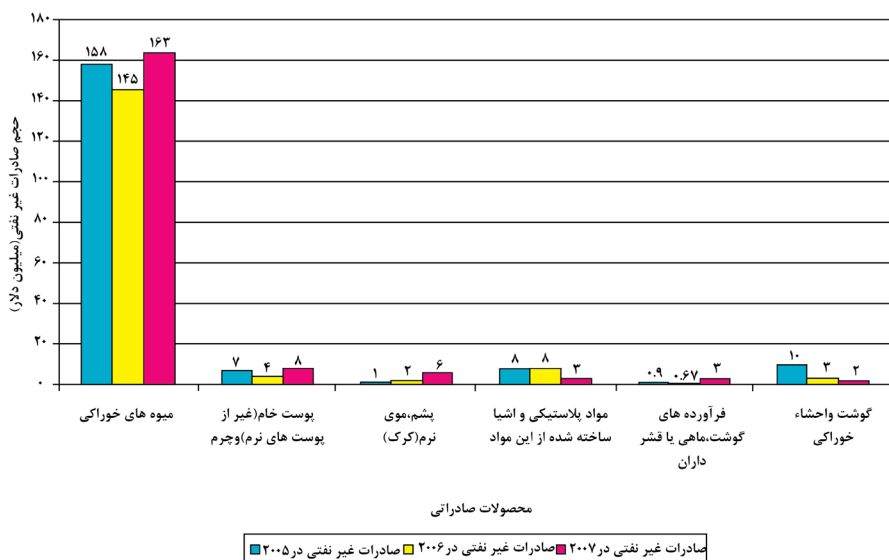
۱۵	مروارید طبیعی یا پرورده، سنگهای گرانبها یا نیمه گرانبها	۷۱	۰	۰/۱۶	۰/۱۴	نامنظم
۱۶	مصنوعات از سنگ، گچ، سیمان، پنبه نسوز (Asbestos)، میکا یا از مواد همانند	۶۸	۰/۰۱	۰/۰۴	۰/۱۱	افزایشی
۱۷	الیاف سنتتیک یا مصنوعی غیر یکسره	۵۵	۰/۱۷	۰/۱	۰/۰۶	نامنظم
۱۸	آلات و دستگاههای اپتیک، عکاسی، سینماتوگرافی	۹۰	۰/۰۰۸	۰/۰۰۹	۰/۰۵	نامنظم
۱۹	مصنوعات از چدن، آهن یا فولاد	۷۳	۰	۰	۰/۰۳	افزایشی
۲۰	قطعات منفصله ماشین (C.K.D) آلات راهسازی، خودرو و سایر ماشین آلات	۹۹	۰/۰۲	۰/۰۱	۰/۰۳	نامنظم
۲۱	دانه و میوههای روغن دار، دانه و بذر و میوههای گوناگون	۱۲	۰/۰۱	۰/۰۱	۰/۰۲	افزایشی
۲۲	محصولات دارویی	۳۰	۰/۰۳	۰/۰۰۵	۰/۰۱	نامنظم
۲۳	آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم	۷۶	۰	۰	۰/۰۱	افزایشی

نامنظم	۰/۰۱	۰/۰۴	۰	۲۳	آخال و تفاله صنایع خوراک سازی، خوراکی های آماده برای حیوانات	۲۴
کاهشی	۰/۰۰۲	۰/۰۰۴	۰/۰۲	۰۹	قهوه، چای ماته و ادویه	۲۵
	۰/۰۰۲	۰/۲۷	۰/۶	۷۰	شیشه و مصنوعات شیشه‌ای	۲۶
کاهشی	۰	۰/۰۰۸	۰/۰۰۸	۸۲	ابزارها، ابزار آلات، مصنوعات چاقوسازی، قاشق و چنگال	۲۷
کاهشی	۰	۰	۰/۳۸	۱۳	انگمها، صمغها، رزینها و سایر شیره‌ها و عصاره نباتی	۲۸
کاهشی	۰	۰/۳۴	۰/۶۲	۴۰	کائوچو و اشیای ساخته شده از کائوچو	۲۹
نامنظم	۰	۰/۳۸	۰	۲۹	محصولات شیمیایی آلی	۳۰
نامنظم	۰	۰/۰۵	۰	۳۳	روغن‌های اسانسی و شبه رزینها (رزینوبیدها)	۳۱
نامنظم	۰	۰/۰۶	۰	۳۴	صابون، فراورده‌ها برای شستشو، فراورده‌های روان کننده	۳۲

کاهشی	۰	۰	۰/۰۰۲	۳۸	محصولات گوناگون شیمیایی	۳۳
کاهشی	۰	۰	۰/۰۰۲	۹۱	اشیای صنعت ساعت سازی	۳۴
کاهشی	۰	۰/۰۰۷	۰/۰۱	۹۷	اشیای هنری، اشیاء کلکسیون یا عتیقه	۳۵

www.trademap.org

نمودار شماره ۳ ترکیب شش گروه اصلی صادرات غیرنفتی جمهوری اسلامی ایران به هنگ کنگ در سالهای ۲۰۰۷-۲۰۰۵ را به صورت مقایسه‌ای نشان می‌دهد.



نمودار ۳. ترکیب گروههای کالایی مهم صادراتی ایران به هنگ کنگ در سالهای ۲۰۰۷-۲۰۰۵ (میلیون دلار)

در ادامه، جایگاه و سهم ایران در صادرات گروه‌های کالایی عمده به بازار هنگ کنگ تجزیه و تحلیل و رقبای بالفعل و سهم آنها در هر یک از این گروه‌ها بررسی می‌شود.

۱-۲. میوه‌های خوراکی

میوه‌های خوراکی مهم‌ترین گروه کالایی صادراتی ایران به هنگ کنگ در سال ۲۰۰۷ را تشکیل می‌دهد. کشور ایران، با صادرات ۱۶۳ میلیون دلار میوه‌جات به هنگ کنگ در جایگاه سوم صادرات این گروه کالایی به بازار هنگ کنگ قرار دارد. کشورهای آمریکا، ایران و تایلند به ترتیب با ۳۱/۸، ۱۵/۷ و ۱۳ درصد جایگاه‌های اول تا سوم را در صادرات این محصولات در اختیار دارند. این سه کشور در مجموع ۶۰ درصد از این بازار را به خود اختصاص داده‌اند. با توجه به تنوع آب و هوایی، خاک حاصلخیز و پرورش انواع میوه‌ها در گستره جغرافیایی کشور، در صورت بازاریابی مناسب و ارائه محصولات با کیفیت و ویژگی‌های مورد نظر تجار هنگ کنگی، می‌توان سهم بازار کشور را در این گروه کالایی تا حد زیادی افزایش داد.

جدول شماره ۳۸ مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین میوه‌های خوراکی، پوست مرکبات یا پوست خربزه بازار هنگ کنگ در سال ۲۰۰۷ را نشان می‌دهد.

جدول ۳۸. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین میوه‌های خوراکی، پوست مرکبات یا پوست خربزه و همانند در بازار هنگ کنگ (سال ۲۰۰۷)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	امریکا	۳۹۸	۳۱/۸
۲	تایلند	۱۹۷	۱۵/۷
۳	ایران	۱۶۳	۱۳
۴	شیلی	۸۶	۶/۹
۵	چین	۶۹	۵/۵
۶	استرالیا	۶۷	۵/۳
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۱/۲۴۵ میلیارد دلار			

۲-۲. مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد

هنگ کنگ در سال ۲۰۰۷ میلادی، بیش از ۱۴/۸ میلیارد دلار مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از آن را وارد نموده است. پلاستیک و مواد اولیه تولید آن، به عنوان یکی از صنایع حاصل از صنعت نفت و پتروشیمی محسوب می‌شود.

همان‌گونه که جدول شماره ۳۹ نشان می‌دهد کشور چین رتبه اول صادرات محصولات پلاستیکی به هنگ کنگ را در اختیار دارد. چهار کشور چین، تایوان، ژاپن و کره جنوبی بیش از ۶۵ درصد از این بازار را در اختیار دارند. این آمار نشان‌دهنده سرمایه‌گذاری کلان این کشورها در زمینه صنایع پلاستیک با هدف صادرات می‌باشد. **ایران با صادرات سه میلیون دلار مواد پلاستیکی به هنگ کنگ، سهمی ناچیز و در حدود صفر درصد از این بازار را در اختیار دارد. ایران رتبه ۴۱ در صادرات این گروه کالایی به هنگ کنگ را در اختیار دارد** کشورمان به عنوان یکی از دارندگان عمده ذخایر نفت و گاز و وجود سابقه طولانی در صنایع پتروشیمی، در صورتی که بخواهد در این بازار نسبتاً بزرگ از جایگاه مطلوبی برخوردار شود، بایستی از ظرفیتهای موجود حداکثر بهره‌برداری را نموده و در صنایع تولید قطعات و اشیای پلاستیکی با تکیه بر ذخایر ارزی موجود در کشور، سرمایه‌گذاری لازم را انجام دهد.

جدول ۳۹. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد در بازار هنگ کنگ (سال ۲۰۰۷)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۳.۸۱۱	۲۵/۷
۲	تایوان	۲.۲۹۶	۱۵/۵
۳	ژاپن	۲.۱۵۷	۱۴/۶
۴	کره جنوبی	۱.۳۶۶	۹/۲
۵	امریکا	۱.۲۳۵	۸/۳
۶	سنگاپور	۷۷۴	۵/۲

جمع کل واردات هنگ کنگ: ۱۴.۸۰۰ میلیارد دلار

۲-۳. پوست خام و چرم

ایران با صادرات ۸ میلیون دلار پوست خام و چرم، سهمی در حدود ۰/۲ درصد از بازار ۳/۵۶۸ میلیارد دلاری هنگ کنگ را در اختیار دارد. ایران به واسطه داشتن منابع طبیعی و تنوع آب و هوایی از پتانسیل مناسبی جهت توسعه صنعت دامداری و به تبع آن تولیدات چرمی و پوست خام برخوردار است، بنابراین با برنامه‌ریزی و بازاریابی مناسب می‌توان سهم کشور را از این بازار رو به رشد افزایش داد. ایران جایگاه ۳۵ را در صادرات پوست خام و چرم به هنگ کنگ در اختیار دارد.

همان‌گونه که جدول شماره ۴۰ نشان می‌دهد کشور چین با صادرات ۷۴۴ میلیون دلار، ۲۱ درصد از بازار هنگ کنگ را در اختیار دارد.

جدول ۴۰. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین پوست خام (غیر از پوستهای نرم) و چرم در بازار هنگ کنگ در سال ۲۰۰۷ (کد ۴۱)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۷۴۴	۲۰/۹
۲	ایتالیا	۶۱۸	۱۷/۳
۳	هند	۲۹۳	۸/۲
۴	امریکا	۲۷۱	۷/۶
۵	برزیل	۲۵۹	۷/۳
۶	کره جنوبی	۱۷۹	۵
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۳/۵۶۸ میلیارد دلار			

۲-۴. پشم و موی نرم

ایران با صادرات شش میلیون دلار پشم و کرک، جایگاه ۱۱ را در حوزه صادرات این گروه از محصولات به بازار هنگ کنگ در اختیار دارد. سهم ۰/۶۸ درصدی ایران در این بازار، نشان دهنده جایگاه ضعیف کشورمان در این بخش از بازار هنگ کنگ است. کشورهای چین و ایتالیا بیش از ۸۶ درصد از صادرات این محصولات به هنگ کنگ را در اختیار دارند.

با توجه به وجود ظرفیتهای و پتانسیلهای کافی در زمینه تولید پشم و کرک در کشور و وجود تنوع کافی در این گروه از محصولات، امکان توسعه سهم بازار ایران در این بخش از بازار هنگ کنگ دور از دسترس نیست.

جدول شماره ۴۱ مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین پشم و کرک بازار هنگ کنگ در سال ۲۰۰۷ را نشان می‌دهد.

جدول ۴۱. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین پشم، موی نرم (کرک) در بازار هنگ کنگ در سال ۲۰۰۷ (کد ۸۴)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۴۶۸	۵۳/۵
۲	ایتالیا	۲۸۷	۳۲/۹
۳	ژاپن	۱۸	۲/۱
۴	انگلستان	۱۷	۲
۵	کره جنوبی	۱۵	۱/۷
۶	فیلیپین	۱۰	۱/۱

جمع کل واردات هنگ کنگ: ۸۷۵ میلیون دلار

۵-۲. فراورده‌های گوشت، ماهی یا قشرداران

کشور هنگ کنگ در سال ۲۰۰۷ میلادی، ۵۳۰ میلیون دلار فراورده‌های گوشت، ماهی یا قشرداران از کشورهای مختلف جهان وارد کرده است. میزان صادرات فراورده‌های گوشتی ایران به هنگ کنگ در این سال، سه میلیون دلار بوده است. ایران با این میزان صادرات، جایگاه ۲۶ را در بین صادرکنندگان این فراورده‌ها به هنگ کنگ در اختیار دارد. کشورهای چین، آمریکا و استرالیا در حدود ۴۸ درصد از این بازار را در اختیار دارند.

جدول شماره ۴۲ مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین فراورده‌های گوشت، ماهی یا قشرداران بازار هنگ کنگ در سال ۲۰۰۷ را نشان می‌دهد

جدول ۴۲. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین فراورده‌های گوشت، ماهی یا قشرداران، صدف داران یا سایر آبزیان فاقد ستون فقرات در بازار هنگ کنگ (سال ۲۰۰۷)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۱۷۵	۳۲/۹
۲	امریکا	۳۹	۷/۴
۳	استرالیا	۳۹	۷/۴
۴	اسپانیا	۲۹	۵/۴
۵	تایلند	۲۸	۵/۳
۶	ژاپن	۲۴	۴/۶

جمع کل واردات هنگ کنگ: ۵۳۰ میلیون دلار

۲-۶. گوشت و احشا خوراکی

صادرات گوشت ایران به هنگ کنگ از سال ۲۰۰۵ تا ۲۰۰۷ روند کاهشی داشته است. ایران در سال ۲۰۰۵ میلادی، ۱۰ میلیون دلار گوشت به کشور هنگ کنگ صادر کرده که این میزان در سال ۲۰۰۶ به سه میلیون دلار کاهش یافته است. اما در سال ۲۰۰۷ با افت مجدد به دو میلیون دلار رسیده است. گوشت و احشای خوراکی با ۲ میلیون دلار، ششمین گروه کالایی عمده صادراتی ایران به هنگ کنگ را تشکیل می‌دهد. این میزان صادرات در مقابل ۲/۲ میلیارد دلار صادرات گوشت به هنگ کنگ، بسیار ناچیز و کمتر از ۰/۱ درصد است. کشورهای برزیل و چین بیش از ۶۰ درصد از این بازار را در اختیار دارند. ایران رتبه ۲۴ صادرات گوشت به هنگ کنگ در سال ۲۰۰۷ را در اختیار دارد.

جدول شماره ۴۳ مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین گوشت و احشای خوراکی بازار هنگ کنگ در سال ۲۰۰۷ را نشان می‌دهد.

جدول ۴۳. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین گوشت و احشای خوراکی در بازار هنگ کنگ (سال ۲۰۰۷)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	برزیل	۹۲۶	۴۲/۱
۲	چین	۴۰۲	۱۸/۳
۳	امریکا	۲۰۲	۹/۲
۴	آلمان	۹۸	۴/۴
۵	هلند	۷۹	۳/۶
۶	استرالیا	۷۴	۳/۴

جمع کل واردات هنگ کنگ: ۲۰۰/۲ میلیون دلار

۷-۲. سایر محصولات

صادرات ایران به هنگ کنگ در سایر گروه‌های کالایی از حجم بالا و قابل توجهی برخوردار نیست. با این حال با توجه به وجود پتانسیلها و قابلیت‌های موجود در کشور، امکان افزایش سهم بازار برخی از گروه‌های کالایی صادراتی به بازار هنگ کنگ در افق میان‌مدت دور از تصور نیست.

ایران با تدوین برنامه صادراتی مدون و اجرایی، می‌تواند سهم صادرات خود در کالاهایی چون دیگهای بخار و بویلر، آهک و سیمان، فرش، محصولات شیمیایی آلی، روغنهای اسانسی، پنبه، دانه‌های روغنی، بذر میوه‌جات، اشیای هنری، محصولات دارویی و مس به هنگ کنگ را بهبود بخشد.

جداول شماره ۴۴ تا ۶۳ مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین سایر گروه‌های کالایی صادراتی ایران به هنگ کنگ در سال ۲۰۰۷ را نشان می‌دهد.

جدول ۴۴. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین مس و مصنوعات از مس در بازار هنگ کنگ (سال ۲۰۰۷)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۱۰۸۲	۳۲/۳
۲	تایوان	۴۳۶	۱۳
۳	کره جنوبی	۳۷۵	۱۱/۲
۴	ژاپن	۲۴۶	۷/۳
۵	امریکا	۱۹۵	۵/۸
۶	استرالیا	۱۳۱	۳/۹

جمع کل واردات هنگ کنگ: ۳۴۸/۳ میلیون دلار

جدول ۴۵. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین پنبه در بازار هنگ کنگ (سال ۲۰۰۷)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۲۰۶/۳	۶۶/۲
۲	پاکستان	۴۹۳	۱۰/۲
۳	تایوان	۱۶۸	۳/۵
۴	ایتالیا	۱۶۴	۳/۴
۵	ژاپن	۱۳۸	۲/۸
۶	کره جنوبی	۱۲۴	۲/۶
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۸۴۶/۴ میلیون دلار			

جدول ۴۶. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین نمک، گوگرد، خاک و سنگ، گچ، آهک و سیمان در بازار هنگ کنگ (سال ۲۰۰۷)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۸۳	۴۸/۷
۲	ژاپن	۴۱	۲۴/۴
۳	تایوان	۹	۵/۲
۴	فیلیپین	۷	۴/۲
۵	لتونی	۶	۳/۴
۶	امریکا	۴	۲/۴
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۱۶۹ میلیون دلار			

جدول ۴۷. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین راکتورهای هسته‌ای، دیگهای بخار و آبگرم در بازار هنگ کنگ (سال ۲۰۰۷)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۲۰۷/۲۱	۴۶/۳
۲	ژاپن	۵۷۱/۶	۱۴/۳
۳	امریکا	۸۰۲/۲	۶/۱
۴	سنگاپور	۳۵۰/۲	۵/۱
۵	تایوان	۲۳۵/۲	۴/۹
۶	تایلند	۱۵۷/۱	۴/۷
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۸۰۵/۴۵ میلیون دلار			

جدول ۴۸. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و اجزا و قطعات آنها در بازار هنگ کنگ (سال ۲۰۰۷)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۹۸۲/۶۹	۴۶/۶
۲	تایوان	۶۳۸/۱۶	۱۱/۱
۳	ژاپن	۷۲۹/۱۵	۱۰/۵
۴	سنگاپور	۳۵۳/۱۴	۹/۵
۵	کره جنوبی	۰۹۷/۸	۵/۴
۶	امریکا	۶۵۲/۵	۳/۸
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۳۳۶/۱۵۰ میلیون دلار			

جدول ۴۹. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین چدن، آهن و فولاد در بازار هنگ کنگ (سال ۲۰۰۷)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۱۸۱/۱	۲۹/۹
۲	ژاپن	۰۵۲/۱	۲۶/۶
۳	تایوان	۶۰۸	۱۵/۴
۴	کره جنوبی	۳۷۱	۹/۴
۵	فنلاند	۱۰۵	۲/۶
۶	آلمان	۶۸	۱/۷
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۹۵۲/۳ میلیون دلار			

جدول ۵۰. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین ماهی‌ها و قشرداران، صدفداران و سایر آبزیان فاقد ستون فقرات در بازار هنگ کنگ (سال ۲۰۰۷)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	ژاپن	۳۴۳	۱۷
۲	چین	۲۱۶	۱۰/۷
۳	استرالیا	۲۱۳	۱۰/۵
۴	اندونزی	۱۲۷	۶/۳
۵	کانادا	۸۶	۴/۲
۶	امریکا	۸۵	۴/۲
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۲/۰۲۳ میلیون دلار			

جدول ۵۱. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین فروش و سایر کفیوشها از مواد نسجی در بازار هنگ کنگ (سال ۲۰۰۷)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۳۵	۴۶/۷
۲	امریکا	۱۴	۱۸/۲
۳	تایلند	۵	۶/۹
۴	ژاپن	۵	۶/۱
۵	بلژیک	۳	۳/۹
۶	انگلستان	۳	۳/۸
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۷۴ میلیون دلار			

جدول ۵۲. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین مروارید طبیعی یا پرورده، سنگهای گرانبها یا نیمه گرانبها در بازار هنگ کنگ (سال ۲۰۰۷)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	هند	۹۲۱/۴	۲۳/۹
۲	چین	۹۵۶/۳	۱۹/۲
۳	امریکا	۸۴۳/۱	۸/۹
۴	اسرائیل	۵۷۵/۱	۷/۶
۵	ژاپن	۳۹۴/۱	۶/۸
۶	بلژیک	۳۸۸/۱	۶/۷
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۲۰/۶۳۱ میلیون دلار			

جدول ۵۳. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین مصنوعات از سنگ، گچ، سیمان، پنبه‌نسوز (Asbestos)، میکا یا از مواد همانند در بازار هنگ کنگ (سال ۲۰۰۷)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۱۷۸	۴۵/۹
۲	ژاپن	۸۷	۲۲/۵
۳	امریکا	۲۳	۶/۱
۴	ایتالیا	۲۲	۵/۷
۵	آلمان	۱۵	۳/۹
۶	کره جنوبی	۱۳	۳/۴
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۳۸۸ میلیون دلار			

جدول ۵۴. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین الیاف سنتتیک یا مصنوعی غیر یکسره در بازار هنگ کنگ (سال ۲۰۰۷)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۶۰۴	۵۴/۱
۲	تایوان	۱۵۲	۱۳/۶
۳	کره جنوبی	۱۱۵	۱۰/۳
۴	ژاپن	۶۱	۵/۵
۵	امریکا	۵۳	۴/۷
۶	ایتالیا	۳۶	۳/۲
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۱۱۷/۱ میلیون دلار			

**جدول ۵۵. مهم ترین رقبای موجود در تأمین آلات و دستگاه های اپتیک،
عکاسی، سینماتوگرافی در بازار هنگ کنگ (سال ۲۰۰۷)**

ردیف	مهم ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۲۶۲/۶	۵۴/۳
۲	ژاپن	۷۲۴/۱	۱۵
۳	امریکا	۰۷۰/۱	۹/۳
۴	آلمان	۴۱۰	۳/۶
۵	تایوان	۲۹۶	۲/۶
۶	سنگاپور	۲۰۱	۱/۷
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۵۲۶/۱۱ میلیون دلار			

**جدول ۵۶. مهم ترین رقبای موجود در تأمین مصنوعات از چدن، آهن یا
فولاد در بازار هنگ کنگ (سال ۲۰۰۷)**

ردیف	مهم ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۰۱۴/۱	۶۵/۲
۲	ژاپن	۱۵۶	۱۰
۳	تایوان	۷۷	۴/۹
۴	آلمان	۴۱	۲/۶
۵	کره جنوبی	۳۹	۲/۵
۶	امریکا	۳۸	۲/۵
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۵۵۷/۱ میلیون دلار			

جدول ۵۷. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین قطعات منفصله (C.K.D) ماشین آلات راهسازی، خودرو و سایر ماشین‌آلات در بازار هنگ کنگ (سال ۲۰۰۷)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۵۶	۳۰/۸
۲	ژاپن	۲۳	۱۲/۵
۳	امریکا	۲۱	۱۱/۸
۴	سنگاپور	۱۰	۵/۸
۵	آلمان	۸	۴/۵
۶	مناطق نامعین	۸	۴/۳
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۱۸۲ میلیون دلار			

جدول ۵۸. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین دانه و میوه‌های روغن دار، دانه و بذر و میوه‌های گوناگون در بازار هنگ کنگ (سال ۲۰۰۷)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۶۶	۲۸/۲
۲	کانادا	۵۵	۲۳/۷
۳	امریکا	۵۵	۲۳/۶
۴	کره جنوبی	۲۲	۹/۳
۵	ژاپن	۸	۳/۴
۶	اندونزی	۴	۱/۸
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۲۳۳ میلیون دلار			

جدول ۵۹. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین محصولات دارویی در بازار هنگ کنگ (سال ۲۰۰۷)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	ایرلند	۲۱۲	۱۶/۳
۲	سوئیس	۱۶۹	۱۳
۳	چین	۱۲۷	۹/۸
۴	امریکا	۱۲۵	۹/۷
۵	بلژیک	۸۱	۶/۲
۶	استرالیا	۷۶	۵/۹
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۱.۲۹۸ میلیون دلار			

جدول ۶۰. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم در بازار هنگ کنگ (سال ۲۰۰۷)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۵۶۷	۴۹/۹
۲	استرالیا	۱۰۷	۹/۴
۳	ژاپن	۹۸	۸/۶
۴	کره جنوبی	۶۳	۵/۶
۵	امریکا	۶۱	۵/۴
۶	تایوان	۴۶	۴/۱
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۱.۱۳۵ میلیون دلار			

جدول ۶۱. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین آخال و تفاله صنایع خوراک سازی،
خوراکی‌های آماده برای حیوانات در بازار هنگ کنگ (سال ۲۰۰۷)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	امریکا	۲۶	۴۰/۳
۲	چین	۱۰	۱۶/۲
۳	فرانسه	۵	۷/۷
۴	تایلند	۴	۶/۵
۵	ژاپن	۴	۶/۴
۶	استرالیا	۴	۵/۷
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۶۴ میلیون دلار			

جدول ۶۲. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین قهوه، چای ماته و ادویه در بازار
هنگ کنگ (سال ۲۰۰۷)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۲۲	۳۰/۱
۲	سريلانكا	۱۳	۱۷/۶
۳	هند	۴	۵/۵
۴	اندونزی	۴	۵/۴
۵	ژاپن	۴	۵/۱
۶	امریکا	۳	۴
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۷۲ میلیون دلار			

جدول ۶۳. مهم‌ترین رقبای موجود در تأمین شیشه و مصنوعات شیشه‌ای در بازار هنگ کنگ (سال ۲۰۰۷)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به هنگ کنگ (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در هنگ کنگ (درصد)
۱	چین	۳۸۱	۲۷/۳
۲	اتریش	۳۵۰	۲۵/۱
۳	امارات متحده عربی	۲۱۲	۱۵/۲
۴	مصر	۹۹	۷/۱
۵	ژاپن	۷۶	۵/۵
۶	تایوان	۵۶	۴
جمع کل واردات هنگ کنگ: ۳۹۴/۱ میلیون دلار			

۳. صادرات هنگ کنگ به ایران

واردات جمهوری اسلامی ایران در سال ۲۰۰۵ از هنگ کنگ حدود ۶۱ میلیون دلار بوده است. این میزان واردات در سال ۲۰۰۶ به ۸۵ میلیون دلار و در سال ۲۰۰۷ به ۸۳ میلیون دلار افزایش یافته است.

به عبارت دیگر، ارزش واردات ایران از هنگ کنگ طی دوره زمانی یاد شده، حدود ۳۶ درصد افزایش پیدا کرده است.

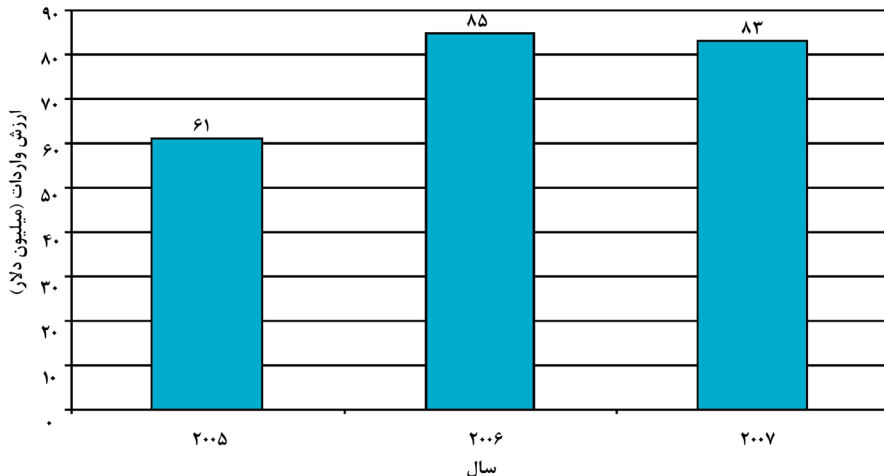
جدول شماره ۶۴ ارزش واردات ایران از هنگ کنگ طی سالهای ۲۰۰۷ - ۲۰۰۵ را نشان می‌دهد.

جدول ۶۴. ارزش واردات ایران از هنگ کنگ طی سالهای ۲۰۰۵-۲۰۰۷ (میلیون دلار)

سال	ارزش واردات	نرخ رشد (درصد)
۲۰۰۵	۶۱	-
۲۰۰۶	۸۵	۳۹+
۲۰۰۷	۸۳	۲-

نرخ متوسط رشد واردات ایران از هنگ کنگ طی سالهای ۲۰۰۵-۲۰۰۷ به طور متوسط با ۶/۱۶ درصد رشد همراه بوده است.

نمودار شماره ۴ ارزش واردات ایران از هنگ کنگ طی سالهای ۲۰۰۵ - ۲۰۰۷ را نشان می‌دهد.



نمودار ۴. ارزش واردات ایران از هنگ کنگ طی سالهای ۲۰۰۵-۲۰۰۷ (میلیون دلار)

اقلام وارداتی ایران از هنگ کنگ در سال ۲۰۰۷ شامل ۵۱ گروه کالایی و در مجموع سالهای ۲۰۰۵-۲۰۰۷ محدود به ۶۱ گروه کالایی می‌شود. عمده‌ترین محصولات وارداتی ایران از هنگ کنگ در سال ۲۰۰۷ شامل ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی، کامپیوتر، ساعت، دیگهای بخار، ابزار و لوازم عکاسی و فیلمبرداری، مواد پلاستیکی، اسباب‌بازی، پوشاک، مروارید طبیعی و سنگ‌های گران بها است.

جدول شماره ۶۵ ترکیب اقلام وارداتی جمهوری اسلامی ایران از هنگ کنگ در سالهای ۲۰۰۵-۲۰۰۷ را نشان می‌دهد.

جدول ۶۵. ترکیب اقلام وارداتی جمهوری اسلامی ایران از هنگ کنگ طی دوره ۲۰۰۵-۲۰۰۷ (میلیون دلار)

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	روند واردات
	کل محصولات	-	۶۱	۸۵	۸۳	نامنظم
۱	ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و اجزا و قطعات آنها	۸۵	۲۵	۴۳	۴۲	نامنظم
۲	راکتورهای هسته‌ای، دیگهای بخار و آبگرم	۸۴	۱۰	۱۵	۱۴	نامنظم
۳	آلات و دستگاه‌های اپتیک، عکاسی، سینماتوگرافی	۹۰	۳	۳	۵	افزایشی
۴	اشیای صنعت ساعت‌سازی	۹۱	۷	۳	۴	نامنظم
۵	پر و پر نرم آماده و اشیای ساخته شده از پر یا از پر نرم	۶۷	۲	۲	۳	افزایشی
۶	مصنوعات گوناگون از فلزات معمولی	۸۳	۲	۳	۲	نامنظم
۷	مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد	۳۹	۲	۲	۲	ثابت

نامنظم	۲	۰/۳۱	۰/۵۷	۷۳	مصنوعات از چدن، آهن یا فولاد	۸
نامنظم	۰/۹۵	۲	۱	۹۵	بازیچه، اسباب بازی و لوازم ورزش، اجزا و قطعات و متفرعات آنها	۹
نامنظم	۰/۸۱	۰/۳۵	۰/۶۶	۷۱	مروارید طبیعی یا پرورده، سنگهای گرانبها یا نیمه گرانبها	۱۰
نامنظم	۰/۸	۱	۰/۱۲	۸۷	وسایل نقلیه زمینی غیر از نواقل روی خط راه آهن یا تراموا	۱۱
نامنظم	۰/۷۵	۱	۰/۶۵	۹۲	آلات موسیقی؛ اجزا و قطعات و متفرعات این آلات	۱۲
نامنظم	۰/۷	۰/۴۴	۰/۵۳	۲۹	محصولات شیمیایی آلی	۱۳
نامنظم	۰/۶۶	۰/۶۳	۰/۷۹	۹۶	مصنوعات گوناگون	۱۴
نامنظم	۰/۴۸	۰/۵۵	۰/۴۷	۲۴	توتون و تنباکو و بدل توتون و تنباکوی ساخته شده	۱۵
افزایشی	۰/۴۶	۰/۰۵	۰	۲۸	محصولات شیمیایی غیر آلی، ترکیبات آلی یا غیر آلی فلزات گرانبها	۱۶
نامنظم	۰/۴۴	۰/۲۵	۰/۳	۷۴	مس و مصنوعات از مس	۱۷
افزایشی	۰/۳۶	۰/۱۴	۰/۰۶	۶۹	محصولات سرامیکی	۱۸
کاهشی	۰/۳۵	۱	۲	۶۱	لباس و متفرعات لباس، کشباف یا قلاب باف	۱۹
افزایشی	۰/۳۲	۰/۲۹	۰/۲۶	۹۹	قطعات منفصله (C.K.D) ماشین آلات راهسازی، خودرو و سایر ماشین آلات	۲۰
نامنظم	۰/۳۲	۰/۰۶	۰/۶۵	۷۲	چدن، آهن و فولاد	۲۱
افزایشی	۰/۲	۰/۱۷	۰/۱۱	۸۲	ابزارها، ابزار آلات، مصنوعات چاقوسازی، قاشق و چنگال	۲۲

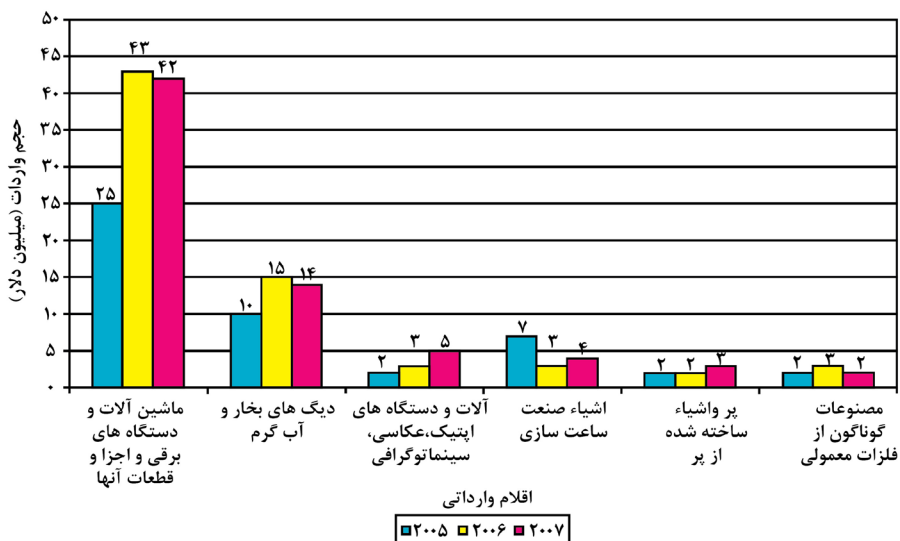
نامنظم	۰/۲	۰/۲۶	۰/۳۶	۴۴	چوب و اشیای چوبی؛ زغال چوب	۲۳
افزایشی	۰/۱۹	۰	۰	۵۱	پشم، موی نرم (کرک)	۲۴
افزایشی	۰/۱۹	۰/۰۰۳	۰	۵۵	الیاف سنتتیک یا مصنوعی غیریکسره	۲۵
افزایشی	۰/۱۹	۰/۱۲	۰/۰۴	۶۴	کفش، گتر و اشیای همانند، اجزای این اشیا	۲۶
نامنظم	۰/۱۷	۰/۲۷	۰/۱۲	۹۴	مبل؛ مبلهای طبی – جراحی؛ اسباب تختخواب و همانند	۲۷
نامنظم	۰/۱۴	۰/۱۱	۰/۱۲	۴۲	اشیای ساخته شده از چرم؛ مصنوعات زین و برگ سازی؛ لوازم سفر	۲۸
کاهشی	۰/۱۱	۰/۶۳	۰/۹۳	۶۲	لباس و متفرعات لباس، غیر کشیاف یا غیر قلاب باف	۲۹
نامنظم	۰/۰۶	۰/۰۵	۰/۱۸	۳۷	محصولات عکاسی و سینماتوگرافی	۳۰
نامنظم	۰/۰۵	۰/۰۹	۰/۰۲	۴۰	کائوچو و اشیای ساخته شده از کائوچو	۳۱
نامنظم	۰/۰۵	۰/۰۳	۰/۷	۴۹	کتاب، روزنامه، تصویر	۳۲
افزایشی	۰/۰۵	۰/۰۱	۰	۸۱	سایر فلزات معمولی؛ سرمتها؛ مصنوعات از این مواد	۳۳
نامنظم	۰/۰۵	۰	۰/۰۱	۳۵	محصولات حاصل از نشاسته یا فکول تغییر یافته، چسبها، آنزیمها	۳۴
نامنظم	۰/۰۵	۰/۰۴	۰/۱	۳۲	عصاره های دباغی یا رنگرزی، تاننها و مشتقات آنها	۳۵
افزایشی	۰/۰۵	۰/۰۳	۰/۰۳	۵۲	پنبه	۳۶
نامنظم	۰/۰۳	۳	۰/۲۲	۴۸	کاغذ و مقوا؛ اشیای ساخته شده از خمیر کاغذ، از کاغذ یا از مقوا	۳۷

نامنظم	۰/۰۲	۰	۰/۰۵	۳۳	روغن های اسانسی و شبه رزینها (رزینویدها)	۳۸
افزایشی	۰/۰۲	۰	۰	۳۰	محصولات دارویی	۳۹
نامنظم	۰/۰۲	۰	۰/۰۲	۶۶	چتر بارانی، چتر آفتابی، عصا، عصای صندلی شو	۴۰
نامنظم	۰/۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۱	۸۸	وسایل نقلیه هوایی، فضایی و اجزا و قطعات آنها	۴۱
افزایشی	۰/۰۱	۰/۰۰۱	۰	۶۸	مصنوعات از سنگ، گچ، سیمان، پنبه نسوز (Asbestos)، میکا یا از مواد همانند	۴۲
کاهشی	۰/۰۱	۰/۰۳	۰/۰۶	۷۰	شیشه و مصنوعات شیشه‌ای	۴۳
نامنظم	۰/۰۱	۰	۰/۰۰۲	۵۸	پارچه های تار و پود باف مخصوص، پارچه های نسجی منگوله بافت	۴۴
نامنظم	۰/۰۰۹	۰/۰۷	۰/۰۵	۳۸	محصولات گوناگون شیمیایی	۴۵
کاهشی		۰/۰۲	۱	۶۳	سایر اشیای نسجی دوخته و مهیا	۴۶
نامنظم		۰	۰/۰۲	۷۹	روی و مصنوعات از روی	۴۷
کاهشی		۰/۱۵	۰/۱	۷۶	آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم	۴۸
نامنظم		۰/۰۱	۰	۵۴	رشته‌های سنتتیک یا مصنوعی	۴۹
افزایشی		۰	۰	۸۹	کشتیها، قایقها و شناورها	۵۰
افزایشی	۰/۰۰۱	۰	۰	۵۶	نمد و پارچه‌های نبافته؛ نخهای ویژه؛ ریسمان، طناب	۵۱
نامنظم	۰	۰/۰۰۶	۰	۶۰	پارچه‌های کشاف یا قلاب باف	۵۲
کاهشی	۰	۰/۰۱	۰/۰۱	۶۵	کلاه و اجزای کلاه	۵۳
کاهشی	۰	۰/۰۰۳	۰/۰۳	۳۴	صابون، فراورده‌ها برای شستشو، فراورده‌های روان کنند	۵۴
نامنظم	۰	۰/۰۳	۰/۰۰۶	۲۷	سوخته‌های معدنی، نفت خام	۵۵

نامنظم	۰	۰/۱	۰	۰۸	میوه های خوراکی، پوست مرکبات یا پوست خربزه و همانند	۵۶
کاهش	۰	۰/۰۰۴	۰/۰۴	۰۹	قهوه، چای ماته و ادویه	۵۷
نامنظم	۰	۰/۰۰۹	۰/۰۰۵	۱۴	قهوه، چای ماته و ادویه	۵۸
نامنظم	۰	۰/۰۰۲	۰	۱۹	فراورده های غلات، آرد، نشاسته، فکول یا شیر، نانهای شیرینی	۵۹
نامنظم	۰	۰/۰۱	۰	۲۱	فراورده های خوراکی گوناگون	۶۰
کاهش	۰	۰	۰/۰۱	۹۷	اشیای هنری، اشیای کلکسیون یا عتیقه	۶۱

www.trademap.org

نمودار شماره ۵ ترکیب اقلام مهم وارداتی جمهوری اسلامی ایران از هنگ کنگ در سالهای ۲۰۰۵ - ۲۰۰۷ را نشان می دهد.



نمودار ۵. ترکیب اقلام وارداتی جمهوری اسلامی ایران از هنگ کنگ در سالهای ۲۰۰۵-۲۰۰۷ (میلیون دلار)

www.trademap.org

۴. هیأت‌های تجاری

حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی ابزاری مناسب جهت معرفی و بازاریابی محصولات ایرانی در بازارهای جهانی است. با توجه به اهمیت این موضوع، عنایت به تقاضای موجود در کشورهای جنوب شرق آسیا از جمله هنگ کنگ و توانمندیها و پتانسیلهای داخلی، هیأت‌های تجاری محدودی بین دو کشور مبادله شده‌اند.

در آذرماه سال ۸۶ یک هیأت تجاری در هفتمین نمایشگاه بین‌المللی شرکت‌های کوچک و ماز سوی هنگ کنگ^۱ حضور یافتند.

این نمایشگاه با مشارکت ۲۳۰ شرکت از ۴۰ کشور جهان در محل نمایشگاه‌های بین‌المللی شورای توسعه تجارت هنگ‌کنگ برگزار شد. این هیأت در طول مدت اقامت خود ضمن ملاقات با مسئولان شورای توسعه و اتاقهای بازرگانی هنگ‌کنگ، از بنادر و امکانات حمل و نقل دریایی و بندری هنگ‌کنگ نیز دیدن کردند.

بر مبنای اطلاعات موجود، سازمان توسعه تجارت و شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران تا کنون اقدام به برگزاری نمایشگاه اختصاصی محصولات ایران در هنگ‌کنگ نکرده‌اند. با این حال هیأت‌های تجاری ایران در یک نمایشگاه در این کشور حضور یافته‌اند.

جدول شماره ۶۶ مشخصات و تاریخ این نمایشگاه را نشان می‌دهد.

جدول ۶۶. نمایشگاه مورد بازدید هیأت تجاری و اقتصادی ایران در سال ۱۳۸۶

نام نمایشگاه	محل برگزاری	تاریخ برگزاری	مجری
هفتمین نمایشگاه بین‌المللی شرکت‌های کوچک و متوسط	هنگ‌کنگ	۲۱-۲۳ آذر ۱۳۸۶	دفتر توسعه و حمایت تجاری از بنگاه‌های کوچک و متوسط سازمان توسعه تجارت

از سوی دیگر در سالهای ۱۳۸۵ و ۱۳۸۶ هیأت‌های تجاری و بازرگانی مختلفی بین دو کشور تبادل شده‌اند.

اطلاعات مربوط به دو هیأت تجاری اعزام شده به هنگ‌کنگ در جدول شماره ۶۷ ارائه شده است.

جدول ۶۷. هیأت‌های تجاری اعزام شده به هنگ‌کنگ در سالهای ۱۳۸۵ و ۱۳۸۶

ردیف	محل اعزام	تاریخ اعزام	مجری
۱	هنگ‌کنگ + شانگهای	۲۱-۱۳ شهریور ۱۳۸۶	دفتر امور ترویج تجارت سازمان توسعه تجارت
۲	چین + هنگ‌کنگ	۱۳۸۵	صندوق فراورده‌های نفتی

بر مبنای تجارب سالهای گذشته، کالاهای وارداتی هنگ‌کنگ از جهان، فهرست اقلام صادراتی ایران به هنگ‌کنگ، نمایشگاه‌های برگزار شده و پتانسیلها و توانمندیهای موجود در کشور، پیشنهاد می‌شود که در سالهای آتی برنامه‌ریزی مناسبی جهت حضور در نمایشگاهها و برگزاری نمایشگاه‌های اختصاصی مندرج در جدول شماره ۶۸ در کشور هنگ‌کنگ فراهم شود.

جدول ۶۸. نمایشگاه‌های پیشنهادی سال ۲۰۰۸ جهت حضور شرکتهای ایرانی

ردیف	نام نمایشگاه	تاریخ برگزاری
۱	نمایشگاه الکترونیک هنگ‌کنگ (بهاره)	۱۷-۱۴ آوریل ۲۰۰۸
۲	نمایشگاه ICT هنگ‌کنگ	۱۷-۱۴ آوریل ۲۰۰۸
۳	نمایشگاه لوازم خانگی هنگ‌کنگ	۲۴-۲۱ آوریل ۲۰۰۸
۴	نمایشگاه لوازم و قطعات یدکی خودرو	۲۸ آوریل تا ۱ مه ۲۰۰۸

۵	نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی	۲۸ آوریل تا ۱ مه ۲۰۰۸
۶	نمایشگاه کتاب هنگ کنگ	۲۹-۲۳ ژوئیه ۲۰۰۸
۷	نمایشگاه مواد غذایی	۱۸-۱۴ آگوست ۲۰۰۸
۸	نمایشگاه لوازم پزشکی و بهداشتی	۱۸-۱۴ آگوست ۲۰۰۸
۹	نمایشگاه الکترونیک هنگ کنگ (پاییزه)	۱۶-۱۳ اکتبر ۲۰۰۸
۱۰	نمایشگاه مبلمان و دکوراسیون منزل	۳۱-۲۸ اکتبر ۲۰۰۸
۱۱	نمایشگاه مواد و مصالح ساختمانی	۳۱-۲۸ اکتبر ۲۰۰۸
۱۲	نمایشگاه جهانی شرکتهای کوچک و ماز سوی	۱۲-۱۰ دسامبر ۲۰۰۸

۵. زیرساختهای موجود بین دو کشور

در این بخش وضعیت خطوط هوایی و دریایی موجود بین دو کشور، به عنوان زیرساختهای کلیدی جهت ارسال کالا و محموله‌های تجاری بررسی می‌شود.

۵-۱. حمل و نقل دریایی

در حال حاضر با توجه به حجم مبادلات تجاری بین دو کشور، جابجایی کالا از طریق خطوط کشتیرانی بین‌المللی تحت نمایندگی شرکتهای ایرانی صورت می‌گیرد. در حال حاضر شرکتهای متعددی به امر جابجایی کالا بین دو کشور مشغول هستند.

از این جمله می‌توان به شرکت امواج طلایی نماینده شرکت کشتیرانی بین‌المللی JOINT OCEAN SHIPPING CO و شرکت خدمات دریایی ستاره نماینده شرکت کشتیرانی بین‌المللی CONQUEST EXPRESS CC - HONG KONG اشاره کرد.

۵-۲. حمل و نقل هوایی

در حال حاضر هیچ خط هواپیمایی مستقیمی به‌منظور برقراری ارتباط بین دو کشور فعالیت نمی‌کند.

ارائه خدمات مسافرت هوایی بین دو کشور به‌طور عمده از طریق خطوط هوایی بین‌المللی

سایر کشورها، همچون شرکت هواپیمایی استرالایی کاتی پاسفیک^۱ و شرکت هواپیمایی امارات^۲ به صورت غیرمستقیم از طریق تهران - دبی و دبی - هنگ کنگ انجام می‌شود.

۵-۳. روابط بانکی

بر اساس اطلاعات موجود، طی سالهای اخیر روابط بانکی مستقیم بین دو کشور جمهوری اسلامی ایران و هنگ کنگ وجود داشته است.

سه بانک دولتی تجارت، ملی و کشاورزی و سه بانک خصوصی پارسیان، پاسارگاد و سرمایه روابط بانکی ایران را با بانکهای کارگزار در هنگ کنگ به عهده دارند.

با این حال عمده مبادلات ایران با سیستم بانکی هنگ کنگ به صورت مستقیم یا غیرمستقیم از طریق بانک ملی ایران صورت می‌پذیرد.

بانکهای کارگزار هر یک از شش بانک فوق‌الذکر در کشور هنگ کنگ در جدول شماره ۶۹ ارائه شده است.

جدول ۶۹. بانکهای کارگزار بانکهای ایران در کشور هنگ کنگ

بانکهای کارگزار در هنگ کنگ	بانک ایرانی	ردیف
Commerz	بانک کشاورزی	۱
BNL		
HSBC		
Melli		
MELLI BANK PLC- HONG KONG BR	بانک ملی	۲
MELLI BANK PLC	بانک ملت	۳
HSBC		

1 . Cathay Pacific

2 . Emirates Airline

BANCA INTESA S.P.A. (Name changed to INTESA (SANPAOLO SPA HONG KONG	پارسیان	۴
BANCA NAZIONALE DEL LAVORO		
BNP PARIBAS		
COMMERZBANK AG		
ERSTE BANK DER OESTERREICHISCHEN SPARKASSEN AG		
KBC BANK NV, HONG KONG		
MASHREQBANK PSC., HONG KONG BRANCH		
MELLI BANK PLC, HONG KONG		
SUMITOMO MITSUI BANKING CORPORATION		
UBAF (HONG KONG) LIMITED		
WOORI BANK, HONG KONG		
.BANCA NAZIONALE DEL LAVORO S.P.A	پاسارگاد	۵
INTESA SANPAOLO SPA HONGKONG (formerly Banca Intesa spa Hong Kong)		
.INTESA SANPAOLO S.P.A (formerly Sanpaolo IMI spa)		
BANK MELLI IRAN		
BNL HONG KONG		
.BNP PARIBAS S.A		
.COMMERZBANK AG		
.KBC BANK N.V	سرمایه	۶
(MELLI BANK PLC (HONG KONG BR		

۹. تحلیل موقعیت

یکی از مدل‌های تحلیل اصلی موجود برای ارزیابی و انتخاب راهبرد مدل تجزیه و تحلیل، SWOT است. این مدل براساس یک الگوی منطقی ابتدا نقاط قوت، ضعف، فرصتها و تهدیدهای فراوری توسعه روابط تجاری ایران و هنگ‌کنگ شناسایی شده و سپس متناسب با موقعیت کنونی، راهبردهایی برای تعامل با وضعیت موجود با هدف رشد مبادلات تجاری، به ویژه صادرات ایران به این کشور پیشنهاد شده است.

با توجه به اصول حاکم بر تدوین راهبرد، راهبردهایی پیشنهادی برای توسعه صادرات محصولات ایران به هنگ‌کنگ بر اساس زمینه‌ها و دلایل ذیل انتخاب و معرفی شده‌اند:

- ❖ رسالت یا مأموریت‌های سازمان توسعه تجارت
- ❖ اهداف راهبردی توسعه صادرات و گسترش مبادلات تجاری ایران با کشورهای جنوب شرق آسیا از جمله هنگ‌کنگ
- ❖ چشم‌انداز توسعه صادرات غیرنفتی کشور
- ❖ سابقه روابط تجاری و اقتصادی ایران و هنگ‌کنگ در سالهای گذشته
- ❖ نقاط قوت و ضعف و فرصتها و تهدیدهای فراوری توسعه صادرات ایران به هنگ‌کنگ

جدول شماره ۷۰، نقاط قوت و ضعف و فرصتها و تهدیدها و راهبردهای پیشنهادی برای توسعه صادرات ایران به هنگ‌کنگ را با استفاده از مدل تحلیل SWOT نشان می‌دهد.

جدول ۷۰. نقاط قوت و ضعف و فرصتها و تهدیدها و راهبردهای پیشنهادی برای توسعه صادرات ایران به هنگ کنگ

نقاط قوت (S)

- ❖ توجه ویژه دولت به توسعه صادرات غیرنفتی در تدوین چشم‌انداز ۲۰ ساله و برنامه چهارم توسعه کشور
- ❖ وجود پتانسیلها و ظرفیتهای مناسب در تولید محصولات و مواد غذایی و کشاورزی
- ❖ ویژگی‌های کیفی مناسب و رضایت خاطر مشتریان هنگ کنگ از محصولات تولیدی ایران به ویژه میوه‌جات
- ❖ سابقه حضور شرکتهای ایرانی در نمایشگاه‌های بین‌المللی برگزار شده در هنگ کنگ
- ❖ وجود ردیفهای اعتباری و مشوقهای صادراتی مناسب جهت افزایش سهم صادرات ایران در هنگ کنگ
- ❖ وجود روابط بانکی مناسب بین بانکهای دو کشور

نقاط ضعف (W)

- ❖ فقدان راهبرد و برنامه مدون برای توسعه صادرات به کشورهای جنوب شرق آسیا از جمله هنگ کنگ
- ❖ محدود بودن بخش عمده ارزش صادرات ایران به هنگ کنگ به چند گروه کالایی خاص از جمله میوه‌جات
- ❖ نبودن خطوط هوایی و دریایی مستقیم بین ایران و هنگ کنگ
- ❖ ثابت نبودن نرخ بهره بانکی در کشور
- ❖ فقدان هماهنگی و انسجام بین بخشهای پشتیبانی‌کننده از صادرات از جمله بیمه، خدمات حمل و نقل و ...
- ❖ نبود شناخت عمیق و مناسب از مؤلفه‌های بازار هنگ کنگ

راهنمای SO

- ❖ بهره‌گیری از پتانسیلها و توانمندی‌های صادراتی کشور جهت افزایش صادرات محصولات مورد نیاز هنگ‌کنگ از جمله میوه و مواد غذایی، چرم، گوشت و مواد پلاستیکی
- ❖ بهره‌گیری از ردیفهای اعتباری و مشوقهای صادراتی جهت تنوع بخشیدن به گستره محصولات صادراتی کشور به هنگ‌کنگ

راهنمای ST

- ❖ برگزاری نمایشگاه‌های اختصاصی و حضور فعال‌تر در نمایشگاه‌های بین‌المللی هنگ‌کنگ به منظور معرفی محصولات ایرانی
- ❖ ایجاد و گسترش همکاریهای اثربخش با اتحادیه‌های تجاری منطقه‌ای و جهانی و عضویت در WTO

راهنمای ترکیبی SWOT

- ❖ ایجاد تنوع در سبد محصولات صادراتی کشور به هنگ‌کنگ
- ❖ توسعه روابط و عضویت در اتحادیه‌های تجاری منطقه‌ای و جهانی از جمله WTO
- ❖ تلاش در جهت شناخت دقیق بخشهای مختلف بازار صادراتی هنگ‌کنگ
- ❖ تلاش در جهت شناخت مزیت‌های رقابتی رقبای موفق در بازار این کشور
- ❖ حضور موثر در بازار هنگ‌کنگ از طریق برگزاری نمایشگاه و معرفی جامع محصولات به مشتریان در آن کشور

راهنمای WO

- ❖ تدوین یک برنامه جامع بررسی بازار به صورت میدانی جهت دستیابی به سهم بازار مناسب در بازار صادراتی هنگ‌کنگ
- ❖ تلاش در جهت ایجاد ثبات در نرخ تسهیلات بانکی و ارائه تسهیلات ارزان قیمت به منظور افزایش توان رقابت شرکتهای ایرانی در بازار هنگ‌کنگ
- ❖ تنوع بخشیدن به گروه‌های کالایی ارائه شده به بازار هنگ‌کنگ

راهبردهای WT

- ❖ راهاندازی خطوط دریایی و هوایی بین دو کشور به منظور افزایش مبادلات تجاری و اقتصادی
- ❖ تلاش در جهت انسجام بخشها و سازمانهای پشتیبانیکننده صادرات کشور از جمله سیستم بانکی، بیمه، ... به منظور افزایش توان رقابتی شرکتهای ایرانی در مقایسه با رقبا

۷. راهبردهای پیشنهادی

با بررسی جدول شماره ۶۵ مشاهده می شود که به طور خلاصه، راهبردهای پیشنهادی برای توسعه صادرات غیرنفتی ایران به هنگ کنگ در دو بخش راهبردهای ترکیبی یا کلان و راهبردهای مرتبط با هر موقعیت بره شرح زیر هستند:

۱-۷. راهبردهای ترکیبی

راهبردهای ترکیبی توسعه صادرات غیرنفتی ایران به هنگ کنگ عبارت اند از:

- ❖ ایجاد تنوع در سبد محصولات صادراتی کشور به هنگ کنگ
- ❖ توسعه روابط و عضویت در اتحادیه های تجاری منطقه ای و جهانی از جمله WTO
- ❖ تلاش در جهت شناخت دقیق بخشهای مختلف بازار صادراتی هنگ کنگ
- ❖ تلاش در جهت شناخت مزیت های رقابتی رقبا موفق در بازار این کشور
- ❖ حضور موثر در بازار هنگ کنگ از طریق برگزاری نمایشگاه و معرفی جامع محصولات به مشتریان در آن کشور

۲-۷. راهبردهای مرتبط با هر موقعیت

راهبردهای موقعیتی توسعه صادرات غیرنفتی ایران به هنگ کنگ عبارت اند از:

۱-۲-۷. راهبردهای SO

- ❖ بهره گیری از پتانسیلها و توانمندی های صادراتی کشور جهت افزایش صادرات محصولات مورد نیاز هنگ کنگ از جمله میوه و مواد غذایی، چرم، گوشت و مواد پلاستیکی

- ❖ بهره‌گیری از ردیف‌های اعتباری و مشوقهای صادراتی جهت تنوع بخشیدن به گستره محصولات صادراتی کشور به هنگ کنگ

۲-۲-۷. راهبردهای ST

- ❖ برگزاری نمایشگاه‌های اختصاصی و حضور فعال‌تر در نمایشگاه‌های بین‌المللی هنگ کنگ به منظور معرفی محصولات ایرانی
- ❖ ایجاد و گسترش همکاری‌های اثربخش با اتحادیه‌های تجاری منطقه‌ای و جهانی و عضویت در WTO

۳-۲-۷. راهبردهای WO

- ❖ تدوین یک برنامه جامع بررسی بازار به صورت میدانی جهت دستیابی به سهم بازار مناسب در بازار صادراتی هنگ کنگ
- ❖ تلاش در جهت ایجاد ثبات در نرخ تسهیلات بانکی و ارائه تسهیلات ارزان قیمت به منظور افزایش توان رقابت شرکتهای ایرانی در بازار هنگ کنگ
- ❖ تنوع بخشیدن به گروه‌های کالایی ارائه شده به بازار هنگ کنگ

۴-۲-۷. راهبردهای WT

- ❖ راه‌اندازی خطوط دریایی و هوایی بین دو کشور به منظور افزایش مبادلات تجاری و اقتصادی
- ❖ تلاش در جهت انسجام بخش‌ها و سازمانهای پشتیبانی‌کننده صادرات کشور از جمله سیستم بانکی، بیمه، ... به منظور افزایش توان رقابتی شرکتهای ایرانی در مقایسه با رقبا

۸. نتیجه‌گیری و پیشنهادات

با توجه به جایگاه در حال رشد بخش خصوصی در ایران و موقعیت مناسب جغرافیایی و اقتصادی هنگ کنگ در منطقه، همکاری نزدیک‌تر بخشهای دولتی و خصوصی دو کشور منجر به انتقال سریع دانش، سرمایه، فناوری، مدیریت و علم بازاریابی طرفین خواهد شد. ایران دارای منابع غنی طبیعی فراوان از قبیل معادن، زمینهای گسترده کشاورزی، منابع غنی و ارزان نفت و گاز، نیروهای آزموده و با تجربه ارزان قیمت است. از سوی دیگر، دسترسی به بازارهای بزرگ منطقه‌ای (آسیای میانه و مرکزی، قفقاز و کشورهای جنوبی

حاشیه خلیج فارس) و موقعیت ژئوپلیتیکی به عنوان پل بین شرق و غرب، مزیت‌های نسبی فراوانی را برای ایران فراهم نموده که می‌تواند مورد توجه شرکت‌های هنگ‌کنگی قرار گرفته تا حضور فعال‌تری در صحنه تجارت ایران داشته باشند.

روابط تجاری ایران و هنگ‌کنگ در سال‌های گذشته به‌طور عمده تابع فروش برخی کالاهای کشاورزی و مواد خام مانند میوه‌های خوراکی، چرم و پشم و خرید چندین محصول خاص مانند محصولات الکترونیکی، لوازم عکاسی و فیلمبرداری بوده است. همین یکسונگری موجب رشد اندک و نوسان مبادلات تجاری میان دو کشور در سال‌های اخیر شده است.

ایجاد حمایت‌های صادراتی، ارائه اطلاعات مناسب از بخش‌های مختلف بازار، معرفی کالاهای جدید به بازارهای هنگ‌کنگ و تنوع مبادلات تجاری، زمینه توسعه مناسبات اقتصادی و تجاری دو طرف را فراهم می‌سازد. با توجه به اعمال تحریم‌های سیاسی و اقتصادی از سوی غرب، کشورهای منطقه جنوب شرق آسیا از جمله هنگ‌کنگ می‌توانند شرکای تجاری مناسبی برای ایران محسوب شوند.

در زیر به برخی از پیشنهادها و راهکارهای اجرایی به‌منظور افزایش سطح مبادلات تجاری و اقتصادی دو کشور جمهوری اسلامی ایران و هنگ‌کنگ اشاره می‌شود:

الف) تلاش در جهت تقویت توان صادراتی کشور در زمینه صادرات محصولات زیر به بازار هنگ‌کنگ:

- ❖ میوه‌های خوراکی از جمله مرکبات
- ❖ مواد پلاستیکی
- ❖ فرش و سایر صنایع دستی
- ❖ نفت خام و سوخت‌های معدنی
- ❖ محصولات پتروشیمی
- ❖ پوست خام و چرم
- ❖ کرک و پشم
- ❖ گوشت و فراورده‌های گوشتی
- ❖ دیگ‌های بخار و آبگرم
- ❖ آهک، گچ، سیمان و مصالح ساختمانی

❖ شیشه و ظروف شیشه‌ای

❖ پنبه

❖ دانه‌های روغنی

❖ بذر سبزی و میوه

❖ محصولات دارویی

❖ فلزات اساسی همچون آهن، آلومینیوم و مس

❖ کاشی و سرامیک

❖ خشکبار

ب) امضای موافقت‌نامه گمرکی بین ایران و هنگ کنگ با توجه به عضویت این کشور در WTO ، APEC و عضویت نداشتن ایران در این سازمانها به منظور بهره‌مندی شرکتهای ایرانی از تعرفه‌های ترجیحی و افزایش توان رقابتی آنها

❖ ایجاد خطوط هوایی و دریای مستقیم بین دو کشور به منظور افزایش تبادلات تجاری و اقتصادی

❖ امضای موافقت‌نامه تشویق و حمایت متقابل از سرمایه‌گذاری

❖ تسهیل صدور روادید برای تجار و فعالان اقتصادی دو کشور

❖ اعزام هیأت تجاری و صنعتی به هنگ کنگ به منظور ارتقای سطح روابط تجاری

❖ تشکیل اتاق بازرگانی بین دو کشور

❖ انجام مذاکرات بین مقامات دو کشور پیرامون موافقت‌نامه‌های رفع موانع غیرتعرفه‌ای

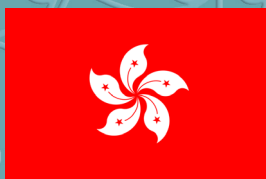
❖ حضور فعال در نمایشگاه‌های بین‌المللی هنگ کنگ و برگزاری نمایشگاه‌های اختصاصی در این کشور

❖ برگزاری کمیسیونهای مشترک به صورت سالانه در هنگ کنگ و ایران به منظور شناسایی فرصت‌های اقتصادی و تجاری دو کشور

❖ مطالعه میدانی بازار کشور هنگ کنگ از سوی نماینده سازمان توسعه تجارت ایران

❖ تلاش در جهت جذب گردشگر از کشور هنگ کنگ با توجه به وجود آثار و مکانهای تاریخی و طبیعی متعدد در ایران و سطح درآمد بالای مردم کشور هنگ کنگ

بخش سوم پیوستها



وبسایتهای اینترنتی وزارت خانه‌ها و سازمانهای مهم هنگ کنگ

وبسایت اینترنتی	نام وزارت یا سازمان
www.afcd.gov.hk	اداره شیلات، بسته‌بندی و کشاورزی
www.archsd.gov.hk	اداره خدمات معماری
www.cedd.gov.hk	اداره توسعه و معماری غیرنظامی
www.cedb.gov.hk	اداره توسعه اقتصاد و تجارت
www.tid.gov.hk	اداره تجارت و صنعت
www.labour.gov.hk	اداره کار
www.enb.gov.hk	اداره محیط زیست
www.dh.gov.hk	اداره بهداشت
www.doj.gov.hk	اداره دادگستری
www.distictcouncils.gov.hk	شوراهای محلی
www.customs.gov.hk	اداره وضع مالیات و خدمات گمرکی
www.bd.gov.hk	اداره ساختمان
www.censtatd.gov.hk	اداره آمار و نفوس
www.cedb.gov.hk.ctb	دفتر فناوری و ارتباطات
www.cedb.gov.hk.citb	دفتر گردشگری، صنعت و تجارت

www.thb.gov.hk	اداره حمل و نقل و سکونت
www.swd.gov.hk	اداره رفاه اجتماعی
www.immd.gov.hk	اداره مهاجرت
www.cma.org.hk	انجمن تولیدکنندگان چینی هنگ کنگ
www.exporters.org.hk	انجمن صادرکنندگان هنگ کنگ
www.mardep.gov.hk	اداره امور دریایی دولت منطقه ویژه اداری هنگ کنگ
www.info.gov.hk.hkma	بانک مرکزی هنگ کنگ
www.tdctrade.com	شورای توسعه تجارت هنگ کنگ
www.ipd.gov.hk	اداره مالکیت فکری هنگ کنگ
www.hongkongpatentagency.com	اداره حق انحصاری اختراع هنگ کنگ
www.hkifa.org.hk	انجمن صندوقهای سرمایه‌گذاری هنگ کنگ
www.gov.hk	دولت منطقه هنگ کنگ
www.investhk.gov.hk	اداره توسعه سرمایه‌گذاری هنگ کنگ

www.gov.hk

فهرست اتاقهای مهم بازرگانی

ردیف	نام اتاق بازرگانی و صنایع	تلفن	نمابر
۱	اتاق بازرگانی عمومی هنگ کنگ	۸۵۲-۲۵۲۹-۹۲۲۹	۸۵۲-۲۵۲۷-۹۸۴۳
۲	اتاق بازرگانی عمومی چینی‌ها	۸۵۲-۲۵۲۵-۶۳۸۵	۸۵۲-۲۸۴۵-۲۶۱۰
۳	اتاق بازرگانی و صنایع عرب	۸۵۲-۲۵۳۰-۶۹۰۰	-
۴	اتاق بازرگانی استرالیا	۸۵۲-۲۵۲۲-۵۰۵۴	-
۵	اتاق بازرگانی بلژیک و لوگزامبورگ	۸۵۲-۳۱۱۵-۷۷۰۹	-
۶	اتاق بازرگانی انگلیس	۸۵۲-۲۸۲۴-۲۲۱۱	-

۷	اتاق بازرگانی کانادا	۸۷۰۰-۲۱۱۰-۸۵۲	-
۸	اتاق بازرگانی هلند	۲۸۰۱-۲۸۱۵-۸۵۲	۲۱۷۳-۲۸۱۵-۸۵۲
۹	اتاق بازرگانی اروپا	۰۸۳۰-۲۹۵۸-۸۵۲	-
۱۰	اتاق بازرگانی و صنایع فرانسه	۶۸۱۸-۲۵۲۳-۸۵۲	-

فهرست بانکهای مهم

ردیف	نام بانک	وب سایت اینترنتی
۱	ABN AMRO BANK N.V	www.abnamro.com.hk
۲	BANK OF CHINA (HONG KONG) LTD	www.bochk.com
۳	BANK OF COMMUNICATIONS CO LTD	www.bankcomm.com.hk
۴	CHINA CONSTRUCTION BANK (ASIA) CORPORATION LTD	www.ccbhk.com
۵	China Merchants Bank	www.chinatrust.com.tw
۶	CHIYO BANKING CORPORATION LTD	www.chiyubank.com
۷	Liu CHONG HING BANK LTD	www.lchbank.com
۸	CITIC KA WAH BANK LTD	www.citickawahbank.com
۹	DAH SING BANK LTD	www.dahsing.com.hk
۱۰	DBS BANK LTD	hk.dbs.com
۱۱	DEUTSCHE BANK AG	www.deutsche-bank.com

فهرست روزنامه‌ها و مجلات بازرگانی و اقتصادی مهم

ردیف	نام نشریه	سایت اینترنتی
۱	Hong Kong Commercial Daily	www.hkcd.com.hk
۲	Metro Finance	www.۱۰۴metrofinance.com
۳	Business New Haven	www.mondotimes.com
۴	Wall Street Journal	www.chinese.wsj.com
۵	Agri-View	www.agriview.com

فهرست چند شرکت بیمه‌ای تجاری مهم

ردیف	نام شرکت	مکان	تلفن	نمبر
۱	Now Insurance Consultants Co	هنگ کنگ	۲۱۴۸-۱۲۲۳	۲۱۴۸-۲۳۶۸
۲	Speedinsure.com Ltd	هنگ کنگ	۲۸۱۱-۳۱۰۸	۲۸۱۱-۳۱۷۵
۳	Global Star Insurance Consultant Ltd	هنگ کنگ	۲۷۸۳-۰۰۰۸	۲۷۷۰-۹۲۷۰
۴	New World Insurance Services Limited	هنگ کنگ	۲۴۸۵-۴۳۷۳	۲۴۸۵-۵۱۴۶
۵	Modern Insurance Consultants Co	هنگ کنگ	۲۴۹۲-۳۲۰۰	
۶	ABC Ins Consultants Ltd	هنگ کنگ	۲۵۸۱-۲۸۵۱	

فهرست چند شرکت باربری مهم

ردیف	نام شرکت	مکان	تلفن
۱	Bentley Porter Novelli Ltd	Wan Chai	۲۸۲۷-۲۱۳۱
۲	Jackel Porter Co Ltd	Tai Po	۲۶۰۴-۹۹۷۷
۳	Jackel Porter Records Storage Ltd	Sha Tin	۲۳۳۱-۸۰۰۰
۴	Porter James M	Repulse Bay	۲۸۰۳-۱۲۸۳

فهرست چند شرکت ترخیص کار گمرکی

ردیف	نام شرکت	آدرس	تلفن
۱	New Luen Sun Declare Serv Co	New Luen Sun Declare Serv Co	۲۶۷۹ ۷۰۸۲
۲	Timax Cargo Servs Co Ltd	Camel Paint Bldg, Kwun Tong	۲۷۹۰ ۹۱۰۸
۳	Luen Sun I & E Carco Declare Serv Co	Chau Tau, Yuen Long San Tin	۲۶۷۳ ۰۹۶۷
۴	Long Rich Enterprises (HK) Ltd	Wah Luen Ind Centre, Sha Tin	۲۶۰۲ ۳۴۸۸
۵	Yuet Fung Declare Serv Co	Hung Kiu San Tsuen, Sheung Shui	۲۶۷۹ ۷۷۴۰
۶	Wide Scence Ind Ltd	Cosmopolitan Centre, Mong Kok	۲۳۹۳ ۱۸۷۲

فهرست شرکتهای مهم مشاوره و تحقیقات بازاریابی

ردیف	نام شرکت	آدرس	تلفن
۱	New Point Marketing Limited	Win Century Centre, Mong Kok	۳۴۲۸ ۵۸۳۰
۲	Advance Mgt Consultants Ltd	Eight Coml Tower, Chai Wan	۲۹۷۶ ۹۳۰۰
۳	Adwish Interactive Marketing Ltd	Wing Shan Tower, Sheung Wan	۲۵۴۳ ۰۰۲۵
۴	Apac Information Mgt Ltd	Sunshine Plaza, Wan Chai	۲۵۹۱ ۶۸۶۳
۵	Aqueous Communications Ltd	Aqueous Communications Ltd	۲۶۴۱ ۹۳۸۲
۶	Astrology Research Institute Ltd	Hollywood Centre, Sheung Wan	۲۸۵۱ ۹۲۰۲

وبسایتهای اینترنتی شرکتهای نمایشگاههای هنگ کنگ

ردیف	نام شرکت	وب سایت
۱	شورای توسعه تجارت هنگ کنگ	http://www.tdctrade.com

فهرست چند شرکت زنجیره‌ای بازرگانی

ردیف	نام شرکت	تلفن	آدرس
۱	ISA Fashion Boutique Internatl Ltd	۲۳۶۶ ۵۸۲۰	Alpha Hse, Tsim Sha Tsui
۲	Choi Wan Chinese Prods Co Ltd	۲۷۵۰ ۵۷۱۰	Mkt Choi Wan Est, Ngau Chi Wan
۳	Wing on	۲۸۵۶ ۰۳۳۳	King's Rd, ۳۹۵ North Point
۴	Chun Chun Emporium Ltd	۲۵۲۹ ۱۲۵۵	Swatow St, ۲۶ Wan Chai
۵	Chung To Chinese Prods Co Ltd	۲۴۷۴ ۵۶۳۵	Kwong Wah Centre, Yuen Long
۶	CRC Dept Store Ltd	۸۱۰۰ ۹۸۲۰	China Resources Bldg, Wan Chai

فهرست چند شرکت مهم صنعتی، بازرگانی، کشاورزی

ردیف	نام شرکت	زمینه فعالیت	تلفن
۱	King's Security Systems Ltd	تولید قطعات تلویزیون	۲۷۷۰ ۳۰۲۸
۲	Elbex Video (HK) Ltd	تولید قطعات تلویزیون‌های مدار بسته	۲۷۹۸ ۷۶۰۸
۳	Golden Casting Company	تجهیزات اولتراسونیک	۲۷۵۹ ۶۲۳۳

۲۴۱۶ ۲۲۶۳	فناوری های الکترونیکی نوین	Forward Technology Industries Ltd	۴
۲۵۷۱ ۲۳۱۱	صادرات و واردات	Asian Dragon Imp Exp Co	۵
۲۵۶۵ ۰۳۲۱	صادرات و واردات	Broadway Imp & Exp Co	۶
۲۶۴۶ ۶۱۱۳	صادرات و واردات	Chang Shing (HK) Imp & Exp Co	۷
۲۷۹۸ ۵۵۶۶	توسعه کشاورزی	B E L Agricultural Development Co Limited	۸
۲۵۷۰ ۰۸۱۴	کشاورزی مدرن	Chaoda Modern Agriculture (Holdings) Ltd	۹

فهرست هتل های چند شهر مهم هنگ کنگ

ردیف	نام هتل	درجه	مکان	تلفن
۱	JW Marriot	۵ ستاره	هنگ کنگ	۸۵۲-۲۸۱۰-۸۳۶۶
۲	Ritz Carlton	۵ ستاره	Central District	۸۵۲-۲۸۷۷-۶۶۶۶
۳	Queen's Hotel	۵ ستاره	Sheung Wan	۸۵۲-۳۱۶۵-۸۷۸۸
۴	Conrad Hotel Hong Kong	۵ ستاره	Queensway	۸۵۲-۲۵۲۱-۳۸۳۸
۵	Langham Hotel	۵ ستاره	Tsim Sha Tsui	۸۵۲-۲۷۳۵-۱۱۳۳
۶	Island Shangri-La	۵ ستاره	Queensway	۸۵۲-۲۸۷۷-۳۸۳۸
۷	Harbour Plaza Metropolis	۴ ستاره	Hung Hom	۸۵۲-۳۱۶۰-۶۸۸۸

۸۵۲-۲۷۳۶-۱۱۸۸	Tsim Sha Tsui	۴ ستاره	Royal Pacific Hotel & Towers	۸
۸۵۲-۲۷۲۱-۵۲۱۵	Tsim Sha Tsui	۴ ستاره	The Royal Garden	۹
۸۵۲-۲۳۱۱-۶۲۸۰	Sheung Wan	۴ ستاره	Lan Kwai Fong Hotel	۱۰
۸۵۲-۲۱۳۱-۵۹۰۸	Sheung Wan	۳ ستاره	Island Pacific Hotel	۱۱
۸۵۲-۲۶۳۹-۱۱۱۱	Tsim Sha Tsui	۵ ستاره	Sheraton Hong Kong Hotel	۱۲
۸۵۲-۲۷۲۱-۱۲۱۱	Tsim Sha Tsui	۵ ستاره	Intercontinental Hong Kong	۱۳

فهرست آژانسهای هواپیمایی در چند شهر مهم هنگ کنگ

ردیف	نام آژانس	تلفن	نمبر
۱	Goexpo Travel Ltd	۲۸۵۱ ۱۱۸۰	۲۸۵۰ ۶۳۶۵
۲	Kam Wing Travel Group Limited	۱۶۴۹ ۱۹۷۷	۱۶۴۹ ۰۲۱۲
۳	Bliss Travel	۳۱۷۵ ۳۸۸۸	۳۱۸۲ ۹۲۰۰
۴	Shoestring Travel Ltd	۲۷۲۳ ۲۳۰۶	۲۷۲۱ ۲۰۸۵
۵	Shaohua Travel Service (HK) Limited	۲۵۶۶ ۰۱۳۳	۲۵۶۶ ۷۳۲۶
۶	Holiday Tours & Travel Ltd	۲۷۳۷ ۶۷۹۸	۲۷۳۵ ۶۸۷۸

فهرست بیمارستانهای چند شهر مهم هنگ کنگ

ردیف	نام بیمارستان	مکان	تلفن
۱	Hong Kong Adventist	ویکتوریا	۸۵۲ ۳۶۵۱-۸۸۸۸
۲	Baptist Hospital	Kowloon Tong	۸۵۲ ۲۳۳۹-۸۸۸۸
۳	Matilda and War Memorial	Peak	۸۵۲ ۲۴۸۹-۰۱۱۱
۴	Canossa Hpspital	Peak	۸۵۲ ۲۵۲۲-۲۱۸۱
۵	The Duchess of Kent Childeren s Hospital	Pok Fu Lam	۸۵۲ ۲۸۱۷-۷۱۱۱
۶	Hong Kong Central Hospital	ویکتوریا	۸۵۲ ۲۵۲۲-۳۱۴۱
۷	St. Paul s Hospital	So Kon Po	۸۵۲ ۲۸۹۰-۶۰۰۸
۸	Kowloon Hospital	کولون	۸۵۲-۳۱۲۹-۷۱۱۱
۹	Alice Ho Miu Ling Nethersole Hospital	Tai Po	۸۵۲-۲۶۸۹-۲۰۰۰
۱۰	Canossa Hospital ((Caritas	Mid-levels	۸۵۲-۲۵۲۲-۲۱۸۱
۱۱	Castle Peak Hospital	Tuen Mun	۸۵۲-۲۴۶۴-۳۱۲۹
۱۲	Evangel Hospital	Ma Tau Wai	۸۵۲-۲۷۱۱-۵۲۲۱

فهرست آژانسهای اتومبیل کرایه‌ای در چند شهر مهم هنگ کنگ

ردیف	نام آژانس	مکان	تلفن
۱	Honor Car Rental Holdings Co Ltd	هنگ کنگ	۸۵۲-۲۳۵۵-۷۹۷۹
۲	Speedy Service Car Rental Company	هنگ کنگ	۸۵۲-۲۶۷۱-۲۹۴۴
۳	Empire Car Rental Co	کولون	۸۵۲-۳۵۲۵-۱۸۹۹

۸۵۲-۲۳۳۰-۴۴۴۰	هنگ کنگ	HK Car Rental	۴
۸۵۲-۲۳۴۱-۰۵۴۱	هنگ کنگ	HK Car Rental Centre	۵

فهرست چند آژانس املاک در شهرهای کولون و ویکتوریا

ردیف	نام آژانس	تلفن
۱	Ka Lok Property Agts	۸۵۲-۲۵۵۷-۳۲۲۰
۲	Kar Fook Property Agts Co	۸۵۲-۲۳۸۲-۷۲۲۷
۳	King Wah Property Agts Co	۸۵۲-۲۵۳۵-۵۷۳۳
۴	Park View Property Agts Co	۸۵۲-۲۸۰۶-۸۲۸۲
۵	Professional Property Agts Co	۸۵۲-۲۴۶۸-۳۳۱۱
۶	Tung Yick Property Agents	۸۵۲-۲۵۵۸-۹۹۰۸

فهرست میلیاردرهای هنگ کنگی در سال ۲۰۰۷ بر اساس لیست فوربس

رتبه در جهان	نام میلیاردر	ثروت خالص (میلیارد دلار)
۱۱	Li Ka-shing	۵.۲۶
۲۳	Raymond Kwok, Thomas and Walter	۹.۱۹
۲۹	Lee Shau Kee	۱۹

نشانی سفارتخانه جمهوری اسلامی ایران در هنگ کنگ

نماینده	نشانی	تلفن	نمبر
سرکنسولگری جمهوری اسلامی ایران	Unit ۲۲۰۲ - ۰۳, ۲۲.F, Office Tower, Convention Plaza, ۱ Harbour Road, Wan Chai, Hong Kong	۸۵۲-۲۸۴۵۸۰۰۲	۸۵۲-۲۸۴۵۸۰۰۱

منابع و مأخذ

۱. آمار گمرک جمهوری اسلامی ایران طی سالهای ۸۵-۱۳۷۵.
۲. پاکدامن، رضا، مدیریت قراردادهای بین‌المللی، شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۸۴ سایت اداره اطلاعات مرکزی آمریکا: www.cia.gov
۳. سایت اطلاع‌رسانی نحوه پراکندگی جمعیت در کشورها: www.citypopulation.de
۴. پورتال دولت مرکزی چین: www.english.gov.cn
۵. سایت دولت منطقه اجرایی ویژه هنگ کنگ: www.gov.hk
۶. سایت وزارت خارجه جمهوری اسلامی ایران: www.mfa.gov.ir
۷. سایت ویکی‌پدیا: www.wikipedia.org
۸. سایت اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران: www.iccim.org
۹. سایت اداره حق انحصاری اختراع هنگ کنگ: www.hongkongpatentagency.com
۱۰. سایت اداره مالکیت فکری هنگ کنگ: www.ipd.gov.hk
۱۱. سایت انجمن صندوق‌های سرمایه‌گذاری هنگ کنگ: www.hkifa.org.hk
۱۲. سایت اطلاع‌رسانی نحوه راه‌اندازی کسب و کار جدید: www.doingbusiness.org
۱۳. سایت وزارت خارجه آمریکا: www.state.gov
۱۴. سایت اداره توسعه سرمایه‌گذاری هنگ کنگ: www.investhk.gov.hk
۱۵. سایت اطلاع‌رسانی ویزای تجاری هنگ کنگ: www.passportandvisas.com
۱۶. سایت اطلاع‌رسانی انواع ویزاهای هنگ کنگ: www.traveldocs.com
۱۷. سایت اطلاع‌رسانی ویزای تجاری هنگ کنگ: www.visarite.com
۱۸. سایت اطلاع‌رسانی در خصوص مسافرت و اقامت در هنگ کنگ: www.tripadvisor.com
۱۹. سایت اداره درآمد داخلی هنگ کنگ: www.ird.gov.hk
۲۰. سایت اطلاع‌رسانی انواع و نحوه ثبت شرکتها: www.doingbusinessinhongkong.com
۲۱. سایت اداره وضع مالیات و گمرک هنگ کنگ: www.customs.gov.hk

۲۲. سایت سازمان همکاری اقتصادی کشورهای آسیا اقیانوسیه: www.apecsec.org.sg
۲۳. سایت شورای توسعه تجارت هنگ کنگ: www.tdctrade.com
۲۴. سایت بانک مرکزی هنگ کنگ: www.info.gov.hk.hkma
۲۵. سایت ادارات تجارت و اقتصاد هنگ کنگ در آمریکا: www.hketousa.gov.hk
۲۶. سایت اطلاع‌رسانی هتلها و مراکز تفریحی و ورزشی: www.hong-kong-hotels.ws
۲۷. سالنامه آمار بازرگانی خارجی گمرک جمهوری اسلامی ایران
۲۸. مجموعه گزارشات بانک جهانی در خصوص منطقه اجرایی ویژه هنگ کنگ، سال ۲۰۰۷
۲۹. مجموعه گزارشات صندوق بین‌المللی پول، دولت منطقه هنگ کنگ، سال ۲۰۰۷
۳۰. گزارشات مختلف در خصوص شرایط اقتصادی و اجتماعی هنگ کنگ، بانک جهانی، سال ۲۰۰۶
۳۱. مجموعه مستندات در خصوص خدمات اداره درآمد داخلی، دولت هنگ کنگ، سال ۲۰۰۷
۳۲. مجموعه گزارشات بررسی بازار بورس هنگ کنگ، سازمان بورس اوراق بهادار هنگ کنگ، سال ۲۰۰۷