

Komentarz ZPP w sprawie potrzeby regulacji chińskich platform e-commerce

- **Dynamiczny rozwój nowych technologii oraz powszechny dostęp do internetu przyczyniły się do wzrostu sprzedaży w kanale cyfrowym. W efekcie platformy e-commerce typu marketplace odgrywają coraz większą rolę w rozwoju gospodarczym.**
- **Potwierdzają to dane. Odsetek polskich internautów, którzy kupują online stale rośnie – obecnie wynosi on 79 proc, a zdaniem ekspertów do 2027 roku wartość rynku e-commerce nad Wisłą zwiększy się o ponad 94 mld zł do 187 mld zł.**
- **W ostatnich latach na europejskim rynku e-commerce popularność zyskują chińskie firmy, które wykorzystują luki w unijnym prawie, co uderza w interesy lokalnych graczy i łamie zasady uczciwej konkurencji. Problem dostrzega Komisja Europejska, która zapowiedziała zniesienie progu 150 euro, poniżej którego zakupy spoza UE są zwolnione z cła.**
- **Ministerstwo Rozwoju i Technologii podąży za KE – w wykazie prac rządu znalazła się już ustawa dotycząca rozporządzenia o subsydiach zagranicznych oraz ustawa o organach nadzoru rynku.**
- **Dodatkowo minister finansów Andrzej Domański informował, że Ministerstwo Finansów przygotowuje plan działania dotyczący ograniczenia potencjalnej, nieuczciwej konkurencji ze strony zagranicznych platform handlu w internecie.**
- **Środowiska biznesowe od miesięcy postulują wzmocnienie skuteczności egzekwowania przepisów wobec przedsiębiorców spoza UE, zarówno na poziomie UE jak i krajowym. Duże nadzieje pokładane są w implementowanych właśnie przepisach rozporządzeń CPC oraz GPSR (dot. bezpieczeństwa produktów).**
- **Związek Przedsiębiorców i Pracodawców popiera wszelkie inicjatywy wspierające walkę z nieuczciwą konkurencją oraz ujednociające przepisy dla spółek, które funkcjonują w Unii Europejskiej.**

Sektor e-commerce od lat jest jednym z motorów napędowych gospodarki. Rozwój nowych technologii – a w ostatnich latach przede wszystkim pandemia COVID-19 – na stałe zmieniły

nawyki konsumentów. Lockdown oraz ograniczenia w dostępie do stacjonarnych sklepów sprawiły, że zakupy online dla wielu stały się jedyną możliwością zaspokojenia potrzeb. Choć okres pandemii jest już tylko wspomnieniem, przyzwyczajenia wyrobione w tym czasie pozostały. Dziś zakupy online to nie tylko trend, ale często pierwszy wybór konsumentów. Na platformach e-commerce typu marketplace dokonywanych jest prawie 35 proc. globalnych zakupów online, a według wyliczeń ChannelX w 2027 r. będzie to już 60 proc. ogółu e-handlu¹. Polacy również pokochali zakupy online – jak pokazuje raport IAB Polska, odsetek internautów, którzy wybierają zakupy online rośnie – obecnie wynosi on 79 proc.².

Na polskich stronach zakupy robi 75 proc. konsumentów, a 30 proc. z nich wybiera portale zagraniczne. Coraz częściej są to azjatyckie platformy zakupowe, takie jak AliExpress, Temu czy Shein, które w ostatnich latach skupiają się na ekspansji europejskiego rynku e-commerce. Chińscy eksporterzy oferują swoje produkty europejskim klientom za pośrednictwem chińskich, jak i zachodnich platform e-commerce, a także własnych sklepów internetowych³. Jak wynika z danych Statisty w 2023 roku w państwach UE oraz w Wielkiej Brytanii udział konsumentów, którzy dokonali zakupów w handlu elektronicznym od chińskich sprzedawców, wynosił 40 proc. lub więcej⁴.

Rosnąca popularność zakupów w chińskich sklepach stawia przed lokalnym e-commerce liczne wyzwania, nie ograniczające się jedynie do konkurencji cenowej i nielegalnego kopiowania produktów. Działalność chińskich firm budzi liczne kontrowersje, w tym zarzuty dotyczące metod i zakresu zbierania danych osobowych oraz ich późniejszego wykorzystywania, bezpieczeństwa produktów oferowanych europejskim konsumentom, metod reklamowania oraz stosowania nieuczciwych praktyk konkurencyjnych, które negatywnie wpływają na firmy działające w Unii Europejskiej.

Chińskie wsparcie dla eksportu w e-commerce

Rosnąca dominacja chińskich firm, to problem systemowy i nie jest efektem wyłącznie słabych, niewystarczająco egzekwowanych regulacji obowiązujących na terenie Unii Europejskiej. Jak wynika z raportu e-Izby od czasu pandemii COVID-19 chińska gospodarka

¹<https://ksiegowosc.infor.pl/obrot-gospodarczy/dzialalnosc-gospodarcza/6630610,chińskie-platformy-marketplace-podbijaja-europejski-rynek-i-logistykę-ecommerce-jakie-skutki-w-europie-i-polsce.html>

² <https://www.iab.org.pl/aktualnosci/raport-e-commerce-w-polsce-2023/>

³<https://www.stockwatch.pl/wiadomosci/europejskie-sklepy-internetowe-skarza-sie-na-nieuczciwa-konkurencje-z-chin,sektor-handel-i-konsumpcja,328693>

⁴Ididem

wyraźnie spowolniła, a kierownictwo KPCh podjęło działania mające na celu pobudzenie. Wzrost eksportu został uznany za jeden z efektywnych sposobów na szybkie złagodzenie trudnej sytuacji ekonomicznej⁵. Ze względu na dynamiczny wzrost wartości eksportu w modelu e-commerce w poprzednich latach, uznano go za odpowiednie narzędzie do zwiększenia zagranicznej ekspansji chińskich firm. Od 2020 roku chińskie władze zintensyfikowały wdrażanie środków wspierających eksport w e-commerce, takich jak dotacje, subsydia i inne formy wsparcia finansowego na każdym etapie produkcji czy też wysyłki towarów, rozwój infrastruktury oraz korzystne regulacje prawne.

Chińskie władze były na to przygotowane – już na długo przed pandemią COVID-19 udzielały wsparcia przedsiębiorstwom działającym w modelu e-commerce, pomagając im uzyskać przewagę nad zagranicznymi firmami. Chińska gospodarka jest kontrolowana przez rząd i podporządkowana celom politycznym KPCh, sterowana za pomocą planów gospodarczych i regulacji prawnych⁶. Wytyczne i regulacje ogłaszane na poziomie centralnym lub regionalnym często zawierają ogólne przepisy, które nakazują lokalnym władzom wdrażanie konkretnych środków wspierających ekspansję chińskich przedsiębiorstw. Plany na wyższych szczeblach określają cele, środki, branże do wsparcia oraz organy odpowiedzialne za realizację zadań. Na przykład, plan wsparcia rozwoju handlu e-commerce w prowincji Jiangsu zakłada, że do końca 2025 roku powstanie 120 parków produkcyjnych, a co najmniej 600 firm osiągnie wysoką konkurencyjność na rynkach zagranicznych. Plan przewiduje również utworzenie 100 silnych marek i 100 zagranicznych magazynów przez firmy z Jiangsu. Podobnie, prowincja Guangdong planuje utworzenie 30 parków przemysłowych, w których będzie zarejestrowanych ponad 100 tys. przedsiębiorstw eksportowych.

Jednym z kluczowych elementów wsparcia dla e-commerce są pilotażowe strefy handlu transgranicznego. Ich liczba dynamicznie wzrosła, a pod koniec 2022 roku mogło być ich już nawet 165. Te strefy oferują korzystne rozwiązania celne, podatkowe, logistyczne oraz wsparcie finansowe. W Chinach działa 386 parków przemysłowych skupiających przedsiębiorstwa e-commerce, w których zarejestrowanych jest około 60 tys. firm. Preferencje podatkowe i dotacje wspierają głównie eksport. Przedsiębiorstwa prowadzące detaliczną sprzedaż eksportową są zwolnione z VAT i podatku konsumpcyjnego, a także

⁵ <https://drive.google.com/drive/folders/1uJGBr0-JRD8cL-6Nfssc4fS-QNarn3oe>

⁶ Ibidem

mogą korzystać z preferencyjnej stawki CIT w wysokości 4%. Dodatkowo, firmy mogą liczyć na wsparcie w postaci preferencyjnych ubezpieczeń inwestycji zagranicznych i kredytów eksportowych udzielanych przez Sinosure.

Infrastruktura logistyczna jest kluczowym elementem wspierającym ekspansję chińskiego e-commerce. Chińskie firmy zakładają zagraniczne magazyny, co skraca czas realizacji zamówień i ułatwia formalności celne. Subsydia są jednym z głównych środków wsparcia, np. miasto Harbin oferuje dotacje do 50 proc. kosztów założenia magazynu, a miasto Xiamen - 2 mln RMB na nowo zakładany magazyn. Dotacje dla transportu kolejowego do Europy również wspierają ekspansję chińskiego e-commerce. Koszt wysyłki jest utrzymywany na niskim poziomie dzięki dopłatom, np. Chongqing przeznaczał 800 mln RMB rocznie na wsparcie transportu kolejowego, a Jiangsu - 160 mln RMB rocznie⁷.

Sukces pokazują dane. Według Reutersa chińskie firmy fast fashion, takie jak Temu i Shein, odpowiadają obecnie za około połowę transgranicznego e-handlu Chin, a cały cross-border e-commerce z tego kraju zajmuje około jedną trzecią globalnej pojemności przewozowej w transporcie lotniczym na długich dystansach. Te dwie platformy wysyłają do USA prawie 600 tys. paczek dziennie, co w hubach lotniczych, takich jak Guangzhou i Hong Kong, prowadzi do braku rozróżnienia między operacjami w szczycie i poza szczytem przewozów. W rezultacie coraz częściej pojawiają się problemy z przepustowością, co podnosi stawki transportowe⁸.

Dane Chińskiego Ministerstwa Handlu pokazują, że eksport z trzech głównych chińskich platform marketplace na lotniskach w Szanghaju wzrósł dziesięciokrotnie w 2023 roku w porównaniu do 2022 roku. Dodatkowo Cargo Facts Consulting podaje, że Temu wysyła 4 tys. ton ładunków lotniczych dziennie, Shein 5 tys. ton, Alibaba 1 tys. ton, a TikTok 800 ton. To łącznie odpowiada 108 frachtowcom Boeing 777 startującym z Chin każdego dnia. Coresight Research wylicza, że Shein, odpowiadając za około 20 proc. globalnego rynku fast fashion pod względem wartości sprzedaży, generuje tak duże zapotrzebowanie na zdolności przewozowe, że ogranicza miejsce dla innych sektorów korzystających z frachtowców. Dodatkowo sytuację pogarsza utrzymująca się blokada Morza Czerwonego.

⁷ Ibidem

⁸<https://ksiegowosc.infor.pl/obrot-gospodarczy/dzialalnosc-gospodarcza/6630610,chińskie-platformy-marketplace-podbijaja-europejski-rynek-i-logistyke-ecommerce-jakie-skutki-w-europie-i-polsce.html>

Chińskie platformy na celowniku Unii Europejskiej

Komisja Europejska dostrzega problem azjatyckiej dominacji w sektorze e-commerce i zapowiedziała, że pierwszym elementem szerszych kontroli chińskich firm handlujących przez internet będą nowe regulacje. Chińskie firmy wykorzystują możliwość sprzedawania towarów o wartości do 150 euro bez konieczności płacenia cła, wprowadzając je na rynek Unii Europejskiej jako osoby prywatne, a nie jako firmy. W 2022 roku Temu i Shein zapłaciły w Unii Europejskiej łącznie \$0 opłat celnych.

Taka forma sprzedaży internetowej utrudnia organom takim jak służba celna, czy UOKiK kontrolowanie jakości importowanych produktów, w tym ich bezpieczeństwa, zwłaszcza w przypadku towarów dla dzieci. Dzięki temu chińska platforma sprzedażowa Temu zdobyła wiele rynków europejskich w ciągu zaledwie pół roku, co w przypadku innych firm e-commerce byłoby niemożliwe. Jak podaje Rzeczpospolita w 2023 r. do UE trafiło 2,3 mld artykułów poniżej progu bezcłowego 150 euro, a import e-commerce wzrósł ponad dwukrotnie w ujęciu rok do roku⁹. Chińscy sprzedawcy korzystają z również z dotowanych kosztów wysyłki, co oznacza, że opłacalne jest wysyłanie tanich towarów drogą lotniczą.

Problemem wykracza daleko poza nieuczciwą konkurencję cenową. Produkty wprowadzane na europejski rynek często pozbawione są odpowiednich testów bezpieczeństwa i kontroli jakości. Śledztwo z 2021 r. wykazało, że materiały używane do produkcji odzieży Shein zawierają wysokie poziomy potencjalnie niebezpiecznych chemikaliów, w tym ołowiu, substancji perfluoroalkilowych (PFA) i ftalanów. Skrajnie niebezpieczne substancje znajdują się także w zabawkach czy innych produktach dla dzieci (np. butach). Greenpeace opublikowało również badanie, w którym stwierdzono, że różne produkty chemiczne stosowane w produktach Shein przekraczają poziom dozwolony przepisami UE. Inne poważne naruszenia związane mogą być z pracą dzieci czy tzw. współczesnym niewolnictwem. Reportaże o platformach azjatyckich dostępne w internecie przerażają, pokazując ciemne strony niskiej ceny oferowanych tam towarów.

Do tego potrzeba nowych, unijnych przepisów oraz skutecznego egzekwowania dostępnego instrumentarium prawnego na poziomie UE, bo firmy z Chin potrafią w ciągu zaledwie tygodnia zmieniać asortyment oferowanych towarów lub zasady ich sprzedaży. Na podobne

⁹<https://www.rp.pl/handel/art40759601-beda-cla-na-produkty-kupowane-z-chin-ke-planuje-uderzenie-w-temu-i-shein>

praktyki zwracają uwagę czołowe europejskie organizacje konsumenckie – siedemnaście z nich złożyło oficjalną skargę do Komisji Europejskiej w sprawie działalności chińskiej platformy e-commerce Temu¹⁰. Organizacje przede wszystkim zwracają uwagę na nielegalne praktyki platformy i działania, które mogą naruszać Akt o Usługach Cyfrowych (DSA). Wśród zarzutów pojawia się m.in. sprzedaż niebezpiecznych produktów, produktów niezgodnych z przepisami lub nawet podróbek. Na celowniku znalazła się głównie platforma Temu, która zdaniem organizacji, często pozostawia konsumentów w niepewności co do rzeczywistego dostawcy produktu, co utrudnia im podejmowanie świadomych decyzji i sprawdzanie unijnych certyfikatów bezpieczeństwa. Jednak zarzuty nie kończą się na kwestiach bezpieczeństwa. Organizacje konsumenckie wskazują również na nieuczciwe praktyki handlowe, takie jak manipulowanie konsumentami za pomocą "dark patterns" projektowania interfejsów czy utrudnianie procesu zamykania kont.

Działania polskiego rządu

Polski rząd w ślad za Komisją Europejską również zapowiedział działania przeciwdziałające nieuczciwym praktykom chińskich platform. Jak podkreśla Ignacy Niemczycki, wiceminister rozwoju i technologii „Podjęliśmy prace nad tym, żeby skutecznie wdrażać istniejące przepisy europejskie. W wykazie prac rządu pojawiła się już ustawa dotycząca rozporządzenia o subsydiach zagranicznych, a niedawno pojawiła się też ustawa o organach nadzoru rynku – właśnie po to, żeby egzekwować istniejące przepisy. Natomiast na forum UE zastanawiamy się nad tym, jak zadbać o europejskich przedsiębiorców z branży e-commerce, ponieważ chcemy, żeby oni funkcjonowali na takich samych zasadach, mieli takie same warunki konkurencji jak firmy z Azji”¹¹. W tym kontekście warto również wskazać, że w maju br. Wiceminister Rozwoju i Technologii Jacek Tomczak wystosował do europejskich oddziałów firm Temu i Shein w Irlandii pisma wskazujące na zakres naruszeń przepisów jakich ww. platformy dopuszczają się na polskim rynku.

Pierwszym krokiem ma być skuteczny nadzór i kontrola towarów, a także kontrola chińskich platform, czy przestrzegają europejskiego prawa, a także priorytetyzacja egzekwowania przepisów - konsumenckich, dot. bezpieczeństwa produktów, podatkowych, etc., wobec

¹⁰<https://businessinsider.com.pl/biznes/europejskie-organizacje-skarza-sie-komisji-europejskiej-na-temu/sej2hw1>

¹¹<https://www.stockwatch.pl/wiadomosci/europejskie-sklepy-internetowe-skarza-sie-na-nieuczciwa-konkurencja-e-z-chin,sektor-handel-i-konsumpcja,328693>

platform chińskich. Organizacje biznesowe pokładają nadzieje w zastosowaniu przepisów rozporządzenia CPC (projekt ustawy je wdrażający ponownie będzie skierowane do Wykazu Prac Legislacyjnych RM) oraz ustawy o ogólnym bezpieczeństwie produktów wdrażającej unijne rozporządzenie GPSR właśnie wobec platform chińskich, których naruszenia prawa są rażące i wymagają zdecydowanego działania. Aktualnie zawiadomienia o nieprzestrzeganiu praw konsumentów przez chińskie platformy internetowe trafiają nie tylko do UOKiK, ale także do ECK i Rzeczników Praw Konsumentów. Skargi dotyczą głównie serwisów zakupowych. Polskie firmy same domagają się większych kontroli, aby wyeliminować skutek działań UOKiK i inspekcji handlowych – licznych nieuczciwych sprzedawców e-commerce. UOKiK prowadzi już postępowania wobec Temu i Shein, jednak ich rezultat na razie nie jest znany.

MRiT organizuje międzyresortowe spotkania poświęcone kwestii efektywnego kierowania oferowanych produktów do kontroli. Obecnie trwają prace nad różnymi rozwiązaniami mającymi na celu zapewnienie skuteczności tych działań. Może być konieczne dostosowanie definicji i mechanizmów zawartych w ustawach, aby odpowiadały one modelowi sprzedaży na platformach internetowych. Jak podkreśla Minister Niemczycki, lista zastrzeżeń dotyczących jakości i parametrów technicznych produktów oferowanych na tych platformach jest długa.

Polska nie jest sama – Francja, Niemcy i Wielka Brytania podejmują stanowcze działania przeciwko nieuczciwym praktykom chińskich platform e-commerce. W listopadzie 2021 roku francuski Dyrektoriat Generalny ds. Konkurencji, Konsumenta i Zwalczania Nadużyć Finansowych (DGCCRF) usunął platformę Wish z wyszukiwarek internetowych i sklepów z aplikacjami z powodu szkodliwych produktów, a w marcu 2024 roku wprowadził ustawę nakładającą dodatkowe opłaty na źle oceniane firmy fast fashion oraz zakaz reklamy od 2025 roku. W Niemczech w marcu 2024 roku stowarzyszenie konsumenckie VZBV wydało ostrzeżenie przeciwko Temu za naruszenia prawa konsumenckiego, a w kwietniu 2024 roku ostrzegło przed manipulacyjnymi praktykami Shein. Minister Finansów Nadrenii-Westfalii oraz politycy SPD domagają się zniesienia zasady de minimis, która zwalnia towary o wartości poniżej 150 euro z cła. W Wielkiej Brytanii, od IV kwartału 2023 roku, nasilono kontrole nad Shein i Temu, oskarżając je o pracę przymusową, unikanie cła, problemy z bezpieczeństwem produktów, naruszenia prywatności danych oraz brak zrównoważonego

rozwoju. Brytyjskie organy legislacyjne pracują również nad nowymi regulacjami, które mają przeciwdziałać podobnym praktykom.

Związek Przedsiębiorców i Pracodawców popiera wszelkie działania podejmowane na poziomie unijnym oraz polskiego rządu, których celem jest walka z nieuczciwą konkurencją chińskich platform e-commerce. Działalność tych firmy wykorzystuje luki w unijnym prawie, co szkodzi lokalnym przedsiębiorcom. W naszej opinii należy prowadzić inicjatywy, które mają na celu ujednoczenie przepisów i skuteczne ich stosowanie nie tylko wobec przedsiębiorców unijnych ale właśnie chińskich oraz eliminację antyrynkowych praktyk , aby zapewnić równe warunki prowadzenia biznesu dla wszystkich firm funkcjonujących w Unii Europejskiej.