



# سیاست دو فرزند در چین و تاثیر آن بر افزایش فروش محصولات بی بافت

مترجم: آزاده موحد

درصد افزایش یافته و به ۱۷/۴۶ میلیون نفر رسیده است که از سال ۲۰۰۰ به بعد یک رکورد محسوب می‌شود. ادا اریبلی، تحلیل‌گر داکسو می‌گوید که بنا بر گزارش رادیو ملی چین، ۴۵ درصد این نوزادان فرزند دوم خانواده هستند که یعنی تحقق سیاست جدید دو فرزند تا حدی باعث تشویق زوج‌ها به داشتن فرزند دوم شده است.

علاوه بر آن داکسو به سیر جالب فروش پوشاک در دو پلتفرم مهم خرید آنلاین در چین یعنی تائوبائو و تی مال اشاره می‌کند. در سال ۲۰۱۶ میزان فروش کمپانی‌های پوشاک هاگیز (آمریکا)، پمپرز (آمریکا) و مامی پوکو (چین) نسبت به سال قبل به ترتیب ۱۰۵/۸۸، ۶۸/۷۷ و ۳۶/۰۸ درصد افزایش یافته و به ۱۴۷ میلیون، ۱۳۳ میلیون و ۵۷ میلیون دلار آمریکا رسیده است. البته فروش کمپانی کاتو مریز (ژاپن) تنها با ۳/۱۳ درصد رشد به ۱۰۳ میلیون دلار آمریکا رسیده است.

مجموع فروش پوشاک در تائوبائو و تی مال در ماه مارس ۱/۳ میلیون دلار بوده که نسبت به دوره مشابه سال قبل ۲۰ درصد رشد داشته است. در فستیوال خرید Double 11 سال ۲۰۱۶ که در ۱۱ نوامبر برگزار شد، مجموع فروش پوشاک در تائوبائو و تی مال به ۲۳۸ میلیون دلار رسیده که نسبت به روز مشابه در سال قبل دارای رشد عجیب و غریب ۱۰۳ درصدی بوده است.

اریبلی می‌گوید: «داده‌ها نشان می‌دهد که فروش محصولات بی بافت یک بار مصرف همچنان به رشد خود ادامه خواهد داد. در عین حال می‌توان از روی داده‌ها مشاهده کرد که مصرف‌کنندگان همچنان مصرف پوشاک‌های خارجی گران قیمت را به برندهای داخلی ترجیح می‌دهند که این به معنای تاکید آن‌ها بر کیفیت است.»

او اضافه کرد که تا زمانی که نگرانی و حساسیت والدین چینی نسبت به کیفیت، ایمنی و راحتی پوشاک‌هایی که خریداری می‌کنند روز به روز زیادت‌تر می‌شود، همچنان فرصت‌های زیادی برای تولید محصولات بی بافت با کیفیت بالا و خواص ویژه وجود دارد برای مثال استفاده از مواد اولیه ضد میکروبی در پوشاک‌ها یا پوشاک‌های بر پایه مواد اولیه زیستی که هم باعث افزایش راحتی پوشاک‌ها می‌شوند و هم دوستدار محیط زیستند.

تینا ژو، تحلیل‌گر تجاری موسسه تحقیقات بازار چین واقع در شانگهای، عقیده دارد که سیاست دو فرزند تاثیر چشمگیری بر بازار محصولات بی بافت چین در آینده خواهد گذاشت و پیش‌بینی می‌کند فروش پارچه‌های بی بافت در کشور طی پنج سال آینده ۲۵-۳۰ درصد زیاد شود. به گفته‌ی ژو مهم‌ترین عامل این رشد، تقاضا برای پوشاک در شهرهای کوچک یا به اصطلاح سطح پایین‌تر و درجه دوم چین است. در این شهرها در مقایسه با شهرهای درجه اول، فشار هزینه‌های زندگی برای مثال اجاره خانه یا هزینه تحصیل بر روی خانواده‌ها کمتر است. بنابراین

کم پیش می‌آید که بخش بی بافت بتواند سیاست یک دولت را که تاثیر مستقیمی بر فروش آن نیز دارد، تعیین کند ولی این مورد دقیقا مشابه سیاست دو فرزند در چین است که پیش‌بینی می‌شود باعث افزایش چشمگیری در فروش دستمال‌های مرطوب و پوشاک بچه شود.

دولت چین در اکتبر ۲۰۱۵ اعلام کرد که سیاست تک فرزند پس از تصویب و اجرای آن از سال ۱۹۷۹ به بعد، در اول ژانویه ۲۰۱۶ لغو می‌شود. با توجه به جمعیت ۱/۳۷ میلیاردی چین، تصور این که چنین تغییری مهمی چه تاثیر بزرگی حداقل از لحاظ تئوری بر صنایع بی بافت در جهان می‌گذارد، سخت نیست. نرخ تولد در چین برای یک مدت زمان طولانی کمتر از نرخ جایگزینی جمعیت بوده است؛ برای هر زن ۱/۶ فرزند بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۵.

اما تقریباً دو سال پس از تغییر سیاست تک فرزند، درک این موضوع که اصلاحات چه تغییرات واقعی و اساسی در تصمیم‌گیری زوج‌ها برای بچه‌دار شدنشان در زمان حال و آینده ایجاد می‌کند، برای مقامات دولتی، جمعیت‌شناسان، محققان بازار و کارآفرینان دشوار شد.

آن چه که واضح است این است که صرف دادن مجوز به زوج‌های چینی برای داشتن یک فرزند دیگر باعث افزایش ناگهانی نرخ تولد در این کشور نخواهد شد و لازم است تدابیر دیگری برای تشویق آن‌ها به داشتن خانواده‌ای بزرگ‌تر اتخاذ شود. پاول چنگ، مدیر کل شعبه کمپانی تایوانی نان لیو در چین می‌گوید: «در آغاز همه تصور می‌کردند که سیاست جدید باعث افزایش چشمگیر تقاضا برای محصولات بی بافت می‌شود اما چنین نشد چون تصور زوج‌های جوان چینی این است که پرورش و تربیت فرزند دوم گران و هزینه‌بر است. به طور هم‌زمان قیمت محصولات بی بافت در چین به دلیل رقابت بیش از حد کاهش پیدا کرد به این معنا که افزایش مصرف پوشاک بچه در بخش روستایی چین به هیچ وجه در حد انتظار ما نبود.»

با این وجود خبرهای رسیده از حجم مصرف پوشاک‌های یک بار مصرف خوب است چون با کاهش قیمت آن‌ها جمعیت روستایی از پوشاک‌های پنبه‌ای قدیمی و قابل شستشو به پوشاک‌های یک بار مصرف روی آورده‌اند. ضریب نفوذ پوشاک‌های بی بافت در کل بازار چین به حدود ۵۰ درصد رسیده است.

## خط سیر رشد

برآوردهای انجام شده توسط محققین بازار بسیار خوش‌بینانه‌تر از اظهارات چنگ است. کمپانی مشاوره‌ای Daxue واقع در شانگهای اشاره کرد که داده‌های به دست آمده از کمیسیون ملی سلامت و برنامه‌ریزی برای خانوار چین نشان می‌دهد که جمعیت نوزادان در سال ۲۰۱۶ در چین نسبت به سال قبل از آن ۱۱/۵



است که با در نظر گرفتن پاداش های نقدی و مشوق های دیگر، سعی در افزایش نرخ تولد بسیار پایین در این کشور دارد که البته در این مسیر موفقیت چندانی هم کسب نکرده است. نرخ تولد در این کشور کمتر از یک فرزند برای هر خانواده است. چنگ می گوید: «وضعیت در تایوان و سرزمین اصلی چین مشابه است. در واقع این تنها پدر و مادرها نیستند که فرزند دوم می خواهند بلکه پدر بزرگ ها و مادر بزرگ ها نیز خواستار ادامه نسلشان هستند.»

این موضوع تا حدی ریشه در عقاید نسل های قدیمی دارد. مردم در تایوان و همچنین در سرزمین اصلی چین عقیده دارند که چنانچه بعد از مرگ، آداب مربوطه توسط فرزند پسرشان در معابد و زیارتگاه ها انجام نشود، به ارواحی گرسنه تبدیل می شوند. شورای دولتی چین در ژانویه اعلام کرد که نرخ تولد همچنان پایین است و باید افزایش پیدا کند چون باعث بروز چالش هایی شده است نظیر کاهش نیروی کار و رشد سریع جمعیت مسن.

البته ماتئاس استپان، رییس برنامه تحقیقاتی سیاست عمومی از موسسه مرکاتور - یک اتاق فکر آلمانی - بیان کرد که در حال حاضر نشانه های آشکاری از آماده سازی سیاست های مربوط به افزایش نرخ تولد توسط دولت وجود ندارد. او اشاره کرد که حتی هنوز پاسخی به این پرسش که آیا بیمه زایمان برای فرزند دوم به همان مقدار فرزند اول است یا خیر، داده نشده است.

#### بیمه زایمان

استپان شرح می دهد: «بیمه زایمان که در استان های مختلف متفاوت است برای یک بار زایمان می باشد و حدود ۸۰ درصد هزینه های زایمان را پرداخت می کند. این واقعیت که هنوز در مورد پوشش بیمه برای فرزند دوم شفاف سازی نشده است، نشان می دهد که هنوز راه زیادی پیش رو است و من هم تا کنون نشانه هایی از وجود مزایای مالیاتی و چنین مشوق هایی که زوج ها را ترغیب به داشتن فرزند دوم کند، مشاهده نکرده ام.»

او اضافه کرد: «بیمه زایمان جایگزین صد در صد درآمد اسمی مادر در ۸۰ تا ۱۲۰ روز اول پس از زایمان می شود اما در چین مزایا و پاداش بخش بزرگی از درآمد اسمی را به خود اختصاص می دهد، بنابراین بیمه زایمان تنها ۵۰-۴۰ درصد درآمد مادر را تامین می کند. استپان عقیده دارد که احتمالاً این موضوع با توجه به مشکلاتی که در پی رشد جمعیت سالخورده در چین به وجود می آید، زودتر در دستور کار سیاسی قرار می گیرد.»

در سال ۲۰۱۳ وزارت بهداشت چین با کمیته ملی برنامه ریزی جمعیت و خانواده ادغام شد که به روند سیاست فرزند دوم کمک کرد. این کار نشانه ای از تمایل دولت برای تشویق فرزندان به نگهداری از والدین پیرشان به جای سپردن آن ها به مراکز عمومی گران تر بود. در واقع کمیته می تواند به آژانسی برای تبلیغ بچه دار شدن به جای ایجاد محدودیت، تبدیل شود که این باعث افزایش فروش بی بافت ها در چین خواهد شد.

#### مرجع:

Jens Kastner, "China's two-child policy boosts nonwoven sales", wtin.com

داشتن فرزند دوم برای آن ها راحت تر می باشد. ژو می گوید: «عامل دیگر رشد بازار بی بافت ها تقاضا از سوی بیمارستان ها و به ویژه بخش اطفال بوده است.» او با این قضیه موافق است که برندهای خارجی وارد کننده ی پوشک با کیفیت، مهم ترین قشری هستند که حداقل در ابتدا از این موضوع نفع می برند. در واقع او عقیده دارد که آن ها همچنین در پنج سال آینده دارای عملکرد بهتری نسبت به برندهای داخلی خواهند بود. او می گوید در حالی که خانواده ها توانایی مالی داشتن دو فرزند را داشته باشند و مشکلات اقتصادی آنچنانی هم نداشته باشند، بیشترشان پوشک هایی را انتخاب می کنند که به نظرشان با کیفیت تر است.

در نهایت مصرف کنندگان به دنبال موقعیتی خواهند بود که با هزینه کم بتوانند کیفیت عالی در اختیار داشته باشند. بنابراین ژو عقیده دارد که فروش پوشک به قیمت بین ۰/۰۷ تا ۰/۱۱ دلار برای هر عدد بهترین حالت است چه از نظر اقتصادی و چه از نظر قابل اعتماد بودن.

کمپانی انگلیسی مینتل، فعال در عرصه تحقیقات بازار نیز انتظار رشد این بخش را دارد و گزارش می دهد که در سال ۲۰۱۶، بازار پوشک های یک بار مصرف و دستمال های مرطوب نوزادان در چین دارای ۱۱ رشد سالیانه بوده و به ۷/۸ میلیارد دلار رسیده است. مینتل همچنین پیش بینی می کند که بازار خرده فروشی پوشک های یک بار مصرف و دستمال های مرطوب نوزادان در چین تا سال ۲۰۲۱ به ۱۳/۴ میلیارد دلار خواهد رسید. میزان نرخ رشد ترکیبی سالانه از سال ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۱، ۱۱/۵ درصد خواهد بود.

#### خوش بینی محتاطانه

جالب است که یکی دیگر از موسسات مهم تحقیقات بازار، یورومونیتور اینترنشنال واقع در لندن در این مورد محتاط تر نظر می دهد و نظری مشابه نظر چنگ از کمپانی نان لیو دارد.

شانگ چن، تحلیل گر ارشد کمپانی یورومونیتور می گوید که تعداد زوج هایی که مایل به داشتن فرزند دوم هستند، بیش از حد انتظار است. چن می گوید بیشتر والدینی که تصمیم به داشتن فرزند دوم می گیرند یا نسبتاً ثروتمندند و یا سن مادر خانواده بیشتر از ۳۵ سال است.

او اضافه کرد: «پیش بینی می شود سال ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ پیک رشد فروش پوشک های یک بار مصرف و شورت های آموزشی کودک باشد ولی پس از آن به دلیل کم شدن اثر سیاست دو فرزند در طول زمان، روند رشد کاهش پیدا کند.»

البته چنگ از کمپانی نان لیو می گوید که کمتر بودن نرخ تولد از حد انتظار ممکن است دولت چین را به اتخاذ تدابیر جدیدی برای افزایش نرخ تولد تشویق کند. او اضافه کرد: «در حال حاضر صحبت تمامی افراد فعال در بخش بی بافت ها در چین پیرامون احتمال اتخاذ سیاست های جدید دولت برای افزایش نرخ تولد می باشد.»

این می تواند باعث افزایش بیشتر فروش شود اما چنگ هشدار می دهد که این افزایش اضافی پایدار نیست. چنگ به تجربه کشور خودش تایوان اشاره می کند که ۲۳/۵ میلیون جمعیت دارد و هیچ گاه شاهد اجباری از سوی دولت برای کنترل زاد و ولد نبوده است چه برسد به سیاست تک فرزند. دولت تایوان بیش از یک دهه