

Общие рекомендации

Принимая решение об импорте из Китая, рекомендуем сначала убедиться в наличии или отсутствии аналогичных предложений на российском внутреннем рынке, в частности, с использованием инструментов ГИСП и запущенной Минпромторгом «Биржи импортозамещения» (<http://etpgpb.ru>). Просим также учитывать, что поиск и работа с зарубежными партнерами требуют времени, точного соблюдения законодательства двух стран и могут быть сопряжены с рядом трудностей как для экспортеров, так и для импортеров. Рекомендуем также изучить некоторые материалы на нашем сайте:

- [путеводитель по ведению бизнеса в Китае](#)
- [доступ на рынок и торговые ограничения](#)

Выход на китайский рынок (экспорт)

Выход на рынок КНР с собственной продукцией – путь непростой, требующий четкого планирования и понимания всех препятствий. Не стоит питать иллюзии, что масштабность китайского рынка гарантирует успешные продажи. В отношениях с российскими компаниями, стремящимися попасть на рынок КНР, и чиновники, и китайские партнеры, как правило, исходят из постулата о «рынке покупателя». Зачастую эту позицию можно понять – современный Китай настолько интегрирован в мировую экономику (его доля в глобальном внешнеторговом обороте составляет 14,7%), что у местного потребителя всегда есть выбор, чей именно товар ему покупать, какого более покладистого поставщика найти. В силу общего благоприятного фона двусторонних отношений Китай не будет чинить препятствия российским товарам и услугам, однако не стоит ожидать и особых преференций.

Китай – ведущая экономика мира, по разным оценкам занимающая либо второе, либо первое место. Китай демонстрирует рост, даже когда весь остальной мир замедляется или даже сокращается, как это было на пике пандемии коронавируса в 2020 году. По итогам 2021 г., несмотря на

негативное влияние ограничений, обусловленных пандемией COVID-19, проблем в строительном секторе и кризисных явлений в национальной энергетической сфере, ВВП КНР увеличился на 8,1% и достиг 114,367 трлн юаней (17,728 трлн долл.) . Безусловно, свою роль сыграл эффект резкого замедления в 2020 году: но даже по среднегодовым показателям за два года (2020-2021 гг.), рост китайской экономики составил 5,1%.

Чуть медленнее остальных секторов китайской экономики росло сельское хозяйство – его темпы роста составили 7,1% против 8,2% для промышленности и такого же показателя для сектора услуг. Структурно доля первичного сектора (сельского хозяйства) в ВВП Китая составила 7,3%, вторичного (промышленность и строительство) – 39,4%, услуг – 53,3%.

Китай – ведущая промышленная держава. Объем вновь созданного валового продукта промышленности составил почти 7 трлн долл. в 2021 году. Иными словами, в Китае производится практически все и в огромных масштабах. Отсюда первый вывод – рынок здесь крайне конкурентен, для иностранных производителей, поставщиков импорта доступны лишь отдельные ниши. Хотя по абсолютному размеру эти ниши могут быть велики, но тем не менее конкурентны.

Второй вывод – китайский потребитель достаточно избалован богатством выбора на своем рынке. Помимо огромных национальных производителей, на рынке представлены все крупнейшие транснациональные корпорации с соответствующими бюджетами на продвижение и маркетинг своей продукции, на рекламно-информационные кампании.

Китай – крупнейшая внешнеторговая держава. Общий товарооборот КНР с зарубежными странами по итогам года достиг 6,051 трлн долл. (+30%), в том числе экспорт – 3,364 трлн долл. (+29,9%), импорт – 2,688 трлн долл. (+30,1%). Ведущим торговым партнером КНР в страновом измерении в истекшем году остались США (755 млрд долл.).

Россия занимает 11-е место (10-е без учета Гонконга) в рейтинге 20 основных торговых партнеров Китая. В 2021 г. российско-китайский

товарооборот вырос на 35,8% до 146,89 млрд долл. относительно 2020 г. При этом экспорт из КНР в Россию увеличился на 33,8% и составил 67,57 млрд долл., а импорт из России – на 37,5% до 79,32 млрд долл.

Тенденция к росту российско-китайской торговли продолжилась и в 2022 г. Объем торговли товарами в январе-феврале 2022 года вырос на 38,5%, достигнув 26,431 млрд долл. Экспорт из Китая в Россию вырос на 41,5% до 12,617 млрд долл. США, импорт российских товаров увеличился на 35,8% до 13,813 долл. США.

Главный вывод – предлагаемый на китайский рынок товар должен быть в чем-то уникальным, но не абсолютно незнакомым китайскому потребителю. Как правило, если речь идет о пищевой продукции, то российские товары позиционируются себя как экологически чистые и обладающие натуральным вкусом.

Закупки в Китае (импорт)

Безусловно, Китай – ведущая экономика мира, которая производит практически любую продукцию. Проблема с организацией закупок состоит в том, что производителей слишком много, особенно в массовом сегменте, и без знакомства с фабрикой закупить товар надлежащего качества может быть непросто. Неприятным последствием выхода значительного количества предприятий на китайский экспортный рынок может стать разбалансировка спроса и предложения, выражающаяся в росте цен.

При принятии решения об импорте рекомендуем руководствоваться следующими принципами:

- при относительно небольших объемах партий максимально использовать китайские площадки электронной коммерции ([Alibaba](#), [Made-in-China](#), [Yiwugo](#)),

- иметь в штате или привлекать специалистов со знанием китайского языка для подготовки коммерческих запросов и дальнейшего общения с поставщиком,

- предварительно проверять китайскую компанию на благонадежность с помощью бесплатных ресурсов (bankofpartners.com/ru, aiqicha.baidu.com, www.gsxt.gov.cn),

- продумывать вопросы организации [платежей](#) и [логистики](#),

- прибегать для закупки товаров к содействию российских агрегаторов, внешнеэкономических компаний, [работающих в Китае российских внешнеторговых компаний, китайских ассоциаций](#).

Отдельного внимания заслуживает вопрос приемки товара. Рекомендуем предусмотреть услуги [специализированного сюрвеера](#).

Открытие в Китае представительства или компании

Представительства иностранных компаний в Китае – быстрый и удобный способ установить свое присутствие в стране.

Порядок открытия представительств иностранных организаций на территории Китая регламентируется «Положением о порядке регистрации постоянных представительств иностранных предприятий» (принят Госсоветом КНР 19 ноября 2010 года, действует в редакции 2018 г.).

Регистрационный орган представительства: управление контроля и регулирования рынка соответствующей провинции, города центрального подчинения или автономного района. Установленный срок регистрации представительства – 15 дней.

Основные особенности создания и деятельности представительств:

- представительство не имеет право осуществлять коммерческую деятельность, связанную с получением прибыли;
- разрешенные виды деятельности: маркетинговые исследования, выставочная и рекламная деятельность, содействие продажам продукции головного предприятия, оказанию услуг, осуществлению закупок и инвестиций внутри Китая;
- существенное условие: на момент регистрации представительства головной иностранной компании должна существовать не менее двух лет;

- обязательная ежегодная (с 1 марта по 30 июня) отчетность представительства перед регистрационным органом;
- максимальная численность представителей не более четырех человек: генеральный представитель и до трех обычных представителей.

Открытие компании со 100%-ным иностранным участием при определенных вариантах также может оказаться целесообразным. Необходимо лишь иметь в виду, что затраты на эту процедуру могут быть несоизмеримо выше, чем на открытие представительства. Помимо того, не все отрасли открыты для иностранного капитала (согласно действующим с 1 января 2022 года правилам, количество ограничиваемых или запрещенных для иностранных инвесторов секторов составляет 31 для экономики в целом и 27 для Экспериментальных зон свободной торговли).

Для более подробной информации о процедуре открытия представительств и компаний рекомендуем обращаться в [специализированные юридические и консалтинговые компании](#).