

Экспортный гид

Шоколад и шоколадные кондитерские изделия



Китай



Экспортный гид

Шоколад и шоколадные кондитерские изделия



Китай

Гид создан при участии:



АСКОНД

Предисловие

Китайский рынок шоколада и шоколадных кондитерских изделий высокодинамичный и быстроразвивающийся, кроме того, характеризуется частой сменой условий регулирования. Для успешного экспорта продукции в Китай необходим комплексный подход, учитывающий все нижеперечисленные ключевые аспекты:

- текущие и возникающие тенденции рынка, а также их влияние на сферу пищевой промышленности;
- потребительские предпочтения и проблемы, связанные с импортом пищевой продукции;
- сложная нормативно-правовая среда, процедуры экспорта и импорта пищевой продукции;
- обеспечение защиты интеллектуальной собственности;
- логистическая инфраструктура и сеть по всей стране;
- использование разветвленной торгово-распределительной сети: оптовой, традиционной розничной, интернет-торговли и прочего;
- важность выбора правильной стратегии выхода на рынок;
- факторы, определяющие выбор деловых партнеров;
- особенности китайской деловой культуры.

Цель данного экспортного гида — проанализировать эти ключевые аспекты, обеспечить более глубокое их понимание и дать практические рекомендации российским компаниям, которые намерены экспортировать пищевую продукцию в Китай.

© ФГБУ «Федеральный центр развития экспорта продукции агропромышленного комплекса Российской Федерации», 2020

© Все права защищены.

Никакая часть данного издания не может быть воспроизведена ни в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами без письменного разрешения владельцев авторских прав. При использовании ссылка на правообладателя и источник заимствования обязательна.



Министерство
сельского хозяйства
Российской Федерации



Оглавление

Резюме	5
Список сокращений.....	6
Введение	10
1. Краткий обзор — Китай	13
1.1. Экономические тенденции	15
1.2. Политические тенденции	17
1.3. Демографические тенденции	20
1.4. Особенности ведения бизнеса	22
2. Обзор рынка шоколада и шоколадных кондитерских изделий в Китае....	28
2.1. Объем и динамика рынка	30
2.2. Импорт шоколада и шоколадных кондитерских изделий	38
2.3. Конкурентная среда и участники рынка	55
2.4. Выход на рынок и организация поставок	64
3. Защита интеллектуальной собственности	66
4. Сертификация продукции и требования к производителям	73
5. Продвижение продукции	81
5.1.Примеры успешных маркетинговых кампаний	83
5.2.Каналы маркетинговых коммуникаций	86
6. Каналы сбыта шоколадной кондитерской продукции	91
6.1. Торгово-распределительная сеть	95
7. Варианты ведения бизнеса в Китае	103
7.1. Продажи посредством трансграничной электронной торговли (ТЭТ)	105
7.2. Продажи через агента/дистрибьютора	107
7.3. Организация продаж через создание юридического лица	108
8. Барьеры входа на рынок.....	111
8.1. Особенности действующих таможенных процедур	113
8.2. Тарифные и нетарифные барьеры	116
9. Особые экономические зоны	123
10. Логистика	129
10.1. Алгоритм организации поставок.....	131
10.2. Способы доставки товара из России в Китай и выбор грузоперевозчи- ка	133
10.3. Особенности логистики Китая.....	144
11. Преимущества и риски осуществления поставок	147

11.1. Преимущества	149
11.2. Риски	150
12. Государственная поддержка экспорта продукции АПК	152
Приложение №1. Основные законы и государственные органы КНР, регулирующие импорт продовольствия и сельхозпродукции	157
Приложение №2. Основные регулирующие органы КНР, с которыми взаимодействуют экспортеры продовольственной и сельскохозяйственной продукции и их партнеры по импорту.....	161
Приложение №3. Зоны свободной торговли КНР, представляющие наибольший интерес для российских экспортеров продуктов питания	166

Резюме

- Ожидается, что в течение следующих нескольких лет в Китае будет наблюдаться стабильный рост рынка шоколада и шоколадных изделий, подкрепленный ростом доходов, высокими темпами урбанизации и глобализацией.
- Потребление шоколада на душу населения в Китае по-прежнему ниже, чем в других регионах мира, что открывает большой потенциал для зарубежных поставщиков шоколада, особенно в премиальном и люксовом сегментах.
- Самым крупным экспортером шоколада в Китай является Италия, за ней следуют Россия и Малайзия.
- Доля крупных производителей на рынке постоянно растет. Рынок сконцентрирован на первой десятке (топ-10) ведущих международных компаний.
- Китайские потребители все лучше разбираются во вкусе и качестве шоколадных изделий и отдают предпочтение фирменным (подлинным) кондитерским продуктам с первоклассными ингредиентами.
- Наиболее перспективным сегментом для дальнейшего развития остаются шоколадные наборы и батончики. Инновационная упаковка также привлекает потребителей, так как шоколадные изделия широко используют для торжественных случаев и праздничных мероприятий.
- Оптовые рынки Китая, как правило, невелики и фрагментированы, что обусловлено наличием миллионов географически рассредоточенных мелких розничных торговых предприятий.
- Шоколадные изделия реализуются в основном через сети супермаркетов, однако интернет-торговля постепенно набирает обороты. Электронные коммерческие каналы приносят огромную выгоду китайскому рынку шоколадных изделий, поскольку позволяют в разы увеличить продажи.
- Нарушение прав интеллектуальной собственности по-прежнему остается очень актуальной проблемой в Китае. Есть большая вероятность натолкнуться на так называемых торговых сквоттеров (недобросовестных конкурентов, которые незаконно используют чужие товарные знаки, в том числе манипулируют с названиями брендов).

Список сокращений

Список англоязычных сокращений

AQSIQ	General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of China – Главное государственное управление КНР по контролю качества, инспекции и карантину
BRI	Belt and Road Initiative – инициатива «Один пояс – один путь»
CAGR	Compound Annual Growth Rate – совокупный среднегодовой темп роста
CBEC	Cross Border E-commerce – трансграничная электронная торговля (ТЭТ)
CFDA	China Food and Drug Administration – Государственное управление по контролю качества продуктов питания и лекарственных средств
CIQ	China Inspection and Quarantine – Управление КНР по контролю и карантину
CMR	Конвенция о договоре международной перевозки грузов автомобильным транспортом
CNAC	China National Copyright Administration – Государственное управление по авторским правам КНР
CNCA	Certification and Accreditation Administration of the People's Republic of China – Управление КНР по сертификации и аккредитации
CNIPA	China National Intellectual Property Administration – государственное управление по делам интеллектуальной собственности КНР
CPCC	Copyright Protection Centre of China – Центр защиты авторских прав Китая
DSA	Direct Selling Association – Ассоциация прямых продаж
EDZ	Economic Development Zones – зоны экономического развития
ETDZ	Economic and Technological Development Zones – зоны экономического и технологического развития
FSMP	Food for Special Medical Purposes – специализированное медицинское питание
GACC	General Administration of Customs of the People's Republic of China – Главное таможенное управление КНР (ГТУ КНР)
GB	Guo Bao – государственные стандарты КНР

HIDZ	High-tech Industrial Development Zones – зоны развития новых и высоких технологий в КНР
HoReCa	ХОРЕКА – сокращ. от англ. Hotels/Restaurants/Catering, сегмент сферы услуг общественного питания и гостиничного хозяйства, канал сбыта товаров с непосредственным потреблением продукции в месте продажи
HRI	Hotel, Restaurant, and Institutional – сфера обслуживания питания отелей, ресторанов и учреждений
HS	Harmonized System (сокр. от Harmonized Commodity Description and Coding System). Гармонизированная система (полное название – Гармонизированная система описания и кодирования товаров), стандартизированная система классификации товаров в международной торговле с присвоением каждой номенклатурной категории цифровых кодов; в России на ее основе разработана Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД)
ITC	International Trade Centre – международный торговый центр
JV	Joint Venture – совместное предприятие
KOL	Key Opinion Leaders – ключевые лидеры общественного мнения
MARA	Minister of Agriculture and Rural Affairs – Министерство сельского хозяйства и развития сельских регионов
MOFCOM	Ministry of Commerce – Министерство торговли КНР
NHC	National Health Commission – Государственный комитет здравоохранения КНР
QIP	Quarantine Import Permit – импортное карантинное разрешение
RO	Representative Office – представительство компании
SAIC	State Administration for Industry and Commerce – Главное государственное управление торгово-промышленной администрации КНР
SAMR	State Administration for Market Regulation – Главное государственное управление по регулированию рыночной деятельности КНР
SEZ	Special Economic Zone – особая экономическая зона (ОЭЗ)

TEU	Twenty-foot equivalent unit – стандартный контейнер (единица измерения большегрузных контейнеров, эквивалентная 20-футовому контейнеру)
WFOE	Wholly Foreign-Owned Enterprise – предприятие со 100% иностранным капиталом (КСИК)
WGI	World Governance Indicators – индикаторы качества государственного управления в мире; показатели, вычисляемые Всемирным банком по собственной методике

Список русскоязычных сокращений

АПК	Агропромышленный комплекс
АТЭС	Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество
ВВП	Валовой внутренний продукт (Gross domestic product – GDP)
ВТО	Всемирная торговая организация (World Trade Organization – WTO)
ЗСТ	Зоны свободной торговли (Free Trade Zones – FTZ)
КИ	Кондитерские изделия
КПК	Коммунистическая партия Китая
МВФ	Международный валютный фонд
МКТУ	Международная классификация товаров и услуг
ПИИ	Прямые иностранные инвестиции (Foreign direct investment – FDI)
РБО	Рестораны быстрого обслуживания (Quick Service Restaurants – QSR)
СП	Совместное предприятие
ССТ	Соглашение о свободной торговле
ТН ВЭД	Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности
ТЭТ	Трансграничная электронная торговля (Cross Border E-commerce – CBEC)
УСН	Упрощенная система налогообложения

Список сокращений

ФГБУ	Федеральное государственное бюджетное учреждение
ФТС РФ	Федеральная таможенная служба Российской Федерации

АГРОЭКСПОРТ

Введение





АГРОЭКОСПОРТ



Информация о Китае

Китай¹ — один из наиболее крупных потребителей российских продуктов питания. Это государство с населением свыше 1,3 млрд человек ощущает нехватку продовольствия, поэтому в огромных объемах ввозит его из-за рубежа. Экспорт пищевой продукции в КНР имеет свои особенности, которые необходимо знать российским компаниям, желающим заняться поставками продовольственных товаров в эту страну.

Общая информация (2019 г.)

ВВП: 99 086,5 млрд кит. юаней = 14 024,6 млрд долл. США

Рост ВВП: 6,1%

ВВП на душу населения: 70 892 кит. юаней = 10 034,0 долл. США

Индекс потребительских цен: 2,9%

Использованные прямые иностранные инвестиции: 138,1 млрд долл. США

Темп роста добавленной стоимости в промышленности: 5,7%

Рост инвестиций в основные средства: 5,4%

Рост розничных продаж: 8,0%

Население: 1 397,3 млн человек

Площадь страны: 9,563 млн км² (включая водные объекты и водные пути)

Крупнейшие города: Пекин, Шанхай, Гуанчжоу, Шэньчжэнь, Дунгуань, Тяньцзинь, Чунцин, Чэнду

Урбанизация: 60,6%

Основные импортные товары: электрические машины и оборудование, нефть и нефтепродукты, реакторы ядерные, котлы, руды

Основные экспортные товары: электрические машины и оборудование, реакторы ядерные, мебель, пластмассы, средства наземного транспорта

Общий объем импорта: 2 069,0 млрд долл. США

Общий объем экспорта: 2 498,6 млрд долл. США

Председатель КНР: Си Цзиньпин

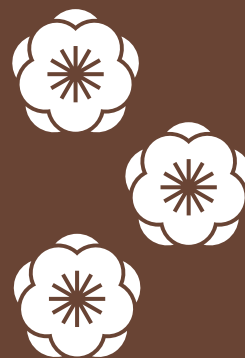
Премьер Госсовета КНР: Ли Кэцян

Источник: Национальное бюро статистики КНР, Всемирный банк, ITC Trade Map

¹ Китай — Китайская Народная Республика, сокращенно — КНР

Краткий обзор — Китай





Содержание

1.1.

Экономические тенденции

1.2.

Политические тенденции

1.3.

Демографические тенденции

1.4.

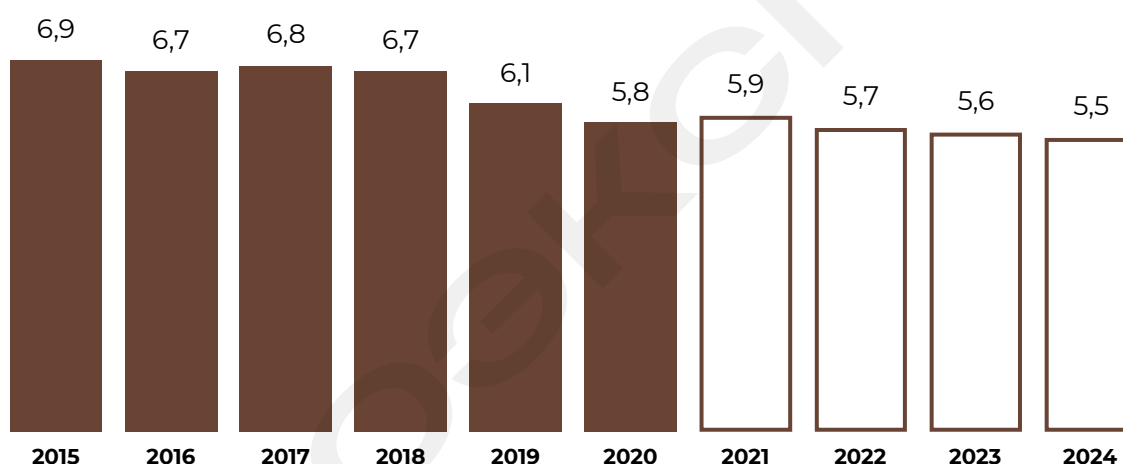
Особенности ведения бизнеса

1.1. Экономические тенденции

В 1979 г. в Китае начался переход от плановой экономики к рыночной, и страна открыла свою экономику для внешнего мира. С 1979 по 2018 гг. благодаря иностранным инвестициям, экспорту и правительственным мерам китайская экономика росла в среднем на 9,5% в год, что значительно превышает темпы роста мировой экономики, которые составили 2,9%² за тот же период. Однако в последнее десятилетие наблюдается замедление роста ВВП Китая.

Тенденция замедления экономического роста сохранилась и в 2019 г.: по данным Национального бюро статистики КНР, в январе–декабре прирост ВВП составил 6,1% (по сравнению с 6,7% в 2018 г.). Эта тенденция стала результатом действия как внешних факторов (торговый конфликт с США, слабый мировой спрос), так и внутренних (низкие темпы роста инвестиций и др.). Согласно прогнозам МВФ, темп прироста ВВП Китая замедлится до 5,8% (см. рис. 1).

Рис. 1. Темпы прироста ВВП Китая, 2015–2024 гг., % к предыдущему году



Источник: Данные МВФ (World Economic Outlook Database)

Ключевые показатели экономики Китая за I–IV кварталы 2019 г.:

- добавленная стоимость в первичном (добыча природного сырья, сельское хозяйство, лесоводство, рыболовство), вторичном (обрабатывающая промышленность, строительство) и третичном (сфера услуг) секторах экономики увеличилась на 3,1%, 5,7% и 6,9% соответственно;
- вклад конечного потребления в рост ВВП достиг 57,8%;
- добавленная стоимость в производстве высокотехнологичного оборудо-

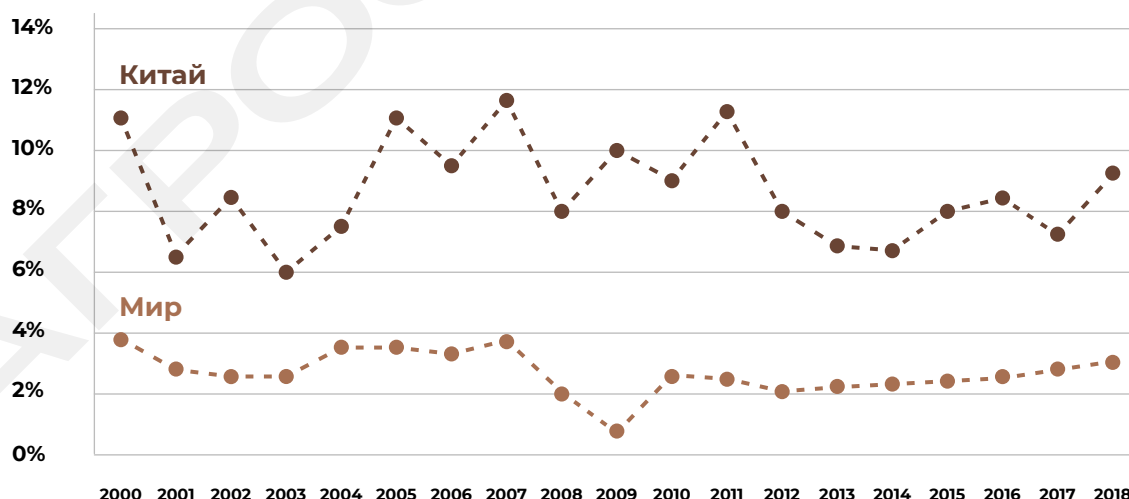
² Рассчитано с использованием данных МВФ (World Economic Outlook Database)

вания увеличилась - на 9,3%;

- розничные продажи потребительских товаров выросли на 8,0%, в то время как розничные онлайн-продажи - на 16,5%;
- добавленная стоимость в производстве высокотехнологичного оборудования увеличилась на 9,3% ;
- инвестиции в основной капитал увеличились на 5,4%, а инвестиции в недвижимость - на 9,9%;
- показатели в сфере внешней торговли к декабрю 2019 г.: экспорт Китая в юанях сократился на 0,3%, а импорт - на 4,5%;
- потребительские цены выросли на 2,9%.

В 2019 г. потребление оставалось важным фактором обеспечения экономического роста в стране. За период 2000–2018 гг. расходы на конечное потребление в Китае прирастали в среднем на 8,7% в год, тогда как в мире лишь на 2,7% в год (см. рис. 2). Несмотря на то, что после 2011 г. темпы увеличения данного показателя в КНР снизились, среднегодовой прирост остается высоким и в 2018 г. достиг 9,3%. По итогам 2018 г. сопоставимый рост расходов на конечное потребление наблюдался в Индии (8,3%), Эфиопии (9,6%) и Сьерра-Леоне (12,1%), а в странах с высоким уровнем дохода потребительские расходы увеличились всего на 2%.

Рис. 2. Темпы прироста расходов на конечное потребление в Китае и в мире, 2000–2018 гг., % к предыдущему году



Источник: Данные Всемирного банка

Данная версия гида является демонстрационной. Для скачивания полной версии гида зарегистрируйтесь на сайте www.aemcx.ru

АГРОЭКСПОРТ

