

июль 2021



Сингапур

Содержание

Паспорт страны	3
Особенности правовой системы	5
Сельское хозяйство	10
Внешняя торговля продукцией АПК	14
Взаимная торговля продукцией АПК между Россией и Сингапуром	20
Потребительские предпочтения	25
Торгово-распределительная сеть	29
Сертификация продукции и требования к производителям	34
Барьеры входа на рынок	37
Особенности ведения бизнеса в стране	38

Паспорт страны

Показатель	2020	2020/19, %
ВВП в текущих ценах, млрд долл. США	469,1	-8,1
ВВП на душу населения, долл. США	85 503,0	-4,5
Доля сельского хозяйства в ВВП, %	0,03	0,3
Население, млн человек	5,7	-0,3
Уровень инфляции, %	-0,2	-
Урбанизация, %	100,0	-
Объем оптовой и розничной торговли, млрд долл. США	21,3	-10,9
Объем электронной торговли, млрд долл. США	3,3	52,1
Объем рынка продукции АПК, млрд долл. США	0,2	-5,6
Импорт продукции АПК, млрд долл. США	13,5	1,7
Экспорт продукции АПК, млрд долл. США	12,9	-6,8
Товарооборот продукции АПК, млрд долл. США	26,4	-2,6

Источник: Всемирный банк, EMIS, ITC Trade Map, Globaltrade, Trading Economics, Singapore Department of Statistics, Monetary Authority of Singapore

Республика Сингапур (дословный перевод «город Льва») является островным городом-государством, расположенным у южного побережья Малайзии. Благодаря выгодному географическому расположению и тесным связям со странами Юго-Восточной Азии Сингапур стал экономическим и туристическим центром всего региона.

Сингапур в значительной степени зависит от импорта сельскохозяйственных продуктов. Стабильность потребительских расходов и высокие располагаемые доходы населения, а также интенсивная урбанизация и стремление сингапурцев к здоровому образу жизни являются драйверами развития многомиллиардной пищевой промышленности страны. В настоящее время Сингапур импортирует более 90% продуктов питания и продовольствия из 170 стран и регионов.

В условиях пандемии COVID-19 в прошлом году экономика Сингапура сократилась на 8,1%, что стало крупнейшим экономическим спадом в истории государства. Наиболее сильно пострадавшими секторами были строительный сектор, а также сектор услуг и розничной торговли.



Прогноз развития экономики страны

- по прогнозам, экономический рост в стране в этом году, вероятно, превысит верхнюю границу официального прогнозного диапазона в 4,6%-4,8%, что уже подтверждается положительными темпами роста в первом квартале 2021 г. (на 1,2% по отношению к аналогичному периоду прошлого года);
- инфляция в Сингапуре остается довольно сдержанной. Денежно-кредитное управление Сингапура продолжает смягчать монетарную политику. Согласно прогнозам, данная ситуация будет наблюдаться вплоть до 2022 г.;
- в производственном секторе страны сохранится уверенный рост, а к концу 2021 г. его темпы роста полностью восстановятся.



Особенности правовой системы

Сингапур – республика с парламентской системой правления. Правовая система Сингапура относится к англосаксонской правовой семье (система общего и прецедентного права).

Законодательство Сингапура основано на четырех столбах – Конституция, законодательство, подзаконные акты и правовые решения, принимаемые судьями. Высшим законодательным актом страны является Конституция Сингапура, вступившая в силу в 1965 г. Помимо национального законодательства в Сингапуре в качестве источника права применяются также акты английского Парламента, действовавшие на 1826 г., и последующие акты по некоторым коммерческим вопросам, если они не противоречат местному законодательству.

В Сингапуре в полной мере применяется английская доктрина, признающая судебный прецедент важным источником права. Помимо собственно сингапурских применяются как имеющие «убеждающую силу» прецеденты судов Великобритании, Малайзии, Индии и других стран общего права. В соответствии с Ордонансом о гражданском праве (Civil Law Ordinance) в Сингапуре непосредственно применяется английское коммерческое право по всем вопросам, касающимся партнерств, корпораций, банков и банковской деятельности, агентских договоров, перевозки, страхования в отношении торговых вопросов в целом, если иное не предусмотрено сингапурским законом. В частности, действует собственный сингапурский Закон о компаниях, основанный на положениях Закона о компаниях Малайзии 1965 г. (с рядом последующих изменений). Имеются также национальные законы о трастовых компаниях, о страховании, о банковской деятельности. В то же время применяется английский Закон о партнерствах 1890 г. Закон о банкротствах Сингапура воспроизводит одноименный английский Закон 1914 г. с незначительными изменениями, Закон о векселях – английский Закон 1882 г. и т.д.

Высшим законодательным органом Сингапура выступает однопалатный парламент. Одна из основных функций парламента – принимать законы для страны. Прежде чем закон будет принят, он сначала вносится в парламент в виде законопроекта, который должен пройти 3 чтения в парламенте и получить одобрение Президента, чтобы стать парламентским актом или законом. В исполнительную власть входят избранный Президент, кабинет Министров и генеральный прокурор. Президент избирается народом и имеет право вето в отношении государственных бюджетов и назначений на государственные должности. Кабинет состоит из Премьер-министра и Министров, назначаемых из числа членов парламента, и несет ответственность за общее руководство и контроль правительства и подотчетен парламенту. Генеральный прокурор является главным юридическим советником правительства и обладает полномочиями и дискреционными полномочиями для судебного преследования правонарушителей.

Судебная власть принадлежит судам и действует независимо от законодательной и исполнительной власти. Главный судья, назначаемый Президентом, является главой судебной власти. Судебная власть состоит из Верховного суда и нижестоящих судов. Верховный суд рассматривает как гражданские, так и уголовные дела и разделен на Апелляционный суд и Высокий суд. Нижестоящие суды состоят из окружных судов, мировых судов, судов по делам несовершеннолетних, коронерского суда и трибуналов.



Ключевые правовые формы ведения бизнеса в стране

Иностранные юридические и физические лица могут учредить в Сингапуре компанию в соответствии с законами о компаниях¹. Она может быть создана как на определенный, так и на неопределенный срок. Главным регулятором и органом, который выполняет надзор за регистрацией фирм, является Управление по бухгалтерскому и корпоративному регулированию (Accounting and Corporate Regulatory Authority, ACRA)².

В Сингапуре существуют следующие организационно-правовые формы ведения бизнеса:

- Индивидуальный предприниматель (Sole Proprietorship);
- Товарищество (Partnership);
- Товарищество с ограниченной ответственностью (Limited Liability Partnership);
- Компания (Company);
- Траст (Business Trust);
- Компания с переменным капиталом (VCC)³.

Процедура регистрации юридического лица в Сингапуре начинается с представления в ACRA пакета документов для регистрации компании и составляет 2-3 дня для иностранных лиц, в зависимости от правильности подачи необходимых документов с помощью сертифицированных регистраторов. Размер минимального уставного капитала начинается с 1-го сингапурского доллара (меньше 1 долл. США). Стоимость процедуры регистрации в среднем составляет 650 долл. США⁴.

В Сингапуре используются две основные формы организации бизнеса: Public Company (публичная компания) и Private Company (частная компания):

1. Открытые компании (Public Companies):

- с ограниченной ответственностью в пределах акций (Public Companies Limited by Shares);

¹ <https://sso.agc.gov.sg/Act/CoA1967>

² <https://www.acra.gov.sg/>

³ Новая корпоративная структура для инвестиционных фондов, созданная в соответствии с Законом о компаниях с переменным капиталом, который вступил в силу 14 января 2020 г.

⁴ <https://www.acra.gov.sg/how-to-guides/company-related-fees>



- с ограниченной ответственностью в пределах гарантии (Public Companies Limited by Guarantee);
- с неограниченной ответственностью с акционерным капиталом (Public Companies Unlimited with Share Capital).

2. Частные компании (Private Companies):

- с ограниченной ответственностью в пределах акций (Private Companies Limited by Shares);
- с неограниченной ответственностью с акционерным капиталом (Private Companies Unlimited with Share Capital);
- с ограниченной ответственностью в пределах акций и ограниченным числом участников (Exempt Private Companies Limited by Shares);
- с неограниченной ответственностью с акционерным капиталом и ограниченным числом участников (Exempt Private companies Unlimited with Share Capital);
- общество (компания) с ограниченной ответственностью (Private Limited Company).

Наиболее популярной формой является частная компания с ограниченной ответственностью (Private Limited Company).

В **Private Limited Company** один или несколько участников компании имеют доли в уставном капитале компании. Private Limited Company очень напоминает российское ООО, с той разницей, что Pte Ltd это акционерная компания (не общество).

Размер уставного капитала ООО не должен быть ниже 1-го сингапурского доллара (около 1 долл. США), за исключением установленных законодательством определенных видов деятельности. Вклад в уставной капитал может быть денежным и неденежным (в форме вещей и прав).

Документы, необходимые для регистрации Private Limited Company:

- копия паспорта на каждого директора, акционера и бенефициара – сканированных копий достаточно;
- подтверждение адреса на каждого директора, акционера и бенефициара – сканированных копий достаточно.

Если акционером выступает юридическое лицо, то нужен комплект учредительных документов, из которого видно:

- компания должным образом зарегистрирована;
- кто является директором компании;



- кто является акционерами компании;
- кто является бенефициарами компании.

Иностранные инвесторы для ведения своей деятельности на территории Сингапура могут выбрать открыть здесь филиал или представительство. Основное отличие филиала от представительства заключается в том, что представительство исключительно представляют интересы компании и осуществляют их защиту, филиал же выполняет все или часть функций материнской компании, в том числе функции представительства.

Филиал компании – это отдельное организационное подразделение компании на территории Сингапура, через которую компания осуществляет деятельность в соответствии с законом. Филиал не имеет статуса юридического лица, а в юридических сделках действует от имени компании.

Через **представительство** иностранная компания также может выполнять некоторую юридическую деятельность. Они не могут заниматься коммерческой деятельностью, связанной с производством и торговлей, их сфера – это исследование рынка и продвижение бизнеса материнской организации. Представительство не имеет статуса юридического лица и может заключать только юридические сделки, связанные с его текущей деятельностью.

Особенности системы налогообложения

Контроль и сбор налогов в Сингапуре осуществляет **Налоговое управление Сингапура**⁵. Налоговую политику государства формирует Министерство финансов Сингапура⁶.

Основными видами налогов, уплачиваемых юридическими и физическими лицами в Сингапуре, являются:

- налог на прибыль;
- подоходный налог физических лиц;
- налог на добавленную стоимость (НДС);
- акциз.

НДС в Сингапуре составляет 7% и взимается с большинства товаров и услуг, поставляемых и/или импортируемых на территории Сингапура.

Ставка корпоративного налога в Сингапуре ограничена 17%. Сохраняя конкурентоспособность корпоративных ставок, Сингапур продолжает привлекать значительную

⁵ <https://www.iras.gov.sg/irashome/About-Us/>

⁶ <https://www.mof.gov.sg/>



долю иностранных инвестиций. В Сингапуре применяется одноуровневая система корпоративного налогообложения, при которой налог, уплачиваемый компанией с ее прибыли, не вменяется акционерам (т.е. дивиденды не облагаются налогом).

Сингапур является свободным портом и имеет относительно небольшое количество акцизов и импортных пошлин. Акцизы взимаются в основном с табака, нефтепродуктов и спиртных напитков. Кроме того, очень немногие товары облагаются импортными пошлинами. Пошлины в основном касаются автомобилей, табака, спиртных напитков и нефтепродуктов.

Особенности защиты объектов интеллектуальной собственности

Сингапур является членом Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС) с 1990 г. В 1990-2000 гг. Сингапур присоединился к Конвенции ВОИС, Парижской конвенции по охране промышленной собственности, Бернской конвенции по охране литературных и художественных произведений, Договору о патентной кооперации, Мадридскому договору и Протоколу о международной регистрации знаков, Гаагскому соглашению о международной регистрации промышленных образцов/Женевскому акту Гаагского соглашения.

Уполномоченным органом в области защиты интеллектуальной собственности в Сингапуре является Сингапурское бюро ВОИС (англ. WSO)⁷.

Основными законодательными актами, регулирующими отношения в области интеллектуальной собственности в Сингапуре, выступают:

- Закон о товарных знаках;
- Закон о патентах;
- Закон об указаниях географического происхождения.

С полным перечнем всех законодательных актов, регулирующих отношения в сфере интеллектуальной собственности, а также с текстами этих документов можно ознакомиться на сайте ВОИС⁸.

⁷ <http://www.wipo.int/about-wipo/en/offices/singapore/>

⁸ <https://wipolex.wipo.int/en/members/profile/SG>

Сельское хозяйство

В силу ограниченной территории, сельское хозяйство составляет малую часть экономики страны. Сингапуру принадлежит всего 724 квадратных километра земли и только один процент этой площади земли используется для сельского хозяйства. Затраты на производство продуктов питания выше, чем в остальной части Юго-Восточной Азии.

Сингапур стремится увеличить собственное производство продуктов питания, поэтому всячески развивает животноводство и растениеводство, выстраивая многоуровневые рыбные и креветочные фермы и выращивая растения на офисных зданиях. Страна производит около 10% собственных продуктов питания и продовольствия, а оставшиеся 90% импортируются из стран Азии, ЕС и США.

Животноводческая отрасль Сингапура в основном сконцентрирована на производстве куриных яиц, мяса птицы, свинины, рыбы и морепродуктов. Местное рыбное производство состоит из рыбных ферм и небольшой доли рыбных хозяйств, также осуществляется реэкспорт рыбы и морепродуктов, пойманных иностранными судами.

Основными культурами, выращиваемыми в Сингапуре, являются овощи, декоративные растения и орхидеи. Овощи и фрукты потребляются на внутреннем рынке, а декоративные растения и орхидеи отправляются на экспорт.

Производство продукции растениеводства и животноводства

	2016	2017	2018	2019	2020
Растениеводство					
Овощи, тыс. тонн	22,5	22,6	24,0	24,3	24,5
Декоративные растения, млн шт.	6,0	5,0	5,3	5,4	5,4
Орхидеи, млн шт.	17,0	16,0	17,0	17,2	17,3
Животноводство					
Куриное яйцо, млн шт.	452,0	521,5	488,4	528,1	531,4
Мясо птицы, тыс. тонн	97,2	96,2	102,3	100,4	101,1
Свинина, тыс. тонн	21,4	20,7	19,6	22,7	27,6
Рыба и морепродукты, тыс. тонн	6,8	6,5	6,5	6,8	6,9
Мясо утки, тыс. тонн	4,5	4,3	4,5	4,4	4,0

Источник: FAO STAT, SFA, Singapore Department of Statistics



Важные события в истории развития сельского хозяйства Сингапура

● 1959 Новые институты

Основание Департамента первичного производства (the Primary Production Department, PPD) при Министерстве национального развития Сингапура (the Ministry of National Development, MND), объединяющего все отделы сельского хозяйства, рыболовства, развития сельских районов, ветеринарии, кооперативов различных Министерств. Департамент был создан для обеспечения скоординированного подхода к развитию и регулированию местного сельского хозяйства и рыболовства, а также для повышения уровня жизни фермеров путем предоставления различных услуг и поддержки сельскохозяйственной отрасли.

● 1966 Внешняя политика

Вступление Сингапура в Международный Валютный фонд (IMF).

● 1967 Внешняя политика

Участие в создании Ассоциации государств Юго-Восточной Азии (ASEAN).

● 1967 Новые институты

Основание Ассоциации производителей пищевых продуктов Сингапура (SFMA), направленной на объединение местных производителей продуктов питания. Ассоциация выступает в качестве связующего звена для установления контактов между местным и иностранным бизнесом, а также в качестве связующего звена между государственными органами и производителями продуктов питания.

● 1989 Внешняя политика

Вступление Сингапура в Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество (АРЕС).

● 1989 Компании

Основание одной из крупнейших агропромышленных групп компаний мира – Olam International. Изначально компания была основана в Нигерии в 1989 г. под названием Olam Nigeria Plc, а в 1995 г. перерегистрировалась в Сингапуре. Кроме выращивания сельскохозяйственных культур и закупок по всему миру, Olam International управляет 75 крупными перерабатывающими и производственными предприятиями, 14 инновационными центрами, а также оказывает различные услуги (по управлению рисками, логистические и т.д.). Группа компаний Olam включает 3 основных подразделения: Olam Food Ingredients (какао и какао-продукты, кофе, молочные продукты, орехи и специи), Olam Global Agri (хлопок, пищевые масла, зерновые, корма для животных, рис), Olam International (управление, международные проекты, услуги поддержки).

● 1991 Компании

Основание одной из крупнейших интегрированных агропромышленных групп компаний и крупнейшей компании в Азии – Wilmar International Limited. Компания имеет более 500 заводов и обширную дистрибьюторскую сеть, охватывающую Китай, Индию, Индонезию и около 50 других стран и регионов.

● 1995 Внешняя политика

Вступление Сингапура в Всемирную торговую организацию (ВТО).



● **1996 Внешняя политика**

Появление рабочей группы по техническому сотрудничеству в области сельского хозяйства (ATCWG) под эгидой АПЕС с целью повышения потенциала сельского хозяйства и смежных отраслей, содействия экономическому росту, продовольственной безопасности и социальному благополучию в регионе, укрепления сотрудничества в области инноваций и использования сельскохозяйственных технологий, а также содействию торговле сельскохозяйственной продукцией и инвестициям.

● **1997 Внешняя политика**

Появление одной из крупнейших региональных организаций по объему торговли, размеру ВВП и численности населения – ASEAN+3, состоящей из стран Ассоциации государств Юго-Восточной Азии и Китая, Японии и Республики Корея.

● **2000 Новые институты**

Реорганизация Департамента первичного производства (PPD) в государственный совет «Агропродовольственное и ветеринарное управление Сингапура (AVA)» при Министерстве национального развития (MND). Агропродовольственное и ветеринарное управление Сингапура (AVA) отвечает за регулирование безопасности пищевых продуктов, обеспечение здоровья животных и растений, а также развитие торговли продуктами АПК.

● **2012 Сделки M&A**

- Olam International Ltd. (Сингапур) приобрела 75% акций российской сельскохозяйственной компании Russian Dairy Company (Rusmolco) в рамках партнерства по развитию молочного и зернового животноводства в Пензенской области.
- Olam International Ltd. (Сингапур) приобрела 50% акций компании по переработке и сбыту пищевого масла Acacia Investments (AI) (ОАЭ).

● **2013 Внешняя политика**

Вступление Сингапура в Продовольственную и сельскохозяйственную организацию ООН (FAO).

● **2014 Сделки M&A**

- Сингапурская государственная инвестиционная компания Temasek Holdings приобрела 58,5% акций компании Olam International Ltd.
- Сингапурская инвестиционная холдинговая компания KMP Private Ltd. приобрела сельскохозяйственную компанию Hiep Thanh Goup (Вьетнам).
- Olam International Ltd. (Сингапур) приобрела ведущего американского производителя шелушенного арахиса McCleskey Mills Inc.

● **2016 Сделки M&A**

Olam International Ltd. (Сингапур) приобрела американскую компанию Brooks Peanut Co. (производство арахиса).

● **2019 Новые институты**

В 2019 г. Агропродовольственное и ветеринарное управление Сингапура (AVA) было реструктуризовано. Обязанности, связанные с пищевыми продуктами, были переданы Сингапурскому продовольственному агентству (Singapore Food Agency, SFA) при Министерстве окружающей среды и водных ресурсов (MSE). Непищевое растениеводство и ветеринария были переданы Совету национальных парков (the National Parks Board, NParks) при ветеринарной службе (Animal and Veterinary Service, AVS).

● **2019 Внутренняя политика**

Анонсирование национальной стратегической программы «30 by 30», направленной на удовлетворение 30% внутреннего спроса на продукты питания, укрепление устойчивости Сингапура к сбоям в глобальных цепочках поставок продовольствия, снижение высокого уровня зависимости от импорта к 2030 г.

● **2019 Сделки M&A**

Olam International Ltd. (Сингапур) приобрела оставшиеся 25% «Русской молочной компании» (Rusmolco).



● **2020 Внешняя политика**

Подписание соглашения о создании крупнейшей в мире зоны свободной торговли между странами ASEAN, Китаем, Японией, Республикой Корея, Австралией и Новой Зеландией.

● **2020 Сделки M&A**

- Группа компаний Olam International Ltd. купила американскую компанию-производителя приправ и соусов (производство перца чили) Mizkan America, Inc.
- Компания-производитель продуктов питания и напитков Fraser & Neave Ltd. (Сингапур) приобрела группу компаний по производству продуктов питания и напитков Sri Nona Companies (Малайзия).
- Сингапурская агропромышленная компания Jafra продала 80% молочного бизнеса частным инвестиционным компаниям TPG и Northstar Group.
- Агропромышленная группа компаний Wilmar International приобрела 69,5% акций китайской компании Shenzhen Delion Food (сектор HRI).

● **2021 Сделки M&A**

- Группа компаний Olam International Ltd. (Сингапур) приобрела американского производителя специй и приправ Olde Thompson.
- Консорциум, состоящий из Olam International Ltd., Al Rajhi International for Investment Company и Abdulaziz Alajlan and Sons Company for Commercial and Real Estate Investment и NADEC, приобрели Вторую мукомольную компанию Королевства Саудовская Аравия (MC-2) в рамках сделки по приватизации.
- Американская компания-производитель напитков Molson Coors Brewing Company продает свой индийский филиал Molson Coors India Pvt Ltd. сингапурской фирме Inbrew Holdings.

Источник: FAO, EMIS, Singapore Food Agency, открытые источники

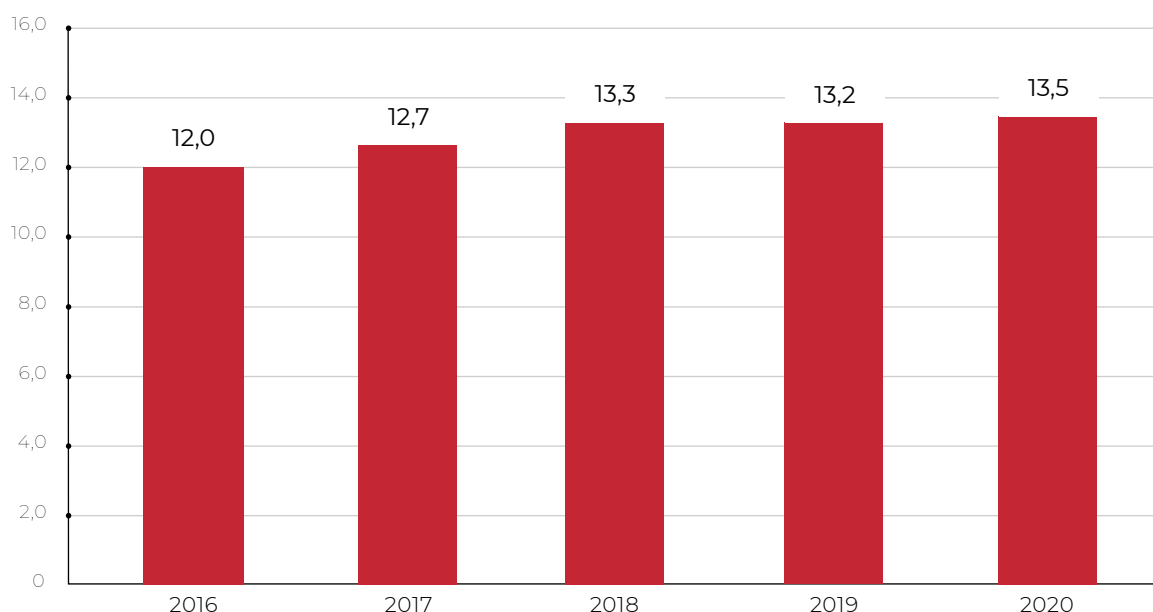


Внешняя торговля продукцией АПК

Импорт продукции АПК

Суммарный объем импорта продукции АПК Сингапура в 2020 г. составил 13,5 млрд долл. США, что на 1,7% больше показателя 2019 г. Стабильные темпы роста импорта наблюдались практически на всем протяжении 2016-2020 гг., за исключением 2019 г., когда общие объемы импорта снизились на 0,5%.

Динамика импорта продукции АПК Сингапура, млрд долл. США



Источник: ITC Trade Map

В стоимостной структуре агроимпорта Сингапура основной объем в 2020 г. приходился на спирт этиловый неденатурированный (10,9%), животные и растительные масла и жиры прочие непищевые (4,4%), вина (4,0%), сигары и сигареты (4,0%).

Структура импорта продукции АПК Сингапура, 2020 г.

№	Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %*
1	2208 – спирт этиловый неденатурированный до 80 об.% и спиртные напитки	1 461,8	10,9%
2	2106 – пищевые продукты	692,4	5,1%
3	1518 – животные и растительные масла и жиры прочие непищевые	588,5	4,4%
4	2204 – вина	540,4	4,0%
5	2402 – сигары и сигареты	535,8	4,0%



Продолжение табл.

№	Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %*
6	1502 - жир КРС и МРС технический	477,6	3,5%
7	0402 – сухое и сгущенное молоко и сливки	364,6	2,7%
8	0203 – свинина	311,6	2,3%
9	1905 – мучные кондитерские изделия	309,6	2,3%
10	1006 – рис	299,2	2,2%
	Прочие продукты	7 885,0	58,6%
	Итого	13 466,4	100%

Источник: ITC Trade Map, * сумма не равна 100% ввиду округления

Основными странами-экспортерами продукции АПК в Сингапур в 2020 г., по данным ITC Trade Map, являлись Малайзия (15,5%), Франция (9,4%), Китай (9,2%), США (9,0%) и Австралия (7,5%). На долю топ-10 стран пришлось 75,1% импорта продукции АПК Сингапура. В общей структуре импорта АПК Сингапура Россия находится на 56 месте, с общим объемом 7,1 млн долл. США.

Основные страны-экспортеры продукции АПК в Сингапур, 2016-2020 г., млн долл. США

№	Страна	2016	2017	2018	2019	2020
1	Малайзия	1 962,8	1 973,2	2 065,5	2 062,5	2 082,1
2	Франция	1 228,2	1 372,0	1 560,8	1 480,2	1 261,5
3	Китай	1 066,2	1 040,3	1 061,9	1 159,9	1 234,9
4	США	800,6	902,2	866,2	989,2	1 217,1
5	Австралия	742,6	1 003,7	914,0	771,0	1 008,2
6	Индонезия	944,4	896,5	985,5	946,9	980,8
7	Таиланд	572,5	569,2	627,0	638,3	696,8
8	Великобритания	632,4	678,6	753,5	711,5	661,7
9	Новая Зеландия	346,0	496,1	483,5	462,3	483,9



Продолжение табл.

№	Страна	2016	2017	2018	2019	2020
10	Бразилия	413,5	411,3	411,8	421,6	481,4
	Прочие страны	3 246,8	3 390,5	3 584,1	3 600,8	3 358,0
	Итого	11 956,1	12 733,6	13 313,9	13 244,3	13 466,4

Источник: ITC Trade Map

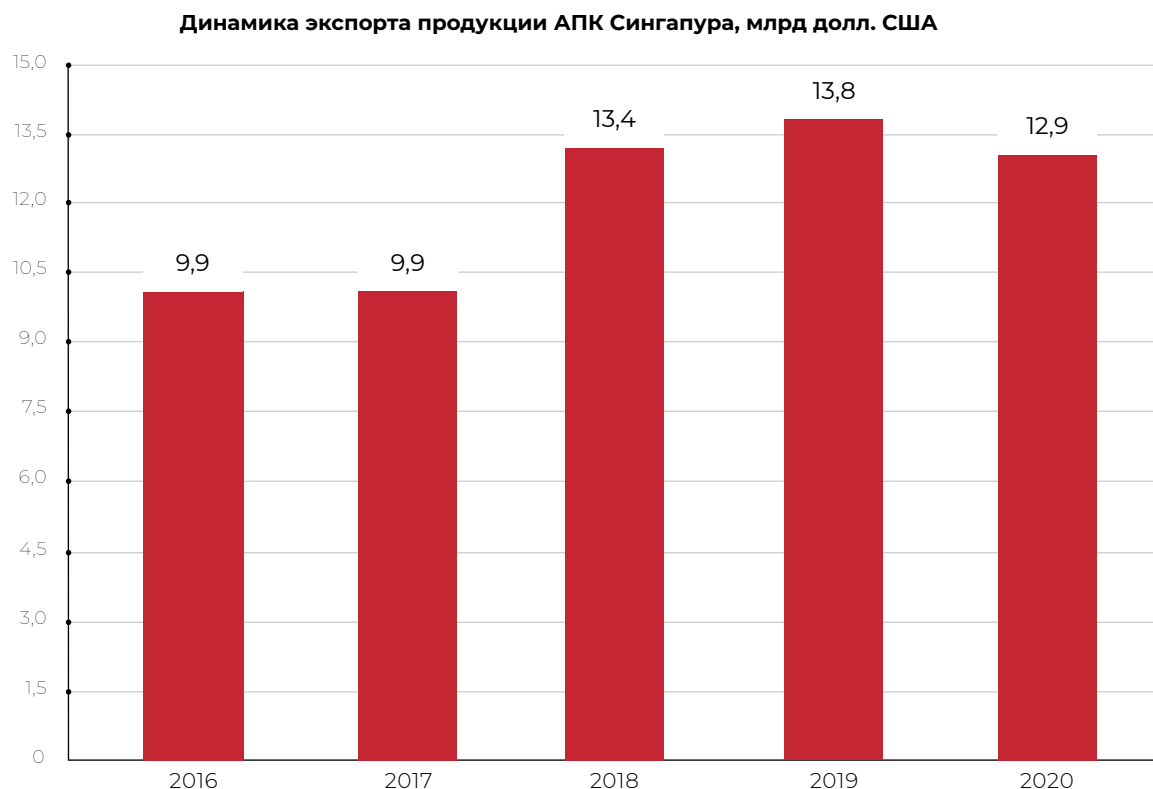
Доля стран в экспорте продукции АПК Сингапура в стоимостном выражении, 2020 г., %



Источник: ITC Trade Map

Экспорт продукции АПК

Экспорт продукции АПК Сингапура рос на протяжении 2016-2019 гг. и достиг максимального значения в 13,8 млрд долл. США. Однако в 2020 г. экспорт снизился на 6,8% до 12,9 млрд долл. США.



Источник: ITC Trade Map

В структуре экспорта продукции АПК Сингапура основной объем приходился на пищевые продукты (45,3%), спирт этиловый неденатурированный (13,5%), экстракт солодовый, готовые пищевые продукты из муки, крупы, крахмала (8,4%), сигары и сигареты (4,8%), шоколадные кондитерские изделия (3,4%).

Структура экспорта продукции АПК Сингапура, 2020 г.

№	Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, % *
1	2106 – пищевые продукты	5 843,2	45,3%
2	2208 – спирт этиловый неденатурированный до 80 об.% и спиртные напитки	1 741,9	13,5%

Продолжение табл.

№	Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, % *
3	1901 – экстракт солодовый, готовые пищевые продукты из муки, крупы, крахмала	1 076,6	8,4%
4	2402 – сигары и сигареты	616,3	4,8%
5	1806 – шоколадные кондитерские изделия	442,3	3,4%
6	2204 – вина	368,1	2,9%
7	2309 – продукты, используемые для кормления животных	289,6	2,2%
8	1804 – какао-масло, какао-жир	172,6	1,3%
9	0402 – сухое и сгущенное молоко и сливки	132,5	1,0%
10	2103 – продукты для приготовления соусов и готовые соусы	127,7	1,0%
	Прочие продукты	2 077,6	16,1%
	Итого	12 888,4	100,%

Источник: ITC Trade Map, * сумма не равна 100% ввиду округления

Основными странами-импортерами продукции АПК из Сингапура в 2020 г. являлись США (27,6%), Китай (8,1%), Таиланд (6,8%), Вьетнам (6,8%) и Малайзия (6,7%). На долю топ-10 стран пришлось 80,4% экспорта Сингапура.

Основные страны-экспортеры продукции АПК из Сингапура, 2016-2020 г., млн долл. США

№	Страна	2016	2017	2018	2019	2020
1	США	150,4	166,8	3 114,1	3 133,6	3 562,7
2	Китай	589,8	593,3	714,1	833,8	1 047,6
3	Таиланд	727,9	812,0	882,8	931,7	870,5
4	Вьетнам	1 393,6	1 391,7	1 386,1	1 377,5	870,5
5	Малайзия	1 112,0	1 084,0	1 126,4	976,5	858,3
6	Япония	934,3	799,5	873,1	910,1	849,7

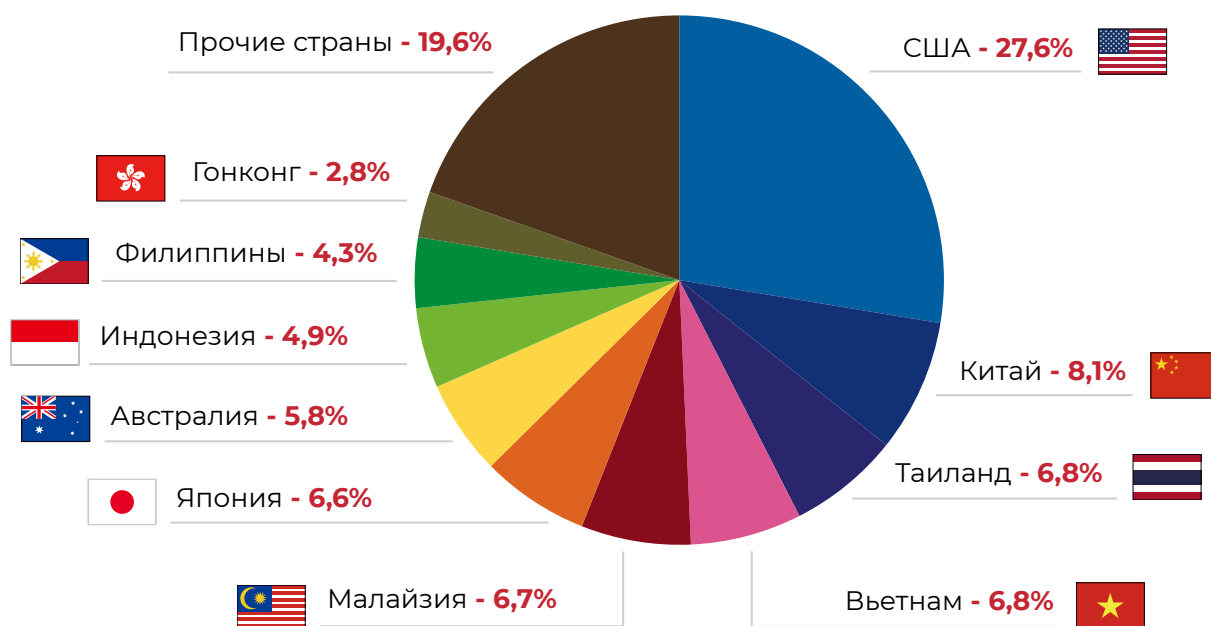


Продолжение табл.

№	Страна	2016	2017	2018	2019	2020
7	Австралия	851,4	864,9	865,5	820,5	752,9
8	Индонезия	734,2	661,6	613,8	591,3	628,1
9	Филиппины	540,4	476,9	538,5	548,6	553,1
10	Гонконг	448,8	453,4	545,4	548,2	364,5
	Прочие страны	2 428,6	2 587,0	2 777,6	3 155,3	2 530,5
	Итого	9 911,2	9 891,2	13 437,3	13 827,0	12 888,4

Источник: ITC Trade Map

Доля стран в экспорте продукции АПК Сингапура в стоимостном выражении, 2020 г., %



Источник: ITC Trade Map

Взаимная торговля продукцией АПК между Россией и Сингапуром

Объем взаимной торговли сельскохозяйственной продукцией, сырьем и продовольствием между Россией и Сингапуром в 2020 г. в сравнении с 2019 г. увеличился на 48,8% и составил 50,5 млн долл. США. Экспорт России в Сингапур снизился на 18,1% до 4,3 млн долл. США, а импорт России из Сингапура вырос на 61,0% до 46,2 млн долл. США.

Российский экспорт в Сингапур в 2020 г. составлял 8,5% от товарооборота продукции АПК между Россией и Сингапуром. На долю товарооборота продукции АПК между двумя странами приходилось 0,1% всего российского внешнеторгового товарооборота продукции АПК.

В январе – июне 2021 г. товарооборот между Россией и Сингапуром в сравнении с аналогичным периодом 2020 г. уменьшился на 58,2% и составил 10,9 млн долл. США. Российский экспорт в Сингапур снизился на 49,8% до 1,5 млн долл. США, а российский импорт – на 59,2% до 9,5 млн долл. США.

Динамика товарооборота с Россией, млн долл. США



Источник: ФТС России

Импорт России из Сингапура в 2020 г. составил 9,2 тыс. тонн на сумму 46,2 млн долл. США. На долю Сингапура приходилось 0,1% импорта продукции АПК России.

Основными товарными позициями в стоимостном выражении в структуре российского импорта продукции АПК из Сингапура в 2020 г. являлись какао-масло, какао-жир (84,1%), масло пальмовое (4,1%), животные и растительные масла и жиры (3,5%) и другие.

Рост импорта России из Сингапура в стоимостном выражении на 61,0% обусловлен преимущественно увеличением поставок какао-масла, какао-жира (+93,9% к 2019 г.); прочих растительных масел и жиров (+21,5%); фруктов, орехов и прочих съедобных частей растений, приготовленных или консервированных иным способом (+78,3%); макаронных изделий (в 3,8 раза).



При этом сократился российский импорт животных и растительных масел и жиров, мороженой рыбы, пальмового масла, экстракта солодового, прочих пищевых продуктов из муки, крупы, крахмала, молока. Кроме того, прекратились поставки кофе.

Российский импорт в 2020 г.

Наименование	Тыс. тонн	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
Какао-масло, какао-жир	6,8	38,8	84,1%
Масло пальмовое	1,2	1,9	4,1%
Животные и растительные масла и жиры	0,4	1,6	3,5%
Масла и жиры растительные прочие	0,3	1,5	3,2%
Фрукты, орехи и прочие съедобные части растений, приготовленные или консервированные	0,05	0,5	1,1%
Рыба мороженая	0,1	0,4	0,9%
Шоколадные кондитерские изделия	0,1	0,4	0,8%
Пищевые продукты прочие	0,04	0,2	0,4%
Экстракт солодовый, прочие пищевые продукты из муки, крупы, крахмала, молока	0,1	0,2	0,3%
Сахаристые кондитерские изделия	0,02	0,1	0,2%
Прочие продукты	0,1	0,6	1,3%
Итого	9,2	46,2	100%

Источник: ФТС России

По итогам января – июня 2021 г. объем российского импорта продукции АПК из Сингапура относительно аналогичного периода прошлого года уменьшился на 59,2% в стоимостном выражении (или на 13,8 млн долл. США).

За данный период снизился импорт какао-масла, какао-жира, прочих растительных масел и жиров, пальмового масла, но вырос импорт России из Сингапура фруктов, орехов и прочих съедобных частей растений, приготовленных или консервированных, животных и растительных масел и жиров, шоколадных кондитерских изделий.

Российский импорт в январе-июне 2020-2021 гг.

Наименование	январь – июнь 2020		январь – июнь 2021		прирост в 2021 к 2020			
	тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
					тыс. тонн	%	млн долл. США	%
Какао-масло, какао-жир	3,2	19,0	1,2	6,7	-2,0	-62,8	-12,2	-64,5
Животные и растительные масла и жиры	0,2	0,9	0,2	0,7	0,0	-16,3	-0,1	-15,8
Масло пальмовое	0,6	1,0	0,3	0,5	-0,4	-55,8	-0,5	-46,3
Фрукты, орехи и прочие съедобные части растений, приготовленные или консервированные	0,04	0,4	0,04	0,4	0,0	1,2	0,0	9,1
Шоколадные кондитерские изделия	0,04	0,2	0,1	0,3	0,0	52,5	0,1	91,8
Экстракт солодовый, прочие пищевые продукты из муки, крупы, крахмала, молока	0,04	0,1	0,1	0,2	0,1	в 2,7 раза	0,1	в 2,7 раза
Масла и жиры растительные прочие	0,2	1,1	0,04	0,1	-0,2	-80,0	-0,9	-86,3
Рыба мороженая	0,1	0,4	-	-	-0,1	-100,0	-0,4	-100,0
Прочие продукты	0,1	0,3	0,1	0,4	0,0	72,0	0,1	44,0
Итого	4,6	23,2	2,0	9,5	-2,5	-55,7	-13,8	-59,2

Источник: ФТС России

В 2020 г. из России в Сингапур было ввезено 2,7 тыс. тонн продукции на сумму 4,3 млн долл. США. На долю Сингапура приходилось менее 0,1% экспорта продукции АПК России.

Основными товарными позициями в стоимостном выражении в структуре экспорта продукции АПК России в Сингапур в 2020 г. являлись шоколадные кондитерские изделия (30,0%), масло подсолнечное (22,9%), сигары и сигареты (11,9%), семена кориандра (9,8%), водка (5,0%).

Снижение российского экспорта в Сингапур в стоимостном выражении на 18,1% обусловлено преимущественно уменьшением поставок сигар и сигарет, шоколадных кондитерских изделий, чая. При этом вырос российский экспорт в Сингапур подсолнечного масла, экстрактов и эссенций кофе, водки. Кроме того, начались поставки семян кориандра и льна.



Российский экспорт в 2020 г.

Наименование	Тыс. тонн	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Шоколадные кондитерские изделия	0,5	1,3	30,0%
Масло подсолнечное	1,0	1,0	22,9%
Сигары и сигареты	0,03	0,5	11,9%
Семена кориандра	0,5	0,4	9,8%
Водка	0,1	0,2	5,0%
Пищевые продукты прочие	0,0	0,2	4,4%
Икра осетровых и ее заменители	0,0	0,2	3,5%
Экстракты и эссенции кофе, продукты из них	0,03	0,1	3,5%
Семена льна	0,2	0,1	2,4%
Зерно злаков, обработанное иными способами	0,1	0,1	1,3%
Прочие продукты	0,3	0,2	5,4%
Итого	2,7	4,3	100%

Источник: ФТС России

По итогам января – июня 2021 г. объем российского экспорта продукции АПК в Сингапур относительно аналогичного периода прошлого года уменьшился на 49,8% в стоимостном выражении (на 1,5 млн долл. США). За данный период снизился российский экспорт водки, но вырос экспорт экстрактов и эссенций кофе, продуктов из них.

Российский экспорт в январе-июне 2020-2021 гг.

Наименование	январь – июнь 2020		январь – июнь 2021		прирост в 2021 к 2020			
	тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
					тыс. тонн	%	млн долл. США	%
Шоколадные кондитерские изделия	0,2	0,6	0,3	0,8	0,1	35,0	0,2	41,2
Экстракты и эссенции кофе, продукты из них	0,001	0,01	0,1	0,3	0,1	в 72,9 раза	0,3	в 57,7 раза
Икра осетровых и ее заменители	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	в 3,3 раза	0,0	60,2
Прочие продукты	1,8	2,2	0,1	0,3	-1,7	-94,4	-1,9	-86,4
Итого	2,0	2,9	0,5	1,5	-1,4	-72,4	-1,5	-49,8

Источник: ФТС России

Потребительские предпочтения

Основные факторы, влияющие на продовольственный рынок Сингапура

- зависимость в значительной степени от импорта сельскохозяйственных продуктов;
- стабильный уровень потребительских расходов и высокие располагаемые доходы населения;
- интенсивная урбанизация;
- торговая политика Сингапура ориентирована на обеспечение стабильных поставок зарубежных высококачественных продовольственных и сельскохозяйственных товаров;
- рост спроса на органические продукты и напитки;
- открытость потребителей к импортным продуктам питания;
- стремление населения к здоровому образу жизни, готовность заплатить большую цену за полезные продукты питания;
- стабильный рост спроса на полуфабрикаты и готовые к употреблению блюда, приготовленные из свежих и качественных продуктов;
- стратегия локализации в сегменте снеков и перекусов (использование ингредиентов местной кухни);
- рост спроса на маленькие упаковки из биоразлагаемых материалов;
- потребители отдают предпочтение еде вне дома и чаще употребляют национальные блюда не в ресторанах, а в уличных центрах питания (HoReCa-Центрах), которые объединяют под одной крышей заведения, предлагающие блюда на любой вкус;
- развитая международная сеть ресторанов и заведений общественного питания;
- активное развитие электронной коммерции, потребители зачастую предпочитают экономить время на походы за покупками в магазины;
- развитая система гостинично-ресторанной индустрии;
- крупные сети розничной торговли инвестируют значительные средства в сектор общественного питания, чтобы потребители могли совмещать процесс похода по магазинам с возможностью поужинать;



- по данным Euromonitor International, сектор розничной торговли в Сингапуре развивается благодаря устойчивому спросу на продукты премиум-класса;
- развитая сеть «органических» магазинов, которые предлагают товары со знаком «есо» и другие полезные и органические продукты питания и напитки;
- потребители подвержены влиянию СМИ и социальных сетей, поэтому продукты, которые продвигаются с использованием данных маркетинговых каналов, пользуются повышенным спросом;
- к продуктам, которые являются наиболее перспективными по уровню потребления и спросу, можно отнести: молочные продукты, полуфабрикаты и заготовки, свежие фрукты и обработанные овощи, мясо птицы, говядину и снеки.

Влияние COVID-19 на потребительский рынок Сингапура

- в рамках борьбы с распространением пандемии Covid-19 власти Сингапура с 23 марта 2020 г. начали вводить ограничения: официально режим самоизоляции объявлен не был, но была прекращена вся работа (за исключением сферы основных и необходимых услуг). Гражданам разрешалось посещать только продуктовые магазины;
- пандемия простимулировала активное развитие электронной торговли, практически все магазины и рестораны предоставляли услуги по доставке продуктов питания, полуфабрикатов и готовых блюд на дом;
- потребительские предпочтения, несмотря на высокий уровень располагаемых доходов, сместились в пользу продуктов и товаров первой необходимости;
- повышенный спрос отмечался также на товары с длительными сроками хранения, продукты и напитки, которые стимулируют работу иммунной системы организма.

Структура расходов на продукты питания

- согласно прогнозам, расходы на мясо и птицу составят примерно 17,8% общих расходов населения на продукты питания в 2021 г., что связано с высоким уровнем располагаемых доходов и сбалансированным рационом в Сингапуре;
- ожидается стабильный рост потребления продуктов, особенно фермерских и со знаком «есо» и «organic»;
- на рыбу и морепродукты расходы составят примерно 16,9% от общих расходов, а на молочные продукты примерно 12,7%;



- увеличение спроса на макаронные изделия и молочную продукцию формируется за счет удобства и быстроты приготовления. Ожидается, что расходы на макаронные изделия будут расти в среднем на 3,9% в год до 2024 г.;
- расходы на сахар и сахаристые изделия будут расти в среднем на 3,5% ежегодно в 2021-2024 гг.

Структура расходов на продукты питания в Сингапуре, млрд SGD

Наименование	2017	2018	2019	2020	2021*	2022*	2023*	2024*
Мясная продукция	1,9	1,9	2,0	2,1	2,1	2,2	2,3	2,3
Рыба и морепродукты	1,8	1,8	1,9	1,9	2,0	2,0	2,1	2,1
Свежие овощи	1,5	1,5	1,6	1,6	1,7	1,7	1,8	1,8
Молоко и молочная продукция	1,3	1,3	1,4	1,4	1,5	1,5	1,6	1,7
Хлеб, рис, продукты переработки зерновых культур	1,2	1,2	1,2	1,3	1,3	1,4	1,4	1,4
Кондитерские изделия	0,9	0,9	1,0	1,0	1,0	1,1	1,1	1,2
Свежие и приготовленные фрукты	0,6	0,7	0,7	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8
Сахар	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5
Масложировая продукция	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3
Макаронные изделия	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Прочие продукты	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6
Итого	10,5	10,6	10,9	11,4	11,8	12,1	12,5	13,0

Источник: EMIS

Национальная кухня

Национальная кухня Сингапура – результат влияния индийских, китайских, малайских и европейских культур. В стране развит гастро-туризм: многие туристы приезжают в Сингапур, чтобы попробовать национальные блюда. Особенность сингапурской кухни заключается в комбинировании лучших рецептов из Индии, Китая и других стран и их дополнении местными специями и соусами, кусочками фруктов и овощей.



Популярные блюда



Квайчхап – плоская рисовая лапша в бульоне из темного соевого соуса, подается со свиными субпродуктами, тушеным утиным мясом, различными видами бобов, консервированными солеными овощами и тушеными яйцами.



Хокьенмэ – яичная и рисовая лапша, обжаренные с яйцом, ломтиками свинины, креветками и кальмарами, подается с зеленым луком, салом, чили и лаймом.



Хар чхеонг гай – куриные крылышки, обжаренные в тесте с ферментированной пастой из креветок.



Туту куэ – паровые пирожки из рисовой муки со сладкой измельченной кокосовой или арахисовой начинкой.



Баксо – фрикадельки из говядины, свинины или курицы, которые отваривают либо обжаривают во фритюре и подают с домашней лапшой и свежими овощами.



Бубур чхачха – десерт из жемчужного саго, сладкого картофеля, ямса, бананов, черноглазого гороха, листьев пандана, сахара и соли, приготовленных в кокосовом молоке.

Торгово-распределительная сеть

Крупные компании-импортеры и дистрибьюторы

Название	Описание
Country Foods Pte. Ltd.	Компания является одним из ведущих импортеров мяса и мясных продуктов, а также крупным дистрибьютором и производителем, который оказывает услуги гостинично-ресторанному сектору и большинству торговых сетей. Компания сотрудничает с поставщиками мяса из ЕС и Америки. Сайт: https://countryfoods.com/
Indoguna (Singapore) Pte Ltd.	Компания существует на рынке более 20 лет. Организация специализируется на продуктах питания (мясо, кондитерские изделия, напитки). В распоряжении компании находятся несколько торгово-распределительных центров, складских помещений и собственный автопарк. Сайт: http://www.indoguna.com/
Dodo Marketing Pte. Ltd.	Компания основана в 70-е годы и специализируется на оптовых продажах и дистрибуции рыбы и морепродуктов, мяса и мясной продукции. Компания управляет несколькими брендами и поставляет свою продукцию в розничный сегмент и гостинично-ресторанный сектор. Сайт: https://www.enjoydodo.com/
Bee Cheng Hiang Hup Chong Foodstuff Pte Ltd.	Компания, основанная в 1933 г., которая управляет более 330 торговыми точками, торгово-распределительными центрами и владеет собственным автопарком. Компания специализируется на дистрибуции широкого ассортимента продуктов питания и напитков и считается одним из самых надежных поставщиков в сегмент розничной торговли и гостинично-ресторанного сектора. Сайт: https://www.beechenghiang.com.sg/
Chia Khim Lee Food Industries	Крупный конгломерат, который работает с компаниями по всему миру и занимает прочное место в производстве и дистрибуции своей продукции в Сингапуре и за его пределами. Компания имеет сертификаты ISO9001, HACCP, GMP и HALAL. Конгломерат имеет три основных направления бизнеса: производство, торговля (имеет широкую сеть поставщиков из различных регионов мира), инвестиции (инвестирование, направленное на долгосрочное партнерство в различных отраслях). Сайт: https://chiakhimlee.com/
HAY DAIRIES Pte Ltd.	Компания, основанная более 20 лет назад, является единственной козьей фермой в Сингапуре с 1988 г. Ферма Hay Dairies соответствует стандартам безопасности пищевых продуктов, регулируемые Агропродовольственным и ветеринарным управлением Сингапура (AVA). Компания поставляет свою продукцию в розничные сети и гостинично-ресторанный сектор. Сайт: https://haydairies.sg/profile/



Розничная торговля

Сектор розничной торговли в Сингапуре считается одним из самых развитых в азиатском регионе. Сегмент представлен гипермаркетами, супермаркетами, круглосуточными магазинами и традиционными магазинами типа «mom and pop». В данном секторе доминируют три основных игрока: NTUC Fair Price Cooperative, Dairy Farm Group и Sheng Siong Supermarket Chain. Сектор розничной торговли продуктами питания продолжает процветать благодаря устойчивому спросу на продукты премиум-класса и повышенному интересу к домашней кухне. Игроки на этом рынке постоянно конкурируют между собой, включая в свой ассортимент все больше иностранных брендов, чтобы завоевать расположение потребителей. Также растет число независимых торговых точек, которые специализируются на продуктах премиум-сегмента. Из-за высокой конкуренции большинство круглосуточных магазинов старается сократить расходы и меняют формат торговли на вендинговые автоматы или киоски, которые подразумевают самообслуживание.



Одним из ведущих форматов в Сингапуре являются круглосуточные точки розничной торговли, которые зачастую работают по франшизе. Потребители регулярно совершают покупки маленькими партиями в подобных магазинах, которые удобно расположены около дома и сконцентрированы по большей части в жилых кварталах. На рынке круглосуточных магазинов преобладают Cheers и FairPrice Express NTUC FairPrice, а также 7-Eleven компании Dairy Farm International. В данных магазинах в основном продается импортная продукция.

К традиционным форматам розничной торговли в Сингапуре можно отнести рынки (wet markets), которые в основном предлагают потребителям местные продукты: фрукты, овощи, мясо и птицу, морепродукты. Эти магазины устанавливают более низкие цены, чем супермаркеты, чтобы привлечь потребителей, но несмотря на низкие

цены, их количество в последние годы значительно сократилось, а местные жители все чаще совершают покупки в современных торговых точках.

Сегмент гипермаркетов также продолжает расширяться, поскольку потребители высоко ценят большой выбор предлагаемой импортной и местной продукции. Также потребителей привлекают всевозможные акции и распродажи, кафе на территории гипермаркетов и работа некоторых магазинов 24 часа в сутки.

Наибольшую долю на розничном рынке Сингапура занимает компания Dairy Farm International, в 2020 г. на долю которой пришлось 33,5% продаж всех продуктов питания. На долю Sheng Siong и Seven & i Holdings Co Ltd. приходилось около 15,1% и 14,1% соответственно. Доля топ-6 крупнейших ритейлеров по итогам отчетного года составила 71,4%.

Оставшиеся 28,6% рынка розничной торговли занимают небольшие ритейлеры:

- супермаркеты, расположенные в пригородных районах, ориентированные на потребителей эконом-класса;
- японские розничные магазины Meidi-Ya Singapore и Isetan Supermarket;
- супермаркет Mustafa в «Маленькой Индии», который импортирует товары из многих стран;
- продуктовые семейные магазины.

**Доля основных ритейлеров на рынке продуктов питания и продовольствия Сингапура, %
(от стоимости продаж)**

	2016	2017	2018	2019	2020
Dairy Farm International	27,5	28,4	29,1	30,5	33,5
Sheng Siong	17,1	16,4	15,5	14,3	15,1
Seven & i Holdings Co Ltd.	10,5	10,7	11,0	12,1	14,1
Prime supermarket Pte Ltd.	6,4	6,3	5,9	6,0	5,1
U Stars Pte Ltd.	1,6	1,6	1,6	1,6	1,9
BreadTalk Group Ltd.	0,2	0,8	1,4	1,5	1,7
Прочие	36,7	35,8	35,5	34,0	28,6
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Источник: EMIS



Крупные магазины розничной торговли



NTUC FairPrice – крупнейшая сеть розничной торговли в Сингапуре, которая управляет супермаркетами, гипермаркетами и круглосуточными магазинами. Компания специализируется как на местной продукции, так и на импортной. Сеть закупает продукцию у импортеров и дистрибьюторов и редко импортирует напрямую. Потребители отмечают гибкую систему акций и скидок, кассы самообслуживания и удобное приложение для заказа продуктов питания на дом.

Сайт: <https://www.fairprice.com.sg/>



Dairy Farm International – вторая по размеру сеть розничной торговли. Компания управляет гипермаркетами, супермаркетами, круглосуточными магазинами и магазинами для гурманов премиум-сегмента. В управление компании также входят японские круглосуточные магазины 7Eleven.

Сайт: <https://www.dairyfarmgroup.com/en-US/>



Sheng Siong – третья по размеру сеть розничной торговли, которая существует на рынке более 35 лет и управляет 61 торговой точкой. Компания закупает продукцию у дистрибьюторов. Потребители отмечают удобное расположение магазинов, а также широкий ассортимент импортной продукции по выгодным ценам.

Сайт: <https://corporate.shengsiong.com.sg/store-locator/>



Seven & i Holdings Co Ltd. – диверсифицированный холдинг, основным направлением деятельности которого является оптово-розничная торговля. Компания управляет круглосуточными магазинами, супермаркетами, универмагами, заведениями общественного питания, а также оказывает финансовые услуги. Компания управляет магазинами под эгидой Seven-Eleven Japan и Seven-Eleven Okinawa.

Сайт: <https://www.7andi.com/en/>



Prime supermarket Pte Ltd. – сингапурская сеть супермаркетов, основанная в 1984 г. как семейное предприятие. На территории страны насчитывается более 20 торговых точек. У компании также есть свое приложение для заказов продуктов на дом либо в офис. Большинство супермаркетов имеют на своей территории кафе. Потребители отмечают удобное расположение, высокое качество продуктов, а также гибкую систему скидок.

Сайт: <https://www.primesupermarket.com/>

Электронная торговля

По итогам 2020 г. общий объем электронной торговли Сингапура увеличился на 53,7% и составил около 4,6 млрд долл. США. На долю продаж продуктов питания и напитков по итогам года пришлось 5,4% от всего объема электронной коммерции Сингапура. За год объем продаж данной категории вырос практически в два раза.

Объемы электронной торговли продуктами питания и напитками, млн SGD

	2016	2017	2018	2019	2020
Электронная торговля	1 654,4	2 174,6	2 692,4	2 976,0	4 574,3
Электронная торговля продуктами питания и напитками	84,0	106,5	124,2	141,0	249,1
Доля электронной торговли продуктами питания и напитками, %	5,1	4,9	4,6	4,7	5,4

Источник: EMIS

Гостинично-ресторанный сектор

Среди стран азиатского региона гостинично-ресторанный сектор Сингапура является одним из самых развитых и конкурентоспособных. Сегмент ресторанного бизнеса представлен как местными сетями премиальных ресторанов, кафе и фаст-фуд заведений, так и международными. Наличие большого количества международных ресторанов обусловлено повышенным потребительским спросом и интересом к зарубежным кухням и желанием открыть для себя новые вкусы. Большой популярностью пользуется европейская кухня. Практически все точки общественного питания предлагают услуги по доставке еды на дом либо в офис.

Гостиничный сектор Сингапура представлен крупнейшими международными сетями отелей, которые ежегодно расширяют свое присутствие в стране и предлагают клиентам апартаменты как для путешествий, так и для деловых поездок.



Сертификация продукции и требования к производителям

При экспорте сельскохозяйственной продукции с территории Российской Федерации на рынок Сингапура все заинтересованные лица обязаны выполнять требования законодательства страны-импортера. В соответствии с этим, каждая партия сельскохозяйственной продукции, экспортируемая с территории Российской Федерации, в зависимости от подконтрольности должна сопровождаться соответствующим сертификатом, который выдается уполномоченным органом страны-экспортера. Указанные сертификаты являются официальным подтверждением о соответствии продукции требованиям Сингапура. Национальным органом, ответственным за обеспечение безопасности пищевых продуктов, а также осуществляющим контроль за импортной продукцией, является Продовольственное агентство Сингапура (Singapore Food Agency-SFA)⁹.

Статус доступа

На данный момент Российская Федерация имеет доступ на рынок Сингапура по следующей продукции АПК:

- готовым мясным изделиям из свинины¹⁰;
- мясу и субпродуктам птицы, а также готовой продукции из птицы;
- продуктам переработки яиц;
- молоку и молочной продукции;
- масложировой продукции.

⁹ <https://www.sfa.gov.sg/>

¹⁰ Только термически обработанные.



Условия экспорта продукции на рынок Сингапура

Предприятия, желающие импортировать продовольственные товары в Сингапур, должны убедиться, что их продукция соответствует условиям SFA¹¹. На сегодняшний день Продовольственное агентство Сингапура при осуществлении международной торговли ссылается на международные стандарты, такие как Codex Alimentarius и Всемирная организация здравоохранения животных (МЭБ).

При экспорте продукции, подлежащей фитосанитарному надзору, стоит руководствоваться Законом о контроле растений от 18 февраля 1994 г.¹², в котором определен порядок ввоза продукции, а также представлен перечень карантинных вредных организмов для Республики Сингапур.

SFA классифицирует растениеводческую продукцию по различным категориям. К каждой из этих категорий предъявляются особые условия и требования. Большая часть такой продукции на сайте SFA классифицируется как обработанные пищевые продукты¹³.

Сертификация Халяль

На данный момент имеющиеся согласованные ветеринарные сертификаты¹⁴ между компетентными ведомствами двух стран, находящиеся в разделе «Ввоз. Вывоз. Транзит» компетентного ведомства Российской Федерации, не выставляют требования по наличию сертификата «Халяль» ни на открытые для экспорта из РФ позиции, ни на другую продукцию сельскохозяйственной отрасли.

Однако, несмотря на отсутствие требований по сертификации «Халяль» в согласованных ветеринарных сертификатах в Сингапуре имеется сертификация по требованиям «Халяль», которая является добровольной¹⁵. Но ввиду того, что около 15% населения Сингапура являются мусульманами, наличие такой сертификации существенно увеличивает шанс успешной реализации продукции на рынке страны. Кроме того, Сингапур является крупным хабом, из которого в дальнейшем реализуется продукция на рынки стран Юго-Восточной Азии.

¹¹ <https://www.sfa.gov.sg/food-import-export/commercial-food-imports>

¹² [https://www.nparks.gov.sg/avs/resources/legislation/-/media/avs/legislations/\(2h\)-control-of-plants-\(plant-importation\)-rules.pdf](https://www.nparks.gov.sg/avs/resources/legislation/-/media/avs/legislations/(2h)-control-of-plants-(plant-importation)-rules.pdf)

¹³ <https://www.sfa.gov.sg/food-import-export/commercial-food-imports>

¹⁴ https://fsvps.gov.ru/fsvps-docs/ru/importExport/singapour/files/singapour_crt_meatproducts.pdf ,
https://fsvps.gov.ru/fsvps-docs/ru/importExport/singapour/files/singapour_crt_poultryproducts.pdf

¹⁵ <https://www.muis.gov.sg/Halal/About>



За сертификацию «Халяль» (как продукции, так и производств) в Сингапуре отвечает специальное правительственное ведомство – MUIS¹⁶ – Исламский религиозный совет Сингапура. MUIS на данный момент не имеет органов по сертификации на территории РФ и других стран. MUIS наделен полномочиями действовать в качестве единственного органа для администрирования сертификации «Халяль» и регулирования индустрии «Халяль» в Сингапуре. На основании раздела 88А Закона об административном праве мусульманского права Сингапура, MUIS выдает сертификаты «Халяль» на основе набора системных требований к сертификации «Халяль», известных как Сингапурская система управления качеством «Халяль Муис» (HalMQ). На сегодняшний день MUIS предлагает семь схем сертификации «Халяль»¹⁷, которые охватывают цепочку поставок продуктов питания.

Для получения сертификации «Халяль» в Сингапуре российским производителям необходимо совместно с импортером собрать необходимый набор документов и подать заявку посредством электронной заявке на сайте MUIS – <https://www.muis.gov.sg/Halal/Halal-Certification/LicenceOne>. С детальной процедурой получения сертификации «Халяль» в MUIS можно ознакомиться по ссылке https://eservices.muis.gov.sg/ifaq/apps/fcd_faqmain.aspx#FAQ_155736.

¹⁶ <https://www.muis.gov.sg/>

¹⁷ <https://www.muis.gov.sg/Halal/Halal-Certification/Scheme-Types-Eligibility-Criteria-HCC>



Барьеры входа на рынок

При анализе законодательства Сингапура необходимо выделить следующие барьеры входа на рынок, которые будут влиять на осуществление торговой деятельности.

1) Списки предприятий, одобренных SFA на право осуществления поставок на территорию страны.

Ввоз импортной продукции животного происхождения на территорию Сингапура возможен исключительно с аккредитованных предприятий, утвержденных национальным органом - SFA. Процесс включения зарубежного предприятия в список одобренных на право экспорта в Сингапур происходит на основании успешно пройденного аудита зарубежными специалистами SFA. Список предприятий, одобренных зарубежным органом размещен на его официальном сайте¹⁸.

2) Разрешение на ввоз сельскохозяйственной продукции.

Компетентное ведомство Сингапура – SFA, требует разрешения на ввоз всех пищевых продуктов, ввозимых на территорию страны любым видом транспорта (воздушным, наземным, морским, исключением не является ввоз бандеролью).

3) Проведение лабораторного контроля ввозимой продукции.

При ввозе на территорию Сингапура каждая партия подвергается контролю со стороны компетентных ведомств. Одновременно с этим сотрудники компетентного ведомства вправе взять образцы для лабораторного исследования. В некоторых случаях партия ввозимой продукции будет подвергнута так называемому **«hold and test»**¹⁹. Так, данная партия не может быть реализована до тех пор, пока не будут известны результаты лабораторного исследования и партия не будет признана соответствующей законодательству Сингапура в сфере пищевой безопасности.

¹⁸ <https://www.sfa.gov.sg/tools-and-resources/accredited-overseas-meat-and-egg-processing-establishment>

¹⁹ Временной период, необходимый для проведения лабораторных исследований.



Особенности ведения бизнеса в стране

Общие правила

- деловая культура Сингапура формировалась под влиянием китайской, малайской и индийской культур и сочетает в себе особенности этих стран;
- сингапурцы открыты в своих взглядах, положительно воспринимают инновации, однако в структуре общения прослеживается некая иерархичность;
- основным языком для ведения переговоров является английский;
- сингапурцы обычно пунктуальны при встречах и ожидают того же от других. Поэтому, если опаздываете, необходимо обязательно предупредить об этом. Опоздание рассматривается как признак неуважения;
- во время переговоров сингапурцы крайне неторопливы, они предпочитают заключать долгосрочные отношения и хотят убедиться в надежности партнеров, поэтому проявите терпение и не торопите их;
- все решения принимаются также неторопливо и групповым консенсусом за счет чего переговоры могут затянуться;
- при построении бизнеса в Сингапуре обязательно обзаведитесь знакомствами, в этой стране связи крайне важны;
- обмен визитками в Сингапуре совершается после знакомства. Вручайте визитки двумя руками надписью к партнеру;
- возрастная иерархия в Сингапуре играет важную роль, возраст – показатель статуса, поэтому относитесь с уважением к старшим коллегам;
- сингапурцы не дарят бизнес-партнерам подарки так часто, как это принято в других азиатских бизнес-культурах. Подарок считается выражением благодарности и для него идеально подойдут ручка или атрибутика с логотипом фирмы;
- сингапурцы предпочитают деловой дресс-код, где для мужчин оптимальным будет строгий костюм, а для женщин брючный костюм либо строгое платье ниже колена. При этом они очень ценят статусность, поэтому дорогие бренды одежды и аксессуаров всегда будут положительно восприниматься со стороны коллег;
- всегда заранее отправляйте список людей, которые будут присутствовать на переговорах, с указанием их должности и титула. Лучше подождать пока укажут место, которое можете занять, в этом вопросе соблюдается строгая иерархия.



Национальные праздники и выходные дни в Сингапуре

Дата	Наименование
1 Января	Новый год
28 Января	Тайпусам
12- 13 Февраля	День китайского Лунного Нового года
14 Февраля	День Святого Валентина
15 Февраля	Общий День защиты
8 Марта	Международный женский день
4 Апреля	Пасхальное воскресенье
1 Мая	День Труда
9 Мая	День матери
20 Июня	День отца
1 Июля	День вооруженных сил
21 Июля	День Расовой Гармонии
9 Августа	Национальный день
1 Октября	День детей
25 Декабря	Рождество
31 Декабря	Канун Нового года