

Экспортный гид

Молочная продукция



Филиппины



Экспортный гид

Молочная продукция



Филиппины

Гид создан при участии:



WORLD BANK GROUP

СОЮЗМОЛОКО

Национальный союз
производителей молока

Предисловие

Настоящий гид разработан как практическое руководство для организации экспорта молочной продукции на Филиппины. Гид основан на следующих принципах:

- обобщение самых актуальных сведений о рынке;
- аналитические данные, основанные на оценках отраслевых экспертов;
- практические рекомендации по выходу на рынок;
- простая для восприятия форма изложения информации.

Представленные материалы помогут принять взвешенные решения о выходе на рынок и максимально эффективно организовать экспорт молочной продукции на Филиппины.

© ФГБУ «Федеральный центр развития экспорта продукции агропромышленного комплекса Российской Федерации», 2021.

© Все права защищены.

Никакая часть данного издания не может быть воспроизведена 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.....	7
Введение	10
1. Краткий обзор — Филиппины.....	13
1.1. Экономические тенденции	15
1.2. Политические тенденции	21
1.3. Деловая среда	22
1.4. Демографические тенденции.....	25
1.5. Влияние тенденций на потребительский рынок страны	26
2. Обзор рынка.....	28
2.1. Объем и динамика рынка	30
2.1.1. Питьевое молоко и сливки	39
2.1.2. Кисломолочная продукция.....	48
2.1.3. Концентрированное молоко.....	58
2.1.4. Сухое молоко.....	68
2.1.5. Сыры.....	81
2.1.6. Сывороточные ингредиенты	95
2.1.7. Сливочное масло	102
2.1.8. Мороженое	113
2.2. Потребительские предпочтения	125
2.3. Торгово-распределительная сеть.....	126
2.4. Конкурентная среда и участники рынка	133
3. Стандарты на продукцию	140
3.1. Требования к производителям	142
3.2. Требования к продукции.....	144
3.3. Требования к упаковке и маркировке	146
4. Барьеры входа на рынок.....	148
4.1. Особенности таможенных процедур	150
4.2. Тарифные и нетарифные барьеры	151
5. Организация экспортных поставок	156
5.1. Логистика	158
5.2. Формы присутствия на рынке	166
5.3. Защита интеллектуальной собственности.....	169

6. Продвижение продукции	174
6.1. Ключевые факторы успеха на рынке	176
6.2. Отраслевые выставки.....	178
7. Особенности деловой культуры	179
8. Преимущества и риски осуществления поставок.....	185
8.1. Преимущества.....	187
8.2. Риски	187
9. Карта действий экспортера	189
10. Контактная информация	193
11. Государственная поддержка экспорта продукции АПК	198
Приложение №1. Особые экономические зоны	206
Приложение №2. Иностраные инвестиции на Филиппинах	209
Приложение №3. Нормативно-правовая база Филиппин.....	210

Резюме

- Филиппины — одна из ведущих и динамично развивающихся экономик Юго-Восточной Азии. Быстрый рост доли молодого населения страны делает этот рынок привлекательным для экспортеров продовольствия.
- Пандемия COVID-19 поставила Филиппины в уязвимое положение из-за тесных социально-экономических связей и территориальной близости к Китаю. Меры изоляции в крупных филиппинских городах были одними из самых длительных и строгих в Азии, что оказало негативное влияние на экономику страны. По данным МВФ, в 2020 г. ВВП Филиппин сократился на 9,5%. Уровень безработицы увеличился с 2,2% в 2019 г. до 3,4% в 2020 г. Эти факторы привели к более осторожному расходованию денежных средств потребителями, в том числе на продукты питания.
- В 2020 г. наряду с уменьшением денежных переводов из-за рубежа и снижением активности в индустрии туризма наблюдалась тенденция к сокращению объемов экспорта. Антикризисные меры экономической поддержки привели к беспрецедентному росту государственного долга, который увеличился с 34% ВВП в 2019 г. до 48% в 2020 г. Несмотря на снижение темпов роста экономики в 2020 г., вызванного пандемией COVID-19, перспективы роста в таких секторах, как сельское хозяйство, потребительские товары, недвижимость и финансовые услуги, остаются положительными.
- Сельское хозяйство играет важную роль в экономике Филиппин. На долю этого сектора приходится 8,8% ВВП (77 млрд долл. США) и 22,5% занятости населения страны. Основные продукты АПК — рис, рыба, мясо птицы, бананы, кокосы, кукуруза, сахарный тростник. Несмотря на значительные объемы собственного производства, Филиппины являются нетто-импортером продовольствия.
- Молочное скотоводство на Филиппинах практически не развито и производство молочной продукции в стране из собственного сырья незначительно. Несмотря на то, что в 2020 г. объем производства сырого молока на Филиппинах достиг 26,7 тыс. тонн, а среднегодовой темп роста производства положительный (около 6% ежегодно), достаточного объема ресурса для внутреннего производства молочной продукции в стране не формируется. Основной объем рынка обеспечивается за счет импорта и большая часть молочной продукции производится из импортируемого сухого молока.
- Филиппины являются крупным импортером молочной продукции: в 2020 г. импорт составил 1,2 млрд долл. США. В стране наблюдаются стабильные темпы роста импорта молока и молочных продуктов. По отношению к 2012 г. объемы импорта в стоимостном выражении выросли на 49,1%.
- В структуре импорта молока и молочных продуктов преобладают сухое молоко (46,2%), сливочное масло (12,4%) и сыры (11,3%). Также растут объемы импорта кисломолочной продукции и питьевого молока.

- Основными экспортерами молочных продуктов на Филиппины в 2020 г. являлись США (31,8% от общего объема импорта молочной продукции в стоимостном выражении), Новая Зеландия (29,1%) и страны ЕС (22,1%). США, в основном, специализируются на поставках в страну сухого молока, сливочного масла, сыров и сывороточных ингредиентов. Новая Зеландия экспортирует сыры, сухое молоко и сливочное масло. Страны ЕС специализируются на поставках сухого молока, кисломолочной продукции и сыров.
- Как и крупные поставщики молочной продукции на Филиппины (США и страны ЕС), российские экспортеры входят на рынок страны по ставке РНБ. Ввозные таможенные пошлины на различные виды молочной продукции составляют от 3 до 10%. В рамках ССТ Филиппины применяют нулевую ставку ввозных таможенных пошлин к молочной продукции из стран АСЕАН, также льготными условиями поставок молочной продукции, за исключением йогурта и молочных паст, пользуются Австралия и Новая Зеландия.

Список сокращений

Англоязычные сокращения

AANZFTA	ASEAN-Australia-New Zealand Free Trade Area — зона свободной торговли между АСЕАН, Австралией и Новой Зеландией
AFTA	ASEAN Free Trade Area — зона свободной торговли ASEAN
ARTA	Anti-Red Tape Authority — Управление по борьбе с бюрократизмом
B2B	Business-to-business — коммерческие взаимоотношения между организациями
BOI	Board of Investments — Совет по инвестициям
DFA	Department of Foreign Affairs — Министерство иностранных дел Республики Филиппины
DTI	Department of Trade and Industry — Министерство торговли и промышленности Республики Филиппины
FDA	Food and Drug Administration — Управление по контролю за продуктами питания и лекарственными средствами при Министерстве здравоохранения Республики Филиппины
GMP	Good Manufacturing Practice — надлежащая производственная практика; правила, которым должна отвечать организация производства
НАССР	Hazard Analysis and Critical Control Points — принципы обеспечения безопасности пищевой продукции
HoReCa	Hotel, Restaurant and Catering — гостинично-ресторанный бизнес
Incoterms	International commercial terms — международные правила, признанные правительственными таможенными органами, юридическими компаниями и предпринимателями по всему миру как основные условия для международной торговли
IPOPHL	Intellectual Property Office of the Philippines — Ведомство по интеллектуальной собственности Республики Филиппины
ITC Trade Map	внешнеторговая статистика Международного торгового центра
MRL	Maximum Residue Limit — предельно допустимый уровень остаточного содержания пестицидов

NDA	National Dairy Authority — Национальное управление молочной промышленности при Министерстве сельского хозяйства Республики Филиппины
PTF	Philippine Tariff Finder — Комиссия по тарифным ставкам Республики Филиппины
SEC	Securities and Exchange Commission — Комиссия по ценным бумагам и биржам Республики Филиппины
UN Comtrade	United Nations Commodity Trade Statistics Database — база данных ООН по статистике торговли товарами
USDA	U.S. Department of Agriculture — Министерство сельского хозяйства США

Русскоязычные сокращения

АПК	агропромышленный комплекс
АТР	Азиатско-Тихоокеанский регион
АТЭС	Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество
ВВП	валовой внутренний продукт
ВОИС	Всемирная организация интеллектуальной собственности
ВТО	Всемирная торговая организация
ЕАЭС	Евразийский экономический союз
ЗСТ	зона свободной торговли
МВФ	Международный валютный фонд
МОТ	Международная организация труда
ОЭЗ	особая экономическая зона
ПИИ	прямые иностранные инвестиции
ППС	паритет покупательной способности
РНБ	режим наибольшего благоприятствования
РОУ АПК	региональные органы управления агропромышленным комплексом

Список сокращений

РТС	региональное торговое соглашение
СОМ	сухое обезжиренное молоко
ССТ	соглашение о свободной торговле
СЦМ	сухое цельное молоко
ТН ВЭД	товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности
ТРИПС	Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности
ФАО	Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН
ЮНКТАД	Конференция ООН по торговле и развитию

Введение





Филиппины — одно из наиболее динамично развивающихся государств Юго-Восточной Азии. Повышение уровня урбанизации, увеличение доли среднего класса и молодого населения способствовало развитию экономики страны в последние годы. Несмотря на сложности 2020 г., связанные с пандемией COVID-19, прогнозируется рост в таких секторах как сельское хозяйство, потребительские товары, недвижимость и финансовые услуги.

Общие сведения (2020 г.)

ВВП (в текущих ценах): 361 млрд долл. США

Рост ВВП: -9,6%

ВВП на душу населения по ППС (в текущих ценах): 8 449 долл. США

Уровень инфляции: 2,6%

Приток ПИИ: 5,0 млрд долл. США (2019 г.)

Население: 109,7 млн человек

Площадь: 298 170 км²

Крупнейшие города по численности населения (2015 г.): Кесон-Сити (2,94 млн), Манила (1,78 млн), Давао (1,63 млн), Калукан (1,58 млн)

Уровень урбанизации: 47,1%

Уровень безработицы: 3,4%

Структура ВВП: сельское хозяйство (8,8%), промышленность (30,2%), сфера услуг (61,0%)

Структура занятости: сельское хозяйство (22,5%), промышленность (19,8%), сфера услуг (57,6%)

Основные товары экспорта: электрические машины и оборудование; оборудование и механические устройства; съедобные фрукты и орехи; инструменты и аппараты оптические, фотографические, кинематографические и медицинские; руды

Основные товары импорта: электрические машины и оборудование; оборудование и механические устройства; нефть и нефтепродукты; средства наземного транспорта; черные металлы

Объем экспорта: 63,9 млрд долл. США

Объем импорта: 90,8 млрд долл. США

Источник: МВФ, Всемирный банк, ООН, ЮНКТАД, МОТ, ITC Trade Map, Управление статистики Филиппин

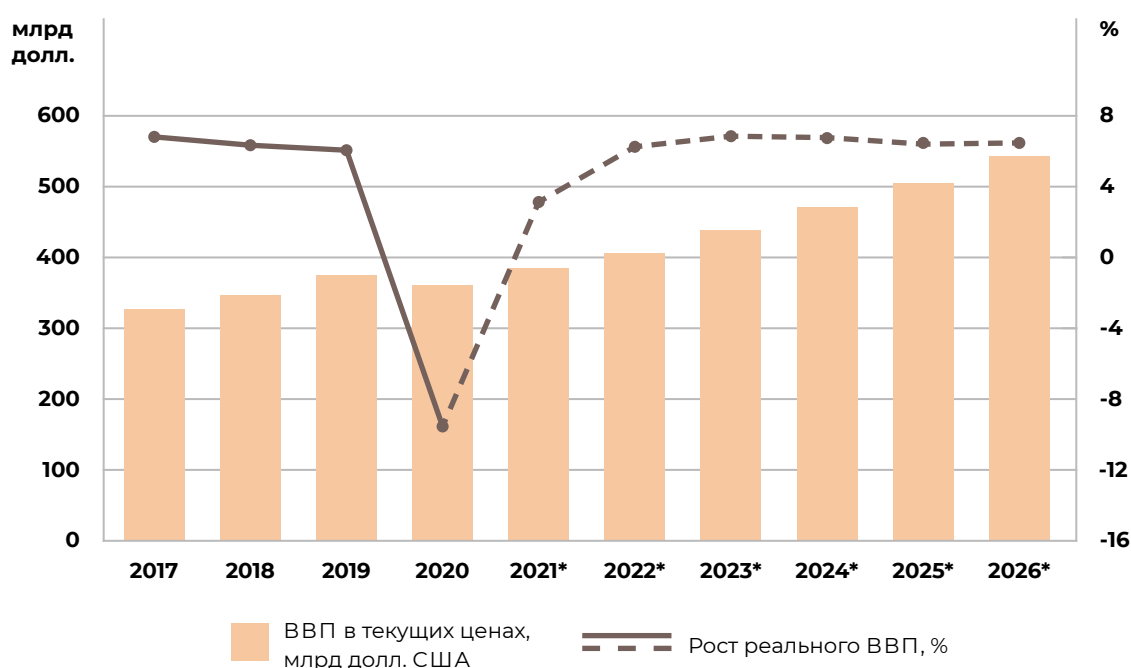
Краткий обзор — Филиппины

1

1.1. Экономические тенденции

Последние 10 лет ВВП Филиппин демонстрировал стабильный рост на уровне почти 6% в год. Однако пандемия COVID-19 в 2020 г. отразилась на экономике страны сильнее, чем в других государствах азиатского региона. Согласно оценкам МВФ, по итогам 2020 г. спад составил 9,6%, после чего прогнозируется возврат к росту. Однако глубокая рецессия может продолжиться и до 2022 г.¹ В долгосрочной перспективе прогноз по развитию филиппинской экономики в основном положительный. Ожидается, что рост ВВП вернется к уровню выше 6% с 2022 г.

Рис. 1. Динамика ВВП Филиппин, 2017–2026 гг.



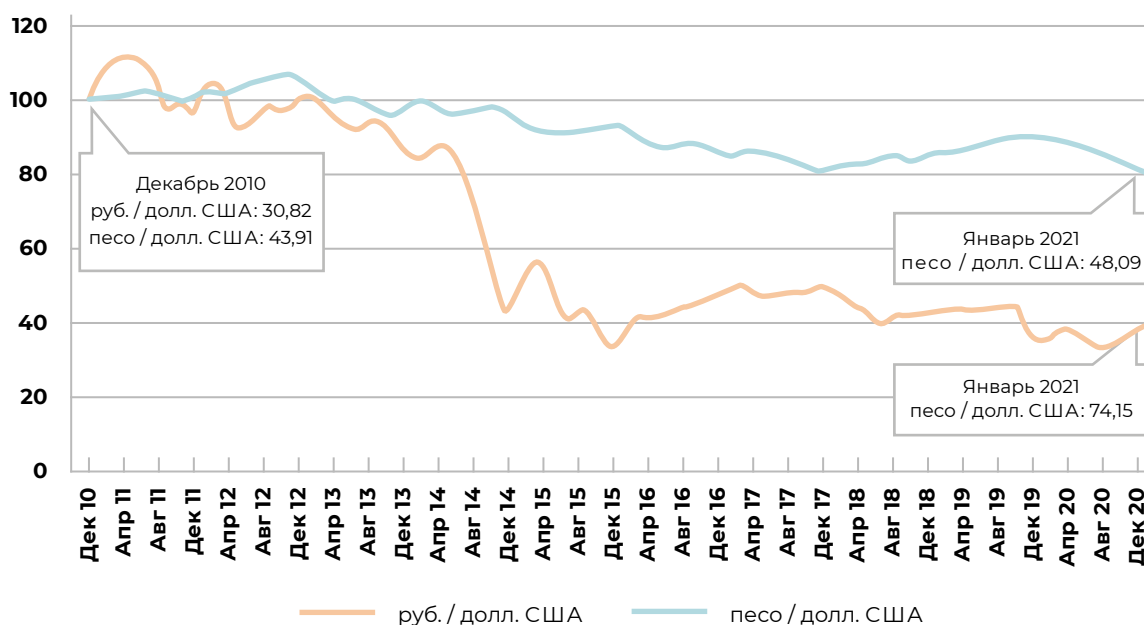
Источник: МВФ (доклад *World Economic Outlook*)

Примечание. *прогноз.

С первого квартала 2018 г. наблюдается усиление позиций филиппинского песо. Это связано со множеством факторов, включая низкий государственный долг, значительный аутсорсинг бизнес-процессов и денежные переводы из-за рубежа от филиппинских рабочих. При этом от усиления песо выигрывают иностранные экспортеры, в то время как продукция, произведенная на Филиппинах, становится менее конкурентоспособной на мировом рынке. Однако за 2020 г. курс песо к доллару США снизился до уровня декабря 2017 г.

¹ Мапа Николас «Филиппины в 2021 г.: Экономика продолжает терять обороты», ING, 17 ноября 2020 г.

Рис. 2. Динамика курсов российского рубля и филиппинского песо к доллару США, декабрь 2010 г. – декабрь 2020 г.



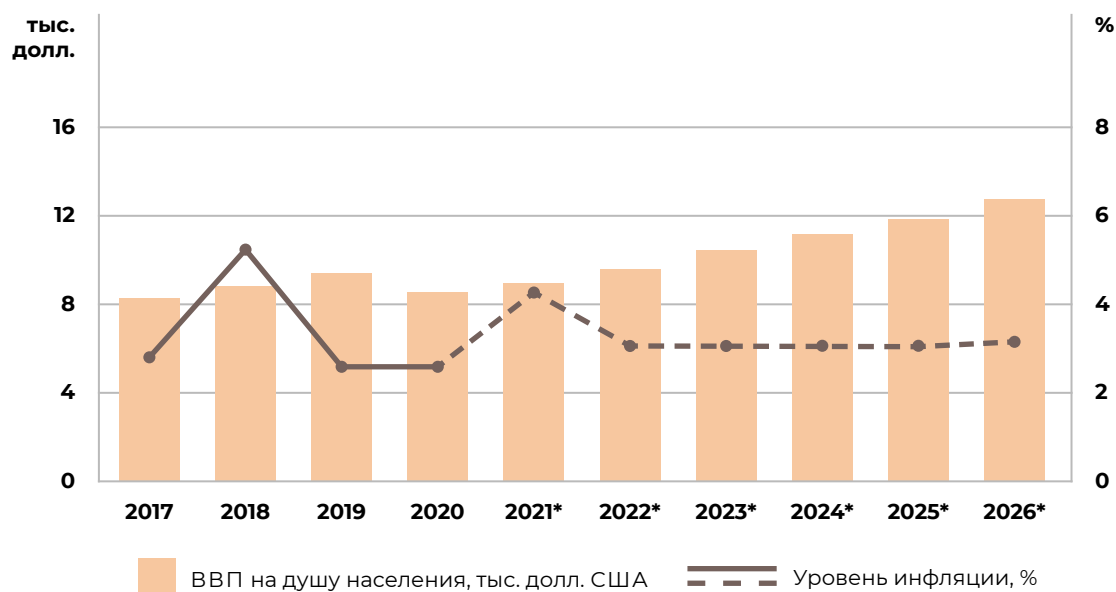
Источник: Банк международных расчетов

Примечание. Приведены среднемесячные показатели, за 100% взят курс на декабрь 2010 г.

До 2020 г. динамика ВВП на душу населения Филиппин была положительной, и после спада в 2020 г. (в первую очередь, из-за пандемии COVID-19) ожидается восстановление и дальнейший рост. Прогнозируемый уровень инфляции составит 3% в перспективе до 2026 г.



Рис. 3. Динамика инфляции и ВВП по ППС на душу населения, 2017–2026 гг.



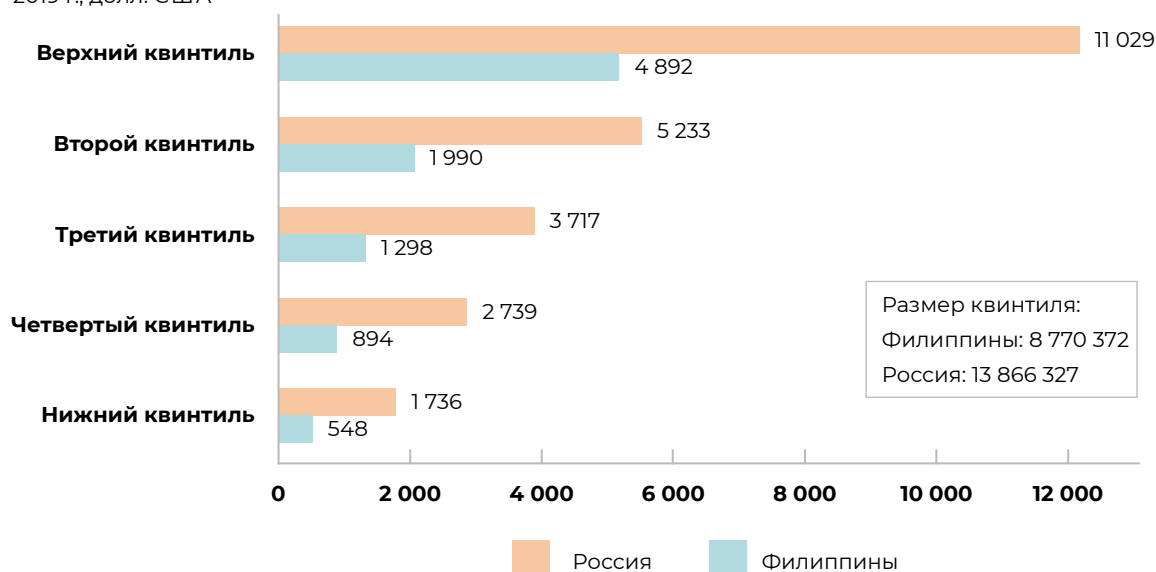
Источник: МВФ

Примечание. *прогноз.

Доходы на душу населения на Филиппинах выросли, однако они распределены среди жителей страны неравномерно. Более половины национального дохода приходится на первый квинтиль. Существенное социальное неравенство на Филиппинах обусловлено рядом причин, включая колониальное прошлое страны, разные возможности получения образования и региональные различия. Значимой причиной является также коррупция. В стране есть несколько богатых семей, которые имеют большое политическое влияние и часто становятся бенефициарами крупных правительственных контрактов.



Рис. 4. Среднемесячные доходы занятого населения по квинтильным (20%) группам, 2019 г., долл. США



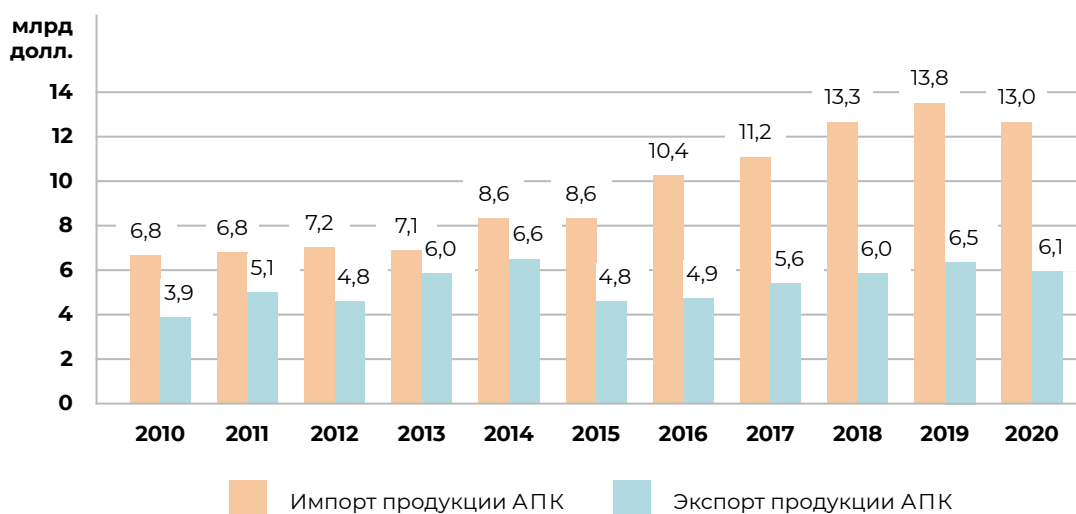
Источник: Всемирный банк, МВФ

Примечание. Доходы рассчитаны по ППС с учетом курсовой разницы, чтобы показать фактическую покупательную способность для стандартной потребительской корзины.

Внешняя торговля продукцией АПК

Сельское хозяйство играет важную роль в экономике Филиппин, на долю этого сектора приходится 8,8% ВВП (77 млрд долл. США) и 22,5% занятого населения страны. Основными продуктами АПК являются рис, рыба, мясо птицы, бананы, кокосы, кукуруза, сахарный тростник. Несмотря на значительные объемы собственного производства, Филиппины являются нетто-импортером продовольствия.

Рис. 5. Внешняя торговля продукцией АПК Филиппин, 2010–2020 гг. млрд долл. США



Источник: ITC Trade Map

Табл. 1. Структура экспорта продукции АПК Филиппин, 2020 г.

Код ТН ВЭД	Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
0803	Бананы, включая плантайны, свежие или сушеные	1 608,3	26,5
1513	Масло кокосовое (копровое), пальмоядровое или масло бабассу	775,5	12,8
2008	Фрукты, орехи и прочие съедобные части растений, приготовленные или консервированные	429,4	7,1
0804	Финики, инжир, ананасы, авокадо, гуайява, манго и мангостан	375,1	6,2
1604	Готовая или консервированная рыба; икра осетровых	370,8	6,1
2009	Соки фруктовые (включая виноградное сусло) и овощные	275,9	4,6
2402	Сигары, сигариллы и сигареты	272,9	4,5
0801	Орехи кокосовые, орехи бразильские и орехи кешью	257,3	4,2
1302	Соки и экстракты растительные; пектиновые вещества, пектинаты и пектаты; агар-агар	162,5	2,7
0303	Рыба мороженая	151,0	2,5
	Прочие продукты	1 381,2	22,8
	Итого	6 059,9	100,0

Источник: ITC Trade Map

Табл. 2. Структура импорта продукции АПК Филиппин, 2020 г.

Код ТН ВЭД	Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
1001	Пшеница	1 573,2	12,1
2304	Соевые жмыхи и шрот	965,5	7,4
1006	Рис	862,0	6,6
2106	Пищевые продукты	797,8	6,1
1518	Животные или растительные жиры и масла	704,4	5,4
0402	Сухое и сгущенное молоко и сливки	549,9	4,2
2101	Экстракты, эссенции и концентраты кофе, чая или мате, или парагвайского чая и готовые продукты на их основе	534,3	4,1
0202	Мясо КРС, замороженное	357,2	2,7
0303	Рыба мороженая	345,6	2,7
2309	Корма для домашних животных	331,8	2,6
	Прочие продукты	5 968,0	45,9
	Итого	12 989,7	100,0

Источник: ITC Trade Map



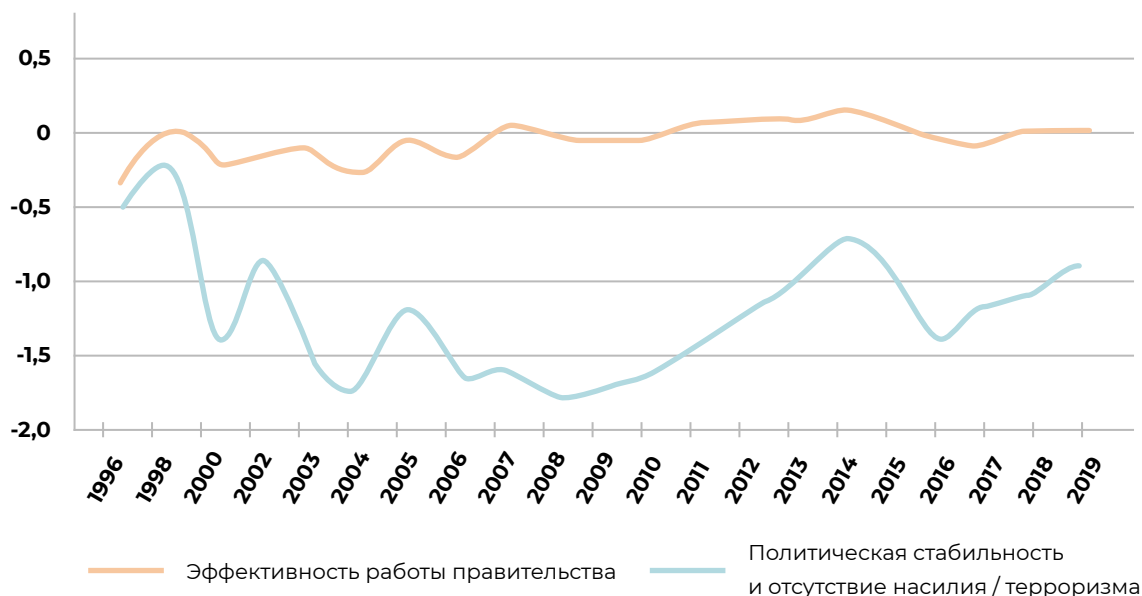
1.2. Политические тенденции

Исполнительная власть на Филиппинах сосредоточена в руках президента, который является одновременно главой правительства и государства. Президент и вице-президент избираются на всенародном голосовании, президент — на один шестилетний срок, вице-президент — максимум на два. Президент формирует кабинет министров и является верховным главнокомандующим.

Конгресс Филиппин состоит из двух палат. В Палату представителей (нижнюю) избирается 304 депутата (243 от избирательных округов и 61 по партийным спискам) сроком на три года. Сенат (верхняя палата) состоит из 24 депутатов, которые избираются на 6 лет. Президент имеет право отклонить принятый закон, однако такое вето может быть отменено большинством голосов парламента.

После своего избрания в 2016 г. филиппинский президент Родриго Дутерте начал активную жесткую борьбу с наркопреступностью, наряду с мерами по противодействию коррупции и развитию инфраструктуры. В отношении с другими странами Дутерте проводит «независимую внешнюю политику», дистанцируясь от ЕС и США и расширяя региональные связи с Индонезией и Малайзией, а также улучшая по отдельным направлениям отношения с Китаем и Россией.

Рис. 6. Основные показатели качества государственного управления на Филиппинах



Источник: Всемирный банк (Worldwide Governance Indicators)

Примечание. Индикаторы WGI используют шкалу со значениями от -2,5 до 2,5.

По данным Всемирного банка, в течение последних 10 лет показатель эффективности деятельности правительства Филиппин не продемонстрировал заметных изменений. Несмотря на репрессии к торговцам наркотиками и некоторые другие факторы, Филиппины добились прогресса по показателям политической стабильности и отсутствия насилия (преимущественно за счет мер по прекращению внутреннего конфликта в южной части острова Минданао²).

1.3. Деловая среда

В 2020 г. Филиппины заняли 95-е место среди 190 стран в ежегодном рейтинге Doing Business Всемирного банка. Страна имеет хорошие показатели по подключению к системе энергоснабжения (32-е место) и урегулированию вопросов неплатежеспособности (65-е место). Во многих других категориях позиции значительно ниже. Так, у Филиппин 113-е место по международной торговле.

Коррупция остается серьезной проблемой для страны. По итогам 2020 г. в индексе восприятия коррупции Transparency International, у Филиппин 34 из 100 баллов и 115-е место среди 180 стран. Эту строчку рейтинга страна делит с Молдовой.



² Конфликт между центральным правительством Филиппин и мусульманским населением острова продолжается уже более трех десятилетий.

Табл. 3. Стимулирующие и сдерживающие факторы в сфере экономики, политики, права, торговли

	Стимулирующие факторы	Сдерживающие факторы
Экономика	<ul style="list-style-type: none"> ● Экономика Филиппин — одна из самых быстро развивающихся в Юго-Восточной Азии и Тихоокеанском регионе. ● Преимущественно молодое население (50% в возрасте до 25 лет), квалифицированное, с хорошим знанием английского языка. ● Широкая география занятости трудовых мигрантов, денежные переводы которых обеспечивают 10% ВВП. ● Растущий рынок аутсорсинга бизнес-процессов 	<ul style="list-style-type: none"> ● Значительное сокращение объемов экспорта и импорта из-за COVID-19, что привело к падению производства, замедлению экономического роста и снижению доверия потребителей и предпринимателей. ● Пандемия серьезно повлияла на денежные переводы из-за рубежа и индустрию туризма. ● Недостаточно развитая инфраструктура и низкие поступления от налогов. ● Растущий государственный долг. ● Неравенство распределения доходов среди населения
Политика	<ul style="list-style-type: none"> ● Политическая ситуация на Филиппинах относительно стабильна. ● Власти Филиппин налаживают отношения с соседними странами — Индонезией и Малайзией. ● Отношения с Китаем значительно улучшились, несмотря на некоторую напряженность из-за территориальных споров в Южно-Китайском море. ● В настоящее время между ЕС и Филиппинами согласовывается ССТ, что свидетельствует о готовности страны к укреплению связей с ЕС 	<ul style="list-style-type: none"> ● Недостатки государственного управления и высокий уровень коррупции. ● Терроризм на юге страны. ● Сложные отношения с ЕС, особенно в вопросах прав человека. Достижение взаимопонимания помогло бы существенно увеличить объемы инвестиций и товарооборота с ЕС

Продолжение табл. 3.

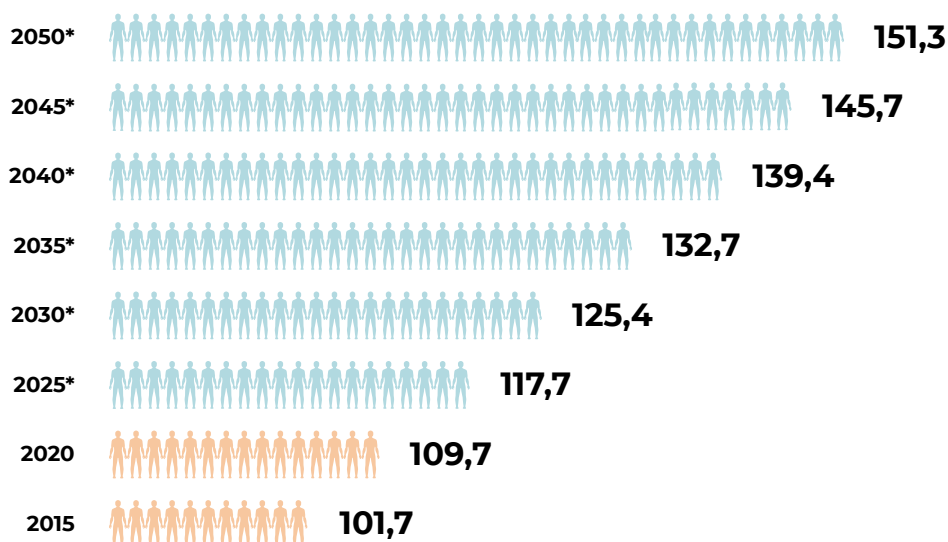
	Стимулирующие факторы	Сдерживающие факторы
Право	<p>Комплексная программа налоговой реформы (TRAIN) серьезно изменила налоговую систему. Ранее Филиппины применяли одну из самых высоких ставок НДС в регионе, но при этом предлагали самое большое количество льгот. В рамках TRAIN льготы по НДС ограничиваются товарами первой необходимости (такими как продукты питания) и услугами образования и здравоохранения</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Низкие показатели эффективности работы правительства. • Широко распространенная коррупция. • Малоэффективная работа судов
Торговля	<p>Филиппины придерживаются относительно открытого режима торговли. Будучи членом АСЕАН, страна ориентирована на углубление экономической интеграции, устранение торговых барьеров и упрощение внешнеторговых процедур. Филиппины проводят переговоры по региональным торговым соглашениям, уделяя особое внимание Азиатско-Тихоокеанскому региону. С целью оптимизации таможенных процедур для ускоренной обработки товаров и улучшений в цепочке поставок в 2016 г. был подписан Закон «О модернизации таможенного администрирования и тарифа» (СМТА)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Невысокие позиции страны по международной торговле в рейтинге Doing Business Всемирного банка. • Торговые барьеры, как тарифные, так и нетарифные, в отношении ряда продуктов АПК, таких как рис, кукуруза, свинина и мясо птицы



1.4. Демографические тенденции

В 2020 г. численность населения Филиппин оценивалась в 109,7 млн человек. Годовой прирост населения страны составляет 1,4% в год.

Рис. 7. Общая численность населения Филиппин, прогноз до 2050 г., млн человек



Источник: ООН

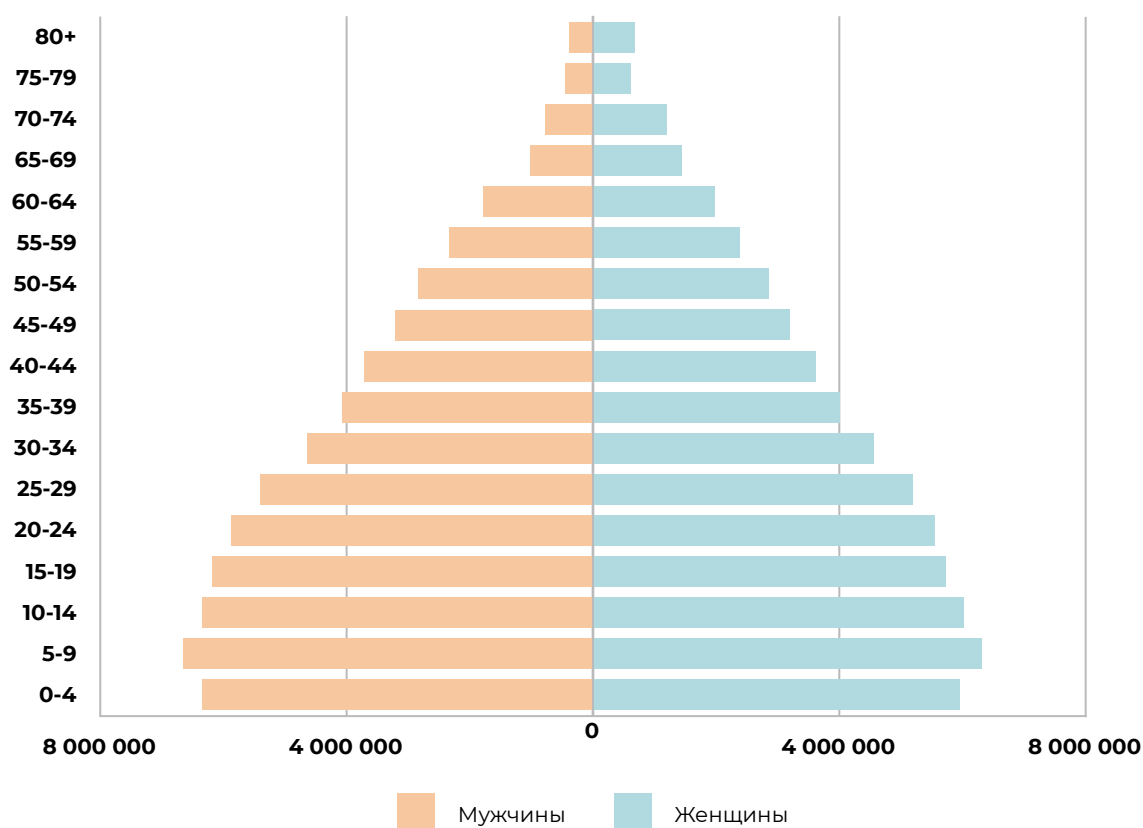
Примечание. *прогноз.

Около половины жителей страны моложе 25 лет. Ожидается, что молодое поколение станет драйвером развития потребительского спроса. При этом не всегда обеспечивается равномерное распределение доходов от экономического роста и улучшение положения беднейших слоев населения.

Филиппинское общество отличается многонациональностью и культурным разнообразием. Филиппинцы — не единый народ, а объединение из 45 этнических групп, каждая из которых обладает своими историческими, культурными и религиозными особенностями. Среди крупнейших народностей — висайя, тагалы, илоки, бикол, пангасинан, пампанган, ибанаг и другие. На территории страны распространены 400 языков и диалектов.

Большинство жителей Филиппин — христиане, среди них преобладают католики (80,9%). Мусульмане составляют всего 5% с площадью проживания 38% от территории страны. Однако мусульманские сепаратисты до недавних пор продолжали военные действия на острове Минданао. Все эти факторы оказывают влияние на специфику бизнеса и формирование потребительских предпочтений.

Рис. 8. Население Филиппин по полу и возрасту, 2019 г.

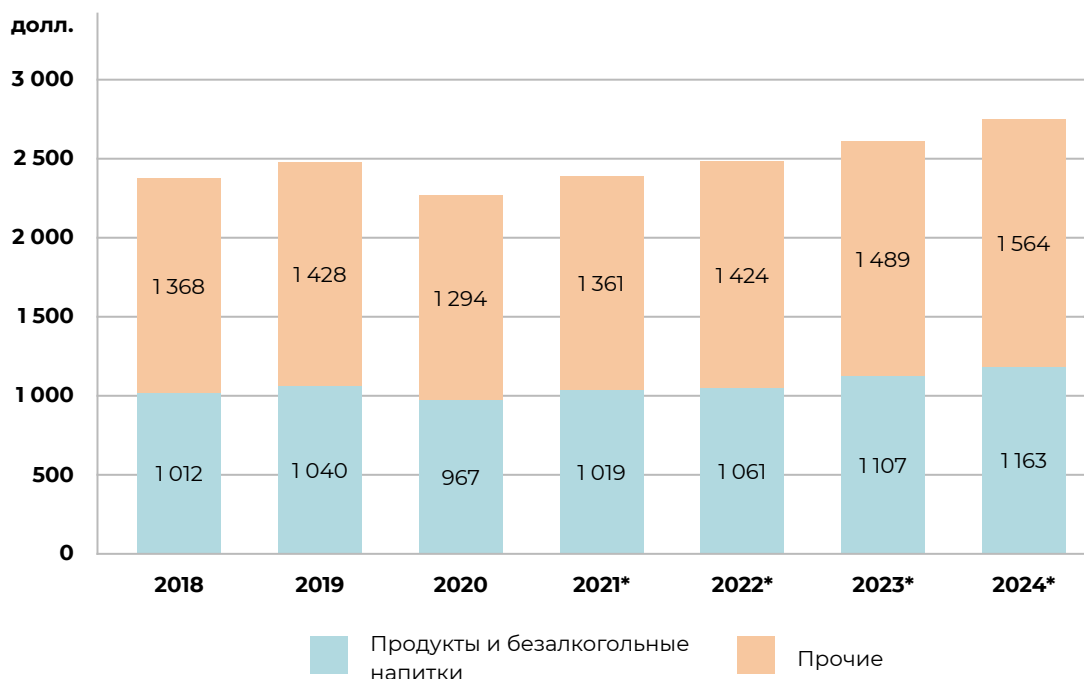


Источник: Всемирный банк, МОТ

1.5. Влияние тенденций на потребительский рынок страны

С растущей урбанизацией и развивающимся средним классом Филиппины являются одной из самых сильных азиатских экономик по показателям экономического роста. Однако ограничительные меры, принятые в период пандемии, отразились на внутреннем спросе, а также повлияли на туризм, торговлю и динамику денежных переводов трудовых мигрантов. Нарушения глобальных производственно-сбытовых цепочек оказали негативное влияние на обрабатывающую промышленность и объемы экспорта.

Рис. 9. Расходы на конечное потребление на душу населения в постоянных ценах 2019 г., 2018–2024 гг., долл. США



Источник: Euromonitor International (платформа Passport)

Примечание. *прогноз.

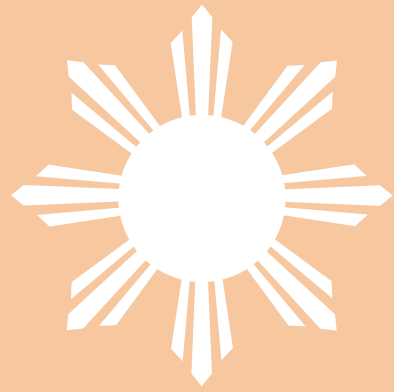
Из-за тесных социально-экономических связей и географической близости к Китаю Филиппины оказались в уязвимом положении в условиях пандемии COVID-19. Меры социальной изоляции в крупных городах страны стали одними из самых длительных и строгих в Азии, что оказало негативное влияние на экономическую активность в 2020 г. Кроме того, замедление роста экономики происходит вследствие ощутимого социально-экономического неравенства, высокого уровня бедности и коррупции. Наряду с уменьшением денежных переводов из-за рубежа и снижением активности в индустрии туризма наблюдалась тенденция к сокращению объемов экспорта. Рост безработицы негативно повлиял на уровень доверия потребителей и предпринимателей к действиям власти. А кризисные меры экономической поддержки привели к беспрецедентному росту государственного долга, который увеличился с 34% ВВП в 2019 г. до 48% в 2020 г.

У Филиппин существует разрыв с соседними странами в уровне развития цифровых технологий. Возможности использования цифровых технологий сдерживаются отсутствием конкуренции и ограничением инвестиций в телекоммуникационный рынок. Однако на фоне пандемии все больше потребителей обращаются к онлайн-магазинам (в настоящее время немногочисленным), заказывая продукты через GrabFood, Foodpanda, Shopee, Lazada, Watsons.

Обзор рынка



2



Содержание

2.1.

Объем и динамика рынка

2.2.

Потребительские предпочтения

2.3.

Торгово-распределительная сеть

2.4.

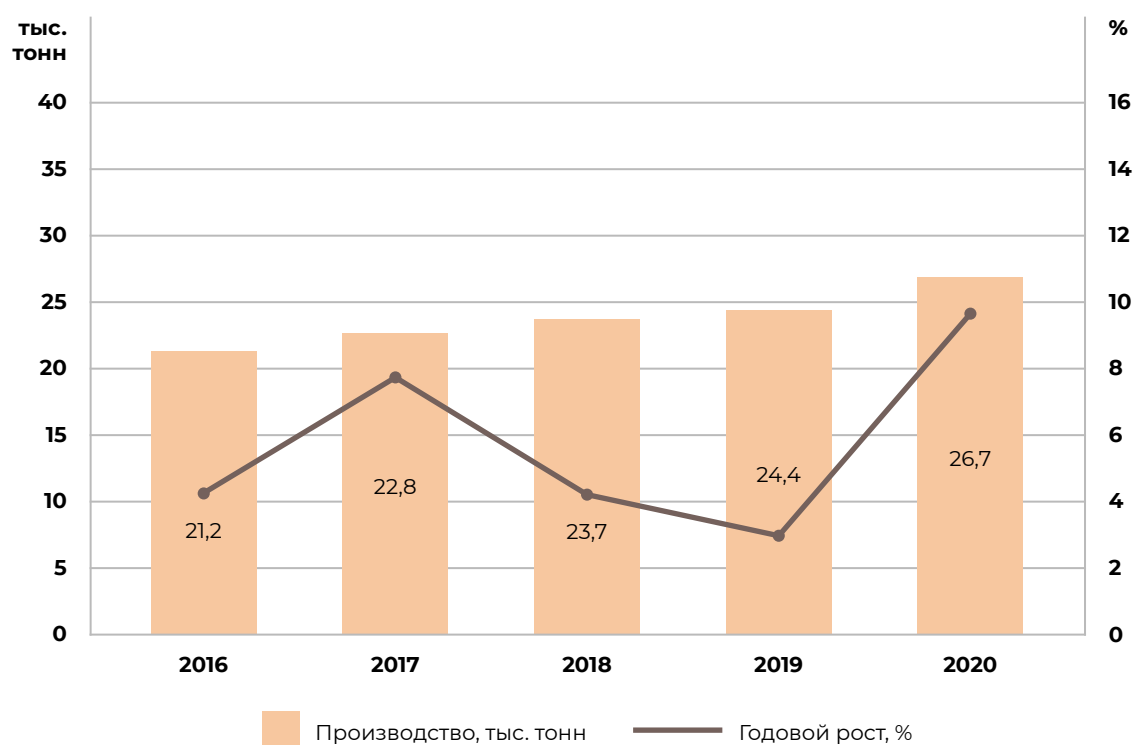
Конкурентная среда
и участники рынка

2.1. Объем и динамика рынка

Производство

Производство сырого молока на Филиппинах минимально — не превышает 0,3 млн тонн, при этом часть его приходится на буйволиное молоко. Однако на протяжении 2016–2020 гг. внутреннее производство сырья росло в среднем на 6% в год и к 2020 г. достигло 26,7 тыс. тонн, увеличившись по отношению к 2019 г. на 9,6%, что стало наибольшим показателем за последние 6 лет. Согласно прогнозам, в ближайшие годы рост продолжится благодаря развитию молочного сектора и наращиванию производственных мощностей, хотя отсутствие хорошо оборудованных местных ферм по-прежнему является серьезным сдерживающим фактором для значительного увеличения объемов.

Рис. 10. Производство сырого молока на Филиппинах, 2016–2020 гг.



Источник: Philippine Statistics Authority, National Dairy Authority



Производство молочной продукции из отечественного сырья на Филиппинах незначительно. Им занимаются преимущественно локальные фермерские кооперативы, не имеющие возможностей для национальной экспансии, или небольшие независимые фермеры, которые позиционируют свою продукцию как свежую, натуральную и стараются продавать ее под собственным брендом.

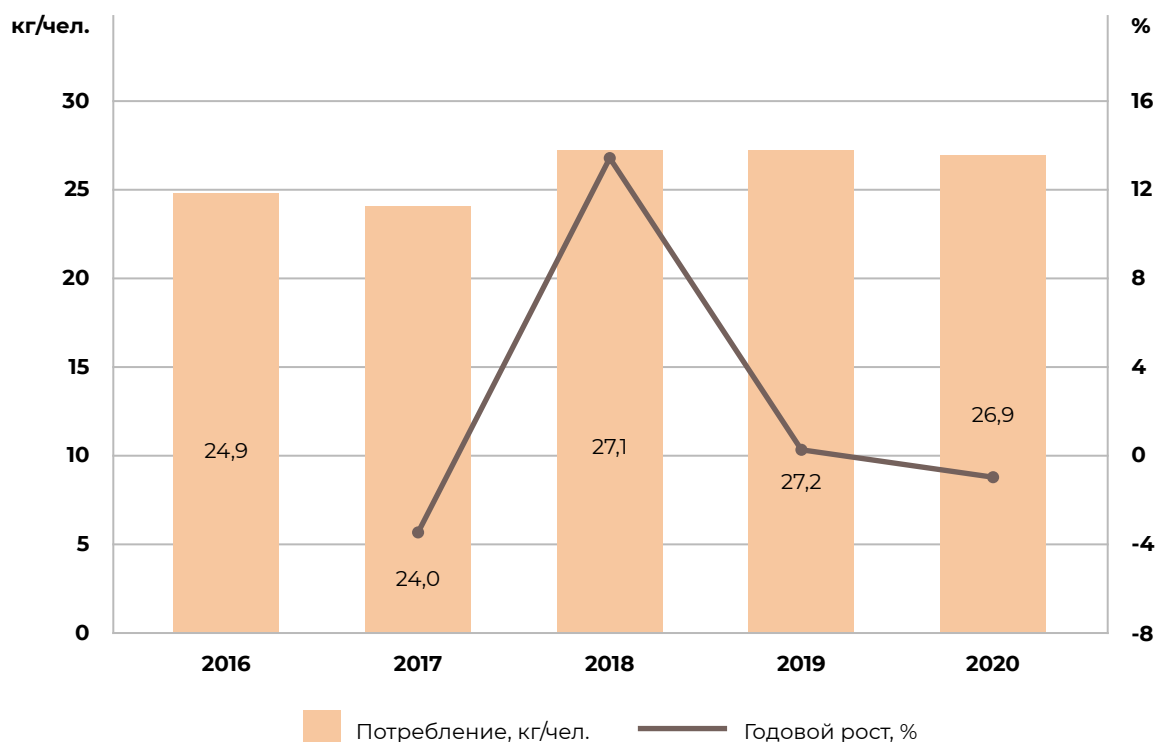
Потребности внутреннего рынка покрываются в основном за счет импорта, и большая часть молочной продукции в стране производится из импортируемого сухого молока. Министерство сельского хозяйства Филиппин ставит своей основной задачей развитие молочной промышленности с целью повышения самообеспеченности страны. Национальное управление молочной промышленности (NDA — National Dairy Authority), входящее в структуру Минсельхоза Филиппин, представило стратегию по наращиванию молочного стада, которая подразумевает увеличение производства за счет импорта молочного КРС, эмбрионов и генетического материала (семена), а также специального оборудования для модернизации отрасли. Однако, несмотря на все усилия, в среднесрочной перспективе ситуация кардинально не изменится.

Потребление

Филиппинцы исторически не являются любителями молока — большая часть населения не привыкла употреблять молочную продукцию, поскольку она не входила в их рацион с детства. Тем не менее уровень потребления молока и молочных продуктов постепенно растет. В 2020 г. он достиг 26,9 кг/чел/год, хотя все еще остается ниже, чем в Китае и других странах Юго-Восточной Азии, таких как Таиланд, Малайзия и Вьетнам. Крупнейшие мировые молочные компании реализуют в странах Юго-Восточной Азии, в том числе на Филиппинах, масштабные программы продвижения и популяризации молочной продукции, прежде всего ориентируясь на детей и молодое поколение, что развивает культуру потребления и стимулирует развитие рынка.



Рис. 11. Потребление молока и молочных продуктов на Филиппинах на душу населения, 2016–2020 гг.



Источник: Euromonitor International, National Dairy Authority, Philippine Statistics Authority

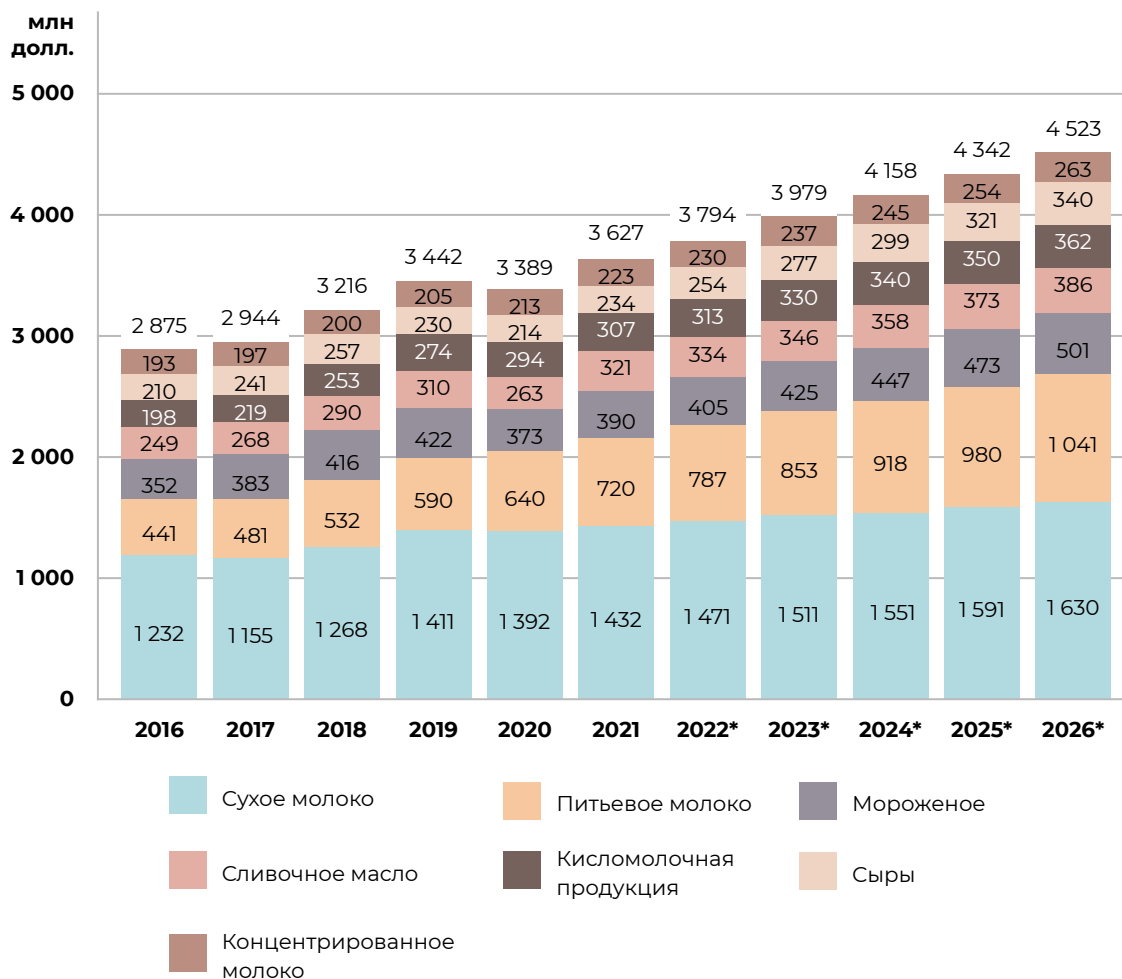
Примечание. *в пересчете на молоко.

По оценкам Euromonitor International, объем филиппинского рынка молочной продукции составил в 2020 г. в стоимостном выражении 3 389 млн долл. США (данный показатель включает розничные продажи и сектор HoReCa, без учета ингредиентов для промышленного потребления). Согласно прогнозам, в среднесрочной перспективе объем рынка будет расти на 5% в год как за счет численности населения, так и за счет развития культуры потребления молочной продукции и к 2026 г. достигнет 4 523 млн долл. США.

Благодаря этому страна является одним из наиболее приоритетных рынков для крупнейших мировых производителей молочной продукции (Новой Зеландии, США и Евросоюза), а многие ведущие мировые игроки (Nestlé, FrieslandCampina, Kraft, Yakult) уже имеют на Филиппинах собственные производственные мощности, что существенно усиливает конкуренцию во всех категориях молочной продукции.



Рис. 12. Объем рынка молочной продукции Филиппин в стоимостном выражении, млн долл. США



Источник: Euromonitor International на основе Passport's Packaged Food — Dairy database (Edition 2021), FAOSTAT и UN Comtrade

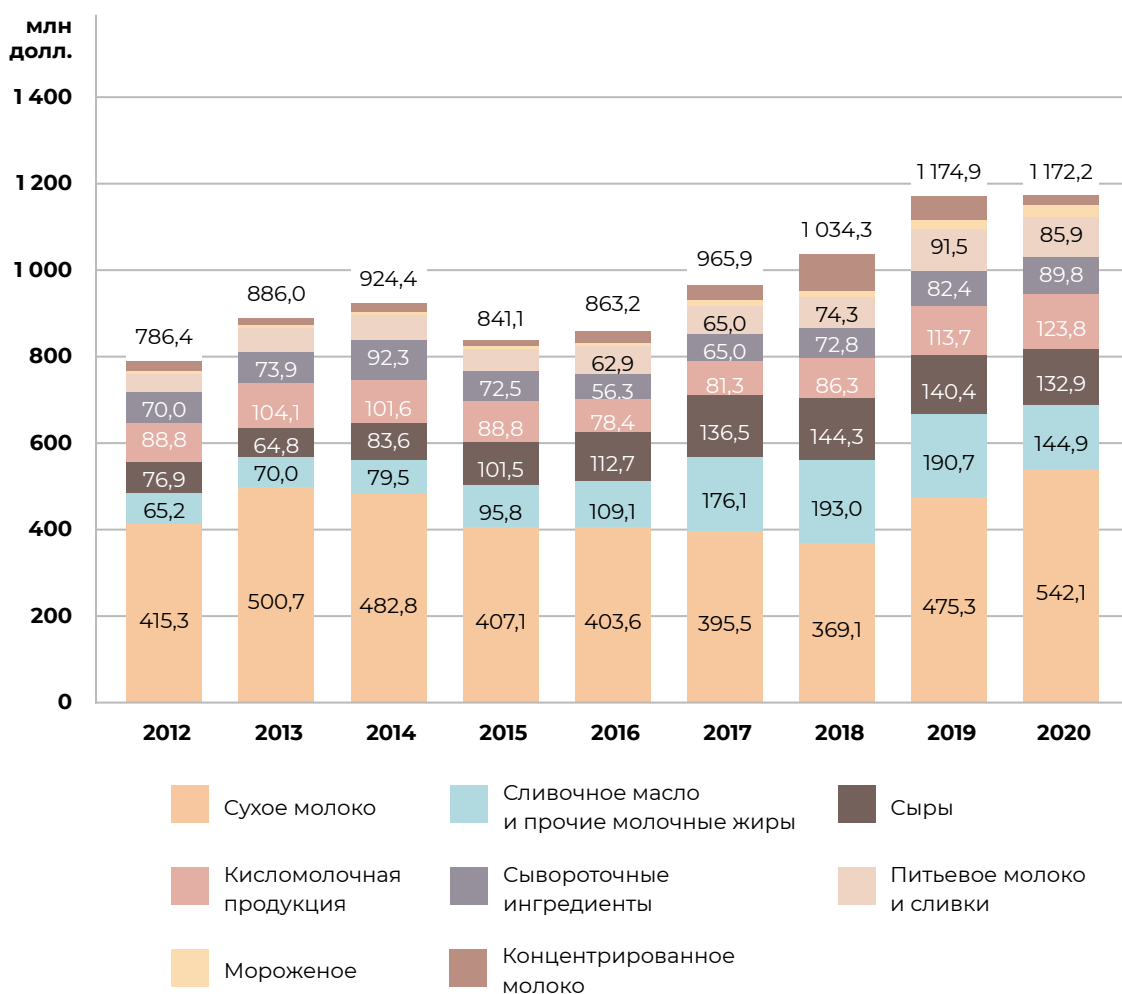
Примечание. *прогноз. Объем рынка включает розницу и сектор HoReCa, без учета ингредиентов для промышленного потребления.

Импорт

Филиппины — один из крупнейших в мире импортеров молочной продукции (10-е место по общему импорту в стоимостном выражении, без учета стран ЕС), при этом страна стабильно входит в топ-10 импортеров сухого молока и в топ-15 — импортеров молочных жиров и сывороточных ингредиентов, а также является значимым импортером сыров. Вслед за увеличением численности населения, постепенным ростом доходов и повышением потребления молочной продукции стабильно растут объемы импорта. Однако при невысоком уровне доходов населения потребление в стране существенно зависит от ценовой конъюнктуры мирового рынка. В частности, в 2020 г. импорт при снижении в натуральном выражении практически по всем категориям молочной продукции в стоимостном практически не изменился и составил 1,2 млрд долл. США, а по отношению к 2012 г. даже увеличился на 49%.

В 2020 г. в структуре импорта молочной продукции в стоимостном выражении, по данным Philippine Statistics Authority, преобладало сухое молоко (46,2%). Далее следовали сливочное масло (12,4%), сыры (11,3%), кисломолочная продукция (10,6%), сывороточные ингредиенты (7,7%), питьевое молоко и сливки (7,3%). Объемы импорта мороженого и концентрированного молока незначительны.

Рис. 13. Структура импорта молока и молочных продуктов Филиппин в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США



Источник: Philippine Statistics Authority

Основными поставщиками молочной продукции на Филиппины в 2020 г. были США (31,8% от общего объема импорта в стоимостном выражении), Новая Зеландия (29,1%) и страны ЕС (22,1%). Причем по сравнению с 2019 г. поставки из США выросли на 50,9%, тогда как из Новой Зеландии сократились на 21,8%. США ввозят на Филиппины в основном сухое молоко, молочные жиры, сыры и сывороточные ингредиенты, Новая Зеландия — сыры, сухое молоко и молочные жиры. Страны ЕС специализируются на поставках сухого молока, кисломолочной продукции и сыров.

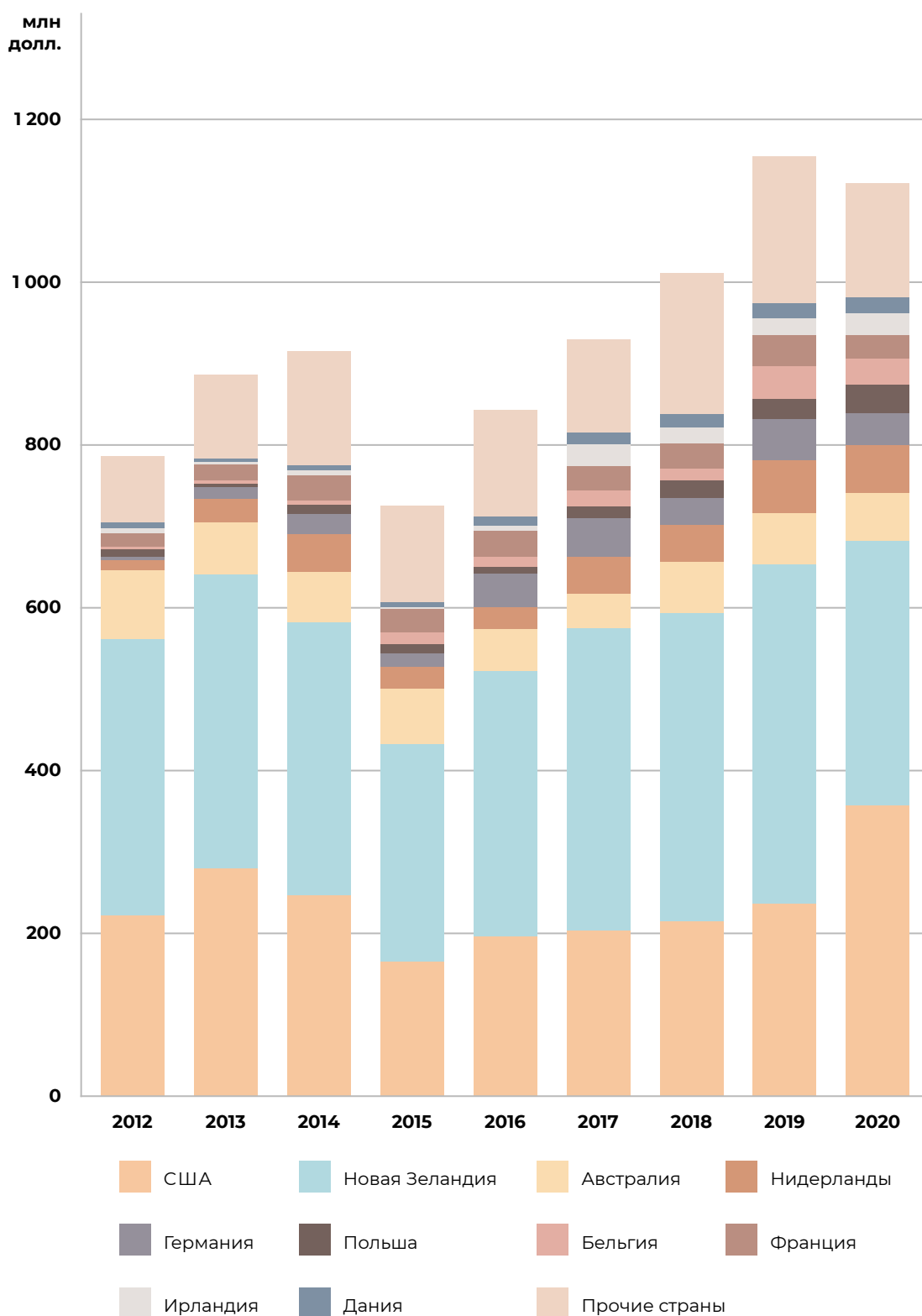
Стоит также отметить присутствие на филиппинском рынке молочной продукции из Беларуси и Украины, которые в 2020 г. суммарно поставили 6,2 тыс. тонн продукции на 6,4 млн долл. США, прежде всего сывороточные ингредиенты и сухое молоко (причем сухое молоко из Беларуси в 2020 г. было импортировано впервые).

Табл. 4. Импорт молока и молочных продуктов Филиппин по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	США	221,2	279,6	246,2	164,7	195,5	203,1	214,7	236,1	356,4	31,8
2	Новая Зеландия	340,3	361,1	335,5	267,8	325,9	371,5	378,4	416,6	325,8	29,1
3	Австралия	84,0	63,0	61,7	67,6	52,0	42,2	62,7	63,4	58,7	5,2
4	Нидерланды	12,5	29,9	46,6	27,1	27,0	45,3	45,8	64,1	58,7	5,2
5	Германия	4,3	13,5	24,9	16,4	41,2	47,7	32,9	50,7	38,8	3,5
6	Польша	9,2	4,3	11,4	11,2	7,8	13,8	20,9	25,1	35,5	3,2
7	Бельгия	2,4	4,6	4,2	14,8	12,9	20,0	14,6	40,2	31,2	2,8
8	Франция	17,1	19,0	31,0	28,1	32,0	29,9	31,0	38,1	29,5	2,6
9	Ирландия	6,0	3,3	7,2	2,7	5,3	26,5	20,4	20,5	25,9	2,3
10	Дания	7,5	4,9	6,1	6,2	11,7	14,5	15,7	18,4	20,0	1,8
	Прочие страны	81,0	102,8	139,3	117,8	131,1	115,0	173,6	181,1	140,5	12,5
	Итого	785,5	886,0	914,2	724,5	842,3	929,5	1 010,7	1 154,3	1 121,1	100,0

Источник: Philippine Statistics Authority

Рис. 14. Импорт молока и молочных продуктов Филиппин по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США



Источник: Philippine Statistics Authority

Табл. 5. Основные страны-поставщики молока и молочных продуктов на рынок Филиппин в 2020 г.

№	Страна	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
1	США	31,8	<ul style="list-style-type: none"> ● США поставляют на Филиппины в основном сухое молоко, преимущественно СОМ. ● США не имеют на рынке Филиппин тарифных преференций и поставляют продукцию по ставкам РНБ. ● Американская молочная продукция имеет хорошую репутацию на филиппинском рынке
2	Новая Зеландия	28,7	<ul style="list-style-type: none"> ● Основу поставок Новой Зеландии на рынок Филиппин составляют молочные жиры и сухое молоко, но поставки сыров и цельномолочной продукции также значительны. ● Молочный сектор Новой Зеландии и компания Fonterra (на ее долю приходится около 30% мирового экспорта молочной продукции) хорошо известны во всем мире благодаря применению передовых технологий в производстве молочной продукции и самым строгим стандартам качества. ● В рамках соглашения AANZFTA Новая Зеландия беспошлинно поставляет свою продукцию на рынок Филиппин. ● Для усиления позиций на рынке Филиппин Fonterra Brands Philippines открыла собственный дистрибьюторский центр, который позволит активнее развивать дистрибуцию и продвижение своих брендов

Продолжение табл. 5.

№	Страна	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
3	ЕС (27) Нидерланды Германия Польша Бельгия Франция	22,1 5,1 3,4 3,1 2,7 2,6	<ul style="list-style-type: none"> Страны ЕС являются важными торговыми партнерами Филиппин, в т.ч. по поставкам молочной продукции. Страны ЕС не имеют на рынке Филиппин тарифных преференций и поставляют продукцию по ставкам РНБ. Среди стран ЕС основными поставщиками сухого молока на Филиппины являются Нидерланды, Бельгия и Польша. В поставках сыров лидируют Дания, Ирландия и Германия. Лидером по поставкам среди стран ЕС являются Нидерланды, в т.ч. благодаря присутствию на Филиппинах компании FrieslandCampina. По итогам 2020 г. в общем объеме импорта молочной продукции доля Нидерландов составила около 5,1%. В структуре поставок преобладает сухое молоко, кисломолочная продукция и сливочное масло
4	Австралия	5,3	<ul style="list-style-type: none"> В рамках соглашения AANZFTA Австралия беспошлинно поставляет свою продукцию на рынок Филиппин. Пользуясь географической близостью к Филиппинам, Австралия экспортирует широкий ассортимент молочной продукции, но прежде всего цельномолочную продукцию, сыры и сухое молоко

Источник: Philippine Statistics Authority



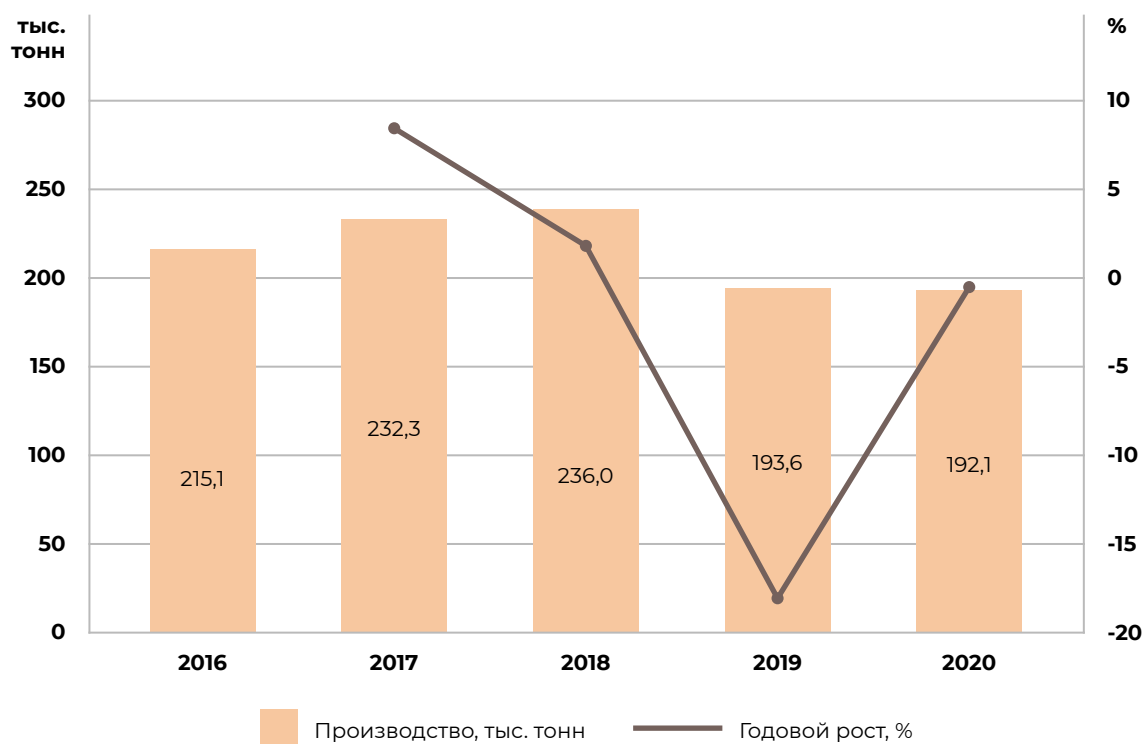
2.1.1. ПИТЬЕВОЕ МОЛОКО И СЛИВКИ

Производство

Основные промышленные объемы питьевых молочных продуктов (прежде всего УНТ-молока и коктейлей) производятся на Филиппинах путем восстановления импортного сухого молока. Производство сырого молока в стране крайне ограничено (не превышает 30 тыс. тонн) и сосредоточено в нескольких фермерских кооперативах, которые имеют собственные небольшие заводы по его переработке и реализуют продукцию преимущественно в рамках своих регионов, не имея возможности для национальной экспансии.

Ограничительные меры в период пандемии COVID-19 нарушили бесперебойную работу по импорту и распределению молочных ингредиентов в стране, что привело к резкому (почти на 20%) снижению производства питьевых молочных продуктов из зарубежного сырья в 2019–2020 гг.

Рис. 15. Производство питьевого молока и сливок на Филиппинах, 2016–2020 гг.

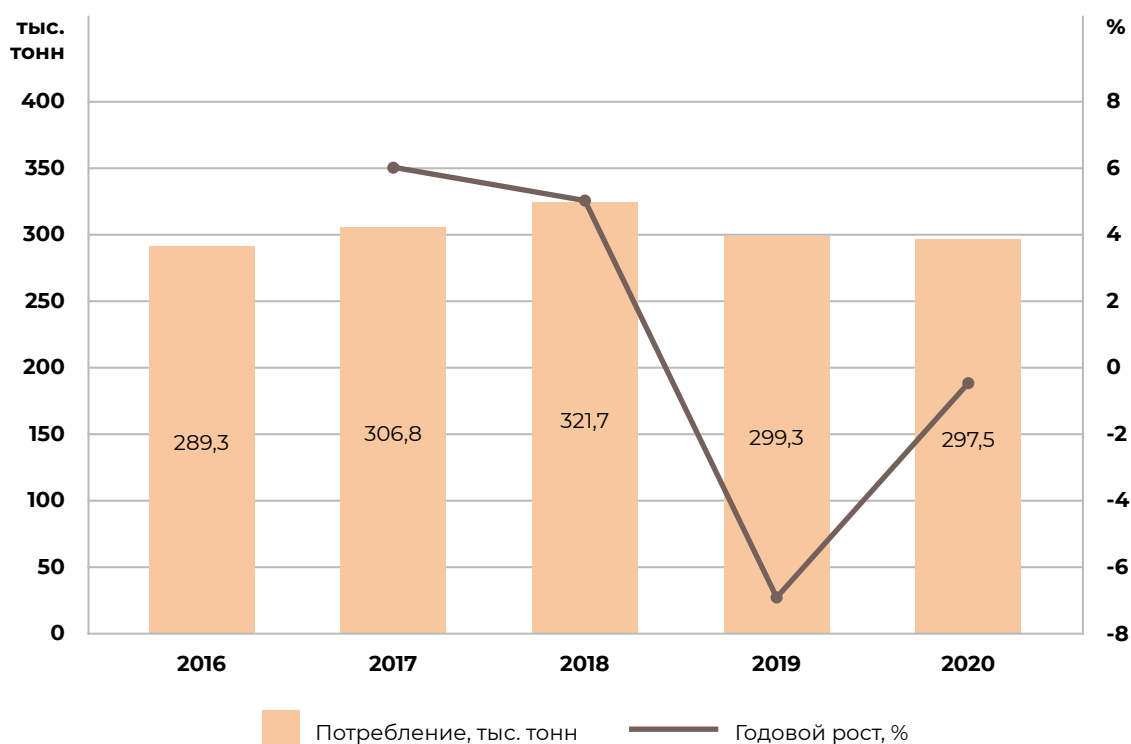


Источник: Euromonitor International, National Dairy Authority, Philippine Statistics Authority

Потребление

Потребление питьевого молока на Филиппинах в 2019 г. снизилось на 7% и в течение 2020 г. не смогло восстановиться, продолжив снижение еще на 0,6%. В результате объем потребления составил 297,5 тыс. тонн, откатившись на уровень 2016 г. В целом уровень потребления питьевого молока в стране достаточно низкий (2,5–3,0 кг/чел в год) — в частности, он ниже, чем в других странах Юго-Восточной Азии, таких как Таиланд, Малайзия и Вьетнам.

Рис. 16. Потребление питьевого молока и сливок на Филиппинах, 2016–2020 гг.



Источник: Euromonitor International, National Dairy Authority, Philippine Statistics Authority

Каналы продаж и ключевые игроки

По данным Euromonitor International, доля розничного сектора в общем объеме потребления питьевого молока повысилась с 66% в 2019 г. до 80% в 2020 г. Основные факторы увеличения доли ритейла — растущий спрос на УНТ и ароматизированное молоко, которое в основном продается через розничные каналы по всей стране. К ведущим брендам питьевого молока, производимого на Филиппинах, относятся Nestlé, Alaska, Magnolia и Bear Brand. Среди импортных брендов на рынке присутствует продукция из Евросоюза и Океании — Anchor, Arla, Emborg, Cowhead. УНТ и пастеризованное молоко обычно продается в тетрапаках или пластиковых бутылках.



Импортное молоко распределяется между двумя розничными каналами: современными и традиционными форматами. Крупнейшие розничные сети на Филиппинах — SM Markets, Robinsons Supermarkets, Puregold Price Club, Metro Retail Stores, Landers Superstore. Традиционные форматы розничной торговли — это магазины «сари-сари» и небольшие несетевые продуктовые магазины. Благодаря быстрой модернизации и расширению сектора розничной торговли в стране увеличилось число сетевых супермаркетов премиум-класса, улучшилась работа холодовых цепей и других систем распределения. В связи с этим прогнозируется значительный рост объемов розничных продаж питьевого молока в стране.

В секторе общественного питания потребление питьевого молока в период пандемии COVID-19 снизилось, однако появились и новые возможности. С целью скорейшего восстановления продаж, после спада 2020 г., многие рестораны и сети быстрого питания внедрили услуги по приему онлайн-заказов и по доставке на дом.

В секторе HoReCa существует спрос на питьевое молоко как отечественных, так и импортных брендов. В точках общественного питания средняя закупочная цена питьевого молока варьируется в диапазоне 800–1 600 филиппинских песо (16,23–32,46 долл. США) за коробку (12 пакетов УНТ-молока объемом 1 литр).

Экспорт и импорт

Экспорт питьевого молока и сливок Филиппин незначителен: в 2020 г. его объем составил всего 0,2 тыс. тонн на 0,8 млн долл. США. Поставки осуществлялись в основном в соседнюю Австралию.

Импорт питьевого молока и сливок на Филиппины в последние 5 лет активно рос и к 2020 г. достиг 105,6 тыс. тонн на 85,9 млн долл. США, что почти в два раза больше объемов 2015 г. Однако в 2020 г. на фоне пандемийных ограничений он несколько снизился — на 0,4% в натуральном и на 6,1% в стоимостном выражении по сравнению с 2019 г.

Благодаря более высокому качеству, активному маркетингу и продвижению завозимая в страну в жидком виде импортная продукция занимает более 35% рынка.

Рис. 17. Импорт питьевого молока и сливок Филиппин в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2020 гг.



Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0401.

Самыми крупными поставщиками питьевого молока и сливок на Филиппины в 2020 г. были Австралия, Новая Зеландия и Германия, на долю которых пришлось 59,3% импорта в натуральном и 57,6% в стоимостном выражении. Также крупными поставщиками являются страны ЕС, Бангладеш, Таиланд, Уругвай и Бразилия. Кроме того, около 1,5 тыс. тонн в 2020 г. поставила Украина, до 2019 г. не присутствовавшая на рынке.

Табл. 6. Импорт питьевого молока и сливок Филиппин по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн

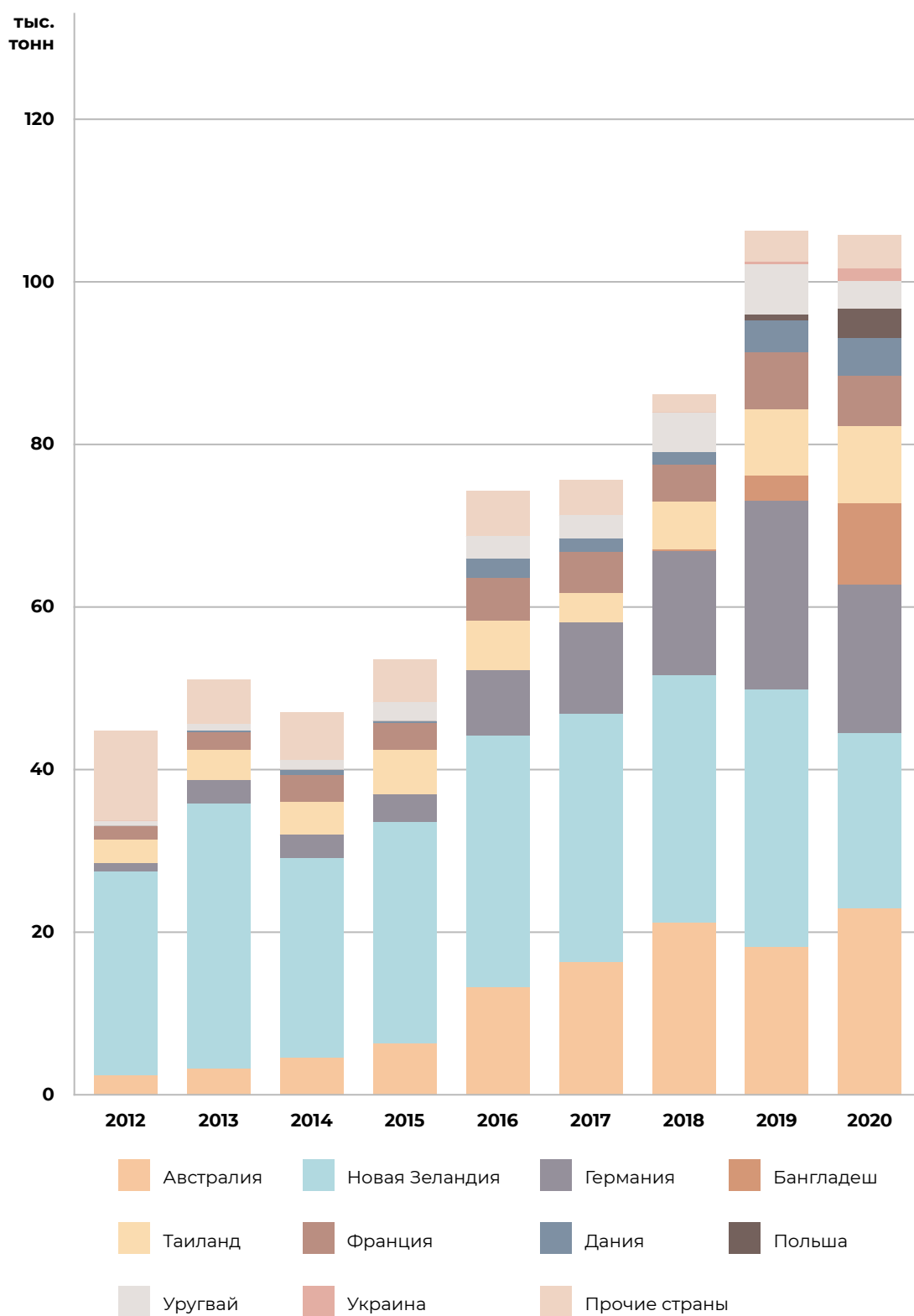
№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Австралия	2,3	3,1	4,5	6,2	13,1	16,2	21,1	18,1	22,8	21,6
2	Новая Зеландия	25,1	32,6	24,5	27,3	31,0	30,6	30,4	31,7	21,6	20,5
3	Германия	1,0	2,9	2,9	3,3	8,0	11,2	15,3	23,1	18,2	17,2
4	Бангладеш	—	—	—	—	—	—	0,2	3,1	10,1	9,6
5	Таиланд	2,9	3,7	4,0	5,5	6,1	3,6	5,8	8,2	9,4	8,9
6	Франция	1,6	2,2	3,3	3,4	5,3	5,1	4,6	7,0	6,2	5,8
7	Дания	0,1	0,2	0,7	0,2	2,3	1,6	1,5	3,9	4,6	4,4
8	Польша	—	—	—	—	—	—	—	0,7	3,7	3,5
9	Уругвай	0,6	0,8	1,2	2,3	2,8	2,9	4,9	6,4	3,4	3,2
10	Украина	—	—	—	—	—	—	—	0,1	1,5	1,5
	Прочие страны	11,1	5,5	5,9	5,3	5,6	4,3	2,2	3,8	4,1	3,9
	Итого	44,7	51,0	47,1	53,5	74,3	75,5	86,0	106,1	105,6	100,0

Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0401.



Рис. 18. Импорт питьевого молока и сливок Филиппин по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн



Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0401.

Табл. 7. Импорт питьевого молока и сливок Филиппин по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США

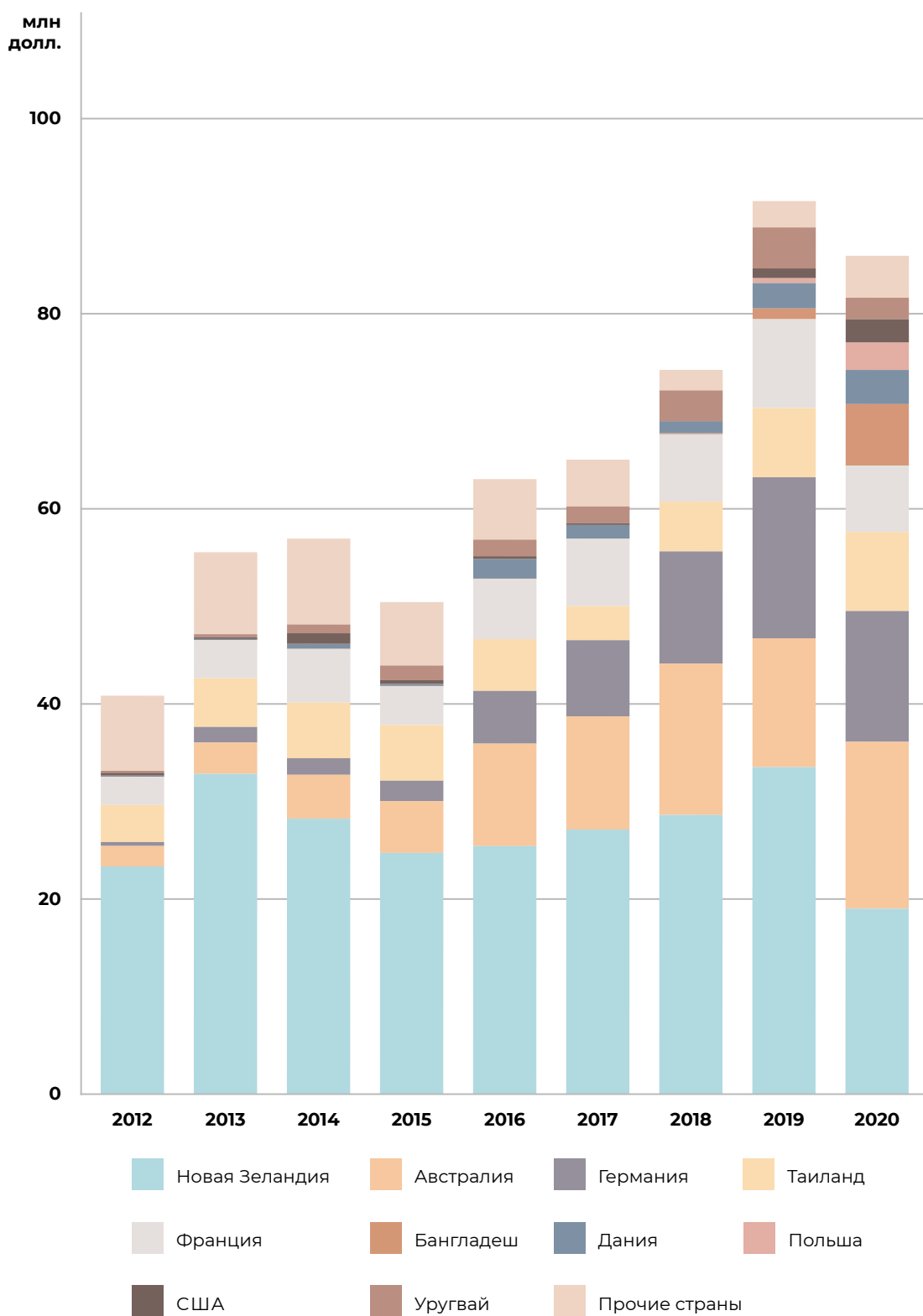
№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Новая Зеландия	23,3	32,8	28,2	24,7	25,4	27,1	28,6	33,5	19,0	22,1
2	Австралия	2,1	3,2	4,5	5,3	10,5	11,6	15,5	13,2	17,1	19,9
3	Германия	0,4	1,6	1,7	2,1	5,4	7,8	11,5	16,5	13,4	15,6
4	Таиланд	3,8	5,0	5,7	5,7	5,3	3,5	5,1	7,1	8,1	9,4
5	Франция	2,9	3,9	5,5	4,0	6,2	6,9	6,9	9,1	6,8	7,9
6	Бангладеш	—	—	—	—	—	—	0,1	1,1	6,3	7,3
7	Дания	0,1	0,1	0,5	0,2	2,0	1,4	1,2	2,6	3,5	4,1
8	Польша	—	—	—	—	—	—	—	0,5	2,8	3,2
9	США	0,3	0,2	1,1	0,4	0,3	0,2	0,1	1,0	2,4	2,8
10	Уругвай	0,2	0,3	0,9	1,5	1,7	1,7	3,1	4,2	2,2	2,6
	Прочие страны	7,7	8,4	8,8	6,5	6,2	4,8	2,1	2,7	4,3	5,0
	Итого	40,8	55,5	57,0	50,5	62,9	65,0	74,3	91,5	85,9	100,0

Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0401.



Рис. 19. Импорт питьевого молока и сливок Филиппин по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США



Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0401.

Средняя цена импорта питьевого молока и сливок на Филиппинах в 2020 г. составила 813 долл. США за тонну. Наименьшую цену имела продукция из Уругвая и Бангладеш, наибольшую — из США и Франции.

Табл. 8. Средняя цена импорта питьевого молока и сливок по странам-экспортерам, 2012–2020 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Отклонение от средней цены в 2020 г., %
Средняя цена	914	1 088	1 210	944	847	861	865	863	813	—
США	2 195	1 891	2 918	1 438	982	828	1 907	1 231	1 765	117
Франция	1 879	1 784	1 634	1 170	1 173	1 351	1 491	1 305	1 105	36
Новая Зеландия	928	1 006	1 151	906	819	886	941	1 057	877	8
Таиланд	1 320	1 358	1 416	1 044	873	970	875	867	857	5
Дания	644	434	732	902	842	885	825	663	768	-6
Польша	—	—	—	—	—	—	—	763	758	-7
Австралия	913	1 032	1 005	857	802	718	735	731	751	-8
Германия	451	553	599	625	673	691	756	711	737	-9
Уругвай	316	422	752	678	602	603	645	653	654	-20
Бангладеш	—	—	—	—	—	—	384	356	622	-24

Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0401.

2.1.2. Кисломолочная продукция

Производство

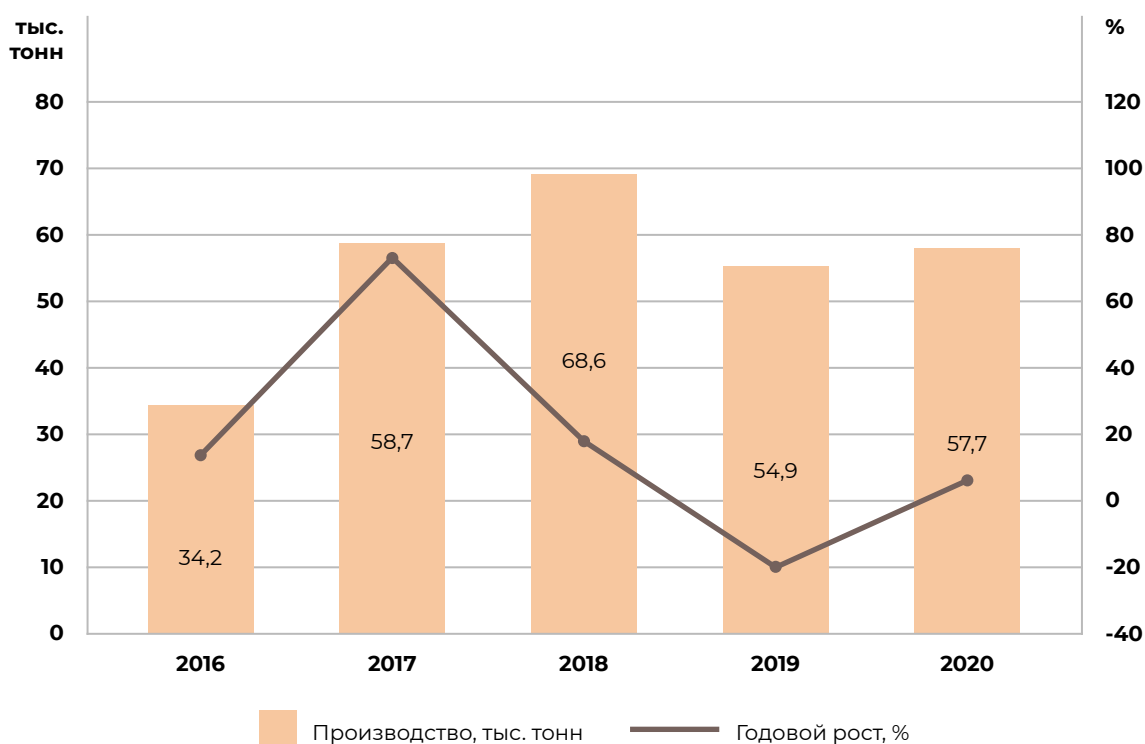
На фоне роста популярности йогуртовых продуктов производство кисломолочной продукции в стране увеличилось с 34,2 тыс. тонн в 2016 г. до пиковых 68,6 тыс. тонн уже к 2018 г. Однако в период пандемии оно сократилось и в течение 2020 г. не смогло восстановиться, составив в итоге 57,7 тыс. тонн.

Местные производители выпускают йогурты в ограниченных объемах и позиционируют их скорее как свежий и натуральный фермерский продукт (как правило, все объемы реализуются в пределах своего региона — остров Минданао, провинции Лагуна, Батангас, Рисаль, Нуэва-Эсиха — и пока не имеют возможностей расширяться до масштабов всей страны). Однако производство йогуртов на Филиппинах постепенно развивается, прежде всего за счет активности международных игроков: в частности, компании Yakult и Nestlé на протяжении многих лет постоянно наращивают объемы производства в стране. Благодаря популярности зарубежных брендов, которые ориентируются на детскую аудиторию и предлагают продукцию с различными фруктовыми вкусами, ожидается, что в ближайшие 5 лет они продолжат доминировать на рынке (в первую очередь в питьевых йогуртах). Согласно прогнозам, производство йогуртов в стране в ближайшие 5 лет будет развиваться, демонстрируя средний темп роста 4,3% в год, и в 2026 г. достигнет 74,9 тыс. тонн.

Новым трендом в потреблении стали замороженные йогурты — в начале 2000-х гг. в стране появилось множество компаний, выпускающих широкий ассортимент такой продукции. Компания BTIC (Better Than Ice Cream) была одной из первых, кто предложил эти десерты еще в 1989 г. Следует также отметить местную компанию Baryo Froyo, которая не только первой на Филиппинах начала производить замороженный йогурт, но и первой стала использовать буйволиное молоко вместо коровьего.



Рис. 20. Производство кисломолочной продукции на Филиппинах, 2016–2020 гг.



Источник: Euromonitor International, National Dairy Authority, Philippine Statistics Authority

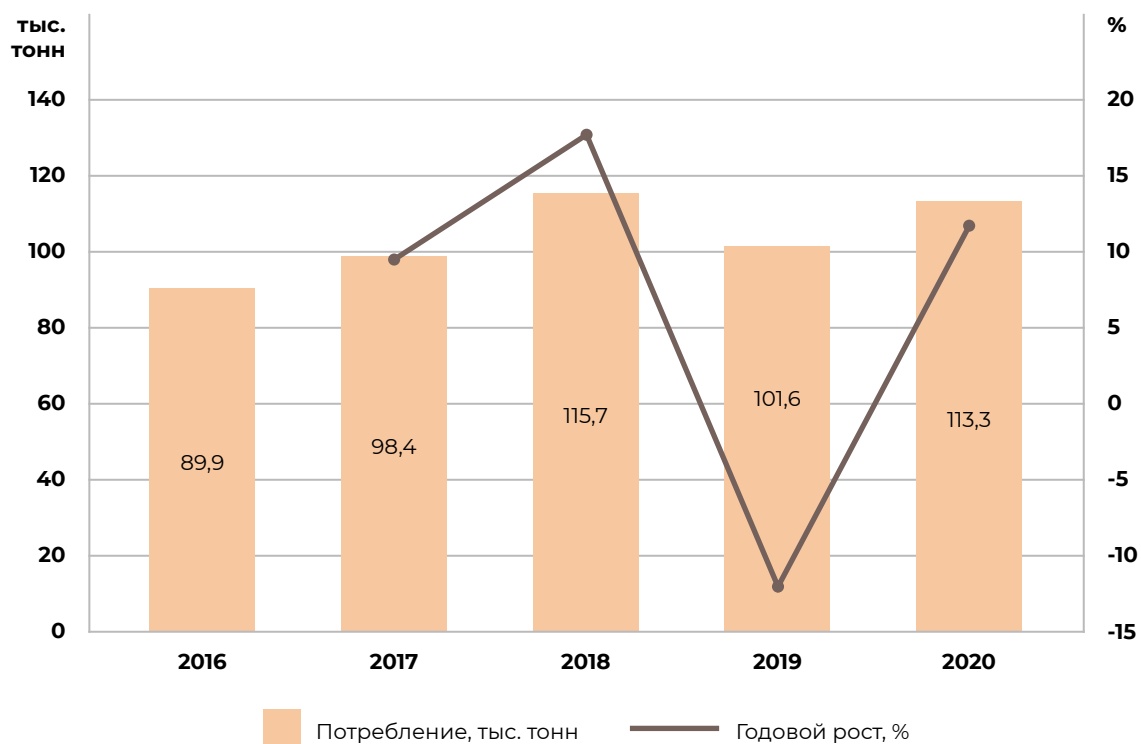
Потребление

Общий объем потребления кисломолочной продукции на Филиппинах в 2020 г. увеличился на 11,5% и составил 113,3 тыс. тонн. Наибольшую долю в потреблении занимают различные виды йогуртов: питьевые, ароматизированные, натуральные (без добавок), при этом самым популярным является питьевой йогурт. Во многом это обусловлено эффективной маркетинговой стратегией компании Yakult, которая рекламирует свой продукт как ценный источник пробиотиков. Питьевые йогурты, особенно Yakult, имеют более конкурентную цену по сравнению с зачастую более дорогими йогуртами в стаканчиках.

Ароматизированные фруктовые йогуртовые продукты, главные потребители которых — дети, способствуют росту общего потребления данной категории в стране. Другим трендом является продвижение плотного, фильтрованного йогурта греческого типа, употребляемого большинством вегетарианцев, а также йогуртов с низким содержанием жира, позиционируемых как продукт для снижения веса и здорового образа жизни. Повышение внимания потребителей к своему здоровью и укреплению иммунитета также способствует росту спроса на йогурты и кисломолочную продукцию в стране, что особенно заметно проявилось во время пандемии.

Лидерами розничных продаж на Филиппинах являются компания Yakult, занимающая почти 70% рынка, и Dutch Mill с долей 24%. Среди импортных брендов на рынке присутствуют Nestlé, Pascual, Elle & Vire, Bellamy's.

Рис. 21. Потребление кисломолочной продукции на Филиппинах, 2016–2020 гг.



Источник: Euromonitor International, National Dairy Authority, Philippine Statistics Authority

Каналы продаж и ключевые игроки

В периоды праздников на Филиппинах повышается спрос на натуральный йогурт (без добавок), поскольку в секторе общественного питания такой йогурт используется как ингредиент для популярных местных блюд. Спрос на другие йогуртовые продукты, как правило, остается постоянным в течение года. По данным Euromonitor International, почти 99% продаж йогуртов приходится на розничный сектор. Несмотря на пандемию, продажи йогурта в 2020 г. увеличились благодаря росту популярности онлайн-торговли, которая стала для потребителей удобной альтернативой офлайн-покупкам в магазинах.

Розничные продажи растут в основном благодаря улучшению качества продукции и расширению ассортимента, в том числе за счет вкусовой линейки. Выпуск новых продуктов, таких как ароматизированные йогуртовые напитки для детей и взрослых, существенно повлиял на спрос в ритейле.

В магазинах продаются йогурты импортного и местного производства. Популярностью пользуются как филиппинские, так и зарубежные бренды, например Dutch Mill, Nestlé, Alaska, Milk Man, Yogu.

Популярный размер упаковки для йогуртов в ритейле — маленькие порционные пластиковые стаканчики по 125 г и пластиковые контейнеры-стаканы объемом 500 г.

Местные импортеры, которые одновременно являются и дистрибьюторами, распределяют импортные йогурты по основным розничным каналам — гипер- и супермаркетам. Линейку йогуртовых продуктов имеют в своем ассортименте все крупнейшие розничные сети страны — SM Markets, Robinsons Supermarkets, Puregold Price Club, Metro Retail Stores, Landers Superstore.

По данным Euromonitor International, на сектор HoReCa приходится всего 1% продаж йогуртов, при этом спрос в данном канале в 2016–2021 гг. незначительно снизился. В секторе HoReCa йогурт используется в качестве десерта, а также для выпекания вафель, приготовления кремообразных соусов, дипов, смузи и салатных заправок. Новыми трендами в HoReCa, которые будут стимулировать рост потребления йогуртов, стали продажи замороженного йогурта в качестве десерта и новые варианты чайных напитков, в которых йогурт используется как ингредиент наряду с ароматическими добавками.

Йогурт зарубежного производства обычно поставляется в HoReCa дистрибьюторами, которые также выступают в роли импортеров. Спросом пользуются как отечественные, так и иностранные бренды натурального и греческого йогурта: наиболее сильные позиции имеют бренды Nestlé, Elle & Vire, Pascual.

Для большинства заведений общественного питания средняя закупочная цена за упаковку греческого йогурта объемом 2 кг составляет 780 филиппинских песо (15,82 долл. США). Нефасованный йогурт, поставляемый в сектор HoReCa, в основном импортируется.

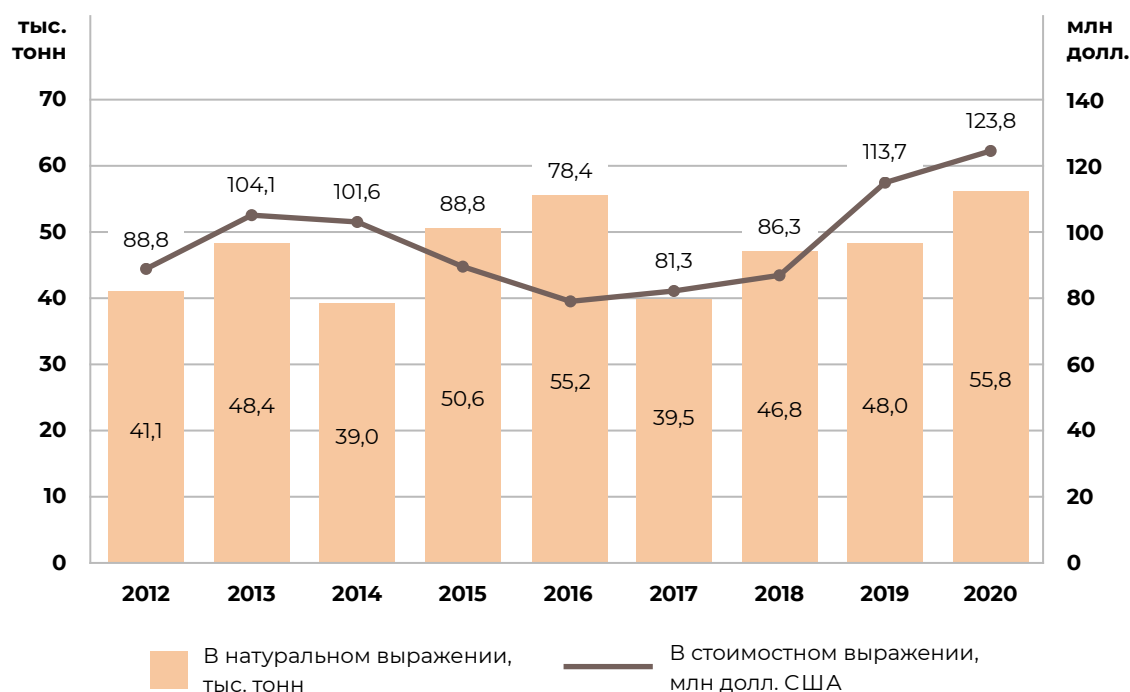
Экспорт и импорт

Филиппины экспортируют незначительные объемы кисломолочной продукции — в 2020 г. всего 1,2 тыс. тонн на 5,2 млн долл. США. Основным рынком сбыта является соседний Вьетнам.

В 2020 г. объем филиппинского импорта кисломолочной продукции достиг 55,8 тыс. тонн на сумму 123,8 млн долл. США, что на 16,2% в натуральном и на 9% в стоимостном выражении больше, чем в 2019 г. Однако активный рост импорта в последние 4 года лишь компенсировал резкое снижение объемов, которое произошло в 2017 г.

Благодаря более высокому качеству, широкой линейке, а также активному маркетингу и продвижению доля импорта на филиппинском рынке кисломолочной продукции составляет почти 50% и существенно не снижается, несмотря на постоянное увеличение объемов внутреннего производства в последние 10 лет.

Рис. 22. Импорт кисломолочной продукции Филиппин в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2020 гг.



Источник: *Philippine Statistics Authority*

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0403.

Основными поставщиками кисломолочной продукции на Филиппины являются Новая Зеландия и США, на долю которых в 2020 г. пришлось 40,7% поставок в натуральном и 50% в стоимостном выражении. Значительные объемы также поставлялись из стран ЕС (в частности, из Нидерландов — 8,3%, Германии — 6,2%, Польши — 5,5%), соседних Бангладеш и Сингапура.



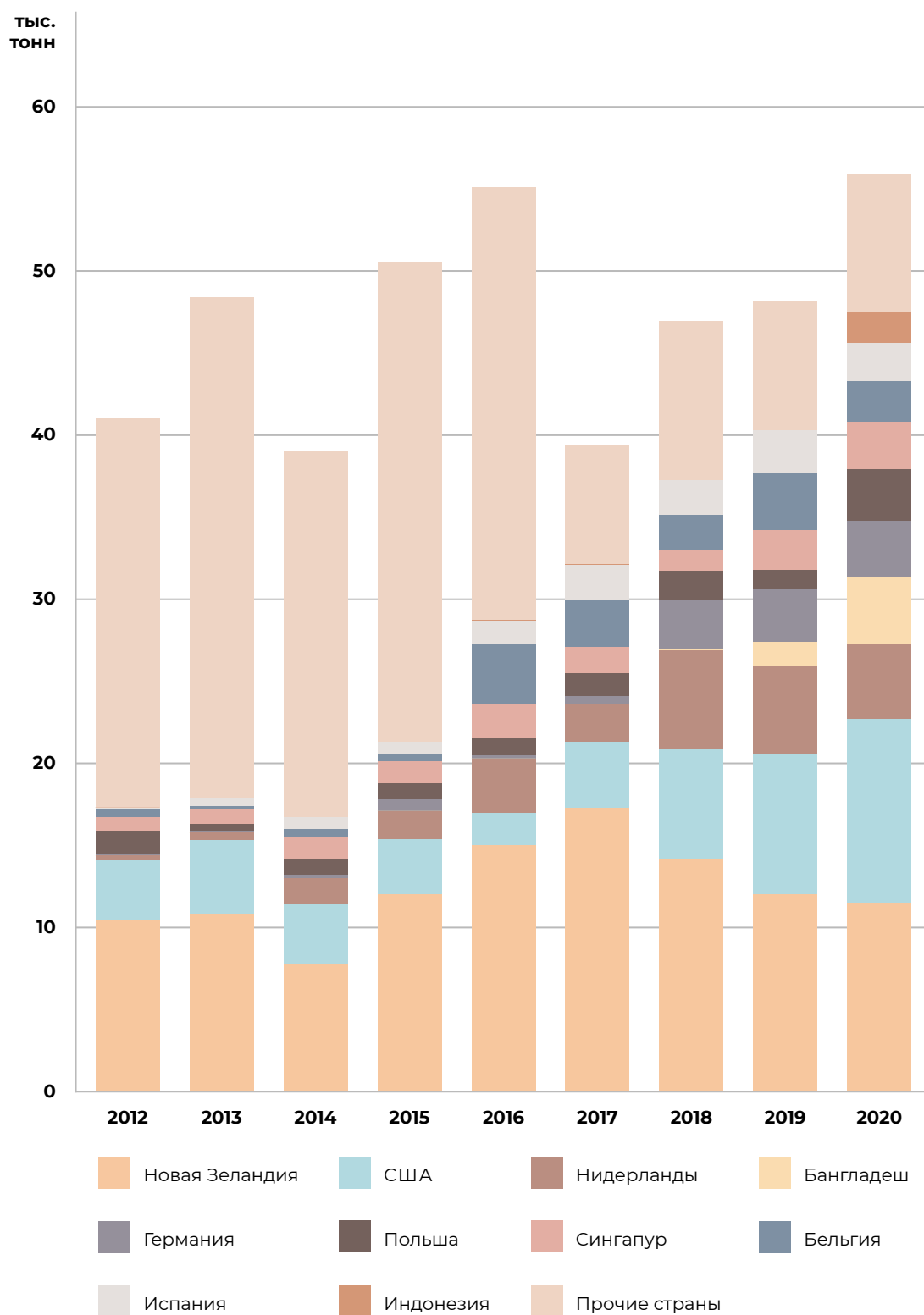
Табл. 9. Импорт кисломолочной продукции Филиппин по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Новая Зеландия	10,4	10,8	7,8	12,0	15,0	17,3	14,2	12,0	11,5	20,7
2	США	3,7	4,5	3,6	3,4	2,0	4,0	6,7	8,6	11,2	20,0
3	Нидерланды	0,3	0,5	1,6	1,7	3,3	2,3	6,0	5,3	4,6	8,3
4	Бангладеш	—	—	—	—	—	—	0,04	1,5	4,0	7,2
5	Германия	0,1	0,1	0,2	0,7	0,2	0,5	3,0	3,2	3,5	6,2
6	Польша	1,4	0,4	1,0	1,0	1,0	1,4	1,8	1,2	3,1	5,5
7	Сингапур	0,8	0,9	1,3	1,3	2,1	1,6	1,3	2,4	2,9	5,3
8	Бельгия	0,5	0,2	0,5	0,5	3,7	2,8	2,1	3,5	2,5	4,4
9	Испания	0,1	0,5	0,7	0,7	1,4	2,2	2,1	2,6	2,3	4,1
10	Индонезия	—	—	0,01	0,03	0,03	0,04	0,03	0,01	1,9	3,4
	Прочие страны	23,7	30,5	22,3	29,2	26,4	7,3	9,7	7,8	8,4	15,1
	Итого	41,1	48,4	39,0	50,6	55,2	39,5	46,8	48,0	55,8	100,0

Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0403.

Рис. 23. Импорт кисломолочной продукции Филиппин по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн



Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0403.

Табл. 10. Импорт кисломолочной продукции Филиппин по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США

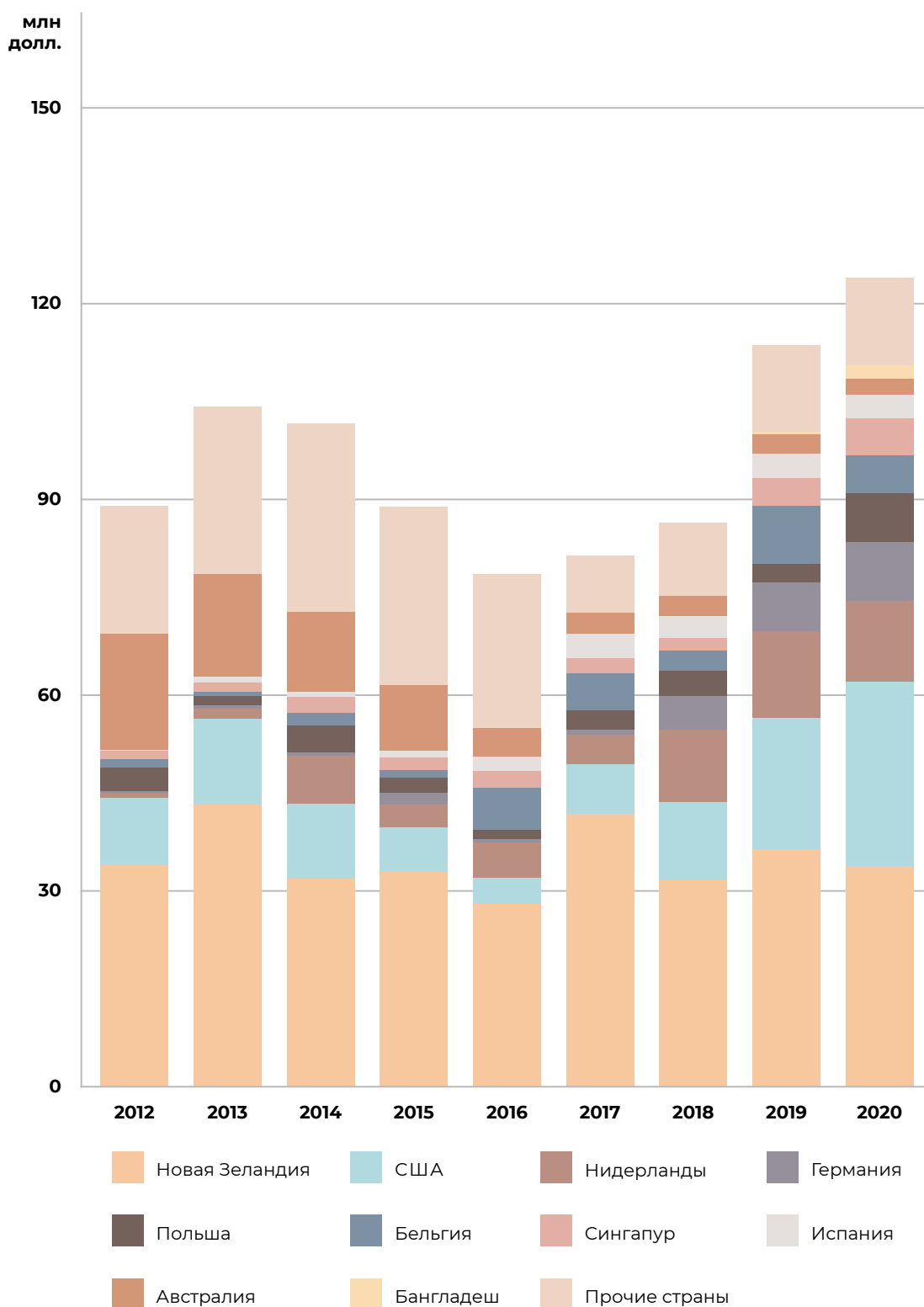
№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Новая Зеландия	33,9	43,2	31,8	32,9	27,9	41,7	31,5	36,3	33,8	27,3
2	США	10,3	13,1	11,5	6,8	4,0	7,7	12,0	20,2	28,1	22,7
3	Нидерланды	0,8	1,6	7,3	3,5	5,5	4,4	11,2	13,2	12,4	10,0
4	Германия	0,2	0,4	0,6	1,8	0,4	0,9	5,1	7,5	9,1	7,4
5	Польша	3,7	1,5	4,1	2,3	1,5	2,9	3,8	2,8	7,4	6,0
6	Бельгия	1,2	0,6	1,9	1,1	6,4	5,6	3,2	8,9	5,8	4,7
7	Сингапур	1,3	1,5	2,4	2,0	2,6	2,4	1,9	4,3	5,7	4,6
8	Испания	0,1	0,8	0,9	1,0	2,2	3,7	3,3	3,7	3,6	2,9
9	Австралия	17,9	15,8	12,2	10,0	4,4	3,2	3,1	2,9	2,4	1,9
10	Бангладеш	—	—	—	—	—	—	0,01	0,5	2,1	1,7
	Прочие страны	19,5	25,6	28,8	27,4	23,5	8,8	11,2	13,2	13,4	10,8
	Итого	88,8	104,1	101,6	88,8	78,4	81,3	86,3	113,7	123,8	100,0

Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0403.



Рис. 24. Импорт кисломолочной продукции Филиппин по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США



Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0403.

В 2020 г. средняя цена импорта кисломолочной продукции на Филиппинах составила 2 218 долл. США за тонну. Самая дешевая продукция поставлялась из Бангладеш, а самая дорогостоящая — из Новой Зеландии и Нидерландов, цена на нее была выше средней на 32,0 и 21,3% соответственно.

Табл. 11. Средняя цена импорта кисломолочной продукции по странам-экспортерам, 2012–2020 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Отклонение от средней цены в 2020 г., %
Средняя цена	2 164	2 149	2 604	1 756	1 421	2 061	1 843	2 366	2 218	—
Новая Зеландия	3 254	3 991	4 072	2 738	1 858	2 405	2 223	3 027	2 929	32
Нидерланды	2 789	3 211	4 451	2 056	1 676	1 938	1 867	2 505	2 691	21
Германия	1 770	3 367	3 095	2 639	1 618	1 817	1 739	2 383	2 643	19
США	2 735	2 949	3 214	2 009	1 988	1 955	1 786	2 367	2 519	14
Польша	2 706	3 603	4 163	2 236	1 494	2 037	2 146	2 366	2 421	9
Бельгия	2 471	2 853	4 055	1 942	1 713	2 011	1 558	2 560	2 352	6
Австралия	3 078	3 422	3 434	2 190	1 710	1 854	1 891	2 029	2 148	-3
Сингапур	1 552	1 634	1 802	1 569	1 219	1 520	1 478	1 768	1 924	-13
Испания	1 399	1 510	1 443	1 372	1 645	1 645	1 569	1 448	1 596	-28
Бангладеш	—	—	—	—	—	—	240	356	533	-76

Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0403.

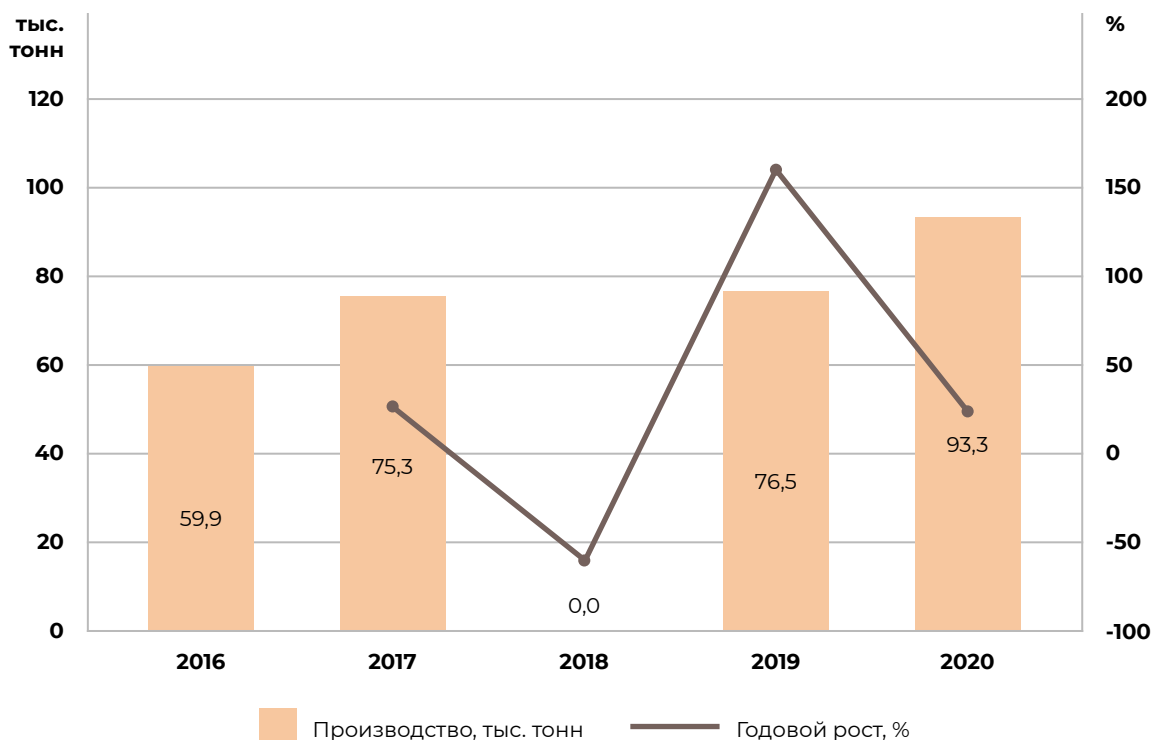
2.1.3. Концентрированное молоко

Производство

В условиях сложностей межостровной логистики, а также слабого развития холодильной цепи поставок на Филиппинах из импортного сухого молока предпочитают производить не питьевое, а концентрированное молоко. На протяжении последних лет объемы его выпуска постепенно росли и в 2020 г. достигли 93,3 тыс. тонн.

Ароматизированное концентрированное молоко пользуется огромной популярностью на филиппинском рынке. Инновационная продукция от компаний LTH Food Industries (бренд Jersey) и Alaska Milk Corporation (бренд Alaska) открыла для филиппинской индустрии напитков и десертов возможности разрабатывать новые рецепты, в которых концентрированное молоко используется в качестве вкусовой добавки. Ведущими производителями подслащенного концентрированного молока являются Alaska Milk Corporation (подразделение FrieslandCampina) и Nestlé Philippines (бренд Carnation). Концентрированное молоко выпускается на Филиппинах в разных упаковках — жестяных банках, тетрапаках и мягких пакетах-саше. Производители сосредоточены на создании новых вариантов подслащенного концентрированного молока, например с ароматом шоколада, дыни или клубники, для расширения вкусовой палитры десертов и напитков.

Рис. 25. Производство концентрированного молока на Филиппинах, 2016–2020 гг.



Источник: Euromonitor International, National Dairy Authority, Philippine Statistics Authority

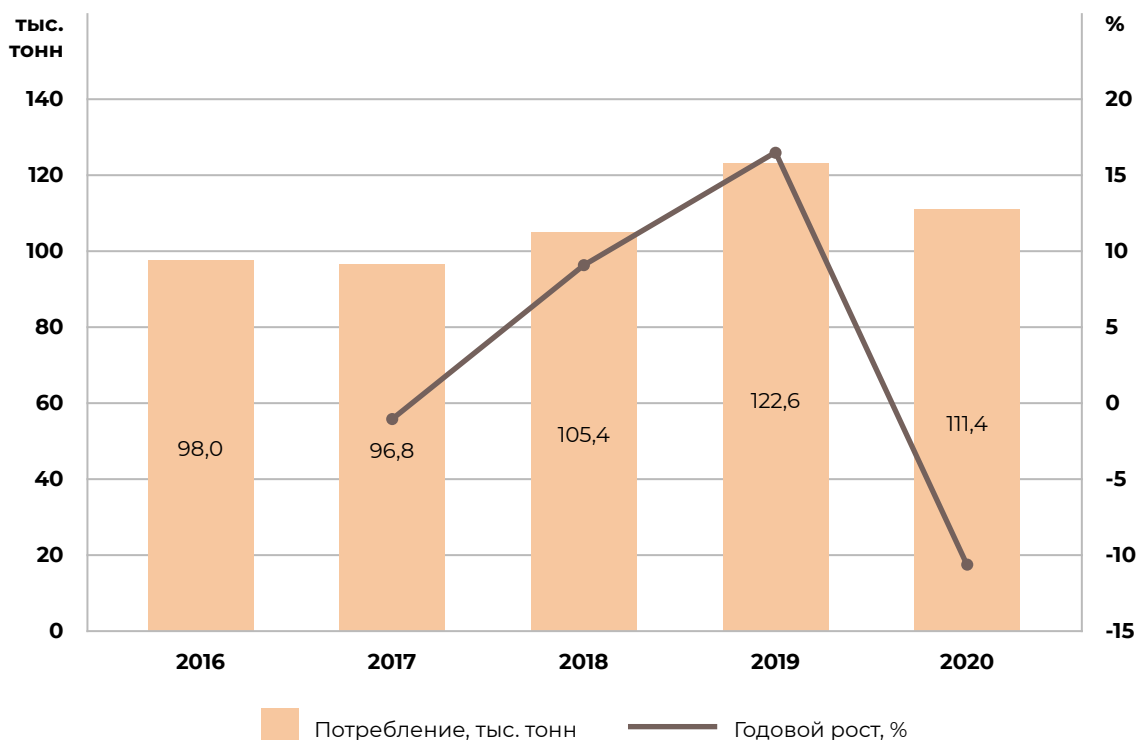
Потребление

Общий объем потребления концентрированного молока на Филиппинах постепенно увеличивался и с 98,0 тыс. тонн в 2016 г. вырос до 122,6 тыс. тонн в 2019 г. Однако в 2020 г. на фоне пандемийных ограничений в сфере HoReCa потребление сократилось на 9% до 111,4 тыс. тонн.

Концентрированное молоко — один из основных продуктов в каждом филиппинском доме, где его активно используют в качестве подсластителя и загустителя для многих блюд, таких как любимый национальный десерт лече флан (крем-карамель в филиппинском стиле), йема (сладкий заварной крем), дынный чиллер (густой прохладительный напиток) и буко пандан (кокосовый пандан)³, а также добавляют в чай и кофе.

Спрос на концентрированное молоко растет благодаря популярности ароматизированных вариантов, с помощью которых можно легко и быстро придать дополнительный вкус местным десертам и напиткам. Производители стали пополнять ассортимент мини-упаковками, позволяя покупателям выбирать продукт в зависимости от соотношения цены и требуемого объема.

Рис. 26. Потребление концентрированного молока на Филиппинах, 2016–2020 гг.



Источник: Euromonitor International, National Dairy Authority, Philippine Statistics Authority

³ Густой десертный напиток с ярко-зелеными желатиновыми кубиками из листьев пандана и мякотью молодого кокоса, залитых смесью сливок и сгущенного молока.

Каналы продаж и ключевые игроки

По оценкам Euromonitor International, доля ритейла в общем объеме розничных продаж концентрированного молока в последние годы увеличивается и в 2020 г. составила 96,1%. Такой подъем может быть связан с ростом потребления выпечки и приготовления пищи в домашних условиях во время карантинных ограничений.

В рознице представлено концентрированное молоко как местного, так и зарубежного производства. Зарубежная продукция обычно поставляется импортерами (например, Alaska Milk Corporation, Dairy Milk Corporation и Chattrade Enterprise), которые также выполняют для розничных сетей роль дистрибьюторов.

Ведущие филиппинские бренды в рознице — Alaska, Liberty, Cowbell, Carnation, Angel, Jersey, импортные — Doreen, Milkmaid, Eagle Brand, Cowhead. Распространенные форматы упаковки, представленные в розничных каналах, — жестяные банки объемом 168–300 мл, тетрапаки объемом от 250 мл до 1,27 кг и пакеты-саше объемом 560 г. Обычная розничная наценка составляет от 6 до 15%. Розничные цены на концентрированное молоко следующие: Nestlé Carnation (3 упаковки по 300 мл) — 239 филиппинских песо (265,5 песо/л, или 5,4 долл. США/л); Alaska (2 банки по 300 мл) — 166 филиппинских песо (276,7 песо/л, или 5,6 долл. США/л); Doreen — 194 песо/кг (3,9 долл. США/кг); Angel (3 упаковки по 380 г) — 122,7 филиппинских песо (108 песо/кг, или 2,2 долл. США/кг).



На сектор общественного питания, по оценкам Euromonitor International, в 2020 г. пришлась незначительная доля от общего объема потребления концентрированного молока — всего 3,9%, хотя в период 2016–2019 гг. она стабильно находилась на уровне около 7%. Карантинные ограничения, связанные с пандемией COVID-19, серьезно повлияли на сектор HoReCa. Однако в период 2021–2026 гг. спрос в этом сегменте будет повышаться, поскольку в стране растет потребление десертов и традиционных сладких напитков.

В заведениях общественного питания используется продукция местных и импортных брендов из-за схожих цен и стандартов качества. Импортёры, которые являются также дистрибьюторами, обычно поставляют в каналы HoReCa импортное концентрированное молоко, средняя закупочная цена которого составляет 80,74 долл. США (3 979 филиппинских песо) за коробку (48 банок по 300 мл) или 2,13 долл. США (105 филиппинских песо) за 1 кг (784 мл). Разница в цене между зарубежными и отечественными брендами незначительна.

Экспорт и импорт

Концентрированное молоко — один из немногих молочных продуктов, которые Филиппины достаточно активно экспортируют. В 2020 г. на внешние рынки было поставлено 7,2 тыс. тонн продукции на 5,4 млн долл. США. Основными направлениями экспорта были США, Канада, ОАЭ, Малайзия и Вьетнам.

Рис. 27. Экспорт концентрированного молока Филиппин в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2020 гг.



Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по кодам ТН ВЭД 040299, 040291.

Филиппинский импорт концентрированного молока в 2020 г. снизился и составил 25,3 тыс. тонн (21,8 млн долл. США). Пиковых объемов он достигал в 2018 г. — 94,8 тыс. тонн на сумму 79,3 млн долл. США.

Рис. 28. Импорт концентрированного молока Филиппин в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2020 гг.



Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по кодам ТН ВЭД 040299, 040291.



Самыми крупными поставщиками концентрированного молока на рынок Филиппин являются Вьетнам и Малайзия. В 2020 г. Вьетнам экспортировал 7,7 тыс. тонн продукции на сумму 7,3 млн долл. США. В период 2014–2019 гг. Малайзия поставляла на рынок Филиппин значительные объемы (от 12 до 78 тыс. тонн).

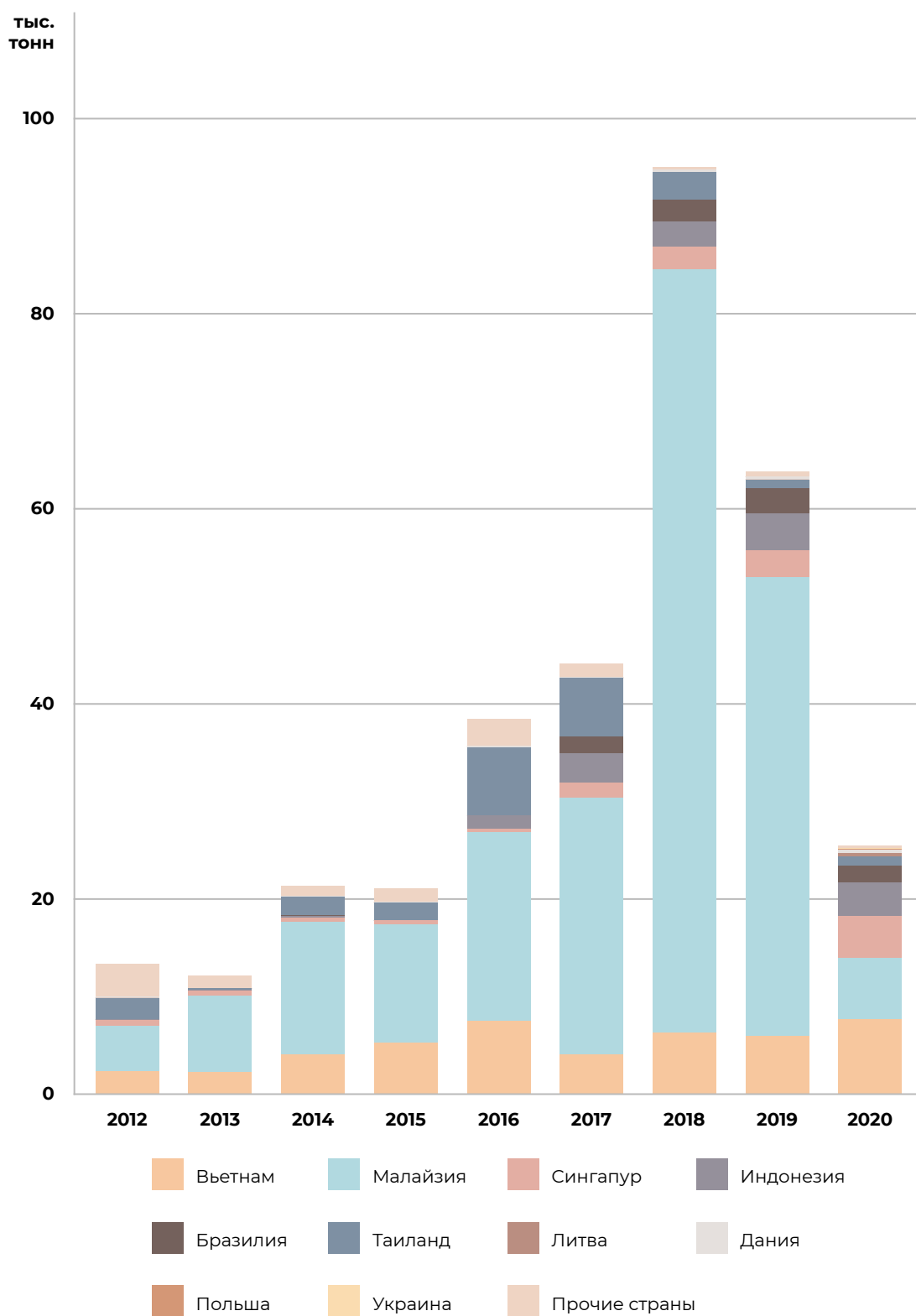
Табл. 12. Импорт концентрированного молока Филиппин по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Вьетнам	2,4	2,3	4,1	5,3	7,5	4,1	6,3	6,0	7,7	30,3
2	Малайзия	4,6	7,8	13,5	12,1	19,3	26,2	78,1	46,9	6,2	24,4
3	Сингапур	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	1,6	2,4	2,8	4,3	17,1
4	Индонезия	0,03	0,01	0,1	0,0	1,3	3,0	2,5	3,7	3,5	13,8
5	Бразилия	—	—	0,1	—	—	1,7	2,3	2,6	1,7	6,6
6	Таиланд	2,2	0,2	1,9	1,8	7,0	6,0	2,8	0,9	0,9	3,6
7	Литва	—	—	—	—	—	—	—	—	0,4	1,4
8	Дания	0,1	0,03	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,3	0,3	1,2
9	Польша	0,05	—	—	—	—	—	—	—	0,1	0,4
10	Украина	0,03	—	—	—	—	—	—	—	0,1	0,3
	Прочие страны	3,3	1,3	1,0	1,3	2,8	1,4	0,3	0,5	0,2	0,8
	Итого	13,3	12,2	21,2	21,1	38,4	44,1	94,8	63,8	25,3	100,0

Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по кодам ТН ВЭД 040299, 040291.

Рис. 29. Импорт концентрированного молока Филиппин по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн



Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по кодам ТН ВЭД 040299, 040291.

Табл. 13. Импорт концентрированного молока Филиппин по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США

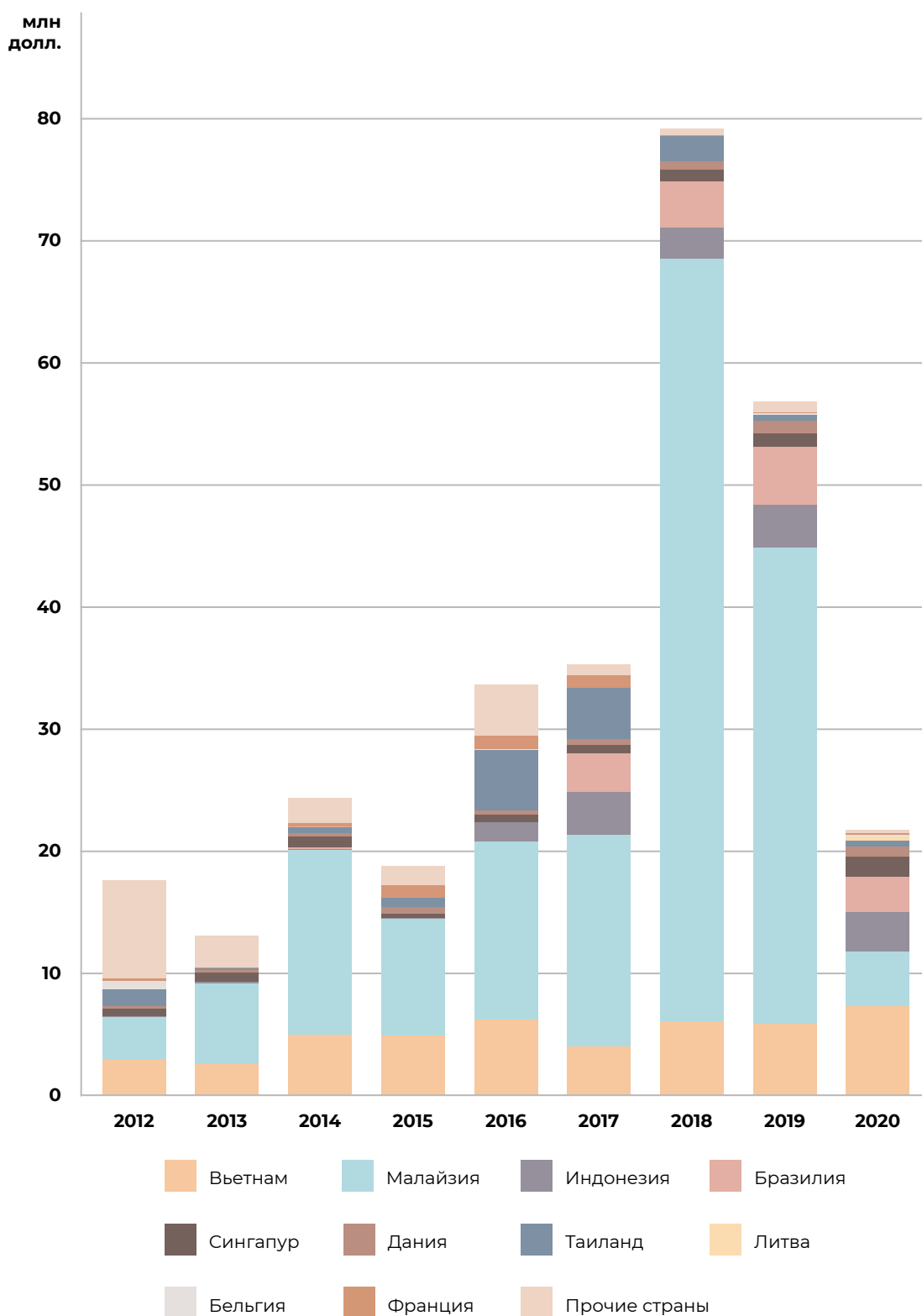
№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Вьетнам	2,9	2,6	5,0	4,9	6,2	4,0	6,1	5,9	7,3	33,4
2	Малайзия	3,5	6,6	15,1	9,6	14,6	17,4	62,5	39,0	4,5	20,6
3	Индонезия	0,1	0,1	0,1	0,003	1,6	3,5	2,5	3,5	3,2	14,6
4	Бразилия	—	—	0,1	—	—	3,1	3,8	4,8	2,9	13,5
5	Сингапур	0,6	0,8	0,9	0,4	0,6	0,7	1,0	1,1	1,7	7,9
6	Дания	0,2	0,2	0,3	0,5	0,4	0,5	0,7	1,0	0,8	3,6
7	Таиланд	1,4	0,1	0,5	0,8	4,9	4,2	2,0	0,5	0,5	2,2
8	Литва	—	—	—	—	—	—	—	—	0,3	1,6
9	Бельгия	0,7	—	—	0,001	0,1	0,01	0,03	0,1	0,2	1,0
10	Франция	0,2	0,1	0,3	1,0	1,1	1,0	0,1	0,1	0,1	0,4
	Прочие страны	8,0	2,6	2,1	1,6	4,2	0,9	0,5	0,9	0,3	1,3
	Итого	17,6	13,1	24,4	18,9	33,8	35,2	79,3	57,0	21,8	100,0

Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по кодам ТН ВЭД 040299, 040291.



Рис. 30. Импорт концентрированного молока Филиппин по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США



Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по кодам ТН ВЭД 040299, 040291.

В 2020 г. средняя цена импорта концентрированного молока на Филиппинах составила 863 долл. США за тонну, что на 3,4% ниже, чем в 2019 г. Дороже всего стоила продукция из Бразилии, Дании и Бельгии. Таиланд и Сингапур осуществляли поставки по самым низким ценам — на 39,2 и 53,7% ниже средней соответственно.

Табл. 14. Средняя цена импорта концентрированного молока по странам-экспортерам, 2012–2020 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Отклонение от средней цены в 2020 г., %
Средняя цена	1 324	1 080	1 149	895	879	798	837	893	863	—
Бельгия	—	—	—	8 168	1 767	2 966	6 412	6 588	6 047	в 7 раз
Дания	3 665	6 284	4 136	4 080	3 381	3 220	3 647	2 878	2 554	в 3 раза
Бразилия	—	—	2 370	—	—	1 794	1 709	1 816	1 763	в 2 раза
Франция	3 310	4 047	2 235	1 828	1 587	1 612	1 182	1 895	1 497	73
Литва	—	—	—	—	—	—	—	—	960	11
Вьетнам	1 196	1 124	1 210	920	827	956	981	989	950	10
Индонезия	2 614	7 477	852	1 128	1 260	1 170	1 027	936	913	6
Малайзия	755	843	1 111	794	757	664	800	832	730	-15
Таиланд	613	584	292	451	693	702	715	526	524	-39
Сингапур	1 032	1 584	1 706	1 228	1 473	443	413	411	400	-54

Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по кодам ТН ВЭД 040299, 040291.

2.1.4. Сухое молоко

Производство

По данным Национального управления молочной промышленности Филиппин (National Dairy Authority), собственное производство сухого молока в стране незначительно.

Импортное сухое обезжиренное и сухое цельное молоко на Филиппинах перерабатывается или расфасовывается в розничную упаковку крупными компаниями-производителями, которые также являются и его ведущими импортерами.

Сухое молоко используется в трех ключевых сегментах:

- 1) для производства быстрорастворимого сухого молока и FFMP, концентрированного и сгущенного молока, восстановленного УНТ-молока, коктейлей и йогуртов;
- 2) для выпуска детских молочных смесей и специализированного обогащенного молока для разных категорий потребителей;
- 3) в кондитерской и пищевой промышленности.

В секторе HoReCa сухое молоко используется в качестве ингредиента для приготовления различных блюд и напитков.

Заводы Nestlé Philippines, Alaska Milk Corporation и Century Pacific Corporation — ведущие местные производители быстрорастворимого сухого молока и другой молочной продукции, а Mead Johnson и Wyeth Philippines (Nestlé) — детских молочных смесей.

Потребление

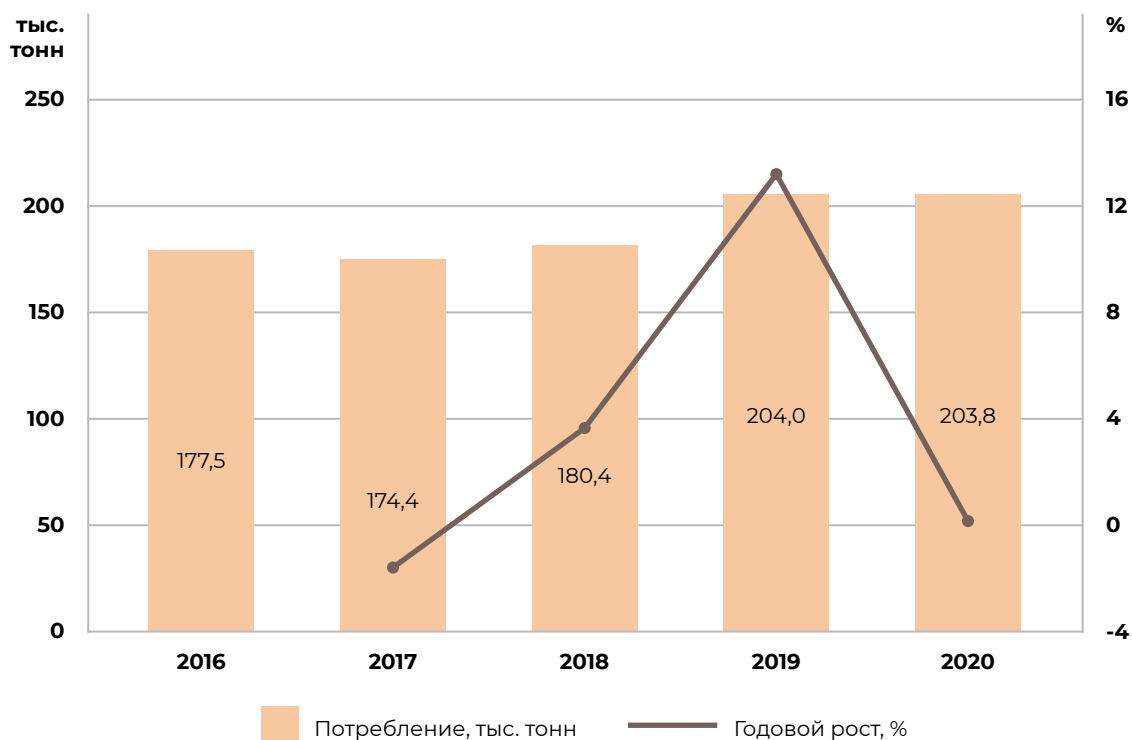
Общий объем потребления сухого молока в натуральном выражении вырос с 177,5 тыс. тонн в 2016 г. до 203,8 тыс. тонн в 2020 г. В последние годы на рынке появилось органическое сухое молоко — на фоне повышенного внимания к здоровью и укреплению иммунитета во время пандемии потребители восприняли его как более полезное.

По прогнозам Euromonitor International, потребление сухого молока будет постепенно увеличиваться и к 2026 г. достигнет 205,1 тыс. тонн, поскольку постоянно растет потребление и расширяется ассортимент выпускаемых молочных продуктов. Также оказывает влияние развитие розничных каналов продаж и расширение спектра форматов ритейла, включая супер- и гипермаркеты, традиционные магазины, минимаркеты и интернет-площадки.

На потребление сухого молока оказывает большое влияние появление новых его видов, таких как ароматизированное или обогащенное витаминами сухое молоко, формулы для различных возрастных и специальных целевых групп. Кроме того, влияние оказывают развитие удобства упаковки (в частности, ее размер и вид), легкость для переноски и потребления «на ходу» (например, кто-то предпочитает компактные порционные упаковки), возможности использования, состав продукта.

Потребление сухого молока повышается в период с сентября до окончания рождественских каникул из-за роста спроса на питьевое, концентрированное и сгущенное молоко, сыры и йогурт, которые используются в качестве ингредиентов для приготовления многих праздничных блюд. Высокий спрос может влиять на цены и наличие запасов в эти месяцы.

Рис. 31. Потребление сухого молока на Филиппинах, 2016–2020 гг.



Источник: Euromonitor International, National Dairy Authority, Philippine Statistics Authority



Каналы продаж и ключевые игроки

По оценкам Euromonitor International, доля сектора розничной торговли в общем объеме потребления сухого молока в 2016 г. составляла 43,3%, а в 2020 г. повысилась до 47,9%. Рост продаж обусловлен такими факторами, как доверие к брендам, предпочтения при выборе товара на основе собственного опыта или благодаря рекламе (например, продвижению продукта с помощью знаменитостей, социальных сетей и рекомендаций), промоакциям и доступным ценам. Филиппинцы используют сухое молоко в основном как заменитель питьевого молока в блюдах домашнего приготовления, а также добавляют его в кофе и другие напитки.

В розничных магазинах присутствует как отечественное, так и импортное сухое молоко. Ведущие бренды в рознице — филиппинские Bear Brand, Nido, Alaska, Selecta, Magnolia и новозеландский Anchor. Продукция доступна в упаковках объемом от 33 г до 2 кг. Обычная торговая наценка — от 6 до 15%. Цены на сухое молоко в супермаркетах зависят от бренда и объема упаковки и составляют 10 филиппинских песо (0,2 долл. США) за упаковку 33 г; 33–43 песо (0,7–0,9 долл. США) за 150 г; 84 песо (1,7 долл. США) за 300 г; 94 песо (1,9 долл. США) за 750 г; 400–575 песо (8,1–11,7 долл. США) за 1,2 кг; 649 песо (13,2 долл. США) за 2 кг.

Импортеры, как правило, поставляют зарубежную продукцию в ритейл через своих дистрибьюторов. Например, компания Fonterra Brands создала на Филиппинах собственный дистрибьюторский центр для распределения своей продукции. Существуют общенациональные розничные компании, которые занимаются закупками централизованно и импортируют продукцию напрямую. В каналы HoReCa продукцию, как правило, поставляют импортеры, имеющие собственных дистрибьюторов, но заведения общественного питания могут приобретать его и через оптовиков. Таким образом, наиболее распространенная и предпочтительная практика работы на рынке — поставка продукции через импортеров и дистрибьюторов.

В секторе общественного питания сухое молоко обычно используется в напитках, соусах и выпечке. В 2020 г. на долю данного канала, по оценкам Euromonitor International, пришлось только 2,3% от общего объема потребления, хотя с 2016 по 2019 г. она составляла в среднем около 4,2%. В связи с введением ограничительных мер из-за пандемии COVID-19 продажи в 2020 г. сократились в натуральном выражении на 44,4%.





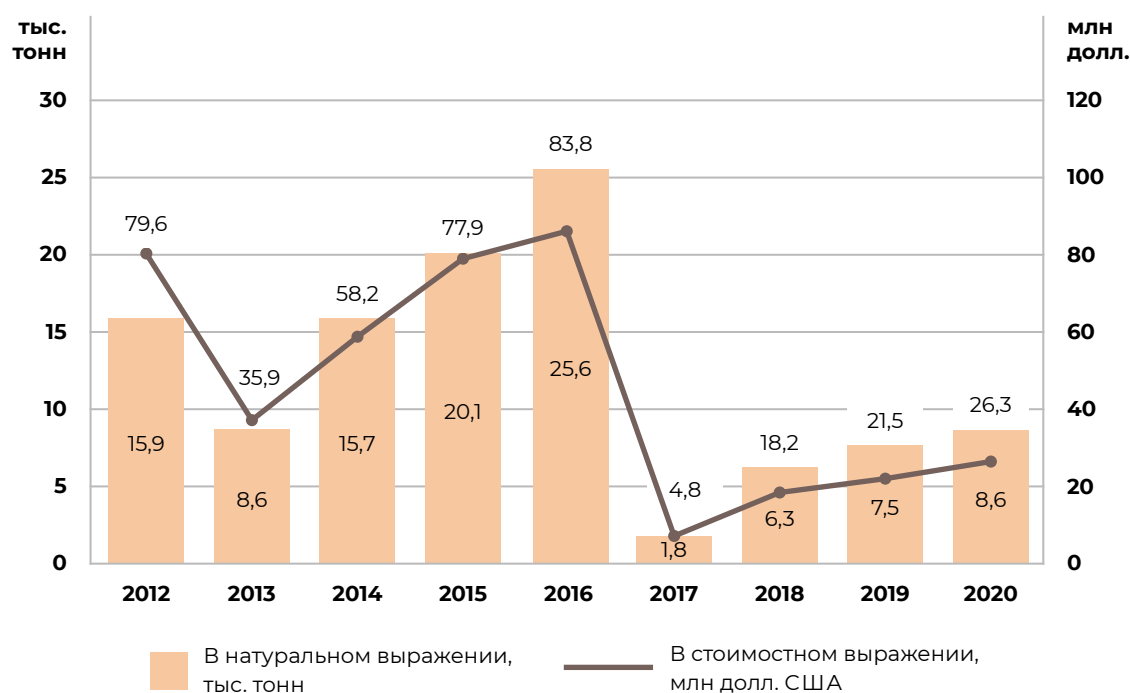
В секторе HoReCa в ближайшие годы Euromonitor International ожидает роста объема потребления сухого молока, который к 2026 г. достигнет 8,4 тыс. тонн, что обусловлено развитием сектора общественного питания в стране и увеличением количества кофеен, предлагающих свежую выпечку. Услуги по доставке товаров на дом и продаже продукции навынос также будут способствовать росту спроса, поскольку потребители привыкают к онлайн-покупкам.

На долю индустриального сектора, по оценкам Euromonitor International, приходится 49,8% потребления сухого молока в стране. В пищевой промышленности СОМ и СЦМ служат ингредиентами для производства других молочных продуктов, мороженого, шоколада и кондитерских изделий, а также детского питания.

Экспорт и импорт

В 2020 г. расположенные на Филиппинах заводы поставили в соседние страны (прежде всего в Малайзию и Индонезию) около 8,6 тыс. тонн сухого молока (из них 99,8% — СЦМ, в основном в расфасованном виде) на 26,3 млн долл. США, что на 45,6% в натуральном и на 66,9% в стоимостном выражении ниже, чем в 2012 г.

Рис. 32. Экспорт сухого молока Филиппин в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2020 гг.



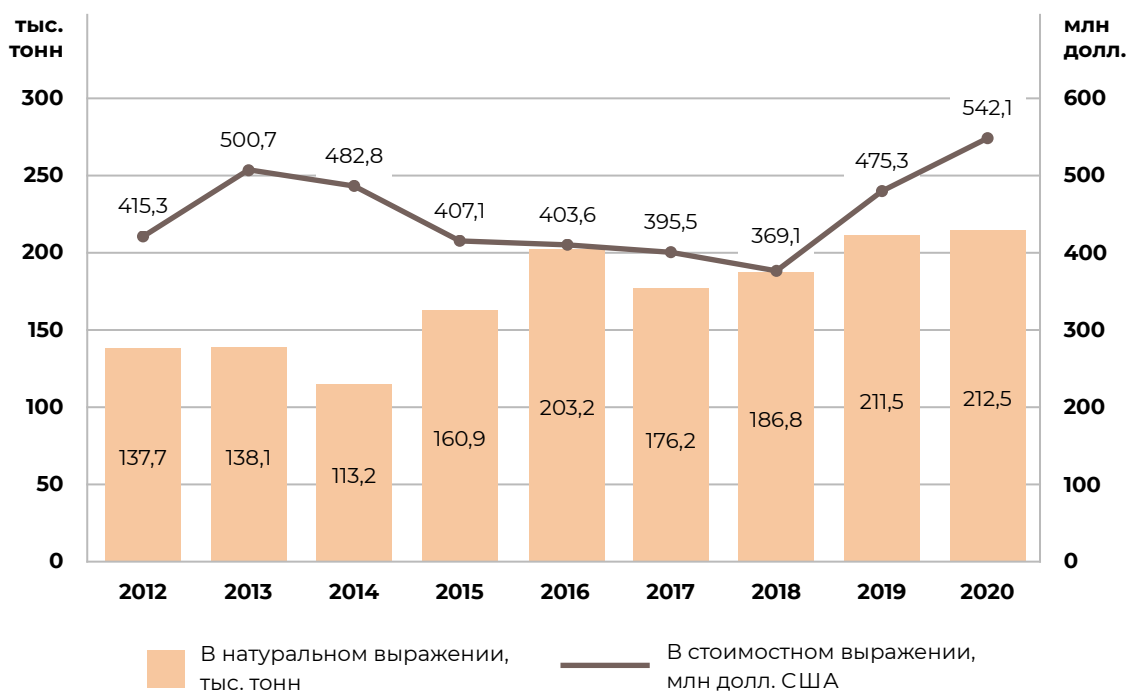
Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по кодам ТН ВЭД 040210, 040221, 040229.

Филиппины стабильно входят в топ-10 крупнейших в мире импортеров сухого молока (в 2020 г. страна заняла 6-е место в мировом импорте с долей 2,9%). Объемы импорта под влиянием ценовой конъюнктуры несколько колеблются, но в 2019–2020 гг. стабилизировались на уровне около 210 тыс. тонн. В 2020 г. импорт достиг рекордного значения в стоимостном выражении — 542,1 млн долл. США, что на 14,1% выше уровня 2019 г. В натуральном выражении наблюдалось небольшое увеличение — до 212,5 тыс. тонн (+0,5% к 2019 г.).



Рис. 33. Импорт сухого молока Филиппин в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2020 гг.



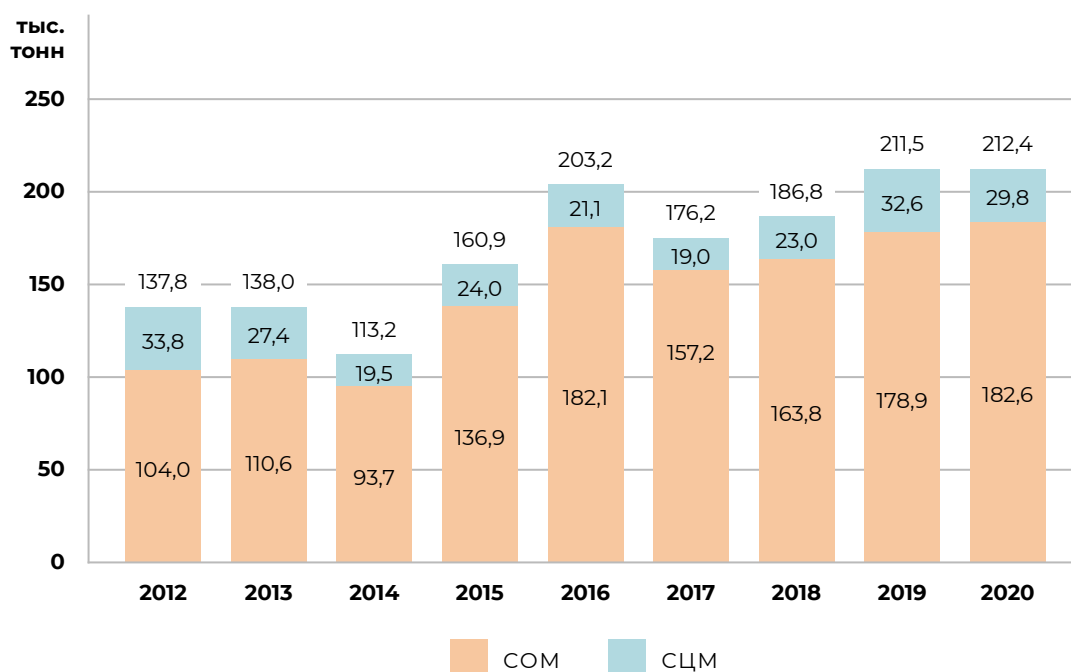
Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по кодам ТН ВЭД 040210, 040221, 040229.

Основную долю (более 85%) в структуре импорта сухого молока составляет СОМ (код ТН ВЭД 040210) — в 2020 г. страна закупила 182,6 тыс. тонн на 457,5 млн долл. США. Объемы импорта СЦМ были значительно меньше — в 2020 г. составили 29,8 тыс. тонн на 84,6 млн долл. США.

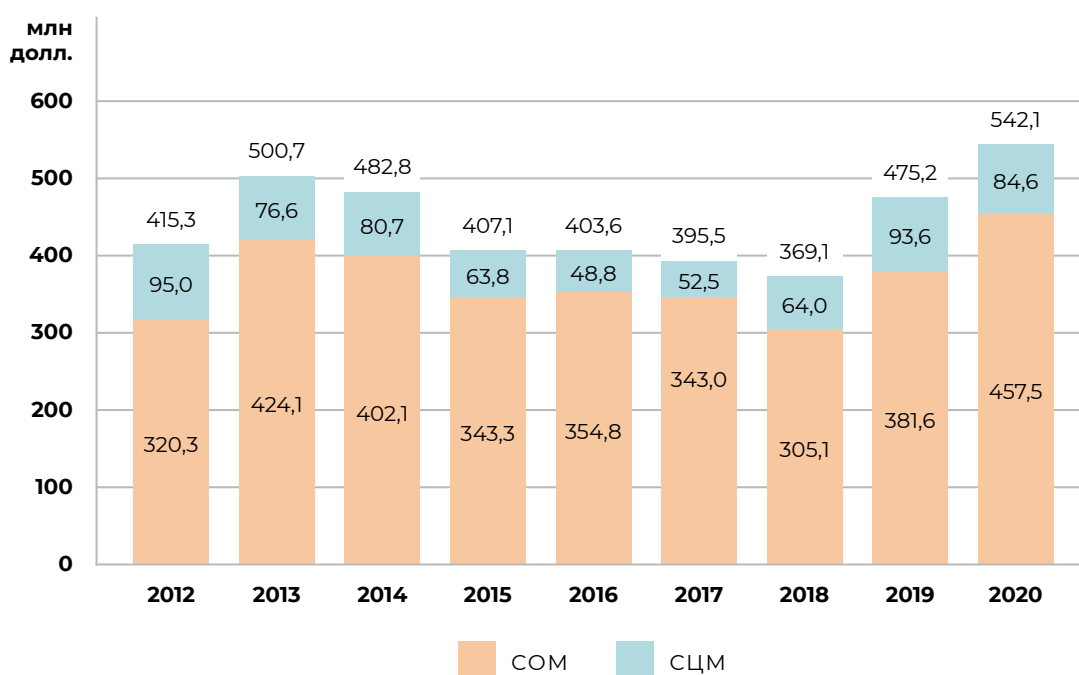


Рис. 34. Структура импорта сухого молока Филиппин в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн



Источник: Philippine Statistics Authority

Рис. 35. Структура импорта сухого молока Филиппин в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США



Источник: Philippine Statistics Authority

Основными поставщиками сухого молока на Филиппины являются США и Новая Зеландия, на долю которых в 2020 г. приходилось в натуральном выражении соответственно 53,0 и 18,1%, а в стоимостном — 50,6 и 20,8%. Импорт из Новой Зеландии в 2020 г. снизился на 17,1% в натуральном и на 9,7% в стоимостном выражении. Остальные объемы сухого молока поставлялась из стран ЕС, Австралии, Канады и Малайзии.

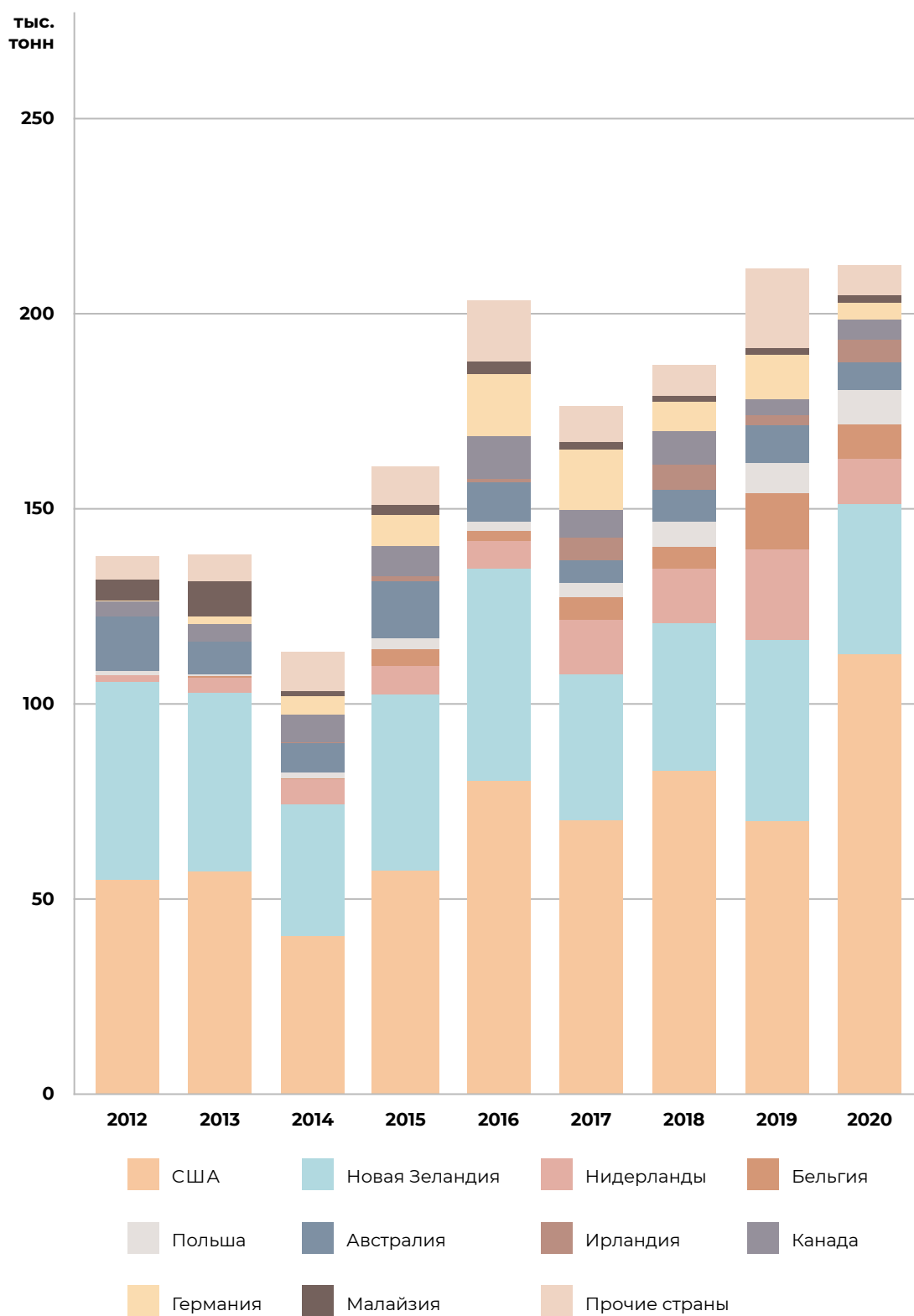
Табл. 15. Импорт сухого молока Филиппин по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	США	54,9	57,0	40,5	57,2	80,2	70,1	82,9	69,9	112,7	53,0
2	Новая Зеландия	50,5	45,7	33,7	45,0	54,3	37,4	37,7	46,3	38,4	18,1
3	Нидерланды	1,8	3,9	6,4	7,5	7,2	13,8	13,8	23,3	11,5	5,4
4	Бельгия	—	0,5	0,3	4,2	2,5	5,9	5,6	14,3	9,0	4,2
5	Польша	1,1	0,4	1,3	2,8	2,3	3,8	6,6	7,8	8,6	4,1
6	Австралия	14,0	8,3	7,7	14,7	10,2	5,7	8,1	9,7	7,1	3,3
7	Ирландия	0,03	0,003	0,1	1,1	0,7	5,8	6,4	2,5	6,0	2,8
8	Канада	3,8	4,5	7,1	7,9	11,1	7,0	8,8	4,1	5,0	2,3
9	Германия	0,2	2,1	4,8	7,9	15,8	15,6	7,4	11,5	4,3	2,0
10	Малайзия	5,4	8,9	1,2	2,6	3,3	1,8	1,5	1,6	2,1	1,0
	Прочие страны	6,0	6,9	10,1	9,9	15,6	9,3	8,0	20,5	7,7	3,6
	Итого	137,7	138,1	113,2	160,9	203,2	176,2	186,8	211,5	212,5	100,0

Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по кодам ТН ВЭД 040210, 040221, 040229.

Рис. 36. Импорт сухого молока Филиппин по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн



Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по кодам ТН ВЭД 040210, 040221, 040229.

Табл. 16. Импорт сухого молока Филиппин по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США

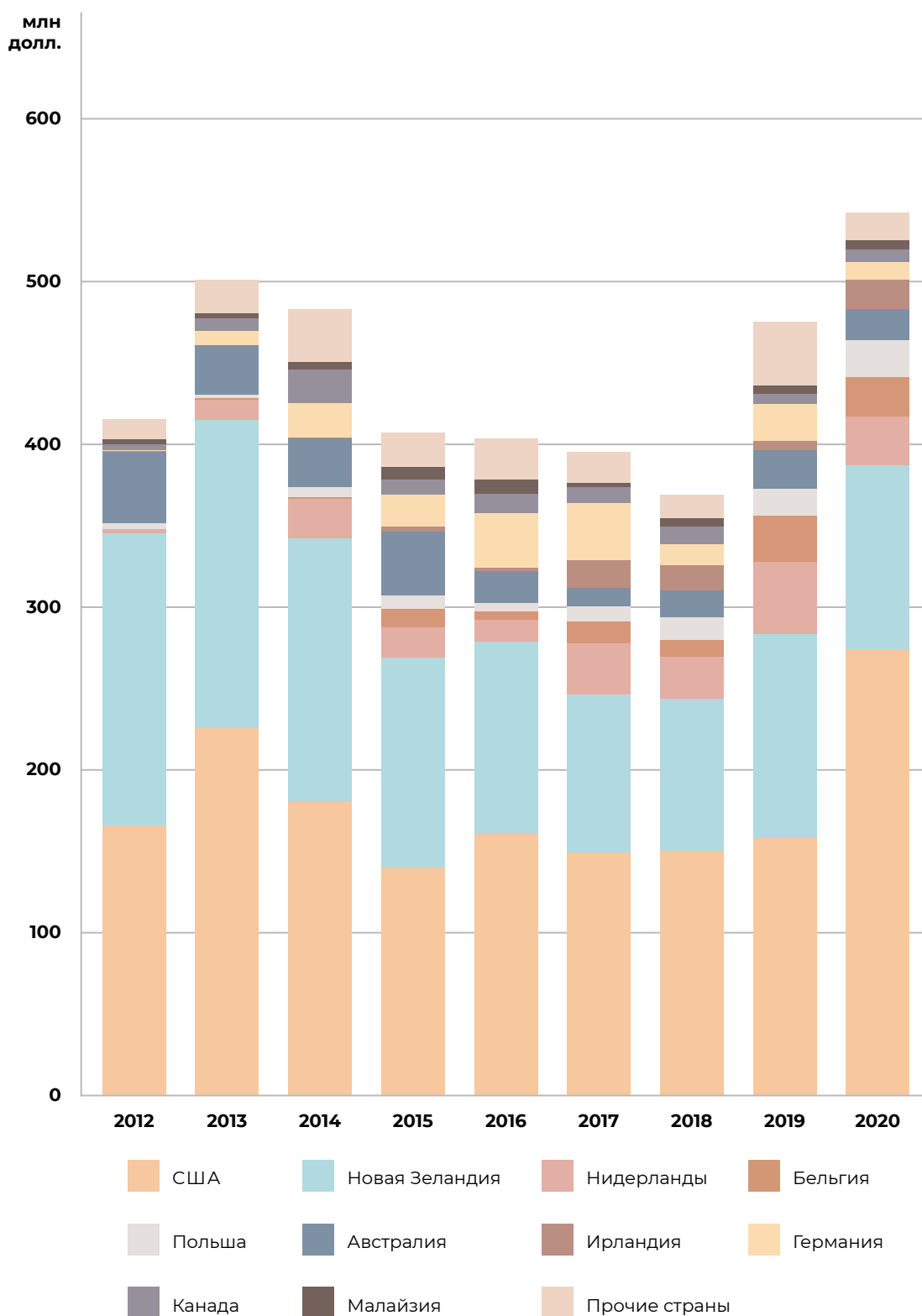
№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	США	165,9	225,8	180,0	140,0	160,4	149,5	150,4	158,2	274,0	50,6
2	Новая Зеландия	179,2	188,8	162,0	128,7	118,2	96,9	93,0	125,1	113,0	20,8
3	Нидерланды	2,8	12,5	24,7	18,8	13,3	31,1	26,3	44,5	29,9	5,5
4	Бельгия	—	1,5	0,8	11,0	5,4	13,5	10,3	28,1	24,4	4,5
5	Польша	3,4	1,7	5,9	8,3	4,9	9,4	13,9	16,9	22,6	4,2
6	Австралия	44,0	30,5	30,2	39,6	20,1	11,4	16,0	23,5	19,1	3,5
7	Ирландия	0,2	0,1	0,4	2,9	1,8	16,6	15,5	5,4	17,7	3,3
8	Германия	0,8	8,7	21,0	19,8	33,6	35,1	13,4	23,2	11,3	2,1
9	Канада	3,5	7,7	21,0	9,2	11,5	10,0	10,6	5,9	7,4	1,4
10	Малайзия	3,4	2,9	4,3	7,8	8,8	2,6	4,8	5,3	5,9	1,1
	Прочие страны	12,2	20,7	32,5	21,0	25,6	19,3	14,9	39,2	16,9	3,1
	Итого	415,3	500,7	482,8	407,1	403,6	395,5	369,1	475,3	542,1	100,0

Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по кодам ТН ВЭД 040210, 040221, 040229.



Рис. 37. Импорт сухого молока Филиппин по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США



Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по кодам ТН ВЭД 040210, 040221, 040229.

Средняя цена импорта СОМ на Филиппинах в 2020 г. составила 2 505 долл. США за тонну. Цена продукции из Новой Зеландии, Ирландии, Бельгии, Австралии была существенно выше средней, а из США, Канады и Франции — ниже.

Табл. 17. Средняя цена импорта СОМ по странам-экспортерам, 2012–2020 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Отклонение от средней цены в 2020 г., %
Средняя цена	3 081	3 833	4 292	2 507	1 948	2 182	1 863	2 134	2 505	—
Новая Зеландия	3 435	4 087	4 763	2 766	2 103	2 362	2 082	2 356	2 801	12
Ирландия	—	—	3 613	2 698	1 857	2 209	1 868	2 083	2 739	9
Австралия	3 154	3 825	3 996	2 709	1 961	2 067	1 975	2 300	2 711	8
Бельгия	—	3 139	3 210	2 629	2 135	2 310	1 829	1 965	2 706	8
Германия	3 479	4 064	4 395	2 422	2 097	2 227	1 760	1 947	2 630	5
Польша	3 277	4 047	4 638	2 964	2 162	2 471	2 082	2 164	2 616	4
Нидерланды	1 422	3 183	3 850	2 593	1 837	2 241	1 916	1 912	2 583	3
США	3 045	3 965	4 452	2 451	2 001	2 135	1 812	2 252	2 444	-2
Франция	2 698	3 133	4 397	2 378	1 977	2 574	2 153	2 003	2 279	-9
Канада	1 161	2 195	3 163	1 213	1 028	1 422	1 202	1 435	1 450	-42

Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 040210.

Средняя цена импорта СЦМ на Филиппинах в 2020 г. составила 2 835 долл. США за тонну. Наименьшую цену имела продукция из Сингапура, Канады, Уругвая и США, наибольшую — из Дании, Таиланда и Ирландии.

Табл. 18. Средняя цена импорта СЦМ по странам-экспортерам, 2012–2020 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Отклонение от средней цены в 2020 г., %
Средняя цена	2 811	2 793	4 142	2 662	2 316	2 755	2 786	2 869	2 835	—
Дания	4 068	3 548	7 112	6 115	—	—	—	3 464	5 318	88
Таиланд	550	3 980	5 432	—	1 922	—	4 244	—	3 630	28
Ирландия	5 290	—	—	—	2 998	3 224	3 682	3 221	3 445	22
Новая Зеландия	3 745	4 250	4 924	3 053	2 413	3 357	3 328	3 155	3 170	12
Индонезия	7 070	1 859	—	—	1 251	1 197	—	3 457	3 044	7
Малайзия	678	341	3 566	3 044	2 670	1 251	2 353	2 812	2 821	-1
США	2 841	3 951	4 393	2 346	1 391	1 958	1 834	2 382	2 294	-19
Уругвай	—	—	2 747	—	1 197	1 933	1 236	2 112	2 291	-19
Канада	670	716	2 174	1 035	1 198	1 458	1 231	1 476	1 721	-39
Сингапур	1 070	1 632	2 262	1 407	1 652	1 771	1 884	1 526	1 467	-48

Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по кодам ТН ВЭД 040221, 040229.



2.1.5. Сыры

Производство

Ключевым сегментом рынка сыров на Филиппинах являются плавленые сыры, что отражает их востребованность среди местного населения. На территории страны расположен завод Mondelez International (ранее Kraft Foods), также плавленые сыры выпускают компании Magnolia и New Zealand Creamery. Внутреннее производство натуральных сыров на фоне дефицита сырья развито крайне слабо — промышленные мощности отсутствуют, а фермерские хозяйства обеспечивают небольшие объемы, поэтому на рынке доминирует импортная продукция.

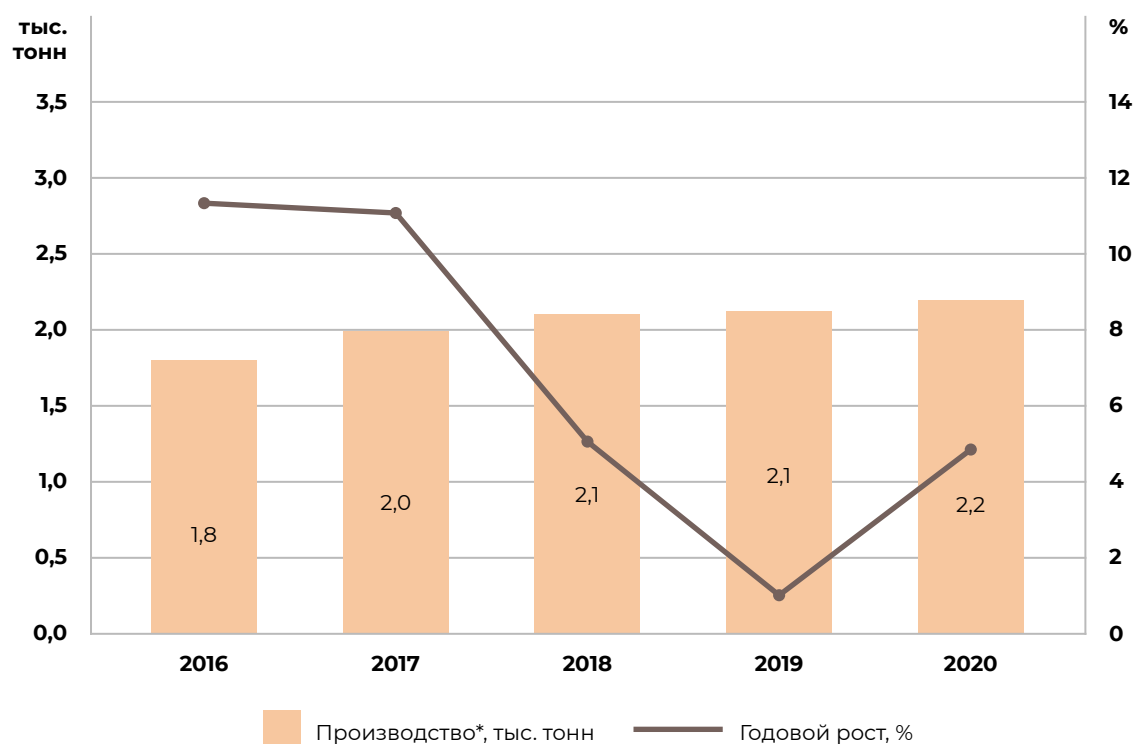
Общий объем производства сыров в 2020 г. достиг 2,2 тыс. тонн (без учета плавленых сыров), увеличившись на 22,2% по сравнению с 2016 г. В ближайшие годы производство продолжит расти в среднем на 3,1% в год и к 2026 г. достигнет 2,6 тыс. тонн. Основные регионы, где производят сыры, — остров Минданао, провинции Лагуна, Батангас, Рисаль, Нуэва-Эсиха, Кавите, а также Манильская агломерация (Метро Манила).

Одним из главных новых трендов в отечественном сыроделии являются ремесленные сыры, что обусловлено растущей популярностью сыров премиального качества среди потребителей с высоким уровнем дохода. Большинство местных молочных ферм сейчас занимаются изготовлением ремесленных сыров, чтобы удовлетворить спрос со стороны элитных отелей, курортов, ресторанов, магазинов деликатесов, внутренних авиалиний. Среди брендов местных фермеров можно отметить Rizal Dairy Farm (сыр из буйволиного молока, домашний мягкий сыр, моцарелла, рикотта, кесонг пути⁴), Holly's (кесонг пути), Malago's Farm (сыры из козьего, коровьего и смешанного молока), DVF Farm (кесонг пути), Hacienda Macalauan (брынза, тертая моцарелла, рикотта, домашний мягкий сыр).



⁴ Филиппинский мягкий сыр из цельного буйволиного молока, сычужного фермента и соли

Рис. 38. Производство сыров на Филиппинах, 2016–2020 гг.



Источник: USDA, Euromonitor International, FAOSTAT, UN Comtrade

Примечание: *без учета плавленых сыров.

Потребление

За последние 5 лет потребление сыров в стране выросло более чем на 10 тыс. тонн и достигло около 45 тыс. тонн (без учета плавленых сыров), при этом ассортимент сыров на рынке постепенно расширяется. Изменения в привычках питания, влияние западной гастрономической культуры, активное продвижение со стороны международных брендов способствуют постепенному росту потребления сыров.

Плавленые сыры (за исключением крем-чиза) прочно вошли в рацион филиппинцев и остаются лидерами по объему продаж благодаря широкой доступности и восприятию их потребителями как бюджетного источника белка, также они широко распространены в сегменте HoReCa, особенно в фастфуде.

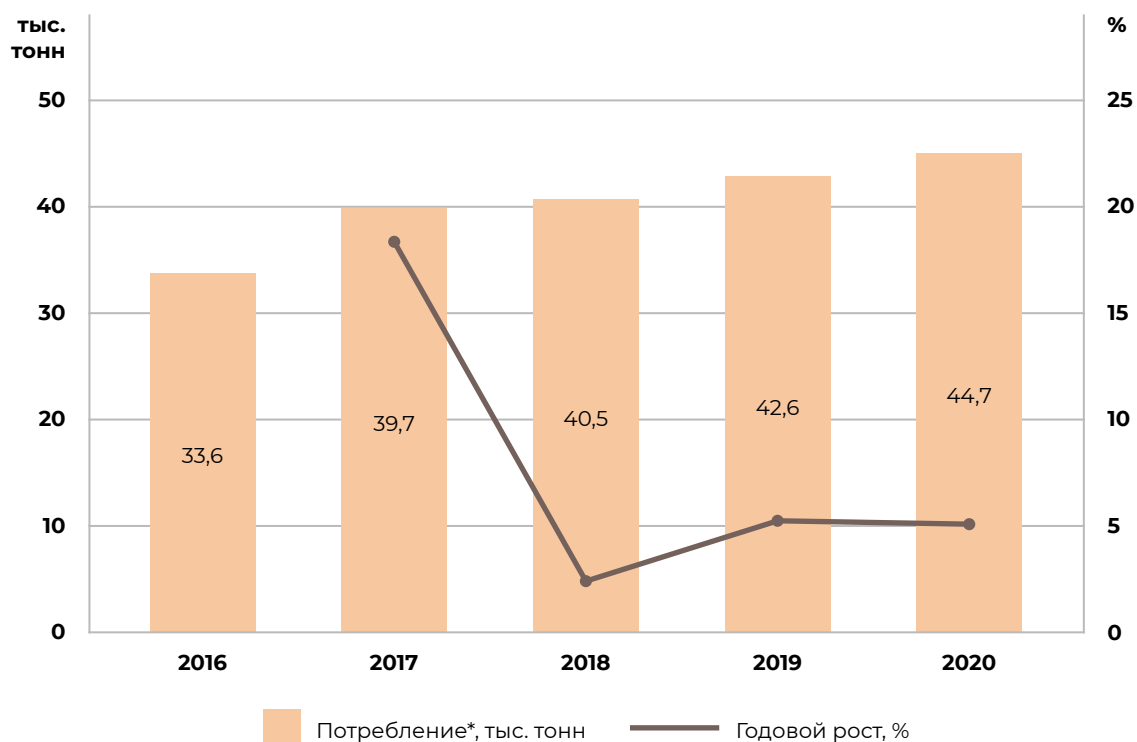
Крем-чиз с различными вкусовыми добавками (например, Arla с травами и специями и Lemnos с фруктами) стали трендом на рынке в результате западного влияния на филиппинскую кулинарию и выпечку. Некоторые производители (в частности, бренд Arla) предлагают для потребителей, заботящихся о своем здоровье, безлактозные и органические крем-чизы. Крем-чизы в небольших упаковках более доступны по цене, благодаря чему также способствуют повышению общего спроса на сыры в стране.

Цены на сыры варьируются в зависимости от вида, формата, бренда и страны происхождения. Импортные бренды сыров обычно рекламируются как продукты премиум-класса. Зарубежные сыры представлены брендами Arla, Emborg, Perfect Italiano, Kraft, Anchor. Отечественные бренды плавленых сыров включают Eden, Queso, Che-Vital, Cheezee, Daily Quezo, Danes, OK, QBB, Magnolia.

Спрос на сыры значительно возрастает в период между Рождеством и Новым годом, когда многие филиппинцы собираются на семейные застолья. Это также самое напряженное время для большинства каналов общественного питания в стране. Queso de bola (сырный шар) производят только в этот праздничный сезон — данный сыр является традиционной составляющей рождественского ужина в каждой филиппинской семье.

После ослабления пандемийных ограничений прогнозируется дальнейший рост потребления сыров. Увеличение спроса на сыры обусловлено появлением новых продуктов от популярных брендов, которые предлагают различные удобные форматы для ежедневного использования (например, сыр тертый, нарезанный слайсами или кусочками).

Рис. 39. Потребление сыров на Филиппинах, 2016–2020 гг.



Источник: Euromonitor International, National Dairy Authority, Philippine Statistics Authority

Примечание. *без учета плавленых сыров.

Каналы продаж и ключевые игроки

По оценкам Euromonitor International, доля сектора розничной торговли в общем объеме потребления сыров в 2020 г. составила 55,7%. Пандемия не привела к снижению розничных продаж сыров. Наоборот, наблюдался значительный рост, поскольку многие филиппинцы стали употреблять сыры дома. Среди различных видов сыров в период 2016–2020 гг. плавленые сыры составили большую часть объема розничных продаж и продемонстрировали самый высокий рост, в основном благодаря своей широкой доступности, универсальности использования и относительно низкой цене. Согласно прогнозам Euromonitor International, до 2026 г. розничные продажи будут увеличиваться прежде всего за счет плавленых сыров, демонстрируя средний темп роста 5,3% в год, и достигнут 17 тыс. тонн.

В большинстве розничных каналов представлены сыры как отечественных, так и импортных брендов. Поставками зарубежных сыров занимаются, как правило, местные импортеры и дистрибьюторы. Главными каналами сбыта импортных сыров являются супер- и гипермаркеты, при этом часть крупных сетевых ритейлеров импортирует сыры самостоятельно.

В рознице представлен широкий ассортимент сыров по следующим ценам: крем-чиз Arla (150 г) стоит 87,3 филиппинских песо (1,8 долл. США); тертый сыр моцарелла Emborg (200 г) — 299 песо (6,1 долл. США); тертый сыр пармезан Kraft (226 г) — 399 песо (8,1 долл. США); сыр Anchor в нарезке слайсами (200 г) — 185 песо (3,8 долл. США); плавленый сыр Kraft (160 г) — 92 песо (1,9 долл. США); сыр эдам Grand'Or (3 кг) — 2 399 песо (48,8 долл. США).

На сектор общественного питания в 2020 г. пришлось 32,3% от общего объема потребления сыров. Они используются для выпечки и приготовления блюд. В секторе сохраняется высокий спрос на импортные сыры благодаря их отличному качеству и повсеместному присутствию на рынке. Наиболее востребованные в HoReCa бренды — Anchor, Arla, Emborg, Elle & Vire. Импортные сыры в сектор общественного питания поставляют местные импортеры, которые также выступают в роли дистрибьюторов.

По оценкам Euromonitor International, доля сектора переработки в общем объеме потребления сыров на Филиппинах в 2020 г. составила 12%. Спрос на сыры со стороны пищевой промышленности (за исключением сырья для производства плавленых сыров) обусловлен возрастающей популярностью у населения готовых к употреблению продуктов для быстрого перекуса, таких как пицца, открытые пироги, хлебобулочные изделия с топпингами и начинками из сыра, которые продаются в большинстве продовольственных магазинов.

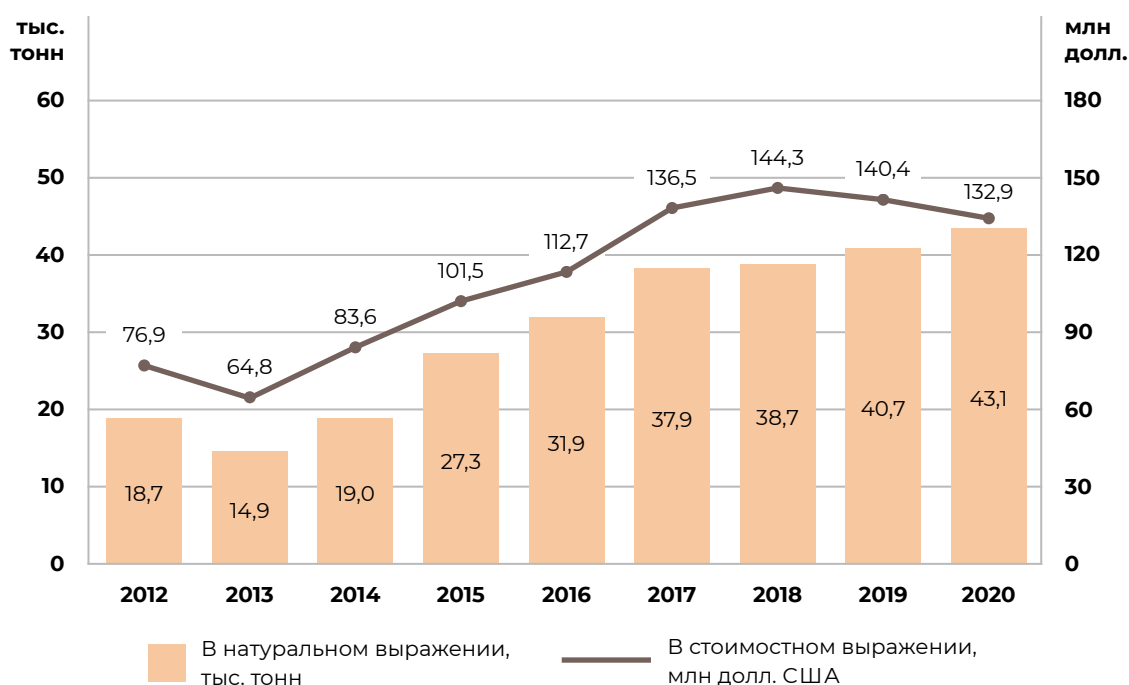


Экспорт и импорт

В связи с тем, что на Филиппинах производится незначительное количество сыров, объем их экспорта также невелик, хотя с 2016 г. отмечается небольшой рост. В 2020 г. экспорт составил всего 0,6 тыс. тонн на 1,2 млн долл. США. Основными рынками сбыта являются США и Канада.

Импорт сыров Филиппин стабильно растет, хотя в последние годы темпы роста существенно замедлились. В 2020 г. объемы достигли 43,1 тыс. тонн, что на 5,8% выше по сравнению с 2019 г. В то же время в стоимостном выражении импорт в 2020 г. снизился на 5,3% — до 132,9 млн долл. США.

Рис. 40. Импорт сыров Филиппин в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2020 гг.

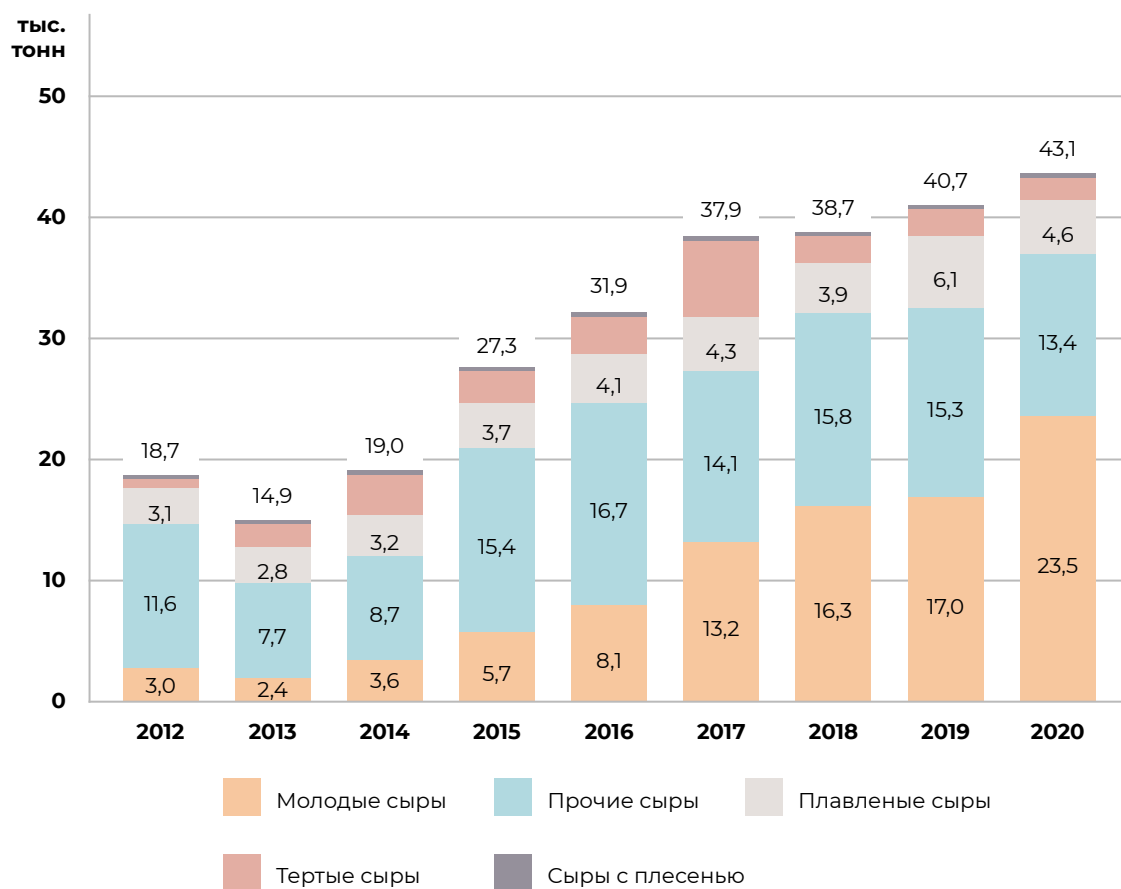


Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0406.

По итогам 2020 г. в структуре импорта сыров более половины поставок в натуральном выражении (23,5 тыс. тонн) пришлось на молодые сыры (код ТН ВЭД 040610), причем объем импорта данной категории увеличился по сравнению с 2012 г. в 7 раз. На «прочие сыры» (код ТН ВЭД 040690) в 2020 г. пришлось 31,0% импорта, или 13,4 тыс. тонн, а на плавленые сыры (код ТН ВЭД 040630) — 10,6%, или 4,6 тыс. тонн. Импорт тертых сыров (код ТН ВЭД 040620) имел неоднозначную динамику на всем протяжении анализируемого периода и в 2020 г. составил 1,6 тыс. тонн (3,7% от общего объема импорта сыров).

Рис. 41. Структура импорта сыров Филиппин в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн

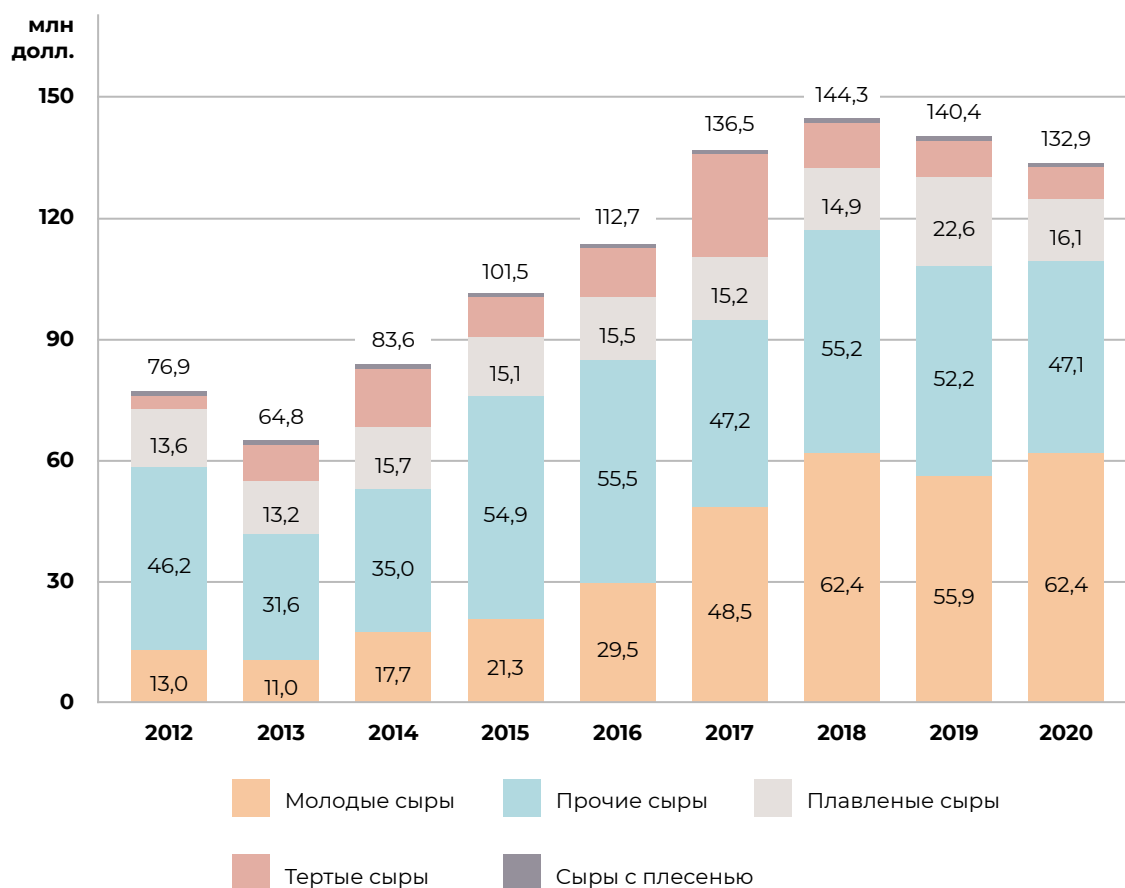


Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0406.



Рис. 42. Структура импорта сыров Филиппин в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США



Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0406.

Крупнейшими поставщиками сыров на Филиппины являются Новая Зеландия, США, Австралия, страны ЕС. Первое место традиционно занимает Новая Зеландия, на долю которой в 2020 г. пришлось 28,4% в натуральном и 36,3% в стоимостном выражении. Новая Зеландия лидирует по поставкам «прочих сыров» (код ТН ВЭД 040690) и плавленых сыров (код ТН ВЭД 040630). Если рассматривать страны ЕС как единого поставщика, то они будут находиться на втором месте с объемом 8,2 тыс. тонн на 29,2 млн долл. США: из ЕС в основном ввозятся молодые сыры (код ТН ВЭД 040610) и «прочие сыры» (код ТН ВЭД 040690); главные поставщики — Дания, Ирландия и Германия. Третье место по стоимости импорта занимают США, которые поставляют в основном молодые сыры (код ТН ВЭД 040610), а также «прочие сыры» и тертые сыры. В последние годы Китай активно нарастил экспорт сыров (главным образом молодых), что позволило стране занять 2-е место в натуральном выражении и 9-е — в стоимостном.

Табл. 19. Импорт сыров Филиппин по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн

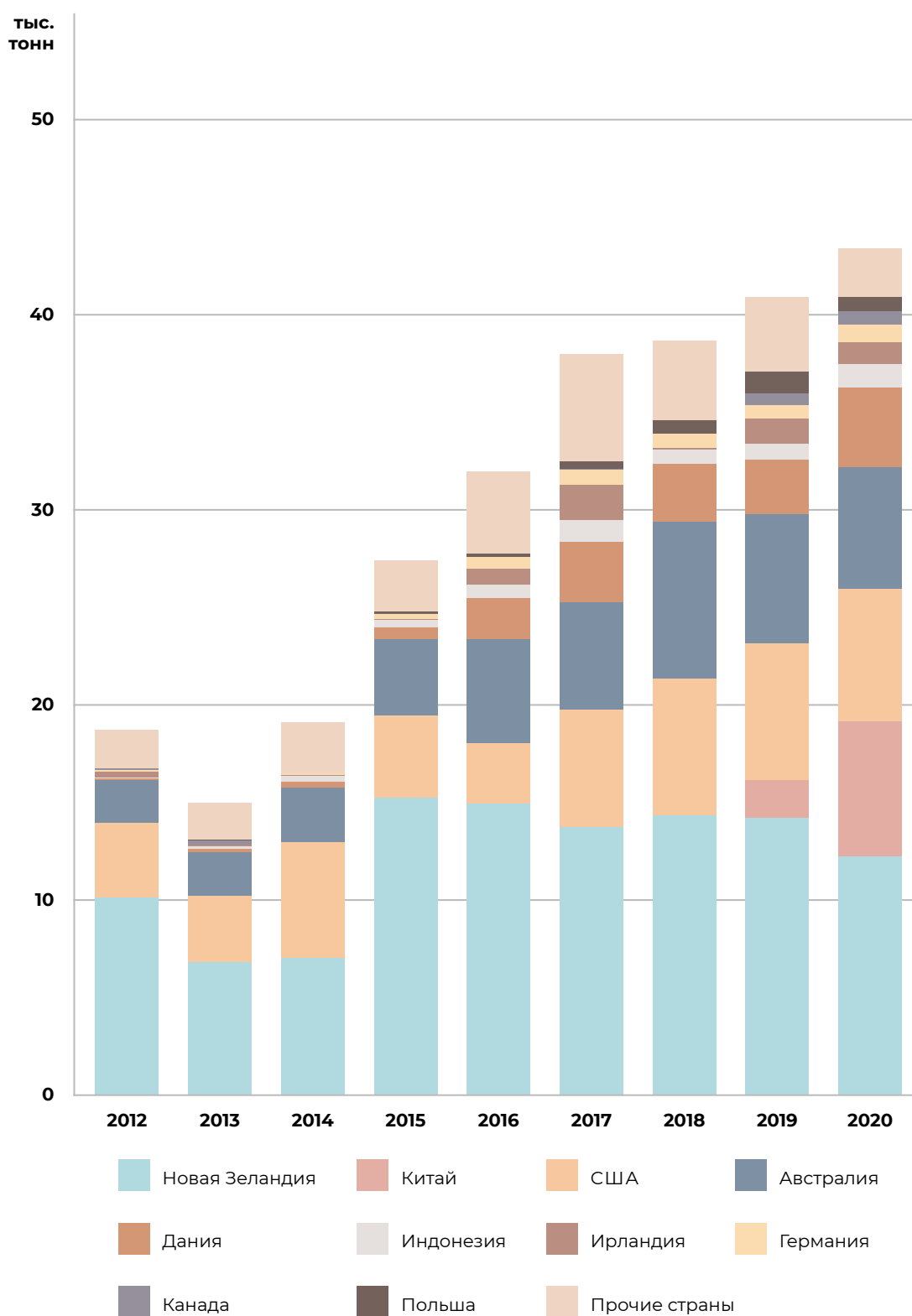
№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Новая Зеландия	10,1	6,8	7,0	15,2	14,9	13,7	14,3	14,2	12,2	28,4
2	Китай	—	—	0,03	0,01	0,01	—	0,005	1,9	6,9	15,9
3	США	3,8	3,4	5,9	4,2	3,1	6,0	7,0	7,0	6,8	15,7
4	Австралия	2,2	2,2	2,8	3,9	5,3	5,5	8,0	6,6	6,2	14,3
5	Дания	0,1	0,2	0,3	0,6	2,1	3,1	3,0	2,8	4,1	9,4
6	Индонезия	0,03	0,1	0,3	0,4	0,7	1,1	0,7	0,8	1,2	2,8
7	Ирландия	0,3	0,1	0,01	0,02	0,8	1,8	0,1	1,3	1,1	2,5
8	Германия	0,1	0,02	0,1	0,3	0,6	0,8	0,7	0,7	0,9	2,0
9	Канада	0,05	0,2	0,003	—	0,001	0,0003	0,0003	0,6	0,7	1,6
10	Польша	0,01	0,04	0,02	0,1	0,2	0,4	0,7	1,1	0,7	1,6
	Прочие страны	2,0	1,9	2,6	2,6	4,2	5,5	4,1	3,8	2,5	5,8
	Итого	18,7	14,9	19,0	27,3	31,9	37,9	38,7	40,7	43,1	100,0

Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0406.



Рис. 43. Импорт сыров Филиппин по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн



Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0406.

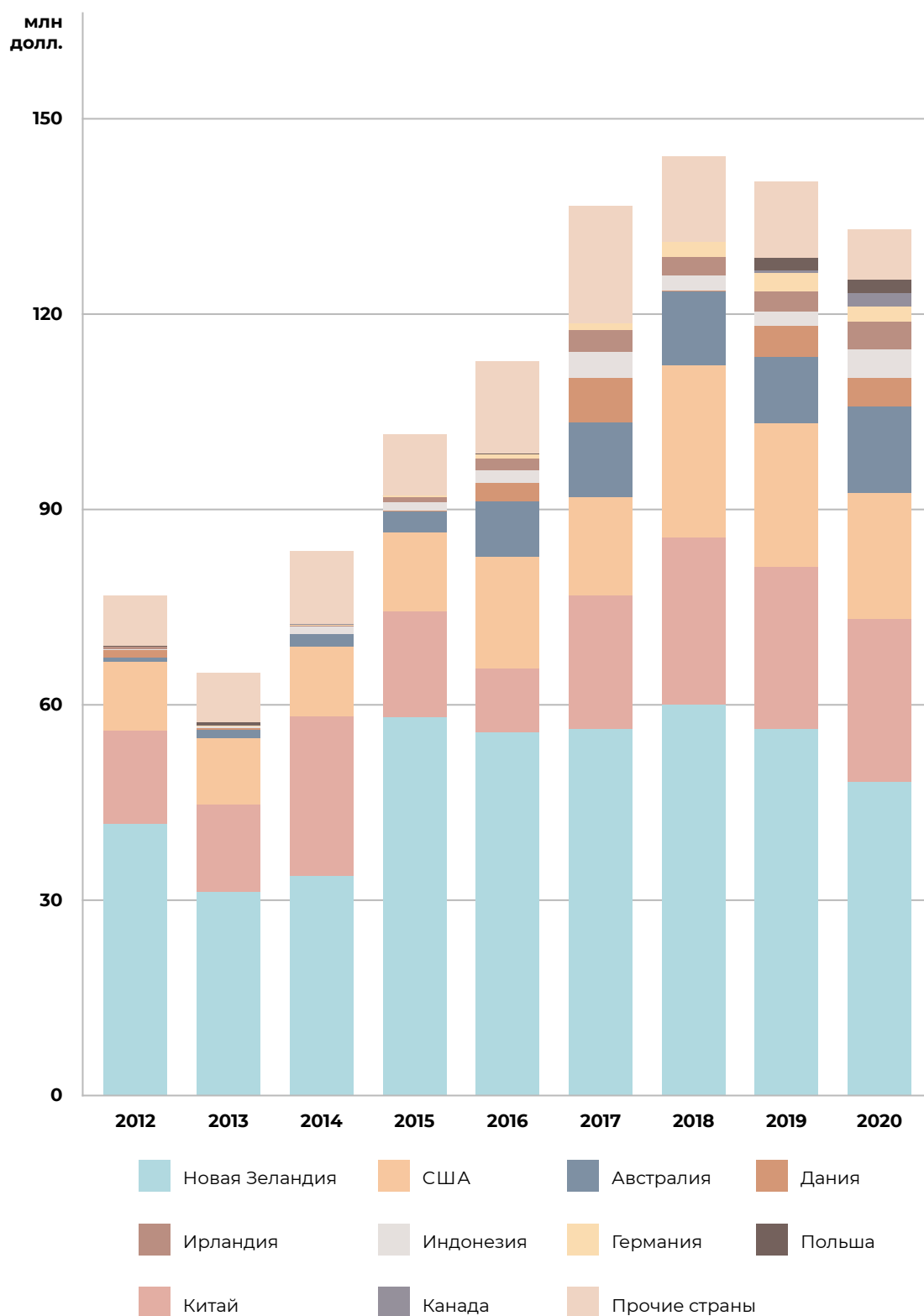
Табл. 20. Импорт сыров Филиппин по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Новая Зеландия	41,7	31,3	33,7	58,1	55,8	56,3	60,0	56,3	48,2	36,3
2	США	14,3	13,4	24,4	16,2	9,7	20,4	25,6	24,8	24,9	18,7
3	Австралия	10,5	10,1	10,8	12,1	17,2	15,1	26,5	22,1	19,4	14,6
4	Дания	0,7	1,3	1,9	3,3	8,4	11,5	11,3	10,1	13,2	9,9
5	Ирландия	1,2	0,3	0,04	0,1	2,9	6,8	0,2	4,8	4,5	3,4
6	Индонезия	0,1	0,2	1,1	1,2	1,9	4,0	2,2	2,3	4,3	3,2
7	Германия	0,3	0,1	0,2	0,8	1,9	3,4	2,9	3,0	4,3	3,2
8	Польша	0,1	0,1	0,1	0,3	0,6	1,0	2,3	2,8	2,3	1,8
9	Китай	0,003	—	0,04	0,01	0,03	—	0,04	0,5	2,1	1,6
10	Канада	0,1	0,5	0,03	—	0,01	0,01	0,01	1,9	2,0	1,5
	Прочие страны	7,8	7,6	11,3	9,4	14,2	18,1	13,1	11,7	7,7	5,8
	Итого	76,9	64,8	83,6	101,5	112,7	136,5	144,3	140,4	132,9	100,0

Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0406.

Рис. 44. Импорт сыров Филиппин по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США



Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0406.

Средняя цена импорта молодых сыров в 2020 г. составила 2 655 долл. США за тонну (-19,3% к 2019 г.). Самая дорогая продукция ввозилась на Филиппины из Германии, Новой Зеландии, Ирландии и США, наиболее дешевая — из Китая (на 88% ниже средней цены).

Табл. 21. Средняя цена импорта молодых сыров по странам-экспортерам, 2012–2020 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Отклонение от средней цены в 2020 г., %
Средняя цена	4 315	4 620	4 855	3 710	3 654	3 658	3 818	3 291	2 655	—
Германия	1 716	—	5 426	3 052	2 742	2 946	3 382	3 693	4 439	67
Новая Зеландия	4 231	5 281	4 885	3 669	3 904	4 420	4 544	4 292	3 926	48
Ирландия	4 104	4 271	—	—	3 733	4 041	—	—	3 889	46
США	4 334	4 260	4 873	3 910	3 536	3 666	3 941	3 825	3 878	46
Дания	6 186	6 728	7 791	3 789	4 037	3 697	3 828	3 667	3 649	37
Польша	—	2 535	3 071	2 901	2 739	2 515	3 038	2 542	3 613	36
Австралия	4 718	4 494	5 189	3 946	3 356	3 135	3 554	3 075	3 085	16
Канада	—	—	—	—	—	—	—	—	2 875	8
Уругвай	4 416	—	—	—	—	2 553	2 684	2 675	2 709	2
Китай	8 362	—	—	—	2 550	—	—	276	313	-88

Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 040610.



Средняя цена импорта «прочих сыров» в 2020 г. составила 3 518 долл. США за тонну. Наиболее дорогие поставки осуществлялись из Германии, Ирландии и Новой Зеландии. Самая дешевая продукция ввозилась из Дании, Австралии и Польши.

Табл. 22. Средняя цена импорта «прочих сыров» по странам-экспортерам, 2012–2020 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Отклонение от средней цены в 2020 г., %
Средняя цена	3 980	4 111	4 037	3 553	3 316	3 359	3 483	3 406	3 518	—
Германия	2 243	2 513	4 640	3 121	3 169	4 425	3 885	7 176	5 293	50
Ирландия	4 280	—	4 339	3 590	3 500	3 723	4 156	3 831	4 282	22
Новая Зеландия	3 955	4 248	4 643	3 641	3 383	3 881	4 030	3 711	3 889	11
Великобритания	2 138	—	6 120	3 483	2 676	2 751	3 907	4 137	3 458	-2
Нидерланды	2 294	2 597	2 705	2 287	2 825	2 978	2 701	2 869	3 449	-2
США	3 736	3 602	3 710	3 824	2 938	2 810	3 087	3 138	3 392	-4
Индонезия	5 798	—	3 420	3 220	2 973	2 682	2 701	2 697	3 288	-7
Польша	—	3 121	—	2 884	2 938	2 977	3 111	2 730	3 223	-8
Австралия	4 416	4 275	3 079	2 365	3 032	2 308	2 649	2 593	2 751	-22
Дания	6 853	5 853	7 051	5 199	3 756	3 376	3 001	3 302	2 464	-30

Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 040690.

В 2020 г. средняя цена импорта плавленых сыров составила 3 501 долл. США за тонну. Цены плавленых сыров из Австрии, Италии и Новой Зеландии были выше средней на 88, 33 и 21% соответственно. Наиболее дешевые сыры поставлялись из Греции, Дании и Германии.

Табл. 23. Средняя цена импорта плавленых сыров по странам-экспортерам, 2012–2020 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Отклонение от средней цены в 2020 г., %
Средняя цена	4 352	4 721	4 852	4 032	3 778	3 541	3 839	3 738	3 501	—
Австрия	—	—	—	—	—	—	5 986	6 731	6 592	88
Италия	6 841	7 362	6 849	4 350	4 178	4 911	4 795	5 194	4 672	33
Новая Зеландия	4 466	4 824	5 102	4 276	4 396	4 431	4 393	4 300	4 243	21
Австралия	4 943	6 307	5 059	5 081	2 785	2 183	4 880	4 401	4 141	18
США	3 366	4 222	4 699	3 778	3 639	2 036	4 087	4 003	4 009	15
Франция	2 765	5 213	5 753	6 330	4 024	4 204	4 690	4 241	3 503	0
Индонезия	3 506	3 443	3 881	2 979	2 915	3 776	2 931	2 723	3 419	-2
Германия	3 245	—	2 883	3 292	2 513	5 097	4 764	4 009	3 217	-8
Дания	6 200	9 212	9 181	6 391	4 239	6 052	3 981	3 076	2 497	-29
Греция	—	—	—	—	—	2 191	2 165	2 543	2 479	-29

Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 040630.

2.1.6. Сывороточные ингредиенты

Потребление

На Филиппинах сухую сыворотку не производят, поэтому все местные потребители работают исключительно на импортных ингредиентах. В 2020 г. объем потребления молочной сыворотки в стране составил 58,1 тыс. тонн, что на 20% ниже, чем в 2019 г. Главной причиной такого снижения стало ограничение импортных поставок в результате пандемии.

Сывороточные ингредиенты в стране широко используются для производства мороженого, молочных продуктов, детских молочных смесей (ЗГМ), в кондитерской и других пищевых отраслях, в кормах для животных. Высокобелковые ингредиенты также используются для производства спортивного питания и протеиновых добавок, популярных среди бодибилдеров и спортсменов.

По данным Euromonitor International, в 2020 г. основными потребителями сывороточных ингредиентов на Филиппинах были производители детского питания (40%), мороженого (35%), хлебобулочных изделий (5%).

Основными игроками в указанных сегментах являются следующие компании.

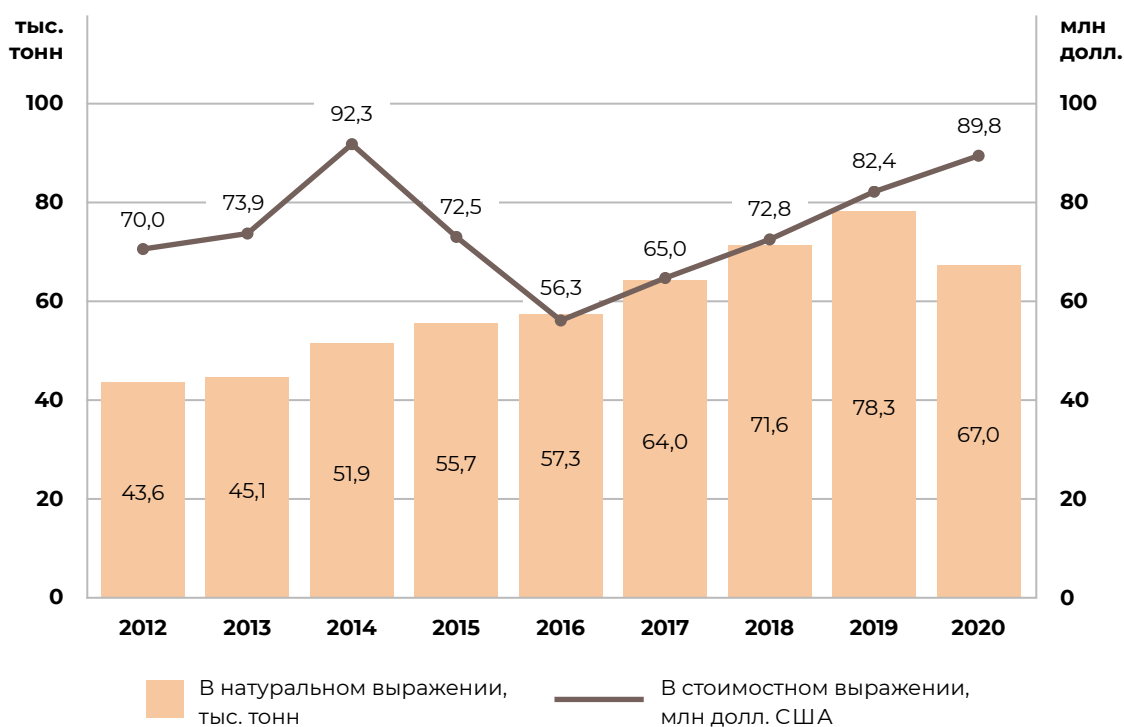
- **Mead Johnson** — один из мировых лидеров на рынке детского питания, который работает в стране с 1962 г. Фабрика на Филиппинах является единственной в Азии площадкой компании (кроме Китая), благодаря чему она стала одним из крупнейших в регионе импортеров ингредиентов для Infant Formula.
- **Wyeth Nutrition (Nestlé)** — лидер на рынке детского питания на Филиппинах; работает в стране с 1958 г. В 1992 г. был построен новый мощный завод для Infant Formula. Выпускает детские смеси для младенцев, питание для беременных и обогащенное молоко для детей дошкольного возраста.
- **RFM Ice Cream (Unilever)** — совместное предприятие глобальной Unilever и местной Selecta, которое производит мороженое, сорбеты и фруктовый лед под брендом Selecta.
- **Magnolia Inc** — одна из крупнейших молочных компаний на Филиппинах, которая выпускает мороженое, молоко, сливочное масло, маргарин, сыры, растительное масло и желейные снеки.
- **Gardenia Bakery Philippines** — один из ведущих производителей хлеба и хлебобулочных изделий в стране. Управляет одним из самых крупных и высокотехнологичных хлебных заводов, ассортимент которого включает более 55 видов хлебобулочных изделий.
- **Mondelez International** — ведущий производитель плавленых сыров, шоколада и кондитерской продукции.

Импорт

Филиппины стабильно входят в топ-10 крупнейших в мире импортеров сывороточных ингредиентов (без учета стран ЕС). В последние годы импорт активно рос и к 2019 г. достиг 78,3 тыс. тонн на 82,4 млн долл. США, однако в 2020 г. в связи со сбоями в глобальных цепях поставок из-за пандемийных ограничений объемы импорта сократились на 14,5% (хотя в стоимостном выражении увеличились на 9%) и составили 67,0 тыс. тонн на 89,8 млн долл. США.

В структуре импорта сывороточных ингредиентов лидирует продукция кода ТН ВЭД 040410, на которую в 2020 г. пришлось 83,6% в натуральном и 75,4% стоимостном выражении. Объем импорта данной продукции составил в 2020 г. 56,0 тыс. тонн на сумму 67,8 млн долл. США.

Рис. 45. Импорт сывороточных ингредиентов Филиппин в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2020 гг.



Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0404.

В 2020 г. в общем объеме импорта сывороточных ингредиентов продукция из США составляла 45,8% в натуральном и 45,6% в стоимостном выражении (30,7 тыс. тонн на 41,0 млн долл. США). Франция поставила на Филиппины 6,4 тыс. тонн продукции на 15,2 млн долл. США. Также значимые объемы поставляли Канада, Уругвай, Нидерланды и Турция. Кроме того, с 2015 г. на рынке Филиппин активно работает Беларусь, которая к 2020 г. увеличила поставки до 1,8 тыс. тонн.

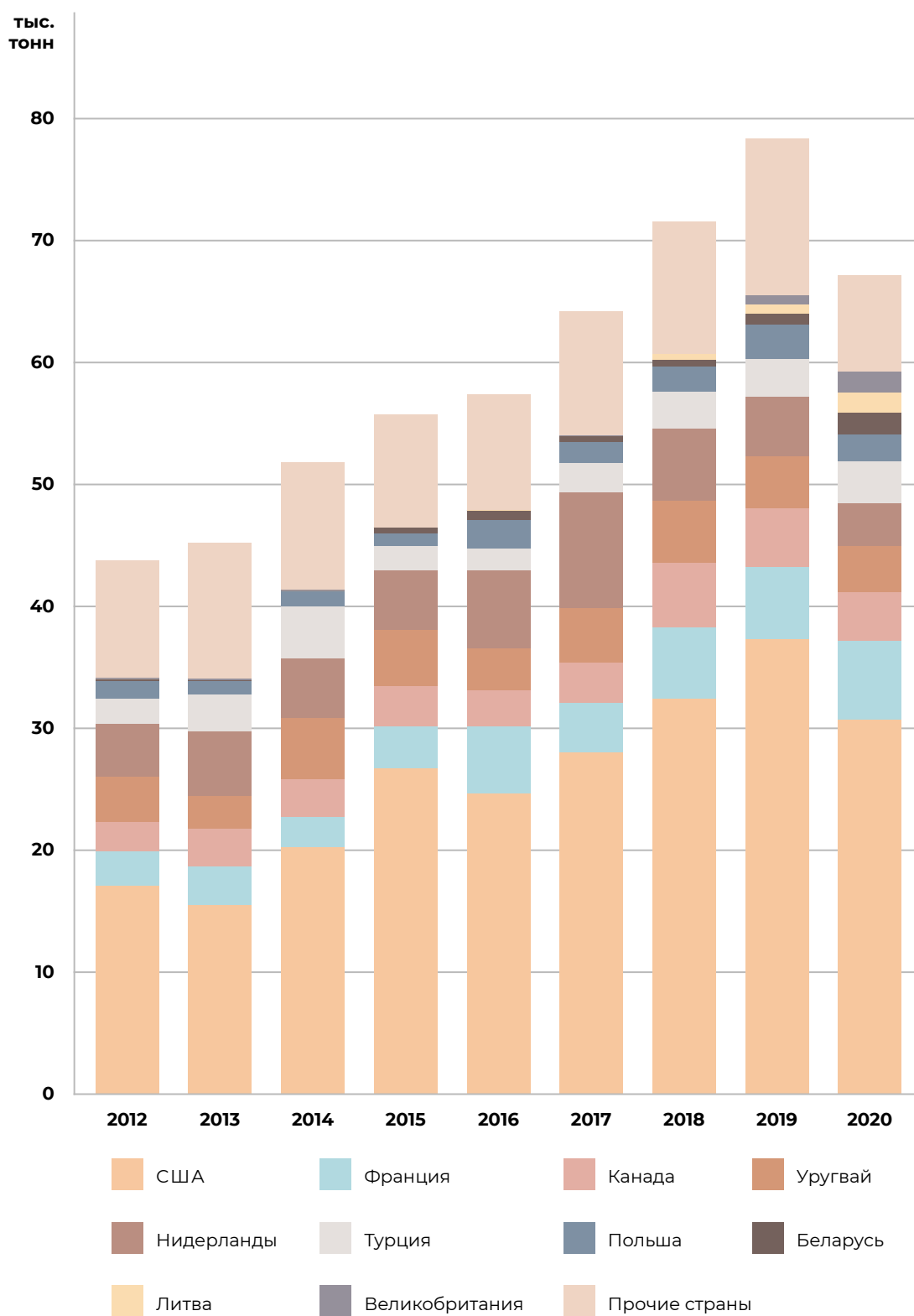
Табл. 24. Импорт сыровоточных ингредиентов Филиппин по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	США	17,1	15,5	20,2	26,7	24,6	28,0	32,4	37,3	30,7	45,8
2	Франция	2,8	3,1	2,5	3,4	5,5	4,0	5,8	5,9	6,4	9,5
3	Канада	2,4	3,1	3,1	3,3	3,0	3,3	5,3	4,8	4,0	6,0
4	Уругвай	3,7	2,7	5,0	4,6	3,4	4,5	5,1	4,2	3,8	5,7
5	Нидерланды	4,3	5,3	4,9	4,9	6,4	9,5	5,9	4,9	3,5	5,3
6	Турция	2,1	3,0	4,2	2,0	1,8	2,4	3,0	3,1	3,4	5,1
7	Польша	1,4	1,1	1,3	1,0	2,3	1,7	2,1	2,8	2,2	3,2
8	Беларусь	0,2	0,1	—	0,5	0,8	0,5	0,5	0,9	1,8	2,6
9	Литва	—	—	—	—	0,001	—	0,5	0,8	1,7	2,6
10	Великобритания	0,1	0,1	0,1	—	—	0,03	—	0,7	1,7	2,5
	Прочие страны	9,6	11,2	10,5	9,3	9,5	10,2	10,9	12,9	7,9	11,8
	Итого	43,6	45,1	51,9	55,7	57,3	64,0	71,6	78,3	67,0	100,0

Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0404.

Рис. 46. Импорт сывороточных ингредиентов Филиппин по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн



Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0404.

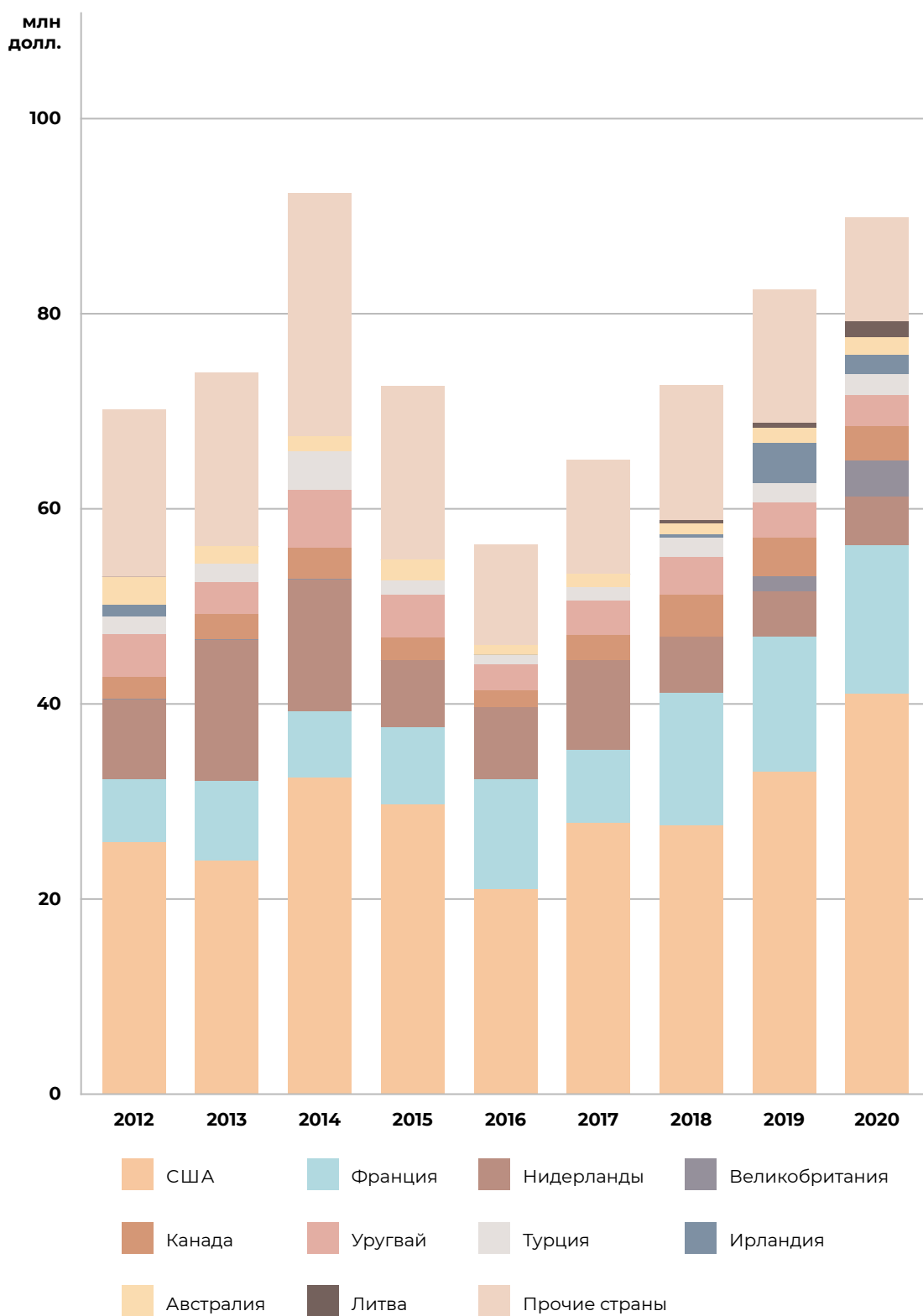
Табл. 25. Импорт сывороточных ингредиентов Филиппин по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	США	25,8	23,9	32,4	29,7	21,0	27,8	27,5	33,0	41,0	45,6
2	Франция	6,4	8,2	6,8	7,9	11,2	7,4	13,6	13,9	15,2	16,9
3	Нидерланды	8,2	14,4	13,5	6,8	7,4	9,2	5,7	4,6	5,0	5,6
4	Великобритания	0,1	0,1	0,1	—	—	0,02	—	1,5	3,7	4,1
5	Канада	2,2	2,6	3,1	2,4	1,8	2,6	4,3	4,0	3,5	3,9
6	Уругвай	4,4	3,2	6,0	4,3	2,6	3,5	3,9	3,6	3,2	3,6
7	Турция	1,8	1,9	3,9	1,5	1,0	1,4	2,0	2,0	2,1	2,4
8	Ирландия	1,2	0,01	0,04	0,02	—	0,02	0,3	4,1	2,0	2,3
9	Австралия	2,9	1,8	1,5	2,1	1,0	1,3	1,2	1,5	1,8	2,0
10	Литва	—	—	—	—	0,001	—	0,3	0,6	1,7	1,9
	Прочие страны	17,1	17,8	25,0	17,8	10,3	11,7	13,8	13,6	10,6	11,8
	Итого	70,0	73,9	92,3	72,5	56,3	65,0	72,8	82,4	89,8	100,0

Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0404.

Рис. 47. Импорт сывороточных ингредиентов Филиппин по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США



Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0404.

Средняя цена импорта продукции кода ТН ВЭД 040410 в 2020 г. составила 1 166 долл. США за тонну, что на 12,5% выше, чем в 2019 г. Наиболее дорогие поставки осуществлялись из Франции, Великобритании и Ирландии, самые дешевые — из Турции и Польши.

Табл. 26. Средняя цена импорта продукции кода ТН ВЭД 040410 по странам-экспортерам, 2012–2020 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Отклонение от средней цены в 2020 г., %
Средняя цена	1 541	1 590	1 646	1 206	959	1 010	999	1 036	1 166	—
Франция	2 307	2 673	2 706	2 305	2 035	1 870	2 361	2 420	2 388	105
Великобритания	1 041	1 153	1 119	—	—	851	—	1 994	2 182	87
Ирландия	2 826	11 337	11 073	10 621	—	8 875	2 135	2 091	2 129	83
США	1 522	1 551	1 608	1 111	857	994	849	875	1 069	-8
Нидерланды	1 927	2 715	2 733	1 360	1 080	971	977	948	1 063	-9
Литва	—	—	—	—	1 146	—	571	759	963	-17
Уругвай	1 182	1 207	1 186	908	773	778	753	852	850	-27
Канада	921	838	999	728	591	787	774	829	808	-31
Польша	1 342	852	1 078	958	621	814	669	826	722	-38
Турция	862	629	915	737	555	595	668	647	634	-46

Источник: Philippine Statistics Authority

2.1.7. Сливочное масло

Производство

Внутреннее производство сливочного масла на Филиппинах в условиях дефицита сырья крайне ограничено и не превышает 3,15 тыс. тонн, хотя последние 5 лет стабильно росло в среднем на 3,5% в год. Компания Magnolia — единственный крупный местный производитель сливочного масла (завод находится в провинции Кавите). Остальное масло производят на молочных фермах в провинциях Букиддон, Булакан, Лагуна и Давао.

В филиппинских семьях сливочное масло в основном используется для намазывания на хлеб и различные виды выпечки, конкурируя с джемами и ореховыми пастами. На рынке также представлены веганские заменители, в частности кокосовое масло (например, от филиппинского производителя масла [Sagana](#)), которое в стране позиционируется как местная продукция и более здоровая альтернатива сливочному маслу⁵. Однако объемы их производства остаются относительно низкими из-за увеличения спроса на маргарины и спреды, которые продаются и продвигаются отечественными и импортными брендами, пользующимися доверием у потребителей.

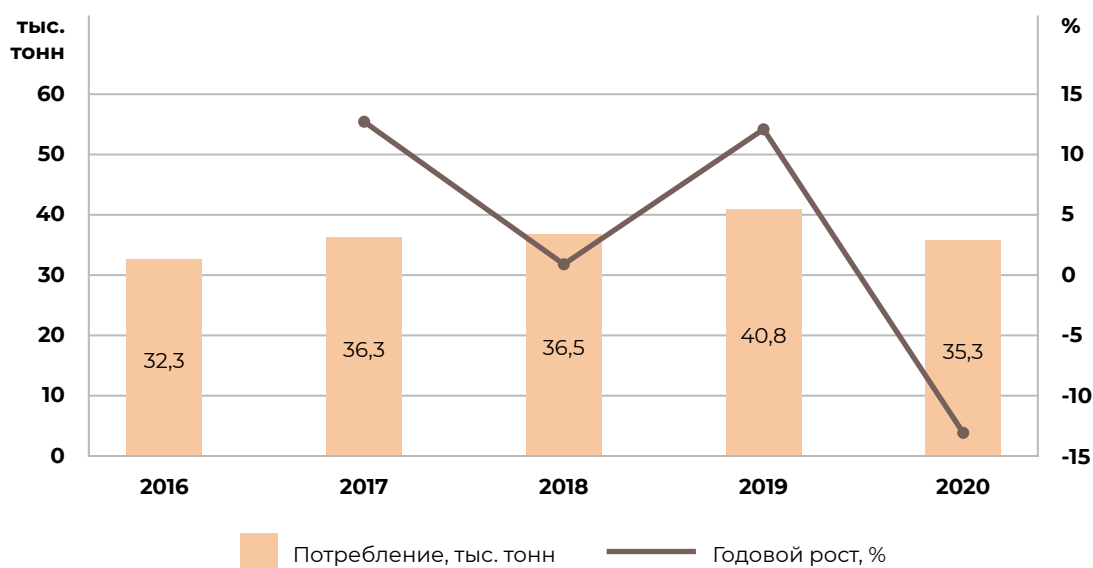
Производство сливочного масла на Филиппинах небольшими молочными фермами развивается и в ближайшие 5 лет будет постепенно расти, поскольку эта продукция позиционируется на рынке как ремесленная и пользуется спросом в элитных ресторанах. Сливочное масло отечественных брендов (например, [Magnolia](#), [Farm To Table](#), [Pinkie's Farm](#), [Holly's](#), [Rizal Dairy Farms](#)) обычно немного дешевле импортного. Тем не менее импортные бренды продолжают доминировать на рынке, поскольку большинство каналов общественного питания используют импортное масло для выпечки и приготовления блюд благодаря его широкой доступности и стабильно более высокому качеству.

Потребление

Развитие кондитерской промышленности, а также рост популярности использования сливочного масла в выпечке и кулинарии способствовали постепенному росту спроса на молочные жиры в стране. В результате объемы потребления в 2019 г. достигли 40,8 тыс. тонн. Однако в 2020 г. на фоне ограничений в сфере HoReCa из-за пандемии COVID-19 рынок сократился на 15,6% — до 35,3 тыс. тонн.

⁵ На сегодняшний день научно доказанных фактов, подтверждающих пользу или вред кокосового масла для здоровья человека, недостаточно. Например, многие международные организации здравоохранения, в частности Всемирная организация здравоохранения, Министерство здравоохранения США, Академия питания и диетологии США, Американская кардиологическая ассоциация, Ассоциация диетологов Канады, Британский фонд питания и др., не рекомендуют употреблять кокосовое масло из-за высокого уровня содержания в нем насыщенных жиров.

Рис. 48. Потребление сливочного масла и прочих молочных жиров на Филиппинах, 2016–2020 гг.



Источник: Euromonitor International, National Dairy Authority, Philippine Statistics Authority

Каналы продаж и ключевые игроки

Согласно данным Euromonitor International, в 2020 г. на сектор розничной торговли пришлось 52,6% от общего объема потребления сливочного масла на Филиппинах. В большинстве продовольственных магазинов широко представлено как соленое, так и несоленое сливочное масло. Среди наиболее популярных брендов — Magnolia Gold, Buttercup, Anchor, Lurpak, Emborg, President, Queensland. При этом импортное масло доступно преимущественно в современном ритейле (сетях гипер- и супермаркетов), куда его поставляют местные импортеры-дистрибьюторы.

В 2020 г. на сектор HoReCa приходилось 10,8% от общего потребления сливочного масла на Филиппинах. Выбор в пользу отечественных или импортных брендов зависит от концепции заведения. Некоторые элитные рестораны предпочитают сливочное масло отечественного производства, считая, что оно повышает ценность их меню, поскольку производится местными фермерами небольшими партиями. Сливочное масло местного производства обычно не используется для выпечки и кулинарии, а намазывается на хлеб или булочки. Поэтому основные объемы потребления масла в HoReCa приходятся на импортную продукцию, при этом растущие популярность и количество кафе и кофеен, предлагающих десерты и выпечку, будет способствовать дальнейшему росту спроса.

Средняя закупочная цена сливочного масла в секторе общественного питания составляет 4 900 филиппинских песо (99,43 долл. США) за коробку (20 упаковок фасованного масла по 454 г) и около 12 250 филиппинских песо (248,57 долл. США) за 25 кг масла. Цены на отечественную продукцию ниже, чем на импортную.

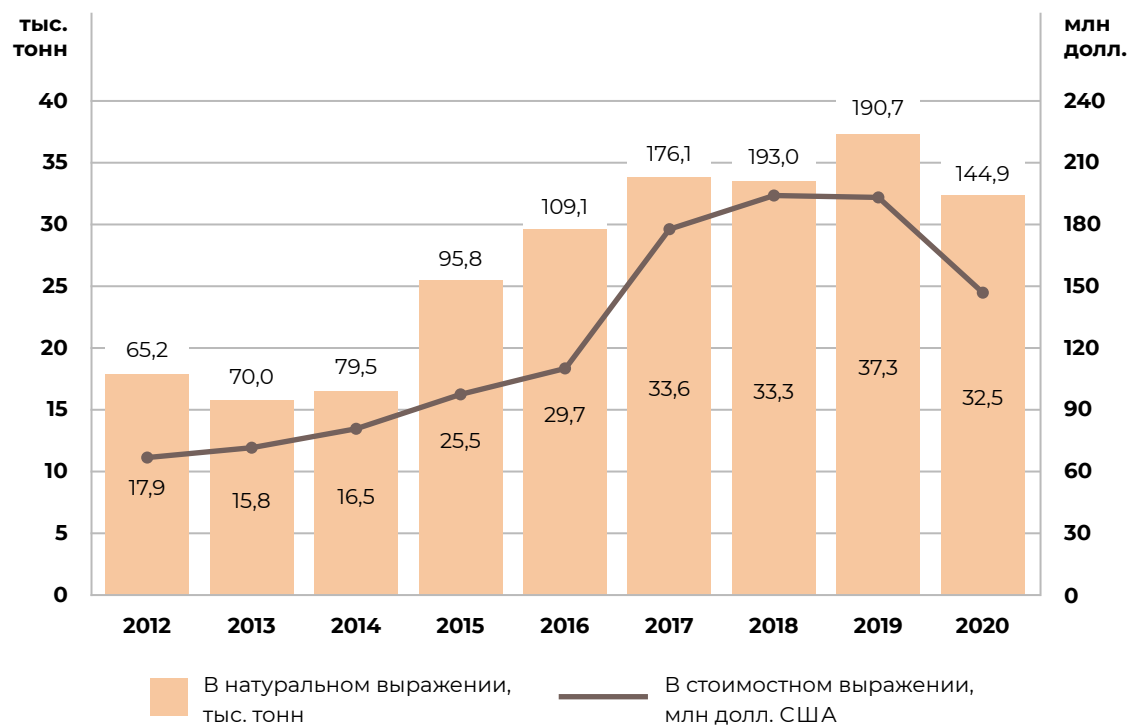
На долю сектора переработки в 2020 г. пришлось 36,6% от общего потребления сливочного масла, причем используется преимущественно импортный продукт (при этом с учетом молочных жиров доля индустриального потребления значительно выше). Масло широко применяется в пищевой отрасли, особенно в производстве хлебобулочных и кондитерских изделий, где крупнейшими потребителями являются Mondelez, Gardenia, Goldilocks, Red Ribbon.

Экспорт и импорт

Экспорт сливочного масла и молочных жиров (код ТН ВЭД 0405) незначителен. В 2020 г. он составил всего 0,3 тыс. тонн на сумму 1,3 млн долл. США. В натуральном выражении это на 24,2% ниже, чем в 2019 г.

Филиппины стабильно входят в топ-10 крупнейших в мире импортеров молочных жиров (без учета стран ЕС). В последние годы импорт продукции кода ТН ВЭД 0405 постепенно рос и к 2019 г. достиг 37,3 тыс. тонн на 190,7 млн долл. США. Однако в 2020 г. в связи со сбоями в глобальных цепях поставок из-за пандемийных ограничений объемы импорта резко сократились (на 13% в натуральном и на 24% в стоимостном выражении) и составили 32,5 тыс. тонн на 144,9 млн долл. США.

Рис. 49. Импорт сливочного масла и прочих молочных жиров Филиппин в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2020 гг.

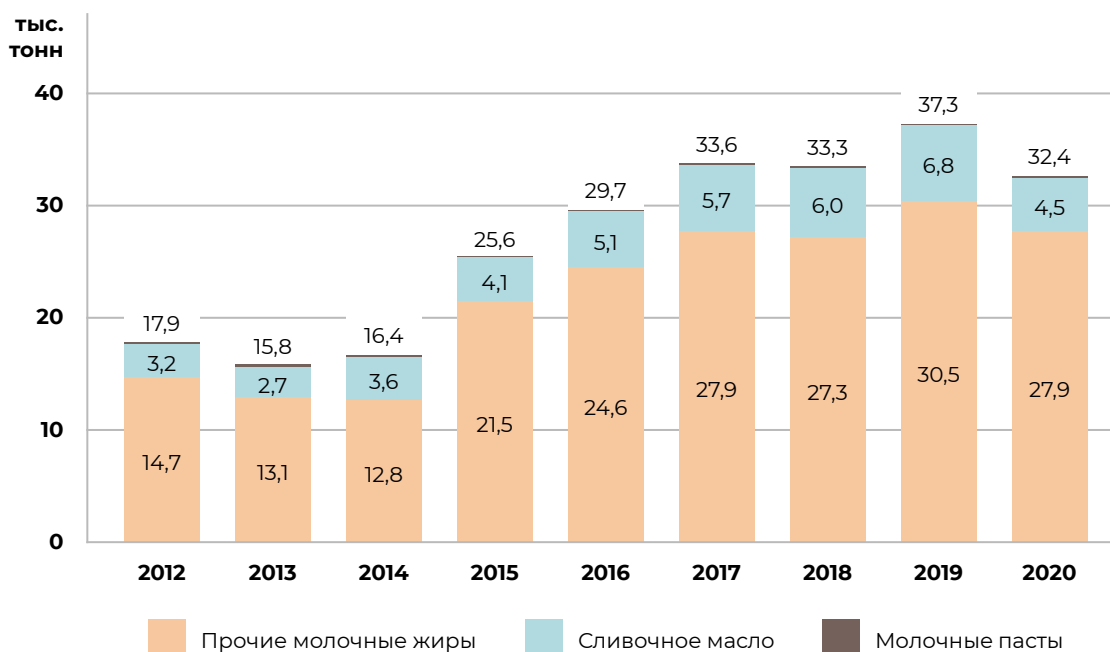


Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0405.

В 2020 г. в структуре филиппинского импорта продукции кода ТН ВЭД 0405 наибольшую долю (около 85%) как в натуральном, так и в стоимостном выражении составили «прочие молочные жиры». На сливочное масло пришлось только 14% в натуральном выражении, доля молочных паст совсем незначительна — менее 0,1%.

Рис. 50. Структура импорта сливочного масла и прочих молочных жиров Филиппин в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн

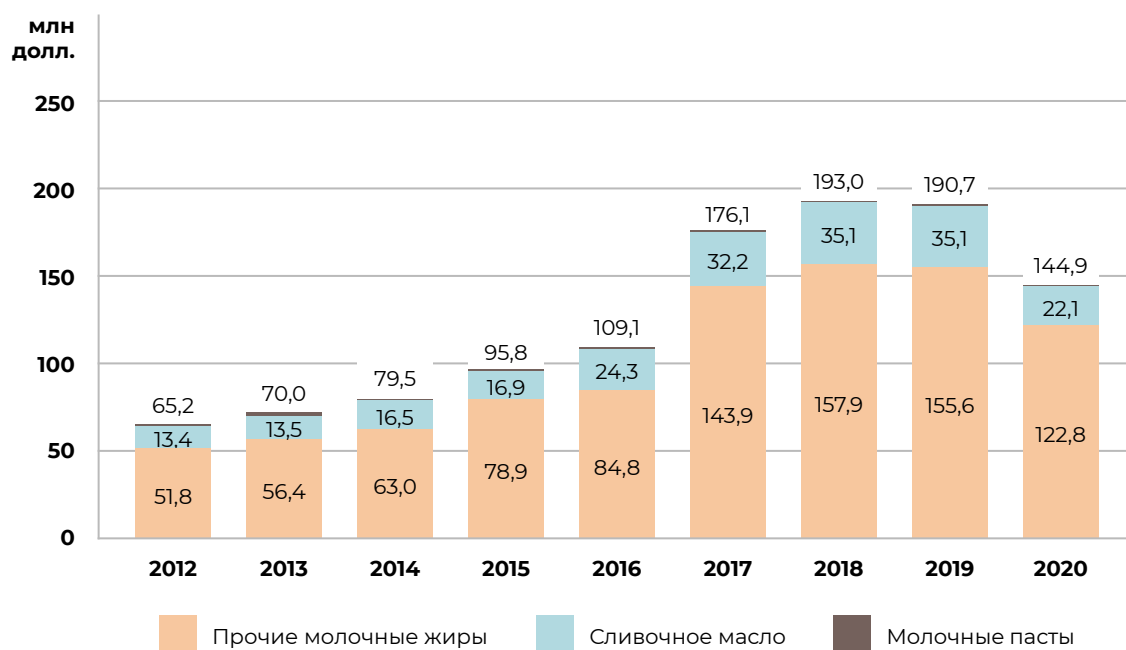


Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0405.



Рис. 51. Структура импорта сливочного масла и прочих молочных жиров Филиппин в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США



Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0405.



Основными поставщиками продукции кода ТН ВЭД 0405 на Филиппины являются Новая Зеландия, Нидерланды и Австралия, на долю которых в 2020 г. пришлось почти 95% поставок. В 2020 г. импорт из Новой Зеландии составил 27,4 тыс. тонн на сумму 122,8 млн долл. США и несколько снизился относительно 2019 г. В то же время на этом фоне вырос импорт из Нидерландов (в 25 раз в натуральном и более чем в 14 раз в стоимостном выражении) и Австралии (в 3 раза в натуральном и почти в 2 раза в стоимостном выражении).

Табл. 27. Импорт сливочного масла и прочих молочных жиров Филиппин по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн

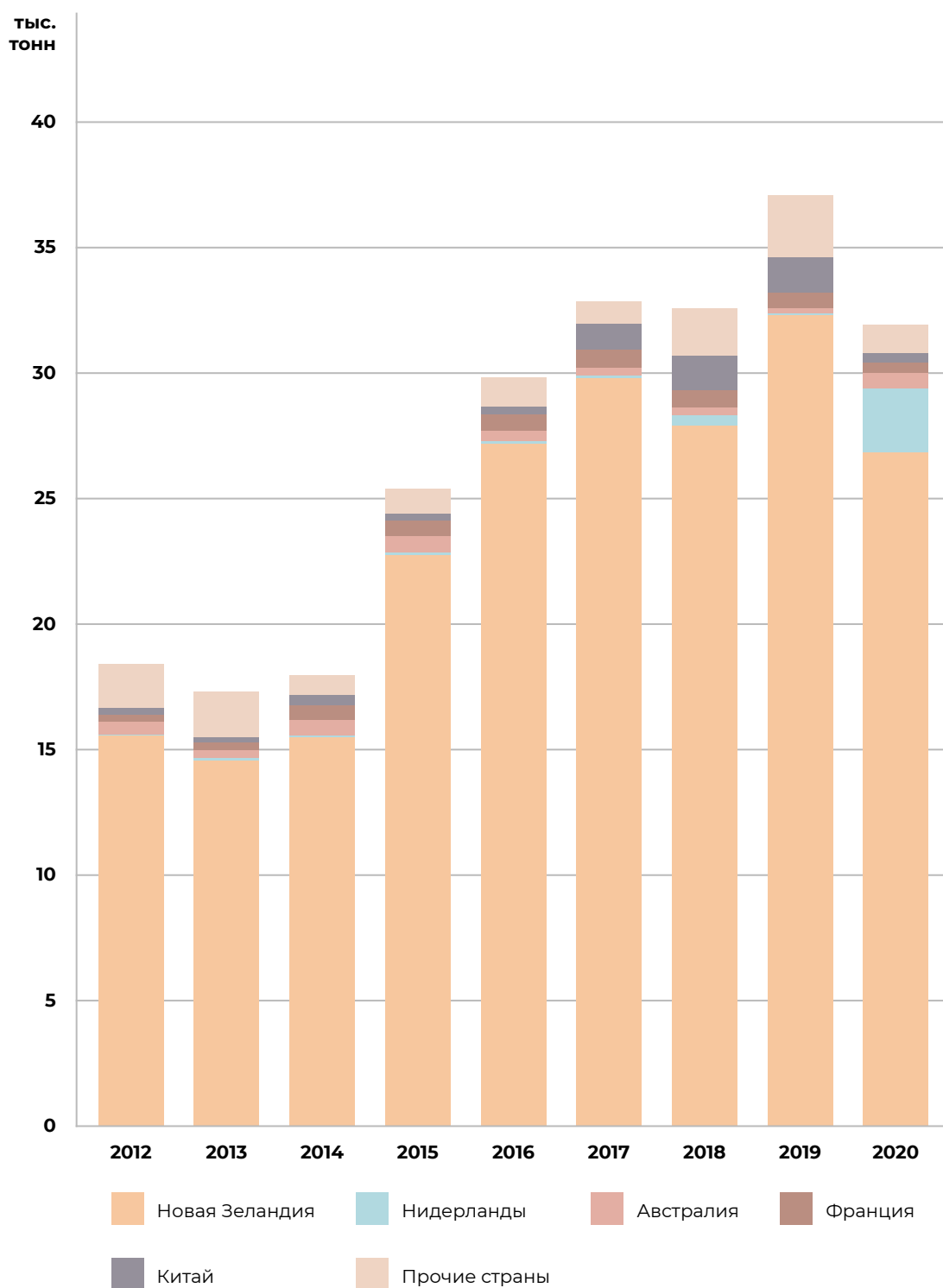
№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Новая Зеландия	14,9	13,3	14,4	23,0	27,0	30,2	28,7	32,4	27,4	84,2
2	Нидерланды	0,2	0,1	0,04	0,1	0,1	0,1	0,4	0,1	2,6	7,9
3	Австралия	0,5	0,3	0,5	0,5	0,4	0,3	0,3	0,2	0,6	1,8
4	Франция	0,3	0,3	0,5	0,7	0,7	0,7	0,7	0,6	0,5	1,4
5	Китай	0,3	0,2	0,4	0,5	0,4	1,6	1,7	1,7	0,4	1,2
	Прочие страны	1,7	1,6	0,7	0,7	1,0	0,7	1,6	2,2	1,1	3,4
	Итого	17,9	15,8	16,5	25,5	29,7	33,6	33,3	37,3	32,5	100,0

Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0405.



Рис. 52. Импорт сливочного масла и прочих молочных жиров Филиппин по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн



Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0405.

Табл. 28. Импорт сливочного масла и прочих молочных жиров Филиппин по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США

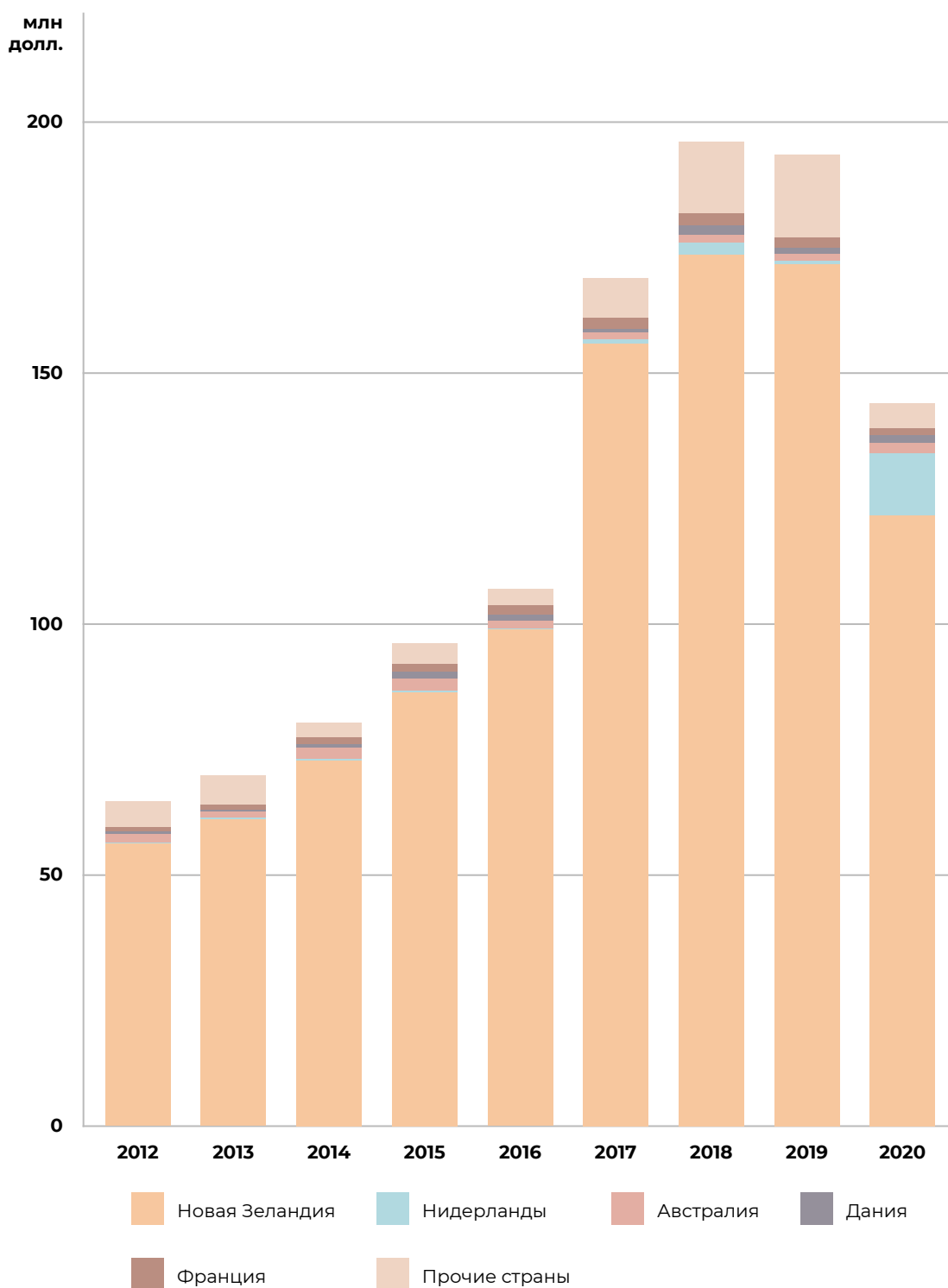
№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Новая Зеландия	56,8	61,1	72,1	87,0	100,7	162,0	170,9	169,0	122,8	84,7
2	Нидерланды	0,3	0,5	0,3	0,4	0,4	0,7	2,3	0,8	12,0	8,3
3	Австралия	1,7	1,1	2,1	1,9	1,5	1,4	1,5	1,2	2,2	1,5
4	Дания	0,4	0,4	0,8	1,2	1,2	0,8	1,8	1,3	1,5	1,1
5	Франция	0,9	1,0	1,3	1,7	2,0	2,1	2,5	2,0	1,4	1,0
	Прочие страны	5,2	5,8	2,9	3,6	3,3	9,1	14,0	16,3	5,0	3,5
	Итого	65,2	70,0	79,5	95,8	109,1	176,1	193,0	190,7	144,9	100,0

Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0405.



Табл. 53. Импорт сливочного масла и прочих молочных жиров Филиппин по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США



Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 0405.

Средняя цена импорта сливочного масла в 2020 г. составила 4 865 долл. США за тонну, что на 5,5% ниже, чем в 2019 г. Самые дорогие поставки осуществлялись из Бельгии и Новой Зеландии, наиболее дешевые — из Франции и Китая.

Табл. 29. Средняя цена импорта сливочного масла по странам-экспортерам, 2012–2020 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Отклонение от средней цены в 2020 г., %
Средняя цена	4 231	5 065	4 514	4 163	4 759	5 672	5 819	5 147	4 865	—
Бельгия	5 045	7 585	3 123	2 798	2 474	4 185	4 195	4 115	5 555	14
Новая Зеландия	5 009	5 646	4 803	4 550	5 450	6 575	6 776	5 726	5 199	7
Дания	8 391	8 986	9 188	5 854	5 945	6 144	5 863	5 126	4 727	-3
Китай	1 851	1 948	2 939	4 341	3 323	4 186	4 698	4 176	3 540	-27
Франция	2 729	2 714	2 328	2 323	3 059	3 083	3 559	3 333	3 093	-36

Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 040510.



Средняя цена импорта «прочих молочных жиров» в 2020 г. составила 4 399 долл. США за тонну (-13,7% к 2019 г.). Цена поставок из Нидерландов и Индонезии превышала среднюю на 6%, в то время как цена поставок из Индии и Австралии была ниже средней — на 43 и 19% соответственно.

Табл. 30. Средняя цена импорта прочих молочных жиров по странам-экспортерам, 2012–2020 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Отклонение от средней цены в 2020 г., %
Средняя цена	3 522	4 310	4 909	3 676	3 455	5 154	5 784	5 098	4 399	—
Нидерланды	1 221	6 608	7 017	5 107	5 288	6 885	6 536	6 785	4 669	6
Индонезия	4 506	—	4 237	—	—	5 667	5 761	4 799	4 668	6
Новая Зеландия	3 633	4 408	5 044	3 690	3 487	5 204	5 838	5 132	4 404	0,1
Австралия	4 648	3 380	4 564	3 832	3 600	4 717	5 877	5 191	3 546	-19
Индия	6 144	6 136	1 147	5 338	4 780	3 560	2 731	1 498	2 516	-43

Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 040590.



2.1.8. Мороженое

Производство

Объемы производства мороженого на Филиппинах превышают потребности внутреннего рынка и продукция активно экспортируется. На этом фоне в последние годы производство стабильно росло и в 2019 г. достигло 81,5 тыс. тонн. Однако в 2020 г. связанные с пандемией сбои в глобальных цепях поставок, а также ограничения в сфере HoReCa, из-за которых многие местные производители были вынуждены частично или временно приостановить выпуск продукции, привели к значительному сокращению объемов — до 59,1 тыс. тонн мороженого.

Ведущими игроками на филиппинском рынке мороженого являются RFM Ice Cream Inc (Unilever), Froneri International (Nestlé), Magnolia (San Miguel) и Arce. Selecta (Unilever) — бренд мороженого № 1 в стране, также сильные позиции занимают бренды Magnolia и Magnum (Unilever). Фабрики основных производителей мороженого располагаются в провинции Лагуна и столичном регионе Метро Манила.

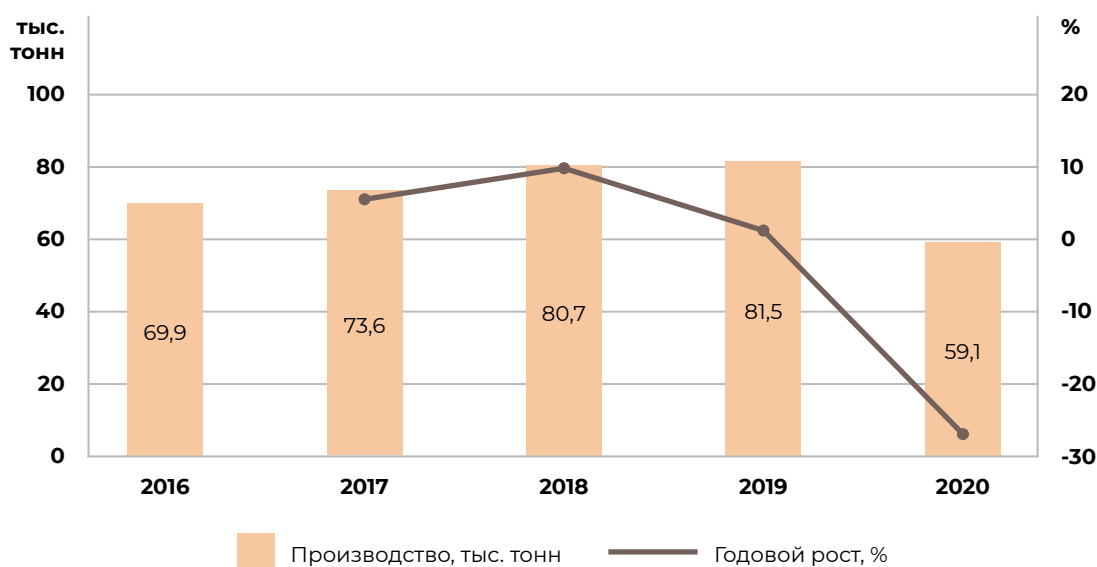
В стране также существуют небольшие компании (например, Alpen Food Industry, Creamline Dairy Corporation, Dan Eric's), которые производят мороженое по более низким ценам и постепенно отвоевывают долю рынка у крупных брендов, особенно в сегменте порционного мороженого. Несмотря на небольшие масштабы бизнеса, их присутствие в каналах розничной торговли расширяется, особенно в магазинах «у дома».

Одним из новых направлений в стране стало ремесленное мороженое. Производители Carmen's Best, Sebastian's Ice Cream, Merry Moo, Fog City Creamery и многие другие продают ремесленное мороженое как в торговых точках, так и онлайн по цене немного выше, чем обычное мороженое. Популярностью также пользуется мягкое мороженое: магазины «у дома» и рестораны быстрого обслуживания предлагают различные его варианты с уникальными вкусами и по более низкой цене.

Мороженое — важный элемент праздничных мероприятий на Филиппинах. Ожидается, что оно по-прежнему останется любимым лакомством филиппинских потребителей, особенно детей, и рынок продолжит расширяться. Страна также экспортирует мороженое, что способствует дальнейшему развитию производства. Согласно оценкам Euromonitor International, в ближайшие 5 лет производство будет расти на 6,2% в год и к 2026 г. достигнет 82,7 тыс. тонн.



Рис. 54. Производство мороженого на Филиппинах, 2016–2020 гг.



Источник: Euromonitor International, National Dairy Authority, Philippine Statistics Authority

Потребление

Потребление мороженого на Филиппинах постепенно увеличивалось и с 71,1 тыс. тонн в 2016 г. выросло до 77,0 тыс. тонн в 2019 г. Однако в 2020 г. оно снизилось до 65,8 тыс. тонн на фоне закрытия ресторанов и кафе в связи с COVID-19, а также из-за ожидаемого сокращения доходов населения и, соответственно, уменьшения расходов на лакомства при увеличении расходов на предметы первой необходимости и товары для здоровья.

Наиболее высокое потребление мороженого в стране наблюдается в столичном регионе Метро Манила, где распространены перекусы «на ходу» и популярны порционные форматы. Молодое поколение стимулирует спрос на мороженое, которое является классическим фаворитом у детей. Инновационные вкусы способствуют росту потребления мороженого: например, известный бренд Selecta создал мороженое с модным вкусовым сочетанием молочного чая и зимней дыни. Среди филиппинских потребителей также пользуются популярностью вкусы сыра, манго, убе (фиолетового ямса), макапуно⁶, десертов хало-хало и буко пандан. Бутики мороженого тоже экспериментируют с новыми вариантами и вкусами, такими как джелато из жженого риса, зеленое манго и багунг (креветочная паста), каламанси пили (филиппинский лимон с орехами пили), чили, пиво, чичаррон (свиное сало), сырный мамон (хлебобулочное изделие), жареные куриные крылышки «Баффало» и сёю карамель (карамельно-соевый соус). Сотрудничество с популярными кондитерскими брендами,

⁶ Филиппинская разновидность кокосового ореха с более нежной мякотью и бархатистым вкусом

например с Hershey's, KitKat, Reese's и Oreo, являются трендом на рынке розничной торговли и стимулируют спрос на мороженое.

Рынок мороженого сегментирован по категориям, таким как порционное, весовое и ремесленное мороженое. Весовой формат занял в 2020 г. самую большую долю рынка — 69% от общего объема потребления мороженого. Порционное мороженое на одного человека — единственная категория, которая демонстрировала в период с 2016 по 2020 г. совокупный среднегодовой темп роста 0,4%.

Филиппинские производители мороженого наладили онлайн-продажи, чтобы компенсировать потерю выручки в обычных офлайн-каналах. Так, Selecta и Magnolia открыли официальные магазины на электронных платформах Shopee и Lazada, чтобы увеличить ареал продаж своего мороженого по всей стране.

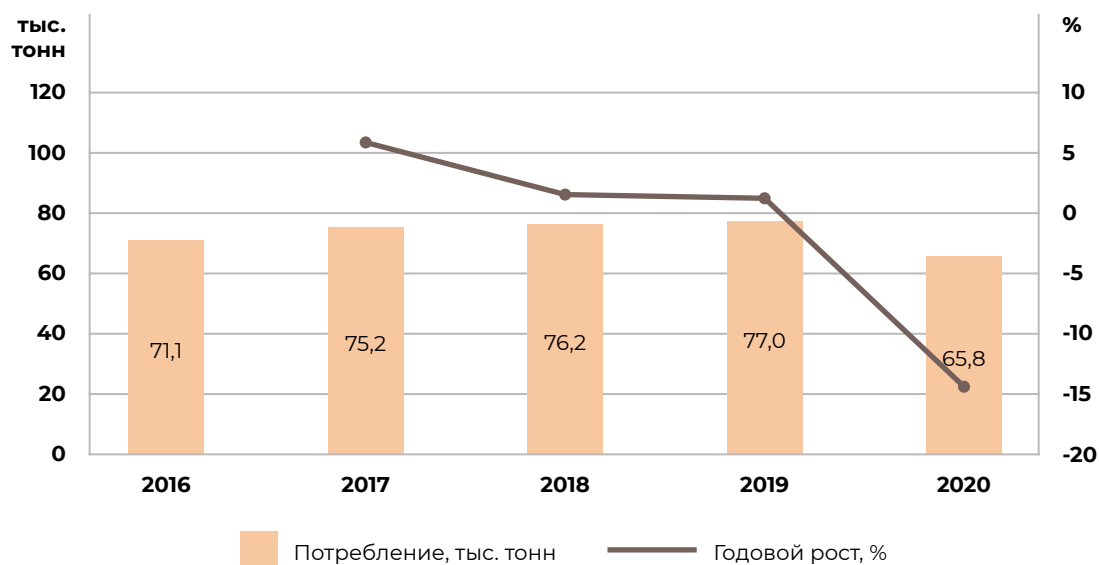
Раньше отрасль была консолидированной в плане брендов, представленных на рынке, но теперь становится все более фрагментированной, поскольку небольшие независимые компании начинают производить недорогое мороженое, продаваемое в традиционных «сари-сари» и маленьких продуктовых магазинах. Кроме того, в секторе HoReCa кафе-мороженые продвигают собственные бренды ремесленного мороженого, и некоторые из них (Carmen's Best и Fruits In Ice Cream) уже стали доступны в розничных сетях.

Высокий спрос на мороженое наблюдается летом и в сезон отпусков, поскольку жители Филиппин ищут спасения от жары, при этом пиковых значений он достигает в периоды праздников: мороженое часто предлагают на праздничных мероприятиях в качестве десерта.

По оценкам Euromonitor International, спрос на мороженое будет увеличиваться, демонстрируя темп роста 5% в год, и к 2026 г. достигнет 84,6 тыс. тонн. Повышению потребления будут способствовать варианты мороженого с инновационными вкусами, производимые ограниченными партиями, сезонные предложения, различные форматы упаковки и мороженое премиум-класса от импортных брендов.



Рис. 55. Потребление мороженого на Филиппинах, 2016–2020 гг.



Источник: Euromonitor International, National Dairy Authority, Philippine Statistics Authority

Каналы продаж и ключевые игроки

По оценкам Euromonitor International, доля сектора розничной торговли в общем объеме потребления мороженого на Филиппинах составляет более 90%. В магазинах представлено мороженое отечественных и импортных брендов как в весовом, так и в порционном форматах. Основные игроки в секторе розничной торговли — Unilever, Froneri и Magnolia.

Отличительной особенностью филиппинского рынка мороженого является система дистрибуции. Каждый отечественный бренд мороженого имеет эксклюзивные торговые точки. В отличие от многих других потребительских товаров, для мороженого требуются морозильные камеры, которые обычно предоставляются самими компаниями, производящими мороженое. Соответственно, чем больше морозильных камер, тем выше доля рынка. Поскольку морозильные камеры увеличивают расходы на электроэнергию, некоторые магазины готовы продавать продукцию только одного бренда.

Ведущими каналами розничных продаж мороженого на Филиппинах являются гипер- и супермаркеты. У крупных магазинов обычно много поставщиков, в числе которых как местные производители, так и дистрибьюторы импортной продукции. К числу ведущих ритейлеров на Филиппинах относятся SM Markets, Robinsons Supermarkets, Puregold Price Club, Metro Retail Stores, Landers Superstore.

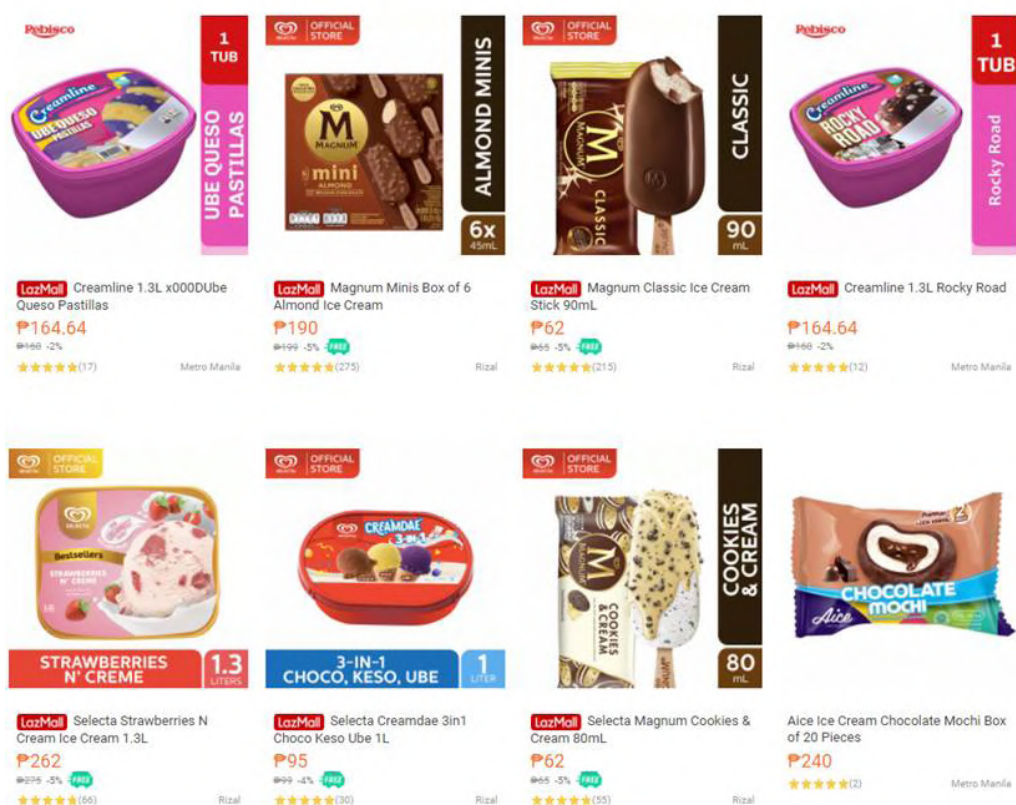
Факторы, влияющие на спрос в розничном секторе, включают появление новой продукции — например, продуктов с новыми вкусами (часто рекламируемых как «лимитированный выпуск»), наборы ассорти (для дегустации разных вариантов продукции в кругу друзей или семьи). С увеличением числа продо-

вольственных магазинов, а также благодаря росту онлайн-торговли розничное потребление мороженого будет расти и, по оценкам Euromonitor International, к 2026 г. достигнет 81,5 тыс. тонн.

Потребление мороженого в секторе HoReCa в 2020 г. значительно снизилось из-за ограничительных мер и закрытия заведений общественного питания в связи с пандемией COVID-19. Ассортимент зависит от формата заведения и целевой аудитории. Например, элитные и гостиничные рестораны обычно предлагают как импортное, так и филиппинское ремесленное мороженое, чтобы угодить предпочтениям своих гостей, поддерживая высокие стандарты обслуживания и качества предлагаемой продукции.

Заведения общественного питания используют мороженое для приготовления десертов и напитков. Его предлагают либо как самостоятельный десерт в виде шариков, либо как элемент десерта (например, брауни а-ля мод или персиковой мельбы). Что касается напитков, то мороженое обычно используют в смузи. Наиболее популярные вкусы в данной категории — шоколад, ваниль, клубника, манго, убе (фиолетовый ямс).

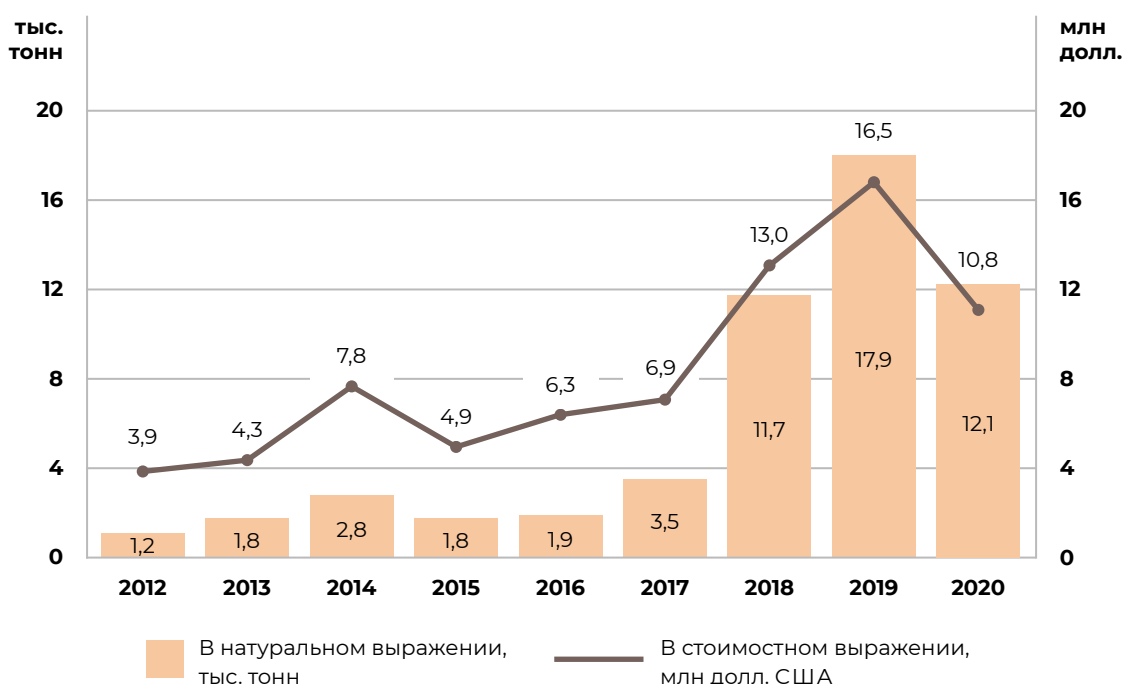
Импортное мороженое обычно поставляется местными импортерами, которые также выступают в качестве дистрибьюторов для сильно фрагментированного сектора общественного питания. Согласно прогнозам Euromonitor International, спрос на мороженое в секторе HoReCa будет расти и к 2026 г. достигнет 3,1 тыс. тонн.



Экспорт и импорт

Мороженое — один из немногих молочных продуктов, которые Филиппины достаточно активно экспортируют. В 2019 г. на внешние рынки было поставлено 17,9 тыс. тонн на 16,5 млн долл. США, однако в 2020 г. на фоне пандемийных ограничения экспорт сократился до 12,1 тыс. тонн мороженого на 10,8 млн долл. США. Основными направлениями поставок были Сингапур, США, Великобритания, ОАЭ и Австралия.

Рис. 56. Экспорт мороженого Филиппин в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2020 гг.

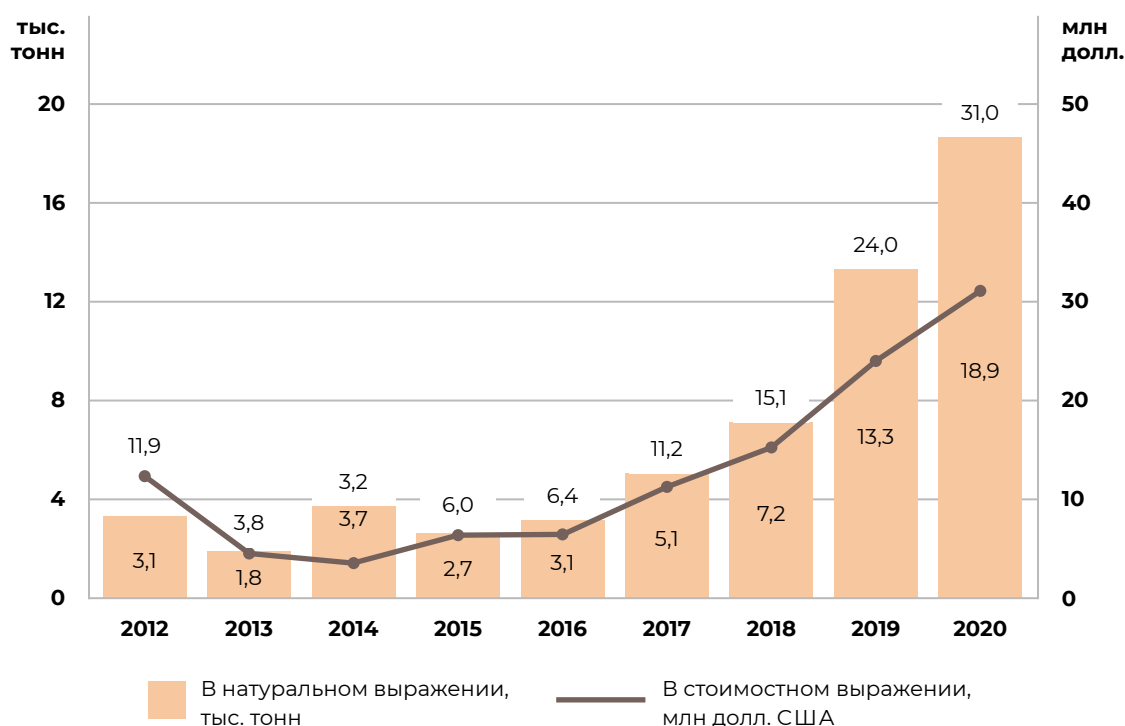


Источник: *Philippine Statistics Authority*

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 2105.

Импорт мороженого на Филиппины в последние годы активно растет и в 2019 г. достиг 13,3 тыс. тонн, обеспечив более 17% потребления. При этом в 2020 г. на фоне пандемийных ограничений и сложностей с производством внутри страны импорт резко возрос до 18,9 тыс. тонн на 31 млн долл. США, что на 41,4% в натуральном и на 29% в стоимостном выражении больше, чем в 2019 г.

Рис. 57. Импорт мороженого Филиппин в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2020 гг.



Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 2105.

Самым крупным поставщиком мороженого на Филиппины в 2020 г. стал Китай, который полноценно вышел на рынок страны только в 2019 г. В 2020 г. он экспортировал 11,2 тыс. тонн мороженого на 17,1 млн долл. США, сумев за год увеличить поставки практически в 3 раза. Второе место занимала Индонезия, доля которой составила 22,1% в натуральном и 25,6% в стоимостном выражении. Также значимые объемы поставляли США, Южная Корея и Таиланд.



Табл. 31. Импорт мороженого Филиппин по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн

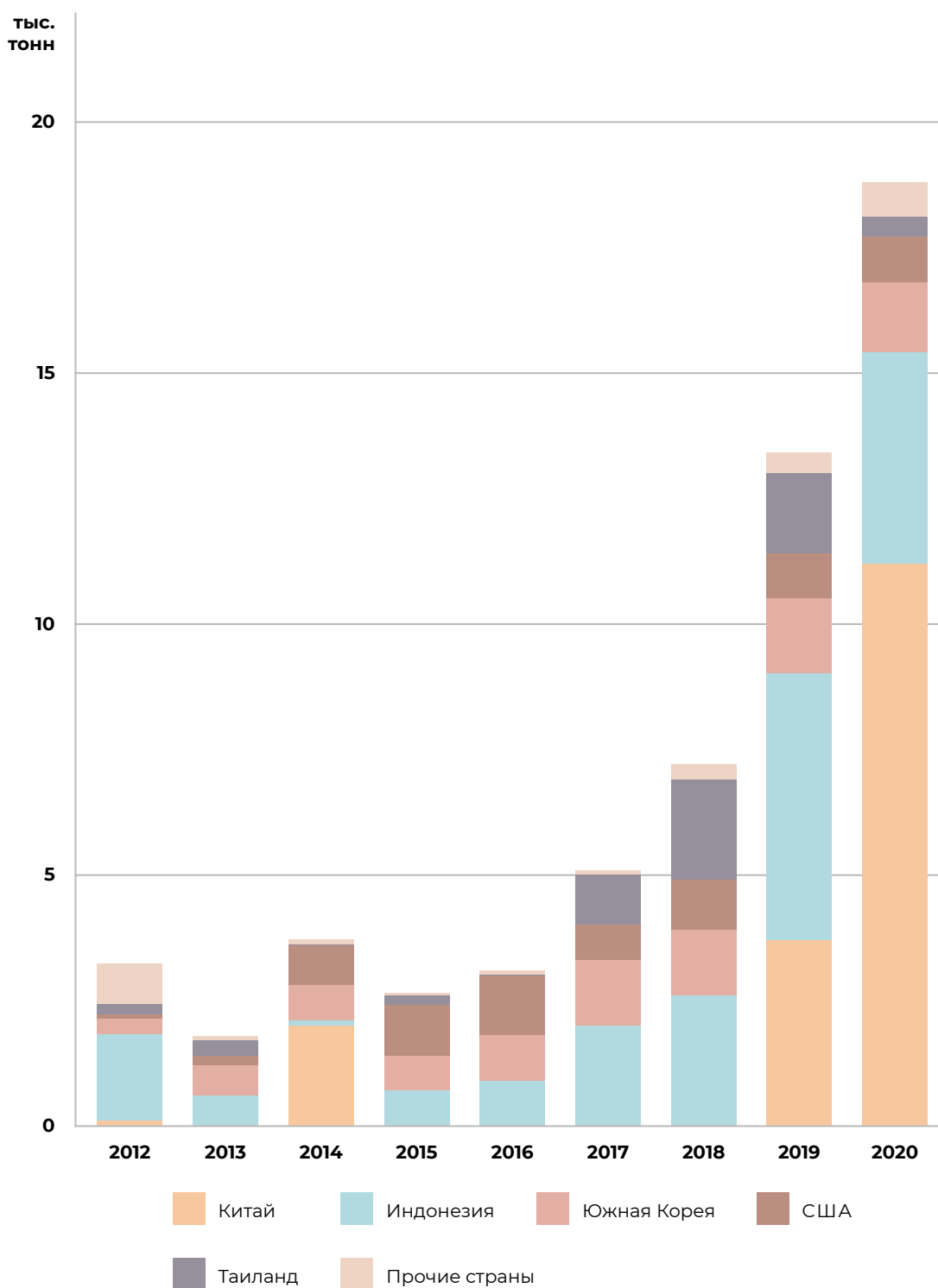
№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Китай	0,1	—	2,0	—	—	—	—	3,7	11,2	59,5
2	Индонезия	1,7	0,6	0,1	0,7	0,9	2,0	2,6	5,3	4,2	22,1
3	Южная Корея	0,3	0,6	0,7	0,7	0,9	1,3	1,3	1,5	1,4	7,6
4	США	0,1	0,2	0,8	1,0	1,2	0,7	1,0	0,9	0,9	4,8
5	Таиланд	0,2	0,3	0,01	0,2	0,001	1,0	2,0	1,6	0,4	2,1
	Прочие страны	0,8	0,1	0,1	0,04	0,1	0,1	0,3	0,4	0,7	3,8
	Итого	3,1	1,8	3,7	2,7	3,1	5,1	7,2	13,3	18,9	100,0

Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 2105.



Рис. 58. Импорт мороженого Филиппин по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн



Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 2105.

Табл. 32. Импорт мороженого Филиппин по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США

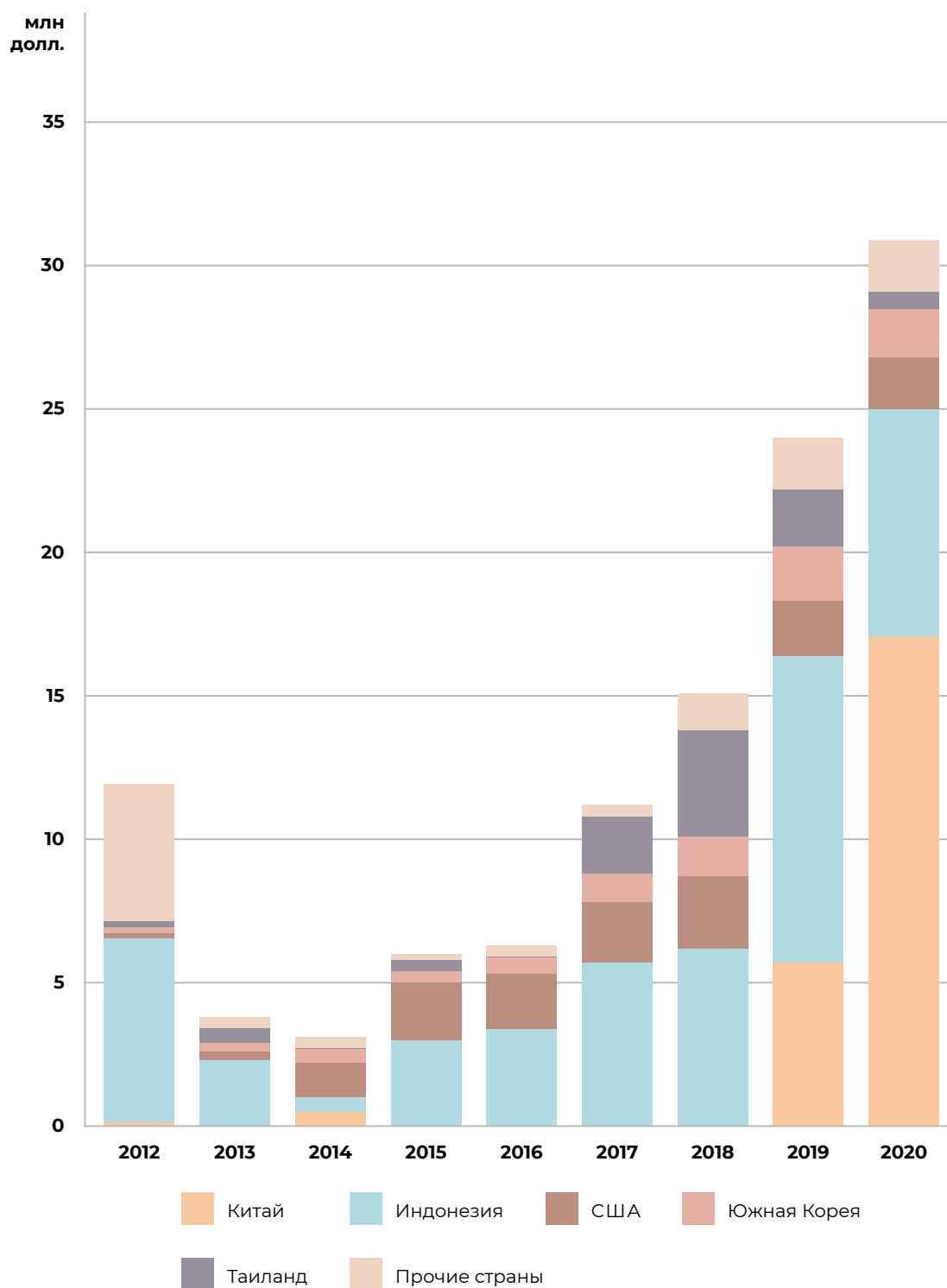
№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Китай	0,1	—	0,5	—	—	—	—	5,7	17,1	55,2
2	Индонезия	6,4	2,3	0,5	3,0	3,4	5,7	6,2	10,7	7,9	25,6
3	США	0,2	0,3	1,2	2,0	1,9	2,1	2,5	1,9	1,8	5,8
4	Южная Корея	0,2	0,3	0,5	0,4	0,6	1,0	1,4	1,9	1,7	5,5
5	Таиланд	0,2	0,5	0,01	0,4	0,01	2,0	3,7	2,0	0,6	2,0
	Прочие страны	4,8	0,4	0,4	0,2	0,4	0,4	1,3	1,8	1,8	5,8
	Итого	11,9	3,8	3,2	6,0	6,4	11,2	15,1	24,0	31,0	100,0

Источник: *Philippine Statistics Authority*

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 2105



Табл. 59. Импорт мороженого Филиппин по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США



Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 2105.

В 2020 г. средняя цена импорта мороженого составила 1 642 долл. США за тонну, что почти на 9% ниже уровня 2019 г. Цены на продукцию из Китая и Южной Кореи были ниже средней на 7 и 28% соответственно. Наиболее дорогая продукция поставлялась из США и Индонезии.

Табл. 33. Средняя цена импорта мороженого по странам-экспортерам, 2012–2020 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Отклонение от средней цены в 2020 г., %
Средняя цена	3 773	2 097	851	2 272	2 071	2 217	2 092	1 800	1 642	—
США	1 960	1 273	1 548	2 024	1 673	3 266	2 417	2 224	1 978	20
Индонезия	3 797	3 754	4 018	4 053	3 590	2 875	2 374	2 025	1 901	16
Таиланд	1 511	1 439	1 799	1 832	8 821	1 901	1 892	1 256	1 625	-1
Китай	1 331	—	270	3 121	715	—	—	1 565	1 523	-7
Южная Корея	459	574	674	642	752	767	1 122	1 230	1 185	-28

Источник: Philippine Statistics Authority

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 2105.

2.2. Потребительские предпочтения

Разнообразие и многоцелевое использование молочной продукции стимулируют потребительский спрос

Питьевое молоко на Филиппинах используется для выпечки и приготовления различных блюд, а также является важным ингредиентом многих напитков, самые популярные из которых — кофе латте и чай с молоком. Оно продается в разных форматах: от литровых бутылок и 1-2-литровых упаковок до порционных.

Главные потребители питьевого молока и ароматизированных питьевого йогуртов на Филиппинах — дети. Другие молочные продукты, например концентрированное и сухое молоко, предназначены для всей семьи. Сливочное масло и сливки широко используются профессиональными поварами, пекарями, кондитерами, а также теми, кому нравится готовить дома. Мороженое и другие замороженные десерты — любимое лакомство филиппинцев всех возрастов.

На Филиппинах особой популярностью пользуются ароматизированное молоко и молочные коктейли

Не все филиппинцы пьют молоко, но с появлением ароматизированного молока в порционной упаковке население, особенно дети, постепенно привыкают к его потреблению. Ароматизированное молоко и коктейли — одна из крупнейших категорий молочной продукции в стране. Популярностью пользуется молоко с шоколадным и клубничным вкусами, а также со вкусом манго, банана, дыни и т.д. Среди брендов ароматизированного молока, пользующихся спросом у потребителей, — Chuckie (Nestle), Selecta (RFM Corp), Alaska (FrieslandCampina), Magnolia (San Miguel).

Концентрированное молоко и сыры — основные молочные продукты в филиппинских семьях

Концентрированное молоко — один из самых употребляемых молочных продуктов в филиппинских семьях. Его добавляют в кофе вместо сливок, используют в качестве загустителя в кремообразных блюдах, десертах, а также как подсластитель для напитков. Все чаще десерты и напитки дополняются ароматизированным концентрированным молоком с фруктовым и шоколадным вкусом. Среди популярных филиппинских десертов, в которых используется концентрированное молоко, — лече флан, буко пандан, фруктовые салаты.

Сыры — еще один любимый молочный продукт, который в филиппинских семьях обычно употребляют на завтрак. Мягкий сыр часто намазывают на пандесал (филиппинская булочка из дрожжевого теста) и едят в сочетании с кофе/чаем или предлагают в качестве перекуса детям. В секторе HoReCa используются разные форматы сыров для удобства и более быстрого приготовления нарезок, пиццы, гамбургеров, бутербродов, макаронных блюд, выпечки и многого другого. В розничной торговле представлены разные типы сыров — твердые, мягкие,

блочные, пастообразные и т.д. Однако большинство филиппинских потребителей отдадут предпочтение плавленым сырам: они доступны по цене и продаются во всех магазинах.

Молоко на растительной основе вряд ли станет популярнее обычного

Растительные напитки, в частности соевые, миндальные, рисовые, овсяные, кокосовые, пользуется все большим спросом в связи с ростом веганства на Филиппинах. Правда, тренд на растительные альтернативы получает распространение главным образом среди представителей среднего класса и привилегированных слоев общества, поскольку такие продукты стоят дороже, чем традиционные. Вместе с тем веганский рацион часто подвергается критике за недостаточное содержание питательных веществ. Многие потребители считают, что животный белок необходим для более сбалансированного и полноценного питания.



2.3. Торгово-распределительная сеть

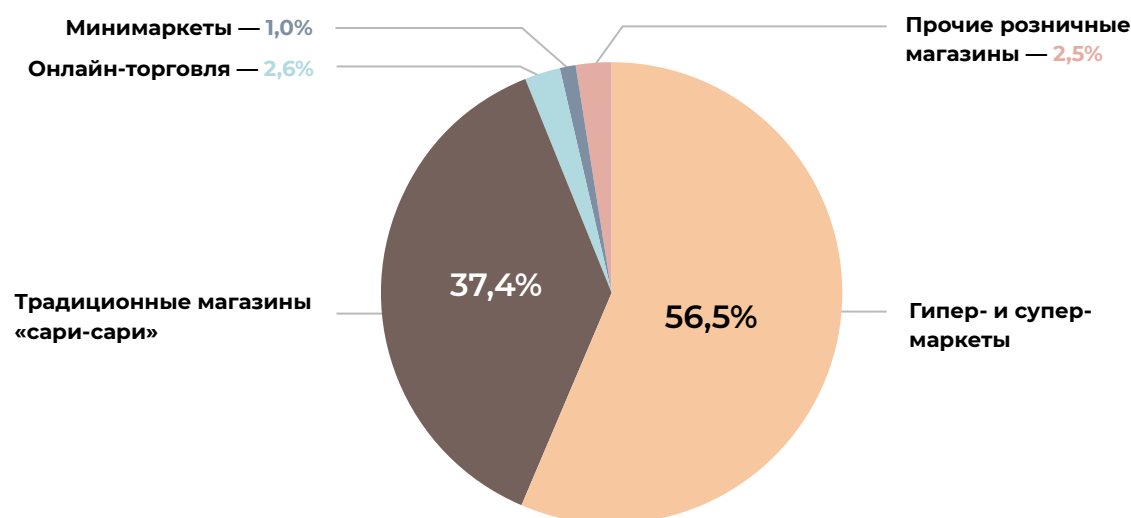
Гипер- и супермаркеты являются крупнейшими каналами продаж молочной продукции на Филиппинах. Достаточные объемы холодильных витрин и наличие на полках магазинов большого количества молочных продуктов, а также их широкий ассортимент и ценовой диапазон делают современные форматы ритейла идеальными местами покупок для потребителей со средним и высоким уровнем дохода. Крупнейшими сетевыми продовольственными ритейлерами на Филиппинах являются SM Markets, Robinsons Supermarkets, Puregold Price Club, Metro Retail Stores, Landers Superstore.

Сетевой ритейл может самостоятельно осуществлять импорт молочных продуктов премиум-класса от зарубежных производителей, при этом в некоторых случаях сети требуют от поставщиков эксклюзивности, чтобы больше отличаться от конкурентов. Тем не менее крупные местные импортеры и дистрибьюторы, имеющие развитую систему дистрибуции и логистики по всей стране, по-прежнему играют ключевую роль в поставках импортной продукции для ведущих розничных сетей. Некоторые дистрибьюторы концентрируются на работе только с одним каналом — либо с ритейлом, либо с HoReCa, в то время как другие обслуживают оба сектора, стремясь обеспечить максимальное проникновение на конкретной территории. В качестве примера можно привести Foodsecrets Inc, Binondo Street, Multi-M Food Corp, Sermasison Corp, Scanasia Overseas Inc. Так, Multi-M Food Corp импортирует и реализует на Филиппинах продукцию The Cheese Factory.

Второй по величине розничный канал на Филиппинах — традиционные магазины, называемые «сари-сари», которые широко распространены в городских и сельских районах по всей стране и являются предпочтительным местом для совершения спонтанных и/или небольших ежедневных покупок. Торговые точки этого формата пользуются большой популярностью у населения благодаря территориальной близости, но в них, как правило, отсутствуют холодильные витрины, поэтому ассортимент молочной продукции крайне ограничен. Традиционные магазины также обеспечивают доставку товаров на дом, а кроме того, часто предлагают своим покупателям возможность приобретать продукты в кредит — такая услуга особенно важна для многих людей в период финансового кризиса. Однако ожидается, что изменение моделей поведения потребителей и рост проникновения сетевого ритейла продолжат влиять на развитие традиционных магазинов, прежде всего в городских районах. В начале пандемии COVID-19 большинство этих магазинов испытывали серьезные трудности с цепочкой поставок и зависели от посещаемости, а некоторым в 2020 г. даже пришлось временно закрыться.

Электронная торговля стала одним из важных каналов розничных продаж молочной продукции в 2020 г. — под влиянием ограничительных карантинных мер в период пандемии ее доля увеличилась сразу до 2,6%. При этом, согласно оценкам Euromonitor International, уже в 2021 г. она возросла до 3,7%. Удобство покупки продуктов онлайн через интернет-магазины супермаркетов и сторонние маркетплейсы, которые становятся все более надежными с точки зрения качества продукции и оперативности доставки, явилось ключевым фактором увеличения доли этого канала в структуре потребления продуктов питания. Наиболее крупными онлайн-ритейлерами на Филиппинах стали [Lazada](#), [Shopee](#) и [Grab](#).

Рис. 60. Розничные продажи молочной продукции по каналам, 2020 г., %



Источник: Euromonitor International

Гипер- и супермаркеты

Гипермаркеты расположены преимущественно в крупных городах (Маниле, Себу, Давао) и предлагают огромный ассортимент товаров. Это особенно важно для тех людей, которые в целях экономии времени стремятся реже посещать магазины и совершать крупные покупки сразу в одном месте. Однако для многих потребителей удобнее супермаркеты, которые являются более компактным и локальным форматом розницы. Супермаркеты есть как в крупных городах, так и в провинциальных районах.

В гипер- и супермаркетах представлен широкий ассортимент продуктов питания местного и импортного производства, в том числе и молочной продукции — молоко, сливочное масло, сыры, мороженое. При этом крупнейшие розничные сети, в частности SM Supermarket, SaveMore Market и Robinsons Supermarket, активно развивают онлайн-платформы и собственные торговые марки.

Ведущие игроки

- **SM Retail** — сеть принадлежит [SM Investments Corporation](#), которая управляет магазинами SM Supermarket, SM Hypermarket, Save More Supermarket, а также универмагами SM Store, сетями минимаркетов WalterMart и Alfamart и другими активами в ритейле. По состоянию на 2020 г. на Филиппинах работало 52 гипермаркета, 339 супермаркета и 1 012 минимаркетов под брендом SM.

Save More — это отдельный формат супермаркетов среднего размера, который меньше, чем SM Supermarket и создан как районный магазин для

спонтанных покупок. Save More обслуживает покупателей в небольших населенных пунктах, где доступность продуктов либо ограничена, либо вообще отсутствует. Ожидается, что в 2021–2026 гг. SM Retail продолжит расширять свое присутствие в сельских районах, что внесет значительный вклад в общий рост компании.

- **Robinsons Supermarket** — вторая по величине сеть супермаркетов на Филиппинах, которая состоит из 274 магазинов. Компания [Robinsons Retail Holdings](#) управляет сетями Robinsons Supermarket, Robinsons Easymart, The Marketplace, Rustan's, Shopwise и Wellcome Philippines, а также платформой электронной торговли GoRobinsons. В 2020 г. супермаркет Robinsons заключил партнерство с сервисом доставки GrabMart.
- **Puregold Price Club** управляет на Филиппинах продовольственными гипер- и супермаркетами, а также сетями дискаунтеров Puregold Extra и складских клубов S&R. При этом основным форматом компании являются гипер- и супермаркеты Puregold. По состоянию на 2020 г. сеть насчитывала 334 магазина различных форматов по всей стране. Puregold также развивает свое цифровое присутствие, запустив приложение Puregold Mobile, а кроме того, проводит рекламные кампании в Facebook и YouTube, чтобы привлечь больше потребителей.
- **Metro Retail Stores Group** — один из крупнейших операторов с 63 торговыми точками в форматах супермаркетов (Metro Supermarket и Metro Fresh `N` Easy), гипермаркет (Super Metro) и универсальных магазинов (Metro Department Store). В универмагах продается одежда, аксессуары и товары для дома. В супермаркетах предлагается мясо, овощи, фрукты, морепродукты и бакалейные товары. В гипермаркетах представлен смешанный ассортимент, который включает товары из супермаркетов и универмагов. Розничные форматы магазинов стратегически расположены в густонаселенных городах и муниципалитетах на Лусоне и Висайских островах. В общей сложности по состоянию на 2020 г. в стране работало 10 магазинов Metro в Маниле, 12 — в других районах Лусона и 34 — на Висайях.
- **Landers Superstore** — сеть суперсторов, которая активно расширяет свое присутствие на Филиппинах и на 2021 г. насчитывала 5 торговых центров в Балинтаваке, Отисе, Себу, Алабанге, Пасиге (ArcoVia City). Landers Superstore предлагает продукцию как местных, так и международных брендов. В магазинах представлен широкий ассортимент качественных товаров — от бакалейных и органических продуктов до домашнего декора и бытовой техники.

Ассортимент и цены

- Все подразделения SM Retail и Robinsons Supermarket продают продукцию как местного, так и импортного производства. Компании не имеют единой системы ценообразования в магазинах. У импортных брендов питьевого молока Devondale и Australia's Own часто есть собственные секции при входе в молочные отделы в супермаркетах премиум-класса и гипермаркетах.
- Питьевое молоко обычно продается в стеклянных бутылках, ПЭТ-бутылках или картонных упаковках объемом 200 мл и 1 литр. УНТ-молоко австралийских брендов продается по цене 1,84 долл. США за 1 литр, средняя цена УНТ-молока местного бренда Bear Brand — около 1,70 долл. США за литр.
- Ведущие сети гипер- и супермаркетов на Филиппинах обычно не предлагают пастеризованное молоко. Однако пастеризованное молоко местного производства можно найти в супермаркете среднего класса в Маниле по цене 1,81–2,14 долл. США за литр.
- Концентрированное молоко обычно продается в жестяных банках по 300 г и 388 г, а также в пакетах-саше по 560 г. В крупных супер- и гипермаркетах широко доступны бренды Alaska, Nestlé's Milkmaid, Cow Bell как в натуральном виде, так и с различными вкусами. Средняя розничная цена на концентрированное молоко составляет 2,79 долл. США за 1 кг.
- Ключевые бренды йогуртов в рознице — Alaska, Dutch Mill, Nestlé, Pascual, Yoplait, Elle & Vire. Бренды Dutch Mill и Nestlé больше представлены в гипер- и супермаркетах SM, бренды Elle & Vire и Pascual — в гипермаркетах Puregold. Питьевой йогурт стоит в среднем 0,24 долл. США за 100 г, густой ароматизированный йогурт — около 0,61 долл. США за 100 г. Бренд Elle & Vire находится в верхней границе ценового диапазона, средняя цена этого йогурта — 0,73 долл. США за 100 г.
- Сыры, как правило, предлагаются в пластиковых упаковках весом от 100 до 430 г. Cheddar в нарезке (например, от брендов Kraft и Anchor) продается в среднем по цене около 1,81 долл. США за 100 г, а пастообразный сыр — по цене 1,28 долл. за 100 г. Популярные бренды крем-чиза — Emborg, Magnolia, Arla, Philadelphia.
- В супер- и гипермаркетах широко представлено сливочное масло брендов Anchor, Emborg, Magnolia Gold и Lupark. Средняя розничная цена сливочного масла составляет 1,20 долл. США за 100 г. Оно доступно в разной фасовке — по 100, 200, 220 и 225 г.
- В категории весового мороженого наиболее популярны бренды Selecta, Carmens, F&C Gourmet, Arce Dairy. Средняя цена 1 кг мороженого Selecta составляет 3,88 долл. США, а Arce Dairy — 4,40 долл. США. Весовое мороженое, как правило, продается в лотках объемом от 1,5 до 3 литров, но распространены и форматы упаковок 450 и 750 мл. Мороженое Haagen-Dazs,

Ben & Jerry's и Afters Dairy в упаковке 450 мл продается по цене 400–500 филиппинских песо (8,1–10,1 долл. США). При этом мороженое Selecta в упаковке аналогичного объема стоит в 4 раза дешевле (около 100 песо или 2 долл. США).

Маркетинг

- SM Supermarket, Savemore Market и Robinsons Supermarket активно используют в маркетинге и продвижении социальные сети, рекламу на телевидении, радио и в общественном транспорте, а также презентации товаров и специальные мероприятия.
- Постоянные покупатели могут получить дисконтные карты и копить на них баллы, которые можно использовать не только в супермаркетах, но и в магазинах-партнерах по всей стране.
- Гипер- и супермаркеты на Филиппинах, как правило, используют стратегии снижения цен на молочную продукцию на 4–5%. В последнее время ведущие игроки продвигают молочную продукцию как полезную для здоровья с помощью ценовых скидок.

Традиционные магазины «сари-сари»

Традиционные магазины товаров повседневного спроса, называемые «сари-сари», как правило, семейные или частные торговые точки. Они расположены в шаговой доступности повсюду — в барангаях (самая маленькая административная единица на Филиппинах), городах и провинциях. Некоторые имеют лицензию на ведение бизнеса или разрешение барангая, другие, прежде всего занимающиеся уличной или придорожной торговлей, работают неофициально. Главные преимущества розничных магазинов данного формата — близость к потребителю, удобство совершения покупок и доступные цены.

Ассортимент и цены

Многие традиционные магазины не оснащены холодильниками, поэтому молочный ассортимент в них крайне ограничен — как правило, он состоит из продукции с длительным сроком хранения, такой как сухое, концентрированное или сгущенное молоко, плавленые сыры, термизированные йогурты.

- В этом канале присутствие импортной молочной продукции очень ограничено.
- Ведущие отечественные бренды УНТ-молока, представленные в традиционных магазинах, — Alaska, Nestlé, Bear Brand, Selecta. Молоко доступно в упаковках по 250 мл и 1 литр. Средняя цена на него составляет 1,7 долл. США за 1 литр.

- Также в продаже имеется сухое молоко брендов Alaska, Milk Magic, Birch Tree, Bear Brand; средняя розничная цена на него — 2,30 долл. США за упаковку 320 г.
- В категории концентрированного молока популярны бренды Alaska, Angel, Jersey. Средняя розничная цена составляет 1 долл. США за 300 мл.
- Основные бренды плавленых сыров — Eden, Ques-O, Cheezee. Средняя цена — 1,22 долл. США за 160 г.

Маркетинг

В отличие от современного продовольственного ритейла, традиционные магазины в основном ориентированы на покупателей, живущих неподалеку, и, следовательно, полагаются на «сарафанное радио». Маркетинговая активность и ценовые промоакции в данном канале, как правило, отсутствуют.

Минимаркеты

Минимаркеты расположены по всей стране и обычно работают в круглосуточном режиме, что добавляет удобства для потребителей. В них представлен ограниченный ассортимент продуктов питания, напитков и снеков как импортного, так и отечественного производства. Из молочной продукции, как правило, доступны ультрапастеризованное и сухое молоко, сливочное масло, сыры, мороженое.

Ассортимент и цены

- УНТ-молоко продается в упаковках объемом 250 мл и 1 литр. Основные бренды — Alaska, Nestlé, Bear Brand, Selecta, Magnolia, Arla, Cowhead, Jolly Cow. Ассортимент сухого молока включает бренды Alaska, Birch Tree, Bear Brand, Anchor, Arla. Цены на ультрапастеризованное и сухое молоко в минимаркетах на 50–60% выше, чем в супер- и гипермаркетах.
- Сливочное масло в минимаркетах, как правило, представлено ограниченным количеством брендов. Средняя цена — около 1,21 долл. США за 200 г.
- Основные бренды в категории плавленых сыров — Eden, Ques-O, Cheezee, Kraft. Средняя цена составляет 1,11 долл. США за 160 г.
- В минимаркетах представлен широкий ассортимент мороженого таких брендов, как Selecta, Magnolia, Magnum, а также продукция южнокорейского производства. Средняя цена весового мороженого — 4,03 долл. США за 1 литр.

Ведущие игроки

- **7-Eleven** — японская сеть, работающая на Филиппинах по лицензии Philippine Seven Corporation. В настоящее время в стране около 3 000 магазинов 7-Eleven. В 2020 г. 7-Eleven заключила партнерство с онлайн-сервисом доставки еды Foodpanda.
- **Alfamart** — сеть минимаркетов, входящая в SM Retail. Придерживается агрессивной стратегии расширения на Филиппинах — целевым сегментом компании являются жилые районы с недостаточным уровнем обслуживания. Сеть насчитывает около 1 140 минимаркетов по всей стране. В 2020 г. Alfamart увеличила зону покрытия мобильных платежей GCash.
- **Ministop** — японская сеть, работающая на Филиппинах под управлением Robinsons Group. В настоящее время в стране 459 магазинов Ministop. В 2020 г. сеть расширила ассортимент замороженных готовых продуктов, которые покупатели могли легко и быстро приготовить дома во время карантина. Ministop также сотрудничает с платформой онлайн-заказов МуКуа.

2.4. Конкурентная среда и участники рынка

Большинство предприятий, производящих молочную продукцию на Филиппинах, работает на импортном сырье. При этом рынок является очень конкурентным и на нем присутствуют:

- подразделения ведущих международных компаний, в частности Alaska Milk Corp (FrieslandCampina), Nestlé Philippines, Mondelez Philippines (панее Kraft Foods), RFM Ice Cream (Unilever);
- подразделения ведущих национальных импортеров-дистрибьюторов продуктов питания, работающих с молочной продукцией, например Magnolia (San Miguel), Century Pacific Food, Chyrus Marketing;
- дистрибьюторские подразделения ведущих международных игроков — Fonterra Brands, Arla Foods, Emborg Foods, Lactalis, Elle & Vire, Pascual, Yoplait, VitaMilk, New Zealand Creamery и др.;
- целый ряд крупных независимых молочных заводов, производящих прежде всего питьевое и концентрированное молоко, например [LTH Food Industries](#) (бренд Jersey), [Consolidated Dairy](#) (бренд Milk Magic); при этом в стране продолжают вводиться новые мощности.

В связи с незначительными объемами производства сырого молока в стране местные переработчики на 95% представлены в рамках фермерских коопе-

ративов — Batangas Dairy Coop, Northern Mindanao Federation of Dairy Coop, Katipunan ng mga Kooperatinbang Maggagatas и др.

Помимо крупных производителей, на филиппинском рынке также работают малые и средние импортеры и дистрибьюторы, такие как Shakey's Pizza Asia Ventures, Ecosential Foods Corp, Linkage Foods Venture Corp. Они обычно охватывают, по крайней мере, основные рынки Манилы и Себу, могут предоставить холодильное оборудование для хранения товара и обеспечить контроль качества продуктов.

Производители молочной продукции



Nestlé Good food, Good life

Nestle Philippines — производитель

Сайт: <https://www.nestle.com.ph/>

Nestlé — один из крупнейших в мире игроков на рынке продуктов питания: детского и медицинского питания, молочной продукции и мороженого, кофе и безалкогольных напитков, сухих завтраков, приправ, кондитерских изделий (шоколад, печенье и т.д.), а также кормов для животных. В большинстве товарных категорий Nestlé является лидером рынка на Филиппинах. В сегменте молочной продукции компания представлена брендами Bear Brand, Nido, Milo, Carnation, Milkmaid, Chuckie и др. Ассортимент включает мороженое, детское питание, сухое молоко, сливки для кофе, УНТ и концентрированное молоко, коктейли и йогурты. На территории страны компания управляет пятью заводами — Cebu Factory (провинция Лагуна), Cagayan De Oro Factory (провинция Восточный Мисамис), Pulilan Factory (провинция Булакан), Lipa Factory и Tanauan Factory (провинция Батангас), которые производят собственную продукцию или осуществляют фасовку импортной продукции компании. В 2012 г. Nestlé запустила первую очередь нового завода в Танауане мощностью 60 тыс. тонн по выпуску сливок Coffee-Mate и сухого молока Bear Brand, в дальнейшем мощность может быть увеличена до 100 тыс. тонн, в том числе под экспортные рынки.



Alaska Milk Corporation (FrieslandCampina) — производитель

Сайт: <https://www.alaskamilk.com/>

Один из крупнейших игроков на филиппинском молочном рынке, который принадлежит нидерландской FrieslandCampina. Компания лидирует в категории концентрированного молока, а также занимает сильные позиции на рынках фасованного сухого молока, УНТ-молока и кулинарных сливок. В 2018 г. АМС расширила производство, пополнив ассортимент продукцией с более высокой добавленной стоимостью, в частности в категории УНТ-молока. Бренды компании — Alaska, CowBell.



Magnolia — производитель

Сайт: <https://clck.ru/ahD39>

Magnolia — один из самых известных и быстро растущих брендов молочной продукции и мороженого на Филиппинах. Является подразделением корпорации San Miguel Food and Beverage Inc, которая работает в секторах ингредиентов для выпечки, кофе, муки, мясной, молочной и масложировой продукции (лидер на рынке маргаринов). В молочном секторе Magnolia является одним из лидеров во всех категориях присутствия — выпускает питьевое молоко, коктейли, мороженое, плавленые сыры, сливочное масло. Бренды компании — Baker's Best, Buttercup, Daily Quezo, Dari Crème, Cheezee, Magnolia Ice Cream, Magnolia Milk и др.



Fonterra Brands Philippines — импортер, дистрибьютор

Сайт: <https://www.fonterra.com/ph/en.html>

Fonterra поставляет широкий ассортимент продукции — сухое молоко, сыры, сливочное масло и другие ингредиенты для предприятий общественного питания и розничных магазинов. Для развития дистрибуции и продвижения своих брендов Anchor и Anlene компания создала на Филиппинах собственный дистрибьюторский центр.



Yakult Philippines — производитель, дистрибьютор

Сайт: <https://www.yakult.com.ph/>

Эксклюзивный производитель и дистрибьютор всемирно известного пробиотического молочного напитка Yakult на Филиппинах в рамках совместного предприятия с японской компанией Yakult Honsha. Завод, производящий 3,8 млн бутылок в день, расположен в городе Каламба (провинция Лагуна).



RFM Corporation (Selecta) — производитель

Сайт: <https://clck.ru/ahCvF>

Один из крупнейших филиппинских производителей продуктов питания и напитков. Лидер на рынке мороженого под брендом Selecta, также производит питьевое молоко под брендом [Selecta Fortified Milk](#). Продукция Selecta хорошо представлена в районе Большой Манилы и в некоторых крупных городах страны.



CNPF — Century Pacific Food — производитель

Сайт: <https://centurypacific.com.ph/>

Один из крупнейших производителей продуктов питания на Филиппинах, в том числе рыбных и мясных консервов, а с 2001 г. развивается в молочном секторе. CNPF — один из самых быстрорастущих игроков на рынке сухого и концентрированного молока на Филиппинах. Бренды компании — Angel Evaporada, Angel Filled Milk, Angel Condensada, Birch Tree Filled Milk и Birch Tree Powder Milk.

Производители сыров и сливочного масла

В связи с дефицитом сырья производство натуральных сыров на Филиппинах развито крайне слабо, промышленные мощности отсутствуют, поэтому вся продукция импортируется. Однако в стране выпускаются плавленые сыры, ведущими производителями которых являются Mondelez Philippines (ранее Kraft Foods), Magnolia и New Zealand Creamery.

На рынке сливочного масла ситуация аналогичная — большая часть продукции импортируется (лидер — Fonterra с брендом Anchor), а единственным крупным местным производителем является Magnolia. В категории спредов с растительными жирами лидируют New Zealand Creamery, RFM Corporation и Magnolia.



Mondelez Philippines — производитель

Сайт: <https://clck.ru/ahDGJ>

Mondelez (ранее Kraft Foods) — один из крупнейших в мире игроков на рынке шоколада, снеков, кондитерской продукции, напитков и приправ. В молочном секторе Филиппин компания занимает лидирующие позиции на рынке крем-чиза с брендом Philadelphia, на рынке плавленых сыров — с брендами Kraft и Eden. При этом на территории страны размещено только производство плавленых сыров (барангай Сукат, Большая Манила) и спредов, а сливочные сыры Philadelphia импортируются. В 2007 г. компания открыла Центр исследований и разработок в Параньяк-Сити, который стал региональным центром тестирования новых продуктов и упаковочных решений для рынков всего Азиатско-Тихоокеанского региона.



NEW ZEALAND
N.Z.C. Inc. Creamery Inc.

New Zealand Creamery — импортер

Сайт: <https://newzealandcreameryinc.com/>

Крупный поставщик молочной продукции (молоко, сливки, масло, сыры и т.д.) на Филиппины. Помимо дистрибьюторских мощностей, владеет в стране фабрикой по производству плавленых сыров. Сливочное масло Queensland и сыры Che-Vital считаются на филиппинском рынке популярными брендами премиум-класса. В категории плавленых сыров представлен бренд Ques-O.

Производители детских смесей (Infant Formula)

На Филиппинах расположены два завода по производству детского питания — предприятие международной корпорации Mead Johnson и местный производитель Wyeth Nutrition (сейчас Nestlé), которые являются одними из крупнейших в регионе импортерами ингредиентов для Infant Formula. Остальные игроки присутствуют на рынке с импортной продукцией, в том числе Danone и Abbot, а Nestlé имеет в стране фасовочные мощности.



Mead Johnson — производитель

Сайт: <https://www.meadjohnson.com/tag/philippines>

Mead Johnson — один из ведущих в мире игроков на рынке детского питания. На Филиппинах (в Маниле) расположен единственный завод компании в Юго-Восточной Азии (без учета Китая). Компания представлена в стране брендами детских смесей Enfamil, Enfagrow, Enfakid, Enfapro A+, Choco milk, Nutramigen, Lactum, Sustagen.



Wyeth Nutrition (Nestlé) — производитель

Сайт: <https://www.wyeth.com.ph/>

Один из лидеров и ключевых инноваторов на рынке детского питания в стране. Работает на Филиппинах с 1958 г., а в 1992 г. был построен новый мощный завод для Infant Formula (в городе Кабуяо, провинция Лагуна). С 2012 г. Wyeth Nutrition принадлежит Nestlé (ранее входила в состав Wyeth, затем — Pfizer). Выпускает детские смеси для младенцев, питание для беременных, обогащенное молоко для детей дошкольного возраста. Бренды компании — Promil, Bonakid, Promil Organic, Promana.

Производители мороженого

Ведущими игроками на филиппинском рынке мороженого являются RFM Ice Cream (Unilever), Froneri International (Nestlé) и Magnolia (San Miguel), которые занимают более 85% рынка. Всего на Филиппинах работает более 70 производителей мороженого. Из оставшихся 15% наиболее заметные доли на рынке (по 2-3%) принадлежат компаниям Arcefoods, BTIC (Better Than Ice Cream) и TFPI (The Food People Inc).



RFM Ice Cream (Unilever) — производитель

Сайт: <https://bit.ly/3wUyJ8Y>

Совместное предприятие Unilever Philippines и [RFM Corporation](#), которое было создано в 1999 г. для управления бизнесом в категории мороженого. RFM Ice Cream — лидер на филиппинском рынке мороженого, имеющий долю около 60% с ключевым брендом [Selecta](#). Кроме того, компания занимается импортом мороженого, в частности Magnum и других продуктов Unilever из соседних государств — Малайзии, Индонезии, Вьетнама, а также осуществляет экспорт производимой на Филиппинах продукции.

Весовое мороженое имеет около 30 вкусов и составляет порядка 80% от общего объема производства. Данный формат включает категории мороженого Classic, Supreme, Indulgence и Hershey's Collection, а также инновационную линейку Regional Flavours с местными фруктовыми ароматами. Остальные 20% ассортимента Selecta приходятся на различные виды замороженных десертов и фруктового льда.



Froneri Philippines (Nestlé) — производитель

Сайт: <https://froneri.ph/>

Froneri — один из крупнейших мировых игроков на рынке мороженого (совместное предприятие Nestlé и R&R Ice Cream, работает в 24 странах). На Филиппинах компания управляет собственной фабрикой Nestlé Pulilan Factory (запущена в 2009 г.) в провинции Булакан и занимает около 20% местного рынка с брендами Nestlé, Drumstick, Nobrelli, а также лицензионными брендами Nestlé и Mondelēz — Oreo, KitKat, Cadbury и др.



Arce — производитель

Сайт: <https://arcedairy.com/>

Компания производит мороженое из молока карабао (местной породы водяных буйволов) на собственном предприятии, гарантируя тщательный отбор натуральных ингредиентов в соответствии с мировыми стандартами. Продукция поставляется в розничные каналы и сектор общественного питания. Под брендом Arce Dairy выпускается мороженое с разными вкусами в нескольких категориях: премиальное, классическое, стандартное, без сахара, сорбетты.



BTIC (Better Than Ice Cream) — производитель

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

Семейная компания, которая стала пионером и лидером на рынке замороженного йогурта на Филиппинах. BTIC имеет собственную фабрику, сеть розничных магазинов (в том числе в основных торговых центрах Большой Манилы), сеть франчайзинговых партнеров и дистрибьюторов в разных частях страны. Продукция компании также доступна во многих продуктовых магазинах, супермаркетах, отелях и ресторанах. Бренды BTIC включают оригинальную линейку замороженных йогуртов Better Than Ice Cream, мягкий замороженный йогурт YoSwirls и йогуртовое мороженое Bogart Nyogurt.



Стандарты на продукцию





Содержание

3.1.

Требования к производителям

3.2.

Требования к продукции

3.3.

Требования к упаковке
и маркировке

Согласно филиппинскому законодательству, молочная продукция относится к категории пищевых продуктов с высоким риском содержания патогенных микроорганизмов, образования токсинов и содержания вредных химических веществ. К этой категории, в частности, относят молоко и напитки на основе молочных продуктов, сыр, детские молочные смеси и т.д.

Между Россельхознадзором и Министерством сельского хозяйства Филиппин нет согласованной формы ветеринарного сертификата на экспортируемые из России молоко и молочные продукты, поэтому российские органы управления ветеринарией не имеют права подтверждать соответствие экспортируемой продукции требованиям Филиппин.

3.1. Требования к производителям

Для организации поставок молочной продукции на Филиппины экспортеру следует наладить сотрудничество с местным импортером. Последний должен оформить лицензию на импорт молочной продукции и зарегистрировать импортируемые продукты через [интернет-портал Управления по контролю за продуктами питания и лекарственными средствами \(FDA\)](#). В лицензии указываются названия иностранных поставщиков и/или источников происхождения регистрируемой продукции.

На сайте Россельхознадзора представлена [общая схема аккредитации импортеров сельскохозяйственной продукции на Филиппинах](#).

К импортеру, который запрашивает лицензию на импорт пищевой продукции, предъявляются следующие требования:

- вне зависимости от формы собственности компания-импортер должна иметь свой офис и не может использовать или делить один офис с другим предприятием;
- должна иметь задекларированные склады и хранилища (совместное использование одних и тех же складов разными компаниями не допускается);
- переработка или переупаковка импортируемой продукции допускаются при условии наличия соответствующей лицензия от FDA.

В 2020 г. FDA выпустило [дополнение к циркуляру № 2020-033 «Процедура использования модифицированной системы электронной регистрации для сырья и расфасованных обработанных пищевых продуктов»](#), подробно регламентирующее процедуру регистрации расфасованных продуктов питания. Время обработки заявки — 20 рабочих дней, которые отсчитываются с момента получения полной заявки, которая подается после успешного прохождения предварительной оценки.

Для подтверждения права представлять продукцию экспортера импортер должен представить в FDA счет-проформу, дистрибьюторский договор, договор об оказании агентских услуг, заключенный с компанией-экспортером, и/или письмо о назначении официальным партнером на Филиппинах. Безопасность пищевой продукции могут подтверждать следующие документы:

- регистрационное свидетельство производителя с сертификатом GMP или эквивалентный документ;
- ветеринарный сертификат;
- сертификат ISO 22000;
- сертификат HACCP;
- сертификат свободной продажи.

Сертификаты, выданные российскими частными организациями, должны быть подтверждены известной бизнес-ассоциацией или торговой палатой.

Для регистрации каждого вида молочной продукции необходима следующая документация:

- образцы этикеток для всех размеров упаковки;
- снимки упакованного продукта, выполненные как минимум с двух разных ракурсов, позволяющие визуально идентифицировать продукт;
- документы, подтверждающие безопасность продукции, а также обосновывающие информацию, заявленную на этикетке (например, специальные сертификаты анализов, результаты исследований и т.д.);
- протоколы лабораторных анализов, подписанные компетентным техническим специалистом (например, химиком-аналитиком ОТК или менеджером по качеству), в которых указаны наименование продукта, его характеристики, метод анализа, код партии, срок годности или дата изготовления, результаты анализов по требуемым параметрам.

Выданное FDA свидетельство о регистрации продукта для филиппинского рынка первоначально действует в течение двух лет, а затем может быть продлено еще на пять лет.

Образцы продукции для проведения исследований или испытаний могут ввозиться на Филиппины без свидетельства о регистрации продукта, но при условии получения разрешения от FDA. Для получения разрешения потребуются следующие документы:

- письмо-заявление в свободной форме;

- письмо/аффидевит об обязательстве (оригинал или нотариально заверенная копия);
- свидетельство об анализе или свидетельство о свободной продаже;
- счет-проформа;
- упаковочный лист (если имеется);
- коносамент (если имеется);
- документ об оплате взноса (510 филиппинских песо / счет);
- действительная лицензия импортера.

3.2. Требования к продукции

В системе технического регулирования Филиппин функцию технических регламентов выполняют обязательные национальные стандарты, а также постановления компетентных ведомств. Стандарты в отношении продуктов питания устанавливает [Агентство стандартизации сельскохозяйственной и рыбной продукции \(BAFS\)](#). В обязанности BAFS входит разработка и обеспечение соблюдения стандартов качества при переработке, хранении, упаковке, импорте, экспорте и дистрибуции сельскохозяйственных и рыбных продуктов. BAFS приводит национальные технические регламенты в соответствие с международными стандартами и практиками и участвует в программе Codex Alimentarius.

Основные [стандарты Филиппин](#) на молочную продукцию:

- PNS/BAFS 199:2017 GHP Dairy;
- PNS/BAFS 210:2017 CONP Milk;
- PNS/BAFS 36:2008 Fresh milk — Specification.

Хотя филиппинские стандарты на молочную продукцию в основном соответствуют международным, перед началом поставок целесообразно проверить, отвечает ли их требованиям планируемая к экспорту продукция.

Регулирование в области пищевых добавок

Регулирование в области пищевых добавок основано на установленных FDA [правилах](#), в которых определены разрешенные пищевые добавки, нормы их применения, а также требования к маркировке.

FDA определяет пищевую добавку как любое вещество, которое в результате использования в производстве, переработке и приготовлении, а также при упаковке, транспортировке и/или хранении оказывает прямое или косвенное влияние на пищевой продукт. В 2006 г. FDA выпустило специальный [циркуляр 2006-016](#), в котором систематизирован перечень разрешенных пищевых добавок, а также указаны максимально допустимые нормы их использования в различных видах продуктов питания. Циркуляр разрабатывался с учетом соглашения ВТО о технических барьерах в торговле и применяется как к продуктам местного производства, так и импортируемым в страну.

Следует отметить, что в 2018 г. FDA приостановило новые регистрации и прекратило продление ранее оформленных регистраций пищевых продуктов, содержащих лаки-красители Lake. Эти красители широко используются в производстве кондитерских изделий, таких как жевательная резинка, леденцы и т.д. Также такие красители могут входить в состав молочной продукции, например, мороженого.

Регулирование в области MRL для пестицидов и других загрязняющих веществ

Если импортируемый продукт содержит остатки пестицидов, ветеринарных препаратов или других загрязняющих веществ в количествах, превышающих нормы, установленные стандартами Филиппин, АСЕАН или Codex Alimentarius, товар не будет допущен к реализации в стране.

Содержание пестицидов в продуктах питания регулируется Управлением по удобрениям и пестицидам (FPA). FPA лицензирует дистрибьюторов и дилеров пестицидов и выдает им сертификаты на импорт. Регистрация может быть приостановлена или отменена, если выявляется опасность неправильного использования продуктов или нарушения правил переработчиками. Регистрация новых пестицидов выполняется после их оценки FPA на предмет риска.

Программа мониторинга остатков ветеринарных препаратов основана на приказе DA № 14 от 2006 г. и предполагает отбор и анализ проб кормов, яиц, мяса, продуктов рыболовства и молока. Максимальные пределы остатков ветеринарных препаратов в пищевых продуктах регламентирует национальный стандарт PNS/BAFS 48:2016 Veterinary drug residues in food: Maximum Residue Limits (MRLs), основанный на стандарте Codex Alimentarius MRL 2-2015.

Филиппинский национальный стандарт для загрязняющих веществ и токсинов в пищевых продуктах и кормах PNS/BAFS 194:2017 General Standard for Contaminants and Toxins in Food and Feed применяется только к сельскохозяйственной продукции первичной переработки и не распространяется на продукцию промышленной переработки.

3.3. Требования к упаковке и маркировке

Ключевые требования к содержанию и оформлению этикеток продуктов питания на Филиппинах установлены [Постановлением Министерства здравоохранения 2014-0030 «Маркировка расфасованных пищевых продуктов» \(Labelling of Prepackaged Food Products\)](#).

Общие правила маркировки:

- маркировка, этикетка и упаковка не должны прямо или косвенно вводить в заблуждение относительно характера упакованной продукции;
- маркировка должна быть напечатана разборчиво, чтобы ее можно было прочитать при обычных условиях покупки и использования продукта;
- если этикетка настолько мала, что не вмещает шрифт предписанного размера, то допустимо использовать буквы меньшего размера при условии, что обязательная информация напечатана разборчиво. Если упаковка не вмещает необходимую информацию, то можно указать только торговую марку и название продукта, однако продукт в такой упаковке не может продаваться в розницу отдельно от содержащей полную информацию групповой упаковки;
- заявления на этикетке и упаковке, касающиеся питательной ценности и пользы для здоровья, должны соответствовать предписанию FDA № 2007-002 и положениям ФАО САС/GL 23-1997 и САС/GL 1-1979 (с изменениями и дополнениями).

Маркировка продукции в обязательном порядке должна содержать следующую информацию:

- название продукта (вида продукции);
- фирменное наименование и/или товарный знак;
- полный список ингредиентов, используемых в продукте (в порядке убывания количества), включая пищевые добавки, ароматизаторы и консерванты;
- масса нетто / масса без жидкости;
- название и адрес производителя, упаковщика или поставщика, включая страну происхождения импортируемых продуктов, а также название и адрес филиппинского импортера/дистрибьютора;
- идентификационный код партии;

- условия хранения;
- срок годности или употребления продукции;
- информация о пищевых аллергенах;
- инструкция по использованию;
- пищевая ценность.

Информация на этикетке должна быть представлена на английском или филиппинском языке, либо на их комбинации. Использование временных наклеек с переводом на английский или филиппинский языки разрешается не более чем в течение шести месяцев после начала поставки продукта на рынок страны. Наклейка должна быть прочно закреплена на оригинальной этикетке или упаковке.

FDA требует, чтобы импортеры заранее предоставляли копии этикеток продуктов питания и напитков, которые планируются к ввозу на Филиппины. Содержание этикеток тщательно проверяется на соответствие требованиям. Если на этикетке присутствует утверждение, не обоснованное документально, ввоз такого продукта в страну может быть запрещен.

Этикетка продукта диетического питания (например, продуктов для диабетиков) должна включать полную информацию о заявленных специальных диетических свойствах.

В зону ответственности FDA входит мониторинг и проверка достоверности утверждений о пищевых свойствах не только в маркировке, но и в рекламе пищевых продуктов в различных средствах массовой информации. FDA может потребовать от производителя или дистрибьютора воздерживаться от неточных или вводящих в заблуждение заявлений о продуктах питания в их рекламе. Если предписание FDA об изменении маркировки и/или заявлений в рекламе продукции не будет выполнено, к компании могут быть применены штрафные санкции.

Барьеры входа на рынок



4

4.1. Особенности таможенных процедур

На сайте Министерства торговли и промышленности Филиппин доступна подробная [информация о процедурах таможенного оформления](#).

Согласно законодательству Филиппин, ответственность за обеспечение соответствия любого продукта, поступающего на таможенную территорию страны, национальным санитарным требованиям полностью несет импортер.

Импорт продуктов питания и сельскохозяйственной продукции осуществляется в соответствии со следующими основными правилами:

- импортировать продукты питания на Филиппины могут только аккредитованные и зарегистрированные физические или юридические лица. Импортеры пищевой продукции должны получить лицензию от FDA;
- экспортировать продукты питания и сельскохозяйственную продукцию на Филиппины могут только одобренные поставщики из согласованных стран. Отсутствие предварительного разрешения на ввоз от Министерства сельского хозяйства Филиппин, а также соответствующего сертификата из страны происхождения и/или непредоставление этих документов могут привести к конфискации товара или наложению штрафов;
- импортная лицензия и разрешение на молочную продукцию должны быть оформлены в FDA (см. раздел 3.1. «Требования к производителям»);
- перемещение по таможенной территории иностранных товаров для прямого вывоза и складирования, а также товаров, допущенных в свободные зоны, контролируется электронной системой E-TRACC.

Для оформления ввоза свободно импортируемых и регулируемых товаров на территорию Филиппин необходимы следующие документы:

- коммерческий счет-фактура/счет-проформа;
- коносамент в случае морской перевозки или авианакладная при авиаперевозке;
- сертификат происхождения товара (по запросу);
- упаковочный лист;
- особые сертификаты в зависимости от характера товара, а также запрошенные импортером или банком документы;
- для продуктов питания — специальный сертификат / разрешение на импорт.

4.2. Тарифные и нетарифные барьеры

Тарифные барьеры

У России с Филиппинами не подписано ССТ, поэтому к российскому экспорту применяется ставка РНБ на условиях ВТО.

В период с 1 июля по 31 декабря 2020 г. средний уровень ввозных таможенных пошлин Филиппин на продукцию АПК составил 11,63%. Ставки часто меняются соответствующими указами президента, поэтому для получения актуальной информации рекомендуется осуществлять регулярный мониторинг онлайн-базы ввозных таможенных пошлин Комиссии по тарифным ставкам Республики Филиппины⁷, а также Тарифного и таможенного кодекса. Желательно также ознакомиться с указом об изменении импортных пошлин на определенные виды продукции сельского хозяйства и рыболовства⁸.

Филиппины применяют нулевую ставку ввозных таможенных пошлин к молочной продукции из стран АСЕАН в рамках Соглашения о зоне свободной торговли АФТА. Кроме того, из основных экспортеров молочной продукции, перечисленных в таблице ниже, доступ по льготным ставкам получают Австралия и Новая Зеландия в рамках Соглашения AANZFTA, которое предусматривает нулевую ставку почти для всех видов молочной продукции, за исключением йогурта (1,5%) и молочных паст (5%). Прочие крупные экспортеры молочной продукции — страны ЕС и США — также получают доступ на филиппинский рынок по ставке РНБ.

Табл. 34. Ставки ввозных таможенных пошлин Филиппин в отношении молочной продукции

Код ТН ВЭД	Наименование позиции	РНБ, %	АСЕАН, %	Австралия/ Новая Зеландия, %
0401: Молоко и сливки, несгущенные и без добавления сахара или других подслащивающих веществ				
040110	Молоко и сливки, несгущенные и без добавления сахара или других подслащивающих веществ, с содержанием жира не более 1 мас.%	3	0	0

⁷ <https://bit.ly/3FbZgzk>

⁸ <https://www.da.gov.ph/wp-content/uploads/2016/11/EO376.pdf>

Барьеры входа на рынок

Продолжение табл. 34.

Код ТН ВЭД	Наименование позиции	РНБ, %	АСЕАН, %	Австралия/ Новая Зеландия, %
040120	Молоко и сливки, несгущенные и без добавления сахара или других подслащивающих веществ, с содержанием жира более 1 мас.%, но не более 6 мас.%	3	0	0
040140	Молоко и сливки, несгущенные и без добавления сахара или других подслащивающих веществ, с содержанием жира более 6 мас.%, но не более 10 мас.%	3	0	0
040150	Молоко и сливки, несгущенные и без добавления сахара или других подслащивающих веществ, с содержанием жира более 10 мас.%	3	0	0

0402: Молоко и сливки, сгущенные или с добавлением сахара или других подслащивающих веществ

040210	Молоко и сливки, сгущенные или с добавлением сахара или других подслащивающих веществ в порошке, гранулах или в других твердых формах, с содержанием жира не более 1,5 мас.%	0,17	0	0
040221	Молоко и сливки сгущенные с содержанием жира более 1,5 мас.%, в порошке, гранулах или в других твердых формах, без добавления сахара или других подслащивающих веществ	1	0	0
040291	Молоко и сливки, сгущенные без добавления сахара или других подслащивающих веществ, с прочей жирностью	5	0	0
040299	Прочее молоко и сливки сгущенные с добавлением сахара или других подслащивающих веществ	5	0	0

Продолжение табл. 34.

Код ТН ВЭД	Наименование позиции	РНБ, %	АСЕАН, %	Австралия/ Новая Зеландия, %
0403: Пахта, свернувшиеся молоко и сливки, йогурт, кефир и прочие ферментированные или сквашенные молоко и сливки, сгущенные или несгущенные, с добавлением или без добавления сахара или других подслащивающих веществ, со вкусоароматическими добавками или без				
040310	Йогурт	7	0	1,5
040390	Прочая молочная продукция неароматизированная или ароматизированная, с сахаром или без добавления сахара, с добавлением фруктов или без добавления фруктов, орехов или какао	5	0	0
0404: Молочная сыворотка, сгущенная или несгущенная, с добавлением или без добавления сахара или других подслащивающих веществ; продукты из натуральных компонентов молока, с добавлением или без добавления сахара или других подслащивающих веществ, в другом месте не поименованные или не включенные				
040410	Сыворотка молочная, видоизмененная молочная сыворотка, сгущенная или несгущенная, с добавлением или без добавления сахара или других подслащивающих веществ	0	0	0
040490	Прочие молочные продукты с добавлением или без добавления сахара или других подслащивающих веществ	3	0	0
0405: Сливочное масло и прочие жиры и масла, изготовленные из молока; молочные пасты				
040510	Сливочное масло	7	0	0
040520	Молочные пасты	7	0	5
040590	Прочие молочные жиры	1	0	0

Продолжение табл. 34.

Код ТН ВЭД	Наименование позиции	РНБ, %	АСЕАН, %	Австралия/ Новая Зеландия, %
0406: Сыры и творог				
040610	Сыры молодые (недозрелые или невыдержанные), включая сыворо-точно-альбуминовые сыры, и творог	3	0	0
040620	Тертые сыры или сыры в порошке всех сортов	5	0	0
040630	Плавленые сыры, нетертые и не в порошке	7	0	0
040640	Голубые сыры	3	0	0
040690	Прочие сыры	7	0	0
2105: Мороженое и прочие виды пищевого льда, не содержащие или содержащие какао				
210500	Мороженое и прочие виды пищевого льда, не содержащие или содержащие какао	10	0	0

Источник: [ITC Market Access Map, Комиссия по тарифным ставкам Республики Филиппины](#)

Нетарифные барьеры

Длительность процедур импорта

В рейтинге Doing Business Всемирного банка Филиппины занимают 113-е место из 190, что намного ниже позиций других стран АСЕАН (например, у Малайзии — 49-е место, у Таиланда — 62-е). Низкий рейтинг в основном обусловлен длительностью и стоимостью пограничного и таможенного контроля.

Табл. 35. Сроки и стоимость оформления импорта на Филиппины

Процедура	Время, ч	Стоимость, долл. США
Пограничный и таможенный контроль	120	690
Оформление документов	96	68

Источник: Всемирный банк (*Doing Business 2020*)

Регистрация продуктов питания

Обработанные продукты питания и напитки должны быть зарегистрированы в Управлении по контролю за продуктами питания и лекарственными средствами (FDA)⁹. Регистрация импортированных продуктов может осуществляться только филиппинским юридическим лицом, назначенным импортером или дистрибьютором, хотя для определенных типов продуктов документация и образцы продукции должны быть предоставлены экспортером. Импорт продуктов может быть осуществлен только после завершения регистрации, после того, как импортер получил в FDA лицензию на осуществление деятельности (LTO) и сертификат регистрации продукта (CPR). Срок регистрации импортируемых продуктов в FDA составляет не менее четырех месяцев.

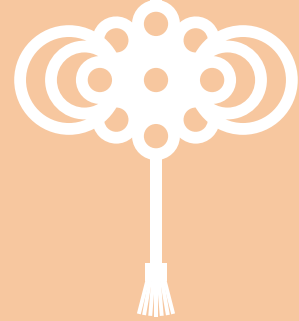


⁹ <https://www.fda.gov.ph/faqs/>

Организация экспортных поставок



5



Содержание

5.1.

Логистика

5.2.

Формы присутствия на рынке

5.3.

Защита интеллектуальной
собственности

5.1. Логистика

Рис. 61. Доставка молочной продукции из России на Филиппины



Примечание. Показанные на карте границы, цветовые и графические обозначения, прочие данные не предполагают со стороны ФГБУ «Агроэкспорт», Всемирного банка, Национального союза производителей молока (Союзмолоко) ни оценки правового статуса территории, ни подтверждения или принятия обозначенных границ.

Наиболее эффективный путь доставки партии груза из России на Филиппины — морская перевозка. Авиаперевозки целесообразны только для мелких партий, причем организация поддержания требуемого для скоропортящихся продуктов температурного режима сопряжена с дополнительными трудностями и затратами.

Авиаперевозка

Ввиду значительной удаленности России и Филиппин друг от друга, авиаперевозки — единственный способ доставки груза с небольшим сроком реализации. Воздушное сообщение с Филиппинами осуществляется через международные аэропорты Ninoy Aquino в Маниле, Mactan-Cebu в провинции Себу, Clark в провинции Пампанга, Francisco Bangoy в Давао и Puerto Princesa на острове Палаван.

Для авиаперевозки товаров, требующих температурного контроля, отправителю придется разместить груз в термоконтейнере, который нужно либо купить, либо взять в аренду. Поскольку приобретенный контейнер проблематично вернуть или продать, обычно он считается невозвратной тарой, затраты на которую включаются в стоимость продукции. При воздушной перевозке подключение контейнера к электропитанию, а также необходимый температурный режим должны отдельно оговариваться с перевозчиком.

Автомобильная / железнодорожная перевозка в порт отправления

Доставка товара в порт отправления может быть осуществлена двумя способами:

- через склад накопления;
- напрямую от производителя.

Перевозка до склада и промежуточное хранение на складе накопления

Доставка до склада накопления может осуществляться как самим производителем молочной продукции, так и покупателем. Груз перевозится на паллетах для оптимизации скорости и затрат на его перевалку и хранение. Вместимость одного рефрижераторного автомобиля составляет около 19 тонн брутто. Таким образом, в случае дальнейшей отгрузки товара в контейнерах оптимально, чтобы три фуры перегружались в два контейнера. При найме автоперевозчика необходимо учитывать сроки погрузки и выгрузки на складах. В пиковый по нагрузке на склады сезон (с октября по март) срок выгрузки может достигать до двух суток.

Перевозка осуществляется на основании транспортной накладной и сопровождается бухгалтерскими документами (товарной накладной, счетом-фактурой), сертификатами качества, копией ветеринарного сопроводительного документа.

Автомобильная доставка экспортной продукции на склад накопления считается внутрироссийской перевозкой и облагается НДС 20%, за исключением

случаев, когда подрядчиком является компания, применяющая упрощенную систему налогообложения.

Склад для накопления экспортной молочной продукции должен обеспечивать надлежащую температуру хранения, быть аттестован для экспорта молочной продукции на Филиппины и занесен в информационную систему «Цербер», как и все без исключения места промежуточного хранения. Проверить аттестацию можно [по ссылке](#). Склады накопления, как правило, располагаются около портов отправки или мест производства товара.

Основные статьи расходов:

- погрузо-разгрузочные работы при приемке товара с автомобилями (ставка устанавливается обычно за паллет);
- хранение (ставка может быть установлена за паллет или тонну, в зависимости от договоренности со складом и веса паллета с грузом);
- погрузо-разгрузочные работы при отгрузке товара в контейнер (ставка устанавливается, как правило, за тонну).

Со складом накопления можно работать как напрямую, так и через комплексного логистического провайдера. При работе напрямую компания-экспортер должна заключить договор со складом и подведомственным учреждением государственной ветеринарной службы соответствующего региона для оформления сопроводительных ветеринарных документов. Также экспортеру необходимо иметь своего представителя на складе для осуществления операций с товаром. При работе через логистического провайдера указанные выше процедуры осуществляются его силами.

При выборе склада накопления необходимо учитывать следующее:

- возможность хранения охлажденной продукции;
- наличие аттестации для экспорта молочной продукции на Филиппины;
- наличие государственного ветеринарного врача;
- состояние помещений для хранения;
- режим работы склада и ветеринаров на складе;
- время на обработку одного транспортного средства;
- удобство подъездных путей;
- наличие площади для накопления транспортных средств;
- наличие резервных мощностей на случай аварийных ситуаций.

Перевозка напрямую от производителя в порт отправления

Перевозка в порт отправления может осуществляться в рефрижераторных контейнерах автомобильным или железнодорожным транспортом, а также в рефрижераторных автомобилях (авторефрижераторах). Вместимость одного авторефрижератора — около 19 тонн брутто. Соответственно, наиболее экономически эффективная схема перевалки — три авторефрижератора в два рефконтейнера. Перевалка продукции из автомобилей в контейнеры должна производиться под ветеринарным контролем на специально предназначенных для этого площадках. Как правило, подобные комплексы располагаются непосредственно в портах или максимально близко к ним, чтобы сократить затраты на перемещение тяжеловесных контейнеров.

Вместимость одного 40-футового рефконтейнера — до 28 тонн нетто. Отгрузки в 20-футовых рефконтейнерах практически не осуществляются. Для доставки контейнера по территории России можно использовать либо автомобиль с разрешением на провозку груза с превышением допустимой нагрузки на ось, либо автомобиль с семью осями, что позволяет распределить массу автопоезда без нарушения правил. Также возможна доставка железнодорожным транспортом. Коробки размещаются в контейнере без паллет.

Рефконтейнер должен быть подготовлен судоходной линией или транспортной компанией в соответствии с требованиями к температурному режиму перевозки конкретного продукта. Во время перевозки необходимо использовать дизель-генератор для питания холодильной установки и обеспечения стабильной температуры внутри транспортного средства. При температуре воздуха +1°C и ниже использование дизель-генератора желательно, но необязательно, т.к. рефконтейнер сохраняет температуру продукта неизменной в течение около 24 часов. В большинстве случаев этого времени достаточно для доставки товара в порт отправления и подключения контейнера к электрической сети.

Для контроля температуры в процессе перевозки товара используют термолоттеры – электронные (накапливают информацию о температуре) и химические (меняют цвет при нарушении температурного режима). В случае, если термолоттер зафиксировал нарушение температурного режима транспортировки, получатель может отказаться от приемки товара.

Перевозка осуществляется на основании CMR-накладной и облагается НДС по нулевой ставке.



Морская перевозка

Основной порт Филиппин для доставки рефрижераторных грузов — Манила (Manila).

Из порта Санкт-Петербурга регулярные судозаходы в Манилу осуществляют следующие морские линии:

- [Maersk](#);
- [MSC](#);
- [CMA-CGM](#);
- [Evergreen](#);
- [Cosco](#);
- [OOCL](#);
- [Hapag Lloyd](#).

Из порта Новороссийска:

- [Maersk](#);
- [MSC](#);
- [ZIM](#);

- [Evergreen](#);
- [Hapag Lloyd](#).

Из порта Владивостока:

- [CMA-CGM](#);
- [HMM](#);
- [Maersk](#).

Транзитное время морской доставки зависит от выбранных маршрута, линии, портов погрузки и назначения, а также от погодных условий. Необходимо учитывать требования получателя к используемым морским линиям.

В последние годы количество рефрижераторных контейнеров, заходящих в порты России, существенно сократилось. Поэтому возможен недостаток порожних контейнеров для экспорта в периоды пиковой активности рынка, что в свою очередь влияет на уровень ставок фрахта.

Стоимость и сроки доставки

Ориентировочная стоимость морской доставки одного 40-футового рефконтейнера с грузом молочной продукции весом 27 тонн из Центральной России (Белгород) до Манилы через порт Санкт-Петербурга в феврале 2022 г. составляла 8 200 долл. США, т.е. примерно 0,30 долл. США за килограмм продукции при указанной загрузке. В ставку, рассчитанную по курсу ЦБ РФ на 1 февраля 2022 г. с учетом действующих тарифов, включены: наземная доставка рефконтейнера с грузом весом до 27 тонн нетто; фрахт; использование дизель-генератора; ветеринарное и таможенное оформление; внутривортовое экспедирование; взвешивание контейнера. Общее транзитное время составляет около 50–55 дней.

Согласно программе поддержки экспорта в России, на основании постановления правительства №1104 от 15 сентября 2017 г. №1104 с изменениями и дополнениями, экспортеры имеют право на возмещение 25% затрат, понесенных при транспортировке продукции АПК на зарубежные рынки, посредством подачи соответствующей заявки в Российский экспортный центр (более детальная информация размещена в разделе 11 «Государственная поддержка экспорта продукции АПК»).

Сопровождение груза при пересечении границы

Таможня

Таможенное оформление мяса птицы на экспорт осуществляется двумя способами: с использованием печати таможенного представителя и с помощью собственной электронно-цифровой подписи экспортера. Для таможенного оформления необходимы следующие документы:

- международный контракт;
- уникальный номер контракта (бывший паспорт сделки);
- инвойс;
- спецификация;
- упаковочный лист;
- экспортный ветеринарный сертификат формы № 5d;
- подтверждение платежа согласно условиям контракта.

Экспортную таможенную декларацию можно оформить на таможенном посту как по месту нахождения отправителя, так и в пункте пересечения границы России.

Ветеринария

С требованиями к продукции и ветеринарным сопроводительным документам можно ознакомиться в разделах 3 «Стандарты на продукцию» и 4.1. «Особенности таможенных процедур». Ветеринарной сертификации не подлежат мороженое, выработанное на плодово-ягодной основе, фруктовый и пищевой лед и т.д.

Документы для подтверждения факта экспортной отгрузки

Компании-экспортеры молочной продукции имеют право на возмещение уплаченного НДС. Для этого обязательным является подтверждение факта экспорта. Основанием служат следующие документы:

- международный контракт;
- уникальный номер контракта (в случае его оформления);

- инвойс;
- спецификация;
- упаковочный лист;
- подтверждение платежа, согласно условиям контракта;
- CMR-накладная;
- поручение на погрузку (в случае морской перевозки);
- коносамент (в случае морской перевозки);
- декларация таможен с печатью о вывозе товара с территории России.

Логистические риски

Продажа товара на условиях Incoterms не избавляет экспортера/отправителя от рисков по хранению и доставке продукции. Если получатель отказался от груза или судоходная линия по каким-либо причинам не может потребовать с получателя причитающиеся ей платежи, то на основании условий коносамента она имеет право взыскать соответствующие суммы с грузоотправителя.

В моменты существенного падения рыночной цены на товар возможны отказы от предоплаты за груз и получения груза, находящегося в пути. Подобные действия со стороны получателя/покупателя ведут к риску простоя контейнеров в порту назначения за счет продавца/отправителя. Если в сделке участвует трейдер, не указанный в коносаменте, риски по простоям несет отправитель согласно коносаменту.

Нередко возникают споры с транспортными компаниями по вопросам качества доставленного товара. Наиболее частыми претензиями являются нарушение температурного режима, несоответствие маркировки и/или ненадлежащий внешний вид продукции, пересортица. Перевозчик (как морской, так и наземный) вправе требовать от стороны, предъявляющей претензию, доказательств качества погрузенной продукции. Поэтому рекомендуется обеспечить присутствие на погрузке сюрвейера, контролирующего количество и качество отгружаемой продукции. Предоставление сюрвейерского отчета часто помогает обоснованно ответить на претензию получателя и сократить возможные потери.

Основные сюрвейерские компании, работающие с молочной продукцией:

- [SGS](#);
- [TOP FRAME](#);
- [IPC HORMANN](#).

5.2. Формы присутствия на рынке

Филиппины являются воротами на рынки стран АСЕАН. Экономика этой аграрно-индустриальной страны быстро развивается, предлагая иностранному инвестору следующие преимущества:

- квалифицированную и недорогую рабочую силу;
- развитую инфраструктуру экономики;
- благоприятные условия для ведения бизнеса;
- ОЭЗ с налоговыми льготами (информация об ОЭЗ Филиппин представлена в Приложении №1).

Более подробно про инвестиционный климат Филиппин см. Приложение №2.

При открытии бизнеса следует учитывать сложность этого процесса из-за участия множества ведомств. Однако ситуацию упрощает созданное при Администрации Президента Управление по борьбе с бюрократизмом ([ARTA](#)). Кроме того, были установлены сроки предоставления государственных услуг, а также введена система «одного окна» и электронной выдачи разрешений (Central Business Portal¹⁰). Согласно рейтингу Doing Business 2020 Всемирного банка, регистрация компании в Кесон-Сити (Метро Манила) в среднем занимает 33 дня. Регистрацию компаний и ведение торгового реестра осуществляет Комиссия по ценным бумагам и биржам (SEC).

Регистрация бизнеса на Филиппинах

Основные формы регистрации фирмы:

- индивидуальное предпринимательство;
- товарищество;
- корпорация (филиппинская или иностранная).



¹⁰ [Единый бизнес-портал](#)

Табл. 36. Формы регистрации бизнеса на Филиппинах

Организационно-правовая форма	Минимальное количество участников	Минимальный размер уставного капитала	Материальная ответственность
Индивидуальное предпринимательство (Sole Proprietorship)	1	Не установлен	Полная
Товарищество (Partnership)	2	200 тыс. долл. США	Солидарно-субсидиарная ответственность в случае полного товарищества (General Partnership) и пропорциональная размеру вклада ответственность в случае коммандитного товарищества (Limited Partnership)
Корпорация (Corporation)	5 (3 из которых должны быть резидентами)	200 тыс. долл. США для филиппинской корпорации с долей иностранного капитала больше 40%; 100 тыс. долл. США для компаний, имеющих в штате более 50 сотрудников	Ограничена размером доли участников в уставном капитале

Основные требования к зарегистрированной компании касаются налогообложения и отчетности. Налог на прибыль составляет 30%, НДС — 12%¹¹. Обязательно ведение и ежегодная подача бухгалтерского отчета, а также проведение аудита.

Наряду с регистрацией филиппинской фирмы, действующее законодательство разрешает иностранным инвесторам вести бизнес в стране через филиал или представительство.

¹¹ Исследование Doing Business Европейской Торговой палаты на Филиппинах

Филиал

Филиал необходимо зарегистрировать в SEC. Также требуется получить лицензию для осуществления на Филиппинах хозяйственной деятельности, которая должна быть связана с основными операциями материнской компании. При открытии оплачивается уставной капитал в размере 200 тыс. долл. США.

Представительство

Иностранная корпорация может зарегистрировать представительство с целью непосредственного взаимодействия с филиппинскими партнерами, а также распространения информации и продвижения своей продукции. Представительство не имеет права получать доход и полностью субсидируется головным офисом. Для начала деятельности необходим первоначальный капитал в размере 30 тыс. долл. США.

Региональная штаб-квартира

Транснациональная корпорация, занимающаяся международной торговлей, может создать на Филиппинах региональную штаб-квартиру или региональный операционный штаб для дочерних компаний, филиалов или отделений в Азиатско-Тихоокеанском регионе и на внешних рынках.

- Региональная штаб-квартира (Regional/Area Headquarters) служит центром связи и координации для дочерних компаний. Такое подразделение иностранной корпорации не приносит дохода и не участвует в управленческой или торговой деятельности. Его деятельность финансируется материнской компанией (первоначальный взнос — не менее 50 тыс. долл. США).
- Региональный операционный штаб (Regional Operating Headquarters) создается для обслуживания собственных филиалов, от которых получает доход. Для открытия подразделения на Филиппинах требуется первоначальный взнос в размере 200 тыс. долл. США.

Торговые агенты и дистрибьюторы

Поставки на рынок страны также можно организовать посредством назначения агента или дистрибьютора. Местные агенты и дистрибьюторы, работающие с иностранными поставщиками, часто используют форвардные контракты и соглашения о поставках. При форвардной продаже дистрибьютор размещает заказ у иностранного поставщика, а затем реализует продукцию местному покупателю. По соглашению о поставках покупатель напрямую размещает заказы у поставщика, а торговый посредник получает вознаграждение в заранее оговоренном размере.

Более подробная информация о требованиях к регистрации бизнеса, а также специфике каждого из вариантов выхода компании на местный рынок представлена на [сайте Совета по инвестициям](#).

Потенциальным экспортерам рекомендуется также посетить сайт Национального портала по внешней торговле, чтобы ознакомиться с перечнем подконтрольной продукции, необходимыми [лицензиями и разрешениями](#).

5.3. Защита интеллектуальной собственности

Вопросами охраны интеллектуальной собственности в стране занимается Ведомство по интеллектуальной собственности ([IPOPHL](#)), которое руководствуется положениями Кодекса интеллектуальной собственности Филиппин.

В настоящее время проводится гармонизация национального законодательства в рамках АСЕАН и АТЭС. Республика является участником следующих международных организаций и соглашений:

- Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС);
- Протокола к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков;
- Соглашения по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС);
- Парижской конвенции по охране промышленной собственности.

Табл. 37. Охрана интеллектуальных прав на Филиппинах

Объект ИС и национальный закон	Срок охраны	Международный договор
Патент Кодекс интеллектуальной собственности (Республиканский акт № 165)	20 лет	Договор о патентной кооперации

Продолжение табл. 37.

Объект ИС и национальный закон	Срок охраны	Международный договор
Товарный знак Закон «О товарных знаках, знаках обслуживания и фир- менных наименованиях» (Республиканский акт № 166)	10 лет с возможностью продления на следую- щие 10 лет	
Авторское право Кодекс интеллектуальной собственности (Глава II)	В течение всей жизни автора и 50 лет после его смерти	<ul style="list-style-type: none"> ● Бернская конвенция по охране лите- ратурных и художественных произве- дений; ● Женевская конвенция о фонограммах; ● Римская конвенция об охране прав исполнителей, изготовителей и веща- тельных организаций; ● Договор ВОИС по авторскому праву; ● Договор ВОИС по исполнениям и фо- нограммам

Первым шагом для надлежащей защиты является признание и/или регистра-
ция прав интеллектуальной собственности в IPOPНL.

В качестве товарного знака / знака обслуживания может быть зарегистриро-
ван любой визуальный символ, позволяющий отличать товары (товарный знак)
или услуги (знак обслуживания) предприятия. Регистрации подлежат товар-
ные знаки, знаки обслуживания и фирменные наименования, принадлежащие
лицам, корпорациям, партнерствам или ассоциациям, зарегистрированным/
проживающим на Филиппинах или в любой другой стране. При этом наимено-
вание охраняется независимо от регистрации.

Права на товарный знак приобретаются путем регистрации. Приоритет отда-
ется тому, кто первым подаст заявку. Для иностранных и местных заявителей
действует единый порядок регистрации знаков.

Регистрация товарного знака

Регистрация товарного знака на Филиппинах может быть оформлена следующими способами:

- путем подачи заявки (самостоятельно или через адвоката) в IPOPHL;
- через Мадридскую систему путем указания в заявке Филиппин.

На [сайте национального ведомства](#) можно подать заявку в режиме онлайн. После проверки документов и уплаты пошлины (около 1,5 тыс. долл. США за один класс товаров) проводится формальная экспертиза, по результатам которой принимается решение о выдаче (отказе в выдаче) свидетельства на товарный знак. Процесс регистрации занимает от 6 до 12 месяцев с момента подачи заявки.

Для сохранения регистрации на Филиппинах необходимо подать декларации с доказательствами использования товарного знака (Declarations of Actual Use) в следующие сроки:

- в течение 3 лет с даты подачи заявки;
- в течение 1 года по прошествии 5 лет с даты регистрации;
- в течение 1 года после продления регистрации.

На Филиппинах действуют строгие законы, касающиеся соблюдения прав на товарные знаки и патенты. Вопросами нарушения прав правообладателей занимается Отдел по правоприменению в сфере интеллектуальной собственности (Intellectual Property Rights Enforcement Office).

Защита прав на товарные знаки

Владельцы товарных знаков могут воспользоваться следующими средствами правовой защиты:

- судебный запрет;
- наложение штрафа;
- возмещение убытков;
- конфискация контрафактной продукции.

Для разрешения споров по интеллектуальным правам предусмотрены следующие механизмы:

- обращение к внесудебной процедуре разрешения споров в соответствии с Меморандумом IPOPHL № 2019-006 «О порядке медиации»;

- подача жалобы о нарушении прав интеллектуальной собственности в Бюро по правовым вопросам (Bureau of Legal Affairs) при IPOPHL;
- подача гражданско-правового иска в суд первой инстанции;
- возбуждение уголовного судопроизводства путем обращения в прокуратуру.

После подачи иска ответчик вызывается в суд для изложения доводов в свою защиту. Затем дело направляется на досудебную конференцию, где стороны, в частности, обсуждают возможность мирного урегулирования спора и определяют круг вопросов, подлежащих разрешению, а также документы и свидетелей, которые будут представлены в ходе слушания. Для того, чтобы дело дошло до суда, может потребоваться от 6 до 12 месяцев с момента подачи жалобы.

Основными проблемами правоприменительной практики являются длительные задержки с вынесением ордеров на обыск и решений по гражданским и уголовным делам из-за загруженности филиппинских судов. Поэтому многие правообладатели предпочитают прибегать к внесудебному урегулированию споров.

Прекращение правовой охраны

Заявление о прекращении регистрации товарного знака может быть подано в Бюро по правовым вопросам любым лицом, чьи интересы были нарушены. Такое заявление подается в следующих случаях:

- зарегистрированный знак стал родовым названием товаров или услуг;
- от зарегистрированного знака отказались;
- регистрация знака была получена обманным или неправомерным путем;
- зарегистрированный знак используется владельцем или с его разрешения в целях искажения источника товаров или услуг;
- зарегистрированный знак безосновательно не используется на территории Филиппин.

Доменные имена

Владельцем доменного имени может быть любое физическое или юридическое лицо. «.ph» — это домен верхнего уровня с кодом страны для филиппинцев. Официальным реестром доменов «.ph» занимается компания dotPH Domains, Inc., которая содержит и обслуживает базу данных всех доменных имен вида «.ph», «.com.ph», «.net.ph», «.org.ph», «.mil.ph», «.ngo.ph» и «.i.ph».

Доменное имя «.ph» будет зарегистрировано за первым, подавшим заявку. Заявка подается на [сайте компании dotPH Domains, Inc.](#) путем регистрации с указанием контактных данных.

Срок действия права на доменное имя истекает в последний день оплаченного периода обслуживания. Разбирательство споров по этой теме проводится в соответствии с Единой политикой по разрешению споров в области доменных имен UDRP¹².

Более подробную информацию о законодательстве Филиппин, актуальном для осуществления экспортных поставок, см. в Приложении №3.



¹² Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy, UDRP — единая политика разрешения доменных споров, касающихся доменных имен. Разработана ВОИС и принята в 1999 г. Рассмотрение споров в соответствии с UDRP производится в любом аккредитованном арбитражном органе.

Продвижение продукции



Содержание

6.1.

Ключевые факторы успеха на рынке

6.2.

Отраслевые выставки



6.1. Ключевые факторы успеха на рынке

Выбор правильного партнера

Для успешного выхода на филиппинский рынок целесообразно наладить сотрудничество с крупными дистрибьюторами, которые имеют широкое присутствие на нем и напрямую работают с перерабатывающими компаниями. Для работы в секторе розничной торговли рекомендуется взаимодействовать с крупными супермаркетами, которые являются доминирующим каналом продаж и предлагают продукцию по конкурентным ценам. Ведущие игроки на филиппинском розничном рынке молочной продукции — SM Supermarket, Savemore Market, Robinsons Supermarket, Puregold. Причем у SM Supermarket и Puregold есть услуги интернет-заказа и доставки продуктов.

Ассортимент для B2B сегмента

На Филиппинах развито производство продуктов питания, поэтому для удовлетворения спроса со стороны предприятий пищевой промышленности импортируется большой объем молочных продуктов, таких как сухое молоко, сыры, сывороточные ингредиенты, на которые приходится более половины от общего объема импорта молочной продукции страны.

Производство сухого молока на Филиппинах практически отсутствует, что обуславливает высокую зависимость от импорта данного вида продукции. Сухое молоко используется для изготовления разнообразных пищевых продуктов, а также концентрированного молока, которое является одним из любимых продуктов в филиппинских семьях и популярным ингредиентом для приготовления многих национальных блюд и домашних десертов.

Филиппины не производят сухую молочную сыворотку, поэтому все местные производители работают исключительно на импортных сывороточных ингредиентах. Перерабатывающие предприятия используют их для производства мороженого, кондитерских и хлебобулочных изделий и многих других продуктов питания.

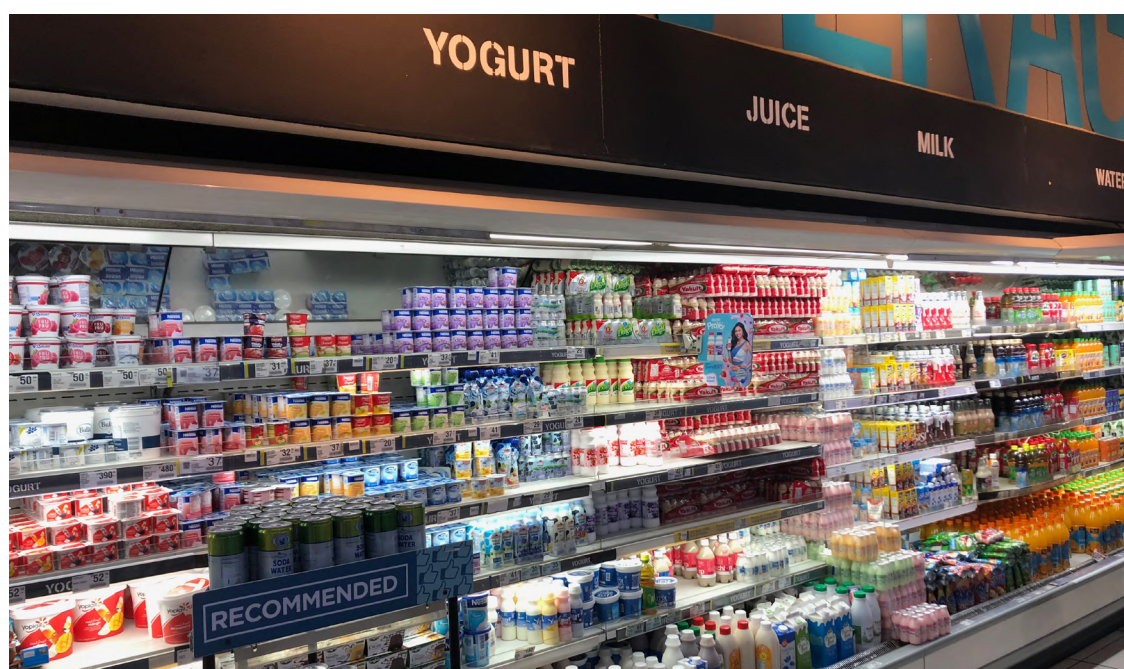
Для продвижения в B2B-сегменте рекомендуется участвовать в международных выставках, специализированных конференциях, а также проводить выездные презентации предприятий и продукции.

Широкий ассортимент продукции для B2C сегмента

Изменения в привычках питания и влияние западной гастрономической культуры способствовали росту потребления сыров среди населения Филиппин. При этом спрос на сыры удовлетворяется преимущественно за счет импорта, который ежегодно растет. В структуре импорта преобладают молодые сыры — свыше 53% по итогам 2020 г. Около трети импорта ежегодно составляют твердые сыры, которые используются как основа для местного производства плавленых сыров. Кроме того, на Филиппинах набирает популярность потребление кисломолочной продукции, представленной различными видами йогуртов. Наиболее широко распространенным является питьевой ароматизированный йогурт. Другим трендом является продвижение плотного, фильтрованного йогурта греческого типа и йогурта с низким содержанием жира, позиционируемого как продукт для снижения веса. На кисломолочную продукцию приходится 11% от общего объема импорта молочной продукции Филиппин, поэтому этот продукт является перспективной нишей выхода на рынок страны.

Позиционирование продукции

Для успеха на филиппинском рынке необходима правильная стратегия позиционирования продукции, основанная на изучении потребительских предпочтений и выборе соответствующего рыночного сегмента. К примеру, продукцию премиум-класса рекомендуется продвигать, делая акцент на ее безопасности, продукцию среднего ценового сегмента — на оптимальном соотношении цены и качества.



6.2. Отраслевые выставки

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
Manila Food & Beverage Expo Международная выставка продуктов питания и напитков https://mafbox.com/	Манила World Trade Center Metro	15 – 19.06.2022
Coldchain Philippines Manila Международная выставка холодильного оборудования и продукции https://coldchainphilippines.com	Манила Convention Center in Metro Manila	30.11 – 02.12.2022
IFEX International Food Exhibition Международная продовольственная выставка http://www.ifexphilippines.com/en/	Пасай World Trade Center	Даты проведения необходимо уточнять у организатора выставки

Особенности деловой культуры





Деловая культура Филиппин имеет как восточные, так и западные черты. Помимо азиатских ценностей и обычаев, свой отпечаток наложили сотни лет испанской колонизации, а в течение последних десятилетий Филиппины находятся под сильным влиянием США.

Ключевое понятие филиппинской культуры — пакикисама (pakikisama) или умение ладить с другими людьми. Отсюда тактичность, стремление к дипломатии, терпеливость, уклончивая манера вести беседу у жителей страны. Филиппинцы избегают прямых ответов, особенно отказов. При этом личный контакт для них всегда предпочтительнее, он больше располагает к доверительным отношениям.

В бизнес-культуре соблюдается принцип иерархии. Решения согласовываются со многими сотрудниками, но утверждаются руководителем компании. В бизнесе преобладают семейные предприятия, в которых решения о сделке принимает глава семьи.

Планирование встречи

Для успешного начала бизнеса необходимо лично познакомиться с филиппинскими партнерами. Лучший вариант — организовать встречу по рекомендации общих знакомых. Первую встречу следует согласовать заблаговременно, за три-четыре недели, и подтвердить за несколько дней до назначенного срока.

У филиппинцев довольно гибкое представление о времени. Они могут опоздать на деловые переговоры, однако от иностранных партнеров ожидают пунктуальности. Для встречи может быть намечена программа.



Этикет приветствия

Наиболее распространенная форма приветствия — рукопожатие с умеренным зрительным контактом. Так приветствуют и мужчин, и женщин. При знакомстве называют титул и звание. Наряду с титулом употребляется «мистер», «миссис» или «мисс» (Mr, Mrs, Miss) с фамилией делового партнера.

Стиль одежды

В крупных городах принято соблюдать деловой дресс-код: для мужчин — темный костюм с рубашкой и галстуком, для женщин — строгое платье или костюм. За пределами крупных городов допускается более свободный стиль.



Подарки

По завершении удачных переговоров или в канун праздника (например, Рождества) рекомендуется обменяться подарками с деловыми партнерами. Желательно выбирать недорогие; красиво оформленные презенты, возможно с логотипом компании.

Визитные карточки

Визитными карточками обмениваются в конце первой встречи. Передавать и принимать визитку следует обеими руками, а получив, ее рекомендуется внимательно изучить и положить на стол.

Деловое общение

Обычно переговоры начинаются с общих тем, с помощью которых намечается общая концепция встречи. Филиппинцы могут задавать вопросы на свободные темы. Это способствует установлению теплых, дружественных отношений, которые будут способствовать более быстрому заключению сделки.

Филиппинцы уважают торг, но могут прибегнуть к провокации, напоминая о конкурентах. Таким образом они рассчитывают получить более низкую цену для последующей выгодной продажи.

Переговоры у филиппинцев проходят неспешно, решения принимаются долго. Их не рекомендуется торопить, критиковать или ставить в неловкое положение. Ситуация «потери лица» — худшая для филиппинца. Положительный ответ подтверждается только письменным документом. Терпеливый характер иностранных партнеров, деликатность, вежливость и последовательность рассуждений не останутся незамеченными филиппинской стороной.

При ведении бизнеса филиппинские партнеры предпочитают эксклюзивные дистрибьюторские соглашения. Экспортеры могут работать с одним или несколькими импортерами при условии, что для каждого из них будут четко определены зоны ответственности на рынке.

При планировании деловых поездок на Филиппины рекомендуется учитывать нерабочие праздничные дни.

Табл. 38. Государственные праздники Филиппин в 2022 г.

Праздник	Дата
Новый год	1 января
Китайский Новый год	1 февраля
Годовщина Желтой революции	25 февраля
День доблести	9 апреля
Великий четверг	14 апреля
Великая пятница	15 апреля
Черная суббота	16 апреля
День труда	1 мая

Продолжение табл. 38.

Праздник	Дата
День независимости	12 июня
Курбан-байрам (Eidul Adha)	10 июля
День Ниноя Акино (Ninoy Aquino)	21 августа
День национальных героев	29 августа
День всех святых	1 ноября
День Бонифасио (Bonifacio)	30 ноября
Рождество	25 декабря
День Ризала (Rizal)	30 декабря
Канун Нового года	31 декабря

Преимущества и риски осуществления поставок



Содержание



8.1.

Преимущества

8.2.

Риски

8.1. Преимущества

Растущий потребительский рынок

В 2020 г. численность населения Филиппин оценивалась в 109,7 млн человек. Годовой прирост составляет 1,4%. Около половины жителей страны моложе 25 лет. Доходы на душу населения растут, однако они распределены неравномерно. Несмотря на это, повышение уровня урбанизации, увеличение доли среднего класса и рост молодого населения способствуют развитию экономики страны. Эти факторы делают потребительский рынок Филиппин привлекательным для экспортеров продовольствия, в том числе молочной продукции.

Крайне низкая обеспеченность собственным сырым молоком

Министерство сельского хозяйства Филиппин ставит своей основной задачей развитие молочной промышленности с целью повышения самообеспеченности страны. Так, в 2020 г. производство сырого молока составило 26,7 тыс. тонн — это наиболее высокий показатель за последние 6 лет. Несмотря на положительную динамику производства сырого молока в стране, ожидается, что зависимость Филиппин от импорта молочной продукции сохранится. В стране слабо развито молочное скотоводство, что сдерживает развитие внутреннего производства молочной продукции.

Возможность выхода на другие рынки региона

Филиппины являются воротами на рынки государств АСЕАН. Экономика страны быстро развивается, предлагая иностранному инвестору такие преимущества, как развитая инфраструктура, квалифицированная и недорогая рабочая сила, в целом благоприятные условия для ведения бизнеса. Исходя из этого, филиппинский рынок может рассматриваться российскими экспортерами как хаб для реэкспорта продукции в другие страны Юго-Восточной Азии — Индонезию, Бруней и др.



8.2. Риски

Высокая конкуренция

Конкуренцию на филиппинском рынке молочной продукции составляют крупнейшие мировые производители, такие как США, Новая Зеландия и страны ЕС, на долю которых приходится 83% импортных поставок. Продукция из этих стран имеет хорошую репутацию на Филиппинах. Кроме того, Новая Зеландия располагает значительными конкурентными преимуществами вследствие географической близости к Филиппинам, а также благодаря соглашению о свободной торговле, в рамках которого беспошлинно поставляет свою продукцию. Для США и Новой Зеландии Филиппины являются крупным экспортным рынком. Они занимают на нем устойчивые позиции, сформировав эффективные системы дистрибуции, позволяющие поставлять напрямую в производственный сектор большие объемы молочных продуктов и ингредиентов.

Чувствительность потребителей к ценам

Пандемия COVID-19 оказала отрицательное влияние на экономику и уровень жизни населения Филиппин. Рост безработицы в стране в 2020 г. составил 3,4%, что привело к более рациональному расходованию денежных средств потребителями, в том числе на продукты питания. Из-за экономической нестабильности в период пандемии потребители стали более чувствительны к ценам и сократили потребление неосновных продуктов, в частности сливочного масла (на 15,6%) и мороженого (на 14,6%). При этом в 2016–2020 гг. стабильно растет потребление плавленых сыров и питьевых йогуртов в силу их невысокой стоимости.

Строгие стандарты на молочную продукцию

Экспортеры молочных продуктов на Филиппины должны оформить обязательную лицензию, в которой указываются названия иностранных поставщиков и источников происхождения регистрируемой продукции. Кроме того, для осуществления поставок экспортерам необходимо предоставить в FDA перечень обязательных сертификатов, подтверждающих безопасность молочной продукции. Перед началом поставок следует проверить, отвечает ли всем требованиям национальных стандартов Филиппин планируемая к экспорту молочная продукция, иначе FDA может отказать в разрешении на поставки.

Также тщательной проверке подлежит достоверность утверждений о пищевых свойствах продукции и ее маркировка, осуществляется мониторинг рекламы продовольственных товаров в средствах массовой информации. FDA может потребовать от производителя или дистрибьютора воздерживаться от неточных или вводящих в заблуждение заявлений о рекламируемых продуктах питания.

Карта действий экспортера



9



Этап I — Подготовка к экспорту

- 1) Оцените готовность вашей компании к экспортной деятельности.
- 2) Определите конкурентные преимущества вашей продукции и компании (в том числе, насколько цена вашей продукции конкурентна по сравнению с мировыми ценами).
- 3) Составьте список приоритетных целевых рынков.
- 4) Оцените соответствие вашей продукции требованиям целевого рынка.
- 5) Изучите ваш целевой рынок.
- 6) Проанализируйте варианты транспортировки продукции, логистики и дистрибуции.
- 7) Определите стратегию выхода на рынок.
- 8) Определите и выберите местных партнеров на целевом рынке.
- 9) Проведите повторную оценку своих возможностей и способности обслуживать рынок.
- 10) Подготовьте план экспорта продукции и выделите средства на его реализацию.

Этап II — Действия на территории России, которые необходимо предпринять для экспорта продукции на Филиппины

- 1) Аттестация предприятия в России:
 - регистрация предприятия в системах Россельхознадзора — [ИС «Аргус»](#) — в качестве экспортера молочной продукции на Филиппины;
 - инспекция предприятия комиссией Россельхознадзора и включение в реестр экспортеров молочной продукции на Филиппины;
 - исследования продукции в аккредитованной лаборатории в России на соответствие требованиям Филиппин к качеству и безопасности молочной продукции;
 - получение через ИС «Аргус» [разрешения Главного государственного ветеринарного инспектора Российской Федерации](#) на поставки молочной продукции на Филиппины.

- 2) Регистрация предприятия и сертификация продукции, экспортируемой на Филиппины.
- 3) Организация логистики — выбор транспортно-экспедиторской компании и таможенного брокера для обеспечения международных перевозок и таможенного оформления грузов.

По итогам этапа II предприятие получает право поставки молочной продукции на Филиппины.

Этап III — Таможенное оформление продукции

- 1) Регистрация экспортера в таможенных органах (при первой поставке).
- 2) Таможенное оформление экспорта, включая оформление ветеринарной документации.

По итогам этапа III осуществляется вывоз продукции с территории России.



Контактная информация

A still life photograph featuring a glass bottle of milk with a twine bow around its neck, a glass pitcher, and a small bowl of butter, all resting on a blue cloth. The background is a soft, out-of-focus grey.

10



Потенциальные партнеры

Компания	Профиль	Контактная информация
Benby Enterprises	Дистрибьютор	Адрес: 216 Banawe Street, Brgy. Manresa Quezon City Тел.: +63 2 8241 9753 E-mail: beicontactus@benby.com Сайт: https://www.benby.com/
Chef Selection Inc	Импортер, дистрибьютор	Адрес: Jannov Plaza, 2295 Chino Roces Ave, Makati, 1232 Metro Manila Тел.: +63 2 8840 4211 Сайт: https://clck.ru/ahEa5
Consolidated Dairy & Frozen Food Corp.	Импортер, дистрибьютор	Адрес: 18/F Units A-B San Fernando Tower, Plaza Del Conde, San Fernando St. Binondo, Manila Тел.: +63 2 8893 0374; +63 2 82424305 E-mail: info@consolidateddairy.com; consolidateddairy@gmail.com Сайт: https://clck.ru/ahEaH
Elcano Trading	Дистрибьютор	Адрес: 712 Elcano St, Barangay 271, Zone 026, San Nicolas, Manila, 1010 Metro Manila Тел.: +63 2 7255 4365; +63 2 8351 2755 E-mail: elcanotrade@gmail.com Сайт: https://elcanotrade.com/
Goodman Fielder International Philippines Inc.	Дистрибьютор	Адрес: : Unit 2003-2004, 20th Floor Robinsons Equitable Tower, Ortigas Center, Pasig City 1600 Тел.: +63 2 672 6500 Сайт: https://goodmanfielder.com/
Grand Nourriture International Inc.	Дистрибьютор	Адрес: Unit 1602 Orient Square Building, F. Ortigas Jr. Road, Ortigas Center, Pasig City 1605 Тел.: +63 2 8631 4761; +63 2 534 9693 E-mail: sales@grandnourriture.com.ph Сайт: https://grandnourriture.com.ph/

Контактная информация

Компания	Профиль	Контактная информация
LTH Food Industries	Производитель, дистрибьютор, экспортер	Адрес: No. 81 Lot 16, North Zuzuaregui St. Old Balara, Quezon City Manila, 1119 Тел.: +63 2 8514 5462 E-mail: rubina@lthfood.com; ccalbero@lthfood.com Сайт: https://clck.ru/ahEbA
San Miguel Food & Beverage Inc.	Дистрибьютор	Адрес: 40 San Miguel Avenue, Mandaluyong City 1550, Metro Manila Тел.: +63 2 8632 3417 E-mail: customercare@sanmiguel.com.ph; kigarcia@sanmiguel.com.ph Сайт: https://www.smfb.com.ph/
Sermasison Corp.	Дистрибьютор	Адрес: 117 Scout Fuentebella Street, Barangay Sacred Heart, Quezon City Тел.: +63 2 8928 8883 E-mail: customercare.sermasison@outlook.com Сайт: http://www.sermasison.com/

Полезные организации

Организация	Контактная информация
Российско-Филиппинский Деловой Совет при ТПП РФ	Адрес: 109012 Москва, ул. Ильинка, 6/1, с.1 Тел.: +7 495 9958999 E-mail: zhiganova@ruspbc.com Сайт: www.ruspbc.com
Департамент сельского хозяйства (Department of Agriculture, DA)	Адрес: Quezon Memorial Cir Elliptical Rd Underpass, Diliman, Quezon City, Metro Manila Тел.: +63 2892 88741 E-mail: info@da.gov.ph Сайт: https://www.da.gov.ph/
Департамент иностранных дел (Department of Foreign Affairs, DFA)	Адрес: 2330 Roxas Boulevard, Pasay City Тел.: +63 2883 43000 Сайт: https://www.dfa.gov.ph/

Контактная информация

Организация	Контактная информация
Департамент торговли и промышленности (Department of Trade and Industry)	Адрес: Trade & Industry Building 361 Sen. Gil J. Puyat Ave., 1200 Makati City Тел.: +63 0917 834 3330 E-mail: ask@dti.gov.ph Сайт: https://bit.ly/3w118j
Совет по инвестициям (Board of Investments, BOI)	Адрес: Industry and Investments Building 385 Senator Gil Puyat Avenue 1200 Makati City Тел.: +63 2889 76682 Сайт: https://boi.gov.ph/
Налоговая служба (Bureau of Internal Revenue, BIR)	Адрес: BIR Road, Diliman, Quezon City Тел.: +63 981 7000 / 981 8888 E-mail: contact_us@cctr.bir.gov.ph Сайт: https://www.bir.gov.ph
Союз промышленников Филиппин (Federation of Philippine Industries, FPI)	Адрес: Unit 701 Atlanta Centre Condominium #31 Annapolis St., Greenhills, San Juan City Тел.: +63 722 3409 E-mail: fpi@philonline.com Сайт: https://clck.ru/UtZuY
Комиссия по ценным бумагам и биржам (Securities and Exchange Commission, SEC)	Адрес: Secretariat Building, PICC Complex, Roxas Boulevard, Pasay City, 1307 Тел.: +63 8818 5324 E-mail: erxpadilla@sec.gov.ph Сайт: https://www.sec.gov.ph/

**Государственная
поддержка экспорта
продукции АПК**

11



Действующие меры господдержки

Программа льготного кредитования

Предоставление льготных краткосрочных и инвестиционных кредитов по ставке от 1 до 5%.

Краткосрочные кредиты (до 1 года) направлены на пополнение оборотных средств и ведение текущей деятельности компании.

Долгосрочные инвестиционные кредиты (от 2 до 15 лет) предназначены для привлечения капитальных затрат для строительства, реконструкции, модернизации производственных мощностей и инфраструктуры.





Отрасли: все отрасли

Компетентные органы: Минсельхоз России и РОУ АПК

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 26.04.2019 № 512](#)

Программа создания и модернизации объектов АПК

Поддержка создания и модернизации объектов АПК путем возмещения части прямых понесенных затрат производителю на объекты, создание или модернизация которых начаты не ранее чем за 3 года до подачи заявки на получение господдержки в размере до 20 или 25% от фактической стоимости объекта.

- Отрасли:**
-  масложировая отрасль
(переработка масличных культур)
 -  зерновые
(глубокая переработка зерна)
 -  рыба и морепродукты
(переработка и консервирование рыбы)
 -  молочная отрасль
(производство сухих молочных продуктов)

Компетентные органы: Минсельхоз России и РОУ АПК

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 12.02.2020 № 137](#)

Программа льготного лизинга оборудования

Льготный лизинг, направленный на приобретение оборудования, необходимого для омоложения продукции агропромышленного комплекса или введения новой продуктовой линейки, соответствующей требованиям внешних рынков. Поддержка предоставляется в виде единовременной скидки при уплате авансового платежа в размере 25 или 45% от стоимости предмета лизинга.






Отрасли: все отрасли (акцент на пищевую и перерабатывающую промышленность)

Компетентные органы: Минсельхоз России

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 07.08.2021 № 1313](#)

Программа компенсации затрат на транспортировку продукции АПК

Компенсация части затрат в размере 25% на доставку продукции АПК железнодорожным, автомобильным, водным и смешанными видами транспорта. Получить компенсацию можно при условии перевозки продукции АПК, которая включена в соответствующий перечень, утвержденный Правительством.

- Отрасли:**
-  живые животные
 -  мясо и пищевые мясные субпродукты, молочная продукция
 -  рыба и морепродукты
 -  живые растения, луковицы, корни
 -  злаки (пшеница, ячмень, кукуруза)
 -  жиры и масла животного и растительного происхождения
 -  сахар и кондитерские изделия, какао и продукты из него
 -  продукты переработки овощей и фруктов
 -  алкогольные и безалкогольные продукты
 -  остатки и отходы пищевой промышленности
 -  органические химические вещества, белковые вещества
 -  необработанные шкуры






Компетентные органы: Минсельхоз России и АО «РЭЦ»

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 15.09.2017 № 1104](#)

Программа компенсации затрат на сертификацию продукции АПК на внешних рынках

Компенсация части затрат на сертификацию продукции АПК на внешних рынках. Возмещается 50 или 90% объема затрат, фактически понесенных производителями в течение 12 месяцев.

Получить компенсацию можно при условии сертификации продукции АПК, которая включена в соответствующий перечень, утвержденный Минсельхозом России.

- Отрасли:**
-  продукция масложировой отрасли
 -  рыба и морепродукты
 -  мясная продукция
 -  молочная продукция
 -  продукция пищевой и перерабатывающей промышленности

Компетентные органы: Минсельхоз России и АО «РЭЦ»

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 25.12.2019 № 1816](#)

Программа продвижения продукции АПК на внешние рынки

В рамках федерального проекта «Экспорт продукции АПК» национального проекта «Международная кооперация и экспорт» АО «РЭЦ» реализует программу по созданию (управлению и содержанию) постоянно действующих дегустационно-демонстрационных павильонов российских продуктов питания в иностранных государствах.

Программа создает условия для эффективной коммуникации с потенциальными потребителями продукции за рубежом.

Отрасли: все отрасли

Компетентные органы: АО «РЭЦ»

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 26.02.2021 № 255](#)

Программа компенсации части затрат на участие в зарубежных выставочно-ярмарочных мероприятиях

Возмещение российским экспортерам отдельных видов затрат, связанных с самостоятельным участием в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях, проводимых за пределами Российской Федерации. Для субъектов малого и среднего предпринимательства лимит составляет 700 тыс. рублей, для крупного — 2 млн рублей.

Отрасли: все отрасли

Компетентные органы: Минпромторг России и АО «РЭЦ»

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 28.12.2020 № 2316](#)

Программа софинансирования части затрат на участие в международных конгрессно-выставочных мероприятиях и деловых миссиях

Софинансирование от 50 до 80% затрат на участие в международных конгрессно-выставочных мероприятиях и деловых миссиях осуществляется в целях финансового обеспечения затрат на реализацию мероприятий, направленных на развитие инфраструктуры повышения международной конкурентоспособности, включая продвижение высокотехнологичных, инновационных и иных видов продукции и услуг на внешние рынки.

Отрасли: все отрасли

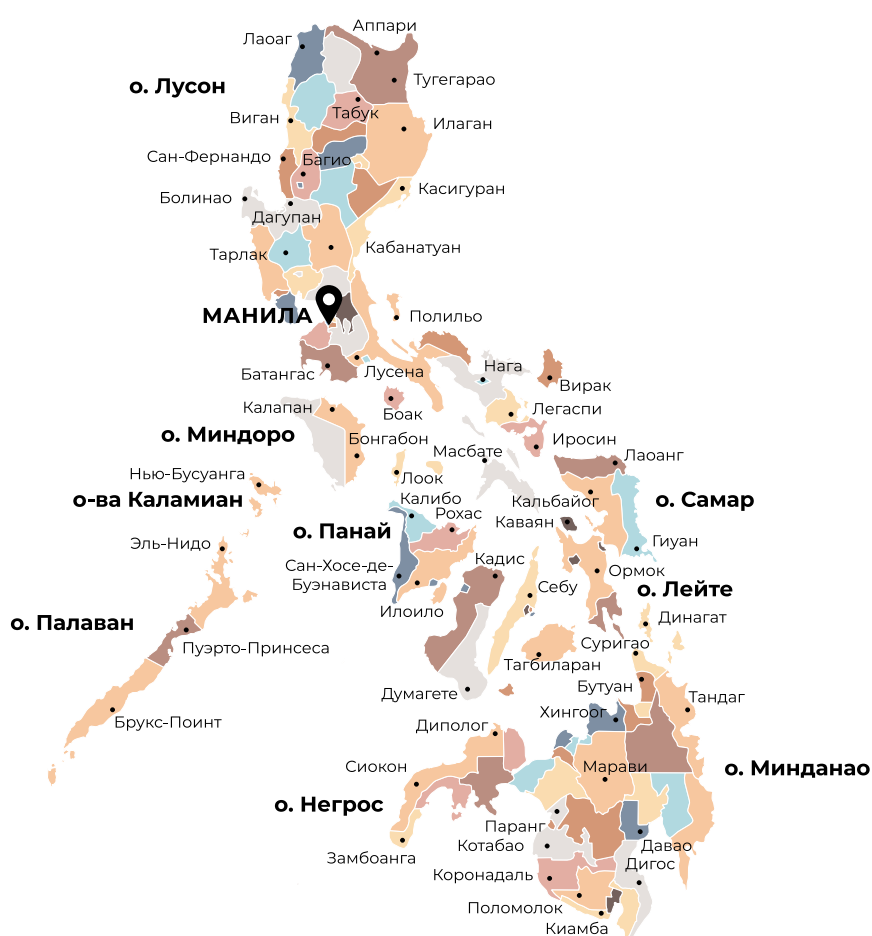
Компетентные органы: Минпромторг России и АО «РЭЦ»

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 28.03.2019 № 342](#)

Приложение №1.

Особые экономические зоны

На Филиппинах насчитывается самое большое в мире число ОЭЗ. На их долю в 2017 г.¹³ приходилось более 60% экспорта страны. По данным Управления экономическими зонами Филиппин (PEZA)¹⁴, на ноябрь 2017 г. было зарегистрировано 74 производственные экономические зоны, 262 информационно-технологических парка, 22 агропромышленные экономические зоны, 19 туристических экономических зон и 2 парка медицинского туризма. В июне 2020 г. правительство Филиппин одобрило создание еще 12 экономических зон, включая ИТ-центры и производственные зоны¹⁵.



Примечание. Показанные на карте границы, цветовые и графические обозначения, прочие данные не предполагают со стороны ФГБУ «Агроэкспорт», Всемирного банка, Национального союза производителей молока (Союзмолоко) ни оценки правового статуса территории, ни подтверждения или принятия обозначенных границ.

¹³ <https://bit.ly/3wgqdOd>

¹⁴ <https://www.peza.gov.ph/>

¹⁵ <https://bit.ly/3hDejdw>

Экспортные предприятия пользуются преференциальным налоговым режимом, если они расположены:

- в зонах экспортной переработки;
- в ЗСТ;
- в некоторых промышленных зонах (под общим названием «экономические зоны»);
- в эко-зонах.

Предприятия, расположенные в эко-зонах, рассматриваются как не относящиеся к таможенной территории, и им разрешается ввозить производственное оборудование и сырье без таможенных пошлин, налогов и других ограничений на ввоз.

Льготы

До недавнего времени каждое агентство по привлечению инвестиций¹⁶ предоставляло свой пакет преференций. Однако в 2020 г. была принята новая программа стимулирования инвестиций «Восстановление компаний и предоставление налоговых льгот» (CREATE)¹⁷. Для малых и средних предприятий эта программа предусматривает следующие льготы:

- снижение ставки налога на прибыль с 30 до 25% (сниженная ставка будет дополнительно уменьшаться на 1% каждый год в течение 5 лет до уровня 20%);
- меры поддержки в период пандемии COVID-19 (увеличение периода переноса чистых операционных убытков до 5 лет);
- налог на доходы по ставке 5% (бессрочно отдельным инвесторам);
- продление льгот (на период до 40 лет), если инвестиции содействуют созданию рабочих мест и увеличивают доходы бюджета¹⁸.

В 2014 г. были обозначены приоритетные направления для привлечения инвестиций: экспортное производство, экспорт ИТ-услуг, туризм, агропромышленное экспортное производство, агропромышленное производство биотоплива, развитие коммунальной инфраструктуры.

¹⁶ <https://bit.ly/3yjQqNQ>

¹⁷ Corporate Recovery and Tax Incentives for Enterprises

¹⁸ <https://bit.ly/3f1JKMR>

<https://bit.ly/3hAMAKn>

Для инвестиций в агробизнес были определены следующие приоритетные направления:

- коммерческое производство и переработка (птицеводство и животноводство в районах Миндоро и Палаван);
- производство кормов для животных и аквакультуры (кроме кормов для охотничьих и домашних животных и птиц);
- производство удобрений и пестицидов;
- модернизация сахарных заводов;
- услуги по поддержке механизированного сельского хозяйства (сбор урожая, вспахивание, опрыскивание/опыление);
- инфраструктура поддержки сельского хозяйства (объекты для сушки, холодильные установки, установки для быстрой заморозки, складирование, упаковочные цеха, скотобойни, разделочные цеха)¹⁹.

Для реализации проектов по производству и переработке в отрасли сельского хозяйства предусмотрены льготы в виде беспошлинного ввоза племенного скота и генетических материалов в течение 10 лет с дат регистрации предприятия в стране или начала хозяйственной деятельности²⁰.

Перечень действующих агропромышленных экономических зон Филиппин представлен на [сайте](#).

¹⁹ <https://bit.ly/3ftE3WR>

²⁰ <https://bit.ly/3bFHqsO>

<https://pwc.to/3v0uHbz>

Приложение №2.

Иностранные инвестиции на Филиппинах

- Филиппины стремятся привлекать иностранные инвестиции для создания рабочих мест, поощрения экономического развития и содействия инклюзивному и устойчивому экономическому росту. БОИ и Управление по экономическим зонам Республики Филиппины (Philippine Economic Zone Authority) — ведущие агентства страны по поощрению иностранных инвестиций, предоставляющие инвесторам стимулы и специальные инвестиционные пакеты.
- Преимущества филиппинского инвестиционного ландшафта включают ЗСТ, ОЭЗ, а также многочисленную, образованную, англоязычную и относительно недорогую рабочую силу. В филиппинском законодательстве к иностранным инвесторам применяется тот же режим, что и к резидентам (за исключением секторов, закрытых для иностранных инвестиций согласно Конституции и Закону об иностранных инвестициях).
- В Плане приоритетных инвестиций 2017 г. (Investment Priorities Plan) перечислена инвестиционная деятельность, в отношении которой применяются как финансовые льготы (налоговые каникулы), так и стимулирующие меры (трудоустройство иностранных граждан, упрощенные таможенные процедуры). План инвестиций пересматривается каждые три года и предусматривает стимулы для следующих отраслей:
 - сельское хозяйство, рыболовство, лесное хозяйство;
 - производство (переработка сельскохозяйственной продукции, компоненты модульного жилья, машины и оборудование).
- Предприятия, внесенные в реестр БОИ и расположенные в наименее развитых районах, имеют право на уменьшение налогооблагаемой базы на 100% суммы инфраструктурных расходов и затрат на рабочую силу.
- Иностранные инвестиции должны быть зарегистрированы в Центральном банке Филиппин или в депозитарном банке для получения в авторизованных банках-агентах (Authorized Agent Banks) или их подразделениях иностранной валюты (для финансирования репатриации инвестиций и перечисления прибыли и дивидендов).
- Заявки на регистрацию ПИИ подаются в Центральный банк в течение одного года с даты перевода активов на Филиппины. По факту регистрации выдается регистрационный документ банка (Bangko Sentral Registration Document).

Более подробная информация об инвестициях на рынке Филиппин представлена на сайте [БОИ](#), а также на сайте [Управления по экономическим зонам](#).

Приложение №3.

Нормативно-правовая база Филиппин

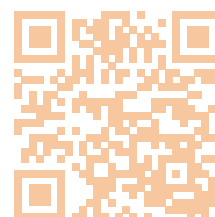
При выходе на рынок Филиппин необходимо учитывать положения действующего законодательства. В сфере внешней торговли наиболее актуальны следующие нормативно-правовые акты:

- [Гражданский кодекс № 386 от 18 июня 1949 г.](#);
- [Кодекс о корпорациях № 68 от 1 мая 1980 г.](#);
- [Кодекс об инвестициях № 226 от 16 июля 1987 г.](#);
- [Кодекс о страховании № 10607 от 15 августа 2013 г.](#);
- [Трудовой кодекс Филиппин](#);
- [Кодекс интеллектуальной собственности \(акты № 8293, №165, №166\)](#);
- [Антимонопольный закон № 10667 от 21 июля 2015 г.](#);
- [Закон об иностранных инвестициях 1991 г.](#);
- [Перечень ограничений для иностранных инвестиций № 65 от 29 октября 2018 г.](#);
- [Закон о содействии облегчению ведения бизнеса и эффективному оказанию государственных услуг № 11032 от 28 мая 2018 г.](#);
- [Меморандум о порядке медиации № 2019-006](#);
- [Закон об арбитраже № 876 от 19 июня 1953 г.](#);
- [Постановление Министерства юстиции об альтернативном разрешении споров от 4 декабря 2009 г.](#);
- [Постановление Верховного суда об альтернативных процедурах разрешения споров № 07-11-08-SC от 1 сентября 2009 г.](#)

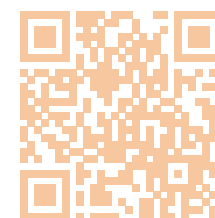
Электронные версии официальных нормативно-правовых актов Филиппин опубликованы на [сайте](#). Справочно-правовая система [LawPhil](#) также предоставляет свободный доступ к нормативно-правовым документам.

Полезная информация на сайте **Агроэкспорта**

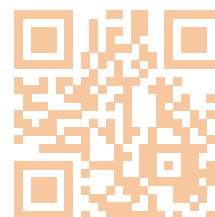
Аналитика — раздел содержит аналитические обзоры по ключевым продуктам и наиболее перспективным зарубежным рынкам, отраслевые обзоры и оперативную статистику российского аграрного экспорта.



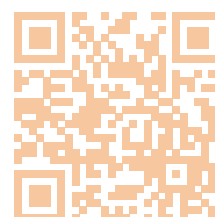
Господдержка — в разделе собрана информация о действующих мерах господдержки для российских сельхозпроизводителей и подробные инструкции по участию в каждой из представленных программ.



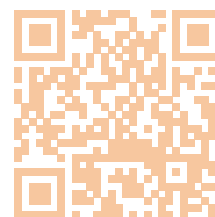
Мероприятия — в разделе вы найдете информацию о международных мероприятиях для российских экспортеров аграрной продукции, а также анонсы предстоящих мероприятий ФГБУ «Агроэкспорт».



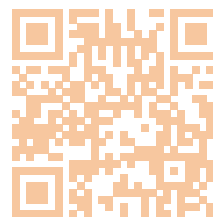
Продвижение — в разделе публикуются все экспортные гиды и краткие версии концепций продвижения, разработанные ФГБУ «Агроэкспорт».



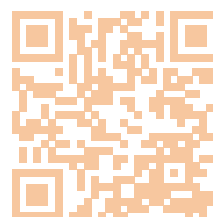
Барьеры — постоянно обновляемая база данных по статусу доступа российской продукции на зарубежные рынки.



Сертификация — раздел содержит информацию о всех видах сертификации, которая может понадобиться для поставок на экспорт: НАССР, Халяль, Кошер и Органика.



Новости — самые актуальные новости аграрного экспорта, а также дайджесты российских и зарубежных СМИ.



Мы в социальных сетях:

Вконтакте: <https://vk.com/aemcx>

Telegram: www.t.me/mcxae

Яндекс Дзен: <https://www.zen.yandex.ru/id/5ddd1a7cd8a5147cefe9d66c>

Связаться с нами:

Сайт: www.aemcx.ru

Телефон: [+7 495 280-74-49](tel:+74952807449)

Почта: info@aemcx.ru

Вконтакте: <https://vk.com/aemcx>

