

06 декабря 2022

ПИВО

 **КИТАЙ**



Обзор ВЭД



Содержание

Паспорт страны _____	4
Сельское хозяйство _____	7
Внешняя торговля продукцией АПК _____	13
Взаимная торговля продукцией АПК между Россией и Китаем _____	19
Обзор рынка пива в Китае _____	22
Импорт пива Китая _____	25
Потребительские предпочтения _____	30
Торгово-распределительная сеть _____	32
Международное сотрудничество _____	37
Условия поставок для России _____	39

Мнение эксперта



Валерий Кайгородов

Генеральный директор, компания RUSFAIR

« Китайский рынок пива является растущим, а значит, привлекательным для российских экспортеров. Тем более, это рынок, на котором количество активных потребителей продуктов питания (а Китай, несомненно, любит поесть) исчисляется огромными цифрами. Кроме того, рынок переживает трансформацию в части потребительских привычек.

Особенности потребления пива в КНР детально раскрыты в данном обзоре. Действительно, отношение к пиву меняется: из напитка, чтобы «запивать еду вечером», пиво превращается в глазах потребителей в напиток с разными вкусами, формами, оттенками, историей происхождения.

Поэтому, несомненно, у российского пива есть потенциал. Уже сегодня мы все чаще встречаем в Китае различные категории и форматы пива, привезенного из России, — и в ПЭТ-бутылке, и банке, и стекле. Крепкое пиво — а именно так импортное пиво чаще всего воспринимается китайскими покупателями по сравнению с ранее доминировавшим на рынке местным пивом — набирает популярность.

Основа устойчивого увеличения продаж пива в Китае — в создании постоянного роста спроса, причем в первую очередь за счет маркетинга. Реализация потенциала российского экспорта, на мой взгляд, лежит в области построения имиджа российского пива как разнообразного, на натуральной основе (например, вода как один из ингредиентов пива может быть таким триггером). Источник роста экспортных продаж заключается в работе с потребителем, участии в его образовании с точки зрения изучения культуры напитка и его истории. Россия Китаю интересна, этот интерес многогранен, поэтому всегда можно выделить нужные акценты в коммуникации и найти свою нишу, т.к. Китай — с точки зрения маркетинга — это нишевой рынок.

Также необходимо отметить, что потенциал дальнейшего роста потребления пива в Китае, в частности, определяет молодежь, имеющая растущие доходы, а также желание пробовать все новое. Покупатели в Китае сейчас ищут способ «выйти из толпы», кастомизируя свои вкусы. Кроме того, «бесконтрольное» потребление и разрешенная реклама алкоголя тоже вносят определенный вклад в рост продаж.



Паспорт страны

Китайская Народная Республика — самая населенная страна мира, в которой проживает около 1,4 млрд человек. С 2010 г. китайская экономика является крупнейшей в мире по номинальному ВВП и уже с 2014 г. — по ППС. Китай также лидирует по объемам промышленного производства и остается главным импортером продовольствия из России.

Общая информация (2021 г.)

ВВП в текущих ценах: 17 458 млрд долл. США

Темпы роста ВВП: 8,1%

ВВП по ППС на душу населения (в текущих ценах): 19 260 долл. США

Уровень инфляции: 0,9%

Приток ПИИ: 181,0 млрд долл. США

Население: 1,4 млрд человек

Площадь страны: 9,6 млн км²

Крупнейшие города по численности населения: Шанхай (28,5 млн), Пекин (21,3 млн), Чунцин (16,9 млн), Тяньцзинь (14,0 млн), Гуанчжоу (14,0 млн), Шэньчжэнь (12,8 млн)

Уровень урбанизации: 64,7%

Уровень безработицы: 4,8%

Структура ВВП: сельское хозяйство (7,3%), промышленность (39,4%), сфера услуг (53,3%)

Структура занятости: сельское хозяйство (22,9%), промышленность (29,1%), сфера услуг (48,0%)

Объем экспорта продукции АПК: 82,5 млрд долл. США

Основные экспортируемые товары АПК: изделия и консервы из рыбы, филе рыбы и прочее мясо рыбы, овощи, приготовленные или консервированные без уксуса, моллюски, изделия и консервы из моллюсков

Объем импорта продукции АПК: 209,0 млрд долл. США

Основные импортируемые товары АПК: соевые бобы, свинина и пищевые субпродукты свиней, говядина и пищевые субпродукты КРС, кукуруза, ракообразные

Источник: EMIS, МВФ, Всемирный банк, ООН, ЮНКТАД, Международная организация труда, ITC Trade Map, GACC

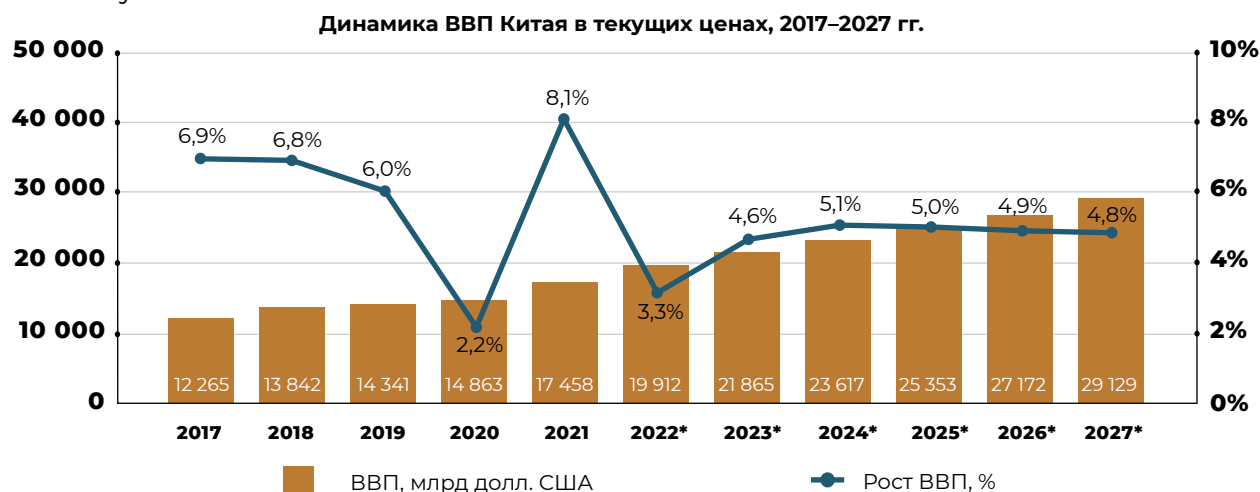


Прогноз развития экономики страны

Китай — единственная в мире крупная экономика, показавшая положительную динамику в 2020 г. По данным МВФ, после снижения с 6,0% в 2019 г. до 2,2% в 2020 г. отмечалось V-образное восстановление экономики страны в 2021 г., когда темп роста достиг 8,1%.

Основной экономический рост Китая, вероятно, придется на второе полугодие 2022 г., чему будет способствовать привлечение инвестиций в инфраструктуру и нормализация экономической активности после карантина во 2 кв. 2022 г., введенного в рамках политики нулевой терпимости к COVID-19. В связи с этим, ожидается неравномерный рост экономики в течение следующих месяцев.

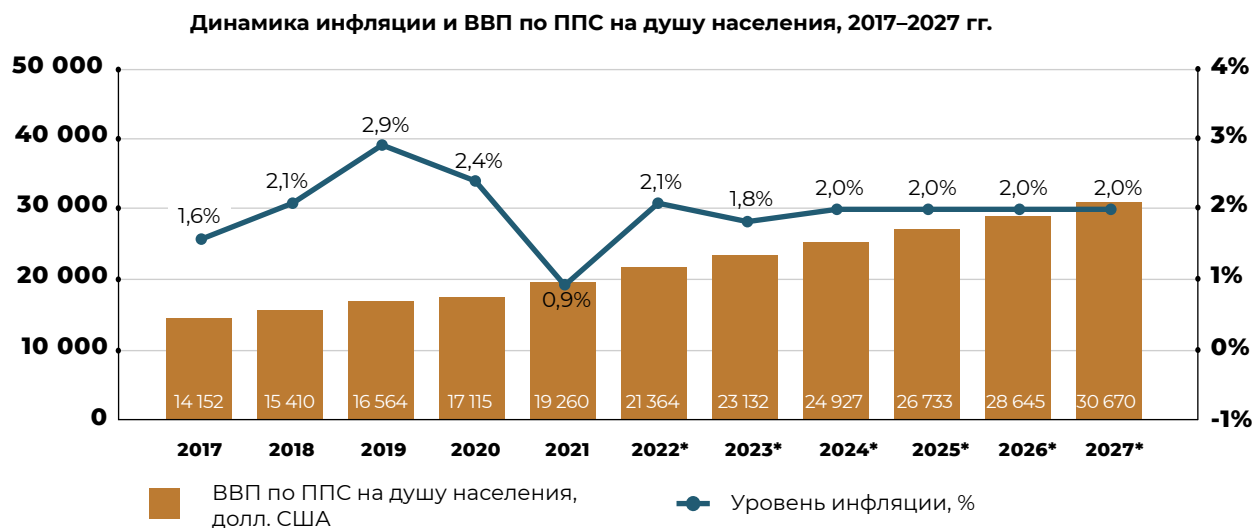
В то же время кризис в секторе недвижимости будет оставаться главным сдерживающим фактором роста. Дефолты крупных застройщиков, в том числе Evergrande, остаются самым большим риском для китайского сектора недвижимости и финансового сектора: некоторые домовладельцы уже отказываются платить по ипотечным кредитам за недостроенные дома, также все больше повышается уровень обеспокоенности покупателей.



Источник: МВФ (доклад *World Economic Outlook*), EMIS, *прогноз



ВВП Китая на душу населения характеризуется поступательной положительной динамикой: за последние пять лет он увеличился на 36,1% до 19 260 долл. США. После пика в 2019 г. уровень инфляции достиг минимального значения в 2021 г. в размере 0,9%. По итогам 2022 г. ожидается рост показателя до 2,1%, а до 2027 г. он стабилизируется на отметке 2%.



Источник: МВФ, *прогноз

Целевые показатели¹ Китая на 2022 г.

- обеспечение темпов роста экономики в 2022 г. в 5,5%;
- создание более 11 млн новых рабочих мест в городах и поселках городского типа, сдерживание уровня безработицы на уровне не более 5,5%;
- выделение 100 млрд юаней (15,7 млрд долл. США) для сохранения уровня заработной платы бюджетных работников и запуска дополнительных программ переквалификации;
- обеспечение темпов роста инфляции в стране не более 3%;
- снижение отношения дефицита бюджета к ВВП с 3,2% в 2020 г. до 2,8% в 2022 г.;
- достижение внутреннего производства зерна до более чем 650 млн тонн;
- последовательное сокращение выбросов загрязняющих веществ, исключение возобновляемой энергии из общего объема энергопотребления.

¹ http://english.www.gov.cn/premier/news/202203/12/content_WS622c96d7c6d09c94e48a68ff.html

Сельское хозяйство

Китай является крупнейшим мировым производителем многих видов сельскохозяйственной продукции и занимает лидирующие позиции по производству овощей, зерна и фруктов. Основой сельского хозяйства Китая является растениеводство, на долю которого приходится около 70% от всей произведенной сельскохозяйственной продукции.

Для выращивания сельскохозяйственных культур используются практически все пахотные земли в стране. Урожайность довольно высокая из-за интенсивного земледелия. Около половины пахотных земель не подвергается орошению, четверть пахотных земель приходится на рисовые поля, еще четверть — на орошаемые земли.

Производство продукции растениеводства, млн тонн

	2017	2018	2019	2020	2021*
Овощи	682,8	691,4	682,5	691,4	697,2
Картофель	88,5	90,3	75,7	78,2	76,9
Огурцы	65,3	67,7	70,4	72,8	75,0
Помидоры	59,3	61,0	63,0	64,9	66,5
Зерновые	616,0	611,1	614,8	617,5	631,3
Кукуруза	259,3	257,3	261,0	260,9	272,6
Рис	214,4	214,1	211,4	213,6	212,8
Пшеница	134,2	131,4	133,6	134,3	137,0
Фрукты	232,9	233,0	242,3	239,1	241,3
Яблоки	41,4	39,2	42,4	40,5	40,5
Мандарины	17,7	19,2	23,2	23,3	24,7
Груши	16,5	16,2	17,4	16,1	16,1

Источник: FAOSTAT, NBS, Ministry of Agriculture and Rural Affairs of the People's Republic of China, Statista, *оценка



Животноводство Китая развивается и показывает положительную динамику, в первую очередь свиноводство: в результате активных действий правительства Китая, а также многочисленных инвестиций в крупные производственные и убойные предприятия на территории страны в 2021 г. отрасль быстро восстановилась после эпидемии АЧС — объем производства свинины вырос до 53,0 млн тонн (+29,0%), приблизившись к уровню 2017–2018 гг.

Молочный сектор Китая продолжает наращивать внутреннее производство: выпуск сырого молока в 2021 г. увеличился на 7,0% относительно предыдущего года и достиг 36,8 млн тонн. Основным сдерживающим фактором развития отрасли выступают высокие производственные затраты.

Производство продукции животноводства

	2017	2018	2019	2020	2021
Яйцо, млрд шт.	606,9	613,0	648,5	679,8	620,0
Молоко, млн тонн	30,4	30,8	32,0	34,4	36,8
Свинина, млн тонн	54,5	54,0	42,6	41,1	53,0
Мясо птицы, млн тонн	17,2	17,2	22,3	23,6	23,8
Говядина, млн тонн	6,4	6,4	6,7	6,7	7,0
Рыба и морепродукты, млн тонн	64,5	64,6	64,8	65,5	66,9

Источник: FAOSTAT, NBS, MARA, USDA, Ministry of Agriculture and Rural Affairs of the People's Republic of China, Statista



Важные события в истории развития сельского хозяйства Китая

• 1903 Компании

Основание компании Germania-Brauerei Tsingtao Co., Ltd., впоследствии ставшей Tsingtao Brewery. Будучи одной из старейших пивоварен в Китае, Tsingtao в настоящее время является шестой по величине пивоваренной компанией в мире.

• 1949 Компании

Основание одного из первых крупнейших государственных предприятий в Китае — COFCO Group (China Oil and Foodstuffs Corporation). В 1952–1987 гг. — единственная компания, осуществляющая внешнюю торговлю сельскохозяйственной продукцией в Китае.

• 1950 Внутренняя политика

Принятие Центральным правительством КНР закона об аграрной реформе (1949–1952 гг.). Земельная реформа увеличила частную собственность фермеров на землю.

• 1951 Внутренняя политика

Утверждение и публикация постановления проекта ЦК КПК о взаимной помощи и кооперации в сельскохозяйственном производстве.

• 1953 План развития

Первый пятилетний план экономического развития КНР, направленный на ускорение экономического роста с акцентом на развитие промышленности и сельского хозяйства. Создавались сельскохозяйственные производственные кооперативы: к концу 1955 г. около 60% всех китайских фермеров были заняты в кооперативном сельском хозяйстве.

• 1958 План развития

Второй пятилетний план экономического развития КНР, направленный на ускорение экономического роста с акцентом на промышленность, сельское хозяйство, транспортный сектор и торговлю. Основные цели, определенные Центральным правительством, включали: увеличение валовой стоимости производства сельскохозяйственной продукции (на 35%), удвоение объемов производства, увеличение доходов рабочих и фермеров (на 30%).

• 1966 План развития

Третий пятилетний план экономического развития КНР, направленный на восстановление и ускорение развития сельскохозяйственного сектора, улучшение качества продукции, увеличение разнообразия и количества продукции, решение проблем с продуктами питания и прочими товарами первой необходимости, а также создание самообеспеченной экономики, развитие транспортного сектора, торговли и т.д. Достигнутые цели в отношении сектора АПК превысили плановые показатели на 14,1–16,2%, а целевые показатели выпуска валовой продукции сельского хозяйства — на 2,2%.

• 1971 План развития

Четвертый пятилетний план экономического развития КНР, который предусматривал среднегодовой темп роста валовой стоимости объема производства сельского хозяйства в размере 12,5%.

• 1976 План развития

Пятый пятилетний план экономического развития КНР, по итогам которого были достигнуты значительные темпы роста ВВП страны, промышленного производства, национальных доходов, сельского хозяйства. В 1977 г. валовой объем производства промышленности и сельского хозяйства превысил плановые показатели на 4,4%. Уже в 1978 г. ВВП КНР был больше на 19,4%, чем в 1976 г.

• 1978 Внутренняя политика

Начало реализации программы экономических реформ «Политика реформ и открытости», направленная на экспортоориентированное развитие экономики, привлечение прямых иностранных инвестиций, в первую очередь капитала хуацяо (китайских диаспор в других странах).



• **1978 Развитие отрасли**

Третий пленум ЦК КПК 11-го созыва, который положил начало новой экономической политики, где было объявлено главное направление ускорения развития сельского хозяйства на основе глубокого структурного изменения: отказ от монокультуры зерна в земледелии и переход к развитию многоотраслевого хозяйства в деревне. Новая политика развития сельского хозяйства подразумевала развитие земледелия, лесного хозяйства, животноводства и рыбного хозяйства.

• **1979 Ценовая политика**

Проведение первой серьезной корректировки цен на сельскохозяйственную продукцию со стороны Государственного совета, когда была увеличена средняя закупочная цена на 18 основных сельскохозяйственных продуктов (зерно, масложировая продукция, свинина и др.) на 24,8%.

• **1980 Внешняя политика**

Появление первых особых экономических зон в городах провинций Гуандун и Фуцзянь, а также обозначение провинции Хайнань как особой экономической зоны.

• **1980 Компании**

Основание пивоваренной компании Beijing Yanjing Brewery, базирующейся в Пекине. С 1995 г. пиво Yanjing было объявлено официальным пивом, подаваемым на государственных мероприятиях КНР.

• **1981 План развития**

Шестой пятилетний план экономического развития КНР, включающий достижение среднегодовых темпов роста производства промышленной и сельскохозяйственной продукции на уровне 11%.

• **1982 Внутренняя политика**

Создание системы контрактной ответственности или системы семейного подряда. Цель системы в сельском хозяйстве заключалась в стимулировании материальной заинтересованности фермерских хозяйств в развитии производства.

• **1982 Компании**

Основание одной из первых и крупнейших частных компаний в секторе АПК в Китае — New Hope Group.

• **1986 План развития**

Седьмой пятилетний план экономического развития КНР, включающий увеличение ВВП на 44% при среднегодовых темпах роста +7,5%; а также валового промышленного и сельскохозяйственного производства на 38% при среднегодовых темпах роста +6,7%, где валовой выпуск сельскохозяйственной продукции +4%.

• **1990 Развитие отрасли**

Создание товарной биржи Zhengzhou Commodity Exchange (ZCE), которая специализируется на торговле фьючерсными контрактами на сельскохозяйственную и химическую продукцию.

• **1991 План развития**

Восьмой пятилетний план экономического развития КНР, по результатам которого ВВП достиг 5,7 трлн юаней (4,3 раза выше, чем в 1980 г.), ежегодный экономический рост был на уровне 11% (на 4 п.п. выше, чем в период седьмого плана экономического развития).

• **1993 Развитие отрасли**

Создание товарной биржи Dalian Commodity Exchange (DCE), которая специализируется на торговле фьючерсными контрактами сельскохозяйственных и промышленных продуктов.

• **1996 План развития**

Девятый пятилетний план экономического развития КНР, который включал следующие цели: устойчивый рост и реструктуризацию экономики страны; создание современной корпоративной системы на крупных и средних государственных предприятиях, расширение модели экспортоориентированной экономики, включая рост внешнеторгового оборота, рост объемов производства промышленности и сельского хозяйства.

• **1999 Компании**

Перенос локализованного производства пивоваренной транснациональной корпорации Carlsberg из Гонконга в г. Хуйчжоу на территории провинции Гуандун.



- **2001 План развития**

Десятый пятилетний план экономического развития КНР, который включал достижение среднегодовых темпов экономического роста в размере 7%, оптимизацию и модернизацию промышленной структуры, усиление международной конкурентоспособности Китая, а также достижение роста первичного сектора экономики на уровне 13% в ВВП.

- **2001 Внешняя политика**

Вступление Китая во Всемирную торговую организацию (ВТО).

- **2006 План развития**

Одиннадцатый пятилетний план экономического развития КНР, по итогам реализации которого среднегодовые темпы роста ВВП составили 7,5%, ВВП на душу населения — 6,6%.

- **2006 Внутренняя политика**

Отмена сельскохозяйственного налога 1958 г., который подразумевал фиксированный налог на урожай вне зависимости от доходов фермерских хозяйств.

- **2011 План развития**

Двенадцатый пятилетний план экономического развития КНР, который был направлен на переориентацию экономического развития: со стимулирования внешнего спроса и развития городских и прибрежных районов на стимулирование внутреннего спроса, развитие сельских и внутренних районов страны, включая привлечение иностранных инвестиций в современные отрасли АПК.

- **2013 Сделки M&A**

Shuanghui Group приобретает Smithfield, крупнейшего в мире переработчика и производителя свинины, в качестве 100-процентной дочерней компании. Год спустя компания переименована в WH Group Ltd.

- **2016 План развития**

Тринадцатый пятилетний план экономического развития КНР был направлен на комплексное обновление китайской промышленности и приобретение большей части глобальных производственных цепочек. Китай приступает к реализации Национального плана модернизации сельского хозяйства (2016–2020 гг.), направленного на повышение качества, эффективности и конкурентоспособности в сельскохозяйственном секторе.

- **2018 План развития**

ЦК КПК публикует План восстановления сельских районов на 2018–2022 гг., первый пятилетний план с целью полного возрождения сельских районов страны.

- **2021 План развития**

Четырнадцатый пятилетний план экономического развития КНР направлен на качественный рост ВВП и ВВП на душу населения, модернизацию сельского хозяйства и сельских районов, увеличение доходов фермеров и сокращение бедности в сельской местности, увеличение уровня самообеспеченности, оптимизацию структуры торговли сельскохозяйственной продукцией и реализацию стратегии диверсификации сельского хозяйства, создание высокоурожайных сельскохозяйственных угодий, поддержку научно-технологических проектов в области сельского хозяйства.

Источники: FAO, EMIS, открытые источники



Поддержка сельского хозяйства

В начале 2020 г. Правительством Китая был опубликован План цифрового развития сельского хозяйства и сельских районов на 2019–2025 гг., который предполагает внедрение электронных инноваций для улучшения систем сбора данных, мониторинга уровня спроса и предложения на рынке и повышения образованности сельскохозяйственных работников². Процесс цифровизации сельского хозяйства имеет огромные перспективы и в сочетании с адекватным финансированием будет способствовать стабильному развитию аграрной экономики. Практика создания электронных платформ для торговли сельскохозяйственными товарами позволила местным производителям сохранить связи с клиентами и выйти на международные рынки³.

Обеспечение стабильности производства зерновых также является вопросом первоочередной важности. Эксперты сельскохозяйственной отрасли указывают на необходимость повысить стабильность производства и урожайность риса, пшеницы и кукурузы, являющихся основой китайского рациона. Несмотря на планирующийся рост внутреннего производства сои, зависимость от импорта будет оставаться высокой. Кроме того, Китай останется зависимым от поставок сахара и хлопка⁴.

Проблемы продовольственной безопасности тесно связаны с экологической ситуацией в Китае. Растет спрос на вертикальные фермы. Засоленные почвы могут быть использованы для выращивания сельскохозяйственных культур. Применяются зеленые способы ведения сельского хозяйства, в первую очередь, использование экологически чистых удобрений⁵.

Помимо Плана цифрового развития в 2015 г. Китаем также была создана программа Сделано в Китае 2025⁶. На момент своего создания данная программа не получила должного внимания, однако в последнее время правительство Китая стало выделять больше ресурсов на ее реализацию. Этот десятилетний комплексный план уделяет большое внимание развитию производства в 10 стратегических секторах и направлен на усиление позиции Китая на мировом рынке. В список отраслей, на которые сделан фокус в программе, входят робототехника, медицина, энергосбережение, сельскохозяйственное оборудование и т.д. Повышенное внимание к данным секторам, по мнению правительства Китая, должно уменьшить зависимость страны от импорта иностранных технологий и поспособствовать созданию китайских компаний, способных конкурировать как внутри страны, так и на мировом рынке.

² http://www.moa.gov.cn/xw/zwdt/202001/t20200120_6336380.htm

³ http://m.xinhuanet.com/gd/2020-05/28/c_1126046293.htm

⁴ <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1668473319429033162&wfr=spider&for=pc>

⁵ http://www.chinagrains.org.cn/wzfcms/html/chinese/hydt_1035/20200526/dbfa1bfbc94b468287cdeae6ee74f3a8.html

⁶ http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-05/19/content_9784.htm



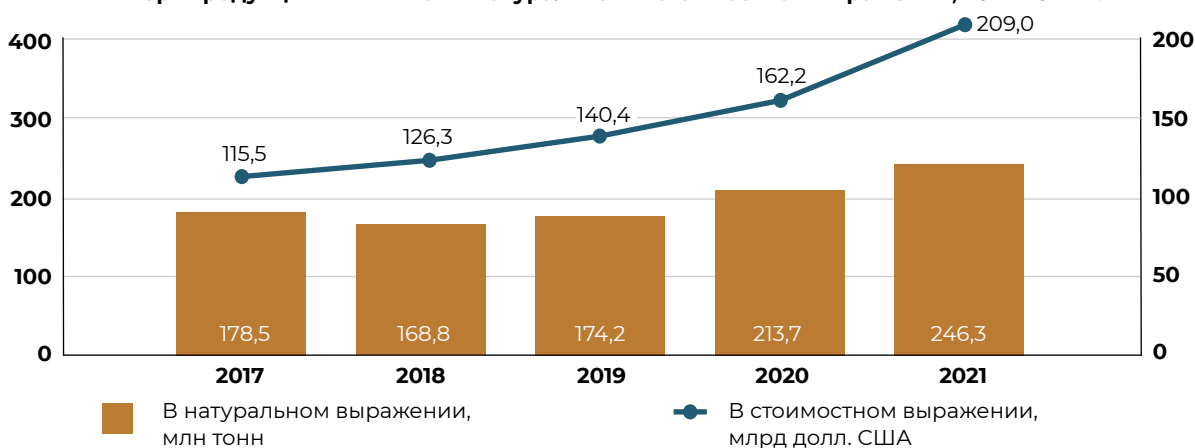
Внешняя торговля продукцией АПК

Импорт продукции АПК

В 2021 г. товарооборот продукции АПК Китая увеличился до 291,4 млрд долл. США, что на 23,1% выше показателя 2020 г. (236,7 млрд долл. США). По данным Главного таможенного управления Китая (GACC), совокупный объем импорта продукции АПК Китая в 2021 г. составил 209,0 млрд долл. США, показав рост на 28,8% по отношению к 2020 г. (162,2 млрд долл. США). Среднегодовой темп роста импорта за 2017–2021 гг. составил 16,0%.

В натуральном выражении в 2021 г. Китай импортировал 246,3 млн тонн продукции АПК, что на 15,3% выше значений предыдущего года.

Импорт продукции АПК Китая в натуральном и стоимостном выражении, 2017–2021 гг.



Источник: ITC Trade Map, GACC

Китай является крупнейшим в мире потребителем соевых бобов, ежегодно закупая на внешних рынках до 100 млн тонн этой культуры. Импортируемые соевые бобы направляются в основном на кормовые цели и используются для поддержки быстрорастущей животноводческой отрасли. При этом в 2018–2019 гг. их импорт сокращался из-за эпидемии африканской чумы свиней и обострения торговых отношений с США, однако в 2020 г. вновь восстановился до уровня 2017 г.

По итогам 2021 г. в стоимостной структуре импорта продукции АПК Китая преобладали соевые бобы (25,6%), свинина и пищевые субпродукты свиней (6,2%), говядина и пищевые субпродукты КРС (6,0%), кукуруза (3,9%) и ракообразные (3,3%).

Структура импорта продукции АПК Китая, 2021 г.

№	Наименование	Млн тонн	Млрд долл. США	Доля в стоимостном импорте, %*
1	Соевые бобы	96,5	53,5	25,6%
2	Свинина и пищевые субпродукты свиней	4,9	13,0	6,2%
3	Говядина и пищевые субпродукты КРС	2,4	12,6	6,0%
4	Кукуруза	28,3	8,0	3,8%



Продолжение табл.

№	Наименование	Млн тонн	Млрд долл. США	Доля в стоимостном импорте, %*
5	Ракообразные	0,8	7,0	3,3%
6	Масло пальмовое	6,4	5,9	2,8%
7	Сухое молоко	1,3	4,6	2,2%
8	Детское питание из муки, крупы, крахмала и молока	0,3	4,5	2,1%
9	Дуриан свежий	0,8	4,2	2,0%
10	Ячмень	12,5	3,6	1,7%
	Прочие продукты	92,1	92,1	44,1%
	Итого	246,3	209,0	100,0%

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



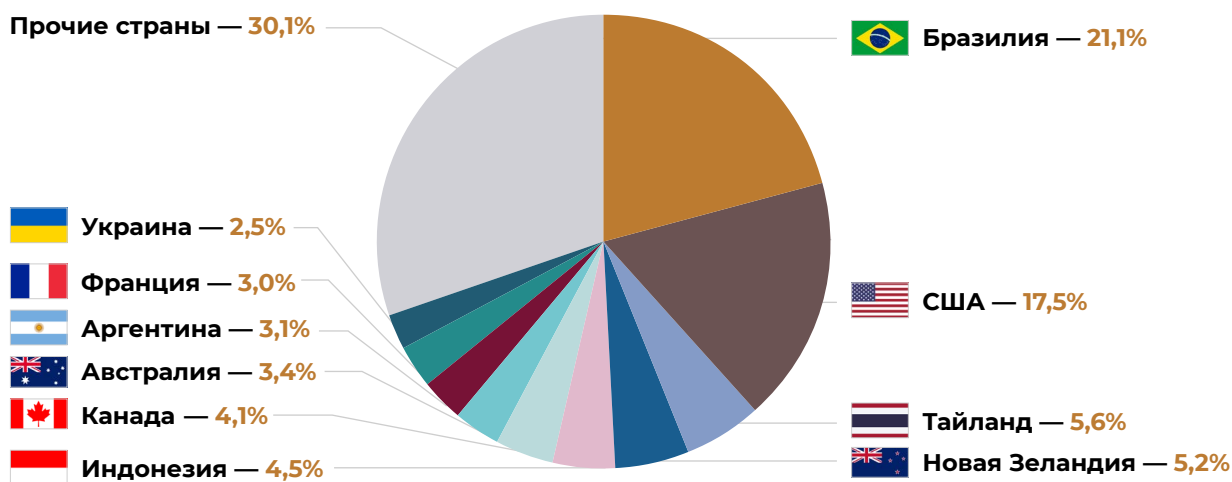
Основными странами-экспортерами продукции АПК в Китай в 2021 г. стали Бразилия (21,1% от общего объема агроимпорта страны), США (17,5%) и Таиланд (5,6%). На долю топ-10 стран пришлось 69,9% импорта продукции АПК Китая.

Основные страны-экспортеры продукции АПК в Китай, 2017–2021 гг., млрд долл. США

№	Страна	2017	2018	2019	2020	2021
1	Бразилия	24,0	32,6	28,6	34,2	44,0
2	США	21,9	14,2	12,7	21,4	36,5
3	Таиланд	4,5	5,6	6,8	7,6	11,6
4	Новая Зеландия	5,6	6,7	8,5	8,6	10,8
5	Индонезия	4,7	5,1	5,8	5,8	9,4
6	Канада	6,4	7,7	7,1	7,1	8,6
7	Австралия	5,9	6,8	8,2	7,8	7,1
8	Аргентина	3,6	2,2	6,5	6,2	6,4
9	Франция	3,5	3,8	3,9	4,6	6,3
10	Украина	1,1	1,4	2,4	3,7	5,2
	Прочие страны	34,4	40,2	49,8	55,2	63,0
	Итого	115,5	126,3	140,4	162,2	209,0

Источник: ITC Trade Map, GACC

Доля стран в импорте продукции АПК Китая в стоимостном выражении, 2021 г., %



Источник: ITC Trade Map, GACC

Экспорт продукции АПК

Согласно данным Главного таможенного управления Китая, совокупный объем экспорта продукции АПК Китая в 2021 г. достиг 82,5 млрд долл. США, что на 10,7% выше значения 2020 г. Среднегодовой темп роста экспорта за 2017–2021 гг. составил 2,8%. При этом в натуральном выражении в 2021 г. экспорт снизился на 3,0%, до 40,6 млн тонн.

Экспорт продукции АПК Китая в натуральном и стоимостном выражении, 2017–2021 гг.



Источник: ITC Trade Map, GACC

Основу китайского экспорта продукции АПК составляют рыба, морепродукты и продукция из них: на данные позиции в общей сложности в 2021 г. пришлось около 25,5% агроэкспорта в стоимостном выражении. Причем в первую очередь на внешние рынки поставляются изделия и консервы из рыбы (6,1%), филе и прочее мясо рыбы (3,8%), моллюски (3,8%).

Помимо отмеченных продуктов существенные объемы в структуре экспорта продукции АПК в 2021 г. также занимали овощи, приготовленные или консервированные без уксуса (3,8%), фрукты и орехи (3,3%), а также свежие луковичные овощи (3,1%).

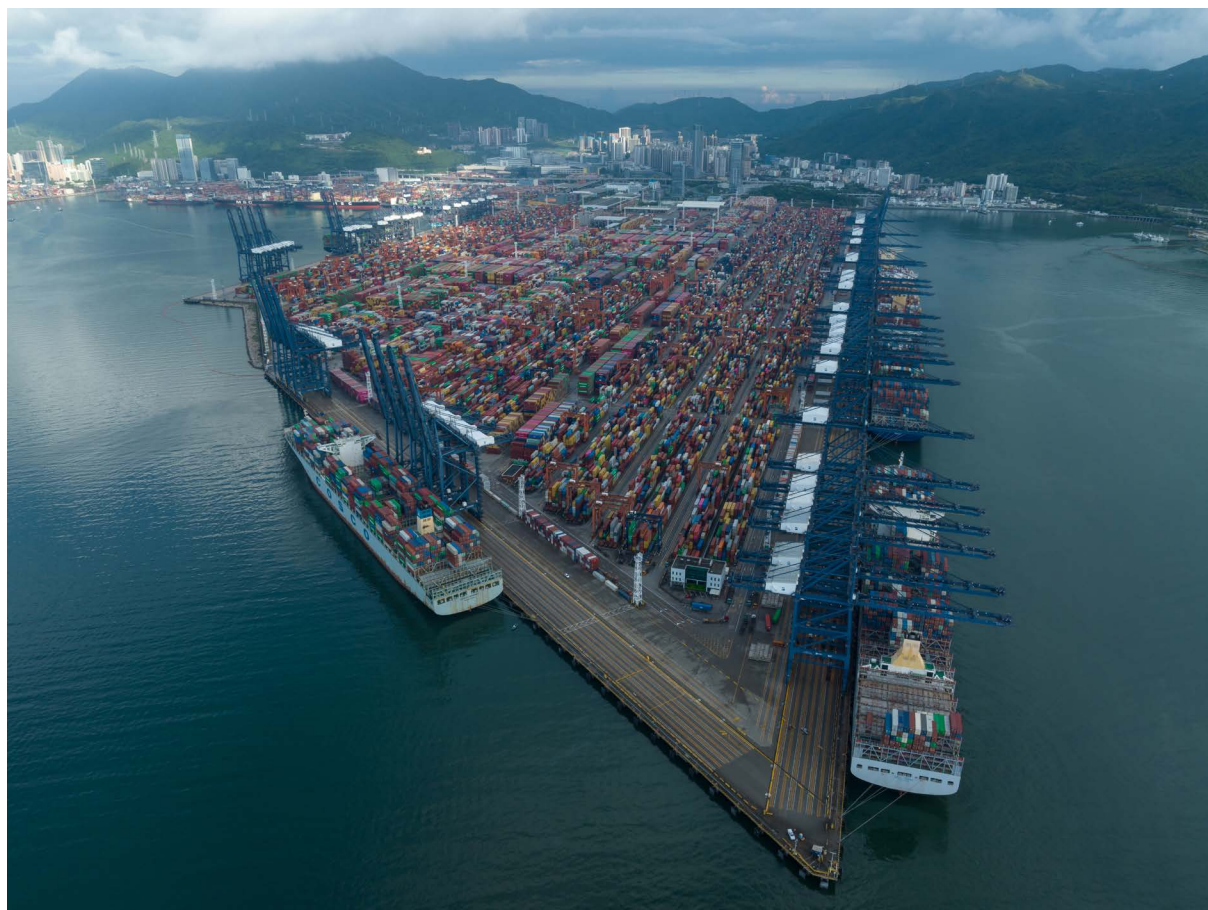
Структура экспорта продукции АПК Китая, 2021 г.

№	Наименование	Млн тонн	Млрд долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %*
1	Изделия и консервы из рыбы	1,1	5,0	6,1%
2	Филе рыбы и прочее мясо рыбы	0,6	3,2	3,8%
3	Овощи, приготовленные или консервированные без уксуса	2,1	3,1	3,8%
4	Моллюски	0,5	3,1	3,8%
5	Изделия и консервы из моллюсков	0,3	3,0	3,6%
6	Фрукты, орехи и прочие съедобные части растений, приготовленные или консервированные	1,2	2,7	3,3%

Продолжение табл.

№	Наименование	Млн тонн	Млрд долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %*
7	Луковичные овощи свежие	2,6	2,5	3,1%
8	Рыба мороженая	0,7	2,4	2,9%
9	Чай	0,4	2,3	2,8%
10	Экстракты непищевые, природные смолы	0,1	2,1	2,6%
	Прочие продукты	31,0	53,1	64,4%
	Итого	40,6	82,5	100,0%

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



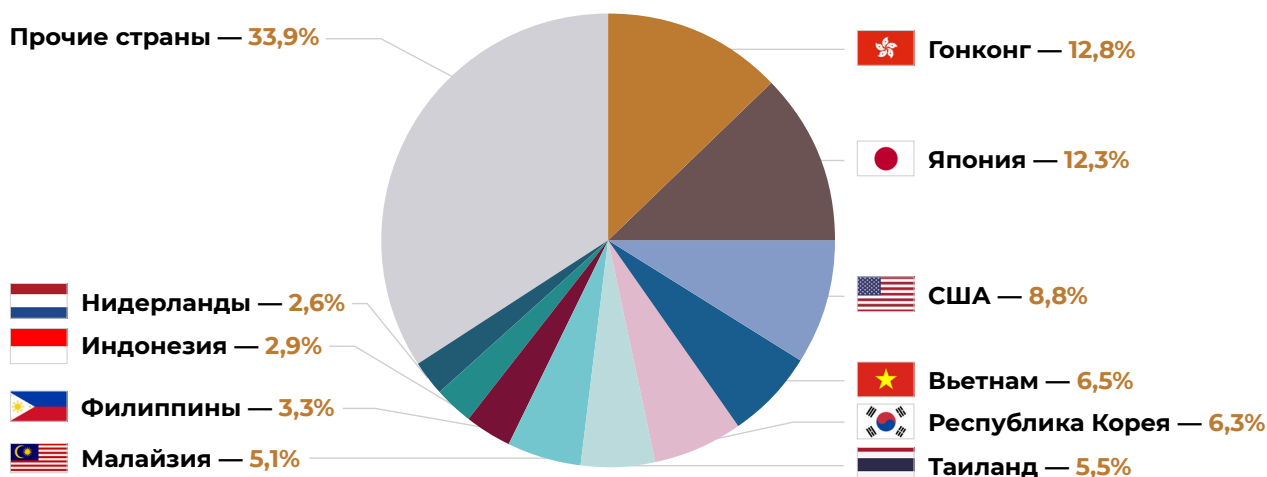
В 2021 г. основными странами-импортерами продукции АПК из Китая был Гонконг (12,8% всего экспорта страны в стоимостном выражении), а также Япония (12,3%) и США (8,8%). Всего же на топ-10 стран-импортеров в 2021 г. пришлось 66,1% агроэкспорта Китая.

Основные страны-импортеры продукции АПК из Китая, 2017–2021 гг., млрд долл. США

№	Страна	2017	2018	2019	2020	2021
1	Гонконг	10,1	10,1	9,5	8,8	10,5
2	Япония	10,1	10,6	10,2	9,5	10,1
3	США	7,6	8,1	6,3	6,3	7,2
4	Вьетнам	4,5	5,2	5,4	5,4	5,4
5	Республика Корея	4,7	5,2	4,9	4,8	5,2
6	Таиланд	3,1	3,3	3,7	4,2	4,6
7	Малайзия	2,4	2,4	3,0	3,5	4,2
8	Филиппины	2,0	2,1	2,1	2,3	2,7
9	Индонезия	2,2	2,2	2,5	2,2	2,4
10	Нидерланды	1,6	1,6	1,6	1,7	2,2
	Прочие страны	25,7	26,9	27,8	25,7	28,0
	Итого	73,9	77,5	77,0	74,5	82,5

Источник: ITC Trade Map, GACC

Доля стран в экспорте продукции АПК Китая в стоимостном выражении, 2021 г. %



Источник: ITC Trade Map, GACC

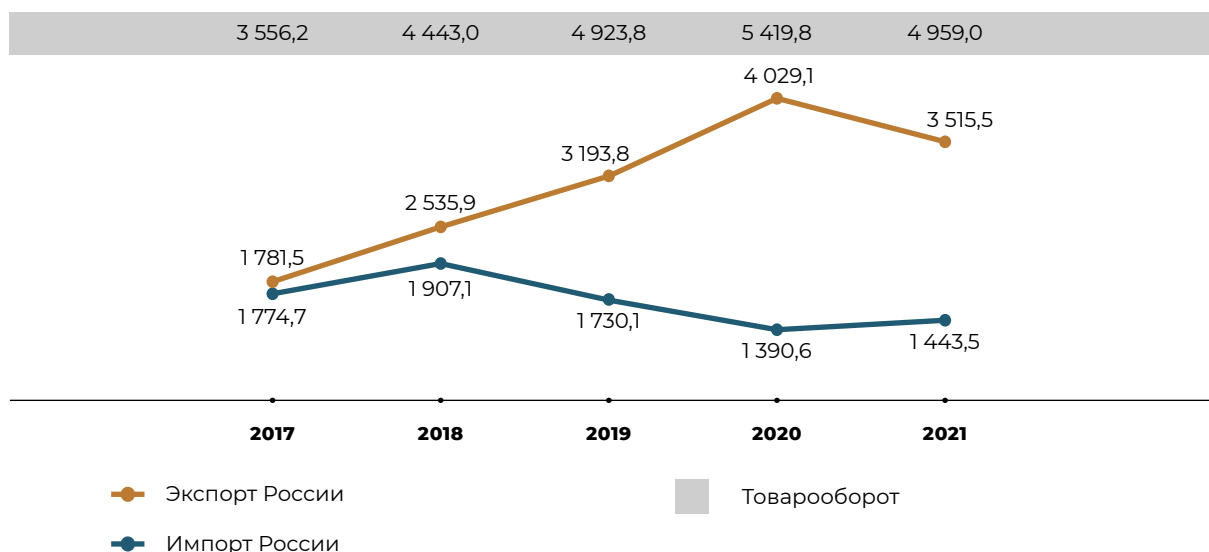


Взаимная торговля продукцией АПК между Россией и Китаем

Объем взаимной торговли (товарооборот) сельскохозяйственной продукцией, сырьем и продовольствием между Россией и Китаем в 2021 г. в сравнении с 2020 г. уменьшился на 8,5% и составил 4 959,0 млн долл. США. Экспорт России в Китай снизился на 12,7% до 3 515,5 млн долл. США, а импорт России из Китая вырос на 3,8% до 1 443,5 млн долл. США.

Российский экспорт в Китай в 2021 г. составлял 70,9% от товарооборота продукции АПК между Россией и Китаем. На долю товарооборота продукции АПК между двумя странами приходилось 7,1% всего российского внешнеторгового товарооборота продукции АПК.

Динамика товарооборота с Россией, млн долл. США



Источник: ФТС России

Импорт России из Китая в 2021 г. составил 842,5 тыс. тонн на сумму 1 443,5 млн долл. США. На долю Китая приходилось 4,2% импорта продукции АПК России.

Основными товарными позициями в стоимостном структуре российского импорта из Китая в 2021 г. являлись луковичные овощи свежие (5,0%), экстракты непищевые, природные смолы (4,5%), рыба мороженая (4,2%), изделия и консервы из рыбы (4,2%), филе рыбы и прочее мясо рыбы (4,0%).

Повышение импорта России из Китая в стоимостном выражении на 3,8% обусловлено преимущественно увеличением поставок семян подсолнечника (в 2,5 раза к 2020 г.), рыбного филе и прочего мяса рыбы (+43,5%), моллюсков (+43,5%), сахаристых кондитерских изделий (+72,2%).

При этом сократился импорт свежих луковичных овощей (-20,1%), овощных перцев свежих (-32,7%), грейпфрутов и помело свежих и сушеных (-99,6%), овощей, приготовленных или консервированных без уксуса (-21,7%).



Российский импорт, 2020-2021 гг.

№	Наименование	2020		2021		Прирост 2021 к 2020			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Луковичные овощи свежие	90,1	89,7	58,5	71,7	-31,6	-35,1	-18,0	-20,1
2	Экстракты непищевые, природные смолы	5,6	56,3	6,0	64,7	0,3	5,6	8,4	15,0
3	Рыба мороженная	30,0	67,5	15,8	60,0	-14,1	-47,2	-7,5	-11,0
4	Изделия и консервы из рыбы	7,8	55,1	6,2	60,0	-1,6	-20,7	4,9	8,9
5	Филе рыбы и прочее мясо рыбы	13,3	40,6	15,1	58,3	1,8	13,5	17,7	43,5
6	Моллюски	9,2	37,5	11,2	53,9	1,9	20,7	16,3	43,5
7	Овощи, приготовленные или консервированные без уксуса	86,5	63,1	60,7	49,4	-25,7	-29,8	-13,7	-21,7
8	Чай	15,0	39,0	17,2	48,5	2,3	15,1	9,5	24,4
9	Томаты свежие	43,9	52,7	39,5	47,5	-4,4	-10,0	-5,2	-9,9
10	Соки фруктовые и овощные	51,9	58,7	44,6	47,3	-7,3	-14,0	-11,4	-19,4
	Прочие продукты	616,7	830,4	567,7	882,1	-48,9	-7,9	51,7	6,2
	Итого	969,9	1 390,6	842,5	1 443,5	-127,4	-13,1	52,9	3,8

Источник: ФТС России

В 2021 г. из России в Китай было ввезено 3 516,3 тыс. тонн продукции на сумму 3 515,5 млн долл. США. На долю Китая приходилось 9,7% экспорта продукции АПК России.

Основными товарными позициями в структуре российского экспорта продукции АПК в Китай в стоимостном выражении в 2021 г. являлись ракообразные (16,1%), рыба мороженная (13,0%), соевые бобы (11,6%), масло рапсовое (11,6%), масло подсолнечное (10,2%).

Снижение российского экспорта в Китай в стоимостном выражении на 12,7% обусловлено преимущественно уменьшением поставок мороженой рыбы, подсолнечного масла, семян рапса, соевого масла. При этом вырос экспорт ракообразных, рапсового масла, семян льна, говядины и пищевых субпродуктов КРС.



Российский экспорт, 2020–2021 гг.

№	Наименование	2020		2021		Прирост в 2021 к 2020			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Ракообразные	14,7	339,7	16,8	564,9	2,1	14,3	225,3	66,3
2	Рыба мороженая	945,1	1 174,8	321,1	457,3	-624,1	-66,0	-717,5	-61,1
3	Соевые бобы	923,7	313,4	1 124,2	408,7	200,5	21,7	95,3	30,4
4	Масло рапсовое	281,6	252,5	331,6	407,3	50,0	17,8	154,8	61,3
5	Масло подсолнечное	770,6	564,5	289,4	359,1	-481,2	-62,4	-205,4	-36,4
6	Мясо птицы	146,2	264,8	125,0	251,4	-21,2	-14,5	-13,4	-5,1
7	Семена льна	232,5	111,8	304,6	215,3	72,1	31,0	103,5	92,6
8	Масло соевое	328,1	244,3	153,4	165,2	-174,7	-53,3	-79,1	-32,4
9	Говядина и пищевые субпродукты КРС	9,1	51,0	21,5	149,2	12,4	в 2,4 раза	98,1	в 2,9 раза
10	Шоколадные кондитерские изделия	63,8	132,1	46,5	114,8	-17,3	-27,2	-17,3	-13,1
	Прочие продукты	1 151,7	580,2	782,2	422,2	-369,5	-32,1	-158,0	-27,2
	Итого	4 867,1	4 029,1	3 516,3	3 515,5	-1 350,8	-27,8	-513,6	-12,7

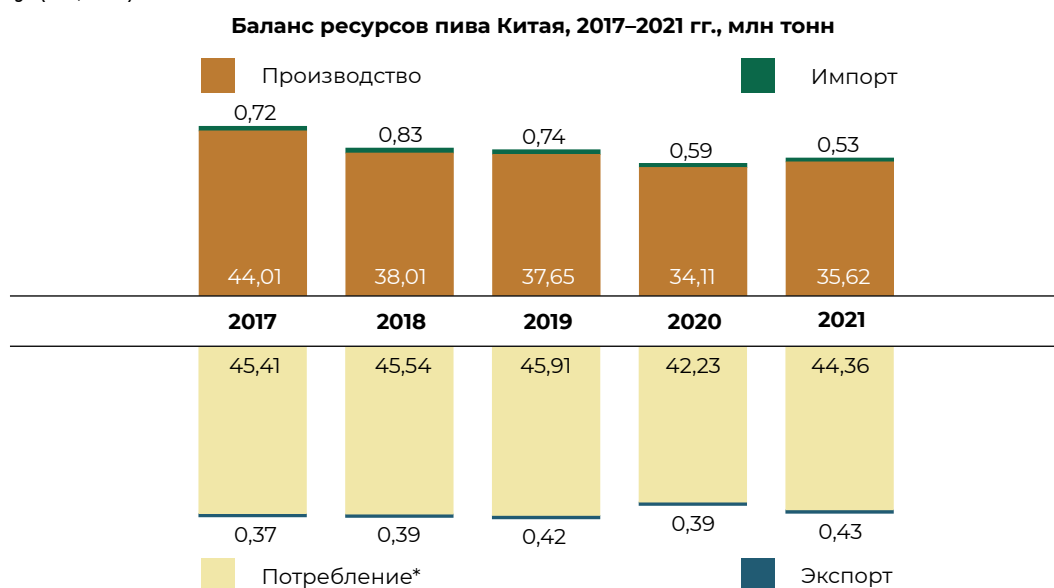
Источник: ФТС России



Обзор рынка пива в Китае

В 2002 г. Китай перегнал США и стал крупнейшим в мире производителем пива. В 2020 г. отмечался минимальный уровень производства за 2017–2021 гг. (34,11 млн тонн), что обусловлено влиянием пандемии COVID-19. По итогам 2021 г. объем производства начал восстанавливаться и составил 35,62 млн тонн, что на 4,4% выше показателя 2020 г.

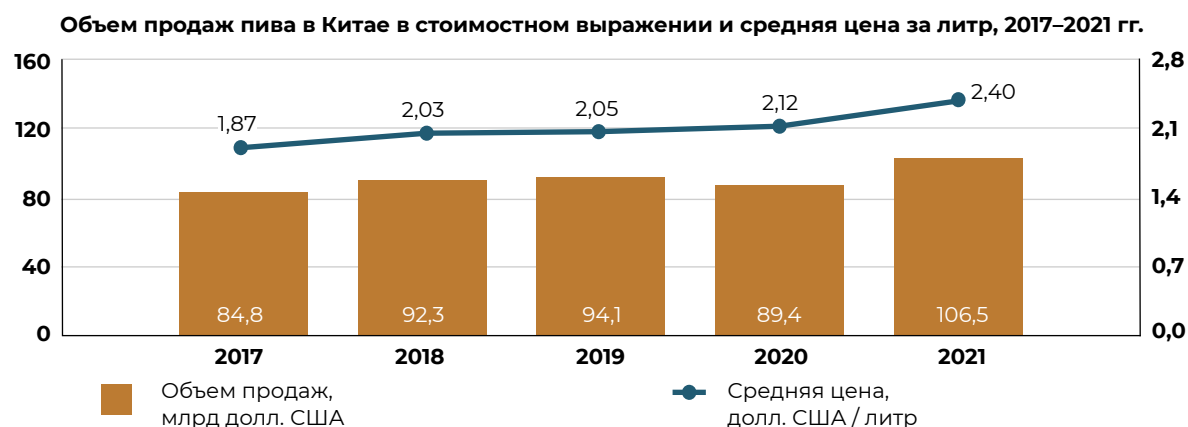
Потребление пива в стране на протяжении последних лет находилось на уровне 44–46 млн тонн, за исключением 2020 г., когда оно снизилось до 42,23 млн тонн ввиду закрытия предприятий общественного питания, однако рост продаж в розничном канале и канале электронной торговли позволил несколько смягчить снижение. В 2021 г. потребление, как и производство, продемонстрировало положительную динамику (+5,2%).



Источник: EMIS, USDA, Statista, GACC, ITC Trade Map, *с учетом переходящих запасов

В стоимостном выражении объем продаж пива в 2021 г. превысил 100 млрд долл. США, а средняя цена выросла на 13,2% до 2,40 долл. США за литр. Следует отметить, что средняя цена литра пива в секторе общественного питания почти вдвое выше средней цены в розничной торговле: 3,17 долл. США против 1,63 долл. США.



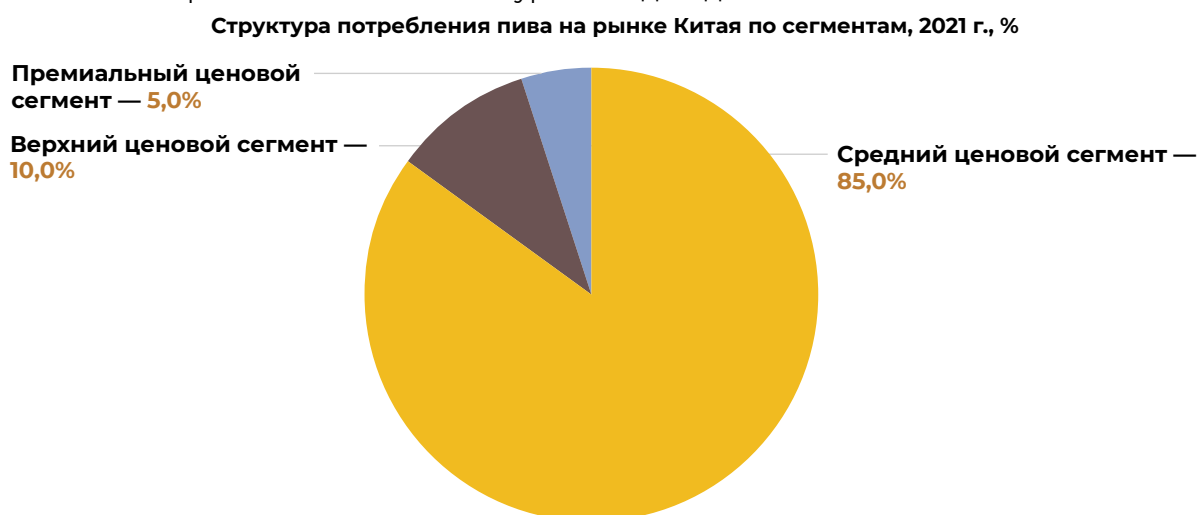


Источник: EMIS

Мегаполисы Китая, центральные и северо-восточные провинции выступают ключевыми районами потребления пива. Пиво среднего ценового сегмента, главным образом лагеры с низким содержанием алкоголя (~3%), составляет основу потребления — на него приходится около 85% рынка.

Еще 10% рынка занимает верхний ценовой сегмент — в нем представлено как импортируемое, так и разливаемое на территории Китая бутылочное пиво зарубежных брендов. Данный сегмент является динамично развивающимся и высококонкурентным.

Премиальный ценовой сегмент, в котором представлено импортное и местное крафтовое бутылочное, а также разливное пиво, занимает до 5% рынка. Целевой аудиторией данной категории продукции является население молодого и среднего возраста с высшим образованием и высоким уровнем дохода.

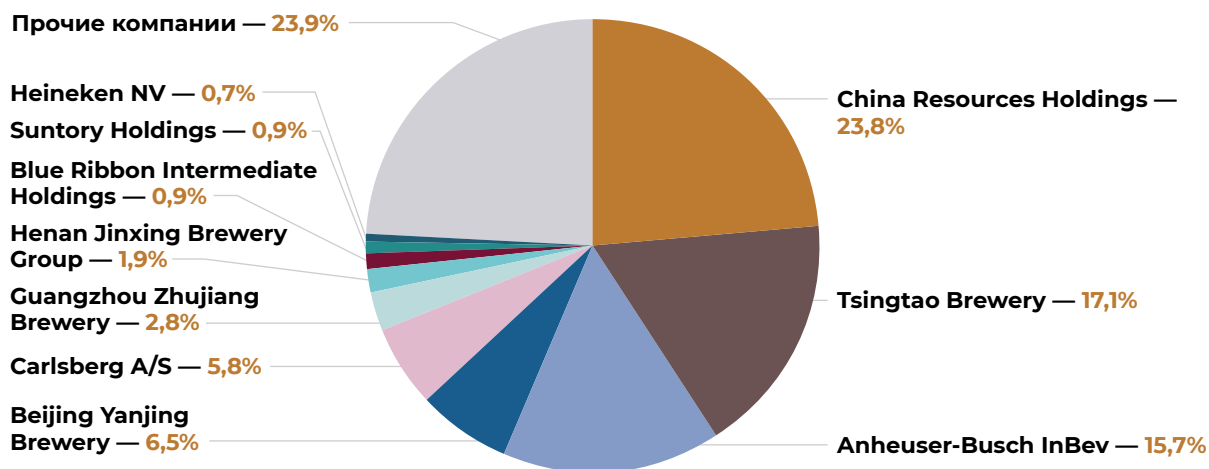


Источник: EU SME Centre, Mersol & Luo Insights

На китайском рынке пива выделяется несколько компаний-лидеров. В 2021 г. на топ-3 компании пришлось свыше половины продаж пива в стоимостном выражении. При этом наибольшую долю рынка занимала китайская компания China Resources Holdings (23,8%) с флагманским брендом Snow. За ней расположился еще один местный производитель Tsingtao Brewery с долей 17,1% и транснациональная корпорация Anheuser-Busch InBev, на продукцию которой пришлось 15,7% продаж.



Доля компаний на рынке пива Китая по объему продаж, 2021 г., %



Источник: EMIS

Крупнейшие компании-производители пива в Китае

Компании и основные бренды	Описание
China Resources Holdings Бренды: Snow (флагманский), Kingway, Blue Sword, Siwo, Zhong Hua	Многопрофильный конгломерат, основанный в 1938 г. и базирующийся в Шэньчжэне и Гонконге, который охватывает широкий спектр деятельности: розничная торговля, логистика, производство пива, безалкогольных напитков и продуктов питания, электроэнергетика, поставки природного газа и др. Сайт: www.en.crc.com.cn
Tsingtao Brewery Бренды: Tsingtao (флагманский), Laoshan, Hans Beer, Xin Immense	Компания была основана в 1903 г. немецкими и британскими предпринимателями как Germania-Brauerei Tsingtao Co., Ltd. Будучи одной из старейших пивоварен в Китае Tsingtao в настоящее время является шестой по величине пивоваренной компанией в мире. Сайт: www.tsingtao.com
Anheuser-Busch InBev Бренды: Harbin, Budweiser, Sedrin, Jinlongquan	Международная пивоваренная корпорация, один из мировых лидеров. Продукция продается под международными брендами Budweiser, Stella Artois, Corona, Castle, Beck's, Leffe и Hoegaarden, а также несколькими сотнями местных торговых марок. Сайт: www.ab-inbev.com
Beijing Yanjing Brewery Бренды: Yanjing, Liqian, Huiquan, Snow Deer	Крупная пивоваренная компания, основанная в 1980 г. в Пекине. С 1995 г. пиво Yanjing было объявлено официальным пивом, подаваемым на государственных мероприятиях в КНР. Сайт: www.yanjing.com.cn
Carlsberg A/S Бренды: Wusu, Tuborg, Carlsberg, Dali	Одна из первых пивоваренных ТНК, начавшая поставлять пиво в Китай более 150 лет назад. Представительство было открыто в 1978 г, а в 1981 г. компания открыла пивоварню в Гонконге, которая стала базой для экспансии Carlsberg в материковый Китай. В настоящее время компания имеет несколько производственных площадок на территории КНР. Сайт: www.carlsberggroup.com

Источник: EMIS, открытые источники данных



Импорт пива Китая

Импортная продукция занимает около 1% китайского рынка пива, однако ввиду значительной емкости рынка в абсолютном выражении объемы импорта значительны. В 2021 г. импорт пива Китая составил 529,8 тыс. тонн на сумму 710,5 млн долл. США, что стало минимальным показателем за последние пять лет в натуральном выражении. В свою очередь пик импорта был зафиксирован в 2018 г., когда было ввезено 826,1 тыс. тонн продукции (904,4 млн долл. США). В целом на протяжении 2017–2021 гг. импорт пива в среднем ежегодно снижался на 7,4% в натуральном выражении и на 1,3% в стоимостном.

Импорт пива Китая в натуральном и стоимостном выражении, 2017–2021 гг.



Источник: ITC Trade Map, ГАСС, код ТН ВЭД 2203

В структуре импорта пива Китая в натуральном выражении лидирующие позиции заняли три страны: Германия (32,8%), Бельгия (9,7%) и Мексика (8,4%). Россия расположилась на пятом месте с показателем 36,3 тыс. тонн по итогам 2021 г., что соответствует доле импорта в 6,8%. При этом еще в 2017 г. поставки из России составляли 19,4 тыс. тонн, однако в последующие годы выросли до 34 тыс. тонн.

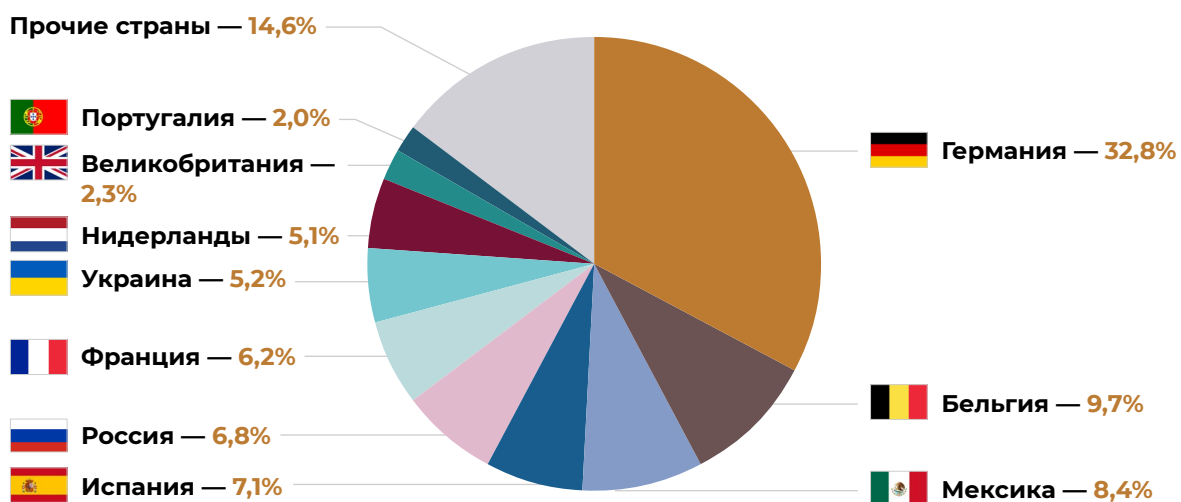


Структура импорта пива Китая по странам-экспортерам в натуральном выражении, 2017–2021 гг., тыс. тонн

№	Страна	2017	2018	2019	2020	2021
1	Германия	257,1	240,8	210,6	184,7	173,7
2	Бельгия	45,2	39,4	52,9	57,3	51,4
3	Мексика	94,4	196,8	110,3	47,6	44,5
4	Испания	49,3	52,7	39,4	41,9	37,4
5	Россия*	19,4	33,0	38,9	28,9	36,3
6	Франция	21,3	20,5	27,5	29,7	32,7
7	Украина	1,3	2,1	4,1	10,4	27,4
8	Нидерланды	50,6	33,3	27,3	43,1	27,0
9	Великобритания	25,8	24,5	47,0	22,8	12,0
10	Португалия	59,0	36,5	23,8	16,0	10,4
	Прочие страны	97,1	146,5	156,4	107,6	77,1
	Итого	720,5	826,1	738,3	590,0	529,8

Источник: ITC Trade Map, ГАСС, код ТН ВЭД 2203, *по данным ФТС России, российский экспорт пива в Китай в 2021 г. составил 43,7 тыс. тонн

Доля стран в импорте пива Китая в натуральном выражении, 2021 г., %



Источник: ITC Trade Map, ГАСС, код ТН ВЭД 2203

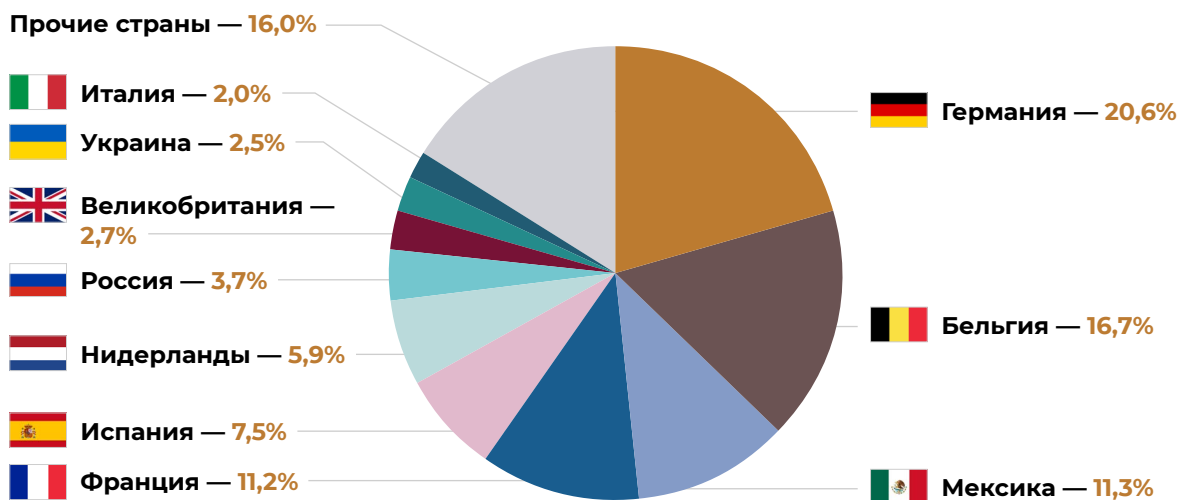
На протяжении 2017–2021 гг. лидерами по экспорту пива на рынок Китая в стоимостном выражении были Германия (20,6%), Бельгия (16,7%) и Мексика (11,3%). В динамике отмечается сокращение поставок со стороны Германии (на 30,1%) и Мексики (на 27,6%), тогда как импорт пива из Бельгии в стоимостном выражении за пять лет увеличился в 1,7 раза. Россия в 2021 г. стала седьмым по величине экспортером пива в Китай (в стоимостном выражении), отгрузив продукции на 26,4 млн долл. США.

Структура импорта пива Китая по странам-экспортерам в стоимостном выражении, 2017–2021 гг., млн долл. США

№	Страна	2017	2018	2019	2020	2021
1	Германия	209,5	190,7	159,9	141,9	146,4
2	Бельгия	69,6	74,2	105,9	115,8	118,6
3	Мексика	110,7	251,4	160,0	77,8	80,1
4	Франция	40,7	42,9	57,8	66,1	79,2
5	Испания	51,7	54,9	40,5	39,6	53,1
6	Нидерланды	65,8	46,4	37,4	55,2	42,2
7	Россия	12,8	26,8	30,9	17,5	26,4
8	Великобритания	25,8	27,2	49,6	27,4	18,9
9	Украина	0,4	0,8	1,9	6,6	17,8
10	Италия	6,0	4,6	6,4	9,3	14,0
	Прочие страны	157,2	184,4	169,7	137,8	113,8
	Итого	750,0	904,4	819,9	695,0	710,5

Источник: ITC Trade Map, ГАСС, код ТН ВЭД 2203, по данным ФТС России, российский экспорт пива в Китай в 2021 г. составил 20,5 млн долл. США

Доля стран в импорте пива Китая в стоимостном выражении, 2021 г., %



Источник: ITC Trade Map, ГАСС, код ТН ВЭД 2203



Чжэцзян, Фуцзянь и Шанхай (восточное побережье), Пекин, а также Гуандун (юго-восточное побережье) являются ключевыми провинциями Китая по ввозу пива в страну. В 2021 г. на них пришлось более 85% импорта пива в стоимостном выражении.

Структура импорта пива Китая по провинциям в натуральном и стоимостном выражении, 2021 г.

Провинция	Тыс. тонн	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %*
Чжэцзян	95,7	156,4	22,0%
Фуцзянь	88,3	144,8	20,4%
Шанхай	91,3	133,2	18,7%
Пекин	75,8	92,5	13,0%
Гуандун	61,7	78,5	11,0%
Прочие провинции	117,0	105,1	14,8%
Итого	529,8	710,5	100,0%

Источник: ITC Trade Map, ГАСС, код ТН ВЭД 2203, * сумма может быть не равна 100% ввиду округления

В 2021 г. средняя цена за тонну пива на базисе поставки CIF составила 1 341 долл. США, увеличившись на 13,8% относительно предыдущего года. Следует отметить, что на протяжении 2017–2021 гг. цена поступательно росла, а совокупный среднегодовой темп ее роста составил 6,5%.

Среди крупнейших стран-поставщиков наиболее недорогую продукцию поставляли Россия и Украина (на 45,6% и 51,6% ниже средней цены). В свою очередь самое дорогое пиво импортировалось из Франции и Бельгии, по ценам в 1,7–1,8 раза выше среднемировой.

Средние цены основных поставщиков пива в Китай, долл. США / тонна (CIF)

Страна	2017	2018	2019	2020	2021	Отклонение от средней цены, %
Средняя цена	1 041	1 095	1 111	1 178	1 341	-
Франция	1 908	2 097	2 101	2 226	2 421	в 1,8 раза
Бельгия	1 543	1 883	2 003	2 022	2 308	в 1,7 раза
Италия	2 129	1 995	2 106	1 906	1 938	+44,5
Мексика	1 172	1 277	1 450	1 634	1 800	+34,2
Великобритания	998	1 110	1 054	1 204	1 569	+17,0
Нидерланды	1 300	1 392	1 369	1 280	1 565	+16,7
Испания	1 048	1 042	1 028	945	1 421	+5,9

Продолжение табл.

Страна	2017	2018	2019	2020	2021	Отклонение от средней цены, %
Германия	815	792	759	768	843	-37,1
Россия	660	813	794	606	729	-45,6
Украина	304	386	471	630	649	-51,6

Источник: ITC Trade Map, ГАСС, код ТН ВЭД 2203

Потенциал российского пива в Китай

Расчетный объем потенциала поставок пива из России в Китай оценивается на уровне **50 млн долл. США**.



Потребительские предпочтения

Основные факторы, влияющие на продовольственный рынок Китая

- рынок Китая следует рассматривать в региональном разрезе, где каждой провинции присущи свои культурные, кулинарные и потребительские особенности и предпочтения;
- китайские потребители с недоверием относятся к местной системе надзора за безопасностью пищевых продуктов питания, поэтому наличие на упаковке информации о безопасности продукта положительно воспринимается китайцами и является конкурентным преимуществом;
- по мере увеличения среднего класса в Китае среди потребителей возрастает спрос на качественные и безопасные импортные товары. Зачастую китайские потребители из-за недоверия к местным производителям охотнее отдают предпочтение зарубежным продуктам питания;
- последние 5 лет в Китае стремительно растет популярность электронной торговли и служб доставки продуктов питания. В 2020 г. пандемия COVID-19 поспособствовала активному развитию электронной коммерции, хотя и значительно ударила по объему розничной торговли;
- все больше китайцев стремятся следовать тенденции здорового образа жизни, что подразумевает употребление здоровых и сбалансированных блюд, которые насыщены питательными ингредиентами. Набирают популярность продукты питания со знаком «есо»;
- увеличивается популярность продуктов питания премиум-сегмента, которые представлены практически во всех крупных точках розничной торговли, а ассортимент данных продуктов постоянно расширяется. Крупные сети отелей и ресторанов также предлагают своим посетителям блюда высокой кухни с использованием премиальных продуктов питания;
- на протяжении нескольких лет китайцы стали чаще отдавать предпочтение готовым продуктам питания. В точках розничной торговли можно найти большой ассортимент упакованных фруктов и овощей, полуфабрикаты, а также готовые порционные мясные продукты и морепродукты.



Тенденции на рынке пива Китая

- Китай является крупнейшим в мире производителем пива, которое занимает преобладающую долю рынка алкогольных напитков страны;
- как и во многих других странах в Китае все более популярным становится крафтовое пиво. Появляются тематические пивные пабы и бары, где потребителям предлагают разливное и бутилированное пиво с самыми разнообразными вкусами, начиная от крафтовых лагерей и заканчивая премиальными авторскими пивными напитками;
- с распространением тренда на ЗОЖ растет спрос на безалкогольное пиво. Статистика показывает, что женщины являются основной целевой группой в потреблении безалкогольного пива в Китае. Следуя потребительским тенденциям, Budweiser Anheuser-Busch, крупнейший в мире производитель пива, выпустил 12 новых сортов безалкогольного и слабоалкогольного пива специально для китайского рынка;
- в разрезе сортов пива китайцы отдают предпочтение лагеру, IPA, также популярность набирает фруктовое пиво (смюзи и сауэры);
- китайские потребители подвержены влиянию социальных сетей, поэтому большим спросом пользуются напитки в нестандартных бутылках или банках, фотографией которых можно поделиться у себя в профиле. Пиво также используют для приготовления различных блюд и маринадов (популярным блюдом считается утка тушенная в пивном соусе);
- пиво Wusu lager быстро завоевало успех среди китайских потребителей благодаря его уникальному вкусу. Многие потребители считают, что Wusu lager обладает густым и насыщенным вкусом сусла, которого нет у многих других пивных продуктов;
- каждое лето в китайском городе Циндао организуется крупный пивной фестиваль, который считается азиатским Октоберфестом. В нем принимают участие пивоваренные компании со всех уголков мира. Фестиваль был впервые проведен в 1991 г. и посвящен 100-летию города Циндао. С тех пор стал проводиться на постоянной основе ежегодно.



Торгово-распределительная сеть

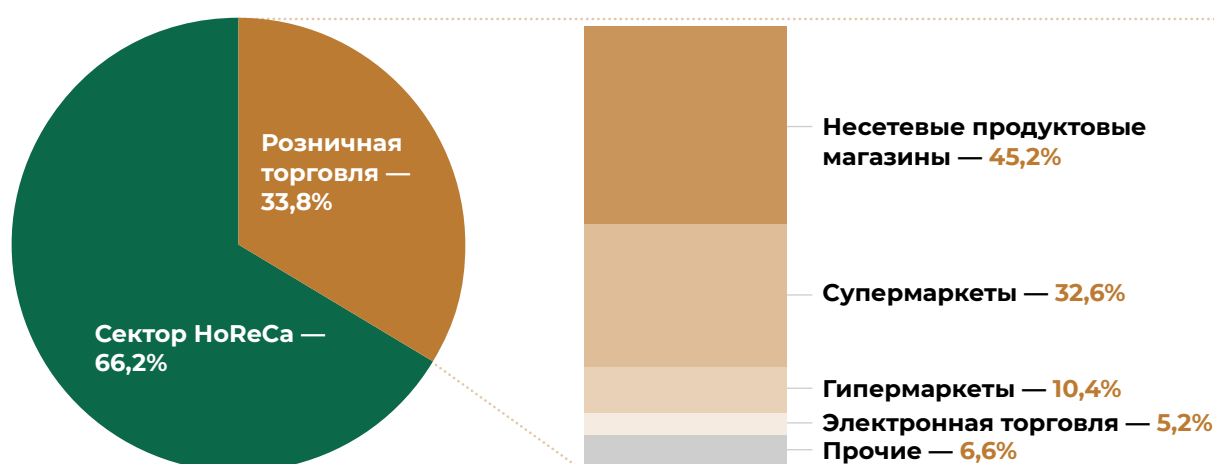
Крупные компании-импортеры и дистрибьюторы

Компания	Описание
Shandong Meijia Group	Компания занимается производством, импортом и оптовой торговлей продуктов питания. Входит в топ-20 предприятий пищевой промышленности. Сайт: www.rzmeijia.com
COFCO	Государственная холдинговая компания, одним из направлений деятельности которой является импорт и дистрибуция. Сайт: www.cofco.com
Yantai Pengzhu	Крупный импортер широкого перечня продуктов питания и напитков. Управляет более 10 складами на территории Китая. Сайт: www.11467.com
EEDC	Импортер и дистрибьютор. Работает на китайском рынке с 2001 г. Один из лидирующих импортеров и дистрибьюторов качественного вина и спиртных напитков в стране. Сайт: www.eedcchina.com
Yihai Kerry	Один из крупнейших импортеров и дистрибьюторов широкого перечня продуктов питания. Входит в топ крупнейших компаний КНР. Сайт: www.yihaikerry.net

Источник: открытые данные, EMIS

Преобладающим каналом реализации пива в Китае выступает сектор HoReCa — в 2021 г. на него пришлось 66,2% продаж в стоимостном выражении. Оставшаяся часть приходится на розничную торговлю, представленную несетевыми продуктами-магазинами (45,2% от розничного объема), супермаркетами (32,6%), гипермаркетами (10,4%) и электронными торговыми площадками (5,2%).

Структура реализации пива в Китае в стоимостном выражении, 2021 г., %



Источник: EMIS



Розничная торговля

Розничная торговля в Китае разнообразна: здесь присутствует как большое количество традиционных торговых точек, так и множество современных магазинов. В последние годы крупные ритейлеры вытесняют несетевые магазины, однако доля последних все еще остается значительной.

Гипермаркеты и супермаркеты предлагают широкий ассортимент продукции во всех ценовых сегментах. Кроме того, гипермаркеты и супермаркеты запускают собственные торговые марки, обеспечивающие продукцией чувствительных к цене покупателей, что было особенно важно в период пандемии.

Небольшие несетевые продуктовые магазины характерны для сельских районов, где не так широко представлены крупные розничные сети. В основном это небольшие семейные предприятия. Потребители ходят в них за ежедневными покупками. Здесь выстроены прочные отношения с местными покупателями, поэтому они особенно привлекательны для пожилых посетителей, которые больше ценят личные взаимоотношения, а не удобство и эффективность современных форматов розничной торговли.



Крупные магазины розничной торговли

Vanguard*

华润万家

Vanguard — национальный франчайзинговый розничный бренд, существующий на рынке более 30 лет со множеством суббрендов для разных групп потребителей. По состоянию на конец 2022 г. компания Vanguard управляет более 3 200 супермаркетами в Китае.



Lianhua — сеть супермаркетов, основанная в 1991 г. и имеющая точки продаж во многих районах страны (всего более 3 тыс. торговых точек, включая дочерние бренды).



RT-Mart — одна из крупнейших сетей гипермаркетов в Китае со штаб-квартирой на Тайване. По состоянию на конец марта 2021 г. компания насчитывала 490 гипермаркетов на материковой части Китая.

Walmart*

Walmart — сеть гипермаркетов с головным офисом в Пекине, представленная по всему Китаю, особенно в северной части. Имеет более 400 гипермаркетов и предлагает самые низкие цены и бесплатную доставку.



Yonghui — одна из крупнейших розничных сетей с зонтичным брендом, представленным магазинами Yonghui, Bravo Yonghui Life, и т.д. Yonghui управляет 1 065 точками в 29 провинциях Китая.



Meiyijia — китайская сеть круглосуточных магазинов, которая насчитывает более 15 тыс. торговых точек и охватывает практически все города и провинции Китая. Потребители отмечают гибкую систему акций и скидок.



Wumart Stores — китайская компания, основанная в 1994 г., которая является одним из крупнейших предприятий розничной торговли и управляет более 1,3 тыс. супермаркетами и гипермаркетами.



Hema — сеть супермаркетов, принадлежащая компании Alibaba. В Китае около 220 магазинов Hema с услугой доставки продуктов на дом.

Электронная торговля

Молодые китайские потребители активно пользуются цифровыми сервисами, что стимулирует развитие рынка электронной торговли. В онлайн-магазинах они приобретают готовую продукцию и отдельные ингредиенты для приготовления пищи дома.

Большинство компаний электронной торговли в Китае делают акцент на работе в крупных городах. Однако, по данным исследования China Grocery Consumer, проведенного в марте 2020 г., ограничения в период пандемии привели к росту онлайн-покупок, совершаемых потребителями, которые до этого редко приобретали фасованные продукты через интернет. На конец 2021 г. в Китае насчитывалось около 800 млн пользователей онлайн-площадок.

В стране улучшается логистика, доставка стала более оперативной. Быстрое развитие холодильных логистических цепей позволяет онлайн-площадкам предлагать и доставлять охлажденную и замороженную продукцию. Это привело к повышению спроса на услуги компаний электронной торговли в средних и малых городах, что заставило ритейлеров заняться оптимизацией логистики и цепочек поставок.

В условиях роста объемов онлайн-торговли во время пандемии ведущие сети ритейла стали расширять сотрудничество с цифровыми платформами. Так, Walmart сотрудничает с JD.com, а RT-Mart — с Alibaba. Некоторые ритейлеры создают собственные электронные платформы. Например, Yonghui развивает систему, объединяющую электронную коммерцию и офлайн-магазины.

В данном канале ведется активная маркетинговая деятельность. Например, на платформе Tmall проводятся онлайн-трансляции с приглашением ведущих блогеров и знаменитостей. Также покупателям предлагаются скидки до 70% (например, во время фестиваля покупок Double 12 и Фестиваля середины осени).

Ведущие игроки электронной коммерции



Tmall — одна из ведущих платформ электронной торговли в Китае, которая была создана Alibaba Group на основе интернет-магазина Taobao. Предназначена для продажи товаров национальными и международными компаниями.



JD.com — B2C-система электронной торговли, которая по объему оборота конкурирует с Tmall. Предлагает потребителям широкий выбор товаров в таких категориях, как электроника, одежда, свежие и фасованные продукты питания.



Taoxianda — проект по онлайн-интеграции игроков рынка розничной торговли продуктами питания, принадлежащий Alibaba. По состоянию на 2021 г. Taoxianda открыла 42 розничных сети интернет-магазина с услугами, доступными в 145 городах Китая.



Dmall — основанная в 2015 г., платформа O2O является ведущим поставщиком цифровых услуг для розничного сектора Китая. Компания представляет около 13 тыс. торговых точек на своей платформе и предлагает быструю доставку продуктов (менее одного часа).



Dingdong — лидирующая платформа, специализирующаяся на свежих продуктах, мясе и морепродуктах, а также других товарах повседневного спроса. Владеет широкой сетью складов, что позволяет компании осуществлять быструю доставку товаров (менее одного часа).

Гостинично-ресторанный сектор

Гостинично-ресторанный сектор Китая развивается быстрыми темпами: появляются новые игроки на рынке, конкурируя с международными компаниями, открываются новые форматы заведений общественного питания. Благодаря крупным международным мероприятиям, конференциям и выставкам гостиничная индустрия Китая продолжает расширяться, внедряя новые форматы отелей и гостиниц.

Международные и национальные сети гостиниц увеличивают количество своих отелей в городах второго и третьего уровня, предлагая посетителям высококлассный сервис. На территории большинства гостиниц располагаются рестораны, которые предлагают потребителям попробовать национальную кухню, а также международные блюда. Считается, что рестораны отеля отличаются превосходным качеством и обслуживанием.

Сектор общественного питания также демонстрирует значительный рост даже во время пандемии, когда были введены ограничительные меры, рестораны переориентировались на работу «на вынос», что помогло им продолжить свою работу на рынке. В Китае представлены многие зарубежные сетевые фаст-фуд заведения по типу бургерных и пиццерий. Китайцы также охотно обедают в фуд-кортах больших ТЦ, где представлены заведения разного уровня.

Международное сотрудничество

Китайская Народная Республика (КНР) является членом Всемирной торговой организации (ВТО) (с 2001 г.), членом Шанхайской организации сотрудничества (ШОС) (2001 г.), участвующей экономикой форума АТЭС (Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество) (1991 г.), участником Азиатско-Тихоокеанского торгового соглашения (2001 г.). Китай является государством-членом Кодекса Алиментариус, Всемирной организации по охране здоровья животных, Международной конвенции по карантину и защите растений, Международной организации по стандартизации.

На сегодняшний день страна заключила множество соглашений о свободной торговле, в том числе соглашения с Ассоциацией государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН), Сингапуром, Пакистаном, Новой Зеландией, Чили, Перу, Коста-Рикой, Исландией, Швейцарией, Мальдивами, Грузией, Гонконгом, Макао, Тайванем, Республикой Корея и Австралией, торговое соглашение с Египтом.

В ноябре 2020 г. КНР подписала соглашение о создании крупнейшей в мире зоны свободной торговли — Всестороннего регионального экономического партнерства (англ. RCEP, Regional Comprehensive Economic Partnership). Его участниками стали десять стран АСЕАН: Бруней, Вьетнам, Индонезия, Камбоджа, Лаос, Малайзия, Мьянма, Сингапур, Таиланд и Филиппины, а также Австралия, КНР, Новая Зеландия, Республика Корея и Япония. На долю всех этих стран приходится практически треть мирового населения, ВВП и мировой торговли. По условиям соглашения, в ближайшие 20 лет между его участниками будут обнулены импортные пошлины на ряд товаров, а также упрощена торговля в сфере интеллектуальной собственности, телекоммуникаций, финансовых, профессиональных и интернет-услуг. В настоящее время соглашение находится на ратификации у подписавших его сторон.

В сентябре 2021 г. КНР подала официальную заявку⁷ на присоединение к СРТРП (Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership, Всеобъемлющее и прогрессивное соглашение о Транстихоокеанском партнерстве). Данное соглашение возникло на основе Транстихоокеанского партнерства (ТТП), которое так и не вступило в силу из-за выхода США. На данный момент соглашение подписали Австралия, Бруней, Канада, Чили, Япония, Малайзия, Мексика, Новая Зеландия, Перу, Сингапур и Вьетнам. Ради присоединения к СРТРП КНР готова пойти на реформы законодательства и уступки по тарифам, превосходящие уступки в рамках их действующих соглашений о свободной торговле.

В мае 2018 г. КНР подписала Соглашение о торгово-экономическом сотрудничестве с Евразийским экономическим союзом (ЕАЭС)⁸. Оно не является преференциальным, то есть не предусматривает снижения пошлин, а направлено на повышение уровня транспарентности систем регулирования, упрощение торговых процедур, а также развитие кооперационных связей. В данное соглашение был также включен принципиально новый набор положений, цель которых является развитие двустороннего отраслевого сотрудничества по всем ключевым секторам экономики, предусмотрено создание отраслевых диалогов и разработка конкретных планов-действий, направленных на выявление и реализацию совместных инвестиционных проектов.

⁷ <http://www.mofcom.gov.cn/article/news/202109/20210903199707.shtml>

⁸ <http://www.eurasiancommission.org/ru/act/trade/dotp/Pages/Соглашение-с-Китаем.aspx>



Кроме этого, между КНР и Российской Федерацией продолжает действовать межправительственное соглашение о торгово-экономических отношениях от 5 марта 1992 г.⁹ По нему стороны предоставляют друг другу режим наибольшего благоприятствования (РНБ) в отношении правил таможенного управления и таможенных формальностей и способствуют транзиту через территорию своей страны товаров другой договаривающейся стороны.

Перспективы заключения новых многосторонних и двусторонних торговых соглашений

Китай ведет переговоры о заключении ряда соглашений о свободной торговле, в частности, с Японией, странами Совета сотрудничества арабских государств Персидского залива (ССАГПЗ), Шри-Ланкой, Израилем, Норвегией и Молдовой¹⁰.



⁹ <https://docs.cntd.ru/document/1902963?section=text>

¹⁰ https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/s375_e.pdf

Условия поставок для России

С целью осуществления экспорта пива на территорию Китая необходимо выполнение всех регламентированных требований законодательством страны по отношению к импортируемой продукции.

Иницируя процедуру по экспорту продукции на территорию Китая, необходимо знать, что пиво (код ТН ВЭД 2203) является неподконтрольной продукцией для Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору (Россельхознадзор)¹¹. Данный факт свидетельствует о том, что экспортируемая партия не подвергается контролю со стороны Россельхознадзора. Однако, при экспорте пива в Китай необходимо оформить документ, подтверждающий ее безопасность для потребления человеком в стране-импортере, либо уполномоченными органами в Российской Федерации. В отношении пищевой продукции таким документом, является «сертификат здоровья»¹². Данный документ является официальным подтверждением качества продукции и ее соответствия национальным стандартам.

Необходимо отметить, что при осуществлении экспортных партий на территорию зарубежной страны потенциальный-импортер требует, чтобы официальный документ был нотариально заверен, а также в некоторых случаях переведен на иностранный язык. Хочется отметить, что данная процедура имеет много тонкостей и сложностей. В одних случаях достаточно официально подтвердить легальность официального документа в Торгово-промышленной палате Российской Федерации, в отдельных случаях этого бывает недостаточно и необходимо обратиться в посольство иностранной страны, находящейся на территории Российской Федерации.

Компетентным ведомством КНР в области безопасности импортируемой пищевой продукции является Главное Таможенное Управление КНР (General Administration of Customs of the People's Republic of China — GACC¹³).

Тарифы и иные сборы

При импорте товара в Китай китайскими таможенными органами могут взиматься импортные пошлины, налоги (НДС), акцизы и таможенные сборы.

Порядок исчисления импортных таможенных пошлин регламентируется Правилами взимания импортных и экспортных пошлин в КНР (англ. Regulations of the People's Republic of China on Import and Export Duties)¹⁴.

При импорте товаров из России в Китай применяется ставка режима наибольшего благоприятствования в торговле (РНБ). Ставка таможенной пошлины на пиво (код ГС 2203) составляет 0%.

Помимо таможенной пошлины импорт товаров в Китае облагается налогом на добавленную стоимость (НДС). Ставка НДС на импорт пива является стандартной и составляет 13%. Данный налог взимается китайской таможней и рассчитывается из суммы цены CIF и импортной пошлины.

¹¹ В части ветеринарного и фитосанитарного контроля (надзора).

¹² Health Certificate.

¹³ <http://english.customs.gov.cn/>

¹⁴ http://www.foreignercn.com/index.php?catid=55:chinese-law&id=1215:regulations-of-the-peoples-republic-of-china-on-import-and-export-duties&Itemid=99&option=com_content&view=article/



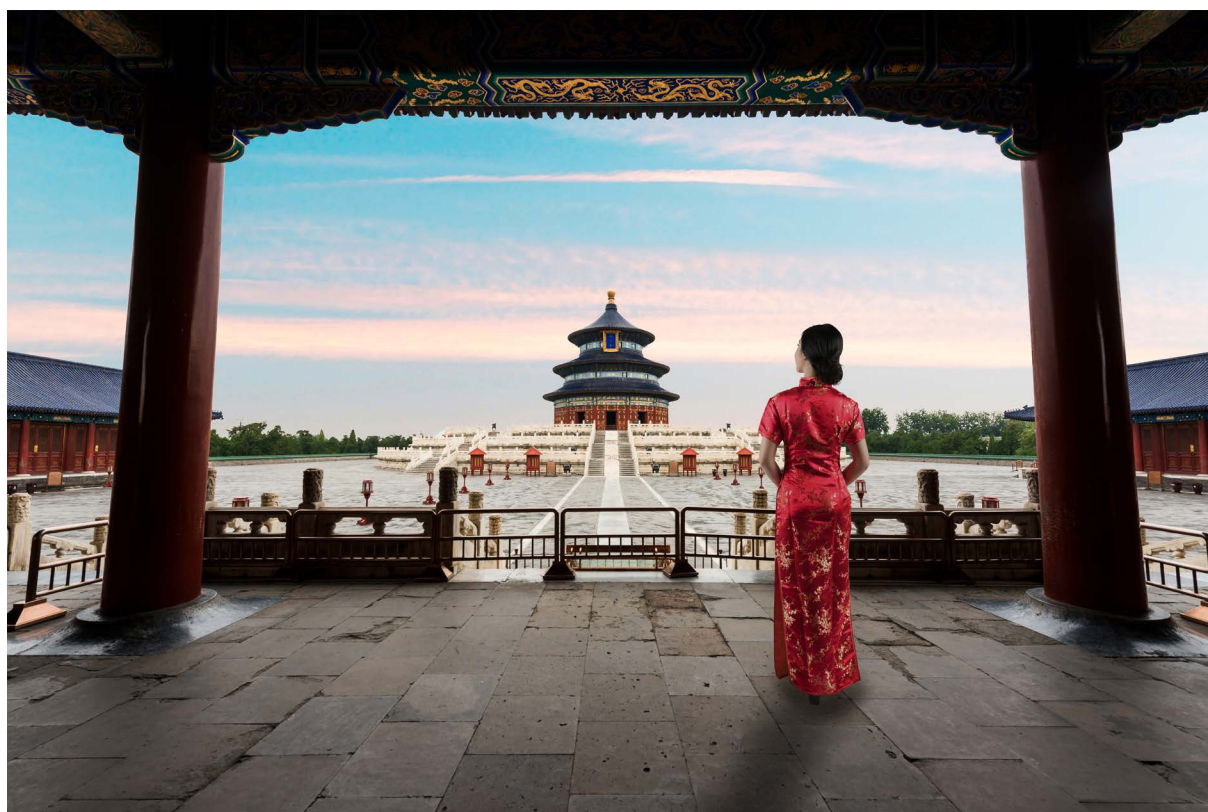
В дополнении к НДС на территории КНР некоторые виды продукции облагаются налогом на потребление, который распространяется в том числе на иностранные товары, ввозимые на таможенную территорию страны. Ставка налога зависит от типа продукции и может быть пересмотрена как в сторону уменьшения, в том числе временного обнуления, так и увеличения. В перечень сельскохозяйственной продукции, облагаемой потребительским налогом, входят алкогольные напитки и табачные изделия. В соответствии с Временным положением о налоге на потребление КНР от 10 ноября 2008 г.¹⁵, ставка налога на пиво составляет 250 юаней за тонну для пива высокого ценового сегмента (цена EXW не менее 3 тыс. юаней за тонну) и 220 юаней за тонну для пива низкого ценового сегмента (цена EXW ниже 3 тыс. юаней за тонну).

Между РФ и КНР действует налоговое соглашение об избежании двойного налогообложения.

Специальные, антидемпинговые или компенсационные пошлины в отношении импорта пива российского производства в Китае не установлены.

Квоты и ограничения

Квоты и иные количественные ограничения на ввоз в Китай пива российского производства не установлены.



¹⁵ Interim Regulations on Consumption Tax of the People's Republic of China. URL: <http://www.chinatax.gov.cn/n810341/n810765/n812171/n812680/c1190924/content.html>

Компетентные ведомства

Министерство сельского хозяйства и сельских дел КНР (англ. Ministry of Agriculture and Rural Affairs)

Является исполнительным органом государства в структуре Госсовета Китая. В круг обязанностей входят вопросы, связанные с сельским хозяйством, рыболовством, вопросами потребителей, животноводством, садоводством, продуктами питания, охотой и охотничьим хозяйством, высшим образованием и исследованиями в области сельскохозяйственных наук.

Сайт: <http://russian.agri.gov.cn>

Министерство коммерции КНР (англ. Ministry of Commerce of the People's Republic of China)

Является исполнительным органом, отвечающим за разработку политики по вопросам внешней торговли, регулирования экспорта и импорта, прямых иностранных инвестиций, защиты прав потребителей, рыночной конкуренции и заключения двусторонних и многосторонних торговых соглашений.

Органами, занимающимися выдачей участникам внешнеэкономической деятельности лицензий на закупки по импорту ряда товаров, является Управление по делам квотирования и лицензирования Министерства коммерции КНР и подразделения указанного министерства в провинциях, автономных районах, городах центрального подчинения.

Сайт: <http://www.mofcom.gov.cn>

Государственный комитет КНР по развитию и реформе или Национальная комиссия по развитию и реформам (ГКРР КНР, англ. National Development and Reform Commission)

Отвечает за выработку стратегии социально-экономического развития КНР, разработку планов развития на год, средне- и долгосрочную перспективу, координацию социально-экономического развития, исследование и анализ внутренней и международной экономической ситуации, разработку целевых показателей развития национальной экономики, регулирование общего уровня цен и оптимизацию экономической структуры, определение инвестиционной политики, координацию планов реализации крупномасштабных инвестиционных проектов, утверждение ключевых проектов зарубежного инвестирования, а также проектов с использованием большого объема иностранных инвестиций.

Сайт: www.ndrc.gov.cn

Главное таможенное управление КНР (англ. General Administration of Customs of China)

Главной задачей управления является контроль соблюдения процедуры допуска на китайский рынок сельскохозяйственной и продовольственной продукции животного и растительного происхождения, а также контроль безопасности пищевой продукции при экспортно-импортных операциях.

Сайт: www.customs.gov.cn

Центр сертификации качества КНР (англ. CQC, China Quality Certification Centre)

Главной задачей центра является подтверждение соответствия продукции требованиям мировых и национальных стандартов.

Сайт: www.cqc.com.cn

