

Экспортный гид

# Горох



Китай



Экспортный гид

# Горох



Китай

Гид создан при участии:



# Предисловие

---

Рынок зернобобовых культур (в том числе гороха) Китая является высокодинамичным, быстрорастущим и характеризуется частой сменой условий регулирования. Для успешного экспорта гороха в Китай необходим комплексный подход, учитывающий следующие аспекты:

- текущие тенденции и перспективы развития рынка гороха;
- потребительские предпочтения и вопросы, связанные с импортом гороха;
- сложную нормативно-правовую среду, процедуры экспорта и импорта;
- обеспечение защиты интеллектуальной собственности;
- логистическую товаропроводящую инфраструктуру;
- разветвленную торгово-распределительную сеть;
- стратегию продвижения и позиционирования продукта;
- факторы, определяющие выбор деловых партнеров;
- особенности китайской деловой культуры.

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

© ФГБУ «Федеральный центр развития экспорта продукции агропромышленного комплекса Российской Федерации», 2023.

© Все права защищены.

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



# Оглавление

---

<b>Резюме .....</b>	<b>5</b>
<b>Список сокращений.....</b>	<b>7</b>
<b>Введение .....</b>	<b>10</b>
<b>1. Краткий обзор — Китай .....</b>	<b>13</b>
1.1. Экономические тенденции .....	15
1.2. Политические тенденции.....	22
1.3. Демографические тенденции .....	23
1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок страны.....	26
<b>2. Обзор рынка.....</b>	<b>28</b>
2.1. Объем и динамика рынка .....	30
2.2. Потребительские предпочтения .....	48
2.3. Торгово-распределительная сеть.....	50
2.4. Конкурентная среда и участники рынка .....	61
<b>3. Стандарты на горох.....</b>	<b>67</b>
3.1. Требования к производителям .....	69
3.2. Требования к сертификации.....	70
3.3. Требования к упаковке и маркировке .....	71
<b>4. Барьеры входа на рынок.....</b>	<b>72</b>
4.1. Особенности таможенных процедур.....	74
4.2. Тарифные и нетарифные барьеры.....	76
<b>5. Организация экспортных поставок .....</b>	<b>78</b>
5.1. Логистика.....	80
5.2. Осуществление валютно-финансовых операций .....	94
5.3. Формы присутствия на рынке .....	97
5.4. Защита интеллектуальной собственности .....	102
<b>6. Продвижение продукции.....</b>	<b>107</b>
6.1. Ключевые факторы успеха на рынке .....	109
6.2. Отраслевые выставки и ярмарки .....	109
<b>7. Особые экономические зоны .....</b>	<b>111</b>
<b>8. Особенности ведения бизнеса .....</b>	<b>116</b>
<b>9. Преимущества и риски осуществления поставок .....</b>	<b>122</b>
9.1. Преимущества.....	124
9.2. Риски.....	126



<b>10. Карта действий экспортера .....</b>	<b>128</b>
<b>11. Контактная информация .....</b>	<b>131</b>
11.1. Потенциальные партнеры .....	133
11.2. Профильные организации .....	134
<b>12. Государственная поддержка экспорта продукции АПК .....</b>	<b>136</b>
<b>Приложение №1.</b>	
<b>Нормативно-правовая база и органы регулирования.....</b>	<b>143</b>
<b>Приложение №2.</b>	
<b>10 шагов при подготовке к экспорту .....</b>	<b>148</b>
<b>Приложение №3.</b>	
<b>Товаросопроводительная документация .....</b>	<b>153</b>
<b>Приложение №4.</b>	
<b>Возмещение НДС при экспорте товаров.....</b>	<b>163</b>

# Резюме

---

- Китай — государство в Восточной Азии с населением 1,4 млрд человек. С 2010 г. китайская экономика является второй в мире по номинальному ВВП и уже с 2014 г. — крупнейшей по ППС. Китай также лидирует по объемам промышленного производства и остается главным импортером продовольствия из России.
- В 2022 г. экономика Китая столкнулась с множеством внутренних и внешних вызовов. Под давлением мер по борьбе с многочисленными вспышками COVID-19 и продолжающимися проблемами в секторе недвижимости, в 2022 г. темп экономического роста Китая снизился до минимального с 1990 г. уровня — 3,0%.
- Производство гороха в Китае в 2017–2022 гг. колебалось в пределах 12,9–13,1 млн тонн. Почти 90% приходится на зеленый горох, по показателям производства которого Китай занимает первое место в мире. Производство сушеного гороха в рассматриваемом периоде находилось на уровне 1,5 млн тонн в год.
- Совокупное потребление зеленого и сушеного гороха в Китае в 2022 г. составило 13,1 млн тонн. При стабильных показателях внутреннего производства объем потребления данного вида продукции в КНР по большей части зависит от внешнеторговой конъюнктуры.
- Около 97% потребления гороха в Китае приходится на сектор переработки. Высокий спрос на данную продукцию наблюдается как в кормовой, так и в пищевой промышленности.
- Использование сушеного гороха в Китае во многом обеспечивается за счет импортных поставок. В 2022 г. потребление сушеного гороха в Китае сократилось на 15,4%, составив 3,1 млн тонн, что вызвано снижением поставок из Канады. Среднедушевое потребление сушеного гороха в Китае в 2022 г. составило 2,2 кг/чел., что на 15,4% меньше, чем в 2021 г.
- В 2022 г. экспорт гороха из Китая составил 49,4 тыс. тонн на сумму 66,5 млн долл. США, превысив показатели 2021 г. на 15,5% в натуральном выражении и на 14,8% в стоимостном. Основными покупателями гороха из Китая были Таиланд, Япония, Малайзия.
- В 2022 г. импорт гороха Китая составил 1 639,1 тыс. тонн на 882,6 млн долл. США. Несмотря на снижение показателей импорта в натуральном выражении на 26,4% с 2021 г. и на 44,0% с 2020 г. стоимостные показатели импорта демонстрировали иную динамику: в 2021 г. отмечалось снижение на 3,5%, однако уже в 2022 г. наблюдался рост импорта гороха в стоимостном выражении на 8,8%. Причиной такой динамики был рост среднемировой импортной цены на данный тип продукции вследствие двухлетней засухи на территории Канады — главного поставщика сушеного гороха на мировой рынок.

- Основными поставщиками гороха в Китай в натуральном выражении в 2022 г. были Канада (85,2% импорта гороха Китая в натуральном выражении или 1,4 млн тонн) и Австралия (8,8% или 144,7 тыс. тонн).
- Сушеный горох в основном используется в промышленной переработке для дальнейшего производства таких ингредиентов, как крахмал, мука, клетчатка и растительный белок. Свежий и замороженный горох традиционно используется в домашнем приготовлении и в гостинично-ресторанном секторе, но спрос на него не такой высокий как на сушеный горох и его ингредиенты.

# Список сокращений

---

## Список англоязычных сокращений

<b>BRI</b>	Belt and Road Initiative, BRI — инициатива Китая «Один пояс — Один путь», направленная на совершенствование существующих и создание новых торговых путей, транспортных, а также экономических коридоров, связывающих более чем 60 стран Центральной Азии, Европы и Африки
<b>B2B</b>	Business to Business — схема коммерческих взаимоотношений, где в качестве покупателя выступает другая компания
<b>B2C</b>	Business to Consumer — схема коммерческих взаимоотношений, где в качестве покупателя выступает конечный потребитель
<b>CIF</b>	Cost, Insurance and Freight — стоимость, страхование и фрахт – международный коммерческий торговый термин
<b>НАССР</b>	Hazard Analysis and Critical Control Points — концепция, предусматривающая систематическую идентификацию, оценку и управление опасными факторами, существенно влияющими на безопасность продукции
<b>HoReCa</b>	Hotels / Restaurants / Catering — сегмент сферы услуг (общественного питания и гостиничного хозяйства) и канал сбыта с потреблением продукции непосредственно в месте покупки
<b>HS</b>	Harmonized System (сокр. от Harmonized Commodity Description and Coding System) — Гармонизированная система описания и кодирования товаров (стандартизированная система классификации товаров в международной торговле с присвоением каждой номенклатурной категории цифровых кодов); в России на её основе разработана Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД)
<b>IQ</b>	Individual Quick Freezing — индивидуальная быстрая заморозка
<b>MARA</b>	Ministry of Agriculture and Rural Affairs — Министерство сельского хозяйства и развития сельских регионов
<b>O2O</b>	Online-to-Offline (O2O) — вид маркетингового приёма, который побуждает людей, привыкших делать покупки онлайн, совершать их оффлайн: покупать товар в реальных магазинах, посещать торговые центры и т.п.
<b>WFOE</b>	Wholly Foreign-Owned Enterprise — предприятие со 100% иностранным капиталом
<b>WGI</b>	World Governance Indicators — индикаторы качества государственного управления в мире — показатели, вычисляемые Всемирным банком по собственной методике



## Список русскоязычных сокращений

<b>АИС</b>	Автоматизированная информационная система
<b>АПК</b>	Агропромышленный комплекс
<b>АТЭС</b>	Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество
<b>ВВП</b>	Валовой внутренний продукт (Gross domestic product — GDP)
<b>ВСД</b>	Ветеринарные сопроводительные документы
<b>ВТО</b>	Всемирная торговая организация (World Trade Organization — WTO)
<b>ВЭД</b>	Внешнеэкономическая деятельность
<b>ГТУ КНР</b>	Главное таможенное управление Китайской Народной Республики
<b>ЕАЭС</b>	Евразийский экономический союз
<b>ЗСТ</b>	Зона свободной торговли (Free Trade Areas — FTA)
<b>ЗЭР</b>	Зона экономического развития
<b>МВФ</b>	Международный валютный фонд
<b>НДС</b>	Налог на добавленную стоимость
<b>ПИИ</b>	Прямые иностранные инвестиции
<b>СП</b>	Совместное предприятие
<b>ТН ВЭД</b>	Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности
<b>ТР ТС</b>	Технический регламент Таможенного союза
<b>ТТН</b>	Товарно-транспортная накладная
<b>УПД</b>	Универсальный передаточный документ
<b>УСН</b>	Упрощенная система налогообложения
<b>ФАО</b>	Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН (ФАО) — Food and Agriculture Organization (FAO)
<b>ФГБУ</b>	Федеральное государственное бюджетное учреждение

Список сокращений

<b>ФНС России</b>	Федеральная налоговая служба Российской Федерации
<b>ФТС России</b>	Федеральная таможенная служба Российской Федерации
<b>ЦБ РФ</b>	Центральный банк Российской Федерации
<b>ЭВСД в системе «Меркурий»</b>	Электронные ветеринарные сопроводительные документы. В 2018 г. в Российской Федерации была введена система «Меркурий» и начался переход от бумажной документации в пользу электронных сопроводительных документов





# Введение

---









Китайская Народная Республика — государство в Восточной Азии с населением 1,4 млрд человек. С 2010 г. китайская экономика является второй в мире по номинальному ВВП и уже с 2014 г. — крупнейшей по ППС. Китай также лидирует по объемам промышленного производства и остается главным импортером продовольствия из России.

### **Общие сведения (2022 г.)**

**ВВП в текущих ценах:** 18 100,0 млрд долл. США

**Темпы роста ВВП:** 3,0%

**ВВП по ППС на душу населения (в текущих ценах):** 21 391,8 долл. США

**Уровень инфляции:** 1,9%

**Приток ПИИ:** 189,1 млрд долл. США

**Население:** 1,4 млрд человек

**Площадь:** 9,4 млн км<sup>2</sup>

**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)

**Уровень урбанизации:** 65,2%

**Уровень безработицы:** 4,9%

**Структура ВВП (2021 г.):** сельское хозяйство (7,3%), промышленность (39,4%), сфера услуг (53,3%)

**Структура занятости (2021 г.):** сельское хозяйство (24,4%), промышленность (28,2%), сфера услуг (47,4%)

**Объем экспорта продукции АПК:** 95,8 млрд долл. США

**Основные экспортируемые товары АПК:** табак прочий и его заменители, изделия и консервы из рыбы, филе рыбы и прочее мясо рыбы, овощи, приготовленные или консервированные из уксуса, моллюски

**Объем импорта продукции АПК:** 224,0 млрд долл. США

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

*Источник: МВФ, Всемирный банк, ООН, ЮНКТАД, Международная организация труда, ITC Trade Map, Xinhua News Agency, China Briefing, National Bureau of Statistics of China*

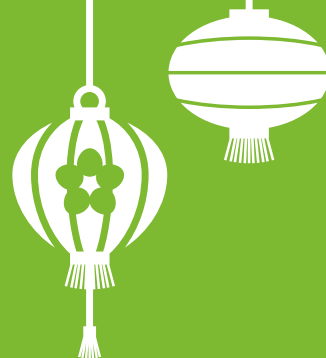


# Краткий обзор — Китай

---







Содержание

---

## 1.1.

Экономические тенденции

## 1.2.

Политические тенденции

## 1.3.

Демографические тенденции

## 1.4.

Влияние тенденций  
на потребительский рынок страны

## 1.1. Экономические тенденции

На протяжении нескольких десятилетий экономика Китая демонстрировала опережающие темпы роста, в среднем превышающие 9% в год. КНР в короткие сроки прошла путь от закрытой, технологически отставшей страны, к одному из наиболее динамично развивающихся государств мира.

Главным фактором, определяющим темпы экономического роста Китая после 2020 г., является пандемия COVID-19. Меры правительства позволили стране избежать рецессии и сохранить положительную динамику, однако сокращение потребительской активности в условиях карантинных ограничений привело к снижению темпов роста реального ВВП до 2,2% в 2020 г. Последовавшие волны заболеваний обусловили неравномерность развития экономики. В 2021 г. отмечалось стремительное восстановление, когда темпы роста реального ВВП превысили допандемийные показатели, составив 8,5%, что было связано с восстановлением потребительской активности, а также развитием сектора электронной торговли<sup>1</sup>.

В 2022 г. экономика Китая столкнулась с множеством внутренних и внешних вызовов. В результате мер по борьбе с многочисленными вспышками COVID-19, а также продолжающихся проблем в секторе недвижимости в 2022 г. темп экономического роста Китая снизился до минимального с 1990 г. уровня — 3,0%.

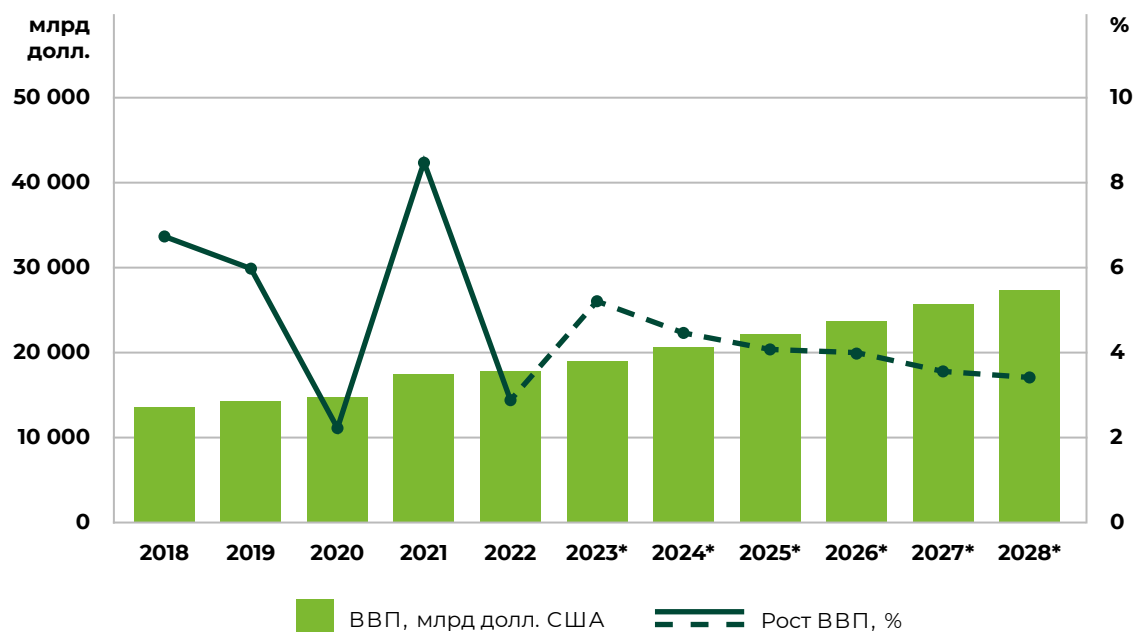
По прогнозам экспертов, основной экономический рост Китая придется на 2023 г., чему будет способствовать активное привлечение инвестиций в инфраструктуру и производственный сектор, а также нормализация потребительской активности после отмены политики «нулевого COVID-19» и стремительное восстановление сферы услуг. По данным МВФ, в 2023 г. реальный ВВП Китая увеличится на 5,2% (Oxford Economics ~ 5,5%). В то же время кризис в секторе недвижимости, растущее расхождение в денежно-кредитной политике между Китаем и США, а также вероятность введения повторных ограничений из-за COVID-19 будут оставаться основными рисками для прогнозируемого роста китайской экономики в 2023 г.

---

<sup>1</sup> <https://clck.ru/36xnX7>



Рис. 1. Динамика ВВП Китая в текущих ценах, 2018-2028 гг.

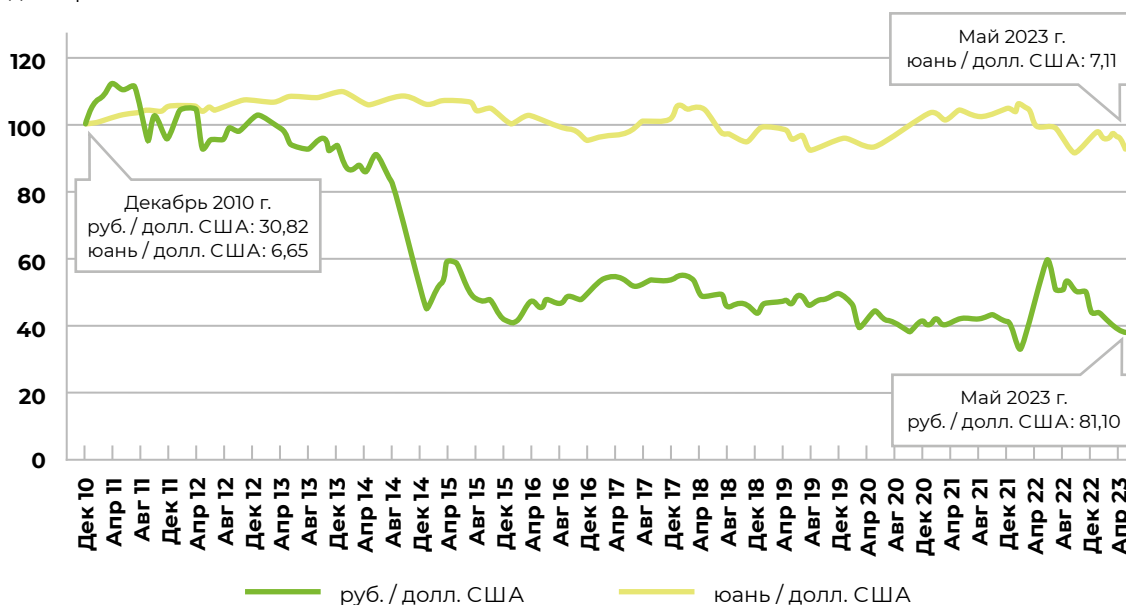


Источник: МВФ (World Economic Outlook), EMIS

Примечание. \*прогноз, данные МВФ по состоянию на 20.06.2023 г.

В течение 2022 г. китайский юань по отношению к доллару США оставался слабым. Несмотря на предпринимаемые меры правительства по предотвращению падения юаня давление на стабильность обменного курса увеличивалось по мере растущего расхождения в денежно-кредитной политике между Китаем и США. Перспективы укрепления национальной валюты в краткосрочной перспективе остаются неопределенными, поскольку макроэкономические показатели Китая по итогам 2022 г. и пересмотр прогнозов на 2023 г. вызвали опасения по поводу восстановления экономики Китая. Наряду с этим, ожидается дальнейшее снижение курса, если США продолжат повышать процентные ставки, в то время как Центральный банк Китая будет и дальше проводить мягкую политику без предложения фискальных и монетарных стимулов для восстановления экономики страны. Помимо этого, давление на валютный курс оказывают опасения иностранных инвесторов по поводу ухудшения отношений между США и Китаем, а также отсутствие привлекательной доходности на местном рынке облигаций.

Рис. 2. Динамика курсов российского рубля и китайского юаня к доллару США, декабрь 2010 г. – май 2023 г.



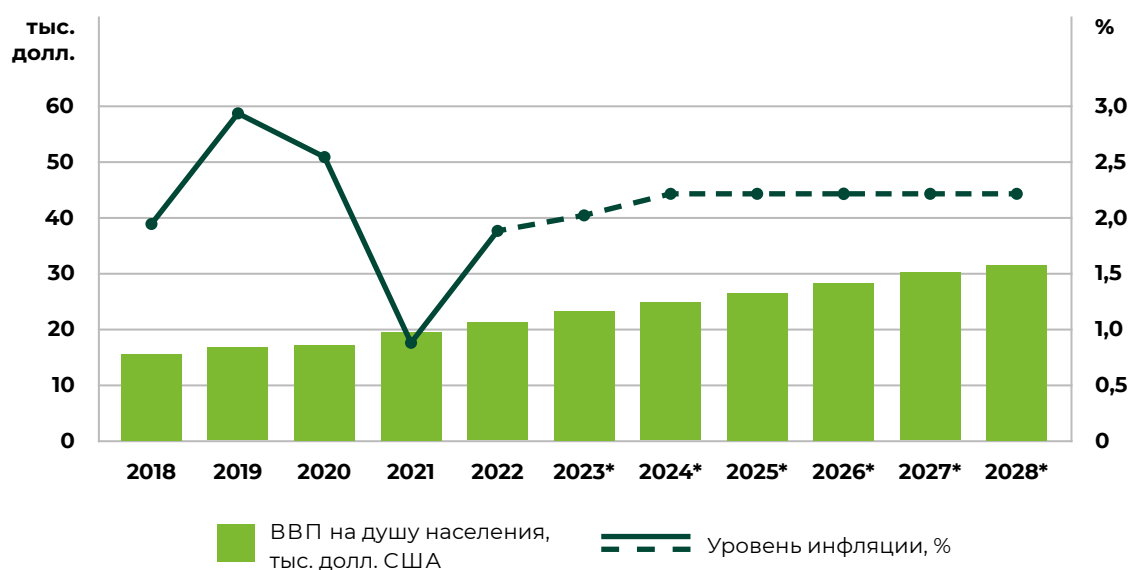
Источник: Банк международных расчетов, финансовый портал Investing.com

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

На протяжении 2018–2022 гг. ВВП по ППС на душу населения Китая имеет положительную динамику. В 2022 г. он составил 21 392 долл. США на душу населения, а к 2028 г., по прогнозам МВФ, достигнет 31 424 долл. США.

После пика в 2019 г. инфляция достигла минимального значения в 2021 г. — 0,9%, в 2022 г. — 1,9%. В Китае продолжает усиливаться дефляционное давление, поскольку потребительские цены в последние два года росли самыми медленными темпами, что свидетельствует о слабости внутреннего спроса и неравномерности восстановления экономики. Согласно прогнозам МВФ, в среднесрочной перспективе инфляция в Китае будет находиться на уровне 2,2%.

Рис. 3. Динамика инфляции и ВВП по ППС на душу населения, 2018-2028 гг.



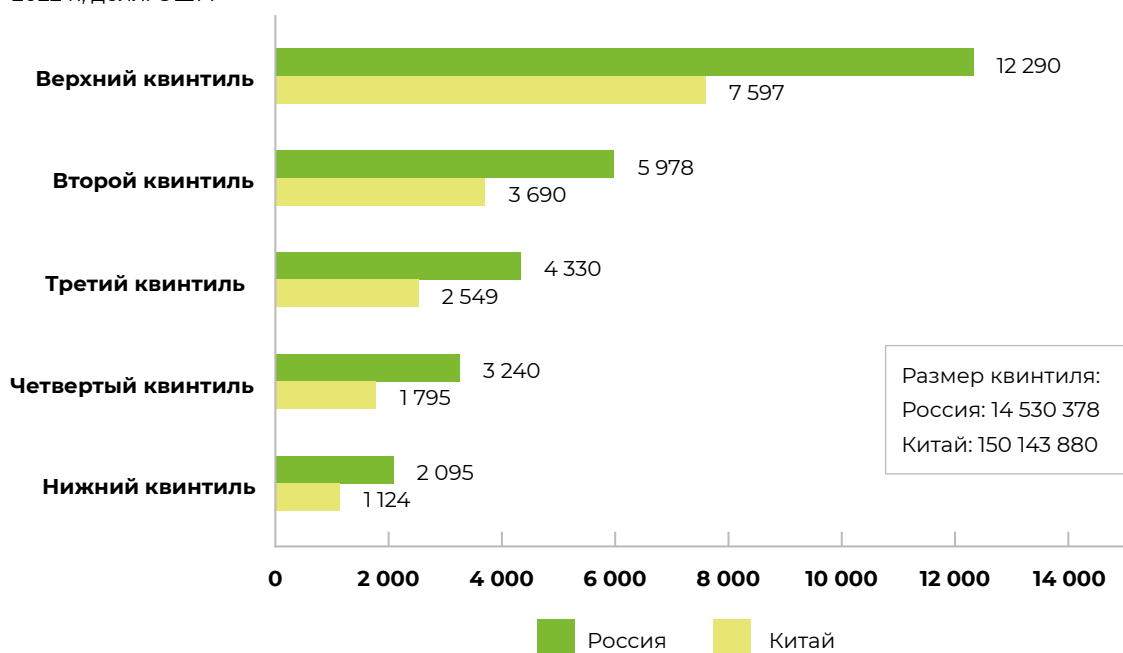
Источник: МВФ (доклад *World Economic Outlook*, данные МВФ от 19.05.2023 г.), EMIS  
 Примечание. \*прогноз, данные МВФ по состоянию на 20.06.2023 г.

В структуре распределения доходов на долю первой (высокодоходной) группы приходится 45,3% доходов страны, тогда как на долю пятой (низкодоходной) группы — 6,7%. В Китае продолжает стремительно расти средний класс, который будет во многом определять структуру мирового потребления.

Вместе с тем, в Китае сохраняются существенные диспропорции в уровне доходов. Причем разница между богатыми и бедными в Китае еще больше, если рассматривать не только доход, но и все активы, включая акции, облигации и недвижимость. Согласно исследованиям The World Inequality Lab, на 10% наиболее состоятельных домохозяйств приходится 70% богатств всех домохозяйств Китая<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> World Inequality Report 2022. World Inequality Lab, 2021: <https://clck.ru/37JJ76>

Рис. 4. Среднемесячные доходы занятого населения по квинтильным (20%) группам, 2022 г., долл. США



Источник: Всемирный банк, МВФ, ООН

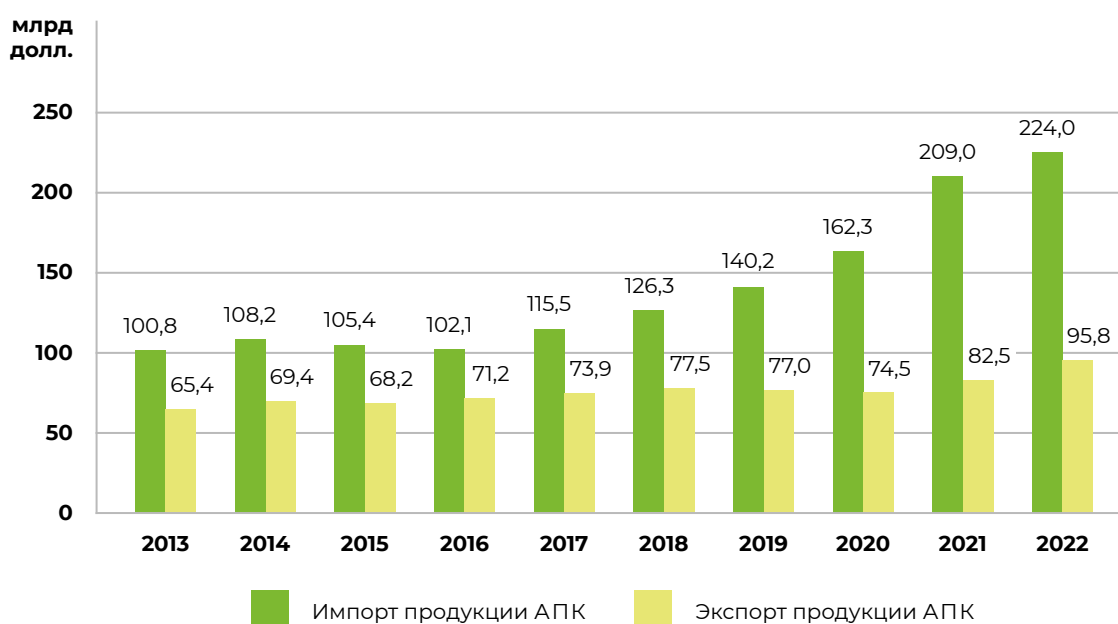
Примечание. Доходы рассчитаны по ППС с учетом курсовой разницы, чтобы показать фактическую покупательную способность для стандартной потребительской корзины.

## Внешняя торговля продукцией АПК

Сельское хозяйство в Китае продолжает играть заметную роль в экономике страны. На него в 2022 г. пришлось 7,3% ВВП (1,3 трлн долл. США) и 24,4% рынка труда. Китай входит в число крупнейших мировых производителей продовольственных товаров, являясь лидером по производству многих видов сельскохозяйственной продукции. Однако сельское хозяйство в стране развито неравномерно ввиду различий природно-климатических условий в разных провинциях. Это вынуждает страну импортировать существенные объемы продовольствия.

Согласно данным ITC TradeMap, в 2022 г. импорта продукции АПК Китая составил 224,0 млрд долл. США, увеличившись на 7,2% (+15,0 млрд долл. США) относительно 2021 г. Соя является ключевой импортной позицией Китая, на которую в 2022 г. пришлось 27,3% объема поставок продукции АПК страны. КНР также импортирует существенные объемы различных видов мяса, рыбы и ракообразных и другой продукции АПК. В 2022 г. Китай экспортировал продукции АПК на 95,8 млрд долл. США, что на 16,2% или 13,3 млрд долл. США больше уровня 2021 г.

Рис. 5. Внешняя торговля продукцией АПК Китая, 2013–2022 гг., млрд долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 01-24.

Табл. 1. Структура экспорта продукции АПК Китая, 2022 г.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Прочая продукция, содержащая никотин, предназначенная для вдыхания без горения (кроме содержащих табак или восстановленный табак)	6 641,1	6,9
Изделия и консервы из рыбы	4 506,7	4,7
Филе рыбы и прочее мясо рыбы	4 077,8	4,3
Овощи, приготовленные или консервированные без уксуса	3 637,8	3,8
Моллюски	3 377,8	3,5
Изделия и консервы из моллюсков	3 377,6	3,5
Фрукты, орехи и прочие съедобные части растений, приготовленные или консервированные иным способом	2 943,7	3,1
Пищевые продукты прочие	2 862,4	3,0
Экстракты непищевые, природные смолы	2 766,3	2,9

Продолжение табл. 1.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Луковичные овощи свежие	2 404,2	2,5
Прочие продукты	59 188,0	61,8
<b>Итого</b>	<b>95 783,4</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 01-24.

Табл. 2. Структура импорта продукции АПК Китая, 2022 г.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
Соевые бобы	61 236,0	27,3
Говядина и пищевые субпродукты КРС	18 001,7	8,0
Ракообразные	9 565,8	4,3
Кукуруза	7 103,7	3,2
Свинина и пищевые субпродукты свиней	6 589,6	2,9
Масло пальмовое	5 842,2	2,6
Рыба мороженая	5 102,4	2,3
Пищевые продукты прочие	4 700,8	2,1
Детское питание из муки, крупы, крахмала и молока	4 544,3	2,0
Сухое молоко	4 429,8	2,0
Прочие продукты	96 916,0	43,3
<b>Итого</b>	<b>224 032,2</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 01-24.



## 1.2. Политические тенденции

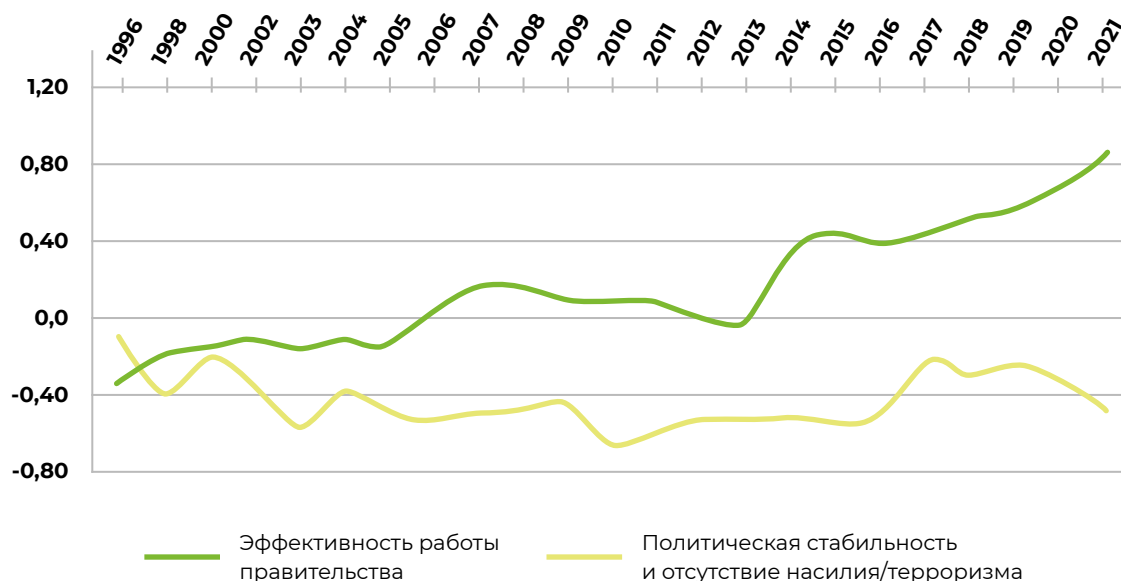
Государственная власть в КНР формально осуществляется в условиях многопартийной системы, однако фактически всей полнотой власти обладает Коммунистическая партия Китая (КПК). Центром принятия политических решений является Политбюро, состоящее из Постоянного комитета (7 человек) и 18 обычных членов. Постоянный комитет Политбюро КПК — фактически верховный орган власти в Китае, определяющий текущий политический курс. Высшие органы власти — Всекитайское собрание народных представителей (ВСНП), Председатель КНР и Государственный совет.

ВСНП — однопалатный высший законодательный орган, который собирается на полную сессию один раз в год. 14-й созыв ВСНП насчитывает 2 977 членов. ВСНП формируется в результате многоступенчатых выборов в местных собраниях народных представителей. Большую часть полномочий ВСНП осуществляет Постоянный комитет, который заседает шесть раз в год и принимает большинство законов. Заседаниями Постоянного комитета ВСНП руководят председатель (с 2018 г. этот пост занимает Ли Чжаньшу), 14 заместителей председателя и ответственный секретарь. Число членов Постоянного комитета ВСНП никогда не превышало 200 человек.

Главой государства является Председатель КНР, избираемый ВСНП. Нынешний руководитель страны Си Цзиньпин наделен полномочиями Председателя КНР, Генерального секретаря ЦК КПК и Председателя Центрального военного совета КНР. Председатель Центрального военного совета является верховным главнокомандующим вооруженных сил страны, которые включают Народноосвободительную армию, Народную вооруженную милицию и народное ополчение. Си Цзиньпин был впервые назначен на эти должности в 2012–2013 гг., затем — в 2017–2018 гг., а в марте 2023 г. срок был снова продлен. С отменой в 2018 г. конституционного положения, в соответствии с которым Председатель КНР мог занимать свой пост только два пятилетних срока, и включением в конституцию «идей Си Цзиньпина о социализме с китайской спецификой в новую эпоху» позиции действующего председателя значительно укрепились, а вероятность пожизненного пребывания Си Цзиньпина в этой должности повысилась.

Исполнительную власть в КНР осуществляет Государственный совет, который возглавляет премьер-министр (с 2013 г. пост занимал Ли Кэцян, которого в марте 2023 г. сменил Ли Цян). В состав госсовета входят 27 министерств и ведомств.

Рис. 6. Основные показатели качества государственного управления в Китае



Источник: Всемирный банк (Worldwide Governance Indicators)

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

Согласно оценкам качества государственного управления, эффективность работы правительства Китая неуклонно растет на протяжении многих лет. Показатели политической стабильности и отсутствия насилия пока отстают, но в последние годы и по ним наблюдается улучшение.

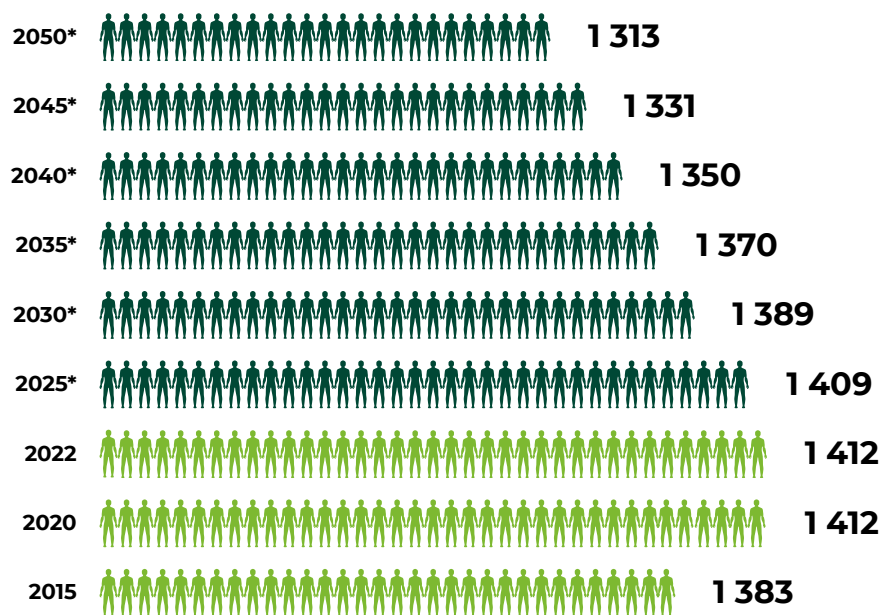
### 1.3. Демографические тенденции

В 2022 г. численность населения Китая оценивалась в 1,41 млрд человек, что составляет примерно 18% жителей Земли. Это объясняет значительное влияние Китая на глобальный продовольственный рынок, особенно в сочетании с тем фактом, что на страну приходится только 10% мировых земель сельскохозяйственного назначения.

С 1979 г. в КНР действовала политика «одна семья — один ребенок», направленная на сдерживание роста численности населения в среднесрочной перспективе. В 2022 г. численность населения Китая впервые с 1979 г. продемонстрировала отрицательную динамику, снизившись по отношению к 2021 г. на 850 тыс. человек (на 0,1%). Отмена политики «одна семья — один ребенок» в октябре 2015 г. не оказала сильного влияния на рост рождаемости в последующие годы, так как многие китайские семьи признали жизнь с одним ребенком нормой и оценили ее лучшее качество благодаря сокращению расходов на детей. Сегодня лишь немногие жители КНР готовы снова вернуться к формату больших семей.

В 2022 г. соотношение населения в возрасте 65 лет и старше к населению Китая достигло 15,2%, а по стандартам ООН показатель выше 14% классифицирует население Китая как умеренно стареющее. Согласно прогнозам ООН, при сохранении нынешней тенденции население Китая уменьшится до 1,31 млрд человек к 2050 г.

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



Источник: МВФ, ООН

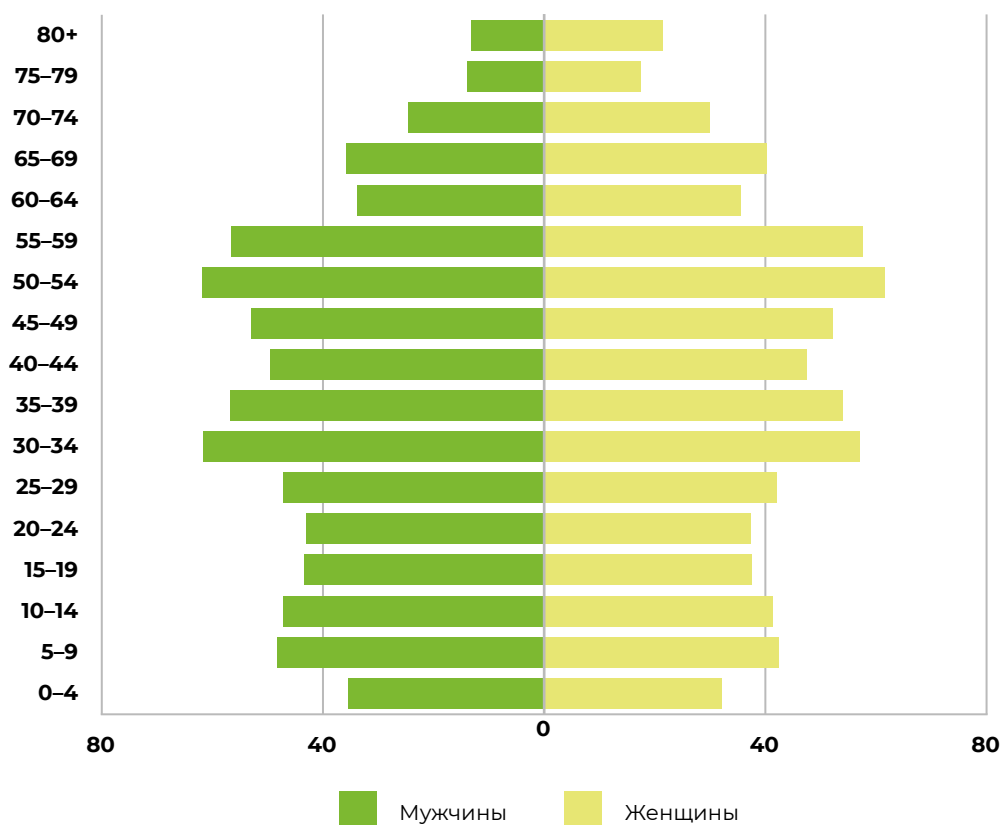
Примечание. \*прогноз.

Изменения в демографической структуре тесно связаны не только с составом и чередованием поколений потребителей, и, соответственно, их предпочтений, но и с экономикой страны в целом. Старение населения замедляет экономику, увеличивая нагрузку на бюджет. Это становится сдерживающим фактором при переходе от модели экономического роста, основанной на инвестициях, к модели роста, основанной на потреблении.

В связи с этим, ожидается, что снижение темпов роста предложения рабочей силы в среднесрочной перспективе усугубится, при этом в краткосрочной перспективе не ожидается значительной нехватки рабочей силы, поскольку в Китае уже имеется большой резерв рабочих кадров. Сокращение рабочей силы может способствовать увеличению пенсионного разрыва, ослабляя систему социальной защиты. Кроме того, это может подогревать стремительно

растущий высокий уровень сбережений<sup>3</sup>, препятствуя усилиям правительства по перебалансировке экономики, ориентированной на внутренний потребительский рынок.

Рис. 8. Население Китая по полу и возрасту, 2022 г., млн человек



Источник: ООН

Большая часть населения Китая проживает в восточной и юго-восточной частях страны, в частности по нижнему течению двух крупнейших рек — Хуанхэ и Янцзы. Северо-западные регионы значительно менее заселены.

Этническая структура Китая довольно однородна: более 90% населения составляют этнические ханьцы, а 800 млн человек (почти 60% населения страны) говорят на одном официальном языке — путунхуа, который в большинстве стран мира называют китайским. Эти факторы упрощают государственное управление, а также продвижение товаров и услуг на рынке страны.

<sup>3</sup> По данным Народного банка Китая, в 2022 г. сбережения домашних хозяйств в банках выросли до рекордного уровня в 17,8 трлн юаней (2,6 трлн долл. США), что на 80% больше, чем в 2021 г. Это более трети общего дохода домохозяйств.

## 1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок страны

Рынок Китая привлекателен для экспортеров продуктов питания, что обусловлено стабильной покупательной способностью, высоким потенциалом роста потребительской активности и существенным отложенным спросом из-за пережитых ограничительных мер в период пандемии COVID-19 и благоприятной деловой средой. Однако региональные диспропорции в уровне экономического развития, культурно-национальные различия в образе жизни и кухне оказывают большое влияние на потребительские предпочтения, что характерно для крупной страны с большой численностью населения.

### Основные факторы, влияющие на продовольственный рынок Китая

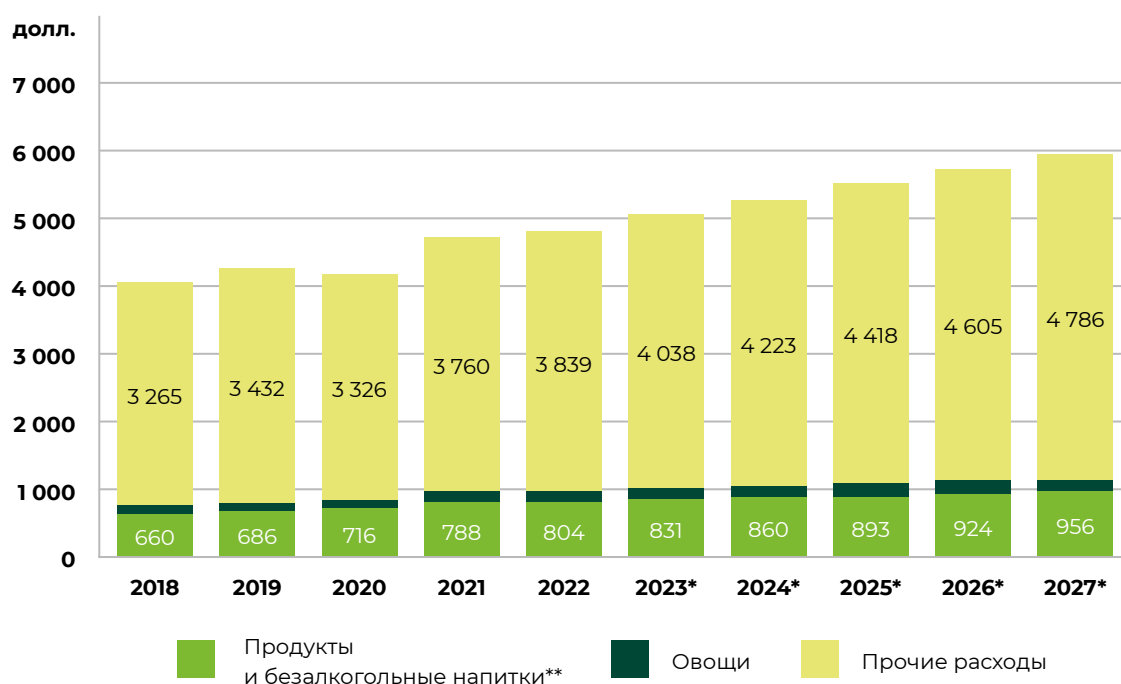
- неравенство доходов, региональное неравенство и рост стоимости жизни создают препятствия для увеличения числа людей со средним уровнем дохода, и решение этих проблем становится главным приоритетом для правительства КНР. 14-й пятилетний план (2021–2025 гг.) подчеркивает решительные усилия страны по преодолению разрыва в уровне благосостояния и созданию более справедливого общества, а также цель «расширения группы со средним доходом»;
- другим значительным фактором, влияющим на спрос и характер потребления продуктов питания, стало изменение условий жизни городского населения. Если еще 20 лет назад существовали традиционные хозяйства, представленные тремя поколениями в одном доме, то в настоящее время большая часть населения страны — это пары в небольших квартирах с одним ребенком. Кроме того, снижается среднее количество людей, живущих в домохозяйствах в Китае за счет того, что растет число домохозяйств, состоящих из одного человека. В крупных городах напротив наблюдается рост численности домохозяйств из-за внутренней миграции. За последнее десятилетие их число увеличилось практически вдвое;
- меняющиеся демографические тенденции в Китае, такие как, снижение численности населения, старение населения, и другие, окажут сильное влияние на социально-экономическое развитие страны в среднесрочной и долгосрочной перспективах;
- в конце 2022 г. политика «нулевого COVID-19» была отменена, что способствовало увеличению потребительского спроса на фоне имеющихся значительных сбережений. В то же время для поддержания высоких темпов внутреннего спроса в рамках стратегии развития «двойной циркуляции» экономика Китая нуждается в комплексной макроэкономической политике и структурных реформах для сбалансированного и инклюзивного роста, так как скачкообразная динамика вызвана эффектом низкой базы и имеет краткосрочный период;

- китайские потребители уделяют все больше внимания качеству ингредиентов и региону происхождения продукции. В большинстве случаев международные бренды считаются знаком качества.

### Расходы на конечное потребление

В 2022 г. расходы на конечное потребление продуктов питания и безалкогольных напитков в Китае увеличились на 2,0% и составили 965,6 долл. США на душу населения в год. При этом доля расходов на овощи в общих расходах на продукты питания и безалкогольные напитки составила около 16,7% (161,6 долл. США/чел в год). Ожидается, что ежегодные расходы населения Китая на продукты питания и напитки к 2027 г. достигнут 1 150 долл. США, в то время как расходы на овощи увеличатся до 192,9 долл. США на душу населения в год.

Рис. 9. Расходы на конечное потребление в Китае на душу населения в постоянных ценах 2022 г., 2018–2027 гг., долл. США



Источник: Euromonitor International (платформа Passport)

Примечание. \*прогноз, \*\*без учета расходов на овощи.



Обзор рынка

2





Содержание

---

## **2.1.**

Объем и динамика рынка

## **2.2.**

Потребительские предпочтения

## **2.3.**

Конкурентная среда  
и участники рынка

## **2.4.**

Торгово-распределительная сеть

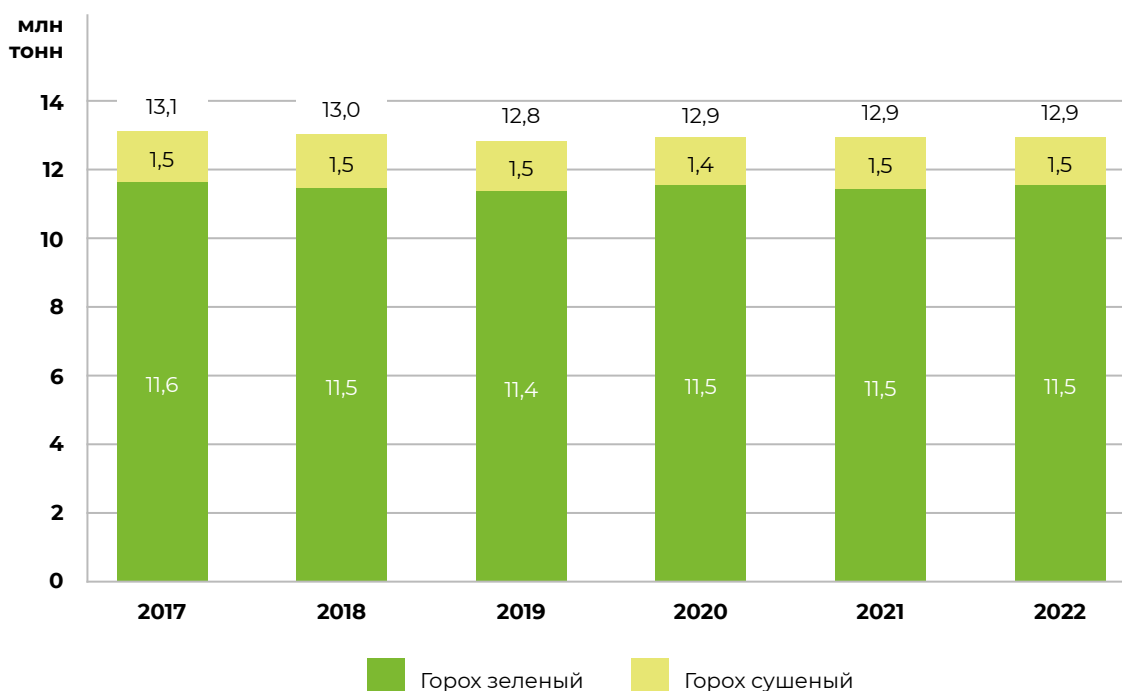


## 2.1. Объем и динамика рынка

### Производство

Производство гороха в Китае в 2017–2022 гг. колебалось в пределах 12,9–13,1 млн тонн. Почти 90% приходится на зеленый горох, по показателям производства которого Китай занимает первое место в мире. Оставшаяся часть приходится на сушеный горох. Производство сушеного гороха в рассматриваемом периоде находилось на уровне 1,5 млн тонн в год, за исключением 2020 г., когда объем произведенной продукции сократился до 1,4 млн тонн. Данная культура в основном выращивается в таких регионах, как Нинся-Хуэйский автономный район и в провинциях Ганьсу, Юньнань и Цинхай. На указанные территории приходится более 70% производства сушеного гороха в Китае. Территории выращивания данной культуры можно условно поделить на северный и южный районы. На севере посевная начинается в марте и заканчивается в апреле, а сбор урожая проходит с июля по август. Посев сушеного гороха в южных провинциях осуществляется после того, как заканчивается сбор таких культур, как кукуруза, табак, хлопок и батат, то есть в период с августа по октябрь. Уборка выращенной продукции начинается в апреле и заканчивается в мае.

Рис. 10. Производство зеленого и сушеного гороха в Китае, 2017–2022 гг., млн тонн

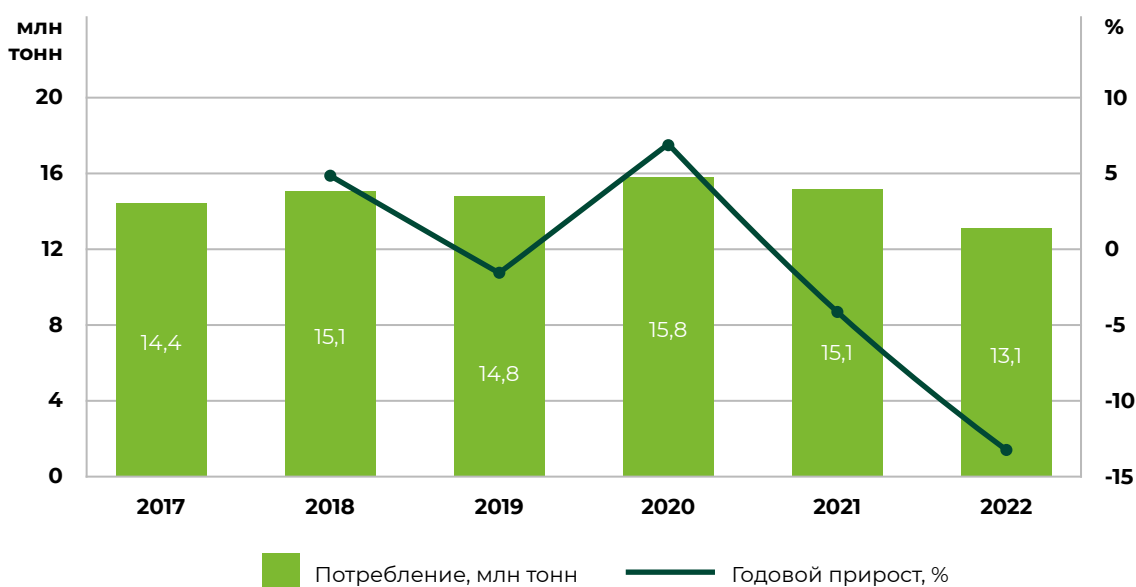


Источник: FAO STAT, IGC

## Потребление

Совокупное потребление зеленого и сушеного гороха в Китае в 2022 г. составило 13,1 млн тонн, что на 13,4% ниже, чем в 2021 г. При стабильных показателях внутреннего производства объем потребления данного вида продукции в КНР по большей части зависит от внешнеторговой конъюнктуры. Так, пиковые показатели потребления гороха в Китае были достигнуты в 2020 г., когда Индия резко сократила импортные поставки сушеного гороха, и канадский экспорт, ранее занимавший лидирующие позиции на индийском рынке гороха, был перенаправлен в КНР. Однако впоследствии поставки из Канады значительно сократились по причине продолжительной засухи в главном регионе-производителе сушеного гороха — Саскачеване, что также негативно отразилось на китайском рынке данной продукции.

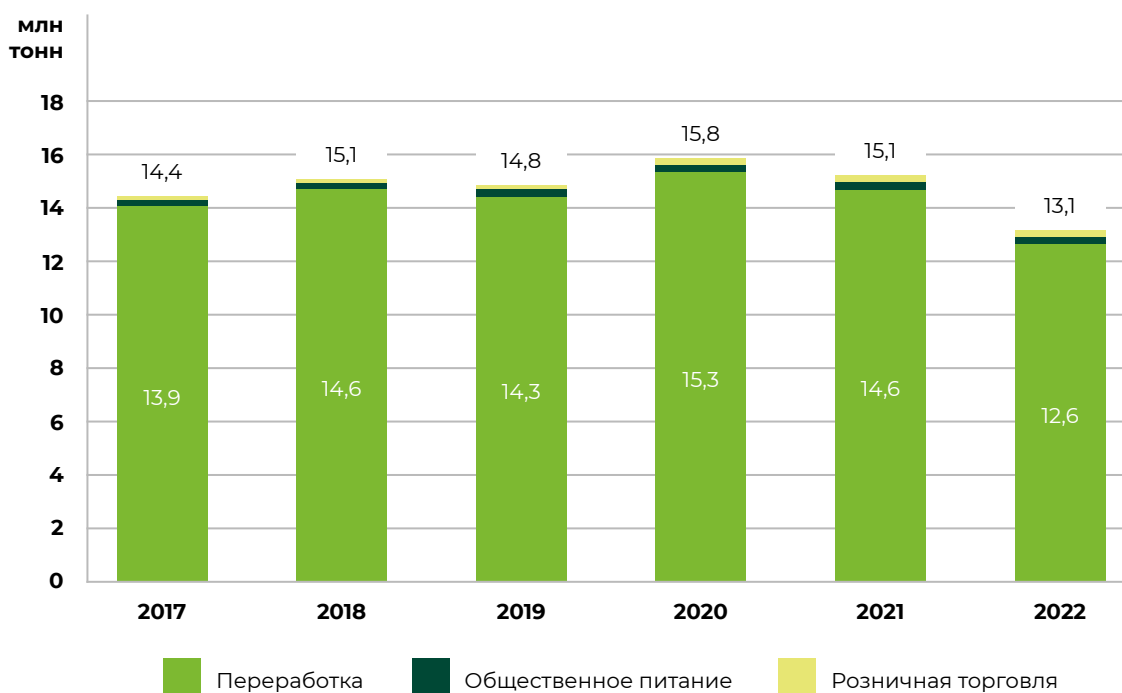
Рис. 11. Потребление зеленого и сушеного гороха в Китае, 2017–2022 гг.



Источник: FAO STAT, IGC, ITC Trade Map

Около 97% потребления гороха в Китае приходится на сектор переработки. Высокий спрос на данную продукцию наблюдается в кормовой промышленности, так как сушеный горох считается более конкурентоспособной с ценовой точки зрения альтернативой сое. Рассматриваемая продукция также используется в пищевой промышленности. Так, гороховый крахмал применяется для изготовления вермишели, а гороховый белок является важным ингредиентом при производстве продукции сегмента здорового питания.

Рис. 12. Структура потребления зеленого и сушеного гороха в Китае по каналам сбыта, 2017–2022 гг., млн тонн



Источник: EMIS, FAO STAT, IGC, ITC Trade Map

Использование сушеного гороха в Китае во многом обеспечивается за счет импортных поставок. Так, при объемах производства в 1,5 млн тонн в 2022 г. импортные поставки составили 1,6 млн тонн. При этом в предыдущие годы доля импорта составляла большую часть располагаемых ресурсов. Внутреннее потребление фактически равно совокупному объему производства и импорта, так как Китай практически не поставляет сушеный горох на экспорт.

Табл. 3. Баланс ресурсов сушеного гороха Китая, 2017–2022 гг., млн тонн

Тип продукции	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Ресурсы всего</b>	<b>2,9</b>	<b>3,7</b>	<b>3,6</b>	<b>4,5</b>	<b>3,8</b>	<b>3,2</b>
Начальные запасы	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Производство	1,5	1,5	1,5	1,4	1,5	1,5
Импорт	1,3	2,1	2,0	2,9	2,2	1,6
<b>Использование всего</b>	<b>2,8</b>	<b>3,6</b>	<b>3,5</b>	<b>4,4</b>	<b>3,7</b>	<b>3,1</b>

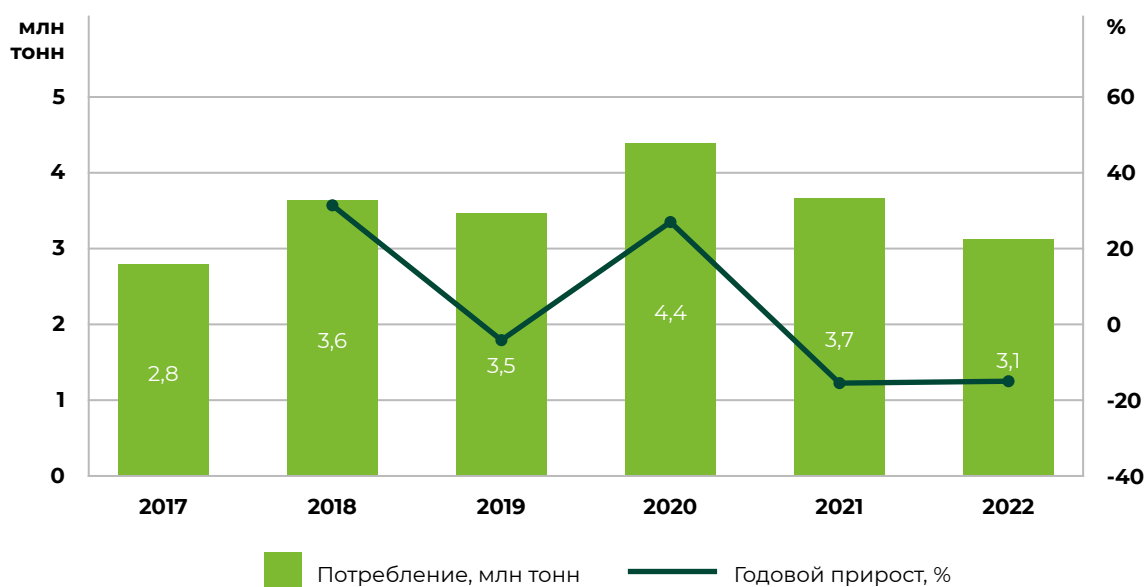
Продолжение табл. 3.

Тип продукции	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Внутреннее потребление</b>	<b>2,8</b>	<b>3,6</b>	<b>3,5</b>	<b>4,4</b>	<b>3,7</b>	<b>3,1</b>
Экспорт	0,0003	0,001	0,0004	0,001	0,003	0,01
Конечные запасы	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1

Источник: EMIS, FAO STAT, IGC, ITC Trade Map

В 2022 г. потребление сушеного гороха в Китае сократилось на 15,4%, составив 3,1 млн тонн, что вызвано снижением поставок из Канады. Пиковые показатели наблюдались в 2020 г., когда потребление данного вида продукции достигало 4,4 млн тонн.

Рис. 13. Потребление сушеного гороха в Китае, 2017–2022 гг.

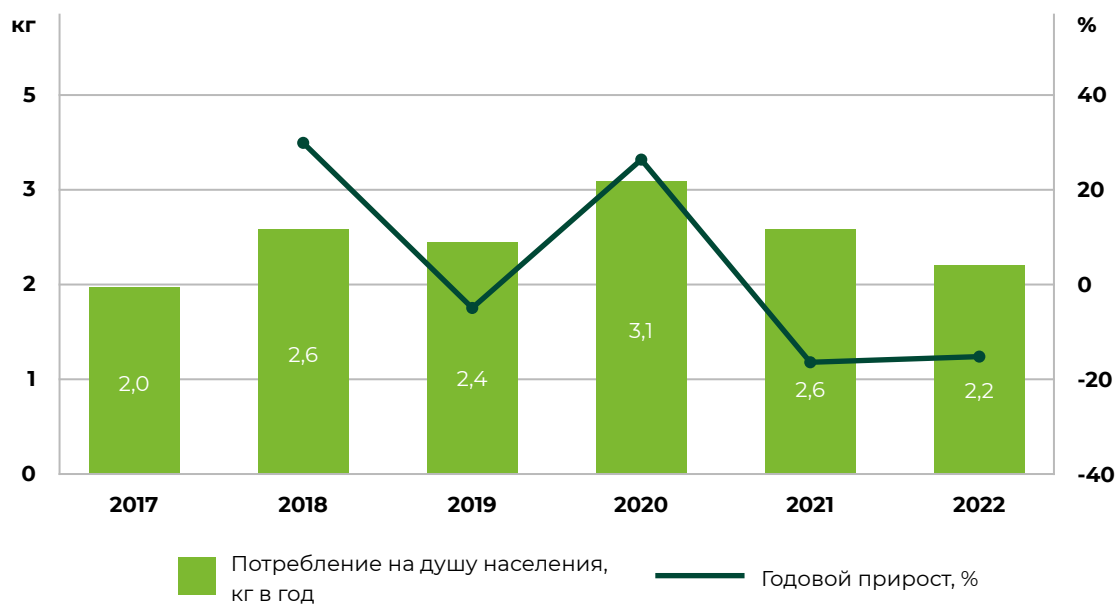


Источник: FAO STAT, IGC, ITC Trade Map

Среднедушевое потребление сушеного гороха в Китае в 2022 г. составило 2,2 кг/чел., что на 15,4% меньше, чем в 2021 г. Пиковые показатели также приходились на 2020 г., составляя 3,1 кг/чел.



Рис. 14. Потребление сушеного гороха в Китае на душу населения, 2017–2022 гг.



Источник: FAO STAT, IGC, ITC Trade Map

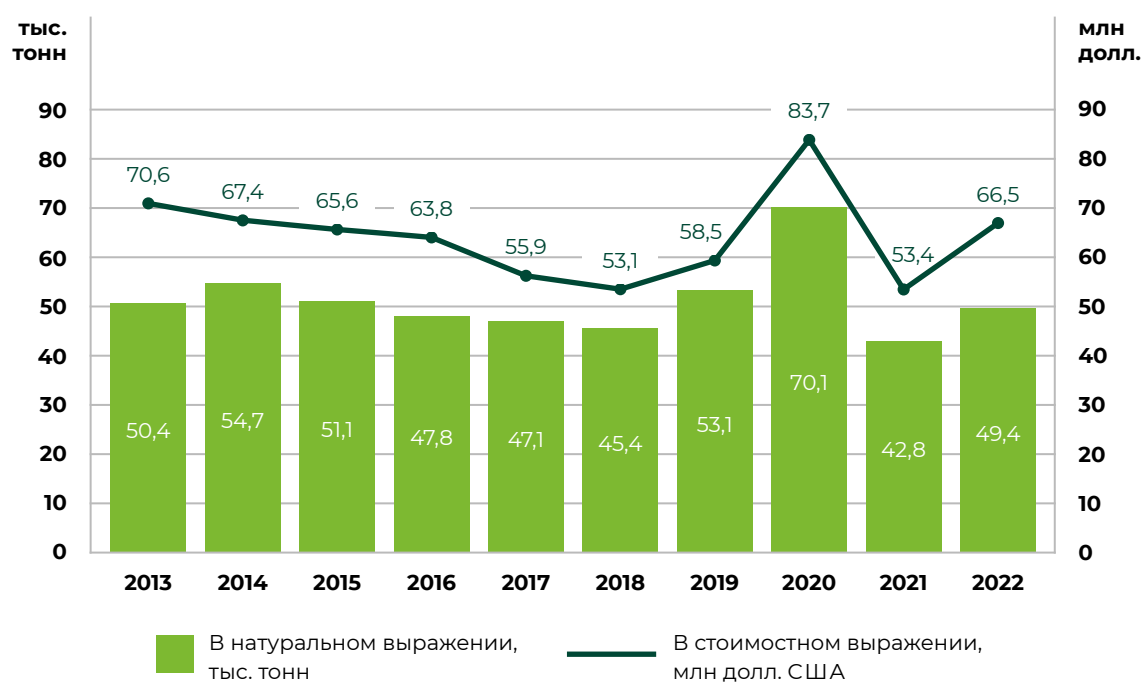
## Экспорт и Импорт

### Экспорт

В 2022 г. экспорт гороха Китая составил 49,4 тыс. тонн на сумму 66,5 млн долл. США, что на 15,5% выше уровня 2021 г. в натуральном выражении и на 24,6% в стоимостном. Объемы экспорта постепенно восстанавливаются после значительного падения в 2021 г., когда из-за последствий пандемии COVID-19 объем поставок снизился на 39,0% в натуральном выражении и на 36,2% в стоимостном по сравнению с рекордным уровнем 2020 г. (70,1 тыс. тонн продукции на сумму 83,7 млн долл. США). Основными покупателями гороха из Китая в 2022 г. являлись Таиланд, Япония, Малайзия.



Рис. 15. Экспорт гороха Китая в натуральном и стоимостном выражении, 2013–2022 гг.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 070810, 071021, 071310, 200540.

Наибольшая доля экспорта гороха Китая в 2022 г. в натуральном выражении пришлось на горох приготовленный или консервированный — 31,4% от общего объема экспорта или 15,5 тыс. тонн. Объем экспорта мороженого гороха в 2022 г. вырос относительно 2021 г. на 33,0% до 13,3 тыс. тонн, составив 26,9% общего объема экспорта. Поставки гороха свежего последовательно сокращаются с 2019 г. (18,3 тыс. тонн или 26,1%) и в 2022 г. составили 12,6 тыс. тонн или 25,5% всего экспорта гороха. Экспорт гороха сушеного за аналогичный период вырос в 20 раз: с 400 тонн (0,8%) в 2019 г. до 8 тыс. тонн (16,2%) в 2022 г.

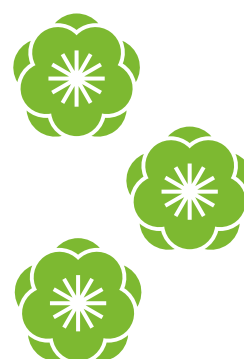


Табл. 4. Структура экспорта гороха Китая по видам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн

Наименование	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля, 2022 г., %
Горох, приготовленный или консервированный без уксуса, немороженный	18,9	23,1	21,9	18,4	18,1	15,5	21,9	37,5	17,3	15,5	31,4
Горох мороженный	13,9	13,3	12,3	10,6	13,6	13,4	12,4	14,4	10,0	13,3	26,9
Горох свежий	16,6	14,9	16,5	17,9	15,1	16,1	18,3	17,5	12,9	12,6	25,5
Горох сушеный	1,0	3,4	0,3	1,0	0,3	0,5	0,4	0,8	2,6	8,0	16,2
<b>Итого</b>	<b>50,4</b>	<b>54,7</b>	<b>51,1</b>	<b>47,8</b>	<b>47,1</b>	<b>45,4</b>	<b>53,1</b>	<b>70,1</b>	<b>42,8</b>	<b>49,4</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 070810, 071021, 071310, 200540.

В стоимостном выражении лидирующие позиции в структуре экспорта гороха Китая занимает свежий горох, которого в 2022 г. было поставлено на 22,8 млн долл. США (34,3% экспорта гороха Китая в стоимостном выражении), что на 2,9% выше уровня 2021 г. Далее следуют мороженный горох (19,9 млн долл. США или 29,9%), поставки которого в сравнении с 2021 г. увеличились в 1,5 раза, и горох приготовленный или консервированный (18,2 млн долл. США или 27,4%). Экспорт сушеного гороха в 2013–2022 гг. продемонстрировал наиболее высокие среднегодовые темпы роста в стоимостном выражении (16,8%). В 2022 г. доля сушеного гороха в экспорте всей категории продукции составила 5,6 млн долл. США или 8,4%.

Табл. 5. Структура экспорта гороха Китая по видам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США

Наименование	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля, 2022 г., %
Горох свежий	34,2	29,9	31,6	32,9	23,7	23,3	26,7	30,3	22,2	22,8	34,3
Горох мороженный	19,3	17,9	16,8	16,3	19,6	17,9	16,1	16,9	13,1	19,9	29,9
Горох, приготовленный или консервированный без уксуса, немороженный	15,7	18,0	16,7	13,8	12,0	11,1	14,8	35,2	16,3	18,2	27,4
Горох сушеный	1,4	1,7	0,4	0,9	0,5	0,7	0,8	1,3	1,8	5,6	8,4
<b>Итого</b>	<b>70,6</b>	<b>67,4</b>	<b>65,6</b>	<b>63,8</b>	<b>55,9</b>	<b>53,1</b>	<b>58,5</b>	<b>83,7</b>	<b>53,4</b>	<b>66,5</b>	<b>100,0</b>

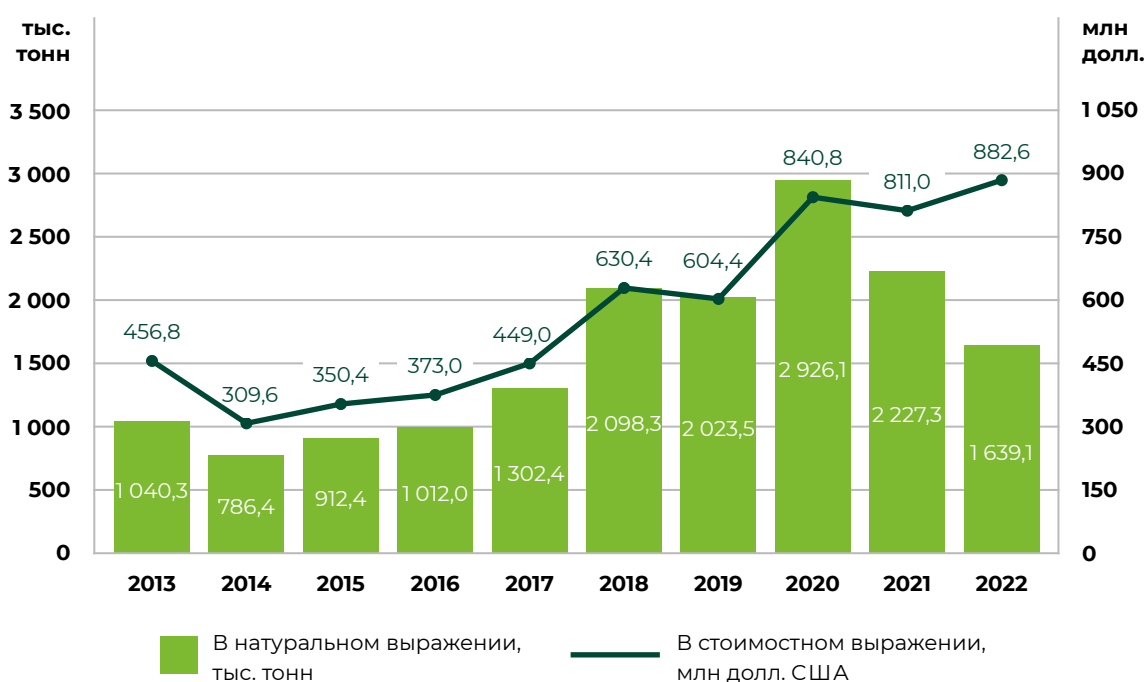
Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 070810, 071021, 071310, 200540.

## Импорт

В 2022 г. импорт гороха Китая составил 1,6 млн тонн на сумму 882,6 млн долл. США. Несмотря на снижение показателей импорта в натуральном выражении на 26,4% с 2021 г. и на 44,0% с 2020 г. стоимостные показатели импорта демонстрировали иную динамику: в 2021 г. отмечалось снижение на 3,5%, однако уже в 2022 г. наблюдался рост импорта гороха в стоимостном выражении на 8,8%. Причиной такой динамики был рост среднемировой импортной цены на данный тип продукции вследствие двухлетней засухи на территории Канады — главного поставщика сушеного гороха на мировой рынок.

Рис. 16. Импорт гороха Китая в натуральном и стоимостном выражении, 2013–2022 гг.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 070810, 071021, 071310, 200540.

Китай импортирует, в основном, сушеный горох — доля его импорта в 2022 г. составила 98,7% в натуральном выражении (1 617,9 тыс. тонн). Доля мороженого гороха в структуре импорта — 1,3% (20,9 тыс. тонн), при этом в рамках рассматриваемого периода данная субпозиция росла наиболее динамично: среднегодовые темпы роста в 2013–2022 гг. составили 15,9%. Импорт приготовленного или консервированного гороха в 2022 г. составил всего 287 тонн, его доля на рынке незначительна и за прошедшее десятилетие имела негативную динамику. Импорт свежего гороха в страну прекратился в 2013 г. (в 2012 г. импорт составил 220 тонн на 99,0 тыс. долл. США), поскольку Китай является ведущим мировым производителем данного продукта.

Табл. 6. Структура импорта гороха Китая по видам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн

Наименование	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля, 2022 г., %
Горох сушеный	1 033,2	781,0	903,3	1 001,6	1 287,4	2 082,5	2 002,8	2 908,3	2 199,6	1 617,9	98,7
Горох мороженный	5,5	4,4	8,1	9,6	14,2	15,1	19,8	17,2	27,3	20,9	1,3
Горох, приготовленный или консервированный без уксуса, немороженный	1,6	0,9	1,0	0,8	0,8	0,7	0,9	0,6	0,4	0,3	0,02
<b>Итого</b>	<b>1 040,3</b>	<b>786,4</b>	<b>912,4</b>	<b>1 012,0</b>	<b>1 302,4</b>	<b>2 098,3</b>	<b>2 023,5</b>	<b>2 926,1</b>	<b>2 227,3</b>	<b>1 639,1</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 071021, 071310, 200540.

В структуре импорта гороха в стоимостном выражении также преобладает сушеный горох: в 2022 г. импорт данного вида продукции составил 855,6 млн долл. США (96,9% импорта гороха Китая в стоимостном выражении), что на 9,8% выше уровня 2021 г. Доля мороженого гороха в структуре импорта составила 2,9% (26,0 млн долл. США), приготовленного или консервированного — 0,1% (1,1 млн долл. США). Закупки гороха мороженого, а также приготовленного или консервированного в 2022 г. сократились по сравнению с 2021 г. на 14,6% и на 30,1% соответственно.

Табл. 7. Структура импорта гороха Китая по видам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США

Наименование	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля, 2022 г., %
Горох сушеный	447,5	302,6	338,8	360,7	432,6	613,2	581,8	820,6	779,1	855,6	96,9
Горох мороженный	6,2	4,9	9,0	9,9	14,3	15,1	20,2	18,3	30,4	26,0	2,9
Горох, приготовленный или консервированный без уксуса, немороженный	3,1	2,1	2,6	2,3	2,1	2,1	2,5	2,0	1,5	1,1	0,1
<b>Итого</b>	<b>456,8</b>	<b>309,6</b>	<b>350,4</b>	<b>373,0</b>	<b>449,0</b>	<b>630,4</b>	<b>604,4</b>	<b>840,8</b>	<b>811,0</b>	<b>882,6</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 071021, 071310, 200540.

В структуре импорта гороха Китая в натуральном выражении последнее десятилетие первое место стабильно занимает Канада, в 2022 г. поставившая на китайский рынок 1 397,2 тыс. тонн продукции или 85,2% общего объема импорта гороха. На втором месте располагается Австралия (44,7 тыс. тонн или 8,8% объема импорта в 2022 г.). При этом в 2022 г. поставки Канады сократились на 48,8% по сравнению с 2020 г., в то время как Австралия за аналогичный период увеличила экспорт в Китай в 63 раза. Значительно меньшие объемы гороха в Китай поставляют Франция, Аргентина и Новая Зеландия, занявшие в 2022 г. 2,2%, 1,5% и 1,3% общего объема импорта гороха соответственно.

До 2018 г., а также в 2020–2021 гг. вторым после Канады крупнейшим поставщиком гороха в Китай являлись США. Пиковый объем поставок пришелся на 2020 г. и составил 125,4 тыс. тонн.

Табл. 8. Импорт гороха Китая по странам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн

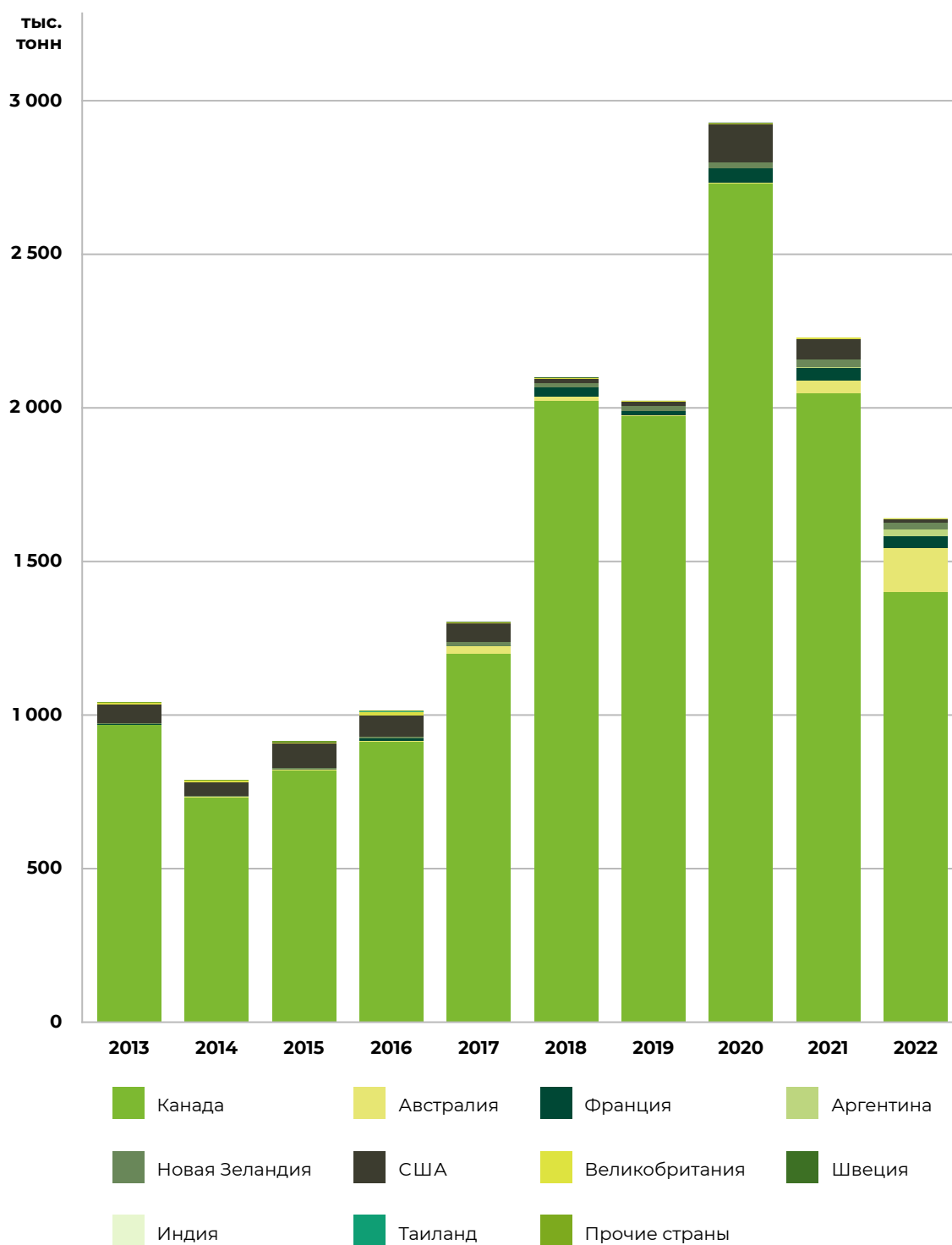
№	Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля, 2022 г., %
1	Канада	966,2	730,1	817,9	911,8	1 196,5	2 020,3	1 969,4	2 728,0	2 043,8	1 397,2	85,2
2	Австралия	0,7	0,6	0,5	0,5	27,1	14,0	4,5	2,3	43,8	144,7	8,8
3	Франция	0,01	0,01	1,3	8,4	0,004	30,0	11,9	47,4	39,9	36,7	2,2
4	Аргентина	—	—	—	—	—	—	—	0,1	1,7	24,1	1,5
5	Новая Зеландия	5,4	4,9	6,4	8,2	13,7	14,1	17,7	16,6	27,1	20,6	1,3
6	США	59,3	43,5	78,4	68,1	58,0	12,6	13,7	125,4	64,5	11,5	0,7
7	Великобритания	6,5	5,8	4,6	10,0	4,7	5,1	2,7	4,1	4,9	2,5	0,2
8	Швеция	0,1	0,02	0,4	1,4	0,2	0,1	1,1	0,9	0,7	1,0	0,1
9	Индия	—	—	—	—	0,1	0,03	0,2	0,03	—	0,3	0,02
10	Таиланд	0,04	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,01
	Прочие страны	2,1	1,3	2,8	3,6	2,0	2,0	2,0	1,2	0,7	0,3	0,02
	<b>Итого</b>	<b>1 040,3</b>	<b>786,4</b>	<b>912,4</b>	<b>1 012,0</b>	<b>1 302,4</b>	<b>2 098,3</b>	<b>2 023,5</b>	<b>2 926,1</b>	<b>2 227,3</b>	<b>1 639,1</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 071021, 071310, 200540.



Рис. 17. Импорт гороха Китая по странам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 071021, 071310, 200540

В стоимостном выражении в структуре импорта гороха Китая в 2022 г. главной страной-экспортером также была Канада: в 2022 г. страна экспортировала гороха на 733,5 млн долл. США (83,1% стоимостного импорта гороха Китая). В пятерку крупнейших поставщиков также вошли Австралия (73,5 млн долл. США или 8,3%), Новая Зеландия (25,6 млн долл. США или 2,9%), Франция (23,5 млн долл. США или 2,7%) и Аргентина (13,4 млн долл. США или 1,5%). Всего на топ-5 экспортеров гороха в Китай пришлось 98,5% всех поставок.

10 октября 2022 г. между Россельхознадзором и Главным таможенным управлением КНР был подписан протокол о фитосанитарных требованиях к гороху, экспортируемому из России в Китай. 21 декабря 2022 г. по итогам проведенных консультаций был утвержден перечень российских производителей-экспортеров, аккредитованных для поставок гороха в Китай, включающий в себя 110 предприятий.

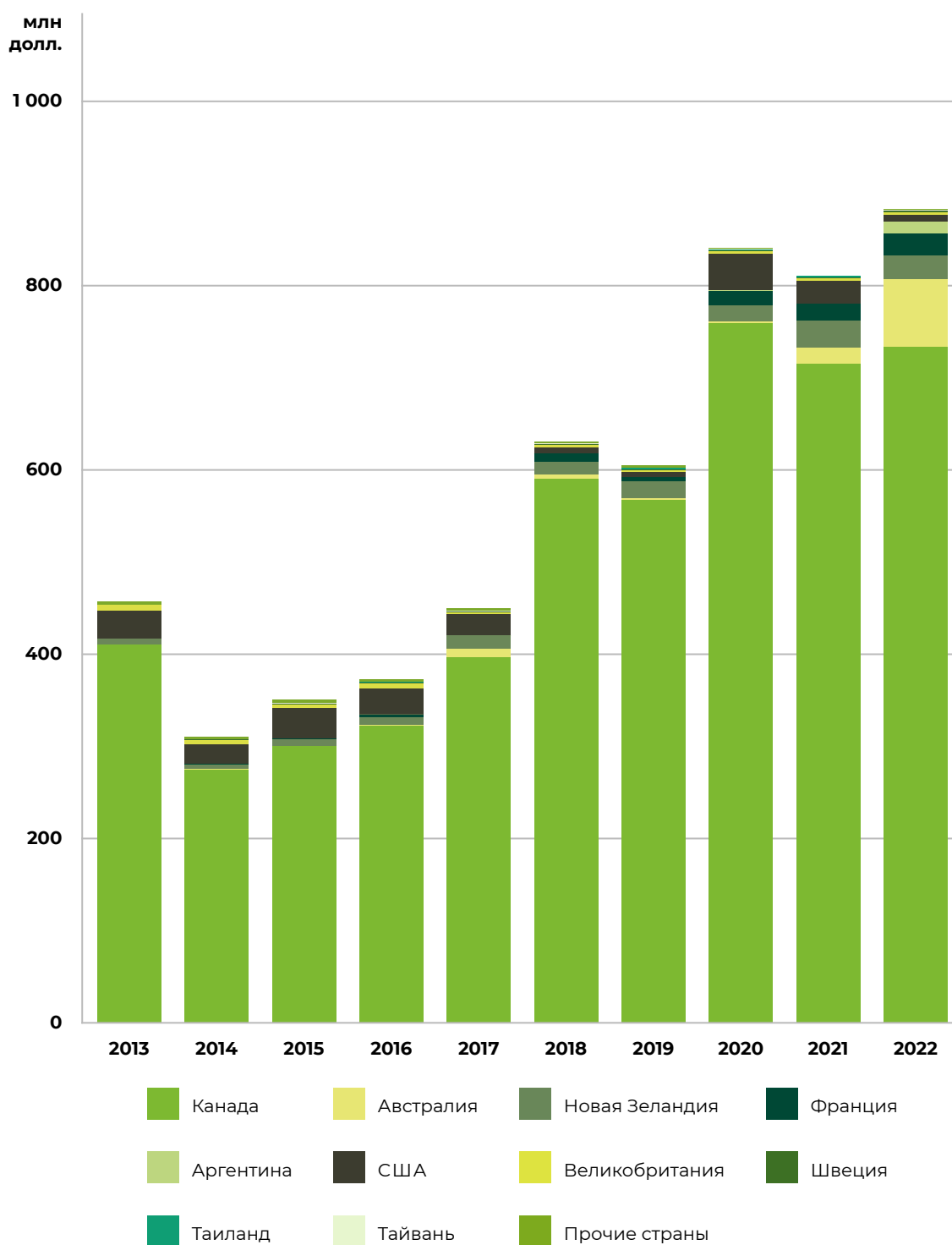
Табл. 9. Импорт гороха Китая по странам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля, 2022 г., %
1	Канада	409,6	274,1	299,5	322,2	396,5	590,2	566,8	759,3	714,5	733,5	83,1
2	Австралия	0,9	0,9	0,6	0,5	9,3	4,5	2,3	1,1	17,5	73,5	8,3
3	Новая Зеландия	6,0	5,3	7,4	8,6	14,1	14,1	18,2	17,8	30,2	25,6	2,9
4	Франция	0,02	0,02	0,4	3,1	0,01	8,9	4,4	16,3	17,5	23,5	2,7
5	Аргентина	—	—	—	—	—	—	—	0,03	0,8	13,4	1,5
6	США	30,6	21,5	33,2	28,1	23,2	6,3	6,0	39,9	24,2	7,2	0,8
7	Великобритания	5,7	5,0	4,4	5,5	2,6	3,1	1,8	2,9	3,6	3,1	0,3
8	Швеция	0,1	0,02	0,3	1,2	0,2	0,1	1,1	0,8	0,7	1,3	0,1
9	Таиланд	0,3	0,3	0,4	0,4	0,5	0,7	1,0	1,2	1,0	0,7	0,1
10	Тайвань	0,7	0,5	0,8	0,7	0,7	0,7	0,6	0,3	0,2	0,5	0,1
	Прочие страны	2,9	1,9	3,3	2,7	2,0	1,9	2,2	1,2	0,7	0,4	0,04
	<b>Итого</b>	<b>456,8</b>	<b>309,6</b>	<b>350,4</b>	<b>373,0</b>	<b>449,0</b>	<b>630,4</b>	<b>604,4</b>	<b>840,8</b>	<b>811,0</b>	<b>882,6</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 071021, 071310, 200540.

Рис. 18. Импорт гороха Китая по странам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 071021, 071310, 200540

Средняя импортная цена на наиболее востребованный в Китае сушеный горох в 2022 г. составила 529 долл. США за тонну, что на 49,3% выше уровня 2021 г. Наиболее дорогой сушеный горох импортируется из Тайваня (в 4,8 раза выше средней цены) и Италии (в 3,8 раза выше средней цены), наиболее дешевый — из Индии (на 10,5% ниже средней цены) и Австралии (на 3,9% ниже средней цены).

Табл. 10. Средняя импортная цена на сушеный горох по странам-экспортерам, 2013–2022 гг., долл. США / тонна

Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Отклонение от средней цены в 2022 г., %
<b>Средняя цена</b>	<b>433</b>	<b>387</b>	<b>375</b>	<b>360</b>	<b>336</b>	<b>294</b>	<b>290</b>	<b>282</b>	<b>354</b>	<b>529</b>	—
Тайвань	1 373	1 338	1 393	1 203	1 200	1 195	1 256	1 266	1 266	2 530	в 4,8 раз
Италия	1 628	1 439	1 477	1 313	1 238	1 780	1 679	1 857	1 444	2 000	в 3,8 раз
Новая Зеландия	1 115	995	1 055	1 119	1 280	1 109	1 083	1 201	1 202	1 389	в 2,6 раза
Великобритания	880	867	951	543	566	598	672	703	738	1 222	в 2,3 раз
Франция	—	—	356	368	—	295	362	345	438	641	21,2
США	514	493	420	407	395	480	415	315	374	604	14,2
Аргентина	—	—	—	—	—	—	—	459	483	555	4,9
Канада	424	375	366	353	331	292	288	278	350	525	-0,7
Австралия	1 235	1 496	1 210	981	342	318	506	472	400	508	-3,9
Индия	—	—	—	—	296	464	—	—	—	473	-10,5

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 071310.

Средняя импортная цена на мороженный горох в 2022 г. составила 1 241 долл. США за тонну, на 11,4% выше, чем в 2021 г. Наиболее дорогой мороженный горох поставлялся из Франции по цене 2 667 долл. США за тонну (в 2,1 раза выше средней цены). Самая дешевая продукция закупалась из Испании — 1 171 долл. США за тонну (на 5,6% ниже средней цены).

Табл. 11. Средняя импортная цена на мороженный горох по странам-экспортерам, 2013–2022 гг., долл. США / тонна

Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Отклонение от средней цены в 2022 г., %
<b>Средняя цена</b>	<b>1 118</b>	<b>1 114</b>	<b>1 114</b>	<b>1 029</b>	<b>1 007</b>	<b>997</b>	<b>1 017</b>	<b>1 063</b>	<b>1 114</b>	<b>1 241</b>	—
Франция	2 000	1 000	1 500	926	—	4 500	1 036	1 800	2 500	2 667	в 2,1 раз
США	1 295	1 676	1 314	1 233	1 229	1 305	1 366	1 341	1 500	1 847	48,9
Новая Зеландия	1 118	1 108	1 151	1 052	1 013	999	1 029	1 066	1 114	1 235	-0,4
Швеция	932	1 000	934	862	843	943	942	954	997	1 232	-0,7
Испания	—	—	1 025	875	924	—	938	970	—	1 171	-5,6

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 071210.

Средняя импортная цена на горох приготовленный или консервированный без уксуса в 2022 г. наиболее высокая среди видов гороха, импортируемых Китаем — 3 739 долл. США за тонну. С 2021 г. средняя цена изменилась незначительно, снизившись на 0,6%. Основные поставщики — страны Юго-Восточной Азии. Самая высокая цена зафиксирована на поставки из Сингапура — 7 500 долл. США за тонну (в 2 раза выше средней цены), самая низкая — на поставки Италии 500 долл. США за тонну (на 86,6% ниже средней цены). Российские цены на данный вид гороха были на уровне 1 543 долл. США за тонну, что на 58,7% ниже средней импортной цены.

Табл. 12. Средняя импортная цена на горох приготовленный или консервированный без уксуса по странам-экспортерам, 2013–2022 гг., долл. США / тонна

Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Отклонение от средней цены в 2022 г., %
<b>Средняя цена</b>	<b>1 922</b>	<b>2 225</b>	<b>2 516</b>	<b>2 771</b>	<b>2 715</b>	<b>2 945</b>	<b>2 891</b>	<b>3 240</b>	<b>3 760</b>	<b>3 739</b>	—
Сингапур	6 300	6 000	6 611	6 929	7 333	8 875	9 000	10 000	8 000	7 500	в 2,0 раза
Малайзия	4 938	5 313	5 389	5 818	5 267	5 091	5 375	5 500	5 667	6 333	в 1,7 раз
Тайвань	1 788	2 311	2 990	2 825	3 161	3 195	2 862	2 918	3 486	5 028	34,5
Таиланд	6 784	6 500	6 590	5 363	4 586	4 841	4 674	5 486	5 658	4 367	16,8
Франция	2 250	2 571	2 000	1 667	1 750	1 600	1 750	1 500	—	1 900	-49,2
Филиппины	1 731	1 737	1 740	1 748	1 749	1 770	1 738	1 736	1 742	1 786	-52,2
Россия	—	—	1 000	—	—	2 000	—	—	2 000	1 543	-58,7
Мьянма	—	—	—	—	—	—	—	—	—	800	-78,6
Италия	1 000	1 000	1 500	1 000	667	500	750	833	1 000	500	-86,6

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 200540.





Табл. 13. Основные страны-экспортеры гороха на рынок Китая в 2022 г.

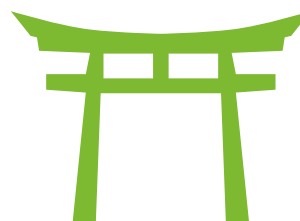
№	Экспортер	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
1	Канада	83,1	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Канада — один из крупнейших производителей и экспортеров сушеного гороха в мире. В 2022 г. страна поставила на мировой рынок 2 170,3 тыс. тонн сушеного гороха на сумму 1 127,6 млн долл. США, из которых около 65% пришлось на рынок Китая.</li> <li>● Регионом-лидером по производству и экспорту гороха Канады является провинция Саскачеван, которая производит 46% и экспортирует 78% канадского сушеного гороха<sup>4</sup>.</li> <li>● К ведущим канадским компаниями-экспортерам гороха относятся Bennett's Grain, Johnson Seeds и AdasCan Grain</li> </ul>
2	Австралия	8,3	<ul style="list-style-type: none"> <li>● В 2022 г. страна вошла в десятку крупнейших мировых экспортеров гороха (192,1 тыс. тонн на сумму 90,0 млн долл. США).</li> <li>● Австралия поставляет сушеный горох по наиболее конкурентным ценам после Индии (508 долл. США за тонну в 2022 г.) среди крупных экспортеров.</li> <li>● С декабря 2015 г. имеет с Китаем зону свободной торговли (ЗСТ), в рамках которой китайской стороной применяется нулевой тариф на импорт гороха мороженого и свежего (для стран вне ЗСТ — 13%), а также гороха приготовленного или консервированного (для стран вне ЗСТ — 5%). С января 2022 г. является участником всестороннего регионального экономического партнерства (ВРЭП), в рамках которого также применяются нулевые тарифы</li> </ul>

<sup>4</sup> <https://clck.ru/37Jm8W>

Продолжение табл. 13.

№	Экспортер	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
3	Новая Зеландия	2,9	<ul style="list-style-type: none"> <li>В 2022 г. страна заняла десятую строчку в перечне стран-экспортеров гороха, поставив на мировой рынок 70,1 тыс. тонн продукции на сумму 81,0 млн долл. США.</li> <li>С октября 2008 г. имеет с Китаем ЗСТ, в рамках которой китайской стороной применяются нулевой тариф на импорт гороха мороженого и свежего (для стран вне ЗСТ — 13%), а также гороха приготовленного или консервированного (для стран вне ЗСТ — 5%). С января 2022 г. является участником всестороннего регионального экономического партнерства (ВРЭП), в рамках которого также применяются нулевые тарифы</li> </ul>
	Франция	2,7	<ul style="list-style-type: none"> <li>Один из крупнейших производителей и экспортеров гороха в Европе. В 2022 г. страна экспортировала 317,2 тыс. тонн гороха на сумму 203,1 млн долл. США, заняв 5-е место в рейтинге ведущих экспортеров данной продукции.</li> <li>К ведущим французским компаниями-экспортерам гороха относятся Pomona Group, Haudecoeur, CIACAM</li> </ul>

Источник: ITC Trade Map, открытые источники данных



## 2.2. Потребительские предпочтения

Горох и продукты его переработки все больше набирают популярность среди китайских потребителей, которые ценят его за его полезные свойства, питательность и доступность на рынке. Как и в большинстве стран мира, китайцы уделяют все больше внимания осведомленности о пользе и вреде различных продуктов и напитков, а также стремятся следовать тенденции здорового образа жизни, которая крайне популярна среди растущего среднего класса, а также состоятельных потребителей. Эти тренды формируют на китайском рынке спрос на продукты, которые богаты растительным белком и клетчаткой, такие как горох.

Пандемия также оказала значительное влияние на пищевые привычки китайцев и сместила их предпочтения в сторону растительных белковых продуктов, что положительно отразилось на спросе на горох и его производных как в домашнем потреблении, так и в гостинично-ресторанном секторе. Молодые китайцы стали больше экспериментировать с гороховыми ингредиентами при приготовлении еды дома, в то время как заведения общественного питания все чаще добавляют эти ингредиенты в свои блюда, предлагая разнообразные варианты для своих клиентов. Дополнительным фактором, стимулирующим спрос на горох, также стал тот факт, что в последние годы вокруг излюбленных китайцами соевых бобов все активнее формируется негативный имидж.

Важным фактором, положительно влияющим на спрос на горох и прочие бобовые, также является государственная китайская стратегия «Здоровый Китай 2030», приоритетным направлением которой является увеличение потребления растительной белковой продукции. В последние годы все чаще китайцы покупают горох и прочие бобовые смеси вместо риса либо комбинируют их потребление. Более того, китайцы в основном предпочитают лапшу на основе зернобобовой муки, а не риса, из-за растущего процента людей, страдающих лишним весом, что, в свою очередь, увеличивает потенциал использования зернобобовой муки и крахмала в производстве лапши и прочих продуктов.

Сушеный горох в основном используется в промышленной переработке для дальнейшего производства таких ингредиентов, как крахмал, мука, клетчатка и растительный белок. Пищевая промышленность в Китае стремительно развивается: мясные компании разрабатывают новые гибридные продукты, молочные компании стремятся добавить растительные ингредиенты, компании по производству кондитерских изделий чаще добавляют зернобобовые в свою продукцию, а компании, производящие лапшу, диверсифицируют свою продуктовую линейку, предлагая потребителям лапшу и макароны на основе гороховой муки и крахмала. Производство китайской лапши и горохового крахмала является важным каналом сбыта сушеного гороха. Растущая тенденция «Clean label» также побудила ключевых игроков производить хлебобулочные изделия с минимальным количеством ингредиентов, которые признаются и воспринимаются потребителями как натуральные и полезные, что является еще одним



фактором, который сильно ускоряет применение горохового крахмала в хлебобулочных изделиях. Промышленное производство горохового белка в КНР быстро развивается, делая из страны крупнейшего поставщика этой продукции на мировой рынок.

Свежий и замороженный горох традиционно используется в домашнем приготовлении и в гостинично-ресторанном секторе, но спрос на него не такой высокий как на сушеный горох и его ингредиенты. Как правило, замороженный горох представлен в торговых сетях самостоятельно либо в составе овощных смесей, которые добавляют в различные салаты и супы, а некоторые едят их в качестве полноценного гарнира. Зеленый горох также используют для производства снеков и закусок. Как правило такой горох подсушивают и добавляют к нему различные пищевые ароматизаторы, чтобы придать ему характерный привкус, таким образом, получается более полезная альтернатива чипсам и прочим закускам, которые китайцы часто употребляют с пивом либо в качестве перекуса.

## **Заменители гороха**

К заменителям гороха можно отнести такие бобовые, как маш, сою, чечевицу, нут, фасоль. С ростом популярности растительных белковых продуктов увеличивается спрос на готовые зернобобовые смеси для быстрого приготовления блюд, в которые добавлены все необходимые ингредиенты и которые идеально подходят для сбалансированного питания.

## 2.3. Торгово-распределительная сеть

### Основные каналы сбыта

В структуре потребления гороха в Китае по каналам сбыта преобладает сектор переработки, на который приходится 97%. В 2022 г. на продажи в розничных каналах реализации пришлось меньше 2% совокупного объема потребления данного вида продукции, в то время как на потребление в секторе переработки пришлось 97%.

### Схема дистрибуции импортной продукции в Китае

Для иностранных компаний, экспортирующих горох в Китай, цепочка распределения продукции, скорее всего, покажется слишком длинной. Сначала они должны будут найти китайского дистрибьютора, чтобы через него получить доступ к местным оптовикам и ритейлерам.

Дистрибьюторы (имеющие лицензию на операции по импорту и экспорту), как правило, также являются импортерами иностранной продукции. Некоторые из них могут быть оптовыми продавцами импортной продукции или предоставлять импортерам, оптовикам и розничным торговцам услуги по хранению и доставке товаров.

Для небольших компаний, не имеющих ресурсов для прямого сбыта своей продукции, хороший дистрибьютор имеет решающее значение для успеха. Дистрибьюторы должны иметь возможность не только принимать заказы на товар, но и следить за тем, чтобы товар продвигался должным образом.

Рис. 19. Схема дистрибуции импортной продукции в Китае



## Сектор оптовой торговли

В Китайском секторе оптовой торговли практически нет предприятий, которые специализируются исключительно на одной категории продукции. Как правило, большинство предприятий, учитывая изменения в потребительских предпочтениях и рост спроса и популярности определенного продукта либо группы продуктов, начинают их активно продавать. В итоге оптовые продавцы реализуют однотипную продукцию, конкурируя только по цене предложения.

Предприятия пищевой промышленности, ориентированные на оптовый сбыт, как правило, избегают работы с посредниками и стремятся поставлять свою продукцию напрямую в точки розничной торговли. В Китае принято считать, что минимизация числа посредников снижает операционные издержки и повышает эффективность сбыта. Многие производители пищевой продукции создают собственную инфраструктуру продаж и дистрибуции продукции для обслуживания розничного рынка.

В отличие от многих других стран, китайские оптовые рынки характеризуются небольшим размером и фрагментированностью.

Сектор оптовой торговли в Китае включает три вида предприятий:

- 1) оптовые предприятия, действующие в качестве агентов от имени импортеров, которые не несут ответственности за доставку и не владеют продуктом, который продают, а только взимают комиссию с импортеров;
- 2) оптовые предприятия торговли/дистрибьюторы, которые осуществляют процесс продажи продуктов, обеспечивают их транспортировку и доставку до страны назначения;
- 3) оптовые предприятия торговли/дистрибьюторы, которые осуществляют доставку продукции импортерам, оптовикам или розничным предприятиям, а также предоставляют услуги по хранению продукции.

Структура потребления гороха варьируется от его типа: сушеный или свежий и замороженный. Основное направления использования сушеного гороха — это промышленный сектор, где горох используется в качестве сырья для пищевой или кормовой промышленности, производства горохового крахмала и горохового белка, где Китай стал одним из крупнейших поставщиков данной продукции на мировом рынке. Свежий и замороженный горох — это та категория продукции, которая в основном используется в пищу и представлена в розничной торговле и электронной коммерции. Несмотря на то, что значительная часть китайских потребителей по-прежнему покупают свежие продукты (вкл. горох) на традиционных продовольственных рынках, в последние годы открываются все больше супермаркетов и гипермаркетов, набирающих популярность за счет предоставления качественной и свежей продукции, закупаемых как у местных фермерских хозяйств, так и зарубежных компаний.



## Супермаркеты

За последние десятилетия сегмент современного ритейла в Китае значительно вырос по сравнению с тем периодом, когда торговые сети присутствовали только в наиболее крупных мегаполисах. С течением времени располагаемые доходы китайцев увеличивались, формируя тем самым более развитую потребительскую базу, что значительно оказало влияние на развитие розничной торговли. С тех пор супермаркеты и гипермаркеты получили распространение в городах второго и третьего уровней, и постепенно появляются в небольших населенных пунктах. Ритейлеры расширяются от регионов, в которых проживают потребители с высокими и средними доходами, в бедные районы; от процветающих восточных провинций Китая — к небогатым территориям на западе страны.

Крупные сети супермаркетов обычно прибегают к услугам дистрибьюторов. Поэтому экспортерам, желающим разместить свою продукцию на полках китайских супермаркетов, рекомендуется выйти на них.

Структура розничной торговли по продажам через супермаркеты сильно дифференцирована, поэтому в этом формате на рынке Китая нет явного лидера. Первое место занимает сеть супермаркетов Freshippo от Alibaba Group с объемом продаж 4,8 млрд долл. США и с долей рынка 1,3%. В тройку крупнейших сетей супермаркетов также входят Lianhua Supermarket и Wumart с долями 0,9% и 0,4% соответственно. В совокупности эти топ-3 компании составляют лишь 2,5% рынка розничной торговли данного формата в Китае.

Табл. 14. Структура розничной торговли по крупнейшим супермаркетам в Китае, 2022 г.

Место в канале продаж	Бренд	Компания	Объем продаж, млн долл. США	Доля, %
1	Freshippo	Alibaba Group	4 766,3	1,3
2	Lianhua Supermarket	Lianhua Supermarket	3 332,8	0,9
3	Wumart	Wumart Stores	1 505,4	0,4
4	Jia Jia Yue	Jiajiayue Group	1 060,7	0,3
5	CR Suguo	China Resources	933,1	0,2
6	CR Vanguard Supermarket	China Resources	738,9	0,2
7	JOY Mart	Hefei Department Store Group	524,1	0,14

Продолжение табл. 14.

Место в канале продаж	Бренд	Компания	Объем продаж, млн долл. США	Доля, %
8	CBEST	Chongqing Department Store	518,4	0,14
9	New Century	Chongqing New Century Department Store	461,7	0,12
10	Hualian	Lianhua Supermarket	393,2	0,10
11	Interspar	Internationale Spar Centrale	361,4	0,09
12	Super-Mart	Better Life Commercial Chain Share	323,7	0,09
13	Jingkelong	Beijing Jingkelong	319,1	0,08
14	Yonghui	Yonghui Superstores	276,2	0,07
15	Wenfeng	Wenfeng Great World Chain Development	246,8	0,06
16	Zhongbai	Zhongbai Holdings Group	234,1	0,06
17	Super Species	Yonghui Superstores	143,7	0,04
	Прочие супермаркеты		364 440,1	95,8
	<b>Итого</b>		<b>380 579,8</b>	<b>100,0</b>

Источник: EMIS, оценка Euromonitor International

### **Freshippo**

Собственная розничная сеть супермаркетов Alibaba Group — Freshippo была запущена в 2016 г. Сеть позиционирует себя как новый опыт покупок за счет слияния онлайн- и офлайн-деятельности за счет использования розничных магазинов для складирования и выполнения онлайн-заказов, а также предлагает богатый и интересный опыт для клиентов, которые делают покупки в магазине. Собственная система фулфилмента Freshippo обеспечивает 30-минутную доставку клиентам, проживающим в радиусе 3км от магазина Freshippo. По состоянию на 2023 г. количество магазинов достигло порядка 337 штук, расположенных в основном в городах первого и второго уровня в Китае.

### **Lianhua Supermarket**

Китайская компания супермаркетов, дочерняя компания Bailian Group (百联集团). Компания имеет офисы в Шанхае и Гонконге. Первый магазин открылся в Шанхае в 1991 г. На сегодняшний день Lianhua Supermarket Holdings является инвестиционной холдинговой компанией со штаб-квартирой в Гонконге, Китай. Бренды компании включают Century Mart, Lianhua Supermarket, Hualian Supermarket и Lianhua Quik. По состоянию на конец 2022 г. группа компаний Lianhua Supermarket насчитывает 3 352 магазина в 24 провинциях Китая.

### **Wumart**

Wumart — китайская компания, основанная в 1994 г. На 2022 г. насчитывала более 2 тыс. торговых точек, включая гипермаркеты, супермаркеты, магазины у дома. Группа Wumart является одним из первых и крупнейших ритейлеров в Китае и крупнейшей сетью супермаркетов в районе Пекин-Тяньцзинь-Хэбэй. В разное время приобрела и интегрировала в свою сеть активы немецкой Metro C&C и британской B&Q в Китае.

### **Jia Jia Yue**

Jiajiayue Group Co., Ltd. — сеть супермаркетов, поддерживаемая региональной интегрированной логистикой, гарантированным развитием современных сельскохозяйственных производственных баз и сетей пищевой промышленности, а также сетью с полным снабжением. По состоянию на конец 2022 г. компания имеет в общей сложности свыше 1 тыс. магазинов в 6 провинциях в Китае. Кроме того, группа компаний сформировала несколько бизнес-форматов, таких как гипермаркеты, обычные супермаркеты, универмаги, мини-маркеты и специализированные магазины.

### **China Resources** (CR Suguo, CR Vanguard Supermarket)

China Resources — диверсифицированная холдинговая компания, зарегистрированная в Гонконге. China Resources имеет следующие основные бизнес-форматы: торговый центр, гипермаркеты и супермаркеты, круглосуточные магазины, магазины у дома и локальные небольшие магазины. Кроме того, холдинг включает три современных логистических центра в Nanjing Mqun Logistics, Nanjing Qilinmen Logistics и Huaian Logistics, а также две собственные онлайн-платформы «Wanjia APP» и мини-программу «Suguo Youyou», а также сторонние платформы JD.com, Meituan и Ele.me.

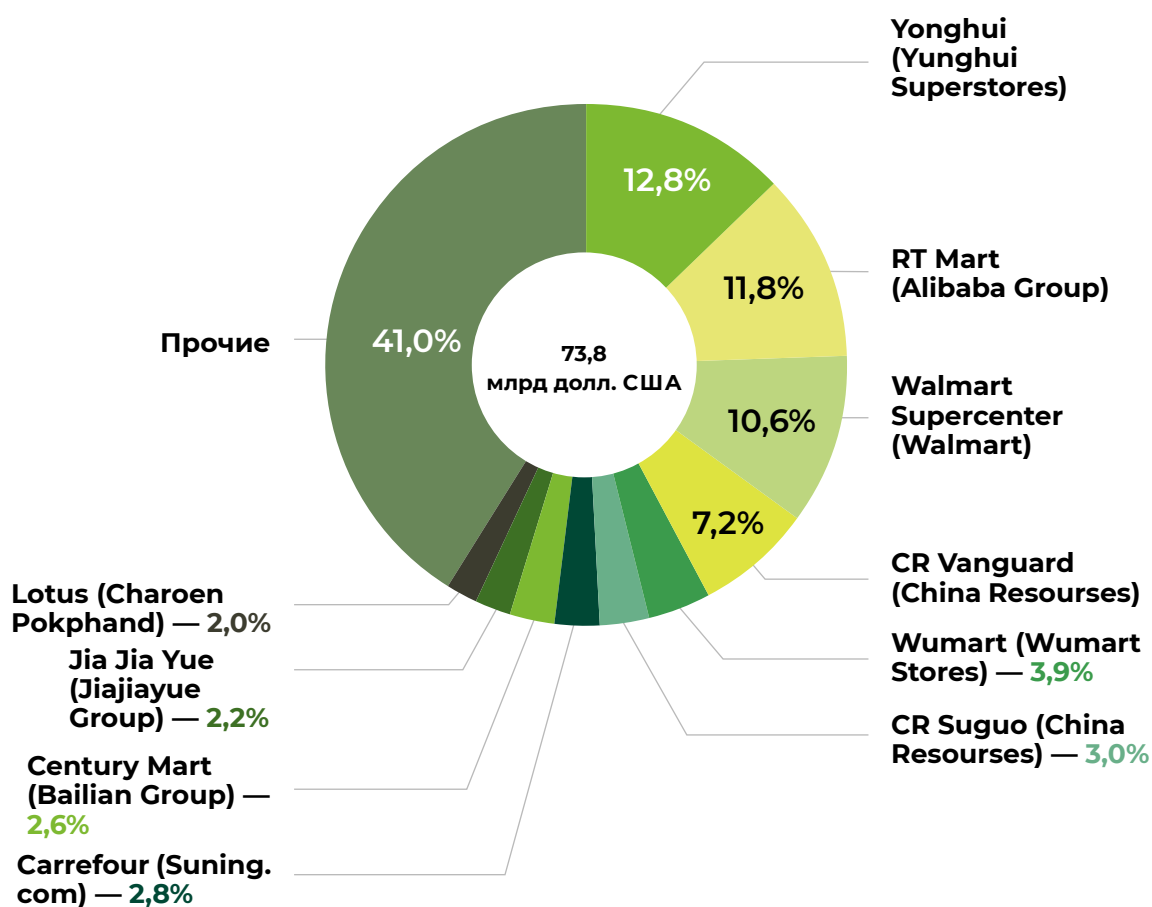
Компания **CR Vanguard** была основана в 1994 г. Это группа розничных сетей гипермаркетов и супермаркетов, принадлежащая государственной холдинговой компании China Resources Group. CR Vanguard владеет рядом розничных сетей, включая Vanguard, Suguo, Olé, Blt Supermarket, Tesco Express. В Китае у компании 3,3 тыс. магазинов с автоматическим управлением (без кассиров) в 112 городах Китая.

**Suguo Supermarket** является важной частью China Resources Vanguard, крупного потребительского сегмента China Resources Group. Suguo Supermarket была основана в 1996 г. Общее количество торговых точек Suguo достигает свыше 1 700 штук, в основном охватывающих города и районы в провинциях Цзянсу и Аньхой.

## Гипермаркеты

В розничной торговле Китая формат гипермаркетов более консолидирован. На долю топ-10 сетей приходится порядка 59% объема продаж гипермаркетов, что в стоимостном выражении составляет 43,5 млрд долл. США. Лидирует сеть Yonghui с долей 12,8% в 2022 г., второе место занимает RT Mart от Alibaba Group с долей 11,8%, на третьем месте Walmart Supercenters, которая занимает 10,6%. Стоит отметить две сети гипермаркетов, принадлежащие China Resources: CR Vanguard и CR Suguo, которые вместе занимают 10,2%.

Рис. 20. Доля рынка крупнейших гипермаркетов в Китае, 2022 г., %



Источник: EMIS, оценка Euromonitor International

### **YongHui Superstores**

Основанная в 2001 г. со штаб-квартирой в провинции Фуцзянь, компания YONGHUI Superstores — одна из первых современных розничных сетей, реализующих свежую сельскохозяйственную продукцию. Компания осуществляет свою деятельность преимущественно через магазины по продаже товаров общего назначения, универмаги, супермаркеты и т.п. Деятельность компании ориентирована на внутренний рынок страны. Предприятие в настоящее время владеет более чем 1 тыс. сетевых супермаркетов по всей стране, охватывающих 29 провинций, муниципалитетов и автономных районов и почти 600 городов.

### **RT-MART**

Компания RT-MART открыла свой первый сетевой магазин в Шанхае в 1998 г. По состоянию на июнь 2023 г. RT-MART открыла более 507 гипермаркетов по всей стране (включая 32 провинции, муниципалитета и автономных района). На конец 2021 г. основным стратегическим инвестором компании была Alibaba Group с долей в 72%. Онлайн-платформы RT-Mart Youxian, Taoxianda, Ele.me и Tmall Supermarket достигли 69 миллионов пользователей.

### **Sun Art Retail Group (Alibaba Group)**

Sun Art — ведущий ритейлер с гипермаркетами и многоканальными предприятиями электронной коммерции в Китае. Sun Art работает с гипермаркетами, супермаркетами, мини-магазинами и клубным магазином M под брендами RT-Mart, RT-Super и RT-Mini. По состоянию на 31 марта 2023 года у Sun Art было в общей сложности 486 гипермаркетов, 12 супермаркетов и 84 мини-магазина, охватывающих 212 городов в 29 провинциях, автономных районах.

### **Walmart**

Walmart вышел на китайский рынок в 1996 г., открыв свой первый гипермаркет и Sam's Club в Шэньчжэне, Китай. По состоянию на 2023 г. Walmart в Китае имеет 364 магазина, в том числе 320 суперцентров и 44 магазина Sam's club.

### **CR Vanguard (China Resources)**

Компания CR Vanguard была основана в 1994 г. Это группа розничных сетей гипермаркетов и супермаркетов, принадлежащая государственной холдинговой компании China Resources Group. CR Vanguard владеет рядом розничных сетей, включая Vanguard, Suguo, Olé, Blt Supermarket, Tesco Express. В Китае у компании 3 300 магазинов с автоматическим управлением (без кассиров) в 112 городах Китая.

### **Wumart**

Wumart — китайская компания основанная в 1994 г. На 2022 г. насчитывала более 2 000 торговых точек, включая гипермаркеты, супермаркеты, магазины у дома. Группа Wumart является одним из первых и крупнейших ритейлеров в Китае и крупнейшей сетью супермаркетов в районе Пекин-Тяньцзинь-Хэбэй. В разное время приобрела и интегрировала в свою сеть активы немецкой Metro C&S и британской B&Q в Китае.

## Электронная торговля

За последние годы роль оффлайн магазинов в Китае претерпела значительные изменения. Еще до начала пандемии Covid-19 потребители стали чаще делать выбор в пользу онлайн покупок, а с 2020 г. эта тенденция в разы ускорилась, что привело к значительному сокращению продаж в обычных торговых точках. В результате ритейлерам пришлось быстро реагировать на падение прибыли от сокращения покупок и искать новые способы как привлекать и удерживать клиентов. Многие магазины стали сотрудничать с сервисами по доставке продуктов питания на дом либо нанимали собственный штаб доставщиков, разрабатывая при этом приложения для онлайн заказов на смартфоны.

На конец 2022 г. в Китае насчитывалось около 860 млн пользователей онлайн-площадок. Сегмент электронной коммерции в Китае — один из наиболее высоко конкурентных, что вынуждает компании по доставке постоянно улучшать и модернизировать предоставляемые услуги, ведь, зачастую клиент делает выбор в пользу магазина с самой быстрой доставкой, нежели в пользу магазина с большим ассортиментом.

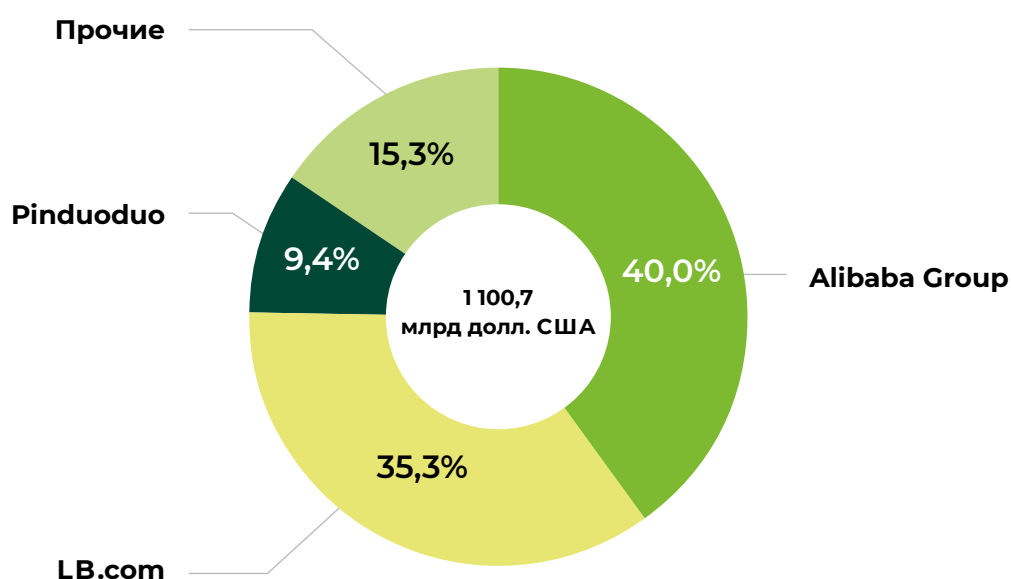
В условиях роста объемов онлайн-торговли во время пандемии COVID-19 ведущие сети ритейла стали расширять сотрудничество с цифровыми платформами и создавать свои собственные. Например, Walmart сотрудничает с JD.com; RT-Mart использует как собственную онлайн-платформу RT-Mart Youxian, так и сотрудничает с Alibaba Group, используя платформы Taoxianda, Ele.me и Tmall Supermarket; China Resources продает товары через две собственные онлайн-платформы «Wanjia APP» и мини-программу «Suguo Youyou», а также сторонние платформы JD.com, Meituan и Ele.me. Кроме того, растет рынок комплексных решений, совмещаая онлайн и оффлайн ритейл сегменты: собственная розничная сеть супермаркетов Alibaba Group — Freshippo; Yonghui развивает систему, объединяющую электронную коммерцию и оффлайн-магазины.

Ключевой B2B-маркетплейс Китая — это alibaba.com. Выход на потенциальных китайских импортеров можно осуществить через данную площадку. Платформа предлагает сервис безопасных сделок, позволяющий защититься от неудачной сделки в контексте качества продукции или срыва сроков поставки, поэтому сертифицированный экспортер вызовет доверие у китайских партнеров.

Alibaba Group крупнейший игрок на рынке онлайн розничной торговли. Совокупный объем продаж группы компаний в 2022 г. составил 436,2 млрд долл. США, что составляет практически 40% рынка онлайн-розничной торговли Китая. Группа компаний включает следующие онлайн-платформы Taobao, Tmall, Tmall Mart, Tmall Global, Taobao Deals, Taocaicai на которых реализуется широкий спектр различных товаров, включая продовольственные товары.



Рис. 21. Крупнейшие онлайн-компании розничной торговли в Китае, 2022 г., %



Источник: EMIS, оценка Euromonitor International

### **Таобао (Alibaba Group)**

Платформа Таобао представляет из себя онлайн-площадку по продаже товаров и услуг, ориентированную на конечного потребителя, которая была создана в 2003 г. группой Alibaba. Сайт работает по системе C2C, которая заключается в продаже товаров и услуг между потребителями. К основным преимуществам платформы потребители относят бесплатную доставку, большой выбор товаров любого назначения, а также низкие цены. Таобао условно поделен на 2 бизнес-модели: Таобао Marketplace — C2C-платформа для индивидуальных предпринимателей, малых и средних предприятий, а также Tmall (Taobao Mall) — B2C-платформа. В данный момент Таобао развивает новое направление — C2M-продажи («Потребитель-Производитель»), при которых потребители заказывают товары напрямую у производителей (Taobao Deals).

### **Taobao Deals (Alibaba Group)**

C2M-продажи через приложение Taobao Deals были запущены в 2020 г. Taobao Deals предлагает продукты с оптимальным соотношением цены и качества, позволяя продавцам и производителям продавать напрямую потребителям в Китае, в том числе в менее развитых районах и крупных городах страны. За финансовый 2022 г. (31 марта 2022 г.) число активных пользователей Taobao Deals превысило 300 млн чел.

### **Tmall (Alibaba Group)**

Tmall был запущен в 2008 г. и был выделен из Taobao в 2011 г. как B2C бизнес, в то время как Taobao остался функционировать как C2C площадка. В 2014 г. стал международной площадкой, где иностранные компании и бренды могут предлагать продукцию китайским покупателям. В 2021 г. был первым по посещаемости сайтом в Китае и третьим в мире.

**Tmall Mart** — Супермаркет Tmall предлагает предметы первой необходимости, товары FMCG и товары общего назначения через приложение Taobao с доставкой в тот же или на следующий день. Используя технологические возможности Alibaba и знания потребителей, Tmall Supermarket способствует цифровому преобразованию своих офлайн-партнеров, расширяя их возможности управления цепочками поставок.

**Tmall Global** — платформа электронной коммерции для импорта в Китае, запущенная в 2014 г. Платформа была создана для удовлетворения растущего спроса внутреннего потребительского рынка на международные продукты и бренды. Tmall Global служит главной платформой, с помощью которой зарубежные бренды и розничные компании связываются с китайскими потребителями, повышая узнаваемость бренда и получают ценную информацию о потребителях для формирования своих общих стратегий в Китае без необходимости физических операций в стране.

#### **Taocaicai (Alibaba Group)**

Taocaicai — онлайн-торговая площадка, которая предлагает потребителям в Китае услуги по выдаче широкого ассортимента продуктов и свежих продуктов на следующий день в пунктах выдачи в магазинах у дома. Используя сильные возможности продуктов и цепочки поставок компаний, входящих в группу Alibaba: Sun Art, Taobao Deals и Lingshoutong, Taocaicai предоставляет потребителям широкий выбор качественных продуктов и свежих продуктов по конкурентоспособным ценам. Компания быстро установила свое присутствие на рынке в регионах с большим населением и значительным потреблением и успешно завершила развитие сети основных региональных распределительных центров и складов в этих целевых регионах.

#### **Ele.me (Alibaba Group)**

Ведущая платформа канала O2O (online-to-offline) для заказа еды, продуктов питания, бакалейных товаров, товаров народного потребления, цветов и фармацевтических товаров в Интернете, экспресс-доставку по городу и прочих потребительских услуг. Кроме того, Fengniao Logistics, сеть доставки через платформу Ele.me, предоставляет логистические услуги по доставке продуктов питания, бакалейных товаров, товаров народного потребления и фармацевтических продуктов для Freshippo, Sun Art, Alibaba Health, а также Taoxianda.

#### **Taoxianda (Alibaba Group)**

Taoxianda — это платформенное решение для онлайн-офлайн-интеграции для брендов FMCG и сторонних партнеров розничной торговли продуктами питания. Taoxianda облегчает цифровизацию операций ритейлеров, помогает им открывать интернет-магазины и предоставляет индивидуальные маркетинговые рекомендации.

### Jingdong Group (JD.COM)

Jingdong Group официально вышла на рынок электронной коммерции в 2004 г. Изначально платформа JD.com специализировалась на продаже электроники. Сейчас сфера интересов компании включает электронную коммерцию, логистику, розничную торговлю, облачные технологии, научные исследования в области ИИ. Имеет сеть продуктовых супермаркетов 7Fresh, международную электронную B2B-площадку Joybuy и платформу международной онлайн-торговли JD Worldwide, позволяющей компаниям со всего мира продавать продукцию китайским потребителям.

За 2017–2022 гг. [JD.com](https://www.jd.com) удалось существенно сократить разрыв с Alibaba Group по объему продаж и доли на рынке онлайн розничных продаж стоимости в Китае. Это было обеспечено за счет вложений значительных средств в свою логистическую инфраструктуру, что помогло ей выделиться среди других платформ электронной коммерции. JD.com владеет и управляет собственной сетью доставки, которая включает в себя склады, грузовики и парк дронов, что позволяет предлагать доставку в тот же день и на следующий день клиентам по всему Китаю.

### Pinduoduo

Платформа электронной коммерции Pinduoduo основана в 2015 г. Pinduoduo начала свою деятельность как розничная платформа для сельскохозяйственной продукции. В отличие от Tmall и JD больше ориентирована на небольшие города и сельскую местность Китая. Pinduoduo продает через систему купонных распродаж продукты питания и напитки, свежие продукты, цветы, одежду, обувь, электронику, бытовые товары и т.д. Кроме того, Pinduoduo занимается аграрными технологиями и логистическими операциями через сеть собственных дистрибьюторских центров и районных продуктовых складов, инвестирует в «умные» фермы и теплицы, обучает крестьян онлайн-продажам через платформу Pinduoduo. В 2021 г. ежегодное количество активных покупателей на платформе достигло 849,9 млн чел.



## 2.4. Конкурентная среда и участники рынка

Горох — это преимущественно сырьевой продукт, поэтому примерно 97% потребления гороха в Китае приходится на сектор переработки. Высокий спрос на данную продукцию наблюдается в кормовой промышленности, так как сушеный горох считается более конкурентоспособной с ценовой точки зрения альтернативой соевому шроту. Помимо кормовой отрасли, горох используется для производства белка, крахмала, лапши, клетчатки, а также незначительная часть в качестве продукта питания в свежем, консервированном виде и в виде закусок. Наиболее стремительная тенденция на рынке в последние годы наблюдается в пищевой промышленности: мясные компании разрабатывают новые гибридные продукты, молочные компании стремятся добавить растительные ингредиенты, компании по производству кондитерских изделий чаще добавляют зернобобовые в свою продукцию, а компании, производящие лапшу, диверсифицируют свою продуктовую линейку, предлагая потребителям лапшу и макароны на основе гороховой муки и крахмала.

Рынок мясных альтернатив и горохового белка в Китае стремительно расширяется. Подавляющая часть внутренних потребностей в гороховом белке покрывается за счет местного производства. В топ-5 крупнейших производителей горохового белка в мире входят четыре китайские компании: Shuangta Food, Suzhou Wanshen Flour Products, ZXCHEM GROUP, Yantai Oriental Protein Tech. Большинство компаний-производителей, выпускающих и реализующих горох под брендами работают в пищевом розничном сегменте в категориях свежего и замороженного гороха.

### Местные производители гороха



#### Qingdao Yokid Foods

Компания Qingdao Yokid Foods имеет собственные посевные площади в провинциях Внутренняя Монголия, Ляонин, Шаньдун, Чжэцзян, Юньнань и Фуцзянь. Она специализируется на таких продуктах, как замороженные овощи и фрукты, свежие овощи, сушеные, консервированные овощные продукты. Товары экспортируются в страны Восточной Азии (Республику Корея, Японию), в Юго-Восточную Азию (Малайзию, Сингапур, и другие страны), в Австралию, Россию, а также в страны Европы, Северной и Южной Америки.



### Yichang Tianyuan Canned Food

Yichang Tianyuan Canned Food была основана в 2004 г. в провинции Хубэй, Китай. Компания считается одним из крупнейших производителей и экспортеров овощных консервов в Китае. Площадь завода в Китае составляет 90 тыс. м<sup>2</sup>. В 2021 г. компания открыла новый завод площадью 46 тыс. м<sup>2</sup> в Саудовской Аравии и компанию Saudi Tianyuan Canned Food. Производственный портфель включают все виды консервированной фасоли, чечевицы, гороха, а также другие консервированные овощи, фрукты, томатную пасту.



### Qingdao Elite Foods

Qingdao Elite Foods имеет 20-летний опыт работы в сфере производства замороженных фруктов и овощей. Производственные предприятия и плантации расположены в окрестностях города Циндао, Китай. Компания специализируется на свежей плодоовощной продукции, а также на фруктах, овощах, горохе и грибах, замороженных поштучно методом шоковой заморозки. Продукция компании поставляется на рынки Японии, Республики Корея, стран ЕС, США, Канады, Австралии, России, ОАЭ, Таиланда, Сингапура, Малайзии, Индонезии и Южной Африки.



### Xinghua Lianfu Food Company

Xinghua Lianfu Food Company — компания-производитель и экспортер сельхозпродукции, основанная в 1999 г. Компания находится в Синхуа (провинция Цзянсу, Китай). Продуктовый портфель компании включает: обезвоженные (сушеные) овощи, растительный порошок, травы, специи, высушенные конвективным способом фрукты и овощи, а также органические овощи, в т.ч. горох. Компания экспортирует в более чем 30 стран, включая страны Европы, Северной и Южной Америки, Юго-Восточной Азии, Африки.



### Yancheng Highland Food

Yancheng Highland Food была основана в 1993 г. На сегодняшний день является известным производителем сельхозпродукции в Китае. Компания имеет три фабрики и производит в основном горох, высушенный воздушным или сублимационным способом, а также замороженные фрукты и овощи, специи. География экспорта компании включает страны Европы, США и Юго-Восточную Азию на протяжении более двадцати лет.



### Xiamen Green Farm

Xiamen Green Farm была основана в 2000 г. в провинции Фуцзянь, Китай. Компания специализируется на производстве и внешней торговле консервированных продуктов питания: фрукты, овощи, грибы, рыбные консервы, томатные продукты, а также на свежих фруктах и свежих овощах.



### China Kunyu Industrial

China Kunyu Industrial один из крупных производителей и поставщиков сельскохозяйственной продукции в Китае, основанный в 1993 г. Компания предоставляет комплексные услуги, включая внедрение новых продуктов, производство, дистрибуцию, экспортные и импортные операции. У компании есть два собственных бренда «Kunyu» и «Fudijia», но также есть возможность разработать бренд OEM для клиентов. Продукция China Kunyu Industrial экспортируется в более чем 130 стран и регионов мира, в том числе в Россию. Ассортимент нашей продукции охватывает томатную пасту, фруктовые соки и пюре, консервы, закуски, замороженные фрукты и овощи, а также обезвоженные фрукты и овощи.



### Ruiqiu Foods

Ruiqiu Foods — компания была основана в 2016 г. с целью производства и экспорта, а также дистрибуции сублимированных и замороженных фруктов и овощей розничным и оптовым торговцам во всех регионах мира. Горох в качестве конечного продукта поставляется в замороженном или в сублимированном виде.



### QuGu Food

Qugu International Agriculture Group была основана в 2005 г. в провинции Хубэй, Китай. Группа имеет 11 дочерних компаний и специализируется на выращивании, переработке и реализации сельскохозяйственной продукции. Годовой объем производства 5 предприятий составляет около 80 тыс. тонн различной сельскохозяйственной продукции, включая консервированные фрукты, овощи, бобовые культуры, а также свежие фрукты и продукты на основе апельсинов. За экспортную деятельность отвечает компания Hubei Rylen Import & Export. Производственная база Qugu в провинции Хубэй, Китай является одной из крупнейших в своем роде в стране. Производственные возможности Qugu достигают 100 тыс. тонн свежих апельсинов, 3 тыс. тонн продуктов на основе апельсинов, 60 тыс. тонн консервов в год.





### **Jutai Foods Group**

Jutai Foods Group расположена в Циндао, Китай. Компания специализируется на производстве консервированных фруктов и овощей. Все производственные базы компании сертифицированы международными агентствами. Продукция экспортируется в более чем 80 стран, в том числе в страны ЕС, страны СНГ, США, Южную Америку, Ближний Восток, Юго-Восточную Азию, Японию, Африку и Австралию.



### **Xiamen Jooveer**

Xiamen Jooveer — является одним из ведущих поставщиков высококачественных замороженных продуктов. Ассортимент включает замороженные овощи, замороженные фрукты, замороженные ягоды и замороженные грибы. Компания имеет собственные предприятия с ежемесячным объемом производства 1 тыс. тонн. Xiamen Jooveer сотрудничает с зарубежными розничными сетями, такими как Lotte, Ikea, TJ Farms, Hortex, Магнит, и др.



### **Qingdao Dsf Foodstuff**

Qingdao DSF Foodstuff — компания, специализирующаяся на фруктах и овощах заморозки IQF, полуфабрикатах, свежих фруктах и овощах, а также импорте и экспорте другой продукции АПК. В активы компании входит собственная производственная база, позволяющая выпускать как собственные бренды компании, так и разрабатывать бренды, адаптированные под определенные рынки, или по требованию заказчиков. География экспорта включает более чем 20 стран и регионов: США, Канада, страны Европы, Республика Корея, Ближний Восток, Юго-Восточная Азия, Австралия, Южная Америка, Россия, Япония. Кроме того, компания имеет филиалы в США, Бразилии и Австралии.



### **Shandong Danqing Foods**

Shandong Danqing Foods была основана в 2018 г. в провинции Шаньдун, Китай. Сфера деятельности компании включает продажу овощей, морепродуктов, макаронных изделий. Производственные мощности компании более 500 тонн сублимированных продуктов, более 5 000 тонн замороженных продуктов и более 1 500 тонн продуктов, обезвоженных горячим воздухом. Компания поставляет продукцию для пищевой и кормовой промышленности, а также в розничном сегменте. Большая часть производимой продукции реализуется на внутреннем рынке, а также в некоторых странах Европы и Северной Америке.

## Крупнейшие компании-экспортеры гороха в Китай



### Johnson Varieties

Компания была основана в Канаде в 1930-х гг. Основные направления торговой деятельности включают продажу семян коричневого и желтого льна, канареечного семени, канолы, желтого и кленового гороха, чечевицы. Компания получила всемирную известность благодаря своей безупречной репутации на рынке высококачественного гороха. Продукция Johnson Varieties активно экспортируется в Китай, где реализуется в значительной степени через онлайн-каналы сбыта.



### Canadian Agri Impex

Canadian Agri Impex — канадская компания, специализирующаяся на экспорте канадской чечевицы и гороха различных сортов, а также прочих зернобобовых культур. Canadian Agri Impex поставляет свою продукцию в более чем 150 стран.



### ADM Agri-Industries Company

Американская транснациональная корпорация по переработке пищевых продуктов и торговле товарами, основанная в 1902 г. со штаб-квартирой в Чикаго, США. Компания управляет более чем 270 заводами и 420 предприятиями по закупке сельскохозяйственных культур по всему миру с целью переработки. Ассортимент продуктовых направлений от растительных белков до пробиотиков с учетом тенденций в области питания и потребительских предпочтений. ADM заняла 35-е место в списке крупнейших корпораций США Fortune 500 за 2023 г. Компания также оказывает услуги по хранению и транспортировке сельскохозяйственной продукции. У компании нет собственных сельскохозяйственных ферм, но они работают с производителями по всему миру.



### **AGT Food and Ingredients**

AGT Food and Ingredients — один из крупнейших в мире поставщиков бобовых культур, продуктов питания и пищевых ингредиентов. Компания покупает чечевицу, горох, фасоль и нут у фермеров на более чем 40 предприятиях, расположенных в лучших регионах выращивания зернобобовых в Канаде, США, Турции, Австралии, Китае и Южной Африке, и отправляет продукцию в более чем 120 стран мира. Основным направлением деятельности AGT Foods является поставка клиентам различных сортов чечевицы, гороха, фасоли, и других бобовых культур.



### **All Commodities Trading**

AC Trading занимается поиском, переработкой и доставкой специальных культур Западной Канады. AC Trading имеет более чем 15-летний опыт работы, установила прочные отношения с производителями сельскохозяйственных культур и каждый год заключает контракты со многими фермерами Канады с целью реализации их продукции на внутреннем и зарубежном рынке. Продуктовый портфель компании включает: семена, зернобобовые культуры (нут, чечевица, горох). Компания имеет собственные перерабатывающие заводы.



### **Canadian Grain**

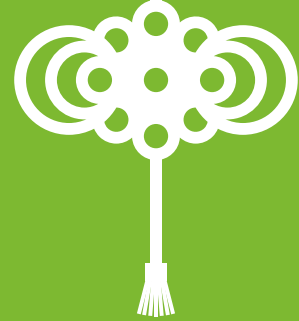
Canadian Grain Inc. является одним из ведущих мировых экспортеров зерна и бобовых культур. Компания лицензирована и связана «Канадской зерновой комиссией». Canadian Grain Inc. является экспортером сельскохозяйственного сырья, который обеспечивает и поставляет широкий ассортимент зерновых, бобовых и масличных культур по всему миру производителям и переработчикам продуктов питания, а также покупателям и торговцам.



Стандарты на горох

---

3



Содержание

---

### **3.1.**

Требования к производителям

### **3.2.**

Требования к сертификации

### **3.3.**

Требования к упаковке  
и маркировке



## 3.1. Требования к производителям

Главное таможенное управление КНР (ГТУ КНР) занимается процедурой регистрации зарубежных предприятий по производству, переработке и хранению (далее — зарубежные производственные и перерабатывающие предприятия), которые экспортируют горох в Китай.

Российские предприятия-экспортеры должны соответствовать требованиям действующих законов, норм и стандартов как России, так и Китая. Основным стандартом на горох [GB/T 10460-2008](#) в Китае является национальный стандарт, который носит рекомендательный характер его исполнения.

Данный стандарт определяет терминологию и определение, классификацию, требования к качеству и гигиенические требования, методы контроля, правила контроля, маркировку и упаковку, требования к хранению и транспортировке гороха.

В декабре 2022 г. на сайте Россельхознадзора был опубликован [Протокол о фитосанитарных требованиях к гороху](#), экспортируемому из России в Китай (далее — Протокол), а также [перечень производителей и зернохранилищ гороха](#). Стоит отметить, что к поставкам разрешен горох (*Pisum sativum* Linn), который выращен и переработан в России, включая крупу гороха, и предназначенный для потребления в пищу и/или переработки, но не для семенных целей. Поставки гороха разрешены со всей территории России, предприятиям, которые одобрены и зарегистрированы китайской стороной.

Главным таможенным управлением Китайской Народной Республики (далее — ГТУ КНР) в апреле 2021 г. приняты нормативно-правовые документы, вносящие изменения в процедуру возможности осуществления экспорта в Китай пищевой продукции, а именно:

- Приказ ГТУ КНР от 12 апреля 2021 г. №248, которым предусмотрено принятие Положения КНР об управлении регистрацией иностранных производителей импортных продуктов питания;
- Приказ ГТУ КНР от 14 апреля 2021 г. №249, которым предусмотрено принятие Положения КНР об управлении безопасностью продуктов питания при экспорте и импорте.

С 1 января 2022 г. для всех зарубежных компаний-производителей пищевой продукции, переработчиков и владельцев складских помещений применяется требование регистрации в специализированной системе ГТУ КНР — CIFER. Без наличия такой регистрации экспорт пищевой продукции в Китай невозможен.



Обозначенные требования распространяются на всю пищевую продукцию (за исключением пищевых добавок) и в зависимости от конкретного вида продукции, их производители должны быть зарегистрированы в ГТУ КНР:

- 1) Через компетентный орган страны-экспортера по отношению к 18 видам пищевой продукции. В Российской Федерации компетентным органом, по отношению к большинству установленного перечня подконтрольной продукции, является Федеральная служба по ветеринарному и фитосанитарному надзору (Россельхознадзор).
- 2) Напрямую и/или через частного агента — для всей остальной пищевой продукции.

Для компаний-производителей остальной пищевой продукции заявления на регистрацию в ГТУ КНР подаются через [«Единое окно»](#) международной торговли, а именно через получение доступа к системе [«Приложения по управлению регистрацией зарубежных предприятий-производителей импортируемой пищевой продукции»](#) и пройти регистрацию и внести в систему информацию согласно установленной форме.

Производители гороха, подлежат регистрации через компетентный орган страны-экспортера (Россельхознадзор).

Предприятия производители гороха, одобренные китайской стороной опубликованы на портале ГТУ КНР.

ГТУ КНР оставляет за собой право направления экспертов для проведения системной проверки по месту нахождения производства за границей. Эксперты оценят фитосанитарное состояние мест производства, изучат условия производства, переработки и хранения продукции, а также процесс ее упаковки.

Также стоит отметить, что производители, переработчики и хранители гороха должны быть зарегистрированы в реестре экспортеров в [ИС «Цербер»](#).

## **3.2. Требования к сертификации**

### **Сертификаты для экспорта**

До отгрузки на экспорт горох подлежит федеральному государственному карантинному фитосанитарному контролю (надзору), а также федеральному государственному контролю (надзору) в области обеспечения качества и безопасности зерна и продуктов переработки зерна, который обеспечивает российская сторона.

После завершения мероприятий по контролю (надзору) гороха российская сторона выдает фитосанитарный сертификат в соответствии с международными требованиями на каждую партию гороха (количество однородной подкарантинной продукции, предназначенной для отправки одним транспортным

средством в один пункт назначения одному получателю). В поле «дополнительная декларация» фитосанитарного сертификата и (или) в приложении к нему дается перечень всех производителей партии гороха, а также указывается: «партия гороха (крупы гороха) соответствует требованиям Протокола между Федеральной службой по ветеринарному и фитосанитарному надзору и Главным таможенным управлением Китайской Народной Республики о соблюдении инспекционных и карантинных требований при экспорте гороха из Российской Федерации в Китайскую Народную Республику (место, дата), и не содержит вредных организмов, имеющих карантинное значение для Китайской Народной Республики».

Для прохождения таможенного досмотра необходим сертификат происхождения.

### **3.3. Требования к упаковке и маркировке**

Согласно Протоколу о фитосанитарных требованиях к гороху, экспортируемый в упаковке горох должен быть упакован в новые, чистые, воздухопроницаемые, защищенные от протечек воды время транспортировки материалы, которые соответствуют требованиям КНР. В целях прослеживаемости каждая упаковка должна иметь четкую маркировку с надписью «Данная продукция экспортируется в Китайскую Народную Республику», а также указанием страны производства, наименования продукции, регистрационного номера и адреса производителя или переработчика, экспортирующих горох, или хранилища гороха на китайском/английском языке. Вышеуказанная информация может быть нанесена на упаковку в виде самоклеящейся этикетки.

Каждая упаковка должна быть помечена четкими китайскими иероглифами, означающими «продукт экспортируется в Китайскую Народную Республику», и содержать достоверную информацию, включая регион производства, название, адрес и контакты производителя и компании-экспортера.

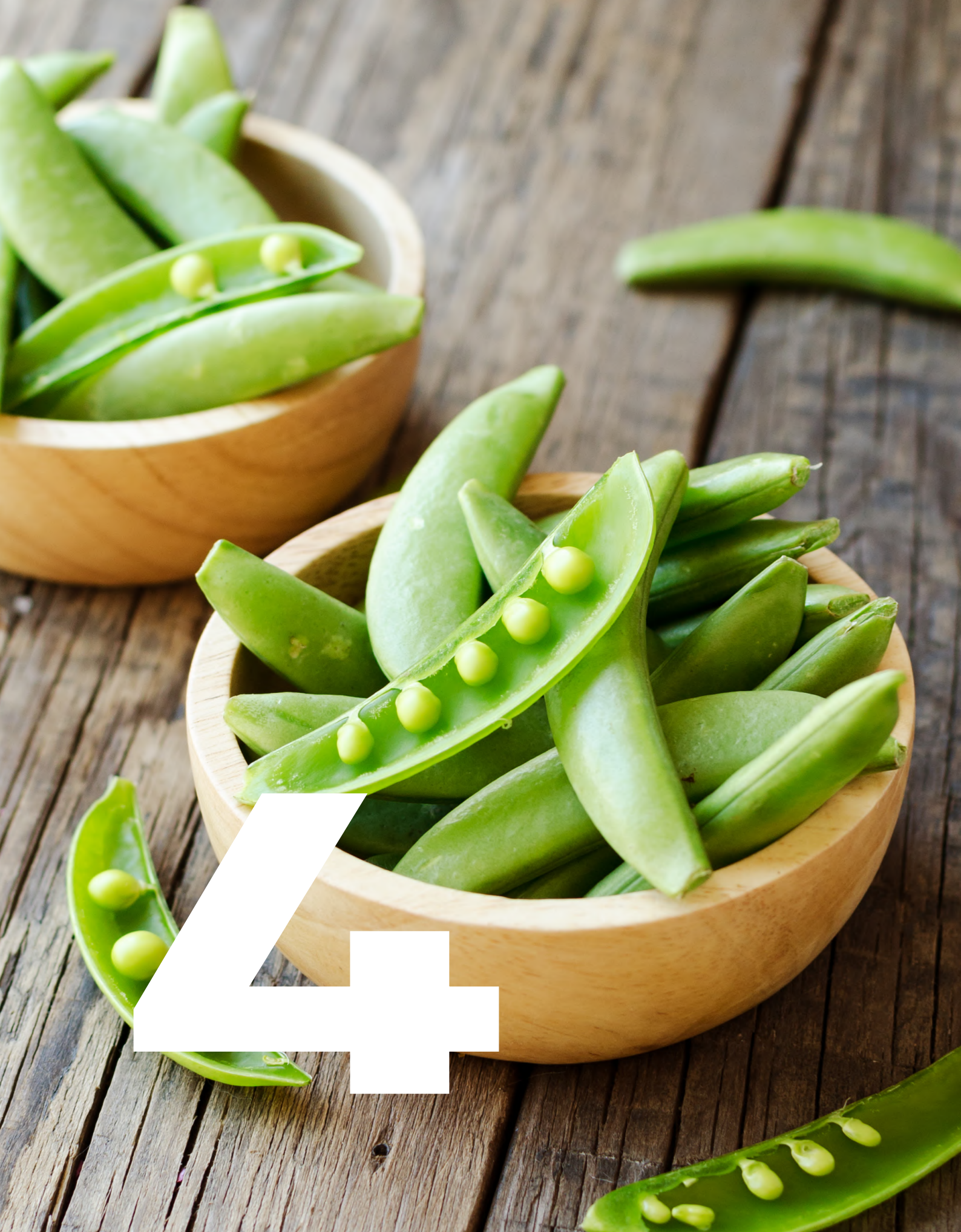
Продукты для непосредственного употребления в пищу должны быть расфасованы в небольшие по размеру упаковки из нетоксичного материала. Контейнеры для хранения, транспортировки, погрузки и выгрузки пищевых изделий должны обеспечивать чистоту находящихся в них продуктов и препятствовать попаданию грязи.

Государственные стандарты КНР (国家标准/Guo Bao — GB) в сфере продуктов питания регламентируют требования к составу, внешнему виду, упаковке и маркировке продукта. Основным стандартом для маркировки продуктов питания является [GB 7718-2011](#) (预包装食品标签通则) «Общие правила маркировки расфасованных продуктов питания». Для различных категорий пищевой продукции существуют свои стандарты.



# Барьеры входа на рынок

---





Содержание



## **4.1.**

Особенности таможенных процедур

## **4.2.**

Тарифные и нетарифные барьеры

## 4.1. Особенности таможенных процедур

### Этапы таможенного оформления:

- регистрация на таможне;
- товарная инспекция;
- таможенная декларация;
- подача документов;
- проверка;
- уплата налогов и таможенных платежей;
- выпуск груза.

### Документы для экспорта гороха:

- счет-фактура;
- товарная накладная;
- упаковочный лист;
- свидетельство о регистрации экспортера продуктов питания;
- санитарный (гигиенический) сертификат;
- коносамент;
- грузовая декларация;
- свидетельство о страховании груза;
- сертификат качества;
- внешнеторговый контракт;
- сертификат страны происхождения.

### Документы для импорта гороха в Китай:

- товарная накладная;
- таможенное оформление;



- таможенная декларация на ввоз;
- автоматическая лицензия на импорт;
- лицензия на ведение коммерческой деятельности;
- лицензия на осуществление экспортно-импортных операций;
- свидетельство о регистрации импортера продуктов питания;
- акт таможенного досмотра (при первой поставке не требуется).

**Импортеру также необходимо:**

- подать заявку для получения от Министерства торговли КНР автоматической лицензии на импорт;
- оплатить таможенные пошлины и налоги;
- подготовить каналы сбыта.

По прибытии груза в Китай таможенные органы оценивают соответствие обязательным требованиям. В случае отрицательной оценки начинается процедура технической обработки груза в ГТУ КНР и далее — повторная проверка. ГТУ КНР может также выдать уведомление о возврате товара, что, по сути, вынуждает импортера уничтожить груз или вернуть его экспортеру.

На месте таможенной проверки обязан присутствовать грузополучатель/грузоотправитель импортируемой/экспортируемой продукции или их представитель для того, чтобы по требованию таможни перемещать, распаковывать и запаковывать товар. Кроме того, необходимо предоставить сопроводительные документы и ответить на вопросы сотрудников таможни.

Проверка товара происходит в зонах таможенного досмотра, в частности, в портах и пунктах пропуска. Импортеры свежей или скоропортящейся продукции, требующей срочного досмотра и выпуска, могут пройти таможенную проверку в приоритетном порядке по заявлению, поданному грузополучателем/грузоотправителем импортируемых/экспортируемых товаров, владельцем ввозимых/вывозимых товаров или их представителем.



## 4.2. Тарифные и нетарифные барьеры

Основные барьеры для входа на рынок Китая — торговые ограничения (в виде тарифов и квот на импорт), запрет на импорт и неавтоматическая процедура лицензирования. По заверениям китайских властей, данные меры вводятся главным образом для обеспечения национальной безопасности, защиты окружающей среды, здоровья людей, животных и растений. Однако это не всегда так, поскольку нередко ограничения направлены на контроль импорта и поддержку китайских производителей.

Кроме того, относительно других крупных рынков Китай гораздо чаще принимает новые правила и требования, касающиеся сертификации, регистрации, стандартов на продукцию, санитарного и фитосанитарного контроля. Ужесточение требований в действительности не всегда связано с заботой о повышении безопасности продукции.

После того как компания-экспортер зарегистрировала свое предприятие в Китае и получила разрешение на поставки, она обязана строго соблюдать все правила и положения, а также постоянно быть в курсе всех изменений, касающихся целевой группы товаров. Любое незначительное нарушение, даже если речь идет о единичной партии или отдельном продукте, может привести к запрету вести деятельность на китайском рынке. После такого запрета вероятность вернуться на рынок для компании-экспортера крайне мала, даже при условии выполнения всех соответствующих требований.

Табл. 15. Таможенные пошлины КНР по кодам ТН ВЭД

Основные экспортеры	Код ТН ВЭД 070810	Код ТН ВЭД 071310*	Код ТН ВЭД 200540
Ставка тарифа для страны, которой предоставлен режим наибольшего благоприятствования	13%	5%	5%
Польша	13%	5%	5%
Россия	13%	5%	5%
США	13%	5%	5%
Канада	13%	5%	5%
Новая Зеландия	0% (ССТ)	0% (ССТ)	0% (ССТ)

Источник: ITC Market Access Map

Примечание.

ССТ — соглашение о свободной торговле.

\* пошлина на посевной горох (код ТН ВЭД 07131010) составляет 0%, однако в структуре китайского импорта гороха его доля невелика (1,5 тыс. тонн в 2019 г.). Поэтому в таблице представлена таможенная пошлина на обычный сушеный горох (код ТН ВЭД 07131090).

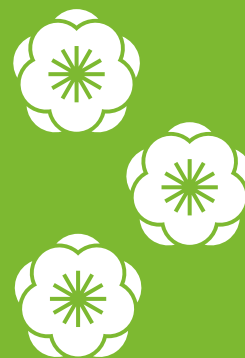
Для российских поставщиков пошлина на ввоз замороженного гороха составляет 13%, как и для большинства других ведущих экспортеров гороха в КНР, за исключением Новой Зеландии, которая освобождена от уплаты пошлин в соответствии с соглашением о свободной торговле (ССТ) между этой страной и КНР. Сушеный горох облагается пошлиной в размере до 5% в зависимости от конкретной классификации. Новозеландский сушеный горох, как и замороженный, освобожден от ввозной таможенной пошлины.



**Организация  
экспортных поставок**

---

**5**



Содержание

---

## **5.1.**

Логистика

## **5.2.**

Осуществление валютно-  
финансовых операций

## **5.3.**

Формы иностранного присутствия  
на рынке

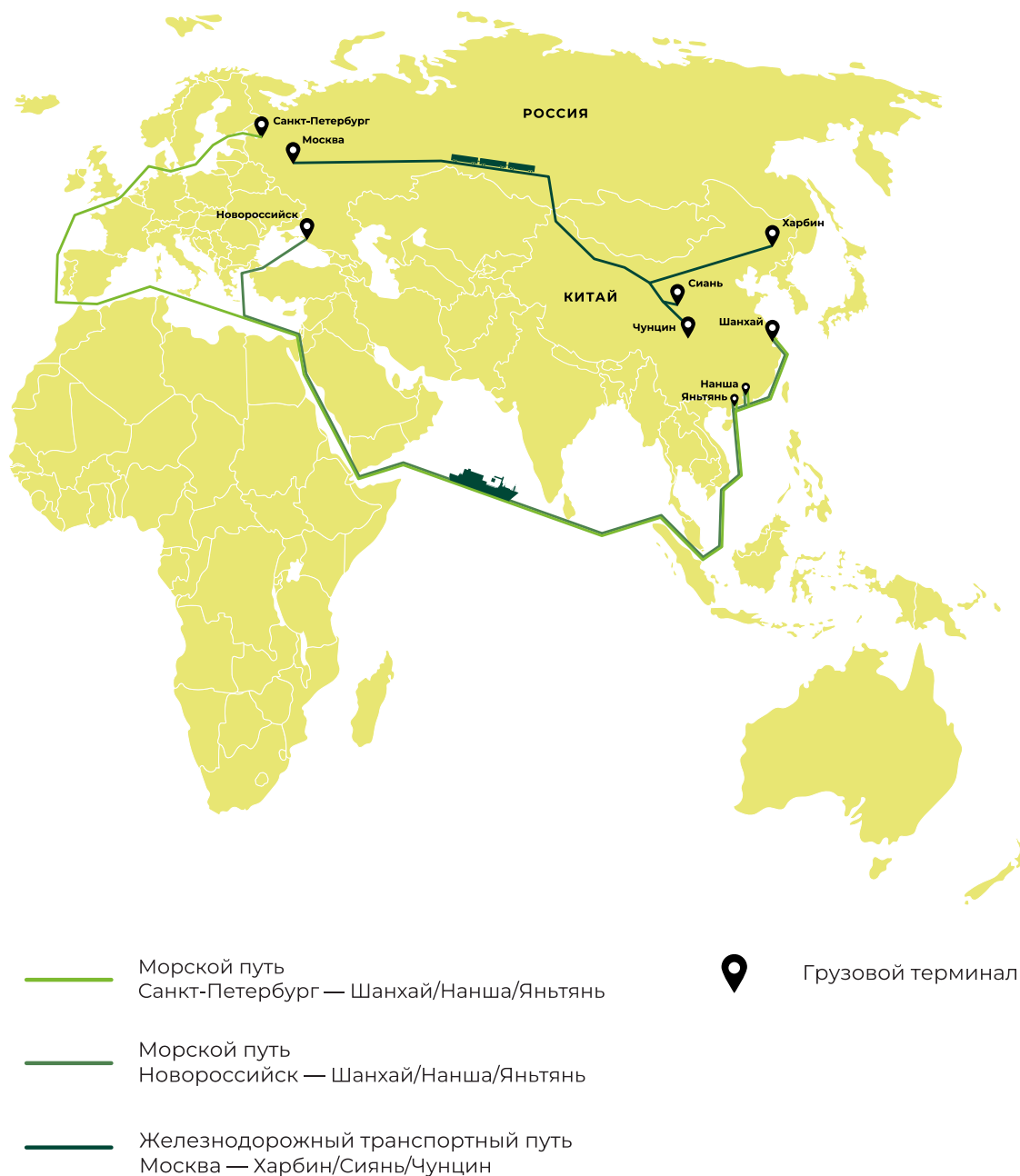
## **5.4.**

Защита  
интеллектуальной собственности



## 5.1. Логистика

Рис. 22. Доставка сушеного гороха из России в Китай



*Примечание. Показанные на карте границы, цветовые и графические обозначения, прочие данные не предполагают со стороны ФГБУ «Агрэкспорт», НИУ ВШЭ ни оценки правового статуса территории, ни подтверждения или принятия обозначенных границ.*

При выборе логистического решения для поставки товаров в КНР следует исходить из приоритетных задач, решаемых отправителем, с учетом территориальной близости к месту отправки, срока доставки, стоимости перевозки, безопасности, сложности оформления, вариантов пунктов прибытия, а также особенностей груза.

Горох может поступать в продажу в свежем, замороженном, консервированном или сухом виде. На экспорт в основном отправляется сушеный горох.

От российского производителя сухой груз может доставляться автомобильным, железнодорожным или морским транспортом.

Существует несколько логистических путей доставки продукции, подлежащей ветеринарному контролю из России в Китай:

**1) Автомобильная перевозка. Этапы и варианты:**

- автомобильная перевозка до пункта перевалки в Китае;
- автомобильная перевозка до склада и промежуточное хранение на складе накопления;
- автомобильная перевозка до пункта перехода границы в порту.

**2) Железнодорожная перевозка.**

**3) Морская перевозка.**

**Автомобильная перевозка до пункта перевалки в Китае**

Наиболее дорогим и быстрым способом доставки (исключая авиаперевозки) является прямая автомобильная перевозка до Китая. При расчете затрат необходимо учитывать ограничения по нагрузкам на оси и общую массу автопоезда, действующие на территории России.

С учетом действующего законодательства, вместимость одного грузовика составит около 20 тонн брутто. Груз размещается в «фуре» на палетах. Палеты должны быть сделаны из пластика или дерева с обязательным оформлением сертификата о фумигации деревянных палет и наличием клейма.

Рис. 23. Образец клейма на палетах



Доставка осуществляется до пунктов перевалки, расположенных вблизи границы Таможенного союза ЕАЭС и КНР, таких как Хоргос/Урумчи. Доставка до пункта перевалки осуществляется автотранспортом перевозчиков из России/СНГ. Далее по территории Китая груз перевозят китайские транспортные компании, с которыми договаривается получатель.

Цена доставки и транзитное время зависят от расстояния и маршрута следования. Средняя цена при обычной перевозке сухого груза в январе 2023 года 1,2 до 1,7 долл. США за 20т/км пути.

Перевозка осуществляется на основании CMR-накладной и облагается НДС по ставке 0%.

#### **Автомобильная перевозка до склада и промежуточное хранение на складе накопления**

Доставка до склада накопления может осуществляться как самим производителем продукции, так и покупателем. Товар перевозится на палетах для оптимизации скорости и затрат на перевалку и хранение груза. Вместимость одного автомобиля составляет около 20 тонн брутто. Таким образом, для оптимальной логистической схемы с дальнейшей отгрузкой товара в контейнеры, три фуры перегружаются в два контейнера. При найме автоперевозчика необходимо учитывать сроки погрузки и выгрузки на складах.

Перевозка осуществляется на основании транспортной накладной и сопровождается бухгалтерскими документами (товарная накладная, счет-фактура), а также сертификатами качества.



Автомобильная доставка экспортной продукции на склад для накопления считается внутрироссийской перевозкой и облагается НДС 20% за исключением случаев, когда подрядчиком является компания, применяющая упрощенную систему налогообложения.

Для накопления экспортируемой в КНР продукции можно использовать любой сухой склад, обеспечивающий низкую относительную влажность воздуха. Склады накопления, как правило, располагаются около портов отправки, либо мест производства товара.

Основными статьями расходов являются погрузо-разгрузочные работы при приемке товара с автомобилей (ставка устанавливается, как правило, за палету), хранение (ставка может быть установлена за палету или тонну, в зависимости от договоренности со складом и веса палеты с грузом), погрузо-разгрузочные работы при отгрузке товара в контейнер (ставка устанавливается, как правило, за тонну).

Работа со складом накопления возможна как напрямую, так и через комплексного логистического провайдера. При работе напрямую компания-экспортер обязана заключить договор со складом. Также для экспортера необходимо нахождение представителя своей компании 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:

- состояние помещений для хранения;
- режим работы склада;
- время на обработку одного транспортного средства;
- удобство подъездных путей;
- наличие площади для накопления транспортных средств;
- резервные мощности на случай аварийных ситуаций.

### **Автомобильная перевозка до пункта перехода границы в порту**

Перевозка может осуществляться как в контейнерах, так и в автомобилях. Перевалка выполняется в зоне склада временного хранения (СВХ) порта, приспособленной для сухих грузов, под контролем Россельхознадзора.

Один 40-футовый контейнер для перевозки сухих грузов вмещает до 28 тонн нетто. Вместимость 20-футового контейнера для перевозки сухих грузов составляет до 20 тонн и ограничена нагрузкой на тару и возможностью штабелирования груза в случае перевозки в биг-бэгах. В связи с ограничением нагрузки на ось автопоезда при перевозках по территории России, для доставки тяжело-

го контейнера потребуется либо автомобиль с разрешением для провоза груза с превышением допустимой нагрузки на ось, либо автомобиль с семью осями, что позволит распределить массу автопоезда без нарушения правил.

Перевозка осуществляется на основании СМР-накладной, и к ней применяется нулевая ставка НДС.

## **Железнодорожная перевозка**

Железнодорожные перевозки экономически эффективны при расстоянии до места выгрузки более 2 тыс. км или при необходимости перевозки значительной партии груза одновременно.

Железнодорожные перевозки осложняются необходимостью доставки груза до станции отправления и его перевалки в вагоны или на железнодорожные платформы, при отсутствии подъездных путей в месте производства.

Для грузов, не требующих температурного контроля, существует регулярный железнодорожный сервис. Города отправки: Москва, Нижний Новгород, Казань, Ижевск, Иркутск, Новосибирск, Красноярск. По запросу клиентов согласовываются заявки на перемещение и осуществляются отправки. Основные направления прямых железнодорожных перевозок – Харбин, Чунцин, Сиань (центральная и северо-восточная части Китая). Транзит осуществляется через Забайкальск.

При наличии возможности прямых железнодорожных перевозок на Китай перевозка через порт Владивосток с наземной доставкой по железной дороге становится экономически не целесообразной.

## **Морская перевозка**

Основной порт отправки гороха — Новороссийск.

Основные порты назначения по навалочным грузам в Китай:

- Шанхай (Shanghai);
- Циндао (Qingdao);
- Фангченг (Fangcheng).

## Перевозка судовыми партиями

- 1) Партии гороха в биг-бэгах 10–15 тыс. тонн целесообразно перевозить из черноморских портов многоцелевыми судами как частичный груз. На обратном пути таким судам несложно обеспечить хорошую загрузку негабаритными грузами из Китая или Республики Корея в порты Средиземного и Черного морей. Однако подобные перевозки осуществляются крайне редко.

На ноябрь 2023 г. ориентировочный уровень ставки фрахта при перевозке 10–15 тыс. тонн гороха в биг-бэгах как частичного груза составляет около 200 долл. США за тонну на условиях FIOST при нормах погрузки/выгрузки 1 000/1 000 тонн в сутки SSHEX и в зависимости от прочих условий фрахтового договора.

- 2) Перевозка партии размером 50–60 тыс. тонн навалом наиболее экономична. На ноябрь 2023 г. ориентировочный уровень ставки фрахта составляет около 55–60 долл. США за тонну на условиях FIOST при нормах погрузки/выгрузки 10 000/8 000 тону в сутки SSHEX и в зависимости от прочих условий фрахтового договора.

## Морская перевозка

Основные порты для доставки сухих грузов в Китай:

- Шанхай (Shanghai);
- Яньтянь (Yantian);
- Нанша (Nansha).

В связи с санкционной политикой в отношении России, перечень основных судоходных линий, которые осуществляют перевозки из портов России в Китай существенно изменился:

- Из Санкт-Петербурга:
  - [MSC](#);
  - [Hub Shipping](#);
  - [OVP Shipping](#);
  - [Safe Trans](#);
  - [Cstar Line](#);
  - [FESCO](#).

- Из Новороссийска:
  - [MSC](#);
  - [Hub Shipping](#);
  - [Sinocore Line \(HEUNG A LINE\)](#);
  - [Akkon](#).
- Из Владивостока:
  - [MSC](#);
  - [SITC Line](#);
  - [Sinocore Line \(HEUNG A LINE\)](#);
  - [SASCO](#);
  - [Transit LLC](#);
  - [Dong Young Shipping](#);
  - [FESCO](#);
  - [Navis Shipping](#).

Транзитное время морской доставки зависит от скорости обработки грузов в транзитных портах и выбора морской линии.

Табл. 16. Ориентировочное транзитное время доставки в Китай, дни

Порт отправки/прибытия	Шанхай (Shanghai)	Яньтянь (Yantian)	Нанша (Nansha)
Санкт-Петербург	53	67	75
Новороссийск	45	53	47
Владивосток	12	13	15

## Сроки и стоимость доставки

Табл. 17. Ориентировочная стоимость комплексной доставки рефрижераторных грузов в Китай

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Белгород — Харбин	Автомобиль — ж/д	40' морской рефконтейнер	2 750	27	0,10	10–15
Белгород — Сиань	Автомобиль — ж/д	40' морской рефконтейнер	2 230	27	0,08	10–15
Белгород — Чунцин	Автомобиль — ж/д	40' морской рефконтейнер	2 950	27	0,11	10–15
Краснодар — Харбин	Автомобиль — ж/д	40' морской рефконтейнер	2 600	27	0,10	10–15
Краснодар — Сиань	Автомобиль — ж/д	40' морской рефконтейнер	2 500	27	0,09	10–15
Краснодар — Чунцин	Автомобиль — ж/д	40' морской рефконтейнер	2 800	27	0,10	10–15
Белгород — СПб — Шанхай	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	4 880	27	0,18	65–70
Белгород — СПб — Яньтянь	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	4 880	27	0,18	75–80
Белгород — СПб — Нанша	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	4 880	27	0,18	85–90
Белгород — Новороссийск — Шанхай	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	6 700	27	0,25	55–60
Белгород — Новороссийск — Яньтянь	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	6 700	27	0,25	60–65
Белгород — Новороссийск — Нанша	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	6 700	27	0,25	55–60
Белгород — МСК — Владивосток-Шанхай	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	4 250	27	0,16	55–60

Продолжение табл. 17.

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Белгород — МСК — Владивосток — Яньтянь	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	4 250	27	0,16	60–65
Белгород — МСК — Владивосток — Наньша	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	4 250	27	0,16	55–60
Краснодар — Новороссийск — Шанхай	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	4 770	27	0,18	55–60
Краснодар — Новороссийск — Яньтянь	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	4 770	27	0,18	60–65
Краснодар — Новороссийск — Наньша	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	4 770	27	0,18	55–60

*Примечание. В связи с переориентацией грузопотоков в сторону Азии, грузы вынуждены простаивать в порту Владивосток в ожидании обработки и дальнейшей отправки на судне в порт назначения. Данная процедура существенно увеличивает сроки доставки груза, а также может влиять на стоимость перевозки (дополнительные расходы за подключение к электричеству и сверхнормативное использование контейнера в порту Владивосток).*

Указаны действующие 16 ноября 2023 г. ставки. В ставки включены все необходимые расходы, такие как: наземная доставка контейнера с грузом весом до 27 тонн брутто, фрахт, таможенное оформление, внутрипортовое экспедирование, взвешивание контейнера, оформление сертификата происхождения. Ставки рассчитаны по курсу 89,46 руб. за 1 долл. США.

В перечне ставок указаны отправки из Белгорода и Краснодара — это основные регионы производства гороха. Оптимальным маршрутом перевозки из указанных регионов может быть любой из перечисленных вариантов в зависимости от приоритетов выбора: срок доставки, цена, размер грузовой партии, наличие потенциально рискованных транзитных портов, возможность поддержания постоянной температуры в контейнере на всем протяжении маршрута (встроенный дизель-генератор), возможность и скорость получения балансового платежа по контракту (часто — против коносамента).



Согласно программе поддержки экспорта в России, на основании [Постановления Правительства Российской Федерации № 1104 от 15 сентября 2017 г.](#) с изменениями и дополнениями экспортеры имеют право на возмещение части транспортных затрат в размере 25%, но не более 30% от стоимости товара посредством подачи соответствующей заявки в Российский экспортный центр (более подробная информация размещена в разделе 12 «Государственная поддержка экспорта продукции АПК»).

## Таможня

Таможенное оформление гороха 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;
- подтверждение платежа согласно условиям контракта.

Оформление таможенной экспортной декларации возможно на таможенном посту как по месту нахождения отправителя, так и в пункте пересечения границы России.

## Возможные контрагенты

- 1) Комплексные логистические провайдеры, предоставляющие склады накопления и обеспечивающие отправку продукции различными видами транспорта и через различные порты России:
  - [ООО «Суперкарго»](#) (рефрижераторные грузы);
  - [ООО «Галеас»](#);
  - [ООО «НС-Транс»](#). (фрахтование судов).

2) Железнодорожные операторы:

- [ООО «Дальрефтранс»](#);
- [АО «РЖД логистика»](#).

3) Сюрвейерские компании:

- [SGS](#);
- [ГК «ТопФрейм»](#);
- [IPC Normann](#).

4) Контакты морских линий приведены в разделе «Контейнерная перевозка».

## Фито-санитарные документы

С подробным перечнем фито-санитарных сопроводительных документов можно ознакомиться в главе 3 «Стандарты на продукцию».

## Документы для подтверждения факта экспортной отгрузки

Табл. 18. Товаросопроводительные документы при экспорте гороха

Наименование документа	Число экземпляров оригинала	Число экземпляров копии
Подписанный коммерческий счет	1	2
Упаковочный лист, выпущенный и подписанный производителем	1	2
Сертификат анализа, выпущенный производителем	1	2
Сертификат, подтверждающий, что упаковочный материал произведен не из дерева. Выпускается производителем	1	2
Сертификат веса, качества и упаковки, выпущенный производителем	1	2
Сертификат срока годности продукта, выпущенный производителем	1	2

Продолжение табл. 18.

Наименование документа	Число экземпляров оригинала	Число экземпляров копии
Полный комплект чистого коносамента (clean on board) с пометкой «Freight prepaid» — ордерный документ с бланковым индоссаментом, содержащий информацию о заявителе и банке-эмитенте	3	3
Медико-санитарный сертификат на экспорт, выданный уполномоченным государственным органом страны происхождения	1	2
Сертификат происхождения, выданный торгово-промышленной палатой	1	2
Страховой полис, покрывающий все морские и военные риски на сумму не менее 110% стоимости поставки на условиях CIF. Содержит информацию (требование) о сумме, подлежащей оплате на территории материкового Китая в валюте, в которой открыт аккредитив	1	2

Компании-экспортеры имеют право на возмещение уплаченного НДС. Для этого обязательным является подтверждение факта экспорта на основании следующих документов:

- международный контракт;
- УНК (ранее паспорт сделки) 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 таможни с печатью о вывозе товара с территории России.

## Логистические риски

При транспортировке грузов могут возникать различные риски. Перечислим наиболее распространенные.

Страхуемые риски. В данную категорию входят следующие риски:

- a) утрата (гибель), недостача или повреждение всего, или части застрахованного груза;
- b) возникновение непредвиденных расходов в виде:
  - расходов и взносов по общей аварии, которые обязан понести страхователь/выгодоприобретатель;
  - необходимых и целесообразных расходов по уменьшению возможных убытков, включая расходы по спасанию и/или сохранению груза, установлению размера убытков, если убытки возникли в результате страхового случая;
- c) неполучения ожидаемых доходов от реализации застрахованного груза по независящим от страхователя и/или выгодоприобретателя обстоятельствам вследствие утраты (гибели), недостачи или повреждения застрахованного груза в период его перевозки и/или непрерывного временного хранения груза в пунктах перегрузок и/или перевалок;
- d) утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате:
  - удара молнии, бури, вихря, урагана, шторма, извержения вулкана и других стихийных бедствий;
  - пожара, взрыва на перевозочном средстве, а также вследствие мер, принятых для спасания или тушения пожара;
  - крушения или столкновения судов, удара их о неподвижные или плавучие предметы, посадки судна на мель, повреждения судна льдом, провала мостов, подмочки забортной водой;
  - крушения или столкновения наземных перевозочных средств, их удара о подвижные или неподвижные предметы, дорожно-транспортного происшествия при перевозке груза автомобильным транспортным средством, схода с рельсов железнодорожных транспортных средств, провала мостов;
  - крушения, падения или столкновения самолетов, других воздушных транспортных средств;
- e) утрата (гибель) застрахованного груза в результате пропажи без вести морского/речного и/или воздушного судна, перевозившего груз;

- f) утрата (гибель) или повреждение всего застрахованного груза или целого места застрахованного груза (кроме перевозок насыпью, навалом, наливом) или части застрахованного груза (для перевозок насыпью, навалом, наливом) при погрузке, укладке, перегрузке (перевалке), выгрузке застрахованного груза или приеме судном топлива;
- g) подмочка груза атмосферными осадками;
- h) выбрасывание за борт и смывание волной палубного груза или груза, перевозимого в беспалубных судах;
- i) нарушение температурного режима (влияние температуры) при поломке рефмашины на непрерывный срок не менее 24 часов при условии, что груз перевозится на транспорте (рефрижераторе), оборудованном исправными устройствами записи температуры воздуха внутри рефрижератора в период перевозки груза (самописцами);
- j) кража и/или грабеж и/или разбой.

**Санкционно-военные риски.** Данная категория связана в основном с действиями третьих стран. В настоящее время такие риски не принимаются к страхованию. Основной ущерб при таких рисках связан с задержками и возможными расходами на хранение в результате ареста, конфискации или иных действий третьих стран, через которые осуществляется транзит грузов. В результате военных рисков возможна потеря груза.

**Коммерческие риски.** Продажа товара на условиях Инкотермс, не включающих ответственность за перевозку товара, 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 как с субсидиарного ответчика.

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 рискам 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.

Иногда возникают споры с транспортными компаниями по вопросам качества доставленного товара. Чаще всего претензии связаны с такими проблемами, как:

- нарушение температурного режима;
- несоответствие маркировки продукции;

- ненадлежащий внешний вид продукции;
- пересортица.

Перевозчик (как морской, так и наземный) вправе требовать от стороны, предъявляющей претензию, доказательства качества погруженной продукции. В данной ситуации рекомендуется присутствие на погрузке сюрвейера. Оно не обязательно, однако позволяет проконтролировать количество и качество продукции на этапе ее погрузки в транспортное средство. Предоставление сюрвейерского отчета часто помогает обоснованно ответить на претензию получателя и сократить возможные потери.

Следует учитывать возможность изменения требований к товаросопроводительным документам или упаковке. При подписании контракта нужно обязательно оговаривать количество оригиналов и копий товаросопроводительных документов. В случае несоответствия последних требованиям, действующим на момент прохождения таможенной очистки в Китае, продавцу придется оплачивать демередж — компенсацию за простой контейнеров и/или вагонов, сумма которой может достигать десятков и даже сотен тысяч долл. США.

## **5.2. Осуществление валютно-финансовых операций**

За соблюдение требований валютного контроля в Китае отвечают Государственное управление валютного контроля и его отделения на местах. Внутри страны запрещены платежи в иностранной валюте. При этом как физическим, так и юридическим лицам разрешено иметь валютные счета в китайских банках, совершать валютные операции, в том числе переводить валюту в другие страны и принимать платежи в валюте от зарубежных контрагентов.

Существуют две разновидности юаня. Первая — оншорные (материковые) юани (CNY), которые подлежат обращению на территории страны, а их обменный курс контролируется Народным банком Китая. Вторая — офшорные юани (CNH), которые регулируются Управлением денежного обращения Гонконга, используются в Гонконге, а также торгуются за пределами КНР и имеют плавающий курс по отношению к другим иностранным валютам. Важно отметить, что оншорные юани разрешается конвертировать в иностранную валюту только в рамках импортно-экспортных контрактов.

Для выполнения валютных авансовых платежей компаниям требуется предоставить в банк документы об урегулировании платежных обязательств. Например, для получения валюты при импорте необходимо иметь документарное подтверждение передачи товарно-материальных ценностей.



## **Перечень основных документов, необходимых для осуществления валютно-финансовых операций**

Основные документы, необходимые экспортерам для осуществления валютно-финансовых операций при организации поставок в Китай:

- коммерческий инвойс, в котором указаны все товары и стоимость каждого из них. Выдается клиенту производителем или поставщиком;
- коносамент, подтверждающий качество, состояние и количество товара, полученного перевозчиком;
- лицензия на импорт, выданная уполномоченным государственным органом;
- упаковочный лист, в котором указаны вес, способ упаковки и код товарной номенклатуры для каждого товара;
- сертификат о происхождении, подтверждающий, что импортируемые товары были произведены и приобретены в конкретной стране;
- сертификат проверки Главного управления таможни (GACC);
- таможенная декларация и страховой полис.

Чтобы сократить время таможенного оформления компании-экспортеры могут заранее задекларировать груз и представить документы таможне сразу после отправки или в течение трех дней после прибытия товаров в зону таможенного контроля.

## **Особенности практик применения вариантов взаиморасчетов**

Китайское законодательство не предъявляет требований к схеме взаиморасчетов при импорте товаров. Однако для минимизации рисков при совершении первых коммерческих операций рекомендуется открыть аккредитивы в одном из крупных китайских банков, либо применять схему расчетов с полной предоплатой. Использование постоплаты рекомендуется только в расчетах с крупными национальными компаниями, имеющими высокую деловую репутацию, или с филиалами крупных международных компаний. Во избежание проблем с таможенным декларированием при экспорте в Китай целесообразно обратиться к услугам опытных местных брокеров.

Взаиморасчеты между российскими и китайскими компаниями можно проводить с использованием национальных валют — российского рубля и китайского юаня. Такая практика активно применяется при расчетах за энергоресурсы, однако не ограничивается этим сектором. В настоящее время наиболее практичны расчеты в китайских юанях. Проведению внешнеторговых операций в юанях могут содействовать китайские коммерческие банки, имеющие право осуществлять международные расчеты.

## Перечень возможных банков для осуществления валютных операций

Ведущие банки Китая представлены в таблице ниже. Указанные банки могут предоставить российским экспортерам возможность взаиморасчетов с китайскими контрагентами в рублях. Однако эту возможность необходимо уточнять отдельно с каждым банком.

Табл. 19. Банки для осуществления валютных операций

Банк	Описание	Сайт
Industrial and Commercial Bank of China Limited (ICBC)	Основан как компания с ограниченной ответственностью 1 января 1984 г., занимает первое место в рейтинге банков мира по совокупным активам	<a href="http://www.icbc.com.cn">www.icbc.com.cn</a>
China Construction Bank Corporation (CCB)	Основан 1 октября 1954 г., занимает второе место в рейтинге банков мира по совокупным активам	<a href="http://www.ccb.com">www.ccb.com</a>
Agricultural Bank of China (ABC)	Основан 10 июля 1951 г., занимает третье место в рейтинге банков мира по совокупным активам	<a href="http://www.abchina.com">www.abchina.com</a>
The Bank of China (BOC)	Основан в 1912 г., занимает четвертое место в рейтинге банков мира по совокупным активам	<a href="http://www.bankofchina.com">www.bankofchina.com</a>
Bank of Communications Limited (BoComm)	Основан в 1908 г., занимает 22-е место в рейтинге банков мира по совокупным активам, является пятым по величине банком в материковом Китае	<a href="http://www.bankcomm.com">www.bankcomm.com</a>

## 5.3. Формы присутствия на рынке

Основные нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность компаний в Китае:

- [Закон «Об иностранных инвестициях»;](#)
- [Закон «О компаниях»;](#)
- [Закон «О партнерских предприятиях».](#)

Организационно-правовые формы, допускающие участие иностранного капитала:

- компания с ограниченной ответственностью;
- акционерная компания с ограниченной ответственностью;
- полное товарищество;
- ограниченное товарищество;
- филиал иностранной компании;
- представительство компании.

### **Компания с ограниченной ответственностью**

Компания с ограниченной ответственностью создается участниками в количестве до 50 человек на их совместные вклады. Минимальная сумма уставного капитала — 30 тыс. юаней. Суммарный первый вклад всех участников не должен быть меньше 20% уставного капитала или его установленной минимальной суммы. Оставшаяся часть вносится участниками в течение двух лет после создания компании, причем для инвестиционных компаний допускается внесение полной суммы уставного капитала в течение пяти лет.

Участники могут вносить вклад деньгами, материальными ценностями, правами интеллектуальной собственности, правами пользования землей и иными видами имущества, которое может быть оценено в денежной форме и согласно закону передано компании. Но сумма денежных вкладов всех участников не должна быть меньше 30% суммы уставного капитала. Прибыль распределяется среди участников пропорционально их вкладам.

В случае только одного участника минимальная сумма уставного капитала составляет 100 тыс. юаней, причем вклад должен быть внесен единовременно в полном размере, определенном в уставе компании. Одно физическое лицо может создать только одну компанию с ограниченной ответственностью с одним участником. Такая компания не имеет права создать другую компанию с ограниченной ответственностью с одним участником. Если единственный участник не может подтвердить независимость имущества компании от личного имущества, то он несет солидарную ответственность по обязательствам компании.

### **Акционерная компания с ограниченной ответственностью**

Такая компания может быть создана учредителями либо путем привлечения средств. В первом случае учредители подписываются на все выпущенные акции. Во втором случае учредители подписываются на часть акций, а остальная часть акций распределяется путем открытой подписки.

Акционерная компания с ограниченной ответственностью образуется не менее чем двумя и не более чем 200 учредителями, причем более половины учредителей должны быть резидентами Китая. Капитал акционерной компании с ограниченной ответственностью разделяется на акции, имеющие равную стоимость. Акции могут быть как именными, так и на предъявителя.

Минимальный уставной капитал акционерной компании с ограниченной ответственностью — 5 млн юаней. Суммарный первый взнос всех учредителей не должен быть меньше 20% уставного капитала компании. Оставшаяся часть вносится участниками в течение двух лет после создания компании, а для инвестиционных компаний допускается внесение полной суммы уставного капитала в течение пяти лет. Перед оплатой уставного капитала запрещено открытое распространение акций другим лицам.

При новом выпуске акций цена них может устанавливаться с учетом финансового и хозяйственного состояния компании. Выпуск компанией облигаций должен соответствовать требованиям закона «О ценных бумагах». Облигации, размещенные на фондовой бирже, должны передаваться согласно правилам торгов.

### **Полное товарищество**

По аналогии с российским полным товариществом все участники полного товарищества в Китае несут неограниченную ответственность по обязательствам компании и могут принимать участие в управлении.

Полное товарищество создается не менее чем двумя участниками на основании письменного учредительного договора. В качестве вкладов участников могут вноситься денежные средства, материальные ценности, права интеллектуальной собственности, права пользования землей и иные виды имущественных прав, а также трудовые услуги.

Участники товарищества имеют равные права по управлению его деятельностью. При этом они не должны самостоятельно или в сотрудничестве с другими лицами вести бизнес, составляющий конкуренцию деятельности товарищества.

При погашении обязательств в первую очередь используется все имущество товарищества. Если этого недостаточно, участники несут неограниченную солидарную ответственность.

Специализированные сервисные организации, оказывающие услуги на основе профессиональных знаний и специальных навыков, могут создавать специальные полные товарищества.

## **Ограниченные товарищества**

В ограниченных товариществах возможны два вида участников: с полной и ограниченной ответственностью. Ограниченные товарищества могут быть созданы 2–50 участниками, причем как минимум один из них должен быть полным товарищем.

Права и ответственность участников с полной ответственностью:

- участие в управлении делами товарищества;
- получение прибыли от его деятельности;
- неограниченная ответственность по обязательствам товарищества.

Права и ответственность участников с ограниченной ответственностью:

- получение прибыли от деятельности товарищества;
- ответственность ограничена размером вклада в капитал товарищества;
- право ведения бизнеса, составляющего конкуренцию деятельности товарищества;
- отсутствие права управлять делами товарищества;
- отсутствие права вносить вклад трудовыми услугами.

## Регистрация компании

Основные этапы регистрации компании в Китае:

- 1) Подача заявления на разрешение использования наименования (решение выносится в течение пяти рабочих дней).
- 2) Проверка инвестиций (осуществляется в течение трех рабочих дней).
- 3) Оформление «Свидетельства на право ведения хозяйственной деятельности» (пять рабочих дней).
- 4) Регистрация компании в органах статистики (пять рабочих дней).
- 5) Регистрация компании в налоговых органах (в течение семи рабочих дней).
- 6) Открытие счета в китайском банке (около десяти банковских дней).

Для осуществления экспортно-импортных поставок компании необходимо пройти регистрацию в таможенных органах Китая.

Иностранной компании также следует получить лицензию в национальном и муниципальном департаментах налогов (National & Local Tax Bureau), сертификат в Государственном департаменте статистики (State Statistical Bureau) и сертификат финансовой регистрации (Financial Registration Certificate) в Финансовом департаменте (Financial Bureau).

Стоимость регистрации компании, включая оформление указанных сертификатов и лицензий, а также уплату государственных сборов, в зависимости от вида деятельности, суммы уставного капитала и способа его внесения, может составлять от 30 до 60 тыс. юаней.

Срок регистрации компании составляет в среднем десять дней. Однако последующие процедуры и получение лицензий могут занимать более двух месяцев.

## Филиал иностранной компании

Филиал иностранной компании не наделяется статусом китайского юридического лица. Правила утверждения филиалов иностранных компаний устанавливаются Государственным советом в каждом конкретном случае отдельно.

Для создания филиала в Китае иностранная компания должна выполнить следующие шаги:

- 1) Обратиться с заявлением в компетентный орган и предоставить устав компании, свидетельство о регистрации в своем государстве и другие документы.



- 2) Обратиться в орган регистрации компаний для получения свидетельства о праве ведения хозяйственной деятельности.
- 3) Назначить ответственного представителя или руководителя филиала, а также выделить средства для его деятельности. Размер минимальной суммы для деятельности филиала иностранной компании отдельно определяется Государственным советом.

## **Представительство иностранной компании**

Представительство иностранной компании также не является самостоятельным юридическим лицом, не имеет права получать прибыль и может заниматься только установлением деловых связей, исследованием рынка, рекламной и иной вспомогательной деятельностью от лица материнской компании.

Для регистрации представительства должен быть заключен договор аренды офиса в здании, владелец которого имеет разрешение на сдачу помещений иностранным лицам. Договор должен быть заключен на срок не менее 12 месяцев. Максимальный срок аккредитации представительства — три года с возможностью продления. Срок аккредитации напрямую зависит от срока, на который заключен договор аренды офисного помещения.

Представительство регистрируется в торгово-промышленной администрации. Внесение уставного капитала не требуется. Должен быть назначен руководитель — генеральный представитель, причем общее количество сотрудников не может превышать четырех человек.

Срок регистрации — пять рабочих дней. Пострегистрационные процедуры обычно занимают 2–3 месяца. Это время требуется, чтобы поставить представительство на учет в налоговой службе, органах статистики, Министерстве труда и соцзащиты, а также получить печати и открыть расчетный счет.

Сумма государственных сборов за регистрацию представительства составляет около 1 тыс. юаней.

## **Трансграничная электронная торговля**

Одним из самых простых способов выхода на китайский рынок для экспортеров является продажа через платформы трансграничной электронной торговли. Такой способ позволяет экспортировать товары без регистрации в Китае юридического лица и товарных знаков, причем платежи будут приходить напрямую экспортеру.

[Список товаров](#), разрешенных для розничной продажи на платформах трансграничной электронной торговли, был обновлен Министерством финансов Китая 1 марта 2022 г. В настоящее время он содержит 1 476 наименований импортных товаров, включая продукты питания и напитки. Согласно китайскому законодательству, товары из этого списка, приобретаемые для личного потребления, имеют льготы при импорте.

Крупнейшие китайские платформы электронной коммерции:

- [Tmall](#) — платформа, поддерживающая взаимодействие по модели B2C (предприниматель — потребитель), что позволяет иностранным производителям продавать продукцию напрямую китайским потребителям;
- [Taobao](#) — бизнес-модель C2C, предусматривающую продажу товаров и услуг между физическими лицами, когда Taobao.com выступает в роли посредника. Основной ассортимент товаров включает одежду, обувь, бытовую технику, как новые, так и бывшие в употреблении. Продажа возможна по фиксированной или договорной цене, а также через аукцион;
- [JD.com](#) — одна из крупнейших площадок в сегментах B2C и B2B (предприниматель для предпринимателя), которая имеет свыше 580 млн активных пользователей. Основные категории товаров: бытовая техника; электроника; одежда, обувь и аксессуары; мебель; свежие продукты питания; парфюмерия и косметика.
- [Pinduoduo](#) — крупный маркетплейс и онлайн-дискаунтер. Через систему купонных распродаж реализуются упакованные продукты питания и напитки, свежие продукты, цветы, одежда, обувь, косметика и предметы личной гигиены.

## 5.4. Защита интеллектуальной собственности

### Товарные знаки

Основным правовым документом, регулирующим регистрацию и использование товарных знаков в Китае, является Закон КНР о товарных знаках (Trademark Law of the People's Republic of China<sup>5</sup>). Закон был принят в 1982 г., а последние изменения в него были внесены в 2019 г. Регистрацией товарных знаков занимается Управление по товарным знакам (China Patent and Trademark Office), находящееся в подчинении Главного государственного управления по регулированию рыночной деятельности КНР.

---

<sup>5</sup> <https://clck.ru/ZCzju>

Российские экспортеры могут зарегистрировать товарный знак в Китае следующими способами.

- В соответствии с Мадридской системой международной регистрации знаков российские компании могут зарегистрировать товарный знак в Китае, находясь в России. Такой способ занимает от 18 до 24 месяцев.
- В соответствии с Ницким соглашением о Международной классификации товаров и услуг для регистрации товарных знаков и знаков обслуживания (Ницкая классификация) российский товарный знак можно зарегистрировать в Китае через квалифицированное агентство по товарным знакам. Такой способ занимает от 12 до 15 месяцев.

При регистрации товарного знака в Китае российским экспортерам рекомендуется учитывать следующие аспекты.

- Приоритет товарного знака устанавливается по дате подачи заявки. Это означает, что бренд может потерять правовую защиту, если аналогичный товарный знак уже зарегистрирован в Китае. Нарушение прав интеллектуальной собственности по-прежнему остается очень актуальной проблемой в стране. Есть большая вероятность натолкнуться на так называемых торговых сквоттеров (недобросовестных конкурентов, которые незаконно используют чужие товарные знаки, в том числе манипулируют с названиями брендов). Зачастую сквоттеры регистрируют товарные знаки на себя исключительно с целью вымогательства и последующей перепродажи. В целом покупка и продажа товарных знаков в Китае чрезвычайно развиты. Экспортеры должны следить за этим, чтобы не оказаться жертвой сквоттинга.
- В равной степени важно заняться регистрацией товарного знака задолго до его вывода на китайский рынок, поскольку эта процедура нередко занимает до 14–18 месяцев, а товарный знак может быть защищен в Китае только после завершения регистрации.
- Компании должны зарегистрировать свои бренды, а также любые марки и/или логотипы в Управлении по товарным знакам на английском и китайском языках.
- Настоятельно рекомендуется зарегистрировать китайскую версию товарного знака, написанную китайскими иероглифами. Китайским покупателям проще узнавать товарный знак на родном языке, но самое главное — благодаря этой мере владелец товарного знака получит максимальную правовую защиту в КНР и гарантию, что его товарный знак не используется конкурентами.
- При подаче заявки на регистрацию следует уделить пристальное внимание выбору классов и подклассов товаров (для каждой категории требуется отдельная регистрация), а также проверить, нет ли зарегистрированных подобных аналогов.

Товарный знак в Китае действителен 10 лет. О продлении регистрации необходимо заявить в течение 12 месяцев до даты окончания срока действия.

## **Стратегии защиты товарного знака в Китае**

### **Ранняя регистрация**

Порядок приоритетной регистрации предполагает, что исход любого спора о товарном знаке во многом зависит от того, кто первым зарегистрировал его в Китае. Соответственно компании, желающие развиваться на китайском рынке, должны подать заявление на регистрацию как можно раньше, в основном потому, что иногда процесс регистрации может быть длительным.

### **Адаптация названия иностранного бренда**

Зарегистрировать бренд в качестве товарного знака в Китае сложнее, чем в западных странах. Это связано с языковым барьером. Лучше зарегистрировать товарный знак сразу на двух языках — английском и китайском. Иногда от прямой транслитерации приходится отказываться. Точная передача иероглифами буквенного написания или фонетического звучания иностранного товарного знака может оказаться для китайского потребителя бессмысленной или даже вовсе вызывать негативные ассоциации. В таких случаях более уместно найти близкий китайский аналог или подобрать эквивалент, описательно передающий смысл оригинального названия зарубежного товарного знака. К работе над адаптацией названий товарных знаков под китайский рынок целесообразно привлекать экспертов, владеющих обоими языками.

### **Регистрация товарного знака на несколько классов МКТУ**

Как и во всем мире, в Китае принята Международная классификация товаров и услуг (МКТУ), однако есть и свои особенности. Так, помимо классов, в КНР принято деление на подклассы, в каждом из которых товары/услуги считаются однородными. Этот нюанс приводит в том числе к тому, что иногда компании-производители лишаются права зарегистрировать свою торговую марку в КНР, так как другое лицо (например, из числа сквоттеров) уже зарегистрировало ее на себя или подало похожую заявку.

Многие иностранные компании-производители успешно регистрируют свои товарные знаки в Китае до того, как это успевают сделать сквоттеры, но в дальнейшем все равно могут столкнуться с проблемой недобросовестной конкуренции, когда начнут расширять ассортимент продукции или комплекс услуг.

Это объясняется тем, что сквоттеры регистрируют товары в других классах и подклассах и таким образом требуют от иностранных компаний выкупа, не позволяя им развивать свой бизнес.

Во избежание подобных ситуаций зарубежным производителям следует регистрироваться в КНР по как можно большему числу классов и подклассов товаров/услуг, насколько позволяет бюджет. Регистрация одной категории МКТУ стоит от 1 000 юаней (около 150 долл. США), поэтому малым и средним предприятиям, исходя из принципов разумной экономии, следует заранее точно определить категории (классы и подклассы), в которых они будут регистрировать свой товар. Даже после успешной регистрации компании должны регулярно проверять реестр товарных знаков, чтобы не стать жертвой сквоттинга или других подобных правонарушений. Следует учитывать, что китайские контрагенты (агенты и дистрибьюторы) в целом не заинтересованы в защите прав экспортеров на товарные знаки.

Кроме того, иностранные компании также должны принимать меры по таможенной защите прав интеллектуальной собственности через регистрацию в системе таможенной защиты прав интеллектуальной собственности ГТУ КНР (<https://clck.ru/Msk9m>).

## **Ведение учетных записей**

Компаниям необходимо хранить всю документацию и другие доказательства, связанные с товарным знаком. Такой пакет документов должен находиться в каждом офисе, включая зарубежные. Это поможет своевременно оспорить претензии потенциальных сквоттеров, а также облегчит работу по обновлению, отмене чего-либо или любым другим формальным изменениям.

Функции по предотвращению проникновения контрафактной продукции на рынок КНР по линии экспорта возложены на Федеральную таможенную службу Российской Федерации (ФТС России) и Главное таможенное управление КНР (ГТУ КНР).

Регистрируемый товарный знак должен быть внесен ФТС России в Таможенный реестр объектов интеллектуальной собственности (ТРОИС), при этом ГТУ КНР, которое осуществляет надзор за импортом и экспортом всех видов грузов от имени государства, регистрирует товарный знак в системе таможенной защиты прав интеллектуальной собственности ГТУ КНР.

## **Подготовка к юридическим спорам, переговоры и урегулирование**

В случае, если сквоттеры успели зарегистрировать товарный знак вашего предприятия на себя, избежать длительных и дорогостоящих судебных разбирательств практически невозможно. Иногда более разумно вступить со сквоттерами в переговоры о выкупе товарного знака, не доводя дело до суда. Для оценки целесообразности судебного процесса или прямых переговоров рекомендуется обратиться за юридической экспертизой.

При возникновении спорных ситуаций следует учитывать, что исключительной юрисдикцией в отношении апелляций, касающихся отклонения и признания товарного знака недействительным, обладает только Пекинский суд по правам интеллектуальной собственности. Для подачи апелляции иностранные компании обязаны предоставлять легализованные доказательства (доверенность и сертификат положительной оценки деловой репутации).





# Продвижение продукции

---



# 6



Содержание

---

## **6.1.**

Ключевые факторы успеха на рынке

## **6.2.**

Отраслевые выставки и ярмарки

## 6.1. Ключевые факторы успеха на рынке

### Правильный партнер

Выбор правильного местного партнера является ключом к успеху. Китайский рынок настолько многообразен и сложен в плане регулирования процессов импорта, продаж и дистрибуции, что поддержка местного партнера (импортера и дистрибьютора) очень важна для понимания рынка во всех его аспектах. Хороший партнер также поможет выработать оптимальную для экспортера стратегию с учетом местной специфики.

### Стандарты качества

Экспортер должен быть осторожен в выборе правильных стандартов качества для выбранного сегмента или сегментов, в которых планируется работа. Необходимо придерживаться этих стандартов и следить за их поддержанием в будущем. Несоблюдение согласованных стандартов и условий может подорвать репутацию компании и положение на рынке.

### Безопасность пищевых продуктов

Контроль цепочки поставок от собственных заводов до потребителя имеет первостепенное значение на китайском рынке, который очень чувствителен к безопасности пищевых продуктов. В связи с этим, экспортер должен иметь возможность продемонстрировать свою способность контроля качества и безопасности своих поставок по всей цепочке дистрибуции.

## 6.2. Отраслевые выставки и ярмарки

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
<b>Beijing International Hospitality, Catering &amp; Food Beverage Exhibition (HCSA)</b>  Международная выставка продуктов питания и напитков.  <a href="http://www.cifiechinaexpo.com">http://www.cifiechinaexpo.com</a>	<b>Пекин</b> China International Exhibition Center	15-17.03.2024

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
<p><b>HKTDC Food Expo</b></p> <p>Международная выставка продуктов питания и напитков.</p> <p><a href="https://www.hktdc.com">https://www.hktdc.com</a></p>	<p><b>Гонконг</b> Hong Kong Convention &amp; Exhibition Centre</p>	15-19.08.2024
<p><b>SIAL Shenzhen</b></p> <p>Крупнейшая в Азии международная выставка продуктов питания и напитков.</p> <p><a href="https://www.sialchina.com">https://www.sialchina.com</a></p>	<p><b>Шэньчжэнь</b> Shenzhen World Exhibition &amp; Convention Center</p>	02-04.09.2024
<p><b>Food &amp; Hospitality China — FHC</b></p> <p>Ведущая международная выставка продуктов питания и напитков.</p> <p><a href="https://www.fhcchina.com">https://www.fhcchina.com</a></p>	<p><b>Шанхай</b> Shanghai New International Expo Center</p>	12-14.11.2024
<p><b>Anuga Select China</b></p> <p>Международная выставка продуктов питания и пищевой промышленности.</p> <p><a href="https://www.anuga-china.com/">https://www.anuga-china.com/</a></p>	<p><b>Шэньчжэнь</b> Shenzhen World Exhibition &amp; Convention Center</p>	24-26.04.2024
<p><b>SIAL Shanghai</b></p> <p>Крупнейшая в Азии международная выставка продуктов питания и напитков.</p> <p><a href="https://www.sialchina.com">https://www.sialchina.com</a></p>	<p><b>Шанхай</b> Shanghai New International Expo Center (SNIEC)</p>	28-30.05.2024
<p><b>Shanghai International Import and Agricultural Exhibition (SIFA)</b></p> <p>Международная торговая выставка для импортеров и экспортеров продуктов питания и напитков.</p> <p><a href="http://www.importfoodfair.com">http://www.importfoodfair.com</a></p>	<p><b>Шанхай</b> National Exhibition &amp; Convention Center</p>	05-06.2024
<p><b>Hi &amp; Fi Asia-China</b></p> <p>Международная выставка продуктов питания и напитков.</p> <p><a href="https://www.figlobal.com/china/en/home.html">https://www.figlobal.com/china/en/home.html</a></p>	<p><b>Шанхай</b> National Exhibition &amp; Convention Center</p>	19-21.06.2024



# Особые экономические зоны

---

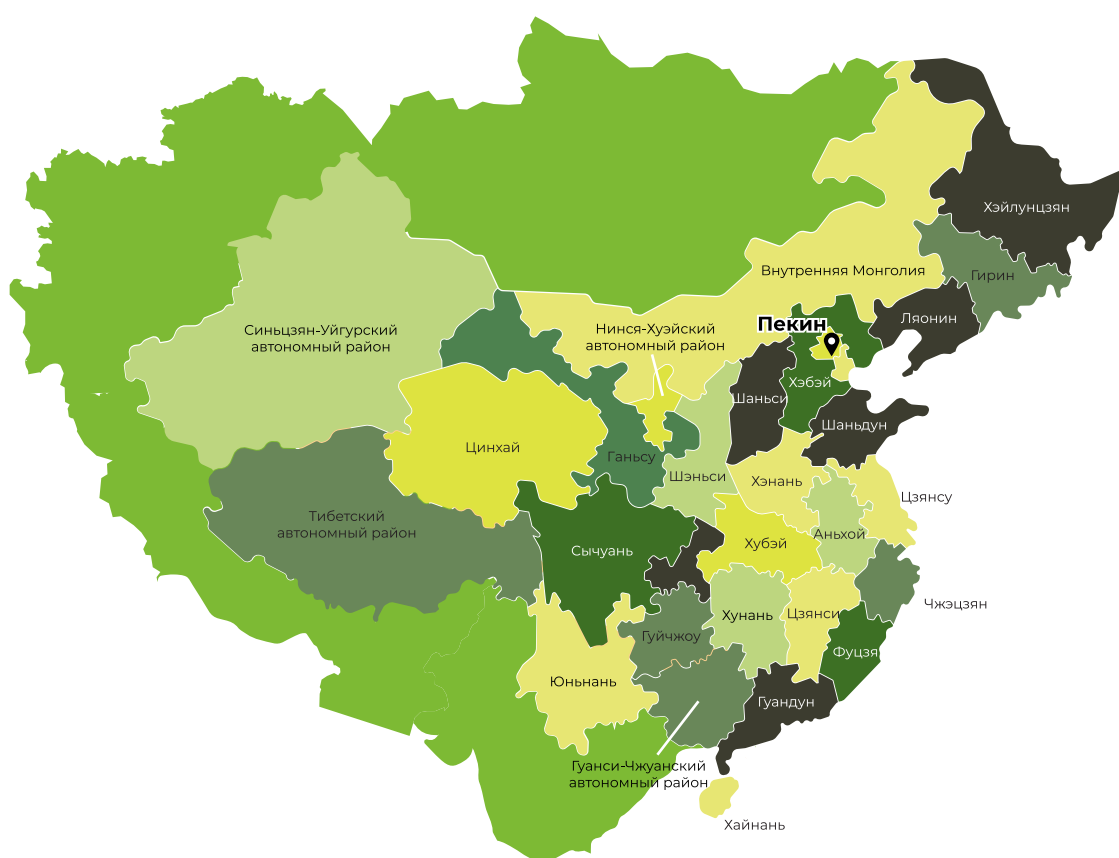




## Особые экономические зоны

В Китае сформировалась сложная многоуровневая система экономических зон. Существует более 15 их разновидностей, включая особые экономические зоны (ОЭЗ), зоны технико-экономического развития (ЗТЭР), зоны новых и высоких технологий (ЗНВТ), зоны свободной торговли (ЗСТ<sup>6</sup>), зоны приграничного экономического сотрудничества (ЗПЭС), а также «открытые» портовые города, беспошлинные и инвестиционные районы<sup>7</sup>.

Общей координацией деятельности экономических зон занимается специальная межведомственная комиссия, которую возглавляет представитель Госсовета КНР. Единого законодательства нет. В каждой провинции действуют свои положения по регулированию конкретных образований.



*Примечание. Показанные на карте границы, цветовые и графические обозначения, прочие данные не предполагают со стороны ФГБУ «Агроэкспорт», Союза производителей соков, воды и напитков ни оценки правового статуса территории, ни подтверждения или принятия обозначенных границ.*

<sup>6</sup> англ. Free Trade Zones, не путать данные внутригосударственные экономические зоны с наднациональными формами интеграции в форме зон свободной торговли (англ. Free Trade Areas).

<sup>7</sup> <https://clck.ru/UMPN6>



### **ЗСТ Шанхай**

Шанхайская ЗСТ (120,72 км<sup>2</sup>) состоит из беспошлинной зоны Вайгаоцяо, таможенного логистического парка Вайгаоцяо, беспошлинных зон порта Яншань и международного аэропорта Пудун, торгово-финансовой зоны Луцзяцзуй, экспортно-производственной зоны Цзиньцяо, парка высоких технологий Чжанцзян. Одна из самых известных ЗСТ специализируется на развитии международной торговли и наукоемких отраслей, логистики, финансовых и иных услуг. В ней также открыт новый район Линьган (119,5 км<sup>2</sup>), который ориентирован на трансграничное финансирование, цифровую экономику, новые формы международной торговли и современные услуги.

### **ЗСТ Хэнань**

ЗСТ в провинции Хэнань (119,77 км<sup>2</sup>) включает города Чжэнчжоу, Кайфэн и Лоян. ЗСТ ориентирована на развитие сферы транспортировки и логистики, в том числе создание новейшего мультимодального транспортно-логистического узла, развитие биомедицины и других высокотехнологичных отраслей, проведение международных выставок.

### **ЗСТ Чунцин**

Работа пилотной ЗСТ Чунцин (119,98 км<sup>2</sup>) направлена на строительство транспортных узлов, моделирование мультимодальных перевозок, транзитные международные перевозки, финансовый лизинг и инновационную деятельность.

### **ЗСТ Сычуань**

ЗСТ в провинции Сычуань (119,99 км<sup>2</sup>) объединяет три основных площадки: железнодорожный терминал и порт Цинбайцзян, новый район Тяньфу в Чэнду и Южно-Сычуаньскую портовую зону. ЗСТ специализируется на развитии портовых услуг (международный товарооборот, распределение и выдача товара, таможенная логистика, складское хранение), международном экспедировании грузов, поставках транспортных средств.

### **ЗСТ Шэньси**

В провинции Шэньси зона свободной торговли (119,95 км<sup>2</sup>) включает международный портовый комплекс Сиань. ЗСТ призвана содействовать развитию международной торговли, финансовых услуг, современной логистики и инфраструктуры для транзитных международных перевозок в торговле со странами вдоль маршрута [«Один пояс — один путь»](#). В ЗСТ также входит демонстрационная зона города Янлин, которая является площадкой по расширению сотрудничества и внедрению научно-технических инноваций в сельском хозяйстве.

### **ЗСТ Шаньдун**

ЗСТ на Шаньдунском полуострове (119,98 км<sup>2</sup>) включает международный перегрузочный и рефрижераторный порт Циндао. Основное направление — развитие международных морских перевозок и современных транспортных услуг.

### **ЗСТ Цзянсу**

В провинции Цзянсу расположена ЗСТ (119,97 км<sup>2</sup>), которая состоит из двух районов: Сучжоу и Ляньюньган. Новый транспортный хаб предлагает современную инфраструктуру, высокотехнологичные промышленные комплексы и площадки для товарообмена и сотрудничества между странами Азии и Европы вдоль маршрута «Один пояс — один путь».

### **ЗСТ Хэбэй**

В ЗСТ провинции Хэбэй (119,97 км<sup>2</sup>) создается центр международной торговли и логистики, который включает индустриальный парк Цаофэйдянь и предоставляет портовые и транспортные услуги.

### **ЗСТ Хэйлунцзян**

В провинции Хэйлунцзян открыта ЗСТ (119,97 км<sup>2</sup>), которая ориентирована на Россию. ЗСТ разбита на три кластера: Харбин, Хэйхэ и Суйфэньхэ. Харбинская часть ЗСТ сосредоточена на сотрудничестве с Россией в сферах высоких технологий, производства новых материалов, биомедицины, финансов и туризма. В задачи кластера в Хэйхэ входит взаимодействие в энергетике и производстве экологически чистой продукции, а также развитие пограничной инфраструктуры. Кластер в Суйфэньхэ в основном занимается импортом леса и зерновых.

ЗСТ в КНР ориентированы на привлечение иностранных инвестиций и производство новых товаров и услуг, включая объекты интеллектуальной собственности. Администрации ЗСТ разрешено разрабатывать собственные поощрительные меры для привлечения иностранного капитала. Такими мерами могут быть упрощение регистрации иностранного бизнеса, оптимизация процесса карантинного контроля, поддержка трансграничной электронной торговли. Также планируется постепенное введение системы возврата или освобождения от налогов при торговле услугами.



# Особенности ведения бизнеса

---



8



Китай отличается самобытной деловой культурой, обусловленной уникальной историей и национальными традициями страны. Китайская деловая культура построена на следующих принципах:

- Гуаньси (guanxi) или «хорошие отношения» — основа любых отношений, в том числе деловых, которая подразумевает выстраивание длительного и гармоничного взаимодействия.
- Мянъцзы (mianzi) или «лицо» — важнейшая концепция для бизнеса в Китае, которая определяет репутацию и положение в обществе. «Сохранение лица», «потеря лица» и «проявление уважения» являются ключевыми факторами в бизнесе.
- Кэо-ци (keqi) или «вежливость» — понятие сдержанности, учтивости и взвешенного подхода к ведению бизнеса. Излишняя напористость может вызвать подозрения у китайских партнеров.
- Конфуцианство — система социальной этики и иерархического устройства во всех сферах жизни Китая. Социальное взаимодействие строится на доверии и верности.
- Нетворкинг. «Холодные» звонки от неизвестных людей имеют минимальные шансы на успех. Без рекомендаций потребуется много времени, чтобы добиться доверия и уважения китайских деловых партнеров.
- Широкое использование визитных карточек и мессенджера WeChat. Носите с собой визитную карточку с информацией на китайском и английском языках. Даже случайные встречи в Китае принято начинать с обмена визитками. WeChat быстро стал де-факто инструментом деловой коммуникации, а в некоторых случаях заменил китайцам обмен визитными карточками. У вас могут спросить, используете ли вы этот мессенджер, и попросить отсканировать QR-код для подключения. В WeChat имеется надежный встроенный инструмент перевода.

## Иерархия в бизнесе

В деловой среде строго соблюдается принцип иерархии, исходя из возраста и положения. Каждый сотрудник компании занимает определенное место и выполняет конкретные функции. В Китае признается профессиональное равенство женщин и мужчин. Женщины обычно пользуются уважением в соответствии со своим положением в компании.

Иерархия важна как в бизнесе, так и в личной жизни. Поэтому к должностям и титулам в Китае относятся с почтением. Иерархический принцип неукоснительно соблюдается при приветствии и общении в профессиональной и социальной сферах. К примеру, предлагая напиток, сначала нужно оказать внимание старшим по положению лицам, а потом уже всем остальным.



## **Планирование и проведение встречи**

Китайцы ценят пунктуальность, поэтому приезжают на совещания вовремя. Если не успеваете, лучше позвонить и предупредить, обязательно извинившись за задержку. На встречах не принято придерживаться строгого плана. Время их окончания редко определяется заранее. Только старшие по положению люди могут вести переговоры. Рекомендуется заранее выбрать старшего среди своих коллег.

Наиболее эффективным способом налаживания бизнес-контактов является работа через китайского посредника. Он поможет добиться расположения китайских партнеров, наладить с ними отношения, прояснить их намерения, а затем уточнить требования к ввозимым товарам.

## **Этикет приветствия**

Встречаясь с группой людей, следует поприветствовать каждого легким, но продолжительным рукопожатием. При этом принято смотреть вниз и избегать слишком близкой дистанции с собеседником, особенно противоположного пола.

При обращении к китайским деловым партнерам рекомендуется называть их профессиональное звание или должность и фамилию. Если человек не имеет звания либо эти сведения вам неизвестны, используйте перед фамилией универсальное уважительное обращение «господин/госпожа». Обратите внимание, что по правилам китайского языка сначала всегда идет фамилия, затем имя.

Английский — общепринятый язык делового общения с иностранцами. Но в большинстве случаев стороны прибегают к услугам переводчика. Использование китайского языка произведет благоприятное впечатление, даже если будет сказано всего несколько фраз.

## **Стиль одежды**

Деловым встречам соответствует формальный, сдержанный дресс-код. Для мужчин и женщин предпочтительны костюмы неброских цветов. Одежда должна быть качественной, но не нарочито показной.

## **Подарки**

Подарки символизируют начало отношений. Однако, прежде чем принять подарок, полагается несколько раз от него отказаться. В Китае подарок вручают в красивой упаковке. Отдают и принимают его двумя руками. Если не настаивают на вскрытии подарка, упаковку не нарушают. В китайской культуре деловой презент — это исключительно знак внимания, потому он не должен быть слишком дорогим.



## Визитные карточки

При знакомстве практикуется обмен визитными карточками, чаще всего двусторонними — на английском и китайском языках. Подавать визитку следует двумя руками, китайской стороной вверх, держа за края большим и указательным пальцем. Принимать визитку нужно тоже двумя руками, внимательно изучить и аккуратно убрать.

## Деловое общение

Основным предметом переговоров для китайцев являются не контракты, а деловые контакты. Зачастую иностранцам не удается закрепить свои отношения из-за недостаточного внимания к личным связям. Китайцам свойственно устанавливать длительные деловые связи, периодически обмениваться подарками и открытками, вести постоянную переписку. В письмах не стоит использовать красные чернила, поскольку в Китае красный цвет означает вражду. Иногда переписка носит неформальный характер. В тексте письма могут затрагиваться вопросы отвлеченные, не связанные с конкретной бизнес-задачей, преобладать частные рассуждения. Следует проявлять терпение и давать ответы ради укрепления партнерских отношений.

Китайские переговоры представляют собой размеренный, структурированный процесс. Все решения тщательно взвешиваются и оцениваются с точки зрения перспективы комфортного взаимодействия и заключения сделок. В своих презентациях и предложениях важно обозначить долгосрочные цели и задачи делового партнерства.



Китайцы избегают конфликтных ситуаций. Они никогда не говорят «нет» напрямую, а отвечают «посмотрим» или «подумаем», поэтому будьте осмотрительны в отношении договоренностей. Избегайте категоричности, резкого и напористого поведения, которое бесповоротно портит деловые отношения. Стремитесь к дипломатии и консенсусу. Китайское общество опирается на принцип заинтересованности: «если ты не заинтересован, то и мне это не интересно».

Во время деловых встреч присутствующим, как правило, предлагают еду и напитки. Деловой завтрак, обед, ужин — важная составляющая бизнес-отношений. Участники приема должны сидеть за столом согласно протоколу — в порядке субординации. Приглашения на банкеты и другие социальные мероприятия — выражение гостеприимства китайских коллег. Не стоит пренебрегать ими. Подобные встречи, наряду с формальными переговорами, помогают наладить деловые связи.

Планируя деловой визит в Китай, следите, чтобы он не совпал с «золотыми неделями» и праздничными днями.

Табл. 20. Государственные праздники Китая в 2024 г.

Праздник	Дата
Новый год	1 января
Весенний фестиваль (китайский Новый год)	10–17 февраля
Фестиваль Цин мин (Ching Ming)	4-6 апреля
День труда	1 мая
Парад лодок-драконов	10 июня
Праздник середины осени	15-17 сентября
День образования КНР	1-7 октября

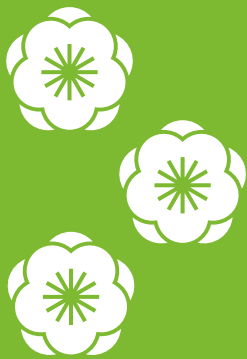


# Преимущества и риски осуществления поставок

---



9



Содержание

---

**9.1.**

Преимущества

**9.2.**

Риски

## 9.1. Преимущества

### Развитые политические и торгово-экономические отношения Китая и России

Китай и Россия поддерживают дружественные двусторонние политические отношения. При этом, российско-китайский товарооборот растет высокими темпами, несмотря на геополитическую неопределенность. По итогам 2022 г. общий двусторонний товарооборот вырос до 190,3 млрд долл. США, а для продукции АПК рост данного показателя составил 44% в стоимостном выражении и 36% — в натуральном объеме. Руководители двух стран заявляют о намерении увеличить оборот двусторонней торговли до 250 млрд долл. США к 2024 г. Сельское хозяйство является одним из приоритетных направлений сотрудничества.

### Емкий рынок

Потребление сушеного гороха в Китае во многом обеспечивается за счет импортных поставок. Так, при объемах производства в 1,5 млн тонн в 2022 г. импортные поставки составили 1,6 млн тонн. Внутреннее потребление фактически равно совокупному объему производства и импорта, так как Китай практически не поставляет сушеный горох на экспорт. Среднегодовой уровень потребления гороха в Китае за период 2017–2022 гг. составил около 3,5 млн т. До 2020 г. прослеживалась растущая динамика с пиковым значением объема потребления в 2020 г. — 4,4 млн т, затем наблюдалось снижение этого показателя до 3,1 млн т в 2022 г.

В 2022 г. рост китайского импорта гороха в стоимостном выражении составил 8,8% (по сравнению с 2021 г.). При этом в натуральном выражении импорт, наоборот, существенно сократился — на 26,4%. Причиной такой динамики был рост среднемировой цены на данный вид продукции вследствие двухлетней засухи на территории Канады — главного поставщика сушеного гороха на мировой рынок.

В структуре импорта гороховой продукции явно доминирует сушеный горох — его доля в 2022 г. достигла 98,7%. Доля мороженого гороха невелика — всего 1,3%, однако в течение последнего десятилетия (2013–2022 гг.) данный сегмент импорта демонстрирует весьма высокую динамику: среднегодовые темпы роста составили 15,9%. Импорт приготовленного и консервированного гороха минимален, а свежий горох не импортируется вовсе.

## **Конкурентные преимущества для выхода на рынок**

Одним из наиболее важных конкурентных преимуществ российских поставщиков на китайском рынке гороховой продукции могут стать сравнительно низкие цены при значительных объемах поставок. Несмотря на государственную поддержку местных производителей отрасли АПК, последние зачастую имеют ограниченные возможности увеличения объемов производства продукции в силу нехватки качественного генетического материала, недостаточности финансовых средств для масштабирования и прохождения высоких санитарно-эпидемиологических требований. Ожидается, что правительство Китая будет придерживаться политики сохранения потребности в импорте качественной, сертифицированной продукции, по крайней мере в среднесрочном периоде.

К числу наиболее важных неценовых конкурентных преимуществ следует отнести индивидуальный подход к удовлетворению потребностей китайских покупателей, строгое следование национальным стандартам качества и надежность поставок в долгосрочном периоде. Кроме того, китайские импортеры ищут возможности сокращения сроков поставок в целях снижения рисков колебаний цен, пока товар находится в пути. Существенное сокращение сроков поставки продукции морским путем и железнодорожным транспортом может существенно увеличить шансы экспортера укрепить свое положение на рынке.

Кроме того, несомненным преимуществом для выхода на рынок может стать создание совместных предприятий с местными производителями среднего размера.

## **Потребительские предпочтения**

Расширение использования гороха в разных сферах приводит к увеличению потребления продукта. Китайские потребители ценят горох как источник растительного белка и крахмала. Горох — это преимущественно сырьевой продукт, поэтому примерно 97% потребления гороха в Китае приходится на сектор переработки.

Пандемия COVID-19 оказала значительное влияние на пищевые привычки китайцев и сместила их предпочтения в сторону растительных белковых продуктов как в домашнем потреблении, так и в гостинично-ресторанном секторе. Немалый вклад в развитие данной тенденции внесло принятие государственной стратегии «Здоровый Китай — 2030», приоритетным направлением которой является увеличение потребления растительной белковой продукции. При этом дополнительным фактором, стимулирующим спрос на горох, стало распространение в стране негативного имиджа традиционно любимых китайцами соевых бобов (связанного главным образом с отрицательным отношением населения к генетически модифицированным продуктам).



## 9.2. Риски

### Макроэкономические факторы

Существенным риском осуществления поставок является слабость китайского юаня по отношению к доллару США, которая наблюдалась в течение 2022 г. и может сохраниться в текущем году. По итогам 2022 года уровень инфляции в Китае составил всего 1,9%. Однако продолжает усиливаться дефляционное давление. Потребительские цены в последние два года росли медленными темпами, что может свидетельствовать о слабости внутреннего спроса и неравномерности восстановления экономики после эпидемии COVID-19.

### Демографические и эпидемиологические факторы

Сокращению спроса в Китае на продукцию АПК в целом и на горох, в частности, могут способствовать замедление роста численности населения и экономики Китая, а также новые вспышки эпидемиологических заболеваний.

### Конкуренция со стороны поставщиков из других стран

Несмотря на достаточно благоприятные условия импорта, предоставляемые властями Китая для российских поставщиков, крупные зарубежные компании, в особенности из Канады и Австралии, представляют серьезную конкурентную угрозу на рынке гороховой продукции. Дополнительным стимулом увеличения объемов поставок гороха этими компаниями в Китай в последнее время стал их вынужденный уход с рынка Индии после ужесточения ее властями условий импорта в целях поддержки национальных производителей. В страновой структуре импорта гороха КНР в натуральном выражении последнее десятилетие первое место стабильно занимает Канада (85,2% общего объема импорта в 2022 г.), на втором месте — Австралия (8,8%). Значительно меньшие объемы гороха в Китай поставляют Франция, Аргентина и Новая Зеландия.

### Строгие требования к безопасности пищевых продуктов

Местные потребители и правительство Китая предъявляют строгие требования к безопасности пищевых продуктов. Основные трудности для российских экспортеров в настоящее время представляют действующие ограничения импорта из Российской Федерации продукции растительного и животного происхождения и продуктов их переработки. По местным правилам любой впервые ввозимый вид продукции животного или растительного происхождения должен быть сначала одобрен к импорту Главным таможенным управлением КНР.

## **Высокие административные барьеры**

Перед тем, как вывести свой продукт на рынок Китая, иностранным поставщикам необходимо пройти целый ряд этапов сертификации и регистрации. Кроме того, административные процедуры предусматривают выполнение жестких фитосанитарных норм и четко определенных стандартов качества, которые могут выступать в качестве весьма серьезных барьеров для входа на рынок КНР.

# Карта действий экспортера

---





### 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/рынки.
- 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 гороха в Китай

- 1) Регистрация товарного знака в Китае, либо находясь в России, либо через услуги агентства, в [патентном ведомстве КНР](#).
- 2) Регистрация экспортера в [системе регистрации импортеров и экспортеров](#), импортируемых продуктов питания и косметики или на [интернет-портале](#) Главного таможенного управления КНР (ГТУ КНР).
- 3) Получение санитарного и прочих сертификатов на соответствие требованиям стандартов Китая (полный перечень документов см. в разделе 3).
- 4) Таможенное оформление экспорта.

**По итогам этапа II: осуществляется вывоз продукции с территории России**



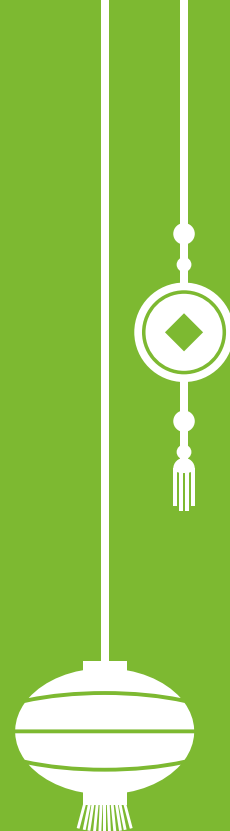
# Контактная информация

---



11





Содержание

---

## 11.1.

Потенциальные партнеры

## 11.2.

Профильные организации

## 11.1. Потенциальные партнеры

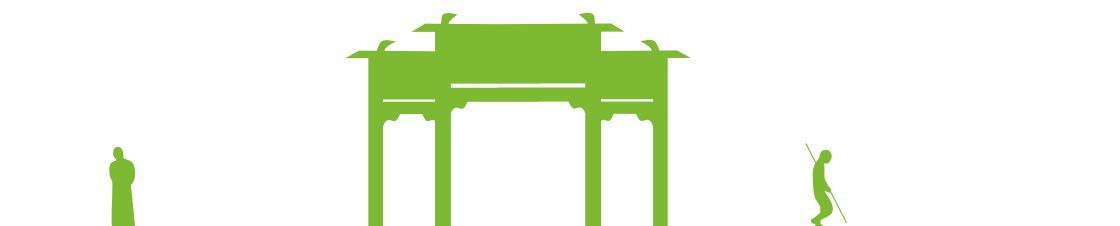
Компания	Профиль	Контактная информация
<b>Anhui Jinlongyuan Food Ltd.</b>	Импорт / дистрибуция	Адрес: No. 9 Yongchuang Road, Yixiu Economic Development Zone, Anqing City, Anhui Province Тел.: +86 05 5655 0521 E-mail: sale@ahjlysp.com Сайт: <a href="http://www.ahjlysp.com">http://www.ahjlysp.com</a>
<b>He Gu (Shanghai) Co., Ltd</b>	Импорт / дистрибуция	Адрес: Shanghai SONGJIANG dongjing town, Zhenye Road No. 161, No. 2 Building, Block B, 8th floor E-mail: service@agronet.com.cn Сайт: <a href="http://www.agronet.com.cn">www.agronet.com.cn</a>
<b>Yinchong Food Co., Ltd.</b>	Импорт / дистрибуция	Адрес: North Sheng Road No. 26, St. Fusion micro and small Park 12 Building, Unit 2, first floor Тел.: +86 574 6282 5582 E-mail: zyc@yinchongfood.com Сайт: <a href="http://www.yinchongfood.com">www.yinchongfood.com</a>
<b>Xuechuan Food Hebei Co</b>	Импорт / дистрибуция	Адрес: Huangshan Management Office, Chabei Management District, Zhangjiakou City, Hebei Тел.: +86-031 3533 4557 E-mail: caolu@snowvalleyfood.com Сайт: <a href="http://www.snowvalley.com.cn">www.snowvalley.com.cn</a>
<b>Huizhou Jiaxin Feed Co., Ltd</b>	Импорт / дистрибуция	Адрес: The south side of Zhuwu section, Kouyuan Road, Shiwan Town, Boluo County (soil name) Huizhou; Guangdong Тел.: +86 075 269 16268 E-mail: 369005699@QQ.com Сайт: <a href="http://gdjxsl.com/?p=7">http://gdjxsl.com/?p=7</a>
<b>Panjin Hetian Food Co.</b>	Импорт / дистрибуция	Адрес: Ping an town, Dawa county, Panjing city, Liaoning province, China (Panjin Hetian Food) E-mail: Sales@Rice-Protein.com Сайт: <a href="https://www.rice-protein.com">https://www.rice-protein.com</a>
<b>Shuangta Food co., LTD</b>	Импорт / дистрибуция / переработка	Адрес: Jinling Town, Zhaoyuan City, Shandong Province, China Тел.: + 86 0535 893 8218; + 86 0535 893 8217 E-mail: INFO@shuangtafood.com Сайт: <a href="http://en.shuangtafood.com">http://en.shuangtafood.com</a>
<b>Qingdo Alliance Food</b>	Импорт / дистрибуция / переработка	Адрес: No. 52, Haerbin Road, 266001, Qingdao, Shandong Тел: +86 186 6396 7158 E-mail: doralee@qdalliance.com Сайт: <a href="https://www.qdalliance.com">https://www.qdalliance.com</a>

## 11.2. Профильные организации

Организация	Контактная информация
<b>China National Association of Grain Sector</b>	Адрес: Dongcheng District, Beijing Jianguomen inner street, No. 8, COFCO Plaza, Tower B 7 layer 708-711 chamber Тел.: +86 10 6603 3580 E-mail: zglxxinxichu@126.com Сайт: <a href="http://www.chinagrains.org.cn">http://www.chinagrains.org.cn</a>
<b>China Organic Products Association</b>	Тел.: + 86 10 6623 1545 E-mail: yjcpqh@163.com Сайт: <a href="http://www.yjcpqh.org">http://www.yjcpqh.org</a>
<b>National Health Commission</b>	Адрес: No 1 Xizhimen Outer South Road, Xicheng District, Beijing Тел.: +86 10 6879 2114 Факс: +86 10 5166 1769 E-mail: chinahealthgov@163.com Сайт: <a href="http://en.nhc.gov.cn">http://en.nhc.gov.cn</a>
<b>Ministry of Agriculture and Rural Affairs</b>	Адрес: No.11 Nongzhanguan Nanli, Chaoyang District, Beijing Тел.: +86 106 419 2389 Сайт: <a href="http://english.moa.gov.cn/">http://english.moa.gov.cn/</a>
<b>Ministry of Commerce</b>	Адрес: No.2 Dong Chang'an Avenue, Beijing Тел.: +86 10 8509 3486 Сайт: <a href="http://english.mofcom.gov.cn">http://english.mofcom.gov.cn</a>
<b>Представительство ТПП России в КНР</b>	Адрес: 2410-2411 apr, No.1289, South Pudong Road, Shanghai Тел.: +86 21 6887 7708; +86 21 6887 6660 Факс: +86 21 6887 6508 E-mail: china@tpprf.ru; tpp.china@gmail.com Сайт: <a href="https://china.tpprf.ru">https://china.tpprf.ru</a>
<b>China Quality Certification Centre</b>	Адрес: Section 9, No.188, Nansihuan (the South Fourth Ring Road), Xilu (West Road), Beijing Тел.: +86 10 8388 6282 E-mail: cqsc@cqsc.com.cn Сайт: <a href="https://www.cqc.com.cn">https://www.cqc.com.cn</a>
<b>Certification and Accreditation Administration of the People's Republic of China</b>	Адрес: 9 Madian East Road, Haidian District, Beijing Тел.: +86 10 8226 0777 E-mail: infocnca@cnca.gov.cn Сайт: <a href="http://english.cnca.gov.cn">http://english.cnca.gov.cn</a>

Контактная информация

Организация	Контактная информация
<b>Китайская ассоциация по продвижению международного сотрудничества в сельском хозяйстве</b>	Адрес: Maizidian Street, No. 37, 22 Floor, Room 70, Chaoyang, Beijing, China Тел.: +86 10 8210 6320 E-mail: <a href="mailto:capiac@capiac.org.cn">capiac@capiac.org.cn</a> Сайт: <a href="http://www.capiac.org.cn">http://www.capiac.org.cn</a>
<b>Китайский совет по продвижению международной торговли</b>  China Chamber of International Commerce	Адрес: CCOIC Building, No. 2 Huapichang Hutong, Xicheng District, Beijing Тел.: +86 10 8643 1079 E-mail: <a href="mailto:ccoic@ccoic.cn">ccoic@ccoic.cn</a> Сайт: <a href="http://ccoic.cn/ecms">http://ccoic.cn/ecms</a>
<b>Российско-Китайский деловой совет</b>	Адрес: Москва, Краснопресненская набережная 12, Офисное здание 1, подъезд 3, офис № 902А Тел.: 7 (495) 280-16-88 E-mail: <a href="mailto:info@rcbc.ru">info@rcbc.ru</a> Сайт: <a href="https://rcbc.ru/ru">https://rcbc.ru/ru</a>
<b>Китайская продовольственная ассоциация</b>  China Food Association	Адрес: 6th Floor, Block B, Fucheng Building, No. 98A, Beilishi Road, Xicheng District, Beijing Тел.: +86 10 8839 3638 E-mail: <a href="mailto:wwjgg@126.com">wwjgg@126.com</a> ; <a href="mailto:lanmin8828@126.com">lanmin8828@126.com</a> Сайт: <a href="http://www.cnfca.com">http://www.cnfca.com</a>



**Государственная  
поддержка экспорта  
продукции АПК**

---

**12**





## Программа льготного кредитования

Предоставление льготных краткосрочных и долгосрочных 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.

**Компетентные органы:** Минсельхоз России, РОУ АПК

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

## Программа создания и модернизации объектов АПК

Поддержка создания и модернизации объектов АПК, путем возмещения части прямых понесенных затрат производителю на создание или модернизацию сельскохозяйственных объектов в размере до 25% от фактической стоимости для предприятий по переработке зерна, масличных культур, рыбы и морепродуктов, а также по производству сухих молочных продуктов.

**Компетентные органы:** Минсельхоз России, РОУ АПК

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

## Программа льготного лизинга

Льготный лизинг оборудования направлен на приобретение оборудования, необходимого для омологации 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.

**Компетентные органы:** Минсельхоз России

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

## Программа строительства мелиоративных сооружений

Компенсация осуществленных расходов на увеличение введенных в эксплуатацию мелиорируемых земель сельскохозяйственного назначения и вовлеченных в оборот сельскохозяйственных угодий в рамках регионального проекта в размере до 50%.

**Компетентные органы:** Минсельхоз России, РОУ АПК

**Регулирование:** [постановление Правительства Российской Федерации от 14.05.2021 г. № 731 \(приложение № 8\)](#)

## Программа компенсации затрат на транспортировку продукции АПК

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

**Компетентные органы:** Минсельхоз России, АО «РЭЦ»

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

## Компенсация затрат на сертификацию продукции АПК на внешних рынках

Компенсация части затрат на сертификацию продукции АПК на внешних рынках в размере 50% или 90% объема затрат на сертификацию, фактически понесенных производителями в течение 12 месяцев. Получить компенсацию можно при условии сертификации продукции АПК, которая включена в утвержденный Минсельхозом России перечень.

**Компетентные органы:** Минсельхоз России, АО «РЭЦ»

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

## Программа продвижения продукции АПК на внешние рынки

Размещение на бесплатной основе в дегустационно-демонстрационных павильонах АО «РЭЦ» российской продукции АПК в зарубежных странах в целях создания эффективной коммуникации с потенциальными потребителями продукции за рубежом.

**Компетентные органы:** АО «РЭЦ», Минсельхоз России

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

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

Возмещение российским экспортерам затрат на аренду выставочной площади и регистрационного сбора, связанных с участием в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях, проводимых за пределами Российской Федерации. Субъектам малого и среднего предпринимательства возмещается до 700 тыс. рублей в год за участие не более чем в 3 выставках, крупному бизнесу возмещается до 2 млн рублей в год за участие не более чем в 3 выставках.

**Компетентные органы:** Минпромторг России, АО «РЭЦ»

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

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

Софинансирование затрат по застройке и сопровождению выставочных стендов российских компаний в рамках национальной коллективной экспозиции, а также по организации доставки выставочных образцов экспортеров, в том числе затраты на их таможенное оформление и страхование. Для субъектов малого и среднего предпринимательства размер софинансирования составляет до 80%, для крупного бизнеса — до 50%.

**Компетентные органы:** Минпромторг России, АО «РЭЦ»

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

# Приложение №1.

## Нормативно-правовая база и органы регулирования

### Нормативное правовое регулирование

Нормативное правовое регулирование в КНР состоит из трех уровней. Первый наивысший уровень — законодательные акты, принимаемые Всекитайским собранием народных представителей (высшим законодательным органом). Второй уровень — подзаконные акты (включая административные акты Госсовета) и нормативные правовые акты, принимаемые министерствами и комитетами на уровне министерств. Третий уровень — подзаконные нормативные правовые акты местного значения.

### Основные законы и положения

#### 1) Закон «О безопасности пищевой продукции»

Закон КНР «О безопасности пищевой продукции» вступил в силу в 2009 г. и был дополнен в 2015 г. 29 октября 2018 г. Всекитайское собрание народных представителей приняло пересмотренный Закон о безопасности пищевой продукции, который вступил в силу 1 октября 2019 г.

Основные положения закона предусматривают:

- надзор в большей степени за процессом производства продуктов питания, нежели за готовой продукцией;
- привлечение производителей и продавцов к ответственности за инциденты, вызванные небезопасными продуктами питания;
- предупреждение рисков;
- строгий контроль за пищевыми продуктами специального назначения (профилактическим, детским, специализированным медицинским питанием);
- ужесточение наказания (вплоть до уголовного) за нарушение закона;
- предоставление импортерам возможности производить оценку продукции иностранных экспортеров и производителей на месте и при необходимости изымать ее из товарооборота;
- распространение действия закона на продукты питания, реализуемые через онлайн-каналы.



## **2) Закон КНР «Об инспекции импортных и экспортных товаров»**

Закон был принят в 1989 г. Действие закона распространяется на все подлежащие обязательной проверке импортные и экспортные, включая продовольственные, товары из Перечня подконтрольных импортных и экспортных товаров. В законе содержатся руководящие правила таможенного оформления по каждому продукту и перечень необходимых документов. В апреле 2018 г. была утверждена новая редакция закона, с учетом реорганизации ряда структур, в частности ГТУ КНР.

## **3) Особые правила Государственного совета по усилению надзора и контроля за безопасностью пищевых и прочих продуктов**

Правила были изданы 26 июля 2007 г. в виде постановления Госсовета №503. Они обязывают производителей продуктов питания и сельскохозяйственной продукции гарантировать экспорт в Китай только тех товаров, которые соответствуют государственно-правовым нормам и стандартам КНР.

## **4) Правила инспекции и карантина при импорте и экспорте**

16 октября 2017 г. Главное государственное управление КНР по контролю качества, инспекции и карантину (AQSIQ) опубликовало Правила инспекции и карантина при импорте и экспорте. В них определяются инспекционные и карантинные процедуры, включая принятие карантинной декларации, экспертизу и проверку документов, полевые и лабораторные инспекционные и карантинные отчеты, изоляционный карантин для животных и растений, карантинную обработку (при необходимости), комплексную оценку, выдачу сертификатов, оформление и архивирование.

## **5) Государственные стандарты безопасности пищевых продуктов**

Эти стандарты носят обязательный характер. Они применяются как к отечественной, так и к импортной продукции. Государственный комитет здравоохранения (до реорганизации — Государственный комитет по делам здравоохранения и планового деторождения КНР) совместно с Главным государственным управлением по регулированию рыночной деятельности занимаются разработкой и внедрением стандартов безопасности пищевых продуктов. С 2010 г. Китай принял более 1 200 государственных стандартов безопасности пищевых продуктов, создав тем самым предварительный, проектный вариант обширной национальной системы стандартов безопасности пищевых продуктов.

## **Органы государственного надзора за сельхозпродукцией и продовольствием**

Китайские государственные органы по регулированию импорта сельхозпродукции и продовольствия находятся в ведении министерств и департаментов Госсовета. Министерства отвечают за выработку политики, стандарты безопасности, аудит и аккредитацию. Департаменты осуществляют функции контроля, управления и реализации, следят за выполнением политических решений, процедур и практик.

### **Административная реформа 2018 г.**

В марте 2018 г. Всекитайское собрание народных представителей объявило о радикальной реорганизации — объединении ряда министерств и ведомств, выполняющих регулирующие функции, в целях де бюрократизации и оптимизации структуры правительства КНР.

Новое Главное государственное управление по регулированию рыночной деятельности (SAMR) совмещает обязанности бывшего Главного государственного управления промышленности и торговли КНР (SAIC), Государственного управления по контролю качества продуктов питания и лекарственных средств (CFDA), а также некоторые функции Главного государственного управления КНР по контролю качества, инспекции и карантину (AQSIQ) и Управления КНР по сертификации и аккредитации (CNCA). В результате сформировалось государственное учреждение с консолидированными, широкими полномочиями по вопросам регулирования рынка, обеспечения безопасности пищевой продукции, проверки качества, сертификации и аккредитации, охраны и защиты прав интеллектуальной собственности. Молочные продукты, профилактическое, детское и специализированное медицинское питание, косметика теперь должны регистрироваться в Главном государственном управлении по регулированию рыночной деятельности КНР (SAMR) до фактического экспорта.

Главное таможенное управление Китая (ГТУ КНР) приняло на себя функции, связанные с карантинным инспектированием импорта и экспорта сельхозпродукции и продовольствия, а также основные функции бывшего Главного государственного управления КНР по контролю качества, инспекции и карантину (AQSIQ), касающиеся технических вопросов доступа на рынки сельхозпродукции и безопасности пищевой продукции. Все подразделения Управления КНР по инспекции и карантину (CIQ), расположенные в китайских портах, интегрированы в структуру ГТУ КНР по инспектированию импорта и экспорта. Кроме того, ГТУ приняло к исполнению некоторые функции Управления КНР по сертификации и аккредитации (CNCA), с полным спектром обязанностей по регистрации для иностранных предприятий, которые экспортируют отдельные виды продукции в Китай, включая мясо, молочные и морепродукты, горох.

## Государственное регулирование

Государственный орган	Компетенция
<p>Главное государственное управление по регулированию рыночной деятельности КНР SAMR</p>	<p>SAMR — это новое управление, в обязанности которого входят:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● управление бизнес-лицензиями;</li> <li>● управление сертификатами на производство и эксплуатацию продовольственных товаров;</li> <li>● всеобъемлющее регулирование рынка;</li> <li>● проведение проверок рынка пищевой продукции;</li> <li>● регистрация пищевой продукции с заявленными свойствами, включая детское, профилактическое и специализированное медицинское питание;</li> <li>● лабораторная сертификация и аккредитация;</li> <li>● создание государственных законов и правил стандартизации, а также отраслевых и региональных стандартов;</li> <li>● регистрация товарных знаков;</li> <li>● регистрация и защита интеллектуальной собственности.</li> </ul>
<p>Главное таможенное управление (ГТУ КНР) GACC</p>	<p>ГТУ КНР — государственный орган, регулирующий импорт продовольствия, в функции которого входят:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● инспекция и карантин импортной сельскохозяйственной продукции в пунктах ввоза;</li> <li>● управление политикой импорта и экспорта;</li> <li>● регистрация и учет зарубежных предприятий, производящих определенную продовольственную и сельскохозяйственную продукцию для экспорта в Китай;</li> <li>● администрирование зон свободной торговли;</li> <li>● сбор таможенных пошлин и налогов;</li> <li>● подготовка и заключение двусторонних соглашений о международном сотрудничестве.</li> </ul>

Государственный орган	Компетенция
<p>Государственный комитет здравоохранения (ГКЗ) ННС</p>	<p>ГКЗ — это новая правительственная организация, которая отвечает за:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● государственные стандарты безопасности пищевых продуктов;</li> <li>● регистрацию нового пищевого сырья и новых пищевых добавок;</li> <li>● утверждение импортных продуктов без государственных стандартов;</li> <li>● оценку рисков, связанных с безопасностью пищевых продуктов.</li> </ul>
<p>Министерство сельского хозяйства и развития сельских регионов MARA</p>	<p>Министерство сельского хозяйства и развития сельских регионов КНР расширяет юрисдикцию бывшего Министерства сельского хозяйства и выполняет следующие функции:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● регулирование качества и безопасности сельскохозяйственных пищевых продуктов китайского производства по всей цепочке — от получения продукции растение- и животноводства до ее поставок на оптовые и розничные рынки, но только до момента поступления на предприятия пищевой переработки;</li> <li>● профилактика и борьба с болезнями животных и растений, регулирование забоя скота и птицы, регулирование производства молока;</li> <li>● взаимодействие с Государственным управлением по регулированию рынка и ГТУ КНР по вопросам доступа на рынки и возможности отслеживать происхождение продукта;</li> <li>● регулирование сферы сельскохозяйственной биотехнологии.</li> </ul>
<p>Министерство торговли КНР MOFCOM</p>	<p>Министерство торговли отвечает за:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● внутреннюю и внешнюю торговлю, международное экономическое сотрудничество на территории всей страны;</li> <li>● вопросы, связанные со Всемирной торговой организацией (ВТО).</li> </ul>

# Приложение №2.

## 10 шагов при подготовке к экспорту

### 1) Оцените готовность вашей компании к экспортной деятельности

**Насколько компания готова к выходу на международные рынки и экспорту своей продукции?**

- Пройдите онлайн-тест на готовность к экспортной деятельности.
- Оцените возможности компании и ее потенциал как экспортера.
- Решите, готова ли компания к экспорту продукции в настоящее время.
- Определите, что необходимо изменить в компании / ее оперативной деятельности/продукции для успешного экспорта.

### 2) Определите конкурентные преимущества вашей продукции и компании

**Насколько конкурентны цены на вашу продукцию по сравнению с мировыми ценами?**

**Что делает вашу компанию и ее продукцию привлекательными на международных рынках?**

- Оцените себестоимость вашей продукции и сравните ее с текущими ценами на мировых рынках.
- Помимо конкурентных цен, определите уникальные продукты и услуги вашей компании, которые не может предложить потенциальным клиентам другая организация.
- Изложите ваше уникальное предложение в четкой тезисной форме.
- Постоянно используйте эти тезисы в своей торговой аргументации и маркетинговых материалах.

### 3) Составьте список приоритетных целевых рынков

**Что должна предпринять ваша компания для усиления своего присутствия на международном рынке?**

- Проанализируйте основные международные потоки импорта/экспорта целевого продукта.
- Определите основные потенциальные рынки.

- Проведите сравнительный анализ этих рынков с точки зрения размера, роста, удаленности, соответствия вашему продукту и/или ценовому предложению, присутствия вашей компании в стране целевого рынка, тарифных и нетарифных барьеров, легкости ведения бизнеса, рисков, сезонных и иных факторов, имеющих отношение к вашему продукту.
- Составьте рейтинг потенциальных рынков.

#### **4) Оцените соответствие вашей продукции требованиям целевого рынка**

##### **Соответствуют ли ваша компания и ее продукция требованиям и стандартам целевого рынка?**

- Оцените требования к компании и/или предприятиям-экспортерам на вашем главном потенциальном рынке.
- Проверьте соответствие своей продукции санитарным, фитосанитарным и иным требованиям других стран к импорту.
- Проверьте соответствие рыночным стандартам, в том числе частным стандартам ключевых клиентов.
- Осуществите контроль упаковки и требований к маркировке.
- Оцените продукцию и свои профессиональные обязательства, а также необходимость иметь страховое покрытие.

#### **5) Изучите ваш целевой рынок/рынки**

##### **Существуют ли для вашей компании и ее продукции реальные возможности на целевом рынке?**

- Оцените себестоимость вашей продукции, доставленной на целевой рынок, и сравните ее с текущей рыночной ценой для определения рентабельности торговых операций.
- Проанализируйте размер и рост приоритетного для вас рынка по ключевым сегментам.
- Изучите тарифные и нетарифные барьеры.
- Определите наиболее привлекательные и прибыльные сегменты, потенциально значимые для вашей продукции.
- Изучите предпочтения и покупательское поведение потенциальных клиентов: как, где и когда они приобретают продукцию, чтобы определить лучшие каналы для связи с ними.
- Выясните потенциальные каналы распределения для выбранного продукта/сегмента.



- Составьте описание ключевых местных и/или международных конкурентов на выбранном рынке / в определенных сегментах и оцените конкурентные угрозы, риски и возможности.
- Определите основных импортеров и потенциальных местных партнеров на рынке.

## **6) Проанализируйте варианты транспортировки продукции, логистики и дистрибуции**

### **Как быстрее, безопаснее и бюджетнее выйти на рынок?**

- Проконсультируйтесь с опытными логистами, экспедиторами и таможенными брокерами, как привлечь клиентов на целевом рынке самым быстрым, безопасным и малозатратным способом в соответствии с особенностями вашей продукции.
- Тщательно изучите потенциальные проблемы логистики на целевом рынке, включая транспортировку и хранение товара внутри страны.
- Оцените риски и дополнительные затраты, которые могут быть связаны с задержками при транспортировке и растаможивании товара.
- Изучите политические, валютные, платежные риски и фактор коррупции, а также оцените вероятность их возникновения и потенциальное влияние на вашу деятельность.
- Рассмотрите соответствующие варианты страхования, компенсации или снижения рисков.

## **7) Определите стратегию выхода на рынок**

### **Как действовать, чтобы преуспеть на целевом рынке?**

- Выберите сегмент(ы) рынка, который(ые) представляет(ют) оптимальные возможности и наиболее подходит(ят) вашей компании и ее продукции.
- Определите расходы, условия доставки (см. ИНКОТЕРМС) и ценовую стратегию.
- Выберите позиционирование на рынке, особенности продукта(ов), каналов и механизмов продвижения.
- Определите модель выхода на рынок (агенты, дистрибьюторы, коммерческий офис, прямые продажи или электронная торговля, лицензирование, франчайзинг, роялти и т.д.), которая будет оптимальна для вашей компании, продукции и ресурсов.

## **8) Определите и выберите местных партнеров на целевом рынке**

**Какие компании являются лучшими и наиболее надежными партнерами для достижения успеха на целевом рынке?**

- Изучите круг потенциальных местных партнеров и составьте список тех, кто наилучшим образом соответствует вашей компании, ее продукции, стратегии и модели выхода на рынок.
- Создайте сравнительную таблицу с основными характеристиками, сильными и слабыми сторонами каждого из ваших потенциальных партнеров и подготовьте итоговый список (шорт-лист).
- По возможности посетите страну лично и познакомьтесь с потенциальными партнерами из итогового списка, чтобы выяснить на месте степень взаимопонимания и перспективы сотрудничества.
- Составьте рейтинг потенциальных партнеров и проведите юридическую проверку.
- Проконсультируйтесь с местным юристом, прежде чем заключать официальный договор с выбранным партнером.

## **9) Проведите повторную оценку своих возможностей и способности обслуживать рынок**

**Что необходимо изменить в компании и какие ресурсы требуется мобилизовать, чтобы преуспеть на новом рынке?**

- Проанализируйте квалификацию своих сотрудников и наличие у них необходимых навыков для выхода на новый рынок.
- Проведите повторную оценку возможностей по своевременной качественной доставке продукции на целевой рынок в должном объеме с соблюдением условий хранения.
- Подумайте о дополнительных инвестициях и ресурсах, в том числе денежных средствах, которые могут понадобиться для развития целевого рынка, механизмов управления им и доставки продукции.
- Оцените, какие изменения необходимо внести в вашу организацию, производство и систему управления, чтобы иметь возможность обслуживать новый рынок.

**10) Подготовьте план экспорта продукции и выделите средства на его реализацию**

- Определите свои цели с точки зрения прибыли и продаж. Будьте реалистичны и объективны, тщательно переосмыслите стратегию выхода на рынок и возможности его развития.
- Подготовьте план действий и оцените связанные с ним затраты, необходимые для развития и управления рынком (планируйте затраты на временной период от года до трех лет в зависимости от вашего времени безубыточности и окупаемости).
- Рассмотрите все дополнительные затраты и инвестиции, которые потребуются от вашей компании для развития и обслуживания нового рынка.
- Рассчитайте точки безубыточности и периоды окупаемости на целевом рынке на основе реалистичного прогноза продаж.
- Составьте прогноз движения денежных средств с учетом того, что экспорт, скорее всего, будет связан с более длительными циклами платежей, а также с дополнительными авансовыми инвестициями.
- Подготовьте комплексный финансовый план.

# Приложение №3. Товаросопроводительная документация

## Транспортная накладная

Приложение № 4  
к Правилам перевозок грузов автомобильным транспортом  
(в ред. Постановлений Правительства РФ от 30.12.2011 № 1208,  
от 03.12.2015 № 1311, от 12.12.2017 № 1529)  
Форма

### ТРАНСПОРТНАЯ НАКЛАДНАЯ

Транспортная накладная		Заказ (заявка)	
Экземпляр №	01	Дата	№
1. Грузоотправитель (грузовладелец)		2. Грузополучатель	
(полное наименование, адрес места нахождения, номер телефона – для юридического лица)		(полное наименование, адрес места нахождения, номер телефона – для юридического лица)	
3. Наименование груза			
кор. кг/нетто		кг/брутто	
<b>Итого кор. кг/нетто</b>		<b>кг/брутто</b>	
(масса нетто (брутто) грузовых мест в килограммах, размеры (высота, ширина и длина) в метрах, объем грузовых мест в кубических метрах)			
(в случае перевозки опасного груза – информация по каждому опасному веществу, материалу или изделию в соответствии с пунктом 5.4.1 ДОПОГ)			
4. Сопроводительные документы на груз			
<b>ТН, ветеринарное свидетельство</b>			
(перечень прилагаемых к транспортной накладной документов, предусмотренных ДОПОГ, санитарными, таможенными, карантинными, иными правилами в соответствии с законодательством Российской Федерации, либо регистрационные номера указанных документов, если такие документы (сведения о таких документах) содержатся в государственных информационных системах)			
<b>Сертификат соответствия</b>			
(перечень прилагаемых к грузу сертификатов, паспортов качества, удостоверений, разрешений, инструкций, товарораспорядительных и других документов, наличие которых установлено законодательством Российской Федерации, либо регистрационные номера указанных документов, если такие документы (сведения о таких документах) содержатся в государственных информационных системах)			
5. Указания грузоотправителя			
<b>КОНТЕЙНЕР</b>			
(параметры транспортного средства, необходимые для осуществления перевозки груза (тип, марка, грузоподъемность, вместимость и др.)			
(указания, необходимые для выполнения фитосанитарных, санитарных, карантинных, таможенных и прочих требований, установленных законодательством Российской Федерации)			
<b>Хранение и перевозка -18-24 С</b>			
(рекомендации о предельных сроках и температурном режиме перевозки, сведения о запорно-пломбировочных устройствах (в случае их предоставления грузоотправителем), объявленная стоимость (ценность) груза, запрещение перегрузки груза)			
6. Прием груза		7. Сдача груза	
ХК "Андреевский" СПб, Парголово, Горское шоссе д.6, лит А		АО "ПКТ", Дорога на Турухтанные острова, 17, Санкт-Петербург	
(адрес места погрузки)		(адрес места выгрузки)	
(дата и время подачи транспортного средства под погрузку)		(дата и время подачи транспортного средства под выгрузку)	
Г		Г	
(фактические дата и время прибытия)		(фактические дата и время прибытия)	
(фактические дата и время убытия)		(фактические дата и время убытия)	
<b>ПЛОМБА</b>			
(фактическое состояние груза, тары, упаковки, маркировки и опломбирования)			
кг		кор	
(масса груза)		(количество грузовых мест)	
<b>представитель</b>		<b>представитель</b>	
(должность, подпись, расшифровка подписи грузоотправителя (уполномоченного лица))		(должность, подпись, расшифровка подписи грузополучателя (уполномоченного лица))	
<b>Водитель</b>		<b>Водитель</b>	
(подпись, расшифровка подписи водителя, принявшего груз для перевозки)		(подпись, расшифровка подписи водителя, сдавшего груз)	
8. Условия перевозки			
(сроки, по истечении которых грузоотправитель и грузополучатель вправе считать груз утраченным, форма уведомления о проведении экспертизы для определения размера фактических недостачи, повреждения (порчи) груза)			
(размер платы и предельный срок хранения груза в терминале перевозчика, сроки погрузки (выгрузки) груза, порядок предоставления и установки приспособлений, необходимых для погрузки, выгрузки и перевозки груза)			
(порядок внесения в транспортную накладную записи о массе груза и способе ее определения, опломбирования крытых транспортных средств и контейнеров, порядок осуществления погрузо-разгрузочных работ, выполнения работ по мойке и дезинфекции транспортных средств)			
(размер штрафа за невывоз груза по вине перевозчика, несвоевременное предоставление транспортного средства, контейнера и просрочку доставки груза; порядок исчисления срока просрочки)			
(размер штрафа за непредъявление транспортных средств для перевозки груза, за задержку (простой) транспортных средств, поданных под погрузку, выгрузку, за простой специализированных транспортных средств и задержку (простой) контейнеров)			
9. Информация о принятии заказа (заявки) к исполнению			
(дата принятия заказа (заявки) к исполнению)		(фамилия, имя, отчество, должность лица, принявшего заказ (заявку) к исполнению)	
		(подпись)	

Продолжение транспортной накладной

Продолжение приложения № 4  
Оборотная сторона

<b>10. Перевозчик</b>		
(фамилия, имя, отчество, адрес места жительства, номер телефона – для физического лица (уполномоченного лица))		
(наименование и адрес места нахождения, номер телефона – для юридического лица)		
(фамилия, имя, отчество, данные о средствах связи (при их наличии) водителя (водителей))		
<b>11. Транспортное средство</b>		
(количество, тип, марка, грузоподъемность (в тоннах), вместимость (в кубических метрах))	(регистрационные номера)	
	<b>Контейнер</b>	
<b>12. Оговорки и замечания перевозчика</b>		
(фактическое состояние груза, тары, упаковки, маркировки и опломбирования при приеме груза)	(фактическое состояние груза, тары, упаковки, маркировки и опломбирования при сдаче груза)	
(изменение условий перевозки при движении)	(изменение условий перевозки при выгрузке)	
<b>13. Прочие условия</b>		
(номер, дата и срок действия специального разрешения, установленный маршрут движения тяжеловесного и (или) крупногабаритного транспортного средства, транспортного средства, перевозящего опасный груз)		
(режим труда и отдыха водителя в пути следования, сведения о коммерческих и иных актах)		
<b>14. Переадресовка</b>		
(дата, форма переадресовки (устно или письменно))	(адрес нового пункта выгрузки, дата и время подачи транспортного средства под выгрузку)	
(сведения о лице, от которого получено указание на переадресовку (наименование, фамилия, имя, отчество и др.))	(при изменении получателя груза – новое наименование грузополучателя и место его нахождения)	
<b>15. Стоимость услуг перевозчика и порядок расчета провозной платы</b>		
(стоимость услуги в рублях, порядок (механизм) расчета (исчислений) платы)	(расходы перевозчика и предъявляемые грузоотправителю платежи за проезд по платным автомобильным дорогам,	
(размер провозной платы (заполняется после окончания перевозки) в рублях)	за перевозку опасных грузов, грузов, перевозимых тяжеловесными и (или) крупногабаритными транспортными средствами, уплату таможенных пошлин и сборов,	
	выполнение погрузо-разгрузочных работ, а также работ по промывке и дезинфекции транспортных средств)	
(полное наименование организации плательщика (грузоотправителя), адрес, банковские реквизиты организации плательщика (грузоотправителя))		
<b>16. Дата составления, подписи сторон</b>		
<b>представитель</b>	(дата)	(подпись)
		<b>АО "ПКТ", Дорога на Турухтанные острова, 17, Санкт-Петербург</b>
<b>17. Отметки грузоотправителей, грузополучателей, перевозчиков</b>		
Краткое описание обстоятельств, послуживших основанием для отметки	Расчет и размер штрафа	Подпись, дата

# Товарная накладная

Унифицированная форма № ТОРГ-12  
Утверждена постановлением Госкомстата России от 25.12.98 №

		Коды
_____ организация-грузотранспортатель, адрес, телефон, факс, банковские реквизиты	Форма по ОКУД	
_____ структурное подразделение	по ОКПО	
Грузополучатель _____ организация, адрес, телефон, факс, банковские реквизиты	Вид деятельности по ОКДП	
Адрес доставки _____ адрес доставки	по ОКПО	
Поставщик _____ организация, адрес, телефон, факс, банковские реквизиты	по ОКПО	
Плательщик _____ организация, адрес, телефон, факс, банковские реквизиты	по ОКПО	
Основание _____ договор, заказ-наряд	номер	
<b>ТОВАРНАЯ НАКЛАДНАЯ</b>	Дата составления	
Номер документа	Транспортная накладная	номер
		дата
		Вид операции

Но- мер по по- рядку	Товар		Единица измерения		Вид упаков- ки	Количество		Масса брутто	Количе- ство (масса нетто)	Цена, USD	Сумма без учета НДС, USD	НДС		Сумма, USD
	наименование, характеристика, сорт, артикул товара	код	наиме- нование	код по ОКЕИ		в одном месте	мест, штук					ставка, %	сумма, USD	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	Крыло ЦБ (локтевая часть) мон. (ФБ) зам.	98725	кг									0%		
Итого														
Всего по накладной												X		

Товарная накладная имеет приложение на \_\_\_\_\_ порядковых номеров записей  
и содержит Один \_\_\_\_\_

Масса груза (нетто) <u>Двадцать семь тысяч кг.</u> Всего мест _____ Масса груза (брутто) _____	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="font-size: 24px; font-weight: bold;">27.000</td> </tr> </table>	27.000
27.000		

Приложение (паспорта, сертификаты и т.п.) на \_\_\_\_\_ листах

Всего отпущено на сумму \_\_\_\_\_

Отпуск разрешил \_\_\_\_\_ должность \_\_\_\_\_ подпись \_\_\_\_\_ расшифровка подписи \_\_\_\_\_

Главный (старший) бухгалтер \_\_\_\_\_ должность \_\_\_\_\_ подпись \_\_\_\_\_ расшифровка подписи \_\_\_\_\_

Отпуск груза произвел \_\_\_\_\_ должность \_\_\_\_\_ подпись \_\_\_\_\_ расшифровка подписи \_\_\_\_\_

М.П. \_\_\_\_\_ апреля \_\_\_\_\_ 2020 года

По доверенности № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

выданной \_\_\_\_\_ кем, кому (организация, должность, фамилия, и. о.) \_\_\_\_\_

Груз принял \_\_\_\_\_ должность \_\_\_\_\_ подпись \_\_\_\_\_ расшифровка подписи \_\_\_\_\_

Груз получил \_\_\_\_\_ должность \_\_\_\_\_ подпись \_\_\_\_\_ расшифровка подписи \_\_\_\_\_

грузополучатель \_\_\_\_\_ должность \_\_\_\_\_ подпись \_\_\_\_\_ расшифровка подписи \_\_\_\_\_

М.П. " " \_\_\_\_\_ 20 года



# Счет-фактура

Приложение № 1 к постановлению Правительства Российской Федерации от 26 декабря 2011 г. № 1712/п  
 (в редакции постановления Правительства Российской Федерации от 10 августа 2017 г. № 861)

**Счет-фактура № — от 2020 г.**  
**Исправление № — от —**

Продавец: ООО

Адрес:

ИНН/КПП продавца:

Грузоотправитель и его адрес: —

Грузополучатель и его адрес: —

К платежно-расчетному документу № от

Покупатель:

Адрес:

ИНН/КПП покупателя:

Валюта: наименование, код

Идентификатор государственного контракта, договора (соглашения) (при наличии):

Наименование товара (описание выполненных работ, оказанных услуг, имущественного права)	Код вида товара	Единица измерения		Количество (объем)	Цена (тариф) за единицу измерения	Стоимость товаров (работ, услуг), имущественных прав без налога - всего	В том числе сумма акциза	Налоговая ставка	Сумма налога, подлежащая уплате покупателем	Стоимость товаров (работ, услуг), имущественных прав с налогом - всего	Страна происхождения товара		Регистрационный номер таможенной декларации	
		код	условное обозначение (национальное)								цифровой код	краткое наименование		
1	1a	2	2a	3	4	5	6	7	8	9	10	10a	11	
Всего к оплате										X				

Руководитель организации  
или иное уполномоченное лицо

\_\_\_\_\_  
(подпись) (Ф.И.О.)

Главный бухгалтер  
или иное уполномоченное лицо

\_\_\_\_\_  
(подпись) (Ф.И.О.)

Индивидуальный предприниматель  
или иное уполномоченное лицо

\_\_\_\_\_  
(подпись) (Ф.И.О.)

\_\_\_\_\_  
(подпись) (Ф.И.О.)  
(размещено самостоятельно в государственной регистрации индивидуального предпринимателя)

# Декларация на товары



## ДЕКЛАРАЦИЯ НА ТОВАРЫ

A 10216170/151119/0213437

1	2 Отправитель/Экспортёр № СМ. ГРАФУ 14 ДТ		1 ДЕКЛАРАЦИЯ ЭК 10 ЭД	
	8 Получатель № GUANGZHOU DONGYI FOODS CO.LTD CHINA, HUANSIXI ROAD , LIWAN, GUANGZHOU, BOOTH 51-53, ZONE3, NO. 5 SHUICHANG STREET		9 Лицо, ответственное за финансовое урегулирование № СМ. ГРАФУ 14 ДТ	
14 Декларант № 232805415126 ИП ХЛЫСТУН ТАТЬЯНА СЕРГЕЕВНА РОССИЯ, КРАСНОДАРСКИЙ КРАИ, ВЫСЕЛКОВСКИЙ Р-ОН, СТ. ВЫСЕЛКИ, УЛ. ВЕСЕЛАЯ, 18 318237500321122		15 Страна отправления РОССИЯ		17 Код страны отпр. а RU б
16 Страна происхождения РОССИЯ		17 Страна назначения КИТАЙ		13
18 Идентификация и страна регистрации трансп. средства при отправлении/пробытии :		19 Конт. 1		20 Условия поставки FCA ПГТ СОВЕТСКИЙ (РМЭ)
21 Идентификация и страна регистрации активного трансп. средства на границе 1: МОРСКОЕ СУДНО		22 Валюта и общая сумма по счету USD 45900.00		24 Характер сделки 010 00
25 Вид транспорта 10 на границе		26 Вид транспорта внутри страны		27 Место погрузки/разгрузки
28 Финансовые и банковские сведения		29 Орган въезда/выезда		30 Место нахождения товаров СМ. ДОПОЛНЕНИЕ
31 Грузовые места и описание товаров		32 Товар № 1		33 Код товара 0207149909
Маркировка и количество - Номера контейнеров - Количество и отличительные особенности 1-ПИЩЕВЫЕ СУБПРОДУКТЫ ДОМАШНИХ КУР, ЗАМОРОЖЕННЫЕ КУРИНЫЕ НОГИ ЦЫПЛЯТ-БРОЙЛЕРОВ/ FROZEN BROIKER CHICKEN FEET, ДАТА ВЫРАБОТКИ 07-10/2019Г., МАРКИРОВКА LLC "PTITSEFABRIKA AKASHEVSKAYA" ФИРМА: ООО "ПТИЦЕФАБРИКА АКАШЕВСКАЯ" (ТМ) ОТСУТСТВУЕТ 2-1800. СТ-1800 3-CN 1: EGSU5013049		34 Код страны происх. а RU б		35 Вес брутто (кг) 27810.000
36 Преференция ЭС-----		37 ПРОЦЕДУРА 1000 000		38 Вес нетто (кг) 27000.000
39 Квота		40 Общая декларация/Предшествующий документ		41 Дополнит. единицы
42 Цена товара 45900.00		43 Код МОС		44 Дополнит. информация/Представл. документы 01201/0 7804901 ОТ 13.11.19 02012/0 7816237279-F19-01617 ОТ 12.11.19 03011/2 090919 ОТ 09.09.19 10216170/111019/0185604 03012/0 2 ОТ 09.09.19 04031/0 19090014/2518/0000/1/2 04011/2 469714221 ОТ 08.08.2018 10216170/290819/0157269; СМ. ДОПОЛНЕНИЕ
45 Таможенная стоимость 48600.00		46 Статистическая стоимость		47 Исчисление платежей
48 Отсрочка платежей		49 Реквизиты склада		50 Отсрочка платежей
Вид		Основная начисления	Ставка	Сумма
1010			750РУБ	750.00
1010				0 УМ
Всего:				0.00
51 Предполагаемые органы (и страна) транзита		C 2-10 ВЫПУСК ТОВАРОВ РАЗРЕШЕН 151119 ЛНП 468		52 Гарантия надежности для
D 10 ВЫПУСК ТОВАРОВ РАЗРЕШЕН СЛОВОВА ДАРЬЯ НИКОЛАЕВНА		53 Орган (и страна) назначения		54 Место и дата 1-0804/00 26.06.17 7805592899/781001001, 11002/2 0804/00-19/41 19.06.19 2-11001/2 МАРЬЕТА ЮЛИЯ ВАЛЕНТИНОВНА, ПАСРФ 40 09 960210 15.03.2010. 8/921)313-74-42, СПЕЦИАЛИСТ ОТДЕЛА ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ОФОРМЛЕНИЯ 3-11003/2 ПРИКАЗ 1 11.01.16 11.02.24

## Товарно-транспортная накладная (CMR)

1 Отправитель (наименование, адрес, страна) Absender (Name, Anschrift, Land)		Международная товарно-транспортная накладная Internationaler Frachtbrief		<b>CMR</b> №17867		
ООО «Птицефабрика Акашевская» 425400, РМЭ, Советский район, пгт Советский, ул. Шоссейная, 30		Данная перевозка, несмотря на какие прочие договоры, осуществляется в соответствии с условиями Конвенции о договоре международной дорожной перевозки груза (КДПГ)		Diese Beförderung unterliegt trotz einer gegenteiligen Domizipation den Bestimmungen des Übereinkommens über den Beförderungsvertrag im internationalen Straßengüterverkehr (CMR)		
По заказу ИП Хлыстун Татьяна Сергеевна, ИНН 232805415126 Пер. № 318237500321122		16 Перевозчик (наименование, адрес, страна) Frachtführer (Name, Anschrift, Land)		ООО «СУПЕРКАРГО»		
2 Получатель (наименование, адрес, страна) Empfänger (Name, Anschrift, Land)		17 Последующий перевозчик (наименование, адрес, страна) Nachfolgende Frachtführer (Name, Anschrift, Land)				
Science city (Guangzhou) International Trade Co, Ltd Add: Room 601 ,No.2,Lian Yun Road,East District of Guangzhou Development Zone,P.R.China Tel: 020-89855401						
3 Место разгрузки груза AuslieferungsortesGutes						
Место/Ort Порт Санкт-Петербург / port of Saint-Petersburg ЗАО «Контейнерный терминал Санкт-Петербург» /РФ, Санкт-Петербург, Элеваторная (Угольная гавань) пл-ка КТСП RU 1946505						
Страна/Land <b>Российская Федерация, 10216170</b>						
4 Место и дата погрузки груза Ort und Tag Übernahme des Gutes						
Место/Ort. <b>ООО «Птицефабрика Акашевская» 425226, РМЭ, Медведевский район, п. Юбилейный, ул. Производственная, д.22</b>						
Страна/Land <b>Российская Федерация</b>		18 Оговорки и замечания перевозчика Vorbehalte und Bemerkungen der Frachtführer				
Дата/Datum <b>17.01.2020 г.</b>						
5 Прилагаемые документы Beigefügte Dokumente						
Инвойс № 231219-1, 23.12.19 г. Вет. св-во № г. 3989825866,3989825867,3989825871,3989825873,3989825875,3989825876, 3989825877,3989825878,3989825880,3989825882,3989825883, 3989825884, 3989825890						
6 Знаки и номера Kennzeichen und Nummern	7 Количество мест Anzahl der Packstücke	8 Род упаковки Art der Verpackung	9 Наименование груза Bezeichnung des Gutes	10 Статист. № Statistik-Nr.	11 Вес брутто с коробками, кг Bruttogew., kg	12 Объем, м³ Umfang m³
1800 <b>КАРТОННЫЙ КОРОБ</b>						
1. Субпродукты птицы обработанные ноги цыплят-бройлеров глубокомороженные					27 810	
Итого вес нетто: 27 000						
Пл.№426139 SZLU9197721						
Класс Klasse	Цифра Ziffer	Буква Buchstabe	ДОПОГ ADR			
13 Указания отправителя (таможенная и прочая обработка) Anweisungen des Absenders (Zoll- Und sonstige amtliche Bearbeitung)			19 Подлежит оплате Zu zahlen vom:	Отправитель Absender	Валюта Währung	Получатель Empfänger
			Ставка Fracht			
14 Возврат Rückerstattung			20 Особые согласованные условия Besondere Vereinbarungen			
15 Условия оплаты Frachtzahlungsanweisungen FCA – п. Юбилейный , 100%-предоплата согласно Контракту № 051219-1 от 04.12.19 г.			ТЕМПЕРАТУРНЫЙ РЕЖИМ -18 С			
Франко Frei Не франко Unfrei						
21 Составлен в Ausgefertigt in		пгт. Советский		Дата 16.01.2020 г.		24 Груз получен Дата GutempfangenDatum
22		23		Am „ „ 20		
		Водитель: Куркин Петр Валерьевич		Прибытие под погрузку мин. Ankunft für BeladungMin.		
				Убытие мин. AbfahrtMin.		
25 Регистрац. номер/ Tягач/Kfz		26 Марка/Тур				
B562XT47 АУ601147		Вольво				

## Сертификат происхождения

1. Exporter (name, address, country)		ORIGINAL №	
2. Consignee (name, address, country)		CERTIFICATE OF ORIGIN Issued in the Russian Federation	
3. Means of transport and route By sea Name of the vessel: Port of Loading: Port of Discharge: Container №		4. For official use	
5. Country of origin RUSSIAN FEDERATION		6. Supplementary details B/L № Invoice № contract №	
7. Item number	8. Description of goods	9. Number and kind of packages	10. Gross weight or other quantity
1.	FROZEN BROILER CHICKEN FEET GRADE C	1800 cartons	27810,00/ 27000,00 kgs gross/net
11. Certification It is hereby certified, that the declaration by the exporter is correct  SAINT-PETERSBURG CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY 46-48, UL. TCHAIKOVSKOGO, SAINT-PETERSBURG, 191123, RUSSIA  SAINT-PETERSBURG 2019-11-22 ..... Place, date, signature, name and stamp of certifying authority		12. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct; that the goods are of origin of the country shown in box No 5; that the goods are exported to  ..... CHINA (importing country)  SAINT-PETERSBURG 2019-11-22 ..... Place, date, stamp and signature of authorized signatory	

**Коносамент**



**EVERGREEN LINE**

A Joint Service Agreement

**BILL OF LADING**

NOT NEGOTIABLE UNLESS CONSIGNED TO ORDER  
**ORIGINAL**

(2) Shipper/Exporter (complete name and address) <b>IP KHYLSTUN TATIANA SERGEEVNA</b> <b>TAX.NR 232805415126 ; REG.NR</b> <b>318237500321122</b> <b>353100, KRASNODAR AREA, VYSELKI,</b> <b>VESELAYA STR. 18</b>		(5) Document No. <b>507900045964</b>
(3) Consignee (complete name and address) (unless provided otherwise, a consignee 'To Order' means To Order of Shipper) <b>GUANGZHOU DING YI FOODS CO.LTD</b> <b>BOOTH 51-53, ZONE 3, NO5</b> <b>SHUICHANG STREET, HUANSHIXI</b> <b>ROAD, LIWAN, GUANGZHOU,</b> <b>GUANGDONG, CHINA</b> <b>USCC 9144010377621652X3*</b>		(6) Export References  (7) Forwarding Agent  
(4) Notify Party (complete name and address) <b>GUANGZHOU DING YI FOODS CO.LTD</b> <b>BOOTH 51-53, ZONE 3, NO5</b> <b>SHUICHANG STREET, HUANSHIXI</b> <b>ROAD, LIWAN, GUANGZHOU,</b> <b>GUANGDONG, CHINA</b> <b>USCC 9144010377621652X3*</b>		(8) Point and Country of Origin (for the Merchant's reference only)  (9) Also Notify Party (complete name and address)  
(12) Pre-carriage by <b>A LA MARINE 19029S</b>	(13) Place of Receipt/Date <b>ST. PETERSBURG, FCT</b>	In Witness Whereof, the undersigned, on behalf of the Carrier and Vessel Provider, Evergreen Marine (UK) Limited, has signed the number of Bill(s) of Lading stated below, all of this tenor and date, one of which being accomplished, the others to stand void. (10) Onward Inland Routing/Export Instructions (which are contracted separately) Merchants entirely for their own account and risk)
(14) Ocean Vessel/Voy. No. <b>COSCO HARMONY 050E</b>	(15) Port of Loading <b>ST. PETERSBURG, FCT</b>	
(16) Port of Discharge <b>YANTIAN, CHINA</b>	(17) Place of Delivery <b>YANTIAN, CHINA</b>	
Particulars furnished by the Merchant		

(18) Container No. And Seal No. Marks & Nos.	(19) Quantity And Kind of Packages	(20) Description of Goods	(21) Measurement (M <sup>3</sup> ) Gross Weight (KGS)
CONTAINER NO./SEAL NO.			27,810.000 KGS
EGSU5013049/4RH/2259814 /45425784 /	1800 CARTONS (REEFER HI-CUBE) 1 X 4RH	FROZEN BROILER CHICKEN FEET GRADE C TOTAL 27 000.00 NET WEIGHT KGS  REEFER CONTAINER TEMPERATURE SET AT -18.0 DEGREES CELSIUS  "OCEAN FREIGHT PREPAID" SHIPPER'S LOAD & COUNT	
(22) TOTAL NUMBER OF CONTAINERS OR PACKAGES (IN WORDS)	ONE (1) CONTAINER ONLY		(23) Declared Value \$ If Merchant enters actual value of Goods and pays the applicable ad valorem tariff rate, Carrier's package limitation shall not apply. <b>502717</b>

(24) FREIGHT & CHARGES	Revenue Tons	Rate	Per	Prepaid	Collect

(25) B/L NO. <b>EGLV</b> <b>507900045964</b>	(27) Number of Original B(s)/L <b>THREE (3)</b>	(29) Prepaid at <b>ST. PETERSBURG, PLP</b>	(30) Collect at
(26) Bill of Lading Issue/Date <b>ST. PETERSBURG, PLP NOV. 24, 2019</b>	(28) Place of B(s)/L Issue/Date <b>ST. PETERSBURG, PLP NOV. 24, 2019</b>	(31) Exchange Rate	(32) Exchange Rate
(34) Bill of Lading Type/Code <b>FCL/FCL 0/0</b>	(33) Laden on Board <b>NOV. 24, 2019</b> <b>A LA MARINE 19029S</b> <b>ST. PETERSBURG, FCT</b>	<b>EVERGREEN SHIPPING AGENCY (RUSSIA) LIMITED</b> As agent for the Carrier and the Vessel Provider Evergreen Marine (UK) Limited doing business as "Evergreen Line"	

FORM NO. DOC1004-07 TERMS OF BILL OF LADING ARE CONTINUED ON THE BACK HEREOF AND ENLARGED VERSION OF BILL OF LADING IS AVAILABLE ON [www.evergreen-line.com](http://www.evergreen-line.com) (1)



## Акт о приеме-передаче товарно-материальных ценностей на хранение

Унифицированная форма № МХ-1  
Утверждена постановлением Госкомстата  
России от 09.08.99 №66

<small>(организация-хранитель, адрес, телефон, факс)</small>			Код
<b>Склад ответственного хранения</b>	Форма по ОКУД		0335001
<small>(структурное подразделение)</small>	по ОКПО		73357023
	Вид деятельности по ОКДП		
<small>покладжатель (наименование, адрес, телефон, факс)</small>	по ОКПО		
	Договор	номер	
<small>фамилия, имя, отчество)</small>		дата	
	Вид операции		

Номер документа	Дата составления:	Время составления:

### АКТ

### О ПРИЕМЕ-ПЕРЕДАЧЕ ТОВАРНО-МАТЕРИАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ НА ХРАНЕНИЕ

Акт составлен в том, что приняты на хранение

\_\_\_\_\_ (наименование, номер места хранения) \_\_\_\_\_ (срок хранения) **дней**

следующие товарно-материальные ценности:

№	Товарно-материальные ценности		Характеристика	Единица измерения		Кол-во коробок (шт)	Вес		Вес брутто (кг)	Кол-во паллет (шт)
	наименование, вид упаковки	код		наименование	код по ОКЕИ		Цена, руб. коп.	Вес нетто (кг)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1			Кор							
№ конт. расх.						Всего по акту:				

Условия хранения \_\_\_\_\_  
Особые отметки \_\_\_\_\_

Товарно-материальные ценности на хранение :

**Сдал** \_\_\_\_\_ (должность)      \_\_\_\_\_ (подпись)      \_\_\_\_\_ (расшифровка подписи)  
М.П.

**Принял** \_\_\_\_\_ Оператор (должность)      \_\_\_\_\_ (подпись)      \_\_\_\_\_ Олег Семенов (расшифровка подписи)  
М.П.



## Акт о возврате товарно-материальных ценностей, сданных на хранение

Унифицированная форма № МХ-3  
Утверждена постановлением Госкомстата  
России от 09.08.99 №66

(организация-хранитель, адрес, телефон, факс)	
<b>Склад ответственного хранения</b>	
(структурное подразделение)	
поклажедатель (наименование, адрес, телефон, факс)	Вид деятельности по ОКДП
(фамилия, имя, отчество)	по ОКПО
	Договор
	номер
	дата
	Вид операции

Номер документа	Дата составления:	Время составления:

### АКТ

#### О ВОЗВРАТЕ ТОВАРНО-МАТЕРИАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ, СДАННЫХ НА ХРАНЕНИЕ

Акт составлен в том, что поклажедатель принял от хранителя следующие товарно-материальные ценности:

№	Товарно-материальные ценности		Характеристика	Единица измерения		Кол-во коробок (шт)	Цена, руб. коп.	Вес нетто (кг)	Вес брутто (кг)	Кол-во паллет (шт)
	наименование, вид упаковки	код		наименование	код по ОКЕИ					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1				Кор						
2				Кор						
№ конт. расх.						Всего по акту:				

Условия хранения \_\_\_\_\_

Особые отметки \_\_\_\_\_

В соответствии с договором о хранении за время хранения \_\_\_\_\_ дней вышеперечисленных товарно-материальных ценностей организацией-хранителем выполнены, а поклажедателем приняты следующие работы и услуги:

Товарно-материальные ценности на хранение :

Принял \_\_\_\_\_

(должность)

(подпись)

(расшифровка подписи)

М.П.

Сдал \_\_\_\_\_

Оператор

(должность)

Роман Коршунов

(расшифровка подписи)

М.П.

# Приложение №4.

## Возмещение НДС при экспорте товаров

Экспортные товары облагаются НДС по ставке 0%. Право на применение такой ставки необходимо подтвердить документально. Для этого в ИФНС представляются копии следующих документов (пп. 1 п. 1 ст. 164, п. 1 ст. 165 НК РФ):

- контракт с иностранным покупателем;
- таможенная декларация с отметками таможи;
- товаросопроводительные и транспортные документы с отметками таможи.

На сбор пакета подтверждающих документов отведено 180 календарных дней с даты помещения товаров под таможенную процедуру экспорта (п. 9 ст. 165 НК РФ). До сбора документов или истечения 180 дней реализация экспортных товаров в декларации по НДС не отражается.

Не позднее 5 календарных дней с даты отгрузки товаров на экспорт необходимо выставить счет-фактуру в двух экземплярах (для себя и покупателя). В графах 7 и 8 счета-фактуры указывается нулевая ставка НДС и нулевая сумма налога соответственно. В книге продаж счет-фактура регистрируется в квартале, в котором собраны все подтверждающие документы (п. 4 ст. 166, п. 9 ст. 167 НК РФ, п. 2. Правил ведения книги продаж, утв. Постановлением Правительства РФ от 26.12.2011 №1137).

Если необходимые документы не собраны в установленный срок, счет-фактура выставляется в одном экземпляре (для себя) и в нем указывается стандартная ставка НДС (10% или 20%) и соответствующая ей сумма налога. Счет-фактура регистрируется в дополнительном листе книги продаж за квартал, в котором товар был отгружен на экспорт.

## Учет НДС при экспорте

Экспортируя товар, организация имеет право на вычет входного НДС по нему (п. 9 ст. 167, п. 3 ст. 172 НК РФ). При этом входной НДС в отношении товаров (не являющихся сырьевыми), оприходованных с 01.07.2016, принимается на учет в общем порядке. Соответственно, вести отдельный учет НДС по экспорту в таком случае не нужно. Если экспортируются сырьевые<sup>6</sup> или принятые на учет до 01.07.2016 иные товары (а помимо экспорта есть операции, облагаемые НДС

---

<sup>6</sup> К сырьевым товарам относятся (НК РФ абз. 3 п. 10 ст. 165; письмо Минфина от 14.09.2016 № 03-07-08/53679) минеральные продукты; продукция химической промышленности и связанных с ней других отраслей промышленности; древесина и изделия из нее; древесный уголь; жемчуг и изделия из него; драгоценные, полудрагоценные камни и изделия из них; драгоценные, недрагоценные металлы и изделия из них. Соответственно, иные товары являются несырьевыми.

по другим ставкам или же не облагаемые этим налогом), то необходимо вести отдельный учет НДС (Письмо ФНС России от 31.10.2014 №ГД 43/22600). Порядок его ведения прописывается в учетной политике. Принять налог к вычету в этом случае можно на последнее число квартала, в котором собран полный пакет документов, подтверждающих применение нулевой ставки НДС.

## **Восстановление НДС при экспорте**

Если по сырьевым или принятым на учет до 01.07.2016 иным товарам (которые в дальнейшем экспортируются) ранее принят входной НДС к вычету (например, изначально товары предназначались для перепродажи внутри страны), то этот НДС будет необходимо восстановить (Письмо Минфина России от 08.05.2015 №03-07-11/26720). Сделать это нужно в том квартале, когда произошла экспортная отгрузка. Суммы восстановленного НДС отражаются в строке 100 графы 5 Раздела 3 Декларации по НДС. Подтвердив право на ставку 0%, можно снова принять НДС к вычету. Если же речь идет об экспорте несырьевых товаров, принятых на учет с 01.07.2016, восстанавливать НДС по ним не нужно.

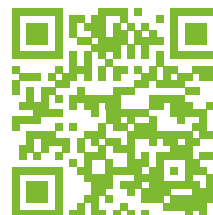
## **Заполнение декларации по НДС при экспорте**

Экспортная реализация отражается в общей декларации по НДС (утв. приказом ФНС России от 29.10.2014 №ММВ-7-3/558). Под экспортные операции отведены разделы 4–6: в разделе 4 отражается подтвержденный экспорт, в разделе 6 — неподтвержденный, раздел 5 предназначен для расчета вычетов по экспортным операциям. При этом, если экспортируются несырьевые товары, принимаемый к вычету НДС по ним отражается в разделе 3 декларации (письмо ФНС России от 06.07.2017 №СД-4-3/13093). Если документы, подтверждающие нулевую ставку НДС, собраны в срок, то заполняется раздел 4 декларации за тот квартал, когда эти документы собраны. Вместе с декларацией в ИФНС нужно представить и сами документы (НК РФ п. 10 ст. 165; письмо Минфина России от 15.02.2013 №03-07-08/4169). Если собрать документы вовремя не удалось, экспортную реализацию нужно обложить по обычной ставке НДС (10% или 20%), подав уточненную декларацию с заполненным разделом 6 за период, в котором товар экспортирован. Соответственно, в бюджет необходимо будет уплатить налог, а также пени.

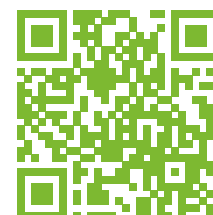
После того как документы собраны, они сдаются в инспекцию вместе с декларацией за текущий квартал с заполненным разделом 4. В случае отсутствия претензий относительно применения нулевой ставки, уплаченный НДС вернут по заявлению. Однако пени в данном случае остаются в бюджете.

# 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.



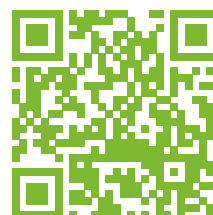
[Мероприятия](#) — в разделе вы найдете информацию о международных мероприятиях для российских экспортеров аграрной продукции, а также анонсы предстоящих мероприятий ФГБУ «Агроэкспорт».



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



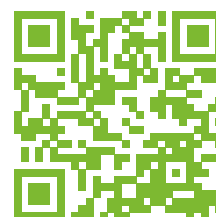
[Барьеры](#) — постоянно обновляемая база данных по статусу доступа российской продукции на зарубежные рынки.



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](http://www.t.me/mcxae)

Яндекс Дзен: [www.zen.yandex.ru/id/5ddd1a7cd8a5147cefe9d66c](http://www.zen.yandex.ru/id/5ddd1a7cd8a5147cefe9d66c)

## **Связаться с нами:**

---

Сайт: [www.aemcx.ru](http://www.aemcx.ru)

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

Почта: [info@aemcx.ru](mailto:info@aemcx.ru)

Вконтакте: <https://vk.com/aemcx>



