

Экспортный гид

МЯСО ПТИЦЫ



Китай



Экспортный гид

МЯСО ПТИЦЫ



Китай

Гид создан при участии:



Предисловие

В данном экспортном гиде рассматривается рынок мяса птицы в Китае. Потребление мяса птицы в стране растет, при этом наблюдается увеличение объемов импорта данного вида мяса.

Экспорт в Китай имеет свои сложности, однако это растущий рынок с большим потенциалом. Успешный экспорт мяса птицы в Китай требует тщательно разработанной стратегии с учетом следующих аспектов:

- текущих и возникающих тенденций и их влияния на рынок мяса птицы;
- потребительских предпочтений населения;
- использования разветвленной торгово-распределительной сети: оптовой, традиционной розничной, интернет-торговли и пр.;
- особенностей доступа на рынок Китая с точки зрения требований к производителям и продукции;
- логистической инфраструктуры;
- специфики организации поставок;
- особенностей ведения бизнеса в Китае.

Экспортный гид разработан как подробное руководство для российских компаний, которые рассматривают возможность экспорта мяса птицы в Китай.

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

© Все права защищены.

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



Оглавление

Резюме	5
Список сокращений.....	7
Введение	10
1. Краткий обзор — Китай	13
1.1. Экономические тенденции	15
1.2. Политические тенденции.....	22
1.3. Демографические тенденции	23
1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок страны	26
2. Обзор рынка.....	28
2.1. Объем и динамика рынка	30
2.2. Потребительские предпочтения	59
2.3. Торгово-распределительная сеть.....	62
2.4. Конкурентная среда и участники рынка	66
3. Доступ на рынок: ветеринария	71
3.1. Описание базовых принципов Соглашения между Россией и Китаем... 73	
3.2. Включение предприятий в Реестры для осуществления экспорта	76
3.3. Экспортный сертификат.....	78
3.4. Процедура ветеринарной сертификации продукции.....	79
3.5. Лабораторные исследования	81
3.6. Отгрузка продукции на экспорт	82
4. Организация поставок (коммерция)	84
4.1. Требования к продукту и упаковке.....	86
4.2. Основные базовые типы контрактов и условий	88
4.3. Процесс заключения и выполнения контракта	89
4.4. Варианты цепочки поставок на экспорт.....	90
4.5. Основные риски при экспорте товаров в Китай	92
5. Тарифные и нетарифные барьеры	93
6. Организация экспортных поставок	97
6.1. Логистика	99
6.2. Осуществление валютно-финансовых операций	115
6.3. Формы присутствия на рынке.....	118
6.4. Защита интеллектуальной собственности	123
7. Особенности ведения бизнеса.....	130

8. Преимущества и риски поставок.....	136
8.1. Преимущества.....	138
8.2. Риски.....	139
9. Особенности и барьеры входа на рынок.....	142
9.1. Ключевые факторы успеха на рынке	144
9.2. Отраслевые выставки и ярмарки	145
10. Карта действий экспортера	147
11. Контактная информация	151
11.1. Потенциальные партнеры	153
11.2. Профильные организации	153
12. Государственная поддержка экспорта продукции АПК	155
Словарь: термины и определения	161
Приложение №1.	
10 шагов при подготовке к экспорту	164
Приложение №2.	
Национальные стандарты КНР по безопасности продуктов питания	169
Приложение №3.	
Товаросопроводительная документация	171
Приложение №4.	
Возмещение НДС при экспорте товаров.....	182
Приложение №5.	
Образцы продуктов и спецификаций	184
Приложение №6.	
Особые экономические зоны.....	190

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%.
- Китай — крупнейший рынок мяса, обеспечивающий около четверти его потребления в мире. КНР также занимает лидирующую позицию в структуре мирового импорта, ежегодно закупая от 6 до 10 млн тонн мяса и пищевых субпродуктов на внешних рынках.
- В 2022 г. общий объем производства мяса в Китае составил 93,3 млн тонн, что выше показателей 2021 г. на 3,7%. В структуре китайского производства мяса наибольшая доля (59,4% или 55,4 млн тонн по итогам 2022 г.) традиционно приходилась на свинину. Производство мяса птицы заняло второе место — 24,4 млн тонн, увеличившись на 2,6% по сравнению с 2021 г.
- В структуре китайского производства мяса птицы по видам в 2022 г. наибольшую долю (68,0%) занимала курятина. Доля производства мяса уток, а также мяса гусей и цесарок составила 17,0% и 15,0% соответственно. Данные виды мяса используются в традиционной китайской кухне и поэтому широко представлены как в рационе местных жителей, так и на прилавках магазинов.
- Порядка 95,9% потребления мяса птицы в Китае в 2022 г. обеспечивалось за счет местного производства, оставшаяся часть приходилась на импортное замороженное мясо. В 2022 г. потребление мяса птицы в Китае достигло 25,5 млн тонн, увеличившись по отношению к 2021 г. на 1,7% (+421,2 тыс. тонн). За 2018-2022 гг. объемы потребления мяса птицы увеличились на 26,0% (+5,2 млн тонн).
- Последние три года среднедушевое потребление мяса птицы в Китае составило около 18 кг. По сравнению с 2018 г. потребление увеличилось на 25,3%.
- В 2022 г. экспорт мяса птицы Китая составил 278,9 тыс. тонн на 766,7 млн долл. США, что на 19,3% выше 2021 г. в натуральном и на 13,8% в стоимостном выражении. Большая часть экспортируемого Китаем мяса птицы поставляется в Гонконг. Другими покупателями китайского мяса птицы также являются Малайзия, Монголия, Камбоджа и Макао.

- В 2022 г. Китай импортировал 1 316,5 тыс. тонн на 4 166,2 млн долл. США, снизив объемы закупок в натуральном выражении на 11,1% к 2021 г. Между тем за счет увеличения средних цен на мясо птицы в стоимостном выражении отмечен рост на 18,6%. Лидерами по поставкам мяса птицы в Китай в 2022 г. стали Бразилия, США, Россия, Таиланд и Аргентина.
- В 2022 г. на продажи в розничных магазинах пришлось 28,2% совокупного объема потребления мяса птицы в Китае, еще 23,7% — на сектор общественного питания и 16,9% — на институциональных потребителей (образовательные и медицинские учреждения, армия, тюрьмы и т.д.). Около трети объемов потребления мяса птицы (31,2%) приходилось на сектор переработки.

Список сокращений

Список англоязычных сокращений

BRI	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
B2B	Business to Business — схема коммерческих взаимоотношений, где в качестве покупателя выступает другая компания
B2C	Business to Consumer — схема коммерческих взаимоотношений, где в качестве покупателя выступает конечный потребитель
CIF	Cost, Insurance and Freight — стоимость, страхование и фрахт — международный коммерческий торговый термин
CIFER	China Import Food Enterprises Registration — китайская регистрационная система предприятий по импорту пищевых продуктов в Китае
GACC	General Administration of Customs of the People's Republic of China — Главное таможенное управление Китайской Народной Республики. Компетентный орган Китая, наделенный полномочиями по осуществлению таможенного контроля, а также проведения инспекции поступающей животноводческой, растениеводческой и другой пищевой продукции на территорию страны, с целью подтверждения их безопасности
GB	GuoBiao Standards — национальные стандарты Китая. Данные стандарты классифицируются на обязательные (GB) или рекомендуемые к исполнению (GB/T)
НАССР	Hazard Analysis and Critical Control Points — концепция, предусматривающая систематическую идентификацию, оценку и управление опасными факторами, существенно влияющими на безопасность продукции
HoReCa	Hotels/Restaurants/Catering — сегмент сферы услуг (общественного питания и гостиничного хозяйства) и канал сбыта с потреблением продукции непосредственно в месте покупки
HS	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 ее основе разработана Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД)

IQF	Individual Quick Freezing — индивидуальная быстрая заморозка
MARA	Ministry of Agriculture and Rural Affairs — Министерство сельского хозяйства и развития сельских регионов
O2O	Online-to-Offline (O2O) — вид маркетингового приема, который побуждает людей, привыкших делать покупки онлайн, совершать их оффлайн: покупать товар в реальных магазинах, посещать торговые центры и т.п.
WFOE	Wholly Foreign-Owned Enterprise — предприятие со 100% иностранным капиталом
WGI	World Governance Indicators — индикаторы качества государственного управления в мире — показатели, вычисляемые Всемирным банком по собственной методике

Список русскоязычных сокращений

АИС	Автоматизированная информационная система
АПК	Агропромышленный комплекс
АТЭС	Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество
ВВП	Валовой внутренний продукт (Gross domestic product — GDP)
ВСД	Ветеринарные сопроводительные документы
ВТО	Всемирная торговая организация (World Trade Organization — WTO)
ВЭД	Внешнеэкономическая деятельность
ГТУ КНР	Главное таможенное управление Китайской Народной Республики
ЕАЭС	Евразийский экономический союз
ЗСТ	Зона свободной торговли (Free Trade Zones — FTZ)
ЗЭР	Зона экономического развития
МВФ	Международный валютный фонд
МДУ	Максимально допустимый уровень
НДС	Налог на добавленную стоимость

Список сокращений

ПИИ	Прямые иностранные инвестиции
СП	Совместное предприятие
ТН ВЭД	Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности
ТР ТС	Технический регламент Таможенного союза
ТТН	Товарно-транспортная накладная
УПД	Универсальный передаточный документ
УСН	Упрощенная система налогообложения
ФАО	Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН (ФАО) — Food and Agriculture Organization (FAO)
ФГБУ	Федеральное государственное бюджетное учреждение
ФНС России	Федеральная налоговая служба Российской Федерации
ФТС России	Федеральная таможенная служба Российской Федерации
ЦБ РФ	Центральный банк Российской Федерации
ЭВСД в системе «Меркурий»	Электронные ветеринарные сопроводительные документы



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 км²

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

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

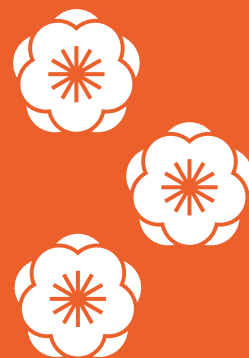
Объем импорта продукции АПК: 224,0 млрд долл. США

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

1.3.

Демографические тенденции

1.2.

Политические 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.

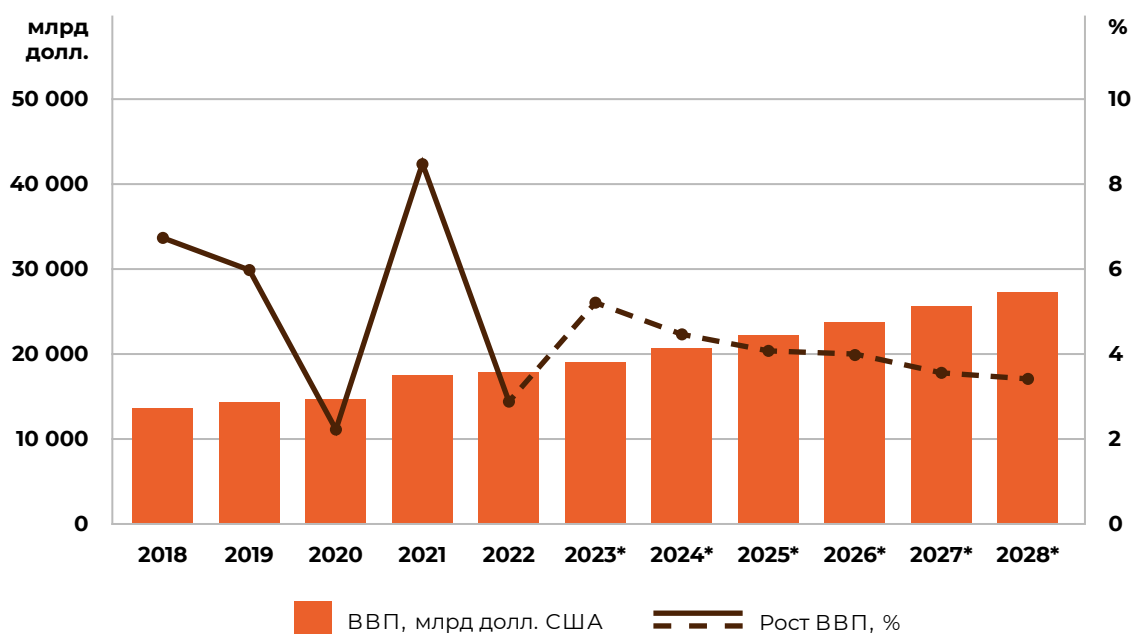
Главным фактором, определяющим темпы экономического роста Китая после 2020 г., является пандемия COVID-19. Меры правительства позволили стране избежать рецессии и сохранить положительную динамику, однако сокращение потребительской активности в условиях карантинных ограничений привело к снижению темпов 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 торговли¹.

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.

¹ https://www.lloydsbanktrade.com/en/market-potential/china/economical-context?vider_sticky=oui

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

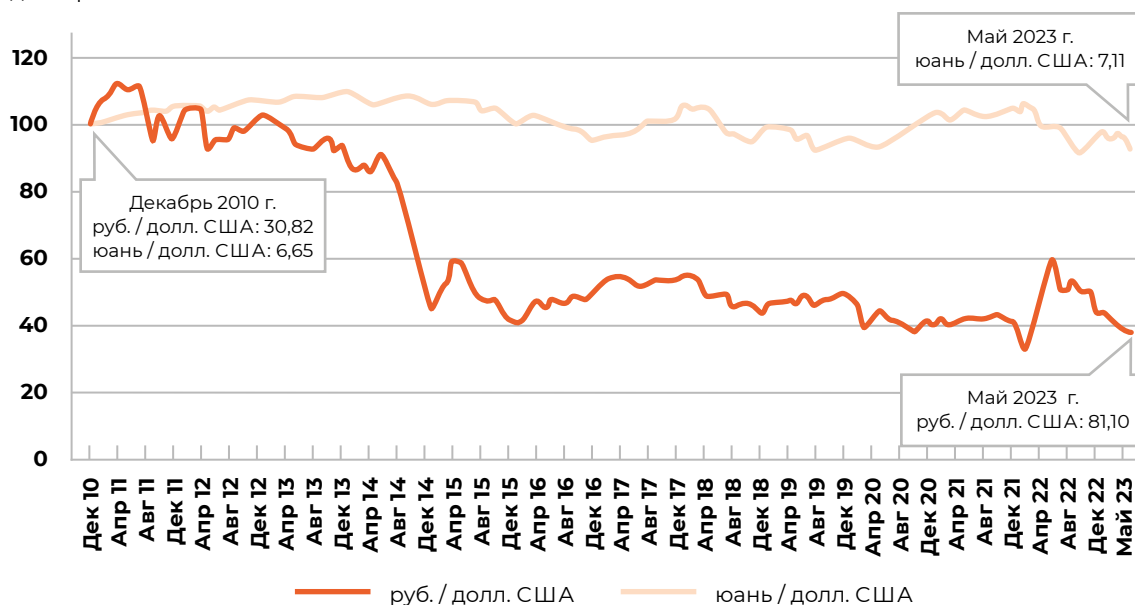


Источник: МВФ (World Economic Outlook), EMIS

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.



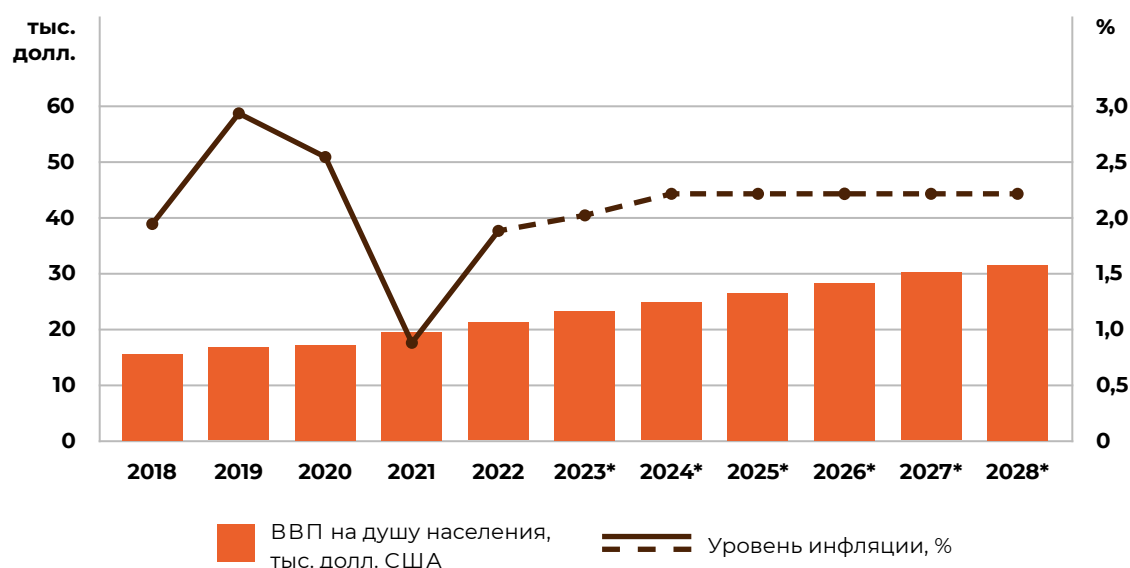
Источник: Банк международных расчетов, финансовый портал Investing.com

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.



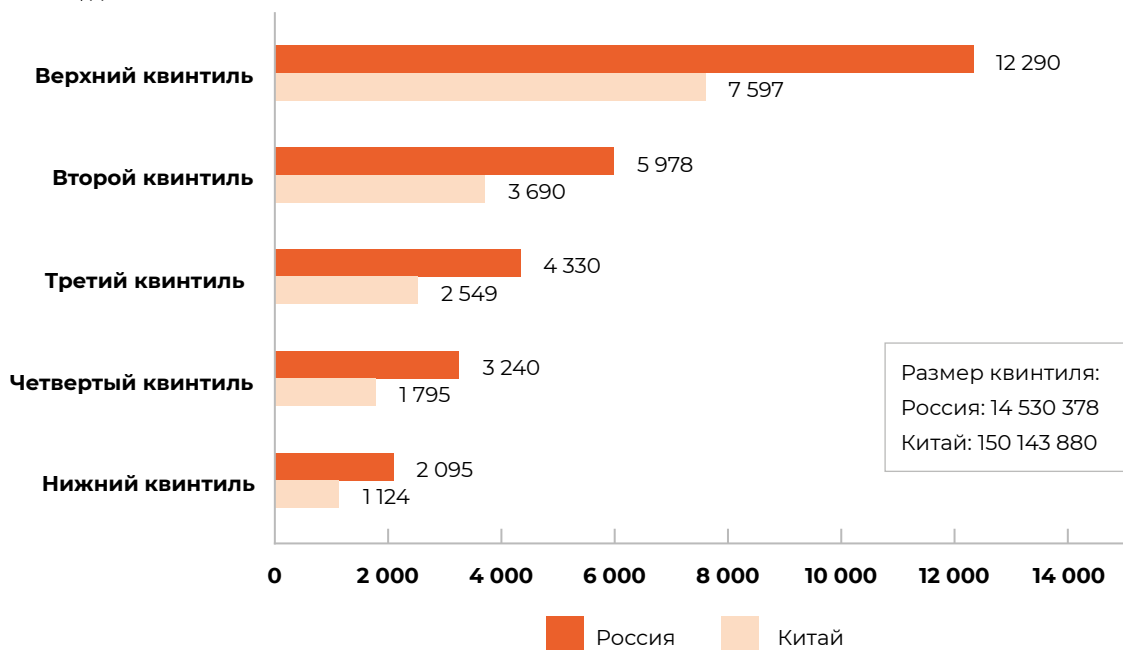
Источник: МВФ (доклад *World Economic Outlook*, данные МВФ от 19.05.2023 г.), EMIS
 Примечание. *прогноз, данные МВФ по состоянию на 20.06.2023 г.

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 Китая².

² World Inequality Report 2022. World Inequality Lab, 2021:
https://wir2022.wid.world/www-site/uploads/2022/03/0098-21_WIL_RIM_RAPPORT_A4.pdf

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



Источник: Всемирный банк, МВФ, ООН

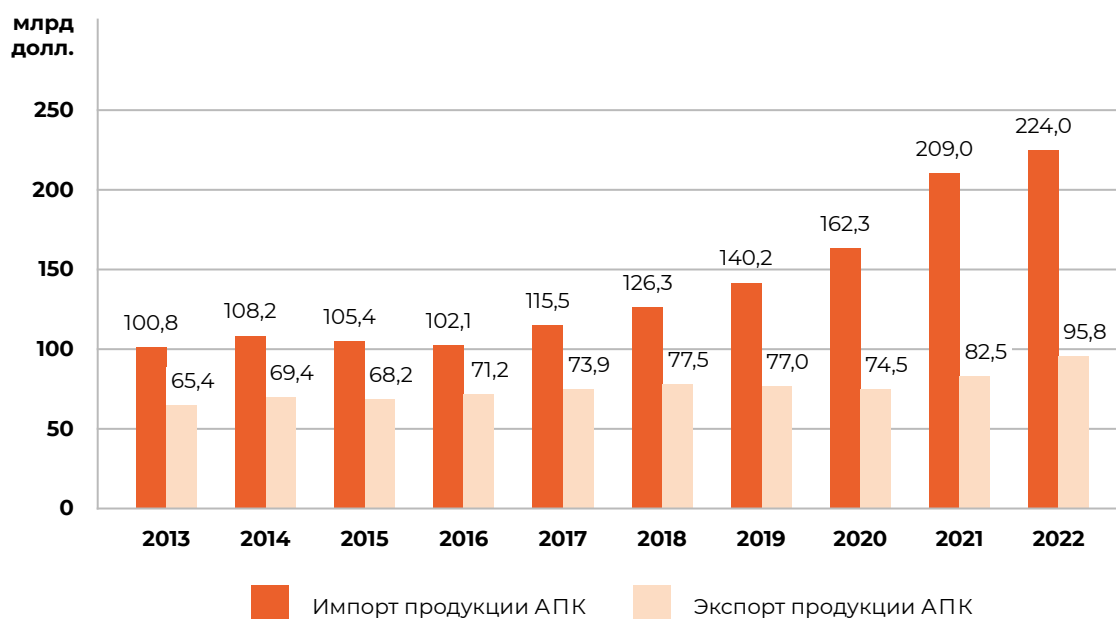
Примечание. Доходы рассчитаны по ППС с учетом курсовой разницы, чтобы показать фактическую покупательную способность для стандартной потребительской корзины.

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
Итого	95 783,4	100,0

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
Итого	224 032,2	100,0

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 01-24.

1.2. Политические тенденции

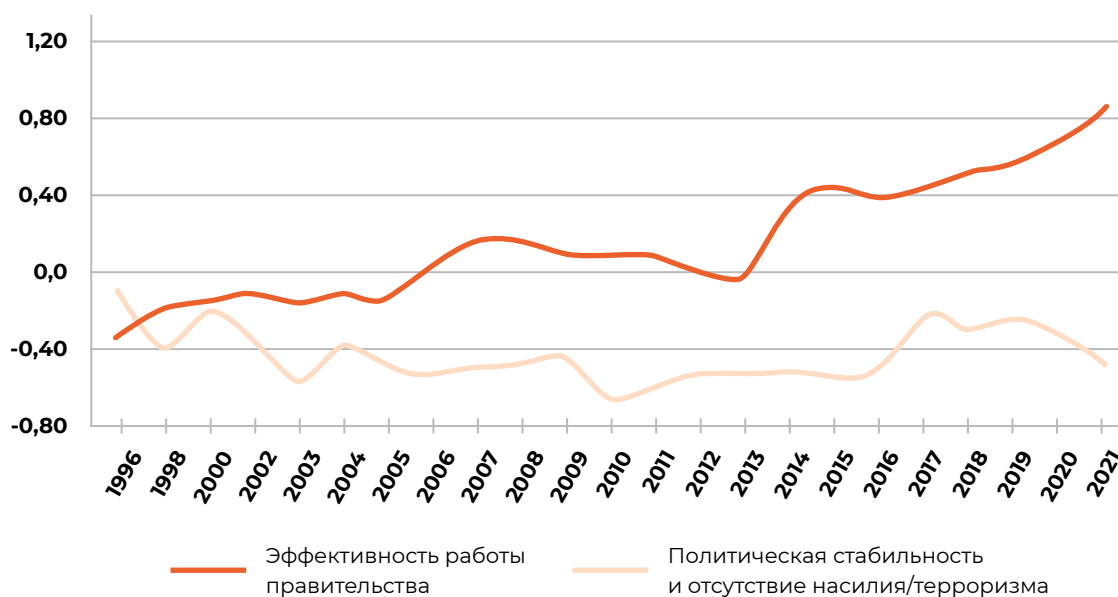
Государственная власть в КНР формально осуществляется в условиях многопартийной системы, однако фактически всей полнотой власти обладает Коммунистическая партия Китая (КПК). Центром принятия политических решений является Политбюро, состоящее из Постоянного комитета (7 человек) и 18 обычных членов. Постоянный 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.

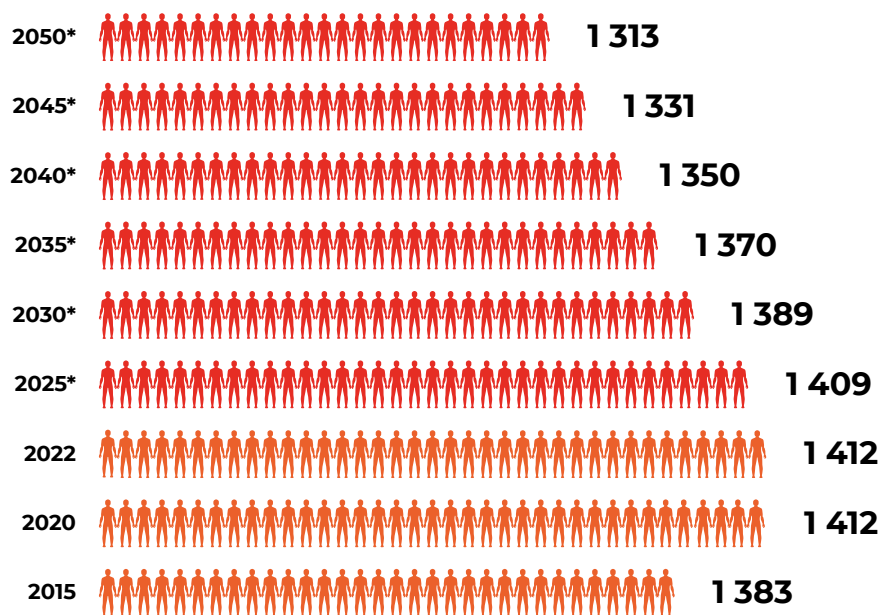
1.3. Демографические тенденции

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

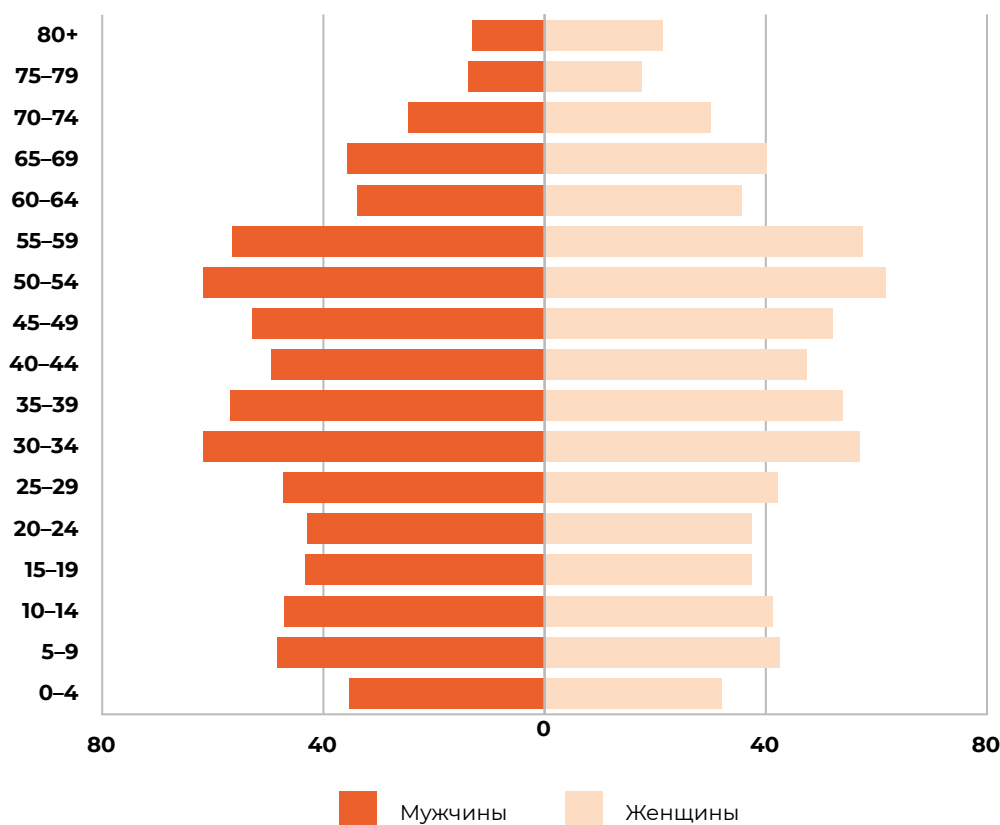
Примечание. *прогноз.

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 сбережений³, 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.

³ 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

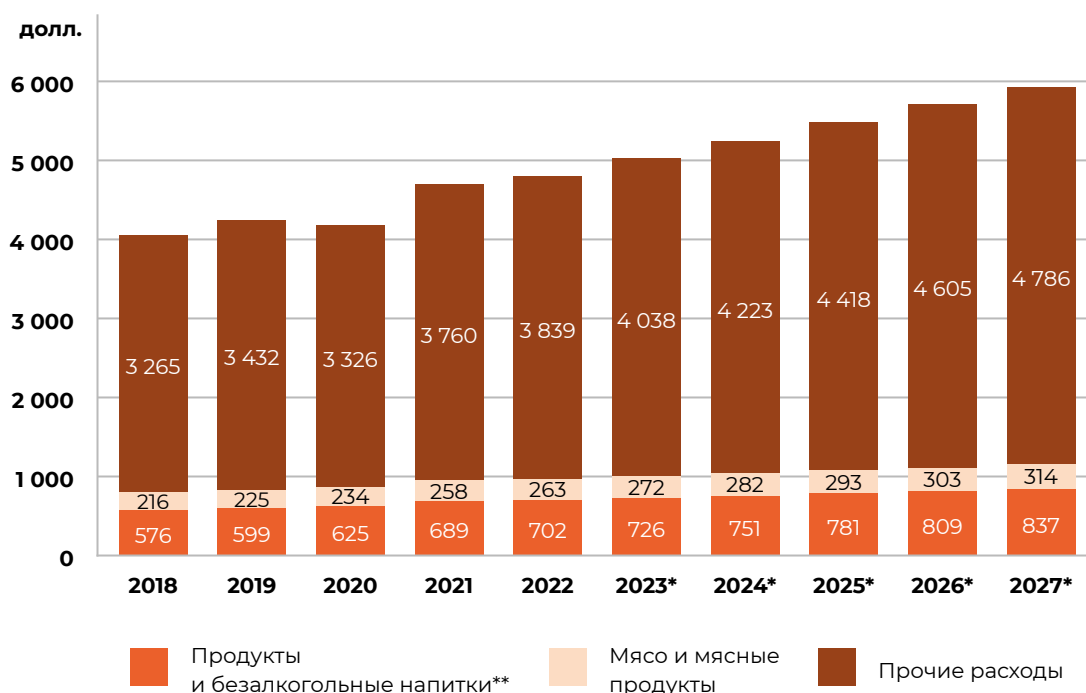
Рынок Китая привлекателен для экспортеров продуктов питания, что обусловлено стабильной покупательной способностью, высоким потенциалом роста потребительской активности и благоприятной деловой средой. Однако региональные диспропорции в уровне экономического развития, культурно-национальные различия в образе жизни и кухне оказывают большое влияние на потребительские предпочтения, что характерно для крупной страны с большой численность населения.

Основные факторы, влияющие на продовольственный рынок Китая

- неравенство доходов, региональное неравенство и рост стоимости жизни создают барьеры для увеличения числа людей со средним уровнем дохода, 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;
- 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, 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 (снижение численности населения, старение населения и др.) окажут сильное влияние на социально-экономическое развитие страны в среднесрочной и долгосрочной перспективе;
- 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;

В 2022 г. расходы на конечное потребление продуктов питания и безалкогольных напитков в Китае увеличились на 2,0% и составили 965 долл. США на душу населения в год. При этом доля расходов на мясо и мясные продукты в общих расходах на продукты питания и безалкогольные напитки составила 27,3% (263 долл. США/чел. в год). Ожидается, что ежегодные расходы населения Китая на продукты питания и напитки к 2027 г. достигнут 1 151 долл. США, в то время как расходы на мясо и мясные продукты увеличатся до 314 долл. США.

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 мясо и мясные продукты.

Обзор рынка



2

Содержание

2.1.

Объем и динамика рынка

2.2.

Потребительские предпочтения

2.3.

Торгово-распределительная сеть

2.4.

Конкурентная среда и участники рынка

2.1. Объем и динамика рынка

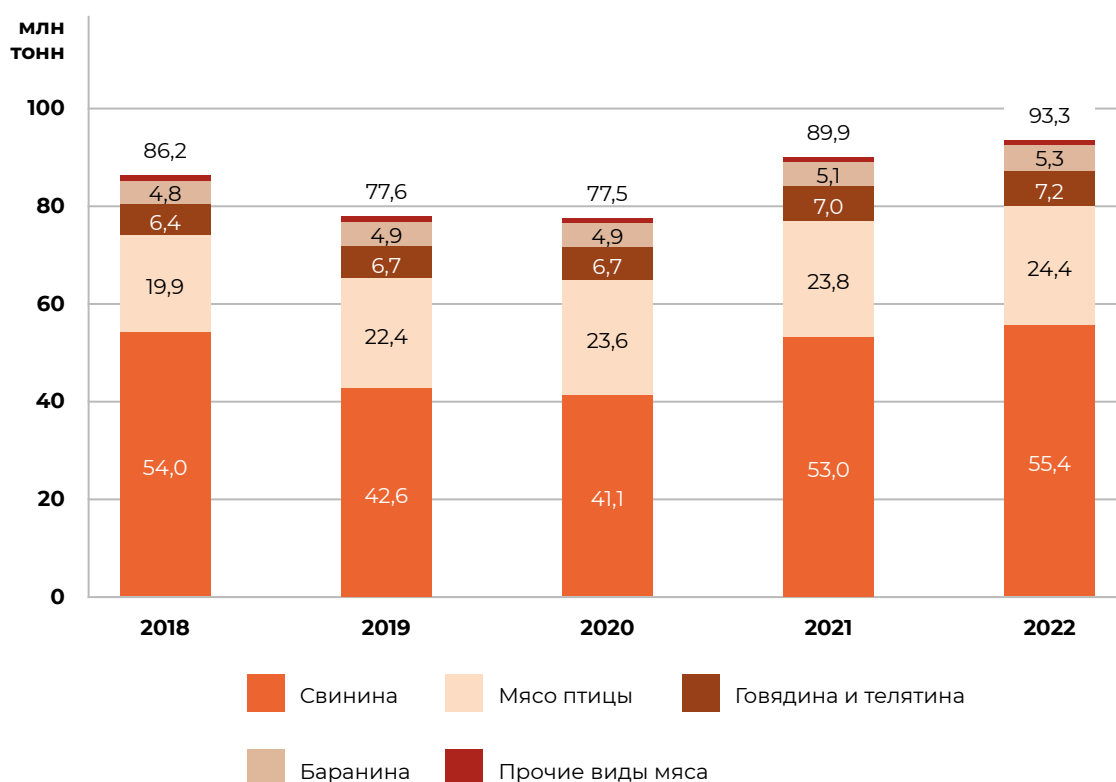
Китай — крупнейший рынок мяса, на который приходится около четверти мирового потребления. Наиболее популярным видом мяса в стране является свинина, при этом Китай является мировым лидером как по производству данного вида мяса, так и по потреблению. Несмотря на значительные объемы внутреннего производства Китай также занимает лидирующую позицию в структуре мирового импорта мяса и пищевых субпродуктов, ежегодно закупая от 6 до 10 млн тонн данной продукции на внешних рынках.

На фоне вспышек АЧС в 2019 г., когда было уничтожено около 40% поголовья свиней, в структуре производства и потребления мяса Китая произошли изменения, где наибольший спрос стал приходиться на мясо птицы. В 2022 г. на данный вид мяса приходилось 25,5% всего потребления мяса в стране (22,5% в 2018 г.), в то время как доля потребления свинины сократилась с 62,4% в 2018 г. до 58,1% в 2022 г.

Производство

В 2022 г. производство мяса в Китае составило 93,3 млн тонн, что на 3,7% больше 2021 г. В структуре наибольшая доля (59,4% или 55,4 млн тонн) по итогам 2022 г. традиционно приходилась на свинину, объемы производства которой по сравнению с предыдущим годом увеличились на 4,6%. Производство мяса птицы заняло второе место — 24,4 млн тонн, что на 2,6% больше 2021 г. Доля производства говядины и телятины в 2022 г. составила 7,7% (7,2 млн тонн). Производство баранины находилось на уровне 5,3 млн тонн (5,6% общего объема производства мяса в Китае). Доля производства прочих видов мяса составила 1,1% или 1,0 млн тонн.

Рис. 10. Производство мяса в Китае, 2018–2022 гг., млн тонн



Источник: NBS China, MARA

Примечание. В убойном весе.

Свинина

Под влиянием АЧС, а также ограничений, вызванных пандемией COVID-19, деятельность мясоперерабатывающих предприятий в Китае в 2019-2020 гг. сильно пострадала. Некоторые предприятия были вынуждены закрыться из-за отсутствия сырья и высоких закупочных цен на них. В 2020 г. в Китае активно проходило восстановление поголовья свиней. Хотя скорость восстановления поголовья племенных свиноматок была высокой, снижение их продуктивности, а также более длительный период откорма создали некоторые трудности для восстановления общей численности поголовья. В итоге производство свинины в Китае в 2020 г. продемонстрировало снижение на 3,3%. В 2021–2022 гг. восстановление общего поголовья свиней продолжилось и в целом производство свинины в стране вернулся к уровню 2018 г.

В 2022 г. общий объем производства свинины достиг 55,4 млн тонн, увеличившись на 4,6% по отношению к 2021 г. При этом восстановление объемов производства свинины в 2022 г. происходило на фоне нестабильного уровня цен на данный вид мяса. К октябрю 2022 г. оптовые цены на свинину достигли 34,2 юаней за кг, увеличившись более чем на 50% по отношению к январю 2022 г. С целью стабилизации цен на свинину Государственный комитет по развитию и реформе КНР (NDRC) в течении 2022 г. осуществлял реализацию

замороженной свинины из государственного резерва страны. В первом полугодии — 16 раз, общим объемом 518 тыс. тонн, а во втором — 7 раз с объемом 137,1 тыс. тонн, что суммарно составило 655,1 тыс. тонн. Ожидается, что в 2023 г. NDRC продолжит выпуск замороженной свинины на китайский рынок с целью регулирования цен на данную продукцию.

Говядина

В апреле 2021 г. Министерство сельского хозяйства и сельских дел Китайской Народной Республики (MARA) внедрило программы по поддержке закупок кормов и высококачественного семенного материала в рамках пятилетнего плана по развитию мясной индустрии страны. На протяжении последних лет многие предприятия по производству КРС начали увеличивать свои стада из-за высокой цены на говядину, в результате чего общее поголовье КРС на конец 2022 г. достигло 102,2 млн голов (+4,1% к 2021 г.). Ожидается, что в 2023 г. высокие и стабильные цены на говядину, а также дополнительные инвестиции в отрасль будут являться факторами роста общего поголовья и производства говядины в стране, однако меньшими темпами, чем в 2022 г.

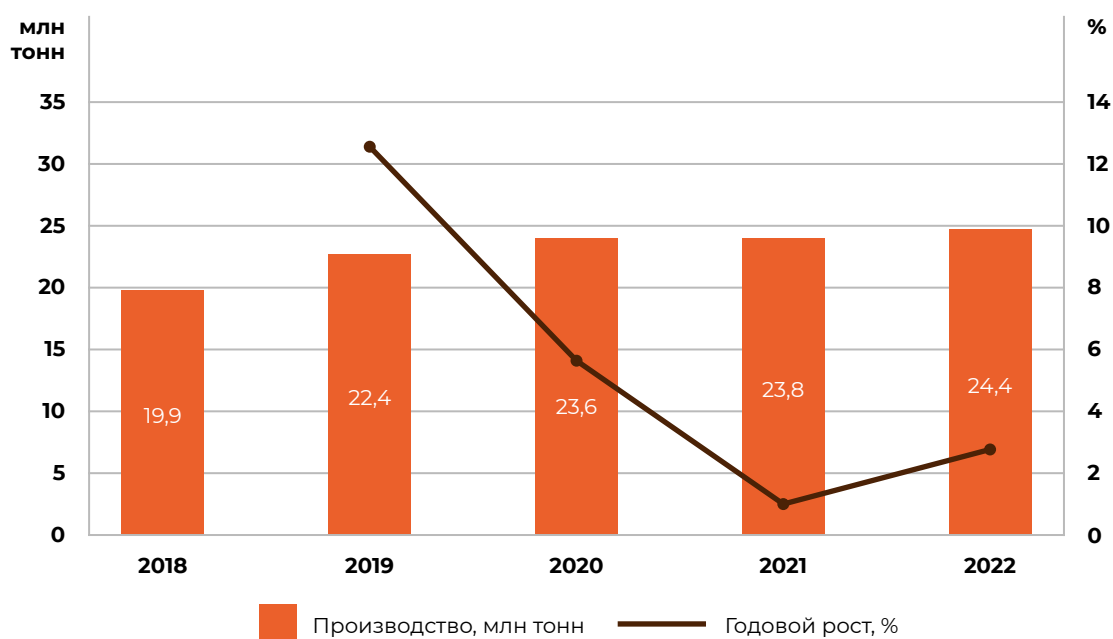
В 2022 г. в Китае было произведено 7,2 млн тонн говядины и телятины, что выше объемов производства в 2021 г. на 2,9%. За 2018-2022 гг. производство мяса КРС в Китае стабильно увеличивалось, в среднем на 2,8% в год.

Мясо птицы

В 2022 г. в Китае было забито 16,1 млрд голов птицы, что на 2,5% больше 2021 г., что стало самым высоким показателем за последние пять лет. Лидирующими провинциями по численности поголовья птицы на убой в Китае являются Шаньдунь (2,7 млрд голов), Гуандун (1,3 млрд голов), Хэнань (1,2 млрд голов) и Гуанси (1,1 млрд голов).

Мясо птицы занимает второе место в общей структуре производства мяса Китая. В 2022 г. в стране было произведено 24,4 млн тонн мяса птицы. По отношению к прошлому году объем производства продемонстрировал рост на 2,6%, а за 2018-2022 гг. объемы увеличились более чем на 22% (или на 4,5 млн тонн).

Рис. 11. Производство мяса птицы в Китае, 2018–2022 гг.



Источник: NBS China, MARA
Примечание. В убойном весе.

В региональной структуре производства мяса птицы Китая наибольшие объемы в 2022 г. приходились на провинцию Шаньдунь — 15,4% или 3,8 млн тонн. Второе и третье место с объемом производства в 1,9 млн тонн занимали провинции Аньхой и Гуандун.

Объемы производства мяса птицы в провинциях Гуанси, Ляонин и Хэнань по итогам 2022 г. составили 1,6, 1,6 и 1,5 млн тонн соответственно. Меньше всего мяса птицы в 2022 г. было произведено в провинциях Цзянси и Цзилинь — на уровне 0,9 млн тонн.

Табл. 3. Структура производства мяса птицы в Китае по провинциям, 2022 г.

Провинция	Объем производства, млн тонн	Доля, %
Шаньдун	3,8	15,4
Аньхой	1,9	7,9
Гуандун	1,9	7,8
Гуанси	1,6	6,7
Ляонин	1,6	6,7

Продолжение табл. 3.

Провинция	Объем производства, млн тонн	Доля, %
Хэнань	1,5	6,3
Цзянсу	1,3	5,2
Хэбэй	1,1	4,4
Цзянси	0,9	3,6
Цзилинь	0,9	3,6
Прочие провинции	8,0	32,6
Итого	24,4	100,0

Источник: MARA

Примечание. В убойном весе.

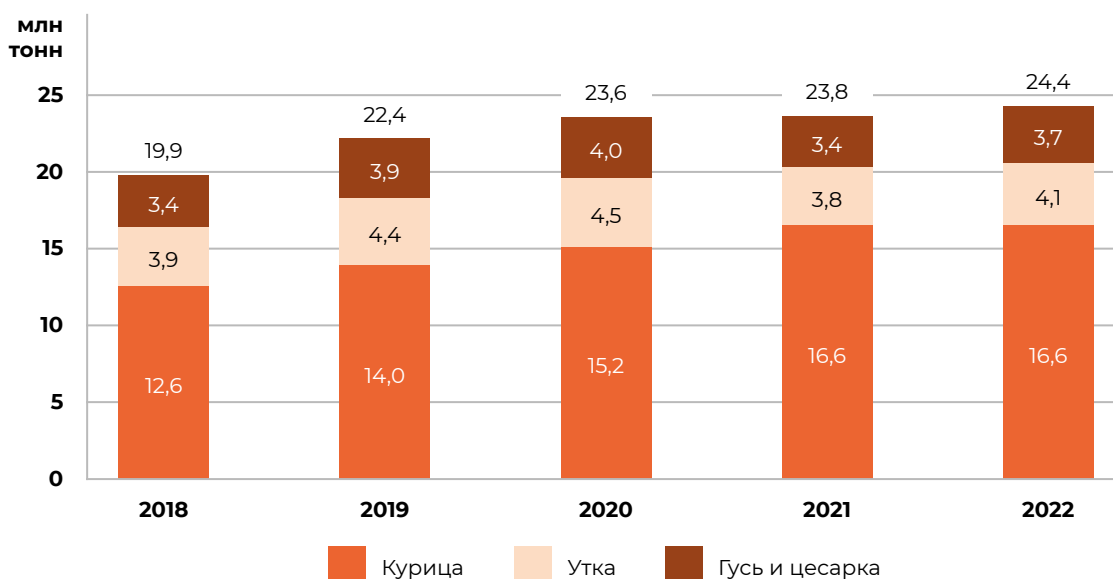
В структуре китайского производства мяса птицы по видам в 2022 г. наибольшую долю (68,0%) занимало мясо кур (в том числе отработанных). Доля производства мяса уток, а также мяса гусей и цесарок составила 17,0% и 15,0% соответственно. Данные виды мяса используются в традиционной китайской кухне и поэтому широко представлены как в рационе местных жителей, так и на прилавках магазинов.

Наибольшее увеличение производства курятины наблюдалось в 2019-2021 гг., когда по отношению к 2018 г. объемы производства данного вида мяса увеличились на 31,6% или на 4,0 млн тонн. Данный рост обусловлен вспышками АЧС, когда курица стала альтернативным животным белком, ввиду нехватки предложения свинины и высоких цен на нее. Кроме того, в 2020-2021 гг. рост предложения мяса белоперых цыплят-бройлеров на рынке привел к снижению рыночных цен и повышению привлекательности мяса курицы для потребителей.

В 2022 г. объем производства мяса курицы остался на уровне 2021 г. и составил 16,6 млн тонн. На фоне высоких показателей в 2021 г., а также роста предложения данного вида мяса рентабельность производства стала снижаться, при этом часть предприятий начала сокращать свои объемы. Также замедление темпов роста внутреннего производства связано с сокращением предложения кур цветных пород. Большинство предприятий по их выращиванию относятся к малому и среднему бизнесу. Для таких компаний закрытие рынков по продаже живой птицы (основного канала сбыта кур цветных пород) и увеличение затрат на корм привело к существенным финансовым потерям и, как следствие, к закрытию бизнеса.

Производство мяса уток и мяса гусей и цесарок в 2022 г. выросло до 4,1 млн тонн и 3,7 млн тонн соответственно.

Рис. 12. Производство мяса птицы в Китае по видам, 2018–2022 гг., млн тонн

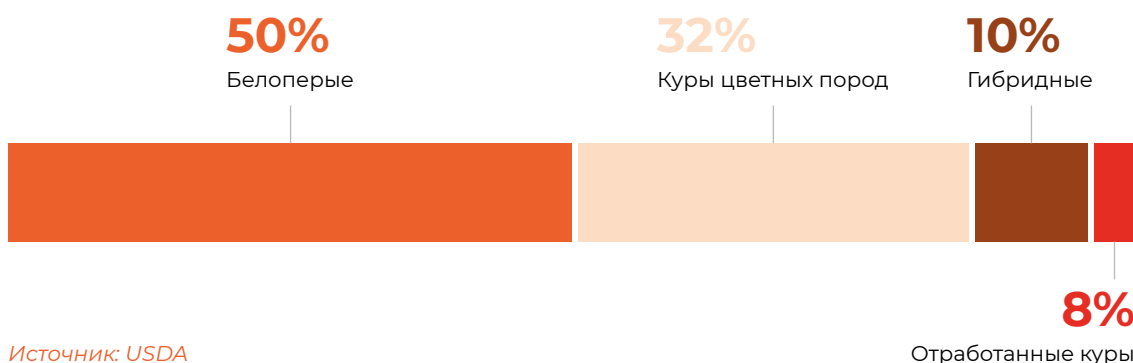


Источник: USDA, FAO STAT, MARA

Примечание. В убойном весе.

Более половины производства курятины приходится на белоперых цыплят-бройлеров. Ожидается, что в 2023–2027 гг. их доля продолжит расти, поскольку большинство производителей переходит на данный вид из-за ускоренного роста (40–41 день) и повышенной яичной продуктивности родительского стада. Развитие современной розничной торговли, индустрии быстрого питания и производства полуфабрикатов также способствует наращиванию производства белоперых цыплят-бройлеров. В то же время традиционные куры цветных пород будут продолжать составлять значительную долю рынка мяса бройлеров (даже несмотря на более медленный период откорма в 90–120 дней). Кроме того, потребители отдают предпочтение именно курам цветных пород из-за их более выраженного вкуса, использования в приготовлении традиционных блюд, более упругой текстуры мяса, а также заявленной питательной ценности.

Рис. 13. Производство мяса бройлеров в Китае по видам пород, 2022 г., %



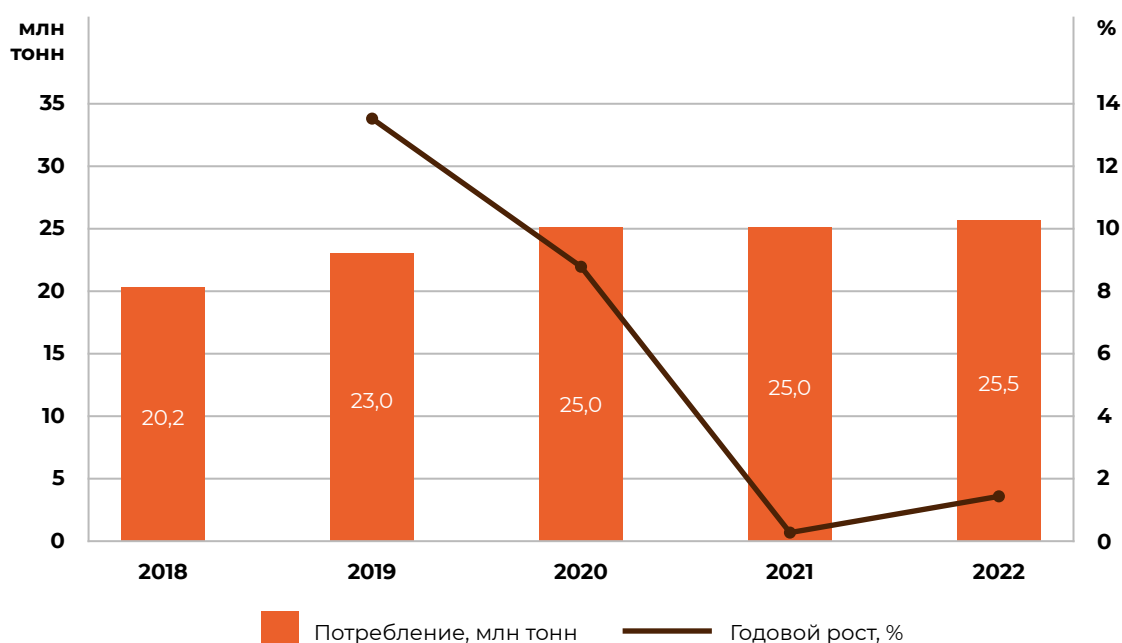
Источник: USDA

Потребление

Порядка 95,9% потребления мяса птицы в Китае в 2022 г. обеспечивалось за счет собственного производства. Оставшаяся часть потребления приходилась на импортное замороженное мясо, из которого большую часть занимало мясо кур (1,3 млн тонн). Мясо уток, гусей и цесарок практически не импортируется Китаем и производится самостоятельно. Единственным видом мяса птицы, производство которого не распространено в Китае, является мясо индеек, потребление которого покрывается за счет импорта из России, Чили и США.

В 2022 г. потребление мяса птицы в Китае достигло 25,5 млн тонн, увеличившись по отношению к 2021 г. на 1,7% (или 421,2 тыс. тонн). За 2018-2022 гг. объемы потребления мяса птицы увеличились на 26,0% (на 5,2 млн тонн).

Рис. 14. Потребление мяса птицы в Китае, 2018-2022 гг.



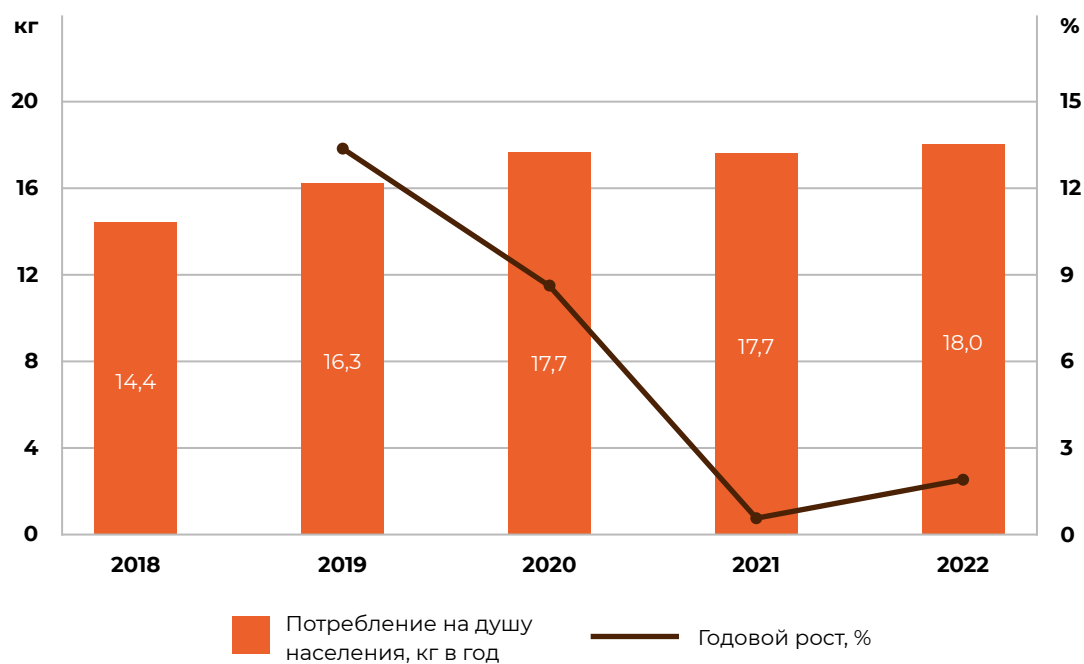
Источник: MARA, NBS China, FAO STAT, USDA, GACC, ITC Trade Map

Примечание. Без учета переходящих запасов.

Последние три года в Китае ежегодно потреблялось около 18 кг мяса птицы на человека. По сравнению с 2018 г. душевое потребление в 2022 г. увеличилось на 25,3%. В 2020-2022 гг. мясо птицы, особенно курятина, стало более выгодной альтернативой свинине в связи с более низкими и стабильными ценами, а также снижением предложения свинины из-за вспышек АЧС.

Ожидается, что в 2023 г. потребление мяса птицы в КНР продолжит расти, но более низкими темпами, чем в 2019-2020 гг. Сдерживающими факторами останутся отдельные ограничения деятельности предприятий, связанные с COVID-19, и высокие цены на кормовые добавки.

Рис. 15. Потребление мяса птицы на душу населения в Китае, 2018–2022 гг.

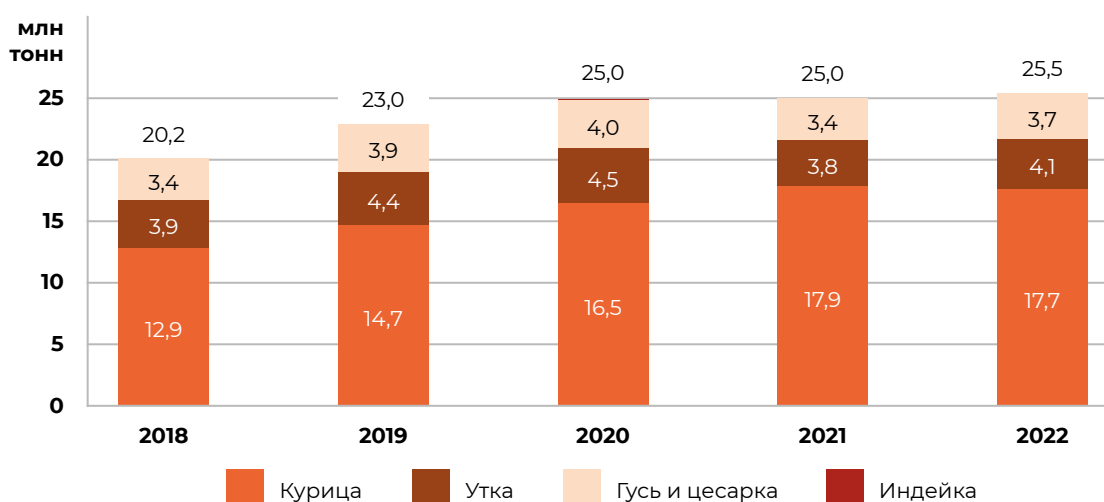


Источник: MARA, NBS China, FAO STAT, USDA, GACC, ITC Trade Map

Примечание. Без учета переходящих запасов.

Среди китайского населения наиболее популярным видом мяса птицы является курица, потребление которой в 2022 г. по отношению к 2021 г. снизилось на 1% до 17,7 тыс. тонн. Потребление других видов мяса птицы в 2022 г., напротив, выросло — мяса утки до 4,1 млн тонн, мяса гусей и цесарок до 3,7 млн тонн и индейки до 18,2 тыс. тонн.

Рис. 16. Потребление мяса птицы в Китае по видам, 2018–2022 гг., млн тонн

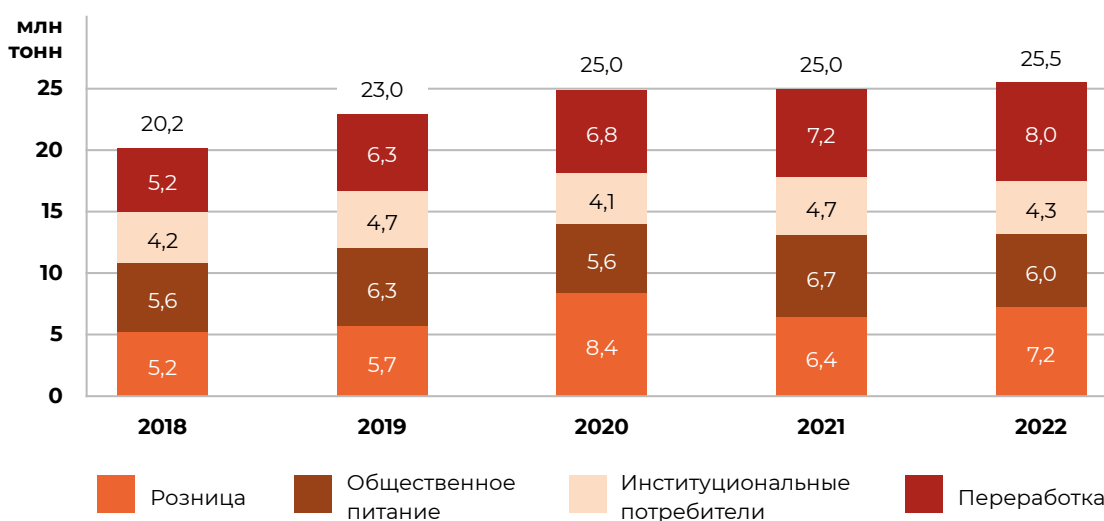


Источник: MARA, NBS China, FAO STAT, USDA, GACC, ITC Trade Map

Примечание. Без учета переходящих запасов.

Структура потребления мяса птицы в Китае по каналам сбыта сильно диверсифицирована. В 2022 г. на розничные магазины пришлось 28,2% потребления, еще 23,7% — на сектор общественного питания и 16,9% — на институциональных потребителей (образовательные и медицинские учреждения, армия, тюрьмы и т.д.). Около трети объемов потребления мяса птицы (31,2%) приходилось на сектор переработки.

Рис. 17. Структура потребления мяса птицы Китая по каналам реализации, 2018–2022 гг., млн тонн



Источник: MARA, NBS China, FAO STAT, USDA, GACC, ITC Trade Map

Примечание. Без учета переходящих запасов.

Оптовые и розничные цены

Традиционно оптовые цены на курятину являются самыми низкими среди основных видов мяса. В среднем свинина дороже курицы на 10-20%, а говядина и баранина — почти в 4 раза.

В 2022 г. оптовые цены на тушку ЦБ не превышали 19,2 юаней за кг. В то же время цены на свинину в 2022 г. колебались от 18,2 юаней в марте до 34,2 юаней за кг в октябре. Снижение цен на свинину в 2023 г. напрямую связано с политикой государства по сдерживанию цен, которая, скорее всего, в дальнейшем негативно скажется на количестве производителей свинины, которые будут терять интерес к данному рынку на фоне снижения рентабельности. В апреле 2023 г. цена на свинину составила 19,6 юаней за кг. Говядина и баранина являются наименее доступными видами мяса — цена на них в среднем за 2022 г. составляла 77,6 и 68,7 юаней за кг соответственно.

На протяжении 2022 г. оптовая цена на тушку ЦБ постепенно росла и за год увеличилась на 8,8% — до 19 юаней за кг. После пикового значения оптовых цен в октябре 2022 г. (19,2 юаней за кг) к апрелю 2023 г. показатель снизился до 18,2 юаней. На динамику цен мяса птицы напрямую влияет АЧС и предложение свинины, поскольку курица является основным альтернативным белком.

Табл. 4. Средние оптовые цены на различные виды мяса на рынке Китая, юань/кг

Год	Месяц	Тушка ЦБ	Свинина	Говядина	Баранина
2022	январь	17,4	22,3	77,3	72,0
	февраль	17,5	20,4	78,3	72,6
	март	17,3	18,2	78,0	71,3
	апрель	18,0	18,5	77,5	70,0
	май	17,8	20,7	77,7	68,2
	июнь	18,0	21,6	77,6	66,7
	июль	18,2	29,1	77,1	66,2
	август	18,9	29,1	76,8	66,9
	сентябрь	19,0	30,8	77,3	67,4
	октябрь	19,2	34,2	77,9	67,4
	ноябрь	19,1	33,9	77,7	67,3
	декабрь	19,0	29,2	77,7	67,8
2023	январь	18,7	23,7	77,9	68,5
	февраль	18,4	21,0	77,2	68,7
	март	18,3	20,6	77,0	68,9
	апрель	18,2	19,6	76,5	68,3

Источник: MARA

Цена на курицу в супермаркетах Китая в начале 2023 г. в среднем составляла 25 юаней за кг. За последний год стоимость данного вида мяса выросла на 4,6% (апрель 2023 г. к апрелю 2022 г.). Розничные цены на свинину после рекордного роста осенью 2022 г. вслед за оптовыми к апрелю 2023 г. сократились до 23,8 юаней, что может указывать на избыток предложения данного вида мяса на рынке и действенности механизма по сдерживанию цен на продукцию со стороны органов государственной власти Китая. Говядина и баранина продолжают оставаться наименее доступными видами мяса для жителей Китая, поскольку цены на них в магазинах в среднем составляют 85-87 и 80-85 юаней за кг соответственно.

Наценка розничного звена в цепочке создания стоимости в среднем составляет 15-25% к оптовой цене для свинины и баранины и около 10% для говядины. При этом наценка на мясо курицы (тушку ЦБ) составляет около 30-35% к оптовой цене.

Табл. 5. Динамика розничных цен на различные виды мяса в Китае, 2022–2023 гг., юань/кг

Год	Месяц	Супермаркет		Сельские ярмарки (Rural Market Fairs)		
		Курица	Баранина	Свинина	Говядина	Баранина
2022	январь	23,5	81,6	26,1	86,6	84,7
	февраль	23,8	82,1	23,7	86,0	84,1
	март	23,7	82,3	22,1	86,0	83,7
	апрель	23,7	82,0	23,4	85,5	83,1
	май	23,7	82,7	24,6	85,2	81,5
	июнь	23,7	82,4	26,3	84,9	80,6
	июль	24,2	82,5	33,5	85,0	80,9
	август	24,5	82,1	33,7	85,0	81,6
	сентябрь	25,0	82,0	35,8	85,8	81,8
	октябрь	25,4	81,4	41,9	86,5	82,5
	ноябрь	25,5	81,1	38,8	86,9	82,6
	декабрь	25,4	81,3	32,7	86,2	81,7
2023	январь	25,3	80,8	29,3	87,3	82,5
	февраль	25,1	80,6	26,3	85,6	81,4
	март	25,0	80,3	25,1	84,9	80,9
	апрель	24,8	80,2	23,8	84,4	80,5

Источник: NBS China, MARA

Экспорт и Импорт

Экспорт

В 2022 г. экспорт мяса птицы Китая составил 278,9 тыс. тонн на 766,7 млн долл. США, что на 19,3% выше 2021 г. в натуральном и на 13,8% в стоимостном выражении. После снижения объема в 2020 г. до 201,7 тыс. тонн (наименьший показатель за последние 10 лет) в 2021-2022 гг. отмечалось активное наращивание объемов поставок мяса птицы на внешние рынки.

Рис. 18. Экспорт мяса птицы Китая в натуральном и стоимостном выражении, 2013–2022 гг.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0207.

В структуре китайского экспорта мяса птицы большую часть занимали поставки куриного мяса и субпродуктов, которых в 2022 г. было экспортировано 226,9 тыс. тонн на 598,5 млн долл. США. В основном Китай экспортирует замороженную куриную разделку и охлажденную тушку, поставки которых в 2022 г. составили 145,9 тыс. тонн (293,8 млн долл. США) и 75,7 тыс. тонн (286,2 млн долл. США) соответственно.

Табл. 6. Структура экспорта мяса птицы Китая по ассортименту в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн

Наименование	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля, 2022 г., %
Мясо и субпродукты курицы, в том числе:	153,1	170,8	187,5	176,3	194,5	177,5	166,5	161,3	186,9	226,9	81,4
части тушек и субпродукты домашних кур, мороженые	96,5	113,8	127,4	112,3	125,9	105,6	90,5	85,3	105,2	145,9	52,3
тушки домашних кур, не разделенные на части, свежие или охлажденные	53,1	53,7	56,7	60,7	65,1	66,7	70,4	71,8	76,9	75,7	27,1
тушки домашних кур, не разделенные на части, мороженые	3,4	3,3	3,2	3,0	2,8	3,5	3,8	2,7	2,6	3,2	1,1
части тушек и субпродукты домашних кур, свежие или охлажденные	0,1	0,1	0,1	0,4	0,7	1,7	1,8	1,5	2,1	2,1	0,8
Мясо и субпродукты утки	37,8	43,9	49,0	39,4	34,6	31,8	39,1	29,3	33,0	37,0	13,3
Мясо и субпродукты гуся	11,9	10,5	10,5	10,7	11,4	11,7	11,9	11,1	13,9	14,9	5,4
Прочие виды	0,3	—	—	—	0,003	0,01	—	0,001	—	—	—
Итого	203,1	225,2	247,1	226,5	240,5	221,1	217,6	201,7	233,7	278,9	100,0

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0207.

Табл. 7. Структура экспорта мяса птицы Китая по ассортименту в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США

Наименование	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля, 2022 г., %
Мясо и субпродукты курицы, в том числе:	395,0	447,4	460,0	419,7	446,7	464,7	481,8	439,1	523,0	598,5	78,1
части тушек и субпродукты домашних кур, мороженые	232,7	272,0	261,6	222,4	233,2	226,9	216,2	172,7	222,9	293,8	38,3

Продолжение табл. 7.

Наименование	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля, 2022 г., %
тушки домашних кур, не разделенные на части, свежие или охлажденные	152,6	165,2	187,5	187,3	202,9	219,9	245,8	251,9	283,2	286,2	37,3
тушки домашних кур, не разделенные на части, мороженые	9,4	10,0	10,4	8,9	8,4	11,3	12,6	8,7	8,3	9,8	1,3
части тушек и субпродукты домашних кур, свежие или охлажденные	0,3	0,2	0,4	1,1	2,2	6,6	7,1	5,8	8,6	8,6	1,1
Мясо и субпродукты утки	81,9	92,4	104,8	75,6	66,3	65,3	81,1	61,7	75,8	83,0	10,8
Мясо и субпродукты гуся	38,0	37,1	42,9	40,1	44,5	49,9	62,1	55,7	74,9	85,2	11,1
Прочие виды	0,4	—	—	—	0,004	0,02	—	0,003	—	—	—
Итого	515,3	576,9	607,7	535,4	557,5	579,8	624,9	556,5	673,7	766,7	100,0

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0207.

Большая часть экспортируемого Китаем мяса птицы поставляется в Гонконг, куда в 2022 г. было поставлено 165,6 тыс. тонн (59,4% экспорта мяса птицы Китая). Крупными покупателями китайского мяса птицы также являются Малайзия, Монголия, Камбоджа и Макао.

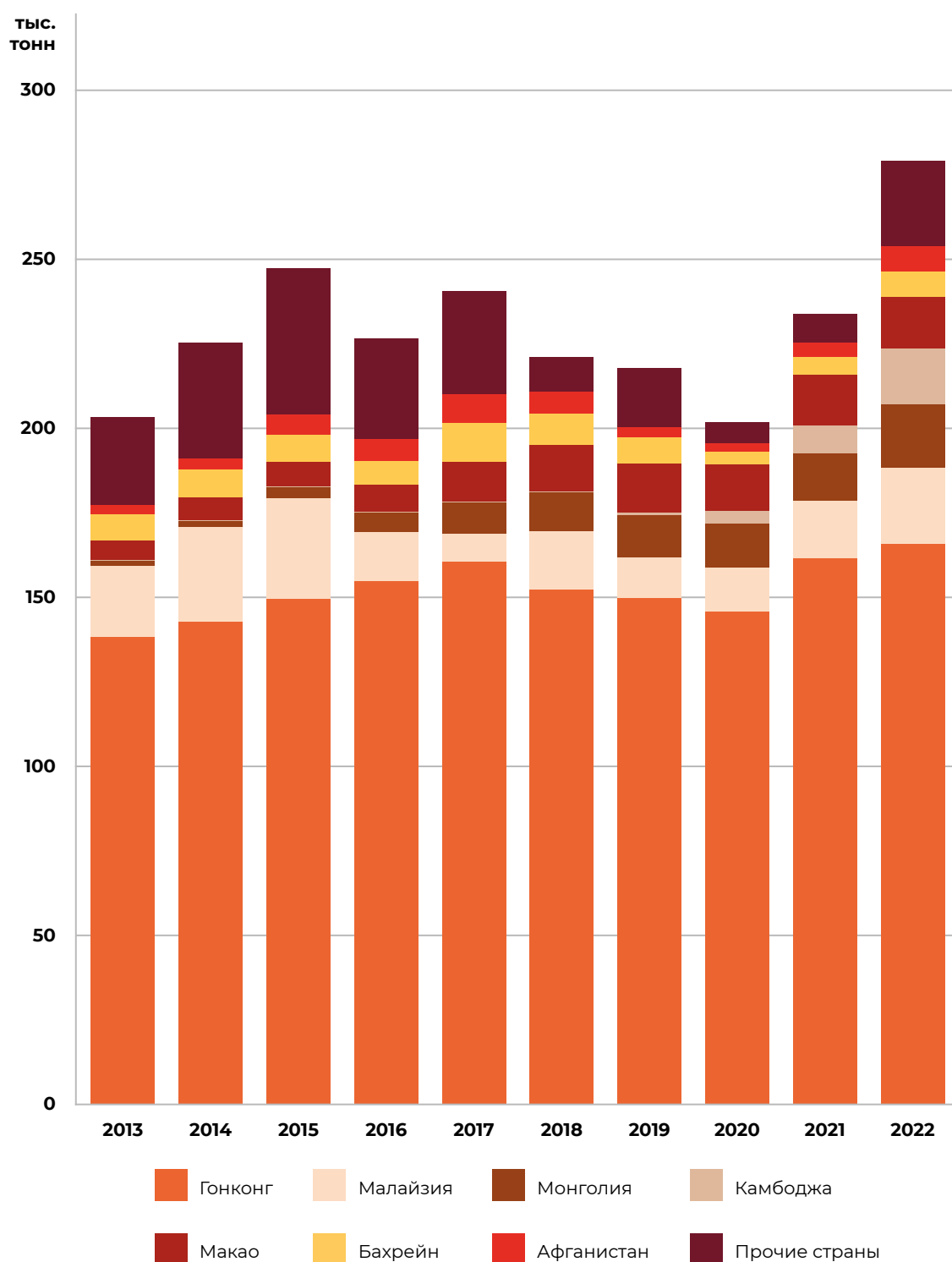
Табл. 8. Экспорт мяса птицы Китая по странам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн

№	Импортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля, 2022 г., %
1	Гонконг	138,2	142,6	149,4	154,6	160,3	152,2	149,6	145,6	161,5	165,6	59,4
2	Малайзия	20,9	28,0	29,6	14,4	8,4	17,2	11,9	13,1	16,9	22,5	8,1
3	Монголия	1,5	1,7	3,4	6,0	9,2	11,4	12,6	12,8	13,8	18,7	6,7
4	Камбоджа	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	0,3	0,8	3,9	8,4	16,5	5,9
5	Макао	5,9	7,0	7,5	8,0	11,7	13,7	14,5	13,7	15,1	15,4	5,5
6	Бахрейн	7,7	8,1	7,9	7,0	11,6	9,3	7,6	3,7	5,2	7,5	2,7
7	Афганистан	2,7	3,2	6,0	6,6	8,3	6,4	3,1	2,7	4,2	7,3	2,6
	Прочие страны	26,1	34,4	43,1	29,7	30,7	10,5	17,5	6,2	8,6	25,4	9,1
	Итого	203,1	225,2	247,1	226,5	240,5	221,1	217,6	201,7	233,7	278,9	100,0

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0207.

Рис. 19. Экспорт мяса птицы Китая по странам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0207.

В стоимостном выражении поставки в Гонконг по итогам 2022 г. составили 530,1 млн долл. США или 69,1% объема экспорта. На долю экспорта мяса птицы Китая в Малайзию и Макао в 2022 г. пришлось 7,4% и 6,7% соответственно.

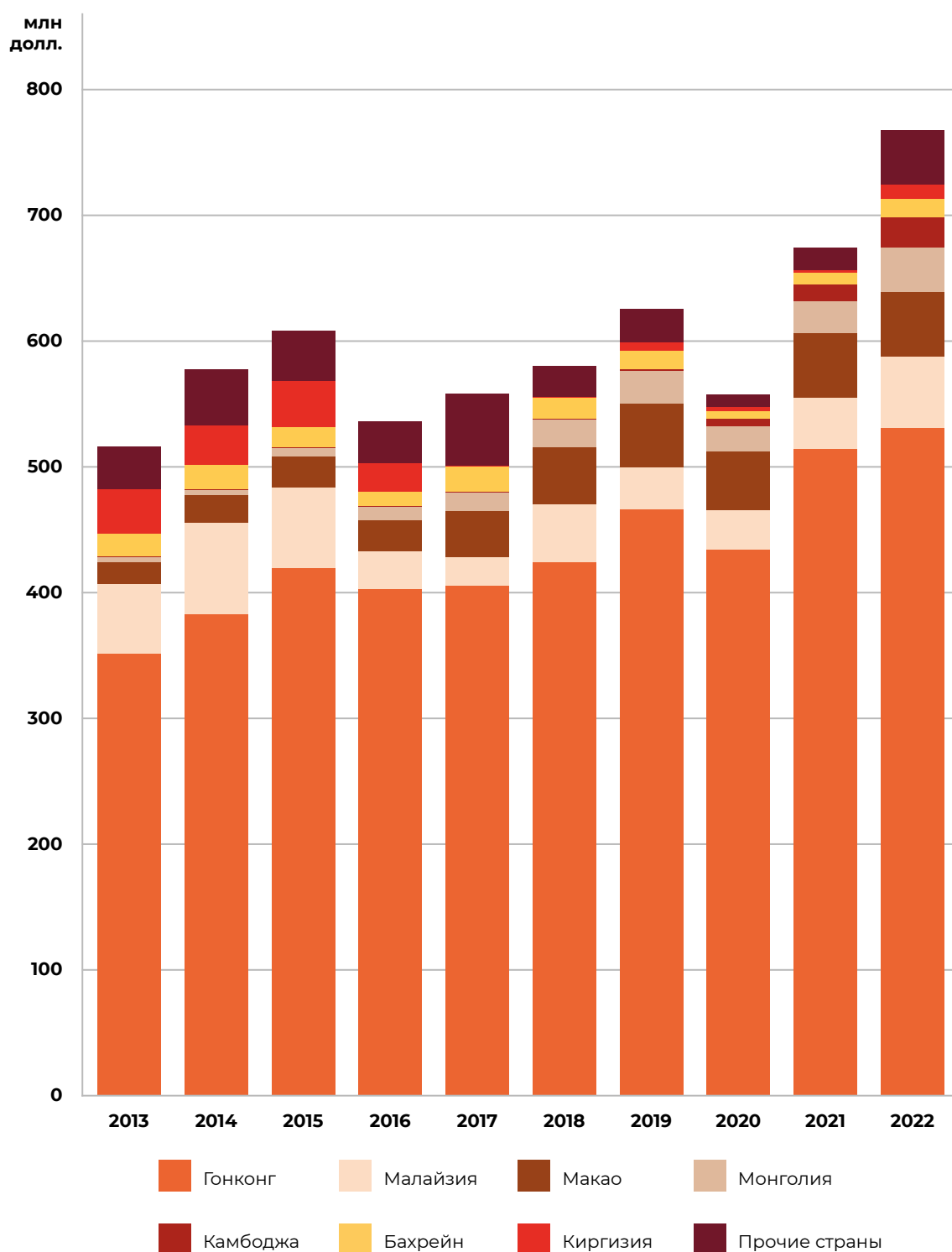
Табл. 9. Экспорт мяса птицы Китая по странам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США

№	Импортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля, 2022 г., %
1	Гонконг	350,9	382,4	418,9	402,0	405,2	423,5	465,6	433,3	513,3	530,1	69,1
2	Малайзия	55,0	72,0	63,8	30,1	22,3	45,9	32,8	31,7	41,1	57,0	7,4
3	Макао	17,7	22,3	24,8	24,8	36,6	45,7	51,2	46,2	51,0	51,2	6,7
4	Монголия	3,8	4,2	6,8	10,8	14,7	21,9	25,8	20,6	25,6	35,0	4,6
5	Камбоджа	0,5	0,6	0,2	0,2	0,4	0,5	1,3	5,4	12,8	24,4	3,2
6	Бахрейн	18,5	19,2	16,3	11,8	20,5	16,4	15,0	6,5	9,6	14,3	1,9
7	Киргизия	35,1	31,6	36,6	22,5	0,2	0,6	6,6	2,9	2,0	11,5	1,5
	Прочие страны	34,0	44,5	40,3	33,2	57,6	25,3	26,5	10,0	18,4	43,2	5,6
	Итого	515,3	576,9	607,7	535,4	557,5	579,8	624,9	556,5	673,7	766,7	100,0

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0207.

Рис. 20. Экспорт мяса птицы Китая по странам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США



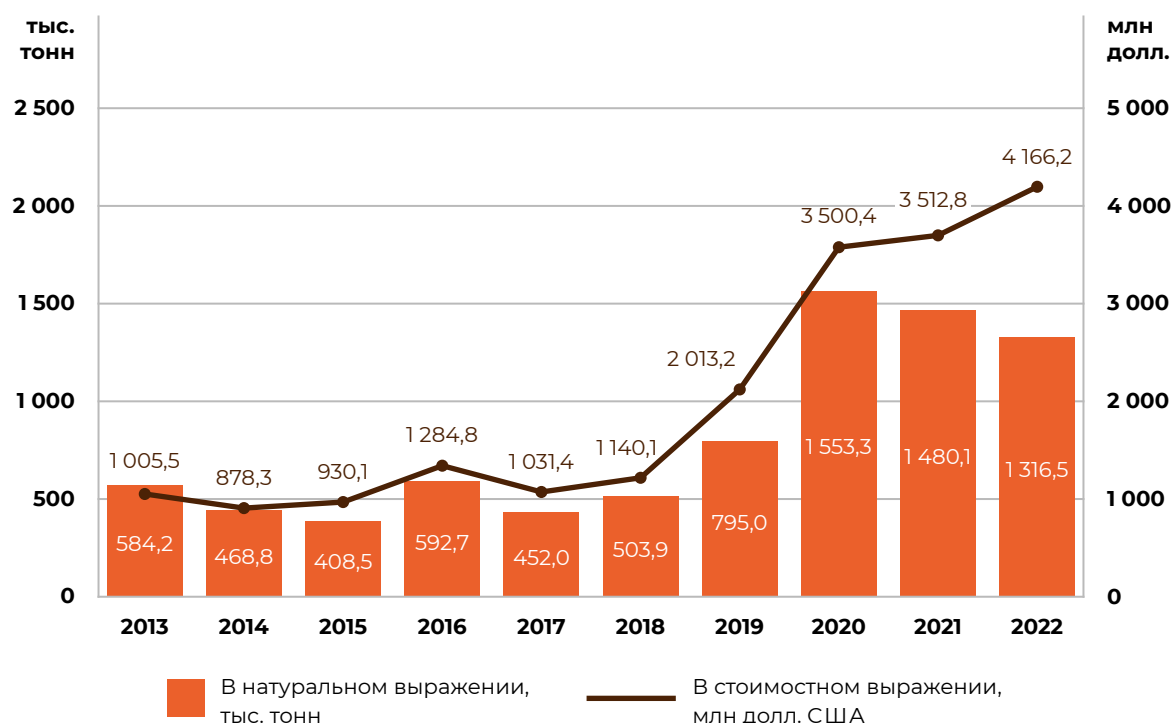
Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0207.

Импорт

Начиная с 2019 г., Китай является крупнейшим в мире импортером мяса птицы. На протяжении 2013-2020 гг. импорт демонстрировал положительную динамику и за 8 лет увеличился в натуральном выражении почти в 2,7 раза. Однако после рекордного объема импорта мяса птицы в 2020 г. на фоне всплеск АЧС в 2021-2022 гг. наблюдалось снижение поставок данного вида мяса. В 2022 г. Китай импортировал 1 316,5 тыс. тонн на 4 166,2 млн долл. США, что на 11,1% меньше уровня 2021 г. в натуральном выражении, но за счет увеличения средних цен на мясо птицы в стоимостном выражении отмечался рост на 18,6%.

Рис. 21. Импорт мяса птицы Китая в натуральном и стоимостном выражении, 2013–2022 гг.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0207.

В структуре импорта мяса птицы Китая преобладает мясо кур, на долю которого в 2022 г. приходилось 98,6% всех поставок в натуральном и стоимостном выражении. В 2022 г. совокупно было закуплено 1 316,5 тыс. тонн мяса и субпродуктов курицы на 4 108 млн долл. США. Вся импортная продукция поступала в замороженном виде, а предпочтение потребителей отдается разделанному мясу (части тушек и субпродукты). Большая часть импорта курятины в 2022 г. в натуральном выражении приходилась на куриные лапы (665,0 тыс. тонн). Также Китай активно импортировал замороженные средние части куриных крыльев (327,6 тыс. тонн) и необваленные части тушек кур (230,8 тыс. тонн).

Помимо мяса курицы на китайский рынок поставляется замороженное мясо и субпродукты индейки. В 2022 г. в страну было импортировано 18,2 тыс. тонн индейки на 58,1 млн долл. США.

Табл. 10. Структура импорта мяса птицы Китая по ассортименту в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн

Наименование	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля, 2022 г., %
Мясо и субпродукты курицы, в том числе:	540,2	440,2	394,3	569,2	450,4	502,2	779,5	1 526,6	1 462,5	1 298,2	98,6
части тушек и субпродукты домашних кур, мороженые, в том числе:											
куриные лапы, замороженные	296,3	180,4	126,5	140,3	139,9	160,7	200,4	528,0	674,1	665,0	50,5
средняя часть крыла (mid joint wing), замороженная	121,1	148,8	175,2	216,2	195,4	215,9	270,0	409,8	326,4	327,6	24,9
части тушек кур, необваленные, замороженные	50,7	47,4	63,6	160,2	73,6	69,8	228,2	447,7	339,0	230,8	17,5
субпродукты кур, замороженные	66,9	61,3	28,6	41,5	40,2	45,1	57,0	94,2	109,1	67,6	5,1
прочие части тушек кур, замороженные	5,1	2,3	0,4	9,6	0,3	9,4	18,7	33,8	7,7	0,7	0,1
тушки домашних кур, не разделенные на части, мороженые	0,0	0,1	0,1	1,2	1,1	1,3	5,2	13,1	6,0	6,5	0,5
части тушек и субпродукты домашних кур, свежие или охлажденные	—	—	—	—	0,001	—	0,01	0,01	—	—	—
Мясо и субпродукты индейки	43,6	28,5	14,2	23,6	1,5	1,7	15,5	26,1	17,5	18,2	1,4
Мясо и субпродукты утки	0,4	0,1	—	—	0,01	—	0,01	0,6	0,2	0,03	0,002
Итого	584,2	468,8	408,5	592,7	452,0	503,9	795,0	1 553,3	1 480,1	1 316,5	100,0

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0207.

Табл. 11. Структура импорта мяса птицы Китая по ассортименту в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США

Наименование	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля, 2022 г., %
Мясо и субпродукты курицы, в том числе:	927,3	818,4	898,7	1 229,5	1 027,4	1 135,2	1 973,5	3 446,8	3 468,0	4 108,0	98,6
части тушек и субпродукты домашних кур, мороженые, в том числе:	927,2	818,3	898,6	1 228,2	1 026,3	1 133,6	1 967,3	3 428,7	3 459,5	4 097,3	98,3
куриные лапы, замороженные	412,3	264,8	250,1	298,3	298,4	372,0	586,3	1 361,2	1 911,9	2 631,6	63,2
средняя часть крыла (mid joint wing), замороженная	363,5	432,6	522,3	651,3	584,3	605,9	895,0	1 331,4	1 024,5	1 085,4	26,1
части тушек кур, необваленные, замороженные	69,1	56,9	90,9	210,3	89,6	83,2	350,4	504,1	356,4	257,5	6,2
субпродукты кур, замороженные	71,2	58,9	34,4	51,6	53,7	56,6	96,2	165,1	151,3	121,4	2,9
прочие части тушек кур, замороженные	11,0	5,0	0,9	16,8	0,6	15,8	39,4	66,9	15,3	1,6	0,04
тушки домашних кур, не разделенные на части, мороженые	0,1	0,1	0,1	1,3	1,1	1,6	6,2	18,1	8,6	10,7	0,3
части тушек и субпродукты домашних кур, свежие или охлажденные	—	—	—	—	0,002	—	0,01	0,01	—	—	—
Мясо и субпродукты индейки	77,8	59,7	31,4	55,2	3,9	5,0	39,5	50,0	44,6	58,1	1,4
Мясо и субпродукты утки	0,5	0,2	0,0	0,0	0,02	0,0	0,16	3,6	0,2	0,06	0,001
Итого	1 005,5	878,3	930,1	1 284,8	1 031,4	1 140,1	2 013,2	3 500,4	3 512,8	4 166,2	100,0

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0207.

В 2016–2019 гг. основными поставщиками мяса птицы в Китай были Бразилия, Аргентина и Чили. В 2019 г. параллельно с ростом импорта происходила диверсификация основных поставщиков. Российские экспортеры и компании из Республики Беларусь стали новыми игроками на китайском рынке в 2018–2019 гг. Также в 2020 г. на рынок Китая вернулись США, что еще сильнее изменило ситуацию на рынке и усилило конкуренцию.

В 2022 г. лидерами по поставкам мяса птицы в Китай стали Бразилия, США, Россия, Таиланд и Аргентина. Первое место по-прежнему занимает Бразилия, которая поставила 553,3 тыс. тонн продукции на 1 520 млн долл. США и заняла 42% от китайского рынка мяса птицы в натуральном выражении. За Бразилией следовали США и Россия, которые поставили 346 тыс. тонн (1 240,3 млн долл. США) и 134,3 тыс. тонн (402,7 млн долл. США) соответственно.

Однако в течение 2021-2022 гг. наблюдается постепенное сокращение импорта мяса птицы из Бразилии, США и Таиланда. В 2022 г. рост объемов поставок мяса птицы на рынок Китая показали только поставщики из России (на 9,4% в натуральном выражении), Белоруссии (в 2 раза) и Турции (в 2,1 раза).

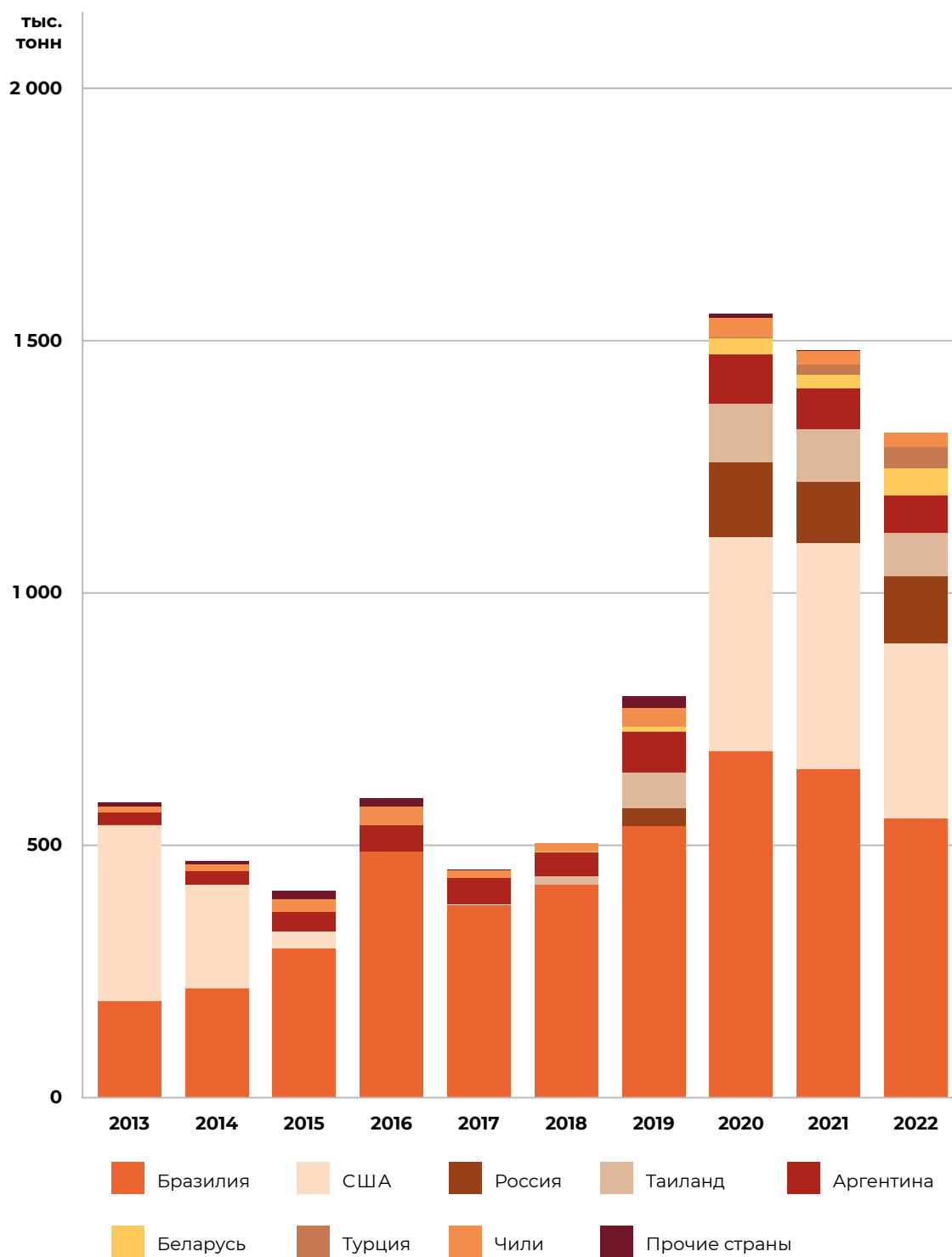
Табл. 12. Импорт мяса птицы Китая по странам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля, 2022 г., %
1	Бразилия	191,9	216,8	294,7	487,1	382,1	421,5	537,7	687,0	651,2	553,3	42,0
2	США	348,2	204,1	34,5	—	0,003	0,01	0,01	423,3	446,7	346,0	26,3
3	Россия	—	—	—	—	—	0,1	34,8	147,1	122,8	134,3	10,2
4	Таиланд	—	—	—	—	—	16,8	70,9	117,7	104,1	84,6	6,4
5	Аргентина	23,8	27,6	38,0	51,7	52,9	47,4	81,6	97,2	80,6	74,7	5,7
6	Беларусь	—	—	—	—	—	0,4	9,1	32,3	26,6	53,2	4,0
7	Турция	—	—	0,03	—	—	—	—	0,3	19,7	42,5	3,2
8	Чили	12,5	12,4	25,7	37,7	15,3	17,4	38,7	39,0	28,2	27,8	2,1
	Прочие страны	7,9	8,0	15,7	16,3	1,6	0,5	22,3	9,4	0,1	—	—
	Итого	584,2	468,8	408,5	592,7	452,0	503,9	795,0	1 553,3	1 480,1	1 316,5	100,0

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0207.

Рис. 22. Импорт мяса птицы Китая по странам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0207.

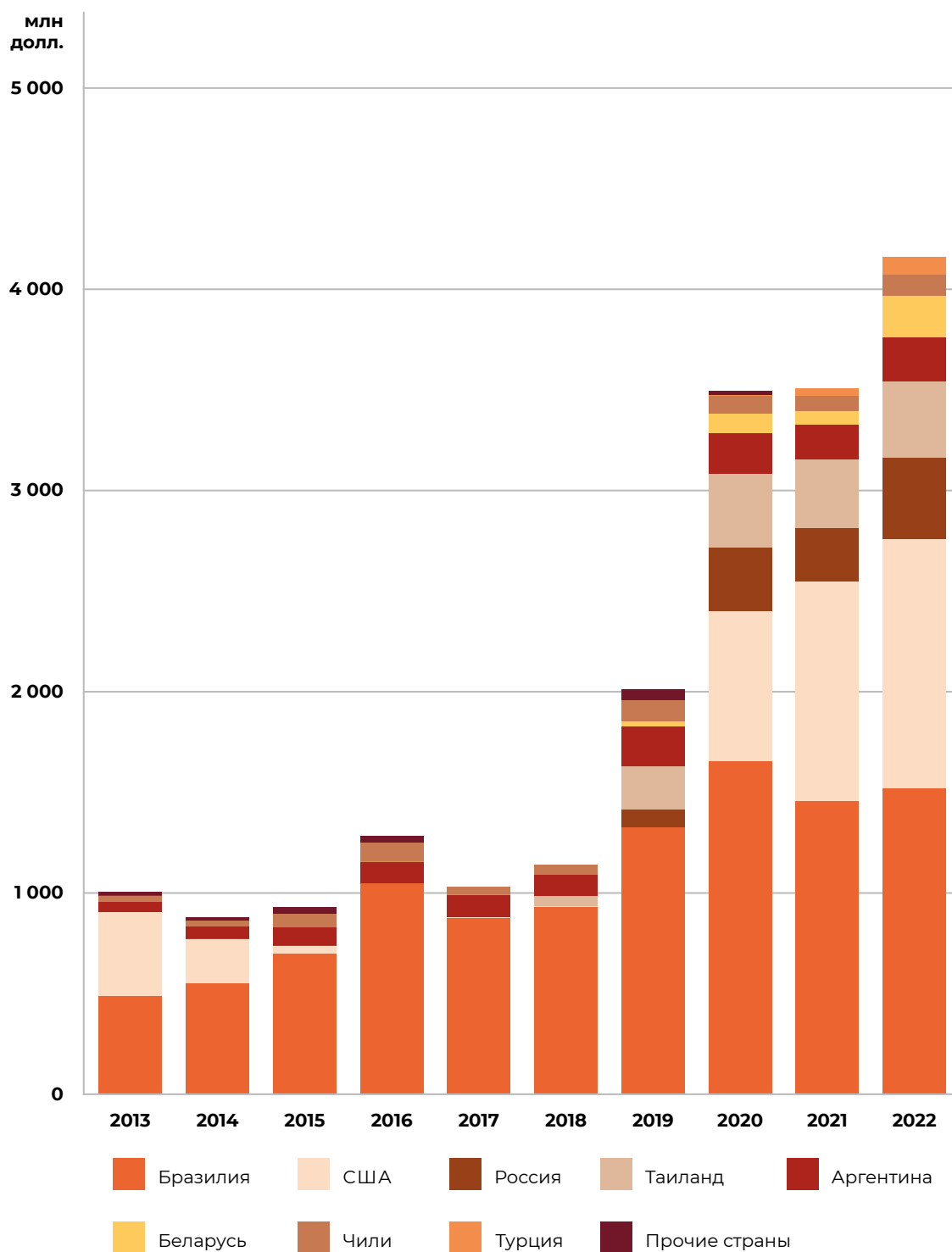
Табл. 13. Импорт мяса птицы Китая по странам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля, 2022 г., %
1	Бразилия	486,7	547,5	699,1	1 046,0	875,9	931,2	1 324,2	1 653,0	1 455,5	1 520,4	36,5
2	США	417,8	222,6	37,0	—	0,004	0,02	0,01	750,1	1 093,0	1 240,3	29,8
3	Россия	—	—	—	—	—	0,1	91,3	313,2	267,7	402,7	9,7
4	Таиланд	—	—	—	—	—	52,7	213,0	368,1	338,5	383,3	9,2
5	Аргентина	49,5	59,6	89,9	107,8	113,4	104,4	200,5	205,9	173,2	215,3	5,2
6	Беларусь	—	—	—	—	—	1,2	24,5	94,0	71,7	208,1	5,0
7	Чили	31,0	30,1	68,3	94,7	38,4	49,3	105,4	90,4	73,1	107,8	2,6
8	Турция	—	—	0,2	—	—	—	—	0,7	39,8	88,4	2,1
	Прочие страны	20,5	18,5	35,7	36,3	3,7	1,3	54,2	25,2	0,3	—	—
	Итого	1 005,5	878,3	930,1	1 284,8	1 031,4	1 140,1	2 013,2	3 500,4	3 512,8	4 166,2	100,0

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0207.

Рис. 23. Импорт мяса птицы Китая по странам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0207.

В 2016–2018 гг. цены на импорт мяса птицы в Китае оставались относительно стабильными. Затем в течение 2019–2021 гг. наблюдалась разнонаправленная динамика цен на импортное мясо птицы. Значимый рост средних цен на импортное мясо птицы в Китае пришелся на 2022 г., когда показатель вырос на 33,3% до 3 165 долл. США за тонну.

Наиболее высокие цены на импортное мясо птицы в 2022 г. были зафиксированы на продукцию из Таиланда — 4 532 долл. США/тонна, Белоруссии — 3 912 долл. США/тонна и Чили — 3 877 долл. США/тонна. Данные страны экспортировали в Китай преимущественно замороженные куриные лапы, цены на которые в 2022 г. выросли. Поставки из США осуществлялись по цене на 13,2% выше средней, а из Бразилии - на 13,2% ниже средней цены. Импортная цена на мясо птицы из России по итогам 2022 г. составила 2 998 долл. США/тонна, что на 5,3% ниже средней импортной цены.

В 2022 г. цены на импортные замороженные куриные лапы были на уровне 3 957 долл. США/тонна, увеличившись по сравнению с 2021 г. на 39,5%. Также значительный рост показали цены на мясо и субпродукты индейки до 3 186 долл. США/тонна (+25,1%). Цены на среднюю часть крыла и необваленные части тушек увеличились немного выше уровня продовольственной инфляции в Китае за 2022 г. и составили 3 313 долл. США/тонна (+5,6%) и 1 115 долл. США/тонна (+6,1%) соответственно.

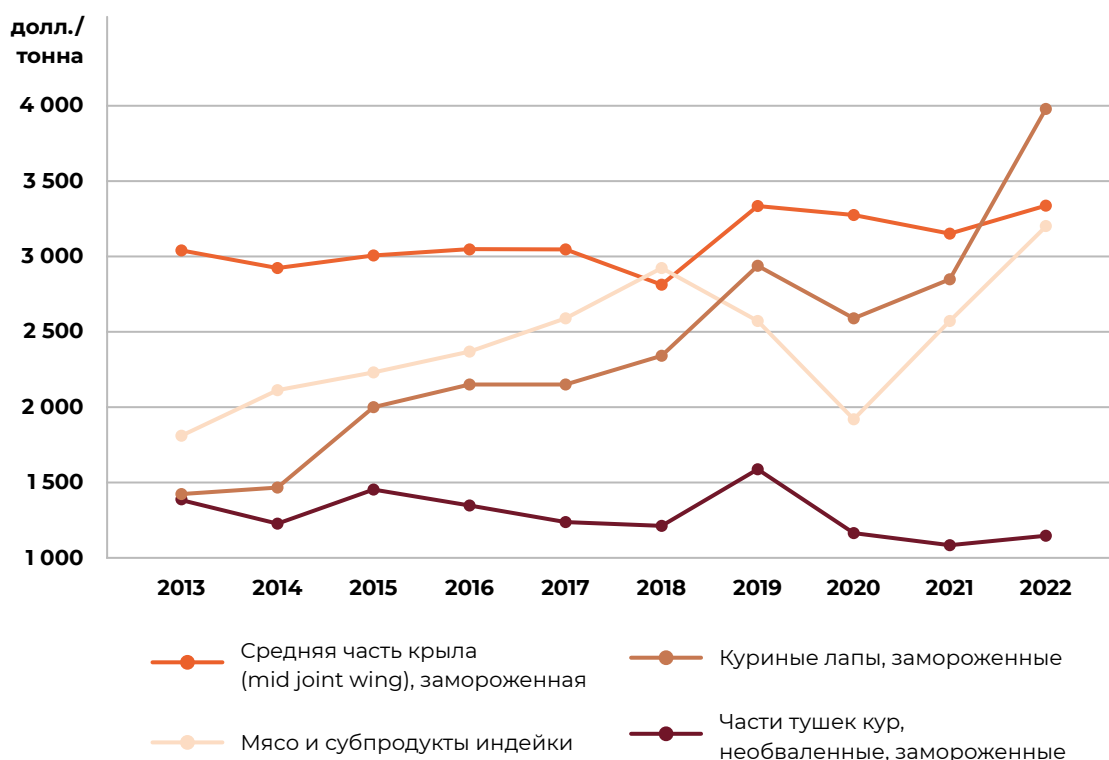
Табл. 14. Средняя импортная цена на мясо птицы Китая по странам-экспортерам, 2013–2022 гг., долл. США / тонна

Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Отклонение от средней цены, 2022 г., %
Средняя цена	1 721	1 873	2 277	2 168	2 282	2 262	2 532	2 254	2 373	3 165	—
Таиланд	—	—	—	—	—	3 148	3 003	3 126	3 253	4 532	43,2
Беларусь	—	—	—	—	—	2 898	2 706	2 908	2 698	3 912	23,6
Чили	2 484	2 431	2 659	2 515	2 503	2 832	2 726	2 316	2 590	3 877	22,5
США	1 200	1 090	1 074	—	—	—	—	1 772	2 447	3 584	13,2
Россия	—	—	—	—	—	—	2 624	2 130	2 180	2 998	-5,3
Аргентина	2 084	2 160	2 367	2 085	2 143	2 203	2 458	2 118	2 149	2 881	-9,0
Бразилия	2 536	2 525	2 372	2 147	2 293	2 209	2 463	2 406	2 235	2 748	-13,2
Турция	—	—	—	—	—	—	—	—	2 015	2 079	-34,3

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0207.

Рис. 24. Средняя импортная цена на мясо птицы в Китае по категориям, 2013–2022 гг., долл. США / тонна



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0207.

Табл. 15. Основные страны-экспортеры мяса птицы в Китай в 2022 г.

№	Экспортер	Доля в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
1	Бразилия	36,5	<ul style="list-style-type: none"> Бразилия является мировым лидером по объему экспорта мяса птицы. В 2022 г. экспорт мяса птицы Бразилии составил 8,9 млрд долл. США (4,4 млн тонн). На сегодняшний момент более 43 бразильских заводов по производству мяса птицы аккредитованы для поставок в Китай. Среди крупнейших компаний — BRF SA и JBS S.A. Компания JBS S.A. является одним из крупнейших мировых поставщиков мяса птицы и имеет высокий рейтинг среди производителей данного вида мяса. JBS управляет 400 производственными подразделениями в 15 странах и обслуживает около 275 тыс. клиентов в 190 странах. В структуре поставок мяса птицы Бразилии в Китай в 2022 г. в стоимостном выражении наибольшую долю занимали замороженные куриные крылья (около 49% от общего импорта из страны) и замороженные куриные лапки (35%)

Продолжение табл. 15.

№	Экспортер	Доля в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
2	США	29,8	<ul style="list-style-type: none"> ● США занимает второе место в мировом объеме экспорта мяса птицы. В 2022 г. суммарный объем экспорта мяса птицы составил 5,4 млрд долл. США (3,9 млн тонн). ● Самыми конкурентоспособными продуктами из США на рынке остаются куриные окорочка и лапы. Более крупный размер куриных окорочков из США пользуется популярностью среди китайских предприятий пищевой промышленности и в секторе общественного питания. ● Мясо кур механической обвалки из США пользуется стабильно высоким спросом у производителей куриных полуфабрикатов — наггетсов, сосисок, продуктов для ланчей, а также недорогих мясных кулинарных изделий. ● В структуре экспорта мяса птицы США в Китай в 2022 г. в стоимостном выражении наибольшую долю занимали замороженные куриные лапки (92% от общего импорта из страны)
3	Россия	9,7	<ul style="list-style-type: none"> ● Россия входит в топ-5 мировых производителей мяса птицы. ● Россия полностью обеспечивает себя продукцией птицеводства. Рост производства мяса птицы в промышленном секторе за 2022 г. составил 5,5%, достигнув отметки в 4,9 млн тонн в убойном весе. ● С 2019 г. Россия увеличила объем поставок мяса птицы в Китай практически в 4 раза, являясь конкурентоспособным игроком на рынке импортного мяса птицы. ● Российская продукция положительно воспринимается китайскими потребителями, а к ее качеству относятся с большим доверием. ● В структуре российских поставок мяса птицы в Китай в 2022 г. в стоимостном выражении наибольшую долю занимали замороженные части тушек и субпродукты птицы прочие (67% от общего импорта из страны) и замороженные куриные крылья (14%)

Продолжение табл. 15.

№	Экспортер	Доля в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
4	Таиланд	9,2	<ul style="list-style-type: none"> • Таиланд снова получил доступ на рынок Китая в 2018 г. и устойчиво занимает лидирующие позиции на рынке. • Территориальная близость, доступ к запасам кормов и низкие таможенные тарифы делают Таиланд надежным поставщиком качественной продукции на рынок Китая. • С 2022 г. пяти тайским компаниям-поставщикам мяса птицы вновь открыли доступ на китайский рынок, таким образом на текущий момент более 20 компаний официально аккредитованы для экспортных поставок. • Поставки мяса птицы из Таиланда осуществляются по преференциальным ставкам ввозных таможенных пошлин в рамках торговли между странами АСЕАН. • В структуре экспорта мяса птицы Таиланда в Китай в 2022 г. в стоимостном выражении наибольшую долю занимали замороженные куриные лапки (50% от общего импорта из страны) и замороженные куриные крылья (28%)
5	Аргентина	5,2	<ul style="list-style-type: none"> • Аргентина является одним из крупных поставщиков мяса в Южной Америки. • Соотношение выгодных цен и качества продукции делают Аргентину надежным поставщиком мяса птицы в Китай, о чем свидетельствует многолетнее сотрудничество стран. • В марте 2023 г. после обнаружения птичьего гриппа на своих птицефабриках Аргентина приостановила экспорт мяса птицы в Китай. • В структуре экспорта мяса птицы Аргентины в Китай в 2022 г. в стоимостном выражении наибольшую долю занимали замороженные куриные лапки (69% от общего импорта из страны) и замороженные куриные крылья (28%)

Источник: ITC Trade Map, открытые источники данных

2.2. Потребительские предпочтения

Особенности и традиции потребления

Наиболее популярным мясом птицы является мясо курицы. Китайские потребители больше ценят бройлеров цветных пород. Они медленнее растут, но считаются более здоровыми, чем быстрорастущие белоперые западные куры. Особенно любят кур цветных пород на юге Китая. Такое мясо традиционно используется для тушения или приготовления супов.

Однако есть ряд факторов, которые обусловили доминирующее положение мяса белоперых бройлеров в общем объеме рынка мяса птицы. Среди них:

- процесс урбанизации в Китае;
- особенности потребления в среде молодежи, предпочитающей готовую курицу из сегмента быстрого питания;
- изменение образа жизни китайских городских потребителей;
- растущая обеспокоенность по поводу безопасности пищевых продуктов;
- более низкие цены на белоперых бройлеров (цены на мясо кур цветных пород могут превосходить цены на белоперых бройлеров более чем в два раза);
- изменения в покупательских привычках.

Китайские потребители (особенно на юге страны) предпочитают свежезабитых птиц. Они выбирают живых птиц на рынке и просят продавца зарезать их на месте. Но из-за вспышек птичьего гриппа в 2013 г. и 2017 г. правительство Китая закрыло ряд рынков живой птицы в городах и препятствовало дальнейшему соблюдению этого обычая. В силу перечисленных обстоятельств китайские покупатели постепенно меняют свои потребительские привычки в пользу переработанного мяса птицы.

Китайцы делают выбор в пользу мяса птицы бесклеточного содержания. Мясо птицы свободного выгула воспринимается как более питательное и полезное, так как считается, что при таком содержании птицы едят экологически чистые корма. Однако китайским потребителям достаточно сложно отличить мясо птицы, выращенной на свободном выгуле, от аналогичного мяса птицы клеточного содержания из-за отсутствия стандартов по органическому сельскому хозяйству и надежных систем аккредитации производителей.

В части потребления мяса птицы китайцы выбирают незамороженное мясо. Как показывает результат опроса в 2014 г., 57% респондентов отдали предпочтение свежезабитой курице, 25% выбрали охлажденное, а 18% — замороженное куриное мясо.

Табл. 16. Потребительские предпочтения и тенденции в потреблении мяса и птицы⁴

	Предпочтительнее всего	Менее предпочтительно	Тенденции
Тип мяса	1. свинина 2. курица 3. утка и гусь	говядина (высокие цены) и баранины	диверсификация
Порода кур	куры цветных пород	белоперые куры	рост потребления мяса белоперого бройлера из-за цены, удобства и безопасности
Метод животноводства	без клетки	в клетке	без клетки, органическое мясо
Состояние мяса	живые птицы или свежее/ охлажденное мясо	замороженное мясо, реже свежее или охлажденное мясо	свежее или охлажденное, упакованное, с указанием бренда для удобства/безопасности
Приготовление	вареное, тушеное, жареное мясо птицы	запеченное или обжаренное мясо птицы	запеченные или обжаренные продукты пользуются популярностью среди молодых потребителей; преимущественно покупают готовые блюда и мясные полуфабрикаты
Виды продукции	лапы, крылья, целая свежая курица	замороженная целая курица или части птицы с костями или без костей	лапы и крылья, но предпочтительно свежие или охлажденные, в фирменной упаковке, порезанные на части для удобства и безопасности
Каналы реализации	открытые продуктовые рынки, традиционные местные магазины	супермаркеты	супермаркеты, интернет-торговля и рестораны быстрого питания
Тип домашнего хозяйства	городские домохозяйства	сельские домохозяйства	урбанизация и приближение возможностей сельских домохозяйств к городским предпочтениям
Регионы	Юг, Центрально-Восточные и Юго-Восточные провинции	Северо-Восточные и Западные провинции	долгосрочное взаимодействие по мере улучшения распределения

⁴ В таблице приведены приблизительные оценки, основанные на выборе большинства китайских потребителей. Региональные различия в предпочтениях также должны быть приняты во внимание.

Вопрос первостепенной важности для китайских потребителей — это безопасность продуктов питания. Интерес к этой теме подогревает чередой санитарных кризисов, пережитых в прошлом в отношении некоторых продуктов. Это, к примеру, громкие скандалы по поводу добавления меламина в молочные смеси и смеси для детского питания, продажа побегов токсичных бобов или добавление незаконных противомикробных средств в морепродукты. В связи с этими инцидентами осведомленность китайских потребителей о безопасности продуктов питания существенно повысилась, равно как и забота о безопасности и здоровье.

Вследствие этого выигрывают известные бренды и продукты в качественной упаковке. Потребители уделяют особое внимание содержанию этикеток на товарах в рознице, где обязательно должны быть указаны дата изготовления, срок годности, условия хранения, наименование и адрес производителя, необходимые разрешения, показатели пищевой ценности и т.д. Городское население Китая готово платить больше за более безопасные продукты. Помимо пищевой безопасности, важную роль играет доверие сертифицированным брендам, возможность отслеживать происхождение мяса, отсутствие антибиотиков и другие показатели качества продукции премиум-класса. Следует также отметить, что с точки зрения брендинга социальные сети играют ключевую роль в создании узнаваемости бренда и формировании доверия к нему.

Тенденции в потреблении

В последние годы в КНР растет потребление куриного мяса. Этому способствовали вспышки африканской чумы свиней (АЧС), которые серьезно затронули сегмент свиноводства, изменение потребительских предпочтений, а также увеличение промышленного производства мяса кур в КНР.

Несмотря на то, что объемы импорта мяса Китая снижаются последние два года, что связано с восстановлением местного производства свинины и достаточным объемом производства мяса птицы, китайский рынок остается крайне привлекательным и перспективным для наращивания поставок.

Из-за распространения эпидемии COVID-19 потребление куриного мяса в сфере общественного питания и институциональных учреждений в 2022 г. было немного меньше, чем ожидалось. В 2022 г. объем потребления мяса птицы в данных каналах реализации продемонстрировал снижение на 9,6% и 8,5% соответственно. При этом значительно возросло потребление куриного мяса домохозяйствами. Ожидается, что благодаря росту потребления в среднесрочной перспективе объемы местного производства куриного мяса в КНР будут и дальше увеличиваться.

Товары-субституты

Основным товаром-субститутом мяса птицы на китайском рынке является свинина (прежде всего по уровню стоимости и объемам потребления). Особого внимания заслуживает рост популярности мясных альтернатив. Около 39% потребителей в Китае сокращают потребление мяса из соображений заботы о здоровье. При этом ввиду широкой распространенности бобовых в рационе местных жителей и традиционной китайской кухне потребители предъявляют более высокие требования к вкусу и аромату альтернативного мяса, чем европейцы и американцы.

В 2022 г. в Китае было реализовано 15,2 тыс. тонн имитирующей мясо продукции, прирост к предыдущему году составил 60%, а среднегодовое увеличение с 2019 г. — 66%. Подавляющая часть внутренних потребностей покрывается за счет местного производства, которое в 2022 г. составило почти 14 тыс. тонн, увеличившись на 72,4% к предыдущему году. На рынке мясных альтернатив Китая среди производителей нет абсолютных лидеров. Здесь присутствуют как признанные международные компании: Nestle, Beyond Meat, DuPont, Omnifoods, Cargill и т.д., так и современные китайские стартапы Starfield, Vesta, PFI, а также традиционные производители заменителей мяса (тофу и сейтан). Ежегодно в Китае появляется более десяти новых компаний по производству мясных альтернатив. Часть из них специализируется на производстве полуфабрикатов для сектора общественного питания, другие на производстве продукции для домашнего потребления и снеков. Тем не менее, некоторые потребители отказываются переходить на растительное питание. Главной проблемой является ограниченность предложения продукции в некоторых регионах Китая. В частности, недоступность мясных альтернатив в ближайших точках продаж — основная причина, по которой многие китайцы не пробовали мясо на растительной основе. Другим существенным ограничительным фактором является низкий уровень осведомленности потребителей о составе, пользе и свойствах растительного мяса.

2.3. Торгово-распределительная сеть

Открытые продуктовые рынки, которые ранее были наиболее популярным каналом сбыта, становятся все менее востребованы, однако, по-прежнему, занимают наибольшую долю рынка — более 30%. Современные точки розничной торговли напротив набирают популярность и расширяют свое присутствие на рынке Китая. Рестораны быстрого обслуживания на фоне пандемии продемонстрировали рост, поскольку посетители чаще заказывали еду на вынос или на дом. Гостинично-ресторанный сектор пострадал сильнее всего, поскольку были введены ограничения на работу заведений общественного питания в рамках борьбы с распространением вируса.

В последние 5 лет в Китае стремительно растет популярность электронной торговли и служб доставки продуктов питания. В 2020 г. пандемия поспособствовала активному развитию электронной торговли, хотя и значительно ударила по объему розничной торговли, который в январе-феврале достиг рекордного минимума за два предыдущих года.

Открытые продуктовые рынки

Китайское правительство не поощряет продажу мяса птицы на открытых рынках. При этом оно активно поддерживает развитие торговли охлажденным или замороженным мясом, поставляемым крупными промышленными производителями. Поэтому традиционные открытые рынки, вероятнее всего, будут постепенно исчезать.

Сети гипермаркетов и супермаркетов

Основным каналом сбыта мяса птицы в стране являются розничные торговые точки. С 2000 г. в Китае быстро развиваются гипермаркеты и сети супермаркетов. Супермаркеты становятся основными дистрибьюторами замороженной и переработанной продукции из мяса птицы. Импортная продукция из мяса птицы представлена в основном в крупных национальных сетях гипермаркетов или супермаркетов (по сравнению с небольшими региональными сетями или независимыми супермаркетами).

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

Магазины класса «премиум»

Магазины премиум-класса — это специализированные супермаркеты и небольшие гастрономические бутики. Как правило, доля продаж импортных продовольственных товаров в этих точках достаточно высока.

Основными игроками среди супермаркетов в данном сегменте являются City Shop Supermarket (Шанхай), City-Super (Гонконг), CRV Ole и BHG (супермаркеты в городах Пекин и Хуалянь).

Сектор общественного питания

Рестораны и отели премиум-класса в меньшей степени зависят от ценовых ограничений и в большей степени заинтересованы в возможности предложить клиентам уникальные блюда и продукты. Важно отметить, что при существующем потенциале для ввоза импортной продукции некоторые дистрибьюторы могут относиться к импортному замороженному мясу птицы с долей опаски.

Сети быстрого питания — это ниша с самым высоким уровнем потребления продуктов из мяса птицы. Основные игроки на рынке мяса птицы Китая: Yum China Holdings Inc. (управляет KFC, Pizza Hut и другими), McDonald's, Dicos и Burger King. Помимо крупных международных брендов сетей быстрого пи-

тания на улицах Китая открывается все больше ресторанов брендов Laoxiang Chicken, Village Ji, а также тушеная курица и рис Yang Mingyu.

Электронная торговля

Объем онлайн-продаж мяса птицы в Китае в настоящий момент невысок. Однако благодаря высочайшему уровню развития интернет-торговли по стране в целом, он в скором времени сможет обеспечить высокий рост сбыта. Большинство предприятий, выпускающих продукцию из мяса птицы, имеют интернет-магазины для удовлетворения растущих покупательских потребностей. Основные площадки электронной торговли в Китае:

- [Taobao](#);
- [Tmall](#);
- [JD](#).

Доля рынка этих трех площадок в среднем составляет около 75% всех онлайн-продаж Китая.

Основные игроки по каналам сбыта

Сети гипермаркетов и супермаркетов



RT-MART

Компания RT-MART открыла свой первый сетевой магазин в Шанхае в 1998 г. По состоянию на июнь 2023 г. RT-MART имеет более 500 гипермаркетов по всей стране (включая 32 провинции, муниципалитеты и автономные районы). На конец 2021 г. основным стратегическим инвестором компании была Alibaba Group с долей в 72%.



CR Vanguard

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



Walmart

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



YongHui Superstores Co., Ltd.

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. Охват деятельности YongHui Superstores — это внутренние рынки 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. Общий объем продаж в 2022 г. составил около 90,1 млрд юаней (около 13,3 млрд долл. США).



Wumart

Wumart — китайская компания, основанная в 1994 г. На 2022 г. насчитывала более 2000 торговых точек. В разное время приобрела и интегрировала в свою сеть активы немецкой Metro C&C и британской B&Q в Китае.

Площадки электронной коммерции



Tmall

Tmall был выделен из Taobao в 2011 г. как B2C-площадка, 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.



JD.com

Платформа JD.com развивалась как платформа по продаже электроники. Сейчас сфера интересов компании включает электронную коммерцию, логистику, розничную торговлю, облачные технологии, научные исследования. 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.



Pinduoduo

Платформа электронной коммерции Pinduoduo основана в 2015 г. 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.



Freshhippo

Сеть Freshhippo запущена в 2016 г., является собственной розничной сетью Alibaba Group по продаже бакалейных товаров и свежих продуктов. Собственная система фулфилмента обеспечивает 30-минутную доставку клиентам, проживающим в радиусе трех километров от магазина Freshhippo. По состоянию на июнь 2023 г. сеть насчитывала 337 магазина, расположенных в основном в крупных городах Китая.

2.4. Конкурентная среда и участники рынка

Примерно 35% производства мяса птицы приходится на топ-10 крупнейших компаний Китая, оставшиеся объемы распределены между небольшими фермерскими и перерабатывающими производствами на территории всей страны. Переход крупных производителей и переработчиков свинины в птицеводство, а также заинтересованность ведущих птицеводческих и птицеперерабатывающих компаний в расширении мощностей, скорее всего, ускорит процесс постепенной консолидации цепочки добавленной стоимости в отрасли.

Лидеры рынка — это компании New Hope Group, Wen's Food Group и Wellhope Agri-Tech, которые в 2021 г. осуществили забой 1,3; 1,1 и 0,7 млн птиц соответственно. Последние две компании занимают 4 и 5 места в мировом рейтинге крупнейших производителей мяса бройлеров соответственно. New Hope Group в рейтинге WATTPoultry International за 2021 г. отсутствует, однако объем производства группы компаний превышает 1 млн голов в год.

Табл. 17. Ведущие местные производители мяса птицы в Китае, 2021 г.

Место на рынке Китая	Экспортер	Количество птицы на убой, млн голов	Производимая продукция	Сайт
1	New Hope Group	1 300*	курица, утка	en.newhopegroup.com
2	Wen's Food Group	1 101	курица, утка, гуси	www.wens.com.cn
3	Wellhope Agri-Tech	695	курица	www.wellhope-ag.com
4	Fujian Sunner Development	510	курица	www.sunnergp.com
5	Yisheng Livestock & Poultry Breeding	486**	курица	www.yishenggufen.com
6	Doyoo Group	400	курица	www.doyoo.cn
7	New Hope Liuhe	375	курица, утка	www.en.newhopeliuhe.com
8	Jiangsu Lihua Animal Husbandry	323	курица, утка, гуси	www.lihuamuye.com
9	Jiangsu Ecolovo Food (Yike Group)	280	курица	www.ecolovo.com
10	WH Group	204	курица, утка, гуси	https://clck.ru/356kjZ

Источник: WATTPoultry International

Примечание: * указаны данные с официального сайта компании, ** данные за 2020 г.



New Hope Group

Крупнейший производитель мяса птицы в Азии и четвертый в мире после JBS S.A., Tyson Foods, Inc. и BRF S.A с главным офисом в Пекине. Специализируется на сельском хозяйстве, в частности на животноводстве, а также производстве мясных продуктов и кормов для животных. Компания осуществляет деятельность в общенациональном масштабе на рынках Китая и 20 других стран и регионов, включая Вьетнам, Филиппины, Бангладеш, Индонезию, Камбоджу, Шри-Ланку, Сингапур и Египет. New Hope Group имеет около 500 филиалов и дочерних компаний, а ее штат насчитывает порядка 60 тыс. сотрудников. В Китае компании принадлежит 14 перерабатывающих предприятий и 200 заводов по производству комбикорма. Дочернее подразделение New Hope Liuhe занимается производством мяса курицы.



Wen's Food Group

Основанная в 1983 г., компания является одним из ведущих производителей мяса птицы в Китае с главным офисом в провинции Гуандун. Предприятие объединяет 170 компаний и 53 тыс. семейных птицеводческих хозяйств по всей стране. Wen's Food Group занимается животноводством и реализацией мясной продукции из бройлеров, свиней, уток, а также производством сельскохозяйственного и животноводческого оборудования, в частности, оборудования для кормления и разведения животных.



Компания основана в 1995 г. Основными направлениями работы предприятия являются торговля кормами; производство мяса птицы, свинины и продуктов их переработки; производство и продажа оборудования для разведения животных, лечение домашних

животных и другие смежные услуги. В настоящее время в Wellhope Agri-Tech входит 200 предприятий, в том числе размещенных в Непале, Индонезии, Филиппинах, России и других странах. В 2022 г. забой бройлеров составил 724 млн голов.



Fujian Sunner Development Co., Ltd.

Fujian Sunner Development Co., Ltd. территориально располагается в провинции Фуцзянь. Наиболее известным брендом компании является Sunner. Sunner Food специализируется на разведении и переработке птицы, в том числе на производстве продукции из мяса белоперой курицы. Sunner выпускает замороженные части тушек и мясо для предприятий быстрого питания, пищевой промышленности и оптовых рынков. Кроме того, компания является официальным поставщиком для McDonald's и KFC.



Doyoo Group

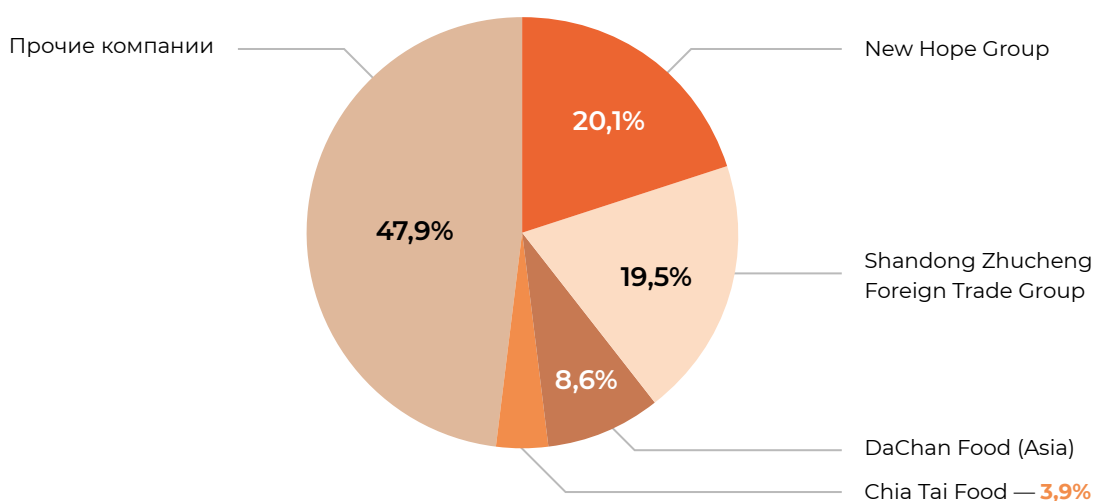
Doyoo Group — одна из ведущих птицеводческих компаний в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Компания занимается производством кормов, а также разведением бройлеров и их последующей переработкой.



Китайская компания, которая занимается птицеводством и переработкой мяса птицы. Компания входит в пятерку крупнейших переработчиков в Китае и занимает 35 место в рейтинге мировых птицеводческих компаний. В 2020 г. Jiangsu Lihua Animal Husbandry заняло в 3,4% долю рынка птицеводческого сектора в Китае.

Сегмент замороженного мяса птицы отличается высоким уровнем концентрации — на ведущего китайского производителя (или оптового продавца) мяса птицы New Hope Group в 2022 г. пришлось 20,1%. Еще 19,5% рынка заняла компания Shandong Zhucheng Foreign Trade Group, 8,6% — DaChan Food (Asia) и 3,9% Chia Tai Food Co. На прочие компании в 2022 г. пришлось 47,9% рынка замороженного мяса птицы.

Рис. 25. Доля основных игроков на рынке замороженного мяса птицы, реализуемого в розничных торговых сетях, 2022 г., %



Источник: Euromonitor International

Зарубежные игроки рынка

Помимо китайских компаний-производителей на рынке замороженного мяса птицы также представлены зарубежные бренды, которые принадлежат крупным международным компаниям и успешно конкурируют с местными игроками. Так, например, значительную долю поставок продукции осуществляют бразильские JBS S.A и BRF S.A и американская Tyson Foods, которые являются крупнейшими мировыми производителями мяса и птицы.



JBS S.A.

Бразильская компания со штаб-квартирой в Сан-Паулу, которая основана в 1953 г., является крупнейшим в мире производителем мяса и птицы, а также одним из мировых лидеров в пищевой промышленности. В компании работает более 250 тыс. человек, а ее филиалы расположены в более 20 стран мира. JBS управляет разнообразным продуктовым портфелем, включая свежее и замороженное мясо, готовые блюда, выпускаемые под всемирно известными брендами: Friboi, Swift, Seara, Pilgrim's Pride, Swift Prepared Foods, Plumrose, Primo.



BRF S.A.

Одна из крупнейших бразильских мясных компаний, основанная в 1934 г., которая управляет портфелем из более 30 брендов. Продукция BRF поставляется в более 150 стран. Компания управляет 50 заводами, которые расположены в Аргентине, Бразилии, Великобритании, Турции, ОАЭ, Нидерландах, Таиланде и Малайзии. В компании работают более 90 тыс. сотрудников



Agrosuper

Крупнейшая чилийская компания мясного сектора с более чем 65-летней историей. Продукция компании экспортируется в более 50 стран мира, а ее филиалы расположены в 6 странах, включая США, Мексику, Республику Корея, Китай, Италию и Японию. В компании работают более 13 тыс. человек. Наиболее известные бренды включают Super Polo, Super Cerdo, King.



Charoen Pokphand Group

Ведущая тайская агропромышленная компания, специализирующаяся на производстве мяса птицы, которая управляет 14 дочерними компаниями в Таиланде и за рубежом. Помимо агропромышленного и продуктового сектора деятельность компании также охватывает дистрибуцию и логистику, фармацевтику, ритейл и электронную коммерцию, а также строительство и инвестиции.



Tyson Foods

Американская компания, основанная в 1935 г., которая является одной из крупнейших в мире переработчиков мяса птицы, говядины и свинины. Компания также является официальным поставщиком продукции в сети Walmart, Kroger, KFC, Taco Bell, McDonald's, Burger King, Wendy's. Вместе со своими дочерними компаниями Tyson Foods владеет такими торговыми марками, как Tyson, Jimmy Dean, Hillshire Farm®, Ball Park, Wright, Aidells,

**Доступ на рынок:
ветеринария**



3

Содержание



3.1.

Описание базовых принципов Соглашения между Россией и Китаем

3.4.

Процедура ветеринарной сертификации продукции

3.2.

Включение предприятий в Реестры для осуществления экспорта

3.5.

Лабораторные исследования

3.3.

Экспортный сертификат

3.6.

Отгрузка продукции на экспорт

В течение периода работы по получению права доступа птицеводческой продукции на рынок Китая компетентными органами Российской Федерации были пройдены все процедуры, выполнение которых необходимо для начала поставок продукции животного происхождения в Китай (Процедура инспекционного и карантинного допуска мясной продукции к экспорту в Китай (<https://clck.ru/NBZrM>)).

Поставки мяса птицы и субпродуктов стали возможны после согласования «Меморандума о стандарте компартиментализации по гриппу птиц» от 07.09.2018 г. (<https://clck.ru/NBZsx>) и подписания 07.11.2018 г. «Протокола о проведении инспекционного, карантинного, ветеринарного и санитарного контроля в отношении взаимных поставок замороженного мяса птицы между Россией и Китаем» (<https://clck.ru/NBZtP>). Данные Соглашения были подписаны Федеральной службой по ветеринарному и фитосанитарному надзору (Россельхознадзор) и Главным таможенным управлением Китайской Народной Республики (ГТУ КНР). По результатам данной работы Российская Федерация получила право экспорта в страну мяса и субпродуктов птицы и субпродуктов курицы и индейки.

В настоящее время 69 российских предприятий, включая холодильные склады, аттестованы на право экспорта мяса и субпродуктов домашней птицы в Китай и внесены в соответствующий реестр ГТУ КНР.

3.1. Описание базовых принципов Соглашения между Россией и Китаем

Требования к компетентному органу и системе

В систему государственной ветеринарной службы Российской Федерации входят Россельхознадзор (федеральный уровень), осуществляющий свою деятельность на всей территории страны через свои структурные подразделения и органы управления ветеринарией субъектов Российской Федерации (региональный уровень).

Россельхознадзор является компетентным органом в области ветеринарии, ответственным за выполнение ветеринарно-санитарных требований, предъявляемых странами-импортерами. Он дает компетентным органам стран-импортеров гарантии по соблюдению их требований к эпизоотической обстановке, безопасности продукции, системе контроля за производством экспортируемых товаров и качеству проведения лабораторных исследований на всей территории страны. Россельхознадзор подтверждает выполнение всех требований страны-импортера оформлением согласованной формы ветеринарного сертификата на каждую партию продукции.

Органы управления ветеринарии субъектов Российской Федерации выполняют все противоэпизоотические и профилактические мероприятия в своем регионе ответственности и осуществляют рутинный контроль на предприятиях-производителях продукции животного происхождения. Они подтверждают выполнение предприятием требований конкретной страны-импортера оформлением ветеринарной сопроводительной документации (ветеринарное свидетельство, ветеринарная справка) на каждую партию продукции, предназначенной для экспорта.

Ветеринарные специалисты Россельхознадзора и органов управления ветеринарией субъектов Российской Федерации должны знать требования законодательства Китая, предъявляемые к производству, хранению, транспортировке и реализации мяса птицы и осуществлять контроль за их выполнением предприятиями, осуществляемыми экспорт продукции в регион.

Требования к предприятию

Производственные предприятия (включая предприятия по убою, разделке, переработке и хранению) должны осуществлять свою деятельность под постоянным контролем Государственной ветеринарной службы Российской Федерации. Все этапы и условия производства продукции, предназначенной для экспорта в Китай, должны соответствовать действующим ветеринарным и санитарным требованиям, установленным законодательством Российской Федерации, Евразийского экономического союза (ЕАЭС) и Китая. На предприятии должны быть разработаны, внедрены и поддерживаться процедуры, основанные на принципах ХАССП (НАССР — Hazard Analysis and Critical Control Points). Необходимо также соответствие предприятия требованиям «Меморандума о стандарте компартиментализации по гриппу птиц». В течение всего периода производства продукции на экспорт компания и производимые товары должны отвечать стандартам Китая. В иное время они могут отвечать российским и другим стандартам, но производимые в этот период партии товаров должны храниться отдельно от тех, которые предназначены для экспорта в Китай. Кроме того, на предприятии должна быть внедрена эффективная система определения происхождения мяса и субпродуктов птицы (система прослеживаемости).

Ответственные за экспорт сотрудники предприятия должны знать требования законодательства Китая, предъявляемые к производству, хранению, транспортировке и реализации мяса птицы, и осуществлять контроль по их выполнению при производстве продукции, а также ориентироваться в национальных стандартах пищевой продукции КНР (см. Приложение №2).

Только официально зарегистрированные российские предприятия по производству мяса и субпродуктов птицы как в ИС «Цербер», так и в национальном реестре Китая имеют право экспорта в КНР. По результатам регистрации в данных системах предприятиям присваиваются регистрационные номера, которые являются эксклюзивными и не могут быть использованы третьими лицами.

Требования к продукции

В настоящее время в соответствии с «Протоколом о проведении инспекционного, карантинного, ветеринарного и санитарного контроля в отношении взаимных поставок замороженного мяса птицы между Россией и Китаем» российские предприятия имеют право экспорта в Китай следующей продукции:

- замороженное мясо птицы (с костью и бескостное);
- тушки и части тушек;
- субпродукты:
 - замороженные куриные потроха: замороженные куриные сердца, замороженная куриная печень, замороженные куриные почки, куриные желудки и куриные головы. Прочее: замороженная куриная кожа, замороженные куриные крылышки (без кисти крыла), замороженные куриные кисти крыла, замороженные куриные лапки, замороженный куриный хрящ;
 - замороженные индюшачьи потроха: замороженные индюшачьи сердца, замороженная индюшачья печень, замороженные индюшачьи почки, индюшачьи желудки и индюшачьи головы. Прочее: замороженная индюшачья кожа, замороженные индюшачьи крылышки (без кисти крыла), замороженные индюшачьи кисти крыла, замороженные индюшачьи лапки, замороженный индюшачьи хрящи, замороженная индюшачья шея.

В мясе птицы, допущенном к экспорту в Китай, должны отсутствовать перья. Необходимо полное его соответствие ветеринарно-санитарным требованиям принимающей страны.

Продукция должна храниться и транспортироваться в соответствующих температурных условиях с постоянным поддержанием внутренней температуры замороженного мяса птицы не выше -15°C .

Кроме того, экспортируемое мясо птицы нужно упаковать в новый упаковочный материал согласно положениям Кодекса Алиментариус.

На внутренней (первичной) упаковке продукции на русском и китайском языках должна быть указана следующая информация:

- наименование продукции;
- страна происхождения;
- предприятие-производитель;

- регистрационный номер предприятия;
- номер партии.

Маркировочную этикетку необходимо наклеить на первичную упаковку таким образом, чтобы при вскрытии упаковки целостность маркировки нарушалась. На внешней (вторичной) упаковке продукции на русском и китайском языках должна быть указана следующая информация:

- наименование продукции;
- спецификации;
- место происхождения (страна/регион/город);
- регистрационный номер предприятия;
- номер партии;
- место назначения (Китайская Народная Республика);
- дата производства (год/месяц/число);
- сроки хранения;
- условия хранения.

На внешней упаковке также должны быть указаны масса продукции (нетто, брутто) и инспекционные отметки российских компетентных органов.

Кроме того, необходимо соответствие маркировки расфасованного мяса стандартам и правилам Китая в отношении маркировки расфасованных пищевых продуктов (GB 7718-2011).

3.2. Включение предприятий в Реестры для осуществления экспорта

Администрация предприятия, планирующего экспорт в Китай, должна быть уверена, что все производственные процессы соответствуют требованиям законодательства Российской Федерации, ЕАЭС и Китая. Будучи уверенной в этом, администрация подает заявку на проведение комиссионного обследования предприятия специалистами территориального управления Россельхознадзора и органа управления ветеринарией субъекта Российской Федерации, в зоне деятельности которых расположено предприятие.

Данная заявка подается в электронной форме через публичный интерфейс информационной системы «Цербер» (далее — ИС «Цербер»). Форма для подачи заявки и инструкция по ее заполнению размещены на официальном сайте Россельхознадзора на главной странице ИС «Цербер» (<http://cerberus.vetrif.ru>).

Сотрудники территориального управления Россельхознадзора рассматривают заявку и принимают одно из следующих решений: «Назначить обследование», «Принять», «Отклонить».

При принятии решения «Назначить обследование» дата его проведения назначается не ранее 10 рабочих дней от даты принятия решения. Далее определяются члены Комиссии, среди которых могут быть сотрудники центрального аппарата Россельхознадзора.

Комиссионное обследование предприятия должно быть проведено в срок не более 30 календарных дней с момента поступления заявки.

Предварительно комиссия может запросить документы, необходимые для проведения процедуры (например: план ХАССП; результаты лабораторных исследований проб, отобранных на предприятии от живой птицы, мяса птицы или продуктов переработки, на безопасность за последние три года, проведенных в рамках программ производственного контроля и государственного мониторинга; информацию по применяемым схемам вакцинации и лечения птицы; рецептура кормов и проч.).

Комиссия обследует все этапы производства продукции, предназначенной для экспорта в Китай.

На момент проведения обследования на предприятии должна осуществляться производственная деятельность.

При обследовании комиссия устанавливает возможность выполнения предприятием основополагающих требований Китая.

На основании проведенного обследования принимается одно из следующих решений:

- в случае несоответствия предприятия основополагающим требованиям Китая ему даются рекомендации по устранению выявленных нарушений, на основании которых предприятие должно составить план корректирующих мероприятий;
- в случае соответствия предприятия требованиям Китая предлагается включить его в список экспортеров в страну.

По результатам обследования составляется акт, который согласовывается главным государственным ветеринарным инспектором субъекта Российской Федерации и утверждается руководителем территориального управления Россельхознадзора. Срок согласования и подписания акта не должен превышать 10 рабочих дней со дня проведения процедуры. После этого в течение 3 рабо-

чих дней территориальный орган Россельхознадзора размещает информацию о результатах проведенного обследования в ИС «Цербер».

Акт составляется в трех экземплярах: один хранится в территориальном управлении Россельхознадзора, второй — в органе управления ветеринарией субъекта Российской Федерации, третий — на обследованном предприятии.

Формы актов обследования на соответствие требованиям третьих стран (которые также используются для обследования на соответствие требованиям Китая) размещены на официальном сайте Россельхознадзора (<https://fsvps.gov.ru/>).

Если предприятие признано несоответствующим требованиям Китая, комиссия проводит его повторное обследование после выполнения плана корректирующих мероприятий.

Если же предприятие соответствует требованиям, Россельхознадзор направляет посредством использования CIFER в ГТУ КНР официальный запрос на его включение в список импортеров в Китай, после чего предприятие вносится в Реестр экспортеров и размещается в ИС «Цербер» с присвоением статуса: «Направлен официальный запрос в компетентное ведомство страны-импортера» (гарантии о соответствии предприятия установленным требованиям).

ГТУ КНР рассматривает запрос и в случае положительного решения регистрирует предприятие как имеющее право импорта в Китай мяса и субпродуктов птицы. Регистрация действительна в течение пяти лет и может быть продлена.

В течение 5 рабочих дней после уведомления от ГТУ КНР Россельхознадзор меняет статус предприятия в ИС «Цербер» на один из следующих: «Согласовано с компетентным ведомством страны-импортера на основании гарантий» и «Согласовано с компетентным ведомством страны-импортера на основании обследования компетентным ведомством страны-импортера». После этого предприятие может начинать производство продукции для экспорта в Китай.

Минимальный срок прохождения процедуры включения предприятия в список разрешенных для экспорта в Китай составляет три месяца.

3.3. Экспортный сертификат

Партия груза, направляемая на экспорт в Китай, должна сопровождаться оригиналом ветеринарного сертификата, удостоверяющего соответствие продукции ветеринарно-санитарным требованиям принимающей страны и положениям Соглашений, достигнутых Россельхознадзором и ГТУ КНР. Необходимо его оформление на русском и китайском языках. Формат и содержание сертификата должны полностью соответствовать «Ветеринарному сертификату на вывоз замороженного мяса птицы и субпродуктов в Китай», образец которого размещен на официальном сайте Россельхознадзора (<https://clck.ru/3576DW>).

Ветеринарные сертификаты имеют право оформлять только ветеринарные специалисты Россельхознадзора. Список специалистов с образцами их подписей и оттисками используемых ими печатей и штампов регулярно обновляются и передаются в ГТУ КНР. Копии всех ветеринарных сертификатов, оформленных для экспорта продукции в Китай, направляются в ГТУ КНР по электронной почте.

3.4. Процедура ветеринарной сертификации продукции

Ветеринарная сертификация продукции для экспорта в Китай осуществляется с учетом всех этапов производства.

Сертифицирована может быть только продукция, отвечающая следующим условиям:

- она должна быть получена от птицы, которая была выведена, рождена и выращена в утвержденных компартментах, свободных от болезней, в том числе вирусов гриппа птиц и болезни Ньюкасла;
- при выращивании птицы запрещается использовать вредные ветеринарные препараты и кормовые добавки;
- живая птица, выращенная на убой, должна быть произведена согласно требованиям Соглашений;
- предубойное и послепубойное обследование должно быть проведено в соответствии с действующим российским и китайским законодательством. В результате этого обследования необходимо подтвердить, что живая птица здорова и не имеет признаков инфекционных заболеваний, а также не наблюдается поражений тушки и внутренних органов, связанных с болезнями;
- продукция должна быть получена на предприятии, реализующем программы мониторинга остаточного содержания ветеринарных препаратов, пестицидов и веществ, загрязняющих окружающую среду. Их содержание должно быть ниже максимальных уровней, установленных законодательством Китая. Кроме того, нужно чтобы продукция соответствовала нормам гигиены и безопасности и была пригодна для употребления человеком.

Помимо этого, для экспорта товаров из страны необходимо получить письменное разрешение Главного государственного ветеринарного инспектора Российской Федерации. Это разрешение выдается на объем продукции, планируемой к вывозу, и действует в течение календарного года. Заявка на разрешение подается экспортером через автоматизированную систему «Аргус» (<http://www.fsvps.ru/fsvps/argus>).

Продукция, отгружаемая с предприятия и предназначенная для последующего экспорта в Китай, сопровождается ветеринарным свидетельством формы №2, которое оформляется уполномоченным в области ветеринарии органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации. В ветеринарном свидетельстве должна содержаться информация о выполнении ветеринарных требований Китая, проведенных лабораторных исследованиях, номере и дате разрешения Главного государственного ветеринарного инспектора Российской Федерации на вывоз продукции. К ветеринарному свидетельству формы №2 прикладываются документы, необходимые для оформления международного ветеринарного сертификата.

Экспортные товары могут быть направлены с предприятия:

- 1) либо непосредственно в место таможенного оформления;
- 2) либо в холодильные склады для промежуточного хранения и формирования консолидированных партий продукции. Данные склады также как и производственные предприятия должны быть проинспектированы и соответствовать требованиям Китая. Далее консолидированная партия продукции перемещается в место таможенного оформления (при наличии ветеринарного свидетельства формы №2, в которое заносится вся информация из предыдущих свидетельств). Пребывание продукции на складе оформляется с помощью Актов о приеме-передаче и возврате материальных ценностей, сданных на хранение (см. Приложение №3).

В месте таможенного оформления в отношении экспортируемой партии продукции проводится процедура государственного ветеринарного надзора, которая состоит из следующих административных действий:

- документарный контроль;
- физический контроль;
- принятие решения.

«Документарный контроль» заключается в проверке:

- ветеринарного сопроводительного документа (ветеринарное свидетельство формы №2);
- разрешения на вывоз продукции;
- соответствия содержания сопроводительных документов (выданных уполномоченным в области ветеринарии органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации, из которого вывозится (происходит) товар) ветеринарно-санитарным требованиям Китая;
- наличия ограничений на вывоз продукции;

- наличия предприятия-производителя продукции и холодильного склада в списке имеющих право экспорта в Китай.

На стадии документарного контроля также проводится проверка прослеживаемости продукции по ИС «Меркурий» и могут быть запрошены дополнительные документы, гарантирующие выполнение требований законодательства Китая. «Физический контроль» осуществляется по завершении документарного и заключается в проведении ветеринарного досмотра продукции.

При этом сверяется соответствие продукции, указанной в ветеринарных сопроводительных документах (ветеринарных свидетельствах), с фактически находящейся в транспортном средстве (контейнере). Осуществляется проверка условий перевозки, температуры в транспортном средстве и температуры самой продукции. Инспектируется ветеринарно-санитарное состояние транспортных средств (контейнеров), соответствие упаковки и маркировки.

Пункт «принятие решения» осуществляется по результатам документарного и физического контроля. На товарно-сопроводительных документах (товарно-транспортная накладная, авианакладная, коносамент, железнодорожная накладная) ставится штамп «Выпуск разрешен».

Далее взамен ветеринарного свидетельства должностным лицом пограничного контрольного ветеринарного пункта оформляются ветеринарный сертификат формы 5е и согласованная форма ветеринарного сертификата.

По итогам административной процедуры сведения о вывозе продукции заносятся в журнал учета подконтрольных товаров, вывозимых из Российской Федерации, и вносятся в АИС и единую информационную систему Таможенного союза. Далее копия оформленного ветеринарного сертификата на вывоз замороженного мяса птицы и субпродуктов в Китай направляется в ГТУ КНР.

Перед отправкой в Китай транспортное средство/контейнер опечатывается компетентным органом Российской Федерации под наблюдением государственного ветеринарного врача. Номер пломбы указывается в ветеринарном сертификате, сопровождающем груз. Контейнер не должен вскрываться до поступления на территорию Китая.

3.5. Лабораторные исследования

Предприятия, имеющие право экспорта мяса птицы в Китай, должны разработать и внедрить программу производственного контроля с учетом требований принимающей стороны. Такая программа устанавливает периодичность лабораторного контроля за содержанием микробиологических и химических загрязнений. Кроме того, она должна соответствовать рекомендациям «Инструкции по порядку и периодичности контроля за содержанием микробиологических и химических загрязнений в мясе, птице, яйцах и продуктах их переработки» от 27.06.2000 г. На предприятии запрещено применять ветеринарные препараты, не разрешенные к использованию законодательством Китая.

Необходимо проверять продукцию на наличие антибиотиков и других средств, применяемых в лечебных и профилактических целях птицеводческими хозяйствами, откуда птица поступает на убой. Проведение лабораторных исследований продукции на наличии лекарственных средств, не применяемых на производстве, необязательно.

Исследования мяса и субпродуктов птицы должны проводиться в лабораториях, имеющих соответствующую аккредитацию.

Список запрещенных к применению веществ, МДУ антибиотиков и других средств (применяемых в лечебных и профилактических целях в соответствии с требованиями Китая), а также лабораторий (подведомственных Россельхознадзору и способных проводить исследования по требованиям Китая) можно найти на следующем сайте: <https://clck.ru/NBaH7>

3.6. Отгрузка продукции на экспорт

От места производства/хранения до места прохождения пограничного ветеринарного контроля продукция должна сопровождаться следующими документами:

- ветеринарное свидетельство формы №2;
- копии протоколов проведенных лабораторных исследований;
- письмо от производства о том, что специалисты предприятия изучили ветеринарное законодательство Китая, в том числе требования, предъявляемые к лабораторным исследованиям продукции. Предприятие обязуется при отправке заявлять к оформлению грузы, которые прошли лабораторную проверку в соответствии с требованиями Китая в лабораториях, одобренных в национальной системе аккредитации.
- письмо от производства с гарантиями о том, что мясо птицы:
 - либо не загрязнено вредными веществами — остаточными количествами антибиотиков и кокцидиостатиков; пестицидами, тяжелыми металлами и токсичными веществами;
 - либо может содержать их в количествах, не превышающих установленные законодательством России и Китая нормы.

В письме указываются все ветеринарные препараты, которые применялись для лечения и профилактики заболеваний при выращивании птицы. Предприятие гарантирует соблюдение ветеринарно-санитарных требований Китая в части соответствия нормам по остаточному количеству ветеринарных препаратов, используемых для лечения птицы, и сроков их выведения, что под-

тверждается протоколами испытаний продукции в аккредитованных лабораториях. К письму прилагается также перечень ветеринарных препаратов, которые запрещены или ограничены законодательством Китая, с гарантией, что они не использовались в период выращивания птицы.

После прохождения пограничного ветеринарного контроля на продукцию должны быть оформлены следующие ветеринарные сопроводительные документы:

- оригинал ветеринарного сертификата на вывоз замороженного мяса птицы и субпродуктов по согласованной форме;
- оригинал ветеринарного сертификата формы 5е.

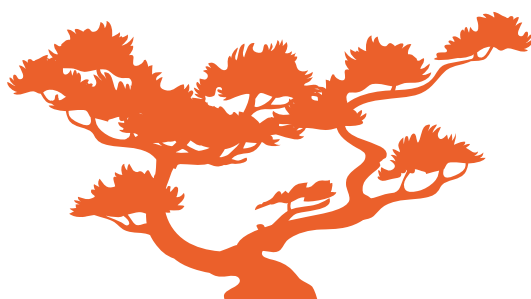
Основные риски, ошибки и последствия

Основным риском для экспорта мяса птицы является ухудшение эпизоотической ситуации в Российской Федерации по гриппу птиц и Болезни Ньюкасла.

Отгрузка на экспорт продукции, не соответствующей требованиям законодательства Китая, приведет как минимум к возврату, задержанию, утилизации или уничтожению партии товара; однако это может привести и к лишению регистрации предприятия-производителя данной продукции.

Неправильно оформленные сопроводительные документы, отсутствие прослеживаемости продукции в ИС «Меркурий», а также предоставление не соответствующих требованиям протоколов лабораторных испытаний, ошибки в маркировке и другие незначительные нарушения приведут к приостановке или запрету отгрузки продукции на экспорт.

При планировании отгрузок продукции необходимо учитывать сроки окончания годности товаров и время, которое будет затрачено на логистику (около двух месяцев).



Организация поставок (коммерция)



4

Содержание

4.1.

Требования к продукту и упаковке

4.2.

Основные базовые типы
контрактов и условий

4.3.

Процесс заключения
и выполнения контракта

4.4.

Варианты цепочки поставок
на экспорт

4.5.

Основные риски при экспорте
товаров в Китай

4.1. Требования к продукту и упаковке

Экспортируемый продукт должен быть произведен согласно требованиям ТР ТС и страны-импортера. Требования страны-импортера публикуются на сайте Россельхознадзора в разделе [«Экспорт/импорт»](#) или на сайте компетентного органа страны-импортера.

При экспорте рекомендуется обратить внимание на опыт лучших мировых производителей из Бразилии, США и Таиланда.

Выкладка и калибровка товара

Китайские потребители очень избирательны в выборе товара. Для них важно, чтобы продукция была калиброванной, фиксированного веса, с красивой выкладкой в коробе (так называемая укладка косичкой (применимо к крылу)). Для товаров, которые предполагается продавать через розничные каналы, необходима индивидуальная заморозка (IQF). Китайские покупатели готовы заплатить больше за красиво упакованный, калиброванный продукт. Образцы и спецификация продуктов представлены в Приложении №5.

Требования к упаковке

Обязательные требования к упаковке:

- продукт упаковывается в пакет, а затем в гофрокороб;
- сверху на пакет наносится внутренняя этикетка, которая содержит основную информацию о продукте;
- гофрокороб должен быть закрыт (дно/крышка), а также запечатан стрип-лентами.

Внешняя этикетка (китайский и русский/английский языки)⁵:

Требуемая информация может отображаться на основной или дополнительной этикетке.

Необходимые данные для внешней этикетки:

- название продукта;

⁵ По требованиям Китая, необходим язык страны-экспортера и импортера. По требованиям ТР ТС, должен присутствовать английский язык.

Организация поставок (коммерция)

- страна происхождения;
- номер завода;
- дата изготовления;
- срок годности или срок хранения;
- температура хранения;
- страна назначения;
- вес нетто;
- название и адрес производителя;
- номер партии продукции (определяется производителем);
- спецификация (относится к типу упаковки).

Внутренняя этикетка (китайский/английский/русский языки):

Необходимые данные для внутренней этикетки:

- название продукта;
- страна происхождения;
- номер завода;
- номер партии продукции;
- дата производства;
- срок годности.

Расфасованные продукты питания, предназначенные для реализации в розницу, должны предоставлять конечным потребителям следующую информацию:

- этикетки на китайском, русском и английском языках;
- название продукта;
- страна происхождения;
- номер завода;
- дата изготовления (указывается в формате: ГГГГ/ММ/ДД);
- срок годности или срок хранения (указывается в формате: ГГГГ/ММ/ДД);

- требования к хранению (температура);
- страна назначения;
- вес нетто;
- название и адрес производителя;
- номер партии продукции;
- спецификация (относится к типу упаковки);
- список ингредиентов (включая пищевые добавки, определенные национальными стандартами Китая).

Номера производственных партий на внешней и внутренней этикетке должны совпадать. Китай не ограничивает размер, цветовое решение, форму и другие характеристики этикеток, — важно, чтобы информация на них была разборчивой и хорошо читалась. Дополнительные сведения по этому вопросу можно почерпнуть из Государственного стандарта безопасности пищевой продукции. Положение об этикетках расфасованной пищевой продукции GB 7718-2011.

Для гарантий соответствия требованиям принимающей стороны и во избежание взаимных претензий рекомендуется воспользоваться услугами сюрвейера — международно-признанной компании, которая оформит акты осмотра, принимаемые обеими сторонами сделки.

4.2. Основные базовые типы контрактов и условий

EXW: товар забирается покупателем с указанного в договоре склада продавца. Таможенное оформление вменяется в обязанность покупателю. Как правило, работа осуществляется со 100% предоплатой. Покупателем может выступать любая компания-резидент РФ.

FCA: товар передается первому перевозчику покупателя к указанному в договоре терминалу отправления. Таможенное оформление вменяется продавцу и осуществляется за его счет. Как правило, работа осуществляется со 100% предоплатой.

FOB: условия данного договора предусматривают, что продавец обязан доставить товар в порт и погрузить на указанное покупателем судно. Расходы по доставке товара на борт судна ложатся на продавца. В некоторых портах при поставках на условиях FOB расходы по погрузке несет покупатель. Риск случайной порчи или повреждения имущества возлагается на продавца

до момента пересечения товаром борта судна, и на покупателя — с указанного момента. Условия оплаты предполагают как вариант 100% предоплаты, так и выплаты по частям с погашением долга до момента передачи груза.

CFR: условия поставки CFR означают, что продавец оплачивает доставку товара в порт, погрузку и фрахт судна, а также обеспечивает прохождение таможенных процедур при экспорте продукции (в том числе оплачивает пошлины). Риск потери или повреждения, а также дополнительные расходы после перехода товара через поручни судна переходят на покупателя. Покупатель также оплачивает страховку товара. Поставки на условиях CFR используются только в случае грузоперевозок морским или речным транспортом. Что касается оплаты, то встречается как 100% предоплата, так и выплаты частями (например, 30% депозит по факту заключения контракта, 70% баланс оплачивается против отгрузочных документов (возможны вариации коммерческих условий)).

Выше перечислены основные условия международных сделок по купле-продаже мяса птицы. Помимо них, существуют разные варианты и условия платежа, предлагаемые банковским сектором. Большинство из них основаны на использовании банковских аккредитивов или других финансовых гарантий, принятых в международной торговле.

4.3. Процесс заключения и выполнения контракта

Производитель (или продавец) на основе утвержденной спецификации (стандарта качества) имеет в наличии или в плане производства продукцию на экспорт. Он выставляет своим потенциальным или имеющимся клиентам публичную оферту в виде коммерческого предложения, определяя в нем номенклатуру, объем, цену, условия и сроки поставки и оплаты.

На основе обратной связи от потенциальных клиентов продавец выбирает себе контрагента исходя из многочисленных факторов (например, цена, объем закупки и оптимальные условия поставки). Далее продавец резервирует объем поставки под контрагента (как правило, на определенный период времени до момента урегулирования документальных формальностей (подписание контракта)). Следующий этап — заключение контракта на поставку. Чаще всего это происходит дистанционно посредством факсимильной связи или электронной почты с дальнейшим обменом оригиналами. Далее контрагенту выставляется инвойс на оплату (в случае предоплаты).

После чего продавец подписывает с контрагентом спецификацию к контракту, в которой оговаривает детали поставки — номенклатуру, объем доставляемой продукции, цену за кг/тонну, сумму, сроки и условия поставки. Здесь же прописываются любые иные условия, не вошедшие в контракт и имеющие отношение к конкретной поставке.

После оформления контракта и спецификации, согласно достигнутым финансовым договоренностям (например, предоплата или иные коммерческие условия), продавец приступает к подготовке партии товара на экспорт. Если продажа осуществляется на условиях CFR, продавец заказывает морской контейнер на определенную дату. Если же продажа происходит на условиях FCA/FOB, продавец согласует с покупателем дату отгрузки. Предварительно продавец должен проверить готовность необходимых документов и организаций, участвующих в поставке (склады, экспедитор, брокер и т.д.) В назначенный день происходит отгрузка продукции и ее таможенное оформление.

В зависимости от достигнутых коммерческих условий после отгрузки продавец обязан своевременно предоставить полный комплект документов покупателю.

4.4. Варианты цепочки поставок на экспорт

- 1) Производитель РФ — Покупатель (нерезидент РФ).** В этом случае производитель выступает грузоотправителем, экспортером и декларантом в одном лице.
- 2) Производитель РФ — Дистрибьютор РФ — Покупатель (нерезидент РФ).** В этом случае производитель продает свою продукцию на условиях, применимых для торговли на внутреннем рынке РФ. Грузоотправителем, экспортером и декларантом выступает дистрибьютор.

Продажа на условиях EXW

Производитель продает товар по договору купли-продажи резиденту РФ в рублях по цене, включающей НДС. Дальнейший экспорт производится покупателем-резидентом РФ за свой счет. Покупатель выступает в роли экспортера, он же является участником внешнеэкономической деятельности и осуществляет возврат НДС по факту экспорта готовой продукции. При данном виде сделки производитель обязан предоставить (помимо базового списка документов согласно законодательству РФ) протоколы лабораторных исследований, сделанных в аккредитованной лаборатории.

Продажа на условиях FCA

Производитель или дистрибьютор (резиденты РФ (продавец)) продает товар покупателю-нерезиденту РФ по внешнеэкономическому контракту. В этом случае продавец осуществляет таможенное оформление за свой счет. Покупатель же за свой счет организует международную доставку, включая оплату внутрипортового экспедитора. Продавец выступает в роли экспортера, он же является участником внешнеэкономической деятельности и осуществляет возврат НДС по факту экспорта готовой продукции.

Продажа на условиях FOB

Производитель или дистрибьютор (резиденты РФ (продавец)) продает товар нерезиденту РФ по внешнеэкономическому контракту. Расходы за таможенное оформление и внутрипортовое экспедирование лежат на продавце. Покупатель оплачивает за свой счет международный фрахт. Продавец выступает в роли экспортера, он же является участником внешнеэкономической деятельности и осуществляет возврат НДС по факту экспорта готовой продукции.

Продажа на условиях CFR

Производитель или дистрибьютор (резиденты РФ (продавец)) продает товар нерезиденту РФ по внешнеэкономическому контракту. Расходы за таможенное оформление, внутрипортовое экспедирование и международный фрахт лежат на продавце. Покупатель-нерезидент оплачивает итоговую стоимость, включая доставку до порта назначения в Китае. Продавец выступает в роли экспортера, он же является участником внешнеэкономической деятельности и осуществляет возврат НДС по факту экспорта готовой продукции.

Документация для сопровождения партии товара (контейнера) на экспорт:

- контракт;
- спецификация;
- проформа-инвойс;
- ТТН/УПД⁶;
- инвойс;
- упаковочный лист;
- сертификат происхождения;
- non Wood certificate⁷;
- коносамент (в случае продажи на условиях CFR);
- протоколы лабораторных анализов, сделанных в аккредитованной лаборатории согласно требованиям страны импортера⁸;

⁶ Универсальный передаточный документ.

⁷ Сертификат о том, что в партии товара отсутствуют деревянные поддоны.

⁸ Более детально описаны в разделе 3. Ответственность за предоставление анализов несет производитель. Протоколы предоставляются в приложении к ЭВСД в системе Меркурий (Веста).

- Ветеринарный сертификат формы 5e;
- Ветеринарный сертификат для экспорта в Китай;
- копия ветеринарного сертификата для экспорта в Китай — отправляется уполномоченным сотрудником Россельхознадзора по установленным каналам связи в СИQ⁹;
- поручение на погрузку.

4.5. Основные риски при экспорте товаров в Китай

- Некорректное и несвоевременное оформление ветеринарных и товарно-транспортных документов (иными словами, ошибки в документах). Сюда относится несоответствие информации на внутренней и внешней упаковке — наименование товара или иная информация, а также несоответствие номеров партий и дат производства на этикетках и в ветеринарных сертификатах и упаковочном листе.
- Несоблюдение покупателем сроков передачи документов. Необходимо оперативно подготовить и передать черновики документов на согласование контрагенту. После подтверждения контрагента осуществляется выпуск оригиналов. Все это нужно успеть сделать в течение 2-х недель с момента отгрузки. Более поздние сроки могут привести к задержке в получении оригиналов документов контрагентом и как следствие — к сверхнормативному использованию (простою) контейнера в порту назначения. Счета выставляются и оплачиваются грузополучателем. Но если простой вызван по вине грузоотправителя, то счета перевыставляются на него.
- Качество товара, не соответствующее заявленным и допустимым стандартам качества Китая. Несоответствие качества поставляемой продукции заявленному в спецификации (например, наличие желтой кожи или пера) может привести к аресту груза на таможне, а также его утилизации с выставлением счета поставщику. Кроме того, возможно вынесение заводу-производителю предупреждения или введение временных ограничений на поставку продукции в Китай.

⁹ Управление Китая по инспекции и карантину (China Inspection and Quarantine, CIQ).

Тарифные и нетарифные барьеры

A photograph of a white bowl filled with stir-fried noodles, chicken, carrots, and green onions. The bowl is placed on a green bamboo mat with dark brown woven patterns. Two dark brown chopsticks are positioned diagonally across the mat. The background is a rustic, weathered wooden surface. A large white number '5' is overlaid on the bottom right of the image.

5



Основными барьерами входа на рынок мяса птицы Китая являются торговые ограничения: тарифы, квоты и запрет на импорт, а также неавтоматическая процедура лицензирования. Правительство связывает эти меры с обеспечением национальной безопасности, защитой окружающей среды и здоровья людей, животных и растений. Однако это не всегда так, поскольку нередко ограничения направлены на контроль импорта и поддержку местных производителей.

Кроме того, по сравнению с другими крупными рынками мяса птицы, Китай чаще других принимает новые правила и требования к сертификации, регистрации, санитарному и ветеринарному контролю и стандартам на продукцию. Ужесточение требований в действительности не всегда связано с заботой о повышении безопасности продукции. Порой это происходит с целью переложить ответственность за безопасность пищевых продуктов с китайских надзорных органов на компании и страны-экспортеры. Более того, ВТО часто не ставится в известность об этих изменениях до момента их фактического внедрения. В большинстве случаев жесткие стандарты и условия применяются к компаниям и странам-экспортерам, а не к китайским производителям, к которым власти относятся намного более лояльно.

Таможенные пошлины на мясо и субпродукты птицы российского происхождения варьируются от 0,5-1 юань за 1 кг до 10-20%. Тарифные квоты на ввоз в Китай мяса птицы (код ГС 0207) российского происхождения не установлены.

Установленный перечень пунктов ввоза мясной импортируемой продукции

Осуществление производства мяса и субпродуктов, полученных от убоя птицы, а также дальнейшего экспорта указанной продукции на территорию Китая возможен при выполнении требований. Необходимо отметить, что одним из требований является ввоз мясной продукции через установленные законодательством Китая пункты ввоза. Данный перечень пунктов пропуска публикуется на официальном сайте ГТУ КНР, с которым можно ознакомиться по ссылке: <http://english.customs.gov.cn/Statics/eeb2d2ba-571a-4671-97e3-d461c6add0ee.html>.

Требования по регистрации зарубежных предприятий по производству пищевой продукции в системе CIFER

16 ноября 2020 г. Китай уведомил ВТО о том, что собирается внести изменения в нормативно-правовой акт «Правила Китайской Народной Республики о регистрации и администрировании зарубежных производителей пищевой продукции», устанавливающий процедуру и требования к регистрации зарубежных предприятий, желающих осуществлять экспорт пищевой продукции на рынок Китая. Так, согласно [Приказу Главного таможенного управления Китайской Народной Республики от 12 апреля 2021 г. №248](#) и [от 14 апреля 2021 г. № 249](#), изменения в данное НПА вступает в силу с 1 января 2022 г.

Стоит отметить, что регистрационная лицензия будет выдаваться предприятиям на срок 5 лет с необходимостью заблаговременного обновления и пролонгации за 3-6 месяцев до истечения срока, в ином случае регистрация будет аннулирована.

В соответствии со статьей 7 Приказа, Главное таможенное управление Китайской Народной Республики по рекомендации компетентных органов государства (региона) нахождения предприятия¹⁰ осуществляет регистрацию иностранных предприятий по производству следующих пищевых продуктов: мясо и мясопродукты, натуральные оболочки, продукты водного промысла, молочные продукты, ласточкины гнезда и продукты из ласточкиных гнезд, продукты пчеловодства, яйца и яичные продукты, пищевые жиры и масла, фаршированные макаронные изделия, пищевые зерновые культуры, продукты из измельченного зерна и солода, свежие и обезвоженные овощи, а также сушеные бобы, приправы, орехи и семена, сухофрукты, необжаренные кофейные зерна и какао-бобы, специализированные диетические продукты и пищевые продукты оздоровительно-профилактического назначения.

На основании вышеизложенного осуществление экспорта, не осуществив регистрацию производственного предприятия в системе CIFER, является невозможным. Исчерпывающая информация по указанной системе размещена на [официальном сайте Россельхознадзора](#).

¹⁰ В Российской Федерации компетентным органом, осуществляющим данную работу, является Федеральная служба по ветеринарному и фитосанитарному надзору (Россельхознадзор)

Организация экспортных поставок

6



Содержание



6.1.

Логистика

6.2.

Осуществление валютно-
финансовых операций

6.3.

Формы присутствия на рынке

6.4.

Защита интеллектуальной
собственности

6.1. Логистика

Рис. 26. Доставка мяса птицы на экспорт из России в Китай



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

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

1. Автомобильная перевозка.
2. Морская перевозка. Этапы и варианты:
 - автомобильная перевозка в контейнере — порт отгрузки:
 - с перевалкой в порту,
 - без перевалки в порту;
 - автомобильная перевозка в рефрижераторе — склад накопления — порт отгрузки;
 - автомобильная перевозка в рефрижераторе — железнодорожная перевозка в контейнере — порт отгрузки;
 - автомобильная перевозка в рефрижераторе — железнодорожная перевозка в контейнере до пункта назначения;
 - морская перевозка.
3. Авиаперевозка.

Автомобильная перевозка

Автомобильная перевозка

Наиболее быстрым способом транспортировки промышленной партии груза (исключая авиаперевозки) является прямая автомобильная доставка до Китая. При расчете ставки необходимо учитывать ограничение по нагрузкам на ось и общую массу автопоезда (действует на территории России). Использование рефрижераторного грузовика с работающей морозильной установкой обязательно.

С учетом действующего законодательства, вместимость одного рефрижераторного грузовика составляет до 20 тонн брутто. Груз размещается в фуре на палетах для циркуляции воздуха. Палеты должны быть сделаны из пластика или дерева с обязательным оформлением сертификата о фумигации деревянных палет и наличием соответствующего клейма.

Рис. 27. Образец клейма



Доставка осуществляется до пунктов перевалки, расположенных вблизи границы Таможенного Союза и КНР, таких как Хоргос/Урумчи/Алашенкоу. Как правило, доставка до пункта перевалки осуществляется автотранспортом российских перевозчиков или перевозчиков, зарегистрированных на территории стран СНГ. Далее по территории Китая груз перемещается силами китайских транспортных компаний, заказчиком которых выступает получатель.

Цена доставки, как и транзитное время, зависит от расстояния и маршрута следования и составляет в среднем от 1,2 до 1,7 долл. США за 20т/км пути.

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

В связи со значительным удалением европейской части России от Китая, прямые автомобильные перевозки из России в Китай используются преимущественно для товаров, поставляемых с территории России, расположенной восточнее Уральского хребта или в случаях, когда необходимо доставить груз в минимальный срок, например, перед Новым годом, отмечаемым по Китайскому календарю.

Морская перевозка

Оптимальный способ доставки партии груза из России в Китай — морской транспорт. Доставка товара в порт отправления может быть осуществлена двумя способами:

- напрямую от производителя;
- через склад накопления.

Автомобильная перевозка в контейнере — порт отгрузки (без перевалки в порту)

Вместимость одного 40-футового морского рефрижераторного контейнера составляет до 28 тонн брутто. Отгрузки в 20-футовые рефконтейнеры практически не осуществляются. В связи с ограничением нагрузки на ось автопоезда при перевозках по территории России для доставки тяжелого контейнера можно использовать либо автомобиль с разрешением для провоза груза с превышением допустимой нагрузки на ось, либо автомобиль с семью осями, что позволяет распределить массу автопоезда без нарушения правил. Коробки размещаются в контейнере без палет.

Во время перевозки необходимо использовать дизель-генератор для подключения контейнера к источнику питания и обеспечения стабильной температуры внутри транспортного средства.

Для контроля температуры в процессе перевозки товара используют электронные (накапливают информацию о температуре) и химические (меняют цвет при нарушении температурного режима) термолоттеры. При нарушении температурного режима транспортировки получатель может отказаться от приемки товара. Во избежание подобных рисков рекомендуется подключать контейнер к источнику питания на всем маршруте следования.

Рефрижераторный контейнер должен быть подготовлен судоходной линией или транспортной компанией в соответствии с требованиями к температурному режиму перевозки конкретного продукта (процедура прохождения Pre Trip Inspection, PTI).

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

Во избежание дополнительных финансовых расходов рекомендуется заблаговременно разместить букинг на судно. Каждая морская линия имеет свое расписание и будет лучше, если экспортер заранее с ним ознакомится и забронирует место на выбранном им судне. Это поможет снизить риски возникновения расходов за хранение на СВХ в ожидании погрузки.

Автомобильная перевозка в рефрижераторе — склад накопления — порт отгрузки

Доставка до склада накопления может осуществляться как самим производителем мяса птицы, так и покупателем. Груз перевозится на палетах для оптимизации скорости и затрат на его перевалку и хранение. Перевозка в порт отправления может осуществляться в рефрижераторных контейнерах (авто- или ж/д транспортом) либо в рефрижераторных автомобилях (авторефрижераторах). Вместимость одного авторефрижератора составляет около 20 тонн брутто.

Соответственно, наиболее экономически эффективная схема перевалки — три авторефрижератора перегружаются в два рефконтейнера.

Перевалка продукции из автомобилей в контейнеры должна производиться под температурным контролем на специально предназначенных для этого площадках. Как правило, подобные комплексы располагаются непосредственно в портах или максимально близко к портам, чтобы сократить затраты на перемещение тяжеловесного контейнера по территории России. В виду расположения производств преимущественно на европейской части России, подобные доставки осуществляются в основном в порты Санкт-Петербург и Новороссийск.

При найме автоперевозчика необходимо учитывать сроки погрузки и выгрузки на складах. В пиковые по нагрузке на склады сезоны (октябрь–март) срок выгрузки может достигать до 2-х суток.

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

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

Склад для накопления экспортной мясной продукции должен обеспечивать надлежащую температуру хранения, быть аттестован для экспорта мяса птицы в Китай и занесен в информационную систему «Цербер», как и все без исключения места промежуточного хранения. Проверить аттестацию можно по [ссылке](#).

Для перемещения мяса птицы по территории России необходимо согласование региональных ветеринарных властей для осуществления подобных действий, что связано с предотвращением распространения болезней животных. Склады накопления, как правило, располагаются около портов отправки или мест производства товара.

Основные статьи расходов при осуществлении отгрузки через склад накопления:

- погрузо-разгрузочные работы при приемке товара с автомобилей (ставка устанавливается обычно 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 должна заключить договор со складом и подведомственным учреждением

государственной ветеринарной службы соответствующего региона для оформления сопроводительных ветеринарных документов. 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:

- возможность осуществлять хранение охлажденной продукции;
- наличие аттестации для экспорта мяса птицы в Китай;
- наличие государственного ветеринарного врача;
- состояние помещений для хранения;
- режим работы склада и ветеринаров на складе;
- время на обработку одного транспортного средства;
- удобство подъездных путей;
- наличие площади для накопления транспортных средств;
- резервные мощности на случай аварийных ситуаций.



Автомобильная перевозка в контейнере — железнодорожная перевозка в контейнере — порт отгрузки

При перевозках через порт Владивосток, в связи с удаленностью основных мест производства мяса птицы, используется доставка в порт отправления железнодорожным транспортом. При отправке по железной дороге используется два типа контейнеров:

- автономные рефрижераторные контейнеры (контейнеры со встроенным дизель-генератором для обеспечения рефрижераторной установки контейнера электропитанием). Внутренний полезный объем 61,1 м³. Вместимость порядка 25,5 тонн нетто.
- морские рефрижераторные контейнеры увеличенной кубатуры. Внутренний полезный объем 66–67 м³. Вместимость порядка 28 тонн брутто.

Отправки производятся с двух основных станций, расположенных: в г. Москве «Селятино» и «Селикатная», а также «Иня-Восточная» (г. Новосибирск), «Автово» (г. Санкт-Петербург), «Ростов-Западный» (г. Ростов-на-Дону), «Тихорецкая» (г. Казань) и др. Отправки из Москвы осуществляются ежедневно, из других пунктов — ориентировочно еженедельно. Транзитное время на доставку от Москвы до Владивостока составляет порядка 14-20 дней.

При отправке товара железнодорожным транспортом оформляется Железнодорожная накладная (ЖДН). Для прохождения оформления в порту Владивосток необходима отправка оригиналов экспортных ветеринарных документов вместе с контейнером.

Отправке по ж/д предшествует автомобильная доставка до станции отправления (см. подразделы «Автомобильная перевозка в контейнере — порт отгрузки», «Автомобильная перевозка в рефрижераторе — склад накопления — порт отгрузки»).

Автомобильная перевозка в контейнере — железнодорожная перевозка до пункта назначения

В 2023 г. были организованы прямые железнодорожные поставки из Москвы (ст. Селятино) до станций в городах Сиань и Ченду. Прямые доставки осуществляются исключительно в автономных рефрижераторных контейнерах, что связано с ограничениями использования навесных дизель-генераторных установок при перевозках по территории Китая. Автономные рефрижераторные контейнеры имеют меньший внутренний объем (61,1 м³), что сказывается на максимальной вместимости груза (до 25,5 тонн нетто). Особенностью прямых перевозок является необходимость осуществления таможенной очистки груза в местах доставки. Также при заключении сделок, подразумевающих доставку прямым железнодорожным путем, необходимо учитывать ограниченные возможности удержания груза в пункте назначения и предусматривать в контракте соответствующие условия оплаты.

Морская перевозка

Основные порты для доставки рефрижераторных грузов в Китай:

- Шанхай (Shanghai);
- Яньтянь (Yantian);
- Наньша (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](#);
 - [FESCO](#).
- Из Новороссийска:
 - [MSC](#);
 - [Sinocore Line](#) (HEUNG A LINE).
- 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.

Табл. 19. Ориентировочное транзитное время доставки в Китай, дни

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

Сроки и стоимость доставки

Табл. 20. Ориентировочное транзитное время доставки в Китай, дни

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонна	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, день
Брянск — Урумчи	Авторефрижератор	Авторефрижератор	5 500	19	0,29	10–15
Белгород — Урумчи	Авторефрижератор	Авторефрижератор	5 300	19	0,28	10–15
Ставрополь — Урумчи	Авторефрижератор	Авторефрижератор	5 900	19	0,31	10–15
Брянск — СПб — Шанхай	Автомобиль — судно	40' морской реф. контейнер	9 600	27	0,36	55–60
Брянск — СПб — Яньтянь	Автомобиль — судно	40' морской реф. контейнер	9 600	27	0,36	70–75
Брянск — СПб — Наньша	Автомобиль — судно	40' морской реф. контейнер	9 600	27	0,36	75–80
Белгород — СПб — Шанхай	Автомобиль — судно	40' морской реф. контейнер	10 000	27	0,37	60–65
Белгород — СПб — Яньтянь	Автомобиль — судно	40' морской реф. контейнер	10 000	27	0,37	70–75
Белгород — СПб — Наньша	Автомобиль — судно	40' морской реф. контейнер	10 000	27	0,37	75–80
Ставрополь — СПб — Шанхай	Автомобиль — судно	40' морской реф. контейнер	11 870	27	0,44	60–65
Ставрополь — СПб — Яньтянь	Автомобиль — судно	40' морской реф. контейнер	11 870	27	0,44	75–80
Ставрополь — СПб — Наньша	Автомобиль — судно	40' морской реф. контейнер	11 870	27	0,44	80–85

Продолжение табл. 20.

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонна	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, день
Брянск — Новороссийск — Шанхай	Автомобиль — судно	40' морской реф. контейнер	11 700	27	0,43	50–55
Брянск — Новороссийск — Яньтянь	Автомобиль — судно	40' морской реф. контейнер	11 700	27	0,43	55–60
Брянск — Новороссийск — Наньша	Автомобиль — судно	40' морской реф. контейнер	11 700	27	0,43	50–55
Белгород — Новороссийск — Шанхай	Автомобиль — судно	40' морской реф. контейнер	11 100	27	0,41	50–55
Белгород — Новороссийск — Яньтянь	Автомобиль — судно	40' морской реф. контейнер	11 100	27	0,41	55–60
Белгород — Новороссийск — Наньша	Автомобиль — судно	40' морской реф. контейнер	11 100	27	0,41	50–55
Ставрополь — Новороссийск — Шанхай	Автомобиль — судно	40' морской реф. контейнер	9 740	27	0,36	50–55
Ставрополь — Новороссийск — Яньтянь	Автомобиль — судно	40' морской реф. контейнер	9 740	27	0,36	50–55
Ставрополь — Новороссийск — Наньша	Автомобиль — судно	40' морской реф. контейнер	9 740	27	0,36	50–55
Брянск — МСК — Владивосток — Шанхай	Автомобиль — судно	40' морской реф. контейнер	9 920	27	0,37	35–40
Брянск — МСК — Владивосток — Яньтянь	Автомобиль — судно	40' морской реф. контейнер	9 920	27	0,37	35–40
Брянск — МСК — Владивосток — Наньша	Автомобиль — судно	40' морской реф. контейнер	9 920	27	0,37	35–40
Белгород — МСК — Владивосток — Шанхай	Автомобиль — ж/д	40' морской реф. контейнер	10 410	27	0,39	35–45

Продолжение табл. 20.

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонна	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, день
Белгород — МСК — Владивосток — Яньтянь	Автомобиль — ж/д	40' морской реф. контейнер	10 410	27	0,39	35-45
Белгород — МСК — Владивосток — Наньша	Автомобиль — ж/д	40' морской реф. контейнер	10 410	27	0,39	35-45
Ставрополь — МСК — Владивосток — Шанхай	Автомобиль — ж/д	40' морской реф. контейнер	11 780	27	0,44	35-40
Ставрополь — МСК — Владивосток — Яньтянь	Автомобиль — ж/д	40' морской реф. контейнер	11 780	27	0,44	35-40
Ставрополь — МСК — Владивосток — Наньша	Автомобиль — ж/д	40' морской реф. контейнер	11 780	27	0,44	35-40
Брянск — МСК — Ченду	Автомобиль — ж/д	40' морской реф. контейнер	9 320	25,5	0,35	15-20
Белгород — МСК — Ченду	Автомобиль — ж/д	40' морской реф. контейнер	9 800	25,5	0,38	15-20
Ставрополь — МСК — Ченду	Автомобиль — ж/д	40' морской реф. контейнер	11 180	25,5	0,44	15-20

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

В перечне ставок указана отправка из Брянска, Белгорода и Ставрополя в связи с расположением в данном регионе крупных производств мяса птицы. Оптимальный маршрут 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 — после предоставления коносамента).

Авиаперевозка

Авиаперевозки способны обеспечить доставку лишь малых партий груза, а поддержание надлежащего температурного режима в этом случае вызовет организационные трудности.

Также стоит отметить, что издержки грузоотправителя при авиадоставке зачастую оказывается выше, чем при перевозках автомобильным и ж/д транспортом в пересчете на 1 кг веса груза.

Основные международные аэропорты Китая:

- Столичный (г. Пекин);
- Биньхай (г. Тяньцзинь);
- Чаоянчуань (г. Яньцзи);
- Синьчжэн (г. Чжэнчжоу);
- Хайлан (г. Муданьцзян);
- Хунцяо (г. Шанхай);
- Пудун (г. Шанхай);
- Баоань (г. Шэньчжэнь);
- Шуанлю (г. Чэнду);
- Цзянбэй (г. Чунцин);
- Далянь (г. Далянь);
- Хуанхуа (г. Чанша) и др.

Для воздушной перевозки товаров, требующих температурного контроля, отправителю придется разместить груз в термоконтейнере, который нужно либо купить, либо взять в аренду. В случае приобретения в собственность вернуть или продать контейнер проблематично, поэтому потраченные на него денежные средства обычно закладываются в стоимость продукции как расходы на невозвратную тару. При авиаперевозке подключение контейнера к электропитанию, а также необходимый температурный режим должны быть оговорены с перевозчиком отдельно.

Перевозка осуществляется на основании авианакладной и облагается НДС по ставке 0%. Перед выпуском авианакладной груз проходит финальное взвешивание и данные после взвешивания указывают в транспортном документе. Стоит отметить, что в случае корректировки веса груза будет произведена и корректировка авиафрахта, который рассчитывается на основании фактиче-

ских габаритных и весовых характеристик груза.

Согласно программе поддержки экспорта в России, на основании [Постановления Правительства №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 мяса птицы на экспорт осуществляется двумя способами: с использованием печати таможенного представителя и с помощью собственной электронно-цифровой подписи экспортера. Для таможенного оформления необходимы следующие документы:

- международный контракт;
- уникальный номер контракта (бывший паспорт сделки);
- инвойс;
- спецификация;
- упаковочный лист;
- экспортный ветеринарный сертификат;
- подтверждение платежа согласно условиям контракта.

Экспортную таможенную декларацию можно оформить на таможенном посту как по месту нахождения отправителя, так 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»](#).

2. Железнодорожные операторы:

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

3. Сюрвейерские компании:

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

4. Контакты морских линий приведены в разделе «Морская перевозка».

Ветеринарные документы

С подробным перечнем ветеринарных сопроводительных документов можно ознакомиться в главе 3 «Доступ на рынок: ветеринария».

Документы для подтверждения факта экспортной отгрузки

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

- международный контракт;
- уникальный номер контракта (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);
- таможенная декларация 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;
- e)** утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате пожара, взрыва на перевозочном средстве, а также вследствие мер, принятых для спасания или тушения пожара;
- f)** утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате крушения или столкновения судов, удара их о неподвиж-

ные или плавучие предметы, посадки судна на мель, повреждения судна льдом, провала мостов, подмочки забортной водой;

- g) утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате 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;
- h) утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате крушения, падения или столкновения самолетов, других воздушных транспортных средств;
- i) утрата (гибель) застрахованного груза в результате пропажи без вести морского/речного и/или воздушного судна, перевозившего груз;
- j) 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;
- к) подмочка груза атмосферными осадками;
- l) выбрасывание за борт и смывание волной палубного груза или груза, перевозимого в беспалубных судах;
- m) нарушение температурного режима (влияние температуры) при поломке рефрижератора 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);
- n) 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 Incoterms, 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.

6.2. 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 взаиморасче-

тов 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. 14. 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	www.icbc.com.cn
China Construction Bank Corporation (CCB)	Основан 1 октября 1954 г., занимает второе место в рейтинге банков мира по совокупным активам	www.ccb.com
Agricultural Bank of China (ABC)	Основан 10 июля 1951 г., занимает третье место в рейтинге банков мира по совокупным активам	www.abchina.com
The Bank of China (BOC)	Основан в 1912 г., занимает четвертое место в рейтинге банков мира по совокупным активам	www.bankofchina.com
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	www.bankcomm.com

6.3. 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 С2С, 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 В2С и В2В (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.

6.4. Защита интеллектуальной собственности

В Китае вопросами охраны прав на интеллектуальную собственность, включая регистрацию ее объектов, занимается Национальное управление интеллектуальной собственности ([China National Intellectual Property Administration](#)) при Государственной администрации по регулированию рынка.

Законодательство

Признание международных прав на интеллектуальную собственность обеспечено участием Китая в следующих международных организациях и конвенциях:

- Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС);
- Конвенция об учреждении Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС);
- Парижская конвенция по охране промышленной собственности;
- Договор о патентной кооперации;
- Мадридское соглашение о международной регистрации знаков;
- Протокол к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков;

- Международная конвенция по охране новых сортов растений;
- Бернская конвенция об охране литературных и художественных произведений;
- Женевская конвенция об охране производителей фонограмм от несанкционированного копирования;
- Страсбургское соглашение о Международной классификации патентов;
- Вашингтонский договор об интеллектуальной собственности на интегральные схемы;
- Ниццкое соглашение о международной классификации товаров и услуг для регистрации товарных знаков;
- Гаагское соглашение о международной регистрации промышленных образцов;
- Локарнское соглашение об учреждении Международной классификации промышленных образцов;
- Договор ВОИС по авторскому праву;
- Договор ВОИС об исполнениях и фонограммах.

Основным правовым документом, регулирующим регистрацию и использование товарных знаков в Китае, является [Закон «О товарных знаках»](#) 1983 г. Помимо него, национальное законодательство в области прав интеллектуальной собственности включает также следующие акты:

- [Патентный закон](#) 1984 г.;
- [Административно-процессуальный закон](#) 1990 г.
- [Закон «Об авторском праве»](#) 1990 г.;
- [Закон «О недобросовестной конкуренции»](#) 1993 г.;
- [Правила рассмотрения товарных знаков](#) 1995 г.;
- [Меры по административному обращению с патентами](#) 2011 г.;
- [Меры по управлению патентными ведомствами](#) 2015 г.;
- [Меры по депонированию биологических материалов для целей патентных процедур](#) 2015 г.

Регистрация товарного знака

Вопрос о защите интеллектуальной собственности следует изучить задолго до сертификации и получения разрешений. Необходимо понимать, что китайское законодательство в сфере интеллектуальной собственности основано на принципе приоритета: знак регистрируется на того заявителя, который раньше других подал заявку.

Заявка на регистрацию в Китае может быть подана как напрямую через китайского патентного поверенного, так и через ВОИС (по Мадридской системе).

Процедура регистрации товарного знака в Китае состоит из шести основных этапов.

Этап 1. Проверка товарного знака на охраноспособность

Перед подачей заявки на регистрацию рекомендуется провести поиск сходных знаков и получить заключение об охраноспособности обозначения. Это позволит минимизировать риск получения отказа в регистрации.

Этап 2. Подача заявки

Производитель должен определиться, по какой системе будет проводиться защита прав: по национальной (китайской) или международной Мадридской.

Мадридская система проще с точки зрения организации процесса регистрации товарного знака и отсутствия необходимости изучения китайского законодательства. Однако для подачи международной заявки необходимо иметь базовую регистрацию или заявку на тождественное обозначение в России.

Как и во всем мире, в Китае принята Международная классификация товаров и услуг (МКТУ). Однако, помимо классов, принято дополнительное деление на подклассы, в каждом из которых товары и услуги считаются однородными. Этот нюанс приводит к тому, что иногда производители лишаются права зарегистрировать свой товарный знак в Китае, так как другое лицо (например, из числа бренд-сквоттеров) уже зарегистрировало его на себя или подало похожую заявку. Зачастую это делается исключительно для последующей перепродажи. Покупка и продажа товарных знаков в Китае чрезвычайно развиты.

Иностранные физические и юридические лица могут подать заявку на государственную регистрацию товарного знака в Китае только через местную организацию поверенных по товарным знакам. Список контактов поверенных доступен на сайте Торгпредства РФ в Китае. Заявка подается на китайском языке. Подача заявки через китайского патентного поверенного позволяет избежать отказов в регистрации по причине несоответствия заявленных товаров и услуг требованиям китайского законодательства.

Для подачи заявки в Китае необходимо предоставить следующие сведения и документы:

- наименование и адрес заявителя;

- изображение заявленного обозначения;
- перечень товаров и услуг;
- доверенность;
- скан-копия свидетельства о регистрации юридического лица либо скан-копия паспорта заявителя.

Международная заявка подается заявителем через Роспатент и пересылается в ВОИС. В международной заявке можно указать одну или несколько стран, в которых будут проводиться экспертиза и регистрироваться знак. Международная заявка может быть составлена на английском или французском языках.

Приоритет товарного знака устанавливается по дате подачи заявки. Это означает, что бренд может потерять правовую защиту, если аналогичный товарный знак уже зарегистрирован в Китае.

При регистрации бренда следует заблаговременно позаботиться о его переводе на английский и китайский языки. Нередко название товарного знака регистрируется как на латинице, так и в китайском варианте. Иногда от прямой транслитерации приходится отказываться. Точная передача иероглифами буквенного написания или фонетического звучания иностранного товарного знака может оказаться для китайского потребителя бессмысленной или вызывать негативные ассоциации. В таких случаях уместно найти близкий китайский аналог или подобрать эквивалент, описательно передающий смысл оригинального названия товарного знака. К работе над адаптацией названий товарных знаков под китайский рынок целесообразно привлекать экспертов, владеющих обоими языками.

Товарный знак следует регистрировать в Китае по как можно большему числу классов и подклассов товаров и услуг, руководствуясь принципами разумной экономии. Регистрация одной категории МКТУ стоит от 1 000 юаней (около 150 долл. США), поэтому малым и средним предприятиям нужно заранее точно определить категории (классы и подклассы), в которых они будут регистрировать свой товар.

Даже после успешной регистрации товарных знаков следует регулярно проверять реестр, чтобы не стать жертвой сквоттинга и других махинаций. Товарный знак продуктов питания целесообразно зарегистрировать, в том числе в 35-м классе МКТУ «Маркетинг и реклама». В противном случае могут возникнуть сложности при работе с торговыми сетями и использованием сувенирных и рекламных материалов для продвижения продукции.

Производителю придется определиться с тем, какие именно права он будет защищать: образ продукта (цветовые комбинации), бренд, логотип и/или изображение, класс продукта в МКТУ и т.д. Опытные экспортеры защищают не только логотип и бренд, но и дизайн продукта как промышленный образец или как объект авторского права. Чем известнее бренд, тем выше риски его подделки.

Этап 3. Экспертиза товарного знака

Обозначение проверяется на соответствие Закону «О товарных знаках». В регистрации может быть отказано, если обозначение имеет одну из следующих характеристик:

- лишено различительного характера;
- состоит только из элементов, указывающих на вид, качество, количество, назначение, стоимость, географическое происхождение или время производства товаров или оказания услуг;
- противоречит морали или общественному порядку;
- вводит общественность в заблуждение, например, в отношении характера, качества или географического происхождения товаров или услуг;
- сходно с ранее зарегистрированным обозначением.

Этап 4. Публикация товарного знака

Информация о заявке публикуется в открытом бюллетене, который размещается на сайте Национального управления интеллектуальной собственности Китая.

Этап 5. Принятие возражений

Если регистрация товарного знака может нарушить исключительное право какого-либо правообладателя или права потребителей товаров и услуг, то срок опротестования — 3 месяца после публикации заявки в бюллетене.

Этап 6. Выдача свидетельства о регистрации

При отсутствии возражений ведомство регистрирует товарный знак и выдает свидетельство о регистрации, срок действия которого составляет 10 лет, начиная с даты принятия соответствующего решения. Продление охраны возможно в течение последнего года действия товарного знака, а также дополнительного шестимесячного срока.

Одним из главных преимуществ регистрации в Китае является то, что производитель получает свидетельство на товарный знак также на китайском языке. Это позволяет намного эффективнее взаимодействовать с местными органами власти, если возникнет необходимость в оперативных действиях по защите прав или при оспаривании прав третьих лиц.

В среднем процедура государственной регистрации товарного знака в КНР занимает около полутора лет. Однако, после внесения изменений в законодательство «О товарных знаках» в 2014 г. рассмотрение заявки может занимать 5–9 месяцев.

Ведение учетных записей

Необходимо сохранять документацию и другие доказательства, обеспечивающие защиту интеллектуальной собственности. Соответствующий пакет документов должен находиться в каждом офисе, включая зарубежные. Это поможет своевременно оспорить претензии сквоттеров.

Функции по предотвращению проникновения контрафактной продукции на китайский рынок выполняют таможенные органы. Товарный знак должен быть внесен Федеральной таможенной службой России в Таможенный реестр объектов интеллектуальной собственности (ТРОИС), а ГАСС регистрирует товарный знак в системе таможенной защиты прав интеллектуальной собственности Китая.

Урегулирование спорных ситуаций

Если сквоттеры успели первыми зарегистрировать товарный знак вашего предприятия, то оспорить это невозможно без длительных и дорогостоящих судебных разбирательств. Иногда более разумным будет вступить со сквоттерами в переговоры о выкупе товарного знака, не доводя дело до суда. Для оценки целесообразности судебного процесса рекомендуется прибегнуть к юридической экспертизе.

Соответствующие споры рассматривает Пекинский суд по интеллектуальной собственности, решения которого можно обжаловать в Верховном народном суде КНР.

Авторское право

Авторское право в Китае регулируется Законом «Об авторском праве» 1990 г. Основными регуляторами являются Национальное управление авторских прав (National Copyright Administration of the People's Republic of China) и Центр защиты авторских прав (Copyright Protection Centre of China). Центр защиты авторских прав регистрирует и оценивает авторские права, а также предоставляет консультационные услуги.

Поскольку и Россия, и Китай подписали Бернскую конвенцию по охране литературных и художественных произведений, российское авторское право автоматически подлежит защите в Китае. Тем не менее рекомендуется зарегистрировать авторское право сразу же после создания творческого продукта. Пройдя простую процедуру регистрации, автор получает сертификат, который служит официальным доказательством права собственности на творческий продукт.

Поддержку и консультации в области защиты авторского права и интеллектуальной собственности российских экспортеров в Китае можно получить в Торговом представительстве РФ в Китае, а также Российском экспортном центре.

Патенты

Патенты помогают защитить права на изобретения, полезные модели и промышленные образцы. Патентные правоотношения в Китае регулируются Законом о патентах 1984 г. За регистрацию и использование патентов отвечает Национальное управление интеллектуальной собственности.

В Китае действует порядок первой (приоритетной) заявки, то есть патент выдается тому, кто первым подал заявку, даже если он не является изобретателем. Заявка на патент от иностранных физических и юридических лиц, как правило, подается через патентного поверенного. Необходим правильный перевод патента на китайский язык.

Срок действия патента на изобретение составляет 20 лет, на полезную модель или промышленный образец — 10 лет с момента подачи заявки.

Китай с 1994 г. является полноправным участником Договора о патентной кооперации, который обеспечивает единую процедуру подачи патентных заявок для защиты изобретений. Международная заявка подается в национальное ведомство, которое проводит экспертизу. В случае соответствия установленным требованиям один экземпляр заявки направляется в Международное бюро ВОИС, а другой — в ISA (International Searching Authority). По истечении 18 месяцев производится международная публикация поданной заявки. По истечении 20, 30 или 31 месяца (в зависимости от выбранного государства) заявка направляется для оформления на национальном уровне, где затем выдается охранный документ — национальный патент. Система патентной кооперации не предусматривает выдачу «международного патента», поскольку такого не существует, и выдача патента является прерогативой каждого национального или регионального органа власти.

Особенности ведения бизнеса



7



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.
- Мянцзы (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 таможни 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. 21. 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 поставок



8



Содержание

8.1.

Преимущества

8.2.

Риски

8.1. Преимущества

Развитые политические и торгово-экономические связи Китая и России

Китай и Россия поддерживают дружественные двусторонние политические отношения. При этом российско-китайский товарооборот растет высокими темпами, который по итогам 2022 г. вырос до 190,3 млрд долл. США, а в части продукции АПК рост составил 44% в стоимостном выражении и 36% — в натуральном. 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 с потенциалом роста

Продовольственный рынок Китая является привлекательным для экспортеров мяса птицы в связи с тем, что мясо птицы наряду со свининой являются наиболее популярными видами мяса в рационе жителей страны.

На фоне вспышек АЧС в 2019 г., когда было уничтожено около 40% поголовья свиней, в структуре производства и потребления мяса Китая произошли изменения, связанные с ростом интереса потребителей к мясу птицы. В 2022 г. на данный вид мяса приходилось 25,5% всего потребления мяса в стране (22,5% в 2018 г.), в то время как доля потребления свинины сократилась с 62,4% в 2018 г. до 58,1% в 2022 г.

Душевое потребление мяса птицы в Китае в 2022 г. по сравнению с 2018 г. увеличилось на 25,3% и достигло 18 кг мяса птицы. Ожидается, что в 2023 г. этот показатель продолжит расти, но более низкими темпами, чем в 2019-2020 гг. В дальнейшем росту спроса на импорт мяса птицы будут способствовать такие факторы как увеличение численности богатееющего населения и хорошие показатели ВВП страны. Кроме того, положительное влияние могут оказать популяризация западных ресторанных блюд и более диетических видов мяса при сохранении более низких цен на него, чем на свинину.

Конкурентные преимущества для выхода на рынок

Несмотря на государственную поддержку местных производителей отрасли АПК, последние зачастую имеют ограниченные возможности увеличения объемов производства продукции в силу недостаточности качественного генетического материала, финансовых средств для масштабирования и прохождения высоких санитарно-эпидемиологических требований. Ожидается, что правительство Китая будет придерживаться стратегии сохранения потребности в импорте качественной, сертифицированной продукции в среднесрочном периоде.

Продукция российского производства имеет преимущество по цене при импорте (CIF), которая остается существенно ниже цен таких стран-лидеров по экспорту мяса птицы в Китай, как Бразилия, Таиланд и Чили по ряду мясных позиций, например, по мясу кур.

Неценовыми конкурентными преимуществами могут стать индивидуальные подходы по удовлетворению потребностей покупателей в Китае, соответствие национальным стандартам качества и надежность поставок в долгосрочном периоде. Кроме того, китайские импортеры ищут возможности более коротких сроков поставок в целях снижения рисков колебания цен, пока товар в пути. Существенное сокращение сроков поставки продукции морским путем и железнодорожным транспортом увеличит в несколько раз шансы экспортера укрепить свое положение на рынке.

Несомненным преимуществом для выхода на рынок станет создание совместных предприятий с местными производителями среднего размера, открытие сетей супермаркетов в крупных региональных центрах.

Потребительские предпочтения

Наиболее популярным видом мяса птицы в Китае является курятина. Китайские потребители больше ценят бройлеров цветных пород, однако ряд факторов (процесс урбанизации, изменение образа жизни китайских городских потребителей и более низкие цены) обусловили доминирующее положение мяса белоперых бройлеров в общем объеме потребления мяса птицы. Для российских экспортеров существует возможность диверсификации поставок или выхода в определенную нишу, что определяется потребительскими предпочтениями: в сегменте HoReCa пользуется спросом мясо белоперых цыплят-бройлеров, в то время как курице цветной породы отдают предпочтение в домашнем рационе. Вместе с тем, продвижение тренда на здоровое питание в последнее время все более повышает популярность мяса индейки.

8.2. Риски

Социально-экономические и эпидемиологические 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. Это может произойти 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.

По итогам 2022 г. уровень инфляции в Китае составил 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.

Сокращению спроса в Китае на продукцию АПК в целом и на мясо птицы, в частности, могут способствовать замедление роста численности населения и экономики Китая, а также новые вспышки эпидемиологических заболеваний. Так, пандемия COVID-19 привел к сокращению спроса на мясо птицы в 2020 г., в первую очередь, из-за снижения потребления в сегменте общественного питания. Потенциальная вспышка эпидемии птичьего гриппа в стране производителя-экспортера приведет к закрытию рынка Китая, как это было с США в 2015 г.

Усиление поддержки внутреннего производства правительством Китая

В стране реализуются различные меры поддержки национальных производителей, в том числе в сфере развития АПК. При этом власти Китая последовательно идут по пути развития приоритетных отраслей, усиливая их поддержку. В частности, в 2021 г. была утверждена 14-я пятилетка развития животноводства и ветеринарии, предусматривающая постоянное наращивание производственных мощностей и обеспечение безопасности высококачественного развития свиноводческой отрасли и птицеводства, ускорение инноваций в животноводстве и птицеводстве, повышение степени переработки продукции в отрасли животноводства, расширение доступа к внедрению ветеринарных стандартов. Многие другие инициативы и стратегии властей Китая также повышают вероятность максимального покрытия внутреннего спроса за счет постепенного увеличения собственного производства.

Рынок высокой конкуренции

Уровень конкуренции на рынке мяса в Китае высокий. Основные крупные национальные игроки — это New Hope Liuhe, Wen's Food Group, Fujian Sunner Development Co., Ltd., Doyoo Group, Jiangsu Lihua Animal Husbandry, Huaying Agricultural Development Co., Ltd. Данные компании занимают долю рынка в 44,2%. Имея разветвленную сеть собственных птицеводческих хозяйств и сеть дистрибуции, они тем самым обладают мощными конкурентными преимуществами. При этом компании New Hope Liuhe и Wen's Food Group, являясь лидерами китайского рынка, занимают четвертое и пятое места в мире среди производителей мяса птицы наряду с такими мировыми гигантами, как JBS S.A. (Бразилия), Tyson Foods, Inc. (США) и BRF S.A. (Бразилия).

В сегменте замороженного мяса птицы также доминируют местные компании — на ведущего китайского производителя мяса птицы New Hope Group приходится 20,1% рынка. Еще 19,5% занимает компания Shandong Zhucheng Foreign Trade Group, 8,6% — DaChan Food (Asia) и 3,9% Chia Tai Food Co.

Серьезную конкурентную угрозу представляют здесь и компании других стран-экспортеров. Так, значительную долю поставок замороженной продукции осуществляют бразильские JBS S.A и BRF S.A, а также американская Tyson Foods.

Альтернативные предпочтения потребителей

Основным товаром-субститутom мяса птицы на китайском рынке является самый популярный вид мяса среди китайских потребителей — свинина. Постепенное восстановление поголовья свиноматок будет способствовать восстановлению рынка свинины и соответствующего снижения цен на этом рынке. Учитывая давние традиции потребления свинины в Китае и увеличение доходов потребителей, возможно частичное обратное замещение объемов потребления мяса птицы увеличением объемов потребления свинины.

Особого внимания заслуживает рост популярности мясных альтернатив. Около 39% потребителей в Китае сокращают потребление мяса из соображений заботы о здоровье.

Строгие требования к качеству продукции

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 китайским правилам любой впервые ввозимый вид продукции животного или растительного происхождения должен быть сначала одобрен к импорту Главным таможенным управлением КНР.

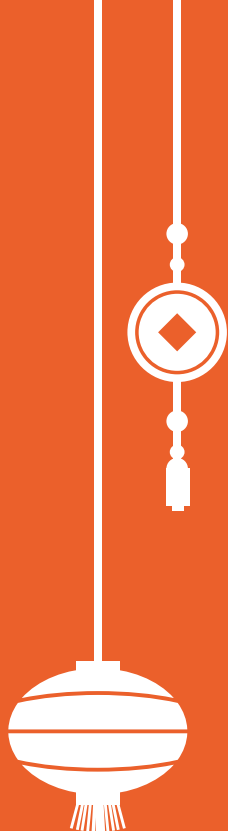
Прочие экономические и административные барьеры

Существенными ограничениями экспорта мяса птицы в Китай могут стать общая сложность правил работы на китайском рынке и непредсказуемость нетарифных мер, льготные импортные тарифы для Таиланда и Чили, запутанная система контроля цепочек поставок и безопасности пищевых продуктов, а также сложная и затратная система защиты интеллектуальной собственности.

Особенности и барьеры входа на рынок



9



Содержание

9.1.

Ключевые факторы успеха на рынке

9.2.

Отраслевые выставки и ярмарки

9.1. Ключевые факторы успеха на рынке

Географическая концентрация спроса и предложения

При продвижении продукции необходимо учитывать особенности географического потребления мяса птицы в Китае. В потреблении мяса птицы доминирует юг Китая, где этот вид мяса более популярен, чем на севере страны. Западный Китай и северо-восточная часть страны демонстрируют относительно низкий уровень потребления мяса птицы.

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.

Сильный и известный бренд

Потребителей все больше привлекает качественная упаковка и бренд продукции. Помимо пищевой безопасности, важную роль играет возможность отслеживать происхождение мяса, отсутствие антибиотиков и другие показатели качества продукции премиум-класса. Данную информацию важно размещать на этикетках товаров на наиболее видном месте.

Онлайн-маркетинг

Чтобы обеспечить узнаваемость продукции на высококонкурентном рынке и наладить каналы онлайн-продаж, необходимо обеспечить присутствие бренда в китайских социальных сетях. Наиболее популярными социальными сетями в Китае являются WeChat, Weibo и Little Red Book. Для развития B2B-продаж также стоит обратить внимание на социальную сеть Zhihu.

Работа с платформами электронной коммерции

Китайские потребители все чаще совершают онлайн-покупки. Ключевыми факторами привлекательности электронной коммерции являются удобство, возможность сэкономить время и широкий товарный ассортимент. Ожидается, что с 2023 по 2027 гг. ежегодный прирост этого сектора будет составлять 12,4%, а число китайских пользователей платформ электронной коммерции к 2027 г. достигнет 1,33 млрд человек. Среди крупнейших маркетплейсов Китая можно выделить Taobao, Tmall и JD.com для C2C-коммерции и 1688 для B2B-продаж.

9.2. Отраслевые выставки и ярмарки

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
Beijing International Hospitality, Catering & Food Beverage Exhibition (HCSA) Международная выставка продуктов питания и напитков. http://www.cifichinaexpo.com/	Пекин China International Exhibition Center	15-17.03.2024
Anuga Select China Международная выставка продуктов питания и пищевой промышленности. https://www.anuga-china.com/	Шэньчжэнь Shenzhen World Exhibition & Convention Center	24-26.04.2024
SIAL Shanghai Крупнейшая в Азии международная выставка продуктов питания и напитков. https://www.sialchina.com/	Шанхай Shanghai New International Expo Center (SNIEC)	28-30.05.2024

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
<p>Shanghai International Import and Agricultural Exhibition (SIFA)</p> <p>Международная торговая выставка для импортеров и экспортеров продуктов питания и напитков.</p> <p>http://www.importfoodfair.com</p>	<p>Шанхай National Exhibition & Convention Center</p>	03-05.06.2024
<p>HKTDC Food Expo</p> <p>Международная выставка продуктов питания и напитков.</p> <p>https://www.hktdc.com</p>	<p>Гонконг Hong Kong Convention & Exhibition Centre</p>	15-19.08.2024
<p>SIAL Shenzhen</p> <p>Крупнейшая в Азии международная выставка продуктов питания и напитков.</p> <p>https://www.sialchina.com/</p>	<p>Шэньчжэнь Shenzhen World Exhibition & Convention Center</p>	02-04.09.2024
<p>Food & Hospitality China — FHC</p> <p>Ведущая международная выставка продуктов питания и напитков.</p> <p>https://www.fhcchina.com/</p>	<p>Шанхай Shanghai New International Expo Center</p>	12-14.11.2024

Карта действий экспортера



Этап I — Подготовка к экспорту (см. Приложение №1)

- 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 РФ, которые необходимо предпринять для экспорта продукции в Китай

- 1) Регистрация предприятия в ИС «Цербер» (<https://clck.ru/N3LyD>) в качестве экспортера мяса и субпродуктов птицы в Китай.
- 2) Регистрация предприятия в списке ГАСС как имеющее право импорта в Китай мяса и субпродуктов птицы (официальный запрос направляется Россельхознадзором).
- 3) Получение разрешения Главного государственного ветеринарного инспектора Российской Федерации на вывоз продукции с территории РФ (<http://www.fsvps.ru/fsvps/argus>). Чтобы получить разрешение на вывоз продукции, необходимо создать заявку в системе Россельхознадзора «Аргус». Подробнее с процедурой можно ознакомиться в разделе «Доступ на внешние рынки» сайта ФГБУ «Агроэкспорт» (aemcx.ru/support/access/).

- 4) Оформление ветеринарно-сопроводительной документации на экспорт в Китай (ветеринарное свидетельство формы №2).
- 5) Оформление уполномоченными инспекторами Россельхознадзора согласованной формы ветеринарного сертификата для экспорта птицеводческой продукции, удостоверяющая, что экспортируемая продукция с территории России соответствует ветеринарно-санитарным требованиям Китая (<https://clck.ru/3575ha>).
- 6) Таможенное оформление экспорта.

По итогам этапа II осуществляется вывоз продукции с территории РФ.



Контактная информация



11

Содержание

11.1.

Потенциальные партнеры

11.2.

Профильные организации

11.1. Потенциальные партнеры

Компания	Профиль	Контактная информация
Dragon Rise Global Resources	Импорт, дистрибьюторская деятельность	Адрес: Room1528, Beverley Commercial Center, 87-105 Chatham Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong. Тел./факс: +852 9266 3652 E-mail: dragonrisehk@yahoo.com.hk; finance_commodities@yahoo.com Сайт: http://dragonriseglobal.com/
AJC International	Импорт, переработка	Адрес: Unit 75, 5F, China Life Tower, No 16 Chaowai Street, Chaoyang District, Beijing Тел.: +86 21 5116 7488 Факс: +86 21 5116 7498 Сайт: https://www.ajcfood.com
DaChan Wanda Tianjin Company	Импорт, переработка	Адрес: 4th floor, office tower C, Vantone Center, 6# Chaowai Street, Chaoyang District, Beijing Тел.: +86 10 5904 7500 Сайт: www.dachan.com
Fuxin Shuanghui Meat Processing	Импорт, дистрибьюторская деятельность	Адрес: RM 7602B-7604A, International Commerce Centre, 1 Austin Road, Kowloon, Hong Kong Тел.: +852 2868 2828 E-mail: investor@wh-group.com Сайт: http://www.wh-group.com
Heilongjiang Chia Tai Enterprise	Импорт, дистрибьюторская деятельность	Адрес: Chaoyang district, Beijing, Guang Hua Road No. 10 Тел.: +86 10 8507 6000 E-mail: idea@cpgroup.cn Сайт: http://www.cpgroup.cn/
Xuzhou Yuejia Commercial	Импорт, дистрибьюторская деятельность	Адрес: 6th Floor, Yueda Commercial Building, 9 Daqiao South Road, Gulou District, Nanjing city, Jiangsu Province Тел.: +86 025 5880 3893 Сайт: http://www.jsydnf.com

11.2. Профильные организации

Организация	Контактная информация
Государственный комитет здравоохранения Китайской Народной Республики	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: http://en.nhc.gov.cn

Контактная информация

Организация	Контактная информация
Министерство сельского хозяйства и сельских дел Китайской Народной Республики	Адрес: No.11 Nongzhanguan Nanli, Chaoyang District, Beijing Тел.: +86 10 6419 2389 Сайт: http://english.moa.gov.cn/
Министерство торговли Китайской Народной Республики	Адрес: No.2 Dong Chang'an Avenue, Beijing Тел.: +86 10 8509 3486 Сайт: http://english.mofcom.gov.cn/
Представительство ТПП России в КНР	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: https://china.tpprf.ru/
Китайский центр сертификации качества	Адрес: Section 9, No.188, Nansihuan (the South Fourth Ring Road), Xilu (West Road), Beijing Тел.: +86 10 8388 6282 E-mail: cqsc@cqc.com.cn Сайт: https://www.cqc.com.cn/
Управление КНР по сертификации и аккредитации	Адрес: 9 Madian East Road, Haidian District, Beijing Тел.: +86 10 8226 0777 E-mail: infocnca@cnca.gov.cn Сайт: http://english.cnca.gov.cn/
Китайская ассоциация по продвижению международного сотрудничества в сельском хозяйстве	Адрес: Maizidian Street, No. 37, 22 Floor, Room 70, Chaoyang, Beijing Тел.: +86 10 8210 6320 E-mail: capiac@capiac.org.cn Сайт: http://www.capiac.org.cn/
Китайский совет по продвижению международной торговли	Адрес: CCOIC Building, No. 2 Huapichang Hutong, Xicheng District, Beijing Тел.: +86 10 8643 1079 E-mail: ccoic@ccoic.cn Сайт: http://ccoic.cn/ecms
Российско-Китайский деловой совет	Адрес: Москва, Краснопресненская набережная - 12, Офисное здание - 1, подъезд 3, офис № 902А Тел.: +7 495 280 16 88 E-mail: info@rcbc.ru Сайт: https://rcbc.ru/ru/
Китайская продовольственная ассоциация	Адрес: 6th Floor, Block B, Fucheng Building, No. 98A, Beilishi Road, Xicheng District, Beijing Тел.: +86 10 8839 3638 E-mail: wwjgg@126.com; lanmin8828@126.com Сайт: http://www.cnfca.com/

**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 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](#)

Программа компенсации 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](#)

Словарь: термины и определения

Производитель — предприятие, производящее готовую продукцию/сырье и аттестованное на экспорт в Китай.

Поставщик/Продавец — организация, отвечающая за поставку продукции контрагентам. В этом качестве может выступать как производитель, так и отдельная торговая компания. На территории РФ компания-резидент.

Грузоотправитель — указанное в перевозочном документе (ТТН) юридическое или физическое лицо, которое выступает от своего имени или по поручению собственника груза и выполняет обязанности по договору перевозки. Как правило продавец/экспортер является и грузоотправителем.

Экспортер/Продавец — сторона в международных экономических отношениях, поставляющая товары, услуги, труд, капитал и другие предметы международной торговли другой стороне (импортеру), которая использует их для производства других товаров, услуг или потребляет. В качестве экспортера могут выступать:

- индивидуальные предприниматели;
- предприятия, организации, корпорации (юридические лица);
- государство.

Контрактодержатель — это юридическое лицо, отвечающее за финансирование сделки. Очень часто (но не всегда) контрактодержателем является получатель груза. Иногда контрактодержателем выступает третье лицо, а в некоторых случаях — экспортер (продавец, ведущий внешнеэкономическую деятельность).

Продавец — это юридическое лицо, зарегистрированное и действующее по законам РФ. Продавцом на экспорт может выступать как производитель, так и любая другая компания, купившая продукцию аттестованного на экспорт завода-производителя.

Декларант — это физическое или юридическое лицо, обладающее правом на вывоз и ввоз товаров и имущества и взаимодействия с пунктами таможенного контроля при перемещении груза через границу. В его обязанности входит декларирование товаров и грузов компании или физического лица. Сведения о юридических лицах подаются в таможенный орган в электронном виде, а о физических лицах — на бумажном носителе. Данный специалист может быть как сотрудником компании-участника ВЭД, так и декларантом таможенного представителя (сотрудником таможенного брокера).

Внутрипортовый экспедитор / Внутрипортовое экспедирование — это деятельность по перевалке грузов через порт, включающая в себя проведение погрузо-разгрузочных и перегрузочных работ, перемещение груза по территории порта и хранение, а также документарное оформление всех указанных операций. Внутрипортовое экспедирование осуществляется специальной компани-

ей, имеющей договор с администрацией морского порта на выполнение всех перечисленных работ. Грузовладелец (экспедитор) при отгрузке товара на экспорт заключает с морским портом договор на предоставление услуг по внутрипортовому экспедированию. Морской порт, в свою очередь, делегирует эти обязательства указанной компании. При импорте основанием для выполнения работ становится договор фрахтования морского тоннажа, заключенный между грузоотправителем (экспедитором) и морским перевозчиком. Внутрипортовый экспедитор может также подготовить документы, необходимые для таможенного оформления груза. Его работа тесно связана с работой судового агента, представляющего интересы морского перевозчика.

Таможенный брокер (или таможенный представитель) — это логистическая компания-посредник, участвующая в таможенных процедурах и совершающая таможенные операции от имени и по поручению заказчика услуг. На таможенного брокера заказчик возлагает обязанность и предоставляет право совершать от его лица различные таможенные операции. Официальный статус таможенного брокера определяется главой 3 в статьях 13–17 Таможенного Кодекса Таможенного Союза. Таможенным брокером с официальным правом оказания соответствующих услуг на территории РФ может быть только российское юридическое лицо, которое официально внесено в Реестр таможенных брокеров. Государственное предприятие не может им являться и вести соответствующую деятельность.

Таможенный брокер является субъектом внешнеэкономической деятельности и таможенного оформления товаров (в частности — субъектом таможенного декларирования импортируемой/экспортируемой на территорию РФ продукции). Особенность его деятельности заключается в том, что при оформлении перемещаемого через российскую границу товара он наделен теми же правами, что и заказчик его услуг (то есть лицо, поручившее ему на платной основе представлять свои интересы в ходе взаимоотношений с Федеральной Таможенной Службой РФ).

Преимущества работы с этим специалистом:

- передача ответственности за декларирование товаров в таможне;
- отсутствие необходимости устанавливать специальное программное обеспечение и общаться с таможенными органами;
- возможность не изучать и не отслеживать особенности таможенного законодательства;
- брокер может в случае необходимости онлайн оплатить таможенные платежи;
- экономия времени.

Покупатель — любое юридическое лицо (не резидент РФ), которое выступает покупателем по внешнеэкономическому контракту, продавцом в котором является компания-резидент РФ. Покупатель — не обязательно импортер.

В международной практике распространено, что покупатель может находиться в третьей стране, продавая продукцию конечному грузополучателю.

Импортер/Покупатель — сторона в международных экономических отношениях, покупающая товары, услуги, труд, капитал и другие предметы международной торговли за рубежом и ввозящая их в страну для использования и потребления. Так называют юридическое или физическое лицо, занимающееся ввозом товара из-за границы.

В качестве импортера могут выступать:

- индивидуальные предприниматели;
- предприятия, организации, корпорации (юридические лица);
- государства.

В то же время покупатель не обязательно является прямым импортером. Это может быть любая компания-нерезидент РФ.

Грузополучатель/Импортер в страну назначения — организация, которой по указанию грузоотправителя должен быть выдан груз в пункте назначения. Грузополучатель и сам может быть отправителем, однако обычно в этой роли выступает другая компания. Не являясь стороной в договоре перевозки, она приобретает определенные права и несет обязанности, обусловленные договором, заключенным грузоотправителем с перевозчиком.

Перевозчик — это предприятие, осуществляющее транспортную операцию по договору перевозки. Перевозчик обеспечивает транспортировку груза своим транспортом и является стороной в договоре перевозки (контрагент грузоотправителя).

Приложение №1.

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 №2.

Национальные стандарты КНР по безопасности продуктов питания

- 1) Национальный стандарт КНР. Свежая и замороженная продукция животноводства и птицеводства/ National Standard of the People's Republic of China, Fresh and Frozen Livestock and Poultry Products, GB 2707–2016 (<https://clck.ru/3576sa>).
- 2) Национальный стандарт КНР. Стандарты на пищевые добавки/ National Standard of the People's Republic of China, Standards for Food Additives, GB 2760–2014 (<https://clck.ru/3576ta>).
- 3) Национальный стандарт КНР. Предельное содержание загрязняющих веществ в пищевых продуктах/ National Standard of the People's Republic of China, Maximum Levels of Contaminants in Foods, GB 2762–2022 (<https://clck.ru/3576uU>).
- 4) Национальный стандарт КНР. Предельно допустимые уровни содержания пестицидов в продуктах питания/ National Standard of the People's Republic of China, Maximum Residue limits for Pesticides in Food, GB 2763–2021 (<https://clck.ru/3576vB>).
- 5) Национальный стандарт КНР. Маркировка расфасованной пищевой продукции/ National Standard of the People's Republic of China, Standard for Labeling of Prepackaged Foods, GB 7718–2011 (<https://clck.ru/ZDGHU>).
- 6) Национальный стандарт КНР. Разрешенный уровень влажности в продукции животноводства и птицеводства/ National Standard of the People's Republic of China, Standard for Permitted Level of Moisture in Meat of Livestock and Poultry, GB 18394–2020 (<https://clck.ru/35777p>).
- 7) Национальный стандарт КНР. Маркировка питательной ценности на расфасованной пищевой продукции/ National Standard of the People's Republic of China, Standard for Nutrition Labeling of Prepackaged Foods, GB 28050–2011 (<https://clck.ru/35779r>).
- 8) Национальный стандарт КНР. Стандарт по управлению производством мяса и мясной продукции/ National Standard of the People's Republic of China, Standard for Meat and Meat Product Management, GB 20799–2016 (<https://clck.ru/3577Av>).
- 9) Национальный стандарт КНР. Допустимые уровни патогенных организмов в пищевой продукции/ National Standard of the People's Republic of China, Standard of Pathogenic Limits for Food, GB 29921–2021 (<https://clck.ru/3577By>).

- 10) Административные меры по инспекции, карантину и надзору при ввозе и вывозе мясной продукции/ Administrative Measures for Inspection, Quarantine and Supervision of Inbound and Outbound Meat Products (<https://clck.ru/UTgAZ>).

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	
Итого кор. кг/нетто		кг/брутто	
(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			
ТН, ветеринарное свидетельство			
(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)			
Сертификат соответствия			
(перечень прилагаемых к грузу сертификатов, паспортов качества, удостоверений, разрешений, инструкций, товаросопроводительных 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			
КОНТЕЙНЕР			
(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)			
Хранение и перевозка -18-24 С			
(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)	
ПЛОМБА			
(фактическое состояние груза, тары, упаковки, маркировки и опломбирования)			
кг		кор	
(масса груза)		(количество грузовых мест)	
представитель		представитель	
(должность, подпись, расшифровка подписи грузоотправителя (уполномоченного лица))		(должность, подпись, расшифровка подписи грузополучателя (уполномоченного лица))	
Водитель		Водитель	
(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 промывке 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

10. Перевозчик		
(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))		
11. Транспортное средство		
(количество, тип, марка, грузоподъемность (в тоннах), вместимость (в кубических метрах))	(регистрационные номера)	
	Контейнер	
12. Оговорки и замечания перевозчика		
(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)	
13. Прочие условия		
(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)		
14. Переадресовка		
(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)	
15. Стоимость услуг перевозчика и порядок расчета провозной платы		
(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))		
16. Дата составления, подписи сторон		
представитель	(дата)	(подпись) АО "ПКТ", Дорога на Турухтанные острова, 17, Санкт-Петербург
17. Отметки грузоотправителей, грузополучателей, перевозчиков		
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	
ТОВАРНАЯ НАКЛАДНАЯ	Дата составления	
Номер документа	Транспортная накладная	номер
		дата
		Вид операции

Но- мер по рядку	Товар		Единица измерения		Вид упако- вки	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) _____ Всего мест _____ Масса груза (брутто) _____	Двадцать семь тысяч кг. _____ _____ _____
---	--

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 грузополучатель _____ должность _____ подпись _____ расшифровка подписи _____

М.П. " " _____ 20 года

Счет-фактура

Приложение № 3 к постановлению Правительства Российской Федерации от 26 декабря 2011 г. № 1127
 (в редакции постановления Правительства Российской Федерации от 19 августа 2017 г. № 891)

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, предъявляемая покупателю	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	1а	2	2а	3	4	5	6	7	8	9	10	10а	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.) (реквизиты свидетельства о государственной регистрации индивидуального предпринимателя)

Копия ветеринарного сопроводительного документа (ВСД)

Статус:	оформлено	Форма № 2
Ветеринарное свидетельство		
№ _____ от 02:50:04 МСК+2		
Отправитель:	_____	
	наименование юридического лица или Ф. И. О. физического лица	
Получатель:	_____	
	наименование и адрес предприятия-отправителя	

	наименование юридического лица или Ф. И. О. физического лица	
Продукция:	_____	
	наименование и адрес предприятия-получателя	

	наименование и объём продукции	
Производитель:	_____	
	наименование и количество единиц упаковки	

	номер и название предприятия-производителя	
	_____	_____
	маркировка, номер и форма клейма	дата выработки продукции
Лабораторные исследования:	см. приложение	
Подвергнута ветеринарно-санитарной экспертизе в полном объёме		
Маршрут следования: а/м -		
- ТТН: № от Способ хранения при перевозке: замороженные		
Цель: реализация в пищу людям		
Местность благополучна по заразным болезням животных		
Производственный ВСД: № от		
	ВСД выдал: ветеринарный врач	

Продолжение ветеринарного сопроводительного документа (ВСД)

ПРИЛОЖЕНИЕ				
Лабораторные исследования:				
Лаборатория	Наименование показателя	Дата исследования	№ экспертизы	Результат
ФГБУ "Свердловский РЦ"	Нитрофураны и их метаболиты АМОЗ, нитрофураны и их метаболиты АОЗ, Удельная активность стронция-90, удельная активность цезия -137, Escherichia coli	31.05.2019	2102	отрицательный
ФГБУ "Свердловский РЦ"	КМАФАНМ	09.12.2019	6217	отрицательный
ФГБУ "Свердловский РЦ"	Escherichia coli	09.12.2019	6216	отрицательный
ФГБУ "Свердловский РЦ"	Бактерии рода сальмонелла	11.12.2019	6213	отрицательный
ФГБУ "Свердловский РЦ"	Listeria monocytogenes	12.12.2019	6214	отрицательный
ФГБУ "ВНИИЗЖ"	Амоксициллин	14.10.2019	8959/2019	отрицательный
ФГБУ "ВНИИЗЖ"	Сульфагуанидин, сульфадиазин, сульфадиметоксин, сульфамеразин, сульфаметазин, сульфаметаксазол, сульфаметоксипиридазин, сульфамоксол, сульфаниламид	14.10.2019	8959/2019	отрицательный
ФГБУ "ВНИИЗЖ"	Сульфацилид, сульфатиазол, сульфацинол, сульфаквinoxалин, сульфаклорпиридазин, сульфазотоксипиридазин, триметоприм	14.10.2019	8959/2019	отрицательный
ФГБУ "ВНИИЗЖ"	Ампролиум, арприноид, галофугинон, декоквинат, диклазурил, клопидол, ласалоцид, мадурамицин, монензин, наразин	14.10.2019	8959/2019	отрицательный
ФГБУ "ВНИИЗЖ"	Робендин, ронидазол, салиномицин, тернидазол, тинидазол, толтразурила сульфон, этопобат	14.10.2019	8959/2019	отрицательный
ФГБУ "ВНИИЗЖ"	Гентамицин, неомицин, спектиномицин, стрептомицин	14.10.2019	8959/2019	отрицательный
ФГБУ "ВНИИЗЖ"	Доксициклин, окситетрациклин	14.10.2019	8959/2019	отрицательный
ФГБУ "ВНИИЗЖ"	Норфлоксацин, офлоксацин, флюмеквин	14.10.2019	8959/2019	отрицательный
ФГБУ "ВНИИЗЖ"	Линкомицин	14.10.2019	8959/2019	отрицательный
ФГБУ "ВНИИЗЖ"	Тилмикозин, трилозин, эритромицин	14.10.2019	8959/2019	отрицательный
ФГБУ "ВНИИЗЖ"	Тиамулин	14.10.2019	8959/2019	отрицательный
ФГБУ "ВНИИЗЖ"	Левамизол, флюбендазол	14.10.2019	8959/2019	отрицательный
ФГБУ "ВНИИЗЖ"	бацитрацин	14.10.2019	8959/2019	отрицательный
ФГБУ "ВНИИЗЖ"	Свинец, Ртуть, Мышьяк, Кадмий, хром	14.10.2019	8959/2019	отрицательный
ФГБУ "ВНИИЗЖ"	Линдан, ДДТ и метаболиты, альдрин, дильдрин, гептахлор	14.10.2019	8959/2019	отрицательный



ВСД выдал:
ветеринарный врач

Акты о приеме-передаче и возврате материальных ценностей, сданных на хранение

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

<small>(организация-хранитель, адрес, телефон, факс)</small>			Код
Склад ответственного хранения	Форма по ОКУД		0335001
<small>(структурное подразделение)</small>	по ОКПО		73357023
	Вид деятельности по ОКДП		
<small>поклажеатель (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)	Цена, руб. коп.		Вес нетто (кг)	Вес брутто (кг)	Кол-во паллет (шт)
	наименование, вид упаковки	код		наименование	код по ОКЕИ		Цена	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 _____ (подпись) _____ Олег Семенов (расшифровка подписи)

М.П.

Продолжение: акт о возврате материальных ценностей, сданных на хранение

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

_____ (организация-хранитель, адрес, телефон, факс)		Форма по ОКУД по ОКПО	Код
Склад ответственного хранения			
_____ (структурное подразделение)		Вид деятельности по ОКДП по ОКПО	
_____ (поклажеатель (наименование, адрес, телефон, факс)			
_____ (фамилия, имя, отчество)		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 поклажеатель 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 поклажеателем приняты следующие работы и услуги:

Товарно-материальные ценности на хранение :

Принял _____ (должность) _____ (подпись) _____ (расшифровка подписи)

М.П.

Сдал Оператор _____ Роман Коршунов _____ (расшифровка подписи)
 (должность)

М.П.

Таможенная декларация




ДЕКЛАРАЦИЯ НА ТОВАРЫ

А 10216170/151119/0213437

1	2 Отправитель/Экспортер № СМ. ГРАФУ 14 ДТ				1 ДЕКЛАРАЦИЯ ЭК 10 ЭД			
					3 Формы 1 1		4 Отпр. спец.	
					5 Всего т-ов 1		6 Всего мест 1800	
					7 Справочный номер			
	8 Получатель №				9 Лицо, ответственное за финансовое урегулирование №			
					10 Стр. перв. назв/ посл. отл.		11 Торг. страна CN	
	14 Декларант №				15 Страна отправления РОССИЯ		16 Страна происхождения РОССИЯ	
					17 Код страны отпр. a) RU b)		17 Код страны назнач. a) CN b)	
	18 Идентификация и страна регистрации трансп. средства при отпавлении/прибытии				19 Конт. 1			
	21 Идентификация и страна регистрации активного трансп. средства на границе 1: МОРСКОЕ СУДНО				20 Условия поставки FCA ПГТ СОВЕТСКИЙ (РМЭ)		22 Валюта и общая сумма по счету USD 45900.00	
25 Вид транспорта 10 на границе				26 Вид транспорта внутри страны		27 Место погрузки/разгрузки		
29 Орган въезда/выезда				30 Местонахождение товаров СМ.ДОПОЛНЕНИЕ				
31 Грузовые места и описание товаров Маркировка и количество - Номера контейнеров - Количество и отличительные особенности 1-ПИШЕВЫЕ СУБПРОДУКТЫ ДОМАШНИХ КУР, ЗАМОРОЖЕННЫЕ КУРИНЫЕ НОГИ ЦЫПЛЯТ-БРОИЛЕРОВ/ FROZEN BROIKER CHICKEN FEET, ДАТА ВЫРАБОТКИ 07-10/2019г. ., ФИРМА: (ТМ) ОТСУТСТВУЕТ 2-1800, СТ-1800				32 Товар № 1		33 Код товара		
				34 Код страны происх. a) RU b)		35 Вес брутто (кг)		
				37 ПРОЦЕДУРА 000		38 Вес нетто (кг)		
				40 Общая декларация/Предшествующий документ				
44 Дополнит. информация/ Представл. документы				41 Дополнит. единицы		42 Цена товара		
				43 Код МОС				
				45 Таможенная стоимость				
				46 Статистическая стоимость				
47 Исчисление платежей				48 Отсрочка платежей		49 Реквизиты склада		
Вид				Основы начисления		Ставка		
1010								
1010								
				СП УН УМ		48 В ПОДРОБНОСТИ ПОДСЧЕТА		
				49 Реквизиты склада				
				С				
51 Предлагаемые органы (и страна) транзита								
52 Гарантия неотзывности для				Код		53 Орган (и страна) назначения		
D				10		15.11.19 16:00:32		
				468		54 Место и дата		
10 ВЫПУСК ТОВАРОВ РАЗРЕШЕН СЛОВОМ ДАРЬЯ НИКОЛАЕВНА								

CMR

1 Отправитель (наименование, адрес, страна) Absender (Name, Anschrift, Land)		международная товарно-транспортная накладная Internationaler Frachtbrief		 №		
		Данная перевозка, несмотря ни на какие прочие договоры, осуществляется в соответствии с условиями Конвенции о договоре международной дорожной перевозки груза (ЦДПГ)		Diese Beförderung unterliegt trotz einer gegenseitigen Abstimmung den Bestimmungen des Übereinkommens über den Beförderungsvertrag im internationalen Straßengüterverkehr (CMR)		
2 Получатель (наименование, адрес, страна) Empfänger (Name, Anschrift, Land)		16 Перевозчик (наименование, адрес, страна) Frachtführer (Name, Anschrift, Land)				
3 Место разгрузки груза Auslieferungsort des Gutes		17 Последующий перевозчик (наименование, адрес, страна) Nachfolgende Frachtführer (Name, Anschrift, Land)				
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 Российская Федерация, 10216170						
4 Место и дата погрузки груза Ort und Tag Übernahme des Gutes						
Место/Ort.						
Страна/Land Российская Федерация		18 Оговорки и замечания перевозчика Vorbehalte und Bemerkungen der Frachtführer				
Дата/Datum						
5 Прилагаемые документы Beigefügte Dokumente						
Инойс № Вет.св-во № г.						
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
Итого вес нетто:						
Пл.№						
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						
15 Условия оплаты Frachtzahlungsanweisungen FCA –			20 Особые согласованные условия Besondere Vereinbarungen ТЕМПЕРАТУРНЫЙ РЕЖИМ -18 С			
Франко Frei Не франко Unfrei						
21 Составлен в Ausgestellt in			Дата		24 Груз получен Дата Gutempfangen Datum	
22		23		Am 20		
		Водитель:		Прибытие под погрузку мин. Ankunft für Beladung Min.		
				Убытие мин. Abfahrt Min.		
25 Регистрац. номер/ Tягач/Kfz Полуприцеп/Anhänger			26 Марка/Typ			

Коносамент



EVERGREEN LINE
A Joint Service Agreement

BILL OF LADING
NOT NEGOTIABLE UNLESS CONSIGNED TO ORDER
ORIGINAL

(2) Shipper/Exporter (complete name and address)		(5) Document No.
		(6) Export References
(3) Consignee (complete name and address) (unless provided otherwise, a consignee "To Order" means To Order of Shipper)		(7) Forwarding Agent
(4) Notify Party (complete name and address)		(8) Point and Country of Origin (for the Merchant's reference only)
		(9) Also Notify Party (complete name and address)
(12) Pre-carriage by	(13) Place of Receipt/Date	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 to Merchants entirely for their own account and risk)
(14) Ocean Vessel/Voy. No.	(15) Port of Loading	
(16) Port of Discharge	(17) Place of Delivery	

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 ³) Gross Weight (KGS)
CONTAINER NO./SEAL NO.			
(22) TOTAL NUMBER OF CONTAINERS OR PACKAGES (IN WORDS)			(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. 502717
(24) FREIGHT & CHARGES	Revenue Tons	Rate	Per Prepaid Collect
(25) B/L NO.	(27) Number of Original B(s)/L	(29) Prepaid at	(30) Collect at
EGLV 507900045964	(28) Place of B(s)/L Issue/Date	(31) Exchange Rate	(32) Exchange Rate
(26) Seals (Type/No.) FCL/FCL 0/0	(33) Laden on Board		

(26) Seals (Type/No.)
FCL/FCL 0/0

0117145690

EVERGREEN SHIPPING AGENCY (RUSSIA) LIMITED
As agent for the Carrier and the Vessel Provider Evergreen Marine (UK) Limited doing business as "Evergreen Line"

FORM NO. DOC100407

(TERMS OF BILL OF LADING ARE CONTINUED ON THE BACK HEREOF AND ENLARGED VERSION OF BAY CLAUSE IS AVAILABLE ON www.evergreen-line.com)

(1)

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 ИФНС¹² представляются копии следующих документов (пп. 1 п. 1 ст. 164, п. 1 ст. 165 НК РФ):

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

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 сырьевые¹³ или при-

¹² Инспекция Федеральной налоговой службы.

¹³ Сырьевые товары — это минеральные продукты; продукция химической промышленности и связанных с ней других отраслей; древесина и изделия из нее; древесный уголь; жемчуг и изделия из него; драгоценные и полудрагоценные камни и изделия из них; драгоценные металлы, недрагоценные металлы и изделия из них (абз. 3 п. 10 ст. 165 НК РФ, Письмо Минфина от 14.09.2016 №03-07-08/53679).

нятые на учет до 01.07.2016 иные товары (а помимо экспорта есть операции, облагаемые НДС 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

Экспортные операции отражаются в общей декларации по НДС (утв. Приказом ФНС Российской Федерации от 29.10.2014 №ММВ-7-3/558). Под них 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 в случае экспорта несырьевых товаров вычитаемый по ним НДС 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. Указывается квартал готовности документов. Вместе с декларацией нужно представить в ИФНС и сами документы (п. 10 ст. 165 НК РФ, Письмо Минфина России от 15.02.2013 №03-07-08/4169). Если собрать документы вовремя не удалось, экспортные операции будут облагаться налогом по обычной ставке НДС (10% или 20%). При этом подается уточненная декларация с заполненным разделом 6 за период, в котором товар экспортирован. Соответственно, в бюджет уплачивается налог и пенни. Подготовленные документы сдаются в инспекцию вместе с декларацией за текущий квартал с заполненным разделом 4. Если не возникнет претензий относительно применения нулевой ставки, уплаченный НДС вернут по заявлению (исключая пенни).

Приложение №5. Образцы продуктов и спецификаций

Из всего объема импортируемого мяса курицы на китайском рынке наиболее востребованы лапки и части крыльев. Они поставляются в разных видах, с разной степенью и качеством выработки и очистки, от которых во многом зависит цена закупки.

Формально установленных категорий для продуктов из мяса птицы по качеству не существует. Однако выделяют три-четыре уровня, которые китайские импортеры и трейдеры применяют к оценке покупаемой продукции: AAA, AA, A и B, а в некоторых случаях просто Grade A, Grade B и Grade C (сорта A, B и C).

Продукция с остатками кутикулы, перьев, грязи, следов ожогов на подушечках плюсен, кровоподтеками, синяками, ссадинами и переломами в крыльях автоматически попадают в низшую категорию. Продукт большого размера и веса, без изъянов, индивидуально замороженный, единообразно уложенный и упакованный в пластиковые пакеты, классифицируется по высшей категории.

Ниже приводятся образцы формулировок для разных спецификаций. Названия продуктов даются на английском и русском языках в тех формулировках, которые традиционно приняты в коммерческих предложениях для китайских импортеров и понятны им.


Названия, термины и характеристики в переводе на русский язык соответствуют англоязычным.

Paws/claws/short feet	Лапки (плюсны)/короткие лапы/ обрезанные лапки
	
Средняя длина 10–15 см	Средний вес 45–60 граммов

В международном стандарте ЕЭК ООН «Мясо кур: тушки и части» этот продукт на английском языке называется raws, в русской версии — плюсны ног. Между тем в кодах ТН ВЭД РФ данный продукт входит в группу «субпродукты прочие» и может иметь название, определенное для него техническими условиями и спецификациями, которые устанавливает компания-производитель.

При этом другая категория аналогичного продукта также входит в группу «субпродукты прочие» ТН ВЭД РФ. В стандарте ЕЭК ООН она называется на английском feet, на русском — ноги.

В обычных же торговых операциях, контрактах и спецификациях, как правило, используются названия, приведенные ниже.

Chicken feet/long feet	Лапы/лапки/короткие лапы/ ноги кур/ножки кур
	

Оба типа продукта могут быть обработанными/processed или необработанными/unprocessed в зависимости от того, снималась ли с поверхности лапок/ног кутикула (ороговевший слой кожи).

Оба продукта могут сопровождаться спецификациями со следующей информацией:

Общая информация

- Company Name
- Origin: Russia/Brazil/USA
- Produced by xxxxxx
- Model Number: 23565262
- Brand Name: xxxx
- Product: processed chicken feet
- Название компании
- Страна происхождения: Россия
- Производитель: xxxx
- Артикул: xxxxxxxx
- Торговая марка: xxxx
- Продукт: обработанные куриные ноги

- Color: white
- Style: frozen

- Цвет: белый
- Тип: замороженный

Описание продукта (возможны варианты)

- Washed and clean / well cleaned and fresh
- Without yellow skin / white skin / outer yellow skin off / Outer yellow skin and nail removed
- No feathers / Feathers off
- No bad smell
- No blood / No excessive blood or blood stains / No bruises
- No black pads or ammonia burns / No Ammonia burning spot/Black spots less than 1%
- No traces of carved deep wounds
- No preservative chemical
- Broken bones: under 3% / No broken bones
- Moisture content: less than 5%/3%
- No ice or water on the chicken feet
- Weight per piece is 35–45g / 45–55g
- Length per piece 10–12cm / 13–15cm
- Drainage: 0 to –5 °C for 8 hours
- Blasted at: –40 °C
- Вымытые и чистые / свежие и очищенные
- Без желтой кожи / белая кожа / поверхностная желтая кожа и когти удалены
- Без перьев / Без остатков перьев
- Без неприятного запаха
- Без крови / Без остатков или капель крови / Без синяков
- Без ожогов подушечек ног / Без ожоговых пятен / Пятна на 1% подушечек ног
- Без следов глубоких царапин
- Без химических консервантов
- Сломанные кости — 3% / Сломанных крыльев нет
- Остаточная влага: менее 5%/3%
- Без воды и льда / Без ледяной глазури
- Вес штуки 35–45 г / 45–55 г
- Длина штуки 10–12 см / 13–15 см
- Режим остывания: 8 часов при –5 °C–0 °C
- Шоковая заморозка при –40 °C

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Storage at: -18 °C / -20 °C • Transportation temperature: -20° C • Shelf Life 12 months • Health certificate • Feature: Gluten-Free, Low-Fat, Nature, Nutritious • Certification: HACCP, HALAL, KOSHER | <ul style="list-style-type: none"> • Температура хранения: -18 °C / -20 °C • Температура при перевозке: -20 °C • Срок хранения: 12 месяцев • Сертификат здоровья • Особенности: без глютена, низкое содержание жира, натуральный, питательный • Сертификаты: ХАССП, халяль, кошер |
|---|---|

Упаковка/Packing

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • 20kg per carton • 20kg Carton Boxes Containing 5kg poly bags X 4 in each • 2 x 5 kg (poly bags) / 10 kg (export carton box) | <ul style="list-style-type: none"> • Картонный короб 20 кг • Картонный короб 20 кг с 4 пакетами по 5 кг в каждом • Картонный короб 10 кг с 2 пластиковыми пакетами по 5 кг в каждом |
|---|--|

Mid Joint Wing/Wing Mid Joint	Средняя часть крыла/локоть/локтевая часть крыла/2 сегмент
	

Данный продукт по терминологии ЕЭК ООН называется на английском second wing segment (flat, mid join), на русском — локтевая часть крыла (флэт). В ТН ВЭД ЕАЭС крылья делятся на «целые с тонким концом» и «целые без тонкого конца», при этом «тонкий конец» (wing tip) относится к субпродуктам. В Китае наиболее успешно продаются именно «локоть» и кончик крыла (тонкий конец по ТН ВЭД) и менее востребована плечевая часть крыла (плечо) / drummette.

Образцы продуктов



Образцы упаковки

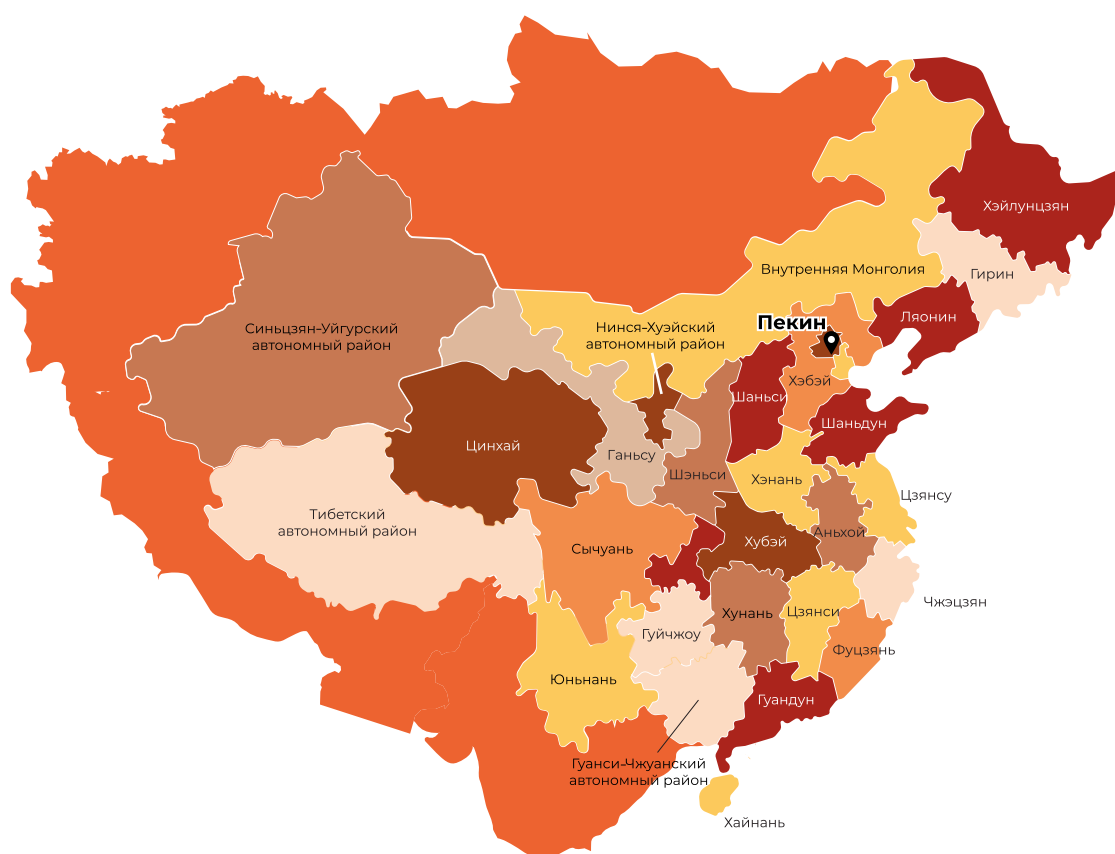


Приложение №6.

Особые экономические зоны

В Китае сформировалась сложная многоуровневая система экономических зон. Существует более 15 разновидностей, включая особые экономические зоны (ОЭЗ), зоны технико-экономического развития (ЗТЭР), зоны новых и высоких технологий (ЗНВТ), зоны свободной торговли (ЗСТ)¹⁴, зоны приграничного экономического сотрудничества (ЗПЭС), а также «открытые» портовые города, беспошлинные и инвестиционные районы¹⁵.

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», Agrifood Strategies ни оценки правового статуса территории, ни подтверждения или принятия обозначенных границ.

¹⁴ англ. Free Trade Zones, не путать данные внутригосударственные экономические зоны с наднациональными формами интеграции в форме зон свободной торговли (англ. Free Trade Areas).

¹⁵ <https://clck.ru/UMPN6>

ЗСТ Шанхай

Шанхайская ЗСТ (120,72 км²) 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 км²), который ориентирован на трансграничное финансирование, цифровую экономику, новые формы международной торговли и современные услуги.

ЗСТ Хэнань

ЗСТ в провинции Хэнань (119,77 км²) 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 км²) направлена на строительство транспортных узлов, моделирование мультимодальных перевозок, транзитные международные перевозки, финансовый лизинг и инновационную деятельность.

ЗСТ Сычуань

ЗСТ в провинции Сычуань (119,99 км²) 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 км²) 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 км²) 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 км²), 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 км²) 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 км²), 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.

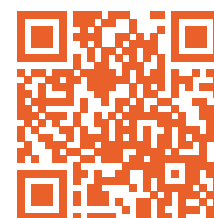
ЗСТ в КНР ориентированы на привлечение иностранных инвестиций и производство новых товаров и услуг, включая объекты интеллектуальной собственности. Администрации ЗСТ разрешено разрабатывать собственные поощрительные меры для привлечения иностранного капитала. Такими мерами могут быть упрощение регистрации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

Полезная информация на **сайте Агроэкспорта**

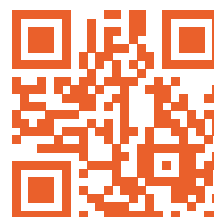
[Аналитика](#) — раздел содержит аналитические обзоры по ключевым продуктам и наиболее перспективным зарубежным рынкам, отраслевые обзоры и оперативную статистику российского аграрного экспорта.



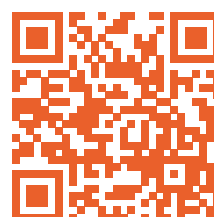
[Господдержка](#) — в разделе собрана информация о действующих мерах господдержки для российских сельхозпроизводителей и подробные инструкции по участию в каждой из представленных программ.



[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».



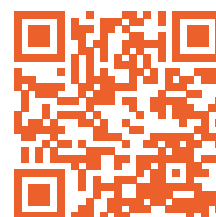
[Барьеры](#) — постоянно обновляемая база данных по статусу доступа российской продукции на зарубежные рынки.



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



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



Мы в социальных сетях:

Вконтакте: <https://vk.com/aemcx>

Telegram: www.t.me/mcxae

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

Связаться с нами:

Сайт: www.aemcx.ru

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

Почта: info@aemcx.ru

Вконтакте: <https://vk.com/aemcx>

