

Экспортный гид

Молочная продукция



Малайзия



Экспортный гид

Молочная продукция



Малайзия

Гид создан при участии:



СОЮЗМОЛОКО

Национальный союз
производителей молока

Предисловие

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

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

Представленные материалы помогут принять взвешенное решение о выходе на рынок и максимально эффективно организовать экспорт молочной продукции в Малайзию.

© ФГБУ «Федеральный центр развития экспорта продукции агропромышленного комплекса Российской Федерации», 2024.

© 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	9
1. Краткий обзор — Малайзия	12
1.1. Экономические тенденции	14
1.2. Политические тенденции.....	21
1.3. Демографические тенденции	23
1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок страны.....	24
2. Обзор рынка.....	26
2.1. Объем и динамика рынка	28
2.1.1. Сухое молоко.....	35
2.1.2. Питьеовое молоко и сливки	45
2.1.3. Сыры.....	56
2.1.4. Сливочное масло.....	69
2.1.5. Сывороточные ингредиенты.....	78
2.1.6. Концентрированное молоко.....	86
2.1.7. Кисломолочная продукция	95
2.1.8. Мороженое.....	105
2.2. Потребительские предпочтения	113
2.3. Торгово-распределительная сеть	115
2.4. Конкурентная среда и участники рынка	120
3. Требования и стандарты на продукцию	124
3.1. Требования к производителям	126
3.2. Требования к продукции	128
3.3. Требования к упаковке и маркировке	131
4. Особенности и барьеры входа на рынок	135
4.1. Особенности таможенных процедур.....	137
4.2. Тарифные и нетарифные барьеры.....	139
5. Организация экспортных поставок	142
5.1. Логистика.....	144
5.2. Осуществление валютно-финансовых операций.....	155
5.3. Формы присутствия на рынке	164
5.4. Защита интеллектуальной собственности	168

6. Продвижение продукции	172
6.1. Ключевые факторы успеха на рынке	174
6.2. Отраслевые выставки и ярмарки	176
7. Особые экономические зоны	177
8. Особенности ведения бизнеса	182
9. Преимущества и риски осуществления поставок	187
9.1. Преимущества	189
9.2. Риски	190
10. Карта действий экспортера	192
11. Контактная информация	196
11.1. Потенциальные партнеры	198
11.2. Профильные организации	201
12. Государственная поддержка экспорта продукции АПК	203
Приложение №1.	
Нормативно-правовая база	208

Резюме

- Малайзия — многонациональная страна, состоящая из 13 штатов и трех федеральных территорий, которые образуют два региона, разделенных Южно-Китайским морем.
- Малайзия — государство в Юго-Восточной Азии с населением 33,1 млн человек. Столица и крупнейший город страны — Куала-Лумпур, в агломерации которого проживает около 8,8 млн человек. Большая часть населения исповедует ислам.
- Экономика Малайзии, ориентированная на производство товаров и услуг, является одной из самых открытых в мире для торговли и инвестиций. Согласно прогнозам Всемирного банка, Малайзия может в течение нескольких лет перейти в группу стран с высоким уровнем доходов. В 2023 г. ВВП в текущих ценах составил 399,7 млрд долл. США. Годовой рост реального ВВП в 2023 г. достиг 3,6%. ВВП по ППС на душу населения Малайзии в 2023 г. составил 38,7 тыс. межд. долл. По прогнозам МВФ, к 2029 г. этот показатель достигнет 52,2 тыс. межд. долл.
- Макроэкономическая ситуация в стране остается стабильной из-за грамотной налогово-бюджетной и денежно-кредитной политики правительства. Так, в 2023 г. уровень инфляции составил до 2,5%, снизившись по сравнению с показателем 2022 г. (3,4%). Это объясняется попытками правительства сдерживать инфляцию с помощью субсидий и потолка цен.
- Структура внешних поставок Малайзии слабо диверсифицирована, страна зависима от импорта ряда продовольственных товаров. Так, объем импорта продукции АПК в 2023 г. составил 21,7 млрд долл. США, экспорт — 27,6 млрд долл. США. В стоимостной структуре импорта продукции АПК в 2023 г. наибольшую долю занимали какао-бобы (6,9%), сахар свекловичный и тростниковый (5,5%), кукуруза (5,1%), масло пальмовое (3,9%), рис (3,8%). Малайзия занимает второе место в мире по производству и экспорту пальмового масла после Индонезии. В 2023 г. доля экспорта пальмового масла в стоимостном выражении составила 43,2% или 11 914,8 млн долл. США.
- Производство молочной продукции (в молочном эквиваленте) в Малайзии является одним из самых низких в Азии. Тем не менее, правительство страны прикладывает усилия для развития внутреннего производства молочной продукции путем привлечения крупных инвесторов, в том числе иностранных, для формирования индустриального сырьевого сектора.
- Малайзия — один из 20 крупнейших в мире импортеров молочной продукции, импорт которой в 2023 г. составил 1 180,4 млн долл. США. В стоимостной структуре импорта значительно преобладало сухое молоко (47,0%). Далее следовали сыры (14,8%), сливочное масло (12,4%), сыровоточные ингредиенты (8,9%), питьевое молоко и сливки (7,6%).
- Основными поставщиками молочных продуктов в Малайзию остаются Новая Зеландия и страны ЕС, на долю которых в 2023 г. приходилось 44,7% и 24,9% общего объема, соответственно.

- Уровень конкуренции на рынке крайне высок — помимо местных игроков в стране размещены производства крупнейших мировых молочных компаний, сильные позиции занимает сингапурский бизнес.
- Питьевое молоко — самый потребляемый молочный продукт в Малайзии, за ним следуют мороженое, йогурты и сыры. Повышение осведомленности о принципах здорового питания и образа жизни в целом мотивируют потребителей покупать молоко, йогурт и кисломолочные продукты. Потребление сыров растет благодаря влиянию европейской и корейской кухонь, прежде всего в части плавленых сыров и сегменте общественного питания. Спрос на сыровоточные ингредиенты растет за счет активного развития индустрии продуктов питания, прежде всего кондитерских и хлебобулочных производств.
- В 2023 г. доля расходов на молоко и молочную продукцию в общих расходах на продукты питания и безалкогольные напитки составила около 8,0% (155,6 долл. США на человека в год). Ожидается, что ежегодные расходы на молоко и молочную продукцию к 2029 г. вырастут до 183,0 долл. США.
- В Малайзии развито производство продуктов питания, включая молочную продукцию, которая затем экспортируется во многие страны Юго-Восточной Азии. Основу импорта страны составляют B2B продукты и ингредиенты, что дает экспортерам возможность выхода на крупные прямые контракты с размещенными в стране производствами глобальных и местных компаний.
- Требования к сертификации продукции в Малайзии в целом соответствуют международной практике, поэтому нетарифные барьеры для импорта являются достаточно низкими и в основном направлены на защиту внутреннего рынка и стратегических секторов, а также на поддержание культурных и религиозных норм.

Список сокращений

АИС	Автоматизированная информационная система
АПК	Агропромышленный комплекс
АСЕАН	Ассоциация государств Юго-Восточной Азии
ВТО	Всемирная торговая организация (World Trade Organization — WTO)
КРС	Крупный рогатый скот
МВФ	Международный валютный фонд
МОТ	Международная организация труда
ПИИ	Прямые иностранные инвестиции
РНБ	Режим наибольшего благоприятствования
РОУ АПК	Региональные органы управления агропромышленным комплексом
СОМ	Сухое обезжиренное молоко
СП	Совместное предприятие
СЦМ	Сухое цельное молоко
ТРИПС	Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности
AFTA	ASEAN Free Trade Area — Зона свободной торговли Ассоциации государств Юго-Восточной Азии
AHTN	ASEAN Harmonized Tariff Nomenclature — Гармонизированная тарифная номенклатура Ассоциации государств Юго-Восточной Азии
DVS	Department of Veterinary Services Malaysia — Департамент ветеринарных служб Малайзии
FSQD	Food Safety and Quality Division — Отдел безопасности и качества пищевых продуктов
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)

ITC Trade Map	Внешнеторговая статистика Международного торгового центра
JAKIM	Jabatan Kemajuan Islam Malaysia — Департамент исламского развития Малайзии
MAQIS	Malaysian Quarantine & Inspection Services — Карантинная и инспекционная служба Малайзии
OECD	Organisation for Economic Cooperation and Development — Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР)
RMCD	Royal Malaysian Customs Department — Королевский таможенный департамент Малайзии
UN Comtrade	United Nations Commodity Trade Statistics Database — База данных ООН по статистике торговли товарами
WGI	World Governance Indicators — индикаторы качества государственного управления в мире — показатели, вычисляемые Всемирным банком по собственной методике

Введение



Малайзия — многонациональное государство, состоящее из 13 штатов и трех федеральных территорий, которые образуют два региона, разделенные Южно-Китайским морем. С момента обретения независимости от Великобритании в 1957 г. Малайзия перешла от экономики, основанной на сельском хозяйстве и сырьевых товарах, к модели, все больше ориентированной на производство товаров и услуг. Страна является одной из самых открытых экономик мира для торговли и инвестиций.

Общие сведения (2023 г.)

ВВП (в текущих ценах): 399,7 млрд долл. США

ВВП по ППС (в текущих ценах): 1 279,2 млрд межд. долл.

Рост реального ВВП: 3,6%

ВВП по ППС на душу населения (в текущих ценах): 38 693,7 межд. США

ВНД на душу населения в текущих ценах, Атлас-метод: 12,0 тыс. долл. США, группа стран с доходами выше среднего уровня

Уровень инфляции: 2,5%

Приток ПИИ: 8,7 млрд долл. США

Население: 33,1 млрд человек

Площадь: 330,4 тыс. км²

Площадь сельскохозяйственных земель: 85,7 тыс. км²

Крупнейшие города по численности населения (с учетом агломераций): Большой Куала-Лумпур (8,5 млн), Джохор-Бару (1,1 млн), Ипох (846,6 млн), Кучинг (634,3 млн)

Уровень урбанизации: 78,7%

Уровень безработицы: 3,9%

Структура ВВП: сельское хозяйство (7,7%), промышленность (37,7%), сфера услуг (53,5%), чистые налоги (1,1%)

Структура занятости (2022 г.): сельское хозяйство (10,0%), промышленность (28,1%), сфера услуг (61,9%)

Экспорт АПК	Основные товары	Импорт АПК
масло пальмовое, животные и растительные масла и жиры (гидрогенизированные, переработанные, реэтерифицированные или элаидинизированные, но не подвергнутые дальнейшей обработке), мучные кондитерские и хлебобулочные изделия, животные и растительные масла и жиры прочие непищевые, экстракт солодовый, прочие пищевые продукты из муки, крупы, крахмала, молока		какао-бобы, сахар свекловичный и тростниковый, кукуруза, масло пальмовое, рис
Объем		
27,6 млрд долл. США		21,6 млрд долл. США

Источник: МВФ, Всемирный банк, ООН, ЮНКТАД, Международная организация труда, Bank Negara Malaysia, ITC Trade Map.

Примечание. Структура ВВП представлена согласно данным Всемирного банка.

Краткий обзор — Малайзия



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

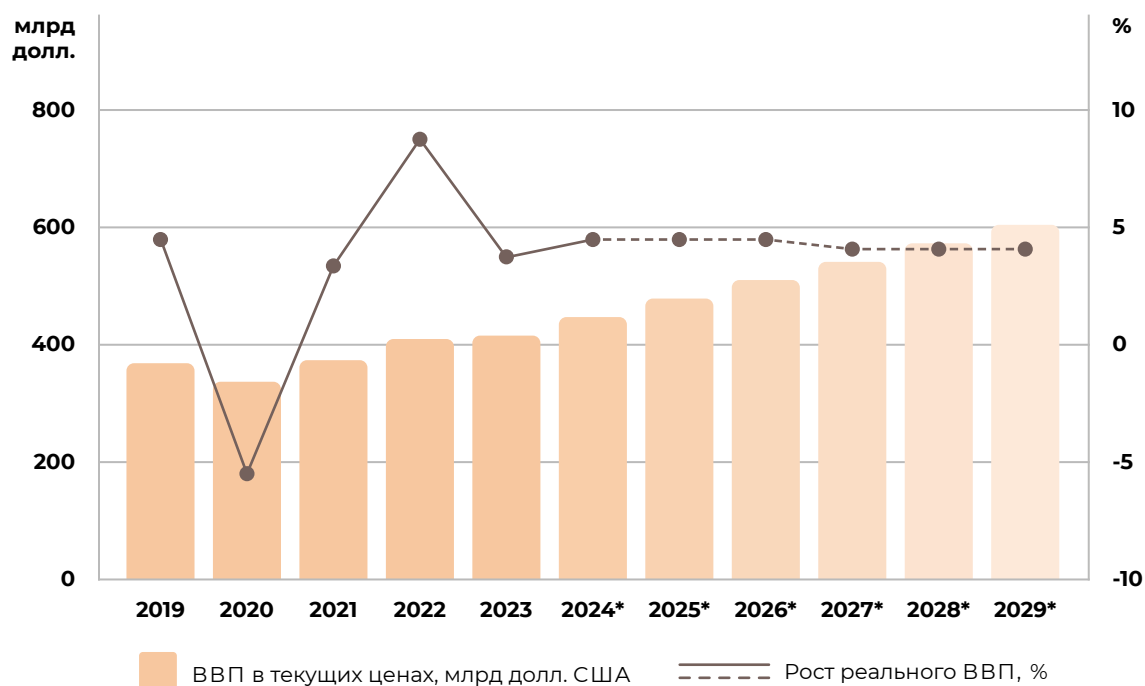
Малайзия является одной из крупнейших и наиболее быстро развивающихся экономик Юго-Восточной Азии. Среднегодовые темпы роста реального ВВП в 2010–2019 гг. превышали 5% благодаря высокому спросу на малайзийские товары на внешних рынках, торговля которыми составляет большую часть ВВП страны. Несмотря на рецессию, вызванную пандемией COVID-19, стране удалось к 2021 г. возобновить рост на уровне 3,3%. Согласно прогнозам Всемирного банка, Малайзия может в течение нескольких лет перейти в группу стран с высоким уровнем доходов.

В 2022 г. в Малайзии продолжился рост, начавшийся в 2021 г. после окончания острой фазы пандемии COVID-19. В 2022 г. темп роста ВВП достиг 8,9%, что стало рекордным значением с 2000 г. Столь высокий показатель обусловлен эффектом отложенного внутреннего спроса на фоне постепенного восстановления экономики, а также ростом объемов экспорта. Кроме того, существенным стимулом возобновления роста экономики страны стала грамотная налогово-бюджетная и денежно-кредитная политика правительства.

Рост реального ВВП Малайзии в 2023 г. снизился до умеренных 3,6% на фоне высокой базы предыдущего года. Макроэкономическая ситуация в стране остается стабильной, а основные риски связаны с такими внешними факторами, как возможное замедление роста экономик основных торговых партнеров Малайзии, в том числе Китая, а также волатильность ценовой конъюнктуры главных экспортных товаров страны. Несмотря на существующие риски, прогноз роста экономики остается позитивным — более 4% в среднесрочной перспективе.



Рис. 1. Динамика ВВП Малайзии в текущих ценах, 2019-2029 гг., млрд долл. США



Источник: МВФ (World Economic Outlook)

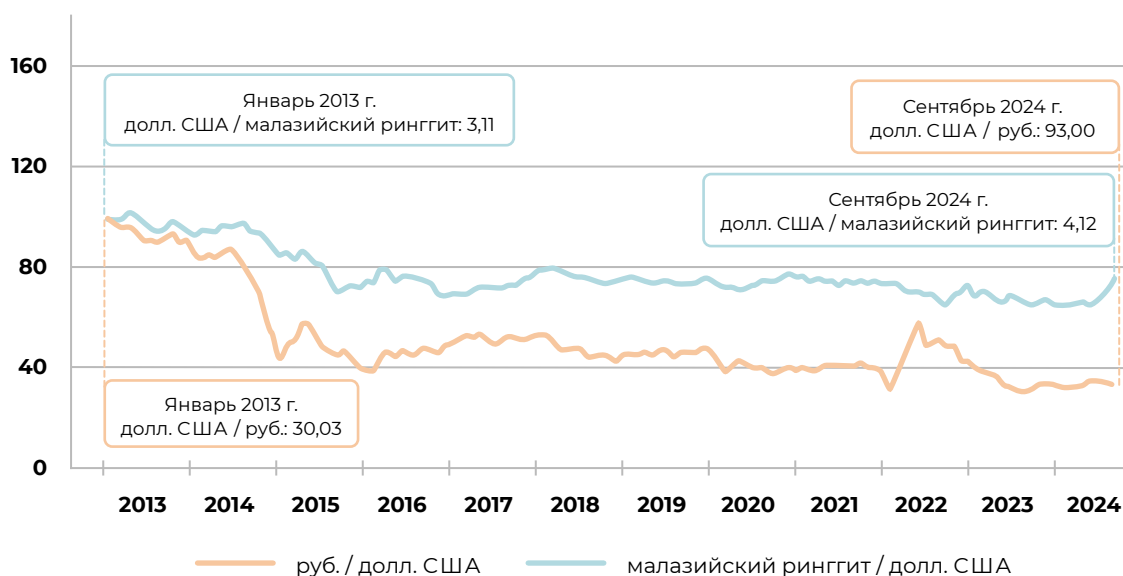
Примечание. *Прогноз, оценочные данные за 2024 г. (по состоянию на 23.10.2024).

В 2016 г. Центральный банк Малайзии принял меры, включая конвертацию 75% экспортной выручки, которые помогли снизить волатильность обменного курса. Тем не менее ринггит подвержен влиянию цен на нефть и остается чувствительным к темпам экономического роста Китая, а также уязвим перед изменениями в настроениях инвесторов в отношении государственного долга.

В 2022 г., на фоне признаков замедления инфляции в США, внутренние финансовые условия в Малайзии улучшились благодаря меньшему, чем ожидалось, повышению ключевой процентной ставки Федеральной резервной системы США, что в итоге несколько ослабило доллар США относительно большинства валют развивающихся стран Юго-Восточной Азии. Настроения мировых инвесторов и экономистов в отношении малайзийского ринггита и региональных валют также улучшились в связи с восстановлением экономики Китая после смягчения антиковидных ограничений. Кроме того, укреплению ринггита к доллару США способствовало формирование нового правительства в ноябре 2022 г.

Однако в 2023 г. курс ринггита постепенно снижался в первую очередь вследствие стремительного роста ставки Федеральной резервной системы США при фактическом сохранении относительно мягкой денежно-кредитной политики Центрального банка Малайзии. Среди валют развивающихся стран Азии именно малайзийский ринггит демонстрировал наибольшее падение по отношению к доллару США.

Рис. 2. Динамика курсов российского рубля и малазийского ринггита к доллару США, январь 2013 г. – сентябрь 2024 г.



Источник: Банк международных расчетов, финансовый портал *Investing.com*

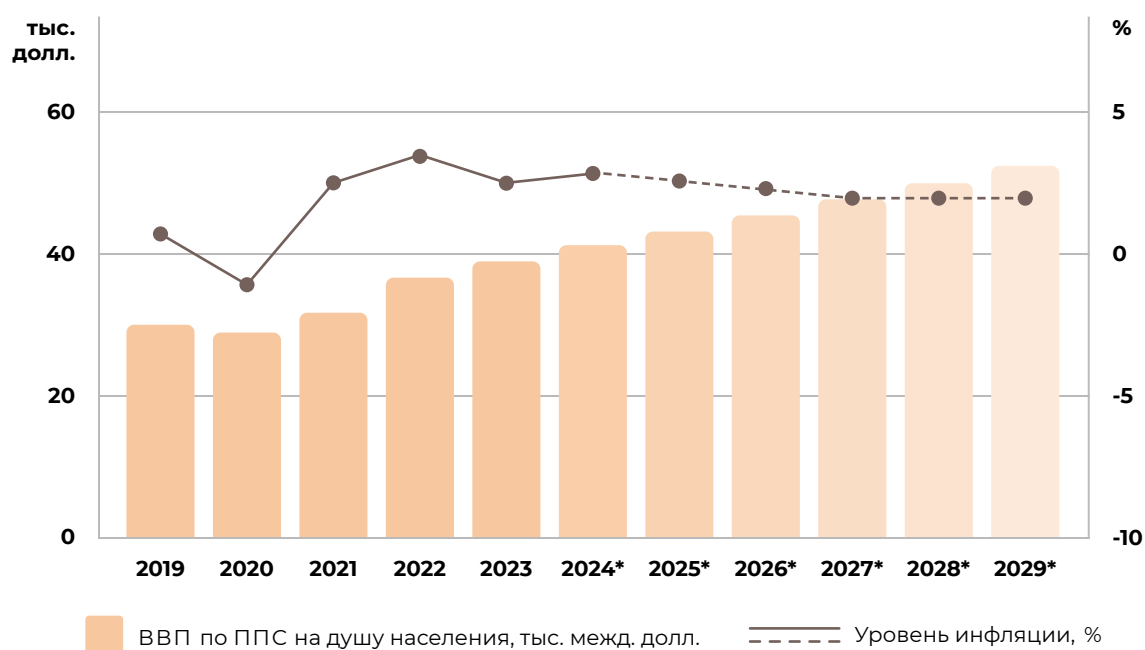
Примечание. Приведены среднемесячные показатели, за 100% взят курс на январь 2013 г.

ВВП по ППС на душу населения Малайзии в 2023 г. составил 38,7 тыс. межд. долл. и к 2029 г., по прогнозам МВФ, достигнет 52,2 тыс. межд. долл.

В 2022 г. инфляция в Малайзии выросла до 3,4% преимущественно по причине наводнений и оползней, вызвавших перебои в поставках сельскохозяйственной продукции, нехватку продовольствия и закономерный рост цен. Дополнительными факторами послужили замедление роста мировой экономики и обесценивание национальной валюты относительно доллара США. Тем не менее темпы роста цен в Малайзии относительно невысоки, что объясняется мерами правительства по сдерживанию инфляции с помощью субсидий и потолка цен.

В 2023 г. инфляция сократилась до умеренных 2,5%, а Центральный банк Малайзии на протяжении года проводил мягкую денежно-кредитную политику, лишь единожды увеличив ключевую ставку на 25 б.п. до 3%.

Рис. 3. Динамика инфляции и ВВП по ППС на душу населения, 2019-2029 гг., тыс. межд. долл.



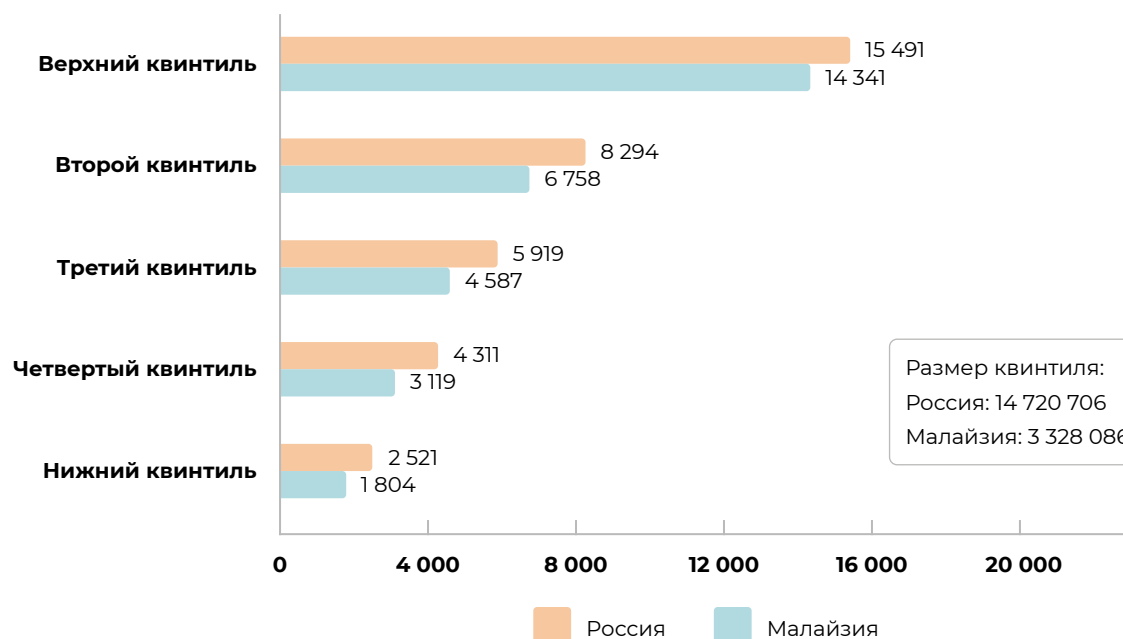
Источник: МВФ (World Economic Outlook)

Примечание. *Прогноз, оценочные данные за 2024 г. (по состоянию на 23.10.2024).

В Малайзии остро стоит проблема неравенства доходов, в том числе между основными этническими группами — малайцами, китайцами и индийцами. На долю наиболее обеспеченных 20% населения приходится 47% общих доходов, тогда как наименее обеспеченная группа получает всего 6%. Этнические китайцы, составляющие около 23% населения страны, контролируют несоразмерно большую долю национального состояния. Постколониальная экономическая политика, способствовавшая росту благосостояния бумипутры (этнических малайцев), выравнивала доходы, но при этом вызвала межэтнические конфликты.

Серьезное влияние на экономику Малайзии, в особенности на домохозяйства с низким уровнем дохода, оказала пандемия COVID-19. Правительство сосредоточилось на повышении благосостояния беднейших 40% населения (группа В40), которые наиболее уязвимы при экономической турбулентности, росте стоимости жизни и выполнении финансовых обязательств. По данным Всемирного банка, разрыв между квинтильными группами остался значительным, несмотря на опережающий рост доходов 40% беднейших слоев населения по сравнению с ростом доходов самой состоятельной группы в течение последнего десятилетия. После отмены широкомасштабных субсидий правительство перешло к адресным мерам поддержки самых уязвимых слоев населения. Однако неравенство доходов в Малайзии остается высоким по сравнению с другими странами Азиатско-Тихоокеанского региона (особенно Восточной Азии), хотя и постепенно сокращается. Так, с конца 1990-х коэффициент Джини страны сократился с 0,49 до 0,41.

Рис. 4. Среднемесячные доходы занятого населения по квинтильным (20%) группам, 2023 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

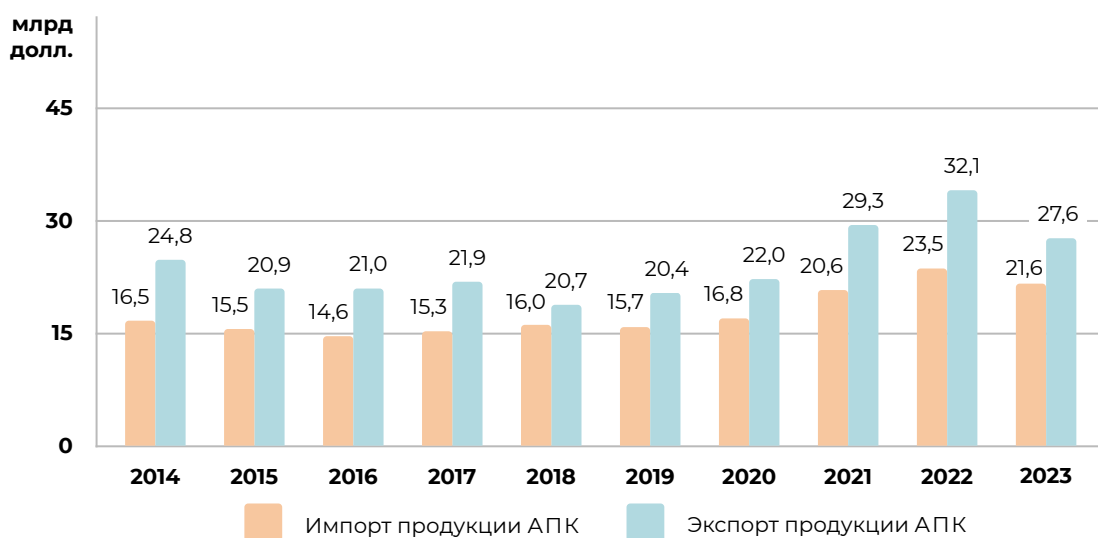
На сельское хозяйство в Малайзии приходится 7,7% ВВП и 10,0% занятого населения. Страна характеризуется тропическим климатом и обширными плодородными землями. При этом большая часть территории, предназначенной для ведения сельского хозяйства, используется под плантации масличной пальмы. Малайзия является вторым в мире производителем и экспортером пальмового масла после Индонезии.

В 2023 г. экспорт продукции АПК составил 27,6 млрд долл. США, сальдо торгового баланса оценивалось в 5,9 млрд долл. США, что определяет страну как нетто-экспортера сельскохозяйственных товаров. Объем импорта увеличился с 16,5 млрд долл. США в 2014 г. до 21,7 млрд долл. США в 2023 г., в то время как экспортные поставки в стоимостном выражении увеличились с 24,8 до 27,6 млрд долл. США за аналогичный период. По сравнению с 2022 г. импорт сократился на 7,8%, экспорт — на 19,0%.

В 2023 г. наибольшую долю экспорта в стоимостном выражении заняло пальмовое масло (43,2% или 11 914,8 млн долл. США). В топ-5 позиций экспорта продукции АПК вошли животные и растительные масла и жиры: гидрогенизированные, пере-, реэтерифицированные или элаидинизированные, но не подвергнутые дальнейшей обработке (7,0%); мучные кондитерские и хлебобулочные изделия (3,4%); животные и растительные масла и жиры прочие непищевые (3,3%); экстракт солодовый, прочие пищевые продукты из муки, крупы, крахмала,

молока (2,6%). Совокупно на топ-10 товарных категорий пришлось 69,1% стоимостного экспорта продукции АПК Малайзии. Совокупно на топ-10 товарных категорий пришлось 69,1% стоимостного экспорта продукции АПК Малайзии. В стоимостной структуре импорта продукции АПК Малайзии в 2023 г. наибольшую долю занимали какао-бобы (6,9% или 1 494,4 млн долл. США). В топ-5 импортируемых позиций также вошли сахар свекловичный и тростниковый (5,5%), кукуруза (5,1%), пальмовое масло (3,9%), рис (3,8%). Совокупно на топ-10 товарных категорий пришлось 39,4% стоимостного импорта продукции АПК Малайзии.

Рис. 5. Внешняя торговля продукцией АПК Малайзии, 2014–2023 гг., млрд долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 01-24.

Табл. 1. Структура экспорта продукции АПК Малайзии, 2023 г.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Масло пальмовое	11 914,8	43,2
Животные и растительные масла и жиры (гидрогенизированные, пере-, реэтерифицированные или элаидинизированные, но не подвергнутые дальнейшей обработке)	1 933,2	7,0
Мучные кондитерские и хлебобулочные изделия	925,7	3,4
Животные и растительные масла и жиры прочие непищевые	914,5	3,3
Экстракт солодовый, прочие пищевые продукты из муки, крупы, крахмала, молока	721,7	2,6

Продолжение табл. 1.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Масло пальмоядровое и масло бабассу	632,1	2,3
Какао-масло, какао-жир	583,7	2,1
Маргарин	550,7	2,0
Экстракты и эссенции кофе, продукты из них	480,5	1,7
Какао-порошок	407,8	1,5
Прочие продукты	8 533,86	30,9
Итого	27 598,6	100,0

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 01-24.

Табл. 2. Структура импорта продукции АПК Малайзии, 2023 г.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
Какао-бобы	1 494,4	6,9
Сахар свекловичный и тростниковый	1 199,8	5,5
Кукуруза	1 105,9	5,1
Масло пальмовое	838,7	3,9
Рис	819,8	3,8
Жмых и шрот соевые	740,6	3,4
Говядина и пищевые субпродукты КРС	715,7	3,3
Пшеница	586,7	2,7
Сухое молоко	555,8	2,6
Луковичные овощи свежие	468,2	2,2
Прочие продукты	13 134,9	60,6
Итого	21 660,4	100,0

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 01-24.

1.2. Политические тенденции

Политическое устройство

Малайзия



Форма правления:
выборная
конституционная
монархия

Глава государства:
король

**Форма
административно-
территориального
устройства:**
федеративное
государство

**Крупнейшие
политические партии:**
Объединенная малайская
национальная органи-
зация, Партия народной
справедливости, Партия
демократического дей-
ствия, Исламская партия
Малайзии

Малайзия — конституционная монархия с федера-
тивным устройством. Главой государства является
король. В стране действует уникальная система
ротационной выборной монархии: правители девяти
полуостровных штатов (султанатов) поочередно ста-
новятся королями на пятилетний срок. Король изби-
рается Советом наследственных правителей девяти
штатов (остальные четыре штата имеют титульных
губернаторов и в выборах не участвуют) и выполняет
в основном представительские функции, руковод-
ствуясь рекомендациями премьер-министра, каби-
нета министров и парламента, а также утверждает
принятые парламентом законы. С 2023 г. эту долж-
ность занимает Ибрагим Исмаил ибн Альмахрум
Султан Искандар.

Парламент Малайзии состоит из двух палат. В Пала-
те представителей (нижняя палата) — 222 депутата,
которые избираются прямыми выборами на пять лет.
В Сенате (верхняя палата) — 70 членов, 44 из которых
назначаются королем, а 26 избираются из 13 штатов.
Срок полномочий сенатора составляет три года¹. Обе
палаты имеют право законодательной инициативы,
контроля государственных финансов, в том числе
расходов кабинета министров

Исполнительная власть принадлежит кабинету ми-
нистров во главе с премьер-министром, которым ста-
новится лидер партии парламентского большинства.
Правительство несет ответственность перед королем
и Палатой представителей.

Оценка политических рисков

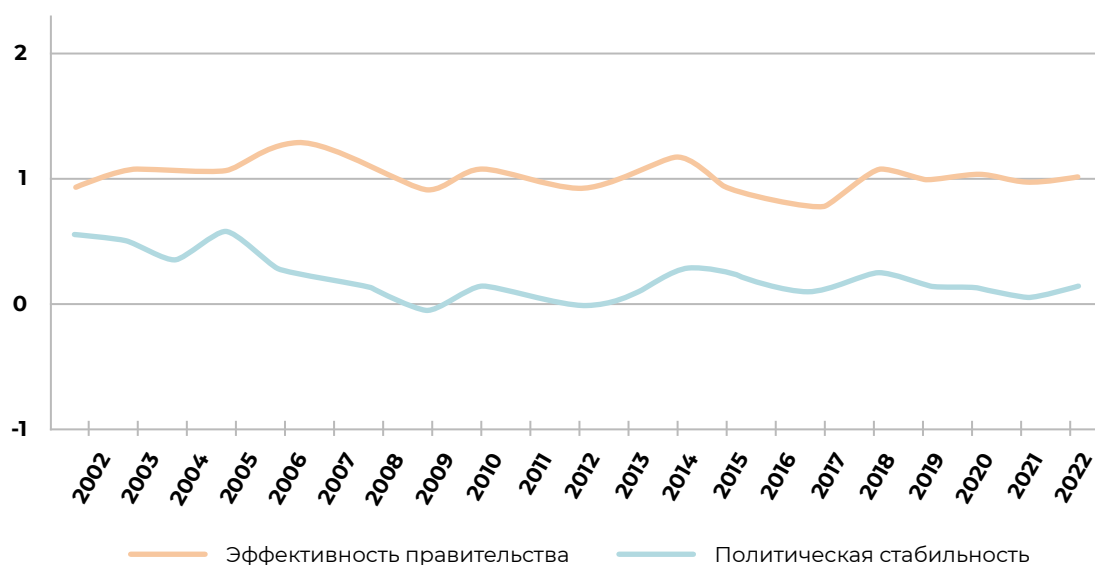
Отсутствие консенсуса в политических кругах, частая смена должностных лиц
в руководящих органах, активизация оппозиции — факторы, определяющие
риски для ведения бизнеса в стране². В 2020–2022 гг. Малайзия пережила пе-

¹ Процедура парламентских выборов в Малайзии.

² Королев А. Политический кризис в Малайзии.

риод политической волатильности с неоднократной сменой правительств, что привело к роспуску парламента в октябре 2022 г.³ Парламентские выборы осенью 2022 г. не принесли безусловной победы ни одной политической партии. В 2022 г. на должность премьер-министра был назначен Анвар Ибрагим. При нем политическая ситуация в стране стабилизировалась, несмотря на периодические обвинения в адрес членов его кабинета министров в коррупции.

Рис. 6. Рис. 4. Основные показатели качества государственного управления в Малайзии в 2002–2022 гг.



Источник: Всемирный банк (Worldwide Governance Indicators)

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

Что касается внешних рисков, то на экономику страны существенное влияние оказывает противостояние между США и Китаем⁴. Согласно «Белой книге» по вопросам обороны Малайзии до 2030 г., существуют три основные угрозы: неопределенность отношений между мировыми державами, неоднородность государств Юго-Восточной Азии и различия их интересов, а также рост влияния нетрадиционных аспектов безопасности (изменение климата, дефицит ресурсов, киберпреступность, экстремизм и др.).

В своей внешней политике Малайзия стремится занимать балансирующую позицию, развивая отношения с ведущими мировыми центрами силы. Однако после начала палестино-израильского конфликта Куала-Лумпур отдалился от Вашингтона, взяв антиизраильский курс. Анвар Ибрагим встречался в ОАЭ с представителями движения «Хамас» и запретил судам под флагом Израиля заходить в малайзийские порты.

³ В Малайзии премьер распустил парламент.

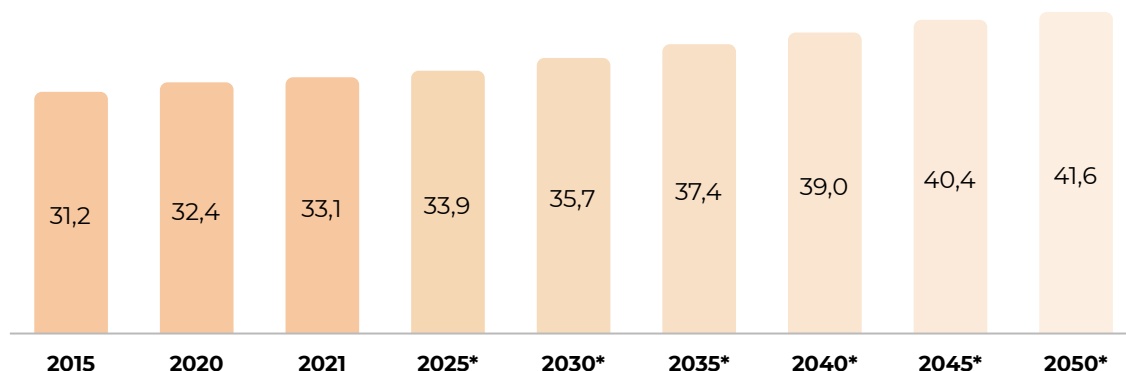
⁴ «Азиатский тигр» между «драконом» и «орлом»: перипетии внешней политики Малайзии.

В то же время российско-малайзийские отношения развиваются в конструктивном ключе, наращивается экономическое сотрудничество. В июле 2024 г. Малайзия направила России заявку на вступление в БРИКС.

1.3. Демографические тенденции

По состоянию на 2023 г. численность населения Малайзии составила 33,1 млн человек. Среднегодовые темпы роста населения страны в 2015–2023 гг. оценивались в 0,7%. Согласно прогнозам, численность населения Малайзии в 2050 г. достигнет 41,6 млн человек. Наибольшая концентрация жителей приходится на агломерацию Куала-Лумпур (Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur). Доля городских жителей — 78,7%.

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



Источник: МВФ, ООН

Примечание. *Прогноз.

Свыше 70% населения Малайзии — люди трудоспособного возраста, при этом 39% из них моложе 25 лет. По состоянию на 2023 г. безработица в стране находилась на уровне 3,9%. Также в Малайзии стремительно снижается доля граждан, занятых в теневой экономике. Доля мусульман в этнической структуре населения страны — свыше 65%.

Рис. 8. Население Малайзии по полу и возрасту, 2023 г., млн человек



Источник: МВФ, ООН

1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок страны

Основные факторы, влияющие на потребительский рынок Малайзии:

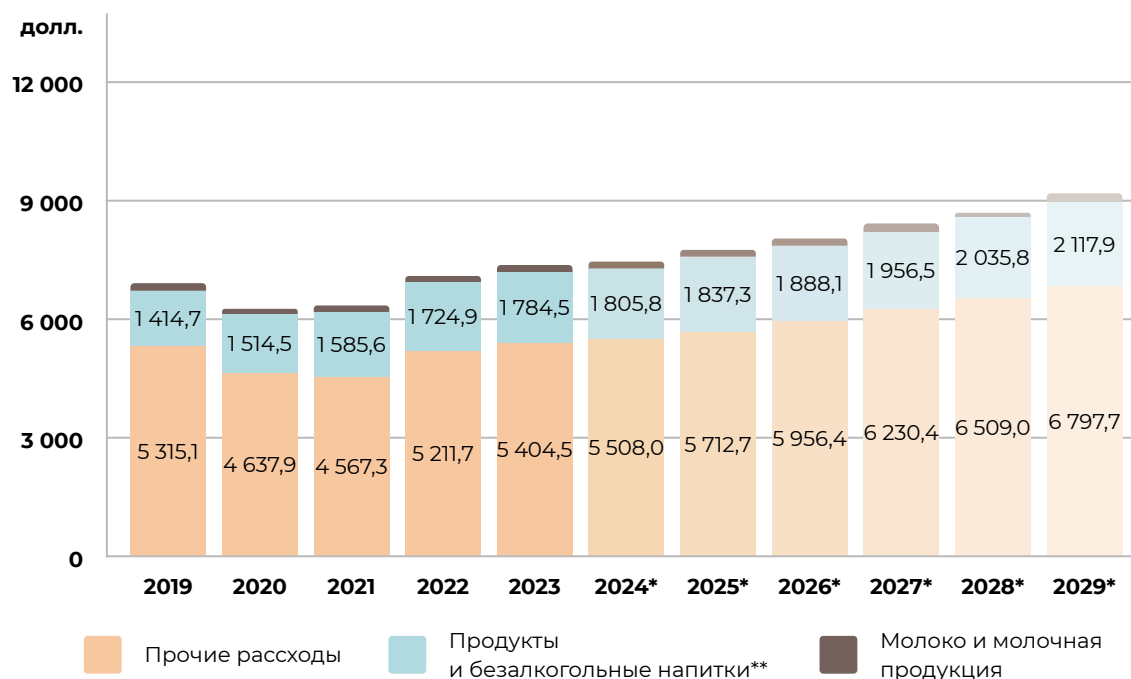
- Согласно прогнозам ООН, средний класс в Малайзии будет увеличиваться наиболее быстрыми темпами, и к 2040 г. доля домохозяйств среднего класса вырастет до 25,5%. Увеличение среднего класса и его растущая покупательная способность открывают широкие возможности для поставщиков продукции, ориентированной на конечного потребителя.
- Несмотря на статус нетто-экспортера продукции АПК, структура внешних поставок Малайзии слабо диверсифицирована, страна зависима от импорта продовольственных товаров.
- Ожидается, что доля городских жителей в Малайзии продолжит увеличиваться, и страна станет одной из самых урбанизированных в Азиатско-Тихоокеанском регионе, это повысит значение горожан как группы потребителей.

- В Малайзии отмечается один из наиболее высоких уровней среднедушевого потребления мяса КРС в азиатском регионе.
- Для борьбы с ростом цен на продовольствие в январе 2023 г. Министерство внутренней торговли и стоимости жизни (KPDN) Малайзии запустило программу розничных продаж «Рахма» ([Program Jualan RAHMAN](#)). Программа предполагает реализацию товаров первой необходимости по ценам, сниженным на 10–30%.

Расходы на конечное потребление

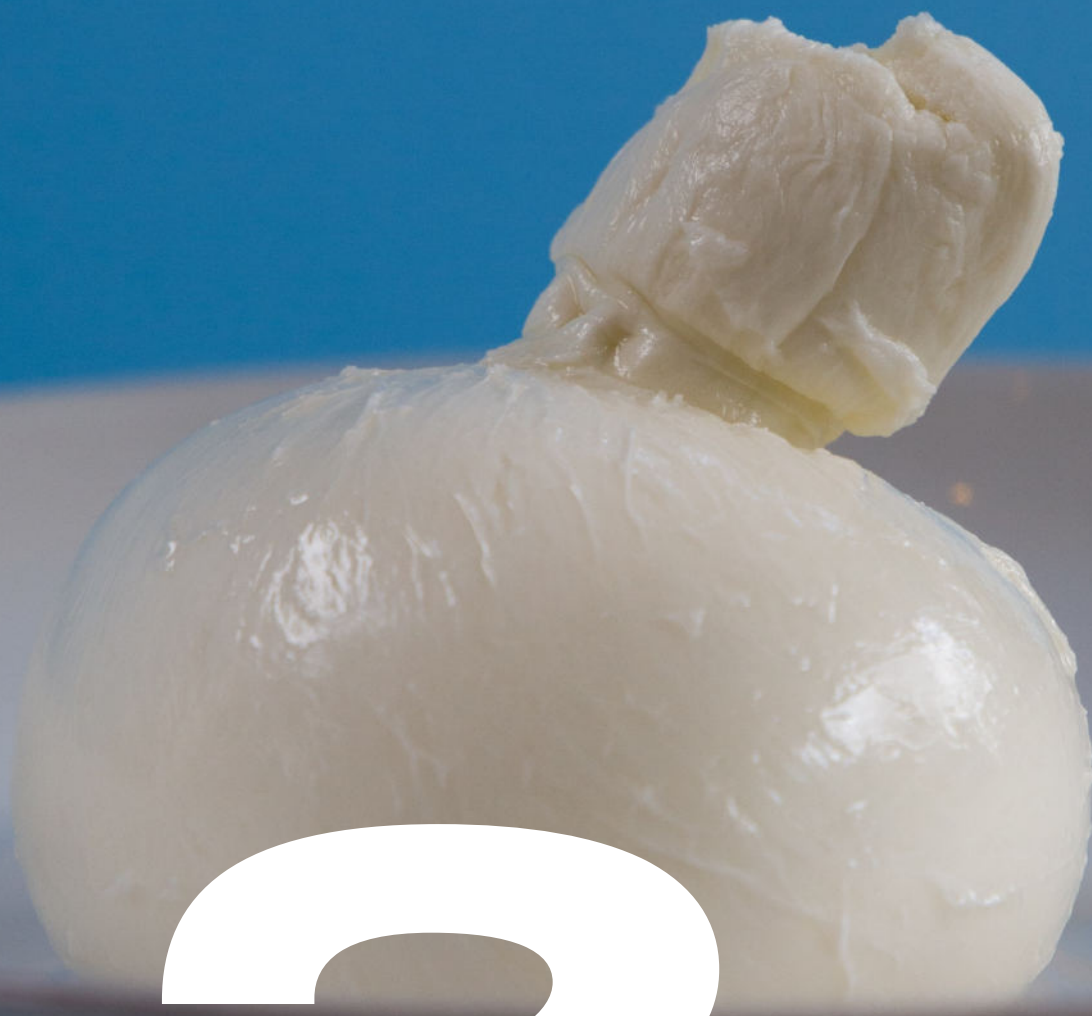
В 2023 г. расходы на конечное потребление продуктов питания и безалкогольных напитков в Малайзии увеличились на 3,4% и составили 1 940,1 долл. США на душу населения в год. При этом доля расходов на молоко и молочную продукцию в общих расходах на продукты питания и безалкогольные напитки составила около 8,0% (155,6 долл. США на человека в год). Ожидается, что ежегодные расходы населения Малайзии на продукты питания и безалкогольные напитки к 2029 г. вырастут до 2 300,9 долл. США, в том числе 183,0 долл. США составят расходы на молоко и молочную продукцию.

Рис. 9. Расходы на конечное потребление на душу населения в постоянных ценах 2023 г., 2019–2029 гг., долл. США



Источник: Euromonitor International (Passport)

Примечание. *Прогноз, **без учета расходов на молоко и молочную продукцию.



2

Содержание



2.1.

Объем и динамика рынка

2.3.

Торгово-распределительная сеть

2.2.

Потребительские предпочтения

2.4.

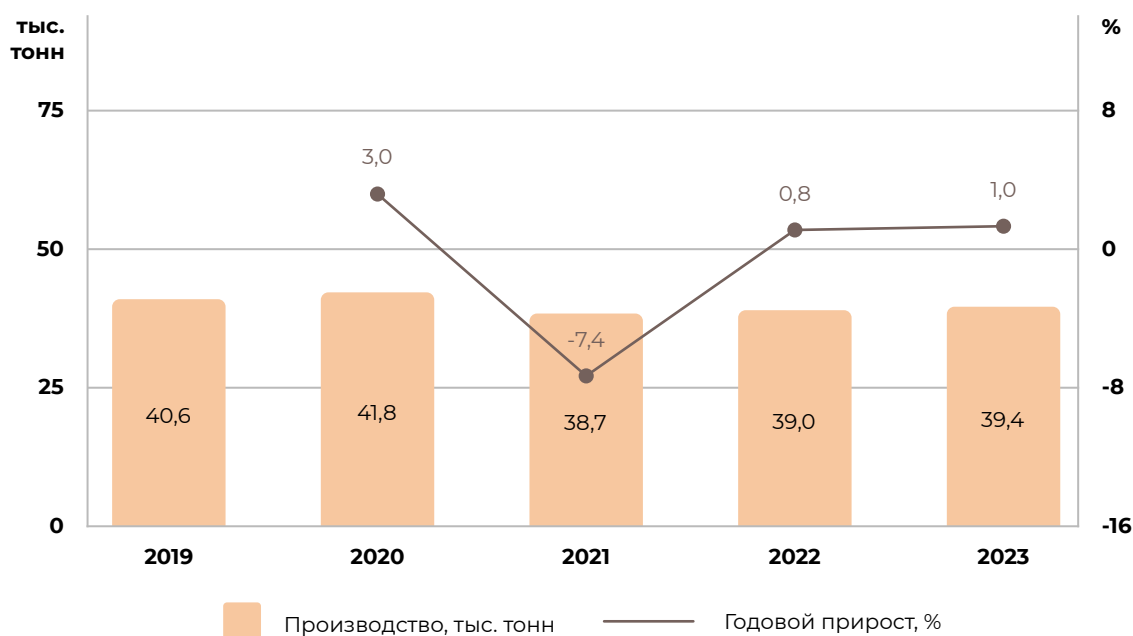
Конкурентная среда
и участники рынка

2.1. Объем и динамика рынка

Производство

Малайзия — один из 20 крупнейших в мире импортеров молочной продукции и один из крупнейших рынков в Юго-Восточной Азии. Кроме того, страна является мировым центром производства пищевых продуктов «Халяль». Производство коровьего молока в Малайзии развито слабо и в среднем составляет около 40 тыс. тонн коровьего молока и 6-7 тыс. тонн буйволиного. В 2023 г. объем производства коровьего молока составил 39,4 тыс. тонн, что на 1,0% выше уровня предыдущего года.

Рис. 10. Производство коровьего молока в Малайзии, 2017–2021 гг.

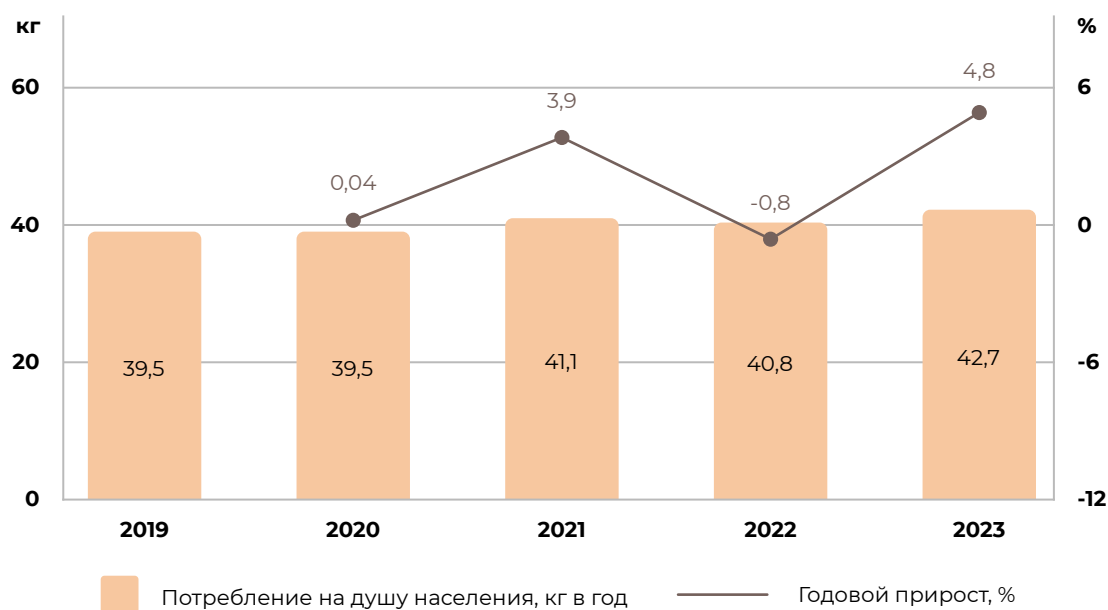


Источник: Департамент статистики Малайзии, OECD FAO

Потребление

В 2023 г. потребление молока на душу населения в Малайзии оценивалось в 42,7 кг на человека в год, что на 4,8% выше показателей предыдущего года. В 2019-2023 гг. среднегодовые темпы роста удельного потребления составили 2,0% в год.

Рис. 11. Потребление молока на душу населения в Малайзии, 2019–2023 гг., кг в год



Источник: EMIS , Euromonitor International, ITC Trade Map

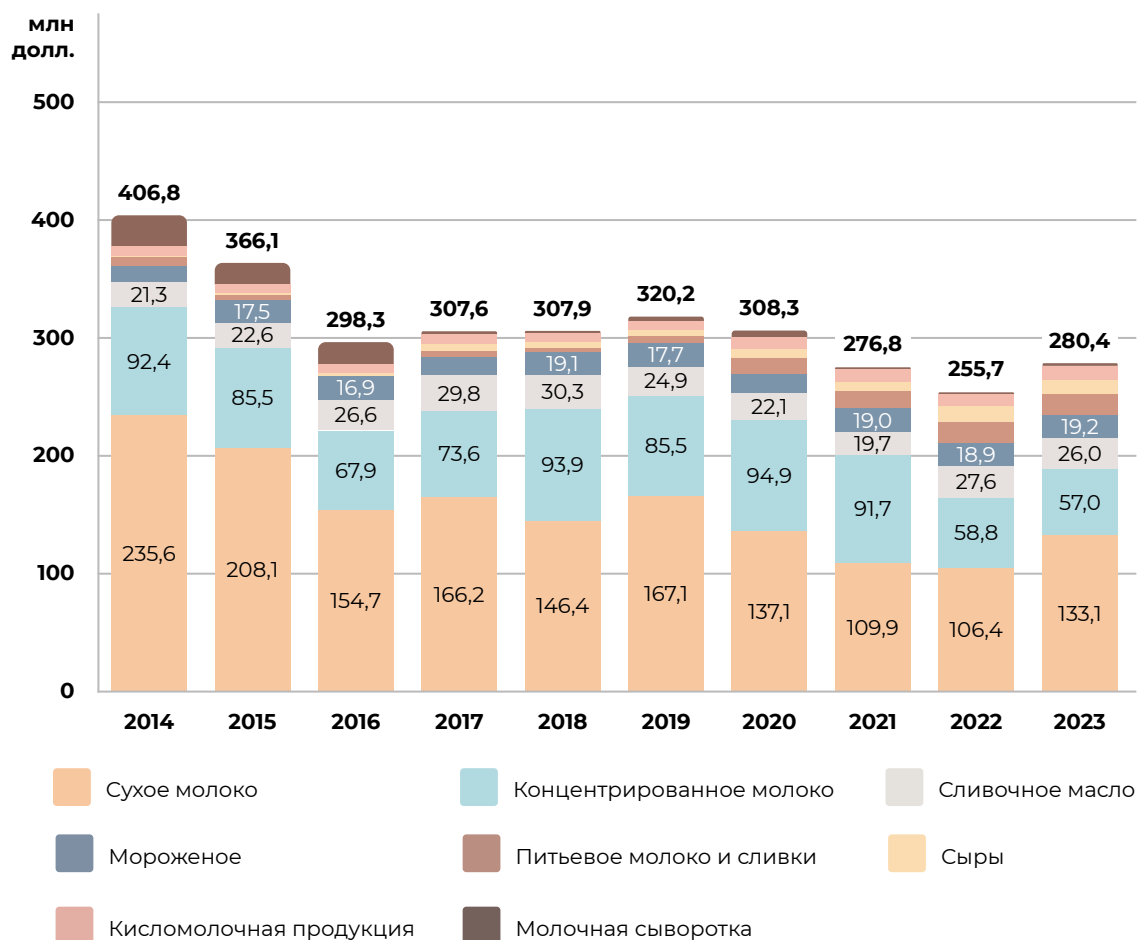
Экспорт и импорт

Экспорт

В 2023 г. объем экспорта молока и молочной продукции Малайзии составил 280,4 млн долл. США, что на 9,7% выше уровня предыдущего года. Основной объем экспорта составляет реэкспорт сухого молока, на долю которого в 2023 г. приходилось 47,5% объема в стоимостном выражении. Концентрированное молоко, сливочное масло и мороженое занимали 20,3%, 9,3% и 6,9% соответственно.



Рис. 12. Структура экспорта молока и молочной продукции Малайзии по ассортименту в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0401-0406, 2105

Основными импортерами молока и молочной продукции из Малайзии являются Сингапур, Мьянма, Индонезия, Сомали и Бруней, на долю которых в 2023 г. приходилось суммарно 52,8% общего объема в стоимостном выражении.

Табл. 3. Экспорт молока и молочной продукции Малайзии по странам в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США

№	Импортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
1	Сингапур	65,9	39,8	37,3	33,9	34,9	38,0	42,6	49,9	47,5	64,5	23,0
2	Мьянма	3,6	4,4	2,8	4,5	3,0	2,2	1,7	1,7	7,7	27,6	9,8

Продолжение табл. 3.

№	Импортёр	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
3	Индонезия	27,4	21,6	19,2	14,6	18,1	18,3	20,6	20,5	19,9	22,6	8,1
4	Сомали	12,4	12,4	10,0	12,5	14,9	13,7	14,7	15,9	15,1	18,0	6,4
5	Бруней	9,9	10,6	11,9	10,6	13,6	12,8	16,5	20,1	19,7	15,4	5,5
6	Филиппины	18,1	16,2	10,4	10,8	16,4	12,1	9,8	11,6	9,5	11,3	4,0
7	ОАЭ	40,4	20,7	13,5	19,1	16,2	13,9	9,2	10,6	10,1	7,6	2,7
8	Бангладеш	22,5	23,1	12,0	8,8	3,5	6,4	7,8	10,1	11,3	7,4	2,6
9	Шри-Ланка	0,9	2,5	1,2	0,4	1,0	1,1	1,4	0,9	3,9	6,9	2,4
10	Мексика	10,3	7,1	9,4	7,7	13,4	10,9	14,7	9,5	2,4	6,8	2,4
	Прочие страны	195,4	207,7	170,6	184,8	172,9	190,8	169,3	125,9	108,6	92,4	32,9
	Итого	406,8	366,1	298,3	307,6	307,9	320,2	308,3	276,8	255,7	280,4	100

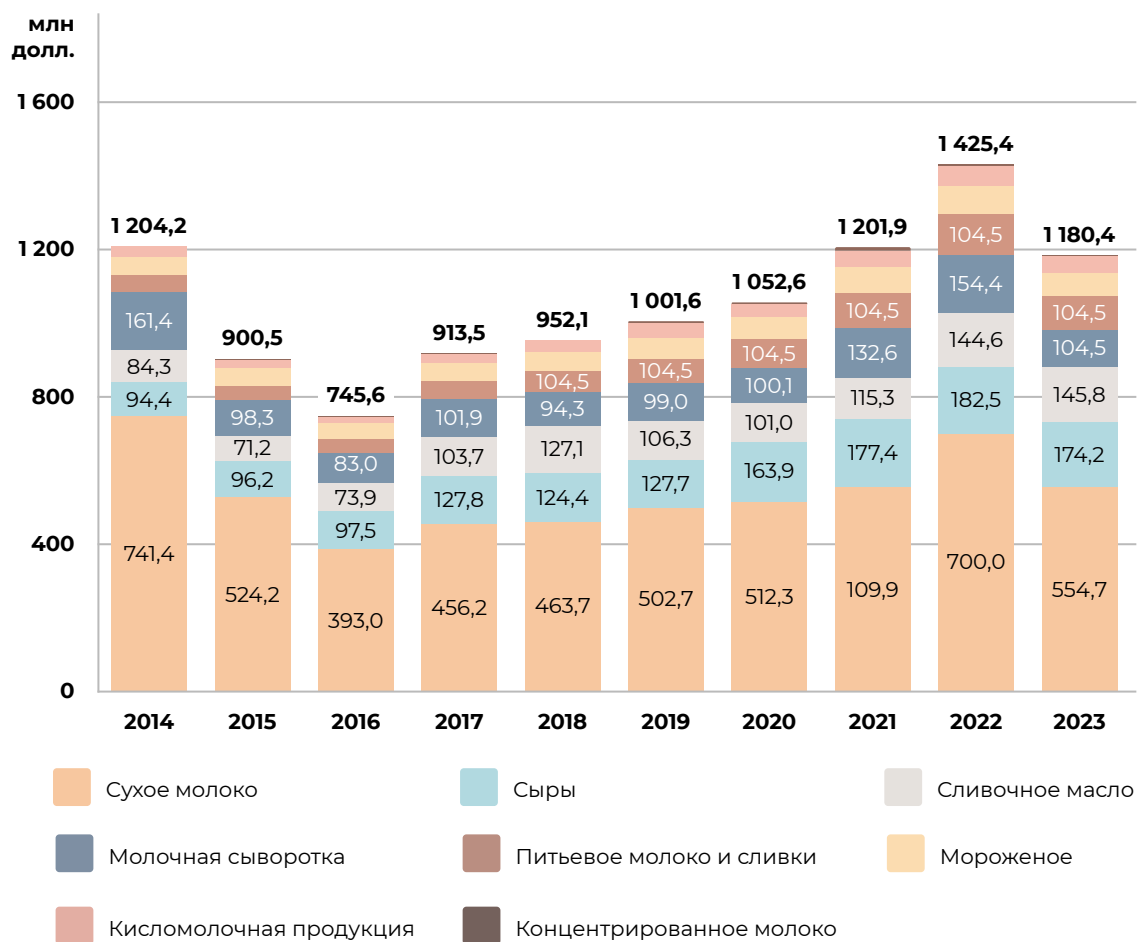
Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0401-0406, 2105.

Импорт

Импорт молока и молочной продукции Малайзии в 2022 г. достигал максимальных значений в 1,4 млрд долл. США. По итогам 2023 г. объем импорта составил 1 180,4 млн долл. США, что на 17,2% ниже уровня предыдущего года. В структуре импорта на сухое молоко в 2023 г. приходилось 47,0% объема импорта в стоимостном выражении. Кроме этого, Малайзия импортирует все виды молочной продукции. Поставки сыров заняли 14,8%, сливочного масла — 12,4%, молочной сыворотки — 8,9%, питьевого молока и сливок — 7,6%, мороженого — 5,2%, кисломолочной продукции — 4,1%.

Рис. 13. Структура импорта молока и молочной продукции Малайзии по ассортименту в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0401-0406, 2105

Основными поставщиками молока и молочной продукции в Малайзию являются Новая Зеландия и страны ЕС, на долю которых в 2023 г. приходилось 44,7% и 24,9% общего объема, соответственно. Среди стран ЕС крупнейшими поставщиками стали Германия (5,8%), Ирландия (3,7%), Франция (3,3%) и Нидерланды (2,4%). Крупными поставщиками по итогам 2023 г. также оставались США и Австралия, доля которых составила 10,6% и 10,5% соответственно.

Табл. 4. Импорт молока и молочной продукции Малайзии по странам в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
1	Новая Зеландия	549,2	436,6	350,1	445,6	437,4	427,0	396,5	424,3	554,6	527,8	44,7
2	США	166,3	94,3	78,8	79,8	95,8	101,6	153,6	155,5	223,7	125,1	10,6
3	Австралия	147,4	121,4	115,0	118,5	119,4	112,6	131,0	146,8	141,0	123,7	10,5
4	Германия	49,3	29,5	23,3	36,6	44,0	46,8	46,5	59,6	70,0	68,2	5,8
5	Таиланд	24,2	26,2	23,7	28,2	29,9	32,6	37,9	45,1	45,0	48,6	4,1
7	Ирландия	15,5	8,6	14,1	12,3	21,0	42,3	48,3	70,1	55,3	44,1	3,7
6	Франция	62,5	56,5	39,1	52,7	49,4	56,8	51,0	50,6	56,0	38,8	3,3
8	Нидерланды	42,3	22,5	20,4	23,5	27,4	26,7	40,9	38,1	27,6	28,7	2,4
9	Финляндия	7,6	11,1	5,6	7,9	8,8	9,5	11,4	11,1	10,0	25,9	2,2
10	Бельгия	12,1	9,2	6,9	12,8	15,3	33,3	18,3	21,2	40,8	24,0	2,0
	Прочие страны	127,7	84,6	68,4	95,6	103,8	112,6	117,1	179,4	201,4	125,5	10,6
	Итого	1 204,2	900,5	745,6	913,5	952,1	1 001,6	1 052,6	1 201,9	1 425,4	1 180,4	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0401-0406, 2105.

Табл. 5. Основные страны-экспортеры молока и молочной продукции в стоимостном выражении на рынок Малайзии в 2023 г.

№	Экспортер	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
1	Новая Зеландия	44,7	- Новая Зеландия является крупнейшим экспортером молочной продукции после ЕС. В 2023 г. объем экспорта составил 12,0 млрд долл. США; - Молочный сектор Новой Зеландии хорошо известен во всем мире благодаря применению передовых производственных технологий. В 2024 г. объем молочного производства страны прогнозируется на уровне 21,4 млн тонн; - Новозеландская молочная продукция высококонкурентная по цене и соответствует самым строгим стандартам качества; - Новая Зеландия является одним из основных поставщиков сухого молока, сыров и сливочного масла на рынок Малайзии; - Торговые отношения между Новой Зеландией и Малайзией подкреплены двумя соглашениями о свободной торговле: 1) между Малайзией и Новой Зеландией; 2) между АСЕАН, Австралией и Новой Зеландией. С момента вступления в силу Соглашения о свободной торговле между Малайзией и Новой Зеландией в 2010 г. двусторонняя торговля значительно увеличилась.
2	ЕС Германия Ирландия Франция Нидерланды Финляндия Бельгия Прочие страны ЕС	24,9 5,8 3,7 3,3 2,4 2,2 2,0 5,5	- ЕС является крупнейшим экспортером молочной продукции в мире; - Большинство стран ЕС имеют развитую молочную промышленность и зарекомендовали себя как поставщики высококачественных продуктов; - В 2024 г. объем производства молока стран ЕС прогнозируется на уровне 148,9 млн тонн; - Крупные международные молочные компании, такие как Nestlé и FrieslandCampina занимают ведущие позиции на рынке Малайзии; - Основными молочными продуктами, поставляемыми из стран ЕС на рынок Малайзии, являются сухое молоко, кисломолочная продукция и сыровоточные ингредиенты.
3	США	10,6	- США являются третьим по величине экспортером молочной продукции после ЕС и Новой Зеландии. В 2023 г. объем экспорта составил 6,2 млрд долл. США; - Основными молочными продуктами, поставляемыми из США на рынок Малайзии, являются сухое молоко, сыровоточные ингредиенты, сыры и мороженое; - США — один из крупнейших торговых партнеров по поставкам сельскохозяйственной продукции и ингредиентов, таких как соевые бобы, пшеничная мука и орехи. Продукты питания из США пользуются доверием и считаются высококачественными.

Продолжение табл. 5.

№	Экспортер	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
4	Австралия	10,5	- Австралия входит в число крупнейших мировых экспортеров молочной продукции. В 2023 г. объем экспорта составил 2,0 млрд долл. США. - Австралия является одним из основных поставщиков питьевого молока и сливок, сухого молока, сыров и сливочного масла на рынок Малайзии; - Страны руководствуются двумя соглашениями о свободной торговле: 1) между Малайзией и Австралией; 2) между АСЕАН, Австралией и Новой Зеландией.

Источник: ITC Trade Map, открытые источники данных

2.1.1. Сухое молоко

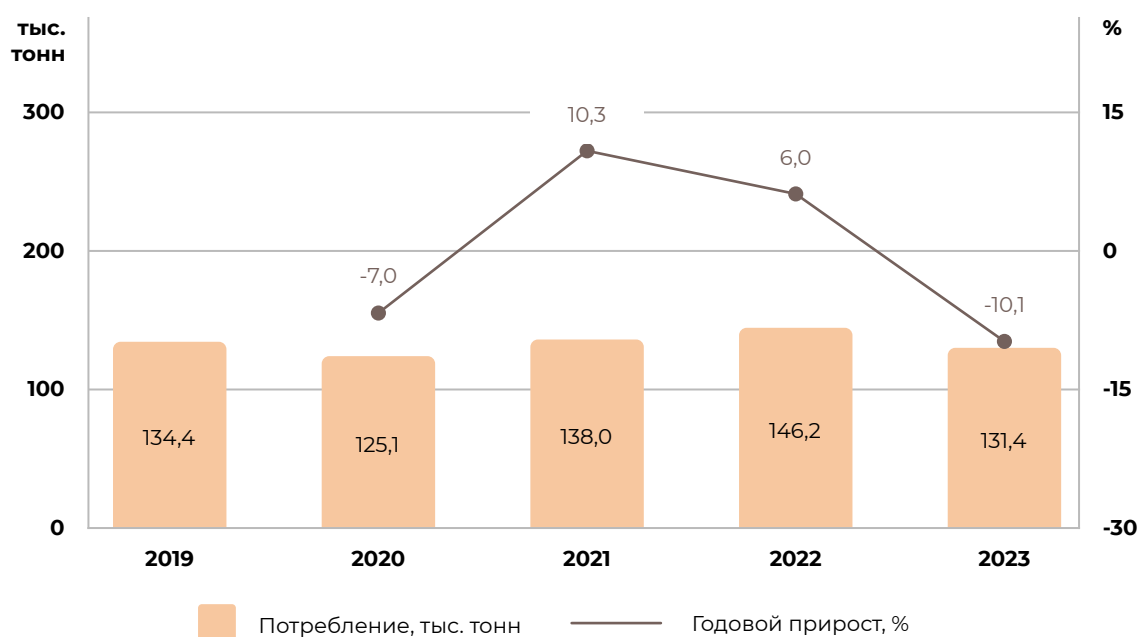
Производство

В Малайзии нет производства сухого молока. Импортируемое сухое молоко используется в первую очередь для производства молочной продукции, а также реэкспортируется.

Потребление

В 2023 г. потребление сухого молока в Малайзии оценивается в 131,4 тыс. тонн без учета переходящих запасов, что на 10,1% ниже показателей предыдущего года.

Рис. 14. Потребление сухого молока в Малайзии, 2019–2023 гг., тыс. тонн



Источник: EMIS, Euromonitor International, ITC Trade Map

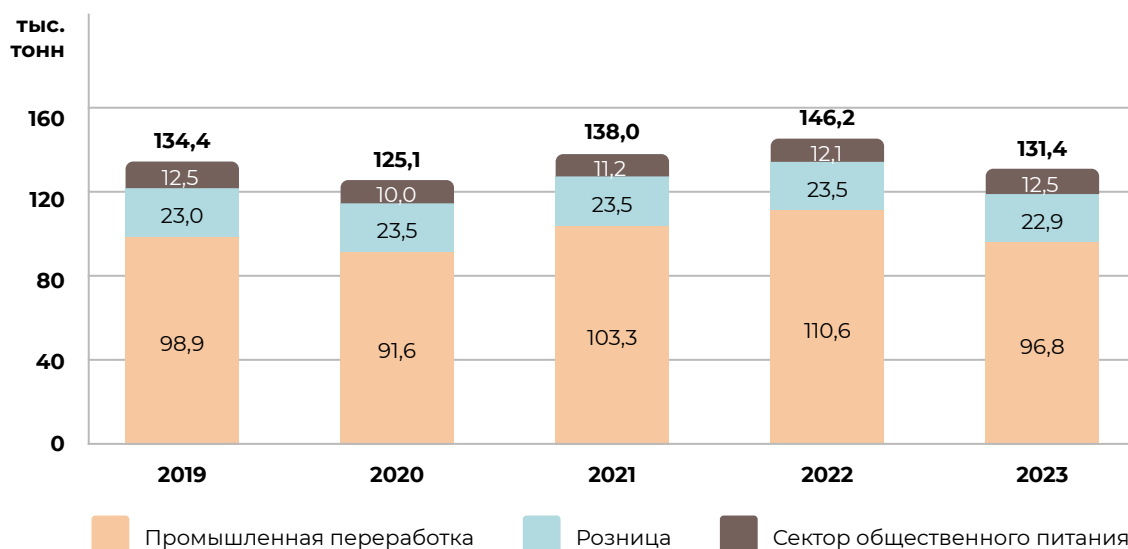
Примечание. Без учета переходящих запасов.

Каналы продаж и ключевые игроки

В структуре потребления сухого молока в Малайзии основной объем приходится на сектор промышленной переработки, доля которого в 2023 г. составила 73,1% общего объема в натуральном выражении. На долю розничного канала сбыта в 2023 г. приходилось 17,4%, потребление в секторе общественного питания заняло 9,5%.

Сухое молоко потребительского формата (B2C) на рынке Малайзии предлагают компании Fonterra (бренды Anlene, Fernleaf и Anmum) — 68,7% рынка в 2023 г., Nestle (бренды Everyday, Omega, Nido) — 25,0% и FrieslandCampina (бренды Dutch Lady и Bella Holandesa) — 3,1%.

Рис. 15. Структура потребления сухого молока в Малайзии по каналам сбыта в натуральном выражении, 2019–2023 гг., тыс. тонн



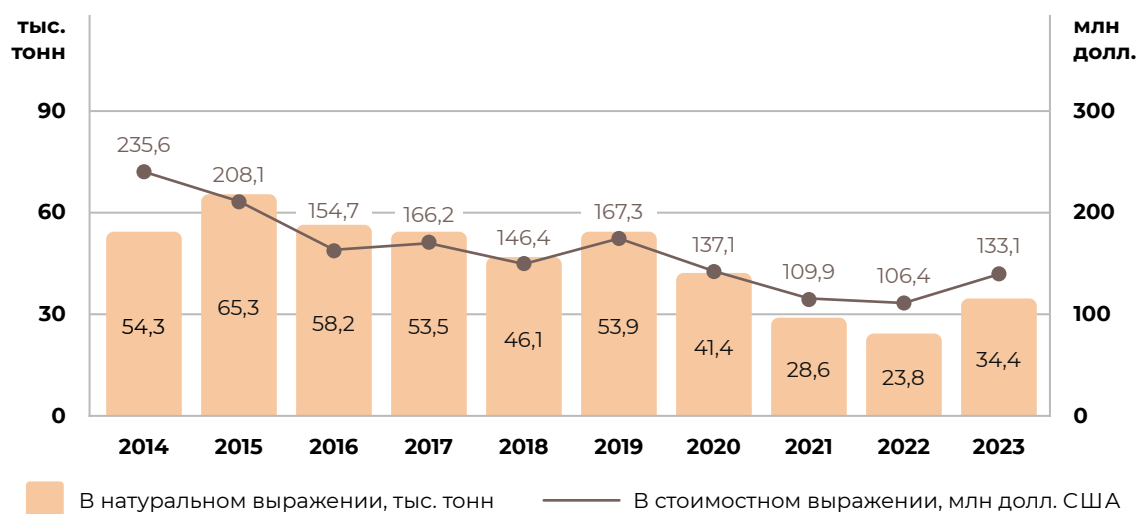
Источник: EMIS, Euromonitor International, ITC Trade Map

Примечание. Без учета переходящих запасов.

Экспорт

В 2023 г. экспорт сухого молока Малайзии составил 34,4 тыс. тонн на сумму 133,1 млн долл. США. Основными направлениями экспорта были — Мьянма, Сингапур, Сомали, Бангладеш и Шри-Ланка. В структуре экспорта сухого молока 78% занимало сухое цельное молоко (СЦМ).

Рис. 16. Экспорт сухого молока Малайзии в натуральном и стоимостном выражении, 2014–2023 гг.



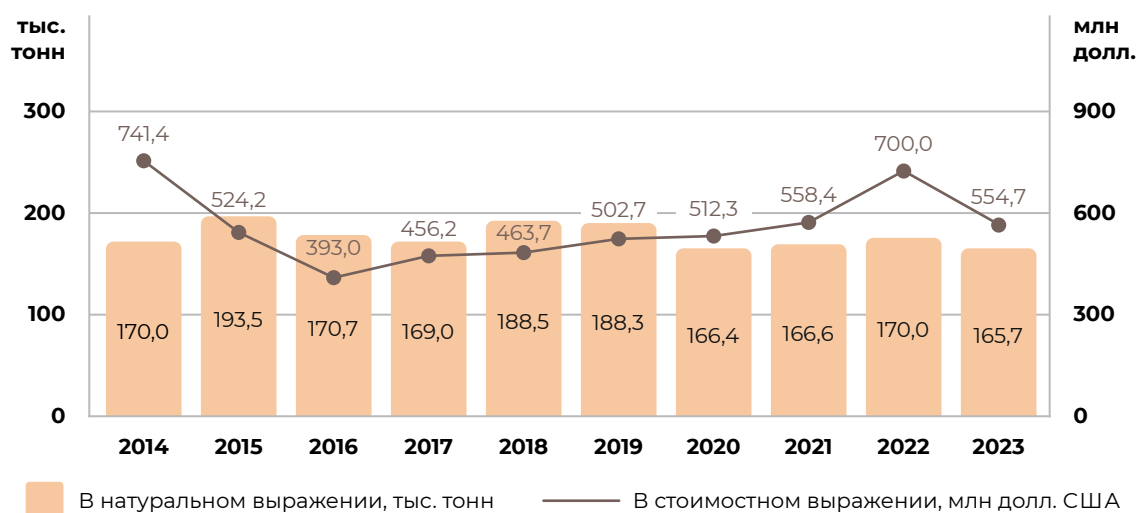
Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 040210, 040221, 040229.

Импорт

В 2023 г. Малайзия импортировала 165,7 тыс. тонн сухого молока на сумму 554,7 млн долл. США, что на 2,5% ниже уровня предыдущего года в натуральном и на 20,7% в стоимостном.

Рис. 17. Импорт сухого молока Малайзии в натуральном и стоимостном выражении, 2014–2023 гг.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 040210, 040221, 040229.

Большая часть поставок стабильно приходится на сухое обезжиренное молоко (СОМ). В 2023 г. на его долю пришлось 65,2% импорта или 108,0 тыс. тонн, в то время как доля сухого цельного молока (СЦМ) составила 34,8% или 57,7 тыс. тонн.

Табл. 6. Структура импорта сухого молока Малайзии по видам в натуральном выражении, 2014–2023 гг., тыс. тонн

Наименование	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
СОМ	137,8	147,0	135,1	120,5	128,6	126,3	117,1	123,8	123,7	108,0	65,2
СЦМ	32,2	46,5	35,7	48,6	59,9	61,9	49,3	42,7	46,3	57,7	34,8
Итого	170,0	193,5	170,7	169,0	188,5	188,3	166,4	166,6	170,0	165,7	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 040210, 040221, 040229.

В стоимостном выражении на долю СОМ пришлось 61,0% поставок в Малайзию или 338,5 млн долл. США, в то время как доля СЦМ составила 39,0% или 216,2 млн долл. США.

Табл. 7. Структура импорта сухого молока Малайзии по видам в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США

Наименование	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
СОМ	582,6	379,6	284,2	288,0	261,7	298,4	336,2	383,7	488,6	338,5	61,0
СЦМ	158,8	144,5	108,8	168,2	202,0	204,3	176,1	174,7	211,3	216,2	39,0
Итого	741,4	524,2	393,0	456,2	463,7	502,7	512,3	558,4	700,0	554,7	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 040210, 040221, 040229.

Основными экспортерами сухого молока в Малайзию в 2023 г. были Новая Зеландия, на долю которой пришлось 50,8% поставок в натуральном выражении и 55,7% в стоимостном, и США — 16,3% и 16,0% соответственно. Крупными поставщиками также стали страны ЕС. Можно отметить начало поставок белорусского СОМ в объеме составил 7,7 тыс. тонн на сумму 16,3 млн долл. США по итогам 2023 г.



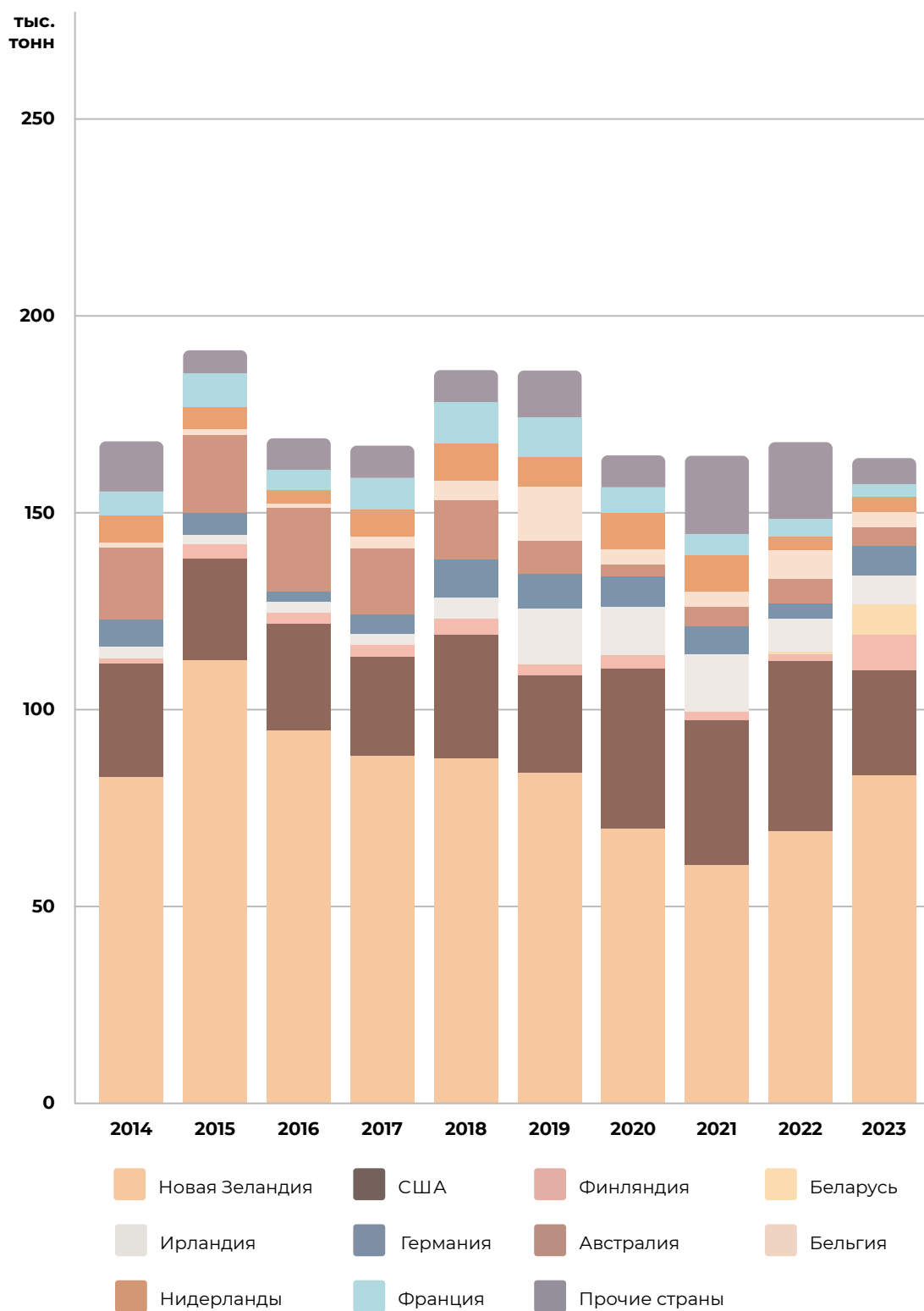
Табл. 8. Импорт сухого молока Малайзии по странам в натуральном выражении, 2014–2023 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
1	Новая Зеландия	83,8	113,9	95,8	89,2	88,6	85,0	70,5	61,3	70,0	84,2	50,8
2	США	29,3	25,9	27,4	25,6	31,8	24,8	41,3	37,0	43,7	27,0	16,3
3	Финляндия	1,1	3,7	2,7	3,0	4,0	2,9	3,3	2,3	1,6	9,2	5,5
4	Беларусь	—	—	—	—	—	—	—	—	0,7	7,7	4,6
5	Ирландия	3,1	2,5	3,0	2,8	5,6	14,4	12,5	14,8	8,5	7,6	4,6
6	Германия	7,1	5,8	2,5	4,9	9,6	9,0	7,7	7,1	4,0	7,4	4,4
7	Австралия	18,4	19,8	21,7	17,1	15,4	8,4	3,1	5,0	6,2	4,8	2,9
8	Бельгия	1,3	1,7	1,0	2,9	5,0	13,9	4,0	3,9	7,4	4,0	2,4
9	Нидерланды	6,8	5,6	3,5	7,0	9,4	7,6	9,2	9,4	3,5	4,0	2,4
10	Франция	6,3	8,5	5,2	8,2	10,8	10,2	6,7	5,5	4,5	3,1	1,9
	Прочие страны	12,9	6,1	8,1	8,3	8,2	12,1	8,2	20,1	19,8	6,8	4,1
	Итого	170,0	193,5	170,7	169,0	188,5	188,3	166,4	166,6	170,0	165,7	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 040210, 040221, 040229.

Рис. 18. Импорт сухого молока Малайзии по странам в натуральном выражении, 2014–2023 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 040210, 040221, 040229.

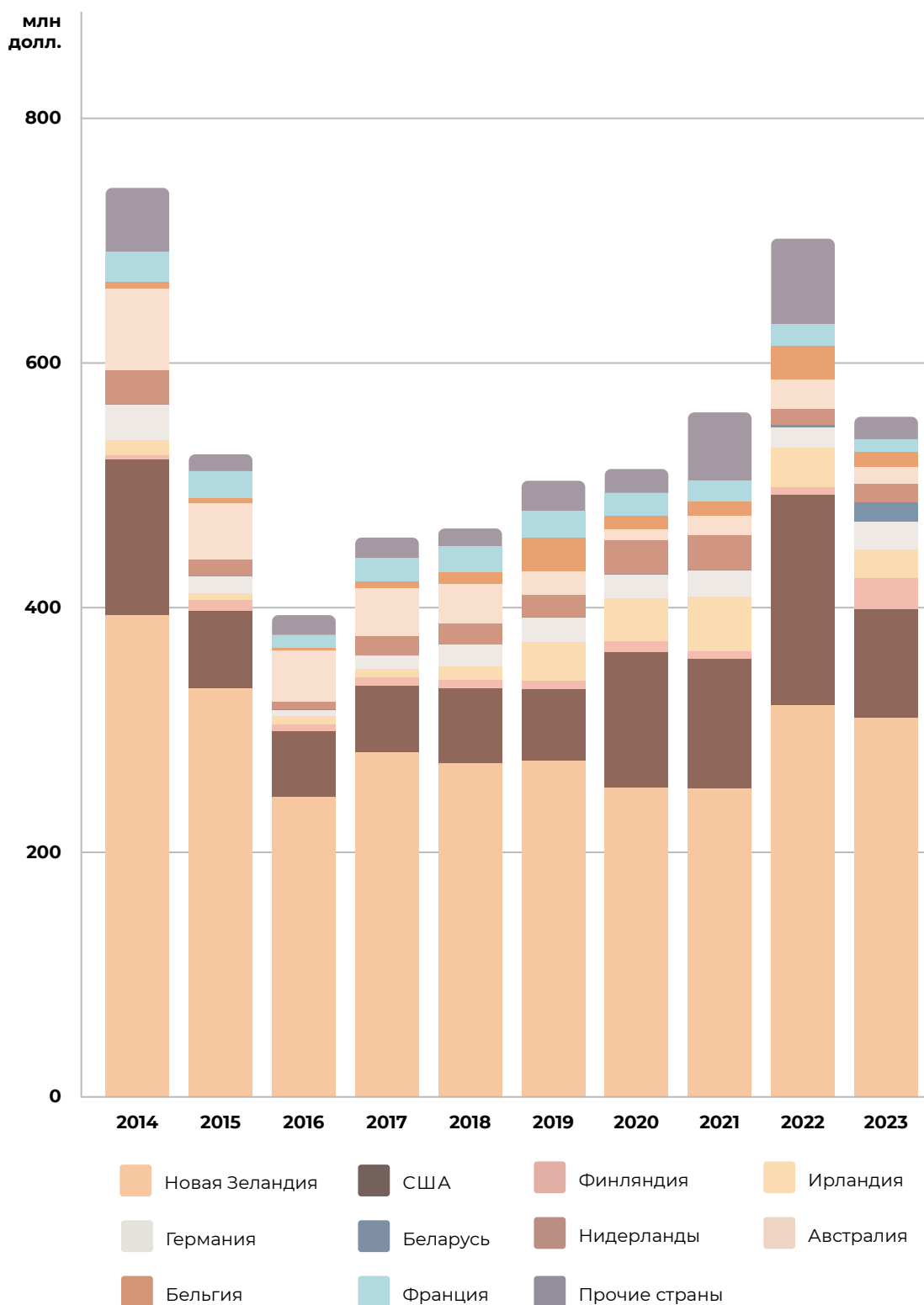
Табл. 9. Импорт сухого молока Малайзии по странам в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
1	Новая Зеландия	392,8	333,2	244,4	281,0	272,0	274,3	252,0	251,4	319,6	309,0	55,7
2	США	126,9	63,3	54,1	54,6	61,0	58,1	111,1	105,8	171,5	88,7	16,0
3	Финляндия	3,7	8,6	4,9	6,6	7,4	6,8	8,9	6,5	6,3	25,1	4,5
4	Ирландия	11,9	6,0	7,0	6,4	10,8	31,9	34,5	44,0	32,2	24,0	4,3
5	Германия	29,2	13,5	5,4	11,0	17,4	19,9	19,6	21,8	16,0	22,2	4,0
6	Беларусь	—	—	—	—	—	—	—	—	2,4	16,3	2,9
7	Нидерланды	27,8	13,8	6,8	16,1	17,5	18,2	27,7	28,3	13,3	14,8	2,7
8	Австралия	67,0	45,8	41,5	39,0	32,3	19,6	9,1	16,0	23,5	13,6	2,5
9	Бельгия	5,4	4,4	2,0	6,1	9,3	27,0	11,0	11,7	28,1	12,1	2,2
10	Франция	24,4	21,9	10,7	18,9	21,4	22,3	18,8	17,1	17,4	10,5	1,9
	Прочие страны	52,4	13,7	16,2	16,6	14,6	24,5	19,5	55,8	69,8	18,5	3,3
	Итого	741,4	524,2	393,0	456,2	463,7	502,7	512,3	558,4	700,0	554,7	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 040210, 040221, 040229.

Рис. 19. Импорт сухого молока Малайзии по странам в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 040210, 040221, 040229.

Средняя импортная цена СОМ в 2023 г. составила 3 134 долл. США за тонну, что на 20,7% ниже показателя предыдущего года. Наиболее дорогие поставки осуществлялись из Нидерландов и Новой Зеландии (на 16,3% и на 14,7% выше среднего уровня соответственно). Наиболее низкие цены фиксировались на продукцию из Беларуси — на 32,4% ниже средней цены.

Табл. 10. Средняя импортная цена на сухое обезжиренное молоко (СОМ) по странам-экспортерам, 2014–2023 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Отклонение от средней цены в 2023 г., %
Средняя цена	4 229	2 582	2 104	2 391	2 035	2 362	2 870	3 098	3 951	3 134	—
Нидерланды	3 982	2 451	1 796	2 247	1 837	2 517	3 093	2 898	3 871	3 645	16,3
Новая Зеландия	4 481	2 785	2 308	2 780	2 418	2 829	3 395	3 988	4 466	3 595	14,7
Франция	4 060	2 577	2 027	2 303	1 973	2 173	2 724	3 064	3 876	3 318	5,9
США	4 327	2 449	1 923	2 125	1 892	2 335	2 694	2 849	3 916	3 274	4,4
Ирландия	4 116	2 593	2 447	2 283	1 930	2 230	2 845	2 998	3 841	3 139	0,2
Бельгия	4 160	2 623	2 013	2 073	1 843	1 929	2 734	3 026	3 790	3 027	-3,4
Германия	4 102	2 296	2 042	2 190	1 798	2 204	2 557	2 983	3 881	2 817	-10,1
Финляндия	3 256	2 294	1 828	2 190	1 852	2 261	2 720	2 791	3 943	2 735	-12,7
Австралия	3 544	2 221	1 849	2 175	1 990	2 336	2 813	3 199	3 714	2 715	-13,4
Беларусь	—	—	—	—	—	—	—	—	3 757	2 118	-32,4

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 040210.

Средняя импортная цена СЦМ в 2023 г. составила 3 746 долл. США за тонну, что на 17,9% ниже уровня предыдущего года. Наиболее дорогие поставки осуществлялись из Германии, США и Ирландии (в 1,9 раза, в 1,7 раза и 1,6 раза выше средней цены соответственно). Наиболее конкурентные цены предлагались экспортерами из Сингапура (на 35,2%).

Табл. 11. Средняя импортная цена на сухое цельное молоко (СЦМ) по странам-экспортерам, 2014–2023 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Отклонение от средней цены в 2023 г., %
Средняя цена	4 929	3 110	3 049	3 463	3 375	3 298	3 572	4 089	4 565	3 746	—
Германия	4 849	3 053	3 116	2 872	2 665	3 340	4 000	4 530	6 000	7 175	в 1,9 раза
США	4 528	2 253	4 278	2 643	2 699	3 956	2 515	4 548	4 850	6 432	в 1,7 раза
Ирландия	3 514	2 245	2 188	2 191	1 944	2 170	2 414	2 631	3 106	5 947	в 1,6 раза
Польша	4 925	—	—	—	—	—	—	3 902	5 006	4 477	19,5
Франция	3 153	2 605	2 735	2 165	2 249	3 318	3 530	3 804	3 667	4 290	14,5
Австралия	4 446	3 229	3 089	3 106	2 358	2 361	4 897	3 212	4 258	4 172	11,4
Нидерланды	4 769	2 896	3 679	3 228	2 167	2 159	2 718	4 008	3 654	4 059	8,4
Таиланд	—	11 000	1 650	3 261	—	4 000	3 565	7 514	3 545	3 835	2,4
Новая Зеландия	5 232	3 188	3 094	3 540	3 534	3 494	3 691	4 175	4 627	3 707	-1,0
Сингапур	3 506	2 200	2 373	2 881	3 118	3 088	2 332	2 971	3 391	2 429	-35,2

Источник: ITC Trade Map

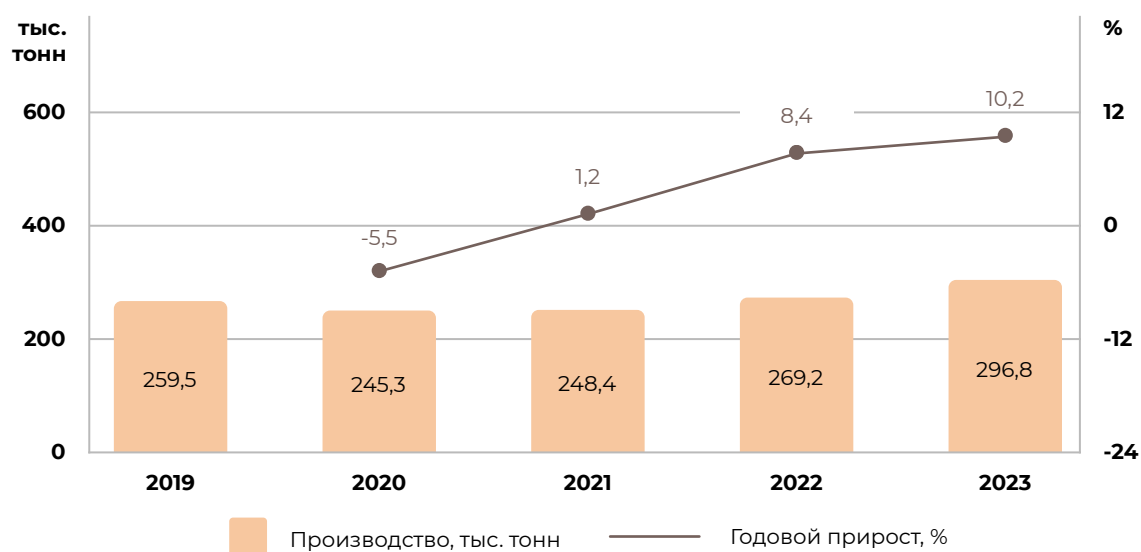
Примечание. Коды ТН ВЭД 040221, 040229.

2.1.2. Питьеовое молоко и сливки

Производство

Спрос на молочную продукцию в Малайзии намного превышает объем внутреннего производства сырого молока. Большая часть молока и сливок, потребляемых населением, изготовлена из импортного сухого молока. В 2023 г. производство питьевого молока и сливок в Малайзии оценивается в 296,8 тыс. тонн, что на 10,2% выше, чем в 2022 г. Среднегодовые темпы роста производства в 2019-2023 гг. составили 3,4% в год.

Рис. 20. Производство питьевого молока и сливок в Малайзии, 2019-2023 гг., тыс. тонн



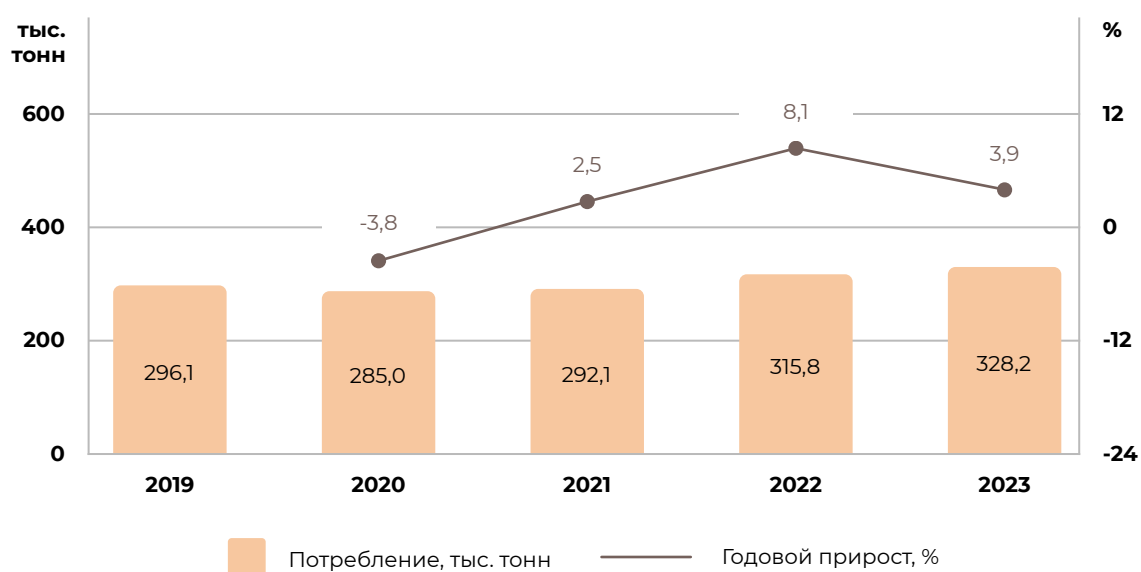
Источник: EMIS, Euromonitor International, ITC Trade Map

Примечание. Без учета переходящих запасов.

Потребление

В 2023 г. потребление питьевого молока и сливок в Малайзии составило 328,2 тыс. тонн, что на 3,9% больше, чем в предыдущем году. Потребление питьевого молока и сливок в 2019-2023 гг. увеличивается среднегодовыми темпами 2,6% в год.

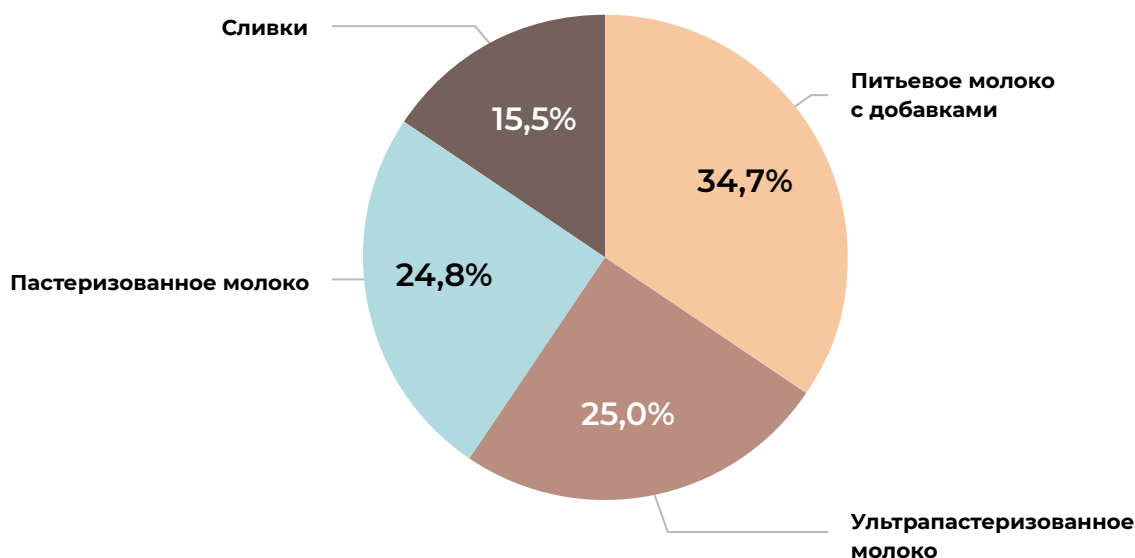
Рис. 21. Потребление питьевого молока и сливок в Малайзии, 2019-2023 гг., тыс. тонн



Источник: EMIS, Euromonitor International

В структуре потребления питьевого молока и сливок в Малайзии в 2023 г. основной объем занимало молоко с добавками, с долей 34,7% общего объема в натуральном выражении. На долю ультрапастеризованного молока и пастеризованного молока приходилось 25,0% и 24,8% соответственно, сливки заняли 15,5%.

Рис. 22. Структура потребления питьевого молока и сливок в Малайзии по видам в натуральном выражении, 2023 г., %



Источник: EMIS, Euromonitor International

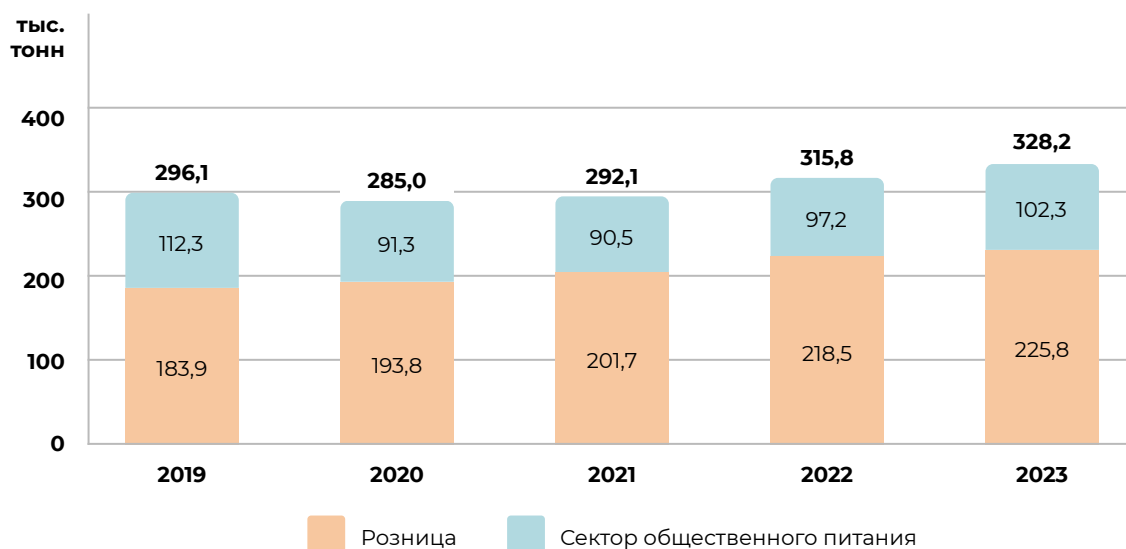
Каналы продаж и ключевые игроки

Основной объем потребления питьевого молока и сливок в Малайзии в 2023 г. приходился на розничный канал сбыта, доля которого составила 68,8% всего объема в натуральном выражении. Потребление питьевого молока и сливок в секторе общественного питания начало восстанавливаться после падения в 2020 г. и составило 102,3 тыс. тонн по итогам 2023 г.

Основными игроками на рынке питьевого молока в Малайзии являются Royal FrieslandCampina (бренды Dutch Lady и Bella Holandesa), Fonterra Cooperative Group (бренды Fernleaf и Anmum), Farm Fresh (бренды Farm Fresh и Yarra Farm), Nestlé SA (бренды Milo, Everyday и Omega), Asahi Group (бренд Goodday), Thai Beverage (бренды Magnolia и Farmhouse) и Malaysia Dairy Industries (бренд Marigold).



Рис. 23. Структура потребления питьевого молока и сливок в Малайзии по каналам сбыта в натуральном выражении, 2019–2023 гг., тыс. тонн

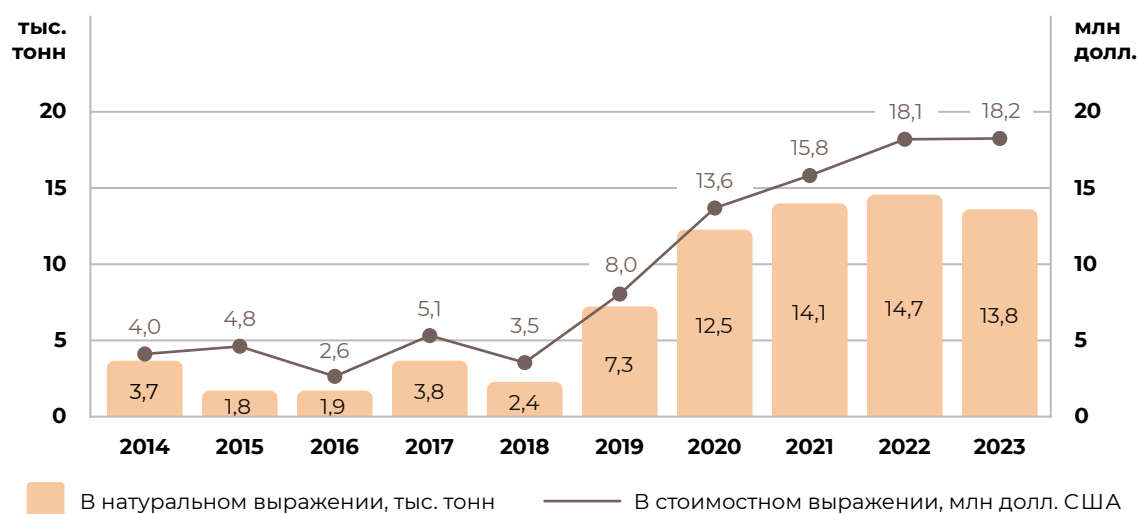


Источник: EMIS, Euromonitor International

Экспорт

В 2023 г. на внешние рынки было поставлено 13,8 тыс. тонн продукции на сумму 18,2 млн долл. США, из которых более 95% объема экспорта приходится на питьевое молоко жирностью 1-6%. Основными импортерами продукции в 2023 г. являлись Сингапур и Бруней.

Рис. 24. Экспорт питьевого молока и сливок Малайзии в натуральном и стоимостном выражении, 2014–2023 гг.



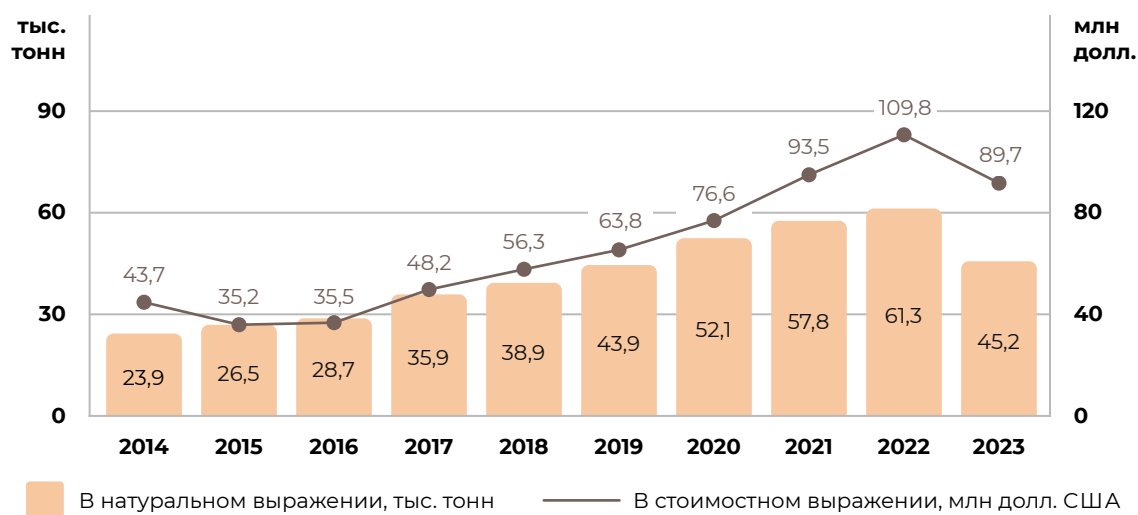
Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0401.

Импорт

Импорт питьевого молока и сливок в Малайзию в 2023 г. составил 45,2 тыс. тонн на сумму 89,7 млн долл. США, что на 26,2% ниже рекордных показателей предыдущего года в натуральном выражении и на 18,3% в стоимостном.

Рис. 25. Импорт питьевого молока и сливок Малайзии в натуральном и стоимостном выражении, 2014–2023 гг.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0401.

В структуре импорта питьевого молока и сливок в 2023 г. питьевое молоко жирностью 1-6% занимало 49,8% в натуральном выражении и 23,2% в стоимостном. Сливки 6-10% жирности заняли долю 24,7% в натуральном и 31,9% в стоимостном, сливки с жирностью более 10% — 24,6% и 42,8% соответственно.

Табл. 12. Структура импорта питьевого молока и сливок Малайзии по видам в натуральном выражении, 2014–2023 гг., тыс. тонн

Наименование	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
Питьевое молоко 1-6% жирности	13,0	17,6	18,3	23,0	21,8	24,4	29,1	30,8	32,9	22,5	49,8
Сливки 6-10% жирности	4,3	3,5	3,3	3,7	3,6	6,1	9,8	14,3	14,3	11,2	24,7
Сливки более 10% жирности	5,7	4,6	6,6	6,9	11,4	12,3	12,3	12,1	13,6	11,1	24,6
Питьевое молоко менее 1% жирности	0,8	0,8	0,6	2,3	2,1	1,2	1,0	0,6	0,4	0,4	0,9
Итого	23,9	26,5	28,7	35,9	38,9	43,9	52,1	57,8	61,3	45,2	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0401.

Табл. 13. Структура импорта питьевого молока и сливок Малайзии по видам в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США

Наименование	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
Сливки более 10% жирности	16,9	11,5	14,5	19,2	31,2	33,3	33,8	39,2	46,7	38,4	42,8
Сливки 6-10% жирности	12,2	8,8	6,8	7,9	7,3	12,2	20,3	28,8	33,1	28,6	31,9
Питьевое молоко 1-6% жирности	13,2	13,7	13,3	17,4	15,7	17,3	21,7	24,6	28,7	20,8	23,2
Питьевое молоко менее 1% жирности	1,4	1,3	0,9	3,9	2,1	1,0	0,8	0,9	1,3	1,8	2,0
Итого	43,7	35,2	35,5	48,4	56,3	63,8	76,6	93,5	109,8	89,7	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0401.

Основными поставщиками питьевого молока и сливок на рынок Малайзии в 2023 г. были Австралия и Новая Зеландия, на долю которых пришлось 44,6% и 34,0% соответственно общего объема в натуральном выражении. Также заметными поставщиками являлись страны ЕС — Германия, Франция, Нидерланды и Бельгия, доли которых составили 6,8%, 2,5%, 2,2% и 2,1% соответственно.

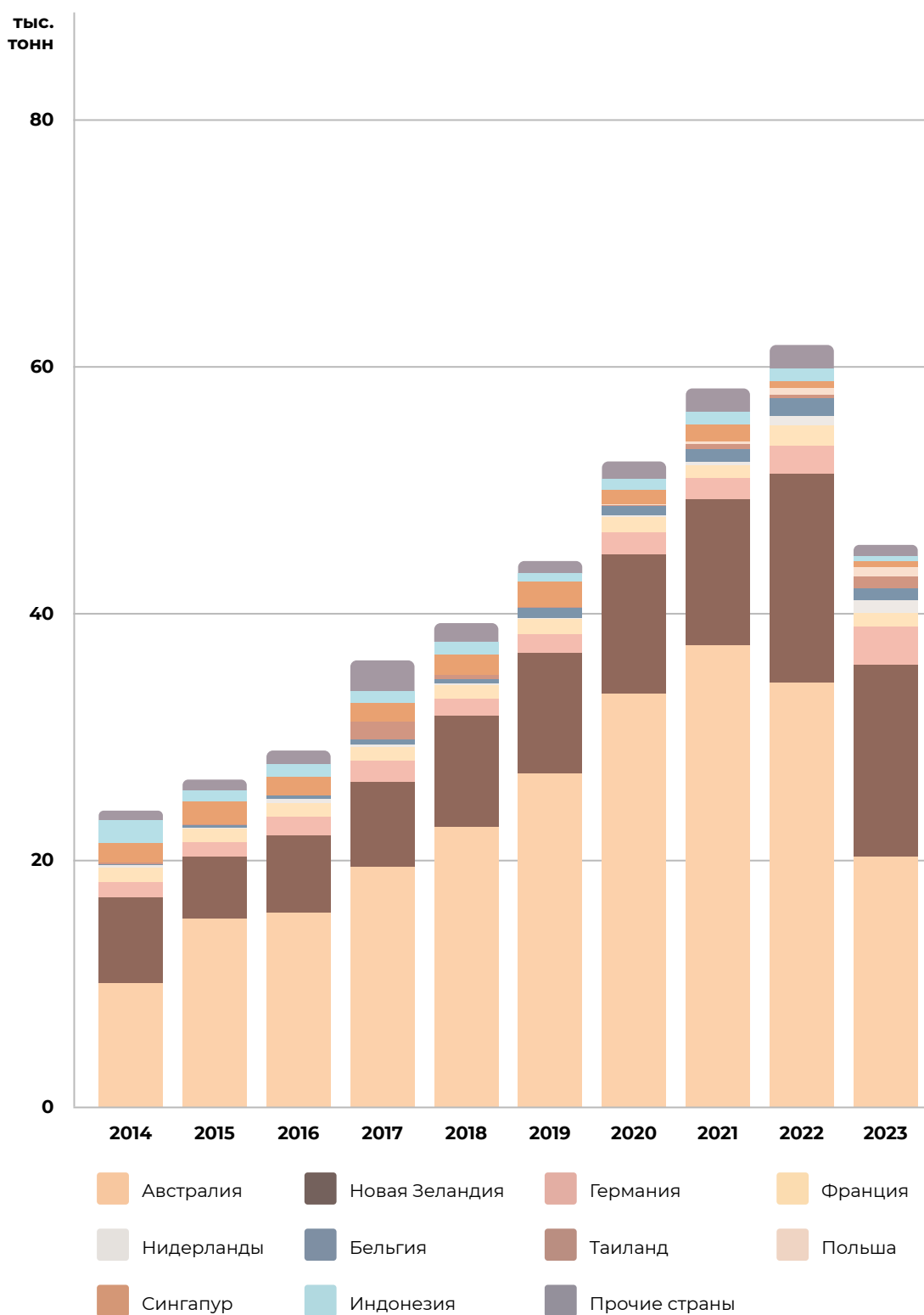
Табл. 14. Импорт питьевого молока и сливок Малайзии по странам в натуральном выражении, 2014–2023 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
1	Австралия	10,0	15,2	15,7	19,4	22,6	26,9	33,3	37,2	34,2	20,2	44,6
2	Новая Зеландия	6,9	5,0	6,2	6,8	8,9	9,7	11,2	11,8	16,8	15,4	34,0
3	Германия	1,2	1,1	1,5	1,7	1,4	1,5	1,8	1,7	2,3	3,1	6,8
4	Франция	1,2	1,1	1,1	1,1	1,1	1,2	1,2	1,0	1,6	1,1	2,5
5	Нидерланды	0,2	0,1	0,3	0,2	0,1	0,1	0,2	0,3	0,8	1,0	2,2
6	Бельгия	0,1	0,2	0,3	0,4	0,4	0,8	0,7	1,0	1,4	1,0	2,1
7	Таиланд	0,1	0,1	0,04	1,5	0,3	0,1	0,1	0,4	0,3	0,9	1,9
8	Польша	—	—	—	—	—	—	0,02	0,2	0,5	0,8	1,8
9	Сингапур	1,6	1,8	1,5	1,5	1,7	2,0	1,2	1,4	0,6	0,5	1,1
10	Индонезия	1,8	0,9	1,0	0,9	1,0	0,7	0,9	1,0	1,0	0,4	0,9
	Прочие страны	0,8	0,9	1,1	2,5	1,5	1,0	1,4	1,9	1,9	0,9	2,1
	Итого	23,9	26,5	28,7	35,9	38,9	43,9	52,1	57,8	61,3	45,2	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0401.

Рис. 26. Импорт питьевого молока и сливок Малайзии по странам в натуральном выражении, 2014–2023 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0401.

В стоимостном выражении поставки Австралии и Новой Зеландии заняли 40,9% и 30,0% объемов импорта соответственно по итогам 2023 г.

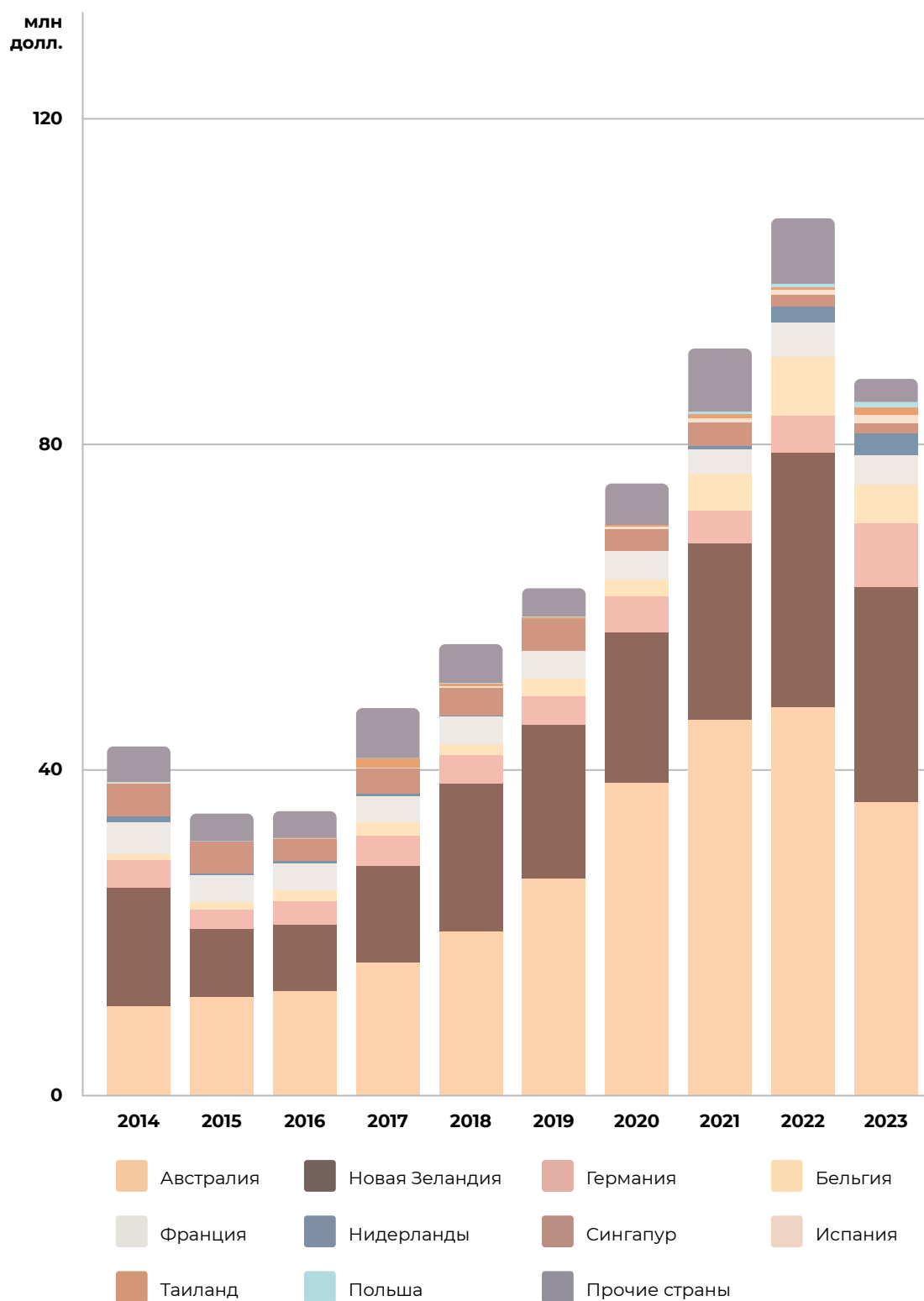
Табл. 15. Импорт питьевого молока и сливок Малайзии по странам в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
1	Австралия	11,2	12,4	13,1	16,7	20,5	27,2	39,2	47,0	48,6	36,7	40,9
2	Новая Зеландия	14,8	8,5	8,2	12,0	18,5	19,2	18,8	22,1	31,8	26,9	30,0
3	Германия	3,5	2,4	3,0	3,8	3,6	3,5	4,5	4,1	4,7	8,0	8,9
4	Бельгия	0,7	0,9	1,4	1,7	1,4	2,3	2,0	4,6	7,3	4,8	5,4
5	Франция	4,0	3,4	3,3	3,2	3,4	3,4	3,6	3,1	4,3	3,7	4,1
6	Нидерланды	0,7	0,2	0,4	0,4	0,2	0,1	0,1	0,4	2,0	2,8	3,1
7	Сингапур	4,2	3,9	2,7	3,1	3,4	3,9	2,7	2,9	1,5	1,2	1,4
8	Испания	—	—	—	0,1	0,2	0,1	0,3	0,6	0,6	1,1	1,3
9	Таиланд	0,1	0,1	0,1	1,2	0,4	0,2	0,2	0,5	0,4	0,9	1,0
10	Польша	—	—	—	—	—	—	0,01	0,3	0,4	0,7	0,8
	Прочие страны	4,5	3,5	3,4	6,3	4,9	3,6	5,2	7,9	8,2	2,9	3,2
	Итого	43,7	35,2	35,5	48,4	56,3	63,8	76,6	93,5	109,8	89,7	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0401.

Рис. 27. Импорт питьевого молока и сливок Малайзии по странам в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0401.

Средняя импортная цена питьевого молока и сливок в 2023 г. составила 1 984 долл. США за тонну, что на 10,8% выше уровня предыдущего года. Наиболее высокие цены фиксировались на поставки из Бельгии, Испании и Франции — в 2,5 раза, в 1,7 раза и в 1,6 раза выше средней цены соответственно. Наиболее дешевая продукция импортировалась из Таиланда и Польши — на 47,5% и 57,0% ниже средней.

Табл. 16. Средняя импортная цена на питьевое молоко и сливки по странам-экспортерам, 2014–2023 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Отклонение от средней цены в 2023 г., %
Средняя цена	1 831	1 330	1 238	1 347	1 446	1 451	1 471	1 617	1 791	1 984	—
Бельгия	6 278	3 836	4 816	4 469	3 774	2 976	2 747	4 573	5 252	4 977	в 2,5 раза
Испания	—	—	—	2 783	2 472	2 200	2 385	2 858	3 269	3 458	в 1,7 раза
Франция	3 397	2 931	2 848	2 964	3 065	2 853	2 954	2 925	2 727	3 262	в 1,6 раза
Нидерланды	3 145	1 581	1 590	1 645	1 624	1 457	598	1 635	2 579	2 748	38,6
Германия	2 881	2 131	1 974	2 316	2 633	2 307	2 547	2 476	2 068	2 589	30,5
Сингапур	2 666	2 157	1 765	1 997	1 990	2 008	2 235	2 111	2 304	2 525	27,3
Австралия	1 117	817	832	860	907	1 013	1 177	1 265	1 422	1 818	-8,3
Новая Зеландия	2 162	1 715	1 340	1 770	2 077	1 990	1 675	1 869	1 894	1 753	-11,6
Таиланд	901	1 167	1 610	795	1 317	1 646	1 486	1 198	1 503	1 042	-47,5
Польша	—	—	—	—	—	—	667	1 624	765	854	-57,0

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0401.

2.1.3. Сыры

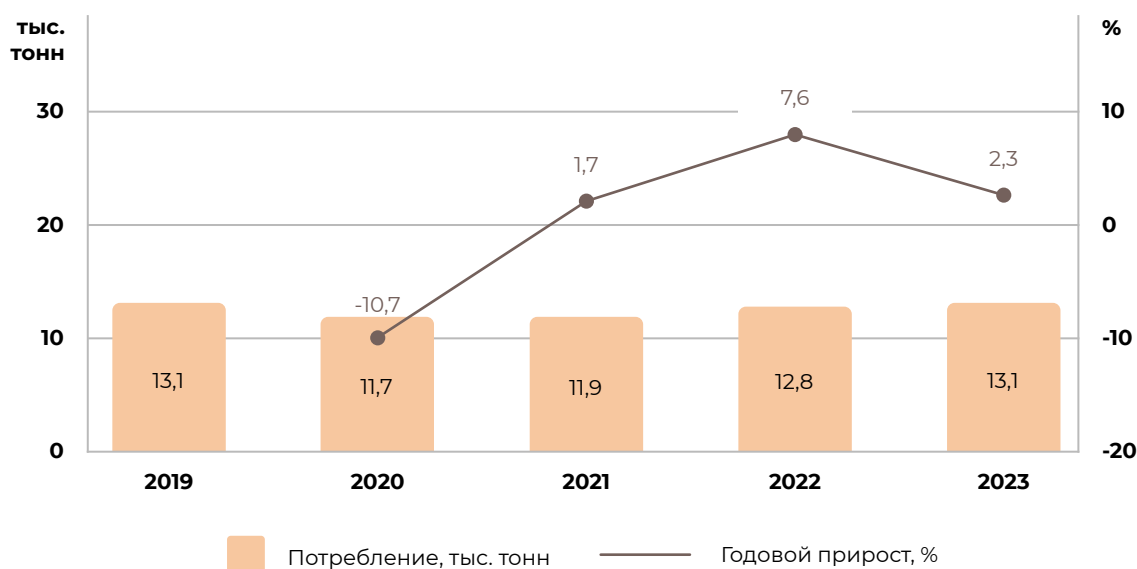
Производство

Производство сыров в Малайзии незначительно. Импортируемые сыры частично используются в качестве сырья при производстве плавленых сыров и сырных закусок.

Потребление

Сыры не являются традиционным продуктом потребления в малайзийском обществе, однако в последнее время их все чаще используют при приготовлении местных блюд. К примеру, сыр начинают добавлять в такие национальные блюда, как леманг и мартабак. Потребление сыров в Малайзии в 2023 г. составило 13,1 тыс. тонн, что на 2,3% больше, чем в 2022 г. Объемы потребления восстановились до уровня 2019 г.

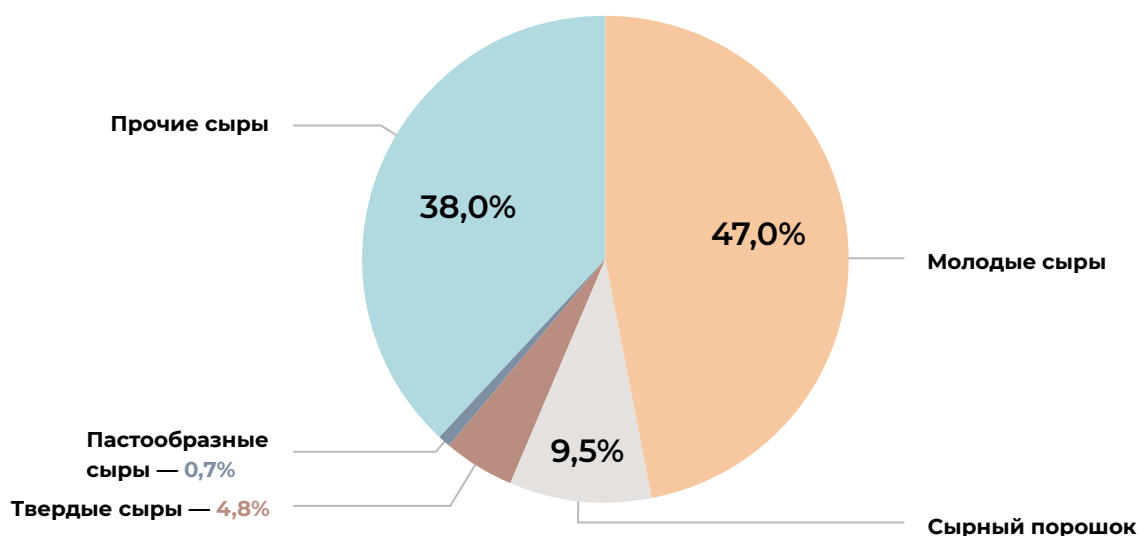
Рис. 28. Потребление сыров в Малайзии, 2019–2023 гг., тыс. тонн



Источник: EMIS, Euromonitor International, ITC Trade Map

В структуре потребления сыров Малайзии в 2023 г. основной объем занимали молодые сыры, на долю которых пришлось 47,0 объема в натуральном. Моцарелла является наиболее популярным видом молодых сыров. Прочие сыры (дополнительно обработанные сыры и сырные закуски) заняли 38,0%, сырный порошок — 9,5%, твердые сыры — 4,8%.

Рис. 29. Структура потребления сыров в Малайзии по видам в натуральном выражении, 2023 г., %



Источник: EMIS, Euromonitor International

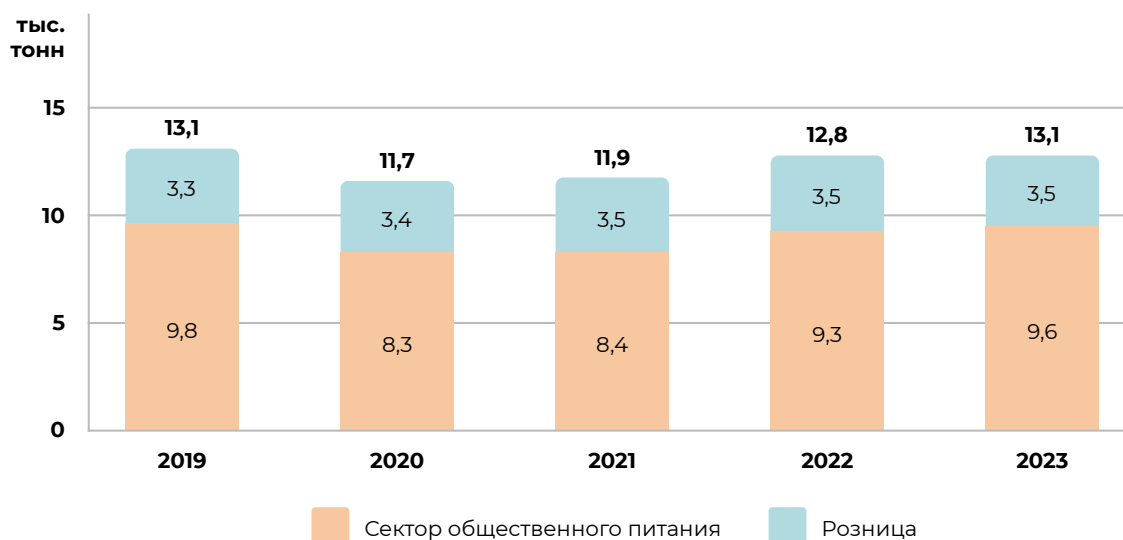
Каналы продаж и ключевые игроки

Основной объем потребления сыров Малайзии в 2023 г. приходился на сектор общественного питания, доля которого составила 73,3% всего объема в натуральном выражении. Потребление сыров в розничном канале сбыта составило 3,5 тыс. тонн (26,7% общего объема).

Среди производителей сыра на рынке лидирует компания Kraft Heize (бренды Kraft и Philadelphia). Кроме того, представлены компании Fronterra (бренды Chesdale, Anchor, Perfect Italiano и Mainland), Uhrenholt (бренд Borg), Bega Cheese (бренд Bega), Lactalis (бренды President и Galbani) и Bel Group (бренды Babybel и La Vache qui rit).



Рис. 30. Структура потребления сыров в Малайзии по каналам сбыта в натуральном выражении, 2019–2023 гг., тыс. тонн

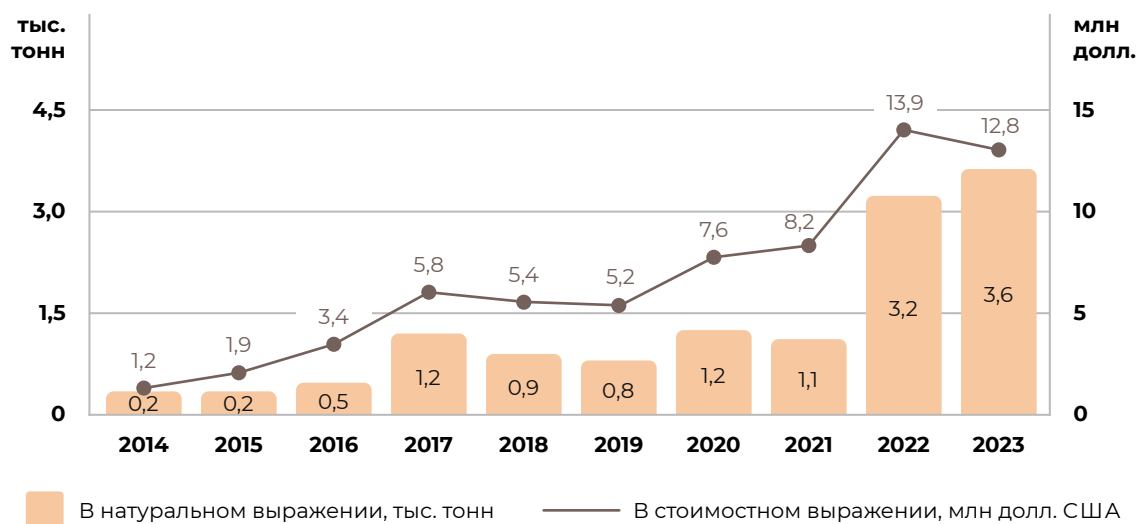


Источник: EMIS, Euromonitor International, ITC Trade Map

Экспорт

В 2023 г. Малайзия экспортировала 3,6 тыс. тонн сыров на сумму 12,8 млн долл. США. Основные страны импортеры сыров из Малайзии в 2023 г. — Сингапур, Бруней и Саудовская Аравия.

Рис. 31. Экспорт сыров Малайзии в натуральном и стоимостном выражении, 2014–2023 гг.



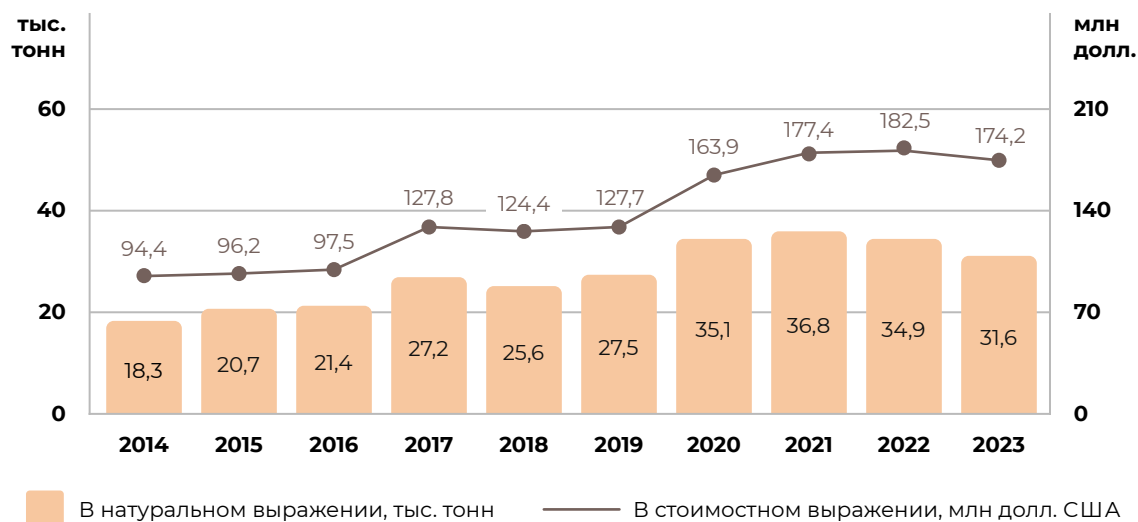
Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0406.

Импорт

В 2023 г. Малайзия импортировала 31,6 тыс. тонн сыров на сумму 174,2 млн долл. США, что на 9,7% ниже уровня предыдущего года в натуральном выражении и на 4,6% в стоимостном.

Рис. 32. Импорт сыров Малайзии в натуральном и стоимостном выражении, 2014–2023 гг.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0406.

В структуре импорта сыров основной объем в 2023 г. занимали поставки плавленых сыров, доля которых составила 38,9% общего объема в натуральном и 42,5% в стоимостном выражении. Прочие сыры по итогам 2023 г. заняли 36,4% в натуральном и 34,9% в стоимостном выражении, молодые сыры — 13,8% и 11,2% соответственно.

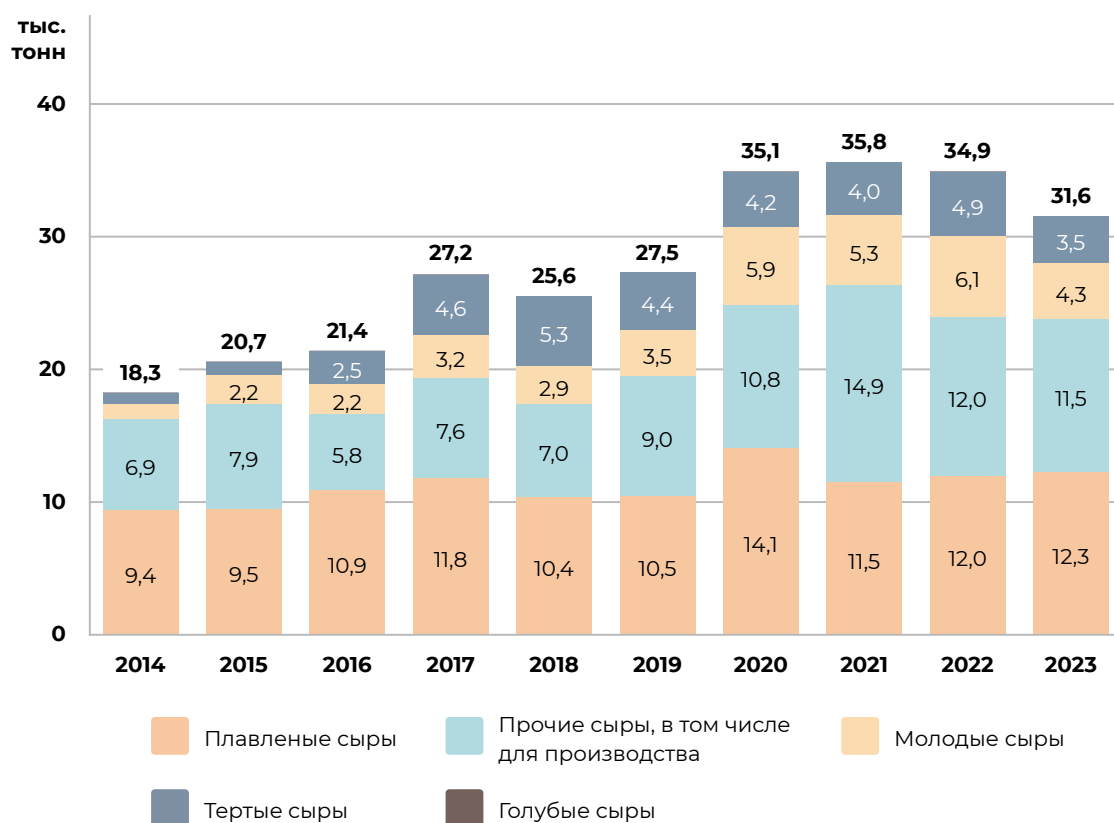
Табл. 17. Структура импорта сыров Малайзии по видам в натуральном выражении, 2014–2023 гг., тыс. тонн

Наименование	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
Плавленные сыры	9,4	9,5	10,9	11,8	10,4	10,5	14,1	11,5	12,0	12,3	38,9
Прочие сыры, в том числе для производства плавленных сыров	6,9	7,9	5,8	7,6	7,0	9,0	10,8	14,9	12,0	11,5	36,4
Молодые сыры	1,1	2,2	2,2	3,2	2,9	3,5	5,9	5,3	6,1	4,3	13,8
Тертые сыры	0,9	1,0	2,5	4,6	5,3	4,4	4,2	4,0	4,9	3,5	11,0
Голубые сыры	0,003	0,01	0,004	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,02
Итого	18,3	20,7	21,4	27,2	25,6	27,5	35,1	35,8	34,9	31,6	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0406.

Рис. 33. Структура импорта сыров Малайзии по видам в натуральном выражении, 2014–2023 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0406.

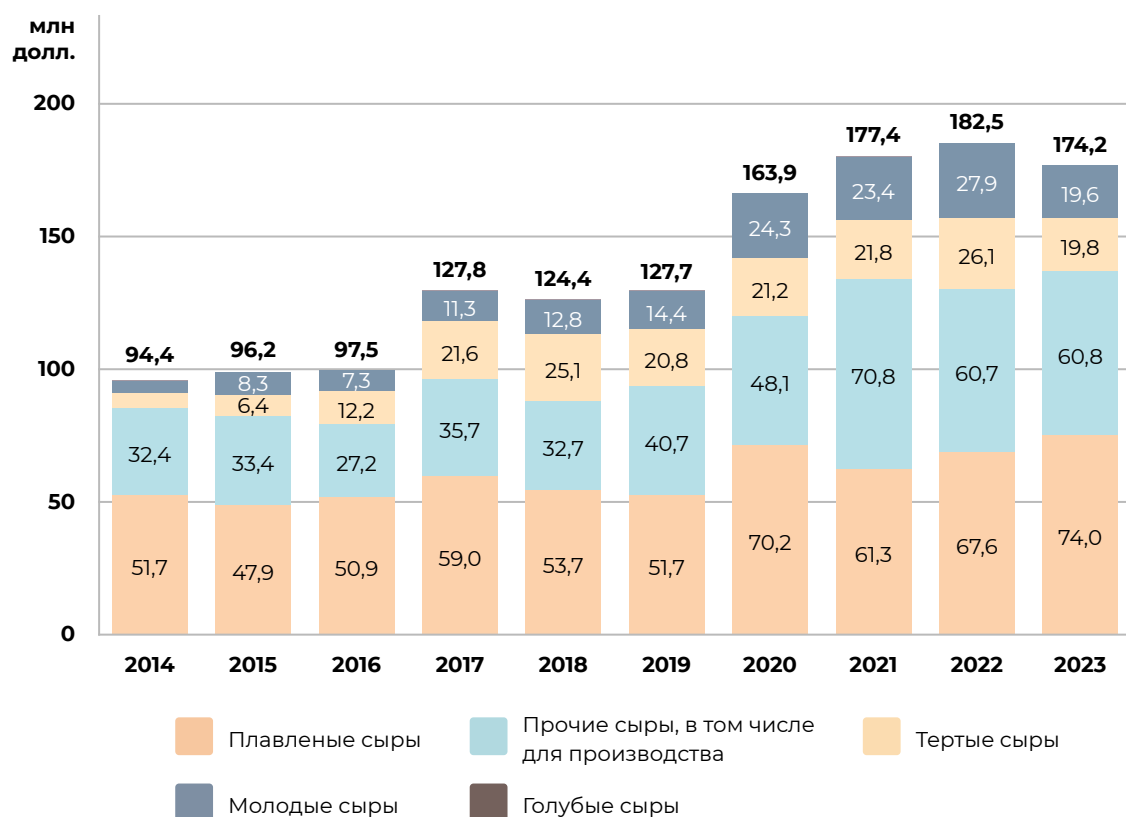
Табл. 18. Структура импорта сыров Малайзии по видам в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США

Наименование	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
Плавленые сыры	51,7	47,9	50,9	59,0	53,7	51,7	70,2	61,3	67,6	74,0	42,5
Прочие сыры, в том числе для производства плавленых сыров	32,4	33,4	27,2	35,7	32,7	40,7	48,1	70,8	60,7	60,8	34,9
Тертые сыры	5,4	6,4	12,2	21,6	25,1	20,8	21,2	21,8	26,1	19,8	11,3
Молодые сыры	4,8	8,3	7,3	11,3	12,8	14,4	24,3	23,4	27,9	19,6	11,2
Голубые сыры	0,03	0,1	0,04	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Итого	94,4	96,2	97,5	127,8	124,4	127,7	163,9	177,4	182,5	174,2	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0406.

Рис. 34. Структура импорта сыров Малайзии по видам в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0406.

В 2023 г. лидером по поставкам сыров в Малайзию была Новая Зеландия, на долю которой пришлось 36,7% объема импорта в натуральном и 31,4% в стоимостном выражении. Крупными поставщиками также стали Австралия (26,7% и 29,3%) и США (7,1% и 6,5%), а также страны ЕС — Дания, Австрия, Ирландия и Германия.

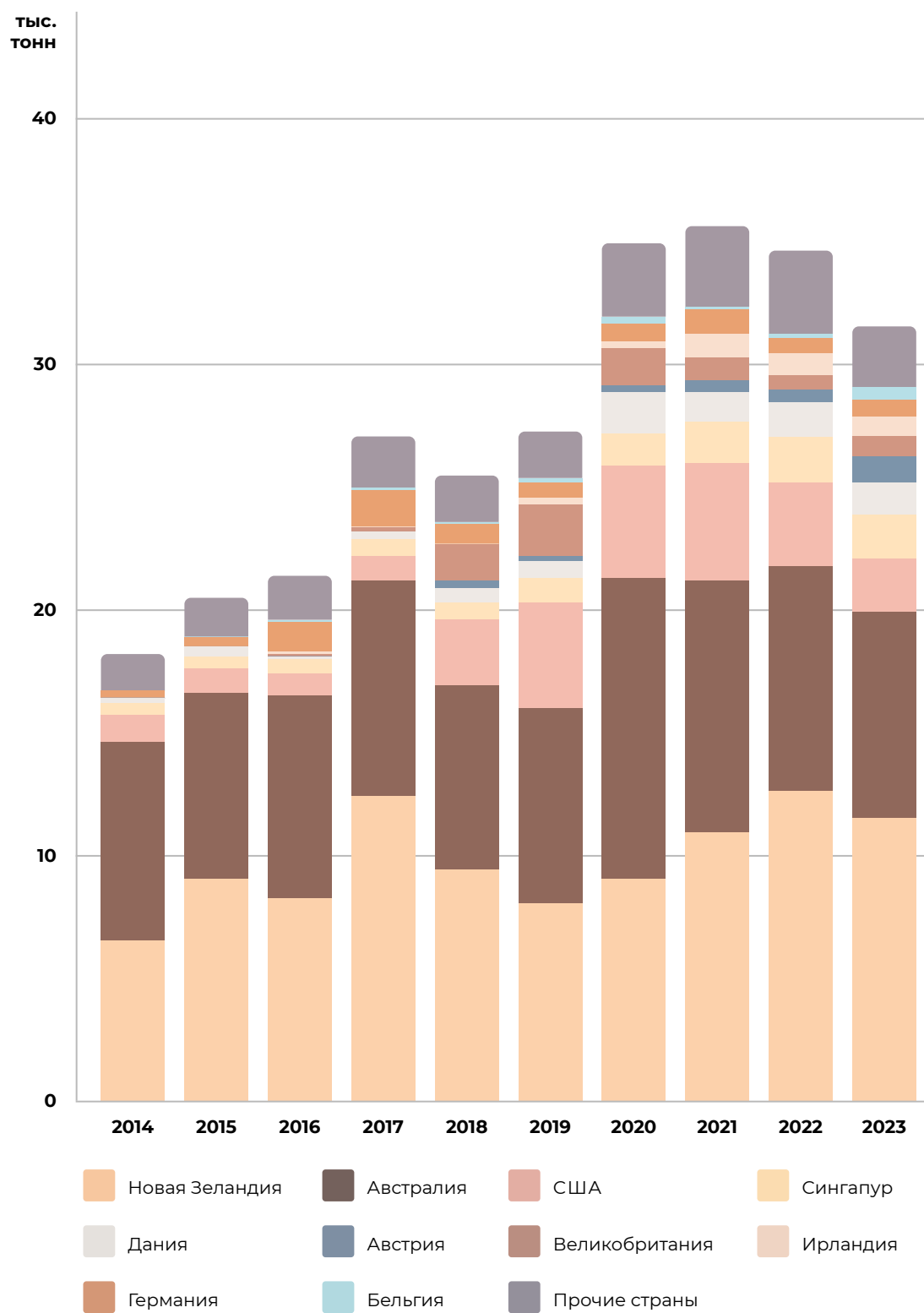
Табл. 19. Импорт сыров Малайзии по странам в натуральном выражении, 2014–2023 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
1	Новая Зеландия	6,6	9,1	8,3	12,5	9,5	8,1	9,1	11,0	12,7	11,6	36,7
2	Австралия	8,1	7,6	8,3	8,8	7,5	8,0	12,3	10,3	9,2	8,4	26,7
3	США	1,1	1,0	0,9	1,0	2,7	4,3	4,6	4,8	3,4	2,2	7,1
4	Сингапур	0,5	0,5	0,6	0,7	0,7	1,0	1,3	1,7	1,9	1,8	5,5
5	Дания	0,2	0,4	0,1	0,3	0,6	0,7	1,7	1,2	1,4	1,3	4,1
6	Австрия	0,02	0,01	0,01	0,01	0,3	0,2	0,3	0,5	0,5	1,1	3,4
7	Великобритания	0,04	0,03	0,1	0,2	1,5	2,1	1,5	0,9	0,6	0,8	2,5
8	Ирландия	0,01	0,01	0,1	0,02	0,03	0,3	0,3	1,0	0,9	0,8	2,4
9	Германия	0,3	0,4	1,2	1,5	0,8	0,6	0,7	1,0	0,6	0,7	2,1
10	Бельгия	0,02	0,02	0,1	0,1	0,1	0,2	0,3	0,1	0,2	0,5	1,7
	Прочие страны	1,5	1,6	1,8	2,1	1,9	1,9	3,0	3,3	3,4	2,5	7,8
	Итого	18,3	20,7	21,4	27,2	25,6	27,5	35,1	35,8	34,9	31,6	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0406.

Рис. 35. Импорт сыров Малайзии по странам в натуральном выражении, 2014–2023 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0406.

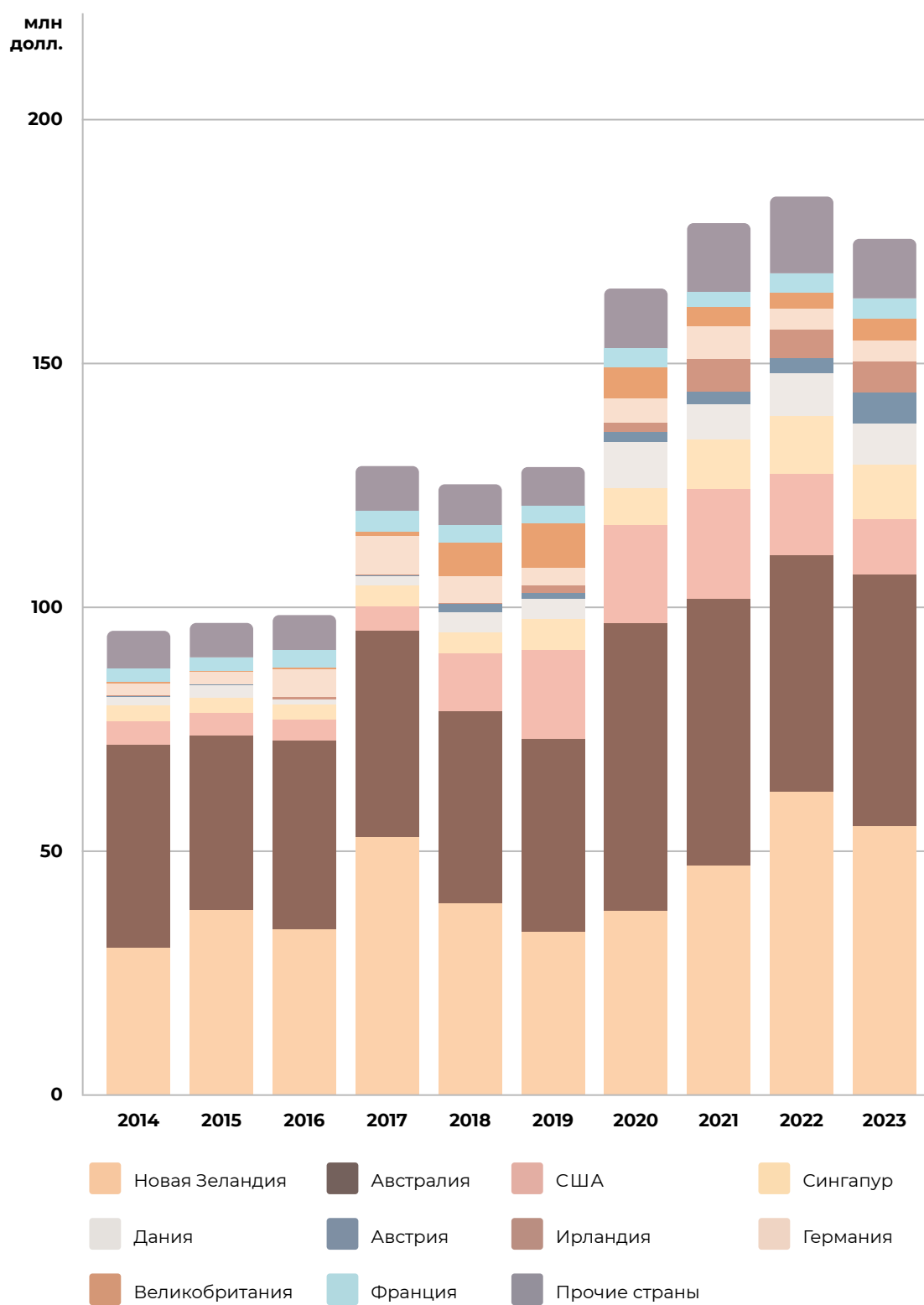
Табл. 20. Импорт сыров Малайзии по странам в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
1	Новая Зеландия	30,0	37,6	33,6	52,5	38,9	33,1	37,4	46,7	61,6	54,7	31,4
2	Австралия	41,2	35,5	38,4	41,9	39,1	39,3	58,5	54,2	48,2	51,0	29,3
3	США	4,7	4,5	4,3	4,9	11,8	18,1	20,0	22,3	16,4	11,3	6,5
4	Сингапур	3,4	3,2	3,1	4,3	4,3	6,2	7,4	10,0	11,8	11,1	6,4
5	Дания	1,7	2,5	0,9	1,9	4,0	4,2	9,5	7,3	8,7	8,5	4,9
6	Австрия	0,1	0,1	0,1	0,1	1,7	1,2	1,9	2,5	3,1	6,3	3,6
7	Ирландия	0,1	0,05	0,5	0,2	0,3	1,4	1,9	6,6	5,8	6,2	3,6
8	Германия	2,5	2,6	5,7	7,9	5,3	3,7	5,0	6,8	4,2	4,4	2,5
9	Великобритания	0,3	0,3	0,3	0,8	6,9	9,0	6,4	3,9	3,4	4,3	2,5
10	Франция	2,7	2,7	3,5	4,2	3,5	3,6	3,8	3,0	3,9	4,2	2,4
	Прочие страны	7,7	7,0	7,2	9,2	8,4	7,9	12,2	14,0	15,6	12,1	7,0
	Итого	94,4	96,2	97,5	127,8	124,4	127,7	163,9	177,4	182,5	174,2	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0406.

Рис. 36. Импорт сыров Малайзии по странам в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0406.

В 2023 г. средняя импортная цена плавленых сыров составила 6 034 долл. США (+6,6% к 2022 г.). Самая дорогая продукция поступала из Франции — на 41,7 выше среднего уровня, Ирландии (на 32,3% выше) и Германии (на 26,2% выше), в то время как наиболее дешевая из Новой Зеландии и Великобритании — на 17,6% и 14,0% ниже средней соответственно.

Табл. 21. Средняя импортная цена на плавленые сыры по странам-экспортерам, 2014–2023 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Отклонение от средней цены в 2023 г., %
Средняя цена	5 471	5 032	4 689	5 004	5 181	4 914	4 969	5 318	5 661	6 034	—
Франция	10 057	8 632	7 824	7 144	7 898	7 070	6 601	7 000	6 963	8 552	41,7
Ирландия	—	—	—	8 444	9 261	9 087	7 597	7 377	6 785	7 984	32,3
Германия	6 885	6 861	5 616	5 216	5 210	5 449	5 689	5 445	6 589	7 617	26,2
Австралия	5 303	4 799	4 656	4 963	5 328	4 915	4 997	5 755	5 986	6 736	11,6
Сингапур	6 512	5 875	5 492	5 839	5 907	5 869	5 945	5 620	5 998	6 231	3,3
Дания	9 212	8 906	8 217	7 890	7 305	6 223	5 099	5 669	5 409	6 200	2,7
Австрия	14 000	—	—	7 167	6 216	5 973	5 836	5 894	7 011	5 956	-1,3
США	5 192	4 764	4 783	3 309	5 131	3 914	5 890	5 209	5 784	5 651	-6,3
Великобритания	12 667	—	4 727	5 429	5 024	4 489	4 371	4 514	5 289	5 189	-14,0
Новая Зеландия	5 139	4 835	4 176	4 555	4 153	4 161	4 177	4 475	4 895	4 969	-17,6

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 040630.

Средняя импортная цена молодых сыров по итогам 2023 г. составила 4 502 долл. США (-1,8% к 2022 г.). Наиболее дорогая продукция поступала из Польши — на 17,2 выше среднего уровня, в то время как наиболее дешевая из Литвы — на 24,4% ниже средней.

Табл. 22. Средняя импортная цена на молодые сыры по странам-экспортерам, 2014–2023 гг.,
долл. США/тонна

Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Отклонение от средней цены в 2023 г., %
Средняя цена	4 313	3 748	3 371	3 564	4 366	4 072	4 144	4 374	4 586	4 502	—
Польша	8 000	12 000	—	5 294	4 667	6 028	4 854	5 909	7 500	5 274	17,2
Германия	5 982	6 242	3 626	4 048	5 276	4 867	5 849	5 078	4 593	5 000	11,1
Дания	7 000	5 868	6 000	6 645	6 969	6 559	5 882	6 497	5 596	4 869	8,2
Австралия	3 303	3 477	3 277	3 201	4 261	3 963	3 949	4 114	4 266	4 868	8,1
Аргентина	4 771	4 098	3 416	4 129	3 955	3 720	3 660	4 025	4 727	4 727	5,0
Франция	14 750	7 667	7 455	6 339	7 151	6 186	6 208	6 754	5 457	4 667	3,7
США	5 694	4 292	4 551	4 484	4 802	4 570	4 225	4 484	5 179	4 383	-2,6
Новая Зеландия	4 272	3 546	3 236	3 661	3 716	3 475	3 602	3 734	4 603	4 098	-9,0
Бельгия	—	—	—	—	—	—	—	—	—	4 095	-9,0
Литва	—	—	—	—	—	—	—	3 446	3 792	3 403	-24,4

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 040610.

В 2023 г. средняя импортная цена тертых сыров составила 5 702 долл. США (+8,0% к 2022 г.). Самая дорогая продукция поступала из Ирландии, Дании и Нидерландов — в 2,6 раза, в 2,4 раза и в 1,7 раза выше среднего уровня соответственно. Наиболее низкие цены фиксировались на поставки из Новой Зеландии — на 21,2% ниже средней.

Табл. 23. Средняя импортная цена на тертые сыры по странам-экспортерам, 2014–2023 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Отклонение от средней цены в 2023 г., %
Средняя цена	6 333	6 168	4 777	4 689	4 760	4 738	5 002	5 442	5 281	5 702	—
Ирландия	—	—	—	—	—	—	—	—	5 800	14 556	в 2,6 раза
Дания	6 000	5 079	—	7 600	7 800	7 815	6 284	11 172	10 183	13 953	в 2,4 раза
Нидерланды	10 333	7 636	7 480	8 344	9 250	9 167	9 611	8 548	8 547	9 875	в 1,7 раза
Австралия	9 037	7 650	7 837	8 167	8 458	8 299	8 012	8 108	7 925	8 123	42,5
Сингапур	6 750	6 353	5 275	6 149	6 077	7 098	7 125	6 848	6 495	7 149	25,4
Германия	8 563	9 859	7 431	6 646	7 534	6 560	7 815	9 550	10 898	6 583	15,5
Бельгия	—	—	—	—	5 143	4 368	4 833	5 225	5 450	5 515	-3,3
Великобритания	4 000	—	—	4 931	4 375	4 245	4 216	4 496	4 927	5 509	-3,4
США	4 911	4 587	4 750	4 607	5 034	4 943	4 634	4 348	5 612	5 194	-8,9
Новая Зеландия	5 744	5 256	4 116	4 110	4 208	4 201	4 322	4 216	4 414	4 494	-21,2

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 040620.

В 2023 г. средняя импортная цена прочих сыров составила 5 295 долл. США (+4,2% к 2022 г.). Самая дорогая продукция поступала из Франции и Ирландии — в 2,0 раза и 1,5 раза выше среднего уровня соответственно. Наиболее дешевая продукция импортировалась из Индонезии — на 30,4% ниже средней.

Табл. 24. Средняя импортная цена на прочие сыры по странам-экспортерам, 2014–2023 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Отклонение от средней цены в 2023 г., %
Средняя цена	4 703	4 234	4 664	4 725	4 677	4 502	4 445	4 737	5 081	5 295	—
Франция	10 061	10 652	10 813	14 500	12 025	11 889	9 430	7 224	10 870	10 535	в 2 раза

Продолжение табл. 24.

Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Отклонение от средней цены в 2023 г., %
Ирландия	8 667	7 667	3 550	9 750	10 750	3 833	4 827	5 724	5 966	8 092	в 1,5 раза
Дания	9 442	5 582	6 775	5 511	6 888	5 751	5 726	5 748	6 093	5 830	10,1
Германия	10 624	6 967	4 224	5 200	9 116	7 874	6 035	5 318	7 733	5 798	9,5
Великобритания	7 189	10 192	6 429	4 951	5 420	4 008	3 915	4 525	6 112	5 618	6,1
Австралия	4 642	4 788	5 160	5 721	4 794	5 939	4 453	4 982	4 580	5 388	1,8
США	4 168	4 235	5 218	5 534	4 349	4 220	4 305	4 617	4 711	5 097	-3,7
Новая Зеландия	3 772	3 755	4 081	4 116	4 091	4 066	4 224	4 139	5 327	4 818	-9,0
Польша	6 415	7 500	4 197	4 604	4 974	4 606	4 619	4 662	4 727	4 741	-10,5
Индонезия	7 000	4 000	4 627	3 557	3 870	3 810	3 729	3 691	3 693	3 687	-30,4

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 040690.

2.1.4. Сливочное масло

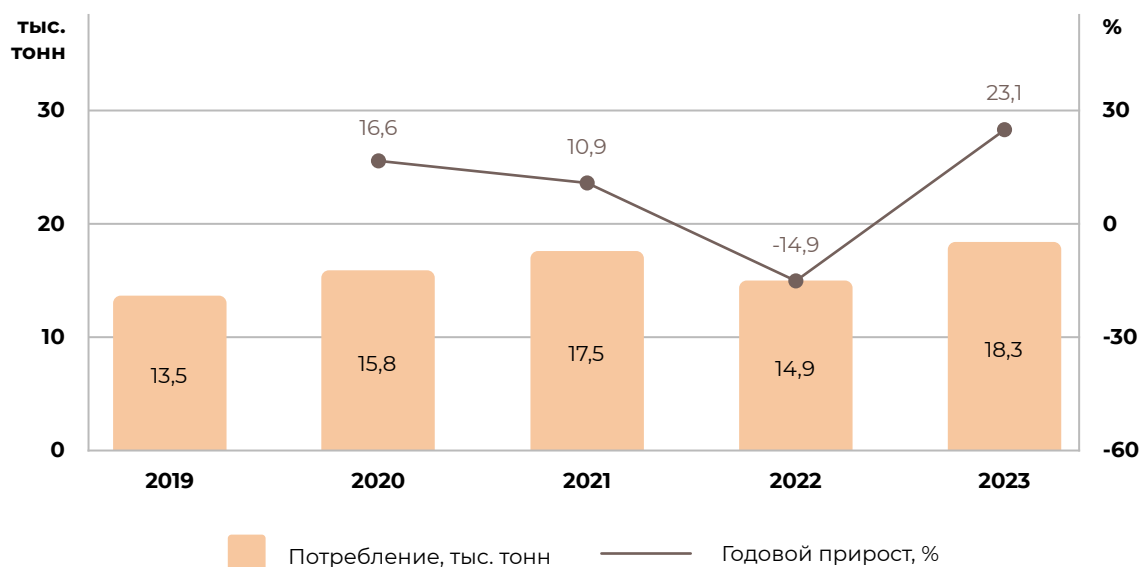
Производство

Сливочное масло в Малайзии не производится. Импортируемое сливочное масло и прочие молочные жиры широко используются в производстве кондитерских изделий и в секторе общественного питания.

Потребление

Потребление сливочного масла и прочих молочных жиров в Малайзии в 2023 г. оценивается в 18,3 тыс. тонн. Среднегодовые темпы роста в 2019-2023 гг. составили 7,9% в год.

Рис. 37. Потребление сливочного масла и прочих молочных жиров в Малайзии, 2019–2023 гг., тыс. тонн



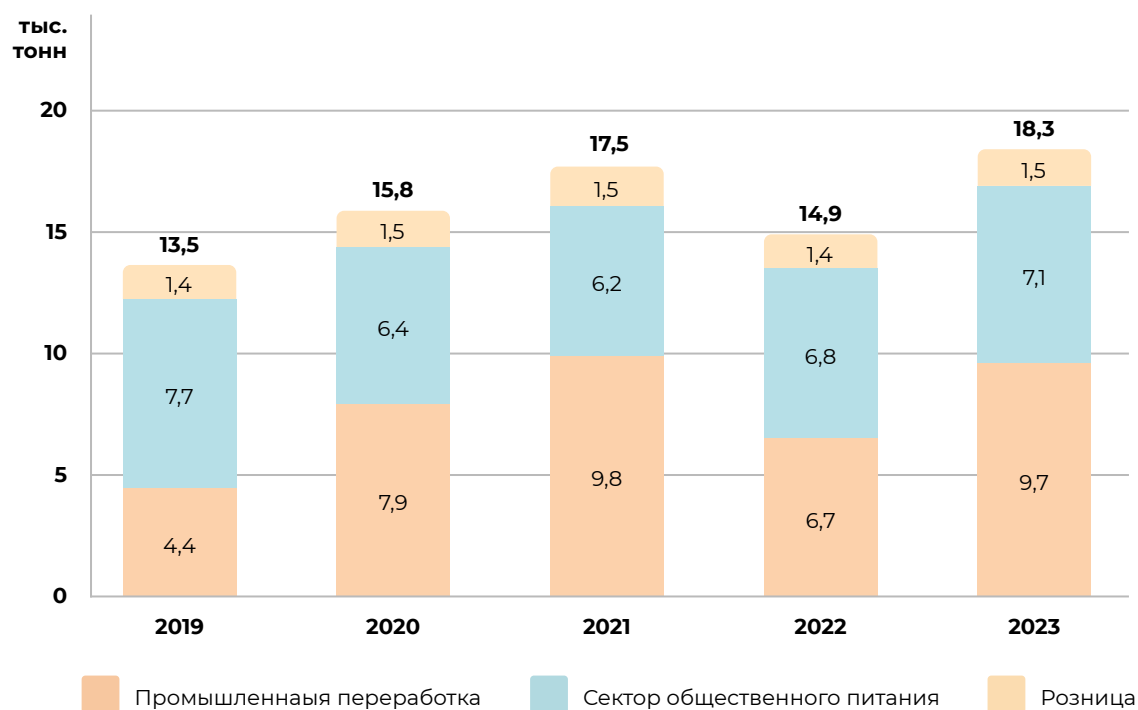
Источник: EMIS, Euromonitor International, ITC Trade Map

Каналы продаж и ключевые игроки

Основной объем потребления сливочного масла и прочих молочных жиров в Малайзии в 2023 г. приходился на сектор промышленной переработки, в первую очередь в производстве кондитерских изделий. В 2023 г. доля данного канала составила 53,0% всего объема в натуральном выражении. На сектор общественного питания приходилось 38,8%, розничный канал сбыта занял 8,2%.

Основными игроками на рынке сливочного масла Малайзии являются компания Fronterra (бренд Anchor), Arla Foods (бренд Lurpak), Ballantyne Food (бренды Golden Churn и Ballantyne), DKSH Holdings (бренд SCS) и Lam Soon Group (бренд Farmcows).

Рис. 38. Структура потребления сливочного масла и прочих молочных жиров в Малайзии по каналам сбыта в натуральном выражении, 2019–2023 гг., тыс. тонн

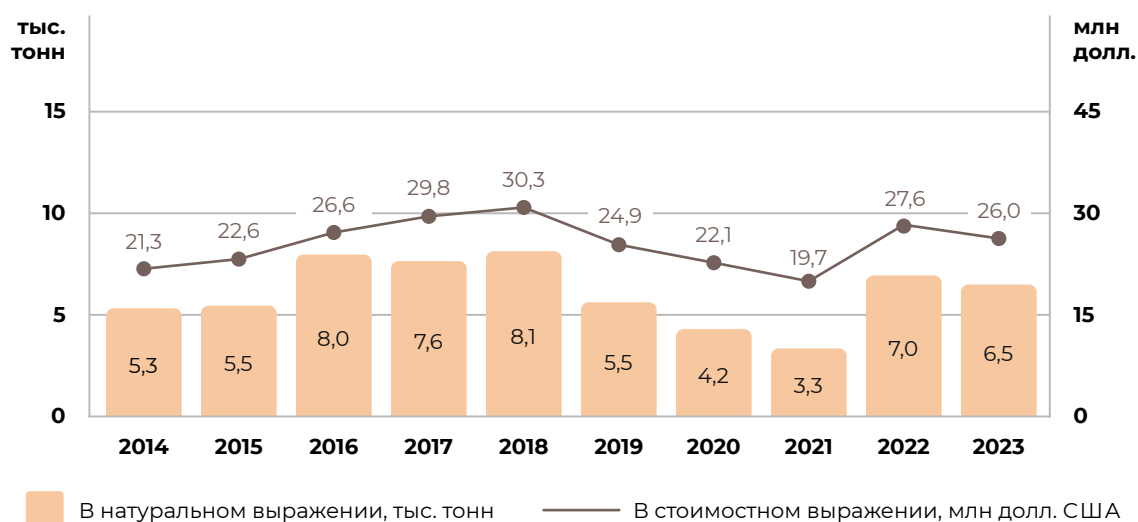


Источник: EMIS, Euromonitor International, ITC Trade Map

Экспорт

Объем экспорта сливочного масла и прочих молочных жиров Малайзии в 2023 г. составил 6,5 тыс. тонн на сумму 26,0 млн долл. США, из которых около 75% составляли поставки прочих молочных жиров. Основные направления экспорта в 2023 г. — Вьетнам, Сингапур, Китай, Тайвань, Бруней.

Рис. 39. Экспорт сливочного масла и прочих молочных жиров Малайзии в натуральном и стоимостном выражении, 2014–2023 гг.



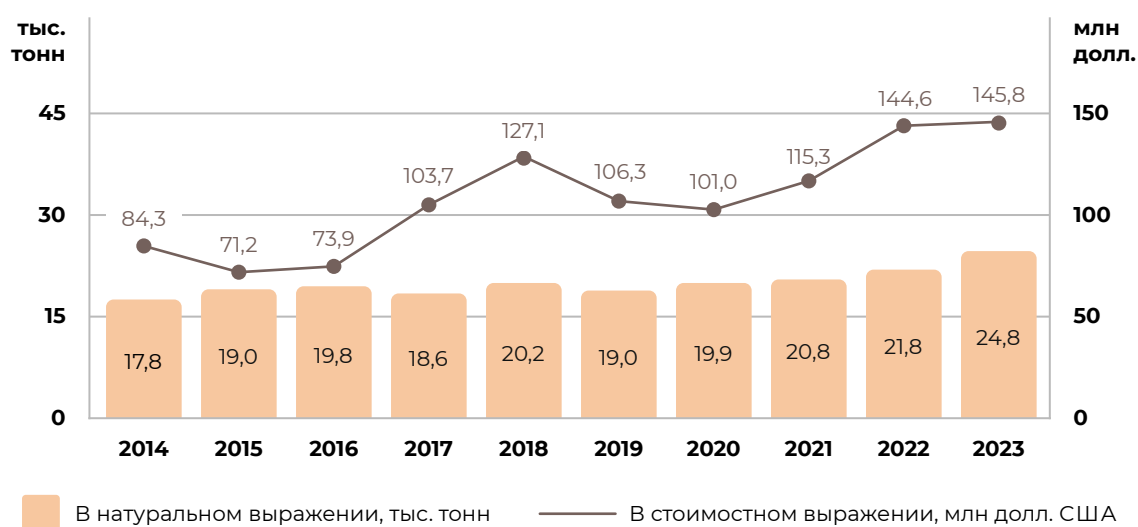
Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0405.

Импорт

В 2023 г. импорт сливочного масла и прочих молочных жиров Малайзии составил 24,8 тыс. тонн на сумму 145,8 млн долл. США, что 13,7% выше уровня предыдущего года в натуральном выражении на 0,8% в стоимостном.

Рис. 40. Импорт сливочного масла и прочих молочных жиров Малайзии в натуральном и стоимостном выражении, 2014–2023 гг.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0405.

В 2023 г. в структуре импорта сливочного масла и прочих молочных жиров на сливочное масло приходилось 53,3% объема в натуральном выражении и 56,2% в стоимостном, прочие молочные жиры занимали 45,9% и 42,9% соответственно.

Табл. 25. Структура импорта сливочного масла и прочих молочных жиров Малайзии по видам в натуральном выражении, 2014–2023 гг., тыс. тонн

Наименование	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
Сливочное масло	7,0	8,7	8,3	9,0	9,4	8,6	9,4	10,2	10,6	13,2	53,3
Прочие молочные жиры	10,8	10,2	11,4	9,4	10,6	10,3	10,3	10,5	11,1	11,4	45,9
Молочные пасты	0,1	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1	0,2	0,8
Итого	17,8	19,0	19,8	18,6	20,2	19,0	19,9	20,8	21,8	24,8	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0405.

Табл. 26. Структура импорта сливочного масла и прочих молочных жиров Малайзии по видам в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США

Наименование	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
Сливочное масло	34,8	35,4	32,8	49,0	58,4	48,0	50,0	60,1	70,7	81,9	56,2
Прочие молочные жиры	49,2	35,3	40,7	54,4	67,7	57,4	49,8	54,1	72,9	62,5	42,9
Молочные пасты	0,3	0,4	0,3	0,3	1,1	0,9	1,2	1,1	1,1	1,4	0,9
Итого	84,3	71,2	73,9	103,7	127,1	106,3	101,0	115,3	144,6	145,8	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0405.

Основной поставщик сливочного масла и молочных жиров в Малайзию — Новая Зеландия, доля которой в 2023 г. составила 80,6% в натуральном и 76,7% в стоимостном выражении. Крупными поставщиками стали также Дания (5,6% и 6,8%) и Австралия (5,6% и 6,6%).

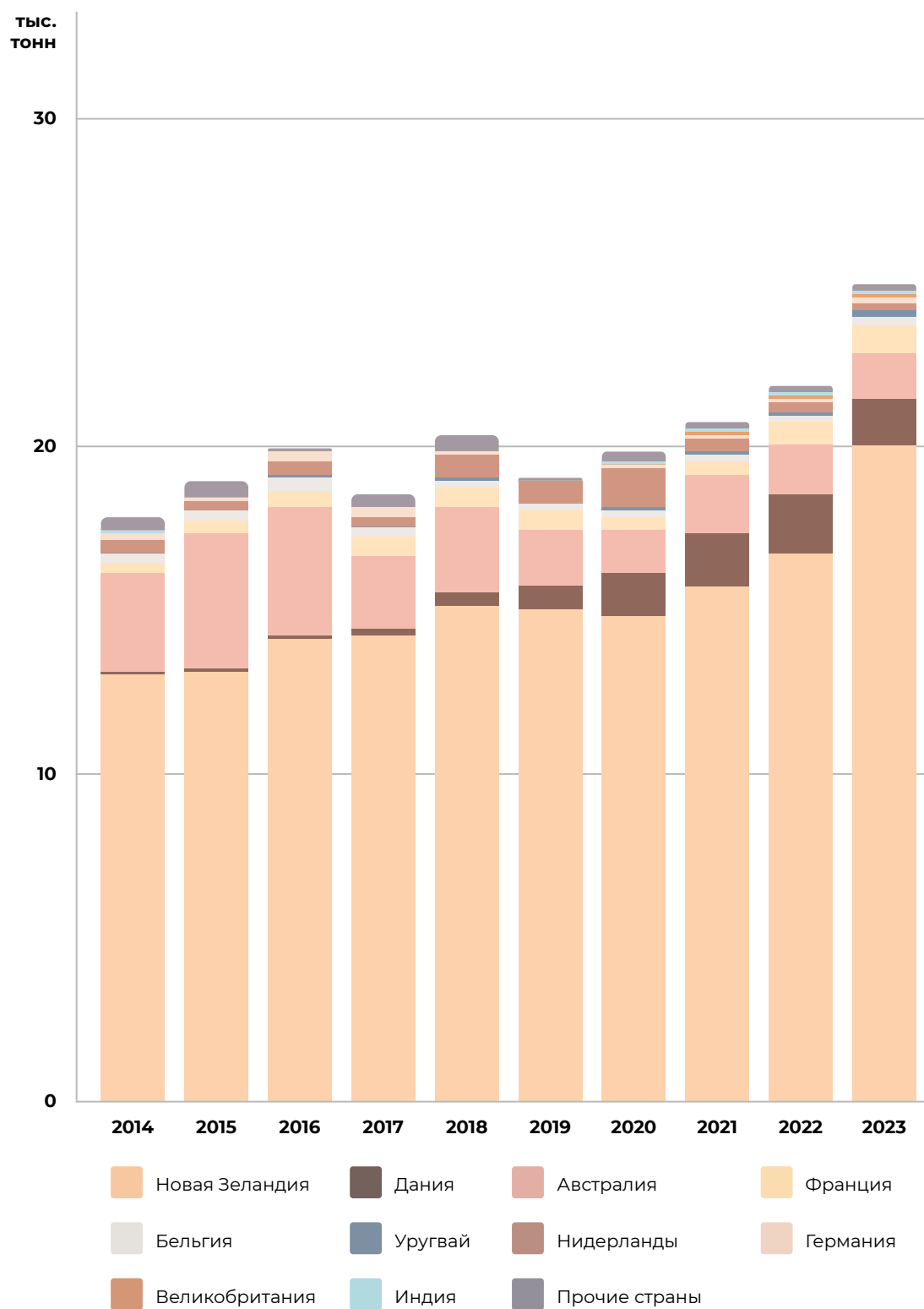
Табл. 27. Импорт сливочного масла и прочих молочных жиров Малайзии по странам в натуральном выражении, 2014–2023 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
1	Новая Зеландия	13,0	13,1	14,1	14,2	15,1	15,0	14,8	15,7	16,7	20,0	80,6
2	Дания	0,1	0,1	0,1	0,2	0,4	0,7	1,3	1,6	1,8	1,4	5,6
3	Австралия	3,0	4,1	3,9	2,2	2,6	1,7	1,3	1,8	1,5	1,4	5,6
4	Франция	0,3	0,4	0,5	0,6	0,6	0,6	0,4	0,4	0,7	0,8	3,1
5	Бельгия	0,3	0,3	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	1,1
6	Уругвай	—	—	0,1	0,03	0,1	0,03	0,1	0,1	0,1	0,2	0,9
7	Нидерланды	0,4	0,3	0,4	0,3	0,7	0,7	1,2	0,4	0,3	0,2	0,7
8	Германия	0,2	0,1	0,3	0,3	0,1	0,05	0,1	0,1	0,1	0,2	0,7
9	Великобритания	0,004	0,03	0,03	0,04	0,01	0,001	0,02	0,1	0,1	0,1	0,5
10	Индия	0,1	—	0,01	0,003	0,01	0,03	0,1	0,1	0,1	0,1	0,4
	Прочие страны	0,4	0,5	0,1	0,4	0,5	0,1	0,3	0,2	0,2	0,2	0,9
	Итого	17,8	19,0	19,8	18,6	20,2	19,0	19,9	20,8	21,8	24,8	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0405.

Рис. 41. Импорт сливочного масла и прочих молочных жиров Малайзии по странам в натуральном выражении, 2014–2023 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0405.

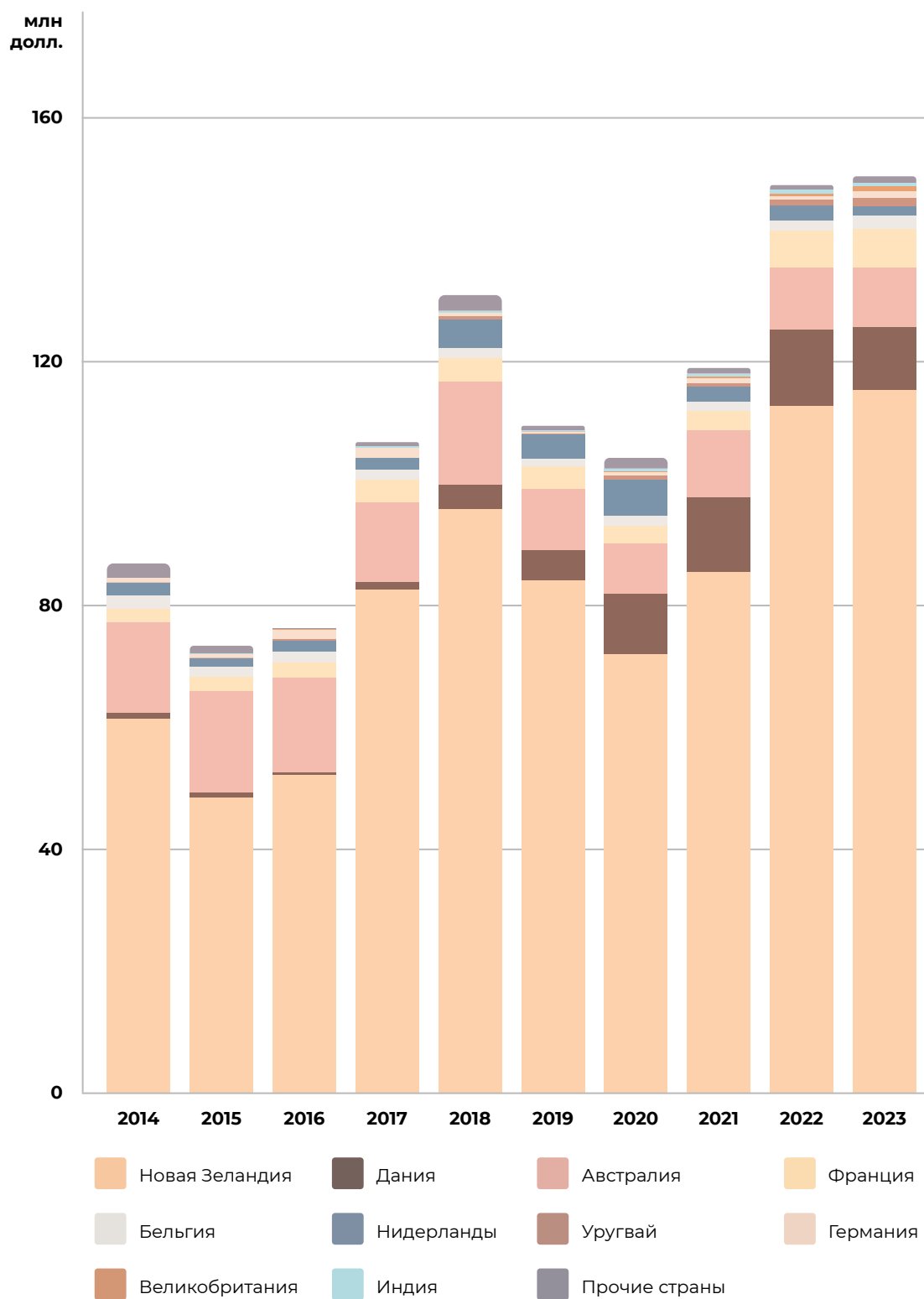
Табл. 28. Импорт сливочного масла и прочих молочных жиров Малайзии по странам в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
1	Новая Зеландия	59,6	47,1	50,6	80,1	93,0	81,6	69,8	82,9	109,4	111,9	76,7
2	Дания	0,9	0,7	0,4	1,2	3,8	4,8	9,7	11,9	12,1	9,9	6,8
3	Австралия	14,4	16,2	15,1	12,7	16,4	9,7	7,9	10,7	9,9	9,6	6,6
4	Франция	2,1	2,2	2,4	3,6	3,7	3,7	2,9	3,0	5,8	6,1	4,2
5	Бельгия	2,2	1,7	1,8	1,6	1,7	1,1	1,6	1,5	1,7	2,1	1,4
6	Нидерланды	2,0	1,3	1,7	1,8	4,5	3,9	5,7	2,4	2,4	1,5	1,0
7	Уругвай	—	—	0,2	0,1	0,5	0,1	0,6	0,6	0,9	1,3	0,9
8	Германия	0,7	0,6	1,5	1,5	0,5	0,3	0,6	0,7	0,5	1,1	0,7
9	Великобритания	0,03	0,1	0,1	0,1	0,04	0,01	0,1	0,4	0,4	0,8	0,5
10	Ирландия	0,1	0,1	0,1	0,2	0,4	0,3	0,5	0,4	0,6	0,5	0,4
	Прочие страны	2,3	1,2	0,1	0,7	2,5	0,7	1,7	0,9	0,8	1,1	0,8
	Итого	84,3	71,2	73,9	103,7	127,1	106,3	101,0	115,3	144,6	145,8	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0405.

Рис. 42. Импорт сливочного масла и прочих молочных жиров Малайзии по странам в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0405.

Средняя цена импорта за тонну сливочного масла в 2023 г. составила 6 191 долл США, что на 7,5% ниже уровня предыдущего года. Поставки из Нидерландов и Франции осуществлялись по ценам на 36,9% и 31,2% выше средней соответственно, из Новой Зеландии и Уругвая — на 7,8% и 7,7% ниже средней соответственно.

Табл. 29. Средняя импортная цена на сливочное масло по странам-экспортерам, 2014–2023 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Отклонение от средней цены в 2023 г., %
Средняя цена	4 970	4 086	3 943	5 438	6 182	5 559	5 298	5 884	6 692	6 191	—
Нидерланды	6 716	4 651	5 359	8 786	7 909	6 387	5 347	5 717	8 750	8 478	36,9
Франция	6 491	5 077	4 996	5 901	6 986	6 463	7 081	7 214	7 872	8 120	31,2
Австралия	4 856	4 227	4 117	5 648	6 295	5 807	6 180	6 250	6 506	7 716	24,6
Ирландия	8 286	5 923	7 643	7 000	8 158	8 611	8 722	7 148	7 773	7 559	22,1
Бельгия	6 620	4 769	4 609	5 492	6 620	7 034	6 042	6 042	8 413	7 424	19,9
Дания	9 457	5 904	4 947	7 434	8 665	7 198	7 136	7 406	6 592	7 110	14,9
Германия	7 345	7 180	4 688	5 798	6 982	5 896	5 333	5 422	7 403	6 564	6,0
Великобритания	6 000	3 833	2 333	4 200	5 000	5 000	4 778	4 769	7 450	6 283	1,5
Уругвай	—	—	3 179	4 920	5 641	4 500	3 960	4 661	5 980	5 712	-7,7
Новая Зеландия	4 737	3 796	3 645	5 275	5 911	5 177	4 521	5 376	6 542	5 709	-7,8

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 040510

2.1.5. Сывороточные ингредиенты

Производство

Производство сывороточных ингредиентов в Малайзии отсутствует. Все объемы потребления обеспечиваются импортными поставками.

Потребление

Импортная сухая молочная сыворотка широко используется в перерабатывающей промышленности, в частности в производстве хлебобулочной продукции, шоколадных и других кондитерских изделий для продажи не только на внутреннем, но и на внешнем рынках.

В наибольших объемах сухая молочная сыворотка используется производителями сладкого печенья и прочих фасованных хлебобулочных изделий. Сывороточные белки являются очень ценными ингредиентами, позволяющими придать необходимый вкус, цвет и текстуру мучной продукции, производство которой хорошо развито в стране.

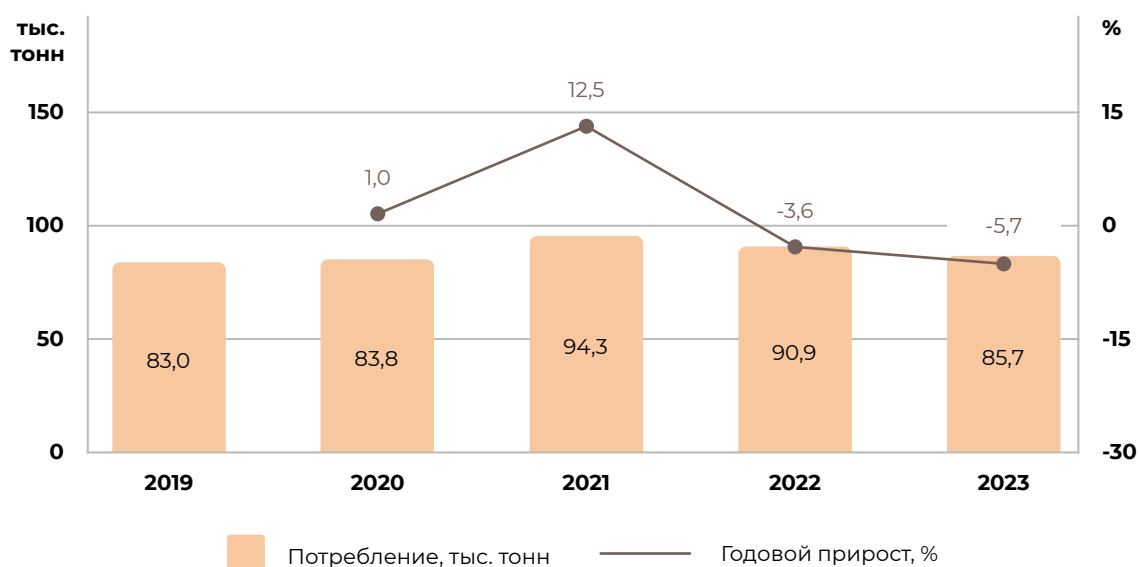
Малайзия экспортирует хлебобулочные изделия и печенье в такие страны как Сингапур, Австралия, Республика Корея и Япония. Потребители на этих развитых рынках предъявляют высокие требования к качеству продуктов питания, что мотивирует малайзийских производителей разрабатывать новинки. Ожидается, что внутренний спрос и умеренно растущий экспорт хлебобулочной продукции будут стимулировать увеличение объемов импорта сывороточных ингредиентов в Малайзии в ближайшей перспективе.

Смеси с добавлением сладкой сухой сыворотки или сывороточного пермеата используются не только в производстве печенья и хлебобулочных изделий, но также в секторе животноводства как более качественный и менее дорогостоящий альтернативный ингредиент кормов для животных. В Малайзии интенсивное животноводство зависит от импортных кормов, которые включают зерновые, кукурузу, соевый шрот, сухое обезжиренное молоко, животные белки, а также сухую молочную сыворотку.

В 2023 г. потребление сывороточных ингредиентов в Малайзии составило 85,7 тыс. тонн.



Рис. 43. Потребление сывороточных ингредиентов в Малайзии, 2019–2023 гг., тыс. тонн

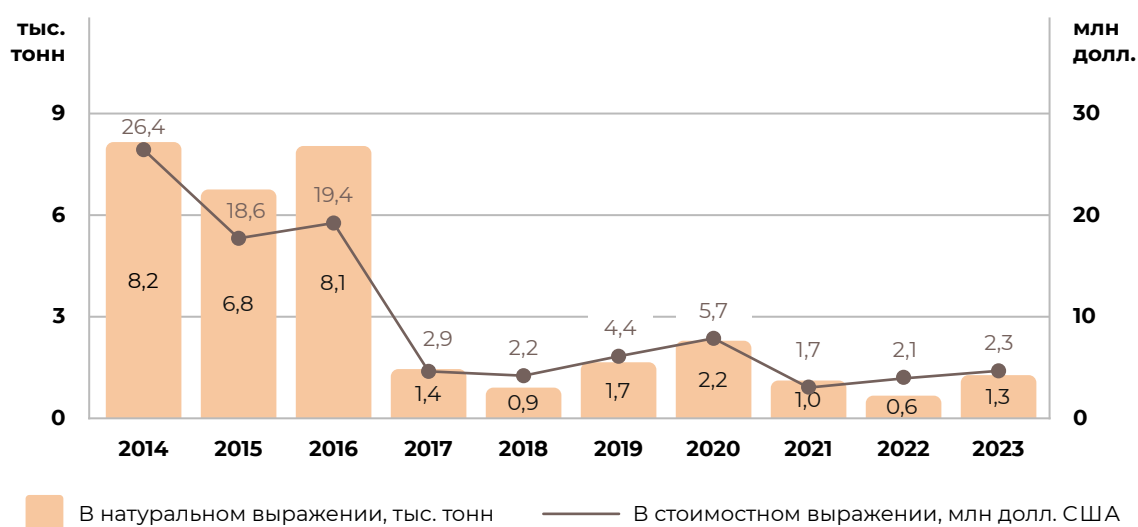


Источник: ITC Trade Map

Экспорт

Экспорт сывороточных ингредиентов Малайзии в 2023 г. составил 1,3 тыс. тонн на сумму 2,3 млн долл. США. Основными покупателями были Республика Корея, Мьянма, Таиланд и Сингапур.

Рис. 44. Экспорт сывороточных ингредиентов Малайзии в натуральном и стоимостном выражении, 2014–2023 гг.



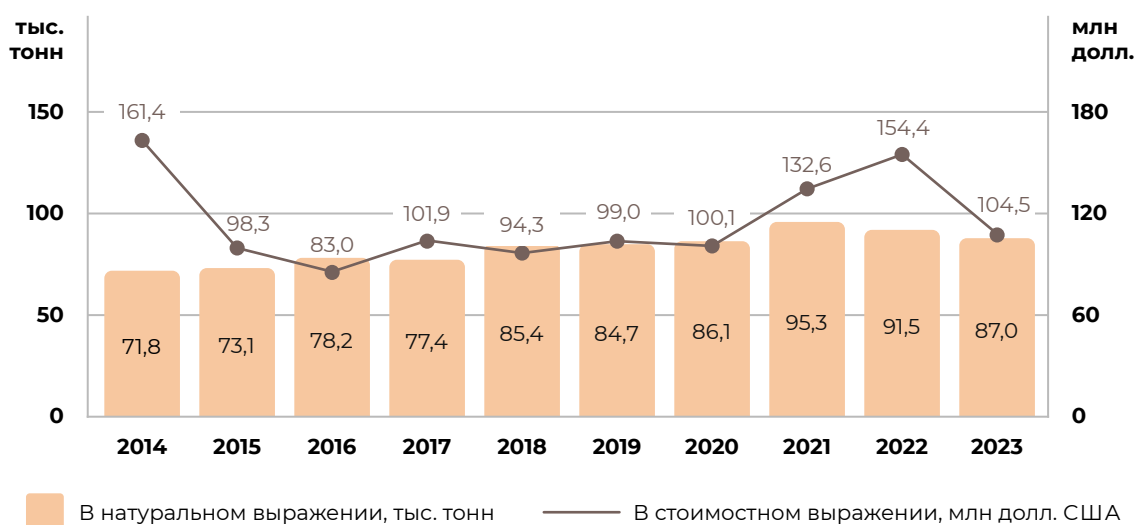
Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0404.

Импорт

В 2023 г. импорт сывороточных ингредиентов Малайзии составил 87,0 тыс. тонн на сумму 104,5 млн долл. США, что на 4,9% ниже показателей предыдущего года в натуральном и на 32,3% в стоимостном выражении.

Рис. 45. Импорт сывороточных ингредиентов Малайзии в натуральном и стоимостном выражении, 2014–2023 гг.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0404.

В структуре импорта сывороточных ингредиентов основной объем в 2023 г. приходился на продукцию под кодом ТН ВЭД 040410, доля поставок которой составила 97,5% в натуральном и 94,1% в стоимостном выражении.

Табл. 30. Структура импорта сывороточных ингредиентов Малайзии по видам в натуральном выражении, 2014–2023 гг., тыс. тонн

Наименование	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
Код ТН ВЭД 040410	71,5	72,8	77,9	77,1	85,1	84,1	85,4	92,5	88,5	84,8	97,5
Код ТН ВЭД 040490	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,6	0,7	2,8	2,9	2,2	2,5
Итого	71,8	73,1	78,2	77,4	85,4	84,7	86,1	95,3	91,5	87,0	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0404.

Табл. 31. Структура импорта сывороточных ингредиентов Малайзии по видам в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США

Наименование	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
Код ТН ВЭД 040410	159,9	97,2	82,2	101,0	93,5	97,6	97,6	122,8	145,5	98,3	94,1
Код ТН ВЭД 040490	1,5	1,0	0,8	0,8	0,8	1,4	2,5	9,8	8,8	6,2	5,9
Итого	161,4	98,3	83,0	101,9	94,3	99,0	100,1	132,6	154,4	104,5	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0404.

Основными поставщиками сывороточных ингредиентов в Малайзию в 2023 г. стали страны ЕС и США. На долю Германии приходилось 23,8% импорта в натуральном и 21,0% в стоимостном выражении, США — 12,0% и 12,4%, Польша — 10,5% и 10,3%, Франция 10,0% и 10,6% и Ирландия — 10,4% и 9,5%.

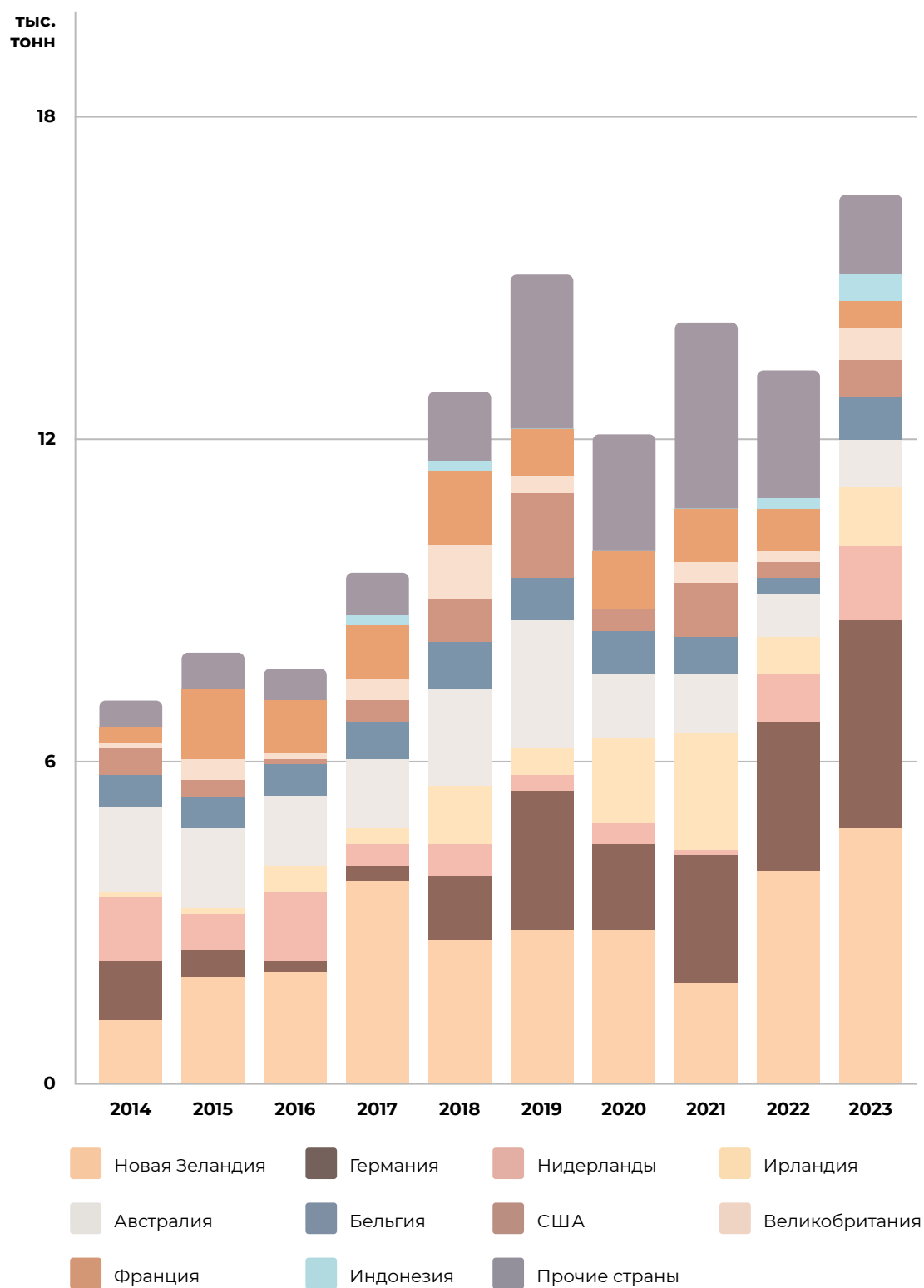
Табл. 32. Импорт сывороточных ингредиентов Малайзии по странам в натуральном выражении, 2014–2023 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
1	Германия	6,1	7,9	8,9	10,2	14,7	12,0	12,9	14,2	21,6	20,7	23,8
2	США	14,1	13,2	13,1	6,5	12,3	12,1	11,8	12,7	13,9	10,5	12,0
3	Польша	10,0	11,8	9,6	9,5	11,2	9,1	9,5	9,0	9,2	9,1	10,5
4	Ирландия	1,0	1,0	3,8	2,9	5,4	5,9	6,8	9,2	9,4	9,1	10,4
5	Франция	14,3	14,7	13,2	13,1	10,3	15,5	13,4	15,2	11,9	8,7	10,0
6	Австралия	3,8	3,9	3,0	1,4	3,6	4,6	5,3	4,1	2,0	5,5	6,3
7	Чехия	8,8	7,0	7,5	8,9	8,5	7,6	7,1	8,3	5,3	4,8	5,5
8	Литва	0,6	2,2	2,3	3,3	4,4	4,7	6,1	5,5	4,7	4,2	4,8
9	Новая Зеландия	6,1	1,2	4,0	5,8	3,8	4,9	5,0	4,7	4,7	4,0	4,6
10	Латвия	0,2	2,0	1,7	2,9	2,9	2,5	2,4	2,1	1,5	3,8	4,4
	Прочие страны	6,8	8,3	11,2	13,0	8,1	6,1	5,8	10,4	7,3	6,5	7,5
	Итого	71,8	73,1	78,2	77,4	85,4	84,7	86,1	95,3	91,5	87,0	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0404.

Рис. 46. Импорт сыровоточных ингредиентов Малайзии по странам в натуральном выражении, 2014–2023 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0404.

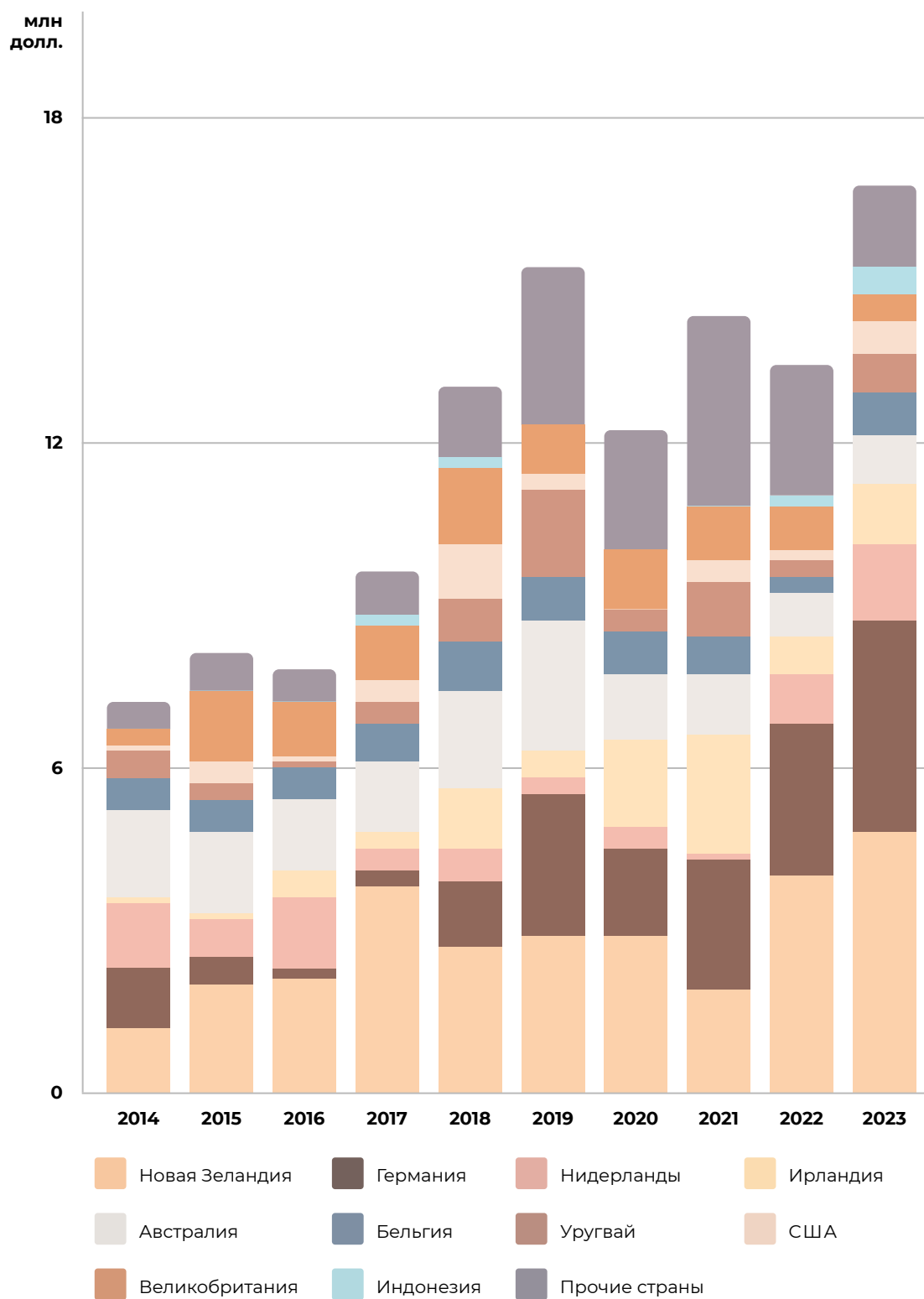
Табл. 33. Импорт сывороточных ингредиентов Малайзии по странам в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
1	Германия	9,5	9,2	7,3	11,6	14,8	12,9	12,9	18,3	32,4	21,9	21,0
2	США	24,1	18,0	12,2	7,6	12,5	13,4	13,3	14,4	21,7	13,0	12,4
3	Франция	26,1	21,5	15,7	18,4	12,0	19,1	16,5	20,4	19,6	11,1	10,6
4	Польша	17,1	14,0	7,4	10,6	10,8	9,3	9,6	11,5	16,3	10,7	10,3
5	Ирландия	2,8	1,8	5,4	4,3	6,8	6,9	6,8	11,6	13,3	9,9	9,5
6	Новая Зеландия	44,9	4,0	8,1	10,3	6,4	7,7	8,0	11,7	12,6	8,9	8,5
7	Австралия	6,7	5,9	2,4	2,5	3,8	5,4	6,7	5,9	3,7	6,2	6,0
8	Чехия	15,0	8,1	7,3	11,9	9,9	9,2	8,3	12,2	8,7	5,6	5,4
9	Литва	1,2	2,2	1,6	3,4	4,1	5,2	7,8	6,9	8,6	4,5	4,3
10	Нидерланды	4,1	3,2	7,5	2,6	1,9	1,6	1,8	3,9	4,3	4,2	4,1
	Прочие страны	9,9	10,4	8,1	18,6	11,5	8,4	8,5	16,0	13,2	8,4	8,0
	Итого	161,4	98,3	83,0	101,9	94,3	99,0	100,1	132,6	154,4	104,5	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0404.

Рис. 47. Импорт сывороточных ингредиентов Малайзии по странам в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0404.

Средняя импортная цена продукции под кодом ТН ВЭД 040410 в 2023 г. составила 1 201 долл. США за тонну, что 28,9% ниже уровня предыдущего года. Наиболее дорогая продукция поставлялась из Новой Зеландии (в 1,8 раза выше средней цены). Поставки из Литвы и Германии осуществлялись по наиболее низким ценам — на 11,6% и 11,7% ниже средних соответственно.

Табл. 34. Средняя импортная цена на продукцию кода ТН ВЭД 040410 по странам-экспортерам, 2014–2023 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Отклонение от средней цены в 2023 г., %
Средняя цена	2 248	1 345	1 061	1 316	1 104	1 169	1 163	1 391	1 688	1 201	—
Новая Зеландия	7 370	3 418	2 055	1 788	1 667	1 576	1 601	2 512	2 671	2 202	в 1,8 раза
Нидерланды	2 549	1 858	1 940	2 356	2 642	2 020	3 187	2 286	2 758	1 468	22,2
Франция	1 828	1 458	1 190	1 408	1 165	1 232	1 231	1 342	1 641	1 272	5,9
США	1 708	1 366	932	1 175	1 015	1 108	1 125	1 131	1 557	1 240	3,2
Польша	1 709	1 184	772	1 116	959	1 025	1 011	1 276	1 778	1 174	-2,2
Чехия	1 715	1 166	973	1 337	1 158	1 211	1 162	1 473	1 655	1 166	-2,9
Австралия	1 749	1 532	791	1 785	1 053	1 167	1 258	1 437	1 863	1 137	-5,3
Ирландия	2 779	1 833	1 409	1 474	1 258	1 184	1 005	1 267	1 421	1 090	-9,2
Литва	1 878	991	692	1 032	931	1 114	1 267	1 248	1 844	1 063	-11,6
Германия	1 546	1 160	823	1 134	1 002	1 075	1 002	1 287	1 500	1 061	-11,7

Источник: ITC Trade Map

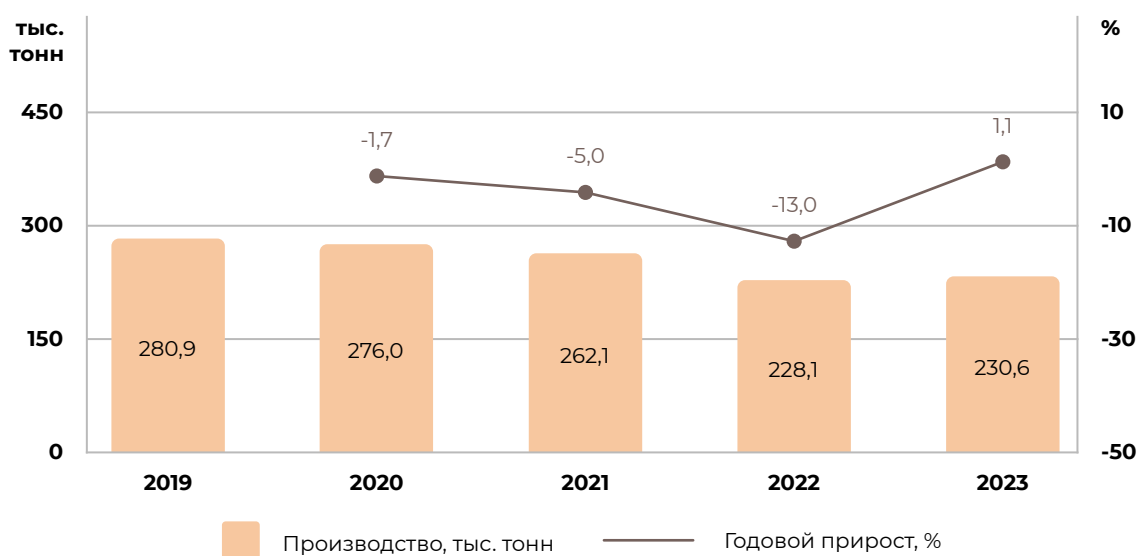
Примечание. Код ТН ВЭД 040410

2.1.6. Концентрированное молоко

Производство

Концентрированное молоко является востребованным молочным продуктом на рынке Малайзии. В 2023 г. объем производства концентрированного молока в Малайзии составил 230,6 тыс. тонн, что на 1,8% выше уровня 2022 г.

Рис. 48. Производство концентрированного молока в Малайзии, 2019–2023 гг., тыс. тонн



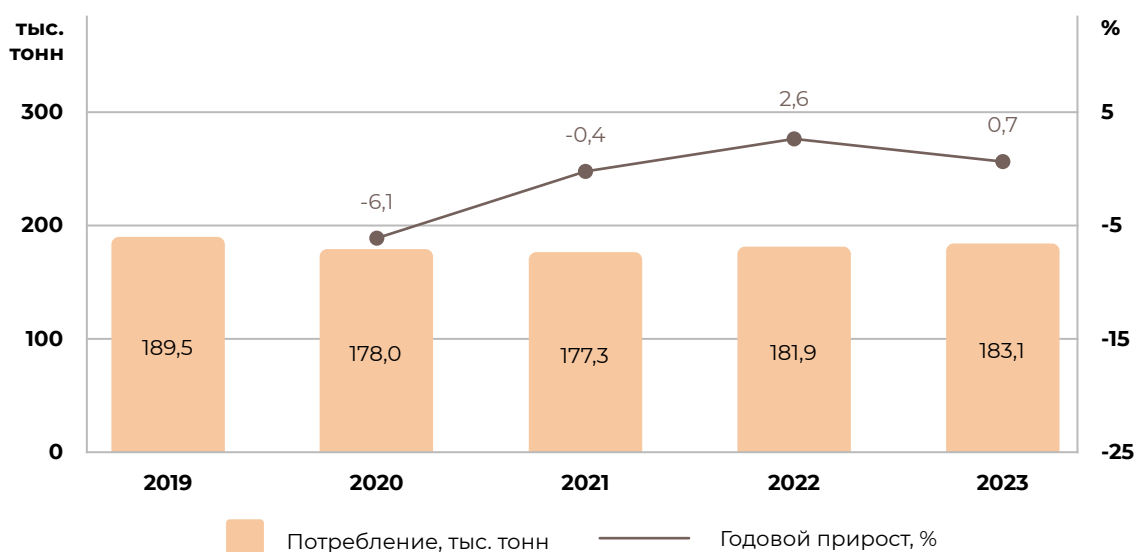
Источник: EMIS, Euromonitor International, ITC Trade Map

Примечание. Без учета переходящих запасов.

Потребление

В 2023 г. объем потребления концентрированного молока в Малайзии составил 183,1 тыс. тонн, что на 0,7% выше, чем в 2022 г. Уровень потребления данной продукции в Малайзии остается стабильно высоким. Местные потребители используют концентрированное молоко при приготовлении блюд, а также добавляют в чай.

Рис. 49. Потребление концентрированного молока в Малайзии, 2019–2023 гг., тыс. тонн



Источник: EMIS, Euromonitor International, ITC Trade Map

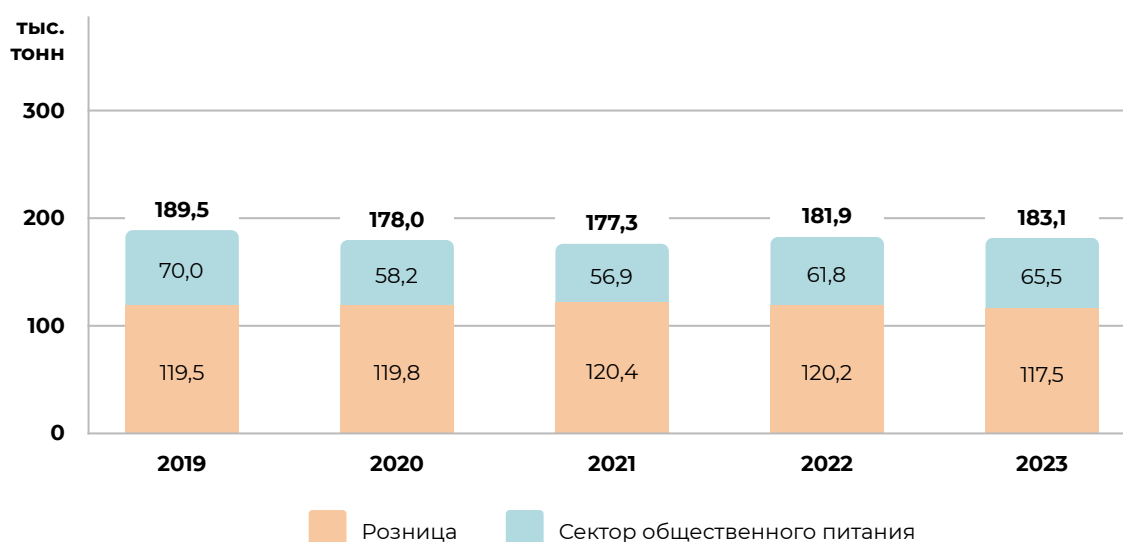
Примечание. Без учета переходящих запасов.

Каналы продаж и ключевые игроки

Основной объем потребления концентрированного молока в Малайзии в 2023 г. приходился на розничный канал сбыта, доля которого составила 64,2% всего объема в натуральном выражении. Потребление концентрированного молока в секторе общественного питания составило 65,5 тыс. тонн (35,8% общего объема).

Среди производителей концентрированного молока на рынке лидирует компания Thai Beverage (бренды F&N, Teh Tarik, Teapot и Gold Coin), которая занимала около 60% рынка в 2023 г. Кроме того, на рынке присутствует концентрированное молоко от компаний Asahi Group (бренд Dairy Champ) и Nestlé (бренды Milkmaid и Carnation).

Рис. 50. Структура потребления концентрированного молока в Малайзии по каналам сбыта в натуральном выражении, 2019–2023 гг., тыс. тонн

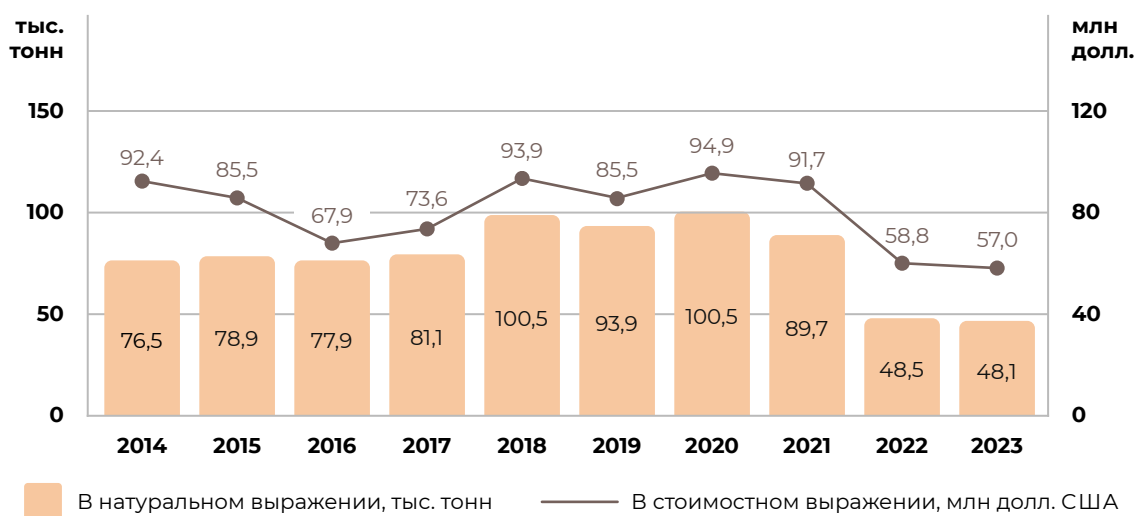


Источник: EMIS, Euromonitor International

Экспорт

Объемы экспортных поставок концентрированного молока Малайзии в 2023 г. составили 48,1 тыс. тонн на сумму 57,0 млн долл. США. В структуре экспорта более 90% объемов приходится на концентрированное молоко с сахаром. Основными покупателями являются Индонезия, Филиппины, Мексика, Таиланд, Мадагаскар и Бруней.

Рис. 51. Экспорт концентрированного молока Малайзии в натуральном и стоимостном выражении, 2014–2023 гг.



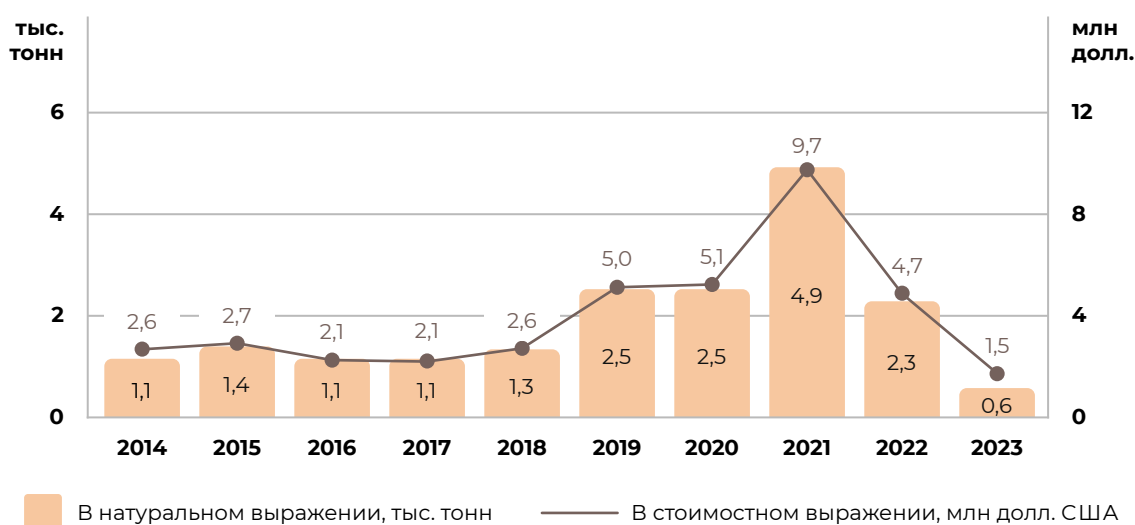
Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 040291, 040299.

Импорт

В 2023 г. Малайзия импортировала 0,6 тыс. тонн концентрированного молока на сумму 1,5 млн долл. США, что стало минимальным показателем за последние годы.

Рис. 52. Импорт концентрированного молока Малайзии в натуральном и стоимостном выражении, 2014–2023 гг.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 040291, 040299.

Большая часть поставок концентрированного молока в Малайзию в 2023 г. приходилась на концентрированное молоко с сахаром, доля поставок которого составила 91,7% в натуральном и 92,7% в стоимостном выражении.

Табл. 35. Структура импорта концентрированного молока Малайзии по видам в натуральном выражении, 2014–2023 гг., тыс. тонн

Наименование	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
Концентрированное молоко с сахаром	0,6	1,2	0,8	0,6	0,7	1,2	1,8	2,9	1,2	0,5	91,7
Концентрированное молоко без сахара	0,5	0,3	0,2	0,4	0,6	1,3	0,7	2,0	1,0	0,05	8,3
Итого	1,1	1,4	1,1	1,1	1,3	2,5	2,5	4,9	2,3	0,6	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 040291, 040299.

Табл. 36. Структура импорта концентрированного молока Малайзии по видам в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США

Наименование	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
Концентрированное молоко с сахаром	1,1	2,1	1,6	1,2	1,3	2,3	3,7	5,5	2,7	1,4	92,7
Концентрированное молоко без сахара	1,5	0,6	0,4	0,9	1,4	2,7	1,4	4,1	2,1	0,1	7,3
Итого	2,6	2,7	2,1	2,1	2,6	5,0	5,1	9,7	4,7	1,5	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 040291, 040299.

Основным поставщиком концентрированного молока в Малайзию по итогам 2023 г. стала Австралия, на долю которой пришлось 72,9% поставок в натуральном выражении. Заметные объемы поставок осуществлялись также из Германии (9,5%) и Таиланда (7,6%).

Табл. 37. Импорт концентрированного молока Малайзии по странам в натуральном выражении, 2014–2023 гг., тыс. тонн

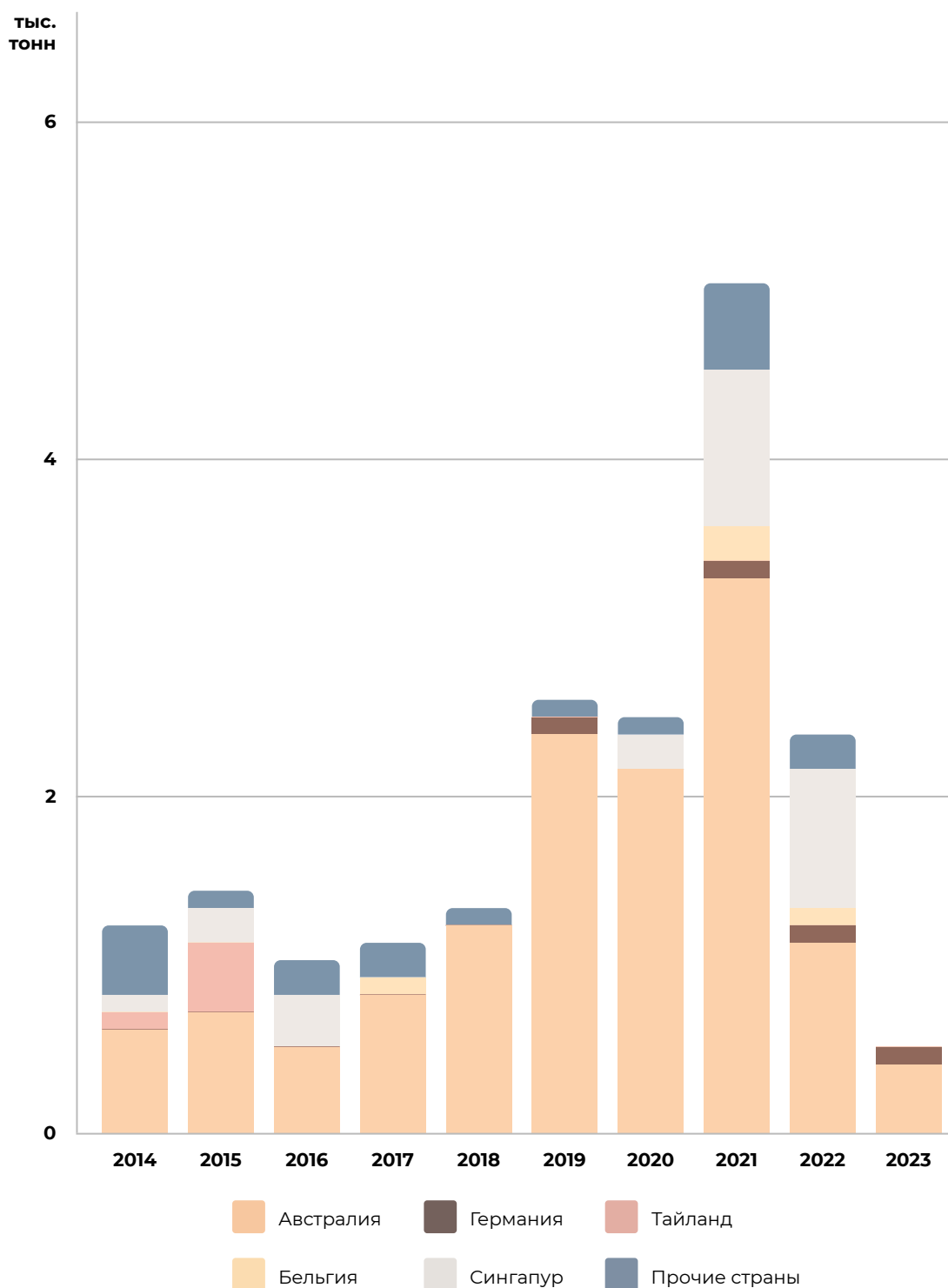
№	Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
1	Австралия	0,6	0,7	0,5	0,8	1,2	2,3	2,1	3,2	1,1	0,4	72,9
2	Германия	0,01	—	—	0,04	0,04	0,1	0,04	0,1	0,1	0,1	9,5
3	Таиланд	0,1	0,4	0,02	—	—	—	0,03	—	0,002	0,04	7,6
4	Бельгия	—	0,03	0,02	0,1	0,002	0,03	0,04	0,2	0,1	0,02	3,5
5	Сингапур	0,1	0,2	0,3	—	—	—	0,2	0,9	0,8	0,01	2,2
	Прочие страны	0,4	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,5	0,2	0,03	4,3
	Итого	1,1	1,4	1,1	1,1	1,3	2,5	2,5	4,9	2,3	0,6	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 040291, 040299.



Рис. 53. Импорт концентрированного молока Малайзии по странам в натуральном выражении, 2014–2023 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 040291, 040299.

В стоимостном выражении в 2023 г. поставки Австралии заняли 74,0% общего объема импорта, Германии и Бельгии — 10,5% и 6,2% соответственно.

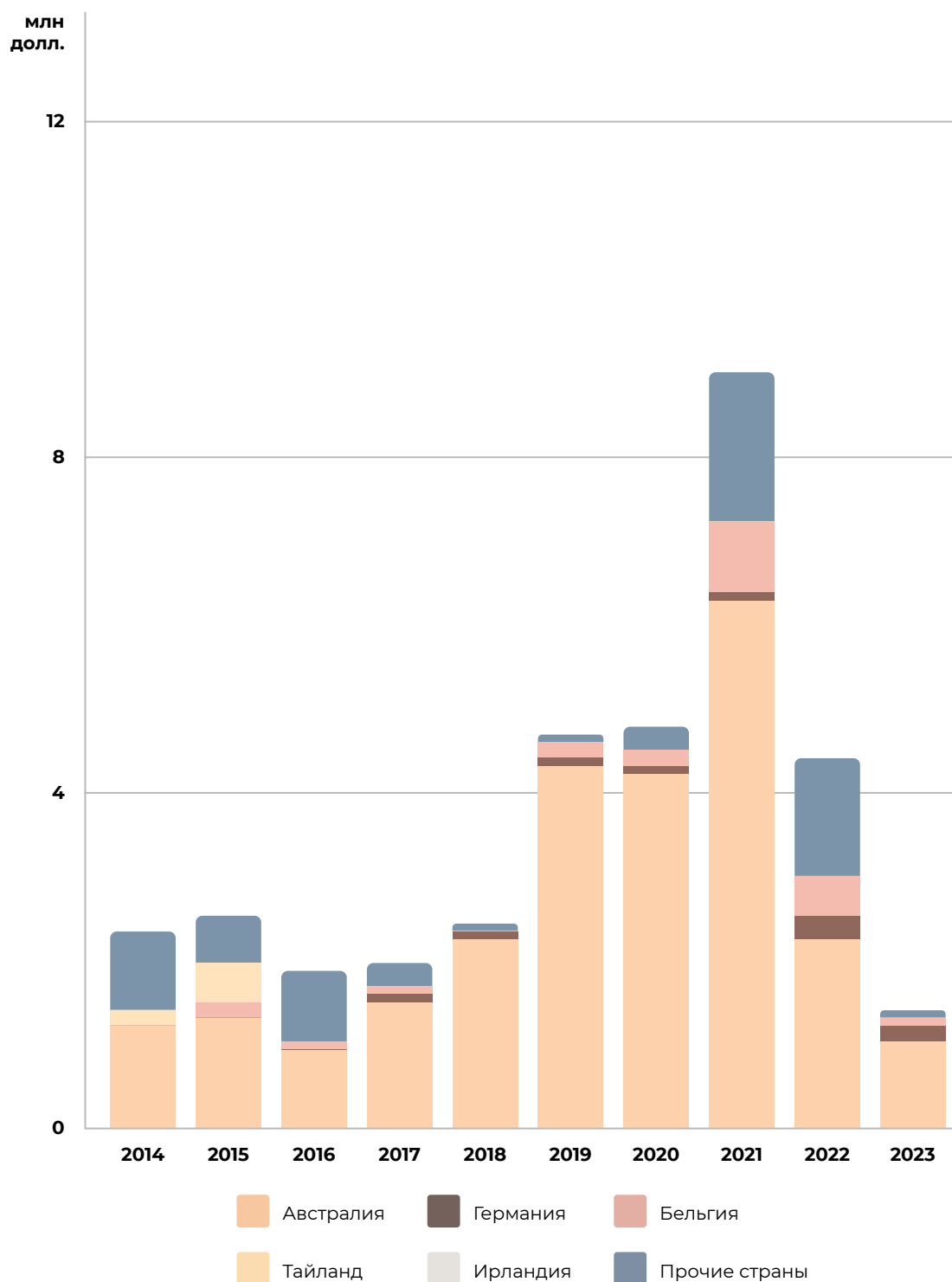
Табл. 38. Импорт концентрированного молока Малайзии по странам в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
1	Австралия	1,3	1,4	1,0	1,6	2,4	4,6	4,5	6,7	2,4	1,1	74,0
2	Германия	0,01	—	—	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,3	0,2	10,5
3	Бельгия	—	0,2	0,1	0,1	0,02	0,2	0,2	0,9	0,5	0,1	6,2
4	Таиланд	0,2	0,5	0,04	—	—	—	0,02	—	0,002	0,05	2,9
5	Ирландия	—	—	—	—	—	—	—	—	0,03	0,04	2,4
	Прочие страны	1,0	0,6	0,9	0,3	0,1	0,1	0,3	1,9	1,5	0,1	3,9
	Итого	2,6	2,7	2,1	2,1	2,6	5,0	5,1	9,7	4,7	1,5	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 040291, 040299.

Рис. 54. Импорт концентрированного молока Малайзии по странам в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 040291, 040299.

Средняя цена импорта за тонну концентрированного молока в 2023 г. составила 2 641 долл. США, на 25,9% выше уровня предыдущего года. Поставки из Бельгии осуществлялись по ценам в 1,8 раза выше средней. Наиболее дешевая продукция импортировалась из Таиланда — ниже среднего уровня на 61,3% соответственно.

Табл. 39. Средняя импортная цена на концентрированное молоко по странам-экспортерам, 2014–2023 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Отклонение от средней цены в 2023 г., %
Средняя цена	2 260	1 875	1 963	2 005	1 950	1 986	2 061	1 965	2 098	2 641	—
Бельгия	—	5 452	5 714	2 271	8 000	5 900	5 718	5 590	6 187	4 750	в 1,8 раза
Ирландия	—	—	—	—	—	—	—	—	14 000	3 364	27,4
Германия	2 600	—	—	2 514	1 780	2 213	2 389	1 724	2 487	2 927	10,8
Австралия	2 230	2 014	1 931	1 997	1 984	1 970	2 167	2 077	2 288	2 682	1,6
Таиланд	1 723	1 462	1 750	—	—	—	885	—	1 000	1 023	-61,3

Источник: ITC Trade Map

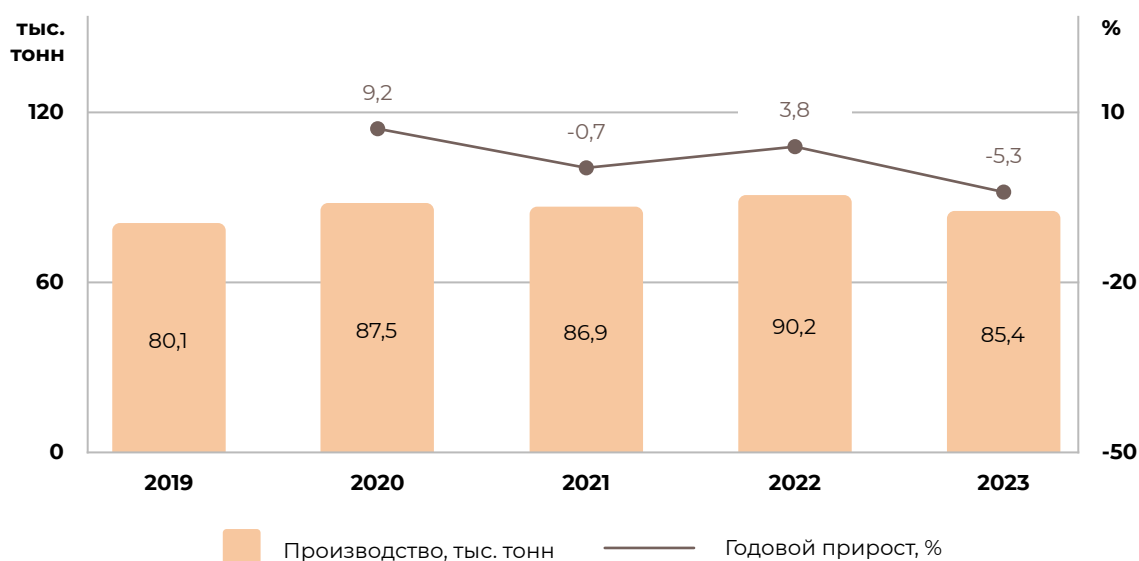
Примечание. Код ТН ВЭД 040291, 040299.

2.1.7. Кисломолочная продукция

Производство

Производство кисломолочной продукции Малайзии в 2023 г. составило 85,4 тыс. тонн, что на 5,3% ниже уровня в 2022 г.

Рис. 55. Производство кисломолочной продукции в Малайзии, 2019–2023 гг., тыс. тонн



Источник: EMIS, Euromonitor International, ITC Trade Map

Примечание. Без учета переходящих запасов.

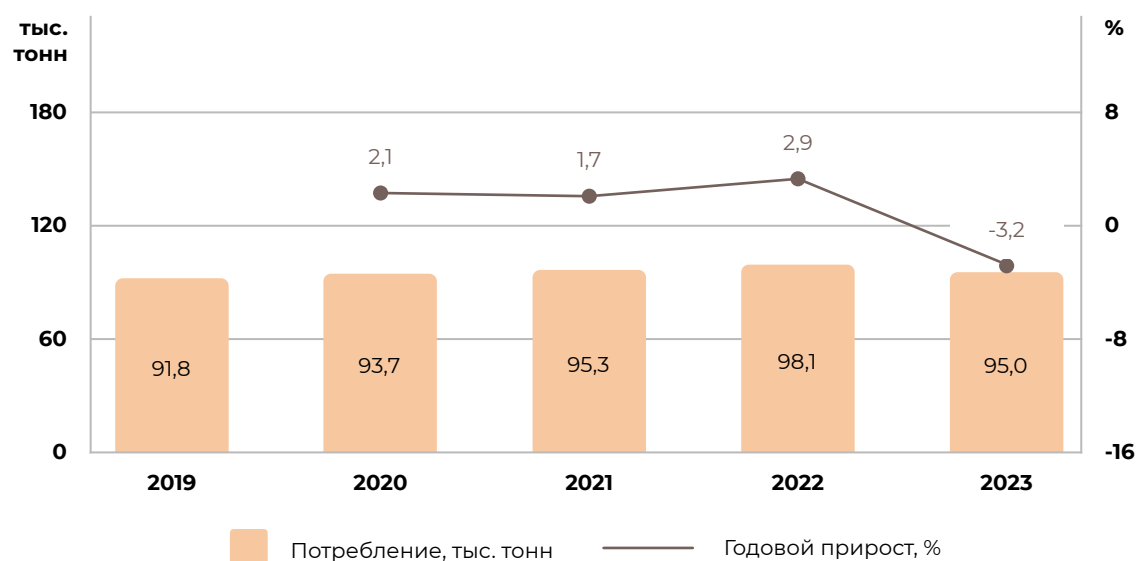
Потребление

Большинство жителей Малайзии знакомо с йогуртом и положительно воспринимают его полезные свойства, тем не менее йогурт все еще не рассматривается ими как необходимый для включения в рацион питания продукт.

Йогурты с различными вкусами являются гораздо более привлекательными для малайзийцев, нежели простые йогурты. Использование экзотических ингредиентов в рецептуре создает дополнительные возможности роста спроса на продукт, однако забота о здоровье все еще является ключевой причиной покупки йогуртов и другой кисломолочной продукции.

В 2023 г. потребление кисломолочной продукции в Малайзии составило 95,0 тыс. тонн, что на 3,2% меньше, чем в предыдущем году.

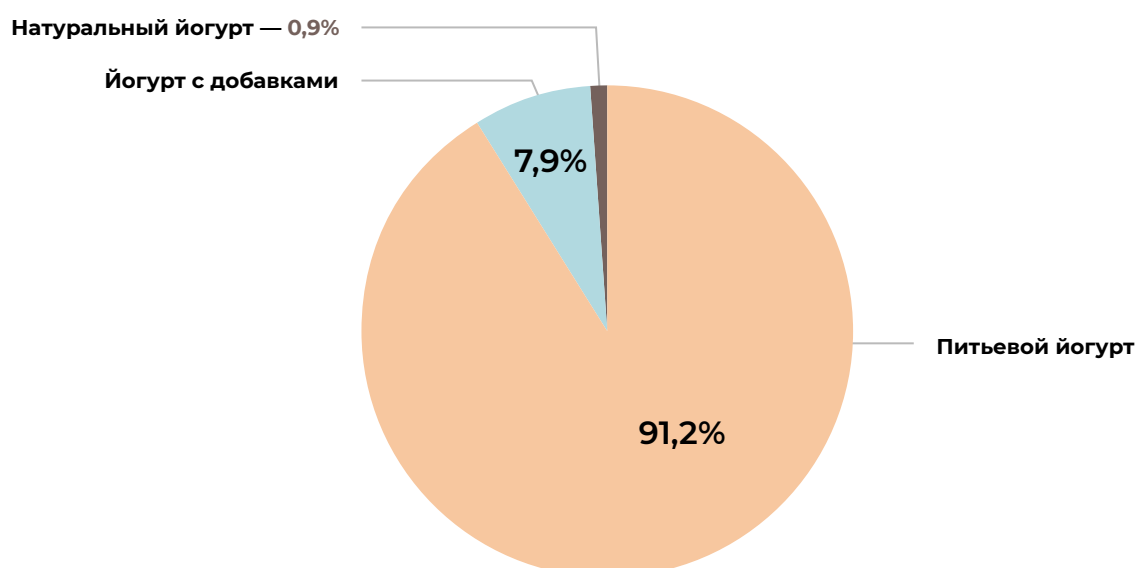
Рис. 56. Потребление кисломолочной продукции Малайзии, 2019–2023 гг., тыс. тонн



Источник: EMIS, Euromonitor International, ITC Trade Map

В структуре потребления кисломолочной продукции в Малайзии в 2023 г. основной объем занял питьевой йогурт с долей 91,2% общего объема в натуральном выражении. На йогурт с добавками приходилось 7,9% объема, на натуральный йогурт — 0,9%.

Рис. 57. Структура потребления кисломолочной продукции в Малайзии по видам в натуральном выражении, 2023 г., %



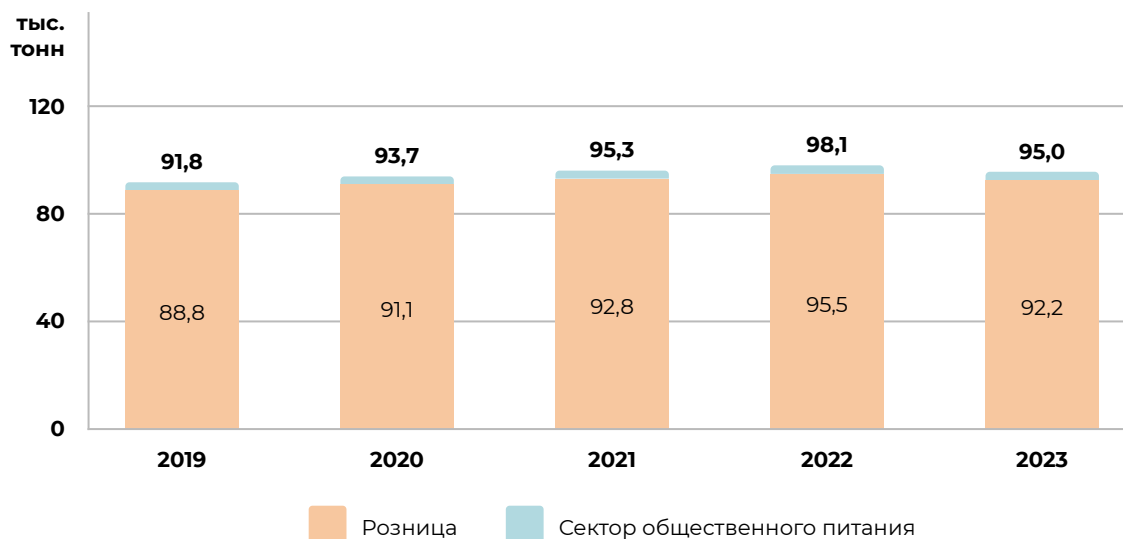
Источник: EMIS, Euromonitor International

Каналы продаж и ключевые игроки

Основной объем потребления кисломолочной продукции в Малайзии приходится на розничный канал сбыта, доля которого в 2023 г. составила 97,1% общего объема в натуральном выражении.

Крупнейшими игроками на рынке кисломолочной продукции являются Malaysia Dairy Industries (бренды Vitagen и Marigold), Lactalis (бренд Lactel), Yakult Honsha (бренд Yakult), FrieslandCampina (бренд Dutch Lady) и Asahi Group (бренд Calpis).

Рис. 58. Структура потребления кисломолочной продукции в Малайзии по каналам сбыта в натуральном выражении, 2019–2023 гг., тыс. тонн

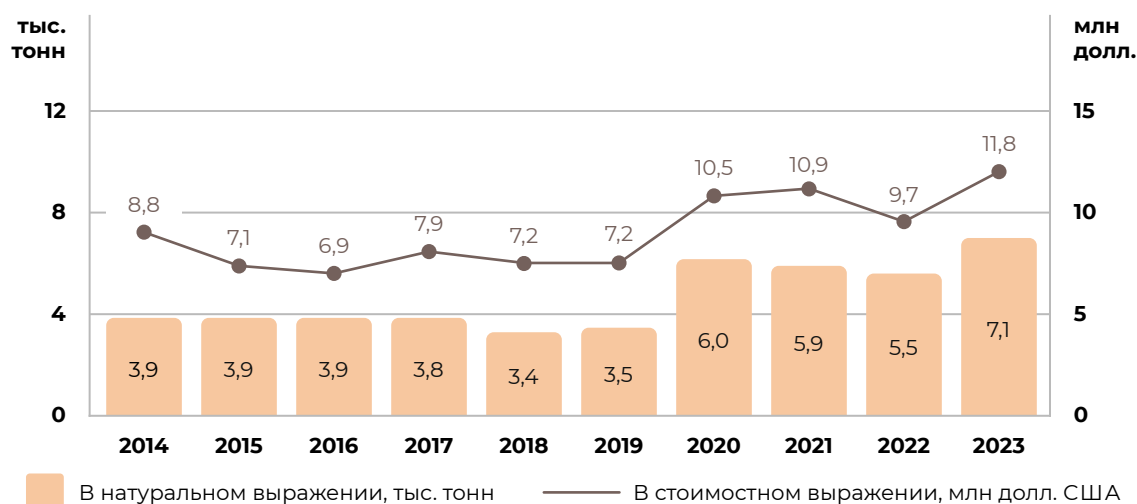


Источник: EMIS, Euromonitor International

Экспорт

Экспорт кисломолочной продукции Малайзии в 2023 г. оценивался в 7,1 тыс. тонн на сумму 11,8 млн долл. США. Основной объем поставок осуществлялся в направлении Сингапура и Филиппин.

Рис. 59. Экспорт кисломолочной продукции Малайзии в натуральном и стоимостном выражении, 2014–2023 гг.



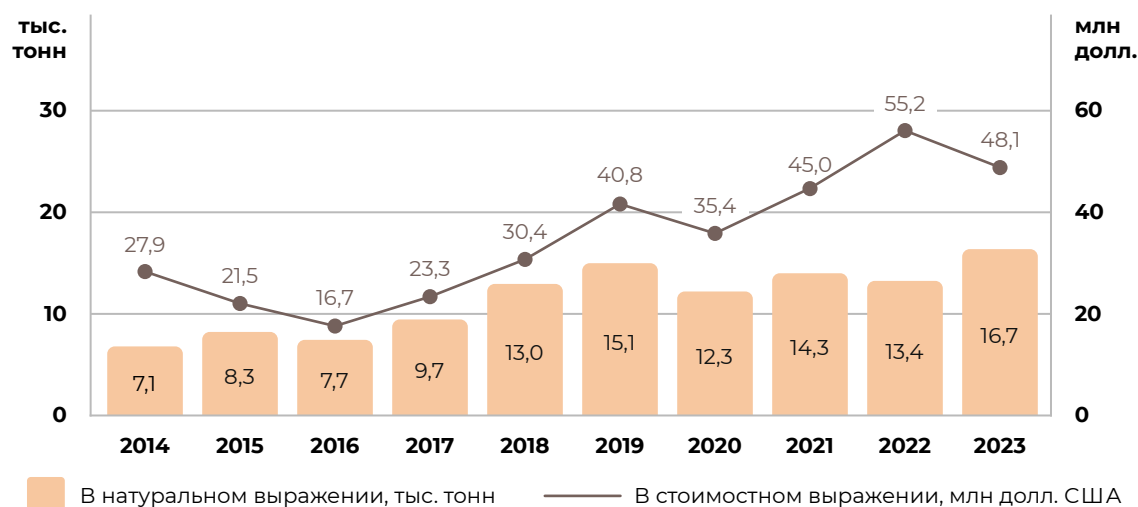
Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0403.

Импорт

В 2023 г. импорт кисломолочной продукции Малайзии составил 16,7 тыс. тонн на сумму 48,1 млн долл. США, что на 24,1% выше уровня предыдущего года в натуральном выражении и на 12,9 ниже в стоимостном. В структуре импорта кисломолочной продукции более 85% приходилось на питьевой йогурт.

Рис. 60. Импорт кисломолочной продукции Малайзии в натуральном и стоимостном выражении, 2014–2023 гг.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0403.

Лидерами по поставкам кисломолочной продукции в Малайзию по итогам 2023 г. являлись Новая Зеландия и Германия, на долю которых приходилось 28,8% и 23,6% объема в натуральном выражении соответственно и 33,4% и 19,1% в стоимостном. Заметные объемы импорта осуществлялись из Нидерландов (8,4% в натуральном и 8,3% в стоимостном выражении), Ирландии (6,4% и 5,6%) и Австралии (5,4% и 8,2%).

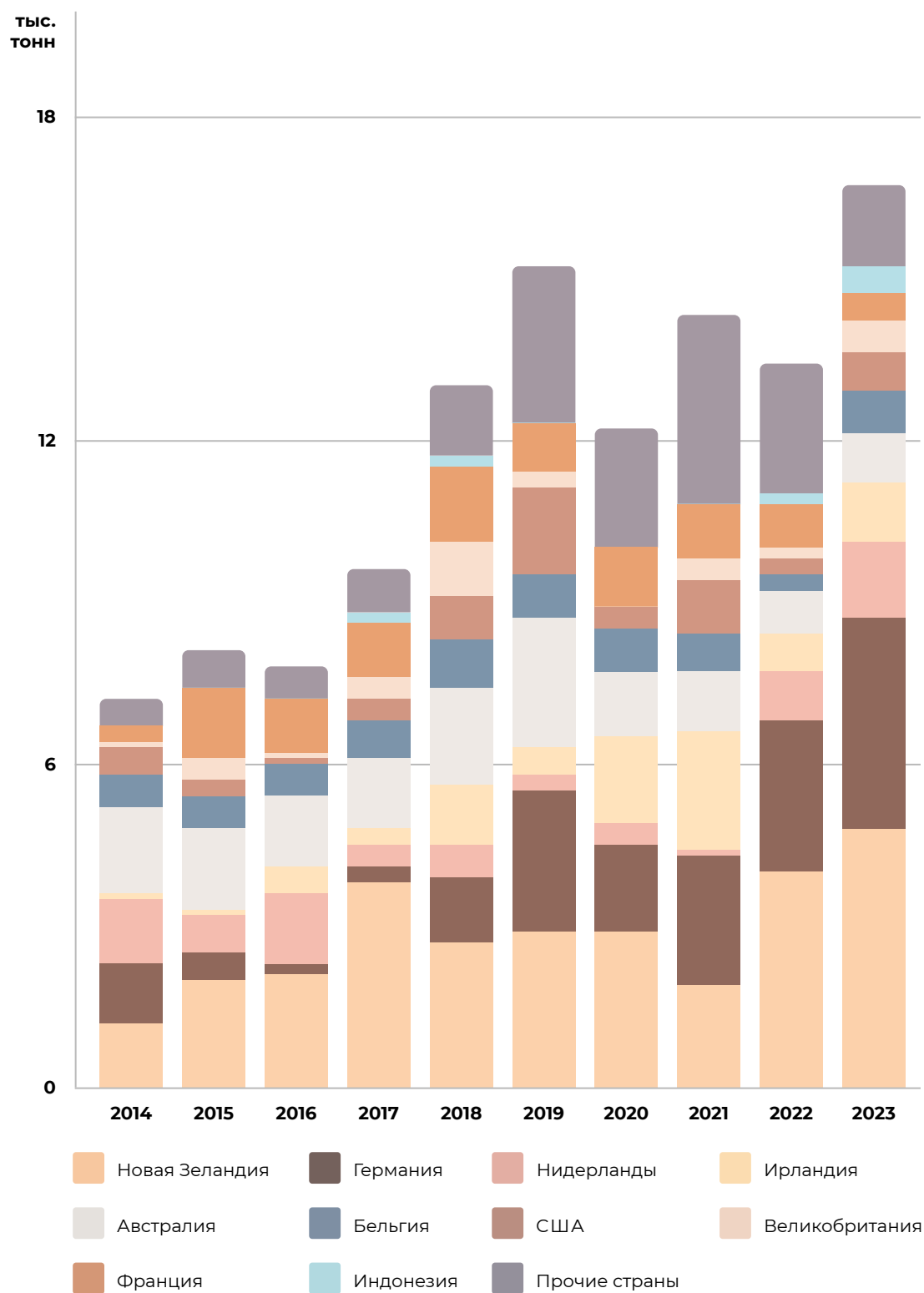
Табл. 40. Импорт кисломолочной продукции Малайзии по странам в натуральном выражении, 2014–2023 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
1	Новая Зеландия	1,2	2,0	2,1	3,8	2,7	2,9	2,9	1,9	4,0	4,8	28,8
2	Германия	1,1	0,5	0,2	0,3	1,2	2,6	1,6	2,4	2,8	3,9	23,6
3	Нидерланды	1,2	0,7	1,3	0,4	0,6	0,3	0,4	0,1	0,9	1,4	8,4
4	Ирландия	0,1	0,1	0,5	0,3	1,1	0,5	1,6	2,2	0,7	1,1	6,4
5	Австралия	1,6	1,5	1,3	1,3	1,8	2,4	1,2	1,1	0,8	0,9	5,4
6	Бельгия	0,6	0,6	0,6	0,7	0,9	0,8	0,8	0,7	0,3	0,8	4,6
7	США	0,5	0,3	0,1	0,4	0,8	1,6	0,4	1,0	0,3	0,7	4,2
8	Великобритания	0,1	0,4	0,1	0,4	1,0	0,3	0,01	0,4	0,2	0,6	3,6
9	Франция	0,3	1,3	1,0	1,0	1,4	0,9	1,1	1,0	0,8	0,5	3,1
10	Индонезия	—	—	—	0,2	0,2	0,001	—	—	0,2	0,5	3,1
	Прочие страны	0,5	0,7	0,6	0,8	1,3	2,9	2,2	3,5	2,4	1,5	8,8
	Итого	7,1	8,3	7,7	9,7	13,0	15,1	12,3	14,3	13,4	16,7	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0403

Рис. 61. Импорт кисломолочной продукции Малайзии по странам в натуральном выражении, 2014–2023 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0403.

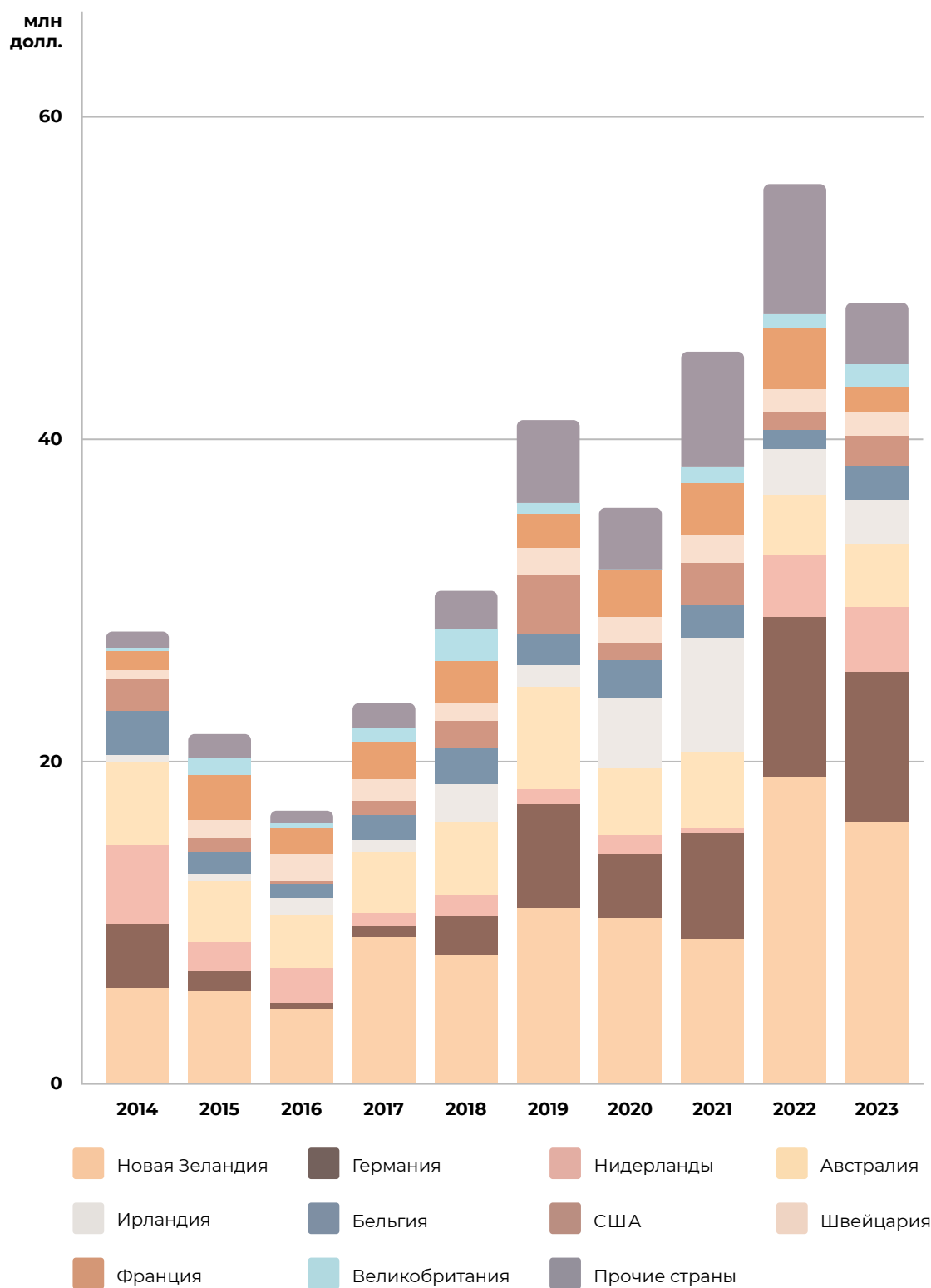
Табл. 41. Импорт кисломолочной продукции Малайзии по странам в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
1	Новая Зеландия	5,9	5,7	4,6	9,0	7,9	10,8	10,2	8,9	18,9	16,1	33,4
2	Германия	3,9	1,2	0,4	0,7	2,4	6,4	3,9	6,5	9,8	9,2	19,1
3	Нидерланды	4,9	1,8	2,1	0,8	1,3	0,9	1,2	0,3	3,8	4,0	8,3
4	Австралия	5,1	3,8	3,3	3,7	4,5	6,3	4,1	4,7	3,7	3,9	8,2
5	Ирландия	0,4	0,4	1,0	0,8	2,3	1,3	4,3	7,0	2,8	2,7	5,6
6	Бельгия	2,7	1,3	0,9	1,5	2,2	1,9	2,3	2,0	1,2	2,0	4,2
7	США	2,0	0,9	0,2	0,9	1,7	3,7	1,1	2,6	1,1	1,9	4,0
8	Швейцария	0,5	1,1	1,6	1,3	1,1	1,6	1,6	1,7	1,4	1,5	3,2
9	Франция	1,2	2,8	1,6	2,3	2,6	2,1	2,9	3,2	3,7	1,5	3,1
10	Великобритания	0,2	1,0	0,3	0,9	1,9	0,7	0,03	1,0	0,9	1,4	3,0
	Прочие страны	1,0	1,5	0,8	1,5	2,4	5,1	3,8	7,1	8,0	3,8	8,0
	Итого	27,9	21,5	16,7	23,3	30,4	40,8	35,4	45,0	55,2	48,1	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0403

Рис. 62. Импорт кисломолочной продукции Малайзии по странам в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0403.

Средняя импортная цена кисломолочной продукции в 2023 г. составила 2 884 долл. США за тонну, что на 29,8% ниже показателя предыдущего года. Наиболее высокие цены отмечались на поставки из Швейцарии и Австралии — в 1,9 раза и в 1,5 раза выше среднего уровня. Импорт кисломолочной продукции из Германии и Великобритании осуществлялся по ценам ниже средней на 19,3% и 15,6% соответственно.

Табл. 42. Средняя импортная цена на кисломолочную продукцию по странам-экспортерам, 2014–2023 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Отклонение от средней цены в 2023 г., %
Средняя цена	3 944	2 584	2 168	2 415	2 341	2 696	2 891	3 153	4 109	2 884	—
Швейцария	3 849	4 339	4 486	4 505	4 364	4 368	4 422	4 626	4 673	5 369	в 1,9 раза
Австралия	3 137	2 443	2 492	2 839	2 534	2 662	3 454	4 266	4 450	4 352	в 1,5 раза
Новая Зеландия	5 014	2 792	2 223	2 349	2 906	3 749	3 536	4 660	4 711	3 344	15,9
Франция	4 046	2 161	1 663	2 173	1 877	2 430	2 504	3 112	4 329	2 851	-1,1
Нидерланды	4 154	2 549	1 604	2 279	2 453	2 715	2 971	2 867	4 467	2 833	-1,8
США	4 100	2 809	2 798	2 281	2 083	2 298	2 816	2 704	3 933	2 739	-5,0
Бельгия	4 188	2 298	1 514	2 259	2 360	2 549	2 786	2 923	3 666	2 619	-9,2
Ирландия	4 776	3 690	2 027	2 323	2 078	2 432	2 669	3 150	4 007	2 563	-11,1
Великобритания	3 692	2 323	3 353	2 128	1 868	2 559	6 200	2 663	3 724	2 433	-15,6
Германия	3 692	2 258	2 223	2 291	1 916	2 488	2 482	2 732	3 541	2 327	-19,3

Источник: ITC Trade Map

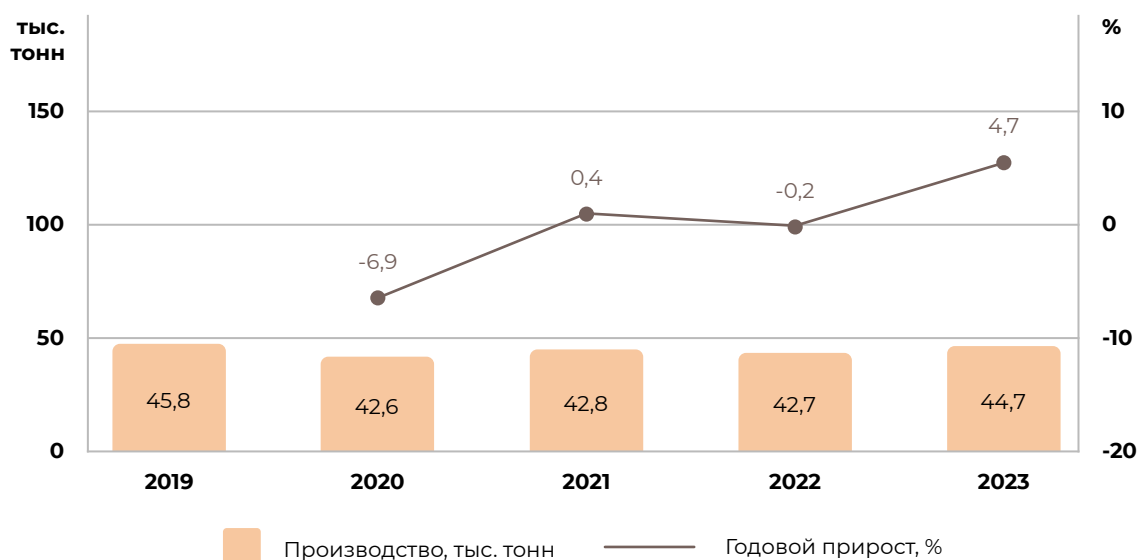
Примечание. Код ТН ВЭД 0403.

2.1.8. Мороженое

Производство

Малайзия является производственным центром для таких экспортных рынков, как Сингапур, Бруней и Китай. Мировые производители мороженого, включая компании Unilever и Nestlé, имеют свои предприятия в Малайзии, на которых производится мороженое популярных брендов, например, Magnum, Nestlé, Cornetto. Согласно данным отраслевых источников, мороженое производится преимущественно из импортного сухого молока. В 2023 г. производство мороженого в Малайзии составило 44,7 тыс. тонн, что на 4,7% выше уровня предыдущего года.

Рис. 63. Производство мороженого в Малайзии, 2019–2023 гг., тыс. тонн



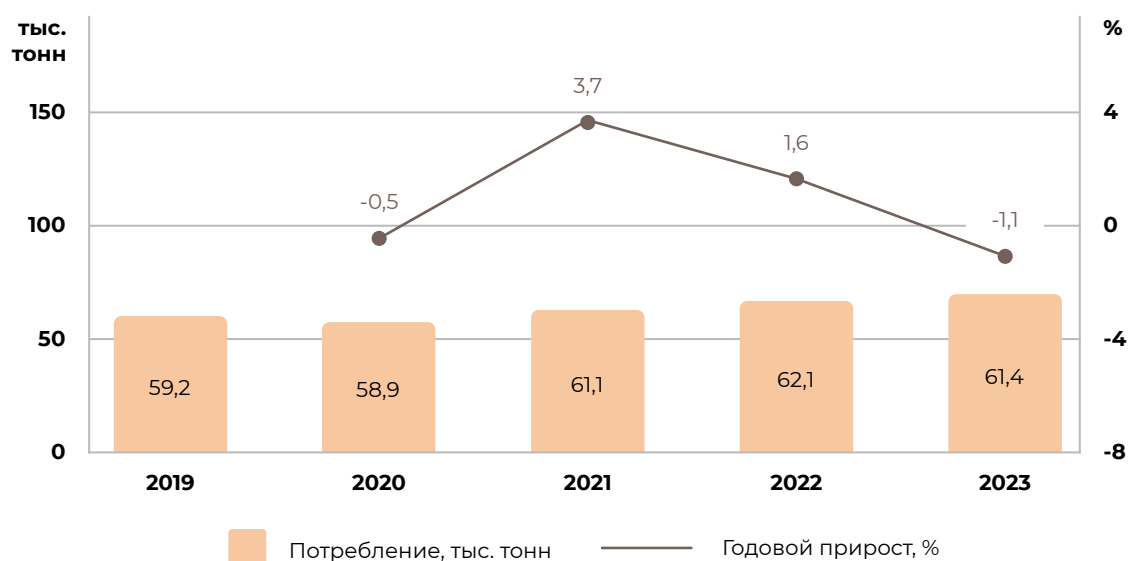
Источник: EMIS, Euromonitor International, ITC Trade Map

Примечание. Без учета переходящих запасов.

Потребление

Потребление мороженого в 2023 г. оценивается в 61,4 тыс. тонн, что на 1,1% ниже показателей предыдущего года. Среднегодовые темпы роста объемов потребления в 2019-2023 гг. составили 0,9% в год.

Рис. 64. Потребление мороженого в Малайзии, 2019–2023 гг., тыс. тонн

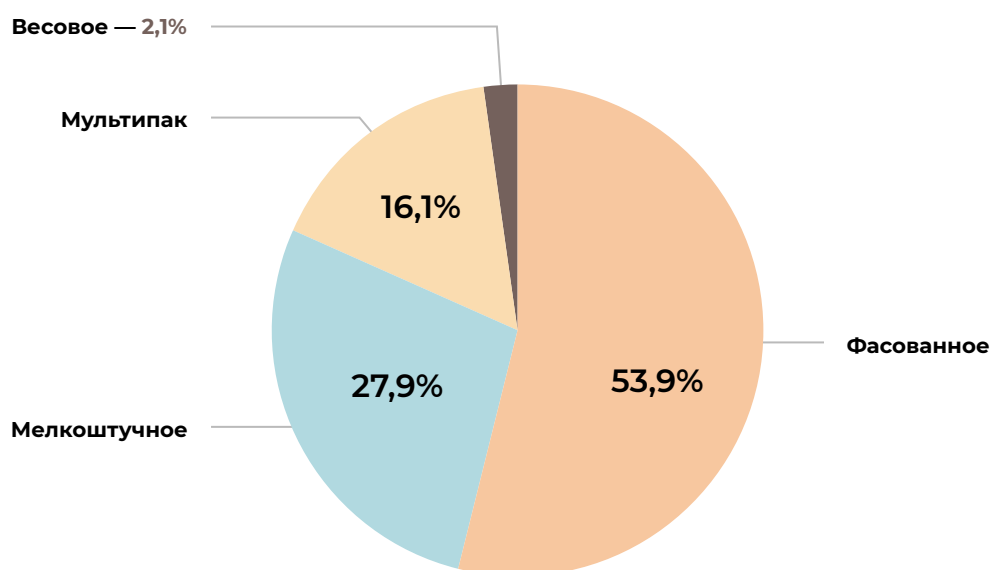


Источник: EMIS, Euromonitor International, ITC Trade Map

Примечание. Без учета переходящих запасов.

В структуре потребления мороженого в Малайзии в 2023 г. основной объем заняли фасованное и мелкоштучное мороженое, с долями 53,9% и 27,9% общего объема в натуральном выражении соответственно. Заметные объемы приходились также на мороженное мультипак (несколько мелкоштучных в одной упаковке) — 16,1%, весовое мороженое занимало 2,1% общего объема.

Рис. 65. Структура потребления мороженого в Малайзии по видам в натуральном выражении, 2023 г., %



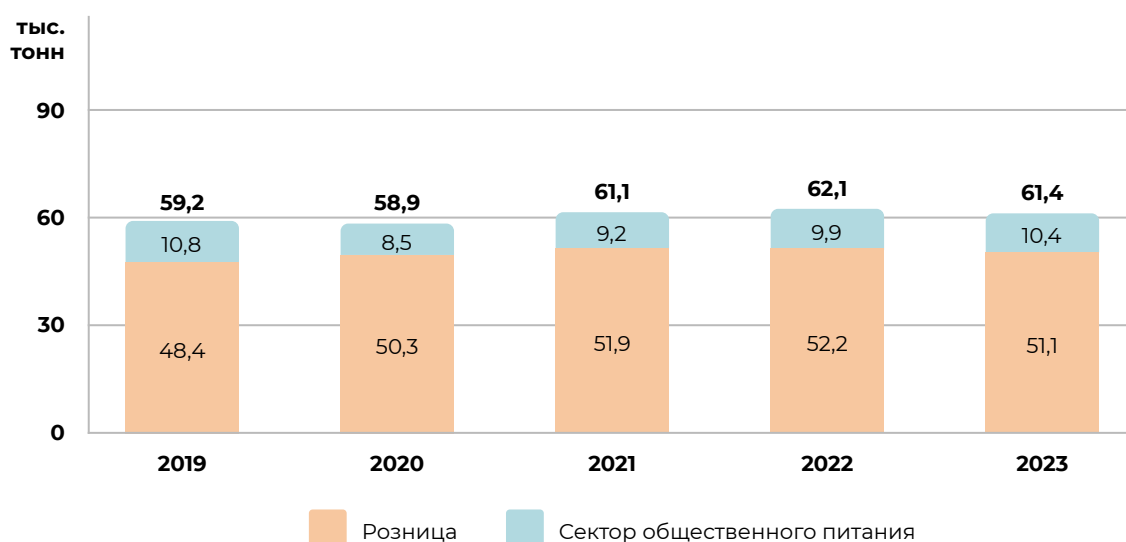
Источник: EMIS, Euromonitor International

Каналы продаж и ключевые игроки

Основной объем потребления мороженого в Малайзии в 2023 г. приходился на розничный канал сбыта, доля которого составила 83,2% общего объема. Объемы потребления в секторе общественного питания восстановились после пандемии до уровня 2019 г.

Основными игроками на рынке мороженого Малайзии являются компании Nestle (бренды Nestlé, Drumstick и Tropicana), Unilever (Cornetto, Wall's, Magnum, Paddle Pop и Ben & Jerry's), Thai Beverage (бренды King's и F&N) и General Mills (бренд Häagen-Dazs).

Рис. 66. Структура потребления мороженого в Малайзии по каналам сбыта в натуральном выражении, 2019–2023 гг., тыс. тонн



Источник: EMIS, Euromonitor International

Экспорт

Экспорт мороженого Малайзии в 2023 г. составил 8,7 тыс. тонн на сумму 19,2 млн долл. США. Основными странами-импортерами стали Сингапур и Бруней.

Рис. 67. Экспорт мороженого Малайзии в натуральном и стоимостном выражении, 2014–2023 гг.



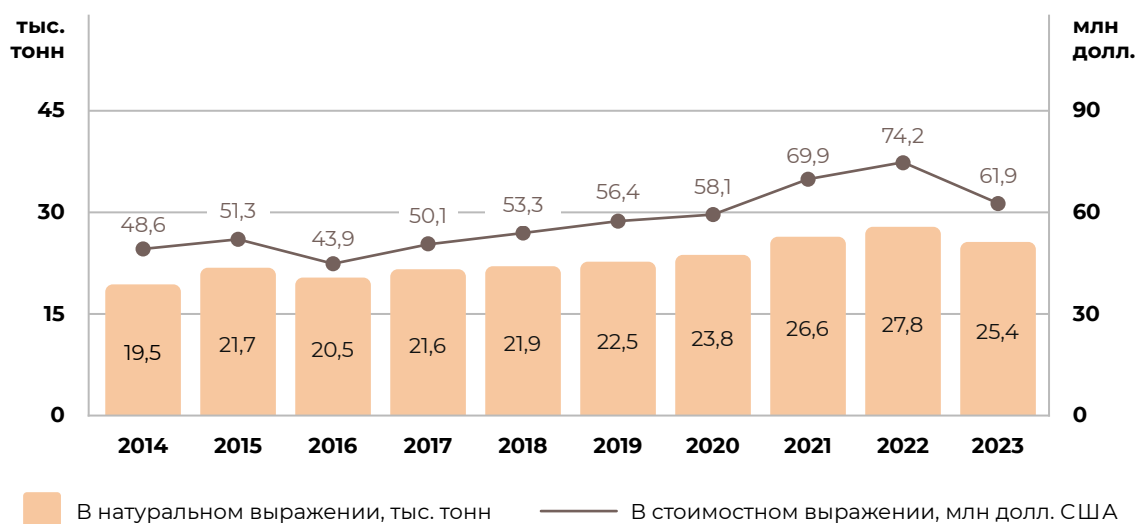
Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 2105.

Импорт

Импорт мороженого Малайзии в 2023 г. составил 25,4 тыс. тонн на 61,8 млн долл. США, что ниже, чем в 2022 г. на 8,5% в натуральном и на 16,8% в стоимостном выражении.

Рис. 68. Импорт мороженого Малайзии в натуральном и стоимостном выражении, 2014–2023 гг.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 2105.

Основным поставщиком мороженого в Малайзию в 2023 г. являлся Таиланд, с долей 87,4% в натуральном выражении и 73,0% в стоимостном. Крупным экспортером также стали США — 7,1% в натуральном и 16,3% в стоимостном выражении.

Табл. 43. Импорт мороженого Малайзии по странам в натуральном выражении, 2014–2023 гг., тыс. тонн

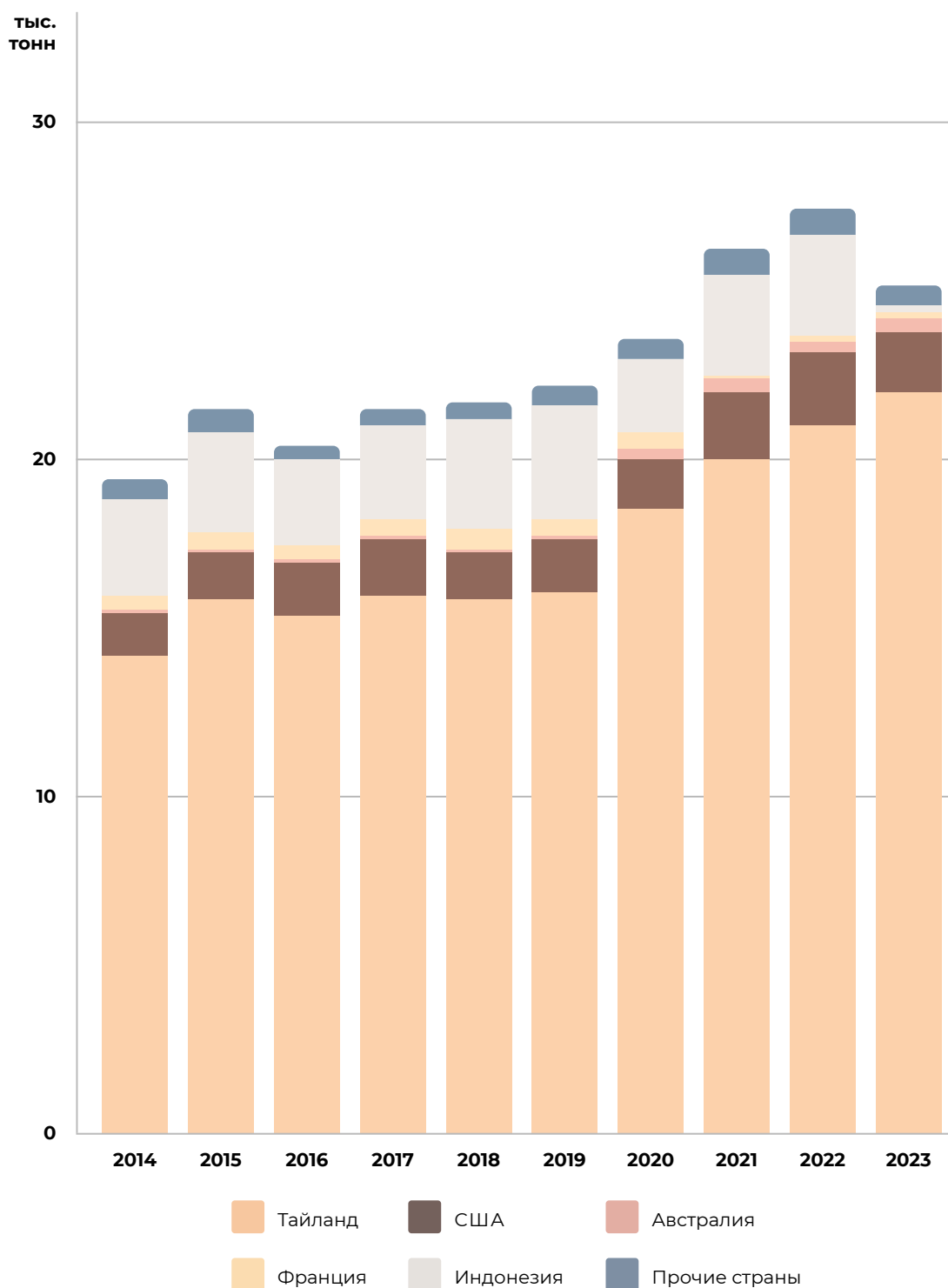
№	Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
1	Таиланд	14,3	16,0	15,5	16,1	16,0	16,2	18,7	20,2	21,2	22,2	87,4
2	США	1,3	1,4	1,6	1,7	1,4	1,6	1,5	2,0	2,2	1,8	7,1
3	Австралия	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,3	0,4	0,3	0,4	1,5
4	Франция	0,4	0,5	0,4	0,5	0,6	0,5	0,5	0,1	0,2	0,2	0,8
5	Индонезия	2,9	3,0	2,6	2,8	3,3	3,4	2,2	3,0	3,0	0,2	0,7
	Прочие страны	0,6	0,7	0,4	0,5	0,5	0,6	0,6	0,8	0,8	0,6	2,5
	Итого	19,5	21,7	20,5	21,6	21,9	22,5	23,8	26,6	27,8	25,4	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 2105.



Рис. 69. Импорт мороженого Малайзии по странам в натуральном выражении, 2014–2023 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 2105.

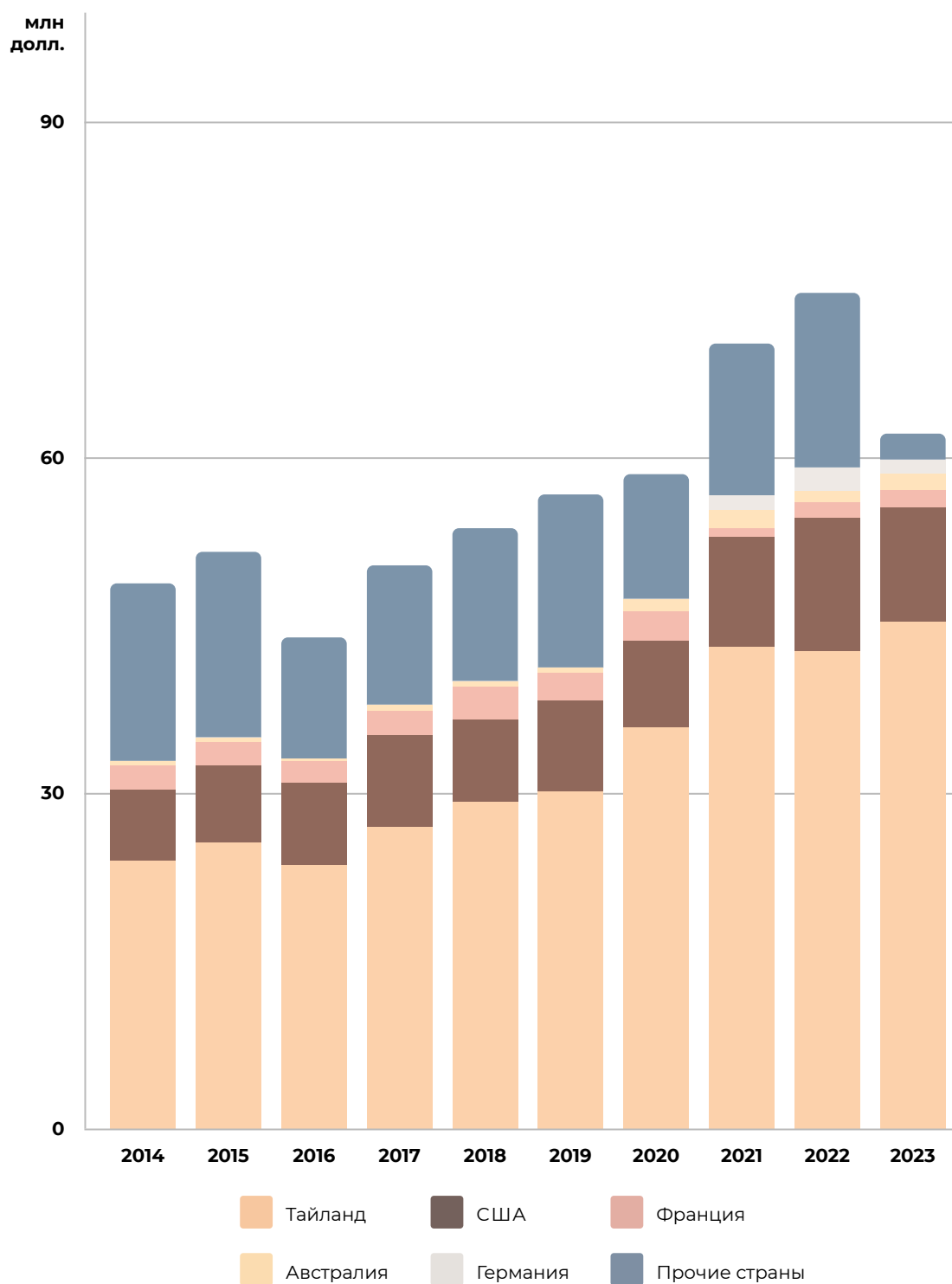
Табл. 44. Импорт мороженого Малайзии по странам в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
1	Таиланд	23,9	25,5	23,5	26,9	29,1	30,0	35,7	42,9	42,5	45,1	73,0
2	США	6,3	6,8	7,3	8,1	7,3	8,1	7,7	9,7	11,8	10,1	16,3
3	Франция	2,1	2,1	1,9	2,2	2,9	2,4	2,6	0,8	1,4	1,6	2,7
4	Австралия	0,4	0,4	0,2	0,5	0,5	0,5	1,1	1,6	1,0	1,4	2,3
5	Германия	0,01	0,02	0,01	0,02	0,02	0,02	0,02	1,3	2,1	1,3	2,1
	Прочие страны	15,8	16,5	10,8	12,4	13,6	15,4	11,1	13,5	15,5	2,3	3,7
	Итого	48,6	51,3	43,9	50,1	53,3	56,4	58,1	69,9	74,2	61,8	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 2105.

Рис. 70. Импорт мороженого Малайзии по странам в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 2105.

Средняя цена импорта за тонну мороженого в 2023 г. составила 2 429 долл. США, что на 9,1% ниже показателя предыдущего года. Наиболее высокие цены отмечались на мороженое из Германии, Франции и США — в 4,0 раза, в 3,5 раза и в 2,3 раза выше средней цены. Поставки из Таиланда проходили по ценам ниже средней на 16,5%.

Табл. 45. Средняя импортная цена на мороженое по странам-экспортерам, 2014–2023 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Отклонение от средней цены в 2023 г., %
Средняя цена	2 486	2 363	2 139	2 321	2 433	2 510	2 441	2 628	2 671	2 429	—
Германия	1 000	889	1 000	1 571	4 250	2 833	2 000	9 141	7 981	9 659	в 4 раза
Франция	5 964	4 630	4 314	4 633	5 099	5 075	5 242	6 686	7 283	8 398	в 3,5 раза
США	4 710	4 805	4 723	4 852	5 037	4 910	4 950	4 914	5 266	5 545	в 2,3 раза
Австралия	3 964	2 915	3 551	4 098	4 193	3 932	3 754	4 015	3 881	3 615	48,8
Таиланд	1 679	1 593	1 522	1 672	1 813	1 846	1 912	2 117	1 999	2 028	-16,5

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 2105.

2.2. Потребительские предпочтения

Высокая пищевая ценность молочных продуктов стимулирует их потребление

Малайзийцы считают молоко самым доступным источником кальция. Наибольшим спросом в стране пользуются ароматизированные молочные напитки, за ними следуют молочные напитки без добавок. По мере развития систем холодильных цепей и местного молочного животноводства в стране увеличивается популярность пастеризованного молока, например, от хорошо известного бренда Farm Fresh.

Йогурты считаются удобными для перекуса «на ходу»

Определяющими факторами для покупки кисломолочных продуктов, особенно йогурта, являются их натуральный состав, вкус и широкий ассортимент продукции (йогурты с пробиотиками, обезжиренные, низкокалорийные и т.д.). В средствах массовой информации йогурт активно рекламируют как важный для здоровья продукт, улучшающий пищеварение благодаря содержанию полезных бактерий.

Рост популярности здорового образа жизни

Рост числа страдающих ожирением людей в Малайзии заставил правительство активизировать просветительскую работу, разъясняя необходимость профилактических мер по охране здоровья, а также ввести налог на сахар в июле 2019 г. На фоне этой политики все больше малайзийцев стало переходить на здоровый рацион и активный образ жизни. Этот тренд привел к повышению спроса на молоко и йогурты с пробиотиками — продукты, богатые белком, витаминами и минералами.

Главный потребитель сыров — сектор общественного питания

Сыр не является компонентом традиционных малайзийских блюд, однако успешная маркетинговая политика сетевых пиццерий и влияние корейской кухни привели к росту популярности этого продукта, особенно среди молодых малайзийцев. Значительная их доля потребляется в секторе общественного питания, прежде всего в сетевых пиццериях быстрого обслуживания, заведениях фастфуда и ресторанах западной кухни, таких как Pizza Hut и Domino's.

Мороженое — любимое лакомство малайзийцев

Мороженое потребляют представители всех слоев населения. Оно представлено в широком ассортименте как в крупных сетевых супермаркетах, так и в небольших частных магазинчиках шаговой доступности. Больше всего потребителям нравится мороженое со вкусом шоколада, клубники и ванили. Оно продается в упаковках разного формата — контейнерах, бумажных стаканчиках, на палочке. Наиболее популярным форматом мелкоштучного мороженого является мороженое на палочке. Из международных брендов самыми популярными в Малайзии на протяжении десятилетий являются Nestlé, Wall's и Magnum. В последние годы вкусовые предпочтения потребителей стали более разнообразными. Например, высоким спросом пользуется мороженое со вкусом лесного ореха, мяты, чизкейка, карамели.

Молочная сыворотка заменяет сухое молоко в хлебобулочном и кондитерском производстве

В составе хлебобулочных и кондитерских продуктов, выпускаемых предприятиями международных и местных брендов, сухое молоко часто заменяется сладкой сывороткой. В рецептурах молочного шоколада, глазури, карамели, мороженого, батончиков и сахаристых кондитерских изделий ингредиенты

на основе сывороточных белков используются в качестве источника сухих веществ молока. Молочная сыворотка представляет собой полезную и экономичную замену сухому обезжиренному молоку в производстве низкокалорийных видов шоколада и кондитерских изделий. В хлебобулочных изделиях сывороточный пермеат является не только наполнителем, но и обеспечивает дополнительное подрумянивание и нежную текстуру мякиша. Кроме того, он увеличивает питательную ценность и позволяет снизить стоимость продуктов.

2.3. Торгово-распределительная сеть

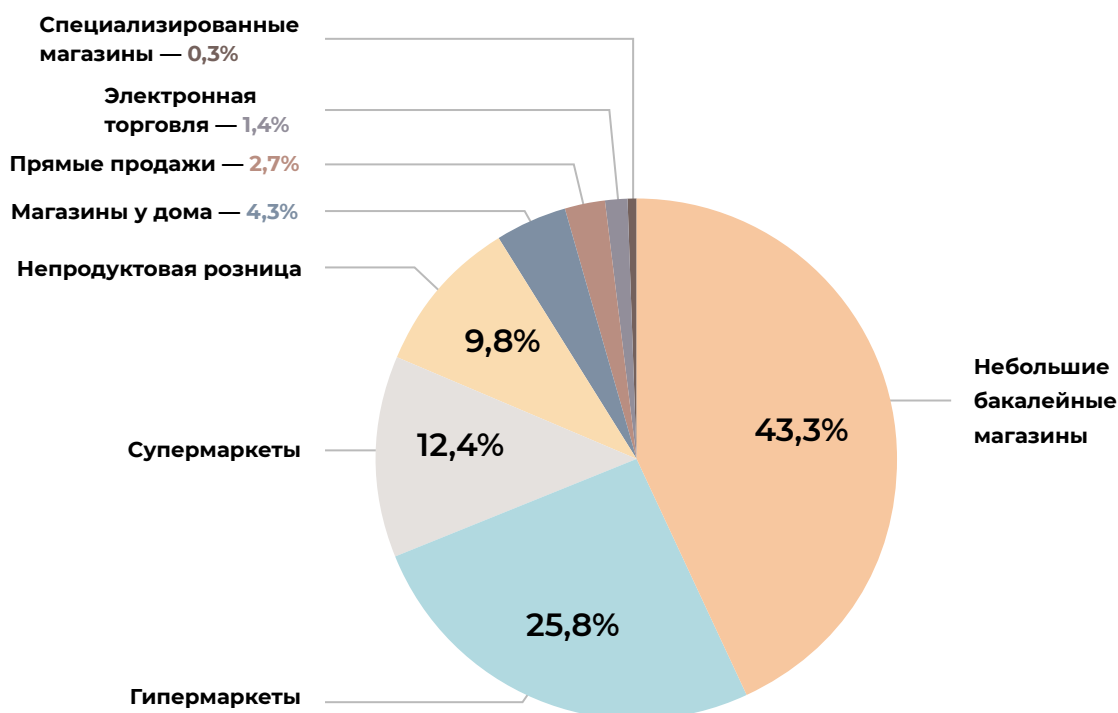
Современные сетевые продовольственные магазины, такие как супер- и гипермаркеты, предлагают самый большой ассортимент молочной продукции в широком ценовом диапазоне. Небольшие независимые продуктовые магазины, которые, как правило, являются семейным бизнесом, удовлетворяют потребности сельских жителей в молочных продуктах. В розничной торговле продовольственными товарами доминирует сетевой ритейл. Увеличивается число импортеров, которые поставляют продукты питания потребителям напрямую через специализированные розничные продуктовые магазины.

При этом спрос на молочные продукты растет и параллельно увеличивается присутствие премиальной молочной продукции, чему способствует развитие сетей супермаркетов премиум-класса, в частности, Village Grocer и Jaya Grocer, которые специализируются на продаже импортных товаров. Кроме того, из-за высокой зависимости от импорта молочных ингредиентов и молочных продуктов розничные цены чувствительны к обменным курсам, что в последние годы также стало причиной роста цен на молочные продукты.

Розничная торговля

В структуре продаж молочной продукции в розничной торговле Малайзии основной объем приходится на небольшие бакалейные магазины (43,3% объема продаж по итогам 2023 г.), гипермаркеты (25,8%) и супермаркеты (9,8%). Электронная торговля обеспечивала в 2023 г. 1,4% продаж.

Рис. 71. Структура розничных продаж молочной продукции в Малайзии по каналам сбыта, 2023 г., %

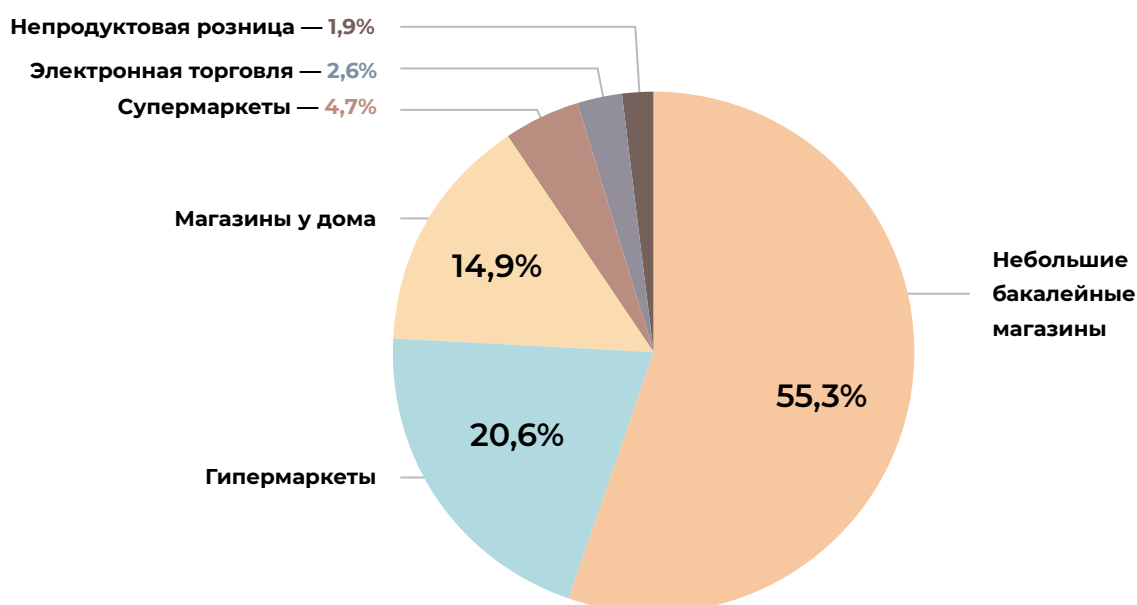


Источник: EMIS, Euromonitor International

В структуре продаж мороженого в розничной торговле Малайзии основной объем приходится на небольшие бакалейные магазины (55,3% объема продаж по итогам 2023 г.), гипермаркеты (20,6%), магазины у дома (14,9%) и супермаркеты (4,7%). Электронная торговля занимала в 2023 г. 2,6% продаж.



Рис. 72. Структура розничных продаж мороженого в Малайзии по каналам сбыта, 2023 г., %



Источник: EMIS, Euromonitor International

Ведущие игроки

- 99 Speedmart** — одна из крупнейших малайзийских сетей минимаркетов, основана в 1987 г. Представлена более чем 2,4 тыс. магазинами, большинство которых расположено на западном побережье полуостровной Малайзии. Компания также управляет десятью собственными распределительными центрами во всех районах страны.
- Seven & I Holdings** — один из крупнейших в мире торговых холдингов со штаб-квартирой в Токио (Япония). 7-Eleven — оператор крупнейшей сети небольших магазинов в 19 странах по системе франчайзинга. Сети принадлежит свыше 78 тыс. точек, большинство из которых находятся в Японии, США, Швеции, Мексике, Канаде, на Филиппинах, в Гонконге, Тайване, Малайзии и Таиланде. На рынке Малайзии более 2,4 тыс. торговых точек холдинга.
- Mydin Mohamed Holdings** — одна из крупнейших в Малайзии сетей гипермаркетов и магазинов «Халаль». Компания основана в 1957 г. Сеть включает 65 магазинов по всей стране: супермаркеты, торговые центры, розничные рынки, магазины шаговой доступности, магазины премиум-товаров, а также торговые точки Mydin, работающие по франшизе.
- Lulu Group International** — розничный конгломерат со штаб-квартирой в ОАЭ. Работает в 23 странах Ближнего Востока, Азии, Европы и в США. Управляет сетью гипер- и супермаркетов Lulu. На рынке Малайзии представлена десятью торговыми точками. Производство, обработка и сбыт продуктов питания осуществляются подразделением Fair Exports.

- **AEON** — японская диверсифицированная холдинговая компания. Это одна из крупнейших розничных компаний Азии, которая включает 129 подразделений. AEON владеет гипермаркетами Aeon, торговыми центрами Aeon Mall и Aeon Town, супермаркетами Daiei, MaxValu, Maruetsu и My Basket, мини-маркетом Ministop, аптекой Welcia и кинотеатрами Aeon Cinema. Первый розничный магазин за пределами Японии был открыт в 1985 г. в Малайзии. AEON Retail в Малайзии представляет собой розничную торговую компанию, предлагающую широкий спектр товаров и услуг, включая продукты питания (в т.ч. широкий ассортимент пищевых растительных масел всех видов), товары для дома. Помимо розничной торговли, предоставляют различные услуги, включая программы кредитования и лояльности, финансовые услуги и онлайн-покупки. В Малайзии работает более 30 магазинов.
- **Jaya Grocer** — сеть супермаркетов в Малайзии, расположенных во всех ключевых городах страны. Общее число розничных магазинов насчитывает более 40 точек. Компания предлагает широкий ассортимент импортных продовольственных товаров, специализируется на свежей еде и бакалее, сезонных, органических и безглютеновых продуктах для покупателей, заботящихся о здоровье. В магазинах также представлен разнообразный спектр товаров для дома.
- **Village Grocer** — полноценная сеть бакалейных магазинов премиум-класса с 30 магазинами на Пенанге, в долине Кланг и Джохор-Бару. В магазинах представлен широкий выбор пищевых растительных масел большинства отечественных и иностранных брендов.
- **Econsave** — сеть супер-/гипермаркетов и небольших магазинов у дома в Малайзии, принадлежащая Econsave Cash & Carry. По состоянию на 2023 г. у Econsave более 184 торговых точек по всей Малайзии, из которых гипермаркетов и супермаркетов — 92 шт.
- **Giant** — одна из лидирующих сетей гипермаркетов и розничных торговых сетей Малайзии и Сингапура, которая была основана в 1944 г. На сегодняшний день в Малайзии действует более 46 гипермаркетов и около 41 магазина Giant Mini.
- **Redstick** — новая, но быстрорастущая сеть магазинов «у дома», активно развивающая онлайн-продажи. Ассортимент розничных онлайн продаж включает более 10 тыс. наименований продуктов питания и бытовых товаров.

- **Lotus's Stores** — Lotus's (ранее известная как Lotus Supercenter, Tesco Lotus Supercenter и Tesco Lotus) — розничная сеть в Таиланде, основанная и управляемая Charoen Pokphand (CP) Group, с операциями в Малайзии после приобретения Tesco Malaysia в 2020 г. На сегодняшний день, является одним из ведущих сетей гипермаркетов Малайзии, которая управляет более чем 66 магазинами и двумя распределительными центрами, а также является первым продуктовым ритейлером в стране, представившим собственную онлайн-платформу для покупок продуктов. Сегодня услуги компании также доступны через интернет-магазины Lotus's Shop, Order & Collect, а также через Shopee, Lazada, Foodpanda и Grab Mart.

Электронная торговля

В Малайзии электронная торговля развивается быстрыми темпами. Это обусловлено ростом числа пользователей цифровых технологий, а также импульсом к онлайн-покупкам во время пандемии.

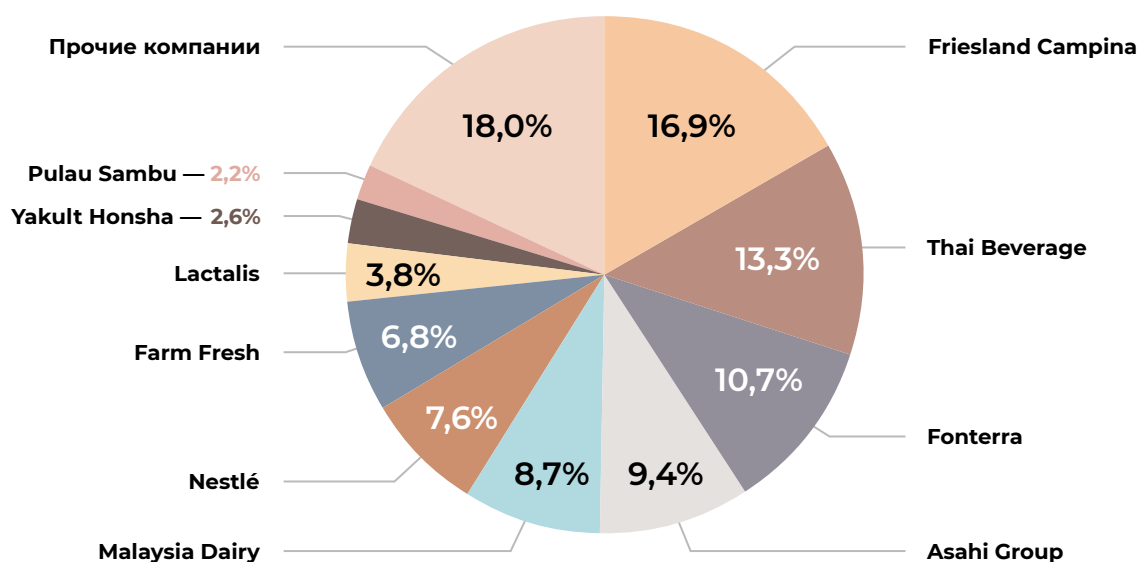
Ведущие игроки

- **Lazada Malaysia** — ведущий интернет-торговый центр в Малайзии. Компания является одним из первопроходцев в области электронной коммерции в Малайзии, а также в некоторых из наиболее быстро развивающихся стран мира, обеспечивая безопасный, удобный и приятный шопинг. В ассортименте продукция всех потребительских категорий от малайзийских и зарубежных производителей.
- **Shopee Malaysia** — ведущая платформа онлайн-покупок, запущенная в 2015 г., базирующийся в Малайзии, который предлагает широкий ассортимент товаров. Платформа существует по всей Азии, включая Сингапур, Таиланд, Индонезию, Вьетнам, Филиппины и Тайвань, Китай. Офисы компании расположены в Бразилии, Китае, Индонезии, Японии, Малайзии, Мексике, Филиппинах, Сингапуре, Республике Корея, Тайване (Китай), Таиланде, Вьетнам.
- **Food Panda** — одна из ведущих площадок электронной торговли продуктами питания в Малайзии. Специализируется на доставке продукции из магазинов и ресторанов быстрого питания. Торговая сеть работает по всей стране.
- **Lelong.my** — одна из ведущих платформ электронной торговли в Малайзии. Ассортимент включает продукты питания, напитки, товары повседневного спроса, товары для дома, бытовую технику и электронику. Число компаний-продавцов превышает 10 тыс.

2.4. Конкурентная среда и участники рынка

Дефицит сырого молока в стране ограничивает развитие местных молочных компаний, но привлекает значительные иностранные инвестиции в индустриализацию сырьевого сектора, что создает предпосылки для дальнейшей вертикальной интеграции в отрасли. Конкуренция на рынке молочной продукции в Малайзии достаточно высокая, в том числе среди крупных международных компаний. По итогам 2023 г. 16,9% рынка контролирует FrieslandCampina, Thai Beverage — 13,3%, Fonterra — 10,7%, Asahi Group — 9,4%, Malaysia Dairy — 8,7%, Nestlé — 7,6%, Farm Fresh — 6,8%, Lactalis — 3,8%, Yakult Honsha — 2,6%, Pulau Sambu — 2,2%, Прочие компании — 18,0%.

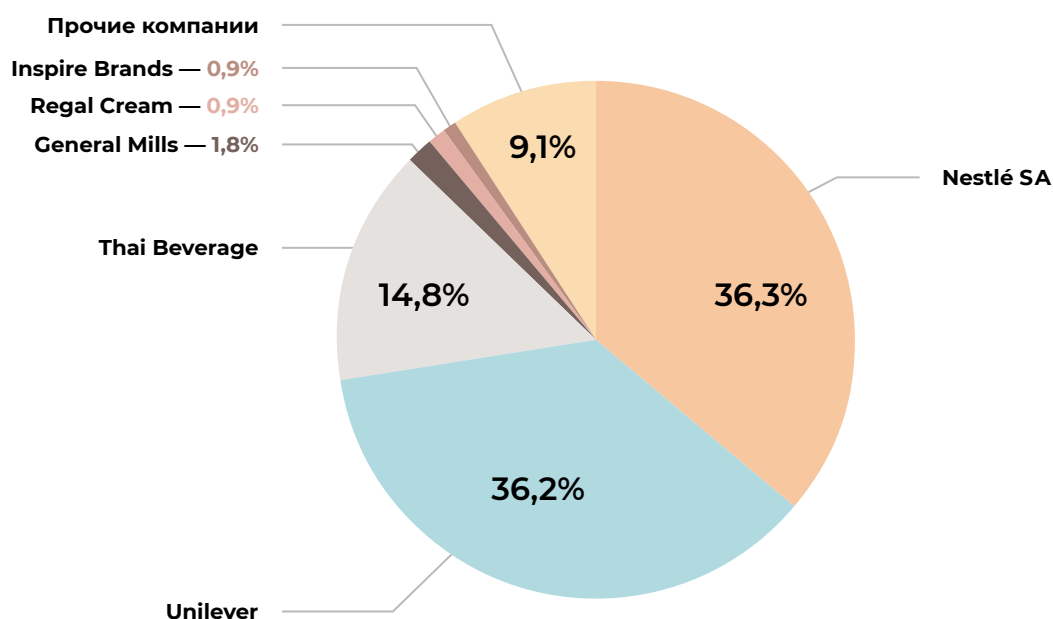
Рис. 73. Доли компаний на рынке молочной продукции в Малайзии, 2023 г., %



Источник: EMIS, Euromonitor International

Рынок мороженого в Малайзии контролируется тройкой игроков, среди которых лидируют Nestlé и Unilever занимая 36,3% и 36,2% продаж по итогам 2023 г., ещё 14,8% рынка принадлежит Thai Beverage.

Рис. 74. Доли компаний на рынке мороженого в Малайзии, 2023 г., %



Источник: EMIS, Euromonitor International

Ведущие игроки



Royal FrieslandCampina — производитель, импортер и дистрибьютор

Сайт: <https://frieslandcampina.com/countries/malaysia>

Компания занимается производством и поставками широкого ассортимента молочной продукции, включая сухое, пастеризованное и ароматизированное молоко, йогурты и т.д. Бренд Dutch Lady хорошо известен на рынке Малайзии. Росту продаж способствуют широкий продуктовый портфель, разработка новых продуктов и расширение рыночных сегментов. Имеет производственную площадку в пригороде Куала-Лумпур — Петалинг-Джая.



Fraser & Neave Holdings Bhd — производитель и дистрибьютор

Сайт: www.fn.com.my

Thai Beverage представлен на рынке Малайзии через компанию Fraser & Neave Holdings. Имеет подразделения, которые занимаются производством и дистрибуцией молочной продукции в Малайзии. Продукция F&NB, включая сгущенное молоко под брендами F&N, Cold Coin и Teapot, пользуется высоким спросом у потребителей.



Fonterra Brands Malaysia — производитель, импортер и дистрибьютор

Сайт: www.fonterra.com/my/en.html

Fonterra считает Малайзию стратегически важным рынком в Азиатском регионе и управляет крупными производственными предприятиями в стране для поставки продукции как на внутренний, так и на зарубежные рынки. Завод Daitymas — крупнейший производитель молочного напитка CalciYum и йогурта Anlene с годовым объемом переработки 10 тыс. тонн жидкого молока. Завод Susumas занимается фасовкой и упаковкой сухого молока (около 30 тыс. тонн в год) для ведущих брендов Anlene, Anmum (Materna, Lacta, Essential) и Fernleaf. За многие годы работы на рынке Малайзии компании Fonterra удалось создать сильную дистрибьюторскую сеть в сфере розничной торговли и общественного питания.



Asahi Group — производитель, импортер и дистрибьютор

Сайт: www.asahisea.com

Крупный холдинг в Юго-Восточной Азии на рынке продуктов питания. В 2014 г. приобрел малазийскую компанию [Etika](#). В ассортименте компании питьевое молоко и сливки под брендом Goodday, кисломолочная продукция Calpis и концентрированное молоко Dairy Champ.



Malaysia Milk — производитель и дистрибьютор

Сайт: www.mmsb.com.my

Malaysia Milk — подразделение сингапурской компании Malaysia Dairy Industries, занимает лидирующие позиции на рынке благодаря брендам Vitagen и Marigold с широким ассортиментом молочных продуктов и напитков, включая пастеризованное и ультрапастеризованное молоко и кисломолочные продукты. Malaysia Milk разрабатывает новые виды продукции и располагает широкой сетью дистрибуции и продаж с охватом основных торговых точек страны.



Nestlé Malaysia — производитель, импортер и дистрибьютор

Сайт: www.nestle.com.my

Для крупнейшего в мире производителя продуктов питания и напитков Малайзия является ключевым рынком и крупнейшим производственным центром в Юго-Восточной Азии. Nestlé предлагает широкий ассортимент молочной продукции, включая различные виды питьевого и сухого молока. Дочерняя компания Nestlé Products. занимается дистрибуцией мороженого, сухого молока и напитков, питьевого молока и соков, йогурта и сопутствующих продуктов.



Uniraw Dairies & Food — импортер и дистрибьютор

Сайт: <https://uniraw.com.my>

Uniraw Dairies & Food является одним из крупнейших поставщиков сыровоточных ингредиентов в Малайзию, импортируя продукцию из Германии, Польши и США. Основные потребители — производители мучных кондитерских изделий, мороженого и хлебобулочных изделий. Uniraw Dairies имеет прочные многолетние торговые отношения с поставщиками. Компания также экспортирует свою продукцию в Сингапур, Индонезию и в другие страны региона.



Resources Food Supplies M — импортер и дистрибьютор

Сайт: www.resourcefood.com.my

Основное направление деятельности Resources Food Supplies M — импорт и экспорт продовольственных товаров, сырья и ингредиентов. Компания поставляет сухую молочную сыворотку в Малайзию и другие страны Азии производителям таких продуктов, как снеки, печенье, хлебобулочные и кондитерские изделия, мороженое, соусы, напитки и т.д.



Kerry Ingredients Malaysia — импортер и дистрибьютор

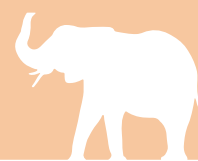
Сайт: <https://kerry.com/about>

Kerry Ingredients Sdn. Bhd. сотрудничает с компаниями в области производства продуктов питания и напитков, лекарственных препаратов, а также продуктов для домашних животных. Занимается импортом и дистрибуцией широкого спектра ингредиентов — ароматизаторов и экстрактов, пребиотиков и пробиотиков, липидов, белков, эмульгаторов, ферментов, сырных и сыровоточных порошков, соусов, приправ и концентратов. Kerry Group открыла свою азиатскую штаб-квартиру в Сингапуре, что обеспечивает компании стратегически удобное положение для работы на рынке Малайзии.

Требования и стандарты на продукцию



Содержание



3.1.

Контролирующие органы

3.3.

Требования к продукции

3.2.

Требования к производителям

По состоянию на середину 2024 г. между Российской Федерацией и Малайзией имеется согласованная форма ветеринарного сертификата на экспорт молока и молочной продукции. При согласовании сертификата данного вида продукции были установлены требования по предоставлению предприятия-производители анкет на соответствии требованиям Малайзии. С формами анкет можно [ознакомиться](#) на официальном сайте Россельхознадзора в разделе «Экспорт/импорт»/«Малайзия»/«Ветеринарные требования»/«Анкеты для допуска российских предприятий по производству животноводческой продукции в Малайзию». Следующим этапом по получению доступа по данному виду продукции является инспекция российских молочных предприятий. Однако, инспекция будет возможна только после аттестации компетентным органом Малайзии в области «Халяль» российских центров сертификации «Халяль».

В декабре 2023 г. компетентное ведомство Малайзии по результатам направленных анкет от российских производителей молочной продукции проинформировало о необходимости внесения корректировок в них. Выездной аудит ветеринарной службы Малайзии совместно с Департаментом развития «Халяль» Малайзии для ознакомления с российской системой ветеринарного надзора и осуществления работы российских предприятий по производству Малайзии планировался на апреля-май 2024 г., однако не состоялся.

В рамках процедуры допуска подконтрольной продукции компетентным органом Российской Федерации — Федеральная служба по ветеринарному и фитосанитарному надзору (Россельхознадзор), осуществляется предоставление доказательной базы об эквивалентности системы ветеринарного надзора системе страны-импортера, а также международным документам, способствующим улучшению здоровья и благополучия животных в мире.

3.1. Требования к производителям

В соответствии с национальными требованиями Малайзии после проведения работы по оценке соответствия предприятий, в случае успешного ее прохождения иностранные производители и экспортеры молочной продукции получают одобрение Департамента ветеринарных служб (DVS). На основании данной меры компетентным органом в сфере ветеринарии Малайзии формируются перечни предприятий, одобренных к экспорту молочной продукции на территорию страны, которые публикуется в открытом доступе на официальном сайте:

- [Перечень предприятий, одобренных для экспорта в Малайзию мороженого;](#)
- [Перечень предприятий, одобренных для экспорта в Малайзию питьевого молока;](#)
- [Перечень предприятий, одобренных для экспорта в Малайзию молочных продуктов.](#)

С целью включения в вышеуказанные Реестры, предприятия-производители должны предоставить анкеты по соответствию требованиям Малайзии. С формами анкет можно [ознакомиться](#) на официальном сайте Россельхознадзора в разделе «Экспорт/импорт» / «Малайзия» / «Ветеринарные требования» / «Анкеты для допуска российских предприятий по производству животноводческой продукции в Малайзию». При заполнении заявок целесообразно обратить внимание на следующие моменты:

- важно проверить заявку и сопроводительную документацию на полноту информации, чтобы избежать задержек при их обработке в DVS;
- вся информация в заявке должна быть представлена на английском языке;
- данная форма является универсальной для предоставления данных о предприятиях по производству мяса, молока, яиц и продуктов из них, в связи с чем на ряд вопросов, включая все разделы E и F, следует отвечать «не применимо»;
- регистрация действительна для молочных продуктов, которые были включены в заявку. В случае изменения их состава, требуется повторная регистрация. В случае изменения фасовки продукции, упаковки и другие изменения зарегистрированного продукта, не затрагивающие его состава, не требуют повторной регистрации;
- регистрация предприятия выполняется при наличии действительных сертификатов «Халяль».

Экспортируемые партии молочной продукции, отправленные иностранным предприятием без действительной регистрации, будут задержаны в порту, а Карантинная и инспекционная служба Малайзии (MAQIS) может выдать импортеру предписание о запросе разрешения DVS на выпуск груза.

Сроки общей процедуры получения право экспорта продукции, включая регистрацию и одобрения предприятий, может сильно варьироваться. Говоря о регистрации зарубежных предприятий со стороны Департамента ветеринарных служб Малайзии включает несколько этапов, вся процедура может занять как несколько недель, так и растянуться до нескольких месяцев. Временные рамки увеличиваются в том случае, если страна-экспортер не имела до этого право экспорта, а также корректности и полноты предоставленных документов, а также от объема заявок, обрабатываемых DVS.

3.2. Требования к продукции

Главными законодательными актами, регламентирующими вопросы безопасности и качества пищевых продуктов, являются следующие законодательные акты Малайзии:

- [Закон «О пищевых продуктах» 1983 г.](#) (доступна английская версия от 03 апреля 2024 г.);
- [Положение о пищевых продуктах 1985 г.](#) (доступна английская версия от 20 июня 2024 г.);
- [Правила гигиены пищевых продуктов 2009 г.](#) (доступна английская версия от 18 марта 2024 г.).

В случае фиксации несоответствия продукции положениям вышеуказанных актов компетентными органами Малайзии может быть принято решение о помещении продукции данного поставщика под режим «Hold, Test and Release» (HTR) при последующем ввозе продукции. Из данной партии пищевых продуктов должны быть отобраны пробы для лабораторного анализа и только после получения результатов, свидетельствующих о соответствии требованиям Малайзии, продукция допускается на рынок. Важно отметить, что основанием помещения под режим HTR может послужить не только фиксация несоответствия лабораторными анализами, проведенным государственными учреждениями Малайзии, а также на основании информации о проблемах безопасности пищевых продуктов, поступающей из других стран и международных органов. При импорте данной продукции тестировании осуществляется на возмездной основе, плата за которое взимается с импортера продукции. Министерством здравоохранения Малайзии подготовлено [Руководство](#) по взиманию платы за анализ импортируемых пищевых продуктов, которым присвоен уровень экспертизы «Удержание, тестирование и выпуск» (HTR).

Технические требования к молочной продукции

Технические требования к молоку и молочной продукции в Малайзии разрабатываются национальным органом в области стандартизации и аккредитации — [Департаментом стандартов Малайзии](#) (DSM). Экспортеры должны быть осведомлены о том, что разработанные национальные стандарты реализуются на платной основе. Для приобретения стандартов Малайзии необходимо воспользоваться онлайн-платформой MySQL ([Malaysian Standards Online](#)). MySQL представляет собой новую систему, в котором агрегированы все национальные стандарты. Для приобретения стандартов заинтересованные лица должны быть зарегистрированы и иметь учетную запись. Любое лицо может ознакомиться с полным перечнем предоставленных стандартов без прохождения регистрации.

Правила использования пищевых добавок

Руководствуясь Правилами пищевых продуктов 1985 г., ни одно лицо не может осуществлять импорт, производство, рекламу или использование в пищевой продукции:

- любую пищевую добавку, запрещенную законодательством страны;
- любую пищевую добавку, одобренную к использованию, но которая не соответствует данным Правилам либо Кодексу Алиментариус.
- любую пищевую добавку, которая отличается от списка одобренных.

Применение пищевых добавок в продуктах питания допускается при следующих условиях:

- содержание добавки в ингредиенте не превышает максимально допустимой величины;
- добавки должны вноситься в пищевые продукты в минимальном необходимом количестве для достижения технологического эффекта.

Министерством здравоохранения Малайзии разработана инструкции по маркировке пищевых продуктов, содержащих добавки, в соответствии с правилами продовольствия 1985 г. Международная система нумерации (INS) пищевых добавок — это система нумерации, принятая на уровне Кодекса в качестве альтернативы по использованию полных наименований пищевых добавок, которые могут быть длинными. С последней версией международной системы нумерации пищевых добавок CODEX ALIMENTARIUS можно ознакомиться по [ссылке](#).

Загрязняющие примеси (контаминанты) пищевых продуктов

Руководствуясь национальным законодательством Малайзии, ответственным органом, осуществляющим работу по контролю за остаточным содержанием пестицидов и другими загрязнителями в пищевых продуктах, является [Министерство здравоохранения](#). В соответствии с Правилами о пищевых продуктах 1985 г., никто из участников рынка не вправе осуществлять хранение, импорт, перевозку, распространение пищевых продуктов, содержащих остатки пестицидов и других загрязняющих веществ, превышающих максимально-допустимые уровни. Все лица должны руководствоваться Правилами о пищевых продуктах при планировании экспорта на территорию Малайзии. Одновременно с этим важно отметить, что максимальные допустимые уровни пестицидов в пищевой продукции должны соответствовать:

- настоящим Правилам;
- Кодексу Алиментариус или

- Содержащих 0,01 мг/кг или более для пестицидов, не указанных в Правилах или Кодексе Алиментариус.

Имеются исключения, когда пищевые продукты могут содержать 0,01 мг/кг остатков пестицидов с предварительного письменного разрешения директора.

Сертификация «Халяль»

В соответствии с национальным законодательством Малайзии, импортируемые продукты животноводства, включая молоко и продукты его переработки, должны быть сертифицированы в соответствии с религиозными требованиями «Халяль». В Малайзии надзор за продукцией халяль возложен на Департамент исламского развития ([JAKIM](#)). Продукция, подлежащая обязательной сертификации «Халяль» должна быть сертифицирована только аккредитованными JAKIM органами. В октября 2023 г. два органа из Российской Федерации по результатам успешного подтверждения соответствия требованиям в сфере «Халяль» Малайзии были включены в [список](#) зарубежных органов по сертификации продукции. Данными органами являются:

Наименование органа	Логотипа знака «Халяль»
«Центр Халяль Надзор» (LLC "Centre of Halal Supervision" (CenterHalalNadzor))	
МЦСИС «Халяль» — Международный центр стандартизации и сертификации «Халяль» при Духовном управлении мусульман РФ (LLC "International Center for Halal Standardization and Certification" (ICSC Halal))	

3.3. Требования к упаковке и маркировке

С целью осуществления экспорта молока и молочной продукции экспортеры должны быть осведомлены о требованиях к маркировке пищевой продукции. Нормативным документом страны, регламентирующим требования к маркировке пищевых продуктов, является Положение о пищевых продуктах 1985 г. Стоит отметить, что вся информация о требованиях к маркировке размещается на официальном сайте Министерства здравоохранения, с которой можно ознакомиться по [ссылке](#).

Требования к маркировке

В соответствии с Положением о пищевых продуктах 1985 г. маркировка должна содержать следующую информацию:

- наименование продукта, включая названия его основных ингредиентов. Обозначение или описание должно указывать потенциальному покупателю истинный характер продукта. Обозначение должно быть заметным (выделяться) в сравнении с другой информацией на этикетке;
- в случае смешанного состава иметь соответствующее указание, объединенное с обозначением продукта питания;
- в случае наличия в продукции алкоголя — заявление «СОДЕРЖИТ АЛКОГОЛЬ», которое должно быть напечатано заглавными жирными буквами, шрифтом без засечек размером не менее 6-го кегля. Эта надпись должна располагаться сразу под обозначением продукта питания;
- в случае содержания двух или более ингредиентов (кроме воды и пищевых добавок) — указание состава в порядке убывания их доли по весу;
- в случае содержания ингредиентов, вызывающих гиперчувствительность (аллергию), — соответствующее заявление;
- отображение информации о пищевых добавках;
- минимальный вес нетто, объем или количество содержимого упаковки. Для продуктов, упакованных в жидкости, необходимо указать минимальный вес без жидкости;
- название и юридический адрес производителя, упаковщика или их представителя;
- название и юридический адрес импортера в Малайзии
- название страны происхождения продукции;

Перечисленные выше сведения должны располагаться на видном месте на этикетке/упаковке. Обязательные сведения должны быть напечатаны шрифтом кегля 10 или выше, и не меньшим, чем другая информация на этикетке/упаковке. Если упаковка настолько мала, что разместить надписи требуемого размера невозможно, то следует использовать шрифт наибольшего возможного размера, но не менее 2-го кегля. Маркировка должна быть нанесена либо на материал упаковки, либо на материал, прочно и постоянно прикрепленный к ней. Надписи должны иметь цвет, который достаточно контрастирует с фоном, чтобы быть разборчивыми для чтения. Вся информация в части маркировки импортируемых продуктов должна быть представлена на малайском или английском языках.

Язык

Маркировка импортируемой продукции должна иметь перевод с иностранного языка на малайский (Bahasa Malaysia).

Указание срока годности

Даты истечения (минимального) срока годности должны быть напечатаны или выбиты тиснением на упаковке/этикетке всех пищевых продуктов. Срок годности упакованных пищевых продуктов — это дата, после которой они могут утратить ожидаемые потребителем атрибуты качества, несмотря на соблюдение требуемых условий хранения. Минимальный срок годности пищевых продуктов в упаковке — дата, до которой они сохраняют свои потребительские качества при хранении в любых условиях.

Маркировка должна быть четкой и однозначно интерпретироваться потребителем. Не допустима маркировка даты в кодовой форме и/или как части идентификатора партии. Допускаются следующие форматы обозначения срока годности: «**EXPIRY DATE**» или «**EXP DATE**»; «**USE BY**»; «**CONSUME BY**» или «**CONSUME BY**» (во всех случаях указываются день, месяц и год или месяц и год). Дата минимального срока годности должна быть указана как «**BEST BEFORE**» или «**BEST BEF**».

Если срок годности продукции зависит от условий хранения, они должны быть указаны на этикетке. Маркировка срока годности должна быть нанесена заглавными буквами жирным шрифтом без засечек размером не менее 6 кегля.

Заявления о полезности продуктов

На этикетках и упаковке пищевых продуктов запрещено размещать декларации, касающиеся оценки качества продукции и ее превосходства (а также информацию аналогичного значения), если они не подтверждены уполномоченными органами в стране производителя. Также запрещены указания о «чистоте», если продукция не может характеризоваться чистотой или крепостью.

Допустимы заявления, которые подчеркивают отсутствие определенного вещества в пищевом продукте, если они не вводят в заблуждение и рассматриваемое вещество не подлежит особому регулированию, а также заявления,

подчеркивающие отсутствие одного или нескольких питательных элементов в пищевом продукте, если к ним применяются правила, касающиеся маркировки пищевой ценности.

В 2013 г. FSQD опубликовал новое «[Руководство по маркировке пищевых продуктов и пищевых ингредиентов, полученных с помощью современных биотехнологий](#)», которое регламентирует, в том числе, маркировку продукции, полученной с использованием генномодифицированных организмов продукции.

Пищевая ценность продукции

Маркировка пищевой ценности упакованных пищевых продуктов должна информировать о содержании в них питательных веществ. К информации о пищевой ценности предъявляются следующие требования:

- обязательно указание энергетической ценности в килокалориях (ккал) и/или килоджоулях (кДж) на 100 г / 100 мл или во всей фасовке продукции;
- обязательно указание содержания белка, углеводов и жиров в граммах на 100 г / 100 мл или во всей фасовке продукции;
- если на этикетке/упаковке заявлены количество или тип жирных кислот, то также должно быть указано их содержание.

Энергетическую ценность следует рассчитывать с использованием следующих пропорций:

- углеводы — 4 ккал/г = 17 кДж;
- белки — 4 ккал/г = 17 кДж;
- жиры — 9 ккал/г = 37 кДж;
- спирт (этанол) — 7 ккал/г = 29 кДж;
- органические кислоты — 3 ккал/г = 13 кДж;
- пищевые волокна — 2 ккал/г = 8,5 кДж.

Если производитель хочет подчеркнуть в маркировке особенности пищевой ценности продукции (низкое содержание жиров/углеводов и т.д., например, «low fat» или «fat free»).

Консультационная служба по проверке маркировки пищевых продуктов

С целью упрощения процедур экспорта на территорию Малайзии Министерством здравоохранения Малайзии была разработана [услуга консультативной службы по маркировке](#). С помощью данного сервиса экспортеры пищевой продукции в Малайзию могут подать заявку на проведение процедуры соответствия разработанной маркировки законодательным актам Малайзии, в част-

ности Закону о пищевых продуктах и Правилам регулирования рынка пищевых продуктов 1985 г. Данная служба по маркировке призвана подробно информировать участников рынка об ошибках на этикетках пищевых продуктов. С целью получения данной услуги необходимо оформить и подать заявку через веб-сайт. Важно отметить, что данная услуга предоставляется на платной основе, за заявку взимается плата в размере 1 000 ринггитов за этикетку.

На каждую поступившую заявку заявителю будет направлено ответное письмо, в котором будет указано, соответствует ли этикетка присланного продукта положениям о маркировке пищевых продуктов в соответствии с Правилами регулирования рынка пищевых продуктов. Также будут указаны подробности несоответствия маркировки (если таковые имеются). Данная услуга имеет ряд преимуществ:

- оперативное предоставление информации о соответствии/несоответствии маркировки пищевых продуктов;
- продукты с утвержденными этикетками пищевых продуктов можно продавать на рынке;
- ответное письмо, выданное Министерством здравоохранения Малайзии, может быть использовано в качестве доказательства того, что используемая этикетка соответствует всем положениям о маркировке пищевых продуктов во время правоприменительных мероприятий, проводимых Министерством здравоохранения Малайзии.

Требования к упаковочным материалам

Пищевая упаковка должна быть предназначена для контакта с пищевой продукцией и не должна выделять или передавать содержимому токсичные, вредные или ухудшающие качество продукта питания вещества. В частности, не допускается использование упаковочных материалов, содержащих свинец, сурьму, мышьяк, кадмий и другие токсичные вещества, в том числе, потенциально неустойчивые к действию кислоты. Процедура соответствующих испытаний упаковки изложена в Приложении 13 к «Правилам регулирования рынка пищевых продуктов». Недопустимо использование материалов, содержащих более 1 мг/кг винилхлорида.

Особенности и барьеры входа на рынок



4.1. Особенности таможенных процедур

Ключевым документом, регулирующим импорт молочной продукции в Малайзию, является [Regulations for the Importation of Milk and Milk Products into Malaysia](#), выпущенный в 2011 г. DVS.

За проведение таможенных процедур и взимание пошлин и акцизов в Малайзии отвечает Королевский таможенный департамент (RMCD). Все экспортируемые в страну товары должны классифицироваться согласно используемой в АСЕАН восьмизначной тарифной номенклатуре АНТН, которая основана на стандартном для стран ВТО шестизначном HS-коде с добавлением двух цифр — подзаголовков АСЕАН.

Все импортируемые товары, независимо от того, облагаются ли они импортными пошлинами, необходимо декларировать в письменной форме на таможенном бланке № 1. В декларациях должны быть указаны полные и достоверные сведения о товарах, включая их стоимость, вес, размер или количество, а также страну происхождения и конечный пункт назначения. Декларации подаются на таможенный пост по месту ввоза товаров.

Стандартный набор документов при экспорте продукции в Малайзию:

- таможенная декларация (таможенная форма № 1);
- счет-фактура (при отсутствии инвойса — предварительная);
- упаковочный лист;
- транспортная накладная или авианакладная;
- подтверждение оплаты логистических услуг;
- подтверждение оплаты таможенных пошлин (пошлины должны быть оплачены электронным переводом денежных средств до того, как таможня разрешит ввоз товара);
- страховой сертификат (при наличии страховки);
- аккредитив (если используется);
- брошюра, каталог или другие сопутствующие документы.

При ввозе молочной продукции дополнительно требуются следующие документы:

- разрешение на импорт молочной продукции, полученное после регистрации предприятия и продукции в электронной системе e-Dagang;

- экспортный ветеринарный сертификат (Export Certificate for Animal Products VS FORM 16-4 MAR 2010);
- сертификат «Халяль», выданный аккредитованной JAKIM организацией;
- при поставке мягких сыров — сертификат анализа на *Listeria Monocytogenes*, выданный уполномоченным органом страны-экспортера.

Ветеринарный экспортный сертификат должен быть выдан и подписан территориальным органом Россельхознадзора не ранее, чем за 30 дней до осуществления поставки молочной продукции в Малайзию. Кроме того, необходимо учитывать следующие требования:

- экспорт молочных продуктов в Малайзию должен осуществляться только с предприятий, предварительно зарегистрированных и утвержденных DVS (подробнее см. в разделе 3.1. «Требования к производителям»);
- партии молока и молочных продуктов подлежат ветеринарной проверке уполномоченным должностным лицом Малайзийской карантинной и инспекционной службы (MAQIS) в пункте въезда по прибытии в Малайзию (подробнее про требования к безопасности пищевых продуктов см. в разделе 3.2. «Требования к продукции»);
- поставки молочных продуктов требуют получения импортной лицензии. Регистрация продукта и подача заявок на импортные лицензии производятся через зарегистрированные в Малайзии компании, при этом за импортные лицензии взимаются сборы (см. раздел 4.2. «Тарифные и нетарифные барьеры»).

При планировании поставок необходимо учитывать, что все партии пищевых продуктов подлежат досмотру. Время выпуска пищевых продуктов составляет от 1–2 дней при авиаперевозке и 1–3 дней при перевозке морем. Распространенными проблемами при оформлении ввоза груза в порту являются отсутствие регистрации у производителя, отсутствие ветеринарного сертификата или его несоответствие требованиям, а также отсутствие других необходимых свидетельств и деклараций. Перед отправкой груза целесообразно заранее ознакомиться с актуальной информацией о таможенных пошлинах, представленной на сайте RMCD.

В пункте ввоза в Малайзию партии молочных продуктов подлежат ветеринарной проверке уполномоченным сотрудником MAQIS, который может отправить образцы продукции на анализ. По результатам лабораторной проверки MAQIS имеет право уничтожить или задержать любую партию, если сочтет это необходимым.

Во избежание задержек при импорте продукции рекомендуется тесно взаимодействовать с импортером и проверить выполнение всех технических требований еще до отгрузки.

4.2. Тарифные и нетарифные барьеры

Тарифные барьеры

У России не подписано соглашение о свободной торговле с Малайзией, поэтому к российскому экспорту применяется ставка режима наибольшего благоприятствования (РНБ) на условиях ВТО. При этом большинство категорий российской молочной продукции можно ввозить в Малайзию беспошлинно.

Малайзия является членом АСЕАН и, в соответствии с соглашением о зоне свободной торговли AFTA, отменила пошлины практически на все товары из других стран ассоциации.

Табл. 46. Ставки ввозной пошлины Малайзии в отношении молочной продукции из России и ведущих стран-поставщиков

Код ТН ВЭД	Наименование	Ставка РНБ, %
0401 10	Молоко и сливки, несгущенные и без добавления сахара или других подслащивающих веществ, с содержанием жира не более 1 мас.%	50
0401101000	Молоко и сливки с содержанием жира не более 1 мас. % в первичных упаковках нетто-объемом не более 2 литров, несгущенные и без добавления сахара или других подслащивающих веществ	В рамках ВТО выделена квота — 1 млн литров по ставке 20%
0401 20	Молоко и сливки, несгущенные и без добавления сахара или других подслащивающих веществ, с содержанием жира более 1 мас.%, но не более 6 мас.%	50
0401201000	Молоко и сливки с массовой долей жира > 1%, но ≤ 6%, неконцентрированные и не содержащие добавления сахара или других подслащивающих веществ: в жидкой форме.	В рамках ВТО выделена квота — 1 млн литров по ставке 20%
0401 40	Молоко и сливки, несгущенные и без добавления сахара или других подслащивающих веществ, с содержанием жира более 6 мас.%, но не более 10 мас.%	50
0401401000	Молоко и сливки с массовой долей жира > 6%, но ≤ 10%, неконцентрированные, не содержащие добавления сахара или других подслащивающих веществ: Молоко в жидкой форме	В рамках ВТО выделена квота — 1 млн литров по ставке 20%

Продолжение табл. 46.

Код ТН ВЭД	Наименование	Ставка РНБ, %
0402 91	Молоко и сливки, сгущенные без добавления сахара или других подслащивающих веществ, с прочей жирностью	5
2105 00	Мороженое и прочие виды пищевого льда, не содержащие или содержащие какао	5

Источник: *ITC Market Access Map*

Примечание. Продукция кодов ТН ВЭД 040150, 040210, 040221, 040299, 040310, 040390, 040410, 040490, 040510, 040520, 040590, 040610, 040620, 040630, 040640 и 040690 отсутствует в таблице, так как она экспортируется в Малайзию из России, США, ЕС, Новой Зеландии, Австралии и АСЕАН по нулевой ставке.

Нетарифные барьеры

Таможенный контроль

Оформление ввоза продукции в Малайзию требует средних затрат времени и денег. В рейтинге Doing Business Всемирного банка Малайзия занимает 49-е место из 190 стран по трансграничной торговле. Барьеры в отношении импорта в основном направлены на защиту внутреннего рынка и стратегических секторов экономики, а также на соблюдение культурных и религиозных норм.

Табл. 47. Сроки и стоимость оформления импорта в Малайзию

Процедура	Время, ч	Стоимость, долл. США
Пограничный и таможенный контроль	36	213
Оформление документов	7	60

Источник: *Всемирный банк (Doing Business 2020)*

Разрешение на ввоз

К каждому грузу, содержащему молоко или молочные продукты, должна прилагаться действующая лицензия на ввоз, выданная генеральным директором DVS или администратором штата. Эта мера была введена в 2018 г. и, по заявлению правительства Малайзии, направлена на улучшение прослеживаемости продукции.

Сертификация «Халяль»

Молочная продукция, ввозимая в Малайзию, должна иметь сертификат «Халяль». DVS требует ежегодного продления сертификации, причем она должна производиться только организациями, аккредитованными JAKIM.

Технические требования

За исключением сертификации «Халяль», технические требования к молоку и молочной продукции в Малайзии в целом соответствуют международным стандартам (см. раздел 3.2. «Требования к продукции»). Поэтому российские производители могут избежать затрат, связанных с внесением существенных изменений в производство.

Сотрудничество с агентом или дистрибьютором

Компании, принадлежащие лицам, которые не являются гражданами Малайзии, для открытия филиала в стране обязаны привлечь местного агента. Использовать местного дистрибьютора рекомендуется всем экспортерам, поскольку выбор правильного канала сбыта во многом определяет успех на рынке Малайзии. В стране имеется множество различных возможностей для дистрибуции продукции, в том числе в каналах розницы, и хороший дистрибьютор сможет обеспечить максимальный охват целевой аудитории.

Защита торговой марки

Распространение пиратской и контрафактной продукции, а также подделка товарных знаков, являются серьезной проблемой региона. Поэтому важно зарегистрировать товарный знак продукции. Действующее законодательство о товарных знаках предусматривает эффективную процедуру подачи возражений. В Малайзии охраняются как зарегистрированные, так и незарегистрированные товарные знаки, но невозможно взыскать ущерб при нарушении прав на незарегистрированный знак.

Организация экспортных поставок





Содержание _____

5.1.

Логистика

5.2.

Порядок осуществления
валютно-финансовых операций

5.3.

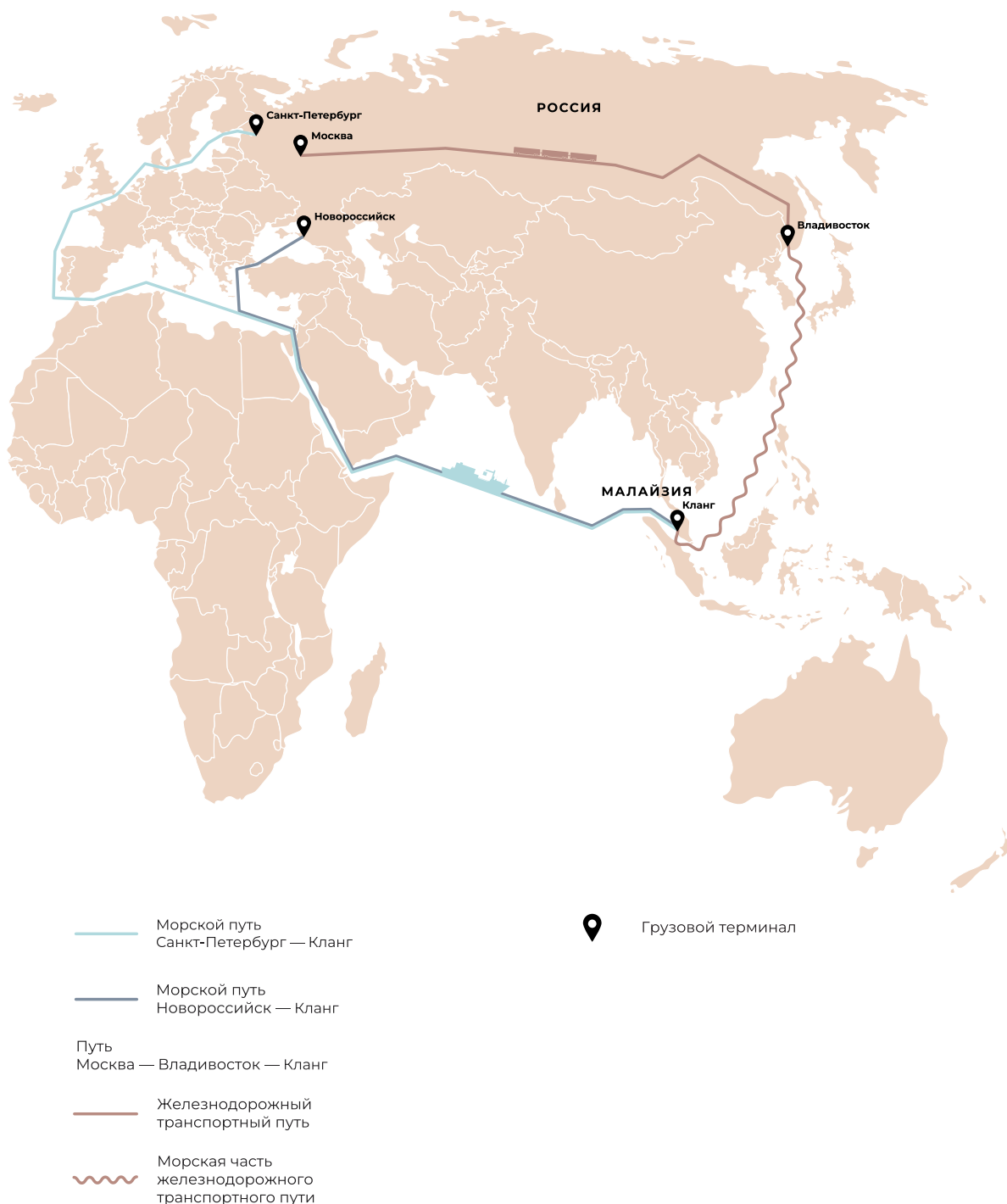
Формы присутствия на рынке

5.4.

Защита интеллектуальной
собственности

5.1. Логистика

Рис. 75. Доставка молочной продукции из России в Малайзию



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

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

1) 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;
- морская перевозка.

2) Авиаперевозка.

Морская перевозка

Оптимальный способ доставки партии груза из России в Малайзию — морским транспортом

Доставка товара в порт отправления может быть осуществлена двумя основными способами:

- напрямую от производителя;
- через склад накопления.

Автомобильная перевозка в контейнере — порт отгрузки (с перевалкой в порту)

Перевозка в порт отправления может осуществляться в рефрижераторных контейнерах (рефконтейнерах) автомобильным или железнодорожным транспортом либо в рефрижераторных автомобилях (авторефрижераторах). Вместимость одного рефрижераторного грузовика составляет около 20 тонн брутто. Соответственно, наиболее экономически эффективная схема перевалки — три авторефрижератора в два рефконтейнера. Перевалка продукции из автомобилей в контейнеры должна производиться под ветеринарным контролем на специально предназначенных для этого площадках. Как правило, подобные комплексы располагаются непосредственно в портах или максимально близко к ним, чтобы сократить затраты на перемещение тяжеловесного контейнера по территории РФ.

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-футовых рефконтейнерах практически не осуществляются. В связи с ограничением нагрузки на ось автопоезда при внутрироссийских перевозках 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 термомониторы: электронные (накапливают информацию о температуре) и химические (меняют цвет при нарушении температурного режима). 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 PreTrip Inspection, PTI).

Перевозка осуществляется на основании CMR-накладной и облагается НДС по ставке 0%. У каждой морской линии свое расписание и оптимально, чтобы экспортер заранее с ним ознакомился и зарезервировал место на выбранном судне. Это поможет снизить риски возникновения расходов при помещении товаров на склады временного хранения в ожидании погрузки.

Автомобильная перевозка в рефрижераторе — склад накопления — порт отгрузки

Доставка до склада накопления может осуществляться как самим производителем молочной продукции, так и покупателем. Груз перевозится на палетах для оптимизации скорости и затрат на его перевалку и хранение. Вместимость одного рефрижераторного автомобиля составляет около 20 тонн брутто. Таким образом, для оптимальной логистической схемы с дальнейшей отгрузкой товара в контейнеры три фуры перегружаются в два рефконтейнера. При найме автоперевозчика необходимо учитывать сроки погрузки и выгрузки на складах: в сезоны пиковых нагрузок (октябрь – март) срок выгрузки может достигать до двух суток.

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

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

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

Основные статьи расходов 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. Кроме того, представитель компании-экспортера должен присутствовать на складе для осуществления операций с товаром. При работе через логистического провайдера все эти функции он берет на себя.

При выборе склада накопления необходимо учитывать:

- возможность хранения охлажденной продукции;
- наличие аттестации для экспорта молочной продукции в Малайзию;
- 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 молочной продукции, доставка в порт отправления осуществляется железнодорожным транспортом.

При отправке по железной дороге используется два типа контейнеров:

- автономные рефрижераторные 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 со станций:

- Селятино и Силикатная (г. Москва);
- Иня-Восточная (г. Новосибирск);
- Автово (г. Санкт-Петербург);
- Ростов-Западный (г. Ростов-на-Дону);
- Тихорецкая (г. Казань).

Отправки из Москвы осуществляются ежедневно, из других пунктов — ориентировочно еженедельно. Транзитное время доставки груза из Москвы во Владивосток составляет 14–20 дней.

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

Морская перевозка

Основной порт для доставки рефрижераторных грузов в Малайзию — порт Кланг (Port Klang).

В связи с санкционной политикой в отношении России единственной судоходной линией, которая осуществляет перевозки из портов Санкт-Петербург, Новороссийск и Владивосток в Малайзию, является линия [MSC](#).

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

Табл. 48. Ориентировочное транзитное время доставки, дни

Порт прибытия/отправки	Порт Кланг (Port Klang)
Санкт-Петербург	62
Новороссийск	47
Владивосток	23

Сроки и стоимость доставки

Табл. 49. Ориентировочная стоимость комплексной доставки рефрижераторных грузов в Малайзию

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Воронеж — СПб — Кланг	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	11 800	27	0,44	70-75
Новосибирск — СПб — Кланг	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	15 640	27	0,58	70-75
Ижевск — СПб — Кланг	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 750	27	0,47	70-75
Воронеж — Новороссийск — Кланг	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 670	27	0,46	55-60
Новосибирск — Новороссийск — Кланг	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	18 530	27	0,69	55-60
Ижевск — Новороссийск — Кланг	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	14 860	27	0,55	55-60
Воронеж — МСК — Владивосток — Кланг	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	10 530	27	0,39	55-65

Продолжение табл. 49.

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Новосибирск — МСК — Владивосток — Кланг	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	15 800	27	0,59	55-65
Ижевск — МСК — Владивосток — Кланг	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	11 900	27	0,44	55-65

Примечание. В связи с переориентацией грузопотоков в сторону Азии российские 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 на подключение к электричеству и сверхнормативное использование контейнера в порту Владивосток).

Указаны действующие на 03 сентября 2024 г. ставки, в которые включены все необходимые расходы: наземная доставка рефконтейнера с грузом весом до 27 тонн нетто, фрахт, дизель-генератор, таможенное оформление, внутрипортовое экспедирование, взвешивание контейнера, оформление сертификата происхождения и др.

В перечне ставок указана отправка из Воронежа, Новосибирска и Ижевска в связи с географией производства молочной продукции. В качестве оптимального маршрута перевозки из данных регионов можно выбрать любой из перечисленных вариантов, в зависимости от приоритетов: срока доставки, цены, размера грузовой партии, наличия потенциально рискованных транзитных портов, возможности поддержания постоянной температуры в контейнере на всем протяжении маршрута (встроенный дизель-генератор), скорости получения балансового платежа по контракту (часто после предоставления коносамента).

В рамках программы поддержки экспорта в России, на основании [постановления Правительства Российской Федерации № 1104 от 15.09.2017 г.](#) экспортеры имеют право на возмещение части транспортных затрат в размере 25%, но не более 30% от стоимости товара. Для этого необходимо подать соответствующую заявку в Российский экспортный центр (более подробная информация размещена в разделе 12 «Государственная поддержка экспорта продукции АПК»).

Авиаперевозка

Авиаперевозки способны обеспечить доставку лишь малых партий груза, а поддержание надлежащего температурного режима в этом случае вызывает организационные трудности. Также стоит отметить, что издержки грузоотправителя при авиадоставке часто оказываются выше, чем при перевозках автомобильным и железнодорожным транспортом в пересчете на 1 кг веса груза.

Основные международные аэропорты Малайзии — это Куала-Лумпур (Куала-Лумпур), Кота-Кинабалу (Кота-Кинабалу), Кучинг (Кучинг) и другие.

Перевозка осуществляется на основании авианакладной и облагается НДС по ставке 0%. Перед выпуском груз проходит финальное взвешивание, данные которого указываются в транспортном документе. При этом в случае корректировки веса груза производится и корректировка авиафрахта, который рассчитывается на основании фактических габаритных и весовых характеристик груза.

Таможня

Таможенное оформление молочной продукции 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 и в пункте пересечения границы Российской Федерации.

Важно! Компании-экспортеры имеют право на возмещение уплаченного НДС. Для этого обязательным является подтверждение факта экспорта.

Возможные контрагенты

- 1) Комплексные логистические провайдеры, предоставляющие склады накопления и обеспечивающие отправку продукции различными видами транспорта через порты России:

- [ООО «ГК «СУПЕРКАРГО»](#) (рефрижераторные грузы);
- [ООО «Галеас»](#).

- 2) Железнодорожные операторы:

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

- 3) Сюрвейерские компании:

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

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

Ветеринарные документы

С требованиями к продукции и ветеринарным сопроводительным документам можно ознакомиться в главе 3 «Требования и стандарты на продукцию» и разделе 4.1 «Особенности таможенных процедур».

Логистические риски

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

Страхуемые риски. В данную категорию входят следующие риски:

- а)** утрата (гибель), недостача или повреждение всего, или части застрахованного груза;
- б)** 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.
- в)** неполучение 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;
- г)** утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате:
 - удара молнии, бури, вихря, урагана, шторма, извержения вулкана и других стихийных бедствий;
 - пожара, взрыва на перевозочном средстве, а также вследствие мер, принятых для спасания или тушения пожара;
 - крушения или столкновения судов, удара их о неподвижные или плавучие предметы, посадки судна на мель, повреждения судна льдом, провала мостов, подмочки забортной водой;
 - крушения или столкновения наземных перевозочных средств, их удара о подвижные или неподвижные предметы, дорожно-транспортного происшествия при перевозке груза автомобильным транспортным средством, схода с рельсов железнодорожных транспортных средств, провала мостов;
 - крушения, падения или столкновения самолетов, других воздушных транспортных средств.

- д) утрата (гибель) застрахованного груза в результате пропажи без вести морского/речного и/или воздушного судна, перевозившего груз;
- е) утрата (гибель) или повреждение всего застрахованного груза или целого места застрахованного груза (кроме перевозок насыпью, навалом, наливом) либо части застрахованного груза (для перевозок насыпью, навалом, наливом) при погрузке, укладке, перегрузке (перевалке), выгрузке застрахованного груза или приеме судном топлива;
- ж) подмочка груза атмосферными осадками;
- з) выбрасывание за борт и смывание волной палубного груза или груза, перевозимого в беспалубных судах;
- и) 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 (самописцами);
- к) нарушение температурного режима (влияние температуры) при потере/отсутствии электроснабжения рефрижератора на непрерывный срок не менее 24 часов при условии, что груз перевозится на транспорте (рефрижераторе), оборудованном исправными устройствами записи температуры воздуха (самописцами);
- л) кража и/или грабеж и/или разбой.

Санкционно-военные риски. Данная категория рисков связана, как правило, с действиями третьих стран. В настоящее время такие риски не принимаются к страхованию. Основной ущерб в этом случае касается задержек и возможных расходов на хранение в результате ареста, конфискации или иных действий третьих стран, через которые осуществляется транзит. Кроме того, при военных рисках существует вероятность потери груза.

Коммерческие риски. Продажа товара на условиях Инкотермс, не включающих ответственность за его перевозку, 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. Например, 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 со следующими проблемами:

- нарушение температурного режима;
- несоответствие маркировки продукции;
- ненадлежащий внешний вид продукции;
- пересортица.

Перевозчик (как морской, так и наземный) вправе требовать от стороны, предъявляющей претензию, доказательств 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.

5.2. Осуществление валютно-финансовых операций

Порядок валютного контроля при экспорте из РФ

Валютный контроль при экспорте из России осуществляется согласно основным нормативным правовым актам:

- [Федеральный закон от 10.12.2003 г. № 173-ФЗ](#) «О валютном регулировании и валютном контроле»: определяет основные принципы валютного регулирования и валютного контроля в России, включая порядок использования иностранной валюты в расчетах при экспорте товаров, работ и услуг, а также порядок репатриации валютной выручки.
- [Федеральный закон от 07.08.2001 г. № 115-ФЗ](#) «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма»: вводит требования к идентификации участников внешнеэкономической деятельности и их операций.

- [Инструкция Банка России от 16.08.2023 г. № 199-И](#) «О порядке представления резидентами и нерезидентами уполномоченным банкам подтверждающих документов и информации при осуществлении валютных операций, о единых формах учета и отчетности по валютным операциям, порядке и сроках их представления»: регулирует порядок представления подтверждающих документов и информации для валютных операций в уполномоченные банки. Инструкция определяет единые формы отчетности и сроки подачи документов.
- [Федеральный закон от 03.08.2018 г. № 289-ФЗ](#) «О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями): включает контроль за валютными операциями, связанными с перемещением товаров через границу России.
- [Указ Президента Российской Федерации от 05.07.2022 г. № 430](#) «О репатриации резидентами – участниками внешнеэкономической деятельности иностранной валюты и валюты Российской Федерации»: обязывает российских резидентов-экспортеров возвращать в страну иностранную валюту или рубли, полученные по внешнеэкономическим контрактам, для укрепления валютного контроля и предотвращения утечки капитала.
- [Указание Банка России от 09.01.2024 г. № 6663-У](#) вносит изменения в Инструкцию № 181-И, упрощая порядок валютного контроля и расширяя возможности для расчетов по внешнеторговым контрактам через любые уполномоченные банки, а также изменяет требования к представлению документов при расчетах с иностранными контрагентами.

В прохождении валютного контроля при экспортных операциях можно выделить несколько этапов:

- 1) Открытие паспорта сделки (ПС): оформляется в уполномоченном банке на каждую экспортную операцию, если сумма контракта превышает эквивалент 6 млн руб. (с 2023 г.). Паспорт сделки является основным документом, используемым банками для контроля за поступлением валютной выручки.
- 2) Подача информации и документов: резидент (экспортер) обязан предоставить в банк документы, подтверждающие исполнение обязательств по контракту (счета, инвойсы, транспортные документы и прочие). Эти документы позволяют банку контролировать поступление выручки и ее использование.
- 3) Репатриация валютной выручки: экспортер обязан обеспечить поступление всей суммы валютной выручки на свой счет в российском банке в сроки, указанные в контракте. Несоблюдение сроков может повлечь за собой штрафные санкции.

- 4) Контроль за использованием выручки: уполномоченный банк осуществляет контроль за целевым использованием валютной выручки. Выручка должна быть использована в соответствии с условиями контракта и требованиями валютного законодательства.
- 5) Обязательная продажа части валютной выручки: сохраняется требование об обязательной продаже части валютной выручки на внутреннем валютном рынке (не менее 80% по состоянию на сентябрь 2024 г.).

Валютно-финансовая система Малайзии

В 2024 г. валютно-финансовая система Малайзии регулируется рядом положений, которые устанавливают основные правила и принципы валютного регулирования, денежно-кредитной политики и управления финансовыми рынками. Ключевыми нормативными правовыми актами являются:

- Закон «О финансовых услугах» (Financial Services Act 2013): регулирует деятельность финансовых учреждений и охватывает такие направления, как лицензирование, регулирование, а также надзор за банками, страховыми компаниями, операторами платежных систем и другими финансовыми организациями.
- Закон «Об исламских финансовых услугах» (Islamic Financial Services Act 2013): регулирует исламские финансовые учреждения и услуги в соответствии с нормами шариата. Включает положения о регулировании исламского банковского дела, сукука (исламских облигаций) и других исламских финансовых продуктов.
- Закон «О Центральном банке Малайзии» (Central Bank of Malaysia Act 2009): определяет полномочия Центрального банка в части контроля валютных операций, поддержания стабильности национальной валюты, разработки и реализации денежно-кредитной политики, а также за управления государственными резервами.
- Закон «О предотвращении отмывания денег и финансирования терроризма» (Anti-Money Laundering, Anti-Terrorism Financing and Proceeds of Unlawful Activities Act 2001): обязывает финансовые учреждения отслеживать и сообщать о подозрительных транзакциях, которые могут быть связаны с незаконной деятельностью.
- «Правила осуществления валютных операций» (Foreign Exchange Administration Rules): установленные Центральным банком Малайзии правила регулируют валютные операции в стране, включая трансграничные переводы капитала и обмен валюты.
- Закон «О подоходном налоге» (Income Tax Act 1967): регулирует вопросы налогообложения доходов, полученных от международных финансовых операций и операций с валютой (разделы по налогообложению валютных операций).

Контроль за исполнением валютно-финансовых операций в Малайзии осуществляется несколькими ключевыми органами. Центральный банк Малайзии (Bank Negara Malaysia, BNM) регулирует валютные операции, денежно-кредитную политику, банковский сектор и платежные системы, а также противодействует отмыванию денег. Комиссия по ценным бумагам (Securities Commission Malaysia, SC) контролирует рынок капитала, эмиссию ценных бумаг и защищает права инвесторов. Финансовое управление Лабуана (Labuan Financial Services Authority) отвечает за офшорную финансовую деятельность в зоне Лабуан.

Порядок осуществления валютных операций

Официальная валюта Малайзии — малайзийский ринггит. Регулятором валютных операций в стране выступает Центральный банк Малайзии (BNM). Режим валютного контроля постепенно либерализуется, однако остается достаточно сложным. Малайзийский ринггит имеет плавающий обменный курс, что позволяет валюте изменяться в зависимости от рыночных условий. При этом BNM активно участвует в валютных операциях для сглаживания чрезмерной волатильности. Подробная информация о валютных операциях размещена на [сайте BNM](#), некоторые из наиболее важных положений приведены ниже.

Компания-нерезидент (инвестор) может открыть счет в ринггитах или иностранной валюте в лицензированном местном банке. Средства можно свободно переводить на такие счета и с таких счетов при условии комплексной проверки лицензированным местным банком. Компании-нерезиденты также могут репатриировать доходы, полученные от инвестиций в Малайзии. Репатриация должна осуществляться в иностранной валюте. При этом для физлиц-нерезидентов существует лимит на снятие наличных — 10 тыс. ринггитов в день. Нерезидентам разрешено проводить операции с национальной и иностранной валютой в лицензированных валютнообменных организациях и местных банках.

Нерезиденты, за исключением финансовых учреждений, могут свободно делать займы в ринггитах на любую сумму у любого резидента для финансирования или рефинансирования деятельности реального сектора в Малайзии.

Нерезидентам разрешено совершать и получать платежи в ринггитах от резидентов и нерезидентов при торговле товарами и оказании услуг. Оплата в ринггитах резидентом нерезиденту должна производиться на внешний счет нерезидента или его финансового учреждения. Для получения платежа в ринггитах нерезиденту необходимо открыть внешний счет в любом из малайзийских банков.

BNM может вводить временные меры и ограничения на операции с ринггитом для предотвращения спекулятивных атак на валюту. Например, в период финансовых кризисов могут вводиться более строгие ограничения на движение капитала.

Согласно аналитике МВФ, финтех стал центральной частью финансового сектора со значительными возможностями для расширения. Цифровые платежи и кошельки лидируют в сфере финансовых технологий, за ними следуют insurtech, цифровые денежные переводы, блокчейн, краудфандинг и другие формы финансовых технологий. Крупнейшими финтех-компаниями в Малайзии являются Jirnexu, MyCash Online, Capital Bay, PitchIN, MHub.

Для повышения эффективности и скорости осуществления валютно-финансовых операций с покупателями из Малайзии экспортерам следует придерживаться следующих шагов:

- 1) Подготовьте и подпишите внешнеэкономический контракт с покупателем из Малайзии.
- 2) Откройте валютный счет в банке, работающем с малазийским ринггитом. Обратите внимание на возможность приобретения страховых инструментов для защиты от возможных рисков неплатежеспособности контрагента.
- 3) Зарегистрируйте контракт в уполномоченных органах, если требуется (см. «Порядок валютного контроля при экспорте из РФ»).
- 4) Подготовьте инвойсы, накладные и другие документы для поставки товаров, проверьте количество копий документов и необходимость заверения перевода (см. «Основные документы, необходимые при осуществлении валютно-финансовых операций»).
- 5) Отправьте товары покупателю.
- 6) Убедитесь в правильности банковских реквизитов покупателя.
- 7) Получите валютную выручку на свой счет.
- 8) Предоставьте банку документы для валютного контроля (см. «Порядок валютного контроля при экспорте из РФ»).
- 9) Банк проверяет документы и проводит валютный контроль.
- 10) При необходимости конвертируйте валюту в рубли (см. «Порядок валютного контроля при экспорте из РФ»).
- 11) Следите за выполнением обязательств покупателем и поддерживайте с ним связь.

Основные документы, необходимые при осуществлении валютно-финансовых операций

В основном экспортерам для осуществления валютно-финансовых операций при организации поставок в Малайзию требуются следующие документы (необходимо подготовить 1 оригинал и 2 копии):

- а)** инвойс (выдается производителем или поставщиком): должен быть оформлен на языке контракта и содержать полную информацию о всех проданных товарах, их стоимости, условиях поставки и платежных реквизитах;
- б)** коносамент: подтверждает качество, состояние и количество товара, полученного перевозчиком;
- в)** лицензия на импорт (выдается уполномоченным государственным органом);
- г)** паспорт сделки: требуется, если сумма сделки превышает определенный лимит (см. «Порядок валютного контроля при экспорте из РФ»);
- д)** упаковочный лист: должен быть оформлен на языке контракта и заверен печатью экспортера. Вес, объем, способ упаковки и код товарной номенклатуры указываются для каждого товара;
- е)** сертификат о происхождении товара: подтверждает, что импортируемые товары были произведены и приобретены в конкретной стране происхождения. Если поставка требует специального разрешения, сертификаты или лицензии должны быть представлены на языке контракта с официальным переводом;
- ж)** внешнеторговый контракт: должен быть составлен на русском и малайском (или английском) языках, подписан обеими сторонами и содержать все условия сделки, включая суммы, валюту платежа и сроки выполнения обязательств;
- з)** сертификаты и декларации на продукт по российскому законодательству: документы оформляются на русском и малайском языках с заверением. Если для ввоза товаров в Малайзию требуются сертификаты соответствия малайзийским стандартам, они должны быть получены заранее;
- и)** страховой полис: должен быть оформлен на языке контракта и содержать все условия страхования (если предусмотрено страхование груза). Оригинал должен быть заверен печатью страховой компании;
- к)** заявление на открытие аккредитива: покупатель (импортер) подает заявление в свой банк в случае расчетов по аккредитиву;

- л) акт сверки: может потребоваться для контроля исполнения контракта в случае операций с использованием предоплаты;
- м) таможенная импортная декларация К1 с указанием страны происхождения, количества и описания упаковок, стоимости, веса, количества и типа товаров;
- н) виза e-Gate Pass;
- о) сертификат SOLAS.

Особенности практик применения взаиморасчетов

В Малайзии распространены три основные формы взаиморасчетов: авансовый платеж наличными, аккредитив и открытый счет.

Авансовый платеж наличными предполагает полную или частичную оплату до получения товара, что снижает риски для продавца, но повышает их для покупателя.

Аккредитив — безопасная форма расчетов, часто используемая в международной торговле, где банк покупателя гарантирует оплату при выполнении условий контракта.

Открытый счет позволяет покупателю получить товар с отсрочкой платежа, что удобно для долгосрочного взаимодействия, но увеличивает риски для продавца.

В 2024 г. активно развиваются электронные платежные системы, такие как DuitNow, а также финансовые технологии, включая блокчейн и смарт-контракты. Цифровые решения повышают безопасность и эффективность взаиморасчетов.

При необходимости получения кредитного рейтинга экспортер может обратиться к местным рейтинговым агентствам: [RAM Rating Services Berhad](#) и [Malaysian Rating Corporation Berhad](#).

Основным способом осуществления платежей в Малайзии является банковский перевод. Распространен прием банковских карт платежных систем Visa, Mastercard и UnionPay.

Возможные банки для осуществления валютных операций

Помимо традиционных международных расчетов, в Малайзии широко представлен исламский банкинг. Исламское финансирование в Малайзии регулируется [Законом «Об исламском банковском деле»](#) (Islamic Banking Act 1983). Рынок исламского банкинга растет на 8–10% в год и к 2026 г. может занять 45% от общего объема кредитования страны.

Табл. 50. Перечень возможных банков для осуществления валютных операций

Банк	Описание	Наличие филиала в РФ	Активы, млрд долл. США	Место в Малайзии по активам	Рейтинговые агентства		
					S&P	Moody's	Fitch
Maybank	Страна: Малайзия Год основания: 1960 г. Специализация: банк с полным спектром услуг, специализирующийся на розничном, коммерческом и инвестиционном банкинге, а также страховании Сайт: www.maybank.com	—	204	1	A-	A3	A-
CIMB Group	Страна: Малайзия Год основания: 1924 г. Специализация: ведущий универсальный банк, предоставляющий финансовые продукты, в том числе услуги исламского банкинга, по всей Юго-Восточной Азии Сайт: www.cimb.com.my	—	135	2	A-	A3	BBB+
Public Bank Berhad	Страна: Малайзия Год основания: 1966 г. Специализация: розничное банковское обслуживание с фокусом на кредиты и депозиты для малых и средних предприятий (МСП). Сайт: www.pbebank.com	—	102	3	A-	A3	A-
Hong Leong Bank	Страна: Малайзия Год основания: 1905 г. Специализация: розничные, оптовые и инвестиционные банковские услуги в Латинской Америке и во всем мире Сайт: www.hlb.com.my	—	60	4	A-	A3	A-

Примечание. Данные приведены по состоянию на 2024 г.

По состоянию на 2024 г. ни у одного российского банка не было прямого филиала или представительства в Малайзии. Во многом это связано с международными санкциями, которые ограничили глобальные операции российских финансовых институтов, в том числе в Юго-Восточной Азии. Вместо этого российские компании и частные лица в Малайзии могут использовать альтернативные платежные системы, такие как UnionPay, или работать через более мелкие региональные финансовые учреждения. На официальном уровне также рассматриваются механизмы преодоления санкций для финансовых операций с участием России.

Риски при расчетах с Малайзией

Экономические риски

Режим валютного контроля в Малайзии можно охарактеризовать как довольно либеральный, здесь отсутствуют ограничения на оплату резидентами товаров в адрес нерезидентов с использованием иностранной валюты. При работе с малайзийскими контрагентами российским поставщикам необходимо учитывать экономические риски, присущие данному рынку. В частности, перебои в глобальных цепочках поставок, инфляционное давление и геополитическая напряженность оказывают негативное влияние как на перспективы развития бизнеса в целом, так и на возможности малайзийских контрагентов по обеспечению контрактных обязательств. Не менее важным фактором, влияющим на стабильность национальной валюты, является сальдо торгового баланса, которое очень сильно зависит от объемов экспорта углеводородов и прочих товаров.

Бюрократические риски

Важно учитывать, что Малайзия не является участником Соглашения о государственных закупках ВТО. В результате иностранным компаниям тяжело претендовать на контракты в государственном секторе и в большинстве случаев требуется привлекать местного партнера перед рассмотрением заявок. Кроме того, закупки часто осуществляются через посредников, не напрямую правительством. Закупки также могут быть предметом переговоров, а не тендера, что ведет к недобросовестной конкуренции и повышает риски вовлечения в мошеннические схемы. Российским компаниям рекомендуется проводить тщательную комплексную проверку контрагентов и проверять достоверность коммерческих предложений.

5.3. Формы присутствия на рынке

В Малайзии имеются широкие возможности для ведения бизнеса, обусловленные динамичной деловой средой, новыми технологиями, правовой определенностью и благоприятным инвестиционным климатом⁵. К тому же власти страны проводят политику стимулирования прямых иностранных инвестиций. Одним из вариантов инвестирования для иностранцев является открытие собственного бизнеса.

Особенности регистрации бизнеса

Для ведения бизнеса иностранными компаниями в Малайзии действующее законодательство⁶ предусматривает несколько организационно-правовых форм.

Табл. 51. Организационно-правовые формы регистрации бизнеса в Малайзии

Организационно-правовая форма	Краткая характеристика
Частная компания с ограниченной ответственностью Sendirian Berhad (Sdn Bhd)	2–50 учредителей при регистрации. - Минимальный уставной капитал — две обыкновенные акции (стоимостью 1 ринггит). - Ответственность ограничена номинальной стоимостью доли каждого участника
Публичная компания с ограниченной ответственностью Berhad (Bhd)	- От 2 учредителей при регистрации. - Минимальный уставной капитал – две обыкновенные акции (стоимостью 1 ринггит). - Ответственность ограничена номинальной стоимостью доли каждого участника
Товарищество с ограниченной ответственностью Perkongsian Liabiliti Terhad (PLT)	2–20 учредителей при регистрации. - Ответственность ограничена номинальной стоимостью доли каждого участника
Филиал	- Один участник-резидент при регистрации. - Открытие счета в местном банке.

⁵ Анализ инвестиционного климата Малайзии представлен в докладе 2019 г. Investment Climate Statements: Malaysia, подготовленном Бюро по вопросам экономики и бизнеса Госдепартамента США

⁶ Регистрация бизнеса в Малайзии регулируется Законом № 197 (только для Западной Малайзии), компании — Законом № 777, товарищества с ограниченной ответственностью — Законом № 743.

Наиболее распространенная форма — компания Sdn Bhd. Она практически идентична российскому обществу с ограниченной ответственностью, но имеет свои особенности. В частности, требуется обязательная регистрация компании на территории Малайзии и наличие двух директоров-резидентов.

В Малайзии процесс регистрации компании относительно прост:

- для регистрации достаточно одного человека;
- можно зарегистрировать компанию со 100% иностранным капиталом;
- нет требований к оплаченному капиталу — можно зарегистрировать компанию с капиталом 1 ринггит (0,23 долл. США по курсу на октябрь 2024 г.).

Иностранные компании, собирающиеся вести бизнес в стране, должны зарегистрироваться в Комиссии по компаниям Малайзии ([Companies Commission of Malaysia](#)) и оплатить госпошлину 30 ринггитов (7,0 долл. США). Бизнесменам, планирующим работать в сфере торговли, необходимо получить лицензию для оптово-розничной торговли (Wholesale Retail Trade License).

Для регистрации необходимо предоставить следующую информацию:

- паспортные данные, гражданство и место жительства каждого акционера в Малайзии (для юридических лиц — название компании, место регистрации, регистрационный номер и юридический адрес);
- паспортные данные, гражданство и место жительства каждого лица, которое назначено директором иностранной компании в Малайзии;
- список акционеров (участников) по месту регистрации;
- сведения о классе и количестве акций — для иностранной компании с уставным капиталом;
- сумму, в пределах которой участник обязуется внести вклад в активы иностранной компании в случае ее ликвидации, — для иностранной компании с ограниченной ответственностью без акционерного капитала;
- ФИО и адрес резидента Малайзии, который назначен иностранной компанией в качестве агента по доверенности (в обязанности агента входит передача официальной корреспонденции и обеспечение выполнения требований Комиссии по компаниям — ст. 563 Закона №777).

Иностранным компаниям, желающим быстро и с минимальными административными затратами протестировать рынок, больше всего подходит регистрация филиала. В этом случае требуется только зарегистрировать юридический адрес и назначить местного агента. Однако филиал полностью зависит от сферы деятельности материнской компании. Многие юристы рекомендуют заре-

гистрировать общество с ограниченной ответственностью, т.к. его гибкость и ограниченная ответственность во многих случаях оптимальны для развития бизнеса в Малайзии.

Присутствие на рынке Малайзии также возможно путем регистрации компании на федеральной территории Лабуан или дочерней компании, открытия представительства или совместного предприятия, привлечения агента или дистрибьютора.

Альтернативы созданию бизнеса в Малайзии

- 1) **Оффшорная компания на острове Лабуан.** В состав Малайзии входит остров Лабуан, крупнейший оффшорный центр региона. Оффшорные компании имеют льготный режим налогообложения и не нуждаются в оформлении лицензии для осуществления своей деятельности (за исключением нескольких сфер). Еще одна привлекательная сторона острова — его территория является зоной беспошлинной торговли, что делает зарегистрированную там фирму полезной для региональных дистрибьюторских предприятий.
- 2) **Дочерняя компания.** Регистрация обособленного подразделения в Малайзии подходит для иностранных компаний, которые хотят расширить свой бизнес в стране. Название дочерней компании может не совпадать с названием головной компании. Разрешается осуществлять все виды предпринимательской деятельности. Иностранное юридическое лицо может быть 100% участником. Для открытия требуется как минимум один акционер (местная или иностранная компания) и один директор со статусом резидента (может не являться гражданином Малайзии, но должен иметь постоянное место жительства в стране). Дочерняя компания подлежит обязательной регистрации в Комиссии по компаниям Малайзии.
- 3) **Филиал.** Филиалы в Малайзии, как правило, открывают иностранные компании, которые планируют расширение бизнеса на краткосрочной основе. Сфера деятельности филиала должна быть такой же, как и у иностранной материнской компании. Для регистрации требуется как минимум один местный агент. Сначала в течение 30 дней утверждается название филиала (аналогичное материнской компании), затем предоставляется пакет документов (данные по участникам и акционерам компании и филиала) и уплачивается госпошлина (от 1 до 70 тыс. ринггитов в зависимости от размера уставного капитала).
- 4) **Представительство.** Открытие представительства оправдано для проведения исследований рынка. Деятельность представительства не может приносить доход и используется только для целей маркетинга и рекламы. Для открытия представительства не нужно делать взнос. Основные требования к представительству:

- операционные расходы не должны превышать 300 тыс. ринггитов (70 тыс. долл. США) в год;
- финансирование должно осуществляться из внешних источников.

5) Совместное предприятие. Некоторые экспортеры выходят на рынок Малайзии через создание совместного предприятия для непосредственного осуществления продаж, дистрибуции и оказания услуг. Это обеспечивает прямой контроль, но требует привлечения капитала и подходящих местных партнеров. Выбор такого партнера — важнейшее решение для потенциального инвестора. Партнеры могут нести как совместную, так и раздельную ответственность, если активов предприятия недостаточно для покрытия обязательств. При создании совместного предприятия могут быть оформлены документы о партнерстве, регулирующие права и обязанности каждого партнера, но это не является обязательным условием.

6) Продажи через агента или дистрибьютора. Если иностранная компания не хочет самостоятельно вести бизнес, можно привлечь местного агента или дистрибьютора. Такая форма особенно подходит экспортерам, которые только осваивают рынок и/или имеют ограниченные средства для продвижения бренда и маркетинговых коммуникаций в Малайзии. Агенты и дистрибьюторы предоставляют доступ к своим проверенным каналам сбыта товаров. Они также помогут оперативно реагировать на изменения рынка и отслеживать обновления в нормативной базе.

Ключевое отличие агентов от дистрибьюторов заключается в том, что первые отвечают лишь за продажи и развитие сбытовой сети, но не несут ответственности за товар. Агенты передают компаниям-экспортерам заказы клиентов, обеспечивают доставку товара и получение платежа, получая комиссию от объема продаж. Дистрибьюторы же принимают на себя ответственность за товар, покупают, а затем перепродают его в Малайзии, оплачивают хранение и издержки по реализации. Они покрывают свои расходы и получают прибыль, добавляя маржу к стоимости товара.

Дистрибьютор, как правило, отвечает за таможенное оформление, работу с авторизованными оптовыми/розничными торговцами, маркетинг продукции, нацеленный на крупные сети или организации, а также обеспечивает послепродажное обслуживание. Рынок Малайзии во многом ориентирован на взаимоотношения, и наличие местного агента может положительно повлиять на конечный результат.

Для рационального выбора агента или дистрибьютора в Малайзии целесообразно выполнить следующее:

- проверить бизнес-лицензию потенциального партнера и убедиться, что предлагаемые услуги находятся в ее рамках;
- проверить показатели коммерческой деятельности потенциального партнера, такие как сеть и объем продаж, охват рынка, штат сотрудников по продажам;

- провести независимый аудит потенциального партнера: проверить юридический статус компании, ее текущее финансовое положение, информацию о поставщиках и конкурентах, ознакомиться с отзывами клиентов;
- выяснить, имеет ли потенциальный партнер опыт в соответствующей сфере, обладает ли достаточными знаниями и навыками работы с товарами и рынком, представлял ли аналогичную продукцию прежде, может ли помочь в вопросах маркетинговых коммуникаций;
- уточнить, может ли потенциальный партнер оказать профессиональное содействие в сертификации продукции и решении логистических задач.

При планировании бизнеса в Малайзии рекомендуется ознакомиться с подробной информацией на [портале госуслуг](#).

Поддержка иностранных инвестиций

Для привлечения иностранных инвестиций и выполнения функций координационного центра правительство Малайзии учредило Управление по развитию инвестиций (Malaysia Investment Development Authority). Важная первичная информация, необходимая для потенциальных инвесторов, представлена [на сайте ведомства](#).

К основным региональным органам, оказывающим поддержку инвесторам, относятся [Invest Kuala Lumpur](#), [Invest Penang](#), [Invest Selangor](#), Управление экономического развития и инвестиций Сабаха ([Sabah Economic Development and Investment Authority](#)), Корпорация экономического развития Саравака ([Sarawak Economic Development Corporation](#)). Преференциальные условия предусмотрены для иностранных инвесторов в свободных промышленных и торговых зонах, более подробная информация о которых представлена в разделе 7.

5.4. Защита интеллектуальной собственности

Вопросами регистрации и охраны объектов интеллектуальной собственности в Малайзии занимается национальное патентное ведомство — Корпорация интеллектуальной собственности Малайзии (Intellectual Property Corporation of Malaysia, [MyIPO](#)).

Малайзия подписала рамочное соглашение АСЕАН о сотрудничестве в области интеллектуальной собственности. Страна является также участником следующих международных организаций и соглашений:

- Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС);

- Соглашения по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС);
- Парижской конвенции по охране промышленной собственности;
- Венского соглашения об учреждении Международной классификации изобразительных элементов знаков;
- Ниццкого соглашения о международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков;
- Протокола к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков.

Регистрация товарного знака в Малайзии

Вопросы использования товарного знака в Малайзии регулируются Положениями по товарным знакам ([2019 Guidelines of Trademarks](#)). Зарегистрировать можно как традиционные обозначения (название, фраза, символ, слоган, образ), так и нетрадиционные (цвета, звуки, запахи, голограммы), а также форму продукции или ее упаковку. Правовая защита предоставляется коллективным и сертификационным знакам. Для регистрации товарного знака на нерезидента необходимо посредничество патентного поверенного.

Процесс регистрации состоит из следующих этапов.

1) Подача заявки. В патентное ведомство Малайзии заявку на регистрацию товарного знака можно подать через онлайн-систему MyIPO или лично. Во втором случае действуют следующие правила регистрации:

- заявка подается по типовой форме в двух экземплярах, один из которых возвращается заявителю;
- размер товарного знака не должен превышать 10 x 10 см;
- размер пошлины за класс из предварительно утвержденного [Перечня товаров и услуг](#) (пошлина ТМА2А) составляет 950 ринггитов (205 долл. США);
- заявитель обязан доказать, что заявленный перечень товаров/услуг взят из предварительно утвержденного (в случае несоответствия перечень удаляется);
- размер пошлины за класс, не входящий в предварительно утвержденный перечень товаров и услуг (пошлина ТМА2В), составляет 1 100 ринггитов (238 долл. США);

- заявитель может указать в одной заявке несколько классов (Multiple classes).

При заполнении заявки потребуются следующая информация:

- наименование и реквизиты компании (или паспортные данные и гражданство, если заявитель физическое лицо); изображение товарного знака;
- изображение товарного знака;
- описание товаров и услуг;
- уставная декларация прав заявителя, подтверждающая, что заявитель является добросовестным владельцем товарного знака и что данные, указанные в форме, соответствуют действительности.

2) Экспертиза заявки. Регистратор осуществляет экспертизу заявки на регистрацию товарного знака, включая при необходимости поиск ранее зарегистрированных товарных знаков.

3) Подача возражений. Процедура подачи возражений предполагает обмен информацией и документами. Стороны предоставляют доказательства, и по итогам рассмотрения материалов регистратор имеет право:

- зарегистрировать товарный знак полностью;
- зарегистрировать товарный знак с учетом отдельных изменений;
- отказать в регистрации товарного знака.

4) Регистрация товарного знака. Вся процедура регистрации в среднем занимает 12–18 месяцев. Срок действия регистрации товарного знака в Малайзии составляет 10 лет с даты подачи заявки и продлевается на десять лет. Продление регистрации в нескольких классах может быть выборочным, но классы, которые не будут продлены, должны быть удалены путем подачи заявки на разделение.

В Малайзии действует 11-я редакция Международной классификации товаров и услуг. Если регистрируется товарный знак, уже зарегистрированный на территории страны-участницы Международной конвенции, в заявке на регистрацию необходимо указать название страны и дату приоритета, а также приложить к заявке документ, подтверждающий приоритетную дату регистрации.

Владельцы товарных знаков в Малайзии могут использовать Мадридскую систему и обеспечить защиту своих знаков путем подачи единой международной заявки на одном языке (английском, французском или испанском) и уплаты пошлин в одной валюте.

Перед регистрацией проводится проверка заявленного знака по базам патентного ведомства страны на наличие схожих или тождественных товарных знаков с более ранним приоритетом.

Исключительное право на товарный знак в Малайзии может быть прекращено добровольно либо отозвано регистратором в течение 12 месяцев с момента регистрации в случае выявления неправомерных действий.

Правовая охрана товарного знака в Малайзии

В Малайзии охраняются как зарегистрированные, так и незарегистрированные товарные знаки исходя из общеправового принципа, предоставляющего защиту тому, кто первый стал использовать знак. При этом исключительное право на товарный знак, которое позволяет взыскивать ущерб, приобретается только в порядке регистрации. Дела о защите прав на товарные знаки, как правило, рассматриваются в Суде по интеллектуальным правам Куала-Лумпура.

Нарушением может считаться даже использование сходного с зарегистрированным знака на аналогичных товарах или услугах. В этом случае ответственность распространяется на вторичных пользователей. Типичными средствами правовой защиты являются штрафные санкции, судебный запрет, возмещение ущерба.

Доменные имена

Основной регистратор доменных имен — Сетевой информационный центр Малайзии (MyNIC) при Министерстве науки, технологий и инноваций. MyNIC разрешает регистрировать любые доступные доменные имена. При возникновении разногласий между владельцами зарегистрированных доменов применяется политика урегулирования споров MyDRP (Domain Name Dispute Resolution Policy). Например, по делу о киберсквоттинге истец должен доказать, что доменное имя идентично или сходно до степени смешения принадлежащим ему товарным знаком, и что доменное имя было зарегистрировано и/или использовано недобросовестно. Вместе с тем истец не может претендовать на возмещение ущерба, поскольку MyDRP предусматривает только два средства правовой защиты: передача доменного имени истцу или удаление спорного доменного имени.

Стороны также вправе обратиться в суд или прибегнуть к иному механизму урегулирования споров (например, в рамках ВОИС или Азиатского центра по урегулированию споров в области доменных имен).

С наиболее важными законодательными и нормативными актами, которые следует учитывать при выходе на рынок Малайзии, можно ознакомиться в Приложении №1.

Продвижение продукции

6



Содержание

6.1.

Ключевые факторы успеха на рынке

6.2.

Отраслевые выставки и ярмарки



6.1. Ключевые факторы успеха на рынке

Уникальное торговое предложение и ассортимент продукции

Перед выходом с молочной продукцией на рынок Малайзии важно провести исследование рынка по наиболее востребованным продуктам, и, поскольку молочные продукты не являются частью традиционного рациона питания у малайцев, важно принимать меры по повышению осведомленности потребителей по данной продукции. Для выявления наиболее перспективных продуктов российским экспортерам рекомендуется внимательно изучить ассортимент продукции, представленной на рынке страны. Важно также разработать стратегию продвижения, учитывая специфику локального рынка.

Важно учитывать особенности этнического состава населения страны

Малайзия — многонациональная и многоконфессиональная страна, где проживают представители трех основных этнических групп (малайской, китайской и индийской). При планировании поставок очень важно изучить предпочтения своей целевой аудитории, которая может состоять из представителей различных религий и культур.

Сертификация «Халяль»

Почти для всей молочной продукции, импортируемой в Малайзию, необходима сертификация «Халяль». И даже для продукции, не требующей этой сертификации, ее наличие поможет увеличить долю рынка, так как более 60% населения страны исповедуют ислам. Халяльная сертификация Департаментом исламского развития Малайзии (JAKIM) также дает дополнительное преимущество при обращении к потенциальным местным партнерам.

Электронная коммерция

Пандемия COVID-19 в значительной степени простимулировала развитие электронной коммерции, появилось множество электронных площадок, где потребители, не выходя из дома, могут посмотреть каталог продукции и заказать на дом. Оценив удобство подобных сервисов, все больше малайцев стали пользоваться услугами по доставке продуктов питания, что делает онлайн-торговлю перспективным каналом сбыта, в том числе молочной продукции.

Сотрудничество с импортерами и производителями

Учитывая сильную зависимость молочной промышленности от импорта, в частности, сухого молока, при производстве таких продуктов как питьевое молоко, йогурт, мороженое, рекомендуется сотрудничать с импортерами пищевых продуктов и молочных ингредиентов или с производителями молочной продукции напрямую. Импортеры, дистрибьюторы и оптовики являются ключевыми поставщиками для местных и региональных производителей продуктов питания и перерабатывающих предприятий. Личные отношения являются важными для успешного ведения бизнеса в Малайзии, в том числе и для налаживания контактов с крупными оптовыми и розничными компаниями.

Сотрудничество с сингапурскими компаниями

На рынке Малайзии сильные позиции занимают производители и дистрибьюторы продуктов питания, в том числе молочной продукции из Сингапура. Соответственно, можно рассмотреть выход на рынок страны через Сингапур, используя свободный порт Сингапура в качестве хаба для выхода на рынок Малайзии.

Маркировка на малайском или английском языках

Все импортные продукты питания должны иметь маркировку на малайском (Bahasa Melayu) или английском языках. При наличии информации на этих языках допускается перевод на любой другой язык.

Социальные сети как маркетинговый инструмент

Сильное влияние на потребителей также оказывают социальные сети, которые рекомендуется использовать для продвижения продукции. Производители учитывают последние тенденции и стараются адаптировать продукты, чтобы они выглядели максимально привлекательными для возможности сделать фото и поделиться им в социальных сетях. Популярным инструментом также является привлечение знаменитостей и блогеров-лидеров мнения в кулинарные шоу и различные рекламные ролики, которые набирают миллионы просмотров.

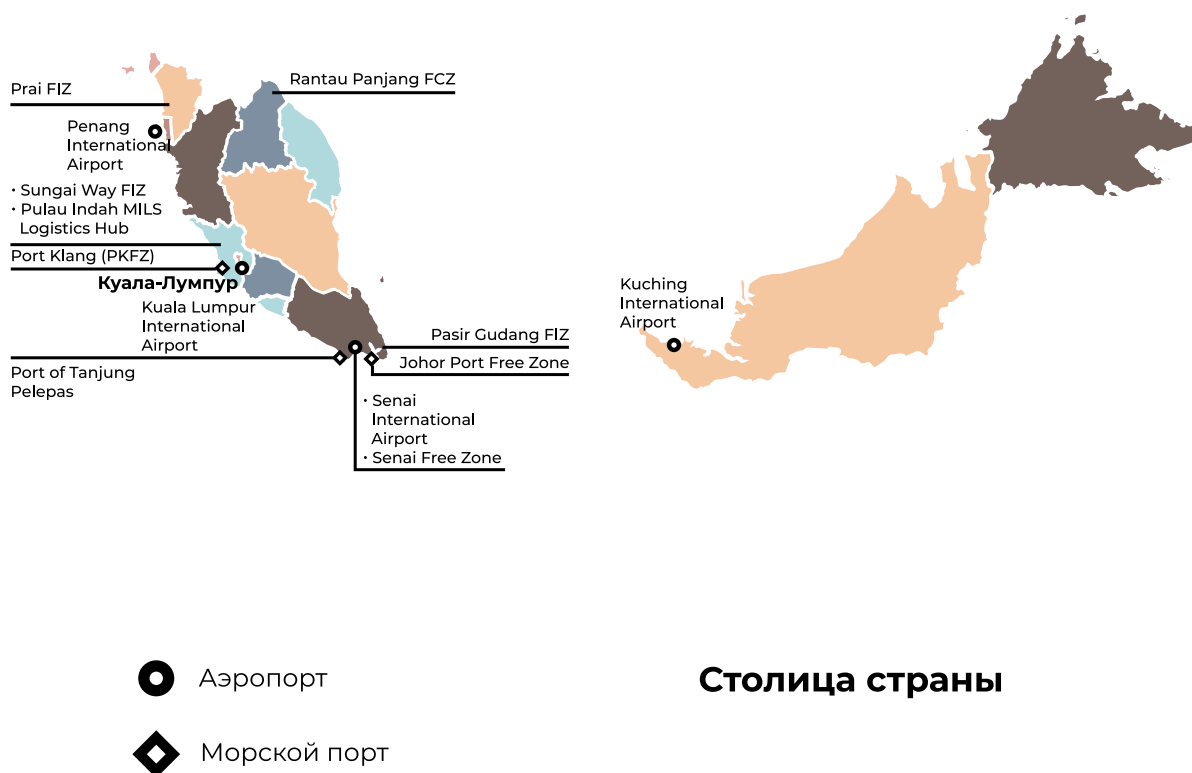
6.2. Отраслевые выставки и ярмарки

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
International Cafe & Beverage Show Бизнес-платформа для индустрии кафе розничной торговли https://intl-cbs.com	Куала-Лумпур Kuala Lumpur Convention Centre	24-26.04.2025
MIFB Malaysian International Food & Beverage Trade Fair Expo Culinaire Международная выставка продуктов питания и напитков https://mifb.com.my	Куала-Лумпур Kuala Lumpur Convention Centre	09-11.07.2025
MIHAS Malaysia International Halal Showcase Международная выставка халяльной продукции, представляющая широкий спектр продуктов питания, непродовольственных товаров, фармацевтических продуктов и финансовых услуг www.mih.com.my	Куала-Лумпур Malaysia International Trade and Exhibition Centre	17-20.09.2025
FHM Food & Hotel Malaysia Международная выставка продуктов питания, напитков и оборудования для гостиниц и ресторанов www.foodandhotel.com	Куала-Лумпур Kuala Lumpur Convention Centre	23-26.09.2025
Selangor Summit Международный бизнес-саммит Селангор для производителей продуктов питания и напитков, планирующих выход на новые рынки https://selangorsummit.com	Куала-Лумпур Kuala Lumpur Convention Centre	Октябрь 2025

Особые экономические зоны



В целях привлечения иностранных инвестиций и развития торговли правительство Малайзии создало значительное число свободных зон с разной специализацией. Деятельность свободных экономических зон регулируется Министерством финансов Малайзии на основании Закона «О свободных зонах» 1990 г. Закон предусматривает создание двух типов экономических зон: свободные промышленные зоны (Free industrial zone) и свободные торговые зоны (Free commercial zone). Также в стране существуют цифровая зона свободной торговли (Digital free trade zone) и Специальная пограничная экономическая зона (Special border economic zone), однако их особенности нерелевантны для целей экспортного гида.



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

С точки зрения применения норм Таможенного кодекса Малайзии, свободные экономические зоны считаются территориями вне пределов страны. В такие зоны товары могут импортироваться, обрабатываться в них и экспортироваться без уплаты таможенных пошлин, акцизных сборов, налога на продажу, налога на услуги. В Малайзии функционируют 27 свободных экономических зон, в том числе 13 промышленных зон и 14 торговых зон.

Свободные промышленные зоны

Большинство свободных промышленных зон специализируются на выпуске высокотехнологичной продукции (электроника, транспорт, комплектующие и оборудование), а также продукции химической промышленности, полимеров, изготовлении резиновых и пластиковых изделий и т.д. Предприятия получают право на беспошлинный ввоз сырья, включая упаковку, машины и оборудование, которые используются непосредственно в производстве готовой продукции (в соответствии с полученной лицензией).

Вместе с тем, несколько промышленных зон размещают на своей территории объекты по переработке, упаковке и хранению пищевой продукции:

- 1) **Sungai Way**, расположенная вдоль скоростной автомагистрали Дамансара-Пучонг, включает большое число складских помещений и фабрик, способных обслуживать широкий круг производителей, в том числе переработчиков сельскохозяйственного сырья.
- 2) **Seberang Perai** базируется в штате Пенанг, специализируется на производстве готовых продуктов питания и напитков.
- 3) **Pasir Gudang** расположена на базе многофункционального порта в 35 км от Джохор-Бару, разбита на множество оптовых хранилищ. Например, здесь находятся крупнейшие в мире мощности хранения пальмового масла.

Свободные торговые зоны

Свободные торговые зоны предназначены для компаний, занимающихся торговлей (кроме розничной), а также осуществляющих разгрузку, сортировку, переупаковку, перемаркировку, перевалку и транзит. В данных зонах предлагаются отраслевые льготы для привлечения компаний, которые специализируются на информационно-коммуникационных технологиях, биотехнологиях, халяльных продуктах (продуктах питания, косметике, фармацевтике), торговле нефтью и газом.

К свободным торговым зонам, специализирующиеся на услугах международной логистики и наиболее подходящие для пищевого производства:

- 1) **Port Klang** — комплексная торгово-промышленная зона обеспечивает инфраструктуру для международного накопительно-распределительного центра. Расположена рядом с портом Кланг. В число логистических услуг входит хранение пищевой продукции, предназначенной на экспорт. Компаниям-резидентам предоставляются следующие льготы: освобождение от уплаты таможенной пошлины, налога с продаж и сервисного сбора, возможность работы для компаний со 100% иностранного капитала, тарифные преференции, льготы по экспорту халяльной продукции.

- 2) **Port of Tanjung Pelepas** — южный контейнерный терминал в юго-западном Джохоре. Оснащен самым современным оборудованием и включает региональные центры закупок, накопления, дистрибуции, торговли. Ориентирован на экспортные отрасли, такие как пищевая промышленность.
- 3) **Rantau Panjang** — свободная торговая зона, расположенная в городе Пасир-Мас (штат Келантан), ориентирована на оптовую торговлю, фасовку, сортировку и перемаркировку продукции.
- 4) **MILS Logistics Hub** — логистический центр на острове Пулау Инда (штат Селангор). Предлагает полный спектр логистических услуг, поддерживаемых единой интегрированной ИТ-платформой со всемирным охватом через сеть. Среди основных услуг — управление запасами, транспортировка и дистрибуция, фрахт и таможенное оформление, контейнерная упаковка. Дополнительные услуги включают холодильное хранение сухих, замороженных и охлажденных продуктов перед отгрузкой. Также оказываются услуги фумигации товаров и упаковки от паразитов и грибков при транзите подкарантинной продукции.
- 5) **Johor Port** — порт Джохор (Пасир Гуданг) является зоной свободной торговли, в пределах которой экспортер может осуществлять интермодальные операции (перегрузку сыпучих материалов, контейнеризацию и т.п.), упаковку и маркировку, складское хранение, долгосрочную аренду и прочее. Здесь обслуживаются практически все типы грузов.
- 6) **Senai** — под управлением компании Senai Airport Terminal Services. Свободная зона входит в комплекс международного аэропорта Сенаи. Зона имеет развитую инфраструктуру: офисные и складские помещения, импортно-экспортный центр, склады для хранения скоропортящихся продуктов. Интересна своим стратегическим расположением с хорошими возможностями для воздушных, автомобильных, а также морских перевозок (недалеко от порта Джохор).

Важные моменты

Помимо ведения бизнеса в зонах свободной торговли экспортноориентированным компаниям, расположенным в других районах Малайзии, разрешается зарегистрироваться в качестве «лицензированных производственных складов» (licensed manufacturing warehouse). На такие склады распространяются все льготы и преференции свободной промышленной зоны. Для этого компания должна экспортировать не менее 80% своей продукции и в основном использовать импортное сырье.

Если компания хочет воспользоваться едиными действующими льготными тарифами стран АСЕАН (Common Effective Potential Tariff), то местное содержание АСЕАН (в т.ч. кумулятивное) должно составлять не менее 40% стоимости товара.

Особенности ведения бизнеса

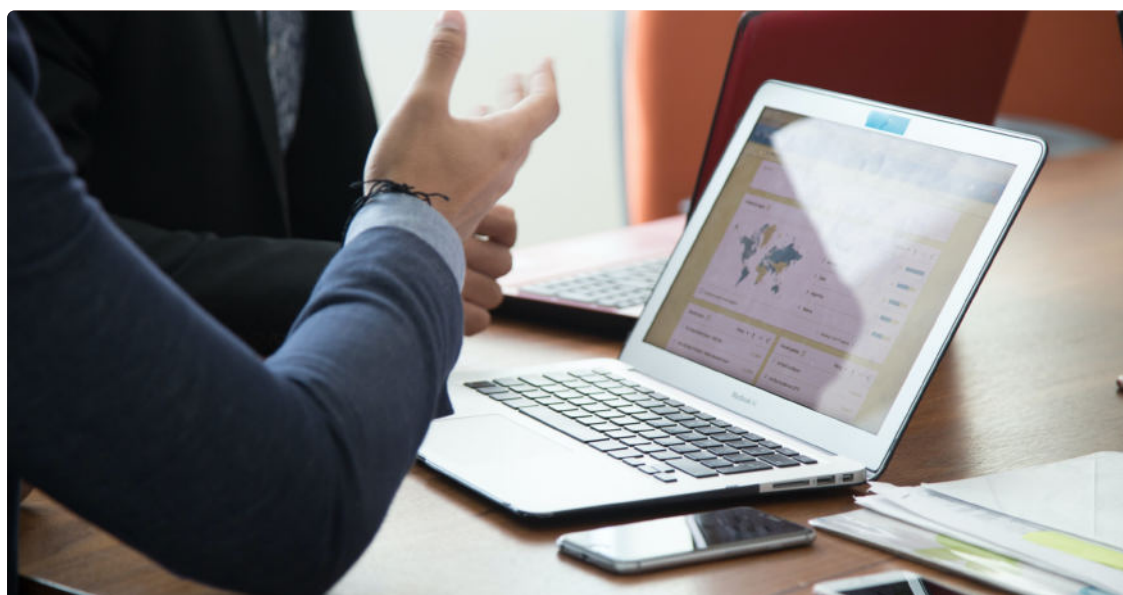
8



Особенности деловой культуры Малайзии определяются многонациональностью населения страны. Для малайзийской бизнес-этики характерна строгая иерархия, которая проявляется в разных аспектах — от распределения мест за столом до права принятия решений. Несмотря на внутренние различия, общими ценностями для всех этнических групп и религий являются терпение, терпимость, солидарность, уважение к иерархии и интерес к личным отношениям.

Планирование встречи

В Малайзии личные встречи предпочитают деловой переписке или онлайн-переговорам. Первая встреча, как правило, проводится для знакомства, а не принятия решений. Желательно не планировать переговоров в обеденные часы и пятницу (день молитвы мусульман). На деловые совещания следует всегда приходить вовремя.



Этикет приветствия

У разных этнических групп — свои правила приветствия. Малайцы приветствуют друг друга рукопожатием-прикосновением и с небольшим поклоном произносят: «Салаам». Китайцы также используют легкое рукопожатие. У индийцев распространен жест приветствия, когда складывают ладони вместе, кланяются и произносят: «Намасте». Впрочем, допускается и пожатие руки. С женщинами здороваются кивком или легким поклоном. Малайские партнеры могут быть представителями разных этнических групп, поэтому вполне естественно сначала уточнить форму обращения, а затем в знак уважения использовать такое обращение вместе с «мистер», «мисс» или «миссис».

Стиль одежды

Для деловых встреч в Малайзии принят дресс-код западного стиля: для мужчин — строгий костюм, рубашка и галстук; для женщин — сдержанный наряд, не противоречащий традициям ислама.

Подарки

Подарки не очень приняты в деловом этикете Малайзии. Иногда небольшие презенты дарят в конце первой встречи. Крупный подарок — большая редкость и может быть воспринят как взятка. Подарки принято вручать в упаковке и открывать не сразу. При выборе подарка нужно учесть религиозные традиции и этническую принадлежность деловых партнеров. Следует исключить алкоголь и острые предметы. Китайским партнерам недопустимо дарить часы.

Визитные карточки

Во время первой встречи происходит обмен визитными карточками. Сначала их вручает сторона, которая наносит визит. Визитку принято передавать двумя руками так, чтобы была видна надпись. В знак уважения ее следует внимательно изучить перед тем, как убрать.

Деловое общение

Деловые переговоры начинаются со светской беседы, продолжительность которой будет постепенно сокращаться по мере налаживания доверительных отношений. Вопросы об увлечениях или интересах, а иногда и о семье, вполне допустимы. Совещания могут быть длительными.

Успех переговоров полностью зависит от уровня отношений. Решения в основном принимаются самыми старшими лицами в компании, поэтому важно обращаться с вопросами или предложениями к ним напрямую, но не настаивать. После рассмотрения всех фактов руководители компании проводят консультации с коллегами и затем выносят окончательное решение.

В деловом общении важно быть вежливым, дипломатичным, сохранять спокойствие и терпение. Недопустимо прерывать собеседника и демонстрировать свое недовольство, критиковать коллег и ставить их в неудобное положение. Вместо «нет» лучше сказать «постараюсь». В Малайзии обычно избегают прямых отказов, поэтому уделяют особое внимание реакции и манере поведения собеседника.

Принимающая сторона, как правило, организует обед или ужин. Левая рука считается «нечистой», поэтому для еды следует использовать только правую руку. Входя в малайзийский дом, обязательно снимают обувь.

При планировании деловых визитов в Малайзию рекомендуется учитывать нерабочие праздничные дни. Ниже приведены даты праздников в столице страны⁷.

Табл. 52. Праздники федеральной территории Куала-Лумпур в 2025 г.

Праздник	Дата
Новый год	1 января
Китайский Новый год	29-30 января
День федеральных территорий	1 февраля
Тайпусам (Thaipusam)	11 февраля
Нузул Аль-Коран (Nuzul Al-Quran)	18 марта
Хари Райя Пуаса (Hari Raya Puasa, Праздник разговения)	31 марта-1 апреля
День труда	1 мая
День Будды (Wesak)	12 мая
День рождения короля Янг ди-Пертуан Агонга	2 июня
Праздник жертвоприношения (Hari Raya Qurban)	7 июня
Мусульманский Новый год (Awal Muharram)	27 июня
День независимости (Hari Merdeka)	31 августа
День рождения пророка Мухаммеда (Maulidur Rasul)	5 сентября
День Малайзии	16 сентября
Праздник Дипавали (Deepavali)	20 октября
Рождество	25 декабря

⁷ Праздники федеральных территорий и штатов можно уточнить на [сайте](#).

Преимущества и риски осуществления поставок



Содержание



9.1.

Преимущества

9.2.

Риски

9.1. Преимущества

Налаженные политические и экономические отношения

Россия и Малайзия имеют большой опыт осуществления взаимной торговли, в том числе продовольственными товарами. В обеих странах на протяжении ряда лет проходят мероприятия для экспортеров продовольственных товаров. Россия является крупным импортером пальмового масла из Малайзии.

Общий двусторонний товарооборот в 2023 г. превысил 3,1 млрд долл. США, а продукцией АПК — составил 129,9 млн долл. США.

Зависимость от импорта молочной продукции

Малайзия — один из 20 крупнейших в мире импортеров молочной продукции с объемами более 1,2 млрд долл. США в год. В страну импортируется не только сухое молоко, но и широкий ассортимент продукции: различные сыры, сливочное масло и молочные жиры, сывороточные ингредиенты, а также мороженое и цельномолочная продукция.

В то время как потребительский спрос на молочную продукцию активно растет, объемы местного производства сырого коровьего молока минимальны (39,4 тыс. тонн). Несмотря на предпринимаемые государством усилия по развитию молочного сектора, принципиально ситуация не изменится в долгосрочной перспективе ввиду ограниченности ресурсов (в первую очередь земли и воды) и природно-климатических условий (более 75% возделываемых земель занимают масличная пальма и каучуконосные растения).

Высокий потенциал потребления B2B-продуктов

В Малайзии активно развивается производство продуктов питания. Уже сегодня страна является одним из крупнейших в мире центров производства детского питания и крупнейшим в АТР экспортным кластером продукции «Халяль». Для удовлетворения спроса со стороны предприятий молочной и пищевой промышленности страна импортирует большой объем B2B-продуктов и ингредиентов, например сухое молоко (165,7 тыс. тонн на сумму 554,7 млн долл. США в 2023 г.) и молочную сыворотку (87,0 тыс. тонн на 104,5 млн долл. США в 2023 г.). Ожидается, что спрос на молочные ингредиенты в стране будет активно расти благодаря устойчивому спросу на произведенную в Малайзии готовую продукцию на внешних рынках, в частности мучные и шоколадные кондитерские изделия.

Наличие в стране крупных молочных заводов и кондитерских производств, не обеспеченных собственным сырьем, в ряде случаев позволяет потенциальным экспортерам выходить на крупные прямые контракты с клиентами, минуя трейдеров.

Рост потребления и значительный долгосрочный потенциал рынка

За исключением периодов глобальных кризисов экономика Малайзии на протяжении последних лет демонстрировала устойчивый рост в 4–5%. Увеличение численности населения на фоне роста благосостояния и урбанизации в среднесрочной перспективе будет стимулировать активное расширение спроса на высококачественные импортные продукты питания, в том числе на молочную продукцию.

Потребление молочной продукции в стране активно растет. Например, потребление питьевого молока с 2019 по 2023 г. выросло на 8,2% на фоне активной поддержки государством программ для детей. Общий уровень потребления в Малайзии в 2023 г. составил 42,7 кг на душу населения в год (большая часть из которого — импортная продукция).

Развитие туристической индустрии и активный рост потребления в HoReCa, в том числе за счет иностранцев, будет стимулировать дополнительный рост спроса на молочную продукцию.

Легкость ведения бизнеса

Малайзия — привлекательный и перспективный рынок для экспортеров продовольствия благодаря открытой экономике с благоприятной деловой средой и относительной политической стабильностью. Стратегически Малайзия стремится стать региональным центром цифровой индустрии, логистическим и продовольственным хабом, что будет способствовать дальнейшему росту продовольственного рынка.

На рынке Малайзии работают крупнейшие дистрибьюторы молочной продукции из Сингапура, поэтому можно рассмотреть возможность выхода на рынок страны через свободный порт Сингапура.

9.2. Риски

Высокая конкуренция

Ключевыми поставщиками молочной продукции в Малайзию являются ведущие мировые производители, такие как Новая Зеландия, США, Австралия и страны ЕС (более 80% импорта и доля растет), для которых Малайзия является стратегическим экспортным рынком. При этом Новая Зеландия и Австралия не только обладают логистическими преимуществами, но также пользуются преференциальным тарифным режимом на молочную продукцию в рамках соглашения о свободной торговле. Большую роль на рынке Малайзии также играют компании из соседнего Сингапура, который является для них региональным логистическим и финансовым хабом.

Ведущие международные молочные компании, такие как Fonterra, Arla Foods, FrieslandCampina, давно занимают сильные позиции в Малайзии, сформировав не только эффективные системы дистрибуции, но и собственные производственные мощности, которые позволяют им не только работать на внутреннем рынке, но и использовать страну как распределительный хаб для поставок в другие страны региона.

Тарифные барьеры

В Малайзии реализуется государственная политика, направленная на повышение продовольственной безопасности страны и локализацию производства продуктов питания. В частности, Национальная политика по продовольственной безопасности предполагает контроль уровня самообеспеченности и зависимости от импорта по стратегическим продуктам питания, а Национальная аграрная политика предполагает повышение к 2030 г. самообеспеченности по питьевому молоку с 62,4% до 100%.

Рынок питьевого молока в Малайзии защищен заградительными пошлинами в 50% (за исключением выделенных квот в рамках ВТО), под которые подпадают в том числе Россия и страны ЕС. Льготные таможенные тарифы имеют только страны АСЕАН (0%), США (5%), Новая Зеландия и Австралия (10%), заключившие соглашения о свободной торговле со странами АСЕАН.

Карта действий экспортера

10



Этап I — Подготовка к экспорту

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

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

- 1) Аттестация предприятия в России:
 - регистрация предприятия в системах Россельхознадзора — ИС «Аргус» и ИС «Цербер» в качестве экспортера молочной продукции в Малайзию;
 - обследование предприятия комиссией Россельхознадзора и включение в реестр экспортеров молочной продукции в Малайзию;
 - исследования продукции в аккредитованной лаборатории в России на соответствие требованиям конкретной страны к качеству и безопасности молочной продукции;
 - получение через ИС «Аргус» разрешения Главного государственного ветеринарного инспектора Российской Федерации на поставки молочной продукции в Малайзию.

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

По итогам этапа II предприятие получает право поставки молочной продукции в Малайзию.

Этап III — Таможенное оформление продукции

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

По итогам этапа III осуществляется вывоз продукции с территории России.

Контактная информация



Содержание



11.1.

Потенциальные партнеры

11.2.

Профильные организации

11.1. Потенциальные партнеры

Импорт

Производство

**Fraser & Neave
Holdings**



FRASER & NEAVE HOLDINGS BHD

Адрес: F&N Point, No. 3, Jalan Metro Pudu 1, Fraser Business Park, Off Jalan Yew, 55100, Kuala Lumpur
Тел.: +60 3 9235 2288
E-mail: muhammad.zakie@fn.com.my
Сайт: www.fn.com.my

Импорт

Производство

Malaysia Milk



Адрес: № 7, Jalan 19/1, 46300 Petaling Jaya, Selangor
Тел.: +60 3 7955 4388
E-mail: feedback@mmsb.com.my
Сайт: www.mmsb.com.my

Импорт

Производство

Etika Dairies



Адрес: YLot 7 Jln P/2, Sek 13, Kaw Perusahaan Bdr Baru Bangi, 43650 Bangi, Selangor
Тел.: +60 3 3392 2988
E-mail: info@etikadairies.com.my
Сайт: www.etikaholdings.com

Импорт

Производство

Able Food



Адрес: Lot 2263, Off Jln Kebun Baru, 9th Mile, Jln Klang-Banting, Jalan Helang, Kampung Kebun Baru, 42500 Telok Panglima Garang, Selangor
Тел.: +60 3 3123 1818
E-mail: export@abledairies.com
Сайт: www.abledairies.com

Импорт

Производство

Mewah Dairies



Адрес: Lot 86-95, Jalan Sungai Pinang 4/21, Section 4, Phase 2C, Pulau Indah Industrial Park, 42920 Pulau Indah, Selangor Darul Ehsan
Тел.: +60 3 3322 2200
E-mail: mewahgroup@mewahgroup.com
Сайт: <https://mewahgroup.com>

Импорт

Оптовая торговля

Дистрибуция

Uniraw Dairies & Food



Адрес: 7, Jalan Dewani 1, Kawasan Perindustrian Dewani, 81100 Johor Bahru, Johor
Тел.: +60 7 335 4229
E-mail: sales@uniraw.com.my
Сайт: <https://uniraw.com.my>

Импорт

Оптовая торговля

Resources Food Supplies



Адрес: Lot 2, Jalan Tiang U8 / 92, Taman Perindustrian Bukit Jelutong, Seksyen U8, 40150 Shah Alam, Selangor
Тел.: +60 3 7846 7564
E-mail: enquiry@resourcefood.com.my
Сайт: www.resourcefood.com.my

Импорт

Оптовая торговля

Natherm Group



Адрес: 13A, Jalan Besi 1/1, Taman Perindustrian Sg Purun Semenyih, 43500 Selangor
Тел.: +60 3 8727 8652
E-mail: natherm.com@gmail.com
Сайт: www.natherm.com

Импорт

Оптовая торговля

Mackessen



凱勝有限公司
MACKESSEN SDN BHD
(95648-W)

Адрес: № 18, Jalan Anggerik Mokara 31/44, Kota
Kemuning, Seksyen 31, 40460 Shah Alam, Selangor
Тел.: +60 3 5121 8948
E-mail: info@mackessen.com.my
Сайт: <https://mackessen.com.my>

Импорт

Оптовая торговля

Deluxe Ingredients



Deluxe
Ingredients

Адрес: Jalan Indah 2/2, Taman Universiti Indah, 43300
Seri Kembangan, Selangor
Тел.: +60 3 8684 1965, +60 1 3311 4381
E-mail: admin@deluxeing.com
Сайт: <https://deluxeing.com>

Импорт

Оптовая торговля

Anbros Industries

Адрес: 9 Jalan Arung 1, 81200 Taman Gunung Mas,
Johor Darul Takzim — West Malaysia
Тел.: +60 7 232 5888

Импорт

Оптовая торговля

Kilang Makanan Mamee



Адрес: No 793, Mukim Damansara, 47500 Petaling Jaya,
Selangor
Тел.: +60 3 5632 5588
E-mail: careline@mamee.com.my
Сайт: <https://mamee.com>

Импорт

Lucky Frozen



Адрес: No. 17, Jalan Delima 1/1, Subang Hi-tech
Industrial Park, 40000 Shah Alam, Selangor
Тел.: +60 3 6252 8866
E-mail: enquiries@luckyfoods.com.my
Сайт: www.luckyfrozen.com.my

Импорт

Hegner AsiaConnect

Sri Manisan

Адрес: 20, Jalan PJU 3/46, Sunway Damansara, 47810
Petaling Jaya, Selangor
Тел.: +60 3 7806 1011
E-mail: info@srimanisan.com
Сайт: www.srimanisan.com

11.2. Профильные организации

Организация	Контактная информация
Министерство внешней торговли и промышленности (Kementerian Perdagangan Antarabangsa & Industri)	Адрес: Menara MITI, Jalan Sultan Haji Ahmad Shah 7, Kuala Lumpur Тел.: +60 3 8000 8000 E-mail: webmiti@miti.gov.my Сайт: www.miti.gov.my
Министерство иностранных дел (Kementerian Luar Negeri)	Адрес: Wisma Putra, 1, Jalan Wisma Putra, Putrajaya Тел.: +60 3 8000 8000 E-mail: pro.ukk@kln.gov.my Сайт: www.kln.gov.my
Министерство сельского хозяйства и пищевой промышленности (Kementerian Pertanian Dan Industri Makanan)	Адрес: Aras 1, Wisma Tani, Persiaran Perdana 28, Presint 4, Pusat Pentadbiran Kerajaan Persekutuan, Putrajaya Тел.: +60 3 8870 1375, +60 3 8870 1766 E-mail: pro@mafi.gov.my Сайт: www.mafi.gov.my
Отдел безопасности и качества пищевых продуктов Министерства здравоохранения (Bahagian Keselamatan dan Kualiti Makanan) Министерства здравоохранения	Адрес: Aras 4, Menara Prisma, Jalan Persiaran Perdana 26, Presint 3, Pusat Pentadbiran Kerajaan Persekutuan, Putrajaya Тел.: +60 3 8885 0796, +60 3 8885 0797 Сайт: http://fsq.moh.gov.my/v6
Королевское таможенное управление при Министерстве финансов (Jabatan Kastam Diraja Malaysia)	Адрес: Kompleks Kementerian Kewangan, Persiaran Perdana 3, Presint 2, Putrajaya Тел.: +60 3 8882 2100, +60 3 8882 2300 E-mail: ccc@customs.gov.my Сайт: www.customs.gov.my
Налоговый совет Малайзии при Министерстве финансов (Lembaga Hasil Dalam Negeri Malaysia)	Адрес: Menara Hasil, Persiaran Rimba Permai, Cyber 8, Cyberjaya Selangor Тел.: +60 3 8911 1100 Сайт: www.hasil.gov.my

Организация	Контактная информация
Малайзийская корпорация развития внешней торговли (Agensi Promosi Perdagangan Kebangsaan Malaysia)	Адрес: Menara MATRADE, Jalan Sultan Haji Ahmad Shah, Kuala Lumpur Тел.: +60 3 6207 7077 E-mail: info@matrade.gov.my Сайт: www.matrade.gov.my
Департамент по инвестиционному развитию Малайзии (Lembaga Pembangunan Pelaburan Malaysia)	Адрес: MIDA Sentral, Jalan Stesen Sentral 5, Kuala Lumpur Sentral Тел.: +60 3 2267 3633 Сайт: https://mida.gov.my
Корпорация Малайзии по интеллектуальной собственности (Perbadanan Harta Intelek Malaysia)	Адрес: Unit 1-7, Aras Bawah, Tower B, Menara UOA Bangsar 5, Jalan Bangsar Utama 1, Kuala Lumpur Тел.: +60 3 2299 8400 E-mail: ipmalaysia@myipo.gov.my Сайт: www.myipo.gov.my
Комиссия Малайзии по компаниям (Suruhanjaya Syarikat Malaysia (SSM))	Адрес: Menara SSM Sentral 7, Jalan Stesen Sentral 5, Kuala Lumpur Sentral Тел.: +60 3 7721 4000 E-mail: enquiry@ssm.com.my Сайт: www.ssm.com.my
Федеральная служба по аграрному маркетингу (Federal Agricultural Marketing Authority)	Адрес: Lot 17304 Jalan Persiaran 1, Bandar Baru Selayang, Batu Caves Тел.: +60 3 6126 2020 E-mail: ama@fama.gov.my Сайт: www.fama.gov.my
Карантинные и инспекционные службы Малайзии (Jabatan Perkhidmatan Kuarantin dan Pemeriksaan Malaysia)	Адрес: Aras 4, Menara 4G1, Wisma Tani 28, Persiaran Perdana, Presint 4, Pusat Pentadbiran Kerajaan Persekutuan, Putrajaya Тел.: +60 3 8870 8000 E-mail: eedback@maqis.gov.my Сайт: www.maqis.gov.my
Департамент исламского развития Малайзии (Department of Islamic Development Malaysia)	Адрес: Blok A-B, Kompleks Islam Putrajaya, Jalan Tunku Abdul Rahman 23, Presint 3, Putrajaya Тел.: +60 38870 7000 E-mail: ukkjakim@islam.gov.my Сайт: www.islam.gov.my

**Государственная
поддержка экспорта
продукции АПК**



12

Программа льготного кредитования

В рамках данной меры поддержки сельхозтоваропроизводители могут получить краткосрочные и инвестиционные кредиты по ставке не более 10%.

Компетентные органы: Минсельхоз России, РОУ АПК

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

Программа компенсации затрат на транспортировку продукции АПК

Программа позволяет возместить 25% затрат на транспортировку для всех направлений, а также 50% при осуществлении отгрузок в ряд стран африканского континента, Ближнего Востока и Юго-Восточной Азии. Получить компенсацию можно при условии перевозки продукции АПК, которая включена в перечень, утвержденный Правительством.

Компетентные органы: Минсельхоз России, АО «РЭЦ»

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

Компенсация затрат на сертификацию продукции АПК на внешних рынках

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

Компетентные органы: Минсельхоз России, АО «РЭЦ»

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

Программа продвижения продукции АПК на внешние рынки

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

Компетентные органы: АО «РЭЦ», Минсельхоз России

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

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

Возмещение российским экспортерам затрат на аренду выставочной площади и регистрационного сбора, связанных с участием в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях, проводимых за пределами Российской Федерации. Субъектам малого и среднего предпринимательства возмещается до 700 тыс. руб. в год за участие не более чем в 5 мероприятиях, крупному бизнесу возмещается до 2 млн руб. в год за участие не более чем в 5 мероприятиях.

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: Минсельхоз России, АО «РЭЦ»

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

Приложение №1.

Нормативно-правовая база

Наиболее важными законодательными и нормативными актами, которые следует учитывать при выходе на рынок Малайзии, являются следующие:

- [Закон № 136 «О контрактах» 1950 г. \(Contract Act\);](#)
- [Закон № 712 «О конкуренции» 2010 г. \(Competition Act\);](#)
- [Закон № 777 «О компаниях» 2016 г. \(Companies Act\);](#)
- [Положение № P.U.\(A\) 37 «О компаниях» 2017 г. \(Companies Regulations\);](#)
- [Закон № 614 «О Комиссии по компаниям Малайзии» 2001 г. \(Companies Commission of Malaysia Act\);](#)
- [Закон № 135 «О товариществах» 1961 г. \(Partnership Act\);](#)
- [Закон № 743 «О товариществах с ограниченной ответственностью» 2012 г. \(Limited Liability Partnerships Act\);](#)
- [Закон № 646 «О третейском разбирательстве» 2005 г. \(Arbitration Act\);](#)
- [Закон № 438 «О свободных зонах» 1990 г. \(Free Zone Act\);](#)
- [Закон № 235 «О таможен» 1967 г. \(Customs Act, по состоянию на 19 августа 2022 г.\);](#)
- [Закон № 678 «О биобезопасности» 2007 г. \(Bio Safety Act, по состоянию на 1 мая 2019 г.\);](#)
- [Закон № 815 «О товарных знаках» 2019 г. \(Trade Marks Act\);](#)
- [Закон № 730 «Об описании товаров» 2011 г. \(Trade Descriptions Act\);](#)
- [Закон № 778 «О процентных схемах» 2016 г. \(Interest Schemes Act\);](#)
- [Положение № P.U.\(A\) 36 «О процентных схемах» 2017 г. \(Interest Schemes Regulations\).](#)

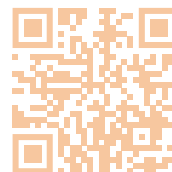
Более подробная информация о законодательстве Малайзии размещена на [сайте Генерального атторнея](#).

Полезные ссылки:

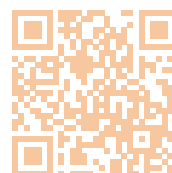
- отправной точкой для потенциальных иностранных инвесторов является [сайт Управления инвестиционного развития Малайзии](#);
- домашняя [страница Комиссии Малайзии по делам компаний](#).

Полезная информация на сайте Агроэкспорта

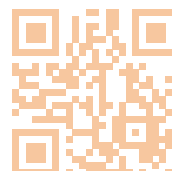
Библиотека экспортера — уникальный раздел, который содержит экспортные гиды, краткие версии концепций продвижения, аналитические обзоры ВЭД, а также обзоры ВТО по правовым аспектам внешней торговли, разработанные ФГБУ «Агроэкспорт».



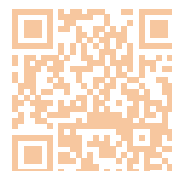
Господдержка — в разделе собрана информация о действующих мерах господдержки для российских сельхозпроизводителей и подробные инструкции по участию в каждой из представленных программ.



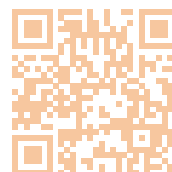
Мероприятия — в разделе вы найдете информацию о международных мероприятиях для российских экспортеров аграрной продукции, а также анонсы предстоящих мероприятий ФГБУ «Агроэкспорт».



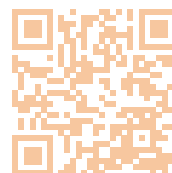
Барьеры — постоянно обновляемая база данных по статусу доступа российской продукции на зарубежные рынки.



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

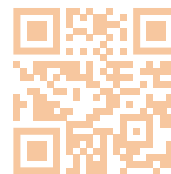


Новости — самые актуальные новости аграрного экспорта, а также дайджесты российских и зарубежных СМИ.

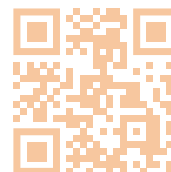


Мы в социальных сетях:

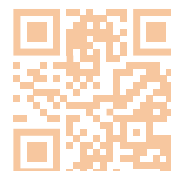
Вконтакте: vk.com/aemcx



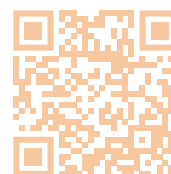
Яндекс Дзен: zen.yandex.ru/aemcx



Telegram: t.me/mcxae



Rutube: rutube.ru/channel/24261638



Связаться с нами:

Сайт: www.aemcx.ru

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

Почта: info@aemcx.ru

