

Июнь 2026



Китай



Содержание

Паспорт страны	4
Сельское хозяйство	8
Внешняя торговля продукцией АПК	12
Импорт продукции АПК	12
Импорт зерновых	16
Импорт зернобобовых	20
Импорт масличных	24
Импорт масложировой продукции	28
Импорт мяса и мясной продукции	32
Импорт молока и молочной продукции	36
Импорт рыбы и морепродуктов	40
Импорт кондитерских изделий	46
Импорт алкогольных напитков	50
Импорт безалкогольных напитков	54
Экспорт продукции АПК	58
Взаимная торговля продукцией АПК между Россией и Китаем	62
Потребительские предпочтения	65
Торгово-распределительная сеть	80
Особенности правовой системы	89
Сертификация продукции и требования к производителям	93
Барьеры входа на рынок	113
Особенности ведения бизнеса в стране	118

Паспорт страны

Китай – второе в мире по численности населения и третье по площади территории государство, расположенное в Восточной Азии. Является местом зарождения одной из древнейших цивилизаций, известной своей богатой культурой, сложным языком, практической философией и разнообразной кухней, а также изобретением компаса, пороха, бумаги и книгопечатания. Современный Китай – прежде всего, важнейший экономический центр планеты: с 2010 г. китайская экономика считается второй в мире по номинальному ВВП, с 2014 г. – крупнейшей по ППС. Страна также стабильно лидирует по объемам промышленного производства и экспорта, обладает статусом «мировой фабрики» и активно развивает такие передовые технологии, как искусственный интеллект, альтернативная энергетика, беспилотная авиация и электромобили. В последние годы китайское правительство прилагает значительные усилия для обеспечения перехода страны от экспортно ориентированной модели экономики к росту на основе внутреннего спроса и инноваций. При этом Китай продолжительное время остается крупнейшим торговым партнером России и главным импортером продукции российского АПК.

Общая информация (2025 г.)

ВВП в текущих ценах: 19,6 трлн долл. США

ВВП по ППС в текущих ценах: 41,2 трлн межд. долл.

Рост реального ВВП: 5,0%

ВВП по ППС на душу населения в текущих ценах: 29,4 тыс. межд. долл.

ВНД на душу населения в текущих ценах, Атлас-метод (2024 г.): 13,7 тыс. долл. США, группа стран с доходами выше среднего уровня

Уровень инфляции: 0%

Приток ПИИ (2024 г.): 116,2 млрд долл. США

Население: 1,4 млрд человек

Площадь территории страны: 9,6 млн км²

Площадь сельскохозяйственных земель: 5,2 млн км²

Крупнейшие города по численности населения: Шанхай (28,4 млн человек), Пекин (21,2 млн), Чунцин (16,7 млн), Тяньцзинь (14,0 млн), Гуанчжоу (13,9 млн), Шэньчжэнь (12,8 млн), Чэнду (9,4 млн), Нанкин (9,4 млн), Ухань (8,6 млн), Сиань (8,5 млн)

Уровень урбанизации (2024 г.): 65,9%

Уровень безработицы: 4,6%

Структура ВВП (2024 г.): сельское хозяйство (6,8%), промышленность (36,5%), сфера услуг (56,7%)

Структура занятости: сельское хозяйство (21,7%), промышленность (31,8%), сфера услуг (46,5%)

Объем экспорта продукции АПК: 101,4 млрд долл. США

Основные экспортируемые товары АПК: табак прочий и его заменители; изделия и консервы из рыбы; филе рыбы и прочее мясо рыбы; луковичные овощи свежие; овощи, приготовленные или консервированные без уксуса

Объем импорта продукции АПК: 198,9 млрд долл. США

Основные импортируемые товары АПК: соевые бобы; говядина и пищевые субпродукты КРС; ракообразные; дуриан свежий; рыба мороженная

Источник: UN Comtrade, Всемирный банк, ГТУ КНР, МВФ, ЮНКТАД.



Экономическое положение страны

С начала 1980-х гг. ВВП Китая рос опережающими темпами, в среднем выше 10% в год, за счет дешевой рабочей силы, успешного внедрения рыночных механизмов регулирования экономики, активного привлечения иностранных инвестиций и приоритетного развития экспортно ориентированной промышленности. За относительно короткий период страна прошла путь от закрытого и преимущественно аграрного государства к статусу «мировой фабрики», крупнейшего экспортера и ключевого игрока на международной арене. Однако постепенное исчерпание эффекта реформ и ряд внешних факторов к началу 2010-х гг. обнажили структурные проблемы китайской экономики, среди которых основными являются замедление темпов роста производства, зависимость от экспорта и иностранных технологий, высокая норма сбережений, неравномерное развитие регионов, социальное расслоение, увеличение внешнего долга корпораций и провинций, а также повышение уровня зарплат, опережающее рост производительности труда. В результате динамика реального ВВП Китая замедлилась с 10,6% в 2010 г. до 6,0% в 2019 г., в то время как правительство страны постепенно отказалось от поддержки экспортно ориентированной модели экономики в пользу увеличения емкости внутреннего рынка.

Серьезное влияние на развитие Китая оказала пандемия COVID-19 и вызванный ей глобальный кризис 2020-2022 гг. Принятые национальным правительством на начальном этапе борьбы с коронавирусом меры поддержки экономики позволили стране избежать рецессии, однако сокращение потребительской активности в условиях карантинных ограничений привело к снижению темпов роста реального ВВП до 2,3% в 2020 г. В 2021 г. отмечалось стремительное восстановление китайской экономики, и темпы роста реального ВВП Китая превысили допандемийный уровень, составив 8,6% на фоне временного повышения потребительской активности, а также за счет развития сектора электронной торговли. Однако в 2022 г. экономика страны вновь столкнулась с рядом серьезных внутренних и внешних вызовов: из-за ограничительных мер, принятых в рамках борьбы с повторными вспышками эпидемии, и нарастающих проблем на рынке недвижимости темп роста реального ВВП Китая снизился до 3,1%.

Отказ китайских властей от политики «нулевой терпимости» к COVID-19 и отмена большинства эпидемиологических ограничений в 2023 г. обусловили увеличение темпов роста реального ВВП до 5,4%. Данный уровень соответствовал целевым показателям правительства, однако оставался заметно ниже среднегодовых значений, которые страна демонстрировала до начала пандемии. Умеренные по китайским меркам темпы роста ВВП объясняются ограниченным влиянием эффекта отложенного спроса в условиях крайне высокого уровня сбережений и усугубления кризиса в секторе недвижимости. Кроме того, рекордного уровня (более 20% по итогам года) в Китае достигла безработица среди молодежи, причинами которой считаются последствия пандемии, а также дисбаланс спроса и предложения на рынке труда.

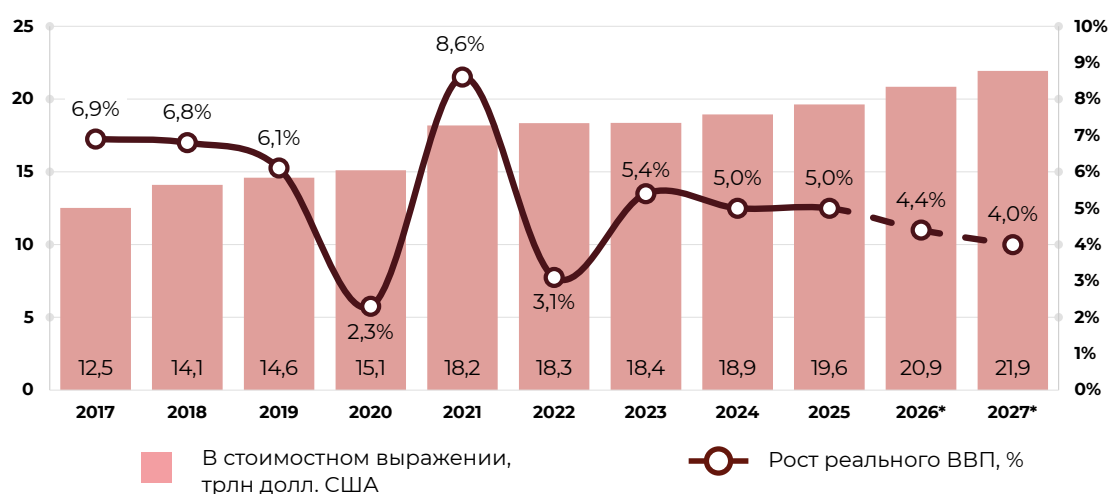
В марте 2024 г. правительство страны объявило о намерении поддерживать темпы роста ВВП на уровне не ниже 5% в год. Ожидалось, что достижение целевого показателя будет осложняться как различными структурными проблемами, так и высоким базовым уровнем 2023 г., когда плановых значений удалось достичь за счет быстрого восстановления экономики после длительных карантинных ограничений.



Тем не менее Китаю удалось выполнить поставленную задачу, и по итогам 2024 г. рост реального ВВП составил целевые 5,0%.

Таким образом, несмотря на внутренние и внешние вызовы, к которым в 2025 г. добавилась неопределенность в связи с непредсказуемой протекционистской политикой США, китайская экономика демонстрирует высокий уровень устойчивости, и стране удалось в очередной раз добиться показателей роста на уровне 5,0% по итогам года. Данный темп, однако, значительно ниже того, который страна демонстрировала до пандемии, и в среднесрочной перспективе ожидается дальнейшее замедление ввиду сохраняющихся структурных проблем.

Динамика ВВП Китая в текущих ценах, 2017-2027 гг.



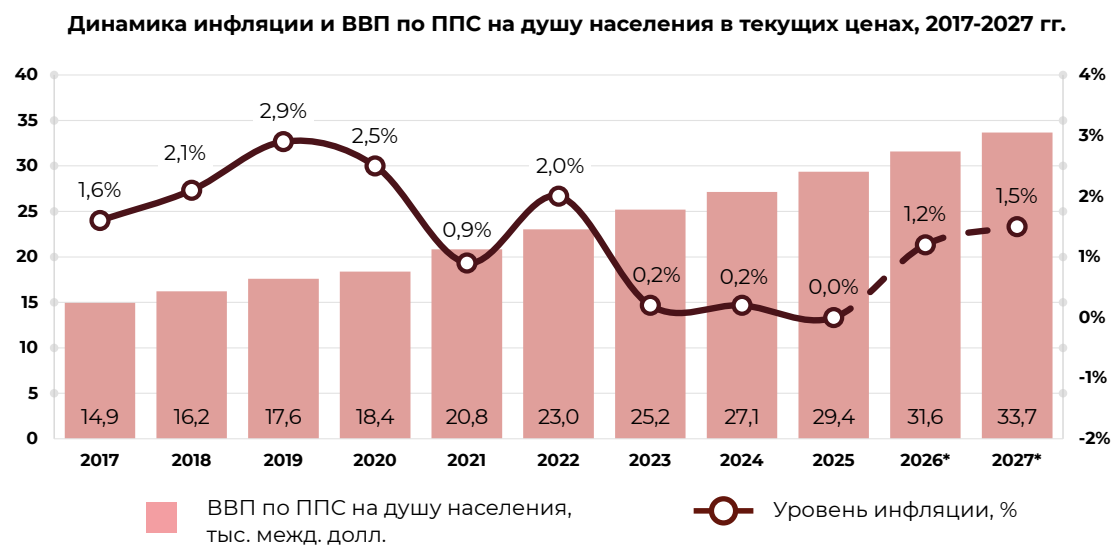
Источник: МВФ.

Примечание: *прогноз, данные МВФ по состоянию на 14.04.2026 г.

В последние годы в Китае усиливается дефляционное давление: потребительские цены в стране растут достаточно медленно, что является маркером слабости внутреннего спроса и неравномерности развития экономики. В частности, инфляцию в стране сдерживает высокий уровень сбережений населения и затяжной кризис на рынке недвижимости. Другим важным фактором является политика китайского правительства, направленная на предотвращение роста цен и связанной с ним потенциальной социальной напряженности.

На этом фоне Народный банк Китая проводит мягкую денежно-кредитную политику с целью стимулирования экономического роста и внутреннего спроса. Однако принимаемые регулятором меры в целом имеют ограниченный эффект, поскольку потребительская активность в стране сдерживается в первую очередь факторами, не связанными напрямую с доступностью кредитов, курсом национальной валюты и ценовой конъюнктурой. Как следствие, по итогам 2025 г. уровень инфляции в Китае составил 0%.





Источник: МВФ.

Примечание: *прогноз, данные МВФ по состоянию на 14.04.2026 г.



Сельское хозяйство

Китай является государством с развитой промышленностью, производящим и поставляющим на экспорт практически все виды продукции. При этом сельское хозяйство продолжает играть заметную роль в экономике страны, занимая 6,8% в структуре ВВП и 21,7% занятого населения. Китай также входит в число крупнейших мировых производителей и экспортеров продукции АПК. Пашнями и пастбищами занята значительная часть территории страны, что обеспечивает стабильно большие объемы производства. Однако для Китая характерны существенные региональные различия в уровне развития агропромышленного комплекса, что обусловлено природно-климатическими и социально-экономическими условиями.

Основная часть многочисленного населения страны проживает в прибрежных восточных провинциях, где расположены крупнейшие городские агломерации, сконцентрировано экспортно ориентированное промышленное производство и функционируют международные порты. В этих регионах остро ощущается нехватка земли, в т.ч. из-за увеличения ее стоимости в процессе урбанизации, а также проявляются проблемы с плодородием почв, вызванные их длительным интенсивным хозяйственным освоением и загрязнением в процессе индустриализации. Сельскохозяйственное производство сегодня более активно развивается в Северо-Восточном и Западном Китае, однако данные регионы удалены от основных центров потребления и не производят достаточно продукции для удовлетворения спроса на внутреннем рынке.

Следствием существующих ограничений природного и экономического характера в Китае является высокий спрос на импортные сельскохозяйственные товары. Страна долгое время остается одним из крупнейших в мире нетто-импортеров продукции АПК, несмотря на усилия правительства по импортозамещению и повышению эффективности национального сельского хозяйства.

Наиболее развитой отраслью растениеводства в Китае исторически считается овощеводство. В 2024 г. в стране было выращено 690,7 млн тонн овощей, корнеплодов и клубнеплодов, что на 0,3% больше, чем в 2023 г. Наиболее распространенной культурой в данной категории в Китае является картофель, объем производства которого в 2024 г. составил 94,8 млн тонн. Помимо этого, по итогам года местными фермерами выращено 68,6 млн тонн огурцов и корншонов и 61,6 млн тонн томатов.

В структуре растениеводства значимое место также занимают зерновые культуры, прежде всего рис, пшеница и кукуруза, составляющие основу продовольственной безопасности страны. Китай является крупным производителем риса, а также занимает ведущие позиции по выращиванию пшеницы и кукурузы. Сборы зерновых культур в стране в 2024 г. составили 652,3 млн тонн, что на 1,7% выше уровня предыдущего года. Большая часть производства приходится на кукурузу – в 2024 г. китайскими фермерами выращено 294,9 млн тонн данной культуры, что на 2,1% больше, чем в 2023 г. Сборы риса и пшеницы в Китае по итогам года составили 207,5 млн тонн и 140,1 млн тонн соответственно. При этом в 2025 г. местное производство зерновых культур увеличилось до 660,2 млн тонн, из которых 301,2 млн тонн пришлось на кукурузу, 209,0 млн тонн – на рис и 140,1 млн тонн – на пшеницу.

В категории фруктов и ягод наиболее распространенной культурой в Китае являются цитрусовые, производство которых растет устойчивыми темпами (в среднем на 7,3%



ежегодно в 2020-2024 гг.): в 2024 г. их собрано 67,9 млн тонн, что выше уровня 2023 г. на 5,6%. Валовые сборы арбузов в стране в 2024 г. составили 63,5 млн тонн, в то время как яблоки достигли показателя 51,3 млн тонн, увеличившись по сравнению с 2023 г. на 3,4% (среднегодовой темп прироста в 2020-2024 гг. составил 3,9%).

Среди технических культур в Китае наиболее распространен сахарный тростник, местное производство которого в 2024 г. составило 102,1 млн тонн. Значительная часть данной культуры выращивается в южных и юго-западных регионах страны, включая провинции Гуанси, Гуандун и Юньнань. В последние годы наблюдается сокращение валовых сборов данной продукции из-за низкого уровня механизации и нехватки рабочей силы.

Производство продукции растениеводства, млн тонн

	2020	2021	2022	2023	2024
Овощи, корнеплоды и клубнеплоды	672,9	688,3	684,2	688,8	690,7
Картофель	92,8	94,4	92,3	93,4	94,8
Огурцы и корнишоны	67,7	68,5	68,9	68,4	68,6
Томаты	61,0	61,6	61,8	61,5	61,6
Зерновые	616,7	632,8	633,2	641,4	652,3
Кукуруза	260,7	272,6	277,2	288,8	294,9
Рис	211,9	212,8	208,5	206,6	207,5
Пшеница	134,3	136,9	137,7	136,6	140,1
Фрукты и ягоды	245,1	252,5	259,5	264,7	268,4
Цитрусовые	51,2	56,0	60,0	64,3	67,9
Арбузы	62,3	61,6	63,0	63,8	63,5
Яблоки	44,1	46,0	47,6	49,6	51,3
Сахарный тростник	108,1	106,7	103,4	104,6	102,1

Источник: FAOSTAT, National Bureau of Statistics of China.



Китай – крупный производитель продукции животноводческого сектора. Наиболее развитым направлением является свиноводство: Китай остается крупнейшим производителем и потребителем свинины в мире. Также активно развиваются птицеводство и скотоводство, включая как мясное, так и молочное направление. В последние годы отрасль проходит процесс индустриализации: увеличивается доля крупных агропромышленных комплексов, повышается уровень биобезопасности и автоматизации. При этом сохраняются проблемы, связанные с зависимостью от кормовой базы, прежде всего импортной сои, а также с экологической нагрузкой на окружающую среду.

Производство сырого коровьего молока в стране в 2024 г. сократилось на 2,9% до 40,8 млн тонн, что во многом связано с высоким уровнем насыщения рынка, а также стагнацией спроса на фоне уменьшения рождаемости и сокращения численности населения. По данным китайского National Bureau of Statistics (NBS) в 2025 г. показатель незначительно вырос до 40,9 млн тонн.

Китай – крупнейший рынок мяса, обеспечивающий около четверти его мирового потребления. В 2024 г. производство свинины в стране незначительно сократилось в сравнении с 2023 г. и составило 57,1 млн тонн, однако в 2025 г. показатель достиг 59,4 млн тонн, увеличившись на 4,1% относительно предыдущего года.

Мясо птицы занимает второе место в общей структуре производства мяса Китая, в 2024 г. объемы его выпуска достигли 26,6 млн тонн, увеличившись на 3,9% по сравнению с уровнем 2023 г. Важнейшим продуктом китайского птицеводства являются и куриные яйца, производство которых в 2024 г. достигло рекордных 617,1 млрд шт.

В 2024 г. в Китае произведено 73,6 млн тонн рыбы и морепродуктов, более 82% (60,6 млн тонн) из которых приходится на аквакультуру. Объемы традиционного вылова сокращаются вследствие истощения запасов водных биологических ресурсов и проведения государственной политики ограничения перелова. Страна является крупнейшим производителем и вторым после Норвегии экспортером морепродуктов в мире благодаря протяженной береговой линии, удобному выходу в Тихий океан, а также мощному рыболовному флоту. При этом Китай – второй после США импортер данной продукции, поскольку в стране сформировалась развитая культура потребления самых разнообразных морепродуктов. Рыба всех видов, креветки, кальмары, гребешки и мидии являются неотъемлемой частью местной кухни и входят в состав многих традиционных блюд. Популярностью на китайском рынке также пользуются такие экзотические продукты, как морские огурцы и морские ежи.



Производство продукции животноводства

	2020	2021	2022	2023	2024
Куриное яйцо, млрд шт.	596,5	586,3	594,5	612,8	617,1
Коровье молоко, млн тонн	34,4	36,8	39,3	42,0	40,8
Свинина, млн тонн	41,1	53,0	55,4	57,9	57,1
Мясо птицы, млн тонн	23,6	23,8	24,4	25,6	26,6
Рыба и морепродукты, млн тонн	65,5	66,9	68,7	71,2	73,6

Источник: FAOSTAT, National Bureau of Statistics of China.



Внешняя торговля продукцией АПК

Импорт продукции АПК

В 2025 г. китайский импорт продукции АПК составил 198,9 млрд долл. США, что на 3,8 млрд долл. США ниже уровня 2024 г. Сокращение Китаем закупок сельскохозяйственных товаров в стоимостном выражении связано с активным развитием в стране собственного производства, изменением структуры спроса, ценовой конъюнктурой на мировом рынке продовольствия и колебаниями курса национальной валюты. В целом за 2021-2025 гг. объем закупок Китаем продукции АПК снизился на 4,6%.



Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

В 2025 г. в структуре импорта сельскохозяйственных товаров Китая наибольшая доля пришлась на соевые бобы (25,3% стоимостного импорта или 50,4 млрд долл. США). В топ-5 наиболее востребованных на местном рынке импортных продуктов АПК также вошли говядина и пищевые субпродукты КРС (7,5% или 14,9 млрд долл. США), ракообразные (4,9% или 9,7 млрд долл. США), дуриан свежий (3,8% или 7,5 млрд долл. США) и рыба мороженая (2,7% или 5,4 млрд долл. США). Суммарно на 10 основных товарных позиций по итогам года пришлось 53,6% импорта продукции АПК Китая в стоимостном выражении.

В 2025 г. наибольший прирост относительно предыдущего года наблюдался в импорте говядины и пищевых субпродуктов КРС (+7,7% или +1,1 млрд долл. США) и рыбы мороженой (+14,1% или +670,2 млн долл. США). Одновременно отмечалось значительное сокращение закупок соевых бобов (-4,7% или -2,5 млрд долл. США), свинины и пищевых субпродуктов свиней (-8,1% или -376,4 млн долл. США), а также муки рыбной, непригодной в пищу (-9,9% или -317,7 млн долл. США).

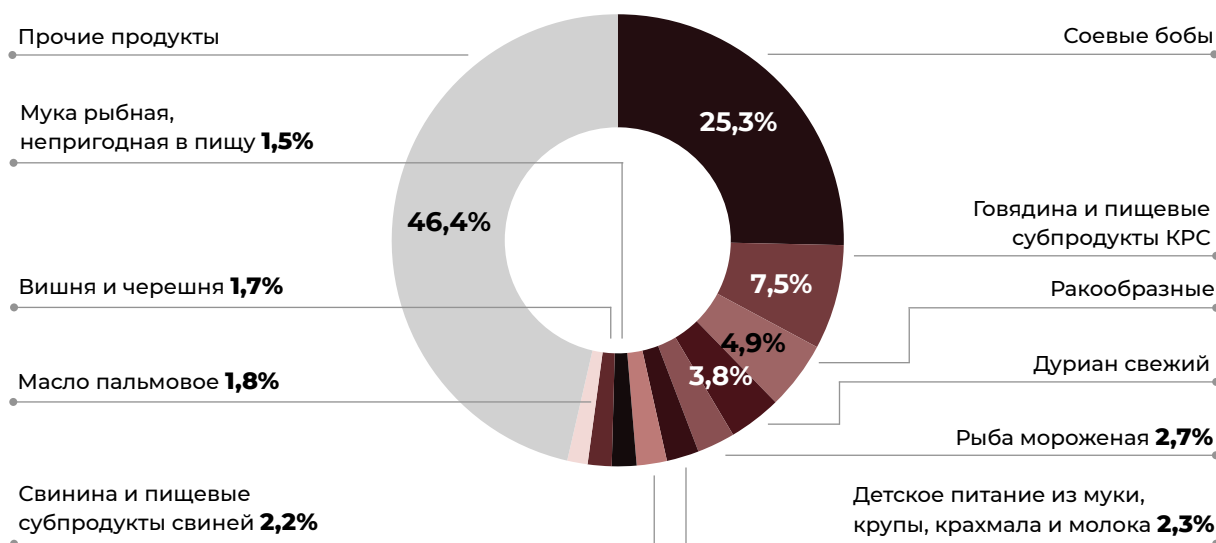


Структура импорта продукции АПК Китая в стоимостном выражении, 2024-2025 гг., млрд долл. США

№	Наименование	2024	2025	Прирост в 2025 к 2024	
				млн долл. США	%
1	Соевые бобы	52,9	50,4	-2 497,2	-4,7
2	Говядина и пищевые субпродукты КРС	13,9	14,9	1 068,8	7,7
3	Ракообразные	9,1	9,7	590,1	6,5
4	Дуриан свежий	7,0	7,5	485,3	6,9
5	Рыба мороженая	4,7	5,4	670,2	14,1
6	Детское питание из муки, крупы, крахмала и молока	4,1	4,6	500,8	12,2
7	Свинина и пищевые субпродукты свиней	4,7	4,3	-376,4	-8,1
8	Масло пальмовое	3,4	3,5	120,2	3,6
9	Вишня и черешня	3,6	3,4	-179,7	-5,0
10	Мука рыбная, непригодная в пищу	3,2	2,9	-317,7	-9,9
	Прочие продукты	96,2	92,3	-3 874,8	-4,0
	Итого	202,7	198,9	-3 810,4	-1,9

Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

Структура импорта продукции АПК Китая в стоимостном выражении, 2025 г., %



Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Крупнейшими экспортерами продукции АПК в Китай в 2025 г. выступили Бразилия (25,5% китайского импорта сельскохозяйственных товаров в стоимостном выражении), США (7,7%) и Индонезия (5,5%). Совокупно на топ-10 стран по итогам года пришлось 69,5% национального импорта продукции АПК в стоимостном выражении.

За 2021–2025 гг. Китай наиболее заметно нарастил объемы закупок из Бразилии (+15,2% или +6,7 млрд долл. США), Вьетнама (в 2,6 раза или на 6,5 млрд долл. США), России (в 1,9 раза или +3,7 млрд долл. США) и Австралии (+39,9% или +2,8 млрд долл. США).

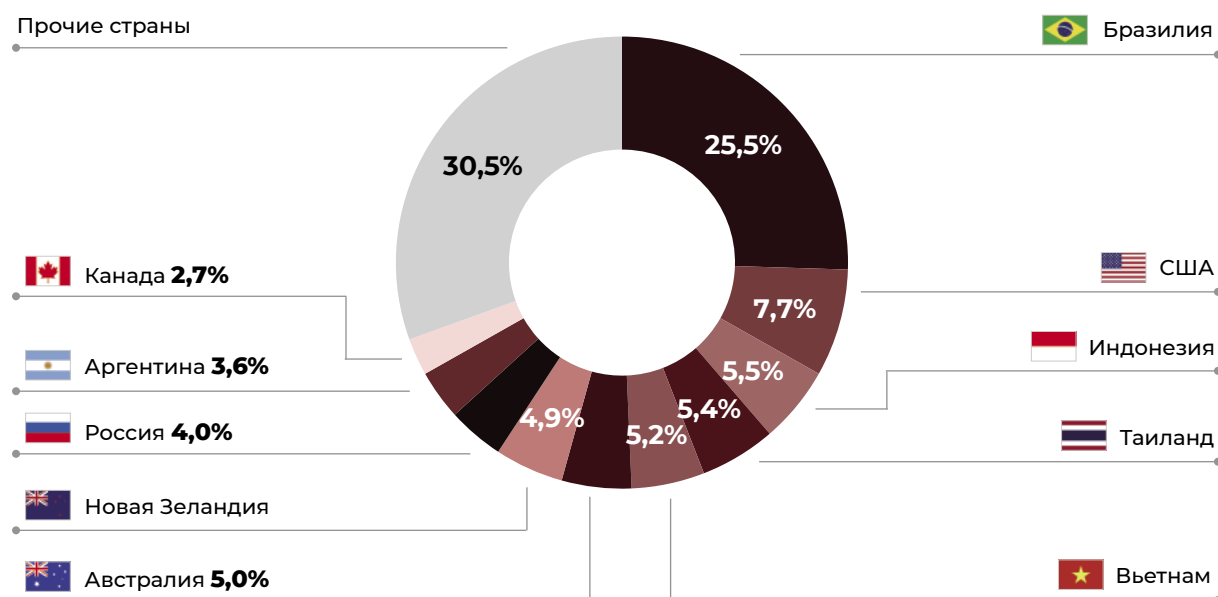
Основные страны-экспортеры продукции АПК в Китай в стоимостном выражении, 2021-2025 гг., млрд долл. США

№	Страна	2021	2022	2023	2024	2025
1	Бразилия	44,0	50,9	57,4	50,5	50,7
2	США	36,2	38,2	30,1	24,9	15,3
3	Индонезия	9,4	10,3	9,7	8,5	10,9
4	Таиланд	11,6	12,3	12,9	11,3	10,8
5	Вьетнам	3,9	5,9	6,7	7,9	10,4
6	Австралия	7,1	9,2	9,9	9,4	9,9
7	Новая Зеландия	10,8	11,2	9,5	8,7	9,8
8	Россия	4,3	6,1	8,8	7,4	8,0
9	Аргентина	6,4	7,6	5,4	5,7	7,1
10	Канада	8,6	7,5	10,2	8,5	5,3
	Прочие страны	66,3	64,8	62,5	60,0	60,7
	Итого	208,6	224,0	222,8	202,7	198,9

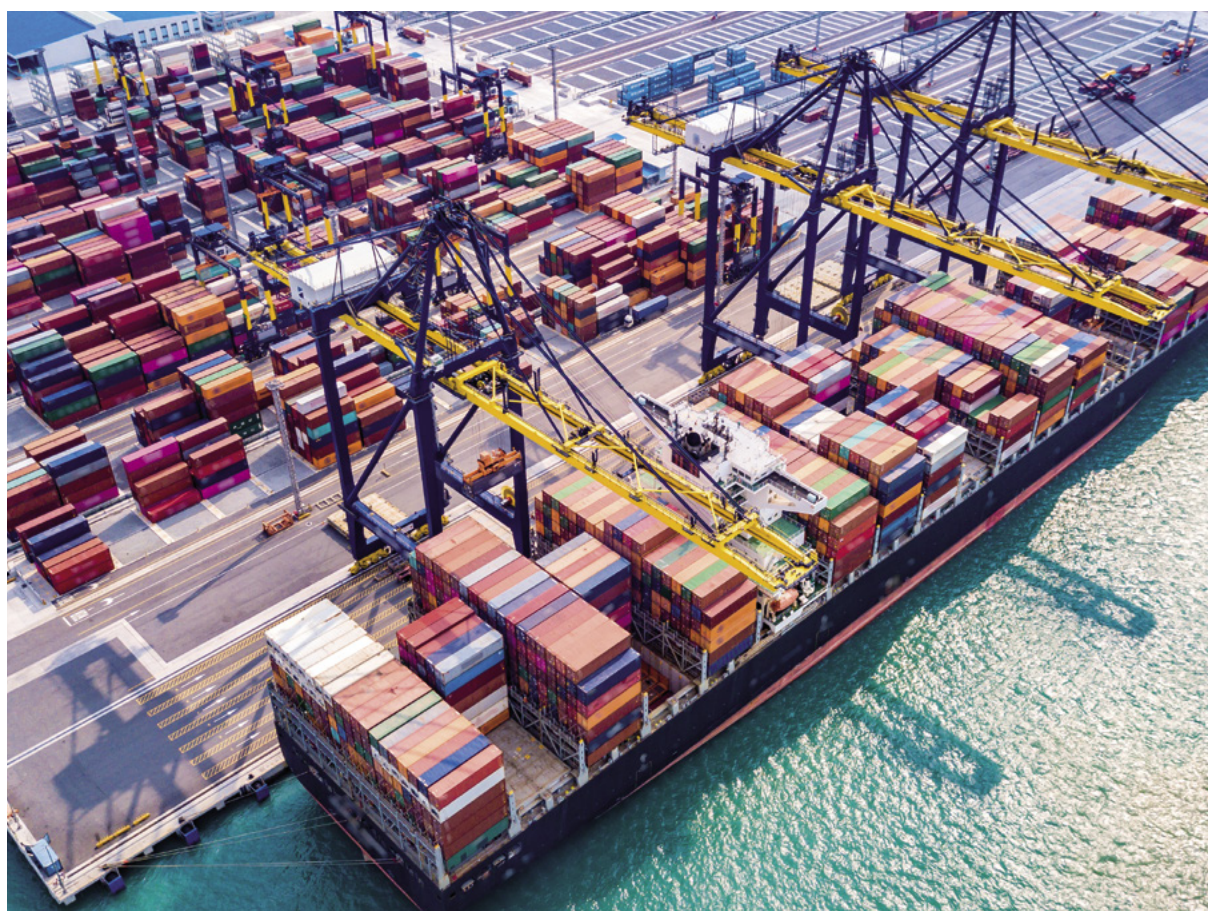
Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Доля стран в импорте продукции АПК Китая в стоимостном выражении, 2025 г., %

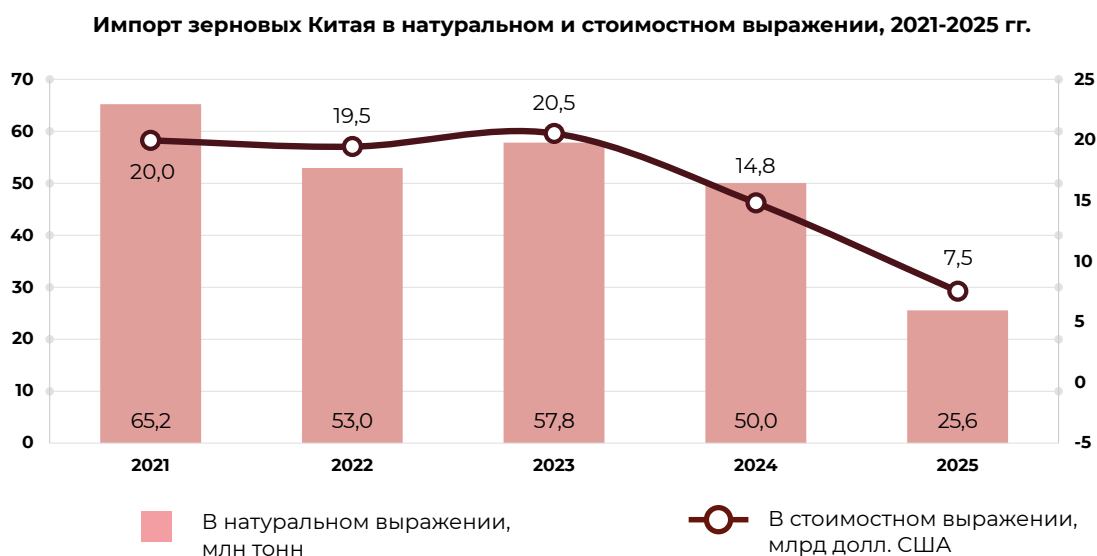


Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Импорт зерновых

В 2025 г. Китай закупил на внешних рынках 25,6 млн тонн зерновых на сумму 7,5 млрд долл. США, что ниже значений 2024 г. на 48,9% в натуральном выражении (на 24,5 млн тонн) и на 49,2% в стоимостном (на 7,3 млрд долл. США). Активное снижение импорта зерновых культур в последние годы обусловлено ростом внутреннего производства, накопленными запасами и стремлением страны к самообеспечению.



Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

В структуре закупок зерновых Китая в 2025 г. наибольшую долю занял ячмень – 35,7% импорта в стоимостном выражении или около 2,7 млрд долл. США. В число наиболее востребованных на китайском рынке импортных зерновых культур по итогам года также вошли рис (19,1% или 1,4 млрд долл. США), сорго зерновое (16,6% или 1,2 млрд долл. США), пшеница (15,2% или 1,1 млрд долл. США) и кукуруза (9,2% или 695,1 млн долл. США). Суммарно на данные категории пришлось 95,8% китайского импорта зерновых культур в денежном выражении.

В 2025 г. значительный прирост наблюдался в импорте страной риса и овса. По отношению к 2024 г. объем закупок риса увеличился на 90,9% в натуральном выражении (+1,5 млн тонн) и на 56,2% в стоимостном (+517,0 млн долл. США), овса – на 52,6% (+247,6 тыс. тонн) и 49,1% (+73,7 млн долл. США) соответственно. Одновременно с этим страна существенно сократила импорт кукурузы – на 80,8% в натуральном выражении (-11,1 млн тонн) и на 81,6% в стоимостном (-3,1 млрд долл. США), пшеницы – на 65,0% (-7,2 млн тонн) и 67,2% (-2,3 млрд долл. США), сорго зернового – на 47,5% (-4,1 млн тонн) и 51,8% (-1,3 млрд долл. США), и ячменя – на 26,8% (-3,8 млн тонн) и 29,1% (-1,1 млрд долл. США) соответственно.



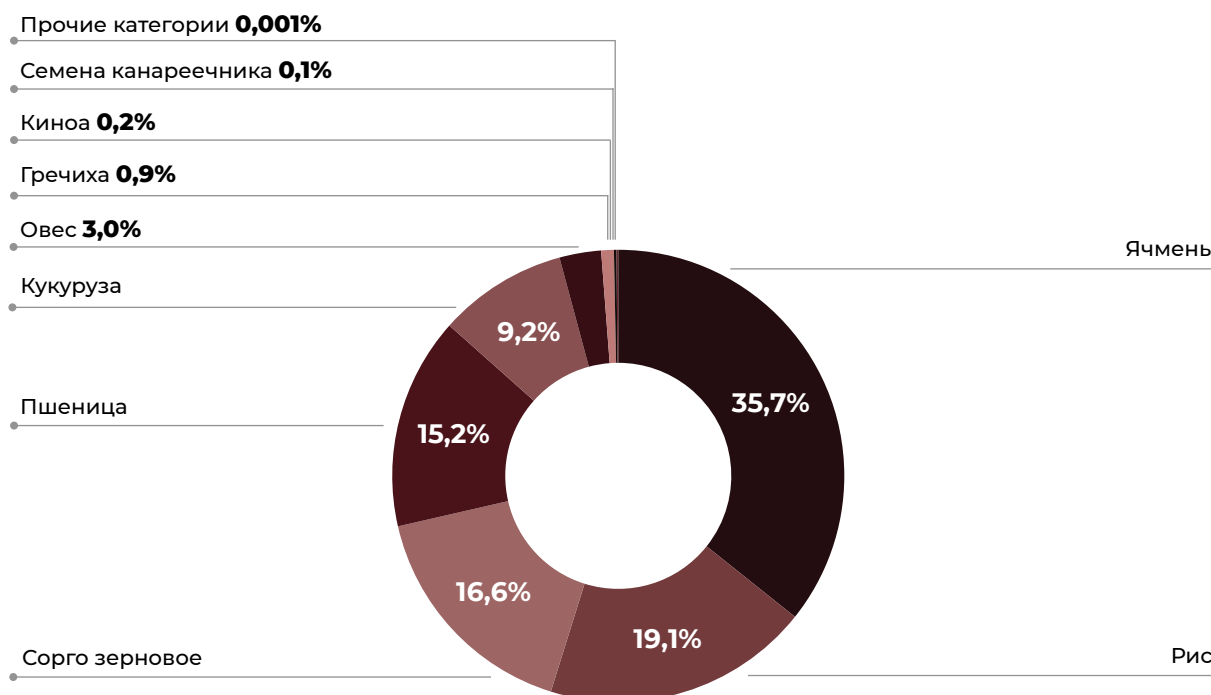
Импорт зерновых Китая по категориям, 2024-2025 гг.

№	Категория	2024		2025		Прирост в 2025 к 2024			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	Объем		Стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Ячмень	14 239,6	3 789,0	10 423,0	2 687,3	-3 816,6	-26,8	-1 101,7	-29,1
2	Рис	1 625,2	920,7	3 102,1	1 437,7	1 476,9	90,9	517,0	56,2
3	Сорго зерновое	8 657,1	2 591,6	4 544,3	1 248,3	-4 112,8	-47,5	-1 343,3	-51,8
4	Пшеница	11 009,8	3 481,1	3 850,8	1 140,7	-7 159	-65,0	-2 340,4	-67,2
5	Кукуруза	13 775,4	3 784,6	2 647,8	695,1	-11 127,6	-80,8	-3 089,5	-81,6
6	Овес	470,5	150,2	718,2	223,9	247,7	52,6	73,7	49,1
7	Гречиха	221,9	73,7	255,1	68,2	33,2	15,0	-5,5	-7,5
8	Киноа	3,2	8,5	5,1	13,7	1,9	58,1	5,2	61,2
9	Семена канареечника	5,1	4,2	14,7	9,3	9,6	в 1,9 раза	5,1	в 2,2 раза
	Прочие категории	21,0	8,5	0,02	0,1	-21,0	-100,0	-8,4	-98,8
	Итого	50 028,8	14 812,0	25 561,1	7 524,4	-24 467,7	-48,9	-7 287,6	-49,2

Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Структура импорта зерновых Китая по категориям в стоимостном выражении, 2025 г., %



Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

Среди крупнейших стран-экспортеров зерновых в Китай в 2025 г. первое место заняла Австралия, на которую пришлось 34,9% всех поставок в стоимостном выражении (2,6 млрд долл. США, преимущественно ячмень, сорго и пшеница). Вторым ведущим поставщиком зерновых на китайский рынок является Канада, в 2025 г. отгрузившая 4,3 млн тонн данной продукции (в основном пшеницу и ячмень) на сумму 1,3 млрд долл. США (16,8% китайского импорта в стоимостном выражении). Также значительные объемы зерновых (сорго зернового) экспортировала Аргентина – 2,2 млн тонн на сумму 559,7 млн долл. США (7,4%). Россия в 2025 г. заняла восьмое место в списке основных поставщиков зерновых на китайский рынок. Всего на топ-10 стран по итогам года пришлось 91,6% импорта данной продукции Китая в стоимостном выражении.

В 2025 г. поставки зерновых в Китай наиболее заметно нарастил Вьетнам: экспорт данной продукции в страну увеличился в 2,6 раза в натуральном выражении (+435,1 тыс. тонн) и в 2,2 раза в стоимостном (+197,7 млн долл. США). При этом за год Китай существенно сократил закупки зерновых из США и Бразилии. Поставки зерна из США уменьшились на 91,4% в натуральном выражении (-8,8 млн тонн) и на 92,0% в стоимостном (-2,7 млрд долл. США), из Бразилии – на 75,1% (-4,9 млн тонн) и 78,2% (-1,5 млрд долл. США) соответственно.

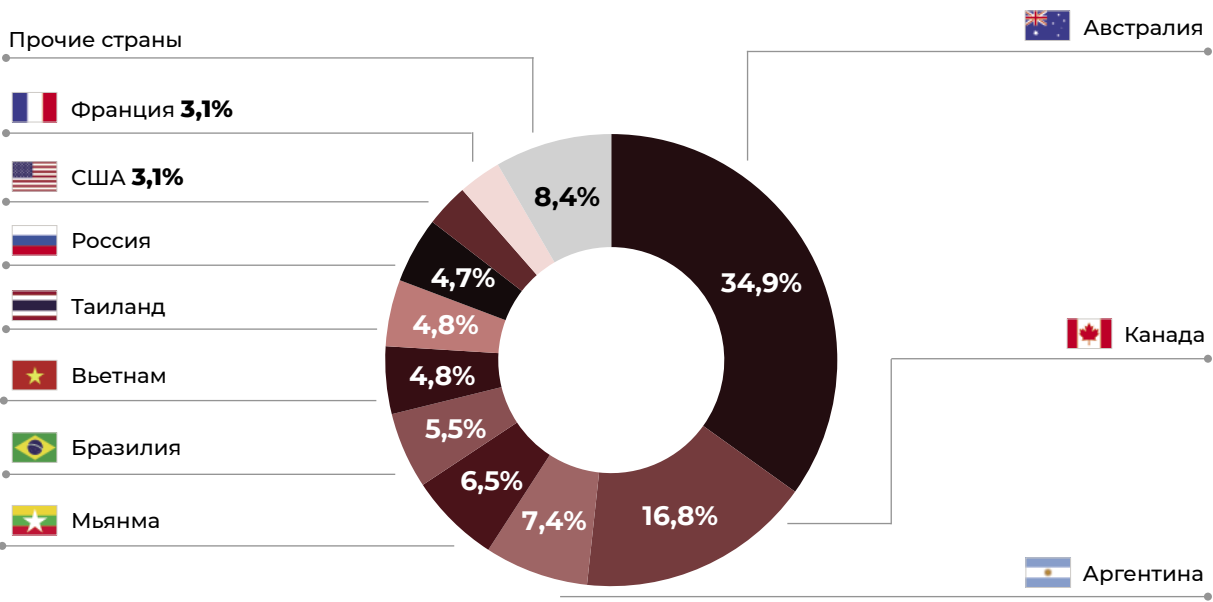


Основные страны-экспортеры зерновых в Китай, 2024-2025 гг.

№	Страна	2024		2025		Прирост в 2025 к 2024			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	Объем		Стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Австралия	10 794,9	3 211,3	9 621,5	2 625,1	-1 173,4	-10,9	-586,2	-18,3
2	Канада	4 448,6	1 446,6	4 276,3	1 266,1	-172,3	-3,9	-180,5	-12,5
3	Аргентина	2 693,2	729,3	2 164,1	559,7	-529,1	-19,6	-169,6	-23,3
4	Мьянма	742,9	321,8	1 332,2	492,0	589,3	79,3	170,2	52,9
5	Бразилия	6 466,3	1 884,1	1 607,2	411,2	-4 859,1	-75,1	-1 472,9	-78,2
6	Вьетнам	280,6	165,2	715,7	362,9	435,1	в 2,6 раза	197,7	в 2,2 раза
7	Таиланд	433,0	294,6	679,8	358,9	246,8	57,0	64,3	21,8
8	Россия	1 750,5	434,2	1 517,5	355,3	-233,0	-13,3	-78,9	-18,2
9	США	9 658,8	2 892,6	829,4	232,6	-8 829,4	-91,4	-2 660,0	-92,0
10	Франция	4 423,8	1 266,8	883,2	231,0	-3 540,6	-80,0	-1 035,8	-81,8
	Прочие страны	8 336,2	2 165,6	1 934,2	629,6	-6 402,0	-76,8	-1 536,0	-70,9
	Итого	50 028,8	14 812,0	25 561,1	7 524,4	-24 467,7	-48,9	-7 287,6	-49,2

Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

Доля стран в импорте зерновых Китая в стоимостном выражении, 2025 г., %



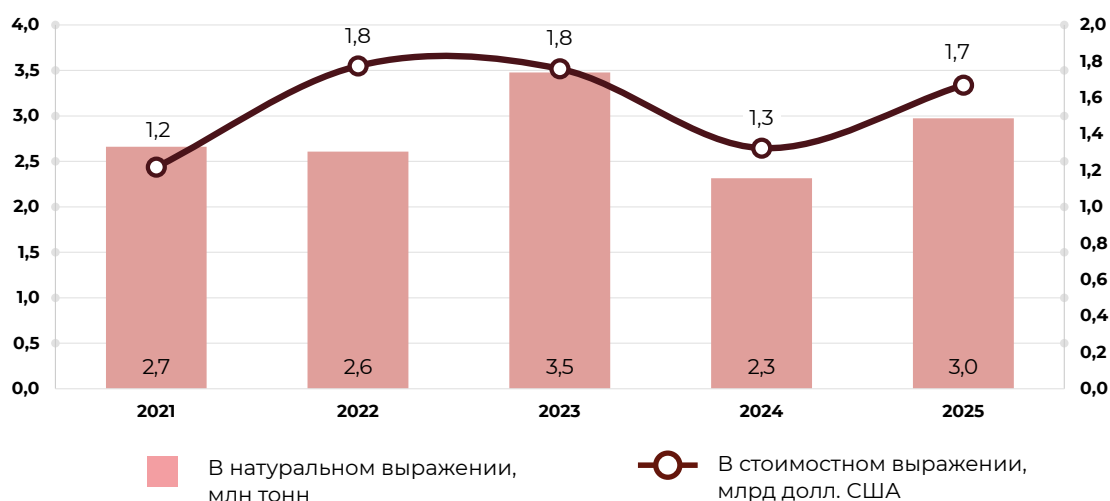
Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Импорт зернобобовых

Китайский импорт зернобобовых в последние годы стабильно превышает 2,3 млн тонн и 1,2 млрд долл. США благодаря устойчивому спросу со стороны местной пищевой промышленности и популярности растительных белковых добавок. Большой объем данной продукции в стране также используется в качестве корма в активно развивающемся животноводческом секторе. В 2025 г. Китай закупил на внешних рынках 3,0 млн тонн зернобобовых на сумму 1,7 млрд долл. США, что выше уровня предыдущего года на 28,5% в натуральном выражении (+658,8 тыс. тонн) и на 26,2% в стоимостном (+346,6 млн долл. США). В целом за 2021–2025 гг. объем закупок Китаем зернобобовых увеличился на 11,7% в натуральном выражении и на 37,1% в стоимостном.

Импорт зернобобовых Китая в натуральном и стоимостном выражении, 2021–2025 гг.



Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

В структуре импорта зернобобовых Китая в 2025 г. большая часть поставок пришлась на горох (44,3% стоимостного импорта) и фасоль (43,7%). При этом страна также осуществляет закупки прочих бобовых сушеных (8,7%), нута сушеного (1,7%) и чечевицы сушеной (1,4%). Объемы закупок прочих овощных бобов и кормовых бобов (конских) в настоящее время незначительны.

За 2025 г. Китай наиболее заметно нарастил импорт фасоли – относительно 2024 г. объем закупок данной категории увеличился на 17,3% в натуральном выражении (+118,6 тыс. тонн) и на 36,5% в стоимостном (+194,9 млн долл. США). Импорт гороха вырос на 35,5% (+505,0 тыс. тонн) и 22,8% (+137,2 млн долл. США) соответственно.

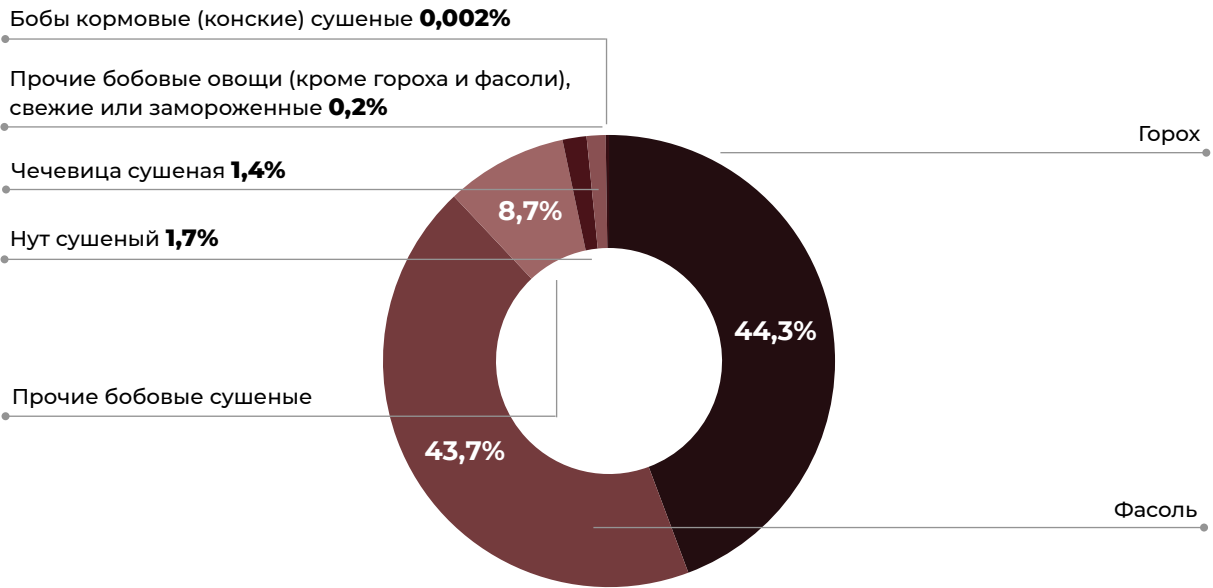


Импорт зернобобовых Китая по категориям, 2024-2025 гг.

№	Наименование	2024		2025		Прирост в 2025 к 2024			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	Объем		Стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Горох	1 423,5	602,2	1 928,5	739,4	505,0	35,5	137,2	22,8
2	Фасоль	686,0	534,5	804,6	729,3	118,6	17,3	194,8	36,4
3	Прочие бобовые сушеные	162,6	147,0	167,5	145,6	4,9	3,0	-1,4	-1,0
4	Нут сушеный	24,9	25,8	30,2	28,6	5,3	21,3	2,8	10,9
5	Чечевица сушеная	11,4	10,6	28,6	22,6	17,2	в 2,5 раза	12,0	в 2,1 раза
6	Прочие бобовые овощи (кроме гороха и фасоли), свежие или замороженные	1,1	0,5	13,0	3,9	11,9	в 11,6 раза	3,4	в 8,3 раза
7	Бобы кормовые (конские) сушеные	4,1	2,3	0,001	0,03	-4,1	-100,0	-2,3	-98,5
	Итого	2 313,6	1 322,9	2 972,4	1 669,5	658,8	28,5	346,6	26,2

Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

Структура импорта зернобобовых Китая по категориям в стоимостном выражении, 2025 г., %



Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Среди стран-экспортеров зернобобовых в Китай в 2025 г. лидирующую позицию заняла Россия, на которую пришлось 23,3% китайского импорта данной продукции в стоимостном выражении (388,3 млн долл. США, исключительно горох). Вторым крупнейшим поставщиком зернобобовых в страну является Мьянма, которая в 2025 г. поставила на китайский рынок 437,6 тыс. тонн продукции на сумму 343,9 млн долл. США (20,6% стоимостного импорта, большая часть поставок пришлась на фасоль). Значительные объемы зернобобовых в Китай также экспортировала Канада – 530,9 тыс. тонн на сумму 213,4 млн долл. США (12,8% китайского импорта), при этом канадские компании поставляют в страну преимущественно горох. Всего на топ-10 стран по итогам года пришлось 94,5% импорта зернобобовых Китая в стоимостном выражении.

В 2025 г. поставки зернобобовых на китайский рынок наиболее заметно нарастили Россия (+76,7% в натуральном выражении и +74,6% в стоимостном) и Индия (в 2,2 раза и +76,6% соответственно). В то же время отмечалось существенное сокращение поставок из Канады (-11,0% и -19,7% соответственно) и Новой Зеландии (-21,4% и -34,5% соответственно).

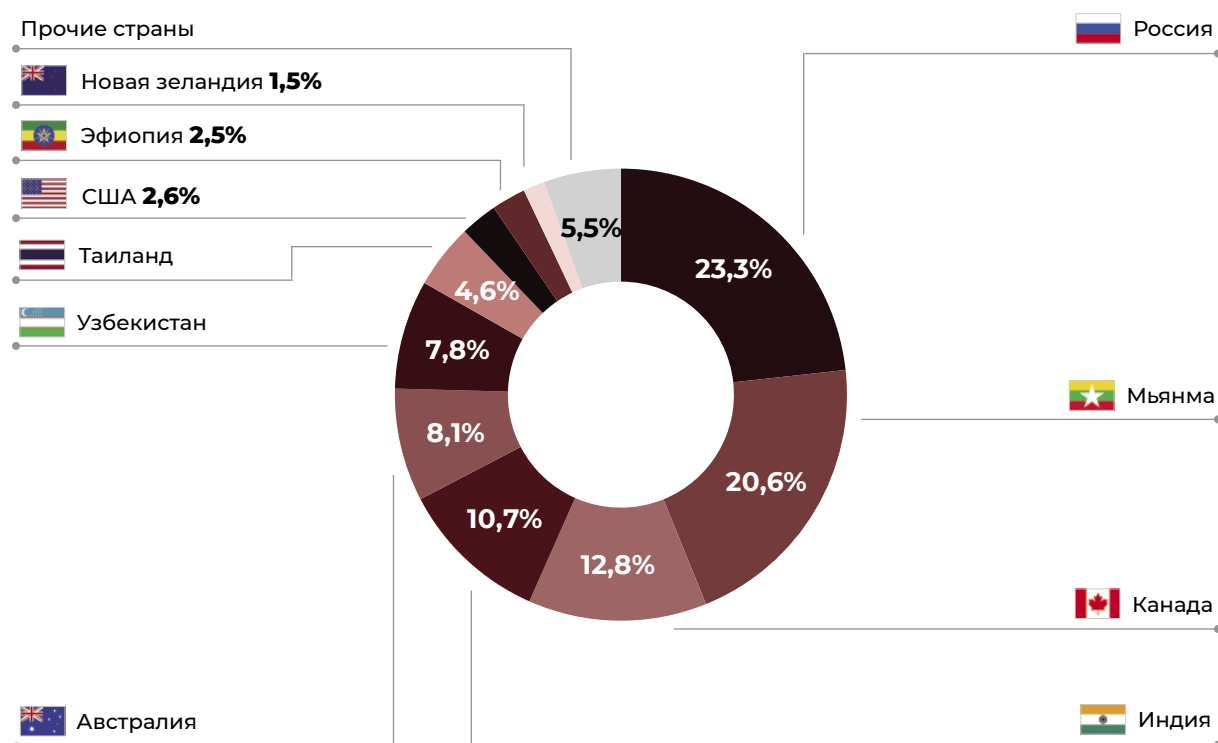
Основные страны-экспортеры зернобобовых в Китай, 2024-2025 гг.

№	Страна	2024		2025		Прирост в 2025 к 2024			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	Объем		Стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Россия	648,3	222,4	1 145,7	388,3	497,4	76,7	166,0	74,6
2	Мьянма	477,7	326,7	437,6	343,9	-40,1	-8,4	17,3	5,3
3	Канада	596,8	265,9	530,9	213,4	-65,8	-11,0	-52,5	-19,7
4	Индия	82,7	101,2	182,3	178,8	99,6	в 2,2 раза	77,6	76,6
5	Австралия	113,6	78,8	158,4	134,9	44,8	39,4	56,1	71,2
6	Узбекистан	106,5	90,4	132,2	130,1	25,7	24,2	39,8	44,0
7	Таиланд	31,0	23,0	86,9	77,2	56,0	в 2,8 раза	54,2	в 3,4 раза
8	США	66,2	43,0	73,7	44,1	7,4	11,2	1,1	2,6
9	Эфиопия	48,2	50,6	35,8	41,0	-12,4	-25,7	-9,6	-19,0
10	Новая Зеландия	27,1	39,2	21,3	25,7	-5,8	-21,4	-13,5	-34,5
	Прочие страны	115,5	81,8	167,6	92,1	52,0	45,0	10,3	12,6
	Итого	2 313,6	1 322,9	2 972,4	1 669,5	658,8	28,5	346,6	26,2

Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Доля стран в импорте зернобобовых Китая в стоимостном выражении, 2025 г., %



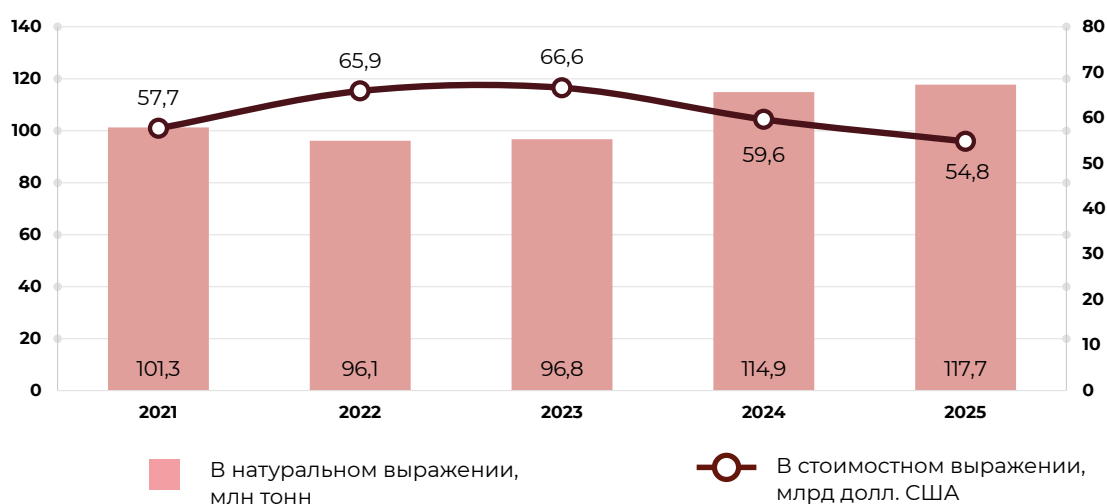
Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Импорт масличных

Китай является крупнейшим в мире потребителем соевых бобов, однако в стране недостаточно посевных площадей для выращивания данной культуры в объемах, необходимых для удовлетворения имеющегося спроса. Объем производства сои ежегодно увеличивается, так как данная культура входит в число приоритетных для обеспечения продовольственной безопасности и используется как в пищевой промышленности, так и в кормовом секторе. Тем не менее принимаемых в стране мер по увеличению посевных площадей недостаточно для замены поставок из-за рубежа, и в среднесрочной перспективе зависимость Китая от импорта соевых бобов сохранится. Всего в 2025 г. Китай импортировал 117,7 млн тонн масличных культур на сумму 54,8 млрд долл. США, что выше уровня 2024 г. на 2,5% в натуральном выражении (+2,9 млн тонн) и на 8,1% ниже в стоимостном (-4,8 млрд долл. США). В целом за 2021-2025 гг. объем закупок масличных Китаем увеличился на 16,2% в натуральном выражении и снизился на 5,0% в стоимостном.

Импорт масличных Китая в натуральном и стоимостном выражении, 2021-2025 гг.



Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

В структуре закупок масличных Китая в 2025 г. большая часть приходилась на соевые бобы (92,0% импорта в стоимостном выражении или 50,4 млрд долл. США). При этом страна также в больших объемах закупает семена кунжута (3,6% или 2,0 млрд долл. США) и рапса (2,5% или 1,4 млрд долл. США).

За 2025 г. Китай наиболее заметно нарастил импорт семян льна и кунжута. По сравнению с уровнем предыдущего года объем закупок страной семян льна увеличился на 55,2% в натуральном выражении (+382,6 тыс. тонн) и на 65,9% в стоимостном (+221,2 млн долл. США). Поставки семян кунжута, в свою очередь, увеличились на 23,5% (+277,6 тыс. тонн) и на 4,6% (+86,3 млн долл. США) соответственно. Китайский импорт соевых бобов за год увеличился на 6,5% в натуральном выражении (+6,8 млн тонн) и уменьшился на 4,7% в стоимостном (-2,5 млрд долл. США), семян рапса – сократился на 60,8% (-3,9 млн тонн) и на 60,5% (-2,1 млрд долл. США) соответственно.

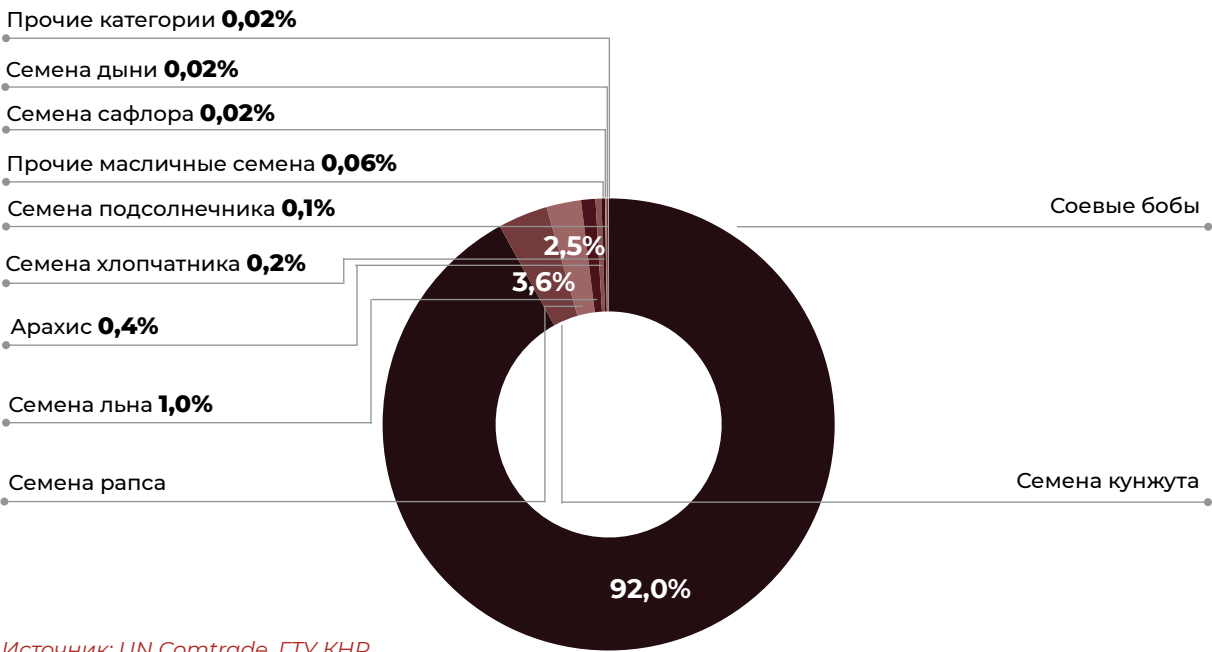


Импорт масличных Китая по категориям, 2024-2025 гг.

№	Наименование	2024		2025		Прирост в 2025 к 2024			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	Объем		Стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Соевые бобы	105 037,2	52 906,6	111 819,8	50 409,4	6 782,6	6,5	-2 497,2	-4,7
2	Семена кунжута	1 182,6	1 866,4	1 460,2	1 952,7	277,6	23,5	86,3	4,6
3	Семена рапса	6 385,6	3 437,3	2 503,5	1 357,7	-3 882,1	-60,8	-2 079,5	-60,5
4	Семена льна	693,0	335,7	1 075,6	556,9	382,6	55,2	221,2	65,9
5	Арахис	759,8	712,9	263,9	232,7	-496,0	-65,3	-480,2	-67,4
6	Семена хлопчатника	575,1	216,3	403,5	136,9	-171,6	-29,8	-79,4	-36,7
7	Семена подсолнечника	148,7	99,4	115,9	72,0	-32,7	-22,0	-27,4	-27,6
8	Прочие масличные семена	8,5	16,2	17,0	33,5	8,5	в 2,0 раза	17,4	в 2,1 раза
9	Семена сафлора	46,3	13,1	56,1	18,4	9,9	21,3	5,3	40,3
10	Семена дыни	0,03	10,4	0,02	8,8	-0,01	-22,7	-1,6	-15,1
	Прочие категории	19,6	15,2	12,0	9,5	-7,6	-38,7	-5,7	-37,4
	Итого	114 856,4	59 629,4	117 727,5	54 788,6	2 871,1	2,5	-4 840,8	-8,1

Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

Структура импорта зерновых Китая по категориям в стоимостном выражении, 2025 г., %



Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Среди стран-экспортеров масличных в Китай в 2025 г. лидирующую позицию заняла Бразилия, на которую пришлось 67,9% всего китайского импорта данной продукции (37,2 млрд долл. США, в основном – соевые бобы). Вторым крупнейшим поставщиком масличных в Китай выступили США (14,2% стоимостного импорта), которые в 2025 г. поставили на местный рынок 16,9 млн тонн продукции (преимущественно соевых бобов) на сумму 7,8 млрд долл. США. Значительные объемы масличных также экспортировала Аргентина (6,6% китайского импорта). Россия по итогам года поставила в Китай около 1,4 млн тонн масличных на сумму 711,6 млн долл. США, что позволило ей занять шестое место в рейтинге стран-экспортеров данной продукции. В структуре поставок России основную долю составили семена льна (56,4%) и соевые бобы (37,5%). Всего на топ-10 стран пришлось 97,9% стоимостного импорта масличных Китая.

В 2025 г. поставки масличных на китайский рынок наиболее заметно нарастили Аргентина, Бразилия и Уругвай. Экспорт Аргентины увеличился на 93,3% в натуральном выражении (+3,8 млн тонн) и на 72,8% в стоимостном (+1,5 млрд долл. США). Поставки из Бразилии выросли на 10,6% в натуральном выражении (+7,9 млн тонн) и на 1,5% в стоимостном (+550,4 млн долл. США), из Уругвая – на 51,1% (+1,0 млн тонн) и на 31,8% (+328,3 млн долл. США) соответственно.

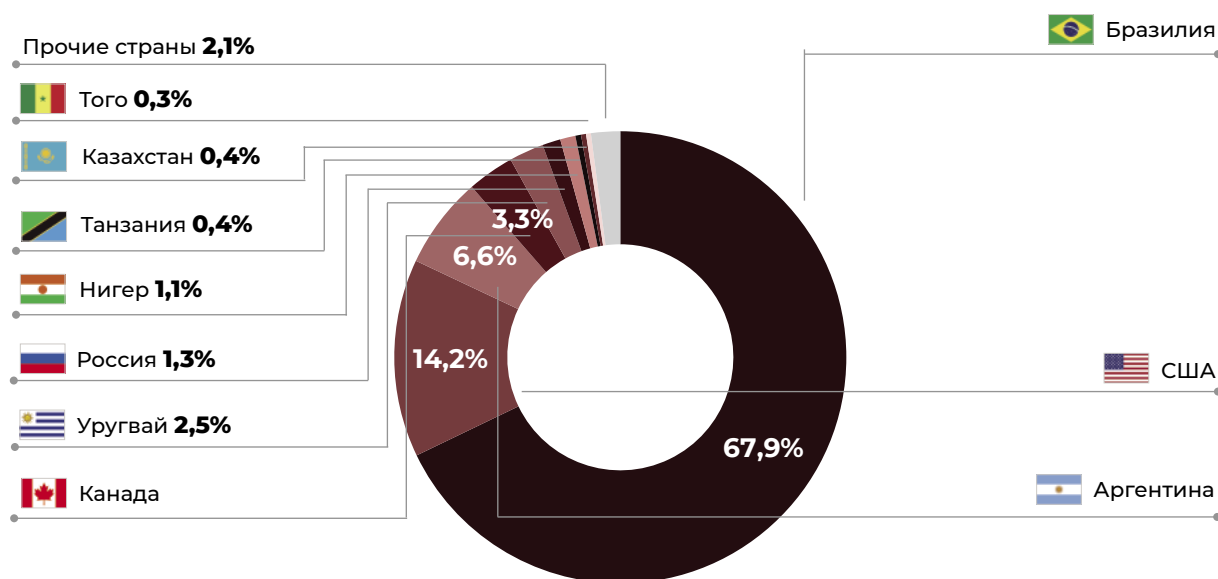
Основные страны-экспортеры масличных в Китай, 2024-2025 гг.

№	Страна	2024		2025		Прирост в 2025 к 2024			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	Объем		Стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Бразилия	74 650,9	36 626,8	82 545,8	37 177,2	7 895,0	10,6	550,4	1,5
2	США	22 303,8	12 159,3	16 841,5	7 759,4	-5 462,3	-24,5	-4 399,9	-36,2
3	Аргентина	4 104,1	2 082,7	7 931,2	3 599,9	3 827,1	93,3	1 517,2	72,8
4	Канада	7 402,0	3 960,9	3 577,1	1 833,1	-3 825,0	-51,7	-2 127,7	-53,7
5	Уругвай	2 025,1	1 033,2	3 060,0	1 361,5	1 034,9	51,1	328,3	31,8
6	Россия	1 353,3	667,5	1 420,2	711,6	66,9	4,9	44,1	6,6
7	Нигер	315,8	514,5	456,5	598,8	140,7	44,5	84,2	16,4
8	Танзания	149,7	230,8	171,8	221,1	22,1	14,8	-9,7	-4,2
9	Казахстан	248,6	113,2	398,9	195,4	150,3	60,5	82,2	72,6
10	Того	96,6	163,5	130,7	190,6	34,1	35,4	27,2	16,6
	Прочие страны	2 206,6	2 077,1	1 193,8	1 139,9	-1 012,8	-45,9	-937,2	-45,1
	Итого	114 856,4	59 629,4	117 727,5	54 788,6	2 871,1	2,5	-4 840,8	-8,1

Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Доля стран в импорте масличных Китая в стоимостном выражении, 2025 г., %



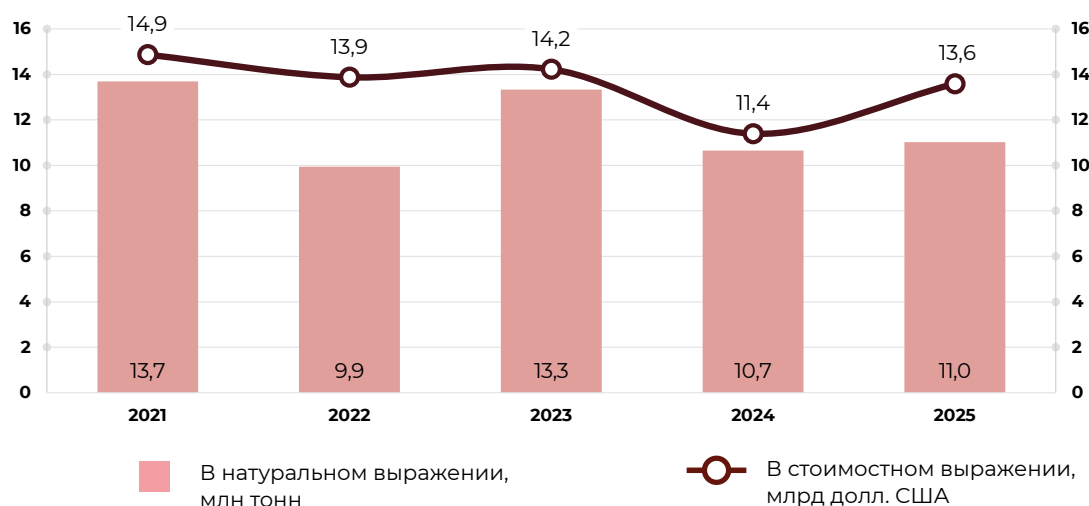
Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Импорт масложировой продукции

Потребление масложировой продукции в Китае находится на высоком уровне, значительно превышающем показатели ряда прочих рынков в регионе в подушевом выражении. При этом внутреннего производства масличных культур в стране недостаточно для удовлетворения имеющегося спроса, в связи с чем страна активно импортирует растительные масла. В 2025 г. Китай импортировал 11,0 млн тонн масложировой продукции на сумму 13,6 млрд долл. США. Объем закупок данной продукции увеличился относительно 2024 г. на 3,4% в натуральном выражении (+361,3 тыс. тонн) и на 19,3% в стоимостном (+2,2 млрд долл. США). В целом за 2021-2025 гг. импорт масложировой продукции Китая сократился на 19,5% в натуральном выражении и на 8,6% в стоимостном.

Импорт масложировой продукции Китая в натуральном и стоимостном выражении, 2021-2025 гг.



Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

В структуре импорта масложировой продукции Китая в 2025 г. наибольшую долю заняло масло пальмовое (25,8% стоимостного импорта или 3,5 млрд долл. США). Также среди основных импортируемых продуктов – масло рапсовое (17,0% или 2,3 млрд долл. США) и животные и растительные масла и жиры (13,3% или 1,8 млрд долл. США). Суммарно на данные категории продукции по итогам года пришлось 56,1% китайского импорта масложировой продукции в стоимостном выражении.

За 2025 г. Китай наиболее заметно нарастил импорт животных и растительных масел и жиров – по сравнению с уровнем 2024 г. закупки данной категории увеличились на 50,6% в натуральном выражении (+509,1 тыс. тонн) и на 64,3% в стоимостном (+705,8 млн долл. США). Китайский импорт масла пальмоядрового и масла бабассу вырос на 16,7% в натуральном выражении (+108,5 тыс. тонн) и на 75,6% в стоимостном (+597,4 млн долл. США). Одновременно с этим Китай сократил импорт масла подсолнечного – на 52,0% в натуральном выражении (-568,2 тыс. тонн) и на 39,7% в стоимостном (-404,2 млн долл. США), и масла касторового – на 8,1% (-28,6 тыс. тонн) и 3,3% (-17,5 млн долл. США) соответственно.



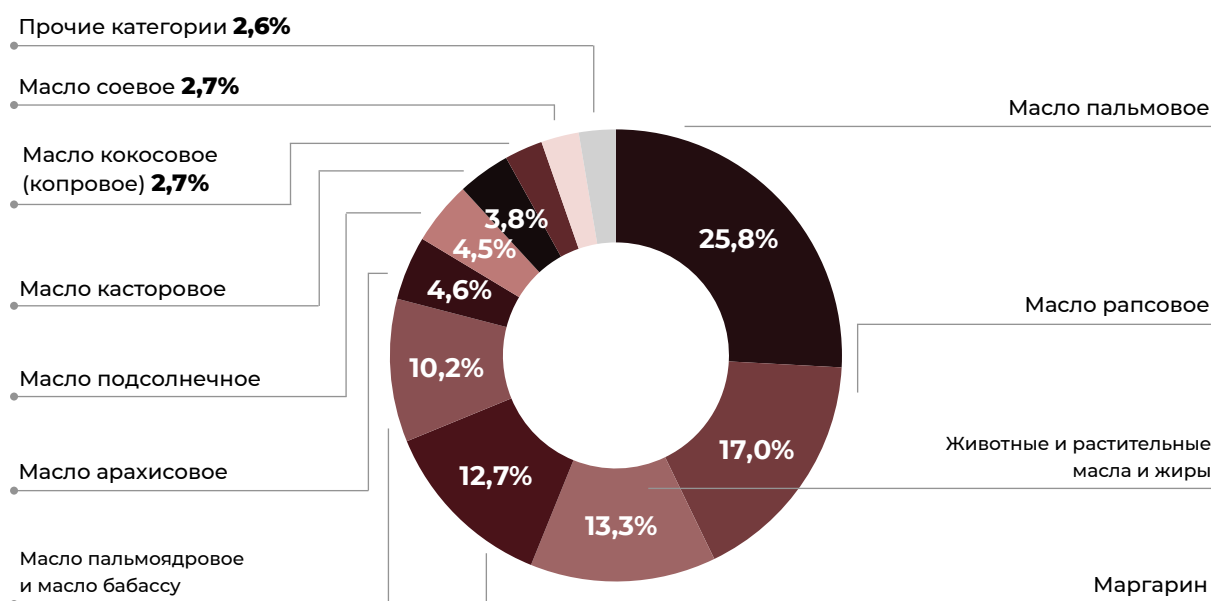
Импорт масложировой продукции Китая по категориям, 2024-2025 гг.

№	Наименование	2024		2025		Прирост в 2025 к 2024			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	Объем		Стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Масло пальмовое	3 667,4	3 383,9	3 308,1	3 504,1	-359,2	-9,8	120,1	3,6
2	Масло рапсовое	1 881,0	1 877,8	2 129,2	2 303,5	248,2	13,2	425,6	22,7
3	Животные и растительные масла и жиры (гидрогенизированные, пере-, реэтерифицированные или элаидинизированные, но не подвергнутые дальнейшей обработке)	1 005,5	1 097,6	1 514,6	1 803,4	509,1	50,6	705,8	64,3
4	Маргарин	1 237,4	1 354,1	1 471,1	1 718,0	233,7	18,9	363,9	26,9
5	Масло пальмоядровое и масло бабассу	651,5	790,4	760,0	1 387,9	108,5	16,7	597,4	75,6
6	Масло арахисовое	254,7	436,8	401,9	622,0	147,3	57,8	185,2	42,4
7	Масло подсолнечное	1 091,7	1 019,2	523,6	615,0	-568,2	-52,0	-404,2	-39,7
8	Масло касторовое	353,6	527,7	324,9	510,2	-28,6	-8,1	-17,5	-3,3
9	Масло кокосовое (копровое)	170,4	233,1	160,5	370,8	-9,9	-5,8	137,8	59,1
10	Масло соевое	282,1	266,8	345,5	366,4	63,4	22,5	99,6	37,3
	Прочие категории	47,9	382,0	66,8	357,9	18,9	39,6	-24,1	-6,3
	Итого	10 643,1	11 369,5	11 006,3	13 559,1	363,2	3,4	2 189,6	19,3

Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



**Структура импорта масложировой продукции Китая по категориям
в стоимостном выражении, 2025 г., %**



Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

Среди стран-экспортеров масложировой продукции в Китай в 2025 г. лидирующую позицию заняла Индонезия, на которую пришлось 50,3% китайского импорта данной продукции в стоимостном выражении (6,8 млрд долл. США, в основном – масло пальмовое, животные и растительные масла и жиры, маргарин). Вторым крупнейшим поставщиком масложировой продукции в Китай является Россия (13,6% стоимостного импорта), которая в 2025 г. поставила на местный рынок более 1,7 млн тонн продукции (преимущественно масла рапсового и подсолнечного) на сумму около 1,8 млрд долл. США. Значительные объемы по итогам года также экспортировала Малайзия – 1,2 млн тонн на сумму 1,5 млрд долл. США (11,4% китайского импорта в денежном выражении, в основном – масло пальмовое и масло пальмоядровое и масло бабассу). Всего на топ-10 стран пришлось 92,8% стоимостного импорта масложировой продукции Китая.

В 2025 г. поставки масложировой продукции в Китай наиболее заметно нарастила Индонезия – на 14,9% в натуральном выражении (+767,1 тыс. тонн) и на 36,8% в стоимостном (+1,8 млрд долл. США). Экспорт Бразилии увеличился в 3,6 раза в натуральном выражении (+165,4 тыс. тонн) и в 3,6 раза в стоимостном (+228,4 млн долл. США). В то же время отмечалось существенное сокращение поставок на китайский рынок из ОАЭ – на 19,3% (-62,2 тыс. тонн) и 11,9% (-37,7 млн долл. США) соответственно.

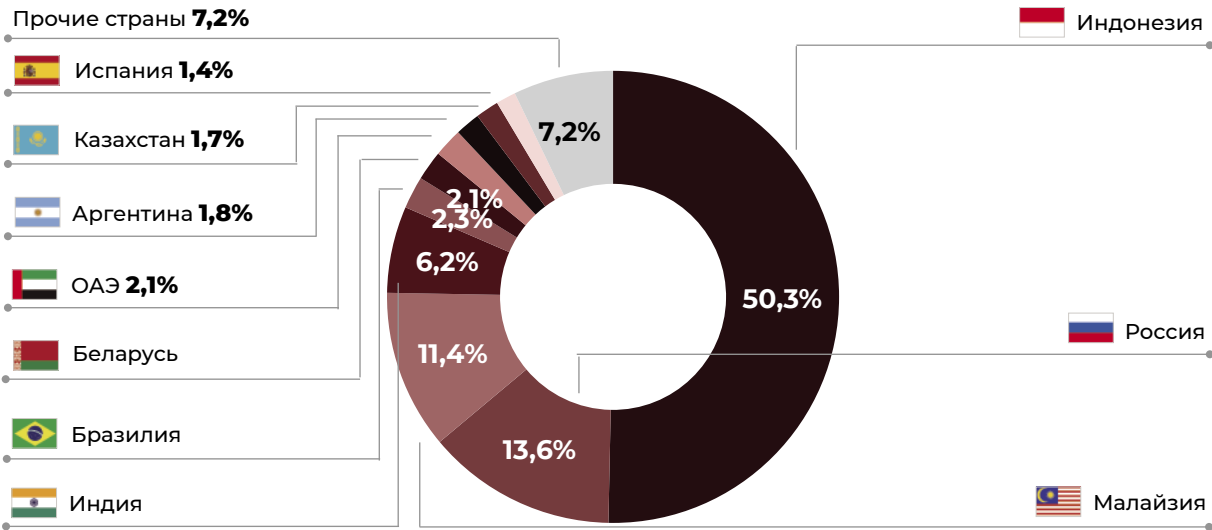


Основные страны-экспортеры масложировой продукции в Китай, 2024-2025 гг.

№	Страна	2024		2025		Прирост в 2025 к 2024			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	Объем		Стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Индонезия	5 149,2	4 988,9	5 916,2	6 823,8	767,1	14,9	1 835,0	36,8
2	Россия	1 936,2	1 873,1	1 663,1	1 841,8	-273,1	-14,1	-31,4	-1,7
3	Малайзия	1 472,1	1 530,1	1 161,7	1 542,6	-310,4	-21,1	12,5	0,8
4	Индия	552,3	865,5	549,1	840,1	-3,2	-0,6	-25,4	-2,9
5	Бразилия	62,5	85,4	227,9	313,8	165,4	в 3,6 раза	228,4	в 3,6 раза
6	Беларусь	238,1	239,9	268,0	287,7	29,9	12,5	47,8	19,9
7	ОАЭ	322,5	317,9	260,3	280,1	-62,2	-19,3	-37,7	-11,9
8	Аргентина	102,6	110,7	201,0	240,9	98,4	95,9	130,3	в 2,1 раза
9	Казахстан	187,2	164,9	219,6	225,2	32,4	17,3	60,3	36,5
10	Испания	26,7	220,8	38,3	192,3	11,7	43,8	-28,5	-12,9
	Прочие страны	593,7	972,5	501,1	970,8	-92,6	-15,6	-1,7	-0,2
	Итого	10 643,1	11 369,5	11 006,3	13 559,1	363,2	3,4	2 189,6	19,3

Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

Доля стран в импорте масложировой продукции Китая в стоимостном выражении, 2025 г., %



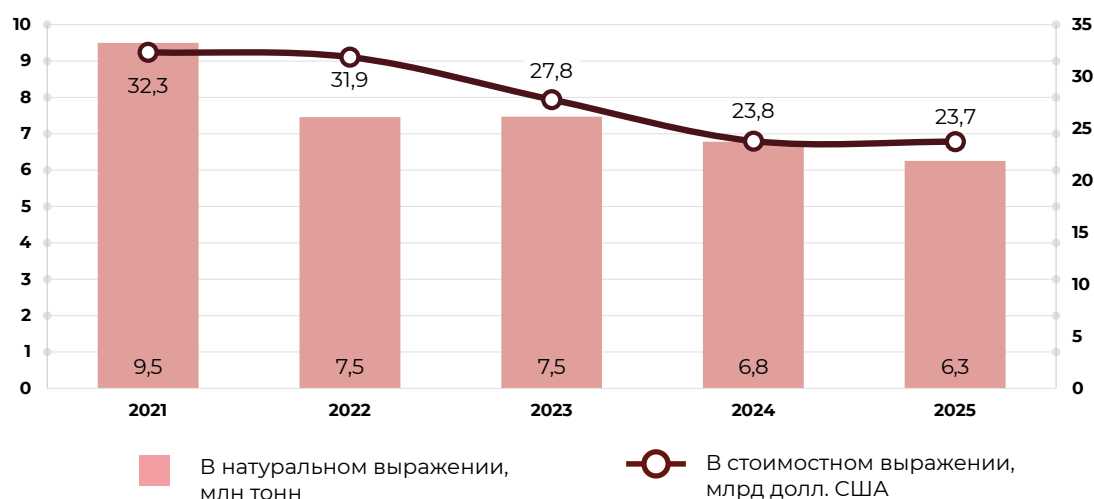
Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Импорт мяса и мясной продукции

Китай является крупным производителем мяса и мясной продукции, однако также входит в число ключевых импортеров подобных товаров, ежегодно закупая от 6 млн тонн до 10 млн тонн продукции на внешних рынках. При этом наиболее потребляемым видом мяса в стране является свинина, ввоз которой из России Главное таможенное управление Китая (ГТУ) разрешило с 24 января 2024 г. (первая поставка осуществлена в марте того же года). Всего в 2025 г. Китай закупил на внешних рынках 6,3 млн тонн мяса и мясной продукции на сумму 23,7 млрд долл. США, что ниже уровня предыдущего года на 7,8% в натуральном выражении (-525,8 тыс. тонн) и на 0,3% в стоимостном (-63,4 млн долл. США). В целом в 2021-2025 гг. китайский импорт мяса и мясной продукции ежегодно сокращался в среднем на 9,9% в натуральном выражении и на 7,4% в стоимостном на фоне восстановления внутреннего производства после региональной вспышки африканской чумы свиней.

Импорт мяса и мясной продукции Китая в натуральном и стоимостном выражении, 2021-2025 гг.



Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

В структуре импорта мяса и мясной продукции Китая в 2025 г. наибольшую долю заняла говядина и пищевые субпродукты КРС (62,9% стоимостного импорта или 14,9 млрд долл. США). Также среди основных импортируемых категорий – свинина и пищевые субпродукты свиней (18,1% или 4,3 млрд долл. США), мясо птицы (7,4% или 1,8 млрд долл. США), баранина (5,5% или 1,3 млрд долл. США), а также кишки, пузыри и желудки животных (3,0% или 704,6 млн долл. США). Суммарно на перечисленные виды мясной продукции по итогам года пришлось 97,3% китайского импорта данной товарной группы в стоимостном выражении.

В 2025 г. значительный прирост наблюдался в закупках Китаем изделий и консервов из домашней птицы, кроме колбас говядины и пищевых субпродуктов КРС, а также кишок, пузырей и желудков животных. По отношению к 2024 г. объем импорта изделий и консервов из домашней птицы увеличился на 85,9% в натуральном выражении (+38,1 тыс. тонн) и на 55,6% в стоимостном (+94,0 млн долл. США). Поставки кишок, пузырей и желудков животных, в свою очередь, увеличились на 6,6% (+12,7 тыс. тонн) и на 15,3% (+93,7 млн долл. США) соответственно.



Объем поставок говядины и пищевых субпродуктов КРС в Китай сократился в натуральном выражении на 2,8% (-80,6 тыс. тонн), однако увеличился на 7,7% в стоимостном (+1,1 млрд долл. США) благодаря повышению средней стоимости продукции. Одновременно с этим значительно сократился импорт страной мяса птицы – на 35,4% в натуральном выражении (-333,6 тыс. тонн) и на 37,4% в стоимостном (-1,1 млрд долл. США).

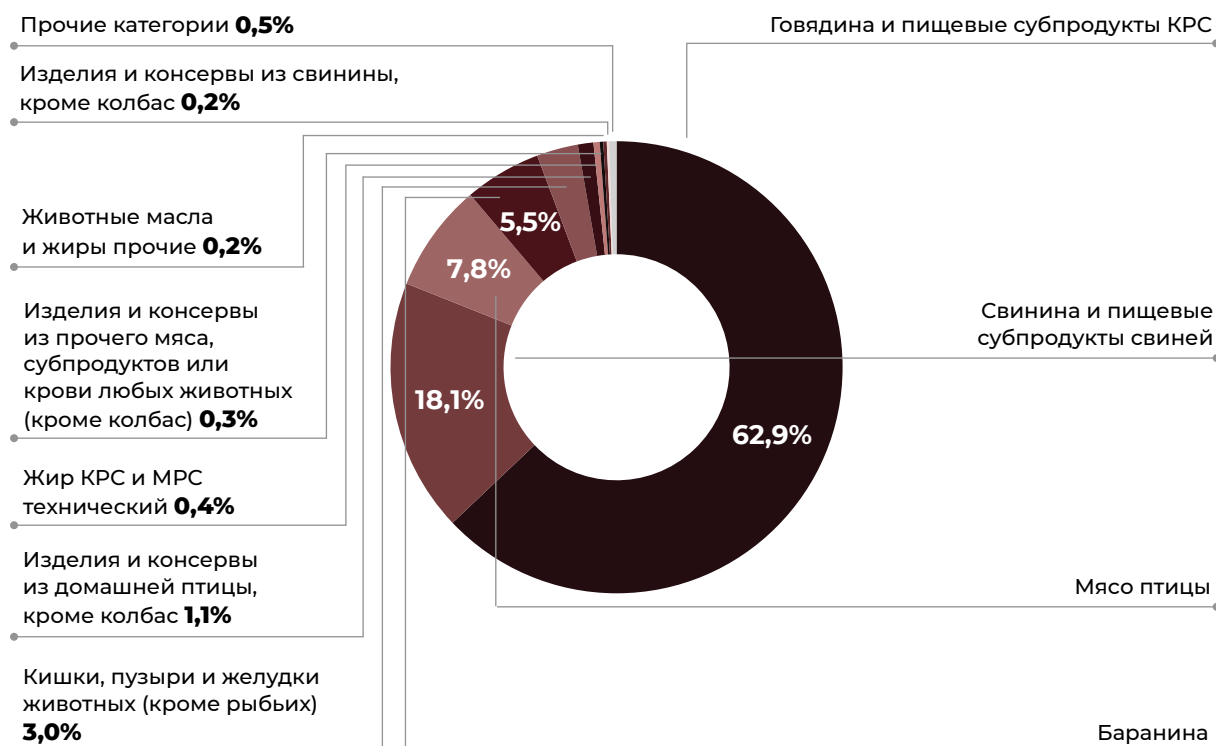
Импорт мяса и мясной продукции Китая по категориям, 2024-2025 гг.

№	Наименование	2024		2025		Прирост в 2025 к 2024			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	Объем		Стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Говядина и пищевые субпродукты КРС	2 914,5	13 863,5	2 833,9	14 932,3	-80,6	-2,8	1 068,8	7,7
2	Свинина и пищевые субпродукты свиней	2 219,2	4 675,9	2 086,0	4 299,5	-133,2	-6,0	-376,3	-8,0
3	Мясо птицы	943,3	2 946,4	609,8	1 844,1	-333,6	-35,4	-1 102,3	-37,4
4	Баранина	361,5	1 172,7	332,5	1 300,5	-29,0	-8,0	127,8	10,9
5	Кишки, пузыри и желудки животных (кроме рыбных)	193,7	610,9	206,4	704,6	12,7	6,6	93,7	15,3
6	Изделия и консервы из домашней птицы, кроме колбас	44,3	169,1	82,4	263,1	38,1	85,9	94,0	55,6
7	Жир КРС и МРС технический	38,2	66,4	50,9	106,1	12,7	33,2	39,7	59,8
8	Изделия и консервы из прочего мяса, субпродуктов или крови любых животных (кроме колбас)	16,3	57,5	17,0	59,7	0,7	4,1	2,2	3,9
9	Животные масла и жиры прочие	0,4	34,3	1,1	58,0	0,7	в 2,8 раза	23,7	68,9
10	Изделия и консервы из свинины, кроме колбас	7,9	45,5	6,8	38,7	-1,1	-14,0	-6,9	-15,0
	Прочие категории	40,9	153,7	27,7	125,8	-13,2	-32,2	-27,8	-18,1
	Итого	6 780,3	23 795,8	6 254,5	23 732,4	-525,8	-7,8	-63,4	-0,3

Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



**Структура импорта мяса и мясной продукции Китая по категориям
в стоимостном выражении, 2025 г., %**



Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

Среди стран-экспортеров мяса и мясной продукции в Китай в 2025 г. лидирующую позицию заняла Бразилия, на которую пришлось 38,6% китайского импорта данной продукции в стоимостном выражении (9,2 млрд долл. США, большая часть – говядина). Вторым крупнейшим поставщиком мяса в Китай является Австралия, которая в 2025 г. поставила на рынок Китая 515,3 тыс. тонн продукции (преимущественно говядины и баранины) на сумму 2,9 млрд долл. США (12,2% стоимостного импорта). Значительные объемы по итогам года также экспортировала Аргентина – 491,4 тыс. тонн на сумму 2,0 млрд долл. США (8,5% китайского импорта, в основном – говядина). Россия в 2025 г. поставила на рынок Китая 247,8 тыс. тонн мяса на сумму 735,2 млн долл. США, заняв восьмое место в рейтинге стран-экспортеров данной товарной группы (в структуре отечественных поставок основная доля пришлась на мясо птицы). Всего на топ-10 стран пришлось 88,8% стоимостного импорта мяса и мясной продукции Китая.

Наибольший прирост в 2025 г. наблюдался в поставках из Австралии и России. Поставки из Австралии увеличились на 15,3% в натуральном выражении (+68,4 тыс. тонн) и на 30,9% (+682,9 млн долл. США) в стоимостном, России – на 25,9% (+50,9 тыс. тонн) и на 18,2% (+113,4 млн долл. США) соответственно.

Экспорт Бразилии снизился на 10,3% в натуральном выражении (-224,2 тыс. тонн), однако в стоимостном – вырос на 9,1% (+762,7 млн долл. США). Между тем отмечалось существенное сокращение поставок мяса и мясной продукции в Китай из США – на 23,9% в натуральном выражении (-171,6 тыс. тонн) и на 39,9% в стоимостном (-1,2 млрд долл. США).

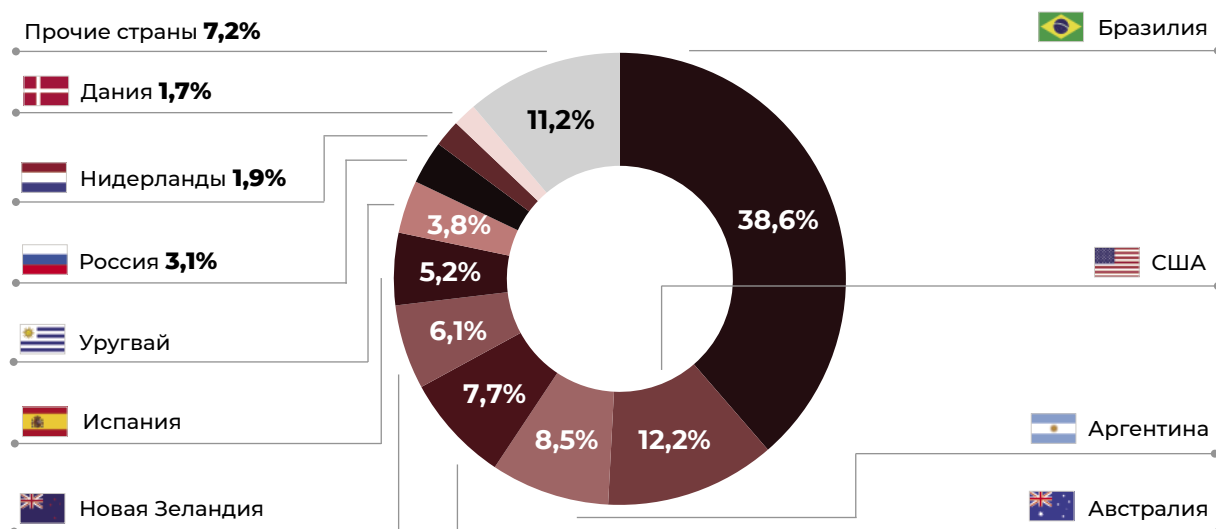


Основные страны-экспортеры мяса и мясной продукции в Китай, 2024-2025 гг.

№	Страна	2024		2025		Прирост в 2025 к 2024			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	Объем		Стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Бразилия	2 174,8	8 406,7	1 950,6	9 169,4	-224,2	-10,3	762,7	9,1
2	Австралия	446,9	2 210,9	515,3	2 893,8	68,4	15,3	682,9	30,9
3	Аргентина	601,6	2 226,5	491,4	2 018,4	-110,1	-18,3	-208,0	-9,3
4	США	718,7	3 053,5	547,1	1 834,0	-171,6	-23,9	-1 219,5	-39,9
5	Новая Зеландия	365,9	1 431,9	329,1	1 437,5	-36,8	-10,1	5,6	0,4
6	Испания	541,4	1 247,8	523,4	1 225,5	-18,0	-3,3	-22,3	-1,8
7	Уругвай	269,8	913,9	231,7	899,5	-38,1	-14,1	-14,4	-1,6
8	Россия	196,8	621,8	247,8	735,2	50,9	25,9	113,4	18,2
9	Нидерланды	208,7	443,0	208,3	456,3	-0,4	-0,2	13,2	3,0
10	Дания	187,5	394,4	196,2	400,0	8,7	4,6	5,6	1,4
	Прочие страны	1 068,3	2 845,3	1 013,7	2 662,8	-54,5	-5,1	-182,5	-6,4
	Итого	6 780,3	23 795,8	6 254,5	23 732,4	-525,8	-7,8	-63,4	-0,3

Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

Доля стран в импорте мяса и мясной продукции Китая в стоимостном выражении, 2025 г., %



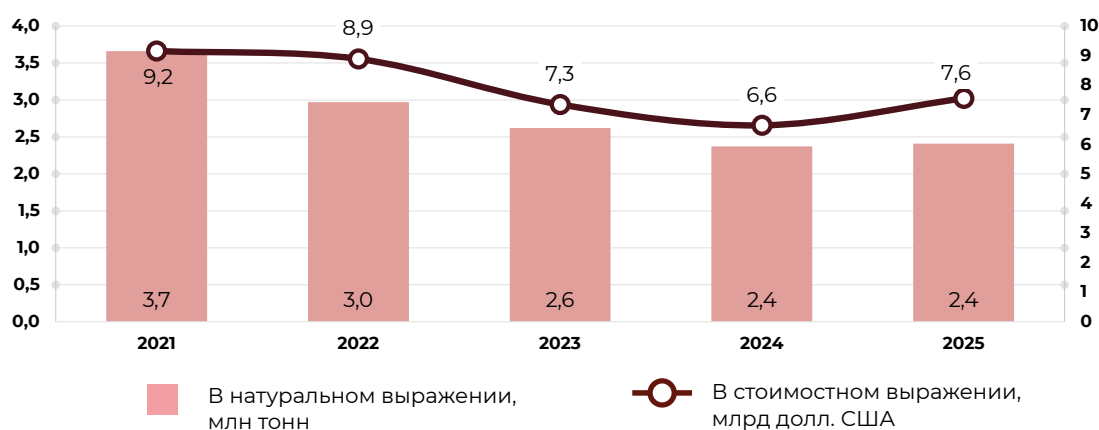
Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Импорт молока и молочной продукции

В Китае динамично развивается внутреннее производство молока и молочной продукции, однако уровень потребления данной категории товаров на душу населения в стране значительно ниже, чем в европейских государствах. При этом Китай остается крупным импортером молока, поскольку многие потребители воспринимают продукцию зарубежного производства как более качественную. В 2025 г. страна импортировала 2,4 млн тонн молока и молочной продукции на сумму 7,6 млрд долл. США, что выше уровня предыдущего года на 1,6% в натуральном выражении (+38,4 тыс. тонн) и на 13,7% в стоимостном (+911,7 млн долл. США). С 2022 г. китайский импорт молока и молочной продукции постепенно снижается на фоне развития собственного производства, насыщения рынка и сокращения численности населения.

Импорт молока и молочной продукции Китая в натуральном и стоимостном выражении, 2021-2025 гг.



Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

В структуре импорта молочной продукции Китая в 2025 г. наибольшая доля пришлась на сухое молоко (35,2% стоимостного импорта или 2,7 млрд долл. США). В число основных импортируемых страной продуктов данной группы по итогам года также вошли питьевое молоко и сливки (19,4% или 1,5 млрд долл. США), сливочное масло и прочие молочные жиры (16,1% или 1,2 млрд долл. США), сыры (14,4% или 1,1 млрд долл. США) и сывороточные ингредиенты (12,4% или 939,9 млн долл. США). Суммарно на перечисленные категории пришлось 97,5% стоимостного импорта товарной группы.

В 2025 г. значительный прирост наблюдался в поставках сливочного масла и сыров. Так, по отношению к 2024 г. объем закупок сливочного масла и прочих молочных жиров увеличился на 10,8% в натуральном выражении (+14,7 тыс. тонн) и на 28,8% в стоимостном (+272,6 млн долл. США). Китайский импорт сыров вырос на 13,9% (+24,1 тыс. тонн) и на 21,2% (+190,2 млн долл. США) соответственно.

Объем импорта сухого молока в Китай сократился в натуральном выражении на 0,4% (-2,5 тыс. тонн), однако увеличился на 14,7% в стоимостном (+340,3 млн долл. США). Одновременно с этим сократился импорт страной питьевого молока и сливок – на 9,7% в натуральном выражении (-68,7 тыс. тонн) и на 1,9% (-29,0 млн долл. США) в стоимостном.

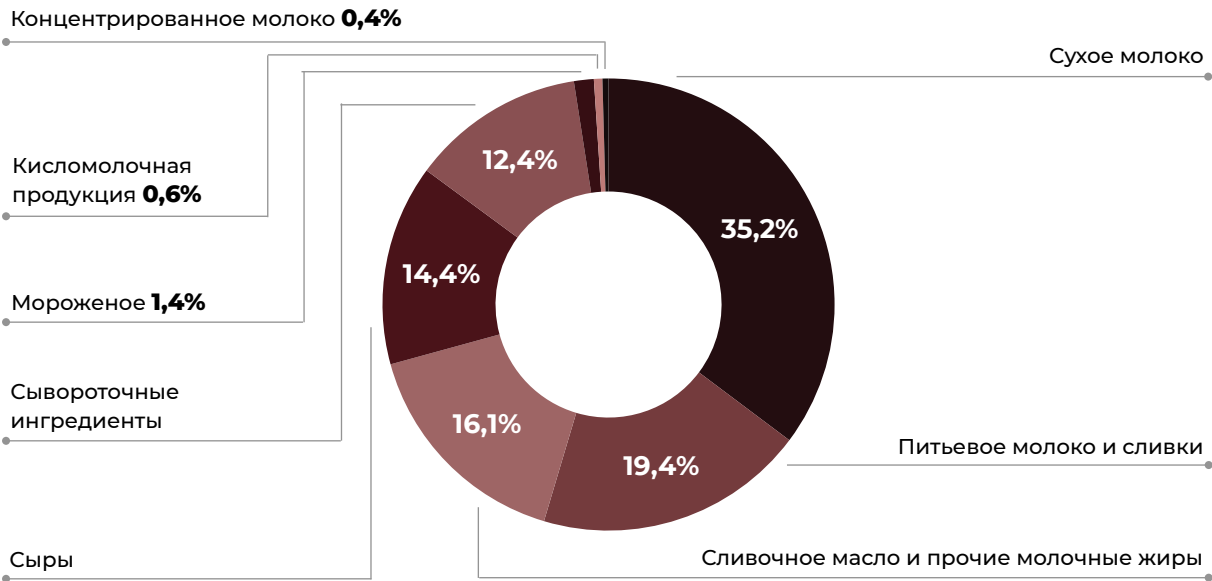


Импорт молока и молочной продукции Китая по категориям, 2024-2025 гг.

№	Наименование	2024		2025		Прирост в 2025 к 2024			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	Объем		Стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Сухое молоко	638,5	2 322,4	636,1	2 662,7	-2,5	-0,4	340,3	14,7
2	Питьевое молоко и сливки	704,8	1 491,9	636,1	1 462,9	-68,7	-9,7	-29,0	-1,9
3	Сливочное масло и прочие молочные жиры	136,1	945,9	150,8	1 218,5	14,7	10,8	272,6	28,8
4	Сыры	172,6	895,0	196,6	1 085,2	24,1	13,9	190,2	21,2
5	Сывороточные ингредиенты	661,1	811,1	733,3	939,9	72,2	10,9	128,8	15,9
6	Мороженое	20,7	99,9	22,1	107,1	1,4	6,9	7,2	7,2
7	Кисломолочная продукция	17,8	42,6	17,9	45,9	0,2	0,9	3,3	7,6
8	Концентрированное молоко	18,6	34,2	15,6	32,5	-3,0	-16,1	-1,7	-4,9
	Итого	2 370,2	6 643,1	2 408,6	7 554,8	38,4	1,6	911,7	13,7

Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

Структура импорта молока и молочной продукции Китая по категориям в стоимостном выражении, 2025 г., %



Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Среди стран-экспортеров молока и молочной продукции в Китай в 2025 г. лидирующую позицию заняла Новая Зеландия, на которую пришлось 62,7% китайского импорта данной продукции в стоимостном выражении (4,7 млрд долл. США, в основном — сухое молоко, сливочное масло и прочие молочные жиры, а также питьевое молоко и сливки). Вторым крупнейшим поставщиком молока в Китай выступила Австралия, в 2025 г. поставившая на местный рынок 149,7 тыс. тонн продукции на сумму 617,0 млн долл. США (8,2% стоимостного импорта страны, преимущественно – сухое молоко и сыры). Значительные объемы также экспортировала Франция – 94,4 тыс. тонн на сумму 404,1 млн долл. США (5,3% китайского импорта в денежном выражении, в основном – питьевое молоко и сливки). Всего на топ-10 стран по итогам года пришлось 92,2% стоимостного импорта молока и молочной продукции Китая.

За 2025 г. Китай наиболее заметно нарастил закупки молочной продукции из Новой Зеландии и Австралии. Экспорт Новой Зеландии по итогам года увеличился на 5,4% в натуральном выражении (+59,4 тыс. тонн) и на 22,5% в стоимостном (+870,4 млн долл. США), поставки Австралии – на 12,7% (+16,8 тыс. тонн) и 15,2% (+81,6 млн долл. США) соответственно. В то же время отмечалось существенное сокращение поставок из Франции – на 17,3% в натуральном выражении (-19,8 тыс. тонн) и на 7,7% в стоимостном (-33,9 млн долл. США).

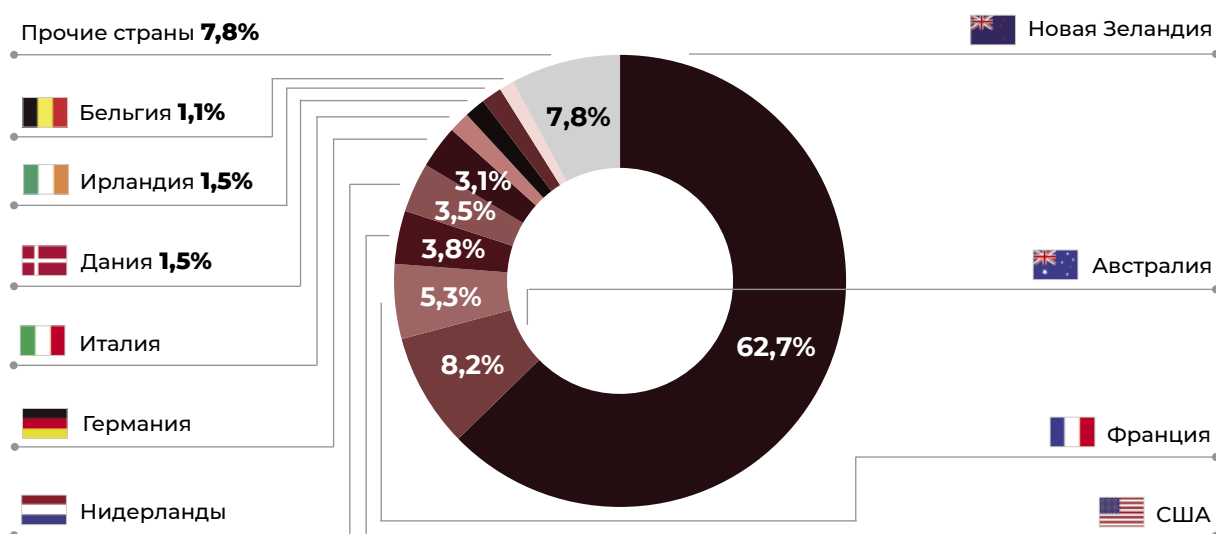
Основные страны-экспортеры молока и молочной продукции в Китай, 2024-2025 гг.

№	Страна	2024		2025		Прирост в 2025 к 2024			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	Объем		Стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Новая Зеландия	1 091,9	3 865,8	1 151,3	4 736,2	59,4	5,4	870,4	22,5
2	Австралия	132,8	535,4	149,7	617,0	16,8	12,7	81,6	15,2
3	Франция	114,2	438,0	94,4	404,1	-19,8	-17,3	-33,9	-7,7
4	США	311,4	314,9	319,8	287,7	8,5	2,7	-27,2	-8,6
5	Нидерланды	101,9	272,6	86,8	268,0	-15,2	-14,9	-4,6	-1,7
6	Германия	206,8	255,7	177,0	232,4	-29,9	-14,4	-23,3	-9,1
7	Италия	18,1	104,5	20,3	113,6	2,2	12,4	9,1	8,7
8	Дания	12,8	109,9	12,6	112,4	-0,2	-1,7	2,5	2,3
9	Ирландия	43,1	96,2	42,5	111,3	-0,6	-1,4	15,1	15,7
10	Бельгия	25,1	79,5	19,0	79,5	-6,1	-24,3	0,01	0,01
	Прочие страны	312,1	570,5	335,2	592,6	23,1	7,4	22,1	3,9
	Итого	2 370,2	6 643,1	2 408,6	7 554,8	38,4	1,60	911,7	13,70

Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Доля стран в импорте молока и молочной продукции Китая в стоимостном выражении, 2025 г., %



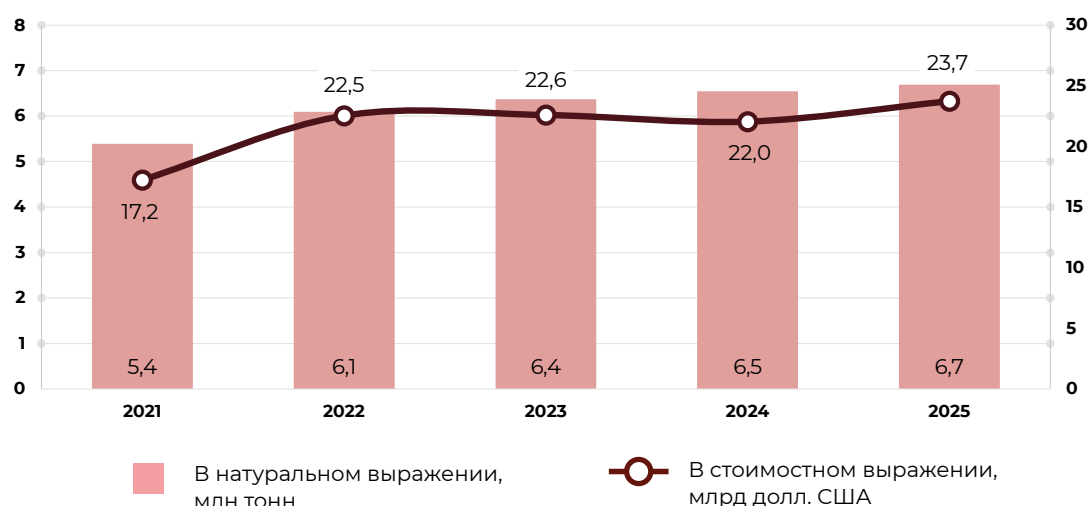
Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Импорт рыбы и морепродуктов

Китай – крупнейший в мире производитель рыбы и морепродуктов, при этом в стране сохраняется высокий спрос на свежую и замороженную импортную продукцию, поскольку внутренний рынок в достаточной степени насыщен одними видами морепродуктов (например, филе трески и скумбрией) и испытывает нехватку других (в т.ч. атлантического лосося, креветок и прочих ракообразных). В 2025 г. страна импортировала 6,7 млн тонн рыбы и морепродуктов на сумму 23,7 млрд долл. США. Относительно предыдущего года объем импорта Китаем данной товарной категории увеличился на 2,2% в натуральном выражении (+143,4 тыс. тонн) и на 7,7% в стоимостном (+1,7 млрд долл. США). При этом по сравнению с уровнем 2021 г. значение показателя увеличилось на 24,1% и на 37,7% соответственно.

Импорт рыбы и морепродуктов Китая в натуральном и стоимостном выражении, 2021-2025 гг.



Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

В структуре импорта рыбы и морепродуктов Китая в 2025 г. наибольшая доля пришлась на ракообразных (40,8% стоимостного импорта или 9,7 млрд долл. США). К числу наиболее востребованных на местном рынке импортных морепродуктов также относятся рыба мороженая (22,8% или 5,4 млрд долл. США) и мука рыбная, непригодная в пищу (12,2% или 2,9 млрд долл. США). Суммарно на перечисленные виды продукции по итогам года пришлось 75,8% китайского импорта рыбы и морепродуктов.

В 2025 г. наиболее заметный прирост наблюдался в поставках моллюсков и рыбы свежей и охлажденной. Так, по отношению к 2024 г. объем закупок моллюсков увеличился на 31,9% в натуральном выражении (+146,7 тыс. тонн) и на 27,2% в стоимостном (+480,6 млн долл. США). Поставки рыбы свежей и охлажденной выросли на 45,1% (+50,3 тыс. тонн) и на 25,8% (+303,4 млн долл. США) соответственно.

В свою очередь, объем импорта рыбы мороженой сократился в натуральном выражении на 6,7% (-158,8 тыс. тонн), однако увеличился на 14,2% в стоимостном (+670,2 млн долл. США). Импорт ракообразных уменьшился на 0,2% (-2,4 тыс. тонн), при этом в денежном выражении увеличился на 6,5% (+590,1 млн долл. США).



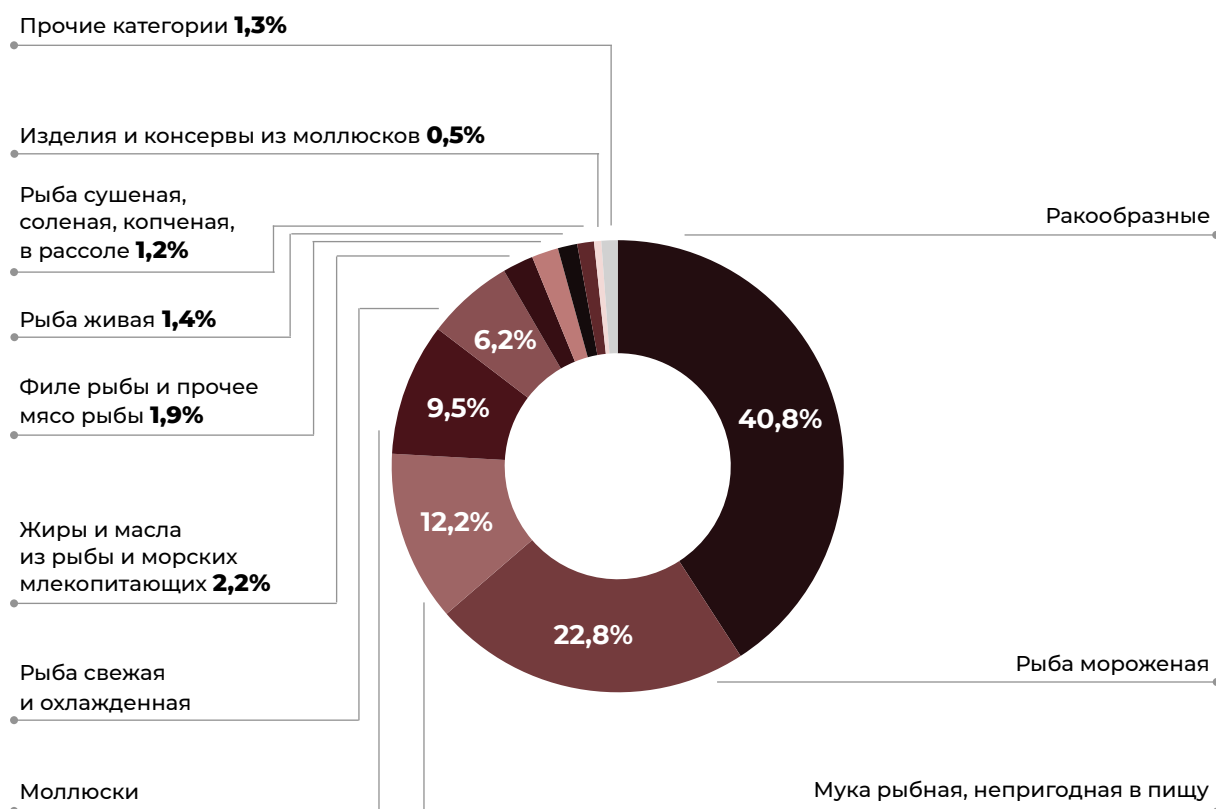
Импорт рыбы и морепродуктов Китая по категориям, 2024-2025 гг.

№	Наименование	2024		2025		Прирост в 2025 к 2024			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	Объем		Стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Ракообразные	1 194,2	9 084,3	1 191,9	9 674,4	-2,4	-0,2	590,1	6,5
2	Рыба мороженая	2 378,9	4 734,9	2 220,1	5 405,1	-158,8	-6,7	670,2	14,2
3	Мука рыбная, непригодная в пищу	1 965,0	3 223,6	2 066,6	2 905,9	101,6	5,2	-317,7	-9,9
4	Моллюски	460,4	1 766,7	607,0	2 247,3	146,7	31,9	480,6	27,2
5	Рыба свежая и охлажденная	111,6	1 174,4	161,9	1 477,8	50,3	45,1	303,4	25,8
6	Жиры и масла из рыбы и морских млекопитающих	65,1	607,7	86,7	523,5	21,6	33,2	-84,2	-13,9
7	Филе рыбы и прочее мясо рыбы	178,9	437,8	164,5	452,6	-14,4	-8,1	14,9	3,4
8	Рыба живая	33,3	341,1	33,2	328,9	-0,05	-0,1	-12,3	-3,6
9	Рыба сушеная, соленая, копченая, в рассоле	67,3	279,3	67,0	283,7	-0,3	-0,4	4,4	1,6
10	Изделия и консервы из моллюсков	16,3	61,6	26,2	122,7	9,8	60,2	61,1	в 2,0 раза
	Прочие категории	75,7	336,0	65,1	312,8	-10,6	-14,0	-23,2	-6,9
	Итого	6 546,8	22 047,5	6 690,2	23 734,7	143,5	2,2	1 687,3	7,7

Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Структура импорта рыбы и морепродуктов Китая по категориям в стоимостном выражении, 2025 г., %



Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

В структуре импорта рыбы и морепродуктов Китая по видам в 2025 г. наибольшая доля пришлась на креветки (22,4% стоимостного импорта или 5,3 млрд долл. США). Также среди основных импортируемых продуктов – крабы (8,9% или 2,1 млрд долл. США), лосось (7,9% или 1,9 млрд долл. США), каракатицы и кальмары (7,8% или 1,8 млрд долл. США) и лангусты (6,8% или 1,6 млрд долл. США). Суммарно на указанные виды рыбы и морепродуктов по итогам года пришлось 53,7% импорта Китая в денежном выражении.

За 2025 г. Китай наиболее заметно нарастил импорт лангустов – на 65,5% в натуральном выражении (+17,2 тыс. тонн) и на 60,9% в стоимостном (+607,7 млн долл. США), а также каракатиц и кальмаров – на 42,0% (+160,2 тыс. тонн) и 49,1% (+606,9 млн долл. США) соответственно. Одновременно с этим страна значительно сократила закупки омаров – на 24,1% в натуральном выражении (-8,3 тыс. тонн) и на 27,1% в стоимостном (-221,4 млн долл. США).

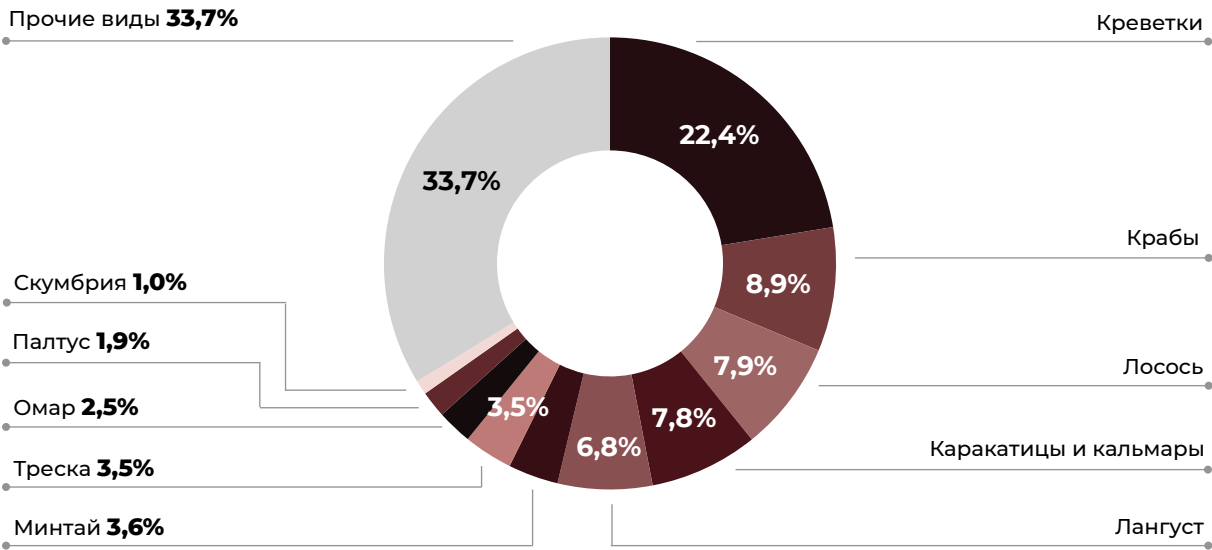


Импорт рыбы и морепродуктов Китая по видам, 2024-2025 гг.

№	Вид	2024		2025		Прирост в 2025 к 2024			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	Объем		Стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Креветки	1 000,5	5 068,5	989,5	5 322,6	-11,0	-1,1	254,0	5,0
2	Крабы	134,2	2 112,2	134,9	2 104,4	0,7	0,5	-7,8	-0,4
3	Лосось	190,8	1 445,3	252,4	1 878,9	61,7	32,3	433,6	30,0
4	Каракатицы и кальмары	381,6	1 236,2	541,8	1 843,1	160,2	42,0	606,9	49,1
5	Лангуст	26,3	997,7	43,6	1 605,4	17,2	65,5	607,7	60,9
6	Минтай	575,7	654,7	608,3	851,3	32,6	5,7	196,6	30,0
7	Треска	167,7	676	151,9	834,2	-15,7	-9,4	158,2	23,4
8	Омар	34,5	815,7	26,2	594,4	-8,3	-24,1	-221,4	-27,1
9	Палтус	58,4	375,3	55,7	451,0	-2,7	-4,6	75,7	20,2
10	Скумбрия	71,6	161,3	83,3	244,1	11,7	16,3	82,8	51,3
	Прочие виды	3 905,5	8 504,6	3 802,6	8 005,3	-102,9	-2,6	-499,3	-5,9
	Итого	6 546,8	22 047,5	6 690,2	23 734,7	143,5	2,2	1 687,3	7,7

Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

Структура импорта рыбы и морепродуктов Китая по видам в стоимостном выражении, 2025 г., %



Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Среди стран-экспортеров рыбы и морепродуктов в Китай в 2025 г. лидирующую позицию заняла Россия, поставившая на местный рынок 1,2 млн тонн продукции на сумму 3,4 млрд долл. США (14,4% стоимостного импорта страны, преимущественно – рыба мороженная и ракообразные). Вторым крупнейшим поставщиком рыбы в Китай является Эквадор, на него пришлось 13,7% китайского импорта данной продукции в стоимостном выражении (3,3 млрд долл. США, в основном – ракообразные). Значительные объемы также экспортировало Перу – 1,2 млн тонн на сумму 2,3 млрд долл. США (9,7% всего китайского импорта в денежном выражении, в основном – мука рыбная, непригодная в пищу). Всего на топ-10 стран по итогам года пришлось 74,3% стоимостного импорта рыбы и морепродуктов Китая.

За 2025 г. Китай наиболее заметно нарастил закупки рыбы и морепродуктов из Перу и Вьетнама. Экспорт Перу увеличился на 38,2% в натуральном выражении (+345,3 тыс. тонн) и на 34,9% в стоимостном (+592,6 млн долл. США), Вьетнама – на 2,4% (+13,0 тыс. тонн) и 32,5% (+496,9 млн долл. США) соответственно. При этом отмечалось существенное сокращение поставок данной продукции из Канады – на 20,1% (-22,3 тыс. тонн) и 32,3% (-417,4 млн долл. США) соответственно.

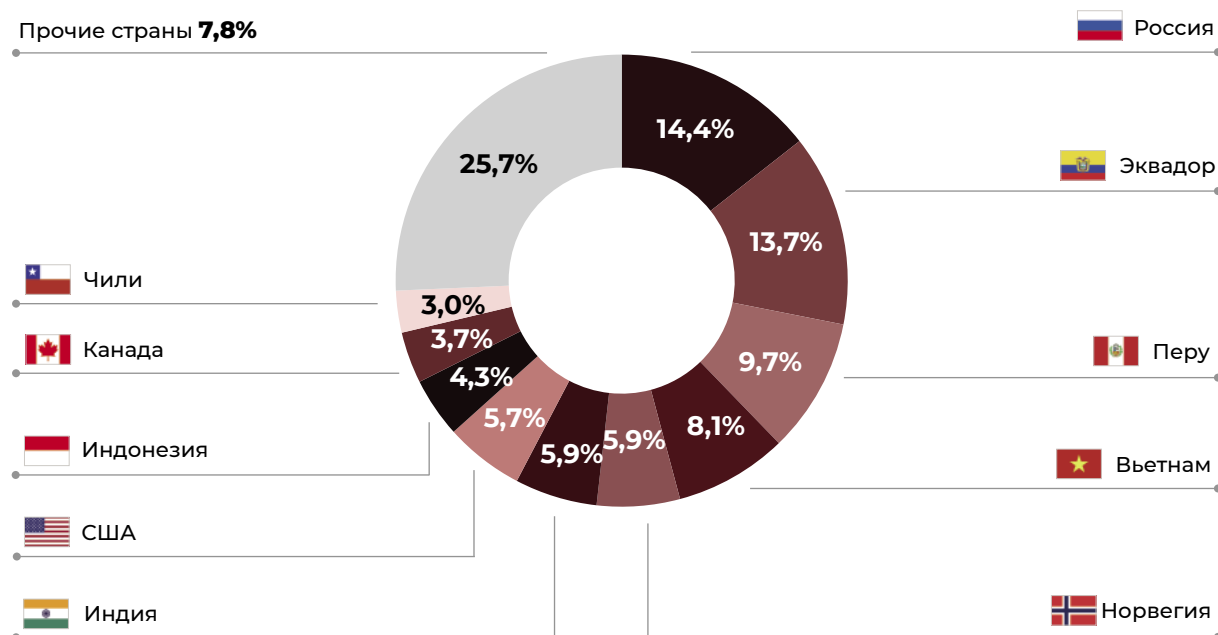
Основные страны-экспортеры рыбы и морепродуктов в Китай, 2024-2025 гг.

№	Страна	2024		2025		Прирост в 2025 к 2024			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	Объем		Стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Россия	1 280,0	3 052,5	1 191,9	3 419,8	-88,1	-6,9	367,4	12,0
2	Эквадор	753,4	3 222,0	720,2	3 252,1	-33,2	-4,4	30,1	0,9
3	Перу	903,3	1 699,4	1 248,6	2 292,0	345,3	38,2	592,6	34,9
4	Вьетнам	543,0	1 447,2	555,6	1 916,3	12,6	2,3	469,1	32,4
5	Норвегия	200,5	1 032,1	206,7	1 408,8	6,2	3,1	376,7	36,5
6	Индия	391,7	1 246,2	430,8	1 400,7	39,1	10,0	154,5	12,4
7	США	348,0	1 303,9	361,0	1 344,9	13,1	3,8	41,0	3,1
8	Индонезия	290,7	1 057,0	265,9	1 014,3	-24,8	-8,5	-42,7	-4,0
9	Канада	110,9	1 291,3	88,6	873,9	-22,3	-20,1	-417,4	-32,3
10	Чили	202,0	760,4	218,9	711,1	16,8	8,3	-49,4	-6,5
	Прочие страны	1 523,1	5 935,5	1 402,0	6 100,8	-121,1	-8,0	165,4	2,8
	Итого	6 546,8	22 047,5	6 690,2	23 734,7	143,5	2,2	1 687,3	7,7

Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Доля стран в импорте рыбы и морепродуктов Китая в стоимостном выражении, 2025 г., %



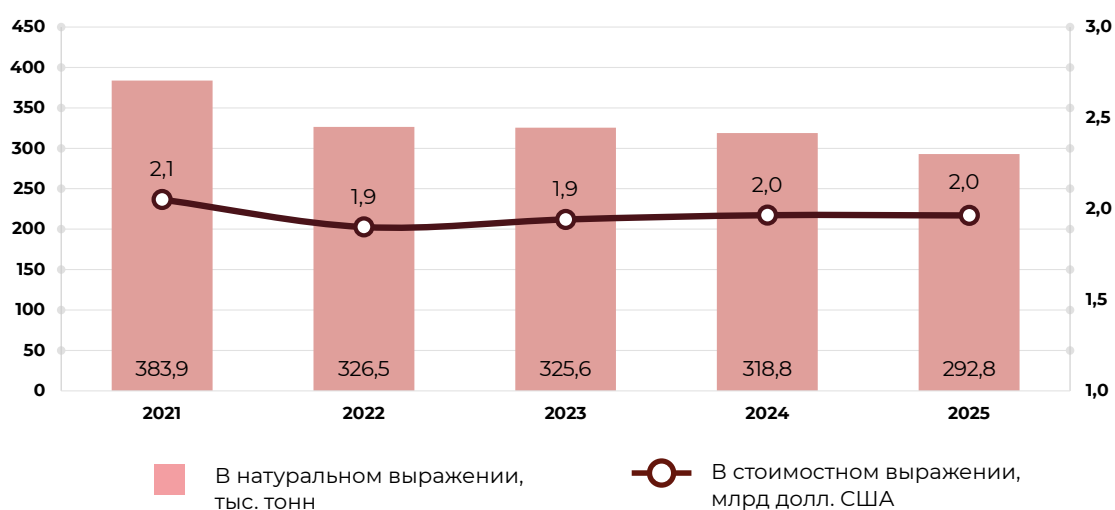
Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Импорт кондитерских изделий

Вестернизация потребительских предпочтений в Китае обуславливает рост популярности кондитерских изделий, которые ранее не входили в рацион питания китайцев. При этом особым спросом пользуется импортная продукция. В 2025 г. Китай импортировал 292,8 тыс. тонн кондитерских изделий на 2,0 млрд долл. США, что на 8,2% ниже уровня 2024 г. в натуральном выражении (-26,0 тыс. тонн) и на 0,1% в стоимостном (-1,2 млн долл. США).

Импорт кондитерских изделий Китая в натуральном и стоимостном выражении, 2021-2025 гг.



Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

В структуре импорта кондитерских изделий Китая наибольшую долю занимают мучные кондитерские и хлебобулочные изделия, на которые в 2025 г. пришлось 47,2% стоимостного импорта (926,8 млн долл. США). На шоколадные и сахаристые кондитерские изделия пришлось 35,4% и 17,5% соответственно.

В 2025 г. импорт Китаем шоколадных кондитерских изделий снизился на 5,4% в натуральном выражении (-9,5 тыс. тонн), однако увеличился на 6,1% в стоимостном (+40,1 млн долл. США). Одновременно с этим страна сократила закупки мучных и сахаристых кондитерских изделий как в натуральном, так и в стоимостном выражении.

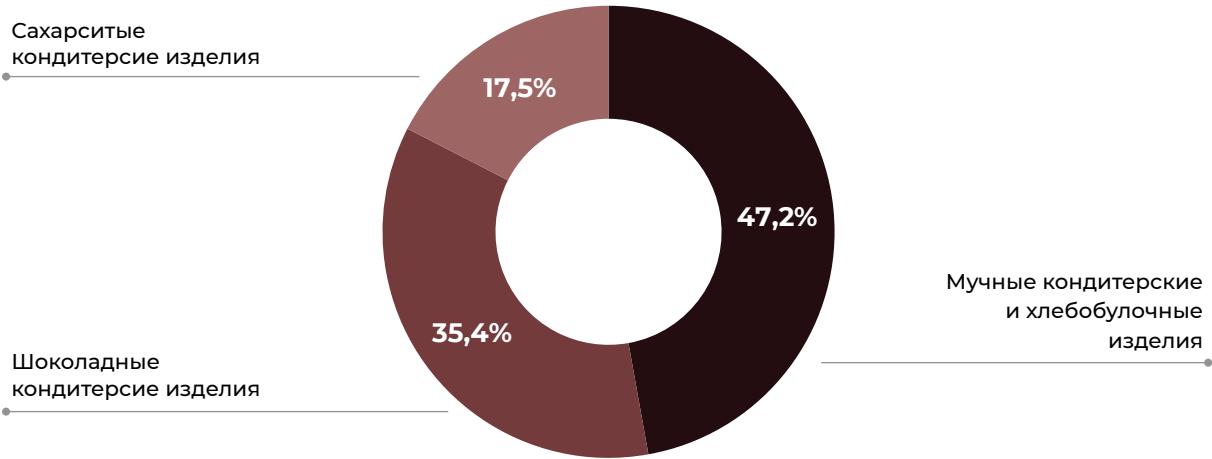


Импорт кондитерских изделий Китая по категориям, 2024-2025 гг.

№	Категория	2024		2025		Прирост в 2025 к 2024			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	Объем		Стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Мучные кондитерские и хлебобулочные изделия	176,1	952,1	166,5	926,8	-9,5	-5,4	-25,3	-2,7
2	Шоколадные кондитерские изделия	92,8	654,6	78,7	694,7	-14,1	-15,2	40,1	6,1
3	Сахаристые кондитерские изделия	49,9	359,1	47,6	343,0	-2,4	-4,7	-16,1	-4,5
	Итого	318,8	1 965,7	292,8	1 964,5	-26,0	-8,1	-1,2	-0,1

Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

Структура импорта кондитерских изделий Китая по категориям в стоимостном выражении, 2025 г., %



Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

Среди экспортеров кондитерских изделий в Китай в 2025 г. лидирующую позицию занял Гонконг, на него пришлось 13,0% стоимостного импорта данной товарной группы (254,9 млн долл. США, преимущественно – мучные кондитерские изделия). Вторым крупнейшим поставщиком выступила Индонезия – 62,7 тыс. тонн продукции на 194,4 млн долл. США (9,9% китайского импорта в стоимостном выражении). Также значительные объемы кондитерских изделий по итогам года экспортировала в Китай Италия – 24,6 тыс. тонн на 193,9 млн долл. США (9,9% стоимостного импорта, в основном – шоколад). Всего на топ-10 стран в 2025 г. пришлось 71,8% стоимостного импорта кондитерских изделий Китая.



Наиболее заметно в 2025 г. поставки кондитерских товаров на китайский рынок нарастила Швейцария, увеличившая экспорт данной продукции на 2,4% в натуральном выражении (+0,2 тыс. тонн) и на 29,2% в стоимостном (+21,6 млн долл. США). Италия за год увеличила экспорт кондитерских изделий в Китай на 16,4% (+3,5 тыс. тонн) и на 11,1% (+19,4 млн долл. США) соответственно. Вместе с тем в 2025 г. наблюдалось значительное сокращение поставок в Китай кондитерских изделий из Индонезии – на 12,7% в натуральном выражении (-9,1 тыс. тонн) и на 14,0% в стоимостном (-31,8 млн долл. США), и Гонконга – на 10,6% (-0,9 тыс. тонн) и 5,3% (-14,4 млн долл. США) соответственно.

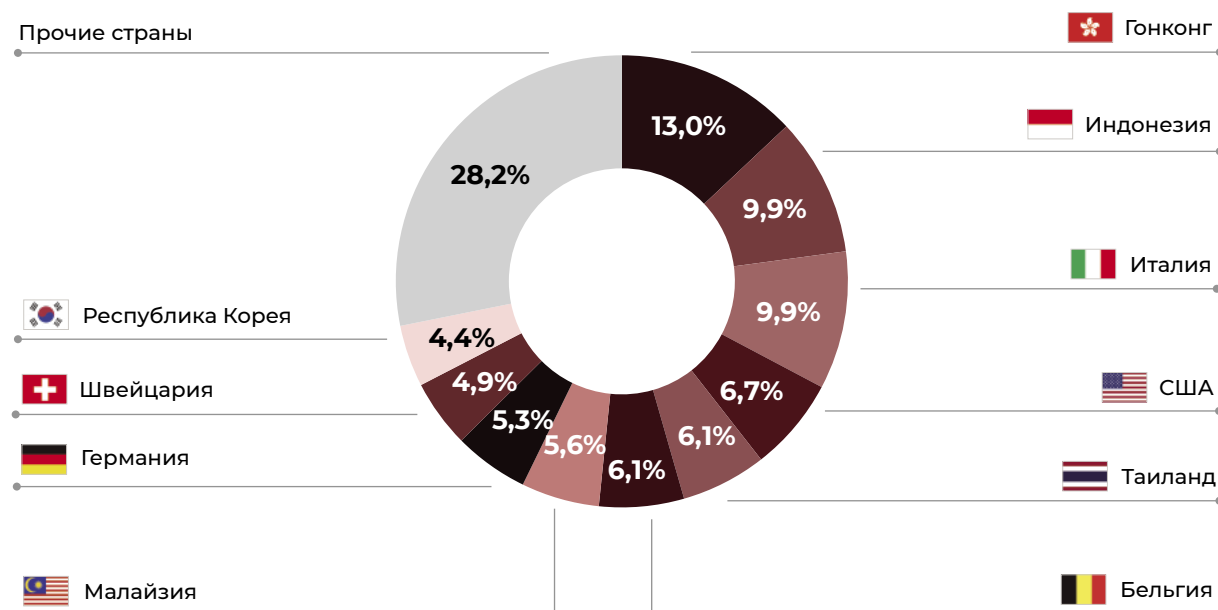
Основные страны-экспортеры кондитерских изделий в Китай, 2024-2025 гг.

№	Страна	2024		2025		Прирост в 2025 к 2024			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	Объем		Стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Гонконг	8,7	269,3	7,7	254,9	-0,9	-10,6	-14,4	-5,3
2	Индонезия	71,8	226,2	62,7	194,4	-9,1	-12,7	-31,8	-14,0
3	Италия	21,2	174,5	24,6	193,9	3,5	16,4	19,4	11,1
4	США	10,0	139,4	9,5	131,5	-0,4	-4,5	-7,8	-5,6
5	Таиланд	19,2	102,7	26,3	120,2	7,2	37,3	17,5	17,0
6	Бельгия	15,3	105,3	12,5	119,2	-2,8	-18,1	14,0	13,3
7	Малайзия	20,7	107,5	20,4	109,8	-0,3	-1,3	2,3	2,2
8	Германия	12,1	102,8	10,8	105,0	-1,3	-10,6	2,2	2,1
9	Швейцария	6,4	73,7	6,5	95,3	0,2	2,4	21,6	29,2
10	Республика Корея	10,5	75,0	11,8	86,9	1,3	12,6	12,0	16,0
	Прочие страны	123,1	589,3	99,8	553,1	-23,3	-18,9	-36,2	-6,1
	Итого	318,8	1 965,7	292,8	1 964,5	-26,0	-8,1	-1,2	-0,1

Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Доля стран в импорте кондитерских изделий Китая в стоимостном выражении, 2025 г., %



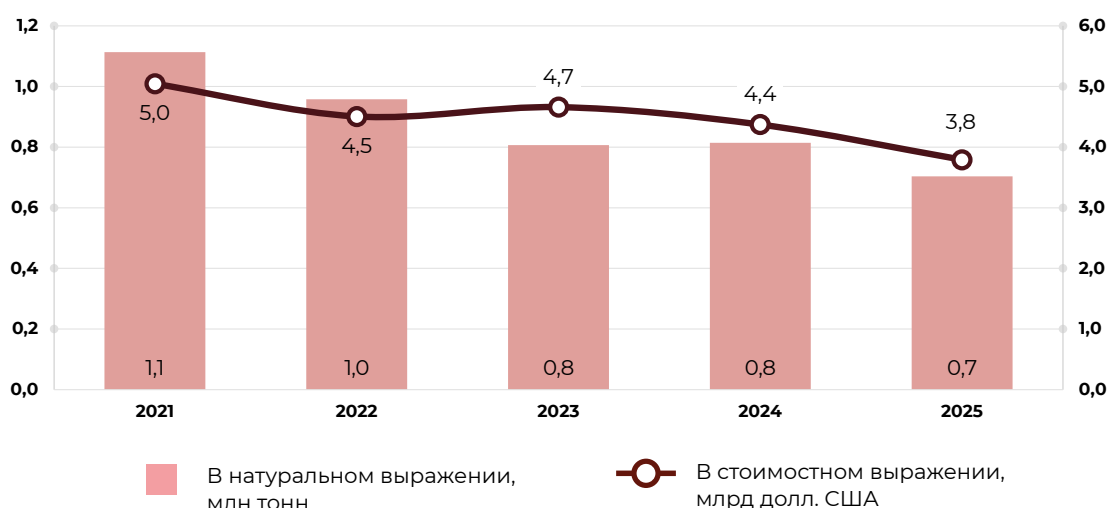
Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Импорт алкогольных напитков

В последние несколько лет в Китае наблюдается сокращение объемов продаж импортного вина и крепкого алкоголя, поскольку китайцы предпочитают пиво и водку (байцзю) местного производства. Кроме того, определенная стагнация на местном рынке алкогольных напитков в целом объясняется повышенным вниманием населения к собственному здоровью после пандемии COVID-19 и усилиями правительства по ограничению потребления данной продукции. В 2025 г. Китай импортировал 703,6 тыс. тонн алкогольных напитков на сумму 3,8 млрд долл. США, что ниже уровня предыдущего года на 13,6% (-110,3 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 13,3% (-580,0 млн долл. США) в стоимостном. В целом за 2021–2025 гг. объем закупок Китаем алкогольных напитков уменьшился на 36,8% в натуральном выражении и на 24,8% в стоимостном.

Импорт алкогольных напитков Китая в натуральном и стоимостном выражении, 2021–2025 гг.



Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

В структуре закупок алкогольной продукции Китая в 2025 г. наибольшая доля пришлась на вина виноградные (37,4% импорта в стоимостном выражении или около 1,4 млрд долл. США). В число наиболее востребованных на местном рынке алкогольных продуктов зарубежного производства в 2025 г. также вошли спиртовые настойки, полученные в результате дистилляции виноградного вина или выжимок винограда (19,0% или 719,8 млн долл. США), пиво (13,4% или 507,9 млн долл. США) и виски (11,8% или 446,1 млн долл. США). Суммарно на перечисленные виды алкоголя пришлось 81,6% китайского импорта данной продукции в стоимостном выражении.

По сравнению с 2025 г. существенный прирост наблюдался в поставках в Китай ликеров, объем импорта которых в 2025 г. увеличился на 9,3% в натуральном выражении (+2,6 тыс. тонн) и на 27,9% в стоимостном (+21,5 млн долл. США).



Объем импорта алкогольных крепких напитков прочих в Китай уменьшился в натуральном выражении на 1,8% (-0,3 тыс. тонн), однако увеличился на 26,8% в стоимостном (+90,7 млн долл. США). Одновременно с этим значительно сократились закупки Китаем спиртовых настоек, полученных в результате дистилляции виноградного вина или выжимок винограда – на 38,6% (-12,4 тыс. тонн) и 41,7% (-514,7 млн долл. США) соответственно.

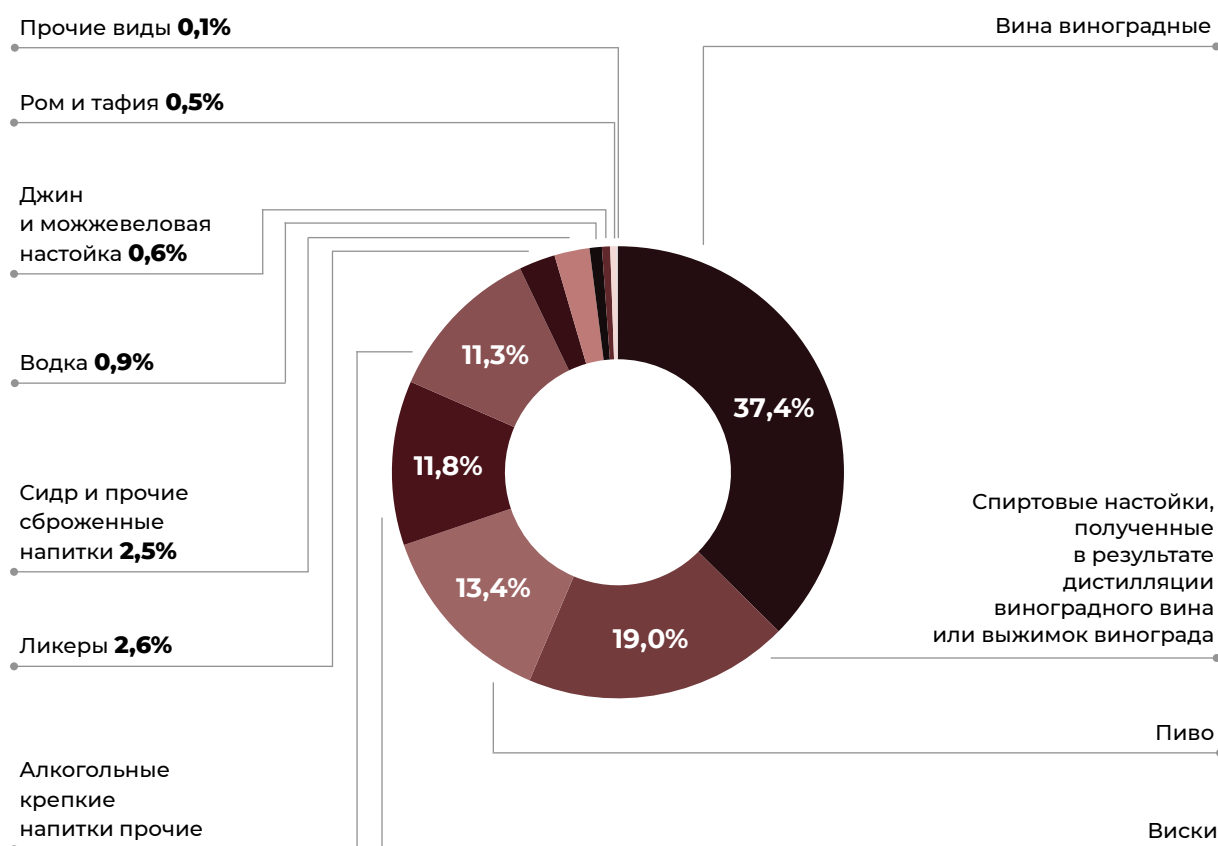
Импорт алкогольных напитков Китая по категориям, 2024-2025 гг.

№	Категория	2024		2025		Прирост в 2025 к 2024			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	Объем		Стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Вина виноградные	281,7	1 593,0	206,1	1 418,7	-75,5	-26,8	-174,3	-10,9
2	Спиртовые настойки, полученные в результате дистилляции виноградного вина или выжимок винограда	32,1	1 234,5	19,7	719,8	-12,4	-38,6	-514,7	-41,7
3	Пиво	406,5	545,3	368,9	507,9	-37,5	-9,2	-37,4	-6,9
4	Виски	26,8	452,5	32,7	446,1	6,0	22,3	-6,4	-1,4
5	Алкогольные крепкие напитки прочие	14,7	338,6	14,5	429,3	-0,3	-1,8	90,7	26,8
6	Ликеры	27,5	77,0	30,1	98,5	2,6	9,3	21,5	27,9
7	Сидр и прочие сброженные напитки	11,1	80,4	11,7	95,5	0,7	5,9	15,1	18,8
8	Водка	6,5	21,9	9,3	33,3	2,8	42,8	11,4	52,0
9	Джин и можжевельная настойка	3,3	15,5	4,8	22,2	1,4	43,6	6,7	43,3
10	Ром и тафия	3,2	10,9	5,0	17,4	1,8	58,2	6,5	59,1
	Прочие категории	0,6	2,5	0,7	3,4	0,1	10,7	0,9	35,4
	Итого	813,9	4 372,0	703,6	3 792,0	-110,4	-13,6	-580,0	-13,3

Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Структура импорта алкогольных напитков Китая по категориям в стоимостном выражении, 2025 г., %



Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

Среди стран-экспортеров алкоголя в Китай в 2025 г. лидирующую позицию заняла Франция, на которую пришлось 31,1% китайского импорта данной продукции в стоимостном выражении (около 1,2 млрд долл. США, в основном – спиртовые настойки на основе винограда и виноградные вина). Вторым крупнейшим поставщиком алкогольных напитков в Китай является Австралия, в 2025 г. экспортировавшая на местный рынок 71,6 тыс. тонн продукции на сумму 585,2 млн долл. США (15,4% стоимостного импорта, преимущественно – виноградные вина). Также значительные объемы поставила Великобритания – 34,6 тыс. тонн на сумму 400,9 млн долл. США (10,6% в общей структуре поставок, в основном – виски). Всего на топ-10 стран-поставщиков по итогам года пришлось 79,8% импорта алкогольных напитков Китая в денежном выражении.

В 2025 г. экспорт алкоголя в Китай значительно нарастила Япония – на 40,3% в натуральном выражении (+10,5 тыс. тонн) и на 27,9% в стоимостном (+39,2 млн долл. США). При этом за год существенно сократился китайский импорт данной продукции из Франции – на 32,5% (-32,1 тыс. тонн) и 33,1% (-583,0 млн долл. США) соответственно, а также из Чили – на 43,6% (-40,8 тыс. тонн) и 27,2% (-48,9 млн долл. США) соответственно.

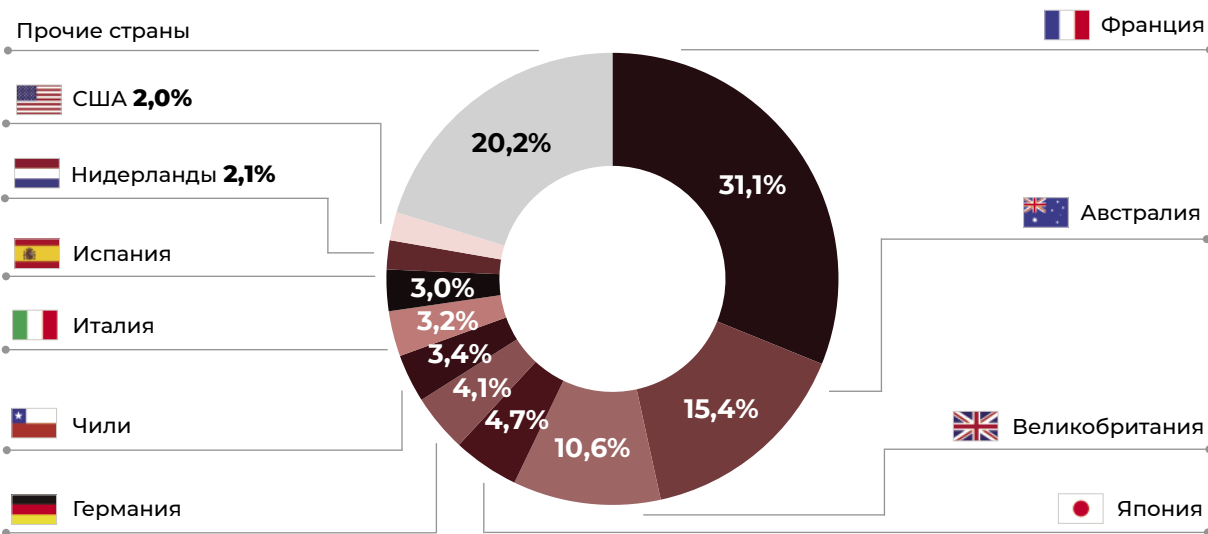


Основные страны-экспортеры алкогольных напитков в Китай, 2024-2025 гг.

№	Страна	2024		2025		Прирост в 2025 к 2024			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	Объем		Стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Франция	98,9	1 763,8	66,8	1 180,7	-32,1	-32,5	-583,0	-33,1
2	Австралия	78,6	594,0	71,6	585,2	-6,9	-8,8	-8,8	-1,5
3	Великобритания	31,4	413,6	34,6	400,9	3,3	10,4	-12,7	-3,1
4	Япония	26,0	140,4	36,5	179,6	10,5	40,3	39,2	27,9
5	Германия	144,6	158,6	130,9	156,9	-13,7	-9,5	-1,7	-1,0
6	Чили	93,6	179,5	52,8	130,7	-40,8	-43,6	-48,9	-27,2
7	Италия	26,5	125,7	29,8	123,1	3,3	12,4	-2,5	-2,0
8	Испания	38,3	107,0	46,6	112,1	8,3	21,6	5,1	4,7
9	Нидерланды	64,7	103,9	45,1	78,8	-19,6	-30,2	-25,1	-24,1
10	США	14,3	91,0	15,1	76,7	0,8	5,6	-14,3	-15,8
	Прочие страны	197,0	694,5	173,8	767,3	-23,2	-11,8	72,8	10,5
	Итого	813,9	4 372,0	703,6	3 792,0	-110,4	-13,6	-580,0	-13,3

Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

Доля стран в импорте алкогольных напитков Китая в стоимостном выражении, 2025 г., %



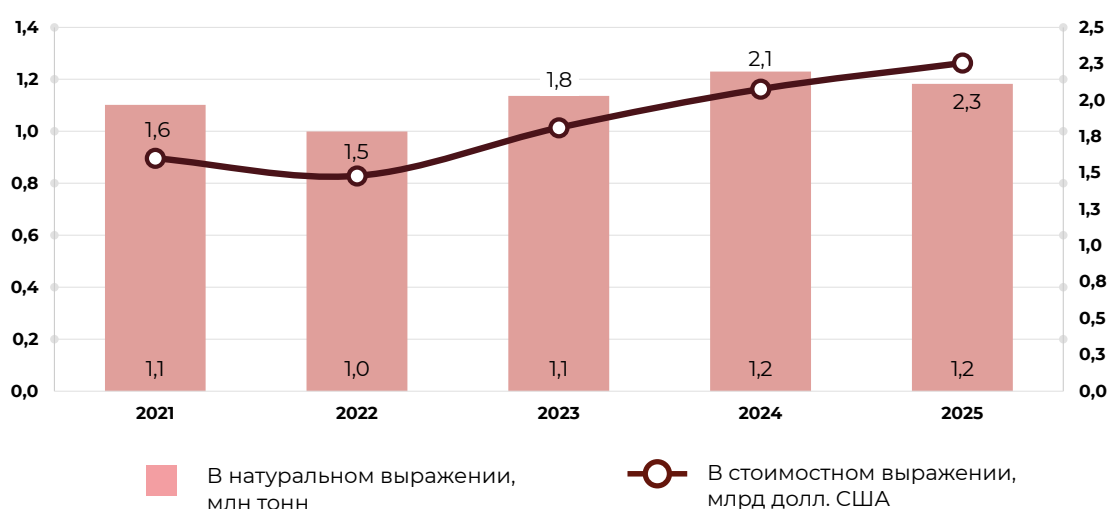
Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Импорт безалкогольных напитков

Несмотря на распространенную практику иностранных компаний локализовывать производство безалкогольных напитков в Китае, страна продолжает закупать значительные объемы данной продукции за рубежом, что объясняется опережающим ростом спроса и популярностью известных международных брендов. В 2025 г. Китай импортировал более 1,2 млн тонн безалкогольных напитков на 2,3 млрд долл. США, что ниже уровня 2024 г. на 3,8% в натуральном выражении (-46,6 тыс. тонн), однако выше на 8,6% в стоимостном (+178,9 млн долл. США). В целом за 2021-2025 гг. объем закупок Китаем безалкогольных напитков увеличился на 7,4% и 40,9% соответственно.

Импорт безалкогольных напитков Китая в натуральном и стоимостном выражении, 2021-2025 гг.



Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

В структуре импорта безалкогольных напитков Китая наибольшую долю занимают различные газировки и энергетики (50,4% импорта страной данной продукции в стоимостном выражении в 2025 г.), а также соки фруктовые и овощные (43,8%). На воду без сахара и добавок в 2025 г. пришлось 5,8% поставок.

Объем китайских закупок напитков безалкогольных, кроме воды и соков, в 2025 г. сократился на 1,3% в натуральном выражении (-5,4 тыс. тонн) и при этом увеличился на 13,6% в стоимостном (+136,1 млн долл. США). Импорт соков фруктовых и овощных также уменьшился в натуральном выражении – на 2,1% (-12,8 тыс. тонн), при этом вырос на 7,2% в стоимостном (66,4 млн долл. США).

Между тем в 2025 г. значительно сократился импорт Китаем воды без сахара и добавок – на 13,2% в натуральном выражении (-28,4 тыс. тонн) и на 15,2% (-23,6 млн долл. США) в стоимостном.

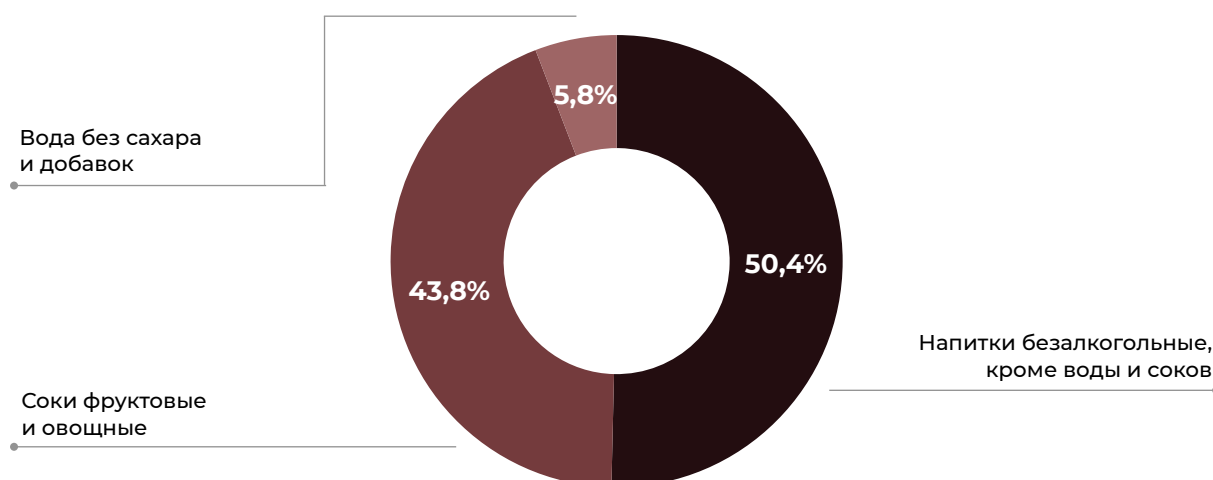


Импорт безалкогольных напитков Китая по категориям, 2024-2025 гг.

№	Категория	2024		2025		Прирост в 2025 к 2024			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	Объем		Стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Напитки безалкогольные, кроме воды и соков	405,5	999,7	400,1	1 135,8	-5,4	-1,3	136,1	13,6
2	Соки фруктовые и овощные	608,3	921,2	595,5	987,6	-12,8	-2,1	66,4	7,2
3	Вода без сахара и добавок	215,8	155,3	187,4	131,7	-28,4	-13,2	-23,6	-15,2
	Итого	1 229,6	2 076,2	1 183,0	2 255,1	-46,6	-3,8	178,9	8,6

Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

Структура импорта безалкогольных напитков Китая по категориям в стоимостном выражении, 2025 г., %



Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

Среди стран-экспортеров безалкогольных напитков и соков в Китай первое место занимает Республика Корея, на нее в 2025 г. пришлось 19,6% китайского импорта данной продукции в стоимостном выражении (443,1 млн долл. США, в основном – напитки безалкогольные, кроме воды и соков). Второй крупнейший поставщик – Таиланд, по итогам года экспортировавший в Китай 415,5 тыс. тонн безалкогольных напитков на 411,9 млн долл. США (18,3% стоимостного импорта, преимущественно соки фруктовые и овощные). Также значительный объем поставил Вьетнам – 100,0 тыс. тонн на 134,2 млн долл. США (6,0% китайского импорта в денежном выражении, большая часть – соки фруктовые и овощные). Всего на топ-10 стран пришлось 76,3% импорта безалкогольных напитков и соков Китая в стоимостном выражении.



В 2025 г. поставки безалкогольных напитков на китайский рынок наиболее заметно нарастила Новая Зеландия – на 17,3% в натуральном выражении (+5,3 тыс. тонн) и на 67,4% в стоимостном (+33,8 млн долл. США). За аналогичный период Испания увеличила экспорт безалкогольных напитков в Китай на 35,4% (+14,8 тыс. тонн) и 31,7% (+30,5 млн долл. США) соответственно, Израиль – на 22,6% (+8,9 тыс. тонн) и 23,6% (+22,6 млн долл. США) соответственно.

Экспорт Республики Корея снизился на 8,6% в натуральном выражении (-10,0 тыс. тонн), однако в стоимостном – вырос на 34,8% (+114,4 млн долл. США). В то же время Бразилия сократила поставки подобной продукции в Китай на 67,8% в натуральном выражении (-56,1 тыс. тонн) и на 38,2% в стоимостном (-65,5 млн долл. США).

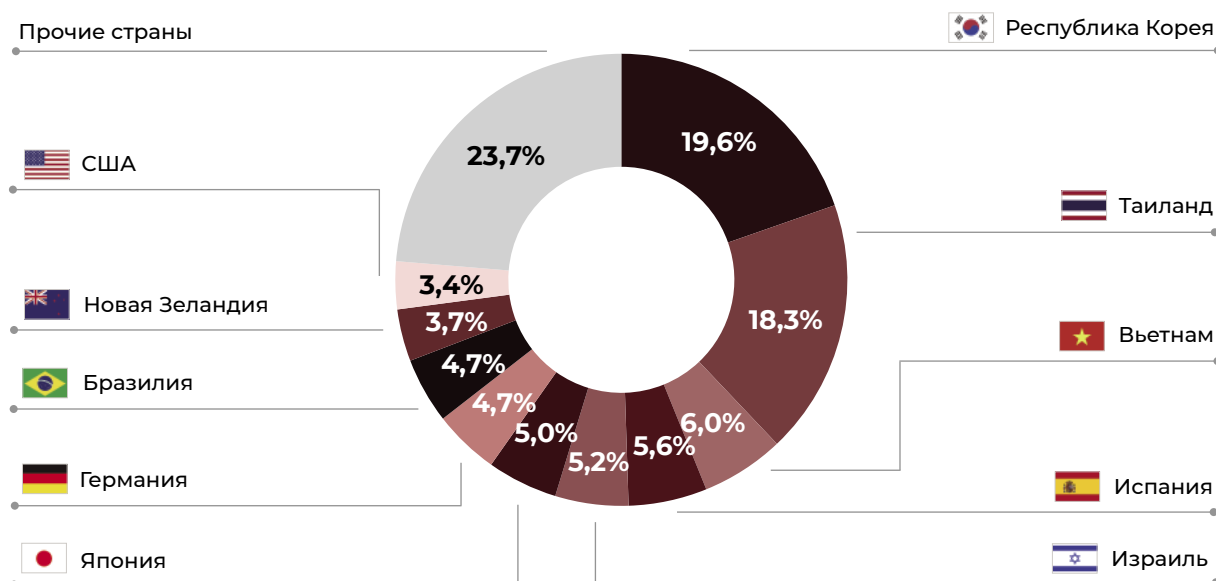
Основные страны-экспортеры безалкогольных напитков в Китай, 2024-2025 гг.

№	Страна	2024		2025		Прирост в 2025 к 2024			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	Объем		Стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Республика Корея	115,9	328,8	105,9	443,1	-10,0	-8,6	114,4	34,8
2	Таиланд	406,0	399,9	415,5	411,9	9,4	2,3	12,1	3,0
3	Вьетнам	105,7	111,3	100,0	134,2	-5,8	-5,4	22,9	20,5
4	Испания	41,9	96,3	56,7	126,7	14,8	35,4	30,5	31,7
5	Израиль	33,4	95,6	42,2	118,1	8,9	26,6	22,6	23,6
6	Япония	42,9	102,9	54,5	113,7	11,7	27,2	10,8	10,5
7	Германия	5,5	108,3	4,6	106,2	-0,8	-15,2	-2,0	-1,9
8	Бразилия	82,8	171,5	26,7	106,0	-56,1	-67,8	-65,5	-38,2
9	Новая Зеландия	30,6	50,2	35,9	84,0	5,3	17,3	33,8	67,4
10	США	8,9	102,0	8,2	77,0	-0,7	-8,0	-25,0	-24,5
	Прочие страны	356,1	509,5	332,8	534,0	-23,3	-6,5	24,5	4,8
	Итого	1 229,6	2 076,2	1 183,0	2 255,1	-46,6	-3,8	178,9	8,6

Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Доля стран в импорте безалкогольных напитков Китая в стоимостном выражении, 2025 г., %



Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Экспорт продукции АПК

Экспорт продукции АПК Китая в 2025 г. составил 101,4 млрд долл. США, что на 1,0% (или 1,0 млрд долл. США) выше уровня 2024 г. В 2021–2025 гг. китайский экспорт сельскохозяйственных товаров увеличивался в среднем на 5,3% в год прежде всего за счет наращивания внутреннего производства и расширения географии поставок.



Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

Основными экспортными продуктами АПК Китая в 2025 г. являлись табак прочий и его заменители (7,4% или 7,5 млрд долл. США), изделия и консервы из рыбы (4,3% или 4,4 млрд долл. США), филе рыбы и прочее мясо рыбы (3,7% или 3,8 млрд долл. США), луковичные овощи свежие (3,1% или 3,2 млрд долл. США), а также овощи, приготовленные или консервированные без уксуса (3,0% или 3,0 млрд долл. США). Всего на топ-10 экспортируемых видов продукции пришлось 34,4% стоимостного экспорта продукции АПК Китая.

Наиболее заметно в стоимостном выражении за 2025 г. увеличился экспорт филе рыбы и прочего мяса рыбы (+11,5% или +391,3 млн долл. США), животных и растительных масел и жиров прочих непищевых (+12,9% или +341,4 млн долл. США), а также рыбы мороженой (+12,4% или +278,7 млн долл. США). Одновременно с этим наблюдалось значительное сокращение экспорта страной табака прочего и его заменителей (-10,4% или -867,5 млн долл. США) и луковичных овощей свежих (-17,2% или -654,9 млн долл. США).

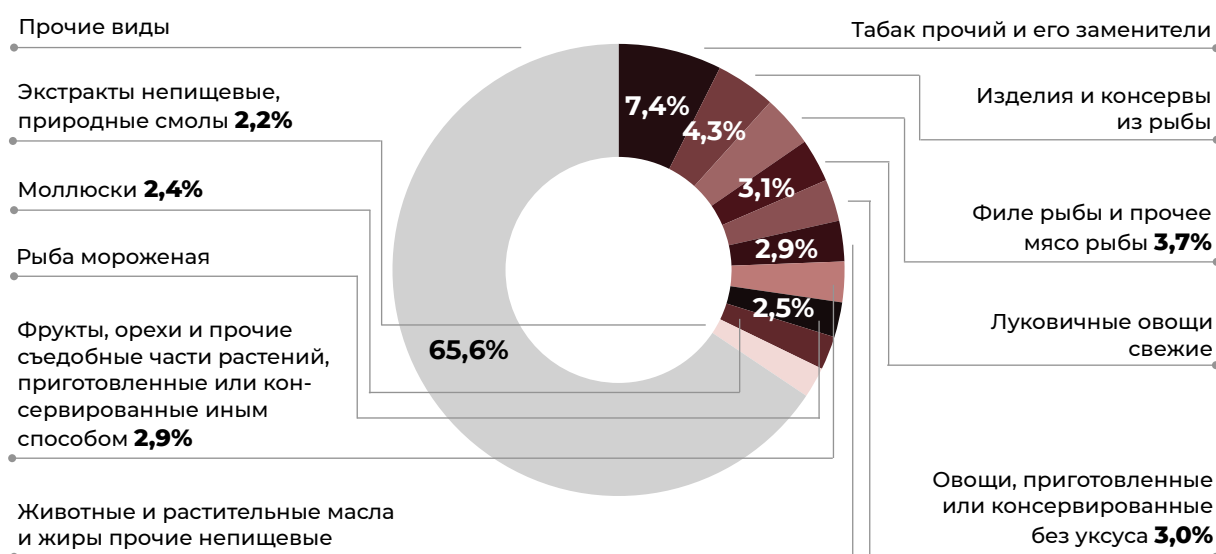


Структура экспорта продукции АПК Китая в стоимостном выражении, 2024-2025 гг., млрд долл. США

№	Наименование	2024	2025	Прирост в 2025 к 2024	
				млн долл. США	%
1	Табак прочий и его заменители	8,4	7,5	-867,5	-10,4
2	Изделия и консервы из рыбы	4,6	4,4	-239,0	-5,2
3	Филе рыбы и прочее мясо рыбы	3,4	3,8	391,3	11,5
4	Луковичные овощи свежие	3,8	3,2	-654,9	-17,2
5	Овощи, приготовленные или консервированные без уксуса	3,5	3,0	-464,4	-13,3
6	Животные и растительные масла и жиры прочие непищевые	2,6	3,0	341,4	12,9
7	Фрукты, орехи и прочие съедобные части растений, приготовленные или консервированные иным способом	3,0	2,9	-24,0	-0,8
8	Рыба мороженая	2,3	2,5	278,7	12,4
9	Моллюски	2,6	2,4	-160,8	-6,3
10	Экстракты непищевые, природные смолы	2,2	2,2	-14,4	-0,7
	Прочие продукты	64,1	66,5	2 453,4	3,8
	Итого	100,4	101,4	1 039,9	1,0

Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.

Структура экспорта продукции АПК Китая в стоимостном выражении, 2025 г., %



Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Крупнейшими странами-импортерами продукции АПК из Китая в 2025 г. являлись США (10,3% китайского аграрного экспорта в стоимостном выражении), Япония (10,2%), Гонконг (8,3%), Республика Корея (5,8%) и Вьетнам (5,0%). Россия по итогам года заняла девятое место в списке ведущих покупателей китайских сельскохозяйственных товаров. Всего на топ-10 стран-импортеров в 2025 г. пришлось 57,2% экспорта продукции АПК Китая.

За 2021-2025 гг. наибольший прирост объема закупок китайской сельскохозяйственной продукции отмечался в США (+42,9% или +3,1 млрд долл. США), России (в 2,0 раза или на 1,6 млрд долл. США) и Нидерландах (+44,5% или +1,0 млрд долл. США).

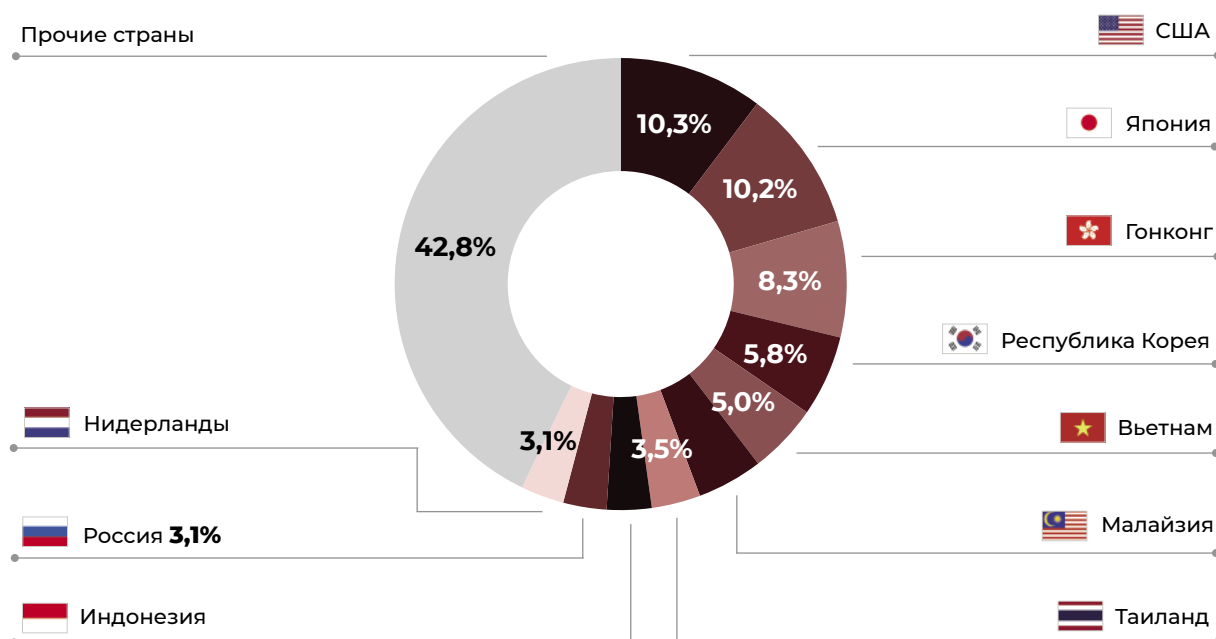
**Основные страны-импортеры продукции АПК из Китая в стоимостном выражении,
2021–2025 гг., млрд долл. США**

№	Страна	2021	2022	2023	2024	2025
1	США	7,3	10,1	10,0	12,0	10,4
2	Япония	10,1	10,5	10,0	10,2	10,3
3	Гонконг	10,5	11,3	11,0	9,1	8,4
4	Республика Корея	5,2	6,1	6,1	6,0	5,9
5	Вьетнам	5,4	5,5	5,3	5,6	5,0
6	Малайзия	4,2	5,4	5,1	4,7	4,7
7	Таиланд	4,6	4,8	4,6	3,8	3,5
8	Индонезия	2,4	2,7	3,0	3,2	3,2
9	Россия	1,6	2,2	2,3	2,9	3,1
10	Нидерланды	2,2	2,9	2,7	3,1	3,1
	Прочие страны	29,0	34,3	36,7	39,9	43,7
	Итого	82,4	95,8	96,8	100,4	101,4

Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Доля стран в экспорте продукции АПК Китая в стоимостном выражении, 2025 г., %



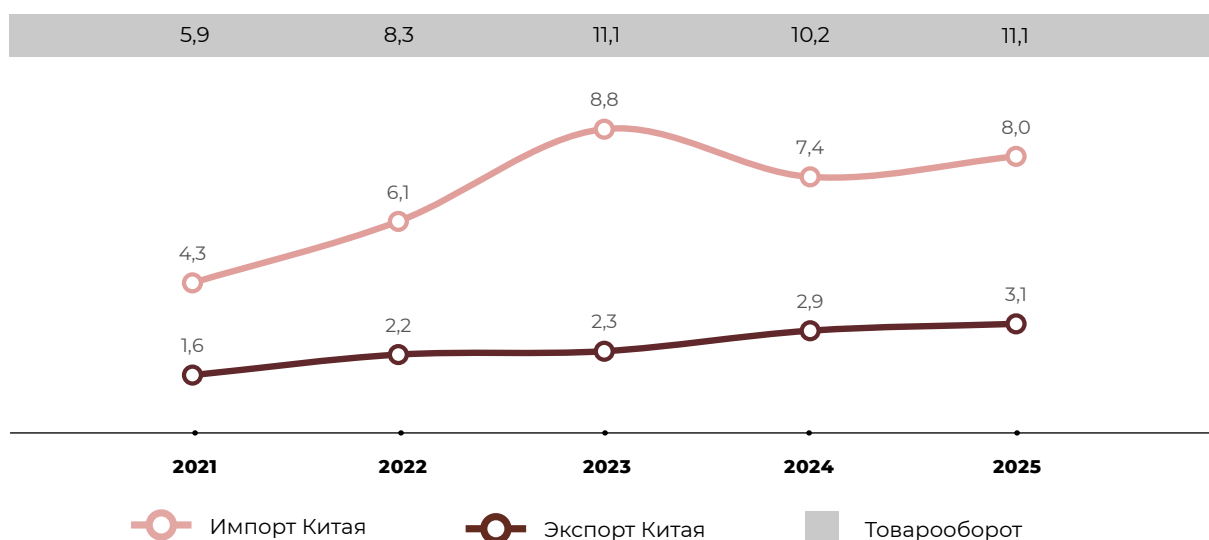
Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Взаимная торговля продукцией АПК между Россией и Китаем

Объем взаимной торговли (товарооборот) сельскохозяйственной продукцией, сырьем и продовольствием между Россией и Китаем в 2025 г. увеличился на 8,7% по сравнению с уровнем 2024 г. и составил рекордные 11,13 млрд долл. США. При этом в целом за 2021-2025 гг. значение данного показателя увеличилось на 89,9%. На китайский импорт в 2025 г. пришлось 71,8% двустороннего товарооборота продукцией АПК.

Динамика товарооборота продукцией АПК между Россией и Китаем, млрд долл. США



Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



В 2025 г. Китай поставил на российский рынок 2,0 млн тонн сельскохозяйственных товаров на сумму более 3,1 млрд долл. США, что составило 3,1% всего объема экспорта продукции АПК страны. Основной товарной позицией в стоимостной структуре экспорта Китая в Россию в 2025 г. являлся табак прочий и его заменители (8,5%). В топ-3 экспортируемых продуктов по итогам года также вошли мясо птицы (5,6%) и рыба мороженая (4,2%).

Увеличение объема экспорта продукции АПК Китая в Россию на 8,5% в стоимостном выражении в 2025 г. достигнуто в первую очередь за счет наращивания поставок таких позиций, как виноград свежий (в 2,2 раза относительно 2024 г.), мясо птицы (+39,2%), рыба мороженая (+38,2%), сахаристые кондитерские изделия (+29,0%). Одновременно с этим отмечалось заметное сокращение поставок табака прочего и его заменителей (-34,0%).

Экспорт Китая в Россию, 2024-2025 гг.

№	Категория	2024		2025		Прирост в 2025 к 2024			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	Объем		Стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Табак прочий и его заменители	10,5	403,0	7,1	265,8	-3,5	-33,0	-137,2	-34,0
2	Мясо птицы	75,8	126,0	118,3	175,4	42,5	56,1	49,4	39,2
3	Рыба мороженая	32,7	95,9	45,1	132,5	12,4	38,1	36,6	38,2
4	Экстракты непищевые, природные смолы	10,1	107,4	11,3	114,6	1,1	11,3	7,2	6,7
5	Мандарины	93,5	90,0	116,7	104,2	23,2	24,8	14,2	15,8
6	Семена подсолнечника	53,4	82,2	60,0	100,7	6,6	12,4	18,5	22,5
7	Сахаристые кондитерские изделия	30,6	75,2	37,9	97,0	7,3	24,0	21,8	29,0
8	Овощи, приготовленные или консервированные без уксуса	86,5	92,5	106,4	85,5	19,9	23,0	-7,1	-7,7
9	Виноград свежий	15,9	25,4	47,7	81,0	31,8	в 2,0 раза	55,6	в 2,2 раза
10	Изделия и консервы из рыбы	10,9	86,9	10,5	72,8	-0,4	-3,8	-14,1	-16,2
	Прочие продукты	1 171,4	1 706,3	1 463,1	1 908,0	291,8	24,9	201,7	11,8
	Итого	1 591,2	2 890,8	2 024,0	3 137,7	432,8	27,2	246,8	8,5

Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



В 2025 г. Китай импортировал более 8,6 млн тонн сельскохозяйственных товаров российского производства на сумму около 8,0 млрд долл. США, и по итогам года на Россию пришлось 3,8% всего объема закупок продукции АПК страны на внешних рынках. Основными товарными позициями в стоимостной структуре отечественного экспорта в Китай в 2025 г. являлись рыба мороженная (22,1%), масло рапсовое (17,4%) и ракообразные (16,6%).

По сравнению с 2024 г. импорт сельскохозяйственных товаров Китая из России в 2025 г. увеличился на 8,7% в стоимостном выражении вследствие наращивания страной закупок рыбы мороженной (+35,0%), масла рапсового (+28,2%), гороха (+74,6%), семян льна (+65,4%) и ряда других позиций. Одновременно с этим отмечалось существенное сокращения поставок в страну российского масла подсолнечного (-47,9%).

Импорт Китая из России, 2024-2025 гг.

№	Категория	2024		2025		Прирост в 2025 к 2024			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	Объем		Стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Рыба мороженная	1 012,4	1 308,2	964,7	1 766,7	-47,7	-4,7	458,5	35,0
2	Масло рапсовое	1 094,0	1 088,2	1 280,8	1 394,6	186,8	17,1	306,4	28,2
3	Ракообразные	46,0	1 309,1	50,5	1 329,3	4,5	9,8	20,2	1,5
4	Мясо птицы	144,6	430,2	157,9	445,4	13,3	9,2	15,3	3,5
5	Семена льна	527,4	249,1	801,6	411,8	274,2	52,0	162,8	65,4
6	Горох	648,3	222,4	1 145,7	388,3	497,4	76,7	166,0	74,6
7	Масло подсолнечное	702,6	653,8	279,6	340,7	-423,0	-60,2	-313,0	-47,9
8	Соевые бобы	613,8	304,7	531,9	251,8	-81,9	-13,3	-52,9	-17,4
9	Мука рыбная, непригодная в пищу	150,5	272,1	127,1	186,8	-23,5	-15,6	-85,3	-31,3
10	Свинина и пищевые субпродукты свиней	30,9	89,7	66,1	174,1	35,2	в 2,1 раза	84,4	94,1
	Прочие продукты	3 372,4	1 427,0	3 227,2	1 307,5	-145,2	-4,3	-119,5	-8,4
	Итого	8 343,0	7 354,4	8 633,0	7 997,1	290,0	3,5	642,7	8,7

Источник: UN Comtrade, ГТУ КНР.



Потребительские предпочтения

Основные факторы, влияющие на продовольственный рынок Китая

- неравенство доходов, неравномерное развитие восточных и западных регионов, а также повышение стоимости жизни на фоне замедления темпов экономического роста создают препятствия для дальнейшего увеличения в Китае числа граждан со средним уровнем дохода. Решение указанных проблем считается главным приоритетом правительства страны, прилагающего значительные усилия для преодоления разрыва в уровне благосостояния между различными социальными группами и создания более справедливого общества, а также расширения среднего класса как основного драйвера внутреннего потребительского спроса;
- в последние годы в Китае все сильнее заметно изменение условий и образа жизни городского населения. Если еще четверть века назад в китайских городах преобладали традиционные домохозяйства, представленные тремя поколениями в одном доме, то в настоящее время большая часть населения страны – это пары в небольших квартирах с одним ребенком. Кроме того, в Китае снижается среднее количество людей, живущих в домохозяйствах, и растет число домохозяйств, состоящих из одного человека. При этом в крупных городах наблюдается увеличение количества домохозяйств (за последнее десятилетие их число увеличилось практически вдвое), что обусловлено внутренней миграцией. На фоне увеличения продолжительности рабочего дня данная тенденция обуславливает рост спроса на полуфабрикаты, готовые и порционные продукты, а также услуги курьеров;
- сокращение численности и старение населения Китая уже оказывают сильное влияние на социально-экономическое развитие страны и будут являться ключевым фактором стагнации потребительского рынка в среднесрочной и долгосрочной перспективах. В то же время более внимательное отношение к здоровью (прежде всего здоровью детей и представителей старшего поколения) стимулируют рост на более качественные и дорогие продукты питания;
- по мере увеличения численности среднего класса в Китае возрастает спрос на продукты питания премиум-сегмента, а также качественные и безопасные импортные товары, ассортимент которых постоянно расширяется и представлен во всех крупных торговых сетях. В некоторых случаях китайские потребители отдают предпочтение зарубежным продуктам питания из-за недоверия к местным производителям;
- еще до начала пандемии COVID-19 китайские потребители активно переходили на покупки онлайн из-за их удобства. Однако наиболее активное развитие электронной коммерции пришлось на период 2020-2022 гг., когда с введением жестких карантинных ограничений популярность услуг по доставке продуктов питания и прочих товаров на дом резко выросла. Дополнительно развитию интернет-торговли в стране способствует урбанизация и всеобъемлющая цифровизация китайского общества, а также агрессивная маркетинговая политика крупнейших местных платформ электронной коммерции;



- все больше китайцев стремятся следовать принципам здорового образа жизни, что подразумевает употребление полезных для здоровья и сбалансированных блюд, которые насыщены питательными ингредиентами. Набирают популярность продукты питания со знаками «есо» и «organic», «нежареная» лапша, а также продукция без сахара и глютена. Кроме того, одним из последствий пандемии COVID-19 считается общее повышение осведомленности китайцев о здоровье и о продуктах, которые повышают иммунитет. В результате сегодня многие местные производители активно инвестируют в разработку инновационных продуктов из натуральных и полезных ингредиентов, прошедших минимальную обработку;
- большинство китайских потребителей в возрасте от 18 до 50 лет регулярно посещает заведения общественного питания, поскольку это считается нормой в стране, известной своим «культу еды». Как следствие, сектор HoReCa является в стране важным каналом сбыта многих продуктов питания и напитков, в том числе импортных;
- потребительские предпочтения китайцев сильно зависят от региона проживания, поскольку каждой провинции присущи свои культурные особенности и кулинарные традиции. Так, на севере страны предпочитают блюда на основе пшеничной муки (например, лапшу и пельмени), мясные и молочные продукты, в то время как на юге чаще потребляют рис, овощи и морепродукты;
- социальные сети в Китае в настоящий момент являются одним из самых мощных маркетинговых инструментов, и наибольшую популярность они набрали в период пандемии COVID-19, когда многие известные бренды для продвижения своей продукции проводили онлайн-трансляции, приглашая известных блогеров. Такие трансляции и прочая реклама в соцсетях продолжают привлекать многомиллионную аудиторию, что положительно сказывается на онлайн-продажах.



Тенденции на рынках ключевых продуктов

Зернобобовые

- бобовые играют важную роль в китайской кухне, особенно на юге страны, в таких провинциях, как Сычуань и Гуандун. Бобы традиционно используются в супах и тушеных блюдах, а также в качестве начинки для пельменей и различных булочек. Наибольшей популярностью в Китае пользуются горох и продукты его переработки, потребление которых стабильно растет благодаря их питательности и ценовой доступности;
- на фоне распространения тренда на здоровое питание спрос на бобовые в последние годы увеличивается среди китайского среднего класса и состоятельных потребителей, поскольку данная продукция богата белком и клетчаткой. Сильный импульс указанной тенденции придала пандемия COVID-19, во время которой китайцы начали уделять больше внимания своему здоровью;
- с ростом популярности растительных белковых продуктов в Китае увеличивается спрос и на готовые смеси для быстрого приготовления блюд, в т.ч. из зернобобовых. Такие продукты для быстрого приготовления наиболее востребованы в крупных городах с их быстрым темпом жизни;
- одним из основных драйверов роста спроса на зернобобовые в Китае является динамично развивающаяся пищевая промышленность. Местные компании используют бобы преимущественно в производстве муки, лапши, крахмала, клетчатки и растительного белка (в секторе переработки наиболее востребован сушеный горох);
- фасоль не является традиционным продуктом питания для китайских потребителей, однако в последние годы достаточно широко используется как в пищевой промышленности, так и для домашнего потребления. При этом на перерабатывающий сектор (в основном на консервную и макаронную промышленность) приходится около 60% общего местного потребления данного продукта;
- несмотря на увеличение производства пищевых бобов, Китай остается крупным импортером кормовых зернобобовых (например, коровьего гороха) и продуктов их переработки, востребованных в развивающемся местном животноводстве. Так, в начале 2025 г. австралийская компания Wide Open Agriculture получила одобрение ГТУ на экспорт изолята белка люпина на китайский рынок и заключила соглашение о дистрибуции подобной продукции с местным филиалом транснациональной Univar Solutions.



Растительные масла

- растительные масла традиционно являются важным элементом китайской кухни, поскольку многие национальные блюда предполагают обильное использование жиров для жарки. В связи с этим в стране наблюдается стабильно высокий спрос на масла, среди которых наиболее востребовано соевое (более 40% общего объема потребления в натуральном выражении). При этом местные потребители также достаточно часто приобретают рапсовое, кукурузное и подсолнечное масла (в т.ч. в виде смесей);
- китайский рынок растительных масел динамично развивается на фоне увеличения доходов населения и изменения пищевых привычек в сторону потребления более полезных продуктов. Как следствие, в стране растет интерес к менее традиционным вариантам масел, например, кокосовому и оливковому. Кроме того, городские потребители все чаще обращают внимание на функциональные свойства данной продукции, такие как содержание омега-3 или антиоксидантов, что стимулирует производителей расширять ассортимент. Потребление растительных масел на душу населения в Китае в 2022-2023 гг. снизилось впервые за многие годы именно за счет того, что потребители начали переходить к потреблению более качественного масла в меньших количествах;
- в настоящее время китайские покупатели все чаще приобретают продукты в упаковках меньших объемов, в связи с чем, например, доля продаж растительного масла в пятилитровых бутылках снижается. Данная тенденция связана с более рациональным поведением потребителей в условиях развития современной розничной торговли и общим сокращением подушевого потребления масла;
- цифровизация и электронная коммерция играют все более важную роль в распространении растительных масел, особенно ввиду роста популярности онлайн-покупок после пандемии. Крупные платформы, такие как Tmall и JD.com, предлагают широкий ассортимент масел, включая нишевые и премиальные бренды, которые сложно найти в обычных магазинах. Производители, в свою очередь, активно используют для продвижения своей продукции социальные сети и современные технологии, привлекая известных блогеров и экспертов по здоровому питанию, а также задействуя алгоритмы рекомендаций и персонализированные предложения;
- сегодня на китайском рынке растительных масел заметно усиление конкуренции между местными и международными брендами, что вынуждает компании активнее инвестировать в маркетинг и инновации. Дополнительно серьезное влияние на рынок оказывает государственная политика, направленная на укрепление продовольственной безопасности за счет поддержки местных производителей через субсидии и регулирование импорта.



Мясо и мясная продукция

- наиболее популярный вид мяса в Китае – свинина, по объемам производства и потребления которой страна занимает первое место в мире. Свинина исторически входит в состав многих блюд национальной кухни и потребляется практически во всех регионах Китая. При этом в стране также наблюдается высокий спрос на мясо птицы и говядину, которые используются в приготовлении таких всемирно известных китайских блюд, как утка по-пекински, курица гунбао и ланьчжоуская лапша;
- потребление мяса в Китае увеличивается за счет урбанизации и повышения доходов населения. При этом вопросом первостепенной важности для китайских потребителей является безопасность продуктов питания: ряд относительно недавних санитарных кризисов способствовал существенному повышению осведомленности жителей страны о вопросах качества пищи, в т.ч. мясной. В результате сегодня важную роль при работе на рынке играет наличие у бренда сертификатов и возможности отслеживать происхождение мяса, отсутствие антибиотиков и другие показатели качества продукции;
- на фоне повышения внимания китайских потребителей к собственному здоровью в стране увеличивается потребление более диетических видов мяса, например, индейки. При этом готовые мясные изделия в Китае менее популярны, в т.ч. поскольку воспринимаются как менее полезные из-за большого количества добавок и соли. В последние годы потребление такой продукции в стране сокращается, в то время как потребление охлажденного и замороженного мяса увеличивается;
- потребление мяса птицы в Китае в последние годы заметно выросло на фоне последствий региональной вспышки африканской чумы свиней в 2018-2020 гг., из-за которой серьезно сократилось местное производство свинины. В настоящее время китайское свиноводство полностью восстановилось, однако спрос на белое мясо сохраняется на высоком уровне. Наиболее востребованным мясом птицы в Китае является мясо белоперых бройлеров, что связано с более низкой ценой и популярностью данной продукции в сегменте общественного питания, а также мясо уток, гусей и цесарок. Мясо бройлеров цветных пород воспринимается китайскими потребителями как более полезное и дорогое, особенно ценят таких птиц на юге страны, где их мясо традиционно широко используется для супов и различных тушеных блюд;
- Китай является крупным производителем мяса и мясной продукции, однако за счет большой емкости рынка также входит в число ключевых импортеров данной товарной группы. Страна закупает за рубежом в основном говядину, свинину, мясо птицы и баранину, ключевыми поставщиками которых выступают Бразилия, США, Аргентина и Австралия. При этом в последние годы китайский импорт мяса и мясной продукции устойчиво сокращается на фоне развития внутреннего производства.



Молочная продукция

- на протяжении большей части истории Китая молочные продукты не входили в рацион местных жителей и потреблялись преимущественно кочевниками, проживавшими в северной части страны. Однако в 2000-х и 2010-х гг. потребление молочной продукции в Китае начало расти ускоренными темпами вследствие повышения уровня доходов населения, урбанизации, поддержки молочной промышленности правительством страны, а также увеличения интереса к правильному питанию. В последние годы на рынке наблюдается определенная стагнация, связанная, прежде всего, со снижением рождаемости;
- для китайской молодежи (особенно для людей, родившихся в 1995-2009 гг.) характерно более высокое удельное потребление молочной продукции, чем для представителей старшего поколения. При этом именно пожилые люди в Китае в последние годы считаются основной аудиторией различных функциональных молочных смесей, внутренний спрос на которые растет по мере общего старения населения;
- потребление молочной продукции среди городских жителей Китая примерно вдвое выше, чем в сельской местности, что связано с более высоким уровнем доходов и образования населения, а также с наличием современной инфраструктуры (в т.ч. холодильных складов);
- в настоящее время наиболее востребованным молочным продуктом среди жителей Китая является питьевое молоко: на него стабильно приходится более половины продаж данной товарной группы в стоимостном выражении. Еще около четверти занимают йогурты и кисломолочные напитки, в то время как доля сыров, сливочного масла и прочих молочных продуктов остается незначительной. Также, например, в китайском секторе общественного питания реализуются достаточно большие объемы сгущенного молока, которое подается к хворосту ютяо и другим десертам. Кроме того, сегодня популярным лакомством в Китае является мороженое, основными поклонниками которого выступают жители наиболее жарких восточных и южных регионов страны;
- сухое молоко в Китае используется преимущественно для производства йогуртов, мороженого, десертов и детского питания. Спрос на сухое обезжиренное молоко в стране в последние годы растет благодаря его более длительному сроку хранения и низкому содержанию жира. Кроме того, большинство китайцев не переносит лактозу, что объясняет повышенное внимание к обезжиренному безлактозному молоку, хотя цельное по-прежнему значительно преобладает в потреблении домохозяйств по всей стране;
- основной объем молочной продукции в Китае реализуется через розничную торговлю, прежде всего – супермаркеты и небольшие бакалейные магазины, на которые в 2025 г. пришлось 39,3% и 25,7% розничных продаж данной товарной группы соответственно. Еще около 15,6% продаж пришлось на электронную торговлю;



- Китай является одним из крупнейших в мире импортеров молочной продукции, что во многом связано с восприятием зарубежного молока как более качественного по сравнению с китайским. Скандал 2008 г., когда национальные контролирующие органы обнаружили в молоке для детского питания местного производства меламин, серьезно подорвал доверие китайцев к продуктам национальных компаний, и способствовал сдвигу потребительского спроса в сторону импортной молочной продукции. В связи с этим на китайском молочном рынке прочные позиции занимают такие крупные международные игроки, как Nestlé и Yakult Honsha.



Рыба и морепродукты

- Китай – страна с развитым рыбохозяйственным комплексом, на которую приходится две трети мировой аквакультуры. Основная часть потребностей китайского рынка в морепродуктах удовлетворяется за счет собственного производства. При этом Китай также входит в число крупнейших экспортеров и импортеров данной продукции, поскольку внутренний рынок в достаточной степени насыщен одними видами морепродуктов (например, филе трески и скумбрией) и испытывает нехватку других (в т.ч. атлантического лосося, креветок и прочих ракообразных);
- рыба всех видов, а также кальмары, гребешки, мидии и креветки являются неотъемлемой частью кухни прибрежных провинций Китая и входят в состав многих национальных блюд. Популярностью на китайском рынке пользуются и такие более экзотические продукты, как трепанги, черепахи и морские ежи. Некоторые морепродукты в Китае на протяжении тысячелетий считались деликатесами для знати, символизирующими богатство и власть, или активно использовались в традиционной китайской медицине в связи с наличием в их составе полезных веществ;
- по мере увеличения численности среднего класса и роста реальных располагаемых доходов населения в Китае увеличивается доступность и объемы потребления блюд и ингредиентов, в прошлом считавшихся деликатесами. В последние десятилетия китайцы приобретают все более разнообразные морепродукты, и рынок премиум-продукции в стране постепенно расширяется, в т.ч. за счет импортных поставок;
- китайские потребители придают большое значение свежести морепродуктов. Покупка живых рыб и ракообразных на традиционном китайском продовольственном рынке по-прежнему широко распространена. Большинство розничных магазинов и ресторанов размещает морепродукты в стеклянных резервуарах с водой или во льду без упаковки, чтобы продемонстрировать свежесть своей продукции;
- многие виды морепродуктов, которые пользуются спросом у китайских потребителей, практически не употребляются в пищу за пределами Восточной и Юго-Восточной Азии. К таковым относятся, например, трепанги, рыбные шарики, черепахи и угри. Кроме того, в Китае довольно распространены местные снеки из морепродуктов, например, обработанные сушеные осьминоги, кальмары, водоросли или рыба, которые многими китайскими потребителями считаются более здоровым вариантом по сравнению с другими закусками;
- китайский рынок морепродуктов подвержен сезонности, обусловленной особенностями размножения рыб и временными рамками путины в морях Тихого океана. Пик спроса на морепродукты в Китае, как правило, приходится на главные национальные праздники, прежде всего – китайский Новый год. В китайском языке слово «рыба» созвучно слову «избыток», в связи с чем рыба является одним из главных новогодних блюд. Готовят и подают ее, как правило, целиком: первую половину съедают в последний день старого года, вторую – на следующий день (таким образом изобилие из старого года «переносится» в новый). В преддверии праздничного сезона местные производители часто выпускают морепродукты в специальной подарочной упаковке;



- увеличению объема потребления креветок в Китае способствует их позиционирование в качестве полезного продукта, богатого разнообразными питательными веществами. В последние годы местные производители и дистрибьюторы креветок выделяют значительные ресурсы на продвижение своей продукции, в т.ч. в китайском сегменте интернета. В результате на популярных в стране форумах и в соцсетях регулярно появляются материалы об уникальных органолептических свойствах креветок, их пользе для похудения и простоте приготовления. Дополнительно различные диетологи, шеф-повара и фуд-блогеры отмечают хорошую сочетаемость креветок с двумя основными для Китая продуктами – рисом и лапшой, а также с овощами;
- в Китае наблюдается рост спроса на готовую продукцию с использованием высококачественных морепродуктов, например, креветочную пасту. В условиях ускорения темпа жизни и увеличения продолжительности рабочего дня одновременно с повышением благосостояния китайцы все чаще предпочитают приобретать обработанные морепродукты или полуфабрикаты из них. Повышенный спрос наблюдается на очищенные креветки, сушеные снеки из морепродуктов, рыбные филе, фарш и консервы.



Кондитерские изделия

- в структуре потребления кондитерских изделий в Китае сегодня около 70% в натуральном выражении приходится на мучные кондитерские изделия. На втором месте по популярности – сахаристые кондитерские изделия. Шоколад и шоколадные кондитерские изделия в стране в настоящее время менее популярны и часто воспринимаются в качестве продукции премиум-сегмента. При этом в целом потребление кондитерских изделий в Китае увеличивается, в первую очередь, за счет спроса со стороны обеспеченной городской молодежи, которая с детства воспринимает сладости как доступную роскошь;
- в традиционной китайской кухне выпечка в европейском понимании практически отсутствует, однако в последние годы сектор мучных кондитерских изделий в стране стабильно расширяется, чему способствуют увеличение численности среднего класса, продолжающаяся вестернизация образа жизни и рациона питания, а также растущий спрос на удобные и функциональные продукты питания. Кроме того, многие крупные местные компании стремятся развивать сегмент упакованных мучных кондитерских изделий, делая акцент на быстрых сроках доставки свежеприготовленной продукции через электронную коммерцию;
- в китайском сегменте сахаристых кондитерских изделий в последние несколько лет потребители, особенно молодое поколение, чаще делают выбор в пользу леденцов с сочным центром. При этом среди леденцов и жевательных конфет опережающими темпами растет спрос на сладости с молочными вкусами;
- китайские потребители часто покупают шоколадные изделия в качестве подарка накануне или во время праздников, таких как китайский Новый год. Для увеличения продаж в праздничные периоды компании разрабатывают специальную подарочную упаковку. При этом в целом наибольшим спросом на китайском рынке кондитерских изделий пользуется продукция в упаковках малого размера;
- учитывая меняющиеся потребительские предпочтения и открытость китайцев к разнообразным вкусам, как местные, так и зарубежные производители кондитерских изделий постоянно расширяют свой ассортимент на местном рынке, внедряя новые вкусы и совершенствуя старые форматы продукции. Кроме того, в связи с растущим вниманием китайских потребителей к своему здоровью, в последние годы компании все чаще выпускают инновационные кондитерские изделия без сахара и с добавлением полезных ингредиентов, тем самым переходя в сферу функционального питания;
- сильное влияние на динамику потребительских предпочтений в китайском сегменте кондитерских изделий оказывают социальные сети, формирующие новые тренды. Фотогеничные десерты вроде разноцветных пирожных и конфеты в ярких упаковках быстро становятся вирусными, и их продажи мгновенно взлетают. Также местная молодежь охотно приобретает ограниченные коллекции от популярных брендов и изделия, продвигаемые известными блогерами. Более всего от указанной тенденции выигрывают кофейни и кондитерские, где уже приготовленные сладости подаются в наиболее аппетитном виде и имеется пространство для эффектных фотографий.



Алкогольные напитки

- алкоголь исторически играет важную роль в китайской культуре как неотъемлемый элемент традиционных ритуалов, семейных праздников, деловых мероприятий и дружеских встреч. В стране с древности потребляют такие алкогольные напитки, как байцзю (китайская водка из сорго и других зерновых) и хуанцзю (рисовое вино);
- сегодня наиболее популярным видом алкогольной продукции в Китае является пиво, объем потребления которого в 2025 г. составил 30,4 л на человека. Вино, включая виноградное и рисовое, остается в стране нишевым напитком (третье место в структуре потребления алкогольной продукции после пива и крепкого алкоголя), объем его потребления в 2025 г. составил 1,5 л на человека;
- после пандемии COVID-19 отношение китайских потребителей к алкогольным напиткам серьезно изменилось. Повышенная забота о здоровье и опасения по поводу сопутствующих потенциальных рисков побудили многих потребителей сократить употребление алкоголя, а также перейти на менее крепкие напитки более высокого качества;
- социальные сети – важная платформа для продвижения и продаж алкогольной продукции в Китае. Такие видеохостинги, как Douyin и Kuaishou, позволяют местным и иностранным брендам продвигать и рекламировать свою продукцию, а также напрямую продавать ее в соответствующих приложениях (потребители имеют возможность совершать покупки в Tmall непосредственно во время просмотра стрима);
- около 75-80% общего объема потребляемого в Китае виноградного вина в натуральном выражении приходится на тихое красное вино. Второе место занимает белое вино, в то время как игристые и розовые тихие вина менее популярны. При этом разнообразие потребительских предпочтений и внедрение производителями новых вкусов, адаптированных под местный рынок, стимулирует в стране продажи ароматизированной водки и прочей нишевой алкогольной продукции;
- на китайском рынке пиво, водка и вино в малой таре объемом 175-400 мл более востребовано, чем в бутылках 700 мл, 1 л и 1,5 л. Малые объемы (в стекле и/или в алюминиевых банках) удобны для потребления в неформальной обстановке (например, на вечеринках) и лучше подходят многочисленным домохозяйствам из одного человека;
- в среднесрочной перспективе в Китае прогнозируется рост продаж игристых вин, что связано с повышенным интересом к этой категории со стороны молодого поколения и восстановлением сектора общественного питания после COVID-19. Кроме того, шампанское в Китае служит символом социального статуса, поэтому темпы роста его потребления, как ожидается, будут опережать увеличение спроса на другие виды вин.



Безалкогольные напитки

- в 2025 г. объем потребления безалкогольных напитков в Китае составил 106,1 млрд литров, что на 3,0% выше уровня 2024 г. Более половины данного объема (56,4%) пришлось на бутилированную воду. Готовые к употреблению чай и кофе, а также газированные напитки заняли в 2025 г. 15,3% и 13,1% всего объема соответственно. Соковая продукция является четвертым по популярности видом безалкогольных напитков в Китае: в 2025 г. на нее пришлось 7,5% объема местного потребления в натуральном выражении. Спросом в стране также пользуются энергетики (3,9% общего объема), спортивные и функциональные напитки (3,5%);
- интерес китайских потребителей к бутилированным безалкогольным напиткам заметно увеличился на фоне пандемии, когда население начало уделять больше внимания соблюдению санитарных правил, в связи с чем увеличилось потребление напитков в индивидуальной упаковке. Наиболее распространенным видом упаковки для бутилированной воды в Китае является пластиковая бутылка. В 2025 г. в такой таре продано 99,8% всего объема данной продукции в натуральном выражении. При этом вода реализуется преимущественно в небольших емкостях: на долю бутылок в таре объемом 550-555 мл по итогам года пришлось 45,3% продаж бутилированной воды, на тару объемом 350 мл – 16,9%;
- более 87% потребления соковой продукции в Китае в настоящее время приходится на сокосодержащие напитки и нектары, однако объем их продаж постепенно сокращается. В свою очередь, спрос на натуральные соки, особенно прямого отжима, в процентном отношении ежегодно растет, что лишь отчасти обусловлено эффектом низкой базы и связано главным образом с повышением внимания китайских потребителей к собственному здоровью. При этом, в отличие от жителей западных стран, китайские потребители нечасто пьют сок на завтрак. Он значительно более востребован в качестве напитка между приемами пищи, а также в качестве дополнения к еде во второй половине дня;
- быстрый рост рынка газированных напитков в Китае в последние десятилетия связан с увеличением благосостояния местного населения и распространением западных брендов. Потребление сладких газированных напитков возрастает во время крупных мероприятий международного уровня или праздников, например, в преддверии Китайского Нового года;
- поскольку большинство сладких газированных напитков предназначено для потребления на ходу, основным каналом продаж данной продукции в Китае является розничная торговля. Кроме того, газировки являются единственной категорией безалкогольной продукции с заметным объемом продаж в торговых автоматах, особенно в сетевых точках быстрого питания. Доля онлайн-коммерции в продажах сладких газированных напитков в 2025 г. составила 6,2%, при этом разнообразие брендов, представленных в интернете, гораздо шире, в связи с чем со многими новыми вкусами газировок китайские потребители знакомятся именно в онлайн-магазинах;



- в последнее время повышенным спросом в Китае пользуются экзотические напитки с уникальным и оригинальным составом, которые ранее не потреблялись местными жителями в заметных объемах. Например, в 2022-2024 гг. быстрыми темпами увеличивались продажи оливкового сока, который в китайских соцсетях продвигался как полезное и эффективное средство повышения иммунитета. Кроме того, в стране растет спрос на премиальные бренды минеральной воды, в т.ч. всемирно известные марки воды из горных и вулканических источников.



Национальная кухня

Национальная кухня Китая имеет древнюю историю и отличается большим разнообразием блюд, а также необычными сочетаниями продуктов. При этом понятие единой общенациональной китайской кухни фактически отсутствует, вместо нее существует множество региональных кулинарных традиций, наиболее известные из которых происходят из провинций Гуандун, Шаньдун, Цзянсу и Сычуань. Сами регионы Китая отличаются по природно-климатическим условиям, географии, истории, а также языку и стилю жизни местного населения, что сказывается и на особенностях кулинарии.

Кухня приморских провинций включает большое количество морепродуктов и рыбы, кухня юго-западных районов – больше риса и специй, на севере более популярны пельмени и молочная продукция. Во всем мире как наиболее «острая» известна сычуаньская кухня, однако в самом Китае самой острой считается кухня провинции Хунань – родины основателя Китайской Народной Республики Мао Цзэдуна. Во многих провинциях используются разнообразные методы консервирования (вяление, засолка, маринование, квашение), разные способы приготовления лапши (нарезанная или раскатанная, тонкая или толстая, с бульоном или без и т.д.) и риса.

Собственно рис, пшеница (пшеничная мука) и соя (в виде соуса, масла, тофу и т.д.) являются основой большинства китайских блюд. При этом в отличие от европейских кухонь, где основным блюдом при приеме пищи, как правило, считается мясо или другая белковая пища, в традиционной китайской кулинарии основным блюдом считаются именно лапша (в Северном Китае) и рис (в Южном Китае). Самым популярным мясом является свинина, затем следует курица и говядина. Баранина пользуется спросом в основном в западных регионах страны и среди мусульманского населения. Молочная продукция в Китае постепенно набирает популярность, поскольку потребители все охотнее пробуют европейские блюда, однако если йогурты и молоко в Китае продаются практически везде, то потребление, например, сыров крайне ограничено. Среди напитков в стране наибольшим спросом пользуются традиционный китайский чай (в т.ч. бутилированный холодный) и соевое молоко, в последние годы растет потребление соковой продукции.



Популярные блюда



Баоцзы – паровой пирожок из дрожжевого теста с разнообразными начинками: бобы, мясо, тофу, грибы (наиболее популярная начинка – свиной фарш с капустой).



Курица гунбао – классическое блюдо сычуаньской кухни. Филе курицы рубят на кубики и обжаривают вместе с арахисом, овощами и красным перцем чили.



Жареный рис по-янчжоуски – блюдо китайской домашней кухни, в классическом виде представляющее собой жареный на сковороде рис с яйцом, смесью овощей (горох, морковь, кукуруза) и зеленым луком, а также кусочками свинины или креветками.



Ланьчжоуская лапша с говядиной – традиционная китайская растянутая лапша в сытном прозрачном бульоне с крупно нарезанными кусками говядины. В суп, как правило, также добавляются зелень, темное красное масло чили, редька дайкон и листья капусты бок-чой.



Мапо Тофу – острый соевый творог. Блюдо состоит из тофу, приготовленного в остром соусе на основе фасоли, пасты чили, черных бобов и мясного фарша (как правило, говяжьего).



Сяолунбао – шанхайские пельмени на пару, один из самых популярных видов пельменей в Китае. Основную часть начинки составляет свиной фарш, к которому в разные времена года добавляют разные начинки. Весной – побеги бамбука, летом – креветки, осенью – крабовое мясо.



Торгово-распределительная сеть

Крупные компании-импортеры и дистрибьюторы

Название	Описание
COFCO	Государственная сельскохозяйственная корпорация, основанная в 1949 г. Является лидером китайской сельскохозяйственной промышленности и одной из ведущих мировых аграрных компаний. Обладает глобальным присутствием и полностью интегрированной цепочкой создания стоимости, включая импорт и дистрибьюцию продукции. Сайт: cofco.com
EEDC	Крупный местный импортер и дистрибьютор. Работает на китайском рынке с 2001 г. и сегодня считается одним из лидирующих игроков в национальном сегменте дистрибуции качественного вина и прочих спиртных напитков. Сайт: eedcchina.com
Pacific Dairy Ingredients	Известная компания молочной промышленности Китая с головным офисом в Шанхае, которая ведет свою деятельность с 1996 г. и является ведущим импортером и поставщиком молочных продуктов и ингредиентов в стране. Сайт: pacificdairy.com
Xiamen ITG Group	Одна из крупнейших китайских компаний-импортеров и дистрибьюторов, основанная в 1980 г. В ассортимент импортируемой продукции входят масла, корма для сельскохозяйственных животных, мясо, зерновые и зернобобовые. Сайт: itg.com
Yihai Kerry	Одна из ведущих продовольственных корпораций Китая, которая с 1988 г. занимается производством бутилированных растительных масел, растительных жиров, лапши, переработкой кукурузы, пшеницы, сои и риса, а также импортом и дистрибуцией широкого перечня продуктов питания. Входит в состав сингапурского агро-промышленного холдинга Wilmar International. Сайт: yihaikerry.net



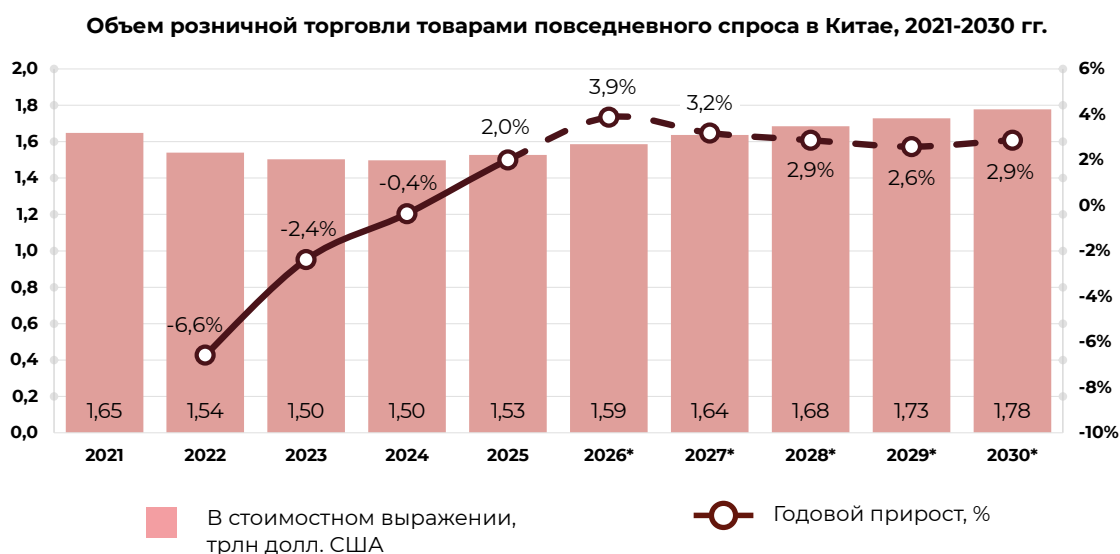
Розничная торговля

Сектор розничной торговли в Китае характеризуется значительным разнообразием: здесь присутствует как большое количество традиционных торговых точек, включая открытые рынки, бакалейные, мясные и рыбные лавки, ларьки с овощами и фруктами, так и множество современных сетевых магазинов. Крупные розничные сети в стране постепенно вытесняют несетевые магазины, однако доля последних все еще остается заметной.

За последние десятилетия сегмент современной розницы в Китае значительно расширился по сравнению с предшествующим периодом, когда торговые сети присутствовали только в нескольких мегаполисах. Сегодня супермаркеты и гипермаркеты имеются уже практически во всех городах и постепенно появляются в малых населенных пунктах. Крупные торговые сети, как правило, создаются и изначально развиваются в восточных и центральных провинциях Китая (где выше концентрация потребителей с высокими и средними доходами), после чего расширяют свою деятельность в менее развитых западных и северных регионах.

В сельских районах Китая, где не так широко представлены крупные розничные сети, ключевую роль играют небольшие несетевые продуктовые магазины. В основном это мелкие семейные предприятия, реализующие ограниченный ассортимент товаров повседневного спроса. Подобные магазины обычно выстраивают прочные контакты с местными покупателями, и поэтому в первую очередь привлекают пожилых посетителей, для которых близкое расположение, низкие цены и личные взаимоотношения важнее, чем удобство, разнообразие и эффективность современных форматов розничной торговли.

На протяжении последних лет популярность в Китае также набирают два относительно новых для страны формата магазинов: круглосуточные магазины у дома и клубные магазины с платным членством, которые пользуются спросом среди потребителей благодаря возможности покупать товары в больших объемах по оптовым ценам.



Источник: EMIS, Euromonitor International.

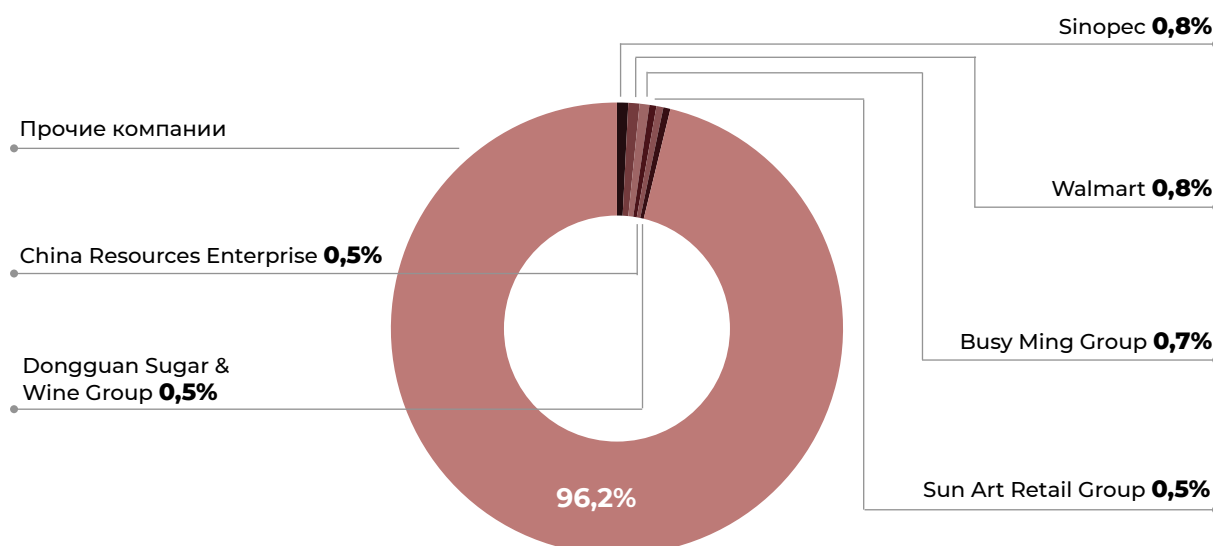
Примечание: *прогноз; без учета электронной торговли товарами повседневного спроса.



Крупнейшие компании сектора розничной торговли

Лидером сектора розничной торговли Китая является корпорация Sinopec, на которую в 2025 г. пришлось 0,8% общего объема продаж товаров повседневного спроса в стране. Далее следуют Walmart (0,8%), Busy Ming Group (0,7%), Sun Art Retail Group (0,5%), Dongguan Sugar & Wine (0,5%) и China Resources Enterprise (0,5%). В целом рынок розничной торговли в стране считается высококонкурентным и представлен большим числом небольших игроков, среди которых как местные сети, так и международные торговые компании.

Ведущие розничные сети Китая по объемам продаж товаров повседневного спроса
в стоимостном выражении, 2025 г., %



Источник: EMIS, Euromonitor International.



Busy Ming Group – китайская розничная компания, специализирующаяся на продаже недорогих снеков и напитков и развивающая преимущественно франчайзинговую сеть магазинов под брендами Busy for You и Super Ming. По состоянию на конец 2025 г. компания управляла более чем 21 тыс. торговых точек по всей территории Китая.

Сайт: busyming.com





China Resources – диверсифицированная холдинговая компания, зарегистрированная в Гонконге. Дочерняя компания холдинга, CR Vanguard, управляет в Китае гипермаркетами, супермаркетами, круглосуточными магазинами у дома и минимаркетами. Кроме того, в состав холдинга входят современные логистические центры, собственные онлайн-площадки, а также флагманские магазины на сторонних платформах: JD.com, Meituan и Ele.me. Компании принадлежит свыше 2 тыс. торговых точек в более чем 100 городах Китая.

Сайт: en.crc.com.cn



Dongguan Sugar & Wine Group – китайская розничная группа, развивающая одну из крупнейших в стране сетей магазинов у дома под брендом Meiyijia. Сеть насчитывает свыше 40 тыс. торговых точек по всей территории Китая и продолжает активно расширяться.



Freshippo (Hema) – собственная розничная сеть супермаркетов Alibaba Group, запущенная в 2016 г. и специализирующаяся на продаже свежих продуктов питания. Позиционируется как наиболее передовая на рынке и функционирует одновременно в онлайн- и офлайн-формате: розничные магазины также используются как склады и центры формирования онлайн-заказов. Собственная курьерская служба Freshippo обеспечивает 30-минутную доставку клиентам, проживающим в радиусе 3 км от ближайшего магазина сети. В настоящее время в Китае насчитывается более 400 магазинов Freshippo, расположенных в основном в крупнейших городах страны.

Сайт: freshippo.com



Sinopec – крупная китайская интегрированная энергетическая и химическая компания. Основные направления деятельности включают разведку и добычу, транспортировку и продажу нефти и природного газа. Также компания управляет сетью магазинов под торговой маркой EasyJoy, расположенных преимущественно на заправочных станциях. В настоящее время розничная сеть Sinopec насчитывает свыше 28 тыс. торговых точек.

Сайт: sinopecgroup.com/group/en



SUN ART

Retail Group Limited

Sun Art Retail Group – ведущая торговая компания Китая, владеющая сетью гипермаркетов, супермаркетов и магазинов мелкооптовой торговли. Основана в 1998 г. как совместное предприятие тайваньской корпорации Ruentex Group и французской группы Auchan. С 2020 г. контрольный пакет акций компании принадлежал китайско-му конгломерату Alibaba Group, который в начале 2025 г. продал свою долю пекинской инвестиционной компании DCP Capital. Sun Art работает под брендами RT-Mart, RT-Super и M-Club. В настоящее время розничная сеть включает 462 гипермаркета, 32 супермаркета и 7 магазинов мелкооптовой торговли, охватывающих 205 городов в 29 провинциях Китая.

Сайт: sunartretail.com

Walmart

Walmart – транснациональная корпорация, осуществляющая деятельность в сфере оптовой и розничной торговли. На китайском рынке полноценно работает с момента открытия своих первых магазинов в г. Шэньчжэнь в 1996 г. По состоянию на начало 2026 г. Walmart в Китае управляет 342 магазинами, в т.ч. 279 супермаркетами Walmart и 63 магазинами Sam's club.

Сайт: en.walmart.cn



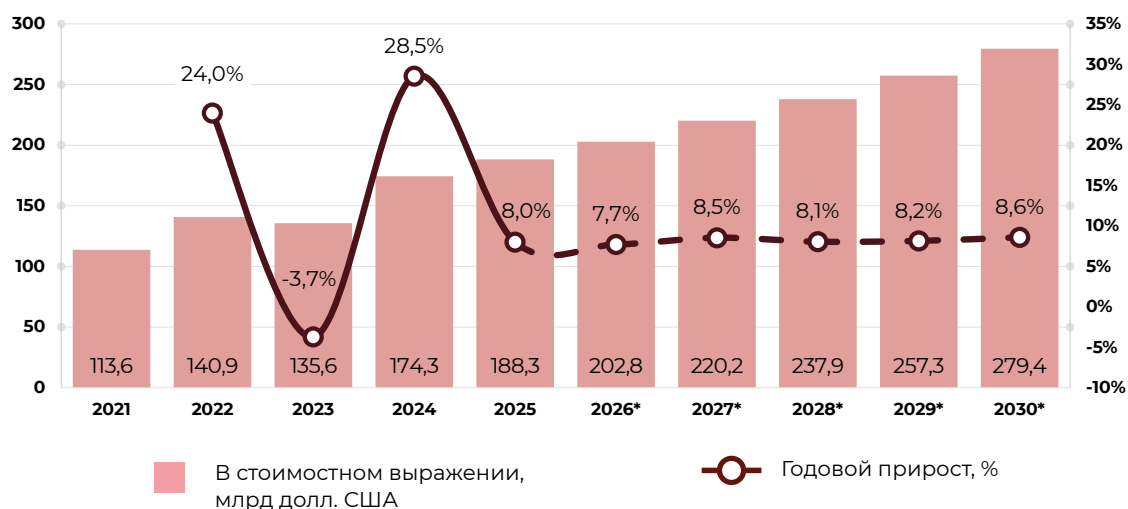
Электронная торговля

Сектор электронной коммерции в Китае в последние годы динамично развивается на фоне продолжающихся процессов урбанизации и цифровизации общества (на конец 2025 г. число интернет-пользователей в стране превысило 1,3 млрд человек). Наиболее ощутимый импульс сегменту придала пандемия COVID-19, в период которой многие магазины начали сотрудничать с сервисами по доставке продуктов питания на дом либо создавать собственные курьерские службы, разрабатывая при этом мобильные приложения для онлайн-заказов. В результате сегодня электронная коммерция в Китае – один из наиболее высококонкурентных сегментов экономики: местные интернет-магазины стремятся постоянно расширять ассортимент, повышать скорость доставки и качество товара, а также упрощать процесс оплаты для привлечения новых покупателей и укрепления лояльности уже существующей клиентской базы.

В условиях увеличения объемов онлайн-торговли во время пандемии ведущие сети розничной торговли Китая существенно расширили сотрудничество с цифровыми платформами и начали активно создавать свои собственные. Например, Walmart сотрудничает с JD.com, RT-Mart – с Alibaba, Yonghui работает над собственной системой, объединяющей электронную коммерцию и офлайн-магазины. Кроме того, развитие холодильных логистических цепей в последние годы позволило китайским онлайн-площадкам, например, начать массово реализовывать охлажденную и замороженную продукцию. Благодаря такому улучшению инфраструктуры заметно повысился спрос на услуги компаний электронной торговли в средних и малых городах Китая, где ранее проникновение онлайн-магазинов сдерживалось инфраструктурными ограничениями.

Ключевой B2B-маркетплейс Китая, через который возможно в т.ч. выйти на потенциальных китайских импортеров, – alibaba.com. Данная площадка предлагает сервис безопасных сделок, позволяющий защититься от мошенничества или нарушения договоренностей в части качества продукции или срыва сроков поставки, поэтому многие китайские контрагенты используют именно эту платформу для взаимодействия с сертифицированными экспортерами.

Объем электронной торговли товарами повседневного спроса в Китае, 2021-2030 гг.



Источник: EMIS, Euromonitor International.

Примечание: *прогноз.



Ведущие компании электронной торговли

淘宝闪购

Ele.me – крупнейшая китайская онлайн-платформа по доставке еды, основанная в 2008 г. С помощью мобильного приложения или сайта пользователи имеют возможность заказывать еду из ресторанов и кафе в своем районе. В 2018 г. компания приобретена Alibaba Group и преобразована в часть экосистемы интернет-сервисов группы.

Сайт: ele.me



JD.com (Jingdong) – одна из крупнейших онлайн-платформ в Китае. Специализируется на продаже широкого спектра продукции от электроники и одежды до продуктов питания и товаров для дома. Компания основана в 1998 г. и официально вышла на рынок электронной коммерции в 2004 г. как площадка для продажи электроники. Сейчас сфера интересов компании включает электронную коммерцию, логистику, розничную торговлю, облачные технологии, научные исследования в области искусственного интеллекта. Также владеет сетью продуктовых супермаркетов 7Fresh.

Сайт: global.jd.com



Pinduoduo – крупная китайская платформа электронной коммерции, запущенная в 2015 г. Начала свою деятельность как розничная площадка для торговли сельскохозяйственной продукцией и, в связи с этим, больше ориентирована на небольшие города и сельскую местность (в отличие от большинства других аналогичных компаний). Продажи на платформе осуществляются в т.ч. через систему купонных распродаж.

Сайт: pinduoduo.com





Suning.com – одна из ведущих компаний розничной и электронной торговли в Китае. В совокупности собственные и франчайзинговые форматы компании насчитывают свыше 10 тыс. торговых точек по всей стране. Благодаря платформе электронной коммерции Suning.com входит в число крупнейших китайских B2C-компаний. На электронной площадке представлены продукты питания и напитки, косметика, товары для младенцев и др.

Сайт: m.suning.com



Taobao – онлайн-площадка по продаже товаров и услуг, созданная в 2003 г. группой Alibaba и ориентированная на конечного потребителя. Taobao и **Tmall** – две крупнейшие онлайн-платформы для покупки товаров в Китае, принадлежащие Alibaba Group. Taobao представляет собой маркетплейс, где миллионы продавцов предлагают широкий ассортимент товаров по конкурентоспособным ценам. Tmall – более премиальная платформа, где продаются товары от официальных брендов и крупных магазинов, что обеспечивает высокое качество и надежность.

Сайт: taobao.com

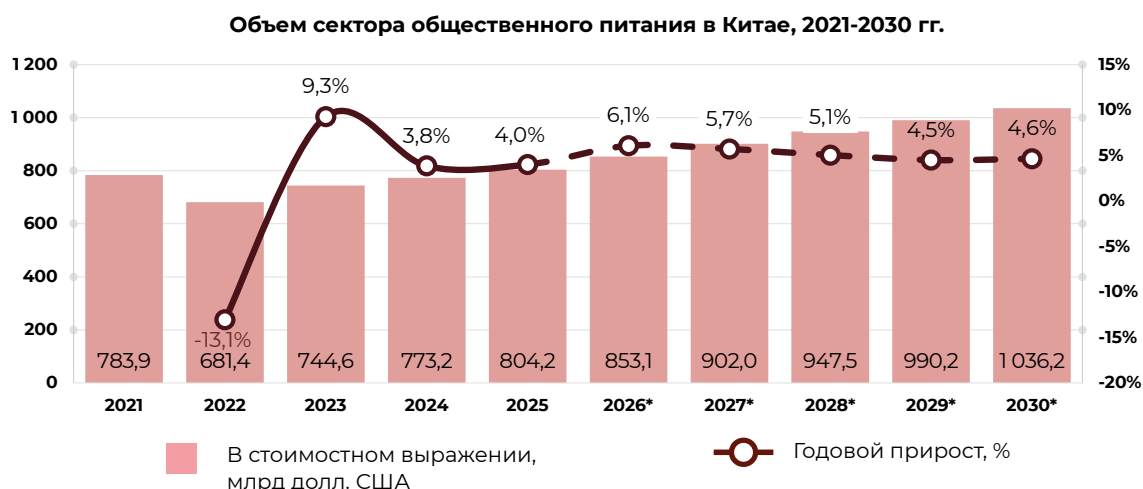


Гостинично-ресторанный сектор

Китай – самая посещаемая туристами страна Азии и одно из наиболее популярных туристических направлений в мире в целом. Китайские регионы известны своей древней историей, современными мегаполисами, богатой культурой и разнообразной кухней, привлекающих как посетителей из других провинций, так и путешественников со всего мира. Стабильный поток туристов считается одним из ключевых драйверов развития китайского сегмента HoReCa, который, в свою очередь, является важным каналом сбыта многих продуктов питания и напитков, включая импортные. При этом основными факторами расширения национального сектора общественного питания в последние десятилетия остаются устойчивое повышение уровня доходов местного населения и традиционный культ еды, предполагающий в т.ч. регулярные семейные застолья.

После окончательного снятия связанных с пандемией COVID-19 карантинных ограничений в 2023 г. гостиничный сектор Китая развивается быстрыми темпами благодаря внедрению новых форматов заведений, проведению в стране крупных международных мероприятий и повышению популярности местных курортов (главным из которых считается Хайнань). Международные и национальные сети отелей увеличивают количество своих заведений в крупных китайских городах, предлагая посетителям высококлассный сервис, включая собственные рестораны, в которых подают как китайскую еду, так и блюда зарубежных кухонь.

Сектор общественного питания в Китае восстановился после последствий пандемии, в период которой многие заведения переориентировались на работу навынос и доставку, что позволило им избежать закрытия. На фоне повышения уровня доходов населения и глобализации в крупных городах страны растет спрос как на заведения, подающие традиционные китайские блюда, так и на рестораны зарубежных кухонь. В частности, сегодня в стране представлены практически все известные международные сети быстрого питания, пользующиеся наибольшей популярностью среди молодежи. Также в последние годы в Китае активно открываются новые уникальные форматы заведений, которые предлагают потребителям самые разнообразные блюда: веганские кафе, рестораны с открытой кухней, кофейни и бары европейского типа, рестораны с халяльным меню из Синьцзяна и Ганьсу.



Источник: EMIS, Euromonitor International.

Примечание: *прогноз.



Особенности правовой системы

Согласно разделу 7 главы 3 Конституции КНР в Китае система народных судов (судебная система) состоит из четырех звеньев:

- местные народные суды – суды уездов, районов, городов провинциального подчинения;
- промежуточные народные суды – суды городов центрального подчинения, автономных районов и округов;
- высшие народные суды – суды провинций, автономных регионов и специальных муниципалитетов;
- Верховный народный суд.

Также свою деятельность осуществляют специализированные суды: военные, морские, железнодорожные (транспортные), суды по вопросам интеллектуальной собственности.

Судебная система Китая является многоуровневой и дает возможность провести повторное рассмотрение дела в суде, который имеет статус выше. Таким образом, различают суды первой инстанции и суды апелляционной инстанции. Суд апелляционной инстанции имеет право как утвердить решение нижестоящего суда, так и отменить его. Так, если дело было рассмотрено в народном суде района, то его могут рассматривать вновь вплоть до передачи в Верховный народный суд¹.

В Китае для разрешения коммерческих споров возможно обращение к арбитражу. Основным законом в сфере арбитража является **Закон об арбитраже от 1994 г.**

Самым популярным арбитражным институтом является **Китайская международная экономическая и торговая арбитражная комиссия** (англ. CIETAC, China International Economic Trade and Arbitration Commission).

В Китае возможно приведение в исполнение иностранных арбитражных решений, так как Китай является участником Нью-Йоркской конвенции от 1958 г.

¹ [https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/w-009-%201001?transitionType=Default&contextData=\(sc.Default\)&firstPage=true#co_anchor_a466356](https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/w-009-%201001?transitionType=Default&contextData=(sc.Default)&firstPage=true#co_anchor_a466356)



Правовые и налоговые вопросы присутствия на рынке

При открытии бизнеса в Китае необходимо учитывать основные нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность компаний в Китае:

- Закон «Об иностранных инвестициях»;
- Закон «О компаниях»;
- Закон «О партнерских предприятиях».

Наиболее популярными организационно-правовыми формами, допускающими участие иностранного капитала, являются:

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

После выбора подходящей формы, инвесторам необходимо пройти следующие этапы регистрации компании:

1. подача заявления на разрешение использования наименования (решение выносится в течение пяти рабочих дней);
2. проверка инвестиций (осуществляется в течение трех рабочих дней);
3. оформление «Свидетельства на право ведения хозяйственной деятельности» (пять рабочих дней);
4. регистрация компании в органах статистики (пять рабочих дней);
5. регистрация компании в налоговых органах (в течение семи рабочих дней);
6. открытие счета в китайском банке (около десяти банковских дней).



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

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

Стандартная ставка подоходного налога составляет 25%, но ставка налога может быть снижена до 15% для квалифицированных предприятий, которые заняты в отраслях, поощряемых правительством Китая (например, новые/высокотехнологичные предприятия и некоторые предприятия по производству интегральных схем).

Регулирование в сфере интеллектуальной собственности

С 1980 года Китай является членом Всемирной организации интеллектуальной собственности (англ. WIPO, World Intellectual Property Organization). Китай выступает стороной следующих международных соглашений в сфере интеллектуальной собственности:

- Парижская конвенция по охране промышленной собственности – с 1885 года;
- Договор о патентной кооперации – с 1994 г.;
- Протокол к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков – с 1995 г.

Уполномоченным органом в сфере интеллектуальной собственности является [Государственное управление по делам интеллектуальной собственности КНР](#) (англ. CNIPA, China National Intellectual Property Administration).

Ключевыми законодательными актами, регулирующими отношения в области интеллектуальной собственности в Китае, являются: [Закон о патентах от 1984 г.](#), [Закон о товарных знаках от 1982 г.](#)

С полным перечнем всех законодательных актов, регулирующих отношения в сфере интеллектуальной собственности, а также с текстами этих документов можно ознакомиться на сайте [Всемирной организации интеллектуальной собственности \(ВОИС\)](#).



Особенности налогообложения при импорте

Импорт товаров в КНР облагается налогом на добавленную стоимость (НДС) и налогом на потребление (или акцизным налогом). НДС на импорт рассчитывается исходя из цены CIF, импортной пошлины и налога на потребление (если он применяется).

Действующие правила относительно НДС содержатся в следующих нормативных актах: [Временные правила о НДС](#) и [Правила применения НДС](#). С 1 апреля 2019 г. стандартная ставка НДС при реализации товаров составляет 13%, льготная – 9%².

С 1 января 2026 г. вступил в силу [«Закон о налоге на добавленную стоимость Китайской Народной Республики»](#) от 25 декабря 2024 г. Ставки НДС при реализации товаров сохраняются на тех же уровнях (13% и 9%). Льготная ставка будет распространяться, в том числе, на сельскохозяйственную продукцию, куда входят зерновые культуры, растительные масла и семена, корма для животных и пр. Согласно ст. 24 «Закона о налоге на добавленную стоимость Китайской Народной Республики» сельскохозяйственная продукция, произведенная в КНР и реализуемая непосредственно производителем, освобождается от уплаты НДС.

На территории КНР некоторые виды продукции облагаются налогом на потребление, который распространяется в том числе на иностранные товары, ввозимые на таможенную территорию страны. Ставка налога зависит от типа продукции и может быть пересмотрена как в сторону уменьшения, в том числе временного обнуления, так и увеличения. В перечень сельскохозяйственной продукции, облагаемой потребительским налогом, входят алкогольные напитки и табачные изделия.

Ставку НДС и налога на потребление можно проверить на интернет-портале [Transcustoms](#). Согласно ст. 14 «Закона о налоге на добавленную стоимость Китайской Народной Республики» налоговая база при расчете НДС состоит из таможенной стоимости, таможенной пошлины и налога на потребление.

² Announcement (No. 39 from March 20, 2019) on deepening the relevant policies of value-added tax reform.



Сертификация продукции и требования к производителям

Требования к качеству и безопасности продукции

Нижеприведенные нормативно-правовые акты КНР регулируют основные вопросы обеспечения качества и безопасности продукции АПК, которые применяются как в отношении товаров местного, так и зарубежного производства³:

- Закон «О безопасности пищевых продуктов КНР»;
- Правила реализации Закона «О безопасности пищевых продуктов КНР»;
- Закон «О качестве и безопасности сельскохозяйственной продукции КНР»;
- Положение «О применении Закона о безопасности пищевых продуктов КНР»;
- Закон КНР «Об инспекции импортных и экспортных товаров»;
- Правила реализации Закона «Об инспекции импортных и экспортных товаров КНР»;
- Закон «О карантине животных и растений при ввозе и вывозе»;
- Закон КНР «О животноводстве»;
- Приказ Главного таможенного управления КНР №248 «Положения КНР об управлении регистрацией иностранных предприятий по производству импортируемых пищевых продуктов» (Приказ Главного таможенного управления КНР № 280 о регистрации и управлении зарубежными производителями импортных продуктов питания, который вступит в юридическую силу с 1 июня 2026 г.);
- Постановление Главного таможенного управления № 27 от 2026 г. (Постановление по соответствующим вопросам, касающимся реализации Приказ Главного таможенного управления КНР № 280 о регистрации и управлении зарубежными производителями);
- Приказ Главного таможенного управления КНР № 249 «Меры по обеспечению безопасности импортируемых и экспортируемых пищевых продуктов КНР»;
- Закон «О стандартизации Китайской Народной Республики».

³ Перечень приведенных нормативно-правовых документов не является исчерпывающим.



Стандарты и другие технические требования

При экспорте продукции АПК на рынок КНР, необходимо предусмотреть строгое выполнение требований в части соответствия законодательству в области стандартизации. Главным нормативным документом Китая, раскрывающим область сферы действия стандартов и требований является Закон «О стандартизации КНР». В соответствии с положениями данного Закона действует классификация стандартов, которые подразделяются на: национальные; отраслевые; местные; стандарты ассоциаций; стандарты предприятий.

Национальные стандарты делятся на обязательные и добровольные. Отраслевые и местные стандарты являются добровольными. Обязательные национальные стандарты разрабатываются в целях технических требований по охране здоровья граждан, безопасности жизни и имущества, национальной безопасности, экологической безопасности и безопасности окружающей среды, а также для удовлетворения основных потребностей экономического и социального управления. В рамках классификации стандартов, любому стандарту присваивается аббревиатура (код) органа, которым была осуществлена разработка и уникальный номер. Национальным стандартам, разработанным Управлением стандартизации КНР (SAC) обязательным к исполнению присваивается аббревиатура GB, для рекомендованных GB/T.

Необходимо отметить, что помимо SAC в Китае имеются другие органы, которые осуществляют разработку стандартов и являются отраслевыми⁴. Среди общего перечня органов важно выделить Министерство сельского хозяйства КНР (MARA). По аналогии с национальными стандартами, отраслевым присваивается аббревиатура⁵ и уникальный номер.

Руководствуясь статьей 17 Закона «О стандартизации Китайской Народной Республики», текст обязательных стандартов должны быть опубликованы на безвозмездной основе.

Вся продукция, поступающая на рынок КНР, должна соответствовать разработанным китайским национальным стандартам. Данные требования регламентированы в статье 92 Закона «О безопасности пищевых продуктов»:

«Импортируемые пищевые продукты и пищевые добавки, должны соответствовать национальным стандартам безопасности пищевых продуктов КНР. Импортируемые пищевые продукты и пищевые добавки должны проверяться инспекциями при ввозе и вывозе карантинными агентствами в соответствии с законами и административными регламентами по инспекции импортных и экспортных товаров».

⁴ Отраслевые стандарты могут быть сформулированы для технических требований, которые не имеют рекомендованных национальных стандартов и требуют унификации в рамках определенной отрасли в стране. Отраслевые стандарты разрабатываются соответствующими административными департаментами Госсовета и представляются в административный департамент стандартизации Госсовета для регистрации.

⁵ Отраслевым стандартам, разработанным Министерством сельского хозяйства КНР (MARA) обязательным к исполнению присваивается аббревиатура NY, для рекомендованных NY/T.



Также необходимо отметить, что законодательством КНР предусмотрены условия, когда на территории страны не разработаны и отсутствуют узконаправленные национальные стандарты. Рекомендации для импортируемых продуктов питания, без соответствующих китайских национальных стандартов безопасности пищевых продуктов, установлены в статье 93 Закона «О безопасности пищевых продуктов» и статье 47 Правил реализации Закона «О безопасности пищевых продуктов»:

Для импортируемых пищевых продуктов, не имеющих национальных стандартов безопасности пищевых продуктов, зарубежные экспортеры/производственные предприятия или доверенные лица либо их импортеры должны предоставить соответствующие национальные (региональные) стандарты или международные стандарты, внедренные на предприятии в отдел управления здравоохранением Государственного совета. Департамент управления здравоохранением Государственного совета рассмотрит соответствующие стандарты и примет решение о временном их применении, если будет решено о том, что они соответствуют требованиям безопасности пищевых продуктов»

Статья 47 Правил реализации Закона «О безопасности пищевых продуктов» содержит следующие дополнительные положения:

«Департамент управления здравоохранением Государственного совета должен, в соответствии с положениями статьи 93 Закона о безопасности пищевых продуктов, осуществляет проверку национальных (региональных) стандартов или международных стандартов, представленные зарубежными экспортерами, зарубежными производственными предприятиями или доверенными им импортерами, и считать их соответствующими. В случае наличия требований безопасности пищевых продуктов будет принято решение о их временном применении и объявлено; до объявления временно применимых стандартов пищевые продукты, не имеющие национальных стандартов безопасности пищевых продуктов, не могут быть импортированы. Продукты питания, на которые уже распространяются общие стандарты национальных стандартов безопасности пищевых продуктов, не относятся к продуктам питания, для которых не существует национальных стандартов безопасности пищевых продуктов, как это предусмотрено статьей 93 Закона о безопасности пищевых продуктов».

Компетентным органом КНР по стандартизации является Управление стандартизации КНР (*Standardization Administration of the People's Republic of China – SAC*). Функции SAC заключаются в выполнении административных обязанностей путем осуществления единого управления, надзора и общей координации работы по стандартизации в Китае. SAC представляет КНР в Международной организации по стандартизации (ISO) и ряде других международных и региональных организациях по стандартизации.

В рамках осуществления возложенных полномочий SAC осуществляет деятельность по разработке стандартов, которые регламентируют требования к безопасности производства продукции, маркировке, упаковке пищевой продукции, а также ряду других требований. С информацией о перечне разработанных и опубликованных стандартов можно ознакомиться по [ссылке](#).



Требования к импортируемой пищевой продукции

Торговля продукцией АПК между Россией и КНР регулируется двусторонними соглашениями, меморандумами, протоколами либо другими документами, закрепляющими право на осуществление экспорта определенных видов продукции.

В результате работы проводимой Федеральной службой по ветеринарному и фитосанитарному надзору ([Россельхознадзор](#)), по состоянию на апрель 2026 г., между Россией и Китаем подписано ряд Протоколов, с которыми можно ознакомиться в разделе «Экспорт/импорт» официального сайта Россельхознадзора, а также по ссылкам⁶.

Большинством Протоколов определены требования по ведению Реестра одобренных предприятий для экспорта в КНР. Необходимо отметить, что в зависимости от вида продукции классифицируются системы по учету зарубежных предприятий:

- [CIFER \(China Import Food Enterprises Registration\)](#)⁷;
- Система по учету другой животноводческой и растениеводческой продукции.

До разработки специализированных электронных Реестров, Главным таможенным управлением КНР велись Реестры в зависимости от вида продукции, которые публиковались в PDF, Word и Excel форматах.

ГТУ КНР осуществляет оценку соответствия импортируемых пищевых продуктов согласно соответствующим законодательным и административно-правовым нормам об инспекции импортируемых и экспортируемых товаров.

Оценка соответствия импортируемых пищевых продуктов включает: оценку и экспертизу системы управления безопасностью пищевых продуктов иностранных государств (регионов), экспортирующих пищевые продукты в КНР; регистрацию иностранных производственных предприятий; регистрацию и подтверждение соответствия импортеров и экспортеров; инспекцию и карантин ввозимых животных и растений; проверку сопровождаемых сертификатов соответствия; экспертизу документов; инспекцию на месте; надзор; выборочную проверку и другие меры.

⁶ Протоколы о фитосанитарных требованиях с рядом продукции (дополнительно страница по экспорту содержит информацию еще о двух Протоколах о фитосанитарных требованиях к [люцерне](#) и [растительному сырью для китайской медицины](#)); Протоколы о ветеринарно-санитарных требованиях, предъявляемых к животноводческой продукции. Одновременно с этим в начале мая 2025 г. Россельхознадзором проинформировал участников ВЭД об открытии рынка Китая для поставок манной крупы и ржаной муки. По состоянию на 20 мая в открытом доступе отсутствуют Протоколы, регламентирующие требования к данным видам продукции.

⁷ Для учета предприятий по производству пищевой продукции. С 1 января 2022 г. CIFER объединила большой перечень Реестров, став единственным источником зарубежных предприятий по производству пищевой продукции, одобренных к экспорту на территорию Китая.



Требования к маркировке и упаковке пищевой продукции

При осуществлении экспорта в КНР все участники ВЭД должны строго соблюдать регламентированные требования к маркировке продукции АПК. Упаковка, этикетки и маркировка таких импортируемых товаров должны соответствовать законодательным и административно-правовым нормам, и государственным стандартам КНР, касающимся безопасности пищевых продуктов.

Руководствуясь Законом «О безопасности пищевых продуктов» обязательной информацией, которая должна быть представлена в содержании маркировки продуктов является следующая информация:

- наименование пищевого продукта;
- ингредиенты пищевого продукта и их количество;
- пищевая ценность;
- масса нетто;
- наименование, адрес и контактная информация изготовителя и дистрибьютера;
- даты производства и срок годности;
- условия хранения;
- наименование пищевых добавок, используемых при производстве, которые одобрены законодательством КНР;
- номер лицензии на производство пищевых продуктов;
- дополнительная информация (для конкретных продуктов, детское питание или продукты, полученные с помощью методов биотехнологии).

В соответствии с Приказом Главного таможенного управления Китайской Народной Республики № 249 «Меры по обеспечению безопасности импортируемых и экспортируемых пищевых продуктов КНР»:

«Внутренняя и внешняя упаковка импортируемых свежих и замороженных мясных продуктов должна быть прочной и иметь четкие и разборчивые маркировки на китайском и английском языках или на китайском языке и языке государства (региона) – экспортера, содержащие следующее: страна (регион) происхождения, наименование продукта, регистрационный номер производственного предприятия, номер партии продукции; на внешней упаковке на китайском языке должны быть указаны спецификации, место происхождения (конкретный регион/провинция/город), место назначения, дата производства, срок годности, температура хранения и прочее содержание. Местом назначения должна быть Китайская Народная Республика. На упаковке также должен присутствовать официальный знак инспекции и карантина государства (региона) – экспортера».



Внутренняя и внешняя упаковка импортируемых **продуктов водного промысла** должна быть прочной и иметь четкие и разборчивые маркировки на китайском и английском языках или на китайском языке и языке государства (региона) – экспортера, содержащие следующее:

«Торговое и научное наименования, спецификации, дата производства, номер партии, срок годности и условия хранения, способ производства (морская рыбалка, пресноводная рыбалка, разведение), регион производства (акватория морской рыбалки, государство или регион пресноводной рыбалки, государство или регион, где расположено место разведения), наименования, регистрационные номера и адреса (конкретный регион/провинция/город) всех задействованных производственных и перерабатывающих предприятий (включая рыболовное судно, перерабатывающее судно, транспортное судно и независимый холодильный склад). Местом назначения должна быть КНР».

Маркировка **импортируемых пищевых продуктов оздоровительно-профилактического назначения и специализированных диетических пищевых продуктов** должна быть напечатана на упаковке, ввиду того что законодательством КНР запрещается стикетирование данных видов продукции.

Маркировка пищевых продуктов должна соответствовать государственным стандартам Китая. С целью отражения требований Китаем проводится непрерывная работа по разработке и актуализации НПА, которая включает в себя разработку национальных стандартов, в которых определены требования к маркировке:

- **GB 7718-2011** – «Общие принципы маркировки расфасованных пищевых продуктов»;
- **GB 13432-2013** – «Маркировка расфасованных пищевых продуктов для специального диетического применения»;
- **GB 28050-2011** – «Стандарт маркировки пищевой ценности расфасованных пищевых продуктов»;
- **GB 29924-2013** – «Общий стандарт на маркировку пищевых добавок».

Руководствуясь действующей в настоящее время версией национального стандарта GB 7718-2011, необходимо соблюдение следующих основных требований:

- Сведения в маркировке должны быть достоверными и точными. Маркировка не должна содержать информацию, вводящую потребителей в заблуждение. Также не допускается использовать шрифт разного размера или цвета, который вводит потребителей в заблуждение;
- Не допускается указание на то, что пищевой продукт обладает целебным действием или способностью предотвращать или лечить заболевания. Маркировка пищевого продукта, не имеющего оздоровительного действия, не должна указывать или предполагать, что продукт имеет особое оздоровительное действие;

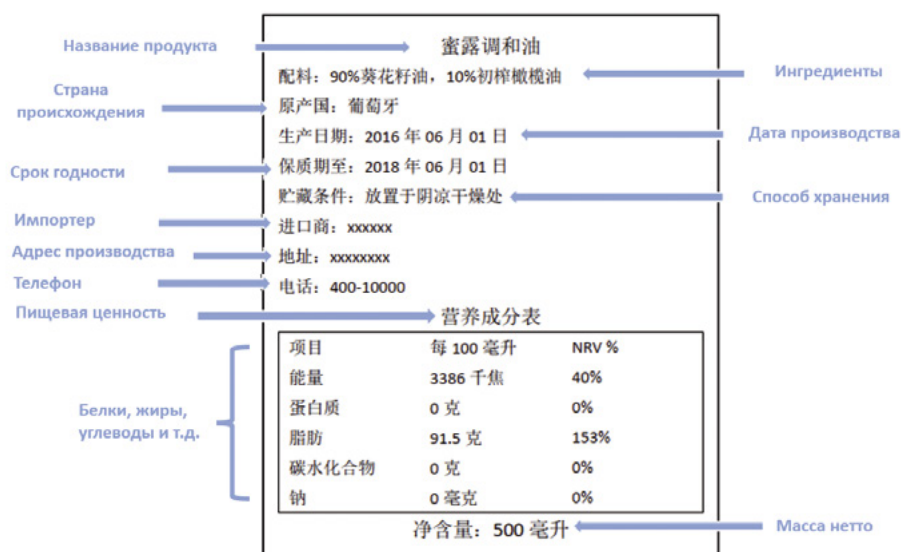


- Для нанесения информации на этикетку должны использоваться стандартные китайские иероглифы (за исключением торговой марки). Иероглифы, написанные в художественном стиле с декоративной целью, должны быть написаны правильно и быть легко узнаваемыми;
- На этикетку можно наносить информацию на иностранном языке, но при условии ее соответствия информации на китайском языке (за исключением торговой марки, наименования и адреса производителя импортируемой пищевой продукции, наименования и адреса иностранного дистрибьютора, адреса страницы сайта). Весь представленный текст на иностранном языке должны быть по размеру меньше соответствующих китайских иероглифов, используемых на этикетке;
- Размер текста, символов и цифр в обязательном содержании этикетки должен быть не менее 1,8 мм, если площадь наибольшей поверхности упаковки или контейнера расфасованной пищевой продукции составляет более 35 см²;
- Если в упаковке пищевой продукции содержится несколько более мелких отдельных упаковок различного ассортимента, которые можно продавать индивидуально, на каждой отдельной упаковке меньшего размера должна быть своя этикетка.

Основными требованиями стандарта **GB 28050-2011** являются:

- Этикетка питания фасованных продуктов должна быть написана на китайском языке. Если также используется иностранный язык, его содержание должно соответствовать содержанию на китайском языке. Иностранные буквы не должны быть больше, чем соответствующие китайские иероглифы;
- Пищевые компоненты продукта должны быть указаны в виде таблицы в клетках (за исключением исключительных случаев), которая может быть любого размера и должна быть перпендикулярна базовой линии упаковки;
- Содержание пищевого компонента должно быть указано в виде специального значения, которое может быть получено путем расчета с использованием данных о сырье или путем определения продукта.





Важно отметить, что в феврале 2024 г. Китаем было нотифицировано два уведомления⁸, и в дальнейшем два дополнения к ним⁹, в адрес ВТО, касающиеся публикации проекта пересмотренного национального стандарта **GB 7718-xxxx**. Данными нотификациями был опубликован лишь проект предполагаемого стандарта, финальная версия которого может отличаться ввиду того, что в настоящее время каждая страна-участница имеет право предоставить свои комментарии, которые в свою очередь могут быть учтены китайской стороной. После подачи уведомления так и произошло, в результате чего был открыт CONCERN (ID 835), в рамках которого представителями Евросоюза и Филиппин были представлены комментарии в отношении внесения предполагаемых изменений в стандарт.

27 марта 2025 г. Национальная комиссия по здравоохранению Китая (NHC) и Государственное управление по регулированию рынка (SAMR) совместно опубликовали Общие принципы маркировки расфасованных пищевых продуктов (GB 7718-2025). Этот стандарт является обязательным национальным стандартом безопасности пищевых продуктов, который устанавливает основные требования к маркировке отечественных и импортных расфасованных пищевых продуктов всех категорий. **Китай объявил о двухлетнем переходном периоде для введения стандарта в действие. Стандарт вступит в силу 16 марта 2027 г.** Одними из основных изменений являются:

- Возможность использования цифровой этикетки (QR-код) для маркировки продуктов питания (Для расширения форматов представления этикеток на пищевых продуктах, поддержки потребностей инновационного развития предприятий по производству продуктов питания, а также обеспечения удобства чтения потребителями этикеток на пищевых продуктах, в качестве дополнительной формы с соответствующими требованиями введена цифровая маркировка. Предприятия могут добровольно выбирать использование цифровой маркировки.);

⁷ G/SPS/N/CHN/1295, G/TBT/N/CHN/1827.

⁸ G/SPS/N/CHN/1295/Add.1, G/TBT/N/CHN/1827/Add.1.



- Обязательное требование по маркировке восьми основных аллергенов (зерновые и продукты, содержащие глютен; ракообразные; рыба и рыбные продукты; яйца и продукты их переработки; арахис и продукты их переработки; соя и продукты их переработки; молочные продукты (включая лактозу); орехи). Другие возможные аллергенные вещества, отличные от вышеупомянутых ингредиентов, могут быть добровольно маркированы предупреждающей информацией;
- Введение стандартизированных требований к заявлениям об отсутствии каких-либо ингредиентов, таких как «Свободный от», «Без добавлений» или «Не содержит»;
- Введение отдельной главы, регламентирующей требования к маркировке импортируемых продуктов питания.

Также NHC и SAMR выпустили Национальный стандарт безопасности пищевых продуктов для общих принципов маркировки пищевой ценности для предварительно упакованных пищевых продуктов (GB 28050-2025). Информация о пищевой ценности также является важной частью этикеток, которые регулируют факты о пищевой ценности и требования к маркировке в Китае. Для получения обновлений о продовольственных и сельскохозяйственных стандартах и правилах Китая. По аналогии со стандартом GB 7718-2025, **стандарт GB 28050-2025 имеет двухлетний переходный период и официально вступит в силу 16 марта 2027 г.**

Главными изменениями в новой версии стандарта являются:

- Расширение обязательной маркировки содержания питательных веществ, энергии, белка, жира, насыщенного жира (кислоты), углеводов, сахара и натрия, с целью содействия выбору потребителей более здоровой пищи;
- Требования по добавлению предостережения/предупреждения «детям и подросткам следует избегать чрезмерного потребления соли, масла и сахара», чтобы контролировать показатели избыточного веса и ожирения в молодом возрасте;
- Было представлено два новых формата этикеток для указания пищевой ценности;
- Изменение категорий предварительно упакованных продуктов, которые освобождены от обязательной маркировки о питательной ценности;
- Пересмотр референтных значений питательных веществ таких как биотин, холин, витамин D, цинк, йод, селен и медь.



Требования к упаковке продукции

В соответствии с Законом «О безопасности пищевых продуктов» под упаковочными материалами для пищевых продуктов подразумевается:

«Изделия из бумаги, бамбука, дерева, металла, фарфора, пластика, резины, натурального волокна, химического волокна или стекла, используемые для содержания пищевых продуктов или добавок, или покрытия, находящегося в непосредственном контакте с пищевыми продуктами или добавками».

Основными стандартами, распространяющие свое действие к упаковочным материалам являются:

- **GB 31603-2015** – Общие правила гигиены для материалов, контактирующих с пищевыми продуктами, и изделий из них;
- **GB 4806.1-2016** – Общие требования безопасности материалов и изделий, контактирующих с пищевыми продуктами;
- **GB 9685-2016** – Стандарты по использованию добавок в пищевой таре и упаковочным материалам;
- **GB 4806.5-2016** – Требование к стеклянной таре;
- **GB 4806.10-2016** – Покрытия, контактирующие с пищевыми продуктами;
- **GB 4806.11-2023** – Резиновые материалы, контактирующие с пищевыми продуктами.

Работа по борьбе с чрезмерной упаковкой

На протяжении нескольких лет китайская сторона подчеркивала необходимость решения проблемы чрезмерной упаковки. КНР выпустил несколько стандартов для регулирования чрезмерной упаковки. В настоящее время основные положения и требования в данной части содержатся в стандарте **GB 23350-2021 «Требования по ограничению чрезмерной упаковки продуктов питания и косметики»**. Согласно данному стандарту, под чрезмерной упаковкой понимается упаковка, которая превышает обычные функциональные требования, т.е. количество слоев упаковки, пространство (внутри) упаковки и стоимость упаковки превышает необходимый уровень.



Требование Китая по обязательной регистрации зарубежных предприятий по производству пищевой продукции в специализированной системе CIFER¹⁰

Контроль импортируемой сельскохозяйственной продукции в КНР осуществляет Главное Таможенное Управление Китая (ГТУ КНР).

Согласно Приказу ГТУ КНР от 12 апреля 2021 г. № 248 «Положения КНР об управлении регистрацией иностранных предприятий по производству импортируемых пищевых продуктов», все предприятия пищевой продукции должны пройти регистрацию в электронной системе регистрации иностранных предприятий для возможности ее экспорта в КНР.

Классификатор CIFER разделяет импортируемую пищевую продукцию на две группы. Первая группа включает в себя продукцию, производители которой обязаны запросить рекомендации у компетентного органа в стране-экспортере¹¹. Вторая группа включает в себя не вошедшую пищевую продукцию в первую категорию категории пищевой продукции, производителям которых не требуются рекомендации Россельхознадзора для регистрации в системе CIFER.

К первой категории продукции, производителям которых для регистрации в CIFER необходимы рекомендации Россельхознадзора относятся:

- мясо и мясная продукция;
- натуральные оболочки;
- продукция водного промысла;
- молочная продукция;
- ласточкино гнездо и продукция из ласточкиного гнезда (птичьи гнезда);
- продукция пчеловодства;
- яйца и яичная продукция;
- пищевые масла и масличные культуры;
- пищевые зерновые культуры;
- фаршированные мучные изделия;
- продукты мукомольной зерновой промышленности и солод;
- свежие или сушеные овощи и сушеные бобы;
- приправы;
- орехи, семена и сухофрукты;
- необжаренные кофейные зерна и какао-бобы;
- специальная диетическая продукция;
- функциональная продукция.

¹⁰ China Import Food Enterprise Registration – CIFER. Единственная официальная платформа КНР по регистрации зарубежных компаний по производству пищевой продукции.

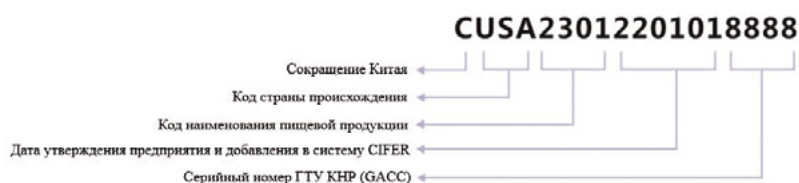
¹¹ Роль компетентного органа в Российской Федерации выполняет Россельхознадзор.



Производители продукции, которая не вошла в первую категорию стоит осуществить процедуру регистрации в системе CИFER самостоятельно либо посредством помощи контрагента на территории КНР.

Перечень всей пищевой продукции, для ввоза которой необходима регистрация представлен на сайте системы CИFER в разделе «Application for registration»¹². Необходимо отметить, что информацию по уточнению информации о том в какую группу входит продукция и необходимости рекомендации от компетентного органа принадлежности продукции можно также получить в специально разработанном [сервисе](#).

По результатам успешной регистрации предприятию присваивается номер, который отражает информацию о стране происхождения, категорию пищевой продукции, дату утверждения предприятия. Данный регистрационный номер GACC должен быть представлен на маркировке продукта, экспортируемого на территорию КНР. В случае отсутствия номера на этикетке импортируемых продуктов питания, продукция не сможет пройти процедуру таможенной очистки при ввозе в КНР.



Выше представленный разбор присвоенного номера в CИFER осуществлялся на примере номера предприятия из США. Российский номер предприятия, зарегистрированный в CИFER, будет иметь код обозначения страны RUS.

Регистрационный номер CИFER действителен только для конкретной категории продукции, которая была зарегистрирована. Следовательно, количество регистрационных номеров одного предприятия напрямую зависит от количества видов, производимой им продукции.

Возможна ситуация, когда на предприятии производится как подконтрольная продукция (для регистрации которой необходимо участие компетентного органа страны-импортера), так и продукция, которая может быть зарегистрирована предприятием самостоятельно. В данной ситуации ГТУ КНР рекомендует для начала осуществить регистрацию подконтрольной продукции, а затем уже дополнительно зарегистрировать оставшуюся продукцию самостоятельно.

В случае если производитель осуществляет производство пищевой продукции на нескольких предприятиях, то под регистрацию подпадает только последний производственный объект в производственной цепи. Например, склады с регулируемой температурой, которые осуществляют обработку пищевой продукции и работают как отдельная производственная единица, обязаны быть зарегистрированными. В то же время, склады с температурой окружающей среды не обязаны регистрироваться.

¹² Обращаем внимание, что данный перечень доступен только после регистрации в системе.



Для регистрации и авторизации в системе предприятиям-экспортерам пищевой продукции рекомендовано использовать детализированное «Руководство по регистрации в системе CIFER для предприятий, импортирующих пищевую продукцию в КНР» (The Operation Manual of China Import Food Enterprise Registration), опубликованное на сайте Россельхознадзора. Отмечаем, что некоторые скриншоты и страницы сложно читаемы, в связи с чем параллельно можно использовать английскую версию данной инструкции, которая доступна по ссылке.

В октябре 2025 г. Главным таможенным управлением Китая (ГТУ КНР) опубликован **Приказ № 280**, который вводит новые правила регистрации зарубежных производителей пищевой продукции. Данный документ официально заменяет действующий Приказ № 248 и вступает в юридическую силу с 1 июня 2026 г. Для уточнения положений нового Приказа, 18 марта 2026 г. ГТУ КНР опубликовало **Уведомление № 27**, касающийся реализации «Положения Китайской Народной Республики об управлении регистрацией зарубежных производителей импортируемых продуктов питания». В Уведомлении закреплён перечень категорий продукции, требующих официальной рекомендации компетентного органа страны-экспортера для регистрации в системе CIFER. Также документом определены группы товаров, в отношении которых не применяется механизм автоматического продления регистрации, и установлены обновлённые требования к процедурам пролонгации и отчетности производителей».

Главными положениями Объявления ГТУ КНР 27 являются:

1. Формирование финального перечня продукции, подлежащего регистрации посредством рекомендации со стороны компетентного органа

Согласно статье 6 Приказа ГТУ КНР № 280, в перечень импортируемых продуктов питания, требующих официальной рекомендации для регистрации, входят:

- мясо и мясные продукты;
- натуральные оболочки;
- ласточкины гнёзда и продукты из ласточкиных гнёзд;
- продукты пчеловодства;
- яйца и яичные продукты;
- пищевые жиры и масла;
- фаршированные макаронные изделия;
- пищевые зерновые культуры;
- продукты из измельченного зерна и солода;
- сушеные овощи;
- сухие приправы;
- орехи и семена;
- сухофрукты;



- продукты для специального диетического питания;
- пищевые продукты оздоровительно-профилактического назначения;
- молочные продукты;
- морепродукты.

Руководствуясь **интерпретацией** объявления ГТУ КНР № 27 установлено, что количество категорий продуктов питания, требующих официальной рекомендации и регистрации, сокращено с 18 до 17. Исключена категория «необжаренные кофейные зерна и какао-бобы», а также сокращено количество категорий, таких как масла, зерновые, свежие овощи, сушеные бобы и приправы.

На основании публикации объявления ГТУ КНР № 27 стало очевидно, что по факту проведенной работы и полученных комментариев со стороны стран-участниц от ВТО к нотификациям G/SPS/N/CHN/1324 и G/TBT/N/CHN/1964, опубликованный список с данными нотификациями не стал окончательным.

2. Установление видов продукции, в отношении которых не действует механизм по автоматической пролонгации действия регистрации

В соответствии со статьей 21 Приказа ГТУ КНР 280 было установлено положение по автоматическому пролонгированию действия лицензии. Однако данной статьей не был определен перечень продукции, в отношении которой данный механизм не будет применяться. По факту публикации Объявления ГТУ КНР 27 к данному перечню относятся: мясо и мясные продукты; ласточкины гнезда и продукты из ласточкиных гнезд. Данное объявление, основанное на оценке рисков и в последствии этот список будет динамически корректироваться.

3. Включения требования по регистрации холодильных складов по хранению продукции животного происхождения и морепродуктов

В статье 30 Регламента о регистрации внесены уточнения. В связи с высокими рисками, связанными с низкотемпературной транспортировкой продуктов питания животного происхождения и морепродуктов, полученных от наземных животных, и в соответствии с международной практикой и действующими нормативными актами, в сферу регистрации теперь включены холодильные склады для хранения продуктов питания животного происхождения и морепродуктов, полученных от наземных животных.



4. Регламентированы инструкции и требования по декларированию импортируемой продукции

Заполнение информации

Для импортируемых на китайский рынок пищевых продуктов, предназначенных для потребления человеком или в качестве сырья для пищевой промышленности, в графе «Сертификат регистрации зарубежного производителя импортируемых пищевых продуктов» (код категории лицензии «519») в разделе «Квалификация продукции» таможенной декларации необходимо корректно указать регистрационный номер зарубежного производителя в Китае, соответствующий «стране (региону) происхождения» импортируемого пищевого продукта; а в графе «Назначение» в разделе «Товарная декларация» таможенной декларации необходимо корректно указать «для потребления».

Таможня не примет декларации в случае, если они были заполнены без соблюдения требований. Таможня проведет расследование и примет меры в отношении любой ложной информации, предоставленной для получения таможенных документов, в соответствии с законом.

Требования к декларированию

Для зарубежных предприятий пищевой промышленности, требующих официальной регистрации, на импорт может быть декларирована продукция, произведенная в течение срока действия регистрации (включая продукты питания, произведенные в течение срока действия регистрации и в течение срока годности предприятий, срок действия регистрации которых истек и не был продлен); для зарубежных предприятий пищевой промышленности, подающих заявку на регистрацию самостоятельно, регистрация предприятия должна быть в течение срока действия на момент подачи импортной декларации; для зарубежных предприятий пищевой промышленности, деятельность которых была приостановлена, снята с регистрации или аннулирована, продукты питания, отгруженные до приостановления, снятия с регистрации или аннулирования регистрации, не затрагиваются в импортной декларации. Если Главное таможенное управление предъявляет особые требования, эти требования должны соблюдаться.

5. Обработка регистрационных данных и каналы запроса информации

Для упрощения реализации регистрации, оптимизации процесса подачи заявок на регистрацию предприятий и повышения эффективности административной работы, зарубежные предприятия пищевой промышленности, импортирующие продукты питания в Китай, могут использовать «Систему управления регистрацией зарубежных предприятий пищевой промышленности» (далее именуемую «Система регистрации») Главного таможенного управления для получения информации и обработки различных административных вопросов, включая заявки, изменения, продления, приостановления и возобновления регистрации. URL-адрес доступа к **Системе регистрации**. Главное таможенное управление рекомендует всем соответствующим предприятиям проявлять бдительность при проверке подлинности веб-сайта, чтобы избежать входа на мошеннические сайты и предотвратить потенциальные финансовые или операционные потери.



6. Дополнительные примечания

- Каталог импортируемых основных пищевых сельскохозяйственных продуктов, требующих регистрации зарубежными предприятиями, а также связанные с этим требования к импортным декларациям и методы запроса информации, будут внедрены в соответствии с [Постановлением Главного таможенного управления № 219 от 2025 г.](#)
- Главное таможенное управление не взимает никаких сборов за регистрацию зарубежных производителей импортируемых продуктов питания или основных пищевых сельскохозяйственных продуктов.

Требования при ввозе растениеводческой продукции на территорию КНР

Основной [Закон «О карантине животных и растений при ввозе и вывозе»](#) и его [подзаконные акты](#) регулируют вопросы в области применения в т.ч. и фитосанитарных мер к растениеводческой продукции. В КНР также принят [«Каталог импортных и экспортных товаров, подлежащих инспекции и карантину»](#).

В данном каталоге перечислены все импортные и экспортные товары, подлежащие обязательной проверке при въезде и выезде карантинными органами КНР. Продукция растительного происхождения также включена в данный каталог. Дополнительно с целью осуществления экспорта необходимо руководствоваться [Списком](#) карантинно-вредных организмов для растений в КНР.

Рассмотрение приведенных выше базовых требований будут актуальны для российских компаний-экспортеров при организации поставок растениеводческой продукции в КНР, по которой еще не имеется подписанных протоколов регламентирующих отдельные условия поставок.

Отдельно необходимо отметить, что согласно [Закону «О карантине при ввозе и вывозе животных и растений»](#) продукция растительного происхождения [определяется](#) как не переработанная или переработанная продукция, которая может быть источником распространения болезней, насекомых вредителей или опасных организмов, к которым относятся и растительные масла. Это означает, что для такой продукции как растительные масла потребуется процедура [оформления](#) фитосанитарного сертификата.

При экспорте растениеводческой продукции, поставки которой регламентированы [Протоколами по фитосанитарным требованиям](#) (см. раздел по доступу на рынок), прежде всего, необходимо руководствоваться изложенными в них положениями. Также для возможности поставок такой продукции хозяйствующим субъектам необходимо пройти аттестацию со стороны Россельхознадзора и ГТУ КНР для включения в [регистрационный список](#).



Информация по хозяйствующим субъектам, подлежавшим аттестации со стороны Россельхознадзора и ГТУ КНР

Наименование продукции	Виды деятельности, подлежащие аттестации
Кукуруза, соя, рапс, рис	Экспортеры, хранители
Пшеница яровая, ячмень яровой, овес, гречиха, семена льна и подсолнечника, пшено, горох, маш, пшеничные отруби на кормовые цели	Производители, переработчики, хранители
Соевый, рапсовый, подсолнечный шрот и жмых, свекловичный жом	Производители

Организация хозяйствующими субъектами поставок согласованного перечня продукции растительного происхождения в КНР, не включенными в вышеупомянутые реестры – невозможна. Нарушение данных требований может привести к отказу в выдаче обязательных сопроводительных документов не только в области фитосанитарной безопасности, но и в части таможенного оформления.

Процедура включения компаний в перечень производителей, переработчиков, экспортеров, зарегистрированных для осуществления экспорта, приведенного выше перечня продукции в КНР, состоит из следующих этапов:

1. Подача заявки

Хозяйствующий субъект, заинтересованный в экспорте зерновой продукции, подает заявку в адрес Россельхознадзора для включения его в соответствующий перечень.

Заявки на включение в реестры зарегистрированных хозяйствующих субъектов подаются посредством использования ИС «Цербер» Россельхознадзора. Инструкция по регистрации и работе в данной системе опубликована в справочной системе Россельхознадзора.

2. Рассмотрение заявки

Россельхознадзором проводится рассмотрение поданной заявки. По результатам рассмотрения заявки принимается решение о проведении выездной проверки предприятия, которое представляет из себя проведение комиссионного обследования хозяйствующего субъекта.

После проведения обследования предприятия и прикрепления акта обследования, заявка направляется на согласование в центральный аппарат Россельхознадзора.



3. После проведения проверки и положительного решения по заявке Россельхознадзор направляет свою рекомендацию в адрес ГТУ КНР.
4. После получения рекомендации Россельхознадзора, ГТУ КНР должен рассмотреть поступившую информацию и принять решение.
5. В случае, если предприятие удовлетворяет требованиям, оно будет зарегистрировано и внесено в определенные по видам продукции перечни, публикуемые в соответствующем разделе на сайте Россельхознадзора, а также соответствующем разделе ГТУ КНР. В случае, если предприятие удовлетворяет установленным требованиям, оно получает регистрационный номер и вносится в официальный реестр ГТУ КНР. Актуальный статус регистрации и перечень авторизованных предприятий доступны для проверки в информационной системе CIFER в специальном разделе ГТУ КНР.

Дополнительная информация

Согласно достигнутым Россельхознадзором и ГТУ КНР договоренностям, российской стороне необходимо организовать проведение мониторинга вредных организмов, имеющих карантинное значение для КНР, в местах их производства, хранения и переработки. Также в таких местах необходимо проводить комплексные защитные мероприятия, которые должны быть направлены на борьбу с карантинными для КНР объектами.

Согласно опубликованной Россельхознадзором информации, процедура мониторинга и профилактические защитные мероприятия могут включать в себя:

- до посева, проведение фитосанитарной экспертизы семян;
- до начала уборки урожая проведение фитосанитарного обследования посевов;
- проведение фитосанитарного обследования зернохранилищ и проверка возможности обеспечения раздельного хранения зерновой продукции, предназначенной для отправки в КНР;
- до уборки урожая проведение карантинного фитосанитарного обеззараживания зернохранилищ.

После выполнения вышеуказанных требований перед отправкой зерновой продукции в КНР необходимо провести:

- предварительную фитосанитарную экспертизу хранящейся зерновой продукции на возможность ее поставки в КНР;
- окончательную фитосанитарную экспертизу конкретных партий зерновой продукции, подготовленных для отправки в КНР.



Кроме этого, по продукции, имеющей статус доступа к поставкам к КНР, необходимо провести лабораторные исследования на содержание генетически модифицированных организмов с целью подтверждения их отсутствия.

Дополнительно, законодательством КНР предусмотрено проведение подтверждения соответствия отгружаемой партии продукции требованиям, установленным к безопасности и качеству, что потребует организации инспекции по отношению к данной партии. Проведение такой инспекции в обязательном порядке подразумевает выезд представителей аккредитованной организации на место размещения продукции с целью отбора проб для проведения лабораторных исследований, а также предоставления пакета документов на партию, предназначенной к отгрузке для ее рассмотрения и анализа.

Более подробную информацию по данному вопросу хозяйствующие субъекты могут уточнить в **территориальных управлениях** Россельхознадзора или подведомственных ему **Учреждениях**.

Доступ на рынок Китайской Народной Республики

На данный момент РФ имеет доступ на рынок КНР по следующей продукции АПК:

Животноводческая продукция:

- говядина и субпродукты¹³;
- мясо и субпродукты домашней птицы (**включая мясо и субпродукты индейки и утки**);
- рыба, рыбная продукция и морепродукты, включая живую рыбу¹⁴;
- молоко и молочные продукты¹⁵;
- мясо и субпродукты свиней¹⁶;
- корма для непродуктивных животных¹⁷;
- мытая овечья шерсть и козий пух¹⁸;

¹³ Перечень продукции, одобренной для экспорта представлен на 14 странице **Протокола**

¹⁴ Включая крабов Lithodes и моллюсков Anadara, Mercenaria, Panopea, Spisula, Zirfaea. С 21 августа 2024 г. стали возможны поставки 18 видов живых гидробионтов на рынок Китая.

¹⁵ Коды ТН ВЭД: 040110, 040120, 040140, 040150, 040210, 040221, 040229, 040291, 040299, 040310, 040390, 040410, 040490, 040510, 040520, 040590, 040610, 040630, 040640, 040690, 210500, 350110, 350220. Данный перечень представлен в Приложении подписанного **Протокола**.

¹⁶ Перечень продукции, одобренной для экспорта представлен в Приложении 2 на 36 странице подписанного **Протокола**.

¹⁷ 19 декабря 2023 г. между Федеральной службой по ветеринарному и фитосанитарному надзору Российской Федерации и Главным таможенным управлением Китайской Народной Республики был подписан **Протокол** о ветеринарных и санитарных требованиях к кормам для непродуктивных животных, экспортируемым из Российской Федерации в Китайскую Народную Республику, **следующим этапом следует согласование ветеринарного сертификата**.

¹⁸ В соответствии с Указанием РСХН **ФС-КС-7/3105 от 17.02.2025 г.** российские экспортеры, включенные в Реестр экспортеров ИС «Цербер» по стране Китай, могут начинать поставки мытой овечьей шерсти и козьего пуха в сопровождении указанного сертификата с 01.03.2025.



- живые северные олени¹⁹;
- сушеные панты оленей²⁰.

Растениеводческая продукция:

- пшеница (яровая);
- соевые бобы;
- ячмень (яровой);
- кукуруза;
- рис;
- рапс;
- гречиха и гречневая крупа;
- овес и овсяные хлопья;
- семена подсолнечника;
- семена льна;
- шрота и жмыхи соевые, рапсовые и подсолнечные;
- свекловичный жом (в корм для животных);
- масла растительные;
- люцерна (тюки или гранулы);
- горох;
- пшено;
- лекарственное растительное сырье для китайской медицины²¹;
- топинамбур (корнеплоды топинамбура свежие или сушеные, слайсы);
- фуражное зерно для кормления животных;
- манная крупа;
- ржаная мука;
- пшеничные отруби;
- маш (бобы-мунг).

На постоянной основе компетентными органами России проводится работа по расширению перечня предприятий для осуществления экспорта продукции АПК, а также по получению права экспорта новых видов сельскохозяйственной продукции.

¹⁹ Протокол о карантинных и санитарных требованиях к северным оленям, экспортируемым из Российской Федерации в КНР размещен на сайте Россельхознадзора. В настоящее время не согласована форма ветеринарного для экспорта на территорию Китая.

²⁰ Протокол о карантинных и ветеринарно-санитарных требованиях к сушеным пантам оленя, предназначенным для применения в медицинских целях и экспортируемым из Российской Федерации в КНР размещен на сайте Россельхознадзора. Согласованная форма ветеринарного сертификата опубликована 20 января 2026 г. Требования данного протокола распространяются на панты, полученные от следующих видов оленей: *Cervus nippon Temminck* (Пятнистый олень) и *Cervus elaphus Linnaeus* (Благородный олень). Настоящие требования могут быть скорректированы соответствующим образом на основе обновлений «Фармакопеи Китайской Народной Республики».

²¹ Сухой корень Сапожниковии растопыренной *Saposhnikovia divaricata* (Turcz.) Schischk; Сухая кора с корня Ясеня мохнатоплодного *Dictamnus dasycarpus* Turcz; Сухой корень Астрагала монгольского *Astragalus membranaceus* (Fisch.) Bge. var. *mongholicus* (Bge.) Hsiao или Астрагала перепончатого *Astragalus membranaceus* (Fisch.) Bge; Сухой корень Ширококолокольчика крупноцветкового *Platycodon grandiflorum* (Jacq.) A.DC; Сухой зрелый плод Лимонника китайского *Schisandra chinensis* (Turcz.) Baill; Сухое корневище Атрактилодеса ланцетовидного *Atractylodes lancea* (Thunb.) DC. или Атрактилодеса китайского *Atractylodes chinensis* (DC.) Koidz; Сухой корень или корневище Родиолы городчатой *Rhodiola crenulata* (Hook. f. et Thoms.) H. Ohba.



Барьеры входа на рынок

Тарифы и иные сборы

В отношении Российской Федерации КНР применяет РНБ. Импортные пошлины КНР по ключевым товарам, импортируемым из России, варьируются. Уточнить ставки импортных пошлин можно на специальном [портале](#) Главного таможенного управления (ГТУ КНР).

Таможенные пошлины, применяемые КНР по ключевым товарным позициям, импортируемым из России

Код ТН ВЭД	Товарная позиция	Ставка пошлины, %
0303	Рыба мороженная	5-12*
1514	Рапсовое масло	9
0306	Ракообразные	5-14*
1512	Масло подсолнечное, сафлоровое или хлопковое и их фракции	9-10
1204	Семена льна	9*
0713	Горох	0-5
1201	Соевые бобы	0-3
0207	Мясо птицы (кроме индейки)	10-20
2306	Жмых и шрот из семян рапса	0*
1003 90	Ячмень	3

Источник: ГТУ КНР.

Примечание: *ставка снижена в отношении некоторых позиций на период с 1 января по 31 декабря 2026 г.

С 1 января по 31 декабря 2026 г. Тарифная комиссия Госсовета КНР [установила](#) временные сниженные ставки импортных пошлин на ограниченный перечень товаров. Данные пошлины применяются на РНБ для всех государств-членов ВТО, в т. ч. для России, а подписания отдельного преференциального соглашения с КНР для целей их применения не требуется. В перечень попали и некоторые товары, обладающие потенциалом увеличения поставок со стороны России: рыбная продукция, семена льна, корма для непродуктивных животных, солодовый экстракт и пр.

Квоты и ограничения

В КНР действует система государственного квотирования. Тарифное квотирование применяется в отношении импорта следующих видов сельскохозяйственных товаров:

- злаки (пшеница, кукуруза и рис);
- крупа и мука из вышеуказанных злаков;
- тростниковый и свекловичный сахар.



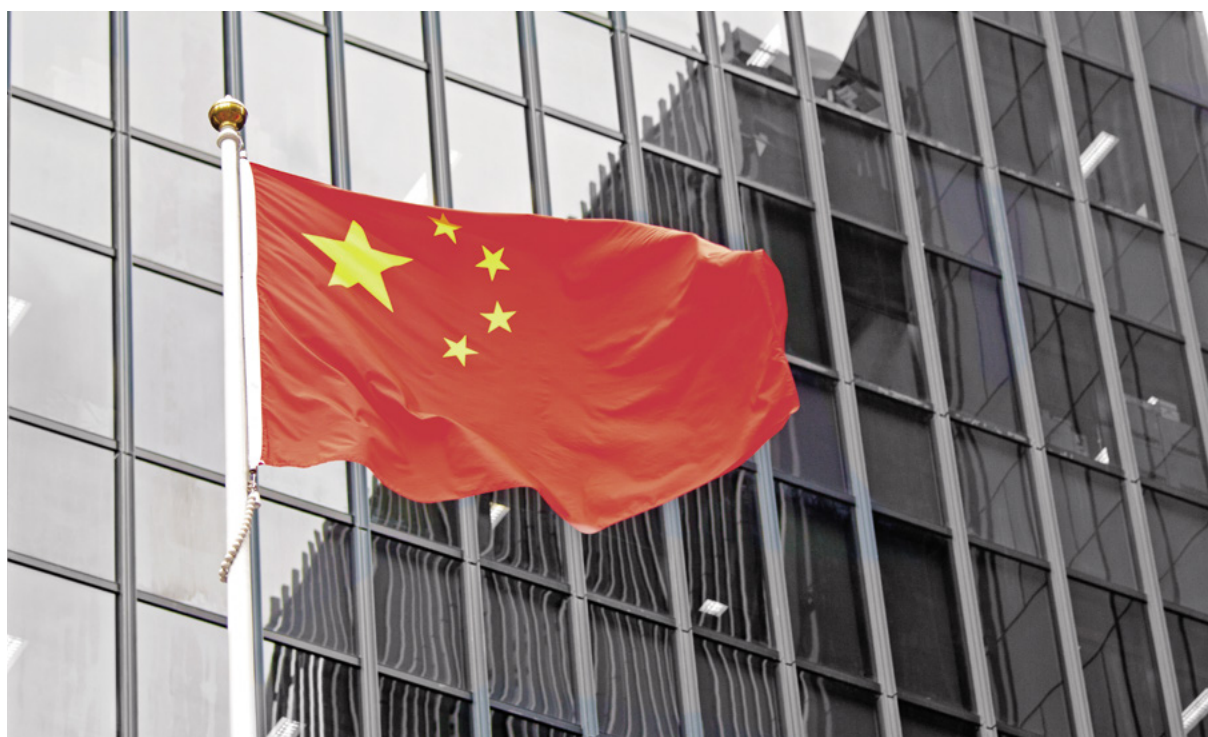
Все товары, ввозимые в рамках тарифных квот в КНР, подлежат лицензированию. Лицензию должен получить импортер продукции.

Отдельно стоит отметить, что импорт товаров сверх квот подпадает под действие **автоматической системы лицензирования импорта**, которую правительство также использует для мониторинга импорта других массовых товаров (например, пальмового масла, соевых бобов, мяса). Эта система требует от импортеров подачи заявления и получения предварительного одобрения до осуществления импорта. Сроки выдачи автоматических лицензий могут меняться.

Длительный процесс аттестации и регистрации экспортеров в электронной системе КНР

У российских участников ВЭД имеются сложности со сроками присвоения экспортерам и их продукции специальных номеров в системе CIFER ГТУ ГНР, которые должны быть нанесены на упаковку и в сопровождении которых продукция должна поступать на рынок.

Длительность процесса регистрации связана с тем, что китайская сторона отводит продолжительное время на рассмотрение поступающих от Россельхознадзора заявок. При этом предприятия-экспортеры, осуществляющие самостоятельную регистрацию, также обращают внимание на длительные сроки рассмотрения их заявок уже непосредственно в ИС ГТУ ГНР CIFER. Некоторые предприятия по производству животноводческой продукции годами не могут пройти процедуру регистрации до финального завершения.



Регионализация территории России по сельскохозяйственным культурам

Согласно подписанным **Протоколам**, отгрузки разрешенных к экспорту в КНР сельскохозяйственных культур возможны только с соблюдением следующих условий по регионализации территории России:

Регионализация территории Российской Федерации для поставок растениеводческой продукции

Культура	Открытые регионы доступа
Пшеница (яровая)*	Без ограничений с 04.02.2022
Ячмень (яровой)*	Без ограничений с 04.02.2022
Кукуруза* и рис*	Без ограничений с 19.12.2023
Рапс*	Сибирский и Дальневосточный Федеральные округа
Соя*	Без ограничений
Гречиха** и крупа гречневая**	Без ограничений
Овес** и овсяные хлопья**	Без ограничений
Семена подсолнечника**	Без ограничений
Семена льна**	Без ограничений
Шрота и жмыхи: соевый, рапсовый, подсолнечный	Без ограничений
Свекловичный жом	Без ограничений
Люцерна	Без ограничений
Горох	Без ограничений
Пшено	Без ограничений
Лекарственное растительное сырье	Без ограничений

* Исключительно для переработки

** Для употребления в пищу и/или переработки, но не для семенных целей



Ограничения на поставки исключительно яровой формы пшеницы и ячменя

В соответствии с подписанными российской и китайской стороной Протоколами о фитосанитарных требованиях к пшенице и ячменю, экспортируемым из РФ в КНР, к поставкам разрешены исключительно зерно яровой формы пшеницы и яровой формы ячменя, выращенные на территории субъектов России в зонах, свободных от карликовой головки пшеницы *Tilletia controversa* J. G. Kuhn и предназначенные исключительно для переработки.

По имеющейся информации, китайская сторона связывает данное требование с тем, что яровые формы злаковых менее подвержены поражению возбудителем карликовой головки пшеницы, чем озимые культуры.

Действующий запрет Китая на импорт мяса мелкого рогатого скота и субпродуктов из России

С 2019 г. поставки мелкого рогатого скота в Китай запрещены ввиду вспышек ящура и оспы. Несмотря на то, что Россельхознадзор в 2024 г.²² предоставил все доказательства безопасности продукции и отсутствия болезней в РФ, официальный запрет на апрель 2026 г. все еще остается в силе.

В настоящее время стороны ведут технические консультации по «регионализации»: Китай рассматривает возможность разрешить ввоз мяса из конкретных благополучных регионов России.

Категорийность импортируемой российской птицеводческой продукции в Китай

С 2020 г. Китай запрещает ввоз куриных лап категории С (с гематомами, черными пятнами или желтой кожей), считая их непищевым продуктом. Россельхознадзор в 2023 г. дополнительно закрепил эти требования: попытка поставки брака ведет к немедленному аннулированию экспортной лицензии предприятия властями КНР.

На апрель 2026 г. ситуация остается неизменной. Контроль качества теперь автоматизирован через систему «Цербер». Потеря права на экспорт из-за категории С является главным риском, так как восстановление лицензии занимает около 1 года.

²² В рамках 12-го заседания Российско-Китайской постоянной рабочей группы по сотрудничеству в области ветеринарного надзора.



Требования при экспорте подсолнечного шрота в Китай

По имеющейся информации, регулярные поставки подсолнечного шрота железнодорожным транспортом напрямую в Китай на текущий момент не происходят. Однако в отрасли есть прецедент: согласно данным Масложирового союза России и АО «РЖД Логистика», в рамках сервиса «Агроэкспресс» был отправлен первый полносоставный поезд из 82 контейнеров с рапсовым маслом во флекситанках. Маршрут прошел из Новосибирска в Чунцин через сухопутный переход Забайкальск – Маньчжурия без расформирования состава, что позволило сократить сроки доставки с двух месяцев до 15 суток.

Успешная отработка этой логистической схемы дает основания полагать, что в ближайшей перспективе в рамках программы «Агроэкспресс» могут быть реализованы и прямые поставки подсолнечного шрота, что позволит экспортерам значительно снизить транспортные расходы.

Запрет на стикетирование пищевой продукции оздоровительно-профилактического и специализированного диетического назначения

Китайской Народной Республикой 14 апреля 2021 г. был опубликован Приказ Главного таможенного управления Китайской Народной Республики № 249 «**Меры по обеспечению безопасности импортируемых и экспортируемых пищевых продуктов КНР**».

В соответствии со статьей 79 данного Приказа настоящие меры вступили в силу с 1 января 2022 г.

Необходимо отметить, что статьей 30 регламентированы требования к упаковке и маркировке импортируемых пищевых продуктов, которые должны соответствовать всем разработанным законодательным и административно-правовым нормам и государственным стандартам Китая, касающимся безопасности пищевых продуктов.

«Маркировка импортируемых пищевых продуктов оздоровительно-профилактического назначения и специализированных диетических пищевых продуктов должна быть напечатана на упаковке, ввиду того что законодательством КНР запрещается стикетирование данных видов продукции».



Особенности ведения бизнеса в стране

Культурологические особенности

Китай известен самобытной деловой культурой, которая обусловлена уникальными национальными традициями и базируется на пяти основных принципах:

- **Гуаньси** (guanxi) – «хорошие отношения»: основа любых отношений, в том числе деловых. Подразумевает выстраивание длительного и гармоничного взаимодействия с партнерами. «Холодные» звонки от неизвестных людей в стране имеют минимальные шансы на успех. Без рекомендаций потребуется много времени, чтобы добиться доверия и уважения китайских деловых партнеров.
- **Мяньцзы** (mianzi) – «лицо»: важнейшая концепция для ведения бизнеса в Китае. Для китайских партнеров важно в любой ситуации «сохранять лицо», то есть достойно выглядеть в глазах других людей.
- **Кэци** (keqi) – «вежливость»: сочетание сдержанности, учтивости и взвешенного подхода к ведению бизнеса. Излишняя напористость может вызвать негативную реакцию китайских партнеров.
- **Конфуцианство** – философия, составляющая основу китайского общества. Социальное взаимодействие строится на доверии и верности.
- **Нетворкинг** – холодные звонки от неизвестных людей имеют минимальные шансы на успех. Без рекомендаций и представлений потребуется много времени, чтобы добиться доверия и уважения китайских деловых партнеров.

В деловой среде строго соблюдается принцип иерархичности. Место человека в иерархии определяется его возрастом, социальным статусом и профессиональным положением.

Важную роль в мировосприятии жителей Китая играет язык (и, соответственно, различные созвучия) и нумерология. Например, число 4 в китайском созвучно слову «смерть», и потому использовать его (например, в названии бренда) рекомендуется с осторожностью, в то время как число 8, напротив, символизирует бесконечность и долголетие, в связи с чем особенно любимо китайцами. Аналогично, например, слово «рыба» созвучно слову «избыток», в связи с чем рыба, как символ богатства, является одним из главных блюд на китайский Новый год.



Планирование и проведение встречи

Договариваться о встрече следует заранее – за 2-3 месяца. Перед прибытием в Китай рекомендуется направить потенциальным партнерам ознакомительные материалы на китайском языке с информацией о вашей компании, ее истории, продуктах и услугах, а также предварительно согласовать состава участников и цели встречи.

Китайские контрагенты ценят пунктуальность и, как правило, прибывают на встречи вовремя. В случае наличия вероятности опоздания рекомендуется позвонить и предупредить их об этом, обязательно извинившись за задержку.

Китайские партнеры ценят структурированность и ясность, однако сами переговоры могут протекать медленно и включать несколько этапов согласования. Вести переговоры могут только старшие по положению участники. Решения редко принимаются сразу, поскольку часто требуют одобрения на разных уровнях управления. Важно проявлять терпение и избегать давления, так как это может быть воспринято негативно.

Китайцы предпочитают строить деловые отношения через проверенного посредника, чтобы удостовериться в надежности вашей компании. Посредник, по сути, выступает в качестве гаранта сделки и вашего поручителя. Через него также нередко задаются уточняющие вопросы или согласовываются детали сделки.

Стиль одежды

Деловым встречам соответствует формальный, сдержанный дресс-код. Предпочтение отдается классическим деловым костюмам нейтральных цветов, аккуратности и умеренности в деталях. Даже в условиях взаимодействия с представителями более неформальных деловых культур китайская сторона, как правило, придерживается традиционных стандартов, ожидая аналогичного подхода от партнеров. Также важно учитывать местную специфику как в части погоды, так и в плане цветовой гаммы. Например, белый цвет в Китае традиционно считается символом траура и скорби.

Этикет приветствия

Встречаясь с группой людей, следует поприветствовать каждого персонально мягким, но продолжительным рукопожатием обеими руками. Легкий кивок при этом также уместен. При рукопожатии принято смотреть вниз и избегать слишком близкой дистанции с собеседником, особенно противоположного пола. Первым приветствуют самого старшего в иерархии. К должностям и титулам важно относиться с особым почтением. При обращении к китайскому деловому партнеру рекомендуется называть его профессиональное звание/должность и фамилию. Если человек не имеет звания либо эти сведения неизвестны, рекомендуется использовать универсальное уважительное обращение «господин/госпожа» (xiānsheng).



Визитные карточки

Визитные карточки являются важным элементом делового взаимодействия. Их обмен происходит в начале знакомства и сопровождается определенным ритуалом. Карточка передается двумя руками китайской стороной вверх, держа за края большим и указательным пальцами. Приняв визитку также двумя руками, ее рекомендуется внимательно изучить, демонстрируя уважение к партнеру, и аккуратно убрать в визитницу. Желательно, чтобы одна сторона визитной карточки была выполнена на китайском языке, что существенно повышает ее практическую ценность и воспринимается как знак серьезного отношения к сотрудничеству. При работе в стране рекомендуется носить с собой достаточное количество визиток, а также визитницу для карточек потенциальных контрагентов.

Деловое общение

Деловое общение с международными партнерами в Китае отличается высокой степенью дипломатичности и непрямой линией. Китайские представители стремятся избегать прямого отказа или открытой критики, предпочитая более мягкие формулировки, позволяющие сохранить лицо всех участников переговоров. Иностранцам важно учитывать эту особенность и внимательно интерпретировать высказывания, поскольку согласие, выраженное формально, не всегда означает окончательное принятие условий.

Каждый сотрудник китайской компании занимает определенное место и выполняет четко обозначенные функции, играя конкретную роль в команде. Процедуры принятия решений прописаны очень строго. Гендерная асимметрия в Китае отсутствует – признается профессиональное равенство мужчин и женщин. Отношение к женщине обычно зависит от ее положения в иерархии.

Общепринятый язык делового общения с иностранцами в Китае – английский. Но в большинстве случаев стороны прибегают к услугам переводчика. Ведение переговоров на китайском языке произведет благоприятное впечатление на партнеров.

Основным инструментом деловой коммуникации для китайских партнеров является местный мессенджер WeChat, имеющий встроенную функцию перевода. При первой встрече контрагенты, как правило, просят отсканировать QR-код для установления постоянного контакта. Приложение также можно использовать как способ оплаты.



Подарки

Практика обмена подарками в Китае существует, однако требует особой осторожности. Прежде чем принять подарок, традиционно полагается несколько раз формально от него отказаться. Подарки должны носить символический характер и не противоречить антикоррупционным нормам, действующим в Китае. Уместными считаются предметы, отражающие культуру страны партнера. Важное значение имеет оформление подарка, при этом предпочтение часто отдается красным или золотым оттенкам. Следует избегать предметов, имеющих негативную символику в китайской культуре. Преподносят и принимают подарок двумя руками. Если дарящий не настаивает на вскрытии подарка, упаковку не нарушают.

Интересной особенностью практики дарения подарков в Китае является традиция соблюдения парности (например, два сувенира или две книги), которая непривычна для европейской культуры, где, например, принято дарить нечетное количество цветов (также в Китае традиционно не принято дарить срезанные цветы).

Государственные праздники в Китае в 2026 г.

Дата	Название праздника
1-2 января	Новый год
16-23 февраля	Праздник весны (китайский Новый год)
5-6 апреля	Цинмин (праздник поминовения усопших)
1, 4-5 мая	День труда
19 июня	Праздник драконьих лодок (Дуань-у)
25 сентября	Праздник середины осени
1-7 октября	День образования КНР

Источник: Office Holidays.



Контакты



+7 (495) 280-74-49



info@aemcx.ru



aemcx.ru



max.ru/mcxae



vk.com/aemcx

