

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ
БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЦЕНТР РАЗВИТИЯ
ЭКСПОРТА ПРОДУКЦИИ
АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(ФГБУ «Агроэкспорт»)**

(по списку)

Земляной Вал ул., д.9, этаж 4, помещение 1 Москва, 105064
с. Глинково, д.77, Сергиево-Посадский р-н., Московская область, 141311
Тел./факс: (495) 280-74-49; (495) 549-98-46, E-mail: info@aemex.ruНа № 01.06.2020 № 13/174
от _____

ФГБУ «Агроэкспорт» (далее – Учреждение) в рамках реализации федерального проекта «Экспорт продукции АПК» и в целях поддержки российских экспортеров аграрной продукции разрабатывает ряд сервисов, направленных на помощь экспортерам, а также на регулярной основе выпускает обзоры ключевых зарубежных рынков и иные аналитические продукты. Данные сервисы, обзоры, оперативная статистика и иная полезная информация размещается на официальном сайте Учреждения (www.aemex.ru).

В разделе **Статистика** расположены интерактивные диаграммы с текущими показателями экспорта АПК в разрезе ключевых отраслей, а также рейтинги ключевых стран–покупателей российской продукции и топ-10 регионов–экспортеров по каждой категории. На вкладке **Оперативные обзоры** доступны для скачивания краткие сводные отчеты по экспорту в формате «pdf», информация в которых представлена в виде удобных таблиц и диаграмм в сравнении с предыдущим годом. Информация обновляется на еженедельной основе.

В разделе **Аналитические обзоры** представлены обзоры зарубежных рынков и адаптированные переводы отчетов ведущих зарубежных консалтинговых агентств.

На странице **Экспортные гиды** публикуются страновые справочники с подробными рекомендациями для компаний потенциальных экспортеров о том, как выйти на тот или иной зарубежный рынок. Гиды включают подробный анализ рынка (структура, динамика, потребительские предпочтения), особенности логистики и таможенных процедур, а также перечень потенциальных партнеров с актуальными контактами. В настоящий момент опубликовано около 20 экспортных гидов и до конца 2020 года их количество будет удвоено.

Календарь мероприятий включает более 200 международных выставок, форумов и ярмарок, и поможет российским производителям найти наиболее подходящее мероприятие для продвижения собственной продукции на внешних рынках.

В разделе **Господдержка** собраны подробные инструкции по существующим мерам государственной поддержки для сельхозпроизводителей. Информация представлена в виде презентаций и удобных пошаговых инструкций с пояснениями и комментариями.

На странице **Доступ на внешние рынки** представлена уникальная возможность в оперативном режиме проверить статус доступа продукта на рынки зарубежных стран. База данных составлена на основании данных Россельхознадзора и постоянно обновляется. Здесь также выкладываются отчеты об открытии внешних рынков для российской сельхозпродукции.

Актуальные новости о российском экспорте, интервью с экспертами отрасли, анонсы предстоящих мероприятий, а также дайджесты российских и зарубежных СМИ находятся в разделе **Медиа-центр**.

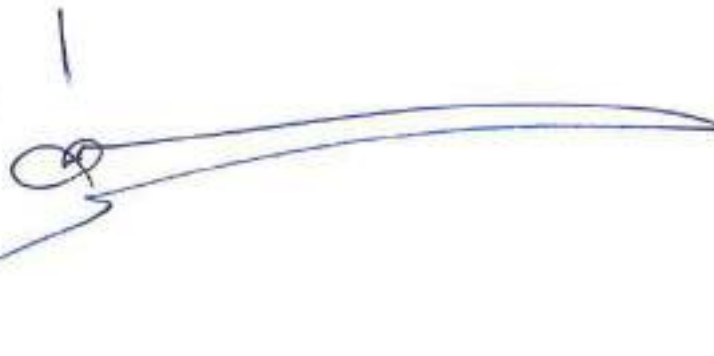
В случае, если вы не нашли необходимую информацию на официальном сайте, отправьте запрос через форму обратной связи или напишите на почту info@aemcx.ru.

Следите за нашими новостями в социальных сетях:

- Facebook
- Instagram
- Telegram
- Яндекс Дзен.

Приложение: примеры аналитических материалов на 205 л. (в эл. виде)

Врио директора

A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized 'D' followed by a long horizontal stroke that curves upwards at the end.

Д.Г. Краснов

Темы недели

Правительство Китая призвало компании нарастить закупки продовольственных товаров с целью увеличения запасов

Всемирный банк подсчитал, что после начала распространения коронавируса глобальный экспорт продовольствия может сократиться на 6-20%, а мировые цены – вырасти на 2-6%

Пандемия коронавируса не оказала какого-либо значимого влияния на мировую торговлю пшеницей

События недели

Китай ввел пошлины на австралийский ячмень в размере 80,5%, что сделает продажи в КНР практически невозможными

Индия возобновила закупки малазийского пальмового масла, заключив контракты на до 200 тыс. тонн с поставкой в июне и июле

ЕС планирует вдвое сократить использование пестицидов в сельском хозяйстве к 2030 году, а доля органического производства должна достичь 25%

Рынки



Рынок

Индийские фермеры собирают рекордный урожай пшеницы, но не могут ее перевезти

15 мая 2020 года

В Индии, втором мировом производителе и потребителе пшеницы после Китая, урожай пшеницы в этом году впервые может достичь 100 млн тонн. Однако нехватка рабочей силы сказывается на возможности реализации фермерами своей продукции: обычно множество рабочих, в том числе мигрантов, привлекается для очистки, взвешивания, упаковки и загрузки мешков с пшеницей. Кроме того, ограничения на передвижение людей сказались на закупках пшеницы государственной Продовольственной корпорацией Индии. [Reuters](#)

Рынок

Кенийские животноводы пострадали от саранчи

15 мая 2020 года

Кения переживает крупнейшее нашествие саранчи за последние 70 лет. Всемирный банк предупреждает, что численность насекомых этого вида в Восточной Африке может вырасти в 400 раз и до конца 2020 года причинить ущерб животноводству на сумму 8,5 млрд долл. Наиболее пострадали от саранчи скотоводы Эфиопии, Судана и Кении. [The Guardian](#)



Рынок

Трамп предлагает прекратить импорт крупного рогатого скота

20 мая 2020 года

Президент Дональд Трамп во вторник заявил, что Соединенные Штаты, возможно, захотят прекратить импорт скота, чтобы повлиять на производителей, пострадавших от сбоя в цепочке поставок, что вызвало обеспокоенность в животноводческой отрасли. Его комментарий прозвучал во время пресс-конференции, посвященной программе продовольственной помощи в Белом доме. [Forbes](#)

Рынок

Экспорт продовольствия из Бразилии в апреле превысил 10 млрд долларов

18 мая 2020 года

Экспорт сельскохозяйственной продукции из Бразилии в апреле 2020 года по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года увеличился на 25% и составил 10,22 млрд. долл. США. Историческим рекордом для страны стало увеличение объемов поставок продовольствия до 55% в общей структуре экспорта за месяц. Так, на 73,4% выросли продажи соевых бобов, которые за апрель составили 16,3 млн тонн, 11,79 млн тонн из которых были куплены КНР (на 72,3% больше, чем за аналогичный период предыдущего года). [Минсельхоз КНР](#)

Рынок

Ирак закупил 1,09 млн тонн местной пшеницы в этом сезоне

16 мая 2020 года

Власти Ирака, крупного импортера зерна на Ближнем Востоке, приобрели 1,09 млн тонн пшеницы у местных производителей с начала уборочной кампании, стартовавшей в прошлом месяце. Всего министерство сельского хозяйства страны прогнозирует урожай на уровне 6 млн тонн. В марте сообщалось, что Ирак планирует импортировать 1 млн тонн пшеницы в этом году с целью пополнения запасов. [Reuters](#)

Рынок

Саудовская Аравия одобрила сельскохозяйственные кредиты на 88 млн долларов

18 мая 2020 года

Саудовский фонд сельскохозяйственного развития утвердил в понедельник кредиты на сумму более 333 млн саудовских риалов (88,8 млн долларов США). Кредиты предназначены для поддержки сельскохозяйственной деятельности частного сектора, пострадавшего от вспышек коронавируса. Они включают операционные кредиты и необходимое финансирование для импорта продуктов питания из-за рубежа и позволят профинансировать 12 проектов в разных частях королевства. [ИА «Синьхуа»](#)

Рынок

Индия возобновляет закупки малазийского пальмового масла

19 мая 2020 года

После четырехмесячного перерыва Индия возобновила закупки малазийского пальмового масла. Как сообщили источники в торговых компаниях, на прошлой неделе индийские импортеры заключили контракты на 200 тыс. тонн сырого пальмового масла в Малайзии с поставкой в июне и июле. Закупки были приостановлены зимой в результате дипломатического скандала, однако после формирования нового правительства в Куала-Лумпуре торговые отношения стали налаживаться.

[Reuters](#)

Рынок

Китай произведет 48 млн тонн свинины в 2020 году

19 мая 2020 года

В Китае ожидается рост производства свинины в этом году на фоне правительственных мер по восстановлению отрасли, говорится в докладе Академии общественных наук КНР. Выпуск свинины, как ожидается, в 2020 году достигнет 48 млн тонн, что на 5 млн тонн больше прошлого года. Государственные стимулирующие меры, такие как льготные кредиты для крупных фермерских хозяйств, ускорили восстановление отрасли.

[ИА «Синьхуа»](#)**Тренды**

Тренд

Китай наращивает закупки сельскохозяйственных товаров из США

19 мая 2020 года

По словам официальных лиц США, Китай значительно увеличил закупки сельскохозяйственной продукции из США в последние два месяца, даже несмотря на то, что закупки в других секторах не оправдывают ожиданий по первой фазе торговой сделки между США и Китаем. [The Wall Street Journal](#)



Тренд

Минсельхоз США прогнозирует в 2020/2021 сельскохозяйственном году исторический максимум мирового производства пшеницы

20 мая 2020 года

Ожидается, что мировое производство пшеницы за год увеличится на 0,5% и достигнет рекордных 768 млн тонн. При этом, объемы торговли вырастут на 2,2% до 190 млн тонн, а конечные запасы составят 310 млн тонн, что на 5,1% больше по сравнению с предыдущим периодом. [Минсельхоз КНР](#)



Тренд

ЕС планирует вдвое сократить использование пестицидов и расширить органическое сельское хозяйство

20 мая 2020 года

Еврокомиссия в понедельник сообщила о планах по увеличению органического производства и сокращению использования химикатов в сельском хозяйстве. В частности, применение химических пестицидов предполагается снизить на 50%, удобрений – на 20% к 2030 году. Доля органического производства должна достичь 25%. Уточняется, что эти планы пока не утверждены и еще подлежат оценке регулирующего воздействия. [Reuters](#)

Аналитика



Аналитика

В 2020/2021 сельскохозяйственном году Россия останется самым крупным экспортером пшеницы

15 мая 2020 года

По прогнозу Министерства сельского хозяйства США экспорт пшеницы из России составит 35 млн тонн. 28,5 млн тонн мирового экспорта пшеницы придется на ЕС, 26 млн тонн будет поставлено из США. [Минсельхоз КНР](#)

Аналитика

Китай призывает продовольственные компании нарастить запасы

17 мая 2020 года

Китайские власти обратились к торговым компаниям и производителям продовольствия с призывом увеличить запасы зерна и семян масличных культур в связи с возможной второй волной распространения коронавируса. Рекомендации по наращиванию закупок и пополнения складов получили как государственные, так и частные организации.

[Reuters](#)

Аналитика

USDA: производство мяса в США быстро восстановится после эпидемии коронавируса

19 мая 2020 года

Вспышки COVID-19 среди работников мясоперерабатывающих предприятий США привели к снижению производства говядины, свинины, мяса кур и индейки, говорится в отчете Минсельхоза США. Выпуск говядины в апреле составил 1,8 млрд фунтов, что на 21% ниже апреля 2019. Производство свинины снизилось на 11% до 2,3 млрд фунтов, мяса кур – на 2% до 3,27 млрд фунтов. Сбой в производственных процессах могут наблюдаться в течение всего 2020 года, однако в 2021 году американскую мясную отрасль ждет быстрое восстановление. [Agriculture.com](#)

Аналитика

FIEO (Федерация экспортных организаций Индии) ожидает 20-процентного падения экспорта в течение 2021 года

19 мая 2020 года

Федерация экспортных организаций Индии (FIEO) заявила во вторник, что ожидается сокращение экспорта из страны на 20% в нынешнем бюджетном периоде после пандемии коронавируса. Перспективы «крайне негативные» на данный момент, и падение экспорта также будет сопровождаться снижением импорта, сказал представитель органа экспортеров апекса. «Мы ожидаем, что экспорт в текущем финансовом году, вероятно, сократится на 20%. В стоимостном выражении это будет около 50–60 млрд долларов США», – сказал генеральный директор FIEO Аджай Сахай (Ajay Sahai).

Он, однако, сказал, что не будет существенного давления на торговый баланс, так как ожидается, что экспорт и импорт сократятся из-за вспышки COVID-19. [The Economic times](#)



Аналитика

COVID-19: влияние пандемии и экспортных ограничений на мировые продовольственные рынки

19 мая 2020 года

Всемирный банк проанализировал влияние COVID-19 и последующих протекционистских мер на мировые рынки продовольственных товаров. Эксперты организации оценили, что за три месяца после начала распространения коронавируса глобальный экспорт может сократиться на 6–20%, а мировые цены – вырасти на 2–6%. Эскалация торговых ограничений можеткратно увеличить негативные последствия. [World Bank](#)



Аналитика

Фьючерсы на пшеницу снижаются до минимума за последние 2 месяца

18 мая 2020 года

Фьючерсы на пшеницу в США упали до самого низкого уровня за последние два месяца под давлением низкого спроса на экспорт, говорят трейдеры.

Фьючерсы на соевые бобы были выше, чему способствовал рост на рынке нефти, а также высокий спрос со стороны Китая. Недавние продажи в Китай также оказали поддержку фьючерсам на кукурузу, но спад пшеницы остановил рост. [Reuters](#)

Аналитика

В мире слишком много пшеницы

19 мая 2020 года

Несмотря на панику в продуктовых магазинах и обеспокоенность по поводу вводимых крупными поставщиками ограничений на экспорт, никакого значительного влияния пандемия на мировую торговлю пшеницей не оказала. Хотя остаются погодные риски, которые могут негативно сказаться на урожае, очевидно, что опасения по поводу дефицита зерна оказались напрасными. Логистика функционирует, во многих странах ожидается хороший урожай, а мировые запасы пшеницы, как ожидается, достигнут рекорда в этом году и вырастут еще больше в 2021 году. Кроме того, следствием пандемии стало сокращение глобального спроса на зерновые. [Bloomberg](#)

Регулирование

Регулирование

Трамп запускает поддержку агросектора в условиях распространения коронавируса

20 мая 2020 года

Администрация президента США Дональда Трампа внесла изменения в 16-миллиардную программу помощи сельхозпроизводителям, пострадавшим в результате пандемии коронавируса. В соответствии с ними максимальный платеж, который смогут получить аграрии, составит 250 тыс. долл. на человека или 750 тыс. долл. на юридическое лицо. Выплаты призваны компенсировать фермерам убытки в результате распространения коронавируса, приведшего к снижению цен, сокращению спроса и приостановке работы предприятий. [Agriculture.com](#)

Регулирование

Индия стимулирует рост экспорта нишевых продуктов

18 мая 2020 года

Правительство Индии планирует стимулировать экспорт нишевых продуктов питания. Как рассказал представитель министерства сельского хозяйства страны, по основным агротоварам страна имеет ограниченный экспортный объем: рис государство и так продает за рубеж, при этом индийская пшеница неконкурентоспособна на мировом рынке, а зернобобовые практически полностью идут на обеспечение внутреннего рынка. Поэтому Индия будет стимулировать экспорт нишевых продуктов с высокой доходностью. Программа развития экспорта продукции АПК была запущена в Индии в 2018 году. [The Economic times \(India\)](#)

Регулирование

Пост-брекситский торговый план в Великобритании снижает тарифы и подчеркивает риски для ЕС

19 мая 2020 года

Великобритания объявила о своем постбрекситском тарифном режиме, снижающем импортные пошлины на многие товары, одновременно защищая такие отрасли, как автомобилестроение и сельское хозяйство, поскольку страна переключает свое внимание на глобальную торговлю за пределами Европы. [Bloomberg](#)

Мнение эксперта

СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ АГРОЭКСПОРТА

**Эдуард Зернин**

Председатель правления Союза экспортеров зерна

Несмотря на то, что основным бенефициаром от введения фактически заградительных пошлин на австралийский ячмень считаются США, я думаю, что окно возможностей открывается и для российских экспортеров.

Регулирование

Китай ввел пошлины на австралийский ячмень

19 мая 2020 года

Министерство коммерции КНР с 19 мая ввело пошлины на австралийский ячмень в размере 80,5%. Согласно заявлению ведомства, решение принято по результатам антидемпингового расследования. Австралийские фермеры и трейдеры отмечают, что такой размер пошлин сделает невозможным продажи ячменя в Китай, и им придется искать новые рынки, которые, вероятно, будут не столь прибыльными, как китайский. Рост напряженности в торговых отношениях двух стран возникли на фоне инициативы Австралии начать международное расследование причин возникновения пандемии коронавируса. [ABC](#)

Регулирование

ФАО необходимо 350 млн долл. для предотвращения роста голода на фоне пандемии

18 мая 2020 года

Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН нужно 350 млн долл. для усиления борьбы с голодом на тех территориях, где пандемия коронавируса может привести к разрушительным последствиям. Хотя масштаб и продолжительность влияния COVID-19 на продовольственную безопасность еще только предстоит оценить, есть свидетельства, что в тех странах, где население уже голодает, все больше людей ощущают нехватку продуктов питания и рост цен. [FAQ](#)



ЭКСПРЕСС - ОБЗОР ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ ИНДИЯ & ПОДСОЛНЕЧНОЕ МАСЛО

Паспорт страны: Индия

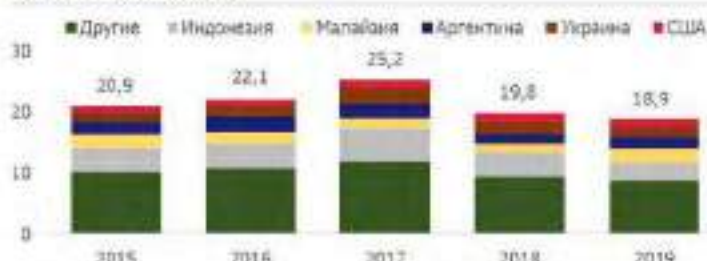
Население	ВВП на душу населения	Темп роста ВВП	Импорт с/х сырья и продовольствия
1,4 млрд человек в 2018 г.	\$2 010 в 2018 г.	6,8% в 2018 г.	\$19,8 млрд в 2018 г.
+11,2% к 2030 г.	+1,4% относит. 2017 г.	+8,0% ежегодно к 2030 г.	-21,4% относит. 2017 г.
Источник: Всемирный банк, ООН	Источник: Всемирный банк	Источник: Всемирный банк, Bloomberg Intelligence	Источник: TradeMap

Позитивная динамика показателей уровня жизни и развития экономики в Индии, а также рост численности населения говорят о наличии потенциала роста потребления продовольствия, который будет удовлетворяться в том числе за счет импорта.

Импорт продукции АПК Индии

Индия входит в число крупнейших мировых импортеров сельхозпродукции. Наиболее значительный рост объемов импорта за 2009-2019 гг. наблюдался, прежде всего, по таким продуктам, как растительные масла, зернобобовые, напитки и др. Россия имеет все предпосылки для того, чтобы войти в число стран-лидеров по объемам агроэкспорта в Индию, однако на сегодняшний день этот потенциал реализован недостаточно. По итогам 2019 г. доля России в индийском импорте продукции АПК составила всего 1,2%.

Структура импорта продукции АПК по основным странам-экспортерам, \$ млрд



Источник: TradeMap

Структура импорта по основным продуктам, 2019 г.*

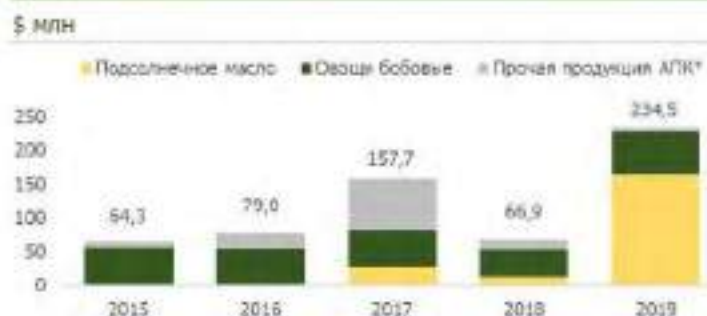
Наименование	\$ млрд	Доля в импорте, %
Животные и растительные жиры и масла	9,6	50,7%
Фрукты и орехи	3,0	15,7%
Овощи	1,6	8,2%
Алкогольные и безалкогольные напитки	0,8	4,3%
Кофе, чай	0,7	3,6%
Масляные семена и плоды	0,7	3,6%
Прочие продукты	2,6	13,7%
Всего	18,9	100,0%

*Страны по странам имеют незначительную долю в импорте (менее 0,1% и не включены в таблицу).

Источник: TradeMap

Российский экспорт продукции АПК в Индию

По итогам 2019 г. Россия экспортировала в Индию продукции АПК стоимостью \$234,5 млн, что в 3,5 раза больше объема 2018 г. Среди поставляемых продуктов в лидеры, показав 15-кратный рост, вышло подсолнечное масло, которого было отгружено 241 тыс. тонн на сумму \$163 млн.



* В 2019 г. Россия экспортировала в Индию хлопья, семена, овощи и др.

Источник: ФТС России

Условия экспорта в Индию

- Высокий уровень защиты внутреннего рынка, включая тарифные меры. Среднеарифметический уровень тарифной защиты в отношении сельскохозяйственной продукции составляет 32,8% (в Китае – 15,6%, в странах ЕАЭС – 12,0%);
- Введена система электронной регистрации товаров и система предварительных запросов в таможенные органы;
- Полный запрет на импорт животноводческой продукции из России;
- На импорт продукции растениеводства необходимо получение фитосанитарных сертификатов;
- Кроме различных нетарифных и технических барьеров для доступа иностранных товаров на индийский рынок, активно применяются антидемпинговые, защитные меры, регулярно устанавливаются и пересматриваются минимальные (триггерные) цены по ряду товарных позиций, проводятся компенсационные расследования.

В отношении поставок агропродовольственной продукции Индия использует как тарифные, так и нетарифные меры защиты внутреннего рынка. Россия на постоянной основе проводит переговоры с индийской стороной по изменению условий доступа на рынок.

Объем рынка

Мировой рынок подсолнечного масла по объему значительно уступает рынкам соевого, пальмового и рапсового масел, однако доля подсолнечного масла в структуре производства растительных масел имеет тенденцию к росту. В промышленном использовании ожидается рост потребления подсолнечного масла в косметической индустрии (при производстве увлажняющих кремов, средств защиты кожи, др.), фармацевтической промышленности (лекарственные кремы, гели) за счет свойства быстрого впитывания масла. На B2C рынках рост популярности подсолнечного масла связан с содержанием в масле большого количества витаминов А, Е и К и растущей тенденцией к здоровому образу жизни.

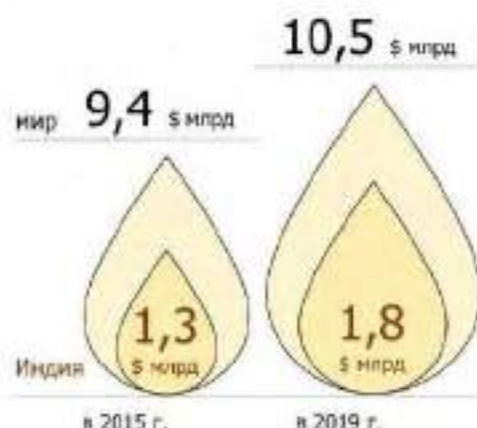
Стоимостной мировой объем импорта подсолнечного масла находится на уровне \$10,5 млрд по итогам 2019 г. Как крупнейший импортер подсолнечного масла, Индия станет ключевым географическим драйвером роста объемов потребления (прогнозируемый

среднегодовой рост подушевого объема потребления – 4,3%, 2018-2024 гг.) за счет повышения доходов и уровня жизни населения.

Основной объем потребления подсолнечного масла сосредоточен в Азиатско-Тихоокеанском регионе, производства – в Восточной Европе. Украина является мировым лидером по производству (более 33% от общего объема производства) и экспорту (36% мирового экспорта, \$4,0 млрд) подсолнечного масла. Индия выступает основным импортером украинского подсолнечного масла с объемом импорта (в стоимостном отношении), равным \$1,6 млрд (>40% всего украинского экспорта подсолнечного масла).

Ключевыми игроками мирового рынка подсолнечного масла являются, в основном, транснациональные компании. Ожидается, что в перспективе до 2025 г. ключевой стратегией крупных игроков рынка будет расширение продуктового портфеля.

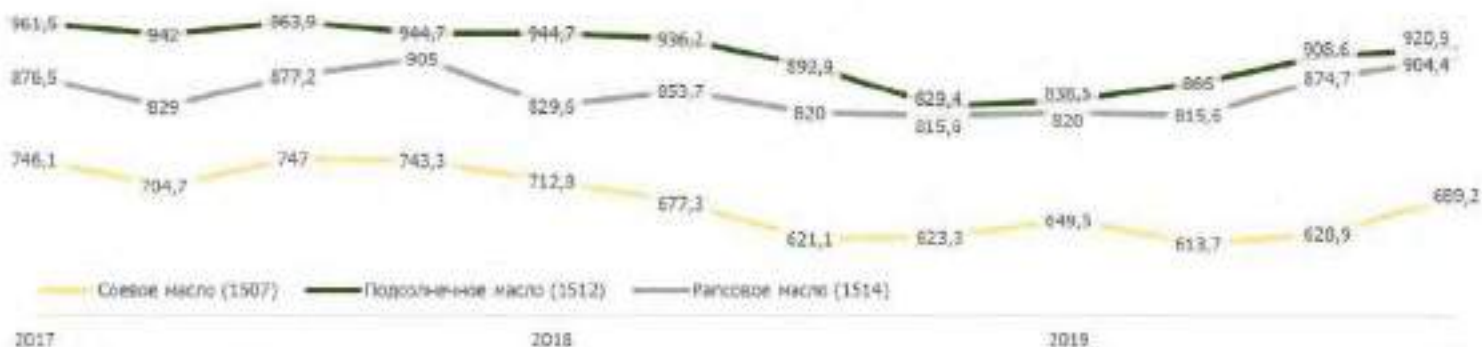
Мировой и индийский импорт подсолнечного масла, \$ млрд



Источник: TradeMap

Ценовая конъюнктура

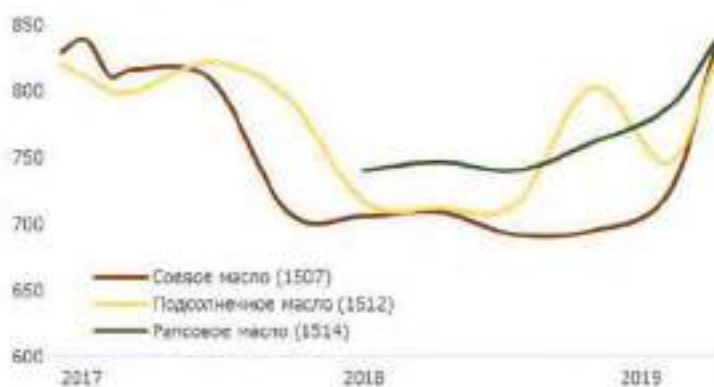
Ежегодное изменение цен на подсолнечное и другие растительные масла, \$/тонна



Источник: Международный валютный фонд

Несмотря на ожидающиеся рекордные объемы производства масличных и, соответственно, растительных масел в Черноморском регионе, растущие объемы предложения не окажут существенного понижательного влияния на мировые цены в сезоне 2019/2020.

Средние импортные цены на растительные масла в портах Индии, CIF, \$/тонна



Источник: Ассоциация производителей растительного масла Индии (SMAI)

Импортные цены в Индии сохранили тенденцию к росту в сезоне 2019/2020. Это обеспечит благоприятные условия для наращивания экспорта из России.

Средние цены реализации масла подсолнечного из РФ в третьи страны, \$/тонна

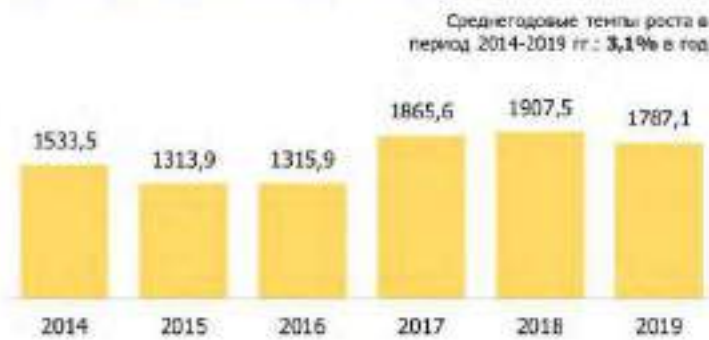


Источник: ФТС России

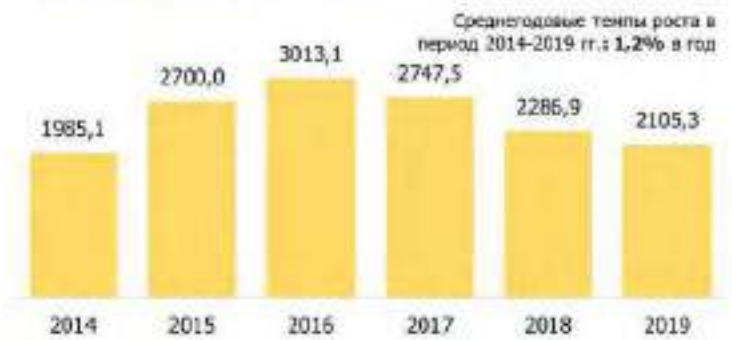
Благоприятная ценовая конъюнктура в сезоне 2019/2020 будет стимулировать рост объемов экспорта растительных масел из России в Индию.

Импортный спрос Индии на растительные масла и жмыхи

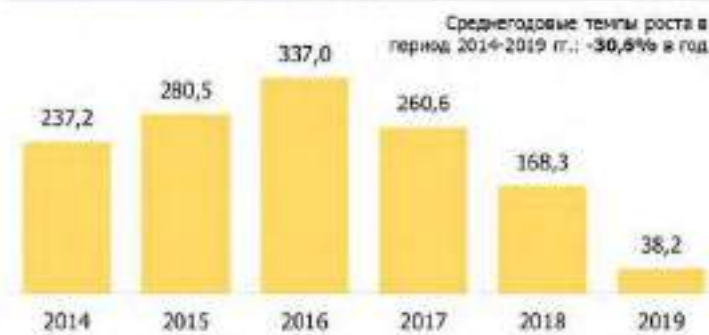
Масло подсолнечное (ТН ВЭД 1512), \$ млн



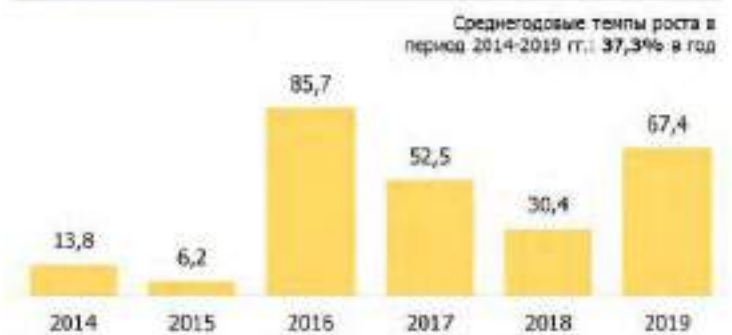
Масло соевое (ТН ВЭД 1507), \$ млн



Масло рапсовое (ТН ВЭД 1514), \$ млн



Жмыхи и другие твердые отходы (ТН ВЭД 230630, 230642, 230649, 2304), \$ млн



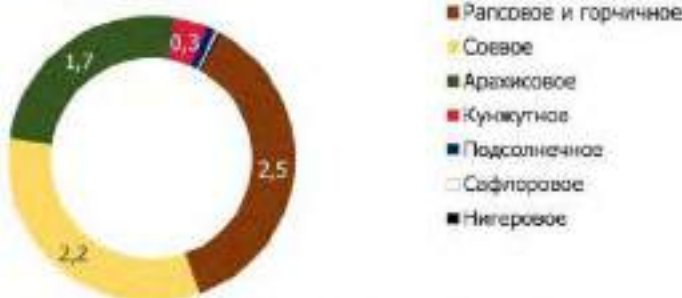
Источник: TradeMap

На фоне дефицита внутреннего предложения подсолнечного масла в Индии, связанного с неблагоприятным состоянием почв, низкой урожайностью масличных и невысокими доходами фермеров, ожидается, что объемы импортных закупок растительных масел будут расти с CAGR 3% в перспективе до 2024 г.

Самообеспеченность Индии растительными маслами

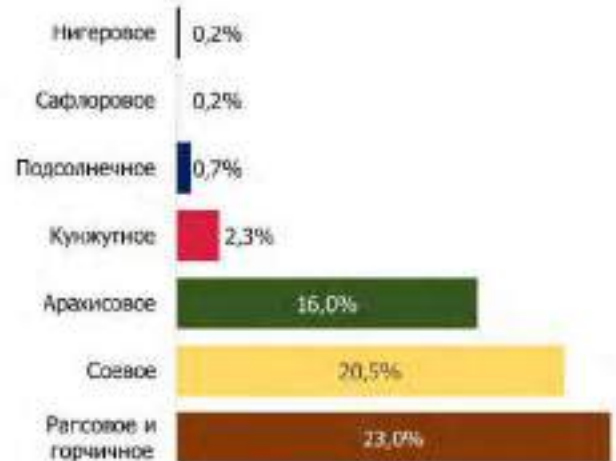
Недостаточное развитие сырьевой базы по масличным культурам в Индии является причиной низкой самообеспеченности растительными маслами. В стратегических планах Минсельхоза Индии зафиксированы цели по увеличению объемов рапсового и горчичного масел, производимых из локального сырья, в 1,5 раза к 2023 г., что позволит снизить зависимость страны от импорта.

Производство растительного масла из локального сырья в Индии, млн тонн, 2017 г.



Источник: Министерство сельского хозяйства Индии

Доля продукции из сырья локального производства в общем объеме потребления растительного масла в Индии, 2017 г.



В обозримой перспективе зависимость Индии от импорта растительных масел сохранится. Это создает для России уникальные долгосрочные экспортные перспективы.

Импорт масла Индии

Импорт подсолнечного масла (ТН ВЭД 1512) Индией по странам-поставщикам, 2019 г.

Страна	Тыс. тонн	€ млн	Доля в импорте, %	Средняя цена поставки, \$/тонна
Украина	2143,0	1563,8	87,4	730
Россия	157,2	117,2	6,6	746
Аргентина	131,4	95,0	5,3	723
Румыния	9,0	6,9	0,4	762
Прочие	4,9	6,5	0,4	-

Источник: TradeStar (данные расходятся со статистикой ФТС России)

Индия поднялась с 23-го места в 2018 г. на 5-е в 2019 г., а по итогам января-февраля 2020 г. вышла в лидеры в списке покупателей российского подсолнечного масла. По прогнозам аналитиков «S&P Global», в сезоне 2019/2020 российский экспорт подсолнечного масла в Индию может составить 650 тыс. тонн, или четверть всего объема импорта республики этого продукта.

Российский экспорт продукции масложировой отрасли в Индию, 2019 г., \$ млн

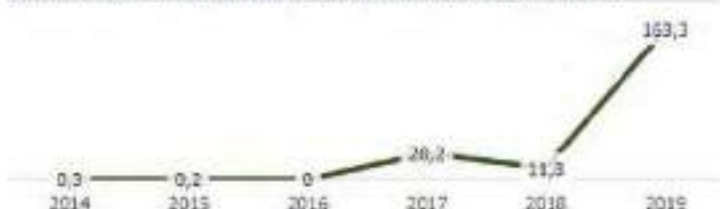
Наименование продукции	2015	2016	2017	2018	2019
Подсолнечное масло	0,2	0,0	28,2	11,8	163,3
Соевое масло	0,0	0,0	0,0	9,0	0,0
Рапсовое масло	0,0	0,0	3,7	0,0	0,0
Жмыхи и шрот	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Итого	0,2	0,0	31,8	20,8	163,4

Источник: ФТС России

Импорт соевого масла (ТН ВЭД 1507) Индией по странам-поставщикам, 2019 г.

Страна	Тыс. тонн	€ млн	Доля в импорте, %	Средняя цена поставки, \$/тонна
Аргентина	2269,3	1607,6	76,4	708
Бразилия	264,9	186,2	6,8	703
Швейцария	233,6	164,1	7,8	703
Непал	46,3	53,2	2,5	1148
Прочие	130,8	94,2	4,5	-

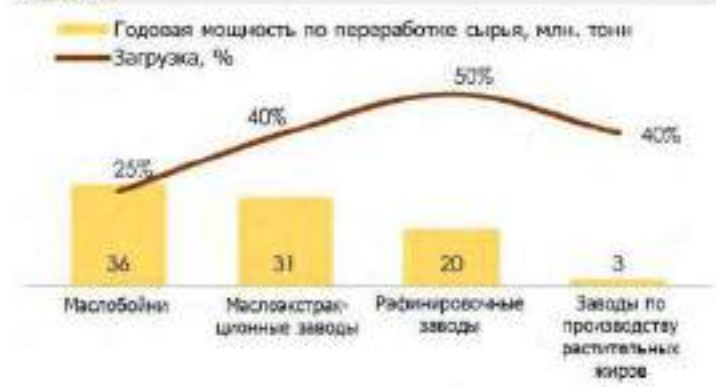
Импорт подсолнечного масла Индией из России, \$ млн



Переработчики и ритейл

Доля упакованного брендированного масла в Индии составляет 40%. Прогнозируемые среднегодовые темпы роста (7%) свидетельствуют о постепенном переключении потребителей на упакованные продукты питания на фоне роста уровня жизни.

Перерабатывающие мощности масложировой отрасли Индии, млн тонн



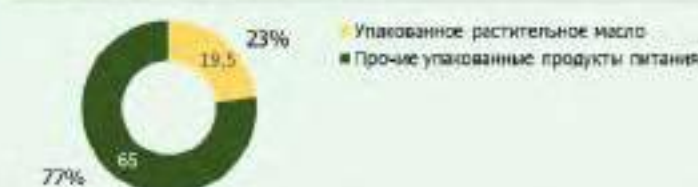
Источник: Министерство сельского хозяйства Индии

- Растительное масло импортируется в Индию главным образом в сыром виде, рафинируется и пакуются внутри страны с использованием местных брендов. Доля упакованного брендированного масла – 40% в структуре рынка масла в Индии;
- Ключевыми импортерами сырого растительного масла являются рафинеровочные заводы. Их совокупная годовая мощность по производству растительного масла с учетом уровня загрузки составляет 10 млн тонн;
- На фоне быстрого роста среднедушевого потребления растительного масла рынок упакованного растительного масла является наиболее емким в сегменте упакованных продуктов питания – 23% от общей структуры.

Ключевые переработчики – производители брендированного растительного масла в Индии

Производитель	Мощность рафинирования	Ключевые показатели	Бренды
Ruchi Soya Industries Ltd	11,2 тыс. тонн в день	Крупнейшие маслоэкстракционные мощности в стране	Mahakosh Soyabean oil, Sunrich sunflower oil
Cargill Foods India	2,5 тыс. тонн в день	Широкая линейка брендов	Gemini, Sweetlar, Rabi, Sunflower Vanaspati
Adani Group	1,6 тыс. тонн в день	Широкая продуктовая линейка масел: соевое, подсолнечное, горчичное и пр.	Fortune
Epami	1000 тонн в день	1 рафинеровочный завод в Халди. Пальмсае, соевое, подсолнечное масло и ванаспати	Healthy & Tasty
Marico	200 тонн в день	Премиум-бренд. На основе смешивания импортного оливокового и местного льняного масел	Saffola

Доля растительного масла на рынке упакованных продуктов питания Индии, 2017 г., \$ млн, %



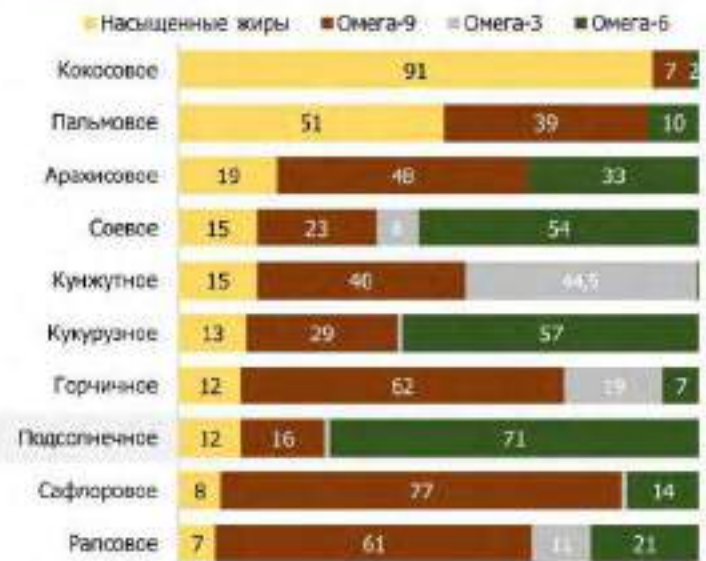
Источник: Euromonitor

Особенности потребления

- Растительные масла являются неотъемлемой составляющей рациона индийского населения. Объемы потребления и виды используемых растительных масел отличаются по регионам страны в зависимости от вкусовых предпочтений местного населения. Пальмовым и соевым маслом покрывается 40% потребностей страны вследствие их относительной дешевизны;
- Рост доходов населения, смена модели потребительского поведения, растущая приверженность ЗОЖ со стороны городского населения способствуют переключению с традиционно используемых видов растительных масел на масла, содержащие полиненасыщенные жирные кислоты (омега-3, омега-6), включая подсолнечное масло;
- Ключевой потребительский сегмент для подсолнечного масла в Индии – городское население. Сельское население продолжает использовать горчичное, арахисовое и кунжутное масла, приготовленные в домашних условиях;
- Среднедушевое потребление растительных масел, несмотря на значительный рост в последние годы, отстает от мирового уровня на 9 кг (35%) и имеет значительный потенциал для дальнейшего увеличения.

Подсолнечное масло является рекордсменом по содержанию полезных омега-6 жирных кислот, что наряду с низким уровнем насыщенных жиров объясняет растущее потребление подсолнечного масла жителями городов, увлеченными здоровым образом жизни.

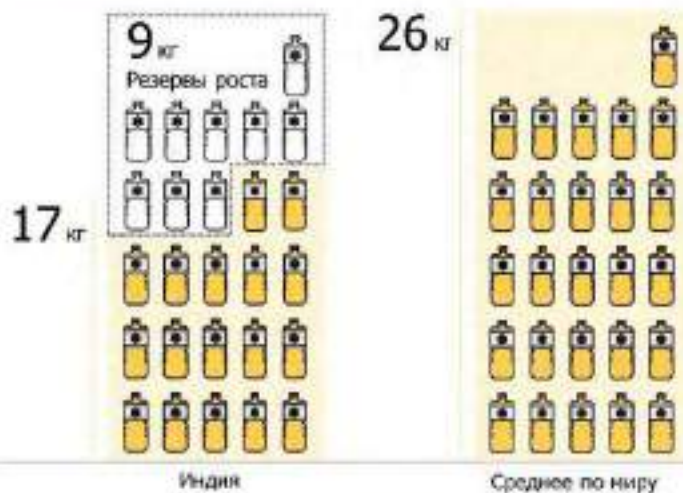
Содержание жирных кислот в растительных маслах, %



Источник: АПК-Информ

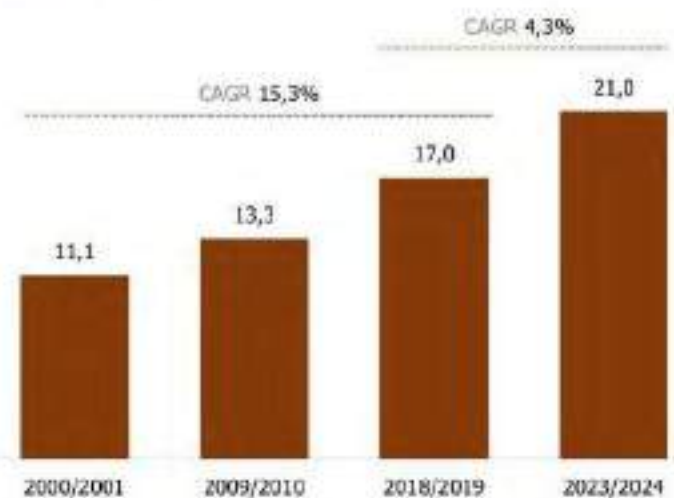
Динамика потребления

Среднедушевое потребление растительных масел в Индии в сравнении с мировым уровнем, кг, 2018/2019 маркетинговый г.



Источник: Adani Wilmar

Динамика среднедушевого потребления растительных масел в Индии, кг в год



Рост показателей уровня жизни населения Индии, активное следование городского населения общемировым тенденциям в потреблении продуктов питания, а также развитие современных форматов розничной торговли способствуют увеличению уровня среднедушевого потребления растительного масла в стране. Однако все еще наблюдается отставание от среднего уровня потребления растительного масла в мире (на 35%), что создает резервы дальнейшего роста. Ключевыми драйверами роста потребления в перспективе до 2024 г. будут сегменты упакованных продуктов питания и ритейл, а также HoReCa.

Логистика грузоперевозок растительных масел

Импортные поставки растительных масел осуществляются морским путем с использованием мультимодальных схем. Индия располагает развитой системой портовой инфраструктуры. Крупнейшим портом-получателем является Кандия – 31% в структуре импорта масел.

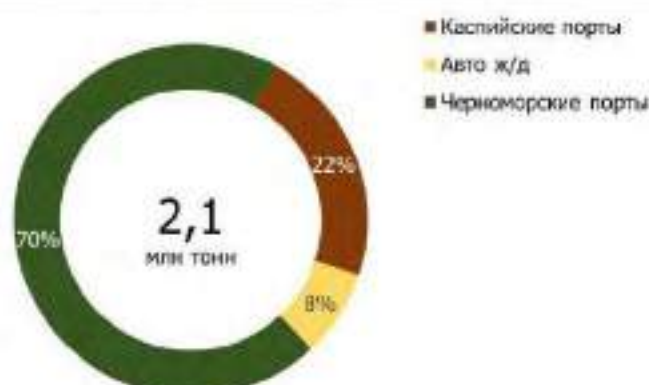
Импорт растительного масла по крупнейшим морским портам Индии, 2018/2019 маркетинговый г.



Источник: Ассоциация производителей растительного масла Индии (SEAI)

Поставки российского растительного масла в Индию осуществляются преимущественно через порты Азово-Черноморского бассейна (2 925,9 тыс. тонн в 2019 г.).

Структура совокупного российского экспорта подсолнечного масла, 2018/2019 маркетинговый г.



Источник: АПК-Информ

Перспективным направлением развития экспортных грузопотоков является порт Владивостока. Доставка грузов по маршруту Владивосток-Ченнаи позволит сократить расстояние и время доставки почти в два раза.

Перспективные маршруты поставок

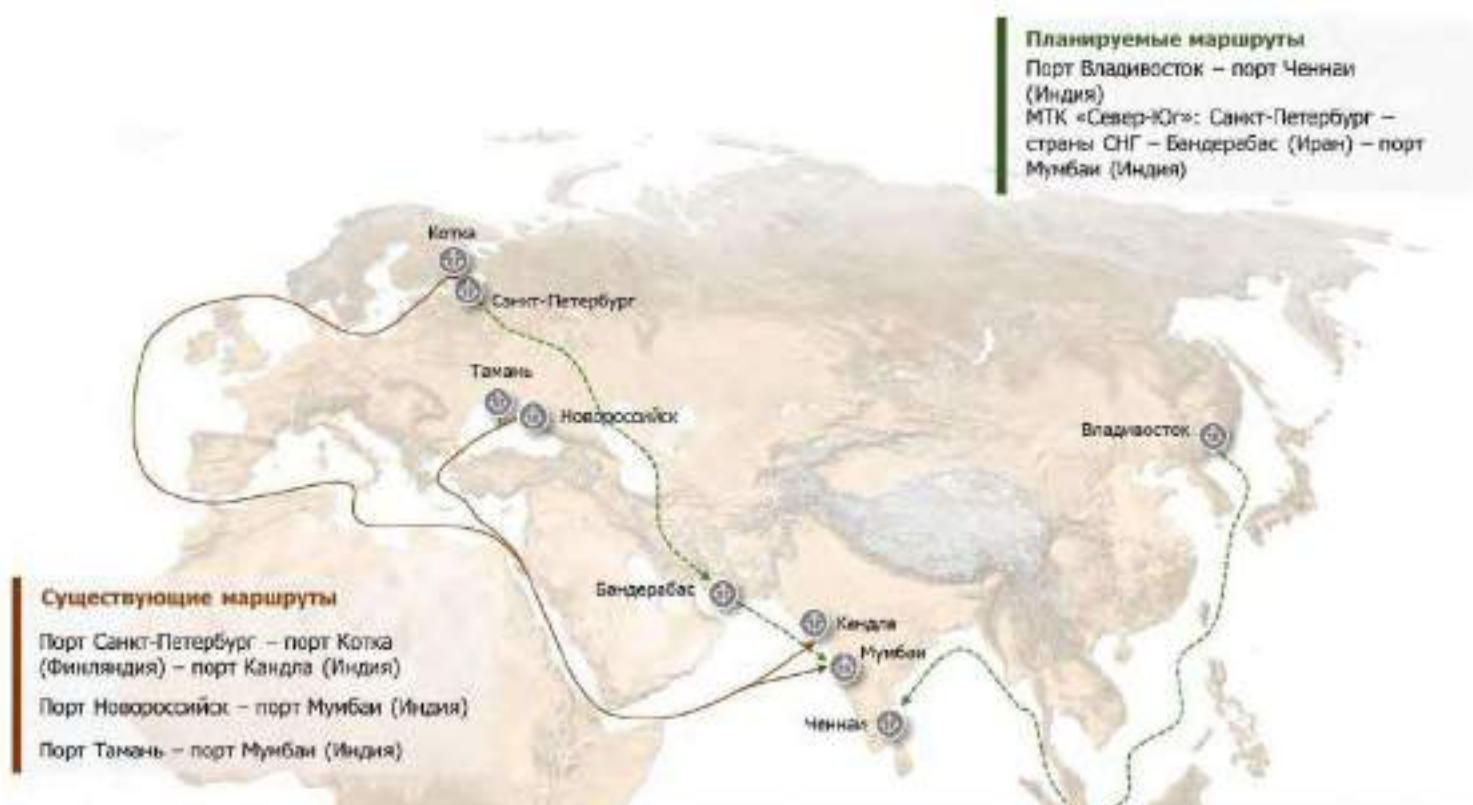
Развитие мультимодального Международного транспортного коридора (МТК) «Север-Юг»

Общая протяженность – 7200 км от Санкт-Петербурга до порта Мумбаи. Основные преимущества МТК «Север-Юг» перед морским маршрутом через Суэцкий канал заключаются в сокращении времени перевозок в 2 раза. Потенциал МТК «Север-Юг» оценивается на уровне 25-26 млн тонн в год.

Возобновление регулярного сообщения по морскому транспортному коридору Владивосток-Ченнаи

Международная регулярная судоходная линия Владивосток-Ченнаи была запущена в 1967 г. и функционировала более 30 лет. В сентябре 2019 г. был подписан документ о возобновлении сообщения Владивосток-Ченнаи. Маршрут позволит сократить время доставки грузов.

Карта торговых путей между Россией и Индией (морские и мультимодальные)



СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О РАБОТЕ ПО ОТКРЫТИЮ НОВЫХ РЫНКОВ ПО СОСТОЯНИЮ НА 22 АПРЕЛЯ 2020 ГОДА

В ЧАСТИ ЭКСПОРТА РОССИЙСКОГО ЗЕРНА НА НОВЫЕ РЫНКИ

Россия, как один из основных производителей и экспортеров зерна, играет особую роль на глобальном зерновом рынке. Поставки зерновой продукции из России осуществляются в 138 стран мира. Россельхознадзором на постоянной основе проводится работа по расширению рынков сбыта российского зерна, а также по увеличению перечня экспортируемой зерновой продукции. В текущем году значительные усилия направлены на открытие доступа в следующие страны:

КИТАЙ

В 2019 году был открыт доступ российского ячменя, свекловичного жома, подсолнечного, рапсового и соевого шротов и жмыхов на китайский рынок. Также разрешен экспорт пшеницы из Курганской области, а также экспорт сои в Китай со всей территории России. Вместе с тем, экспорт таких культур, как пшеница, ячмень, кукуруза, рис и рапс разрешен лишь с определенных регионов (пшеница, ячмень – Алтайский и Красноярский края, Новосибирская, Омская, Амурская, Челябинская и Курганская области; кукуруза, рис – Забайкальский, Приморский и Хабаровский края, Амурская и Еврейская автономная области; рапс – регионы Сибирского и Дальневосточного федеральных округов). Кроме того, проводятся мероприятия, направленные на снятие ограничений по числу российских регионов, допущенных к экспорту в Китай пшеницы, кукурузы, риса, рапса, ячменя. Ведется работа по допуску продуктов переработки зерна на рынок Китая (манная крупа, гороховая крупа, крупа пшено). Вопросники по указанным видам продукции были подготовлены Россельхознадзором и направлены на рассмотрение китайской стороне. Кроме того, идет процедура согласования с китайской стороной проектов протоколов о фитосанитарных требованиях к гороху, фасоли, просо, машу, подписание которых позволит начать экспорт указанной продукции в Китай.

ФИЛИППИНЫ

В части экспорта российского зерна на филиппинский рынок Россельхознадзор ожидает от филиппинской стороны завершения процедуры анализа фитосанитарных рисков по сорго, пшенице и кукурузе. Вся необходимая информация направлена филиппинской стороне.

ИНДОНЕЗИЯ

На основании предоставленной Россельхознадзором информации в уполномоченный орган Индонезии, Индонезия проинформировала о завершении процедуры анализа фитосанитарных рисков в отношении российского ячменя. Также была продлена аккредитация российских лабораторий, осуществляющих подтверждение соответствия качества и безопасности зерна и продуктов его переработки, экспортируемой в Индонезию.

ГВАТЕМАЛА

Россельхознадзор письмом от 09.10.2019 № ФС-ЮШ-5/26625 направил на рассмотрение в уполномоченный орган Гватемалы информацию, необходимую для проведения оценки фитосанитарных рисков для впервые импортируемой на территорию Гватемалы российской пшеницы. Уполномоченный орган Гватемалы начинает процедуру оценки фитосанитарных рисков, после проведения которой ожидается допуск российской пшеницы на гватемальский рынок. При этом компания, заинтересованная в импорте на территорию Гватемалы, должна оплатить сумму по установленному тарифу за оказание услуги проведения анализа рисков.

Экспорт зерна и продуктов его переработки из Российской Федерации не осуществляется.

В ЧАСТИ ВЕТЕРИНАРНОГО НАДЗОРА ПРИ ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНЫХ ОПЕРАЦИЯХ, НА ТРАНСПОРТЕ И МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

Развитие сельскохозяйственной отрасли в Российской Федерации и стабильное наращивание объёмов производимой и экспортируемой продукции говорит об укреплении позиции России на мировом рынке и позволяет ставить новые задачи по расширению географии экспорта. Россельхознадзор со своей стороны постоянно ведет работу по получению права допуска продукции на зарубежные рынки.

ПОЛУЧЕНИЕ ДОСТУПА НА РЫНКИ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

В 2020 году:

1. **КНР** (говядина);
2. **Оман** (молочная продукция);
3. **Бразилия** (цисты артемии);
4. **Иордания** (рыбопродукция, мед);
5. **Эквадор** (цисты артемии);
6. **Индия** (цисты артемии);
7. **Мексика** (цисты артемии);
8. **Вьетнам** (мясо птицы).

В ноябре 2019 года Россельхознадзор согласовал с Департаментом ветеринарии Министерства сельского хозяйства и аграрного развития **Вьетнама** (ДАН) условия поставок российской свинины и свиных субпродуктов на вьетнамский рынок и подписал соответствующий ветеринарный сертификат.

Также Службой был согласован упрощенный порядок рассмотрения ДАН досье российских предприятий. Таким образом, всего в настоящее время на поставки во Вьетнам аттестовано 4 российских предприятия по производству говядины, 12 по мясу птицы и 6 по свинине. Еще одним достижением стало согласование сертификата на поставки рыбы и рыбопродукции во Вьетнам.

12 марта 2020 г. вьетнамские коллеги также направили письмо о согласии внести изменение в ранее согласованный сертификат на куриное мясо и субпродукты, распространив его действие на все виды домашней птицы.

ИНСПЕКЦИИ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ЗАРУБЕЖНЫМИ ВЕТЕРИНАРНЫМИ СЛУЖБАМИ

С целью получения права допуска российской продукции в зарубежные страны Россельхознадзор организует визиты зарубежных коллег в Россию для ознакомления с российской системой ветеринарного надзора и работой предприятий. В 2020 году осуществлен прием 2 делегаций (КСА и Ирак), запланирован ряд визитов иностранных делегаций, в том числе Болгарии, Намибии, Уганды, Ирана, Сингапура, Монголии, Молдовы, Индии, Омана, и др. Вместе с тем, учитывая сложную эпидемиологическую обстановку, Россельхознадзор совместно с компетентными органами зарубежных стран прорабатывает иные, временные механизмы включения российских экспортеров в иностранные списки.

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ «ЭКСПОРТ ПРОДУКЦИИ АПК»

В соответствии с федеральным проектом «Экспорт продукции АПК» до 2021 года предусмотрено:

Согласование ветеринарных сертификатов на экспорт российской продукции с зарубежными странами: Китай, Республика Корея, Япония, Турция, Бахрейн, Кувейт, Оман, Катар, Саудовская Аравия, ОАЭ, Иран, Ирак, Индия и другие с учетом эпизоотической обстановки в РФ.

Россельхознадзором уже согласовано 211 сертификатов с компетентными органами 40 стран. Из них 36 согласовано в 2019 году с 16 странами. В 2020 – 10 сертификатов с 6 странами.

В 2020 году:

1. **КНР** (говядина);
2. **Оман** (молочная продукция);
3. **Бразилия** (цисты артемии);
4. **Тайвань** (молочная продукция, рыбная продукция, яйцо);
5. **Иордания** (Рыбопродукция, мед);
6. **Эквадор** (цисты артемии);
7. **Индия** (цисты артемии);
8. **Мексика** (цисты артемии);
9. **Вьетнам** (мясо птицы).

Всего: **12** сертификатов с **9** странами.

НАЛИЧИЕ ВЕТЕРИНАРНЫХ ТРЕБОВАНИЙ СТРАН – ИМПОРТЕРОВ

В рамках проводимой работы по получению доступа российской животноводческой продукции в третьи страны Россельхознадзором на протяжении ряда лет проводится работа по получению ветеринарных требований стран-импортеров животноводческой продукции. Все имеющиеся требования размещены в открытом доступе на официальном сайте Службы. К сожалению, до настоящего момента не все требования имеются в наличии или были получены в полном объеме. В отношении **156 стран (включая 28 стран ЕС)** требования на различные виды продукции размещены на сайте Россельхознадзора.

РЕЕСТР ЭКСПОРТЕРОВ

В настоящее время в Реестр экспортеров ФГИС «Цербер» включено 4 447 российских предприятий по производству животноводческой продукции, которые могут экспортировать отдельные виды своей продукции в более чем 80 третьих стран.

В ЧАСТИ ФИТОСАНИТАРНОГО НАДЗОРА И СЕМЕННОГО КОНТРОЛЯ

ЭКСПОРТ РОССИЙСКИХ ЯБЛОК В РЕСПУБЛИКУ ИНДИЯ

Российские производители заинтересованы в осуществлении поставок на территорию Республики Индия с территории Российской Федерации подкарантинной продукции (яблоки свежие).

Соответствующий запрос был направлен Россельхознадзором в Национальную организацию по карантину и защите растений Республики Индия.

По информации, полученной от Департамента сельского хозяйства и сотрудничества Министерства сельского хозяйства Республики Индия в настоящее время согласно Указу о карантине растений от 2003 года, импорт яблок из России запрещен.

Для начала осуществления экспорта яблок необходимо направить индийской стороне техническую информацию с целью дальнейшего проведения анализа рисков. В указанных формах также должна присутствовать информация о содержании пестицидов и агрохимикатов в экспортируемой продукции и регламентах их применения.

В связи с отсутствием у Россельхознадзора полномочий по контролю за безопасностью производимой сельскохозяйственной продукции не предоставляется возможным предоставлять данную информацию.

После проведения двусторонних переговоров индийская сторона сообщила, что рассмотрит возможность смягчения требований, предъявляемых к импорту яблок.

До настоящего времени указанная информация в Россельхознадзор не поступала.

ЭКСПОРТ ЛЮЦЕРНЫ В КОРОЛЕВСТВО САУДОВСКАЯ АРАВИЯ, ГОСУДАРСТВО КАТАР, КОРОЛЕВСТВО БАХРЕЙН, ОБЪЕДИНЕННЫЕ АРАБСКИЕ ЭМИРАТЫ, ИСЛАМСКУЮ РЕСПУБЛИКУ ИРАН, ГОСУДАРСТВО КУВЕЙТ, ЛИВАНСКУЮ РЕСПУБЛИКУ, ЙЕМЕНСКУЮ РЕСПУБЛИКУ, ИОРДАНСКОЕ ХАШИМИТСКОЕ КОРОЛЕВСТВО

В связи с поступающими запросами российских производителей, планирующих осуществлять поставки на территорию Королевства Саудовской Аравии, Государства Катар, Королевства Бахрейн, ОАЭ, Исламской Республики Иран, Государства Кувейт, Ливанской Республики, Йеменской Республики, Иорданского Хашимитского Королевства с территории Российской Федерации, кормов растительного происхождения из люцерны, Россельхознадзор направил в декабре 2019 года официальные запросы в национальные организации по карантину и защите растений указанных стран о предоставлении фитосанитарных требований, предъявляемые к указанной продукции. Фитосанитарные требования Саудовской Аравии были получены Россельхознадзором от Минсельхоза России 24.03.2020 года и направлены в ФГУ «Всероссийский центр карантина растений» для перевода и получения научного заключения о фитосанитарных мерах, которые необходимо применять производителям и уполномоченным органам с целью соблюдения фитосанитарных требований Саудовской Аравии при экспорте.

ЭКСПОРТ ЛЮЦЕРНЫ В КИТАЙСКУЮ НАРОДНУЮ РЕСПУБЛИКУ

В связи с заинтересованностью российских участников внешнеэкономической деятельности в экспорте люцерны в Китайскую Народную Республику, Россельхознадзор в ноябре 2019 года направил официальным письмом заполненный опросный лист для начала экспорта кормовых трав в Главное таможенное управление КНР (далее - ГТУ КНР). Китайская сторона письмом 07 января 2020 года проинформировала Россельхознадзор, о том, что в настоящее время ими проводится оценка рисков на основании ранее направленного опросного листа и представила перечень карантинных вредных организмов для Китайской Народной Республики, от которых должна быть свободна люцерна при ее экспорте в Китай с просьбой предоставить комментарии по указанному перечню.

В свою очередь Россельхознадзор направил указанный перечень на проработку в Федеральное государственное бюджетное учреждение «Всероссийский центр карантина растений» (далее - ФГБУ «ВНИИКР»). Полученную информацию от ФГБУ «ВНИИКР» Россельхознадзор направил официальным письмом в ГТУ КНР. Китайская сторона направила российской стороне проект Протокола о фитосанитарных требованиях КНР при поставках люцерны из России в Китай, в настоящее время указанный проект протокола находится на рассмотрении в Россельхознадзоре.

ЭКСПОРТ ТРАВ, ПРЕДНАЗНАЧЕННЫХ ДЛЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В МЕДИЦИНСКИХ ЦЕЛЯХ, В КИТАЙСКУЮ НАРОДНУЮ РЕСПУБЛИКУ

В ходе 8-го заседания Российско-Китайской постоянной рабочей группы по сотрудничеству в области ветеринарного надзора, фитосанитарного контроля и безопасности пищевой продукции (далее - рабочая группа), состоявшегося 12-14 января 2019 года в г. Циндао (Китайская Народная Республика), Россельхознадзор проинформировал уполномоченных органов КНР о российских компаниях, планирующих поставку трав, предназначенных для использования в медицинских целях из России в Китай.

Китайская сторона выразила заинтересованность в поставке указанных трав и согласилась начать процедуру доступа в Китай в ближайшее время, о чем соответствующая запись была сделана в Протоколе заседания рабочей группы. Китайская сторона направила в адрес Россельхознадзора опросный лист по указанной продукции и проект Протокола между Федеральной службой по ветеринарному и фитосанитарному надзору и Главным таможенным управлением КНР по фитосанитарным требованиям к лекарственному сырью растительного происхождения для китайской медицины, экспортируемому из России в Китай.

Россельхознадзор проработал полученные документы и официальным письмом отправил в ГТУ КНР заполненный опросный лист и замечания к указанному проекту Протокола. До настоящего времени ответ от китайской стороны не получен.

Федеральный центр «Агроэкспорт»

www.aemcsx.ru

Сервисы и продукты
на официальном сайте



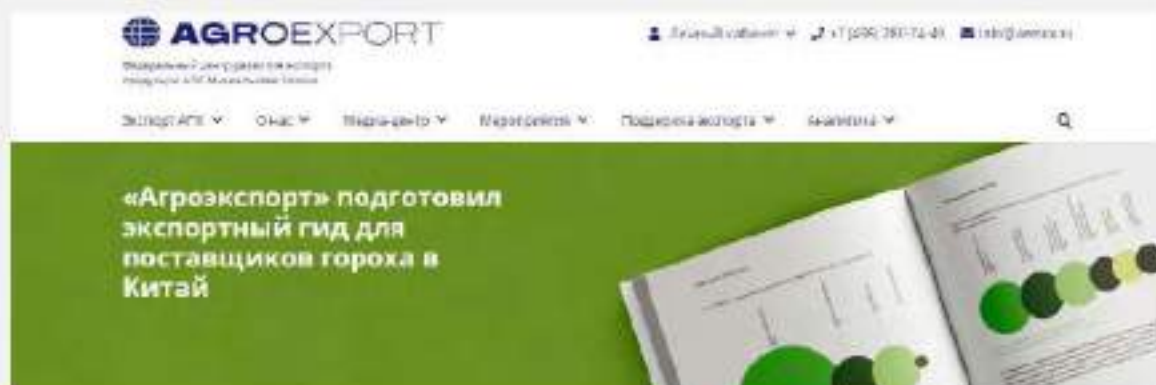
АГРОЭКСПОРТ



Министерство
сельского хозяйства
Российской Федерации



Основное меню и карта сайта



Сайт Федерального центра «Агроэкспорт» состоит из 6 основных разделов:

- **Экспорт АПК** (информация о российском экспорте, описание федерального проекта и института «Атташе по АПК»);
- **О нас** (подробная информация об «Агроэкспорте»);
- **Медиа-центр** (новости, анонсы мероприятий, интервью, дайджесты СМИ, подборки фото и видео-материалов);
- **Мероприятия** (календарь зарубежных мероприятий, гид по мероприятиям и все мероприятия Федерального центра);
- **Поддержка экспорта** (материалы по Господдержке, информация по продвижению, инструкции для экспортеров и проверка доступа российской продукции на внешние рынки);
- **Аналитика** (статистика российского экспорта, оперативные и аналитические обзоры, экспортные гиды).

На сайте реализована удобная навигация и поиск.



🔍

- Статистика
 - Оперативные обзоры
 - Аналитические обзоры
 - Экспортные обзоры

Статистика

Экспорт АПК РФ 2020 год

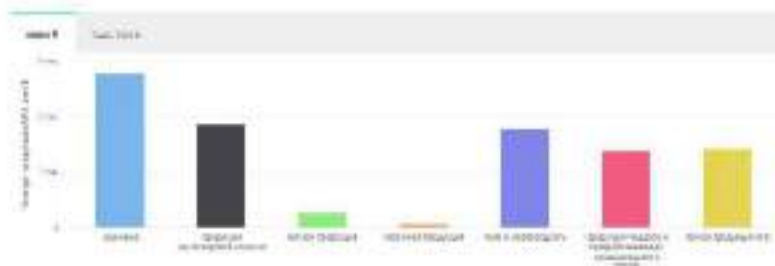
Всего

9 651.4

млн \$

24 423.6

млн \$



Источник: ФТС России
Данные за период с 01.01.2020 по 31.12.2020
Данные по состоянию на 31.12.2020

Данные по отраслям

Рейтинг стран по импорту продукции АПК РФ

1. Турция
2. Финляндия
3. Великобритания
4. Соединенные Штаты Америки
5. Китай
6. США
7. Франция
8. Япония
9. Канада
10. Швеция

Рейтинг регионов РФ по экспорту продукции АПК РФ

1. Республика Беларусь
2. Москва
3. Краснодарский край
4. Саратовская область
5. Самарская область
6. Воронежская область
7. Астраханская область
8. Калининградская область
9. Челябинская область
10. Ростовская область

Методология

Метод

Метод

Статистика российского экспорта для удобства разбита по годам и представлена в виде интерактивных дашбордов, информация на которых показана в разрезе ключевых отраслей АПК.

По каждой из отраслей доступен рейтинг основных стран-покупателей и регионов-экспортеров.



Аналитические обзоры

The screenshot shows the AgroExport website interface. At the top, there is a navigation bar with the company logo and contact information. Below it, a menu includes 'Экспорт АПК', 'О нас', 'Медиа-центр', 'Мероприятия', 'Поддержка экспорта', and 'Аналитика'. The 'Аналитика' menu is expanded, showing 'Статистика', 'Аналитические обзоры', and 'Экспортные цены'. The main content area is titled 'Аналитические обзоры' and lists several reports with their dates:

- Обзор рынка австралийской пшеницы и баранины в Китае - 9 мая 2020 года
- Экспресс-обзор: пудинговое мясо (Индия) - 6 мая 2020 года
- Экспресс-обзор: говядина - 25 марта 2020 года
- Перспективы розничных мясных продуктов - 10 марта 2020 года
- Экспорт кондитерских изделий - 9 марта 2020 года



В разделе собраны обзоры зарубежных рынков и адаптированные переводы отчетов ведущих зарубежных консалтинговых агентств. Аналитические обзоры выкладываются в формате PDF.





Календарь мероприятий

AGROEXPORT
Календарь мероприятий

Страна: События:

Food Park Asia	Biofood	ISM
Страна: Таиланд	Страна: Португалия	Страна: Италия
Дата проведения: 01.09.2020	Дата проведения: 01.09.2020	Дата проведения: 01.09.2020
Место: Бангкок, Таиланд	Место: Португалия	Место: Турин, Италия

TFCM International	Food solution	West Africa Agri Business Expo
Страна: ЮСШ	Страна: Португалия	Страна: Португалия
Дата проведения: 01.09.2020	Дата проведения: 01.09.2020	Дата проведения: 01.09.2020
Место: Бангкок, Таиланд	Место: Португалия	Место: Турин, Италия



AGROEXPORT
Международные выставки для экспортеров
2020

Expositions 2020

Agrifood & Agri Business South America

MSPAL Food Service 2020 America Latina 2020

Food 2020



В разделе собрано более 200 международных выставок, форумов и ярмарок, которые могут помочь российским производителям для продвижения собственной продукции на внешние рынки. А также можно скачать гид по международным выставкам в формате PDF.



Господдержка

[Колл-АК](#) | [О нас](#) | [Машина](#) | [Сервис](#) | [Поддержка](#) | [Аналитика](#)

[Господдержка](#)
[Продвижение продукции АПК](#)
[Доступ на внешние рынки](#)

В разделе «Господдержка» вы найдете все программы государственной поддержки для производителей АПК, направленные на повышение эффективности и рост конкурентоспособности, расширение производственных мощностей.

Полное представление

Инструкция по подбору оборудования

Компенсация затрат на транспорт и логистику

Инструкция по получению компенсации

Компенсация затрат на эксплуатацию техники

Инструкция по получению компенсации

Стимулирование производства продукции

Инструкция по получению компенсации

[Инструкция по решению проблемы повышения конкурентоспособности АПК](#)



В разделе собраны подробные инструкции по всем существующим мерам государственной поддержки для сельхозпроизводителей. Информация представлена в виде удобных пошаговых инструкций с пояснениями и комментариями.



AGROEXPORT
 Главная | О нас | Контакты | Новости | Пресс-релизы | Дайджесты | Архив | Акции

Новости

- Видео: как выращивать кукурузу на экспорт (19.05.2020)
- Турция: как изменить ситуацию с экспортом сельхозпродукции в условиях пандемии (19.05.2020)
- Российский экспорт сельскохозяйственной продукции в США в первом квартале вырос на 50% (19.05.2020)
- Дайджест зарубежных СМИ о агроэкспорте (18 - 21 мая 2020 года)
- Дайджест российских СМИ о агроэкспорте (15 - 21 мая 2020 года)
- Лидер рейтинга агроэкспортеров России опубликован (15.05.2020)

15-21 мая 2020 года

Дайджест зарубежных СМИ

[Скачать дайджест в pdf](#)

Товары

Продовольствие стало товаром, который не имеет границ. В условиях пандемии COVID-19 спрос на продукты питания резко возрос. Это привело к росту цен на многие виды сырья и готовую продукцию. Экспортеры должны быть готовы к этому и оперативно реагировать на изменения на рынке.

Таблица курса

Курс валют играет важную роль в формировании экспортных цен. В настоящее время наблюдается укрепление рубля, что может негативно сказаться на конкурентоспособности российских товаров на зарубежных рынках. Экспортерам необходимо внимательно следить за динамикой курса и учитывать его в своих расчетах.

Рынки

Индонезия остается крупнейшим рынком для российских товаров. Однако в последние месяцы наблюдается снижение спроса на многие виды сырья и готовую продукцию. Это связано с влиянием пандемии COVID-19 на экономику страны. Экспортерам необходимо искать новые рынки сбыта и адаптироваться к меняющимся условиям.

Средства массовой информации

Средства массовой информации играют важную роль в формировании общественного мнения и информировании потребителей. Экспортерам необходимо активно взаимодействовать с прессой и использовать различные каналы коммуникации для продвижения своих товаров и услуг.

Наталья Загорская: «Семья - амбициозная задача - это объединение отраслей»

Наталья Загорская, генеральный директор ООО «АгроЭкспорт», рассказывает о своей деятельности и о том, как она видит будущее российского агроэкспорта. Она подчеркивает важность объединения усилий различных отраслей для достижения успеха на международных рынках.



В разделе Медиа-центр самые актуальные новости о российском экспорте, интервью с экспертами, анонсы и пост-релизы мероприятий для экспортеров, а также дайджесты российских и зарубежных СМИ.

Экспортный гид



Китай



Экспортный гид



Китай

Гид создан при участии:



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

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

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

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

© ФГБУ «Федеральный центр развития экспорта продукции агропромышленного комплекса Российской Федерации», 2020.

© Все права защищены.

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



 АГРОЭКСПОРТ

Резюме	5
Список сокращений.....	7
Введение.....	10
1. Краткий обзор — Китай	13
1.1. Экономические тенденции	15
1.2. Политические тенденции.....	17
1.3. Демографические тенденции.....	19
1.4. Перспективы рынка Китая для российских экспортеров мяса птицы.....	20
2. Обзор рынка мяса птицы в Китае	23
2.1. Производство.....	25
2.2. Экспорт.....	34
2.3. Импорт.....	35
2.4. Спрос	57
2.5. Торгово-распределительная сеть.....	64
2.6. Потребительские предпочтения	70
2.7. Выводы.....	76
3. Карта действий экспортера	79
4. Доступ на рынок: ветеринария.....	83
4.1. Описание базовых принципов Соглашения между Россией и Китаем.....	85
4.2. Включение предприятий в список разрешенных на экспорт.....	88
4.3. Экспортный сертификат.....	90
4.4. Процедура ветеринарной сертификации продукции.....	91
4.5. Лабораторные исследования.....	93
4.6. Отгрузка продукции на экспорт.....	94
5. Логистика	96
5.1. Оформление груза от производителя до получателя	98
5.2. Стоимость доставки.....	105
5.3. Возмещение НДС по экспортным сделкам.....	105
5.4. Основные риски, ошибки и последствия.....	106
6. Организация поставок (коммерция)	107
6.1. Требования к продукту и упаковке.....	109
6.2. Основные базовые типы контрактов и условий.....	111
6.3. Процесс заключения и выполнения контракта	112
6.4. Варианты цепочки поставок на экспорт.....	113
6.5. Основные риски при экспорте товаров в Китай.....	115

7. Тарифные и нетарифные барьеры	116
8. Формы присутствия на рынке	119
9. Защита торговых марок	125
10. Отраслевые выставки и ярмарки	129
11. Контактная информация	133
12. Особенности ведения бизнеса	137
13. Государственная поддержка экспорта продукции АПК	145
Словарь: термины и определения	150
Приложение №1. 10 шагов при подготовке к экспорту.....	153
Приложение №2. Национальные стандарты КНР по безопасности продуктов питания	158
Приложение №3. Товаросопроводительная документация	160
Приложение №4. Возмещение НДС при экспорте товаров	171
Приложение №5. Образцы продуктов и спецификаций	173
Приложение №6. Зоны экономического развития в Китае	179

-
- Китайский рынок мясной продукции претерпел фундаментальные изменения после вспышки африканской чумы свиней (АЧС)¹ в августе 2018 г. Производство свинины, наиболее популярного среди китайского населения вида мяса, сократилось более чем на 7,5 млн тонн в 2019 г. по сравнению с предыдущим годом, и часть этого сокращения была компенсирована резким увеличением производства и импорта мяса птицы.
 - Производство мяса птицы быстро отреагировало на кризис АЧС. Ожидается, что производство птицы в 2020 г. достигнет в общей сложности 23,3 млн тонн, что на 6 млн тонн или на 35% выше уровня 2018 г. до вспышки болезни. Производство всех видов мяса птицы растет схожими темпами.
 - В 2019 г. Китай экспортировал 217,6 тыс. тонн мяса птицы. Экспорт — это лишь небольшая часть производства, и не ожидается, что он будет увеличиваться с учетом роста внутреннего спроса на мясо птицы.
 - Импорт мяса птицы в 2019 г. достиг рекордного уровня в 795,1 тыс. тонн и общей стоимости в 2,0 млрд долл. США. В натуральном выражении импорт вырос на 58%, а в стоимостном — на 77%. Это явилось ответом на высокий внутренний спрос и необходимость заполнить пробел после спада в производстве свинины.
 - Замороженное куриное мясо составляло 98% стоимости импорта мяса птицы в 2019 г. Около 73% импорта куриного мяса было представлено замороженными куриными крылышками и куриными лапками, которые отвечают китайским вкусам и кулинарным традициям.
 - Цены CIF на импорт куриного мяса и субпродуктов в Китае сильно выросли в 2019 г. по сравнению с предыдущим годом: от 12% до 35% в зависимости от вида продукции. Розничные цены на внутреннем рынке также сильно выросли, от 15% до 25% в зависимости от категории продукта.
 - Бразилия в 2019 г. являлась основным поставщиком мяса птицы в Китай (66% в стоимостном объеме импорта), за ней следуют Таиланд (11%) и Аргентина (10%). США были значимым поставщиком до 2014 г., после чего на их продукцию на китайском рынке был наложен запрет по ветеринарно-санитарным причинам. В декабре 2019 г. запрет был снят, и в 2020 г. ожидается возобновление экспорта из США.

¹ Африканская чума свиней, АЧС (лат. *Pestis africana suum*) — африканская лихорадка, восточноафриканская чума, болезнь Монтомери — высококонтагиозная вирусная болезнь свиней.

- Мясо птицы продается, главным образом, на открытых продуктовых рынках (45% всех продаж)². Это, в основном, живая или охлажденная курица цветных пород, наиболее предпочитаемая китайскими потребителями. На долю супермаркетов приходится примерно 33% продаж, в основном охлажденной или замороженной готовой курицы, по большей части белоперых цыплят-бройлеров.
- Российские экспортеры имеют хорошие возможности для экспорта мяса птицы в Китай, поскольку на уровне правительства проведены переговоры и утвержден список компаний, допущенных к экспорту.
- Китай часто меняет свои правила импорта, включая санитарные требования, и применяет их, чтобы иметь возможность «управлять» импортом в соответствии с планами правительства. Это создает высокую степень риска или неопределенности для экспортеров.
- Чтобы стать успешным экспортером, необходимо тщательно изучить огромный и разнообразный китайский рынок. Это поможет определить конкретный сегмент или нишу. Также важно найти надежного местного партнера. Успешные экспортеры либо вкладывают средства в свою деятельность на рынке, либо создают стратегические альянсы с местными производителями мяса или находят надежного дистрибьютора с хорошими местными связями. При недостаточно развитой инфраструктуре оптовых продаж и распределения во многих районах Китая, сотрудничество с хорошим дистрибьютором — ключевой фактор успеха.
- Узнаваемость бренда также является важным элементом успеха и одновременно риска на китайском рынке. Защита бренда должна быть детально продумана экспортерами на раннем этапе проекта. Защитить бренд на рынке довольно сложно, а осуществление прав интеллектуальной собственности — процесс долгий и малоэффективный.

² Вероятно, ситуация изменится в связи с закрытием многих традиционных открытых рынков после вспышки Covid-19 в начале 2020 г. в Китае.

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

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

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







Китай² — один из наиболее крупных потребителей российских продуктов питания. Это государство с населением свыше 1,3 млрд человек ощущает нехватку продовольствия, поэтому в огромных объемах ввозит его из-за рубежа. Экспорт пищевой продукции в КНР имеет свои особенности, которые необходимо знать российским компаниям, планирующим поставки продовольственных товаров в эту страну.

ВВП: 99 086,5 млрд кит. юаней = 14 024,6 млрд долл. США

Рост ВВП: 6,1%

ВВП на душу населения: 70 892 кит. юаней = 10 034,0 долл. США

Индекс потребительских цен: 2,9%

Использованные прямые иностранные инвестиции: 138,1 млрд долл. США

Темп роста добавленной стоимости в промышленности: 5,7%

Рост инвестиций в основные средства: 5,4%

Рост розничных продаж: 8,0%

Население: 1 397,3 млн человек

Площадь страны: 9,563 млн км² (включая водные объекты и водные пути)

Крупнейшие города: Пекин, Шанхай, Гуанчжоу, Шэньчжэнь, Дунгуань, Тяньцзинь, Чунцин, Чэнду

Урбанизация: 60,6%

Основные импортные товары: электрические машины и оборудование, нефть и нефтепродукты, реакторы ядерные, котлы, руды

Основные экспортные товары: электрические машины и оборудование, реакторы ядерные, мебель, пластмассы, средства наземного транспорта

Общий объем импорта: 2 069,0 млрд долл. США

Общий объем экспорта: 2 498,6 млрд долл. США

Председатель КНР: Си Цзиньпин

Премьер Госсовета КНР: Ли Кэцян

Источник: Национальное бюро статистики КНР, Всемирный банк, ITC Trade Map.

² Китай — Китайская Народная Республика, сокращенно — КНР.





Содержание

Экономические тенденции

Демографические тенденции

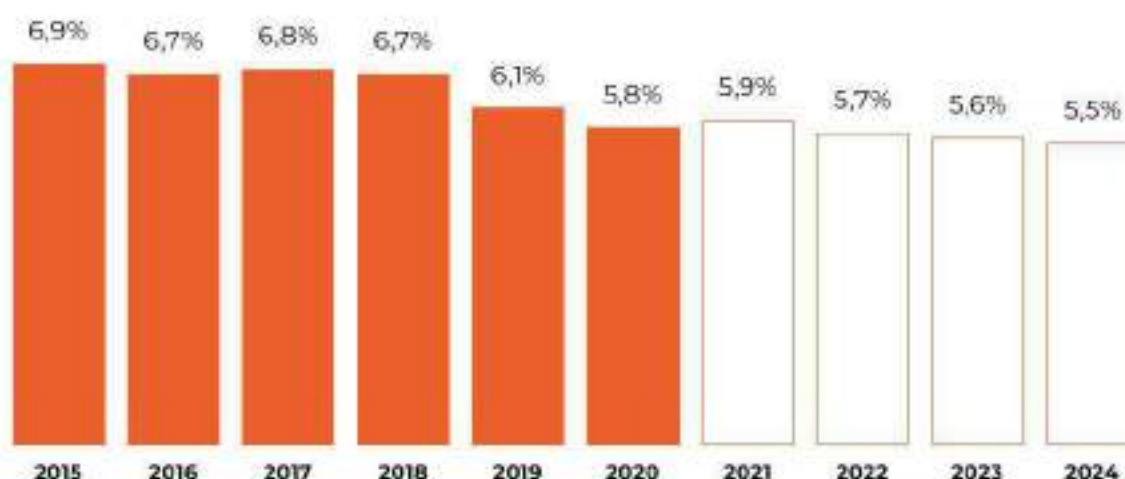
Политические тенденции

Перспективы рынка Китая для российских экспортеров мяса птицы

В 1979 г. в Китае начался переход от плановой экономики к рыночной и страна открыла свою экономику для внешнего мира. С 1979 по 2018 гг. благодаря иностранным инвестициям, экспорту и правительственным мерам китайская экономика росла в среднем на 9,5% в год, что значительно превышает темпы роста мировой экономики, которые составили 2,9%⁴ за тот же период. Однако в последнее десятилетие наблюдается замедление роста ВВП Китая.

Тенденция замедления экономического роста сохранилась и в 2019 г.: по данным Национального бюро статистики КНР, в январе–декабре прирост ВВП составил 6,1% (по сравнению с 6,7% в 2018 г.). Эта тенденция стала результатом действия как внешних факторов (торговый конфликт с США, слабый мировой спрос), так и внутренних (низкие темпы роста инвестиций и др.). Согласно прогнозам МВФ, темп прироста ВВП Китая замедлится до 5,8% (см. рис. 1).

Рис. 1. Темпы прироста ВВП Китая, 2015–2024 гг., % к предыдущему году



Источник: Данные МВФ (World Economic Outlook Database).

Ключевые показатели экономики Китая за I–IV кварталы 2019 г.:

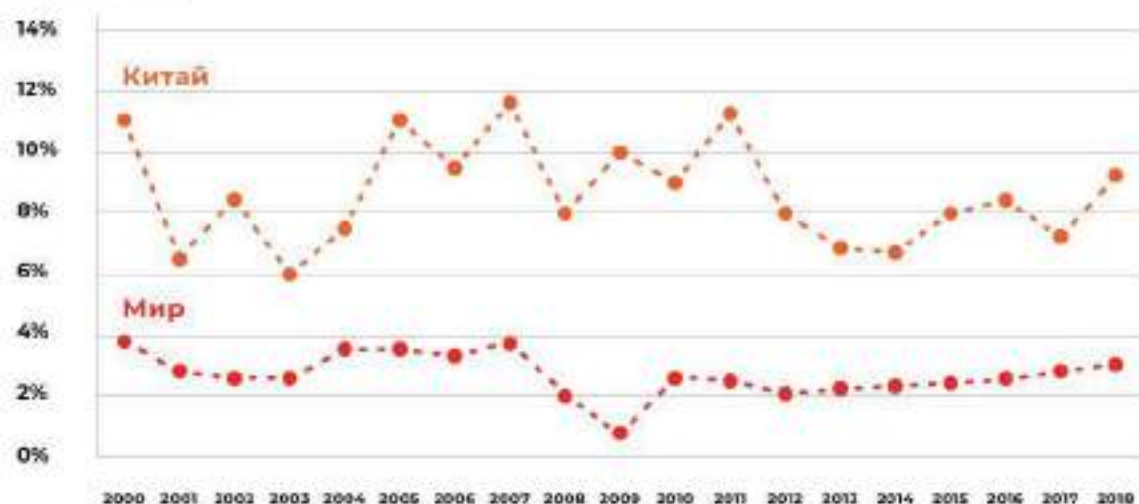
- добавленная стоимость в первичном (добыча природного сырья, сельское хозяйство, лесоводство, рыболовство), вторичном (обрабатывающая промышленность, строительство) и третичном (сфера услуг) секторах экономики увеличилась на 3,1%, 5,7% и 6,9% соответственно;
- вклад конечного потребления в рост ВВП достиг 57,8%;

⁴ Рассчитано с использованием данных МВФ (World Economic Outlook Database).

- добавленная стоимость в производстве высокотехнологичного оборудования увеличилась на 9,3%;
- розничные продажи потребительских товаров выросли на 8,0%, в то время как розничные онлайн-продажи — на 16,5%;
- инвестиции в основной капитал увеличились на 5,4%, а инвестиции в недвижимость — на 9,9%;
- показатели в сфере внешней торговли к декабрю 2019 г.: экспорт Китая в юанях сократился на 0,3%, а импорт — на 4,5%;
- потребительские цены выросли на 2,9%.

В 2019 г. потребление оставалось важным фактором обеспечения экономического роста в стране. За период 2000–2018 гг. расходы на конечное потребление в Китае прирастали в среднем на 8,7% в год, тогда как в мире — лишь на 2,7% в год (см. рис. 2). Несмотря на то, что после 2011 г. темпы увеличения данного показателя в КНР снизились, его ежегодный рост остается высоким и в 2018 г. достиг 9,3%. По итогам 2018 г. сопоставимый рост расходов на конечное потребление наблюдался в Индии (8,3%), Эфиопии (9,6%) и Сьерра-Леоне (12,1%), а в странах с высоким уровнем дохода потребительские расходы увеличились всего на 2%.

Рис. 2. Темпы прироста расходов на конечное потребление в Китае и в мире, 2000–2018 гг., % к предыдущему году



Источник: Всемирный банк.

В 2018 г. Всекитайское собрание народных представителей отменило ограничения на количество сроков пребывания у власти как для председателя КНР, так и для премьер-министра Госсовета КНР. В 2017 г. правящая Коммунистическая партия Китая (КПК) также внесла поправки в конституцию, включив в нее «Мысли Си Цзиньпина».

Такое укрепление власти было ожидаемым в свете мощнейшей антикоррупционной кампании, проводимой председателем КНР, которая привела к арестам нескольких коррумпированных правительственных чиновников и политических соперников. Репутация одного из самых могущественных руководителей со времен Дэн Сяопина и отмена ограничений сроков правления способствовали консолидации политической власти в стране под началом Си Цзиньпина, что позволило ему обеспечить последовательность осуществления экономических реформ.

В краткосрочной перспективе такие факторы, как стремительный экономический рост в последнее десятилетие, снижение уровня бедности, превращение Китая во влиятельную мировую державу и антикоррупционная кампания, укрепят лидерство Си Цзиньпина. Однако в долгосрочной перспективе КПК придется решать множество трудных задач, включая неблагоприятную демографическую ситуацию, рост долга, замедление развития экономики, проблемы экологии и изменения климата.

Оценивая будущее, можно сказать, что до тех пор, пока Си Цзиньпин будет занимать одновременно должности председателя КНР, генерального секретаря ЦК КПК и председателя Центрального военного совета, в его руках будет жесткий контроль над всей политической системой страны.

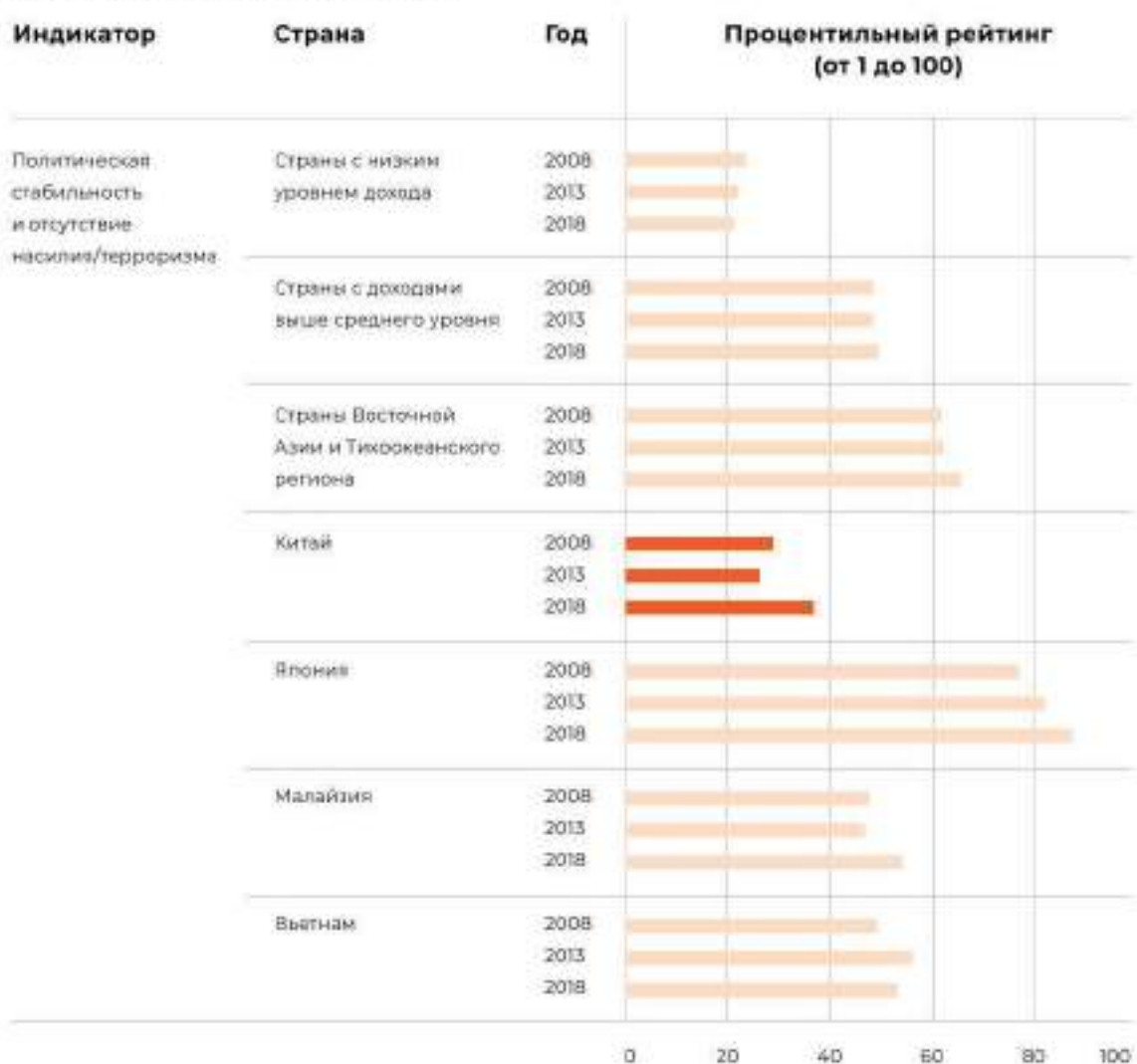
Индикаторы качества государственного управления в мире (Worldwide Governance Indicators WGIs)⁵, рассчитанные Всемирным банком, свидетельствуют о том, что за последнее десятилетие показатели политической стабильности и отсутствия насилия/терроризма в Китае незначительно улучшились: процентильный рейтинг страны поднялся с отметки 29,3 в 2008 г. до 36,7 в 2018 г.⁶ В то же время Китай отстает от среднего показателя государств Восточной Азии и Тихоокеанского региона (см. рис. 3) и занимает 134-е место из 211 в мире, отставая от таких стран, как Казахстан, Аргентина, Греция, Ямайка, Гана, но опережая Узбекистан, Бразилию, Россию, Индонезию, Таиланд.



⁵ <http://info.worldbank.org/governance/wgi/Home/Reports>

⁶ При помощи индикатора «политическая стабильность и отсутствие насилия/терроризма» измеряют вероятность политической нестабильности и/или политически мотивированного насилия, включая терроризм. Процентильный рейтинг указывает на место страны среди всех стран мира по совокупному показателю, где 0 соответствует самому низкому рейтингу, а 100 — самому высокому.

Рис. 3. Динамика показателя политической стабильности и отсутствия насилия/терроризма в Китае и некоторых странах мира, 2008–2018 гг.

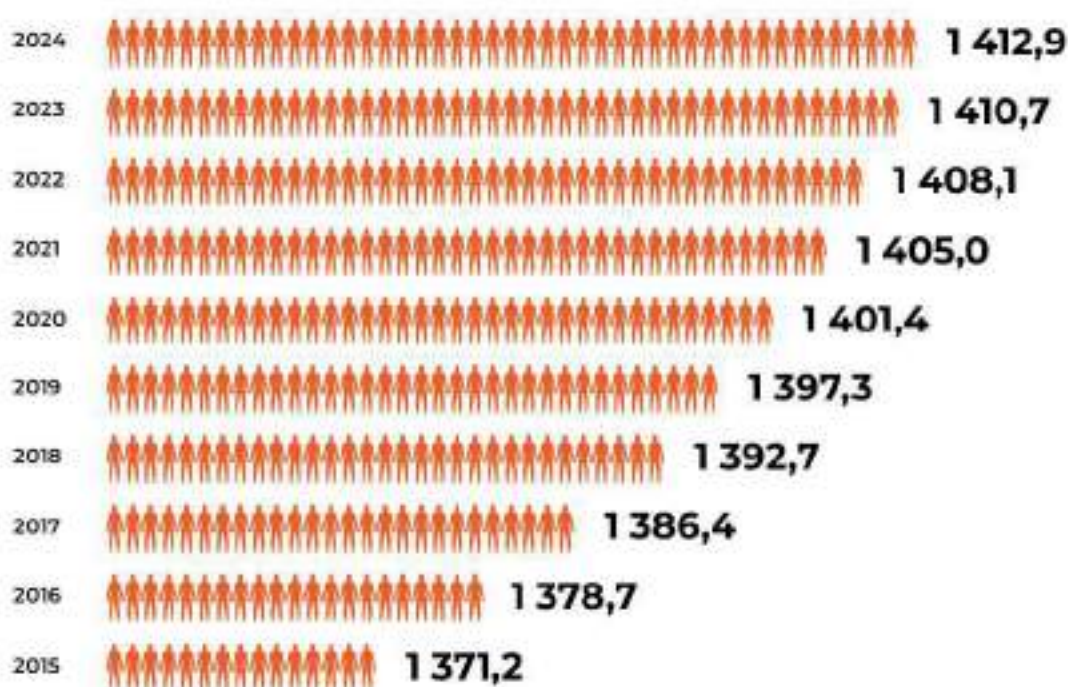


Источник: Всемирный банк.



За последние семьдесят лет население Китая увеличилось с 541,7 млн человек в 1949 г. до 1,4 млрд в 2019 г. По состоянию на 2018 г. доля представителей мужского пола составляла 51,32% от общей численности населения страны, а доля женского 48,68%. Ожидается, что к 2024 г. общая численность населения Китая достигнет 1,41 млрд человек (см. рис. 4). Согласно исследованию Китайской академии общественных наук, численность населения страны достигнет пика в 2029 г., повысившись до 1,44 млрд человек, но затем начнет сокращаться⁷. Предположительно, к 2050 г. она уменьшится до 1,36 млрд, а если коэффициенты рождаемости останутся низкими, то к 2065 г. может упасть до 1,17 млрд.

Рис. 4. Общая численность населения Китая, 2015–2024 гг., млн человек.



Источник: Всемирный банк.

⁷ <https://asia.nikkei.com/Politics/China-s-population-forecast-to-peak-at-1.44bn-in-2029>

Численность трудоспособного населения, то есть людей в возрасте от 15 до 64 лет, увеличилась с 582,8 млн в 1980 г. до 991,7 млн в 2018 г. К концу 2018 г. число граждан Китая от 60 лет и старше достигло 249 млн, что составляет 17,9% от общей численности населения страны⁸. Согласно данным Китайского национального комитета по проблемам старения, к 2050 г. число граждан категории 60+ может достичь 487 млн или 34,9% от общей численности населения⁹.

В 1979 г. Китай ввел политику «Одна семья — один ребенок» для контроля количества народонаселения и сдерживания роста рождаемости. В результате эффективной реализации этой программы темпы роста населения замедлились. Вместе с тем по той же причине страна в настоящее время столкнулась с нехваткой рабочей силы, так как число граждан от 60 лет и старше быстро увеличивается. В 2016 г. правительство отменило ограничительную демографическую политику, разрешив супругам иметь двух детей. В 2016 г. родилось 17,9 млн детей, что на 1,31 млн превысило уровень предыдущего года. Тем не менее в 2017 г. прирост населения уменьшился, достигнув отметки 17,23 млн новорожденных, что значительно ниже целевого показателя правительства КНР 20 млн, а в 2018 г. рождаемость и вовсе упала до 15,23 млн человек, что в дальнейшем неизбежно приведет к существенному дефициту трудовых ресурсов¹⁰.

В последнее десятилетие растущая экономика азиатских государств, особенно Китая, сыграла важную роль в переходе от мира однополярного к многополярному. Страны начали использовать свою экономическую мощь, чтобы противодействовать торговым и политическим решениям, порождающим геополитическую напряженность. Это привело к налаживанию новых межгосударственных партнерских связей.

В недавнее время на фоне торговой войны США и Китая важным партнером для последнего стала Россия. Сегодня обе страны находят все больше областей для взаимовыгодного сотрудничества и в экономике, и в политике.

Объем двусторонней торговли между Россией и Китаем, по данным ФТС России, вырос с 66,1 млрд долл. США в 2016 г. до 110,9 млрд долл. США в 2019 г., при этом Китай является крупнейшим партнером России как по экспорту, так и по импорту.

⁸ https://global.chinadaily.com.cn/a/202001/29/W55e50c54ba3f0128217273847_1.html

⁹ https://www.xinhuanet.com/english/2018-07/20/c_137338328.htm

¹⁰ <https://cick.ru/MKTbu>

Объем взаимной торговли сельскохозяйственной продукцией и продовольствием между двумя странами в 2019 г. вырос на 10,8% к уровню 2018 г. и составил 5,0 млрд долл. США, при этом российский экспорт продукции АПК в Китай вырос на 26,5% до 3,2 млрд долл. США.

Рынок мяса птицы Китая был закрыт для российских экспортеров до 2018 г. Важным событием для отрасли стало подписание в ноябре 2018 г. Россельхознадзором и Главным таможенным управлением КНР протокола о взаимных поставках замороженного мяса птицы и молочной продукции, что открыло возможности для увеличения экспорта мяса птицы на емкий китайский рынок.

Нетарифные барьеры. На развитие внутреннего рынка мяса птицы в Китае оказали влияние следующие факторы, связанные с эпизоотиями:

- 1) вследствие вспышек птичьего гриппа в 2015 г. был введен запрет на импорт мяса птицы в Китай из таких стран, как США и страны Европейского союза, которые являлись крупными поставщиками на рынок Китая;
- 2) в результате вспышки Африканской чумы свиней (АЧС) в 2018 г. в Китае значительно сократилось поголовье свиней, и, по оценкам Rabobank, USDA и ФАО, в 2020 г. производство свинины в стране снизится более чем на треть по сравнению с 2018 г.

Для того чтобы удовлетворить растущий спрос на мясо птицы и компенсировать падение производства свинины, в 2018 г. Китай разрешил импорт мяса птицы из таких стран, как Россия, Польша и Беларусь, а в ноябре 2019 г. был снят четырехлетний запрет на импорт мяса птицы из США. Со снятием запрета конкуренция на рынке Китая усилится, и российским экспортерам придется конкурировать на этом рынке не только с такими странами как Бразилия, Таиланд, Чили, Польша, Аргентина, но и с США, которые имеют многолетний опыт работы на китайском рынке.

Урбанизация. Помимо нетарифных барьеров, влияние на развитие птицеводства и увеличение спроса на мясо птицы в Китае оказывают такие факторы, как растущая урбанизация, рост численности населения, формирующийся средний класс и увеличение покупательной способности в городах и сельских районах.

Доля городского населения в Китае выросла примерно с 20% в 1981 г. до 60% в 2018 г. Согласно докладу, опубликованному Национальной академией экономической стратегии при Китайской академии социальных наук, к 2035 г. коэффициент урбанизации в Китае достигнет 70%, и городское население увеличится до одного миллиарда человек. Этот стремительный рост урбанизации продолжит оказывать влияние на потребление и потребительские предпочтения.

Рост доходов. Помимо урбанизации, экономический рост, который привел к повышению реальных доходов, оказал значительное влияние на потребление продуктов животного происхождения. Потребители перешли от более дешевых злаковых продуктов к более дорогим продуктам питания, таким как свинина, мясо птицы и фрукты. По мере роста доходов спрос на животноводческую и плодоовощную продукцию будет продолжать расти.





2

До 2018 г. общий объем производства мяса в Китае распределялся таким образом: около 22% приходилось на мясо птицы и 67% составляла свинина (доминирует в рационе населения страны). Однако в связи со вспышкой АЧС в августе 2018 г. в структуре производства и потребления мяса в Китае произошли изменения.

Табл.1. Производство мяса в Китае, 2012–2020 гг., млн тонн в убойном весе

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020 (прогноз)
Свинина	54,4	56,2	58,2	56,5	54,3	54,5	54,0	46,5	36,0
Мясо птицы	19,3	19,1	18,6	18,8	17,9	17,2	17,2	20,6	23,3
Говядина и телятина	6,1	6,1	6,2	6,2	6,2	6,3	6,4	6,9	6,6
Баранина	2,0	2,1	2,2	2,2	2,3	2,4	2,4	3,1	3,3

Источник: Министерство сельского хозяйства США: свинина, говядина и телятина;

Всемирная организация по продовольствию: баранина 2012–2017 гг.;

www.etsa.com: баранина 2018–2020 гг.;

Табл. 2: мясо птицы.



Рис. 5. Структура производства мяса в Китае, 2012 и 2019 гг., %¹⁾

2012 г., %



2019 г., %



Источник: Данные табл. 1.

По данным Министерства сельского хозяйства США, в 2019 г. производство свинины сократилось более чем на 7,5 млн тонн или на 14% по сравнению с 2018 г. Сформировавшийся дефицит был почти наполовину компенсирован 20-процентным приростом производства мяса птицы. В данной ситуации оно увеличилось на 3,4 млн тонн и достигло отметки в 20,6 млн тонн, что соответствует 26,7% в общем объеме производства.

Прирост производства мяса птицы — это результат перехода на птицеводство многих ведущих производителей свинины. Кроме того, для удовлетворения растущего спроса на мясо птицы крупные птицеводческие предприятия увеличили производительность, а также провели ряд поглощений малых и средних производств. С другой стороны, на рост объема производства повлияла стимуляция принудительной линьки кур.

В целях диверсификации продукции и удовлетворения растущего спроса на мясо птицы компании, ранее производившие мясо цветных кур и свинины, начали инвестировать и приобретать производства белоперой курицы. К примеру, компания Wen's Food Group (крупнейший китайский производитель

¹⁾ Категория «мясо птицы» включает в себя кур, уток, гусей и цесарок. По сравнению с другими видами птицы, уровень производства мяса индейки незначителен и составляет от 2 500 до 3 500 тонн за аналогичный период.

свинины и мяса птицы) демонстрировала значительное снижение чистой прибыли из-за вспышки АЧС. В июне 2019 г. она объявила о приобретении Jiangsu Jinghai Poultry Industry Group (Цзянсу), что позволит ей закрепиться на рынке производства белоперых цыплят-бройлеров.

Существуют также сдерживающие факторы в отношении роста производства мяса птицы. Небольшие птицефабрики не располагают необходимым бюджетом для расширения производства, а также удовлетворения жестким требованиям по обеспечению биологической безопасности, норм транспортировки и проч.

Кроме того, дефицит генофонда и существенное повышение цен на суточный молодняк ограничивают этот рост¹². Следствием чего является часть неудовлетворенного спроса на мясо, которая в свою очередь оказывает влияние на уровень цен на мясо птицы и объемы импорта.

Ожидается, что эта ситуация не только сохранится, но и усугубится в 2020 г., поскольку АЧС продолжает распространяться не только в Китае, но и в Юго-Восточной Азии, включая Вьетнам, Филиппины, Камбоджу, Лаос и Мьянму. Прогнозируется, что производство свинины в регионе снова сократится более чем на 30%, в то время как производство мяса птицы в Китае продолжит тенденцию к росту и увеличится еще на 13%, превысив отметку в 23 млн тонн. Производство домашней птицы также стимулируется рыночными ценами, которые выросли более чем на 25% (как на живую курицу, так и на разделанное мясо).

Чтобы справиться с этой ситуацией, правительство Китая использует запасы замороженной свинины и прилагает усилия для увеличения на рынке доли альтернативных мясных продуктов. В создавшейся обстановке производство мяса птицы будет поощряться, а импорт — как минимум, не будет сдерживаться.

Мясо кур (в том числе отработанных) составляет более двух третей всего производства мяса птицы в Китае. На мясо утки и гуся приходится большая часть оставшейся третьей доли производства. Эти виды мяса используются в традиционной китайской кухне и занимают значительное место как в рационе местных жителей, так и на прилавках магазинов.

Промышленное производство мяса индейки ограничено двумя небольшими фермами с общим годовым объемом менее 500 тонн.

¹² Poultry Quarterly Q1. 2020//Rabobank. — December 2019.

Табл. 2. Производство основных видов мяса птицы⁹, 2012–2020 гг., млн тонн в убойном весе

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020 (прогноз)
Курица (в том числе отработанная)	13,9	13,5	13,2	13,6	12,4	11,6	11,7	13,8	15,8
Утка	2,9	3,0	2,9	2,8	3,0	3,0	3,0	4,0	4,4
Гусь и цесарка	2,5	2,6	2,5	2,4	2,5	2,6	2,5	2,8	3,1
Всего птицы	19,3	19,1	18,6	18,8	17,9	17,2	17,2	20,6	23,3

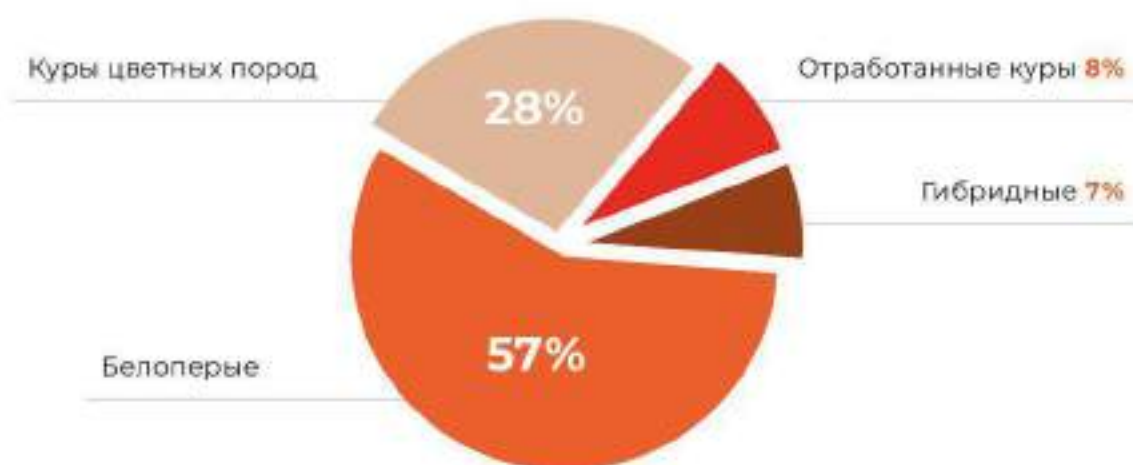
Источник: Министерство сельского хозяйства США: курица (в том числе отработанная), ФАО: Другие виды птицы 2012–2017 гг.; www.efeedlink.com <https://cick.ru/NBBU/>: утки, гуси и цесарки в 2018 и 2019 гг.

В 2020 г. прогнозируется также значительное увеличение производства мяса уток, гусей и цесарок (до 3 млн голов). Общий объем производства мяса этих птиц в убойном весе прогнозируется на уровне 7,5 млн тонн, что на 10,3% больше, чем в 2019 г. По сложившейся традиции производство мяса уток и гусей сосредоточено в Южном Китае. Однако вспышка АЧС способствовала переходу свиноводческих предприятий на севере страны на производство мяса не только кур, но и уток.

На производство мяса птицы также оказывает влияние птичий грипп, который является эндемичным для Китая. Последние значительные вспышки были зарегистрированы в 2017 г., что сказалось на производстве мяса бройлеров в 2017–2018 гг. Существенный рост производства куриного мяса, зарегистрированный в 2019 г. (18%), достиг отметки в 13,8 млн тонн, что позволило этому сектору восстановить средний уровень производства периода 2012–2016 гг. Влияние АЧС на производство свинины будет способствовать дальнейшему росту производства мяса бройлеров, которое, как ожидается, достигнет в 2020 г. рекордного уровня в 15,8 млн тонн (почти на 15% выше, чем в 2019 г.). По прогнозам, эти же факторы будут стимулировать значительное увеличение производства мяса уток, гусей и цесарок.

⁹ Производство индейки невелико по сравнению с производством других видов птицы, в связи с чем данные по производству индейки не включены в таблицу.

Рис. 6. Производство мяса бройлеров в Китае по породе, 2019 г., %



Источник: Глобальная сельскохозяйственная информационная сеть, GAIN.

Порядка 57% общего объема производства куриного мяса приходится на белоперых цыплят-бройлеров. Ожидается, что в 2020 г. эта доля продолжит расти, поскольку большинство производителей (особенно крупных) переходит на белоперых цыплят-бройлеров из-за ускоренного роста (40–41 день) и повышенной яйценоскости родительского стада.

Развитие современной розничной торговли, а также индустрии быстрого питания и полуфабрикатов в свою очередь способствует наращиванию производства белоперых цыплят-бройлеров. В то же время традиционные куры цветных пород¹⁴ составляют и будут составлять значительную долю рынка мяса бройлеров (даже несмотря на более медленный рост (90–120 дней)).

Кроме того, потребители отдают предпочтение именно курам цветных пород из-за их более выраженного вкуса, использования в приготовлении традиционных блюд, более упругой текстуры мяса, а также заявленной питательной ценности.



¹⁴ Такие породы как Cantonese Yale (wóhng mouh gāai) и Pinyin (huángmào jī).

Куры цветной породы



Белоперый бройлер



По прогнозам, производство мяса из отработанных кур-несушек в 2020 г. будет относительно стабильным и составит около 8% от общего объема внутренних поставок куриного мяса.

Растущий спрос на производство яиц вынудил производителей увеличить срок яйценоскости, что привело к снижению убойного веса несушек. Однако уменьшенный вес тушки будет компенсирован увеличением количества кур. Производство гибридной птицы замедляется из-за необходимости комплектования племенного поголовья импортными генетическими ресурсами.

Производство куриного мяса осуществляется во всех регионах страны, однако сосредоточено преимущественно на западе. При этом белоперые куры преобладают в северо-западных провинциях — Шаньдун, Хэбэй, Хэнань, Цзянсу, Хубэй и Аньхой. На юге страны (в первую очередь в провинциях Гуандун, Фуцзянь и Гуанси) доминируют куры цветных пород.

Рис. 7. Лидирующие провинции Китая по производству мяса кур, по ежегодным данным забоя, 2019 г., голов



Источник: Отраслевые источники и Министерство сельского хозяйства США (создана в mapchart.net).

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

Примерно 25% производства мяса птицы сосредоточено в пяти крупных компаниях, оставшиеся 75% распределены между небольшими фермерскими и перерабатывающими производствами на территории всей страны.

Переход крупных производителей и переработчиков свинины в птицеводство, а также заинтересованность ведущих птицеводческих и птицеперерабатывающих компаний в расширении мощностей, скорее всего, ускорит процесс постепенной консолидации цепочки добавленной стоимости в отрасли.

В табл. 3 представлены пять ведущих производителей мяса птицы. Лидеры рынка — это компании New Hope Liuhe (контролирует порядка 10% рынка) и Wen's Food Group с долей рынка около 6%.

New Hope и Wen's занимают 4-е и 5-е место в мировом рейтинге птицеводства¹⁵ после трех мировых гигантов: JBS S.A. (Бразилия), Tyson Foods, Inc. (США) и BRF S.A. (Бразилия).

Интересно отметить, что New Hope и Wen's успешно конкурируют с этими международными гигантами на китайском рынке. Tyson открыл в Китае дочернюю компанию; JBS является одним из ведущих экспортеров в страну, поставляя продукцию со своих заводов в Бразилии и Аргентине (также имеет заводы в Австралии и США). BRF экспортирует в Китай в основном со своих заводов в Аргентине, Бразилии или Таиланде (помимо этого, имеет заводы в Объединенных Арабских Эмиратах, Нидерландах, Малайзии, Великобритании и Турции).

Табл. 3. Ведущие производители мяса птицы в Китае

Компания	Место на китайском рынке	Место на мировом рынке	Забой птицы в 2018 г. (млн голов)	Оценочная доля в общем забое птицы в Китае ¹⁶	Сайт
New Hope Liuhe	1	4	1300	10,0%	https://ckck.ru/NBEEB
Wen's Food Group	2	5	807	6,2%	https://ckck.ru/NBEEW
Doyoo Group	3	16	380	2,9%	https://ckck.ru/NBEPH

¹⁵ Международное птицеводство. — Октябрь 2018 г.

¹⁶ Общее количество забитых голов птицы в Китае по данным ФАО. В 2018 г. это число составило примерно 13 млрд голов, из которых 9 500 млн голов кур, 2 400 млн голов уток и 620 млн голов гусей и цесарок.

Продолжение табл. 3.

Компания	Место на китайском рынке	Место на мировом рынке	Забой птицы в 2018 г. (млн голов)	Оценочная доля в общем забое птицы в Китае ¹⁸	Сайт
Sunner Development Co. Ltd.	4	77	360	2,9%	https://click.ru/NBEPH
DaChan Food (Asia) Ltd.	5	37	240	1,8%	https://click.ru/NBEGC

Источник: Poultry International за октябрь 2018 г.; ФАО.



New Hope Liuhe — крупнейший производитель мяса птицы в Азии и четвертый в мире после JBS S.A., Tyson Foods, Inc. и BRF S.A с главным офисом в Пекине. Специализируется на сельском хозяйстве, в частности на животноводстве, а также производстве мясных продуктов и кормов для животных.

Компания осуществляет деятельность в общенациональном масштабе на рынках Китая и 20 других стран и регионов, включая Вьетнам, Филиппины, Бангладеш, Индонезия, Камбоджа, Шри-Ланка, Сингапур и Египет. New Hope Liuhe имеет около 500 филиалов и дочерних компаний, а ее штат насчитывает порядка 60 тыс. сотрудников. В Китае компании принадлежит 14 перерабатывающих предприятий и 200 заводов по производству комбикорма.



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



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



Fujian Sunner Development Co Ltd. территориально располагается в провинции Фуцзянь. Наиболее известным брендом компании, связанным с мясом птицы, является Sunner. Sunner Food специализируется на разведении и переработке птицы, в том числе на производстве продукции из мяса белоперой курицы. Sunner выпускает замороженные части тушек и мясо для предприятий быстрого питания, пищевой промышленности и оптовых рынков.

Кроме того, компания является официальным поставщиком для McDonald's и KFC.



DaChan Food (Asia) Limited — один из лидеров рынка продукции из мяса курицы, полуфабрикатов и кормов. В состав предприятия входят 4 завода по производству мяса бройлеров и 14 — по производству комбикорма, а также 7 перерабатывающих заводов в Китае. DaChan также является одним из ведущих импортеров замороженного мяса птицы.

Несмотря на внушительные объемы производства, экспорт Китаем мяса птицы является незначительным. Это связано, в первую очередь, с емким внутренним рынком. Так, в 2019 г. Китай экспортировал только 217,6 тыс. тонн мяса птицы.

Чаще всего Китай экспортирует замороженные части тушек и субпродукты кур домашних (42% в общем объеме китайских поставок мяса птицы); мясо кур домашних, не разделенное на части, охлажденное (32%); мясо уток, не разделенное на части, охлажденное (9%).

Табл. 4. Экспорт мяса птицы Китая по видам продукции в натуральном выражении, 2014–2019 гг., тыс. тонн

Код ТН ВЭД	Категория	2014	2015	2016	2017	2018	2019
0207	Всего мясо птицы	226,2	247,1	226,5	240,5	221,1	217,6
020711	Мясо кур домашних, не разделенное на части, охлажденное	53,7	56,7	60,7	65,1	66,7	70,6
020712	Мясо кур домашних, не разделенное на части, замороженное	3,3	3,2	3,0	2,8	3,5	3,8
020713	Части тушек и субпродукты кур домашних, охлажденные	0,1	0,1	0,4	0,7	1,7	1,8

Продолжение табл. 4.

Код ТН ВЭД	Категория	2014	2015	2016	2017	2018	2019
020714	Части тушек и субпродукты кур домашних, замороженные	113,8	127,4	112,3	125,9	105,6	90,5
020741	Мясо уток, не разделенное на части, охлажденное	23,2	22,5	22,4	21,6	21,2	20,4
020742	Мясо уток, не разделенное на части, замороженное	3,6	3,3	3,3	3,1	3,7	9,2
020745	Части тушек и субпродукты уток, замороженные	17,1	23,3	13,8	9,9	6,9	9,3
020751	Мясо гусей, не разделенное на части, охлажденное	10,4	10,5	10,6	11,3	11,7	11,8
	Прочие	0,1	0,0	0,0	0,1	0,2	0,3

Источник: ITC Trade Map.

С 2019 г. наблюдается резкий рост импорта мяса птицы в Китай. По данным Министерства сельского хозяйства США, в 2020 г. в рейтинге крупнейших мировых импортеров мяса птицы Китай займет третье место после Японии и Мексики. Тем не менее страна характеризуется высокой степенью самообеспеченности этой продукцией. Даже при росте импорта, на поставки из-за рубежа приходится менее 5% от общего объема потребления этого вида мяса в Китае.

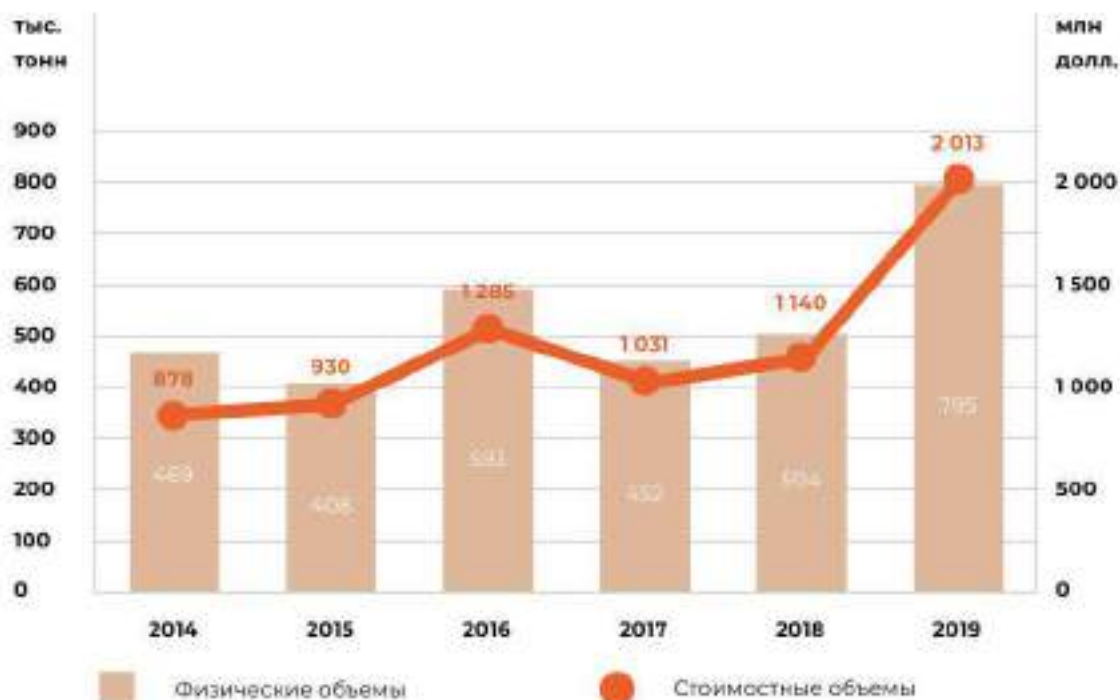
За последние два года ситуация с импортом мяса птицы в Китае характеризовалась ростом объемов как в натуральном, так и стоимостном выражении, а также относительной диверсификацией поставщиков, в том числе появлением российских экспортеров в качестве новых игроков на рынке.

Вспышка АЧС в августе 2018 г. и ее последующее распространение по всей стране с резким сокращением поставок свинины, безусловно, сыграли свою роль в рекордном увеличении объема импорта мяса птицы в 2019 г. Однако этому есть и другие причины, такие как изменение покупательских привычек и потребительских предпочтений.

По сравнению с показателем 2018 г., импорт мяса птицы в Китай в 2019 г. вырос на 58% в натуральном выражении, достигнув показателя в 795,1 тыс. тонн.

Учитывая рост цен в 2019 г., общая стоимость импорта выросла еще больше (+77% к 2018 г.) и составила 2,01 млрд долл. США. Хотя внутреннее производство птицы относительно быстро отреагировало на кризис, вызванный АЧС, и увеличилось на 19,8% в 2019 г., реакция импорта оказалась интенсивнее.

Рис. 8. Импорт мяса птицы Китая в натуральном и стоимостном выражении, 2014–2019 гг.



Источник: ITC, Trade Map.

Китайский импорт мяса птицы в натуральном выражении выглядит следующим образом: 98% — замороженное куриное мясо и 2% — замороженное мясо индейки.

Объем импорта охлажденного мяса бройлеров и индеек незначителен, равно как и импорт мяса уток, гусей или цесарок (охлажденных или замороженных).

По структуре импорта в натуральном и стоимостном выражении существует значительная разница. В натуральном выражении основной импорт приходится на куриные крылья (34%), части тушек кур необваленные (31%) и куриные лапы (25%).

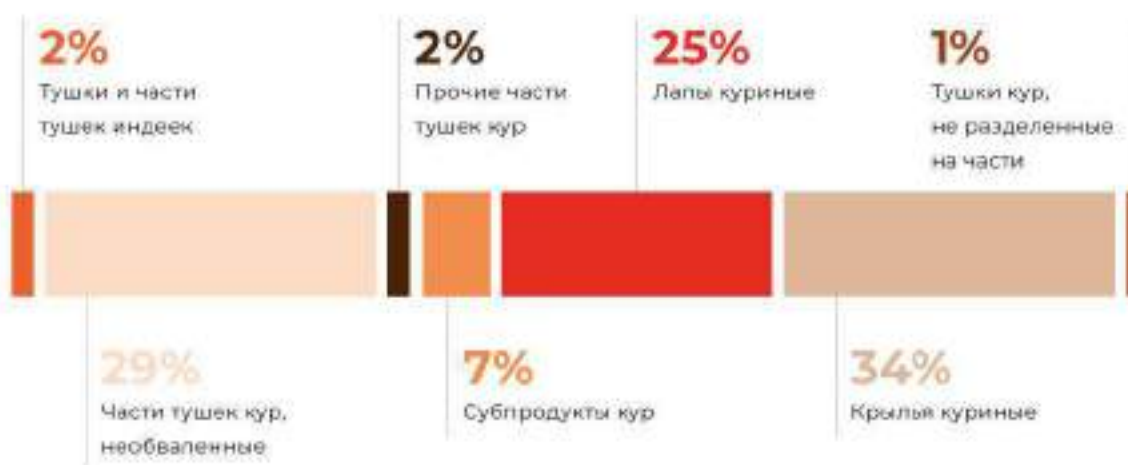
При анализе стоимостной структуры импорта необходимо отметить значительную долю куриных крыльев и лап — 45% и 29% соответственно. Эти данные свидетельствуют о более высоких ценах на данные категории продуктов.

Табл. 5. Импорт мяса птицы Китая по основным категориям в натуральном выражении, 2014–2019 гг., тыс. тонн

Код ТН ВЭД	Категория	2014	2015	2016	2017	2018	2019
0207	Всего мясо птицы	468,8	408,5	592,7	452,0	503,9	795,1
020712	Тушки кур домашних не разделенные на части, замороженные	0,1	0,1	1,2	1,1	1,3	5,2
020714	Части тушек и субпродукты кур домашних, замороженные	440,1	394,2	567,9	449,4	500,9	774,3
В том числе:							
02071411	Части тушек кур, необваленные, замороженные	47,4	63,6	160,2	73,6	69,8	228,2
02071419	Прочие части тушек кур, замороженные	2,3	0,4	9,6	0,3	9,4	18,7
02071421	Куриные крылья (без концевой части крыла), замороженные	148,8	175,2	216,2	195,4	215,9	270,0
02071422	Куриные лапы, замороженные	180,4	126,5	140,3	139,9	160,7	200,4
02071429	Субпродукты кур, замороженные	61,3	28,6	41,5	40,2	45,1	57,0
020725	Тушки индеек, не разделенные на части, замороженные	0,3	0,1	0,5	0,4	0,3	0,3
020727	Части тушек индеек и субпродукты, замороженные	28,2	14,1	23,1	1,2	1,4	15,2

Источник: ITC Trade Map.

Рис. 9. Структура импорта мяса птицы по основным категориям в натуральном выражении, 2019 г., %



Источник: табл. 5.

Табл. 6. Импорт мяса птицы Китая по основным категориям в стоимостном выражении, 2014–2019 гг., млн долл. США¹⁷

Код ТН ВЭД	Категория	2014	2015	2016	2017	2018	2019
0207	Всего мясо птицы	878,3	930,1	1 284,6	1 031,4	1 140,1	2 013,4
020712	Тушки кур домашних, не разделенные на части, замороженные	0,1	0,1	1,3	1,1	1,6	6,2
020714	Части тушек и субпродукты кур домашних, замороженные	818,3	898,7	1 228,3	1 026,6	1 133,6	1 967,4

В том числе:

02071411	Части тушек кур, необваленные, замороженные	56,9	90,9	210,3	89,6	83,2	350,5
02071419	Прочие части тушек кур, замороженные	5,0	0,9	16,8	0,6	15,8	39,4
02071421	Куриные крылья (без концевой части крыла), замороженные	432,6	522,3	651,3	584,3	605,9	895,9

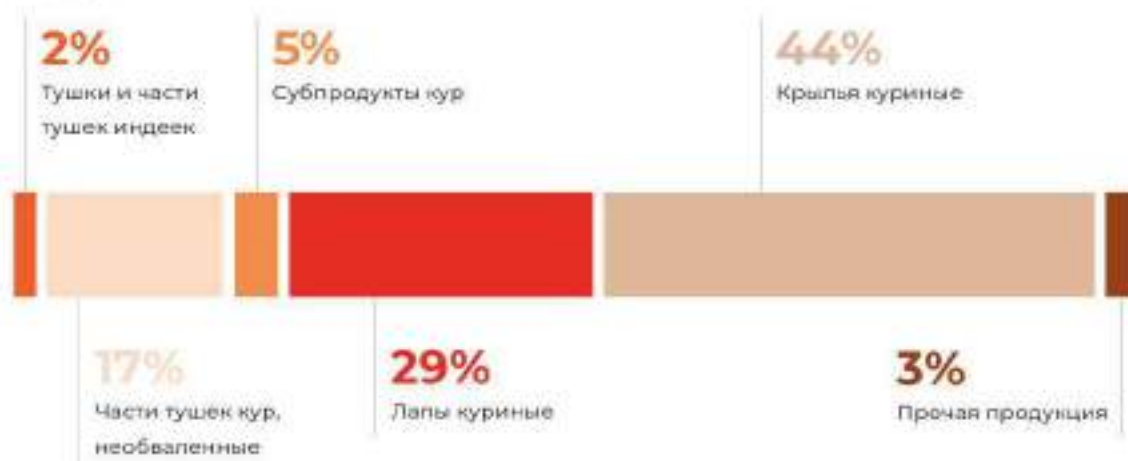
¹⁷ Все значения стоимости импорта указаны на условиях CIF.

Продолжение табл. 6.

Код ТН ВЭД	Категория	2014	2015	2016	2017	2018	2019
02071422	Куриные лапы, замороженные	264,8	250,1	298,3	298,4	372,0	586,3
02071429	Субпродукты кур, замороженные	58,9	34,4	51,6	53,7	56,6	96,2
020725	Тушки индеек, не разделенные на части, замороженные	0,9	0,4	1,6	1,4	1,1	0,9
020727	Части тушек индеек и субпродукты, замороженные	58,8	31,0	53,6	2,5	3,9	38,7

Источник: ITC Trade Map

Рис. 10. Структура импорта мяса птицы по основным категориям в стоимостном выражении, 2019 г., %

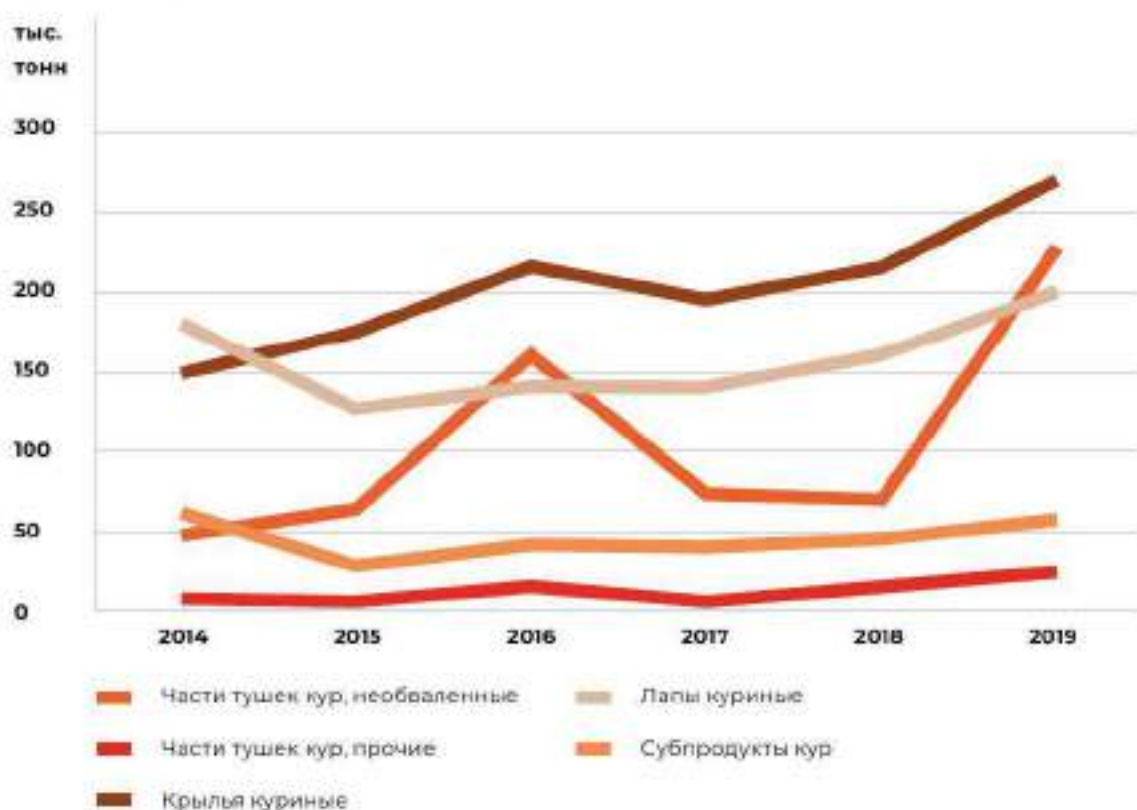


Источник: табл. 6.

Высокая доля замороженных куриных крыльев и лап в общем объеме импорта отражает традиционные пищевые предпочтения китайских потребителей. В частности, с 2014 г. импорт замороженных куриных крыльев неуклонно растет как по объему, так и по стоимости. Импорт куриных лап в натуральном выражении в 2019 г. восстановился и превысил уровень 2014 г. после снижения в 2015 г. Тем не менее в период с 2014 по 2019 гг. стоимость импорта замороженных куриных лап неуклонно росла на фоне роста цен.

С другой стороны, увеличение (как в стоимостном, так и в натуральном выражении) объема импорта замороженных частей тушек кур в 2019 г. (на фоне восходящего тренда 2014–2019 гг.) могло быть связано с популяризацией ресторанов быстрого обслуживания и изменением потребительского поведения среди городского населения среднего класса и его верхней прослойки. Стоит обратить внимание на эту тенденцию, а также на увеличение в 2019 г. объемов импорта замороженных частей индейки — небольшого сегмента, в котором с 2015 г. преобладают поставки из Чили. В этом сегменте появилась перспектива роста после снятия запрета на поставки мяса птицы из США, где индейка традиционно является одним из экспортных товаров.

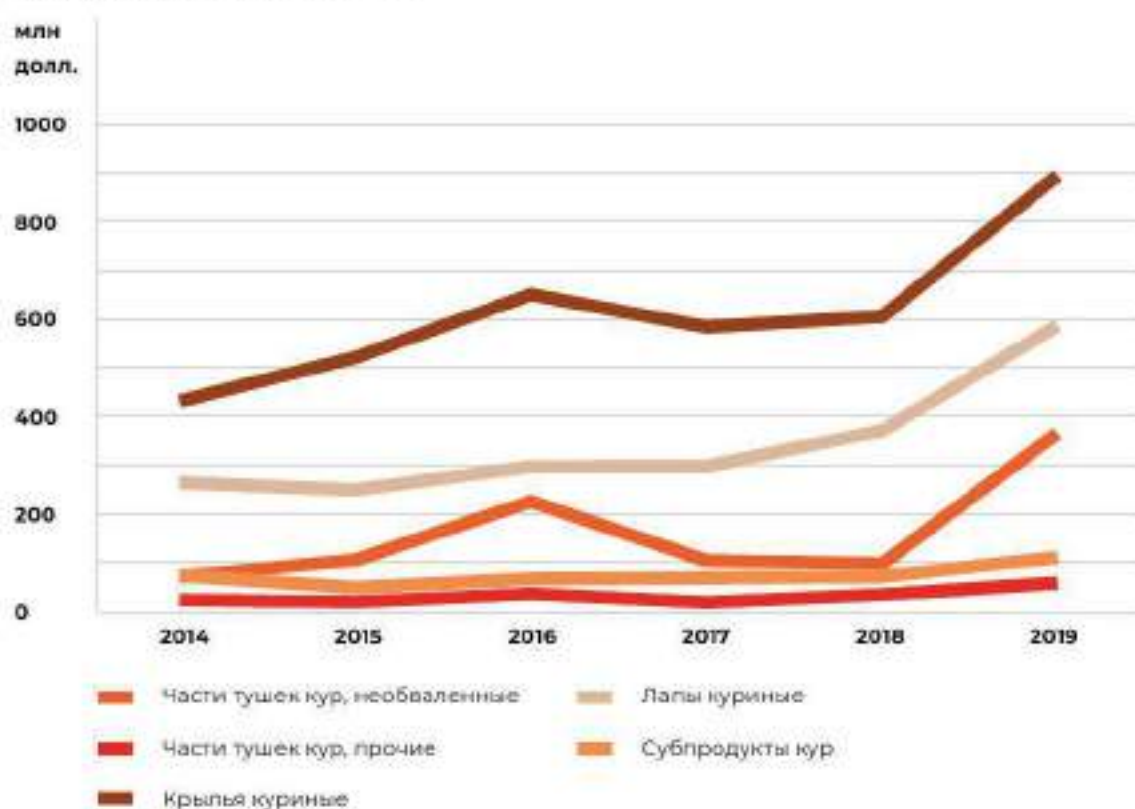
Рис. 11. Импорт замороженного мяса кур домашних по основным категориям в натуральном выражении, 2014–2019 гг., тыс. тонн



Источник: табл. 5.



Рис. 12. Импорт замороженного мяса кур домашних по основным категориям в стоимостном выражении, 2014–2019 гг., млн долл. США



Источник: табл. 6.

В 2016–2018 гг. цены на импорт мяса бройлеров в Китае оставались относительно стабильными. В 2019 г. они выросли на 11,9%, что свидетельствует об ужесточении условий как на международном рынке мяса птицы, так и на рынке Китая.

Табл. 7. Средние цены импорта мяса птицы (CIF) по видам продукции, 2014–2019 гг., долл. США/тонна

Код ТН ВЭД	Категория	2014	2015	2016	2017	2018	2019
0207	Всего мясо птицы	1 873	2 277	2 168	2 283	2 262	2 532
020712	Тушки кур домашних, не разделенные на части, замороженные	1 884	1 873	1 062	1 072	1 209	1 186

Продолжение табл. 7.

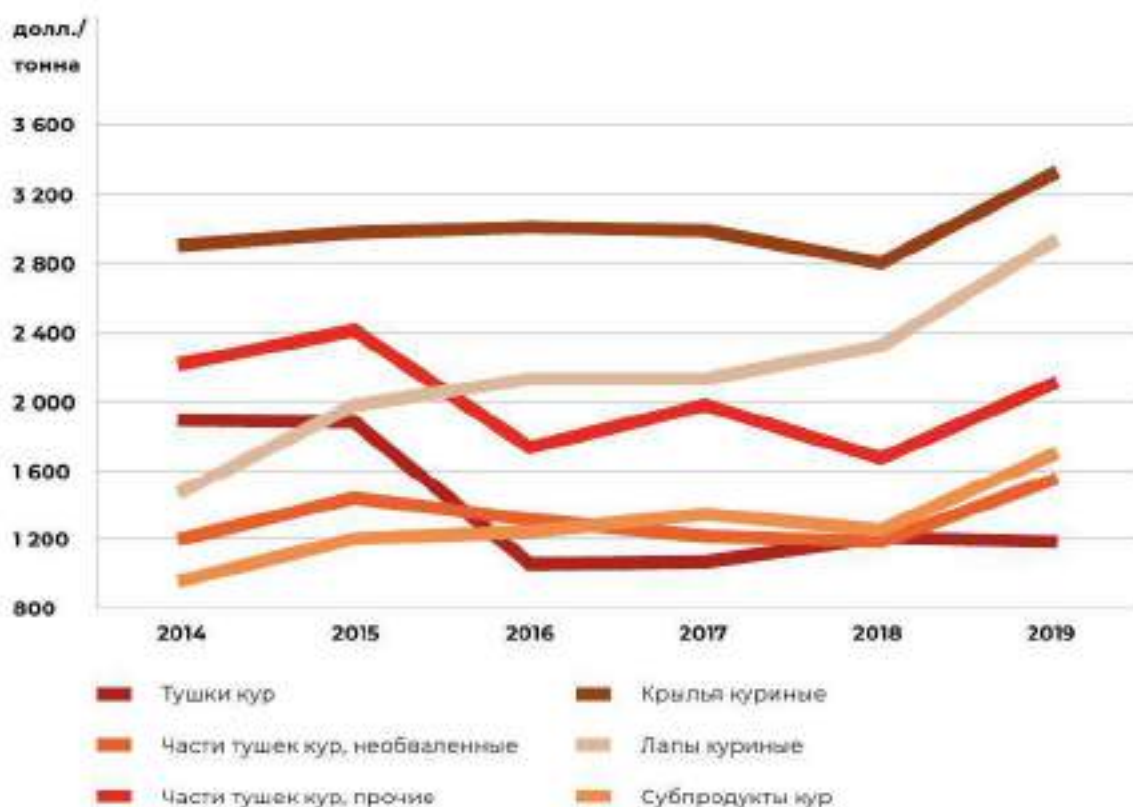
Код ТН ВЭД	Категория	2014	2015	2016	2017	2018	2019
020714	Части тушек и субпродукты кур домашних, замороженные	1 859	2 280	2 163	2 285	2 263	2 541
В том числе:							
02071411	Части тушек кур необваленные, замороженные	1 200	1 430	1 310	1 220	1 190	1 540
02071419	Прочие части тушек кур, замороженные	2 210	2 400	1 760	1 980	1 680	2 110
02071421	Куриные крылья (без концевой части крыла), замороженные	2 910	2 980	3 010	2 990	2 810	3 320
02071422	Куриные лапы, замороженные	1 470	1 980	2 130	2 130	2 320	2 930
02071429	Субпродукты кур, замороженные	960	1 200	1 240	1 340	1 250	1 690
020725	Тушки индеек, не разделенные на части, замороженные	2 930	4 103	3 229	3 994	3 813	3 405
020727	Части тушек индеек и субпродукты, замороженные	2 084	2 195	2 325	2 121	2 728	2 537

Источник: ITC Trade Map.

За 2014–2019 гг. цены на импортируемое мясо птицы менялись в зависимости от ситуации в разных сегментах рынка. В 2019 г. (по сравнению с предыдущим годом) цена куриных крыльев выросла на 18%, куриных лап — на 26%, куриных субпродуктов — на 35%, а части тушек кур необваленные продемонстрировали рост цены на 29%. Лапы и субпродукты стабильно растут в цене последние 6 лет. Фактически цены на куриные лапы и субпродукты удвоились, в то время как цены на куриные крылья выросли более чем на 14% в период с 2014 по 2019 гг.

Существенно сократились цены на замороженные тушки кур — на 37% в период с 2014 по 2019 гг. В 2019 г. к уровню 2018 г. цены на тушки кур сократились на 2%. На рынке наблюдается значительное снижение интереса к этому продукту, поскольку теперь потребители предпочитают приобретать товары отечественного производства в охлажденном виде. Особой популярностью пользуется мясо кур цветных пород.

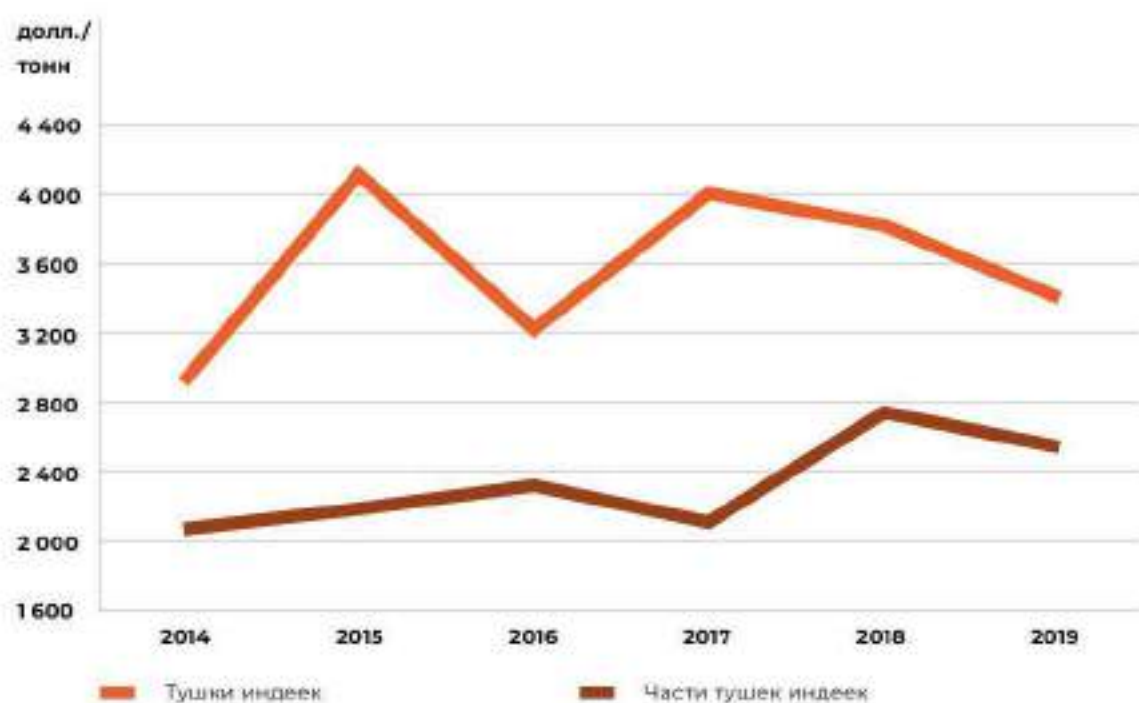
Рис. 13. Средние импортные цены (CIF) на замороженное мясо бройлеров в Китае, долл. США/тонна



Источник: табл. 7



Рис. 14. Средние импортные цены (CIF) на замороженное мясо индейки в Китае, долл. США/тонна



Источник: табл. 7.

Различаются цены на одни и те же товары, поставляемые из разных стран. В табл. 8 и 9 представлены импортные цены CIF на два самых популярных вида поставляемых товаров: замороженные куриные крылья и лапы за 2018 и 2019 гг. по странам происхождения.

Табл. 8. Средние импортные цены CIF на замороженные куриные крылья в Китае, 2018 г. и 2019 г., долл. США/кг

Страна происхождения	2018	2019
Средняя импортная цена	2,81	3,32
Бразилия	2,84	3,45
Аргентина	2,09	2,54
Таиланд	3,95	4,09
Чили	3,57	3,30

Продолжение табл. 8.

Страна происхождения	2018	2019
Беларусь	3,13	3,00
Польша	2,67	2,88

Источник: ITC Trade Map

Табл. 9. Средние импортные цены CIF на замороженные куриные лапы в Китае, 2018 г. и 2019 г.,
долл. США/kg

Страна происхождения	2018	2019
Средняя импортная цена	2,32	2,93
Бразилия	2,17	2,77
Аргентина	2,65	3,29
Чили	2,97	3,66
Таиланд	2,96	3,53
Россия	1,50	2,57

Источник: ITC Trade Map

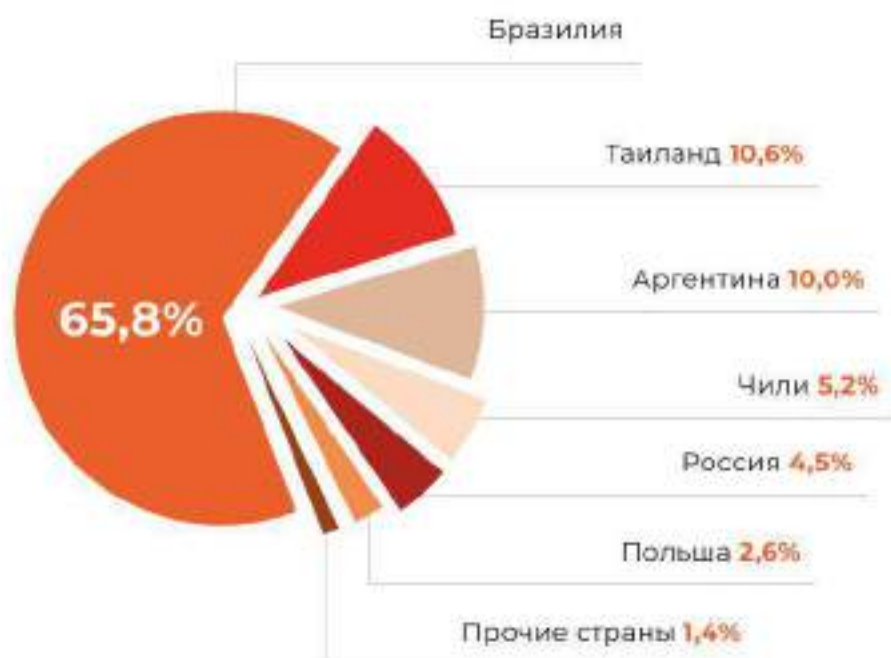
В период с 2015 по 2019 гг. основными поставщиками мяса птицы в Китай были Бразилия, Аргентина, Таиланд, Чили и Польша. В 2019 г. параллельно с ростом импорта происходит диверсификация поставщиков. Российские экспортеры стали новыми игроками на китайском рынке в 2018–2019 гг. В 2020 г. на рынок Китая возвращаются США, что еще больше усилит конкуренцию и диверсификацию поставок в рассматриваемом сегменте.

Рис. 15. Импорт мяса птицы Китаю по основным странам-экспортерам в стоимостном выражении, 2014 г., %



Источник: табл. 77.

Рис. 16. Импорт мяса птицы Китая по основным странам-экспортерам в стоимостном выражении, 2019 г., %



Источник: табл. 11.

Бразилия остается главным экспортером мяса птицы в Китай. В 2019 г. страна поставила на рынок 537,7 тыс. тонн на 1324,2 млн долл. США, что на 28% в натуральном и на 42% в стоимостном выражении больше показателя 2018 г. Значительно увеличили поставки такие страны, как: Таиланд (более чем в 4 раза к уровню 2018 г.), Аргентина (в 2 раза), Чили (в 2 раза).

Табл. 10. Импорт мяса птицы Китая по основным странам-экспортерам в натуральном выражении, 2014–2019 гг., тыс. тонн

Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Всего	468,8	408,5	592,7	452,0	503,9	795,1
Бразилия	216,8	294,7	487,1	382,1	421,5	537,7
Аргентина	27,6	38,0	51,7	52,9	47,4	81,6
Таиланд	0,0	0,0	0,0	0,0	16,8	71,0

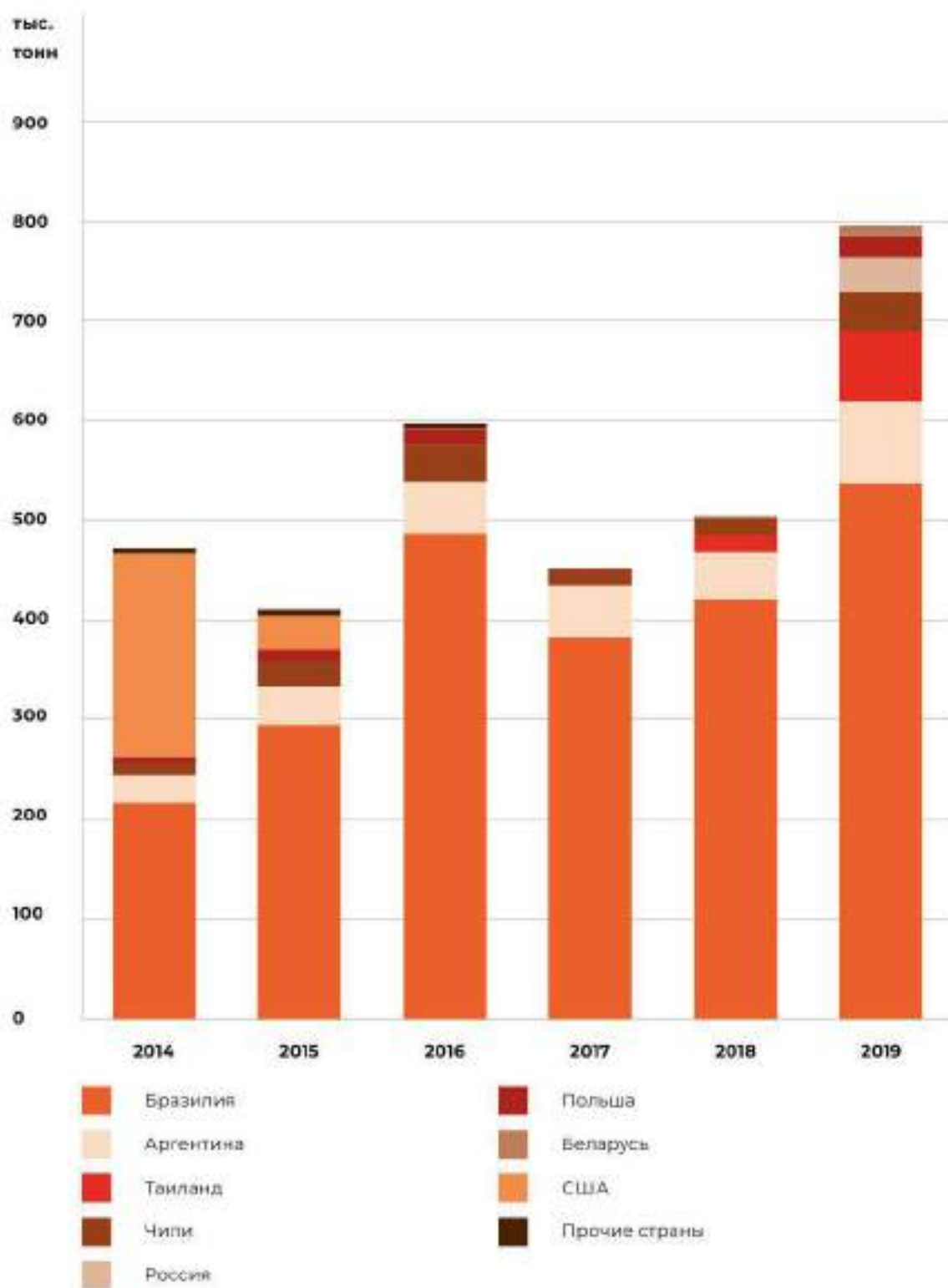
Продолжение табл. 10.

Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Чили	12,4	25,7	37,7	15,3	17,4	38,7
Россия	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	34,8
Польша	5,9	12,1	16,2	1,6	0,3	21,3
Беларусь	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	9,1
США	204,1	34,5	0,0	0,0	0,0	0,0
Прочие страны	2,0	3,6	0,1	0,0	0,0	1,0

Источник: ИТС/Trade Map.



Рис. 17. Импорт мяса птицы Китая по основным странам-экспортерам в натуральном выражении, 2014–2019 гг., тыс. тонн



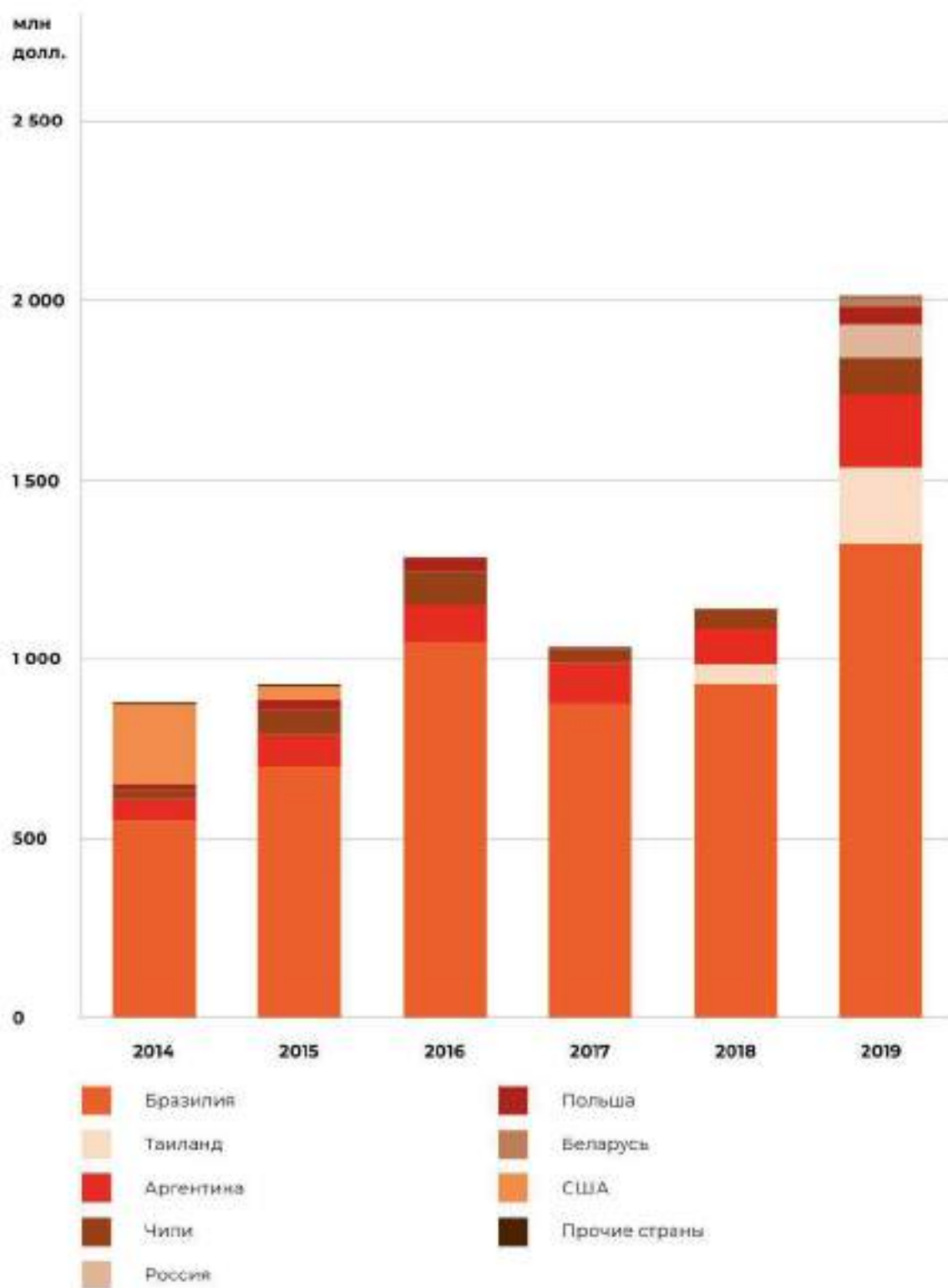
Источник: ITC Trade Map.

Табл. 11. Импорт мяса птицы Китая по основным странам-экспортерам в стоимостном выражении, 2014–2019 гг., млн долл. США

Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Всего	878,3	930,1	1 284,8	1 031,4	1 140,1	2 013,4
Бразилия	547,5	699,1	1 046,0	875,9	931,2	1 324,2
Таиланд	0,0	0,0	0,0	0,0	52,7	213,2
Аргентина	59,6	69,9	107,8	113,4	104,4	200,5
Чили	30,1	68,3	94,7	38,4	49,3	105,4
Россия	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	91,3
Польша	13,9	28,0	36,1	3,6	1,3	51,4
Беларусь	0,0	0,0	0,0	0,0	1,2	24,5
США	222,6	37,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Прочие страны	4,6	7,9	0,2	0,0	0,0	2,7

Источник: ITC Trade Map

Рис. 18. Импорт мяса птицы Китая по основным странам-экспортерам в стоимостном выражении, 2014–2019 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map.

По данным ФТС России, в 2019 г. российский экспорт мяса птицы на китайский рынок составил 63 тыс. тонн на 144,1 млн долл. США, что почти в 2 раза в натуральном выражении и более чем в 1,5 раза в стоимостном превышает данные ITC Trade Map.

В 2014 г. США занимали второе (после Бразилии) место на китайском рынке мяса птицы с долей 25%. В 2015 г. в США произошла вспышка птичьего гриппа, и Китай запретил ввоз в страну мяса птиц и яиц из США. В ноябре 2019 г. Правительство Китая согласовало снятие запрета на импорт мясной продукции из США. Теперь в данном сегменте рынка ожидается усиление конкуренции и диверсификация поставщиков.

Американские экспортеры со своей стороны возлагают большие надежды на потенциальный рынок сбыта. Два гиганта отрасли — Tyson Foods, Inc. (<https://www.tysonfoods.com>) и Pilgrim's Pride (<https://www.pilgrims.com>) — ожидают возврат прежних позиций на рынке Китая, особенно в части экспорта замороженных куриных лап, которые являются особенно прибыльной статьёй экспорта для американских поставщиков.

Основными бразильскими экспортерами мяса птицы на рынок Китая являются JBS S.A. (<https://jbs.com.br/en>) и BRF S. A. (<https://www.brf-global.com/en>). Компании BRF S. A. и Dah Chong Hong Holdings Limited открыли совместное предприятие Rising Star Food Company Limited для сбыта в Китае охлажденного мяса птицы, свинины и говядины. Целями нового совместного предприятия стали:

- создание марки фирменных замороженных и охлажденных пищевых продуктов (бренд Sadia);
- развитие местной мясоперерабатывающей промышленности и расширение сети дистрибуции, охватывающей каналы розничной торговли, а также точки общественного питания.

В ноябре 2018 г. с целью наращивания экспорта мяса на китайский рынок JBS S.A. подписала с Win-Chain Alibaba договор о поставках мяса в течение трех лет. Договор касался продуктов из говядины, мяса птицы и свинины.

Диверсификация поставщиков, начавшаяся в 2019 г., уменьшила совокупную долю рынка бразильских компаний с 82% в 2018 г. до 66% в 2019 г. Однако резкое увеличение общего импорта мяса птицы в течение 2019 г. позволило бразильским поставщикам увеличить совокупный экспорт. В будущем бразильские экспортеры столкнутся с растущим конкурентным давлением со стороны поставщиков из США, Таиланда, России и других стран.

В марте 2018 г. доступ на рынки Китая вернул Таиланд (после четырехлетнего запрета на импорт, вызванного эпидемией птичьего гриппа). Тайские экспортеры во главе с компанией Charoen Pokphand Group (CP Foods) вновь вышли на китайский рынок. Тайские экспортеры занимают устойчивые позиции для продолжения своей экспансии на китайский рынок. Они в полной мере используют географическую близость к рынку, доступ к запасам кормов, а также нулевой

таможенный тариф благодаря соглашению о свободной торговле, которое существует между двумя странами.

На конец 2019 г. в Таиланде было всего 7 птицефабрик с правом экспорта продукции в Китай. Однако другие предприятия в настоящее время проводят подготовительную работу и осуществляют необходимые проверки, чтобы получить доступ. Так что в ближайшие несколько месяцев объем поставок тайской продукции из мяса птицы может значительно возрасти.

Основные импортеры мяса птицы (главным образом замороженной курицы) на китайский рынок в той или иной степени контролируются бизнес-группами, объединяющими местных производителей.



Jiangsu Tyson Food Co., Ltd. (г. Хаймень) — дочерняя компания Tyson Foods, Inc
Сайт: <https://www.tysonfoods.com/>

В 2001 г. американская компания Tyson Foods, Inc, являющаяся крупнейшим в мире производителем и переработчиком продуктов из мяса птицы, вышла на рынок Китая. Компания инвестировала средства во всю цепочку создания стоимости продукции в Китае, включая разведение, выращивание, убой, переработку, продажу, складирование и распределение готового товара.

До 2018 г. предприятие контролировало или владело долями в 13 дочерних компаниях региона, включая Shandong Tyson Dalong Food Co Ltd. и Jiangsu Tyson Foods Co Ltd. Общий объем продаж компании в регионе за 2018 г. составил 1,35 млрд долл. США.

Tyson Foods, Inc придерживается стратегии регрессивной интеграции (получение контроля над поставщиками сырья) при создании производственно-сбытовой цепочки в промышленном птицеводстве. Данная стратегия предназначена также для контроля безопасности пищевых продуктов и завоевания доверия покупателей к выпускаемой продукции.

Дочерние компании, занимающиеся импортом мяса птицы:

Jiangsu Tyson Food Co., Ltd.

- Оборот: 458 млн долл. США
- Владелец: Tyson China Holding или Tyson Foods (70%); Jiangsu Jinghai Poultry Industry Group Co., Ltd (30%)

Rizhao Tyson Food Co., Ltd

- Оборот: 55 млн долл. США
- Владелец: Tyson China Holding

Tyson Huadong Food Development Co., Ltd.

- Оборот: 88 млн долл. США
- Владелец: Tyson China Holding



DaChan Wanda Tianjin Company (г. Тяньцзинь)

Сайт: <http://www.dachan.com>

<http://www.dachanfoodasia.com/sc/index.php>

Основанная 60 лет назад, компания DaChan Group специализируется на сельском хозяйстве, производстве кормов, мяса, пищевых продуктов и оказании услуг в сфере общественного питания. Предприятие имеет более 100 дочерних компаний в Китае, Индонезии, Вьетнаме, Малайзии, Мьянме и других странах. DaChan Food (Asia) Limited является одним из крупнейших производителей курятины в Китае. Это вертикально интегрированный поставщик с широким спектром деятельности — от производства кормов и разведения бройлеров до переработки пищевых продуктов.



Fuxin Shuanghui Meat Processing (г. Фусин)

Сайт: <http://www.wh-group.com>

Компания принадлежит китайской WH Group (<https://cick.ru/NBLSE>). Это крупнейшее предприятие по производству свинины в мире, которое занимает первое место на рынках Китая и США, а также на ключевых рынках Европы.

Fuxin Shuanghui занимается выращиванием и убоем свиней, а также переработкой и дистрибуцией фасованного мяса и свежей свинины. Компания производит сосиски, колбасные изделия, копчености, мясные консервы и другие мясные продукты.

Оборот: 458 млн долл. США.

Владелец компании: Henan Shuanghui Investment and Development Co., Ltd (100%)

Дочерняя компания, занимающаяся импортом птицы: Wuhu Shuanghui Food Co., Ltd.



Heilongjiang Chia Tai Enterprise Co. Ltd. (г. Харбин)
Сайт: <http://www.cpgroup.cn/>

CP Food является брендом компании Charoen Pokphand Group (C.P. Group) — крупнейшей птицеводческой фирмы Таиланда, которая занимает третье место в Азии в своем сегменте рынка. C.P. Group — крупнейшая частная компания Таиланда и один из крупнейших конгломератов в мире. Помимо производства продукции АПК, C.P. Group работает в таких отраслях, как ритейл, телекоммуникации, недвижимость, финансы и др.

CP China Investment Limited — 100% дочерняя компания C.P. Co., осуществляющая деятельность на китайском рынке.



Xuzhou Yuejia Commercial Co., Ltd. (г. Сюйчжоу) —
Jiangsu Yueda South Holding Co., Ltd
Сайт: <http://www.jsydnf.com>

Jiangsu Yueda South Holding Co., Ltd является холдинговой компанией Jiangsu Yueda Group Co., Ltd. и одним из ведущих государственных предприятий в Китае. Более 10 лет сотрудничает с Carrefour[®] и является эксклюзивным партнером компании в 6 провинциях.

Дочерние компании, занимающиеся импортом:

Zhengzhou Yuejia Commercial Co., Ltd

- Оборот: 33,6 млн долл. США
- Владелец: Jiangsu Yueda (40%), Carrefour China (60%)

Wuxi Yuejia Commercial Co., Ltd.

- Оборот: 155,7 млн долл. США
- Владелец: Jiangsu Yueda (45%), Carrefour China (55%)

Xuzhou Yuejia Commercial Co., Ltd.

- Оборот: 56,3 млн долл. США
- Владелец: Jiangsu Yueda (40%), Carrefour China (60%)

¹⁴ Французская компания розничной торговли, оператор одноименной розничной сети.

Shanxi Yuejia Commercial Co., Ltd.

- Оборот: 11,7 млн долл. США
- Владелец: Jiangsu Yueda (45%), Carrefour China (55%)



尚选 (ShangXuan)

Компания, принадлежащая американскому предприятию Cargill, Inc. Имеет значительное присутствие на рынке электронной торговли Китая. Cargill реализует продукцию из мяса птицы, используя шесть каналов электронной торговли, принадлежащих в основном Alibaba.com и JD.com. Самая известная марка мяса птицы Cargill — Sun Valley.



Agrosuper (Чили) (爱雨食品)



Seara (Бразилия)





Tyson (США)



Sun Valley (США)



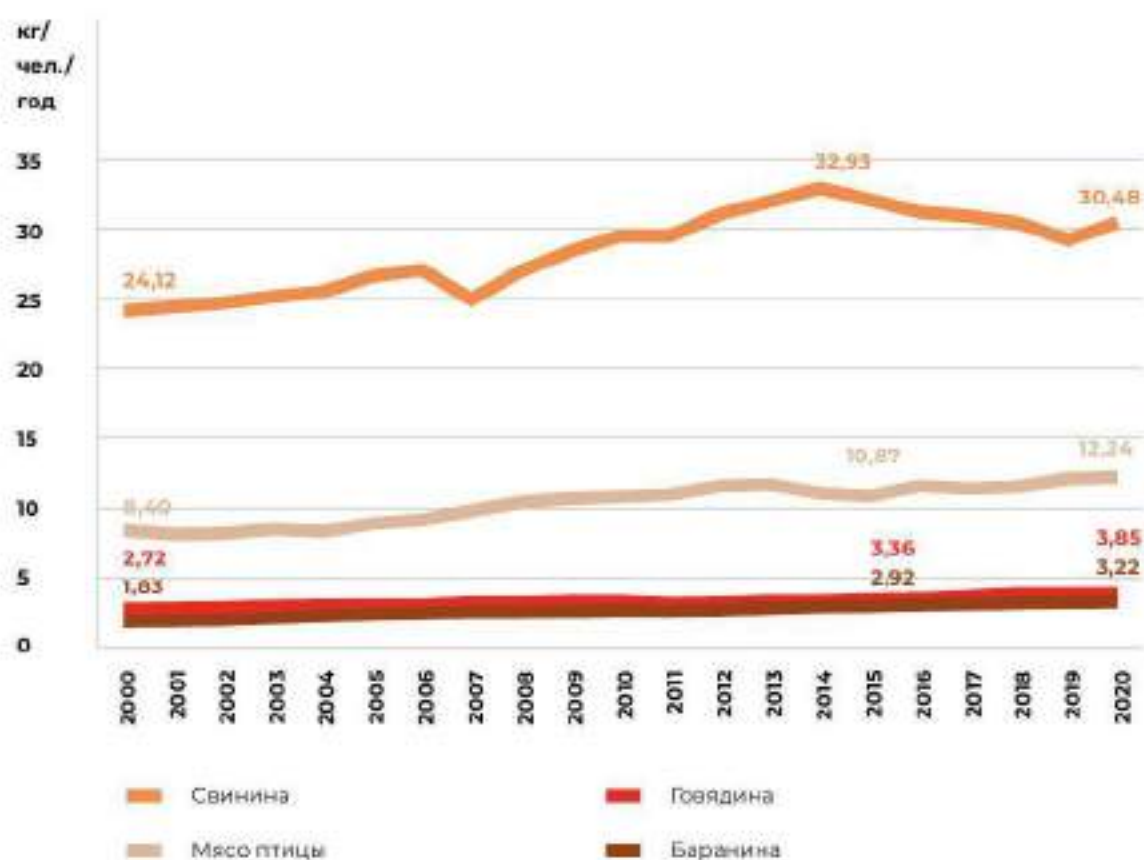
Потребление мяса в Китае неуклонно росло с 2000 по 2014 гг. в связи с увеличением общей численности населения страны, высоким уровнем ВВП и ростом доходов домохозяйств более чем на 8% в год.

Затем потребление мяса снизило темпы роста, поскольку численность населения постепенно стабилизировалась, а рост ВВП снизился до уровня, составляющего около 6% в год. Кроме того, ограничения в доступности ключевых ресурсов, таких как земля и вода, а также экологические проблемы повлияли на способность Китая расширять индустрию животноводства. Вспышки птичьего гриппа (в 2013 и 2017 гг.) и АЧС (с августа 2018 г.) также сказались на производстве мяса.

Однако спрос на мясо со стороны китайских потребителей имеет существенный потенциал роста. Вопрос в том, какой стратегии будет придерживаться китайское правительство в отношении отечественного производства кормов, скотоводства и импорта мяса. В случае с птицеводческой отраслью, где наибо-

более эффективной стратегией является развитие переработки, правительство, вероятно, может поддержать отечественное производство и потребление, при этом сохранив ограничения на импортные поставки, поскольку это изначально входило в торговую стратегию страны.

Рис. 19. Потребление мяса в Китае на душу населения, 2000–2020 гг., кг/чел./год



Источник: данные OECD¹⁹ — FAO.

Потребление мяса на душу населения в Китае выросло с 37 кг в 2000 г. до 50 кг в 2019 г. В период с 2015 по 2018 гг. оно снизилось и составило в среднем около 48 кг.

На потребление свинины и мяса птицы (которые в совокупности составляют 86% от общего объема потребления мяса) повлиял рост внутреннего производства, поскольку страна близка к достижению уровня самообеспеченности с долей импорта в 2019 г. менее 5% по обеим категориям мясной продукции.

¹⁹ The Organisation for Economic Cooperation and Development — Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), миссия которой заключается в продвижении политики, ориентированной на экономический рост и социальное благополучие людей во всем мире.

Потребление мяса птицы на душу населения в Китае выросло с 8,4 кг в 2000 г. до 12,1 кг в 2019 г. Этот показатель сильно различается в городе и сельской местности. Среди городского населения он значительно выше, чем в сельских районах. Но постепенно разница в объемах потребления между городом и сельскими районами сокращается. До 2012 г. потребление мяса птицы на душу населения в сельских районах составляло около 5 кг — почти половину городского потребления. В последнее время разрыв в потреблении между городом и сельской местностью сократился примерно на 25%.

В потреблении мяса птицы доминирует юг Китая, где этот вид мяса более популярен, чем на севере страны. Западный Китай и северо-восточная часть страны демонстрируют относительно низкий уровень потребления мяса птицы.

Табл.12. Потребление мяса птицы на душу населения в провинциях Китая, 2018 г., кг/чел./год

Место в списке	Провинция	Потребление мяса птицы на душу населения (кг/год)	Место в списке	Провинция	Потребление мяса птицы на душу населения (кг/год)
1	Хайнань	22,9	17	Хэнань	6,5
2	Гуанси	20,1	18	Шаньдун	6,5
3	Гуандун	19,3	19	Нинся	6,1
4	Шанхай	12,7	20	Ляонин	6,1
5	Чунцин	14,1	21	Тяньцзинь	6,0
6	Фуцзянь	10,7	22	Внутренняя Монголия	5,9
7	Чжэцзян	11,5	23	Пекин	5,7
8	Цзянсу	11,3	24	Хэйлунцзян	5,7
9	Сычуань	11,9	25	Ганьсу	5,2
10	Хунань	10,5	26	Хэбэй	5,1
11	Аньхой	10,3	27	Тибет	5,1
12	Цзянси	10,2	28	Цзилинь	5,0
13	Юньнань	8,1	29	Цинхай	4,2
14	Синцзян	7,7	30	Шаньси	3,8
15	Гуйчжоу	7,4	31	Шаньси	2,9
16	Хубэй	6,5			

Источник: Национальное бюро статистики Китая.

Китайские потребители предпочитают свинину, однако используют мясо птицы в качестве альтернативы. Цены и потребление этих продуктов тесно взаимосвязаны.

Несмотря на недавнее вмешательство правительства в продажу официальных запасов — главным образом, свинины, — вспышка эпидемии АЧС сильно затронула внутреннее производство свинины, что повлияло на цены и объем производства и потребления мяса птицы.

Птицеводческая отрасль страны быстро отреагировала на кризисную ситуацию в связи с АЧС. А с учетом дополнительного импорта потребление мяса птицы выросло более чем на 5% в 2019 г. (до уровня 12,13 кг на душу населения). Учитывая существующие прогнозы по производству и импорту данного вида продукции, потребление на душу населения будет расти и в 2020 г. Прогнозируется, что объем импорта в среднем увеличится до 800 тыс. тонн, в то время как экспорт немного сократится к уровню 2018 г. Вероятно, большая часть импорта мяса птицы в 2020 г. будет представлена замороженным куриным мясом. В то же время, исходя из показателей прошлых лет, можно ожидать, что импорт индеек составит от 30 до 50 тыс. тонн замороженного мяса (в основном частей и субпродуктов)²⁰.

Табл. 13. Основные показатели рынка мяса птицы Китая в натуральном выражении, 2018–2020 гг., тыс. тонн

	2018	2019	2020 (прогноз)
Производство	17 300	20 600	23 300
Импорт	504	795	800
Экспорт	221	218	190

Источник: Министерство сельского хозяйства США, ФАО, ITC Trade Map.

Общая розничная стоимость реализованного мяса птицы в 2018 г. составила примерно 69 млрд долл. США. Вероятно, в 2020 г. продажи достигнут отметки в 83 млрд долл. США. Такой рост будет отчасти объясняться увеличением розничных цен на данную продукцию.

²⁰ Возвращение экспортеров из США на рынок мяса птицы может возродить этот его сегмент.

Табл. 14. Розничные продажи мяса птицы в Китае, 2015–2020 гг., млрд долл. США

Год	Розничные продажи (млрд долл. США)
2015	58,11
2016	61,02
2017	64,70
2018	69,15
2019	74,79
2020	83,06

Источник: Национальная статистика, Fitch Solutions.

В течение 2019 г. розничные цены на мясо птицы существенно выросли по сравнению с уровнем цен прошлых периодов. С 2014 по 2016 гг. розничные цены на мясо бройлеров оставались достаточно стабильными: в диапазоне от 18 до 20 юаней/кг. В первой половине 2017 г. произошло падение цен (из-за поставок свинины в качестве альтернативы мясу птицы). Однако в четвертом квартале 2017 г. розничные цены на мясо бройлеров начали расти. Существенное повышение пришлось на четвертый квартал 2018 г., когда стали заметны последствия распространения АЧС.

Табл. 15. Ежемесячные розничные цены на мясо бройлеров, 2014–2018 гг., юань/кг

	2014	2015	2016	2017	2018
Январь	17,55	19,09	19,05	18,97	19,31
Февраль	17,15	19,28	19,50	18,54	19,64
Март	16,83	19,08	19,33	17,33	19,00
Апрель	17,15	18,73	19,05	17,17	18,60

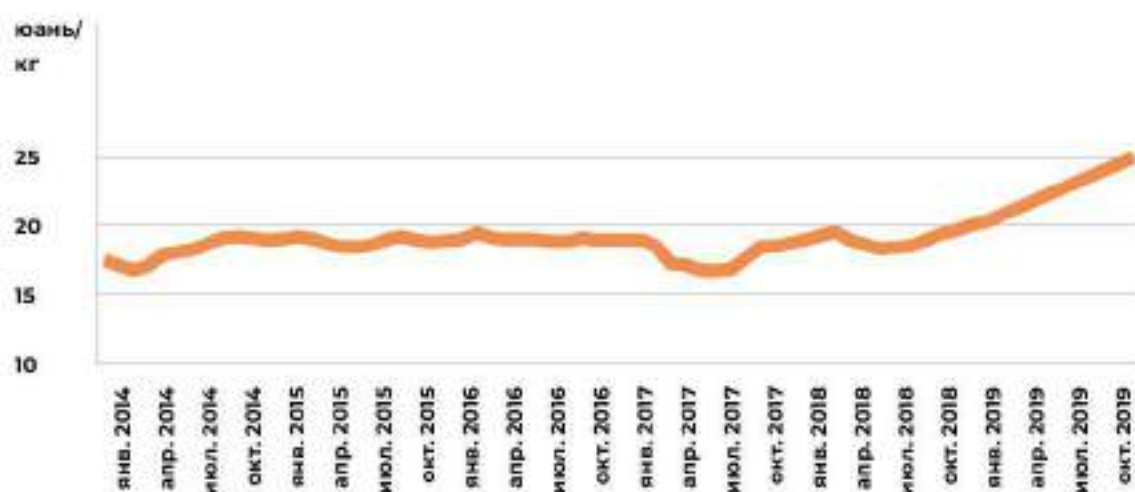
Продолжение табл. 15.

	2014	2015	2016	2017	2018
Май	17,93	18,56	19,11	16,85	18,40
Июнь	18,22	18,43	19,09	16,74	18,42
Июль	18,32	18,65	18,90	16,97	18,56
Август	18,78	19,10	18,90	17,76	19,00
Сентябрь	19,16	19,25	19,15	18,51	19,47
Октябрь	19,22	18,95	18,96	18,56	19,70
Ноябрь	19,14	18,82	18,96	18,71	20,03
Декабрь	19,06	18,96	19,00	19,08	20,30

Источник: Министерство сельского хозяйства и развития сельских районов Китая.

С августа 2018 г. средние цены на мясо птицы заметно выросли. В случае с мясом бройлеров розничные цены превысили отметку в 25 юаней в третьем и четвертом квартале 2019 г. Розничные цены на куриное мясо восстановили свои позиции в ноябре 2019 г. на фоне снижения цен на свинину, так как предприятия ликвидировали свои запасы, опасаясь дальнейшего распространения вспышек АЧС.

Рис. 20. Ежемесячные розничные цены на мясо бройлеров в Китае, 2014–2019 гг., юань/кг



Источник: данные за 2014–2018 гг.: Министерство сельского хозяйства и развития сельских районов Китая; данные за 2019 г.: данные Rabobank по производству мяса курицы за декабрь 2019 г., 1-й квартал 2020 г.

Табл. 16. Розничные цены на мясо бройлеров в Китае, 4-й квартал 2018 г. и 2019 г., юани

Продукт	4 кв. 2018 г.	4 кв. 2019 г.	2019/2018, %
Суточные цыплята (юань/шт.)	7,00	14,00	100%
Живые бройлеры (юань/кг)	10,12	11,62	15%
Разделанная курица (юань/кг)	20,00	25,00	25%

Источник: данные Rabobank по производству мяса курицы за 1-й квартал 2020 г., декабрь 2019 г. (обменные курсы: по данным за 2018 г. — 1 долл. США = 6,93 юаней; по данным за 2019 г. — 1 долл. США = 7,00 юаней).

Праздники (День Образования Китайской Народной Республики, Фестиваль середины осени²¹ и начало учебного полугодия) вызывают значительный рост спроса на мясо птицы и влекут за собой повышение цен. С 2018 г. дефицит поставок свинины также оказывает существенное влияние на динамику цен в этом секторе.

Основные каналы сбыта мяса птицы в Китае представлены на рис. 21.

Рис. 21. Продажи мяса птицы в Китае по каналам реализации, 2010 г. и 2020 г., %



Источник: отчет ANZ «Кормление дрожинок: Модернизация пищевой промышленности Китая».

²¹ Фестиваль середины осени проводится на 15 день восьмого месяца по китайскому календарю, обычно это сентябрь или начало октября по грегорианскому календарю.

Долгое время наиболее популярными местами покупки мясной продукции в Китае были традиционные рынки. По данным за 2010–2019 гг., открытые продуктовые рынки остаются основным источником реализации мяса птицы в стране. По оценкам, в 2020 г. на таких рынках реализуется около 45% от всего объема мяса птицы Китая (по сравнению с 77% в 2010 г.). Китайское правительство не поощряет продажу мяса птицы на открытых рынках. При этом оно активно поддерживает развитие торговли охлажденным или замороженным мясом, поставляемым крупными промышленными производителями. Поэтому традиционные открытые рынки, вероятнее всего, будут постепенно исчезать.

С 2000 г. в Китае быстро развиваются гипермаркеты и сети супермаркетов. Максимальный рост продаж мяса птицы наблюдается в супермаркетах: с 8% в 2010 г. до 33% в 2020 г. (прогноз). Супермаркеты становятся основными дистрибьюторами замороженной и переработанной продукции из мяса птицы. Импортная продукция из мяса птицы представлена в основном в крупных национальных сетях гипермаркетов или супермаркетов (по сравнению с небольшими региональными сетями или независимыми супермаркетами).

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

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

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

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

Сети быстрого питания — это ниша с самым высоким уровнем потребления продуктов из мяса птицы. Их доля в продажах мяса птицы выросла с 3% в 2000 г. до 7% в 2020 г. Основные игроки на рынке мяса птицы Китая: Yum China Holdings Inc. (управляет KFC, Pizza Hut и другими), McDonald's, Dicos и Burger King.

Объем онлайн-продаж мяса птицы в Китае в настоящий момент невысок. Этот сектор находится в стадии становления. Однако благодаря высочайшему уровню развития интернет-торговли по стране в целом, он в скором времени «подтянется» и сможет обеспечить высокий рост сбыта. Большинство предприятий, выпускающих продукцию из мяса птицы, имеют интернет-магазины для удовлетворения растущих покупательских потребностей.

Основные площадки электронной торговли в Китае:

- Taobao (<http://www.taobao.com/>);
- Tmall (<https://www.tmall.com/>);
- JD (<https://www.jd.com/>).

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

Специализированных и целевых оптовых предприятий в Китае немного. Как только продукт становится востребованным и приобретает потенциал для получения прибыли, каждый предприниматель стремится вывести на рынок идентичный товар. В итоге многие оптовики вынуждены реализовывать одинаковую продукцию, конкурируя лишь в цене.

Как правило, компании-производители стараются протолкнуть товары на рынок в обход оптовиков, а крупные розничные компании обходят оптовиков для самостоятельной продажи своих товаров. Общепринятой бизнес-стратегией в Китае является уменьшение звеньев в цепочке добавленной стоимости. Это снижает операционные издержки и повышает эффективность работы предприятия. Многие производители пищевых продуктов создали собственные оптовые и розничные команды для ведения торгово-распределительной деятельности.

Оптовый сектор в Китае включает следующие виды фирм:

- оптовые предприятия, которые действуют в качестве агентов от имени импортеров. Они не несут ответственности за доставку и не владеют продаваемым продуктом, а лишь взимают комиссию с импортеров.

- оптовые предприятия/дистрибьюторы, обладающие правом собственности на реализуемые продукты и предоставляющие по запросу услуги доставки;
- дистрибьюторы, обеспечивающие услуги по хранению и доставке продукции импортерам, оптовикам или розничным предприятиям.

По сравнению с развитыми странами, оптовые рынки Китая, как правило, невелики и фрагментированы. Это объясняется значительной численностью и географической рассредоточенностью торговых розничных предприятий. Важно отметить также еще одну проблему — использование ненадежного оборудования для охлаждения продукции.

Основным каналом сбыта мяса птицы в стране являются розничные торговые точки. Однако из-за их крайней фрагментированности невозможно выделить ни одного крупного игрока в этом сегменте.

Табл. 17. Основные сети супермаркетов и игроки рынка электронной коммерции

Основные игроки/компании (в порядке возрастания значимости)		
	Гипермаркеты/Сети супермаркетов	Электронная торговля
1	RT-Mart https://click.ru/NBWyM	Tmall https://click.ru/NBX3C
2	CR Vanguard https://click.ru/NBWyX	JD.COM https://www.jd.com/
3	Walmart https://click.ru/NBWzW	Suning https://click.ru/NBX3U
4	Yong Hui Superstores CO., LTD. https://click.ru/NBWzZ	FreshHema https://click.ru/NBX3c
5	Carrefour https://click.ru/NBX2o	YHD.COM https://click.ru/NBX3k



RT-MART

Компания RT-MART открыла свой первый сетевой магазин в Шанхае в 1998 г. По состоянию на октябрь 2019 г. RT-MART владеет 412 магазинами по всей стране (включая 29 провинций, муниципалитетов и автономных районов).



CR Vanguard

Компания Vanguard была основана в 1994 г. Это группа розничных сетей супермаркетов, принадлежащая государственной холдинговой компании China Resources Group. Vanguard владеет рядом розничных сетей, включая Vanguard, Suguo, Ok, Bit Supermarket, Tesco Express. В Китае у компании 3192 магазина с автоматическим управлением. Схват территории составляет 30 провинций, муниципалитетов и автономных районов.



Walmart

Walmart вышел на китайский рынок в 1996 г., открыв свой первый магазин в Шэньчжэне. В настоящее время Walmart имеет более 400 магазинов в более чем 180 городах страны.



Yonghui Superstores CO., LTD.

Основанная в 2001 г. со штаб-квартирой в провинции Фуцзянь, компания YONGHUI Superstores — одна из первых современных розничных сетей, реализующих свежую сельскохозяйственную продукцию. Компания осуществляет свою деятельность преимущественно через магазины по продаже товаров общего назначения, универсамы, супермаркеты и т.п. Схват деятельности YONGHUI — это внутренние рынки страны. Предприятие в настоящее время владеет 1133 магазинами в 28 местах — провинциях, муниципалитетах и автономных районах. Общий объем продаж в 2018 г. составил около 8,4 млрд долл. США.



Carrefour

Французская компания Carrefour Group была основана в 1959 г. и стала крупнейшей розничной сетью в Европе. Carrefour вышла на рынок материкового Китая в 1995 г. По состоянию на 31 декабря 2018 г. у нее насчитывалось 239 магазинов на территории материковой части страны. В 2019 г. Suning International, 100% дочерняя компания Suning, инвестировала 4,8 млрд юаней для приобретения 80% акций Carrefour China. Сделка была завершена 27 сентября 2019 г., после чего Carrefour China перешла под контроль Suning Group.

Tmall

Изначально торговая площадка Tmall была известна как Taobao Mall и переименована в Tmall в 2012 г. Tmall — это комплексная платформа электронной коммерции, работающая в секторе B2C.

JD.COM

Площадка электронной торговли, рассчитанная на конечных потребителей.

Suning

Площадка для онлайн-покупок B2C, ведущий китайский торговый агент O2O, маркетинговой модели, способствующей объединению виртуальных интернет-магазинов с реальными. В 2019 г. компания приобрела более 200 сетевых магазинов Carrefour China.

FreshHema

Новый формат розничных сетей, созданный магнатом электронной коммерции Alibaba с акцентом на категорию свежих продуктов. Он объединяет преимущества как онлайн, так и офлайн супермаркетов. Потребители могут перейти в магазины, чтобы купить или оформить заказ в приложении FreshHema. Главное достоинство этого формата в быстрой доставке.

YHD.COM

Площадка электронной торговли, запущенная в июле 2008 г. Она стала первой моделью онлайн-супермаркета, продающей свежие продукты онлайн. В 2012 г. Walmart приобрел 51,3% акций YHD и стал крупнейшим акционером компании. В 2016 г. произошло объединение YHD.COM с JD.COM, когда JD и Walmart установили взаимовыгодное стратегическое сотрудничество.



Табл. 18. Цепочка импортных поставок по каналам дистрибуции

	Импорт	Хранение	Транспорт	Оптовая торговля	Розничная торговля
	Кто импортирует	Кто хранит	Кто перевозит	Кто продает оптом	Кто продает в розницу
Традиционные каналы (небольшие магазины и открытые продуктовые рынки)	Импортер	Оптовики общегосударственного уровня		Региональные оптовики или дистрибьюторы	Небольшие магазины и открытые продуктовые рынки
Сети гипермаркетов и супермаркетов	Сети супермаркетов интегрировали цепочку создания стоимости от импорта до продажи потребителю (транспорт может быть наемным)				
HoReCa	Импортер	Оптовики общегосударственного уровня		Региональные оптовики или дистрибьюторы	Небольшие рестораны
Электронная торговля	Экспортер	Экспортер заключает договор с местным дистрибьютором		–	Экспортер напрямую через электронную площадку/заключает договор с местным дистрибьютором

Свинина и мясо птицы — это мясо номер один для китайских потребителей. Свинина всегда была самым популярным и ежедневно употребляемым видом мяса в Китае. Далее следует мясо птицы, в основном курицы. И наконец, говядина и баранина. Китайские потребители все больше открываются для потребления говядины. Импорт говядины существенно вырос и покрывает примерно 15% потребления данного вида продукта. Но говядина в Китае очень дорогая по сравнению с другими видами мяса, что ограничивает ее востребованность в традиционной китайской кухне. Баранина и козлятина популярны в тех регионах, где проживает значительная доля исламского населения.

Потребление свинины снизилось в 2018 г. и продолжило падение в 2019 г. (вследствие АЧС). Это в свою очередь способствовало росту потребления мяса птицы. Ожидается, что эта тенденция сохранится и в 2020 г., когда последствия АЧС станут более ощутимы. Тем не менее в среднесрочной перспективе (когда влияние АЧС ослабнет) прогнозируется, что потребление свинины восстановит свой уровень, а потребление мяса птицы может вернуться к своей первоначальной отметке.

Китайские потребители предпочитают бройлеров цветных пород. Они медленно растут, но считаются более здоровыми, чем быстрорастущие белоперые западные куры. Особенно любят кур цветных пород на юге Китая. Такое мясо традиционно используется для тушения или приготовления супов. Ожидается, что его потребление возрастет, но не так быстро, как потребление мяса белоперых кур. Следует отметить, что цены на мясо кур цветных пород могут превосходить цены на белоперых бройлеров более чем в два раза²².

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

- процесс урбанизации в Китае;
- особенности потребления в среде молодежи, предпочитающей готовую курицу из сегмента быстрого питания;
- изменение образа жизни китайских городских потребителей;
- растущая обеспокоенность по поводу безопасности пищевых продуктов;
- более низкие цены на белоперых бройлеров;
- изменения в покупательских привычках.

В 2016 г. на белоперых бройлеров приходилось 55%, а на кур цветных и других традиционных пород оставшиеся 45% рынка. Текущая рыночная ситуация будет способствовать дальнейшему увеличению доли рынка белоперых бройлеров.

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

Китайцы делают выбор в пользу мяса птицы бесклеточного содержания. Мясо птицы свободного выгула воспринимается как более питательное и полезное,

²² USDA, China P.R. Poultry and Products Annual, GAIN Report Nr. CH19048, 31 July 2019.

так как считается, что при таком содержании птицы едят экологически чистые корма. Однако китайским потребителям достаточно сложно отличить мясо птицы, выращенной на свободном выгуле, от аналогичного мяса птицы клеточного содержания из-за отсутствия стандартов по органическому сельскому хозяйству и надежных систем аккредитации.

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

Табл. 19. Потребительские предпочтения и тенденции в потреблении мяса и птицы²³

	Предпочтительнее всего	Менее предпочтительно	Тенденция
Тип мяса	1) свинина 2) курица 3) утка и гусь	говядина (высокие цены) и баранина	диверсификация
Породы кур	куры цветных пород	белоперые куры	рост потребления мяса белоперого бройлера из-за цены, удобства и безопасности
Метод животноводства	без клетки	в клетке	без клетки, органическое мясо
Состояние мяса	живые птицы или свежее/охлажденное мясо	замороженное мясо	свежее или охлажденное, упакованное, с указанием бренда для удобства/безопасности
Приготовление	вареное, тушеное, жареное мясо птицы	запеченное или обжаренное мясо птицы	запеченные или обжаренные продукты пользуются популярностью среди молодых потребителей; преимущественно покупают готовые блюда и мясные полуфабрикаты
Вид продукции	лапы, крылья, целая свежая курица	замороженная целая курица или части птицы с костями или без костей	лапы и крылья, но предпочтительно свежие или охлажденные, в фирменной упаковке, порезанные на части для удобства и безопасности

²³ В таблице приведены приблизительные оценки, основанные на выборе большинства китайских потребителей. Региональные различия в предпочтениях также должны быть приняты во внимание.

Продолжение табл. 19.

	Предпочтительнее всего	Менее предпочтительно	Тенденции
Каналы реализации	открытые продуктовые рынки, традиционные местные магазины	супермаркеты	супермаркеты, интернет-торговля и рестораны быстрого питания
Тип домашнего хозяйства	городские домохозяйства	сельские домохозяйства	урбанизация и приближение возможностей сельских домохозяйств к городским предпочтениям
Регионы	Юг, Центральные-Восточные и Юго-Восточные провинции	Северо-Восточные и Западные провинции	долгосрочное взаимодействие по мере улучшения распределения

Вопрос первостепенной важности для китайских потребителей — это безопасность продуктов питания. Интерес к этой теме подогрев чередой санитарных кризисов, пережитых в прошлом в отношении некоторых продуктов. Это, к примеру, громкие скандалы по поводу добавления меламина в молочные смеси и смеси для детского питания, продажа побегов токсичных бобов или добавление незаконных противомикробных средств в морепродукты. В связи с этими инцидентами осведомленность китайских потребителей о безопасности воды и продуктов питания существенно повысилась, равно как и забота о безопасности и здоровье. Нельзя не упомянуть и скандал вокруг «жареной курочки» KFC, когда обнаружилось, что в рационе птицы присутствуют антибиотики и гормональные препараты для увеличения массы. Все это оказало большое влияние на отношение китайских потребителей к мясу птицы.

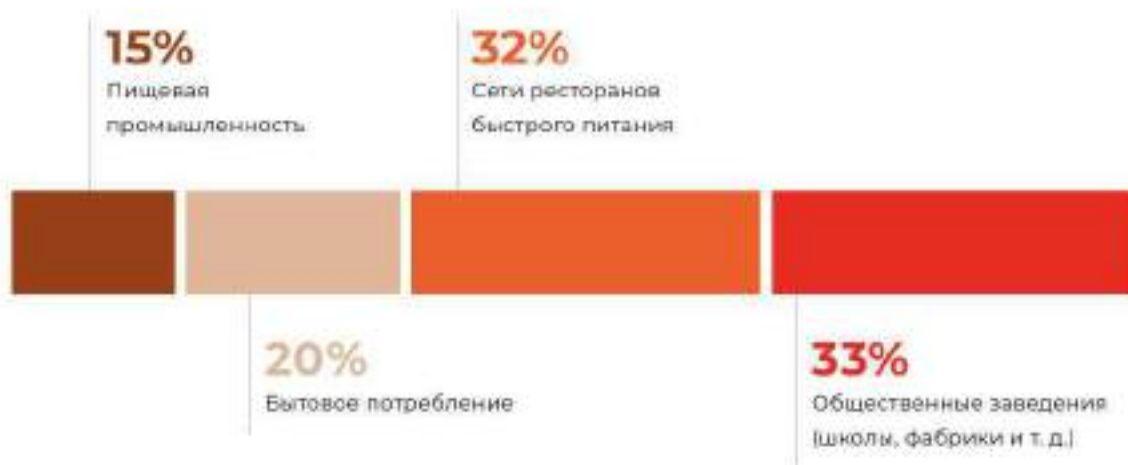
По данным опроса, проведенного в 2015 г. газетой China Youth Daily, 77,3% респондентов заявили, что вопрос безопасности пищевых продуктов является наиболее важным для качества жизни. Поэтому жители Китая все чаще требуют лучшего качества продуктов и более здоровой пищи.

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

Итак, факторы безопасности пищевых продуктов становятся все более важными для рынка Китая. Признавая значение безопасности пищевых продуктов и приоритета доверия потребителей, правительство усиливает контроль и вводит строгие требования к безопасности продукции для производителей, дистрибьюторов и розничных торговцев, а также суровые меры наказания.

Поскольку разведение белоперых бройлеров менее затратно и подразумевает более простую переработку, эта порода широко распространена по всей стране. Нельзя недооценивать ее популярность в местах общественного питания (столовые на производственных объектах или в школах — 33% поставок), а также в сетях быстрого питания, таких как KFC и McDonald's (32%). Пищевая промышленность потребляет еще 15% мяса белоперых бройлеров. На долю домохозяйств приходится порядка 20% от общего объема поставок. Для импорта замороженных продуктов из мяса птицы наиболее актуальными каналами дистрибуции будут сети быстрого питания, государственные учреждения и пищевая промышленность.

Рис. 22. Мясо белоперых кур: основные потребительские сегменты, %



Источник: <http://www.chyxx.com/industry/201909/782022.html>

Эффективное использование цифровых средств коммуникации — важный фактор, определяющий успех бренда в Китае. Китайские цифровые медиа-площадки не только информируют потребителей о решениях по продукту, но и обладают функциями, которые позволяют осуществлять прямые продажи.

Экспортеры мяса птицы могут использовать основные площадки для продвижения своей продукции при выходе на китайский рынок:

- WeChat — приложение для обмена сообщениями, микроблогов и электронной торговли, которым пользуется 1 млрд человек. Большинство компаний на китайском рынке продвигают свою продукцию или услуги, публикуя маркетинговый контент через свои официальные аккаунты в WeChat. Приложение также является мощной площадкой электронной торговли. WeChat-магазины, созданные в приложении, набирают популярность.
- Weibo — мобильное приложение, сайт для публикации микроблогов и новостей о знаменитостях; насчитывает 392 млн активных пользователей в месяц. Его часто называют «китайским твиттером». Платная реклама может быть использована для продвижения в разделе текущих трендов в Weibo, платформа же создаст убедительный, визуально привлекательный образ продукта, который соответствует вкусам и предпочтениям целевой группы потребителей, и поможет привлечь более широкую аудиторию. Weibo также предлагает переход по ссылке на электронные площадки вроде Tmall и Taobao. Ссылка, размещенная в Weibo, перенаправляет пользователя непосредственно на страницу продукта для совершения покупки. Таким образом, платформа способствует продаже товаров, ассоциирующихся с желаемым образом жизни.
- Baidu — самая популярная поисковая система Китая. Несмотря на то что WeChat является доминирующей социальной сетью в стране, поисковая система Baidu имеет решающее значение для достижения успеха на рынке. Помимо интернет-поиска, Baidu предлагает облачные вычислительные услуги, туристические сайты, карты, видео-площадки, программное обеспечение для перевода и веб-браузер.

1) Уникальное торговое предложение

При выходе на такой сложный рынок необходимо иметь четкое представление о том, что является уникальным торговым предложением с точки зрения продукта и услуг компании-экспортера. Экспортер должен хорошо знать собственные особенности и возможности (в первую очередь по отношению к рынку и основным конкурентам).

2) Предварительная подготовка

Общее знакомство с рынком мяса птицы Китая должно сопровождаться глубоким анализом, учитывающим специфику страны, текущую рыночную ситуацию, возможности экспорта, существующий опыт предшественников и многое другое. Ведь даже если экспортер сможет поставлять товары в Китай благодаря имеющимся возможностям, устойчивость экспорта в среднесрочной и долгосрочной перспективе будет зависеть от того, насколько подготовленным он вышел на рынок, разработал ли долгосрочную стратегию.

3) Выбор правильного подхода к выходу на рынок

На основе проведенного исследования необходимо разработать стратегию выхода на рынок. Она должна учитывать размер и состояние бизнеса, сильные и слабые стороны, а также уникальное торговое предложение экспортера. Все решения должны приниматься, основываясь на ценовой стратегии, позиционировании, уровне дифференциации сегментов, национальной или региональной концентрации, каналов распределения и прочих факторов на интересующем рынке.

4) Правильный партнер

Выбор правильного местного партнера является ключом к успеху. Китайский рынок настолько многообразен и сложен в плане регулирования процессов импорта, продаж и дистрибуции, что поддержка местного партнера (импортера и дистрибьютора) со связями и возможностями очень важна для понимания рынка во всех его аспектах.

5) Присутствие на рынке

Чрезвычайно важен также правильный территориальный охват (широкий или узкий) и контроль цепочки создания стоимости (главным образом в части безопасности пищевых продуктов). Это можно сделать путем прямых инвестиций (например, компании Tyson Foods, Inc. или CP Foods); через альянсы (например, JBS S.A. и BRF S.A), включая альянсы электронной коммерции; или посредством заключения надежного соглашения о дистрибуции продукции.

6) Стандарты качества

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

7) Безопасность пищевых продуктов

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

8) Планирование и финансирование

Настоятельно рекомендуется разработать детальный экспортный план, а также план по каждой партии товара. Сюда относятся также реалистичные логистические и финансовые планы. Поддержка местных партнеров будет иметь важное значение для плавной подготовки и реализации выбранной стратегии.

9) Стратегия работы на цифровом рынке

Необходима четкая стратегия для представления экспортера на цифровом рынке Китая. Растущая значимость электронной коммерции, а также широкое использование и влияние цифровых социальных сетей имеют важное значение для позиционирования компании и товара не только на рынках B2C, но и B2B.



ПРЕИМУЩЕСТВА	РИСКИ
<ul style="list-style-type: none"> • Растущие потребности Китая в импорте как в 2020 г., так и в последующие годы; • ограничения роста внутреннего производства в этом секторе в краткосрочной перспективе происходят из-за нехватки генетического материала и повторяющихся вспышек птичьего гриппа; • готовность правительства и общая тенденция рынка диверсифицировать источники поставок; • доступ к китайскому рынку для России; • признание и предпочтение потребителями мяса птицы; • конкурентоспособные цены на мясо птицы делают его хорошей альтернативой говядине и баранине; • институциональные рынки, рестораны быстрого питания и перерабатывающая промышленность предпочитают использовать замороженное мясо белоперых кур; • лапы и крылья приносят большую доходность в общих экспортных продажах, чем другие продукты; • наличие потенциальных рыночных ниш (например, индейка); • альянсы с региональными производителями среднего размера, которые могут пополнить свой ассортимент импортными замороженными продуктами; • сети супермаркетов в городах второго уровня²⁴. 	<ul style="list-style-type: none"> • Значительные местные инвестиции в птицеводство и реорганизация производства свинины в производство мяса птицы увеличивают вероятность максимального покрытия местного спроса; • сильные местные конкуренты с большими возможностями дистрибуции; • сильные импортеры-конкуренты с местным производством (например, компании Tyson Foods, Inc. и CP Foods); • сильные импортеры-конкуренты с признанными брендами и местными альянсами (JBS S.A., BRF S.A, Agrosuper); • сложность правил на китайском рынке и непредсказуемость нетарифных мер; • льготные импортные тарифы для Таиланда и Чили; • из-за размера рынка и сложной логистики нелегко контролировать цепочки поставок и безопасность пищевых продуктов; • сложная и затратная защита интеллектуальной собственности; • возвращение на китайский рынок экспортеров из США; • строгий ветеринарно-санитарный контроль безопасности импортируемого мяса птицы на соответствие национальным стандартам.

²⁴ В Китае принято распределять города на уровни в зависимости от степени их развития — первый, второй, третий. Вне этих уровней находятся четыре крупнейших китайских мегалополиса — Пекин, Шанхай, Гуанчжоу, Шэньчжэнь.



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

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

Этап II — Действия на территории РФ, которые необходимо предпринять для экспорта продукции в Китай

- 1) Регистрация предприятия в ИС «Цербер» (<https://cick.ru/N3LyD>) в качестве экспортера мяса и субпродуктов птицы в Китай.
- 2) Регистрация предприятия в списке ГТУ КНР как имеющее право импорта в Китай мяса и субпродуктов птицы (официальный запрос направляется Россельхознадзором).
- 3) Получение разрешения Главного государственного ветеринарного инспектора Российской Федерации на вывоз продукции с территории РФ (<http://www.fsvps.ru/fsvps/argus>).
- 4) Оформление ветеринарно-сопроводительной документации на экспорт в Китай (ветеринарное свидетельство формы №2).

- 5) Оформление Россельхознадзором международного ветеринарного сертификата, удостоверяющего, что продукция соответствует ветеринарно-санитарным требованиям Китая (<https://click.ru/NBZZr>).
- 6) Таможенное оформление экспорта.

По итогам этапа II осуществляется вывоз продукции с территории РФ.





Содержание



Описание базовых принципов Соглашения между Россией и Китаем

Процедура ветеринарной сертификации продукции

Включение предприятий в список разрешенных на экспорт

Лабораторные исследования

Экспортный сертификат

Отгрузка продукции на экспорт

Работа по открытию китайского рынка для российских производителей мяса и субпродуктов птицы ведется с 2010 г. За это время компетентными органами Российской Федерации были пройдены все процедуры, выполнение которых необходимо для начала поставок продукции животного происхождения в Китай (Процедура инспекционного и карантинного допуска мясной продукции к экспорту в Китай (<https://click.ru/NBZrM>)). В результате данной работы Российская Федерация получила право экспорта в страну мяса птицы и субпродуктов курицы и индейки.

Поставки мяса птицы и субпродуктов стали возможны после согласования «Меморандума о стандарте компартиментализации по гриппу птиц» от 07.09.2018 г. (<https://click.ru/NBZsx>) и подписания 07.11.2018 г. «Протокола о проведении инспекционного, карантинного, ветеринарного и санитарного контроля в отношении взаимных поставок замороженного мяса птицы между Россией и Китаем» (<https://click.ru/NBZ1P>). Данные Соглашения были подписаны Федеральной службой по ветеринарному и фитосанитарному надзору (Россельхознадзор) и Главным таможенным управлением Китайской Народной Республики (ГТУ КНР).

В настоящее время 40 российских предприятий, производящих мясо птицы, и 15 холодильных складов аттестованы на право экспорта мяса птицы и субпродуктов в Китай и внесены в реестр ГТУ КНР.

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

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

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

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

Производственные предприятия (включая предприятия по убою, разделке, переработке и хранению) должны осуществлять свою деятельность под постоянным контролем Государственной ветеринарной службы Российской Федерации. Все этапы и условия производства продукции, предназначенной для экспорта в Китай, должны соответствовать действующим ветеринарным и санитарным требованиям, установленным законодательством Российской Федерации, Евразийского экономического союза (ЕАЭС) и Китая. На предприятии должны быть разработаны, внедрены и поддерживаться процедуры, основанные на принципах ХАССП (НАССР — Hazard Analysis and Critical Control Points). Необходимо также соответствие предприятия требованиям «Меморандума о стандарте компартиментализации по гриппу птиц» от 07.09.2018 г. В течение всего периода производства продукции на экспорт компания и производимые товары должны отвечать стандартам Китая. В иное время они могут отвечать российским и другим стандартам, но производимые в этот период партии товаров должны храниться отдельно от тех, которые предназначены для экспорта в Китай. Кроме того, на предприятии должна быть внедрена эффективная система определения происхождения мяса и субпродуктов птицы (система прослеживаемости).

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

Только официально зарегистрированные российские предприятия, занимающиеся экспортом мяса и субпродуктов птицы, имеют право экспорта в Китай. Регистрационный номер предприятия является эксклюзивным и не может быть использован третьими лицами.

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

- замороженное мясо птицы (с костью и бескостное);
- тушки и части тушек;
- субпродукты:
 - размороженные куриные и индюшиные потроха: куриные и индюшиные сердца, куриная и индюшиная печень, куриные и индюшиные почки, куриные и индюшиные желудки, куриные и индюшиные головы;
 - прочие замороженные субпродукты: куриная и индюшиная кожа, куриные и индюшиные крылья (без кисти крыла), куриные и индюшиные кисти крыла, индюшиные крылья (с кистью крыла), индюшиные шеи, куриные и индюшиные лапы и куриные и индюшиные хрящи.

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

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

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

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

- наименование продукции;
- страна происхождения;
- предприятие-производитель;
- регистрационный номер предприятия;
- номер партии.

Маркировочную этикетку необходимо наклеить на первичную упаковку таким образом, чтобы при вскрытии упаковки целостность маркировки нарушалась.

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

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

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

Кроме того, необходимо соответствие маркировки расфасованного мяса стандартам и правилам Китая в отношении маркировки расфасованных пищевых продуктов (GB 7718-2011) <https://click.ru/NBZyQf>.

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

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

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

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

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

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

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

На момент проведения обследования на предприятии должна осуществляться производственная деятельность.

При обследовании комиссия устанавливает возможность выполнения предприятием основополагающих требований Китая.

На основании проведенного обследования принимается одно из следующих решений:

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

По результатам обследования составляется акт, который согласовывается главным государственным ветеринарным инспектором субъекта Российской Федерации и утверждается руководителем территориального управления Россельхознадзора. Срок согласования и подписания акта не должен превышать 10 рабочих дней со дня проведения процедуры. После этого в течение 3 рабочих дней территориальный орган Россельхознадзора размещает информацию о результатах проведенного обследования в ИС «Цербер».

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

Формы актов обследования на соответствие требованиям третьих стран (которые также используются для обследования на соответствие требованиям Китая) размещены на официальном сайте Россельхознадзора (<https://click.ru/Mvo4T>).

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

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

ГТУ КНР рассматривает запрос и в случае положительного решения регистрирует предприятие как имеющее право импорта в Китай мяса и субпродуктов птицы. Предприятие вносится в список, который размещен на официальном сайте ГТУ КНР, после чего об этом уведомляется Россельхознадзор. Регистрация действительна в течение четырех лет и может быть продлена.

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

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

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

Ветеринарные сертификаты имеют право оформлять только ветеринарные специалисты Россельхознадзора. Список специалистов с образцами их подписей и оттисками используемых ими печатей и штампов регулярно обновляются

и передаются в ГТУ КНР. Копии всех ветеринарных сертификатов, оформленных для экспорта продукции в Китай, направляются в ГТУ КНР по электронной почте.

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

Сертифицирована может быть только продукция, отвечающая следующим условиям:

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

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

Продукция, отгружаемая с предприятия и предназначенная для последующего экспорта в Китай, сопровождается ветеринарным свидетельством формы №2, которое оформляется уполномоченным в области ветеринарии органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации. В ветеринарном свидетельстве должна содержаться информация о выполнении ветеринарных

требований Китая, проведенных лабораторных исследованиях, номере и дате разрешения Главного государственного ветеринарного инспектора Российской Федерации на вывоз продукции. К ветеринарному свидетельству формы №2 прикладываются документы, необходимые для оформления международного ветеринарного сертификата.

Экспортные товары могут быть направлены с предприятия:

- 1) либо непосредственно в место таможенного оформления;
- 2) либо в холодильники и температурные склады для промежуточного хранения и формирования консолидированных партий продукции. Такие холодильники и температурные склады должны иметь право экспорта в Китай мяса и субпродуктов птицы. Далее консолидированная партия продукции «уходит» в место таможенного оформления (при наличии ветеринарного свидетельства формы №2, в которое заносится вся информация из предыдущих свидетельств). Пребывание продукции на складе оформляется с помощью Актов о приеме-передаче и возврате материальных ценностей, сданных на хранение (см. Приложение №3).

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

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

«Документарный контроль» заключается в проверке:

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

На стадии документарного контроля также проводится проверка прослеживаемости продукции по ИС «Меркурий» и могут быть запрошены дополнительные документы, гарантирующие выполнение требований законодательства Китая.

«Физический контроль» осуществляется по завершении документарного и заключается в проведении ветеринарного досмотра продукции.

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

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

Далее взамен ветеринарного свидетельства должностным лицом пограничного контрольного ветеринарного пункта оформляются ветеринарный сертификат формы 5е и «Ветеринарный сертификат на вывоз замороженного мяса птицы и субпродуктов в Китай».

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

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

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

Необходимо проверять продукцию на наличие антибиотиков и других средств, применяемых в лечебных и профилактических целях птицеводческими хозяйствами, откуда птица поступает на убой. Средства, которые не применяются на производстве, исследовать необязательно.

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

Список запрещенных к применению веществ, МДУ²⁵ антибиотиков и других средств (применяемых в лечебных и профилактических целях в соответствии с требованиями Китая), а также лабораторий (подведомственных Россельхознадзору и способных проводить исследования по требованиям Китая) можно найти на следующем сайте: <https://clck.ru/NBaH7>

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

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

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

²⁵ Максимально допустимые уровни.

раториях. К письму прилагается также перечень ветеринарных препаратов, которые запрещены или ограничены законодательством Китая, с гарантией, что они не использовались в период выращивания птицы.

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

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

Основным риском для экспорта мяса птицы является ухудшение эпизоотической ситуации в Российской Федерации по гриппу птиц и Болезни Ньюкасла. В худшем случае это может привести к полной остановке экспорта данной продукции из России в Китай.

Отгрузка на экспорт продукции, не соответствующей требованиям законодательства Китая, приведет как минимум к возврату, задержанию, утилизации или уничтожению партии товара; однако это может привести и к лишению регистрации предприятия-производителя данной продукции. Неоднократное повторение таких случаев грозит потерей китайского рынка для всех российских производителей продукции животного происхождения.

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

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





5



Содержание

Оформление груза
от производителя до получателя

Возмещение НДС
по экспортным сделкам

Стоимость доставки

Основные риски, ошибки
и последствия

При поиске логистического решения для отправки товаров в Китай следует исходить из приоритетов, стоящих перед отправителем: сроки доставки, стоимость перевозки, безопасность, сложность в оформлении и вариативность пунктов прибытия.

От российского производителя рефрижераторный груз может доставляться автомобильным или железнодорожным (далее ж/д) транспортом. Рефрижераторные перевозки железнодорожным транспортом на данный момент используются нечасто и становятся экономически оправданными только при расстоянии до места выгрузки более 2 тыс. км. Кроме того, ж/д перевозки осложняются необходимостью доставки груза до станции отправления и перевалки в вагоны или на ж/д платформы. Поэтому в данном секторе преобладают автомобильные перевозки.

Самым дорогим и быстрым способом доставки (исключая авиаперевозки) является прямая автомобильная доставка до Китая. При расчете ставки необходимо учитывать ограничение по нагрузкам на оси и общую массу автопоезда, действующее на территории Российской Федерации. Рефрижераторный грузовик должен быть оснащен работающей установкой.

С учетом действующего законодательства вместимость одного рефрижераторного грузовика составляет порядка 19,0 тонн брутто. Груз размещается в фуре на поддонах²⁶ для обеспечения циркуляции воздуха. Поддоны должны быть сделаны из пластика или дерева (с оформленным сертификатом о фумигации деревянных поддонов и наличием клейма).

²⁶ Англ. pallet. Здесь и далее речь идет о европоддоне размером 800 × 1200 мм.

Рис. 23. Образец клейма



Доставка осуществляется до пунктов перевалки, расположенных вблизи границы Таможенного Союза²⁷ и Китая, таких как Харгос/Урумчи. Как правило, доставка до пункта перевалки осуществляется автотранспортом российских перевозчиков или перевозчиков, зарегистрированных на территории стран СНГ. Далее по территории Китая груз перемещается силами китайских транспортных компаний, заказчиком которых выступает получатель.

Цена доставки, как и транзитное время, зависит от расстояния и маршрута следования и составляет в среднем 1,2–1,7 долл. США за километр.

Перевозка осуществляется на основании CMR и облагается НДС по ставке 0% (образец CMR в Приложении №3).

В связи с дороговизной указанного вида доставки по сравнению с другими видами транспорта, прямые автомобильные перевозки из России в Китай используются либо при поставках с Дальнего Востока, либо при срочных поставках (например, перед китайским Новым Годом).

Доставка до склада консолидации товара может осуществляться как самим производителем продукции, так и покупателем. Груз перевозится на поддонах для оптимизации скорости и затрат на перевалку и хранение. Вместимость одного рефрижераторного автомобиля составляет порядка 19 тонн брутто. Таким

²⁷ Таможенный союз Евразийского экономического союза (ТС ЕАЭС).

образом, для оптимальной логистической схемы при дальнейшей отгрузке товара в контейнерах три фуры перегружаются в два контейнера. При найме автоперевозчика необходимо учитывать сроки погрузки и выгрузки на складах. В пиковые по нагрузке на склады сезоны (октябрь–март) срок выгрузки может достигать до двух суток.

Перевозка осуществляется на основании ТН (транспортной накладной) и сопровождается бухгалтерскими документами (товарной накладной, счетом-фактурой), сертификатами качества и копией ветеринарного сопроводительного документа (ВСД). Образцы данных документов можно посмотреть в Приложении №3.

Автомобильная доставка продукции, предназначенной для дальнейшего экспорта, на склад консолидации считается внутрироссийской и облагается НДС 20%, за исключением случаев, когда подрядчиком является компания, применяющая УСН.

Указанная перевозка может осуществляться только в контейнерах, так как в портах России нет аккредитованных перевалочных пунктов для перегрузки мясной продукции из автомобиля в контейнер с соблюдением температурного режима. Вместимость одного 40-футового рефрижераторного контейнера составляет до 28 тонн нетто. Отгрузки в 20-футовых контейнерах практически не осуществляются.



Так как нагрузка на ось автопоезда при перевозках по территории Российской Федерации ограничена, доставку тяжелого контейнера можно осуществить:

- либо на автомобиле с разрешением для провоза груза, превышающего допустимую нагрузку на ось;
- либо на автомобиле с 7 осями, что позволяет распределить массу автопоезда без нарушения правил.

Коробки размещаются в контейнере без поддонов. В теплое время года при температуре воздуха выше +10 °С градусов необходимо использовать дизель-генератор для подключения контейнера к источнику питания, чтобы обеспечить стабильно низкую температуру внутри транспортного средства. При температуре воздуха +1 °С и ниже использование дизель-генератора носит желательный, но не обязательный характер, так как рефрижераторный контейнер сохраняет температуру продукта неизменной в течение порядка 24 часов (в большинстве случаев этого достаточно для доставки товара в порт отправления и подключения его к постоянному источнику электропитания). Температура продукта при транспортировке не должна превышать -18 °С.

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

Склад консолидации продукции для экспорта в Китай должен быть аттестован и занесен в ИС «Цербер», равно как и все места промежуточного хранения товара. Проверить аттестацию можно по ссылке: <https://click.ru/Muh2J>. Такие склады преимущественно тяготеют к портам отправки или к местам производства товара. Основные статьи расходов: погрузо-разгрузочные работы при приемке товара с автомобилями (ставка как правило устанавливается за поддон), хранение (ставка может быть установлена за поддон или тонну в зависимости от договоренности со складом и веса поддона с грузом), погрузо-разгрузочные работы при отгрузке товара в контейнер (ставка чаще всего устанавливается за тонну). Работа со складом консолидации возможна как напрямую, так и через комплексного логистического провайдера. При работе напрямую компания-экспортер обязана заключить договор со складом и подведомственным учреждением государственной ветеринарной службы соответствующего региона (для оформления сопроводительных ветеринарных документов). Кроме того, экспортер обязан иметь представителя своей компании на складе для осуществления операций с товаром. При работе через логистического провайдера указанные выше процедуры осуществляются им.

При выборе склада консолидации необходимо учитывать:

- аттестацию для экспорта мясной продукции в Китай;
- присутствие государственного ветеринарного врача;

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

Таможенное оформление мяса птицы на экспорт осуществляется двумя способами: либо печать ставит таможенный представитель, либо используется электронно-цифровая подпись экспортера.

При таможенном оформлении необходимы следующие документы:

- международный контракт;
- уникальный номер контракта (бывший паспорт сделки);
- инвойс;
- спецификация;
- упаковочный лист;
- экспортный ветеринарный сертификат формы 5e;
- подтверждение платежа согласно условиям контракта.

Оформить экспортную декларацию можно как по месту нахождения отправителя, так и в пункте пересечения границы Российской Федерации (образец таможенной декларации см. в Приложении №3).

Для ветеринарного сопровождения груза необходимы следующие документы:

- список требуемых лабораторных исследований;
- запрашиваемые документы по неисследованным показателям;

- возможные места оформления;
- требования по прослеживаемости производства, оформлению ВСД, разрешениям на экспорт и т.п.

Регулярные заходы судов в порты Российской Федерации и Китая осуществляют следующие морские линии:

Из порта Санкт-Петербург:

- Maersk <https://maersk.ru/>
- MSC <https://www.msc.com/>
- CMA-CGM <https://www.cma-cgm.com/>
- Evergreen <https://www.evergreen-line.com/>
- Cosco <http://en.coscoshipping.com/>
- Yang Ming <https://www.yangming.com/>
- OOCL <https://www.oocl.com>
- Hapag Lloyd <https://www.hapag-lloyd.com>

Из порта Новороссийск:

- Maersk <https://maersk.ru/>
- MSC <https://www.msc.com/>
- ZIM <https://www.zim.com/>
- Evergreen <https://www.evergreen-line.com/>
- Yang Ming <https://www.yangming.com/>
- Hapag Lloyd <https://www.hapag-lloyd.com>

Из порта Владивосток:

- CMA-CGM <https://www.cma-cgm.com/>
- FESCO <https://www.fesco.ru/>
- HMM <http://www.hmm21.com>

- Maersk <https://maersk.ru/>
- Sasco <http://www.sasco.ru/>
- SINOKOR <http://www.sinokor.co.kr/>

Транзитное время морской доставки зависит от выбранной линии, порта погрузки и порта назначения, а также от погодных условий. Необходимо учитывать требования получателя к используемым морским линиям, так как часто встречаются ограничения.



В связи с политикой импортозамещения в России количество рефрижераторных контейнеров, заходящих в порты, за последние 5 лет существенно сократилось. Поэтому в период пиковой активности рынка остро чувствуется недостаток порожних контейнеров для экспорта, что, в свою очередь, влияет на уровень ставок фрахта.

Основной документ при морских перевозках — коносамент — должен иметься в наличии и быть правильно заполненным (образец коносамента см. в Приложении №3).

Присутствие сюрвейера при погрузке необязательно. Он контролирует количество и качество отгружаемой продукции. И в случае претензии получателя сюрвейерский отчет может стать важным документом и сократить возможные потери.

Основные сюрвейерские компании, работающие с мясной продукцией:

- SGS <https://www.sgs.ru/>
- TOP FRAME <https://www.topframe.ru/>
- IPC HORMANN <http://www.ipc-hormann.com/>

Стоимость морской доставки одного рефрижераторного 40-футового контейнера с грузом мясной продукции весом в 27 тонн из Центральной России (г. Белгород) до основных портов Китая (Shanghai, Yantian, Qingdao, Nansha, Tian Jin, Dalian) в ноябре 2019 г. составляла 5 950 долл. США за один контейнер.

В ставку включены наземная доставка контейнера с весом груза 27 тонн нетто, фрахт, дизель-генератор, ветеринарное и таможенное оформление, внутриворотное экспедирование, взвешивание контейнера и отправка оригиналов документов получателю. Ставки рассчитаны по курсу ЦБ РФ на 20.11.2019 с учетом действующих тарифов. Общее транзитное время составляет порядка 55 дней.

При осуществлении экспорта мяса птицы экспортер имеет право на возмещение уплаченного НДС. Для этого необходимо подтвердить факт экспорта с помощью следующих документов:

- международный контракт;
- УНК (ранее паспорт сделки) в случае его оформления;
- инвойс;
- спецификация;
- упаковочный лист;
- подтверждение платежа согласно условиям контракта;
- CMR;
- поручение на погрузку (в случае морской перевозки);

- коносамент (в случае морской перевозки);
- декларация таможи с печатью о вывозе товара с территории РФ.

Подробнее про возмещение НДС по экспортным операциям можно прочитать в Приложении №4.

- Самое распространенное заблуждение экспортера заключается в том, что в случае продажи товара на условиях Incoterms (когда транспортировка до места назначения частично или полностью исключена из стоимости товара) элиминируются его риски как по хранению товара в порту назначения, так и любые риски, связанные с доставкой продукции за пределы Российской Федерации. Если получатель груза от него отказался или судоходная линия по каким-либо причинам не может взыскать с получателя причитающиеся ей платежи, линия, на основании условий коносамента имеет право взыскать соответствующие суммы с отправителя груза.
- В моменты существенного падения цены на товар на рынке возможны случаи отказов от предоплаты за груз и получения груза, находящегося в пути. Подобные действия со стороны получателя ведут к возникновению рисков простоя контейнеров в порту назначения за счет экспортера. Если в сделке участвует трейдер, не указанный в коносаменте, риски по простоям несет отправитель по коносаменту.
- С транспортными компаниями часто возникают споры по вопросам качества доставленного товара. Перевозчик (как морской, так и наземный) вправе требовать от стороны, предъявляющей претензию, доказательства качества погруженной продукции. Присутствие сюрвейера при погрузке товара поможет аргументированно составить претензию и избежать потенциально конфликтных ситуаций.





Экспортируемый продукт должен быть произведен согласно требованиям ТР ТС²⁸ и страны-импортера. Требования страны-импортера публикуются на сайте Россельхознадзора в разделе экспорт/страна или на сайте компетентного органа страны-импортера.

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

Китайские потребители очень избирательны в выборе товара. Для них важно, чтобы продукция была калиброванной, фиксированного веса, с красивой выкладкой в коробе (так называемая укладка косичкой (применимо к крылу)). Для товаров, которые предполагается продавать через розничные каналы, необходима индивидуальная заморозка (IQF²⁹). Китайские покупатели готовы заплатить больше за красиво упакованный, калиброванный продукт. Образцы и спецификация продуктов представлены в Приложении №5.

Обязательные требования к упаковке:

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

Внешняя этикетка (китайский и русский/английский языки)³⁰;

Требуемая информация может отображаться на основной или дополнительной этикетке.

²⁸ Технический регламент таможенного союза (ТР ТС) — это нормативный документ, устанавливающий обязательные требования к товарам, распространяющимся на территории Таможенного союза.

²⁹ Individual Quick Freezing — индивидуальная быстрая заморозка.

³⁰ По требованиям Китая, необходим язык страны-экспортера и импортера. По требованиям ТР ТС, должен присутствовать английский язык.

Необходимые данные для внешней этикетки:

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

Внутренняя этикетка (китайский/английский/русский языки):

Необходимые данные для внутренней этикетки:

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

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

- этикетки на китайском, русском и английском языках;
- название продукта;
- страна происхождения;
- номер завода;

- дата изготовления (указывается в формате: ГГГГ/ММ/ДД);
- срок годности или срок хранения (указывается в формате: ГГГГ/ММ/ДД);
- требования к хранению (температура);
- страна назначения;
- вес нетто;
- название и адрес производителя;
- номер партии продукции;
- спецификация (относится к типу упаковки);
- список ингредиентов (включая пищевые добавки, определенные национальными стандартами Китая).

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

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

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

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

FOB: условия данного договора предусматривают, что продавец обязан доставить товар в порт и погрузить на указанное покупателем судно. Расходы по доставке товара на борт судна ложатся на продавца. В некоторых портах

при поставках на условиях FOB расходы по погрузке несет покупатель. Риск случайной порчи или повреждения имущества возлагается на продавца до момента пересечения товаром борта судна, и на покупателя — с указанного момента. Условия оплаты предполагают как вариант 100% предоплаты, так и выплаты по частям с погашением долга до момента передачи груза.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Документация для сопровождения партии товара (контейнера) на экспорт:

- контракт;
- спецификация;
- проформа-инвойс;
- ТТН/УПД²¹;
- инвойс;
- упаковочный лист;
- сертификат происхождения;
- non Wood certificate²²;
- коносамент (в случае продажи на условиях CFR);
- протоколы лабораторных анализов, сделанных в аккредитованной лаборатории согласно требованиям страны импортера²³;

²¹ Универсальный передаточный документ.

²² Сертификат о том, что в партии товара отсутствуют деревянные поддоны.

²³ Более детально описаны в разделе «Ветеринария». Ответственность за предоставление анализов несет производитель. Протоколы предоставляются в приложении к ЭВСД в системе Меркурий (Веста).

- Ветеринарный сертификат формы 5e;
 - Ветеринарный сертификат для экспорта в Китай;
 - копия ветеринарного сертификата для экспорта в Китай — отправляется уполномоченным сотрудником Россельхознадзора по установленным каналам связи в СИК³⁴;
 - поручение на погрузку.
-
- Некорректное и несвоевременное оформление ветеринарных и товарно-транспортных документов (иными словами, ошибки в документах). Сюда относится несоответствие информации на внутренней и внешней упаковке — наименование товара или иная информация, а также несоответствие номеров партий и дат производства на этикетках и в ветеринарных сертификатах и упаковочном листе.
 - Несоблюдение покупателем сроков передачи документов. Необходимо оперативно подготовить и передать черновики документов на согласование контрагенту. После подтверждения контрагента осуществляется выпуск оригиналов. Все это нужно успеть сделать в течение 2-х недель с момента отгрузки. Более поздние сроки могут привести к задержке в получении оригиналов документов контрагентом и как следствие — к сверхнормативному использованию (простою) контейнера в порту назначения. Счета выставляются и оплачиваются грузополучателем. Но если простой вызван по вине грузоотправителя, то счета перевыставляются на него.
 - Качество товара, не соответствующее заявленным и допустимым стандартам качества Китая. Несоответствие качества поставляемой продукции заявленному в спецификации (например, наличие желтой кожи или пера) может привести к аресту груза на таможне, а также его утилизации с выставлением счета поставщику. Кроме того, возможно вынесение заводу-производителю предупреждения или введение временных ограничений на поставку продукции в Китай.

³⁴ Управление Китая по инспекции и карантину (China Inspection and Quarantine, CIQ).





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

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

Таможенные пошлины на замороженное мясо птицы из Российской Федерации (как и их других стран) составляют 0%.







Существует несколько возможных вариантов присутствия экспортера на рынке Китая, причем некоторые из них не подразумевают создание отдельного юридического лица. Формат целесообразно выбирать исходя из конкретных целей и задач компании-экспортера.

Одним из наиболее распространенных вариантов продаж продукции на территории Китая является реализация через агентов или дистрибьюторов, работающих на рынке. Этот способ особенно подходит тем экспортерам, которые только осваивают новый рынок и/или имеют ограниченные средства для продвижения бренда и маркетинговых коммуникаций.

Агенты и дистрибьюторы предоставляют экспортеру доступ к своим каналам сбыта товаров. Они также будут полезны в целях оперативного реагирования на изменения рынка и отслеживания обновлений в нормативной базе.

Часто агенты и дистрибьюторы рассредоточены по регионам. Это немаловажный фактор, так как для работы в разных регионах Китая экспортерам могут потребоваться агенты или дистрибьюторы на местах в разных провинциях.

Ключевое различие между агентами и дистрибьюторами заключается в том, что агенты несут ответственность только за продажи и развитие сети продаж. Их деятельность заключается в передаче компаниям-производителям клиентских заказов, организации доставки товаров и сборе оплаты. Агентам выплачивается комиссия от объема продаж. В отличие от дистрибьюторов, они не берут на себя ответственность за продукцию. Дистрибьюторы же покупают продукцию, а затем перепродают ее в Китае. Они получают прибыль, добавляя маржу к стоимости товаров, покрывая расходы на хранение и дистрибуцию.

При выборе агента или дистрибьютора в Китае следует:

- 1) проверить бизнес-лицензию потенциального партнера и убедиться, что предлагаемые услуги находятся в рамках лицензии;
- 2) оценить показатели его коммерческой деятельности: сеть и объем продаж, охват рынка, штат сотрудников и проч.;
- 3) провести независимый аудит потенциального партнера: проверить юридический статус, текущее финансовое положение, данные о поставщиках и конкурентах, а также ознакомиться с отзывами клиентов;
- 4) выяснить, имеет ли потенциальный партнер опыт работы в соответствующей сфере, обладает ли достаточными знаниями и навыками работы с товаром и рынком, представлял ли аналогичную продукцию прежде, поможет ли в вопросах маркетинговых коммуникаций;
- 5) уточнить, может ли потенциальный партнер оказать содействие в решении логистических задач.

Открытие юридического лица на рынке Китая поможет поднять на качественно более высокий уровень такие аспекты бизнеса как:

- защита интеллектуальной собственности;
- обеспечение оперативной качественной связи между клиентами и головным офисом предприятия;
- оптимизация логистики и контроль качества.

Однако надо понимать, что эта процедура потребует гораздо больших первоначальных инвестиций, будет более дорогостоящей и трудоемкой, чем работа через агента или дистрибьютора.

Иностранные компании могут выбрать одну из трех организационно-правовых форм законного присутствия в Китае:

- представительство компании;
- предприятие со 100% иностранным капиталом (WFOE);
- совместное предприятие (СП).

Представительство компании не является коммерческим предприятием и не может получать прибыль. Ему разрешено вести деятельность в ограниченных сферах, таких как:

- исследование рынка, рекламные кампании;
- установление контактов по сбыту или обслуживанию продукции, а также по закупкам и инвестициям на внутреннем рынке.

Представительство компании — хороший вариант для экспортеров, которые пользуются услугами агентов и дистрибьютеров для продажи своей продукции и хотят улучшить взаимодействие с ними.

Несмотря на отсутствие доходов, в соответствии с китайским законодательством, расходы представительства могут облагаться налогом — чем выше расходы, тем больше налог.

Представительство компании может нанимать местный персонал только через специализированное агентство занятости.

WFOE — компания с ограниченной ответственностью, полностью принадлежащая одному или нескольким иностранным инвесторам. Такая компания может получать прибыль и выставлять счета в юанях. Она также вправе напрямую нанимать местный персонал.

Торговля посредством компании со 100% иностранным капиталом подходит для экспортеров, которые намерены создать собственные каналы продаж продукции.

Совместное предприятие (СП) создается одним или несколькими иностранными инвесторами, а также одним или несколькими китайскими юридическими лицами.

СП — распространенная практика для иностранных компаний, которые хотят использовать существующие каналы продаж и сети китайского партнера со знанием местного рынка и контактами.

Табл. 20. Преимущества и недостатки разных форматов присутствия на рынке Китая

Организация	Преимущества	Недостатки
Представительство компании	Просто организовать, не требуется минимальный уставной капитал	Не разрешается заниматься продажами и получать прибыль
	Взаимодействие с местным агентом/дистрибьютором для продвижения продукции на рынке	Облагается различными налогами в зависимости от бизнес-плана, местоположения и т.д.
		Возможность трудоустройства только местного персонала

Продолжение табл. 20.

Организация	Преимущества	Недостатки
Компании со 100% иностранным капиталом (WFOE)	Возможность предоставлять широкий спектр услуг в рамках своего направления деятельности, в отличие от представительства	Может быть организовано только в рамках определенной сферы деятельности
	Подходит для длительного пребывания в Китае	Запрет на участие в некоторых деловых операциях
	Позволяет избежать 11-12% налога на расходы, которые несет представительство компании	Инвесторы должны обеспечить иностранное финансирование уставного капитала компании
	Может продавать товары напрямую китайским потребителям	
Совместное предприятие (СП)	Использование деловых связей местного партнера для установления эффективных контактов и минимизации бюрократических издержек	Риски, связанные с передачей технологий и управлением интеллектуальной собственностью
	Использование трудовых ресурсов, каналов продаж и прочих возможностей местного партнера	Стороны могут не иметь общих стратегических или коммерческих интересов
	Общие риски	Ограниченный доступ к бизнес-сегментам

При решении вопроса о целесообразности инвестирования в экономику Китая рекомендуется ознакомиться с информацией о зонах экономического развития в стране (Приложение №6).





Под регистрацией бренда в КНР обычно понимается регистрация торговой марки. Регистрация товарных знаков осуществляется через Управление по товарным знакам (China Patent and Trademark Office) при Главном государственном управлении по интеллектуальной собственности КНР.

Правовую охрану товарных знаков обеспечивает Закон КНР «О товарных знаках» 1982 г. (с поправками 1993, 2001, 2014 гг.)

Российский экспортер может зарегистрировать товарный знак в Китае двумя способами:

- 1) По Мадридской системе международной регистрации знаков российские компании могут, находясь в России, зарегистрировать свой товарный знак в Китае. Регистрация занимает 18–24 месяцев.
- 2) По Ниццкой классификации (Ниццкое соглашение о Международной классификации товаров и услуг для регистрации товарных знаков и знаков обслуживания) российский товарный знак можно зарегистрировать в Китае через компетентное ведомство. Регистрация занимает 12–15 месяцев.

При регистрации товарного знака в Китае российским экспортерам следует учитывать следующие аспекты:

- Приоритет товарного знака устанавливается по дате подачи заявки. Это означает, что бренд может потерять правовую защиту, если аналогичный товарный знак уже зарегистрирован в Китае. Соответственно, сквоттеры (недобросовестные конкуренты, незаконно использующие чужие товарные знаки и манипулирующие с названиями брендов) активно регистрируют товарные знаки на себя с целью вымогательства и последующей перепродажи. Экспортеры должны следить за этим, чтобы не оказаться жертвой сквоттинга.
- В равной степени важно заняться регистрацией товарного знака задолго до его вывода на китайский рынок, поскольку эта процедура нередко занимает 14–18 месяцев, а товарный знак может быть защищен в Китае только после завершения регистрации.
- Компании должны зарегистрировать свои бренды, а также любые марки и/или логотипы в Управлении по товарным знакам на английском и китайском языках.
- Настоятельно рекомендуется зарегистрировать китайскую версию товарного знака, написанную китайскими иероглифами. Китайским покупателям проще узнавать товарный знак на родном языке, но самое главное — благодаря этой мере владелец товарного знака получит максимальную правовую защиту в КНР и гарантию, что его товарный знак не используется конкурентами.

- При подаче заявки на регистрацию следует уделить пристальное внимание выбору классов и подклассов товаров (для каждой категории требуется отдельная регистрация), а также проверить, нет ли зарегистрированных эквивалентов.

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







SIAL China — китайская международная продовольственная выставка, третья по величине в мире. Начиная с 2000 г., выставка проходит ежегодно в течение 19 лет.

Участники SIAL China — это основные игроки рынка розничной торговли, гостиничного и ресторанного, бизнеса, сектора HoReCa, продовольственных услуг, импортной/экспортной торговли и производства.

Организаторами мероприятия являются Comexposium Group и Центр по развитию торговли в Китае. SIAL China 2020 пройдет с 28 по 30 сентября в Шанхае.
Сайт: <http://www.sialchina.com/>



Источник: <http://www.sialchina.com/>

¹⁹ В связи с распространением в мире коронавируса (Covid-19) даты проведения мероприятий могут быть изменены.



China International Import Expo — относительно новая профессиональная международная выставка импортных товаров в Шанхае. Мероприятие проводится с 2018 г. при поддержке государства. В выставке CIIE принимают участие около 150 тыс. профессиональных покупателей и компаний более чем из 100 стран мира.

Организаторы: China International Import Expo Bureau и National Exhibition and Convention Center (Shanghai) Co., Ltd. CIIE пройдет в ноябре 2020 г. в Шанхае.

Сайт: <https://www.ciie.org/zh/en/>



Китайская ярмарка экспортно-импортных товаров была впервые организована весной 1957 г. Проводится два раза в год весной и осенью в Гуанчжоу. На сегодняшний день является одним из самых масштабных мероприятий в сфере международной торговли в Китае. В ярмарке принимает участие более 24 тыс. иностранных и национальных компаний, около 200 тыс. иностранных покупателей из более 210 стран, а также провинций Китая.

Организаторы: Центр внешней торговли Китая при поддержке Министерства торговли и народного правительства провинции Гуандун.

Сайт: <https://www.cantonfair.org.cn/russian/index.shtml>





- Jiangsu Tyson Food Co., Ltd. (г. Хаймень, дочерняя компания Tyson Foods): <https://www.tysonfoods.com/>
- DaChan Wanda Tianjin Company Co., Ltd. (г. Тяньцзинь): <https://click.ru/NByjc>
- Fuxin Shuanghui Meat Processing Co., Ltd. (г. Фусин): <https://click.ru/NByjz>
- Heilongjiang Chia Tai Enterprise Co., Ltd. (г. Харбин): <http://www.cpgroup.cn/>
- Xuzhou Yuejia Commercial Co., Ltd. (г. Сюйчжоу): <http://www.jsydnf.com>

Название компании	Контакты
<p>Dragon Rise Global Resources Limited — импортер и дистрибьютор мяса птицы для поставок на китайский рынок.</p> <p>Dragon Rise Global Resources Limited и связанные с ней компании поставляют продукты питания в сетевые продовольственные магазины Китая (например, Ole, Citylife, Yonghui и т.п.). Деятельность компании охватывает также онлайн маркетинг на торговых площадках Tmall и JD.</p>	<p>Адрес: Unit A Room B14, 8/F, Hoplite Industrial Centre, 3-5 Wang Tai Road, Kowloon Bay, Kowloon, Hong Kong</p> <p>Телефон/Факс: 852 9266 3652</p> <p>Е-мэйл: ericwong@dragonriseglobal.com</p> <p>Сайт: http://dragonriseglobal.com/</p>
<p>AJC International — один из ведущих мировых производителей мяса птицы в мире.</p>	<p>Адрес: Unit 549&551, Tower C, Lei Shing Hong Plaza, No. 8 Wangjing Street, Chaoyang District, Beijing 100102</p> <p>Тел.: 86 010 5682 5872</p> <p>Факс: 86 21 5116 7498</p> <p>Сайт: https://click.ru/NByzy</p>



Контактная информация

Организация	Контакты
Китайская ассоциация птицеводства	<p>Телефон/Факс: +86 400 0010 706 Сайт: http://www.zgqyxh.com/</p>
Китайская мясная ассоциация	<p>Телефон: + 86 10 84119709, +86 10 5166 1768 Факс: +86 10 5166 1769 E-mail: chinameat@sina.com Сайт: http://www.chinameat.org/</p>
Китайская ассоциация по продвижению международного сотрудничества в сельском хозяйстве	<p>Телефон: + 86 10 65096391 E-mail: caaie@agri.gov.cn Сайт: http://www.caaie.org.cn/</p>
Представительство ТПП России в КНР	<p>Адрес: 1702 apr, No.1289, South Pudong Road, Shanghai China, Post Code: 200122 Телефон: +86-21-68877708, +86-21-68876660 Факс: +86-21-68876508 E-mail: china@tpprf.ru, tpp.china@gmail.com Сайт: http://www.china.tpprf.ru</p>
Российско-Китайский деловой совет	<p>Адрес: Россия, 117186, Москва, Севастопольский проспект, 43А корпус 2 Телефон: +7 (495) 9217463 E-mail: info@rcbc.ru Сайт: http://www.rcbc.ru</p>



12



Китай отличается самобытной бизнес-культурой, обусловленной его уникальной историей и национальными традициями, при этом некоторые методы ведения бизнеса в стране сегодня развиваются в русле общемировых практик.

Китайская бизнес-культура во многом основана на взаимоотношениях. Китайцы предпочитают установление длительных деловых связей кратковременным эффективным переговорам. Например, китайцам свойственно вести постоянную переписку с партнерами, отправлять подарки и сезонные поздравительные открытки для поддержания контактов. В рамках подобного долгосрочного подхода в деловых отношениях китайцы обычно хотят как можно больше знать о своих партнерах, чтобы завоевать доверие и лояльность, необходимые для дальнейшего успешного ведения бизнеса. Иностранные коллеги могут посчитать, что выяснение частных подробностей и многие задаваемые китайской стороной вопросы никак не связаны с конкретной бизнес-задачей, однако следует проявлять терпение и давать ответы ради укрепления партнерских отношений.

Вручение и получение подарков символизируют начало отношений. При выборе подарка имейте в виду, что это сугубо профессиональный знак внимания, а не личный предмет. Подарок не должен быть слишком дорогим. Его всегда следует преподносить в упаковке. Подарки часто отклоняются два-три раза, прежде чем будут приняты, и редко распаковываются в присутствии дарителя. В Китае подарок принято вручать и/или принимать обеими руками. Дорогие подарки деловому партнеру могут быть расценены как взятка и потому отвергнуты.

Традиционно китайцы склонны смешивать бизнес с личной жизнью. Они на первой же встрече могут начать задавать вопросы личного характера о семье, деньгах и т. д., считая, что это способствует укреплению доверия в деловых отношениях. Однако это вовсе не должно восприниматься партнерами как приглашение к чрезмерно откровенному и неформальному стилю общения.

Как правило, во время деловых встреч присутствующим предлагаются еда и напитки. Деловой завтрак, обед, ужин — важная составляющая бизнес-отношений. Участники приема должны сидеть за столом согласно строгому деловому протоколу в порядке субординации и важности. Не отказывайтесь от же-

стов гостеприимства, включая приглашения на банкеты и другие социальные мероприятия. Подобные встречи дают возможность наладить деловые связи и должны считаться такими же важными инструментами взаимодействия, как транзакционные бизнес-задачи.

В трудовой сфере Китая строго соблюдается принцип иерархии, основу которой составляют возраст и положение. Каждый сотрудник занимает свое определенное место и выполняет конкретные функции в компании.

В стране признается равенство мужчин и женщин с точки зрения их профессиональных умений и обязанностей. Женщины обычно пользуются уважением в соответствии с их ролью и рангом в иерархии компании.

Иерархический статус в Китае имеет большое значение как в бизнесе, так и в частной жизни. Вследствие важности иерархии к должностям и титулам здесь относятся с почтением. Иерархическому принципу также должен неуважительно подчиняться порядок, в котором вы приветствуете людей, обслуживаете их или каким-либо иным образом взаимодействуете с ними в профессиональной и даже социальной сфере. К примеру, предлагая напиток, всегда следует помнить о том, что сначала нужно оказать внимание старшим по положению лицам, а потом уже всем остальным.

Встречаясь с группой людей, вы должны поприветствовать каждого индивидуально. Следует легко и продолжительно пожать руку вашему китайскому партнеру в ответ на его рукопожатие. Принято смотреть вниз, избегать слишком близкой физической дистанции и любых прикосновений, кроме рукопожатия. Кивок и улыбка тоже очень распространенные формы приветствия.

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

При знакомстве практикуется обмен визитными карточками, чаще всего двухсторонними — на русском и китайском языках, но можно использовать и карточку на английском языке. Брать и подавать визитку нужно обязательно обеими руками.



Китайские деловые совещания нередко длятся долго и порой не имеют четкой программы. Очень часто совещание является своего рода упражнением в налаживании партнерских отношений и устраивается с целью способствовать их развитию, а не решить конкретную бизнес-задачу. Может потребоваться несколько очень продолжительных собраний, прежде чем будет достигнут какой-либо ощутимый прогресс. Необходимо проявить терпение, если вы хотите извлечь выгоду из ситуации.

Китайцы ценят пунктуальность, поэтому приезжают на совещания вовремя. Если вы не успеваете, позвоните партнеру, предупредите о своей задержке и обязательно извинитесь за опоздание.

Начало и окончание встреч по договоренности в меньшей степени привязаны к точному времени. В Китае на совещаниях и встречах не принято придерживаться строгого плана. Время завершения назначенных по договоренности рабочих встреч редко указывается заранее.

В Китае личное общение намного более продуктивно, чем общение по электронной почте или телефону, особенно если вам представилась возможность встретиться с людьми, принимающими решения.



Китайцы очень заинтересованы в длительных партнерских отношениях. Важно обозначить долгосрочные цели и задачи в ваших предложениях и презентациях.

Переговоры могут продолжаться и после подписания контрактов. Это обусловлено тем, что в будущем некоторые обстоятельства неизбежно изменятся, и партнеры должны уметь проявлять гибкость в своих договоренностях, чтобы соответствовать новым условиям.

Культ «сохранения лица» имеет в Китае долгую историю. В последнее десятилетие он немного отошел на второй план из-за активного проникновения современных западных бизнес-приемов, тем не менее этот национальный феномен заслуживает должного внимания.

Китайцы часто избегают открытого конфликта ради сохранения лица. Они редко дают категорически отрицательный ответ, даже если совершенно не согласны с чем-либо. Всё, кроме прямого «да», может означать «нет». Поэтому будьте осмотрительны и размышляйте над, казалось бы, уже достигнутыми соглашениями, скрупулезно анализируя малейшие сомнения и колебания со стороны китайских партнеров. Внимательно слушайте, что говорят китайцы, но также тщательно следите за тем, что они не говорят, и перепроверяйте свои выводы.

Не стоит сразу отклонять предложение китайского партнера в лице компании или отдельных лиц. Когда вы отвергаете чью-то идею, есть риск, что это будет истолковано, будто вы отвергаете самого человека. Равно как и к критике приступайте постепенно и аккуратно, избегая резких высказываний. Старайтесь общаться с китайцами учтиво, без излишней прямолинейности. Стремитесь к дипломатии, консенсусу и гармонии.

Английский — общепринятый язык делового общения с иностранцами, хотя в большинстве случаев стороны прибегают к услугам переводчика.

Использование китайского языка произведет благоприятное впечатление, даже если это будет всего лишь несколько китайских слов.

Деловым встречам соответствует формальный, сдержанный дресс-код (строгие костюмы для мужчин и, как правило, для женщин). При этом он должен выражать успех, не будучи нарочито показным: на вас должна быть одежда, часы, обувь хорошего качества.

Самые важные торжества в Китае — лунный Новый год и октябрьский государственный праздник. Планируя деловой визит в эту страну, следите, чтобы его время не приходилось на эти праздничные периоды — так называемые «золотые недели».

Китайцы отмечают свой национальный Новый год в конце января или начале февраля (по лунному календарю). Официально праздник длится семь дней. На практике люди берут более долгий отпуск, который начинается до праздничной недели либо продолжается после нее.

Главный государственный праздник (День образования КНР) начинается 1 октября и обычно заканчивается 7 октября.



Официальные праздники в Китае	Дата/Месяц	Нерабочие дни
Новый год	1 января	Один день
Китайский лунный Новый год	Январь/Февраль	Семь дней
Фестиваль Цинмин	4-5 апреля	Один день
День труда	1 мая	Один день
Парад лодок-драконов	Июнь	Один день
Праздник середины осени	Сентябрь	Один день
День образования КНР	1 октября	Семь дней

Часы работы государственных учреждений: с понедельника по пятницу с 9:00 до 17:00.

При написании даты китайцы традиционно сначала указывают год, затем месяц, потом день. Например, 2017.09.30 (30 сентября 2017 года).

- Никогда ничего не пишите красными чернилами. Надпись красным означает, что вы чей-то кровный враг.
- Самое счастливое число для китайцев — 8, а несчастливое — 4.



133



В Российской Федерации система государственной поддержки экспорта продукции АПК основывается на положениях Указа Президента Российской Федерации «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» и федеральном проекте «Экспорт продукции АПК». Паспорт федерального проекта «Экспорт продукции АПК», утвержденный протоколом заседания проектного комитета национального проекта «Международная кооперация и экспорт» от 14 декабря 2018 г., определяет ключевые задачи в области государственной поддержки экспорта продукции АПК. Данные задачи разделяются на ряд конкретных программ.

Правительством Российской Федерации приняты:

- **льготное кредитование исполнителей СПК²⁶** — Постановление Правительства РФ от 26.04.2019 №512 «О предоставлении из федерального бюджета субсидий российским кредитным организациям, международным финансовым организациям и государственной корпорации развития «ВЭБ.РФ» на возмещение недополученных ими доходов по кредитам, выданным заключившим соглашения о повышении конкурентоспособности сельскохозяйственным товаропроизводителям (за исключением сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов), организациям и индивидуальным предпринимателям, осуществляющим производство, первичную и/или последующую (промышленную) переработку сельскохозяйственной продукции и ее реализацию, по льготной ставке»;
- **компенсация части затрат на транспортировку** — Постановление Правительства Российской Федерации от 15 сентября 2017 г. №1104 «О предоставлении субсидий из федерального бюджета российским организациям на компенсацию части затрат на транспортировку сельскохозяйственной и продовольственной продукции наземным, в том числе железнодорожным, транспортом», позволяющее экспортерам продукции АПК существенно экономить на транспортировке своей продукции на внешние рынки;
- **субсидирование процентных ставок** — Постановление Правительства РФ от 24.05.2017 №620 (в редакции постановления Правительства Российской Федерации от 16.06.2018 №692) «Об утверждении Правил предоставления из федерального бюджета субсидии акционерному обществу «Российский экспортный центр», г. Москва, на цели субсидирования процентных ставок по экспортным кредитам и иным инструментам финансирования, аналогичным кредиту по экономической сути, предоставляемым коммерческими банками»;
- **продвижение продукции агропромышленного комплекса** — Постановление Правительства РФ от 29.06.2017 №776 «Об утверждении Правил предоставления субсидии из федерального бюджета акционерному обществу «Российский экспортный центр» на финансирование части затрат,

²⁶ Соглашение о повышении конкурентоспособности.

связанных с продвижением продукции агропромышленного комплекса на внешние рынки, за исключением выставочно-ярмарочной деятельности»;

- **компенсация части затрат, связанных с сертификацией** — Постановление Правительства РФ от 25.12.2019 №1816 «О государственной поддержке организаций в целях компенсации части затрат, связанных с сертификацией продукции агропромышленного комплекса на внешних рынках»;
- иные нормативно-правовые и локальные нормативные акты, включая приказы Минсельхоза России, которые дают возможность предприятиям агропромышленного комплекса получать **льготные** краткосрочные и льготные инвестиционные **кредиты на создание новых и модернизацию существующих производств** (в том числе под Соглашения о повышении конкурентоспособности (СПК)).

Реализуемая в настоящее время в Российской Федерации система мер поддержки экспорта сельскохозяйственной продукции представляет собой комплексное решение, предусматривающее, но не ограничивающееся, следующими инструментами:

- льготное кредитование предприятий под Соглашения о повышении конкурентоспособности (СПК), в том числе на цели создания новых и модернизации существующих экспортно-ориентированных предприятий, включая расходы на приобретение оборудования;
- создание и последующая реализация маркетинговых программ продвижения продукции на зарубежных рынках;
- компенсация части затрат на аренду/субаренду складских площадей в странах экспорта;
- правовая поддержка в защите товарных знаков российских производителей в странах экспорта;
- компенсация части затрат предприятий на участие в профильных зарубежных выставках; организация бизнес-миссий в страны экспорта;
- проведение маркетинговых исследований и приобретение аналитических отчетов;
- компенсация части транспортных и логистических затрат;
- компенсация затрат, связанных с сертификацией и омологацией продукции;
- страховое покрытие экспорта;

- экспортный факторинг;
- иные инструменты кредитно-гарантийной поддержки экспортеров.

На федеральном уровне функции агента и единого окна доступа по предоставлению поддержки экспортерам по многим программам выполняет Группа РЭЦ (Российский экспортный центр), состоящая из АО «Российский экспортный центр» (единое окно доступа по всему спектру поддержки), экспортного кредитного агентства ЭКСАР (страховой инструментальной защиты экспортных кредитов и инвестиций) и Росэксимбанка (инструменты кредитования).

На региональном уровне функционирует система региональных центров поддержки экспорта, работающих по единому экспортному стандарту во взаимодействии с РЭЦ. Также есть ряд иных организаций, в функции которых входит, в том или ином формате, оказание поддержки экспортерам (торговые представительства, торговые палаты и проч.).

В силу многообразия действующих инструментов поддержки экспорта и ряда задействованных организаций, компании-экспортеру рекомендуется получить дополнительные консультации в Минсельхозе России (www.mcsx.ru), ФГБУ «Агроэкспорт» (www.aemcsx.ru), АО «Российский экспортный центр» (www.exportcenter.ru) или региональном центре поддержки экспорта (по месту нахождения экспортера); Национальном союзе птицеводов (<https://poultryunion.org/>).



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Преимущества работы с этим специалистом:

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

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

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

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

В качестве импортера могут выступать:

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

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

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

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

1) Оцените готовность вашей компании к экспортной деятельности

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

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

2) Определите конкурентные преимущества вашей продукции и компании

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

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

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

3) Составьте список приоритетных целевых рынков

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

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

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

4) Оцените соответствие вашей продукции требованиям целевого рынка

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

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

5) Изучите ваш целевой рынок/рынки

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

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

- Составьте описание ключевых местных и/или международных конкурентов на выбранном рынке / в определенных сегментах и оцените конкурентные угрозы, риски и возможности.
 - Определите основных импортеров и потенциальных местных партнеров на рынке.
- 6) Проанализируйте варианты транспортировки продукции, логистики и дистрибуции**

Как быстрее, безопаснее и бюджетнее выйти на рынок?

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

7) Определите стратегию выхода на рынок

Как действовать, чтобы преуспеть на целевом рынке?

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

8) Определите и выберите местных партнеров на целевом рынке

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

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

9) Проведите повторную оценку своих возможностей и способности обслуживать рынок

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

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

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

- Определите свои цели с точки зрения прибыли и продаж. Будьте реалистичны и объективны, тщательно переосмыслите стратегию выхода на рынок и возможности его развития.

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

- 1) Национальный стандарт КНР. Свежая и замороженная продукция животноводства и птицеводства/ National Standard of the People's Republic of China, Fresh and Frozen Livestock and Poultry Products, GB 2707-2016 (<https://click.ru/NCCGq>).
- 2) Национальный стандарт КНР. Стандарты на пищевые добавки/ National Standard of the People's Republic of China, Standards for Food Additives, GB 2760-2015, Часть I (<https://click.ru/NCCHx>), Часть II (<https://click.ru/NCCJm>).
- 3) Национальный стандарт КНР. Предельное содержание загрязняющих веществ в пищевых продуктах/ National Standard of the People's Republic of China, Maximum Levels of Contaminants in Foods, GB 2762-2017 (<https://click.ru/NCCLX>).
- 4) Национальный стандарт КНР. Предельно допустимые уровни содержания пестицидов в продуктах питания/ National Standard of the People's Republic of China, Maximum Residue limits for Pesticides in Food, GB 2763-2016 (<https://click.ru/NCCMU>).
- 5) Национальный стандарт КНР. Маркировка расфасованной пищевой продукции/ National Standard of the People's Republic of China, Standard for Labeling of Prepackaged Foods, GB 7718-2011, Часть I (<https://click.ru/NCCNT>), Часть II (<https://click.ru/NCCPg>).
- 6) Национальный стандарт КНР. Разрешенный уровень влажности в продукции животноводства и птицеводства/ National Standard of the People's Republic of China, Standard for Permitted Level of Moisture in Meat of Livestock and Poultry, GB 18394-2001 (<https://click.ru/NCCWD>).
- 7) Национальный стандарт КНР. Маркировка питательной ценности на расфасованной пищевой продукции/ National Standard of the People's Republic of China, Standard for Nutrition Labeling of Prepackaged Foods, GB 28050-2011 (<https://click.ru/NCCYT>).
- 8) Национальный стандарт КНР. Стандарт по управлению производством мяса и мясной продукции/ National Standard of the People's Republic of China, Standard for Meat and Meat Product Management, GB 20799-2016 (<https://click.ru/NCCZa>).
- 9) Национальный стандарт КНР. Допустимые уровни патогенных организмов в пищевой продукции/ National Standard of the People's Republic of China, Standard of Pathogenic Limits for Food, GB 29921-2013 (<https://click.ru/NCCb4>).

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

ТРАНСПОРТНАЯ НАКЛАДНАЯ

Транспортная накладная		Заявитель (наименование)	
Экземпляр №	01	Дата	№
1. Грузоотправитель (грузоуполномоченный)		2. Грузополучатель	
<small>(наименование, адрес места нахождения, индекс, телефон – для юридической связи)</small>		<small>(наименование, адрес места нахождения, индекс, телефон – для юридического связи)</small>	
3. Наименование груза			
наименование, количество, единицы			
Масса нетто, количество, единицы			
<small>(масса нетто (брутто) груза, нетто в упаковке, нетто в таре, нетто в таре и упаковке, объем груза, нетто в кубических метрах)</small>			
<small>(в случае перевозки опасных грузов – информация об упаковке в соответствии с требованиями, установленными соответствующими правилами ТАС ДОПОГ)</small>			
4. Сопроводительные документы на груз			
ТН, сопроводительные документы			
<small>(перевозка опасных грузов осуществляется в соответствии с требованиями ДОПОГ, сопроводительные документы, требования, установленные, в том числе, правилами перевозки опасных грузов, установленными Правительством Российской Федерации, иные документы, предусмотренные законодательством Российской Федерации, иные документы, предусмотренные законодательством Российской Федерации, иные документы, предусмотренные законодательством Российской Федерации)</small>			
Сертификат соответствия			
<small>(сертификат соответствия требованиям законодательства Российской Федерации, иные документы, предусмотренные законодательством Российской Федерации, иные документы, предусмотренные законодательством Российской Федерации)</small>			
5. Указания грузоотправителя			
КОНТЕЙНЕР			
<small>(параметры транспортного средства, необходимые для перевозки груза (тип, марка, грузоподъемность, индекс и др.); грузовой, монтажный, демонтажный, функциональный, санитарный, специальный, специальный в отношении грузоблоков, функциональный, функциональный Российской Федерации)</small>			
Хранение и перевозка –18-24 С			
<small>(температура в холодильной камере и температура воздуха в отсеке, оборудованном устройством для охлаждения (холодильником), а также температура воздуха в отсеке, оборудованном устройством для обогрева (обогревателем))</small>			
6. Прием груза		7. Сдача груза	
ХК "Андрейкаин" СПБ, Парголово, Горское шоссе д.6, лит А		АО "НКТ", Дорога на Туруханские острова, 17, Санкт-Петербург	
<small>(наименование получателя)</small>		<small>(наименование получателя)</small>	
<small>(адрес и время приема груза (состав, вес, объем))</small>		<small>(адрес и время приема груза (состав, вес, объем))</small>	
фактически принят (дата, время, место)		фактически принят (дата, время, место)	
фактически принят (дата, время, место)		фактически принят (дата, время, место)	
8. Условия перевозки			
<small>(условия, при которых осуществляется перевозка груза (тип, марка, грузоподъемность, индекс и др.); грузовой, монтажный, демонтажный, функциональный, санитарный, специальный, специальный в отношении грузоблоков, функциональный, функциональный Российской Федерации)</small>			
<small>(условия, при которых осуществляется перевозка груза (тип, марка, грузоподъемность, индекс и др.); грузовой, монтажный, демонтажный, функциональный, санитарный, специальный, специальный в отношении грузоблоков, функциональный, функциональный Российской Федерации)</small>			
<small>(условия, при которых осуществляется перевозка груза (тип, марка, грузоподъемность, индекс и др.); грузовой, монтажный, демонтажный, функциональный, санитарный, специальный, специальный в отношении грузоблоков, функциональный, функциональный Российской Федерации)</small>			
<small>(условия, при которых осуществляется перевозка груза (тип, марка, грузоподъемность, индекс и др.); грузовой, монтажный, демонтажный, функциональный, санитарный, специальный, специальный в отношении грузоблоков, функциональный, функциональный Российской Федерации)</small>			
<small>(условия, при которых осуществляется перевозка груза (тип, марка, грузоподъемность, индекс и др.); грузовой, монтажный, демонтажный, функциональный, санитарный, специальный, специальный в отношении грузоблоков, функциональный, функциональный Российской Федерации)</small>			
9. Информация о принятии заявки (заявки) к исполнению			
<small>(дата принятия заявки (даты и часы приема))</small>		<small>(фактически принят (дата, время, место) / фактически принят (дата, время, место) / фактически принят (дата, время, место))</small>	

Формуляры Формы СФ-1
Исходный документ (Формуляр) Форма № 00-001/01

Исходный документ, являющийся основой для формирования

Товарный накладная ВЭД деятельности по ОКДП

Получатель _____

Адрес доставки _____

Получатель _____

Платитель _____

Оказатель _____

Итого: количество _____

Товарный документ Дата составления _____

Товарный документ _____

Вид операции _____

№ инв. по ФН (0000000000)	Товар	Единица измерения		Качество				Масса брутто	Длина в мм (мм/см/м/дм)	Цена USD	Сумма доп. услуг НДС USD	НДС		Сумма USD
		КС	длина/ширина	тип окраски	№ партии	вес/штука	КС					ставка USD		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	Деталь из нержавеющей стали (ФН) код 0000000000											0%		
												0%		
												0%		

Товарный документ имеет приложение на _____

Масса нетто _____

Масса брутто _____

Длина нетто _____

Длина брутто _____

Сумма доп. услуг _____

Сумма доп. услуг НДС _____

Сумма USD _____

НДС _____

Сумма USD _____

Итого: количество _____

Товарный документ Дата составления _____

Товарный документ _____

Вид операции _____

Статус: **оформлено** Форма № 2

Ветеринарное свидетельство

№ от
02:50:04 МСК+2

Отправитель: _____
наименование юридического лица или Ф. И. О. физического лица

Получатель: _____
наименование и адрес государственного учреждения

_____ наименование юридического лица или Ф. И. О. физического лица

Продукция: _____
наименование и адрес производителя-поставщика

_____ наименование и объем продукции

Производитель: _____
наименование и количество единиц, шт/квн

_____ номер и название предприятия-производителя

_____ наименование, наименование и форма клейма дата выработки продукции

Лабораторные исследования: **см. приложение**

Подвергнута ветеринарно-санитарной экспертизе в полном объеме.
Маршрут следования: а/м -
- ТТН: № от. Способ хранения при перевозке: замороженные
Цель: реализация в пищу людям
Местность благополучна по заразным болезням животных.
Производственный ВСД: № от.



ВСД выдал:
ветеринарный врач

Унифицированная форма № МХ-1
 Утверждена постановлением Государственного
 Комитета Российской Федерации от 09.08.99 №66

_____ (полное наименование, адрес, телефон, факс) Склад ответственного хранения (полное наименование)		Форма по ОКЕД	Код
_____ (полное наименование, адрес, телефон, факс)		по ОКПО	0335001
_____ (полное наименование, адрес, телефон, факс)		по ОКПО	73357923
_____ (полное наименование, адрес, телефон, факс)		Вид деятельности по ОКДП	
_____ (полное наименование, адрес, телефон, факс)		по ОКПО	
_____ (полное наименование, адрес, телефон, факс)		Документ	номер
_____ (полное наименование, адрес, телефон, факс)			дата
_____ (полное наименование, адрес, телефон, факс)		Вид операции	

Номер документа	Дата составления:	Время составления:

**АКТ
 О ПРИЕМЕ-ПЕРЕДАЧЕ ТОВАРНО-МАТЕРИАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ НА ХРАНЕНИЕ**

Акт составлен в том, что принято на хранение _____

_____ (полное наименование, адрес, телефон, факс) _____ (полное наименование, адрес, телефон, факс) _____

следующие товарно-материальные ценности:

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

Условия хранения _____
 Свойства отметки _____

Товарно-материальные ценности на хранение:

Сдал _____ (подпись) _____ (подпись) _____ (подпись)
 М.П. _____

Принял _____ Оператор _____ Опер. Склад
 _____ (подпись) _____ (подпись) _____ (подпись)
 М.П. _____

Продолжение: акт о возврате материальных ценностей, данных на хранение

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

Имя, фамилия, имя отчество, адрес, индекс, факс	Форма по ОКУД по ОКПО	Едв
Склад ответственного хранения Индекс, индекс склада		
Имя, фамилия, имя отчество, адрес, индекс, факс	Вид деятельности по ОКДП по ОККО	Едв
Имя, фамилия, имя отчество		
Дата: _____		Едв
Вид операции		

Номер документа	Дата составления	Время составления

АКТ
О ВОЗВРАТЕ ТОВАРНО-МАТЕРИАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ, СДАННЫХ НА ХРАНЕНИЕ
 Акт составлен в том, что по складскому акту от хранения следующих товарно-материальных ценностей:

№	Товарно-материальные ценности		Единица измерения			Кол-во коробов (шт)	Площ. (кв. м)	Объем (куб. м)	Вес брутто (кг)	Вес нетто (кг)
	наименование, код упаковки	едв	Характеристика	наименование	едв по ОКЕИ					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1				Кор						
2				Кор						
Итого по акту:										

На конт. раб.

Вес в акте:

Условие хранения _____
 Особые условия _____

В соответствии с договором о хранении на время хранения _____ дней
 выданы/присланы товарно-материальные ценности организации-хранителю полностью, в полном объеме приемы
 следующие работы и услуги:

Товарно-материальные ценности на хранении:

Принял: _____ (Инициалы) _____ (Ф.И.О.) _____ (Должность/подпись)

М.П. _____

Сдал: **Оператор** _____ (Инициалы) _____ (Ф.И.О.) **Роман Коршунов** _____ (Должность/подпись)

М.П. _____

1 Отправитель (наименование, адрес, страна) Absender (Name, Anschrift, Land)		Индексированный товарно-транспортный накладная Nummeriertes Frachtbrief		CMR №		
2 Получатель (наименование, адрес, страна) Empfänger (Name, Anschrift, Land)		16 Перевозчик (наименование, адрес, страна) Frachtführer (Name, Anschrift, Land)		Эта накладная является частью транспортной документации, касающейся перевозки, и ее условия являются частью условий перевозки. Эта накладная является частью транспортной документации, касающейся перевозки.		
3 Место загрузки груза Anlieferungsstelle/Ort		17 Последующий перевозчик (наименование, адрес, страна) Nachfolgende Frachtführer (Name, Anschrift, Land)				
Место/Ort: Порт Санкт-Петербург / port of Saint-Petersburg ЗАО «Компьютерный терминал Санкт-Петербург» (PJSC, Saint-Petersburg, Экваторная (Уголостный район) по-англ. KICTI, RU) 1948805						
Страна/Land: Российская Федерация, 10216170						
4 Место и дата погрузки груза Ort und Tag Uebernahme des Gutes		18 Отгрузки и замечания/отгрузки Verpackung und Bemerkungen der Frachtführer				
Место/Ort:						
Страна/Land: Российская Федерация						
Дата/Date:						
5 Прислуживающие документы Beigefügte Dokumente						
Номера № Ver.-nos.№ n:						
6 Знаки и номера Kennzeichen und Nummern	7 Количество мест Anzahl der Packstücke	8 Вид упаковки Art der Verpackung	9 Наименование груза Bezeichnung des Gutes	10 Страна № Ausgabe- Nr.	11 Вид груза c перевозки, по Итогогос. kg	12 Объем m ³ Umfang m ³
Итого мест/места: Gesamt						
Класс Klasse						
13 Условия страхования (таможенные и прочие отгрузки) Anweisungen des Absenders (Zoll- und sonstige ansehrliche Bearbeitung)		19 Подлинный оригинал Zu zahlen vom:		Отправитель Absender	Валюта Währung	Получатель Empfänger
14 Вспомогательная информация Hilfsangaben		15 Условия оплаты Frachtkonditionen/Bezahlung PCA -		20 Особые соглашения/условия Besondere Vereinbarungen ТЕМПЕРАТУРНЫЙ РЕЖИМ -18 С.		
16 Страна Land		17 Дата Datum		21 Тип погрузки/дата Uebernahme/Ort/Date		
22		23		24		
		Вопросы: Anfragen:		Am... - 25		
				Проблемы при погрузке/выгрузке, Адрес для доставки/An- fragen		
				Условия Abstände		
25 Реферат номер/ Арбитражно-судебный Tauf-/Kb. Погрузчик/Anlieferer		26 Марка/Typ				



EVERGREEN LINE
A Joint Service Agreement

BILL OF LADING
ORIGINAL

(2) Shipper/Exporter (complete name and address)		(3) Document No.
		(4) Export Reference
(5) Commodity (use correct official name, correct description, or description to correspond to Bill of Materials)		(7) Forwarding Agent
(6) Notify Party (complete name and address)		(8) Port and Country of Origin (for the Merchant's reference only)
		(9) Also Notify Party (complete name and address)
(12) Pre-carriage by	(13) Place of Receipt/Drop	In witness whereof, the undersigned, on behalf of the Carrier and Vessel Provider, Evergreen Marine (UK) Limited, has signed the duplicate of this Bill of Lading stated herein, all of this date and date, one of the copies being retained by the vessel or its agent.
(14) Ocean Vessel/Voy. No.	(15) Port of Loading	
(16) Date of Discharge	(17) Place of Delivery	

Particulars furnished by the Merchant

(18) Container No. and Seal No.	(19) Quantity and Kind of Packages	(20) Description of Goods	(21) Markings and Other Words
CONTAINER NO./SEAL NO.			
(22) TOTAL NUMBER OF CONTAINERS OR PACKAGES (IN WORDS)			(23) Markings and Other Words

(24) FREIGHT & CHARGES	Revenue Tonnage	Rate	Fee	Prepaid	Collect

(25) B/L NO.	(27) Number of Original B/L's	(29) Prepaid at	(30) Collect at
EGLV 507900045964	(28) Place of B/L's Issue/Date	(31) Exchange Rate	(32) Exchange Rate

FCL/FCL 0/0

0117145690

FORM NO. EDCAR0407

EVERGREEN SHIPPING AGENCY (RUSSIA) LIMITED
An agent for the Carrier and the vessel, Evergreen Marine (UK) Limited, doing business as "Evergreen Line"

TERMS OF BILL OF LADING ARE CONTAINED ON THE BACK HEREOF AND ENLARGED VERSION IS OF 1-2024

Экспортные товары облагаются НДС по ставке 0%. Право на применение такой ставки необходимо подтвердить документально. Для этого в ИФНС³⁷ представляются копии следующих документов (пп. 1 п. 1 ст. 164, п. 1 ст. 165 НК РФ):

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

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

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

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

Экспортируя товар, организация имеет право на вычет входного НДС по нему (п. 9 ст. 167, п. 3 ст. 172 НК РФ). При этом входной НДС в отношении товаров (не являющихся сырьевыми), оприходованных с 01.07.2016, принимается на учет в общем порядке. Соответственно, вести отдельный учет НДС по экспорту в таком случае не нужно. Если экспортируются сырьевые³⁸ или при-

³⁷ Инспекция Федеральной налоговой службы.

³⁸ Сырьевые товары — это минеральные продукты; продукция химической промышленности и связанных с ней других отраслей; древесина и изделия из нее; древесный уголь; жемчуг и изделия из него; драгоценные и полудрагоценные камни и изделия из них; драгоценные металлы, недрагоценные металлы и изделия из них (абз. 3 п. 10 ст. 165 НК РФ, Письмо Минфина от 14.09.2016 №03-07-08/53679).

нятые на учет до 01.07.2016 иные товары (а помимо экспорта есть операции, облагаемые НДС по другим ставкам или же не облагаемые этим налогом), то необходимо вести отдельный учет НДС (Письмо ФНС России от 31.10.2014 №ГД 43/22600). Порядок его ведения прописывается в учетной политике. Принять налог к вычету в этом случае можно на последнее число квартала, в котором собран полный пакет документов, подтверждающих применение нулевой ставки НДС.

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

Экспортные операции отражаются в общей декларации по НДС (утв. Приказом ФНС Российской Федерации от 29.10.2014 №ММВ-7-3/558). Под них отведены разделы 4–6: в разделе 4 отражается подтвержденный экспорт, в разделе 6 — неподтвержденный, раздел 5 предназначен для расчета вычетов по экспортным операциям.

При этом в случае экспорта несырьевых товаров вычитаемый по ним НДС отражается в разделе 3 декларации (Письмо ФНС России от 06.07.2017 №СД-4-3/13093).

Если документы, подтверждающие нулевую ставку НДС, собраны в срок, то заполняется раздел 4 декларации. Указывается квартал готовности документов. Вместе с декларацией нужно представить в ИФНС и сами документы (п. 10 ст. 165 НК РФ, Письмо Минфина России от 15.02.2013 №03-07-08/4169). Если собрать документы вовремя не удалось, экспортные операции будут облагаться налогом по обычной ставке НДС (10% или 20%). При этом подается уточненная декларация с заполненным разделом 6 за период, в котором товар экспортирован. Соответственно, в бюджет уплачивается налог и пенни. Подготовленные документы сдаются в инспекцию вместе с декларацией за текущий квартал с заполненным разделом 4. Если не возникнет претензий относительно применения нулевой ставки, уплаченный НДС вернут по заявлению (исключая пенни).

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

Оба продукта могут сопровождаться спецификациями со следующей информацией:

Общая информация

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

- Color: white
- Style: frozen

- Цвет: белый
- Тип: замороженный

Описание продукта (возможны варианты)

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

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

Упаковка/Packing

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

<p>Mid Joint Wing/Wing Mid Joint</p>	<p>Средняя часть крыла/локоть/локтевая часть крыла/2 сегмент</p>
	

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





С 70-х годов Китай начал создавать зоны экономического развития (ЗЭР) для привлечения прямых иностранных инвестиций (ПИИ) и стимулирования внутреннего экономического роста. Эти зоны создают фундаментальную базу для ПИИ, которые варьируются в зависимости от типа ЗЭР.

Зоны	Главное назначение	Основные преференции
Особая экономическая зона (ОЭЗ)	<ul style="list-style-type: none"> • Увеличение экспорта • Улучшение производства 	<ul style="list-style-type: none"> • Налоговые льготы для производственных и экспортных фирм
Зоны экономического и технологического развития (ЭТДЗ)	<ul style="list-style-type: none"> • Улучшение производства • Привлечение ПИИ • Увеличение экспорта 	<ul style="list-style-type: none"> • Налоговые льготы для производственных фирм • Налоговые льготы на экспорт • Финансовая поддержка обеспечения средствами/услугами
Зоны развития новых и высоких технологий	<ul style="list-style-type: none"> • Преимущество использовать передовые знания • Коммерциализация высокотехнологических исследований 	<ul style="list-style-type: none"> • Налоговые льготы для высокотехнологических фирм • Освобождение от местного подоходного налога и налога на имущество • Налоговые льготы на экспорт • Финансовая поддержка обеспечения средствами/услугами
Зоны свободной торговли (ЗСТ)	<ul style="list-style-type: none"> • Привлечение ПИИ • Снижение стоимости хранения товаров • Тестирование работоспособности новых положений 	<ul style="list-style-type: none"> • Освобождение от импортных пошлин и льготы на экспорт

Среди всех перечисленных зон экономического развития наиболее актуальными для экспортной торговли являются ЗСТ.

ЗСТ — это тип особой зоны, для которой немного упрощен и оптимизирован процесс таможенного оформления и карантина. К примеру, компании могут декларировать несколько партий товаров на одном бланке и предоставлять коллективную декларацию на экспорт и импорт. Это снижает затраты на оформление и демонстрирует гибкость и лояльность системы. Фирмы с надежными гарантиями могут также оплачивать налог единовременной выплатой в течение определенного периода (за уже импортированные товары).

Кроме того, ЗСТ предлагают для экспортеров следующие льготы:

- упрощенные процедуры подачи заявок для иностранных компаний на создание предприятия;
- либерализация свободного обменного курса и процентной ставки трансграничного использования юаня;
- снижение налога на доход предприятия в размере 15% при условии выполнения определенных требований. Это положение применимо к экспортерам мяса птицы, если предприятие юридически оформлено в одной из следующих зон:
 - ЗСТ провинция Гуандун «Новый район Линганг»;
 - ЗСТ провинция Гуандун «Цяньхай — Шэньчжэнь — Гонконг» (зона сотрудничества в сфере современных услуг);
 - ЗСТ провинция Фуцзянь (комплексная экспериментальная зона Пинтань).

Начиная с 2013 г., Китай создал 17 зон свободной торговли по всей стране. В 2013 г. в Шанхае была открыта первая пилотная зона свободной торговли (Шанхайская ЗСТ). Она стала лабораторией для юридических инноваций с более лояльными условиями для привлечения ПИИ. Льготная политика включала более мягкие требования к административному управлению, отмену предварительного одобрения для некоторых процедур и единый процесс подачи заявок. Эти условия были в конечном итоге приняты для всех ЗСТ.

В 2015 г. было объявлено о создании трех новых зон свободной торговли в провинциях Фуцзянь, Гуандун и Тяньцзинь. Из них ЗСТ Гуандун сосредоточена на экономической интеграции с Гонконгом и Макао, ЗСТ Тяньцзинь поддерживает северо-восточный Китай и развитие оффшорных финансовых рынков.

В 2016 г. объявили о создании уже семи новых ЗСТ для поддержки экономического развития Западного Китая и инициативы «Один пояс — Один путь» (BRI)³⁹. Территориально новые зоны охватывают Чунцин, Ляонин, Хэнань, Хубэй, Шэньси, Сычуань, Чжэцзян.

В 2018 г. на острове Хайнань была создана 12-я ЗСТ, а в 2019 г. объявлено о запуске еще шести ЗСТ в Шаньдуне, Цзянсу, Хэбэе, Юньнани, Гуанси и Хэйлунцзяне.

³⁹ Инициатива «Один пояс — Один путь» (Belt and Road Initiative, BRI) — международный проект Китая, направленный на совершенствование существующих и создание новых торговых путей, транспортных, а также экономических коридоров, связывающих более чем 60 стран Центральной Азии, Европы и Африки.

Сайт: www.aemcx.ru

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

Почта: info@aemcx.ru

Facebook: [@mcxae](https://www.facebook.com/mcxae)

Instagram: [@mcx_ae](https://www.instagram.com/mcx_ae)

