

Апрель 2024



Китайская Народная Республика

Содержание

Паспорт страны	3
Особенности правовой системы	6
Сельское хозяйство	11
Внешняя торговля продукцией АПК	21
Взаимная торговля продукцией АПК между Россией и Китаем	73
Потребительские предпочтения	76
Торгово-распределительная сеть	92
Сертификация продукции и требования к производителям	99
Барьеры входа на рынок	115
Особенности ведения бизнеса в стране	119

Паспорт страны

Китайская Народная Республика — вторая по численности населения и третья по площади территории страна мира, постоянный член Совета безопасности ООН. С 2010 г. китайская экономика является второй в мире по номинальному ВВП, с 2014 г. — крупнейшей по ППС. Китай также лидирует по объемам промышленного производства и экспорта, имеет статус «мировой фабрики». В последние годы правительство страны прилагает значительные усилия для переориентации с экспортоориентированного производства на стимулирование внутреннего потребления, в т.ч. за счет наращивания импорта. При этом Китай продолжительное время остается крупнейшим торгово-экономическим партнером России и главным импортером продукции российского АПК.

Общая информация (2022 г.)

ВВП в текущих ценах: 17 886,3 млрд долл. США

Рост ВВП: 3,0%

ВВП по ППС на душу населения (в текущих ценах): 21 404,0 долл. США

Уровень инфляции: 1,9%

Приток ПИИ: 189,1 млрд долл. США

Население: 1,4 млрд человек

Площадь страны: 9,6 млн км²

Площадь сельскохозяйственных земель: 5,2 млн км²

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

Уровень урбанизации: 63,6%

Уровень безработицы: 5,0%

Структура ВВП: сельское хозяйство (7,3%), промышленность (39,9%), сфера услуг (52,8%)

Структура занятости: сельское хозяйство (22,6%), промышленность (32,2%), сфера услуг (45,3%)

Объем экспорта продукции АПК (2023 г.): 96,8 млрд долл. США

Основные экспортируемые товары АПК: изделия и консервы из рыбы, овощи, приготовленные или консервированные без уксуса, пищевые продукты прочие, филе рыбы и прочее мясо рыбы, луковичные овощи свежие

Объем импорта продукции АПК (2023 г.): 223,8 млрд долл. США

Основные импортируемые товары АПК: соевые бобы, говядина и пищевые субпродукты КРС, ракообразные, кукуруза, дуриан свежий

Источник: МВФ, Всемирный банк, ООН, ЮНКТАД, ITC Trade Map



Прогноз развития экономики страны

С начала 1980-х гг. экономика Китая демонстрировала опережающие темпы роста, в среднем превышавшие 10% в год, за счет дешевой рабочей силы, успешного внедрения рыночных механизмов регулирования экономики, активного привлечения иностранных инвестиций и приоритетного развития экспортоориентированной промышленности. За относительно короткий исторический период страна прошла путь от закрытого и преимущественно аграрного государства к статусу «мировой фабрики», крупнейшего экспортера и ключевого игрока на международной арене. Однако постепенное исчерпание эффекта реформ и ряд внешних факторов к началу 2010-х гг. обнажили структурные проблемы китайской экономики, среди которых общее замедление темпов роста производства, зависимость от экспорта и иностранных технологий, высокая норма сбережений, неравномерное развитие регионов, социальное расслоение, увеличение внешнего долга корпораций и провинций, а также увеличение зарплат, опережающий рост производительности труда. В результате динамика реального ВВП Китая замедлилась с 10,6% в 2010 г. до 6,0% в 2020 г., в то время как правительство страны постепенно отказалось от экспортноориентированной модели экономики в пользу развития внутреннего рынка.

Ключевым фактором, определявшим темпы экономического роста Китая в 2020–2022 гг., являлась пандемия COVID-19. Принятые правительством на начальном этапе борьбы с коронавирусом меры поддержки экономики позволили стране избежать рецессии, однако сокращение потребительской активности в условиях карантинных ограничений привело к снижению темпов роста реального ВВП до 2,2% в 2020 г. В 2021 г. отмечалось стремительное восстановление китайской экономики, и темпы роста реального ВВП Китая превысили допандемийные показатели, составив 8,4% на фоне временной нормализации потребительской активности, а также за счет развития сектора электронной торговли. Однако в 2022 г. экономика страны вновь столкнулась с рядом серьезных внутренних и внешних вызовов: из-за ограничительных мер по борьбе с многочисленными вспышками COVID-19 и нарастающих проблем на рынке недвижимости темп роста реального ВВП Китая снизился до 3,0%.

Отказ от политики нулевой терпимости к COVID-19 и отмена большинства эпидемиологических ограничений в 2023 г. обусловили увеличение темпов роста реального ВВП, в первую очередь за счет эффекта отложенного спроса. По итогам года рост составил 5,2%, что соответствует целевым показателям китайского правительства, однако значительно ниже среднегодовых значений, которые страна демонстрировала до начала пандемии. Умеренные по китайским меркам темпы роста ВВП объясняются ограниченным влиянием эффекта отложенного спроса в условиях крайне высокого уровня сбережений и усугубления кризиса в секторе недвижимости. Кроме того, рекордных значений достигла безработица среди молодежи (более 20%), обусловленная последствиями пандемии, а также дисбалансом спроса и предложения на рынке труда.

В марте 2024 г. правительство Китая объявило о намерении поддерживать темпы роста ВВП на уровне не ниже 5% в год. При этом достижение целевого показателя будет осложняться не только кризисом на рынке недвижимости, но и высокой базой 2023 г., когда плановых значений удалось достичь за счет быстрого восстановления экономики после длительных карантинных ограничений. Согласно прогнозам МВФ, рост реального ВВП Китая в 2024 г. составит 4,6% и продолжит снижаться на фоне структурной перестройки экономики страны. Ключевой целью правительства Китая в среднесрочной перспективе является увеличение емкости внутреннего рынка за счет повышения потребительского спроса во всех секторах.

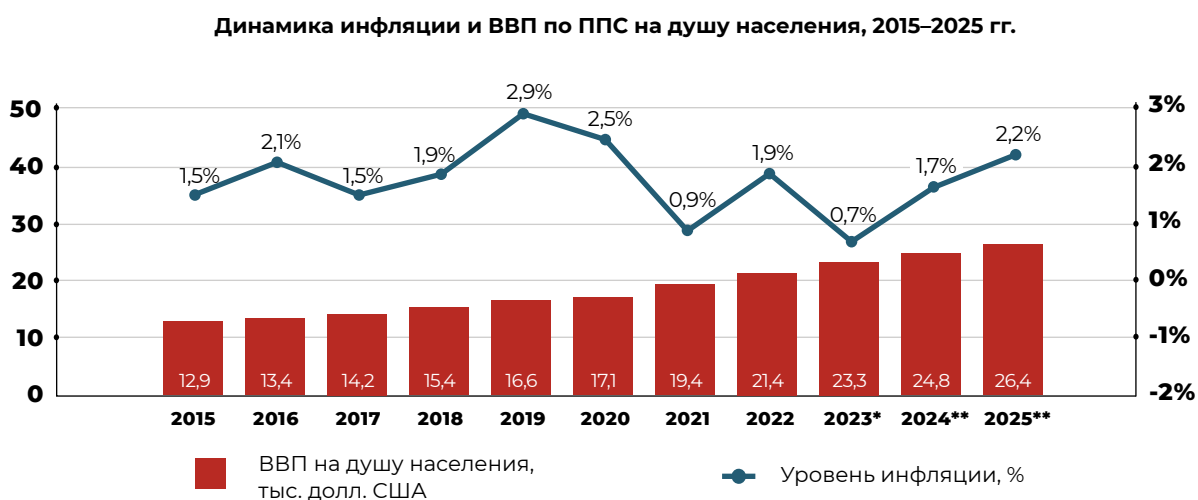




Источник: МВФ

Примечание. *оценка, **прогноз, данные МВФ по состоянию на 30.01.2024 г.

В Китае продолжает усиливаться дефляционное давление: потребительские цены в последние годы растут достаточно медленно, что является свидетельством слабости внутреннего спроса и неравномерности восстановления экономики. Другим важным фактором, сдерживающим инфляцию, является политика китайского правительства, направленная на предотвращение роста цен и связанной с ним потенциальной социальной напряженности. В 2020–2022 гг. экономическая неопределенность в условиях COVID-19 и кризис на рынке недвижимости привели к стремительному росту сбережений среди потребителей, а также к снижению инвестиций в частный сектор. Наиболее низкие значения индекса потребительских цен в годовом выражении пришлось на 2021 г. и 2023 г. — 0,9% и 0,7% соответственно. При этом Народный банк Китая проводит мягкую денежно-кредитную политику с целью стимулирования экономического роста и внутреннего спроса. Однако ее успехи на данный момент имеют ограниченный эффект, поскольку потребительский спрос сдерживается, в первую очередь, факторами, не связанными напрямую с доступностью кредитов, курсом национальной валюты и ценовой конъюнктурой.



Источник: МВФ

Примечание. *оценка, **прогноз, данные МВФ по состоянию на 30.01.2024 г.



Особенности правовой системы

Государственное устройство

Китайская Народная Республика (Китай, КНР), согласно конституции, является унитарной республикой и социалистическим государством. Государственная власть в стране осуществляется Коммунистической партией Китая (КПК) в рамках фактически однопартийной системы. КПК имеет разветвленную многоуровневую структуру, ключевое место в ней занимает Центральный комитет партии, из числа членов которого формируется Политическое бюро — центр выработки политической стратегии. Фактически высшим органом власти в Китае, определяющим направление развития государства и принимающим наиболее важные решения, является Постоянный комитет Политбюро во главе с председателем партии. При этом система органов управления государством формально функционирует параллельно системе органов партии. Высшими органами государственной власти в стране являются Всекитайское собрание народных представителей (ВСНП), Председатель КНР и Государственный совет КНР.

ВСНП — однопалатный парламент Китая, который собирается на сессию раз в год и осуществляет высшую законодательную власть, утверждая решения КПК и Госсовета. В настоящее время насчитывает около 3 тыс. членов и является крупнейшим в мире. Большая часть полномочий ВСНП осуществляется Постоянным комитетом, заседающим регулярно и состоящим из председателя, заместителей и постоянных членов. В целом парламент формально выполняет функцию органа сословного представительства, в его состав входят выдающиеся государственные и общественные деятели, направляемые от каждого региона страны по согласованию с КПК исключительно на время сессий.

Председатель КНР является главой государства и де-юре избирается ВСНП. По сложившейся в Китае традиции на эту должность, как правило, назначается генеральный секретарь КПК, занимающий также пост председателя Центральной военной комиссии (верховного главнокомандующего вооруженными силами Китая). Председатель КНР фактически обладает самыми широкими полномочиями по формулированию стратегии развития страны и назначению людей на ключевые государственные должности. Поскольку отсутствуют юридически установленные ограничения власти Председателя и четкое разделение полномочий в рамках Политбюро, состав руководства страны и его подходы к управлению государством сильно зависят от неформальных договоренностей и соотношения сил между различными группами интересов внутри партии, а также от личности самого Председателя. Так, с 1992 г. Председатель КНР сменялся каждые 10 лет параллельно с регулярным обновлением состава ключевых руководящих органов, однако в 2022 г. данное негласное правило было частично нарушено, в связи с чем в настоящее время продолжается определенная трансформация политической системы Китая.

Высшим органом исполнительной власти в стране является Государственный совет КНР во главе с премьер-министром — вторым человеком в государстве. Госсовет отвечает за управление экономикой страны, ведение статистики, проведение реформ и практическую реализацию стратегического курса, выработанного КПК, в том числе в секторе АПК. Госсовет формально формируется ВСНП и подотчетен ему, члены Госсовета ежегодно отчитываются перед парламентом о проделанной работе и представляют планы дальнейшего экономического развития Китая. Глава Госсовета и первый вице-премьер в соответствии со сложившейся практикой также входят в состав Постоянного комитета Политбюро.



Судебная система

Согласно разделу 8 главы 3 Конституции Китая судебная система (т. н. система народных судов) страны состоит из четырех звеньев:

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

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

Судебная система Китая является многоуровневой, т. е. предоставляет возможность участникам судебного процесса инициировать повторное рассмотрение дела в суде инстанцией выше. В связи с этим различают суды первой инстанции и суды апелляционной инстанции. Суд апелляционной инстанции имеет право как утвердить решение нижестоящего суда, так и отменить его. Так, если дело было рассмотрено в народном суде района, то его могут рассматривать вновь вплоть до передачи в Верховный народный суд.



Особенности арбитража

В Китае для разрешения коммерческих споров возможно обращение с жалобой в арбитражные органы. Основным законом в сфере арбитража является [Закон об арбитраже от 1994 г.](#)

Крупнейшим арбитражным институтом в Китае (и одним из крупнейших в мире) является [Китайская международная экономическая и торговая арбитражная комиссия](#) (China International Economic Trade and Arbitration Commission, CIETAC), разрешающая коммерческие и инвестиционные споры. Организация основана в 1956 г., штаб-квартира комиссии расположена в Пекине, подкомиссии — практически во всех экономически важных регионах Китая. CIETAC управляет коллегией из более 1 600 арбитров, в т.ч. более чем 250 иностранных арбитров, включая арбитров из Тайваня, Гонконга и Макао. Комиссия проводит арбитраж на китайском, английском или других языках, однако китайская сторона, как правило, настаивает на ведении процесса именно на китайском.

В Китае возможно приведение в исполнение иностранных арбитражных решений, так как страна является участником Нью-Йоркской конвенции 1958 г. При этом особое внимание в коммерческих отношениях с китайской стороной следует обращать на стандартные арбитражные оговорки: где должны проводиться слушания, и кто должен их проводить.

Разрешение спора посредством арбитража между сторонами спора, являющимися резидентами, должно проводиться в Китае. Согласно китайскому законодательству, предприятия с участием иностранного капитала (и даже полностью принадлежащие иностранцам), расположенные на территории страны, считаются китайскими, а споры с участием таких компаний являются внутренними и должны рассматриваться в арбитражном суде Китая. Оговорка об иностранном арбитраже в контракте между такими компаниями будет считаться недействительной. Компании, являющиеся нерезидентами, в свою очередь, вправе настаивать на выборе зарубежного арбитражного института. Компромиссом может стать арбитраж в Гонконге с его надежной репутацией среди иностранных и китайских инвесторов. Альтернативой также могут являться Международная торговая палата (International Chamber of Commerce, ICC) или Пекинская арбитражная комиссия (Beijing Arbitration Commission, BAC).

Ключевые правовые формы ведения бизнеса в стране

Учреждение компании в Китае происходит в соответствии с [Законом о компаниях от 1993 г.](#)

Иностранные компании вправе выбрать одну из трех форм ведения бизнеса в Китае:

- Представительство компании. Данный вид компании не является коммерческим предприятием, не имеет права получать прибыль и располагает возможностью заниматься только такими видами деятельности как исследование рынка, рекламная деятельность и установление контактов, связанных с продажей или обслуживанием продукции, а также закупками и инвестициями на внутреннем рынке.



- Компания со стопроцентным иностранным капиталом. Компания с ограниченной ответственностью, полностью принадлежащая одному или нескольким иностранным инвесторам, может получать прибыль и выставлять счета в юанях. Такая компания также имеет право напрямую нанимать персонал из числа граждан Китая.
- Совместное предприятие. Такое предприятие создается одним или несколькими иностранными инвесторами совместно с одним или несколькими китайскими юридическими лицами. Основными преимуществами такого предприятия являются минимизация бюрократических сложностей и возможность использовать связи (а также ресурсы и каналы продаж) местного партнера для установления эффективных деловых контактов и оперативного выхода на рынок.

Особенности системы налогообложения

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

Действующие правила относительно НДС содержатся во [Временном положении о НДС](#) и [Правилах применения Временного положения о НДС](#).

В Китае продолжается реформирование системы косвенного налогообложения, нацеленное на стимулирование экономического роста страны. С 1 апреля 2019 г. стандартная ставка НДС при реализации товаров составляет 13%, льготная — 9%. Льготная ставка распространяется в т.ч. на сельскохозяйственную продукцию, куда входят зерновые культуры, корма для животных, растительные масла и семена масличных. При этом сельскохозяйственная продукция, произведенная на территории Китая и реализуемая непосредственно производителем, освобождается от уплаты НДС (ст. 15 Временного положения о НДС) в отличие от импортной продукции АПК.

На территории Китая некоторые виды продукции облагаются налогом на потребление, который распространяется в том числе на иностранные товары, ввозимые на таможенную территорию страны. Ставка налога зависит от типа продукции и может быть пересмотрена как в сторону уменьшения, в том числе временного обнуления, так и в сторону увеличения. В перечень сельскохозяйственной продукции, облагаемой потребительским налогом, входят алкогольные напитки и табачные изделия. Ставка налога на данную продукцию в соответствии с [Временным положением о потребительском налоге от 2008 г.](#) варьируется от 5% (на алкоголь) до 45% + 0,003 юаня/шт. (на сигареты класса А).

Особенности защиты объектов интеллектуальной собственности

Регистрация объектов патентных прав (изобретений, полезных моделей, промышленных образцов) и товарных знаков возможна как по международным процедурам, так и по национальной процедуре путем подачи заявки на выдачу патента / регистрацию товарного знака в уполномоченный орган в области охраны промышленной собственности.

С 1980 г. Китай является членом Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС). Страна является участником следующих международных соглашений в сфере интеллектуальной собственности:

- Парижская конвенция по охране промышленной собственности — с 1885 г.¹;
- Договор о патентной кооперации — с 1994 г.;
- Протокол к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков — с 1995 г.

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

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

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



¹Здесь и далее в абзаце указывается год присоединения Китая к соглашению.

Сельское хозяйство

Сегодня Китай известен, прежде всего, как государство с развитой промышленностью, производящей и поставляющей на экспорт практически все виды продукции, в т.ч. высокотехнологичной. Тем не менее сельское хозяйство продолжает играть заметную роль в экономике страны, и Китай входит в число крупнейших мировых производителей и экспортеров продукции АПК. На сельскохозяйственный сектор приходится 7,3% в структуре ВВП и 22,6% занятого населения. Обширная территория страны занята пашней и пастбищами, что обеспечивает стабильно высокие показатели производства. При этом для Китая характерны существенные региональные различия в уровне развития агропромышленного комплекса, что обусловлено набором природно-климатических и социально-экономических факторов.

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

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

В категории овощей, корнеплодов и клубнеплодов наиболее распространенной культурой в Китае является картофель, объем производства которого, согласно данным ФАО, в 2022 г. оценивался на уровне 95,6 млн тонн. Помимо этого, в 2022 г. было выращено 77,3 млн тонн огурцов и корнишонов, а также 68,2 млн тонн помидоров.

Производство зерновых культур в Китае к 2022 г. достигло 633,3 млн тонн, практически не изменившись по сравнению с 2021 г. Среднегодовые темпы прироста объемов выращенной продукции в 2018–2022 гг. составляли 0,9%. Около половины производства зерновых в стране приходится на кукурузу — в 2022 г. выращено 277,2 млн тонн данной культуры, что на 1,7% больше, чем в 2021 г. Производство риса в 2022 г. снизилось на 2,0% до 208,5 млн, в то время как производство пшеницы достигло 137,7 млн тонн, увеличившись на 0,6% по сравнению с 2021 г. Согласно данным государственного Статистического бюро Китая, в 2023 г. производство зерновых культур увеличилось до 641,4 млн тонн, из которых 288,8 млн тонн пришлось на кукурузу, 206,6 млн тонн — на рис и 136,6 млн тонн — на пшеницу.

В категории фруктов и ягод наиболее распространенной культурой в Китае являются арбузы, в 2022 г. их производство составило 63,0 млн тонн. Кроме того, в стране устойчивыми темпами растет производство цитрусовых, в 2022 г. их собрано 60,0 млн тонн, что выше уровня 2021 г. на 7,1%. Среднегодовые темпы прироста производства цитрусовых в Китае в 2018–2022 гг. составляли 9,7%. Расширяется и выращивание яблок: в 2022 г. производство данного вида фруктов достигло 47,6 млн тонн, увеличившись



по сравнению с 2021 г. на 3,5% (среднегодовые темпы прироста в 2018–2022 гг. составляли 5,0%).

Производство сахарного тростника в 2022 г. составило 103,4 млн тонн, что на 3,1% меньше, чем в 2021 г. На протяжении последних нескольких лет наблюдается сокращение объемов выращивания данной продукции из-за низкого уровня механизации и нехватки рабочей силы в основных регионах производства. Для восстановления производства сахарного тростника правительство Китая предоставляет фермерам субсидии, в т.ч. на приобретение необходимого оборудования.

Производство продукции растениеводства, млн тонн

	2018	2019	2020	2021	2022
Овощи, корнеплоды и клубнеплоды	664,5	682,8	684,3	692,1	704,8
Картофель	90,3	89,5	92,8	94,3	95,6
Огурцы и корнишоны	67,6	70,3	72,9	74,8	77,3
Помидоры	60,9	62,9	64,7	66,5	68,2
Зерновые	609,9	613,4	616,6	632,6	633,3
Кукуруза	257,2	260,8	260,7	272,6	277,2
Рис	212,1	209,6	211,9	212,8	208,5
Пшеница	131,4	133,6	134,3	136,9	137,7
Фрукты и ягоды	231,8	241,2	243,5	250,8	253,4
Арбузы	61,5	63,2	62,3	61,6	63,0
Цитрусовые	41,4	45,8	51,2	56,0	60,0
Яблоки	39,2	42,4	44,1	46,0	47,6
Сахарный тростник	108,1	109,4	108,1	106,7	103,4

Источник: FAOSTAT, NBS

Китай является крупным производителем продукции животноводческого сектора. Производство сырого коровьего молока в стране в 2022 г. достигло 39,3 млн тонн, что на 6,8% больше, чем в 2021 г. Среднегодовые темпы прироста в 2018–2022 гг. составляли 6,4%. Ускорение темпов роста производства молока отражает растущий спрос на молочную продукцию среди китайских потребителей, особенно после начала пандемии COVID-19. Согласно данным государственного Статистического бюро Китая, в 2023 г. производство сырого коровьего молока в стране увеличилось до рекордных 42,0 млн тонн.

Китай — крупнейший рынок мяса, обеспечивающий около четверти его мирового потребления. Наиболее популярным видом мяса в стране является свинина, при этом Китай занимает первое место как по производству данного вида мяса, так



и по объемам его потребления. В 2022 г. производство свинины достигло 55,4 млн тонн, что выше значений, которые демонстрировались до региональной вспышки африканской чумы свиней (2018–2020 гг.). В 2023 г. производство свинины увеличилось до 57,9 млн тонн. Мясо птицы занимает второе место в общей структуре производства мяса Китая, в 2022 г. произведено порядка 24,4 млн тонн данного вида продукции.

В 2022 г. в Китае произведено порядка 87,5 млн тонн рыбы и морепродуктов. Страна является крупнейшим производителем и вторым после Норвегии экспортером морепродуктов в мире благодаря протяженной береговой линии, удобному выходу в богатый водными биоресурсами Тихий океан, а также крупному рыболовному флоту. В стране активно развивается и сектор аквакультуры, продукция которого на данный момент составляет существенную часть в общем объеме производства. При этом Китай также является вторым после США крупнейшим импортером данной продукции, поскольку в стране сформировалась развитая культура потребления самых разнообразных морепродуктов. Рыба всех видов, креветки, кальмары, гребешки и мидии являются неотъемлемой частью местной кухни и входят в состав многих традиционных блюд. Популярностью на рынке также пользуются такие экзотические продукты как морские огурцы, морские ежи и акулы плавники.

Производство продукции животноводства

	2018	2019	2020	2021	2022
Куриное яйцо, млрд шт.	536,98	569,08	596,50	586,32	583,96
Коровье молоко, млн тонн	30,7	32,0	34,4	36,8	39,3
Свинина, млн тонн	54,0	42,6	41,1	53,0	55,4
Мясо птицы, млн тонн	19,9	22,4	23,6	23,8	24,4
Рыба и морепродукты, млн тонн	81,0	82,6	83,9	85,9	87,5*

Источник: FAOSTAT, NBS, MARA

Примечание. *оценка.



Важные события в истории развития сельского хозяйства Китая

• 1903 Компании

Основание одной из старейших пивоварен Китая, Germania-Brauerei Tsingtao, сегодня известной как Tsingtao Brewery и входящей в десятку ведущих пивоваренных компаний мира.

• 1924 Внутренняя политика

I съезд партии Гоминьдан («Национальная партия»), в ходе которого озвучена программа модернизации Китая на основе «трех народных принципов». Один из принципов — народное благосостояние — предполагал в т.ч. проведение земельной и налоговой реформ, улучшение инфраструктуры и уровня жизни в сельской местности, а также повышение производительности АПК.

• 1949 Компании

Учреждение первого предприятия будущей группы COFCO (China Oil and Foodstuffs Corporation) — одной из крупнейших государственных компаний Китая в секторе АПК, до 1980-х гг. отвечавшей за всю внешнюю торговлю сельскохозяйственной продукцией.

• 1949 Внутренняя политика

Образование Китайской Народной Республики.

• 1950 Внутренняя политика

Принятие закона о земельной реформе, в рамках которой земли бывших помещиков переданы в собственность крестьянам, что значительно улучшило материальное положение последних и привело к формированию в стране широкого класса землевладельцев.

• 1953 План развития

При поддержке СССР в Китае начата реализация первого пятилетнего плана экономического развития, предполагавшего ускоренную индустриализацию страны. В сфере сельского хозяйства приоритет отдан созданию производственных кооперативов, число которых за время пятилетки резко выросло. При этом введена государственная монополия на торговлю зерном, хлопком и растительным маслом, что ознаменовало переход Китая к административно-командной системе управления в АПК.

• 1958 Внутренняя политика

Принят второй пятилетний план экономического развития страны, направленный, прежде всего, на увеличение объемов промышленного производства, дальнейшую коллективизацию сельского хозяйства и стимулирование научно-технического прогресса. Реализация пятилетки фактически прервана с началом «большого скачка» — амбициозной попытки форсированного построения коммунизма. Низкое качество государственного управления, ошибки в планировании, отвлечение сельскохозяйственных работников на производство металла, преобразование кооперативов в народные коммуны, истребление воробьев (за которым последовало нашествие насекомых-вредителей), а также беспрецедентные природные катаклизмы привели к значительному сокращению объемов производства продуктов питания и общенациональному голоду.

• 1961 Развитие отрасли

Начало периода «урегулирования». В условиях начавшегося экономического кризиса руководство Китая сосредоточилось на восстановлении сельского хозяйства и обеспечении снабжения населения товарами первой необходимости. С этой целью сокращены масштабы капитального строительства и объемы промышленного производства, в деревни из городов направлены десятки миллионов работников. Политика «урегулирования» также предполагала реструктуризацию народных коммун и приоритетную поддержку более эффективных производственных бригад. Гражданам возвращены приусадебные участки и личное имущество, разрешено держать сельскохозяйственных животных, заниматься кустарным промыслом и торговлей. На предприятиях АПК частично восстановлен принцип материальной заинтересованности и начато налаживание специализации. В данный период правительство фактически разрешило разделение коммун на кооперативы и индивидуальные хозяйства.



• 1966 План развития

Начало осуществления третьего пятилетнего плана экономического развития Китая, основной целью которого заявлено восстановление сельского хозяйства страны. К ключевым задачам в рамках плана отнесены повышение качества и расширение ассортимента производимой АПК продукции, решение проблем обеспечения населения товарами первой необходимости, модернизация соответствующей инфраструктуры, а также достижение высокого уровня самообеспечения основными продуктами питания в целях укрепления национальной безопасности. Большинство плановых показателей пятилетки достигнуты, однако дальнейшее развитие сельского хозяйства сдерживалось объективными ограничениями плановой экономики.

• 1973 Развитие отрасли

Китайский ученый Юань Лунпин первым в мире вывел высокоурожайный сорт гибридного риса — одной из основных сельскохозяйственных культур в стране и мире. Использование результатов данного научного открытия позволило Китаю значительно нарастить объемы производства риса и в дальнейшем практически полностью решить проблему продовольственной безопасности. Сегодня подобный гибридный рис выращивается по всему миру, в Китае им засеяно до половины всех рисовых полей, при этом по урожайности значительно превосходит прочие сорта.

• 1978 Внутренняя политика

Начало реализации «политики реформ и открытости» — программы структурных преобразований, предполагавших переход Китая к экспортоориентированной модели экономического развития. Программа включала уменьшение роли государства в народном хозяйстве, дерегулирование внешней и внутренней торговли, а также активное привлечение прямых иностранных инвестиций, в первую очередь — капитала хуацяо (китайских диаспор в других странах). В сельском хозяйстве вместо коммун и бригад внедрена система семейных подрядов, фактически — крестьянских (фермерских) хозяйств, при сохранении государственной собственности на землю. Реформы обеспечили быстрый рост экономики и уровня жизни большинства населения страны, особенно — в прибрежных восточных провинциях.

• 1980 Развитие отрасли

Создание первых особых экономических зон в провинциях Гуандун (города Шэньчжэнь, Чжухай и Шаньтоу) и Фуцзянь (г. Сямынь) в юго-восточной части Китая. Благодаря выгодному географическому положению, а также налоговым льготам, упрощенному порядку регистрации компаний, освобождению от импортных пошлин и другим мерам государственной поддержки подобные зоны за относительно небольшой период превратились в центры притяжения иностранных инвестиций, развития современных технологий и концентрации экспортоориентированного производства.

• 1982 Компании

Основание New Hope Group, на данный момент — одной из крупнейших частных компаний в секторе АПК Китая, входящей в тройку ведущих мировых производителей кормов для сельскохозяйственных животных и в число лидеров по переработке мяса птицы в Китае, также расширяющей присутствие на китайском рынке молочной продукции.

• 1986 План развития

Принят седьмой пятилетний план экономического развития страны, включавший увеличение валового национального продукта в среднем на 6,7% в год, в т.ч. на 4% в сельском хозяйстве. К основным целям плана отнесены реорганизация государственных предприятий и их адаптация к условиям рынка, поддержка свободной торговли, сокращение административного контроля над экономикой и более активное использование рычагов косвенного влияния на макроэкономическую ситуацию (прежде всего налогов и процентных ставок). Повышенное внимание уделено модернизации энергетической и транспортной инфраструктуры, приоритет отдан дальнейшему промышленному развитию прибрежных восточных провинций, в то время как западным регионам предписано сосредоточиться на поддержке сельского хозяйства. В течение пятилетки впервые отчетливо проявились негативные социально-экономические последствия ускоренного перехода страны к рыночной системе, а также проблема неравномерного развития восточных и западных регионов, что привело к росту внутривнутриполитической напряженности и падению темпов роста реального ВВП с 11,7% в 1987 г. до 3,9% в 1990 г.



• **1990 Новые институты**

Создание в г. Чжэнчжоу провинции Хэнань первой в Китае товарной биржи — Zhengzhou Commodity Exchange (ZCE), которая специализируется на торговле фьючерсными контрактами на химическую и сельскохозяйственную продукцию (в т.ч. на сахар, пшеницу, рис, семена рапса, рапсовое масло и рапсовый шрот, а также с 2017 г. на яблоки).

• **1993 Новые институты**

Основание товарной биржи Dalian Commodity Exchange (DCE) в г. Далинь провинции Ляонин. Специализация биржи — торговля фьючерсными контрактами на промышленные и сельскохозяйственные товары (включая кукурузу, кукурузный крахмал, соевые бобы, соевое масло, соевый шрот, пищевое яйцо и живых свиней).

• **1993 Компании**

Основание Yili Group, в дальнейшем — крупнейшей молочной компании в Азии с собственными производственными мощностями в Китае, Индонезии и Новой Зеландии, а также научно-исследовательскими центрами в Нидерландах и Новой Зеландии.

• **1997 Внешняя политика**

Крупнейший финансовый центр Восточной Азии, г. Гонконг, передан Великобританией под суверенитет Китая как автономный специальный административный район. В качестве крупнейшей страны-инвестора в материковый Китай Гонконг сыграл ключевую роль в успехе китайского «экономического чуда».

• **1999 Компании**

Учреждение Alibaba Group, на данный момент — ведущей компании в сегменте розничной онлайн-торговли Китая (и одного из самых популярных маркетплейсов мира), владеющей одноименной площадкой электронной коммерции, а также рядом других интернет-платформ, включая Taobao и Tmall.

• **2001 Внешняя политика**

Вступление Китая во Всемирную торговую организацию (ВТО).

• **2006 Внутренняя политика**

Отмена фиксированного сельскохозяйственного налога, размер которого в Китае рассчитывался в зависимости от площади обрабатываемой фермером земли и количества членов его семьи (и вне зависимости от доходов фермерского хозяйства или продуктивности почвы). Принятие данной меры привело к заметному росту уровня жизни в сельской местности. Возникшие из-за отмены налога дефициты местных бюджетов центральное правительство компенсировало за счет субсидий.

• **2008 Развитие отрасли**

Крупнейший в современной истории Китая инцидент, связанный с безопасностью продуктов питания, т.н. «меламиновый скандал». После нескольких случаев отравления детей молоком и детскими смесями производства компании Sanlu в продукции целого ряда крупных китайских производителей обнаружен опасный для человеческого здоровья меламин, повышающий измеряемую концентрацию белка. Меламин помимо молока добавлялся также в качестве эмульгатора в производимые в Китае шоколадные батончики, растворимый кофе, драже и печенье (в т.ч. на заводах Nestlé и Mars). Скандал, затронувший такие крупные компании как Mengniu, Yili и Yashili, вышел на международный уровень, привел к изъятию большого количества продукции из продажи, судебным разбирательствам и вынужденному ребрендингу скомпрометированной продукции, а также к введению рядом стран ограничений в отношении импорта китайской продукции и ужесточению законодательства о безопасности продуктов питания в самом Китае.



• **2011** **План развития**

Принят двенадцатый пятилетний план экономического развития Китая, разработанный при активном участии представителей нового поколения руководителей страны. В документе впервые заявлено о переориентации правительства с инвестиций в экспортоориентированное производство на стимулирование внутреннего потребления, а также с развития крупных прибрежных мегаполисов на возрождение сельских территорий и небольших городов в центральных и западных регионах страны. План предусматривал также развитие успехов предыдущих пятилеток, привлечение иностранных инвестиций в современные отрасли АПК и усиление охраны окружающей среды. Особое внимание уделено построению более справедливой модели общества, улучшению социальной инфраструктуры и системы социальной защиты. Программа разработана на фоне чрезмерно высокой нормы сбережений китайцев и прогнозов о начале замедления темпов роста экономики Китая.

• **2013** **Сделки M&A**

Одна из ключевых китайских свиноводческих компаний Shuanghui Group приобрела американскую Smithfield, крупнейшего в мире производителя и переработчика свинины. Сумма сделки составила 4,7 млрд долл. США, с учетом погашения долгов Smithfield общий объем инвестиций Shuanghui превысил 7 млрд долл. США. Благодаря поглощению американские производители расширили доступ на китайский рынок, а китайская компания получила значительные производственные мощности и доступ к передовым технологиям в отрасли. Сегодня компания, переименованная в 2014 г. в WH Group, входит в число ведущих игроков на мировом рынке свинины и субпродуктов свиней.

• **2016** **Развитие отрасли**

Правительство Китая отменило минимальную закупочную цену на кукурузу и объявило о переходе к рыночному ценообразованию на рынке данного вида продукции на фоне ее избыточных запасов. В результате цена на кукурузу в стране резко упала, ее производство, ранее зависевшее от государственной поддержки, заметно уменьшилось и значительно выросли объемы импорта (в 2021 г. Китай вышел на первое место в мире по закупкам кукурузы). При этом сохранены меры поддержки внутреннего производства риса и пшеницы. Среди основных причин отказа правительства Китая от поощрения выращивания кукурузы — недостаточная рентабельность и низкая устойчивость к засухам.

• **2017** **Сделки M&A**

Международная сеть фаст-фуд ресторанов McDonald's продала контрольный пакет акций своего бизнеса в Китае и Гонконге (более 2,6 тыс. ресторанов) группе инвесторов во главе с китайской CITIC (приобрела 52% акций) и американской Carlyle (28%) за 2,1 млрд долл. США. Новые владельцы франшизы объявили о начале ребрендинга и планах по открытию 1,5 тыс. новых заведений в течение пяти лет. Сделка объявлена частью глобальной реорганизации, проводимой McDonald's в целях повышения эффективности на фоне общего снижения продаж. При этом компания сохранила 20% акций предприятия, планируя в будущем вернуться на китайский рынок (в 2023 г. McDonald's выкупил обратно 28% акций у Carlyle).



● **2020 Внешняя политика**

Подписание соглашения о первой фазе торговой сделки между США и Китаем, ознаменовавшее начало восстановления американо-китайских экономических отношений после продолжительной «торговой войны». Заключение договора способствовало значительному увеличению экспорта продовольствия и прочей сельскохозяйственной продукции из США в Китай (практически в 2 раза за 2020 г.) благодаря устранению Китаем ряда нетарифных барьеров в т.ч. для поставок мясной и молочной продукции, морепродуктов, риса, детского питания, овощей и фруктов, кормов для сельскохозяйственных и домашних животных, а также передовых технологий в области АПК. В том же году Китай впервые вышел на первое место в мире по объему импорта сельскохозяйственной продукции, опередив США и ЕС на фоне начала полномасштабной пандемии COVID-19.

● **2022 Внешняя политика**

Вступление в силу соглашения о Всестороннем региональном экономическом партнерстве, в рамках которого создана зона свободной торговли между государствами-членами Ассоциации государств Юго-Восточной Азии (Бруней, Вьетнам, Индонезия, Камбоджа, Лаос, Малайзия, Мьянма, Сингапур, Таиланд, Филиппины), Австралией, Китаем, Новой Зеландией, Республикой Корея и Японией.

● **2022 Внутренняя политика**

Принятие закона о защите черноземов, целями которого заявлены сохранение и повышение плодородия почвы в Китае, защита экологии и укрепление продовольственной безопасности страны. Китайские черноземы сосредоточены в основном в северо-восточных регионах и, в соответствии с положениями закона, охраняются государством.

● **2022 Развитие отрасли**

В г. Эчжоу провинции Хубэй открыт первый в мире 26-этажный свинокомплекс, построенный компанией Zhongxin Kaiwei Modern Farming. Всего производственная площадка компании включает два таких комплекса общей площадью 800 тыс. м², оборудована 12 лифтами для транспортировки животных, 30 тыс. автоматических систем кормления свиней и предназначена для забоя 1,2 млн голов скота (более 100 тыс. тонн свинины) ежегодно. На ферме также предусмотрена система переработки отходов производства в биогаз для частичного самообеспечения комплекса электроэнергией. Стоимость проекта составила 4 млрд юаней. Компания-инициатор проекта ранее специализировалась на производстве цемента, однако приняла решение инвестировать в сельское хозяйство на фоне кризиса в строительной отрасли Китая и в условиях сокращения поголовья свиней из-за региональной вспышки африканской чумы свиней в 2018–2020 гг.

● **2023 Сделки M&A**

Крупный китайский производитель и дистрибьютор кормов и кормовых добавок для сельскохозяйственных животных Teson Biology приобрел компанию Guanjie Bio, специализирующуюся на разработке и производстве ветеринарных препаратов, а также исследованиях в области здоровья животных.

● **2023 Внешняя политика**

По результатам оценки рисков и анализа российской системы государственного контроля африканской чумы свиней Главное таможенное управление Китая разрешило поставки свинины из России, отменив действовавшие с 2008 г. ограничения. Таким образом положено начало процессу выхода отечественных производителей свинины на крупнейший рынок данного вида продукции. Кроме того, Россия и Китай подписали дополнение к протоколу о фитосанитарных требованиях к кукурузе, рису, сое и рапсу, согласно которому в Китай разрешен экспорт кукурузы и риса из всех регионов России (ранее были разрешены поставки только из пяти дальневосточных регионов).



• **2024 Развитие отрасли**

Министерство сельского хозяйства Китая расширило список разрешенных для производства и импорта сортов генетически модифицированных соевых бобов, кукурузы и хлопка. В частности, одобрены продажа и выращивание на всей территории страны устойчивых к гербицидам сортов соевых бобов DBN8002 и кукурузы DP202216. Поддержка разработок в области ГМО является составной частью стратегии китайского правительства по обеспечению продовольственной безопасности государства и снижению зависимости от импорта полевых культур.

• **2024 План развития**

Публикация правительственной программы развития сельских территорий на 2024 г. Основными целями заявлены укрепление продовольственной безопасности, обеспечение стабильных доходов сельских жителей, развитие сектора переработки, модернизация инфраструктуры и повышение качества управления на местах. В документе установлен целевой показатель по производству зерновых — не менее 650 млн тонн по итогам года, особое внимание также уделено поддержке производства соевых бобов, рапса, масла камелии, дикоросов, сырого молока, живых свиней, мяса КРС и баранины.

• **2024 Внешняя политика**

Впервые разрешение на экспорт в Китай пшеницы получили компании из Аргентины, ранее не поставлявшие данную продукцию на китайский рынок. Решение принято в контексте усилий Пекина по диверсификации импорта сельскохозяйственных товаров (в настоящее время более половины всей импортной пшеницы поставляется в Китай из Австралии).

Источник: ФАО, EMIS, открытые источники



Поддержка сельского хозяйства

В начале 2020 г. правительством Китая опубликован [План цифрового развития сельского хозяйства и сельских территорий на 2019–2025 гг.](#), предполагающий внедрение цифровых технологий для улучшения системы сбора данных, мониторинга динамики спроса и предложения на рынке, а также повышение уровня образования сельскохозяйственных работников. Созданные в Китае в последние годы электронные платформы для торговли сельскохозяйственными товарами позволили местным производителям сохранить связи с клиентами и расширить присутствие на зарубежных рынках даже несмотря на негативные последствия нарушения цепочек поставок в период пандемии COVID-19. Цифровизация сельского хозяйства и экономики в целом (в т.ч. за счет активного развития сетей 5G) — одно из приоритетных направлений деятельности китайского правительства в рамках усилий по повышению конкурентоспособности китайской продукции на мировом рынке.

В 2015 г. в Китае принята [Программа «Сделано в Китае 2025»](#), реализации которой правительство Китая в последнее время уделяет все больше внимания. Основные заявленные цели данного комплексного плана — развитие высокотехнологичного производства в стратегических секторах, укрепление позиции Китая на мировом рынке и уменьшение зависимости страны от импорта иностранных технологий. В секторе АПК план предусматривает поддержку разработки и производства передовой сельскохозяйственной техники и инновационного оборудования (прежде всего, используемых для производства зерновых, хлопка, растительных масел, и других стратегически важных товарных культур), а также развитие точного земледелия и автоматизированных систем управления сельским хозяйством.



Внешняя торговля продукцией АПК

Импорт продукции АПК

В 2023 г. импорт продукции АПК Китая составил 223,8 млрд долл. США, что на 194,6 млн долл. США ниже уровня 2022 г. Объем импорта продукции АПК в 2019–2023 гг. увеличился в среднем на 12,4% в год.



Источник: ITC Trade Map

По итогам 2023 г. в структуре импорта Китая преобладали соевые бобы (27,0% стоимостного импорта или 60,5 млрд долл. США). В топ-5 импортируемых продуктов АПК также вошли говядина и пищевые субпродукты КРС (6,4% или 14,4 млрд долл. США), ракообразные (4,3% или 9,6 млрд долл. США), кукуруза (4,0% или 9,0 млрд долл. США) и дуриан свежий (3,0% или 6,7 млрд долл. США). Суммарно на топ-10 товарных позиций пришлось 56,3% импорта продукции АПК Китая в стоимостном выражении.

В 2023 г. наибольший прирост относительно предыдущего года наблюдался в импорте дуриана свежего (+66,2% или +2,7 млрд долл. США), кукурузы (+27,0% или +1,9 млрд долл. США), а также пищевых продуктов прочих (+15,6% или +731,1 млн долл. США). Значительное сокращение отмечалось в закупках говядины и пищевых субпродуктов мяса КРС (-19,9% или -3,6 млрд долл. США) и масла пальмового (-12,7% или -742,6 млн долл. США).

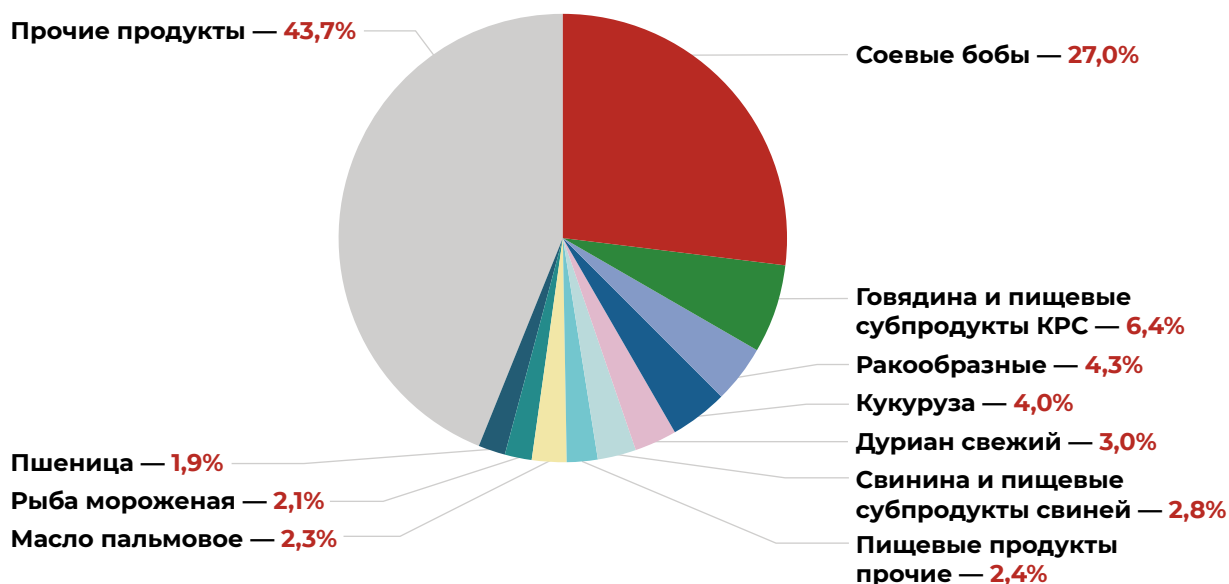


Структура импорта продукции АПК Китая в стоимостном выражении, 2022–2023 гг., млрд долл. США

№	Наименование	2022	2023	Прирост в 2023 к 2022	
				млн долл. США	%
1	Соевые бобы	61,2	60,5	-773,2	-1,3
2	Говядина и пищевые субпродукты КРС	18,0	14,4	-3 587,4	-19,9
3	Ракообразные	9,6	9,6	1,5	0,02
4	Кукуруза	7,1	9,0	1 916,0	27,0
5	Дуриан свежий	4,0	6,7	2 672,4	66,2
6	Свинина и пищевые субпродукты свиней	6,6	6,3	-313,8	-4,8
7	Пищевые продукты прочие	4,7	5,4	731,1	15,6
8	Масло пальмовое	5,8	5,1	-742,6	-12,7
9	Рыба мороженая	5,1	4,8	-304,1	-6,0
10	Пшеница	3,8	4,3	525,6	13,9
	Прочие продукты	98,1	97,8	-320,1	-0,3
	Итого	224,0	223,8	-194,6	-0,1

Источник: ITC Trade Map

Структура импорта продукции АПК Китая в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: ITC Trade Map



Крупнейшими экспортерами продукции АПК в Китай в 2023 г. являлись Бразилия (25,7% импорта продукции АПК Китая в стоимостном выражении), США (6,3%) и Таиланд (5,3%). Совокупно на топ-10 стран пришлось 72,3% импорта продукции АПК Китая в стоимостном выражении.

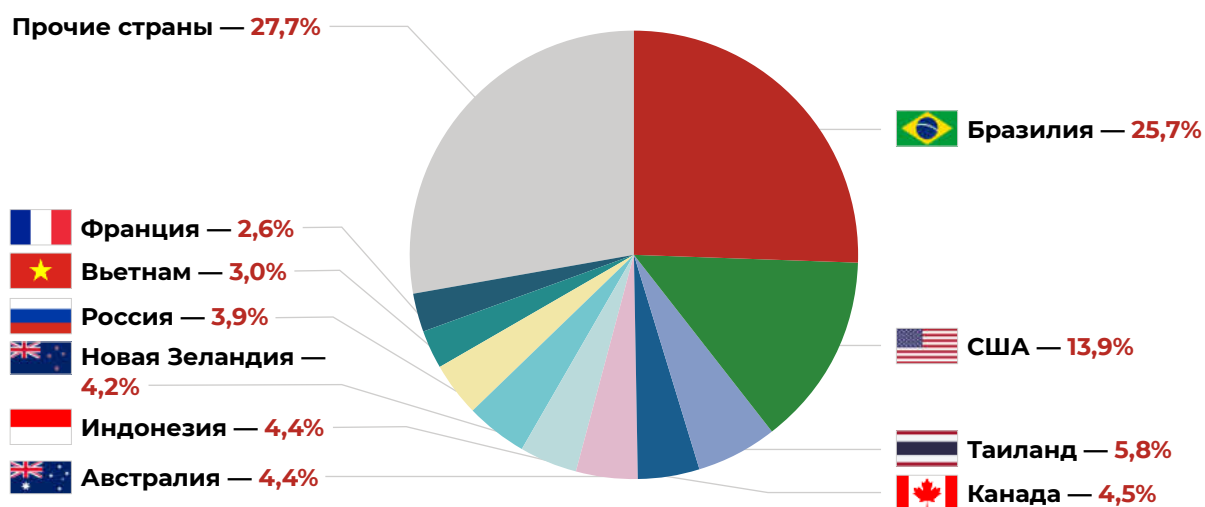
За 2019–2023 гг. Китай значительно нарастил объемы закупок из Бразилии (в 2 раза или +28,9 млрд долл. США), США (в 2,4 раза или +18,3 млрд долл. США), России (в 2,5 раза или +5,2 млрд долл. США) и Вьетнама (в 2,1 раза или +3,4 млрд долл. США).

Основные страны-экспортеры продукции АПК в Китай в стоимостном выражении, 2019–2023 гг., млрд долл. США

№	Страна	2019	2020	2021	2022	2023
1	Бразилия	28,5	34,2	44,0	50,9	57,4
2	США	12,7	21,4	36,6	38,2	31,0
3	Таиланд	6,8	7,6	11,6	12,3	12,9
4	Канада	7,1	7,1	8,6	7,5	10,2
5	Австралия	8,2	7,8	7,1	9,2	9,9
6	Индонезия	5,8	5,8	9,4	10,3	9,7
7	Новая Зеландия	8,5	8,6	10,8	11,2	9,5
8	Россия	3,6	4,1	4,3	6,1	8,8
9	Вьетнам	3,2	3,9	3,9	5,9	6,7
10	Франция	3,9	4,6	6,3	4,9	5,7
	Прочие страны	51,9	57,1	66,4	67,5	62,1
	Итого	140,2	162,3	209,0	224,0	223,8

Источник: ITC Trade Map

Доля стран в импорте продукции АПК Китая в стоимостном выражении, 2023 г., %



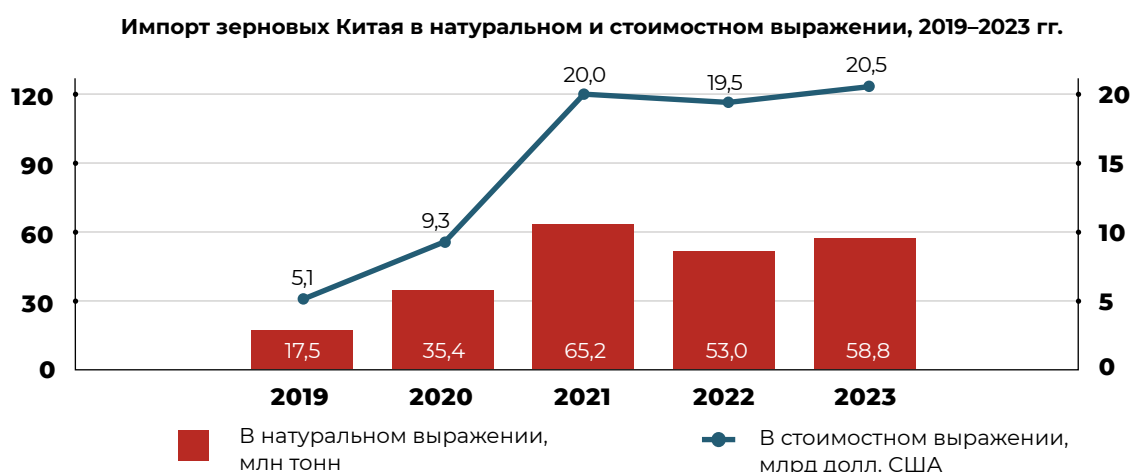
Источник: ITC Trade Map



Импорт зерновых

Высокий спрос на зерновые культуры со стороны китайских производителей кормов и пищевой промышленности обуславливает значительные объемы импорта данной продукции в страну. В 2023 г. Китай закупил на внешних рынках 58,8 млн тонн зерновых на сумму 20,5 млрд долл. США, что на 10,9% в натуральном выражении (на 5,8 млн тонн) и на 5,6% в стоимостном (на 1,1 млрд долл. США) выше значений 2022 г.

Среднегодовые темпы роста импорта зерновых в 2019–2023 гг. составляли 35,3% в натуральном выражении и 42,0% в стоимостном. Пик закупок пришелся на 2021 г. на фоне восстановления потребительской активности после окончания острой фазы пандемии COVID-19. В среднесрочной перспективе основными факторами наращивания Китаем импорта зерновых будут являться растущее потребление мучных кондитерских изделий и увеличение спроса на высококачественные виды муки, а также развитие животноводства.



Источник: ITC Trade Map

В структуре импорта зерновых Китая в 2023 г. наибольшую долю занимает кукуруза — 43,9% стоимостного импорта или более 9,0 млрд долл. США. В число основных импортируемых продуктов также вошли пшеница (21,0% или 4,3 млрд долл. США), ячмень (18,4% или 3,8 млрд долл. США), сорго зерновое (8,9% или 1,8 млрд долл. США) и рис (6,9% или 1,4 млрд долл. США). Суммарно на данные категории пришлось 99,0% стоимостного импорта зерновых культур.

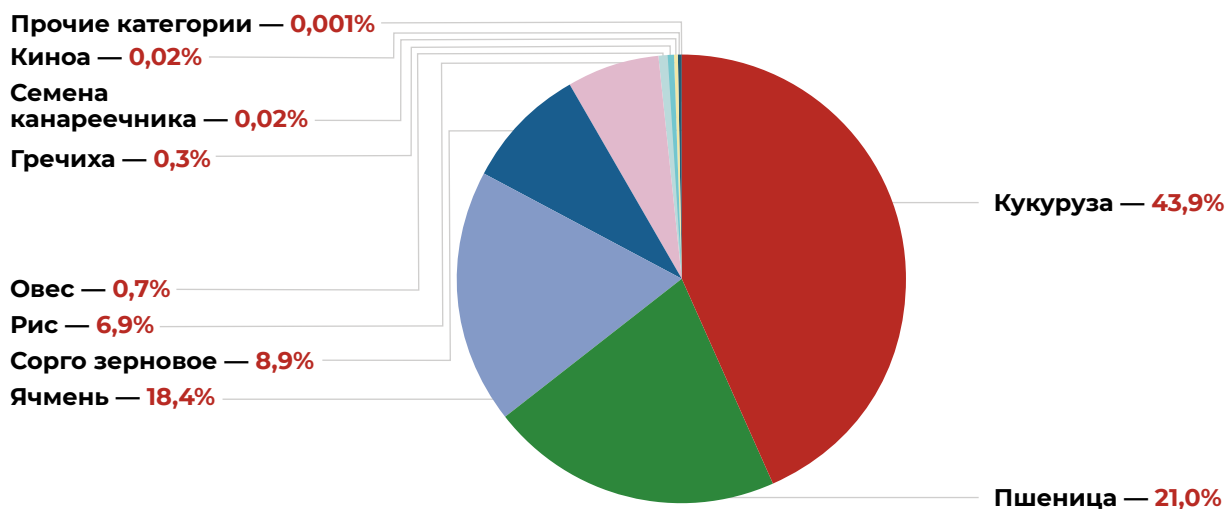
В 2023 г. значительный прирост наблюдался в поставках кукурузы, ячменя и пшеницы. Так, по отношению к 2022 г. объем закупок ячменя увеличился на 96,6% (+5,6 млн тонн) в натуральном выражении и на 83,7% (+1,7 млрд долл. США) в стоимостном. Поставки кукурузы выросли на 31,6% (+6,5 млн тонн) в натуральном выражении и на 27,0% (+1,9 млрд долл. США) в стоимостном. Импорт пшеницы увеличился на 20,3% (+2,0 млн тонн) в натуральном выражении и на 13,9% (+525,6 млн долл. США) в стоимостном.

Импорт зерновых Китая по категориям, 2022–2023 гг.

№	Категория	2022		2023		Прирост в 2023 к 2022			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Кукуруза	20 618,5	7 103,7	27 140,0	9 019,7	6 521,5	31,6	1 916,0	27,0
2	Пшеница	9 873,1	3 779,7	11 878,4	4 305,3	2 005,3	20,3	525,6	13,9
3	Ячмень	5 760,0	2 052,3	11 322,6	3 770,4	5 562,6	96,6	1 718,2	83,7
4	Сорго зерновое	10 140,2	3 742,9	5 213,1	1 830,6	-4 927,1	-48,6	-1 912,3	-51,1
5	Рис	6 158,3	2 622,7	2 597,3	1 407,5	-3 561,0	-57,8	-1 215,2	-46,3
6	Овес	390,0	127,3	470,4	147,8	80,4	20,6	20,5	16,1
7	Гречиха	15,9	8,7	124,1	55,7	108,2	в 7,7 раза	47,0	в 6,3 раза
8	Семена канареечника	4,1	4,0	4,6	3,7	0,5	12,0	-0,4	-9,3
9	Киноа	3,4	7,0	1,7	3,7	-1,7	-50,5	-3,3	-47,6
	Прочие категории	2,1	1,6	0,1	0,1	-2,1	-95,6	-1,5	-93,0
	Итого	52 965,7	19 450,0	58 752,1	20 544,5	5 786,4	10,9	1 094,5	5,6

Источник: ITC Trade Map

Структура импорта зерновых Китая по категориям в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: ITC Trade Map



Среди крупнейших стран-экспортеров зерновых в Китай в 2023 г. первое место заняла Бразилия, на долю которой пришлось 19,7% стоимостного импорта (4,0 млрд долл. США), при этом поставки начались только в 2023 г., и страна поставляла исключительно кукурузу. Вторым крупнейшим поставщиком зерновых в Китай являются США, которые в 2023 г. поставили в страну 10,6 млн тонн продукции (преимущественно кукурузы) на сумму 3,8 млрд долл. США (18,5% стоимостного импорта). Также значительные объемы зерновых экспортировала Австралия — 10,7 млн тонн на сумму 3,7 млрд долл. США (18,2% стоимостного импорта), основу экспорта страны составляла пшеница. Всего на топ-10 стран пришлось 93,4% импорта зерновых Китая в стоимостном выражении.

Наибольший прирост в 2023 г. наблюдался в поставках из Франции и Австралии. Экспорт Австралии увеличился на 36,7% (+2,9 млн тонн) в натуральном выражении и на 31,1% (+888,9 млн долл. США) в стоимостном. Франция нарастила экспорт зерновых на 67,3% (+1,8 млн тонн) в натуральном выражении и на 59,1% (+573,9 млн долл. США) в стоимостном. В то же время отмечалось существенное сокращение поставок из США и Аргентины. США снизили экспорт на 51,6% (-11,3 млн тонн) в натуральном выражении и на 52,2% (-4,1 млрд долл. США) в стоимостном. Поставки из Аргентины сократились на 32,1% (-1,4 млн тонн) в натуральном выражении и на 31,6% (-486,3 млн долл. США) в стоимостном.

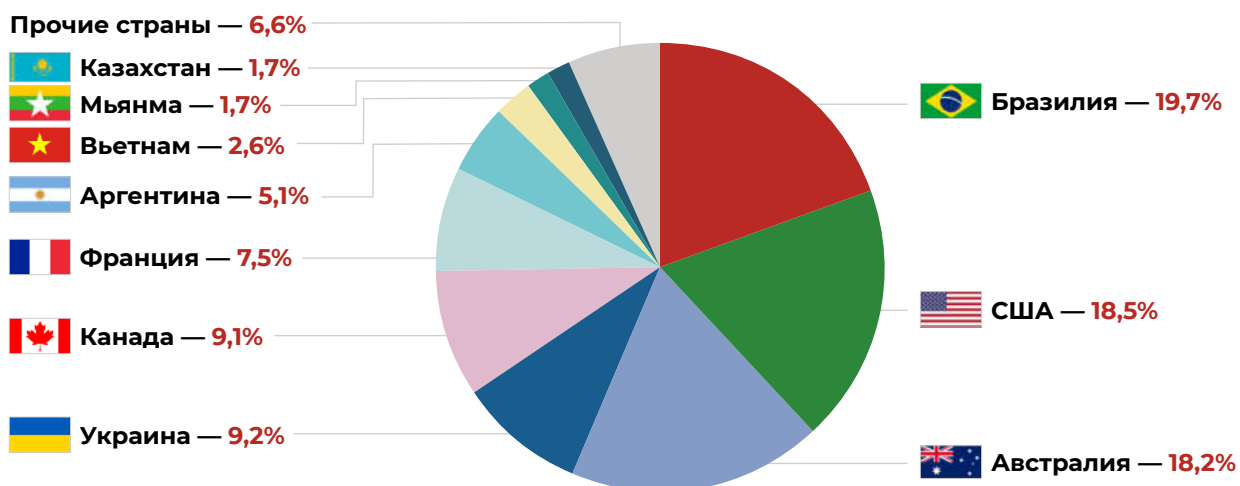
Основные страны-экспортеры зерновых в Китай, 2022–2023 гг.

№	Страна	2022		2023		Прирост в 2023 к 2022			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Бразилия	-	-	12 806,2	4 046,4	12 806,2	-	4 046,4	-
2	США	21 823,4	7 939,5	10 572,4	3 798,0	-11 251,0	-51,6	-4 141,6	-52,2
3	Австралия	7 800,4	2 854,5	10 662,0	3 743,3	2 861,6	36,7	888,9	31,1
4	Украина	5 510,5	1 728,4	5 809,3	1 900,3	298,8	5,4	171,9	9,9
5	Канада	3 532,5	1 439,1	4 828,1	1 867,0	1 295,6	36,7	427,9	29,7
6	Франция	2 681,6	970,4	4 487,7	1 544,3	1 806,1	67,3	573,9	59,1
7	Аргентина	4 377,3	1 536,9	2 973,4	1 050,5	-1 403,9	-32,1	-486,3	-31,6
8	Вьетнам	858,0	437,2	935,2	543,2	77,2	9,0	106,0	24,3
9	Мьянма	1 002,6	382,9	926,6	355,7	-76,0	-7,6	-27,2	-7,1
10	Казахстан	220,7	66,5	1 322,3	342,8	1 101,6	в 5,9 раза	276,3	в 5,1 раза
	Прочие страны	5 158,8	2 094,7	3 428,9	1 353,0	-1 729,9	-33,5	-741,7	-35,4
	Итого	52 965,7	19 450,0	58 752,1	20 544,5	5 786,4	10,9	1 094,5	5,6

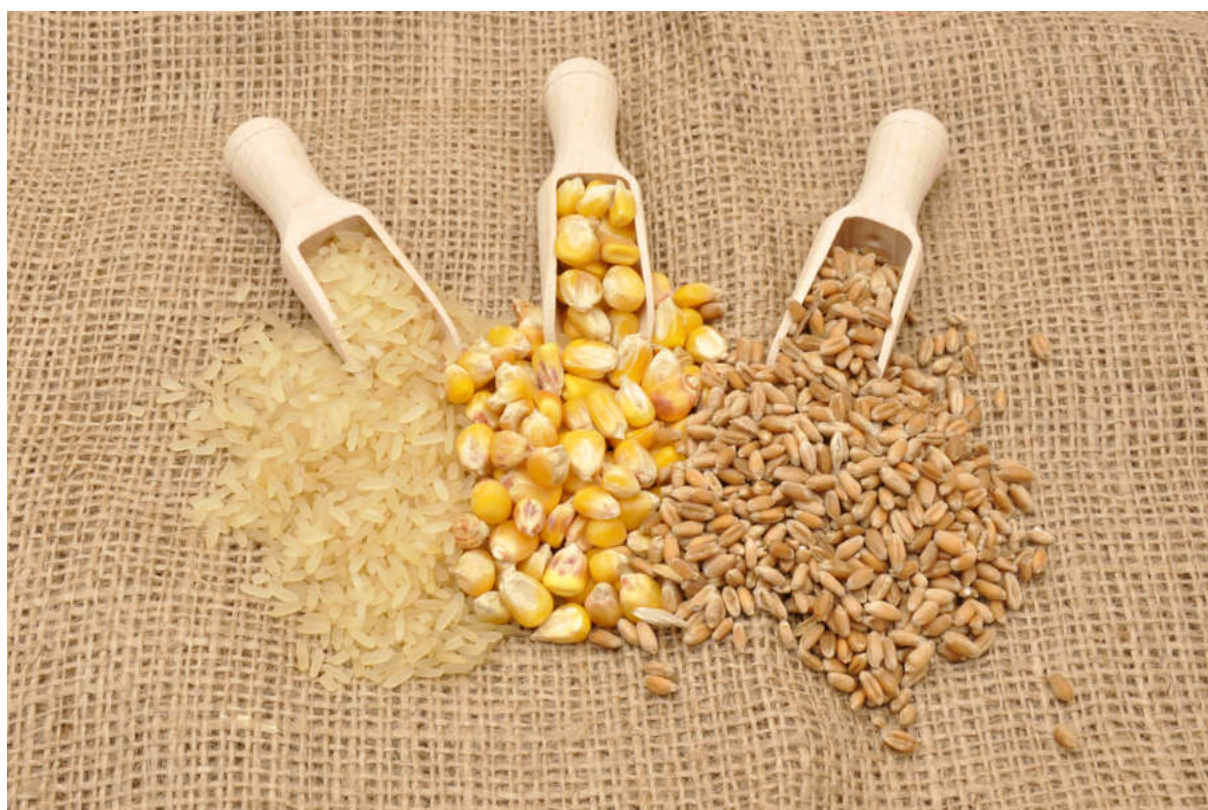
Источник: ITC Trade Map



Доля стран в импорте зерновых Китая в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: ITC Trade Map



Импорт зернобобовых

Импортные поставки зернобобовых поддерживаются высоким спросом со стороны пищевой промышленности Китая и ростом популярности растительных белковых добавок. Спрос на зернобобовые также наблюдается со стороны активно развивающегося животноводческого сектора, в котором данные культуры используются в качестве корма.

В 2023 г. Китай закупил на внешних рынках 3,5 млн тонн зернобобовых на сумму 1,8 млрд долл. США, что на 33,3% (+868,4 тыс. тонн) в натуральном выражении выше показателя 2022 г. При этом в стоимостном выражении импорт зернобобовых сократился на 0,9% (-16,2 млн долл. США) относительно показателя 2022 г. Импорт продукции в 2019–2023 гг. увеличивался ежегодно в среднем на 11,3% в натуральном выражении и на 21,0% в стоимостном.

Импорт зернобобовых Китая в натуральном и стоимостном выражении, 2019–2023 гг.



Источник: ITC Trade Map

В структуре импорта зернобобовых Китая в 2023 г. большая часть поставок приходилась на горох (61,5% стоимостного импорта) и фасоли (29,9%). При этом страна также осуществляет незначительные закупки чечевицы сушеной (1,2%) и нута сушеного (1,1%).

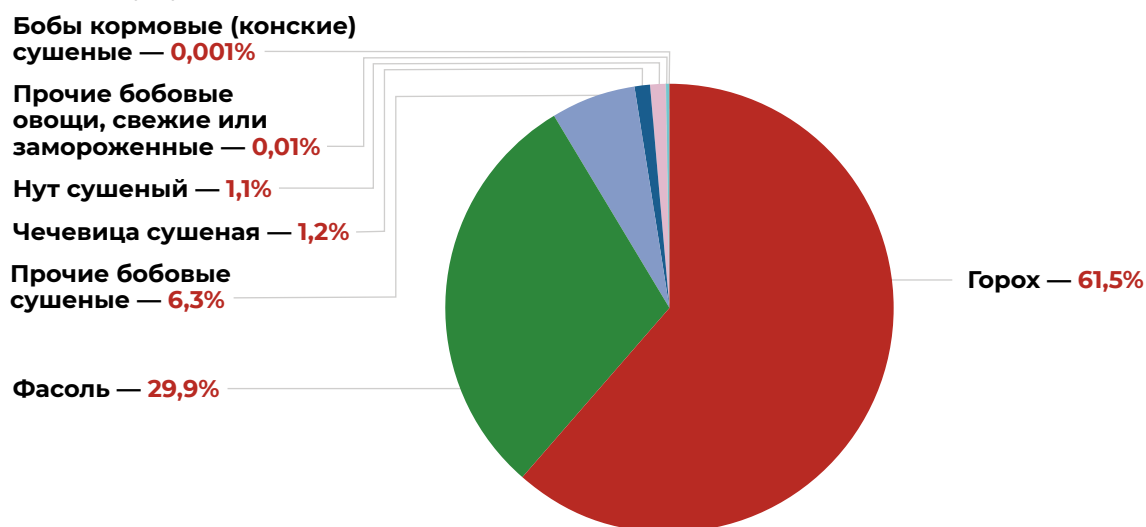
Наиболее значительные темпы прироста импорта среди зернобобовых в 2022 г. демонстрировал горох. Так, по отношению к 2022 г. объемы закупок гороха увеличились на 63,8% (+1,0 млн тонн) в натуральном выражении и на 22,8% (+200,6 млн долл. США) в стоимостном. В тоже время поставки фасоли сократились с 766,0 тонн (690,2 млн долл. США) до 648,2 тыс. тонн (525,0 млн долл. США). Импорт прочих бобовых сушеных снизился на 37,7% (-62,3 тыс. тонн) по весу и на 34,0% (-56,8 млн долл. США) по стоимости.

Импорт зернобобовых Китая по категориям, 2022–2023 гг.

№	Категория	2022		2023		Прирост в 2023 к 2022			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Горох	1 638,8	881,5	2 684,4	1 082,2	1 045,7	63,8	200,6	22,8
2	Фасоль	766,0	690,2	648,2	525,0	-117,8	-15,4	-165,2	-23,9
3	Прочие бобовые сушеные	165,3	167,0	103,0	110,2	-62,3	-37,7	-56,8	-34,0
4	Чечевица сушеная	25,6	22,7	21,8	20,9	-3,8	-14,8	-1,8	-8,0
5	Нут сушеный	12,8	13,2	19,4	20,1	6,6	51,8	6,9	52,3
6	Прочие бобовые овощи (кроме гороха и фасоли), свежие или замороженные	0,001	0,002	0,1	0,1	0,1	в 57 раз	0,1	в 45,5 раза
7	Бобы кормовые (конские) сушеные	-	0,009	0,001	0,02	0,001	-	0,01	в 2,3 раза
	Итого	2 608,5	1 774,7	3 477,0	1 758,5	868,4	33,3	-16,2	-0,9

Источник: ITC Trade Map

Структура импорта зернобобовых Китая по категориям в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: ITC Trade Map

Среди крупнейших стран-экспортеров зернобобовых в Китай в 2023 г. лидирующие позиции заняла Канада, на долю которой пришлось 37,9% (667,3 млн долл. США) стоимостного импорта. Страна поставляла преимущественно горох. Вторым крупнейшим поставщиком зерновых в Китай стала Россия (17,1% стоимостного импорта), которая в 2023 г. поставили на рынок Китая 908,3 тыс. тонн продукции (исключительно горох) на сумму 301,5 млн долл. США. Значительные объемы зернобобовых экспортировала Мьянма (15,2%) — 373,8 тыс. тонн на сумму 267,4 млн долл. США. Основу экспорта страны составляла фасоль. Всего на топ-10 стран пришлось 97,3% стоимостного импорта зернобобовых Китая.

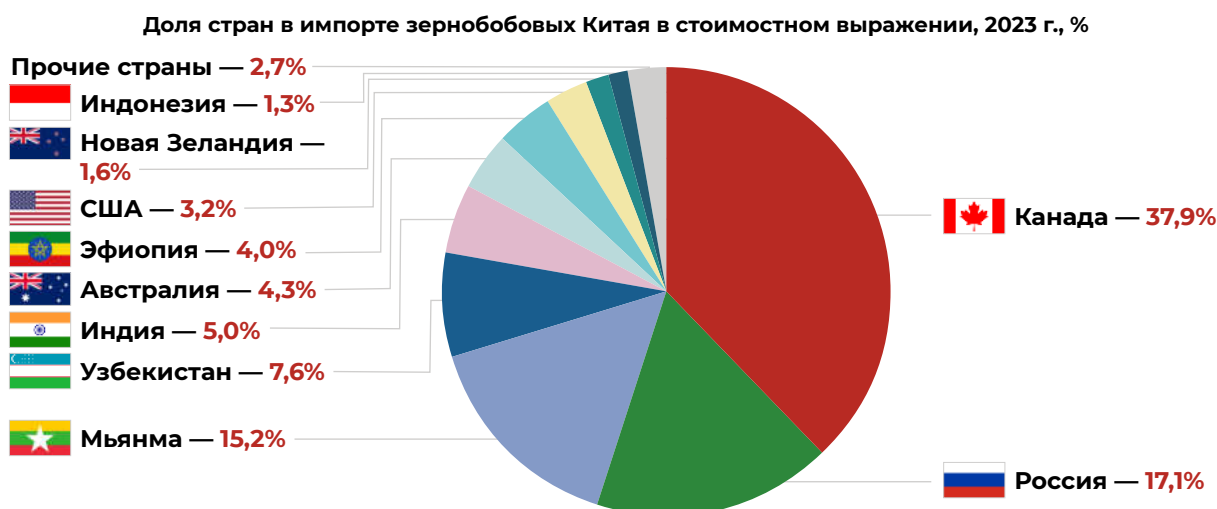


Наибольший прирост в 2023 г. наблюдался в поставках из России и Канады. Россия многократно увеличила поставки зернобобовых в Китай — с 1,5 тыс. тонн в 2022 г. до 908,3 тыс. тонн в 2023 г. Экспорт Канады увеличился на 13,0% (+181,5 тыс. тонн) в натуральном выражении и уменьшился на 9,4% (-68,9 млн долл. США) в стоимостном. В то же время отмечалось существенное сокращение поставок из Мьянмы. Экспорт зернобобовых снизился на 35,2% (-203,2 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 43,0% (-201,9 млн долл. США) в стоимостном. Поставки из Австралии сократились на 46,7% (-109,5 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 52,5% (-84,5 млн долл. США) в стоимостном.

Основные страны-экспортеры зернобобовых в Китай, 2022–2023 гг.

№	Страна	2022		2023		Прирост в 2023 к 2022			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Канада	1 401,2	736,2	1 582,7	667,3	181,5	13,0	-68,9	-9,4
2	Россия	1,5	2,1	908,3	301,5	906,8	-	299,4	-
3	Мьянма	576,9	469,3	373,8	267,4	-203,2	-35,2	-201,9	-43,0
4	Узбекистан	135,7	120,9	167,4	133,4	31,7	23,3	12,5	10,4
5	Индия	79,7	104,2	69,6	87,1	-10,1	-12,7	-17,1	-16,4
6	Австралия	234,7	161,0	125,2	76,5	-109,5	-46,7	-84,5	-52,5
7	Эфиопия	32,2	50,7	59,2	69,8	27,1	84,0	19,2	37,8
8	США	24,1	19,1	96,5	56,4	72,4	в 4 раза	37,3	в 2,9 раза
9	Новая Зеландия	20,6	25,6	21,3	29,0	0,7	3,5	3,4	13,4
10	Индонезия	10,4	14,2	22,1	23,0	11,7	в 2,1 раза	8,8	62,3
	Прочие страны	91,4	71,5	50,9	47,0	-40,6	-44,4	-24,5	-34,3
	Итого	2 608,5	1 774,7	3 477,0	1 758,5	868,4	33,3	-16,2	-0,9

Источник: ITC Trade Map



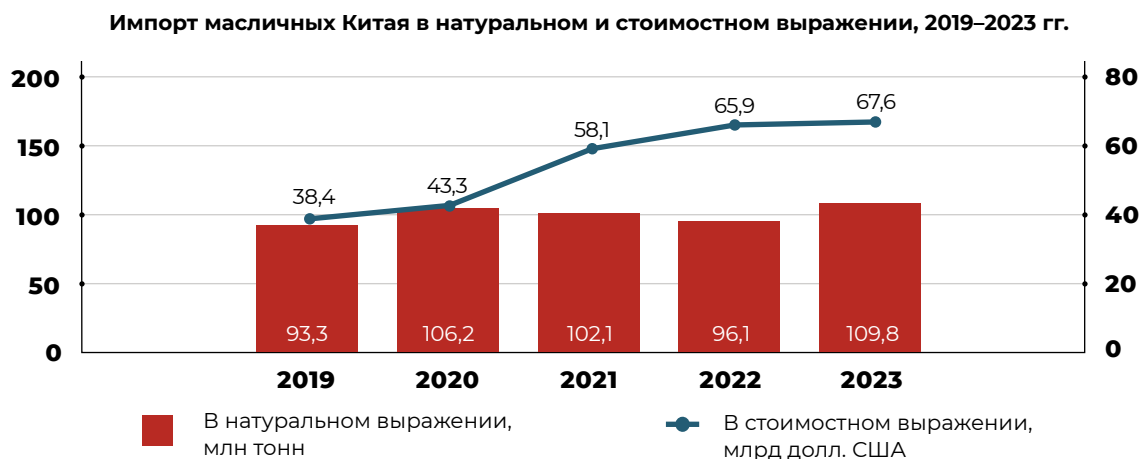
Источник: ITC Trade Map



Импорт масличных

Китай является крупнейшим в мире потребителем соевых бобов, однако в стране недостаточно посевных площадей для удовлетворения имеющегося спроса за счет внутреннего производства. При этом объемы выращенной продукции ежегодно увеличиваются, так как данная культура входит в число приоритетных для обеспечения продовольственной безопасности, и используется как в пищевых, так и в кормовых секторах. Тем не менее, осуществляемых в стране экстенсивных мер по увеличению посевных площадей недостаточно для замены импортных поставок, и в среднесрочной перспективе Китай останется зависимым от закупок соевых бобов на внешних рынках.

В 2023 г. Китай импортировал 109,8 млн тонн масличных культур на сумму 67,6 млрд долл. США, что на 14,2% (+13,7 млн тонн) в натуральном выражении и на 2,6% (+1,7 млрд долл. США) в стоимостном выше показателей 2022 г. Импорт масличных Китая в 2019–2023 гг. ежегодно рос в среднем на 4,1% в натуральном выражении и на 15,2% в стоимостном.



Источник: ITC Trade Map

В структуре импорта масличных Китая в 2023 г. большая часть поставок приходилась на соевые бобы (89,4% стоимостного импорта или 60,5 млрд долл. США). При этом страна также в значительных объемах закупала семена рапса (5,5% или 3,7 млрд долл. США) и кунжута (2,3% или 1,5 млрд долл. США).

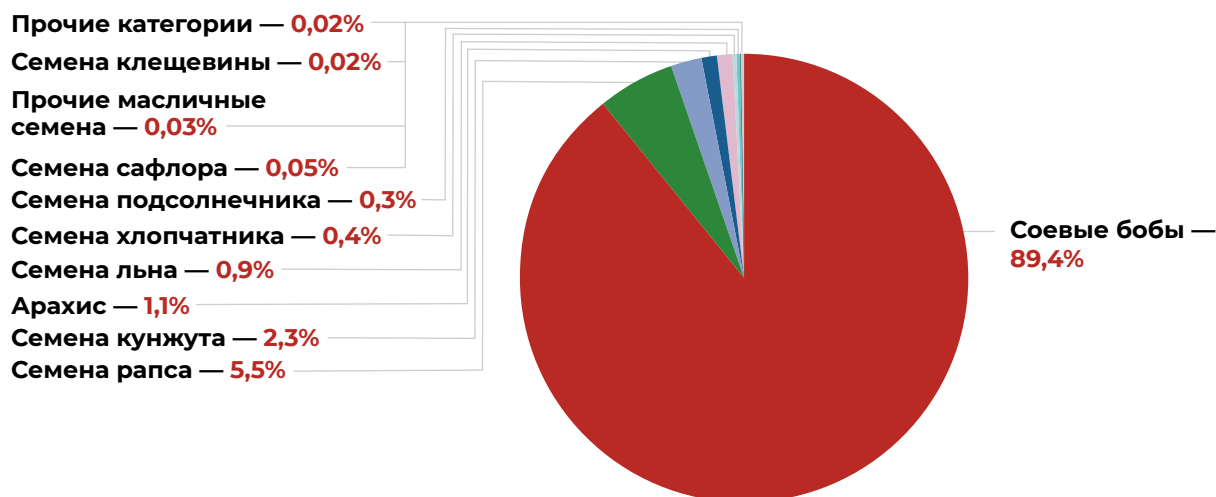
Наиболее высокие темпы прироста импорта среди масличных в 2023 г. демонстрировали семена рапса и льна. Так, по отношению к 2022 г. объем закупок семян рапса увеличился в 2,8 раза (+3,5 млн тонн) в натуральном выражении и в 2,3 раза (+2,2 млрд долл. США) в стоимостном. Поставки семян льна в свою очередь выросли на 98,5% (+605,5 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 44,4% (+179,9 млн долл. США) в стоимостном. В то же время снизился объем импорта семян кунжута — на 14,8% (-158,2 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 6,4% (-104,4 млн долл. США) в стоимостном.

Импорт масличных Китая по категориям, 2022–2023 гг.

№	Категория	2022		2023		Прирост в 2023 к 2022			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Соевые бобы	91 081,4	61 236,0	100 416,8	60 462,8	9 335,4	10,2	-773,2	-1,3
2	Семена рапса	1 960,6	1 564,5	5 491,4	3 722,0	3 530,8	в 2,8 раза	2 157,5	в 2,3 раза
3	Семена кунжута	1 071,0	1 632,0	912,8	1 527,6	-158,2	-14,8	-104,4	-6,4
4	Арахис	664,1	646,5	660,8	758,5	-3,2	-0,5	112,0	17,3
5	Семена льна	614,6	405,3	1 220,0	585,2	605,5	98,5	179,9	44,4
6	Семена хлопчатника	453,5	194,8	663,2	270,1	209,7	46,2	75,2	38,6
7	Семена подсолнечника	195,9	117,6	280,1	194,8	84,2	43,0	77,2	65,7
8	Семена сафлора	60,7	26,2	111,2	34,9	50,4	83,0	8,7	33,2
9	Прочие масличные семена	11,0	17,7	9,8	19,3	-1,2	-10,9	1,6	9,3
10	Семена клещевины	14,8	12,1	18,2	14,1	3,4	22,9	2,0	16,1
	Прочие категории	5,4	13,1	3,9	13,2	-1,5	-27,4	0,1	1,0
	Итого	96 133,1	65 865,7	109 788,4	67 602,4	13 655,3	14,2	1 736,7	2,6

Источник: ITC Trade Map

Структура импорта масличных Китая по категориям в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: ITC Trade Map

Среди крупнейших стран-экспортеров масличных в Китай в 2023 г. лидирующие позиции заняла Бразилия, на долю которой пришлось 60,7% (41,0 млрд долл. США) стоимостного импорта. Традиционно, большая часть поставок Бразилии приходилась



на соевые бобы. Вторым крупнейшим поставщиком масличных в Китай стали США (24,2% стоимостного импорта), которые в 2023 г. поставили на рынок Китая 25,3 млн тонн продукции (преимущественно соевых бобов) на сумму 16,4 млрд долл. США. Значительные объемы масличных экспортировала Канада (6,5% импорта). Россия поставила на рынок Китая 2,5 млн тонн масличных на сумму 1,3 млрд долл. США, что позволило ей занять 4-е место в рейтинге стран-экспортеров данной товарной категории. В структуре поставок основную долю составляли соевые бобы (52,8%), семена льна (30,3%) и семена рапса (16,2%). Всего на топ-10 стран пришлось 97,8% стоимостного импорта масличных Китая.

Наибольший прирост в 2023 г. наблюдался в поставках из Бразилии, Канады и России. Экспорт Бразилии в Китай увеличился на 28,6% (+15,6 млн тонн) в натуральном выражении и на 9,9 (+3,7 млрд долл. США) в стоимостном. Поставки из Канады выросли в 2,5 раза (+4,0 млн тонн) в натуральном выражении и в 2,2 раза (+2,4 млрд долл. США) в стоимостном, из Россия — в 2,1 раза (+1,3 млн тонн) и на 81,8% (+584,7 млн долл. США) соответственно.

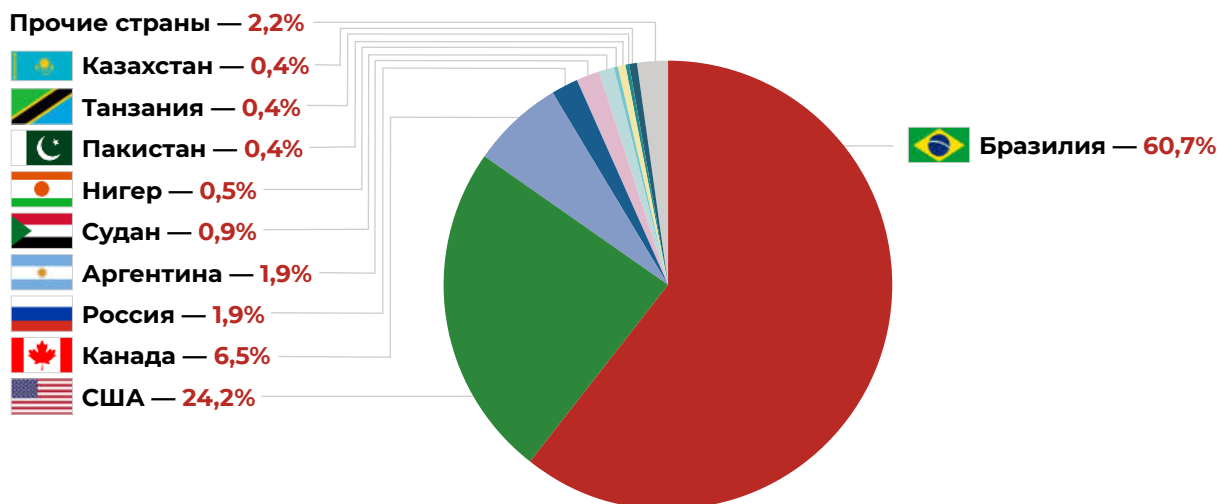
Основные страны-экспортеры масличных в Китай, 2022–2023 гг.

№	Страна	2022		2023		Прирост в 2023 к 2022			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Бразилия	54 393,6	37 321,5	69 952,9	41 027,2	15 559,4	28,6	3 705,7	9,9
2	США	29 641,8	19 177,2	25 346,2	16 368,7	-4 295,6	-14,5	-2 808,6	-14,6
3	Канада	2 617,8	2 004,0	6 579,1	4 425,5	3 961,3	в 2,5 раза	2 421,5	в 2,2 раза
4	Россия	1 199,2	714,6	2 522,5	1 299,2	1 323,3	в 2,1 раза	584,7	81,8
5	Аргентина	3 658,2	2 438,2	2 004,9	1 260,8	-1 653,2	-45,2	-1 177,4	-48,3
6	Судан	533,3	649,1	449,9	603,0	-83,4	-15,6	-46,1	-7,1
7	Нигер	209,8	315,9	192,5	309,5	-17,3	-8,2	-6,4	-2,0
8	Пакистан	88,6	130,8	170,8	293,5	82,2	92,7	162,7	в 2,2 раза
9	Танзания	121,8	181,9	200,1	281,8	78,4	64,4	99,8	54,9
10	Казахстан	377,9	205,5	596,0	278,4	218,1	57,7	72,9	35,5
	Прочие страны	3 291,2	2 727,1	1 773,3	1 454,8	-1 517,8	-46,1	-1 272,3	-46,7
	Итого	96 133,1	65 865,7	109 788,4	67 602,4	13 655,3	14,2	1 736,7	2,6

Источник: ITC Trade Map



Доля стран в импорте масличных Китая в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: ITC Trade Map



Импорт масложировой продукции

Потребление масложировой продукции в Китае находится на высоком уровне, значительно превышая показатели ряда прочих рынков в регионе в подушевом выражении. При этом внутреннего производства масличных культур недостаточно для удовлетворения имеющегося спроса, и страна активно импортирует растительные масла.

В 2023 г. Китай импортировал 13,3 млн тонн масложировой продукции на сумму 14,2 млрд долл. США. Объем импорта данной категории продукции увеличился относительно 2022 г. на 34,5% (+3,4 млн тонн) в натуральном выражении и на 2,9% (+405,0 млн долл. США) в стоимостном. Объем импорта масложировой продукции Китая ежегодно снижался на 0,3% в натуральном выражении и рос на 11,4% в стоимостном.

Импорт масложировой продукции Китая в натуральном и стоимостном выражении, 2019–2023 гг.



Источник: ITC Trade Map

В структуре импорта масложировой продукции Китая в 2023 г. наибольшую долю занимало масло пальмовое (35,8% стоимостного импорта или 5,1 млрд долл. США). Среди основных импортируемых продуктов также были масло рапсовое (18,8% или 2,7 млрд долл. США) и масло подсолнечное (12,5% или 1,8 млрд долл. США). Суммарно на данные категории пришлось 67,1% стоимостного импорта масложировой продукции.

Наибольший прирост продемонстрировал импорт масла рапсового и подсолнечного. По отношению к 2022 г. закупки масла рапсового увеличились в 2,2 раза (+1,3 млн тонн) в натуральном выражении и на 61,7% (+1,0 млрд долл. США) в стоимостном. Поставки масла подсолнечного выросли в 2,5 раза (+916,0 тыс. тонн) в натуральном выражении и в 2 раза (+912,5 млн долл. США) в стоимостном. Одновременно с этим сократился импорт масла кокосового (копрового) — на 16,7% (-36,6 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 48,1% (-200,9 млн долл. США) в стоимостном.

Импорт масложировой продукции Китая по категориям, 2022–2023 гг.

№	Категория	2022		2023		Прирост в 2023 к 2022			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Масло пальмовое	4 943,7	5 842,2	5 636,9	5 099,6	693,2	14,0	-742,6	-12,7
2	Масло рапсовое	1 061,3	1 654,5	2 359,4	2 675,7	1 298,1	в 2,2 раза	1 021,2	61,7

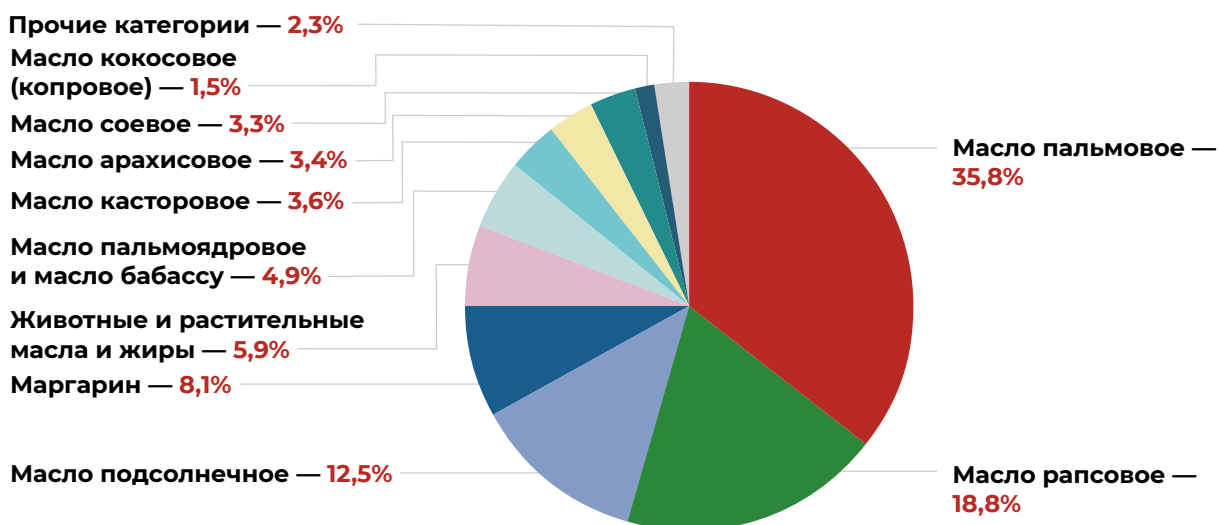


Продолжение табл.

№	Категория	2022		2023		Прирост в 2023 к 2022			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
3	Масло подсолнечное	605,0	861,4	1 520,9	1 773,9	916,0	в 2,5 раза	912,5	в 2 раза
4	Маргарин	1 059,5	1 492,8	1 075,0	1 149,6	15,5	1,5	-343,2	-23,0
5	Животные и растительные масла и жиры (гидрогенизированные, пере-, реэтерифицированные или элаидинизированные, но не подвергнутые дальнейшей обработке)	553,0	829,7	806,0	833,5	253,0	45,7	3,7	0,4
6	Масло пальмоядровое и масло бабассу	535,2	848,2	720,4	700,8	185,2	34,6	-147,4	-17,4
7	Масло касторовое	274,7	521,4	312,7	507,0	38,0	13,8	-14,5	-2,8
8	Масло арахисовое	230,9	441,2	248,0	477,5	17,0	7,4	36,3	8,2
9	Масло соевое	343,5	478,6	412,9	467,1	69,3	20,2	-11,5	-2,4
10	Масло кокосовое (копровое)	219,0	418,1	182,3	217,1	-36,6	-16,7	-200,9	-48,1
	Прочие категории	90,9	442,4	60,4	333,7	-30,5	-33,5	-108,7	-24,6
	Итого	9 916,8	13 830,5	13 335,0	14 235,5	3 418,2	34,5	405,0	2,9

Источник: ITC Trade Map

Структура импорта масложировой продукции Китая по категориям в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: ITC Trade Map



Среди крупнейших стран-экспортеров масложировой продукции в Китай в 2023 г. лидирующие позиции заняла Индонезия, на долю которой пришлось 43,6% (6,2 млрд долл. США) стоимостного импорта. Основу экспорта страны составило масло пальмовое. Вторым крупнейшим поставщиком в Китай стала Россия (18,1% стоимостного импорта), которая в 2023 г. поставила 2,3 млн тонн продукции (преимущественно масла рапсового и подсолнечного) на сумму 2,6 млрд долл. США. Значительные объемы экспортировала Малайзия (10,7%) — 1,6 млн тонн на сумму 1,5 млрд долл. США. Основу экспорта страны составляло масло пальмовое. Всего на топ-10 стран пришлось 92,6% стоимостного импорта масложировой продукции Китая.

Наибольший прирост в 2023 г. наблюдался в поставках из России, Украины и Беларуси. Экспорт России увеличился в 2,6 раза (+1,4 млн тонн) в натуральном выражении и на 99,4% (+1,3 млрд долл. США) в стоимостном. Украина нарастила экспорт масложировой продукции в 2,1 раза (+379,0 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 86,0% (+388,4 млн долл. США) в стоимостном. Поставки Беларуси увеличились в 6,1 раза (206,3 тыс. тонн) в натуральном выражении и в 4,4 раза (219,3 млн долл. США) в стоимостном. В то же время отмечалось существенное сокращение поставок из Бразилии — на 36,3% (-97,2 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 39,5% (-171,4 млн долл. США) в стоимостном.

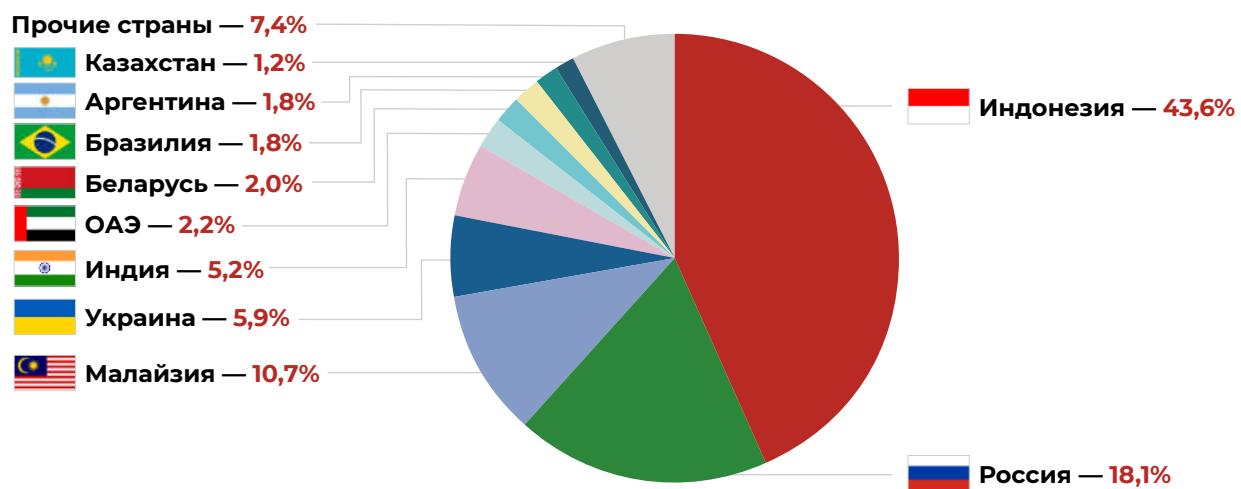
Основные страны-экспортеры масложировой продукции в Китай, 2022–2023 гг.

№	Страна	2022		2023		Прирост в 2023 к 2022			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Индонезия	5 391,6	6 797,5	6 752,1	6 206,8	1 360,5	25,2	-590,7	-8,7
2	Россия	843,8	1 292,0	2 274,7	2 576,2	1 431,0	в 2,6 раза	1 284,2	99,4
3	Малайзия	1 818,6	2 336,9	1 587,1	1 526,4	-231,5	-12,7	-810,6	-34,7
4	Украина	337,7	451,5	716,7	840,0	379,0	в 2,1 раза	388,4	86,0
5	Индия	334,1	637,2	432,7	734,0	98,6	29,5	96,8	15,2
6	ОАЭ	185,4	279,2	284,3	319,2	98,8	53,3	40,0	14,3
7	Беларусь	39,8	62,7	246,1	282,0	206,3	в 6,1 раза	219,3	в 4,4 раза
8	Бразилия	267,8	433,9	170,6	262,5	-97,2	-36,3	-171,4	-39,5
9	Аргентина	146,2	221,8	204,7	261,6	58,5	40,0	39,8	17,9
10	Казахстан	108,2	152,1	181,6	174,3	73,4	67,8	22,2	14,6
	Прочие страны	443,7	1 165,7	484,5	1 052,7	40,8	9,2	-113,0	-9,7
	Итого	9 916,8	13 830,5	13 335,0	14 235,5	3 418,2	34,5	405,0	2,9

Источник: ITC Trade Map



Доля стран в импорте масложировой продукции Китая в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: ITC Trade Map



Импорт шрота и жмыха

Импортные поставки кормовых добавок в Китай ежегодно увеличиваются вследствие роста внутреннего производства животноводческой продукции. В 2023 г. Китай импортировал 7,1 млн тонн жмыха и шрота на сумму 2,6 млрд долл. США. Объем импорта данной категории продукции относительно 2022 г. вырос на 19,7% (+1,2 млн тонн) в натуральном выражении и на 7,7% (+185,6 млн долл. США) в стоимостном. Объем импорта жмыха и шрота Китая ежегодно рос на 15,5% в натуральном выражении и на 25,4% в стоимостном.

Импорт жмыха и шрота Китая в натуральном и стоимостном выражении, 2019–2023 гг.



Источник: ITC Trade Map

В структуре импорта жмыха и шрота Китая в 2023 г. наибольшую долю занимали жмых и шрот из семян подсолнечника (44,7% стоимостного импорта или 1,2 млрд долл. США). Среди основных импортируемых продуктов также были жмых и шрот из семян рапса (39,1% или 1,0 млрд долл. США) и жмых и шрот из околоплодника или ядра ореха масличной пальмы (10,3% или 267,5 млн долл. США). Суммарно на данные виды продукции пришлось 94,1% стоимостного импорта категории.

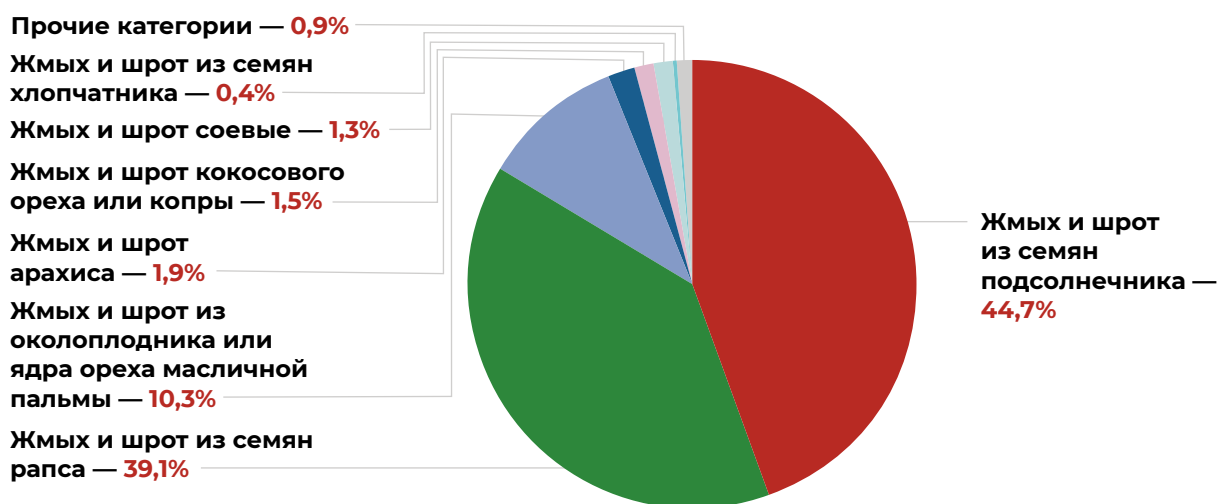
По отношению к 2022 г. наибольший прирост наблюдался в импорте жмыха и шрота из семян подсолнечника, хлопчатника и околоплодника или ядер ореха масличной пальмы. Закупки жмыха и шрота из семян подсолнечника выросли на 26,3% (+611,3 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 21,0% (+200,7 млн долл. США) в стоимостном. Импорт жмыха и шрота из семян околоплодника или ядер ореха масличной пальмы увеличился на 47,0% (+471,2 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 23,2% (+50,4 млн долл. США) в стоимостном. Существенно увеличился импорт жмыха и шрота из семян хлопчатника — в 2,6 раза (+13,3 тыс. тон) в натуральном выражении и в 2,2 раза (+5,1 млн долл. США) в стоимостном. Одновременно с этим значительно сократился импорт жмыха и шрота из арахиса — на 43,8% (-61,9 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 36,1% (-27,3 млн долл. США) в стоимостном, и жмыха и шрота из кокосового ореха или копры — на 21,3% (-39,3 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 26,1% (-13,6 млн долл. США).

Импорт жмыха и шрота Китая по категориям, 2022–2023 гг.

№	Категория	2022		2023		Прирост в 2023 к 2022			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Жмых и шрот из семян подсолнечника	2 327,3	956,6	2 938,7	1 157,3	611,3	26,3	200,7	21,0
2	Жмых и шрот из семян рапса	2 213,7	1 044,8	2 365,3	1 012,3	151,7	6,9	-32,5	-3,1
3	Жмых и шрот из околоплодника или ядра ореха масличной пальмы	1 002,6	217,0	1 473,8	267,5	471,2	47,0	50,4	23,2
4	Жмых и шрот арахиса	141,4	75,6	79,4	48,3	-61,9	-43,8	-27,3	-36,1
5	Жмых и шрот кокосового ореха или копры	184,6	52,3	145,3	38,6	-39,3	-21,3	-13,6	-26,1
6	Жмых и шрот соевые	51,0	40,5	38,0	33,1	-13,0	-25,5	-7,4	-18,2
7	Жмых и шрот из семян хлопчатника	8,1	4,2	21,4	9,3	13,3	в 2,6 раза	5,1	в 2,2 раза
	Прочие категории	38,3	12,4	81,8	22,5	43,5	в 2,1 раза	10,2	82,3
	Итого	5 966,8	2 403,3	7 143,6	2 588,9	1 176,9	19,7	185,6	7,7

Источник: ITC Trade Map

Структура импорта жмыха и шрота Китая по категориям в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: ITC Trade Map



Среди крупнейших стран-экспортеров жмыха и шрота в Китай в 2023 г. лидирующие позиции заняла Украина, на долю которой пришлось 31,1% (804,9 млн долл. США) стоимостного импорта. Основу экспорта страны составили жмых и шрот из подсолнечника. Вторым крупнейшим поставщиком в Китай стала Канада (28,5% стоимостного импорта), которая в 2023 г. поставила 1,7 млн тонн продукции (жмых и шрот из семян рапса) на сумму 736,9 млн долл. США. Значительные объемы экспортировала Болгария (9,6%) — 626,3 тыс. тонн на сумму 248,6 млн долл. США. Страна экспортировала жмых и шрот из семян подсолнечника. Всего на топ-10 стран пришлось 98,1% стоимостного импорта жмыха и шрота Китая.

В 2023 г. наибольший прирост экспорта отмечался у Украины, России и Индонезии. Украина увеличила экспорт продукции на 24,0% (+397,4 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 22,4% (+147,1 млн долл. США) в стоимостном. Россия увеличила поставки на 87,6% (+193,6 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 62,7% (+64,1 млн долл. США) в стоимостном. Индонезия нарастила экспорт своей продукции на 56,1% (+323,4 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 33,4% (+42,9 млн долл. США) в стоимостном. Одновременно с этим значительно снизился экспорт из Судана — на 43,8% (-61,9 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 36,1% (-27,3 млн долл. США) в стоимостном.

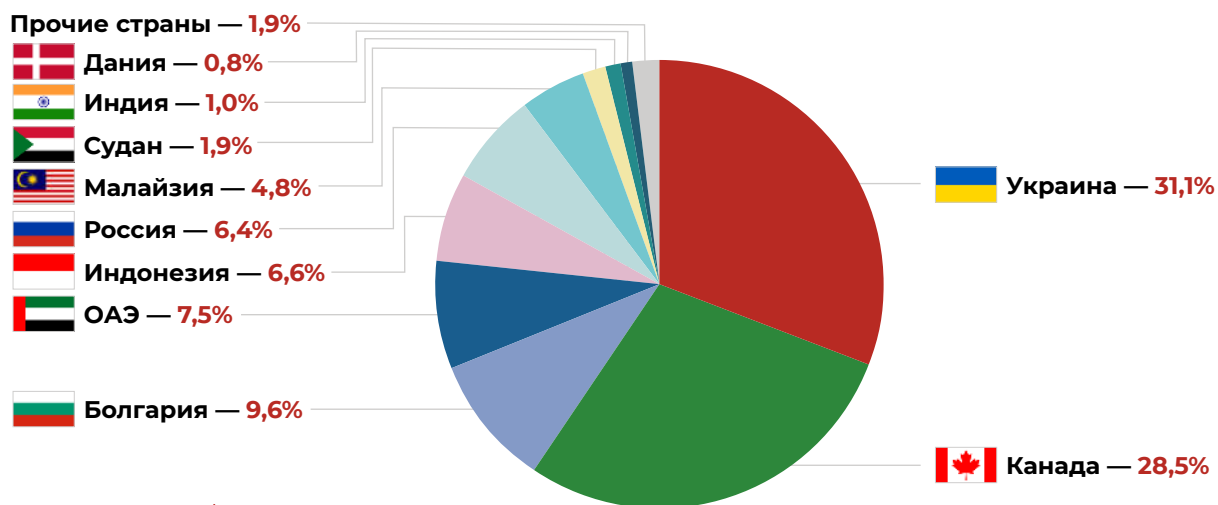
Основные страны-экспортеры жмыха и шрота в Китай, 2022–2023 гг.

№	Страна	2022		2023		Прирост в 2023 к 2022			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Украина	1 656,9	657,8	2 054,3	804,9	397,4	24,0	147,1	22,4
2	Канада	1 735,9	821,5	1 723,0	736,9	-12,9	-0,7	-84,6	-10,3
3	Болгария	455,1	200,0	626,3	248,6	171,2	37,6	48,6	24,3
4	ОАЭ	429,5	203,1	438,0	194,8	8,4	2,0	-8,3	-4,1
5	Индонезия	576,7	128,5	900,1	171,4	323,4	56,1	42,9	33,4
6	Россия	220,9	102,2	414,5	166,3	193,6	87,6	64,1	62,7
7	Малайзия	514,3	113,8	676,2	123,1	161,9	31,5	9,2	8,1
8	Судан	141,4	75,6	79,4	48,3	-61,9	-43,8	-27,3	-36,1
9	Индия	28,8	17,2	64,1	24,8	35,4	в 2,2 раза	7,6	44,3
10	Дания	7,8	8,3	19,0	20,4	11,2	в 2,4 раза	12,0	в 2,4 раза
	Прочие страны	199,6	75,2	148,7	49,3	-50,9	-25,5	-25,9	-34,4
	Итого	5 966,8	2 403,3	7 143,6	2 588,9	1 176,9	19,7	185,6	7,7

Источник: ITC Trade Map



Доля стран в импорте жмыха и шрота Китая в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: ITC Trade Map



Импорт продуктов переработки зерновых и зернобобовых

Китай является крупным производителем различной пищевой продукции, а крупная пищевая промышленность страны обуславливает высокий спрос на ингредиенты, в том числе импортные.

В 2023 г. Китай закупил на внешних рынках 3,8 млн тонн продуктов переработки зерновых и зернобобовых на сумму 2,0 млрд долл. США, что на 18,8% (-872,1 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 18,1% (-451,7 млн долл. США) в стоимостном ниже показателей 2022 г. Импорт продуктов переработки в 2019–2023 гг. увеличивался ежегодно в среднем на 6,9% в натуральном выражении и на 11,8% в стоимостном.

Импорт продуктов переработки зерновых и зернобобовых Китая в натуральном и стоимостном выражении, 2019–2023 гг.



Источник: ITC Trade Map

В структуре импорта продуктов переработки зерновых и зернобобовых Китая в 2023 г. наибольшую долю занимал крахмал (85,7% стоимостного импорта или 1,8 млрд долл. США). Среди основных импортируемых продуктов также были мука пшеничная или пшенично-ржаная (5,6% или 113,6 млн долл. США), зерно злаков, обработанное иными способами (5,0% или 101,4 млн долл. США) и мука прочих зерновых (1,8% или 37,4 млн долл. США). Суммарно на данные виды зерновых культур пришлось 98,0% стоимостного импорта категории.

В 2023 г. значительный прирост наблюдался по поставкам муки пшеничной или пшенично-ржаной. Так, по отношению к 2022 г. объем закупок увеличился в 2,5 раза (+133,6 тыс. тонн) в натуральном выражении и в 2 раза (+57,7 млн долл. США) в стоимостном. В то же время импорт крахмала уменьшился на 22,8% (-993,3 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 22,1% (-496,2 млн долл. США) в стоимостном.

Импорт продуктов переработки зерновых и зернобобовых Китая по категориям, 2022–2023 гг.

№	Категория	2022		2023		Прирост в 2023 к 2022			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Крахмал	4 357,2	2 249,2	3 363,9	1 753,0	-993,3	-22,8	-496,2	-22,1
2	Мука пшеничная или пшенично-ржаная	84,2	55,9	217,8	113,6	133,6	в 2,5 раза	57,7	в 2 раза
3	Зерно злаков, обработанное иными способами	106,6	108,5	93,6	101,4	-12,9	-12,1	-7,0	-6,5
4	Мука прочих зерновых (кроме пшеничной, пшенично-ржаной, кукурузной)	35,9	40,6	35,6	37,4	-0,3	-0,9	-3,2	-7,9
5	Отходы переработки зерна (солома и мякина)	25,2	9,1	32,7	12,2	7,6	30,1	3,2	35,0
6	Инулин	5,6	15,2	3,2	9,2	-2,4	-42,5	-6,0	-39,5
7	Солод	12,4	9,0	8,6	8,1	-3,8	-30,6	-0,9	-9,6
8	Мука из зернобобовых овощей	2,2	1,5	4,4	3,1	2,2	в 2 раза	1,5	99,3
9	Зерно злаков, плющенное или переработанное в хлопья	7,1	4,3	3,6	2,8	-3,5	-49,7	-1,5	-34,8
10	Клейковина пшеничная	0,8	1,8	0,8	2,4	0,01	1,8	0,6	30,9
	Прочие категории	4,5	3,1	5,3	3,2	0,8	16,8	0,1	3,0
	Итого	4 641,7	2 498,2	3 769,6	2 046,5	-872,1	-18,8	-451,7	-18,1

Источник: ITC Trade Map

Структура импорта продуктов переработки зерновых и зернобобовых Китая по категориям в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: ITC Trade Map



Среди крупнейших стран-экспортеров продуктов переработки зерновых и зернобобовых в Китай в 2023 г. лидирующие позиции занял Таиланд, на долю которого пришлось 51,6% (1,1 млрд долл. США) стоимостного импорта. Большую часть экспортируемой продукции Таиланда составлял крахмал. Вторым крупнейшим поставщиком в Китай стал Вьетнам (25,9% стоимостного импорта), который в 2023 г. поставили на рынок Китая 1,1 млн тонн продукции (преимущественно крахмал) на сумму 529,3 млн долл. США. Значительные объемы продуктов переработки зерновых и зернобобовых экспортировал Лаос (9,2%) — 295,6 тыс. тонн на сумму 187,4 млн долл. США. Основу экспорта страны составляли крахмал и зерно злаков, обработанное иными способами. Россия заняла 4-ю строчку рейтинга, экспортировав 178,1 тыс. тонн продукции на сумму 69,5 млн долл. США. Большая часть поставок пришлась на муку пшеничную или пшенично-ржаную. Всего на топ-10 стран пришлось 97,2% стоимостного импорта данной продукции Китая.

Наибольший прирост в 2023 г. наблюдался в поставках из Индонезии и России. Экспорт России увеличился в 3,4 раза (+126,2 тыс. тонн) в натуральном выражении и в 3,2 раза (+48,4 млн долл. США) в стоимостном. Индонезия нарастила экспорт продуктов переработки зерновых и зернобобовых в 8,4 раза (+91,1 тыс. тонн) в натуральном выражении и в 8,1 раза (+46,9 млн долл. США) в стоимостном. В то же время отмечалось существенное сокращение поставок из Таиланда и Вьетнама. Таиланд снизил экспорт на 20,9% (-518,1 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 20,0% (-263,2 млн долл. США) в стоимостном. Поставки из Вьетнама сократились на 34,5% (-561,2 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 34,6% (-280,3 млн долл. США) в стоимостном.

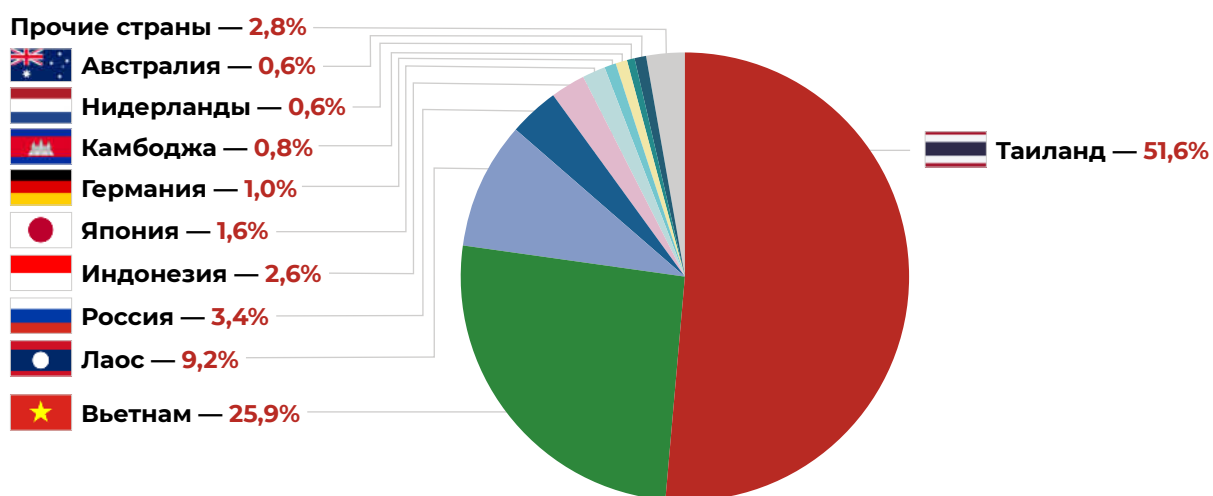
Основные страны-экспортеры продуктов переработки зерновых и зернобобовых в Китай, 2022–2023 гг.

№	Страна	2022		2023		Прирост в 2023 к 2022			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Таиланд	2 473,2	1 319,1	1 955,1	1 055,9	-518,1	-20,9	-263,2	-20,0
2	Вьетнам	1 625,3	809,6	1 064,1	529,3	-561,2	-34,5	-280,3	-34,6
3	Лаос	286,0	188,8	295,6	187,4	9,6	3,4	-1,4	-0,8
4	Россия	51,9	21,1	178,1	69,5	126,2	в 3,4 раза	48,4	в 3,2 раза
5	Индонезия	12,3	6,6	103,4	53,4	91,1	в 8,4 раза	46,9	в 8,1 раза
6	Япония	29,9	27,8	34,0	31,9	4,1	13,7	4,1	14,7
7	Германия	18,3	16,5	22,4	20,1	4,1	22,3	3,6	22,0
8	Камбоджа	53,6	27,0	34,7	16,8	-19,0	-35,4	-10,2	-37,8
9	Нидерланды	13,4	13,1	10,7	12,9	-2,7	-20,0	-0,2	-1,6
10	Австралия	21,7	14,5	17,4	12,7	-4,3	-19,9	-1,8	-12,2
	Прочие страны	56,0	54,2	54,0	56,6	-2,0	-3,5	2,3	4,3
	Итого	4 641,7	2 498,2	3 769,6	2 046,5	-872,1	-18,8	-451,7	-18,1

Источник: ITC Trade Map



Доля стран в импорте продуктов переработки зерновых и зернобобовых Китая в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: ITC Trade Map



Импорт мяса и мясной продукции

Китай является крупным производителем мяса и мясной продукции, однако также занимает лидирующие позиции в структуре импорта, ежегодно закупая от 6 до 10 млн тонн продукции на внешних рынках. Стоит отметить, что Главное таможенное управление КНР разрешило ввоз свинины из России с 24 января 2024 г. Первая поставка была осуществлена уже в марте 2024 г.

В 2023 г. Китай закупил на внешних рынках 7,5 млн тонн мяса и мясной продукции на сумму 27,8 млрд долл. США, что на 0,2% (+15,1 тыс. тонн) выше показателей 2022 г. в натуральном выражении и на 12,8% (-4,1 млрд долл. США) ниже в стоимостном. Объем импорта мяса и мясной продукции ежегодно увеличивался на 4,2% в натуральном выражении и на 9,4% в стоимостном.

Импорт мяса и мясной продукции Китая в натуральном и стоимостном выражении, 2019–2023 гг.



Источник: ITC Trade Map

В структуре импорта мяса и мясной продукции Китая в 2023 г. наибольшую долю занимала говядина и пищевые субпродукты КРС (51,9% стоимостного импорта или 14,4 млрд долл. США). Среди основных импортируемых продуктов также были свинина и пищевые субпродукты свиней (22,6% или 6,3 млрд долл. США), мясо птицы (15,0% или 4,2 млрд долл. США), баранина (6,3% или 1,7 млрд долл. США), а также пищевые субпродукты (3,0% или 829,3 млн долл. США). Суммарно на данные виды мясной продукции пришлось 98,8% стоимостного импорта категории.

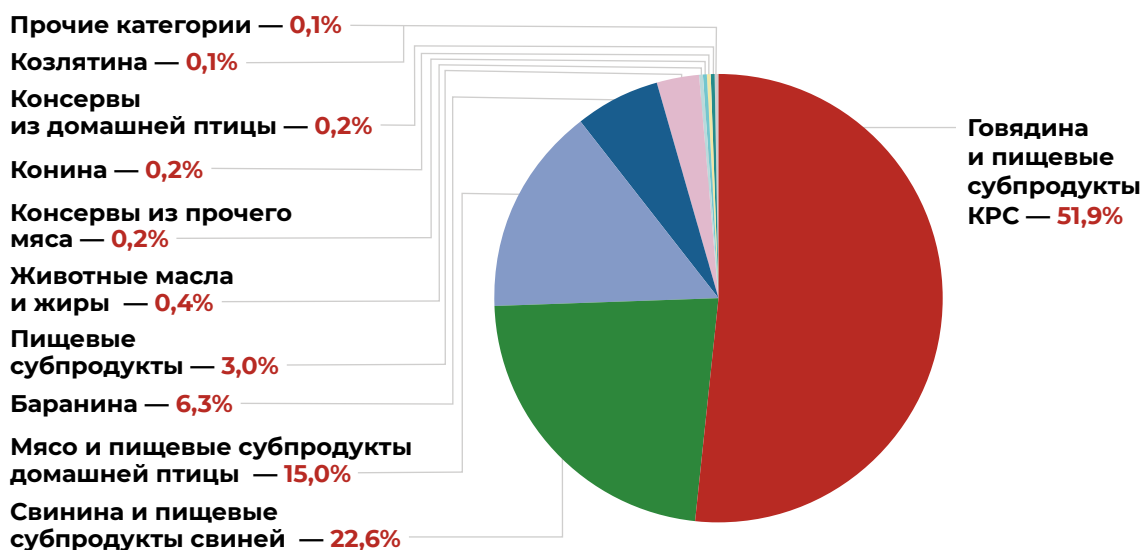
В 2023 г. значительно выросли поставки консервов из прочего мяса и конины. Так, по отношению к 2022 г. объем закупок консервов из прочего мяса увеличился в 6,1 раза (+22,1 тыс. тонн) в натуральном выражении и в 6,5 раза (+54,6 млн долл. США) в стоимостном. Поставки конины выросли в 8 раз (+28,5 тыс. тонн) в натуральном выражении и в 7,6 раза (+54,4 млн долл. США) в стоимостном. Импорт изделий и консервов из домашней птицы увеличился до 10,7 тыс. тонн и 46,4 млн долл. США соответственно.

Импорт мяса и мясной продукции Китая по категориям, 2022–2023 гг.

№	Категория	2022		2023		Прирост в 2023 к 2022			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Говядина и пищевые субпродукты КРС	2 731,4	18 001,7	2 772,2	14 414,3	40,8	1,5	-3 587,4	-19,9
2	Свинина и пищевые субпродукты свиней	2 796,1	6 589,6	2 647,8	6 275,8	-148,3	-5,3	-313,8	-4,8
3	Мясо и пищевые субпродукты домашней птицы	1 316,5	4 166,2	1 297,5	4 171,2	-18,9	-1,4	5,1	0,1
4	Баранина	357,6	2 074,5	427,2	1 749,1	69,6	19,5	-325,4	-15,7
5	Пищевые субпродукты	197,9	895,2	198,5	829,3	0,6	0,3	-65,9	-7,4
6	Животные масла и жиры	45,0	110,8	42,3	98,4	-2,7	-5,9	-12,5	-11,2
7	Консервы из прочего мяса	4,3	9,9	26,4	64,5	22,1	в 6,1 раза	54,6	в 6,5 раза
8	Конина	4,0	8,2	32,6	62,6	28,5	в 8 раз	54,4	в 7,6 раза
9	Консервы из домашней птицы	0,02	0,1	10,7	46,4	10,6	-	46,4	-
10	Козлятина	0,3	1,8	6,4	28,4	6,1	в 21,8 раза	26,6	в 16,1 раза
	Прочие категории	1,4	8,5	8,0	31,9	6,6	в 5,8 раза	23,3	в 3,7 раза
	Итого	7 454,6	31 866,4	7 469,7	27 772,0	15,1	0,2	-4 094,4	-12,8

Источник: ITC Trade Map

Структура импорта мяса и мясной продукции Китая по категориям в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: ITC Trade Map



Среди крупнейших стран-экспортеров мяса и мясной продукции в Китай в 2023 г. лидирующие позиции заняла Бразилия, на долю которой пришлось 32,5% (9,0 млрд долл. США) стоимостного импорта. Большая часть поставок Бразилии приходилась на говядину. Вторым крупнейшим поставщиком мяса в Китай стали США (13,8% стоимостного импорта), которые в 2023 г. поставили на рынок Китая 934,0 тыс. тонн продукции (преимущественно говядины и свинины) на сумму 3,8 млрд долл. США. Значительные объемы экспортировала Австралия (8,9%) — 457,3 тыс. тонн на сумму 2,5 млрд долл. США. Основу экспорта страны составляла говядина. Россия поставила на рынок Китая 157,9 тыс. тонн мяса на сумму 583,7 млн долл. США, что позволило ей занять 10-е место в рейтинге стран-экспортеров данной товарной категории. В структуре поставок основную долю составляло мясо птицы. Всего на топ-10 стран пришлось 88,0% стоимостного импорта мяса и мясной продукции Китая.

Наибольший прирост в 2023 г. наблюдался в поставках из Австралии. Экспорт страны увеличился на 23,2% (+86,2 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 0,4% (+8,8 млн долл. США) в стоимостном. В то же время отмечалось существенное сокращение поставок из Уругвая и Дании. Уругвай снизил экспорт на 20,8% (-80,2 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 38,8% (-779,4 млн долл. США) в стоимостном. Поставки из Дании сократились на 32,9% (-120,4 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 28,5% (-244,0 млн долл. США) в стоимостном.

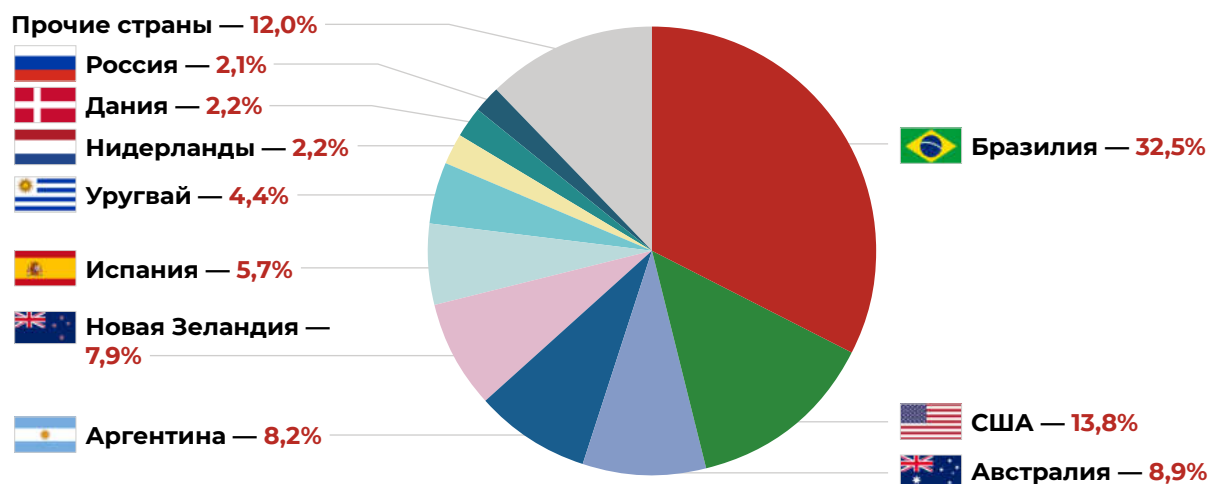
Основные страны-экспортеры мяса и мясной продукции в Китай, 2022–2023 гг.

№	Страна	2022		2023		Прирост в 2023 к 2022			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Бразилия	2 109,3	10 153,3	2 295,1	9 029,0	185,8	8,8	-1 124,3	-11,1
2	США	1 023,8	4 554,8	934,0	3 824,5	-89,7	-8,8	-730,3	-16,0
3	Австралия	371,1	2 474,5	457,3	2 483,4	86,2	23,2	8,8	0,4
4	Аргентина	571,9	2 945,2	564,6	2 282,1	-7,3	-1,3	-663,2	-22,5
5	Новая Зеландия	451,3	2 808,4	466,8	2 187,1	15,5	3,4	-621,2	-22,1
6	Испания	711,3	1 788,4	618,1	1 578,1	-93,2	-13,1	-210,4	-11,8
7	Уругвай	386,0	2 008,6	305,8	1 229,2	-80,2	-20,8	-779,4	-38,8
8	Нидерланды	248,4	588,2	256,3	621,0	7,9	3,2	32,8	5,6
9	Дания	366,0	856,5	245,6	612,5	-120,4	-32,9	-244,0	-28,5
10	Россия	158,7	559,2	157,9	583,7	-0,8	-0,5	24,5	4,4
	Прочие страны	1 057,0	3 129,2	1 168,2	3 341,4	111,2	10,5	212,2	6,8
	Итого	7 454,6	31 866,4	7 469,7	27 772,0	15,1	0,2	-4 094,4	-12,8

Источник: ITC Trade Map



Доля стран в импорте мяса и мясной продукции Китая в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: ITC Trade Map



Импорт молока и молочной продукции

В Китае стремительно развивается внутреннее производство молока и молочной продукции, однако уровень потребления на душу населения значительно ниже, чем в европейских странах. Пандемия COVID-19 придала существенный импульс развитию китайского рынка данного вида продукции, при этом страна остается крупным импортером молока.

В 2023 г. Китай импортировал 2,6 млн тонн молока и молочной продукции на сумму 7,4 млрд долл. США. Объем импорта данной категории продукции снизился относительно 2022 г. на 11,7% (-348,0 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 17,2% (-1,5 млрд долл. США) в стоимостном. Ежегодно импорт молока и молочной продукции Китая в 2019-2023 гг. сокращался на 0,3% в натуральном выражении и рос на 5,1% в стоимостном.

Импорт молока и молочной продукции Китая в натуральном и стоимостном выражении, 2019–2023 гг.



Источник: ITC Trade Map

В структуре импорта молочной продукции Китая в 2023 г. наибольшую долю занимало сухое молоко (39,7% стоимостного импорта или 2,9 млрд долл. США). Среди основных импортируемых продуктов также были питьевое молоко и сливки (21,6% или 1,6 млрд долл. США) и сыры (13,1% или 967,7 млн долл. США). Суммарно на данные виды продукции пришлось 74,5% стоимостного импорта категории.

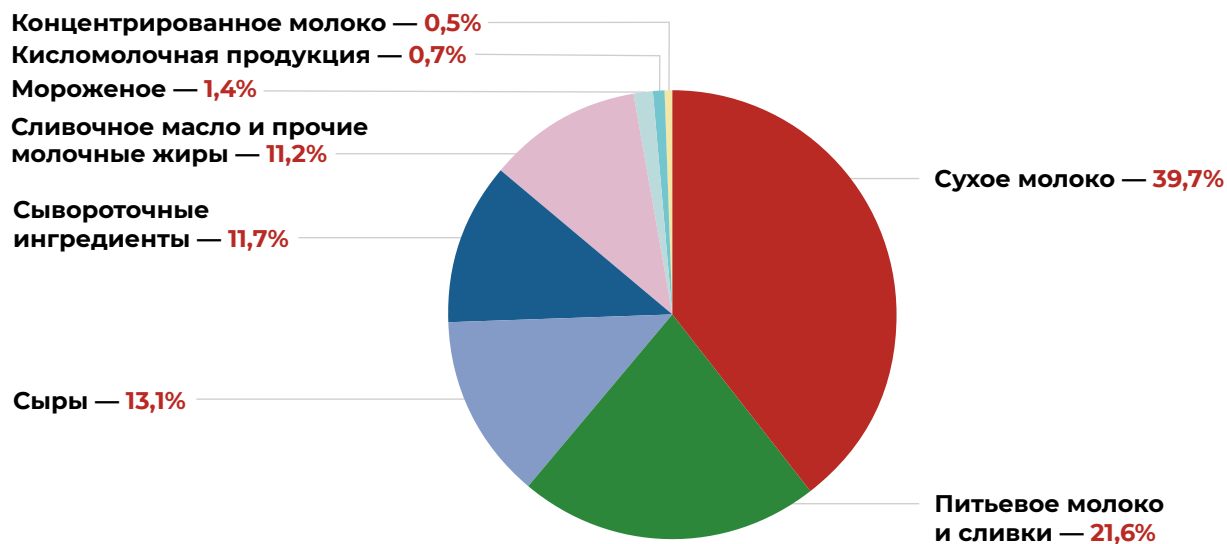
Наибольший прирост продемонстрировал импорт сыров и мороженого. По отношению к 2022 г. закупки сыров увеличились на 22,5% (+32,7 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 25,8% (+198,5 млн долл. США) в стоимостном. Поставки мороженого выросли на 35,7% (+5,7 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 40,5% (+29,8 млн долл. США) в стоимостном. Одновременно с этим значительно сократился импорт сухого молока — на 24,9% (-258,0 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 34,0% (-1,5 млрд долл. США) в стоимостном.

Импорт молока и молочной продукции Китая по категориям, 2022–2023 гг.

№	Категория	2022		2023		Прирост в 2023 к 2022			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Сухое молоко	1 035,3	4 429,8	777,3	2 923,8	-258,0	-24,9	-1 506,0	-34,0
2	Питьевое молоко и сливки	977,1	1 627,3	813,9	1 590,9	-163,3	-16,7	-36,3	-2,2
3	Сыры	145,5	769,2	178,2	967,7	32,7	22,5	198,5	25,8
4	Сывороточные ингредиенты	606,2	965,3	663,1	863,6	56,8	9,4	-101,7	-10,5
5	Сливочное масло и прочие молочные жиры	142,9	929,1	130,6	824,6	-12,4	-8,7	-104,6	-11,3
6	Мороженое	15,9	73,6	21,6	103,4	5,7	35,7	29,8	40,5
7	Кисломолочная продукция	23,6	48,6	21,2	48,0	-2,4	-10,1	-0,5	-1,1
8	Концентрированное молоко	24,1	47,5	17,0	38,6	-7,2	-29,7	-8,9	-18,7
	Итого	2 970,8	8 890,4	2 622,8	7 360,7	-348,0	-11,7	-1 529,7	-17,2

Источник: ITC Trade Map

Структура импорта молока и молочной продукции Китая по категориям в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: ITC Trade Map



Среди крупнейших стран-экспортеров молока и молочной продукции в Китай в 2023 г. лидирующие позиции заняла Новая Зеландия, на долю которой пришлось 54,1% (4,0 млрд долл. США) стоимостного импорта. Основу экспорта страны составило сухое молоко. Вторым крупнейшим поставщиком молока в Китай стала Австралия (9,9% стоимостного импорта), которая в 2023 г. поставила 188,0 тыс. тонн продукции (преимущественно сухого молока) на сумму 731,8 млн долл. США. Значительные объемы экспортировала Франция (6,4%) — 124,7 тыс. тонн на сумму 474,6 млн долл. США. Основу экспорта страны составляло питьевое молоко и сливки. Всего на топ-10 стран пришлось 90,3% стоимостного импорта молока и молочной продукции Китая.

Наибольший прирост в 2023 г. наблюдался в поставках из Беларуси и Испании. Экспорт Беларуси увеличился на 37,0% (+25,2 тыс. тонн) в натуральном выражении, однако снизился на 19,7% (-27,3 млн долл. США) в стоимостном. Испания нарастила экспорт молочной продукции 16,3% (+15,0 млн долл. США) в стоимостном выражении, тогда как в натуральном поставка снизились на 9,0% (-2,5 тыс. тонн). В то же время отмечалось существенное сокращение поставок из Новой Зеландии — на 14,2% (-182,1 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 21,9% (-1,1 млрд долл. США) в стоимостном, и Ирландии — на 30,4% (-16,8 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 24,3% (-38,9 млн долл. США) в стоимостном.

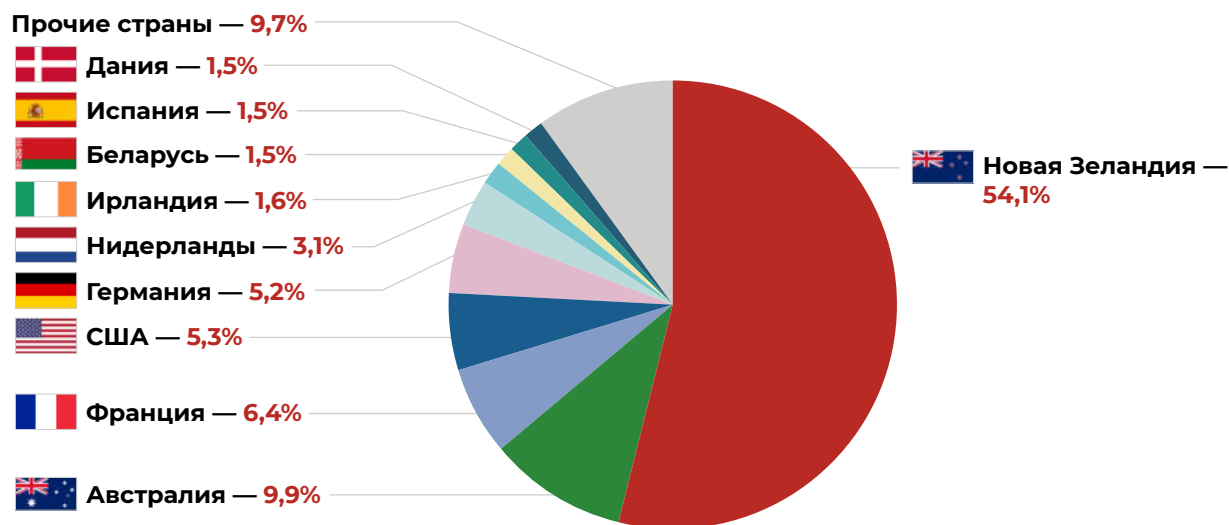
Основные страны-экспортеры молока и молочной продукции в Китай, 2022–2023 гг.

№	Страна	2022		2023		Прирост в 2023 к 2022			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Новая Зеландия	1 282,7	5 100,9	1 100,6	3 985,1	-182,1	-14,2	-1 115,9	-21,9
2	Австралия	247,3	773,0	188,0	731,8	-59,4	-24,0	-41,2	-5,3
3	Франция	135,5	472,5	124,7	474,6	-10,8	-8,0	2,1	0,4
4	США	354,1	492,0	343,0	391,6	-11,2	-3,1	-100,4	-20,4
5	Германия	341,0	417,2	290,9	384,8	-50,1	-14,7	-32,4	-7,8
6	Нидерланды	76,4	239,2	83,5	229,7	7,1	9,3	-9,5	-4,0
7	Ирландия	55,1	159,7	38,4	120,8	-16,8	-30,4	-38,9	-24,3
8	Беларусь	68,0	138,8	93,1	111,5	25,2	37,0	-27,3	-19,7
9	Испания	27,9	92,0	25,4	107,0	-2,5	-9,0	15,0	16,3
10	Дания	17,5	106,9	14,3	106,8	-3,2	-18,2	-0,01	-0,01
	Прочие страны	365,3	898,2	321,0	717,0	-44,3	-12,1	-181,2	-20,2
	Итого	2 970,8	8 890,4	2 622,8	7 360,7	-348,0	-11,7	-1 529,7	-17,2

Источник: ITC Trade Map



Доля стран в импорте молока и молочной продукции Китая в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: ITC Trade Map



Импорт рыбы и морепродуктов

Китай — крупнейший в мире производитель рыбы и морепродуктов, при этом в стране сохраняется высокий спрос на свежую и замороженную импортную продукцию.

В 2023 г. Китай импортировал 4,7 млн тонн рыбы и морепродуктов на сумму 19,7 млрд долл. США. Объем импорта данной категории продукции вырос относительно 2022 г. на 10,5% (+447,1 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 0,7% (+140,7 млн долл. США) в стоимостном. Импорт рыбы и морепродуктов ежегодно увеличивался на 1,2% в натуральном выражении и на 5,3% в стоимостном.



Источник: ITC Trade Map

В структуре импорта рыбы и морепродуктов Китая в 2023 г. наибольшую долю занимали ракообразные (48,7% стоимостного импорта или 9,6 млрд долл. США). Среди основных импортируемых продуктов также была рыба мороженая (24,4% или 4,8 млрд долл. США) и моллюски (10,1% или 2,0 млрд долл. США). Суммарно на данные виды рыбы и морепродуктов пришлось 83,2% стоимостного импорта категории.

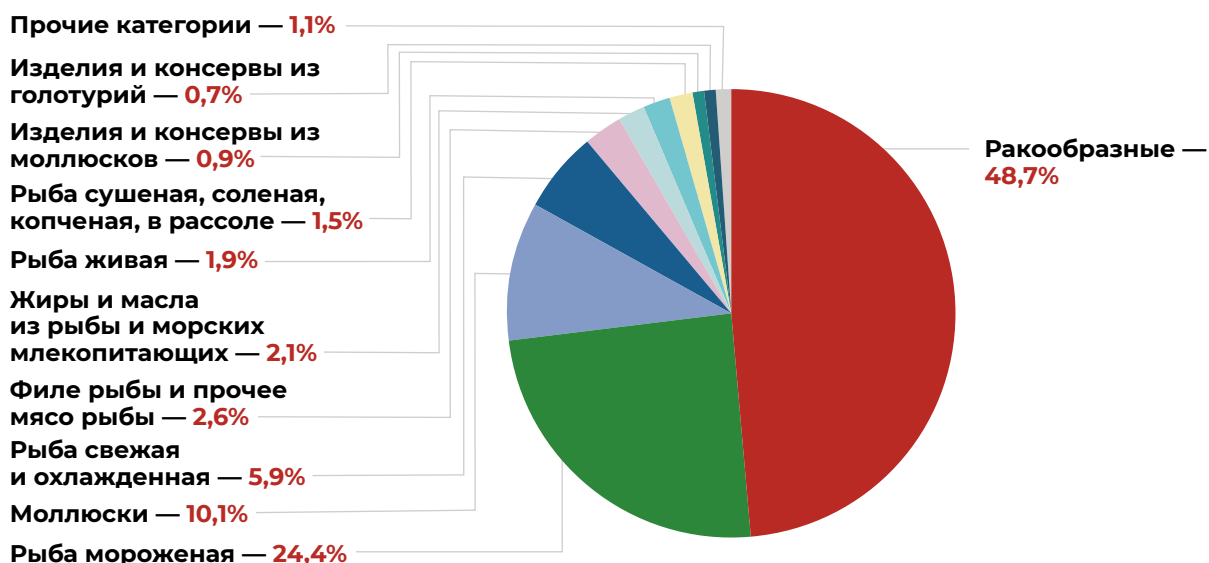
Наиболее значительным был прирост по импорту изделий и консервов из моллюсков и рыбы свежей и охлажденной. По отношению к 2022 г. закупки рыбы свежей и охлажденной увеличились на 41,8% (+27,0 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 36,9% (+314,4 млн долл. США) в стоимостном. Поставки изделий и консервов из моллюсков выросли на 92,7% (+25,3 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 88,8% (+85,7 млн долл. США) в стоимостном. Одновременно с этим значительно сократился импорт филе рыбы и прочего мяса рыбы — на 28,9% (-76,2 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 31,7% (-235,8 млн долл. США) в стоимостном, и жиров и масел из рыбы и морских млекопитающих — на 45,2% (-35,1 тыс. тонн) в натуральном выражении.

Импорт рыбы и морепродуктов Китая по категориям, 2022–2023 гг.

№	Категория	2022		2023		Прирост в 2023 к 2022			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Ракообразные	1 094,0	9 565,8	1 243,1	9 567,3	149,1	13,6	1,5	0,02
2	Рыба мороженая	2 063,9	5 102,4	2 382,5	4 798,3	318,6	15,4	-304,1	-6,0
3	Моллюски	499,3	1 822,2	553,4	1 982,0	54,0	10,8	159,9	8,8
4	Рыба свежая и охлажденная	64,5	851,4	91,5	1 165,7	27,0	41,8	314,4	36,9
5	Филе рыбы и прочее мясо рыбы	263,4	744,4	187,2	508,6	-76,2	-28,9	-235,8	-31,7
6	Жиры и масла из рыбы и морских млекопитающих	77,5	383,0	42,5	418,3	-35,1	-45,2	35,4	9,2
7	Рыба живая	29,0	330,2	31,9	380,2	3,0	10,3	50,0	15,1
8	Рыба сушеная, соленая, копченая, в рассоле	81,2	261,0	72,6	294,7	-8,6	-10,6	33,7	12,9
9	Изделия и консервы из моллюсков	27,3	96,6	52,5	182,3	25,3	92,7	85,7	88,8
10	Изделия и консервы из голотурий	3,3	114,8	6,0	145,3	2,7	82,8	30,4	26,5
	Прочие категории	64,0	241,6	51,4	211,3	-12,6	-19,7	-30,3	-12,5
	Итого	4 267,4	19 513,3	4 714,6	19 654,0	447,1	10,5	140,7	0,7

Источник: ITC Trade Map

Структура импорта рыбы и морепродуктов Китая по категориям в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: ITC Trade Map



В структуре импорта рыбы и морепродуктов Китая по видам в 2023 г. наибольшую долю занимали креветки (30,5% стоимостного импорта или 6,0 млрд долл. США). Среди основных импортируемых продуктов также были крабы (9,7% или 1,9 млрд долл. США), лосось (8,0% или 1,6 млрд долл. США), каракатицы и кальмары (6,9% или 1,4 млрд долл. США) и омары (4,2% или 834,2 млн долл. США). Суммарно на данные виды рыбы и морепродуктов пришлось 59,4% стоимостного импорта рыбы и морепродуктов Китая.

Наиболее значительным был прирост закупок каракатиц и кальмаров — по отношению к 2022 г. объем импорта увеличился на 35,8% (+119,7 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 36,5% (+361,4 млн долл. США) в стоимостном. Также существенно вырос импорт крабов — на 33,2% (+32,5 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 20,8% (+329,2 млн долл. США) в стоимостном, и омаров — на 42,1% (+10,6 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 28,3% (183,8 млн долл. США) в стоимостном. Одновременно с этим значительно сократились закупки сома — на 35,4% (-89,1 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 45,8% (-279,3 млн долл. США) в стоимостном, и трески — на 19,5% (-36,6 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 27,2% (-221,2 млн долл. США) в стоимостном.

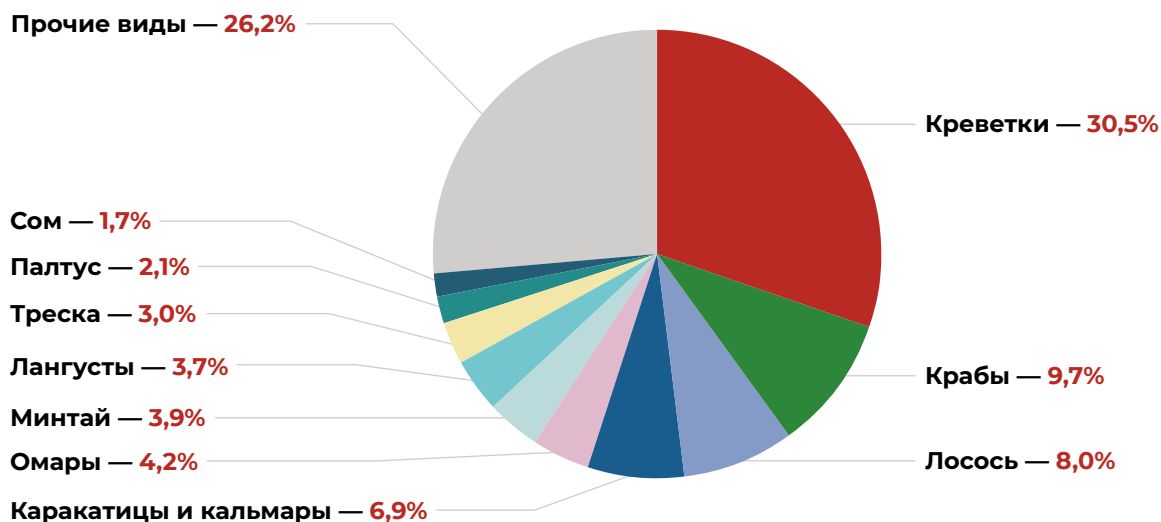
Импорт рыбы и морепродуктов Китая по видам, 2022–2023 гг.

№	Категория	2022		2023		Прирост в 2023 к 2022			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Креветки	949,3	6 265,1	1 061,1	5 993,0	111,8	11,8	-272,1	-4,3
2	Крабы	97,9	1 583,9	130,5	1 913,1	32,5	33,2	329,2	20,8
3	Лосось	199,5	1 403,0	252,4	1 574,0	52,9	26,5	170,9	12,2
4	Каракатицы и кальмары	334,3	990,8	454,0	1 352,2	119,7	35,8	361,4	36,5
5	Омары	25,3	650,3	36,0	834,2	10,6	42,1	183,8	28,3
6	Минтай	614,8	878,4	615,0	771,0	0,2	0,04	-107,4	-12,2
7	Лангусты	21,3	990,7	15,9	732,7	-5,4	-25,5	-258,0	-26,0
8	Треска	187,2	812,0	150,7	590,8	-36,6	-19,5	-221,2	-27,2
9	Палтус	57,4	350,8	65,4	410,4	8,0	13,9	59,6	17,0
10	Сом	251,7	609,8	162,6	330,5	-89,1	-35,4	-279,3	-45,8
	Прочие виды	1 528,7	4 978,5	1 771,1	5 152,3	242,4	15,9	173,8	3,5
	Итого	4 267,4	19 513,3	4 714,6	19 654,0	447,1	10,5	140,7	0,7

Источник: ITC Trade Map



Структура импорта рыбы и морепродуктов Китая по видам в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: ITC Trade Map

Среди крупнейших стран-экспортеров рыбы и морепродуктов в Китай в 2023 г. лидирующие позиции занял Эквадор, на долю которого пришлось 18,1% (3,6 млрд долл. США) стоимостного импорта. Основу экспорта страны составляли ракообразные. Вторым крупнейшим поставщиком рыбы в Китай стала Россия (14,8% стоимостного импорта), которая в 2023 г. поставила 1,3 млн тонн продукции (преимущественно рыбы мороженой и ракообразных) на сумму 2,9 млрд долл. США. Значительные объемы экспортировала Канада (6,9%) — 116,7 тыс. тонн на сумму 1,4 млрд долл. США. Основу экспорта страны составляли ракообразные. Всего на топ-10 стран пришлось 71,2% стоимостного импорта рыбы и морепродуктов Китая.

Наибольший прирост в 2023 г. наблюдался в поставках из России и Перу. Экспорт России увеличился на 36,6% (+343,2 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 5,3% (+147,2 млн долл. США) в стоимостном. Перу нарастил экспорт рыбы и морепродуктов в 2,2 раза (+101,5 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 49,5% (+182,5 млн долл. США) в стоимостном. В то же время отмечалось существенное сокращение поставок из Вьетнама — на 34,4% (-161,5 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 52,9% (-895,4 млн долл. США) в стоимостном.

Основные страны-экспортеры рыбы и морепродуктов в Китай, 2022–2023 гг.

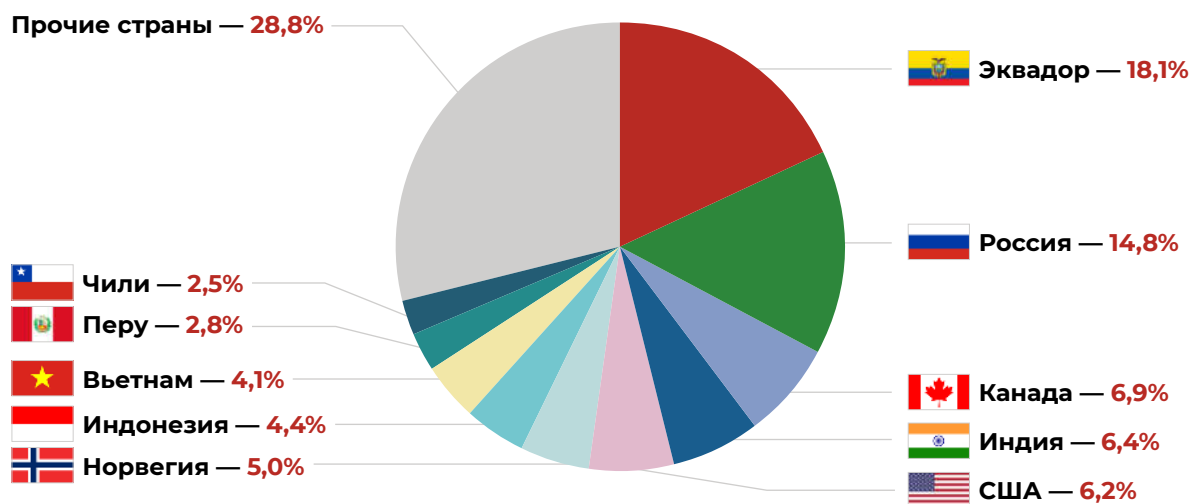
№	Страна	2022		2023		Прирост в 2023 к 2022			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Эквадор	576,0	3 563,2	704,0	3 564,9	127,9	22,2	1,7	0,05
2	Россия	938,2	2 764,5	1 281,5	2 911,6	343,2	36,6	147,2	5,3
3	Канада	103,5	1 235,7	116,7	1 357,9	13,2	12,7	122,2	9,9
4	Индия	297,2	1 264,1	358,1	1 262,5	60,9	20,5	-1,6	-0,1

Продолжение табл.

№	Страна	2022		2023		Прирост в 2023 к 2022			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
5	США	281,1	1 181,5	289,1	1 213,1	8,0	2,8	31,6	2,7
6	Норвегия	184,4	925,5	156,4	973,1	-28,1	-15,2	47,7	5,2
7	Индонезия	211,1	791,1	203,8	869,1	-7,3	-3,5	78,0	9,9
8	Вьетнам	469,7	1 693,1	308,3	797,7	-161,5	-34,4	-895,4	-52,9
9	Перу	80,2	368,8	181,7	551,4	101,5	в 2,2 раза	182,5	49,5
10	Чили	44,4	371,9	56,8	500,8	12,4	27,9	128,9	34,6
	Прочие страны	1 081,5	5 353,9	1 058,4	5 652,0	-23,1	-2,1	298,1	5,6
	Итого	4 267,4	19 513,3	4 714,6	19 654,0	447,1	10,5	140,7	0,7

Источник: ITC Trade Map

Доля стран в импорте рыбы и морепродуктов Китая в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: ITC Trade Map

Импорт кондитерских изделий

Вестернизация потребительских предпочтений в Китае обуславливает рост популярности кондитерских изделий, которые ранее не входили в традиционную культуру питания китайцев. Особым спросом пользуется импортная продукция.

В 2023 г. Китай импортировал 325,1 тыс. тонн кондитерских изделий на 1,9 млрд долл. США, что на 0,7% (+2,4 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 2,1% (+39,9 млн долл. США) в стоимостном больше 2022 г. Импорт кондитерских изделий Китая ежегодно снижался в среднем на 1,5% по весу и рос на 4,9% по стоимости.

Импорт кондитерских изделий Китая в натуральном и стоимостном выражении, 2019–2023 гг.



Источник: ITC Trade Map

В структуре импорта кондитерских изделий Китая наибольшую долю занимали мучные кондитерские и хлебобулочные изделия, на которые пришлось 51,1% (990,8 млн долл. США) стоимостного импорта. На шоколадные и сахаристые кондитерские изделия пришлось 30,6% и 18,4% соответственно.

Наибольший прирост в 2023 г. был по импорту сахаристых кондитерских изделий — в натуральном выражении он увеличился на 2,0% (+1,1 тыс. тонн), а в стоимостном на 7,1% (+23,7 млн долл. США). Прирост наблюдался по поставкам мучных кондитерских и хлебобулочных изделий. Так, по отношению к 2022 г. объем закупок увеличился на 1,1% (+1,9 тыс. тонн) в натуральном выражении, однако уменьшился на 0,2% (-1,9 млн долл. США) в стоимостном.

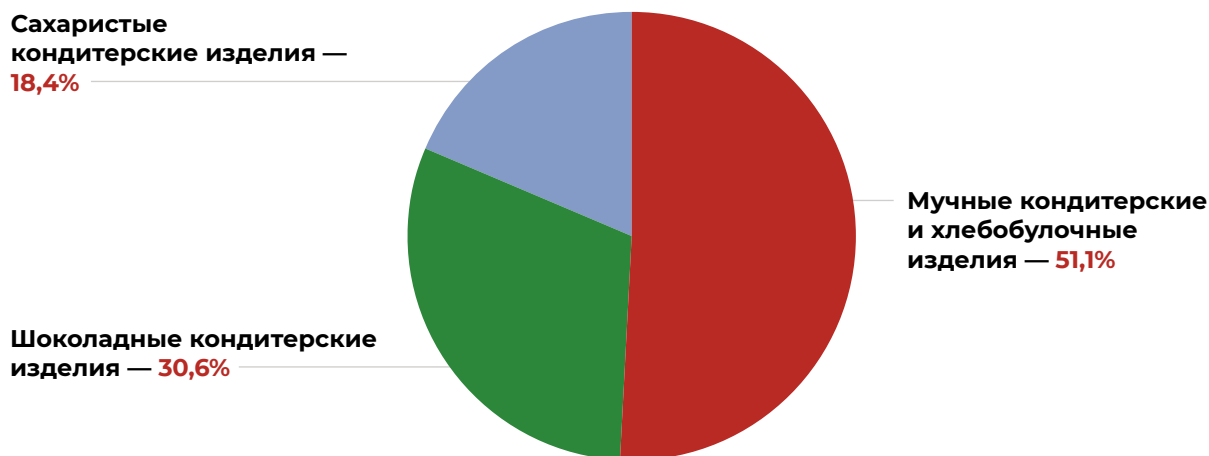
Импорт кондитерских изделий Китая по категориям, 2022–2023 гг.

№	Категория	2022		2023		Прирост в 2023 к 2022			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Мучные кондитерские и хлебобулочные изделия	172,5	992,7	174,4	990,8	1,9	1,1	-1,9	-0,2
2	Шоколадные кондитерские изделия	95,0	575,5	94,4	593,6	-0,6	-0,6	18,1	3,1
3	Сахаристые кондитерские изделия	55,2	332,5	56,3	356,2	1,1	2,0	23,7	7,1
	Итого	322,7	1 900,7	325,1	1 940,6	2,4	0,7	39,9	2,1

Источник: ITC Trade Map



Структура импорта кондитерских изделий Китая по категориям в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: ITC Trade Map

Среди крупнейших стран-экспортеров кондитерских изделий в Китай в 2023 г. лидирующие позиции занял Гонконг, на долю которого пришлось 16,2% (314,5 млн долл. США) стоимостного импорта данной категории. Основу экспорта Гонконга в Китай составили мучные кондитерские и хлебобулочные изделия. Вторым крупнейшим поставщиком стала Индонезия (11,6%) — 72,1 тыс. тонн продукции на 225,8 млн долл. США. Также значительные объемы кондитерских изделий экспортировала в Китай Италия (7,2% стоимостного импорта) — 16,8 тыс. тонн на 139,7 млн долл. США. Основным экспортируемым продуктом Италии были шоколадные кондитерские изделия. Всего на топ-10 стран пришлось 71,8% стоимостного импорта кондитерских изделий ЮАР.

Наиболее значительный прирост в 2023 г. продемонстрировали поставки из США: экспорт кондитерских изделий в Китай увеличился на 33,6% (+2,2 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 34,1% (+28,4 млн долл. США) в стоимостном. В то же время Таиланд увеличил экспорт кондитерских изделий в Китай на 22,1% (+3,2 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 42,3% (+26,8 млн долл. США) в стоимостном.

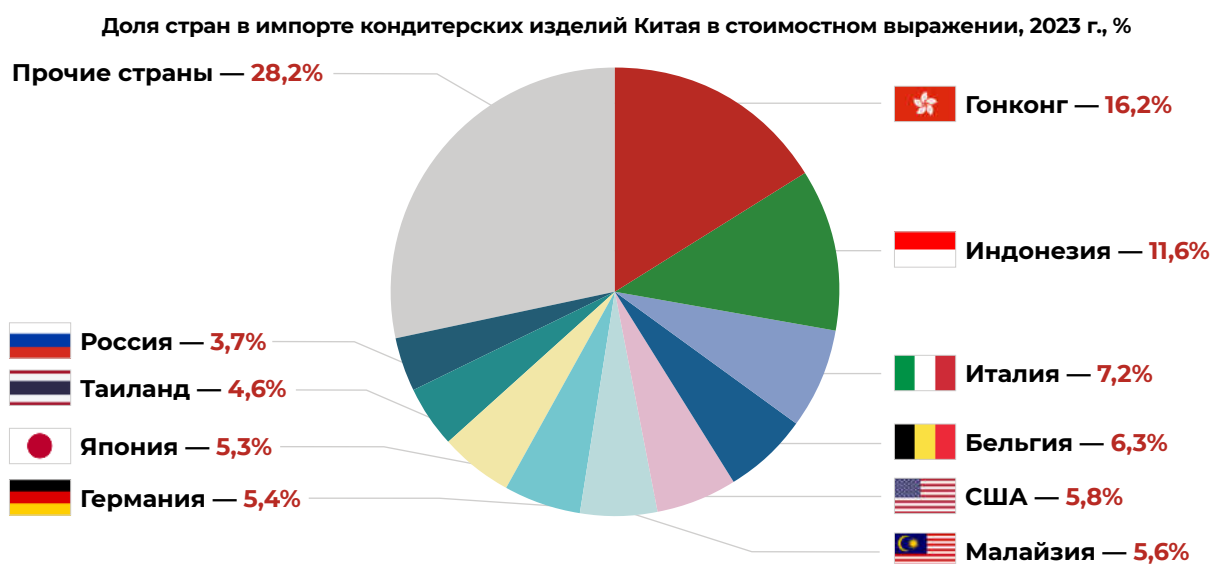
Поставки кондитерских изделий из России в Китай в 2023 г. увеличились на 25,0% (+6,1 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 8,6% (+5,7 млн долл. США) в стоимостном выражении. Основу экспорта России в Китай составили шоколадные кондитерские изделия.

В 2023 г. наблюдалось значительное сокращение поставок из Индонезии — на 8,9% (-7,0 тыс. тонн) по весу и на 5,7% (-13,6 млн долл. США) по стоимости в связи со снижением объемов экспорта мучных кондитерских и хлебобулочных изделий. Япония сократила экспорт кондитерских изделий на 18,9% (-2,2 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 24,2% (-32,9 млн долл. США) в стоимостном.

Основные страны-экспортеры кондитерских изделий в Китай, 2022–2023 гг.

№	Страна	2022		2023		Прирост в 2023 к 2022			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Гонконг	11,1	329,0	10,7	314,5	-0,4	-3,4	-14,6	-4,4
2	Индонезия	79,2	239,4	72,1	225,8	-7,0	-8,9	-13,6	-5,7
3	Италия	15,8	130,7	16,8	139,7	0,9	5,9	9,0	6,9
4	Бельгия	21,4	119,0	19,2	122,0	-2,1	-10,0	3,0	2,5
5	США	6,6	83,4	8,8	111,8	2,2	33,6	28,4	34,1
6	Малайзия	23,9	104,8	22,9	108,8	-1,0	-4,1	4,0	3,8
7	Германия	12,0	92,9	12,7	104,6	0,7	6,2	11,6	12,5
8	Япония	11,7	135,8	9,5	102,9	-2,2	-18,9	-32,9	-24,2
9	Таиланд	14,5	63,4	17,7	90,2	3,2	22,1	26,8	42,3
10	Россия	24,3	66,5	30,3	72,2	6,1	25,0	5,7	8,6
	Прочие страны	102,2	535,7	104,2	548,2	2,0	2,0	12,5	2,3
	Итого	322,7	1 900,7	325,1	1 940,6	2,4	0,7	39,9	2,1

Источник: ITC Trade Map



Источник: ITC Trade Map



Импорт алкогольных напитков

На рынке алкоголя Китая последние несколько лет наблюдается снижение объемов продаж импортного вина и крепкого алкоголя, поскольку китайцы предпочитают пиво и водку (байцзю) местного производства. Кроме того, определенная стагнация на китайском рынке алкогольных напитков в целом объясняется повышенным вниманием населения к собственному здоровью после пандемии COVID-19 и усилиями правительства по ограничению потребления алкоголя.

Динамика импортных поставок алкогольных напитков в Китай обусловлена премиализацией потребления данного вида продукции, что отражается на показателях натурального и стоимостного импорта. В 2023 г. Китай импортировал 807,1 тыс. тонн алкогольных напитков на сумму 4,7 млрд долл. США. Объем импорта данной категории продукции относительно 2022 г. снизился на 16,5% (-160,0 тыс. тонн) в натуральном выражении и вырос на 3,4% (+154,8 млн долл. США) в стоимостном. Импорт алкогольных напитков Китая в 2019–2023 гг. ежегодно снижался в среднем на 14,0% в натуральном выражении и на 1,5% в стоимостном.

Импорт алкогольных напитков Китая в натуральном и стоимостном выражении, 2019–2023 гг.



Источник: ITC Trade Map

В структуре импорта алкогольной продукции Китая в 2023 г. наибольшую долю занимали спиртовые настойки, полученные в результате дистилляции виноградного вина или выжимок винограда (37,6% импорта в стоимостном выражении или около 1,8 млрд долл. США). В число основных импортируемых алкогольных продуктов в 2023 г. также вошли вина виноградные (24,9% или 1,2 млрд долл. США), виски (12,6% или 585,6 млн долл. США) и пиво (12,4% или 578,2 млн долл. США). Суммарно на данные виды продукции пришлось 87,5% стоимостного импорта категории.

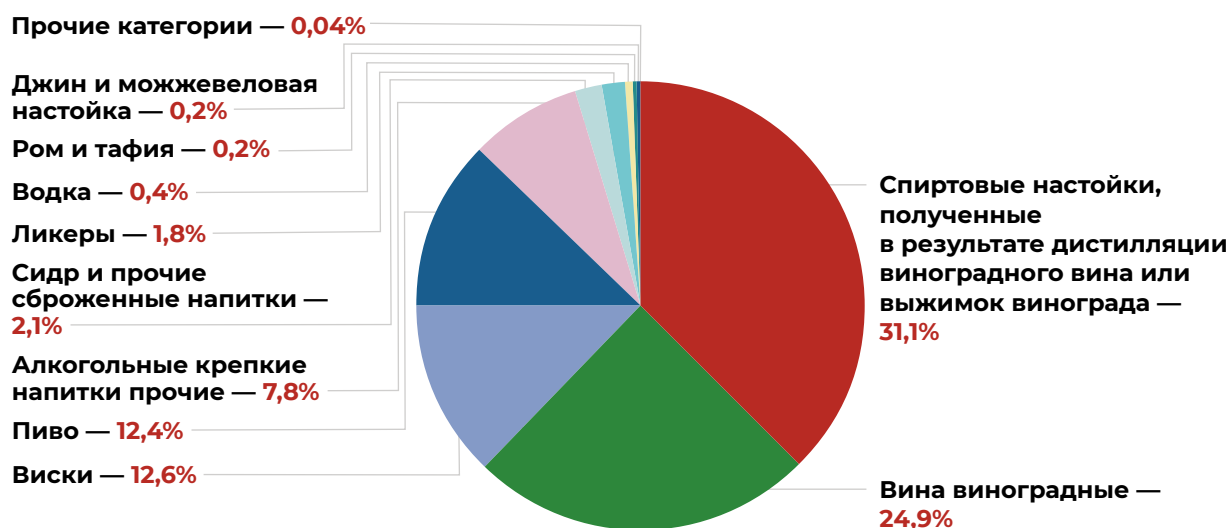
По сравнению с 2022 г. наибольший прирост наблюдался в поставках в Китай спиртовых настоек, полученных в результате дистилляции виноградного вина или выжимок винограда, объем импорта которых в 2023 г. увеличился на 13,5% (+4,7 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 23,6% (+334,6 млн долл. США) в стоимостном. Одновременно с этим значительно сократились закупки Китаем вин виноградных — на 25,8% (-86,1 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 19,1% (-274,6 млн долл. США) в стоимостном.

Импорт алкогольных напитков Китая по категориям, 2022–2023 гг.

№	Категория	2022		2023		Прирост в 2023 к 2022			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Спиртовые настойки, полученные в результате дистилляции виноградного вина или выжимок винограда	35,0	1 417,3	39,7	1 751,8	4,7	13,5	334,6	23,6
2	Вина виноградные	334,1	1 434,9	248,0	1 160,4	-86,1	-25,8	-274,6	-19,1
3	Виски	39,9	558,2	30,0	585,6	-9,8	-24,6	27,4	4,9
4	Пиво	486,6	650,1	422,5	578,2	-64,1	-13,2	-71,9	-11,1
5	Алкогольные крепкие напитки прочие	13,6	212,1	13,0	365,0	-0,6	-4,3	152,9	72,1
6	Сидр и прочие сброженные напитки	17,4	106,9	13,9	95,6	-3,5	-20,2	-11,4	-10,6
7	Ликеры	28,6	81,2	28,6	82,3	-0,005	-0,02	1,1	1,3
8	Водка	5,5	19,6	5,5	18,1	0,02	0,3	-1,6	-8,1
9	Ром и тафия	2,5	8,9	3,2	11,1	0,7	25,9	2,1	23,8
10	Джин и можжевеловая настойка	2,6	12,6	2,1	10,6	-0,5	-20,6	-2,0	-15,7
	Прочие категории	1,4	3,8	0,6	2,0	-0,8	-57,9	-1,8	-46,6
	Итого	967,1	4 505,8	807,1	4 660,6	-160,0	-16,5	154,8	3,4

Источник: ITC Trade Map

Структура импорта алкогольных напитков Китая по категориям в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: ITC Trade Map



Среди крупнейших стран-экспортеров алкоголя в Китай в 2023 г. лидирующие позиции заняла Франция, на долю которой пришлось 50,6% (около 2,4 млрд долл. США) стоимостного импорта. Основу экспорта страны составили спиртовые настойки, полученные в результате дистилляции виноградного вина или выжимок винограда. Вторым крупнейшим поставщиком алкогольных напитков в Китай является Великобритания, которая в 2023 г. поставила 39,8 тыс. тонн продукции, преимущественно виски, на сумму 527,8 млн долл. США (11,3% стоимостного импорта). Значительные объемы экспортировала Чили — 110,2 тыс. тонн на сумму 224,3 млн долл. США (6,4% в общей структуре поставок), основу экспорта страны составили вина виноградные. Всего на топ-10 стран пришлось 85,1% стоимостного импорта алкогольных напитков Китая.

В 2023 г. отмечался рост экспорта алкоголя в Китай из США — на 18,0% (2,8 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 8,8% (8,1 млн долл. США) в стоимостном. Одновременно с этим снизился экспорт из Испании — на 41,9% (33,7 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 28,2% (45,9 млн долл. США) в стоимостном, а также из Чили — на 17,9% (24,0 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 31,5% (102,9 млн долл. США) в стоимостном.

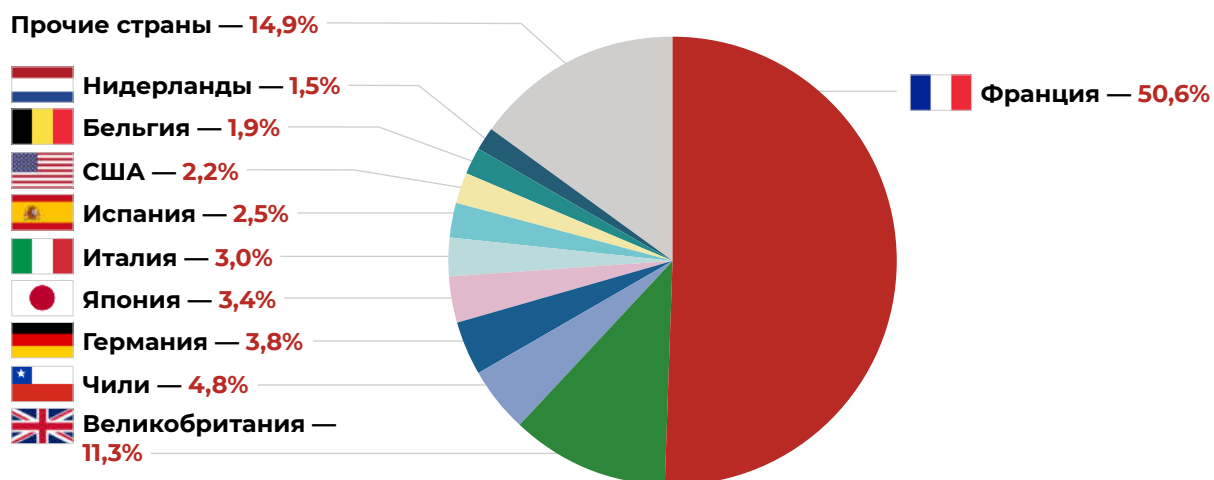
Основные страны-экспортеры алкогольных напитков в Китай, 2022–2023 гг.

№	Страна	2022		2023		Прирост в 2023 к 2022			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Франция	155,8	2 150,3	127,4	2 359,9	-28,3	-18,2	209,6	9,7
2	Великобритания	46,3	491,8	39,8	527,8	-6,5	-14,1	36,0	7,3
3	Чили	134,1	327,2	110,2	224,3	-24,0	-17,9	-102,9	-31,5
4	Германия	180,0	185,5	153,6	175,4	-26,3	-14,6	-10,0	-5,4
5	Япония	27,7	179,8	23,6	158,0	-4,1	-14,9	-21,8	-12,1
6	Италия	38,1	159,1	28,2	138,4	-9,9	-26,1	-20,7	-13,0
7	Испания	80,4	162,8	46,7	117,0	-33,7	-41,9	-45,9	-28,2
8	США	15,6	92,0	18,4	100,1	2,8	18,0	8,1	8,8
9	Бельгия	48,9	108,0	37,9	90,1	-11,1	-22,6	-17,9	-16,6
10	Нидерланды	38,1	69,2	38,8	72,0	0,6	1,7	2,8	4,0
	Прочие страны	202,1	580,2	182,5	697,7	-19,5	-9,7	117,5	20,3
	Итого	967,1	4 505,8	807,1	4 660,6	-160,0	-16,5	154,8	3,4

Источник: ITC Trade Map



Доля стран в импорте алкогольных напитков Китая в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: ITC Trade Map



Импорт безалкогольных напитков

Несмотря на распространенную практику иностранных компаний открывать локальное производство своей продукции на китайском рынке, страна продолжает закупать значимые объемы безалкогольных напитков из-за рубежа, поскольку в Китае сформировался устойчивый спрос на продукцию известных международных брендов.

В 2023 г. Китай импортировал более 1,1 млн тонн безалкогольных напитков и соков на 1,8 млрд долл. США. Относительно 2022 г. объем импорта данной продукции вырос на 13,1% (+131,2 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 22,4% (+331,2 млн долл. США) в стоимостном. Импорт безалкогольных напитков и соков Китая в 2019–2023 гг. ежегодно увеличивался в среднем на 7,5% в натуральном выражении и на 11,6% в стоимостном.

Импорт безалкогольных напитков Китая в натуральном и стоимостном выражении, 2019–2023 гг.



Источник: ITC Trade Map

В структуре импорта безалкогольных напитков и соков Китая наибольшую долю занимают поставки безалкогольных напитков, кроме воды и соков (48,6% стоимостного импорта в 2023 г.), а также соки фруктовые и овощные (43,3%). На воду без сахара и добавок в 2023 г. пришлось 8,1% поставок.

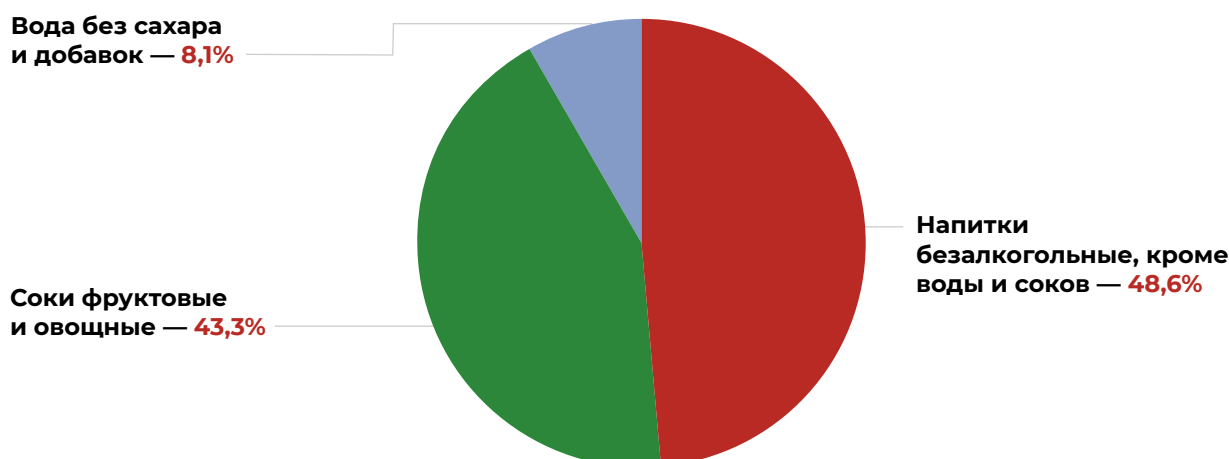
В 2023 г. наблюдалось увеличение Китаем закупок соков фруктовых и овощных на 44,0% (154,3 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 41,0% (228,0 млн долл. США) в стоимостном. Импорт напитков безалкогольных, кроме воды и соков сократился на 4,9% (22,7 тыс. тонн) в натуральном выражении, при этом увеличился на 12,8% (100,0 млн долл. США) в стоимостном.

Импорт безалкогольных напитков Китая по категориям, 2022–2023 гг.

№	Категория	2022		2023		Прирост в 2023 к 2022			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Напитки безалкогольные, кроме воды и соков	458,6	780,6	436,0	880,6	-22,7	-4,9	100,0	12,8
2	Соки фруктовые и овощные	350,3	556,1	504,6	784,0	154,3	44,0	228,0	41,0
3	Вода без сахара и добавок	196,2	143,6	195,8	146,8	-0,4	-0,2	3,2	2,2
	Итого	1 005,2	1 480,2	1 136,4	1 811,4	131,2	13,1	331,2	22,4

Источник: ITC Trade Map

Структура импорта безалкогольных напитков Китая по категориям в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: ITC Trade Map

Среди крупнейших стран-экспортеров безалкогольных напитков и соков в Китай первое место в 2023 г. занял Таиланд, на долю которого пришлось 16,5% стоимостного импорта данной продукции (299,8 млн долл. США). Основными экспортируемыми в Китай из Таиланда видами безалкогольных напитков являются соки фруктовые и овощные. Второй крупнейший поставщик — Республика Корея (11,6% стоимостного импорта), поставившая в 2023 г. 110,6 тыс. тонн продукции на 209,7 млн долл. США. Основу корейских поставок составили напитки безалкогольные, кроме воды и соков. Также значительный объем поставила Германия — 7,5 тыс. тонн на 142,3 млн долл. США (7,9% объема импорта в стоимостном выражении), в основном — напитки безалкогольные, кроме воды и соков. Всего на топ-10 стран пришлось 75,8% импорта безалкогольных напитков и соков Китая в стоимостном выражении.

Наиболее заметно в 2023 г. увеличились поставки из Таиланда: экспорт безалкогольных напитков в Китай вырос на 44,2% (92,1 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 47,2% (96,2 млн долл. США) в стоимостном. Республика Корея увеличила экспорт безалкогольных напитков в Китай на 22,1% (20,0 тыс. тонн) и 19,4% (34,1 млн долл. США)



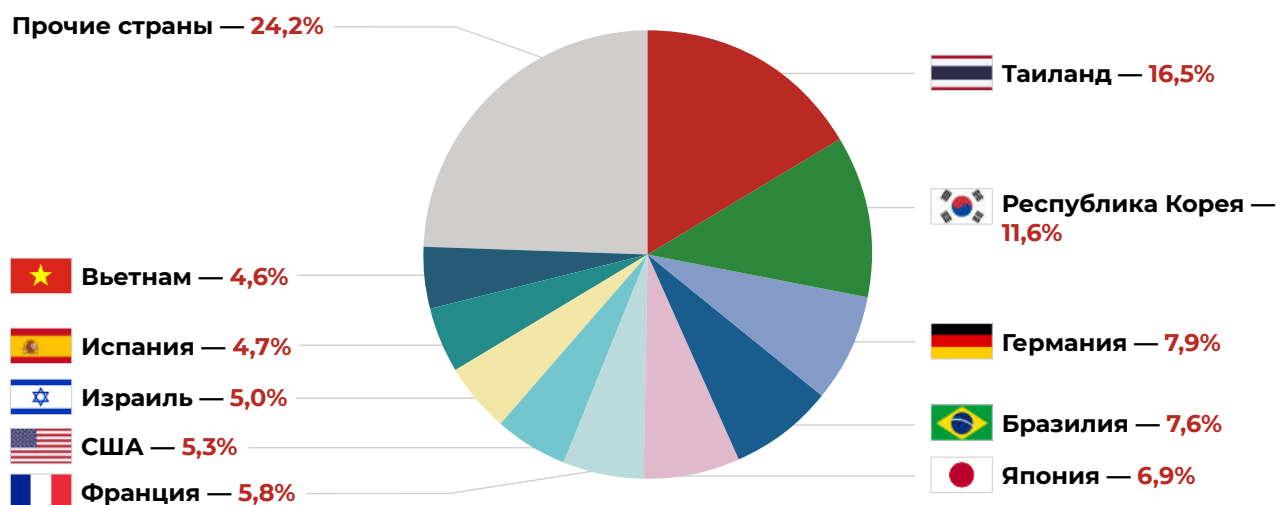
соответственно, Германия — на 38,9% (2,1 тыс. тонн) и в 2 раза (73,7 млн долл. США) соответственно. В то же время Франция, крупнейший экспортер минеральной воды, сократила поставки продукции в Китай на 13,1% (-15,6 тыс. тонн) в натуральном выражении и на 4,8% (-5,3 млн долл. США) в стоимостном.

Основные страны-экспортеры безалкогольных напитков в Китай, 2022–2023 гг.

№	Страна	2022		2023		Прирост в 2023 к 2022			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Таиланд	208,1	203,6	300,2	299,8	92,1	44,2	96,2	47,2
2	Республика Корея	90,6	175,7	110,6	209,7	20,0	22,1	34,1	19,4
3	Германия	5,4	68,6	7,5	142,3	2,1	38,9	73,7	в 2 раза
4	Бразилия	79,4	101,9	79,6	137,1	0,3	0,3	35,3	34,6
5	Япония	45,1	111,1	52,1	124,1	6,9	15,3	13,0	11,7
6	Франция	119,7	109,7	104,0	104,4	-15,6	-13,1	-5,3	-4,8
7	США	9,9	94,7	8,3	96,2	-1,6	-15,8	1,4	1,5
8	Израиль	27,8	59,1	38,7	91,1	10,9	39,2	32,0	54,1
9	Испания	32,3	62,4	42,5	84,9	10,2	31,5	22,5	36,1
10	Вьетнам	50,5	81,6	63,0	83,4	12,5	24,7	1,7	2,1
	Прочие страны	336,5	411,9	330,0	438,5	-6,5	-1,9	26,7	6,5
	Итого	1 005,2	1 480,2	1 136,4	1 811,4	131,2	13,1	331,2	22,4

Источник: ITC Trade Map

Доля стран в импорте безалкогольных напитков Китая в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: ITC Trade Map



Экспорт продукции АПК

Экспорт продукции АПК Китая в 2023 г. составил 96,8 млрд долл. США, что на 1,1% (или 1,1 млрд долл. США) выше уровня 2022 г. В 2019–2023 гг. китайский экспорт сельскохозяйственных товаров увеличивался в среднем на 5,9% в год.



Источник: ITC Trade Map

Основными экспортными продуктами АПК Китая в 2023 г. являлись изделия и консервы из рыбы (4,2% или 4,1 млрд долл. США), овощи, приготовленные или консервированные без уксуса (4,0% или 3,8 млрд долл. США), пищевые продукты прочие (3,6% или 3,5 млрд долл. США), а также филе рыбы и прочее мясо рыбы (3,4% или 3,3 млрд долл. США). Всего на топ-10 экспортируемых видов продукции пришлось 31,6% стоимостного экспорта продукции АПК Китая.

Наиболее заметно в стоимостном выражении за 2023 г. увеличился экспорт китайских луковичных овощей свежих (на 27,9% или +670,2 млн долл. США) и пищевых продуктов прочих (на 22,5% или +644,3 млн долл. США). Одновременно с этим наблюдалось значительное снижение экспорта моллюсков (-25,2% или -851,7 млн долл. США), филе рыбы и прочего мяса рыбы (-18,5% или -754,9 млн долл. США), а также изделий и консервов из моллюсков (-16,2% или -547,5 млн долл. США).



Структура экспорта продукции АПК Китая в стоимостном выражении, 2022–2023 гг., млрд долл. США

№	Наименование	2022	2023	Прирост в 2023 к 2022	
				млн долл. США	%
1	Изделия и консервы из рыбы	4,5	4,1	-434,8	-9,6
2	Овощи, приготовленные или консервированные без уксуса	3,6	3,8	199,5	5,5
3	Пищевые продукты прочие	2,9	3,5	644,3	22,5
4	Филе рыбы и прочее мясо рыбы	4,1	3,3	-754,9	-18,5
5	Луковичные овощи свежие	2,4	3,1	670,2	27,9
6	Фрукты, орехи и прочие съедобные части растений, приготовленные или консервированные иным способом	2,9	2,9	-78,8	-2,7
7	Изделия и консервы из моллюсков	3,4	2,8	-547,5	-16,2
8	Моллюски	3,4	2,5	-851,7	-25,2
9	Экстракты непищевые, природные смолы	2,8	2,3	-446,2	-16,1
10	Рыба мороженая	2,3	2,3	-7,3	-0,3
	Прочие продукты	63,6	66,2	2 667,2	4,2
	Итого	95,8	96,8	1 059,9	1,1

Источник: ITC Trade Map

Структура экспорта продукции АПК Китая в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: ITC Trade Map



Крупнейшими странами-импортерами продукции АПК из Китая в 2023 г. являлись Гонконг (11,4% экспорта в стоимостном выражении), Япония (10,3%), США (10,3%), Республика Корея (6,3%) и Вьетнам (5,5%). Всего на топ-10 стран-импортеров в 2023 г. пришлось 62,5% экспорта продукции АПК Китая.

Наибольший прирост объема закупок китайской сельскохозяйственной продукции за период 2019–2023 гг. отмечался в США (+57,4% или +3,6 млрд долл. США), Малайзии (+69,4% или +2,1 млрд долл. США), Великобритании (в 2,3 раза или +1,6 млрд долл. США) и Нидерландах (+66,1% или +1,1 млрд долл. США).

Основные страны-импортеры продукции АПК из Китая в стоимостном выражении, 2019–2023 гг., млрд долл. США

№	Страна	2019	2020	2021	2022	2023
1	Гонконг	9,5	8,8	10,5	11,3	11,0
2	Япония	10,2	9,5	10,1	10,5	10,0
3	США	6,3	6,3	7,3	10,1	10,0
4	Республика Корея	4,9	4,8	5,2	6,1	6,1
5	Вьетнам	5,4	5,4	5,4	5,5	5,3
6	Малайзия	3,0	3,5	4,2	5,4	5,1
7	Таиланд	3,7	4,2	4,6	4,8	4,6
8	Индонезия	2,5	2,2	2,4	2,7	3,0
9	Великобритания	1,2	1,2	1,2	2,4	2,8
10	Нидерланды	1,6	1,7	2,2	2,9	2,7
	Прочие страны	28,7	26,8	29,4	34,1	36,3
	Итого	77,0	74,5	82,5	95,8	96,8

Источник: ITC Trade Map



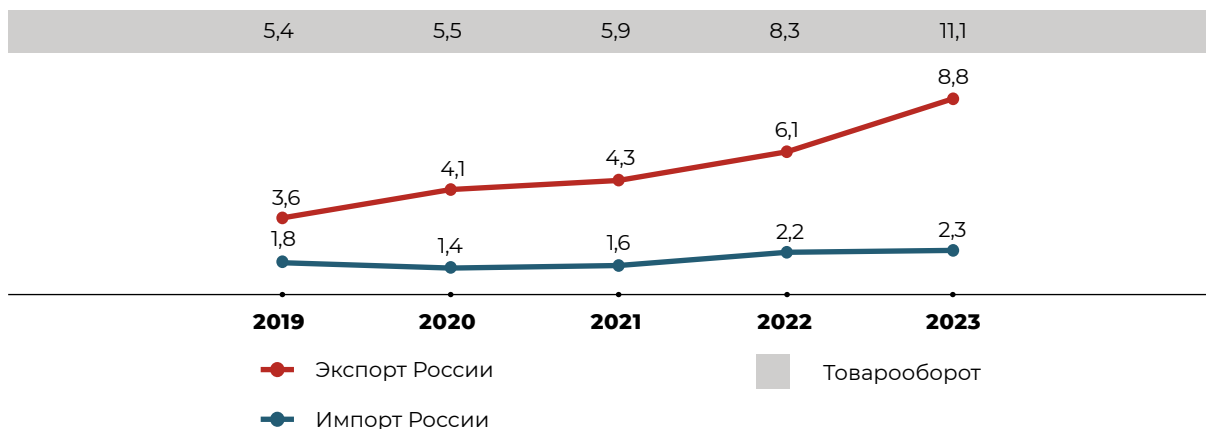
Источник: ITC Trade Map



Взаимная торговля продукцией АПК между Россией и Китаем

Объем взаимной торговли сельскохозяйственной продукцией, сырьем и продовольствием между Россией и Китаем в 2023 г. увеличился на 33,9% и составил 11,1 млрд долл. США. Экспорт России в Китай вырос на 44,1% до 8,8 млрд долл. США, импорт России из Китая увеличился на 5,8% до 2,3 млрд долл. США. Российский экспорт в 2023 г. составил 79,0% всего товарооборота продукции АПК между Россией и Китаем.

Динамика товарооборота с Россией, млрд долл. США



Источник: ITC Trade Map



Импорт России из Китая в 2023 г. составил 1,2 млн тонн на сумму 2,3 млрд долл. США, на долю Китая пришлось 6,6% импорта продукции АПК России. Основными товарными позициями в структуре российского импорта в стоимостном выражении в 2023 г. являлись табак прочий и его заменители (17,4%), овощи, приготовленные или консервированные без уксуса (5,0%), экстракты непищевые, природные смолы (4,7%), грибы, приготовленные или консервированные без уксуса (4,0%), а также фрукты, орехи и прочие съедобные части растений, приготовленные или консервированные иным способом (3,9%).

Рост импорта на 5,8% в стоимостном выражении в 2023 г. обусловлен преимущественно увеличением поставок табака прочего и его заменителей (+26,7% относительно 2022 г.), мандаринов (в 2,1 раза), а также кондитерских изделий сахаристых (+30,3%). Одновременно с этим отмечался спад импорта грибов, приготовленных или консервированных без уксуса (-26,6%), а также экстрактов непищевых, природных смол (-23,0%).

Российский импорт, 2022–2023 гг.

№	Наименование	2022		2023		Прирост в 2023 к 2022			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Табак прочий и его заменители	6,3	319,8	9,6	405,2	3,4	53,7	85,5	26,7
2	Овощи, приготовленные или консервированные без уксуса	99,5	107,7	97,4	117,6	-2,1	-2,1	9,9	9,2
3	Экстракты непищевые, природные смолы	12,4	143,2	9,1	110,2	-3,3	-26,6	-33,0	-23,0
4	Грибы, приготовленные или консервированные без уксуса	30,3	128,1	23,1	94,1	-7,2	-23,8	-34,0	-26,6
5	Фрукты, орехи и прочие съедобные части растений, приготовленные или консервированные иным способом	51,8	94,7	47,1	91,6	-4,7	-9,1	-3,1	-3,3
6	Пищевые продукты прочие	19,9	67,5	23,1	84,1	3,2	16,2	16,6	24,6
7	Семена подсолнечника	49,7	64,2	45,1	72,3	-4,6	-9,3	8,1	12,6
8	Мандарины	21,3	31,6	70,5	67,8	49,1	в 3,3 раза	36,2	в 2,1 раза
9	Кондитерские изделия сахаристые	17,5	46,6	23,8	60,8	6,3	36,2	14,1	30,3
10	Луковичные овощи свежие	65,4	68,2	70,5	60,5	5,1	7,8	-7,7	-11,3
	Прочие продукты	602,5	1 130,6	763,4	1 165,7	160,8	26,7	35,1	3,1
	Итого	976,6	2 202,2	1 182,7	2 329,8	206,1	21,1	127,6	5,8

Источник: ITC Trade Map



В 2023 г. из России в Китай ввезено 9,4 млн тонн продукции на сумму 8,8 млрд долл. США, на долю Китая пришлось 20,4% экспорта продукции АПК России. Основными товарными позициями в стоимостной структуре российского экспорта в Китай в 2023 г. являлись рыба мороженая (18,0%), масло рапсовое (17,0%), ракообразные (13,9%), масло подсолнечное (10,5%) и соевые бобы (7,8%).

Увеличение российского экспорта в Китай на 44,1% в стоимостном выражении в 2023 г. обусловлено преимущественно ростом поставок масла рапсового (+77,9% по сравнению с 2022 г.) и масла подсолнечного (в 2,7 раза). При этом снизился экспорт рыбы мороженой (-11,2%).

Российский экспорт, 2022–2023 гг.

№	Наименование	2022		2023		Прирост в 2023 к 2022			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Рыба мороженая	886,1	1 775,9	1 198,0	1 577,0	311,9	35,2	-198,9	-11,2
2	Масло рапсовое	545,1	840,4	1 338,0	1 494,9	792,9	в 2,4 раза	654,5	77,9
3	Ракообразные	27,9	889,6	46,5	1 220,3	18,6	66,6	330,7	37,2
4	Масло подсолнечное	216,8	334,9	788,8	921,6	572,0	в 3,6 раза	586,7	в 2,7 раза
5	Соевые бобы	693,8	383,6	1 292,6	686,3	598,8	86,3	302,8	78,9
6	Мясо и пищевые субпродукты домашней птицы	134,3	402,7	136,5	464,5	2,2	1,6	61,9	15,4
7	Семена льна	432,1	286,1	841,2	393,7	409,1	94,7	107,5	37,6
8	Горох	-	-	908,3	301,5	908,3	-	301,5	-
9	Мука рыбная, непригодная в пищу	111,8	196,0	133,8	250,6	22,0	19,7	54,6	27,9
10	Семена рапса	71,1	43,0	373,0	209,9	301,9	в 5,2 раза	166,9	в 4,8 раза
	Прочие продукты	852,1	943,5	2 306,1	1 261,5	1 454,0	в 2,7 раза	318,0	33,7
	Итого	3 971,1	6 095,8	9 362,9	8 781,9	5 391,7	в 2,3 раза	2 686,1	44,1

Источник: ITC Trade Map



Потребительские предпочтения

Основные факторы, влияющие на продовольственный рынок Китая

- неравенство доходов, региональное неравенство и рост стоимости жизни создают препятствия для увеличения числа людей со средним уровнем дохода, и решение этих проблем становится главным приоритетом для правительства Китая. 14-й пятилетний план (2021–2025 гг.) предполагает преодоление разрыва в уровне благосостояния между социальными классами и создание более справедливого общества, а также расширение среднего класса;
- изменение условий жизни городского населения. Если еще 20 лет назад существовали традиционные хозяйства, представленные тремя поколениями в одном доме, то в настоящее время большая часть населения страны — это пары в небольших квартирах с одним ребенком. Кроме того, снижается среднее количество людей, живущих в домохозяйствах в Китае за счет того, что растет число домохозяйств, состоящих из одного человека. При этом в крупных городах наблюдается рост количества домохозяйств (за последнее десятилетие их число увеличилось практически вдвое), что обусловлено внутренней миграцией;
- меняющиеся демографические тенденции в Китае, такие как снижение численности и старение населения, оказывают сильное влияние на социально-экономическое развитие страны в среднесрочной и долгосрочной перспективах;
- по мере увеличения среднего класса в Китае среди потребителей возрастает спрос на качественные и безопасные импортные товары. Зачастую китайские потребители из-за недоверия к местным производителям охотнее отдают предпочтение зарубежным продуктам питания;
- растущий спрос отмечается на продукты питания премиум-сегмента, ассортимент которых постоянно расширяется и представлен во всех крупных торговых сетях. Большинство отелей и ресторанов также предлагает своим посетителям блюда высокой кухни с использованием премиальных продуктов питания;
- еще до начала пандемии COVID-19 китайские потребители активно переходили на покупки онлайн из-за их удобства. Однако наиболее активное развитие электронной коммерции пришлось на 2020–2022 гг., когда с введением жестких карантинных ограничений услуги по доставке продуктов питания и прочих товаров стали еще более востребованными, а общее число онлайн-покупателей превысило 842 млн человек;
- все больше китайцев стремятся следовать принципам здорового образа жизни, что подразумевает употребление здоровых и сбалансированных блюд, которые насыщены питательными ингредиентами. Набирают популярность продукты питания со знаком «есо», «organic», а также продукция без сахара и глютена;
- большинство потребителей в возрасте от 18 до 50 лет считают модным ходить в рестораны и делают это на регулярной основе. Более того, такие потребители, как правило, считают, что брендовые импортные еда и напитки, подаваемые в ресторанах, лучшего качества по сравнению с местными, в т.ч. поскольку стоят дороже;



- в последние годы китайцы стали чаще отдавать предпочтение готовым продуктам питания. В точках розничной торговли возможно найти большой ассортимент упакованных фруктов и овощей, полуфабрикаты, а также готовые порционные мясные продукты и морепродукты;
- потребительские предпочтения китайцев сильно зависят от региона проживания, поскольку каждой провинции присущи свои культурные и кулинарные особенности и предпочтения. Так, на севере страны предпочитают блюда на основе пшеничной муки (например, лапшу и пельмени), мясные и молочные продукты, в то время как на юге чаще потребляют рис, овощи и морепродукты;
- социальные сети в Китае в настоящий момент являются одним из самых мощных маркетинговых инструментов, и наибольшую популярность они набрали период пандемии COVID-19, когда многие известные бренды проводили онлайн-трансляции, приглашая известных блогеров, чтобы продвигать свою продукцию. Такие трансляции и прочая реклама в соцсетях продолжают привлекать многомиллионную аудиторию, что положительно сказывается на онлайн-продажах;
- повторяющиеся волны COVID-19 привели к повышению осведомленности китайцев о здоровье и о продуктах, которые повышают иммунитет, а также обладают противовирусными свойствами. Многие местные производители стали активно инвестировать в разработку инновационных продуктов из натуральных, простых и полезных ингредиентов, прошедших минимальную обработку, чтобы удовлетворить растущий спрос среди китайских потребителей.



Тенденции на продовольственном рынке

Зернобобовые

- важным фактором, положительно влияющим на спрос на бобовые, является государственная китайская стратегия «Здоровый Китай — 2030», приоритетным направлением которой является увеличение потребления растительной белковой продукции;
- с ростом популярности растительных белковых продуктов увеличивается спрос на готовые зернобобовые смеси для быстрого приготовления блюд, в которые добавлены все необходимые ингредиенты и которые идеально подходят для сбалансированного питания;
- китайцы в основном предпочитают лапшу на основе зернобобовой муки, а не риса, из-за растущего процента людей, страдающих лишним весом, что, в свою очередь, увеличивает потенциал использования зернобобовой муки и крахмала в производстве лапши и прочих продуктов;
- потребители следуют тенденции здорового образа жизни, которая крайне популярна среди растущего среднего класса, а также состоятельных потребителей. Горох и продукты его переработки все больше набирают популярность среди китайских потребителей, благодаря их полезным свойствам, питательности и ценовой доступности на рынке;
- пандемия оказала значительное влияние на пищевые привычки китайцев и сместила их предпочтения в сторону растительных белковых продуктов, что положительно отразилось на спросе на горох и его производных как в домашнем потреблении, так и в гостинично-ресторанном секторе;
- пищевая промышленность в Китае стремительно развивается: компании-производители добавляют зернобобовые в свою продукцию. Производство китайской лапши и горохового крахмала является важным каналом сбыта сушеного гороха. Сушеный горох в основном используется в промышленной переработке для дальнейшего производства таких ингредиентов, как крахмал, мука, клетчатка и растительный белок;
- свежий и замороженный горох традиционно используется в домашнем приготовлении и в гостинично-ресторанном секторе, но спрос на него не такой высокий как на сушеный горох и продукты его переработки;
- фасоль не является традиционным продуктом питания для китайских потребителей, однако в последние годы фасоль используется как в пищевой промышленности, так и для домашнего потребления. На долю пищевой промышленности приходится около 60% от общего потребления данного продукта. Пищевая промышленность использует фасоль в основном для приготовления пасты, подслащенного натто и для производства консервов.



Растительные масла

- потребление растительных масел на душу населения в Китае впервые за многие годы снизилось в 2022 г. Эксперты связывают это с тем, что потребители стали переходить от «потребления большего количества масла» к «потреблению хорошего масла»;
- при выборе растительного масла китайские потребители стали обращать больше внимания на вкус и свежесть продукта, а также содержание полезных микроэлементов;
- покупатели стали переходить на упаковку меньших объемов, доля продаж растительного масла объемом 5 л снижается. Это связывают с более рациональным поведением потребителей в условиях развития розничной торговли, в том числе работающей по принципу «точно в срок»;
- китайские потребители в среднем приобретают около 3 видов растительных масел;
- в структуре розничного потребления растительных масел в Китае преобладает соевое масло, которое занимает более 40% общего объема в натуральном выражении. Популярны также различные смеси масел. Среди прочих можно выделить рапсовое, кукурузное и подсолнечное масла.



Продукты переработки зерновых и зернобобовых

- последние несколько лет в Китае наблюдается рост спроса на высококачественные специализированные виды муки (мука для выпечки на пару, мука для лапши, кондитерская мука, мука для пиццы, мука для хлеба и т.п.);
- в 2022 г. крупнейшим потребителем пшеничной муки в Китае являлся сектор общественного питания, на долю которого приходилось около 60% всего объема в натуральном выражении. Еще 24,7% перерабатывается промышленностью, при этом большинство мукомольных предприятий в Китае занимается производством лапши быстрого приготовления и макаронных изделий. На долю пекарен и домохозяйств приходятся остальные 8,4% и 6,4% общего объема пшеничной муки Китая соответственно;
- с 2023 г. в Китае вступил в действие новый стандарт на муку (GB/T 1355-2021)², который заменил действовавший 36 лет стандарт (GB/T 1355-1986). По новому стандарту пшеничная мука не может содержать никаких других добавок кроме пшеницы и воды. Смеси пшеничной муки с крахмалом, загустителями, ферментами, эмульгаторами или другими ингредиентами относятся к специализированной муке;
- ожидается, что новый стандарт на пшеничную муку (GB/T 1355-2021), введенный с января 2023 г. приведет к появлению на рынке еще большего числа различных функциональных премиксов пшеничной муки с другими ингредиентами. Такие смеси (или специализированная мука) включают крахмал, сахар, растительное масло, соль, ферменты и т.д. Данные смеси подготовлены для производства определенного вида продукции и для их использования достаточно добавить лишь необходимое количество воды;
- Китай импортирует в основном крахмал маниоки, на долю которого приходится более 95% общего импорта крахмала. При этом на экспорт поставляется в основном кукурузный крахмал (75% объема экспорта крахмала);
- ранее малые и средние предприятия доминировали в переработке крахмала, спирта и модифицированного крахмала, однако сегодня на рынке присутствуют крупные предприятия и большие группы компаний;
- мощности по производству кукурузного крахмала в Китае преимущественно располагаются северо-востоке и северо-западе страны. В данных регионах также выращивается большая часть кукурузы Китая, что является преимуществом для перерабатывающих предприятий ввиду доступности сырьевых запасов и низкой цены на кукурузу;
- на производство крахмального сахара приходится более 50% от общего потребления кукурузного крахмала. Кукурузный крахмал также используется в производстве бумаги (около 11%), в пищевой промышленности (около 10%) и медицине (около 8%). Оставшаяся часть кукурузного крахмала применяется в производстве пива, химикатов и модифицированного крахмала.

²https://www.sohu.com/a/625098855_121123885



Мясо и мясная продукция

- в период пандемии COVID-19 в 2020 г. многие китайцы привыкли к домашней еде и осознали преимущества питания дома, в числе которых экономия денежных средств и более полезные для здоровья блюда. В результате потребители покупают больше готовой мясной продукции для домашнего приготовления. Тенденция питания дома сохранится и продолжит поддерживать спрос на готовую мясную продукцию;
- значительное влияние на потребление продуктов питания (в частности мяса) оказывает миграция населения в города из сельской местности. Потребление мяса растет с повышением уровня урбанизации населения;
- свинина — наиболее популярный ингредиент в национальной китайской кухне. Однако потребители все чаще выбирают баранину, говядину и мясо птицы (не только для домашнего приготовления, но и в заведениях общественного питания);
- изменению предпочтений также способствовало возросшее внимание китайцев к ведению здорового образа жизни. Готовая мясная продукция с длительным сроком хранения воспринимается как менее полезная, поскольку в ней содержится больше добавок и соли для увеличения срока годности и улучшения вкуса. В последние годы ее потребление снизилось, в то время как потребление охлажденной и замороженной мясной продукции увеличилось, поскольку ее считают более полезной для здоровья и содержащей меньшее количество добавок;
- вопрос первостепенной важности для китайских потребителей — это безопасность продуктов питания. Череда санитарных кризисов, пережитых в прошлом в отношении некоторых продуктов, увеличила осведомленность китайских потребителей о безопасности продуктов. Помимо пищевой безопасности, важную роль играет доверие сертифицированным брендам, возможность отслеживать происхождение мяса, отсутствие антибиотиков и другие показатели качества продукции премиум-класса;
- в последние годы в Китае растет потребление мяса птицы. Этому способствовали вспышки африканской чумы свиней (АЧС), которые серьезно затронули сегмент свиноводства, изменение потребительских предпочтений, а также увеличение промышленного производства мяса кур в Китае;
- наиболее востребованным мясом птицы в Китае является мясо белоперых бройлеров, что связано с более низкой ценой и популярностью данной продукции в сегменте общественного питания;
- мясо бройлеров цветных пород воспринимается китайскими потребителями как более здоровое и дорогое по сравнению с мясом белоперых бройлеров. Особенно ценят кур цветных пород на юге Китая. Такое мясо традиционно используется для тушения или приготовления супов;
- китайские покупатели постепенно меняют свои потребительские привычки в пользу переработанного мяса птицы. Китайские потребители (особенно на юге страны) ранее предпочитали свежезабитых птиц. Из-за вспышек пти-



чьего гриппа в 2013 г. и 2017 г. правительство Китая закрыло ряд рынков живой птицы в городах и препятствовало дальнейшему соблюдению этого обычая;

- социальные сети играют важную роль в создании узнаваемости бренда и формировании доверия к нему.



Молочная продукция

- на протяжении большей части истории Китая молочные продукты не входили в число основных продуктов национальной диеты, однако с 2000-х гг. потребление молочной продукции в Китае растет ускоренными темпами, вследствие увеличения уровня располагаемых доходов населения, урбанизации, поддержки молочной промышленности руководством страны, а также повышения интереса к здоровому питанию;
- во время пандемии COVID-19 потребление молочной продукции рекомендовалось врачами в качестве профилактики, особенно для таких уязвимых групп населения, как пожилые люди;
- для молодежи (особенно поколения Z, родившегося в период с 1995 по 2009 гг.) характерно более высокое удельное потребление молочной продукции, чем для людей старшего возраста;
- среди каналов распределения молочной продукции в Китае наиболее популярными являются супермаркеты и гипермаркеты с долей 45,5% и 11,6% розничных продаж соответственно, еще 10,6% приходится на электронную торговлю;
- потребление молочной продукции среди городского населения Китая примерно вдвое выше, чем в сельской местности, что связано с более высокими доходами и уровнем образования, а также с лучшей доступностью высококачественных молочных продуктов в городах;
- наиболее востребованным среди жителей Китая является питьевое молоко: на него в 2023 г. приходилось 56,7% продаж молочных продуктов (с учетом мороженого) в стоимостном выражении. Еще 26,8% занимают йогурты и кисломолочные напитки, и 12,9% — мороженое, в то время как на сыры, сливочное масло и спреды, а также другие молочные продукты в совокупности приходится всего 3,7% продаж;
- мороженое является популярным лакомством в Китае. При этом основными поклонниками мороженого являются жители восточных и южных регионов страны (28% и 18% потребления соответственно);
- для китайских потребителей важен не только вкус, но и внешний вид продукции: фотографии мороженого с уникальным дизайном являются чрезвычайно популярной темой в китайских социальных сетях;
- примерно 43% китайского рынка сухого молока принадлежат трем крупнейшим игрокам Inner Mongolia Yili Industrial Group (20,7%), Nestlé SA (14,8%) и China Mengniu Dairy (8,1%);
- сухое молоко в Китае используется для производства йогуртов, мороженого, десертов, детского питания и т. д.;
- Китай является одним из крупнейших импортеров молочной продукции в мире. Скандал 2008 г., когда в молоке для детского питания был обнаружен меламин значительно ослабил доверие китайцев к отечественным продуктам, что сдвинуло спрос потребителей в пользу импортной молочной продукции;

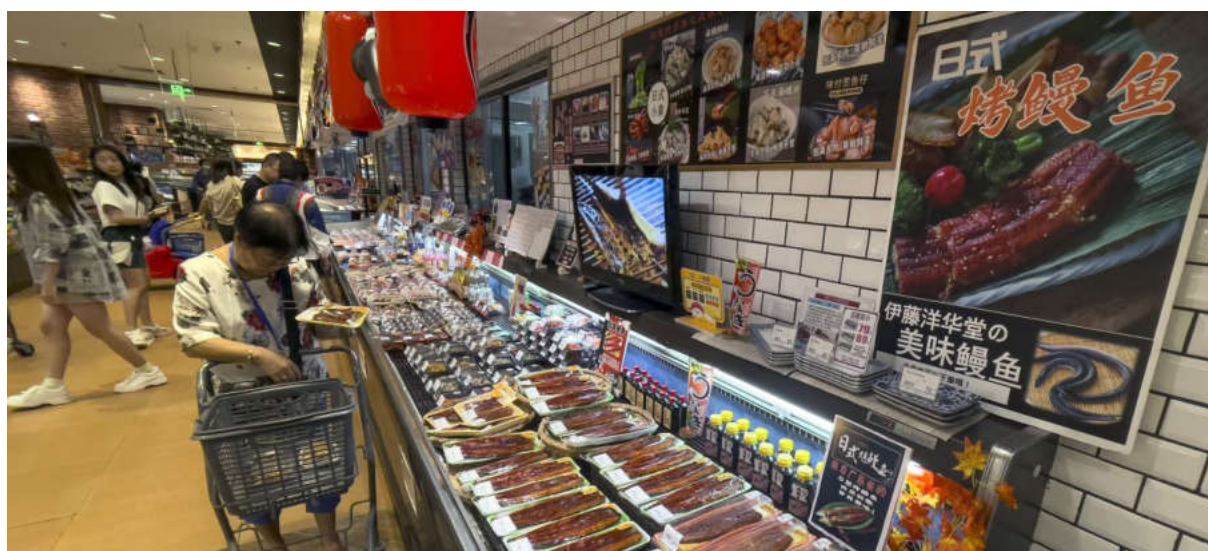


- хотя спрос на питьевое молоко в разы выше, чем на сухое, в последние годы наблюдается растущий спрос на сухое обезжиренное молоко из-за его более длительного срока хранения и низкого содержания жира. Кроме того, большинство китайцев не переносят лактозу, что объясняет повышенное внимание к обезжиренному безлактозному молоку, а не к цельному, хотя последнее по-прежнему значительно преобладает в потреблении домохозяйств по всей стране.



Рыба и морепродукты

- Китай — крупная рыболовная страна, на долю которой приходится две трети мировой аквакультуры. По мере увеличения численности среднего класса и роста располагаемых доходов китайцы приобретают все более разнообразные морепродукты, и рынок морепродуктов премиум-класса в Китае постепенно расширяется;
- китайские потребители придают большое значение свежести морепродуктов. Покупка живых морепродуктов на традиционном китайском продовольственном рынке по-прежнему распространена. Многие ритейлеры и рестораны представляют свои морепродукты в стеклянных резервуарах или во льду, будь то рыба, крабы или черепахи, чтобы показать свежесть своей продукции;
- многие виды морепродуктов, которые любят китайские потребители, не распространены в других странах и даже считаются своеобразными, например трепанг, рыбные шарики, черепаха и угорь. Кроме того, в Китае довольно распространены закуски из морепродуктов, например, обработанные сушеные кальмары или рыба, которые подходят по вкусу многим китайским потребителям и считаются более здоровым вариантом по сравнению с другими вариантами закусок;
- китайский рынок морепродуктов подвержен сезонности и зависит от больших праздников. Производители морепродуктов также часто готовят специальные подарочные коробки с живыми или замороженными морепродуктами внутри, чтобы китайские потребители могли просто взять их в онлайн- или офлайн-магазине и принести в подарок, когда навещают свою семью или друзей;
- рыба всех видов, а также креветки, кальмары, гребешки и мидии являются неотъемлемой частью кухни прибрежных провинций Китая и входят в состав многих национальных блюд. Популярностью на китайском рынке также пользуются такие экзотические продукты как морские огурцы, морские ежи и акульки плавники.



Кондитерские изделия

- китайские потребители уделяют все больше внимания качеству ингредиентов и региону происхождения продукции. В большинстве случаев международные бренды считаются знаком качества;
- большинство китайцев доверяют иностранным производителям больше, чем национальным из-за ряда продовольственных скандалов 2008 г. Так же стоит отметить, что ключевым фактором успеха иностранных брендов на китайском рынке является хорошо структурированная стратегия позиционирования бренда;
- формирующийся средний класс Китая — демографическая группа возрастом от 25 до 44 лет. Это в основном повзрослевшие «маленькие императоры» (избалованные дети), которые с детства воспринимают различные кондитерские изделия как доступную роскошь, что оказывает значительное влияние на рынок. Благодаря потребительской группе «маленьких императоров» спрос на премиальный сегмент имеет хороший потенциал для роста;
- учитывая меняющиеся потребительские предпочтения и открытость китайцев к разнообразным вкусам, как местные, так и зарубежные производители кондитерских изделий расширяют линейки своей продукции, внедряя новые вкусы и совершенствуя старые форматы продукции;
- около 70% от общего объема, потребляемого в Китае кондитерских изделий в натуральном выражении, приходится на мучные кондитерские изделия. Второе место занимают сахаристые кондитерские изделия, в то время как шоколадные кондитерские изделия менее популярны;
- в Восточном Китае объем потребления шоколада выше, чем в западной части страны, например, в Пекине, Шанхае и других прибрежных городах восточной части Китая. В Южном Китае объем потребления выше, чем в северном Китае: например, в Шанхае, сладкие блюда пользуются большей популярностью, нежели на севере страны;
- китайские потребители часто покупают шоколадные изделия в качестве подарка накануне или во время праздников, таких как Рождество, китайский Новый год (Праздник весны). Для увеличения продаж в такие периоды компании разрабатывают специальную подарочную упаковку;
- в связи с растущим вниманием китайских потребителей к своему здоровью, производители выпускают шоколадные кондитерские изделия, предлагая не только продукцию без сахара, но и с добавлением клетчатки, тем самым переходя в сферу функционального питания;
- большой интерес у китайских потребителей вызывают необычные снеки, дарящие новые ощущения, будь то посредством вкуса, текстуры или их сочетания. Отражая эту тенденцию, бренды шоколадных кондитерских изделий начинают экспериментировать с начинкой и текстурой своих продуктов;
- наибольшим спросом на китайском рынке пользуются небольшие шоколадные изделия. В 2022 г. более 60% продаж шоколадных кондитерских изделий



пришлось на продукцию массой до 50 г. и более 80% продаж на продукцию массой до 100 г. включительно;

- в традиционной китайской кухне выпечка в европейском понимании практически отсутствует, однако в последние годы сектор мучных кондитерских изделий в Китае стабильно расширялся, чему способствовали рост среднего класса в стране, продолжающаяся вестернизация образа жизни и рациона питания, а также растущий спрос на удобные и функциональные продукты питания;
- пандемия COVID-19 оставила значительный след на китайской культуре потребления всех продуктов и напитков, включая мучные кондитерские изделия, в разы усилив тенденцию повышения осведомленности о полезных и функциональных продуктах питания, а также значительно простимулировал развитие премиум-сегмента;
- многие крупные компании стремятся развивать сегмент упакованных мучных кондитерских изделий, делая акцент на быстрых сроках доставки свежей продукции через электронную коммерцию;
- производителям мучных кондитерских изделий стоит учитывать отличие вкусовых предпочтений: китайцы не любят хрустящие корочки и эластичную текстуру выпечки, им больше подходят воздушная текстура теста, а вместо хрустящей корочки — мягкая и золотистая, которая едва схватилась в процессе выпечки;
- в последние несколько лет потребители, особенно младшее поколение, чаще стали делать выбор в пользу леденцов с жидким центром;
- среди леденцов и жевательных конфет растущим спросом пользуются сладости с молочными вкусами;
- наибольшим спросом на китайском рынке пользуются сахаристые кондитерские изделия в упаковке малого размера. В 2022 г. более 50% продаж пришлось на продукцию массой до 50 г. и более 65% продаж на продукцию массой до 100 г. включительно.



Алкогольные напитки

- после пандемии COVID-19 отношение потребителей к алкогольным напиткам претерпело изменения. Повышенная забота о здоровье и опасения по поводу потенциальных рисков, связанных с употреблением алкоголя, побудили все больше потребителей употреблять алкоголь в меньшем количестве, а также более хорошего качества;
- социальные сети — важная платформа для продвижения и продаж алкогольной продукции. Платформы для обмена видео, такие как Douyin и Kuaishou, позволили брендам не только продвигать или рекламировать свою продукцию, но и напрямую продавать ее в соответствующих приложениях. Например, потребители могут совершать покупки в Tmall непосредственно во время просмотра стрима;
- внедрение новых вкусов, которые адаптированы под локальный рынок, стимулирует продажи ароматизированной водки и прочей алкогольной продукции;
- тенденция премиализации пива в Китае сохранилась во время и после пандемии, при этом общий объем продаж премиального пива в 2022 г. снизился меньше, чем объем продаж пива среднего и низкого ценового сегмента;
- внутренний рынок виноградного вина сильно дифференцирован между иностранными и отечественными брендами;
- потребительский рынок вина относительно молодой и находится на стадии формирования, как и культура потребления виноградных вин в Китае;
- около 75–80% от общего объема потребляемого в Китае виноградного вина в натуральном выражении приходится на красное вино. Второе место занимает белое вино, в то время как игристые и розовые тихие вина менее популярны;
- вино в малой таре объемом 175 мл, 180 мл, 187 мл, 200 мл, 250 мл, 373 мл и 387 мл более востребовано чем в бутылках 700 мл, 1,0 л и 1,5 л. Малые объемы (в стекле и/или в алюминиевых банках) удобны для потребления в неформальной обстановке, например, на вечеринках, а также хорошо подходят домохозяйствам из одного человека;
- ожидается, что в 2023 г. продажи игристых вин будут расти, что обусловлено повышенным интересом со стороны молодого поколения, а также восстановления сектора общественного питания после отмены политики «нулевого COVID-19». Более того, шампанское в Китае является также символом социального статуса, поэтому в среднесрочной перспективе рост его потребления, как ожидается, будет превосходить увеличение спроса на другие вина;
- по мере роста внимания общества к проблемам окружающей среды, в сознании потребителей укрепляется мысль о важности устойчивого развития. Кроме того, пандемия COVID-19 способствовала повышению внимания к здоровью. В совокупности эти тенденции стали драйверами развития производства органического и биодинамического вина.



Безалкогольные напитки

- в структуре потребления напитков отмечается тренд на постепенный отказ от менее полезных сладких газированных напитков в пользу соков и воды. В последние годы популярностью пользуются как обычные соки (апельсиновый, яблочный), так и уникальные вкусы, например, оливковый сок (позиционируемый как укрепляющий иммунитет);
- интерес китайских потребителей к бутилированным безалкогольным напиткам стал увеличиваться на фоне пандемии, когда население стало уделять больше внимания соблюдению санитарных правил и увеличивать потребление напитков в индивидуальной упаковке;
- ожидается, что рынок бутилированной воды будет более четко сегментирован и ориентирован на разные группы потребителей, такие как дети, женщины, пожилые люди и т.д.;
- основная часть бутилированной воды в Китае потребляется в негазированном виде (63,4% в натуральном выражении);
- наиболее популярный размер упаковки бутилированной воды Китая — бутылки емкостью 500–750 мл (преимущественно 500 и 550 мл), на долю которых в 2022 г. пришлось 65,9% объема потребления в натуральном выражении;
- быстрый рост рынка газированных напитков в стране связан с увеличением благосостояния местного населения и распространением западных брендов;
- потребление сладких газированных напитков возрастает во время праздников, например, в преддверии Китайского Нового года (в конце января – начале февраля) или крупных мероприятий;
- поскольку большинство сладких газированных напитков предназначены для употребления на ходу, то по каналам продаж доминирует розница. Кроме того, в общепите устанавливаются более высокие наценки, что снижает мотивацию потребителей к приобретению газированных напитков в заведениях общественного питания;
- газированные напитки являются единственной категорией безалкогольной продукции с заметным объемом продаж в торговых автоматах, особенно в сетевых точках быстрого питания;
- доля онлайн-коммерции в продажах газированных напитков составляет 4,3%, при этом разнообразие брендов, представленных в интернете, гораздо шире, что позволяет китайским потребителям знакомиться с новыми вкусами газированных напитков.

Национальная кухня

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

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

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



Популярные блюда



Сяолунбао — шанхайские пельмени на пару, один из самых популярных видов пельменей в Китае. Основную часть начинки составляет свиной фарш, к которому в разные времена года добавляют разные начинки. Весной — побеги бамбука, летом — креветки, осенью — крабовое мясо. Их отличительной особенностью является то, что начинки в них должно быть больше, чем теста.



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



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



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



Креветочная паста — региональное блюдо, возникшее в Саньхэ, уезд Фэйси. Креветки обжариваются с луком-пореем и соевым соусом; рисовая мука замачивается в воде, а затем добавляется к креветкам. Блюдо имеет коричневый цвет и приятный соленый вкус.



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

Торгово-распределительная сеть

Крупные компании-импортеры и дистрибьюторы

Название	Описание
COFCO	Государственная холдинговая компания, одним из направлений деятельности которой является импорт и дистрибуция. Сайт: www.cofco.com
Xiamen ITG Group	Одна из крупнейших китайских компаний-импортеров и дистрибьюторов. Основана в 1980 г. В ассортимент импортируемой продукции входят масла, корма для животных, мясо, зерновые и зернобобовые. Сайт: www.itg.com
Pacific Dairy Ingredients	Крупная компания молочной промышленности Китая, которая работает с 1996 г. и является ведущим импортером и поставщиком молочных продуктов и ингредиентов в стране. Сайт: www.pacificdairy.com
EEDC	Импортер и дистрибьютор. Работает на китайском рынке с 2001 г. Один из лидирующих импортеров и дистрибьюторов качественного вина и спиртных напитков в стране. Сайт: www.eedcchina.com
Yihai Kerry	Один из крупнейших импортеров и дистрибьюторов широкого перечня продуктов питания. Входит в число крупнейших компаний в Китае. Сайт: www.yihaikerry.net

Источник: EMIS



Розничная торговля

Розничная торговля в Китае разнообразна: здесь присутствует как большое количество традиционных торговых точек, включая открытые рынки, бакалейные, мясные и рыбные лавки, ларьки с овощами и фруктами, так и множество современных сетевых магазинов. В последние годы крупные розничные сети вытесняют несетевые магазины, однако доля последних все еще остается значительной.

За последние десятилетия сегмент современного ритейла в Китае значительно вырос по сравнению с тем периодом, когда торговые сети присутствовали только в нескольких мегаполисах. С тех пор супермаркеты и гипермаркеты получили распространение в городах меньших масштабов и постепенно появляются в небольших населенных пунктах. Ритейлеры расширяются от регионов, в которых проживают потребители с высокими и средними доходами, в бедные районы; от процветающих восточных провинций Китая — к небогатым территориям на западе страны.

Небольшие несетевые продуктовые магазины характерны для сельских районов, где не так широко представлены крупные розничные сети. В основном это небольшие семейные предприятия. Здесь выстроены прочные отношения с местными покупателями, поэтому они особенно привлекательны для пожилых посетителей, которые больше ценят личные взаимоотношения, а не удобство и эффективность современных форматов розничной торговли.

На протяжении нескольких последних лет популярность также набирают еще два относительно новых для Китая формата магазинов: круглосуточные магазины у дома и клубные магазины с платным членством, которые привлекают потребителей возможностью покупать в больших объемах по оптовым ценам за счет специальной клубной карты.

Объем розничной торговли продовольственными товарами в Китае, 2018–2027 гг.



Источник: EMIS

Примечание. *оценка, **прогноз.

Крупные магазины розничной торговли



Walmart

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

Сайт: www.en.walmart.cn



Sun Art Retail Group (Alibaba Group)

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

Сайт: www.sunartretail.com



Yonghui Superstores

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

Сайт: <https://www.yonghui.com.cn/>



CR Vanguard (China Resources)

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

Сайт: www.crv.com.cn





Freshippo

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

Сайт: www.freshippo.com



Wumart

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

Сайт: www.wumart.com



Гостинично-ресторанный сектор

Гостинично-ресторанный сектор Китая развивается быстрыми темпами: появляются новые игроки на рынке, конкурируя с международными компаниями, открываются новые форматы заведений общественного питания. Благодаря крупным международным мероприятиям, конференциям и выставкам гостиничная индустрия Китая продолжает расширяться, внедряя новые форматы отелей и гостиниц. Международные и национальные сети гостиниц увеличивают количество своих отелей в городах второго и третьего уровня, предлагая посетителям высококлассный сервис.

На территории большинства гостиниц располагаются рестораны, которые предлагают потребителям попробовать как национальные, так и международные блюда. Считается, что рестораны отеля отличаются превосходным качеством и обслуживанием.

Сектор общественного питания стабильно расширялся до 2020 г. С началом пандемии многие заведения переориентировались на работу «навынос», что помогло им избежать закрытия. В Китае представлены многие зарубежные сетевые фаст-фуд заведения, поскольку потребители крайне положительно воспринимают международные кухни и открыты к европейским блюдам. В стране открываются новые уникальные форматы заведений, которые предлагают потребителям локальные и международные блюда: веганские кафе и рестораны, рестораны с открытой кухней, а также множество кофеен на европейский манер.

Объем сектора общественного питания в Китай, 2018–2027 гг.



Источник: EMIS

Примечание. *оценка, **прогноз.

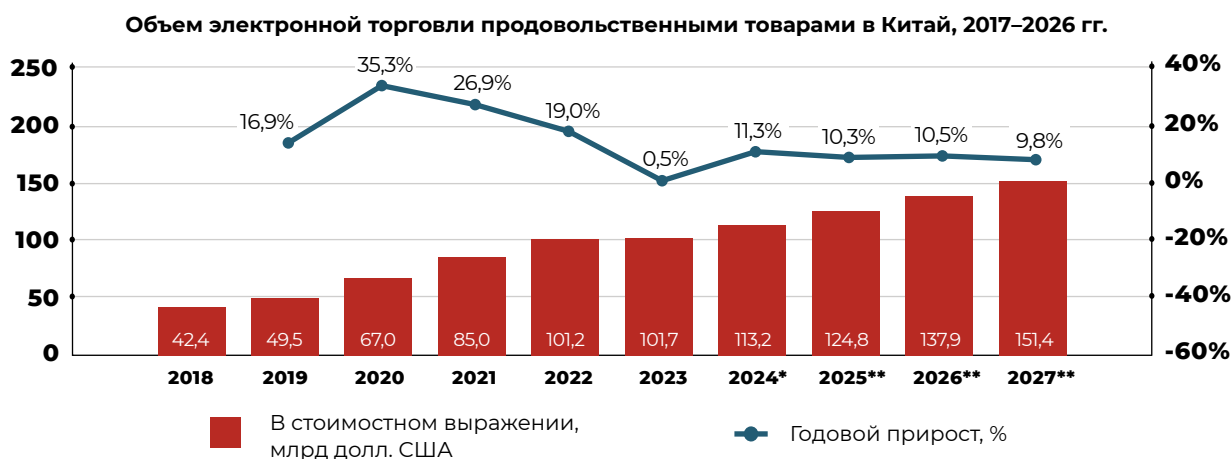
Электронная коммерция

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

На конец 2023 г. число интернет-пользователей в Китае достигло около 1,1 млрд человек. Сегмент электронной коммерции в Китае — один из наиболее высоко конкурентных, что вынуждает компании по доставке постоянно улучшать предоставляемые услуги, так как зачастую клиент делает выбор в пользу магазина с самой быстрой доставкой, нежели в пользу магазина с большим ассортиментом.

Развитие холодильных логистических цепей позволяет онлайн-площадкам предлагать и доставлять охлажденную и замороженную продукцию. Это привело к повышению спроса на услуги компаний электронной торговли в средних и малых городах, что заставило ритейлеров заняться оптимизацией логистики и цепочек поставок.

В условиях роста объемов онлайн-торговли во время пандемии ведущие сети розничной торговли стали расширять сотрудничество с цифровыми платформами. Так, Walmart сотрудничает с JD.com, а RT-Mart — с Alibaba. Некоторые ритейлеры создают собственные электронные платформы. Например, Yonghui развивает систему, объединяющую электронную коммерцию и оффлайн-магазины.



Источник: EMIS

Примечание. *оценка, **прогноз.

Ведущие компании электронной торговли

Tmall 天猫

Tmall (Alibaba Group)

Одна из ведущих платформ электронной торговли в Китае, которая была создана Alibaba Group на основе интернет-магазина Taobao в 2008 г. Предназначена для продажи товаров национальными и международными компаниями.

Сайт: www.tmall.com



Jingdong Group

Jingdong Group официально вышла на рынок электронной коммерции в 2004 г. Изначально платформа специализировалась на продаже электроники. Сейчас сфера интересов компании включает электронную коммерцию, логистику, розничную торговлю, облачные технологии, научные исследования в области ИИ. Владеет сетью продуктовых супермаркетов 7Fresh. В 2022 г. ежегодное количество активных покупателей на платформе достигло 580 млн чел.

Сайт: www.jd.com



Pinduoduo

Платформа электронной коммерции Pinduoduo основана в 2015 г. Начала свою деятельность как розничная платформа для сельскохозяйственной продукции. В отличие от Tmall и JD больше ориентирована на небольшие города и сельскую местность. Продажи на платформе осуществляются через систему купонных распродаж. В 2022 г. ежегодное количество активных покупателей на платформе достигло 882 млн чел.

Сайт: www.en.pinduoduo.com



Dingdong

Торговая платформа, специализирующаяся на свежих продуктах, мясе и морепродуктах, а также других товарах повседневного спроса. Владеет широкой сетью складов, что позволяет компании осуществлять быструю доставку товаров (менее одного часа).

Сайт: www.100.me



Сертификация продукции и требования к производителям

Требования к качеству и безопасности продукции

Нижеприведенные нормативно-правовые акты Китая регулируют основные вопросы обеспечения качества и безопасности продукции АПК как местного, так и импортного производства³:

- [Закон «О безопасности пищевых продуктов»;](#)
- [Правила применения Закона «О безопасности пищевых продуктов»;](#)
- [Закон «О качестве и безопасности сельскохозяйственной продукции»;](#)
- [Закон «Об инспекции импортных и экспортных товаров»;](#)
- [Правила применения Закона «Об инспекции импортных и экспортных товаров»;](#)
- [Закон «О карантине животных и растений при ввозе и вывозе»;](#)
- [Закон «О животноводстве»;](#)
- [Приказ Главного таможенного управления КНР № 248 «Положения об управлении регистрацией иностранных предприятий по производству импортируемых пищевых продуктов»;](#)
- [Приказ Главного таможенного управления КНР № 249 «Меры по обеспечению безопасности импортируемых и экспортируемых пищевых продуктов».](#)

Ключевым нормативно-правовым актом Китая в рассматриваемой области является Закон «О безопасности пищевых продуктов». Данным документом, в частности, регулируются следующие вопросы: процесс производства пищевых продуктов; мониторинг и оценка рисков для безопасности пищевых продуктов; стандарты безопасности пищевых продуктов; инспекция пищевых продуктов; импорт и экспорт пищевых продуктов; юридическая ответственность. Остальные приведенные нормативно-правовые документы дополняют ключевые требования указанного закона.

Для производственных предприятий, планирующих развивать экспорт в Китай, наибольшую актуальность имеют следующие основные положения Закона «О безопасности пищевых продуктов»:

- производители продуктов питания обязаны проверять, чтобы сырье, ингредиенты и сопутствующие товары, используемые в производстве продуктов питания, соответствовали стандартам Китая на пищевые продукты;
- производители пищевых продуктов также должны осуществлять тестирование производимой продукции для мониторинга безопасности;

³ Перечень приведенных нормативно-правовых документов не является исчерпывающим.



- дистрибьюторы продуктов питания обязаны вести учет документов, свидетельствующих о том, что производители, у которых они покупают продукцию, имеют надлежащую лицензию на производство и что продукты питания соответствуют национальным стандартам;
- персонал, занятый на производстве продуктов питания, должен строго соблюдать личную гигиену: мыть руки, носить чистую рабочую одежду, головные уборы и т.д. При реализации неупакованных продуктов питания дистрибьюторы обязаны использовать безопасную и чистую тару и оборудование;
- операторы пищевой промышленности, включая дистрибьюторов, розничных продавцов или поставщиков услуг общественного питания, должны внедрить систему оперативного отзыва небезопасных или некачественных пищевых продуктов.

Следует отметить, что действие всех вышеприведенных нормативно-правовых актов распространяется на продукцию, как только она попадает на китайский рынок.



Стандарты и другие технические требования

При экспорте продукции АПК на рынок Китая необходимо строгое выполнение требований в части соответствия законодательству в области стандартизации. Поставляемая продукция должна в точности соответствовать действующим китайским стандартам. Данное требование содержится в статье 92 Закона «О безопасности пищевых продуктов»:

«Импортируемые продукты питания и пищевые добавки, а также сопряженная и побочная продукция должны соответствовать национальным стандартам безопасности пищевых продуктов Китая. Импортируемые пищевые продукты и пищевые добавки, а также сопряженная и побочная продукция при ввозе и вывозе должны проверяться карантинными учреждениями в соответствии с действующими законами и административными регламентами, касающимися инспекции импортных и экспортных товаров».

Кроме того, законодательством Китая предусмотрен порядок действий экспортеров и компетентных органов в ситуации, когда китайские стандарты на ввозимую продукцию отсутствуют (например, при ввозе продуктов из нового сырья). Соответствующие рекомендации приведены в статье 93 Закона «О безопасности пищевых продуктов» и статье 47 Правил применения Закона «О безопасности пищевых продуктов»:

«Для импорта продуктов питания, на которые отсутствуют национальные стандарты безопасности пищевых продуктов, зарубежные экспортеры, производители или сотрудничающие с ними импортеры должны предоставить в департамент здравоохранения Государственного совета КНР национальные, региональные или международные стандарты, внедренные на производстве такой продукции. Департамент здравоохранения Государственного совета рассматривает соответствующие стандарты и вправе принять решение об их временном применении на территории Китая в случае их соответствия требованиям безопасности пищевых продуктов.»

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

«Департамент здравоохранения Государственного совета осуществляет проверку национальных, региональных или международных стандартов, представленных на рассмотрение зарубежными экспортерами, производителями или сотрудничающими с ними импортерами, и вправе принять решение об их временном применении на территории Китая в случае их соответствия требованиям безопасности пищевых продуктов. До объявления о начале временного применения таких стандартов пищевые продукты, на которые отсутствуют национальные стандарты безопасности пищевых продуктов, не могут быть импортированы.»

Компетентным органом Китая по стандартизации является [Управление по стандартизации КНР](#) (Standardization Administration of the People's Republic of China, SAC). К полномочиям SAC относится осуществление единого управления, надзора и общей координации работы по стандартизации в Китае. SAC представляет Китай в [Международной организации по стандартизации](#) и ряде других международных и региональных организациях по стандартизации.



В рамках осуществления возложенных полномочий SAC разрабатывает стандарты, положениями которых регламентированы требования к безопасности производства продукции, маркировке, упаковке пищевой продукции, а также ряд других требований. С информацией о перечне разработанных и опубликованных стандартов возможно ознакомиться по [ссылке](#).

Помимо SAC в Китае имеются и другие органы, осуществляющие разработку стандартов. Среди общего перечня органов возможно выделить [Министерство сельского хозяйства КНР \(MARA\)](#). Стандарты, разработанные любым органом Китая, имеют уникальный индекс. Классификация индексов стандартов в зависимости от органа, осуществляющего работу по его разработке, приведена таблице.

Аббревиатура стандарта	Наименование органа, разработавшего стандарт
GB, GB/T	Управление стандартизации КНР (SAC)
NY, NY/T	Министерство сельского хозяйства КНР (MARA)

Наряду с классификацией индексов стандартов в зависимости от того каким органом выпущен стандарт, имеется также классификация по степени обязательности применения стандарта.

Стандарты GB подразделяются на обязательные (GB, NY) и рекомендуемые / добровольные (GB/T, NY/T).

В Китае обязательные стандарты и другие технические регламенты имеют силу закона, поскольку отдельными нормативно-правовыми актами и касаются защиты здоровья и обеспечения безопасности людей. Рекомендованные к применению или добровольные стандарты не являются обязательными, однако при заключении договоров на осуществление поставок контрагент в Китае имеет право прописать в тексте документа любые стандарты, которым должны соответствовать как производственное предприятие, так и выпускаемая для китайского рынка продукция.

Требования к импортируемой пищевой продукции

Торговля продукцией АПК между Россией и Китаем регулируется двусторонними соглашениями, меморандумами, протоколами и другими документами, закрепляющими право осуществления экспорта определенных видов продукции.

В результате работы, [проводимой Федеральной службой по ветеринарному и фитосанитарному надзору](#) (Россельхознадзор), по состоянию на март 2024 г. между Россией и Китаем подписан ряд протоколов, с которыми можно ознакомиться в разделе «Экспорт/импорт» на официальном сайте ведомства⁴.

Большинством протоколов определены требования по ведению реестра предприятий, которым одобрен экспорт в Китай. Ранее Главное таможенное управление Китая

⁴ [Протоколы о фитосанитарных требованиях к ряду продукции](#) (в разделе «Экспорт» также содержатся протоколы о фитосанитарных требованиях к люцерне и растительному сырью для китайской медицины); [Протоколы о ветеринарно-санитарных требованиях, предъявляемых к животноводческой продукции](#).



(ГТУ КНР) вело реестры по каждому виду продукции отдельно, однако с 1 января 2022 г. электронная система **CIFER** (China Import Food Enterprises Registration) ГТУ КНР заменила большой перечень реестров, и в настоящее время является единственным источником, содержащим полный список зарубежных предприятий по производству пищевой продукции, которым одобрен экспорт на территорию Китая.

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

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

Требования к маркировке и упаковке пищевой продукции

При осуществлении экспорта в Китай все участники внешнеэкономической деятельности должны строго соблюдать регламентированные требования к маркировке продукции АПК. Упаковка, этикетки и маркировка импортируемых товаров должны соответствовать законодательным и административно-правовым нормам, а также государственным стандартам Китая, касающимся безопасности пищевых продуктов.

В соответствии с Законом «О безопасности пищевых продуктов» в содержании маркировки продуктов питания в обязательном порядке должна быть представлена следующая информация:

- наименование пищевого продукта;
- ингредиенты пищевого продукта и их количество;
- пищевая ценность;
- масса нетто;
- наименование, адрес и контактная информация изготовителя и дистрибьютора;
- дата производства и срок годности;
- условия хранения;
- наименование пищевых добавок, используемых при производстве, которые соответствуют законодательству Китая;
- номер лицензии на производство пищевых продуктов;
- прочая информация (для отдельных продуктов, например, детского питания или продуктов, полученных с помощью методов биотехнологии).



Приказом ГТУ КНР № 249 «Меры по обеспечению безопасности импортируемых и экспортируемых пищевых продуктов» установлены следующие требования к маркировке и упаковке.

Внутренняя и внешняя упаковка импортируемых **свежих и замороженных мясных продуктов** должны быть прочными и иметь четкую и разборчивую маркировку на китайском и английском языках или на китайском языке и языке государства (региона) — экспортера, содержащую следующую информацию: страна (регион) происхождения; наименование продукта; регистрационный номер предприятия-производителя; номер партии продукции. На внешней упаковке на китайском языке должны быть указаны спецификации, место происхождения (конкретный регион/город), место назначения, дата производства, срок годности и температура хранения. Местом назначения должен быть Китай. На упаковке также должен присутствовать официальный знак инспекции и карантина государства (региона) — экспортера.

Внутренняя и внешняя упаковки импортируемых **продуктов водного промысла** должны быть прочными и иметь четкую и разборчивую маркировку на китайском и английском языках или на китайском языке и языке государства (региона) — экспортера, содержащую следующую информацию: торговое и научное наименования, спецификации, дата производства, номер партии, срок годности и условия хранения, способ производства (морская рыбалка, пресноводная рыбалка, разведение), регион производства (акватория морской рыбалки, государство или регион пресноводной рыбалки, государство или регион, где расположено место разведения), наименования, регистрационные номера и адреса (конкретный регион/провинция/город) всех задействованных производственных и перерабатывающих предприятий (включая рыболовное судно, перерабатывающее судно, транспортное судно и отдельный холодильный склад). Местом назначения должен быть Китай.

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

С целью отражения требований Китаем проводится непрерывная работа по принятию новых и актуализации действующих нормативно-правовых актов, в т.ч. национальных стандартов, содержащих требования к маркировке:

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

В соответствии с положениями действующей в настоящее время версии национального стандарта **GB 7718-2011** необходимо соблюдение следующих требований:

- сведения в маркировке должны быть достоверными и точными, маркировка не должна содержать информацию, вводящую потребителей в заблуждение.



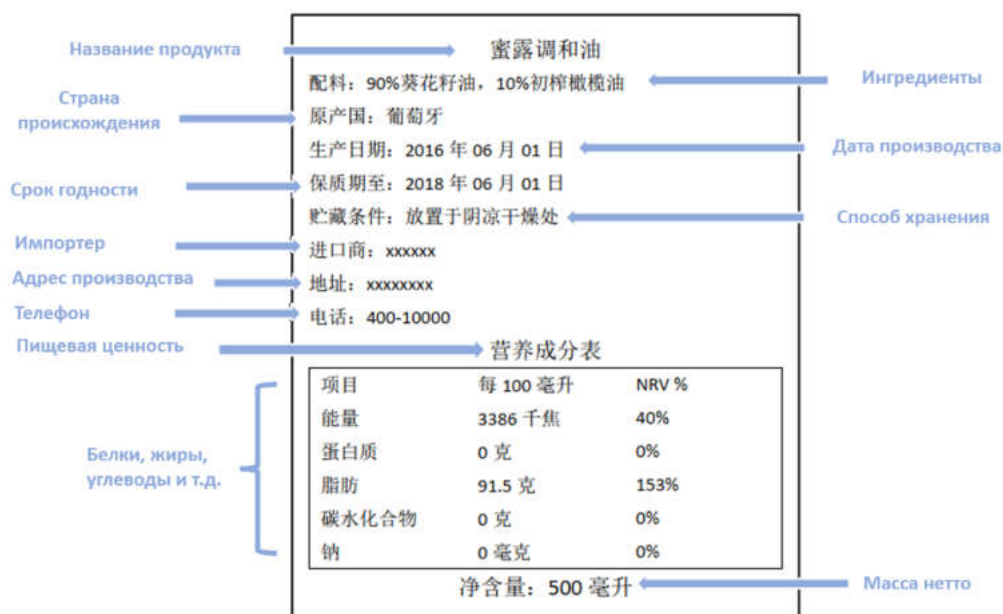
Также не допускается использование шрифтов разного размера или цвета, который вводит потребителей в заблуждение;

- не допускается указание на то, что пищевой продукт обладает целебным действием или способностью предотвращать или вылечивать заболевания. Маркировка пищевого продукта, не имеющего оздоровительного действия, не должна указывать или предполагать, что продукт имеет особое оздоровительное действие;
- для нанесения информации на этикетку должны использоваться стандартные (упрощенные) китайские иероглифы (за исключением торговой марки). Иероглифы, написанные в художественном стиле с декоративной целью, должны быть написаны правильно и быть легко узнаваемыми;
- на этикетку возможно наносить информацию на иностранном языке при условии ее соответствия информации на китайском языке (за исключением торговой марки, наименования и адреса производителя импортируемой пищевой продукции, наименования и адреса иностранного дистрибьютора, адреса страницы сайта). Весь представленный текст на иностранном языке должны быть по размеру меньше соответствующих китайских иероглифов, используемых на этикетке;
- размер текста, символов и цифр в обязательном содержании этикетки должен быть не менее 1,8 мм, если площадь наибольшей поверхности упаковки или контейнера расфасованной пищевой продукции составляет более 35 см²;
- если в упаковке пищевой продукции содержится несколько более мелких отдельных упаковок различного ассортимента, которые можно продавать индивидуально, на каждой отдельной упаковке меньшего размера должна быть своя этикетка.



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

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



В феврале 2024 г. Китаем в адрес ВТО направлено два уведомления⁵, касающихся публикации проекта пересмотренного национального стандарта GB 7718-xxxx. В указанных нотификациях содержится проект предполагаемого стандарта, финальная версия которого может отличаться ввиду того, что в настоящее время каждая страна-участница имеет право предоставить свои комментарии, которые, в свою очередь, могут быть учтены китайской стороной.

Требования к упаковке продукции

В соответствии с Законом «О безопасности пищевых продуктов» под упаковочными материалами для пищевых продуктов подразумеваются *«изделия из бумаги, бамбука, дерева, металла, фарфора, пластика, резины, натурального волокна, химического волокна или стекла, используемые для содержания пищевых продуктов или добавок, или покрытия, находящегося в непосредственном контакте с пищевыми продуктами или добавками»*.

⁵ G/SPS/N/CHN/1295, G/TBT/N/CHN/1827

Основными стандартами, касающимися упаковочных материалов, являются:

- [GB 31603-2015](#) — Общие правила гигиены при производстве материалов и изделий, контактирующих с пищевыми продуктами;
- [GB 4806.1-2016](#) — Общие требования безопасности материалов и изделий, контактирующих с пищевыми продуктами;
- [GB 9685-2016](#) — Общий стандарт для добавок к материалам и изделиям, контактирующим с пищевыми продуктами;
- [GB 4806.5-2016](#) — Изделия из стекла;
- [GB 4806.10-2016](#) — Покрытия материалов и изделий, контактирующих с пищевыми продуктами;
- [GB 4806.11-2016](#) — Резиновые материалы и изделия, контактирующие с пищевыми продуктами.

Работа по борьбе с чрезмерной упаковкой

Ввиду наличия в Китае определенных проблем с экологией и утилизацией отходов китайская сторона на протяжении долгого времени подчеркивает недопустимость производства избыточного количества упаковочных материалов, в т.ч. для продуктов питания. Государственные органы Китая выпустили несколько стандартов, касающихся чрезмерной упаковки. В настоящее время основные положения и требования в данной части содержатся в стандарте [GB 23350-2021 «Требования по ограничению чрезмерной упаковки продуктов питания и косметики»](#). Согласно данному стандарту, под чрезмерной упаковкой понимается упаковка, которая превышает обычные функциональные требования, т.е. количество слоев упаковки, пространство (внутри) упаковки и стоимость упаковки превышают необходимый уровень.

Требование Китая по обязательной регистрации зарубежных предприятий по производству пищевой продукции в специализированной системе CIFER⁶

Контроль импортируемой сельскохозяйственной продукции в Китай осуществляет ГТУ КНР.

Согласно [Приказу ГТУ КНР от 12 апреля 2021 г. № 248 «Положения об управлении регистрацией иностранных предприятий по производству импортируемых пищевых продуктов»](#), все предприятия пищевой промышленности, планирующие начать экспорт своей продукции в Китай, должны пройти регистрацию в электронной системе регистрации иностранных предприятий.

⁶China Import Food Enterprise Registration — CIFER. Единственная официальная платформа КНР по регистрации зарубежных компаний по производству пищевой продукции.



Классификатор CIFER разделяет импортируемую пищевую продукцию на две группы. Первая группа включает в себя продукцию, производители которой обязаны запросить рекомендации у компетентного органа в стране-экспортере⁷. Вторая группа включает в себя не вошедшие в первую категорию продукты питания, производителям которых для регистрации в системе CIFER рекомендации Россельхознадзора не требуются.

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

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

Производителям продукции, которая не вошла в первую категорию, следует зарегистрироваться в системе CIFER самостоятельно либо с помощью контрагента на территории Китая. В соответствии с китайским законодательством, соевый белковый концентрат входит в группу специальной диетической продукции. Соответственно, перед экспортом соевого белкового концентрата в Китай предприятие по производству данного вида продукции должно обратиться в Россельхознадзор для получения рекомендаций.

⁷ Роль компетентного органа в Российской Федерации выполняет Россельхознадзор.



Перечень всех продуктов питания, для ввоза которых необходима регистрация предприятия, представлен на сайте системы CIFER в разделе «Application for registration»⁸.

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



Представленный выше разбор номера, присвоенного в CIFER, осуществлялся на примере предприятия из США. Номер российского предприятия, зарегистрированного в CIFER, будет иметь код обозначения страны **RUS**.

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

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

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

Для регистрации и авторизации в системе предприятиям-экспортерам пищевой продукции рекомендовано использовать детализированное [«Руководство по регистрации в системе CIFER для предприятий, импортирующих пищевую продукцию в КНР» \(The Operation Manual of China Import Food Enterprise Registration\)](#), опубликованное на сайте Россельхознадзора.

⁸ Обращаем внимание, что данный перечень доступен только после регистрации в системе.

Требования при ввозе растениеводческой продукции на территорию КНР

Основной [Закон «О карантине животных и растений при ввозе и вывозе»](#) и его подзаконные акты регулируют вопросы в области применения в т.ч. и фитосанитарных мер к растениеводческой продукции. В Китае также действует [«Каталог импортных и экспортных товаров, подлежащих инспекции и карантину»](#). В данном каталоге перечислены все импортные и экспортные товары, подлежащие обязательной проверке при въезде и выезде карантинными органами Китая. Продукция растительного происхождения также включена в данный каталог. Дополнительно при осуществлении экспорта необходимо руководствоваться [Списком](#) карантинно-вредных организмов для растений в Китае.

Приведенные выше базовые требования актуальны для российских компаний, планирующих начать экспорт в Китай растениеводческой продукции, по которой отсутствуют подписанные протоколы, регламентирующие отдельные условия поставок.

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

При экспорте растениеводческой продукции, поставки которой регламентированы [Протоколами по фитосанитарным требованиям](#) (см. раздел «Доступ на рынок Китайской Народной Республики»), прежде всего, необходимо руководствоваться изложенными в них положениями. Также для поставок такой продукции хозяйствующим субъектам необходимо пройти аттестацию со стороны Россельхознадзора и ГТУ КНР для включения в [регистрационные списки](#).

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

Наименование продукции	Виды деятельности, подлежащие аттестации
Кукуруза, соя, рапс, рис	Экспорт, хранение
Пшеница яровая, ячмень яровой, овес, гречиха, семена льна и подсолнечника, пшено, горох	Производство, переработка, хранение
Соевый, рапсовый, подсолнечный шрот и жмых, свекловичный жом	Производство

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



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

1. Подача заявки

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

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

2. Рассмотрение заявки

Россельхознадзором проводится рассмотрение поданной заявки. По результатам рассмотрения заявки принимается решение о проведении выездной проверки предприятия, которая представляет собой комиссионное обследование хозяйствующего субъекта.

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

3. После проведения проверки и положительного решения по заявке Россельхознадзор направляет свою рекомендацию в адрес ГТУ КНР.

4. После получения рекомендации Россельхознадзора ГТУ КНР должно рассмотреть поступившую информацию и принять решение.

5. В случае, если предприятие удовлетворяет требованиям, оно будет зарегистрировано и внесено в определенные по видам продукции перечни, публикуемые в соответствующем [разделе](#) на сайте Россельхознадзора, а также соответствующем разделе на сайте [ГТУ КНР](#).



Дополнительная информация

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

Согласно [опубликованной](#) Россельхознадзором информации, процедура мониторинга и профилактические защитные мероприятия могут включать в себя:

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

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

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

Кроме того, для продукции, поставка которой в Китай разрешена, необходимо провести лабораторные исследования на содержание генетически модифицированных организмов с целью подтверждения их отсутствия.

Дополнительно законодательством Китая предусмотрен процесс подтверждения ответственности отгружаемой партии продукции требованиям к безопасности и качеству, что потребует организации инспекции в отношении данной партии. Такая проверка в обязательном порядке подразумевает выезд представителей аккредитованной организации на место размещения продукции с целью отбора проб для проведения лабораторных исследований, а также предоставление пакета необходимых документов на проверяемую партию.

Более подробную информацию по данному вопросу хозяйствующие субъекты могут уточнить в [территориальных управлениях](#) Россельхознадзора или подведомственных ему [учреждениях](#).



Доступ на рынок Китайской Народной Республики

В настоящее время доступ на рынок Китая открыт для следующей продукции АПК России:

1. Животноводческая продукция:

- говядина и субпродукты КРС;
- мясо и субпродукты домашней птицы (включая мясо и субпродукты индейки и утки);
- рыба, рыбная продукция и морепродукты;
- молоко и молочные продукты⁹;
- мясо и субпродукты свиней¹⁰;
- корма для непродуктивных животных¹¹.

2. Растениеводческая продукция:

- пшеница (яровая);
- соевые бобы;
- ячмень (яровой);
- кукуруза;
- рис;
- рапс;
- гречиха и гречневая крупа;
- овес и овсяные хлопья;
- семена подсолнечника;
- семена льна;
- шрот и жмых соевые, рапсовые, подсолнечные (только на кормовые цели);
- свекловичный жом (на кормовые цели);

⁹ Коды ТН ВЭД: 040110, 040120, 040140, 040150, 040210, 040221, 040229, 040291, 040299, 040310, 040390, 040410, 040490, 040510, 040520, 040590, 040610, 040630, 040640, 040690, 210500, 350110, 350220.

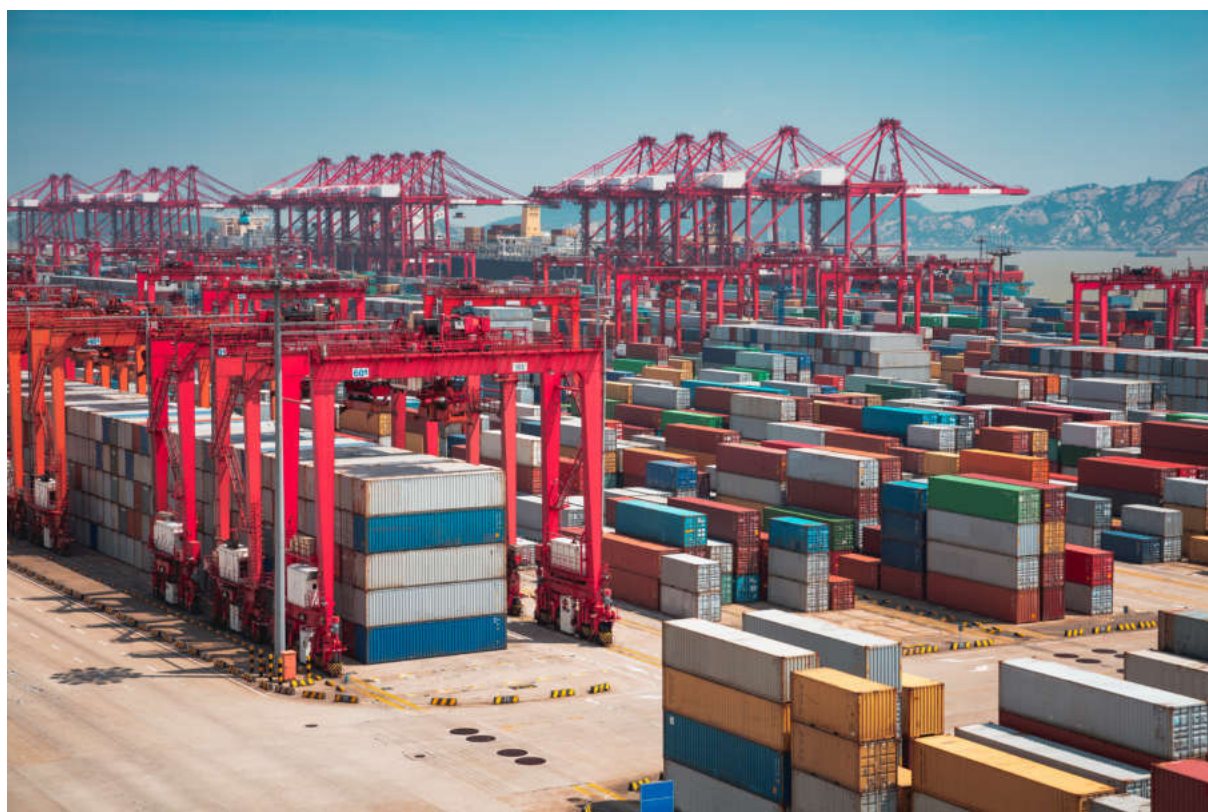
¹⁰ В соответствии с установленным перечнем продукции в Протоколе.

¹¹ 19 декабря 2023 г. между Россельхознадзором и ГТУ КНР подписан [Протокол](#) о ветеринарных и санитарных требованиях к кормам для непродуктивных животных, экспортируемым из России в Китай, следующим этапом является согласование ветеринарного сертификата.



- масла растительные;
- люцерна (тюки или гранулы);
- горох;
- пшено;
- лекарственное растительное сырье для китайской медицины¹².

На постоянной основе компетентными органами России проводится работа по расширению перечня предприятий, которым одобрен экспорт продукции АПК в Китай, а также перечня видов сельскохозяйственной продукции, которые российские производители вправе поставлять на китайский рынок.



¹² Перечень продукции:

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

Барьеры входа на рынок

Тарифные барьеры

Тарифы и иные сборы

При импорте товара в Китай китайскими таможенными органами взимаются импортные пошлины, налоги (НДС, потребительский налог), акцизы и таможенные сборы.

Порядок исчисления импортных таможенных пошлин в Китае регламентируется [Положением об экспортно-импортных тарифах КНР](#) (англ. Regulations of the People's Republic of China on Import and Export Duties).

В отношении России Китай применяет режим наибольшего благоприятствования, импортные пошлины на ключевые товары, импортируемые из России, варьируются в диапазоне от 0 до 25%. Уточнить ставки импортных пошлин возможно на специальном [портале](#) ГТУ КНР.

Таможенные пошлины, применяемые в Китае на отдельные товарные категории из России

Код ТН ВЭД	Наименование позиции	Ставка пошлины, %
1201	Соевые бобы	0–3
1512	Масло подсолнечное, сафлоровое или хлопковое и их фракции	9–10
1514	Масло рапсовое	9
0306	Ракообразные	0–14
0207	Мясо птицы	10–20
1507	Масло соевое	9
0303	Рыба мороженая	2–12*
1204	Семена льна	9*
1205	Семена рапса	0–9
0202	Мясо КРС замороженное	12–25

Источник: ГТУ КНР

Примечание. *Ставка снижена в отношении некоторых позиций на период с 1 января по 31 декабря 2024 г.

Квоты и ограничения

В Китае действует система государственного квотирования. Тарифное квотирование применяется в отношении импорта пшеницы, кукурузы и риса, крупы и муки из указанных зерновых, а также тростникового и свекловичного сахара. Основы распределения тарифных квот в Китае установлены «Временными правилами тарифного регулирования таможенного квотирования при ввозе сельскохозяйственной продукции», которые разработаны [Государственным комитетом по развитию и реформе КНР](#) (National Development and Reform Commission, NDRC, ГКРР) совместно с Министерством коммерции КНР и утверждены межведомственным [указом № 4 от 2003 г.](#)



За распределение тарифных квот на зерновые отвечает ГКРР, подчиняющийся напрямую Государственному совету КНР. Применяемые в пределах и за пределами квоты ставки устанавливаются отдельно для каждого товара, как и сам объем квот. Для пшеницы ставка в пределах квоты объемом в 9 636 тыс. тонн варьируется в диапазоне от 1 до 10%, а вне квоты составляет 65%. Для кукурузы ставка пошлины в пределах квоты объемом в 7 200 тыс. тонн имеет такой же диапазон, как и для пшеницы, а вне квоты варьируется в диапазоне от 10 до 65%. Ставка на рис в пределах квоты в 5 320 тыс. тонн варьируется в диапазоне от 1 до 9%, вне квоты — от 10 до 65%.

За распределение тарифных квот на сахар отвечает Министерство коммерции КНР. В пределах квоты ставка пошлины на сахар составляет 15%, вне квоты — 50%. Объем квоты на сахар — 1 945 тыс. тонн.

По данным ВТО, в 2022 г. заполняемость квот по вышеуказанным позициям составляла 100% за исключением риса. Заполняемость квоты на рис длиннозерный составляла 94,5%, а на рис коротко- и среднезерный — 10,6%.

Нетарифные барьеры

Длительный процесс аттестации и регистрации экспортеров в электронной системе "CIFER" ГТУ КНР

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

Задержки с регистрацией, как правило, связаны с тем, что китайская сторона отводит продолжительное время на рассмотрение поступающих от Россельхознадзора заявок. При этом предприятия-экспортеры, осуществляющие самостоятельную регистрацию, также обращают внимание на длительные сроки рассмотрения их заявок уже непосредственно в ИС CIFER ГТУ КНР.



Регионализация территории России по сельскохозяйственным культурам

Согласно подписанным [протоколам](#), отгрузки разрешенных к экспорту в Китай сельскохозяйственных культур возможны только с соблюдением следующих условий по регионализации территории России:

Регионализация территории Российской Федерации в части поставок растениеводческой продукции

Культура	Открытые регионы доступа
Пшеница (яровая)*	Без ограничений с 04.02.2022
Ячмень (яровой)*	Без ограничений с 04.02.2022
Кукуруза*	Без ограничений с 04.02.2022
Рис*	Без ограничений с 19.12.2023
Рапс*	Сибирский и Дальневосточный федеральные округа
Соя*	Без ограничений
Гречиха**	2-12*
Крупа гречневая**	Без ограничений
Овес**	Без ограничений
Овсяные хлопья**	Без ограничений
Семена подсолнечника**	Без ограничений
Семена льна**	Без ограничений
Шроты и жмыхи: соевый рапсовый подсолнечный	Без ограничений
Свекловичный жом	Без ограничений
Люцерна	Без ограничений
Горох	Без ограничений
Пшено	Без ограничений
Лекарственное растительное сырье	Без ограничений

*Примечание. *Исключительно для переработки*

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

Ограничения на поставки исключительно яровой формы пшеницы и яровой формы ячменя

В соответствии с подписанными российской и китайской стороной протоколами о фитосанитарных требованиях к пшенице и ячменю, экспортируемым из России в Китай, к поставкам разрешено исключительно зерно яровой формы пшеницы и яровой формы ячменя, выращенное на территории субъектов России в зонах, свободных от карликовой головки пшеницы *Tilletia controversa* J. G. Kuhn и предназначенное исключительно для переработки.

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

Различия законодательств России и Китая в отношении бутилированной минеральной воды

Российские производители минеральной воды, фактически, не имеют возможности поставлять бутилированную минеральную воду на рынок Китая из-за имеющихся расхождений в подходах к законодательству и стандартизации между странами, которые заключаются в следующем:

- отличие в требованиях по ключевым показателям безопасности минеральных вод;

Допустимые уровни содержания элементов в российской и китайской практике значительно отличаются. При этом требования китайской стороны более строгие, чем аналогичные требования, установленные российской стороной.

В связи с различием в требованиях, российская продукция не может быть признана безопасной для выпуска в обращение на территории Китая.

- отличие в требованиях к маркировке и целевому назначению минеральных вод.

Согласно требованиям технического регламента ЕАЭС 044/2017 допустимо в наименовании минеральных вод использовать термины «лечебная природная минеральная вода» или «лечебно-столовая природная минеральная вода» в случае, если она отвечает установленным физико-химическим показателям.

В китайской практике отсутствует термин «лечебно-столовая» и «лечебная» минеральная вода. Более того, в национальном стандарте GB 7718-2011 «Общий стандарт на маркировку расфасованной пищевой продукции» содержится требование, запрещающее указывать на этикетке товара, что продукция обладает целебными свойствами или способностью предотвращать или вылечить заболевания.

В связи с различием в классификации целевого назначения минеральных вод российская продукция в настоящее время не отвечает стандартам китайской стороны.



Особенности ведения бизнеса в стране

Особенности ведения бизнеса в Китае

- Китай известен самобытной деловой культурой, обусловленной уникальной историей, философией и древними традициями многочисленных народов страны. Большую роль в ведении бизнеса и принятии важных решений в Китае, в т.ч. на самом высоком уровне, играют философия конфуцианства, древние мудрости и труды китайских мыслителей (например, «Искусство войны» Сунь-цзы), а также изречения видных деятелей Коммунистической партии Китая (например, «Цитаты Мао Цзэдуна»);
- гуаньси (guānxi) или «связи» в Китае — основа любых отношений (в т.ч. деловых), которая подразумевает выстраивание длительного и гармоничного взаимодействия, аналог западного термина «нетворкинг». «Холодные» звонки от неизвестных людей в стране имеют минимальные шансы на успех. Без рекомендаций потребуется много времени, чтобы добиться доверия и уважения китайских деловых партнеров;
- важное значение имеет концепция «лица» (miànzi), то есть репутация и положение человека в обществе. Ключевыми факторами успеха в бизнесе в Китае являются сохранение собственного «лица» и недопущение «потери лица» партнером путем предотвращения и избегания неловких ситуаций, споров, конфликтов, нарушения договоренностей и т.д.;
- популярность визитных карточек. В Китае рекомендуется носить с собой достаточное количество визитных карточек с информацией на китайском и английском языках, а также визитницу для карточек потенциальных контрагентов. Даже случайные встречи в Китае зачастую принято начинать с обмена визитками;
- широкое использование китайского мессенджера WeChat. Мессенджер является де-факто основным инструментом деловой коммуникации для китайских партнеров, в некоторых случаях заменяет китайцам обмен визитными карточками. Контрагенты могут поинтересоваться, используете ли Вы этот мессенджер и попросить отсканировать QR-код для подключения. В WeChat имеется встроенный инструмент перевода;
- в деловой среде Китая строго соблюдается принцип иерархии. Каждый сотрудник китайской компании занимает определенное место и выполняет конкретные функции. Положение в иерархии, как правило, определяется возрастом (опытом) и социальным статусом, является важным как в бизнесе, так и в личной жизни. К формальным должностям и титулам в Китае относятся с почтением. Иерархический принцип неукоснительно соблюдается при приветствии и общении в профессиональной и социальной сферах;
- китайские контрагенты ценят пунктуальность и, как правило, прибывают на встречи вовремя. В случае наличия вероятности опоздания рекомендуется позвонить и предупредить их об этом, обязательно извинившись за задержку. На встречах не принято придерживаться строгого плана, время их окончания редко определяется заранее. Переговоры ведут, в основном, старшие по положению члены делегаций;



- встречаясь с группой людей, следует приветствовать каждого легким, но продолжительным рукопожатием. Традиционное китайское приветствие включает небольшой поклон. При этом принято смотреть вниз и избегать слишком близкой дистанции с собеседником, особенно противоположного пола. При обращении к китайским деловым партнерам рекомендуется называть их профессиональное звание или должность и фамилию. Если человек не имеет звания либо эти сведения вам неизвестны, рекомендуется использовать перед фамилией универсальное уважительное обращение «господин/госпожа» (xiānsheng). По правилам китайского языка сначала всегда идет фамилия, затем имя;
- английский — общепринятый язык делового общения с иностранцами в Китае. Однако в большинстве случаев стороны прибегают к услугам переводчика. Использование китайского языка произведет благоприятное впечатление, даже если будет сказано всего несколько фраз;
- деловым встречам соответствует формальный, сдержанный дресс-код. Для мужчин и женщин предпочтительны костюмы неброских цветов. Одежда должна быть качественной, но не нарочито показной;
- подарки в Китае, как правило, символизируют начало отношений. Однако, прежде чем принять подарок, полагается несколько раз от него отказаться. В Китае подарок вручают в красивой упаковке. Отдают и принимают его двумя руками. Если не настаивают на вскрытии подарка, упаковку не нарушают. В китайской культуре деловой презент — это исключительно знак внимания, потому он не должен быть слишком дорогим;
- для китайцев основным предметом переговоров на начальном этапе являются не контракты, а деловые контакты. Зачастую иностранцам не удается закрепить свои отношения из-за недостаточного внимания к личным связям. Китайцам свойственно устанавливать длительные деловые отношения, периодически обмениваться подарками и открытками, вести постоянную переписку;
- китайские переговоры представляют собой размеренный, структурированный процесс. Все решения тщательно взвешиваются и оцениваются с точки зрения перспективы комфортного взаимодействия и заключения сделок. В своих презентациях и предложениях важно обозначить долгосрочные цели и задачи делового партнерства;
- китайцы, как правило, стараются избегать конфликтных ситуаций. Они практически не говорят «нет» напрямую, вместо этого отвечая «посмотрим» или «подумаем», поэтому рекомендуется оставаться осмотрительными в отношении договоренностей. Следует избегать категоричности, резкого и напористого поведения, которое бесповоротно портит деловые отношения. В деловой среде Китая высоко ценится умение находить консенсус. Китайское общество опирается на принцип заинтересованности: «если ты не заинтересован, то и мне это не интересно»;
- во время деловых встреч присутствующим, как правило, предлагают еду и напитки. Деловой завтрак, обед, ужин — важная составляющая бизнес-отношений. Участники приема должны сидеть за столом согласно протоколу в порядке субординации. Приглашения на банкеты и другие социальные

мероприятия — выражение гостеприимства китайских коллег. Не стоит пренебрегать ими. Подобные встречи, наряду с формальными переговорами, помогают наладить деловые связи.

Национальные праздники в Китае в 2024 г.

Дата / выходные дни	Название праздника
1 января	Новый год
9–15 февраля	Праздник весны (китайский Новый год)
5 апреля	Цинмин (день поминовения усопших)
1–2 мая	День труда
10 июня	Парад лодок-драконов
16–17 сентября	Праздник середины осени
1–7 октября	День образования КНР