

НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТРАНСГРАНИЧНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В КИТАЕ

Ч. Ву

*Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, 812070699wz@gmail.com*

Пандемия COVID-19 привела к значительным преобразованиям в сфере торговли: вынужденное пребывание людей дома, рост цен, а также дефицит некоторых товаров сделали китайские торговые Интернет-площадки особенно привлекательными для иностранного покупателя. Возросший спрос на китайские товары и услуги положительно сказался на объемах экспорта, что не могло остаться незамеченным, поэтому китайское правительство предпринимает активные меры для содействия развития Интернет-продаж за рубеж. В настоящей статье рассмотрены основные тенденции развития трансграничной электронной коммерции в Китае и предложены способы её совершенствования.

Ключевые слова: электронная коммерция, экспорт товаров, экспорт услуг, трансграничные операции, Китай.

NEW TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF CROSS-BORDER E-COMMERCE IN CHINA

Z. Wu

*Belarusian State University,
Niezaliežnasci Avenue, 4, 220030, Minsk, Belarus, 812070699wz@gmail.com*

The COVID-19 pandemic has led to significant transformations in the field of trade: the forced stay of people at home, rising prices, as well as the shortage of certain goods have made Chinese online marketplaces especially attractive to foreign buyers. The increased demand for Chinese goods and services has had a positive impact on export volumes, which could not go unnoticed, so the Chinese government is taking active measures to promote the development of online sales abroad. This article discusses the main trends in the development of cross-border e-commerce in China and suggests ways to improve it.

Key words: electronic commerce; export of goods; export of services; cross-border operations; China.

В условиях возникновения различных вызовов безопасности и постепенного восстановления международной торговли трансграничная электронная коммерция по-прежнему является важной движущей силой роста внешней торговли КНР.

В последние годы масштаб трансграничных операций электронной торговли в Китае продолжал увеличиваться. Согласно таможенной статистике, объём трансграничных импортных и экспортных операций электронной коммерции Китая увеличился с 90,24 млрд юаней [1] в 2017 году до 1,98 трлн юаней [2] в 2021 году. Судя по последним данным, в 2022 году для трансграничной электронной коммерции в Китае также характерен устойчивый рост [3].

Региональная модель трансграничной электронной торговли сильна на востоке и слаба на западе.

В первую очередь, по масштабам восточные прибрежные районы занимают лидирующие позиции. В последние годы пять ведущих провинций и городов по объёму трансграничного розничного импорта и экспорта электронной коммерции, а именно Гуандун, Шаньдун, Фуцзянь, Чжэцзян и Хэнань [4], находятся в основном в восточных прибрежных районах.

Во-вторых, по темпам развития трансграничной электронной коммерции лидируют центральные и западные районы.

Среда индустрии трансграничной электронной коммерции продолжает оптимизироваться. Во-первых, основные услуги трансграничной логистики электронной коммерции постоянно совершенствуются. Согласно статистике Министерства торговли, количество зарубежных складов в Китае в 2019 году составляло более 1000, 2021 году – более 2000 общей площадью более 16 миллионов квадратных метров [5].

Во-вторых, сфера деятельности, в основном, сконцентрирована в Северной Америке, Европе и Азии. Некоторые ведущие предприятия создали передовые системы управления информацией, которые могут связывать воедино клиентов, продукцию, складирование и распределение товара в режиме реального времени, а также запустили инновационные высококачественные услуги с добавленной стоимостью, такие как послепродажное обслуживание, финансирование цепочки поставок, консультации по соблюдению нормативных требований и маркетинговое продвижение.

В 2022 году для электронной коммерции в Китае было характерно несколько особенностей.

В первую очередь, это брендинг экспортных товаров. Трансграничная электронная коммерция Китая официально вступила в эпоху, характеризующуюся «новыми рынками, новым трафиком, новыми исследованиями и разработками и новыми каналами», а также выходом на внешние рынки всех крупных брендов.

Согласно расчетам Yibang Power, количество китайских брендов с годовыми трансграничными розничными продажами, превышающими 10 миллионов долларов США, в 2022 году выросло до 2277, из которых продажи более 230 ведущих брендов превысили 50 миллионов долларов

США [6]. В то же время глобальный трафик перешёл от социальных сетей к видео, а вместо поиска появились рекомендации, что также дает новый импульс выходу китайских брендов за рубеж.

Ещё одной особенностью является экологизация полной цепочки поставок. На политическом уровне государство активно поощряет «зелёное» развитие компаний, занимающихся «зелёной» электронной коммерцией, чтобы способствовать достижению углеродной нейтральности. В «14-м пятилетнем плане качественного развития внешней торговли» [7] чётко указано, что Китаю необходимо создавать систему «зелёной» торговли, изучать возможности создания системы отслеживания углеродного следа для всего жизненного цикла товаров, ориентированных на внешнюю торговлю, поощрять и направлять иностранные торговые компании для способствования экологическому преобразованию всего жизненного цикла продуктов.

Третья особенность проявляется в сфере услуг. С одной стороны, углубляющиеся реформы в Китае придали новый импульс развитию трансграничной электронной коммерции. Согласно статистике Министерства коммерции, степень реализации конкретных мер, предусмотренных пилотным проектом по комплексному углублению инноваций и развитию торговли услугами, превысило 90% [8].

Международное сотрудничество в сфере торговли услугами продолжает углубляться. Также, согласно статистике Министерства коммерции, наиболее быстро растущими областями экспорта услуг являются культурные услуги и развлечения, плата за использование прав интеллектуальной собственности, телекоммуникации, компьютерные и информационные услуги [9]. Ожидается, что объём экспорта услуг будет только повышаться.

Также стоит отметить, что, благодаря глубокой интеграции информационных технологий нового поколения, таких как большие данные, облачные вычисления, блокчейн и искусственный интеллект, с различными областями, трансграничная электронная коммерция будет играть более важную роль в разработке продуктов, маркетинговом продвижении, обслуживании клиентов и послепродажном обслуживании. Сотрудничество со странами-участницами инициативы «Шёлковый путь» и Всестороннего регионального экономического партнёрства активно способствовало сближению стандартов в области таможенного дела, налогообложения, логистики, электронной сертификации, что ещё больше упростило процедуры трансграничной электронной коммерции.

Несмотря на очевидные положительные тенденции, сферу трансграничной электронной коммерции можно усовершенствовать.

Во-первых, можно усовершенствовать соответствующую правовую и нормативную систему, например, упорядочить законодательство в сфере

данных и прав собственности на эти данные, а также уточнить стандарты и правила безопасности данных и защиты личной информации, осуществлять надзор за защитой интеллектуальной собственности новых форм бизнеса, сосредоточиться на создании полноценной нормативной базы. Кроме того, также необходимо устанавливать, внедрять и совершенствовать взаимное признание результатов выборочных проверок и оценок различными надзорными ведомствами и другие механизмы совместного надзора.

Во-вторых, необходимо развивать диверсифицированные платформы и улучшать комплексные возможности обслуживания, поддерживая трансграничные платформы электронной коммерции и развитие конкурентоспособных трансграничных предприятий комплексного обслуживания электронной коммерции. Также необходимо поощрять строительство крупными трансграничными компаниями зарубежных складов для развития экспорта электронной коммерции и оптимизацию логистических сортировочных линий, таможенных складов и других основных объектов обслуживания с опорой на преимущества водной, наземной и воздушной комплексной логистики.

В-третьих, необходимо повысить интеллектуальную эффективность зарубежных складов, организовать сортировку товаров с помощью механического оборудования и интеллектуальных роботов, усилить координацию зарубежных складов с местными поставщиками логистических услуг, чтобы полностью оптимизировать местные ресурсы и добиться эффективного и точного управления логистическими операциями для удовлетворения потребностей бизнеса форматов Business-to-Business (B2B) и Business-to-Client (B2C).

И, наконец, необходимо активно участвовать в разработке международных экономических и торговых правил, в полной мере использовать открытые платформы, такие как экспериментальные зоны свободной торговли, экспериментальные проекты инновационного развития торговли услугами, комплексные тестовые зоны трансграничной электронной коммерции, зоны экономического и технологического развития, зоны высоких технологий и т. д. Важно поощрять страны повышать необлагаемый налогом порог для импортных тарифов на товары с низкой стоимостью и способствовать созданию единой, понятной и в то же время многоуровневой системы надзора за импортными тарифами, а также поддерживать переговоры о либерализации логистических и транспортных услуг и увеличивать инвестиции в строительство инфраструктуры, связанной с электронной коммерцией.

Библиографические ссылки

1. 我国 2017 年跨境电商进出口总额同比增长超 80% [Электронный ресурс] // 中华人民共和国中央人民政府. – Режим доступа: http://www.gov.cn/xinwen/2018-02/09/content_5265322.htm. – Дата доступа: 06.01.2023.
2. 海关总署: 2021 年我国跨境电商进出口 1.98 万亿元 增长 15% [Электронный ресурс] // 中国证券网. – Режим доступа: <https://news.cnstock.com/news/bwqx-202201-4812743.htm>. – Дата доступа: 06.01.2023.
3. 跨境电商培育外贸新增长点 [Электронный ресурс] // 中华人民共和国中央人民政府. – Режим доступа: http://www.gov.cn/xinwen/2022-10/13/content_5717999.htm. – Дата доступа: 05.01.2023.
4. 2021 年中国跨境电商行业区域市场竞争格局分析 广东为何能领跑全国? [Электронный ресурс] // 经济学人. – Режим доступа: <https://www.qianzhan.com/analyst/detail/220/210917-703dfec4.html>. – Дата доступа: 03.01.2023.
5. 跨境电商培育外贸新增长点 [Электронный ресурс] // 中国物流与采购联合会. – Режим доступа: <http://www.cflp.org.cn/zixun/202210/13/589967.shtml>. – Дата доступа: 10.01.2023.
6. 亿邦智库发布《有效创新-2022DTC 品牌出海发展报告》 [Электронный ресурс] // 中国日报. – Режим доступа: <http://ex.chinadaily.com.cn/exchange/partners/82/rss/channel/cn/columns/snl9a7/stories/WS630d806ba3101c3ee7ae63f0.html>. – Дата доступа: 11.01.2023.
7. “十四五”对外贸易高质量发展规划 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://images.mofcom.gov.cn/wms/202111/20211123170359494.pdf>. – Дата доступа: 15.01.2023.
8. 商务部谈服务贸易创新发展试点: 试点任务落地率超过 90% [Электронный ресурс] // 中国发展网. – Режим доступа: <http://www.chinadevelopment.com.cn/news/zj/2021/12/1757454.shtml>. – Дата доступа: 13.01.2023.
9. 2021 年我国服务贸易持续快速增长, 服务进出口总额达 52982.7 亿元 [Электронный ресурс] // 中华人民共和国中央人民政府. – Режим доступа: http://www.gov.cn/xinwen/2022-02/12/content_5673197.htm. – Дата доступа: 12.01.2023.