

# РОЛЬ КИТАЯ В РАЗВИТИИ ЦИФРОВОЙ ТОРГОВЛИ

**А.В. Пронина**

*студентка 3 курса Российского университета дружбы народов имени Патриса*

*Лумумбы, г. Москва;*

*1032217405@pfur.ru;*

*научный руководитель – А.Г. Симонов, кандидат экономических наук, доцент*

Статья рассматривает состояние рынка электронной коммерции Китая, его основные показатели, крупнейших игроков. Кроме этого, статья также выделяет проблемы, с которыми сталкиваются китайские компании, такие как конкуренция с США, недостаточная конкурентоспособность продуктов и проблемы в области управления цифровой безопасностью. В заключении анализируется активное развитие Китая во внешней торговле цифровыми услугами и его экспортные возможности.

**Ключевые слова:** цифровая торговля, электронная коммерция, Китай, развитие

## **Состояние электронной коммерции Китая.**

В последние годы в Китае произошел значительный рост цифровизации экономики, особенно в сфере торговли. Китайская цифровая торговля демонстрировала стабильный рост последнее время, что также привело к увеличению ее доли в общем объеме торговли страны. Согласно аналитике электронной коммерции GlobalData, продажи электронной коммерции в Китае росли со среднегодовым темпом 13,3% в период с 2018 по 2021 год и достигли 13,1 трлн. юаней (2,1 трлн. долларов США) в 2021 году. В 2021 году Китай занимал более 37% мирового рынка электронной коммерции по объему платежей. Одной из основных особенностей электронной коммерции Китая является то, 80% всех транзакций осуществляется через мобильные телефоны. Китай стал лидером по доле пользователей, использующих бесконтактные мобильные платежи. В целом, рынок электронной коммерции в Китае представляет огромный потенциал для дальнейшего роста и инноваций, привлекая все больше потребителей и предпринимателей из других стран.

## **Крупнейшие игроки рынка электронной коммерции Китая.**

В рейтинге крупнейших компаний в мире в сфере электронной коммерции по выручке в 2021 г. в первую десятку вошли четыре китайские компании: JD.com, Alibaba, Meituan и Suning.com. Выручка компании JD.com составила 149,32 млрд. долл., Alibaba – 109,48 млрд. долл., Meituan – 27,77 млрд. долл., Suning.com – 21,09 млрд. долл., которые следуют сразу за американской компанией Amazon. Известный китайский маркетплейс Shein также попал в десятку крупнейших компаний с выручкой 15,7 млрд. долл. (рис. 1).

Учитывая тот факт, что количество китайских компаний в мировом рейтинге крупнейших компаний в сфере электронной коммерции растёт, можно сделать вывод о стремительном развитии цифровой торговли Китая.

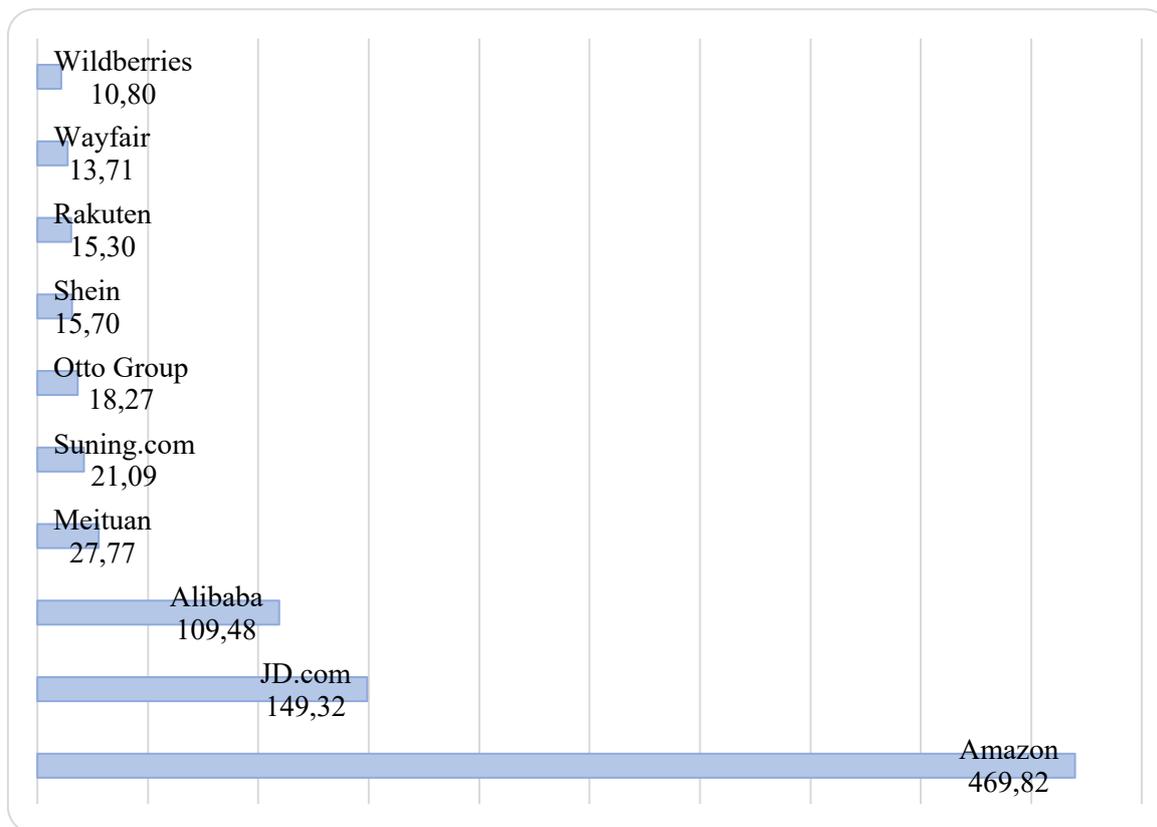


Рис. 1. Годовая выручка 10 крупнейших компаний в сфере электронной коммерции по выручке в 2021 г., млрд долл. США

Рассматривая динамику выручки крупнейших китайских компаний в сфере электронной торговли за период 2020-2022 гг., можно заметить, что их выручка стабильно растет. (рис. 2).

Компания JD.com увеличила свою выручку в 2022 году до 1046,23 млрд юаней, что примерно на 40%, чем в 2020 году. Alibaba увеличила свою выручку на 67% с 509,71 млрд юаней до 853,06 млрд юаней. Выручка Meituan и Suning.com возросла на 92% и 253%, соответственно. Стабильное увеличение выручки лидеров Китая в области электронной коммерции с темпами, значительно превышающими рост ВВП, является одним из важнейших признаков стремительного развития цифровой торговли в стране.

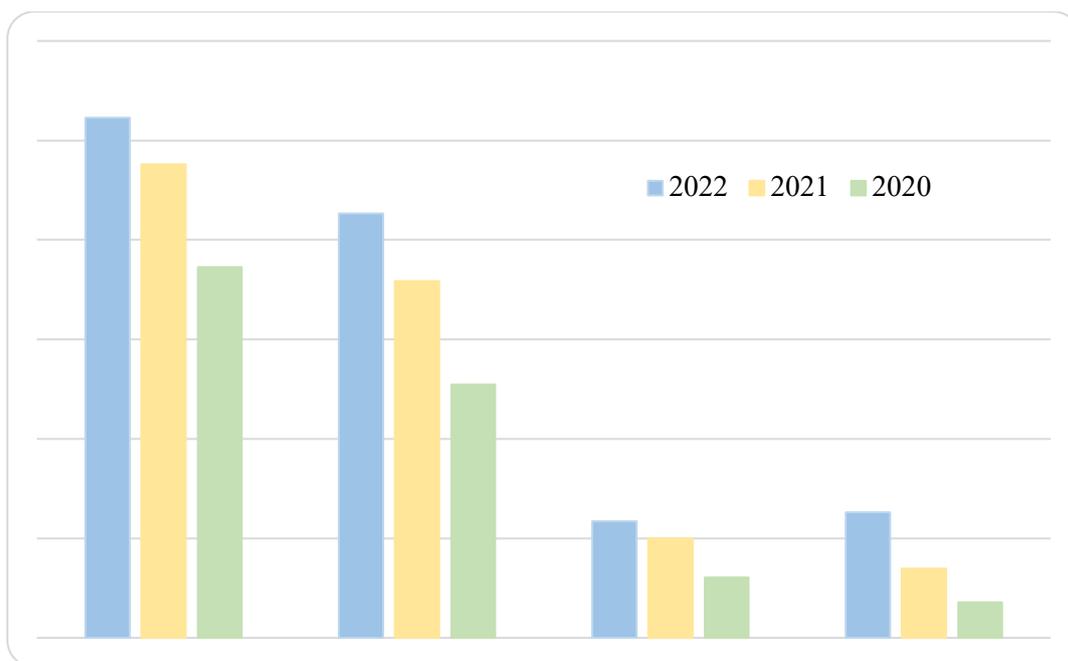


Рис. 2. Динамика выручки крупнейших китайских компаний электронной коммерции за 2020-2022 гг., млрд юаней

### **Проблемы, препятствующие развитию цифровой торговли Китая.**

Одной из главных проблем, тормозящих рост цифровой торговли Китая, является жесткая конкуренция с США. С целью ограничить рост цифровизации в Китае и уменьшить экспорт цифровых товаров из Китая, Министерство торговли США приняло жесткие ограничения на сотрудничество с китайскими компаниями. Эти меры включают запрет на поставки в Китай ряда высокотехнологичных компонентов, в частности передовой электроники. В настоящее время в развитии цифровой торговли в Китае еще много недочетов, таких как недостаточная конкурентоспособность основных продуктов. Для достижения дальнейших успехов необходимо совершенствование основных технологий и увеличение технологической автономии. Некоторые ключевые технологии до сих пор недостаточно развиты, например, некоторые важные компоненты (такие как чипы) и программное обеспечение (как, например, MATLAB) до сих пор приходится импортировать, что затрудняет участие страны и ее компаний в промышленной и торговой деятельности.

Кроме того, в Китае существуют явные недостатки в области управления цифровой безопасностью, которые могут серьезно затруднить долгосрочное развитие торговли страны. Китай столкнулся с недостатком конкретных норм и правил по передаче и надзору данных, что подчеркивается в «Белой книге по киберзаконодательству (2022)» [8]. Одним из основных аспектов, выделенных в Белой книге, является охрана

конфиденциальности персональных данных. В условиях всеобщего распространения сбора и использования таких данных в цифровую эпоху, возникает необходимость в комплексных законах и нормативных актах для защиты прав пользователей.

Для решения этих проблем, в Белой книге представлен ряд мер, которые Китай принял в 2022 году и намерен принять в 2023 году. Среди них - установление национальной системы защиты персональных данных, разработка стандартов и руководящих принципов для сбора и использования персональных данных, а также создание механизма разрешения споров и жалоб, связанных с персональными данными.

### **Развитие внешней торговли цифровыми товарами.**

Китай активно увеличивает экспорт цифровых товаров и технологий. В 2021 году объем поставок товаров из этой страны на международные рынки составил 3,026 триллиона долларов США, что означает увеличение на 33,2% по сравнению с 2017 годом и на 16,8% с 2020 по 2021 год. По данным Международного валютного фонда, китайский юань укрепился на 4,6% по отношению к доллару США со 2017 года и на 6,5% с 2020 по 2021 год.

Согласно отчету, опубликованному Китайской академией международной торговли и экономического сотрудничества при Министерстве торговли, Китай занимает лидирующее место в мире по общему объему трансграничного розничного экспорта электронной коммерции. Цифровая торговля включает операции по товарам, услугам и данным с использованием цифровых технологий, способствуя изменениям в глобальных цепочках производства и повышению эффективности работы предприятий.

В 2021 году основные экспортные товары материкового Китая включали мобильные телефоны, компьютеры, интегральные схемы, осветительные изделия, диоды и полупроводники для солнечной энергии. Они составляют более 20% от общего объема экспорта Китая. Китай является одним из крупнейших мировых экспортеров сотовых телефонов, компонентов электронных схем, а также автомобильных запчастей. Большинство товаров, экспортированных из Китая, были приобретены США, Гонконгом, Японией, Южной Кореей, Вьетнамом, Германией, Нидерландами, Индией, Великобританией, Тайванем, Малайзией и Таиландом.

По направлениям экспорта, на азиатские страны пришлось 47,6% экспорта Китая, на Северную Америку - 20,8%, на Европу - 20,7%. Экспорт в Африку составил 4,4%, в Латинскую Америку - 4,1%, в Австралию и Океанию - 2,5%. Общий объем экспорта Китая составляет 11,1% его общего ВВП, что больше, чем в предыдущие годы.

## Библиографические ссылки

1. Research on the development path of China's digital trade under the background of the digital economy [Electronic resource] – URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JIDE-10-2021-0010/full/pdf?title=research-on-the-development-path-of-chinas-digital-trade-under-the-background-of-the-digital-economy>.
2. China's Export Leadership and Digital Yuan [Electronic resource] – URL: <https://www.rsa-tax.com/single-post/china-s-export-leadership-and-digital-yuan>.
3. Китайский рынок онлайн-торговли [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kitayskiy-rynok-onlayn-torgovli?ysclid=ltywfvjuyg232041798>.
4. Состояние, тенденции и проблемы цифровой торговли Китая [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sostoyanie-tendentsii-i-problemy-tsifrovoy-torgovli-kitaya/viewer>.
5. Annual Reports [Electronic resource] – URL: <https://www.annualreports.com/Search>.
6. China's digital economy [Electronic resource] – URL: [https://www.ualberta.ca/china-institute/media-library/media-gallery/research/analysis-briefs/2022/2022\\_chinasdigiteconomy.pdf](https://www.ualberta.ca/china-institute/media-library/media-gallery/research/analysis-briefs/2022/2022_chinasdigiteconomy.pdf).
7. Sustainable trade: evolution and trends in digital trade research in China [Electronic resource]. – URL: <file:///C:/Users/nasty/Downloads/2182+Law.pdf>.
8. Белая книга по киберзаконодательству Китая представляет собой всеобъемлющий документ, в котором изложен подход страны к вопросам кибербезопасности и защиты персональных данных [Электронный ресурс] – URL: <https://xn--h1aax.xn--p1ai/news/razvitie-zakonodatelstva-knr-v-oblasti-tsifrovoy-ekonomiki/?ysclid=lu61e572xo553621939> – URL: <http://www.caict.ac.cn/kxyj/qwfb/bps/202301/P020230114499859875704.pdf>.