

ПУТИ УВЕЛИЧЕНИЯ ЭКСПОРТА БЕЛОРУССКОЙ МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ В КИТАЙСКУЮ НАРОДНУЮ РЕСПУБЛИКУ

Ван Бо¹⁾, Е. М. Карпенко²⁾

¹⁾ студент, Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь, wangbow641@gmail.com

²⁾ доктор экономических наук, профессор, Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь, emkarpenko@mail.ru

В статье рассматриваются современное состояние и перспективы увеличения экспорта мясной продукции Республики Беларусь в Китайскую Народную Республику. Проанализированы ключевые преимущества белорусской мясной отрасли, а также структурные и регуляторные барьеры, сдерживающие рост поставок. На основе анализа предложен комплекс мер, направленных на диверсификацию экспортного ассортимента, оптимизацию логистических цепочек, усиление брендинга и использование инструментов цифрового маркетинга для выхода на китайский потребительский рынок.

Ключевые слова: экспорт, мясная продукция, свинина, говядина, ветеринарный контроль, логистика, продвижение бренда, «Пояс и путь».

WAYS TO INCREASE EXPORTS OF BELARUSIAN MEAT PRODUCTS TO THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

Wang Bo¹⁾, E. M. Karpenko²⁾

¹⁾ student, Belarusian State University, Minsk, Belarus, wangbow641@gmail.com

²⁾ doctor of economics, professor, Belarusian State University, Minsk, Belarus, emkarpenko@mail.ru

The article examines the current state and prospects for increasing the export of meat products from the Republic of Belarus to the People's Republic of China. It analyzes the key advantages of the Belarusian meat industry, as well as the structural and regulatory barriers that hinder the growth of exports. Based on this analysis, the article proposes a set of measures aimed at diversifying the export portfolio, optimizing logistics chains, strengthening branding, and using digital marketing tools to enter the Chinese consumer market.

Keywords: export, meat products, pork, beef, veterinary control, logistics, brand promotion, Belt and Road Initiative.

Введение. Китайская Народная Республика представляет собой крупнейший в мире рынок продовольствия, характеризующийся растущим спросом на качественные и безопасные мясные продукты. В связи с ростом доходов населения, урбанизацией и изменениями в потребительских привычках, емкость этого рынка продолжает увеличиваться. Для Республики Беларусь, обладающей высокоразвитым агропромышленным комплексом и избытком мясной продукции, наращивание экспорта в КНР является стратегической задачей, отвечающей целям диверсификации внешних рынков и укрепления экономической безопасности.

Несмотря на значительный успех в поставках белорусской молочной продукции, экспорт мясной продукции (в частности, говядины и свинины) сталкивается с рядом серьезных вызо-

вов. К ним относятся строгие ветеринарно-санитарные требования китайской стороны, высокая конкуренция со стороны других стран-поставщиков, логистическая удаленность и недостаточная узнаваемость белорусских брендов среди китайских потребителей.

Целью данного исследования является выявление ключевых барьеров на пути увеличения экспорта белорусской мясной продукции в КНР и разработка комплексной системы мер по их преодолению. Для достижения данной цели поставлены нижеследующие задачи.

1. Проанализировать текущее состояние и структуру экспорта мяса из Беларуси в Китай.
2. Выявить внутренние и внешние факторы, сдерживающие рост поставок.
3. Разработать конкретные пути и рекомендации по увеличению объемов экспорта.

Анализ текущего состояния экспорта белорусского мяса в Китай. Беларусь обладает мощной сырьевой базой для производства мяса. По данным Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь, страна не только полностью обеспечивает внутренние потребности, но и имеет значительный объем продукции для экспорта. Ключевыми статьями экспорта являются говядина, свинина и мясо птицы.

Доступ на китайский рынок для белорусских предприятий был открыт после длительных переговоров и процедур инспекции. На сегодняшний день ряд белорусских мясокомбинатов (например, «Волковысский мясокомбинат», «Брестский мясокомбинат») получили право поставлять свою продукцию в Китай. Однако текущие объемы поставок остаются ниже потенциально возможных.

Основными преимуществами белорусской мясной продукции являются:

- высокий уровень безопасности и качества: Строгий ветеринарный контроль и система прослеживаемости «от поля до прилавка»;
- экологичность производства: Значительная часть кормовой базы производится без использования ГМО;
- благоприятная ценовая конкурентоспособность: по сравнению с поставщиками из Западной Европы и Южной Америки.

Тем не менее, доля Беларуси на китайском мясном рынке остается незначительной. Основными конкурентами являются:

- по свинине: Германия, Испания, США, Бразилия;
- по говядине: Бразилия, Аргентина, Австралия, Новая Зеландия.

Эти страны имеют давно налаженные логистические коридоры, сильные бренды и лоббистские возможности в Китае.

Ключевые барьеры и вызовы для наращивания экспорта. Рост экспорта белорусской мясной продукции в КНР сдерживается комплексом барьеров, которые можно классифицировать следующим образом:

Регуляторные и административные барьеры:

- строгие фитосанитарные (SPS) требования: Китай предъявляет чрезвычайно высокие требования к безопасности продукции, включая свободу от конкретных заболеваний (например, африканская чума свиней), остатков ветеринарных препаратов и добавок. Любое несоответствие ведет к немедленному закрытию предприятия-поставщика;
- сложность и длительность процедур сертификации: каждое предприятие должно пройти инспекцию китайских властей и быть внесенным в соответствующий реестр разрешенных поставщиков. Этот процесс требует значительных временных и административных ресурсов.

Логистические и инфраструктурные барьеры:

- удаленность и транспортные издержки: отсутствие выхода к морю удорожает и удлиняет транспортировку. Морские перевозки занимают значительное время, а железнодорожные и авиаперевозки существенно дороже;
- необходимость в специализированном холодильном транспорте: перевозка замороженного мяса требует бесперебойной работы холодильной цепи, что увеличивает сложность и стоимость логистики.

Рыночные и маркетинговые барьеры:

- низкая узнаваемость бренда: белорусские мясные бренды практически неизвестны конечному потребителю в Китае;

- жесткая конкуренция: устоявшиеся поставщики активно продвигают свою продукцию и имеют долгосрочные контракты с китайскими дистрибьюторами.

Особенности потребительского поведения: китайские потребители имеют специфические предпочтения в отношении вкусов, нарезки и упаковки продукции, к которым белорусским производителям необходимо адаптироваться.

Пути и рекомендации по увеличению экспорта. Для преодоления указанных барьеров необходим комплексный подход, объединяющий усилия государства и бизнеса.

Государственный уровень:

- активная работа по снятию регуляторных барьеров: продолжение двусторонних переговоров на уровне ветеринарных служб для упрощения процедур сертификации и расширения списка разрешенных к поставкам предприятий и видов продукции (например, субпродукты, мясо птицы);

- использование потенциала инициативы «Пояс и путь»: лоббирование создания «зеленых коридоров» для поставок сельхозпродукции, что позволит упростить таможенные процедуры и ускорить доставку по железной дороге;

- оказание финансовой и информационной поддержки экспортерам: субсидирование части логистических затрат, организация коллективных стендов белорусских производителей на ключевых китайских продовольственных выставках (например, FHC China, SIAL China).

Уровень предприятий-экспортеров:

- диверсификация экспортного ассортимента: необходимо выходить на рынок не только с замороженной полутушей, но и с продукцией глубокой переработки (колбасы, ветчина, готовые к употреблению изделия), а также с премиальными cuts (стейки), которые имеют более высокую маржинальность;

- инвестиции в брендинг и маркетинг: создание и продвижение объединяющего бренда «Сделано в Беларуси» с акцентом на чистоту, натуральность и безопасность;

- активная работа в китайских социальных сетях (WeChat, Douyin, Xiaohongshu) с привлечением лидеров мнений (KOL) для создания спроса;

- разработка упаковки, соответствующей эстетическим предпочтениям китайского потребителя и несущей QR-коды с проверяемой информацией о происхождении продукта;

- оптимизация логистики: исследование возможности использования мультимодальных перевозок (ж/д + море) для снижения затрат, а также создание распределительных центров на территории Китая в партнерстве с местными компаниями.

Налаживание прямых контактов с крупными розничными сетями и дистрибьюторами: Прямые контракты с такими гигантами, как JD.com, Alibaba (Hema Fresh), позволяют сократить цепочку посредников и лучше контролировать продвижение продукции.

Китайский рынок представляет собой беспрецедентную возможность для белорусских производителей мяса. Несмотря на существующие серьезные вызовы, связанные с регуляторикой, логистикой и конкуренцией, потенциал для роста экспорта является значительным.

Ключом к успеху является синергия усилий государства и бизнеса. Государство должно создавать благоприятные регуляторные и инфраструктурные условия, активно работая в рамках диалога с китайской стороной. Бизнес, в свою очередь, должен проявлять гибкость и инновационность, переходя от сырьевого экспорта к поставкам продуктов с высокой добавленной стоимостью, инвестируя в построение долгосрочного доверия к белорусскому бренду.

Реализация предложенных мер – диверсификация ассортимента, активный цифровой маркетинг, оптимизация логистики и стратегическое партнерство – позволит Беларуси не

только увеличить объемы поставок мясной продукции в КНР, но и закрепиться на этом стратегическом рынке в качестве надежного поставщика качественных и безопасных пищевых продуктов. Дальнейшие исследования могут быть сфокусированы на детальном анализе потребительских сегментов в Китае и разработке точечных маркетинговых стратегий для каждого из них.

Библиографические ссылки

1. Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь : Официальный сайт. URL: <https://mshp.gov.by/ru>.
2. General Administration of Customs of the People's Republic of China (GACC) : Официальный сайт. URL: <http://english.customs.gov.cn/>.
3. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO): Статистические базы данных. URL: <https://www.fao.org/home/en>.
4. Отчеты по рынку мяса в Китае // USDA Foreign Agricultural Service. URL: <https://www.fas.usda.gov/data/china-retail-foods-annual-0>.