

## Экономика и управление

УДК 338 (100) + 339.1/5

Чэнь Цюцзе

### ТРАНСГРАНИЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ МЕЖДУ КНР И РФ: ПРОШЛОЕ, НАСТОЯЩЕЕ И БУДУЩЕЕ

*Статья посвящена проблеме китайско-российской трансграничной электронной коммерции. Показано, что с 90-х гг. прошлого века КНР и РФ начали развитие в сфере электронной торговли. В последние годы Интернет-торговля между двумя странами, быстро развиваясь, характеризуется такими особенностями как обширность платформ торговли, оптимизация структуры товаров, повышение темпа логистики и совершенствование платежной системы. В заключение автор делает прогноз по дальнейшему развитию трансграничной электронной торговли между КНР и РФ.*

*Ключевые слова: трансграничная электронная коммерция, КНР, РФ, история, состояние, перспективы.*

### TRANSBOUNDARY ELECTRONIC COMMERCE BETWEEN CHINA AND RUSSIA: PAST, PRESENT AND FUTURE

*The article presents the development of Russian-Chinese transboundary electronic commerce. Since the 90s of the last century, China and Russia have begun their development in electronic commerce. In recent years, Internet commerce between the two countries is developing quickly, characterized by trade platforms, optimization of the product structure, increase the rate of logistics and improvement of the payment system. In conclusion, the authors makes a forecast for the further development of transboundary electronic commerce between China and Russia.*

*Key words: transboundary electronic commerce, China, Russia, history, status, prospects.*

КНР и РФ, обладая 2981 км границ, на долгосрочной основе развивают равноправное партнерство и стратегическое взаимодействие во многих отраслях экономики. В частности, трансграничная электронная коммерция является одной из самых перспективных сфер в сотрудничестве между двумя странами в нынешний период. Под эгидой концепции экономического развития «Один пояс, один путь» китайско-российская трансграничная электронная торговля набирает всё большие обороты и стремительно развивается. За последние пять лет Китаю удалось вырваться в пятерку лидеров на российском рынке электронной торговли, в 2015 г. объем китайско-российского сегмента оценивался в

2.72 млрд. долларов США [1]. В 2016 г. из-за рубежа в Россию поступило 233 млн. отправок из Интернет-магазинов. Порядка 90% зарубежных отправок с товарными вложениями приходят в Россию из Китая.

### **История электронной торговли КНР и РФ**

Электронная коммерция Китая начинается с 1997 г., в то время появились первые B2B платформы, как Trade easy.com, ChemNet и т.д. 1999 г. считается переломным – в том году создан гигант электронной коммерции Китая – AlibabaGroup, до сих пор играющий лидирующую роль. В сентябре 1999-го был официально запущен в действие EachNet.com, который является одной из первых бизнес-моделей C2C в Китае. Но ключевым годом в истории электронной торговли Китая можно назвать 2003-й. В первое полугодие того года вспыхнула атипичная пневмония (SARS) в мегаполисах Китая. В ходе распространения эпидемии покупатель, боясь заразиться, меньше выходил на улицу и больше покупал в Интернете, в связи с этим наблюдался бум развития электронной коммерции. Приемлемым способом купить товары для китайцев становится Интернет-шопинг, особенно Таобао и JD получили бурное развитие в первые годы после SARS. По статистике, если во всем Китае в 2006 г. было 33.57 млн. Интернет-покупателей, то в 2013 г. – уже 302 млн., т.е. число их увеличилось почти в 9 раз [2]. Современный период характеризуется постоянной модернизацией электронной коммерции Китая и ее развитием. Так, в 2015 г. объем Интернет-торговли составил 18 трлн. юаней, в 2016 г. – 20 трлн., прибавив за год 11%. Китай уже занял первое место в мире по объему экспорта и розничной Интернет-торговли.

Что касается истории электронной коммерции в России, то в 1994 г. был официально зарегистрирован национальный домен .ru для Российской Федерации, в том же году создан первый сайт в зоне RU – www.ru (архивная версия по адресу www.1-9-9-4.ru). В сентябре 1995 г. на базе провайдера «Нетклуб» впервые в России создан механизм для торговли компакт-дисками через Интернет (магазин почти сразу закрылся из-за нерентабельности). 30 августа 1996 г. была предпринята новая попытка создать российский Интернет-магазин – открылся Интернет-магазин «Символ» (www.symbol.ru), ныне называющийся Books.ru. В марте 1997 г. прошел первый РИФ (Российский Интернет-форум). 10 апреля 1998 г. на российском рынке финансовых услуг появился виртуальный банк ИМТВ. 20 ноября 1998 г. совершен первый перевод средств через Webmoney – первую общедоступную систему электронных платежей.

В первое десятилетие XXI в. наблюдались наиболее высокие темпы роста Интернет-магазинов, российские предприниматели стремились занять свое нишу во Всемирной паутине. По последним данным АКИТа, объем рынка Интернет-торговли в России по итогам 2016 г. составил 920 млрд. рублей, что на 21% больше показателя 2015 г. [3]. В частности, товароборот трансграничной торговли достиг 230 млрд. рублей, вырос на 37% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года. Если в 2015 г. на долю трансграничной Интернет-коммерции приходилось 29% от общего объема российского рынка Интернет-торговли, то в 2016 г. – 35% [4].

### **Текущая ситуация трансграничной электронной коммерции между КНР и РФ**

В последние годы электронная торговля между КНР и РФ быстро развивается. Характеризуется нижеследующими особенностями.

#### ***Обширность платформ торговли***

В настоящее время на долю Китая приходится 70% денежных средств, которые российские покупатели тратят на онлайн-шопинг. Наибольшей популярностью у российских потребителей по

объективным причинам пользуются крупнейшие китайские Интернет-платформы – такие как Таобао, AliExpress и JD.com. Первое место занимает AliExpress, чей торговый объем – это 35% от общего российского трансграничного товарооборота. По статистике компании SimilarWeb, количество российских потребителей составляет 15% клиентов AliExpress. Ежемесячно сайт посещают около 16 млн. россиян [6]. За ним стоят Yiqu (30%), Amazon (7.5%), Alibaba (6.4%), Таобао (5%). На долю этих 5 площадок приходилось 84% от всего объема российской трансграничной электронной торговли. С августа 2015 г. была официально запущена в действие трансграничная платформа коммунальных и комплексных услуг в сфере электронной коммерции в г. Суйфэньхэ. Таким образом, совместно с трансграничной платформой по растаможке создается схема «взаимодействия трех платформ», направленных на предоставление комплексного пакета услуг трансграничной электронной коммерции. В нынешнее время всего лишь одним кликом мышки осуществляется доставка вкуснейшего шоколада из далекой России в такие китайские мегаполисы как Шанхай и Пекин. Заказанные российскими клиентами по Интернету одежда и мебель отправляются напрямую в Россию.

### ***Оптимизация структуры товаров***

Структура товаров китайско-российской трансграничной электронной торговли подобна традиционной торговле. Из Китая в Россию через онлайн-магазины продаются такие товары как одежда, обувь, электронные продукты, косметика, чай, детские игрушки, товары для дома, запчасти для машин и т.д. В частности, большую долю занимают одежда и обувь, составляя примерно 50% от общего количества товаров. С 2015 г. из-за западных санкций состояние российской экономики ухудшается, при этом традиционная торговля переживает трудности. В таких условиях Россия начала реализацию своей продукции – риса, овощей, молочной продукции, меда, орехов, масла, алкогольных напитков, сладостей – с помощью китайских электронных коммерческих площадок. По данным Федеральной таможенной службы России, экспорт фасованного подсолнечного масла в первом квартале 2016 г. составил 4,6 тыс. тонн, меда – 610 тыс. тонн [6].

### ***Повышение скорости перевозки***

За последние годы логистика китайской электронной коммерции развивается стремительным темпом, создаются благоприятные условия для трансграничной Интернет-торговли. Приведем пример логистического предприятия RustonExpress в провинции Хэйлуцзян КНР. Это предприятие было создано в октябре 2013 г. Оно отличается от других логистических компаний тем, что занимается специальной перевозкой китайских посылок в Россию и обратно. Как правило, все российские посылки отправляют сначала в Суйфэньхэ, который находится на границе с Россией. Особенность этой таможенно-логистической зоны в том, что здесь экспортно-импортные процедуры для RustonExpress осуществляются по упрощенной форме. Поэтому оформление импорта занимает несколько дней, в то время как для других почтовых служб этот срок может достигать и двух месяцев. В 2014 г. объем электронной торговли только через RustonExpress составил 30% от общего товарообращения трансграничной онлайн-торговли [7]. Чтобы экономить время перевозки грузов, в ноябре 2015 г. трансграничная платформа по растаможке для электронной коммерции начала взаимодействие с экспортной системой Главной таможни «9610» по направлению растаможки. Таким образом, электронная система позволяет сократить процесс, занимавший при традиционной форме растаможки 3-5 дней, до 3-5 минут. Это намного упрощает процесс по растаможке для китайско-российской трансграничной электронной коммерции.

### ***Совершенствование платежной системы***

В последние годы российские электронные платежные системы активно взаимодействуют с китайскими интернет-магазинами, в том числе лидер – компания «Яндекс», которой принадлежит

электронная платежная система Yandex.Money. В 2014 г. компания осуществила подключение системы онлайн-платежей к 40 китайским интернет-магазинам. В 2015 г. компания успешно продолжила развивать свою партнерскую сеть. Другие российские электронные платежные системы также осваивают китайский рынок. Так, QIWI сотрудничает с китайскими онлайн-магазинами с 2012 г., и в настоящее время электронным кошельком Visa QIWI Wallet можно расплатиться в большинстве крупнейших онлайн-магазинов в Китае. Кроме того, в 2015 г. Dhgate (КНР) и QIWI, SPSRExpress (РФ) совместно выполняют оплату наличными в сфере трансграничного Интернет-шопинга, которая считается самым приемлемым платежным средством среди российских потребителей. В связи с этим оплата наличными не только упрощает процесс платежа и уменьшает стоимость обращения, но и обеспечивает безопасность Интернет-торговли.

### **Перспективы китайско-российской трансграничной электронной коммерции**

В 2013 г. Председатель КНР Си Цзиньпин выдвинул концепцию экономического развития «Один пояс, один путь», которую поддерживают многие страны, включая Российскую Федерацию. «Новый Шелковый путь» – беспрецедентный по масштабам инфраструктурный проект, инициированный Китаем, выполнение которого приведет к значительному ускорению и, следовательно, удешевлению доставки в Европу китайских товаров через Центральную Азию и Кавказ. Китай и Россия, как два ключевых объекта на «Новом Шелковом пути», сделают самые большие вклады в его создание и получают из этого самые значительные выгоды. На этом фоне китайско-российские торговые отношения становятся все теснее. В дальнейшем трансграничная Интернет-торговля станет эффективным направлением торгово-экономического взаимодействия для двух сторон. Меры государственной поддержки лежат в основе ее развития.

Тяжесть западных экономических санкций отрицательно влияет на внешнюю торговлю России. Товарооборот между Китаем и Россией в 2015 г. уменьшился на 40% по сравнению с 2014 г., составив только 64.2 млрд. долларов США. Хотя товарооборот в 2016 г. вырос на 2.2% по сравнению с 2015 г., составив 69.5 млрд. долларов США, но это намного ниже, чем рекордный уровень в китайско-российских экономических отношениях (95.3 млрд. долларов в 2014 г.). Двухсторонняя традиционная торговля попала в «бутылочное горлышко». Усиление развития Интернет-коммерции содействует восстановлению двусторонней торговли. Россия нуждается в стабилизации внутренней экономики, в обеспечении достаточного количества товаров для россиян, для нее важна поддержка Китая. Именно в таких условиях китайско-российская трансграничная электронная торговля сможет снизить себестоимость товаров, повысить эффект купли-продажи, способствовать развитию экономики во многих отраслях двух стран. Резкое изменение экономических условий сохраняет возможность для успешной трансграничной Интернет-торговли между Китаем и Россией.

Несмотря на то, что китайско-российская электронная коммерция стартовала позже, она быстро развивается. Доля Интернет-торговли в ВВП России в 2014 г. составила порядка 2%, доля электронной торговли в общем объеме ее розничной торговли России – 3%. По прогнозам, к 2018 г. доля онлайн-торговли в общем объеме розничной торговли составит 12%. По мере увеличения количества российских потребителей в области Интернет-шопинга, объемы российского рынка трансграничной электронной коммерции будут показывать год от года 100-процентный рост. Оптимальное соотношение цены и качества китайских товаров привлекает большинство российских потребителей. Ожидается, что доля товаров «Сделано в Китае» на российском рынке уже в ближайшее время увеличится с нынешних 30% до 60%.

Китай всегда был важным торговым партнером России. Именно электронная торговля станет основой для достижения цели – увеличения товарооборота между Китаем и Россией к 2020 г. до 200 млрд. долларов США. Следовательно, российскому и китайскому онлайн-шопингу следует использовать все свои возможности для сотрудничества, знать о мерах государственной поддержки и

изучать лучшие деловые практики. Например, при двусторонней поддержке правительств у китайских предприятий, занимающихся электронной торговлей с Россией, количество импортных товаров из России резко увеличилось. В последние два года стало больше продаваться импортных товаров из России в китайских Интернет-магазинах. В некоторых городах – например, в Харбине и Чанчуне – появились магазины, в которых продаются товары российского производства. Это свидетельствует о растущих темпах развития китайско-российского трансграничного Интернет-шопинга.

Кроме того, в настоящее время, RustonExpress, JD.com сотрудничает с вузами, чтобы готовить профессиональные кадры для электронной коммерции с Россией. В дальнейшем это неизбежно будет играть важную роль в развитии трансграничной онлайн-торговли между Китаем и Россией. Одним словом, широкие перспективы открываются перед китайско-российской электронной торговлей, которая станет опорой в торгово-экономическом развитии двух сторон.

---

1. Отчет о развитии электронной коммерции РФ в 2015 г. Электронный ресурс. URL.: <http://oys.mof.com.gov.cn/article/oyysey/201605/20160501320657.shtml> (дата обращения 01.05.2017)

2. Хуан Синь, Чжоу Юнган. Исследование по истории, состоянию и развитию электронной коммерции КНР с точки зрения выхода AlibabaGroup на фондовую биржу // Исследование коммерции. – 2015. – № 12. – С.14.

3. Российский рынок Интернет-торговли в 2016 году вырос на 21%. <http://www.interfax.ru/business/553480> (14 марта 2017 г.)

4. Чэнь Ян. Выращивание новых моделей китайско-российской трансграничной электронной торговли // газета «Экономика Хэйлунцзян», полоса 002 от 17 января 2017 г.

5. Ли Цзе. Alibaba наступает. (РГ) // Дыхание Китая (Российская газета / Международное радио Китая). – 2014. – № 5 (278). – С. 16-21.

6. Янтарь за юани. Электронный ресурс. URL.: <http://www.tks.ru/reviews/2016/12/13/01> (13 декабря 2016 г.).

7. Чэнь Чэнь. Исследование трансграничной электронной коммерции между КНР и РФ // Международная торговля. – 2016. – № 9. – С.91-96.