

Сунь Хаочэнь

студент

ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов

имени Патриса Лумумбы»

г. Москва

ЦИФРОВОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО КИТАЯ И РОССИИ: ГЛОБАЛЬНАЯ СТРАТЕГИЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ПРОРАБОТКА КИТАЙСКИХ БРЕНДОВ

***Аннотация:** в статье представлен комплексный анализ глобальной раскладки и региональной глубокой проработки китайских брендов в контексте интенсификации цифрового сотрудничества Китая и России. В работе рассматриваются ключевые аспекты интеграции китайских компаний в глобальные рынки, а также особенности их адаптации к российскому региональному рынку – включая локализацию бизнес-процессов, адаптацию продукции и маркетинговых стратегий к региональным условиям, а также эффективное использование возможностей цифрового партнерства (в частности, в сфере электронной коммерции, цифровых платежей и трансграничного обмена данными). Автор анализирует факторы, способствующие успешному глобальному развитию китайских брендов, роль цифрового сотрудничества Китая и России как драйвера их региональной глубокой проработки в России, а также прогнозируются тенденции дальнейшего взаимовлияния между цифровым сотрудничеством двух стран и стратегическим развитием китайских брендов на глобальном и региональном уровнях.*

***Ключевые слова:** цифровое сотрудничество Китая и России, китайские бренды, глобальная раскладка, региональная глубокая проработка, локализация бизнеса, цифровая экономика, российский рынок, глобализация, адаптивные стратегии, электронная коммерция, трансграничный обмен данными.*

В настоящее время Китай стал крупнейшей страной-производителем бытовой техники в мире с полной производственной цепочкой производства бытовой

техники. Цветные телевизоры, кондиционеры, холодильники, стиральные машины, кухонная техника, мелкая бытовая техника и центральные кондиционеры – все это важные товары для экспорта, и не менее 60% бытовой техники в мире производится в Китае.

Из-за воздействия санкций и других внешних факторов традиционные лидеры российского рынка бытовой техники в лице Bosch, LG, Samsung, Electrolux в 2022 году начали терять позиции из-за остановки импорта и производства в стране, уступая места китайским и турецким брендам.

За девять месяцев 2021 года объем двусторонней торговли между Китаем и Россией достиг 102,53 млрд долларов США, увеличившись на 29,8% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Среди них объем двусторонней торговли механической и электротехнической продукцией достиг 29,266 млрд долларов США, увеличившись на 40,41% в годовом исчислении. Экспорт бытовой техники из Китая в Россию составил \$2,414 млрд, увеличившись на 53,2% в годовом исчислении, несмотря на влияние эпидемии, китайско-российская экономика и торговля по-прежнему сохраняют положительную тенденцию развития. Китай является крупнейшим торговым партнером России 11 лет подряд, а Россия является десятым по величине торговым партнером Китая. В настоящее время наиболее узнаваемым китайским брендом на российском рынке бытовой техники является Haier. Инвестиции Haier и строительство в Республике Татарстан заводов по производству стиральных машин, холодильников, телевизоров, морозильников и другой бытовой техники обеспечили российский рынок высококачественной китайской бытовой техникой и завоевали благосклонность российского народа. Представительство Haier Group проделало по-настоящему масштабную работу с момента выхода на российский рынок в 2007 году в качестве производителя бытовой техники.

Сейчас многие китайские производители рассматривают возможность выхода на российский рынок, поскольку Россия является одним из крупнейших рынков Европы и не подвержена конкуренции со стороны западных производителей. В настоящее время собирать крупную бытовую технику в Китае на 17–

20% дешевле, чем в Турции. Эксперты полагают, что тенденция переноса производства бытовой техники из Турции в Китай сохранится и в 2024 году.

Haier вышла на российский рынок в 2007 году. В 2016 году в городе Набережные Челны открылся завод по производству холодильников Haier, а в 2019 году там открылся Индустриальный парк Haier. Общая площадь парка составляет 1,27 миллиона квадратных метров. Инфраструктура соответствует международным стандартам Haier и разделена на три направления: высокотехнологичные предприятия по производству бытовой техники Haier, научно-исследовательский центр и логистический терминал, экспортирующий готовую продукцию в страны Европы.

Сегодня, как представитель китайских компаний по производству бытовой техники, серия продукции Haier в России включает более 100 моделей бытовой техники и электронной продукции. Это также связано с конкурентоспособными ценами и отличным качеством Haier. Цель Haier в России – не просто увеличить продажи, но и прочно локализовать бренд в России. В рамках своей стратегии стать ближе к потребителям Haier запустила собственный интернет-магазин. Здесь посетители смогут не только ознакомиться со всем ассортиментом бытовой техники и электронных товаров, но и приобрести и доставить их онлайн, а также насладиться качественными услугами Haier: бесплатная доставка и установка техники по всей России, продление гарантийного срока, демонтаж старой техники. оборудования и частичной Оплачивайте покупки и копите баллы («Экономика и социум» №5(108)-2 2023).

В 2021 году LG лидирует по продажам холодильников с долей 16,1%, тогда как в 2022 году на ее долю будет приходиться лишь около 10% рынка. При этом лидером в этом сегменте рынка является китайская компания Haier с долей 23,5%. Продажи холодильников марки Haier заняли первое место в 2022 году.

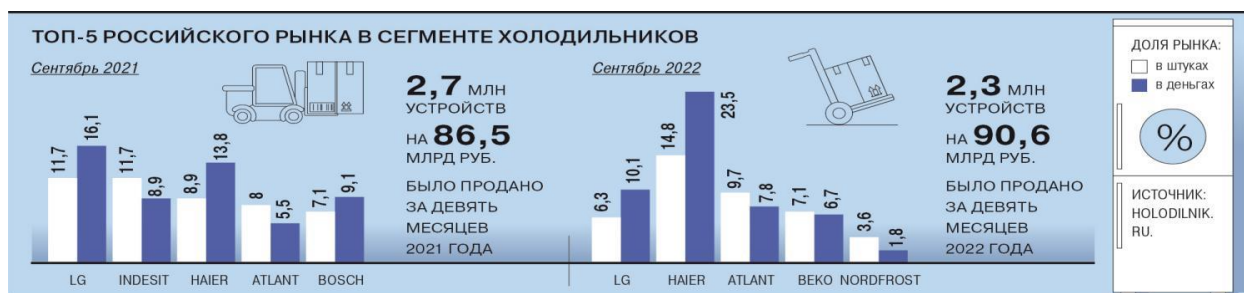


Рис. 1. Топ-5 Российского Рынка В Сегменте Холодильников

В сфере стиральных машин лидером продаж в сентябре также стала компания Haier: с 2021 по 2022 год ее доля за весь год выросла с 9,8% до 25%.

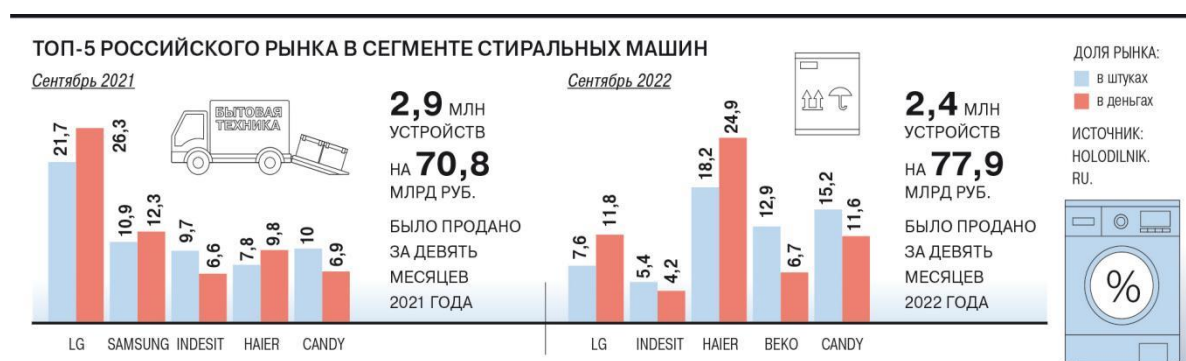


Рис. 2. Топ-5 Российского Рынка В Сегменте Стиральных Машин

В сегменте кухонных плит и духовых шкафов лидером снова называют Haier, который увеличил долю более чем в четыре раза, до 15,1%. Близко к нему на второй позиции стоит словенский бренд Gorenje, принадлежащий китайской Hisense – 13,8%, по данным «М.Видео», он стал лидером в микроволновых печах.

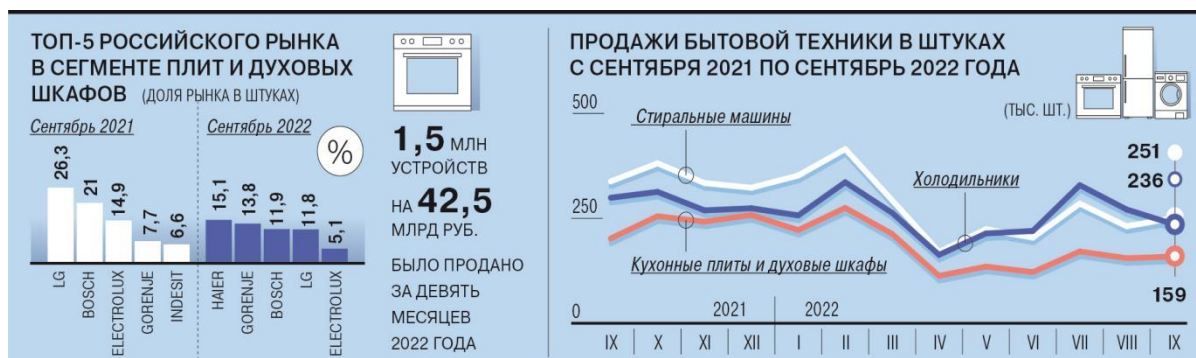


Рис. 3. Топ-5 Российского Рынка В Сегменте Плит И Духовых Шкафов

В настоящее время экономическое подавление Китая на Западе значительно ограничило импортную и экспортную торговлю и сотрудничество Китая с Западом. Поэтому чрезвычайно важно открывать новые рынки в мировой торговле, и многие производители также ищут новые рыночные возможности.

В 2023 году, после того как премьер-министр России возглавил делегацию с визитом в Китай, он предложил открыть Дальний Восток России для Китая. Для нашей страны открытие Россией Дальнего Востока Китаю является одновременно возможностью и вызовом. Дальний Восток обладает чрезвычайно богатыми ресурсами и широким пространством развития. Освоение ресурсов и экономическое строительство на Дальнем Востоке, несомненно, представляют собой огромные возможности. Дальний Восток – важный экономический центр Северо-Восточной Азии. Развитие Дальнего Востока может способствовать торговле между Китаем и соседними странами, открыть рынки и расширить экономическую мощь.

Таким образом, китайские компании, производящие бытовую технику, могут рассмотреть возможность воспользоваться открытием Дальнего Востока России для Китая и развивать сотрудничество в использовании ресурсов посредством развития Дальнего Востока. Предприятия могут использовать ресурсы Дальнего Востока и развивать рынок Дальнего Востока.

Текущие условия и барьеры для выхода китайских брендов на российский рынок заключаются в том, что введение санкций привело к увеличению спроса на китайском рынке. Особенно после 2022 года интерес российских компаний увеличился в несколько раз. Однако на российском рынке в настоящее время больше доверия к продукции европейских брендов, поэтому они обеспокоены тем, будет ли китайская продукция иметь хорошее качество и цену. Таким образом, возможность оценить качество европейских брендов является необходимым условием для более легкого выхода на российский рынок. В настоящее время барьеры для выхода китайских брендов на российский рынок также весьма очевидны. Во-первых, это рост цен на логистику и сложность морских и железнодорожных перевозок. Это сделало импорт и экспорт более сложными и дорогостоящими, и очень

немногие китайские бренды имеют российские квалификационные сертификаты. Во-вторых, это способ оплаты. В настоящее время из-за санкций проблема денежных переводов между китайскими и российскими компаниями решить сложно, поскольку раньше оплата в юанях или рублях использовалась редко. Наконец, есть проблемы с продукцией. Послепродажное обслуживание продукции по-прежнему сложно решить. Если проблемы послепродажного обслуживания не будут решены, выход на российский рынок по-прежнему будет очень большой проблемой. Но хотя в сотрудничестве есть некоторые сложные факторы, это не мешает развитию торговых отношений между странами.

Всеобъемлющее стратегическое партнёрство и координация между Китаем и Россией в новую эпоху продолжает развиваться на высоком уровне. Две страны также постоянно углубляют региональное сотрудничество, обеспечивая бесперебойные цепочки поставок и производства, а также еще больше укрепляя традиционную дружбу. Российский рынок бытовой техники в настоящее время по-прежнему имеет большой потенциал, и благодаря сотрудничеству на рынке бытовой техники мы можем совместно содействовать экономическому развитию обеих стран. В 2023 году объем двусторонней торговли между Китаем и Россией успешно достиг целевого показателя в 200 миллиардов долларов США. Поскольку китайско-российское сотрудничество продолжает развиваться, оно, несомненно, приведет к лучшему будущему.

Список литературы

1. Кожукалова О.Ю. Экологический анализ стратегии диверсифицированного развития Haier Group / О.Ю. Кожукалова, М. Ван // Экономика и социум. – 2023. – №5-2(108).
2. Лин Ю. Анализ стратегии интернационализации Haier Group / Ю. Лин // Экономика и социум. – 2023. – №5-2(108).
3. Малдыбай Б.С. Рынок бытовой техники в РК / Б.С. Малдыбай // Вестник науки. – 2023. – Т. 3. №5(38).
4. Кожукалова О.Ю. Мышление и вдохновение, вызванные успехом Haier / О.Ю. Кожукалова, М. Ван // Экономика и социум. – 2023. – №5-2(108).

5. Принесет ли открытие Россией Дальнего Востока возможности китайской индустрии бытовой техники? // Sohu [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.sohu.com/a/683458516_121124371 (дата обращения: 25.11.2024).

6. Китайские независимые брендовые предприятия по производству бытовой электроники появятся на Российской международной выставке товаров народного потребления // Sina Finance [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://finance.sina.com.cn/jjxw/2021-11-11/doc-iktzqtyu6772997.shtml> (дата обращения: 25.11.2024).

7. Холодильники раскрылись по-новому: в рынок бытовой техники РФ встраиваются китайские и российские бренды // Коммерсантъ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/566981> (дата обращения: 25.11.2024).