| Пресс-релиз | Октябрь 2022 |
| --- | --- |
| Международная выставка потребительских товаровInternational Commodity Fair 2022Павильон № 8, ЦВК «Экспоцентр», Москва24 – 26 октября 2022[www.icf-expo.ru](http://icf-expo.ru/?utm_source=amart&utm_medium=release&utm_campaign=amart_march) | info@icf-expo.ruTel. +7 495 649 69 11, доб. 121[www.icf-expo.ru](http://www.icf-expo.ru) Пресс-релиз |
| **Бизнес между Россией и Китаем: так ли перспективен, как говорят?***Если коротко, то – да. Глобально говоря, товарооборот между Россией и Китаем вырос на 31,4% и уже сейчас, за неполный год, составил 117 млрд долл. США.*Такие цифры были озвучены во время открытия Бренд-Зоны китайских предприятий 24 - 25 октября в рамках **Международной выставки потребительских товаров** [**International Commodity Fair 2022**](https://icf-expo.ru/?utm_source=partners&utm_medium=referral&utm_campaign=icf_22_postrelease), которая проходит в ЦВК «Экспоцентр» в Москве. Производители, поставщики, селлеры и руководители профильных организаций, включая представителей органов власти, обсудили вызовы и перспективы торговых взаимоотношений между Россией и Китаем в сложившихся геополитических и экономических условиях.Мероприятие организовано при содействии Министерства коммерции КНР, Департамента развития торговли, Китайской торговой палаты по импорту и экспорту машинно-технической продукции и электроники и торговых комитетов провинций Китая. А также при участии Торгово-промышленной палаты России.**Торговые вызовы в цифрах и трендах: экспорт технологичной продукции в Россию вырос на 50%**В выставке приняли участие свыше 200 китайских брендов, включая технологичные компании и производителей бытовой техники и потребительской электроники. Как заявил в своей приветственной речи **министр экономики и коммерции Посольства КНР в РФ г-н Лю Сюэсун**, впервые в истории объем российско-китайской торговли преодолел отметку в $100 млрд за неполные первые три квартала года, достигнув $117 млрд, что на 31,4% больше по сравнению с аналогичным периодом в 2021 году. И это несмотря на разного рода ограничения бизнеса в связи с пандемией, а также геополитические события.В частности, китайский экспорт технологичной продукции в Россию вырос на 50%, в том числе стремительный рост показал экспорт кондиционеров и бытовой техники. Например, в последние годы в России резко выросли продажи бытовой техники известных китайских брендов – таких, как Haier, Huawei, Xiaomi и др.На самой выставке в этом году посетителей радуют экспозиции новейших моделей роботов-пылесосов, а также аналогов популярных фенов Dyson, которые демонстрирует компания Dreame Technologies. Невозможно пройти мимо экспозиции бытовой техники с ярким дизайном от Cixi Gstar Electric Appliance и робота-мойщика окон, представленного компанией AVALON. Кстати, любопытно, что в отличие от китайского рынка последний пока не очень распространен в России. Не исключено, что благодаря широкой презентации возможностей этого гаджета на выставке российский потребитель оценит его функциональность.Также на площадке представлено несколько сервисных компаний, готовых оказать содействие бизнесу в продвижении товаров и работой с Китаем – b2basket, Maed, банк Точка, MarketPapa, JoomPro. То, что пандемийные годы и новые вызовы в текущем году отразились на распределении сил на внутреннем рынке России, отметили все эксперты, выступая как в рамках торжественной части, так и затем в деловой программе. В этом смысле актуально прозвучали слова **вице-президента Торгово-промышленной палаты России Владимира Падалко** о том, что сам факт проведения ежегодной выставки с Китаем имеет важное положительное значение для рынка. С одной стороны, мероприятие повышает репутацию китайских брендов, тут же стимулируя спрос российского потребителя на их продукцию. С другой стороны, происходит мотивация китайских производителей к новаторству. Все вместе работает на укрепление сотрудничества китайских и российских предприятий, уверен эксперт.Воодушевление отечественного бизнеса на внутреннем рынке, чему способствовал уход из России ведущих европейских брендов, отметил **генеральный менеджер Galanz Россия Станислав Пугачев**. И привел в пример возросший интерес к производству бытовой техники со стороны многих игроков после того, как эту нишу освободил один из известных немецких производителей посудомоечных машин. «*Освободилось почти 40% рынка, и многие компании планируют развиваться в этом направлении именно в сотрудничестве с Китаем*», - прокомментировал представитель Galanz. **Про шаги и ошибки в бизнесе: переходите на юани и просчитывайте риски**Подробно обсудить вопросы того, как эффективно выстраивать бизнес в текущих условиях, и каким образом маркетплейсы помогают увеличивать продажи, гости выставки смогли здесь же, в ходе **Российско-Китайского форума «Бизнес с Китаем: маркетплейсы и новые реалии»**, который состоялся 25 октября. Большой отклик у слушателей вызвал рассказ о запуске с нуля направления «Товары для дома», которым поделился **руководитель бизнес-группы «Товары длительного пользования» в маркетплейсе СберМегаМаркет Иван Бугай**. Под его руководством бизнес-группа первой вышла на операционную окупаемость на маркетплейсе. Эксперт призвал всех, кто собирается развивать бизнес на онлайн-площадках, в первую очередь обратить внимание на три важных шага: провести анализ своего продукта, оценить конкурентность и обязательно сравнить тарифы на всех маркетплейсах, которые рассматриваются для запуска.Про то, как выстраивать производственные циклы под системы продаж для клиентов на маркетплейса, повысить лояльность покупателей и добиться положительных отзывов, а также о ценообразовании на примере «математики» формирования среднего чека на женское белье рассказала **владелец бренда BÜBA андервир, амбассадор маркетплейса Youmake Диана Зарубина**. Подробно остановился на финансовых вопросах в своем выступлении **Владислав Бокун, руководитель продукта АО «ТИНЬКОФФ БАНК»**. Эксперт отметил тренд повышения доли переводов в юанях в Китай, который с февраля этого года до сегодняшнего дня превысил уже 60% и не теряет тенденции к росту. В то время как долларовые переводы строго контролируются европейскими банками – здесь более жесткие санкционный надзор и комплаенс-требования. Европейские банки ставят все платежи российских банков на ручную проверку, что замедляет и осложняет бизнес-процессы. Поэтому рекомендация от эксперта: переходить на расчеты в юанях. Безусловный тренд, который уже оценили многие предприниматели, и о чем также говорили на форуме, это обширный пул различных инструментов для продвижения участников бизнеса. «*На нашей площадке для продавцов доступны два типа кампании по продвижению: реклама товаров в результатах поиска и в карточках товаров, а также медийная реклама в формате баннеров и видеороликов*», - рассказала **менеджер по улучшению клиентского опыта Ozon Global Екатерина Желтова**. Она также поделилась, какие и почему категории товаров растут более динамично и дала практические советы, как организовать продажи на российском рынке без открытия юридического лица в России и прямо со склада в Китае.Разбором ключевых ошибок при продвижении бизнеса на маркетплейсах завершилась финальная сессия форума. Уметь договариваться с поставщиками и просчитывать риски – основные навыки, без которых, по мнению спикеров, новичкам приходится очень тяжело. Между тем, эксперты единодушно сошлись во мнении, что за последние пару лет на рынке онлайн-торговли произошел качественный рывок. Пандемия и последующие события глобально изменили модель потребления, сократив дистанцию между поставщиком и потребителем, о чем свидетельствует динамика покупок, которые делают россияне на маркетплейсах. При этом демонстрируется большая лояльность российских потребителей к китайским товарам. Об этом говорит уже тот факт, что за дни работы выставки ее посетило **более 6000 человек.**«*Китай занимает позицию главного торгового партнера России 12 лет подряд. И, несмотря на изменчивость ситуации с пандемией и другие вызовы, которые переживают страны, российско-китайские торговые взаимоотношения демонстрируют серьезную устойчивость и эндогенный импульс, двигаясь против течения*», - подчеркнул **министр экономики и коммерции Посольства Китая в Российской Федерации-н Лю Сюэсун**, выражая надежду, что выставка и форум станут дополнительным стимулом для развития торговли между странами и достижения объема товарооборота в 200 млрд долл. США. |  |