

Уважаемые участники «Налогового клуба»!

Меня зовут Сергей Зеленин. Я являюсь генеральным директором компании «Золотая Россия». Это наш семейный бизнес, и я говорю с позиции человека, который прожил и работает в Китае уже почти 20 лет.

За это время мы не только научились строить бизнес в Китае, но и стали частью китайской системы: понимаем её изнутри, имеем долгосрочные связи с государственными структурами и местным бизнесом.

Сегодня мы работаем при содействии Торгового представительства Российской Федерации в Китае, взаимодействуем с Посольством РФ в КНР, в следующем месяце становимся официальным партнёром и представительством Россотрудничества, а также получаем поддержку от правительства Пилотной зоны Китай–ШОС в городе Циндао, где находится Павильон России которым управляет наша компания. Моё выступление — это не о красивых лозунгах и лёгких успехах. Это о реальности. О том, как избежать ошибок, сохранить бренд и деньги и построить устойчивый бизнес в Китае.

1. Почему Китай — стратегический рынок для России

Сегодня Китай — это:

- 1,4 миллиарда потребителей;
- ВВП, стабильно растущий на уровне 4,5–5% в год;
- государственные программы поддержки импорта;
- высокий уровень доверия к российским товарам.

Но одновременно это один из самых закрытых и конкурентных рынков в мире. Здесь действуют свои правила игры: жёсткое законодательство, строгая регуляция и культурные коды, которые нужно знать и уважать.

Китай — это не просто «фабрика мира». Это рынок, куда нужно заходить не спонтанно, а лучше всего при поддержке соотечественников, у которых есть этот опыт и которые знают и понимают все особенности китайского менталитета и рынка.

2. Иллюзии и ошибки, которые стоят дорого

Чаще всего российские предприниматели начинают с одного и того же:

ищут «волшебного китайца», который якобы «решит все вопросы».

Такие партнёры действительно находятся быстро. Но на практике выходит так:

- документы оформляются на китайскую сторону;
- каждый сертификат или справка обходится в разы дороже;
- цены и продажи контролирует не вы, а партнёр;
- а товар уже продаётся на китайских платформах без вас — и дешевле.

Вывод: без контроля изнутри, бизнес в Китае превращается в потерю.

3. Что даёт собственная компания в Китае

- возможность регистрировать товарный знак и защитить бренд на свою китайскую компанию, что очень облегчит отстаивания своих прав в китайском суде;
- юридический контроль над поставками, ценами и контрактами;
- право нанимать персонал, арендовать склады и участвовать в выставках;
- возможность выписывать фальяо — налоговые чеки, без которых крупные китайские партнёры не работают; но и тут же нужно уметь выстраивать свою сеть продаж без документов, но эта информация уже не для публичных выступлений.
- доступ к китайским маркетплейсам.

Открыть компанию в Китае с нами сегодня не сложно — регистрация дистанционно, юридический

адрес без аренды, а приехать лично нужно всего один раз для открытия счёта. Оптимизация налогов.

4. Плюсы для экспорта из Китая в Россию

Собственная компания в Китае — это не только про продажи на внутреннем рынке. Это и мощный инструмент для тех, кто ввозит товары из Китая в Россию.

- Консолидация грузов. Можно объединять товары от разных производителей в один контейнер. Это дешевле и удобнее.
 - Возврат НДС. Китайское законодательство позволяет вернуть 6–13% от суммы экспорта. Это дополнительная прибыль.
 - Прямые контракты с фабриками. Вы контролируете качество и цену не только физически, но и юридически.
 - Оптимизация таможни. Все документы оформляются прозрачно, от имени вашей компании.
 - Расчёты в юанях. Это стабильнее и проще, чем через доллары или третьи страны.
 - Большее доверие со стороны китайских поставщиков. Они понимают: у вас серьёзные намерения и то, что вы юр китайское юр лицо, а не где-то там непонятно кто, кому можно отгрузить мусор вместо товара.
-

5. Практические советы

1. Не оставляйте компанию «на нулях» — даже без деятельности нужна отчётность. Будут штрафы и не маленькие.
 2. Никогда не передавайте бренд китайскому партнёру — можете потерять его навсегда.
 3. Контролируйте процесс локально, а не из России — иначе очень высока вероятность того, что однажды столкнётесь с неисправимыми «сюрпризами».
 4. Все коммуникации стройте через закон и договоры, ведь политика китайского партнера часто изменчива, и всегда на вашу сторону. Но и не исключайте чисто человеческий подход.
-

6. Какие модели работают сегодня

- Контрактное производство + собственный бренд для внутреннего рынка. Кстати! Бренда должно быть зарегистрирована два, родной и китайская версия, так как на стикере будет перевод вашего бренда на китайском языке, и если вы его не зарегистрируете, то будьте уверены, это сделает кто-то другой.
- Импорт и онлайн-продажи через маркетплейсы — от своего юрлица. Ведь если вас нет в онлайне, то вы не существуете на китайском рынке. И по моему мнению, вам обязательно нужно вынудить китайцев делать на ваш продукт подделки. Если вас не подделали, то возглавьте этот процесс и сделайте сами на себя подделки, можно такого же качества но чуть другое (будет продаваться и то и другое). Это для того, чтобы вести борьбу в китайском информационном поле. Ведь на конфронтации в инфо-поле можно быстро набирать свой рейтинг.
- Дистрибуция через китайских партнёров — но под вашим контролем. Очень часто к вам будут проситься в дистрибуторы те кто вчера еще клеил кеды, а сегодня он вдруг решил заняться российской продукцией. Но когда он поймёт, что он опять не тем занялся, он начнет сливать ваш товар по самым низким ценам в онлайне, что спровоцирует панику у остальных которые так же начнут распродажи. Контроль цен, это очень важный момент.

Как пример еще один лайвхак. На примере алкоголя. Есть у нас такая часть товаров, которую мы категорически запрещаем выставлять в онлайн продажи, а выставляем только сами и по очень высокой цене, или вовсе не выставляем, и вот почему. Всё это связано с китайской культурой подарков. В Китае принято дарить на праздники, да и вообще дарить подарки. И тот кому подарили подарок, он должен понимать его ценность. Т.е. тот, кто получил подарок он обязательно будет пытаться его найти в маркетплейсах, и в первом случае он его найдёт, и цена его будет, например, 1800 юаней, но наша мелкооптовая цена составляет 400 юаней. Теперь, тот

кому сделали столь щедрый подарок за 1800 юаней, должен будет ответить ему подарком не ниже стоимостью, и к слову сказать, по одной бутылке в Китае не принято дарить алкоголь, по две или сразу большую коробку.

Поэтому еще одна причина иметь свою компанию в Китае, это регистрация на онлайн маркетплейсах.

7. Главное — стратегия и связи

Выход в Китай — это не разовая сделка. Это стратегия.

Здесь важно не только знание законов, но и гуаньси — система связей и доверия. Именно серьезные и прочные гуанси позволяют решать вопросы на высоком уровне и быть на несколько шагов впереди.

Заключение

Китай — это рынок возможностей. Но он открывается только тем, кто готов действовать правильно: юридически, стратегически и уважительно к его правилам.

Если у вас есть амбиции выйти в Китай, не тратьте годы на ошибки. Начинайте с правильного шага. И удержите этот рынок.

Как говорят китайцы:

Ибу ибуди — хуйдао муди — «Шаг за шагом можно достигнуть цели».

Спасибо за внимание!