

УДК 339.9

DOI: 10.34670/AR.2023.42.69.009

Развитие трансграничной электронной коммерции между Китаем и Россией

Яо Яо

Преподаватель,
Институт экономики и менеджмента,
Хэйхэский университет,
164300, Китай, Хэйхэ, ул. Сюэюань, 1;
e-mail: 123060625@qq.com

Чжан Лу

Доцент,
Хэйхэский университет,
164300, Китай, Хэйхэ, ул. Сюэюань, 1;
e-mail: 123060625@qq.com

Лю Вэй

Преподаватель,
Институт экономики и менеджмента,
Хэйхэский университет,
164300, Китай, Хэйхэ, ул. Сюэюань, 1;
e-mail: 123060625@qq.com

Проект фонда: Бизнес-расходы на фундаментальные научные исследования высших учебных заведений провинции Хэйлуцзян в 2022 году Проект: Исследование путей развития трансграничной электронной торговли сельскохозяйственной продукцией в рамках строительства «Цифрового Лунцзяна» (Номер: 2022-KYYWF-0388).

Аннотация

В эпоху непрерывного развития цифровой экономики активная поддержка развития трансграничной электронной коммерции между Россией и Китаем оказывает положительное воздействие на процессы стимулирования производства и двусторонней торговли, повышения уровня жизни и благополучие граждан обеих стран. В таких условиях модель торговли сырьевыми товарами меняется с первоначальной традиционной торговли на цифровую, а между двумя странами осуществляется все больше трансграничных сделок в электронной коммерции. В силу данных обстоятельств приобретает актуальность исследование направлений развития трансграничной электронной коммерции между Россией и Китаем. В статье рассмотрены особенности трансграничной электронной коммерции России и Китая, выявлены проблемы в данной сфере, а также предложены мероприятия, способствующие развитию трансграничной электронной коммерции между Россией и Китаем. Автор приходит к выводу, к проблемам

трансграничной электронной коммерции Китая и России относятся: несовершенство логистики и процесса транспортировки товара, языковые и культурные различия, проблема узнаваемости бренда в другой стране и доверием к нему потребителей, проблемами платежных систем и различие валюты двух стран, различие в законодательстве и нормативных актах. Для решения выявленных проблем предлагаются следующие мероприятия, способствующие развитию трансграничной электронной коммерции Китая и России: государственная поддержка, развитие электронных платежей и финансовой поддержки, оптимизация логистики и складирования, создание трансграничной платформы электронной коммерции, продвижение бренда и маркетинг, обучение талантам и обмен ими.

Для цитирования в научных исследованиях

Яо Яо, Чжан Лу, Лю Вэй. Развитие трансграничной электронной коммерции между Китаем и Россией // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2023. Том 13. № 6А. С. 70-77. DOI: 10.34670/AR.2023.42.69.009

Ключевые слова

Цифровая экономика, цифровизация, трансграничная электронная коммерция, трансграничная торговля, Китай.

Введение

Трансграничная электронная коммерция представляет собой процесс приобретения товаров или услуг через границы с помощью Интернета. Такой способ продажи позволяет потребителям покупать товары из других стран без необходимости пересекать границу [Сильвана, 2017; Чэнь, 2018]. Трансграничная электронная коммерция стала важной частью мировой электронной коммерции. Благодаря процессам цифровизации, популярности Интернета и развитию мировой логистики все больше потребителей приобретают товары через трансграничные платформы электронной коммерции.

Сравнительное исследование показало, что трансграничный рынок электронной торговли Китая и России характеризуется некоторыми особенностями. Согласно статистике Главного таможенного управления Китая, в первой половине 2021 года объем трансграничного розничного импорта товаров в Китай посредством электронной коммерции увеличился на 29,5% в годовом исчислении до 970 млрд юаней (около 150 млрд долларов США) [Чжан, 2022]. Согласно данным Центрального банка России, в 2020 году объем платежных транзакций трансграничной электронной коммерции в России составил около 554 млрд рублей (около 7,5 млрд долларов США), увеличившись на 47% в годовом исчислении [Титаренко, 2022]. Согласно данным Российской ассоциации электронной коммерции (АКИТ), в 2020 году объем заказов в сфере трансграничной электронной коммерции в России увеличился на 74% в годовом исчислении, достигнув 229 млн заказов [Александрова, 2023].

С точки зрения размера рынка Китай является одним из крупнейших трансграничных рынков электронной коммерции в мире с огромной потребительской базой и хорошо развитой инфраструктурой электронной коммерции. Российский рынок трансграничной электронной коммерции относительно невелик, но он постепенно растет, привлекая к себе все больше международных брендов.

Среди китайских граждан трансграничная электронная коммерция пользуется высоким спросом, что обусловлено их потребностью приобретать иностранные товары, прежде всего, высококачественные потребительские товары и предметы роскоши. Спрос российских потребителей на трансграничную электронную коммерцию также растет, но они уделяют больше внимания цене и авторитету бренда.

Основная часть

Основными международными платформами электронной коммерции в Китае являются Taobao International, Tmall International и Jingdong Global Shopping. Эти платформы предоставляют большой ассортимент товаров и удобный способ совершения покупок. Основными российскими трансграничными платформами электронной коммерции являются AliExpress, JD.ru и Wildberries и т.д. Эти платформы также предоставляют широкий выбор товаров для удовлетворения потребностей российских граждан [Чжоу, 2023; Чэнь, 2023].

Трансграничная логистическая сеть электронной коммерции в Китае достаточно развита, и многие компании обеспечивают мировые поставки и разнообразные транспортные возможности. Российская трансграничная логистическая сеть электронной коммерции постоянно совершенствуется, но по-прежнему имеет некоторые проблемы, как, например, длительное время транспортировки Почтой России и сложные таможенные процедуры.

Китайские трансграничные платформы электронной коммерции обычно поддерживают различные способы оплаты, включая Alipay, WeChat Pay и Unionpay. Способы оплаты трансграничной электронной коммерции в России включают оплату кредитными картами и электронными кошельками.

Вместе с тем, необходимо выделить проблемы, существующие в трансграничной электронной торговле между Китаем и Россией.

Первая проблема затрагивает вопросы логистики и транспортировки товара. Трансграничная электронная торговля предполагает международную транспортировку и доставку товаров, а эффективность и надежность логистических связей играют важную роль для ее развития. В настоящее время организованы и успешно функционируют [Александрова, 2023; Лу, 2022]:

- железнодорожные перевозки между Китаем, Россией и Европой;
- морские транспортные маршруты между такими портами, как Далянь, Циндао и Шанхай в Китае, и такими портами, как Владивосток и Санкт-Петербург в России;
- китайско-российские рейсы, осуществляемые рядом авиакомпаний.

Однако в логистической сети и системе распределения между Китаем и Россией все еще существуют некоторые проблемы, такие как сложные таможенные процедуры и длительные сроки транспортировки, что приводит к задержкам в доставке и снижению качества обслуживания клиентов.

Другая проблема для трансграничной электронной коммерции Китая и России касается языковых и культурных различий. Языковые различия повлекли за собой необходимость перевода и передачи торговой информации для клиентов на трансграничных платформах электронной коммерции с целью облегчения коммуникации между продавцом и покупателем. Языковые барьеры приводят к неточной или беглой передаче информации, что влияет на решение потребителей о покупке и их впечатления. Поэтому компаниям-продавцам необходимо учитывать многоязычную поддержку и маркетинговые стратегии, специально созданные для адаптации к различным культурным предпочтениям для привлечения целевой аудитории и

удовлетворения их потребностей.

Также необходимо отметить, что между Китаем и Россией существуют культурные различия, в том числе в ценностях, обычаях и нравах. Они вызывают необходимость применения различных маркетинговых стратегий позиционирования продукта и изучения пользовательского опыта в трансграничной электронной коммерции. В данном случае компаниям-продавцам необходимо понимать культурные особенности китайских и российских потребителей и адаптироваться к ним, чтобы лучше соответствовать их потребностям и ожиданиям. В противном случае культурные различия могут привести к неправильному пониманию маркетинговых сообщений, несоответствию продукции и снижению доверия потребителей к бренду [там же].

Еще одна проблема трансграничной электронной коммерции Китая и России связана с узнаваемостью бренда и доверием к нему. Потребители в Китае и России могут по-разному относиться к брендам и продавцам на трансграничных платформах электронной коммерции. Так, например, у них могут возникнуть сомнения в отношении незнакомых брендов или продавцов из других стран. Поэтому требуется больше времени и усилий, чтобы повысить узнаваемость бренда и доверие к нему на территории другой страны [Ли, 2022; Рябенко, 2021].

Следует выделить еще одну проблему трансграничной электронной коммерции Китая и России, которая связана с проблемами платежных систем и различием валюты двух стран. Трансграничная электронная коммерция включает в себя валюты и платежные системы в разных странах и регионах. По-прежнему существуют некоторые ограничения и неудобства при трансграничных платежах между Китаем и Россией, такие как проблемы с обменным курсом и различия в способах оплаты. Это усложняет процесс совершения покупок и создает неудобства для потребителей.

Кроме того, на трансграничной электронной коммерции Китая и России отражается различие в законодательстве и нормативных актах. Трансграничные компании электронной коммерции должны соблюдать законы и нормативные требования двух стран, включая таможенные правила и защиту интеллектуальной собственности. Трансграничная электронная коммерция между Китаем и Россией, возможно, должна соответствовать единым правилам и требованиям, что может снизить операционные расходы и риски для компаний [Александрова, 2023; Назилия, 2022].

Для решения выявленных проблем предлагается следующее. 4 Контрмеры для развития трансграничной электронной торговли между Китаем и Россией.

1. *Государственная поддержка.* Необходимо укреплять сотрудничество между правительствами двух стран, оказывать больше политической поддержки и мер по упрощению процедур, а также создавать благоприятные условия для развития трансграничной электронной торговли на государственном уровне. Это включает в себя упрощение процедур таможенного оформления, снижение таможенных пошлин и налогов, а также усиление защиты прав интеллектуальной собственности. Провинция Хэйлунцзян может активно заручиться поддержкой центрального правительства и добиваться увеличения политических преференций и льготной политики. Например, упрощение процедур таможенного декларирования, снижение таможенных пошлин и налогов и усиление защиты интеллектуальной собственности обеспечат хорошие условия для развития трансграничной электронной торговли между Китаем и Россией.

2. *Развитие электронных платежей и финансовой поддержки.* Необходимо укреплять трансграничные платежные системы в электронной коммерции, содействовать сотрудничеству между банками и платежными учреждениями с обеих сторон и обеспечивать безопасные и удобные каналы оплаты. В то же время важно оказывать финансовую поддержку

трансграничным компаниям электронной коммерции, такую как займы, финансирование, чтобы помочь им расширить масштабы своего бизнеса. При этом важно усилить мониторинг безопасности и защиту электронных платежей и передачи данных, предотвратить утечку информации и кибератак, а также повысить доверие потребителей к трансграничным платформам электронной коммерции.

3. *Оптимизация логистики и складирования.* Провинция Хэйлуцзян может укрепить логистическое сотрудничество с Россией, оптимизировать логистические каналы и транспортные сети, построить трансграничные логистические центры, укрепить сотрудничество между Китаем и Россией в сфере логистики, а также повысить эффективность и своевременность доставки. Необходимо оптимизировать складские помещения, предоставляя лучшие услуги по хранению и дистрибуции товаров, сокращайте транспортные расходы и время, а также повышайте удовлетворенность клиентов.

4. *Создание трансграничной платформы электронной коммерции.* Под руководством стратегии Digital Longjiang провинция Хэйлуцзян может сосредоточиться на создании трансграничной платформы электронной коммерции для предоставления универсальных решений в области электронной коммерции, включая демонстрацию товаров, онлайн-платежи, логистику и дистрибуцию, а также послепродажное обслуживание. Платформа может быть подключена к российской платформе трансграничной электронной коммерции для содействия трансграничным продажам и торговле товарами. Необходимо оказывать поддержку китайским и российским предприятиям в создании трансграничных платформ электронной коммерции, поощрять сотрудничество и взаимосвязь между платформами, а также расширять виды товаров и каналы продаж.

5. *Продвижение бренда и маркетинг.* Важно укреплять сотрудничество в области продвижения бренда и маркетинга между Китаем и Россией для повышения узнаваемости продукта и репутации. Для этого необходимо использовать социальные сети, онлайн-рекламу и другие каналы с целью точного определения местоположения и эффективного продвижения, а также привлечения большего числа потребителей к участию в трансграничной электронной коммерции. Провинция Хэйлуцзян может побудить местные компании расширять трансграничный бизнес электронной коммерции и продвигать больше высококачественных товаров и брендов. Посредством продвижения бренда и маркетинговых мероприятий важно повышать узнаваемость и репутацию товаров и привлекать к покупкам больше российских потребителей.

6. *Обучение талантам и обмен ими.* Также необходимо укреплять подготовку кадров и обмен между Китаем и Россией, а также повышать качество и способности специалистов в области трансграничной электронной коммерции. Для этого требуется проводить учебные курсы, семинары и мероприятия по обмену информацией, обмениваться опытом и передовыми практиками, а также содействовать обмену талантами и сотрудничеству в области трансграничной электронной коммерции. В этой связи важно также сотрудничать с российскими высшими учебными заведениями и учебными заведениями по переподготовке кадров в области трансграничной электронной коммерции и осуществлять мероприятия по обмену талантами для повышения уровня и способностей талантов.

Благодаря реализации вышеуказанных мероприятий можно ускорить развитие трансграничной электронной коммерции между Китаем и Россией, укрепляя торгово-экономическое сотрудничество между странами и процесс интернационализации их предприятий. В то же время это предоставляет потребителям больший выбор и удобство, а также способствует обмену и сотрудничеству между двумя народами.

Заключение

Таким образом, проведенное исследование позволило выявить проблемы трансграничной электронной коммерции Китая и России: несовершенство логистики и процесса транспортировки товара, языковые и культурные различия, проблема узнаваемости бренда в другой стране и доверием к нему потребителей, проблемами платежных систем и различие валюты двух стран, различие в законодательстве и нормативных актах. Для решения выявленных проблем предлагаются следующие мероприятия, способствующие развитию трансграничной электронной коммерции Китая и России: государственная поддержка, развитие электронных платежей и финансовой поддержки, оптимизация логистики и складирования, создание трансграничной платформы электронной коммерции, продвижение бренда и маркетинг, обучение талантам и обмен ими.

Библиография

1. Александрова М.В. Российско-китайское межрегиональное и приграничное сотрудничество: новые тенденции и проблемы // Китайская Народная Республика: политика, экономика, культура. 2014-2015. М.: Форум, 2023. С. 221-254.
2. Ли Ш., Ван Ж., Хуан Ц. Исследование экономического и торгового сотрудничества в области лесного хозяйства между Китаем и Россией. Хэйлунцзян, 2022. 103 с.
3. Лу Ц. Исследование контрмер для развития китайско-российского экономического и торгового сотрудничества с точки зрения «Пояса и пути» // Экономика бизнеса. 2022. № 12. С. 84-85.
4. Назилия У. Исследование современных российско-китайских отношений экономического и торгового сотрудничества. Наньчан, 2022. 176 с.
5. Рябенко В.Е. Исследование экономического и торгового сотрудничества между Китаем и Россией. Шэньян: Ляонинский университет, 2021. 98 с.
6. Сильвана М. Россия и Китай в 21 веке // Журнал евразийских исследований. 2017. № 5. С. 136-150.
7. Титаренко П.А. Сотрудничество между Россией и Китаем в контексте глобализации // Пресса по общественным наукам. 2022. № 3. С. 16-18.
8. Чжан Л. Исследование по экономическому и торговому сотрудничеству между Китаем, Россией и Шанхайской организацией сотрудничества // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2022. № 9-2 (72). С. 243-250.
9. Чжоу Х. Анализ новых возможностей для экономического и торгового сотрудничества между провинцией Хэйлунцзян и восточной Россией // Сибирские исследования. 2023. № 42 (02). С. 26-31.
10. Чэнь Б. Исследование развития китайско-российского экономического и торгового сотрудничества в новых условиях. Хэйлунцзян, 2023. 221 с.
11. Чэнь С. Анализ текущей ситуации экономического и торгового сотрудничества между четырьмя северо-восточными провинциями и регионами Китая и России // Сибирские исследования. 2018. № 1. С. 45-49.

Development of cross-border e-commerce between China and Russia

Yao Yao

Lecturer,
School of Economics and Management,
Heihei University,
164300, 1, Xueyuan str., Heihe, China;
e-mail: 123060625@qq.com

Zhang Lu

Associate Professor,
Heihe University,
164300, 1, Xueyuan str., Heihe, China;
e-mail: 123060625@qq.com

Liu Wei

Lecturer,
School of Economics and Management,
Heihe University,
164300, 1, Xueyuan str., Heihe, China;
e-mail: 123060625@qq.com

Abstract

In the era of continuous development of the digital economy, active support for the development of cross-border e-commerce between Russia and China has a positive impact on the processes of stimulating production and bilateral trade, improving the standard of living and well-being of citizens of both countries. In such circumstances, the model of commodity trading is changing from the original traditional trade to digital, and more and more cross-border e-commerce transactions are being carried out between the two countries. Due to these circumstances, the study of the directions of development of cross-border e-commerce between Russia and China becomes relevant. The article examines the features of cross-border e-commerce in Russia and China, identifies problems in this area, and also suggests measures to promote the development of cross-border e-commerce between Russia and China. The authors conclude that the problems of cross-border e-commerce in China and Russia include: imperfection of logistics and the process of transporting goods, linguistic and cultural differences, the problem of brand recognition in another country and consumer confidence in it, problems of payment systems and the difference in the currency of the two countries, differences in legislation and regulations. To solve the identified problems, the following measures are proposed to promote the development of cross-border e-commerce in China and Russia: government support, development of electronic payments and financial support, optimization of logistics and warehousing, creation of a cross-border e-commerce platform, brand promotion and marketing, talent training and exchange.

For citation

Yao Yao, Zhang Lu, Liu Wei (2023) Razvitiye transgranichnoi elektronnoi kommertsii mezhdou Kitaeu i Rossiei [Development of cross-border e-commerce between China and Russia]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 13 (6A), pp. 70-77. DOI: 10.34670/AR.2023.42.69.009

Keywords

Digital economy, digitalization, cross-border e-commerce, cross-border trade, China.

References

1. Aleksandrova M.V. (2023) Rossiisko-kitaiskoe mezhregional'noe i prigranichnoe sotrudnichestvo: novye tendentsii i problemy [Russian-Chinese interregional and border cooperation: new trends and problems]. In: *Kitaiskaya Narodnaya Respublika: politika, ekonomika, kul'tura. 2014-2015* [People's Republic of China: politics, economics, culture. 2014-2015]. Moscow: Forum Publ.
2. Chen B. (2023) *Study of the development of Chinese-Russian economic and trade cooperation in the new conditions*. Heilongjiang.
3. Chen S. (2018) Analiz tekushchei situatsii ekonomicheskogo i torgovogo sotrudnichestva mezhdru chetyr'mya severo-vostochnymi provintsiyami i regionami Kitaya i Rossii [Analysis of the current situation of economic and trade cooperation between the four northeastern provinces and regions of China and Russia]. *Sibirskie issledovaniya* [Siberian Research], 1, pp. 45-49.
4. Li Sh., Wang Zh., Huang Q. (2022) *A study of economic and trade cooperation in the field of forestry between China and Russia*. Heilongjiang.
5. Lu Ts. (2022) Issledovanie kontrmer dlya razvitiya kitaisko-rossiiskogo ekonomicheskogo i torgovogo sotrudnichestva s tochki zreniya «Poyasa i puti» [Study of countermeasures for the development of Chinese-Russian economic and trade cooperation from the point of view of the "Belt and Road"]. *Ekonomika biznesa* [Business Economics], 12, pp. 84-85.
6. Nazilia U. (2022) *Research of modern Russian-Chinese relations of economic and trade cooperation*. Nanchang.
7. Ryabenko V.E. (2021) *Issledovanie ekonomicheskogo i torgovogo sotrudnichestva mezhdru Kitaem i Rossiei* [Study of economic and trade cooperation between China and Russia]. Shenyang: Liaoning University.
8. Sil'vana M. (2017) Rossiya i Kitai v 21 veke [Russia and China in the 21st century]. *Zhurnal evraziiskikh issledovaniy* [Journal of Eurasian Studies], 5, pp. 136-150.
9. Titarenko P.A. (2022) Sotrudnichestvo mezhdru Rossiei i Kitaem v kontekste globalizatsii [Cooperation between Russia and China in the context of globalization]. *Pressa po obshchestvennym naukam* [Social Sciences Press], 3, pp. 16-18.
10. Zhang L. (2022) Issledovanie po ekonomicheskomu i torgovomu sotrudnichestvu mezhdru Kitaem, Rossiei i Shankhaiskoi organizatsiei sotrudnichestva [Research on economic and trade cooperation between China, Russia and the Shanghai Cooperation Organization]. *Mezhdunarodnyi zhurnal gumanitarnykh i estestvennykh nauk* [International Journal of Humanities and Natural Sciences], 9-2 (72), pp. 243-250.
11. Zhou H. (2023) Analiz novykh vozmozhnostei dlya ekonomicheskogo i torgovogo sotrudnichestva mezhdru provintsiei Kheiluntszyan i vostochnoi Rossiei [Analysis of new opportunities for economic and trade cooperation between Heilongjiang Province and Eastern Russia]. *Sibirskie issledovaniya* [Siberian Research], 42 (02), pp. 26-31.