УДК 338.433:004(510)

DOI dx.doi.org/10.24866/1813-3274/2019-1/51-60

Синьтун Ван¹

Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток, Россия

E-mail: 943440477@gg.com

В. В. Денисов²

Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток, Россия

E-mail: denisov.vv@dvfu.ru

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В КИТАЕ

Аннотация. В статье рассматриваются роль и значение электронной коммерции в сельских районах Китая, а также оценивается перспектива её развития. Электронная коммерция – это повседневность современной экономики, а предпринимательская деятельность немыслима без электронных методов торговли, без продвижения товара через Интернет. Использование сети Интернет кардинально преобразует процессы экономического взаимодействия компаний с их клиентами, партнёрами, поставщиками и даже конкурентами. Методы и средства проведения коммерческих операций в сфере электронной торговли несколько отличаются от аналогичных, осуществляемых в реальном секторе экономики. В постиндустриальной экономике, в которую входит экономика Китая, всё большую роль играет интернет-коммерция. Социально-экономическая сущность электронной торговли, её функциональные особенности и инновационная роль в современной экономике относятся к новым, малоизученным направлениям экономической науки. Это обуславливает объективную необходимость исследования развития электронной коммерции в сельских районах для решения практических вопросов повышения эффективности и конкурентоспособности бизнеса. В статье проанализированы статистические данные Министерства торговли Китая по объёмам продаж. Сельские районы Китая имеют больший потенциал развития рынка, чем города. Использование мобильных

¹ Синьтун Ван, студентка 2 курса магистратуры кафедры экономики предприятия Школы экономики и менеджмента, Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток, Россия.

² Владимир Венгерьевич Денисов, кандидат социологических наук, доцент кафедры менеджмента Школы экономики и менеджмента, Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток, Россия.

Для цитирования: Ван Синьтун, Денисов В.В. Тенденции развития сельской электронной коммерции в Китае // Азиатско-Тихоокеанский регион: экономика, политика, право. 2019. № 1. С. 51–60.

устройств становится нормой для сельской местности, электронная коммерция в сельской местности развивается быстрыми темпами.

Ключевые слова: рынок электронной коммерции, онлайн-торговля, интернет-коммерция, электронная торговая площадка, цифровая экономика, сотрудничество, электронная торговля, предпринимательство, сельские районы.

Xintong Wang¹

Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia

E-mail: 943440477@gg.com

Vladimir V. Denisov²

Far Eastern Federal Universidenisov.vv@dvfu.rut, Vladivostok, Russia

E-mail: denisov.vv@dvfu.ru

TRENDS OF DEVELOPMENT OF ELECTRONIC COMMERCE IN CHINA

Abstract. The article discusses the role and importance of e-commerce in rural areas of China, as well as evaluates the prospect of its development. E-commerce is the daily routine of the modern economy, and entrepreneurial activity is unthinkable without electronic trading methods and promoting goods through the Internet. The Internet dramatically transforms the processes of economic interaction of companies with their customers, partners, suppliers and even competitors. The methods and means of conducting commercial transactions in electronic commerce are somewhat different from those carried out in the real sector of economy. In the post-industrial economy, the Chinese economy included, Internet commerce plays an increasingly important role. The socio-economic essence of e-commerce, its functional features and the innovative role in the modern economy belong to new, little-studied areas of economic science. It makes it necessary to objectively research the development of e-commerce in rural areas for addressing the practical issues of improving the efficiency and competitiveness of business. The article analyzes the statistics of the Ministry of Commerce of China in the area of sales. Rural areas of China have a greater market potential than cities. Using mobile devices is becoming the norm for rural areas, and e-commerce in rural areas is developing rapidly.

¹ Xintong Wang, 2nd year Master's degree student of Department of Enterprise Management, School of Economics and Management, Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia.

² Vladimir V. Denisov, PhD, Associate Professor of Management, School of Economics and Management, Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia.

For citing: Wang Xintong, V. Denisov. Trends of development of electronic commerce in China // PACIFIC RIM: Economics, Politics, Law. 2019. № 1. P. 51–60.

Keywords: E-commerce market, online trading, Internet commerce, electronic trading platform, digital economy, cooperation, electronic trading, business, entrepreneurship, rural areas.

Введение

В соответствии с представленным компанией «Алибаба» годовым «Отчётом о развитии цифровой экономики Китая за 2018 год», темпы роста цифрового потребления в китайских сельских районах выше, чем в городах первого и второго уровня. Однако развитие электронной торговли в сельских районах по-прежнему сопряжено и с благоприятными возможностями, и с трудностями. В данной статье в основном объясняется текущее развитие электронной торговли в сельских районах в Китае на основе анализа соответствующих данных и кратко предлагаются меры для содействия развитию электронной торговли в сельских районах Китая.

Прежде всего, по историческим причинам Китай является страной, в которой имеется яркое различие в структуре экономики между городом и деревней. Если в конце 1990-х гг. крестьянским трудом было занято 55% работающих граждан, то сейчас этот показатель приближается к отметке 25% (более 300 млн человек), причём значительная часть этих людей занята во вспомогательных работах. Уровень образования фермеров низкий, существует определённый разрыв в уровне экономического развития, неравномерное распределение городских и сельских ресурсов. Поэтому сельский рынок электронной торговли находился в неразвитом состоянии. В развитие сельской инфраструктуры вкладываются миллиарды юаней, селяне массово отходят от крестьянского труда и становятся носителями новых стандартов поведения и потребления. Это коренной процесс, в котором руководство КНР видит ключ к выходу из «ловушки средних доходов» и надежду на будущее развитие страны. С 2014 г. Министерство торговли КНР сотрудничает со многими министерствами и комиссиями для проведения комплексной популяризации работы по электронной торговле в сельских районах, уделяя особое внимание поддержке и руководству созданию систем обслуживания для коммерческих сделок, логистики в уездах и поселках, обучению талантливой молодежи, созданию парков электронной торговли сельскохозяйственной продукцией. Госсовет КНР и Правительство активизировали свои усилия по созданию сельской инфраструктуры для преодоления цифрового разрыва между городскими и сельскими районами. В последние годы из-за изменения политики сельские районы вступили в стадию быстрого экономического развития, особенно в области интернета.

В настоящее время в Китае доля административных населённых пунктов, которые имеют интернет, превысила 96%. В 2018 г. доля жителей сельской местности, использующих онлайн-платежи, составила 57%, что отражает значительное

улучшение по сравнению с 2017 годом [1]. Ниже будет показано развитие сельской электронной коммерции в Китае на нескольких примерах конкретных данных:

1. Розничные продажи онлайн в сельской местности

По статистике в 2017 г., розничные продажи товаров онлайн в сельской местности впервые превысили 1 трлн, достигли 1 244,88 млрд юаней, увеличившись по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 39,1%.

В первой половине 2018 г. масштабы розничных онлайн-продаж в сельской местности продолжали расширяться: общенациональные полугодовые розничные продажи через сети в сельской местности достигли 632,28 млрд юаней, увеличившись по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Это составило 15,5% от общенациональных розничных продаж в Интернете, и темп роста составил 4,3 % – выше, чем на национальном уровне [2].

Рис. 1. Динамика розничных продаж в сельской сети Китая, 2014–2018 гг.

В июле 2018 г. объём розничных продаж сельской сети электронной коммерции составляет 13,64% от общего объёма розничных продаж [3]. Данные показывают, что по-прежнему развитие сельской электронной торговли ещё очень слабое по сравнению с городской электронной торговлей и экологическая среда электронной торговли ещё нуждается в улучшении.

2. Розничные продажи сельскохозяйственной продукции онлайн

По статистике Министерства коммерции КНР, в 2017 г. розничные продажи сельскохозяйственной продукции онлайн достигли 243,66 млрд юаней, увеличившись на 53,3% в годовом исчислении. В первой половине 2018 г. розничные продажи сельскохозяйственной продукции в стране достигли 90,6 млрд юаней [2].

Рис. 2. Китайские сельскохозяйственные продукты онлайн розничных продаж

Среди сельскохозяйственной продукции, продаваемой онлайн, продажи фруктов, чая и орехов вошли в тройку лидеров, составив 21,4%, 16,5% и 13,8% соответственно. Рыба и рыбопродукты, овощи и молочные продукты вошли в тройку лидеров по темпам роста в годовом исчислении: 53,1%, 46,4% и 45,5% соответственно. В связи с постоянным повышением уровня потребления домашних хозяйств и дальнейшим совершенствованием инфраструктуры логистики, согласно полученным данным, национальный объём транзакций по электронной торговле в 2017 г. достиг 141,8 млрд юаней, увеличившись на 55,2% по сравнению с предыдущим годом [4].

3. Количество сельских интернет-магазинов

По статистике, в 2017 г. количество сельских интернет-магазинов достигло 9,856 млн, увеличившись на 1,693 млн, по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 20,7%, предоставив возможности для трудоустройства 28 млн человек*.

Количество интернет-магазинов и количество занятых людей в сельских районах Китая с каждым годом увеличивается.

* Исследовательский центр электронной коммерции (100EC.CN) выпустил «Отчёт о развитии сельской торговли в Китае в 2017 году».

Источник: www.100ec.cn

Рис. 3. Количество сельских интернет-магазинов в Китае, 2016–2018 гг.

4. Количество сельских Таобао-деревень

С развитием электронной коммерции в Китае в сельских районах, таких как Шаньдун, Чжэцзян, Гуандун и Цзянсу, появился термин «Таобао-деревня»^{*}. Тао Вао (Taobao.com) – это крупная китайская площадка, на которой продавцы из Китая предлагают свои товары. Основная заслуга сервиса в том, что он обеспечил работой десятки миллионов жителей китайской глубинки. На интернет-магазин трудятся целыми деревнями, а иногда округами, а в экономике Китая появился необычный термин – «Таобао-деревня». Этот термин появился с развитием интернет-торговли и использовался по отношению к глухим населенным пунктам в глубинке, жители которых разбогатели благодаря онлайн-торговле. Корпорация «Алибаба» определяет их как деревни, в которых не менее 10 % хозяйств имеют онлайн-магазины, а годовой доход от электронной коммерции приносит не менее 10 млн юаней (около 100 млн руб.).

Согласно статистике Alibaba, в 2017 г. Таобао-деревень насчитывалось 2118, что на 62% больше, чем в 2016 г., что резко увеличило занятость^{**}.

^{*} По данным исследовательского института Таобао-деревня Micro-Report 2.0, «TaobaoVillage» относится к большому количеству интернет-операторов, собирающихся в сельской местности, где Таобао является основной торговой платформой, формируя эффект масштаба и синергетический эффект электронной коммерции. Количество онлайн-торговцев в Таобао-деревне должно составлять более 10% от числа местных домохозяйств, а масштаб электронных бизнес-транзакций достигать 10 миллионов юаней.

^{**} Исследовательский центр электронной коммерции (100EC.CN) выпустил «Отчёт о развитии сельской торговли в Китае в 2017 году».

Развитие Таобао-деревень происходит очень быстро (рис. 4). Это заметно улучшило развитие бедных районов в Китае. Лидеры китайской электронной коммерции – Alibaba, Jingdong и Yunji запустили проекты электронной торговли в сельской местности для таобао-деревень, установлены отношения сотрудничества с таобао-деревнями для облегчения продажи продукции, производимых ими.

Источник: Alibaba Institute www.ec.com.cn

Рис. 4. Количество Таобао-деревень на платформе Алибаба в 2009–2017 гг.

Однако всё ещё существует большая разница между городским и сельским уровнем информатизации. Электронная коммерция в сельских районах далека от насыщения, а рыночное пространство ещё велико и имеет огромный потенциал. Развитие сельской электронной торговли сталкивается как с благоприятными возможностями, так и с трудностями.

Столкнувшись с последствиями глобального экономического кризиса, когда мир вдруг перестал покупать китайские товары так же активно, как было раньше, Пекин понял: от модели экономики, ориентированной на экспорт, необходимо переходить к внутреннему потреблению. В последние годы правительство предложило ряд политических мер для содействия развитию электронной торговли в сельских районах. Было выпущено более 120 документов по электронной торговле, и система политики электронной торговли в сельских районах стала всё более совершенной. Однако развитие электронной торговли в сельских районах Китая также сталкивается с проблемами и ограничениями: отклонение от понимания сельской электронной торговли, отставание в создании бренда

сельскохозяйственной продукции, нехватка талантов и средств, а также несоответствие ресурсов электронной торговли в сельских районах.

Чжан Цзиньдун, представитель Национального народного конгресса и председатель Холдинговой Корпорации Suning, дал рекомендации по развитию сельской электронной коммерции: «1. Укрепить руководство промышленной индустрии и поддерживать электронную коммерцию для участия в индустриализации сельского хозяйства; 2. Углубить совместные действия правительства и предприятий, чтобы поддерживать электронную коммерцию для развития брендинга сельскохозяйственной продукции; 3. Усилить образование и обучение, чтобы помочь фермерам обучаться специализации электронной коммерции».

Основываясь на полученных данных, автор предлагает следующее для стимулирования и улучшения развития сельской электронной коммерции в Китае:

1. Активно продолжать строить обширную инфраструктуру, которая способствует развитию электронной коммерции в сельской местности, в частности, строить автомобильные и железные дороги; обеспечить ускорение охвата сельских районов широкополосными сетями и сетями мобильной связи; в соответствии с характеристиками выращиваемых сельскохозяйственных продуктов рационально планировать и строить такую инфраструктуру, как сбор, первичная обработка, предварительное охлаждение, сортировка, упаковка и складирование сельскохозяйственной продукции.

2. Изменить способ сельскохозяйственного производства. Ведущий сельское хозяйство от формулы «продукты, которые продаются, определяются в соответствии с тем, что производится» должен перейти к формуле «определяться, что производится в соответствии с потребностями рынка». Необходимо тесная связь производства и продаж с помощью электронной коммерции. Необходимо совершенствовать систему производства и управления, стимулировать маркетинг и пассивную стандартизацию сельскохозяйственной продукции, способствовать росту масштабов производства сельскохозяйственной продукции, стимулировать реформы структуры управления в сфере предложения продукции сельского хозяйства, повышать качество и конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции.

3. Усилить сельское образование, культуру и приглашать талантливую молодежь на работу в сельскую местность. Необходимо добиться такого же уровня образования в сельских школах, как и в городских, начиная с того, чтобы активно приглашать в сельские школы молодых специалистов, которые будут способствовать сокращению разрыва между уровнем городского и сельского образования, способствовать стимулированию потенциала развития сельских районов. Усилить политику поддержки наиболее успешных специалистов в области интернет-технологий, чтобы они, работая в сельской местности, смогли помочь местному населению в строительстве каналов сбыта сельскохозяйственной продукции и, в то же время, продвигать и популяризировать использование электронной коммерции.

Заключение

Процесс вхождения крестьянских масс в рынок электронной торговли, чтобы общество не отставало от темпов информационного века, является относительно длительным и нуждается в руководстве. И государство работает над ускорением реализации «Цифровой стратегии страны», в частности, над ускорением развития электронной торговли в сельских районах, чтобы помочь «оживить» сельские районы и чтобы фермеры могли по-настоящему наслаждаться дивидендами от «Интернет плюс».

В 2017 г. премьер-министр Китая Ли Кэцян указал в правительственном отчёте, что электронная коммерция изменила структуру производства и продаж в сельских отраслях и расширила каналы сотрудничества для фермеров. За последние два года новая отраслевая ситуация и новые модели сельской электронной коммерции появляются одна за другой. Компании электронной коммерции продолжают исследовать новые потребительские сценарии и новые популярные запросы потребителей. Крупные гиганты электронной коммерции ищут пути развития в сфере розничных продаж в сельской местности: от онлайн- и офлайн-конкуренции – до интеграции онлайн и офлайн. Электронная коммерция в сельской местности в Китае вступила в новый этап своего развития.

Список литературы

1. Китайский научно-исследовательский институт Международного центра электронной торговли. Доклад о развитии электронной торговли в сельских районах Китая (2017–2018 годы) [R]. 2018.10 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.100ec.cn/detail--6485615.html>. – Кит.
2. Пресс-конференция Министерства коммерции КНР [Электронный ресурс] // Министерство коммерции КНР. 2018. 25 января [EB / OL] (2018-01-25) [2018-02-09]. – Режим доступа: <http://english.mofcom.gov.cn/article/newsrelease/press/201802/20180202708848.shtml>.
3. Сайт анализа данных Otto [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.o-odata.cn/index.aspx>. – Кит.
4. Сайт анализа данных Игуань [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.analysys.cn>. – Кит.
5. Шанхайский университет финансов и экономики. Отчет о применении Интернет-приложений в Китае за 2017 год [R]. 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://i.aliresearch.com/img/20190520/20190520134045.pdf>. – Кит.
6. AlibabaGroup. Отчёт о развитии цифровой экономики Китая в 2018 году [R]. 2019.01.29 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://new.qq.com/omn/20190130/20190130A04RAR>. – Кит.
7. ЕС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ec.com.cn>.

8. Zhang Zhenhua. A dilemma and an innovative way of development of electronic trading in the rural areas of China // *External economy and practice of trade*. – 2015. – Vol. 12. – P. 30–33.

9. Lu Zhengjia. About influence of electronic trading on development of the market of rural consumers of China // *Commercial economic researches*. – 2016. – Vol. 20. – P. 31–33.

10. Regular Press Conference of the Ministry of Commerce (January 25, 2018) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://english.mofcom.gov.cn/article/newsrelease/press/201802/20180202708848.shtml>.

References

1. Chinese research institute of the International center of electronic trading. *The report on development of electronic trading in the rural areas of China (2017–2018)* [R]. 2018.10. Available at: <http://www.100ec.cn/detail--6485615.html> (accessed 19 June 2019). (In Chinese).

2. Regular Press Conference of the Ministry of Commerce (January 25, 2018). Available at: <http://english.mofcom.gov.cn/article/newsrelease/press/201802/20180202708848.shtml> (accessed 19 June 2019).

3. *OTTO data analysis site*. Available at: <http://www.o-odata.cn/index.aspx> (accessed 19 June 2019). – (In Chinese).

4. *Iguan data analysis website*. Available at: <https://www.analysys.cn> (accessed 19 June 2019). (In Chinese).

5. Shanghai university of finance and economy. *The report on application of Internet-applications in China for 2017* [R]. 2018. Available at: <https://i.aliresearch.com/img/20190520/20190520134045.pdf> (accessed 19 June 2019). (In Chinese).

6. Alibaba Group. *Report on development of digital economy of China in 2018* of [R]. 2019.01.29. Available at: <https://new.qq.com/omn/20190130/20190130A04RAR> (accessed 19 June 2019). (In Chinese).

7. EC. Available at: <http://www.ec.com.cn> (accessed 12 May 2019).

8. Zhang Zhenhua. A dilemma and an innovative way of development of electronic trading in the rural areas of China. *External economy and practice of trade*, 2015, vol. 12, pp. 30–33.

9. Lu Zhengjia. About influence of electronic trading on development of the market of rural consumers of China. *Commercial economic researches*, 2016, vol. 20, pp. 31–33.

10. Regular Press Conference of the Ministry of Commerce (January 25, 2018). Available at: <http://english.mofcom.gov.cn/article/newsrelease/press/201802/20180202708848.shtml> (accessed 12 May 2019).