



ЕВГЕНИЙ БАЖОВ

ТЕМНАЯ СТОРОНА БИЗНЕСА В КИТАЕ

ЧТО ВАМ
НЕ СКАЖУТ
ЭКСПЕРТЫ
О БИЗНЕСЕ
В СТРАНЕ
С 1.3 МИЛЛИАРДА
ПОКУПАТЕЛЕЙ

Евгений Бажов

Тёмная сторона бизнеса в Китае. Что вам не скажут эксперты о бизнесе в стране с 1,3 миллиарда покупателей

*http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=66443632
ISBN 9785005073525*

Аннотация

Китай сегодня – это вторая экономика мира, которая имеет амбиции стать первой. Многие воспринимают Китай как производителя дешевых товаров с наклейками «Made in China». Мало кто из иностранцев знает Китай изнутри, имеет опыт работы с китайцами в закрытом мире бизнеса, понимает, как на самом деле устроена китайская реальная экономика, как дарить подарки, давать взятки и «решать» вопросы. В этой книге я описал свой реальный опыт пятнадцати лет жизни и построения бизнеса в Китае.

Содержание

О чем эта книга	6
Об авторе	7
Как я пришел покорять Китай	8
Пособие о том,	9
Предисловие	10
Глава 1.	15
Глава 2.	50
Логистика. Внешняя логистика. Импорт в Китай	50
Конец ознакомительного фрагмента.	62

**Тёмная сторона
бизнеса в Китае
Что вам не скажут
эксперты о бизнесе
в стране с 1,3
миллиарда покупателей**

Евгений Бажов

Редактор Светлана Соколова

Корректор Анна Абрамова

© Евгений Бажов, 2021

ISBN 978-5-0050-7352-5

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Этой книги бы не случилось без помощи и содействия многих людей. Благодарю мою жену Ольгу за поддержку и ценные советы. Папу и маму – за веру в меня. Психолога Михаила Литвака за его личный пример и рекомендацию ид-

ти своим путём. Ирину Белоносову за иллюстрации и обложку, которая точно отражает мои переживания в тот момент жизни в Китае. Большое спасибо кандидату филологических наук Г. П. Корчевской за редакторскую правку и коррекцию моих ошибок и неточностей. А также спасибо всем коллегам и партнерам по бизнесу в Китае за их примеры из жизни и работы. Вместе мы – сила!

Евгений Бажов

О чем эта книга

Китай сегодня – это вторая экономика мира, которая имеет амбиции стать первой. Многие воспринимают Китай как производителя дешевых товаров с наклейками «Made in China». Мало кто из иностранцев знает Китай изнутри, имеет опыт работы с китайцами в закрытом мире бизнеса, понимает, как на самом деле устроена китайская реальная экономика, как дарить подарки, давать взятки и «решать» вопросы.

В этой книге я описал свой реальный опыт пятнадцати лет работы в Китае, построения с нуля бизнеса по продажам китайцам продуктов из СНГ. Без прикрас. Раскрыл все секреты. Рассказал то, о чем не говорят бизнес-тренеры, эксперты и Первый канал.

Если вы правильно расставите приоритеты, у вас будет все: продажи, карьера, успех. Если неправильно, то тоже будет все, но со знаком минус: потери, банкротство, боль.

Эта книга для тех, кто привык делать правильный выбор!

Об авторе

Евгений Бажов – инвестор, предприниматель, полномочный представитель Финансово-банковской ассоциации ЕвроАзиатского сотрудничества, проживает и ведёт бизнес в Китае с 2004 года. Говорит на китайском, английском и японском языках и глубоко погружён в культуру Азии.

Обладатель степени Executive MBA (Управление бизнесом). Является бизнес-коучем Executive Coach ACC, ICF для руководителей мировых корпораций из списка Fortune 500. Автор трех изданных в СНГ, США и Китае книг о ведении бизнеса.

Пройденный им путь предпринимателя и уникальный опыт работы бизнес-консультантом для китайских собственников и руководителей компаний дали ему возможность понять потребности и образ мышления китайцев. Этими знаниями автор делится на страницах своих книг.

**Как я пришел покорять Китай
и покорился...**

**Пособие о том,
Как не надо строить бизнес
в Китае**

Предисловие

Так получилось, что моя жизнь связана с Китаем с детства. Я родился и вырос во Владивостоке. С детства помню красный термос, который у нас стоял на кухне. Красные термосы стали первым товаром, который начали ввозить из Китая в конце 80-х годов.

В гимназии я выбрал вторым иностранным языком китайский, позднее продолжил его изучение в Институте восточных языков на факультете китаеведения по специальности «Региональный менеджмент и межнациональные коммуникации». Учили нас хорошо, и уже после первого курса я начал подрабатывать гидом-переводчиком, сопровождающим китайские туристические группы, приезжавшие посмотреть Владивосток. Это была практика языка, которая приносила доход. Часть моих однокурсников продолжила работать гидами после выпуска, я же грезил о загадочном и таком необычном Китае.

После окончания вуза я трудоустроился в транспортную компанию и приехал в Китай, в приграничный городок Дунин. Работа была простая. Я быстро освоился. Мне стало скучно и захотелось большего. Через некоторое время открылась позиция помощника руководителя в логистической компании в Шанхае – городе моей мечты. Нужно было ехать туда и с нуля открывать представительство компании.

Работу и взаимодействие с логистическими компаниями я описываю в течение всей книги. Логистика – важная часть любого бизнеса, будь то импорт товаров в Китай или внутренние перевозки.

Через несколько лет мне стало тесно в логистике. Благо вскоре появилась возможность уйти в производство. Я стал руководителем представительства в Китае экспортно-импортно́й компании, специализирующейся на товарах народного потребления, за несколько месяцев оптимизировал работу и стал тратить на неё только 30% времени и сил. Пассивный доход значительно вырос, и большая часть времени уходила на развлечения. Я думал, что это нормально, и даже этому радовался.

Спасибо моей любимой жене, которая вернула меня в действительно нормальную жизнь. Она привезла книгу Михаила Литвака «Принцип сперматозоида», я изучил этот труд и стал поклонником творчества автора. Вместо развлечений я стал посвящать время чтению книг по психологии и развитию, занялся физкультурой.

Наконец, я открыл собственную компанию. Мы искали на рынках Китая товары народного потребления для поставки в СНГ под заказ клиента и фабрики, которые могли произвести продукцию под требования заказчика. Также компания оказывала сопутствующие услуги вроде аудита производителя или проверки качества товаров перед отгрузкой.

Мы сотрудничали с торговыми сетями из СНГ, специали-

зировались на одежде и предметах обихода. Однако нам приходилось сталкиваться с нестандартными запросами от постоянных клиентов. Мы шли им навстречу и давали экспертизу, например, в таких отраслях, как производство и сбыт продуктов питания, строительство и модернизация рыбоперерабатывающих заводов.

Вскоре я ощутил нехватку знаний для построения собственного бизнеса. Стал читать соответствующую литературу, но понял, что этого недостаточно. На одном из семинаров Михаил Литвак посоветовал мне написать кандидатскую диссертацию. Он сказал, что главное – найти «карьеристскую» тусовку, в которой люди растут, стремятся к развитию.

И позже я поступил в бизнес-школу на программу ЕМБА для руководителей.

Занятия шли на английском языке, в группе училось 40 человек 30 разных национальностей. Дикие нагрузки. Суперинтенсивно. Супернапряжённо. Учиться было здорово! Впервые учеба доставляла мне удовольствие, драйв! Вокруг меня были интересные, необычные люди, жаждущие большего. У меня созрела идея поставлять продукты питания из СНГ в Китай. Я решил начать с питьевой воды и сделал модель этого стартапа своим дипломным проектом. Через некоторое время этот проект стал настоящим делом.

И вот, пройдя через тернии и препоны построения бизнеса в неожиданно сложных условиях китайской действитель-

ности, наладив контакт с сетями, отстроив дистрибуцию, я пришёл к пониманию, что знания и опыт – это ресурс, которым грех не поделиться с другими отважными предпринимателями.

Успеха тебе, воин торговли!

#

«И бу и бу да дао муди!» – говорят китайцы.

По-русски это означает:

«Шаг за шагом – к поставленной цели!»

#

Маркетинговые исследования за 2015 год показали, что китайский рынок импортных продовольственных товаров составил более 500 млрд долларов и продолжает расти ежегодно на 15—20% в год с прогнозом роста до 2025 г.

Данные консалтинговой компании «Андерсен лтд» из исследования, сделанного по заказу нашей компании.



Глава 1.

С чего начать? Краткая пошаговая инструкция по импорту товаров в Китай

Представим, что вы или ваше руководство приняли следующее решение: «Поскольку все стремятся в Китай, то и наша великолепная, уникальная продукция тоже должна быть там, чтобы радовать глаза или желудки китайцев и кошельки акционеров компании».

Вы уже провели некую подготовительную работу: съездили в Китай, посмотрели на полки магазинов, прогулялись по оптовым рынкам, провели время в интернете вместе с переводчиком (некитайский интернет не подойдет для поиска информации, так как зачастую искажает данные в пользу иностранных брендов) и убедились: «Да! У нас есть хорошие шансы покорить Поднебесную!»

В первой главе я рассказываю, как первые шаги представляют себе консалтинговые компании, и как это происходит на самом деле.

Импорт

В первую очередь необходимо удостовериться, что ваш

товар разрешён к импорту в Китай. Он должен соответствовать требованиям пищевого ГОСТа Китайской народной республики, только при этом условии его можно ввезти по официальной схеме импорта и сертифицировать для дальнейшей реализации через магазины и торговые сети.

Если ваш продукт не соответствует ГОСТу, запрещён к импорту в Китай, либо требует оформления дополнительных разрешений и сертификации фабрики изготовителя, к примеру, по причине специальных условий для импорта (это касается продукции животноводства, мёда), то желательно знать об этом до того, как ваш продукт придёт в китайский порт.

Реальное подтверждение того, что товар разрешён к ввозу в Китай, дают только таможенная декларация и карантинный сертификат. Без этих документов дело не пойдёт, даже если покупатели проявляют интерес к продукту.

Важно помнить о коварстве бюрократической системы в Китае.

К примеру, о том, что мёд из Украины запрещён к ввозу, я узнал после того, как первая партия товара прибыла на таможню. Подвох был в том, что перед отгрузкой мы проверили список стран, откуда запрещен ввоз меда в Китай, и Украина в него не входила. Оказалось, что на судьбу нашего мёда повлияла внутренняя инструкция, которая не публиковалась в общественных изданиях или на сайте таможни. Пришлось «подарить» товар импортеру. Дело было в марте

2015 года.

В 2014 году Китай ввёл новые правила ввоза продуктов питания. Правила эти строго соблюдаются. Для получения предварительной информации нужно подготовить и представить в таможенную и карантинную службы длинный список документов. Проконсультируйтесь с вашим партнёром-импортером, потому что список необходимых бумаг постоянно меняется и дополняется.

Необходимые процедуры:

а) Регистрация экспортера (из вашей страны) и производителя в соответствующих списках китайской таможни и службы карантина.

б) Этикетки или стикеры на товарах должны быть согласованы со специальным таможенным органом и соответствовать требованиям китайского ГОСТа. Товары маркируются или у производителя, или на так называемом бондовом складе, в любом случае это делается до поступления груза на территорию Китая.

в) Тесты и сертификаты. Необходимо помнить, что некоторые вещества, разрешённые в СНГ и Европе, могут быть запрещены в Китае. Это необходимо выяснить до начала экспорта, и в случае проблемной ситуации подумать о том, как изменить состав продукции.

г) Инспекция. В Китае груз отправится на проверку соответствия заявленным нормам и предоставленным документам.

д) Таможенная очистка.

Наличие необходимых документов и соответствие продукции и упаковки требованиям китайского законодательства значительно облегчает, ускоряет и удешевляет процесс таможенного оформления и экспорта.

По данным Главного таможенного управления Китайской Народной Республики, в 2015 году было зафиксировано более 4 000 попыток ввоза товаров, которые не соответствовали нормам и ГОСТам Китая. Продукция была конфискована.

Все документы для первого шага – согласования – должны быть либо составлены на китайском языке, либо иметь заверенный перевод.

Процесс согласования проходит в несколько этапов:

- 1) Подача документов.
- 2) Уточнение нюансов в случае возникновения вопросов со стороны таможенной и карантинной службы.
- 3) Получение официального или неофициального ответа.

Неофициальный ответ выдаётся тогда, когда у чиновников нет чётких инструкций относительно вашего продукта. По моему опыту, это может означать, что вам придётся искать компетентного партнёра с опытом импорта конкретного товара.

Такой партнёр запросит у вас детальное описание продук-

тов, которые вы планируете поставлять на китайский рынок, уточнит на таможне требования по этому списку именно для вашей страны, даст вам четкий перечень документов, которые требуется предоставить, а также назовет примерные временные рамки и стоимость услуг.

Все процедуры в Китае чётко расписаны по срокам исполнения, но всегда есть место для пессимистичного сценария, который чаще всего и сбазывает. Только на само уточнение данных на таможне уйдёт в среднем около месяца. Если у вас «трудные» продукты (детское питание, органические продукты, БАД и т. п.), то придется ждать до шести месяцев.

Эти услуги – согласование и уточнение – могут показаться вам дорогими, но на самом деле этот шаг поможет вам выиграть намного больше денег и времени, чем вы потратите на подготовку. Простои в порту или утилизация товара дорого стоят, не говоря уже о репутационном уроне.

После того как вы убедились в том, что ваш продукт разрешён к импорту в Китай и продаже на его территории, нашли специалистов, которые пройдут с вами через все формальности, можете переходить к следующему шагу.

Не отчаивайтесь! Помните: дорогу осилит идущий.

Маркетинговая стратегия

При серьёзном, правильном подходе вам потребуется полностью интегрированная маркетинговая стратегия, которая будет включать работу с B2B (Business to Business) и B2C

(Business to Consumer) рынками или, по-русски говоря, с торговыми компаниями и конечными потребителями.

Цель работы в секторе B2B – заинтересовать оптовиков, в B2C – создать спрос у конечного потребителя.

Вся рекламная информация о вашей компании и продукции должна быть составлена на китайском языке и соответствовать китайскому законодательству.

Присутствие в Китае

Вам просто необходимо находиться в Китае, чтобы вести там бизнес. Есть несколько вариантов. Вы можете открыть представительство или зарегистрировать торговую компанию со 100% иностранных инвестиций, либо поручить продвижение вашего продукта профессионалам, которые понимают местную специфику и с которыми вам лично будет удобно общаться.

Местный телефонный номер, по которому ваши клиенты или партнеры получают ответ на китайском языке в рабочее время, – это обязательное условие ведения бизнеса в Китае.

Языковой барьер и разница менталитетов зачастую создают массу почти непреодолимых проблем и ведут к разочарованию и сворачиванию бизнес-операций.

После того как пройдены все подготовительные этапы, вы можете приступить к выходу непосредственно на рынок Китая.

Схема работы. Через кого продавать?

Представляется заманчивым найти одного или нескольких эксклюзивных агентов или дистрибьюторов. Однако чаще всего это не лучшая стратегия.

Я не рекомендую сразу подписывать эксклюзив на весь Китай или крупные города с одним партнёром. Во-первых, тамошние партнёры имеют привычку много обещать и красиво говорить о будущем успехе. Во-вторых, Китай – это очень большая страна с огромными региональными отличиями и нюансами ведения бизнеса.

В-третьих, нужно быть готовым к тому, что вы пришли надолго и делаете долговременную инвестицию, которая принесет плоды только через несколько лет упорного труда при правильном планомерном подходе.

Китай – это страна неограниченных возможностей, где компании любого уровня могут достичь успеха при правильном стратегическом подходе к развитию бизнеса.

Мы рассмотрели шаги по подготовке выхода вашего продукта на рынок Китая. Необходимо продумать производство, правильное оформление, логистику, прохождение таможенной очистки и получение всех необходимых документов.

Теперь давайте обсудим следующий шаг. Каким путём продукт попадёт к потребителю? Вы уже преодолели границы. Какой будет ваша стратегия развития бизнеса?

Перечислим вопросы, от ответов на которые будет зависеть, что делать дальше.

- 1) Где географически вы хотите начать экспансию?
- 2) Будет ли весь Китай зоной для начала вашего бизнеса?
- 3) Интересуют ли вас в первую очередь Шанхай и соседние провинции?
- 4) Вы планируете начать бизнес на севере или на юге Китая?
- 5) Через какие каналы вы будете продавать продукт: традиционные магазины продуктов питания и торговые сети, онлайн-площадки или, может быть, и то, и другое?

Отчасти ответы на эти вопросы зависят от самого продукта, отчасти от ваших целей. Какой «кусочек пирога», какую долю на рынке вы намереваетесь получить?

Можете ли вы получить все? Конечно, вы скажете «да». Однако еще раз поразмыслите: насколько серьезно ваше желание покорить китайский рынок? Готовы ли вы идти до конца?

Одного желания не всегда достаточно. Важно понимать, какие у вас есть ресурсы, каков ваш бюджет на раскрутку продукта на рынке. Сколько времени и сил вы готовы потратить на завоевание рынка? Готовы ли вы представить ваш продукт китайскому покупателю?

Китай – это огромная страна с возможностью получения серьезных прибылей, но для открытия китайского рынка по-

требуется огромный бюджет. Располагая скромным ресурсом, лучше не замахиваться на всю страну и начать бизнес в каком-то одном месте, наработать связи и технологии и уже оттуда развиваться дальше.

Существует всего два основных канала продажи продуктов в Китае. Первый – традиционная розница, куда входят торговые сети и магазины, ХоРеКа (от англ. HoReCa: hotel, restaurant, catering). Второй – онлайн-торговля.

Маркетинговые исследования из года в год показывают, что рынок импортных продуктов питания развивается по экспоненте в последние несколько лет и, вероятно, еще продолжит расти. Закупщики находятся в постоянном поиске новых товаров, которые удовлетворяли бы запросы все более и более разборчивых покупателей – жителей больших городов. Иностранные продукты проникают в провинцию позже, чем в центр, на 2—3 года. И когда это случается, ещё голодный провинциальный потребитель движет ростом рынка.

Самая большая проблема заключается в том, что локальный потребитель может быть совсем не знаком ни с вашим брендом, ни с вашим продуктом. Он менее открыт к новому, больше ориентирован на рекламу и отзывы референтной группы или, говоря по-русски, на то, что посоветовала соседка. Задача производителя – познакомить потребителя со своим продуктом, научить отличать его от конкурентных аналогов.

Часто китайский потребитель считает, что все продукты

из Европы или СНГ выглядят одинаково. В этом случае бороться вам придётся со всем миром.

Иногда местный потребитель не знает, как можно использовать ваш продукт. Ваша задача на первом этапе заключается в том, чтобы познакомить потребителя с продуктом.

Совет: старайтесь всеми способами показывать современность и исключительность вашего продукта, а также экологичность и чистоту страны, из которой он привезён. Это те самые триггеры, которые стимулируют китайского потребителя попробовать что-то иностранное и неизвестное.

Будьте готовы на первом этапе раздать большое количество образцов на пробу. Ведите промоактивность в магазинах, в оживлённых торговых центрах, на улице, на выставках.

Помните, что промообразцы должны содержать информацию о том, где и как приобрести продукт.

Хорошая идея – использовать для продвижения новые медиа: Tudou, (###) и Youku (##) – китайские аналоги YouTube, а также WeChat (##) – что-то вроде тамошнего Facebook. Увлекательные ролики, обучающие потребителя, как использовать ваш продукт и при этом сэкономить или заработать, зайдут на ура в Китае.

К примеру, один из популярных вариантов промоактивности в WeChat (##): «Опубликуй фото нашей продукции у себя в моментах и получи...» Далее следует предложение скидки, купона, акции.

Если ваш продукт обладает уникальными свойствами, то в Китае он не останется незамеченным. Люди все более хотят аутентичности и чего-то особенного, жаждут этого и готовы за это платить. Уникальным преимуществом может стать цвет банки, волшебные качества продукта или ограниченность доступа к его источнику. Думайте, выбирайте козырь. Нет предела для фантазии маркетолога.

Открытие компании

В начале 2019 года существовали следующие варианты открытия компаний в Китае для зарубежных инвесторов:

- 1) представительство;
- 2) совместное предприятие;
- 3) компания со 100% иностранным капиталом.

Есть еще один вариант: открыть компанию на доверенное лицо, на местного гражданина – китайца, которому вы доверяете. Быстро и недорого. Но есть нюансы, которые вы, я думаю, лучше меня понимаете. Элементарно: все мы под Богом ходим и смертны по воле его.

Чтобы открыть компанию, вам потребуется обратиться к юристам. Они оформят все документы за определённую

плату. Сроки зависят от региона, формы собственности и формы деятельности, которую вы планируете вести. Я оформлял несколько разных вариантов.

1. Представительство

Дело было в 2005 году. Мы обратились в одну из старейших и известнейших русских юридических компаний в Шанхае – «Марс консалтинг», предоставили пакет документов, легализованных в МИД РФ. Контора оформила все бумаги за три месяца.

В те годы иностранному представительству бесплатно выдавали автомобильный номер. В Шанхае регистрационные номера продаются на аукционах и стоят от 90 000 юаней.

Из плюсов работы с этой компанией назову удобство коммуникации на русском языке. Минус – услуги на 50% дороже, чем у китайских юристов.

Возможно, я ошибаюсь, но, на мой взгляд, нет смысла открывать для ведения бизнеса представительство. Потому что оно не имеет права заниматься хозяйственной деятельностью – только информативной и представительской. А вести бухучёт и подавать отчётность в налоговую всё равно придется. Стоимость бухучёта по этой схеме при найме китайского специалиста на аутсорсе – около 4000—5000 юаней в месяц. Так было в Шанхае в 2019 году.

С другой стороны, открытие представительства даёт вашим сотрудникам возможность легально присутствовать

в Китае и вести ознакомительную и информационную деятельность.

2. Компания со 100-процентным иностранным капиталом

Определитесь с названием вашей компании. Оно должно звучать приятно и для иностранцев, и для китайцев. К примеру, болгарское название «Водица», означающее «источник жизни», в китайском произношении может звучать wo zi sha (###), что переводится как «самоубийство» или «самоубийца». Согласитесь, такое название вряд ли будет способствовать росту популярности бренда или компании. Тем более, если речь идет о продаже продуктов питания.

Второй шаг – определитесь с уставным капиталом, его необходимо перечислить из-за границы на определённый банковский счёт.

Для китайцев уставной капитал отменили с 2015 года, и теперь компания с крупным уставным капиталом для тамошних партнёров тем более важна как показатель серьёзности намерений партнёра. На размер уставного капитала китайцы обращают внимание. Для среднего бизнеса рекомендуется сумма от 100 миллионов юаней.

Затраты

Обычно у юристов есть лазейки, благодаря которым для начала достаточно вывести из-за границы в Китай только треть суммы уставного капитала, а остальные деньги в тече-

ние трёх лет частями выводить на нужды компании. Стоимость услуги по предоставлению заемных денег для уставного капитала в 2016 году составила для меня 6 000 юаней. Это была средняя рыночная цена.

Продуктовая лицензия стоила 18 000 юаней, лицензия на оптовую торговлю алкоголем – 80 000 юаней, а экспортно-импортная лицензия – 6 000 юаней. Я сравнивал прайс разных юридических компаний из Шанхая и Гуанчжоу. Цена на пакет (без алкогольной лицензии) колебалась от 40 000 до 200 000 юаней в зависимости от аппетитов юристов.

Сроки оформления:

- проверка названия компании – 3—5 дней;
- выдача свидетельства о регистрации компании – 10—12 дней;
- оформление продуктовой лицензии – 1—2 месяца, на оптовую торговлю алкоголем – до 6 месяцев.

Экспортно-импортная лицензия также оформлялась за 1—2 месяца.

Мне на все потребовалось 3 месяца. От лицензии на торговлю алкоголем я решил отказаться.

Дополнительные затраты

Для оформления лицензии на торговлю продуктами питания необходимо иметь торговую точку или офис, откуда

эта торговля будет осуществляться.

Я оформлял компанию в технопарке, адрес для регистрации мне предоставили на льготных условиях: первые 3 года бесплатно, в дальнейшем – 3 000 юаней в год.

Юридическая и административная система Китая постоянно меняется. Процедура оформления документов, на мой взгляд, со временем становится прозрачнее и проще и стремится приблизиться к гонконгской.

К примеру, сын моего знакомого смог открыть компанию в Гонконге сам, без привлечения местных юристов. Конечно, для этого необходимо знание английского языка и свободное время. Вся пошаговая инструкция есть на сайте администрации Гонконга.

Я шёл по стандартному пути и открывал компанию через гонконгскую юридическую фирму, мне предложили определиться, хочу ли я молодую или состаренную компанию (зарегистрированную некоторое время назад и не ведущую хозяйственность), выбрать название компании из их списка и приложить мой паспорт и свидетельство регистрации по месту жительства.

***Совет:** свидетельством регистрации может служить счёт за электричество или счёт из банка, где указаны мой адрес и ФИО, но документы должны быть составлены на английском языке. Можно перевести на английский и заверить у нотариуса регистрацию из гражданского паспор-*

та.

Желательно сразу присылать на проверку 3—4 варианта названий компании. Проверка занимает от 2 до 5 дней. После утверждения названия вам пришлют по электронной почте пакет бумаг, который необходимо подписать, отсканировать и отправить обратно.

Оплата услуг юристов производится на их счёт банковским платежом, кредитной картой или через PayPal.

Когда я открывал компанию в 2014 году, личное присутствие потребовалось только на собеседовании при открытии банковского счёта. На все процедуры ушло 3 недели.

Затраты

Стоимость покупки или регистрации компаний различается, мне это обошлось в 30 000 гонконгских долларов.

Ежегодное обслуживание вместе с секретарскими услугами (телефон, адрес и приемка корреспонденции с оповещением владельца) обходится в среднем в 20 000 гонконгских долларов.

Гонконг – это зона с пониженным налогообложением, отчасти офшор. Подоходный налог платится, если компания ведёт хозяйственную деятельность, получает прибыль, имеет офис и сотрудников в Гонконге, а также если учредителем или директором фирмы является гражданин Гонконга. Если вы не подпадаете под все эти условия, то налог будет нулевым.

Я в своё время допустил ошибку, посчитав, что если компания не занимается хозяйственной деятельностью на территории Гонконга, то и официальный бухучёт вести не требуется. Я подтверждал фирме, которая предоставляла мне юридический адрес и секретарские услуги, подачу нулевой ставки налогообложения. Через три года, когда мне потребовалось ввести в состав компании новых акционеров, юристы сообщили, что необходимо сделать аудит компании с самого начала её основания. Мне потребовалось взять банковские выписки (выдаются по запросу компании в течение 10—14 рабочих дней) и на их основании представить все подтверждающие документы (счета-фактуры, накладные, договоры). Платежи от фирм, зарегистрированных в Гонконге, подлежат налогообложению. В этом случае полезно иметь подтверждённые затраты и отсутствие прибыли, чтобы избежать уплаты налога на прибыль.

Проживание в Китае

Не путайте туризм и переезд на ПМЖ.

Народный фольклор из интернета

Бизнес в Китае рано или поздно вынудит вас перебраться за границу на длительный срок. Собственник бизнеса или руководитель, отвечающий за китайское направление, должен приехать в «поле», подышать местным воздухом, похлебать щи с аборигенами, чтобы на собственном опыте почувствовать специфику места, населения, реалий жизни. Через

это проходят все.

Чтобы понять данную специфику, недостаточно о ней читать, нужно погрузиться в процесс с головой. И я даже немного завидую тем, кто приезжает в Китай в первый раз: этот опыт незабываем и отличается от западного или европейского. Выходцам из СССР и СНГ намного легче привыкнуть к китайской специфике, чем европейцам. Похожее недавнее прошлое бывших граждан СССР и китайцев наложило отпечаток на манеру ведения бизнеса. Иногда мне кажется, что русский бизнесмен намного более схож с китайским, чем с европейским.

Как снять квартиру, офис и склад

Я большую часть времени прожил в Шанхае и считаю этот город лучшим для жизни и бизнеса в Китае. Город, где будущее уже здесь. Город-космополит. Город – «страна в стране». Город, с древних времен по праву считающийся финансовой и экономической столицей Китая. Я опишу свое видение Шанхая и личное отношение к нему.

Река Хуанпу (Huangpu, ###) разделяет Шанхай#Shanghai, ##) на две части: Пудун (PuDong, ##) находится на восточном побережье, условно это новый город, Пуси (PuXi, ##) располагается на западном берегу, это старый город.

Пудун. В конце 80-х годов эта часть Шанхая была полностью расчищена и перестроена, сейчас это самый современ-

ный район города. Здесь сосредоточены офисные здания, пятизвездочные гостиницы и некоторые достопримечательности. В районе Лу Цзяцуй (Lu Jiazui, ###) располагаются телебашня Shanghai TV Tower (####) и небоскрёбы, которые при хорошей погоде вы можете увидеть практически из любой точки, а также и Музей высоких технологий (Shanghai High Tech Museum, #####). Лу Цзяцуй отличают широкие тротуары, относительно небольшое количество людей и машин, удобные парковки и современная инфраструктура. А в глубине района жизненный уклад и строения практически не отличаются от пусинских.

Пуси и Пудун соединяют метро, туннели, мосты, паромы.

Пуси. Практически все, что связано с историей, жизнью, коммерческой и развлекательной деятельностью Шанхая, находится в Пуси. На Народной площади (Peoples Square, ##) располагается мэрия Шанхая. Здесь, по сравнению с Пудуном, более загруженный трафик и узкие улочки, случаются проблемы с парковками. Однако Пуси, как и Пудун, постоянно перестраивается и изменяется.

О районах Шанхая

В Шанхае 16 районов. Смотрите карту 1 ниже:



Чунмин – это остров, который находится недалеко от Шанхая и связан с городом туннелем под рекой Хуанпу.

Центральными районами Шанхая считаются Хуанпу, Лувань, Цзинань, Путоу, Чжабэй, Сюхуэй, Хункоу, Чаннин, Янпу. Все они находятся в Пуси. К ним же относится часть Пудуна, которая располагается ближе к финансовому району Лу Цзяцзуй #####и Вековому парку (Century Park, #####). Это те места, где относительно комфортно проживать иностранцу и где более-менее безболезненно начинать знаком-

ство с Китаем.

Транспорт

Такси – удобный и относительно дешевый вид транспорта. Автобусы чистенькие, с телевизорами, ходят по множеству линий. Много маршрутов связывают Пуси и Пудун. Трамваев нет (есть только прогулочные на пешеходной улице Нанцзин), троллейбусы курсируют в самом центре, в районе набережной.

Метро в Шанхае покрывает практически все районы, согласно плану развития к 2020 году будет запущено 23 линии.

Большое распространение получили сервисы транспорта, альтернативные государственному. Популярны приложения для вызова такси или частных водителей. Например, аналог UBER – DiDi (####) (имеет англоязычную версию).

– Прокат велосипедов (MOBIKE и другие).

– Прокат электрических автомобилей (стоянки расположены в разных точках города).

– Аренда автомобилей через приложения (Zuche ##; Yihai Zuche #####; DiDi ##### и многие другие). Вы можете попросить подогнать авто туда, где вы находитесь, или взять его со специальной стоянки.

С транспортом никогда не возникает проблем, за исключением пробок и огромного количества народа в метро и автобусах в часы пик.

Предпочтительней выбирать квартиру или офис около

метро – самого быстрого вида транспорта.

Где лучше всего жить в Шанхае? Мое мнение, конечно же, субъективно.

1. Чжун Шань парк в районе Чаннин – несколько веток метро, развитая система транспорта, много магазинов, супермаркетов, большой парк.

2. Сюцзяхуэй – есть метро, магазины, много как старых домов, так и новостроек, и хорошего дорогого жилья. От центра далековато, но близко к улице дорогих магазинов и кафе Хуай Хай.

3. Фешенебельный Цзин Ань Сы (Чаннин) – находится в центре, есть много магазинов. В глубине района можно найти жилье подешевле.

4. Народная площадь и улица Хуай Хай (Хуанпу) – это, собственно, и есть центр. Поэтому здесь пробки, много людей, высокие цены на недвижимость.

5. Хунцяо (Чаннин) от центра далековат, но имеет очень много транспортных линий, метро. Недалеко от аэропорта и ЖД вокзала, зоопарка. Один из самых дорогих районов Шанхая – Губэй, тоже находится в Хунцяо. Здесь живет очень много иностранцев, работает много иностранных школ и детских садов. Закрытые районы с виллами тоже находятся здесь.

6. Янпу и Путоу – недалеко от центра, с 2000-х активно перестраивались. Имеют развитую инфраструктуру.

7. Баошань до 2000-х являлся промзоной, следы которой еще остались в некоторых местах. Жилье относительно дешево.

8. Пудун. Есть как очень дорогое, так и достаточно дешевое жилье.

Шанхай при всем своем стремительном развитии и внешнем лоске остается китайским городом, на окраинах которого иностранец все еще вызывает любопытство и праздный интерес. Без знания китайского языка могут возникать разные недоразумения, но зато жизнь будет наполнена неожиданностями.

Чтобы снять квартиру, необходимо обратиться к агенту по недвижимости. Конторы, где они работают, есть на каждой улице Шанхая. В принципе, с обманом я не сталкивался. Маленьких агентств можно не опасаться, они просто зарабатывают деньги и могут предложить дешевое жилье.

Единственное, что может случиться, – это банкротство агента, которое на вас не отразится. Правда, если вы решите снимать ту же квартиру на следующий год, то придется заключать контракт напрямую с владельцем.

Агент ничего не берет за просмотр квартиры, ему полагается 30% от месячной стоимости аренды с квартиросъемщика и 30% с хозяина жилья, если сделка состоялась. При съеме квартиры берут залог в размере ренты за один, два или три месяца. Чем дешевле вы сторговались, тем выше может быть

залог, так, по крайней мере, было у меня со второй квартирой. После того как вы выбрали квартиру, агент предлагает подписать контракт со всеми условиями, о которых вы договорились (оплата коммунальных, взносы в домоуправление, график выплаты ренты). От вас требуются только паспорт, подпись. Внимательно читайте контракт, чтобы потом не было разночтений или недопонимания. Контракт получаете вы, хозяин и агент.

- Сайты аренды и покупки недвижимости на китайском языке:

<http://www.souju.com/>

<http://sh.5i5j.com/>

<http://sh.zufang.com>

- Аренда на короткое время, сайт на английском и русском языках:

<https://www.airbnb.com>

- Англоязычные ресурсы о жизни в Шанхае. Здесь также можно арендовать недвижимость у частного лица:

<http://www.thatsmags.com/shanghai/directory?cateid=1214>

<http://www.smartshanghai.com/>

Совет: снимать жилье рядом с офисом или офис рядом с жильем – решайте сами, но моя однозначная рекоменда-

ция: они должны находиться рядом.

Офис

Выбор офисного помещения зависит от цели вашего присутствия в Китае. Финансовые институты, бизнес-консультанты, инвестиционные и юридические компании предпочитают снимать офисы в модных и дорогих небоскребах из стекла и бетона. Самый популярный район небоскребов в центре Шанхая – Лу Цзяцзуй (Lu Jiazui, #####, рядом с которым – в трех километрах (или 15 минутах езды на машине или метро) – находится мэрия.

IT-компании селятся поближе к району университетов Уцзяочан и Фудань (Wujiaochang, ###; Fudan, #####). Плюсы: удобно набирать специалистов, в округе работает множество инкубаторов, до мэрии 13 км, то есть 20 минут на машине или 30 минут на метро.

Дизайнеры и художники выбирают старые кварталы Шанхая и районы галерей. Расстояние от улицы Моганшан (Moganshan road, #####) до мэрии 4 км (12 минут на машине или 20 минут на метро), от Синтянди (Xintiandi, ###): 2 км до мэрии или 10 минут на машине или 15 минут на метро.

Компании, связанные с импортом иностранных продуктов в Китай и дистрибуцией продуктов и товаров из-за границы, часто располагают офисы и склады в зоне свободной торговли (Pudong Free Trade Zone, #####или где-то рядом, что удобно с точки зрения логистики, тем более, что

порт и аэропорт Пудуна находятся неподалеку. Путь до центра города, до мэрии Шанхая, займет около 20 км, то есть примерно 50 минут на машине без пробок или час на метро.

Шанхай – большой город, и расстояния в нем огромны.

Если вы заняты в производстве товаров или в торговле и поставках из Китая, то, скорее всего, вам и вашим сотрудникам придется часто ездить по разным городам, а значит, пользоваться самолетами или поездами. В Шанхае работают два международных аэропорта: Пудун (#####), откуда вылетают все рейсы на Россию, и Хунцяо (#####). Расстояние между аэропортами составляет 60 км и занимает около часа езды без пробок на машине и 1 час 30 минут на метро (2 линия). Из Хунцяо вылетают рейсы в Азию и Китай. Отличительная особенность аэропорта: терминал №2 соединен с ЖД вокзалом, через который скоростные поезда ходят по всему Китаю.

Хунцяо находится ближе к провинции Чжецзян, а Пудун – к провинции Цзянсу. Планируйте расположение офиса и жилья в зависимости от того, куда вам чаще придется ездить. Шанхай, как и любой современный мегаполис, состоит из пробок, поэтому часто бывает так, что доехать на машине от границы города до какого-то населенного пункта в провинции занимает меньше времени, чем добраться из центральных районов Шанхая до самой этой границы Шанхая.

Если вы примете решение поселиться вблизи аэропорта Хунцяо, то попробуйте рассмотреть район Сунцзян – хоро-

шо развитый, с новой застройкой, иностранными школами и детскими садами. Здесь довольно много зелени и парков, а воздух относительно чистый, по сравнению с центром города. Линия метро №9 связывает Сунцзян с центром Шанхая и ведет в Пудун.

В Шанхае воздух намного чище, чем в Пекине, особенно зимой, и дней, когда из-за загрязнений не рекомендуется выходить на улицу, намного меньше. Качество воздуха в разных городах Китая можно отслеживать на сайте www.aqicn.org.

Для аренды офисного помещения требуется:

- паспорт;
- залог обычно в размере 2—3-месячной аренды;
- предоплата – 1—3 месяца по договоренности;
- гуаньлифэй (Guanlifei, ###) – административный сбор за пользование зданием, включает в себя плату за общий свет, пользование лифтом, охрану территории, уборку и т. п. В разных городах, в разных районах, даже в разных зданиях сумма гуаньлифэя может быть разной. Этот сбор есть во всех офисных зданиях и жилых комплексах.

Если вы планируете зарегистрировать компанию в Китае, то при аренде офиса нужно удостовериться, что выбранное здание именно офисное (xiezilou, ###), то есть на него разрешено регистрировать компании, особенно зарубежные представительства, СП или компании с иностранными инвестициями.

Обязательно просите у китайцев документ, подтверждающий, что здание, в котором сдается офис, является этим самым хiezilou (###). Иначе офис вы арендуете, а представительство или компанию по этому адресу зарегистрировать не получится.

Документы, которые вам понадобятся для регистрации компании:

Наименование на русском языке	Наименование на английском языке	Наименование на китайском языке
контракт об аренде	original lease contract	租赁合同原件 (需提供房屋租赁合同登记备案)
юридический адрес офиса	certificate of property title	产权证明

Аренда помещений по типу co-working

Участники работы по модели коворкинга (англ. co-working), оставаясь независимыми и свободными, используют общее пространство для своей деятельности. В частности, коворкинг популярен среди фрилансеров, удаленных сотрудников, переводчиков, программистов, дизайнеров и начинающих предпринимателей. Коворкинг – это что-то среднее между работой из дома и использованием отдельного офиса.

Плюсы:

- 1) возможность доступа к коворкингу круглосуточно, семь дней в неделю;
- 2) обычно в арендную плату включены: оборудованное и меблированное рабочее помещение, безопасный Интернет и Wi-Fi, телефонный аппарат и телефонные линии, доступ к принтерам, сканерам, копировальным аппаратам и другой офисной технике, а также коммунальные услуги, уборка и содержание офиса, круглосуточная охрана здания;
- 3) административная поддержка, услуги секретаря или приемной, где помогут отправить корреспонденцию и подскажут, что делать, если возникли вопросы;
- 4) общая кухня с кофемашиной и чайными принадлежностями;
- 5) бизнес-гостиная и зоны отдыха.

Минусы:

- 1) сложившаяся определенная атмосфера;
- 2) постоянное броуновское движение;
- 3) новые люди;
- 4) часто бывает шумно;
- 5) зачастую на юридический адрес коворкинга нельзя зарегистрировать компанию.

WeWork

Это американская модель коворкинга, лидер по качеству

в своем сегменте в Китае. Имеет много локаций в Шанхае, в основном в пафосных офисных зданиях. Чисто и приятно. Комфортная расслабленная атмосфера. Бесплатные кофе, чай, вода. Клиент может арендовать помещение на год, месяц или даже несколько минут. <http://wework.com/>

WorkSpace

Основанная в Сингапуре компания-брокер офисных помещений предлагает более 400 вариантов по всему Китаю. На сайте можно выбрать страну, город и место, а также план аренды. <http://workzspace.com/>

Xindanwei

Xindanwei буквально переводится как «новый рабочий блок». Главное здание этой сети коворкингов располагается в бывшем французском районе Шанхая, в доме 1930-х годов с мебелью в стиле ар-деко, деревянными полами и мансардой. Здесь есть открытая зона, кабинеты для работы или встреч, а под крышей – пространство для мастер-классов и обсуждений. Абонемент на месяц: 3 000 юаней. Бонусы: своя парковка, секретарские услуги, шкафчики, бесплатный тестовый день. <http://xindanwei.com/>

Regus

Компания имеет 138 бизнес-центров в Китае, предлагает дорогие и модные офисы. В Шанхае у Regus есть офисы

в самых престижных зданиях страны – небоскребе Shanghai Tower и его соседке Jin Mao Tower.

Существуют разные варианты аренды: от 180 юаней в месяц без личного места или от 6 000 юаней в месяц с личным офисом.

В коворкинге вам будут предоставлены рабочее место и сейф, неограниченный круглосуточный доступ семь дней в неделю к рабочему месту в выбранном бизнес-центре.

Бонус: при заключении шестимесячного контракта вы получаете свободный доступ ко всем бизнес-центрам в Китае на ваш выбор. Это удобно, если ваша работа связана с постоянными краткосрочными командировками. <http://regus.ru/>

Sandbox

Есть несколько офисов в Шанхае.

Отличие: много молодежи и стартапов. А все потому, что место в общем зале предоставляется бесплатно. Приятная атмосфера. Правда, скорость интернета – всего 1.8 Мбит/с.

За дополнительные услуги взимают плату. К примеру, переговорная комната – от 50 юаней в час. Чашка американо – 8 юаней. Можно заказать полноценный обед. <http://sandbox3.cn/>

Выбор места для офиса зависит от типа вашего бизнеса и желаемой атмосферы. Что вам нужно для дела: пафос и респектабельность небоскребов на шанхайском Манхэттене?

Легкость общения и энергетика молодости в коворкинге? Или контроль за пульсом вашего бизнеса из комнаты на втором этаже склада? Решать вам.

***Совет:** почему важен доступ к душе прямо на работе, вы поймете летом, когда Шанхай превращается в сауну. Пока вы дойдете до офиса, уже наступит пора освежиться и надеть чистую сорочку, к примеру, перед встречей с важным клиентом или совещанием.*

Склады в Шанхае

SHCFCK

Сайт специализируется на объявлениях о сдаче в аренду складов и производственных площадок, располагает контактами владельцев, фото, ценами и описаниями предложений.

Есть варианты аренды на месяц, полгода, год.

<http://www.shcfck.com/>

SH58

Полезный сайт объявлений и информации буквально обо всем в Шанхае – от аренды складов и офисов до подбора персонала. Объявления содержат фото и контакты для связи.

<http://sh.58.com/fangchan/>

Для хранения больших партий товара я пользовался складом, который предоставлял импортер. Оттуда я отгружал

контейнерные партии крупным клиентам. К сожалению, этот склад не был удобен для розницы и мелкого опта, а затраты на расформирования партии – распаллечивание, переупаковку, упаковку в коробки и отправку курьером – требовались такие же, как и на целый контейнер.

У владельцев помещений не было желания заниматься мелкими партиями, а я не был готов платить столько, чтобы им стало интересно (около 5000—6000 юаней зарплаты их сотруднику + дополнительные затраты на расходные материалы в виде упаковочной ленты и картонных коробок). После долгого изучения вариантов с арендой другого склада и опросов знакомых на тему «Кто как поступает?» пришло понимание, что все находятся примерно в одинаковых условиях. Есть два варианта. Первый: люди арендуют склад и сажают туда своего сотрудника или платят местному работнику. Второй: арендуют офис-склад, куда завозят небольшую партию товара, чтобы торговать в розницу или рассылать образцы. Для этого удобно использовать здания на окраине города.

Так часто поступают китайские дистрибьюторы: на первом этаже размещают офис + склад + выставочный зал, а на втором – жилые помещения. Можно самому жить, можно селить сотрудников или командировочных. Много таких офисов-домов я встречал в районе пудунского аэропорта. Удобно. И логистика выгодная, и от города относительно недалеко.

Когда я уже был готов арендовать такой дом, мне подвернулся более экономичный вариант. Китайский партнер, с которым мы сотрудничали раньше в торговле одеждой и которого я настойчиво пытался вовлечь в бизнес по распространению продуктов питания, узнал о моих трудностях и предложил воспользоваться его складом при фабрике. Мы договорились, что, пока мой бизнес находится на стадии становления и количество товара позволяет пользоваться его помещениями, я могу хранить у него свои товары бесплатно. Я с радостью согласился. Бонусом стало то, что он разрешил безвозмездно пользоваться услугами своей кладовщицы. От моего предложения платить ей полставки партнер отмахнулся, мол, это мелочи. Пришлось незаметно «подкидывать» кладовщице «красные конверты» (*деньги в Китае традиционно дарят в красный конвертах, красный – цвет счастья и удачи*) и деликатесы из России: мед, продукты пчеловодства, чагу. Она помогала с отправкой образцов. Также я вовлек ее в электронную торговлю через онлайн-магазин на платформе WeChat.



Глава 2.

Как это было на практике

Логистика. Внешняя логистика. Импорт в Китай

Импортёры – это логистические компании, которые специализируются на ввозе товаров. В Китае их существует огромное множество. Поиск импортёра, который действительно решает вопросы, представляет собой большую проблему. В связи с определенными чертами китайского менталитета я не встречал того, кто сказал бы: «Нет, извините, мы не занимаемся импортом вашего продукта». Основная масса говорит: «Конечно, мы можем все». А потом, по факту, оказывается, что эти «специалисты» собираются на вас учиться.

Как я нашёл импортёра?

Ещё в России я общался с сотрудником крупной международной логистической компании Евгением. Он помогал мне на добровольных началах. Евгений связывался с производителями воды, уточнял у них желание и готовность к сотрудничеству, ценообразование и давал мне расчёт уже с доставкой в Китай. Меня устраивали, в принципе, его условия,

и мне был нужен помощник. Когда я уже определился с производителем из Болгарии, возникли вопросы непосредственно по процедуре импорта.

Китайские партнёры Евгения долго тянули с ответом, и я, наученный опытом закупок и производства в Китае, заподозрил, что они сами не являются техническими исполнителями, а только перепродают услуги. Я решил встретиться с ними и оговорить все нюансы уже на месте, в Китае. В один из приездов в Шанхай мы встретились в их большом красивом офисе с невзрачным человеком в мятой синей рубашке – это был директор отдела импорта одной из крупнейших государственных транспортно-логистических компаний господин Цзя. Он и являлся тем самым человеком на месте – координатором растаможки.

Мы обменялись визитками. Надо отдать должное: он некоторое время не планировал со мной работать напрямую по импорту воды. Но вскоре, во время одной из встреч я объяснил ему, что те, кто меня представили, будут помогать мне в России, а это груз из Болгарии, и он согласился сотрудничать. Евгения, чтобы как-то отблагодарить за помощь, я познакомил с директором одной из торговых сетей в России.

Так началась моя эпопея по импорту воды под брендом «№800» в Китай.

Директор Цзя прислал длинный список документов, которые нужны для импорта и, самое главное, для получения разрешения на продажу от службы карантина (CIQ – China

Entry-Exit Inspection and Quarantine).

Мы пошли по простому пути и сделали все документы на английском языке. Также господин Цзя сообщил, что торговая марка должна быть зарегистрирована на производителя и что этикетка должна быть переведена на китайский язык. В обоих случаях есть нюансы.

Регистрация торговой марки

Регистрация торговой марки происходит по принципу «кто первый подал документы на регистрацию именно в Китае, тот и имеет право на неё». Регистрация за границей является только основанием для подачи документов на территории Китая и не имеет юридической силы. Иными словами, если ваша торговая марка зарегистрирована в РФ и вы решили продавать вашу продукцию в Китае, не озаботившись её защитой на новой территории, то через некоторое время вас может удивить неприятное известие о запрете использования бренда, принадлежащего какому-нибудь господину Вану, который зарегистрировал его на себя. И вам придётся с ним договариваться. Это бизнес. Прецедентов случалось много.

Кроме этого, необходимо определиться, в каких категориях вы будете регистрировать торговую марку. Регистрация в категории «напитки и воды» не гарантирует, что под вашим логотипом не появится растительное масло или печенье.

Специализированные аккредитованные фирмы проверя-

ют соответствие документов законодательству, доступность выбранного имени для регистрации, в общем, совершают подготовительную работу и производят подачу документов. В дальнейшем при необходимости эти конторы помогут подать апелляцию, к примеру, если ваш логотип совпадает с чьим-то уже существующим и по этой причине вам отказали в регистрации.

Через 3 месяца после подачи всех документов вам выдадут уведомление о том, что ваше заявление принято, ещё через 6—9 месяцев вам выдадут свидетельство о ТМ (Trademark), и после этого, ещё через 3—5 месяцев, вы получите сертификат о регистрации торговой марки. По моему опыту, сроки получения документов зависят от количества заявленных категорий для регистрации. До того как вы получите свидетельство о ТМ, на ваш бренд могут подать апелляцию и этим значительно затормозить процесс. Могут и добиться запрета продаж вашего товара на территории Китая на это время.

Этикетка

На каждом ввозимом товаре должна быть указана информация о нем. Понадобятся этикетка или стикер, выполненные на китайском языке. Образцы смотрите в Приложениях 4 и 5.

Обрадуя вас сразу: обклеить товар вы можете непосредственно на вашем предприятии в процессе изготовления или

упаковки. И тут же вас огорчу: существует вероятность 99%, что вы допустите ошибку. И ваш груз встанет на таможне при импорте и будет стоять там долго, по завышенным тарифам, ждать, пока ваш импортёр заново проходит процедуру согласования этих самых стикеров. Даже если вы возьмёте за образец этикетку или стикер продукта, аналогичного вашему, то вас все равно остановят на таможне.

В конце 2017-го, за 4 года практики импорта воды, я дважды стал свидетелем полного изменения законодательства, в результате чего нам пришлось менять уже утверждённую в инспекции этикетку. Было несколько случаев произвола и придинок инспекторов на местах, когда мы завозили воду через новый порт. Каждый инспектор может трактовать законодательство на своё усмотрение. И помимо того, что ввозимая продукция и документация на неё должны соответствовать правилам и стандартам, импортерам приходится договариваться непосредственно с инспекторами. И среди китайцев это воспринимается как норма жизни. Как сказал один знакомый импортёр: «У них тоже есть дети».

Как же поступить? Рекомендую последовать совету вышеупомянутого импортёра: для начала выдохнуть и расслабиться, подготовиться к длинному приключению, которое займёт у вас при своевременной подаче всех требуемых документов до 6—12 месяцев в зависимости от категории продукта.

Следует подготовить весь пакет документов и сначала от-

править пробную партию авиатранспортом – именно транспортом. Курьерские службы и экспресс-почта имеют отдельные каналы прохождения формальностей, поэтому, используя их, вы не получите нужных бумаг и не войдете в таможенные списки, то есть не выиграете того, ради чего и делается этот ход.

Импортер подаёт весь пакет документов в специальное бюро при карантинной инспекции CIQ, где согласуют этикетку или разработают стикер и выдадут соответствующий сертификат с печатью. Эта бумага даст вам 99% гарантии на беспрепятственный ввоз товара через таможенные пункты импорта в Шанхае. Если вы выбрали стикеры, то ваш груз оклеят на складе временного хранения (СВХ). С этой бумагой и пакетом документов импортер делает растаможивание, после которого вы сможете перевезти груз с СВХ на обычный склад и ждать санитарное заключение от карантинной инспекции. Сроки выдачи: в течение 30 дней, на детское питание – до 60.

В случае с этикетками вы оклеиваете продукцию непосредственно у себя на заводе и отправляете первую партию в Китай.

Я попробовал оба варианта: и полностью переведённую на китайский язык этикетку для воды, и стикер на упаковках с мёдом.

Как это было...

Мы разработали специальную этикетку для Китая, я выбрал самые лучшие идеи. Красный цвет символизировал счастье, зеленый – здоровье и экологичность, цифра 8 служила символом процветания и бесконечности. Мой импортер подал этикетку в специальное бюро и получили список требований, одно из которых сообщало, что «вся информация на этикетке должна быть продублирована на китайском языке». Ну что ж, надо так надо, сделали. Однако импортер забыл уточнить, что дублировать данные не обязательно на лицевой части этикетки, можно сделать это на заднике. Этот нюанс создал сложности с реализацией, поскольку в восприятии китайских покупателей наша вода оказалась не русской, а китайской. Мы потеряли большое преимущество в продвижении.

Выполнив все требования и получив согласование, мы подготовили партию воды – один 40-футовый морской контейнер или 40 000 бутылок – и отгрузили по просьбе клиента не в Шанхай, а в Тяньцзинь. Когда груз пришёл в пункт назначения, местная карантинная служба посчитала шанхайское согласование недостаточно веским аргументом и нашла несколько неточностей в этикетке. Местный инспектор посчитал, что формат написания даты и шрифт должны быть другими. По моему мнению, у служащего в этот день не задалось настроение, иначе все это сложно объяснить. Ведь не из протекционизма же чиновники занимались придирами?

В итоге после трёх месяцев согласований и переговоров и моего визита в Тяньцзинь нам выдали постановление, что этикетку нужно заменить или откорректировать, и тогда можно будет допустить товар к продаже. Клиент заплатил нам деньги, и, по условиям контракта, это была наша обязанность: предоставить ему груз, готовый к сбыту. Вопрос решился путём переговоров: воду вывезли на склад клиента, где каждый первый ряд бутылок оклеили, как просила инспекция, и сфотографировали. Этого оказалось достаточно: инспекторы приняли работу по фотографии. Бывает и такое.

Рабочие будни

10.10.16

Я приехал на встречу с господином Цзя – импортёром, подарил ему банку русского мёда. Он сообщил мне новые условия работы. Поскольку я теперь продаю не на ДДУ, а отдаю товар на реализацию, он вернётся в офис и распишет, какие будут затраты и как все лучше оформить. В его компании боятся, что если я буду отдавать товар на реализацию, то есть риски, что его не продадут, с его компанией не расплатятся, и деньги не пройдут по счетам. Тогда у государства к ним будут вопросы. Я сказал, что такие риски есть, но мы будем продавать по контейнеру и рассчитываться соответственно: один реализовали, оплатили, реализуем следующий.

Дополнительно господин Цзя сообщил, что у нас проблемы с упаковкой. Вода хранились не в коробках, а была обёр-

нута пленкой, поэтому при перевозке много бутылок съехало с паллет и помялось. Точное количество некондиции станет известно при переупаковке.

Я попросил господина Цзя поставить воду в онлайн-магазин, принадлежащий холдингу, где он работает, он сказал, что узнает, возможно ли это. На том мы и разошлись.

Через пару дней позвонил Цзя, с удивлением сообщил, что у нас на бутылках указаны разные даты производства (это обнаружили на складе). Это значит, что по правилам у нас должны быть разные пакеты документов. Сообщить заранее об этом особом требовании он, конечно же, забыл. Мы производили воду сразу партией на 10 контейнеров, всё поставили на складе и позже грузили как попало, никто не отслеживал процессы.

Работа с Цзя заслуживает отдельного рассказа: он каждый раз сообщает о каких-то нюансах, как будто это общеизвестные факты и во всем мире о них знают, видимо, все, кроме этих странных русских и болгар. Уже думаю о замене Цзя, но его компания указана в качестве импортёра на этикетках товара в десяти контейнерах.

19.10.16

Цзя написал мне, что у них снова возникла проблема с растаможкой контейнера: торгового инспектора снова что-то не устраивает в этикетке. Что за бред? Устал уже от сотрудничества с их компанией. Каждый раз – проблема.

В этот раз инспектору показалось, что надпись «вода с глубины 800 метров» в описании не соответствует ГОСТу. Я сказал Цзя, что ему нужно поискать другие варианты решения проблемы. Он попросил меня приехать на таможеню и попробовать пообщаться с инспектором. Мол, к иностранцу хоть как-то прислушиваются, а его сразу посылают переделывать документы. Я сказал ему, что прилечу в Шанхай в начале ноября и поеду на таможеню.

Одновременно с этим мёд я уже отправил и растаможил через компанию, которую мой однокурсник по МБА рекомендовал мне как «специалистов по продуктам питания». Действительно, они смогли завезти в Китай первую партию мёда и даже согласовать «нюансы», несмотря на то, что на одну из банок добрый болгарский производитель наклеил этикетку от сахарного сиропа. Естественно, данные на этикетке никак не совпадали с документами. Волшебники!

Карантинная служба Китая стоит на страже здоровья граждан и считает себя последним рубежом для продуктовых и товарных террористов. По крайней мере, мне так кажется. Каждый раз Служба встаёт грудью перед новым товаром или новым поставщиком и не пускает его на китайский рынок. Инспекторы Карантинной службы находят или придумывают проблемы с качеством, обнаруживают несоответствия в этикетке или стикере и скрупулёзно, до миллиметра, выверяют размеры шрифта.

Я прилетел в Шанхай в начале ноября и сразу согласовал

встречу в карантинной службе и таможне. Заехал за импортером господином Цзя, и мы поехали в CIQ (China Entry-Exit Inspection and Quarantine Bureau). Служба карантина, отвечающая за грузы, прибывающие в Шанхай морским путём, находится в Waigaoqiao free trade zone (#####), по традиции организация располагается в помпезном здании с подъездной дорожкой, охранником на входе и красивой статуей внутри. Мы вошли через черный ход, на нас никто не обратил внимания.

Внутри нас ждала длинная очередь жаждущих пообщаться с инспекторами. Среди них я был единственным иностранцем. Все остальные были китайцами, коллегами Цзя – импортерами. Я рассматривал людей: каждый держал кипу бумаг и сумки с образцами. Когда подошла наша очередь, я представился владельцем компании и выразил готовность обсудить все возникшие недоразумения. Инспектор не верила в то, что вода взята с глубины 800 метров. Она сказала, что представленные документы не являются доказательствами этого факта и могут вводить в заблуждение китайских потребителей. Тогда Цзя протянул ей сертификат на скважину со всей информацией. У нее остался только один выход – принять документы. Инспектор сообщила, что она снова рассмотрит бумаги. Меня такой поворот не устраивал. Я подумал, что она снова к чему-нибудь придерется, и затребовал разговора с ее начальницей, которая сидела за соседним столом. Она услышала, что атмосфера накаляется, и пригласила

сила нас поговорить. Я сообщил ей, как обеспокоен тем, что процедуры оформления заняли слишком много времени, добавил, что буду вынужден писать жалобы по этому поводу в вышестоящие инстанции, если не получу письменных объяснений причин задержек или разрешения на торговлю для этой партии груза. Начальница изучила наш пакет документов и заверила меня, что они примут решение в течении 7 рабочих дней. Так и произошло. Мой вывод: нужно всегда общаться с начальником.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.