

# Развитие мультифункциональных сервисов B2B импорта в РФ — от традиционного импорта до цифровых платформ

Тренды, барьеры  
Мнения экспертов



Декабрь 2025

 **Data Insight**

# Оглавление

<b><u>Вступительное слово авторов</u></b>	4
<b><u>Раздел 1. Введение</u></b>	5
<u>Введение</u>	6
<u>Актуальность исследования</u>	9
<u>Основные цели исследования</u>	10
<b><u>Раздел 2. Методология</u></b>	11
<b><u>Раздел 3. Рынок B2B импорта из Китая</u></b>	13
<u>Общие цифры, объём и динамика</u>	14
<u>Сплит по основным категориям товаров</u>	16
<u>Хронология развития B2B импорта из Китая в Россию</u>	17
<u>Основные тренды B2B импорта</u>	23
<u>Драйверы и барьеры B2B импорта</u>	31
<b><u>Раздел 4. Мультифункциональные сервисы: объём рынка и игроки</u></b>	42
<u>Оценка объёма выручки и прогноз</u>	43
<u>Сегменты рынка мультифункциональных сервисов по выручке</u>	46
<u>Справочная информация. Кейс компании КИФА</u>	48
<b><u>Раздел 5. Сравнительный анализ мультифункциональных сервисов</u></b>	57
<u>Экосистема мультифункциональных сервисов</u>	58

<u>Описание основных игроков</u>	60
<u>Карточки основных игроков</u>	61
<u>Сравнение циклов услуг основных игроков</u>	73
<u>Преимущества основных игроков</u>	74
<b><u>Раздел 6. Тенденции рынка multifunctional services</u></b>	75
<b><u>Раздел 7. Барьеры роста multifunctional services</u></b>	82
<b><u>Раздел 8. Прогноз развития рынка multifunctional services</u></b>	90

# Вступительное слово авторов

Перед вами специальный отчет Data Insight, описывающий достаточно новый рынок мультифункциональных сервисов для B2B импорта. Такие компании одновременно и следствие трансформации рынка импорта, и ее двигатель. Оцифровка процессов импорта позволяет большему количеству компаний работать напрямую с зарубежными (и в первую очередь китайскими) поставщиками. Это способ сокращения издержек и расширения возможностей за счет доступа к большему ассортименту.

Мы говорим о рынке импорта из Китая в \$115,5 млрд по состоянию на 2024 год. Мы говорим о рынке B2B импорта, который в нынешнем его виде появился всего 5–6 лет назад и который имеет потенциал кратного роста в ближайшие годы. Мы говорим о рынке, который меняет ландшафт торговли и производства в стране. Причина этого роста и нашего интереса к рынку — в его цифровизации. Оцифровка процессов делает ненужным сложный запутанный процесс выстраивания непрозрачных цепочек, сокращает лишние звенья.

Мы видели такую ситуацию на других рынках, и у неё всегда один и тот же результат: активное развитие компаний-бенефициаров, появление новых компаний. Сегодня оцифровывается рынок B2B импорта.

Исследование, которое перед вами, создано для того, чтобы помочь новому рынку в развитии. Главная цель этого исследования – демонстрация для компаний-импортеров новых ниш для роста. Мы рассчитываем сделать это исследование регулярным в ближайшие несколько лет.

# Раздел 1.

# Введение

# Введение

## Определение

**Мультифункциональный сервис по импорту** — это комплексное решение, которое объединяет несколько ключевых этапов и услуг, связанных с импортом товаров, в одном сервисе. Такие сервисы могут включать поиск и закупку продукции за рубежом, организацию логистики, таможенное оформление, складирование, доставку до конечного покупателя и сопровождение документооборота и другие опции в разных комбинациях.

Основная задача мультифункционального сервиса — упростить и автоматизировать процесс импорта для клиентов, снижая риски, затраты и сроки, а также обеспечивая прозрачность и контроль на важных этапах.

История возникновения и развития мультифункциональных сервисов B2B импорта в России является отражением эволюции самого рынка импорта, его адаптации к меняющимся экономическим и регуляторным условиям, а также росту потребностей бизнеса в комплексных решениях.

Долгие годы внешнеэкономическая деятельность велась исключительно специализированными государственными организациями, которые обладали узкой отраслевой специализацией. Их деятельность строго регулировалась централизованным планированием, характеризовалась жестким контролем и четким распределением функций.

Для импорта товаров существовали, например, «Промсырьеимпорт», «Технопромимпорт» и др.

С переходом к рыночной экономике произошла трансформация системы: правила либерализовались, а внешняя торговля стала доступна широкому кругу предпринимателей. Параллельно формировались логистические цепочки, приближающиеся к современному системному пониманию логистики и управлению цепями поставок.

В рамках этого процесса получили развитие как карго-перевозки, так и «челночное движение», примером которого являлись закупки в Турции и Китае.

Рынок оставался крайне нестабильным. Выбор логистических схем зависел от готовности к рискам, к расчётам наличными средствами. Имели место отсутствие стабильных правил, манипуляции при таможенном оформлении, пропажа грузов.

Примерно с середины 2010-х годов рынок начинает меняться под влиянием ужесточения налогового контроля, в частности, с внедрением АСК НДС-2 (цифровой системы налогового отслеживания НДС) в 2016 году. Это сделало «серый» и «черный» импорт менее выгодным и более рискованным для тех, кто хотел продавать товары «в белый оборот». Заниматься «серым импортом», то есть находить возможные пути обхода официального ввоза и уплаты сборов, стало проблематичнее. Но рынок все ещё оставался фрагментированным: отдельно перевозчики, отдельно компании, занимающиеся надлежащим оформлением документов.

Стремительное развитие маркетплейсов дало второе дыхание серой карго-схеме. Маркетплейсы позволили малому и среднему бизнесу с низкой себестоимостью (за счёт «серого» импорта) конкурировать с крупными игроками, работающими «вбелую».

Ранее для достижения значительных объемов продаж требовалось взаимодействие с крупными розничными сетями, что было доступно

ограниченному кругу участников. Появление маркетплейсов изменило правила игры, предоставив возможность прямой реализации товаров в любых объемах и существенно упростив масштабирование продаж. Таким образом, маркетплейсы демократизировали как торговлю, так и подход к импорту в целом.

За последние четыре года российский рынок существенно изменился вследствие геополитических факторов и усиления контроля государства. Адаптация привела к усложнению логистики и платежей, к поиску новых схем через третьи страны.

Вместе с тем информационные технологии, платформенная экономика, цифровизация и автоматизация бизнес-процессов открыли новые возможности и обозначили новые требования к развитию импорта, логистики и онлайн-ритейла.



# Актуальность исследования



Рынок B2B импорта сегодня переживает период глубоких и стремительных трансформаций. Малый и средний бизнес сталкивается с необходимостью либо быстро наращивать собственную экспертизу во всех аспектах импорта, либо обращаться к посредникам, искать специализированные или комплексные внешние решения.

Традиционные логистические и таможенные операторы расширяют свой функционал, стремясь предложить комплексные услуги, в то время как новые платформы изначально строят свою модель в формате «единого окна».

Исследование позволит выявить, какие именно компетенции и услуги становятся наиболее востребованными в условиях «обеления» рынка, усложнения цепочек поставок и систем взаиморасчётов, а также оценить, какие сервисы способны эффективно закрывать потребности, в том числе малого и среднего бизнеса.

Исследование позволит лучше понять будущую динамику рынка и определить ключевые факторы успеха в меняющейся бизнес-среде.

# Основные цели исследования

## 1

Анализ динамики и будущих трансформаций рынка B2B импорта. Задача — проследить эволюцию рынка B2B импорта от его фрагментированного состояния к текущей консолидации и спрогнозировать дальнейшие изменения с учетом внешних и внутренних факторов.

## 2

Определение категории «мультифункциональные сервисы», ее особенностей, драйверов и стопперов роста. Задача — описать категорию: как она складывалась и трансформировалась, ее сегодняшний ландшафт.

## 3

Определение основных игроков категории мультифункциональных сервисов, их отличительных черт. Задача — разграничить, какие компании являются мультифункциональными сервисами, как их можно сегментировать, какие особенности, УТП основных игроков рынка можно выделить.

# Раздел 2.

# Методология

# Методология

## Исследование основано на:

- ❖ Глубинных интервью с экспертами отрасли: представителями игроков и клиентов рынка
- ❖ Открытых данных о B2B рынке импорта в РФ
- ❖ Собственной оценке экспертов компании Data Insight о состоянии рынка B2B импорта

Все полученные данные обобщались и проходили кросс-проверку несколькими привлеченными экспертами.

Для построения оценки и прогноза рынка мультифункциональных сервисов были использованы два подхода — «сверху» и «снизу». Результаты оказались близкими и взаимно подтверждают друг друга. В основе используемой модели — GMV рынка электронной торговли в России по данным Data Insight, наша оценка динамики доли китайских товаров на российском рынке, оценка take rate мультифункциональных сервисов, другие параметры.

# Раздел 3.

## Рынок B2B импорта из Китая

# Российско-китайская торговля: объем и динамика

В 2024 году товарооборот России и Китая увеличился относительно рекордного 2023 года на 2% или почти на \$5 млрд, достигнув показателя \$244,8 млрд., согласно данным Главного таможенного управления КНР. Показательно, что драйвером роста российско-китайского товарооборота в 2024 году были импортные поставки, которые выросли в объеме на 4% год к году до \$115,5 млрд, в то время как объемы экспорта остались на уровне 2023 года.

Замедление динамики роста импорта из Китая в Россию объясняется, прежде всего, мировыми макроэкономическими факторами, в основном, представленными санкционным давлением со стороны США на РФ и КНР, что также привело к сложностям в трансграничных платежах. Однако потенциал для дальнейшего роста товарооборота между Россией и Китаем участниками рынка и экспертами оценивается как высокий.

Динамика российско-китайской торговли  
(млрд долл. \*\*)



\*Исследование Data Insight «Рынок розничного онлайн-импорта в Россию 2025»

\*\*Данные Департамента статистического анализа Главного таможенного управления КНР

B2B сегмент ввозной торговли из Китая является определяющим с точки зрения масштаба для общего объема импорта в РФ. По экспертной оценке, он составляет более 95% от всего объема импорта из Китая. B2B сегмент импорта намного превосходит B2C сегмент, который составлял в 2024-м году, по оценке Data Insight, более 320 млрд. руб.\*

\*Объем импорта приведен по данным Департамента статистического анализа Главного таможенного управления КНР

# Сплит по основным категориям товаров

Основными импортируемыми товарными категориями являются промышленное оборудование (27,3 млрд долл.), автомобили и комплектующие (25,5 млрд долл.) и электроника (16,0 млрд долл.). Среди наиболее востребованных товарных групп, предназначенных для конечных потребителей, — прежде всего, одежда (3,5 млрд долл.) и обувь (3,0 млрд долл.), а также компьютерная техника (3,2 млрд долл.) и сельскохозяйственная продукция (2,9 млрд долл.). На правой диаграмме приведены данные об объеме импорта некоторых наиболее интересных для потребительского рынка товарных групп, входящих в состав макрокатегорий, показанных на левой диаграмме. Так, «Смартфоны» входят в объем макрокатегории «Электроника» «Грузовая техника» в «Автомобили и комплектующие», «Одежда» в «Другое».

Структура импорта из Китая в Россию (2024, млрд долл.\*) и в %



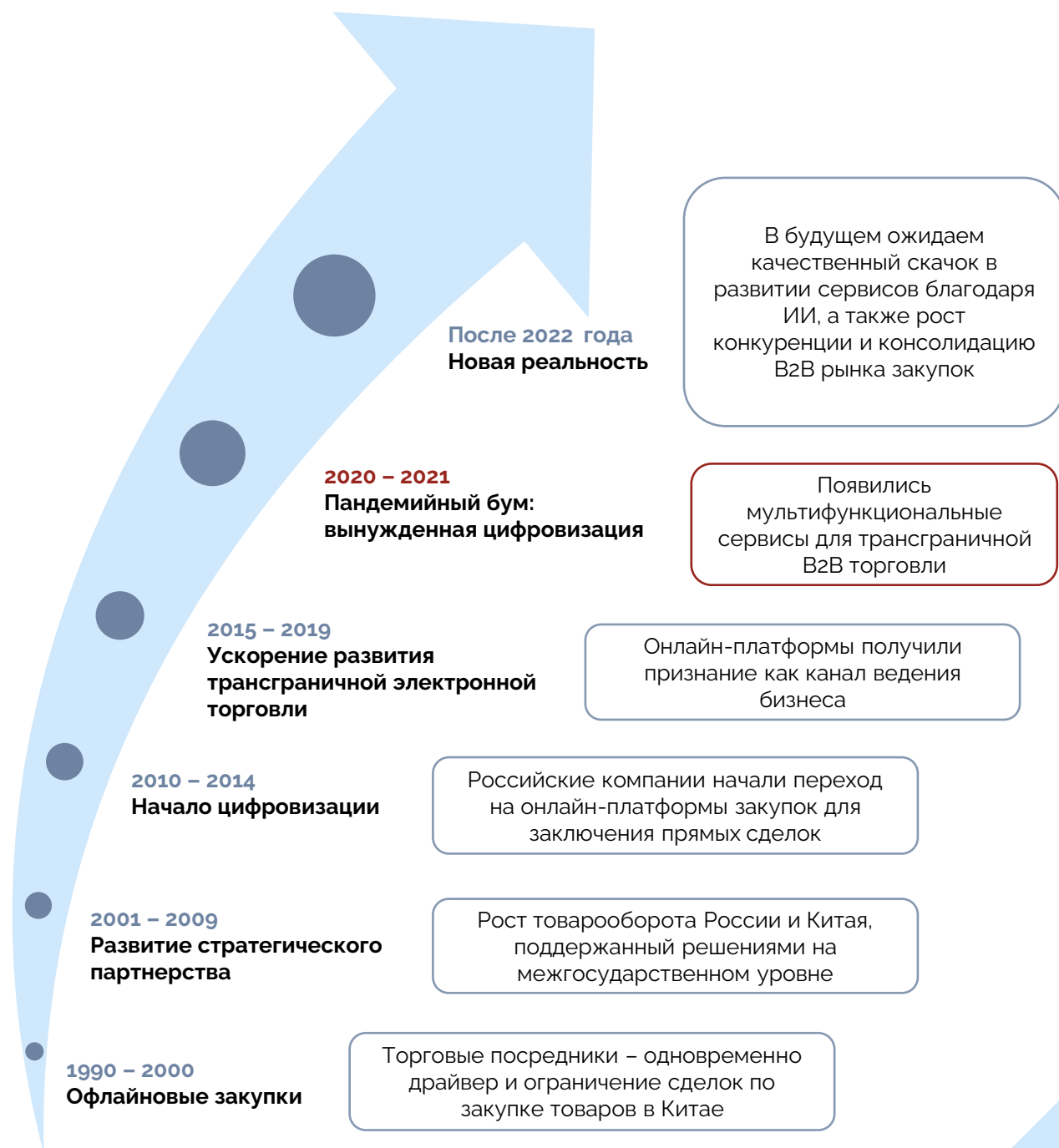
Объем импорта из Китая в Россию некоторых товарных групп (млрд долл.)\*



\*Товарные группы, представляющие наибольший интерес для потребительского рынка и компаний-покупателей SMB сегмента



# Хронология развития B2B импорта из Китая в Россию



- Развитие российского импорта китайских товаров в период 1990-2025 гг. можно охарактеризовать как процесс трансформации и системных изменений. В начале этого периода торговля велась исключительно через традиционные офлайн-каналы, что ограничивало скорость и эффективность взаимодействия бизнеса.
- За 35 лет рынок эволюционировал из разрозненных офлайн-сделок в высокотехнологичную, интегрированную и ориентированную на онлайн-взаимодействие экосистему. В рыночные процессы все больше внедряются цифровые инструменты и сервисы.
- Пандемия (2020) и геополитические изменения (2022) стали не только вызовами, но и мощными ускорителями цифровизации с фокусом на китайский рынок.
- Таким образом, в современном состоянии рынка трансграничных закупок из КНР в РФ отражается стратегия экономического развития России, более чем раньше ориентированная на развитие отношений с Китаем.

## Этапы развития импорта из Китая в Россию

### 1990 – 2000: Офлайновые закупки

**Задачи:** Поиск и установление торговых контактов через посредников.

**Особенности:**

- Электронная коммерция начала развиваться в Китае в конце 1990-х. Переломным моментом стал 1999 год, когда появилась Alibaba Group, которая задавала вектор развития глобального eCommerce и по-прежнему является его лидером, предоставляя мощную платформу для оптовой торговли.
- В этот период российский импорт из Китая осуществлялся через традиционные офлайн-каналы с привлечением посредников,

которые брали на себя функции поиска поставщиков, организации закупок и доставки товаров. Такой способ был характерен для начальных этапов развития торговли, когда прямые контакты между российскими посредниками и китайскими компаниями были ограничены, а процедура обмена информацией и заключение сделок требовали значительных временных и организационных затрат. Основными инструментами взаимодействия между компаниями были факс и электронная почта.

**Инсайт:** Высокие транзакционные издержки и барьеры входа делали прямые закупки недоступными для среднего и малого бизнеса.

**Итог:** Торговые посредники – одновременно драйвер и ограничение сделок по закупке товаров в Китае.

## 2001 - 2009: Развитие стратегического партнерства

**Задачи:** Российско-китайское сотрудничество в торговой сфере в период с 2001 по 2009 гг. сосредоточено на укреплении двусторонних торговых связей, создании нормативной базы и увеличении товарооборота.

### Особенности:

- Постепенный рост объемов товарооборота, отражающий экономический потенциал партнерства.
- Активное участие государственных и межправительственных организаций в создании условий для развития торговли.
- Высокие транзакционные затраты из-за посредничества и результатов стандартизации процессов.

**Инсайт:** Ключевым показателем прогресса в развитии B2B-импорта стало обсуждение перехода от разрозненных офлайн-сделок к начальным этапам формирования eCommerce.

**Итог:** Рост товарооборота России и Китая, поддержанный решениями на межгосударственном уровне.

## 2010 – 2014: Начало цифровизации

**Задачи:** Ключевым направлением стало создание условий для более свободного и оперативного доступа российского бизнеса к информации, товарам и поставщикам. Это расширяет возможности прямых сделок и снижает ограничения со стороны посредников.

### Особенности:

- В этот период появились первые цифровые решения для торговли: часть российского бизнеса начала использовать интернет-платформы в качестве основного инструмента коммуникации и организации импорта. Тем не менее, цепочка сделок все еще осуществлялась в ручном режиме без «единого окна».

**Инсайт:** Несмотря на появление новых цифровых каналов и возросшую доступность информации, среди участников рынка сохранилось значительное недоверие к онлайн-сделкам. Основными причинами были опасения, связанные с безопасностью операций, мошенничеством и недостаточной прозрачностью условий сделок. Многие участники предпочитали личные встречи и офлайн-переговоры, считая их более надёжными для подтверждения договорённостей.

**Итог:** Российские компании начали переход на онлайн-платформы закупок для заключения прямых сделок.

## 2015 – 2019: Ускорение развития трансграничной электронной торговли

**Задачи:** Главным направлением стало обеспечение доверительных отношений между участниками торговли и развитие дополнительных сервисных функций, таких как безопасность и удобство сделок в онлайн-среде.

**Особенности:**

- Возникла экосистема трансграничной электронной торговли с широким использованием онлайн-платформ для поиска поставщиков, заключения договоров, организации логистики и предоставления прочих услуг для российских селлеров.

**Инсайт:** Ключевым процессом в отношениях бизнеса двух стран вместо поиска поставщиков стало заключение безопасных сделок.

**Итог:** Онлайн-платформы получили признание как канал ведения бизнеса.

**2020 – 2021: Пандемийный бум: вынужденная цифровизация**

**Задачи:** В условиях расширения блокады оффлайн-каналов постоянное внимание было сосредоточено на полной цифровизации всех процессов.

**Особенности:**

- Онлайн-инспекции продукции и видеоконференции стали стандартом для подтверждения качества и условий сделки, что значительно расширило возможности дистанционного управления процессами.
- Разработаны мультифункциональные трансграничные сервисы, позволяющие объединить в единую платформу поиск поставщиков, оформление заказов, платежи и логистику.
- Началась автоматизация и интеграция API, CRM, сквозной аналитики.

**Инсайт:** Пандемия устранила последние сомнения консервативных компаний и ускорила переход на цифровые инструменты.

**Итог:** Появились мультифункциональные сервисы для трансграничной B2B торговли.

## После 2022 года: Новая реальность

**Задачи:** Активное внедрение мультифункциональных трансграничных сервисов B2B торговли, которые предоставляют услуги в формате «единого окна».

### Особенности:

- Переориентация на Азию: уход из России западных игроков заставил российский бизнес искать новых партнеров в Китае.
- Государственная поддержка импортозамещения и локализации производства.
- Рост влияния мультифункциональных сервисов, которые предоставляют полный цикл услуг — от поиска товаров и логистики до платежных решений и юридического сопровождения сделки.
- Внедрение современных ИИ-инструментов для сбора данных, аналитики, прогнозирования, и устранения языковых барьеров.
- Тестирование альтернативных способов трансграничных счетов, включая цифровые финансовые активы (ЦФА).
- По итогам 2023 года товарооборот между Россией и Китаем впервые превысил отметку \$200 млрд. В 2024 году товарооборот стран составил \$244,8 млрд, из которых \$115,5 млрд – импортные поставки из Китая в Россию.

**Инсайт:** Будущее — за созданием единой автоматизированной цифровой экосистемы.

**Итог:** В будущем ожидаем качественный скачок в развитии сервисов благодаря ИИ, а также рост конкуренции и консолидацию B2B рынка закупок.

# Основные тренды B2B импорта сегодня

Современный рынок B2B импорта претерпевает значительные изменения, характеризующиеся динамичным состоянием, где ключевую роль играют адаптация к меняющимся условиям, поиск баланса между стоимостью и скоростью и стремление к соблюдению законодательных норм. Если ранее рынок был фрагментирован и хаотичен, но стремительно рос за счет увеличения числа российских селлеров, выходящих в онлайн, то сейчас рост количества начинающих российских селлеров несколько замедлился, активный онбординг обеспечивают сами китайские производители и продавцы.

Одновременно с этим, все большее значение приобретают сервисы, предлагающие комплексные решения «под ключ» — от поиска и закупки товара за рубежом до его таможенного оформления, международной и внутрироссийской логистики, а также необходимой сертификации. Это связано с дефицитом квалифицированных специалистов по внешнеэкономической деятельности, которая стала сложнее из-за ужесточения правил и необходимости работы с обширным документооборотом.

## 1. Консолидация рынка и уход мелких игроков

Наблюдается тенденция к укрупнению игроков рынка импорта. Ожидается появление крупных операторов по платежам, перевозчиков и таможенных представителей.

Рост сервисных компаний — естественный процесс, который идет следом за ростом рынка и укрупнением продавцов. Прогнозируется, что многие мелкие продавцы уйдут с площадок, а их место займут крупные игроки, что приведет к сокращению малого бизнеса в сфере импорта. Крупные клиенты формируют основной объем рынка.

”

*При трансграничных сделках нужна прозрачность (цена, условия), удобство (без лишних действий и сложных цепочек согласований, подборов, оформлений и т.д.), комплексный подход с одним окном (не искать отдельные услуги на каждом этапе), гарантии качества (чтобы покупателю было куда обратиться при страховом случае/браке и т.д.), цифровизация (онлайн формат, современные технологии), ассортимент (нужны товары из разных категорий, у покупателей возрастают требования к товарам). Игрокам придется адаптироваться под эти требования рынка/клиентов.*

**ШЭН ГОФЭЙ**

Генеральный секретарь Российско-Китайской  
Палаты по содействию торговле машинно-  
технической и инновационной продукцией

## 2. Переход от «серого» и «черного» импорта к «белому» импорту

Исторически импорт развивался от хаотичного рынка, где процветал «черный»/«серый» импорт («карго») без документов или с неполной документацией и занижением стоимости.



С 2015 года, после введения налоговой системы АСК НДС-2, отслеживающей НДС, стало выгоднее ввозить товары с соблюдением всех требований законодательства.

Прогнозируется, что в ближайшие годы объем «карга» ввоза сократится до 50%, поскольку средний бизнес вслед за крупным переходит на официальные схемы.

В ближайшие годы полное внедрение системы «Честный знак», её строгий контроль и введение автоматизации могут привести к глобальному падению «серого» импорта, но некоторая его доля всегда останется.

”

*Услуги карго-перевозок сохраняют свою востребованность для товаров массового потребления, которые отличаются невысокой стоимостью, где логистическая составляющая формирует значительную часть себестоимости, где репутация и риски не являются важными для бизнеса заказчиков.*

**ЮРИЙ ПАВЛЮК**

Руководитель отдела развития бизнеса,  
Major Terminal



”

*В условиях ужесточения фискального контроля стало ясно, что для обеспечения легального оборота товаров и их последующей реализации через официальные каналы, импорт должен осуществляться исключительно «по-белому», чтобы избежать серьезных проблем с контролирующими органами в будущем.*

**АНТОН СМИРНОВ**

Руководитель ДжумПро в России



### 3. Появление и развитие мультифункциональных сервисов

На рынке B2B импорта развиваются игроки, предлагающие широкий набор решений, условно «end-to-end».

Эти сервисы берут на себя бóльшую часть цикла B2B импорта: от поиска товара и фабрики до таможенного оформления и доставки по РФ.

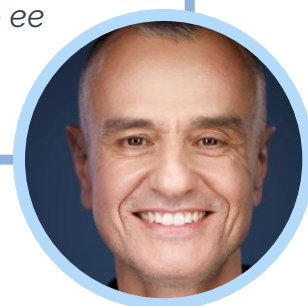
Изначально многие из сервисов были классическими логистами или таможенными брокерами, но диверсифицировались, чтобы создать близкое ожиданиям рынка уникальное торговое предложение (УТП) и отстроиться от высококонкурентных рынков обслуживания B2B импорта.

”

*Услуга одного окна сохраняет свою актуальность и популярность, поскольку многие компании стремятся избежать непосредственного участия во внешнеэкономической деятельности. Это обусловлено сложностью регулирования, обширным документооборотом и требованиями к сертификации. Предполагается, что ее востребованность сохранится.*

**ЮРИЙ ПАВЛЮК**

Руководитель отдела развития бизнеса, Major Terminal



## 4. Переориентация B2B импорта на Китай

Российский B2B импорт переживает период значительной переориентации на Китай, который стал доминирующим поставщиком. Тренд обусловлен как уходом с российского рынка многих западных брендов, так и активным поиском китайскими производителями новых рынков сбыта. Китайские компании всё чаще напрямую выходят на российские маркетплейсы, а также открывают здесь свои склады, предлагая продукцию по конкурентным ценам.

В перспективе, даже при возможном снятии санкций, ожидается, что российские импортеры не вернуться полностью к европейским поставщикам, предпочитая работать как с Китаем, так и, возможно, с другими азиатскими странами, уже выстроив прямые связи и оптимизировав затраты.

”

*Отношения Китая и России находятся на максимально высоком уровне за всю историю отношений. Инициативы предпринимателей как из России, так и из Китая достигают очень большой активности и результатов. Развиваются инновационные торговые инструменты, которые способствуют упрощению, автоматизации и смартизации трансграничной торговли.*

*Российский рынок перестроился, китайские бренды машин, оборудования, техники, электронной и прочей продукции практически вытеснили в прошлом популярные западные бренды.*

*Общая тенденция B2B импорта последних 2-3 лет является всесторонним развитием российско-китайских торгово-экономических отношений. Мы живем в эпоху цифровых технологий, поэтому особенно актуальной становится цифровая торговля.*

**ЧЖОУ ЛИЦЮНЬ**  
Председатель Союза китайских  
предпринимателей в России



”

*Китай традиционно удерживает статус основного поставщика импортной продукции. Исторически значительная часть товаров из КНР поступала в Россию через европейские страны, выступавшие в качестве транзитных хабов. В настоящее время логистические потоки переориентированы на прямые поставки из Китая, минуя европейских посредников.*

**ДМИТРИЙ КОРОБИЦЫН**  
Генеральный директор, Поставщик счастья



## 5. Цифровизация логистики

В рамках тренда рынка B2B импорта наблюдается усиленная цифровизация логистики, направленная на повышение эффективности и прозрачности цепочек поставок. Рынок постепенно трансформируется в более консолидированную структуру. Этот процесс включает внедрение передовых IT-систем, таких как CRM, ERP для автоматизации процессов управления остатками, ценами, заказами.

По мере консолидации рынка ожидается, что крупные игроки будут все активнее использовать эти цифровые решения для повышения контроля и сокращения издержек.

”

*Автоматизация логистики — не просто вопрос эффективности, а основа конкурентоспособности в B2B-сегменте. Компании, которые инвестируют в прозрачность и сквозную аналитику поставок, приобретают не только скорость, но и доверие своих партнёров.*

**СУНЬ ТЯНЬШУ****Основатель российско-китайской  
B2B-платформы цифровой торговли КИФА**

# Драйверы и барьеры роста B2B импорта

Большинство факторов, оказывающих влияние на рынок B2B импорта, можно рассматривать и как барьеры, и как стимулы для поиска новых решений и развития новых инструментов.

## 1. Усиление регулирования и государственного контроля

Таблица Основные показатели контрафактной продукции в России на 2023–2024 гг.

Показатель	2023 год	2024 год
<b>Количество изъятых единиц товара</b>	4,9 млн	5,8 млн (+18%)
<b>Оцененный ущерб правообладателям</b>	3,7 млрд рублей	3,4 млрд рублей (-8%)
<b>Основные категории контрафакта</b>	Одежда, обувь, игрушки, упаковка	Одежда, обувь, игрушки, упаковка
<b>Основные страны происхождения</b>	Китай, ОАЭ, Турция, Ближний Восток	Китай, ОАЭ, Турция, Ближний Восток

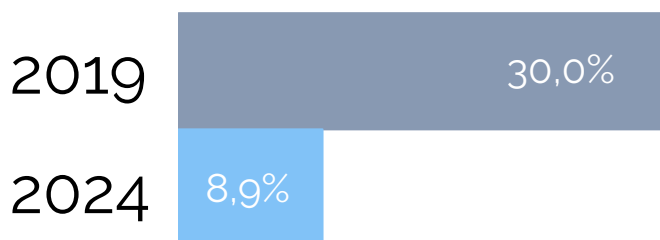
По итогам 2024 года сотрудники таможни выявили 5,8 млн единиц нелегальной продукции, что на 18% больше, чем в 2023 году. Ущерб правообладателей в 2024 году был оценен в 3,4 млрд рублей. Наибольшие объемы контрафакта — одежда, обувь, игрушки, упаковочная продукция. Внедрение систем типа АСК НДС-2 и «Честный знак» усиливает контроль за товарными потоками и налогооблагаемой базой.

Источник: Федеральная таможенная служба. <https://customs.gov.ru/press/pressa-onas/document/628729>

«Честный знак» вводит обязательную маркировку продукции на производстве, что ужесточает требования и ведет к адаптации конкурентов и производителей.

Объем нелегального оборота товаров в России за последние пять лет сократился более чем в три раза — с 30% до 8,9%.

*Динамика нелегального оборота  
товаров в России*



**Государство будет продолжать усиливать контроль, что:**

- ❖ приводит к сворачиванию или усложнению схем «серого» импорта,
- ❖ повышает ценность комплексной экспертизы за пределами логистики,
- ❖ способствует росту спроса на сервисы, выполняющие функции отделов ВЭД.



”

*С усилением налогового контроля за НДС стало очевидным, что для интеграции товаров в легальный оборот и реализации через официальные каналы необходимо осуществлять «белый» импорт во избежание проблем с НДС в дальнейшем.*

**ДМИТРИЙ КОРОБИЦЫН**  
Генеральный директор, Поставщик счастья



## 2. Санкции и геополитическая нестабильность

Китайские банки ограничивают прямые платежи из России из-за опасений вторичных санкций. Каждый новый раунд санкций усложняет существующие логистические и финансовые конструкции, требуя постоянной адаптации и поиска новых решений. В России осталось крайне мало банков, способных осуществлять платежи в Китай, а китайские банки, в свою очередь, могут замораживать или блокировать входящие платежи из-за региональных правил или борьбы с «грязным юанем», что приводит к многомесячным задержкам, риску блокировки платежей или даже потере средств.

Эти факторы повышают ценность комплексной экспертизы и спрос на специализированные сервисы.

”

Санкции — это фильтр, через который проходят только операционно гибкие компании. Те, кто инвестировал в устойчивую цепочку расчётов, логистики и комплаенс-решений, адаптировались быстрее. Остальные были вынуждены заново выстраивать финансовые и юридические механизмы взаимодействия с поставщиками. Снижение зависимости от классических платёжных систем стало не альтернативой, а новой нормой. Цифровые сервисы должны учитывать эти реалии — иначе они теряют прикладную ценность.


**СУНЬ ТЯНЬШУ**

Основатель российско-китайской  
B2B-платформы цифровой торговли КИФА

”

Введение первых санкций после начала СВО привело к отключению SWIFT и ограничению возможностей прямых платежей. Это стимулировало поиск альтернативных финансовых решений, в результате чего появились новые неформальные посредники. Участникам рынка приходилось полагаться на доверие, передавая им значительные суммы (зачастую в несколько сотен тысяч долларов), несмотря на недостаток информации и наличие зафиксированных случаев мошенничества с крупными суммами, ввиду ограниченности других доступных вариантов.


**НИКОЛАЙ СИПАЧЁВ**

Директор ВЭД, Smartbuy

”

*В условиях санкционных ограничений, ввоз санкционных товаров, в частности технологий двойного и тройного назначения, а также продукции, связанной с авиационной и морской отраслями, практически полностью переориентировался на «карга» и «серые» схемы, так как официальные поставки из Китая были заблокированы. При этом данный карго-рынок, особенно для электронных компонентов, сохранит свою актуальность.*

**ТИМУР САБИРОВ**

Независимый эксперт, CEO STR Group



### 3. Разница в менталитете и особенности работы с китайскими партнёрами

Китайские партнёры демонстрируют тщательный подход к принятию решений, продуманность и внимательность к деталям. Однако формирование долгосрочных отношений требует значительных временных инвестиций, включающих многомесечные переговоры, визиты на фабрики и личное взаимодействие.

Цены на логистику в Китае могут сильно колебаться, что затрудняет прогнозирование и влияет на конечную стоимость товара. Сезонность и Китайский Новый год могут значительно увеличивать сроки и стоимость доставки. Кроме того, ввод санкций стал триггером роста различных мошеннических схем. Финансовая волатильность, резкие изменения валютных курсов также не способствуют плавному

течению процесса заключения договоров поставки за счет сложности фиксации цены на товары.

В Китае придерживаются стратегии «win-win» и работают с минимальной маржинальностью, что делает российский рынок с более высокой нормой прибыли особенно привлекательным.

Для проведения серьезных переговоров важную роль играет знание китайского языка и культурных особенностей.

”

*Работа с Китаем требует не только понимания рыночной логики, но и культурной адаптации процессов. Формальное соответствие договору ещё не означает, что поставка будет стабильной. Без учёта менталитета, подходов к переговорам и специфики деловой среды любые автоматизированные решения окажутся неэффективными. Цифровые сервисы B2B-импорта должны быть не только технологичными, но и культурно-чувствительными — иначе они не станут связующим звеном, а останутся просто платформой.*

**СУНЬ ТЯНЬШУ**

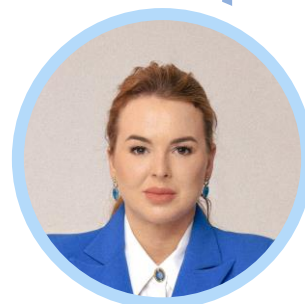
Основатель российско-китайской  
B2B-платформы цифровой торговли КИФА

”

*Рынок логистических услуг является наиболее динамичным в части ценообразования. Например, стоимость перевозки зимой составляла 12 тысяч долларов, а сейчас составляет 5 тысяч долларов. Такая значительная волатильность цен создает сложности в прогнозировании поставок, поскольку невозможно предсказать сезонные изменения.*

*Китайские партнеры чтят традиции, отличаются продуманностью и глубоким подходом. При этом вы должны следить, чтобы детали и договоренности были занесены на бумагу: неформальные соглашения с ними не работают. При этом они зачастую готовы работать с минимальной маржинальностью (3-5%), что значительно контрастирует с нашими 30%.*

**АННА ФОМИЧЕВА**  
Эксперт в области внешнеэкономической  
деятельности, учредитель группы компаний  
Анны Фомичевой



## 4. Сложность обеспечения качества и проверки поставщиков

Работа с платформами, такими как 1688, представляет трудности из-за отсутствия прозрачности. Существует высокий риск получения бракованного товара, особенно от небольших фабрик. Требуется обязательная инспекция качества (20–30% отгрузки) до оплаты.

После приемки товара возвраты не предусмотрены, только урегулирование претензий.

Поиск надежных поставщиков является вызовом, поскольку многие серьезные производители не представлены на популярных оптовых платформах и, наоборот, там может присутствовать большое количество сомнительных предложений. Работа с китайскими площадками, такими как 1688, требует наличия «закупщика» с опытом общения с перекупщиками и фабриками — для этого он должен знать китайский язык, разбираться в документации, понимать особенности местного рынка.

”

*Регламенты приема платежей в китайских банках варьируются между провинциями, что провоцирует задержки и блокировки средств, с возможностью ожидания до 3-6 месяцев или полного неполучения средств, иногда требуя личного присутствия для урегулирования.*

**ДМИТРИЙ КОРОБИЦЫН**  
Генеральный директор, Поставщик счастья



”

*Одним из ключевых рисков B2B-импорта из Китая остаётся качество поставляемой продукции. Особенно в условиях удалённой работы и ограниченных возможностей очной проверки. Здесь выигрывают те, кто выстраивает процессы не вокруг разовых инспекций, а вокруг постоянного мониторинга, отслеживания поставщика на всём его жизненном цикле. В этом контексте цифровые решения становятся не просто инструментом контроля, а основой для формирования надёжной цепочки поставок.*

**СУНЬ ТЯНЬШУ**

Основатель российско-китайской  
B2B-платформы цифровой торговли КИФА

”

*1688 — это, при всём уважении к масштабам и значению этого бизнеса, настоящий хаос. Ты не понимаешь, с кем имеешь дело — то ли с перекупщиком, то ли с фабрикой. Язык общения — туман. Что в итоге получишь — тоже загадка. А значит, если тебе важно качество и надежность, без тщательной проверки и инспекции не обойтись. А это уже — дополнительные расходы.*

**АНТОН СМЕРНОВ**

Руководитель ДжумПро в России

## 5. Развитие маркетплейсов и специфика малого/среднего бизнеса

Ozon, Wildberries, «Яндекс Маркет» и другие российские B2C маркетплейсы способствовали привлечению новых участников рынка, часто не имеющих глубокой экспертизы во внешнеэкономической деятельности. Это стимулировало спрос на сервисы, объединяющие поиск товара, закупку, логистику и таможенное оформление.

Сервисы, снижая порог входа, упрощают сложную международную цепочку поставок для тех, кто не готов или не может заниматься ей самостоятельно. Кто не может позволить себе собственный отдел ВЭД, но нуждается в легальном импорте. Они также привлекательны для клиентов с высокими требованиями к качеству товара, срокам доставки, что выгодно отличает их от «карга»-сервисов.

Востребованность сервисов растёт благодаря росту оборотов опытных селлеров – они переходят от оптовых закупок китайского товара у российских поставщиков к поиску товаров от производителей.

Также, несмотря на некоторый спад, приток новых селлеров на российские B2C маркетплейсы продолжается — до 20 000 ежемесячно, по оценкам Data Insight. Этот фактор также способствует стабильному росту количества и качества сервисов, повышает требования к услугам, наращивает клиентский опыт, расширяет функционал.



”

*Появление клиентов с конкретными, адресными запросами на поставку определённых товаров характерно для сегмента малого бизнеса и более мелких клиентов, которые активно используют комплексные сервисы полного цикла. В рамках таких сервисов обеспечивается весь процесс: от поиска и закупки товара до его транспортировки, таможенного оформления.*

**НИКОЛАЙ СИПАЧЁВ**  
Директор ВЭД, Smartbuy



# Раздел 4. Мультифункциональные сервисы: объём рынка и игроки

# Оценка объёма выручки и прогноз

Для построения оценки и прогноза рынка мультифункциональных сервисов были использованы два подхода — «Top-Down» и «Bottom-Up». Результаты оказались близкими и взаимно подтвердили друг друга. В основе используемой модели «Top-Down» — GMV рынка электронной торговли в России по оценке Data Insight, наша оценка динамики доли китайских товаров на российском рынке, оценка take rate мультифункциональных сервисов, другие параметры.

Выручка мультифункциональных сервисов определяется несколькими ключевыми факторами, в числе которых:

- ❖ Общий объем российского ритейла как онлайн-ового, так и оффлайн-ового, часть товарного потока, который закупается в Китае,
- ❖ Доля китайских товаров на российском рынке. Для выделения сегмента китайских товаров применены результаты экспертного опроса о доле китайской продукции в выручке онлайн-торговли, проведенного Data Insight. Этот показатель отражает усреднённое восприятие экспертов и участников рынка и используется как прокси-оценка в условиях отсутствия официальной статистики. В расчётах исключены компоненты для промышленного производства и «квази-российские» товары (например, переупакованные в РФ). На основании этих данных, а также анализа макроэкономических факторов, санкционной политики и открытых источников сформированы оценки долей китайских товаров в eCommerce с 2021 по 2027 год,
- ❖ Доля импортируемых товаров, которая проходит через мультифункциональные сервисы, на основании усреднения экспертных оценок,

- ❖ Take rate сервисов, то есть % от объема закупки, который составляет выручку мультифункциональных сервисов. В модели принят базовый уровень этого показателя, сопоставимый с Take rate других сегментов сервисных компаний B2B сегмента, в частности, логистов. В оптимистическом сценарии, помимо других факторов, заложен некоторый рост этого показателя, что отражает тренд на увеличение сервисных сборов по мере развития рынка и увеличения функционала сервисов.

С 2021 года и по настоящее время рынок мультифункциональных сервисов демонстрирует уверенный рост и достигнет в текущем 2025 году, по прогнозу Data Insight, показателя от 65 до 70 млрд рублей. Мы ожидаем, что к 2027 году выручка мультифункциональных сервисов достигнет 97–122 млрд рублей, в зависимости от сценария развития рынка.

**Реализация одного или другого сценария будет определяться, главным образом, следующими факторами:**

- ❖ **Регуляторные изменения**

Ужесточение контроля над серыми схемами (карго, дробление посылок, обход таможи) и рост требований к маркировке и сертификации стимулируют переход поставщиков в мультифункциональные сервисы.

- ❖ **Рост доли китайских товаров в eCommerce**

Увеличение доли китайской продукции в онлайн-ритейле напрямую ведёт к росту объёмов заказов, проходящих через сервисы «единого окна».

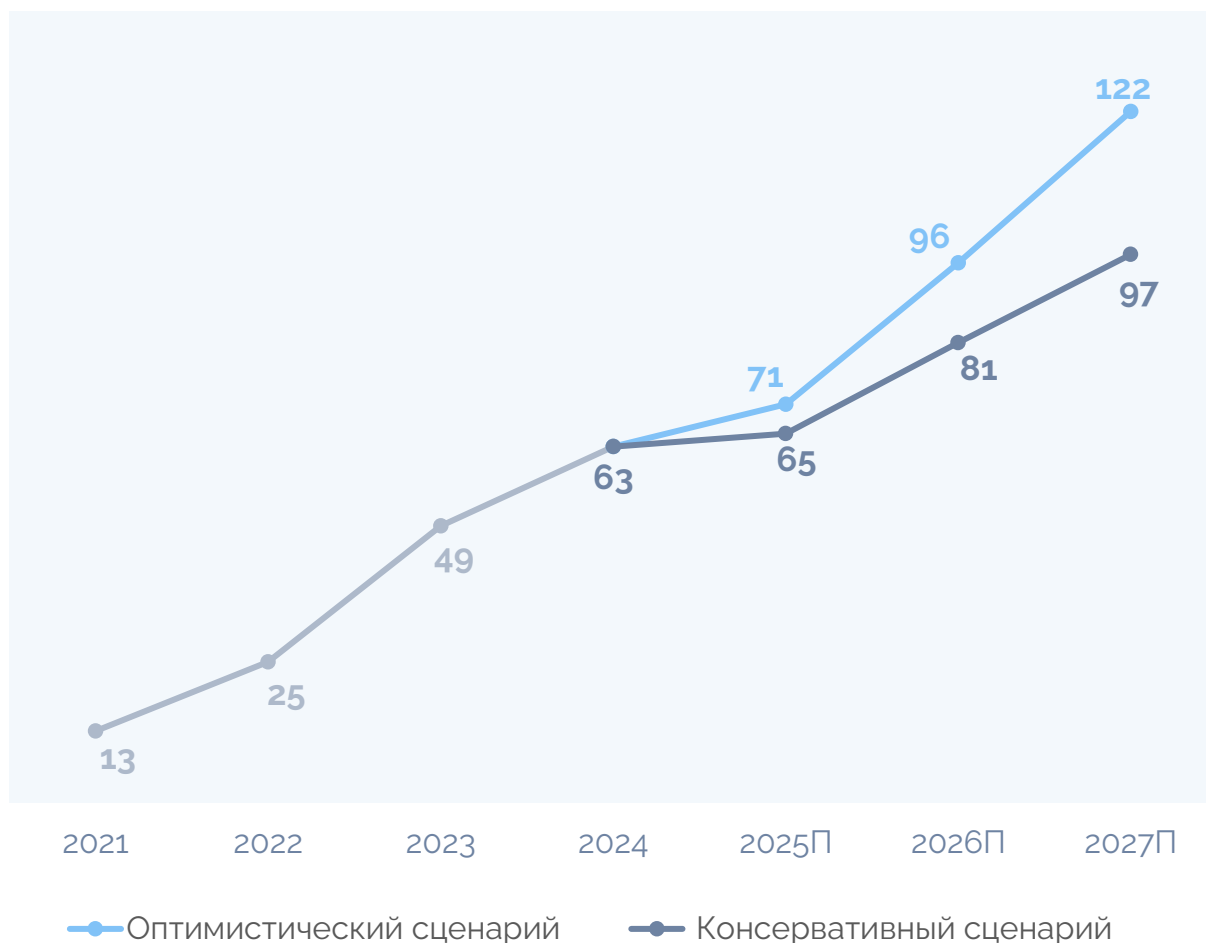
- ❖ **Экономия масштаба и комплексность услуг**

Сервисы, которые совмещают логистику, таможенную, сертификацию, хранение и доставку до складов маркетплейсов, становятся более привлекательными за счёт снижения транзакционных издержек.

### ❖ Санкционный и валютный фон

Колебания курса юаня/рубля и ограничения на международные расчёты повышают спрос на сервисы, которые берут на себя валютные и юридические риски. Однако ужесточение санкционного режима способно негативно сказаться на работе мультифункциональных сервисов, ограничив их возможности и увеличив издержки.

## Размер рынка мультифункциональных сервисов по импорту из Китая в Россию (по выручке, в млрд руб.)



\*Методика построения модели приведена на стр. 12

# Сегменты рынка multifunctional services по выручке

В зависимости от используемой бизнес-модели, игроков рынка можно разделить на четыре ключевых сегмента. На основе нашей оценки выручки игроков, мы выделили четыре сегмента рынка со следующими долями в выручке:

- Платформы и агрегаторы B2B-заказов — 30%
- Агентские сервисы
  - Операторы с «витриной» — 31%
  - Агентские сервисы без «витрины» — 26%
- Сервисы с акцентом на таможенное оформление — 13%



О перспективах игроков перечисленных сегментов можно сказать следующее: по аналогии с игроками розничного онлайн-импорта можно ожидать, что в сегменте агентских сервисов более успешными окажутся операторы, способные объединять обе модели — как работу с «витриной» (через публичный каталог), так и работу «без витрины» (выполнение соответствующих заказов по техническому заданию клиента). Гибридная стратегия с объединением двух бизнес-моделей позволяет охватывать более широкий спектр клиентов.

Одновременно рынок мультифункциональных сервисов демонстрирует тенденцию к трансформации: компании стремятся расширять набор функций, увеличивать take rate и наращивать выручку. В результате, вне зависимости от изначальной специализации, сервисы всё чаще пересекаются по перечню доступных опций. Это усиливает конкуренцию и размывает границы между сегментами, что в будущем может привести к изменению долей сегментов на этом рынке.

# Справочная информация. Кейс компании КИФА

## Статистические данные о распределении объема импорта через мультифункциональный сервис на российский рынок за 2024 год

Мультифункциональные сервисы работают со всем потоком товарного импорта из Китая и имеют возможность закрывать потребности селлеров во всех ключевых товарных категориях. Приводим в качестве кейса данные сервиса КИФА.

КИФА – публичная компания и единственная из представленных в отчете, кто раскрывает данные об импорте в разрезе товарных категорий. Настоящий раздел содержит выборочные статистические данные и аналитические материалы по импорту китайских товаров на российский рынок. Он включает:

1. Статистические данные по импорту из КНР — количественные показатели поставок товаров по нескольким категориям с указанием объемов продаж.
2. Данные по рыночной доле платформы КИФА — показатели одного из ведущих мультифункциональных сервисов в сегменте китайского импорта с детализацией по выбранным товарным категориям.



# Импорт из Китая в Россию

Категория «Обувь», объем импорта за 2024 год

Всего по данным категориям «Обуви»

**13 313 599 632**

Весь импорт  
по категории  
в юанях

**1 871 155 598**

Весь импорт  
по категории  
в долларах

6401

Водонепроницаемая обувь с подошвой и с верхом из резины или пластмассы, верх которой не крепится к подошве и не соединяется с ней ни ниточным, ни шпилечным, ни гвоздевым, ни винтовым, ни заклепочным, ни каким-либо другим аналогичным способом

**33 166 788**

Весь импорт  
по подкатегории  
в юанях

**4 661 545**

Весь импорт  
по подкатегории  
в долларах

6402

Прочая обувь с подошвой и с верхом из резины или пластмассы

**5 333 730 543**

Весь импорт  
по подкатегории  
в юанях

**749 718 286**

Весь импорт  
по подкатегории  
в долларах

6403

Обувь с подошвой из резины, пластмассы, натуральной или композиционной кожи и с верхом из натуральной кожи

**4 567 203 134**

*Весь импорт  
по подкатегории  
в юанях*

**641 770 299**

*Весь импорт  
по подкатегории  
в долларах*

6404

Обувь с подошвой из резины, пластмассы, натуральной или композиционной кожи и с верхом из текстильных материалов

**3 379 499 167**

*Весь импорт  
по подкатегории  
в юанях*

**475 005 469**

*Весь импорт  
по подкатегории  
в долларах*

Всего по данным категориям «Обуви»

**313 861 979**

Объем КИФА

по фактурной стоимости  
в юанях

**44 113 798**

Объем КИФА

по фактурной  
стоимости в долларах

**2,36%**

Доля КИФА

от всего импорта  
по категории

6401

Водонепроницаемая обувь с подошвой и с верхом из резины или пластмассы, верх которой не крепится к подошве и не соединяется с ней ни ниточным, ни шпилечным, ни гвоздевым, ни винтовым, ни заклепочным, ни каким-либо другим аналогичным способом

**1 094 504**

Объем КИФА

по фактурной  
стоимости  
в юанях

**153 831**

Объем КИФА

по фактурной  
стоимости  
в долларах

**3,30%**

Доля КИФА

от всего  
импорта  
по подкатегории

6402

Прочая обувь с подошвой и с верхом из резины или пластмассы

**186 680 569**

Объем КИФА

по фактурной  
стоимости  
в юанях

**26 240 140**

Объем КИФА

по фактурной  
стоимости  
в долларах

**3,50%**

Доля КИФА

от всего  
импорта  
по подкатегории

По данным ГТУ КНР и ФТС РФ. Торговый оборот КИФА (GMV) по сервису Private-Trade по итогам 2024 г.

Источник: Data Insight, 2025

6403

Обувь с подошвой из резины, пластмассы, натуральной или композиционной кожи и с верхом из натуральной кожи

**61 200 522**

Объем КИФА  
по фактурной  
стоимости  
в юанях

**8 599 722**

Объем КИФА  
по фактурной  
стоимости  
в долларах

**1,34%**

Доля КИФА  
от всего  
импорта  
по подкатегории

6404

Обувь с подошвой из резины, пластмассы, натуральной или композиционной кожи и с верхом из текстильных материалов

**64 886 384**

Объем КИФА  
по фактурной  
стоимости  
в юанях

**9 120 105**

Объем КИФА  
по фактурной  
стоимости  
в долларах

**1,92%**

Доля КИФА  
от всего  
импорта  
по подкатегории

## Импорт из Китая в Россию

Категория «Одежда», объем импорта за 2024 год  
Пример сервиса-участника рынка - платформа КИФА\*

Всего по данным категориям «Одежды»

**17 018 306 860**

Весь импорт  
по категории в юанях

**2 391 899 681**

Весь импорт  
по категории в долларах

По данным ГТУ КНР и ФТС РФ. Торговый оборот КИФА (GMV) по сервису Private-Trade по итогам 2024 г.

Источник: Data Insight, 2025

6101-6105

Трикотажная верхняя одежда, костюмы, юбки, брюки, комбинезоны, бриджи, шорты и мужские рубашки

**2 437 001 875**

**342 517 270**

6106-6114

Трикотажное нижнее белье, домашняя одежда, майки, свитеры, пуловеры, кардиганы, жилеты, детская и спортивная одежда, женские блузы и другие трикотажные предметы одежды

**5 358 973 194**

*Весь импорт  
по подкатегории  
в юанях*

**753 196 330**

*Весь импорт  
по подкатегории  
в долларах*

6201-6203

Верхняя одежда, мужские костюмы, пиджаки, брюки, комбинезоны, бриджи и шорты из всех материалов кроме трикотажа

**4 261 325 275**

*Весь импорт  
по подкатегории  
в юанях*

**598 923 421**

*Весь импорт  
по подкатегории  
в долларах*

6204-6212

Женские костюмы, пиджаки, юбки, брюки, комбинезоны, бриджи, шорты, мужские рубашки, женские блузы, майки, нижнее белье, домашняя, детская и спортивная одежда и другие предметы одежды из всех материалов кроме трикотажа

**4 961 006 516**

*Весь импорт*

*по подкатегории в юанях*

**697 262 659**

*Весь импорт*

*по подкатегории в долларах*

6201-6203

Верхняя одежда, мужские костюмы, пиджаки, брюки, комбинезоны, бриджи и шорты из всех материалов кроме трикотажа

**4 261 325 275**

*Весь импорт*

*по подкатегории в юанях*

**598 923 421**

*Весь импорт*

*по подкатегории в долларах*

6204-6212

Женские костюмы, пиджаки, юбки, брюки, комбинезоны, бриджи, шорты, мужские рубашки, женские блузы, майки, нижнее белье, домашняя, детская и спортивная одежда и другие предметы одежды из всех материалов кроме трикотажа

**4 961 006 516**

*Весь импорт*

*по подкатегории в юанях*

**697 262 659**

*Весь импорт*

*по подкатегории в долларах*

Всего по данным категориям «Одежды»

**98 808 091**

Объем КИФА  
по фактурной  
стоимости  
в юанях

**13 887 342**

Объем КИФА  
по фактурной  
стоимости  
в долларах

**0,58%**

Доля КИФА  
от всего  
импорта  
по категории

6101-6105

Трикотажная верхняя одежда, костюмы, юбки, брюки, комбинезоны, бриджи, шорты и мужские рубашки

**19 946 049**

Объем КИФА  
по фактурной  
стоимости  
в юанях

**2 803 390**

Объем КИФА  
по фактурной  
стоимости  
в долларах

**0,82%**

Доля КИФА  
от всего  
импорта  
по подкатегории

6106-6114

Трикотажное нижнее белье, домашняя одежда, майки, свитеры, пуловеры, кардиганы, жилеты, детская и спортивная одежда, женские блузы и другие трикотажные предметы одежды

**27 162 666**

Объем КИФА  
по фактурной  
стоимости  
в юанях

**3 817 675**

Объем КИФА  
по фактурной  
стоимости  
в долларах

**0,51%**

Доля КИФА  
от всего  
импорта  
по подкатегории

По данным ГТУ КНР и ФТС РФ. Торговый оборот КИФА (GMV) по сервису Private-Trade по итогам 2024 г.

Источник: Data Insight, 2025

6201-6203

Верхняя одежда, мужские костюмы, пиджаки, брюки, комбинезоны, бриджи и шорты из всех материалов кроме трикотажа

**23 931 997**

Объем КИФА  
по фактурной  
стоимости  
в юанях

**3 363 609**

Объем КИФА  
по фактурной  
стоимости  
в долларах

**0,56%**

Доля КИФА  
от всего  
импорта  
по подкатегории

6204-6212

Женские костюмы, пиджаки, юбки, брюки, комбинезоны, бриджи, шорты, мужские рубашки, женские блузы, майки, нижнее белье, домашняя, детская и спортивная одежда и другие предметы одежды из всех материалов кроме трикотажа

**27 767 379**

Объем КИФА  
по фактурной  
стоимости  
в юанях

**3 902 667**

Объем КИФА  
по фактурной  
стоимости  
в долларах

**0,56%**

Доля КИФА  
от всего  
импорта  
по подкатегории



# Раздел 5. Сравнительный анализ multifunctional services сервисов

# Экосистема мультифункциональных сервисов

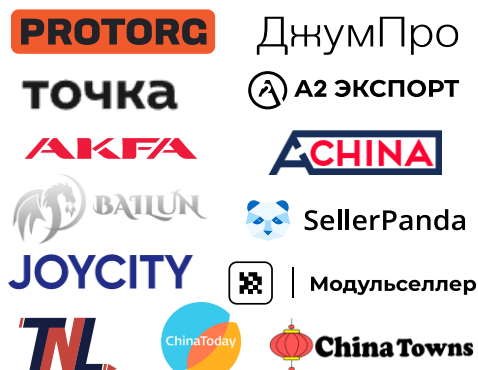
## Операторы с «витриной»

Покрытие различных опций B2B импорта с наличием предложения товаров на сайте



## Агентские сервисы без «витрины»

Покрытие различных опций B2B импорта без наличия предложения товаров на сайте



## ПЛАТФОРМЫ, АГРЕГАТОРЫ B2B ЗАКАЗОВ

Сервисы с акцентом на предложении товаров, B2B маркетплейсы с дополнительными возможностями



## СЕРВИСЫ С АКЦЕНТОМ НА ТАМОЖЕННОЕ ОФОРМЛЕНИЕ

В основе сервисы отработанный годами сервис таможенного оформления



В рамках исследования авторами была составлена экосистема компаний — мультифункциональных сервисов, работающих на российском рынке B2B импорта. Весь рынок поделен на три части:

**1) Сервисы, которые сложились или только начинают складываться вокруг B2B маркетплейсов.** Этот кластер отличает то, что основной услугой является предложение товара, и именно расширение опций для клиента вокруг нее делает эти компании мультифункциональными сервисами. Компании данного кластера имеют несколько меньший акцент на сопутствующих предложению товара услугах, однако это компенсируется практически бесконечной товарной полкой для закупки. Стоит иметь в виду, что, несмотря на то что мы выделяем этот кластер внутри мультифункциональных сервисов, эти компании, несомненно, прежде всего маркетплейсы, и только затем — мультифункциональные сервисы.

**2) Сервисы, которые сложились вокруг услуги таможенного оформления.** Это компании — таможенные представители, которые в течение последних лет стали увеличивать количество оказываемых услуг в рамках процедуры импорта.

**3) Агентские сервисы различного генезиса,** предлагающие различный спектр услуг B2B импорта и которые в исследовании поделены на:

а) Сервисы, которые предлагают клиентам определенный товар, который представлен на сайте компании на витрине-каталоге продукции и б) сервисы, которые не предлагают конкретный ассортимент и работают под запросы клиентов. Сервисы «с витриной» позволяют упростить подбор товара и, таким образом, ускорить процесс закупки, что важно, прежде всего, для клиентов, которые еще не имеют налаженных связей в Китае. Для таких клиентов витрина является доказательством существования у сервиса «пула» проверенных поставщиков, что повышает доверие, а также позволяет получить представление о ценах и сравнить их с похожими товарами на B2C маркетплейсах.

Сервисы «без витрины» обычно полагаются на несколько более крупных по оборотам клиентов, которые достаточно хорошо представляют, какой товар, внешне и по качеству, они хотят получить. При этом стоит иметь в виду, что наличие витрины для сервисов первого типа не означает отсутствие возможности работать «под заказ». Например, на платформе КИФА у компании-закупщика есть возможность работать как по модели «с витриной», так и «под заказ».

## Описание основных игроков

Выбор основных игроков рынка мультифункциональных сервисов был обусловлен экспертным рассмотрением игроков рынка, основанным на взвешенной оценке количества и важности предоставляемых услуг, а также величины сервиса. В разделе описаны 10 ключевых сервисов.

Стоит иметь в виду, что указанные в карточках компаний услуги могут быть оказаны как непосредственно самой компанией, так и посредником, контролируемым компанией. Обоснование включения в список основных услуг — гарантии компании.

# ChinaToday

Агентские сервисы без «витрины»



## Описание

ChinaToday начала свою деятельность в 2014 году как специализированный сервис по оптовым закупкам и доставке товаров из Китая в Россию. Компания предлагает полный цикл «под ключ»: выкуп товара на площадках (Alibaba, 1688, Taobao), проверка качества на складе в Китае с фото-/видео-отчётами, консолидация партий и выбор оптимального маршрута от экономичных морских контейнеров до быстрой автодоставки. Все этапы оформления: таможня, маркировка «Честный знак», подготовка сопроводительных документов выполняются в рамках одного договора. В отличие от просто логистических операторов, ChinaToday интегрирует выкуп, оформление ВЭД-услуг и доставку в едином личном кабинете: предприниматель оплачивает закупку в рублях по выданному счёту, а в личном кабинете сервиса может отслеживать статус каждого этапа от сбора товара на складе в Китае до передачи на последнюю милю в России. Компания гарантирует ответственность по договору: если товар не будет доставлен в оговорённый срок или поступит повреждённым, клиенту возвращаются деньги.

## Основные услуги

- Поиск и подбор товара по ТЗ
- Брендирование товара
- Контроль производства
- Сертификация в РФ
- Доставка по РФ
- Доставка в стране производства
- Таможенное оформление

## Преимущества

- Возможность заказа образцов товара
- Фиксированные цены товаров
- Возможность выбора продавцов
- Наличие юридического лица в РФ

# ESSAONE

Операторы с «витриной»

# ESSAONE

## Описание

ESSAONE представляет собой B2B маркетплейс, ориентированный на прямые оптовые закупки у китайских производителей. Сайт содержит более 2 000 000 товаров от около 20 000 фабрик, а сделки заключаются с юридическими лицами на основании договора поставки. Доставка в Москву занимает 60 дней, все этапы включают оформление российских сертификатов и осуществляются онлайн через личный кабинет. Ключевое предложение ESSAONE — система гарантий и удобства оформления: платформа предлагает «гарантию оптимальной цены», «гарантию поставки» и «гарантию качества» вместе с 30 днями бесплатного складского хранения на складе в Китае. Механика работы проста: клиент формирует заказ и вносит депозит, далее ESSAONE организует проверку, консолидирует груз, оформляет таможенные документы и доставляет «до двери» в России, а остаток оплачивается после подтверждения получения и качества товара. ESSAONE заявляет о своей миссии сделать импорт из Китая доступным даже для компаний без опыта внешнеторговой работы.

## Основные услуги

- Поиск и подбор товара по ТЗ
- Доставка по РФ
- Доставка в стране производства
- Таможенное оформление

## Преимущества

- Гарантия качества товаров
- Гарантия своевременной доставки
- Фиксированные цены товаров
- Наличие юридического лица в РФ
- Офис в РФ

# GBS

Сервисы таможенного оформления



## Описание

ООО «ГБС-Брокер» действует с сентября 2017 года по лицензии и специализируется на комплексном таможенном оформлении и международной доставке грузов для юридических и физических лиц. Компания является уполномоченным оператором электронной торговли, что позволяет ей обрабатывать до 150 000 посылок в день и осуществлять перевозки более чем по 30 странам. Для удобства клиентов ГБС-Брокер поддерживает как импорт и экспорт, так и транзитные перевозки, фулфилмент и складирование на пяти собственных складах временного хранения в России. В перечень услуг входят консультации по ТН ВЭД, оформление таможенных деклараций, оплата пошлин, сертификация и маркировка товаров, а также доставка «до двери» через партнёрские и собственные каналы. Благодаря тесному взаимодействию с крупными транспортными операторами и международными логистическими партнёрами, компания обеспечивает надежность и прозрачность цепочки поставок от отправки на складе в стране-экспортере до получения товаров у конечного получателя в России. ГБС-Брокер позиционирует себя как технологичный и клиентоориентированный оператор: клиенты в любое время могут подать паспортные данные, передать документы и отслеживать этап прохождения таможни.

## Основные услуги

- Доставка по РФ
- Доставка в стране производства
- Таможенное оформление

## Преимущества

- Возможность заказа образцов товара
- Наличие юридического лица в РФ
- Офис в РФ

# Postavkin

Операторы с «витриной»



## Описание

Postavkin — интернет-гипермаркет оптовых товаров из Китая. Платформа агрегирует предложения с крупнейших китайских B2B рынков и демонстрирует публичный каталог товаров по категориям (одежда, обувь, товары для дома, электроника и пр.) с оптовыми ценами, причём все позиции поставляются под заказ, что позволяет удерживать низкие цены при широком ассортименте. Сервис берёт на себя полный цикл операций: связь с поставщиками, проверку качества на складе в Китае с фото- и видео-отчётами, организацию внутренней доставки до своего склада, международный транзит, таможенное оформление и доставку в России и странах СНГ. Минимальная сумма заказа составляет 30 000 р. Postavkin позиционирует себя как прозрачный оператор без скрытых комиссий: весь процесс оформления заказа, оплаты и доставки проходит в единой системе.

## Основные услуги

- Доставка по РФ
- Доставка в стране производства
- Таможенное оформление

## Преимущества

- Фиксированные цены товаров
- Наличие витрины на сайте
- Консультация на сайте



# Pro Torg

**PROTORG***Агентские сервисы без «витрины»*

## Описание

Pro Torg — российская компания полного цикла импорта грузов из Китая, основанная в 2020 г. и имеющая представительства в России, Китае и Кыргызстане. Сервис принимает грузы от 100 кг, обеспечивает проверку качества (частичная бесплатная инспекция на складе в Китае и выезд на производство по ТЗ), консолидацию и «белую» доставку «до двери» в любой регион РФ со сроком от 5 дней и стоимостью от 1 \$ / кг. Для новых клиентов предусмотрены специальные подарки: бесплатное оформление разрешительных документов, доставка от терминала до склада в России и выезд на производство. Компания предлагает широкий выбор логистических опций: сборные и мультимодальные перевозки, контейнерные и железнодорожные маршруты, экспресс-грузы и доставку образцов, а также услуги по сертификации, страхованию, временному хранению и сопровождению грузов. Pro Torg позиционирует себя как надёжный партнёр для бизнеса: более 90 % клиентов сотрудничают с компанией годами, а собственные склады в Китае (Иу и Гуанчжоу) общей площадью более 2 000 м<sup>2</sup> и офис в Москве обеспечивают непрерывное сопровождение на всех этапах импорта.

## Основные услуги

- Поиск и подбор товара по ТЗ
- Брендирование товара
- Контроль производства
- Сертификация в РФ
- Доставка по РФ
- Доставка в стране производства
- Таможенное оформление

## Преимущества

- Гарантия качества товаров
- Фиксированные цены товаров
- Возможность выбора продавцов
- Наличие юридического лица в РФ
- Офис в РФ
- Консультация на сайте

# Прозакупка

Операторы с «витриной»

## proзакупка

### Описание

Прозакупка была основана как российская B2B платформа для оптовых закупок товаров из Китая. Сервис предлагает открытый каталог более миллиона товаров, предварительно отобранных и верифицированных командой прозакупка, что позволяет клиентам быстро находить готовые решения без необходимости прямых переговоров с фабриками. Все закупки осуществляются напрямую от китайских производителей, а платформа выступает единым оператором, обеспечивая прозрачную наценку и минимизируя риск скрытых комиссий. Ключевое предложение прозакупка — комплексный импорт «под ключ»: после внесения депозита (от 10 % стоимости заказа) сервис организует проверку качества, консолидацию на складе в Китае, «белую» доставку «до двери» в России, таможенное оформление и получение обязательной маркировки и сертификатов (ЕАЭС, «Честный знак»). Компания позиционирует себя как технологичный инструмент для масштабирования товарного бизнеса: в личном кабинете клиенты могут отслеживать статус заказов и получать уведомления о каждом этапе процесса. Сравнительно молодой на рынке, сервис активно развивает образовательный контент в своём блоге, посвященный оптимизации продаж и снижению операционных рисков при импорте.

### Основные услуги

- Поиск и подбор товара по ТЗ
- Контроль производства
- Сертификация в РФ
- Доставка по РФ
- Таможенное оформление

### Преимущества

- Гарантия качества товаров
- Фиксированные цены товаров
- Наличие юридического лица в РФ
- Витрина на сайте

# ДжумПро

Агентские сервисы без «витрины»

# ДжумПро

## Описание

ДжумПро была запущена в мае 2021 г. компанией Joom как технологичное решение для B2B импорта товаров из Китая. Сервис берёт на себя полный цикл — от подбора поставщика по техническому заданию и организации пробной партии с фото- и видеоотчётами инспекции качества до консолидации грузов на складе в Китае, «белой» доставки «до двери» в России, оформления таможенных деклараций и получения всех необходимых сертификатов (ЕАЭС, «Честный знак»). Особенность ДжумПро в том, что помимо «единого окна», платформа предлагает встроенные кредитные решения без залога и поручителей, что позволяет быстро масштабировать закупки без привлечения внешнего финансирования. В договоре прописываются чёткие сроки доставки, а клиент регулярно получает от менеджера информацию о статусе партии. Финансовые условия прозрачны: 30 % предоплаты при заключении договора и остаток по факту подтверждения качества заказа. Хотя ДжумПро остается относительно молодым сервисом, он продолжает опыт маркетплейса Joom, основанного в 2016 г.

## Основные услуги

- Поиск и подбор товара по ТЗ
- Брендирование товара
- Контроль производства
- Сертификация в РФ
- Доставка по РФ
- Доставка в стране производства
- Таможенное оформление

## Преимущества

- Возможность заказа образцов товара
- Гарантия качества товаров
- Гарантия своевременной доставки
- Возможность выбора продавцов
- Наличие юридического лица в РФ
- Офис в РФ

# КИФА

Операторы с «витриной»



## Описание

КИФА — B2B-платформа цифровой торговли для сделок между поставщиками и покупателями из РФ и КНР. Платформа обеспечивает процесс оптовой трансграничной закупки «в один клик» через ЛК с полным сопровождением — от поиска поставщика, подбора товара под запрос, логистики, таможенного оформления, сертификации и маркировки до комплекса послепродажного обслуживания. ПАО "КИФА" основано в 2013 году предпринимателем из КНР Сунь Тяньшу. Офисы находятся в Москве и Пекине. Товары: от народного потребления (обувь, одежда, текстиль, детские товары и др.) до электроники и бытовой техники, а также промышленных товаров — оборудование, техника и запчасти. С 2019 г. КИФА - стратегический партнер ЦРПТ в сфере обязательной маркировки и интегрирована с системой «Честный знак». С 2023 г. включена в перечень значимых проектов Межправительственной Российско-Китайской комиссии по инвестиционному сотрудничеству; с 2024 г. имеет публичный статус и раскрывает аудиты по МСФО и нефинансовую отчетность; с 2025 г. - стратегический партнер РФПИ.

## Основные услуги

- Контроль производства
- Сертификация в РФ
- Доставка по РФ
- Доставка в стране производства
- Таможенное оформление
- Поиск и подбор товара по ТЗ
- Брендирование товара

## Преимущества

- Возможность заказа образцов товара
- Гарантия качества товаров
- Возможность выбора продавцов
- Наличие юридического лица в РФ
- Фиксированные цены товаров
- Офис в РФ
- Консультация на сайте
- Наличие витрины

# Танаис

Сервисы таможенного оформления

**ТАНАИС** *express*

## Описание

АО «Танаис» — российская компания, созданная в 2018 году с лицензией на таможенное оформление экспресс-грузов. Основной фокус сервиса — ускоренная работа с небольшими отправлениями физических лиц и малого бизнеса: оформление экспресс-грузов через Шереметьево Карго, где специалисты компании обеспечивают полный цикл таможенного оформления, сбор и оплату пошлин, а также сканирование и контроль перемещений с помощью собственного программного обеспечения. В перечень услуг компании входит не только экспресс-доставка (импорт и реэкспорт), но и расконсолидация мелких партий на складе СВХ, транзитные перевозки, утилизация, международная доставка и хранение на СВХ. Для компаний, которым нужно ввозить небольшие партии образцов для сертификации, доступна отдельная услуга «Ввоз образцов». Особенность Танаис — сочетание скорости и надёжности в сегменте экспресс-грузов: компания гарантирует соблюдение бизнес-KPI по скорости и качеству оформления, прописывает в договоре сроки подачи деклараций и информирует клиентов о статусе партии на каждом этапе.

## Основные услуги

- Сертификация в РФ
- Доставка по РФ
- Таможенное оформление

## Преимущества

- Возможность заказа образцов товара
- Наличие юридического лица в РФ
- Офис в РФ
- Консультация на сайте

# Точка

Агентские сервисы без «витрины»

## Описание

Точка — банковский сервис для малого и среднего бизнеса, запущенный в 2015 году, который в 2025 году представил продукт «Закупки из Китая». Этот сервис решает весь комплекс задач по импорту оптовых партий: от поиска и согласования условий с фабриками до «белой» доставки в любой регион России. В рамках «Закупок из Китая» клиенты Точки получают возможность работать с поставщиками напрямую, оплачивая товары в рублях или юанях через расчётный счёт. После внесения предоплаты сервис организует таможенное оформление «под ключ», маркировку «Честный знак» и доставку до склада заказчика.

Интеграция банковских продуктов с логистикой и внешнеэкономической деятельностью является преимуществом сервиса: в личном кабинете интернет-банка Точка предприниматель видит статус операций по каждому счету и этапу поставки, а круглосуточная поддержка банка помогает оперативно решать вопросы с документами и логистикой. Для минимизации рисков компания предписывает минимальный размер заказа 500 000 р.

## Основные услуги

- Поиск и подбор товара по ТЗ
- Брендинг товара
- Контроль производства
- Сертификация в РФ
- Доставка по РФ
- Доставка в стране производства
- Таможенное оформление

## Преимущества

- Возможность заказа образцов товара
- Гарантия своевременной доставки
- Фиксированные цены товаров
- Возможность выбора продавцов

Данные в карточках компаний на рисунке «Сравнение циклов услуг основных игроков» (стр. 73) и в таблице «Преимущества основных игроков» (стр. 74) о наличии или отсутствии у компаний конкретных услуг приводятся по данным публичной информации на сайтах компаний, а также по данным анкетирования. Анализ представленных данных позволяет составить подробную картину услуг, предлагаемых различными игроками на рынке B2B импорта из Китая. Сравнение позволяет выделить общие тенденции и определить, какие сервисы и возможности являются наиболее, а какие — наименее распространенными среди компаний, обеспечивающих поставки товаров.

Наиболее **распространенными** среди предоставляемых услуг **являются логистические и таможенные операции**. Это фундаментальные услуги для любого импорта. Очень широко представлены также **поиск и подбор товара по техническому заданию (ТЗ), контроль производства и сертификация в РФ**. Эти услуги показывают стремление компаний предлагать комплексные решения «под ключ», снижая нагрузку на клиента. При этом по оценке экспертов и игроков рынка, именно подбор товара и контроль производства являются наиболее востребованными и труднозаменяемыми для клиентов.

Менее распространенными, но все еще значимыми, являются услуги по **брендированию товара**. Эта опция чаще встречается у компаний, которые предлагают полный цикл от производства до доставки, в отличие от тех, кто фокусируется исключительно на логистике или других услугах. Стоит отметить, что такая услуга как **предоставление подробной информации о товаре** указана лишь у нескольких провайдеров, что может означать, что это либо подразумеваемая часть других услуг, либо не является отдельной опцией для большинства компаний.

Большинство компаний, работающих на российском рынке, имеет **юридическое лицо в РФ**, что является критически важным для легальной и прозрачной деятельности.

Достаточно распространенным является **наличие офиса в РФ**, хотя некоторые игроки предпочитают работать удаленно или через партнерские сети. Очень широко распространена **возможность заказа образцов товара**, что позволяет клиентам оценить качество продукции перед крупными закупками. Компании с собственными каталогами и сквозными услугами подчеркивают преимущество работы с ними, предоставляя **гарантии качества товаров** и **фиксированные цены на товары**. Однако в повседневной практике более простым решением часто оказывается перезаказать товар у другой фабрики, чем договориться о замене товара. **Гарантия своевременной доставки** встречается реже, чем гарантия качества. Хотя многие компании заявляют о надежности логистики, не все закрепляют свои обязательства в договоре.

Многие платформы предлагают **возможность выбора продавцов**. При этом **рейтинг продавцов** — редкая особенность и преимущество лишь нескольких игроков, в первую очередь, крупных международных торговых платформ. Рейтинг продавцов позволяет покупателям оценивать надежность поставщиков на основе чужого опыта. **Наличие витрины на сайте** характерно для маркетплейсов и платформ с обширными каталогами, но отсутствует у компаний, ориентированных на индивидуальный поиск по ТЗ или чисто логистические услуги.

**Наличие консультации на сайте** не является повсеместной возможностью, хотя поддержка клиентов, безусловно, присутствует в различных формах.

Таким образом, рынок услуг по импорту из Китая демонстрирует стремление к **комплексности и прозрачности для клиента**. Большинство игроков предлагают различные вариации пакетов услуг, охватывающие звенья импорта от поиска товара до доставки на склад клиента. Это соответствует запросам клиентов на упрощение процесса ВЭД. При этом гарантии качества в том или ином виде являются стандартными, что подтверждает фокус на минимизацию рисков для покупателя.



# Сравнение циклов услуг основных игроков



Добавим, что услуги по поиску, подбору товара по ТЗ, брендированию и доставке партий по территории Китая также предоставляет платформа Alibaba.com. Компания не включена в рассмотрение в настоящем отчете в число ключевых игроков, поскольку не относится к рынку российских мультифункциональных сервисов по импорту из Китая.

# Преимущества основных игроков\*

Возможность заказа образцов товара	✓	✓					✓	✓	✓	✓
Гарантия своевременной доставки			✓				✓	✓		✓
Наличие фиксированных цен товаров	✓		✓	✓	✓	✓	✓			✓
Возможность выбора продавцов	✓					✓	✓	✓		✓
Наличие юридического лица в РФ		✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓
Наличие офиса в РФ	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓	
Наличие консультации на сайте					✓	✓	✓		✓	
Гарантия качества товаров			✓	✓		✓	✓	✓		
Наличие витрины на сайте				✓	✓		✓			

Данные в сравнительной таблице о наличии или отсутствии у компаний конкретных услуг приводятся по данным публичной информации на сайтах компаний, а также по данным анкетирования. Сообщить развернутые данные о себе, компании могут заполнив форму <https://ecommerce.datainsight.ru/b2becosystem/#form-uchastie-b2b>. Благодарим за предоставление информации.

# Раздел 6. Тенденции рынка multifunctional services

# Тенденции рынка multifunctional сервисов

Рынок multifunctional сервисов, движимый рядом факторов и сталкивающийся с определенными препятствиями, находится в процессе активного развития. В дополнение к общим трендам B2B импорта, изложенным в этом исследовании выше, авторы выделяют следующие основные тенденции, применимые именно к этому рынку:

## 1. Развитие пост-импортной обработки и складской логистики в РФ

Существует тренд на то, что multifunctional сервисы, особенно логистические компании, начинают интегрировать складские мощности и услуги по обработке товаров (переупаковка, маркировка, проверка) уже на территории России. По сути, это вектор в сторону расширения возможностей тех multifunctional сервисов, которые раньше этим не занимались и подтверждение утверждения, сформулированного в этом исследовании о том, что сервисы продолжают увеличивать свои возможности оказания услуг в цепочке поставки товара.

”

*В настоящее время дополнительным потенциальным трендом является развитие услуг по логистической и складской обработке товаров, поступающих в РФ, включая переупаковку, маркировку, пересчет и инспекцию. В настоящее время импортеры либо используют собственные мощности, либо привлекают сторонние фулфилмент-центры. Прогнозируется, что квалифицированные логистические операторы должны обладать собственными складскими мощностями для осуществления данных операций.*

**ДМИТРИЙ КОРОБИЦЫН**  
Генеральный директор, Поставщик счастья



## 2. Технологическая трансформация и автоматизация, углубление аналитики и развитие прогнозных инструментов

Мультифункциональные сервисы активно внедряют различные IT-системы, а также элементы искусственного интеллекта (AI) для автоматизации процессов и повышения эффективности. Ожидается, что логистические сервисы также будут развиваться в этом направлении, что их приблизит к полноценным моделям «одного окна».

В условиях динамично меняющегося рынка B2B импорта, мультифункциональные сервисы активно развивают углубленную аналитику и прогнозные инструменты, стремясь предоставить клиентам комплексные и прозрачные решения. Эта тенденция обусловлена необходимостью минимизации рисков и оптимизации затрат на всех этапах цепочки поставок, от поиска и закупки до логистики и таможенного оформления. Интеграция передовых IT-систем позволяет автоматизировать сбор и анализ данных об остатках, заказах, ценах и условиях поставок, что критически важно для принятия обоснованных решений. Сервисы также используют эти инструменты для прогнозирования рыночных изменений, адаптации логистических стратегий и обеспечения финансовой прозрачности, что повышает доверие клиентов и общую эффективность импортных операций, особенно в условиях высокой волатильности и регуляторных изменений.

”

Экономика данного бизнеса во многом определяется затратами на персонал, что обуславливает необходимость автоматизации рабочих процессов. Уже в 2026 году будет возможно частично заменять определенные операции с помощью AI. Области применения AI уже очевидны — часто повторяющиеся рутинные процессы.

**АНТОН СМИРНОВ**  
Руководитель ДжумПро в России



”

Предполагаю, что логистические операторы будут развиваться в области информационных технологий, включая улучшение интерфейсов и сопутствующих систем.

**ДМИТРИЙ КОРОБИЦЫН**  
Генеральный директор, Поставщик счастья



### 3. Повышение роли гарантий и защиты сделок

В условиях высокой сложности и рисков в сфере B2B импорта, особенно при работе с азиатскими рынками, наблюдается повышение роли гарантий и механизмов защиты сделки. Исторически, российский рынок инспекции и контроля качества был недостаточно развит, что вынуждало компании решать проблемы с товаром уже после его получения в России, вместо того чтобы инвестировать в предварительные проверки на производстве. Такой подход приводит к значительным издержкам. Это подчеркивает острую потребность в надежных механизмах контроля качества и обеспечении прозрачности операций.

Китайский рынок открывает огромные возможности для российских предпринимателей. Но несмотря на географическую и политическую близость Китая и России, расстояние между ними как в психологическом, так и в деловом плане остается значительным. Зачастую малый и средний бизнес нуждаются в партнере, который будет выступать единым связующим звеном между ними и производителями в Китае. Контроль платформой всей цепочки поставок на каждом этапе в КНР и РФ может нивелировать риски, связанные с недобросовестным оказанием услуг — производителями при производстве, логистами при транспортировке, таможенными брокерами при экспортно-импортных операциях и т.д.



”

*Важно предоставлять и послепродажное сервисное обслуживание — работать с рекламациями и нести ответственность за качество товара, устраняя претензии, в том числе, за свой счет. Такой подход оптимален для заказчика, но весьма сложен для сервиса — намного проще ограничиться агентскими функциями. Поэтому на рынке не так много платформ, работающих по модели продаж 1P (1st-party relationship), берущих на себя ответственность за поставку «от и до».*

**СУНЬ ТЯНЬШУ**

Основатель российско-китайской  
B2B-платформы цифровой торговли КИФА

# Раздел 7. Барьеры роста multifunctional сервисов

# Барьеры роста мультифункциональных сервисов

Барьеры развития мультифункциональных сервисов B2B импорта включают несколько ключевых аспектов, начиная от жесткой конкуренции с «серыми» схемами до сложностей в самом процессе импорта и недостаточного уровня доверия на рынке.

## 1. Карго-импорт

Карго-импорт остается популярным способом ввоза продукции. Зачастую мелкие и средние предприниматели выбирают его как способ минимизации затрат ценой нарушения законодательства.

Мультифункциональные сервисы, работающие «вбелую», сталкиваются с высокими операционными издержками, что делает их услуги в некоторых случаях дороже по сравнению с карго, а время исполнения — дольше. Хотя одновременно на рынке существует мнение, что высокая прибыльность карго-сервисов на малых заказах достигается далеко не всегда.

Комиссионная модель «белых» мультифункциональных сервисов становится менее рентабельной при работе с небольшими заказами, что выталкивает мелких клиентов обратно к «серым» схемам. Особенно это касается тех мультифункциональных сервисов, которые не работают с фабриками напрямую.

”

*Карго-модель сохраняет популярность не потому, что эффективна, а потому что остаётся единственным понятным вариантом для многих предпринимателей. Пока «белая» схема требует слишком много усилий и знаний, бизнес выбирает путь наименьшего сопротивления. Устойчивый рост белого импорта невозможен без снижения сложности входа — за счёт цифровых платформ, сервисов поддержки, сквозной автоматизации. Именно поэтому на рынке остро востребованы мультифункциональные сервисы, которые объединяют в себе логистику, документооборот, расчёты и контроль качества в единую, удобную для пользователя инфраструктуру.*



**СУНЬ ТЯНЬШУ**

Основатель российско-китайской  
B2B-платформы цифровой торговли КИФА

”

*Я вижу, что клиенты выбирают карго-доставку из-за её скорости, простоты и минимального документооборота. Кроме того, это связано с уровнем финансово-экономической грамотности конечных заказчиков, преимущественно индивидуальных предпринимателей и представителей малого бизнеса. Мой многолетний опыт консалтинга для предпринимателей показывает, что им часто не хватает понимания таких аспектов как НДС и его возмещение.*



**ТИМУР САБИРОВ**

Независимый эксперт, CEO STR Group

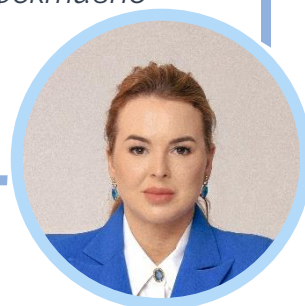
”

*Я понимаю, что полное искоренение карго-импорта невозможно. Однако моя задача состоит в информировании рынка о том, что примерно 70% товаров сегодня выгоднее ввозить «вбелую».*

*Компании, использующие посредников с дополнительными наценками в логистической цепочке, не смогут эффективно конкурировать с теми, кто работает напрямую с фабриками.*

**АННА ФОМИЧЕВА**

Эксперт в области внешнеэкономической деятельности,  
учредитель группы компаний Анны Фомичевой



”

*Часть мультифункциональных сервисов не предназначена для мелкооптовых партий; для работы с ней требуется выбор товара для регулярных и крупных поставок. Деятельность с малыми объемами для них нерентабельна, так как юнит-экономика не позволяет поддерживать конкурентные цены и наценки.*

**ДМИТРИЙ КОРОБИЦЫН**

Генеральный директор, Поставщик счастья



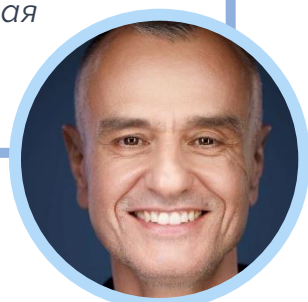
## 2. Сложность и риски «белого» импорта, усугублённые внешнеэкономическими факторами

Легальный импорт сам по себе является сложным процессом, требующим глубокой экспертизы в логистике, платежах, юридических вопросах и контроле качества. Геополитические события (такие как СВО и санкции) значительно увеличили риски и усложнили финансовые операции, особенно с китайскими банками, которые могут блокировать платежи из-за региональных правил или «грязного юаня». Кроме того, волатильность стоимости логистики создает сложности в прогнозировании поставок. Эти факторы являются барьером для всех игроков рынка B2B импорта.

”

*Наиболее мелкие клиенты «уходят в карго», потому что понимают, что официальный путь может быть более дорогим и требует вовлеченности. В «карго» простая арифметика, и всё включено.*

**ЮРИЙ ПАВЛЮК**  
Руководитель отдела развития бизнеса, Major  
Terminal



”

*Я сталкиваюсь с тем, что в Китае отсутствует экстерриториальная банковская система, присущая России: правила приема платежей могут сильно отличаться от провинции к провинции. По моему опыту, даже один и тот же Bank of China может принимать или блокировать платежи из России в разных регионах. Мне известны случаи, когда партнеры ожидали платежи 3-6 месяцев, или средства не доходили, что требовало личного визита для урегулирования ситуации.*

**ТИМУР САБИРОВ**  
Независимый эксперт, CEO STR Group



### 3. Низкий уровень доверия к мультифункциональным сервисам у части селлеров

Предприниматели, особенно те, кто уже имеет опыт, предпочитают сохранять прямой контроль над каждым этапом процесса, поскольку испытывают недоверие к полной передаче функций «единому окну». Они опасаются скрытых наценок, неоптимального выбора поставщиков или отсутствия влияния на ход исполнения заказа.

”

*При обращении к сервису-посреднику клиент взаимодействует исключительно со своим менеджером, не имея представления о внутренних процессах, причинах задержек или возможностях влияния на операционные этапы. Низкий уровень доверия к мультифункциональным сервисам-посредникам обусловлен отсутствием уверенности в их представлении интересов клиента, а также потенциальным сговором с китайскими поставщиками, при котором декларируемые скидки могут фактически являться скрытыми наценками.*

**ДМИТРИЙ КОРОБИЦЫН**

Генеральный директор, Поставщик счастья



## 4. Конкуренция с китайскими селлерами и крупными российскими игроками

На маркетплейсах стремительно растет доля китайских продавцов и производителей, которые выходят на российский рынок и предлагают товары по ценам, с которыми российским селлерам сложно конкурировать. В то же время, крупные российские компании, по мере роста объемов, предпочитают развивать собственные ВЭД-отделы и выстраивать прямые связи с фабриками, поскольку это становится для них более выгодным и контролируемым, уменьшая их потребность в мультифункциональных сервисах.



”

*На данный момент китайские продавцы составляют 1% на российских маркетплейсах, но к концу года их доля достигнет 10%. Этот рост продолжится, и при успешном выстраивании всей логистической цепочки мы ожидаем увеличение их присутствия до 60% в течение двух лет.*

**АННА ФОМИЧЕВА**  
Эксперт в области внешнеэкономической  
деятельности, учредитель группы компаний  
Анны Фомичевой



# Раздел 8.

## Прогноз развития рынка multifunctional сервисов

# Прогноз развития рынка multifunctional services

Прогноз развития multifunctional services, в целом, указывает на укрепление и усложнение операционной деятельности, что будет стимулировать спрос на комплексные решения и их дальнейшую консолидацию. Основные тенденции будущих нескольких лет будут похожи на уже существующие тренды, но с некоторыми особенностями.

## 1. Рынок продолжит консолидироваться, а импорт продолжит легализоваться

Ожидается укрупнение рынка B2B импорта с появлением крупных операторов по платежам, перевозкам и таможенному оформлению.

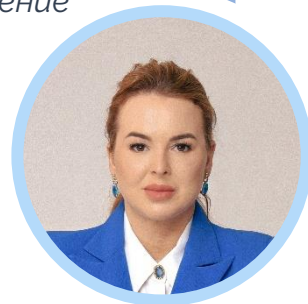
Внедрение систем контроля, таких как «Честный знак», будет способствовать переходу на «белый» импорт. Прогнозируется увеличение доли товаров, которые будет выгоднее ввозить «вбелую», а объем карго-перевозок будет сокращаться за счет постепенного перехода игроков на легальные схемы. Однако полностью карго не исчезнет, особенно для мелких партий и санкционных товаров. По мнению экспертов, порог для начала «обеления» бизнеса по импорту находится в районе 50-60 миллионов рублей годового оборота.

”

*К 2030 году все товары будут маркированы «Честным знаком». Как только система контроля начнет эффективно функционировать, мы предвидим значительное снижение объемов карго-перевозок, достигающих 60%.*

**АННА ФОМИЧЕВА**

Эксперт в области внешнеэкономической деятельности, учредитель группы компаний Анны Фомичевой



”

*Я прогнозирую, что карго-перевозки товаров народного потребления будут сокращаться, так как система «Честный знак» требует регистрации и участия всех сторон процесса. При этом, я уверен, официальный импорт может быть минимум на 20% дешевле.*

**ТИМУР САБИРОВ**

Независимый эксперт, CEO STR Group





Правительством РФ взят курс на расширение перечня товаров, подлежащих обязательной маркировке в системе «Честный знак», что не только ужесточает контроль за оборотом товаров, но и накладывает дополнительные обязательства на бизнес, требуя оперативной перестройки процессов и адаптации к новым правилам игры. Несоблюдение требований чревато серьезными финансовыми потерями и репутационными рисками. Это означает, что практически все участники рынка — от крупных производителей и импортеров до небольших розничных магазинов и маркетплейсов — должны оперативно адаптироваться к появляющимся новым требованиям.

Таким образом, преимуществом на рынке будут пользоваться те игроки, которые предоставляют клиентам не только закупку сертифицированной и промаркированной продукции, но и отдельную услугу по маркировке товаров. С учетом конкуренции на рынке, преимуществом обладают те платформы, которые могут заранее подготовить этикетки для товаров на русском языке в соответствии с требованиями РФ на территории Китая — до передачи товаров на таможню, что значительно упрощает процесс для китайских производителей.

Особое внимание уделяется контролю за товарами, реализуемыми через маркетплейсы. С 1 апреля 2025 года онлайн-площадки активно проверяют регистрацию продавцов в системе «Честный знак». Поэтому все товары, хранящиеся на складах продавцов и предлагаемые к продаже, должны быть промаркированы и зарегистрированы. В противном случае продукция будет конфискована, карточка товара снята с публикации, а продавцу придется уплатить штраф.

**СУНЬ ТЯНЬШУ**

Основатель российско-китайской  
B2B-платформы цифровой торговли КИФА

## 2. Продолжится дифференциация и усиление позиций сервисов «единого окна»

Сервисы продолжают дифференцироваться от обычных логистов, предлагая «единое окно» для B2B импорта. Это включает в себя не только логистику и таможенную, но и поиск поставщика и товара, коммуникацию с фабриками, контроль производства, сертификацию, оформление всей документации и отслеживание процесса. По сути, это тренд не только следующих пяти лет, но уже, как минимум, десяти прошедших лет, при которых узкоспециализированные сервисы, работающие на рынке стали расширять свою экспертизу, а также изменять свое послание рынку.

Одни компании, чтобы предложить более комплексное решение, изначально занимающиеся логистикой или таможенным оформлением, расширяют спектр своих услуг, двигаясь в сторону поиска производителей и товара. Другие будут строить сервис в обратном направлении, расширяя экспертизу, изначально построенную вокруг поиска и предложения товара.

”

*Я предполагаю, что в будущем мы увидим симбиоз между традиционными логистическими провайдерами и комплексными «сервисами одного окна».*

**ТИМУР САБИРОВ**  
Независимый эксперт, CEO STR Group



”

*Формат «единого окна» становится инфраструктурным стандартом для импортоориентированных компаний. За ним не только сокращение транзакционных издержек, но и консолидация процессов, ранее распределенных между десятками контрагентов. Чем выше турбулентность рынка, тем выше спрос на централизованную управляемость. Именно такие сервисы становятся точкой опоры для тех, кто хочет импортировать системно.*

**СУНЬ ТЯНЬШУ**

Основатель российско-китайской  
B2B-платформы цифровой торговли КИФА



### 3. Автоматизация и развитие IT-решений выйдут на новый уровень развития

Этот тренд является на данный момент глобальным, и, конечно, развитие multifunctional сервисов не может состояться без опережающего технологического развития отрасли. Аккумуляция различных звеньев цепочки импорта требует сведения всей имеющейся разнородной информации в одну доступную базу. В ближайшие годы multifunctional сервисы будут активно внедрять IT-системы и, конечно, искусственный интеллект (AI) для автоматизации и объединения разнородных процессов.

Скорость внедрения ИИ будет зависеть от его динамики развития и точности исполнения технологических операций, встречающихся на рынке B2B импорта.

”

*Мы уже сейчас ощущаем влияние ИИ на торгово-экономическое сотрудничество между Россией и Китаем. Несмотря на значительный прогресс в области ИИ, существуют проблемы, связанные с его практическим применением. В области цифровизации трансграничной торговли становится очевидной необходимость создания интеллектуальной российско-китайской модели. Китайская модель демонстрирует высокую операционную эффективность и лучше справляется с обработкой запросов на китайском языке, однако она имеет недостатки в переводе на русский. В то же время российская модель, хоть и уступает в операционной эффективности, гораздо лучше справляется с переводами. Поэтому в ближайшее время необходимо создать российско-китайскую цифровую модель, учитывающую особенности языковых и операционных процессов обеих стран.*

**СУНЬ ТЯНЬШУ**  
Основатель российско-китайской  
B2B-платформы цифровой торговли КИФА





## 4. Развитие мультифункциональных («одного окна») сервисов будет направлено в первую очередь на средний бизнес и на определенные ключевые компетенции

Мультифункциональные сервисы лучше всего закрывают потребности среднего бизнеса, который не может позволить себе содержать собственный ВЭД-отдел, но нуждается в законном и надежном решении для импорта. Именно эти компании в ближайшие годы будут основным клиентом мультифункциональных сервисов.

Наиболее ценными компетенциями мультифункциональных сервисов, по мнению авторов отчета и экспертов рынка, будут поиск товара, ведение переговоров с иностранными поставщиками (особенно в обход санкций), решение финансовых вопросов в условиях санкций и формирование доверия.

Проверка качества товара на производстве также является критически важной функцией, которую клиенты часто готовы делегировать.

”

*Способность эффективно осуществлять поиск продукции, проводить переговоры с поставщиками, достигать выгодных условий и решать вопросы платежей, особенно в условиях санкционных ограничений, является критически важной компетенцией, ценность которой будет возрастать.*

**ДМИТРИЙ КОРОБИЦЫН**  
Генеральный директор, Поставщик счастья



”

*Средний бизнес — это сегмент, у которого нет права на ошибку. Он нуждается в стабильном партнёре, а не просто провайдере услуг. Multifunctional services не просто решают задачи, а встраиваются в операционный цикл клиента, позволяя ему масштабироваться без ошибок и проблем.*

**СУНЬ ТЯНЬШУ**

Основатель российско-китайской  
B2B-платформы цифровой торговли КИФА



# Барьеры

- ❖ Невыгодная юнит-экономика и высокие издержки «белых» multifunctional сервисов для малых объемов
- ❖ Конкуренция с китайскими селлерами и крупными российскими игроками
- ❖ Сложность и риски «белого» импорта, усугублённые внешнеэкономическими факторами

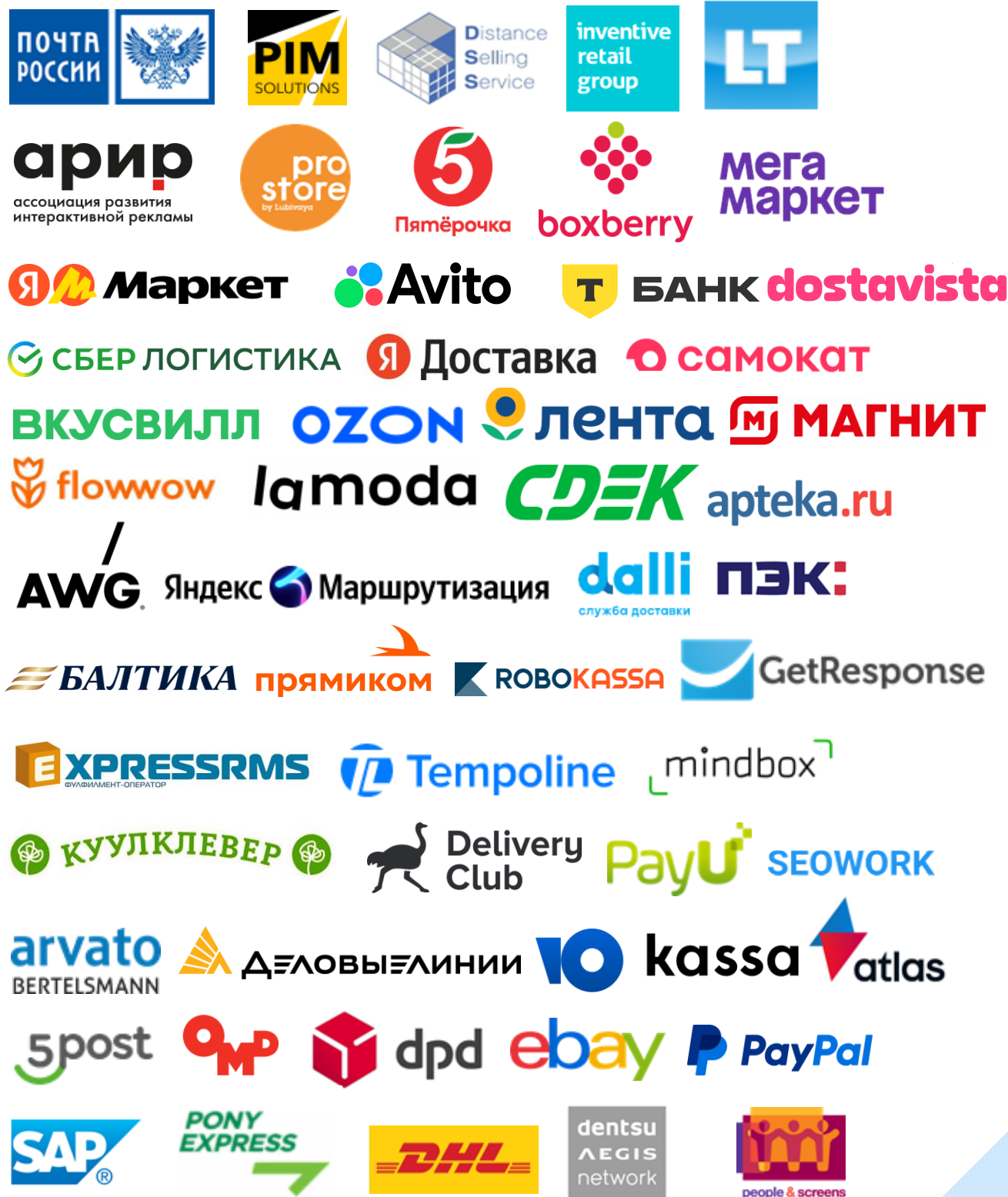


# Драйверы

- ❖ Развитие пост-импортной обработки и складской логистики в РФ
- ❖ Технологическая трансформация и автоматизация
- ❖ Повышение роли гарантий и защиты сделок

# Раздел 9. Приложение

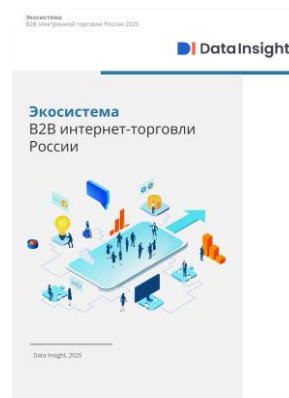
# Партнёры Data Insight



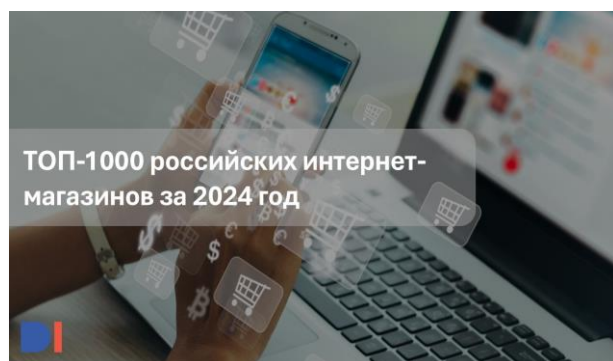
# Исследования Data Insight



Экосистема B2B электронной торговли 2025



Экосистема B2B электронной торговли России 2025



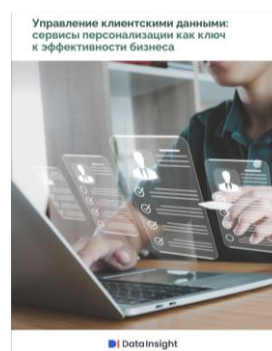
ТОП-1000 российских интернет-магазинов 2024



Динамика и особенности рынка B2B торговли из Китая в Россию



ePharma-бюллетень: интернет-аптеки в России, май 2025



Управление клиентскими данными