

Динамика и особенности B2B рынка цифровой торговли из Китая в Россию в 2024 году



Характеристика отрасли

Рынок B2B импорта из Китая является определяющим с точки зрения масштаба для общего объема импорта РФ, а также намного превосходит B2C* сегмент импорта из Китая, который составляет, по оценке Data Insight, около 1% всего объема импорта из Китая в РФ.

Основными импортируемыми товарными категориями являются промышленное оборудование (21,0% от всего импорта), электротехника (13,9%) и автомобили (13,2%), однако товары повседневного спроса (FMCG) также являются востребованными со стороны российских компаний - прежде всего, одежда (3,3%), обувь (2,6%), компьютеры (2,8%).

Динамика импорта продукции из Китая остается положительной. Объем импорта в 2024-м году увеличился на 87% по сравнению с 2019-м годом и на 4% по сравнению с 2023-м годом.

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 практически безграничный.



ЧЖОУ ЛИЦЮНЬ

Председатель Союза
китайских
предпринимателей в России



Все мы помним блестящий с точки зрения роста товарооборота 2023 год. Несмотря ни на какие барьеры, товарооборот России и Китая не снизился и в 2024 году. За прошлый год товарооборот превысил 244 млрд долларов, а в 1993 году всего был 7,6 млрд! За 30 лет вырос в 32 раза, поэтому история российско-китайской торговли как трансграничный рынок B2B демонстрирует динамичный рост. Но это совсем не предел, т к еще имеется большой потенциал в экономиках наших стран.

*B2C сегмент импорта из Китая рассматривается как импорт непосредственно для продажи на маркетплейсах и других площадках, используемых покупателями \ физическими лицами.

Цифры объема импорта даны, исходя из данных Департамента статистического анализа Главного таможенного управления КНР

Источник: Data Insight, 2025

© ООО «Дейта Инсайт», 2025

Основные тенденции и тренды

Основные тенденции и тренды 2022-2024 гг.

- *переориентация импорта в РФ на Китай*
- *развитие платформенных мультифункциональных сервисов*
- *цифровизация логистики*
- *рост регуляторной нагрузки*



ЧЖОУ ЛИЦЮНЬ

Председатель Союза
китайских
предпринимателей в России



Это период, когда развивается платформенная экономика. В этом направлении Китай номер один в мире, он довел платформенные сервисы до платформенной экосистемы.



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



СЕРГЕЙ СЕМКО

Ведущий аналитик компании
Data Insight



Сервисы, объединяющие поиск поставщика, проверку товара, оформление документов, таможенное сопровождение и логистику, становятся основным инструментом «входа в импорт»



Введение маркировки, ужесточение требований по национальному режиму, рост требований к документам и проверке поставщиков повышают сложность импортных операций. Сервисы расширяют блоки по комплаенсу, сертификации и маркировке.

Факторы, влияющие на отрасль

Драйверы:

- Развитие стратегических отношений между РФ и Китаем
- Цифровизация трансграничных торговых процессов
- Переориентация поставок на китайский рынок

Стопперы:

- Ограничения на трансграничные расчеты
- Санкционные ограничения
- Высокая валютная волатильность



ЧЖОУ ЛИЦЮНЬ

Председатель Союза
китайских
предпринимателей в России



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.



СЕРГЕЙ СЕМКО

Ведущий аналитик компании
Data Insight



Спрос на сервисы, умеющие «встраиваться» в электронные системы, — стабильно растёт. Такие сервисы добавляют «ценность» на этапе между границей и конечным потреблением. Рост этого тренда означает, что мультифункциональные B2B-сервисы превращаются не просто в логистических операторов, а в часть цепочки создания стоимости. От сервисов всё чаще ожидают не минимальной цены, а глубокой проработки продукта под локальный рынок, включая юридическую, маркетинговую и эксплуатационную готовность.

Развитие мультифункциональных цифровых сервисов

Рынок импорта из Китая в Россию обслуживается большим количеством различных сервисов и компаний, которые занимают свое место в цепочке поставок и которые условно можно поделить на несколько категорий:

- Таможенные брокеры и представители
- Производители-экспортеры
- Компании-закупщики
- Логистические компании (как со стороны Китая, так и со стороны России), осуществляющие, в том числе "первую" и "последнюю" милю доставки.
- Компании, занимающиеся поиском поставщиков/производств, посредники трейдеры
- Банки и другие финансовые сервисы
- Маркетплейсы и электронные площадки
- Мультифункциональные сервисы, объединяющие вышеперечисленные категории (с разной степенью полноты)

Рынок мультифункциональных сервисов - это часто наиболее удобный формат для участников ВЭД, однако недостаточная цифровизация всего процесса импорта не позволяла до недавних пор полноценно объединять различные звенья логистической цепочки. В то же время, тренд на мультифункциональность и цифровизацию процессов трансграничной доставки товара выражается во все большей роли мультифункциональных цифровых платформ. Данный сегмент является достаточно гетерогенным, но уже есть возможность выделить несколько основных игроков.



ЧЖОУ ЛИЦЮНЬ

Председатель Союза
китайских
предпринимателей в России



Сейчас период развития платформенной экономики. В этом направлении Китай номер один в мире, он довел платформенные сервисы до платформенной экосистемы.

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.

**Основные
игроки:**

Alibaba.com

Made-in-China
Connecting Buyers with Chinese Suppliers

ДжумПро

КИФА
ЦИФРОВАЯ ТОРГОВЛЯ

Развитие мультифункциональных цифровых сервисов



ШЭН ГОФЭЙ

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



Цифровые мультифункциональные сервисы именно цифровизируют торговлю между двумя странами. На их примере видно, что цифровая торговля — это намного больше, чем только электронная коммерция. А для роста товарооборота между РФ и КНР как раз нужен такой инструмент. Традиционными методами увеличивать темпы роста товарооборота между странами в будущем будет уже неэффективно. Нужны современные решения.



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.

Сравнение multifunctional цифровых сервисов



Группа Alibaba является гигантом в мире по электронной коммерции. Это информационный портал для китайских поставщиков - как китайских производителей, так и торговых компаний, - который дает возможность поставщикам демонстрировать свой товар на сайте.

Сайт ориентирован на предпринимателей за пределами КНР, обладающих достаточными знаниями и опытом работы в сфере ВЭД, имеющих возможность посещать фабрики в Китае и самостоятельно вести ВЭД под ключ. Основные клиенты - крупные иностранные компании-импортеры, ведущие работу в сфере международной торговли.

Плюсы

- крупнейший сервис, работающий по всему миру, имеет огромные объемы продаж
- выделены проверенные продавцы
- есть возможность отсрочки платежа
- разнообразные виды гарантий
- есть возможность запроса на поиск товара

Минусы

- присутствие посредников (не только производителей и брендов)
- нет полной документации для всех продавцов
- нет фокуса на российском рынке



Крупный китайский игрок на рынке электронной коммерции - портал, на котором китайские поставщики продают оптовые партии товаров предпринимателям из других стран. Если сравнивать с исследуемыми игроками рынка, модель работы Made-in-China.com аналогична Alibaba и является конкурентом Alibaba, но не платформы QIFA, поскольку Made-in-China.com - это сайт для китайских поставщиков; без фокуса на конкретные рынки; без сопровождения ВЭД.

Плюсы

- сервис работает по всему миру, имеет большие объемы продаж
- есть возможность запроса на поиск товара
- выделены проверенные продавцы
- наличие опции безопасной сделки - продавец получает деньги только после одобрения покупателя
- есть скидки на объемы заказа

Минусы

- нет полной системы гарантий цепочки доставки товара
- нет полной документации для всех продавцов
- условия возврата варьируются от продавца к продавцу
- присутствие посредников (не только производителей и брендов)
- юрисдикция КНР

Сравнение multifunctional цифровых сервисов

ДжумПро

B2B сервис для закупки и поставки товаров китайских производителей. Сервис ориентирован на предоставление комплекса услуг по доставке товаров из Китая, целью которого является упрощение закупок для частных предпринимателей из РФ, что делает его близким по позиционированию с анализируемой ниже платформой КИФА.

Плюсы

- различные виды гарантий
- проверка качества товара перед покупкой
- возможность заказа товара по индивидуальным характеристикам, включая упаковку
- возможность отсрочки платежа

Минусы

- отсутствие каталога товаров
- высокая минимальная цена заказа (от 700-900 тыс руб.)
- нет российского юридического лица (зарегистрирован в Армении)
- нет физического офиса в РФ



КИФА - B2B платформа цифровой торговли между Китаем и Россией, существующая на рынке с 2013-го года. Платформа ориентирована как на поставщиков, размещающих информацию о товаре на своем родном языке и получающих доступ к сервису по подготовке импортной сертификации, автоматическому расчету импортных таможенных платежей и сборов и т.д., так и на покупателей, имеющих возможность производить оплату в национальной валюте с доступом к отслеживанию товара в пути, таможенному оформлению, услугам по возврату/обмену товара и др. Основная характеристика - обеспечение проведения всех трансграничных операций на одной платформе.

Плюсы

- является multifunctional *end-to-end* цифровым сервисом для компаний, закупающих товары в Китае
- цифровизирует торговлю между странами
- на портале присутствуют только производители и бренды (нет посредников)
- несет полную ответственность за результат сделки - за счет контроля за всей цепочкой поставки товара из КНР в РФ
- физические офисы есть в РФ и в КНР
- производит экспорт российских товаров из РФ в КНР

Минусы

- Импорт ограниченного ряда товарных категорий

Справочная информация

Импорт из Китая в Россию

Категория «Обувь»

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

Справочная информация

Импорт из Китая в Россию

Категория «Обувь»

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

Справочная информация

Импорт из Китая в Россию

Категория «Обувь». Пример сервиса-участника рынка - платформа КИФА

Всего по данным категориям «Обуви»

313 861 979

Объем КИФА по фактурной
стоимости в юанях

44 113 798

Объем КИФА по фактурной
стоимости в долларов

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 долларов

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 долларов

3,50%

Доля КИФА от всего
импорта по подкатегории

Справочная информация

Импорт из Китая в Россию

Категория «Обувь». Пример сервиса-участника рынка - платформа КИФА

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 долларов

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 долларов

1,92%

Доля КИФА от всего
импорта по подкатегории

Справочная информация

Импорт из Китая в Россию

Категория «Одежда»

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

6101-6105

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

2 437 001 875

Весь импорт по
подкатегории в юанях

342 517 270

Весь импорт по
подкатегории в долларах

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

Справочная информация

Импорт из Китая в Россию

Категория «Одежда»

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

Справочная информация

Импорт из Китая в Россию

Категория «Одежда». Пример сервиса-участника рынка - платформа КИФА

Всего по данным категориям «Одежды»

98 808 091

Объем КИФА по фактурной стоимости в юанях

13 887 342

Объем КИФА по фактурной стоимости в долларов

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 долларов

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 долларов

0,51%

Доля КИФА от всего импорта по подкатегории

Справочная информация

Импорт из Китая в Россию

Категория «Одежда». Пример сервиса-участника рынка - платформа КИФА

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 долларов

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

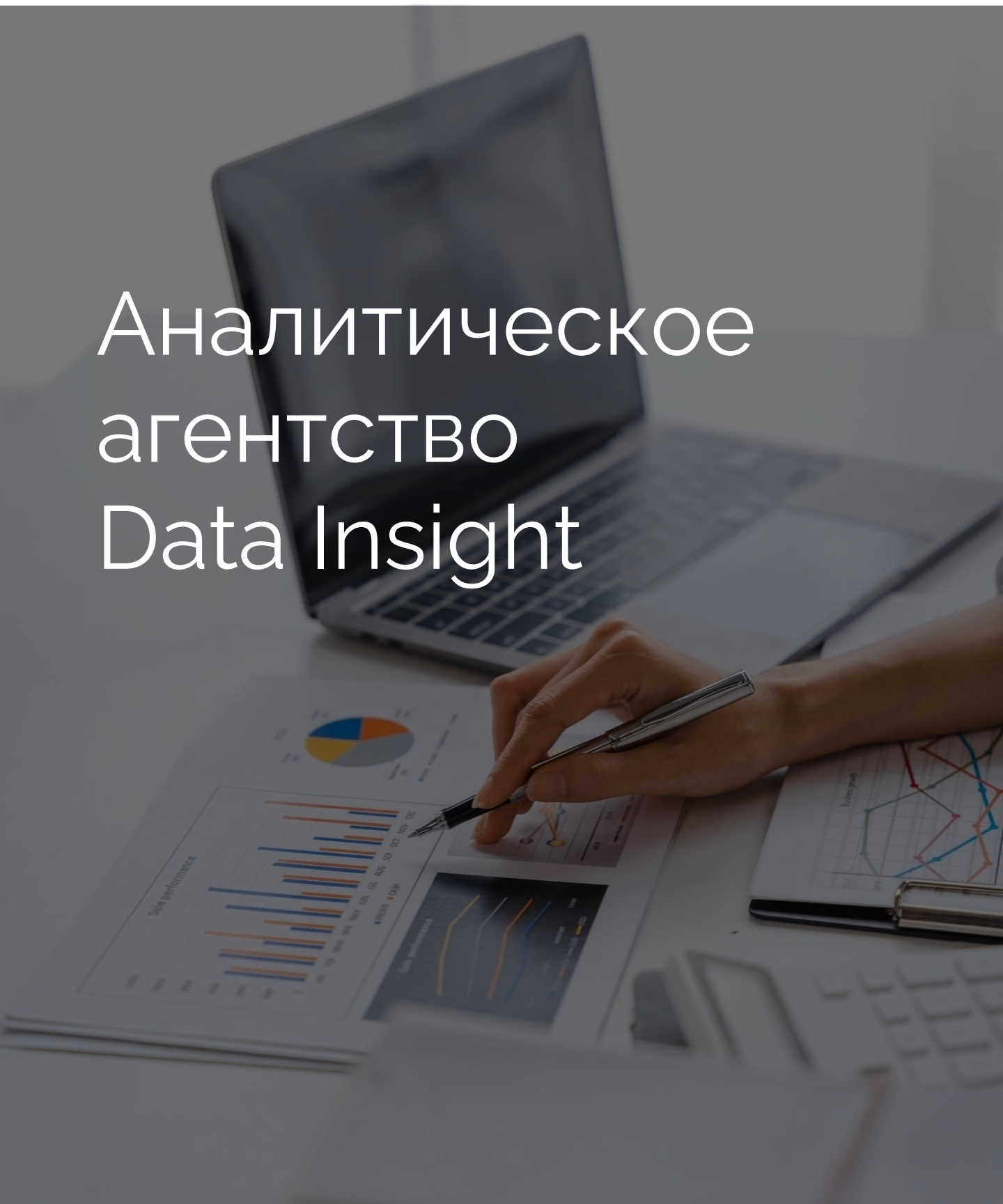
3 902 667

Объем КИФА по фактурной
стоимости в долларов

0,56%

Доля КИФА от всего
импорта по подкатегории

Аналитическое агентство Data Insight





Аналитическое агентство Data Insight, основанное в 2010 году, специализируется на исследованиях интернета и в интернете.

Наша ключевая компетенция — анализ неоднородной информации, поиск источников, сопоставление различных данных, порой несовместимых. Все данные, которые мы выпускаем на рынок, проверяются различными методиками таким образом, чтобы получить непротиворечивые результаты.

Задачи, которые мы решаем



Исследования рынков. Поможем данными, если ваша цель найти новое направление для развития, оценить динамику рынка и вашу позицию на нем, получить глубокое понимание рынка.



Конкурентный анализ. Поможем данными, если ваша цель оценить рыночные доли конкурентов, описать структуру их бизнеса, сравнить их продукты.



Исследование потребителей. Поможем данными, если ваша цель узнать портрет клиента, оценить удовлетворенность клиентов, исследовать потребительские сценарии в онлайн и офлайн, знать предпочтения целевой аудитории, мотивацию при выборе продукта.



Мнения и ожидания. Формат «Мнения и ожидания» – разработка Data Insight для B2B-рынков. В ходе исследования анализируем текущую структуру предложения, планы сервисов. Сопоставляем взгляды сервисов и их клиентов, что делает рынок прозрачнее, ускоряет его развитие и показывает свободные ниши.



PR с помощью аналитики. Готовим аналитические отчеты, которые помогают нашим клиентам решать PR-задачи. Свежая аналитика – отличный повод поговорить с журналистами и инвесторами о рынке и вашей позиции на нем. Data Insight как аналитическое агентство стоит вне рынка, поэтому нашим исследованиям доверяют, наш голос слышен. Мы готовы помочь в распространении отчета: опубликуем его в наших каналах, организуем публикацию в СМИ, организуем пресс-мероприятие и/или выступление на профильной конференции.

Контакты



+7 (495) 540-59-06
a@datainsight.ru
datainsight.ru



[T.me/DataInsight](https://t.me/DataInsight)



youtube.com/datainsightresearch



Dzen.ru/datainsight



Slideshare.net/Data_Insight

Исследования DATA INSIGHT



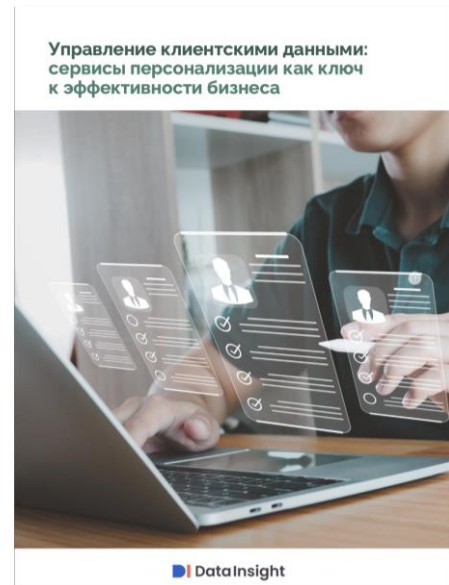
Ежемесячный выпуск бюллетеня eGrocery



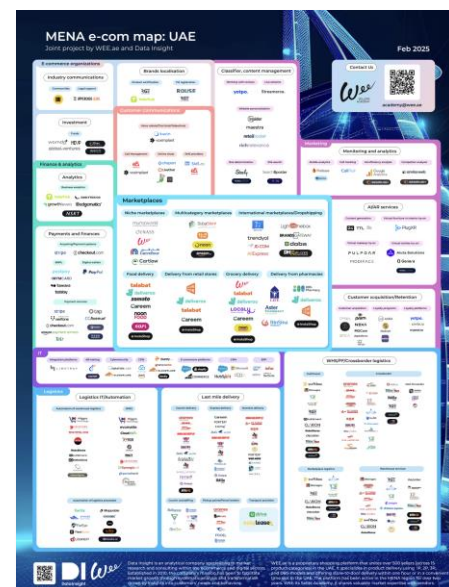
Селлеры на маркетплейсах: факторы, ограничивающие работу на площадках, и страхование рисков



еPharma в России: прогноз развития 2025-2027 гг. Объем, тренды, каналы продаж, регионы



Управление клиентскими данными: сервисы персонализации как ключ к эффективности бизнеса



Карта eCommerce в регионе MENA

Партнеры DATA INSIGHT

