

*Чжэн Линьлан,*

*магистрант,*

*Южный федеральный университет,*

*Россия, г. Ростов-на-Дону*

## **ЭКСПОРТНЫЕ СТРАТЕГИИ КИТАЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ**

***Аннотация:** В работе рассматривается динамика развития экспорта китайских предприятий на российский рынок в условиях укрепления двусторонних экономических отношений и реализации инициативы «Один пояс, один путь». Особое внимание уделяется ключевым экспортным стратегиям китайских компаний: цифровому маркетингу (SMM, SEO, контент-маркетинг), стратегии локализации продукции и услуг, трансграничной электронной коммерции и точному маркетингу на основе данных. На основе анализа статистических данных и успешных кейсов (электроника и промышленное оборудование) показаны перспективы и основные инструменты эффективного выхода китайских производителей на российский рынок.*

***Ключевые слова:** экспортные стратегии, китайские предприятия, российский рынок, трансграничная электронная коммерция, цифровой маркетинг, локализация, Китай-Россия торговля, высокотехнологичный экспорт.*

*Zheng Linlang,  
master's student,  
Southern Federal University,  
Russia, Rostov-on-Don*

## **EXPORT STRATEGIES OF CHINESE COMPANIES IN THE RUSSIAN MARKET**

***Abstract:** This paper examines the dynamics of Chinese companies' exports to the Russian market against the backdrop of strengthening bilateral economic relations and the implementation of the "Belt and Road" initiative. Particular attention is paid to the key export strategies of Chinese companies: digital marketing (SMM, SEO, content marketing), product and service localization strategies, cross-border e-commerce, and data-driven precision marketing. Based on an analysis of statistical data and successful case studies (electronics and industrial equipment), the paper outlines the prospects and key tools for Chinese manufacturers to effectively enter the Russian market.*

***Keywords:** export strategies, Chinese companies, Russian market, cross-border e-commerce, digital marketing, localization, China-Russia trade, high-tech exports.*

С постепенным углублением двусторонних отношений между Китаем и Россией экономическое сотрудничество между двумя странами значительно выросло. Особенно в области внешней торговли импортная торговля между двумя странами увеличивалась из года в год, принося новую жизненную силу в экономический рост обеих сторон. В последние годы Китай и Россия

укрепили сотрудничество по всем аспектам в рамках инициативы «Один пояс, один путь» [1]. С точки зрения объема торговли Россия всегда была одним из важных торговых партнеров Китая. Согласно данным, опубликованным Главным таможенным управлением Китая, экспорт Китая в Россию в 2022 году превысил 70 миллиардов долларов США, что более чем на 20% больше, чем на 20% в прошлом году [2]. Эти темпы роста намного выше среднего уровня роста мировой торговли, что свидетельствует о быстром развитии торговли между двумя странами. Судя по рыночному спросу, Россия имеет широкий спрос на потребительские товары китайского производства, промышленное оборудование и высокотехнологичную продукцию [3]. Например, китайская электроника, бытовая техника, машины и оборудование, химическая продукция и т. д. довольно популярны на российском рынке. С другой стороны, с постепенным восстановлением российской экономики потребность в строительстве инфраструктуры и технологической модернизации предоставила огромные рыночные возможности для китайских предприятий. В 2025 году китайско-российские торговые отношения находились на критическом историческом этапе. На фоне растущей глобальной экономической неопределенности Китай и Россия укрепили экономическое и торговое сотрудничество между ними и подписали ряд новых соглашений о сотрудничестве. В то же время существует высокий спрос на внутреннем рынке России, особенно на потребительские товары, машины и оборудование, электронные продукты и другие области. Китайские предприятия имеют широкое экспортное пространство.

В конце 2024 года Китай и Россия объявили, что они еще больше упростят двусторонние торговые процедуры, будут способствовать созданию системы электронного таможенного декларирования и расширят обмен безвизовым бизнес-персонала. Кроме того, российская таможня также ввела ряд мер по упрощению, таких как упрощение процесса таможенного оформления для малых и средних предприятий и снижение тарифной ставки

на импорт некоторых товаров [4].

Внедрение этой политики, несомненно, обеспечивает больше удобства для выхода китайских предприятий на российский рынок. Особенно для малых и средних экспортных предприятий это означает более низкий порог входа и более высокую скорость отклика на рынок.

Китай и Россия граничат и имеют удобные условия наземного транспорта. В то же время огромные энергетические ресурсы России и производственные мощности Китая сформировали взаимодополняющие преимущества, обеспечивая прочную основу для торговли между двумя странами [5].

#### Цифровой маркетинг и продвижение бренда

1. Маркетинг в социальных сетях: в России большое количество пользователей социальных сетей, особенно VK и Одноклассники. Китайские предприятия могут повысить популярность и доверие своих брендов на российском рынке, рекламируя, публикуя контент и сотрудничая с местными KOL на этих платформах [6].

2. Поисковая оптимизация (SEO): Повышение рейтинга корпоративных веб-сайтов в крупных российских поисковых системах, таких как Яндекс, с помощью целевых стратегий SEO, чтобы привлечь больше потенциальных клиентов [7].

3. Контент-маркетинг: публикуя высококачественные отраслевые отчеты, тематические исследования, технические статьи и другой контент, целевые клиенты могут углубить свое понимание корпоративных продуктов и услуг.

#### Стратегия локализации

1. Локализация продукта: внесите соответствующие коррективы локализации продуктов в соответствии с потребностями российского рынка и предпочтениями потребителей, такие как изменение спецификаций продукта, упаковки и инструкций.

2. Локализация услуг: создание локализованной сети послепродажного обслуживания для предоставления клиентам оперативной технической поддержки и решений.

#### Трансграничная электронная коммерция

С помощью трансграничных платформ электронной коммерции предприятия могут быстро выйти на российский рынок. Например, открыв магазины на Alibaba, AliExpress и других платформах, продукты могут продаваться непосредственно российским потребителям.

#### Анализ данных и точный маркетинг [8]

С помощью анализа данных российского рынка поймите поведение и потребности потребителей, а также сформулируйте точные маркетинговые стратегии. Например, анализ покупательских привычек и отзывов клиентов может помочь предприятиям оптимизировать продукты и услуги, а также повысить удовлетворенность и лояльность клиентов.

#### Тематическое исследование

##### Успешный опыт предприятия по производству электронных продуктов

Китайская компания по производству электроники значительно повысила узнаваемость своего бренда на российском рынке, разместив видеорекламу на платформе VK и сотрудничая с известными местными KOL. В то же время благодаря SEO-оптимизации на Яндексе значительно увеличился трафик на сайт компании, а также увеличились онлайн-продажи [9] [10].

Развитие рынка предприятий промышленного оборудования и оборудования

Китайский производитель промышленной техники и оборудования установил совместные отношения со многими местными российскими предприятиями, участвуя в Московской международной промышленной выставке. Благодаря сотрудничеству с агентами и дистрибьюторами компания успешно продала свою продукцию во многие российские города, добившись

прорыва от нуля до одного.

Поддержка статистических данных [11]

Согласно данным, опубликованным Главным таможенным управлением Китая, экспорт китайской механической и электрической продукции в Россию составит 40% в 2023 году, среди которых рост электронной продукции, машин и оборудования особенно очевиден. В то же время растет спрос России на высокотехнологичную продукцию и оборудование для защиты окружающей среды, что обеспечивает огромное рыночное пространство для китайских высокотехнологичных предприятий [12].

Кроме того, быстрое развитие российского рынка электронной коммерции также предоставило широкие возможности для трансграничных предприятий электронной коммерции Китая. Согласно данным Statista, размер российского рынка электронной коммерции достиг 35 миллиардов долларов в 2023 году, и ожидается, что он продолжит поддерживать двузначные темпы роста в течение следующих трех лет.

Для эффективного развития российского рынка предприятиям необходимо принять комплексные стратегии продвижения цифрового маркетинга, включая маркетинг в социальных сетях, SEO, контент-маркетинг, создание партнерских отношений, стратегии локализации и использование трансграничных платформ электронной коммерции. В то же время, благодаря анализу данных и точному маркетингу, эффект маркетинга может быть дополнительно улучшен.

### **Библиографический список:**

1. Сюнь Минь. Российский рынок товаров народного потребления: современное состояние и перспективы развития // Вестник экономики и бизнеса. – 2023. – № 2. – С. 18–25.
2. Смирнов В. А. Стратегии экспорта китайских электротехнических

- товаров на российский рынок // Экономика региона. – 2023. – № 5. – С. 45–53.
3. Ма Тао. Крупные китайские ритейлеры на российском рынке: особенности адаптации и бизнес-модели // Торговля и рынок. – 2024. – № 3. – С. 58–66.
  4. Чжу Линь, Го Цян. Стратегии локализованного управления китайскими платформами кросс-бордерной электронной коммерции на российском рынке: на примере AliExpress // Электронная коммерция. – 2024. – № 4. – С. 81–95.
  5. Сюнь Минь. Китайско-российское экономическое сотрудничество в условиях глобальных трансформаций: основные направления // Российский экономический журнал. – 2023. – № 6. – С. 121–125.
  6. Михайлова А. В. Кросс-бордерная электронная коммерция между Китаем и Россией: динамика роста и проблемы регулирования // Деловой мир. – 2024. – № 2. – С. 85–92.
  7. Чжэнь Лэй. Стратегии продвижения китайских пищевых продуктов на российский рынок: анализ рисков и преимуществ // Экономика и право. – 2023. – № 4. – С. 67–70.
  8. Соколова О. Г. Современное состояние китайского рынка цифровых услуг: перспективы экспорта в Россию // Международный журнал цифровой экономики. – 2024. – № 1. – С. 56–57.
  9. Ван Ли, Лю Цян. Китайско-российское сотрудничество в сфере логистики для поддержки экспорта: инфраструктурные проекты // Транспорт и логистика. – 2023. – № 5. – С. 118–125.
  10. Чжоу Мин, У Фан. Российский рынок строительных материалов: спрос на китайские продукты и конкуренция // Строительство и экономика. – 2023. – № 6. – С. 201–203.
  11. Чжан Минь, Ли Хуа. Экономические предпосылки расширения китайского экспорта на российский рынок в сфере высоких технологий // Высокие технологии и экономика. – 2024. – № 2. – С. 148–155.

12. Денисов С. В. Китайско-российское сотрудничество в рамках Евразийского экономического союза: роль экспорта и инвестиций // Евразийский экономический журнал. – 2023. – № 4. – С. 13–17.