



Made in China

О ПРАКТИКЕ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА С КИТАЕМ РАССКАЗЫВАЕТ КОМПАНИЯ OPTIM CONSULT (г. Гуанчжоу, Китай)



Евгений Колесов,
генеральный директор компании Optim Consult

Основная суть нашего бизнеса — установление отношений между компаниями из стран бывшего СНГ и России с китайскими партнерами. За время почти десятилетнего присутствия в Китае наша компания накопила богатый опыт. Важно сказать, что нас знают не только многие компании в России, Украине, Казахстане, Италии, Германии. Самое главное, нас знают многие сильнейшие игроки на китайском рынке. Многие китайские производители знакомы с нашей компанией и всегда готовы предложить наиболее выгодные условия сотрудничества в силу тех объемов, которые мы обеспечиваем поставщикам. На сегодняшний день среди клиентов компании значатся очень популярные бренды. Имея официальный статус

в Китае, наша компания работает не только с коммерческими структурами, но и с государственными, в том числе и с олимпийскими федерациями ряда государств СНГ. Приятно осознавать, что в Пекине в августе 2008 года олимпийцы некоторых стран будут одеты в костюмы, которые были изготовлены при непосредственном участии специалистов Optim Consult. Сегодня бизнес становится все более и более конкурентным, поэтому со всеми клиентами у компании заключены соглашения о конфиденциальности. Причины понятны: многие клиенты не готовы к тому, чтобы покупатель знал, что тот или иной бренд производится в Китае. Всем спокойнее, когда на этикетках присутствует штамп Made in Italy, Spain, USA и т. д.

Компания Optim Consult — первая российская консалтинговая компания, официально зарегистрированная на территории Китая. Основной спектр услуг — поиск производителей в Китае, согласование образцов, заключение контрактов, контроль производственного процесса, контроль качества и доставка до пункта назначения клиента. Мы также занимаемся регистрацией торговых марок, арбитражем на всей территории КНР. Говоря о транспортном департаменте нашей компании, важно отметить, что мы осуществляем весь комплекс услуг в области логистики по Китаю, в том числе консолидацию, готовим весь пакет импортно-экспортных документов. Являясь официальным членом Китайской ассоциации международных экспедиторов, делаем это профессионально.

Сайт компании —
www.optim-consult.com

С ЧЕГО НАЧАТЬ?

Посещение профессиональных выставок — один из путей поиска партнеров в Китае. Наиболее интересные тематические выставки:

■ **Кантонская ярмарка Canton Fair.** Проходит в Гуанчжоу два раза в год — в апреле и октябре.

Сайт выставки:
www.cantonfair.org.cn

■ **China International Clothing & Accessories Fair — CHIC.**

Проходит в Пекине ежегодно с 28 по 31 марта.

Сайт выставки:
www.chiconline.com.cn

■ **China International Fashion Trade Fair — IFFAIR.**

Проходит в г. Нинбо ежегодно с 22 по 25 октября.

Сайт выставки: www.iffair.cn

Работа на выставке предполагает интенсивное общение. Нанимать ли переводчика с китайского языка при посещении выставки или нет — вопрос риторический. Некоторые китайские менеджеры говорят на английском языке, но те, кто посещал выставки в Китае и общался с такими менеджерами, неизменно приходят к выводу, что лучше нанять переводчика не китайца, а того, для кого русский язык родной. В данном случае гораздо лучше строится коммуникативная связь. На первом этапе этот момент имеет очень большое значение.

Перед посещением выставки необходимо провести мониторинг производителей. Поинтересоваться их участием (или неучастием) в той или иной выставке. Позитивным



Наталья Каткова,
старший менеджер департамента маркетинга
компании Optim Consult

моментом, способным увеличить шансы на поиск того или иного производителя, станет мониторинг всех участников выставки. Список участников выставки можно запросить у ее организаторов, общение с которыми можно выстроить на английском языке. Для наших клиентов мы делаем подборку участников, чтобы сориентировать их и не тратить время на выставке вхолостую. Оптимизация времени участия клиента в выставке — наша обязанность, т. к. большую часть времени мы стремимся провести именно на заводах для согласования всех деталей с производителем.

Многие клиенты, осуществляющие поиск самостоятельно, сталкиваются с рядом проблем. В этой связи

Новый выставочный комплекс Пачжоу (Pazhou) в г. Гуанчжоу, в котором помимо прочих международных выставок, ежегодно два раза в год проходит крупнейшая в Азии и третья в мире Кантонская ярмарка экспортных товаров и оборудования (Canton Fair)





большое значение имеют рекомендации тех или иных производителей. Действительно, зачем тратить драгоценное время на поиск, объяснения, согласование тех или иных моделей, когда можно найти серьезного поставщика, который знает, как и что делать для европейского покупателя, знает все тонкости, размерные ряды, цвета, аксессуары, наиболее популярные в сезоне, и многие другие нюансы, имеющие огромное значение. В разное время мы работали и продолжаем работать со многими известными марками, а заводы, на которых мы размещаем их производство, — одни и те же. Их не более двух десятков. Почему? Потому что уровень качества, сроки, подход к работе — все это уже отработано до автоматизма и становится важным конкурентным преимуществом для наших клиентов.

ЕСТЬ ЛИ У ВАС ПЛАН?

Как должен выглядеть оптимальный маршрут поездки в Китай на выставку? На наш взгляд, необходимо связать посещение выставки с поездкой на 7–10 фабрик. На выставке, например на самой крупной выставке в Азии, и третьей в мире, которая проходит в Гуанчжоу, на изучение всех производителей требуется выделить 3 дня. Не больше. Для профи в своей теме этого срока хватит с избытком. На выставках, как правило, весьма сложно решать такие важные вопросы, как цена, выбор материалов, аксессуаров и пр. А вот вернуться к этому вопросу непосредственно на заводе — это очень даже кстати. К тому же китайские фабриканты весьма неохотно идут на выставление цен на выставке. Имеется в виду, цен адекватных, реальных, а не тех, которые проставляет каждый китайский менеджер в зависимости от настроения. В таких ценах нет ничего, кроме потерянного времени. На заводе есть возможность встретиться с руководством, технологами, осмотреть склад готовой продукции, где можно сформировать весьма четкое представление о брендах и странах, с которыми работает фабрика.

Посещение 7–10 производителей займет примерно 4–5 дней. Итого, для качественной проработки направления требуется 7–8 дней. Только нужно понимать, что работа при таком графике строится очень напряженно. Но ведь в командировках, а тем более столь важных, по другому просто нельзя. Профи это понимают.

Еще один важный момент — требуется четко уяснить, где и сколько фабрик расположено. Если проигнорировать этот факт, то получится так, что у вас все 7–10 фабрик расположены вне рамок одного региона (провинции) и придется проделать



маршрут Пекин—Шанхай—Нинбо—Ханчжоу — Сямэнь — Гуанчжоу — Пекин, на который можно угрохать и три недели. При плохой организации такой маршрут — реальность.

Наши специалисты, готовясь к встрече клиентов, прорабатывают широкий ряд вопросов, в том числе и таких, как встреча на заводе с руководством — это важно для установления нормальных отношений. Мы говорим о необходимости подготовки коллекций, с которыми производители работали в прошлых сезонах, чтобы понять уровень исполнения, качества изделий.

Почему мы практикуем такой вариант работы — «выставка — посещение завода»? Тут следует сделать акцент на том, что в работе мы сталкивались с «сюрпризами». Для своих стендов на выставке заводы заказывают образцы на других фабриках, а то и вовсе покупают в фирменных магазинах. И если вы строите отношения лишь на основе увиденного на выставке, то не нужно удивляться, когда вам приходит товар по качеству и уровню исполнения абсолютно не похожий на то, что вы видели на выставке. Такое рано или

поздно случится, если только вы не посетили завод, не побывали в цехах, где все посмотрели и потрогали своими руками. Участие в выставке — это ни что иное, как поиск клиентов. Не нужно думать, что все, что вы видите на выставке, так и есть на самом деле.

В работе с Китаем есть важный момент. Необходимо постоянно все контролировать. Это очень важно. Еще опаснее строить отношения, когда вы находите партнера по интернету, даже не представляя, существует ли такая компания вообще! Тут уж сами думайте, стоит ли таким компаниям доверять или нет. Следует заметить, что в последнее время участились случаи, когда после перевода денег на китайские заводы те исчезают. Сейчас в работе юристов Optim Consult находится около десятка дел, связанных именно с такими обстоятельствами. Кстати, три дела из 10 касаются компаний из Украины.

ВСЕ ПОД КОНТРОЛЕМ!

Сами ли вы нашли производителя, или воспользовались услугами профессиональной компании, но

факт остается фактом — контроль качества продукции вам требуется проводить с максимальной строгостью. Почему на это необходимо обращать внимание, судя по всему, объяснять не нужно. Более интересно, как этот самый контроль осуществлять. Важно, чтобы технологи изучили, что и как делается. При согласовании образцов очень важно, чтобы присутствовал специалист. При запуске производства технолог способен выявить брак и внести необходимые замечания. Контроль готовых изделий также очень важен. Например, фабрики по пошиву одежды, обуви работают в три смены. И может статься так, что та или иная операция в одном случае будет сделана хорошо, а в каком-то другом (когда работала, скажем, другая смена) — из рук вон плохо. Одна российская компания, имеющая большие производственные площади в России, тем не менее отшивая спортивную одежду в Китае под своей торговой маркой, столкнулась с весьма забавной ситуацией. «Вес» ситуации в денежном эквиваленте был на уровне 250 тыс. американских долларов, для профессионалов скажем на

Объем экспорта одежды и аксессуаров из Китая в 2006 году

Наименование позиции	Россия		Украина		США	
	шт.	USD	шт.	USD	шт.	USD
Текстиль	12094128	75180197	3571055	26016939	445896889	457026586
Одежда (не относящаяся к вязанной и трикотажной)	311078680	1492040634	100518697	193977404	2047529896	7881009236
Одежда (вязанная или трикотажная)	3906126	8665838	1775627	2088959	47290130	129936023
Кожаная одежда	5615526	443404642	24700	441475	17804610	546079501
Меховая одежда*	1191284	207936867	2213	380727	326469	16192732
Перчатки кожаные	18065010	48671373	3618640	2727740	169113398	169779544
Перчатки	278692819	28973992	36486833	3046012	230070158	31765523
Чулочно-носочные изделия	4177019	2000615	337330	50751	6884760	767150
Косынки и платки	21837380	3881144	19312666	844907	95607227	18038689
Головные уборы	46398424	15276649	12351319	4706596	1872855965	561582504

Объем экспорта одежды и аксессуаров из Китая в январе–ноябре 2007 года

Наименование позиции	Россия		Украина		США	
	шт.	USD	шт.	USD	шт.	USD
Текстиль	11920063	92400531	2647953	18392032	508392980	573176410
Одежда (не относящаяся к вязанной и трикотажной)	305618330	1700888961	132605112	288796881	2191384089	8237617152
Одежда (вязанная или трикотажная)	3643073	12111996	4323606	5387489	63516966	182496483
Кожаная одежда	2959016	209345974	77672	3080753	13137592	429580811
Меховая одежда *	1566762	93178121	227	31600	202582	10618690
Перчатки кожаные	13486137	44265072	4153950	4082757	172513555	193892898
Перчатки	182762564	26411726	39293219	3441220	258044450	38730885
Чулочно-носочные изделия	531514	189359	491992	99705	1167124	617401
Косынки и платки	24479905	3550778	23192984	1246168	103133100	21506407
Головные уборы	1911025364	554631432	13320334	5908877	1911025364	554631432

* — объемы экспорта в количественном выражении представлены в тоннах

Объем экспорта одежды и аксессуаров из КНР в 2006–2007 г.г.

Наименование позиции	Все страны мира			
	2006		2007 (январь - ноябрь)	
	шт.	USD	шт.	USD
Текстиль	12452893924	2379836683	1335225689	2662013578
Одежда (не относящаяся к вязанной и трикотажной)	12525180597	43723534659	11881541673	43415939028
Одежда (вязанная или трикотажная)	220600253	506169610	275217969	616880224
Кожаная одежда	43728110	1643756610	32347394	1219000309
Меховая одежда *	3679242	488513461	3198665	288252575
Перчатки кожаные	808912682	760851149	742896440	107095951
Перчатки (кроме кожаных)	1439631235	195263034	1331372825	203468985
Чулочно-носочные изделия	56083508	11978408	40832936	13099879
Косынки и платки	755951171	109484310	763500047	117140038
Головные уборы	5775501895	1750370631	5839601846	1786686211

* — объемы экспорта в количественном выражении представлены в тоннах

более понятном языке — два сорокофутовых хайкьюб-контейнера. Зимние куртки были сшиты хорошо, сама марка была на русском языке. Китайцы, не до конца разобравшись в тонкостях написания русской марки, стали пришивать ее как благодарассудитесь. В Россию пришли два контейнера с хорошими куртками. Одно не понравилось. Марка была пришита вверх тормашками. Отчасти ситуацию спасло то, что у компании было свое производство, на котором спешно и стали перешивать нашивку. После того, как клиент потерял около \$40 тыс. из-за подобной халатности китайцев, вопрос по контролю качества был передан компании, профессионально занимающейся этим, то есть нам. Отношения с этим клиентом у нас длятся уже более четырех лет.

Проблемы в работе с китайскими производителями ни чем не отличаются от проблем в работе с любыми

другими производителями, за исключением той степени, что с китайцами сложнее в области ментальности. Немного криво, чуть не так, не тот цвет, не те аксессуары на одежде — для китайцев мелочи, на которые можно не обращать внимания. Но для клиента подобные «допуски» неприемлемы. А значит, нужно следить за этим максимально внимательно!

Заключая контракт, требуется детально описывать процедуру признания товара бракованным и процесс компенсации. Исходя из практики, в контракте качество (допустимый уровень брака) прописывается на уровне 5%. Китайские производители, как правило, компенсируют бракованный товар путем предоставления качественного в последующих отгрузках. Примером подтверждения недоброкачества продукции могут служить фотографии.

В 2007 году компания Optim Consult выпустила справочник

«Производители Китая. Импорт-экспорт 2007–2008» (Сайт справочника www.chinaprom.ru). В справочник вошли около 17 000 производителей различной продукции, а проработано было более 1 млн. китайских заводов. За более чем 10 месяцев работы над справочником специалисты Optim Consult много раз сталкивались с тем, что китайцы предоставляют недостоверную информацию о своих компаниях.

Важная рекомендация: в работе с Китаем можно делать многое, но только не стоит принимать ничего на веру. Это самое главное правило. Все необходимо контролировать, контролировать и еще раз контролировать.

Материал подготовили:
Евгений Колесов, генеральный директор компании Optim Consult,
Наталья Каткова, старший менеджер департамента маркетинга компании Optim Consult

