

Найдется все, или Ярмарка по-китайски

Последнее десятилетие внесло значительные коррективы в российско-китайском экономическом диалоге. Вчера – мелкий покупатель товаров народного потребления, сегодня российский бизнесмен – полноценный участник внешней торговли Китая, ежегодно экспортирующий товары на миллиарды долларов. Наглядное подтверждение этому факту – русская речь, которую можно было услышать во всех павильонах на открывшейся 15 апреля 101-й ярмарки импортно-экспортных товаров в Гуанчжоу – промышленной столице юга Китая



Дважды в год открывает свои двери крупнейшая в Азии и третья в мире ярмарка, собирая сотни тысяч бизнесменов со всех уголков планеты. Только на Кантонской ярмарке можно в одном месте найти всех крупнейших экспортеров Китая, которым есть что предложить мировому рынку, от промышленного оборудования до бытовой тех-

ники и бижутерии. Только здесь можно подобрать и сразу купить самые разнообразные товары от строительного крана до мини-холодильника с портретом Бекхэма.

Правда, в одном месте – это довольно неточно. В этом году ярмарка заняла 630 тыс. кв. м и представила почти 32 тыс. стендов в двух выставочных комплексах – Пачжоу и Люхуа. На арендованной экспозиционной площади расположились 14 430 китайских производителей. В любом из павильонов может легко уместиться крупнейшая российская выставка. Неудивительно, что интерес российского бизнеса к Кантонской ярмарке не останавливают даже многие тысячи километров.

Утро на регистрации. Автобусы, такси и метро привозят к огромному, выстроенному в футуристическом стиле комплексу Пачжоу нескончаемый поток людей – десятки тысяч покупателей со всего света. Оче-

редь на регистрацию представить себе невозможно – это надо видеть. Но благодаря четко выстроенной работе организаторов ярмарки необходимые формальности посетители проходят быстро и организовано. Регистрация на ярмарке занимает не более получаса, притом что только в первый день ее посетили почти 50 тыс. гостей. Зарегистрировавшись, эта разноцветная толпа в национальных одеждах, строгих костюмах и джинсах, вооруженная чемоданами на колесиках (главный признак бизнес-трэвел), мгновенно растворяется в павильонах выставочного комплекса.

У каждого свои задачи. Покупатели на ломаном английском (либо, зачастую, на таком же китайском) знакомятся с предложениями, сравнивают цены, торгуются и заключают контракты. Они же фотографируются на фоне Олимпийской панды и берут сувениры, посвященные Олимпиаде–2008, расслабляются в массажных креслах, участвуют в центральном холле и стоят в очереди в МакДональдс.



Контракты на поставки заключаются после ознакомления с продукцией и ценами, изучения возможности фабрикантов

Но большинство посетителей, конечно, приехали с целью найти новых партнеров, установить контакты, поделиться мнениями и еще раз проявить мастерство в искусстве торговаться. В этом едины представители всех стран, независимо от наряда и цвета кожи, и русские не уступают ни громкоголосым и активно жестикулирующим итальянцам, ни массой атакующим стенды индийцам и арабам. «Дорого, говорю! Слышишь, до-ро-го!», – объясняются с китайцами на русском наши соотечественники.

Для многих ярмарка – лишь дебют в работе с китайскими производителями. Контракты на поставки заключаются после ознакомления с продукцией и ценами и изучения возможности фабрикантов. «Я приехал в том числе и для того, чтобы лично пообщаться с китайскими производителями и увидеть, на что они способны», – говорит москвич Виталий, упаковывая в объемную сумку очередную партию каталогов. После выставки, просмотрев каталоги и наметив маршрут, он едет знакомиться с китайскими фабриками.

Сегодня Кантонская ярмарка позволяет прочувствовать пульс времени, понять, какие товары будут пользоваться спросом и успешно продаваться по всему миру в ближайшее время. За этим и приезжают сюда покупатели со всего света. Да и не только покупатели – обаятельный молодой человек всовывает в руки визитку «Виталий на разные услуги», на которой наряду с услугами переводчика и «поставки информации с разных фабрик» предлагается также и лечение

сложных и малопонятных болезней китайской медициной. Так за покупателями подтягиваются и транспортные компании, и переводчики, настраивается для российских бизнесменов и вся инфраструктура. И хотя русскоязычная версия сайта Кантонской ярмарки пока еще веселит перлами местных переводчиков, уже можно найти на стендах каталоги на русском языке и пообедать в ресторане с русской или украинской кухней. В этом году даже рекламные площади на выставке арендованы отечественными компаниями, и наших бизнесменов встречают яркие флажки на русском языке.

«Интерес российских предпринимателей к китайским товарам не слабеет, – говорит Евгений Колесов, генеральный директор консалтинговой компании Optim Consult. – Об

этом свидетельствуют постоянно увеличивающееся количество заводов и фабрик на территории Китая и формирование все более стабильной ценовой политики с их стороны. Конкуренция ужесточается, а качество постоянно улучшается. При этом цена остается той важной составляющей, которая привлекает иностранцев к работе с Китаем».

Но перейдем к экспонатам. В павильонах двух выставочных комплексов Пачжоу и Люхуа можно было найти все основные категории экспортных товаров – стройматериалы, оборудование, инструменты, осветительные приборы, автомобили, запчасти, электроника, текстиль, медицинские товары, продукция химической промышленности, одежда, спорттовары. Увидеть как можно больше хотелось даже тем, кто приехал с конкретной целью покупки. «Даже не знаю... ты уверена, что нам сантехнику надо?.. Может, лучше мебель посмотрим?» – слышу за спиной разговор пары молодых людей.





Как и многие другие наши соотечественники, они приехали просто посмотреть товары и цены. Но есть и те, для кого одна удачная покупка на ярмарке с лихвой окупает всю поездку – когда речь заходит о крупном строительном и другом оборудовании.

Иван, владелец автосалона, интересуется автомобилями китайского производства: «Надо бы попробовать привезти их к нам на продажу – выглядят не хуже многих марок, по качеству и дизайну уж точно лучше наших «Лад», да и вообще половина машин сейчас китайской или корейской сборки, независимо от марки. Для покупателей, ориентированных на цены, такие машины вполне подойдут, может, даже популярными станут». Китайские производители активно работают над созданием и продвижением собственных брендов – Great Wall, Xinkai, Chery все чаще можно видеть на улицах российских городов.

В этой сессии ярмарки традиционно высоким спросом у россиян пользовались строительные, отделочные материалы и сантехника. «Ламинат,

плитка, панели китайского производства не уступают по качеству европейским аналогам и стоят копеечки», – говорит Алина, владелица сети магазинов в Новосибирске. Хотя сверхоригинальных решений на ярмарке искать, конечно, не стоит – здесь выставляют именно то, что пользуется устойчивым спросом и может быть продано за несколько выставочных дней. За отраслевыми новинками лучше ехать на специализированные выставки.

Особый интерес для наших покупателей представляет и павильон электроники и бытовой техники, также один из самых больших на выставке. Где еще, как не здесь, в Китае, можно купить подделки под известные бренды по самой сходной цене. Увидев двадцатую по счету вариацию на тему iPod, не выдерживаю и спрашиваю консультанта:

– Это у вас iPod?

– Да, конечно. Почти. Даже лучше – это ведь китайский iPod, он дешевый (улыбается).

Интересно было бы послушать по этому поводу мнение представителей Apple, Nokia, Sony Ericsson... Хотя возможно, этот день настанет очень скоро.

В этом году впервые за всю историю Кантонской ярмарки под давлением мировой общественности, недоброжелательным дисбалансом Китая в сторону экспорта, открылся импортный павильон. Ходившие в интернете слухи о том, что кто-то из российских компаний также будет выставляться, так и не подтвердились, и среди 140 стендов из 23 стран наших найти мне не удалось. Основные площади заняли ближайшие к Китаю страны – Гонконг, Малайзия, Индонезия, порядка 20 стендов представили компании из стран Африки. Европейцев в импортном павильоне пока не так много, зато значительные площади в самом центре заняли самые солидные автомобильные компании: Mercedes, Maseratti, Volkswagen, Audi.

В целом, число представленных компаний, занятых под экспозицию площадей, растет с каждым годом, в Пачжоу строится вторая очередь комплекса, ну и самое главное, увеличивается количество приезжающих на выставку покупателей и расширяется география стран-импортеров. И Россия, объявленная Китаем стратегическим партнером, скоро займет на ней свое место.

